

# オーストラリアと日本

## アジアにおける新たな経済パートナーシップ

オーストラリア貿易促進庁(Austrade)へ向けた報告書

著者

Peter Drysdale  
Crawford School of Economics and Government  
オーストラリア国立大学  
(The Australian National University)  
Tel +61 2 61255539 Fax +61 2 61250767  
Email: [peter.drysdale@anu.edu.au](mailto:peter.drysdale@anu.edu.au)

本稿は、日本経済とオーストラリアの関係を考察する上でのパラダイム・シフトを促すものである。日本市場はもはや日本だけにとどまるものではない。特にアジアの生産ネットワークを通じて、日本の企業や投資家の活動から生み出される巨大な国際市場なのである。豪州企業は、これまで以上にアジアのサプライチェーンやネットワークと緊密に結びつく必要があるのだ。

本報告書記載の意見や提言は著者の個人的見解であり、政府の方針等とは関係ありません。オーストラリア貿易促進庁は、いかなる見解あるいは提言であっても将来的な指針として保証することはありません。

## 目次

|    |                         |    |
|----|-------------------------|----|
| 1. | 概要                      | 3  |
| 2. | アジアの中の日本 - オーストラリアの経済利益 | 6  |
| 3. | 豪日関係の資産                 | 10 |
| 4. | アジアにおける日本の足跡            | 15 |
| 5. | 主要セクターの機会               | 25 |
| 6. | 協力のための戦略                | 36 |
|    | 別表                      | 39 |
|    | 参考文献                    | 45 |

## 1. 概要

日本は現在のドル購買力で見ると世界第二位の経済大国である。日本はオーストラリアにとって最大の輸出市場であり、成長率の低い成熟した市場ながら、日本市場の絶対的規模は莫大なものである。これらは豪日パートナーシップの議論において、過去約 20 年に渡り繰り返して語られてきたことである。重要なポイントは指摘されてきた。しかし、世界における日本の位置付けやアジア地域での日本の役割にどのような変化が起こったのか、またそれらの変化によって、オーストラリアは今後どのようにしたら効果的に日本経済と関わって行けるのかという主要なポイントについては見逃されている。

過去 20 年の間に、日本経済において大きな構造調整が行われた。主要な日本企業は、国際的に一とりわけアジアにおいて一その存在を確かなものになっている。これは、アジア地域及び世界の低コストな生産拠点を利用することで生産を合理化し、効率的な国際的製造基盤を模索した結果である。1990 年、海外で行われた日本の電子機器生産は 11.4%のみであった。2007 年までに、電子機器の海外生産割合は 45.5%に跳ね上がり、全製造業生産高の 33.2%が海外で生産されるようになった。

本稿は、日本経済とオーストラリアの関係を考察する上でのパラダイム・シフトを促すものである。日本市場はもはや日本だけにとどまるものではない。特にアジアの生産ネットワークを通じて、日本の企業や投資家の活動から生み出される巨大な国際市場なのである。また、発展途上国、特にアジア太平洋地域における日本政府の経済協力プログラムにより増進されている市場でもある。そしてまた、製造業、農業、サービス業で豪州拠点を置く日本企業の役割が重要性を増してきている市場でもあるのだ。

オーストラリアにとって日本との商業利益は、今や日本本土との輸出入ビジネスを遥かに超えた広がりを見せている。中国や東南アジアといったアジア経済国の成長に伴い、必然的に日本との貿易割合は相対的に見て下がってきている。これは他の東アジアの国々とオーストラリアとの貿易が伸びているためである(別表 1 参照)。しかし、日本経済がアジア地域や世界へと広がりを見せているため、対日関係のポテンシャルを実現するための我が国の国家的・企業的・商業的戦略を策定するには、ホームという概念を遥かに超えた認識が必要となるのだ。例えば、ソニーの多くの商品は現在中国や他の東アジア地域から輸入されている。オーストラリアにとって日本はかつて羊毛の主要輸出市場であった。今や最大の市場は中国であり、そこでは豪州から輸入された羊毛が日系企業や中国企業によって、中国の国内消費のみならず、依然として羊毛衣料品の大市场である日本への輸出向けにも加工処理されている。

2008 年末、アジアにおける日本の投資額は、国際投資額 7720 億豪ドル中の 1800 億豪ドルを占めた(最新レート、1 ドル=80 円)。アジアで日本企業が行う一年間の輸出入高は 2008 年に 6900 億米ドルであった。

日系子会社を通じて行うアジアでの調達、年間 1.2 兆豪ドルに上る。

更に、日本は ODA プログラムや経済協力プログラムを通じた調達によって、アジアで 110 億豪ドル(9010 億円)を費やした。

また、日本企業はオーストラリアからアジア地域に向けた輸出プラットフォームを確立しており、既にアジア市場(日本を除く)へ向けたオーストラリア売上高の内の 60 億豪ドルに及んでいる。

これらは全て、既に日本本土との間で行われている年間輸出高 510 億豪ドル及び輸入高 200 億豪ドル以外の対日経済関係における大きな新しい要素なのである。

これまでに確立された日本との二国間貿易関係の強みや親密性が、アジアにおける豪日関係の新たな要素を活用するためのポテンシャルへとつながるのだ。

長期的な商業パートナーシップは、既に第三国への貿易を通じて変化を見せている。豪日間には制度的・個人的な商業関係のインフラが既に存在するため、アジア地域の他の場所で共にビジネスを行うことが容易なステップとなっている。また、公的なインプットを必要とする商業的イニシアチブのための政府間や公的機関とのやり取りについても熟知している。豪州拠点から行う日本のビジネスには歴史があり、日本企業がオーストラリアで現地化した結果、それが国の商業的、社会的風土の重要かつ馴染みのある一部となったのだ。これらは、日本を超えたアジアでの対日関係のポテンシャルを開発する上で、オーストラリアが有する資産なのである。

これらの変化は、日本に対する国家戦略や企業戦略の抜本的再考を促すものであり、アジアにおける豪日関係の新たな現実を反映した少なくとも 5 つの主要イニシアチブが推奨される。

- 日豪法人アジアプログラム (*corporate Japan and Australia in Asia program*) : 豪日企業と政府機関両者の能力を動員し、豪州を拠点とするビジネスとアジアにある日系企業との連携を支援する。
- 日豪ビジネス・アジア・アワード (*Japan Australia Business Asia Awards*) : 豪州拠点からの市場確立に対する日本の企業努力を両国で認識し、奨励するために授与する。
- アジアにおける豪州クリーン・グリーン・ブランド (*Australia's clean, green brand in Asia*) を促進し、オーストラリアが日本の主要パートナーと共に、クリーンかつ環境に優しい革新的なアジアへの供給者となることを目指す。
- 日豪アジア開発プログラム (*Japan and Australia in Asia development program*) : アジアの開発インフラ構築における二国間協力を確固たるものにする。豪日の機関が支援するキャンペーンを通じて、日本政府が資金援助を行うアジア開発プロジェクトへの豪州の競合的参加を向上させる。
- 地域統合の豪日モデル (*Australia-Japan model of regional integration*) : 日本との経済連携協定(EPA)交渉に対する新たなアプローチ。アジア市場及び国際市場における両経済国の緊密で効率的な経済統合を達成することに焦点を当てる。また、地域統合のモデルとして機能し、適合可能で意欲のある地域パートナーであれば、自動的にオープンな参加が認められる。

これらは、アジアにおける対日パートナーシップの重要かつ新たな経済利益である。これらの提案は日豪経済関係を越えて、アジア繁栄へ向けた共通の政治的利益や安全保障上の利益へと広がる可能性を秘めている。

本アジェンダは、アジアにおける日本との新しい係わり合いを実際的にどのようにすべきかということである。それは必然的に二国間関係を深めるアジェンダであり、豪日両国のアジアにおける健全な相互互恵的関係の様々な側面へと広がっていく。

それは、日本の新政権との前向きなイニシアチブの核を、政府最高レベルで形成することの出来るアジェンダなのである。

## 2. アジアの中の日本—オーストラリアの経済利益

1980年代以後、主要な日本企業は国際的に、とりわけアジアにおいてその存在を確かなものにしてきている。これは、アジア地域及び世界の低コストな生産拠点を利用することで生産を合理化し、効率的な国際的製造基盤を模索した結果である。日本のビジネスは大規模生産ネットワーク成長の原動力であった。そして、そのネットワークが今では東アジア経済における経済統合の心臓部となっている（アジア開発銀行(ADB) 2008）。現在では、東アジア全域で日本の貿易、投資、調達の大きな足跡が見て取れる。それはASEANに始まり、中国を網羅し、今や南アジアへと広がっている。インドは、日本の海外直接投資の対象として成長している。

図 1: 国・地域別の日本の海外子会社 1989年-2008年 (関連会社数)

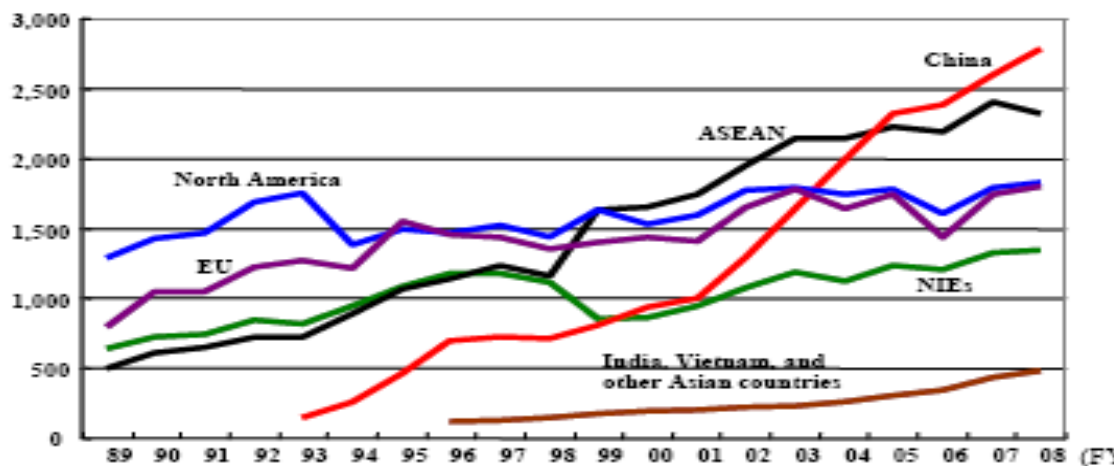
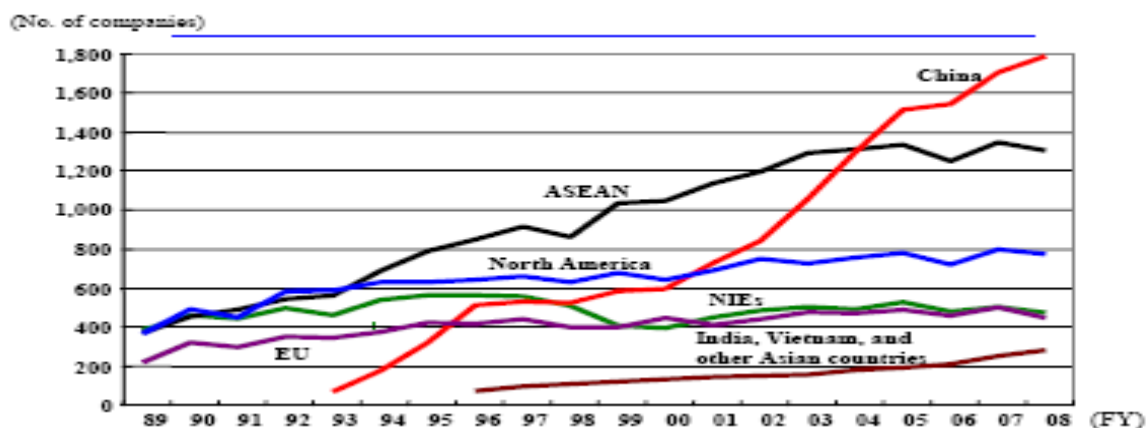


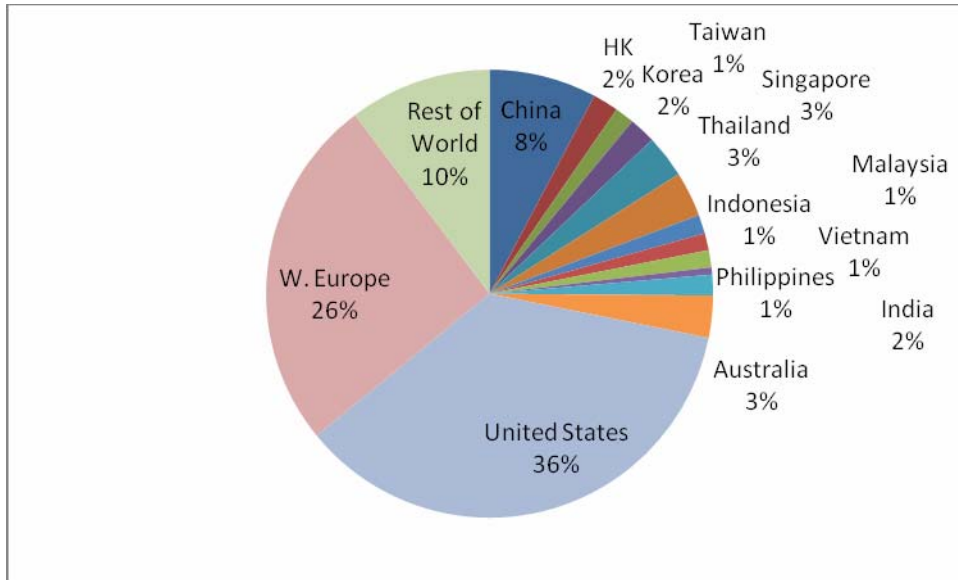
図 2: 日本の海外生産拠点 1989年 - 2008年



出典: 国際協力銀行(2009), 日本企業海外子会社に関する第20回年次調査、東京

参考: [http://www.jbic.go.jp/en/about/press/2008/1125-02/2008\\_en\\_latest.pdf](http://www.jbic.go.jp/en/about/press/2008/1125-02/2008_en_latest.pdf)

図 3: 地域及び世界における日本の直接投資 (2008 年末)



出典: 日本銀行 (2009).

参考: <http://www.boj.or.jp/en/theme/research/stat/bop/bop/index.htm#dip>

図 1、図 2、図 3 は、過去 20 年間に渡って主要アジア市場へ行った日本の投資の伸びや 2008 年末の日本の海外直接投資の割合を示している。日本の海外直接投資の約 30% が現在アジアで行われている (詳細は別表 2 を参照)。

#### アジアにおける日本の産業及び市場

日本の海外生産 (オフショアリング) は、繊維製品と共に始まった。しかし、アジアにおける日本の生産ネットワークやサプライチェーンが大きく羽ばたいたのは電子機器のおかげであった。これらのネットワークは今や、日本の生産活動のあらゆる側面に多かれ少なかれ関与している。表 1 は、製造業の主要セクター毎に日本の海外生産が占める割合を示している。1990 年、日本の電子機器生産の 11.4% のみが海外で生産された。2007 年までにその割合は 45.5% に上昇し、製造業全体を通した海外生産の割合は 33.2% となった。

表 1: 海外における製造業生産高の割合 1985 年 - 2007 年 (%)

| 産業    | 1985 年 | 1990 年 | 1995 年 | 2000 年 | 2003 年 | 2007 年 |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 化学製品  | 2.0    | 5.1    | 8.3    | 13.4   | 16.9   | 24.1   |
| 一般機器  | 3.4    | 10.6   | 8.1    | 12.1   | 18.4   | 25.8   |
| 電子機器  | 7.4    | 11.4   | 16.8   | 21.9   | 38.8   | 45.5   |
| 輸送設備  | 5.6    | 12.6   | 20.6   | 31.1   | 28.7   | 35.5   |
| 製造業全体 | 3.0    | 6.4    | 9.0    | 13.4   | 26.1   | 33.2   |

注: これらの割合は海外生産高を総生産で割った数と同等である

出典: JBIC (2008)

日本企業—とりわけ電子機器、輸送設備、貿易セクターの企業—は、今やアジアを通じて揺るぎない生産、販売、流通ネットワークを確立している。日本産業の国際化によって、世界規模の子会社ネットワーク、アジアに集中したパーツとコンポーネントのサプライチェーンが形成された。当初、投資の際に重点が置かれたのは ASEAN や南米の関税障壁の内側での生産であった。これは、輸入障壁の高い地域におけるマーケットシェアを確保するためであった。松下やトヨタといったティアワン(Tier-one)企業の下請として原材料やサービスを提供する関連産業が、先駆者であった電子機器産業や自動車産業の後に続いた。

海外ビジネスネットワークには、販売マーケティング、生産、研究が含まれる。米国市場や日本市場(かつては閉鎖的であったが徐々に増加傾向にある)向けの電子機器や白物家電(冷蔵庫や電子レンジなど)の組立や生産が ASEAN 諸国や中国で行われる場合、本社や研究機能は日本を拠点とし、コンポーネント生産や組立では低コストな場所で行われるというサプライチェーンの形を取ることが多い。

