

企業から見た ASEAN の貿易自由化

ASEANにおける事業環境の変化に日本企業はどのように対応してきたのか。
今後 ASEAN に期待することとは。課題は何か。

パナソニック株式会社 渉外本部 国際渉外部
主幹 上之山陽子

ASEAN との最初の出会いは、学生時代に2週間旅行したタイである。リュックを背負ってバックパッカーとして出かけた一人旅で、日本と異なる文化や慣習が混沌とするこういう地域が私は好きなのだと気づいた。その思いは、パナソニックに入社してアジア中近東を統括する本部で、現地法人の管理や代理店営業、販路が特殊な製品の販売支援など、様々な仕事を担当する中でさらに大きくなった。その後、縁あって会社に籍を置きながら外務省に出向し、ASEANの南半分を所管する南東アジア第二課で日本政府のFTA(自由貿易協定)交渉を支援した。各種協定の署名、交渉、改定など、日本政府の合意形成の仕組みを知り、交渉相手国の政府の人たちの考え方も学ぶことができた。そして、会社に復職後も現在に至るまで、政府や業界団体に対する通商関係の渉外活動を担当している。

大きく改善したビジネス環境

ASEANでは、ゆっくりものごとが進む。変化のスピードが緩やかなため感じられないことが多いのだが、ASEANは着実に経済成長しているし、ビジネス環境も改善している。

例えば25年前、フィリピン、ベトナム、インドネシアなどではメーカーが自社で通関して現地で販売を行うことは難しく、専門商社等の支援が必要だった。それが現在では、十分自社で行えるビジネス環境になっている。送金や代金回収でも問題が少なくなった。そして今後はラオス、ミャンマー、カンボジアでも、企業活動を行うための法

整備およびその運用が改善されていくに違いない。

これは、ASEANのそれぞれの国が自国の経済発展に努めてきた成果であるとともに、ASEANという枠組みの中で10カ国が共通の目標を掲げ協調し、その達成に尽力してきた結果だと言える。ASEANには、「政治・安全保障」「経済」「社会・文化」の3本柱があり、企業活動に最も関係があるのが「経済」である。2015年末に、ASEAN自由貿易地域(AFTA)を発展させたASEAN経済共同体(AEC)が発足した。モノの貿易についてはAFTAですでに高いレベルでの域内貿易自由化が達成されている。AECではさらにサービス、投資、資本、熟練労働者などの自由な移動を目指している。その実現にはまだまだ時間がかかるだろうが、ASEANに合ったやり方で、ビジネスに密着した事業環境の改善を今後も進めていくことだろう。

貿易自由化に対応し事業を変革

ここで、ASEANにおけるパナソニックの事業展開について概観しておきたい。

パナソニックの戦後最初の海外工場は、1961年にタイに設立した乾電池工場である。その頃のASEAN各国は高関税で国内市場を保護していたため、各国の消費者に製品を届けるにはそれぞれの国の中でモノを生産する必要がある。そこで、シンガポール、タイ、マレーシア、フィリピン、インドネシアの各国で乾電池や家電製品などの現地生産を始めた。外資が単独で製造や販売活動ができない国では、現地でパートナーを見つけ協力