

EU関税同盟の利を活かした輸出拠点 ——トルコ自動車産業の概括的検討——

塩 地 洋
富 山 栄 子

構成

1. はじめに
2. 生産・輸出
3. 販売・保有
4. おわりに

1. はじめに

本稿の課題は、トルコ自動車産業の基本的概要を統計数値を用いて、生産・輸出・国内販売・保有・輸入の各側面から分析することにある。加えてその分析を通じて国際比較の観点から見たトルコ自動車産業の特質を抽出する作業を行う。さらに、たんにトルコの個別事例を研究することにとどまらず、これまでにおこなった中国やロシア等の調査研究の成果¹とも合わせて、新興国におけるモータリゼーションの進展プロセス解明のための分析ツールを模索的に提示するという試論的な作業も行いたいと考えている。

本稿でトルコ自動車産業を分析対象として選んだ理由を明示的に示すためにも、最初に本稿の問題意識と論点を示しておこう。

第一に、トルコは自動車生産国・輸出国としては、世界の中で相当高い地位を占めている。とくに輸出国としては、新興国の中で世界第1位の輸出国であり、先進国を入れても世界第7位の位置にある。この輸出における競争優位はどこから生まれているのだろうか。先進国メーカーのグローバル分業体制にいかんにか組み込まれているかという観点からトルコ自動車産業の構造とその特質を探ることは重要な分析課題である。

第二に、たしかにトルコは輸出台数が大きい、それは他方で国内販売台数が伸び悩んでいる結果として輸出比率が高くなっているという、トルコ自動車産業の脆弱性を他面では示している。こうした自動車市場の未熟性は、他の新興国においても広範に見られる現象であり、新興国におけるモータリゼーションの進展を考える場合、重要な事例研究となる。

ではまず生産台数と輸出台数、輸出比率について見ていこう。

2. 生産台数と輸出台数、輸出比率

トルコに最初に外国自動車メーカーが現地工場進出したのは1950年代であった。フォード等が現地企業と提携し、小規模な組立工場において、主として商用車の生産を開始した。だが、外資メーカーが本格的にトルコに進出したのは、1970年代である。それは、トルコ政府が自動車産業を国の重点産業として育成するために、ルノーとフィアットをブルサ地域（トルコ北西部でマルマラ海沿岸部近辺）に誘致し、その周辺に自動車部品メーカーをも集め、自動車製造に関わる産業集積地を形成しようとしたことに伴うものであった。

当時進出した外資メーカーは、当初は主としてトルコ国内販売向けの車両を生産していた。トルコが欧州向けの輸出車両生産拠点としての役割を担い始めたのは1996年にEUがトルコと関税同盟を締結した後のことであった。この関税同盟へ加盟したトルコは、EU諸国との貿易において輸出と輸入ともに関税がゼロとなった。こうした貿易上の有利性と、トルコにおける労働力の優秀性および相対的な人件費の低さが結びつけられて、トルコは欧州向け輸出車両を生産する戦略的拠点となっていったのである。

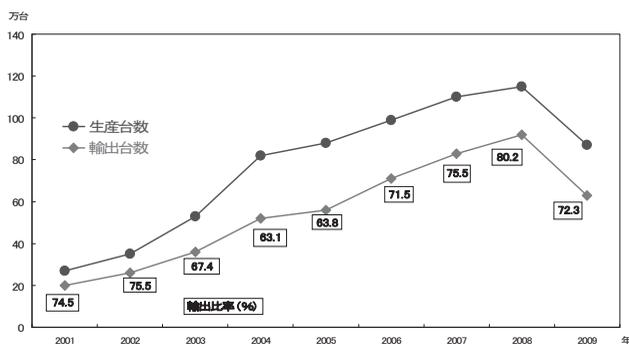
こうした戦略は、フランス、ドイツ、イタリアのメーカーが採用しただけでなく、日本（トヨタ、ホンダ等）や韓国（現代/起亜）の自動車メーカーも採るようになった。日系自動車メーカーがトルコで現地企業と合弁会社を設立し、現地生産を開始したのは、1990年代であり、トヨタ（90年合弁会社設立、94年操業開始）がイズミット郊外のアダパザルに、ホンダ（94年合弁会社設立、97年操業開始）がゲブラに工場を建築した²。これらの進出は、1996年にトルコがEU関税同盟に入り、トルコとEU諸国との関税がなくなることをも想定し、トルコ現地工場をトルコ国内向け販売車両の生産のみでなく、将来的には欧州向けの輸出基地として位置づけようとしたことに基づいている。それ故、トルコの現地工場は、他の国と比較すると、敢えて言えば当初から輸出比率が相対的に高くなりがちな要因を含んでいた生産拠点であった。

