

東南アジアにおけるテキスタイル&アパレル 産業のダイナミックス：予備的分析枠組み

ESHO, Hideki / 絵所, 秀紀

(出版者 / Publisher)

法政大学経済学部学会

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

経済志林 / The Hosei University Economic Review

(巻 / Volume)

81

(号 / Number)

2・3・4

(開始ページ / Start Page)

239

(終了ページ / End Page)

315

(発行年 / Year)

2014-03-31

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00009703>

東南アジアにおけるテキスタイル& アパレル産業のダイナミックス — 予備的分析枠組み —

絵 所 秀 紀

はじめに

世界経済を牽引するダイナミックなセンターの一つとして、日本を中軸としたアジア経済圏が台頭して久しい。ところが1990年代以降になると、この地域の経済の牽引車として、日本を陵駕する勢いで、中国がめきめきと台頭してきた。さらに長い間「アジアの彼方」に放置されていたインドも「ダイナミック・アジア経済圏」の一環に組み込まれるようになった。ダイナミック・アジア経済圏はその広さと深さの両面において、進化を遂げつつある。

本研究は、ダイナミック・アジア経済圏における「競争と補完」関係分析の一環である。具体的には、東南アジア地域のテキスタイル&アパレル産業¹⁾に焦点をあてて、産業・企業レベルでの「競争と補完」関係分析の対象とする。

1) 本稿では、アパレル (apparel) 産業はガーメント (garment) 産業あるいはクロージング (clothing) 産業と同義で使用する。

1. なぜ、テキスタイル&アパレル産業なのか

伊丹+伊丹研究室（2001）が世に問うた名著のタイトルは『日本の繊維産業—なぜ、これほど弱くなってしまったのか』である。長期的な視点から、日本の繊維産業の国際競争力弱体化の原因を明らかにし、今後の展望を示した研究である。この研究では、日本の繊維産業は、「リーディング産業から衰退産業へ（栄光から凋落へ）」の道をたどった事例としてとりあげられている。この研究が示唆したように、日本の繊維産業は今では「忘れられた産業」であり、おおかたの研究者の関心を惹くこともなくなった。韓国の繊維産業も台湾の繊維産業も、日本と同じような道をたどっているように見える。ところが、アジア各国を歩いてみると、日本をはじめ韓国や台湾のテキスタイル&アパレル企業は決して死に絶えたわけではないことがわかる。わが国企業の中でも、とくに存在感を際立たせているのは、ユニクロの小売店舗展開である。2013年8月31日時点でのユニクロの海外店舗総数は446であるが、このうちアジアでの店舗数は424と全体の95%強を占めている。その内訳は、中国225、韓国105、台湾37、香港18、シンガポール12、マレーシア、タイがそれぞれ10、フィリピン6、インドネシア1、である²⁾。一方、合繊繊維の雄東レや帝人も中国、韓国、タイ、マレーシア、インドネシア各国で、生産拠点を築いている。アジア経済圏という枠組みで見ると、日本のテキスタイル&アパレル企業は多様な生き残り戦略を展開している。

一方、中国やインドをはじめ多くのアジア諸国にとってテキスタイル&アパレル産業は、今なお雇用創出と外貨獲得の両面においてきわめて重要な産業である。現地の企業も続々と育ってきており、海外への展開を進めている企業も数多く見られる。繊維産業における競争はますます激化している。本研究の目的の一つは、東南アジアという場における、各国のテキ

2) Fast Retailing Co. Ltd (<http://www.fastretailing.com> 2013年10月23日アクセス)。店舗総数は1,299店舗、うち国内が853店舗、海外が446店舗である。

ルタイル&アパレル企業の競争の様相を追跡することである。

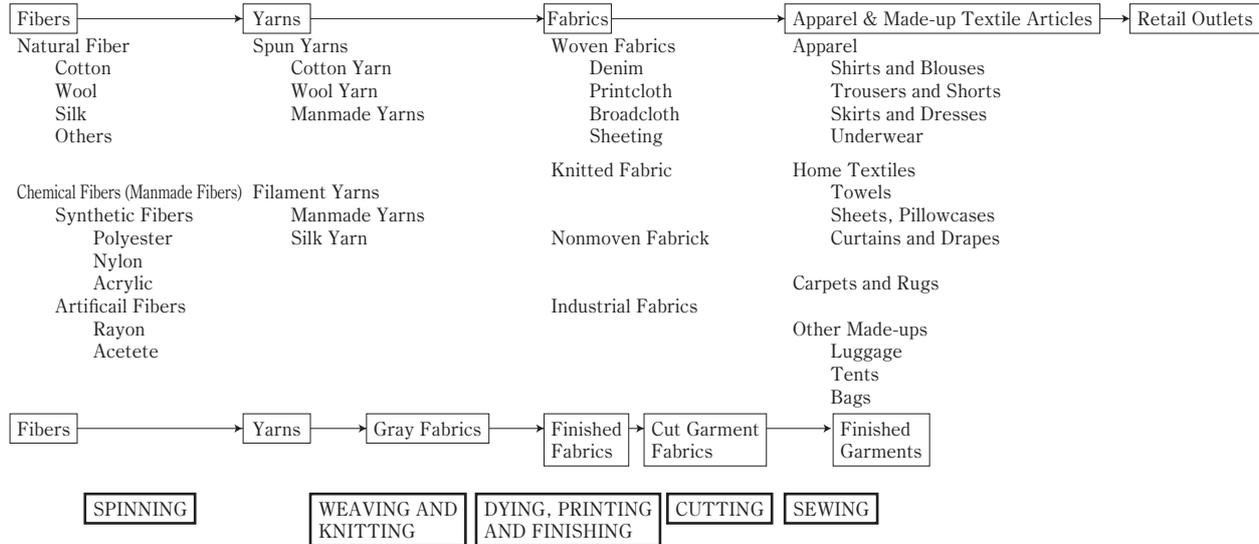
ところで、一口に「繊維産業」といっても、つかみどころのないほどの産業は幅広い分野にまたがっている。まずは、そのサプライチェーンの全体像を示しておこう。

「テキスタイル製造業者とアパレル生産者は異なった経済世界に住んでいる」(Gereffi 1994) とジェレフィは表現している。テキスタイル産業とアパレル産業はファイバー（原糸）の生産から小売（消費）までという一連のサプライチェーンを形成する2つの不可分の産業であるが、その性格は大いに異なっている。テキスタイル製造業企業の大半は、紡績部門（spinning）と織布部門（weaving）を抱えた、大規模かつ資本集約的な企業である。主要なテキスタイル製造業者は布地（woven fabrics）をさまざまな最終製品に仕上げている。これに対し、アパレル産業の担い手の大半は小規模で労働集約的な工場によって特徴づけられる。2つの異質の産業が、一個の巨大なサプライチェーンを形成している点に広義での繊維産業の特徴がある。いわば、広義での繊維産業とは一個の産業複合体である。

図1は、この産業複合体のサプライチェーンをあらわしたものである。この図に従って、小売店に至るまでの繊維製品の流れを概観しておこう。繊維は、天然繊維と化学繊維に分けられる。天然繊維には綿花、羊毛、絹、麻などがある。綿花や麻は植物繊維、羊毛や絹は動物繊維である。綿花や羊毛は短繊維（ステープル）であり、糸に加工するためには撚りをかけてつなぎ合わせる必要がある。この工程は紡績（spinning）と呼ばれる。できあがった製品は紡績糸（スパンヤーン）と呼ばれる。これに対し、絹は長繊維（フィラメント）である。化学繊維（chemical fiber/manmade fiber）

3) 本稿では合成繊維のサプライチェーンを中心に考察を進める。第二次大戦後の東南アジア繊維産業は綿あるいは羊毛の紡績から合成繊維へと転換し、現在では合成繊維が繊維産業の中核を担っているためである（ただし中国、インド、パキスタンは綿紡績が盛んであり、また東南アジアではインドネシアが無視できないほど綿紡績が盛んであるので、別個の考察が必要である）。綿紡績あるいは羊毛紡績を担っている企業は、必ずしも資本集約的かつ大規模な企業とは限らない。

図1 テキスタイル&アパレル産業の流れ



出所：USITC (2004): pp.1-2, 1-15.

は再生繊維と合成繊維に分類される。再生繊維(artificial fiber/regenerated fiber)は植物の主成分であるセルロースを溶解し繊維に再生させたもので、レーヨンが代表的なものである。またセルロースに化学薬品を結合させたものは半合成繊維と呼ばれ、アセテートが代表的なものである。合成繊維(synthetic fiber)は石油を原料として得られるナフサをベースに化学処理したもので、ポリエステル、ナイロン、アクリルが3大合成繊維である。化学繊維はステープル(スパンヤーン)にもフィラメントヤーンにもなる。化学繊維の中で生産量が最も高いのはポリエステル繊維である。ポリエステル繊維は、主に高純度テレフタル酸(PTA)とエチレングリコールから作られる(村松 2006: 第2章, 一見 1995)。

ヤーン(糸)は織られたり、編まれたりする。前者の工程は織布(ウイーピング)、後者の工程は編立(ニットイング)と呼ばれる。ニット製造業には、ニット生地を作ることと、最終製品を編むことの双方が含まれる。ニット製造業の8-9割は最終製品の生産である(伊丹+伊丹研究室2001: 88)。織布・編立工程を経た製品は布地(ファブリック)と呼ばれる。織物(woven fabric)、編物(knitted fabric)、不織布、工業用ファブリックに分類される。この状態の布地はグレイファブリックと呼ばれる。グレイファブリックは、染色、プリンティング(捺染)、仕上加工されてアパレル用の生地となる。その後カッティング、縫製、トリミングされて様々なアパレル製品になる。産業の川上を担っているのは、繊維素材業界(化学繊維・紡績メーカー)、産業の川中(染色、織布、編立)を担っているのはテキスタイル業界、そして川下を担っているのは商品企画や縫製を担っているアパレル業界である。

2. グローバル産業としてのアパレル産業—GVCアプローチ—

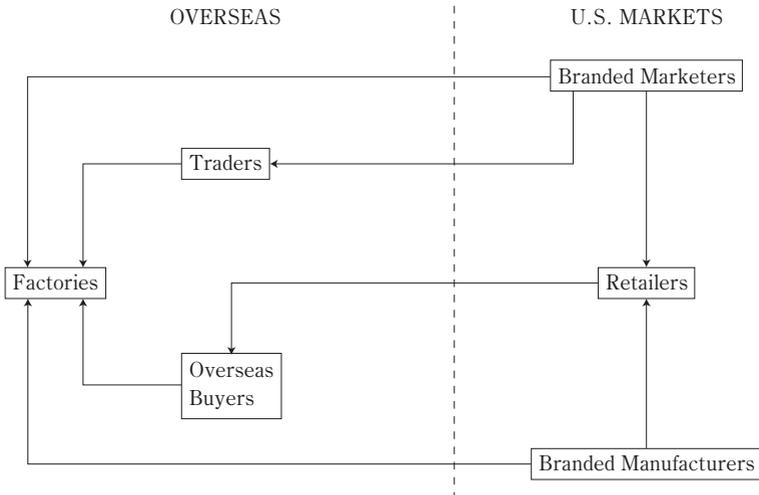
アパレル産業は、経済のグローバル化を典型的に代表する産業である。この点に着目して「グローバル・ヴァリューチェーン(GVC)」という概

念を用いたアパレル産業研究が進展しており、アパレル産業分析の中核的な分析枠組みとなっている。周知のように、GVC（あるいはグローバル・コモディティーチェーン：GCC）分析のパイオニアであり、かつ中心的推進者はゲリー・ジェレフィ（Gary Gereffi）である⁴⁾。本節では、まずジェレフィの議論を紹介する。

ジェレフィはGCCを2つの類型に大別した。一つは、サプライヤー・ドリブン（supplier-driven GCC：SGCC）型であり、もう一つはバイヤー・ドリブン（buyer-driven GCC：BGCC）型である。ジェレフィによると、前者SGCCは大規模な多国籍製造業者が（前方連関および後方連関を含む）生産ネットワークをコーディネートする上で中心的な役割を果たす形態である。自動車、航空機、コンピュータ、半導体、重機械などに代表される資本・技術集約的な産業である。一方、後者（BGCC）は、大規模な小売業者、ブランドを所有している商業資本（branded marketer）、あるいはブランドを所有している製造業者が、（典型的には第三世界に立地する）さまざまな輸出国において分権化した生産ネットワークを設立する上で枢軸的な役割を果たす形態である。こうした「取引主導型工業化」（trade-led industrialization）の型は、衣料、履物、玩具、民生用電子機器、そしてさまざまな手工芸品といった労働集約的な消費財産業で支配的である。生産は、外国のバイヤーの仕様にあわせた最終財を製造する第三世界のコントラクターの「階層をなしたネットワーク」（tiered networks）によって行わ

4) ジェレフィは、初期の論文では、GVCではなくGCC（Global Commodity Chain）という概念を使用していた（Gereffi 1994a; Appelbaum and Gereffi 1994b; Gereffi 1999）。ジェレフィたちによると、GCCは「付加価値連鎖という概念を産業のグローバルな組織に直接結びつけるもの」であった。「しかしGCC分析枠組みは、近年の研究が発見したさまざまなネットワークの形態を適切に特定しなかった」として、GCCをさらに発展させた概念としてGVCを使用することになったと説明している。GVC概念によって、「付加価値連鎖のガバナンス」の諸類型分析が可能になったといえる（Gereffi, Humphrey, and Sturgeon 2005）。これに対し、社会学者のベアーは、GCCからGVCへと転換したことによって、当初GCCが含んでいた世界システム分析の精神が失われ、より経済学的で各産業を対象にしたメソ・レベルでの分析と産業のアップグレーディングを個別企業レベルでの分析へと限定し、それらが埋め込まれている現代世界資本主義の不平等な社会的開発のダイナミズム分析を背景に押しやると批判している（Bair 2005）。

図2 バイヤードリブン・コモディティーチェーン



出所：Gereffi 1999.

れると論じた (Gereffi 1999) (図2 参照)。

SGCCはいわば伝統的なGCCであって、多国籍企業論あるいは外国直接投資論にとって中核となる事例であった。ジェレフィの研究の新しさは、生産主体の研究ではなく、流通主体の研究へと目を向けた点にある。BGCCの比較優位は、SGCCとは異なって主導企業 (lead firm) の製造技術力ではなく、デザイン力、マーケティング力、マーチャンダイジング力、ブランド形成力、あるいはグローバル・ソーシング戦略にある。アパレル産業は、BGCCを代表する産業として着目されたのであった。従来の多国籍企業論あるいは外国直接投資論の枠組みの中では、先進諸国におけるアパレル産業は生産技術の標準化と国内の労賃高騰によって比較優位を失った衰退産業でしかなかった。ジェレフィの研究は、こうした見解を覆す起爆力を秘めたものである。

ジェレフィのBGCC研究が可能になった背景には、アメリカに始まった小売革命がある。小売業者の需要に応じて、アメリカのアパレル産業の

様相は一変した。小売革命をもたらした主要因は情報革命である。情報革命によって消費者の需要がいち早く取り組まれることが可能になった。「リーン・リテーリング」(lean retailing)である。リーン・リテーリングはアパレル製造業のあり方を決定的に変えた。情報技術の進展を背景にした「適時縫製」(stitch in time)を可能にする制度の構築が、低コストで生産する発展途上国のアパレル製造業者に対抗する、あらたな比較優位の源泉となったのである(Abernathy, Dunlop, Hammond, and Weil 1999)⁵⁾。アメリカの小売＝アパレル産業は知識集約型産業として、生まれ変わったといえる。

ジェレフィの関心は、こうしたアメリカの小売＝アパレル革命を背景に、アパレル・コモディティチェーン(あるいはアパレル・ヴァリューチェーン)の中でアジア各国がどのようにして産業のアップグレードを達成してきたのか、という点にある。

ジェレフィによると、第二次大戦後、世界のテキスタイル&アパレル産業はその生産拠点を大きく変えながら発展してきた。戦前においては、おおむね西欧諸国と米国が生産の拠点であった。テキスタイル&アパレル産業の第1の移動の波は、1950年代から60年代初期において西欧諸国と米国から日本へという形で生じた。第2の移動の波は、日本からアジアの「ビッグ3」(すなわち、香港、台湾、韓国)への移動である。アジアのビッグ3は、1970年代から80年代にかけて世界のテキスタイル&アパレル輸出で支配的なポジションを占めた。1980年代に入ると、ビッグ3から中国へのシフトが鮮明になったが、それとともに東南アジア諸国およびスリランカへの移動も生じた。さらに1990年代になると、南アジア諸国およびラテンアメリカ諸国(カリブ海諸国)、そしてヴェトナム、カンボジア、バングラデシュが参入した。

5) アバナシーたちによると、リーン・リテーリングを構成する要素は、(1) バーコードおよびそれが依存している統一な生産コード、(2) 電子データ交換(EDI: electric data interchange)およびデータ処理、(3) 近代的な配送センター、(4) 企業をまたがる標準化、から成る(Abernathy, Dunlop, Hammond, and Weil 1999: Chapter 4)。

こうした生産拠点の移動の中で、「産業アップグレードの原型」と呼んで、ジェレフフィが最も注目したのはアジアのビッグ3（アジアNIES）のケースである。テキスタイル&アパレル産業の機能的アップグレードの経路は、表1のように概念化された（Gereffi and Frederick 2010）⁶。第1段階は、組み立て段階である。CMT（cut, make, and trim）と呼ばれる。下請け形態の一つである。生産者（サプライヤー）は、バイヤーの仕様に従って輸入された素材を縫製するだけの段階である。通常、輸出加工区に立地される。第2段階は、相手先ブランドによる生産（OEM: original equipment manufacturing）段階である。サプライヤーは縫製業務だけでなく、素材の調達および仕上、梱包まで担当する。ただしデザインとブランドはバイヤーのものである。また通常バイヤーから、使用する素材に関する指示がある。FOB（free on board）とも呼ばれる。OEMサプライヤーは、フルパッケージ・コントラクターである。第3段階は、ODM（original design manufacturing）段階である。サプライヤーはデザイン及びR&Dを含む生産段階以前のプロセスに関与するが、ブランドはバイヤーに属する。第4段階は、OBM（original brand manufacturing）段階である。サプライヤーは製造やデザインではなく、むしろ自らのブランド形成に焦点をあてる段階である。

ジェレフフィによると、アジアNIES（香港、台湾、韓国、シンガポール）は「CMT→OEM→ODM→OBM」というアップグレードの経路をたどった成功例である。その成功の要因をジェレフフィは「三角製造」（triangle manufacturing）に求めた。この仕組みは、次のようなものであった。三角製造は1970年代から80年代にかけて始まったものである。アメリカ合衆国のバイヤーたちはかつて製品を調達していた東アジアNIESの製造業者に注文を発注した。東アジアNIESの製造業者は、受注した生産の一部あるい

6) 表1で事例として掲載された国の分類に関しては、一見していくつか疑問がわく。(1) マレーシアがOBMとして分類されていること、(2) EUがODMとして分類されていること、などである。

