

BUSINESS SWEDEN

ÄNDRAD SPELPLAN FÖR INDUSTRI

”Det faktum att globalt verksamma industriföretag går mot mer marknadsnära tillverkning kommer att påverka hur den svenska exporten utvecklas framöver.”

Lena Sellgren, Chefekonom, Business Sweden

SAMMANFATTNING

- Business Swedens undersökning av exporten av industrivaror från Asien, Europa och Nordamerika för perioden 2000–2017 visar att en allt större andel av exporten går till den egna regionen. Industriföretagens tillverkning sker alltså i ökad utsträckning i närheten av den marknad som varorna är ämnade för. Trenden mot mer av marknadsnära tillverkning är särskilt markant i Asien där andelen ökade från 38 procent år 2000 till 49 procent 2017. Motsvarande andel är historiskt betydligt högre i både Europa och Nordamerika, men även där visar de senaste åren en trend mot ökad regionalisering av handeln med industrivaror.
- Viktiga drivkrafter för denna regionalisering är kundernas krav på snabba omställningar och leveranser av företagets produkter, liksom industriföretagens upplevda fördelar av närhet till marknaden och närmare samarbete med lokala underleverantörer. En kortare väg från tillverkning till marknad minskar risken för störningar i företagets logistikkedjor och sänker deras transportkostnader.
- Samtidigt reducerar automatiseringen och andra möjliggörande teknologier låglöneländernas kostnadsfördelar till förmån för etablerade industriländer. Marknadsnära tillverkning kan – rätt utformad – innebära betydande fördelar med avseende på miljöpåverkan och klimatavtryck.

ETT FÖRSTA STEG

Den här rapporten visar på en pågående regionalisering av industriföretagens tillverkning och handel med industrivaror i Europa, Asien och Nordamerika. Utvecklingen är särskilt tydlig i Asien. Business Sweden gör en egen analys med data från UN Comtrade och refererar till andra undersökningar som ger liknande resultat. Rapporten beskriver också de huvudsakliga drivkrafterna bakom regionaliseringen, baserat på Business Swedens intervjuer med företrädare för svenska industriföretag.

Rapporten är första steget i Business Swedens projekt att belysa Sveriges förutsättningar i teknikskiftet i industrin och i utvecklingen mot mer marknadsnära tillverkning.

I ett nästa steg kommer Business Sweden att genomföra företagsintervjuer för att fördjupa kunskapen kring följande frågor:

Vilka faktorer påverkar företagets lokalisering av tillverkning idag, och hur påverkas dessa faktorer av möjliggörande teknologier och affärsmodeller i Industri 4.0.? Vilken konkurrenskraft och förutsättningar har Sverige idag och imorgon med avseende på företagets lokalisering av tillverkning? Vad behöver göras för att mer tillverkning ska lokaliseras till Sverige?

Business Sweden kommer också i samarbete med Örebro universitet att – genom matchning av företagsdata – undersöka sambanden mellan svenska företags varuexport från Sverige och dotterbolagens utlandsförsäljning. Business Sweden kommer också att genomföra kompletterande företagsintervjuer för att bättre förstå dynamiken mellan varuexporten och utlandsförsäljningen.

Arbetet kommer att genomföras under hösten 2019.

TILLVERKNINGENS NYA GEOGRAFI

Med början på 1990-talet genomförde amerikanska och europeiska industriföretag en storskalig omlokalisering av tillverkning från industriländerna till Sydostasien och i ett senare skede till Kina, främst i syfte att sänka kostnaderna för företagets produkter.

Företagens inköp av insatsvaror (*sourcing*) styrdes samtidigt om från underleverantörer i industriländer till underleverantörer i utvecklingsländer. I sitt närområde omlokaliserade västeuropeiska företag tillverkning och sourcing till Central- och Östeuropa medan amerikanska företag hade ett naturligt lågkostnadsväl i Mexiko.

Utvecklingsländernas låga kostnader för all sorts arbetskraft och ett tillåtande affärsklimat – liksom en omfattande nedmontering av hinder för internationell handel och investeringar – gjorde att industriländerna i Nordamerika och Europa tappade i konkurrensen om företagets nya tillverkningsanläggningar.

