

〈輸出資料〉

日本自動車 타이어의 輸出과 海外立地

産業構造審議會化學工業部會

自動車타이어分科會

通産大臣의 諮問機關인 産業構造審議會化學工業部會 自動車타이어 分科會에 선 先般 「自動車타이어의 輸出과 海外立地」라고 題하는 리포오트를 收合하여 發表했다. 圓切上以來 新契的은 減少하고 있다고는 하나 大形 타이어나 라디알타이어等を 中心으로 金額的으로는 上昇을 하고 있는 自動車타이어의 輸出에 對해서 分析을 加한 同報告는 다음과 같다.

狀과 今後의 對策에 對해서 十分의 檢討가 要請된다

I. 序

日本の 經濟는 1970年까지의 10數年을 통해서 거의 10%를 上回하는 高度成長을 이룩하여 國民總生産은 自由世界의 第2位를 占하기에 이르렀다.

原料輸入, 製品輸出의 日本國民經濟패턴에 있어서 輸出의 振興은 不可缺의 課題이며 各産業은 設備의 近代化, 生産의 合理化에 의해서 國際競爭力을 強化하고 써, 輸出의 増大에 多大한 努力이 支拂되어 왔다.

그 結果 日本은 産業構造의 高度化를 達成하여 周期的인 外貨準備不足을 解消하여 恒常의 貿易收支黑字國으로 轉하여 圓의 國際의 地位를 強化했다.

71年 8月 美國의 金과 弗貨와의 交換停止等의 新經濟政策에 端을 發하여 國際間의 多角的 通貨調整이 實施되게끔 되어 圓의 對美달러 레에트는 大幅으로 切上 되었다.

貿易收支의 黑字基調는 그 後도 계속하여 特히 對美 輸出超過에 對해선 美國의 改善要求가 強하여 必야 호로 日本은 새로운 對外均衡政策의 必要性이 切迫하다.

이 때문에 基本的으로는 經濟運營에 對해서 舊來의 生産第一主義로부터 福祉優先을, 輸出重點으로부터 內需擴大를 指向하며 直接的으로는 對外經濟調整策을 具體化하여 情況에 應하여 輸出抑制措置를 請究할 것이 檢討되고 있다. 日本經濟에 있어서 輸出의 維持는 不變의 重要性을 지니기는 하나 長期的으로 보아서 輸出은 큰 轉換期에 處해 있으며 지금이야말로 輸出의 現

II. 輸出의 現狀

1. 要約

日本國經濟의 高度成長에 따라서 모오티어 리제이션의 進展도 顯著하여 自動車의 保有臺數는 71年末에는 1,972萬대에 達하여 이 사이 自動車 타이어 工業은 年間 新고무消費 40萬1千屯으로서 美國에 다음가는 第2의 生産國으로 發展했다.

타이어 生産力의 擴充에 따라서 輸出은 年年 著增하여 60年代를 通하여 年率 23% 前後의 伸張을 보여 世界의 120個國 以上에 輸出되고 있다.

71年의 輸出實績은 1億9千6百萬弗에 達해 日本國 總輸出額의 0.8%를 占해 總生産의 23.8%(消費新고무量 베에스)가 直接 輸出되어 있으며 輸出車에 裝着되는 間接部分을 包含하는 輸出比率은 35%를 넘어 輸出의 消長은 타이어 工業의 業績에 顯著한 影響을 갖게끔 되었다.

2. 市場構成의 推移

이 사이 輸出의 市場構成, 製品構成에 큰 變化가 보인다.

第2次大戰 終結直後의 輸出은 大灣, 比律賓, 泰國, 버마等 近隣 東南아시아行에서부터 始作하여 60年頃부터 中近東行이 増大하여 兩地域이 主力市場이 되어 65년에는 輸出總額의 67%를 占했다.

發展途上國의 工業化의 進展에 수반하여 이들의 地域에 있어서도 自動車타이어는 漸次 國產化되게끔 되어 지금까지 대만, 비올빈, 馬來, 泰國, 新嘉坡, 印尼, 파키스탄, 스리랑카, 이란, 土耳其等 지난날의 有力市場이 거의 國產化되고 있다. 國產化와 함께 一般의 國產輸入의 事前許可制 或은 國產 사이즈의 輸入制限乃至 禁止 또는 關稅引上等 輸入을 抑制하고 國內産業을 保護育成하는 措置가 강구되는 것이 通例이며 國產化가 바로 輸入需要의 消滅이 되는 것은 아니더라도 國產의 本格化와 함께 漸次 輸出市場으로서의 性格을 喪失하는 것은 當然之事이다.

