

日本企業のグローバル展開と 東南アジアの社会変動： マレーシアの日系電子機器メーカー

中 村 眞 人

目 次

1. 日本企業による海外生産と社会学の課題
2. 光学機器・電子機器メーカーのグローバルな展開
3. マレーシア地域社会の工業化と労働移動
4. マレーシアの日系電子機器メーカー
5. 結論：企業活動のグローバル化と社会変動

1. 日本企業による海外生産と社会学の課題

(1) グローバルな市場経済とアジア

20 世紀末から 21 世紀初頭の現在にかけて、東アジア・東南アジアは、グローバル化の進む世界のなかでも、産業が大きく発展していく中心の一つとなった。

日本、韓国、台湾などに経営の中枢をもつ企業は、国境を越えた大規模な活動を展開している。高度な科学技術を応用した工業製品は、世界市場における売上規模を拡大し、性能と品質の水準を高度化してきた。すでに東アジアには、国境を越えた地域的なひろがりをもつ市場経済が機能している。

東南アジアや中国などの、かつて農林漁業品や鉱物資源の輸出国だった地域には、いまや工業地帯が整備され続けている。工業活動に必要な電気や水など資源とエネルギーを供給し、原料と製品の輸送と物流を支える社会基盤が、現地の政府と、国際的な援助および投資活動によって構築されている。

このようにして形成された産業集積には、就業と生活の機会をもとめて、周辺の広い地域から、移住労働者とその家族をはじめとした大規模な人の移動が起こっている。

地域間を大きく移動するようになった人々は、多様な言語、宗教、ライフスタイルをもち、それぞれの異なった特徴を保持しながら、アジアの工業地帯で、たがいに隣人として生活をともにしている。

私たちは、国際分業の新しい状況と、力強く変動するアジアの社会的現実に関心を寄せている。そして、本稿では、市場経済のグローバル化と東アジア・東南アジア地域市場の形成を背景とした、高度科学技術分野の日本企業による国際的な事業展開について検討する。なかでも、東南アジアの工業化と、日本企業の海外生産との関連について考察を進め、特に、ハイテクノロジー企業が集積するマレーシアと、日系電子機器メーカーに注目する¹。

(2) マレーシア社会と日本企業についての研究

東アジア・東南アジア地域の工業発展についての研究、アジアにおける日本企業の海外活動についての研究は豊富に存在している。そのなかでも、上述の関心からすれば、東南アジア地域の工業化と企業のグローバルな活動、および労働市場や労働移動を対象とした研究が重要である。

マレーシアの工業化と労働市場についての社会科学研究は、ここ10年ほどの間に蓄積されてきている。吉村(1998)は実態調査を踏まえて体系的に論じている。その際、ジェンダーとエスニシティという二つの要因からマレーシアの労働市場細分化を分析している。石井(1999)はマレーシアの華人を対象として、社会階層とエスニシティの相互関係、およびその変動を明らかにしている。山田(2006a)(2006b)は「世界システム論」の視点から、マレーシアの工業化と国際分業における地位の変化を論じている。三木(2005)は、マレーシアの工業化から脱工業化への道程を、現地社会の具体的な諸事実についての豊かな知見とともに描いている。宮本(2002)(2009)は、日本企業によるアジア諸国への海外直接投資と、現地の工業化との関

連、そして労働市場への影響について、多様な事例を比較検討している。それぞれの事例について、地域労働市場の構造と、現地における企業内分業の具体的な記述が豊富である。

アジア経済研究所は、マレーシアを対象として、政治と経済の両面から社会科学的な地域研究を積み上げてきた。マレーシアの国家体制と開発政策の変遷をたどりながら、階層とエスニシティが絡み合った利害対立を明らかにし、外国企業による投資行動と現地企業の成長などについて解明する組織的な努力を結集している（堀井編 1991）（原編 1995）（丸屋編 2000）（鳥居編 2006）。

（3） 社会学的視点からのアジア研究

今日、市場経済が全地球的に拡大し、地域間の社会的連関が密接になっていくなかで、資本の国際移動と工業化の進展、産業集積の形成、それにとまなう労働移動および地域間社会移動についての研究が社会学の課題となっている。グローバルな社会変動は、地域社会の階層構造と深く関連し、また多様な社会移動をともなっている。これらの現象の分析的な理解には、言語と宗教とライフスタイルが相互に関連したエスニシティや、ジェンダーといった、社会学的な差異からの視点が太いに有効である。

現代日本の社会学では、園田（2001）が、アジアへと活動の場を広げる日本企業と、そこで働く日本人と現地人双方の意識と行動について、論述している。また佐藤（2005）は、日本による開発援助の歴史を踏まえて、開発援助と地域社会との相互連関について詳しく明らかにしている。また、佐藤には、マレーシアを直接の対象とした論述もある（佐藤 1989）（1994）。私たちはこうした仕事のなかから、社会学的視点からするアジア研究の可能性を探ることができる。

東アジア・東南アジアは、歴史的に、国境を越えた経済活動によって発展してきた。地球的規模で市場経済が影響力を強め、市場的な社会関係の形成が優位になるなかで、これらの地域でも、個人の自律的な行動と責任ある決

断を重視し、相互信頼的な社会関係の形成をもとめる倫理的価値と行動様式への支持が次第に広まってきた。このように変動する社会構造によって規定された経済的行為の実態を明らかにし、グローバル化と地域的多様性の現実を解明することが社会学の課題である。

2. 光学機器・電子機器メーカーのグローバルな展開

(1) 海外生産の拡大と国境を越えた企業グループの展開

日本の電子機器産業は、特に 1980 年代後半から、中国と東南アジアで海外生産を拡大した。1960 年代までに日本の国内に生産拠点の展開を遂げた電子機器企業は、1970 年代には、韓国、台湾、香港、シンガポールのアジア新工業地域 (Asian NIEs) に大量生産拠点を拡大した。1980 年代に入って工業化を達成したこれらの国と地域では、生活水準と賃金水準が上昇した (中村 2011a)。1980 年代なかば以降、通貨の国際的な価値上昇に駆り立てられた日本企業は、改革開放路線のもとで市場経済化を進める中国と、外国資本の積極的導入によって輸出志向の工業化をはかる ASEAN 諸国に、大量生産拠点を設立していった (中村 2009b)。