日本の輸出入業者の成功は、海外市場における販売・サービスオフィスの設置のような「貿易サービス」への投資によって促進されてきたものである。そういった分野で、商社が大きな役割を果たしていた。卸売や小売のネットワークを築くための商業投資は、海外での日本の貿易・ビジネス拡大を補完するものである。初期の日本の対米投資は、貿易を「補助」するものであり、1970年代には三井物産、伊藤忠商事、丸紅、三菱商事といった商社の子会社が、米国の対日輸出の94%以上、米国への輸入の86%を扱っていた(Wilkins, 1990)。

対照的に東アジアにおいては、1960年代の軽工業から1970年代～1980年代の重機械産業、2000年代までには高付加価値製品及びサービスといった日本経済の変換に応じた生産提携が遥かに重要な地歩を占めていた。日本国内市場への輸入競争は、政府や業界団体からの要請により抑えられていた。これは、日本市場における脆弱な企業へのダメージを避けるため、低コストの海外生産拠点から日本市場への輸出を制限することが目的であった(Yoshimatsu, 1996)。こういった制限は概して過去の事物である。日本への逆輸入はこの10年間で3倍になっている。

アジア全体を通じた生産ネットワークにおける日系子会社の調達は、在豪の日系関連企業からの輸出という大きな可能性を示唆するだけでなく、オーストラリアや日本で日本企業との提携を有する、あるいは提携を推進することの出来る豪州企業にとっても、大きな新しい機会を提示することになるであろう。パーツやコンポーネントが、東アジアにおける貿易の成長に果たした貢献は非常に大きなものである(別表3参照)。

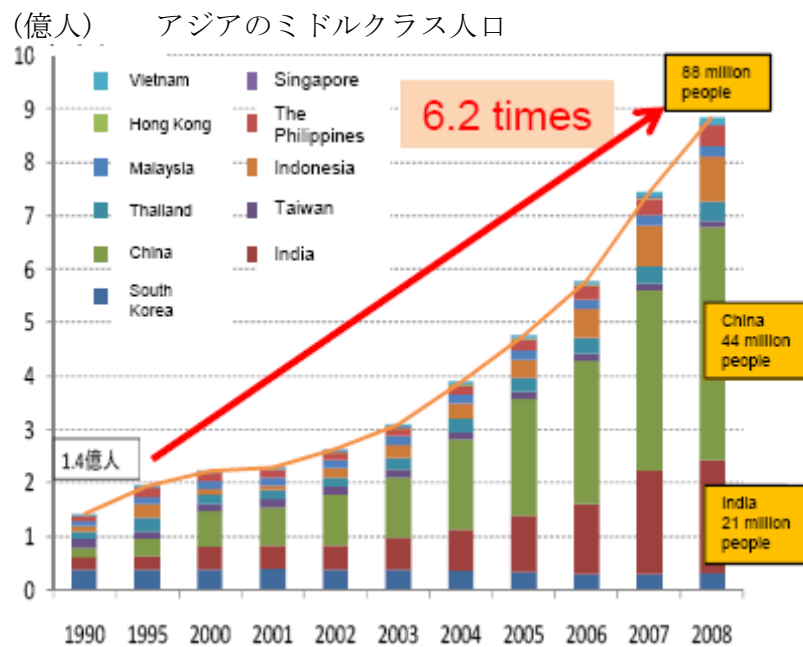
日本企業は、単に米国や欧州向けの輸出、あるいは日本への逆輸入のためにアジアでパーツやコンポーネントを生産している訳ではない。日本企業はまた、アジアのミドルクラス増加により急速に成長を遂げる地域市場へも供給者として好位置についているのだ。(図2参照)。アジアにある日系子会社のアジア市場(日本を除く)での売上高は、2000年以来3倍以上に膨れ上がっている。

世界金融危機以後、アジアでは輸出志向型の生産から国内消費拡大への転換が見られる。そのため、日本企業のアジア生産拠点からアジア市場へ出される売上高のベースは向上するだろう。

こういったアジア全域に渡るビジネス活動の濃密なネットワークとは別に、日本は開発援助プログラムを通じて、アジアのインフラに多大な投資を行っている。2007年、日本は東アジア及び南アジアの二国間プロジェクトに無償資金協力及び借款(総額ベース)で67億豪ドルを支出した。その内34億豪ドルはAECN諸国へ割当てられた(MOFA、開発援助白書2008)。アジア地域内におけるプロジェクトの日本の公的援助資金のインパクトを高めるためにも、官民パートナーシップ(PPP)に関して専門的知識を有するオーストラリアと手を組むことは、日本にとって特に有用であろう。

金融サービス、建設、エンジニアリング、プロジェクトマネジメント、技術訓練、キャパシティ・ビルディングに関連する豪州企業に対しては、こういった機会を紹介する必要がある。これらの機会は、知識不足と日本の援助プログラムが日本調達に独占されていた頃の過去の遺産のために、これまで大いに見逃されてきたのだ。

図4: アジアで成長するミドルクラス



ミドルクラス：可処分所得が5001ドル～3万5000ドル世帯の人口

出典：経済産業省（2009年）国際経済通商白書、東京

参考：

<http://www.meti.go.jp/english/report/downloadfiles/2009WhitePaper/summary.pdf>

### 3. 豪日関係の資産

オーストラリアと日本は、緊密かつ補完的な経済関係を共有している。2008年、日本はオーストラリアにとって最大の貿易相手国であった。そして、40年以上に渡り、オーストラリアの最大の輸出市場であり続けている。日本はまたオーストラリアにとって第三位の外国投資家でもある。最近公表されたオーストラリア統計局(ABS)の統計によると、対豪直接投資について日本は最も急速に伸びを見せている国の一つであることが示されており、日本の投資額は2007年の310億豪ドルから2008年には360億豪ドルと16%も上昇している。日本の対豪直接・間接投資の総額は、今や900億豪ドルに近い水準となっている(ABS, 2009)。日本はオーストラリアにとって、石炭、LNG、牛肉、乳製品の最大の消費国である。また、オーストラリアは日本にとって、鉄鉱石、ウラン、アルミニウムの最大の供給国である。

日本の投資家は、今ではオーストラリアで確かな地歩を築き上げている。例えば、オーストラリアを象徴するようなビールやワインのブランドのオーナーとして。また、様々な鉱物やエネルギー、加工食品、その他の企業の所有者あるいはパートナーとして。オーストラリアは、食品/飲料に対する日本の投資の地域における中心となりつつある。これはキリンやアサヒ、その他の会社が、地元や国際的なマーケットのシェアを獲得し、日本の食糧安全保障を向上させるためのサプライチェーンを確立しようと競っているためである。オーストラリアの課題は、このサプライチェーンの主要な焦点を広げ、大きな日本国内市場だけに目を向けるのではなく、アジア地域—とりわけ中国やASEAN—で行われる日本ビジネスの巨大なネットワークをも網羅することである。

Lowy 研究所が2007年に公表した調査によると、日本は「世界で責任を持って行動する国」として他の国よりも広く信頼されていることが判明した。但し、他の国々との差はそれ程大きくはなかった。回答者の73%が日本を「非常に」又は「ある程度」信頼していると回答した。同様の数字はインドが68%、中国60%、米国60%であった。日本の捕鯨問題や第二次世界大戦の記憶をめぐりオーストラリア人が抱く懸念といった摩擦があるにも関わらず、他のアジア主要国からの相対的な新規参入者とは異なり、日本企業が今ではオーストラリアで馴染み深く信頼される存在になっていることを、これらの結果は示している。アジア地域においても貿易投資の二国間協力を強化する機会が存在する。一方、日本においてはNHKの世論調査によると、日本の国際パートナー国の中で、ここ10年間で日本人の信頼と興味が高まってきている国は、唯一オーストラリアだけであったことが示されている(NHK, 2009)。

#### 豪日関係のルーツ

1957年7月6日に調印された通商協定が強固な二国間パートナーシップの基礎となり、第二次世界大戦後の緊張が残っていたにも関わらず、両国の経済的関係やその他の交流が発展することとなった。この後、日本は主要輸出市場や製品輸入元として正式に認識されるようになり、それが定着した。1966年までに日本は英国を抜き、オーストラリアにとって最大の輸出市場となった。この商業的絆は強い経済的相補性に基づいており、長年に渡り両国の経済成長を支えてきた。

その協定が 50 年に及ぶ二国間貿易成長の基礎を築いた。豪日関係は広範囲に渡る戦略的関係へと発展し、貿易投資だけでなく政治や安全保障も包含されるようになった。更に日本とオーストラリアは、APEC の設立やカンボジア和平プロセスといったイニシアチブを通じて、アジア太平洋地域や国際社会の平和と繁栄の確保に積極的に取り組んできた。

1976 年の友好協力基本条約 (Basic Treaty of Friendship and Cooperation) により、両国は投資や人的交流を通じたより幅広い関係を築くことになった。そして、その他の様々な公的/民間の二国間メカニズムが貿易、投資、人的交流を更に発展させている。

日本は戦略的資源や原材料を輸入し、自動車や機械類をオーストラリアへ輸出している。日本は、主力産業にとって欠かせない石炭や鉄鉱石の輸入の 50% 以上をオーストラリアに依存している。オーストラリアは、日本にとって天然ガス (LNG) やウランの主要な供給源であり、中東と並んで日本への主要なエネルギー供給国となっている。日本のエネルギー需要の 5 分の 1 以上をオーストラリアが単独で供給している。

友好協力基本条約 (ナラ条約) は豪日の非経済関係の基礎となった。その枠組みの下で、政治的、文化的な交流を含む多くの分野の協力活動が発展することが出来た。またそのおかげで、日本は移民や投資の差別に関する懸念を払拭することが出来、資源供給の安定性を強化することが可能となった。貿易関係は通商協定の下で花開き、投資関係は友好協力条約の下で始まった。交渉は長引いたものの、この条約のおかげで貿易投資の成長や、更に緊密な政治的関係の安定した枠組みを確保することができた。この条約から発生した発展の中でも注目すべきはワーキング・ホリデー・プログラムである。どちらの国にとっても初めての調印であった。これは日本やオーストラリアの若者が、互いの国で長期のワーキングホリデーを楽しむことが出来るようにするものであった。

2003 年 7 月 16 日、オーストラリアと日本の首相は互いにより緊密な経済関係を追求することを誓い、貿易経済協定に調印した。その枠組みは、関税、検疫、職業資格認定に関する協力を通じて貿易投資の自由化を奨励するものである。それは、食品、電子商取引、証券業界の規制を含む 11 の分野において両国がより緊密に協力することを確約するものである。2007 年、安全保障協力に関する共同宣言 (Joint Declaration on Security Cooperation) がオーストラリアと日本の間で調印された。日本がこの安全保障対話を他国と結んだのは米国以外では初めてであった。

### 民間セクターの協力

日豪の経済界は、1964 年以来ハイレベルな年次会議を開催している。直近の豪日経済委員会 (AJBCC) と日豪経済委員会 (JABCC) の会議は、2008 年 10 月に西オーストラリア州パースで開かれた。次回は 10 月に東京で予定されている。320 名以上の代表と同行者が「オーストラリアと日本ー変化への積極的な対応 (*Australia and Japan - Responding proactively to change*)」というテーマの下に、パースに集まった。その会議は、日本のエネルギー安全保障の重要性に焦点を当て、貿易投資の流れを通じてエネルギー安全保障を確保する上で豪日の企業が果たす主要な役割についても重点を置いていた。会議の参加者はまた、オーストラリアが単に農場や採石場だけの国ではないことを認識し、金融やインフラといった豪州のサービス産業が国際的な競争上の優位性を幾つも有していることに言及していた。

この会議に続き、AJBCC と JABCC は積極的な実務レベルでのプログラムを導入した。それは、ニューエコノミーの多くのセクターにおいて、どのようにしたら革新と協力が将来的な二国間の商業機会を広げることが出来るのか、ということに関するものであった。

過去 50 年に渡って両国が投資してきた豪日関係には莫大な資産が存在し、それは素晴らしい外交的、国家的な功績なのである。そのために両政府が果たした役割も重要であったが、豪日の両コミュニティはより広範囲に、積極的かつ物惜しみせずに取り組んできた。ビジネス戦略の最後に豪日経済委員会 (AJBCC) と日豪経済委員会 (JABCC) に到達した。それらは豪日関係にとって依然重要な資産である。また、姉妹都市やその他のコミュニティ同士の関係も築かれている。大学や学校のプログラムや交流プログラムもある。公的/民間を通じた深いつながりがあり、親しみやすさや善意が存在するために、アジアにおける豪日パートナーシップの可能性を探りつつ、両国の関係を更に高めていくことが出来るのだ。

## アジアにおける課題

世界金融危機のために東アジアの貿易は急激に縮小した。そのほとんどは、アジア地域外の工業国市場に供するサプライチェーンに関連して、かつて組織されたものであった。現在、東アジアは世界経済回復の牽引役である。回復が持続可能なものならば、地域生産ネットワークはアジア自身の消費市場への供給という転換を益々迫られるであろう。これは、北米や欧州の消費が、持続可能なレベルに適應するためである。このため、東アジアにおける貿易投資の成長が進み、地域における日本のビジネス活動に関連して、大幅な市場拡大が見られると考えられる。

世界金融危機後、東アジアは世界経済の中で最速成長する地域として再び浮上している。日本とオーストラリアは、地域の北方軸と南方軸にある先進経済として、東アジア経済諸国とのより緊密な統合から、共に益を得ることが可能である。アジア地域における日豪二国間の連携を強化させ、協働する機会を探ることがより良い結果につながるであろう。より緊密なビジネス協力は、政府間対話やプログラムを強化することで成長する可能性がある。2009 年 6 月 26 日、サイモン・クリーン貿易相は、日本の経済産業大臣との新たな二国間閣僚対話について発表した。最初の会談は年内に行われる予定であり、その後は毎年の会談の開催を意図している。

クリーン大臣は、日本との新たな対話は両国の関係を深める上での新しい重要な一歩であると語った。また「豪日貿易経済閣僚対話の確立は、二国間の貿易関係が高度に成熟していることを示している。最初の会談での優先事項は、WTO での進展を話し合い、新しい分野の貿易投資の可能性を探り、豪日自由貿易協定 (FTA) 交渉を進めることである。」と述べた。

こういった対話や他の政府間対話を通して、アジアにおける豪日パートナーシップの基礎を築くことが出来るのだ。最近の選挙の結果、日本で新政権が誕生した。これらの対話を、公的機関（特に Austrade や JETRO）と同様、日豪の既存のネットワークや連携を活用するイニシアチブに向かわせることは時宜にかなったものである。

## イニシアチブ

世界金融危機の余波で国際環境は根本的に変化した。豪州企業は海外市場—特にアジアの成長市場との連携を強化する必要がある。これらの市場における日本のサプライチェーンや日本の調達へのアクセスを開発することは、そのための一つの方法である。アジア太平洋地域全体で日本の親会社/子会社が築いた貿易投資ネットワークに、オーストラリアが参与出来るような戦略的機会は存在する。

アジア全体で何千という日本の子会社が存在し、それらは何千億ドルにも及ぶ調達・販売の企業サプライチェーンの一部となっている。オーストラリアの輸出業者は、日本や他の貿易会社と協力し、好機を捉え、こういったサプライチェーンを通じてアジア市場への更なる進出を目指すべきである。本稿は、オーストラリア貿易促進庁(Austrade)や日本貿易振興機構(JETRO)のような政府機関がてこ入れするアジアでの豪日企業間協力を深める機会を論ずるものである。

豪日アジア・イニシアチブ(*Australia and Japan initiative in Asia*)には、より改善された市場情報や、中小企業がアジアの日本関連ビジネスへのアクセスが得られることも組み込まれている。このイニシアチブの一つの要素として、中小企業が既に日本/地域へのサプライチェーンを有する日系企業との連携を図るためのマーケティング・流通イニシアチブが挙げられる。

二番目の重要な要素は、アジアでのマーケット・シナジーを築くための豪州拠点を起点とする日系ビジネスの奨励であろう。

豪州企業は、アジア市場で競争上の優位性を持つ(あるいは持ち得る)主要セクターに焦点を当てる必要がある。しかし、これらの市場は世界金融危機の結果、更に競争が激しくなった。豪州企業は、オーストラリアの最先端の強みを示す必要がある。例えば、クリーンで環境に優しい製品や環境技術。教育、法律サービス、観光のように国際的に競争力のあるビジネス・サービス。価格や品質で優位性のある(例:信頼性が高い、高水準である等)食品やアグリビジネス(農業関連)サービス等の輸出などが挙げられる。しかし豪州企業は、継続して革新への努力、人的資源の強化に努め、将来性のある新産業の育成に尽力しなくてはならない。また、豪州企業がこれらの機会を活用するには、アジアへの投資が過小すぎる。豪州貿易の55%以上が東アジアとの貿易でありながら、アジア地域への豪州の海外直接投資の割合はわずか4%に過ぎない(別表4参照)。本研究の検討事項からは外れるものの、豪州の対アジア投資を促進する関連キャンペーンが、本稿で言及されるイニシアチブ成功の鍵を握るのだ。