如斯한 情勢임에 감하여 日本의 自動車타이어 企業으로서는 漸次 市場의 轉換이 切迫해져 中南美, 阿弗利加는 勿論 歐洲, 濠洲行의 輸出増大를 圖謀할 뿐 아니라 더우기 60年代 後半부터는 最大의 自動車國인 對美輸出에 着手했다.

이렇게 해서 71년에는 歐洲, 北美, 濠洲等 先進國行 輸出이 總額의 46%를 占하게끔 되어 就中 美國行 輸出은 單一市場으로서는 最大로 되어 25%에 達하고 있다.

3. 製品構成의 推移

戰後의 世界的인 自動車交通의 普及 또 前述한 바와 같은 市場構成의 推移에 따라서 輸出의 製品構成에 있어서도 현저한 變化가 보인다. 元來 日本의 自動車産業, 따라서 또 타이어 工業은 트럭 버스를 主體로 해서 發展하여 특히 日本의 트럭타이어는 惡路 重荷重에 견디는 特性을 가져서 이것이 戰後 使用條件이 類似한 東南亞市場에서 好評을 얻었다.

하나, 그 後의 모오터어리제이손의 發展과 先進國行 輸出의 伸長은 乘用車 타이어의 輸出増大를 가져와 60년에는 輸出타이어 759萬 9千本中 38%가 트럭, 버스用, 35%가 PS用이었으나 71년에는 總輸出數는 950萬에 가깝고 그中 48%가 승용차 타이어로 되어 있으며 트럭 버스用은 19%로 低下하고 있다.

近年의 모오터어리제이손은 高速性能과 安全性 確保를 指向하고 있으며 따라서 타이어는 이 要件에 合致한 것이 아니면 안 된다.

이 見地에서 高速에 適合한 扁平타이어, 70실리즈, 튜우브레스타이어 더우기 라디알 構造의 타이어가 開發되었다.

오늘날에는 製品種類는 極히 多樣化하고 品質性能 또한 向上하여 前述한 것처럼 先進國行 輸出을 可能케 하고 있다.

一般 自動車用 以外로는 建設車輛用 타이어의 增加를 들 수 있다.

海外各地에 있어서의 國土開發이 進척됨에 따라 世界的으로 수요가 늘어나 日本으로부터의 수출도 過去 5年間に 本數로는 2.2倍, 消費新고무量으로는 3倍로 증가하고 있다.

4. 世界市場에서의 地位

自動車타이어의 主要輸出國으로서는 日本外에 佛蘭西, 西獨, 英國, 美國 등을 들 수 있다. 지금 OECD 加盟國의 타이어 튜우브 輸出을 보면 70년에는 10億 6千9百萬弗에 達해 日本은 14%를 占하여 佛蘭西에 다음가는 第2의 輸出國으로 되어 있다.

同年의 各國의 總輸出額에 占하는 타이어 튜우브의 比率은 佛蘭西 1.29%, 日本 0.78%, 英國 0.65%, 伊太利 0.80%, 西獨 0.35%, 美國 0.18%로 되어 있다. 美國의 比率이 낮은 것은 後記하는 바와 같이 製品의 輸出보다도 直接 企業進出로서 現地生産에 의하여 市場掌握을 하고 있는데 基因한다.

70년에 있어서의 OECD 諸國의 輸出額을 地域別로 보면 西歐, 北美行이 總額의 71%를 占하며 또 70년까지의 5年間に 輸出額은 1.8倍로 增加했으나 增加額의 61%는 西歐 29%는 北美를 出荷地로 하며 그 地域行의 增加는 10%를 占한데 不過하다.

이 사이의 OECD 加盟國 輸出總額의 伸率을 보면 北美行의 伸率이 4倍로 增加하여 最高이다.

以上은 要컨데 타이어 수요의 伸長이 自動車 保有量의 높은 先進國에 高度로 集中하고 있음을 表示하고 있다.

日本의 타이어輸出은 技術水準의 向上, 豊富한 品種의 具色, 各地의 使用條件에 適合한 品質의 改善에 依해 輸出額은 世界第2位에 達하여 70년에 있어서는 北美의 輸入수요의 14%를 占하고 있으나 西歐에 對해선 輸入수요의 2.7%를 占한데 不過하다.

5. 先進國行 輸出

오늘날 一般의 歐美行 輸出에 對해서 現地 産業과의 摩擦, 保호주의의 傾向에 基因한 輸入制限, 덤핑 問題 등을 回避하기 때문에 輸出秩序維持의 必要性이 高等하고 있다.

