

# 輸出主導型育成めざすモロッコ自動車産業

## —国際比較による特質分析—

京都大学 塩地 洋

鹿児島県立短期大学 野村俊郎

はじめに

- I モロッコ自動車産業の特質
  - II 輸出主導戦略を可能とした要因
  - III 供給-需要パターンによる分析
  - IV 自動車産業政策の類型分析
- おわりに

はじめに

本稿の課題はモロッコ自動車産業の特質を明らかにすることにある。結論を先に示すとその特質は、輸出主導型育成と言う点に尽きる。すなわち国内市場を主たる標的とせず、欧州地域への輸出のための生産を行なうことに最重点をおいた産業育成戦略である。2012年にルノー-日産B.V.社<sup>1</sup>のモロッコ法人が本格的な大量生産工場であるタンジェ工場<sup>2</sup>を築き、2015年時点では既に23万台の生産実績を積み上げた。モロッコにあるもう一つの自動車メーカーであるソマカ社（後に詳述）の6万台と合わせてモロッコの生産台数は29万台となった<sup>3</sup>。

しかしながら、その29万台の生産台数の内、輸出に26万台（生産台数の90%）が向けられ、国内販売に供給されたのはわずか3万台であった。モロッコにとっては輸出のための生産拠点構築が最優先の中核的課題である。他方、国内市場は13万台まで成長しているが、その13万台の内、上述したように国内生産から充てられたのはわずか3万台であり、残りの10万台（販売台数の77%）は輸入によって充当されている。29万台も生産しているにもかかわらず、13万台の国内市場の大半は輸入車によって占められている<sup>4</sup>。

1 ルノーと日産自動車は提携関係にあり、ルノーは日産の43.4%の株式を所有し、日産はルノーの15%の株式を所有している。こうした相互持合いのほかに、両社が50%ずつ株式を出資しているルノー-日産B.V.という法人を有している。この法人は2002年3月にルノー、日産両社の共通戦略の決定とシナジーの管理を目的として設立された。登記上の本社がオランダにおかれたため、オランダの会社法における、株式会社の意味であるB.V.が記されている。両社のアライアンス・ボード・ミーティングはパリと東京で定期的に開催されている。以上の事実は次のサイトから得ている。http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/PROFILE/ALLIANCE/RENAULT03/

2 モロッコのタンジェ工場は上記のルノー-日産社が1,600億円を投資して建設された。2012年に稼働を開始し、2015年時点では従業員は7,100人である。さらに部品メーカーの従業員が約3万5,000人存在する。2014年に生産モデルはすべてダチア車となったが、それ以前はルノー車も生産していた。将来的には日産車を生産する予定である。日産車を生産するための増設用の土地はタンジェ工場の敷地内に既に確保されている。

3 本稿でのモロッコ自動車産業およびその関連産業に関する事実は2016年3月に行なった取材で得たものである。取材先は次である。ルノー-日産社タンジェ工場広報担当、ルノー・グループ・モロッコ-Renault Commerce Maroc、トヨタ・モロッコ（ディストリビューター/ディーラー）、SEWS-CABIND MOROC社アインハルウダ工場、同アインセバ工場、SEWS (Europe) アインアウダ工場（以上3工場は住友電装の関係会社の工場）、タンジェ・フリー・ゾーン事務所、JICAモロッコ事務所、JETROラバト事務所、モロッコ投資庁・投資促進アドバイザー、（以下は日本国内での取材）スズキ四輪中東・アフリカ営業部、トヨタ自動車中近東部、住友電装生産技術部、JETRO途上国ビジネス開発課、フォーイン取締役企画調査部、在日モロッコ王国大使館参事官、在カサブランカ日本国総領事館名誉総領事、モロッコ投資促進庁長官代行。

4 これらの生産台数、販売台数、輸出台数の数値はフォーイン（2016）による。以下、モロッコの自動車に関わる統計数値はことわりのないかぎり、同資料に基づいている。

あえて言えば、歪んだ供給-需要パターンをモロッコ自動車産業は有しているが、そうしたパターンが輸出競争力を産み出しているとも言えよう。こうした輸出に重点を定めて自国の自動車産業の育成をはかるといふ戦略をモロッコ政府はメキシコやトルコから学んでいる。その意味でモロッコの供給-需要パターンは、一方でメキシコやトルコのそれらと共通する側面も見られるが、他方でモロッコに特徴的なことは、自動車産業への本格的参入が遅れ、最後発となっている故に、あるいは国内自動車市場が小さい故に、より極端な輸出主導型のパターンを採らざるを得なくなっていることである<sup>5</sup>。

本稿は、こうしたモロッコ自動車産業の特質を明らかにするとともに、他国の供給-需要パターンおよび自動車産業政策の国際比較を行なうことによって輸出主導型育成戦略の持つ国際的含意を検討する。

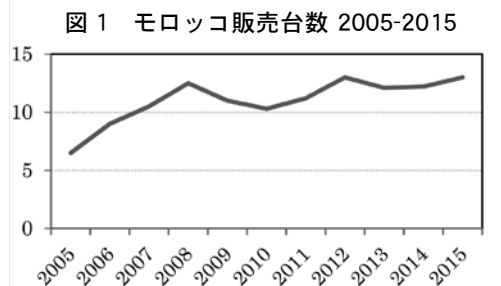
なおモロッコ自動車産業に関しては、苑（2012）がモロッコに進出した日系のワイヤーハーネス製造企業のケーススタディを行なっている。日本的生産システムがどのようにしてモロッコに移転されたかに焦点をあて、経営管理システムや労務管理システムに関する実証分析をしている。また高崎（2011）がモロッコ自動車産業の概括的分析を行なっている。

## I モロッコ自動車産業の特質

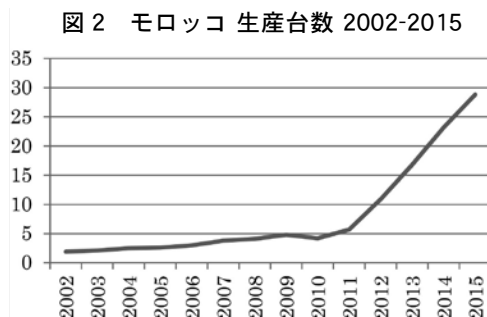
### 輸出が最重点

まずモロッコ自動車市場における国内販売台数の推移を見てみよう。図1に見られるように、販売台数は2008年のリーマンショックまでは順調に拡大し、その後は前年比減少の年も見られるが、傾向的には伸びてきており、2015年には13万台に達している。年間販売台数13万台という数値は、メキシコ（120万台）、トルコ（80万台）と比較するときわめて小さい<sup>6</sup>。それはモロッコの人口の小ささ（モロッコ3500万人、メキシコ1億人、トルコ8,000万人）と1人当たりGDPの低さ（モロッコ3,500ドル、メキシコ1万ドル、トルコ9,000ドル）に起因している<sup>7</sup>。しかしながら1人当たりGDPが3,000ドルを超えるとモータリゼーションに入っていくと言われ、モロッコでも中間層が徐々に増大し、そうした兆候が見られる。

一方、生産台数を示したのが図2である。ルノー-日産社がタンジェ工場を立ち上げた2012年以降、生産台数が急拡大し、



（出所）フォーイン（2016）より作成。



（出所）図1と同じ

5 モロッコの基礎情報を記しておく。自動車保有台数3,600万台（二輪を含む数値と推測される）、1000人当り保有台数100台程度、国土面積45万㎡、1人当りGDP3,500ドル、経済成長率2~3%、人口3,500万人、若年層労働力多く、人口の60%が35歳未満、就労可能人口1,150万人、人口ボーナスは2030年まで続くと言われる。