他方で、そうした傾向に拍車をかけたのが、2001年におこった経済・金融危機であった。その影響で国内販売が大きく落ち込んだことが、輸出台数をさらに増大させる新たな要因となった。各自動車メーカーは、「トルコ工場を欧州向け輸出拠点として再定義し、特に乗用車部門では国内よ

りも欧州市場を主眼に置いた戦略に転換³し、トルコ自動車産業が世界的に注目されるようになったと言われる。以下、2001年以降の生産・輸出台数の状況を見てみよう。

①生産台数

図1は2001年以降のトルコの生産台数と輸出台数、輸出比率を示したものである。



(出所)日本自動車工業会『世界自動車統計年報』および同『日本の自動車工業』、日刊自動車新聞社・日本自動車会議所共編『自動車年鑑ハンドブック』、日刊自動車新聞社・日本自動車会議所共編『自動車年鑑』の各年版より作成。

■ 図1 自動車生産・輸出台数・輸出比率 (2001～2009年)

生産台数は、経済・金融危機の影響で2001年に27.1万台に落ち込んだが、2004年には82.3万台と3年間で3倍に増大し（それ以前のピークであった2000年の43.1万台を超える⁴）、さらに2008年には114.7万台と100万台の大台を超えるに至った。この2008年の数値を、他地域との比較で位置づけると、東南アジアのトップであるタイ（140万台）にほぼ達する規模である。また欧州においても、6位のイタリア（102万台）を抜いて5位に進出したことになる。首位のドイツ（605万台）や第2位のフランス（257万台）、3位スペイン（254万台）には相当届かないが、4位の英国（165万台）の後ろ姿を捉える地点にまでキャッチアップしていることは明白である⁵。

なおここで、人口1万人当たりの生産台数⁶をみると、トルコは約160台となり、日本の930台にはおよばないが、中国70台やロシア140台を超え、米国の290台に迫っている。こうした人口規模との関連で考えても、トル

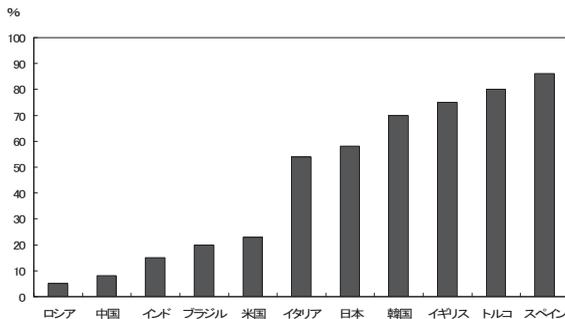
コの自動車生産規模は小さいとは決して言えず、国の経済全体の中でも重要な位置を占めていると言えよう。

②輸出台数

では、このように2000年代にトルコの生産台数が伸びた要因は何か。それは一見してわかるように、輸出台数が増加した結果である。2000年に20.2万台であった輸出台数は、2008年に92.0万台と、約4.5倍拡大した。この92.0万台という輸出台数は、同年のイタリア56万台、スウェーデン56万台、ベルギー65万台を一举に追い抜き、ドイツ450万台、フランス432万台、英国125万台に次ぐ、欧州第4位のポジションを獲得することとなった。英国の輸出台数がここ数年間低下・停滞を続けていることを見ると、トルコが今後、欧州第3位の自動車輸出国となる可能性は大きいと思われる。

また、他地域との比較で見ても、既に中国71万台やブラジル57万台を追い抜いてしまっている。世界全体としても、日本673万台、ドイツ、フランス、韓国268万台、米国197万台、英国に次ぐ、世界7位の自動車輸出国である。この点は注目に値する。

このように輸出台数が増大する一方で、トルコ国内の自動車販売台数（後掲図4）は2005年以降、停滞しているため、国内生産に占める輸出台数の比率（輸出比率－図1に数値で書き込み）は2008年に80.2%まで高まっている。すなわちトルコで生産された車の80%以上が輸出に回っているのである。ここにトルコ自動車産業の強さとともに、国内市場規模が小さいという脆弱性が顕著に見られるのである。