表1 アパレル産業における機能的アップグレード

Functional Capabilities	Governance Structure	Weakness and Upgrading	Skills Acquired	Supplier Tier	Country Examples
Cut, Make, TRIM (CMT): the focus of the suppliers assemble imported inputs, following buyers' specification.	Captive or Market	Lack capital, expertise, direct access to buyers, local inputs. Process or products upgrading.	Local firms learn foreign buyers' preferences, including international standards for price, quality and delivery.	Marginal Supplier	Cambodia SSA Caribbean Vietnam
OEM (Package Contractor): the supplier takes on a broader range of tangible, manufacturing-related functions, such as sourcing inputs and inbound logistics in addition to production.	Captive or Market	Lack design capabilities and strong managerial and technical skills.	Production expertise increases over time and spreads across different activities. Suppliers learn the up and downstream segment of the chain from buyers. Can lead to substantial backward linkages in the domestic economy	Preferred Supplier	Bangladesh Indonesia
If the ability to codify transactions increases and supplier competences remain high, degree of explicit coordination decreases.	Modular	Functional upgrading to logistics and coordination		Niche Supplier	Sri Lanka Mexico
ODM (Full Package Provider): supplier carries out part of the pre-production processes including design or R&D		Lack direct access to foreign consumers and marketing skills.	Innovative skills related to new product development.	Strategic Supplier	Turkey EU India China
If in collaboration with buyer	Relational	Functional and product upgrading			
If buyer attaches its brand to a product designed by the supplier	Captive or Modular				
OBM (Service Providers): supplier acquires post-production capabilities and is able to fully develop products under its own brand names.		Knowledge upgrading	Innovative skills related to marketing and consumer research.	Coordination and Foreign Investors	Hong Kong South Korea Taiwan Singapore Malaysia
If maintains relationship with and develops brands with buyer	Relational	Functional upgrading			
If no longer relies on buyer for any functions and establishes own distribution channels	Lead Firm	Channel and functional upgrading			

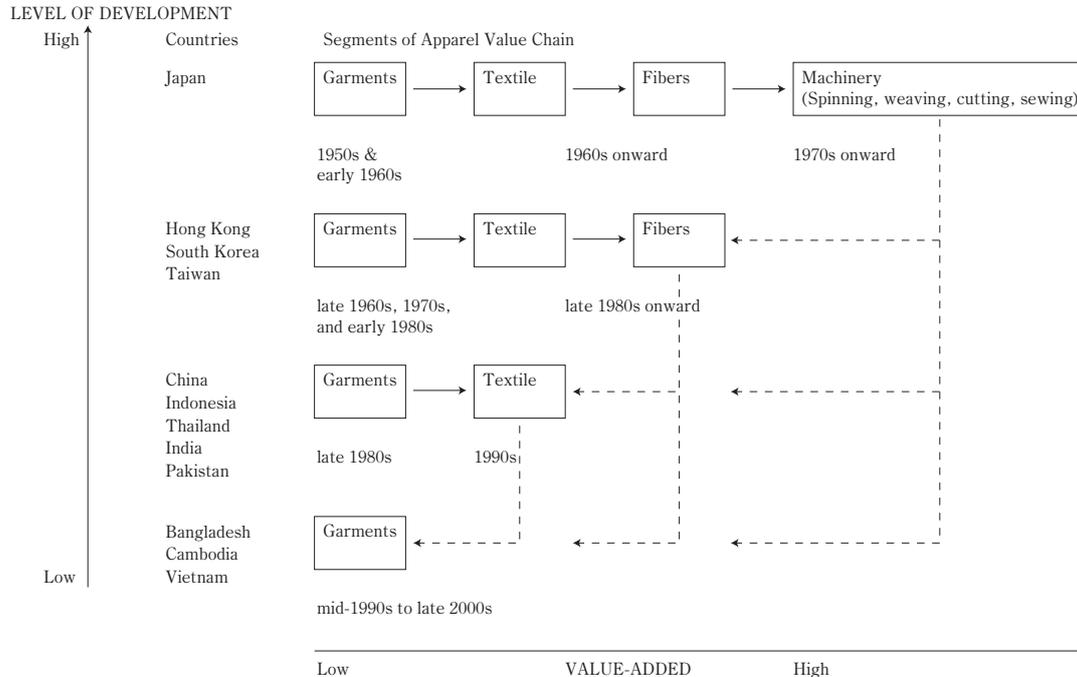
Source: Gereffi and Frederick 2010: Table 7, Table A-5..

は全部を低賃金国（すなわち、中国、インドネシア、ヴェトナム）のオフショアの関連工場へと振り向けた。最終製品は、多国間繊維協定（MFA: Multi Fibre Agreement）の下でのアメリカ合衆国のクォータ（割り当て）の下で、直接バイヤーに船積みされた、というものである。この仕組みの下で、東アジアNIESはBGCCの中で「仲介業者」としての地位を確立した。やがて、仲介業者として能力を高めた韓国と香港の企業は、製造能力をデザインと自らのブランドによる販売に統合することに成功した。OBMへのアップグレードである。東アジアNIESが産業アップグレードする上で、多国間繊維協定（MFA）が果たした役割は大きい。これがジェレフフィの説明である。

ジェレフフィは、CMTからOBMへとアップグレードするという図式（第1図式）をさらに拡大して、図3のようなアジア経済圏の中での繊維産業全体のアップグレードを図式化して提示している（第2図式）。それによると、アジア経済圏の中で発展段階の最も高い日本は、①アパレルからテキスタイルへ、②テキスタイルからファイバーへ、そして③ファイバーから繊維機械へとアップグレードした事例である。日本の次に発展段階の高い香港、韓国、台湾は、①アパレルからテキスタイルへ、そして②テキスタイルからファイバーへとアップグレードした事例である。これら諸国に次ぐ発展段階にある中国、インドネシア、タイ、インド、パキстанは、①アパレルからテキスタイルへとアップグレードした事例である。そして発展段階の最も低いバングラデシュ、カンボジア、ヴェトナムは、①のアパレル段階にある事例である。こうした産業順位は、アパレルに近づくほど労働集約度が高く、逆に繊維機械に近づくほど資本集約度が高いことに対応している、と説明されている（Gereffi and Frederick 2010）。

一見して明らかなように、ジェレフフィの仮説は一種の歴史的発展段階説である。しかし詳細に検討してみると、彼が提出した2つの図式には、双方とも事実とそぐわないかなりの無理がある。以下、ジェレフフィが提出した2つの図式を念頭に置きながら、アジア諸国のテキスタイル&アパ

図3：東アジアにおけるアパレルヴァリューチェーンのアップグレード



注：直線は一国内での生産・輸出能力の順序を，破線は国際間での貿易および外国直接投資の流れを示す。

出所：Gereffi and Frederick 2010: Figure A-3.

レル産業の発展経路と現状を検討してみたい。

3. 東南アジア3カ国（フィリピン、マレーシア、タイ）のテキスタイル&アパレル産業

(1) アジア各国におけるテキスタイル&アパレル産業の位置づけ

表2は、2006年—2011年にかけての主要アジア諸国のテキスタイル（ファイバー、ヤーン、ファブリック）の輸出入額の推移を示したものである。輸出項目を見ると、中国が他国の追随をゆるさないほど圧倒的である。2011年時点で中国のテキスタイル輸出額は944億ドル強と世界全体のテキスタイル輸出額の32.2%を占めている。中国に大きく水をあけられて2位以下は、インド（150億ドル）、韓国（124億ドル）、香港（113億ドル）、台湾（110億ドル）となっている。このうち香港は自国内にテキスタイル製造工場がなく再輸出であるので、世界の主要テキスタイル生産国は中国、インド、韓国、台湾であり、ついでパキスタン（91億ドル）、日本（80億ドル）である。また2006年から2011年にかけての輸出の伸び率を見ると、最も伸び率が高かったのはヴェトナムで11億ドルから38億ドルへと3.5倍、ついで中国が487億ドルから944億ドルへと1.9倍、インドが89億ドルから150億ドルへと1.7倍となっている。一方輸入項目を見ると、輸入額の大きい順に中国（189億ドル）、香港（110億ドル）、日本（92億ドル）、ヴェトナム（87億ドル）となっている。また輸入の伸び率が最も高かったのはインドネシアで7億ドルから57億ドルへと8.1倍になった。ついで輸入額の伸び率が高かったのはバングラデシュで15億ドルから56億ドルへと3.7倍に、ヴェトナムが40億ドルから87億ドルへと2.2倍に、カンボジアが12億ドルから24億ドルへと2.0倍に、となっている。

表3は、2006年—2011年にかけての主要アジア諸国のアパレル（衣類、アクセサリ、その他二次製品）の輸出入の推移を見たものである。輸出項目を見ると、テキスタイル同様アパレルでも中国が他国の追随を許さず圧

表2 アジア主要国におけるテキスタイルの輸出入額
(単位:100万USドル)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
輸出						
World Total	220,367	241,335	248,407	209,820	250,652	293,552
Japan	6,934	7,102	7,340	6,109	7,086	8,035
South Korea	10,110	10,373	10,371	9,155	10,968	12,369
Taiwan	9,780	9,732	9,253	7,891	9,753	11,016
China	48,678	56,025	65,367	59,824	76,900	94,411
Hong Kong	13,910	13,417	12,256	9,976	11,307	11,283
Indonesia	3,614	3,829	3,675	3,208	4,150	4,791
Malaysia	1,437	1,470	1,549	1,359	1,671	2,036
Thailand	2,873	3,114	3,211	3,002	3,761	4,072
Vietnam	1,058	1,321	1,563	2,009	2,660	3,772
India	8,909	9,812	10,372	9,111	12,872	15,016
Pakistan	7,469	7,371	7,186	6,510	7,848	9,082
Bangladesh	1,494	884	1,090	886	1,263	1,590
輸入						
World Total	220,367	241,335	248,407	209,820	250,652	293,552
Japan	6,176	6,297	6,925	6,742	7,196	9,195
South Korea	3,909	4,140	4,112	3,536	4,833	5,658
China	16,358	16,645	16,289	14,945	17,667	18,901
Hong Kong	13,975	13,559	12,313	9,964	11,265	11,049
Indonesia	730	785	3,262	2,802	4,236	5,654
Thailand	2,059	2,160	2,444	1,913	2,672	2,982
Vietnam	3,988	5,139	5,703	5,469	5,992	8,674
Cambodia	1,202	1,350	1,472	1,293	1,808	2,444
India	1,972	2,247	2,386	2,262	2,693	3,395
Bangladesh	1,538	1,206	1,546	3,639	5,009	5,562
Sri Lanka	1,540	1,607	1,694	1,438	1,723	2,230

出所:日本化学繊維協会 2013, p. 196, 日本化学繊維協会 2014, p.196.

倒的である。2011年における中国のアパレル輸出額は1,538億ドルで、世界全体のアパレル輸出額の37.3%を占めている。中国に大きく水をあけられて2位以下は、香港(245億ドル)、バングラデシュ(199億ドル)、インド(144億ドル)、ヴェトナム(132億ドル)、インドネシア(80億ドル)とな

表3 アジア主要国におけるアパレルの輸出入額
(単位:100万USドル)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
輸出						
世界全体	309,142	347,059	363,621	315,516	351,464	412,457
Japan	485	523	591	484	531	595
South Korea	2,183	1,914	1,741	1,396	1,610	1,840
China	95,379	115,516	120,405	107,264	129,838	153,774
Hong Kong	28,391	28,765	27,908	22,826	24,049	24,505
Indonesia	5,760	5,870	6,285	5,915	6,820	8,045
Malaysia	2,842	3,159	3,624	3,126	3,880	4,567
Philippines	2,624	2,294	1,979	1,534	1,764	1,402
Singapore	1,985	1,779	1,557	1,045	1,764	1,190
Thailand	4,247	4,073	4,241	3,724	4,300	4,561
Vietnam	5,579	7,400	8,724	8,540	10,839	13,154
Cambodia	2,517	2,851	3,014	2,441	3,041	4,051
India	9,499	9,932	10,968	12,005	11,246	14,365
Pakistan	3,907	3,806	3,906	3,357	3,930	4,550
Bangladesh	8,318	8,855	10,920	12,525	15,660	19,939
Sri Lanka	3,046	3,272	3,437	3,265	3,491	4,211
輸入						
世界全体	309,142	347,059	363,621	315,516	351,464	412,457
Japan	23,831	23,997	25,793	25,552	26,867	32,934
South Korea	3,744	4,318	4,223	3,379	4,443	6,111
Taiwan	1,223	1,118	1,176	1,010	1,194	1,530
China	1,724	1,976	2,282	1,842	2,513	4,012
Hong Kong	18,852	19,149	18,546	15,508	16,645	17,248
Singapore	2,497	2,428	2,224	1,698	1,960	2,338

出所:日本化学繊維協会 2013, p.197, 日本化学繊維協会 2014, p.197.

っている。このうち香港は再輸出中心であるので例外である。また2006年から2011年にかけての輸出の伸び率を見ると、高い順にバングラデシュ(83億ドルから199億ドルへと2.4倍)、ヴェトナム(56億ドルから132億ドルへと2.4倍)、中国(954億ドルから1538億ドルへと1.6倍)、カンボジア(25億ドルから41億ドルへと1.6倍)、インド(95億ドルから144億ドルへと1.5倍)、インドネシア(58億ドルから80億ドルへと1.4倍)となっている。こ

れとは対象的に、韓国、フィリピン、シンガポールのアパレル輸出額は絶対的に減少している。一方輸入項目を見ると、輸入額が圧倒的なのは日本で329億ドルである。ついで香港の172億ドル、韓国の61億ドルであるが、香港の場合はそのほとんどが再輸出である。

表4はアジア各国のテキスタイルとアパレルの輸出入額を示したものである。2006年と2011年とを比較している。貿易収支の項目を見ると、アジア各国はいくつかのグループに分類することができる。2011年で比較すると、(1) テキスタイルもアパレルも黒字の国（中国、香港、タイ、マレーシア、インド、パキスタン）、(2) テキスタイルは黒字であるがアパレルは赤字の国（韓国、台湾）、(3) テキスタイルは赤字であるがアパレルは黒字の国（インドネシア、ヴェトナム、フィリピン、カンボジア、ミャンマー、ラオス、バングラデシュ、スリランカ）、そして(4) テキスタイルもアパレルも赤字の国（日本、シンガポール）である。2006年と2011年の2時点と比較するとこの構図が変化した国は、日本（テキスタイルが黒字から赤字に）、香港（テキスタイルが赤字から黒字に）、インドネシア（テキスタイルが黒字から赤字に）に限られている。また(2)の韓国、台湾はいずれ(1)の日本の型に近づくものと推測される。一方、(3)のインドネシア、ヴェトナム、フィリピン、カンボジア、ミャンマー、ラオス、バングラデシュ、スリランカは糸や布地を輸入して、それを縫製加工するという形態をとったアパレル生産拠点としての位置づけが強化されていることがわかる。最後に、フィリピンとシンガポールはテキスタイルもアパレルも貿易額そのものが縮小しており、例外的な事例である。とくにフィリピンの貿易額の減少は顕著であり、テキスタイル産業もアパレル産業も国際競争力を喪失しているだけでなく、産業そのものが衰退していることを示している。フィリピンとは対照的に、タイとマレーシアは両国ともテキスタイルもアパレルも貿易黒字を記録しており、東南アジアで最もバランスのとれた2カ国である。

以下、長い繊維産業の歴史を持つアジアの中所得国タイ、マレーシア、

表4 アジア主要国のテキスタイル&アパレル貿易

(単位：億USドル)

		2006年			2011年		
		輸出	輸入	貿易収支	輸出	輸入	貿易収支
日本	テキスタイル	69.3	61.8	7.6	80.4	92.0	-11.6
	アパレル	48.5	238.3	-233.5	6.0	329.3	-323.3
	合計	117.8	300.1	-225.9	86.4	421.3	-334.9
韓国	テキスタイル	101.1	39.1	62.0	123.7	56.6	67.1
	アパレル	21.8	37.4	-15.6	18.4	61.1	-42.7
	合計	122.9	76.5	46.4	142.1	117.7	24.4
台湾	テキスタイル				115.0	18.9	96.1
	アパレル				12.2	16.8	-4.6
	合計				127.2	35.7	91.5
中国	テキスタイル	486.8	163.6	323.2	944.1	189.0	925.2
	アパレル	953.8	17.2	936.6	1537.7	40.1	149.8
	合計	1440.6	180.8	1259.8	2481.8	229.1	225.3
香港	テキスタイル	139.1	139.8	-0.7	112.8	110.5	2.3
	アパレル	283.9	188.5	95.4	245.1	172.5	72.6
	合計	423.0	328.3	94.7	357.9	283.0	74.9
インドネシア	テキスタイル	36.1	8.1	28.0	47.9	56.5	-8.6
	アパレル	57.8	0.9	56.9	80.5	4.2	76.3
	合計	93.7	9.1	84.6	128.4	60.7	67.7
タイ	テキスタイル	28.7	20.6	8.1	40.7	29.8	10.9
	アパレル	42.5	2.8	39.7	45.6	6.1	39.5
	合計	71.2	23.4	47.8	86.3	36.0	50.3
マレーシア	テキスタイル	14.4	10.6	3.8	20.4	14.7	5.7
	アパレル	28.4	3.6	24.8	45.7	6.9	38.8
	合計	42.8	14.2	28.6	66.0	21.6	44.4
ベトナム	テキスタイル	10.8	39.9	-29.1	37.7	87.0	-49.3
	アパレル	55.8	2.7	53.1	131.5	5.3	126.2
	合計	66.4	42.6	23.8	169.2	92.3	76.9
フィリピン	テキスタイル	2.4	12.4	-10.0	1.8	8.1	-6.3
	アパレル	26.2	1.0	25.2	14.0	2.1	11.9
	合計	28.8	13.5	15.3	15.9	10.3	5.6
シンガポール	テキスタイル	9.1	11.0	-1.9	8.5	11.5	-3.0
	アパレル	19.8	25.0	-5.2	11.9	23.4	-11.5
	合計	29.0	36.0	-7.0	20.4	34.9	-14.5
カンボジア	テキスタイル	0.3	11.3	-11.0	0.3	21.5	-21.2
	アパレル	33.2	0.9	32.3	40.0	0.9	39.1
	合計	33.6	12.2	21.4	40.2	22.4	17.8
ミャンマー	テキスタイル	0.1	3.3	-0.8	0.1	6.4	-6.3
	アパレル	4.0	0.3	3.7	9.4	0.1	9.3
	合計	4.1	3.5	0.6	8.6	6.5	2.1
ラオス	テキスタイル	0.0	0.9	-0.9			
	アパレル	2.0	0.1	1.9			
	合計	2.0	1.0	1.0			
インド	テキスタイル	89.1	20.1	69.0	153.4	34.0	119.4
	アパレル	94.2	0.9	93.3	146.7	3.6	143.1
	合計	183.5	21.0	162.5	300.1	37.6	262.5
パキスタン	テキスタイル	74.7	5.5	69.2	90.8	12.5	78.3
	アパレル	39.1	0.3	38.8	45.5	0.9	44.6
	合計	113.8	5.8	108.0	136.3	13.3	123.0
バングラデシュ	テキスタイル	7.3	27.5	-20.2	15.9	55.6	-39.7
	アパレル	105.2	0.5	77.1	192.1	2.0	190.1
	合計	112.5	28.1	87.4	208.0	57.7	150.3
スリランカ	テキスタイル	1.4	14.2	-12.8	2.0	22.3	-20.3
	アパレル	34.9	1.0	33.9	42.1	1.6	40.5
	合計	36.4	15.3	21.1	44.1	23.9	20.2

出所：日本化学繊維協会 2013, pp.196, 197, 249, 259; 日本化学繊維協会 2014, pp.196, 197, 226, 249, 259.