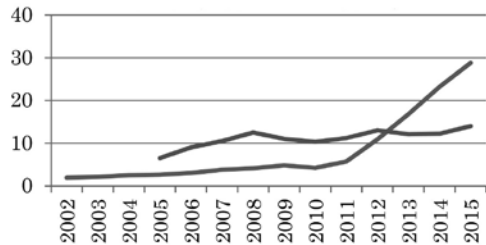
6 フォーイン（2015b）による。以下、各国の自動車産業関連の統計数値は同資料による。

7 外務省のデータによる。数値は概略。以下同。

2015年には29万台に達している。2020年には40万台まで到達すると予測されている。

ここで販売台数(図1)と生産台数を(図2)を一つの図で描いたのが図3である。2012年以降、販売台数とは無関係に一気に生産台数が増大していることが見てとれる。これはもちろん輸出台数が26万台まで急激に増大した結果である。

図3 生産と販売の比較



### アフリカで第2位の自動車生産国

アフリカの中でのモロッコの位置を見てみよう。2015年にアフリカではおおよそ90万台の自動車が生産されているが、それを国別に見ると、第1位が南アフリカで56万台、第2位がモロッコで29万台、第3位がエジプトで14万台である。この3カ国でアフリカのほぼすべての生産台数となる。あとはケニア等で小規模の生産が行なわれているのみである。

モロッコは前述の人口の小ささや所得水準の低さからすると自動車生産では健闘し、二つの大国(南アフリカ5,500万人、6,000ドル、エジプト9,000万人、3,500ドル)と肩を並べている。2012年以降のモロッコでの生産台数の急激な拡大を見ると、2020年代にはモロッコが南アフリカを追い抜き、アフリカ最大の自動車生産国になる可能性がある。

次に輸出台数を見ると、第1位が南アフリカで28万台、第2位がモロッコで26万台であり、モロッコがアフリカで第2位の自動車輸出国となっている。ここ数年のモロッコの輸出台数の急増を考慮すると、すぐにモロッコがアフリカで第1位の輸出国となることは確実である。なお、アフリカで自動車を本格的に輸出しているのはこの2国だけである。さらに輸出先国を見ても、モロッコは輸出台数の26万台のそのほとんどが欧州向けであるのに対して、南アフリカは半数以上がアフリカ向けである。モロッコは先進国に対しても輸出競争力を備えているのである。この点がモロッコと他のアフリカの国との最大の相違点である。

このようにモロッコはアフリカで最大の自動車生産国となりつつあり、最大の自動車輸出国となることは既に確実視されている。

なおアフリカにおける2014年の自動車メーカー別の生産台数を記しておくと、第1位はルノー/ダチアで23万台、第2位はトヨタで14万台、第3位はVWで11万台である。自動車メーカー別販売台数は、現代/起亜自動車が第1位で21万台、第2位がトヨタで19万台、第3位がVWで19万台、第4位がルノー/ダチアで17万台である。なお中国の自動車メーカーは本格的な生産を開始していないが、販売台数は4万台に達している。アフリカの総販売台数は約150万台である。

本稿が注目している輸出台数を自動車メーカー別に示すとルノー/ダチアが約20万台で飛び抜けて首位である。それに次ぐのがトヨタで約6万台である。アフリカからの輸出台数の合計は54万台となっている。

### ルノーの世界戦略とモロッコ

モロッコにおける自動車産業の成長の一因がモロッコ政府の積極的な産業育成政策であったことは明白である。しかし他の要因として大きいのはルノーの世界生産拠点戦略である。この点をここで検討しよう。

ルノー日産グループは2014年時点で全世界で総計800万台（概数、以下同じ）の自動車を生産している。企業/ブランド別に見ると、ルノー系は、ルノー200万台、ダチア50万台、ルノー三星10万台で、ルノー系の小計は260万台である。日産系は、日産480万台、インフィニティ15万台、ダットサン5万台で、日産系の小計は500万台に達する。あとはルノーと日産が両社で参画しているロシアのラーダの40万台である。

ルノー系は全世界260万台の生産拠点を、①フランスで60万台、②フランス以外の西欧40万台（以上西欧全体で100万台）、③東欧/ロシア95万台<sup>8</sup>、④アフリカで40万台、⑤アジア/中南米他30万台と展開している。近年の各生産拠点における生産台数の変化の傾向を見ると、①と②の地域はともに減少しつつあるのに対して、③と④は増大し続けている。そのような中、数年以内に西欧での生産台数を東欧/ロシアでの生産台数が上回るのには確実視されている。そしてこうした傾向が示しているのは、ルノーが生産拠点をフランス/西欧から東欧とアフリカへと戦略的に移行させている事実である。フランスの自動車メーカーであるプジョー/シトロエンも同様にフランス/西欧にある生産拠点を東欧、アフリカ、アジア等へと展開させつつある<sup>9</sup>。

かかる中でアフリカ（大半はモロッコ）はルノーの全世界生産台数の約9%を占める23万台を2014年時点で担っており、その台数は今後も増大を続けることは確実である。かつ、ルノーは部品生産や部品調達拠点展開においても同様の戦略を採っており、モロッコでの部品生産/調達が増大している。

なお付言すると、ルノーと日産の全世界の生産拠点はルノーが17カ国、日産は19カ国にあるが、両社の生産拠点が共にある国が6カ国（スペイン、ロシア、南アフリカ、中国、ブラジル）あり、もし日産が予定通りモロッコに生産拠点を構築すれば、モロッコは7カ国目の両社生産拠点併存国となる。

#### プジョー・シトロエンもモロッコに工場進出

プジョー・シトロエン（以下PSAと略記）は2019年にモロッコのケニトラで年間9万台の工場を稼働させると公表している。PSAが900億円を投資し、現地法人の95%に出資し、モロッコ政府が5%を担うこととなっている。当面7,000人を雇用するとしているが、2020年代には年産台数を20万台まで引き上げ、エンジンも現地生産を計画している。部品の現地調達率は立ち上げ時は60%とし、後に80%まで引き上げる予定である。

注目すべきは生産モデルはシトロエン・エリーゼやプジョー301のプラットフォームをベースに中国の東風汽車と共同開発し、PSAと東風汽車共通の新興国向け戦略小型車を作り上げるとしている点である。そしてこの戦略モデルを2025年までに北アフリカ（モロッコやアルジェリア等）、中東（イラン等）、中国で総計100万台を生産する計画をたてている。

#### モロッコ自動車産業の転換－輸入代替から輸出主導へ－

では今日のモロッコ自動車産業の発展への出発地点をどこに求めるべきであるか。それに対する答えは2000年代半におこなわれた政策転換、すなわち輸入代替を主目的とした自動車産業育成政策から輸出主導型への戦略転換に求めるべきであろう。

<sup>8</sup> 東欧の95万台の生産台数を国・工場ごとに示すと、ルーマニア・ピスケティ35万台、トルコ・ブルサ35万台、スロベニア・ノボメスト20万台、ロシア・モスクワ5万台である。これらの数値は京都大学大学院文学研究科准教授ステファン・ハイム先生の御教示による。

<sup>9</sup> こうしたフランスから国外への生産拠点の移転と国内の空洞化に対してフランス政府はそれを押しとどめようとしているが、ルノー等自動車メーカー側は国際競争力維持のために海外移転を進めざるを得ない。

ここですこしモロッコ自動車産業の歴史をふり返ってみよう<sup>10</sup>。モロッコでは1959年に初めて国産メーカーが作られた。それはモロッコ政府による国営ソマカ社の設立である。同社のカサブランカ工場に与えられた任務は、外国から流入する輸入車を防いで、それに代わる、国民が乗るための国産車の製造であった。政府はソマカ社の国産車を普及させるために外国から輸入される車には高い関税をかけ、歯止めをかけようと試みた。しかしながら技術の低位性と生産規模の零細性のためとうてい輸入車に対抗することはできなかった。ソマカ・カサブランカ工場は停滞を続けざるを得なかった。

