

# Die Internationalisierung japanischer Unternehmen im Zuge der Wirtschaftsintegration in Ostasien

Daniel WILLAM  
Köln

## 1. Einleitung

Ostasien ist im Vergleich zu anderen regionalen Wirtschaftsblöcken wie der Europäischen Union oder NAFTA ein Nachzügler in Bezug auf wirtschaftliche Integrationsabkommen, d. h. verbindliche, grenzüberschreitende Vereinbarungen zu Handel, Investitionen und weiteren Themen innerhalb der Region. Es lässt sich erst seit dem Ende der Asien-Krise 1997 eine steigende Tendenz zu solchen Abkommen zum einen innerhalb Asiens und zum anderen mit Ländern außerhalb der Region beobachten.

Diese Arbeit soll näher untersuchen, welcher Zusammenhang zwischen den Integrationsabkommen in Ostasien und den japanischen Unternehmensaktivitäten besteht. Dabei steht im Vordergrund, wie die Unternehmensorganisation, sprich die geographische Verteilung von Produktion und Absatz sowie deren Höhe an den jeweiligen Standorten, an die formelle Wirtschaftsintegration angepasst wurde.

## 2. Formelle Wirtschaftsintegration in Ostasien

### 2.1 Formelle vs. reale Wirtschaftsintegration

Im Gegensatz zu der realen Wirtschaftsintegration, deren einfachstes Maß der Umfang des Güterhandels zwischen zwei Ländern ist, ist die formelle Wirtschaftsintegration der Rahmen für die wirtschaftliche Aktivität zwischen diesen Ländern. Hierzu zählen zum einen Gesetze und Regulierungen bzgl. des Güterhandels wie Zölle und nichttarifäre

Handelshemmnisse wie z.B. Auflagen zu Exportquoten oder Mindestanforderungen zur lokalen Beschaffung von Vorleistungen. Doch auch der gesetzliche Rahmen bzgl. der Direktinvestitionen aus dem Ausland zählt zur formellen Wirtschaftsintegration, da hier bestimmt wird, wie ausländische Unternehmen im Auslandsmarkt agieren können.

## 2.2 Keine einheitliche Wirtschaftsintegration in Ostasien

In Ostasien lässt sich seit der zweiten Hälfte der 1980er Jahre eine Marktliberalisierung gegenüber dem Ausland beobachten, die nicht nur von den Ländern individuell betrieben, sondern auch grenzübergreifend in Abkommen manifestiert wird.

Dabei findet zum einen eine generelle Liberalisierung sowohl von Handel als auch von Investitionen statt, die allen Ländern der Region zugutekommt. Wichtigster Rahmen hierfür sind die Welt handelsorganisation (WTO)<sup>1</sup>, zu der alle asiatischen Länder außer Laos gehören, sowie die APEC<sup>2</sup>.

Zum anderen erfolgt vielerorts zwischen einzelnen Ländern eine präferierte Liberalisierung, die deren Teilnehmer von anderen Ländern der Region abgrenzt. Diese Entwicklung ist zum einen ungleichmäßig in der Zahl von Abkommen: So hat zum Beispiel Singapur eine ganze Reihe von Abkommen abgeschlossen, während andere Länder an nur ein oder zwei Abkommen teilnehmen. Zum anderen werden die meisten Abkommen in Ostasien nicht unbedingt zwischen „natürlichen“ Partnern abgeschlossen: Normalerweise werden Handelsabkommen zwischen Ländern abgeschlossen, in denen die Handelsströme und dadurch auch die Wohlfahrtseffekte am größten sind. Unter 20 Länderpaaren aus der ganzen Welt mit zu geringem Bilateralismus (wo ein Abkommen zu erwarten wäre, jedoch keines besteht) befinden sich jedoch immerhin sechs Paare aus Ostasien; außerdem existieren drei Länderpaare innerhalb der ASEAN<sup>3</sup>, bei denen exzessiver Bilateralismus zu verzeichnen ist.