日本企業によるこのような海外生産拠点の展開は、それぞれの企業グループのなかに、国境を越える分業関係を作り出した。日本の経営中枢で戦略的な意思決定を行い、基礎的な技術開発と革新的な製品設計は主に日本国内で進め、労働集約的な大量生産は工業化途上の地域にある海外生産拠点で進める。また高度な機能や品質を特徴とする付加価値の高い製品群は国内で製造し、価格競争力を強く求められる大量消費財は海外生産拠点で製造する。生産の海外移転は国内の製造業の基盤を弱めるという「産業空洞化」の議論がある。しかし、少なくとも、精度の高い電子機器の製造に関しては、日本から海外への生産移転は、産業基盤の衰退ではなく、むしろ日本国内の拠点における開発的要素の拡大と高付加価値化をもたらしている (中村 2011c)。

ここで注目する日本の代表的な光学機器と電子機器のメーカーでも、デジタルカメラの開発・設計と、高度な開発技術が結実したコンポーネントの製

造は、グループの中心である企業本体が行っている。高付加価値的な製品の製造は国内の子会社である主要生産拠点で行う。この国内子会社は、同時に、海外生産拠点の生産技術をコントロールし支援する役割を担っている。海外生産拠点は、台湾、中国広東省、マレーシアにあって、主に労働集約的な工程の大量生産作業を担当している。ただし、台湾の子会社は、独自の開発技術をもっていて自律性が高く、また、中国広東省の生産拠点を支援することもある。以下では、企業グループのなかに形成された国境を越えた分業関係について、詳しく見てみよう。

(2) 事業の多角化と中核的な技術

カメラの製造から出発した日本の光学機器メーカーは、現在では、映像や画像の処理に関する技術を展開して、多様な製品分野へと多角化を遂げている。コピー機やファクシミリ通信器などオフィス用の機器、プリンタやスキャナをはじめとするコンピュータ周辺機器、ステッパーなど半導体製造装置などが売上の大きな部分を占めており、カメラそのものが売上構成に占める比率は低下を続けてきた。しかし、これら多角化の過程で現れてきた製品群は、いずれも、映像や画像を加工し処理する光学技術と、精密な加工および組立の技術を基礎としている。このように、カメラという製品は、企業全体にとって技術的リソースの中核となっている。

現在のカメラ市場には電子機器メーカーや計算機メーカーが参入しており、市場競争が厳しい。しかし、新規の発想にもとづく製品の開発、商品に対する消費者の評価と信頼、販売経路のコントロールといった側面で、本来の光学機器メーカーは競争上の優位性を保っている。光学機器メーカーにとって、カメラの製造と販売という事業は、市場競争力の強い確実なセグメントとして、事業全体の中核に位置している。

本論文で事例を詳しく検討する光学機器・電子機器メーカーのC社は、すでに1960年代から、企業成長のための長期的な戦略のなかで、製品と事業の多角化を進めてきた。技術と事業の中核を保持しながら多角化を進めて

成長を実現した企業の一典型である。1963年に複写機の製造販売を開始、1964年には電子式卓上計算機を発売し、事務用機器の市場で大きく成長した。1970年には半導体露光装置を発表し、その後、半導体製造装置の事業では世界的に大きな市場占有率をもつに至っている。

このような多角化を続けて、1990年代末の時点では、C社を中枢とする企業グループ全体の売上高に占めるカメラの比率は9.6パーセント（1998年）であり、1割を下回っていた。同じ年に、コンピュータ周辺機器は39.9パーセント、オフィス用画像機器は35.0パーセントと報告されており、すでに売上の7割以上を事務機器が占めていた。

(3) カメラ市場の世界的な拡大

アジア通貨危機に端を発した国際的な経済停滞を脱したのち、C社グループは売上高を拡大した。1998年から2007年までの10年間、拡大傾向を維持し、2兆7,360億8,400万円から4兆4,813億4,600万円へと、1.6倍の売上増を遂げている。これに最も大きく寄与したのが、カメラのセグメントにおける売上だった。カメラは、4.4倍増という抜群の成長を見せている。「事務機」、「カメラ」、「光学機器およびその他」の三つに分類された事業別売上高の数値では、カメラ以外の事業が売上額を維持しているのに対して、カメラ事業だけが拡大を見せている（C社「有価証券報告書」各年）。

その背景には、カメラの世界的な消費市場の拡大と、デジタルカメラの普及という、二つの要因があった。東アジア、北米、ヨーロッパにおける経済成長は勤労者の所得増加をもたらし、生活に余裕を見出した消費者のあいだに自らの生活を映像で記録するという行動が広まった。それによって、専門的な業務用機器や奢侈品といった性格が強い一眼レフカメラではなく、比較的低価格のコンパクトカメラが売上を拡大した。同時に、デジタルカメラの方式が普及したことは、コンパクトカメラの利便性を向上させるとともに価格低下を促進することにより、相乗的に市場を拡大した。

C社グループは、光学機器メーカーとして蓄積した技術と販売力という経

営資源を競争上の優位性として利用し、カメラ市場の世界的な拡大を企業成長の好機とした。10年間の成長を遂げた2007年における国際的な地域別売上高を見ると、ヨーロッパが33.5パーセントを占め、米州が29.8パーセント、日本国内が21.1パーセント、その他が15.6パーセントとなっている（C社発表、2007年12月31日現在）。

（4）海外生産拠点とその展開過程

このようにカメラ事業はC社グループの成長にとって大きな意味をもった。その製品は全世界に供給されている。しかし、C社グループ全体のなかで、カメラの生産拠点は、国内2箇所、海外3箇所と特定できる。そしてこの海外生産拠点3箇所はいずれも東アジア・東南アジアに存在している。

多角化したすべての事業に関して言えば、C社グループは全世界に多くの海外拠点を擁している。「主要な海外拠点」として発表されているなかから、流通・販売の拠点や技術開発の拠点を別にして、生産拠点だけを挙げてみても、アメリカ合衆国、ドイツ、フランスの各1箇所、中国の4箇所、台湾、タイ、ベトナム、マレーシアの各1箇所がある。しかし、カメラの海外生産拠点到限って言えば、台湾、中国広東省珠海市、マレーシアの3箇所に過ぎない。

アジア地域への生産拠点の展開は、1970年から始まった。会社史には次のように記されている。

「1970年6月、生産拠点の海外進出第1号となる工場を台湾に設立し、中級カメラの全世界への供給拠点としていたが、1980年代におけるアジア経済の発展と円高を背景に、新たな生産拠点の設立に取り組んだ。1988年にレンズを生産するマレーシア法人を設立し、翌1989年9月には、中国にカートリッジを生産する拠点を大連に設立した。

