

## 中国成本贵，廉价商品也回归日本造？

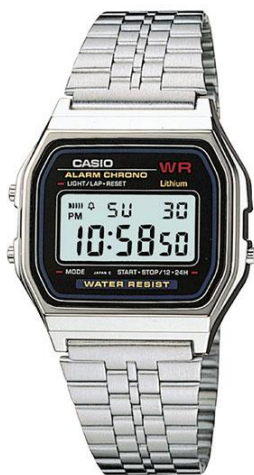
2018/02/06

[http://cn.nikkei.com/industry/management-strategy/29117-2018-02-06-05-00-00.html/?n\\_cid=NKCHA014](http://cn.nikkei.com/industry/management-strategy/29117-2018-02-06-05-00-00.html/?n_cid=NKCHA014)

在电子手表和日用品等廉价产品领域，日本企业将海外生产迁回日本国内、或新建日本国内工厂的趋势在扩大。卡西欧计算机将推进日本国内工厂的低成本化，将海外生产的一部分迁回日本国内。由于亚洲的人工费上升，海内外成本差不断缩小。日本企业借助生产自动化等，使日本国内工厂的成本降至亚洲水平。资生堂也将时隔 36 年新建日本国内工厂。日本企业希望把“日本制造”的品牌号召力用于全球销售。

### 卡西欧增加在日本生产电子手表

卡西欧将提高在各国以 20 美元左右销售的手表的日本国内生产比例。目前在包括日本山形县、泰国和中国 2 处在内的全部 4 处工厂生产基本相同的数量。今后将在山形县的工厂推进自动化投资，将 10 万块的月产能提高至 2 倍以上。将在 3 年内把人工费正在上升的亚洲工厂生产线的一部分迁往山形的工厂。



日经中文网

在山形的工厂，将在今年夏季之前，在组装手表核心部位——模块（复合零部件）的 13 个工序及负责外饰和表带安装的工序上实现全自动化。投资额达到数亿日元。有望将员工人数降至 5 分之 1 以下，卡西欧发面表示：“制造成本能够和仅为日本 4 分之 1 的泰国相同”，据称，能够低于在亚洲国家中人工费特别高的中国。

20 美元左右的卡西欧电子手表是自约 30 年前开始制造的长期畅销产品。在卡西欧手表整体的约 4400 万块全年产量中，占到最多的 10% 以上。最近，虽然廉价，但设计的优良获得积极评价，以“廉价卡西欧”的昵称在全世界受到欢迎。

## 日本增加国内生产的趋势持续出现

主要产品	
公司名	内容
<b>数码相机</b>	
佳能	正在宫崎县建设国内新工厂, 2019年投入运行。还将讨论迁回海外的部分生产
<b>汽车导航系统</b> <span style="float: right;">日经中文网</span>	
先锋	将面向日本国内的汽车导航系统生产从泰国迁回青森县
<b>摩托车“SUPER CUB（超级幼兽）”</b>	
本田	2017年将生产基地从中国迁回熊本县
<b>化妆品</b>	
资生堂	在栃木县新建36年来的国内首座工厂

此外,“日本制造”的高品质等获得积极评价,购买日本企业的化妆品的外国人也在增加。资生堂为了将“日本制造”打造为竞争力的核心,正在栃木县建设36年来的日本国内首座新工厂。

### “日本制造”回归有侧重

此前随着全球化一直将生产基地迁往海外的日本制造业,目前已开始调整基地布局。其背景是人工费的海内外成本差一直在缩小。中国的工资已涨至2005年的3倍以上,东南亚各国也在持续上升。不过,生产回归日本国内存在行业差异。在成本中人工费所占比例较低的产品领域,生产有可能回归日本国内,但需要大量人手的服装行业却很困难。

由于自动化技术,生产一线的省人化成为可能,在日本国内,也容易降低制造费用,这将推动生产回归日本国内的趋势。佳能正在宫崎县建设约9年来的首座国内新工厂。制造数码相机的新工厂将引进自动化生产线,以提升成本竞争力。

不过,生产回归日本国内并非所有行业都能实现。例如运输费低廉、劳动密集型的服装企业就很难将生产基地迁回日本。这是因为服装的生产基本上全部依靠手工作业,难以实现自动化。日本的很多服装企业正持续将基地从中国迁往东南亚等人工费低廉的地区。

目前,在高品质化妆品和家电产品领域,“日本制造”的需求正在全球范围内增加。如果面对需求增加而不思进取,日本企业将难以维持竞争力。如何降低日本国内的生产成本?生产一线也需要促进自动化等创新的力量。