フィリピン3カ国の状況を概観しておこう⁷⁾。

(2) フィリピンのテキスタイル&アパレル産業

フィリピンのテキスタイル・アパレル産業についてはロザリнда・オフレンネオ (Ofreneo 1994) およびレネ・オフレンネオの研究が導きの糸となる (Ofreneo 2009; Ofreneo 2012)。これらの研究が示しているように、1950年代に最初の外資の波が訪れた。その大半は刺繍産業に従事する米国企業であった。第2の外資の波は、1970年代初頭に起こった。マルコス大統領の統治下で投資局(BOI: Board of Investment)によって外資優遇措置が採用された。1970年代中葉に第3の波が訪れた。輸出加工区 (EPZs) への投資である。大半の企業は、日本、台湾、韓国、香港からの「クォータ・レフュジー (quota refugees)」であった。米国のアパレル製品輸出割り当て措置 (クォータ) から逃れるために、フィリピンへと投資した企業である。フィリピンから輸出された製品は米国ではフィリピン産として認定されたため、これら外資系企業はフィリピンのクォータを利用することができた。外資系企業に対して、数多くの優遇措置が与えられた (税制優遇措置、外資所有比率に対する制限撤廃、外国人労働者の雇用許可、外貨配分および信用配分面での優遇措置、輸出入手続きの簡素化等)。その結果、1980年代にはフィリピンのアパレル産業は外貨獲得産業としての位置を確立し、雇用も拡大した。このように、フィリピンのアパレル産業の第1の特徴は、多国間繊維協定 (MFA) の下で発展したことである。フィリピンは割り当てられたクォータを充足することができず、米国クォータの1-28%、EECクォータの4-66%が未充足であった。この間隙をぬって「クォータ・レフュジー」が参入した。彼らは、アパレル投資家=輸出業者として登録された。フィリピンのアパレル産業は、米国のクォータ割り当て制度への過度の依存によって発展したのである。第2の特徴は、多層な下請け構造によ

7) 2013年度に訪問できた3カ国である。タイとマレーシアは2013年9月に、フィリピンは同年11月に訪問した。

って支えられていることである。外国の依頼主からの注文を受けたマニラの輸出業者は地方の製造業者あるいは代理店に下請けに出す。彼らはさらに下請けに出し、ついには農村の家計へとたどり着く。その結果、たとえば米国のデパートにおいて15ドルで販売されているドレスの場合、縫製に従事している農村女性が得る賃金はその1%にも満たないと報告されている (Rosalinda Ofreneo 1994: p. 163)。海外の主要バイヤー (発注者) はおもにウォルマート、J・C・ペニー、Kマート、シアーズローバック等米国の大手小売資本であった (藤森 2000)。第3の特徴は、機械、設備、原材料、デザインを輸入に依存して発展したことである。外資は低賃金を求めフィリピンに投資したので、技術移転は生じることはなかった。そして第4の特徴は、国内市場向けアパレル産業と輸出向けアパレル産業との間に、労働者を別にすると、ほとんど関連がなかったことである (野原 1989)。

アパレル産業が輸出志向産業として位置づけられたのとは対照的に、テキスタイル産業は輸入代替産業として位置づけられた。ピーク時の1970年代後半には36社にのぼる統合ミルおよび200社にのぼる非統合ミルを抱え、雇用数は20万人にのぼった (Ofreneo 2009)。しかし、テキスタイル産業は輸入依存的で、原材料となる綿花および合成繊維といった上流の産業を育成することがなかった。タイやインドネシアと大きく異なる点である。またすべての機械、部品、化学製品が輸入された。この空白を埋めるべく、1968年に合繊繊維 (ポリエステル) 分野で日本の帝人との合弁でフィリピン合成繊維会社 (Filipinas Synthetic Fiber Corporation) が設立され、1971年からポリエステル系の生産が開始された⁸⁾。同社は高関税に守られて独占的な地位を維持していたが、フィリピンには石油化学産業が欠如していたために原材料の大半を輸入に依存せざるをえず、その国内での販売価格は国際価格の20-40%も高かった (藤森 2000)。高い電力料金 (フィリピンの電力料金は、アジアでは日本に続いて高い) および外貨ローンの返済費

8) 資本所有比率は、帝人34.1%、トーメン4.9%、フィリピン現地資本61%であった (東洋経済新報社『海外進出企業総覧1983年』p. 136)。

用があいまって財務が悪化し、1983年には帝人は撤退した。1987年に会社名をフィルシン・コーポレーションと改名した。1989年には台湾のファースタン・テキスタイル社との合弁企業となった。しかし、1995年の輸入自由化措置に伴いテキスタイル産業は過剰設備を抱えこむことになり、1998年についに倒産するに至った (<http://www.filsyncorp.com/about-us.html>)。フィルシン社の事例が示すように、フィリピンのテキスタイル企業は安価で良質なファブリック（布地）を輸出向け衣料部門に提供することができなかった。1980年代に設立され、テキスタイル業界を牽引してきたリットンミルズ（Litton Mills Ltd）もソリッドミルズ（Solid Development Corporation）も倒産し、現在ではその姿はない（Ofreneo 2012: 86; Habaradas 2008: p.13）。

アパレル産業が輸出志向産業として形成されたとき、国内のテキスタイル産業に対する需要は弱体化しはじめていた。第1に、アパレル製品に対する国内需要は既製服市場へと転換しはじめ、アパレル輸出業者自身が国内市場への主要な供給者となってきた。第2に、テキスタイル産業とアパレル産業との連関がほとんど形成されなかった。勃興しつつあったアパレル産業は「再輸出製造業」に従事することが認可され、その結果アパレル輸出業者は海外から無関税でファブリックやその他の投入財を輸入することが可能になった。第3に輸出加工区内に設置された保税倉庫（CBWs: custom-bonded warehouse）あるいは民間工業団地内に設置された保税倉庫製造業工場（BWMUs: bonded warehousing manufacturing units）に、アパレル輸出業者によって蓄えられた輸入服地、糸、原材料は、最終的に国内市場へと販路を見出した。

今日、大手のテキスタイル企業で唯一生き延びている企業は、インドとフィリピンの合弁企業であるインドフィル・テキスタイル社（Indo Phil Textile Mills, Inc.）だけである。フィリピン最大のテキスタイル工場を持っている。テキスタイル産業に従事する企業は、2000年代には30社未満にまで減少し、紡績、職布、ニット、染色・仕上といった基本的なオ

ペレーションを行う大規模な「統合ミル」はインドフィル社を例外として消滅してしまっただ。インドフィル社はインドのアディティヤ・ビルラグループの企業である。インドフィル社は当グループのグローバル生産連鎖の一環として位置づけられており、姉妹企業から必要な原材料等を輸入することができたため生き延びることができた。生産開始は1975年であり、紡錘数15,500、年産3,000トン、雇用者は500名であった。現在では年産25,560トン、雇用者数1,500名にまで成長した。自前の発電装置を持っている。また1990年にインドフィル・アクリル製造業会社（Indo Phil Acrylic Manufacturing Corp.）を、1993年にはインドフィル綿織物会社（Indo Phil Cotton Mills, Inc.）を設立した。製品の約30%は、米国、カナダ、トルコ、ヨーロッパ、南米、韓国、台湾、ロシア、ケニア、マレーシア等に輸出されている（<http://www.adityabirla.com/businesses/Profile/Indo-Phil-Group-of-companies>）。しかしフィリピンのテキスタイル企業の生産規模はマレーシア、タイ、インドネシアと比較すると、あまりにも小さい。

MFAは2005年1月に撤廃された。MFAの撤廃は、フィリピンのアパレル産業の死滅をもたらすものと予測されていた。MFA時代にも既に多くのアパレル製造企業が倒産し、また低賃金を求めて中国、インドシナ諸国（ヴェトナム、カンボジア、ラオス）、バングラデシュへの製造拠点の移転が生じており、フィリピンのアパレル産業は明らかに国際競争力を喪失していたためである。ちなみに、1995年時点で、アパレル産業の時間当たり賃金は、フィリピン0.72米ドルに対し、ヴェトナム0.29米ドル、中国0.25米ドル、そしてバングラデシュ0.20米ドルであった。しかし実際には、MFA撤廃後もフィリピンのアパレル産業は死滅することなく、2001-04年にかけての輸出額はクオータ時代の1996年-99年と変わらない（Ofreneo 2009: 549）。オフレネオはその要因としてブランド品生産への転換を指摘している。オフレネオによると、かつてのように「大企業一下請け一家内工業」制度から、より小さい、しかし近代的な衛星企業への転換が生じている。換言すれば、ローエンドのマスマーケット向けの生産からブランド品の生

産、すなわちより高付加価値でより労働集約的でない生産へのシフトである。ギャップ、アンテラー、リズ・クレイボーン、ポロ・ラルフローレンといったブランド品が生産されている。ポロを始めブランド品の生産を担っているフィリピンの代表的な企業は、ルエンタイ (Luen Thai) である。ルエンタイは現在フィリピン最大の雇用数を誇る企業であり、最大のアパレル製造業者である。ルエンタイは、アジア全域にわたって事業を行っている香港に拠点を置く企業である。国際的なネットワークを使って、「デザインから特定小売店への納品まで」を担う企業である。フィリピンでの生産は、「リーン・マニュファクチャリングとモジュラーラインをもったリーン構造」として位置付けられている。しかし、「問題は、すべての衣料生産者がブランド品の生産に従事しているわけではない」ということであり、その結果2000年代中葉のフィリピンのアパレル産業は「成長しつつあると同時に死滅しつつある」と、オフレネオは論じている。

前述したように、フィリピンのアパレル産業は、輸出加工区 (EPZs) への外資導入をベースにして、1980年代には外貨獲得産業としての位置を確立した。ロザリнда・オフレネオによると、1991年時点で4つあった輸出加工区のうち、バターン輸出加工区に12社、マクタン輸出加工区に6社、バギオ輸出加工区に2社、キャピテ輸出加工区に21社の合計41社のアパレル企業があった。このうち20社はフィリピンの多数株式所有企業であった。残りは外資多数株式所有企業で、その内訳は韓国企業10社、日本企業6社、米国、ドイツ、香港の企業が各2社、英国、スイス、インドの企業が各1社であった (Ofreneo 1994: p. 168)。

1995年にフィリピン政府は既存の輸出加工区を再編して拡張し、さらなる外資誘致を目指してフィリピン経済区庁 (PEZA: Philippine Economic Zone Authority) を新設した⁹⁾。2013年時点で稼動している経済特区 (Economic Zone) の数は277にのぼっている¹⁰⁾ (<http://www.peza.gov.ph>)。製造業の場合70%以上を輸出する製造業者、組み立て業者、加工事業者に対して、法人税、関税等の免除措置がある。PEZA経済特区に入居してい

るアパレル企業数は、2013年7月31時点では111社にのぼっている。その内訳を見ると、最も多いのは韓国企業で47社にのぼっている。ついで日本企業16社、台湾企業14社、中国企業4社（うち1社は日本企業との合弁）となっている¹¹⁾。またフィリピン企業は22社であり、このうち韓国との合弁企業4社、中国との合弁企業3社、日本との合弁企業1社、日本・中国との合弁企業1社である。また米国との合弁企業が1社ある。ここから明らかのように、フィリピンに投資している外資系企業の大半は、韓国、日本、台湾、中国といった東アジア諸国の企業である。とくに注目されるのは、まだ数の上ではたいしたことはないが、中国企業がフィリピンに進出しはじめていることである。この中には、中国に進出した日本企業も含まれると推測される。中国での労賃上昇をきらって、中国からフィリピンへと工場を移転している様子が推測される。対照的に、欧米系企業の存在感はほとんどない（米国3社、英国4社、ドイツ4社、スイス1社、イタリア1社、フランス1社）。

外資系輸出志向企業としてもっとも注目されるのは、オフレネオが着目したルエンタイ（聯泰）である。ルエンタイ（Luen Thai Holdings Limited）は、香港を拠点とする企業である。カジュアルウエア、ファッションアパレル、セーター、ライフスタイルアパレル（女性用高級ファッションアパレル）、アクセサリ（バッグ、靴）を、中国やフィリピン、インドネシア、カンボジア、ヴェトナムで生産あるいはアウトソーシングしている。

-
- 9) フィリピンにはPEZAのほかにも、数多くの投資優遇策がある。最大のものは、投資委員会（BOI: Board of Investment）によるもので、毎年発表される投資優先計画（IPP）で指定された分野に投資する企業に対し各種優遇措置が与えられる。一定の条件を満たせば、外資系企業にも適用される。この他にも、クラーク開発公社、スービック湾首都圏庁、ザンボアンガ特別経済区庁、カガヤン経済区庁、オーロラ特別経済区庁、パターン自由湾経済特区庁が、それぞれ外資に対して優遇措置を講じている（http://www/jetro.go.jp/world/asia/ph/invest_01/）。
- 10) その内訳は、農産物加工工業経済特区18、ITパーク/センター187、製造業経済特区65、医療ツーリズムパーク/センター2、ツーリズム経済特区17、である。
- 11) ただし、PEZAに登録されているアパレル関連の日系企業16社は、一社として東洋経済新報社の『海外企業進出総覧』には記載されていない。なおPEZAに登録されている日系企業の総数は718社にのぼっている。

フィリピンでの生産は、総生産の20%を占めている (<http://www.businesspapers.org/garments-industryessay.html>)。自らの企業特性を「多製品製造とアウトソーシングとを併せ持つハイブリッドモデル」 (<http://www2.luenthai.com>) と特徴づけている。また米国に販売・デザインオフィス（ニューヨーク）とオペレーションセンター（ニュージャージー）を構えている。ルエンタイが生産拠点として中国と並んで重視しているのがフィリピンである。フィリピンにはアパレル製造企業3社（Golden Dragon Apparel Inc., L&T International Group Philippines Inc., Yuen Thai Philippines, Inc.）、バッグ製造企業2社（D' Luxe Bags Philippines, Inc., Desit Top Bags Philippines Inc.）、靴製造企業1社（Boast, Inc.）、物流企業1社（CTSI Logistics Philippines, Inc.）、オフィス1社（Luen Thai Makati Office）の全8社を展開している。2012年末におけるグループ全体の雇用者数は33,000人にのぼっている。OEM供給者である（Luen Thai Holdings Limited, *Annual Report 2012*; pp. 5-6）。

このように輸出志向の外資を中心とするアパレル製造企業がフィリピンで増加している点と並んで、もう一つ注目されるのは、自らのブランドをもったフィリピン国産のファーストファッション小売企業（SPA）¹²⁾ が台頭してきたことである。ベンチ（Bench）、ペンショップ（Penshoppe）、バヨ（Bayo, 女性服）、ジンジャースナップス（Gingersnaps, 子供服）¹³⁾ といったフィリピン国産のブランドが育ってきた。最大のブランドは、スーヤン・コーポレーション（Suyen Corporation）が展開するベンチである。

12) SPAとは“specialty store of private label apparel”の略である。ギャップの会長フィッシャーが自らの会社を特徴づけたものである。日本では「製造小売業（SPA）」と呼びならわされてきた（山崎 2010, p.124）。以下本稿でも自社ブランド製品だけを販売するファーストファッション小売業をSPAと略記する。

13) ジンジャースナップスは子供服および妊婦服を手がけるファッション小売業者である。設立は1994年で、2012年時点でフィリピン国内では、35ブティックに加え25のデパートメントストアにコーナーを構えている。また海外での展開も積極的である。マレーシア4店舗、インドネシア14店舗、サウジアラビア13店舗、シンガポール7店舗、タイ17店舗、UAE 5店舗、となっている (<http://gingersnaps.com.ph>)。

ベンチは1987年男性用Tシャツを販売する小売店から出発した。場所はマニラ・マカティ地区のSMデパートメントストアであった。現在では、Tシャツやポロシャツに加え、女性用衣服、下着、化粧品、家庭用品、スナック、その他ライフスタイル商品を取り扱っている。ベンチをはじめとする17のローカル・ブランドだけでなく、アルド (Aldo) やアメリカン・イーグル・アウトフィッターズ (American Eagle Outfitters), コットンオン (Cotton On) を始め32にのぼる外国のフランチャイズ・ブランドも手がけている (<http://www.philstar.com/business/2013/08/12/107941>)。2013年9月時点で国内に678店舗、中国に72店舗を展開している (『日本経済新聞』2013年9月16日)。このほかにも、米国 (サンフランシスコ: 2005年, ロスアンジェルス: 2007年), 中東諸国 (サウジアラビア: 1994年, クエート: 1995年, リアド: 2007年, バーレーン: 2007年, ドバイ: 2007年) に店舗を構えている (<http://www.dealies.ph/bench-philippines>)。「ベンチ」というブランド名は創始者のベン・チャン (Ben Chan) からとったものである。中国系フィリピン人である。彼の両親は1940年代に中国の福建省からフィリピンに移住した。著名なエンドーサーを起用し、ファッションショーや巨大な広告掲示板に力を注ぎ、あっという間にフィリピン最大のファッション小売業者へと駆け上った。2013年7月には、マニラのボニファシオ・シティに24階建てのベンチタワーを建設し、本社を移転した (<http://www/lifestyle.inquirer.net/112475/benchi^tower-naiiyak-ako-ben>)。

スーヤン・コーポレーションと並んで注目されているのは、ゴールデンABC社 (Golden ABC, Inc.: GABC) である。セブを拠点に伸張してきたファッション小売業者である。設立は1986年である。フィリピン国内に600店舗以上、海外では中東諸国、インドネシアで店舗を展開している。インドネシアの事業はインドネシア最大のライフスタイル小売業者であるミトラ・アディ・ペルカサ (Mitra Adi Perkasa: MPA) をパートナーとしたもので、現在ジャカルタに2店舗を展開しているが、向後10年の間に150店舗まで拡大する予定とされている (<http://business.inquirer.net/111483>)。

ペンショップ, オキシジェン (Oxigen), フォーミー (ForMe), メモ (Memo), レガッタ (Regatta), テイラー (Tyler) の6つのブランドを持っている。既製の生産, デザインから小売までをカバーしている。フィリピン小売業者の中で最初にバーコードおよび電子データ処理技術を導入した企業である (<http://www.memofashion.com/golden-abc>)。創始者のバーニー・リウ (Barnie Liu) も中国系フィリピン人である。両親は中国からの移住者である。リウはセブのサンカルロ大学で建築学および美術を学んだ。1991年にマニラ・マカティ地区に店舗を開設し, ナショナル・ブランドとしての地位を確立した。2008年には直販会社レッドロゴ (Red Logo) を子会社として設立した。中間層の増加によって支えられたアパレル消費市場の拡大を反映した企業の事例である。マニラには, ザラ (Zara), マンゴ (Mango), ゲス (Guess), リズクレイボーン (Liz Claiborne) をはじめ世界各国のファーストファッション小売業店舗がフィリピンに出店している。日本からも1989年にワコール (販売のみ), 2010年に良品計画 (無印良品)¹⁴⁾, 2012年にファーストリテーリング (ユニクロ)¹⁵⁾ が, それぞれマニラに進出している。

(3) マレーシアのテキスタイル&アパレル産業

マレーシアのテキスタイル&アパレル産業については, まずはロシアの論文を手がかりにして, その発展を概観しておこう (Rasiah 1993; Rasiah 2009)。マレーシアのテキスタイル&アパレル産業は, MFAのクォータと低賃金を利用して1960年代末から1990年代にかけて輸出産業として伸長してきた。しかし2000年代に入ると中国およびアジアの低所得国の追い上げによって縮小しはじめ, 2004年末のMFAクォータの廃止によって一層の

14) フィリピン小売大手スタン傘下のストアーズスペシャリストとのライセンス契約による進出である。2012年末までに5店舗を開設した (国際協力銀行 2013: 50ページ)。

15) フィリピン小売最大のSMリテールとの合併会社設立。ファーストリテーリングの出資比率は75%である。2012年末で2店舗ある (国際協力銀行 2013: 50ページ)。