---

<sup>1</sup> Abgesehen von China, Taiwan, Vietnam, Laos und Kambodscha sind alle ostasiatischen Staaten seit der Gründung der WTO 1995 Mitglieder; China ist 2001, Taiwan 2002, Kambodscha 2004 und Vietnam jüngst beigetreten.

<sup>2</sup> Die Gründungsstaaten sind Japan, Korea, die ASEAN 4, Brunei, Singapur, Kanada, Neuseeland, Australien und die USA; weitere Mitglieder sind mittlerweile Chile, China, Mexiko, Papua Neuguinea, Russland und Taiwan.

<sup>3</sup> Association of South-East Asian Nations: Singapur, Indonesien, Malaysia, Philippinen, Thailand, Laos, Kambodscha, Vietnam und Myanmar

### 2.3 Japan ist isoliert

Japan als größte und am meisten fortgeschrittene Volkswirtschaft Ostasiens<sup>4</sup> ist in dieser Entwicklung eher ein Außenseiter gewesen und hat erst in jüngster Zeit begonnen, aktiv solche Abkommen abzuschließen. Dies liegt daran, dass Japan lange Zeit auf multilaterale Liberalisierung gesetzt hat.<sup>5</sup> Mit der neu ausgerichteten Handelspolitik setzt Japan nun im Gegensatz zu anderen Ländern von Anfang der Verhandlungen an auf so genannte Economic Partnership Agreements (EPAs), die ausdrücklich nicht nur Handel, sondern neben Investition sogar Bereiche wie Immigration und Wettbewerbspolitik beinhalten.

### 2.4 Andere Länder weiter fortgeschritten

Ganz anders sieht die Situation in anderen Ländern aus. Besonders die Länder Südostasiens haben unter der ASEAN beachtliche Fortschritte in der Formierung eines einheitlichen Wirtschaftsverbundes geschaffen. Obwohl die ASEAN schon 1967 gegründet wurde, sind die wichtigsten Abkommen erst seit den 1990er Jahren verhandelt worden. Das prominenteste Abkommen ist die AFTA (ASEAN Free Trade Area), durch die bis 2015 der Handel zwischen den ASEAN Staaten komplett liberalisiert werden soll.

Des Weiteren wird insbesondere der Abschluss von bilateralen Abkommen von vielen Ländern gesucht. Die Tabelle zeigt die abgeschlossenen Abkommen mit Beteiligung von asiatischen Ländern. Hier wird deutlich, dass sich die Länder Südostasiens, aber auch China und Südkorea zu einem hohen Grad innerhalb Asiens aber auch mit Ländern anderer Kontinente vernetzt haben.

---

<sup>4</sup> Gemessen am BIP in Wechselkursen bzw. dem BIP pro Kopf.

<sup>5</sup> Zur japanischen Handelspolitik und den Abkommen vgl. z.B. Imakubo (2006).

Innerhalb Asiens	Mit Ländern außerhalb Asiens
Japan – Singapur (02)	Japan – Mexiko (05)
Japan – Malaysia (06)	Japan – Chile (07)
Japan – Philippinen (07)	Singapur – Neuseeland (01)
Japan – Thailand (07)	Singapur – EFTA (03)
Japan – Indonesien (07)	Singapur – Australien (03)
China – Macau (04)	Singapur – USA (04)
China – Hongkong (04)	Singapur – Panama (06)
China – ASEAN (05)	China – Chile (05)
Singapur – Südkorea (06)	China – Pakistan (06)
	Taiwan – Panama (04)
	Thailand – Neuseeland (05)
	Thailand – Australien (05)
	Thailand – Indien (06)
	Südkorea – Chile (04)
	Südkorea – EFTA (06)
	Südkorea – USA (07)

### 3. Internationalisierung japanischer Unternehmen

#### 3.1 Verteilung des Absatzes ist gestiegen mit Schwerpunkt Asien

Von der Entwicklung der formellen Wirtschaftsintegration sind besonders die Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes um den Elektro- und Automobilsektor betroffen, auf die im Folgenden näher eingegangen wird. Ein Großteil des Handels in physischen Gütern (ca. 92 % bzw. 69 %) und ein großer Anteil am Bestand von Direktinvestitionen (59 % bzw. 40 %) werden schließlich vom verarbeitenden Gewerbe getragen, so dass diese Industrien besonders stark auf solche Integrationsabkommen reagieren müssen.

