

産業の国際競争力分析(上)

——欧米・日本・アジアN I E S・中国・東南アジア——

朝元 照雄

目 次

はじめに

I. 国際競争力の構造様態(1): 民生用電子機器と家庭用電気機器 (以上, 本号)

II. 国際競争力の構造様態(2): 通信機器と事務用機器

III. 製品の国際競争力の重層構造

おわりに

はじめに

いわゆる「南北問題」である中心と周辺との分極的な二重構造の構図は、後発国における工業基盤の拡大と工業製品の輸出強化によって、その格差が次第に縮小しつつある。

先発国のインダストリアリズムの波及を受け、後発国の工業化が開始された。先発国から受け入れられた標準化技術、外国借款、先進国企業の導入により、後発国は生産能力を速いテンポで体内に蓄積し、それによって後発国の工業成長率が次第に高まった。つまり、後発国の工業成長率の上昇、工業生産能力の蓄積、工業製品の輸出拡大により国際競争力が強化され、「工業生産能力の世界的再配置過程」が進めてきたことを意味する¹⁾。そして、これらの後発国の輸出を通じて先発諸国との「競合関係」を繰り返し展開すると同時に、後発国は輸入を通じて先発諸国との「補完関係」をつくり出している。つまり、後発国は先発国のインダストリアリズムの波及を受け、資本、設備

機器類、経営とマーケティング・ノウハウなどを吸収しながら工業化を推進していくのが歴史的な法則である。後発国の「拡大循環メカニズム」の拡大によって、先進国対途上国という二重構造が次第に崩壊しつつある。それによって、後発国経済は世界の経済貿易との間に次第に強い連関関係を持つようになった。こうした開発途上国の国際競争力はどんなものであるのか、これが本論の視点の一つである。

もう一つの視点は、世界銀行の『東アジアの奇跡』などを代表とする書物は東アジア経済の発展パフォーマンスを絶賛し、東アジアを世界経済の成長センターとして位置づけている²⁾。これは前記の「追い上げ論」から世界の経済成長を牽引する「機関車」の役割へと成長したことを意味する。そして他方、ポール・クルーグマン教授（マサチューセッツ工科大学）の論文「まぼろしのアジア経済」では、アジアの奇跡などは神話に過ぎないという否定的な見解があった³⁾。つまり、アジアの経済成長については楽観的な見方と疑問視の見方に分かれている。その決定的な判断基準はこれらの国の国際競争力の内実をどう考えるかにかかっているようである⁴⁾。

以上の課題に答えるために、本論は次のように展開する。まず、民生用電子機器、家庭用電気機器、通信機器と事務用機器など製品の対世界輸出シェアを分析する。そして、欧米先進国、日本、アジアNIEs、中国と東南アジアの民生用電子機器、家庭用電気機器、通信機器と事務用機器など製品の国際競争力の構造様態を究明する。そして、これらの国の国際競争力の実力を明らかにし、競争力構造を類型化することを試みる(第I節と第II節)。続いては、第III節は1人当たりのGNPとその製品の貿易特化係数との間にどのような関係を持つかを観察する。最後に、各国の国家競争力比較を通して、上記の課題に答えたい。

I. 国際競争力の構造様態(1)：民生用電子機器と家庭用電気機器

一国の産業技術水準を代表するのは機械製品の技術水準であると考えられる。この節では欧米先進国、日本、アジアNIEs、中国、東南アジアの対象国・地域に分けて、製造業を製品レベルまで下げて国際競争力の構造パタ

ーンを分析する。

ここでの競争力の概念は基本的にはプロダクト・サイクル理論によるものである⁵⁾。分析の手法としては競争力指数，すなわちバラッサ教授の顕示比較優位指数（＝RCA指数，Revealed Comparative Advantage）を使い，計測したものである⁶⁾。RCA指数の計算式は以下のように示される。

RCA指数＝

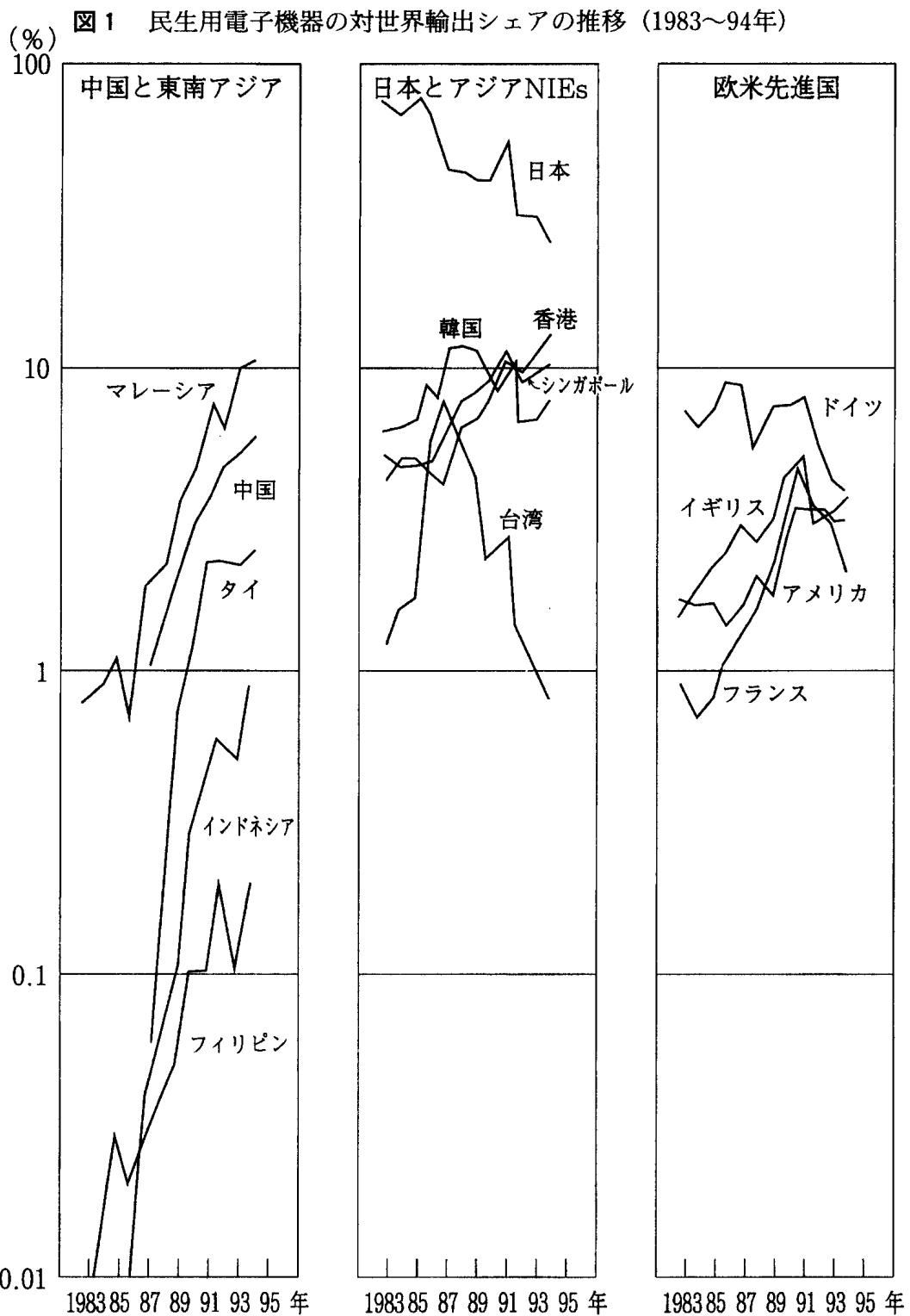
$$\frac{\text{h 国の i 商品の輸出額 (E}_h^i\text{)}}{\text{h 国の工業製品の輸出総額 (E}_h\text{)}} \cdot \frac{\text{世界全体の i 商品の輸出額 (W}^i\text{)}}{\text{世界全体の工業製品の輸出総額 (W)}}$$

E_h^i/E_h はh国のi商品の輸出シェアであり， W^i/W は世界全体のi商品の輸出シェアである。そのために，h国のi商品の輸出シェアが世界のi商品の輸出シェアと等しい場合，RCA指数が1になる。h国のi商品の輸出シェアが世界のi商品の輸出シェアよりも大きい場合，RCA指数は1よりも大きくなり，比較優位である。逆に，h国のi商品の輸出シェアが世界のi商品の輸出シェアよりも小さい場合，RCA指数は1よりも小さくなり，比較劣位である。したがって，RCA指数分析は1を基準として，その基準からどれだけ乖離しているかを観察する。そのことによって，その国の特定された製品が世界の中でどの水準に達しているかを見ることができる。製品のRCA指数分析をグラフ化の重層的追跡過程の観察によって理解することを試み，同一製品の国際比較を行う。下記は民生用電子機器，家庭用電気機器，通信機器と事務用機器の順序に分けて分析を進める⁷⁾。

1) 民生用電子機器

まず，民生用電子機器の対世界輸出シェアを観察する。

ここでの民生用電子機器とは，ラジオ受信機，カラーテレビ，VTR，ビデオ一体型カメラ，VDプレーヤ，ラジカセ計，カーステレオ，カーラジオ，ステレオ，他のテープレコーダ，CDラジカセ，ヘッドホンステレオなどを指すものである。図1はその民生用電子機器（合計値）の対世界輸出シェアである。1980年代において民生用電子機器の最大の輸出シェアを誇っていたのは日本であり，その後は低下がみられたが，90年代前半になっても80%以上を占めていた。この期間において，中国と東南アジアのマレーシア，タイ，インドネシアとフィリピンの対世界輸出シェアは着実に増加していた。アジ



(出所) 表1に同じ。

ア N I E s の香港，シンガポールと韓国の対世界輸出シェアも増えていた。台湾の民生用電子機器の対世界輸出シェアは1987年まで増加していたが，87年の台湾元高・ドル安の影響を受け，それ以降の輸出シェアは減少がみられた。欧米先進国のその民生用電子機器のその輸出シェアは1980年代までは増加の傾向があったが，90年代に入ってから減少がみられた。

以下は，民生用電子機器からいくつかの製品を選んで観察する。

(1) ラジオ受信機

ラジオ受信機の輸出額(1994年)の順位は香港，マレーシア，中国，日本，アメリカ，台湾，韓国などの順になっていた(表1)。ラジオ受信機の高級品はあるが，その普及型は安価な労働集約的製品であり，同時に成熟した製品であることは理解できる。そのために，この製品の輸出の上位にアジア N I E s ，東南アジア，中国と日米先進国があった。この事実はラジオ受信機の

表1 製品の輸出額 (1994年)

(単位: 1,000米ドル)