アジアのミドルクラスの急速な成長はオーストラリアにとって特別な機会を示している。豪州企業は特に、アジアのミドルクラスのニーズを満足させる環境ソリューションを提供出来る位置にあるだろう。例えば、温室効果ガス削減や水の保全などが考えられる。豪州企業は、食の安全や水の安全保障に関して有利な立場にある。消費者の感覚に訴え、豪州ブランドを正しく認識してもらうことで、豪州産品・サービスへのニーズがアジアで劇的に上昇することもあり得るのだ。コペンハーゲン会議を控え、今年地球温暖化政策策定のキーとなる年である。世界的な温室効果ガス排出削減の長期目標を達成するために、オーストラリアは二酸化炭素排出に対応した革新的な技術開発を進めている(例:高効率太陽電池やよりクリーンな石炭火力発電等)。日本、中国、韓国のように、アジア諸国では

依然として豪州石炭が発電の主要電源であり、グリーン・イニシアチブは豪州企業にとって大きな機会となるであろう。

4番目の要素は、日本のアジア開発プログラムへの豪州企業の参与である。

豪日両国は、ASEAN、日本-中国-韓国、インド、オーストラリア、ニュージーランドの16カ国と共に包括的な経済協力イニシアチブを目指している。自由貿易協定(FTA)や経済連携協定(EPA)では、オープンな貿易と投資の関係を網羅する必要がある。貿易協定交渉を通じ、関税のような国境措置を減らすことが肝要である。二つの優先事項として、特にサービス分野での貿易投資を制限する国内障壁の低減を図ること、そして豪日のアジアへの統合のオープン・モデルを開発することが挙げられる。これについては、頑なな国境の制約の最後の一つが取り除かれるまで、待つ必要はないのだ。

## 4. アジアにおける日本の足跡

日本はアジア最大の市場の一つであり、豪州貿易における全体的な重要性と言う点で、徐々に中国に押されつつも、依然として豪州企業の主要輸出先であり続けている。あらゆる予測が示唆しているのは(Drysdale, 2008)、オーストラリアの繁栄のために、日本の主要パートナーとしての立場は変わらないだろう、ということである。日本は、直接又はアジアの子会社を通じてオーストラリアに製品や装置を供給している。また、日本の購入は豪州輸出の多くの部分を占めている。日本企業は、コストを下げ、市場アクセスを獲得し、国際競争力を維持するために、製造・サービス活動のアジアへの移動を継続するだろう。日本企業のアジアでの変換は、日本のトップ企業の国際競争力にとって決定的に重要な意味を持つ。アジアには既に日系子会社の巨大なネットワークが存在し、豪州輸出業者や豪州拠点を持つ日系企業にとっての目標になるだろう。

### 投資の足跡

世界経済での日本の立場は変化を続け、輸送、電機機器・機械セクター等における日本企業の輸出には、第三国(例: 中国、タイ、他の ASEAN 諸国等)にある日系企業からの調達が益々増加している。豪州企業もまたこれらの市場に対する輸出を増やしているが、日本へ直接輸出している在豪日系企業との連携を図ることは滅多にない。しかし、これは変わりつつあり、更に大きな変化が視野に入ってきた。この 8 年間で、豪州に拠点を置く日系企業からアジアへの輸出は、10 億豪ドルから 60 億豪ドルへと増加した(表 3 及び表 4)。

2000 年代中旬までに東アジア経済諸国の競争力は増し、日本は次第に海外日系関連会社にとっての直接市場となっていく。海外日系関連会社は、従来は欧州や北米市場の供給者であった。2005 年までに、日本の製造業 FDI の約 60% は東アジア(ASEAN と中国)向けとなった(METI, 2007)。投資は次第にアジア地域全体に広がった。日本精密測器のような中小企業(SME)でさえ、ASEAN と中国の両方に投資を行った。それは、両市場での存在を確保するだけでなく、パーツ、コンポーネント、あるいは組立製品の供給源として、どちらかに過剰に依存してしまうのを避けるためでもあった(Farrell, 2008)。

日本企業は東アジアに効率を求めて投資を行い、コストが高く労働集約型で非効率な生産活動を移動させた。そしてその結果、シンガポール、マレーシア、インドネシア、中国のような国々との間での企業内貿易が爆発的に増加したのである。日本の製造業輸出におけるパーツやコンポーネントの割合は、1992 年の 23% から 2000 年には 31% に上昇し、2008 年には 35% を超えると推測されている(METI surveys)。

この投資形態は、生産段階によって生産プロセスを地理的に「断片化」するものである(Markusen, 2002; Athukorala, 2009)。東アジアにある日系製造業関連会社は、海外ビジネスが雇用している労働力 400 万人の内の大部分を雇用している。労働力のトータルを見ると ASEAN と中国が圧倒的に多い。現在起こっている重要な変化は、インドや南アジアに対する日本の投資の急増である。海外の日系企業の売上げは、2000 年の 1.6 兆豪ドルから 2008 年の 2.6 兆豪ドルへと大きく上昇した(表 3 及び表 4)。また、調達も 1.2 兆豪ドルから 2.1 兆豪ドルへと跳ね上がった(表 5 及び表 6)。

表 3: 海外日系子会社の売上高 2008 年 (単位: 10 億豪ドル)

| 地域     | 国内売上 | 日本への売上 | 第三国への売上 |     |     |     |       | 総計   |
|--------|------|--------|---------|-----|-----|-----|-------|------|
|        |      |        | 総計      | 北米  | アジア | 欧州  | オセアニア |      |
| アジア    | 438  | 215    | 295     | 28  | 223 | 23  | 2     | 948  |
| 中国     | 156  | 87     | 96      | 13  | 74  | 6   | ..    | 339  |
| ASEAN4 | 118  | 59     | 89      | 8   | 64  | 9   | 1     | 266  |
| NIEs3  | 143  | 65     | 96      | 7   | 77  | 5   | 1     | 304  |
| 欧州     | 289  | 29     | 261     | 7   | 8   | 231 | 1     | 579  |
| 北米     | 745  | 68     | 115     | 79  | 16  | 7   | 1     | 927  |
| オセアニア  | 33   | 20     | 14      | ..  | 6   | 1   | 1     | 68   |
| 総計     | 1549 | 386    | 742     | 126 | 263 | 265 | 4     | 2686 |

注: オセアニアへの売上は 2000 年調査の地域売上平均から推定。オセアニアについて最後に公表されたのが 2000 年であった。レート 1 豪ドル = 80 円

出典: METI (2009) 日本企業海外事業活動(Overseas Business Operations of Japanese Companies) 第 37 回年次調査、東京 (日本語)

表 4: 海外日系子会社の売上高 2000 年 (単位: 10 億豪ドル)

| 地域     | 国内売上 | 日本への売上 | 第三国への売上 |    |     |     |       | 総計   |
|--------|------|--------|---------|----|-----|-----|-------|------|
|        |      |        | 総計      | 北米 | アジア | 欧州  | オセアニア |      |
| アジア    | 183  | 81     | 101     | 12 | 76  | 9   | 1     | 462  |
| 中国     | 45   | 29     | 36      | 3  | 29  | 2   | ..    | 144  |
| ASEAN4 | 46   | 25     | 25      | 4  | 16  | 2   | ..    | 118  |
| NIEs3  | 86   | 25     | 39      | 4  | 29  | 4   | ..    | 188  |
| 欧州     | 264  | 25     | 124     | 15 | 7   | 97  | ..    | 532  |
| 北米     | 580  | 39     | 55      | 25 | 12  | 9   | ..    | 722  |
| オセアニア  | 46   | 7      | 3       | 1  | 1   | ..  | 1     | 59   |
| 総計     | 1121 | 161    | 299     | 56 | 98  | 118 | 3     | 1583 |

出典: METI (2009) 日本企業海外事業活動(Overseas Business Operations of Japanese Companies) 第 29 回年次調査、東京 (日本語) レート 1 豪ドル = 80 円

表 5: 海外日系子会社の調達状況 2008 年 (単位: 10 億豪ドル)

| 地域     | 国内調達 | 日本からの調達 | 第三国からの調達 |    |     |     |       | 総計   |
|--------|------|---------|----------|----|-----|-----|-------|------|
|        |      |         | 総計       | 北米 | アジア | 欧州  | オセアニア |      |
| アジア    | 382  | 220     | 178      | 5  | 134 | 4   | 3     | 781  |
| 中国     | 135  | 93      | 57       | 1  | 52  | 1   | 1     | 284  |
| ASEAN4 | 133  | 45      | 31       | 1  | 27  | 1   | 1     | 209  |
| NIEs3  | 100  | 77      | 81       | 3  | 52  | 1   | 1     | 258  |
| 欧州     | 119  | 172     | 179      | 3  | 30  | 113 | 2     | 470  |
| 北米     | 382  | 254     | 110      | 20 | 69  | 6   | 2     | 747  |
| オセアニア  | 23   | 21      | 8        | 0  | 6   | 0   | 0     | 51   |
| 総計     | 951  | 699     | 515      | 33 | 257 | 202 | 5     | 2164 |

注: オセアニアの調達は 2000 年調査の地域調達平均から推定。オセアニアについて最後に公表されたのが 2000 年であった。レート 1 豪ドル = 80 円

出典: METI (2009) 日本企業海外事業活動 (Overseas Business Operations of Japanese Companies) 第 37 回年次調査、東京 (日本語)

表 6: 海外日系子会社の調達状況 2000 年 (単位: 10 億豪ドル)

| 地域     | 国内調達 | 日本からの調達 | 第三国からの調達 |    |     |    |       | 総計   |
|--------|------|---------|----------|----|-----|----|-------|------|
|        |      |         | 総計       | 北米 | アジア | 欧州 | オセアニア |      |
| アジア    | 118  | 104     | 67       | 4  | 54  | 4  | 1     | 289  |
| 中国     | 38   | 33      | 22       | 1  | 17  | 1  | 0     | 92   |
| ASEAN4 | 30   | 22      | 16       | 1  | 14  | 0  | 0     | 69   |
| NIEs3  | 44   | 49      | 29       | 1  | 24  | 2  | 0     | 123  |
| 欧州     | 109  | 100     | 129      | 9  | 13  | 84 | 0     | 338  |
| 北米     | 263  | 199     | 52       | 18 | 11  | 3  | 1     | 513  |
| オセアニア  | 13   | 22      | 8        | 1  | 7   | 0  | 0     | 43   |
| 総計     | 521  | 454     | 266      | 45 | 87  | 92 | 3     | 1243 |

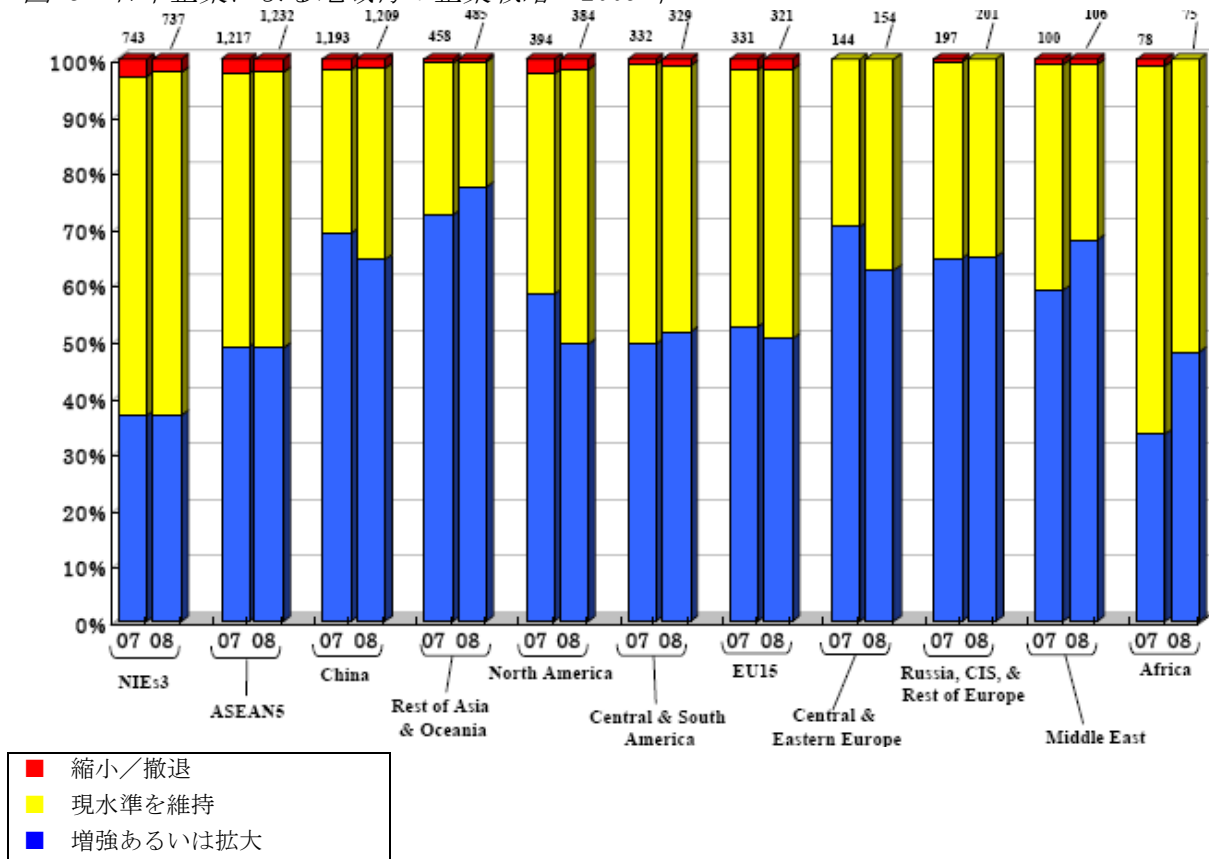
出典: METI (2009) 日本企業海外事業活動 (Overseas Business Operations of Japanese Companies) 第 37 回年次調査、東京 (日本語) レート 1 豪ドル = 80 円

アジアの日系子会社の強みは、単に北米市場、欧州市場あるいは現在では日本市場への輸出向けの生産の上に成り立っている訳ではない。それは、徐々にアジア市場自体の成長に拠ってきているのである。アジア市場(日本を除く)に向けたアジアの日系子会社の売上高は、2000 年から 2007 年の間に、710 億豪ドルから 2450 億豪ドルへと急激に伸びた。日本国内市場への逆輸入もほぼ同様の伸びを見せ、同期間の間に 810 億豪ドルから 2150 億豪ドルへと成長した(表 3 及び表 4 参照)。海外の日系企業が 2008 年に調達した総額は 2.2

兆豪ドルであり、その内の 5150 億豪ドルが日本以外の供給源から輸入されたものであった。これらの輸入の内、1780 億豪ドルはアジアの日系企業からの輸入であった。比較として、2008 年の日本の輸入はトータルで 6040 億豪ドルであった。

これらの傾向は定着した。世界金融危機がアジア地域に対する戦略的焦点を増大させたため、日本企業はアジア市場におけるキャパシティの大幅拡大に乗り出している。図 5 に示されるように、より多くの日本企業が北米や他の地域よりも、中国や他のアジア地域(オーストラリアを含む)において事業を拡大することを意図している。ここ数年間で、南アジアに対する動きが非常に活発化している。

図 5: 日本企業による地域毎の企業戦略 2009 年



■北米での事業拡大の希望を表明する企業は少なくなり、より多くの企業が中東、アフリカ、その他の国での事業拡大に興味を示している。  
北米での事業拡大を希望している企業は激減した。対照的に、中東やアフリカに対する興味が多く示されている。事業拡大の強い動きは、インド、ベトナム、アジア太平洋地域や中東の国々に焦点を当てている。

出典：国際協力銀行(2009)，日本企業海外子会社に関する第 20 回年次調査、東京  
参考：[http://www.jbic.go.jp/en/about/press/2008/1125-02/2008\\_en\\_latest.pdf](http://www.jbic.go.jp/en/about/press/2008/1125-02/2008_en_latest.pdf)

## 日本の商社の足跡

オーストラリアにおける日本ビジネスの足跡は大きく、かつ成長を続けている。オーストラリアに対する日本の直接投資やポートフォリオ投資は、2008年には900億豪ドルであった。この総額の内、直接投資は360億豪ドルに上った。こういった投資が、オーストラリアの資源、エネルギー、食品の対日輸出を促進しているのだ。日本企業は、その中でもとりわけ乳製品、牛肉、ビール、石炭、ウラン、ING産業といったセクターにおいて、その存在を増進させている。在豪日系企業からアジアへの輸出や、豪州企業からアジアの日系企業への輸出には拡大の余地が大幅にある。これは、オーストラリアとアジア地域との経済統合の大きな機会を示すものである。