現狀에 있어서의 自動車타이어의 美國, 歐美, 濠洲行 輸出의 狀況은 다음과 같다.

㉠ 美國

71년의 美國의 自動車타이어, 튜우브의 輸入額은 23萬 7百弗로서 佛國 22.6%, 伊太利 19.5% 다음이 日本의 19%로서 3倍로 되어 있다.

輸入에는 美國 메이커어가 生産 안하는 小形 타이어

의 歐洲系列 메이커로부터의 輸入이 포함되어 있다.

輸入額은 過去 5 個年間に 4.3 倍로 붓고 있으며 71 년에는 輸入品은 승용차 타이어에 있어서 美國 國內 出荷의 5%, 트럭, 버스用 타이어의 約 8%를 占하고 있다.

現地 메이커는 約 18 社 있으며 그中 大商 5 社 即 所謂 Big 5 로 世界 企業으로서 君臨하고 있으며 그中 4 社는 日本國 메이커와 資本 或은 技術的 關係를 맺고 있다. 日本으로부터의 輸出은 販賣網의 整備에 手 만한 在庫의 積增等으로서 近年 현저한 증가를 보였으나 圓切上에 의한 現地가격의 引上으로 現地販賣에 相當한 影響을 주고 있으며 금후의 증가율은 둔화할 것으로 생각된다.

日本으로부터의 수출은 거의 메이커 또는 輸出商社의 現地法人을 통해서 行해지고 있으며 直接的으로 市場의 把握과 메이커의 意圖에 副應한 販賣를 可能케 하고 있다.

輸入品에 對한 反響으로서는 現在 加那陀에서 및 汕 탄에 對해 相殺關稅調查가 行해지고 있다.

㉔ 歐 洲

歐洲行輸出은 EFTA 諸國, 西獨, 유우고오슬라비아 등이 主이나 全體의으로 보아 세어는 大端히 낮고 輸入制限 등의 움직임은 안 보이고 있다.

但 아일랜드에는 昨年 60 萬弗을 輸出했으나 現地 메이커 保호를 爲해서 關稅의 引上이 行해졌다.

歐洲行 輸出에선 對美同樣, 메이커에 따라선 現地 法人을 開設해서 販賣를 行하고 있는 企業이 있다.

㉕ 濠 洲

70 年 7 月부터 71 年 6 月까지의 수출輸入額은 3 萬 9 千 1 百 55 濠洲弗로서 主要輸入先으로서는 美國 29.3% 日本 25.1%, 英國 23.4%이다.

現地 生産에 對한 比率은 승용차, 모어더어싸이클用 으로 17%, 트럭, 버스用으로 24%로 되어 있다. 現地 메이커는 6 社 있으며 1 社를 除하고는 英國, 美國의 大메이커의 現地會社이다.

輸入品에 對한 處置로선 66 年에 덤핑調查가 行해졌으나 提訴는 否認되었다. 目下 一般關稅의 레뷰가 行해지고 있으나 現地 메이커는 關稅引上의 意向을 보이고 있다.

圓切上以後 日本品の 가격引上和 現地の 不況으로 日本으로부터의 輸出은 前年同期보다 減少하고 있다.

6. 發展途上國의 輸出

元來 日本의 戰後 輸出을 再開한 時點에선 世界의 市場은 歐美 一流 메이커의 占하는 바이었으며 日本

品은 市場에 있어서의 이들의 一流品の 販賣方式을 勘 案하고 또한 各 市場의 使用條件에 맞춘 品質의 改善 에 의해서 漸次 市場의 擴大를 圖謀해 왔다.

例를 들면 西亞細亞市場에 있어서는 60 年에는 歐美 品이 89% 가까운 세어를 占해서 日本品은 겨우 11% 弱을 占함에 끝였으나 70 年에는 歐美品の 34%에 對해 日本品은 66%로 크게 增大했다.

그러나 오늘날은 印度, 韓國, 中共, 東歐等 發展途 上國으로부터의 製品이 廉價로 進出하고 있어 日本品 의 포지손에 影響을 주기 시작하고 있다.

西亞細亞市場에 있어서도 韓國, 東歐品の 安價가 散 見되며 發展途上國의 메이커도 從來의 製品에 對해 선 스포트의으로는 日本品 以上の 競爭가격을 낼 수가 있게끔 되었다.