縮小を余儀なくされている。1950年代は輸入代替産業として位置づけられていたが、1960年代になると早くも国内市場が飽和し、停滞を余儀なくされた。そのため政府は1968年に投資インセンティブ法（Investment Incentives Act）を制定し、輸出志向産業への転換を進めた。1972年に自由貿易区（Free Trade Zones）を開設し、輸出志向企業のマレーシアへの移転を促進した。初期の輸出志向活動は、東レ（1971年設立）や鐘紡（1975年設立）といった日本のテキスタイル企業に集中していた。その目的はクオータ特典を利用して第三国市場へと輸出することであった。1981-85年にかけてマレーシア政府は開発政策を転換し、重工業化を推進した。しかし1986年にリングットを切り下げ、また投資促進法（Promotion of Investment Act）および第一次工業マスタープランを策定し、第二次輸出志向工業化に乗り出した。1985年のプラザ合意による円および「アジアの虎」諸国の通貨切り上げによってマレーシアに大量の外資が流入した¹⁶⁾。台湾、香港、シンガポールのアパレルおよびニット業者がマレーシアに生産拠点を移転したためである。その結果、外資系企業のシェアは年々高まった。末廣が整理したデータによると、1987年時点で払込資本総額のうち外資が占める割合は、紡績・職布・染色部門では36.6%、アパレル製品部門では47.6%であった（末廣 1990）。外資系企業は親会社からのサポートによって、グローバル・ヴァリューチェーンと洗練された技術を得ることができたが、他方補完的な産業（原材料、コンピュータ制御機械・設備）が十分に育たなかったために、2000年以降になると現地企業の衰退傾向が顕著になった。1980年代後半に、東レはペンファイバー（Penfibre）およびペンファブリック（Penfabric）での生産を開始した。1990年代に、政府は労働力不足を解消し、輸出競争力を維持することを目的として、大量の外国人労働者の雇用を許可した。しかし、テキスタイル&アパレル部門の雇用は、イ

16) 同様の現象はタイ、インドネシアでも生じた。韓国・台湾・香港のアパレルメーカーは自国の対ドル為替レートの切り上げと賃金上昇によって国際競争力を失い、マレーシアだけでなくタイ、インドネシアにも輸出向け製造拠点を移転した（末廣 1990）。

インドネシアやバングラデシュからの低賃金労働者の流入にもかかわらず、縮小しつづけた。生産コストの上昇とMFAクオータの廃止によって、マレーシア系企業も外資系企業もより低賃金の立地を求めて、生産拠点の外国へ移転へと駆り立てられた。1990年代においては、マレーシア企業の主要な移転先はカンボジアであった。2005年の固定為替レートの廃止に伴い、リングギットが上昇し、その結果リーン製造技術の導入が促進され、マレーシア国内および東南アジア諸国をターゲットとしたブランドの形成が促進された。

ロシアの論文が指摘しているように、現在のマレーシアのテキスタイル・アパレル産業は、(1) 外国人低賃金労働者の雇用¹⁷⁾、(2) 近隣の低賃金諸国への生産拠点の移転、(3) 高度技術の導入、(4) ハイエンド製品への転換とブランドの形成、といった4つの対応策を講じている。タイのテキスタイル&アパレル産業も同様の対応を迫られている。

フィリピンと比較すると、マレーシアのテキスタイル部門ははるかに発達している。その嚆矢となったのは、1971年にマレーシアに拠点を構えた日本の東レのペン・グループである。東レ=ペン・グループのマレーシア事業に着目した末廣は、その理由として、(1) 連邦政府が最初にペナンに自由貿易区を造成した際(1971年)、進出した輸出指向企業の代表的な企業である、(2) 70年代に、日本企業が多国籍的事業展開をアジアにおいて試みた最初の事例である、(3) マレーシア繊維産業に占める比重が圧倒的である、の3点を挙げた。ペンファイバー (Penfibre Sdn. Bhd.)、ペンテックス (Pentex Sdn. Bhd.)、ウーダード・テキスタイル (Woodard Textile Mills Sdn. Bhd.)、ペントレイ (Pentley Sdn. Bhd.)、ペンファブリック (Penfabric Sdn. Bhd.) の5社を展開し、ポリエステル短繊維の独占的製造に加えて、紡績、織布、仕上・染色加工をカヴァーする一貫生産体制を整えた。もともとは香港のTALグループ、伊藤忠、丸紅との合弁であったが、

17) クリニス (Crisis 2010) は、マレーシアの衣料部門に雇用されている外国人労働者の実態調査に基づいた貴重な報告である。また、(War on Want 2012.) をも参照。

1984年に東レはペン・グループの傘下企業の全株式を取得し、一元的支配の下に置いた（末廣 1990）。2013年時点で、東レのマレーシアでの事業は、マレーシア事業の統括を担当すると東レインダストリーズ（Toray Industries (Malaysia) Sdn. Bhd.）の下に、ペンファブリック社、ペンファイバー社、TBPR社（Toray BASF PBT Resin Sdn. Bhd）、TMP社（Toray Plastics (Malaysia) Sdn. Bhd.）の合計5社がある。このうち繊維関連企業はペンファブリックとペンファイバーの2社である。ペンファイバーはステープルファイバー重合製系のほかに、ポリエステル・チップおよびフィルムを製造・販売している。雇用者数は183名であり、製品の85%が輸出されている。輸出先は、中国、インド、ヨーロッパ、南アメリカ、東南アジアである（MTMA 2013）。一方、ペンファブリックは、全部で4つの工場を持っており、ポリエステルおよび綿の紡績・織布・染色・プリント加工・ギンガム（先染布）、アパレル（作業着）を製造・販売している。製品の90%はシンガポール、香港、ヨーロッパ、台湾、米国に輸出されており、わずかな部分が国内の輸出志向アパレル製造業者に販売されている。雇用者数は1,930名である（MTMA 2013）。また2010年にはポリエステルファイバー業務を拡大するために、バングラデシュにAKカーン・ペンファブリック社（AK Khan-Penfabric Co. Ltd.）を設立した（<http://www.toray.com.my/malaysia>）。長い間マレーシアのポリエステル・ステープル生産で独占的な地位を占めていたと東レグループであるが、現在ではそうではない¹⁸⁾。

現在マレーシア最大の化学繊維会社はレクロン（マレーシア）社（Recron (Malaysia) Sdn. Bhd.）である。レクロン（マレーシア）はインドのリライアンス・インダストリーズ（Reliance Industries Ltd.）の100%出資子会社である。リライアンス・インダストリーズはムケシュ・アンバーニー

18) 2013年時点で、テキスタイル（紡績・織布）部門で操業している日系企業は、東レグループのほかに東洋紡グループがあるだけである。東洋紡は、Perak Textile Mills Sdn. Bhd.（兼松繊維との合弁）、Toyobo Textile (Malaysia) Sdn. Bhd.（100%出資子会社）、Toyobo Wool (Malaysia) Sdn. Bhd.（100%出資子会社）の3社を操業している。3工場ともクアラカンサー工業団地の同一敷地内にある。製品の80%が輸出されている（東洋経済新報社 2013）。

(Mukesh D. Ambani) が率いる、インド最大の石油化学メーカーであり、世界最大のポリエステル製造企業である。化学繊維の製造はレクロン（マレーシア）に集中しており、レクロン（マレーシア）は世界最大の「ポリエステル・テキスタイル統合コンプレックス（紡績・ニット・織布・染色・仕上加工の一貫生産）」である。レクロン（マレーシア）は、1989年マレーシアに設立されていた台湾企業の華隆（Hualon）を2007年に買収して設立された企業である（<http://www.gmdu.net/corp-689325.html>）。2012年の生産能力は、ナイロン（フィラメント）36,000トン、ポリエステル（フィラメント）28万トン、ポリエステル（ステープル）65,000トンである¹⁹⁾。また布地の年産は6億メートルである。雇用者数は7,500名（うち60-70%は外国人労働者²⁰⁾）である。ニライ（Nilai）とマラッカ（Melaka）の2箇所で工場を操業している。ファイバーの90%前後、及び布地（ファブリック）の90%前後が輸出されている。輸出先は、米国、カナダ、ラテンアメリカ、中東、東南アジア、日本、韓国、中国と多岐にわたっている（MKMA 2013; MTMA 2013）。2012年には英国の大手化学メーカーBPがマレーシアのクアンタン（Kuantan）に所有していたPTA工場を買収した。レクロン（マレーシア）は従来原料のPTAをBP社から購入していたが、この買収によって原料からの一貫生産が可能となった（<http://www.thehindu.com/business/companies>）。

レクロン（マレーシア）と東レグループ（ペンファイバー、ペンファブリック）が外資系であるのに対し、テキスタイル分野でマレーシア最大の地場企業はラマテックス（Ramatex）・グループである。華人系マレーシア人（マレー族）が所有・経営するグループである。ラマテックス・グループの歴史は1976年にギンミル工業社（Gimmill Industrial Pte. Ltd.）のテキスタイル製造業者としてシンガポールに設立されたことに始まる（<http://>

19) これに対し、東レのペンファイバーの生産能力はポリエステル（ステープル）60,200トンである（日本化学繊維協会 2013: p.310）。

20) マーケティング部長R. K. チョプラ（R. K. Chopra, Head of Marketing）氏からのヒアリングによる（2013年9月12日）。

www.gimmill.com.sg)。1982年に、マレーシア南部のバトゥパハ (Batu Pahat) にギンミル工業社 (M) (Gimmill Industrial (M) Sdn) が設立され、ラマテックス・グループの誕生となった。その後ラマテックス・グループは垂直統合をすすめ、1989年には染色・ニットイングから紡績まで手がけるようになり、1992年には最終仕上・プリンティングまで統合するようになった。1996年2月にラマテックス・グループはクアラルンプールの株式市場に上場した。創業者であるマー家は、現在でも株式の過半 (59%) を所有している (http://www.just-style.com/analysis/malaysias-leading-light_id93004.aspx)。傘下にある主要企業は、マレーシア国内ではアパレルを製造しているフーロン社 (Fulong Sdn. Bhd.)、紡績および布地のニットイング・染色・プリンティングを担当しているラマテックス・テキスタイル工業社 (Ramatex Textiles Industrial Sdn. Bhd.)、アパレル製造業者のギンミル工業社 (Gimmill Industrial (M) Sdn. Bhd.) およびタイワー・ガーマメント工業社 (Tai Wah Garments Industry Sdn. Bhd.)、そして中国で紡績および布地のニットイング・染色・プリンティングを行っているラマテックス・インダストリーズ (蘇州) 社 (Ramatex Industrial (Suzhou) Ltd.)、シンガポールで販売を担当しているギンミル社 (Gimmill Corporation Pty. Ltd.)がある。シンガポールのギンミル社はモーリシャスで工場を操業している (Labour Resources and Research Institute 2005)。ラマテックス・グループの中心的役割を担っているのは、ラマテックス・テキスタイル工業社 (Ramatex Textiles Industrial Sdn. Bhd.) である。設立は1990年である。紡績および布地のニットイング、染色、プリンティングを行っている。雇用者数は1,800名である。製品の95%は輸出向けである。輸出先は、オーストラリア、カンボジア、中国、ドイツ、ギリシャ、エジプト、EU、香港、イタリア、インドネシア、韓国、フィリピン、台湾、タイ、米国、ヴェトナムであり、アジア諸国向けが顕著である。タイワー・ガーマメント工業社 (Tai Wah Garments Industry Sdn. Bhd.) を子会社にしてしている (MTMA 2013)。海外展開にも積極的で、中国、モーリシャ

ス、ナミビア、南アフリカに子会社を設立している。マレーシアでは3つの紡績工場、1つのニット工場、染色ハウス、プリントハウスを操業している。綿およびポリエステル・綿混紡の紡績糸を製造している。綿花は米国、アフリカ、中国から輸入している。ニットとアパレルのデザインはシンガポールにあるギンミル社の販売・マーケティングオフィスで行っている (Labour Resources and Research Institute 2005)。また1991年からカンボジアでも工場を操業している。マレーシア工場はおもにクオータ市場向けである。一方、中国工場は国内市場および非クオータ市場向けである。またナミビアの工場は、アフリカ成長機会法 (Africa Growth and Opportunity Act) の下での米国向けである。グループ全体の年産は紡績糸5,000キログラム、ニット・染色服地3,000キログラム、アパレル7,500キログラムである。布地の大半は中国やカンボジアなどにある自社工場内で使用されている。ラマテックス・テキスタイル工業社の子会社であるタイワー・ガーメント工業社 (Tai Wah Garments Industry Sdn. Bhd.) は1982年に国際市場に参入し、アディダス、クリスチャンディオール、ラルフローレン、ナイキ、ハルモードといったブランドアパレルをOEM製造している。100%輸出向けである。雇用者数は2,300名である (MTMA 2013)。スマックマンがタイワーガーメントの詳細なケーススタディを報告している (Smakman 2004: 236-237)。それによると、タイワーガーメントはジョホール・バルで1969年に設立、71年から操業した企業である。輸出向けのニット製品 (ポロシャツ、プルオーバー) の製造業者であった。当初は、シンガポール資本の子会社として、マレーシア資本との合弁企業であった。まもなくすべての操業が合弁企業側に移り、タイワーガーメントが会社の本社となった。1990年代後半までにシンガポールでの操業はなくなったが、依然としてシンガポール資本は20%残っている。71年の創業当初からフルパッケージ生産 (OEM) であった。輸出はすべてシンガポールを通して行われた。1980年代初頭から直接国際市場に参入し、ヨーロッパおよび米国市場に輸出を開始した。80年代後半までにはブランドを所有する国際

的バイヤー、とりわけ小売店向けの生産にシフトした。順調に生産が拡大するにつれ、下流部門を強化することを目的にラマテックスと提携を進めた。ラマテックスのテキスタイル工業建設に伴って、ナミビアにアパレル工場を設立した。99年までにタイワーカーメントはマレーシア国内に12の製造拠点をもちようになった。すべてOEM生産拠点である。マレーシアで最大のナイキのサプライヤーである。タイワーカーメントの55%がナイキ向けである。すべての生産は、時折縫製が下請けに出される場合をのぞいて、自社工場内で行われている。現在では、ラマテックス・テキスタイル工業社の子会社になっている。

レクロン（マレーシア）、東レグループ（ペンファイバー、ペンファブリック）、東洋紡グループ（東洋紡テキスタイル（マレーシア）、東洋紡ウール（マレーシア）、ペラク・テキスタイル）、ラマテックス・グループが紡績から織布（ラマテックスの場合はアパレル）まで手がけている垂直統合企業グループである。マレーシアのほうが、フィリピンと比較すると、はるかにテキスタイル部門が発達していることは確かであるが、しかしスマックマンが行った調査によると（サンプル企業数は64社）、マレーシアのアパレル企業による素材の国内調達比率は、国内市場向けの場合55%、輸出向けの場合33%であった。布地だけとると、国内調達比率はさらに小さくなる。主要な布地の大半は輸入されている。しかも国内で調達されている布地はポリバッグ、梱包用容器、そして低品質の布地である（Smakman 2004; 218）。テキスタイル部門とアパレル部門とは緊密に連携していない。特にOEMで供給しているブランドアパレル製品の場合、その素材の大半が輸入されているといえそうである。

マレーシアのアパレル産業の特徴は、大半の大手アパレル企業が国際的なブランド企業へのOEM供給者であるという点にある（Smakman 2004: Chap.7）。しかもその供給先はウォルマートやKマートといった大量市場向けの低価格製品ではなく、ハイエンドな製品（とりわけナイキ、プーマ、アディダスといったスポーツ衣料品）であるという点に特徴がある（Crisis

表5 マレーシアの大手アパレル企業

会社名	設立年	雇用者数	製品
1 Body Fashion (M) Sdn. Bhd.	1974	900	Undergarment
2 Classita (M) Sdn. Bhd.	1990	850	Brassiers Bustier Sport Bra Panties Thong Boxers Camisoles Slips Swimwear Sleepwear
3 Esquel Malaysia Sdn. Bhd. (旧名: The Eastern Garment Manufacturing Company Sdn. Bhd.)	1963	2574	Men's Dress Sports' Shirts Ladies' Shirts
4 Ghim Li Fashion (M) Sdn. Bhd.	1985	992	Slim Legging Ladies Faggoting Top Crew Neck Tunic Ladies Short Sleeve Polo F/Knit Collar Cuff Men Polo Yard Dye Stripe Short Sleeve Panema EDV Stripe SS Engineered Rib Zip Polo Cap Sleeve Solid Snap Polo Short Sleeve PJ Pant Set
5 Gimmill Industrial (M) Sdn. Bhd.	1985	3297	Long Sleeve Jacket Children Wear, Infant Wear Pants, Ladies Wear Mens Wear
6 Ginma Industries Sdn. Bhd.	1990	500	Tracksuit, T-shirts Jogging Suits, Skirts Pants, Sweatshirts Shorts Jackets
7 Hytex Apparels Sdn. Bhd.		1000	Knitwear

ブランド	輸出比率	輸出先	親会社	関連会社・子会社
Triumph Amo Valisere	70-80%	USA, EU Australia, Asia	トリンプ (ドイツ)	
Target, Emporio Hanes, Armani Wonder Bra, Cato Daisy Fresh, CQ Bali, Catalogue Lovable, Rene Rofe Dim Playtex, Marel SSHHH Collection Secret Suoport Strech Essen tial Joie de Vivre	100%	USA Canada UK Germany Denmark Italy France Mexuco Japan Middle East	Caely Holdings Bhd. (華人系マレーシア 資本)	Caelygirl (M) Sdn. Bhd. Marywah Industries (M) Sdn. Bhd.
Hugo Boss J. C. Penny Lands' End Liz Claiborne Marks & Spencer Polo Ralph Lauren Tommy Hilfiger Eddie Bauer	100%	USA Europe UK Japan	Telstar Holdings Ltd. Inc. エスケル・グループ (香港)	
Alfani Aeropostale Jennifer Moore Karen Scoot Style & Co. Club Room I. N. C. Wal-Mart Dollar General	100%	USA Canada U. A. E.	Ghim Li Global Pte. Ltd. ギムリー・グループ (シンガポール)	Maxim Textile Tehnology (M) Sdn. Bhd.
Carter's, Traget Oshkosh, K'smart Sear's US Under Amour	100%	USA	ラマテックス・グル ープ	
Puma, Asics American Identity Riverena, Carilway Ashworth DRI, New Balance Lee Coq Sportif			華人系マレーシア 資本	
Nice Disney Hurley	100%	Asia Pacific Europe, USA Canada Latin America	Hytex Integrated Bhd. 華人系マレーシア 資本	Hytex Apparels Sdn. Bhd. Hytex Garments (M) Sdn. Bhd. Hytex products (M) Sdn. Bhd. WOC Boutique Sdn. Bhd. Leading Textiles Sdn. Bhd. Hytex Integrated (SUZHOU) Co. Ltd.

会社名	設立年	雇用者数	製品
8 Imperial Garments Sdn. Bhd.	1970	1202	Pants
9 Maxlin Garments Sdn. Bhd.		1200	Pajamas New born cloth Underwear T-shirt Sportwear
10 Pen Apparel Sdn. Bhd.	1982	2641	Shirts Blouses
11 South Island Garment Sdn. Bhd.	1975	880	Outerwear
12 SP Garments Sdn. Bhd.		500	Knitwear
13 Tai Wah Garments Industry Sdn. Bhd.	1995	2300	Knitted Jackets Pants Pullover Polo Shirts Crew Neck Shirts Kids
14 United Sweethearts Garment Sdn. Bhd.	1984	1500	Jacket Pant Tracksuit

出所 : MTMA 2010/12.