日本の商社9社が両国の貿易を促進しており、三菱商事と三井物産が豪州の輸出業者のトップとして位置付けられている。商社が多く分野での豪日間の貿易を始動させ、豪州の対日輸出の60%以上、日本の対豪輸出の20%を扱っているのだ。

日本の商社は、貿易投資の流れを容易にするため、世界中に卸売、小売、ビジネスサービスのネットワークを作り上げた。多くの日本企業が、世界中に散らばる関連会社を通じて貿易業務や海外投資を扱う自己のキャパシティを開発したため、原材料の買手、また卸売貿易における仲介業者としての商社の役割に変化が生じた。それに対応して、日本の商社は再構築や多様化を行い、ハイテク産業のベンチャー・キャピタルの投資家やパートナーとしての役割も備えるようになったのである。

日本企業は、鉄鉱石、石炭、その他の鉱物に関する長期契約を締結した1960年代以降、オーストラリアにおける主要な投資家となっている。その結果、米国や英国の採鉱会社が、鉱山開発に関する国際的な金融上の合意が出来るようになった。三井物産は、1965年にボーエン盆地にあるMoura石炭鉱床の49%とRobe川の33%の権益を得、1967年にMt Newmanの10%を得た。その後の数十年間に、日本企業はPilbara鉄鉱石プロジェクトや東海岸炭鉱に対する合弁事業への投資を増加させた。より最近の動きであるが、投資は大きく多様化している。2008年4月、アサヒビールはキャドバリーPLCの豪州清涼飲料事業を7億9500万豪ドルで買収し、2008年初旬キリンはナショナル・フーズ社を29億豪ドルで取得した。日本の買手は今や、オーストラリアを安全で信頼性の高い未加工食品/加工食品の供給源と見ているのだ。オーストラリアは、日本の消費者からの「環境に優しいクリーンで安全な」イメージを享受している。そして、日本の食品の原料を提供する重要な供給者なのである。日本国内で生産される食品の多くは、オーストラリアからの材料（特に乳製品、小麦、農作物や果物等）を使用している。日本はオーストラリアにとって第三位の外国投資家であり、直接投資の額は約360億豪ドルに及ぶ。

表 7: 豪州における日本の商社

| 会社   | 参入年  | 直接雇用者数 | 投資数 | 豪輸出業者としてのランキング |
|------|------|--------|-----|----------------|
| 三菱商事 | 1926 | 108    | 23  | 2              |
| 三井物産 | 1909 | 140    | 21  | 1              |
| 伊藤忠  | 1957 | 113    | 17  | 9              |
| 住友商事 | 1961 | 85     | 8   | 11             |
| 丸紅   | 1960 | 90     | 22  | 10             |
| 日商岩井 | 1957 | 82     | 22  | 16             |
| トーメン | 1957 | 40     | 9   | 31             |
| ニチメン | 1957 | 22     | 2   | 69             |
| 兼松   | 1890 | 50     | 6   | 29             |

出典: 豪日経済インスティテュート (2007年) 在豪日本企業要覧(*Directory of Japanese Companies in Australia*)、シドニー

表 8: 日本の主要商社の国際的ポジション 2007年 (単位: 10億米ドル)

| 会社   | 海外資産 | 総資産 | 海外売上高 | 総売上高 | 海外関連会社 |
|------|------|-----|-------|------|--------|
| 丸紅   | 21   | 41  | 35    | 70   | 131    |
| 三井物産 | 12   | 64  | 30    | 109  | 209    |
| 三菱商事 | 12   | 80  | 21    | 134  | 158    |
| 伊藤忠  | 8    | 43  | 18    | 84   | 195    |
| 日商岩井 | 6    | 30  | 11    | 52   | 43     |
| 住友商事 | na   | 48  | na    | 81   | 192    |

注: 2003年4月1日より日商岩井とニチメンは「双日株式会社」として合併  
出典: UNCTAD 世界投資要覧(*World Investment Directory*) (2008年)、ジュネーブ

日本の商社は、豪州鉱物資源の後処理プロセスとりわけ非鉄金属の精製やアルミニウムのような金属の精錬に対して多大な投資を行ってきた。オーストラリア最大の資源開発プロジェクトである北西大陸棚(NWS) LNG プロジェクトには、三井物産や三菱商事の戦略的リンクやマーケティング・ネットワークの支援が必要であった。他の多くの分野においても、投資が行われている。例えば、加工食品、林業、不動産、小売流通業や情報技術産業などが挙げられる。

### 商社と投資家

三井(オーストラリア)は売上高で見ると、豪州のトップ 20 企業の一つに数えられる。三井の豪州における主要ビジネスは鉱物、エネルギー、その他の原料を日本へ輸出することである(例: 石炭、LNG、鉄鉱石、肉類、アルミニウム、ウッドチップ、銅、石油等)。

1960年代に、三井は石炭産業への投資を開始した。1970年代には鉄鉱石に投資し、1980年代にはLNG投資に注力した。1990年代から、三井はバイオ技術会社や植林事業に対しても投資を行うようになった。これは一部地球温暖化の炭素クレジットを得るためでもあった。同社の将来的な戦略は石炭、鉄鉱石、ガスへの投資を拡大することである。

三井は、Japan Australia LNG (MIMI)社における50%の権益を通して、北西大陸棚(NWS)プロジェクトに参加している。1984年に設立されたMIMIは、1989年以来日本へ天然ガスを供給しているNWS LNGプロジェクトにおける6株主の内の一社である。三井のエネルギーグループは、プロジェクトへの参加や、原油、ガス、石油精製品の取引を通じて、豪州石油・ガスセクターで積極的に活動している。三井オーストラリアは、幾つもの西オーストラリア州鉄鉱石鉱山への投資を行っており、この投資はPilbara地区での鉄鉱石産業の拡大と共に成長している。

三井の食品部門は、小麦、大麦、米、キャノーラや様々な飼料作物といった大量の穀類を取り扱っている。また、肉類、エタノール(アルコール)、ワイン、ビール生産用モルト、野菜ジュースのような飲料類、更にはチーズ、粉乳、バターといった乳製品にも大きく関与している。三井オーストラリアは、特に乳製品や野菜ジュース・果汁といった商品の輸出を促進している。西オーストラリア州、ビクトリア州、南オーストラリア州におけるプランテーション(植林事業)開発は、日本の日本製紙と共に、Mitsui Plantation Development社とMCA Afforestation社が調整を行っている。これらのプロジェクトは紙生産の原料を提供し、また長期安定供給を確保するものである。環境上の問題は益々増加しており、森林伐採に対して制限がある場合や、国によってはプランテーションを行わないサプライヤーへのウッドチップ輸出に制限がある場合があり、これはそういった環境上の問題への対応なのだ。

他の日本の商社8社のように、三井オーストラリアの主な事業は二国間貿易と投資であるが、同時に豪州の外にあるアジア市場との取引に従事する関連会社の地域的/世界的ネットワークの一部ともなっているのだ。

## アジアへ進出する日本のスーパーマーケット

日本の経済産業省(METI)の調査によると、1988年から2007年まで日本の卸売及び小売セクターにおける海外子会社の数は2,409から3,484へと上昇した。日本の小売業は海外市場に緊密に統合されてはいないが、様々な日本の小売業者が海外子会社を運営している。例として、ファミリーマート、イオン、ローソン、セブンイレブンなどが挙げられる。但し、ほとんどの百貨店は海外支店を撤退させている。急速に事業を拡大しているところもあり、例えばローソンは2005年末には上海だけで約300店舗を展開していた(Japan Spotlight, August 2006)。

中国のローソン・チェーンは1996年に始まった。当時、ローソンは地元の流通業者である上海Hua Lianグループとの合弁事業を締結した。ローソン・チェーンは、日本食(おにぎりやおでんなど)に力を入れ、食品安全基準や品質を確保するために並外れた衛生管理を行った。そういった多くの所有者の強みを有しており、比較的低コストの中国市場で競合することが可能であった(Takeshi, 2006)。

イオンは日本とアジアを通して、500 店舗の小規模スーパーマーケットを展開している。イオンは、有力な日本の総合スーパー経営母体であり、大規模ショッピングモールを所有している。また、都市部で生鮮食品を販売する小型スーパーの需要は伸びており、それに見合うよう「まいばすけっと」のネットワークを強化している。イオンは、質の高い豪州農産物を日本の店舗に置いている。また、アジアのネットワークを通じて、他の農産物と同様に、質の良い新鮮な豪州の野菜や果物、とりわけ季節が逆の野菜や果物を提供することが出来る。

#### アジアでのエコ・ブランディング

日本の超大手小売業イオンは、世界的に 5100 を超える店舗の所有/フランチャイズを展開している。イオンは日本最大のスーパーマーケット・チェーンであり、マックス・バリュ (MaxValu) ブランドで 1000 超の店舗があり、コンビニエンスストアのミニストップは 3000 以上の店舗がある。イオンはまた、日本で幾つもの専門店のチェーンも展開している。例として「ザ・ボディショップ」や「ローラアシュレイ」などが挙げられる。イオンは、日本の「スポーツオーソリティ」との合弁事業に参加し、婦人服チェーン「タルボット」を所有している。同社はまた、1730 店舗で展開する日本の大手ドラッグストア・チェーンの「イオン・ウェルシア」も運営している。他の事業としては、ショッピングセンター開発や金融・クレジットカードサービス等も含まれる。

イオンは食品(例: 豪州産牛肉等)調達の際、農場の入口から最後まで環境に配慮した精緻な調達を行っている。2003 年、イオンは、アデレードで植林事業を行う Adelaide Blue Gum 社 (ABL) の設立に共同出資した。イオンは、ABL 社の計画的な植林、育成、伐採の循環プログラムに参加することで、京都メカニズムを通じた炭素クレジットの確保を目指している。日本の多くの地域で人気のサッポロ缶ビールを購入すると、商品のカーボンフットプリント(ひとつの商品が製造・流通・廃棄にいたるなかで排出した CO2 の総量)を表示したラベルが付いてくるだろう。サッポロは昨年 12 月、ラベルにカーボンフットプリントの表示が入った商品の試験販売を開始した。主要ビールメーカーの中で、カーボンフットプリントをセールスポイントとした商品の販売は、世界で初めての試みであった。この例は、日本の食品業界でエコ表示へ向けた動きが急速に伸びていることを示しており、オーストラリアから輸出された牛肉や他の農産物へも影響を与える可能性がある。イオンは、こういった動きの最前線にあるのだ。

非日系のスーパーマーケットあるいはサプライチェーン企業も、日本のパートナーを通じてアクセスすることが可能である。中国では、香港を拠点とした貿易会社 Li & Fung 社が、サプライチェーン・マネジメント・サービスを、米国の大手百貨店 Kohl's のような顧客に提供している。Li & Fung 社は、アジア全体に 6000 を超えるサプライヤのネットワークを有し、設計、調達、供給管理、品質検査から物流まで様々なサービスを、世界中の顧客に提供している。前金支払の流通アクセスや商品配置のようなインセンティブがあれば、豪州企業の前にこのような流通システムの扉が開くことも可能であろう。

これらの市場ネットワークは、必ずしも地域全体で統合されている訳ではないが、関連企業との取引において、認識される利点や審査される上での優位性は存在する。

## 援助の足跡

日本は世界で第 5 位の援助国である (OECD, 2009)。借款を含めた支払総額で見ると世界第二位の規模になる。日本の 2007 年の援助総支払額は 77 億米ドルに上った。アジアは一貫して、日本の開発援助の優先地域として指定されている。

日本はアジアの経済的・政治的安定に強い関心を持っている。これは、アジアの開発援助の幅広さや奥行きに反映されている。日本は、ODA を通じた地域のインフラ開発や人的資源開発の支援を行っている。また、大規模プロジェクト融資を通じて、民間セクターの貿易投資を容易にしている。より最近では、これらの経済協力関係は、経済パートナーシップ協定として制度化されつつある。経済協力を進め、貿易投資で ODA を調整することで、日本の開発援助は東アジアの卓越した経済発展に大きく貢献してきた (別表 5 参照)。また、南アジアやインドにおける大きなプログラムも存在している (別表 6 参照)。

図 6 は、アジア発展を支援するため、日本が相当額の経済協力を確約している南アジア/東南アジアにおける大きな 3 つの成長ゾーンを特定している。多くの日本の援助プログラムにおける調達、被援助国政府機関を通じた国際入札でオープンになっている。

日本は、インドのデリー・ムンバイ産業回廊 (DMIC) における外部のキー・プレイヤーである。DMIC は世界的に競争的な環境や、最新鋭のインフラを有する緊密な経済基盤の構築を目指している。その目的は、地元商業を活性化し、外国投資を引きつけ、持続可能な開発を達成することである。それは、インド鉄道省の西部貨物専用鉄道の両側 150km から 200km 以内の範囲における大規模開発であり、製造・サービス基盤を拡大し、DMIC を「世界の生産・交易ハブ」として確立するであろう。同プロジェクトは、最初の 5 年間で雇用のポテンシャルを倍増させ、産業生産を 3 倍にし、同地域からの輸出を 4 倍にすることを目的としている。

日本政府は、ソフトローンを約束している。日本側には、インドへの投資を増加させる戦略的利益がある。2006 年、インドのシン首相と日本の安倍元首相は、数十億ドルのプロジェクトの枠組みに合意した。DMIC は、インドのインフラ開発に対し、官民パートナーシップ (PPP) のアプローチを独自に応用したものであり、そういったアプローチに関して豪州ビジネスは国際的に競争力のある経験を有している。

豪州のコンサルタント・グループで、日本の開発事業に参加したことのあるものはほとんどいない。プロジェクトの開発段階で、関心を持つ豪州コンサルタントは、見込みのある日本のパートナーとのつながりを見つけ、関係を築く必要がある。国際協力銀行 (JBIC) は、500 を超える日本企業をコンサルタントとして登録している。全ての無償資金協力事業の開発段階は、日本企業によって担当されなくてはならない。しかし、調達段階においては、国際協力銀行はかなり自由な方針を採っており、日本のガイドラインに従い、商品・サービスの調達やプロジェクト入札については、被援助国に委ねられている。

アジアにおける日本の援助プログラムの焦点や、アジア・太平洋地域におけるオーストラリアの経験を日本が認識していることを考慮すると、こういった契約におけるオーストラリアの割合や、開発研究コンサルタント業への参加は大きく増していく可能性がある。

図 6: アジアにおける日本の地域経済開発ゾーン

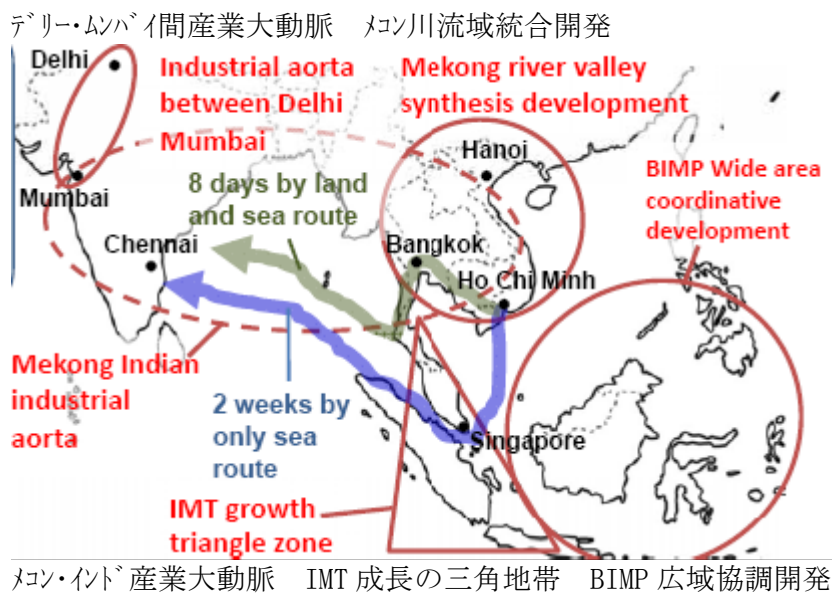
1. 国内・海外統合経済措置

○国内需要の拡大に加えて、「世界の成長センター」であるアジアの国内成長を促すことにより、日本はアジアと共に成長することを目指し、国内・海外統合経済措置を促進するであろう。

(1) アジア経済規模倍増構想へ向けた動き

- アジアの国内需要拡大のために、広域インフラの維持や社会保障制度等における協力
- 共同利用システム等アジアとの経済協力の促進（日本での APEC2010 を利用）

ASEAN や東アジア (ERIA) の経済研究機関を利用することにより、東アジアの市場統合に向けた流通インフラの基礎(産業大動脈等)を確立する(下図)



出典: 経済産業省(2009)