続いて1990年1月には、中国南部の広東省・珠海にコンパクトカメラを生産する拠点を設立した。（中略）同年、タイにも設立し、パーソナル複写

機やインクジェットプリンターが生産された。」(C社企画本部70年史編集室「HISTORICAL SKETCH」2008年。)

(5) カメラの生産組織と国内生産拠点の役割

C社グループのなかで、カメラの生産に携わっている組織と、それらの相互関係について検討しよう。C社本体には、映像通信事業を分担する事業部があり、カメラ事業はその一部分である。

第1に、東京の本社には、この映像通信事業の管理部門と開発部門がある。この開発部門が新製品の開発などを担当している。管理部門は、海外生産拠点も含む企業グループ全体を視野におさめて、生産拠点ごとの生産品目別の生産量をはじめとして、カメラ事業の多様な要素をコントロールしている。

また、カメラの露出や焦点の自動調節をつかさどるデジタル技術の中心は本社にある。

第2に、栃木県の宇都宮には、レンズの開発部門と製造部門がある。これらは、C社本体に所属する地方事業所である。レンズの開発部門と製造部門とは密接に連携している。また、開発部門のなかにも製造ラインがあり、開発に携わる技術者が製造作業に携わることもある。

レンズの製造部門である工場は、レンズの大量生産拠点であるとともに、大分、台湾、マレーシアでのレンズ製造を指導・支援する役割をもつ。そして、レンズのなかでも特に技術的に高度で付加価値の高い非球面レンズは、ここで製造されている。非球面レンズを開発し生産する技術は、海外には移転されていない。あとで見るマレーシアにおける一眼レフ用交換レンズの大量生産では、この宇都宮の事業所がマレーシアの拠点を技術的に指導・支援する関係にある。

第3は、大分にある子会社であり、第4は台湾、マレーシア、中国広東省の海外生産拠点である。これらは、いずれも、カメラ完成品の大量生産拠点であるが、それぞれ、事業の内容と企業グループ内での役割は異なっている。

このうち、大分の子会社は、それ自体がデジタル一眼レフカメラという高付加価値製品を、コンポーネントから一貫して生産する拠点である。しかし、それ以上に重要なのは、コンパクトカメラの海外生産拠点を、生産技術の側面から指導し、支援する役割である。

この大分の子会社は、1982年にコンパクトカメラの生産をC社から受託する会社として発足した。1991年には一眼レフカメラ、1996年にデジタルカメラ、1997年にはビデオカメラの生産移管を親会社から受けて、国内唯一の生産拠点となった。現在では、C社グループによるカメラ事業にとって、一眼レフカメラとコンパクトカメラをあわせたカメラ生産の世界的な中心に位置づけられている。

2009年末現在、二つの事業所をもち、あわせて4,376人の従業員を直接雇用している。設立以来、国内生産を重視するC社グループの生産拠点として、地域の労働市場に雇用機会を提供してきた。しかし、2008年から2009年にかけて、景気後退にともなう売上減少の結果として生産が縮小し、社外から導入していた人員を削減することになった。それにともない、請負労働者や派遣労働者が人材会社から解雇されたが、世論の一部にはその責任を大企業に帰すような論調も生じた。大分の子会社は、2008年以降、製造作業での派遣労働者の使用をやめて、直接に雇用するようになった。

C社グループでは、大量生産の設備を整え、作業方法を確立し、作業員を訓練して操業に入れるようにする事業所を「マザー工場」と呼んでいる。デジタルカメラでは大分が、一眼レフ用交換レンズでは宇都宮が、「マザー工場」の位置にある。こうした「マザー工場」はまた、モデルが大量生産に入ってから、海外生産拠点の生産技術を支援する。技術的な問題が生じれば、これらの工場から技術者が海外出張して対応することになる。C社の宇都宮工場と大分子会社は、マレーシアの生産拠点にとって「マザー工場」の位置にある。

(6) 台湾と中国広東省の生産拠点

台湾の子会社は、台中に設けられた輸出加工区の中心部にあって、従業員数 4,000 名ほどの規模である。この会社は、1970 年の創業からすでに 40 年を経て、海外生産拠点の一つでありながら、従業員に多様な人材を擁している。一眼レフカメラとレンズの大量生産拠点であるとともに、新製品開発の機能ももっている。一眼レフカメラには開発技術の水準から見て比較的に一般的なものから高度なものまであり、そのなかで、日本国内と台湾とで役割を分担している。ある海外生産拠点の技術者は、「台湾は、グループ企業の一つだが、歴史も長く、人材豊富で、独立した会社と考えるほうがよい実態がある。」と評価している。

これと対照的な性格をもつのが広東省の子会社である。広東省珠海市にあり、およそ 1 万人もの従業員を擁する規模で、カメラのほか、プリンタなどコンピュータ周辺機器の組立を行っている。C 社が 100 パーセント出資しており、建物と機械設備は C 社の所有になる。この珠海の拠点が 1990 年に操業を開始した時に、台湾の子会社が果たした役割については、会社史に次のような記述がある。

「珠海では、近くの遊休工場を借り受けて仮工場とし、台湾で築いてきたノウハウをベースに、完成一歩手前までのカメラの組立生産を 1990 年 9 月に開始した。部品はすべて台湾から送ってもらい、組立後は台湾に送り返し、台湾製として輸出された。1991 年 6 月には、珠海での（中略）本格的な操業が始まった。」（貿易之日本編 1997: 432）

ここで関心を引くことが 2 点ある。第 1 に、台湾子会社によるカメラ組立のうち特に労働集約的な工程を珠海に移転したことである。すなわち、台湾にある子会社が中国にある生産拠点を支援する機能を発揮した。第 2 に、部品と材料のすべてを珠海に持ち込み、製品のすべてを台湾に送り返していることである。これは中国の経済特区における委託加工生産の典型的なパ

ターンの一つである。この事例における台湾と珠海の関係は、他の企業グループの場合でも、香港と深圳、香港と東莞などの間に、よく見られる。

以上のように、同じ企業グループの海外生産拠点であっても、拠点ごとに異なった性格をもっている。生産拠点の立地する地域社会の違いによって、利用できる労働者の教育や技能などの水準が異なる。また、投資のあり方に違いが生じる。こうした立地上の条件と、グループの意思決定中枢の戦略的な判断によって、一つ一つの海外拠点は、企業グループ内の分業体制のなかでそれぞれ独自の役割を担うことになる。以下では、マレーシアに置かれた生産拠点をもつ特徴について、企業グループの展開と立地との関わりから検討する。

