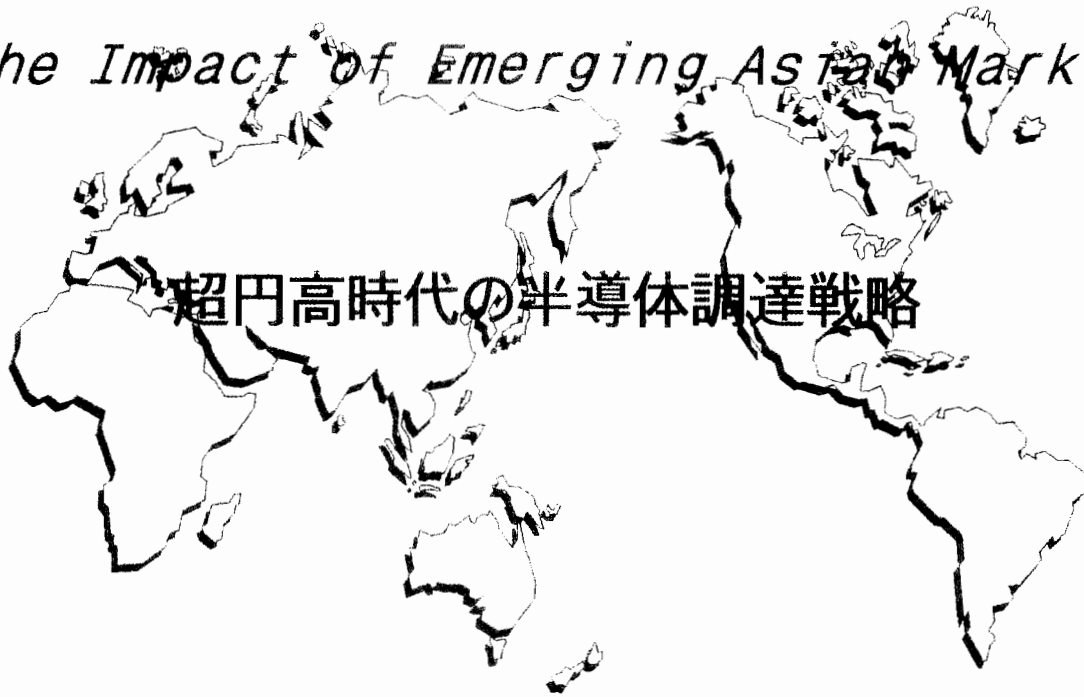


The Impact of Emerging Asian Market



超円高時代の半導体調達戦略

(株) 半導体総合研究所

半導体総合研究所 戦略調査部レポート ASA1011

この資料の複製、複製その他の方法等によるいかなる形式での複製利用をお断りいたします。

© 2015年 著作権所有 © (株) 半導体総合研究所

はじめに

93年の年央から表面化した円高、7月には半導体のパッケージ材料工場の事故、さらに94年に入っては1ドル100円割れの超円高時代に突入と、このところ半導体産業のみならず電子工業全体に大きな影響を与えそうな動きが相次いでいる。

「超円高時代の半導体調達戦略」は、このような背景のもと、以下に述べる二つの目的を達成するために企画された。一つは国内の半導体需要の予測での需要と供給でのかい離が何故発生し、増大しているかの究明である。半導体は電子製品に利用され、その需要先の動きが半導体需要に大きく影響する。しかし、93年の年央以降、半導体の品不足は顕著であり、未だそれは続いている。これは低迷から抜けきれない国内の電子機器生産の動きとは対照的である。

もう一つは、本格化しつつある日系企業による電子機器生産の海外移転が、内外の半導体需要にどのような影響をおよぼすかという点である。円高に伴い家電を中心とした海外生産の強化は93年から拍車がかかった状態にあり、それは現在も連日報道されている。例えば93年から半導体の販売で日本国内で採用が決まったものの、それが使われる機器の実際の生産は海外で行われ、その結果半導体売上も海外に移動する「売り込み」あるいは「開発」と「納入」あるいは「消費」の分離が一部に表面化し始めていた。

調査は去る94年7月中旬に日本の半導体ユーザー約70社に調査協力の依頼書を送付、この内、9月末まで面談出来た55社の内容を集計した。これ以外にも面談は同じ企業グループ会社あるいは工場部門等複数行ったが、企業単位で集計し一部を除き出来る限り重複することを避けた。