製品名	欧米先進国				日本	アジア NIEs	
	アメリカ	ドイツ	フランス	イギリス		韓国	台湾
ラジオ受信機	85,739	31,105	21,292	12,234	102,425	43,682	58,242
白黒テレビ*	13,000	9,359	1,563	5,969	12,207	246,817	391,579
カラーテレビ	656,925	859,051	642,171	1,019,478	1,822,015	1,617,526	160,430
VTR	223,082	607,553	213,472	380,020	3,462,621	1,450,267	63,217
扇風機	34,866	47,784	13,692	16,023	988	2,952	377,550
エアコン	41,477	5,605	10,904	13,888	383,747	223,011	45,259
電気冷蔵庫	633,217	392,687	23,464	36,147	112,122	362,324	6,631
電気洗濯機	282,741	587,802	274,472	29,458	149,004	137,069	2,663
電気掃除機	234,875	234,087	121,922	124,823	56,833	26,632	29,666
アイロン	11,562	92,084	125,936	5,235	31,093	3,038	7,982
ヘアードライヤー	6,654	44,389	9,883	5,668	4,013	4,377	600
電気かみそり	12,058	254,024	4,630	7,661	59,476	4,027	2,785
電話機	241,434	222,291	110,644	167,438	437,929	178,301	67,839
ファクシミリ	194,268	39,744	231,587	51,856	2,022,274	253,517	128,040
電卓	53,382	22,052	8,480	8,943	95,827	58	111,908
電動電子タイプライター	84,181	59,897	7,671	59,865	287	21,093	167,925
複写機	357,107	490,534	408,166	270,491	3,009,285	82,532	15,916
コンピュータ*	5,184,000	1,628,949	941,828	619,927	2,589,067	939,904	1,226,268
コンピュータ周辺機器*	5,466,296	996,060	1,110,263	2,078,784	16,466,372	853,556	3,265,403

表1 つづき

(単位：1,000米ドル)

製品名	アジア NIEs		中国	東南アジア				世界
	香港	シンガポール		フィリピン	タイ	マレーシア	インドネシア	
ラジオ受信機	548,676	32,500	295,146	766 †	1,136	466,593	36,863	2,443,868
白黒テレビ*	112,960	14,340	—	479	1,365	1,243	1,242	902,536
カラーテレビ	1,406,189	1,644,134	468,512	7,079 †	880,701	1,580,887	174,996	17,370,576
VTR	379,120	1,475,257	21,728	2,441 †	493,523	1,195,776	—	10,273,259
扇風機	553,357	9,859	461,891	143 †	100,603	4,592	18,003	1,732,975
エアコン	110,896	227,344	23,434	187 †	244,225	673,091	1,650	2,136,281
電気冷蔵庫	24,892	24,919	38,908	5,346 †	155,199	2,219	12,417	3,404,441
電気洗濯機	10,876	28,474	24,958	13,402 †	17,733	1,263	—	3,104,119
電気掃除機	132,790	42,997	69,154	98 †	525	28,857	—	1,606,229
アイロン	122,654	141,507	82,251	19 †	898	38,288	125	906,902
ヘアードライヤー	—	14,371	101,313	50 †	26,369	339	—	334,042
電気かみそり	49,371	5,247	23,771	—	4,252	3,623	3,437	775,007
電話機	600,619	345,888	805,944	61,462 †	165,978	605,306	44,735	4,957,972
ファクシミリ	63,995 §	145,048	43,793	—	111	60,759	2,586	3,340,672
電卓	478,336	261,054	260,210	—	205,172	109,794	11,489	1,744,894
電動電子タイプライター	14,762	90,162	10,957	—	81	550	14,910	755,807
複写機	503,396	109,452	163,328	—	164,048	2,431	—	7,495,883
コンピュータ*	512,262	422,381	—	18,967	1,557	20,378	251	20,868,987
コンピュータ周辺機器*	313,509	3,087,835	—	18,945	10,110	4,200	382	36,548,695

(注) *1988年, §:1991年, †:1993年。

日本機械輸出組合の資料の「白黒テレビ」, 「コンピュータ」と「コンピュータ周辺機器」のデータは1988年までで、それ以降は掲載されない。

(出所) 下記の資料から計測したものである。『国際需給統計』日本機械輸出組合、各年版；日本：『日本貿易月報』大蔵省、各年版；アメリカ：U.S.Exports for Consumption, Bureau of the Census, U.S.Department of Commerce；ドイツ：Aussenhandel nach Waren und Landern, Statistisches Bundesamt；フランス：Statistiques du Commerce Exterieur de la France, Bureau de Statistique；Eurostat External Trade, EC；イギリス：Business Monitor-Overseas Trade Statistics of the United Kingdom, Central Statistical Office；Eurostat-Exiernal Trade, EC；韓国：Statistical Yearbook of Foreign Trade, Korean Customs Administration；中国：China Customs Statistics Yearbook, General Adiministration of Customs of People's Republic of China；台湾：Monthly Statistics of Exports and Imports, Taiwan Area, The Republic of China, The Department of Statics, Ministry of Finance, Taipei；香港：Hong kong Trade Statistics, Census and Statistics Department, Hong Kong；シンガポール：Singapore Trade Statistics, Singapore Trade Department Board；フィリピン：Foreign Trade Statistics of the Philippines, National Statistics Office；タイ：Foreign Trade Statistics of Thailand, Department of Customs, Bangkok；マレーシア：External Trade Statistics, Department of Statistics, Malaysia；インドネシア：Indonesian Foreign Trade Statistics, Central Statistics Bureau。

RCA指数分析にも反映している。まず、表2と図2で見られるように、中国と東南アジアのうちラジオ受信機のRCA指数(1994年)が基準値の1を超えたのはマレーシア、中国とインドネシアである。1980年代に日本とアジアNIEsのRCA指数について、香港と台湾のラジオ受信機のRCA指数は基準値の1以上を保っていた。しかし、80年代の後半に日本、90年代に韓国は基準値の1以下に転落していた。一方、欧米先進国のそのRCA指数は1以下の劣位に位置していた。つまり、中国と東南アジア、日本とアジアNIEs、欧米先進国におけるラジオ受信機のRCA指数による重層的追跡過程からは、プロダクト・サイクル理論の生成—成長—成熟—衰退の軌跡を観察することができる。ちなみに、ラジオ受信機のRCA指数(1994年)の順位はマレーシア(13.51)、香港(6.44)、中国(4.33)、インドネシア(1.64)、台湾(1.11)の順になっていた(表2)。

(2) 白黒テレビ

続いて、白黒テレビの輸出競争力の分析を行うことにする。ラジオ受信機とテレビはある意味においては競争的な関係を持ち、同時に補完的な関係をももっている。経済発展とともに所得が増加し、家庭内の耐久消費財もラジオ受信機の保有からテレビの保有へとシフトする。テレビの国内需要の増加によって、それを輸入や国内生産の増加で賄う。そして、国内生産の増加と共に輸出も増加するだろう。1988年以降の白黒テレビの統計データは掲載されなくなった。その理由は、消費水準の上昇によって、消費者の需要は白黒テレビからカラーテレビへと移行し、供給側もそれにあわせてシフトしたからであると考えられる。

白黒テレビの統計データは1988年までで、その輸出額(1988年)の順位は台湾、韓国、香港、シンガポール、アメリカ、日本の順位になっている。図3で見られるように、白黒テレビのRCA指数もそれに反応しているような動向を示している。東南アジアのマレーシアとタイの白黒テレビのRCA指数は一度低下したあと上昇、インドネシアとフィリピンの白黒テレビのRCA指数は上昇を示している。白黒テレビのRCA指数が基準値1を超えたのはアジアNIEsであるが、上昇傾向を保っているのは台湾と香港で、日本、シンガポールと韓国は低下をあらわしている。欧米先進国の白黒テレビのR

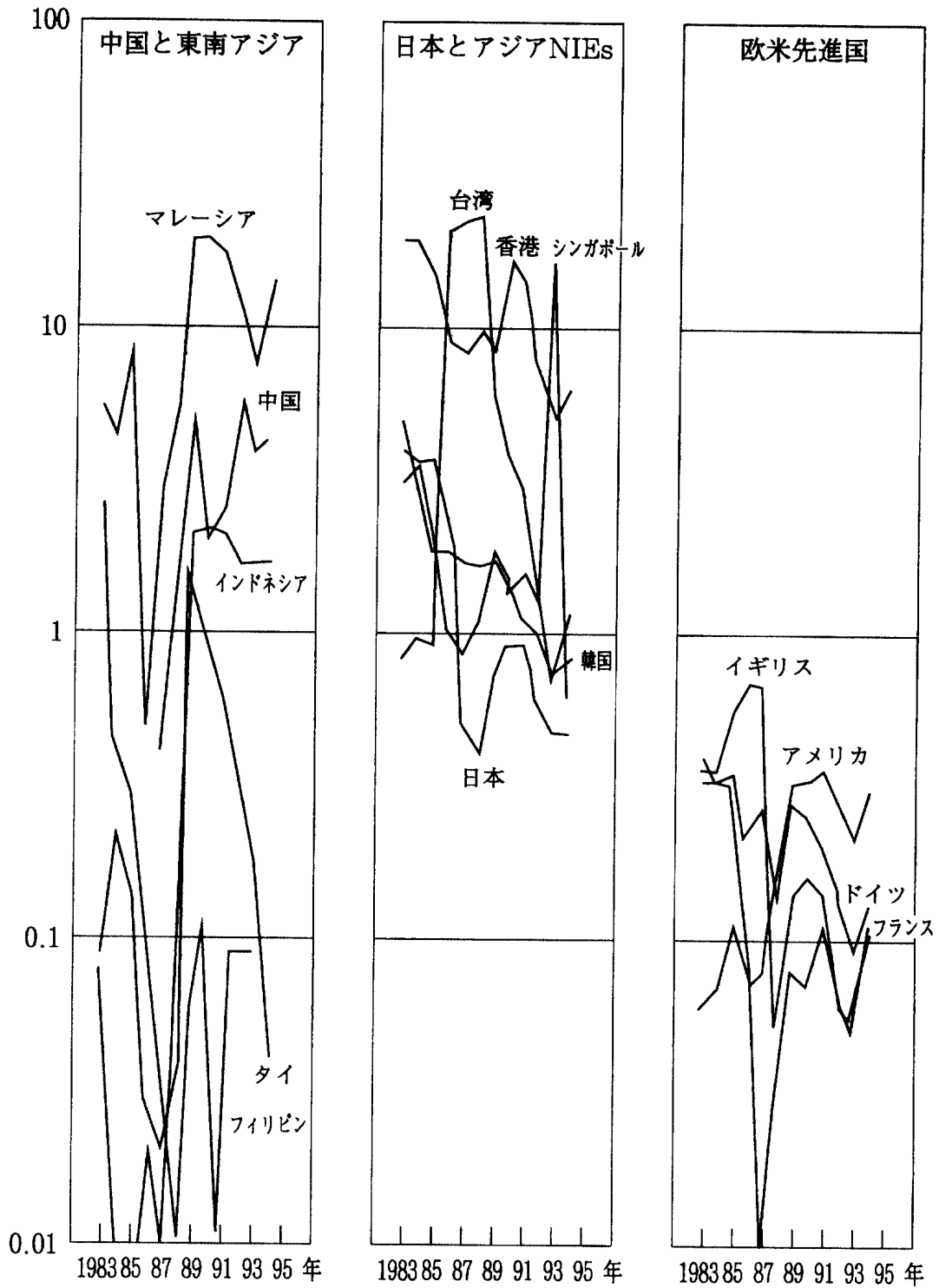
表2 製品輸出競争力のRCA指数(1994年)