ブランド	輸出比率	輸出先	親会社	関連会社・子会社
Brooks Brothers Dockers, UPIM Nordstrom, Giordano Tommy Hilfiger Tori Richard Goldion, Jos A Bank	97.64%		TAL Apparel (S) Pte. Ltd. TALグループ(香港)	
Aeroposalle, Cato Green Dog Jenni, Coca-Cola Charter Club Epic Thread American Rag Karen Scott Alfani, Millwork INC, Benetton Jimmy'z, Sportif Russell, Markmax Carter's, Oshkosh Chadwick's, Shopko Goody's, Colby USG Athlet USG Legog	100%	USA Canada German	Baneng Holdings Bhd. 華人系マレーシア 資本	Baneng Industries Sdn. Bhd. Erise Garments Sdn. Bhd.
Brooks Brothers LLBean, Staford Landsend, Gildlion Nordstrom, Texman Paul Federick Markswork Warehouse Cold Water Greek	99.98%	USA Europe Canada Far East	TAL Apaprel (S) Pte. Ltd. TALグループ(香港)	Penang Textile Sdn. Bhd. Imperial Garments Sdn. Bhd.
Nike Colombia Sportswear	100%	USA Canada Europe Asia Pacific	Magni-Tech Industries Bhd. 華人系マレーシア 資本	
Giordano Walt Disney No Rule Puma Mufc Port Authority		Singapore Indonesia Thailand Myanmar Taiwan, Hong Kong USA, Canada	華人系マレーシア 資本	
Nike	100%	USA, EU, Canada Latin America Asia Pacific Australia New Zealand South East Asia	Ramatex Textile Industrial Sdn. Bhd. ラマテックス・グル ープ	
Nike Oshkosh Lacoste Timberland Brooks	100%	USA Europe Japan	MWE Holdings Bhd. 華人系マレーシア 資本	

2012: 13)。またその生産構造を支えるための生産設備・技術の近代化もはやくから進んでいた(末廣 1990)。またこれらアパレル企業のほとんどは、華人系マレーシア人によって経営されている点も見逃せない特徴である(Crinis 2012: 15)。表5は、MTMAのメンバーリストから、雇用者数500人を超える大手アパレル企業別にOEM供給している海外ブランド名の一覧を作成したものである。全部で14社ある。

この中には、前述したラマテックス・グループのギンミル工業社とタイワー・ガーメント工業社の他に、香港TALグループのペンアパレル社とインペリアルガーメント社、トリンプの子会社であるボディファッション社が含まれている。またエスケル・マレーシア社は香港のエスケル・グループ企業、ギムリー・マレーシア社はシンガポールのギムリー・グループ企業である。その他はすべて華人系マレーシア資本である。

また独自ブランドを形成し、ファッション小売業(SPA)として台頭してきた企業もいくつかある。日本貿易振興会の調査によると、有名マレーシア・ブランド所有企業として24社が掲載されている(日本貿易振興会 2012b)。このうち数多くのブランドを展開し、マレーシア地場企業の中で最も良い業績をあげているのはパディニ・ホールディング社(Padini Holdings Berhad)である(日本貿易振興会 2012a: 17)。パディニ・グループの出発点は1971年にセランゴールに創設されたフワヨ・ガーメント社(Hwayo Garments Manufacturers Company)である。アパレル製造・販売会社であった。1975年にパディニ・ブランドとして小売業に進出した。1986年に婦人向け靴、バッグ、ベルト等のブランドとしてヴィンチ(VINCCI)を確立した。その後、MIKI(日本のブランドのコピー商品)、SEED、ROPE、P&C、PADINI AUTHENTICSといったブランドを次々に展開した。1994年にパディニ・ホールディングスと名称変更し、翌年の95年にクアラルンプール証券市場に上場した(<http://en.wikipedia.org/wiki/Padini>)。現在9つのブランドを所有している。また小売店舗数(フランチャイズ店舗、委託販売を含む)は330店舗である。マレーシア国内だけでな

く、バーレーン、ブルネイ、カンボジア、エジプト、インドネシア、クウェート、モロッコ、ミャンマー、オマーン、パキスタン、フィリピン、サウジアラビア、シリア、タイ、UAEに店舗を構えている (<http://www.padini.com>)。現在、製品レンジは男性用・女性用・子供用のアパレル、靴、アクセサリを取り揃え、品目数は1,000に及んでいる。デザイン、製造、マーケティング、小売までカバーする統合型企業である。自ら工場を運営しているが、自社工場で生産される製品はすべて国内市場向けである。製品の大半は、中国、タイ、ヴェトナムの委託工場から調達している (Smakman 2004: 242-244)。パディニを例外として、マレーシアのブランド製品は低価格・低品質でファッション小売として成功しているとはいえない。マレーシア国内のアパレル消費市場はレーヴァイス、ザラ、ナイキ、ギャップをはじめ数多くの国際的ブランドが圧倒的な地位を占めている (日本貿易振興会 2012a: 17)。日本からはユニクロが2001年に出店し、東南アジアで最大規模の小売販売店を展開している。またタイからはジャスパル (Jaspal) が1976年にマレーシアに進出し、4店舗を展開していることも注目される (日本貿易振興会 2012a: 29-30)。

(4) タイのテキスタイル&アパレル産業

タイのテキスタイル部門はマレーシアよりもその輸出額は大きく、アパレル産業はマレーシアと同等である (前掲表4参照)。ドナー (Doner and Ramsay 1994; Doner 2009: Ch. 6) と末廣 (末廣 1979) によりながら、まずはその発展の軌跡を概観しておこう。

タイのテキスタイル&アパレル産業は、1980年代中葉までかなりの発展をみたが、その後は退潮しはじめた²¹⁾。工業製品輸出に占めるテキスタイル輸出額のシェアは80年代中葉の14%から2000-02年には11%にまで

21) 1980年代中葉のピークに至るまでのタイのテキスタイル&アパレル産業の発達については、Suphachalasai 1990, を参照されたい。

下落し、また世界のアパレル輸出額に占めるタイのシェアも1995年の3.2%から98年には2%へと下落した。産業の上流（ファイバー）部門と中流（紡績、織布、染色・仕上）部門は、下流（アパレル）部門よりも効率が悪かった。国内から良質で低価格の糸や布地を得られなかったため、アパレル製造業者は輸入に依存した。この傾向は1990年代後半まで続いた。テキスタイル部門とアパレル部門の不均衡は、時代遅れの設備、技術要員の不足、両部門のリンケージを阻止する関税・課税構造にあった。タイのテキスタイル産業は輸出志向アパレル生産の成長に先立って成長し、またそれとはほとんど関係なく成長した。アパレル輸出業者に製品を供給することなく、またアパレル輸出業者は補償されたクオータ市場向けに輸入原材料に依存することができたので、両部門のリンケージを高めるプレッシャーがかからなかった。ドナーはタイの繊維産業の発展を3つの時期に区切って、さらに詳細に議論を展開している。紹介しておこう。

第1期は1960年代から1980年代までである。この時期は、1960年の投資奨励法によって、繊維産業は投資奨励業種に指定され、民間企業による輸入代替工業化が促進された時期である。その結果、政府の手厚い保護の下で1972年までに、綿花、合成繊維、綿布、合成ファブリックにおいて自給自足体制が形成された²²⁾。繊維産業は、1962年から81年にかけて投資委員会（BOI）促進企業のうち最大の件数をほこった²³⁾。この成長はおもに日本企業（とくに東レと帝人）のテキスタイル部門への投資によって支えられたものである。日本からの投資は、一つには国産のファブリックおよび糸（ヤーン）の生産を促進することを目的としたタイ政府の輸入代替政策への対応、また一つには日本からの糸の輸出増加のために合成繊維の消費者を創り出すことを目的としていた。日本国内側の要因もあった。一つには労働力不足とそれに起因する賃金上昇であり、一つにはテキスタイル

22) 合成繊維物は1970年、合成紡績糸は71年、そして合成繊維糸は1973年にそれぞれ国内生産量が輸入量を上回った（末廣 1979）。

23) 末廣によると、1960年から73年末まで投資奨励法の適用を受けた企業は全部で680件であったが、そのうち128件は繊維産業であった（末廣 1979）。

長期契約（LTA: Long Term Agreement on Textile）によって綿織物に課せられた輸出自主規制（Voluntary Export Restriction）への対応であった。1970年代初頭には、ファイバー、紡績、織布部門で17にのぼる日系企業および日タイ合弁企業が操業を開始した。1978年時点でタイのテキスタイル輸出のほぼ半分は日系合弁企業からの輸出であった。しかし、紡績および染色・仕上部門の設備は旧式であり、また繊維工業内でのリンケージ形成は弱かった。

第2期は1980年代中葉から90年代中葉にかけての時期である。この時期のタイのアパレル産業の生産・輸出の成長は顕著であった。その要因の一つは「三角製造（トライアングル・マニュファクチャリング）」の結果である。西欧のバイヤーは韓国、香港、台湾のサプライヤーに発注し、かれらはタイを含む海外の低賃金国に生産拠点を移転し、その関連工場で生産するシステムである。「ビッグ3」（韓国、香港、台湾）の外国投資は、自国の賃金上昇、通貨切り上げ、そして多国間繊維協定（MFA）クォータによって課せられた輸出制限を回避するためであった。しかしタイの生産者はタイに割り当てられたクォータを上回り、それを避けるためにタイの生産者は新たな市場（日本、近隣諸国、中東諸国といった非クォータ市場）を求める「市場の多様化（market diversification）」を進めた。この選択は、ビッグ3が選択した「アップグレーディング」あるいは「製品多様化」路線とは異なる選択であった。クォータ規制を課していない日本への輸出は台湾あるいは香港の投資家によって担われた。しかし賃金上昇のため、タイはインドネシア、中国、バングラデシュといった低価格製品輸出国市場を失うことになった。1990年代中葉時点で、タイは輸出向け製品に必要とされる染色およびプリンティング能力に欠けていた。その結果、アパレル輸出業者は、ますます布地を輸入に依存するようになった²⁴⁾。トライアン

24) しかしフィリピンのテキスタイル・アパレル産業と比較すると、タイの中間投入財の輸入依存度ははるかに低い。山形によると、1969年から1990年にかけて、フィリピンのテキスタイル・アパレル産業の中間投入財の輸入依存度は少なくともタイの2倍であった（Yamagata 1998）。

グル・マニユファクチャリングの下、タイのアパレル生産者は、海外のバイヤーから委託された注文を受け、彼らは海外の布地を使用するようことを奨励した。その結果、「アップグレーディングなき市場の多様化」がもたらされた。

第3期は1990年代中葉から現在に至るまでの時期である。タイ政府は数多くの自由貿易協定を締結し、2005年からはMFAが終了し、繊維産業の貿易自由化が進展した。2005年までにタイは低賃金国としての優位を失った。タイの生産コストはフィリピンよりもマレーシアよりも高い²⁵⁾。さらにICT革命の進展に伴って、国際的バイヤーは購入方法を変更しはじめた。かつての東アジアの仲介業者を介する調達方式から、自ら調達する方式へと転換しはじめた。アパレル生産のリードタイムを短縮するために、できる限り一国内で調達できるようなサプライチェーンを構築しはじめた。アパレル生産者が自国内でファブリックを調達できるタイはフルパッケージ生産拠点になりはじめた。この転換は、バイヤーによるアパレル・サプライヤーの選択と集中をもたらしている。生き残るためには、ODMあるいはOBM製造業者となることが求められている。低付加価値部門での競争力はなくなってきたが、他方で高付加価値部門での機会が増加してきた。製品、生産プロセスのアップグレーディング、設備の近代化、技術要員の拡大が待たなしの状態になっている。

東南アジア4カ国（タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン）の輸入代替期の原系・紡績・職布産業の発展にとって日系企業が大きな役割

25) マレーシア同様、賃金上昇に対抗する2つの動きが見られる。一つは低賃金外国労働者を雇用する動きであり、もう一つはタイよりも低賃金な周辺国（バングラデシュ、カンボジア、ラオス、ミャンマー）への工場移転である。前者に関しては、ミャンマーとの国境にあるメーソット（Mae Sot）でのガーメント工場の事例に関する報告がある（Arnold and Hewison 2005）。メーソットでのガーメント工場で働く労働者の大半はミャンマーからの女性労働者であり、そこでは労働基準が守られることなく、人権も守られていないケースが多々あることが報告されている。またタイへの移民労働者は250万人と推計されている。その大半はミャンマーからであるが、カンボジア、ラオスからの移民労働者も多く、移民労働者の50%は女性である（War on Want 2012）。一方、周辺低賃金諸国への工場移転はタイに進出した日系アパレル企業にも広く見られる。

を果たしたことはよく知られているが（末廣 1980）、タイの場合はインドネシアと並んで繊維産業の上流だけでなく、下流に位置するアパレル産業においても数多くの日系企業が生産拠点を形成した点に特徴がある²⁶⁾。東洋経済新報社の『海外進出企業総覧2013年版』によると、現在ではマレーシアにもフィリピンにも生産拠点を持つ日系アパレル企業は1社もない。それどころか、フィリピンにはテキスタイル関連の日系企業すら1社もない。これに対し、タイにはテキスタイル関連の現地企業数はインドネシアの14社と肩を並べて15社、アパレル関連の現地企業数（製造拠点を持つ企業のみ）はインドネシアの8社をしのいで13社ある（表6参照²⁷⁾。もっとも13社という数はタイ全体のアパレル関連企業の中では大海の一滴にすぎず、かつてテキスタイル部門で日系企業が果たした「圧倒的」（末廣 1980）な役割とは比べようもない。のみならず今日では、テキスタイル部門でも日系企業の存在は圧倒的とはいえない。表7は2013年時点でのタイの主要化学繊維メーカーの生産能力を示したものである。帝人の合弁企業タイテイジン・ポリエステル社は4位、また東レの合弁会社タイ東レシンセティック社は6位である。1位の座を占めているのはタイポリエステル（ジョン・スティット）社である。チーヴァパワドムロン一族（Cheevaprawatdomrong）によって、1940年に設立された。原系（ポリエステル系、アクリル系）からニットینگ、染色、プリンティング、ホームテキスタイル、アパレルまで一貫生産している垂直統合会社である。1940年の設立時点では、わずかばかりのハンドルームを使用する小さな紡

26) 佐藤は素材部門、アパレル部門ごとに1950年代から1999年までの『海外進出企業総覧』のデータを整理し、日系企業のアジア進出の特徴を論じている（佐藤 2003）。また（佐藤 2010）は、タイに関して、立地の観点から日系テキスタイル・アパレル企業の特徴を描きだしている。

27) ただし前述したように、2013年7月31日時点でフィリピンではPEZA経済特区にアパレル関係日本企業16社が登録されている。またマレーシアの場合、大阪のニシオ株式会社（T. Nishio & Co. Ltd.）がマレーシア資本との合弁企業ウィニテックス社（Winitex Sdn. Bhd.）を操業している。立地はジョホールで、設立年次は1973年、業務は綿の職布、染色、仕上、シルクスクリーン・プリンティング、刺繍、およびホームテキスタイル（ハンカチ、ベッドリネン他）の製造である。製品の80-90%は輸出されている（MKMA 2013; MTMA 2013）。

表6 東南アジア主要国での日系企業のテキスタイル・アパレル生産拠点（2013年時点）

マレーシア	タイ
素材部門	
1 東洋紡 Perak Textile Mills Sdn. 1975 紡績, 職布	1 旭化成せんい Thai Asahi Kasei Spandex co. Ltd. 2003 スポンデックス系
2 東洋紡 Toyobo Textile (Malaysia) Sdn. Bhd. 1992 紡績, 職布	2 クラボウ Siam Kurabo Co. Ltd. 1996 綿・合繊混紡系
3 東洋紡 Toyobo Wool (Malaysia) Sdn. Bhd. 1989 疏毛紡績, 職布	3 クラボウ 綿・合成混合系 Thai Kurabo Co. Ltd. 1970 ポリエステル綿混合紡績・職布
4 東レ Penfabric Sdn. Bhd. 1975 ポリエステル, 綿混紡織物の紡績・職布・ 染色加工ほか	4 クラボウ Thai Textile Developoment & Finishing Co. Ltd. 1991 綿・合成織物の染色加工
5 東レ Penfibre Sdn. Bhd. 1974 ポリエステル短繊維	5 呉羽テック Kureha (Thailand) Co. Ltd. 2001 不職布
6 兼松繊維 Perak Textile Mills Sdn. Bhd. 1975 紡績, 職布	6 シキボウ Thai Shikibo Co. Ltd. 1989 綿紡績
	7 大黒絲業 World Trade Ltd. 2001 アパレル縫製系
	8 帝人 Teijin Polyester (Thailand) Ltd. 1970 ポリエステル長繊維・短繊維
	9 帝人 Teijin (Thailand) Ltd. 1993 ポリエステル長繊維・短繊維
	10 帝人 Thai Namusiri Intertex Co. Ltd. 1991 ポリエステル長繊維織物

インドネシア	ヴェトナム
<p>1 クラボウ P. T. Kurabo Manunggal Textile Industries 1976 綿・合繊混紡糸・織物</p> <p>2 グンゼ P. T. Gunze Indonesia 1991 ミシン糸</p> <p>3 シキボウ P. T. Mermaid Textile Industry Indonesia 1974 紡績, 職布, 加工</p> <p>4 東海染工 P. T. Tokai Texprint Indonesia 1964 綿・レーヨン, 合成繊維の晒・染・プリント 仕上げ加工</p> <p>5 東洋紡 P. T. Toyobo Knitting Inonesia 1996 ニット編立・染色加工</p> <p>6 東レ P. T. Acryl Textile Mills 1975 アクリルの紡績・染色・販売</p> <p>7 東レ P. T. Century Textile Ind. Tbk. 1972 ポリエステル, 綿混紡織物の紡績・職布・ 染色仕上加工</p> <p>8 東レ P. T. Easterntex 1975 ポリエステル, 綿混紡織物の紡績・職布・ 染色仕上加工</p> <p>9 東レ P. T. Indonesia Synthetic Textile Mills 1972 ポリエステル, レーヨン混紡織物の紡績・ 職布・染色仕上加工</p> <p>10 東レ P. T. Indonesia Toray Synthetics 1973 ナイロンフィラメント・ポリエステルステ ープル・ポリエステルフィラメント</p>	

マレーシア	タイ
	<p>10 東海染工 Tokai Dying Co. (Thailand) Ltd. 1964 綿・レーヨン、合成繊維の晒・染・プリント 仕上げ加工</p> <p>12 東レ Luckytex (Thailand) Public Co. Ltd. n.a. P/C及び綿の紡績・職布・染色加工</p> <p>13 東レ Thai Toray Synthetics Co. Ltd. 1992 ポリエステル・ナイロン・フィラメントの 重合・製糸</p> <p>14 東レ Thai Toray Textile Mills Pubic Co. Ltd. 1964 ポリエステル・レーヨン混紡織物の紡績・ 職布・染色加工ほか</p> <p>15 ナイガイ Rondex (Thailand) Co. Ltd. 2001 糸ゴム、紡糸</p>
アパレル・アパレル関連	
	<p>1 あつみファッション Bangkok Innerwear 1990 女性用下着</p> <p>2 岡本 Okamoto Textile (Thailand) Ltd. 1999 靴下</p> <p>3 グンゼ Thai Gunze Co. Ltd. 1990 インナーウェア</p> <p>4 宮城レース・栄レース Thai Sakae Lace Co. Ltd. 2002 リバーレース、ラッセルレース</p> <p>5 助野靴下 Thai Sukeno Knit Co. ltd. 2001 靴下</p> <p>6 ダイニック Thai Staflex Co. Ltd. 1988 衣料用芯地</p> <p>7 タケダレース Thai Takeda Lace Co. Ltd. 1984 レース編立および染色</p>

インドネシア	ヴェトナム
<p>11 日清紡テキスタイル P. T. Malakasari Nissinbo Denim Industry 2011 デニム生地</p> <p>12 日清紡ホールディングス P. T. Nikawa Textile Industry 1995 綿紡績</p> <p>13 日清紡ホールディングス P. T. Nissinbo Indonesia 1998 染色整理, 綿布</p> <p>14 ユニチカ P. T. Unitex Tbk 1972 シャツ地先染・後染織物</p>	
<p>1 クラボウ P. T. Akurabenitama 1995 綿・合成繊維編物の縫製加工</p> <p>2 グンゼ P. T. Gunze Socks Indonesia 1995 ソックス</p> <p>3 ダイワボウノイ P. T. Daiwa Garment Indonesia 2011 アパレル製品の検品・縫製</p> <p>4 日清紡ホールディングス・ナイガイシャツ P. T. Naigai Shirts indonesia 2002 シャツ</p> <p>5 フレックスジャパン・兼松繊維 P. T. Flex Indonesia 1990 ドレスシャツ</p> <p>6 ワコール 1991 P. T. Indonesia Wacoal 婦人下着</p> <p>7 クラレトレーディング P. T. Indobell Garmentaama 1990 縫製業</p>	<p>1 クラウディア Vietnam Kuraudia Co. Ltd. 2008 ウエディングドレス, ベール</p> <p>2 グンゼ Gunze (Vietnam) Co. Ltd. 1995 インナーウェア</p> <p>3 コーコス信岡・東洋紡スペシャルティーズ トレーディング Hop Thinh Co. Ltd. 1997 作業服の縫製</p> <p>4 ルシアン Lecian (Vietnam) Co. Ltd.. 2004 婦人インナーウェア</p> <p>5 ワコール Vietnam Wacoal Corp. 1997 インナーウェア</p>

マレーシア	タイ
	8 フジボウアパレル Jintana Fujibo Corp. 2001 縫製業
	9 丸久 Maruhisa International Co. Ltd. 1990 婦人, 子供カットソー
	10 山喜 Thai Yamaki Co. Ltd. 1991 カッターシャツ
	11 ワコール Thai Wacoal Public. Co. Ltd. 1970 婦人下着
	12 イトキン Thai Itokin Co. Ltd. 1982 高級婦人服
	13 タカヤ商事 Thai Takaya Co. Ltd. 1990 ジーンズの縫製, 洗い加工

出所：東洋経済新報社 2013.

