

## 7-2. タイ製品の評価と課題

### 7-2-1. 米国における評価

#### (1) 流通機構

インタビューを通じて判明しているタイ製品の流通ルートは、各種ある。

小売販路である量販店大手のシアーズ・ローバックは、タイに買付事務所が存在することから、タイ国内で直接仕入れている。

他方、サンフランシスコにある Nigel Import Inc. は、カリフォルニア州内に7店舗の店を直営し、その店に供給するために良質の木製家具をタイから直接輸入している。

また、Pilliod Cabinet Co. (High Point, NC) はタイ、台湾、メキシコの企業と直接ジョイント・ベンチャーにより米国に輸入して、家具専門店で卸している。

この他、ディスカウント・ストア、百貨店、ホームセンターなども直接輸入する機能を有すると思われ、直接のアプローチは今後大切である。

#### (2) タイ製品に対する評価

タイ製品の評価について多くの業者にインタビューを試みたが、タイ以外から輸入している業者が多い。

またこれら業者のうち、タイの製品を知らないと述べる業者も多い。しかし、同時に、「タイ製品のカタログや製造業者リストを送付したら検討してくれるか？」の問いに「YES」と答える者が過半数を占める。

つまり、関心はあるが、過去に取引関係をもつ機会がなかったことや、タイのどこに問い合わせたらそういう資料が入手できるかが分からないでいる。

タイ製品を取り扱っている業者は、タイ製家具に良い評価を下している。

品質には問題なく満足している。価格は競合価格で、今後も持続して取引出来るもので、満足している。納期も問題になっていない。デザインは米国側で提示して制作されるものや、タイ側でデザインされたものなど、用途・目的に応じて柔軟性をもたしている。

支払条件は、シアーズの場合、L/C (Letter of Credit) もあるが、タイ国内の工場で購入することもあるし、相手の企業に応じて色々である。

### (3) 木製家具を輸入している業者の評価

木製家具を輸入している業者を選んでインタビューした。地域的には、イリノイ州カリフォルニア州、ノース・カロライナ州に及んでいる。

#### 1) 会社名 Sears, Roebuck & Co. Sears Tower, Chicago, Ill.

インタビュー： Mr. Dick Smith ----- Import Manager

##### a) コメント

米国最大の小売業者、シアーズ・ローバック社の製品買付けは、家具でも細品目別に分かれた担当者がおり、インタビューしたディック・スミス氏はダイニング・テーブル担当の輸入部長である。

##### b) タイからの輸入

現在、タイからダイニング・テーブルと椅子を輸入している。我々のオフィスがタイにあるので、その代理店 (agent) を通じて取引が行われ、各種メーカーを選んで買付けている。

##### c) タイ製家具の評価

品質： 品質はとても良く、満足している。

価格： 競争価格にあるので、将来も取引を続ける。

納期： 約束どおりに納品されており、問題はない。

##### d) アジア諸国との競合性

台湾とも取引しているが、タイとは異なる製品を扱っているので、相互に競争することはない。

##### e) 輸入製品

ダイニング・テーブルと椅子の完成品を輸入しており、組立家具 (Ready-to-Assemble) とは違う。RTA家具は別部門で扱っている。

##### f) デザイン

家具発注に際し、シアーズでデザインを指定して作らせる場合と、タイ側のデザインによるものと半々である。

##### g) 将来の取引

タイの特定メーカーと取引中にあるが、今後も取引を拡大していく方向にある。

2) 会社名 Torben Frederiksen Enterprises Co. 1281 Andersen Drive,  
San Rafael, CA 94901

インタビュー： Mr. Hans Rix ----- Executive Vice President

a) コメント

当社の副社長、ハンズ・リックス氏に説明してもらった。

b) 輸入

我々は輸入卸業者で、西欧や東南アジア（インドネシア、シンガポール、台湾）と取引している。

タイとは過去に取引したことがあったが、今日取引していない。理由は取引先の会社が消滅したためで、もしタイに良い会社があれば再び取引したいと希望を抱いている。

c) タイへの要求

タイとの木製家具の取引きを切望しているが、まず次の資料が入手できるとありがたい。

木製家具の製造業者リストと住所、製品内容リストやカタログのような現物の分かり易いもの。

タイの木製家具の業界団体の住所。アメリカにその代理店あるいは事務所があればその所在を知りたい。

d) 取り扱い品目

当社が輸入している品目を参考に列挙すると、チーク材製のダイニング用の椅子とウォールシステムである。

e) 販売価格帯

当社は良質の中価格帯の木製家具を扱っており、RTA(Ready-to-Assemble)の家具も多い。

f) 流通販路

当社家具は主に中価格帯を扱う家具専門店、量販業者 (mass-merchandise) に卸している。

3) 会社名 Chatham County Furniture Industries, Inc.

Div. of US Furniture Industries

P.O.Box 2127, High Point, NC 27261

インタビュー： Ms. Becky Chlodfelter ----- Import Manager

a) コメント

当社は製造兼業輸入業者である。輸入部長、クロドフェルター氏に説明してもらった。

b) 輸入状況

現在、台湾、マレーシア、シンガポールと取引しており、家具部品 (Parts) を輸入し、米国に組立てている。しかし、残念ながらタイとは取引がない。

c) 流通事情

全米に組立工場が6ヵ所あり、輸入された部品類はそこに送られ、保管され、そこから卸業者に卸される。

d) タイへの関心

現在タイの家具事情を知らないが、関心はあるのでカタログなど送ってくれば、十分に検討する。

e) 扱い価格

扱っている木製家具は低 (low) から中 (Moderate) 価格帯のものである。

f) 扱品目

R T A家具は取扱っていない。ダイニング用テーブル、椅子、リビングルームな全般の家具を取扱っている。

#### (4) 米国メーカーのタイ製品の評価

米国の家具大手メーカーに直接インタビューを行ない、タイ製品について説明してもらった。

まず全体のインタビューを通じて判明したことは、タイ製家具についてもっと知りたいという希望が強く出ていることであった。

例えば「タイ家具の業界団体が米国内に事務所をもっているか」とか、「どこに問合せたら分かるのか、その問合せ先を知りたい」というものであった。つまり、タイ製を扱っていない米国メーカーは多いが、その大半はタイ製家具に関する情報不足である。

以下、代表的な3社とのインタビューの概要を紹介する。

##### 1) 会社名 LADD Furniture Inc. One Plaza Center, High Point, NC27261

インタビュー： Mr. Oliver Etheridge --- Import Manager

###### a) コメント

木製家具の大手メーカーで、低・中・高価格帯のバラエティーに富んだ家具を扱っている。その輸入部長、エセリッジ氏に説明してもらった。

###### b) タイからの輸入

3～4年前から当社は、バンコックを通じて直接木製家具を輸入している。主要品目には次のものがある。

ダイニング・テーブル, 同椅子, 同部品

###### c) タイ製品に対する評価

品質：現在取引しているタイ製品の品質に満足しているし、問題はない。

価格：現在の段階ではタイ価格に問題はなく、引続き取引できる価格範囲に位置している。

しかし、ドルの為替変動でタイ家具に値上がり状態が続いており、その値上がり幅は過去3～4年の間に20～30%高にシフトして来ている。それでも米国製家具よりは安価なので仕入れは続いている。

しかし、それもタイ側で価格操作をうまくしないと、将来

我々は米国製家具に切り換えるという状態を迎えるかも知れない。

現在のところはまだ米国製価格より低いので続けて輸入している。

納期と生産能力：タイからの納期は多少遅い。理由は生産規模がまだ小さく色々な家具をこなす生産能力が低い上に、家具部品の生産能力が低いことから、タイでの生産の一部分を撤退し、台湾での生産にシフトさせた。

d) タイ生産での将来の不安と要望

現在、東南アジア諸国から輸入しているが、タイ製家具の品質、価格は十分競合しているので問題はない。

しかし、家具部品などの生産事情が悪い。従って、タイとしてはこれを解決し、その上で生産能力を拡大できる体制を確立して欲しい。

当社としては、問題点さえ解決してくれればあらゆる家具を生産して扱っているので、タイに発注量を増加する考えがあるし、それを歓迎する。

e) タイ製品の小売価格帯

タイ製家具の小売価格帯は、低（low）—中（moderate）価格のもの。

f) タイ製家具のデザイン

当社がデザインしたものをタイ業者に提出し、制作するので問題はない。タイ側ではデザインしない。

g) 流通販路

当社は家具専門店“Levitz”や、量販店（mass-merchandiser）である大手、Sears やJC Penney に卸している。

2) 会社名 INTERCO Inc. 101 South Hanley Road, St.Louis, Missouri 63105

インタビュー: Mr. Dan H. Tucker --- Executive Vice President

(Lane Co.)

a) コメント

家具の5大メーカーの1社、インターコ社の子会社Lane Co. (ルネコ社)のタッカー氏(副社長)は次のように説明している。

b) 輸入事情

当社は中高価格帯の木製家具メーカーである、現在フィリピン、台湾からも輸入している。しかし、タイからの輸入はない。

c) タイへの関心

タイからの家具輸入は今のところないが、参考資料(製品カタログなど)を送ってくれば、適任者に渡して検討させる。

当社は全ての家具(種類)を生産しているので、タイ側で具体的に何をオファーできるのかを教えて欲しい。

d) 輸入の手法

輸入品は、部品で仕入れてここで組立てることもあるし、多くは完成品として輸入している。

e) 流通販路

当社の木製家具製品は、卸、ディストリビューターに卸し、彼らがディーラーに再販している。

3) 会社名 Broyhill Co.

Suby. of INTERCO Inc.

101 South Hanley Road, St. Louis, Mo 63105

インタビュー： Mr. Lee Goble --- (Int'l Purchasing Executives)

(Broyhill Co., N.C.)

a) コメント

家具5大メーカーの1社、インターコ社の子会社、Broyhill Co. (ノースカロライナ州) の国際購買部門の担当重役、ゴープル氏は次のように説明している。

b) タイからの輸入

現在タイからはやなぎ家具部品 (Wicker Parts) を輸入しており、当社工場  
で組立てている。しかし量的に少ないので、コメント出来る段階ではない。

c) タイへの関心

現在、タイの Hawaii Thai という会社と取引している。しかし、タイ製の木  
製家具などのカタログや製造業者リストのほかにもこういう製品が出来るとい  
う具体例を提示してくれたらよろこんで検討してみる。

タイからオファーする家具の材質は、タイで産出する木材が良い。我々は次  
のような木製家具を扱っているから、そういったタイ製品をオファーしてくれ  
たら有難い。

寝室家具, ダイニング・ルーム用家具, レジャー用家具, ウォールシステム



4) 会社名 Regency House Inc. Fairgrove Church Road, P.O.Box 2544,  
Hickory, NC 28603

インタビュー: Mr. Edward A. Arditti (President)

a) コメント

家具メーカーであるが、極東からも輸入しているので当社の社長アーディ  
ティー氏にインタビューした。

b) タイとの取引

アジアとの取引では台湾から輸入している。タイとの取引はないが、もし  
資料を送ってくれば取引を検討しても良い。

当社で関心があるのは、一応全家具を扱っているが、とくにタイからは次の  
品目に興味がある。

Occasional (コーヒーテーブルなど), ダイニング・テーブル

## 7-2-2. フランスにおける評価

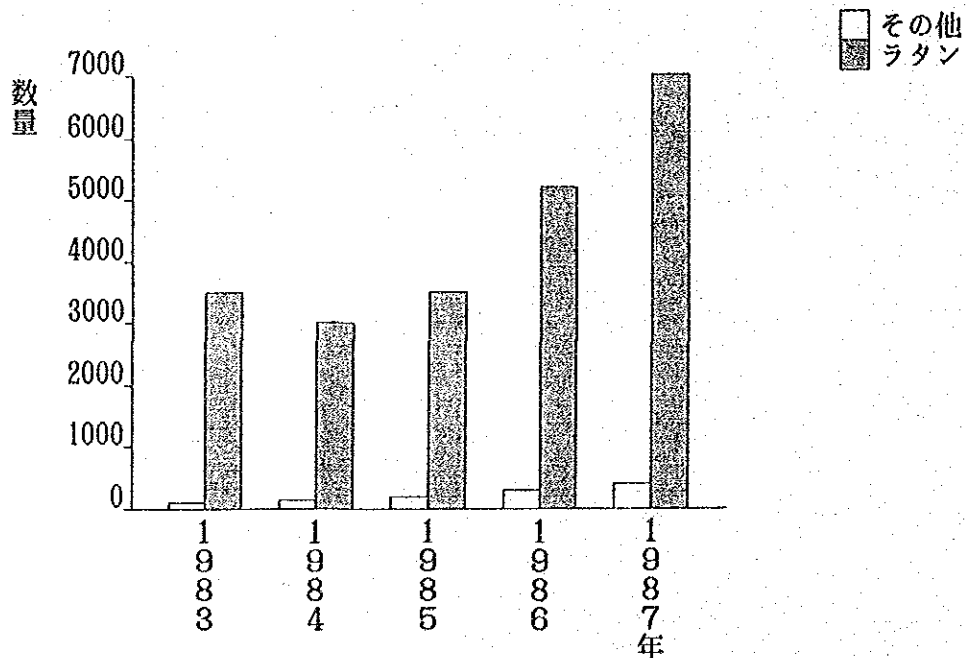
### (1) 市場概況

フランスのほとんどすべての専門家にとって、タイ家具はラタン家具と同義語である。タイから輸入される家具の90%はラタン製であるから、このような印象は当然といえる。チークなどのその他の木製のタイ家具はほとんど知られていない。

フランスのラタン家具市場は、米国市場と比較すると、あまり知られていないうえ、開発も十分行われていない。市場としてもパリと南フランスのみに限定されている。

フランスの家具市場におけるラタンの比重は小規模で、88年で2.5%である。未開発の需要があることを考えれば、シェア拡大の可能性はある。

(図Ⅲ-7-2-1) フランスの材料別タイ製家具輸入



### (2) タイ家具に対する評価

まず第一に、インタビューを行ったほとんどすべての専門家によると、タイ製品はラタン製、木製いかんを問わず評価が低い。評価が低いのは欧州製品（スペイン、イタリア、フランス）との比較のみでなく、フィリピン製品との比較においても同じで

ある。その理由は次の2つの要因にある。

- a) 材料の低品質。ラタンは40種のタイプがある。輸入業者によると、タイのメーカーが使用しているラタンの品質は最低である。これに対して、フィリピンのラタンは品質がよく、外観も美しい。フィリピンのメーカーは Buri 種を使い、またラタンの髄 (marrow) の加工もタイよりもデリケートである。
- b) 仕上げ加工が悪い。大半の専門家はタイ製品の品質基準が低いことを指摘している。ワニスや塗料をフランス人の嗜好に合ったものに改善し、かつ種類も増やさなければならない。タイ家具のダーク・ブラウンの色調はフランスの消費者の好みに合っている。

Galleries Lafayette の家具部のマネージャーによると、タイ製の肘掛け椅子とフィリピン製のそれとの差異は明瞭で、タイ製品は編み方が均一でなく、ワニスもかけていないので、仕上がりが全くみすぼらしい。

