

ブラジルにおける自動車産業の発展

——組立部門の競争形態と部品部門の構造変化——

た な ゆう じ
田 中 祐 二

はじめに

- I 自動車組立企業の競争形態と戦略
- II 自動車部品産業における構造変化
- III 自動車部品産業における輸出拡大と大企業の発展
おわりに

はじめに

自動車産業の発展は、20世紀の各国資本主義経済の発展に重要な役割を演じてきた。両大戦間のアメリカ合衆国、1950年代、60年代のヨーロッパ諸国、そして60年代末から今日にかけてのブラジルがそのことを示している。

ところが、今日先進国と言われる諸国においては国民経済の発展とともに自動車産業が発展してきた感が強いのに対して、発展途上国ブラジルにおいてはこの産業は経済開発の有力な手段として現われている。このことは、自動車産業それ自身の次のような性格に依存していると考えられる。すなわち、第1に、この産業は、数万点にのぼる部品の組立をその特徴としており、したがって機械工業の一定の発展を前提すると同時に機械工業の発展それ自身を自動車産業の成功が加速化させるということ、第2に、自動車産業は規模の経済に敏感な産業であり、その発展は国内市場の発展に基づく有効需要の拡大と不可分に結びついているにもかかわらず、逆にこの産業の発展それ自体が広範な連関効果の形成によって国内市場の発展を導くという、性格である。

また、自動車はその生産に高度な技術を必要とする耐久消費財である。したがって、これを発展途上国で経済的に生産する際にはさまざまな困難が存在することは言うまでもないが、ブラジルにおいては1978年に生産台数が100万台を突破し（資本主義国では、アメリカ合衆国、日本、西ドイツ、フランス、カナダ、イタリア、イギリス、スペインに次いで第9位）、しかも80年代に入るとその生産の実に4分の1に及ぶ輸出が展開されている。とは言え、ブラジルにおいては自動車組立企業は先進諸国の多国籍企業によって構成されているし、主要部品企業の約半数が外国企業であり（上位100社中52社）、このような状況は外国企業の活動に大きく依存している（外国企業とブラジル企業の区別は50%以上の株式支配を基準としている）。したがってR・ジェンキンス(Rhys Jenkins)は、技術および市場における外国組立企業への従属を考察し、特に市場においてはタイヤ以外の大部分（約70%）の部品が組付用であるがゆえに、部品企業は組立企業に従属しており、また補修用部品市場においてさえもフランチャイズ・ディーラーの存在によって自立しているとは言えない、と従属を強調している(註1)。

しかし、ブラジル資本主義の発展過程において、発展それ自体が外国資本への従属を伴って進行してきたのであって、この点はF・H・カルドーゾ(Fernando Henrique Cardoso)やP・エバンス(Peter Evans)の「従属的發展」論に学ぶ意義

は大きい^(注2)。事実、自動車部品産業において、組付市場に参入することは組立企業（外国企業）に従属することになるが、発展の契機を持つことができるのに対して、補修市場での活動は従属度は低いものの発展の契機が与えられない、というパラドキシカルな事実が横たわっている。

そこで、本稿では、以上のような視角を念頭に置いて、ブラジルにおける自動車および自動車部品産業の発展がいかなる過程を経て、いかなる特徴を持つものであったかを考察してゆく。その際、まず自動車組立企業（外国企業）の競争形態（戦略）をみたうえで、それに対応して中小部品企業（ブラジル企業）および外国部品企業、ブラジル大部品企業がどのように構造的に変化するのか、その変化の態様を市場に注目して分析することになる。

（注1） Jenkins, R., *Transnational Corporations and the Latin American Automobile Industry*, ロンドン, Macmillan, 1987年, 133~134ページ。

（注2） Cardoso, F. H., "Associated-Dependent Development: Theoretical and Practical Implications," A. Stepan 編, *Authoritarian Brazil: Origins, Policies, and Future*, ニューヘブン, Yale University Press, 1973年/Evans, P., *Dependent Development: The Alliance of Multinational, State, and Local Capital in Brazil*, プリンストン, Princeton University Press, 1979年/拙稿『『従属的發展』理論の意義と限界——ブラジルにおける多国籍企業、国家およびローカル資本の『同盟』と国際資本の運動——』（『立命館経営学』第25巻第3号 1986年9月）を参照。

I 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企業が初めて設立されたのは、古く1919年のことである。この年にフォ

ード (Ford) が CKD (completely knocked down) のための組立ラインを設置し、トラクターと軽トラックの組立を行なった^(注1)。さらに、1925年には GM (General Motors) が、そして28年にはとフィアット (Fiat) がそれぞれ組立ラインを設立している^(注2)。しかし、この時期に組立てられた自動車の多くは、コーヒー輸出で豊かになった人々の贅沢品にすぎず、組立台数も微々たるものであった。すなわち、ブラジルにおいて自動車産業が本格化するのには、戦後になってからのことであった。

そこで、戦後におけるブラジル自動車産業の発展過程（主として乗用車部門）を次の5つの段階に区切ることによって、発展過程それ自身をより詳しく考察してゆく。まず、1945年のヴェマーギ (Vemag. ブラジル企業) の設立から58年のトヨタの進出までを第1段階、59年から62年までの急速な成長期を第2段階、63年から67年までの低成長期を第3段階、68年から73年までの急成長期を第4段階、そして74年以降の輸出拡大期を第5段階とする^(注3)。

第1表はブラジルにおける自動車生産の状況をサイズ別にみたものである。組立企業設立期（第1段階）後の1959年には、それまで中型しか生産されていなかったのが、小型および準大型の生産も開始され、しかも合計生産台数は62年まで急激に増加している。ところが、その後1967年までは成長が鈍化し、先の段階において59年の1万4500台から62年の8万3900台へと約6倍の増加であったのに対して、この段階では63年の9万4800台から67年の13万9300台へと1.5倍の増加にすぎない。しかし、次の第4段階になると成長率が回復し、1968年の16万5300台から74年の69万1500台へと実に4倍強の増加を示している。同様の状況は、自

第1表 サイズ別乗用車生産
(単位: 1,000台)

	小 型	中 型	準大型	大型	スポー ツ	合 計
1957		1.2				1.2
1958		3.8				3.8
1959	9.0	4.3	1.2	0.0		14.5
1960	24.5	7.5	10.3	0.4		42.6
1961	36.3	9.3	14.0	0.5		60.2
1962	50.2	14.9	16.8	1.0	1.0	83.9
1963	53.6	14.1	24.4	0.8	2.0	94.8
1964	62.7	12.7	16.3	0.5	2.5	104.7
1965	72.9	15.3	22.3	1.3	2.1	113.8
1966	87.6	14.8	22.6	1.4	2.5	128.9
1967	95.5	11.4	17.9	11.4	3.1	139.3
1968	123.9	4.6	20.6	11.0	5.2	165.3
1969	126.3	64.2	36.8	13.6	3.7	244.7
1970	134.6	105.0	45.4	19.1	3.3	307.5
1971	169.7	141.9	56.2	24.0	8.3	440.1
1972	203.6	134.6	67.4	25.5	7.6	465.8
1973	299.1	137.4	79.8	29.3	6.6	552.2
1974	434.7	139.9	84.1	26.7	6.1	691.5
1975	430.1	170.9	90.5	18.6	3.7	713.9
1976	490.6	164.6	89.8	19.6	1.9	766.4
1977	493.8	168.3	56.6	11.3	2.9	733.0
1978	559.7	221.2	75.5	13.9	3.4	873.7

(出所) Guimarães, E. A., "A dinâmica de crescimento da indústria de automóveis no Brasil: 1957/78," *Pesquisa e planejamento econômico*, 第10巻第3号, 1980年2月, 13ページ, 第1表より抜粋。

(注) [小型車]: Chrysler-Dodge 1800, Dodge Polara; Fiat-147; Willys-Dauphine, Gordini, Renault, Teimoso; Ford-Gordini; GM-Chevette; VW-Sedan, Brasília, [中型車]: Ford-Corcel, Belina; Vemag-Belcar, Fissore, Vemaguet, Caicara, Pracinba; VW-Sedan, TL, Passat, Variant, [準大型車]: Simca-Chamboard, Presidente, Rallye, Alvorada, Esplanada, Regente, GTX, Jangada; Chrysler-Esplanada, Regente; FNM-FNM (JK); Willys-Aero-Willys, Itamaraty; Ford-Maverick; GM-Opala, Caravan, Comodoro, [大型車]: Chrysler-Dodge Dart, Charger, Magnum, Le Baron; Fiat-Alfa Romeo; Ford-Galaxie; GM-Chevrolet, Veraneio, [スポーツ車]: Willys-Interlagos; Puma-GTE, GTS, GTB; VW-Karmann-Ghia, SPI, SP2。

自動車および自動車部品産業における海外からの対ブラジル投資・再投資をみることによって確認できる。第2表において、この両部門の合計を見れば1958、59年より急増し始め、63年から67年までは1.4倍と鈍化し、68年から73年までの第4段

階で再び回復している。このように、ブラジルの自動車産業は先に示した5つの段階を経ており、特に1974年の石油危機以降は、後に詳しく述べるように輸出の拡大期を迎えることになる。