国際経済通商白書(White Paper on International Economy and Trade)、東京

参考: <http://www.meti.go.jp/english/report/downloadfiles/2009WhitePaper/summary.pdf>

## 5. 主要セクターの機会

サービスセクターは、世界経済の中でも重要かつ成長著しい産業であり、日本を含む先進諸国の雇用や GDP を支配している。日本においては、生産と雇用の約 70%を占めているのだ。サービスセクターは、輸送、通信、旅行/観光、教育、建設、保険、金融、ビジネス商業務や専門業務活動等の幅広い分野を網羅している。ICT 技術の発達やビジネス活動のグローバル化のため、サービスは益々国際的に取引可能なものになりつつある。通常、サービスとは知識集約的である。急速に成長するサービス分野での貿易は、海外直接投資 (FDI) や人の流れによって左右される。

日本とのビジネスを構築する上での、サービスセクターにおける全ての機会を網羅することは不可能である。ここでは、ビジネス・金融サービス、建設、物流分野に限定した機会に焦点を当てる。教育、観光、その他のサービスも注目に値するが、本稿においては十分に取り上げることができない。

### ビジネス・金融サービス

海外直接投資 (FDI) は、サービス貿易において主要な役割を果たす。受入国において商業的存在を確立することは、サービス貿易を実現させる重要な手法であり、さもなければ貿易不可能なサービスも存在する。多くのサービスにとって、消費者との接点は不可欠なものであり、他の供給手法では実現不可能な場合もある。銀行あるいは商業といったセクターでは、FDI がサービス供給の主要な手法となっている。これは、サービスの提供や商業的存在を確立するためには、通常受入国側の企業の支配権を獲得するか、受入国において新会社あるいは子会社を設立し、ネットワークを構築することが重要となるからだ。

オーストラリアのサービスは、消費者が (例えば、観光関連で) オーストラリアへ入国する際、あるいは豪州サービス企業がアジア市場へ移動する際 (専門的な業務活動のための「自然人の移動」) にアジアへ輸出されている。豪州企業はまた、これらの市場でオフショア (「商業的存在」) を確立することも出来る。但し、その国の規制の下でそれが認められている場合に限る。また、貿易、投資、専門的業務活動の資格認定、ライセンスやその他の合意に関する二国間協定の内容によっても左右される。これらの制限は、海外で商業的存在を確立する前に、貿易交渉や合意を通じて緩和される必要があるかもしれない。サービス取引によっては、買手と売手がインターネットを通じてコミュニケーションを取ることが可能な場合もある (「越境取引」)。

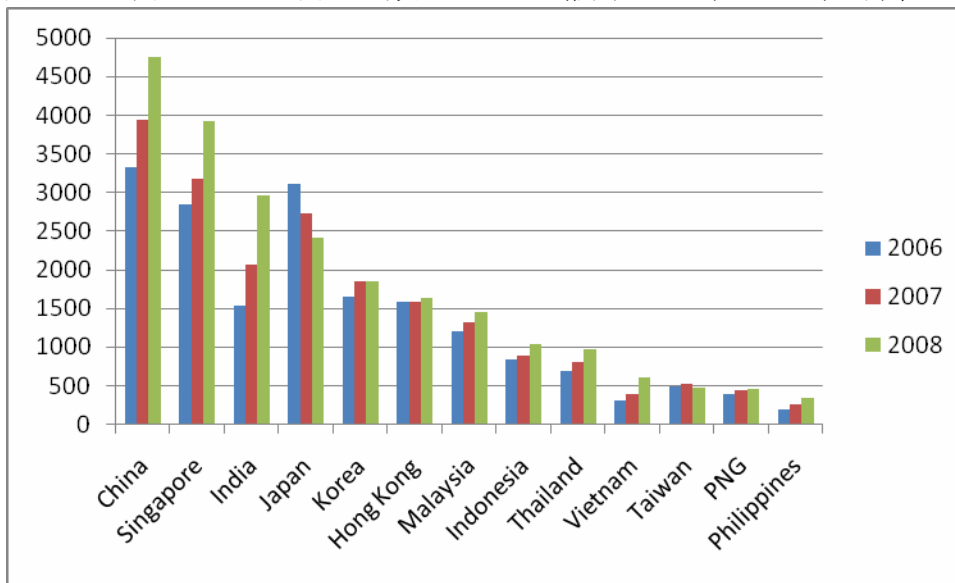
アジア向けの豪州サービス輸出は、観光、旅行、教育に長い間占められていた。豪州には発達した観光産業があり、毎年 500 万人を超す旅行者を惹きつけている。国の経済への貢献は約 200 億豪ドルに及ぶ。同地域への旅行サービスは、航空会社やエージェント・ネットワーク及び関連商業サービスによって提供されている。教育サービスは特に強い成長分野である。中国、インドや他のアジア諸国から職業訓練や語学習得のために来る留学生の数は、著しく増加している。オーストラリア留学で重要な要素としては、留学生が豪州の移民規制の下で優先分野の課目を勉強した場合、学生ビザから居住ビザへ書換えられる可能性がある点が挙げられる。

アジア向けの豪州サービス輸出は比較的低い (図 7 参照) が、豪州経済におけるサービス産業の重要性を考えると、非常に高い成長の可能性を秘めている。オーストラリアのサービ

スセクターには、国際競争力のある銀行、金融、インフラサービス等の供給者が含まれ、大きな地域的利点を享受している。中国、シンガポール、インド、マレーシア向けの豪州サービス輸出は力強く成長している(図7)。

アジアへサービスを供給する上で、オーストラリアには以下のような多くの特別な利点がある。オーストラリアとほとんどのアジア諸国との時差は2-3時間しかない。オーストラリアの金融市場は、同地域でも最大かつ最も洗練され、最も良い形で規制された市場の一つである。主要言語は英語だが、オーストラリアは移民・多文化社会であるためアジア言語の基盤がある等が挙げられる。世界金融危機の影響は、オーストラリアの健全性規制が高い水準にあることの利点を見事に浮かび上がらせた。

図7: 日本及びアジア向けの豪州サービス輸出 2006年-2008年 (単位:100万豪ドル)



出典: オーストラリア統計局(ABS) (カタログ 5302.0 及び 5368.0.)

海外での商業的存在は、豪州企業(あるいは在豪日系企業)とアジア日系子会社との間のパートナーシップのような、非株式による提携を通じても確立できる。こういった手法は、ホテル、広告、教育、会計、法律といったサービス業で頻繁に使用されている。

表9: 国毎のサービス産業海外日系子会社 2006年

| SIC | 産業           | 米国  | 中国  | シンガポール | 韓国 | 総計   |
|-----|--------------|-----|-----|--------|----|------|
| 47  | 輸送サービス       | 73  | 59  | 26     | 7  | 415  |
| 70  | ホテルサービス      | 23  | 5   | 6      | 2  | 104  |
| 73  | ビジネスサービス     | 276 | 220 | 72     | 59 | 1205 |
| 87  | エンジニアリングサービス | 249 | 123 | 56     | 19 | 889  |
|     | 総計           | 624 | 414 | 163    | 87 | 2042 |

出典: 東洋経済新報社 (2007)

多くの日本のサービス企業は、それ程強い国際競争力を有している訳ではない。これは、日本の国内サービス市場が比較的閉鎖されており、多くのサービス産業における国際語として英語が支配的な影響力を持っているためでもある。規制や伝統のため、日本で資格を持つ弁護士の数が少ないことも、こういったサービス産業における日本の国際的な存在感を制限する要因となっている。これらのサービス産業においては、明らかに文化や言語が日本企業の国際化を阻む障害となっているのだ。買収あるいは合弁事業は、サービスセクターで世界進出を企てるアプローチとしてより人気が高い。このため、金融、法律サービス、エンジニアリングの分野における豪州サービス企業と日本とのパートナーシップは、双方にとって益となる可能性が高い。

2008 年中旬に日本を訪問した際、ラッド首相は金融サービス分野での成長を豪日関係の「4 番目の柱」としたい意向を発言した。また、それが両国の二国間貿易に占める割合はわずか 8%に過ぎないため、大きな成長の可能性があると言及した。オーストラリアの金融・保険サービスの輸出は、2007 - 8 年に総額 18 億豪ドルであったが、その内の対日輸出はわずか 8%に過ぎなかったのである。自由貿易協定(FTA)に関する日本との話合いで、ラッド政権は、資格認定の拡大や日本でライセンスを取得する際の障害の除去を勧奨し、専門的業務や金融サービスを提供する豪州企業が日本に進出するための道筋を開こうと試みた。

#### 法律・コンサルティングサービス

多くの豪州法律事務所が、アジア地域における長期的経験を有している。例えば、在日本 Mallesons 法律事務所では、日本問題の国際的アドバイザー経験者や、日本語力・高いレベルの市場知識がある等の様々な専門分野を有する弁護士の総合チームを雇用している。同法律事務所は、日本の有名な金融機関や企業等の強い顧客基盤を有しており、オーストラリアやアジアにおける顧客の事業拡大のため連携を図っている。これらのサービスには、M&A、銀行・金融、資本市場、気候変動・エネルギー、国際仲裁やその他の商業的企業活動に対するアドバイス等が含まれている。最近では、炭素クレジットの日本市場への販売のため、日本の銀行との協力関係についてアドバイスを行った。

もし我々が、世界的なサプライチェーンに参加し、アジアのサービス産業における事業機会を捉えることを真剣に考えるのであれば、豪州企業はビジネスを獲得するために実地でその場に居る必要があるだろう(上記 3 及び別表 4 参照)。

オーストラリアの金融機関は、1980 年代の市場の規制緩和と外資系銀行の参入により国際競争力をつけるようになった。金融セクターは約 40 万人の専門的技能のある職員を雇用している。非常に大規模な投資ファンド・マネジメント産業が発達し、世界で 4 番目に大きな資産プールを有している。オーストラリアの株式市場は世界で第 8 位にランクされ、日本を除くアジア地域では最大であった。

したがって、金融サービスセクターは大きく、洗練され、流動性も高い。投資金融業者協会（IFSA）の副議長であり、豪州サービス・ラウンドテーブル(ASR)のメンバーでもある John O' Shaughnessy氏は最近、オーストラリアにはアジア地域で最も急速に成長する退職年金ファンド・セクターがあることについて言及した。「オーストラリアは、中国、日本、韓国、インド、シンガポール等へ届く距離にあり、タイム・ゾーンの点でも有利な場所に位置している。」

オーストラリアは、インフラ・ファイナンスや債務証券化のような分野のリーダー・革新者として認識されている。世界金融危機の影響にもかかわらず、同産業はインフラ・ファンディングや国際債務証券市場での主要な機能を失わず、アジア最大のデリバティブ取引所を有している。オーストラリアの官民パートナーシップ(PPP)開発の知識は、日本の開発援助プログラムのマネジメントにとって有用となる可能性が高い。

### インフラ及び物流

豪州建設サービスの日本、中国、他のアジア諸国向けの輸出は比較的小さいが、伸び始めている。豪州企業は、アジアや世界中での主要プロジェクト獲得の競争で成功を収め、ASEAN で強固な基盤を築いている。

Leighton Holdings 社等の豪州インフラ企業は、アジアを通して輸送やその他のインフラのプロジェクトを完成させてきた。例えば、2007 年の台湾高速鉄道プロジェクトなどが挙げられる。John Holland 社のような多くの企業が、石油・ガス・資源セクターの新たなインフラ・プロジェクトに焦点を当てている。豪州の建築事務所は、ジャカルタ、上海、北京の都市建設のようなアジアの主要建物の設計で成功しており、その中にはオリンピック施設の栄えあるプロジェクトも含まれる。

### 建設、エンジニアリング、物流

John Holland社は、豪州最大かつ最も幅広い分野を扱う専門請負業者の一つであり、オーストラリアで最も輝かしいプロジェクトの幾つかにも関与した経験を持つ。同社は、土木建築、採鉱、サービス及びインフラ・マネジメント、鉄道、構造メカニズム・プロセス、道路、電力、電気通信、トンネル、水道、航空サービスといった分野の機能を有する。また、オーストラリアで5500人以上を雇用し、豪州や東南アジアを通してプロジェクトを行っている。

同社は2009年6月、Arup社との合弁事業を設立した。John Holland社の土木建築、海上建設、特殊建築における経験と、Arup社の設計・エンジニアリング分野での世界的な強みが結び付くことになる。両社ともジェティ(突堤)、原料荷下ろし施設、コンクリート重力式構造物の建設に関し卓越した能力を持つ。広範な土木建設請負の専門知識があるため、他の重要なインフラ・プロジェクトと同時並行で作業を行うことが可能なのだ。両社は2000年、Shell Philippines社のためにMalampayaのコンクリート重力式基礎構造を共同で開発した。また、3.5億豪ドルのDalrymple湾石炭ターミナル海上突堤やバース4の拡張、Woodside社と共同でPluto LNGプロジェクトの設備開発も行った。

2009年6月中旬、エジプト政府は豪州最大のエンジニアリング会社 WorleyParsons社が、エジプト初となる原子炉建設及び他の5つの原子炉建設候補地の整備支援を行う2億豪ドル

の契約を同国から得たことを発表した。この10年契約で、同社は候補地の選定、原子炉技術の選択、品質管理の確保、プラント運営に当る人材訓練、その他様々な技術サービスの提供の責任を負うこととなる。この契約の例は、豪州企業がアジアのインフラ、エンジニアリング及び関連プロジェクトに参加する機能を既に備えていることを示している。このような事業に適した分野として、アジア地域における日本の援助プログラムの調達入札への参加が挙げられる。

Ausurv社は、1991年に北部準州 (NT) で設立されたコンサルティング・調査会社である。同社は、オーストラリア北部及び東南アジアを拠点にした第一線の調査コンサルタントであり、ダーウィン (NT)、アリススプリングス (NT)、カナナラ (西オーストラリア州)、ディリ (東ティモール) にオフィスを設けている。同社は、物流面で困難であったり、政治的・文化的・環境的に注意を要する地域において事業を成功させ、高い評価を得ている。また、OH & S (労働安全衛生)、品質保証、環境ベストプラクティス等での専門知識を蓄え、多くの大規模採鉱現場 (例: Ranger 鉱山や GEMCO 鉱山等) や主要な土木プロジェクトでの仕事の経験がある。

1980年代半ば、Leighton Asia コンソーシアムは、香港の Tun Mun から Yuen Long への路面電車/軽鉄道システムを建設し、ターンキー・プロジェクトとして車両、信号伝達制御システムを含む全てを供給した。2003年、九広鉄路公司 (Kowloon-Canton Railway Corporation) との10億香港ドルの契約により、同社はそのシステムを更にアップグレードさせた。また、マニラ北部有料道路 (Manila North Tollways) の2.5億豪ドルの高速道路プロジェクトをも築き上げた。それは現在のフィリピン最大のインフラ事業の一つである。台湾高速鉄道プロジェクトの一環として、Taiwan Track Partners 合弁事業が、34億ニュー台湾ドル (1.8億ドル) に相当する設計供給・設置契約に関与した。Leighton Asia社は、9.45億ニュー台湾ドル (5000万ドル) 相当の権益を有し、Barclay Mowlem Construction社、Hsin Lung (Zen Pacific) Construction社、Heitkamp Rail GmbH社、Fu Tsu Construction社との同合弁事業における主要株主であった。

## 情報サービス

豪州のICT企業にとって、アジアでの低いマーケットシェアを向上できる可能性がある。広範に渡る国内障壁のため、日本、中国、他のアジア市場における外国の情報サービスプロバイダーの業務は、これまで制限されてきた。Sensis社はTelstra社の広告業務を担当しており、オーストラリアの主な電話帳の情報資源である。Sensis社は、冊子、オンライン、音声、携帯といった様々なチャネルを通じて、革新的な統合ローカルサーチ機能やデジタル・マーケティング・ソリューションを提供している。同社のパワフルなマルチチャネルには、以下のような機能が含まれる。ホワイトページ/イエローページ。MediaSmartデジタル広告機能。Whereisデジタルマップ機能。Citysearchエンターテインメント/ライフスタイル・ウェブサイト。sensis.com.au検索エンジン。オペレータ対応の1234音声情報サービス。Universal Publisher社の地図刊行。宿泊情報ウェブサイトgostay.com.au。同社は、中国最大の不動産/家具インテリア/リフォーム・ウェブサイトSouFunにおけるパートナーである。SouFunは、中国で成長するオンライン不動産/家具インテリア/リフォーム・セクターで、情報、広告、リスティングサービスを提供している。SouFunの主要収入源は、[www.soufun.com](http://www.soufun.com)におけるオンライン広告によるものである。Sensis社はまた、中国でオンライン広告を扱うNorstar Media社やAutohome/PCPop社のパートナーでもある。こういった企業は、自動車の検索ウェブサイトであるAutohome.comやChe168.com、デジタル機器のウェブサイトであるIT168.comやPCPop.com.cnを運営している。これらのサイトでは、消費者や企業に自動車や電子機器の購入や利用に関して詳細な情報を提供している。また、製品の製造者、小売業者、ディーラーへの広告やリスティングサービスも行っている。全てを含めたこういったパートナーシップのおかげで、Sensis社やTelstra社は、中国のオンライン不動産、自動車、デジタル機器の広告市場においてトップの位置につくことが出来るのだ。

