

表1 インドネシアと中国の相互投資関係

(単位：100万ドル)

| 年 | 中国からインドネシアへの投資 | | インドネシアから中国への投資 | |
|------|----------------|-------|----------------|-------|
| | 件数 | 金額 | 件数 | 金額 |
| 2003 | 66 | 263.9 | 150 | 180.0 |
| 2004 | 34 | 245.6 | 122 | 104.5 |
| 2005 | 80 | 204.9 | 128 | 86.8 |

(出所) 在北京インドネシア大使館ホームページ。



特集／中国＝東南・南アジア経済関係の現在

インドネシアへの中国製品流入と対中投資―外からも内からも迫る国内製造業の危機

松井和久

●インドネシアの製造業は今

一九九〇年代初め、インドネシアはその好調な経済を背景に、中進国入りも間近と言われていた。当時、国内のエコノミストは中国、インド、ベトナムなど眼中になく、タイやマレーシアに間もなく追いつくと信じていた。それから一〇～一五年の間に、インドネシアは通貨危機やその後の政治・社会的混乱を経て、その立場を大きく変化させた。世界各国の投資家の視線は中国、インド、ベトナムに注がれ、インドネシアは投資誘致競争で大きく出遅れた。そして、かつて眼中になかった中国からの日用雑貨を大量に消費し、中国からの投資や経済協力に期待を寄せる立場へと変貌した。

インドネシアでは、国内産業、とくに国内市場向け生産を行う製造業の基盤が大きく揺らいでいる。その原因の一つとして槍玉に挙がるのが中国製品の流入である。衣料品、合板、家具など、一九八〇年代後半から一九九〇年代半ばに比較優位を誇った輸出向け製造業は今や大きく低迷し、廉価な中国製品に大刀打ちできない。多数の国

内製造業企業が生産ラインを止め、工場を閉鎖し、なかにはその中国製品の販売業に転換する事業者も少なくない。他方、インドネシアから中国への生産委託や企業進出を進めている。例外的に好調なのは、日系企業が輸出向け生産拠点と位置づけた自動車や二輪車に関連する製造業に限られる。

●相互投資関係

まず、インドネシアと中国との投資関係を簡単に見ておこう(表1参照)。中国からインドネシアへの投資は二〇〇五年に八〇件、二億四九〇万ドルであった。二〇〇三年からコンスタントに二億ドル台を続けている。

一方、インドネシアから中国への投資は、二〇〇五年に一二八件、八六七万ドルであった。こちらは二〇〇三年の一五〇件・一億八〇〇〇万ドルからここ数年徐々に減少している。中国からインドネシアへの投資に比べると、一件当たりの投資額が小さいが、投資件数では多くなっている。

以下では、実際の中国製品の流入の現状を家電製品、衣料品、靴について見た後、

インドネシア企業の中国進出や靴企業復活への期待など最近の動きを見ていく。

●中国製家電製品の台頭

家電産業への中国企業の進出は、海爾が先鞭をつけた。海爾は同社初の海外展開として一九九二年にインドネシアへ冷蔵庫を輸出した後、一九九五～一九九六年にインドネシア地場家電メーカーのサッポロと合弁企業を設立したが、通貨危機でサッポロが倒産し、海爾は撤退した。二〇〇五年、冷蔵庫やエアコンなどでのインドネシアでの販売を強化する方針を打ち出した。

康佳は一九九七年にバタム島へテレビを入れ始め、二〇〇〇年に総代理店を設立した。長虹は一九九九年にテレビ、エアコン、DVDプレーヤーの輸入を始め、二〇〇一年に現地法人を設立、二〇〇五年までに累積売上一億ドルを達成した。TCLは二〇〇〇年に事務所を開設した後、二〇〇三年に輸出入業務を行うシンガポール系外資企業として進出した。小天鵝は合弁企業をジャババカ工業団地に立地させ、新飛電器は一九九七年に現地法人を設立し、「デンポ



中国の深圳永徳福が製造した家電製品のショールーム。インドネシアでは、VITRON ブランドで、東ジャワ州スラバヤを起点に販売されている(2003年11月10日、スラバヤにて筆者撮影)