Im Zuge des starken Wirtschaftswachstums in den asiatischen Ländern hat sich die Nachfrage nach diesen Gütern verändert.<sup>6,7</sup>

<sup>6</sup> Die folgenden Resultate betrachten nur die japanische Wertschöpfung, nicht den Gesamtwert der Produkte, die von japanischen Unternehmen verkauft werden (einschließlich Vorleistungen ausländischer Unternehmen). Ferner besagen sie, wo die japanische Wertschöpfung abgesetzt wird; sie besagen *nicht*, wo die

Zunächst ist der größte Absatzmarkt für japanische Unternehmen immer noch Japan, wo 2005 ca. 45,7 Bio. Yen abgesetzt wurden. Japan verliert als Absatzmarkt für japanische Produkte jedoch seit 1999 kontinuierlich an Bedeutung, das heißt die absoluten Verkäufe in Japan gehen zurück: Im Jahr 2000 sind noch Produkte im Wert von 57,7 Bio. Yen abgesetzt worden. Ferner ist zwischen 1997 und 2002 Nordamerika wichtigster Absatzmarkt gewesen; seit 2002 ist jedoch Ostasien wichtigster Auslandsmarkt. Der dortige Absatz nimmt seit 2001 kontinuierlich zu und hat im Jahr 2005 ca. 23,9 Bio. Yen erreicht. Im selben Jahr betrug der Absatz japanischer Unternehmen ca. 20,4 Bio. Yen in Nordamerika und ca. 12,1 Bio. Yen in Europa.

Es ist also offensichtlich, dass die Nachfrage nach japanischen Produkten zunehmend aus dem Ausland, insbesondere aus Asien, kommt. Da die japanischen Unternehmen verstärkt auf diese Märkte angewiesen sind, ist auch die Frage nach der formellen Wirtschaftsintegration, die schließlich den Rahmen der Geschäftstätigkeiten bildet, besonders relevant.

### 3.2 Export vs. Direktinvestitionen

Generell haben die japanischen Unternehmen die Möglichkeit, die Produktion in Japan durchzuführen oder im Ausland Produktionsstätten zu errichten. Die Investition in eine ausländische Betriebsstätte wird ausländische Direktinvestition genannt.

Bis Mitte der 1980er Jahre ist der Bestand von japanischen Direktinvestitionen relativ niedrig gewesen; der Großteil wurde in Japan produziert und exportiert. Seitdem ist der Bestand an Direktinvestitionen jedoch stark angestiegen. Der beste Indikator hierfür ist die Auslandsproduktion.

Die Auslandsproduktion ist in den letzten Jahren stets gestiegen. Nachdem ihr Anteil an der Gesamtproduktion 1996 noch ca. 12 % betrug, ist er 2005 bereits auf ca. 20 % gestiegen. Auffällig ist, dass die Wertschöpfung in Ostasien einem eindeutig steigenden Trend

---

Produkte letztlich konsumiert bzw. verwendet werden. Es ist durchaus möglich, dass die gesamte japanische Wertschöpfung über Umwege letztlich in den USA oder in Europa landet.

<sup>7</sup> Aus Platzgründen kann hier die Herleitung der Daten nicht erläutert werden. Bezüglich Methodik, Daten und mögliche Verzerrungen der Schätzungen bitte den Autor kontaktieren.

unterliegt. Nachdem 2004 die Produktion in Ostasien erstmalig über der Nordamerikas lag, wurde 2005 in Nordamerika mit 8,1 % der Gesamtproduktion japanischer Unternehmen wieder etwas mehr als in Ostasien (8,0 %) hergestellt.