## 自動車産業

オーストラリアは、日本産及びトヨタ・オーストラリア産の乗用車の新車販売で見ると単独で3番目に大きな市場となっている。トヨタ・オーストラリアは国内自動車メーカーの中で最も成功を収めている。また、豪州から海外への乗用車輸出でもトヨタ・オーストラリアは最大の規模を誇っている。

2008年6月10日、ラッド首相は名古屋で「環境対応車技術革新基金(new Green Car Innovation Fund)」から、3500万豪ドルをAltona工場での車体組立への補助金として拠出することを確約し、ビクトリア州ブランビー首相も同額の補助金を表明した。トヨタは2010年から、Altona工場において年間1万台のカムリハイブリッドを生産する予定である。更に、トヨタはメルボルンの新エンジン工場に1.25億豪ドルの投資を行い、2009年に石油を動力源とする新たなカムリを生産する。ビクトリア州政府は今後2年間で、ハイブリッド車の需要を鼓舞する一助となるよう2000台のカムリハイブリッドを購入する予定である。

豪州自動車セクターは国の最大の輸出産業の一つであり、小麦、羊毛、牛肉といった従来の産品より上位に位置する。2008年の輸出は16万台を超え、国内総生産台数の約48%を占めた。同産業は中東、米国、ニュージーランドへの輸出に益々依存しているが、中国、ロシア、インドといった新興市場での成長の機会は存在する。

豪州自動車部品産業は市場を多様化し、アジアのサプライチェーンへのアクセスを開発する必要がある。アジアは世界の自動車産業の成長の中心となることが予想されるからだ。現在、豪州自動車革新評議会(Australian Automotive Innovation Council)は、国際的水準にある豪州自動車産業の専門的産業技術を強調するためのロードマップを作成中である。

豪州自動車部品産業には、日本、中国、ASEAN 諸国のサプライヤや自動車メーカーとの合弁事業や投資を通じて、アジア地域の 1-2 級の自動車メーカーのサプライチェーンと結びつく機会がある。中国自動車産業は、豪州自動車部品産業にとって大きな機会を提示している。世界金融危機後、中国が世界最大の自動車市場となるからだ。これは、他の先進国市場では自動車販売が劇的に落ち込んだことと比べると対照的である。

幾つもの豪州自動車部品メーカーが、インドネシアでの事業を確立した。Engine Engineering Services 社は、エンジン、ターボチャージャ、駆動軸の改装や再生を専門に扱っている。同社は、新品や修理済みのコンポーネントを、インドネシアの Balikpapan 地域にある鉱業、林業、石油・ガス産業へ輸出し、それまでは入手不可能であった重要なサービスをこれらの産業に提供している。同社は、インドネシアにある同社の姉妹会社 PT Powertrain Solutions 社と協力し、Balikpapan に工場設備を建設中である。

中国の自動車会社は、豪州サプライヤとの連携を行っている。例えば、Geely Automotive 社は、2009 年 3 月に 5800 万豪ドル(4200 万米ドル)を投資し、ラヴィントンに工場と研究開発施設を持つ豪州部品サプライヤ Drivetrain Systems International (DSI Transmissions)社の株式 50%を取得した。

2009 年半ばに中国自動車産業を視察中、豪州貿易・産業の大臣らはオーストラリア国内の研究機関の研究/設計の専門知識を強調した。部品メーカーや大学は、地域の自動車サプライチェーンにとって有用である可能性があり、その結果、中国やアジア経済諸国へのサービス輸出の増加が考えられる。一方で、製造活動は低コストのため中国自体で拡大する傾向が予想される。2007 年 - 08 年の自動車やパーツの対中輸出は、豪州の自動車輸出全体の約 2.8%であった。この貿易にとっての障害は、輸入する自動車コンポーネントに課せられる中国の関税であり、豪州部品メーカーは競争上不利な立場になる。

IBIS World 社は、豪州自動車産業の輸出が今後 5 年間で年間 4.8%上昇、54 億豪ドルに達し「中国がこの成長を支える主要な役割を果たす」ことを予想している。Futuris 自動車グループは卓越した自動車設計機能を持ち、中国の大手自動車メーカーChery Automotive 社との合弁事業により、今や中国市場で事業を行うことができる。その他の豪州 - 中国合弁事業は、Geely Automotive 社と Drivetrain Systems International 社との間で行われている。現在、Futuris 社、PBR 社、ADI 社など 11 社の豪州部品メーカーが中国に拠点を置いている。

ハイブリッドカムリあるいは環境対応車を、タイではなくメルボルンで生産するというトヨタの決断のおかげで、豪州部品サプライヤは他国のトヨタ子会社へ輸出する機会を得ることが出来た。但し、コンポーネントに競争力があり、効率的な製造技術に基づいていることが前提である。豪州の商業的研究開発の奨励は欠かせない。イノベーション・産業・科学・研究省から拠出される研究予算と同様、環境対応車技術革新基金もこれを後押しするだろう。

#### **デンソー・オーストラリア・グループが、連邦自動車産業会議所(FCAI)の2008年「年間最優秀サプライヤ賞」(Supplier of the Year)を受賞**

2008 年 11 月 26 日、FCAI の Mark Reuss 会頭は、デンソー・オーストラリア・グループの経営責任者 Neil Kitamiya 氏と Russell Pettis 氏に「FCAI 年間最優秀サプライヤ賞」を授与した。同社にとっては 2 年連続の受賞であり、最終選考まで残った他の 4 社との熾烈な争いを制してのものであった。最終選考に残った各社にもその業績に対する認定証が贈られた。デンソー・オーストラリア・グループは、空調、エンジン冷却装置、ディーゼル燃料噴射装置、吸気システム、計器群等の幅広いコンポーネントを設計・供給している。同様に、Australian Arrow 社は世界的な矢崎グループの一部であり、セキュリティシステムや計器群、多機能ディスプレイやテレマティクスなどの電子装置を自動車産業に供給している。

クリーン貿易大臣は「我々の課題は点を結んで線にすることである。そして、それは我々が政治レベルでこの商業関係の重要性を理解し、オーストラリアの事業が非常に良質で、この市場に進出できると認識しない限り、達成できないことである。Futuris 社は素晴らしい好例である。また PBR 社があり、DSI 社のようなタイプの事業があり、全て形態が異なるが、どれも説得力のある例である。ここでの産業は非常に大きく成長しているが、世界レベルの生産を維持したいのであれば、彼らは世界レベルの構成部品を供給できる人々とチームを組む必要がある。彼らの市場規模は、我々豪州のビジネスにとってちょうど良い大きさなのだ。」と語った。

#### 自動車コンポーネントのケース

Futuris Automotive Interiors 社は、豪州の主要な自動車コンポーネント・メーカーである。同社は、新興市場向けに自動車内装設備、先進国市場向けにニッチで付加価値のある商品の設計、エンジニアリング、製造を行っている。また、GM、フォード、トヨタ、Chery Automobile、JAC、ダイムラーのような多くの自動車メーカーへ供給を行う重要なサプライヤーである。同社の内装製品には、シート製品、内装トリム、制御機器、補修部品等が挙げられる。同社は、メルボルンにある設計・エンジニアリングの拠点から成長し、中国、タイ、南アフリカの新興市場へと進出していった。更に、アジア太平洋地域やアメリカ地域への拡大も計画している。同社は、持続可能で信頼出来る長期的なパートナーシップを築き上げることが、全員にとって利益となる機会の実現へとつながると確信しており、世界中でそのようなパートナーシップの構築を続けている。最近の例では、中国の Chery Automobile 社や Pangeo 社、タイの Thai Summit 社、南アの Feltex 社、オーストラリアの Plexicor 社とのビジネス・パートナーシップが挙げられる。他にも現在進行中の案件が複数ある。Futuris 社は、中国安徽省蕪湖にある Chery Automobile 社に様々な車両向けのシートを供給しており、安徽省合肥にある JAC 社との新たな供給契約も確保したところだ。同社はまた、上海に地域本部と設計事務所も有している。

トヨタの調達・サプライチェーンは、日本の親会社との取引と密接に結びついている。トヨタのサプライチェーンによって、豪州三大自動車メーカーに部品を供給している 200 社の豪州部品メーカーの方向性を、輸出へ向けることが可能である。それが、豪州サプライチェーンにおける企業規模や競争力を向上させるような輸出基盤へとつながるであろう。

アジア金融危機後、タイやその他の場所にあるトヨタの子会社は、タイでの需要が落ち込んだため倒産の危機に晒された。トヨタや他の日本の自動車メーカーは、自分達の日本へのサプライチェーンを大きな努力を払って開放した。それまでは、部品や完成車も入れないものであった。その結果、日本からタイへの投資は増加し、タイ政府からの支援もあり、タイは ASEAN における日本車生産のハブとなったのだ。実際、タイ・トヨタからの輸入は豪州自動車市場において最も急速に成長しているセグメントになっている。しかし、豪州自動車メーカーにとって逆方向のアクセスは事実上存在しない。

タイ・トヨタのような日系自動車メーカー子会社に対し、双方向アクセス推進の一環として豪州部品を受入れるよう勧奨することは可能である。豪州のコンポーネントや車両輸出に対し物品税 (excise tax) が課せられているため、現在双方向貿易は阻まれているが、二国間自由貿易協定 (FTA) の下で、こういった動きが生じるべきである。豪州政府とトヨタとのパートナーシップは強化可能である。政府は、62 億豪ドルの自動車産業計画や環境対応車 (ハイブリッド・カムリ) 関連策によってトヨタ・オーストラリアへの支援を行うが、それをアジアのトヨタ子会社への輸出における豪州部品の役割の拡大に結び付けるべきである。

表 10: 日系自動車関連会社の所在地 2007年 (国毎の数)

| 所在地     | 生産拠点 | 販売拠点 | R&D 及び<br>他の拠点 | 総計   |
|---------|------|------|----------------|------|
| NIEs    | 62   | 26   | 9              | 97   |
| 韓国      | 23   | 4    | 0              | 27   |
| 台湾      | 35   | 6    | 1              | 42   |
| シンガポール  | 2    | 7    | 6              | 15   |
| 香港      | 2    | 9    | 2              | 13   |
| ASEAN4  | 210  | 27   | 12             | 249  |
| タイ      | 108  | 17   | 6              | 131  |
| インドネシア  | 49   | 4    | 0              | 53   |
| マレーシア   | 29   | 4    | 2              | 35   |
| フィリピン   | 24   | 2    | 4              | 30   |
| 中国      | 111  | 11   | 5              | 127  |
| 中国北東部   | 5    | 0    | 0              | 5    |
| 中国北部    | 28   | 2    | 3              | 33   |
| 中国東部    | 37   | 6    | 2              | 45   |
| 中国南部    | 25   | 2    | 0              | 27   |
| 中国内陸部   | 16   | 1    | 0              | 17   |
| 他のアジア地域 | 50   | 5    | 2              | 57   |
| インド     | 34   | 3    | 1              | 38   |
| ベトナム    | 12   | 0    | 1              | 13   |
| 北米      | 167  | 72   | 67             | 306  |
| ラテンアメリカ | 42   | 10   | 6              | 58   |
| EU      | 66   | 111  | 54             | 231  |
| 総計      | 754  | 315  | 166            | 1235 |

出典: 国際協力銀行 (2008) 海外投資ジャーナル(*Journal of Overseas Investment*)11月

#### 食品及びアグリビジネス(農業関連産業)

日本の 2008 会計年度中、日本は小麦の 22%、砂糖の 40%、牛肉の 89%、ナチュラルチーズの 37%をオーストラリアから輸入している。日本は単独で、豪州農業食品にとっての最大の輸出市場(220 億豪ドルに相当)となっており、全体の約 5 分の 1 を占める。日本の加工食品・飲料メーカーは、オーストラリア、フィリピン、タイ、中国等の地域の国々への外国投資を通じて原料供給の確保を目指している(表 11 参照)。日本市場では、農業セクターが国際的に高い水準の補助を受けており、食品原料のコストが高いため、海外へ生産段階を移動させた企業もある。マーケティング、流通、本社機能は日本の親会社のもとにあるのが一般的である。

表 11: 海外施設を有する日本の食品メーカー 2007 年

| 会社     | マーケット   | 売上   | 場所           |
|--------|---------|------|--------------|
| アサヒビール | ビール、ワイン | 9.63 | 中国           |
| サントリー  | 酒類、ビール  | 6.66 | 米国、英国、フランス   |
| 味の素    | アミノ酸    | 5.73 | 22 カ国        |
| 日本ハム   | 牛肉、豚肉   | 5.28 | 米、タイ、墨、豪     |
| 山崎製パン  | パン      | 4.92 | 米国、中国、台湾     |
| 明治乳業   | 乳製品     | 4.34 | 中国、インドネシア、タイ |
| 森永乳業   | 乳製品     | 3.97 | 10 カ国        |
| 日清製粉   | パスタ、小麦粉 | 3.78 | 12 カ国        |
| 伊藤ハム   | 牛肉、豚肉   | 3.59 | 7 カ国         |
| ニチレイ   | 冷凍食品    | 3.44 | 4 カ国         |

出典: USDA (2008)

日本食品産業の対豪投資の多くは、日本国内市場への食品サプライチェーンを築くものである。例えば、西オーストラリアでの大麦麦芽生産(麒麟)、ビクトリア州での乳製品原料加工(雪印)、オーストラリア東部での家畜肥育及び加工(日本ハム)などが挙げられる。麒麟は、ビール大手の Lion Nathan 醸造グループの株式 46%を所有しており、小規模醸造者も複数買収した (Two Dogs 及び James Boag)。最近では、乳製品メーカー 2 社の買収も行った (National Foods 及び Dairy Farmers)。麒麟は、コカコーラの豪州清涼飲料水事業の買収のため、Lion Nathan 社を通じて 80 億豪ドルのオファーを提示したが、最近それは拒否された。豪州における中国の投資とは対照的に、これらの投資は政府にとって外国投資規制のジレンマを引き起こさず、世に物議をかもしもなかった。

豪日間の食品の統合サプライチェーンの確立は、貿易投資に対する広範な市場障壁や国内障壁のために阻害されている。二国間 FTA 交渉において、オーストラリア側は、豪州輸出業者が直面している規制(例:関税割当、TRQ(関税割当) 設定合意、国の取引要件、関税分類分析措置、成分規格、ラベル表示要件等)について詳述し、それらを撤去するよう要請した。それに対し、日本側は、これらの措置のいずれに関しても自由化は出来ない、と回答した。これは、牛肉、乳製品、小麦、砂糖、米は FTA から除外すべきであるという日本の公の立場とも一致している。しかし、この立場を貫く限り、二国間貿易投資の成長は望めない。

### アジアのサプライチェーン戦略

2003 年 Elders Australia 社は、アジアへのサプライチェーン戦略の強化を発表した。同社は、二つのアジア・サプライチェーン提携に向け、農産物バイヤーとの合意に達した。1) Salim グループとの提携。インドネシアの大手ビジネスグループであり、インドネシア、フィリピン、マレーシアにおける食品加工業のトップ 2) 日商岩井との提携。日本の大手貿易投資会社(商社)であり、日本・アジア向け農産物/食品輸入で大きなマーケットシェアを占める。

こういった連携は、東南アジアにおける Salim グループの広範な食品生産・流通機能及び日商岩井の日本・アジア市場の理解や流通事業と、Elders 社のネットワークを利用する 10 万人の農場経営者の生産能力を結び付けるものである。

サッポロビールは、購入する大麦の品質を確保するため、豪州栽培者らと直接連携を築いている。同社は昨年、農場レベルでの品質保証を確保するため、大麦栽培者らとの間で協働契約栽培システム(CFS)を開始した。同社は、日本政府が食品安全基準を更に上げることを予想している。

日本国内市場やアジアの関連子会社への供給にあたって、日本の食品加工業者には幾つもの大きな利点がある。例として、添加物や食品表示等に関する日本の規制に通じていること、味覚や包装に関して日本人の好みを熟知していることなどが挙げられる。例えば、日本ハムは日本の食肉加工業者最大手であり、タイ、米国、オーストラリア、メキシコにおいて合弁事業を展開し、日本へ食肉加工製品を輸出している。

これらの商品は、子会社(あるいは多数ある日系商社の子会社)を通じて、地域の他の経済国へ輸出することも可能である。オーストラリアと日本の基準を満たすよう、豪州で検査を行い、高い水準の品質保証が可能になれば、中国、タイ、韓国といった市場で競争上優位に立てる。但し、そのためにはまず、オーストラリアか日本のどちらかが目指す市場との間で貿易協定を結び、市場アクセスを可能にする必要がある。