Omlokaliseringen drevs på av framsteg inom informations- och kommunikationsteknologin som gav företagen utökade möjligheter att hantera en global verksamhet. Internationaliseringen av finansmarknaden underlättade företagets nyetableringar i utlandet och gränsöverskridande företagsförvärv. Kvaliteten på infrastrukturen i många utvecklingsländer förbättrades kraftigt och transportkostnaderna sjönk.

FRÅN LÅGLÖNEFABRIK TILL TILLVÄXTMARKNAD

Under det senaste decenniet har lokaliseringen av nya tillverkningsanläggningar till utvecklingsländer – och den simultana ökningen av produktionen i de etablerade industriländerna – istället alltmer handlat om de upplevda fördelarna med närhet till kunden och marknaden. Den snabba tillväxten i främst Asien har en särskild dragningskraft på företagen.

Diagram 1 på motstående sida visar hur Asiens andel av den globala produktionen av varor och

TEKNIKSKIFTET I INDUSTRIN – HUR PÅVERKAS SVERIGE?

Industrie 4.0 myntades som begrepp under industrimässan i Hannover 2011. I framtidens industri – Industri 4.0 på svenska – sker produktionen i en integration av automation, digitalisering, tillverkningsteknologier och människor i intelligenta fabriker där produkter, maskiner och system är uppkopplade och kommunicerar. Målet är en miljövänlig, högkvalitativ, individualiserad produktion med korta omställnings- och ledtider samt lägre kostnader.

Business Sweden lyfter fram fem möjliggörande teknologier som driver teknikskiftet i industrin och därmed förändrar den globala spelplanen för företagets lokalisering av tillverkning: automatisering, robotisering, digitalisering, uppkoppling och artificiell intelligens.

OECD:s rapport *The next production revolution* (2017) kompletterar bilden med fyra områden som kommer att skapa nya värden inom tillverkningsindustrin: Bioproduktion, nanoteknologi, additiv tillverkning (*3D printing*) samt nya material som förbättrar produkters design och egenskaper.

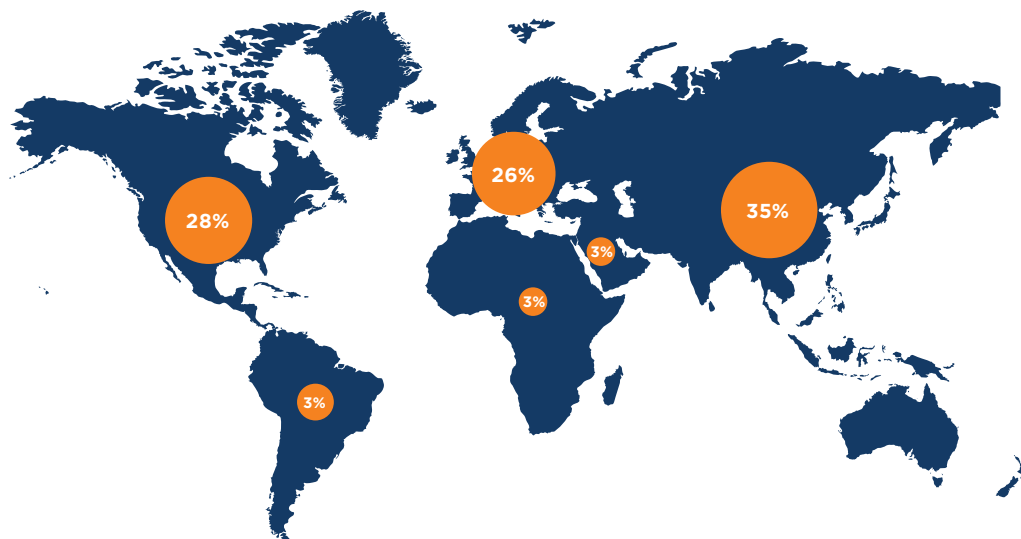
Konsultföretaget McKinsey bedömer att etablerade industriländer kommer att vinna på teknikskiftet medan utvecklingsländer tappar i konkurrenskraft. Det krävs industriell kompetens, högkvalificerad arbetskraft och en väl fungerande infrastruktur för att bygga Industri 4.0.