Es ist also eindeutig, dass in den letzten Jahren die Option Auslandsproduktion gegenüber dem Export bevorzugt wird, besonders in den asiatischen Ländern.

### 3.3 Nutzung der Auslandsstandorte als Exportplattformen

Neben dem Trend, dass Japan zunehmend die Produktion im Ausland durchführt, kommt noch der Trend, dass die Auslandsstandorte als Vertriebskanal bzw. Exportplattformen in Drittländer benutzt werden. Es werden zwar fast 80 % der in Asien, 65 % der in Europa und 60 % der in Nordamerika abgesetzten Produkte in Japan produziert; als Lieferquelle, also als Standort, von dem das abgesetzte Produkt geliefert wurde, dagegen hat Japan besonders in Nordamerika und Europa an Bedeutung verloren: Exporte aus Japan machen dort weniger als 30 % der abgesetzten Produkte aus. Auch in Asien sind Produkte, die direkt aus Japan an den Abnehmer gelangen, von ca. 75 % in 1997 auf unter 60 % in 2005 gefallen. Es gilt der Trend, dass die Produkte über Umwege von Japan zum Absatzort gelangen.

Diese Erkenntnis zeigt, dass japanische Unternehmen die Handelsabkommen asiatischer Länder zu einem vorteilhaften Absatz in anderen Regionen der Welt benutzen. Besonders in Asien ist der Anteil der japanischen Produkte, die von einem japanischen Unternehmen aus einem asiatischen Drittland geliefert werden, von unter 5 % in 1997 auf fast 10 % in 2005 gestiegen. Auch in Europa und Nordamerika ist der Anteil der Produkte, die japanische Unternehmen aus Asien exportieren, gestiegen, allerdings bleibt er in beiden Regionen unter 4 %.

Es lässt sich also festhalten, dass japanische Unternehmen in der Tat weniger aus Japan und vermehrt aus Asien die Welt mit ihren Produkten beliefern.

### 3.4 Nutzung der Exportplattformen besonders innerhalb Asiens

In Asien selbst ist diese Form der Vertriebskanäle noch stärker ausgeprägt. Hier ist erkennbar, dass die Nutzung der Standorte als Exportplattform in den letzten Jahren angestiegen ist, wobei es in diesem Fall zwischen den einzelnen Regionen Unterschiede gibt.

Die größten Auswirkungen auf japanische Direktinvestitionen hat die Regionalisierung in der ASEAN. Obwohl der Absatz dort im Vergleich zu den beiden anderen großen Regionen Ostasiens, China und den NIEs<sup>8</sup>, am niedrigsten ist, ist die Produktion der in Ostasien ansässigen japanischer Unternehmen in den ASEAN 4<sup>9</sup> mit Abstand am höchsten. So kann nicht nur der dortige Absatzmarkt durch die Produktion gedeckt werden, sondern auch der Markt der restlichen ASEAN-Staaten sowie Länder wie Indien, mit denen die ASEAN-4-Länder Handelsabkommen abgeschlossen haben. In einer Umfrage der Japan Bank for International Cooperation (JBIC) nannten für Thailand 33,8 % und für Indonesien 33,3 % der Unternehmen „Export an ein Drittland“ als Grund für eine künftige Investition. Die japanischen Unternehmen in den ASEAN 4 exportieren jetzt schon am meisten in andere asiatische Länder: 2004 gingen ca. 22 % der Absätze in ein asiatisches Drittland.

Tendenziell lässt sich zudem sagen, dass China in Zukunft durch das Voranschreiten der Liberalisierung als Exportplattform an Bedeutung gewinnen sollte, nicht auch zuletzt durch das Abkommen, das es mit der gesamten ASEAN geschlossen hat. In oben genannter JBIC-Umfrage wird in Unternehmen, die künftig nach China investieren wollen, als Grund von 24,2 % der Unternehmen „Export an ein Drittland“ genannt.