績会社であった。1954年に日本からパワールームを輸入した。その後順調に業務を多角化した。2003年にタイポリエステル社（Thai Polyester Co. Ltd.）が創設され、ポリエステル製造の操業が開始された。そして2005年にアパレル企業ファッション社（Fashinno Co. Ltd.）が設立された。グループ企業として、Jong Stit Plush Co. Ltd., Fashion Hometex Co. Ltd., New Warp Co. Ltd., Textile Mart Co. Ltd., Thai Polyester Co. Ltd., Fashino Co. Ltd. がある (<http://www.jongstit.com>)。業界第2位のインドラマポリエステル社は、インドのインドラマグループのタイに本部を持つ企業である（詳細には、絵所 2011）。また業界第3位のタイレーヨン社と第6位のタイアクリルファイバー社はともにインドのアディティヤ・ビルラグループに属する企業である（絵所 2011）。両社を合わせると年産の製造能力は305,000トンとなり、タイポリエステル社（ジョン・スティット）の製造能力を上回って業界第1位となる。業界第5位のカングワル・ポリエステル

インドネシア	ヴェトナム
8 東洋紡スペシャルティズトレーディング P. T. Shinko Toyobo Gistex Garment 1994 ニット・布はくシャツ	

社の設立は1955年で、織物染色を手がける小さなファミリービジネス会社であった。1971年にカングワル・ウイーヴィング・ファクトリー (Kangwal Weaving Factory) という社名で、伝統的な女性用スカート (サロン) 向けの布地を生産しはじめ、1984年には紡績工場が設立された。1987年にカングワル・テキスタイル社が設立された。輸出向けの糸と布地を生産しはじめた。そして1995年にカングワル・ポリエステル社が設立された (<http://www.kangwal.co.th>)。国内市場向けの小規模な織物業者から身を起こし、やがて輸出向け綿紡績に転換し、そしてポリエステル紡績へと成長した会社である。業界第8位のアジアファイバー社 (Asia Fiber Public Co. Ltd.) は1972年に台湾資本との合弁企業として始まった。ナイロン-6を生産している。1977年に株式市場に上場し、これを契機に徐々に台湾企業との合弁を解消し、100%タイ資本の会社となった (<http://www.asiafiber.com>)。業界第9位のチェム・パタナグループは、設立1972年、操業1974年のニット

表7 タイの主要化学繊維製造会社:2013年の生産能力(1000トン/年)

順位	会社名	製品	タイ合成繊維協会メンバー	資本所有
1	Thai Polyester (Jong Stit)	Ef 118.8 Es 86.4 合計 205.2		タイ資本 (Cheevaprawatdomrog一族)
2	Indorama Polyester	Ef 65.8 Es 123.9 Total 189.7	○	インド資本 (インドラマグループ)
3	Thai Rayon	Rs 185.0 合計 185.0	○	インド資本 (ヴィクラム・ビルラグループ)
4	Teijin Polyester (TPL)	Ef 36.0 Es 90.0 合計 126.0	○	日本資本
5	Kangwal Polyester	Ef 65.0 Es 60.0 合計 125.0	○	タイ資本
6	Thai Acrylic Fiber	Ans 120.0 Total 120.0	○	インド資本 (ヴィクラム・ビルラグループ)
7	Thai Toray Synthetic (TTS)	Nf 30.5 Ef 40.8 合計 71.3	○	日本資本
8	Asia Fiber	Nf 94.2 Total 94.2	○	タイ資本(設立当初は台湾資本との合併)
9	Chiem Patana Synthetic Fiber	Ef 21.0 Es 21.9 合計 42.9	○	タイ資本(1988年に豊田通商との合併企業として設立)
10	Thailon Techno Fiber	Nf 18.0 合計 18.0		タイ資本
11	Star Soleil	Ef 15.0 合計 15.0		
11	Thai Taffeta	Nf 15.0 合計 15.0		タイ資本
13	Thai Baroda Ind.	Nf 12.0 合計 12.0		インド資本 (シュリラムグループ)
14	Thai Asian Fiber	Un 6.0 合計 6.0		
14	Thai Asahi Kasei Spandex	Un 6.0 合計 6.0		旭化成(日本)
16	Thai Polymer Textile	Nf 5.0 合計 5.0		
	Sunflag (Thailand) Ltd.	Ef	○	インド資本

注: E: ポリエステル, N: ナイロン, Un: ポリウレタン, An: アクリル, f: フィラメント, s: ステープル

日本化学繊維協会 2013: pp. 309-310.

を手がける会社であった。1988年に日本の豊田通商との合弁で紡績を手がけるチエム・パタナシンセティックファイバー社 (Chiem Patana Synthetic Fiber Co.) を設立した。その後職布生産にまで業務を拡大した (<http://www.chiempatana.com>)。なお業界第13位のタイバロダインダストリーズ社はインドのシュリラム・グループ企業 (絵所 2011), そして番外ではあるがタイ合成繊維協会 (The Thai Synthetic Fiber Manufacturers' Association) のメンバーであるサンフラッグ社はインドのバルドワジ・グループの会社である (<http://www.sunflag.com>)。こうしてみると、タイでは自国の原系メーカーが成長してきたことと同時に、マレーシアやフィリピンと同様にタイでもかつて日系企業が占めていた地位を現在ではインド企業が占めていることが目に付く。

アパレル部門の現状はどうなっているのだろうか。表8はタイガーメント製造業者協会 (TGMA) メンバーリストから、マシン設置台数600台以上の上位企業19社の一覧を示したものである。

業界第1位のピープルズガーメント社の設立は1980年である。男性用・女性用・子供用スイムウエアを製造している。アロー (Arrow), ラコステ (Lacoste), エル (Elle), BSOのOEMサプライヤーである。1994年に株式を上場している。

業界第2位のタイワコール (Thai Wacoal Public Ltd. Co.) は日本のワコールとタイのサハグループとの合弁企業である。出資比率は日本のワコールが1/3, サハグループが1/3, タイ証券市場から1/3となっている。設立は1970年, 雇用者数は5,029人である。自社ブランド製品だけでなく, ライセンス契約ブランドをも製造している。輸出向けだけでなく国内市場にも販売している (<http://www.securites.com>)。2012年に, ミャンマーに合弁企業を設立した (<http://www.news-agency.jp/farticles/article/5453>)。タイワコールについては佐藤の現地調査に基づいた詳細な研究がある (佐藤 2010)。それによると, タイワコールはタイ国内に4社の縫製子会社を持っている (SR. W. Garment Co. Ltd社., Wacoal Kanbinburi Co. Ltd.社,

表8 タイの大手アパレル企業

順位	会社名	ミシン 設置台数	製品
1	PEOPLE'S GARMENT PUBLIC CO. LTD.	13000	SWIMWEAR, WOVEN SHIRTS, T-SHIRT, POLO-SHIRT KNITTED, PANTS (WOVEN)
2	THAI WACOAL PUBLIC CO. LTD.	4636	UNDERWEAR FOR LADIES, UNDERWEAR FOR MEN, CHILDREN'S WEAR (WOVEN)
3	THAI GARMENT EXPORT CO. LTD.	3000	BLAZER, SUIT, PANTS, SHORTS, TROUSERS, BOXERS, WOVEN SHIRT, TRACK SUIT, TIES, SCARF
4	BODY FASHION (THAILAND) CO. LTD.	2000	SWIMMING WEAR, UNDERWEAR FOR MEN, UNDERWEAR FOR LADIES
5	HUA THAI MANUFACTURING PUBLIC CO. LTD.	1939	BLAZER, SUIT, BLOUSE, DRESS, SHIRT, CASUAL WEAR, COAT, PANTS, SHORTS, TROUSERS, BOXERS
6	SIAM KNITWEAR AND GARMENT CO. LTD.	1500	CASUAL WEAR, CHILDREN'S WEAR (KNITTED), OUTER WEAR, NIGHT WEAR, PYJAMAS, SLEEP WEAR, POLO-SHIRT, T-SHIRT KNOTTED, SWEATER, UNDERWEAR FOR MEN
7	V.T. GARMENT CO. LTD.	1200	OUTERWEAR, JACKET, SKI WEAR, SHORTS, BERMADAS, PANTS, JOGGING SUIT, TRAINING SUIT, T-SHIRT
8	NICE APPAREL CO. LTD.	900	CASUAL WEAR, GOLF SHIRT, PANTS, SHORTS, TROUSERS, BOXERS, POLO-SHIRT, T-SHIRT KNITTED, SPORTSWEAR
9	ASIAN GARMENT CO. LTD.	800	INFANT WEAR, CHILDREN'S WEAR(KNITTED), T-SHIRT KNITTED, POLO-SHIRT
9	ORIENTAL GARMENT CO. LTD	800	SPORTSWEAR
11	NORTH STAR APPAREL CO. LTD.	700	JACKET
11	SUTANI CO. LTD.	700	POLO-SHIRT, T-SHIRT KNITTED, TRACK SUIT
13	PATTAYA MANUFACTURING CO. LTD.	681	CHILDREN'S WEAR (WOVEN & KNITTED), UNDERWEAR FOR LADIES
14	THAI ITOKIN CO. LTD.	659	BLAZER, SUIT, BLOUSE, DRESS, SKIRT, CASUAL WEAR, PANTS, SHORTS, TROUSERS, BOXERS, POLO-SHIRT, T-SHIRT KNITTED, WOVEN SHIRT, WOVEN SHORTS, SWIMMING TRUNK, SCHOOL UNIFORM, OFFICE UNIFORM, HOSPITAL/LAB UNIFORM, INDUSTRIAL UNIFORM

輸出市場	備考
USA, EU, JAPAN, 国内	ブランド製品OEMサプライヤー
USA, EU, JAPAN	サハグループ (タイ), ワコール (日本) 合併企業
ASIA, USA, EU, JAPAN, CANADA	TALグループ (香港) 子会社
EU, ASIA	トリンプ (ドイツ) 子会社
USA, EU	Tristateグループ (香港) 子会社 ブランド製品OEMサプライヤー
EU, USA, JAPAN	
USA, EU, JAPAN	ブランド製品OEMサプライヤー
USA, EU, ASIA	ナイスグループ (タイ) 企業 ナイキ, アディダスのOEMサプライヤー
USA, EU	
USA, EU, ASIA, JAPAN, CANADA	ブランド製品OEMサプライヤー
EU, USA	
EU	
USA, FRANCE, SPAIN, ASIA, IRELAND	サハグループ (タイ) 企業
JAPAN	サハグループ (タイ), イトキン (日本) との合併企業

順位	会社名	ミシン 設置台数	製品
15	GOLD MINE GARMENT CO. LTD.	650	WOVEN SHIRT, WOVEN BLOUSE
16	CHAMP ACE CO. LTD.	600	GOLF SHIRT, JACKET, SPORTSWEAR, OUTWEAR, SWIMMING WEAR, UNDERWEAR FOR MEN, WOVEN SHORTS, SWIMMING TRUNK
16	HI-TECH APPAREL CO. LTD.	600	SPORTSWEAR, NIGHTWEAR, PYJAMAS, SLEEPWEAR, PANTS, SHORTS, TROUSERS, BOXERS, POLO-SHIRT, T-SHIRT KNITTED, UNDERWEAR FOR MEN, UNDERWEAR FOR LADIES
16	NK APPAREL CO. LTD.	600	SPORTSWEAR
16	UNION GARMENT CO. LTD.	600	BLOUSE, DRESS, SKIRTS, CASUAL WEAR, COAT, PANTS, SHORTS, TROUSERS, BOXERS, POLO-SHIRT, T-SHIRT KNITTED, SCHOOL UNIFORM, OFFICE UNIFORM, HOSPITAL/LAB UNIFORM, INDUSTRIAL UNIFORM

出所：TGMA 2012；各社ホームページ。

Pattaya Kanbinburi Co. Ltd社., Wacoal Lamphun Co. Ltd社. の4社)。合併相手のサハグループ (Saha Patana Inter-Holdings社) を率いるのは中国系タイ人のブンヤシット氏である。サハグループ (協成昌有限公司) は、現在タイで最大の繊維関連コングロマリットである。佐藤の報告によると、2009年12月時点で、ワイワコールの製品別売上高の90%は女性用下着、子供服8%、婦人服 (アウター) 2%であった。また販売先はタイ国内が75%、輸出が25%であった。タイ国内でのシェアは60%弱占めており圧倒的である。2位のトリンプは7%弱、3位はサハグループによるヨーロッパブランドのライセンス販売である (表8にある、第13位のパタヤ・マニュファクチャリング社)。

業界第3位のタイガーメント・エクスポート社は、香港のTALグループの100%出資子会社である²⁸⁾。タイ最大のアパレル生産者であり、年間の販売額は1億7,000万USドル、雇用者数は9,500人にのぼる。タイ国内に4つの工場を持っている。第1工場は1967年、第2工場は1973年、第3工場

輸出市場	備考
EU, USA, JAPAN, CANADA	ブランド製品OEMサプライヤー
EU, JAPAN, ASIA, AUSTRALIA, USA, CANADA	ブランド製品OEMサプライヤー
USA, EU, ASIA, CANADA, JAPAN	ブランド製品OEMサプライヤー
USA, EU, ASIA	ナイスグループ (タイ) 企業 ナイキ, アディダスのOEMサプライヤー
EU, AUSTRALIA	

は1989年（設立当初はマンダリン・クロージング社という名称であった）、そして第4工場は1995年に、それぞれ設立された。製品の100%が輸出されている。そのうち80%が米国向けであり、アジア（おもに日本）向けが13%、ヨーロッパ向けが7%である。米国のJCペニー、LLビーン、ランズエンド、タルボット、ナイキ、ディラーズ、ノルドストローム、アッシュワース、日本のユニクロ、三和商会、英国のデベナムへのOEMサプライヤーである。タイの生産拠点であるタイガーメント・エクスポート社は台湾の子会社について2番目に古く、またTALグループの中で最大規模を誇る企業である。TALグループ全体の販売額の38%を占めている（<http://>

28) 香港のTALグループは世界を代表する衣料製造業者であり、いわゆる「トライアングル・マニュファクチャリング」の下で成長した企業である。アジア各国に生産拠点を構えている。タイのほか、中国にCheong Shun Garments Co. Ltd. (1963年設立), Textile Alliance Apparel (Dongguan) Ltd. (1998設立), Pacific Apparel (Dongguan) Ltd. (2001年設立) の3社、マレーシアにPen Apparel Sdn. Bhd. (1982年設立), Imperial Garments Sdn. Bhd. (1987年設立) の2社、ヴェトナムにTAV Ltd. (設立は1987年), そしてインドネシアにPT Katexindo Citramandiri (2001年設立) を操業している (TAL Group & My Journey)。

www.just-style.com)。

業界第4位のボディファッション（タイランド）社は、ドイツのトリンプ社の子会社である。設立は1886年、世界最大の女性用下着メーカーである。世界中に30を超える会社があり、雇用総数は3万人にのぼっている。アジア地域はトリンプ・インターナショナル・オーヴァーシーズ社（リヒテンシュタイン）の管轄下にある。タイのボディファッション（タイランド）社はトリンプ・インターナショナル・オーヴァーシーズ社の製造拠点である。雇用者数は約4,000人である (<http://www.bangkok-companies.com>)。

業界第5位のフアタイ・マニュファクチャリング社は、香港のトライステート・グループ（Tristate Holdings Ltd.）の傘下にある子会社である。タイ証券市場に上場している。雇用者数は7,120人（2006年12月時点）である (<http://www.crmz.com>)。親会社のトライステート・グループは、中国、フィリピン、タイ、ヴェトナムで10工場を操業している (<http://www.tristateww.com>)。

業界第7位のV. T. ガーメント社の設立は1980年、タイ国内で2工場、ミャンマーで1工場を操業している。日本のアディダス、韓国のラフマ（Lafuma）、ドイツのジャックフォルクスキン（Jack Wolfskin）、フランスのデカトロン（Decathlon）、米国のピーターミラー（Peter Millar）、ノーティカ（Nautica）、パタゴニア（Patagonia）、トゥルーフライズ（True Flies）にOEM供給している (<http://www.vtgarment.com>)。

業界第9位のナイスアパレル社は1983年、ファミリービジネスとして出発した。現在ではナイスグループ全体の雇用者数は15,000人、マシン設置台数は8,500台である。ナイスアパレル社の雇用者数は2,000人である。タイ最大のナイキおよびアディダスのOEMサプライヤーである。タイ国内で5会社（NICE Apparel, NIK Apparel, NC Apparel, NA Apparel, NB Apparel）、中国で1工場（NE Apparel China）を操業している。ナイキとアディダスだけのサプライヤーであり、2社にとっての「戦略的パートナー」としての地位を目指している (<http://www.csrgroup.co.th>)。第16位

のNKアパレル社もナイスグループの企業である。

業界第9位のオリエンタル・ガーマント社の設立は1980年、雇用者数は3,500人である。タイ国内に4つの工場を操業している。Adidas, Corept. com, New Balance, Callaway Golf, Nike, Reebok, O'Neill, 等ブランドのOEMサプライヤーである (<http://www.orientalgmt.com>)。

業界第13位のパタヤ・マニュファクチャリング社は、サハグループ企業で、設立は1975年である。1977年にタイ市場向けの女性用下着自社ブランド「クラストリ (Kullastri)」を販売した。また大国内市場向けにヴァニティフェア (Vanity Fair), ギラロッシュ (Guy Laroche), エル (Elle) のライセンス製造業者である (<http://www.pattaya.co.th>)。

業界第14位のタイ・イトキン社は、サハグループと日本のイトキンとの合弁企業である。出資比率は、サハグループが51%, イトキン49%である。設立は1982年、雇用者数は600人である。

業界第15位のゴールドマイン・ガーマント社の設立は1985年、雇用者数は2,300人である。設立当初はクォータ制を採用しなかった日本市場向けだけに生産・輸出していたが、MFAの廃止によってその必要がなくなり、現在では輸出の55%が米国向け、37%がEU向け、8%が日本向けとなっている。ブランド製品をOEM供給している。米国では、Phillips Van Hausen, Calvin Klein, Kenneth Cole, Arrow, DKNY, The Federated, May Department Stores, Banana Republic, Old Navy, EUではPierre Cardin (英国), Bellerose (ベルギー), El Corte Ingles (スペイン), Spag (フランス), MR (デンマーク) に、日本ではユニクロに、それぞれ製品を供給している。ゴールドマイン・ガーマント社は、紡績、織布、染色、仕上、小売を垂直統合したタイテキスタイル社 (Thai Textile Industry Public Co. Ltd.) と関係しているが、布地の35-40%は輸入している (<http://www.just-style.com>)。