1. 輸入制限に基づく国内生産過程

第2次世界大戦後から1958年までの第1段階＝自動車産業設立期は、45年にスチュードベーカー(Studebaker)によって設立された組立ラインにはじまる。これは後にヴェーマーギ(フェルナンデス・グループ)となり、乗用車、ワゴン車の生産を開始している。1949年になると、40年に飛行機用エンジン生産会社としてブラジル政府によって設立されていたファブリカ・ナシオナル・ジ・モートレス(Fábrica Nacional de Motores。以下FNMと略す)が、イタリアのイゾタ・フラシーニ(Isotta Fraschini)の技術協力と部品供給のもとでトラックの組立を始めた(後に、イゾタ社の事業の失敗によって提携を中止し、かわってアルファ・ロメオ[Alfa Romeo]との提携を実現した)。さらに、1952年ウィリス(Willys)が約5000台のジープ組立能力を持つ子会社を設立し54年に生産を開始している。

そして、1953年になると後のブラジル自動車産業の発展を左右するドイツ企業2社が子会社を設立している。その1つがフォルクスワーゲン(Volkswagen。以下VWと略す)で、この企業はリオデジャネイロのモンテイロ・アラニーア(Monteiro Aranha)グループとの合弁(VWが80%)の形態で参入し、1957年には最初のコンビ・バンをライン・オフした。この当時の国産化率は約50%であったと言われている。そして1959年にはセダンの生産を開始している。ドイツ企業のもう1つがメルセデス・ベンツ(Mercedes-Benz)で、VWと同様1953年に子会社を設立し、56年にトラックの生産を開始し、それ以後このブラジル・ベンツはベン

第2表 自動車および自動車部品産業における外国人投資・再投資 (1956~85年の累積値)

(単位: 1,000ドル)

	自動車			部品			合計		
	投資	再投資	小計	投資	再投資	小計	投資	再投資	合計
1956まで	9,371	10,102	19,473	1,395	76	1,471	10,766	10,178	20,944
1957	14,215	10,102	24,317	2,665	76	2,741	16,880	10,178	27,058
1958	62,559	10,359	72,918	4,788	76	4,864	67,347	10,435	77,782
1959	102,171	16,719	118,890	16,725	81	16,806	118,896	16,800	135,696
1960	118,121	17,486	135,607	23,479	81	23,560	141,600	17,567	159,167
1961	140,920	17,477	158,397	28,412	249	28,661	169,332	17,726	187,058
1962	152,995	21,590	174,585	31,216	326	31,542	184,211	21,916	206,127
1963	162,054	21,610	183,664	34,290	781	35,071	196,344	22,391	218,735
1964	164,271	21,608	185,879	35,632	1,174	36,806	199,903	22,782	222,685
1965	167,292	21,637	188,929	37,402	5,279	42,681	204,694	26,916	231,610
1966	182,324	21,637	203,961	38,356	5,854	44,210	220,680	27,491	248,171
1967	206,303	45,557	251,860	39,580	10,817	50,397	245,883	56,374	302,257
1968	218,333	47,789	266,122	47,041	11,269	58,310	265,374	59,058	324,432
1969	249,866	70,293	320,159	53,354	21,595	74,949	303,220	91,888	395,108
1970	251,756	102,051	353,807	57,407	27,767	85,174	309,163	129,818	438,981
1971	252,677	116,954	369,631	63,096	30,363	93,459	315,773	147,317	463,090
1972	310,768	177,981	488,749	63,298	34,321	97,619	374,066	212,302	586,368
1973	345,955	223,900	569,855	105,690	46,156	151,846	451,645	270,056	721,701
1974	418,291	285,334	703,625	137,775	51,620	189,395	556,066	336,954	893,020
1975	483,041	286,310	769,351	152,320	54,734	207,054	635,361	341,044	976,405
1976	601,119	287,566	888,685	174,475	82,008	256,483	775,594	369,574	1,145,168
1977	667,813	336,826	1,004,639	186,162	89,516	275,678	853,975	426,342	1,280,317
1978	674,807	377,958	1,052,765	227,751	108,254	336,005	902,558	486,212	1,388,770
1979	849,687	383,015	1,232,702	237,378	128,520	365,898	1,087,065	511,535	1,598,600
1980	1,097,687	455,084	1,552,771	234,160	139,910	374,070	1,331,847	594,994	1,926,841
1981	1,419,432	531,571	1,951,003	256,566	170,918	427,484	1,675,998	702,489	2,378,487
1982	1,680,845	560,997	2,241,842	271,424	188,425	459,849	1,952,269	749,422	2,701,691
1983	1,758,979	537,681	2,296,660	280,879	199,989	480,868	2,039,858	737,670	2,777,528
1984	1,795,856	552,345	2,348,201	295,260	215,376	510,636	2,091,116	767,721	2,858,837
1985	1,802,236	558,120	2,360,356	297,812	217,510	515,322	2,100,048	775,630	2,875,678

(出所) Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), "Indústria automobilística brasileira: anuário estatístico 1957/1986," 1986年, 第2.4表。

(注) (1) 機械設備の投資を含む。(2) トラクターを含まず。

ツグループの西ドイツ外での最大の拠点として成長している。

さらに、1951年に完成車の対ブラジル輸出を開始したスウェーデン企業サーブ・スカニア (Saab-Scania) は、53年にブラジル政府による輸入禁止措置に直面し、57年に子会社スカニア・ヴァビス (Scania Vabis) を設立し59年に生産を開始している。そして最後に、1958年にはトヨタとシムカ (Simca) がそれぞれブラジルに進出している^(注4)。

このような欧米企業を中心とした自動車組立企業の群をなした対ブラジル進出は、ブラジル政府

によって1953年4月に施行された完成車輸入の禁止措置 (CEXIM通達311号) に大きく依存している^(注5)。すなわち、世界市場をめぐる再分割競争を行なっている独占資本は、現地政府の輸入禁止政策あるいはそれに匹敵する高率輸入関税に直面すると、従来の輸出市場喪失を恐れて、市場が狭隘であるにもかかわらず現地生産を開始することになる^(注6)。したがって、ブラジルにおいても、これからは完成車やCKDの輸入が不可能になるだろうという情報それ自体が、1953年以後進出を決めた企業はもちろん、その直前に決めた企

業にあっても、決定的な刺激であったことは言うまでもないことである。

いずれにしても、ここに、1958、59年から62年までの第2段階＝輸入禁止措置に基づく急成長期に活躍する主役が出揃ったことになる。しかし、輸入禁止からくる供給不足がいつまでもつづくわけではない。このような急成長も、1962年あたりから国内需要が満たされてゆき、鈍化してゆくことになる。すなわち先の第1表や第2表で見たように、生産・投資ともに減速期に入る。これが第3段階＝低成長および集中期であった。

このようにして国内需要が満たされた場合、所得上昇による新需要の創造には高所得者層による買い換え需要あるいは複数車所有の発生が決定的な役割を担う。一方、所得上昇による新需要の創造は低所得層を新たに中古車市場に編入することとしても現われ、それは高所得層が新車を購入して中古車を手放すことによって起こるものである。したがって、結局は、高所得層がより早期に新車を需要するか否かにかかっていることになる。

ところがこの第3段階のブラジル自動車産業には、この高所得層の早期の新車需要を誘発する条件はなかったのである。E・A・ギマランセス(Eduardo Augusto Guimarães)はその状況を次のように説明している。すなわち、この時期のブラジルの乗用車生産においてモデル数およびモデル・チェンジ数が少ないこと、乗用車の所得弾力性は高かったが1962年以降所得のスローダウンが起こっていること、乗用車の価格弾力性は低いのに、VWやヴェマーギは低価格大衆車で対処しようとしたこと、そしてこの国の消費者金融システムが不十分であったこと、これらの要因が、低成長なる事態の打開を妨げたのである、と^(注7)。

事実、このような状況は1960年代の後半に起こ

った吸収・合併によって清算されなければならなかった。VWは、ブラジル企業に少数参加していたドイツ企業アウト・ユニオン(Auto Union)の支配権を1966年に取得し、つづいて68年には、乗用車およびワゴン車を生産していたヴェマーギ(82%がブラジル資本)を乗っ取っている。また、同じくブラジル企業FNM(トラック、バス、乗用車を生産)は、1968年にアルファ・ロメオによって買収された^(注8)。さらに1966年にクライスラー(Chrysler)がインターナショナル・ハーヴェスター(International Harvesterのブラジル子会社)を取得することによりブラジル市場へ参入し、68年には乗用車およびワゴン車を生産していたシムカ(80%がブラジル資本)を乗っ取っている。また、それまでトラック生産に従事していたフォードが、ジープ、ワゴン車、乗用車を生産していたウィリス・オーヴァーランド(Willys Overland、55%がブラジル資本)と1969年に合併している。

このような、1960年代後半の資本集中に関しては2点にわたって確認しておかなければならないことがある。その第1は、ヴェマーギ、シムカ、ウィリスおよびFNMの吸収によってブラジル資本が外国資本に転化したこと、いわゆる脱民族化(denationalization)がすすんだ点である。そして確認すべき第2のものは、クライスラーおよびフォードの乗用車組立プラントの取得が、1968年におけるGMの乗用車生産の開始と相まって、いわゆるアメリカ・ビッグスリーのブラジル乗用車市場への参入を意味する点である。1965年まではVW、シムカ、ヴェマーギ、ウィリス、FNMなどが乗用車を生産しており、60～65年の市場構成はVWがほぼ50%を占め、残りのほとんどをウィリス、ヴェマーギで分け合い、FNMに至っては微々たるものであった。そして、これらヨーロ