En sammanställning av intervjumaterial för Business Swedens rapport "Därför tillverkar vi i Sverige" (2015) visar också tydligt att förutsättningarna för tillverkning i högt utvecklade industriländer som Sverige förbättrats, delvis på bekostnad av tillverkning i lågkostnadsländer.

Diagram 1

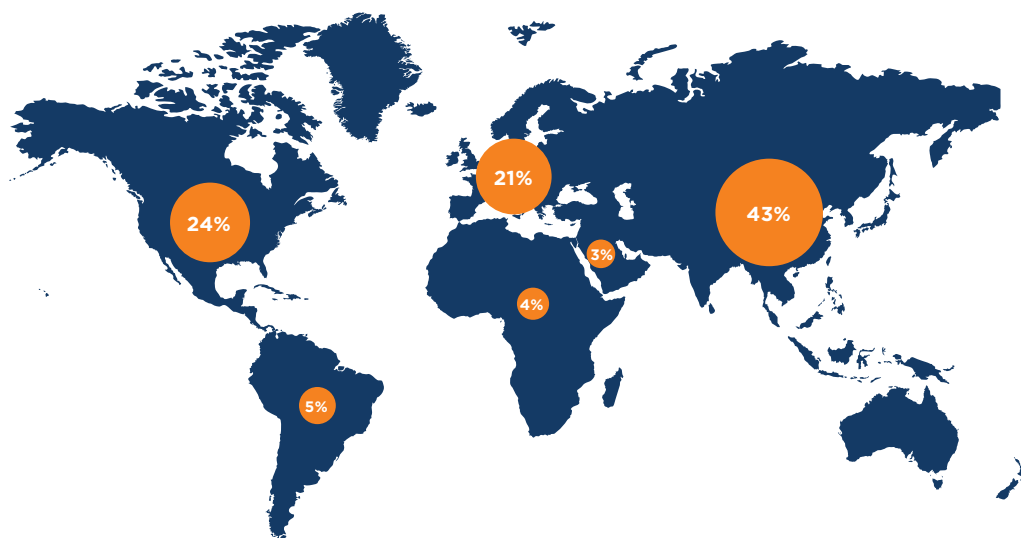
VÄRLDSEKONOMIN IDAG ...

Fördelning av global BNP per region i procent, 2018



... OCH VÄRLDSEKONOMIN IMORGON

Fördelning av global BNP per region i procent, 2035 (prognos)



Källor: Oxford Economics, Business Sweden (2019)

tjänster väntas växa från 35 procent idag till 43 procent år 2035. Diagram 2 visar att industri-företagens tillverkning utgör en betydande andel av BNP, framför allt i Kina, Tyskland och Japan. Med en ökande produktion växer också inkomsterna. Konsultföretaget McKinsey bedömer att tillväxtländerna år 2030 kommer att stå för drygt hälften av den globala konsumtionen.

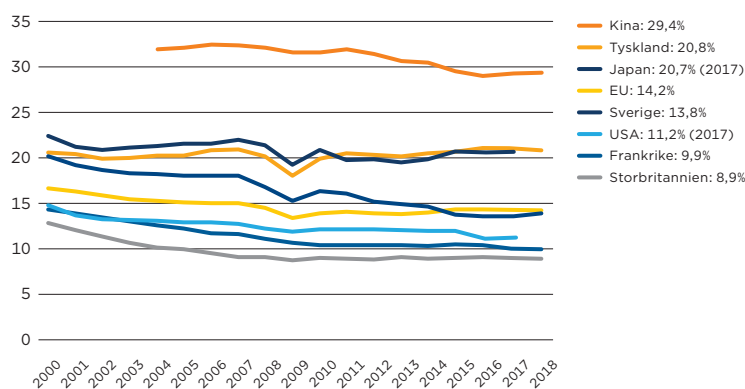
Business Sweden fick tidiga indikationer om företagens strategiska förflyttning i snabbväxande utvecklingsländer, som gick från att vara självklara platser som exportplattformar till att bli viktiga marknader för företagens produkter. Redan 2008 menade ledande företrädare för svenska industri-företag i intervjuer med Business Sweden att de "inte kan se några bra skäl att tillverka i Kina för den europeiska marknaden".