3. マレーシア地域社会の工業化と労働移動

(1) マレーシア社会の輸出志向的な工業化

日本の製造業が、特に 1980 年代後半以降、中国と東南アジアに生産拠点を拡大したことはすでに述べた。ASEAN 発足当初の 5 箇国のなかで、NIEs に数えられるシンガポールに次いで、輸出志向の工業化を進めたのはマレーシアとタイだった。輸出志向の工業化が始まる時点における地域の産業構造に規定されて、タイでは、自動車部品製造の拠点という位置づけが重要性をもったのに対して、マレーシアは電子機器の生産拠点としての地位を確立した。この時期、マレーシアでは、工業化の進行と地域を越えた人の移動・移住が起こっていた。

マレーシアでは、自由貿易地帯 (Free Trade Zone: FTZ) の設定をはじめとして工業地帯の造成が進むとともに、1986 年の投資促進法をはじめとした外国資本の投資を促進する法整備が行われていた。自由貿易地帯 (FTZ) とは、マレーシア政府が、輸出志向的な経済発展を目的として、外国からの投資を誘致するために、税制上の優遇措置を設け、インフラ整備を進めた地域である。

こうした社会的な基盤の上に積極的な外国資本導入が進められた。製造業

における外国資本による投資への認可額は、1985年の9億5,900万リンギから2000年には198億4,900万リンギへ、さらに2006年には202億2,790万リンギへと大幅に増加した。一人当たりGDPは、1987年の4,834リンギから2005年の18,955リンギへと約3.9倍に増えている。これは、後背に農村をもたない都市国家であるシンガポールには及ばないものの、タイを大きく上回る水準である。国内総生産に占める製造業の比重は1985年の19.7パーセントから2005年の30.6パーセントへと高まり、これに対して農林水産業の比重は20.8パーセントから8.7パーセントまで低下しており、この20年間に着実な工業化を見せたことがわかる（Jabatan Perangkaan Malaysia 2009）。

（2）ハイテク投資を引きつけるマレーシアの社会基盤

輸出志向の工業化は、土地や人件費などのコストが国際的に見て相対的に低い地域が、外国市場への供給を目的に商品を生産することによって、国際分業上の優位性を発揮しようとするところに成立する。マレーシアが、同じ労働集約的な工業製品であっても、電子機器の生産に特化する傾向があったのは、社会的な理由がある。同じ輸出志向的な商品生産であっても、電子機器生産は、生産設備の精密な作動や、物流の安全性や確実性を特に求める。それゆえ、電子機器生産の投資先となるためには、単なる低賃金だけでなく、信頼できる社会基盤が必要となる。東南アジアのなかで比較すると、マレーシアは、電力の安定的な供給や、輸送を確実にする高速道路網、空港、港湾など、産業基盤の整備をすでに進めていた。さらに、政治体制が安定しており、良好な投資環境の形成を指向する一貫した政策は、海外からマレーシアへの投資を引きつける要因となった（堀井 1991: 247-249）。

1980年代なかば以降に日本の製造業による投資が拡大した中国や東南アジアでも、国や地域によって、立地条件には違いがあった。賃金格差の存在と低賃金の利用という一面だけでは尽くすことのできない現実がある。同じ大量生産のための作業労働者を利用する海外拠点であっても、作業者に求め

られる技能水準や品質管理の水準は同じではなく、設備が稼働し物流が確保されるためのインフラの信頼性にも違いがある。

1980年代におけるマレーシア政府の開発政策には、重工業製品の国産化を進める輸入代替的な性格が残っており、当初は公営企業だった HICOM (Heavy Industrial Company of Malaysia) による鉄鋼生産や、自動車メーカー PROTON による国産車製造などによって特徴づけられている。

1991年から開始された Wawasan2020 と呼ばれる政策体系の開発計画は、輸出志向的工業化の性格を鮮明にし、さらには電子工業や情報産業における国際競争力の獲得を展望するものであった。この時期、日本企業からの直接投資が急増するとともに、欧米企業からの直接投資も増加した（鳥居編 2006）。

マレーシア独自の重工業には、HICOM、PROTON、そして石油資源の国営企業ペトロナスなどによって代表される本格的な側面がある。1980年代以降に電子機器製造によって本格化した輸出志向的な工業化は、前の段階におけるインフラの蓄積を基礎としていたと考えられる。

マレーシアで日本企業の投資を促進する立場にある専門家は、マレーシアにおける日本企業の電子機器生産は精度の高い機器を現地に持ち込んで行われているため、賃金の低さは最大要因ではなく、むしろ電気供給や交通・物流などの信頼性の高さが投資を引きつけている、と判断している²。また、国家を統治する政権と政策の安定性もまた、他のアジア地域に較べて高く、投資先としての安心感をもたらしている³。これは、マレーシアを、それ以外の東南アジア諸地域や中国沿海部などと比較した場合の特徴である。マレーシアの工業化は、低賃金のみを有利性として委託加工を引き寄せるモデルとは趣を異にしている。

さらに、当初は国や地域の間にある賃金格差の利用が投資の目的であった場合でも、後で見ると、作業労働者を利用するだけでなく現地出身の管理要員を育成することが必要になってくる。また、設備の調達、資材や中間生産物の調達をも可能な限り現地化していくことが、国際競争力を保持して

いくための要請となる。

また、日本の電子機器産業の生産基地としてマレーシアをとらえる見方がある。たしかに、日本の電子機器メーカーが多数の生産拠点を置いているのは事実であり、1980年代後半以降、1990年代における自由貿易地帯（FTZ）での電子機器生産の拡大は日本企業の直接投資による部分が大きかった。しかし、アメリカやヨーロッパの企業による直接投資も拡大しており、それらが日本からの直接投資額を凌ぐこともある。日本企業の直接投資だけに関心を集中するのでは事実を適切にとらえることができない。

賃金格差や、低賃金利用という投資目的だけで説明することのできない多様な現実がある。立地する地域社会の構造と、投資する企業グループによるグローバルな分業体制の構築との両面から検討することが、現実的な認識にとって有効である。

(3) 国内と海外からの移住労働者

マレーシアの工業化という社会変動は、仕事を求める人々が住居を移して生活するという地域間社会移動を引き起こした（Jabatan Perangkaan Malaysia 2006）（2010a）。そして、このような労働市場の現実が、翻ってまた、海外からの企業誘致による工業化の条件となった。