従って、タイ産のラタン家具はもっぱら低級品に属し、Roche Bobois のような高級品の専門店は、高価であってもフィリピン製品を選好する。どの企業系列にも属さない Le Rotin D'aujourd'hui は、ステータスを維持するためタイ製品を取扱わない。

いずれにしても、批判的な声は高級品取引筋のものである。しかし、タイ家具は大衆受けのする製品である。ラタン家具の需要者の主な購入動機は、その価格と機能性にある。ラタン製椅子はとりわけ安価である。インタビューをしたディストリビューターの9割は、ラタン製品は非常に安いといい、7割が軽いこととサイズが小さいことが利点であると指摘している。

また、タイ製家具の購入者の75%は若年層（新婚世帯、20～30才）である。第二の市場は年配層（40～50才）の人びとで、庭用あるいはセカンド・ハウス用に購入する。

ラタン製品の流通経路に関する正確なデータはないが、家具市場に関するデータを作成している IPEA は、次のような推測を行っている。

- a) タイ製家具は低級品であるから、その70%は専門店以外のマルチ・ストアで扱われている。
- b) タイ製家具の取引では、専門店のシェアはわずかである。

専門家によるタイ製家具の評価は表Ⅲ-7-2-1のとおりである。

(表Ⅲ-7-2-1) タイ製家具に対するディーラーの評価(※)

ディーラー	価 格	耐 久 性	美 観	使 い 心 地	機 能 性	品 質
CONFORAMA	5	3	3	1	2	4
PIER IMPORT 1	5	1	3	3	3	4
PIER IMPORT 2	5	2	4	3	4	4
LE ROTIN D'AUJOURD'	5	1	2	4	3	2
PACIFIC COMAPNY	5	2	3	2	4	2
DECOUVERTE	3	2	3	1	4	1
GALERIES LAFAYETTE	5	1	2	3	3	4
PRINTEMPS	5	1	1	3	4	1
AVERAGE	4.75	1.63	2.63	2.5	3.38	2.75

※評価の基準： 1 = 高価/耐久性がある 5 = 安価/耐久性がある  
(出所) I P E A

### 7-2-3. 今後の課題

#### (1) 米国からのアドバイス

タイの木製家具についての多くの業者にインタビューを行った。その結果、今後販売を伸ばして行くには次の諸点に留意する必要があると思われる。

##### 1) PR, 販促の重要性

米国の木製家具輸入状況を見ても分かるが、圧倒的に多いのが台湾製である。業界インタビューでも「台湾からの輸入」という者は多い一方、「タイ企業とのコネクションがないし、事情が分からない」と言う者も同等に多い。

インタビューの結果、米国製造業者であれ小売業者であれ、あるいは輸入業者でも、相当数の業者がタイとの輸入取引を求めていることが明らかとなった。

- a) まず、タイ製家具を米国市場に知らしめる手段を講じる必要がある。
- b) 最も簡単な方法は、米国々内にタイ製家具の業界案内窓口を設立すれば、米国業者にとって問い合わせも容易になる。
- c) タイ業界組合のような団体が、米国のトレードショーに出品する。
- d) タイ製品のカタログを制作して各企業にDM (direct mail) することも良い

が、例えば、業界団体事務所を設立して個々の企業担当部長、社長にコンタクトしてからカタログを手渡した方が更に効果的である。

e) また、タイが米国に進出する時期は今が良好と言える。理由は価格面でアジア諸国に優位に立っている段階であり、米国はこれからは“Home”または“Home Furnishing”の時代を迎えて市場拡大が予想されるからである。

## 2) 品質, デザイン

品質はどの業者ともに良好と伝えている。デザインは米国側で提示して注文する場合と、タイ側の伝統家具などその都度で変わる。

## 3) 価格

タイ製品の伸びは多分に価格要素が強く反映しており、低価格を武器に米国の輸入増加をはたしている。

それでも為替変動で20~30%も過去に値上がりしたということから、今後は合理化と価格操作での低価格維持を考えていくことも大切である。

## 4) 生産性

家具部品など、タイ国内の工場設備では大量生産をこなせないため、台湾に移動したケースが出ているから、今後の対米輸出に無理のない生産体制の確立が大切と言える。理由は、これから数量的にタイに注文する度合いが増えることが予想されるからである。

## (2) フランスからのアドバイス

フランス市場における欧州のリーダーはスペインとイタリアである。アジアではフィリピン、台湾および最近のインドネシアである。欧州製品とアジア製品は全く異なった品質グループにある。欧州製品が伝統的な欧州スタイルの家具であるのに対して、アジア産品はエキゾチック・タイプである。

ラタン家具市場の拡大は数量ではなく、品質の向上によるべきである。というのは、中高級品の売上げ増の傾向に対して、低級品は停滞が予想されるからである。

さて、タイ製のラタン家具はフランス市場で十分浸透している。すなわち、ラタン家具輸入の40%はタイからのものである。しかし、タイ製品は非常に安価なものに集中しているので、低級品としてのイメージができ上がっている。顧客からはしばしばクレームが寄せられる。最近、売上げが増大したのは、もっぱら他のアジア製品に

比較しても安価であることによる。

しかし、一般に需要の対象が中高級品に向かっているので、今後はタイ製の家具売上げの伸びは弱まるとみられる。すでに87年にフィリピン家具の売上げの伸びはタイ製品より大きかった。今後、競争が激化し、アジアのメーカー（インドネシア、フィリピン、台湾）は、市場の趨勢にかんがみて、フランス側のパートナーとの協力により、生産体制や品質管理政策の改善をすすめようとしている。

その結果、タイ製品の市場シェアは低下するという不安があり、フランスの輸入業者の多くは、下請け企業を使ってタイ製品をフランスの基準に合わせて仕上げを委託する方向に動いている。このことは、タイにとっては付加価値の損失となる。

タイのサプライヤーに関する問題は次のように要約することができる。

- a) フランスのデザイン基準に対して柔軟に対応できない。
- b) 製品規格があまり低いので、値段が高くてもよいものが欲しいという需要層に適さない。タイでは観光土産と欧州の専門家向けとを区別していないように思われる。
- c) デザインに独創性がない。
- d) 形や色彩に多様性がない。
- e) 生産に安定性・継続性が欠ける。例えば宗教的行事のため生産がストップする。
- f) 目先の利益を追及し、長期展望をもたない。目先の利益を得るため誰にでも売るのはよくない。ある商品が売れ出すと、すべてのメーカーが同じ商品をつくり出すので、当該商品はすぐ市場に溢れてしまう。これはタイ製品一般のイメージを引き下げる。秩序あるマーケティングが不可欠である。

取引に秩序がないため、タイのメーカーと欧州のディーラーの間にはジョイントベンチャーが生まれにくい。欧州のディーラーには疑心があり、他方タイのメーカーは完全に独立して自由に誰にでも売りたいという気持ちがある。

いずれにしても、現在の市場の状況にかんがみると、タイの供給者は欧州ディーラーの技術協力を受け入れる方向に転換を迫られるだろう。ジョイント・ベンチャーが当たり前のことになるだろう。さもないと、タイ製品はフィリピンやインドネシア製品あるいは欧州製品により排除されるだろう。フィリピンは見本市で品質改善に努力し、台湾は市場に適したものをつくり、またインドネシアはフランスのメーカーとの協力関係を進めているので、タイにとって環境は厳しい。

## 8. 輸出ターゲットと目標達成のための要件

### 8-1. 輸出ターゲットの設定

世界の家具貿易状況を「国連貿易統計年鑑」(UN: Yearbook of International Trade Statistics)によって概観した。「年鑑」では家具について次の5品目を掲載している。

8211 椅子, 座席および部品

82111 椅子およびその他座席

8219 家具および部品

82191 金属家具

82192 木製家具

以上のうち、82111は8211の、また82191および82192は8219のそれぞれ内数であるから、8211および8219の2品目について、世界および主要輸入国(米国, 西独, フランス, 英国および日本)の過去9年の輸入の伸び状況をみた(表Ⅲ-8-1)。

78~86年間の世界の家具輸入は年平均で7.5%の割合で拡大している。

主要輸入国の同期間の輸入の伸びは、年平均で12.5%(フランス)~35.8%(米国)と世界の平均を大きく上まわるスピードで成長している。

次に、タイおよび競合国(韓国)の同じ2品目(8211および8219)について、78~86年の輸出状況をみた(表Ⅲ-8-2)。この期間のタイの輸出は年平均39.2%で、韓国の19.5%の約2倍の大きさを伸びている。

一方、木製家具(82192)のみを取り出してみると、タイの輸出金額は81年以降大きな伸びはなく、1,500~1,600万ドルの間で推移している。これに対して韓国はタイの1.5~2倍の水準にあり、かつ増加の傾向を示している。輸出の年平均の伸びをみると、タイは21.8%で、韓国の29.1%をかなり下まわっている。

「国連年鑑」でみたタイの木製家具輸出は78~81年の間に急速に伸び、その後はやや停滞している。これに対して、韓国の場合、各年度間の増減が大きいですが、輸出は増加の傾向にある。

以上2つの表でみる限り、タイの家具輸出は世界の輸入を大幅に上まわるスピードで

増大してきた。また、これまでみてきた米国およびフランスのマーケットの動向からタイの家具輸出増加に期待がもてる。

「国連年鑑」の統計は、各発行年毎に数値が修正されるなどの不備があるうえ、タイの家具輸出は歴史が浅く、長期の統計入手が不可能なため、数値にもとづく将来の輸出見通しを試算することは極めて困難である。しかし、前記の2つの統計からして、市場環境に大きく変化がない限り、台湾、韓国との競合関係の推移によっては、将来、輸出の継続的拡大は可能であろう。

## 8-2. 目標達成のための要件

従来、タイはチーク材をはじめ豊富な木材資源を有していたが、現在ではラバーウッドを除く木材の伐採に制約が出てきたことから、原材料としての木材の供給事情が木製家具産業の動向を大きく左右することになった。この点でタイは、原木の供給を輸入に大きく依存する韓国や台湾の立場に接近したことになるが、タイの場合、ラバーウッドという人工の更新可能な資源が存在する分、非常な優位にある。

従って、タイの木製家具産業を振興し、その輸出を促進するには、制約のある資源のより有効な活用をはかることに大きな比重がかかってくる。

主要マーケットの米国は多様な市場で現状のままでもタイ製品の輸入増加に期待がもてるが、需要は中級品以上のものにシフトしていることが示唆されている。これに対して、欧州のフランスでは、タイ製品は一般に低価格品として評価され、とくに品質の向上、仕上げの改善の必要性が指摘されている。フランスの場合、需要家が中高級品を志向していることも注目する必要がある。

輸出の拡大には数量を増やすことも必要であるが、原材料の供給に制約が課せられるようになった現在では、製品の付加価値を高めることをより一層重視しなければならない。

他方、主要市場の輸入は表Ⅲ-8-1でみるとおり、国/年により大きく変動している。特定国への輸出に依存することは、その国の輸入が落ち込んだとき大きな打撃を受けることになるから、市場の多様化は安定した輸出の維持には重要な要素である。

次に、米国の業界からはタイ家具の情報不足が指摘され、積極的なマーケティング活動の必要性が示唆されている。例えば、輸出先国における見本市への参加は、タイ家具の情報提供の手段であるが、そればかりでなく、市場の状況を知り、また他の参加者・



競争相手の製品や技術水準を知る機会でもある。

フランスの業界からは品質改善のため、例えば輸入国ディーラーとの技術提携をしてはどうかとのアドバイスがあった。技術提携は、単に「物」をつくる情報を入手するのみでなく、企業間の人的交流を通じて市場の情報収集の機会も提供する。

現在、木製家具の主原料である木材資源は世界的に枯渇化に向かっている。長期的にみた場合、世界の木製家具需要が増加しなくても、木材の供給はタイトになることが予想される。従って、国内に供給可能な資源（ラバーウッド）をもつタイの立場は有利なので、タイの家具産業の当面の課題は、材料の加工技術を含む技術水準の向上にあるといえる。

(表Ⅲ-8-1) 世界および主要市場の家具 (注) 輸入動向 (伸び状況)

	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	平均
世界	31.6	△4.9	50.0	△4.6	△1.5	3.2	7.7	△26.5	12.9	7.5
米国	152.3	14.9	8.2	6.7	4.0	26.2	38.2	N.A.	N.A.	35.8
西独	33.3	23.2	21.3	△17.4	△12.9	4.3	△4.6	△0.7	41.7	13.3
フランス	24.1	30.3	18.8	△8.8	5.6	△7.5	△7.6	5.2	52.7	12.5
英国	54.9	43.5	23.0	6.9	△0.2	6.3	6.9	7.3	33.7	20.3
日本	46.0	57.4	△3.6	△5.1	10.9	△0.2	11.2	8.4	42.0	18.6

(注) 8211 (椅子, 座席および部品), 8219 (家具および部品) の2品目  
(出所) UN. Yearbook of International Statistics

(表Ⅲ-8-2) タイおよび緩合園 (韓国) 家具輸出動向

	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	年平均の伸び(%)
タイ(8211, 8219)	9.9	18.5	28.1	32.5	34.5	42.7	43.1	46.4	64.8	-
伸び率 (%)	86.7	86.9	51.9	15.7	6.2	23.8	9.4	7.7	39.7	39.2
(82192: 木製家具)	4.9	9.3	14.4	16.3	14.3	15.6	15.2	22.7	16.5	-
伸び率	-	89.3	54.8	13.2	△12.3	9.1	△2.6	49.3	△27.3	21.8
韓国(8211, 8219)	34.2	28.4	24.7	43.4	37.5	50.2	53.6	48.7	77.0	-
伸び率 (%)	29.5	△17.0	△13.0	75.7	△13.6	33.9	6.8	△9.1	58.1	19.5
(82192: 木製家具)	13.0	11.1	14.2	29.5	24.3	23.1	33.9	30.4	46.8	-
伸び率	73.3	△14.6	27.9	107.7	△17.6	△4.9	46.8	△10.3	53.9	29.1

(出所) 表Ⅲ-8-1と同じ

## 9. 制度・政策

### 9-1. 家具産業政策の現状と問題点

#### 9-1-1. 政策立案機関および基本政策

家具産業に関する政策を検討・審議するための特別の政策立案機関、すなわち、繊維産業におけるTIDCのような機関は、ない。家具産業政策については、前述のIPC（産業政策委員会）において取り扱われることになる。

最近、IPCにおいて家具産業政策に関する特別な議論が行われた形跡はない。

（89年3月末日現在）

MOIは、今回、木製家具産業を輸出産業としてさらに育成する方針を打ち出したが、木材伐採禁止といった事態は、この政策を推進する上での新たな与件である。

#### 9-1-2. BOIによる投資奨励

BOIの「奨励対象業種リスト」（“List of Activities eligible for Promotion”）には、カテゴリー5. 9「ゴム材製品（Rubber tree products）」が奨励対象業種としてリストアップされているが、これにより、ゴム材を使用した家具は、原則として奨励対象になり得る。