但, 最近의 輸出額은 韓國의 405 萬 4 千 萬 美弗(71 年), 印度 81 萬 美弗(70 年)이며 量的인 增加는 莫論 今後에 屬할 것이다.

또 OECD의 統計로부터 보던 西班牙의 輸出額의 增 加가 현저하다. 方便 歐美 一流메이커는 直接 海外에 企業進出하여 據點市場을 確保하고 있다. 따라서 製品輸出에 固執할 必要는 없고 現在 美國의 타이어 輸出實績은 過去 10 數年거의 變化를 呈示하고 있지 않다.

III. 今後的의 問題

71 年 12 月의 弗貨平價切下와 圓의 레이트의 切上, 그 에 잇다른 72 年 6 月의 파운드貨의 變動換率제대로 의 移行은 日本品の 輸出環境을 점점 嚴하게 하였다.

業界는 이와 같은 通貨變動에 對處해서 今後的의 輸出 은 어떻게 해야 할 것인가의 對策에 조바심치고 있으며 當場 다음의 問題點의 實行이 緊切하다고 生覺된다.

1. 市場選別

輸出가격의 引上은 各市場에 따라 事情을 달리 하나 圓의 切上幅이 豫想을 上回하는 大幅이었으므로 一舉에 同率의 가격 引上을 實施하기는 困難하고 段階의 吸收를 圖謀하지 않으면 안 된다. 그間 輸出採算의 惡化는 不可避하며 一般的으로는 採算本位로 市場選別을 強化하지 않으면 안 된다.

既述한 바와 같이 近年의 傾向으로서 發展途上國 市場은 날로 狹隘化해 가고 方便으로는 先進國行 輸出에 占하는 日本의 輸出세어가 또 極히 낮은 것을 고慮하면 日本의 타이어 輸出로서는 先進國行 輸出에 指向되 지 않을 수가 없다.

이 경우 第 1 의 問題點으로서 相對方國의 産業과의

마찰을 회피하기 爲해 수출질서 유지에 特段의 配慮를 要하나 第3項에서 生 각하기로 하자.

第2의 問題點으로서 歐美市場에 있어서의 使用條件에 맞는 高速安全性能의 向上이 있으며 業界로서는 끝 이에 萬般의 研究努力을 거듭하고 있는 바이다.

第3으로는 近時 先進國에 있어서의 타이어의 安全 規制가 있다.

美國은 62年 國家交通安全自動車安全法에 依據 自動車는 勿論 타이어에 對해서도 品質基準, 製品規格의 表示, 리플體制의 整備를 義務시키고 있으며 68年 1 月부터 實施된 승용車 타이어 安全기준을 효시로 現在 승용차 以外的 타이어의 安全기준에 對해서도 검토되 고 있다.

歐洲에 있어선 自動車構造裝置型式認定相互承認協定 所謂 제네바 協定이 實施되어 協定에 부속되는 타이어 安全規制가 國聯歐洲經濟委員會의 下部機構에서 檢討 되고 있다.

濠洲에 있어서도 승용차의 新車 장착 타이어의 기준 이 74年에 發効가 豫定되어 있는 外에 補修用의 타이 어의 基準도 검토되고 있다.

이들의 安全기준이 各地역의 사용조건을 고려한 點 은 當然하다고 하더라도 타이어의 表示方法 등 기초적 事項이 各地역에 따라 相異한 것은 製造上의 번거러움 을 不免이며 先進諸國間의 調整統一이 要望된다. 또 基準에의 合致에 對해서 自己證明이 아니고 검사기관 에 依한 검사를 요할 경우는 日本의 검사기관에 依한 검사증명에 의하는 검사증명으로 充足되는 方式이 강 력히 요망된다.

2. 輸出品의 高度化

前述한 바와 같이 오늘날은 在來種의 타이어 生産은 發展途上國에서도 널리 行해지고 있으며 이러한 種類 의 타이어에 對해선 低賃金인 發展途上國 製品이 海外 에 있어서의 가격 경쟁에 영향을 끼쳐 日本品으로서도 大幅의인 가격인상에는 難點이 있을 것으로 豫상된다. 한편 타이어에 對한 요구條件이 高速성의 向上, 安全 性的 確保라 하는 方向으로 變化하고 있는 現在 今後 의 輸出製品에 對해선 이러한 製品變化의 方向에 따라 서 技術集約의인 付가가치의 높은 商品에 重點을 들 必要가 있다. 具體의으로는 라디알타이어, 大型建設車 輛用타이어에의 指向이 그것이다.