McKinsey bedömer att endast 18% av varuexporten idag drivs av kostnadsskillnader mellan industriländer och utvecklingsländer.

Diagram 2

TILLVERKNINGSINDUSTRIN MOTOR I EKONOMIN

Tillverkningsindustrins förädlingsvärde, andel av BNP i procent 2000-2018



Källor: Världsbanken, Business Sweden (2019)

LYFT FÖR MARKNADS- NÄRA TILLVERKNING

Business Sweden har sammanställt data från UN Comtrade (FN:s databas för global handel) över varuexporten inom tillverkningsindustrin för 40 länder, varav 26 länder i Europa, tre länder i Nordamerika och 11 länder i Asien. Samtliga länder ingår bland världens 50 största exportörer av industrivaror. I Diagram 3 framgår att världsexporten av industrivaror – som utgör 40 procent av den totala världsexporten – mer än fördubblades mellan 2000 och 2017. Asien och Europa är jämbördiga exportörer med 41 respektive 36 procent av industrivaruexporten, medan Nordamerika med 15 procent är en betydligt mindre aktör.

Business Sweden har därefter undersökt hur stor andel av ländernas export av industrivaror som går till den egna regionen respektive till de övriga regionerna samt ”resten av världen” under perioden 2000-2017.¹

Resultatet visar en tydlig trend mot regionalisering av exporten (så kallad intraregional export) för Asien – från 38 procent år 2000 till 49 procent 2017, se Diagram 4. Under samma period har Nordamerika som ”kund” för asiatiska varor minskat från 31 procent till 20 procent av exporten, vilket visas i Diagram 5.

För Nordamerika ser vi en trend mot återregionalisering av exporten, efter ett tapp från 60 procent toppåret 2004 till 52 procent innan finanskrisen. Därefter har siffran åter stigit till 60 procent.

För Europa är utvecklingen inte lika tydlig. Från den högsta nivån av de tre regionerna – 69 procent år 2000 – föll den intraregionala exporten successivt till 61 procent 2012. Därefter har den stigit till 65 procent.

ASIEN MER SJÄLVFÖRSÖRJANDE

Business Sweden tolkar resultatet från undersökningen på nedanstående sätt.

Den asiatiska marknaden har utvecklats starkt under perioden, med ett större inslag av avancerad tillverkning och ett lyft för företagens och konsu-

BUSINESS SWEDENS UNDERSÖKNING: URVAL OCH GRUPPERINGAR

Produktgrupper: 69 Arbeten av metall, 71-77 Maskiner och apparater, 78 Transportmedel, 87 Mät- och kontrollinstrument m.m.

Nordamerika: Kanada, Mexiko, USA.

Europa: Belgien, Bulgarien, Danmark, Estland, Finland, Frankrike, Irland, Italien, Lettland, Litauen, Nederländerna, Norge, Polen, Portugal, Rumänien, Slovakien, Slovenien, Schweiz, Spanien, Storbritannien, Sverige, Tjeckien, Turkiet, Tyskland, Ungern, Österrike.

Asien: Filippinerna, Hong Kong, Indien, Indonesien, Japan, Kina, Malaysia, Singapore, Sydkorea, Thailand, Vietnam.

De 40 länderna i urvalet stod för 92 procent av världens export av industrivaror 2017.

menternas köpkraft. Kina har framgångsrikt satsat på att utveckla underleverantörsstrukturer i det egna landet och gjort sig mindre beroende av utländska insatsvaror. Enkelt uttryckt genomför regionen en positionsförflyttning från sammansättningsfabrik för världen till regional produktionsapparat för den egna marknaden och, i relativt minskad utsträckning, icke-asiatiska marknader. Ett europeiskt industriföretag med en tillverkningsanläggning i till exempel Kina använder alltså idag ofta sin produktion för den kinesiska och asiatiska marknaden istället för att exportera den till andra regioner.