製品名	欧米先進国				日本	アジアNIEs				中国	東南アジア			
	アメリカ	ドイツ	フランス	イギリス		韓国	台湾	香港	シンガポール		フィリピン	タイ	マレーシア	インドネシア
ラジオ受信機	0.30	0.13	0.16	0.11	0.46	0.81	1.11	6.44	0.60	4.33	0.09↑	0.04	13.51	1.64
白黒テレビ*	0.12	0.09	0.03	0.12	0.14	12.15	19.34	5.34	1.09	—	0.20	0.26	0.18	0.19
カラーテレビ	0.32	0.50	0.68	1.25	1.15	4.21	0.43	2.32	4.25	0.97	0.17↑	4.87	6.73	1.09
VTR	0.18	0.60	0.38	0.79	3.69	6.39	0.29	1.06	6.44	0.08	0.09↑	4.61	8.61	4.31↑
扇風機	0.17	0.28	0.15	0.20	0.01	0.08	10.19	9.16	0.26	9.56	0.03↑	5.57	0.20	1.13
エアコン	0.16	0.03	0.09	0.14	1.97	4.72	0.99	1.49	4.77	0.40	0.03↑	10.97	23.29	0.08
電気冷蔵庫	1.58	1.17	0.13	0.23	0.36	4.81	0.09	0.21	0.33	0.41	0.59↑	4.38	0.05	0.40
電気洗濯機	0.77	1.93	1.63	0.20	0.53	2.00	0.04	0.10	0.41	0.29	1.62↑	0.55	0.03	—
電気掃除機	1.24	1.48	1.40	1.65	0.39	0.75	0.86	2.37	1.20	1.54	0.02↑	0.03	1.33	—
アイロン	0.11	1.03	2.56	0.12	0.38	0.15	0.41	3.88	7.00	3.25	0.01↑	0.10	3.12	0.01
ヘアードライヤー	0.17	1.35	0.54	0.36	0.13	0.59	0.08	—	1.93	10.88	0.06↑	7.58	0.07	0.01↑
電気かみそり	0.13	3.34	0.11	0.21	0.84	0.24	0.17	1.83	0.30	1.10	—	0.53	0.54	0.48
電話機	0.41	0.46	0.41	0.72	0.97	1.63	0.64	3.48	3.13	5.83	6.52↑	3.21	9.03	0.98
ファクシミリ	0.49	0.12	1.28	0.33	6.62	3.43	1.79	0.72\$	1.95	0.47	—	0.003	1.34	0.98
電卓	0.26	0.13	0.09	0.11	0.60	0.00	3.00	7.87	6.71	5.35	—	11.28	4.65	0.71
電動電子タイプライター	0.94	0.81	0.19	1.69	0.004	1.26	10.39	0.56	5.35	0.52	—	0.01	0.05	2.14
複写機	0.40	0.67	1.00	0.77	4.39	0.50	0.10	1.93	0.66	0.78	—	2.10	0.02	—
コンピュータ*	2.10	0.72	0.79	0.59	1.35	2.14	2.76	1.10	1.51	—	0.36	0.01	0.13	0.002
コンピュータ周辺機器*	1.32	0.25	0.54	1.12	4.91	1.11	4.19	0.38	6.29	—	0.21	0.05	0.02	0.001

(注)*1988年, \$:1991年, †:1993年。表2に同じ。

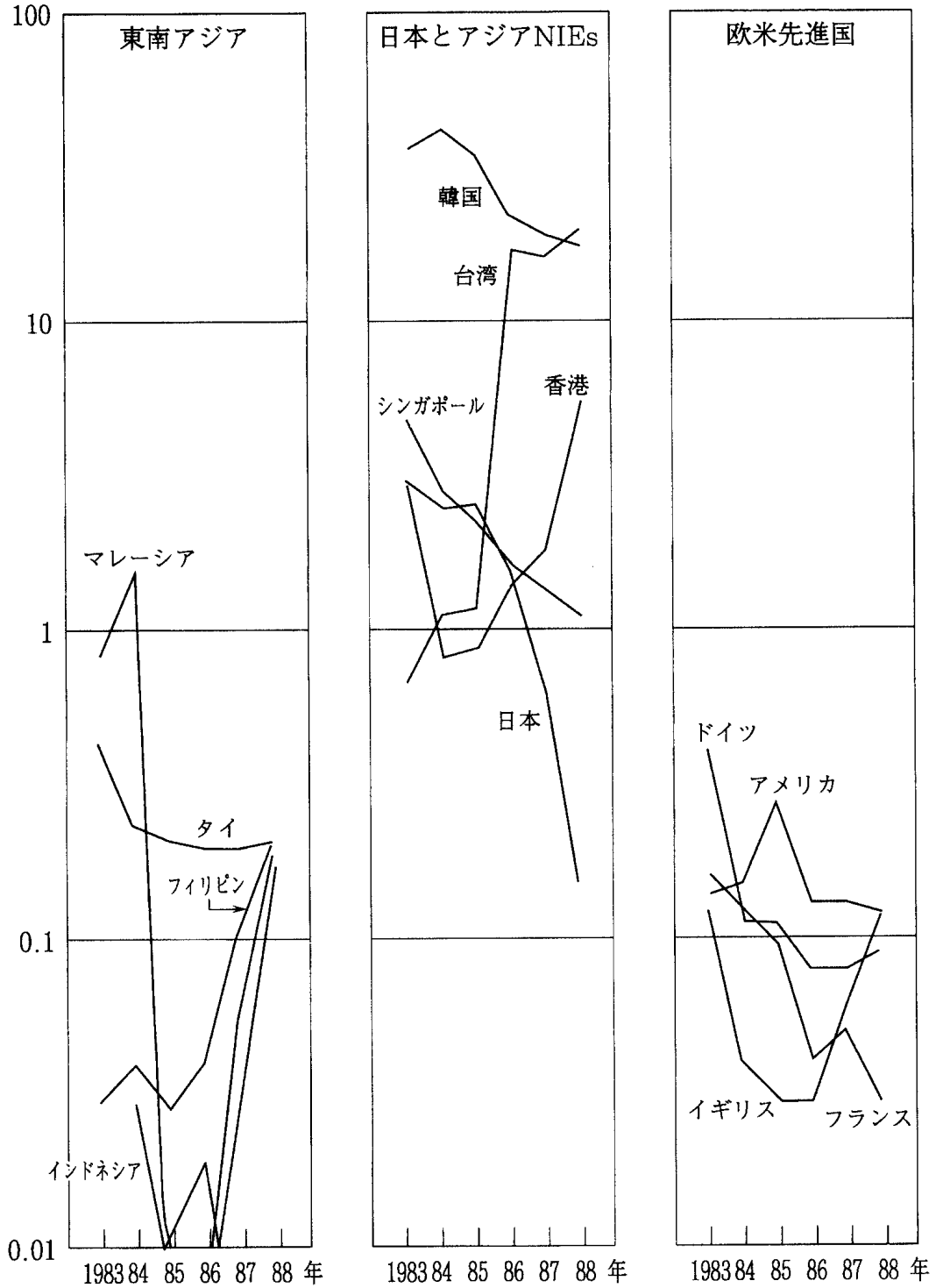
(出所)表1に同じ。

図2 ラジオ受信機輸出競争力のRCA指数分析(1983~94年)



(出所) 表1に同じ。

図3 白黒テレビ輸出競争力のRCA指数分析(1983~88年)



(出所) 表1に同じ。

CA指数はいずれも基準値の1以下の比較劣位が定着している。白黒テレビのRCA指数(1988年)の順位は、台湾(19.34)、韓国(12.15)、香港(5.34)、シンガポール(1.09)などアジアNIEsが上位に進出している。

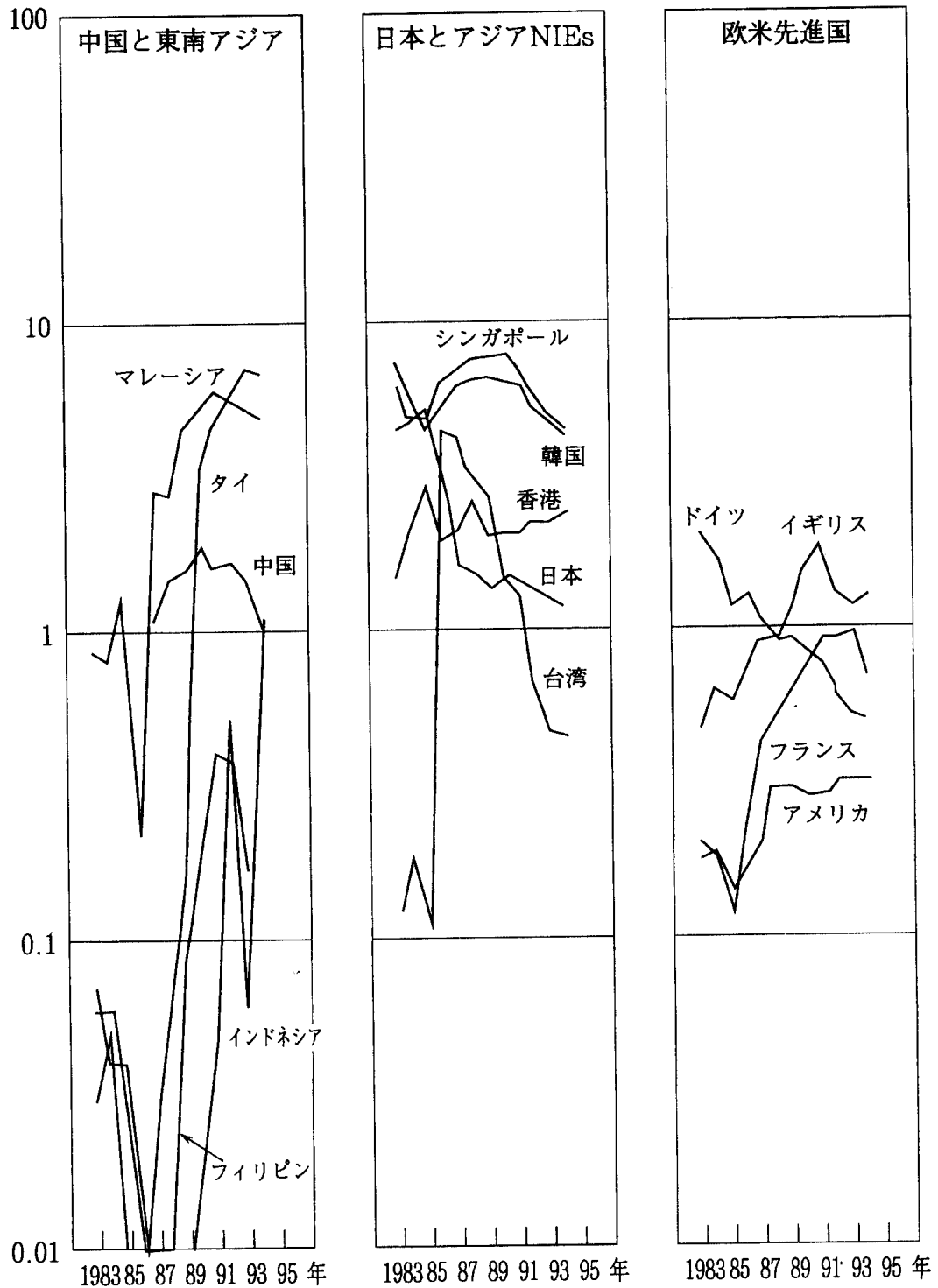
(3) カラーテレビ

経済発展により所得水準が向上し、消費者の需要は白黒テレビからカラーテレビへとシフトする。同じように、白黒テレビとカラーテレビは競争財と共に補完財の関係をもつが、長期間において消費市場のいずれも白黒テレビの需要は低下し、カラーテレビの需要は上昇するであろう。カラーテレビの輸出額(1994年)の順位は日本、シンガポール、韓国、マレーシア、香港、イギリスなどとなっていた。