日本企業は既に、豪州食品・飲料産業において大きな足跡を残している。しかし、豪州ビール、乳製品、家畜飼料、ワイン及び他の飲料のマーケット指向は、基本的に豪州国内市場か日本向けのものとなっている。食品・飲料輸出は、アジアにある日系子会社の方向へはあまり向かっていないように見える。これは、目標市場へ向けたマーケティングやプロモーション活動によって是正されるかもしれない。多くの豪州商品が、品質と安全の面で競争力があることは確かである。最近中国の乳製品で起こったスキャンダルのように、アジア全域で発生した食中毒を巡る健康不安の後では特にそうであろう。

豪州政府は、豪州輸出業者に代わって同産業のマーケティング努力をもっと評価すべきであろう。豪州政府は、輸出を促進するような調達方針の検討も出来る。物品・サービスを政府機関へ提供するサプライヤとしての地位が認定されれば、マーケティングや輸出の努力が成功することもあるだろう。それは、WTO の市場開放性の原則に違反することのない形態の支援である。

## 6. 協力のための戦略

オーストラリアの対日関係は、依然としてエネルギー・鉱物の輸出と製品の輸入という形に基づいている。エネルギー・原料サプライヤとしてのオーストラリアの魅力は、政治的安定性や外国投資への開放性も挙げられるが、日本にとって近接した位置にあり、コストの優位性があることも要因である。貿易障壁や国内障壁を下げるための政府イニシアチブによって、貿易の流れが促進したが、その方向性あるいは性質は変わっていない。両国が持つ資源が、互いのニーズを強固に補完し合っているため、この関係から得られるものは大きい。また、貿易投資への障壁の減少、主要市場としての日本の位置、日本経済の強靱さも貿易投資の成長を促してきた。

日本は、信頼性の高い安定供給が可能なエネルギー・戦略的原料サプライヤとして、オーストラリアを重視している。オーストラリアは、日本にとって最大のエネルギー供給国であり、石油を除く多様なエネルギー燃料を供給している

オーストラリアのケヴィン・ラッド首相は日本のことを、オーストラリアと非常に強固な経済関係を築き、戦略的に緊密に連携している「長年の親友でありパートナー」と評している。

本稿は、世界及び地域経済における日本の新しい立場や強みを考慮に入れ、両国の関係の幅を広げ深めていくのに、機は熟していると示唆するものである。

そのための協働戦略により、既存の豪日関係の強みを利用して、アジアにおける新たな豪日パートナーシップを構築することが出来る。

本稿では、過去 2-30 年の間に日本経済において、大きな構造調整が行われたことを強調してきた。日本の主要企業は、アジア地域及び世界の低コストな生産拠点を利用するために、海外に進出した。日本の総製造業生産高の 3 分の 1 以上が、現在海外で生産されている。

これらの変化が要求するのは、日本経済とオーストラリアの関係を考察する上でのパラダイム・シフトに他ならない。日本市場はもはや日本だけにとどまるものではない。我々の目と鼻の先にあるアジアの生産ネットワークを通じて、日本の企業や投資家の活動から生み出される巨大な国際市場なのである。また、発展途上国、特にアジア太平洋地域における日本政府の経済協力プログラムにより増進されている市場でもある。そしてまた、製造業、農業、サービス業で豪州拠点を置く日本企業の役割が重要性を増してきている市場でもあるのだ。

つまり、オーストラリアにとって日本との商業利益は、今や日本本土との輸出入ビジネスを遥かに超えたものなのである。中国や東南アジアといったアジア経済国の成長に伴い、必然的に日本との貿易割合は相対的に見て下がってきている。しかし、日本経済は今やアジア地域や世界へと広がりを見せている。対日関係の新たなポテンシャルを実現するため、オーストラリアはアジアにおける日本とのパートナーシップを通じて、国家的・企業的・商業的共同戦略を策定する必要があるのだ。

本稿では、確立した豪日二国間経済関係に基づき、アジアにおいて豪州と日本のビジネスがより緊密に連携するための幾つもの道筋を特定した。

製造業セクターでは、国際貿易投資により生産が個別の活動として断片化し、多国籍企業や企業群のネットワーク内に統合されている。これらの国際生産ネットワークやサプライチェーンは、世界やアジアにおいて日本経済が果たす中心的な役割となっている。中国はパーツやコンポーネントを組立て、他の市場へ再輸出する貿易の中心として浮上してきた。しかし、オーストラリアは未だに、複数の場所でパーツやコンポーネントが生産され、他の場所で組立てられるというような製造サプライチェーンには緊密に統合されていない。

資源、エネルギー、農業分野には、輸出向け産品に付加価値を付け、加工や製造を拡大するという未知の可能性がある。オーストラリアは砂糖や乳製品のような原料となる食品を輸出する一方で、これら原材料を使用する加工食品の分野ではスイスや日本のような主力プレイヤーになっていない。この新たな世界のサプライチェーンは、オーストラリアの政策決定者や事業経営者にとって、機会とチャレンジを同時に提示しているのだ。税金、労働、環境、インフラ、教育関連の国家・州レベルでの政策が、国際市場において豪州企業が競合しているのかどうかの鍵を握っている。

サービスは、アジア生産ネットワークやサプライチェーンの開発にとって大きな要素である。

世界経済は、市場動向や政策に対応し、新たな連携、供給ネットワーク、生産チェーン、マーケティング・チャンネルと共に、常にその姿を変えている。ビジネス・サービスは、今や高速インターネット接続での提供が可能である（例えば、コンピュータ・プログラミング、データ解析、顧客サービス、あるいはチケット販売等）。オーストラリアの政策決定者にとって重大な問題は、サプライチェーンの本拠地の場所として、また豪州と日本の親会社によるサプライチェーンの各セグメントとして、豪州経済をより魅力的にするためには何が必要かということである。一般的には、国内的により大きな価値が付加されれば、より多くの雇用機会が国内で創出され、オーストラリア国民にとってより大きな繁栄へとつながるだろう、と考えられている。

貿易投資の国境障壁は、商品がサプライチェーン内で取引されるか、オープンマーケットで取引されるかどうかに影響を与える。既存のサプライチェーンは、国境障壁にはそれ程影響を受けないであろう。そのようなネットワークは、長期的関係やコミュニケーションが既に基礎に確立しているからだ。国境障壁や国内障壁を減らすことが、最終的にはより効率的な国際生産拠点を実現することにつながるだろう。例えば、日本国内の高い障壁のために、日本での原料費が高くなり、豪州の乳業への日本の投資が促進されてきた。このために、日本やアジア諸国向けの輸出用に、オーストラリアで加工処理されることが現在増えつつある。

日本企業は今では、食品・飲料、自動車、ICT から資源セクターまで網羅した様々な豪州産業における重要な投資家となっている。これらの日本企業は、卸売、小売、商業サービスネットワーク等の何千もの企業で構成されるアジア全体のサプライチェーンの一部となっている。豪州物品・サービスに対し、日本市場だけでなく、アジアの日系子会社によるサプライチェーンも、より大きく開放することが課題なのだ。豪州農産物にはクリーンで環境に優しいというブランドイメージがあり競争力があるが、関税割当や国内障壁のために競合することが困難な場合が多い。日系子会社や日本貿易振興機構(JETRO)のような政府機関は、こういった市場に組み込まれているため、どのようにアクセスすべきかということを知っている。

オーストラリア貿易促進庁(Austrade)や日本貿易振興機構(JETRO)の調査によると、日本やアジア市場に参入しようとする豪州企業は、しばしば資金、資源、情報不足の問題に直面することが判明した。中小企業は、馴染みのない新しい市場へ進出する際の問題に対する準備が整っていないことが多い。そういった企業にとっては、「無形」障壁の克服を意図したプログラムが役に立つだろう。例えば、地元のビジネス環境に関する知識、馴染みの少ない現地の状況に適したベストプラクティスの理解、目標市場での存在を維持するための資源の準備等がある。両国の政府と企業が協力すれば、有益な貿易を阻む障害を減らすことも可能である。

オーストラリアの自動車計画、環境対応政策、政府調達のような既存の政策は、アジア地域市場進出のインセンティブとなるだろう。オーストラリア貿易促進庁(Austrade)の資源を、日本貿易振興機構(JETRO)や日本の関連ビジネス団体の資源と結集すれば、現在日本へ輸出を行っている豪州及び日系企業間、そしてアジアの日系子会社とのネットワークの統合を推進することが出来る。ビジネス・サービスの合弁事業もまた、こうしたアジアとの連携を増幅させる可能性がある。日本で米国とほかの外国の投資家の支援を行っている JETRO 対日投資・ビジネスサポートセンター(IBSC)のようなプログラムは、日豪間で推進可能なプログラムのモデルとなり得るだろう。アジアにおける、日本のタイ・ビジネスとのアジア金融危機後イニシアチブも同様の役割を果たす。

豪州政府やオーストラリア貿易促進庁(Austrade)のような機関は、アジア市場において、長い伝統のある豪日関係に基づき、事を進めることが出来る。在豪日系企業は、日本企業の参加を支援し(日豪法人アジアプログラム)、アジアにおける新たな商業チャレンジの成功を認定する(日豪ビジネス・アジア・アワード)ような、両国にとって益となる豪州政府のイニシアチブを通じた企業内調達促進のために選定され得る。

これらの協働戦略においてキーとなる要素は、日豪法人セクターにある既存のキャパシティを動員することである。日本ビジネスとの貿易促進を図り、アジアにおける日本のプロジェクトへの関与を進めるためにも、高い役職に就いている日本のビジネスマンや旧当局者を特別アドバイザーとして任命することも検討の余地がある。それにより、豪州企業がアジアでの自由貿易協定から生じる機会を活用するための支援も可能であろう。

豪州政府イニシアチブのささやかな前例として、2007年5月に導入されたグローバル機会プログラム(Global Opportunities Program)がある(別表参照)。それは、豪州産業のグローバル・サプライチェーンへの参加支援や、豪米自由貿易協定における主要な国際プロジェクトへの入札の支援を目的としている。

ここで構想されるのは、更に大胆な二国間イニシアチブである。その詳細で入念な設計図については、まだ手を加える必要がある。

このイニシアチブは、貿易担当大臣同士で検討される可能性があるもので、出来るだけ早い段階で開催されるその後の豪日閣僚会議でも話に上る可能性がある。それは、アジアでの広範で深い豪日パートナーシップを再確認した上で設定されるべきである。これらの議論には、日本によるアジアのインフラ開発投資に、オーストラリアが関与できる方法についてのレビューも含まれるべきである。また、これらの議論には二国間パートナーシップ協定へ向けた進捗に対する迅速かつ綿密な評価も含まれる必要がある。その協定は、アジアの地域統合における中心的要素としての二国間統合を意識する必要があるだろう。従来の限られたFTA合意にとどまるべきではない(Drysdale, 2007)。新たな CER (オーストラリア・ニュージーランド経済協力緊密化協定)と ASEAN の自由貿易協定は、東南アジアの豪州拠点からの貿易・ビジネスに利益をもたらしている。

その意図は、政府以外のイニシアチブではない。それだけでは成功しないであろう。ここで意図するところは、日豪両国におけるビジネス能力やエネルギーを活用し、オーストラリア貿易促進庁や日本貿易振興機構、ABJCC や他のビジネス団体のような政府・民間の既存の制度的インフラを、真の二国間のチャレンジのために結集させることである。

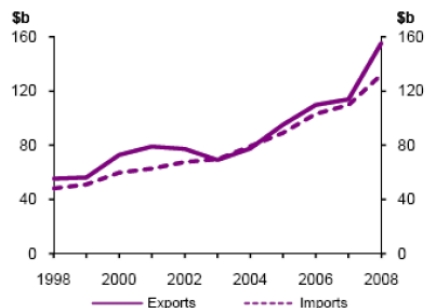
## 謝辞

本稿作成にあたり、Roger Farrell 博士の研究を参考にしました。助言及びお力添えに心より感謝致します。

## 別表

### 別表 1: 豪州の対東アジア貿易

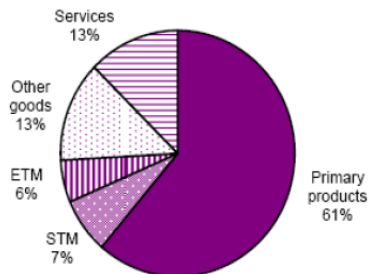
#### 豪州と東アジア間の物品・サービス貿易



Sources: ABS trade data on DFAT STARS database and ABS catalogue 5368.0.

- 物品・サービスの貿易高は 28.6% 上昇し、2008 年に 2876 億ドルに増加した。
- 2003 年以来、貿易高は年間平均 15% 増加している。
- 東アジアは、豪州の物品・サービス貿易高の 51.8% を占めた。

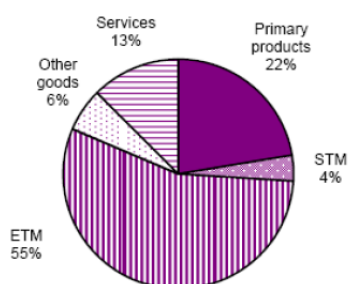
#### 豪州から東アジアへの輸出



Sources: ABS trade data on DFAT STARS database and ABS catalogue 5368.0.

- 輸出高は 36.5% 上昇し、2008 年に 1555 億ドルに増加した。
- 2003 年以来、輸出高は年間平均 16.6% 増加している。
- 一次産品は 58.2% 上昇し、953 億ドルになった。
- 製品 (STM 及び ETM 含む) は 2.2% 上昇し、200 億ドルになった。
- 他の産品は 24.9% 上昇し、206 億ドルになった。
- サービスは 11.3% 上昇し、196 億ドルになった。

## 東アジアから豪州への輸入



Sources: ABS trade data on DFAT STARS database and ABS catalogue 5368.0.

- ・ 2008年に輸入高は20.4%上昇し1321億ドルに増加した。
- 2003年以来、輸入高は年間平均13.2%増加している。
- ・ 一次産品は45.0%上昇し、296億ドルになった。
- ・ 製品は12.4%上昇し、780億ドルになった。
- ・ 他の産品は34.2%上昇し、81億ドルになった。
- ・ サービスは18.1%上昇し、165億ドルになった。

出典: 豪州外務通産省 (DIFAT) 貿易の構成 (Composition of Trade) 2008、キャンベラ  
2009

## 別表 2: 日本の海外直接投資 (地域・国毎)

日本の FDI (地域別) 2008 年末

| 地域       | 金額<br>¥100 million | 金額<br>A\$ million | 割合<br>(%) |
|----------|--------------------|-------------------|-----------|
| アジア      | 144,060            | 112.4             | 23.3      |
| 北米       | 212,119            | 165.5             | 34.4      |
| 中央・南アメリカ | 81,969             | 63.9              | 13.3      |
| オセアニア    | 19,522             | 15.3              | 3.2       |
| 西ヨーロッパ   | 145,937            | 113.8             | 23.6      |
| 東ヨーロッパ   | 3,418              | 2.7               | 0.6       |
| 中東       | 3,759              | 2.9               | 0.7       |
| アフリカ     | 6,613              | 5.2               | 1.1       |
| 総計       | 617,400            | 48.1              | 23.3      |

出典: 日本銀行 (2009) 日本の国別直接投資 (Japanese Direct Investment by Country) 東京

参考: [http://www.boj.or.jp/en/type/stat/boj\\_stat/bop/dip/index.htm](http://www.boj.or.jp/en/type/stat/boj_stat/bop/dip/index.htm)

アジア・オセアニア地域における日本 FDI (国別) 2008 年末

| 地域       | 金額<br>¥100 million | 金額<br>A\$ million | 割合<br>(%) |
|----------|--------------------|-------------------|-----------|
| 中国       | 44,239             | 34,506            | 27.4      |
| 香港       | 10,577             | 8,250             | 6.5       |
| 台湾       | 7,972              | 6,218             | 4.9       |
| 韓国       | 10,996             | 8,577             | 6.8       |
| シンガポール   | 17,615             | 13,740            | 10.9      |
| タイ       | 18,533             | 14,456            | 11.5      |
| インドネシア   | 7,699              | 6,005             | 4.8       |
| マレーシア    | 6,990              | 5,452             | 4.3       |
| フィリピン    | 7,042              | 5,493             | 4.4       |
| ベトナム     | 2,980              | 2,324             | 1.8       |
| インド      | 8,523              | 6,648             | 5.3       |
| オーストラリア  | 17,249             | 13,454            | 10.7      |
| ニュージーランド | 1,300              | 1,014             | 0.8       |

出典: 日本銀行 (2009) 日本<sup>の</sup>国別直接投資 (Japanese Direct Investment by Country) 東京  
 参考: [http://www.boj.or.jp/en/type/stat/boj\\_stat/bop/dip/index.htm](http://www.boj.or.jp/en/type/stat/boj_stat/bop/dip/index.htm)