ッパ社（ウィリスはアメリカ）は、たとえば VW のビートル（ブラジル名はフスカ）のように、低価格大衆車を生産しており、いわば価格競争を展開していたと言える。

ところが、本国にて長年にわたって製品差別化戦略を基軸に据えた非価格競争を経験してきた GM、フォードおよびクライスラーの乗用車市場への参入は、ここにおいて、ブラジルに新しい競争パターンを持ち込むことになったのである。

2. 製品差別化および輸出拡大過程

かつて、J・バランソン（Jack Baranson）は、発展途上国における自動車産業に関する自らの分析のなかで、多国籍企業が発展途上国へ投資した場合に、それが競争的であるためには生産ラインの多様化を維持する必要があるが、そうすれば一方でそれぞれのラインに必要な生産量の維持を侵害するというジレンマに陥ると言った^(注9)。そして、ブラジルにおける1968年以後の自動車組立企業による競争形態はこの「ジレンマ」を揚棄するものであった。特にその態様を示したのが1968年から73年に至る第4段階＝製品差別化政策による急成長期であった。

第3表は各年のモデル数を示している。まず目につくのは、モデル数の合計が1969年以降急増していることである。1968年以前には、1年当たり平均モデル数は18であったものが、69年には31モデル、74年には57モデル、そして78年には70モデルにも達している^(注10)。さらに、1961年からの8年間に導入された新しいモデルの1年当りの平均は5.6モデルであったものが、69年には20の新モデルが、71年、75年、77年にはそれぞれ16、22、18モデルが導入され、69年以降の10年間の1年当りの平均導入モデル数は13.7になる。

さらに重要な点は、このモデルの増加が準大型

第3表 サイズ別モデル数（1961～78年）

	小 型	中 型	準大型	大 型	スポ ー ツ	合 計
1961	2(—)	2(—)	4(1)	1(—)	—	9(1)
1962	3(1)	2(—)	5(1)	1(—)	3(3)	14(5)
1963	3(—)	2(—)	8(4)	1(—)	2(—)	16(4)
1964	4(1)	4(2)	10(2)	1(1)	2(—)	21(6)
1965	7(3)	5(1)	8(2)	1(1)	2(—)	23(6)
1966	5(1)	5(—)	10(8)	2(1)	3(1)	25(11)
1967	4(3)	6(2)	10(4)	3(1)	2(—)	25(10)
1968	2(1)	1(1)	6(—)	3(—)	2(—)	14(2)
1969	1(—)	7(6)	15(11)	6(3)	2(—)	31(20)
1970	2(1)	11(5)	8(1)	7(1)	4(3)	32(11)
1971	2(—)	11(1)	14(7)	11(7)	4(1)	42(16)
1972	2(—)	11(—)	13(2)	13(3)	7(4)	46(9)
1973	5(3)	12(3)	14(4)	11(—)	7(—)	49(10)
1974	8(3)	13(4)	17(2)	13(3)	6(1)	57(13)
1975	12(4)	17(5)	19(13)	13(—)	5(—)	66(22)
1976	12(4)	19(6)	19(—)	11(1)	3(—)	64(11)
1977	14(3)	19(7)	21(6)	13(2)	3(—)	70(18)
1978	14(1)	17(1)	23(2)	13(3)	3(—)	70(7)

（出所）第1表と同じ（14ページ、第2表）。

（注）数値はその年のモデル数を示す。かっこ内はその年に新しく導入されたモデル数を示す。

モデルの数の増加に最も大きく依存し、つづいて中型モデル、大型モデルに依存していることである。1969年から78年までの10年間に新しく導入されたモデル数の合計は137モデルで、そのうち48モデルが準大型、38モデルが中型、そして23モデルが大型モデルとなっている。したがって、小型車の新型モデル導入数は最も少なく、137モデル中わずか19モデルを占めているにすぎない^(注11)。

このように1969年以降のモデルの多様化およびモデル・チェンジの増加傾向は、それまで製品差別化戦略による非価格競争を経験してきたアメリカ・ビッグスリーの乗用車生産への参入によるものであったことは言うまでもないのであるが、この有効需要の狭隘なブラジル市場においてこのような過程を実現したのは、市場を狭隘にした原因、すなわち所得集中とその強化＝所得格差の増大それ自体であった。第4表はブラジルにおける所得格差の拡大状況を示している。1960年と70年を比較すれば、人口の上位1位の所得の分配比率

第4表 ブラジルにおける所得分配(1960, 70年)
(%)

グループ	全人口に占める割合	所得の割合	
		1960	1970
A	1	28	30
B1	4	16	20
B2	15	21	22.5
C	30	20	15
D	50	15	12.5

(出所) Ferro, J. R.; R. Venosa, "A evolução do setor automobilístico," H. Rattner 編, *Pequena empresa*, 第2巻, サンパウロ, Editora Brasiliense, 1985年, 41ページ, 第20表。

(注) A: 上流階級, プルジョア (地主, 経営者)。B1: 準上流階級 (少数の高等職業人, 上級官吏, 中企業主)。B2: 都市中流階級 (官僚, 小貿易業者)。C: 給与所得階級。D: 農村労働者, 都市労働者。

は28%から30%へ上昇しているが, 下位80%の部分のそれは逆に35%から27.5%へと大きく落ち込んでいる。そして, この想像を絶するような所得格差の存在および拡大が, 先のバラソンの言う「ジレンマ」を解消したのであった^(注12)。

すなわち, ブラジルの自動車産業は, この所得分配の不平等によって形成された比較的少数の経済エリートに的をしぼったのであり, モデルの多様化およびモデル・チェンジの頻度の増加を梃子にこの高所得層を巧みに刺激することによって, 彼らによる複数の乗用車所有と頻繁な買い換えを實現していったのである。そうだからこそ, 多様化され, 頻繁にチェンジされたモデルは小型でなく準大型, 中型そして大型モデルであったのである。

このように, 第4段階におけるブラジル自動車産業は, 少数者への所得集中をベースにした非価格競争の展開を基軸に据えており, それを消費者信用の急速な拡大と大量宣伝活動で補完していたと言える^(注13)。もっとも, この非価格競争は1960年代における自動車産業の世界的な傾向であっ

た。すなわち, 1960年前後におけるヨーロッパの主要企業はすでに規模の経済を十分享受しており, したがって60年代に起こったこの部門の世界的集中は価格競争をめぐるものではなく, 非価格競争をめぐる展開されたものである^(注14)。そしてこの先進諸国での競争形態がそのままブラジルに持ち込まれたのであるが, この競争形態の展開の仕方は異なっていた。先進諸国にあっては, より低い所得層をますます多く新車市場に新規編入しながら製品差別化政策が行なわれたのに対して, ブラジルでは, すでに見たように, 高所得層に的がしぼられて急成長の梃子であるこのような政策が實現している。そして, その際この差別化製品に刺激された高所得層が新車購入の時に手放す車による中古車市場が急速に拡大してゆき, より低い所得層をこの市場が編入し始めたことは注目すべきである。

以上のような第4段階の急成長をもたらした製品差別化戦略は以後継続されているが, より低い所得層の新車市場への編入がほとんどないというブラジル国内市場の制限性をベースに, 1970年代2回にわたって起こった原油価格の高騰および80年代のブラジル経済の停滞といった内外の要因が加わって, 自動車産業は第5段階=輸出拡大および国内市場減速期をむかえることになる。

第5表はブラジルにおける自動車輸出の状況を示している。これによれば, 1970年から輸出合計が急激に増加しているが, 73年までは60年代と同様の傾向, すなわち商用車輸出の比重が圧倒的に高く商用車主導の輸出であったと言える。これに対して, 1974年以後は乗用車 (乗用車, ステーションワゴン) の輸出構成比率がほぼ70~80%を占め, 乗用車主導の輸出に転化している。それゆえ, われわれは1974年以降を輸出拡大期とみなすことが

第5表 自動車輸出(1961~85年)

(単位: 台)

	乗 用 車			小 型 商 用 車				大型商用車			合 計
	乗用車	ステーションワゴン	小 計	バン	ジープ	小型トラック	小 計	トラック	バス	小 計	
1961	—	—	—	—	—	—	—	—	380	380	380
1962	—	—	—	—	—	—	—	—	170	170	170
1963	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
1964	—	—	—	—	—	—	—	—	57	57	57
1965	—	—	—	—	—	—	—	9	120	129	129
1966	—	—	—	—	—	—	—	3	207	210	210
1967	—	—	—	—	—	—	—	3	32	35	35
1968	—	—	—	—	—	—	—	7	2	9	9
1969	3	—	3	—	—	—	—	4	18	22	25
1970	46	6	52	57	75	69	201	122	34	156	409
1971	619	37	656	316	8	276	600	364	32	396	1,652
1972	6,542	69	6,611	598	84	2,167	2,849	3,136	932	4,068	13,528
1973	12,521	1,370	13,891	1,490	144	3,028	4,662	5,754	199	5,953	24,506
1974	24,830	22,761	47,591	3,301	14	5,960	9,275	6,896	916	7,812	64,678
1975	36,093	16,536	52,629	4,744	333	6,090	11,167	7,968	1,337	9,305	73,101
1976	27,839	34,240	62,079	3,006	10	5,265	8,281	9,032	1,015	10,047	80,407
1977	44,355	12,281	56,636	1,917	12	1,403	3,332	8,347	1,711	10,058	70,026
1978	60,825	16,563	77,388	2,880	1,212	2,931	7,023	10,129	1,632	11,761	96,172
1979	46,790	29,696	76,486	4,761	2,101	6,012	12,874	14,270	2,018	16,288	105,648
1980	59,785	55,697	115,482	8,407	1,568	10,260	20,235	18,977	2,391	21,368	157,085
1981	80,813	76,415	157,228	7,655	1,223	23,783	32,661	18,662	4,135	22,797	212,686
1982	46,312	73,993	120,305	8,883	597	37,101	46,581	5,400	1,065	6,465	173,351
1983	79,241	53,563	132,804	4,108	244	27,551	31,903	3,660	307	3,967	168,674
1984	79,230	72,732	151,962	417	70	34,989	35,476	7,024	2,053	9,077	196,515
1985	102,238	58,388	160,626	3,744	83	32,804	36,631	8,945	1,438	10,383	207,640