中国と東南アジアのカラーテレビのRCA指数をみると、1987年以降にはほとんどの国のそれは急速な上昇を示している(図4)。特に、マレーシア、タイとインドネシアのそのRCA指数は基準値の1を超え、比較優位の傾向を示している。1985年のプラザ合意以降の円高・ドル安の影響を受け、付加価値の低い製品は海外投資を通じて国内生産から海外生産へと生産基地のシフトが実施された。1985年以降の日本のカラーテレビのRCA指数は低下しているが、辛うじて基準値の1以上を保っていた。アジアNIEsのシンガポール、韓国と香港のカラーテレビのRCA指数は比較優位の傾向を保っていたが、低下傾向が見られた。その一方、87年のルーブル合意以降、台湾元の元高・ドル安傾向を受けて、それ以降の台湾のカラーテレビのRCA指数は基準値の1以下の比較劣位に転落した。1994年時点における欧米先進国のカラーテレビのRCA指数のうちフランスを除いて、他の国は比較劣位の傾向を見せた。カラーテレビのRCA指数(1994年)のうち基準値1以上の比較優位の国別はマレーシア(6.73)、タイ(4.87)、シンガポール(4.25)、韓国(4.21)、香港(2.32)、イギリス(1.25)、日本(1.15)、インドネシア(1.09)などになっていた。

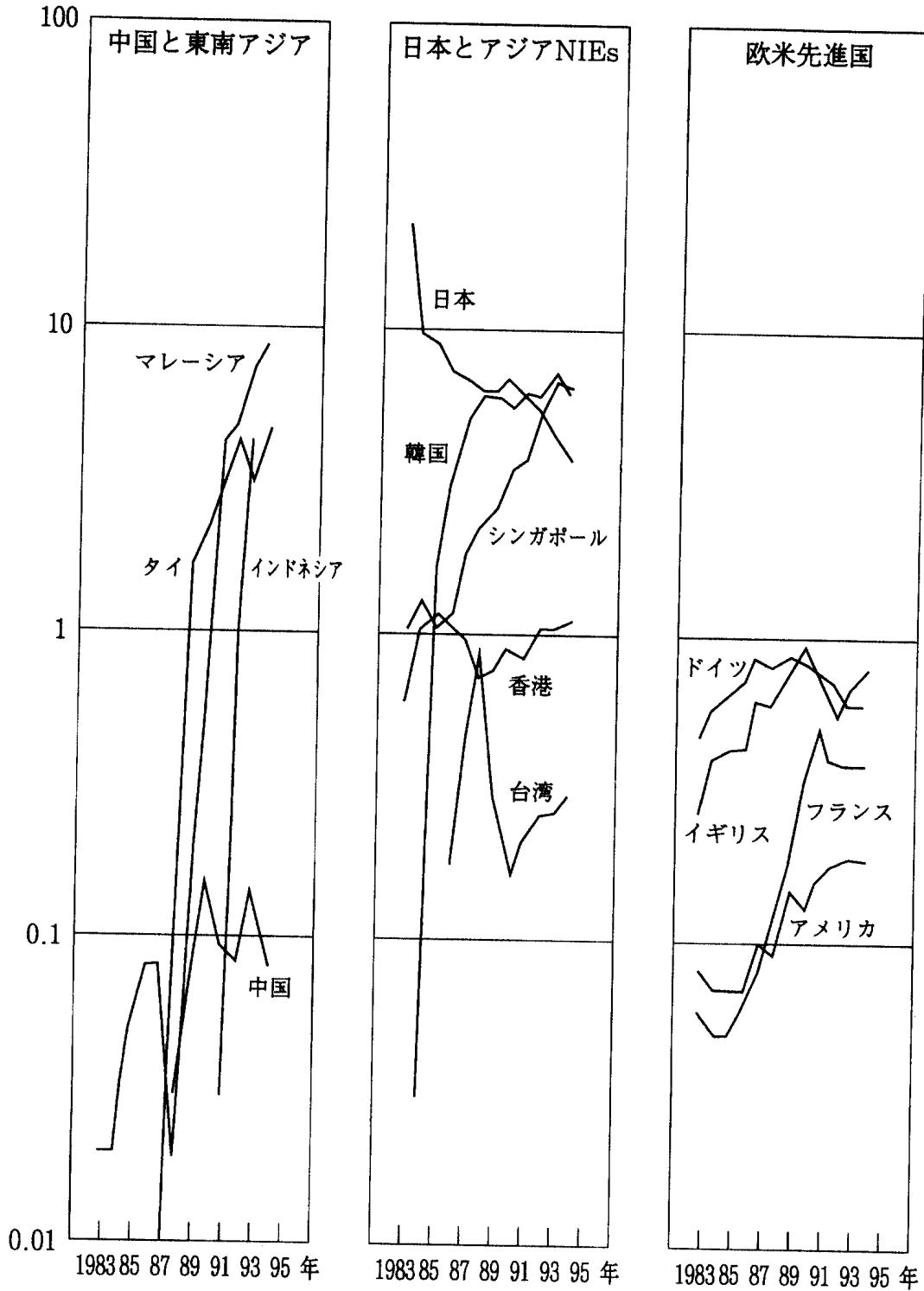
テレビの重層的追跡過程において、カラーテレビは白黒テレビよりもプロダクト・サイクル理論の生成—成長—成熟—衰退の軌跡をより鮮明にあらわしていた。

図4 カラーテレビ輸出競争力のRCA指数分析(1983~94年)



(出所) 表1に同じ。

図5 VTR輸出競争力のRCA指数分析 (1983~94年)



(出所) 表1に同じ。

(4) VTR

所得水準の増加により、消費者の需要は白黒テレビからカラーテレビへとシフトし、そして、VTRへと需要は拡大するだろう。したがって、VTRの普及率はカラーテレビの普及率よりも少し低くあらわれている。すなわち、カラーテレビを購入してからVTRを購入することを意味している。消費者にとっては、テレビとVTRは完全に補完財であると言える。

VTRの輸出額(1994年)の順位は日本、シンガポール、韓国、マレーシアの順になっている。図5で見られるように、VTRのRCA指数のうちマレーシア、タイとインドネシアは87年以降に急速に増加し、基準値の1を超えた。日本のVTRのRCA指数は強い比較優位を保っているが、相対的には低下傾向が見られた。韓国とシンガポールのVTRのRCA指数は1985年前後に比較劣位から比較優位に転換し、90年代に入ってからその両国のRCA指数は日本のRCA指数を凌駕した。香港のVTRのRCA指数は93年頃に比較優位に転換した。一方、欧米先進国のVTRのRCA指数は比較劣位に位置しているが、基準値の1に接近した。VTRのRCA指数(1994年)の順位はマレーシア(8.61)、シンガポール(6.44)、韓国(6.39)、タイ(4.61)などとなっていた。

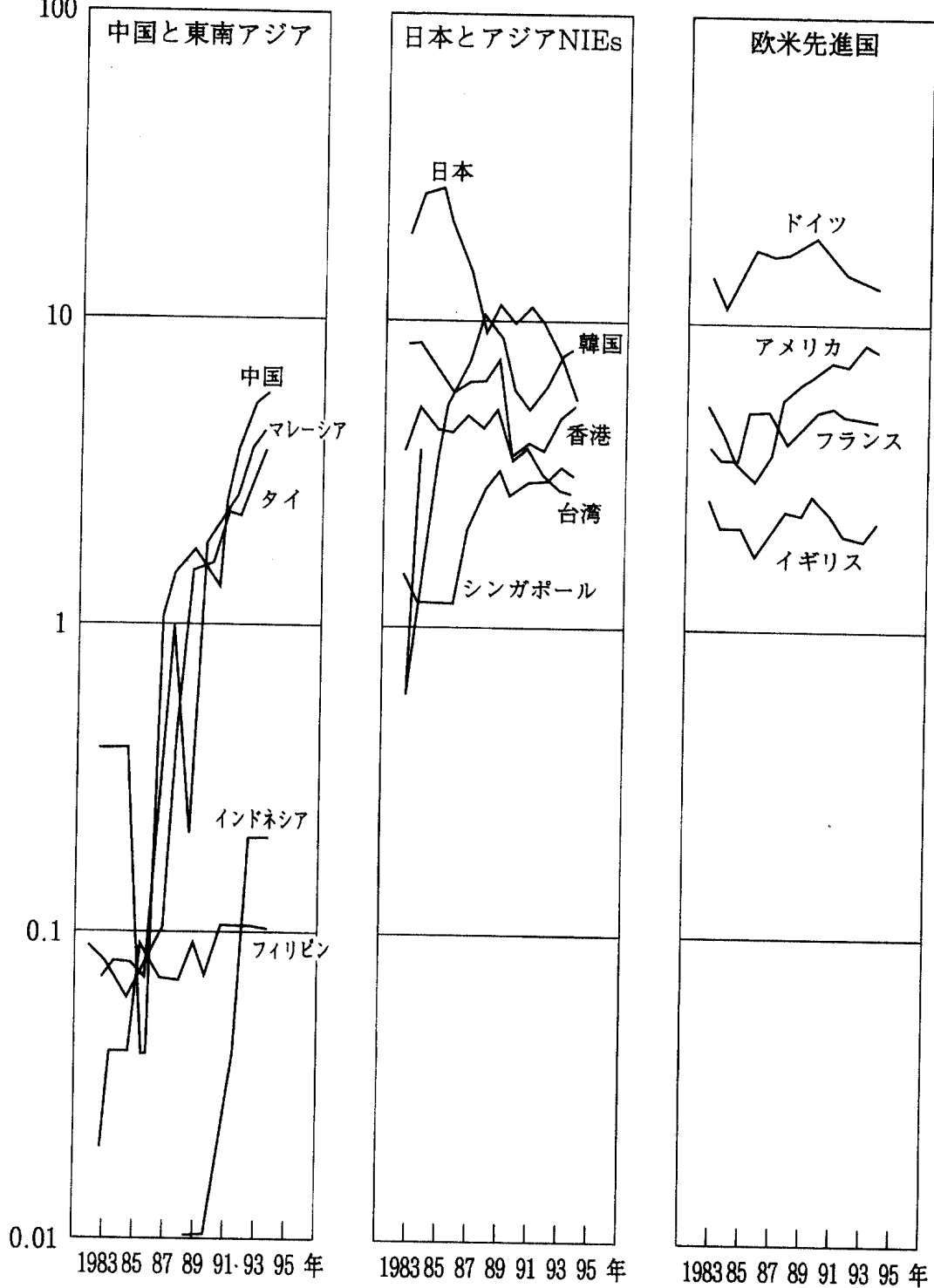
2) 家庭用電気機器

次に家庭用電気機器の対世界輸出シェアをみる。

ここでの家庭用電気機器とは扇風機、エアコン、電気冷蔵庫、電気洗濯機、衣類乾燥機、電気掃除機、フリーザー、皿洗い機、電子レンジ、トースター、コーヒーメーカー、電気釜、アイロン、電気かみそり、ヘアドライヤーなどを指すものである。図6はその家庭用電気機器(合計値)の対世界輸出シェアである。