業界第16位のチャンプエース社は、1969年設立、雇用者数は1,000人、Arrow, Mariner, BSC, La Coq, Sportif, Gant, Jockey, Speedo, Lacoste,

Mizuno, BridgestoneブランドのOEMサプライヤーである。販売先は国内50%, 輸出50%である (<http://www.champace.co.th>)。子会社にチャンピオン社 (Champ Kabin Co. Ltd.) がある (1995年設立, 雇用者数450人)。またミャンマーに子会社(Champ Ace Myanmar Co. Ltd.)を設立している。

業界第16位のハイテクアパレル社は1991年設立, 9工場 (タイに7工場, 中国に1工場, ラオスに1工場) を操業している。またヴェトナムとカンボジアにそれぞれ1工場を建設している。雇用者数は5,007人。Nike, Hanes, Jockey, Target, Perry Ellis, Calvin Cline, TchivoブランドをOEM供給している。原材料は国内および台湾, 香港, 中国から輸入している (<http://www.hi-group.com>)。

以上主要なアパレル企業を概観した。すべての企業が先進国市場向けのOEMサプライヤーあるいはOBMサプライヤーであるが²⁹⁾, それと同時に国内市場向けにも販売しており, タイのアパレル小売市場がかなり成熟している様子が伺われる。またタイのサハグループ企業が日本企業との合併で上位を占めていること, 香港の企業が依然としてトライアングル・マニュファクチャリング制度を利用して活躍していることが特徴的である。また各社ホームページによると, どの企業も最新の設備を整えており, アップグレードしている様子がうかがわれる。

またマレーシアやフィリピンと同様に, タイでもファーストファッション小売業 (SPA) が台頭している。タイのアパレル小売市場は中間所得層の増加を背景に急速に近代化を進め, アパレル消費市場も大きく変化している。バンコクでは外国ブランド商品があふれかえっているが, それと同時に独自のブランドを持ったタイのファーストファッション小売業者が台頭している。ジェトロの報告書『タイのアパレル市場に関する動向調査』を見ると, 表9から見て取れるように, こうしたブランド生産企業の大半

29) タイガーメント製造業者協会に所属している企業のうち, 250社が輸出向けの生産をしており, このうち大半がOEMサプライヤーであると推測される (TGMA 2012)。

表9 タイの主要なファーストファッション小売業ブランドの販売形式と製造形式

ブランド名	企業名	販売形式			製造	
		コーナ－	インショップ	独立店	自社	OEM
AIIZ	Reno (Thailand) Co. Ltd.	○	○		○	○
BLUE CORNER	Bluepin Intertrade Co. Ltd.	○	○		○	○
CC-OO	Jaspal Co. Ltd.		○			○
CPS CHAPS	Jaspal Co. Ltd.		○			○
Dapper	Dapper General Appael Co. Ltd.	○	○			○
FLY NOW		○	○	○	○	
Haas	Zein Fashion Co. Ltd.	○	○		○	○
JASPAL	Jaspal Co. Ltd.		○	○		○
KLOSET	Kloset Design Co. Ltd.	○	○		○	
PENA HOUSE	Pena House Co. Ltd.	○	○			○
PORTLAND	Bluepin Intertrade Co. Ltd.	○	○		○	○
X-act	XACT EDITION Co. Ltd.	○	○			○
ZEIN	Zein Fashion Co. Ltd.	○	○		○	○

出所：日本貿易振興会 2011: p.49.

は自社の縫製工場を持たないユニクロ型のSPAである（日本貿易振興会 2011）。なかでも注目される企業は、JASPAL、CC-OO、CPS CHAPS、CPSといったブランドを展開するジャスパル・グループである。1972年にファッションアパレルの輸入業者として出発したジャスパル（Jaspal Company Ltd.）は、まもなく独自のブランドを形成し、タイ最大のファーストファッション小売業者となった。ファミリー企業である。1976年に最初の店舗を開設した。アパレルだけでなく、バッグ、靴、ベルト、ネクタイを販売している。布地はイタリア、フランス、ドイツ、日本の製品を使用しており、デザインチームが競争力の源泉である（<http://www.jaspalgroup.com>）。2013年9月時点での店舗数はタイ国内に129店舗、マレーシアに3店舗を展開している（『日本経済新聞』2013年9月16日）。

（5）小結

以上、東南アジアの中所得国3カ国フィリピン、マレーシア、タイのテ

キスタイル&アパレル産業の発展を概観してきた。それぞれに独特の発展経路を辿ったことがわかるが、同時に多くの共通点が見られる。

第1に、60年代から70年代にかけての初期の輸入代替工業化段階では、帝人、東レをはじめ日系の原系メーカーが大きな役割を果たしたという点である（末廣 1980；トラン・ヴァン・トウ 1985；佐藤 2003）。日系原系メーカーの製品は国内市場向けではなく、おもに輸出市場向けであった。その結果、産業の川上部門（糸、紡績糸、布地）と川下のアパレル産業とは緊密な連携を形成することなく、アパレル産業はその原材料を大きく輸入に依存しつづけた。また輸出向けアパレル産業と国内市場向けアパレル産業との間には大きなギャップが存在しつづけた。3カ国とも国内には家内労働にいたるまでの下請け生産の連鎖が残存し、低賃金によって支えられた競争力維持の努力が今なお残っている。

第2に、MFA体制下でのクォータはアジア域内の生産・流通体制を大きく変えた。東アジアのビッグ3（韓国、香港、台湾）は欧米のバイヤーたちの仲介業者となった。彼らは東南アジアの低賃金国（タイ、マレーシア、フィリピン、インドネシア）の生産拠点を編成し、自らはODMあるいはOBMサプライヤーへとアップグレードし、競争力を維持強化した。タイ、マレーシア、フィリピンの輸出向け生産アパレル企業は、CMTあるいはOEMサプライヤーとなった。この点でアップグレードが最も進んでいる国はタイであり、最も遅れている国はフィリピンである（Sanchez 1990；Yamagata 1998）。マレーシアはタイの状態にかなり似通った状態にある。現在でもトライアングル・マニュファクチャリング制度を利用している香港企業は、これら3カ国において存在感を示している³⁰⁾。しかしそれと同時に、インターネット技術の急速な発展によって、多くの企業がこうした

30) アップルバウムは、MFA終了後、香港、台湾、韓国の巨大な多国籍コントラクターがウォルマートに象徴されるような巨大な小売資本と対抗できるまで成長したことを強調している。典型的な事例として、台湾のニエン・シン（Nien Hshing）、韓国のユポング（Yupoong Inc.）、香港のルエンタイ、TAL、ユー・ユエン（Yu Yuen）が取り上げられている（Appelbaum 2008）。

仲介業者の手を経ないで、自らがフルパッケージ生産者（OEMサプライヤー）へとアップグレードしてきている（Crisis 2012）。

第3に、1990年代以降になると、とりわけMFAが撤廃された2005年以降になると、これら3カ国のアパレル産業の生産・輸出拠点としての競争力衰退が顕著になった。その原因は、なによりもまず輸出向け縫製生産拠点としての中国の台頭であり、さらにバングラデシュ、カンボジア、ヴェトナム、ラオス、ミャンマー、スリランカ、インドといった低賃金国への縫製生産拠点の移転である。「底辺への競争」に曝され始めたのである。現在のカンボジア、バングラデシュ、ミャンマーといった低所得アジア諸国にとって、アパレル産業は外貨獲得を目的とする輸出の花形産業である。海外からテキスタイル等を輸入して、縫製加工を施して輸出するという形態である。これに伴って、タイ、マレーシア、フィリピン3カ国のアパレル業者は、より付加価値の高い、またファッション性の高い製品生産へのアップグレードを迫られている。

第4に、現時点では生産拠点と消費拠点という2つの性格が混在している。タイ、マレーシア、フィリピン3カ国では中間所得層の増大に伴って、アパレルの位置づけはかつて見られた外貨獲得のための輸出産業という位置付けから、国内市場向けの産業としての位置づけへの転換が、徐々に高まってきている。輸出生産拠点から消費市場への転換である。消費市場の発展を背景にして、フィリピンではベンチ、マレーシアではパディニ、タイではジャスパルに代表される現地ファーストファッション小売業(SPA)が登場してきた。ただし現在までのところ、東南アジア発のファーストファッション小売業の事業展開は国内が中心であり、海外展開もアジア近隣諸国および中東諸国に限定されている。

第5に、素材部門でかつての日系企業が占めていた地位を今では日系企業を凌いでインド系企業が占めている。タイのアディティヤ・ビルラグループとインドラマグループ、マレーシアのリライアンスグループ、フィリピンのアディティヤ・ビルラグループである³¹⁾。国際比較すると世界の化学

繊維部門で圧倒的な地位を誇っている中国企業は、その影すら見られない。ただし華人系資本が支配する企業はある（とくにインドネシアで顕著である）。

第6に、これとは対照的にアパレル部門やファーストファッション小売部門では、オーヴァーシーズチャイニーズ（華人グループ）が圧倒的な存在感を示している。クリニスの表現を使うならば、「ゲーム産業における中国人の独占」（Crisis 2012）である。

4. テキスタイル産業とアパレル産業

（1）東南アジアにおけるアパレル生産の多層性

アジア各国を見渡すと、世界をまたに駆けたファーストファッション小売業（SPA）—ザラ（インディテックス）、ギャップ、ヘネス&モーリッツに代表される一店舗と並んで、それぞれの国のSPAが健闘していることがわかる。国内市場を主要消費地とするアパレルメーカー及びSPAのヴァリューチェーンである。こうした企業の競争力の源泉は、自国の市場（消費者の好み）をよく知っていること、また低価格で商品を提供できることにある。アジアのSPAの中には、海外への展開を始めた企業もある。

香港のアパレル企業の中には、ジェレフフィが強調したように、CMT→OEM→ODM→OBM→SPAという積み立て型の発展を遂げた成功例だけでなく、飛び越し型の発展を遂げた成功例がある。ジェレフフィが着目した「三角製造」の担い手は「商社」そして/あるいは「製造業者」であった点に着目したい。彼が事例として挙げたジョルダノーとファン・ブラザースは確かに商社であると同時にアパレル製造業者であるが、一方香港のSPAを代表する利豊（Li & Fung）は、製造業の経験をもつことなく当

31) インドネシアでもアディティヤ・ブルラグループとインドラマグループなどが、東レ、帝人と並んで優勢である（日本化学繊維協会 2012: 310）。

初から商社として成功した事例である。

ユニクロもまた、「飛び越し」型の発展を成功裏に成し遂げた日本で始めての企業である。ユニクロの前身である「小郡商事」は広島にあった紳士服小売販売店である。ユニクロはCMT→OEM→ODM→OBM→SPAというアップグレードの道程をたどっていない。ユニクロもまた山口県宇部市にあったアパレル（メンズ）専門小売業者から出発している。

フィリピン最大のファッションアパレル小売業者スーヤン・コーポレーション（主要ブランドはベンチ（Bench）、ゴールデンABC（主要ブランドはペンショップ）、や子供服のジンジャースナップ、またマレーシアのパディニ、タイのジャスパルなども同様である。国内市場への出店からはじめ、近隣アジア諸国や中東諸国へと出店を始めている。

アップグレードの2つの型が、同一企業の中で並存しているケースも多い。日系企業を含め、アジアのアパレルメーカーの場合、OEMあるいはODMサプライヤーであると同時に、自社ブランドを持ったOBMサプライヤーあるいはファッション小売業者であるケースが多く見られる。こうした企業では、通常自社ブランド製品はより安価で自国市場向けであるのに対し、OEMあるいはODMで生産しているグローバル企業のブランド製品はより高価で先進国市場向け（日系企業の場合、日本市場向けである場合が多い）である。

こうしてみると、ファーストファッション小売業はいずれの国でもSPAが主体になりつつあると言えそうである。わが国でも1990年代に入ると、ファイブフォックス、オンワード樫山、ワールド、イトキン、サンユー・インターナショナル等の総合アパレルメーカーもSPA化を進めるようになった（山崎 2010: 133-151, 佐山・大枝 2011: 110-113）。

ジェレフィが焦点をあてた、国際分業の一環としてのアパレル産業（消費地としてのアメリカ・ヨーロッパ・日本、生産基地としてのアジアほかの発展途上国、そして仲介者としてのアジアNIES企業）という構図の中で描かれた、自ら運営する工場をもたない（すなわち生産拠点を持たない）、

「当初からグローバルに生まれた」(born global) 業務形態が、ヴァリューチェーンの中心が川下に移動しきった究極の発展形態である。このビジネス・モデルは、アパレル業界において現在ではアメリカに限定されたものではなく、主流の業態として世界中に広がりつつある。

(2) 2つのヴァリューチェーン

サプライチェーンの観点から「テキスタイル&アパレル産業」とひとくくりにされるが、このサプライチェーンには2つの異なったヴァリューチェーンの核がある。ファイバー生産を軸とするヴァリューチェーン(FVC)と小売を軸とするヴァリューチェーン(RVC)である。FVCはプロデューサー・ドリブン・ヴァリューチェーン、RVCはバイヤー・ドリブン・ヴァリューチェーンとして特徴付けられる。ジェレフフィの議論は米国の小売革命を起点とするRVCをモデルにしたものである。

「1970年においてはデュポン(DuPont)がサプライチェーンの中で最も力のある企業であった。ほぼ20年後になると最も力のある企業はレーヴァイス(Levi's)であった。そして今日ではおそらくこの称号はナイキ(Nike)に与えられるであろう」(Scheffer 2012: p. 14)。ファイバー生産者からファッション小売業者へのパワーシフトをもたらした要因は、利益構造の変化である。「1970年時点において卸売りの粗利益は15-20%であったが、2008年には35-40%へと増加した。また1970年に小売の粗利益は35-40%であったが、2008年では55-60%へと増加した。換言するならば、先進諸国においては、通常の小売価格に占める生産に必要な総物質コストは50%から30%へと減少した。ファーバーのコストはわずか2%未満である。一方、マーケティング、デザイン、ブランド形成のコストは小売価格の20%以上に上っている」(Ibid.)³²⁾。

アバナシーたちによると、19世紀の米国では小売業、アパレル業、テキスタイル産業に属する企業は、「分離」されていた。小売、アパレル、テキスタイルを包摂する垂直的統合は見られなかった。テキスタイル生産者の

中には、一社として主要なアパレル製造業者はなかった。それが情報と在庫の連関を通じて統合されるようになった。そして、テキスタイル産業はますますアパレル産業への依存をうすめるようになった (Abernathy, Dunlop, Hammond, and Weil: pp. 36-38, 203)。かつて衣料部門にそのすべてが流れこんでいたテキスタイル生産は、1990年代後半までには約3分の1までに減少した (Ibid.: p. 204)。もう一つの特徴は、「米国では川中のテキスタイル部門に大企業が多く存在し、紡績企業が紡績から職布、染色工程まで各工程の生産部門だけでなく、販売部門まで一括して統合した」という点である (伊丹 p. 107-129)。

これに対し、1960年代の最盛期の日本の繊維産業を支えてきたのは、川上の原系メーカー (ファイバー製造業者) によって主導されたプロデューサー・ドリヴン・ヴァリューチェーンであった。1970年代初頭にいたるまで、わが国ではアパレル製造品は「繊維二次製品」と呼ばれてきた。またアパレル産業は「二次製品メーカー」と呼ばれていた (鍛島 2006)。この呼び名が端的にあらわしているように、繊維産業の中核は産業の上流である原系メーカー、とくに大手合繊原系メーカーにあった。川上の大手合繊原系メーカー (とりわけ東レ, 帝人, 旭化成) は、川中の織物や染色整理業者を系列化し (織研新聞社 2009: 76-78, 伊丹 2001: p. 114), さらにはア

32) こうした状況は、近年ますます進展しているようである。東レの榎原定征会長によると、「1枚5千円のワイシャツの場合、東レの取り分は糸の供給だけなら約12円」であり、「生地や縫製まで手掛ければ数百円になる」という (『日本経済新聞』2013年11月16日朝刊)。なんと、糸の価格は小売価格のわずか0.24%にすぎない。また佐山・大枝 (2011) が掲載している、「業界情報から経済産業省が作成」した「アパレル価格構成の変化 (事例)」によると、1988年では、小売価格5,800円のワイシャツのうち、製造1,575円 (27.2%)、流通4,225円 (72.8%) であった。それぞれの内訳は、製造では繊維原料 (綿・ポリエステル) 70円 (1.2%)、紡績など505円 (8.7%)、縫製1,000円 (17.2%)、流通では生地問屋35 (0.6%)、アパレル950円 (16.4%)、製品問屋640円 (11.0%)、小売2,600円 (44.8%) であった。これが2008年 (海外縫製前提ワイシャツ) になると、小売価格3,900円のうち製造780円 (20%)、流通3,120 (80%) へと流通優位にシフトした。またそれぞれの内訳は、製造では繊維原料 (綿・ポリエステル) 80円 (2.1%)、紡績など400円 (10.3%)、縫製300円 (7.7%) に対し、流通では一般アパレルの場合には生地問屋40円 (1.0%)、アパレル675円 (17.3%)、製品問屋455円 (11.7%)、小売1,950円 (50%) であり、SPAの場合には商社マージン195円 (5%)、SPA取り分2,925円 (75%) である (佐山・大枝 2011: 59ページ)。

パレルメーカーを巻き込んで製品開発を行い、川下のアパレルメーカーの育成に大きな役割を果たした（鍛島 2006: pp. 20-54）。「原系メーカー主導の繊維産業の構造」（伊丹 2001: 114）が作られたのである。ようやく1970年ごろになって、アパレルメーカーが自立しはじめブランド形成を行うようになった。

合成繊維主導の発展形態をとった1960年代の日本では、国内市場だけでなく輸出市場の開拓、とりわけ東南アジア市場の開拓が盛んに行われた。「糸の6割、織物の5割が東南アジア向けの輸出」（伊丹 2001: 40）であった。また同時期にアジアへの海外進出も盛んに行われた。「合繊では原系メーカーが中心となって、職布、染色仕上加工企業、総合商社との共同で現地資本と提携して合成繊維産業の製造から加工までの一貫体制を築き上げた」（同：40）。合成繊維企業の海外進出に続いて、アパレル産業の確立に伴って、1960年代後半からアパレル企業の海外進出も始まった。その目的は、（1）コスト削減、（2）進出先市場の開拓、（3）MFAの下での輸出基地、が主要なものである。1990年以降は、縫製生産拠点への中国移転ラッシュが始まった。低賃金を利用した生産と、製品を消費地としての本国（日本）への持ち帰り、という方式が支配的な形態になった。さらに近年になると、中国の労賃が上昇するにしたがって、（1）のコスト削減という観点から、より労賃の安いヴェトナム、インドネシア、カンボジア、バングラデシュ、ミャンマーへといった「中国プラス1」への動きが顕著になった。あるいはすでに確立したタイの縫製拠点からラオス、カンボジア、バングラデシュへの工場移転といった動きもみられる。

かくして米国と日本との間には繊維産業の発展形態には大きな相違が見受けられるが、歴史的に見ると、両国とも川上（ファイバー）から川中（テキスタイル）へ、そして川中（テキスタイル）から川下（アパレル）へ、そしてさらなる川下（小売）へとヴァリューチェーンの中心が移動してきた様子を読み取ることができる。