そこでとられた措置がソマカの民営化であり、2006年にルノーがモロッコ政府に代わって経営権を採ることとなった<sup>11</sup>。ルノーは輸入代替戦略をやめ、輸出主導戦略への転換をはかった。そのために導入されたモデルが、ルノーの子会社であるダチア社（ルーマニア）で製造されていたロガンであった。ロガンはルノーが2000年代当初から開発をすすめ、ダチア・ピスケティ工場等で生産されていた新興国向けの低価格の戦略モデルであった。

さらにルノーはソマカ・カサブランカ工場とは別に、2007年にルノー-日産社によるタンジェ工場の建設を開始し、2012年に稼働を開始した。当初はダチアのモデルであるロッジとドッカーが年間約5万台生産され、欧州等に輸出されることとなった<sup>12</sup>。

2014年にはカサブランカ工場で5万台、タンジェ工場で18万台、合わせて23万台が生産され、その内90%にあたる21万台が輸出された<sup>13</sup>。2015年には29万台にまで生産台数は増大した。このようにしてモロッコ自動車産業は輸入代替工業化政策<sup>14</sup>から輸出主導戦略<sup>15</sup>へと全面的に転換する中で一大飛躍が開始されたのである<sup>16</sup>。

こうした自動車メーカー側での戦略転換を後押しする形でモロッコ政府は、欧州各国と貿易自由化政策を推進し、欧州からの完成車に対する輸入関税をゼロ<sup>17</sup>するという相互条件で、モロッコで生産された完成車の欧州への輸出に対しても関税をゼロとさせることに成功した<sup>18</sup>。2010年からはモロッコ国内で販売される車にも欧州統一認証を採用することとなった。一方、欧州からの部品輸入に対しても関税を引き下げて、モロッコ国内生産車両のコストが低くなるように努めた。当面、国産化できない部品には輸入の自由化を認める一方で、現地化を進めるために外国の部品メーカーのモロッコ進出を全面的に支援した。そのためにフリートレードゾーンも数多く設置していった。これらの政策はメキシコにお

10 高崎（2011）（2014）も参照。

11 2015年現在、ソマカ社の株主構成は、ルノー 80%、PSA20%である。

12 その後2013年には第2組立ラインが増設され、サンデロⅡの生産が始まった。

13 なお設備の古いカサブランカ工場の輸出比率は70%、新鋭のタンジェ工場の輸出比率は94%である。

14 ここに記した輸入代替型工業化政策とはモロッコで1950年代から1990年代にかけて行なわれた政府による工業製品（自動車）の輸入を防ぐためにかけられた保護関税政策と、国営企業ソマカ社（ただし経営と技術には外資のルノーが参画していた）による自動車産業の国産化政策を意味している。

15 ここで輸出主導戦略とは2000年代以降にモロッコでルノーによって行なわれた輸出を最重点とし、国際競争力のある自動車を生産し、輸出するための生産拠点構築を意味している。そのためには、外資と技術を全面的に導入し、当面は国内資本や国内技術に頼らない戦略である。と同時に、品質とコスト競争力のある自動車を生産するためには、当面は部品の現地調達率が低くてもかまわないとするものである。加えて輸出のためには、輸出先国（主として欧州）との貿易自由化を全面的にすすめることであり、そのためには経済協定での相互条件として、貿易相手国からの自動車輸出に対して制限を設けず、受け入れることである。

16 2015年のモデル別の生産台数は把握できていないが、2014年のダチア車のモデル別の数値は以下である。カサブランカ工場ではサンデロが29,000台、ロガン24,000台、計5,300台、タンジェ工場ではサンデロ97,000台、ドッカー56,000台、ロッジ26,000台、計179,000台、両工場合わせて232,000台であった。

17 欧州域外からの完成車輸入に対しては17.5%の関税が課せられている。

18 この間モロッコ政府は完成車輸入に対する関税を引き下げてきた。EU域内生産車に対しては2008年に13%だったが、その後徐々に引下げ、2012年にはゼロへ、域外生産車に対しては2008年の32.5%から2012年に17.5%へと引き下げた。日本貿易振興機構（JETRO）パリ・センター（2011）による。

ける自動車産業の歴史と教訓から導き出されたものでもあった<sup>19,20</sup>。

## II 輸出主導戦略を可能とした要因

### 地理的条件が輸出主導戦略の成功要因

こうした輸出主導型戦略が成功した要因の一つはモロッコの地理的条件である。モロッコのタンジェからジブラルタル海峡を挟んでスペイン・アルヘシラス側とは最短距離は14kmしかなく<sup>21</sup>、フェリーで1時間程度で到着する。いったんスペイン・アルヘシラスに着くと、そこからはと欧州各国に2日以内で到達することができる。ルノー-日産のタンジェ工場からタンジェMED港<sup>22</sup>までは約30kmしかなく、高速道路A4線でトラックで20分程度で移動できる<sup>23</sup>。カサブランカ工場からもタンジェMED港までは約300kmで、片道4車線の高速道路で約3時間で到達することができる。モロッコと欧州双方で車両の認証基準が同じであるため、タンジェ工場で車両を積み込んだカーキャリアはそのまま欧州各国へ移動が可能である。また逆方向においては欧州内の部品工場部品を搭載したトラックはそのままモロッコ内を走り、工場に到達する。

### 政府による積極的な外資導入-輸出主導工業化政策

モロッコ政府は自動車(完成車)の生産のみでなく、他の産業/製品においても外資/技術導入による輸出主導型工業化政策を展開している。その代表的なものは、自動車用ワイヤーハーネスと航空機部品(主としてケーブルハーネス)である。

自動車用ワイヤーハーネス生産においては世界の有名なハーネスメーカー(住友電装、矢崎総業、フジクラ、フォレイシア等)の大半をモロッコ政府が誘致し、現時点では欧州最大のハーネス生産国となっている。推定で自動車年産300~400万台分のハーネスが生産され、90%以上は欧州の自動車工場に向け、輸出されている。欧州での自動車生産台数の3分の1から4分の1のハーネスがモロッコで生産され、大半はジブラルタル海峡をへて欧州域内へと輸出されているのである。モロッコ国内の自動車工場へ納入されるのは30万分台程度で、モロッコのハーネス生産台数の10分の1にすぎない。ハーネス生産においても輸出主導型戦略は鮮明である。

モロッコで最大のハーネスメーカーは住友電装であるが、同社は子会社や関係会社を4社設立し、7工場を建設し、2万人雇用し、約100万台分のハーネスを組み立てている。その納入先はルノーやPSA(工場はフランスとスペイン)、日産(英国)、VWとアウディ(ドイツ)、フィアット等(イタリア)である。なおこのハーネス生産においてもハーネスを構成する部材(例えばコネクタ)の大半は輸入であり、加工組立貿易的な面が強いと言えよう。

ただし断っておかなければならないのは、先に「モロッコ政府が誘致」と記したが、これらのハーネスメーカーがモロッコに欧州地域から移転するにいたった最大の要因は、自動

19 当然のこととしてメキシコ-米国間のNAFTAにおけるマキドローラ方式のエッセンスを受容している。

20 あるいは中国の広東地域の輸出加工貿易方式とも共通点がある。広東地域では深セン等で部材はすべて国外から輸入し、輸入した部材は保税のまま工場に持ち込み、若年労働力を使って加工組立作業を行ない、完成品はすべて輸出にまわす方式である。外国から資本と技術、部材を持ち込み、中国側提供の土地、建物、労働力と組み合わせる方式である。

21 タンジェ市内からはスペインの山脈が目視できる。

22 タンジェMED港のMEDとは、Mediterranean(地中海)の略である。

23 タンジェには年間1,000万人の観光客が欧州から訪問している。他のアフリカ諸国に比して治安が良いことが一つの要因であるが、交通費が小さいことも重要な要因である。

車メーカーがハーネスメーカーに対してモロッコへの移転を要請したからである。その理由は第一に欧州地域よりも賃金水準が低いからである。欧州で最も賃金水準の低い国の一つであるルーマニアよりもモロッコの方が低くなっている。第二に、ハーネス工場の集積国の一つであるルーマニアと比べると、スペインやフランス、イギリスまで搬送するロジスティック費用がモロッコの方が低いからである。