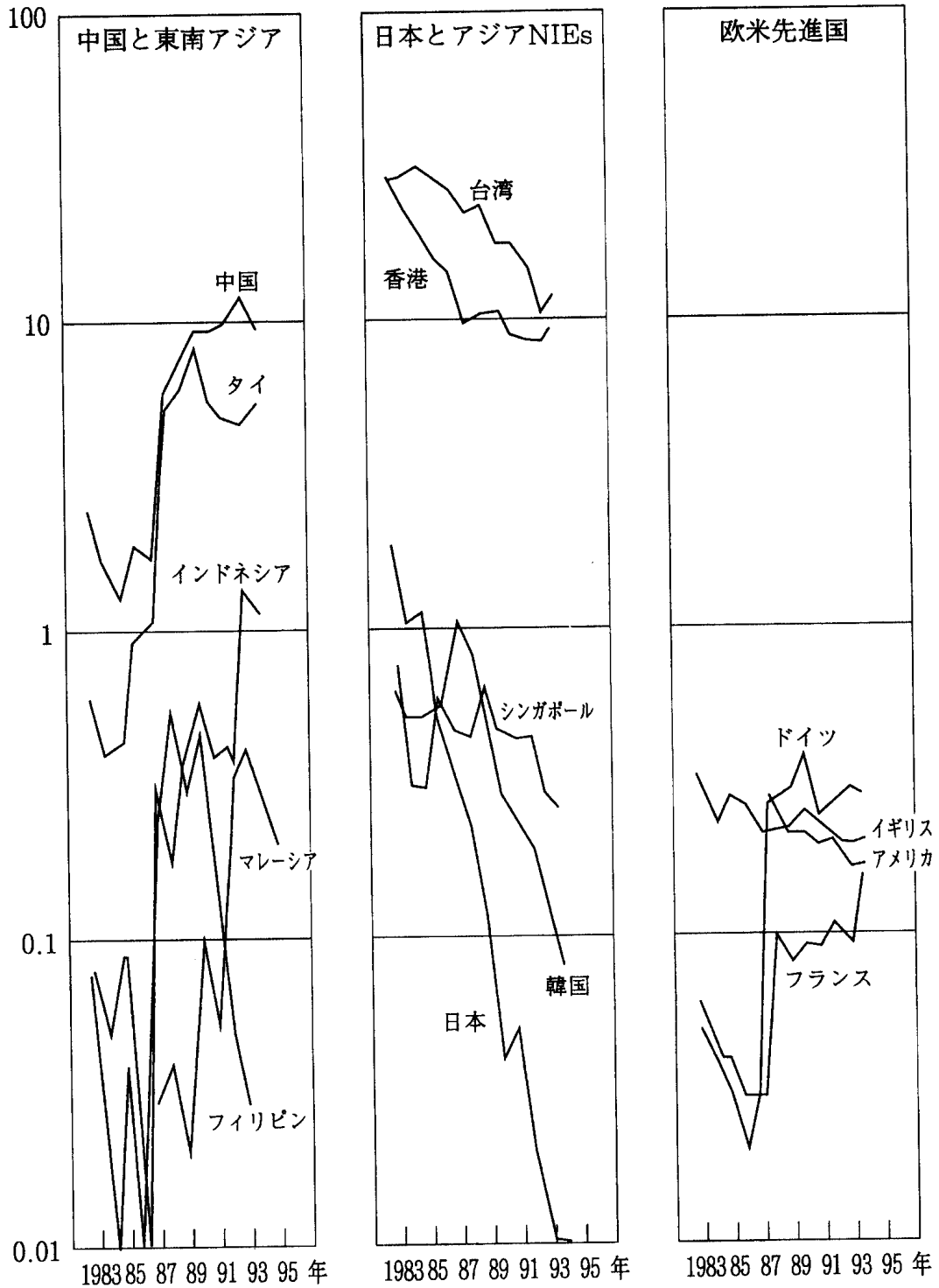
1985年の日本の家庭用電気機器の対世界輸出シェアは最大の27.4%であった。しかし、この年のプラザ合意を境に円高・ドル安傾向が定着し、それ以降の輸出シェアは次第に低下した。中国と東南アジアのマレーシア、タイ、インドネシアの対世界輸出シェアは高まってきた。1983~94年のアジアNIESの家庭用電気機器のその輸出シェアについて、韓国、香港とシンガポールのそれは増加、韓国のそれは微増、台湾のそれは減少がみられた。他方、

図6 家庭用電気機器の対世界輸出シェアの推移 (1983~94年)



(出所) 表1に同じ。

図7 扇風機輸出競争力のRCA指数分析(1983~94年)



(出所) 表1に同じ。

欧米先進国の家庭用電気機器の対世界輸出シェアについて、ドイツの輸出シェアは依然として高いシェアを占め、アメリカの輸出シェアは増加、フランスの輸出シェアは微増、イギリスのそれはほぼ一定を示している。

以下は、家庭用電気機器からいくつかの製品を代表として分析する。

(1) 扇風機

次は扇風機を観察する。扇風機は家庭用電気機器のなかでも最も伝統的で成熟された製品のひとつであろう。したがって、開発途上国の工業化の開始時、国産化のアイテムのひとつとして選択されやすい製品でもある。

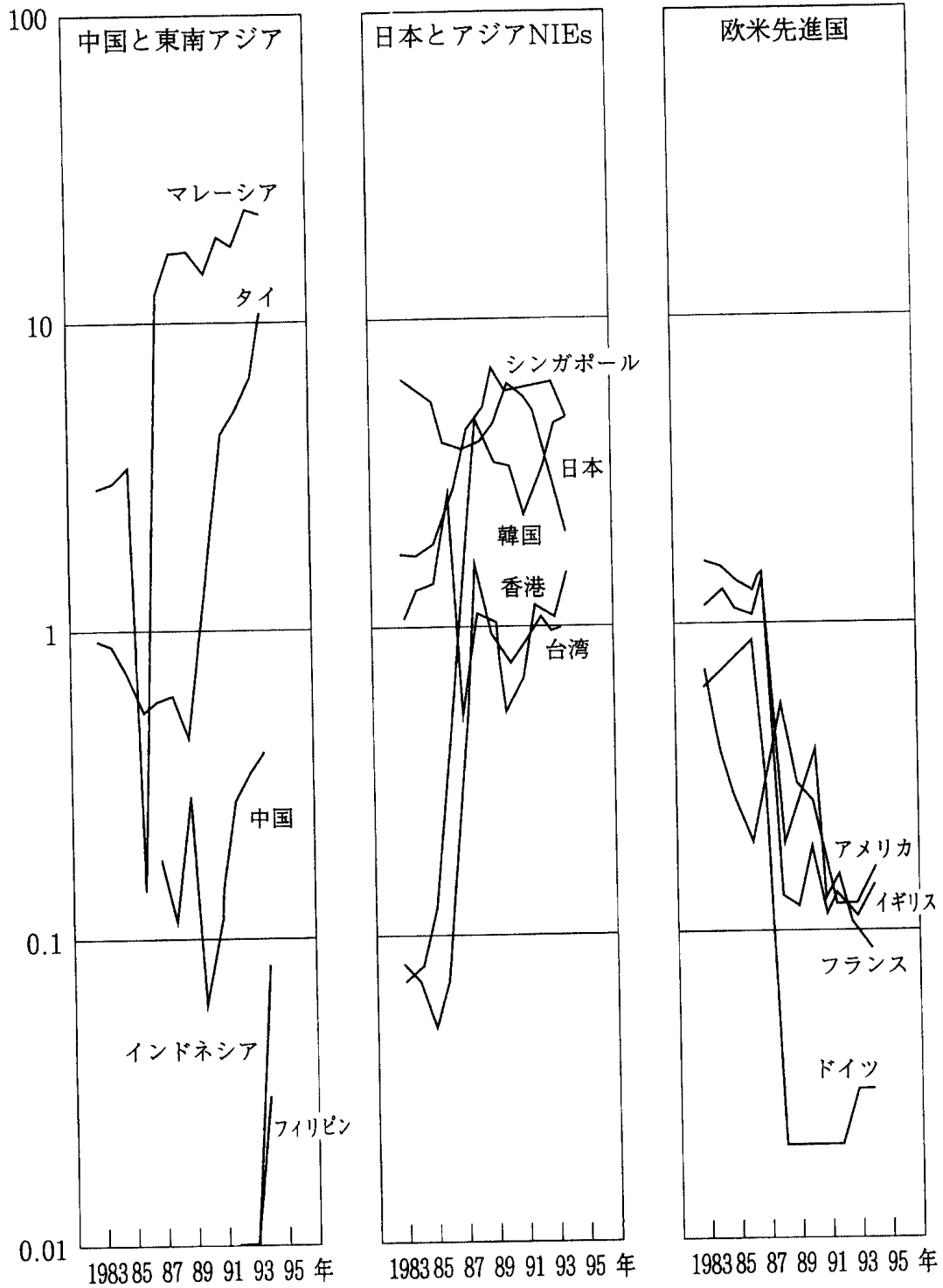
扇風機の輸出額（1994年）の順位は香港、中国、台湾、タイになっている。図7で見られるように、中国、タイ、インドネシアの扇風機のRCA指数は急速に増加していた。特に、タイとインドネシアのそれは比較劣位から比較優位に転換していた。一方、日本の扇風機のRCA指数は比較優位から比較劣位に逆転した。アジアNIEsの台湾と香港の扇風機のRCA指数は比較優位を保っているが、韓国とシンガポールの扇風機のRCA指数は急速に低減していた。1980年代後半まで台湾と香港の扇風機の生産額と輸出額は世界の1位と2位を占めていた。1985年以降プラザ合意以降の円高・ドル安、87年のルーブル合意以降の台湾元高・ドル安、それに89年からアジアNIEsの対米輸出特惠（GSP）の廃止などの影響を受けて、日本とアジアNIEsの海外直接投資が積極的に推進されてきた⁸⁾。その海外直接投資の投資先が中国と東南アジアである。その結果、日本とアジアNIEsの扇風機のRCA指数の低下と中国・東南アジアのそのRCA指数の上昇が観察される。欧米先進国の扇風機のRCA指数は比較劣位に位置している。