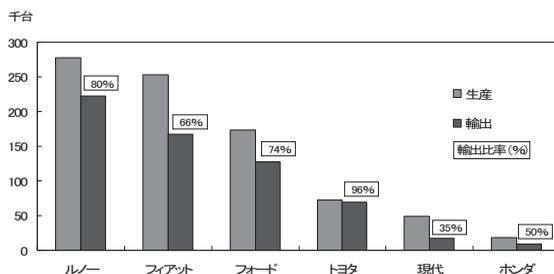


■ 図2 自動車輸出比率の国際比較（2008年）（出所）図1と同じ

ここで輸出比率の国際比較を行おう。図2は各国の輸出比率を国際比較したものであるが、トルコの輸出比率80%は、スペインに次ぐ高い水準となっている。

③メーカー別生産台数と輸出比率

図3に示したように、現地生産の歴史の古いルノー（Oyak Renault）とフィアット（Tofas Fiat）の生産台数が大きい。ルノーが27.8万台、フィアットが25.3万台である。この2社にフォード（Ford Otosan）とトヨタ（Toyota Motor Manufacturing Turkey）、現代（Hyundai Assan）、ホンダ（Honda Turkey）が続いている。いずれのメーカーもトルコを欧州向けの輸出基地と位置づけ、輸出比率は高くなっているが、現代自動車はトルコ国内の販売台数が好調であるため、輸出比率は35%と低い数値となっている。



■図3 メーカー別生産台数・輸出比率（2009年）（出所）図1と同じ

ただしここで注記しておかなければならないのは、たしかにトルコ全体では生産台数が2008年に100万台を超えたが、個別メーカーのレベルでは、世界的に標準的な量産規模と言われる年産20万台を超えているのはルノーとフィアットの2社のみである点である。リーマンショック以前の生産台数のピークを見ると、フォードが28.6万台（2007年）で量産規模を超えているが、トヨタは17.6万台（2006年）と量産規模にわずかであるが届いていない。他の11社はすべて10万台以下であり、量産効果を享受する水準には到底達していない。本格的な量産機能という点では、多くの点で今後の課題が残っていると推測される。たとえば、プレス工場においては、大型パネルは現地ではなく、本国から輸入している場合が多く、

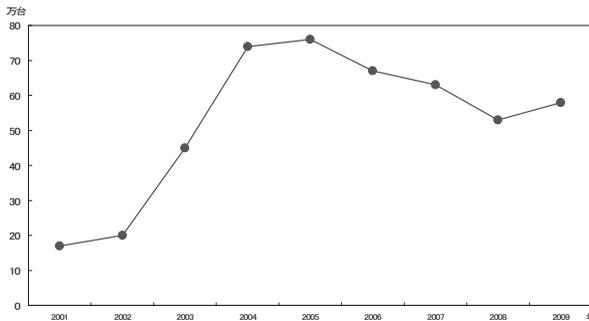
トランスファープレスのような量産設備はほとんど入っていない。プレス機へのワークの出し入れは、オートローディングではなく、大半が人の手で行われている。プレス部品の搬送は人手によっているところが多い。溶接工場においても、溶接ロボットによる自動化率は低いと考えられる。品質やコストの面で、本国の量産工場に対して必ず劣っているとは決していえないが、ハンディキャップを背負っていることは事実である。

総じて生産と輸出の面では、トルコ自動車産業は近年に急速に成長し、国全体のレベルでの各種の数値では、先進国の中では相対的に規模の小さい英国等に並ぶ水準まで、あと少しという地点まで来ている。とはいえ、メーカーレベルで見ると、上位4社を除くと、量産効果を楽しむ段階には達していないと推測される。この問題は、前述したように国内販売台数の小ささに起因している。そこで次にこの国内販売台数を検討しよう。

3.販売台数と保有台数、輸入台数

①販売台数

販売台数は上記に見た生産台数の動向とはかなり異なった様相を示している。



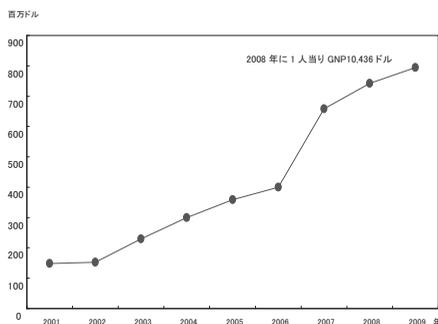
■図4 自動車販売台数 (2001～2009年) (出所) 図1と同じ

図2は2001年以降の国内販売を示した図である。経済・金融危機の最中の2001年は17.1万台と落ち込んでいたが、2003年より回復し始め、2005年には2001年の4.5倍にあたる76.3万台まで増加した。こうした2000年代前半の増加率の点では、生産台数よりも販売台数の方が大き