Die NIEs dagegen haben nicht nur die niedrigsten Außenzölle, sondern auch die meisten Handelsabkommen abgeschlossen, in denen Japan ein Außenseiter ist. Die Direktinvestitionen dorthin dienen dazu, andere Märkte zu erreichen. Singapur hat präferierten Zugang zu vielen Märkten innerhalb und außerhalb Asiens, und Hongkong ist ein Tor nach China. Zur Ausnutzung von Produktionsbedingungen verlieren die NIEs zwar generell an Bedeutung; allerdings bleiben die Regionen weiterhin auch aufgrund ihrer Infrastruktur für japanische Unternehmen attraktiv.

---

<sup>8</sup> Newly Industrializing Economies: Südkorea, Taiwan, Singapur und Taiwan

<sup>9</sup> Thailand, Philippinen, Indonesien, Malaysia

#### 4. Fazit

Aufgrund der veränderten globalen Nachfragestruktur müssen japanische Unternehmen vermehrt ausländische Märkte, besonders in Asien, bedienen. Hierbei ist für sie das Regelwerk, in dem sie agieren können, besonders wichtig. In Ostasien verläuft die Formierung dieser formellen Wirtschaftsintegration nicht einheitlich, sondern auf verschiedenen Wegen gleichzeitig. Japan hat an dieser Entwicklung bis vor kurzem eher wenig teilgenommen.

Diese Struktur hat Konsequenzen für japanische Unternehmen: Der Export aus Japan, wie er bis Mitte der 1980er dominierte, tritt vermehrt in den Hintergrund. Vielmehr versuchen die Unternehmen, verschiedene Rahmenbedingungen zu ihren Gunsten auszunutzen. Die Direktinvestitionen mit dem Ziel des lokalen Absatzes, aber auch zur Nutzung von Vertriebskanälen in andere Länder sind stark angestiegen. Dabei lässt sich von einer Loslösung japanischer Unternehmen von ihrem Mutterland sprechen.

Erst jüngst wurde in Japan diese Situation erkannt und ein Plan erarbeitet, um einen schnellen Anschluss an diese Entwicklung zu finden („Global Economic Strategy“ des Wirtschaftsministeriums). Es wird sich zeigen, wie die japanischen Unternehmen darauf reagieren.

#### Englischsprachige Literatur

- Kimura, F. & Ando, M. (2005): The Economic Analysis of International Production/Distribution Networks in East Asia and Latin America: The Implication of Regional Trade Agreements. *Business and Politics*, 7(1)
- Koike, R. (2004): Japan's Foreign Direct Investment and Structural Changes in Japanese and East Asian Trade. *Monetary and Economic Studies*, 22 (3): 145–182
- METI: *White Paper on International Economy and Trade 2005, 2006, 2007*
- Pak, Y. S. & Park, Y.-R. (2005): Characteristics of Japanese FDI in the East and the West: Understanding the Strategic Motives of Japanese Investment. *Journal of World Business*, 40 (3): 254–266



Japanischsprachige Literatur

- Imakubo, S. (2006): *Higashi Ajia Tōgō to Nihon no Senryaku* (Integration in Ostasien und die Strategie Japans). In: Watanabe, H., Imakubo, S., Hax, H. & Klenner, W. (Hrsg.): *Isolation and Integration: Watershed in the Postwar History of Japan and Germany*. Kyōto: Kyoto University Press, S. 283–347
- Umada, K. & Ōki, H. (2005): *BRICs ASEAN – Shinkōkoku no FTA to Nihon Kigyō* (BRICs und ASEAN – FTA von Emerging Countries und japanische Unternehmen). Tōkyō: JETRO
- Umada, K., Urata, S. & Kimura, F. (Hrsg.): *Nihon no Shin Tsūshō Senryaku – WTO to FTA e no Taiō* (Die neue Außenhandelspolitik Japans – Eine Antwort auf WTO und FTA). Tōkyō: Bunshindo