この重層的追跡過程からはプロダクト・サイクル理論のパターンが鮮明に看取することができる。扇風機のRCA指数（1994年）の順位は台湾（10.19）、中国（9.56）、香港（9.16）、タイ（5.57）などになっていた。

(2) エアコン

エアコンと扇風機は競争財と同時に補完財でもある。経済発展により所得水準が上昇し、それに連れて消費水準も上昇する。それによって、家庭内における扇風機の保有（普及率）の増加からエアコンの保有（普及率）の増加への移行の動きが観察される。

図8 エアコン輸出競争力のRCA指数分析(1983~94年)



(出所) 表1に同じ。

エアコンの輸出額（1994年）の順位はマレーシア、日本、タイ、シンガポール、韓国となっていた。図8から観察されるように、マレーシアとタイのエアコンのRCA指数は急速に上昇していて、比較優位を保っている。上下の変動があるが日本とアジアNIEsのエアコンのRCA指数（1994年）は基準値の1以上で比較優位を保っている（台湾のそれは0.99で僅かであるが、基準値の1を割っている）。他方、欧米先進国のエアコンのRCA指数は低下傾向で、比較劣位を示している。

エアコンの重層的追跡過程は扇風機のそれと同じようにプロダクト・サイクル理論のパターンを表している。エアコンのRCA指数（1994年）の順位はマレーシア（23.29）、タイ（10.97）、シンガポール（4.77）、韓国（4.72）、日本（1.97）の順になっている。

（3）電気冷蔵庫

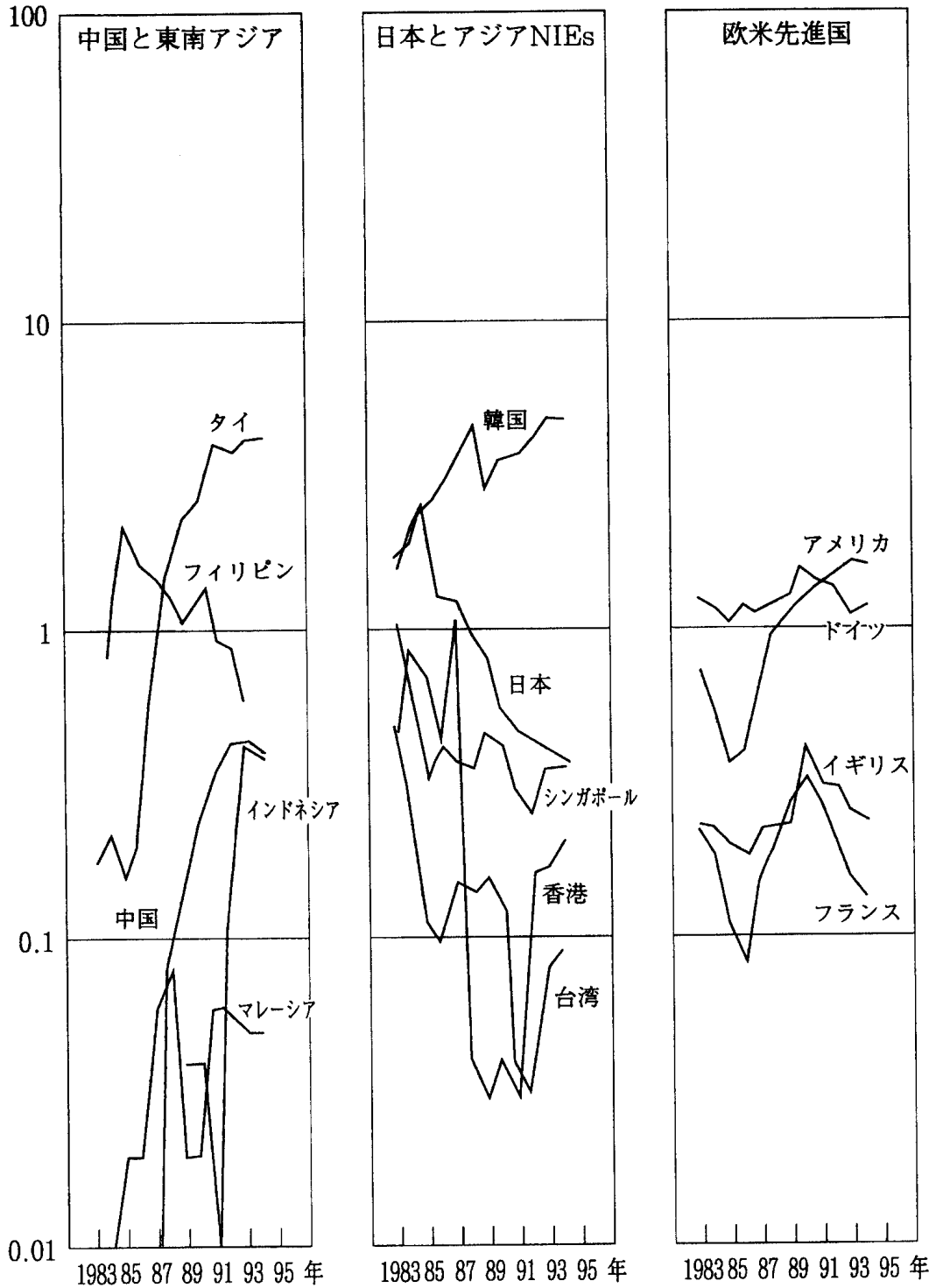
国別や時代別によって「三種の神器」は変化するが、そのうちの神器の一つの座を電気冷蔵庫が長期間にわたり占めていた。経済発展により所得水準の増加によって耐久消費財の需要が増える。その時に家庭内で増える家電のアイテムの一つが電気冷蔵庫であろう。

1994年の電気冷蔵庫の輸出額の順位はアメリカ、ドイツ、韓国、タイ、日本などの順になっていた。図9から見られるように、タイの電気冷蔵庫のRCA指数は基準値の1以上で比較優位を保っていた。フィリピンを除いて他の東南アジアの電気冷蔵庫のRCA指数は増加傾向を示している。日本とアジアNIEsの電気冷蔵庫のRCA指数のうち、韓国は上昇、日本、香港、シンガポールと台湾は停滞または低下の動向を示していた。アメリカの電気冷蔵庫のRCA指数は上昇、他の欧州諸国のそのRCA指数は停滞または低下を示していた。ちなみに、電気冷蔵庫のRCA指数（1994年）の順位は韓国（4.81）、タイ（4.38）、アメリカ（1.58）、ドイツ（1.17）などの順になっていた。

（4）電気洗濯機

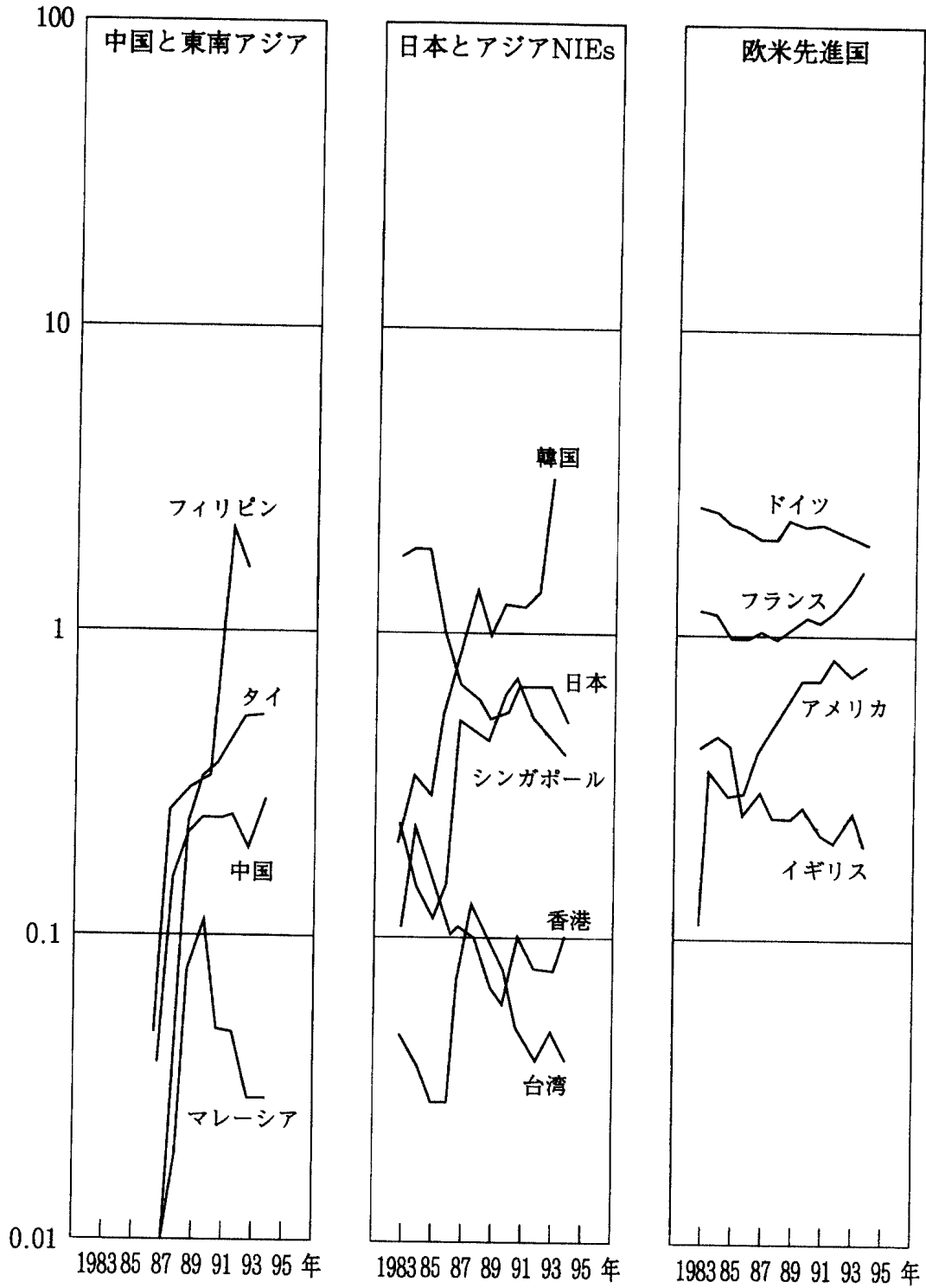
経済水準が豊かになり、家庭内の耐久消費財も増え続ける。特に女性の社会進出に伴って、電気洗濯機もその中の重要なアイテムになりつつある。「三種の神器」は国別と時代別によって変化するが、恐らく電気洗濯機はその中

図9 電気冷蔵庫輸出競争力のRCA指数分析(1983~94年)



(出所) 表1に同じ。

図10 電気洗濯機輸出競争力のRCA指数分析 (1983~94年)