別表 3: コンポーネント製造分野での東アジア貿易 1993-2006

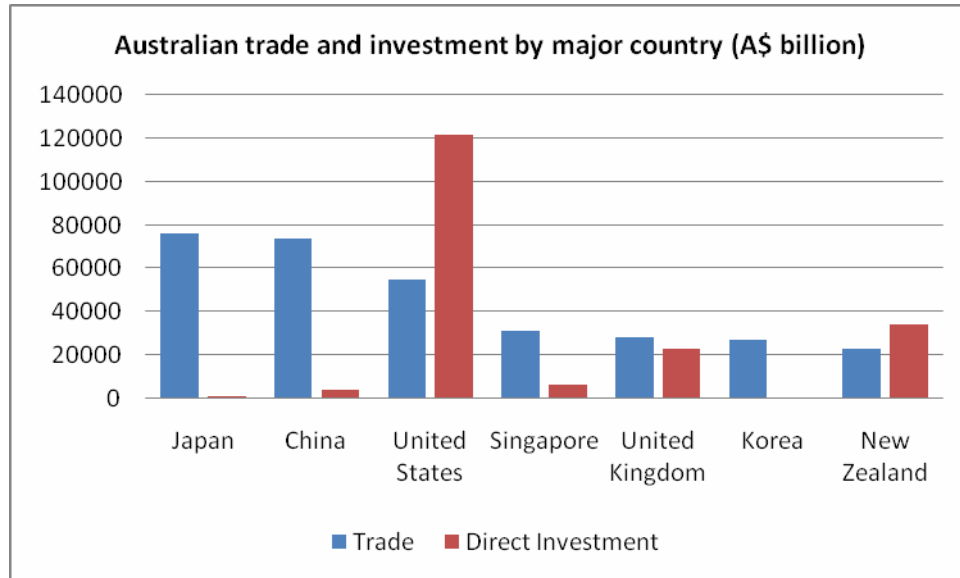
|        | 世界の輸入のシェア (%) |      | 世界のパーツ・コンポーネント輸入のシェア (%) |      | 国毎のパーツ・コンポーネントの取引 (%) |      | 輸入成長に対するパーツ・コンポーネントの貢献 (%) |
|--------|---------------|------|--------------------------|------|-----------------------|------|----------------------------|
|        | 1993          | 2006 | 1993                     | 2006 | 1993                  | 2006 |                            |
| 東アジア   | 30.7          | 28.4 | 29.6                     | 33.0 | 38.9                  | 52.1 | 60.1                       |
| 中国     | 1.3           | 12.1 | 0.7                      | 7.5  | 21.2                  | 27.6 | 26.5                       |
| 日本     | 19.2          | 11.1 | 16.6                     | 11.0 | 34.8                  | 43.4 | 59.1                       |
| 香港     | 1.2           | 0.7  | 1.6                      | 0.9  | 54.7                  | 57.9 | 62.2                       |
| 韓国     | 2.0           | 4.4  | 2.2                      | 4.5  | 43.8                  | 46.2 | 45.6                       |
| 台湾     | 3.1           | 3.6  | 3.2                      | 5.6  | 42.1                  | 68.5 | 77.8                       |
| ASEAN  | 5.2           | 8.6  | 6.0                      | 11.6 | 46.3                  | 60.2 | 62.8                       |
| インドネシア | 0.1           | 0.5  | 0.1                      | 0.6  | 30.9                  | 49.7 | 51.1                       |
| マレーシア  | 1.7           | 2.8  | 2.0                      | 3.8  | 47.8                  | 63.2 | 62.6                       |
| フィリピン  | 0.3           | 1.3  | 0.5                      | 2.3  | 69.8                  | 76.1 | 77.3                       |
| シンガポール | 2.4           | 2.1  | 2.6                      | 2.5  | 43.3                  | 61.3 | 74.3                       |
| タイ     | 0.7           | 1.7  | 0.8                      | 1.7  | 44.8                  | 43.7 | 43.5                       |
| ベトナム   | 0             | 0.2  | 0                        | 0.1  | 24.5                  | 57.6 | 55.8                       |
| オセアニア  | 0.2           | 0.2  | 0.3                      | 0.2  | 50.0                  | 48.2 | 48.1                       |
| 世界     | 100           | 100  | 100                      | 100  | 100                   | 100  | 100                        |

注記: 会計年度

出典: Premachandra-Athukorala (2009), ‘他のアジア諸国における外国貿易投資に対する中国の影響 (China’s impact on foreign trade and investment in other Asian countries)’ , ANU Working Papers in Trade and Development, No. 2009/04, February, Canberra.

## 別表 4: 国毎の豪州の貿易投資

豪州の貿易投資、主要相手国 2008年



出典: 豪州外務通産省(DIFAT) (2009)、貿易の構成(*Composition of Trade*) 2008、キャンベラ; オーストラリア統計局(ABS) (2009)、豪州の投資状況(*Australia's Investment Position*)、補足資料 2008、キャンベラ

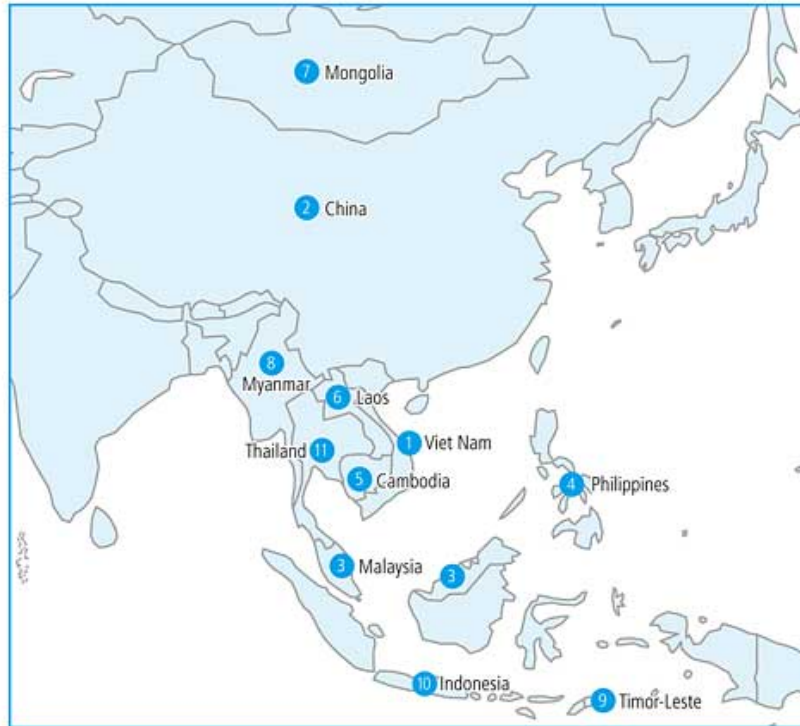
豪州の貿易投資、主要相手国 2008年 (単位: A\$ million, %)

|          | 貿易高総計<br>(物品及びサービス)<br>(A\$ million) | 割合<br>(%) | 豪州からの直接<br>投資<br>(A\$ million) | 割合<br>(%) |
|----------|--------------------------------------|-----------|--------------------------------|-----------|
| 日本       | 76,012                               | 13.6      | 1,112                          | 0.4       |
| 中国       | 73,803                               | 13.2      | 3,877                          | 1.4       |
| 米国       | 54,744                               | 9.8       | 121,435                        | 43.2      |
| シンガポール   | 31,013                               | 5.5       | 6,726                          | 2.4       |
| 英国       | 28,448                               | 5.1       | 23,002                         | 8.2       |
| 韓国       | 27,221                               | 4.9       | 722                            | 0.3       |
| ニュージーランド | 22,937                               | 4.1       | 34,407                         | 12.2      |

出典: 豪州外務通産省(DIFAT) (2009)、貿易の構成(*Composition of Trade*) 2008、キャンベラ; オーストラリア統計局(ABS) (2009)、豪州の投資状況(*Australia's Investment Position*)、補足資料 2008、キャンベラ

別表 5: 東アジアにおける日本の援助 (国毎) 2007 年

Chart III-13. Japan's Assistance in the East Asia Region



2007 (calendar year)

(Net disbursement basis, unit: US\$ Million)

| Rank | Country or region               | Grants    |   |                       | Loan aid |                     |                 | Total   |          |
|------|---------------------------------|-----------|---|-----------------------|----------|---------------------|-----------------|---------|----------|
|      |                                 | Grant aid | Grants provided through multilateral institutions | Technical cooperation | Total    | Amount disbursement | Amount received |         | Total    |
| 1    | Viet Nam                        | 18.48     | 0.08  | 73.85                 | 92.33    | 672.66              | 124.94          | 547.71  | 640.04   |
| 2    | China                           | 15.48     | —   | 263.62                | 279.10   | 912.09              | 755.53          | 156.56  | 435.66   |
| 3    | Malaysia                        | 0.28      | —   | 25.70                 | 25.99    | 287.75              | 90.77           | 196.98  | 222.97   |
| 4    | Philippines                     | 7.24      | —   | 50.53                 | 57.77    | 669.08              | 504.69          | 164.39  | 222.16   |
| 5    | Cambodia                        | 62.35     | 2.44  | 39.84                 | 102.19   | 15.37               | 4.01            | 11.36   | 113.56   |
| 6    | Laos                            | 46.28     | —   | 22.40                 | 68.67    | 14.40               | 1.62            | 12.79   | 81.46    |
| 7    | Mongolia                        | 34.31     | —   | 18.09                 | 52.41    | 9.88                | 10.73           | -0.85   | 51.55    |
| 8    | Myanmar                         | 11.68     | 3.80  | 18.84                 | 30.52    | —                   | —               | —       | 30.52    |
| 9    | Timor-Leste                     | 7.83      | 1.96  | 5.24                  | 13.07    | —                   | —               | —       | 13.07    |
| 10   | Indonesia                       | 39.21     | 9.04  | 81.68                 | 120.89   | 937.22              | 1,280.57        | -343.35 | -222.46  |
| 11   | Thailand                        | 2.17      | 0.60  | 47.74                 | 49.91    | 87.45               | 614.71          | -527.26 | -477.35  |
|      | Multiple countries in East Asia | —         | —   | 2.81                  | 2.81     | —                   | —               | —       | 2.81     |
|      | East Asia region total          | 245.31    | 17.92   | 698.75                | 944.05   | 3,605.90            | 3,436.42        | 169.48  | 1,113.54 |
|      | (ASEAN total)                   | 187.69    | 15.96   | 361.80                | 549.49   | 2,683.93            | 2,621.31        | 62.62   | 612.11   |

Notes: (1) Region classifications are determined by MOFA.

(2) Including graduated countries in total.

(3) Due to rounding, the total figure may not match the sum of the individual parts.

(4) "Multiple countries" refers to assistance encompassing multiple countries such as dispatch of study teams and seminars.

出典: 外務省 <http://www.mofa.go.jp/policy/oda/white/2008/part3-2-3.pdf>

別表 6: 南アジアにおける日本の援助 (国毎) 2007 年

2007 (calendar year) (Net disbursement basis, unit: US\$ Million)

| Rank | Country or region                | Grants             |   |                       |                    | Loan aid            |                    |                     |                    |
|------|----------------------------------|--------------------|---|-----------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|
|      |                                  | Grant aid          |   | Technical cooperation | Total              | Amount disbursement | Amount received    | Total               | Total              |
|      |                                  |                    | Grants provided through multilateral institutions |                       |                    |                     |                    |                     |                    |
| 1    | India                            | 9.32               | 1.80  | 22.49                 | 31.82              | 610.65              | 542.58             | 68.07               | 99.89              |
| 2    | Pakistan                         | 49.59              | 13.89   | 19.25                 | 68.84              | 16.23               | 31.83              | -15.60              | 53.24              |
| 3    | Nepal                            | 49.96              | 6.69  | 14.30                 | 64.26              | 5.24                | 20.86              | -15.62              | 48.64              |
|      |                                  | (36.12)            | (6.69)  | (14.30)               | (50.42)            | (5.24)              | (8.38)             | (-3.14)             | (47.28)            |
| 4    | Sri Lanka                        | 21.61              | 1.04  | 27.71                 | 49.32              | 195.66              | 200.81             | -5.15               | 44.16              |
| 5    | Bhutan                           | 9.76               | 1.06  | 8.31                  | 18.07              | —                   | —                  | —                   | 18.07              |
| 6    | Maldives                         | 1.70               | —   | 2.19                  | 3.89               | —                   | —                  | —                   | 3.89               |
| 7    | Bangladesh                       | 147.15             | 6.34  | 19.18                 | 166.33             | 25.78               | 198.69             | -172.91             | -6.59              |
|      |                                  | (23.66)            | (6.34)  | (19.18)               | (42.83)            | (25.78)             | (84.62)            | (-58.84)            | (-16.01)           |
|      | Multiple countries in South Asia | —                  | —   | 0.36                  | 0.36               | —                   | —                  | —                   | 0.36               |
|      | South Asia region total          | 289.10<br>(151.77) | 30.82<br>(30.82)                                  | 113.78<br>(113.78)    | 402.88<br>(265.54) | 853.56<br>(853.56)  | 994.78<br>(868.22) | -141.22<br>(-14.66) | 261.66<br>(250.88) |

Notes: (1) Region classifications are determined by MOFA.

(2) Due to rounding, the total figure may not match the sum of the individual parts.

(3) Figures in parentheses do not include debt cancellation.

(4) "Multiple countries" refers to assistance encompassing multiple countries such as dispatch of study teams and seminars.

出典: 外務省 <http://www.mofa.go.jp/policy/oda/white/2008/part3-2-3.pdf>

## 参考文献

- ABS (Australian Bureau of Statistics) (2009), *International Investment Position (5352.0)*
- Athukorala, Prema-chandra, 'Trends and Patterns of Foreign Direct Investments in Asia: A Comparative Perspective', *Working Papers in Trade and Development*, College of Asia and the Pacific, Australian National University, August 2009
- Australia-Japan Economic Institute (2007), *Directory of Japanese Companies in Australia*, Sydney.
- Bank of Japan (2009), *Japanese Direct Investment by Country*.  
See: <http://www.boj.or.jp/en/theme/research/stat/bop/bop/index.htm#dip>
- Drysdale, Peter (2007) Realizing the Future- Visions for the Japan-Australia Relationship: Economic Influences, *Forty Fifth Joint Japan-Australia Business Cooperation Committee Meeting*, Tokyo, October.
- Drysdale, Peter (2008) 'Regionalism in Asia and the Pacific: An Asian Economic Community', in *Preferential Trading Agreements in Asia: Towards an Asian Economic Community*, Academic Foundation, New Delhi, pp. 23-42.
- Drysdale, Peter (2008) 'Creating an architecture for cooperation', in *Emerging Asian Regionalism: A Partnership for Shared Prosperity*, Asian Development Bank, Manila, pp 236-259.
- Drysdale, Peter (2008) 'Did the NARA Treaty make a difference? *Australian Journal of International Affairs*, Vol 60, No 4, December, Routledge, London and New York, pp 490-505.
- Drysdale, Peter (2007) 'Ajia taiheiyou no keizai hatten to keizai kyouryoku: Kako to genzai [ 'Economic development and cooperation in the Asia Pacific region: Past and present], (summary of presentation), *Sekai Keizai Hyouron* [World Economics Review], World Economic Research Association, Vol 50, No 12, pp 20-22.
- Farrell, Roger (2008), *Japanese Investment in the World Economy*, Edward Elgar.
- Japan Bank for International Cooperation (2009), *20<sup>th</sup> Annual Survey of the Overseas Subsidiaries of Japanese Companies*, Tokyo. See: [http://www.jbic.go.jp/en/about/press/2008/1125-02/2008\\_en\\_latest.pdf](http://www.jbic.go.jp/en/about/press/2008/1125-02/2008_en_latest.pdf)
- Japan Bank of International Cooperation (2008), *Journal of Overseas Investment*, November.
- Japanese Ministry for Economy, Trade and Industry (2009), *White Paper on International Economy and Trade*, Tokyo. See: <http://www.meti.go.jp/english/report/downloadfiles/2009WhitePaper/summary.pdf>
- Markusen, James R. (2002), *Multinational Firms and the Theory of International Trade*, Cambridge, MIT.
- Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) (2009), *Overseas Business Operations of Japanese Companies*, 37<sup>th</sup> Annual Survey, Tokyo (in Japanese).
- Niinami, Takeshi (2006), 'The expansion of the service industry in Asia - the example of Shanghai Lawson', *Japan Spotlight*, August.
- OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) (2009), *Statistical Annex, 2009 Development Report*
- Wilkins, Mira (1990), 'Japanese multinationals in the United States: Change and continuity, 1879-1990' *Business History review*, 64, Winter, Harvard.
- Yoshimatsu, Hidetaka (1996), *The internationalisation of Japanese corporations and its impact on Japan's commercial policy*, PhD Thesis, ANU
- Toyo Keizai Shimposha (2007), *Survey of Overseas Subsidiaries of Japanese Companies*, Tokyo.
- UNCTAD, *World Investment Directory (2008)*, Geneva.