マレー半島の西海岸には、ペナン、スランゴール、ムラカ、ジョホールなどの各州に自由貿易地帯（FTZ）が設けられ、大規模な工業団地が造成されてきた。そこには、日本の代表的な電気機械・電子機器メーカーが数千人から1万人以上の規模の従業員を擁する大量生産拠点を設けている。それらの大量生産拠点では、従業員の女性比率が70パーセントから80パーセントに達するのが普通であり、主として農村出身のマレー系マレーシア人女性が大量生産品の最終組立など熟練技能を必要としない作業労働に携わっている。

自由貿易地帯（FTZ）の設定と外国資本の誘致によってマレーシア政府は雇用機会を創出した。マレーシアの「ブミプトラ政策」は、マレー系マレー

シア人を近代的産業部門に移動させることを目標の一つにしている。初等教育または中等教育を修了したレベルの教育歴をもつ 10 歳代後半から 20 歳代前半の女性が、農村部から移住して電子機器企業で雇用されることは、この政策と整合的だった。

マレーシア人口の 67.4 パーセントを占めるマレー系住民と先住民（オランアスリ）とに優先的に経済的機会を与える「ブミプトラ政策」は、見かけ上は、エスニシティの多数派を優遇する再分配政策である。しかし、マレーシア社会ではこのエスニシティの多数派が、人口の 24.6 パーセントという相対的に少数の中国系住民に対して、都市商工業など近代的産業部門への参入の機会や、市場で有利に行動しうる教育歴、知識、熟練技能などで不利な地位にある⁴。エスニックな多数派という差異が、社会階層のなかで経済的に不利な地位という差異と重なっている。それゆえ、「ブミプトラ政策」が現実には社会階層間の再分配政策として機能して、ポピュリズム的な集合行動による社会体制の不安定化を防いでいると考えられる。

そして、マレーシアの工業発展に大きな役割を果たしているのが、これら国内からの移住労働者と、インドネシアをはじめとする海外からの移住労働者である。マレーシア政府による労働力調査によれば、マレーシアの 2009 年における総人口は 2,830 万人であり、そのうち労働年齢人口は 1,798 万人、労働力人口 1,132 万人、失業率 3.7 パーセントである（Jabatan Perangkaan Malaysia 2010b: 25）。労働力に占める外国籍の者の比率は 9.7 パーセントで、2005 年の 9.9 パーセントからはやや減少した（Jabatan Perangkaan Malaysia 2010b: 36）ものの、近年、労働力人口の 1 割を外国人が占めている。しかも、これはマレーシア統計庁による労働力調査に捕捉された数字で、実際にはこの 2 倍の外国人がマレーシア国内で就労しているとマレーシア人研究者などは見ている。

出身国別に見ると、インドネシアが最も多く 6 割以上を占めている。2 番目のネパール、3 番目のインドはいずれも 1 割かそれ以下であるから、インドネシア出身者は群を抜いて最大の部類である。男性の多くはプランター

ションや建設業などで作業労働に従事し、女性は製造業の作業労働や個人家庭内の家事労働に従事している（中村 2011b）。

東南アジアのなかで比較的工業化が進んでいながら人口が3千万に満たないマレーシアにとって、外国からの移住者は欠くことのできない労働力である。マレーシア政府の工業開発庁（MIDA）は、海外からの投資を誘致する際に、マレーシアが移住労働者の柔軟な利用に便利であることを利点の一つとして強調している。ハイテクノロジー分野での工業化に成功したペナンでは、工作機械や情報機器を操作できる技能労働者を国内の近隣諸州からの移住者でまかない、熟練技能を必要としない単純作業にはインドネシア、ベトナム、バングラデシュなどからの移住者に2年から5年の就労許可を与えて従事させている（中村 2010）。

4. マレーシアの日系電子機器メーカー

（1）工場の立地と自由貿易地帯（FTZ）

C光学マレーシアは、C社が1988年に設立した100パーセント出資の子会社である。スランゴール州の州都シャー・アラムの自由貿易地帯（FTZ）にある。スランゴールは、マレー半島西岸の中心に位置しており、政府直轄の特別区である首都クアラ・ Lumpur を包みこむ位置にある。大きな建物のなかで6,000人から7,000人が光学機器の製造に携わっている。近隣には、PROTON や、ガス・マレーシアといった、マレーシアの代表的企業の主力事業所がある。パナソニック、東芝、エプソンなど、日本メーカーの製造所もまた、シャー・アラムに威容を示している。

1989年11月に操業を開始したC光学マレーシアは、コンパクトカメラ、およびレンズとプリズムを生産する拠点へと成長し、拡大を続けて、2008年には20周年を迎えた。

現在は、C社のコンパクトカメラのうち特に実用色の濃いシリーズの、国際戦略上最大の生産拠点となっている。同じコンパクトカメラでも、機種によって、基板の実装、部品の挿入、ケースの曲面的な形状の出し方などに要

求される技術水準が異なっており、マレーシアで組み立てられている機種は比較的に平易なほうである。そのほか、一眼レフカメラ用の交換レンズを製造している。

(2) ジェンダーとエスニシティから見た多様性

ここで働く従業員は多様である。正社員だけでなく、現地に数多くある人材供給会社から正社員とほぼ同じくらいの人数の労働者が送られてきている。こうした社外の労働力は、10年前は導入されていなかった。そして、職種や部門ごとに、性別の構成とエスニシティの構成に特徴がある。また、作業労働でも、組立と加工とでは構成に違いがある。

2009年現在、C光学マレーシアの社員だけで3,000人、これに加えて2,500人から3,000人の労働者が社外から導入されており、合わせておよそ6,000人がここで働いている。生産規模と従業員数は長期的には拡大傾向を見せ、近年の最大時には7,000人ほどいた。ところが、2008年以降の世界不況のなかでやや縮小した。1997年の記述（貿易之日本編 1997）によれば、世界最大級のレンズ加工工場として、当時、レンズの生産規模を350万ピースから400万ピースに拡大しつつあった。それが、10年後、不況による落ち込み前の最大時で1,000万ピースに達していた。

2008年の金融危機直後には売上が落ち、企業グループ全体で多くの在庫を抱えることになった。C光学マレーシアにもC社本体から頻繁に減産の指示が繰り返された。

C社グループの海外拠点の生産数量はC社の本社が決定する。年間を通じて生産数量は大きく増減し、C光学マレーシアなど海外の生産拠点は、この変動にしたがった生産体制の変更に苦労する。金融危機後の売上減少に際しては、C光学マレーシアでは、1,000人を大きく超える人員を減らした。しかし、売上が回復することは予想できていたので、社内でのワークシェアも行った。短期的な需要の増減には社外からの労働力の増減によって対応する。ところが、それら社外の労働者の仕事とはいっても、派遣されてきて直