(出所) 表1に同じ。

の1つのアイテムとして長い間その座を占めるだろう。

電気洗濯機の輸出額の順位はドイツ、アメリカ、フランス、日本、韓国などになっている。図10から見られるように、フィリピンの電気洗濯機のRCA指数は基準値の1以上の比較優位を保っていた。タイと中国のそれは比較劣位であるが、基準値の1に接近している。韓国の電気洗濯機のRCA指数は基準値の1以上の比較優位、日本のそれは比較優位から比較劣位に逆転、他のアジアNIEsは比較劣位に位置していた。ドイツとフランスの電気洗濯機のRCA指数は基準値の1以上の比較優位、アメリカとイギリスのそれは比較劣位に位置していた。

電気洗濯機のRCA指数(1994年)の順位は韓国(2.00)、ドイツ(1.93)、フランス(1.63)などの順になっていた。

(5) 電気掃除機

電気掃除機も家庭内の重要電化製品である。電気掃除機における輸出額(1994年)の順位はアメリカ、ドイツ、香港、イギリス、フランスなどの順になっていた。

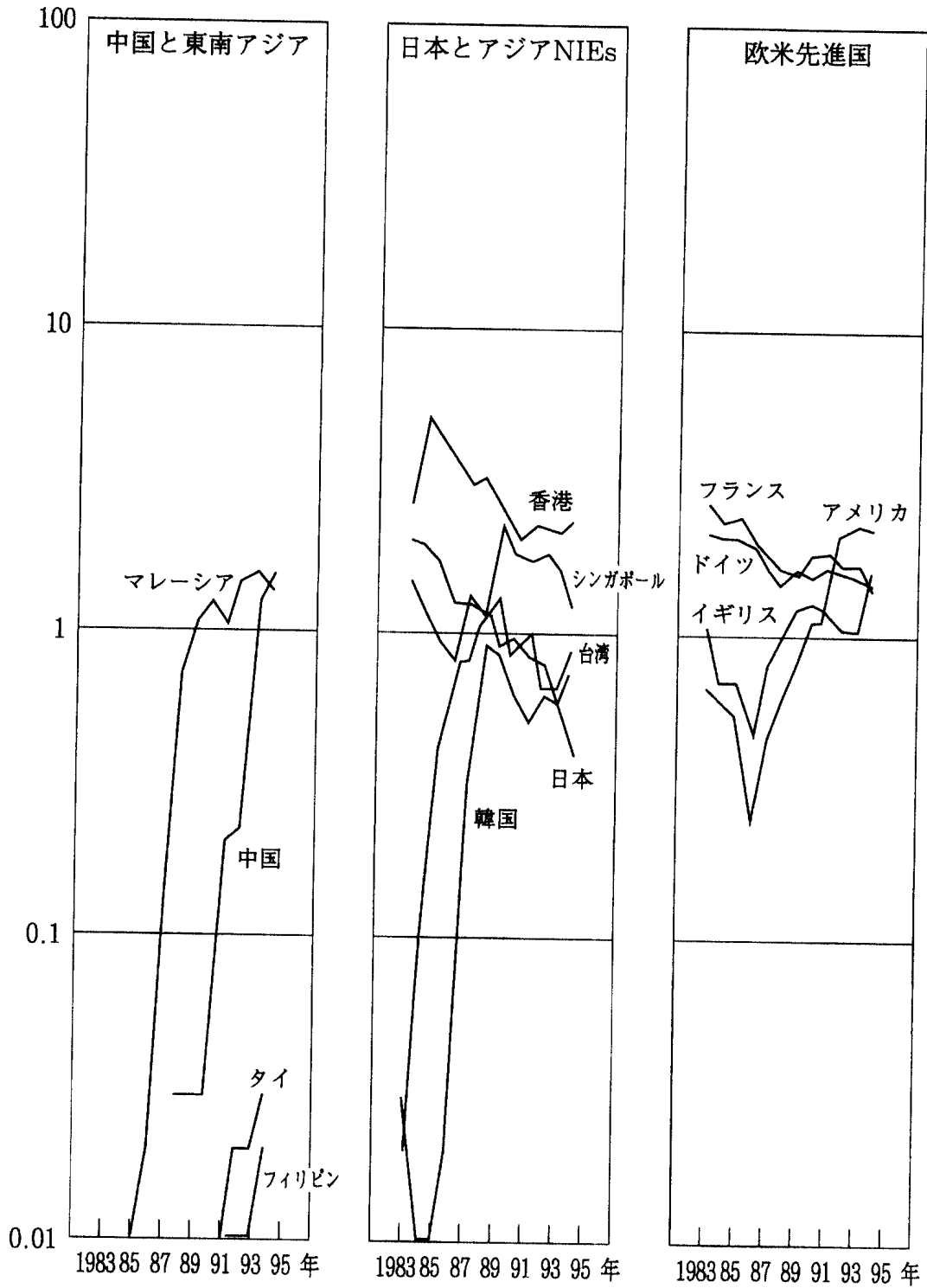
電気掃除機のRCA指数のうち、マレーシアと中国のそれは上昇し、比較劣位から比較優位に転換した(図11)。そして、日本とアジアNIEsの電気掃除機のRCA指数のうち、香港、シンガポールは比較優位、台湾と日本は比較優位から比較劣位に逆転し、韓国は比較劣位に位置していた。欧米先進国の電気掃除機のRCA指数は比較優位に位置していた。そのうち、アメリカとイギリスの電気掃除機のRCA指数は上昇、他の欧州諸国のその指数は低下を示している。電気掃除機のRCA指数(1994年)の順位は、香港(2.37)、イギリス(1.65)、中国(1.54)、ドイツ(1.48)、マレーシア(1.33)などになっていた。

(6) アイロン

次にアイロンを分析する。アイロンは伝統的・労働集約的製品のひとつである。しかし、アイロンに多機能化の追加によって、成長産業になることもありうる。1994年のアイロンの輸出額の順位はシンガポール、フランス、香港、ドイツ、中国、マレーシアなどの順になっていた。

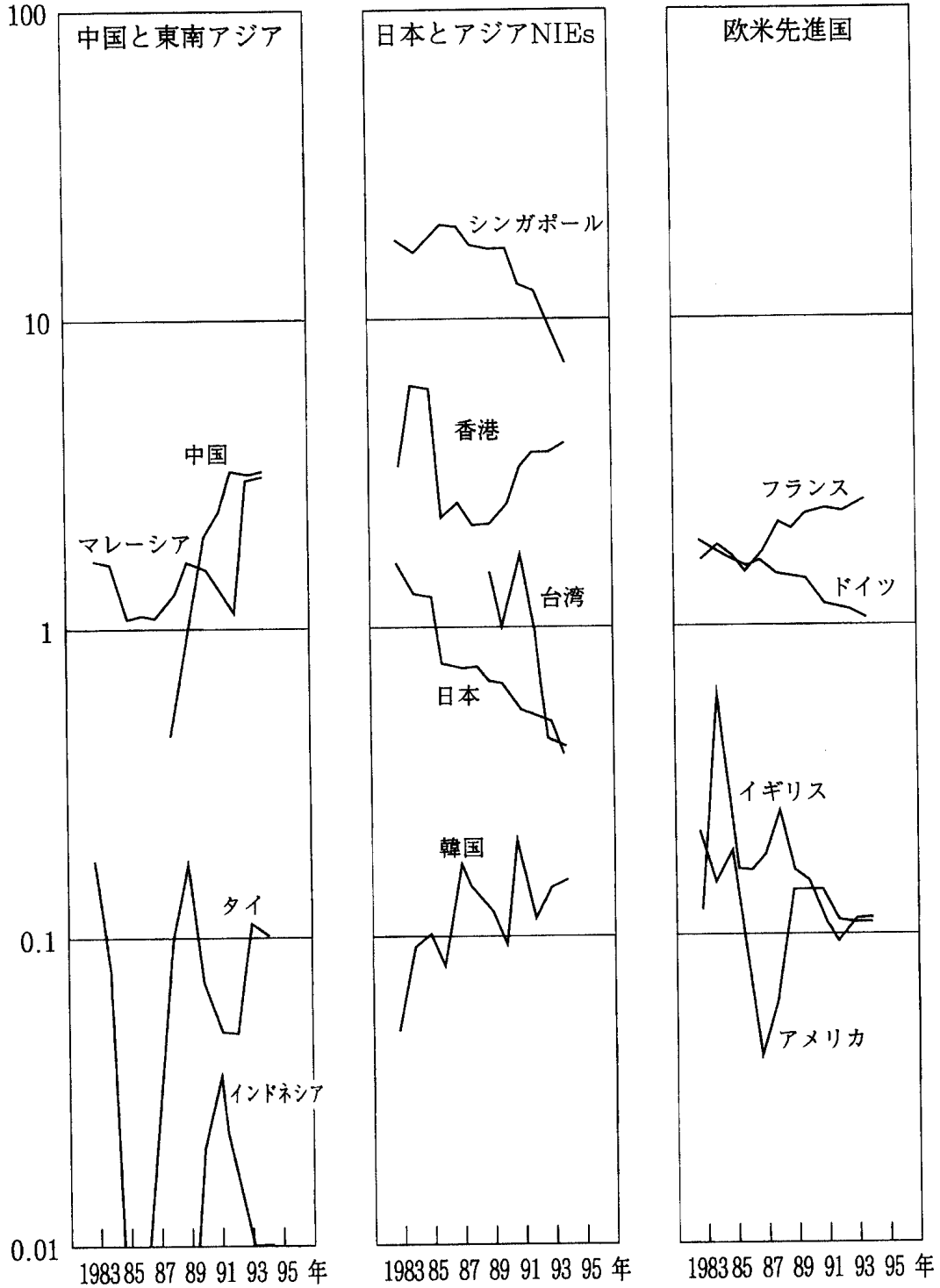
図12によると、アイロンのRCA指数のうち中国、マレーシア、シンガポ

図11 電気掃除機輸出競争力のRCA指数分析 (1983~94年)



(出所) 表1に同じ。

図12 アイロン輸出競争力のRCA指数分析(1983~94年)



(出所) 表1に同じ。

ール、香港、フランスとドイツのそれは基準値の1よりも高く、比較優位になっていた。シンガポールとドイツのアイロンのRCA指数は比較優位になっていたが、低下傾向を示していた。一方、日本と台湾のアイロンのRCA指数は比較優位から比較劣位に逆転した。アイロンのRCA指数（1994年）の順位はシンガポール（7.00）、香港（3.88）、中国（3.25）、マレーシア（3.12）、フランス（2.56）などとなっていた。