優遇措置（privileges）の内容は、立地地域、輸出比率、業種、年間外貨稼得額ないし節約額、雇用労働者数等によって一律ではないが、例えば、投資奨励地域（Investment promotion zones）の第I地域（Bangkok, Nakhon Pathom, Nonthaburi, Pathum Thani, Samut Sakhon, Samut Prakanの6県）に立地した場合でも、生産の80%以上が輸出向けの場合、あるいは工業団地に立地した場合（ただし、BOI奨励団地には、現在空きスペースがないため、団地への入居は事実上可能性がないが）は、①輸入機械の輸入税免税（Tax Exemption for imported machinery）、②3年間の所得税免税（corporate income tax exemption）の優遇が与えられる。

その他の木材を原材料として使用した家具については、特別のカテゴリー5. 49「輸出向けを主とする生産（Production primarily for export）」（操業後、最初の2年間は総販売額の50%以上を輸出、3年目以降は80%以上を輸出するプロジェクト）に該当するものは、奨励対象となり得る。この場合も、上記と同様のインセンティ

ブが与えられる。

### 9-1-3. ISDによる技術指導等

TID (Textile Industry Division) と並ぶDIP (Department of Industrial Promotion) の下部機構としてISD (Industrial Service Division : 通常は、ISIと呼ばれているが、これはIndustrial Service Institute時代の呼称) がある。

ISDは、産業技術の指導・普及、研究・開発、試験・検査、デザイン・包装技術の開発等の事業を行う公的サービス機関である。ISDの内部機構の一つとして「家具産業振興センター」(Furniture Industry Development Center : FIDC) がある。木製家具業界を対象とした技術指導・訓練、研究開発、試験・検査、デザイン開発等の事業は、このFIDCが担当している。

FIDCが主に対象としているのは、バンコクおよび周辺の中小家具メーカーであるが、とくに試験・検査関係の設備が旧型のため、最近の民間の要請に対応困難な面もある。

また、人材面では、生産管理 (Production Management) エンジニア (そもそも、FIDCには生産管理面に関する指導機能がない)、ゴム材内部の化学処理などの化学技術面を担当するケミストが不足している。FIDCスタッフの技術研修については、彩色 (Coloring)、ファッションおよびプロダクション・デザイン (Fashion & Production Design) の研修、生産技術の研修が望まれている。

### 9-1-4. 関税等還付制度

BOIインセンティブとは別に、大蔵省 (Ministry of Finance : MOF) によって実施されている輸出インセンティブである。

今回、ゴム材を除き、原材料の国内供給が途絶したため、全面的に輸入材に依存せざるを得ない家具産業にとっては、輸入原材料に係る関税および事業税の還付は、国際競争力を維持していくうえで、いっそう重要な政策措置となる。

### 9-1-5. 原材料対策

国内森林資源については、1874年以降、種々の保護立法を通じて、その保護を図

ってきたが、木材資源の減少は著しい。88年の南部における水害を契機として、同年12月には、ゴム材を除き、木材の伐採を一切禁止する旨の閣議決定がなされた。

木材の国内供給の道は、当面、閉ざされたわけで、これに伴って政府は、原木の輸入関税率を従来7%から1%に、製材の関税率を12%から2%に、それぞれ引き下げた。原材料輸入を、ほぼ、自由化したわけである。

しかし、一方では、東南アジア諸国の木材および製材の輸出抑制は、今後、さらに強化されるとみなければならない。長期的視点に立てば、輸入関税率の引き下げだけで問題がすべて解決されるとは考え難い状況といえよう。

ゴム材に関しては、再植林、輸出抑制ないし輸出禁止措置を含む供給安定化対策、価格安定対策が必要と思われる。

#### 9-1-6. 設備近代化の遅れ

今後、製品の高度化、生産性の向上、コスト削減が、競争力維持のためには絶対条件とされるが、この観点から見ると、現在の設備はおしなべて旧式のものが多く、問題が多い。

また、材料乾燥機など、導入が必須と見られる機械設備も指摘されている。

## 9-2. 問題点への対応

### 9-2-1. 基本政策

原材料の国内供給途絶といった新たな与件の下での輸出家具産業育成策が、IPCの場で、改めて検討されることになろう。

原材料面でのアドバンテージが失われるとすれば、残る比較優位は、現状では労働コスト面のそれのみとなる。今後は、従来の輸出加工基地としてのタイの評価を、どこまで維持できるかが問題となろう。

台湾木製家具業界では、木材輸出国の輸出抑制政策に対して、日本の家具業界と同様に、原木生産国に進出して原木資源を確保する動きを見せている。これまでタイは、その進出先の一つであった。

材料入手面の制約が増大し、また、国内賃金水準の上昇に伴って価格競争力が、早晩、限界に達するものとすれば、価格競争商品分野に留まるかぎり、タイの家具加工基地としての評価は低下しよう。長期的にみて、輸出マーケットを維持するためには、タイの家具業界自身が、生産基地を他に求めるべき時が来ないとも限らない。

さもないければ、技術集約度を高め、高級化・差別化を図ることによって、徐々に中・高級品市場への参入を果たす以外に、タイの家具産業の生き残りの道はないことになる。

現在、タイの木製家具の輸出増加は、主として中・低価格品の数量増加により達成されている。

今後、輸出の増加を図っていく上で、これを数量増加によるのか、品質向上による価格引上げによるべきかは、政策的課題である。原材料の供給に制約がでてきた現状にかんがみると、製品の質的向上の努力が不可避と思われる。たとえば、米国市場向けの輸出でいえば、より付加価値の高い製品の受注が可能になることが必要条件となる。

当面の急務は、技術の高度化であり、製品のグレードアップ、生産性の向上、そして中・高級品市場への参入のためのマーケティング活動の強化であろう。

### 9-2-2. 原材料の確保

将来的には、原木生産国に企業進出するなどの方法により、原木または製材の輸入を確保する必要が生ずる可能性がある。

ゴム材の供給安定化、価格安定化のために、ゴム樹の再植林の推進、ゴム製材の輸出抑制ないし輸出禁止措置が必要と考えられる。ゴム材は、現在、防虫、防カビの化学処理に技術的問題を残しているが、この面の研究・開発も急がれる。

#### 9-2-3. 技術指導体制の強化

家具産業の場合、技術の高度化は、機械化に頼れる部分には限界があり、属人的技術・ノウハウの蓄積・集積が極めて重要である。

その意味で、FIDCの技術指導体制の大幅な強化がのぞまれる。また、FIDCの設備機器に不十分な点があれば、その充実をも急ぐべきであろう。

#### 9-2-4. 設備近代化の促進

家具産業における設備の近代化を促進するための、なんらかの特別措置が望まれる。

また、必須とされる材料乾燥機など重要設備の導入を支援するような措置も、必要であろう。





＜ 付 属 資 料 ＞

I. テキスタイル／ガーメントの部



## I. テキスタイル／ガーメントの部

【付属資料 I-1】国内アンケート調査結果のまとめ

【I-1-1】アンケート票

「タイ国への事業進出等に関する日本企業へのアンケート調査」

このアンケートはタイ国への事業進出に関する項目（2～6）とタイ国生産品の仕入輸入に関する項目（7以降）とに分かれています。進出又は仕入していない企業向けの質問もありますので、一応全部目を通してください。

### 1. 貴社の概要

(1) 貴社名 ( )

(2) 業 種 (○をつけて下さい)

- 繊維製造業    • 紡績業    • 製織製編業    • 染色業    • 繊維製品製造業
- 商 社    • 百貨店    • 量販店    • その他 ( )

(3) 主な営業品目、種類（繊維に関係ある物のみ）

### 2. 現在海外生産拠点をもっている場合はその国名と主な生産品目

3. タイ国への進出計画について（該当項目に○をつけて下さい。複数あれば複数につけて下さい）

ア 既に進出している

イ 目下計画中又は1～2年先に考える

ウ 進出の意図はない

エ 子会社、関係会社に進出させている

オ 子会社、関係会社に進出させることを計画している

アのみ及びイ又はウの○をつけた企業は次に進んで下さい。

イに○をつけた企業は5. に進んで下さい。

ウに○をつけた企業は6. に進んで下さい。

エに○をつけた企業は進出させた相手企業名を下記された後、4. に進んで下さい。

オに○をつけた企業は進出させた相手企業名を下記された後、5. に進んで下さい。

- 企業名
- 所在地
- 担当部場又は担当者名

#### 4. 既に進出済の現地企業について

##### (1) 進出の企業形態（何れかに記入又は○をつけて下さい）

ア 100%出資（貴社組織の一部、子会社・関連会社の組織の一部、100%子会社）

イ 一部出資（合弁企業の相手：現地資本、日本他社）（出資比率            ）  
相手企業名：

ウ 出資なし

- 現地企業を貴社の関連会社・系列会社にし、取り引きしている
- 技術援助・技術指導して取り引きしている

##### (2) 業 種（○をつけてください。）

- 繊維製造業           • 紡績業           • 製織製編業           • 染色業           • 縫製業
- 繊維製品製造業       • 流通業           • 小売業           • その他（            ）

##### (3) 主な営業品目、種類（繊維に関係ある物のみ）及び生産量

##### (4) 原材料仕入（貴社より支給か、現地調達か）

##### (5) 製品出荷（貴社引き取り、タイ国内販売、タイ国外輸出）

(6) 進出目的

• 進出の当初の目的（原材料入手・価格、労働力・コスト、現地市場）は何でしたか。

• 現在のその目的は如何でしょうか。

(7) 現在困っていること、タイ国政府に希望することがあればお知らせ下さい。

(8) 拡張計画・縮小計画があれば内容と理由を記入して下さい。

(9) 当業界の今後の見通しは如何ですか。（タイ、日本、米国、欧州など進出に関係する地域について）

(10) タイ国の印象は如何ですか。（投資環境、投資対象を主として、韓、台、アセアン諸国に比較しての印象）

5. 進出計画中或は考慮中の現地企業についての希望条件をご記入下さい。

(1) 企業形態（何れかに記入又は○をつけて下さい。）

ア 100%出資（貴社組織の一部、子会社・関係会社の組織の一部、100%子会社）

イ 一部出資（合弁企業の相手：現地資本、日本他社）（出資比率            ）  
相手企業名：

ウ 出資なし

- 現地企業を貴社の関係会社・系列会社にし、取り引きする
- 技術援助・技術指導して取り引きする

(2) 業 種 (○をつけて下さい)

- 繊維製造業            • 紡績業            • 製織製編業        • 染色業        • 縫製業
- 繊維製品製造業      • 流通業            • 小売業            • その他 (            )

(3) 主な営業品目、種類 (繊維に関係ある物のみ) 及び生産量

(4) 原材料仕入 (貴社より支給か、現地調達か)

(5) 製品出荷 (貴社引取か、タイ国内販売、タイ国外輸出か)

(6) 進出目的

- 進出の目的 (原材料入手・価格、労働力・コスト、現地市場、三国貿易など)  
内容を聞かせて下さい。

(7) 進出に際し障害になっている問題点があればお聞かせ下さい。 (日本側、タイ側)

(8) 進出に際してタイ国政府に希望すること (土地の提供、労働力の確保、特別融資、税制優遇など) があればお聞かせ下さい。

(9) 現在最も必要としている情報は何ですか、その情報の入手はどうしていますか。 (自社調査、調査機関依頼、その他)

(10) 当業界の今後の見通しは如何ですか。 (タイ、日本、米国、欧州など進出に関係する地域について)

(11)タイ国にどのような印象をお持ちですか。(投資環境、投資対象を主として、韓、台、アセアン諸国に比較しての印象)

6. 進出の意図はないに○をつけられた企業にお尋ねします。

(1) ○をつけられた理由は次のどれですか。

ア 全く必要ない

イ 条件が整えば考えるが、現在は合っていない。

タイ側の条件(当該箇所に○印を)

- |            |            |             |
|------------|------------|-------------|
| • 為替レートの問題 | • パートナーの問題 | • 労働力、労働コスト |
| • 流通、市場    | • 政 情      | • 土 地       |
| • 製造業、製品価格 | • その他      | • 資金的理由     |
| • 原材料の問題   | • 技術、品質    |             |

貴社側の条件

- |         |         |         |
|---------|---------|---------|
| • 資金的理由 | • 市場の条件 | • 原材料問題 |
| • 製造費条件 | • その他   |         |

7. タイ国で生産された製品の仕入販売(商社、百貨店、量販店、専門店)或は材料として仕入使用(製造業)に関しお尋ねします。

(1) タイ国繊維製品を扱っておられますか。(次に○をつけて下さい。)

ア 直接輸入している

イ 他社が輸入した物を扱っている

ウ 現地委託生産している、又は現地調達している

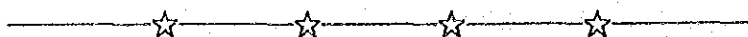
エ 扱っていない

エに○をつけられた企業は(9)に進んで下さい

(2) その他仕入製品或は材料の主な品目、種類と年間総量

- (3) タイ国側の輸出元（該当するものに○つけて下さい。）
- 製造業者（タイ企業、日本企業、合弁企業）
  - 流通業者（タイ企業、日本企業、合弁企業）
  - 貴社自身（支店、出張所、その他）
- (4) タイ国製品を扱うメリットをお聞かせ下さい。
- 仕入価格或は加工費（日本国内に比べて何割くらいの差がありますか）
  - 品質                      • デザイン                      • その他（                      ）
- (5) 品質保証はどのようにしていますか
- 内地受入検査（貴社自身、流通業者の保証、その他）
  - 現地出荷検査（メーカー、流通業者、検査機関委託、その他）
- (6) 技術指導をしていますか。（技術者常駐、当初のみ、問題のある都度、その他）
- (7) 今後取り引きを拡大する計画予定がございましたら、お聞かせ下さい。
- (8) 取り引きに関し障害となっている問題点（日本側、タイ側）及びタイ国政府の要望事項があればお聞かせ下さい。
- (9) 未だタイ国繊維製品を扱っていない企業で条件によっては扱うとお考えの企業にお尋ねします。
- タイ側の条件
- 為替レート    • 政情    • 資金的理由    • 技術、品質問題    • その他（                      ）
- 貴社或は日本側の条件
- 特恵関税    • 輸入割り当て    • 市場問題    • 資金的理由    • その他（                      ）
- できうれば上記条件を詳しくお知らせ下さい。

ご協力ありがとうございました。





【I-1-2】アンケート集計結果（対象業種：繊維、アパレル）

(1) 回収結果比率表

総発送件数	回収件数	回収率 (%)	未回収件数	未回収率 (%)	住所不明 による 戻り件数	不明率 (%)
112件	48件	42.9	64件	57.1	0件	0

(2) 海外事業進出状況

業 種	既に進出している		現在計画中		合 計	
		(%)		(%)		(%)
繊維製造業	3				3	
紡績業						
繊維製編業						
染色業	1				1	
縫製業			1		1	
繊維製品製造業	1		5		6	
商 社	4		2		6	
百貨店	3		2		5	
量販店	3		1		4	
専門店						
そ の 他	1				1	
合 計	16*	100	11**	100	27	100