(出所) 第2表と同じ(97ページ, 第5.1表)。

できる。

輸出合計台数でみれば、1974年から85年まで、増減の波はあるものの、3.2倍に増加し、特に乗用車(乗用車, ステーションワゴン)の輸出では、4万8000台から16万1000台へと3.4倍に増加している。この輸出の増加は、先に第1表で確認した1974年以降の生産の減速に対応しているが、より重要な点として、この生産の減速を上回る国内市場の停滞を意味していることである。すなわち、ブラジルの国内市場は、4倍にものぼるオイル価格の上昇(1973年)とそれに基づく貿易収支の悪化に直面して実施された政府の乗用車販売抑制政策(月賦販売条件の引き締めなど)によって、その成長率を鈍化させていった。そして、この国内市場の不振を、自動車企業は輸出によって償おうとしたのであった。

しかも、この自動車企業の意図が着実に実現され輸出が拡大していった背景に、すでに輸出促進政策を打ち出していた政府によって1972年に導入された、輸出特別計画の税恩典制度である BEFI EX (Benefícios Fiscais a Programas Especiais de Exportação) が存在していたのである(注15)。

いずれにしても、国内市場の停滞と輸出は相互に密接に関係しており、特に1981年にはそれが顕著に現われている。第5表において、1981年の輸出台数は21万3000台と、その前後の年に比べ著しく突出している。一方、第6表で明かなように、この年の国内販売は58万1000台と大きく落ち込んでいる。この点について、1981年2月11日号で、『ネゴシオス・エン・エザメ』(Negócios em exame)誌は早くも、ブラジル市場における自動車販売は81年に10%の落ち込みを示し、この低落は65~67

第6表 ブラジル国内自動車販売 (1957~85年)

(単位: 台)

	乗 用 車			小 型 商 用 車				大型商用車			合 計
	乗用車	ステーションワゴン	小 計	バン	ジープ	ピックアップ	小 計	トラック	バ ス	小 計	
1957	8	1,164	1,172	370	8,306	1,162	9,838	18,063	1,904	19,967	30,977
1958	2,102	1,580	3,682	7,327	14,445	4,755	26,527	27,384	3,333	30,717	60,926
1959	11,851	2,520	14,371	15,609	18,210	8,169	41,988	37,211	3,159	40,370	96,729
1960	37,212	3,768	40,980	19,021	19,574	9,922	48,517	38,053	3,949	42,002	131,499
1961	55,017	5,115	60,132	24,505	18,041	12,780	55,326	26,289	3,050	29,339	144,797
1962	74,774	8,767	83,541	25,937	21,751	19,380	67,068	36,194	3,349	39,543	190,152
1963	87,317	7,302	94,619	27,393	13,532	14,259	55,184	21,536	2,420	23,956	173,759
1964	97,423	6,004	103,427	27,093	11,642	14,945	53,680	21,174	2,624	23,798	180,905
1965	104,955	9,927	114,882	24,767	9,806	13,192	47,765	22,451	2,956	25,407	188,054
1966	119,410	8,455	127,865	28,101	14,039	17,392	59,532	30,547	2,632	34,179	221,576
1967	132,116	7,095	139,211	30,572	8,488	16,244	55,304	27,609	4,788	32,397	226,912
1968	160,805	3,536	164,341	36,530	7,257	23,027	66,814	40,458	7,002	47,460	278,615
1969	234,925	6,617	241,542	34,528	5,176	23,187	62,891	39,433	5,627	45,060	349,493
1970	251,489	56,535	308,024	35,581	4,697	26,112	66,390	38,167	4,123	42,290	416,704
1971	338,524	56,742	395,266	35,981	5,445	30,952	72,378	37,643	4,336	41,979	509,623
1972	200,914	56,210	457,124	42,843	5,550	41,339	89,732	50,342	4,222	54,564	601,420
1973	462,790	94,902	557,692	45,560	6,439	54,319	106,318	64,818	6,400	71,218	735,228
1974	504,570	135,098	639,668	49,273	7,299	60,253	116,825	71,433	7,167	78,600	835,093
1975	488,791	172,541	661,332	50,024	7,103	61,187	118,314	69,901	8,931	78,832	858,478
1976	467,250	227,957	695,207	54,203	6,840	53,928	114,971	74,971	10,986	85,957	896,135
1977	372,298	306,526	678,824	36,231	2,680	32,950	71,861	90,247	12,038	102,285	852,970
1978	433,095	364,847	797,942	37,870	3,767	42,031	83,668	78,891	11,861	90,752	972,362
1979	435,101	393,632	828,733	34,948	3,665	57,344	95,957	78,706	11,529	90,235	1,014,925
1980	403,532	389,496	793,028	25,185	4,027	64,556	93,768	81,933	11,532	93,465	980,261
1981	267,462	180,146	447,608	11,622	1,876	54,502	68,000	55,938	9,179	65,117	580,725
1982	320,557	235,672	556,229	13,352	2,653	69,758	85,763	41,257	8,045	49,302	691,294
1983	343,049	265,450	608,499	11,572	1,439	65,074	78,085	34,573	6,575	41,148	727,732
1984	303,125	229,110	532,235	15,134	1,048	79,784	95,966	42,884	5,997	48,881	677,082
1985	342,817	259,252	602,069	12,324	1,430	84,552	98,306	55,664	7,141	62,805	763,180

(出所) 第2表と同じ(84ページ, 第4.2.1表)。

(注) 1981~85年は Gurgel S.A. Indústria e Comércio de Veículos によって販売された85台の電気自動車が含まれている。

年の不況以来はじめての水準となるであろうと予測し、輸出市場が自動車生産を減らさないための唯一の選択であるとしたうえで、81年の輸出は25万台を超える可能性もある、と報じている(注16)。

このように、1974年以降の国内市場の停滞は輸出を大きく伸ばすことになったが、ここで注目すべきは、79年までは国内販売が減速こそすれ増加傾向にあったものが80年に入って逆に減少していることである。これは、一部の所得上位層に的を射た製品差別化戦略による成長が、乗用車およびガソリン価格の上昇と信用収縮といった国内市場の状況に耐えきれなかったことを示している

と言える。

(注1) 1904年に、ルイス・グラシー(Luis Grassi)が動物による牽引馬車の生産を開始し、1907年にフィアットの最初の組立を行っていたが、自動車用組立ラインを専門的に設立したのはフォードが最初である。Ferro, J.R.; R. Venosa, "A evolução do setor automobilístico no Brasil," H. Rattner 編, *Pequena empresa*, 第2巻, サンパウロ, Editora Brasiliense, 1985年, 12ページ。

(注2) ANFAVEA (全国自動車製造業者協会, Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores), "Indústria automobilística brasileira: anuário estatístico 1957/1986," 1986年, 18ページ。

(注3) 加賀美充洋氏は、ブラジルの自動車産業の

発展史を、第2次大戦前の輸入販売の時代、大戦～1956年の自動車工業設立の黎明期、57～65年の国産化の時代、66～74年の企業再編成と大量生産の時代、そして75年以降のエコノミー化と輸出指向の時代、と区分している（アジア経済研究所『発展途上国の自動車産業』1980年 200ページ）。

（注4） また、アウト・ユニオン(Auto Union)はヴェマーギの、ルノーはウィリスの、それぞれライセンスになっている。

（注5） CEXIM は Carteira de Importação e Exportação-Banco do Brasil の略で、ブラジル銀行輸出入局。

（注6） Jenkins, R. O., *Dependent Industrialization in Latin America: The Automotive Industry in Argentina, Chile, and Mexico*, ニューヨーク, Praeger, 1977年, 40～41ページ。

（注7） Guimarães, E. A., “A dinâmica de crescimento da indústria de automóveis no Brasil: 1957/78,” *Pesquisa e planejamento econômico*, 第10巻第3号, 1980年12月, 789～792ページ。

（注8） 後にフィアットの参加により、フィアット・ディーゼル (Fiat Diesel) となる。

（注9） Baranson, J., *Automotive Industries in Developing Countries*, ボルチモア, Johns Hopkins University Press, 1969年, 18ページ。

（注10） 1980年のブラジルにおけるモデル数（乗用車と多用途車）は79モデルであった。ちなみに、同年の他のラテンアメリカ諸国の乗用車モデル数は、アルゼンチンで33, メキシコで40, そしてベネズエラで44であった。United Nations, *Transnational Corporations in the International Auto Industry*, ST/CTC/38, ニューヨーク, 1983年, 109ページ。