ちにできるというほど単純な作業ではないので、ワークシェアのような努力も必要になる。

社外からの労働力は、その大部分の 2,000 人ほどが組立作業の工程に配置されており、補助部門には 300 人から 400 人が入っている。これらの部門内では、正社員と社外の人材とは職務に違いはない。工場の全体としてはマレー系マレーシア人が多く、インド系もいる。そして、インドネシア人が 1,000 人ほどいて、社外からの人材の 4 割を占めている。中国系は現場の作業者には、まずいない。若干、ベトナム人がいる。ただし、ベトナム人は直接雇用である。

単純な繰り返し作業が多い組立工程には女性が多く、8 割から 9 割が女性と見てよい。加工工程では男性と女性がほぼ同数で、あわせて 2,500 人から 2,600 人いる。金属の加工とガラスの加工とがあり、ガラスの加工はレンズ製造などである。加工作業のための技能形成には 3 年ほどを要し、レンズの場合はさらに長く、10 年かかる作業もある。この工場で製造されている機種コンパクトカメラでは、1 台に 4 枚から 5 枚のレンズが組み込まれている。

もっとも単純な組立作業に携わる従業員の典型が、社外から導入されているインドネシア人の女性である。その一方で、長期間、勤務を続けて、レンズ加工や金属加工の熟練技能を身につけた現地出身のマレー系マレーシア人従業員がいる。

C 光学マレーシアでは、会社としての公用語は英語である。しかし、従業員のあいだで用いられる言語には、マレーシア語やインドネシア語をはじめとするマレー諸語、中国語の共通語（北京語）、広東語、福建語、南インドのタミル語などがある。そして光学機械などの技術用語として日本語の語彙が用いられることがある。マレーシアの国教であるイスラームは尊重され、日課としての祈りの時間には職場での作業を離れることができる。会社の操業日程は、イスラーム、仏教、ヒンドゥー教、キリスト教の祝祭日を配慮して決められる。

駐在員の観察によれば、マレーシア人従業員の生活水準はここ 10 年間を見ても確実に上昇している。生活様式の変化と栄養状態の改善によって体格が向上した。自家用車が普及して自動車通勤が増加した。携帯電話は従業員ほぼ全員に普及している。

(3) 工場組織のあらましと現地化の進展

C 光学マレーシアの社長は、C 社本体の役員が兼務している。社長のもとに工場長がおかれ、現地の業務を統括している。工場長は、C 社グループの映像通信事業の部門で仕事をしてきたベテランの技術者から選ばれて、5 年間の予定で現地に駐在するのが通例である。カメラ製造の技術的な業務の全般と、製造現場の管理に通暁しており、日本の C 社本体と、現地の人々の間で、日々、きめ細かい管理業務に携わっている。このほかに、社長室長として、C 社本体の人事部門などで経験を積んできた中堅世代の事務職が選ばれて、やはり 5 年間の予定で駐在しており、光学機器および人事労務の知識と経験によって、現地組織の運営と従業員関係の調整にきわめて重要な役割を担っている。

工場長のもとに「センター所長」が 3 名いる。そのもとに、部長に該当する GM（ジェネラル・マネージャー）のポジションが 20 箇所あって、10 数名が務めている。それをアシスタント GM が補佐する。次の課長の位に該当するのがマネージャーであり、50 人いる。そのうち日本人は 1 人にすぎない。GM のクラスと、マネージャーのクラスに対して、それぞれ、日本人スタッフが対応している。この日本人スタッフには、現地人の管理職に対する助言者としての役割が求められている。命令系統のラインに入れば外国語によるコミュニケーションが必要になり、それが難しいことは理由の一つである。しかし、むしろ、日本人従業員をラインではなくスタッフとして配置することには、現地出身の管理者を育成するという目的があり、日本人従業員は部下を持たない仕組みになっている。ここにすでに管理業務を現地人に任せようとする現地化の姿勢がうかがえる。

このマネージャーから上位が管理職である。その下には、課長代理がおり、さらに職場長がいる。この課長代理以下の、管理職ではない役職者を、エグゼクティブと呼ぶ。これらエグゼクティブの学歴は大学卒業以上である。また、中国系マレーシア人はこのエグゼクティブ以上の職位にある。中国系はマレー系に較べて子どもの数が少なく、教育投資をするのに有利である。

その下位にあたるリーダー・クラスから、第一線の作業員であるオペレーターまでは、ノン・エグゼクティブと呼ばれる。マレーシアは、学校教育歴が社会的地位に大きく影響する社会であり、エグゼクティブとノン・エグゼクティブとの地位の隔たりは大きい。

以上は、正社員の職位と社員資格である。2008年時点で、正社員の平均勤続年数は7年、平均年齢は30歳を少し超えている。これら正社員のほかに、ほぼ同数の労働力が社外から入っていることは見てきたとおりである。そして、全従業員の9割近くがオペレーターと呼ばれる現場の組立および加工の作業員である。C光学マレーシアは法的には独立した子会社であるが、実態はC社グループによる海外における大量生産工場である。

すでに見たように、日本人スタッフの配置には、現地人の管理者や技術者を養成するための配慮がある。1990年代後半に40人ほどだった日本からの出向者の数は、現在では30人を下回っている。管理や技術の業務の現地化は順調に進んでいる。なかには、設立当初から20年間勤め続けて、現在はキー・パーソンとなっている現地人もいる。勤続10年を超えると定着する傾向にある。日本に留学した経験のある人物もいる。5年以上の単位の中期的視野で、現地出身の管理職や技術者を育成しようという意図がある。2009年現在、課長以上の管理職では9割以上が現地出身である。

マレーシアの工業は成長基調にあるため、労働力が不足しており、作業労働者の転職率が高い。熟練技能や技術をもった従業員は、マレーシアに投資している欧米系の企業への転職が多いほか、現地の公企業から転職の誘いを受けることもある。

(4) 現地労働者の技能を向上させる努力

C光学マレーシアは、すでに見たように労働集約的な大量生産工程のための工場である。管理職と技術者の現地化を進めているだけでなく、比較的単純な作業についても、技能と生産性について、独自の高度化を図ろうとしている。

製造作業に携わる従業員の技能の向上と、製造原価の低減を目的に、2008年から、「CSN活動」という施策を導入した。これは、C社本体やC社グループとしての取り組みではなく、C光学マレーシア独自の試みである。