かったことは注目できよう。

しかしながら国内販売台数は2005年をピークとして以降低下している。その一つの契機は、2005年後半に行われた金利引き上げであり、2006年に67.0万台に落ち込んだ。金利はその後2006年に引き下げられたが、国内販売台数は回復せず、2007年には63.4万台とさらに落ち込み、2008年には52.7万台とさらに大きく低下した。

2005年の金利引き下げの否定的影響はあったとしても、それは短期間に終息し、経済全体は回復、急成長している。ここでGNPの推移を示した図5を見ると、2007年以降GNPは成長し続けている。2006年から2007年にかけて65%増大し、2008年以降も拡大し続けているにもかかわらず、国内販売台数は2005年をピークとして以降減少し続けているのである。



■図5 トルコのGNPの推移 (2001～2009年) (出所) 図1と同じ

2009年は欧州のほとんどの国で不況対策として行われたのと同様の自動車減税およびスクラップインセンティブ政策がトルコでも採用され、その効果によって国内販売台数は若干増大したが、57.6万台と低い水準で停滞したままである。ドイツ等の国における自動車市場の回復度合いと比較すると、トルコではその程度は小さい。減税・インセンティブ政策はそれほど効果を発揮しなかったと言えよう。

ここで国内販売台数の減少と言っても、国内生産された車両の販売台数の減少と輸入された車両の販売台数の減少と、どちらの減少が大きいのだろうか。ここで検証しよう。ピークであった2005年の国内販売台数は76.3万台で、2009年には57.6万台になった。この間18.7万台減少してい

る。減少率で見ると、24.5%である。国内生産された車両の国内販売台数は、2005年には31.8万台（推定、以下同）あったが2009年には24.1万台に減少している。この間7.7万台減少している。減少率で見るとみると24.2%である。他方、輸入された車両は2005年に44.5万台であったが、2009年には33.5万台に減少している。この期間に11.0万台減少していることとなる。減少率で見ると、24.7%である。従って、国内生産された車両も輸入された車両もほぼ同じ比率で減少していると言える。

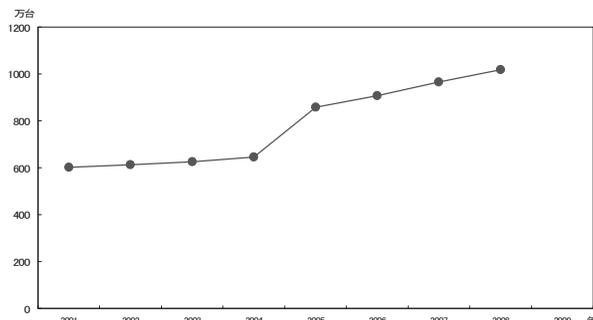
ここで一つの仮説を立ててみよう。それは、トルコは他のいくつかの新興国と同じように、モータリゼーションの少年期に老衰化減少が進行しているのではないかという仮説である。すなわち、トルコは保有水準が1000人当たりまだ140台と低く、モータリゼーションでは未だ少年期であるにもかかわらず、新規需要の比率が低く、買替需要の比率が高く、自動車保有層が固定化されているのではないだろうか。つまり、一部の固定化された高所得層のみが自動車を保有・買替を行っているが、自動車を保有するユーザー層が中低所得層へとあまり広がっていない現象が起こっているのではないだろうか。これがモータリゼーションの少年期老衰化減少とも言えるものである。このことが国内販売台数の停滞の一つの原因となっているのではないだろうか。

こうした現象がトルコで生じているか否かを明らかにするには、新車販売台数における新規需要と買替需要の比率を詳細に検討すべきである。すなわち、新車需要の比率が、たとえば中国のように70~80%と高い場合、その国の保有台数は今後も着実に増大することとなる。他方、買替需要の比率が高い国、たとえば日本では新規需要は10%程度で買替需要が90%を占めている。すなわち、こうした国では、国内販売台数の90%が同じユーザー層による車の買替えとなり、新規のユーザーが僅かしか現れていないのである。もし新規に現れたユーザー層の数が退出ユーザー層（車の保有を中止し、自動車ユーザーではなくなる層）よりも小さい場合は、保有台数が減少していくことになる。現在の日本はまさにこうした状況にある。そして総保有台数が減少していけば、結果としては、年々の販売台数も停滞していくこととなる。