「ブランドのエアコン・冷蔵庫を生産する。このほか、インドネシア企業が中国で合弁企業を興して家電製品を輸入する深圳永徳福のような事例もある。

これら中国家電企業のなかには、自社ブランドに加えて注文元の指定ブランドでOEM生産する場合がある。一方インドネシア国内の家電メーカーの多くは、中国から輸入した原材料や部品を組み立てている。

インドネシア国内の家電製品の市場規模は約二〇〇億ドルと見られ、約五割を日本製品が占めるといだが、全体の少なくとも約三割は不法に流入した製品と見られる。

家電製品部品の輸入関税は概ね〇〜五%と低率だが、カラーテレビの完成品になると一五%となる。加えて、家電製品販売業には付加価値税の一〇%とカラーテレビの画面の大きさに応じて奢侈品販売税一〇〜五〇%、プラス所得税二・五%が課税される。このため、多くの企業が家電製品の原材料や部品を輸入し、バタム島などの保税区域で、または保税工場の指定を受けて製品を組み立てて国内市場へ流す。このため、インドネシア国内での輸入家電製品の販売価格は、公式には国内製品より割高になるはずだが、実際には常識外の廉価品が流入する。密輸の可能性が考えられる。

家電製品の価格競争は激しさを増している。高級イメージの日系メーカー製品も、モデルチェンジ後の新製品価格は低く設定される。二二インチ以下のカラーテレビへ

の奢侈品販売税が撤廃され、輸入製品に対する国産品の競争力が高まった面もある。

カラーテレビとは対照的に、エアコンや洗濯機では長虹をはじめとする中国製のシェアが急速に上がり、前者で約四割、後者で約五割のシェアを占めた。他の簡易家電製品でも中国製品が市場を支配している。

● 繊維製品の流入

インドネシア繊維企業協会(API)によると、繊維産業の二〇〇一〜二〇〇三年の投資額と輸出量は増加したものの、生産額は額・量とも年々減少し、生産能力も雇用も減少傾向にある。川上・川中では生産量は減少したが、生産額や輸出額がやや増加傾向を見せ、高付加価値製品へのシフト傾向がある。ただし、繊維機械の台数は増えておらず、設備投資が滞ったままである。

一方、国内有数の繊維産業集積地・西ジャワ州では様相が異なる。API西ジャワ州支部によると、二〇〇一〜二〇〇三年に全国で繊維企業二七三社が閉鎖したが、その八〜九割が西ジャワ州に集中した。企業閉鎖後、経営者は不動産業、アグロビジネス、商人などへ転業した。従業員は他の繊維工場での就職を試みるとともに、参入の容易な公共交通機関やバイクタクシー(オジェック)の運転手になるケースがある。西ジャワ州の州都バンドゥンは、今や衣料品生産よりも衣料品販売の中心地として有名になった。多数のファクトリー・アウ

トレット店が展開し、休日には首都ジャカルタからバスを仕立てて買物客がやって来る。元々、輸出向け衣料品の余剰品だったのが、今はほとんどが輸入衣料品である。周辺の繊維工場が閉鎖され、多数の失業者が街中に溢れる一方、ファクトリー・アウトレットは買物客で盛況なのである。

もつとも、公式の貿易統計を見る限り、繊維製品輸入が急増した様子はない。国内の繊維生産は投資停滞で増加していない。一方で、国内の繊維製品の販売・消費は低下していない。二〇〇三年の繊維製品販売量は、APIの試算で一人当たり二・六五キログラムだが、政府推計による繊維消費量は三・九キログラムである。この両者の差が不法輸入製品で満たされていると考えられる。すると二〇〇三年には約四二〇〇トンの繊維製品が不法に輸入され、うち約一六〇〇トンが中国からと推測される。

不法輸入の繊維製品は大きな布袋に詰められ、コンテナでインドネシアへ搬入された後、国内販売ネットワークに乗る。繊維製品の不法輸入は、一九九七〜一九九八年の通貨危機の頃から急速に増えた古着の輸入という形で一般化し、とくにインドネシア東部地域など低所得・低消費の住民に不可欠の財となった。近年、その量は減少傾向にある。また布袋のなかの良品の比率が減少し、収益が下がった。それでも古着への需要は根強く、地方政府が古着商を取り締まるどころか、古着商を零細事業支援の