（注11） この新モデルの導入＝モデル・チェンジの嵐のなかにおける唯一の例外がフスカ(Fusca)として販売されていたフォルクスワーゲンのビートル (Beetle) であった。

（注12） Maxcy, G., *The Multinational Motor Industry*, ロンドン, Croom Helm, 1981年, 256ページ/Mericle, K. S., “The Political Economy of the Brazilian Motor Vehicle Industry,” R. Kronish; K. S. Mericle編, *The Political Economy of the Latin American Motor Vehicle Industry*, ケンブリッジ, MIT Press, 1984年, 17ページ/Jenkins, R. O., *Transnational Corporations and*

Industrial Transformation in Latin America, ロンドン, Macmillan, 1984年, 71ページ。

（注13） 1973年当時、ブラジルにおける新車販売の実に96%が月賦支払い形式によるもので、しかも消費者信用それ自体、その大半が自動車販売における金融に向けられ、70, 71, 72, 73年にそれぞれ97億, 141億, 223億, 371億クルセイロの信用が供与されたが、これらの50～60%が自動車購入の際に使用されている。

また、各企業による大量宣伝の実施に関しては、全販売価額の1%を宣伝に充てており、これはアメリカ合衆国のそれよりわずかに少ないものの、イギリスよりも高いものであった。United Nations, 前掲書, 111ページ。

（注14） Jenkins, R. O., *Dependent Industrialization in……*, 31～38ページ。

（注15） 自動車メーカーは10年間の輸出計画を提出し、年平均FOB輸出額の3分の2を上限として関税率を軽減して部品や生産設備を輸入できる制度。生産用の機械設備で70～90%, 部品, 原材料そして中間財については50%の軽減率が適用される。

1972年1月から84年11月までの輸出特別計画の産業部門間配分は圧倒的に輸送用機器が大きく、成果においては輸出契約 (FOB) の64%, 部品および原材料輸入の83%が輸送用機器で占められている。Ministério da Indústria e do Comércio, Conselho de Desenvolvimento Industrial, *Relatório anual*, ブラジリア, 1984年, 103～104ページ。

（注16） *Negócios em exame*, 1981年2月11日, 26ページ。

II 自動車部品産業における構造変化

——第4段階から第5段階にかけて

の中小企業の低落——

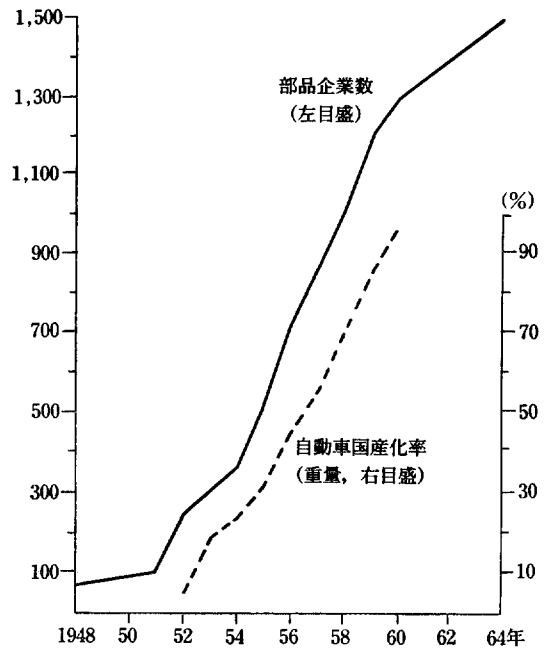
自動車部品企業がブラジルに出現したのは1930年代であって、当時は機械工場の所有者が中古部品の改造・修理を行ない、徐々にバッテリー・ボックス, ファン・ベルト, ラジエーター・チューブ, マットなどを製造してゆき、商人や輸入業者が市場の可能性を展望しはじめたと言われている

る。しかし、自動車部品専門企業はまだ現われていず、バッテリー、ブレーキ・ドラム、滑車、車輪のハブ、クランク・ギア、小歯車、車軸、ドライブ・シャフトなどの中古部品を改造するために、メタル・スタンピング工場、鍛冶工場、鋳物工場が必要になってゆく。特に第2次世界大戦中(1939~45年)は輸入が困難となり、ついに、ブラジル機械工業の発展に大きな影響を与えたヴォルタ・ヘドンダ製鉄所が46年にリオデジャネイロ州に設立された^(注1)。したがって、本格的に自動車部品工業が現われるのは、戦後になってからのことだと言える。

そこで、先に設定した時代区分で考えるなら、1960年代中葉までの第1段階から第3段階に至る時期では、ブラジル政府の完成車輸入禁止措置による自動車組立企業の設立、発展に応じて、自動車部品企業もその数を増加させた。第2次大戦直後の1946年にわずか39社しかなかった部品企業数は、第1図より明らかなように、51年に100社、56年には700社を超え、60年には1300社、そして64年には1500社を数えるに至っている。また、この部品企業数の急増に応じて、国産化率(重量)も同じ割合で急激に上昇し、1953年にはわずか18%であったものが、58年には70%、そして59年、60年にはそれぞれ85%、98%に達している^(注2)。そして、この成長は1964年から67年までの第1回目の危機に直面するまでつづいていく。

ところが、先に示した乗用車生産部門へのアメリカ・ビッグスリーの参入を契機とした製品差別化戦略の展開期(1968年以降)をむかえ、自動車部品産業の構造に変化が現われ始めることになる。すなわち、組立企業による非価格競争(モデルの多様化と頻繁なモデル・チェンジ)の展開、およびそれに1970年代の石油危機の効果が重なった結果、

第1図 国産化率と部品企業数の推移



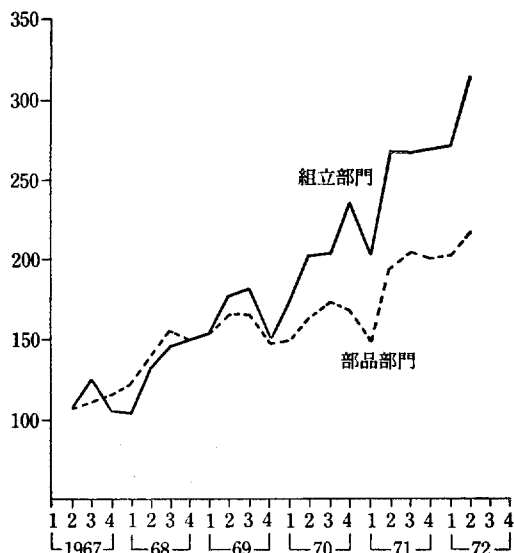
(出所) Gattás, R., *A indústria automobilística e a segunda revolução industrial no Brasil: origens e perspectivas*, サンパウロ, Prelo Ed., 1981年, Anexo No. 12 より抽出。

以下に述べるように、内製化(垂直化)および中小部品企業の組付市場から補修市場への移動が現われることになる。

1. 内製化への傾向

第2図は、1967~72年における自動車産業の組立部門と部品部門との間の成長率格差を示している。これによれば、1969年までは両部門とも年間20%の成長を示しているが、それ以降は組立部門で25~26%の成長を遂げているのに対して、部品部門では20%に止まっている。この状況に関して、自動車部品工業全国組合(Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores。以下、SINDIPEÇASと略す)第7代会長であるヴィジガル・フィーリョ(Luís Eulálio Bueno Vidigal Filho)は、この成長格差の原因は、これ

第2図 組立部門と部品部門の成長指数



(出所) *Indústria e desenvolvimento*, 1973年1月, 7ページ。

まで部品企業が生産していたコンポーネントを組立企業が生産し始めたこと、あるいは生産水準を見る基準が両部門で異なっていたことのいずれかである、としている(注3)。ここで、結論を先取りすれば、彼の指摘した2点の前者、すなわち組立企業による内製化が、この成長格差の大きな原因であると考えられる。

中小企業であるランチフリ (Lantifri) はその製品を GM に内製化されたし、カイク (Kaiku。フライ・ホイール・リング・ギアを生産) はフォードおよびVW が自らの製品を生産し始めたと告発している。また、キャブレターなどを製造しているプロゾル (Brosol) はフォードと GM が内製化するか、アメリカから部品企業を連れてくるか、のいずれかの意図を持っていると断言した。さらに、コレクターやスイッチ製造のファコブラス (Facobrás) も主要顧客であったある組立企業の内製化を訴えている(注4)。

第7表は、自動車産業における組立部門と部品

第7表 石油危機時の雇用の変化

(単位:人)

	1974 ²⁾	1975 ²⁾
部品部門	220,000	203,000
月給制	73,000	46,000
時給制	147,000	157,000
組立部門 ¹⁾	104,072	104,556

(出所) Oliveira, F.; M. A. T. Popoutchi, *El complejo automotor en Brasil*, メキシコ, Editorial Nueva Imagen, 1979年, Cuadro 57より抽出。

(注) 1) トラクター部門を除く。

2) 部品部門の年は両年とも前年の11月～その年の10月まで。

部門の、石油危機時の雇用の変化を示したものである。これによれば、原油価格の高騰を境にして、部品部門の雇用数は22万人から20万3000人へと1万7000人の減少(月給制労働者の大量解雇を時給制労働者の増員で補ったうえでの減少)を示したのに対して、組立部門は逆に480人の増員となっている。もっとも、この増員は月給制か時給制かは不明であるが、双方合計人数としてみれば、部品部門の減少、組立部門の増加と言うことになり、この事実は容易に組立部門による内製化を示していると考えることができる(注5)。