\* 1社のみ、繊維製造業、商社、その他の3つの業種を兼ねている。

\*\* 1社のみ、縫製業、繊維製品製造業、商社の3つの業種を兼ねている。

[ I - 1 - 3 ] 日本側進出希望企業リスト

業 種	社 名	(A) 既進出 (B) 計画有	(C) 100%合弁 (D) 合弁 (E) 出資なし(技術 提携, 委託生産)	* 進出の主な目的	生産拠点の 有 無	タイ以外の 既進出国名	本社所在地
量販店	1 株式会社東武ストア	(B)	(C)	(N)	無	香港	東京都
商社	2 新興産業株式会社	(A)	(D)	(J), (N)	有	-	大阪市
繊維製造業	3 帝人株式会社	(A)	(D)	(F)	有	インドネシア	大阪市
繊維製造業	4 東レ株式会社	(A)	(D)	(N)	有	ブルネー	東京都
商社	5 伊藤忠商事株式会社	(A)	(D)	(F), (J), (K)	有	台湾、香港、 インドネシア、フィリピン	大阪市
繊維製造業/商社	6 日本製麻株式会社	(A)	(E)	(J), (K)	有	-	神戸市
染色業	7 東海染工株式会社	(A)	(D)	(J), (N)	有	米国	名古屋市
繊維製品製造業	8 株式会社ワコール	(A)	(D)	(F), (J), (K)	有	韓国	京都市
量販店	9 ジャスコ株式会社	(A)	(D)	(N)	有	香港、フィリピン	東京都
量販店	10 株式会社ダイエー	(A)	(C)	-	無	9ヶ所(不明)	神戸市
百貨店	11 株式会社大丸	(A)	(D)	(F)	無	-	大阪市
商社	12 三菱商事株式会社	(B)	(D)	(J)	無	中国、香港、 台湾	東京都
繊維製品製造業	13 オーベックス株式会社	(B)	(E)	(N)	無	-	東京都
繊維製品製造業	14 株式会社ゴールドウイン	(B)	(E)	(J)	無	台湾、中国、 香港	東京都
商社	15 三井物産株式会社	(A)	(D)	(F)	有	インドネシア、タイ、 フィリピン	東京都
繊維業/繊維製品 製造業/商社	16 小杉産業株式会社	(B)	(C)	(G), (J), (K), (N)	無	香港、台湾、 韓国、シンガポール	東京都
繊維製品製造業	17 トミヤアパレル株式会社	(B)	(E)	-	無	-	大阪市
百貨店	18 株式会社東急百貨店	(A)	(D)	(F)	有	-	東京都
百貨店	19 株式会社名鉄百貨店	(B)	(C)	(F)	無	-	名古屋市
繊維製品製造業	20 株式会社レナウン	(B)	(E)	(J)	無	韓国	東京都
百貨店	21 株式会社伊勢丹	(B)	(D)	(F)	無	-	東京都

\* (F) 現地市場への販路拡大、(G) 第3国市場への販路拡大、(H) 日本への輸出、(I) 円高への対応、(J) 労働力利用、(K) 原材料入手が容易、  
(L) 技術提携先または輸出先からの要請、(M) 日本のユーザー企業(親企業)の海外進出のため、(N) その他

I-2-1. テキスタイル工場 1988年11, 12月調査及び1989年3月補足調査

企業名	業種	従業員	主要設備	販売先	特徴	原材料
THAI TRICOT	染色 (織布の漂白、染色・樹脂加工)	従業員 700 作業員 800	ヒサカカのジェット高圧連続染色機を最近導入	主として国内需要向け (とくにサンベン) 一部ヒルマ・ラオス・カンボジア(約30%)	資本構成:当初タイ側51%,日本側49%,現在それぞれ80%と20% 月平均売上げ高: 2300万~2500万バーツ 技術・品質:日本人技術者によって管理運営	染料:西独, スイス, 英, 日 助剤:タイ国産品
UNION THREAD	紡績: (綿, 7割) 染色: (綿糸, IC混糸)		スペアパーツが不足		技術レベル:約60~70%	染料:西独, スイス, 日本 縫染剤, レベリング: 西独 柔軟剤:日本
NAN YANG TEXTILE NAN YANG KNITTING (2段紡績)	紡績 衣料 ニット 染色	衣料部門 800 ニット部門 250 染色 350	・裁断用電動直刃 ・ミシン各種 ・アイロン	日本, カナダ, オーストラリア	紡績工場をBOIの許可のもとに建設中 技術者不足の問題 政府への要望:R&D, 検査システム, 繊維情報サービス	タイ綿の使用の義務づけによる保管・品質・購入価格問題 染料:輸入品を使用
LUCKY TEX	紡績 型染 染色	3,237	タフタ用織機, 染色機増設の申請をBOI認める	国内:47% 輸出:53% (うちタイ 34%, 7割 7.29%, 7割が大陸13%, 中近東15%)	OE糸デニムからリリング式デニムへ特化してゆく生き残り政策 (日本企業VS現地企業の競争) 資本構成:東レ49.0%, Thai Garment 49.4%	タイ綿を当社が初めて使用(一時期30%,現在約10%)。輸入綿は米・アフリカ
TORAY NYLON	合繊紡糸 (ナイロン66, ナイロン6, ナイロン610)	700 日本人777	最新設備導入に対する免税措置を利用し、ナイロン, ポリエステル共100T/Aを建設中	タイ777ナイロン 国内向け(漁網の輸出は増えている)	資本構成:東レ28%, 三井物産17%, 計45% Luckytex 32%, MITSUBISHI 12%, local 12% 問題点:工業用水の不足, 高関税率(糸50%)	日本・西独より調達、ポリエステルは英国 合繊原料:ラクタムは日本及びBASFよりTPAはICI(英本国)より
THAI TORAY TEXTILE MILLS	織物 (ポリエステル65%の混紡 35%)		紡績と織機は設備規制を受けているが、近代化のためのreplaceは認められているので新旧能力差により能力増になる	生産の4割を輸出 ニュージランド, オーストラリア, 香港, 中近東に中心移る 国内向け:小売り, 直接販売とくにサンベン	資本構成:東レ25.1%, 東綿17.1%, 岐阜製織 5.7%, 計日本側48.6%, 現地側 Luckytex 3%の他は一般株主。 テトロンとレイヨンを中心に企業進出してきた	

企 業 名	業 種	従 業 員	主 要 設 備	販 売 先	特 徴	原 材 料
THAI KURABO	紡績 製織	907 男子 165 女子 742	Ring spinning 32.032sp (79M/C) Loom 824M/C エアージェット織機へのリプレー スを行っている スペースアバーツニほとんど輸入	輸出比率 45% 国内向け55%のうち約60%が 間接輸出にまわっている 輸出先：日本30%、ヨーロッパ 25%、中近東・米 国・パングラディア シユ・スラリアンカ	ローカル企業と比較するとハン ドがある。人件費を含め、コス トが高い。競争するには小回り をきかせて、商品企 画、製品 の多様化をすすめる必要がある • 高い製織機能力と低い紡績能力	タイ国内産縮減少 輸入綿は米綿主体（最近 中国、アフリカ、オー トラリアの綿も） • ポリエステル綿の国産 品価格がコスト競争力 のネックになる可能性
TOKAI DYENG	染色 プリント		インフラ 5,000t/月の水、地下水 利用、水質が悪い 土地 12,600坪、41,600㎡ 孤島の余地、水処理、増設後はニ アレーションの能力を倍増して対 処する栗田式エアレーション 自然エアレーション	全て委託加工、丸紅のorder 8割、タイクワボウ2割 丸紅orderのうち、6割がサ ンベン、2割が輸出 内需中心	今後、ポリエステル、加工糸織物 はやらない。フィラメントはロー カルマーケットのものであり、競 争力がない。 コスト構成比：原材料費40%を 含む。変動費の比率が高いため 限界利益が少なく価格変動に 脆弱	染料は97~98%が輸入。 地場の染料業者として The Thai Ambics and Jai Matangi。ネット分散染 料、バッド染料、直接染 料。品質的にはバッド染料 色向けであり、連続染料 にはむいていない
LUCKY TEX	紡績	2,257 男子 348 女子 1,909	機械を管理するMechanical engi- neerが不足 スベアパーツの輸入税が高い 国産パーツはクック製新ボビンに 蒸気禁止ができる耐熱ボビンがな く、やむをえず輸入する	輸出60%、うち欧州85%、他 にアセアン、オーストラリア ア、カナダ、中近東、北米 localは40%→ガーマーメ なり、その半分が輸出 Total 輸出は80%	量よりも質に重点、特殊製品を手 がける (New Merchandizing ) 技術者の育成問題 部品規格の適裁 差別化商品が国内のアパレルにと う結びつくか	主要原材料：西アフリ カ、中国、 パキスタン タイコトンについては コストが高く、湿り物が 多く、人が選別する必要
THAI TOREY TEXTILE	紡績 仮蒸、製織 製織、染色		創設以来の設備の更新が行われて いない 織機の半数は日本製 Knitting機械はヨーロッパ製 Spinning機械・染色機は日本製	日本向け輸出は日本市場にあ る製品 (TR) に対しコスト 1/2 という利点 しかし今後の日本向け輸出に は確定的 オーストラリア、ニュージ ランドに出つつある	特殊品志向：TR(B), TR(S), TR-Y, TR-Super Bright, T100(約177%100%), Toraylon糸, 77ジ ン等、米種20種 • 素材の多様化による製品の多様 化の実例 • マネージャーメントは日本式	染料はほとんど輸入。 Thai Ambica が生産して いるが品質が安定してい ない。 原料：約177%はTNT から 糸の一部をむき切 り • 台湾から輸入 TRはタイ国内で購 入しているが不足
PHIPHATANAKIT TEXTILE	紡績		機械 500台、トヨタ、ホウワ、西 独のSINZER、シエラハウス 織機はヒカノール、ザウラー • 設備拡張の予定なし	80%国内使用 (サンベン) 40%欧州、米国 (直接輸入)	• 100%タイ華僑のtextile 会社 • 問題点：雨季の停電、道が悪い • order による生産、輸出は直接 で東洋綿花を通じて客が入って くる	原材料 (綿)：米国、西 アフリカ、中国 タイの綿は10%だが、 seeds control が良くな く異物が混入
THAI ETSUSHO	織布	40	• 高度な仕上設備 • 無荷の織機、新機があり、設備 制限の管理に問題 • 88年12月開発能力22台から55台 へ増設。4~5ヵ月後、別工場を 作り 200台の織機を設置し特殊 織物の自家生産を始める	売先はサンベンの問題 一番商 (小売りはしない問 屋) → 二番商 (問屋兼小売 り) → 三番商 (小売り)。 問題はインテリア用とシヤツ 地用の専門に分れている。 サンベンの客の方から事務所 に商談。	• 新機等の織物問題・越前 100% の資本により創設。1972年越前 引揚、現地資本化 • originality が特徴 商品開発に優れる	糸は全て国内調達 ア ア 三 ア 自 社 で 生 産

企 業 名	業 種	従 業 員	主 要 設 備	販 売 先	特 徴	原 材 料	
SIAM SYNTHETIC	紡織 染色 繊維	750	織機 414台 (レビア78台) クォータージェット4台 (試験中) 仮織機 15台、強撹用イタリー機 糸機、リング錠糸機 アラ、リットスターン 3台 (50万yd /月の能力) Shift (シルクと間違えるほどの高技 術、高品質)	国内販売を主とする (伊藤忠 を通じて) 87年末から輸出開始 (55万~ 60万t-f) 将来的には輸出20 %を20~30%にしたい	ポリエステル繊維の輸出 に特徴 資本構成：現地55%, 日本45%, (伊藤忠25%, 東レ9%, サカ セ織物4%, 小松精織4%)	特殊な材料は輸入 糸：フィラメントを台湾 からいれる	
TEIJIN POLYESTER	合織		紡機の増設を計画 (2000トン) 投資決定のポイント = 最悪の場合でも輸出競争力を もっていること ・問題点：産元商社の機能がタイ にならないため、国産材料があ っても必ずしも使用されて いない	日系への供給は高品質の差別 化品種 (49%) ローカル企業は力がついてき て、量が増えてきている (60 %) Sukri Group には売っていない	ポリエステル原綿で輸入 しているもの： ・ミシン糸になる原綿 (89年国産化を予定) ・つめ綿用原綿 ・TC 185本のシープ。 夜カパー用織物は中国 が強いので日系企業は 高級化を志向 (ワイシ ヤ等)、ワーキンググ ラ等) ・新規素材を輸入する意 向はない		
TEIJIN TEXTILE	紡織 染色	第1工場 1,500人 第2工場 375人	第1工場：紡績 21,400錠 第2工場：// 20,304錠 87年BOI, MIDの規制がはず れ大増設 増設による見直し：Sukri group のような大型企業のシェア一 拡大、プライスリーダーとな る。新規参入の余地も。	輸出先： 紡績糸...オーストラリア、ガチ、日本 75% 30~35万t-f/月 (20~25%) 織物...中近東、香港、中 国、韓国、米国 5000反/月 (25%) 自家消費が50% 国内向け：サンベン有力関連 4~5社と直接コ ンタクト	・資本構成：外人 (生産)、伊藤 忠 (販売)、タイ側 (労働 関係)、タイに商権ほとんど がない。営業は78%伊藤忠 が行っている ・先染布は品種、新共多種類でバ ンコクでは数少ない工場の1つ ・商品開発は後染め20種類/月、 糸染20種類/月、実現は5種類 /月 ・染色、加工技術はウィークポイ ント	原料を多様化し、TR の他に wood, linen, silkを使用している コスト分析： 紡績 = 原料費80%, 工場3% 40% 織物 = 原料費70%	
SOON HENG LEE TEXTILE	染色 織物	280人 2交代	織機 300台 (うち 200台糸染織物 用、100台は87年に増設) Sizing Machineは1台、のりは PVA と starch を使用。全量国内調 達であるが、PVA は日本製、PVA 115 ~120 B/kg, スタター 3 B強 /kg	丸紅とエラワン (インド系) の商社を通して輸出してい る。エラワンの方が多い。市 場としてはヒルマ、中近東	原糸：国産のTC糸が高 価格のため、最近中は 国産を部分的に使用。 しかし、中国製は品質 に問題があり、社内自 給体制による安価、安 定の供給をめざす 染料：全量輸入品、Tax refundなしで輸入税30 %、円高、マルク高で 染料代高い。国産品は 品質に不安		