トルコにおいては、日本のようにモータリゼーションの成熟・衰退局面で現れる保有台数の停滞・減少がおこなっているのではないかと推察される。そこで次に保有台数を検討しよう。

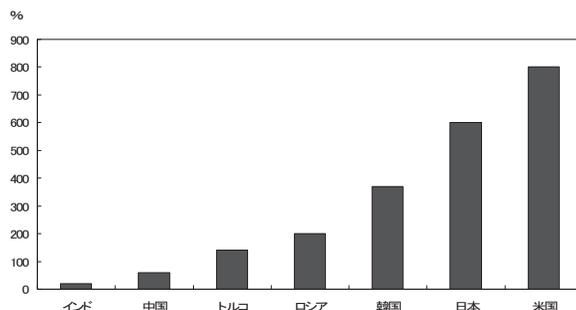
②保有台数

保有台数を示した図6を見てみよう。保有台数は2001年602.1万台から2004年644.8万台まではあまり伸びなかったが、2005年に859.0万台と急増し、その後は年50万台前後の微増を続け、2009年には1,019.1万台に達した。この1,019.1万台という数値は世界全体では第17位となる。



■図6 自動車保有台数 (2001～2009年) (出所) 図1と同じ

次に人口1000人当りの保有台数という指標で測ってみよう。トルコの保有台数は2008年末で1019.1万台となり、それを人口7、256万人で除して、1000を乗じると、1000人当たり140台という保有水準が得られる。図7に示した自動車保有水準の国際比較を見ると、米国800台、日本600台よりは低いが、インド20台や中国60台よりは大きい。なお、1人当たりGNPと1000人当たり自動車保有台数の間には強い相関関係がある。



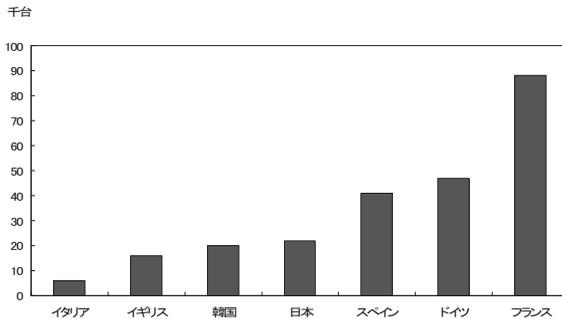
■図7 自動車保有水準の国際比較 (2008年) (出所) 図1と同じ

だがロシアは1人当りGNPでは約1万ドルでトルコとほぼ同じ高さにあるが、自動車保有水準ではロシアが200台あるのに対して、トルコは140台しかない。

人口1000人当りの保有台数は、経験的には、《人口1000人当り保有台数》＝《1人当りGNP（ドル）》×0.02 という公式から得られる場合が多いと筆者は考えているが、トルコの場合、1人当りGNPが約1万ドルとなっているので、この経験的公式にあてはめると200台となる。1人当りGNPがトルコと同水準にあるロシアはちょうどこの経験的公式に当てはまっているが、トルコは140台であるので、所得水準のわりには保有水準が低いのである。

③輸入台数

トルコは年間に約35万台前後の自動車を輸入している。なお、トルコからの輸出台数は、先にみたとおり年間70～80万台であり、自動車の輸出入においては輸出が輸入の二倍である。



■ 図8 トルコの国別自動車輸入台数（2008年）（出所）図1と同じ

図8はトルコの自動車輸入における輸入先国別の台数である。トルコの自動車輸入は、フランス、ドイツ、スペインの欧州諸国が多く、日本と韓国が続いている⁷。前述のようにトルコは欧州関税同盟に入っているために、輸入においても関税がゼロとなり、欧州各国からの競争に曝される。他方、日本と韓国からの輸入に対しては関税が10%課せられている。この点、アジア系メーカーは不利な立場におかれている。