このような組立産業による内製化の動向は、1960年代に現われた低成長によって、あるいは70年代の石油危機によって引き起こされた過剰能力の緩和として、また68年以降の製品差別化戦略によるモデルの多様化あるいは早期のモデル・チェンジへの対応措置として現われたのである。そして、このことは同時に、自らが生産していた部品を組立部門に内製化されることになった中小の部品企業の低落を意味することになる。

この点では、これまで見てきたような組立企業による内製化だけでなく、部品企業による内製化もまた重要である。たとえば、フィールド・コイ

ルを製造しているアゼカル（Azecar）は生産に必要な針金を生産し始めたし、アウト・アスベスト（Auto Asbestos）はバッテリー生産に必要なコンポーネントの製造を開始している。また、モノロ（Monello）とミュレール（Müller。鋼鉄の鍛冶）は組立企業と強力な関係を持っている他の部品企業によって吸収されている（注6）。

このような内製化（垂直化）の波に対して、オリベイラ（Carlos Alberto Fanucchi de Oliveira）は次のように警鐘を鳴らしている。すなわち、内製化（垂直化）は部品企業の規模の経済を侵害し、運送業の生き残りを脅かし、そして産業の集中を促すことにより、この産業全体の構造を行き詰りの状況に置くことになる。さらに、内製化・垂直化は規模の経済からして、「ワールド・カー」に結集し、その利益がブラジル部品企業に届かず、しかも、輸入をつうじた国際的な水準での産業の垂直化が計画されれば、われわれにとって不利益となる、と（注7）。

いずれにしても、内製化・垂直化の波は、ブラジル資本の中小部品企業の一部を洗い流し去り、部品産業の構造に変化をもたらしていると言える。

2. 中小部品企業の組付市場から補修市場への市場転換

自動車部品部門の販売市場は、組立企業に直接納品される組付市場、国内で保有されている自動車の修理用部品のための補修市場、そして海外へ輸出される輸出市場の3市場で構成されている。組付市場に参入するためには、自動車組立企業との供給契約を実現するに必要な新しい設備、機械・装置、生産工程および有能な労働力への投資を強要されることになる。したがって、この市場に参入することができるなら、組立企業（ブラジル

ではすべて外国企業）への従属を強めながらも、自動車部品企業としての発展の契機を手に入れることになる。そこで、国内の企業間で競争が激化し、組立企業の供給者になれなかった企業は品質の点で多くを課せられない補修市場あるいはその他の市場に流れることになる。最後に輸出市場であるが、これは国際競争力ばかりでなく国際的な流通組織が要求されることになり、外資系部品企業が圧倒的に有利な市場である。

H・ハチネール（Henrique Rattner）の研究グループのジョゼ・フェーホ（José Roberto Ferro）とホベルト・ヴェノーザ（Roberto Venosa）は、部品企業を雇用者数別に分類した。（1）大企業（500人以上）はブラジル企業、外資と同盟関係にあるブラジル企業、そして外国企業で構成され、主に組付市場（一部は輸出および補修市場）に参加しており、（2）中企業（100人から500人）はブラジル企業か外資と同盟関係にあるブラジル企業で成り、場合に応じて組付、補修および輸出市場に参加し、そして（3）小企業（100人以下）はブラジル企業から成り、主要には補修市場（一部は輸出および組付市場）で活動している、と整理している（注8）。

そこで、J・ヴィエイラ（José Paulo C. Vieira）やJ・フェーホらによって行なわれた、中小自動車部品企業42社の調査結果に基づいて作成したのが第8表と第9表である。第8表は、設立時に組付部品供給企業であったものが、最近はどのような市場に部品を供給しているのかを示し、第9表は設立時に補修用部品供給企業であったものが最近ではどのような市場に供給しているのかを示している。そして、これらの企業はほとんどがブラジル資本の企業である（もっとも、ウルバ〔Urba〕やシンパル〔Cinpal〕のような例外もある）。

第8表によれば、調査企業のうち、14社が設立

第8表 設立時組付用部品供給企業

(%)

企 業	製 品	ブラジル 資本比率	最近の市場
Norja	バンパー, 排気システム	100	補修
Kaiku	フライ・ホイール・リング・ギア	100	組付
AVM	フリーコヒーリング・ユニット		
Teperman	座 席		組付
Forin	ドア・ロック	100	補修, 組付
Brosol	気化器, ガソリン・ポンプ	77.5	組付
Gricélio	ホイール, ハブ・キャップ	50	
Wylerson	リテイナー		補修
Olimpic*	ローター, 気化器用インジェクター		補修, 輸出
Lantifri*	最初はフィルター, 後に座席類		
Tergal*	部品のクロム, ニッケル, 銅メッキ処理	40	補修
Urba*	ウォーター・ポンプ, フレーム・サポート	75	補修, 組付
Fanavid*	自動車用ガラス	100	補修
Facobrás*	コレクター (後に他の電装部品)		

(出所) Vieira, J.P.C.; J.R. Ferro, "A questão da sobrevivência das PME de autopeças," H. Rattner 編, *Pequena empresa*, 第2巻, サンパウロ, Editora Brasiliense, 1985年, 第1.2表と付録2および G & C, *Anuário da indústria brasileira de autopeças*, サンパウロ, Gomes Editora e Consultoria de Comunicação Empresarial, 1978年より作成。

(注) * 輸出もしていた。

第9表 設立時補修用部品供給企業

(%)

企 業	製 品	ブラジル 資本比率	最近の市場
Azecar	コイル	100	補 修
Etin	電装部品	60	補 修
Lemos	モンキーなどの搭載用工具		その他
Iriemp	フィルター		補 修
Cinpal	アクスル・シャフト	20	組 付
Spozati & Montanari	ランプ		補 修
Antunes	アクスル・シャフト	100	補 修
Pantera	最初は電装部品, 後にその他の部品	100	その他
Moneilo	窓ガラス用サポーター		組 付
Steatcar	クラッチ		補 修
Sibron	クランクシャフト・ベアリング		補 修
Breda	ヘックスヘッド・ボルト	90	その他
Imetras	トランスミッション関連部品		その他

(出所) 第8表と同じ。

時に組付用部品を製造し, うち6社は輸出も行なっていたことが確認しうる。これら14企業のうち最近も組付市場だけに供給しているのは, カイク, テペルマン (Teperman) そしてブロゾル (Brosol) の3社のみで, フォリン (Forin) とファナヴィド (Fanavid) は後に補修市場へも参入している。そして, 残りの企業は補修市場へ完全に転換している。

第9表によれば, 設立時に補修用部品を生産し

ていた13の企業のうち, 組付市場に参入したのはシンパルとモネイロ (Moneilo) の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2つの表から確認できることは, 自動車部品を生産している中小企業は組付市場から補修市場へ移動する傾向が存在する点である。しかも注目すべきは, この組付市場から補修市場へという傾向は, 先に示した組立企業の製品差別化戦略が

登場したと深く関係していることである。その点を、同じく先の調査における企業の供述によって確認することができる。

設立時に組付用部品を生産していたテルガウ(Tergal)の供述をまとめると次のようである。フォードがテルガルの製品の80%を購入していた1975年に、フォードはアルミニウム製バンパーを自らつくり始めた。そして、もはやテルガルの仕事はないと言った。それに対応するために、この部品企業はアメリカに人を送りアルミニウム製バンパーを製造している主要企業と交渉し、技術移転の協定を成立させた。さらに、生産計画の細目をつくるために生産規模の小さいヨーロッパに出かけ、準備の整った生産計画をもってブラジルに帰てみると、フォードはアルミニウム製バンパーを組付ける考えを捨てることを決定していた(注9)。

同様の点はアンツネス(Antunes)によっても次のように述べられている。

「(われわれの——引用者)企業は組立メーカーのために生産する条件を持っている。しかし、組立メーカーのために仕事をするには問題がある。組立メーカーに依存した販売が非常に大きな部分を占めることは危険である。というのは、もし組立メーカーが注文を中断すれば、この企業は弱い状況に陥ることになるであろうから」(注10)。

ウルバは設立当時給水ポンプを組立企業に供給していて、最近では補修市場に転換した企業である。その企業によれば、生産工程の無数の変更やその結果起こる製品の品質改善を実現できたとしても、その製品(給水ポンプ)を輸入することを選んだり、極端な場合には内製化を選ぶような組立メーカーを大切にするようなことはできない、ということであった(注11)。

ファナヴィドは自動車用ガラスを生産し、これも設立時は組付市場にのみ部品を供給していたが、最近では補修市場にも参加している企業である。

「(組立——引用者)企業が新製品に乗り出そうとするなら、その企業はその設計書やプラントを供給する。われわれは市場についてゆかねばならない。もし、市場が製品を開発したり洗練されたものにしたのにわれわれがついてゆかなければ、われわれは背後に押しやられてしまうであろう。……中略……フォード、GM、メルセデスが新しい乗用車、新しいトラックあるいはバスに乗り出すなら、われわれはそれに向けた生産条件を持たなければならない。(そうしないで——引用者)われわれは前に進むことはできない。われわれはガラス加工業で利益を得ており、自動車などの場合にはガラスを需要するものに供給するようになる。その際、バスは標準化されるべきであっただろうが、そうはなっていない。ある企業はシフェラル(Ciferal)から10台のバスを買い、その時その企業は特定の形のフロント・ガラスを望むと言う。そのような時にも、われわれは市場に従わなければならない。(そうすることなしに——引用者)われわれは前に進むことも製品を作ることもできない」(注12)。