(7) ヘアードライヤー

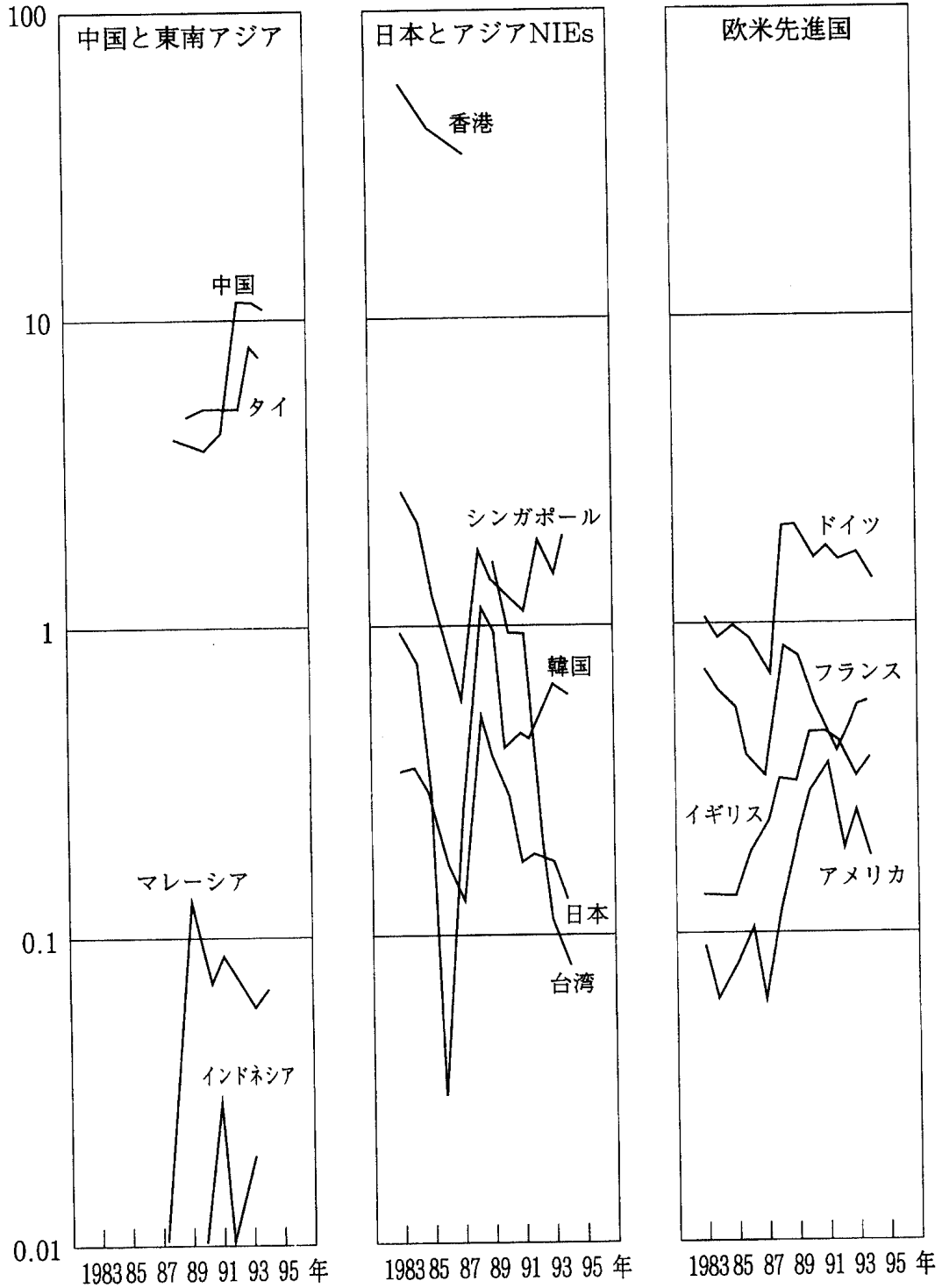
続いて、ヘアードライヤーを観察する。ヘアードライヤーはアイロンと同じように伝統的で、労働集約的製品のひとつであろう。しかし、ヘアードライヤーに他の機能を追加することによって付加価値も増加するだろう。ヘアードライヤーの輸出額（1994年）の順位は中国、ドイツ、タイ、シンガポール、フランスなどとなっていた。

ヘアードライヤーのRCA指数（1994年）のうち、中国、タイ、シンガポール、ドイツは基準値の1を超え、比較優位を示していた(図13)。中国とタイのヘアードライヤーのRCA指数は急速に上昇、香港と台湾のそれは急速に低下が対照的に観察された。これは香港と台湾の海外直接投資によって、生産基地を国内から海外へとシフトしたことを意味する。つまりこの数年間のうちに、ヘアードライヤーにおけるプロダクト・サイクル理論の成長局面はアジアNIEsから中国・東南アジアの一部の国に移行したこと。同時に、アジアNIEsのヘアードライヤーは成長局面から次第に成熟・衰退局面へと移行したことを意味する。ヘアードライヤーのRCA指数（1994年）の順位は中国（10.88）、タイ（7.58）、シンガポール（1.93）、ドイツ（1.35）などとなっていた。

(8) 電気かみそり

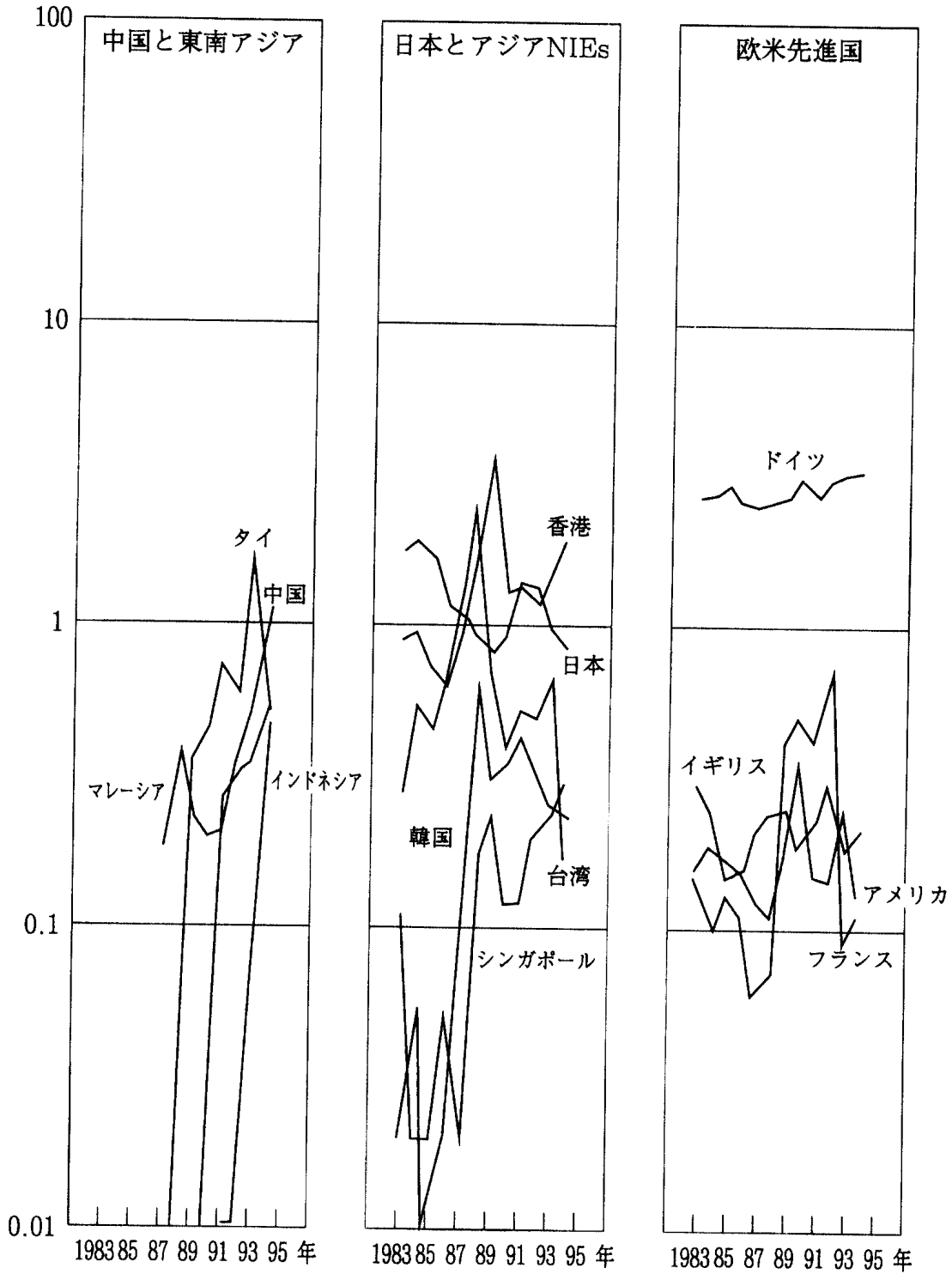
電気かみそりの輸出額（1994年）の順位はドイツ、日本、香港、中国、アメリカになっていた。ドイツの電気かみそりが多額の輸出額を保っていたのは、ブラウンなど銘柄ブランドが優れた製品を製造していたことによる。したがって、電気かみそりのRCA指数分析による重層的追跡過程の軌跡からドイツは無関係のまま、独自の比較優位を保っていたことが観察される(図14)。つまり、電気かみそりの高級品はドイツ製、日本製、アメリカ製、その

図13 ヘアードライヤー輸出競争力のRCA指数分析(1983~94年)



(出所) 表1に同じ。

図14 電気かみそり輸出競争力のRCA指数分析 (1983~94年)



(出所) 表1に同じ。

普及品は香港製と中国製という「棲み分け的」生産分業の構図が観察される。電気かみそりのRCA指数のうち、タイは短い期間に比較優位に転換したあと再び比較劣位に逆転した。そして、中国は比較劣位から急速な勢いで比較優位に転換した。香港の電気かみそりのRCA指数は比較優位、日本と他のアジアNIEsのそれは比較劣位に位置した。ドイツの電気かみそりのRCA指数は基準値の1以上で大変強い比較優位が観察される。そして、他の欧米先進国のそのRCA指数は比較劣位に位置していた。電気かみそりのRCA指数(1994年)の順位はドイツ(3.34)、香港(1.83)、中国(1.10)などとなっていた。

(次の号につづく)

【謝辞】 筆者は1996年7月から97年7月まで1年間、九州産業大学国外研修の機会を得ることができました。貴重な経験の機会を与えていただいた九州産業大学の関係者の皆様に、感謝の意を申し上げます。また、研修先で訪問研究員として受け入れていただいたアメリカ・ハーバード大学フェアバック東アジア研究センターの皆様にも感謝申し上げます。特に、研究センター所長のエズラ・F・ヴォーゲル(Ezra F.Vogel)教授、訪問研究員を引受け研究上多くの示唆をいただき、歴史学部長と東アジア学術協会会長もつとめたキルビー(William Kirby)教授、講義への出席を快諾された経済学部のパーキンス(Dwight H.Perkins)教授、モデュシ(Jonathan J.Morduch)教授、ゴールドイン(Claudia Goldin)教授、ハーバード国際開発研究所のラデレット(Steven C.Radelet)研究員、それに医学部の莊明哲(Ming T.Tsuang)教授、李国鼎講座の蕭慶倫(William C.Hsiao)教授など多くの方々にも謝意を表します。なお、本論文は平成8年度九州産業大学国外研修の成果の一部である。