企 業 名	業 種	従 業 員	主 要 設 備	販 売 先	特 徴	原 材 料	
SIAM DEVELOPMENT	織布	200人強	<ul style="list-style-type: none"> <li>織機 350台 (内50台は最近購入の中古機)</li> <li>別の土地で更に80台のshuttle織機の増設</li> <li>MOIに87年6月、240台を申請</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>同族グループまたはその他の織物工場やニッチェインダストリー工場より染めめの依頼を受ける</li> <li>受注単位: 染めめニ 300m<sup>2</sup>から</li> <li>輸出ものの依頼 (依頼主が輸出する場合)のうち、日本向けの場合はカラーファスネス、仕上げの伸び縮み5%までフェルマリン10ppm以下などの条件がつく</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>資本金 1,000万バーツ</li> <li>家族経営の有限会社</li> <li>技術は独学、経験をもとにした“おしん式経営”</li> <li>伸縮織物を生産</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原糸は全量国内調達</li> <li>TC, TR, コットンは LUCY TEXTILE, UNION AMERICAN等から購入</li> <li>常時 2週間分の在庫を持つが保管状況は悪い</li> </ul>	
SAIVIRAT INDUSTRIAL	染色 漂白 仕上げ加工	<ul style="list-style-type: none"> <li>男 160人</li> <li>女 150人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>染色機械の増設に許可はいらないうが、Textileに比べ資本に対する利益が少ないので増設計画なし</li> <li>増設よりも新設の方が県から許可を受け易い。当社の水処理設備は優れている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>85年に設立</li> <li>資本構成: ローカル 100%</li> <li>月産量: 80~90万t<sup>+</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>染料: すべて輸入</li> <li>日本からは日本化薬, ニッカ (福井県)</li> <li>国産染料もあるが客先の要求は高い</li> <li>グレードのため輸入品を使用</li> <li>レンジン: 国産品はない</li> <li>主に手廻りよりは機械から入れている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1979年設立</li> <li>資本構成: ローカル 100%</li> <li>資本金 700万バーツ</li> <li>操業当初はTCの糸染めおよび布染めが80%</li> <li>84年頃から木綿の染め50%、TCの染め50%</li> <li>86年から木綿70~80%、主にサーキチュラーニットを染めている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*スライダイト #75, #100, #150, #300</li> <li>*TC #45, #34</li> <li>*TR など全部で約20種類</li> <li>*TC, TR, レーヨン, ナン, 70% 以上は国産品を使用</li> <li>*カワガク-ソリは輸入品</li> <li>*95%以上は国産品</li> </ul>
JONG PATTANA	織布	年平均 600人 Sシャフト 季節によって 人数違う	<ul style="list-style-type: none"> <li>シャトル織機 452台</li> <li>全て中古機械。92台は最近購入した</li> <li>更に 500台の増設の権利を持っている</li> <li>パーツはほとんど国産品。輸入品はワイディングマシンおよびドビのパーツ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出比率: 間接輸出が 約10%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>86年創設、現在も建築中</li> <li>技術者はThai German Printing から採用した</li> <li>今後の商品としてインテンテリアに興味がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コットンは丸紅</li> <li>シルクは日本その他の国から輸入</li> <li>染料は全て輸入</li> </ul>	
BAMBI TEXTILE	プリント専業		<ul style="list-style-type: none"> <li>自動の Flat の機械を所有している中古の機械 (主としてドイツ製)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出量は 5%, 絹は70% 主としてドイツ, 英国</li> </ul>			
RACHABURE FILAMENT TEXTILE	織布	230人	<ul style="list-style-type: none"> <li>織機台数 Dobby 100台</li> <li>ジャガード 50台</li> <li>今後エアージェット24台、Water Jet 30台をいれる予定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サンベンテスに売っているが、これが輸出にまわっている分は少ない</li> <li>輸出を希望している。現在イタリアなどの予定があるが、商社を通して行う予定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>エステルの georgette, jacquard 等、高品質、高級の織物を製作している</li> <li>日本では少なくなってきたジャガーードは高価格で通用するであろう</li> <li>品質管理: 改善の余地がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポリエステルだけ</li> <li>糸人以外から買っていない</li> </ul>	

企 業 名	業 種	従 業 員	主 要 設 備	販 売 先	特 徴	原 材 料
KANGWAL WEAVING FACTORY	織布	紡織 850人 織物と糸染め 450人 S交響	<ul style="list-style-type: none"> <li>KANGWAL WEAVING FACTORY の中の紡織 4万錠の一部がBOI奨励認可設備であり、この部分だけKANGWAL TEXTILE COとした</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>糸ニ自家使用が国内が輸出先はナ-パ7、日本、中近東であり、日本、伊藤忠、豊田を通じて輸出</li> <li>織物ニビルマ用のFEY(10%)残りの織物は100%サンベンを通して販</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>この工場はKANGWAL TEXTILE (88年設立)とLANGWAL WEAVING FACTORY LTD.(1980年設立)からなる</li> <li>問題点：技術者が不足している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>糸人のものを使用して、ものもメロンからのもも購入できるしかし、寡占体質のため価格が高いので、競争原理の導入が必要と感じている</li> </ul>
YONG SUWAT	ginning (綿繰機)		<ul style="list-style-type: none"> <li>全て人力栽培</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内の紡績業へ販売</li> <li>プロローカーを通して輸出する場合もある</li> <li>日本にも輸出する</li> <li>87年輸出比率30%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>農夫からコットンを買ってginning工場に売っていたが、1978年に自分の工場を持った</li> <li>問題点：綿の価格が不安定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コットン：農夫から直接買ってginningする場合と仲介人を通して買う場合とがある</li> </ul>
UNION TEXTILE	紡織	5,000人	<ul style="list-style-type: none"> <li>設備計画：1,800錠、織機60台</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出先：米國40%、ヨーロッパ、中近東、その他20%</li> <li>日本のマレーシアへは10%輸出しているが、まだ輸出していない</li> <li>国内販売先：生地の卸市場(問屋)やガーマーケットメーカーへは総生産の5~10%を販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1970年ごろにTHAI DURABLEが設立</li> <li>ユニオンテキスタイルが1977年に買取った</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポリエステル、レーヨンは国内調達</li> <li>ポリエステルはタイより購入</li> <li>綿は米國、パキスタン、中国などから</li> </ul>

企業名	業種	従業員	主要設備	販売先	特徴	原材料
PREMIER	セーター	750 メーカー部 300 ほか部	・縫機 400~ ・縫製機械 120台	・100%輸出 95%日本向け 5%米国向け	・プレミアムグループの一員でセーターの製造・輸出に携わっており、BOIの輸出奨励企業である  ・1964年創立 ・資本構成：日本45%（三井物産30%、東レ7.5%、日南7.5%）タイ側55%（サハバタナが大株主）	・縫、アクリルの一部は国産品を使うが、他は全て輸入のためコスト高、納期面からみて台湾、韓国と比べ不利  ・調達先：ナイロン、TC、アクリル100%については国産品の調達が可能 ・TCはラッキータック ・TS、富士紡から ・TW、AW、ACについては主として韓国から輸入
BANGKOK NYLON CO., LTD.	靴下製造	520	靴下縫機 430台 (操業開始時は70台)	・国内60%、日本30%、ヨーロッパ10% ・ヨーロッパはメーカーの都合で買はせない ・日本は円高のためもあり増えつつある ・日本への販売先は主にメーカー3社：東京ソックス、東洋靴下、梅田メリヤス	・“KAI”ブランドで知られる ・Mr. Kaewthong はタイの代表的なファッションデザイナー ・カーメメント産業の付加価値向上には品質向上とともに、オリジナル・デザイン、オリジナルブランドを育てていく必要がある	
KAI BOUTIQUE	高級アパレル			・今のところ国内のみ		
THAI WACOL	婦人用ランジェリー		・設備機械の保守技術が無く、また部品産業が少なく、メーカーの進出、材料メーカーの進出を歓迎している	・日本向け製品は利益が出ない。ロット小、品質厳格、クレーム多く、欧州その他の地域に比較し、うるさい	・必要な原材料の自給体制を（関連企業との提携によって）手掛けた。 (eg. 肩ひも、私不織布) ・タイ製ナイロンは40 Denierが限定。製品は30 Denier が主流であるため製品のペラエティティーが出せない	
YAMAKEMN APPAREL	セーター	400 (女性92%)	・縫機 340台 (全て台湾製) ・ほし、稼働中は170台 ・補修は社内です (担当3人)	・日本からの最近の受注傾向 7-10のサイズものが多 い。柄はシンプルなものが好まれ、丸首、V、カーディナルの3種を受注している ・米国、ECへの輸出拡大	・1984年10月設立 ・当初BOIの輸出奨励企業として設立された。しかし、その後輸出先が米国、ECに偏ったため、BOI認可を取り消された (当初の予定は全盛日本)	・主な原材料：コットン ・アクリルは国内品を使用している。ロス率は平均6%と高く、これが最大のコスト要因である ・その他、ラムストール、ウール、ラミーは輸入





企 業 名	業 種	従 業 員	主 要 設 備	販 売 先	特 徴	原 材 料
NORIKO BOUTIQUE	ファッション			・国内	<ul style="list-style-type: none"> <li>・タイ人と結婚した日本人女性が生産にファッションを開いて18年前に注文仕立てを始め、9年前からは高級既製品の製作販売にも着手した</li> <li>・その後娘が米国で留学して帰国し、「Compose」ブランドで若者向けのプレタポルテ・カジュアルなどの製作販売を始める</li> </ul>	
NAWAVIT 1988年12月	ゲームメント ナイロン製ジャケット スカート ズボン ブルマー	400 女子 85%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ミシン 300台</li> <li>購入する場合は全て新品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・輸出比率 100%</li> <li>・輸出先：ヨーロッパ70%、日本30%、今後日本向けを増やしたい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1981年創立。BOIの奨励企業ではない</li> <li>・コスト構成：材料（アクセサリー含む）65%～70%。人件費&amp;労務費30%</li> <li>・デザイン：全て客先デザイン</li> <li>・品質管理：QC要員は18～20人</li> <li>縫製工程の後で全量検査、フィニッシングの後でランダムチェック、原反のケンケン検査にはSGS社を利用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原反：輸入品よりも国内産品を使用する方が多い</li> <li>・国産品ではTICおよび綿100%のものを使用</li> <li>・輸入品は日本、香港、台湾などから入れている</li> </ul>
補足調査 1989年 3月				<ul style="list-style-type: none"> <li>・ヨーロッパには百貨店向け日本にはJUSCO、トワ、AICなどへ輸出している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・問題点：タイ国産素材を購入できない。もしタイ国産が購入できなければ70%～80%の材料でコスト30%、納期面で2週間の短縮が図れると推定している。</li> <li>・タイ国産素材の購入が困難な理由はBOI認可の条件として輸出の義務付けがあるためである</li> </ul>	
MICHAEL TRADE LTD.	ゲームメント 子供用シャツ スカート ズボン、ジャケット 婦人服 紳士用シャツ	250	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ミシン 108台。エンジェントから日本のミシンを購入、全て新品</li> <li>・設備投資計画：現在の工場を広くし、ミシンを200台追加する予定。ミシンの価格は1台約1,800バーツ</li> <li>・設備資金：政府資金必要なし。民間銀行より借りる。IFCTは金利14%なので取り止め、パソナ銀行（金利11%）より調達</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・輸出比率：100%</li> <li>・輸出先：西独60%、日本25%、UK、フランス15%</li> <li>・輸出先需要家：デパートが90%。日本向けにはビノチオがある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・資本構成：タイ資本 100%</li> <li>・1975年設立</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主要材料：国産品使用率は95%。国産品よりも輸入品の方が安い</li> <li>・が、信用買いができてきたため国産品を使用。</li> <li>・770、771、772、773なら20%安い</li> <li>・輸入品の方が15～20%安い</li> <li>・輸入品のタグがスリットは選んでいる</li> <li>・補助材料：本池およびボタンは韓国や日本のものを使うこともある</li> </ul>

企 業 名	業 種	従 業 員	主 要 設 備	販 売 先	特 徴	原 材 料
GENERAL KNITS.	ゲームメント ニットセーター	1000人 女子90%	• ニッティングマシン 800台 リンキングマシン 300台 40台 • 機械は日本、香港、台湾より入 れる • ニッティングマシン要員の平均 経験年数は約6年	• 輸出比率 100% • 輸出先：米80%、ヨーロッパ、 日本20%、当社は米、国、マ ケットを狙いとして採業開 始。最近日本向けも増えて きている • 需要家：デパートまたはイ ンポート	• 1973年B01 奨励企業として設立 • 資本構成：タイ70%、香港30% • 政府への要望：ニッティング、ト リンキング、メンデイングの設 備、トレーシングセンター機能の設 置	• 使用材料70%が輸入品 ニットセーターとア クリル100%は国産品ま たは輸入品、ウール、 ウールブレンド、AC は輸入品、コットンに ついては輸入品と国産 品の品質は同じ
JODC EXPERT	ゲームメント ニット タートル			• 中国、インドネシア、パキ スタンなどの追加をタ イの経営者が脅威に感じて いるとは思えない • タイの経営者は当面利益だ けを念頭に仕事をしている	• タイの縫製メーカーには、各段 階を通じての技術をマスターし たエンジニアが少くない • そのためJODCエキスパート は契約内容にからずデザイン ン。製品開発から生産工程まで 全般的な指導をしている現状。	
THONG THAI TEXTILE	ゲームメント • 伸縮する 洋服、ズボン • 児童向け50% • 紳士、婦人 向け50%	500人 女子は 70~80%	• ミシン 250台 購入にあたっては、ヤマト、 ベガサス、プラサラーの3つを 比較 • 設備計画：3年以内の計画とし て染色工場の拡大を考えている	• 輸出比率 100% • 輸出先：ヨーロッパ 80~90% 残りは日本	• 29年前に設立 設立当初は奨励企業であったが 7~8年前に全対象企業の奨励 を停止 • 資本構成：ローカル 100%	• 自社で生産する織物の うち80~90%をこの会 社で消費する（ニット 製品ののみ） • 不足時はヤーンを買い 纏らせる。織物は国産 品調達
THONG THAI TEXTILE 1988年12月 及び 1989年 3月	ゲームメント	500人以上	• ミシン 200台以上	• 輸出比率 100% ヨーロッパ 70%、日本20%、ア メリカ10% • 通信販売のニッセン、レナ ワンなどに販売	• 30年前に創立 • TEXTILE、染色、縫製の一貫生産 機能を持つ	
PEOPLE'S GARMENT	ゲームメント	1200人	• ミシン1500台 ランブーンにある工場のため に現在 200台注文中	• 輸出比率 現在30% 3年前は 5% • 輸出先：日本80%、E C 15 %、米、国、マ、ス、7、7、 、香港	• 1980年設立 非B01 奨励企業 • 資本構成：ローカル 100%、 サハグルーブ 今年（1988年）8月末から上場 している • カジュアルスラックスが増産傾 向 • 問題点：国産ファブリックの価 格が台湾、韓国と比べて高く、 競争力がない	• 国内材料の使用率は国 内向け製品の材料では 90%、輸出向け製品の 材料では80%となっ ている • 国内向け製品の材料輸 入は水着用ナイロン、 ポリエステル、ウール その他の高品質品 • タックスリファンドは 6ヶ月くらい
AMTEX	ゲームメント ニット布地の縫 製を主体とした ゲームメント		• 機械、縫製ミシンを含めた新工 場の予定がある		• インド、ラックノ方面から来 た一族の会社 • 技術指導員の必要性を強調して いた	