라디알타이어는 40年代의 終末에 佛國에서 開發되 어 60年代에 이르러 急速히 歐洲에 普及되어 오늘날 은 歐洲市場의 65%는 라디알화하고 있다.

이와는 對照의으로 美國서는 6~8%의 세어이며 그 나마 그 半은 輸入에 의존하고 있다.

日本에 있어선 67年에 승용차용 라디알타이어의 生 産이 開始되었으나 71년에는 國內市場의 17% 輸出出 荷의 27.6%는 라디알로 되어 있다.

라디알타이어의 보급은 勿論 道路條件에 左右되는 점 이 多大하므로 發展途上國行에 對해선 今後도 在來 타이어가 웨이트를 가지나 先進諸國行 輸出에 對해선 前記의 普及率로 보아서도 라디알中心이 되지 않을 수 없다.

한편 트럭타이어에 對해서도 스틸라디알의 去來가 漸次 增加하고 있으며 今後의 경향을 보이고 있다.

大型建設車輛用 타이어는 各國의 開發計劃의 進展에 따라 강한 수요에 支탱되어서 着實한 伸率을 보이고 있다.

大型 타이어의 生産은 거의 先進諸國에 限定되어서 量産키 困難하므로 海外에서의 경쟁에선 他的 品種에 比해서 有利하며 有望視되는 品種이라 하겠다. 車輛의 大型化에 따라서 타이어도 한층 大形化가 豫想되므로 前述한 傾向은 더욱 강화될 것이다.

日本은 美國과 겨루는 生産輸出國이며 生産量의 半 以上이 수출되고 있다. 이들의 타이어는 一般 타이어 에 比하여 더욱 엄한 品質條件, 管理서비스가 요구 되나 日本메이커는 充分히 이 요구에 부응하고 있으 며 品質性能面에서 歐美品과 何等 遜色이 없다.

反面 이런 類의 타이어의 수요先은 世界的으로 特定 한 開發工事, 鑛山開發 등에 限定되어 공급력의 증가 에 따라서 경쟁의 격화가 豫상된다.

3. 輸出秩序의 維持

自動車타이어의 수출은 事前的 技術的 市場調査 事後 의 아프트서비스等 메이커가 直接 市場을 把握할 必要가 있으며 現實의으로 輸出商社의 기능에 의존하 면서도 實質의으로는 메이커 主導型의 輸出體制를 갖 추지 않을 수 없으며 따라서 輸出秩序의 유지에 對해 서도 第一義의으로는 메이커에 責任이 있다고 말하지 않을 수 없다.

輸出市場은 그 去來形態에 따라서 一國一代理店制를 取하여 各메이커間에 相互 代理店을 尊重하며 또한 市場情勢에 對해서 情報를 交換해서 各 市場의 流通實 態에 맞는 販賣方式을 취하고 있다.

各市場은 日本品 以外에도 多數의 外國 브랜드가 販 賣되고 있는 것이 通例이며 各市場에 있어서 公正한 경쟁을 유지하면서 自律의인 市場의 安定을 期待하여 왔다.

國營貿易市場은 그 大部分이 東歐를 中心으로 하는 共產圈 社會主義國家이나 이들 諸國의 買入은 年間計 劃에 基해서 入札形式 또는 特定的 買入窗口를 통해서

行해진다.

따라서 이 形式의 買入에 對한 賣出에는 賣出側의 無用한 경쟁을 發生시키기 쉬워서 不利를 면키 어렵다.

如此한 事情으로 버어마, 포오란드, 루우다니아, 불가리아, 항가리에에 民間베이스 市場인 印尼를 加한 6 個國에 對해 現在 輸出入 去來法에 基하는 메이커어 칼텔을 實施하여 量과 세어의 協定을 行하고 있다.

其他의 國營貿易市場에 對해서도 商量的 擴大와 경쟁상황의 如何에 따라서 칼텔의 적용 범위에 넣을 必要가 있다고 생각된다.

今後의 수출 질서의 유지에 대해서 第1의 요건은 가격 수급관계를 포함하는 市場事情의 파악에 있다.

오늘날 수출去來를 영위하는 者로서 이것을 無視하고 去來를 行하는 者는 없으나 1社만의 系列의 情報는 꼭 適切하지 않을 경우도 있으므로 同業者에 依한 情報의 交換을 通하여 市場의 實態를 常時 把握해야 할 것이다.