Europas utgångspunkt är en redan hög grad av regionalisering. De europeiska företagens omlokalisering av tillverkning till Asien har inte varit lika markant som för de amerikanska företagen, då lågkostnadsländerna funnits nära tillgängliga i Central- och Östeuropa, dessutom med traditionellt hög industriell kompetens (Polen, Tjeckien, Slovakien). Men även i Europa syns de senaste

1. Resultatet från Business Swedens undersökning är i linje med resultat som återges i andra rapporter, till exempel Global Value Chain Development Report (WTO, OECD m.fl., 2017 och 2019), Globalization in transition: The future of trade and value chains (McKinsey, 2019) och Future of Supply Chain (SCM World, 2016).

Diagram 3

ASIEN OCH EUROPA JÄMNSTORA EXPORTÖRER AV INDUSTRIVAROR

Export av industrivaror
2000-2017, miljarder USD

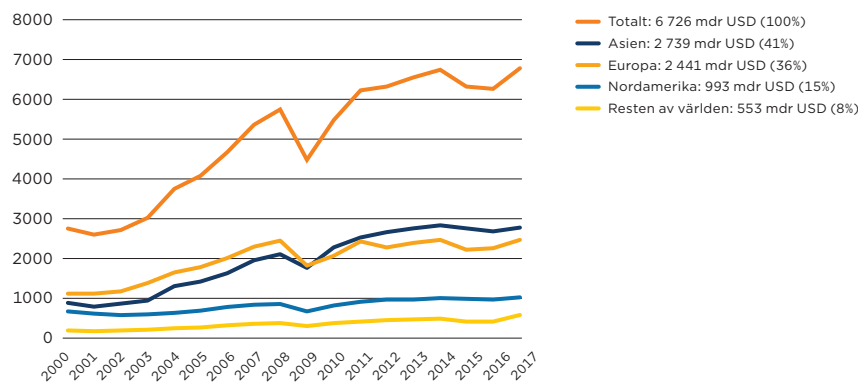


Diagram 4

PRODUKTION OCH HANDEL MED INDUSTRIVAROR ALLT MER REGIONALISERAD

Intra-regional export av industrivaror, andel i procent
2000-2017

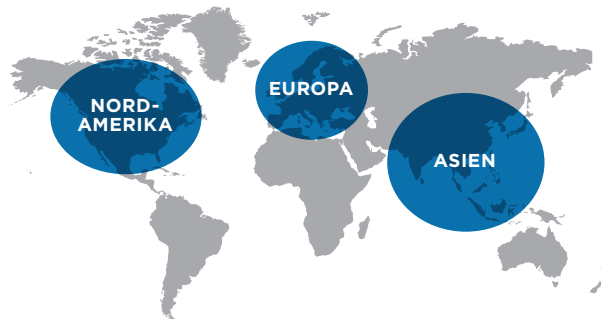
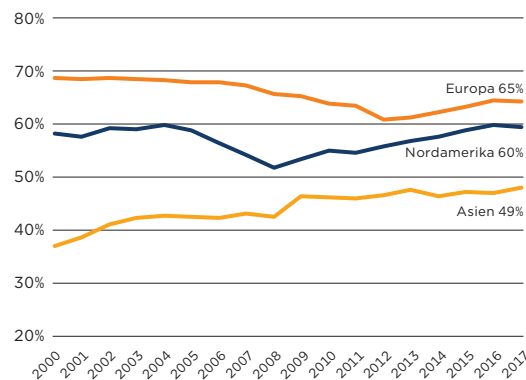
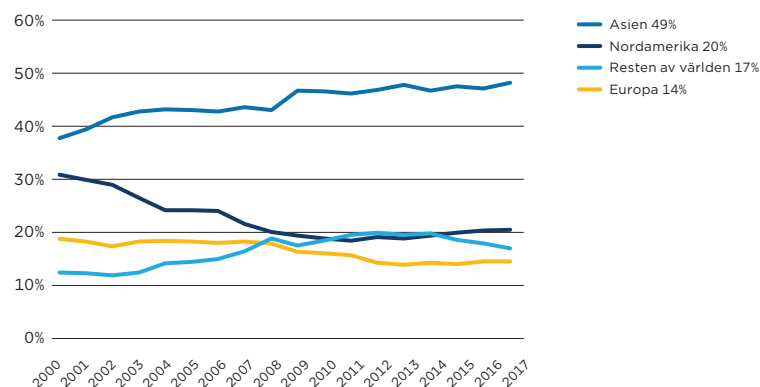