企業名	業種	従業員	主要設備	販売先	特徴	原材料
GARDEN OF EDEN	ゲームメント (カジュアルウェアが中心)	5,000人	• ミシン 800台 • Roller Type Silkscreen Printer 3台 • Design Computer 3台	• 輸出比率 95~98% (米、西独、オーストラリア、日本) • Ralt Disney Wear, Blowout, Michel Adam の3種類の米国のブランド名で出荷	• 米、西独共同の Operating Company (オーストラリアに拠点を有する)、BOI認可企業、1978年創立。タイ国内に4~5の系列会社をもつ	• 現地及び中国から Fabric15%程度を輸入 • 原料は日本製をタイ国内で購入
BAMBI HOUSE	ゲームメント	300人	• ミシン 200台 • 1980年に新工場を増設する予定	• 米、日本、シンガポールに輸出 • オリジナルブランドで輸出	• 18年前輸出を開始	• 100%国産
BANGKOK KNITTING INDUSTRY	ゲームメント セーター	工場ワーカー: 250 工場管理 10 打針 4~5人	• ニッチェインダグマシン: 3ゲージ 100台 7ゲージ 150台 12ゲージ 50台 • リンキンダグマシン 約50台 • アイロン 20~30台 • ラベール付け用ミシン 2台	• 輸出比率 100% 輸出は1978年以後 • 輸出先: ヨーロッパ (UK, フランス, 西独, オーストラリア) およびカナダ向けが80~85% 米国向けが15~20%	• 1971年設立 • 資本構成: ローカル 100% • 日本からの引合もあったが、成約に至らなかった • 3年間、日本向けは努力したがダメだった • 日本向けは量が少なく、色が多く、値段が低いとのこと	• 主要材料はほとんど輸入 • アンゴラは日本、ウールは韓国、アクリルは中国、コットンは台湾、アクリルウールは台湾より輸入 • ボタンは国産品
UDOMKAN KNITTING	ゲームメント 刺繍つき衣服 エンブレム 衣服が80%	20人	• NC刺繍ミシン、ジャガード式刺繍ミシン、バンドナイフなど • 設備計画: ジャガード式刺繍ミシンをNCミシンに更新すること	• 全て国内売り • 販売先: デパート、エージェンシー • サンベンのエージェンシーがこの会社の製品を輸出することがある。その時はMADE IN THAILAND のタグをつけるので分かるが量は少ない	• 10年前設立 • 資本構成: ローカル 100%	• レーヨン糸 (刺繍用) は日本から輸入、ドイッ製は高く、韓国製および台湾製は質が落ちる • 縫製用品は国産品 • 布地も国産品を使用 • 材料はサンベンで購入
PICHITRA	ファッション フレタポルテ				• Pichitraはタイ若手トップクラスデザイナーの1人 (Mrs. amvong) の娘	
NISSIN INDUSTRY 1988年12月及び 1989年3月	ゲームメント ニット製品	988人 (1988年)	• 編み機 (217) および自動) 約 500台 • リンキンダグマシン 120台	• 輸出比率 100% 日本20%, 西独17.25%, 米25%, イタリア・フランス・イギリス・オーストラリア80% • 日本の需要家: イトマン, 西武, トーメン, サンシェー, アイワ, ミキなど	• 1972年設立、BOI奨励企業 • 資本構成: ローカル 100% • 問題点: パターマンメーカーのキャパシティが生産に追いつかないこと	• 輸入材料は70% 香港からラミコーコットン、台湾からアクリルおよびアクリルナイロン、イタリアからブレンジャー、韓国からウール、日本からアクリルおよびルレーンクを輸入
ACME	ゲームメント	8~9人	• ミシン 14台	• 輸出先: シンガポール、香港、パナマ	• ローカル 100%	
NAOWARAT	ゲームメント		• ミシン 10台		• 2~3ヶ月前に始めた製靴企業	

企業名	業種	従業員	主要設備	販売先	特徴	原材料
YOUNG STUDENT DESIGNERS COMPETITION	ファッション・ショー			<ul style="list-style-type: none"> <li>広野作品は約500点で、そのうち約80点余が選ばれコンペで紹介された</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>従来から Siam Center で若いデザイナーの作品コンテストを行ってきた</li> </ul>	
THAI FASHION GARMENT	ガーマメント 制服類中心	約40人 うち20人は季節労働者	<ul style="list-style-type: none"> <li>ミシン約80台</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全て国内向け</li> <li>販売先：警察、軍隊、バンコック市士官学校、民間企業など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>資本構成：ローカル100%</li> <li>10年前より探索開始</li> <li>オーダーメードの受注</li> </ul>	
GOLDEN AX	ガーマメントおよびニット製品	コパイク 150人 カバト 750人	<ul style="list-style-type: none"> <li>ニットイングマシン 120台</li> <li>ミシン 約700台</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出比率 ガーマメントは100%輸出 ニット生地は輸出なし (自社向け40%、国内他社向け60%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1975年設立</li> <li>資本構成：ローカル100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国産品100%使用 色合いなどのトラブルがあった場合、国産品を使用している方が対応しやすい</li> </ul>
ASIAN GARMENT	ガーマメント ニットウェア	約800人	<ul style="list-style-type: none"> <li>ニットイングマシン 14台</li> <li>ミシン 750台</li> <li>生産工程を近代化したがいかが、どのようにしたらよいか分からない。また、費用がどのくらい必要なのかも分からない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出比率100% T-shirt 60%, 米国38~39%, 日本1~2%, 日本向け輸出は2年前から始まったばかり</li> <li>輸出先需要家：T-shirt はベレーレイ、オットーなど。日本はレナウン、丸紅、イトマン、トーマンなど</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1980年設立</li> <li>ローカル100%</li> <li>ニットウェアを主体としている理由 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 編み機を持っているので、原材料を国内で採ればコストを抑えられる</li> <li>② 製品の質のコントロールができること</li> </ul> </li> <li>製品レベルは中の上をターゲット</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸入材料：輸入品は20%、ニット用の糸としてT.C45を中国から輸入、台湾からナイロン100%の生地を輸入</li> <li>国産材料：TCワッシャー、コットン、シーティングなど。品質についてはラッキードライクスやトウカイドライクスなど大工場を通していているので問題ない</li> </ul>

【付属資料 I-3】インタビュー質問票

【I-3-1】「テキスタイル企業へのインタビュー項目（紡績、織布、染色業用）」

1. 企業の概要

- (1) 企業名（個人、法人） (2) 業種（多業種の場合それぞれ記入して下さい）  
 (3) 所在地（本社、工場） (4) 設立年月日 (5) 資本構成（資本金、主要出資者及び出資比率）  
 (6) 合弁企業の場合、相手の国籍、社名、業種  
 (7) 従業員数：男 人 女 人 計 人（内、製造部門：男 人 女 人）  
 (8) 売上高（最近3年間）

主要品目	1985		1986		1987	
	売上数量	売上高	売上数量	売上高	売上数量	売上高
その他						
合計						

- (9) 最近3年間の売上品目、売上高変動の推移とその要因

2. 原材料、補助材料

- (1) '87年度の主要原材料状況

原材料品目	数量	仕入先 (国産輸入)

原材料品目	数量	仕入先 (国産輸入)

- (3) 輸入品使用の場合、その理由（価格、品質、該当国産品なし）  
 (4) 原材料、補助材料に就いての問題点（輸入手続き、国内調達、品質、納期等）

### 3. 生産、技術

#### (1) 工程別主要生産設備

機械名	種類・タイプ	国産、国製	設置年	台数

#### (2) 生産能力

生産品目	生産能力

#### (2) 工程別人員配置

#### (3) 生産技術は自社開発ですか導入技術ですか？

#### (4) 技術者、技能者

技術者、技能者の数 人（内、外国人 人）、技術は何処で習得しましたか？

技術者の出身学校名

#### (5) 企業の状況

- ・紡績業の場合：繊維素材名、紡出晩手、精紡機スピンドル回転数、台当たり糸切れ回数、収率
- ・製織業の場合：繊維素材名、主要編物品種、A反収率、主な疵欠点、補修人員数
- ・製編業の場合：原綿染、糸染、反染、ピース染、プリント染別に1ロットの平均的な大きさ、特殊な仕上げ加工をしていますか。（揆水加工、防縮加工、その他）
- ・その他カーペット、不織布、毛布、などの特殊製品については適宜御記入下さい。

#### (6) スペックに対する製品検査体制はどのようになっていますか？

#### (7) 下請業者を利用する場合：業者数、材料支給の有無、受入検査有無、技術指導有無

### 4. 販売

#### (1) 自家消費ですか、外販ですか？親企業または得意先からの委託加工ですか？（材料支給、自社調達）

#### (2) 製品別、数量別の主要得意先または受注先、輸出の場合は相手国名

#### (3) 出荷先から最終消費者までの流通経路（国内、輸出）（判明している限り）

#### (4) 自社製品の開発体制、商品企画はどのようになっていますか？

#### (5) 最近3年間の日本を含む海外からの受注または引き合いに変化がありましたか？どのような変化がありましたか？

(6) 販売価格、製造原価、製造原価構成（原材料費 %、労務費 %、電力費 %、設備費 %、経費 %）について差支えない限り記入して下さい。

## 5. 労働

- (1) 作業員、管理者の月平均賃金及び年間賞与
- (2) 1日平均労働時間、休日、年間労働日数
- (3) 主な通勤手段
- (4) 寮、社宅、構成施設の有無

## 6. 周辺施設

- (1) 原料・製品の輸送手段： 鉄道、トラック（運送会社利用、自社トラック）
- (2) 月間の蒸気、電気、用水の使用量
- (3) 自社でボイラー、発電機、井戸の保有の有無
- (4) 染色業の場合、廃水処理設備を保有していますか？
- (5) 土地面積、工場・事務所等の建造物面積
- (6) 工場拡張の余地がありますか？

## 7. 将来計画と問題点

- (1) 生産品目の需要見通し
- (2) 生産規模拡張計画または新製品生産設備の新設計の有無
- (3) 新規販売ルート開拓或いは海外への新規輸出の計画の有無
- (4) 新規工場用地必要の有無および面積
- (5) 新規労働力必要の有無および必要数、質

8. 政府の助成に要望事項（金融、投資、土地・労働力斡旋、輸出、技術援助、税制、原材料・部品の輸入割り当て等）がありましたら、記入して下さい。

9. 日本、欧米、近隣諸国に輸出する場合の問題点、障害、要望事項（納期、品質、取引条件、関税、Quota 等）がありましたら記入して下さい。

————☆————☆————☆————☆————



[I-3-2] 「アパレル企業へのインタビュー項目」



整理№:

DATE: 1988年 月 日 TIME: ~

会社名: \_\_\_\_\_

所在地: \_\_\_\_\_

面談者: \_\_\_\_\_

訪問者: 調査団: \_\_\_\_\_

C/P: \_\_\_\_\_

通 訳: \_\_\_\_\_

1. 企業概要

(1) 設立年: \_\_\_\_\_

(2) 資本金: \_\_\_\_\_

(3) 外国資本の有無:  no  yes → 国名: \_\_\_\_\_

(4) 生産品目:

布はく製外衣:  男子ジャケット  男子スウェット  女子ブラウス  女子スラックス

女子コート  女子ドレス

男子その他: \_\_\_\_\_  女子その他: \_\_\_\_\_

布はく下着:  シャツ  男子ボクサー  女子ボクサー

男子その他: \_\_\_\_\_  女子その他: \_\_\_\_\_

ニット製外衣:  アウターシャツ  セーター/カーテン  スウェット/半スウェット  ドレス/スカート

その他: \_\_\_\_\_

ニット製下着:  男子シャツ  女子シャツ  男子ボクサー  女子ボクサー

パンスト  その他: \_\_\_\_\_

(5)年商：

(6)輸出比率：\_\_\_\_\_%

(7)品種や生産量の状況： 多種少量生産的 少種多量生産的

(8)従業員数：\_\_\_\_\_人→うち熟練工：\_\_\_\_\_人

(9)主力製品換算の月産数量：

(10)外注の利用状況： no yes→外注内容：\_\_\_\_\_

(11)品目および売上高の最近の変動状況

## 2. 商品力および生産体制

(1)各種製品レベルへの対応力

(2)製造マニュアルの有無： no yes

(3)製品スペックに対応させるための体制

(4)品質管理：

不良品発生数のチェックの実施： no yes→不良率：\_\_\_\_\_%

どの工程でチェックしているか： 完成時のみ \_\_\_\_\_

(5)生産方式：

シンクロナイズド方式

ベルトコンベア方式

ハンガーコンベア方式

バンドル方式

その他：\_\_\_\_\_

(6)ミニマム生産ロット：\_\_\_\_\_

(7)保有設備：

\_\_\_\_\_ 国産 輸入→国名：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 国産 輸入→国名：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 国産 輸入→国名：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 国産 輸入→国名：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 国産 輸入→国名：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 国産 輸入→国名：\_\_\_\_\_

(8) 熟練工を育てるために何かしている：

no

yes → 何を： \_\_\_\_\_

(9) 商品企画についての経営方針：

現状： 自社企画     客先企画     自社企画 & 客先企画 → 割合： \_\_\_\_\_

今後の方針： \_\_\_\_\_

(10) 主要材料の品質について不具合を感じているか？

no

yes → 不具合点： \_\_\_\_\_

(11) 補助材料の品質について不具合を感じているか？

no

yes → 不具合点： \_\_\_\_\_

### 3. コストおよび取引条件

(1) 主力製品の納期：

材料がある場合、受注から出荷まで何日かかるか： \_\_\_\_\_ 日

(2) 出荷価格のうち材料費および人件費の割合：

不明

材料費 \_\_\_\_\_ %    人件費 \_\_\_\_\_ %

(3) 賃金状況： \_\_\_\_\_

(4) 見積のための計算基準があるか： no     yes

(5) 決済条件： \_\_\_\_\_

(6) 今迄にどのようなクレームがあったか： \_\_\_\_\_

→ どのように対処したか： \_\_\_\_\_

(7) 取引条件に関する問題意識： \_\_\_\_\_

#### 4. 材料調達

##### (1) 主要材料：

使用材料：① \_\_\_\_\_ ② \_\_\_\_\_ ③ \_\_\_\_\_ ④ \_\_\_\_\_

仕入先：国産品      国産品      国産品      国産品  
輸入品      輸入品      輸入品      輸入品

仕入価格：\_\_\_\_\_

納期：\_\_\_\_\_

##### (2) 補助材料：

使用材料：① \_\_\_\_\_ ② \_\_\_\_\_ ③ \_\_\_\_\_ ④ \_\_\_\_\_

仕入先：国産品      国産品      国産品      国産品  
輸入品      輸入品      輸入品      輸入品

仕入価格：\_\_\_\_\_

納期：\_\_\_\_\_

(3) 輸入材料の使用理由：\_\_\_\_\_

(4) 材料仕入に関して感じている問題点：\_\_\_\_\_

#### 5. 販売

(1) 国内販売先：\_\_\_\_\_

(2) 輸出先（国名および比率）：\_\_\_\_\_：\_\_\_\_\_％ \_\_\_\_\_：\_\_\_\_\_％

\_\_\_\_\_：\_\_\_\_\_％ \_\_\_\_\_：\_\_\_\_\_％ \_\_\_\_\_：\_\_\_\_\_％

(3)輸出手続き:

現状:  自社の直接輸出  流通業者経由

今後の方針: \_\_\_\_\_

(4)輸出先国における需要家:

現状:  アパレル・メーカー  小売業者  その他: \_\_\_\_\_

今後の方針: \_\_\_\_\_

(5)輸出販路に関するインフォメーションの入手方法: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(6)輸出販路を開拓するためのアプローチ方法: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(7)会社概要、製品パンフレット、プライスリストの有無:

no  yes → 資料請求する

6. 生産能力拡大について

(1)設備投資計画の有無:

no

yes → どんな部門の設備か: \_\_\_\_\_

(2)設備資金の調達方針(ソースなど): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

7. 輸出をする場合の問題点および障害

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

8. 政府機関および業界団体への要望事項

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

【付属資料 I-4】第3国調査に係わる調査計画書サンプル

【サンプル1】「米国のガーメント市場」

1. 繊維市場の概況

対象品目を中心に品目別に市場規模（売上高、輸出額）を趨勢について概説する。

2. 需要動向

(1) 輸入状況

品目別、国別（含タイ）の輸入状況（過去4-5年の統計）

(2) 国産品と輸入品との競合状況

品質、価格の競合状況を小売業者からのインタビューを含め明らかにし、タイのガーメントが今後伸びるためにはどのような点を改善すべきか、その具体的内容を示す。

(3) 消費動向、消費パターンの特徴

デザイン、品質、ライフスタイルの最近の特徴を明らかにし、そのなかで輸入品ガーメント（含タイ製品）がどのように地位を占めているか、主要品目毎に明確にする。

3. ガーメントの流通

(1) 流通の特徴及び動向

(2) 流通経路および各段階の役割とその平均マークアップ比率

(3) 衣料輸入業者の役割と一般的販売方式（エージェント、販売店）

(4) 代表的流通業者の販売戦略

(5) 海外への委託生産の動向

a. 輸入するガーメントで委託生産のものはどの位の比率を占めるか品目別に明らかにする。

b. （ケーススタディーによる）途上国に委託生産させる場合、どのような方式をとり、どのような点につき注意しているか、代表的品目でケーススタ

ディー（10社程度）により明らかにする。

#### 4. 国内生産動向，輸出動向

- (1) 生産額，輸出額の推移を70年から明らかにする。
- (2) 品目別輸出価格
- (3) 製品開発の報告と最近のデザインの特徴
- (4) 代表的海外市場の開拓、マーケティング活動の状況

#### 5. 繊維産業保護政策

先進国では、繊維輸入をMFA（多国間繊維協定）により、規制している。

については、①MFAの当該調査国における効果とその影響、②各国へどのような割り当てを行っているか過去5年分を国別（タイを含む）に品目毎に列挙する。

（統計表をつけること。）

#### 6. 関連規制

- (1) 関連法規，規格，基準
- (2) 輸入制度，関税率

#### 7. 関連資料・パンフレット等の収集

本調査の過程で入手した米国のガーメント産業、生産企業、輸出入等に関する資料・パンフレットやカタログなどの使用を添付する。

## [サンプルー2] 「香港のガーメント産業」

### 1. 業界の概況

2. 以下に記述した各項目の調査結果にもとづいて、調査対象国のガーメント産業の現状を生産、輸出、企業経営、技術や製品レベルなどの観点から概説する。また近隣アジア諸国との競争力の相対的变化、原材料入手のネック輸出市場の開拓見通しなどから将来を展望する。

### 2. 産業の動向

#### ①生産動向

近年のガーメント生産につき可能な限り品目別動向を明らかにする。

#### ②ガーメント産業の沿革

メーカー数の変化、メーカー規模（1社当たりの従業員数、資本金）の特色

#### ③労働力

ガーメント産業全体の労働力の推移、また、縫製技術、デザイン力の向上にメーカーはどのように取り組んでいるか。訓練センターのようなものがあればその概要（公的、私的機関とも）。

#### ④繊維産業全体の機械化の状況

紡績機、織機、編機、ミシンの設置台数

#### ⑤原材料

国産輸入の価格動向とそれぞれの品質評価

#### ⑥政府による規格の概要

#### ⑦コスト競争力

##### A. コスト競争力

調査対象国でのガーメントの競争力のポイントはどこか、ガーメント産業の平均値を示せ。また製造コストに占める構成比を示せ。

a. 1時間当たりの労働コスト（米ドル換算）

b. 原材料コスト（国産、輸入品別）

c. 設備費

d. 電力コスト（1kw時）



## B. 非価格競争力

### a. 技術的側面（縫製技術）

以下の項目についてインタビュー調査（20社前後）を含め調査する。

- デザイン、パターンメイキングの技術
- マーキング、裁断の技術
- 縫製前処理の技術
- パーツ縫製・組立縫製技術
- 仕上げの技術
- 生産管理技術
- 縫製機器の保守技術

### b. デザイン開発のやり方

自主開発かバイヤーの指示かを含め詳述する。

### c. 納期

### d. 輸出市場開拓、マーケティング（政府の助策も含めて詳述する）

### e. 検査システムの有無とその検査内容と料金（政府機関も含め）

## ③流通市場の構造

ガーメントの流通構造とその特色を明らかにする。

## 3. 輸出動向

### ①輸出の変化

過去5年間の品目別輸出統計をもとに、品目別、相手国別の輸出の推移、品目の変化などを明らかにする。台湾ドル切上げによる影響はどの程度か。

### ②輸出形態（委託加工輸出、ライセンス輸出の状況）

### ③輸出チャネル

委託生産輸出はどの程度行われているか（相手国、品目別特色など）。OEM以外の輸出ルートは一般的にどのような形か。

### ④輸出価格

1985年以降の米ドルの切下げにより、輸出価格にどのような変化が見られるか。特定品目を例示しながらとくに、87～88年の動向を注目。

⑤製品開発とデザイン

自主開発か、バイヤーの指示かなど。

⑥海外市場の開拓、マーケティング活動

主要市場別の輸出目標設定、市場多角化、見本市、業界のミッション派遣など。

⑦海外市場での競合関係

輸出製品の海外での競争力をどのように評価するか。主要市場での競争相手国はどこか、その理由は？

⑧製品検査

ガメンツの輸出検査につき、検査機関の概要（公的、私的）

4. MFA（MULTI FIBER ARRANGEMENT）の適用状況とそれへの対応策を具体的に記述せよ。

5. 産業振興策と輸出促進策

本項では、繊維およびガメンツの生産および輸出の振興につき、一般中小企業向け施策のガメンツ業種への適用も含め、政府がどのような政策を採り、制度を具体化してきたかを、時系列的に整理する。また、それら制度・政策がどのような効果を生んできたか、政府サイドと民間企業関係者の双方から聞き出して、できるだけ客観的な評価としてまとめる。

特に、政府の①金融面の支援、②税制面での優遇策、③関税政策、④その他の政策（設備規模調整、等）を通じた生産・輸出面の支援・助成策を、具体的に明らかにする。

6. 主要企業のケース・スタディー

ガメンツの主要なメーカー（輸出面でも重要なもの）5社程度を対象として、以下の諸点を踏まえたケース・スタディーを行なう。

①企業の沿革

②主要な生産・輸出品目の推移

③原材料、補助材の調達状況

④政府の助成策、振興策をどのように活用したか。

⑤輸出戦略の展開

⑥海外企業との提携

本社において、外国企業との資本・技術提携関係があれば、内容を概説。

⑦経営陣の特色

⑧海外進出（生産）があれば、その背景・進出先合弁相手企業・規模・品目（輸出先）など、できれば今後の計画について聞く。

## 7. 関連資料・パンフレット等の収集

本調査の過程で入手した香港のガーメント産業、生産企業、輸出入等に関する資料・パンフレットやカタログなどの資料を添付する。



< 付 属 資 料 >

## Ⅱ. 木 製 家 具 の 部



## II. 木製家具の部

【付属資料 II-1】国内アンケート調査結果のまとめ

【II-1-1】アンケート票

### 海外投資関心企業アンケート (対象業種 : 木製家具)

貴社の概要等について、下記の項目に記入するか、該当番号を○で囲んでください。  
(経営指標は、昭和62年度決算ベースでお願いします。)

企 業 名	
企業名 (英語名)	
所 在 地	
創 業 年	1. 明治 2. 大正 3. 昭和 年
法 人 の 社 格	1. 日本企業 2. 100%外資系 3. 50% 以上外資企業
資 本 金	億 千万円 (払込資本金)
総 売 上 高	億 千万円 (年商)
海 外 生 産 比 率	% (海外生産額 / 総売上高 X 100)
全 従 業 員 数	人
主な製品、取扱品目	
調査票記入担当者部課名	
記入者 役職・氏名	役職 _____ 刀付 _____ 氏名 _____

Q. 1 現在、海外と下記のような関係をおもちですか？

(1)海外に生産拠点をもっている

(1) に○をつけられた場合、国名を( )の中に記述してください。

( ) ( ) ( ) ( )

(2)海外のメーカーと技術提携している

(2) に○をつけられた場合、国名を( )の中に記述してください。

( ) ( ) ( ) ( )

(3)海外のメーカーにOEM供給を行っている

(3) に○をつけられた場合、国名を( )の中に記述してください。

( ) ( ) ( ) ( )

(4)今のところないが、長期的には海外との関係を考えている

(5)なし

Q. 2 将来の進出計画においてお尋ねします。

(1)現在、検討中 (2)将来的には検討の余地有り (3)考えていない

2-1 (1)及び(2)に○をつけられた企業にお尋ねします。

進出希望地域および進出目的についてどのようにお考えですか？

表1(省略)の国名形態および進出目的に○をつけて下さい。

(複数回答可)

Q. 3 合併や技術提携パートナーの斡旋・紹介をジェットロに希望されますか？

はい・いいえ

3-1 ジェットロでは投資登録企業制度を設けています。(この制度は海外関心企業



に対し参考情報の無料提携などのサービスを行なうものです。ご関心のある企業には別途ご案内申し上げます)

貴社はこの制度に加入される希望がありますか？

はい・いいえ

Q. 4 タイからの家具（製品）あるいは家具部材の輸入についてお尋ねします。

(1) タイより家具（製品）あるいは家具部材を輸入したことがありますか。

はい・いいえ

(2) 輸入した家具の種類を（ ）の中に記述して下さい。

（ ）（ ）（ ）

(3) 輸入した家具の品質はどうでしたか。

大変良い・良い・普通・悪い・大変悪い

(4) 品質の問題点を（ ）の中に記述して下さい。

（ ）（ ）（ ）

(5) 輸入した家具の価格はどうでしたか。

大変安い・安い・普通・高い・大変高い

(6) 輸入した家具の納期はどうでしたか。

契約通り・契約より少し遅れた・契約より大変遅れた

(7) 輸入を決定した時点での主な理由は何ですか。

価格・品質・納期・その他（ ）

(8) 取引形態は下記の内どれですか。

- 1) タイ・メーカー側のスタンダード商品輸入
- 2) 貴社よりのオーダー商品輸入
- 3) 貴社の技術指導を含んだオーダー商品輸入

(9) タイの家具用材として特に興味のあるものを( )の中に記述して下さい  
( ) ( ) ( )

(10) タイ製家具に対する特定のイメージをお持ちですか。  
はい・いいえ

(11) 特定のイメージを( )の中に記述して下さい。  
( ) ( ) ( )

(12) 今後、タイよりの家具あるいは家具部材輸入を考えていますか。  
はい・いいえ

(13) その主な理由はなんですか。  
価格・品質・納期・その他( )

(14) タイあるメーカーとの技術提携あるいは合弁等を考えていますか。  
はい・いいえ

ご協力ありがとうございました。

## 【Ⅱ-1-2】アンケートの集計結果

「タイへの既進出および進出計画を有する日本企業リスト」の集計結果において、総計167社よりの全回答の中で、41%（68社）の企業が既進出ないし今後進出の計画を持っていることが判明した。具体的には、既進出企業数はわずか4社で、残り64社の企業が現在計画検討中の企業で、タイへの投資の潜在的関心の高さを示している。

タイ進出の目的の第1位は、「労働力利用」にあり、全体の27%を占めている。第2位、第3位はともに同率の23%で、「日本への輸出」と「原材料入手が容易」であると回答している。第4番目の理由として「円高に対する対応処置」で、これら4要因が進出計画の主要因となっており、これらを合わせると全体の95%に達する。

次に日本企業が進出を希望する形態は、第1位は「委託生産」（全体の46%）、続いて「合弁」（全体の26%）、「技術提携」（全体の22%）、そして「100%出資」（全体の6%）の順になっている。また、大半の企業が、タイ以外に、台湾、韓国、さらにインドネシア、マレーシア、シンガポール等、進出希望国名を積極的に意志表示しており、タイを含め海外投資への関心の高さが、ここでも強く示されている。

今回の回答企業167社は全社が、純粋に日本企業であり、また企業規模は、資本金1億円未満の中小企業がその中核を占めている。各本社所在地も、それぞれ地方に分散され、その結果、機能も分散されているところが多いようである。従って、アンケート先への電話フォローの際に、判明したことであるが、海外投資に関心があっても独自でそのために必要な調査のできる企業体制がないこと、また必要情報が地方では十分得ることが困難なことなど、実際に決行するには諸問題があり、実行に先立っての諸々の問題解決の必要性が明らかにされた。

