〈7　発表要旨〉

ブラジルにおける自動車産業の発展過程
——組立部門の競争形態と——
部品部門の構造変化

北海道情報大学　　田中　祐二

1　自動車組立企業の競争形態と戦略

ブラジルにおいて自動車産業が本格化するのは1950年代であり、58年までにVW（フォルクスワーゲン）、GM（ゼネラルモーダーズ）、フォードなど10の外資系自動車企業が進出し、ブラジル系企業1社（FNM）が設立された。1953年の完成車輸入禁止措置により供給不足が生じ、60年代初頭まで急成長がつづく。

ところが、次第に需要が満たされていき成長が鈍化したところで(60年代中葉)、組立企業の集中・再編（アメリカ・ビッグ3の乗用車部門への参入およびブラジル資本の外資への吸収がその特徴）がおこり、これを契機に乗用車組立部門においては、製品差別化戦略（モデル・チェンジの加速化とモデルの多様化）に基づく非価格競争が展開されることになる。しかも、このような競争形態の採用を可能にしたのは一部の経済エリートへの極度の所得集中であり、これがこの上位10～15％の所得層をして、乗用車の頻繁な買い換えと複数車所有を可能ならしめ、60年代後半から70年代にかけての成長を支えたのである。　ところが、1970年代中葉から成長はやや鈍化し、80年代に入りついには停滞するようになる。これは、国内販売が79年までは減速こそすれ増加傾向にあったのが、80年代には逆に減少していることと関係している。そして、この国内市場の停滞に直面した自動車組立企業は輸出戦略に切り換え、74年から85年までの間に乗用車輸出は、4万8,000台から16万1,000台へと、実に3.4倍に増加したことになる。もっともこれは72年に導入された輸出特別計画の税恩典制度（BEFIEX）を利用したうえでのことである。

II　部品企業の構造変化

先に述べた完成車輸入禁止措置に基づく供給不足によって自動車生産が急上昇するに応じて、自動車部品企業数も急激に増加し、1951年にわずか51社であったのが64年には1,500社を数えるに至っている。さらにこの点は国産化率を高め、53年にわずか18%であったのが60年には98%にまで上昇させたのである。

ところが、組立部門がモデル・チェンジおよびモデルの多様化戦略をとったことに照応して、ブラジル系中小部品企業に構造変化が生じることになる。すなわちそれは第一に内製化への傾向（この場合、組立部門による内製化と部品部門それ自体によるものが存在している）としてあらわれている。組立部門によるものは、組立部門と部品部門の成長格差となってあらわれる。すなわち、1969年までは両部門とも年間成長率は20%を示していたのに対して、それ以降は（一応72年までを考えている）組立部門が25～26%であるのに、部品部門は20%に止まっている。たとえば、中小企業であるランチフリ社はその製品をＧＭに、カイク社はフォードおよびＶＷに内製化されている。

部品部門の構造変化を示す第二の要因は、中小部品企業による組付市場から補修市場への市場転換である。たとえば、会社設立時に組付用部品を供給していたと確認できる14社をとれば、最近も組付市場のみを対象としているのはたった3社のみで残りは補修市場に転換している。逆に設立時に補修用部品を供給していた13社のうち、組付市場へ参入したのは2社のみで、残りの企業のうち4社が他部門へ退き、7社は依然として補修市場に止まっている。

このように、内製化傾向および補修市場への市場転換は、組付部門のモデル・チェンジおよびモデルの多様化戦略に中小部品企業がついていけなかったことによることが、H．ハチネールの研究グループの調査でも明らかになっている。

III　部品輸出の拡大

さて1970年代中葉以降から次第に始まり、80年代には深刻な状況になった国内市場の停滞は、完成車のみならず部品をも輸出市場に向かわしめた。エンジンを含めた自動車部品輸出は、70年代には600万ドルであったのが85年には8億5,700万ドルへと激増している。しかも、輸出されている主な部品（1984年）は、エン

ジン（30.7%）、カー・ラジオとその部品（16.5%）、アクセサリー（9.3%）、シリンダー・ブロック、ヘッドおよびクンラク・ケース、スリーブ（5.3%）などであった。さらに、それぞれの部品の輸出企業は、エンジンがGM、フィアット、フォードなどの外資系組立企業であり（やっと10位にブラジル系企業が入っている）、カー・ラジオはフィルコ、フォード、ボッシュなどの外資系組立・部品企業によって担われ、アクセサリーやシリンダーも上記2者と同様の傾向があった。すなわち、輸出の主役は外資系企業（多国籍企業）であり、それらは自らの企業内国際取引のネットワークを利用することにより、国際競争力のある部品を輸出していたことになる。

しかし、国内市場の停滞に直面して輸出戦略に転換していったのは外資系企業だけではなかった。ブラジル系大企業であるコファプとメタル・レーヴィなどもまた輸出を大々的に展開している。前者は世界88ヵ国に輸出しており（販売額の約15%）、後者にあってはアメリカ、イギリス、西ドイツ、メキシコなどに組付用部品を、世界各国に補修用部品を輸出している(生産の4分の1から3分の1)。

以上のように、60年代後半からの非価格競争期と70年代からの輸出拡大期には、中小部品企業の低落傾向と外資系あるいは国内の大企業の輸出に基づく発展傾向があらわれ、しかもそれは部品部門の両極分解過程（集積・集中過程）を意味するものと考えられる。

【参考文献】

＊Rattner, H., *Peqena Empresa*, Vol.2, Editora Brasiliense S. A., 1985.

＊Gattáz, R., *A Indústria Automobilística e a Segunda Revolução Industrial no Brasil:Origens e Perspectivas*, Prelo Ed., 1981.

＊Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores(ANFAVEA). *Indusria Automobilística Brasileira:Anuário Estatístico 1957/1986*, 1986.

＊Guimarães, E. A., A Dinâmica de Crescimento da Indústria de Automóveis no Brasil:1957/78, *Pesqisa e Planejamento Económico*, 10(3) Dez.1980.

【追記】

学会当日、コメンテーターの八木三木男先生（京都産業大学）をはじめ、多くの諸先生より貴重なコメントをいただきました。この場を借りて、深く感謝の意を表します。