次に航空機部品の生産を見てみよう。カナダのボンバルディア社はカサブランカ国際空港に隣接して航空機部品（主としてケーブルハーネス）の組立工場を2013年設立した。70億円投資し、350人の従業員が雇用されている。ハーネス部品を構成するコネクタ等の部材は大半が輸入である。部材の輸入は空輸もあり、カサブランカ空港に隣接されることとなった。生産されたハーネス製品は100%が輸出される。航空機用ケーブルハーネス生産ではモロッコは世界第4位の生産国となった。またモロッコの航空宇宙分野製品の輸出の51%がこの航空機用ケーブルハーネスである。

モロッコに立地した理由は、第一に低賃金であり、第二に部材輸入の関税が低いこと、第三に他のアフリカ諸国と比較すると政情が最も安定しており、第四にモロッコ政府の優遇策が魅力的であったからである。

この事例が意味していることは、その国に製品技術や製造技術がなくても、外資による部材輸入と製造技術指導がなされれば、最先端技術の製品を新興国で組立てることが可能であることである。

自動車用ワイヤーハーネスと航空機用ケーブルハーネスに共通する点は、モロッコにとっては両製品の貿易収支が出超となっている事実である。すなわち両製品の生産においては工場設備の大半は外国から輸入し、主要部材も大半を外国から輸入し、モロッコでは加工と組立をおこない、その製品の大半を輸出している。モロッコで付加された価値は主として人件費であるが、それらの貿易収支は出超となっている。

こうした輸出加工組立貿易方式に対して「たんに低賃金が活用されているだけ」「製品技術は移転されていない」「設計プロセスは現地されていない」「作業員の技能も向上していない」等と批判することは誤りであろう。そのような批判は現実のある一面を指摘しているものの、初期的な技術や技能の定着が始まっている事実を見逃していることは明白である。そのような批判のみでなく、初期的な技術や技能をいかに次の段階へと発展、育成させていくかのプロセスを具体的に提案、実施していくことこそが問われているのである。

こうした外資導入-輸出主導工業化政策としてモロッコ政府が積極的に進めているインダストリアル・フリー・ゾーンは注目できる。その一つが、ルノー-日産社のタンジェ工場の近辺にあるタンジェ・フリー・ゾーンである。タンジェ・フリー・ゾーンは外資導入と輸出拡大をめざしてモロッコ政府が設置したものである。このゾーンに入居する企業には輸出義務が課せられている。モロッコ国内向け販売比率は制限されている。現在、自動車、航空、宇宙、繊維、ロジスティクス等、700社の企業が入り、空きスペースはほとんどない。日系企業としては矢崎総業、デンソー、フジクラ、住友電装、関西ペイントの5社が入っている。例えばデンソーは自動車用エアコンの部品を製造し、2014年で売上28億円をあげている。

#### 主たる輸出製品と輸出先地域

このような輸出主導型工業化政策の成果としてどのような製品を輸出できるようになっ

たのか、またどのような地域へ輸出しているのかを見てみよう。

まず輸出品目であるが、第1位は燐鉱石類で総輸出額の19%を占めている。第2位は自動車用ワイヤーハーネスで10%、第3位は自動車（完成車）で10%を占める。なお航空部品（主としてケーブルハーネス）は2%である。そして品目別に貿易収支を見ると、完成車は出超、ハーネスと航空機用部品でも出超で、自動車部品全体でも入超から出超に転換しつつある。

次に輸出先地域/国を見てみよう。地域別輸出先でダントツの第一が欧州で輸出額の64%を占めている。64%の内、スペインが22%を占め、国別輸出先で首位、フランスが21%で第2位である。地域別輸出先の第2位は米州（北中南米）であるが、8%にすぎない。驚くことに第3位はアフリカ/中東であり、わずか4%にすぎない。モロッコはアフリカに位置しながら、アフリカの他の地域とは貿易上の結びつきはきわめて弱く、欧州とくにスペインとフランスが圧倒的に強い。トルコと同じように、宗教的にはマイルドイスラム国であり、欧州との社会的経済的結びつきが強い国である。

このようにEUとの社会的経済的結びつきが強い一方で、EU内部の国の間で認められているヒトの往来の自由はモロッコに対しては制限されている。すなわちモロッコと欧州の間ではヒト、モノ、カネという三つの移動の面で、モノの面では関税が引き下げられ、貿易は自由化されている。カネの面でも資本は自由に行き交っている。しかしながら、ヒトの面では欧州からモロッコへの移動はフランスやスペイン等から年間1,000万人以上の大量の観光客がモロッコに押し寄せているが、モロッコから欧州へは制限が強くなされているのである。モロッコ人は欧州に自由に行き交うことができないのである。タンジェからスペイン・アルヘシラスへのフェリー乗船代はわずか2,500円だが、欧州側の入国管理が厳しいため制限されている。また2011年にEUから強制退去されたモロッコ人は1.5万人にのぼっている。

しかしながらモロッコ人の移動が制限されているという事実は、欧州各国からすると、平時のヒトの受け入れを制限したままでも自由貿易相手国としている受け入れることのできる国であることを意味する。すなわちある国のEU加盟を認めると、貿易自由化は進むが、その国のヒトの受け入れも容認せざるを得なくなる。それは受け入れ国で自国民の失業を増大させると言われる。ところがモロッコに対しては貿易自由化のみを認め、平時のヒトの受け入れは認めなくてもよいのである。このことはモロッコをして欧州にとって「使い勝手の良い」国にしている。

### 自動車の部品国産化プロセス

ここで自動車（完成車）生産に戻ろう。自動車産業の国産化が進める上で最重要なのが部品の国産化の進展である。国産化は部品の現地調達率と言い換えられる。2015年現在、ルノー-日産社のタンジェ工場における部品現地調達率は40%程度と公表されている。設立当初は、現地調達率は2012年38%、2015年56%と目標設定されていたが、達成できていないことは事実である。そして公表されている40%という数値にも実際には迂回輸入が含まれており、実質は30%を下回ると推測される。迂回輸入とは、外国から部品をいったんモロッコの部品メーカーに輸入し、そこでほとんど加工を行なわないで、極端な場合には梱包を換えるだけで中味はまったく同じまま自動車メーカーに納入するやり方である<sup>24</sup>。

ここでモロッコ自動車産業における部品国産化の困難性について指摘しておこう。第一

24 迂回輸入や「見かけの現地調達率」「真水の国産化率」等については、塩地（2015）参照。



にエンジン生産である。現時点ではエンジンとミッションはすべて輸入されている。エンジンが国産化されないと国産化率が50~60%を超えることはあり得ない。2019年に設立されるPSAのケニトラ工場ではエンジン工場の建設が予定されているが、それが稼働したとしてもエンジン構成部品の大半は輸入され、そこでエンジンが組み立てられる工場となる可能性は高い。なぜなら金属の精密加工の技術がまだ十分に確立されていないからである。

とはいえ、こうした構成部品の大半は輸入するものの、それを組み立てて完成させたエンジンを再度輸出するというエンジン組立拠点立地の可能性がある。それはモロッコがロジスティクス上きわめて有利な位置にあるからである。

第二に、自動車用鋼板の国産化の困難性である。現在モロッコの鉄鋼生産高は年産250万トン程度である。日本の1億トンの40分の1である。また鋼板メーカーは2社（ミタルの子会社ソナシッドとマグレブ）があるが、モロッコには高炉メーカーがないため、この2社はいずれも鋼塊（ブルームやスラブ等）を輸入し、それで建設用鋼板/条鋼を生産しており、今後自動車鋼板に乗り出す可能性は小さい。従って自動車用鋼板は今後もすべて輸入と推測される。自動車部品の10~20%程度を占める鋼板がすべて輸入となることは、国産化率を増大させる制約となっていることは明白である。