調査結果は、ほぼ我々が当初に考えていた内容と一致するものであった。とくに国内調達された半導体がユーザーによって海外に移転される割合は、今回の調査によって初めて明らかにされたと自負している。国内調達の1割前後が海外向けと我々は想定し、また、半導体メーカーでもそのような比率を示す例が多かったが、今回の調査結果はいみじくもそれを裏付けることになった。

調査期間の前半は炎暑に見舞われ、また、後半は9月の期末の予算見直しの多忙な時期と重なり、そのような中で調査に協力いただいた半導体ユーザー各位に心から御礼したい。また、今回の調査研究の重要性を認識され、調査協力を会員企業に進言して頂いた半導体ユーザー協議会の事務局の好意にも厚く感謝する。

(株)半導体総合研究所
代表取締役 大竹 修

調査方法について

今回の調査は、全て半導体総合研究所の担当者が個々の企業を訪問し、面談で調達動向や円高対策に関して購買担当者との意見を交換、その結果を半導体総合研究所が分析し、集計した。このような方法を採用したのは、半導体の購入金額等公表している企業が少なく、また、海外生産の進展とそれともなう資材調達が大きく変動していると想定したからである。

ある程度動きが落ちればアンケート調査で把握出来ようが、今回は直接各担当者の生の声を聞き、それをもとに分析する方法が最適と判断した。

目次

第1章 総論	
1-1 海外日系半導体ユーザーの半導体現地調達率は43%増	1
1-2 国内半導体購入の11%が海外に移転	1
第2章 55社の売上と電子機器生産	4
2-1 売上	4
2-2 電子機器生産は2.5%増	4
2-3 25.2%増の海外生産	5
2-4 海外生産比率で家電等5品目が50%を突破	5
第3章 半導体調達(購買) 国内外合計で10.4%増	6
3-1 全体動向	6
3-2 国内調達は5.3%増	6
3-3 海外調達は43.4%増、急成長分野になる	6
3-4 懸念される急成長の反動	7
第4章 半導体消費 民生電子機器と通信機器用が高い伸び	8
4-1 全体動向	8
4-2 国内消費動向 携帯電話の増産で通信機器用が高い伸び	8
4-3 海外消費動向 民生電子機器用が5割近い伸び	9
第5章 購入後の地域間移転	10
5-1 日本から海外へ 94年度17.1%増	10
5-2 海外から日本へ ユーザーによる海外直接調達増える	11
第6章 半導体ユーザーと海外生産 「摩擦回避」「労働力確保」から「コスト指向」へ	12
6-1 海外生産と現地調達	12
6-2 日本型購買システムと海外生産 アジアで根付く日本型システム	13
6-3 本社と海外生産 国内はリストラ、海外は徹底したコスト管理	14
第7章 調査結果からみるIPOの実態 35社が68拠点	15
7-1 IPOを行う動機	15
7-2 海外資材担当者	15
7-3 IPOの実績	16
7-4 なぜIPOを行っていないのか	16
7-5 IPOをやめたユーザー	16
第8章 半導体ユーザーと半導体メーカー	17
8-1 ユーザーの要求 日本メーカーへの期待	17
8-2 ユーザーの要求 海外メーカーへの期待	18
8-3 ユーザーの海外移転とマーケットアクセス	19
第9章 アジア・ソフトと日本の役割	19
9-1 アジアの活力と日本の技術	19
9-2 脱空洞化ビジネス始まる	20

9-3 アジアでの半導体生産と、そのリスク	20
第10章 アジア市場、日本市場、世界市場 半導体市場概観	21
10-1 アジアと日本の市場は一体化?	21
10-2 日米譲らず、地域別市場シェア	22
購買のコストについて(プロジェクト余話)	9
ユーザーとコンピュータ武装(プロジェクト余話)	11

図表一覧

日本の半導体ユーザー55社調査集計結果	1
日系ユーザーの消費と調達(図)	2
日系ユーザーの海外消費(図)	3
55社の集計結果「半導体の利用機器集計結果」	4
主要品目別の海外生産比率	5
55社の集計結果「半導体の調達動向集計結果」	6
分野別の現地調達率(図)	7
半導体消費動向集計結果	8
全体消費に占める海外消費の割合	9
半導体の地域間移転動向集計結果	10
製造原価比較	12
94年上期平均単価(生産、輸出、輸入物価比較)	13

「超円高時代の半導体調達」

企画・調査・分析：大竹 修

同上：西川 隆

編集・分析：昆布山 良則

制作：栗原 伸郎

調査協力：フレッド・ジーバー(米国Pathfinder Research Inc.)