Diagram 5

INDUSTRIFÖRETAG I ASIEN OMFÖRDELAR EXPORTEN AV INDUSTRIVAROR

FRÅN NORDAMERIKA TILL KUNDER I REGIONEN
Asiens export av industrivaror, fördelning på regioner i procent
2000-2017



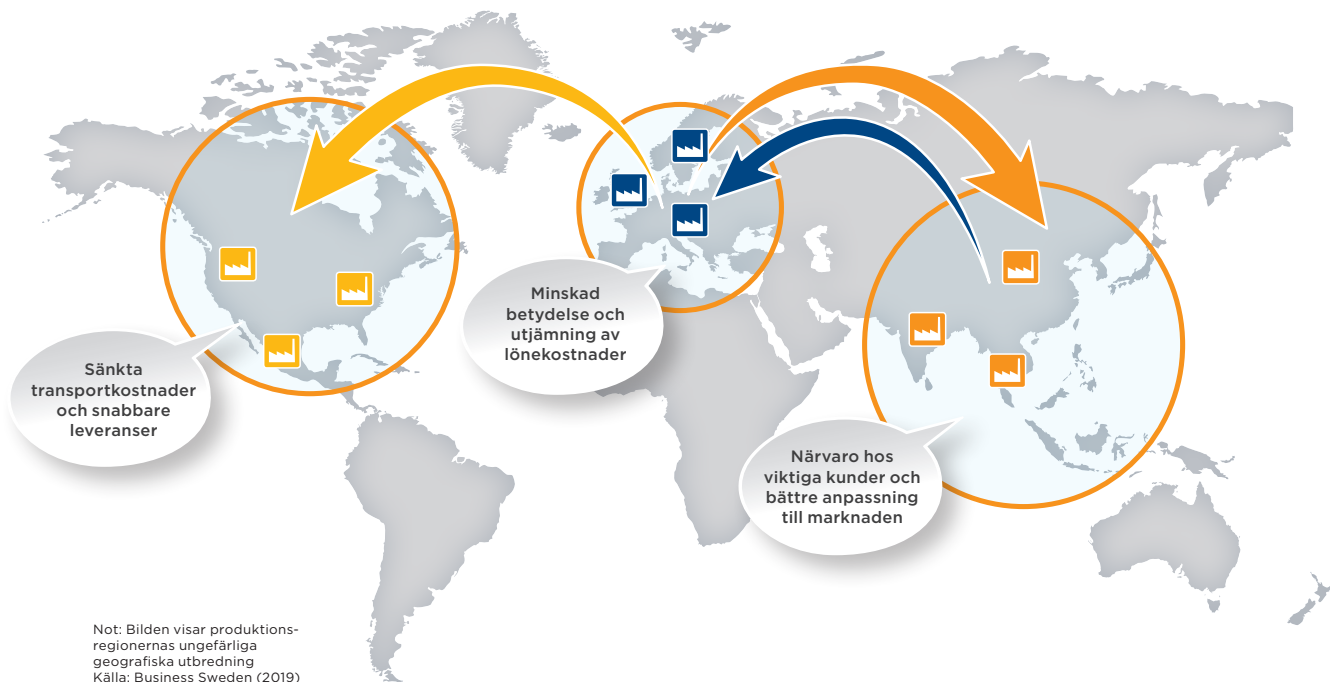
Källor: UN Comtrade, Business Sweden (2019)
Not: Alla siffror och beräkningar i löpande priser

åren en tendens till återregionalisering av industrins produktion.