第三に、とはいえ2000年から2012年にかけて自動車産業関連企業数は35社から200社と6倍弱に増大し、自動車関連雇用者数も2万人から7.5万人に4倍弱となった。モロッコ政府も2020年までの部品産業育成計画を公表し、ワイヤーハーネスや内装、金型、バッテリー等に重点をおいている。たとえ自動車の主要部品の国産化が困難であるとしてもその他の部品の国産化および輸出化の可能性はロジスティクス上の有利性故に存在している。モロッコがそうした自動車部品の輸出拠点国として登場する可能性は否定できない<sup>25</sup>。

### モロッコの競争優位

ここでモロッコの競争優位を再度整理しよう。それは第一に、地理的位置から生まれる物流上の優位性である。欧州との距離の近さ故に物流コストが小さく、同様に距離の近さ故に物流時間が短いことが優位を産み出している。

第二に、FTA等の経済協定による関税障壁の低さである。外国からモロッコへの部品/部材に対する輸入関税が低いことが挙げられる。他方モロッコから外国へ輸出する際の関税も低く、モロッコと外国がともに自由貿易の利益を享受している。

第三に、モロッコの賃金の低さと若年層の豊富さである。前述したように、欧州では低い水準にあるルーマニアよりも低い賃金水準で人が雇える。かつモロッコの人口ボーナスは2030年代まで続く。

第四に、北アフリカで唯一政情、治安が安定している国である。この点は工場進出をはかろうとしている外国資本にとっては魅力的な点である。

第五に、モロッコはマグレブ<sup>26</sup>市場への玄関口として活用しやすいという優位性である。だがこの点は、自動車市場としてマグレブ諸国は未だ発展していないので、玄関口としての活用策は現時点では限定的である。

ではこうした競争優位はどこまで維持できるのであろうか。第一に地理的位置から生まれる優位性は崩れにくいと言える。その理由は国の地理的位置は変更できないことにある。

25 フォードは2015年5月にモロッコ事務所を設立し、同社のスペイン・バレンシア工場向けのモロッコでの部品調達を二倍にする。フォーイン（2015）による。

26 マグレブとはリビア、チュニジア、アルジェリア、モロッコなど北西アフリカ諸国の総称。

他の競争要因は社会経済の変化によって喪失する可能性もあるが、地理的位置は変更できない。社会的経済的に停滞しがちな欧州に隣接しているが故に、欧州にある生産拠点に代わってモロッコの生産拠点がその役割を果たすことが可能となる。この点ではトルコ以上に競争優位を持っている。

第二に、FTA等（55カ国）の経済協定による関税障壁の低さとそれによる貿易自由化という点では、今後他の国もモロッコと同様に貿易自由化を進めれば、モロッコの独壇場ではなくなる。

第三に、労働力費用の低さとその豊富さという点でもモロッコの競争優位がいつまでも続くわけではない。モロッコと同様に人件費が低い国、あるいはモロッコよりもさらに低い国は多々ある。そうした国に先進国企業が進出を躊躇しているのは、第四の要因として挙げた政情の安定性が問題が大きいからである。またモロッコの所得が今後経済成長によって増大すれば人件費が低いという競争優位はなくなるであろう。

第四に、北アフリカで唯一政情、治安が安定している国であるという相対的優位性は維持されると思われる。アフリカの他の国に比較して、モロッコの政治的安定性は相当強いものがあるように思われる。

#### 日系自動車メーカーの動向

ところで、モロッコが競争優位を持っている面がありながら、日産自動車を除くと、何故日系自動車メーカーはモロッコへの進出を積極的に検討していないのだろうか。それは第一に、既に欧州には生産拠点を複数もっているからであり、それらの生産拠点の稼働率は現時点では高くなく、余裕がまだあるからである。たとえばトヨタはトルコ、英国、フランス、ロシア、小規模だがポルトガル、部品生産だけだがポーランドに工場を配置している。それらの中には稼働率が低く、過剰能力を抱え採算の悪い工場も見うけられる。そうした中で新たに生産拠点を追加するという判断は困難であろう。第二に、欧州自動車市場は成熟しているし、アフリカ自動車市場もまだ小さく、新たな生産拠点の必要性は小さい。欧州市場（東欧含む）は年販1,800万～2,200万台で伸びる余地は小さくなっている。アフリカ市場は未だ150万台程度で今後伸びる余地は大きい、伸びるのは2020年代後半以降とされている。第三に、日系メーカーは「売れる国で作る」という発想が強く、モロッコ市場（13万台）よりも大きな自動車市場を有する国は欧州には多々ある。そうした販売台数の大きな国で生産しないで、わずか13万台の市場で生産し、そこから他の欧州の国に輸出するのは、「売れる国で作る」という考えに反することとなる。

こうした理由がある故、英国やフランス、トルコ等の低稼働不採算工場を縮小あるいは閉鎖し、モロッコへ移転するというアイデアは当面は出てこないであろう<sup>27</sup>。

以上、モロッコの競争優位を産み出した要因を検討してきた。次に供給-需要パターンによってモロッコの特質を探ることとする。

### III 供給-需要パターンによる分析

本節の課題は、輸出主導型産業育成戦略によって進められているモロッコ自動車産業が持つ意味を国際比較の観点から明らかにする。

27 他方、フランスの自動車メーカーは仏政府の強固な反対にもかかわらず、フランス国内の工場を閉鎖し、西欧から東欧へ、さらには北アフリカへと工場能力を移転させつつある。

### 供給-需要パターン

国際比較の方法としては、塩地（2016）においてブラジル自動車産業を分析した時のように、モロッコ自動車産業の特徴および国際競争力を「供給-需要パターン」を用いて分析する。ここで再度、供給-需要パターンを説明しよう。図4は供給-需要パターンを例示している。左側に供給サイド、右側に需要サイドを示している。

左側の供給サイドは、当該国の生産と輸入で構成され、それぞれの台数を面積比で示している。生産は、当該国で生産された車が当該国の国内販売および輸出に供給されたことを意味している。輸入は、他国で生産された車が当該国の国内販売に供給されたことを意味している。

他方、右側の需要サイドは、当該国の国内販売と輸出で構成され、それぞれの台数を面積比で示している。国内販売は当該国で生じた需要を意味し、輸出は当該国で生産された車に対する、他国で発生した需要を意味している。

左側の供給サイドと右側の需要サイドの関係を説明すると、まず供給サイドの台数と需要サイドの台数は、在庫等を無視すれば等しくなるはずである。次に、供給サイドにおける他国からの輸入は、右側の需要サイドの国内販売台数の一部となる（ここでも在庫は無視。以下同じ）。また供給サイドの生産の一部は需要サイドの国内販売の一部となる。と同時に生産台数の内、国内販売に向けられた車以外の台数は輸出されることを意味する。逆に、右の需要サイドから説明すると、国内販売は国内で生産された車の一部と輸入された車によってまかなわれる。輸出された車は、そのすべてが国内生産によってまかなわれるとする。すなわち輸入された車がそのまま三国輸出されることは例外と見做し、存在しないこととする。

各国の自動車産業の競争力は、この供給-需要パターンを見ることによって、その一端が評価されうると考えている。すなわち、供給パターンにおける生産と輸入の比率、および需要パターンにおける国内販売と輸出の比率を見ることによって各国の自動車産業の競争力を評価する。もちろん競争力を評価しうる他の分析ツール<sup>28</sup>もあるが、本稿ではまずは、この供給-需要パターンでもって各国の自動車産業の競争力を評価することとする。

### 競争力の強い国と弱い国のパターン

最も自動車産業の競争力が強い国のパターンは図5である。供給サイドにおいては、国内の生産台数が大半を占め、輸入の比率は小さくなる。何故なら、国内で生産された車の競争力が高いために、輸入車が入ってくるのを困難とし、輸入車シェアが小さくなるからである。かつ、需要サイドの国内販売と供給サイドの輸入を比較すると、必ず輸入の占める比率がきわめて低くなる。国内市場は国内で生産された車が大半を占めることとなる。他方、需要サイドにおいては、国内で生産された車の競争力が高いため、多くの車が