中国製のジーンズが中国人民元の値札が付けられたままスーパーマーケットで売られていた（2004年11月5日、東ヌサトゥンガラ州クバンにて筆者撮影）

対象として取り扱うケースすら見られる。

●比較優位を失った靴産業

インドネシアは、かつて輸出向け有名スポーツ靴の世界的な一大生産地であった。低廉で豊富な労働力がスポーツ靴生産の競争力を支えた。また国内向け靴生産では、西ジャワ州チバドゥユツなどの靴産地が形成されていた。しかし通貨危機後、二〇〇〇年をピークに靴輸出は一気に減少した。一方で、数量はまだ少ないものの、靴の製品輸入が二〇〇二年頃から急増した。

国内向け靴生産者の多くは零細で、取引費用が高く価格競争力がなく、販路も限られる。こうした問題に加えて、より打撃を与えたのが労働コストの大幅上昇である。

とりわけ、二〇〇一年発足のメガワティ政権では、労働組合トップが労働力・移住大臣を務め、最低賃金水準を毎年大幅に引き上げたため、労働コスト上の比較優位が大きく損なわれた。輸出向け外資系スポーツ靴企業は一つの工場に数千人も労働者を雇用しており、労働コスト上昇は死活問題となった。加えて、賃上げや待遇改善を要求する労働争議が頻発し、工場がしばしば操業停止、それを理由に、海外バイヤーから取引を停止されるケースもあった。

さらに、労働法（法律二〇〇三年第一三三号）は、勤続八年以上の労働者に対して退職金を一人当たり賃金の九カ月分、勤続功労金を最高（勤続二四年以上）で賃金一〇

カ月分支払うと定めており（第一五六条）、競合する中国やベトナムよりも退職金の額が高くなる。一般に、靴工場は機械・生産設備の資産価値があまり高くなく、生産設備売却でも数千人分の退職金用資金を用意することは難しいとされる。このため、外資系企業のなかには、夜逃げ同然で本国へ撤退するケースすら存在するとされる。

国内向け靴生産を脅かす最大の要素は、やはり不法輸入の横行である。靴を製品輸入する場合、輸入関税は四〇％、奢侈品販売税が三五％、付加価値税一〇％、所得税二・五％が課税される。ところが不法輸入扱いの場合には、コンテナ一単位で税関に支払いを行い、輸入関税、奢侈品販売税、付加価値税、所得税を支払わないのが普通である。税関も、わずかとはいえ、手取りで収入を得ることができるため歓迎する。

国内市場向けの靴生産の大半は中小企業で、それ自体の生産性が低く、仮に輸入品が合法輸入されても、競争力は高まらない。実際、インドネシアの靴産業の労働生産性は中国の半分に過ぎない。前政権は靴産業を低付加価値産業とみなし、十分な対策を採らなかつた。輸出促進策としての付加価値税還付（ドローバック）制度も、還付されるまで一年以上かかり、短期の資金繰りに悩む靴企業の経営を悪化させている。

●インドネシア企業の中国進出

インドネシア国内の製造業企業のなかに

は、中国の企業に生産工程の一部を委託生産させたり、中国企業と合弁企業を設立したりして、国内での生産活動を中国へ移転させる動きが見られる。ラタン家具産業は、政府がラタン原木の輸出を認めたことで中国など海外製品に勝てなくなり、中国への生産拠点の移転を本格的に検討し始めた。すでに国内市場に出回る廉価家具の多くは、中国で委託生産された製品となった。

最近話題となったのが、有力食品メーカーの中国への進出である。国内最大のピーナツ菓子製造会社であり、従業員一万七〇〇〇人を雇用するガルダフード社は、砂糖の国内価格の高騰を受けて、新商品のティンティン（ゼリー飴）を中国の福建省晋江市永和富華食品有限公司で、インスタント焼飯を貴州省貴陽市の領先食品股份有限公司で、豆乳飲料を山東省の力源食品有限公司で、それぞれ生産し、それらをインドネシアへ輸入して国内で販売する。

ガルダフード社は、ゼリー飴などの技術がないため、それを持つ中国企業と組んだ。インドネシアにおける砂糖の輸入関税が二〇％なのに対して、砂糖を材料に使う食品のそれはわずか五％であることも背景にある。もともと、同社の総販売高（一・二兆ルピア）に占めるこれら製品の割合はまだ五％程度である。同社は近い将来、これらの中国企業を買収し、同グループ傘下へ組み込むことを検討している。これは、インドネシア国内向け生産だけでなく、国