乘用車用 타이어의 輸出方式은 前述한 바와 같이 메이커 主導型으로서 메이커어가 直接으로 市場의 實態를 把握할 必要가 있으며 先進國行 輸出에 對해선 現地 子會社에 依한 直接販賣의 方式이 漸次 擴大되고 있음은 이 意味에 있어서 首肯이 된다.

現地에 타이어工業이 없는 發展途上國行 輸出에 對해서도 말할 것도 없이 秩序유지에 유의해야 할 것이나 그래도 先進國行 輸出은 반드시 現地에 타이어工業이 存在하고 가격의 으로 또한 수량의 으로 現地産業과 調和된 販賣를 行하지 않으면 곧 덤핑 或은 關稅引上 등을 誘發하므로 1브란드의 無秩序한 進出은 同時에 他브란드의 販賣까지도 根本的으로 危殆롭게 할 憂慮가 있어 共通의 市場인식이 무엇보다도 必要하다.

同時에 現地産業과의 調和라고 하는 意味에선 現地 메이커의 生産 販賣 收益狀況에 이르까지 注意를 하여 現地の 流通機構 가격을 尊重해서 流通段階의 가격을 無視한 廉賣 등은 嚴하게 경계해야 할 것이다.

何如튼 現時點에 있어서의 最大의 問題는 수출의 急增에 있으므로 萬一에라도 그와 같은 事態가 生하면 日本品 全體의 立場에서 對策을 강구해야 할 것은 말할 나위도 없다.

IV. 타이어工業의 國際化

1. 外國企業의 海外進出

以上 主로 製品수출의 現狀과 問題點에 對해서 言及 했으나 輸出의 將來에 對해서는 海外企業進出도 看過할 수 없다.

世界의 타이어 市場을 보면 既述한 바와 같이 發展途上國에 있어서의 타이어의 國產化에 依해 많은 수출 市場을 상실하고 있으며 現地生産企業이 大體로 歐美 一流企業의 子會社인 點으로 해서 日本의 타이어工業 으로서도 市場確保를 爲해 條件이 許容하는 限 海外進出을 해야 할 것은 말할 나위조차 없다. 一般的으로 타이어는 사이즈的으로는 世界 共通이나 各 市場에 따라 使用條件이 현저히 다른 경우가 있으므로 同一 사이즈라 하더라도 使用條件에 따라 제조상의 백터를 要할 경우가 많다.

한편 타이어는 重量에 比해 容積이 큰 形狀性으로 해서 수송비가 높게 먹히는 商品이며 製品을 수출하기 보다는 海外에 있어서 그 市場에 맞는 타이어를 生産할 것이 바람직스럽다.

日本 國際收支의 赤字基調에 依해 海外投資를 推進하는 條件은 整備되어 있으며 外貨의 有効利用의 見地에서도 海外進出은 今後의 輸出對策으로 重要한 課題이다. 外國有力타이어 企業의 海外進出狀況은 이 分野에선 이미 美國이 큰 웨이트를 占하고 있으며 各地域에서 壓倒的인 影響력을 갖고 歐洲企業이 이에 다음가고 있다.

이들의 企業은 타이어 以外에도 많은 事業部門을 갖고 所謂 월드 엔터프라이즈로서 世界의인 오페레이션을 行하고 있다. 이에 對해 日本의 경우 기업진출의 形을 취한 것은 比較的 새롭고 現在 브린지스 1社가 타이어와 싱가포르에 갖고 있는데 不過하다. 따라서 제품수출에 있어서 世界第2位라고는 하나 世界의 市場에 미치는 영향력으로 보면 美國이 뛰어나 있다.

2. 日本企業의 進出

發展途上國에 있어서의 工業化의 推進이 今後의 方向으로서 예측되는 以上 製品輸出은 早晚間 限界에 達할 것이다. 日本 메이커로서도 海外企業進出을 現實的으로 考慮해야 할 時機에 있다.

海外進出의 立地條件으로서는

(가) 當該市場에 있어서의 타이어의 수요량과 산장률 (나) 保護조치 (다) 政情, 勞賃事情 등 기업경영 조건이 第一로 되지 않으면 안 된다.

더우기 當該市場의 수요를 充足할뿐 아니라 海外에 있어서의 生産據點으로서 第3國行의 수출의 베이스로서 機能할 수 있는 立地가 所望된다.

그저 今後의 企業進出에 對해선 投資受入國과의 相互利益에 連結되어야 할 것이며 受入國의 要件과의 調和가 第一條件일 것이다.

勿論 海外進出에 對해선 日本의 메이커에 依한 過當 경쟁을 回避하고 효율적인 投資를 圖謀하지 않으면 안