図4 供給 - 需要パターン



28 塩地（2012）で提起した「生産国基準/メーカー基準」もそうした分析ツールの一つである。

他国へ輸出することが可能となる（海外生産はここでは捨象）。日本や韓国がこのパターンとなっている。

次に自動車産業の競争力が弱い国のパターンである図6を見てみよう。このパターンでは左側の供給サイドにおいて当該国の国内生産車の

図5 競争力の強い国

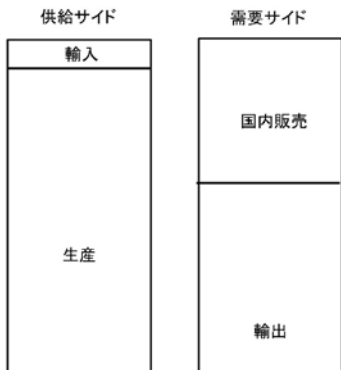


図6 競争力の弱い国



競争力が充分でないために他国からの輸入車の占める比率が高くなっている。図6では、ほぼ半分が輸入によって供給されている。かつ、需要サイドの国内販売と供給サイドの輸入を比較すると、必ず輸入車の占める比率が大きくなり、半数近くを占めることとなる。他方、需要サイドでは当該国で生産された車の競争力が弱いために輸出は小さくなってしまう。

図7 競争力のきわめて弱い国



さらに競争力が弱い場合は、図7に示したように、供給のほぼすべてが輸入によって満たされることとなる。国内生産はゼロに近づく。かつ、需要サイドの国内販売と供給サイドの輸入を比較すると、輸入車の占める比率がきわめて高くなる。国内市場は輸入車にほぼ完全に支配されることとなる。需要サイドでは当該国で生産された車の競争力がないため輸出は消滅する。

モロッコのパターン

ではモロッコはどのようなパターンをとっているのか。それを示したのが図8である。モロッコは、需要サイドでは輸出の占める比率が国内販売の比率を上回っており、競争力の強い国の特徴を有している。しかしながら、供給サイドでは、一見生産の占める比率が高く見えるが、需要サイドの国内販売と供給サイドの輸入を比較すると、輸入が国内販売の77%を占めている。国内市場の23%しか国内の生産でまかなえていないのである。基本的には供給できていないのである。国内市場は基本的には輸入車に奪われていると言っても過言ではない。

図8 モロッコ



ただし完成車輸入に対する関税がモロッコではEU域内からの輸入車に対しては関税が0%と完全に自由

(出所) 比率はフォーイン (2016) による。

化されていることに注目する必要がある。通常、新興国では完成車輸入に対する関税が25%以上と高く設定されているのに対し、モロッコではEU域内からはゼロである。EU域外からも17.5%と低いが、輸入車の90%以上は、関税がゼロのEU域内からの輸入である。こうした点を考慮すると、たしかに国内市場の77%を輸入車に奪われているとしても、いちがいにモロッコ自動車産業が決定的に弱小であるとは言い切れないのである。輸入車に対して保護主義政策として台数制限や高関税を課することによって輸入車シェアを押さえ込んでいる新興国（BRIC等）が多いが、そうした国よりもモロッコを選択が将来的に良い結果をもたらす可能性があるのは、関税ゼロで入ってきた輸入車に対して国内で生産された国産車がコスト競争で対等に正面から競わざるを得ないことによって、国産車のコスト競争力、国際的競争力が鍛えられる故である。保護主義によって高関税で輸入車を入らなくして、国産車を保護しても、いつまでたっても国産車のコスト競争力、輸出競争力が高まらない新興国よりも、モロッコの戦略は当面は辛いのが、将来につながる道であるかもしれない。

実際にも輸出においては、2015年に26万台もの車を主としてEU各国に輸出している。EU以外の周辺国でこれほどの輸出台数をもっているのはトルコのみである<sup>29</sup>。

#### メキシコおよびトルコとの比較

モロッコ政府は自動車産業育成政策のベンチマークをメキシコ自動車産業においている。ではここでメキシコ自動車産業を供給-需要パターンで分析し、どのように意味でモロッコのベンチマークとなるのかを検討しよう。

メキシコは図9に示したように供給サイドでは輸入を抑え込んで、国内生産が大きな比率を占めている。そして需要サイドの国内販売と供給サイドの輸入を比較すると、国内販売に占める輸入比率が36%程度であり、77%を占めるモロッコとは大きく異なっている。メキシコをベンチマークとしているモロッコに問われる課題は、輸入車に打ち勝つ競争力を有した国産車を生産することによって国内生産の比率を増大させることである。とはいえ現在、モロッコにおいて生産しているのはルノー/日産タンジェ工場とソマカ・カサブランカ工場の2拠点のみであり、とにかく国内で生産する自動車メーカーを増やすことが問われている。

次にトルコとの比較を試みよう。なぜならトルコ政府は、EUとの関税同盟に入り、EUへの完成車輸出拠点としてトルコの自動車生産拠点を構築しようとしてきたからである。この意味でトルコはモロッコの先行者といえるからである。図10はトルコを示したものであるが、モロッコとトルコの共通点と相違を述べると、第一に、生産に占める輸出比率が高いことは共通している。モロッコが90%、トルコが75%程度である。また完成車輸出はEU向けがメインであることも同じである。

図9 メキシコ



（出所）数値は、日本自動車工業会『世界自動車統計年報』による概数である。

29 トルコ自動車産業については、塩地・富山（2011）参照。

ただし第二に、現時点では人件費の低いモロッコがトルコよりもコスト競争力において優位な位置にいる(部品産業の競争力の相違はここでは無視している)。

第三に、人口の多寡と自動車市場の規模ではトルコが優位であり、そうした国内販売向けの生産台数を大きくできる優位性をトルコは有している。既述したように3,500万人とモロッコは人口が小さく、たとえ所得水準が増大したとしても人口の小ささから国内市場は年間販売台数60万~80万台程度で頭打ちになると予測される。それはモロッコと同じ人口規模のマレーシア(3,000万人)では1人当たりGDPが1万数千ドルまで上がったが、年間販売台数は65万台程度で飽和化しつつあることが一つの根拠である。現時点では、モロッコの所得(1人当たりGDP3,500ドル)と自動車普及率(1,000人当たり100台)はともに、トルコの所得(9,000ドル)や自動車普及率(1,000人当たり200台)の半分以下にすぎない。将来、モロッコの所得水準が増大した時に自動車市場の一つの先行事例となっているのがマレーシアである。

他方トルコは人口が8,000万人と大きく、国内自動車市場が年間販売台数100万台水準まで拡大している。こうした人口規模の相違がモロッコとトルコの自動車産業の基盤を規定していく一つの重要な違いを生み出すこととなる。

第四に、欧州への物流費を比較すると、西欧地域に対する完成車供給ではモロッコがトルコよりも地理的および輸送手段上優位にある。東欧地域に対する供給はトルコの方が優位であるが、欧州の自動車販売台数約1,900万台の内、西欧が約1,400万台、東欧が500万台と、西欧が東欧の3倍近くに達している。それ故モロッコが全体的には優位となる。