まず、工程を「クリティカル工程」と「セミ(クリティカル)工程」と「ノーマル工程」の三つに分けて、それぞれC工程、S工程、N工程とする。そして、C工程とS工程を社員に担当させ、N工程を社外からの人材に担当させる。そのうえで、一方では、C工程とS工程を、自動化と、治工具の工夫などによって単純化して、N工程へと変化させる努力をする。他方で、S工程を担当している社員がC工程を担当できるようになるように奨励する。そのために、「C工程へのコンバート」を達成した社員には、月々の給与に食事代相当分ほどをプラスするといったインセンティブを与えている。

C社グループの日本国内にある事業所と、C光学マレーシアとの間には、企業グループ内での分業関係だけでなく、競合関係もある。この競合関係は、各子会社が、企業グループのなかで水準の高い仕事を取り込むことのできる技術水準と、十分に低く有利な原価という、二つの要因についてである。C光学マレーシアの幹部従業員は、国内の製造現場の仕事の一つでも多くマレーシアへ移転できるように、C光学マレーシアの技術と技能を高度化しなければならない、と考えている。「高度化の挑戦によって、C光学マレーシア自体が成長していかなければならない。」と述べている。中国広東省珠海など、ほかの海外拠点との競合は、さらに大きい。C光学マレーシアから見れば、台湾にある子会社は、日本国内の拠点から積極的に仕事を取り込んでいる強力な拠点である。

(5) 日本国内の人件費高騰と海外拠点の高度化

2000年代に入り、特に2008年の金融危機以降、C社グループ全体で見た場合、日本国内で生産規模を拡大することがますます困難になってきた。特に、生産量の変動に対して要因を調整することが難しい。日本国内の場合、人件費が、請負や派遣などによって1時間あたり2,000円ほどだった仕事を正社員の仕事に置き換えると1時間3,000円以上になる。国内で社外の人材を弾力的に導入することができなくなれば、国内の生産拠点は高付加価値の仕事に特化して、それ以外を海外に移転することが必要になる。

こうした海外移転の動きのなかで、C社グループの海外拠点に求められる技術や技能の水準は、これまでもまして高度化してきている。この動きに対応して、C光学マレーシアは、ここで述べたような技能高度化の努力を払うとともに、独自の品質管理部門を社内に設けるなどして、対応に努めている。

(6) 国内生産拠点から受ける指導と支援

C光学マレーシアでは、以上のように、管理に携わる人員と技術の両面で現地化を進めている。しかし、その一方で、C社グループのなかで労働集約的な仕事を遂行する拠点としての性格は変わっていない。それは、第1に、国内製造拠点から生産技術面での指導・支援を受けるという点にあらわれており、第2に、技術水準の高い仕事は国内生産拠点において行われ、C光学マレーシアにはあまり移転されていないという事実を示されている。

第1に、C社グループにおけるデジタルカメラの生産技術の中心は、大分の子会社にある。デジタルカメラの製品ライフサイクルは短く、モデルチェンジが頻繁にある。新しい機種は、C社本体で開発と設計が行われたあと、まず大分に生産ラインが作られる。新製品機種が出るたびに、毎回、50人ほどの編成で、マレーシアから大分に従業員が送られ、技能研修が行われる。操業開始から10年ほどの間だけでも、500名を超える従業員が日本での技能研修に送り出された。そして、大分会社から生産技術的な支援を受け

ながら、C 光学マレーシアで新製品の大量生産のシステムが稼働する（貿易之日本編 1997）。

生産技術面で問題が生じて、マレーシアだけでは解決が困難な場合には、大分の子会社から技術者が来て対処する。現地技術者が、「電子メール 1 通、電話 1 本で来てくれる。」と表現するほど、両者の連携は密接である。

第 2 に、C 光学マレーシアに移転されていない仕事には、特に高度な種類のレンズ製造や、電子工学と光学の高度な融合技術などがある。加熱して柔軟にしたガラスに圧力を加えて作られる非球面レンズ、光をデジタルの電子信号に変換する素子、液晶ディスプレイによる表示装置の高精度なものなどがその例であり、本来の光学機器メーカーが優位性を保持している部類の技術である。

（7） マレーシア企業との関係

マレーシアでは、海外からの投資を呼びこむことを通じて雇用を創出するだけでなく、マレーシア人が所有し経営する現地企業を育成するように、政策的な努力を進めている（丸屋編 2000）。C 光学マレーシアの側でも、コストを削減するために、部品や素材の現地調達を可能な限り進めている。実際には、電子部品などでは、マレーシアで操業している日系企業や欧米系企業からの調達が多い。そうしたなかでも、10 数社のマレーシア企業から納入がある。レンズ仕上げのための治工具の設計や製作をする現地メーカーもある。

工芸的な技能に優れているマレーシア人の事業者があり、日本製品を研究して代替可能な部品や機器の納入を提案してくることがある。しかし、精度と耐久性などの点で課題を残して採用できない場合が多い。日系企業とマレーシア地域社会の双方にとって、現地の納入業者の育成は重要な課題として認識されている。

5. 結論：企業活動のグローバル化と社会変動

マレーシア地域社会の工業化は、国際的な大企業グループのグローバルな分業体制の変動と関連し、他方で、国内の労働移動、海外からの移住労働という、人の移動と深く関連して進行した。直接投資と生産拠点の国際展開という資本移動と、国内のおよび国際的な労働者の移住は、グローバルな社会変動を引き起こす二つの大きな要因である。これらが、東アジア・東南アジアの地域社会では、エスニシティ、ジェンダー、社会階層といった社会的な差異に関する要因と複雑に関連しながら多様な現実を創り出している。また、国際的な企業は各地域社会の現実に対応して分業体制を再構築していく。このようなダイナミックな相互作用の連関を、マレーシアにおける電子機器、光学機器の生産を事例として考察した。

注

- 1 現地における社会調査は、2008年の9月と12月、2009年の11月に、クアラ・ランプール、スランゴール州、ペナン州などで実施した。
- 2 2008年、現地における日本貿易振興機構からの聞き取りによる。
- 3 現地で事業投資を進める総合商社からの聞き取りによる。
- 4 人口に占める比率は2010年の数値。Jabatan Perangkaan Malaysia（マレーシア統計庁）による。

