

ビジネス フォーカス

[アパレル輸出急成長国]
[OEMからODMへ]

中国からのアパレル製品の輸入が高止まりから減少に転じた。日本だけでなく、世界にとっても中国はナンバーワンの生産工場だった。おそらくこれらもそうであろう。しかしその勢いは確実に落ちてきている。中国の人工費が高騰しつつあり、日本企業は中国だけに依存するリスクを現実的に考え始めた。一つの国に依存しすぎると、政治的リスクが発生した場合のヘッジが効かない。このため中國から東南アジアへ生産拠点をシフトしている。目下、注目さ

れているのはベトナム、カンボジア、バングラデシュなどである。アパレル製品は大きくニット製品と布帛製品に分けられる。Tシャツなど伸縮性のあるニット製品は、生産に特別な技術力や知識を必要としない。したがってバリューを上げる要素は少なく、人工費が安い国や地域に流れることは避けられない。

しかし、麻や絹など伸縮性のない生地で作られる布帛製品は異なる。デザイナーのイメージを型紙に落とし込むパターンナーは、パターン（型紙）だけでなく素材、表地、副資材など最終製品に至るまでの幅広い知識が求められる。

ただし東南アジアの布帛製品はOEM（相手先ブランドによる生産）が中心で、クライアントから送られたパーツを組み立て、指定の工場に発送する業務がほとんどであろう。ニット製品も布帛製品も、単にパーツを組み立てるだけでは、付加価値

を高められない。

OEMの次のステップとして、相手先ブランド製品の企画・デザインから生産までを手掛けれるODMがある。だが、ここにはデザイン、パターン、生産管理、衣料品生産に関する幅広くかつ専門的な知識、技術力という大きな壁がある。OEMからODMへの転換には、経営方針の見直しを伴う大きな飛躍が求められる。

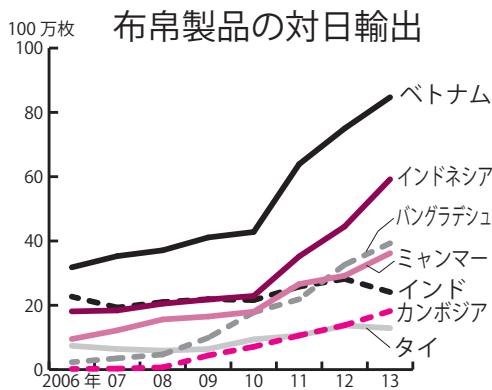
OEM生産にとどまつていれば、早晚、価格競争に巻き込まれる。いち早くODM生産体制を確立しないと生き残れない。企業が縫製段階の付加価値を高めるには、OEMからODMへ進むことが不可欠であり、最終的には自社ブランドでの販売がゴールになる。

このほか、その国の纖維産業全体の生き残り策としては、原料、素材開発など川上への参入がある。しかし、これは川上から川下までのサプライチェーン構築を目標にしないと意味をな

さない。これは一企業だけでできる話ではない。国家単位の取り組みが求められる。

現在、OEM生産で数量を伸ばしているのはベトナム、インドネシア、バングラデシュ、ミャンマーなどである。これらの国々は5～10年ほどは勢いが続いている限り、生き残ることは難しい。10年後に残るのは、ODMへ転換できた企業だろう。

(矢野経済研究所
ファッショングループ
主席研究員 松井 和之)



出所：財務省貿易統計

*1 : Original Design Manufacturing

2015.5.18 週報・Weekly 12