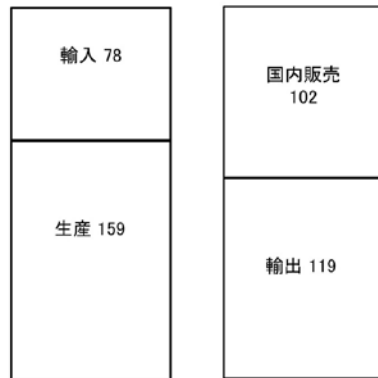
第五に、モロッコ自動車産業の競争優位は、政府が自動車/部品に高いプライオリティをおき、育成しようとしていることである。一方トルコ政府は自動車産業への、モロッコほどの特別な優先政策を展開しているわけではない。他方モロッコ政府は、モロッコは人口が小さく、現時点では所得も低く、国内自動車市場は当面は大きくならないと考えている。言い換えると、国内自動車市場拡大に中途半端な期待はもっていない。輸出のみで勝負しなければならないという割り切りが明確であり、国際競争力のある産業育成にプライオリティをおいているのである。

以上、供給-需要パターンを用いて国際比較の観点から、とくにメキシコおよびトルコの自動車産業との比較を通してモロッコの特徴を検討した。

#### IV 自動車産業国産化政策の類型とモロッコの選択肢の狭さ

本節の課題は歴史上の各国の自動車産業国産化政策を類型化し、モロッコにとっては現在採っている第二類型(開放主義/外国資本類型)以外に選択肢がないことを明らかにすることである。

図 10 トルコ  
供給サイド 需要サイド



(出所) 数値は、日本自動車工業会『世界自動車統計年報』による概数である。

まず各国の自動車産業国産化政策を四つの類型に整理してみよう。四つの類型は、図11に示したように、一方で垂直軸は、保護主義を採るか、あるいは開放主義をとるかで分かれ、他方水平軸は、本国資本の自動車メーカーを重点的に育成するか、あるいは外国資本の自動車メーカーでも受け入れるとするかで分かれる。

図11に示したように、第一の類型は、1950年代から1970年代にソ連やインド等で行なわれていた徹底した保護主義に基づいて本国資本の自動車メーカーを育成する国産化政策である。

第二の類型は、BRICs等の新興国で行われてきた方式で、保護主義を維持するが、外国資本とその技術を積極的に導入し、自動車産業の発展をめざす政策である。こうした国は保護主義故にコストが割高になり、輸出競争力を持つことができず、国内市場に依存する度合いが高くなっている。

第三の類型は、第一の類型による自動車産業国産化が頓挫した後にその反省にたって、1990年代半ば以降にメキシコやトルコ等で行われた方式で、保護主義を排し、かつ外資を導入し、輸出に重点をおく政策である。モロッコの輸出主導型育成政策はこの第三類型に属している。そしてモロッコは既に述べたように最後発故にまた人口小国故に、この類型の特質を極端な形で進めたものである。

第四の類型は、これは新興国ではなく先進国に見られる方式であるが、保護主義を排し、外国資本も受け入れているが、本国資本の自動車メーカーの競争力が強いために、結果として外資自動車メーカーの現地生産の比率はそれほど高くない国である。

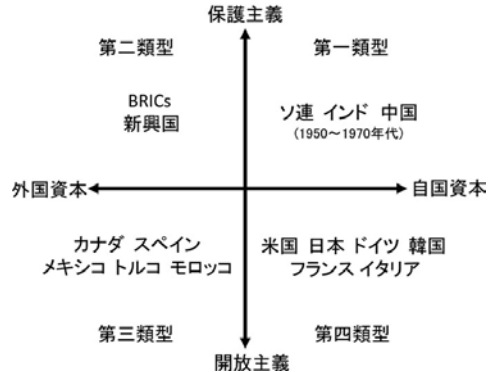
#### 第一類型：保護主義/本国資本類型

第一の類型は、保護主義と本国資本による国産化をめざすものであった。その特徴は徹底した保護主義に基づいて本国資本の自動車メーカーを育成することにあった。先進国からの完成車輸入は厳しく制限し、本国メーカーによる開発/生産を強力に押し進めた。ただしまったくの独力では不可能なので、ソ連やインドでは外資自動車メーカーや部品メーカーから技術や経営管理方式を政府の管理の下で限定的に受け入れることもあった。ただし、部品の輸入は徹底的に制限し、国産部品を使用することが試みられた。部品の国産化は部品メーカーの育成というよりは、自動車メーカー自身が部品の内製化をはかる方向で進められた。1960年代から1970年代の以降の中国もそうした保護主義による自力更生の国産化路線を採らざるを得なかった。完成車の輸出は、ソ連ではセフ（コメコン）諸国への輸出がわずかに見られたが、インドや中国では皆無に近かった。

#### 第二類型：保護主義/外国資本類型

本国資本の自動車メーカーにのみに頼る第一類型では自動車産業の国産化が進まない、あるいは国際競争力が低下する一方であった。そこで外国資本の自動車メーカーの資本や技術、経営方式を受け入れようとする国が現れた。それが第二類型の保護主義/外国資本類型を採る国である。1980年代半ばに中国で始められたのはこうした保護主義を維持しつ

図 11 自動車産業政策の類型



つも、自力更生を脱し、外国資本（VW等）を受け入れることであった。中国では2000年代にこうした外資との合併がさらに進められた<sup>30</sup>。ただし現在の中国には自国資本の自動車メーカーが多々存在し、生産台数シェアの40%程度を占めている。それ故中国の図11での位置は、第一類型（保護主義/自国資本）と第二類型（保護主義/外国資本）の二つの類型にまたがって存在している。

他方、ブラジル等の新興国では、自国資本の自動車メーカーの存在がきわめて小さかった、あるいは存在しなかったため、そもそも第一類型（保護主義/自国資本）の時期を経ることなしに第二類型として自動車産業の国産化が始まっている。

しかしこれらの第二類型の国の大半は、保護主義を採っているために国外から低コストの部品を輸入することができず、国内の割高の部品を使用せざるを得ないために完成車コストが高くなり、輸出競争力を失っている場合が多い。それ故自動車産業は自国の国内市場に強く依存せざるを得ない国が多い。中国の自国資本自動車メーカーはたしかに年間100万台前後の輸出を行っているが、先進国メーカーが輸出していない地域/国に向けたニッチ輸出であり、その国際競争力は小さい。

ただしタイは国内の部品産業が力をつけており、保護主義から脱することが可能な段階にあり、輸出も最大100万台（2012年、生産250万台、国内販売150万台）に達している。タイは第二類型（保護主義/外国資本）から第三類型（開放主義/外国資本）に大きくシフトし続けていると言えよう。

### 第三類型：開放主義/外国資本類型

第一類型（保護主義/自国資本）の国における自動車産業国産化が頓挫し、第二類型（保護主義/外国資本）を採る新興国の中でも国産化が遅々として進まない国が見られる中で、2000年代頃から注目を集めるようになったのが、第三類型（開放主義/外国資本）である。こうした国では保護主義を抑え、可能な限り開放主義を採り、自由貿易の下で自国の利益を享受している。また外国資本の自動車メーカーが高い生産シェアを取り、自国資本メーカーが存在しない国が多い。

他の類型と比して特徴的なことは、輸出比率がきわめて高いことである。生産した数10%もの自動車を輸出している国もある。第二類型（保護主義/外国資本）は国内市場への依存度が高いが、第三類型（開放主義/外国資本）の国では自国市場への依存度はそれほど高くない。

加えて開放政策の下では、部品の現地調達率を引き上げることにそれほど熱心ではなく、国際競争力のある部品を輸入することによって完成車のコストを引き下げ、その結果として輸出競争力を増大させることに傾注している。ただし、外国資本の部品メーカーが進出する以前から存在していた自国資本の部品メーカーがメキシコでは消滅してしまったという指摘がある<sup>31</sup>。

この第三類型の政策を最初に採用した国は1970年代のカナダであった。カナダに展開し

30 こうした外資合併方式による国産化については中国国内で批判が多く存在する。それは中国側から見ると、外資合併メーカーのライセンス車生産が増大しても、真の中国国産車とは言い難いからである。こうした状態は「貸家経済」と表現され、中国側は家を貸して家賃を取っているが、実際の事業は外国側がそのほとんどを行っていると認識されている。さらに強い表現で「義和団事件後の列強による中国領土分割と似た状況」（『新京報』2004年5月13日）や「合併企業はアヘンだ」（『中国汽車報』2012年9月10日）との指摘もある〔丸川（2013）〕。中国の重点産業の中では自動車産業は最も劣等生で、中国政府は自国資本の自動車メーカーに対して中国の独自ブランド車を開発することを強く要求している。