さらに、先のウルバと同様に、ノルジャ(Norja)も組付用部品を生産する条件を持っていながら、あえてその市場に参入しないとしている。また、セアトカール(Seatcar)やJ・フイス(J. Ruiz)のように、組立メーカーに供給するためには研究所、科学者、工学技師などのインフラストラクチャが必要となり、そのようなことは中小企業には無理なことである、とするものもある。

ここで注目しておくべきは、自動車組立企業のモデル・チェンジ戦略およびモデルの多様化戦略が、中小の組付用部品生産企業に設備あるいは生産工程、製品、原材料などにおける変化への対応

を強制し、そうすることによって、セアトカールやJ・フイスのように対応する力のない企業を組付市場に参入できなくしたり、あるいはたとえウルバやノルジャのように組付用部品の生産が可能であっても、その市場の不安定を敬遠させることになり、結果的に組付市場から排除して補修市場へ追いやってしまったこと、これである。しかも、このような状況のもとで低下した組付市場の間隙を、組立企業それ自身による内製化でもって埋め合わせていったのである^(注13)。すなわち、先に述べた1969年以降の内製化の動向それ自体、60年代末以後の組立部門のモデルの多様化およびモデル・チェンジ戦略によって引き起こされた中小部品企業の組付市場から補修市場への転換と不可分に結びついたものであった。

ところが、補修用部品市場は、組付用部品市場より競争的で、小企業にとって決して楽な市場ではなかった。たとえば、主としてブラジル資本企業によって担われているスプリングの価格構造は、公定価格（ブラジル企業は公定価格一覧表を発行している）が137クルゼイロ50センターボであったものが80%のディスカウントを行ないその後10%の工業製品税（imposto sobre produtos industrializados）を加えて、生産者価格を30クルゼイロ25センターボとし、結局小売価格は47クルゼイロ19センターボとなっている^(注14)。このように、多くの場合、小売価格は一覧表価格よりかなり低くなっており、生産効率の悪い小企業はこの市場からも排除され他部門への転換を強要されることになる（第9表でその他の市場へ転換している4企業は、このような状況のもとで転換した可能性が強い）。

いずれにしても、第4段階以降の自動車組立企業の製品差別化戦略と原油価格の高騰に直面して、ブラジルにおける中小の部品企業は組付市場

から補修市場、補修市場からその他の部門へと低落していった。

（注1） Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (SINDIPEÇAS), "Sindipeças News," 1985年9月, 11~12ページ。

（注2） Gattáz, R., *A indústria automobilística e a segunda revolução industrial no Brasil: origens e perspectivas*, サンパウロ, Prelo Ed., 1981年, 339ページ。

（注3） *Indústria e desenvolvimento*, 1973年1月, 8ページ。

（注4） Vieira, J.P.C.; R. Venosa, "O empresário e a empresa: controle e sucessão," Rattner 編, 前掲書所収, 231ページ。

（注5） R・ジェンキンスは、部品企業の組立企業への従属の形態を考察するなかで、組立企業の有利を次の3点に求めている。第1に、部品企業の賃金は組立企業のその2分の1から3分の2と安いこと、第2に、部品企業の交渉力の弱さなどから組立企業は低価格で部品を購入できること、そして第3に、組立企業は1974~75年に見られるように、需要の低落による過剰能力に直面しても内製部品をより多くして変動の効果を回避することができること、である。Jenkins, *Transnational Corporations and the Latin American.....*, 135ページ。

（注6） Vieira; Venosa, 前掲論文, 230~231ページ。

（注7） Gattáz, 前掲書, 442ページ。なお、アメリカにおける機械工業の内・外製実態を調査した大島卓氏は、日本やアメリカにおいても、高度成長期には外製が増加し、逆に低成長期では内製化傾向が一般法則として認識しうる点を指摘している。大島卓『米国機械工業の内・外製の実態』（佐藤芳雄編著『低成長期における外注・下請管理』中央経済社 1980年）158ページ。

（注8） Ferro; Venosa, 前掲論文, 57ページ。

（注9） Vieira; Venosa, 前掲論文, 221ページ。

（注10） 同上論文 222ページ。

（注11） 同上論文 222~223ページ。

（注12） 同上論文 220ページ。

（注13） 組立企業はこの内製化だけで償ったのではない。輸入にも頼っている。すなわち、新型モデルの

導入時期には輸入が増加していると言われている。たとえば、1970年にはギア、車軸、キャブレターおよびインジェクター・ポンプの輸入が増加している。Secretaria de Economia e Planejamento, Secretaria da Fazenda-Banco do Estado de São Paulo, *Trends in the Auto-Parts Industry*, サンパウロ, 1973年, 3・37ページ。

(注14) 同上書 3・74ページ。

III 自動車部品産業における輸出拡大 と大企業の発展

——国内市場停滞期（第5段階）に
おける大企業による輸出市場へ
の転換——

1. 外資系企業による輸出拡大

第10表は1970年から85年までの自動車、エンジンおよび自動車部品の輸出額を示したものである。これによれば、特に第1次石油危機の年である1974年から輸出が急激に拡大しており、自動車では73年に3300万ドルであったものが74年に一挙に1億2000万ドルへ、エンジンでは30万ドルから1700万

第10表 製品グループ別輸出(1970～85年)
(単位: 1,000ドル)

	自動車	エンジン	部 品	合 計
1970	2,790	534	5,598	8,922
1971	3,519	211	8,781	12,511
1972	24,935	144	29,067	54,146
1973	33,233	303	29,441	62,977
1974	118,712	17,386	67,671	203,769
1975	185,506	81,232	67,347	334,085
1976	233,579	67,442	84,721	385,742
1977	240,566	135,630	114,109	490,305
1978	373,641	132,078	104,689	610,408
1979	443,782	201,692	114,243	759,717
1980	729,948	210,620	160,600	1,101,168
1981	1,066,045	188,459	311,911	1,566,415
1982	715,853	188,853	250,128	1,154,834
1983	594,036	293,862	299,160	1,187,058
1984	669,247	350,272	413,931	1,433,450
1985	746,410	407,176	450,153	1,603,739

(出所) 第2表と同じ(98ページ, 第5.2表)。

(注) この表は ANFAVEA 所属の生産者による輸出のみを含む。

ドルへ、そして部品では2900万ドルから6700万ドルへとそれぞれ急増し、自動車産業全体では6300万ドルから2億4000万ドルへと増加している。さらに、これらの輸出は急拡大し、1985年にはそれぞれ7億4600万ドル、4億700万ドル、そして4億5000万ドルに達し、全体で16億400万ドルになるに至っている。

このような急激な輸出拡大は、先にも述べたブラジル政府による輸出振興のための税恩典制度である BEFIEX、自動車および自動車部品部門における多国籍企業の企業内国際取引のネットワークの存在^(注1)、そして特定部品における品質およびコスト面での国際競争力を前提にしたものであるが、この輸出拡大の契機は石油危機による国内需要減速（国内市場悪化）に求めることができる。

1974年にはOPECが原油公示価格の超大幅値上げを実施し(73年10月と74年1月)、それによって原油価格が1年間で4倍も高騰した年であった。この年の4月3日付の新聞は石油危機による石油関連部品不足による生産ダウンを次のように報じている。すなわち、クライスラーのダッジ1800は材料・部品不足が生じ、アクセサリーをつけないで市場に出されてしまったし、一方GMは部品不足で20%の生産ダウンを余儀なくされ、パート・タイム労働者のレイ・オフを行なっている^(注2)。

さらに、同年5月8日には部品企業による供給停止を報じている。それによれば、トロ(Toro)、トリアンジェル(Triangel)およびアルゴドエイラ・ランチェリ(Algodoeira Lantieri)の3部品企業が2～3月にかけて供給をストップさせた。その原因は原材料価格が上昇し、それに従って部品製造コストが上昇したにもかかわらず、政府が公定価格を強制したからに他ならない、というものであった。たとえば、内装用塗料は90%の値上げとなっている。このような事態に直面して、フィア

ットはミナスにイタリア系部品企業を設立するように商工省にはたらきかけ、それができないのならイタリアから部品を輸入する、とつたえている(注3)。

このように一部の石油関連部品の不足は、自動車の組立に深刻な影響を与え、その生産の低迷を招き、その他の部品のうち国際競争力のあるものは輸出市場にまわるようになったと考えることができる。この点は、1970年代を凌ぐ国内市場の停滞期である80年代に入って、より明確に現われるようになる。

第11表は、1977年以降の自動車部品における市場別構成と自動車生産の推移を示している。自動車生産で1983年の89万6500台から84年に86万4700台と下落し、85年に再び上昇し86年にさらに上昇して110万台になっている。それに対して、自動車部品における輸出比率は1983年の9.2%から84年の15.0%へ上昇し、85年に下落し86年にさらに下落している。すなわち、この両者の動きは全く逆の動きを示している。

1987年12月15日付の新聞はその様子を報道し、その年の予測を行なっている。それによれば、輸出のおかげで自動車部品部門は5%の成長となるであろう。そして、1987年の輸出は16億5000万ドルとなり、対前年比で17%の伸びになるであろう。

さらに、輸出と補修市場は増加し、後者は6%の上昇で全生産の31%を占めるまでになり、組付市場は15%下落して49.5%になるであろう(1977年には72.8%であった)。