4.おわりに

本稿の検討の結果から提示しうる事実と論点を再度提示しよう。

第一に、トルコは自動車生産国・輸出国としては、世界の中で相当高い地位を占めていることが明らかとなった。とくに輸出国としては、BRICsとして注目されているブラジル等4カ国を上回り、新興国としては世界第1位の輸出国であり、先進国を入れても世界第7位の位置にある。この輸出台数の大きさは、欧州系自動車メーカーのみでなく、日系や韓国系の自動車メーカーも含めて、トルコがEU関税同盟に加盟しているという有利な条件を活かして、欧州向けの輸出拠点としてトルコにおける現地生産を活用しているところから生じていることが判明した。このように先進国メーカーのグローバル分業体制に組み込まれる中でトルコ自動車産業は成長してきた。

第二に、トルコは自動車生産国としても世界13位の国である。とはいえ、一方で輸出比率は最大80%に達し、それはトルコ自動車産業の強さを示しているが、他方で国内販売台数が伸び悩んでいる結果として輸出比率が高くなっているという、トルコ自動車産業の脆弱性を他面では示している。こうした自動車市場の未熟性は、他の新興国においても広範に見られる現象であり、新興国におけるモータリゼーションの進展を考える場合、一つの重要な事例となる。

※本稿作成にあたり、財団法人二十一世紀文化学術財団の学術奨励金の助成を得た。

- 1 塩地洋（2002）『自動車流通の国際比較—フランチャイズ・システムの再革新をめざして—』有斐閣、塩地洋・孫飛舟・西川純平（2007）『転換期の中国自動車流通』蒼蒼社、塩地洋（2009）「自動車メーカーの新興国への段階的参入戦略—ロシアへのトヨタ自動車の参入を事例として—」『産業学会研究年報』第24号、塩地洋（2010）「自動車輸出における輸出経路マネジメント—総合商社への業務移管を中心に—」『産業学会研究年報』第25号、富山栄子（2007）「立ち上げ準備中のトヨタのロシア・サンクトペテルブルグ工場を訪ねて」『エリナ・リポート』第67巻、環日本海経済研究所、富山栄子（2007）「第4章 ロシアにおける自動車市場の現状と展望」「第5章 ロシア自動車産業における流通ルートの開拓」平成18年度『ロシアにおける消費財流通の課題と展望』調査報告書、財団法人環日本海経済研究所、富山栄子（2008）「外国大手自動車メーカーの対ロシア戦略—フォード、ルノー、GM、現代自動車を中心に—」『ロシア・ユーラシア経済—研究と資料—』No.913、ユーラシア研究所、富山栄子（2009）「中国民族系メーカーの対ロシア市場戦略—奇瑞汽車、長城汽車、吉利汽車のケース—」『ロシア・ユーラシア経済—研究と資料—』No.923、ユーラシア研究所。
- 2 自動車メーカーの進出を受けて、日系部品メーカーも現地に生産拠点を展開し

ていった。1995年矢崎総業（現地企業名は省略、以下同）、97年トヨタ紡織、2001年豊田鉄工、豊田通商、2002年デンソー、三五、2003年バンドー化学、帝国ビストンリング、セキソー、2004年アイシン精機等の部品メーカーである。そしてこれらの部品メーカーもまた、トルコ国内の自動車メーカーへの納入のみではなく、将来的にはEU全域の自動車メーカーに対する部品納入をめざしていた。

- 3 ジェトロ・イスタンブール事務所編（2007）『自動車・同部品産業にみるMEMA市場—トルコ編—』1ページ。
- 4 2000年の数値については、日刊自動車新聞社・日本自動車会議所共編『自動車年鑑ハンドブック』2001・2002年版による。
- 5 ただし、2009年はリーマンショック後の世界同時不況によって、欧州諸国での自動車販売台数が落ち込み、同地域に対する輸出に対する依存度の高いトルコの生産台数は87.0万台に低下した。すなわち、一方でトルコ政府の不況対策としての自動車購入に対する減税・インセンティブ政策の効果により、国内販売台数は2008年52.7万台から2009年57.6万台へと9.3%増加したが、他方で輸出台数が92.0万台62.9万台へと29.1万台、31.6%減少した結果、生産台数は、117.5万台から87.0万台へと30.5万台、26.0%の減少となった。
- 6 「1万人当りの生産台数」という指標は、従来の研究においてほとんど使われてこなかった。しかしながら、新興国における自動車産業の生産における発展度合いを国際比較する際に、シンプルで使い勝手の良い指標だと思われる。なお各国の自動車の普及を国際比較する際には、「1000人当りの保有台数」が用いられることが多い。
- 7 他方、トルコからの輸出先は、イタリア、フランス、ドイツ、英国、スペインが上位5カ国である。