31 星野（2014）。



ている米国自動車メーカーはそれまではカナダ国内市場への供給が大半であったが（すなわち第二類型）、この時にカナダ政府は保護主義的貿易政策を転換させ、部品輸入を進め、完成車輸出を積極的に展開し、第三類型に転換した。その後1980年代にスペインもこの類型に入り、2000年代以降にはトルコやメキシコ、そして2010年代にモロッコが続くこととなった。

加えると、英国は1960年代から1970年代にかけて自国資本メーカーが弱小化してしまった結果として、自らが選択したのではなく、否応がなしに第三類型の国とさせられた。

#### **第四類型:開放主義/自国資本類型**

この第四類型は開放主義を採りながらも、自国資本の自動車メーカーが高いシェアを維持している国であり、米国、日本、ドイツ、韓国、フランス、イタリアの6カ国である。自国の部品産業が強いために、部品の輸入に高い関税をかけることは少ない。現地調達率を強制することもあまり見られない。米国（15%）を除くと残りの5カ国では完成車の輸出比率が高く、生産の50～75%が輸出されている。

#### **各類型のパフォーマンスとモロッコの選択肢**

以上、各国の自動車産業政策を四つの類型に分けてそれぞれの特徴を説明した。そこでこの四つの類型の中から現時点でモロッコが採るべき他の選択肢があるのか否かを再吟味しよう。

第一類型（保護主義/自国資本）は既に過去に破産が明らかとなった方式であり、現時点で再評価する必要はないし、モロッコがこの類型に転換することはあり得ない。他方、第四類型は最も強い競争力を持つ国であり、パフォーマンスが最も高いのは言うまでもない。ただモロッコがこの類型に転換することは現時点では実力的に絶対に不可能であり、選択肢とはなり得ない。残るのは第二類型への転換である。モロッコが開放主義をやめて、保護主義に転換し、輸出よりも国内市場への供給を重視することに転換することは可能だろうか。またそうすることによってモロッコの自動車産業の発展を図ることができるだろうか。それはいずれも否である。モロッコのような人口小国で国内市場に重点を置くことは誤った選択である。モロッコ自動車産業の発展にとっては輸出に重点をおかざるをえない。ただし、国内市場を無視してもよいわけではなく、現在輸入車によって奪われている国内販売シェアを取り返すべく、そのためのモデル投入と供給能力構築が求められている。しかしプライオリティとしては、より一層輸出先を開拓し、輸出台数を増大させることが最高位にあると考えられる。

#### **おわりに**

本稿はモロッコが採っている輸出主導型の自動車産業育成戦略の歴史的経緯とその内容について分析を行なった。またその競争優位がどこから生まれたのかを明らかにした。そして供給-需要パターンを用いてモロッコの自動車産業の強みと弱点を明らかにし、最後に各国の自動車産業国産化政策を類型化する中で、第二類型に属せざるを得ないモロッコの事情を確認した。

今後、第一に、モロッコにおける自動車用ワイヤーハーネス産業等の部品産業の競争力、第二に、モロッコ車の輸出先での競争関係、等を掘り下げて分析することが求められている。

## 参考文献

- 塩地洋（2009a）「自動車メーカーの新興国への段階的参入戦略ーロシアへのトヨタ自動車の参入を事例としてー」『産業学会研究年報』第24号.
- 塩地洋（2009b）「世界最大となった中国自動車市場の今後」日本自動車工業会『JAMAGAZINE』第43巻第12号.
- 塩地洋（2009c）「海外における日系企業のディーラー経営」『アジア経営研究』第15号.
- 塩地洋（2010a）「自動車輸出における輸出経路マネジメントー総合商社への業務移管を中心にー」『産業学会研究年報』第25号.
- 塩地洋（2010b）「中古車輸出業の特徴と構造」『日本経営学会誌』第26号.
- 塩地洋（2010c）「グローバルトップ5へと成長した韓国自動車メーカーー「Five Star制度」による品質改善が原動力にー」日本自動車工業会『JAMAGAZINE』第44巻第8号.
- 塩地洋（2011a）『中国自動車市場のボリュームゾーンー新興国マーケット論ー』（編著），昭和堂.
- 塩地洋（2011b）「ロシアの可能性」ロシア極東地域等への中古車輸出の現状と今後」大森経徳他編『北東アジアに激変の兆し』第4章，桜美林大学北東アジア総合研究所，所収.
- 塩地洋（2011c）「中古車輸出のビジネスモデル」『流通研究』第13巻第1・2号.
- 塩地洋（2011d）「日系自動車メーカーの新興国マーケティング戦略ー中高級車重点戦略と今後の課題ー」『産業学会研究年報』第26号.
- 塩地洋・富山栄子（2011）「EU関税同盟の利を活かした輸出拠点ートルコ自動車産業の概括的検討ー」『敬和学園大学研究紀要』20号.
- 高崎晴華（2011）「モロッコ自動車産業の新展開とEU」『九州経済学会年報』49巻.
- 日本貿易振興機構 [JETRO] パリ・センター（2011）「マグレブ3カ国の経済・貿易・投資（モロッコ）」
- 苑志佳（2012）「アフリカの日本型ハイブリッド工場シリーズ（D）矢崎総業ーモロッコの日系自動車部品ハイブリッド工場ー」『赤門マネジメント・レビュー』11巻10号.
- 塩地洋（2012）「日韓中自動車産業の国際競争力」『産業学会研究年報』27号.
- 塩地洋（2013）「インドネシア自動車市場拡大の論理を読み解くー車種構成と所得分布に着目しながらー」『同志社商学』64巻5号
- 丸川知雄（2013）『現代中国経済』有斐閣.
- 高崎晴華（2014）「EUの新たな製造拠点モロッコ」『MUFU BizBuddy』.
- 日本貿易振興機構 [JETRO]（2014）「モロッコのビジネス環境」
- 星野妙子（2014）『メキシコ自動車産業のサプライチェーンーメキシコ企業の参入は可能か』アジア経済研究所.
- 国際協力機構 [JICA]（2014）『モロッコ王国 民間セクター開発に関する情報収集・確認調査 最終報告書』（アイエムジー）.
- 経済産業省（2015）『相手国の産業政策・制度構築の支援事業（アフリカ諸国における自動車関連産業の成長可能性にかかる基礎調査）報告書』（委託先:トヨタ）.
- 塩地洋（2015a）「アセアン統合に伴う自動車生産拠点再編を考えるー日系自動車メーカーを中心にー」『産業学会研究年報』第30号.
- 塩地洋（2015b）「自動車産業における部品国産化ライフサイクル」『アジア経営研究』21号.

- 塩地洋（2016）「新興国におけるモータリゼーションの析出方法－標準保有台数とSカーブを指標として」『アジア経営研究』22号.
- フォーイン（2015a）「モロッコ，市場は2015年に増勢続く，PSAが2019年に工場稼働を決め，政府はさらなる産業集積を目指す」『FOURIN 世界自動車調査月報』363号.
- フォーイン（2015b）『FOURIN 世界自動車統計年刊 2015』
- 塩地洋・富山栄子（2016）「ブラジル自動車産業の概括的検討－市場・生産規模は大きい，国際競争力が脆弱」『赤門マネジメント・レビュー』15巻8号.
- フォーイン（2016）「北アフリカ，モロッコは生産50万台規模へ，アルジェリアは輸入制限により市場は半減」『FOURIN 世界自動車調査月報』367号.
- 日本自動車工業会『世界自動車統計年報』各年版.
- 日刊自動車新聞社・日本自動車会議所共編『自動車年鑑』各年版