### 〔Ⅱ-1-3〕日本側進出希望企業リスト

アンケート回答企業68社のうち、タイへの進出の計画を有している企業64社について、進出の形態、進出目的、パートナー紹介の希望の有無等を別表に示す。

<別表> 日本側進出希望リスト

社名	(A) 100%出資を希望 (B) 合弁を希望 (C) 技術提携を希望 (D) 委託生産を希望	* タイ進出の 主な目的	パートナー 紹介希望の 有無	海外生産 拠点の 有無	既存の 技術提携 関係の有無	本社所在地
1 錦カスミ	(C)		無	無	無	茨城県
2 錦内田洋行	(B)	(F), (H), (I)	無	無	有	東京都
3 日本フクラ鋼	--	--	--	--	--	東京都
4 山本工業鋼	--	--	有	有	有	埼玉県
5 マルツチ工芸鋼	(D)	(H), (I), (J)	有	無	無	福岡県
6 錦マルニ	(B)	--	有	無	無	広島県
7 錦東洋工芸	--	--	無	無	無	東京都
8 錦池田	--	--	有	有	有	東京都
9 ヤマカ産業鋼	--	--	無	無	無	静岡県
10 枝部竹材鋼	(C)	(G), (J)	有	有	有	宮崎県
11 金剛鋼	(B), (C)	(K), (H)	有	有	有	熊本市
12 フランスベッド鋼	(A), (B), (D)	(G), (H), (I), (J)	有	無	有	東京都
13 カンシーカーボナル鋼	--	--	無	--	有	東京都
14 錦野口栄太郎商店	--	--	無	有	無	東京都
15 錦龍門堂	--	--	無	無	無	長野県
16 錦エンドウ総合装飾	--	--	無	無	無	神奈川県
17 錦萩原家具本店	(C), (D)	--	有	無	有	静岡市
18 伊豆木器鋼	--	--	--	無	有	静岡県
19 富士木工鋼	(D)	(G), (H), (I), (J)	無	無	無	静岡市
20 ハヤシ工業鋼	--	(G), (H), (I), (J)	--	無	無	豊橋市
21 錦大之木グイモ	(B), (D)	(G), (H), (J)	有	有	有	呉市
22 光家具工業鋼	(A), (D)	(G), (J)	有	無	無	前橋市
23 富士ファニチア鋼	--	--	有	無	無	徳島県
24 錦小見山家具製作所	(B), (C)	(G), (I), (J)	有	無	無	岐阜県
25 錦岩田屋	(D)	(G), (I)	--	無	無	福岡市
26 松本産業鋼	(D)	(H), (I), (J)	有	無	無	会津若松市
27 錦伊勢丹	(B)	(E)	--	有	--	東京都
28 国際工芸鋼	(B), (C), (D)	(G), (H), (I)	有	無	無	福岡県
29 錦マルニ・ファンジ	(D)	(G), (H), (I)	無	有	無	松戸市
30 錦ホウトク	--	--	無	無	有	名古屋市
31 錦京王百貨店	--	--	無	無	無	東京都
32 協和木工鋼	(A), (B), (C), (D)	(G), (H), (I), (J)	有	無	無	広島県
33 錦近鉄百貨店	--	--	有	無	無	大阪市
34 錦アイデック	--	--	無	無	無	東京都

社名	(A) 100%出資を希望 (B) 合併を希望 (C) 技術提携を希望 (D) 委託生産を希望	* タイ進出の 主な目的	パートナー 紹介希望の 有無	海外生産 拠点の 有無	既存の 技術提携 関係の有無	本社所在地
35 松岡家具製造㈱	(D)	(H), (J)	有	無	無	広島県
36 ㈱ナイキ	--	--	無	無	有	大阪市
37 岐北家具工業	(D)	(I), (J)	無	無	無	岐阜市
38 ㈱オリバー	--	--	無	有	有	愛知県
39 ㈱高島屋工作所	--	--	無	無	無	大阪市
40 ㈱東急百貨店	--	--	無	無	無	東京都
41 湘南木工㈱	--	--	無	無	無	横浜市
42 ㈱ニイダ木工	--	--	有	無	無	南園市
43 エコー家具工業㈱	(C), (D)	(G), (H), (I), (J)	有	無	無	山形県
44 ㈱多田木工製作所	--	--	無	無	無	山形県
45 秋田木工㈱	--	--	有	無	無	秋田県
46 日之出木工㈱	--	--	有	無	無	広島県
47 朝日工業㈱	--	--	有	無	無	愛知県
48 ㈱新店	--	--	有	無	無	香川県
49 ㈱真木家具製作所	--	(J)	無	無	無	福岡県
50 ㈱ヤジマ	--	--	有	無	無	東京都
51 ㈱マリアン	(D)	(I)	有	無	有	大阪市
52 コトリ家具	(D)	(I), (J)	無	無	無	群馬県
53 東海家具工業㈱	(D)	(G), (H), (I), (J)	有	有	無	静岡市
54 ㈱綾野製作所	--	--	有	無	無	香川県
55 ㈱松田家具工業	--	--	有	無	無	福岡県
56 新日本木工㈱	(C)	(G), (H), (I), (J)	有	無	有	徳島市
57 野田産業㈱	(B), (D)	(G), (H), (I), (J)	有	無	有	岐阜県
58 刈谷木材工業㈱	(B), (C), (D)	(J)	無	有	無	愛知県
59 日進木工㈱	(D)	(G), (H), (I), (J)	有	無	無	岐阜県
60 ノーブル家具工業㈱	--	(G), (H), (I), (J)	有	無	無	茨城県
61 石崎家具㈱	(D)	(H), (G)	有	有	無	富山県
62 ㈱徳田	--	--	有	有	無	静岡県
63 ㈱コスガ	(D)	(G), (H), (I), (J)	有	有	有	東京都
64 モリタインテリア㈱	--	(I), (J)	有	無	無	大川市

\* (E) 現地市場への販路拡大, (F) 第3国市場への販路拡大, (G) 日本への輸出, (H) 円高への対応,  
(I) 労働力利用, (J) 原材料入手が容易, (K) 技術提携先または輸出先からの要請,  
(L) 日本のユーザー企業(親企業)の海外進出のため, (M) その他

【付属資料 II-2】現地調査インタビュー先企業の概要

木製家具工場 1988年11, 12月調査及び89年8月補足調査

企業名	業種	従業員	主要設備	販売先	特徴	原材料
SIAM WOOD	木製家具 テーパー チェア ベッド	500名 うち熟練工 120		輸出比率 100% 対日本 100% (家具メーカー95% 小売業者 5%)	• 1970年設立 • 資本金10百万バーツ	• 樹種はパラウツド
KT THAILOCAL PRODUCTS	木製品製造 サラダボウル トレイ, サラダ スプーン 銅しき等	500名	• 機械類はイタリヤ, 台湾 タイ製のものもあるが家具が製 造できるラインはない	輸出比率 100% (アメリカ及びカナダ)		
KONNOX CO., LTD.	家具製造 カララボックス	50名	コードプレス1台, 小型ボーリン グ, エッジバンダー, ランニング ソー, クロスカッター			
WORLD WOOD DESIGN		150名	• パーティクルボードの加工のた め、比較的簡単な機械構成	• 輸出比率 100% (7割が 100%) 150名 (日本 10%) • 客先デザイナー 100%	• 1986年設立 • 資本構成: 日本 100%	• パーティクルボード: 誤差はなく強度 もある • 合板: インドネシアよ り輸入 • ゴム材
SUN FURNITURE				• 輸出比率 98% • 輸出先: 米国 80% 日本 10% UK 10%		
PONGSIN FURNITURE	リビングセット ダイニングセット ベッドルーム セット 時計台	100人	• 乾燥機がない	• 原材料の輸入		
ACME INDUSTRIES				• 輸出 100% (7割が向け50%, 日本 30%, 3-77が 20%) • デザインは70%が客先指定		• パラウツド (ゴム材)
FANCY WOOD INDUSTRIES CO., LTD.	家具製造 婚礼堂具 コタツ	1,050人 (25人管理 及び 専門職)	• 日本式生産ライン • コンテナ・ヤードの整備の 必要性	• 輸出 100%、70%日本向け • 輸出の80%家具, 20%種材 • 輸出先: 日本 (70%), 7 7 (25%), 3-77 (5%) 77, 77 (5%)	• 1970年設立 • タイ (55%), 台湾 (45%) の 合併会社	• オーク (30%), ゴム 材 (50%), カリン (20%)

企 業 名	業 種	従 業 員	主 要 設 備	販 売 先	特 徴	原 材 料
DOROSPAN COMPANY LIMITED	パーティクルボード家具製造 合板ノックダウン家具	1,000人	・台湾方式の超大型大規模工場	・100%アメリカ輸出 ・客先指定デザイン	・100%現地資本	・ゴム材
THAI TEAK WOOD VENEER CO., LTD.	製材, ベニヤ板	180人	・少品種大量生産の生産管理手法の基礎的知識弱い	・デンマーク向けVeneer製造 ・合板は国内向け ・1985年より、チーク製の米輸出	・1978年設立 ・100%タイ資本	・チーク材...ビルマから購入 ・ゴム材(2年前より)
RUANGTAI WOOD INDUSTRY CO., LTD.	木製建設資材			・部材生産(ワカフ)を日本向け輸出	・資本金2,500万バーツ, 100%タイ資本	・ゴム材
THAI PLYWOOD CO., LTD.	植林から製品製造まで		・室内向け製品用接着剤は国産、屋外用は西独、ノルウェーより輸入		・半官半民	・原木の国内調達/輸入 比は50:50、ビルマ、ラオスより供給アフリカ材が入りつつある
THAI BAMBOO AND PRODUCTS CO., LTD.	木材家具(ワカフ) Houseware	540人		・日本向け10%, 米国向け75% ・100%輸出	・1975年株式会社 ・タイ資本100%	・ゴム材(90%), チーク材(10%)
B. S. PARAWOOD PRODUCTS CO., LTD.	木製家具製造	300人	・80%は新しい機械を導入	・家具生産の90%は日本向け輸出(内訳: テーブルの足50%, 椅子の足50%)、残り10%は米国向け ・100%輸出	・100%タイ資本 ・1987年資本金500万バーツで設立	・ゴム材は立木を購入、自社で加工
CH. RUNGKUANG INDUSTRY CO., LTD.	スチール家具製造(椅子, 寝台, アイロン台等)	40~50人	・小規模手工業的形態企業	・80%輸出, 70%国内販売 ・輸出先はシンガポール, 中国近東	・タイ資本100% ・1982年頃設立, 資本金50万バーツ	・PVCシート, 鉄パイプ等は国内で調達 ・鉄板はタイでは国産品なし
TASK COMPANY LIMITED	家具製造(座卓80%, 椅子およびテーブル20%)	300人(50人が熟練工)	・日本式製造法, QC	・全て日本向け(大塚化学家真) ・指定デザイン	・1980年タイ資本100%で設立	・Rose wood(カワ)90%, Jampii, アカシア10%
SANG THANA FURNITURE LTD. PART	家具製造(ダイニング, タニンク, テーブル, ベッド)	200人(30人が熟練工)		・2年前より生産の100%輸出 70%50%, 日本40%, 3-7%10%	・1966年創業, 1977年現在地へ ・タイ資本100%、資本金500万バーツ ・非BOI	・ゴム材
SIAM MAISON CO., LTD.	家具製造(カクテルテーブル, 家具床材, 枕, 椅子, 寝台)	830人		・60%輸出, 40%国内販売 ・輸出先: アメリカ70%, 日本20% ・%, カカク及び3-7%10% ・客先デザイン	・1985年創業 ・タイ資本100%、資本金4,000万バーツ ・非BOI	・ゴム材(カク)に自社の製材工場から ・カク(カカク) (外から購入)



企 業 名	業 種	従 業 員	主 要 設 備	販 売 先	特 徴	原 材 料
SURINA INDUSTRIES CO., LTD.	Houseware (チリチリ、スリ等) 家具は少ない	200人 (20人が熟練工)		<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出先...7割が60%, 3-7割が20%, 1-2割が10%, 日本10%</li> <li>輸出100%</li> </ul>		
D. K. INDUSTRY および HOVE & D. K. INDUSTRY	家具 ハウスウェア 床材	300人 (D.K.社) 40人 (H.D.K.社)	<ul style="list-style-type: none"> <li>OJT方式の技術指導対象企業</li> <li>ノルウェー技術者の指導を受け</li> <li>イスのククシジョンはタイ国産</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>70%がアメリカ向き、30%が日本向き</li> <li>輸出100%</li> <li>生産、設計、7割が販売等は外国企業任せ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1979年創設、タイ資本100%</li> <li>H. D. K.社はノルウェーHOVE社(49%)との合弁(1987年6月)、資本金600万バーツ</li> <li>非BOI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビルマ、ラオス等から原木を輸入</li> <li>ゴム材は丸太で購入</li> </ul>
CHIANGMAI SUDALUK CO., LTD.	彫刻入り家具 民芸品製造	800人 (200人が熟練工)	人工乾燥設備	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出比率95%、但し、そのうち80%が観光客との直接取引</li> <li>輸出先...3-7割が50%, 7割が20%, 日本5%</li> <li>1-2割が10% (商社)は30%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1983年設立、資本金1,000万バーツ</li> <li>タイ資本100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>チーク材を100%利用</li> <li>ビルマからの輸入が100%</li> </ul>
B. K. HOME FURNISHING LTD. PART.	木製家具製造	80人 (40人が熟練工)	<ul style="list-style-type: none"> <li>乾燥設備あり</li> <li>4人の香港人デザイナーがいる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出80%, 国内40%</li> <li>輸出先...7割が20%, 3割が20%, 台湾20%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1983年設立、資本金200万バーツ</li> <li>タイ資本100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>カリン70%, チーク30%</li> <li>原木の高騰が問題</li> </ul>
CHIANGMAI TREASURE CO., LTD.	家具 民芸品製造		家具生産ラインなし	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光客への販売を中心とした多品種少量生産</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>半製品の状態で購入し、彫刻及び塗装して製品とする</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>供給不足で買い難い</li> <li>価格高騰に悩む</li> </ul>
S. V. FURNITURE	木製家具製造 (ソファ、リクライニングチェア、ベッド等)	25人 (15人が熟練工)	<ul style="list-style-type: none"> <li>英国製DARKIN (中古)他7台</li> <li>人工乾燥設備なし</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出20%, 国内80%</li> <li>顧客はExportが主</li> <li>輸出先...アメリカ(主), 西独, オーストラリア</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>約80年前に創業、有限会社組織</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>チーク材</li> <li>原材料は公社から購入</li> <li>チェンマイには品質の悪いものが流通</li> </ul>
SARIN FURNITURE	木工家具 (内装全部のアイテム)	60人 (半分熟練工)	<ul style="list-style-type: none"> <li>手作業による製作が中心</li> <li>国産機械が中心</li> <li>乾燥設備なし</li> <li>自社デザイナー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出20%</li> <li>輸出先...日本(主), アメリカ, イギリス</li> <li>顧客は個人が多い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1982年設立</li> <li>100%タイ資本、資本金500万バーツ</li> <li>非BOI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>チーク材, チークのブライトウッド, ゴムのブライトウッド</li> <li>接着剤は輸入品、塗料は国産品を使用</li> </ul>
TANCHOOKIAT GROUP T. C. K. FURNITURE CO., LTD.	木工家具 (ホテルの内容, KD商品)		デザイナーは客先	<ul style="list-style-type: none"> <li>殆ど100%輸出</li> <li>KD商品はアメリカ, イギリス向け</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1979年設立</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>チーク材を80%、ビルマから輸入、20%国産品</li> </ul>
THAI ASIA INDUSTRY, T. C. K. FURNITURE, T. C. K. KYMIN, T. C. K. SAWMILL				<ul style="list-style-type: none"> <li>T. C. K. F. は上記参照</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>T. C. K. S(50年前設立), T. A. I. (79年), T. C. K. F. (79年), T. C. K. K. (83年、7割が7割の合弁)をかかえる一大企業グループ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>チーク材80%、ビルマから8割を輸入、残り20%は国産</li> </ul>