合繊原系ヴァリューチェーンと小売ヴァリューチェーンは、異なった能

力および方向に基づいており、両者は分断されている。この分断が、ハイロード（ファッションアパレル）への道を模索しているアジアの中所得国にとって新たな可能性を生み出している。2つのヴェリチェーンが分断していることによって、「飛び越し」が可能になる。換言すれば、アパレル産業とテキスタイル産業との連結・統合こそが、発展途上国のテキスタイル・アパレル産業のアップグレードをもたらす唯一の道であるとする従来の通説は、あてはまらない可能性がある。ジェレフィによると、CMT→OEM→ODM→OBMというアップグレードの構図は、かつてのアジアNIES（特に香港）の経験を説明するものであるが、自国のテキスタイル産業を持たず、原材料のほとんどすべてを輸入に依存し、低賃金を競争の原理としているフィリピン、バングラデシュ、スリランカ、カンボジア、ラオス、ミャンマーにとって、こうしたアップグレード方式が機能する可能性はほとんどない。のみならず、タイ、インドネシア、マレーシア、ヴェトナムといったアジアの中所得国にとっても、テキスタイル産業とアパレル産業との連結は・統合はきわめて困難である。こうしたアジアの発展途上国が、中国とインドの企業が支配する化学繊維分野（ファイバーとテキスタイル）に新規参入して、競争に勝ち抜く可能性はほとんどない。こうした後発アパレル産業諸国にとって、テキスタイルとアパレルの統合は不可能であるだけでなく、追求すべき方向でもない。フィリピンのアパレル産業に関して、野沢は「今後の課題は国内産業とのリンケージをいかに高めていくかである。一度放棄された川上部門の近代化計画の活用が第一に考えられる。繊維部門を保護の枠からと解放して効率化して国際競争力を炊き高めていくことである。それにより、国内向け生産と輸出向け生産活動の分断も解消されよう」（野沢 1989）と論じ、藤森も「（フィリピンの）アパレル産業が生き残る道は川上部門の近代化により、川下部門との有機的連関を強めることである」（藤森 2000）と論じた³³⁾。しかしオフレネオが論じているように、こうした「昔からある」提案を実行するには、すでに「手遅れ」である。解決の出口は別に見出されなければならない。

ブランドの形成は、製造能力の積み立て型アップグレード方式だけに基づいているわけではない。必要とされるのは、コーディネーション能力であり、市場動向を読み取る能力である。世界のファッションセンターとなった香港には、原系メーカーは1社もないことを想起したい。

現在では世界の主要化学繊維企業の中に先進工業国の企業は一社も入っていない。世界のポリエステル繊維上位10企業を見ると、中国とインドの企業が圧倒的な地位を占めている（表10）。かつて世界を支配していた米国、ドイツ、日本の企業はすでにこの分野での競争力を失い、テキスタイル市場から退出した企業も少なくない。かろうじて韓国と台湾の企業が競争場裡に残っている。タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピンとい

表10 世界10大ポリエステルメーカー（2010年1月末時点）

企業名	立地	フィラメント	ステープル	合計
Reliance Industries	India, Malaysia	1,164	774	1,938
Sinopec	China	148	995	1,143
Indorama	India, Indonesia, Thailand	462	505	967
南亚塑膠 (Nan Ya Plastics Corporation)	Taiwan, U.S., Vietnam, China	536	420	956
三房港 (Jiangsu Sanfangxian Group)	China	—	840	840
桐昆 (Golencock)	China	800	—	800
浙江翔盛	China	540	200	740
浙江遠東化繊	China	420	300	720
江蘇恒力 (Jiangsu Hengli Chemical Co. Ltd.)	China	680	—	680
盛澤盛虹	China	675	—	675

出所：「世界の10大ポリエステル繊維メーカー（2010年）」(http://www.jcfa.gr.jp/news/100320_850.pdf-2014年1月9日アクセス)

- 33) 同様の提案は、タイに関しても、マレーシアに関してもなされている。例えば、タイに関してドナー＝ラムゼイは、「タイのガーメント産業が成長を持続するためには、より高付加価値の製品に移行しなければならない。そうするためには、主要な障害となっている下流のガーメント産業と上流（染色、プリンティング、仕上）部門との不十分な連関、およびコストの上昇と技能労働者の不足という労働問題を解決しなければならない」（Doner and Ramsay 1994: 187）と論じている。マレーシアに関して末廣は、「ファッション製品・比較優位をもった高付加価値製品の開発ももちろん必要であるが、それを支える国内素材産業の育成・促進を政府が真剣に検討することもまた必要である（末廣 1990）と論じている。

った東南アジアの主要4カ国の化学繊維製造企業をみると、いずれの国にもインド企業が進出し、日系企業をおさえて主要な位置を占めている。1960年代から70年代にかけての日本の状態とよく似ている。かつての日本や韓国と同様、現在のインドでは合成繊維中心のヴァリューチェーンが支配的であることを示している。

おわりに

アメリカの小売革命を起点に生じたアパレル産業ヴァリューチェーンの編成替えをモデルとしたジェレフィの仮説（バイヤー・ドリブン・ヴァリューチェーン仮説）は、一種の発展段階説である。この発展段階説をアジア経済に限って適用してみると、米欧と並んで日本が第1グループ（消費市場）、香港、台湾、韓国、シンガポールが第2グループ（OBMサプライヤー）、タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピンが第3グループ（OEMサプライヤー）、そしてヴェトナム、カンボジア、ラオス、ミャンマーが第4グループ（CMTサプライヤー）ということになる（前掲表1、表4参照）。

ところが1990年代中葉でも、国内のアパレル生産者はアメリカの場合には国内需要の60%以上を（Christerson and Appelbaum 1995）、また日本でも60%以上を供給している（伊丹+伊丹研究室 2001：85）。つまり米欧日先進諸国はアパレル製品の消費国＝輸入国というだけでなく、国内市場の60%以上を占める生産国でもある。そういった意味で、先進諸国の状況は東アジア、東南アジア諸国の状態とそれほど違ってはいない。

次に指摘できるのは、東南アジア諸国をOBM、ODM、OEM、CMTという発展段階カテゴリーで明確に分けることはできないという点である。とりわけ第3グループに列挙されているタイ、インドネシア、マレーシア、フィリピンは程度の差こそあるものの、いずれの国でもこの4つのカテゴリーのすべてに分類される企業が並存している。さらに、CMT国に分類

されているヴェトナム、バングラデシュ、カンボジアでも、OEMあるいはODMに分類することができる企業が並存している。例えばヴェトナムやバングラデシュと比較しても「遅れている」と認識されているカンボジアの場合ですら、ほぼ25%の企業がCMTサプライヤーではなくOEMサプライヤーである (Dasgupta, Poutiainen, and Williams 2011: 27)。グローバル化が著しく進展しているアパレル産業を分析するにあたっては、国ではなく企業を単位として分析を進める必要がある。

ジェレフィの提出した発展段階説の第2図式(前掲図3参照)に関しては、中国、インド、インドネシア、タイ、パキスタンすべての国でファイバーが生産されているし、程度の差こそあれヴェトナムやバングラデシュでも同様である。「アパレル→テキスタイル→ファイバー→紡績・織布・縫製機械」というのは産業の流れを示すものであり、発展段階の相違を示すものではない。テキスタイル・ファイバー部門をもたない、あるいはほとんどない国はカンボジア、ラオス、ミャンマー、スリランカ、フィリピン程度である。さらに、国内にテキスタイル・ファイバー部門を持っていたとしても、そのほとんどが外資系によって占められ、製品の大半が輸出にまわされているマレーシアのような事例もある。テキスタイル・ファイバー部門の有無は、一人当たり所得の大きさとそれほど密接に関連しているわけではない。原系から小売までをカバーするテキスタイル&アパレル部門の全体像を眺めまわしてみると、ヴァリューチェーンの核となる主導企業のタイプが2つあることがわかる。すなわち、産業の最上流に位置する原系(ファイバー)部門に位置する企業と最下流に位置する小売部門に位置する企業である。原系メーカーが中心となる場合はサプライヤー・ドリブン型(SDCC)であり、小売業が中心となる場合はバイヤー・ドリブン型(BDCC)である。2つの異なった方向が対抗していると考えべきであろう。「川上から川下へ」という流れと、逆に「川下から川上へ」という流れである。すなわち産業全体を統合する核となる推進力がどちらの方向から働くか、という問題である。1960年代から70年代にかけての日本やそ

の後韓国によって継承された事例はサプライヤー・ドリブン型の典型であり、現在ではインドがこの型を受け継いでいる。これに対しバイヤー・ドリブン型、すなわち自社工場を持たないプライベートブランド販売小売店中心のヴァリューチェーンは米国で生まれ、まもなくスペインのインディテックス（ザラ）やスエーデンのヘネス&マウリッツに受けつがれ、今や世界中のファッション業界で採用されるに至った型である。アジア地域に目を向けると、香港の華人系経営者によっていち早く採用された型である。

テキスタイル&アパレル産業は、製品の流れとしてみるならば確かに「ファイバー→テキスタイル→アパレル→小売」がそれぞれ産業の川上、川中、川下ということになるが、各部門は相対的に独立あるいは分裂している。付加価値を生み出す能力はそれぞれ全く異なった分野に属している。ファーストファッション小売業（SPA）は、必ずしもファイバー生産能力もテキスタイル生産能力もアパレル生産能力も自ら兼ね備える必要はなく、デザイン力とブランド形成力を持ち、また川上および川中の各分野が持つ能力をコーディネートし、販売する能力があるならば、企業として成り立つことを示している。

〈参考文献〉

- 伊丹敬之＋伊丹研究室 2001.『日本の繊維産業—なぜ、これほど弱くなってしまったのか』NTT出版。
- 一見輝彦 1995.『ファッションのための繊維素材辞典』ファッション教育社。
- 絵所秀紀 2011.「台頭するインドと東南アジアの経済関係(3)」『経済志林』第79巻第1号。
- 鍛島康子 2006.『アパレル産業の成立—その要因と企業経営の分析—』東京図書出版会。
- 国際協力銀行2013.『フィリピンの投資環境』株式会社国際協力銀行。
- 佐藤彰彦 2003.「日本繊維メーカーのアジア地域における立地行動分析」『経営研究』第53巻第4号：203-223。
- 佐藤彰彦 2010.「日本の繊維・アパレル多国籍企業のタイへの立地行動の分析—タイにおける日本企業の成長(タイワコールへの実態調査を通じて)」『大阪産業大学経営論集』第12巻第1号。
- 佐山周・大枝一郎 2011.『1秒でわかるアパレル業界ハンドブック』東洋経済新報社。
- 末廣昭 1979.「タイ繊維産業と日系多国籍企業—輸入代替期7大グループの競争と寡占—」『アジア経済』XX-1: 2-35。
- 末廣昭 1980.「東南アジア繊維産業の発展と構造」アジア経済研究所編『発展途上国の繊維産業』アジア経済研究所。
- 末廣昭 1990.「繊維産業—アパレル輸出基地化と生産の垂直統合」堀井健三編『マレーシアの工業化—多民族国家と工業化の展開』アジア経済研究所。
- 東洋経済新報社 1983.『海外企業進出総覧1983』東洋経済新報社。
- 東洋経済新報社 2013.『海外企業進出総覧2013』東洋経済新報社。
- トラン・ヴァン・トゥ 1985.「日本企業の東南アジアでの系列化—合繊工業のケース：1960—1980」『日本経済研究』No. 14: 47-73。
- 日本化学繊維協会 2013.『繊維ハンドブック2013』日本化学繊維協会。
- 日本化学繊維協会 2014.『繊維ハンドブック2014』日本化学繊維協会。
- 日本貿易振興機構 2011.『タイのアパレル市場に関する動向調査』日本貿易振興機構。
- 日本貿易振興機構 2012a.『マレーシアにおけるアパレル市場調査レポート編』日本貿易振興機構。
- 日本貿易振興機構 2012b.『マレーシアにおけるアパレル市場調査資料編』日本貿易振興機構。
- 野原昂 1989.「外資依存型委託加工で発展するアパレル産業」福島光丘編『フ

ィリピンの工業化：再編への模索』アジア経済研究所。

藤森英雄 2000. 「フィリピンの繊維・アパレル産業—構造と問題—」『経営経理研究』第66号：31-64。

村松高明 2006. 『繊維』日本経済新聞社。

山崎光弘 2010. 『増補版現代アパレル産業の展開』織研新聞社。

Abernathy, Frederick h., John T. Dunlop, Janice H. Hammond, and David Weil 1999. *A Stitch in Time: Lean Retailing and the Transformation of Manufacturing—Lessons from the Apparel and Textile Industries*, New York & Oxford: Oxford University Press.

Appelbaum, Richard P. “Giant Transnational Contractors in East Asia: Emerging Trends in Global Supply Chains,” *Competition & Change*, Vol. 12 No. 1: 69-87.

Appelbaum, Richard P. and Gary Gereffi 1994. “Power and Profits in the Apparel Commodity Chain,” in Bonacich, Cheng, Chinchilla, and Ong eds. 1994.

Arnold, Dennis and Kevin Hewison 2005. “Exploitation in Global Supply Chains: Burmese Workers in Mae Sot,” *Journal of Contemporary Asia*, Vol. 33 No. 3: 319-340.

Bair, Jenniffer 2005. “Global Capitalism and Commodity Chains: Looking Back, Going Forward,” *Competition & Change*, Vol. 9 No. 2: 153-180.

Bonacich, Edna, Lucie Cheng, Norma Chinchilla, Nola Hamilton and Paul Ong eds. 1994. *Global Production: The Apparel Industry in the Pacific Rim*, Philadelphia: Temple University Press.

Crinis, Vicki 2010. “Sweat or No Sweat: Foreign Workers in the Garment Industry in Malaysia,” *Journal of Contemporary Asia*, Vol. 40 No. 4: 589-611.

Crinis, Vicki 2012. “Global Commodity Chains in Crisis: the Garment Industry in Malaysia,” University of Wollongong Research Online (research-pubs@uow.edu.au).

Christerson, Brad and Richard P. Appelbaum 1995. “Global and Local Subcontracting: Space, Ethnicity, and the Organization of Apparel Production,” *World Development*, Vol. 23 No. 8: 1363-1374.

Dasgupta, Sukti, Tuomo Poutinen, and David Williams 2011. *From Downturn to Recovery: Cambodia’s Garment Sector in Transition*, ILO Country Office for

- Thailand, Cambodia and Lao People's Democratic Republic.
- Doner, Richard F. 2009. *The Politics of Uneven Development: Thailand's Economic Growth in Comparative Perspective*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Doner, Richard F. and Ansil Ramsay 1994. "Thailand in the Pacific Rim Garment Industry," in Bonacich *et.al.* eds. 1994.
- Gereffi, Gary 1994; "The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U. S. Retailers Shape Overseas Production Networks," in Gereffi and Kirzeniewicz eds 1994.
- Gereffi, Gary 1999. "International Trade and Industry Upgrading in the Apparel Commodity Chain," *Journal of International Economics*, Vol. 48: 37-70.
- Gereffi, Gary and Stacey Frederick 2010. *The Global Apparel Value Chain, Trade and the Crisis: Challenges and Opportunities for Developing Countries*, Policy Research Working Paper 5281, Washington D. C.: The World Bank.
- Gereffi, Gary, John Humphrey, and Timothy Sturgeon 2005. "The Governance of Global Value Chains," *Review of International Political Economy*, Vol.12 No. 1: 78-104.
- Gereffi, Gary and Miguel Korzeniewicz eds. 1994. *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport, Connecticut, London: Praeger.
- Gereffi, Gary and Olga Memedonic 2003. *The Global Apparel Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries*, Sectoral Studies Series, Vienna: United Nations Industrial Development Organization.
- Habaradas, Raymund B. 2008-09. *Adjustments in the Textile and Garments Industries of the Philippines in view of the Post-Quota Regime*, DLSU-AKI Working Paper Series 2008-09, Manila: De La Salle University Angelo King Institute.
- Labour Resources and Research Institute 2005. Asian Migrant Workers at Ramatex in Namibia (<http://www.laborright.org>)
- MKMA (Malaysian Knitting Manufacturers Association) 2013. *Member Directory 2012-2014*.
- MTMA (Malaysian Textile Manufacturers Association) 2013. *Textile Directory 2010/12*.
- Ofreneo, Rosalinda Pineda 1994. "The Philippine Garment Industry," in Bonacich *et.al.* eds., 1994.
- Ofreneo, Rene E. 2009. "Development Choices for Philippine Textiles and

- Garments in the Post-MFA Era,” *Journal of Contemporary Asia*, Vol. 39 No. 4: 543-561.
- Ofreneo, Rene E. 2012. “Philippine Garments in the Post-MFA Era: Seeking Protection via Free Market,” *Institutions and Economics*, Vol. 4 No. 3: 83-102.
- Rasiah, Rajah 1993. “Competition and Governance: Work in Malaysia’s Textile and Garment Industries,” *Journal of Contemporary Asia*, Vol. 23 No. 1: 3-23.
- Rasiah, Rajah 2009. “Malaysia’s Textile and Garment Firms at the Crossroads,” *Journal of Contemporary Asia*, Vol. 39 No. 4: 530-542.
- Sanchez, Aurora 1990. “The Textile Industry in the Philippines and Thailand: A Comparison,” *Journal of Philippine Development*, Vol. XVII No. 1: 67-87.
- Scheffer, M. R. 2012. “Trends in Textile Markets and their Implications for Textile Products and Processes,” in R. Shishoo ed., *The Global Textile and Clothing Industry: Technological Advances and Future Challenges*, Oxford: Woodhead Publishing.
- Smakman, Floortje 2004. *Local Industry in Global Networks: Changing Competitiveness, Corporate Strategies and Pathways of Development in Singapore and Malaysia’s Garment Industry*, Dissertation, University of Utrecht (<http://dspace.library.uu.nl/handle/1874/592>)
- Suphachalasai, Suphat 1990. “Export Growth of Thai Clothing and Textiles,” *World Economy*, Vol. 13: 51-73.
- TGMA (Thai Garment Manufacturers Association 2013. *Directory 2012*. Bangkok: TGMA..
- USITC (United States International Trade Commission) 2004. *Textile and Apparel: Assessment of the Competitiveness of Certain Foreign Suppliers to the U. S. Market*, Vol. I, Washington D. C.: United States International Trade Commission
- War on Want 2012. *Migrant Workers in Thailand, Cambodia, and Malaysia* (<http://www.waronwant.org>)
- Yamagata, Tatsufumi 1998. “Ineffective Protection, Weak Linkages and Poor Performance: The Philippine and Thai Textile Industries,” in Mitsuhiro Kagami, John Humphrey, and Michael Piore eds., *Learning, Liberalization and Economic Adjustment*, Tokyo: Institute of Developing Economies.

(本稿は、科学研究費基盤研究 (B) アジアにおける日中印の競争、協力と相互依存 (代表者: 絵所秀紀), および科学研究費基盤研究 (B) インドの産業発展と日系企業 (代表者: 佐藤隆広) の研究成果の一部である)

The Dynamics of the
Textile & Apparel Industries in South East Asia
—A Preliminary Analytical Framework—

Hideki ESHO

《Abstract》

The apparel industry is a representative example of a buyer-driven commodity chain as suggested by Gary Gereffi. We examine this hypothesis by focusing on the textile and apparel industries in South East Asian countries, especially the Philippines, Malaysia, and Thailand. We found that there are two different kinds of value chains in these textile and apparel industries. In one, the lead firms are engaged in chemical fiber production, and in the other, the lead firms are engaged in fast fashion retailing. The former is a supplier-driven chain and the latter is a buyer-driven chain. In South East Asian countries today, we find these two different chains. Japanese chemical fiber producers during the 1960s and 1970s represented the former case, and today this type is found among Indian chemical fiber producers such as Reliance Industries, the Indorama group, and the A. V. Birla group. On the other hand, U.S. and Western European fashion retailers represent the latter case, and this is also so among Hong Kong Chinese entrepreneurs. In future, even firms in the small countries of South East Asia can upgrade and be fashion retailers without having fiber and textile production bases, if they can develop their own designs and brands, and develop merchandizing, marketing, and coordinating capabilities and skills.