参考文献

- 貿易之日本編（1997）『貿易之日本』1997年10月号（通巻329号）、貿易之日本社。
- 原不二夫編（1995）『プミプトラ企業の抬頭とマレー人・華人経済協力』アジア経済研究所。
- 堀井健三編（1991）『マレーシアの工業化：多種族国家と工業化の展開』アジア経済研究所。
- Jabatan Perangkaan Malaysia（Department of Statistics, Malaysia）（2006）*Profil Migrasi（Profile of Migrants）Malaysia 1992–2003*。
- Jabatan Perangkaan Malaysia（Department of Statistics, Malaysia）（2009）*Akaun Negara（National Accounts）*。
- Jabatan Perangkaan Malaysia（Department of Statistics, Malaysia）（2010a）*Laporan Penyiasatan Migrasi（Migration Survey Report）Malaysia 2009*。
- Jabatan Perangkaan Malaysia（Department of Statistics, Malaysia）（2010b）*Laporan Penyiasatan Tenaga Buruh（Labour Force Survey Report）Malaysia 2009*。
- 石井由香（1999）『エスニック関係と人の国際移動：現代マレーシアの華人の選択』国際書院。
- 丸屋豊二郎編（2000）『アジア国際分業再編と外国直接投資の役割』アジア経済研究

所。

- 三木敏夫 (2005) 『ASEAN 先進経済論序説：マレーシア先進国への道』 現代図書。
- 宮本謙介 (2002) 『アジア開発最前線の労働市場』 北海道大学出版会。
- 宮本謙介 (2009) 『アジア日系企業と労働格差』 北海道大学出版会。
- 中村真人 (2009a) 「東アジアの産業発展と女性：マレーシアにおける現地調査から」『女性学研究所年報 2008-2009』 No. 19。
- 中村真人 (2009b) 『仕事の再構築と労使関係：世紀転換点の日本と精密機械企業』 御茶の水書房。
- 中村真人 (2010) 「東アジアで働く女性の多様性：マレーシアにおける現地調査から」『女性学研究所年報 2009-2010』 No. 20。
- 中村真人 (2011a) 「韓国における産業発展と知識社会の形成」『東京女子大学社会学会紀要：経済と社会』 第 39 号。
- 中村真人 (2011b) 「マレーシアおよびインドネシアにおける移住労働者とジェンダー」『女性学研究所年報 2010-2011』 No. 21。
- 中村真人 (2011c) 「産業のグローバル化と国内製造業の存続・発展：精密電子機器メーカーの事例研究から」『東京女子大学紀要・論集』 第 62 巻第 2 号。
- 佐藤寛 (1989) 「1989 年のマレーシア：『経済』に乗ったマハティール政権」『アジア動向年報』 アジア経済研究所。
- 佐藤寛 (1994) 「マレーシアの開発戦略転換：『脱プミプトラ政策』の形成過程」『アジア経済』 第 35 巻第 9 号。
- 佐藤寛 (2005) 『開発援助の社会学』 世界思想社。
- 園田茂人 (2001) 『日本企業アジアへ：国際社会学の冒険』 有斐閣。
- 鳥居高編 (2006) 『マハティール政権下のマレーシア：「イスラーム先進国」をめざした 22 年』 アジア経済研究所。
- 山田信行 (2006a) 『「ポスト新国際分業」と周辺社会の工業化：マレーシアを事例とする調査研究』（平成 15 年度-17 年度科学研究費補助金（基盤(C)）研究成果報告書）。
- 山田信行 (2006b) 『世界システムの新世紀：グローバル化とマレーシア』 東信堂。
- 吉村真子 (1998) 『マレーシアの経済発展と労働力構造：エスニシティ、ジェンダー、ナショナリティ』 法政大学出版局。

キーワード

グローバル化、日本企業、海外生産、東南アジア、輸出志向工業化、エスニシティ

Résumé

GLOBALIZATION OF JAPANESE ENTERPRISES AND SOCIAL CHANGE IN SOUTHEAST ASIA: AN ELECTRONICS MAKER AND MIGRANT WORKERS IN MALAYSIA

Masato NAKAMURA

The activities of large enterprises are expanding in today's global market. In East and Southeast Asia, global enterprises establish production sites, and this industrialization causes labour migration both within countries and across borders.

In this article, we examine a case of overseas production of a Japanese enterprise which produces electronic and optical equipment. In their Malaysian operation, the management has been localized in the last twenty years and local employees occupy managerial and technical positions. Large numbers of ethnic Malay women from rural Malaysia and Indonesia assemble digital cameras and components on the shop floor. The factory specializes in the final assembly of mass products, and high-tech components are imported from Japan or Taiwan.

In spite of the differences in technical standards and managerial functions between the headquarters in Tokyo and the overseas production sites, the enterprise's activities across borders offer opportunities for employment and improved living standards. Japanese staff at the Malaysian operation seek the technical advancement of their factory for greater competitiveness and provide skill development programmes for local employees.

欧米や東アジアに本拠を置く大企業は、企業グループを全地球的規模で展開している。国境を越えた財・サービスと資本の移動によって、グローバルな市場経済はますます発展して、市場的な社会関係が拡大を続けている。こうした動きの一方で、ジェンダー、エスニシティ、社会階層などの社会的な多様性が、それぞれの地域社会の変動を特徴づけている。本稿では、グローバルに展開する日本の電子機器・光学機器メーカーのマレーシアにおける海外生産を対象として取りあげ、企業のグローバルな展開とアジア地域の社会変動について考察する。

ここで取りあげる日本の代表的な光学機器メーカーは、事務機や情報機器など電子

機器への多角化を遂げて国際的に活動している。その技術と収益の中核にあるカメラ事業は、デジタルカメラの普及とともに大きく成長した。カメラの生産拠点は、東アジア・東南アジアの各地に展開して、それぞれの地域社会の特殊性と関連しながら操業を続けている。

1980年代後半以降のマレーシアにおける輸出志向の工業化は、労働移動を引き起こした。マレーシアは世界的な電子機器メーカーの生産拠点の代表的な立地の一つである。そこで作業労働に携わっているのは、国内からの移住労働者と、インドネシアをはじめとするアジア近隣諸国からの国際的移住労働者である。

マレーシアの日系電子機器メーカーの従業員はエスニシティの多様性を特徴としている。エスニシティ、年齢、ジェンダーから見ると、作業労働者にはマレー系マレーシア人とインドネシア人の若年女性が多い。管理的な職務と生産技術の職務では、現地化が進んでおり、また作業労働者の技能を高度化する努力が払われている。ただし、大量生産の機能に特化しており、日本国内の生産拠点が生産技術をコントロールしている。高度な技術が必要とする職務は日本や台湾の拠点で行われている。東南アジアや中国の生産拠点にとっては、こうした技術水準の格差が成長の余地となっている。