Nordamerika, och särskilt USA, har ökat sin attraktionskraft för tillverkande företag sedan finanskrisen. En lång period av stagnerande löner

och gynnsamma energipriser har stärkt USA:s position, bland annat inom energikrävande produktion (plast och kemi, stål och metaller). De nyligen genomförda sänkningarna av bolagskatten och det kommande frihandelsavtalet

KUNDER OCH TEKNOLOGI DRIVER REGIONALISERINGEN



USMCA kommer att bidra till fortsatt regionalisering. Om amerikanska strafftullar på bilar blir verklighet kommer kopplingen mellan USA:s och Mexikos bilindustri att stärkas ytterligare.

STARKA DRIVKRAFTER ...

Av Business Swedens intervjuer med svenska industriföretag framgår att kunderna i ökad utsträckning kräver skräddarsydda, innovativa produkter och *just-in-time*-leveranser i tät dialog med leverantören.

Intervjuerna pekar på att användningen av lokala och regionala underleverantörer förbättrar samordningen i produktionen. Innovationskraften ökar, med positiva följder för produktutveckling och anpassning till den lokala och regionala marknaden.

Den ökade automatiseringen och nya möjliggörande teknologier i tillverkningsprocessen har minskat lönerns andel av produktionskostnaderna, vilket bidragit till en utjämnning av förutsättningarna för tillverkning i lågkostnadsländer respektive högkostnadsländer. Dessutom har lönerna för kvalificerade industriarbetare och ingenjörer stigit kraftigt i många utvecklingsökonomier. Möjligheterna till konkurrenskraftig marknadsnära tillverkning i till exempel Europa ökar därmed.

En kortare väg från tillverkning till marknad medför också mindre risk för störningar i företagens logistikkedjor samtidigt som deras transportkostnader kan sänkas. Det är rimligt att anta att priset på transporter i framtiden kommer att inbegripa hela eller större delen av miljökostnaden, och att det därför kommer att stiga. Rätt utformad kan marknadsnära tillverkning innebära betydande fördelar med avseende på miljöpåverkan och klimatavtryck.

... MEN OCKSÅ MOTKRAFTER

Samtidigt finns en rad faktorer som håller tillbaka regionaliseringen av tillverkningsindustrin.

Många standardiserade produkter med låga transportkostnader produceras fortfarande med fördel i lågkostnadsländer, för att sedan exporteras globalt. Även om automatiseringen av produktionen fortsätter är löner fortfarande en stor kostnadspost för företagen.

Riskerna och kostnaderna med en tillverkningsanläggning i en annan region är fortfarande för höga för de flesta företag. Det går också att på goda grunder ifrågasätta om en parallell infrastruktur för tillverkning i utlandet kan bli lönsam. Ofta överväger fördelarna med lokala säljkanaler och en närvaro som kan anpassas efter den ekonomiska och politiska konjunkturen.

Riskerna för kopiering eller stöld av företagets immateriella tillgångar och *know-how* avhåller en del företag från tillverkning nära en kund eller marknad, om marknaden – till exempel Kina – erbjuder ett svagt legalt skydd.

Business Swedens undersökning med kompletterande företagsintervjuer visar att internationellt verksamma företag ökar sin orientering mot marknadsnära tillverkning. Detta kommer att påverka leverantörskedjornas utformning och inriktningen av exporten från bland annat Sverige. Men utvecklingen går inte i en enda riktning: I valet mellan tillverkning och export för den globala marknaden respektive marknadsnära tillverkning kommer företagens beslut att variera såväl individuellt som för olika branscher och verksamheter.

Källor:

McKinsey Global Institute
OECD
Oxford Economics
SCM World
Statistiska Centralbyrån (SCB)
The Economist
UN Comtrade
Världsbanken
World Economic Forum



Vi hjälper svenska företag öka sin globala försäljning och internationella företag investera och expandera i Sverige.

BUSINESS SWEDEN Box 240, SE-101 24 Stockholm, Sweden
World Trade Center, Klarabergsviadukten 70
T +46 8 588 660 00 info@business-sweden.se www.business-sweden.se