特集／中国＝東南・南アジア経済関係の現在

際市場への輸出をも狙った動きである。

インドネシア食品飲料事業者連合（GAPMMI）によると、こうした中国での生産へのシフトは石油燃料価格が大幅に上昇した二〇〇五年から顕著になっており、中国企業へ下請生産させる形で製品を生産している食品飲料事業者は二三社に上る。

ファフミ・イドウリス工業大臣は二〇〇六年一月、これに対して「国内産業振興という政府の方針に反する」と懸念を表明した。食品工業大手のガルダフード社が矢面に立ったことでマスコミの注目度も上がったが、実際は、他の多くの製造業で同様の事態が進行しているのである。

●靴産業復活へ新たな機会の到来か

他方、比較優位を失っていたインドネシアの靴産業は、二〇〇六年に入って復活への期待感を示している。すなわち、欧州連合（EU）が中国・ベトナム製の革靴に対して反ダンピング税を二〇〇六年四月から六年間課すとの決定を下したためである。中国製の革靴への同税は四%から段階的に最後は一九・四%まで引き上げる予定で、中国国内の輸出向け靴企業には打撃である。対照的に、EUは、インドネシア製革靴への関税を一七%から一四%へ引き下げる決定も下した。このため、EU向けの輸出革靴生産拠点としてのインドネシアの魅力が急速に増すこととなった。

これを受けて、中国の靴企業がインドネシアへの企業移転を検討し始めたのである。インドネシア製靴協会（アプリシンド）の二〇〇六年五月の発表によると、中国の靴企業九社が計八〇〇〇万ドルの投資を東ジャワ州で実施することになり、約二万人の新規雇用吸収が見込まれている。

中国製の靴はこれまで、インドネシアに輸入された後、国内市場へ出回らず、港でそのまま「インドネシア製」と書き換えられて欧米市場へ輸出される場合が少なくなかった。ユドヨノ政権はこうした積み替え行為に対する監視を強めてきたが、それも中国靴企業のインドネシアへの直接投資という形に結びついたと考えられる。

しかし、この靴産業復活への期待は、中国側の事情によるものであって、インドネシア国内の靴企業の国際競争力が上昇したためではない。いわば敵失で得られた幸運に過ぎない。国内靴産業の競争力をどう強化していくかについては、実は依然として手つかずのままなのである。

●外からも内からも迫る危機

インドネシアの国内市場へは大量の中国製品が流入し、それに負けた国内製造業が工場を閉鎖し、販売業などへ業態転換するケースが増えた。二〇〇五年の石油燃料値上げによる高インフレは、製造業の原材料コストを上昇させ、国内製造業の競争力を益々低下させた。その結果、二〇〇五年の

国内の完全失業率は一〇%を超えた。

一方、国内企業にとっても中国は投資対象として魅力的なものであった。一九九〇年代にも国内企業が中国市場を狙って進出し、そこでの激烈な競争に対応できずに多くが撤退を余儀なくされたが、前述のガルダフード社のように、中国企業を傘下に収め、中国での生産を国際市場への輸出向けと位置づける動きもあらわれた。

中国製品流入という「外」からも、インドネシア国内企業の中国への生産拠点移転という「内」からも、国内の製造業は存続の危機に直面している。そして、中国からの靴企業投資といった「偶然」を期待せざるを得ない状況にまで追い込まれている。

これらの企業行動は、経済のグローバル化のなかで極めて合理的といえ、国内政治でいまだに耳にする「インドネシアの台頭を望まない外国勢力の陰謀」などという話では決してない。いわんや、政治家がナシヨナリズムに訴えて外国排斥を煽る話でもない。自由貿易協定（FTA）などアジアをめぐる地域経済統合の進展は待ったなしである。インドネシアには、国内製造業の厳しい現況を冷静かつ真摯に分析して独自の強みを見つけ、中国など他国に真似できない技術や競争力を持つ製造業を育成することが求められる。それは決して容易ではないが、緊急を要する課題である。

（まつい かずひさ／アジア経済研究所 地域研究センター）