SINDIPEÇASの会長であるP・エベルハルト(Pedro Eberhardt)は今後5年間に組付用部品は全生産の40%へ落ち込み、残りの60%を半分ずつ輸出と補修用部品が占め、特に1988年は中古車の伸びに応じて補修用部品が上昇するであろう、と予測している(注4)。さらに彼は翌年(1988年)は、クルザード・プラン後、国内市場向け販売の激的な落ち込みにより自動車組立メーカーにとっては困難な時期である、とコメントしている(注5)。

このように、1980年代の国内市場の停滞に直面した自動車部品企業は輸出へと市場の転換を実施していったのであるが、ここで問題となるのは、この輸出の主体はいかなる企業であるか、という点である。第12表は輸出市場を拡大していった主要部品を示している。エンジンが全体の3分の1である31%を占め、次いでカー・ラジオとその部品が17%、各種アクセサリーが9.3%となっており、これら3者を合計すればほぼ57%を占めることになる。

さらに、これらのエンジン、カー・ラジオ、アクセサリーおよびシリンダーの輸出企業をみれ

第11表 部品の市場別構成比と自動車生産

(%)

	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
組付	72.8	70.7	71.2	70.7	65.0	65.0	62.8	58.9	60.3	58.0
補修	18.5	21.6	19.5	18.4	21.6	20.0	22.7	21.6	22.5	27.0
輸出	3.1	3.7	4.0	5.8	6.2	6.7	9.2	15.0	12.7	11.5
その他	5.6	4.0	5.3	5.1	7.2	8.3	5.3	4.5	4.5	3.5
自動車(1,000台)	921.21	1,064.0	1,128.0	1,165.2	780.9	859.3	896.5	864.7	966.7	1,100.0
トラクター(1,000台)	59.4	55.9	64.5	70.0	47.0	37.6	26.6	49.8	49.0	60.0

(出所) SINDIPEÇAS, "Desempenho do setor de autopeças 1974—1986," 発行年不明より抽出。

(注) 1986年は予備調査に基づく。

ば、第5段階（1974年以降）における自動車部品の輸出拡大の主役が現われてくる。第13表の企業は

第12表 1984年の主要輸出部品 (%)

エンジン	30.7
カー・ラジオとその部品	16.5
アクセサリ	9.3
シリンダー・ブロック、ヘッドおよびクラ ンク・ケース、スリーブ	5.3
ギアボックス	4.1
電子スピード・コントロール	2.9
油圧ブレーキ	2.7
ピストン	2.4
クランクシャフト	2.0
エンジン部品	1.9
ホイール	1.7
その他	20.5

(出所) SINDIPEÇAS, "Sindipecas News,"
1985年9月, 30ページ。

エンジン輸出を行なっている企業の上位10社である。トップのGMが1983年と84年上半期で全体の半分を占めているのをはじめ、ほとんどが外資系自動車組立企業である。すなわち、VW, GM, フォードおよびフィアットはそれぞれワールド・カーであるサンタナ (Santana), モンザ (Monza), エスコルト (Escort), そしてウノ (Uno) を生産しており、それらの組付用エンジンをブラジルのプラントで生産していると考えられる(注6)。

第14表はカー・ラジオ輸出企業を表わしており、これについては1982, 83年には フィルコ (Philco Radio e Televisão) の, 84年にはフォードの独占と

第13表 エンジンの企業別輸出 (単位: 1,000ドル, %)

	企 業	国 籍*	1982		1983		1984(前期)	
1	General Motors	アメリカ	79,504	38.5	147,306	46.7	79,346	42.0
2	Fiat Automoveis	イタリア	34,885	16.9	57,365	18.2	50,860	26.9
3	Ford Brasil	アメリカ	21,923	10.6	76,994	24.4	42,636	22.6
4	Fiat Diesel	イタリア	24,937	12.1	8,915	2.8	1,612	0.9
5	Cummins	アメリカ	14,973	7.2	14,470	4.6	9,908	5.2
6	Volkswagen	西ドイツ	14,217	6.9	1,906	0.6	1,287	0.7
7	Mercedes Benz	西ドイツ	7,357	3.6	1,166	0.4	634	0.3
8	Saab Scania	スウェーデン	3,840	1.9	1,849	0.6	397	0.2
9	MWM Motores	西ドイツ	1,802	0.9	840	0.3	321	0.2
10	Engexco Exportadora	ブラジル	250	0.1	1,452	0.5	316	0.2
上記10社小計			203,688	98.5	312,263	99.0	187,317	99.2
総 計			206,753	100	315,430	100	188,846	100

(出所) CACEX のマイクロ・フィッシュより作成。

(注) * ブラジル以外のものについては親会社の国籍を示している。

第14表 カー・ラジオの企業別輸出 (単位: 1,000ドル, %)

	企 業	国 籍	1982		1983		1984(前期)	
1	Philco Radio	アメリカ	79,700	95.5	123,436	99.0	0	
2	Ford Industria	アメリカ	0	0	0	0	101,003	99.4
3	Robert Bosch	西ドイツ	1,931	2.3	5		4	
4	Philips	オランダ	676	0.8	423	0.3	200	0.2
5	Engexco	ブラジル	389	0.5	379	0.3	12	
6	Sony	日 本	194	0.2	82	0.1	64	0.1
上記6社合計			82,890	99.3	124,325	99.7	101,283	99.9
総 計			83,440	100	124,730	100	101,595	100

(出所) 第13表と同じ。

(注) 第13表と同じ。

言える。第15表はアクセサリーの輸出企業を示しているが、前2者と比べると多数の企業に分散している。とはいえ、これも外資系組立企業あるいはその支配下にある企業によって構成されている。さらに、第16表に示されているシリンダー輸出にあってもまた上位5社で80%以上を占め、5社すべてが外国企業である。

このように、輸出拡大を主として行なってきた企業は外資系自動車組立企業あるいは外資系自動車部品企業であり、彼らは多国籍企業であるがゆえに企業内国際取引のネットワークを利用し、その国際競争力を大いに生かして輸出の土台を作り、ブラジル国内市場の低迷を契機に、しかも

BEFIEX を利用して 世界各国へ部品を販売していったのであった。

ところが、この時期(第5段階)に輸出を伸ばしたのはひとり外国企業のみではなかった。数量や額の面では外国企業に及ばないものの、ブラジル系大企業も急速に発展し輸出拡大に貢献している。

2. ブラジル系大企業の発展

『ヴィザオン』(Visão) 誌によると、自動車部品部門における上位20企業(自己資本額に基づく)のうちブラジル系企業と確認できるものは、1976年にわずか7社しか存在しなかったのが、79年に8社、80年に9社、81年に10社、84年に11社、そし

第15表 アクセサリーの企業別輸出

(単位: 1,000ドル, %)

	企 業	国 籍	1982		1983		1984(前期)	
1	Volkswagen	西ドイツ	17,718	18.1	25,422	28.4	9,147	19.7
2	Mercedes Benz	西ドイツ	8,559	8.7	5,782	6.5	3,392	7.3
3	Ford Brasil	アメリカ	5,079	5.2	4,401	4.9	2,561	5.5
4	Engexo	ブラジル	3,325	3.4	4,835	5.4	1,144	2.5
5	Fiat Automoveis	イタリア	3,727	3.8	4,107	4.6	1,396	3.0
6	Marcel Blum	不 明	3,273	3.3	2,573	2.9	1,785	3.8
7	FMB	イタリア	3,698	3.8	1,590	1.8	1,543	3.3
8	Saab Scania	スウェーデン	3,772	3.8	2,080	2.3	720	1.6
9	Comex	ブラジル	3,934	4.0	1,507	1.7	919	2.0
10	General Motors	アメリカ	2,660	2.7	2,525	2.8	1,169	2.5
上記10社小計			55,745	56.9	54,822	61.2	23,776	51.2
総 計			98,016	100	89,635	100	46,432	100

(出所) 第13表と同じ。

(注) 第13表と同じ。

第16表 シリンダーの企業別輸出

(単位: 1,000ドル, %)

	企 業	国 籍	1982		1983		1984(前期)	
1	Cummins	アメリカ	17,612	36.5	14,802	31.9	10,755	38.4
2	FMB	イタリア	6,683	13.8	11,395	24.5	6,409	22.9
3	Volkswagen	西ドイツ	5,885	12.2	7,200	15.5	1,292	4.6
4	Fundição Tupy	ブラジル	4,774	9.9	4,611	9.9	2,606	9.3
5	Ford Brasil	アメリカ	5,104	10.6	2,371	5.1	2,097	7.5
上記5社小計			40,058	82.9	40,379	86.9	23,159	82.7
総 計			48,312	100	46,446	100	28,003	100

(出所) 第13表と同じ。

(注) 第13表と同じ。

て88年には14社へと増加している(注7)。ちなみに、1988年の14社は、メタル・レーヴィ (Metal Leve), コファブ (Cofap), ブラゼイロス (Braseiros), フレイオス・ヴァルガ (Freios Varga), ハンドン (Randon), マルコポーロ (Marcopolo), シフィコ (Sifco), アルテルス (Inds. Artels), フラスレ (Frasle), アルトゥール・エベルハルト (Artur Eberhardt), ブラस्पレンナス (Brasprenas), ブラジンカ (Brasinca), ヘクルズル (Recrusul), ナカタ (Nakata) であった。特に上位3者はベスト・スリーに入っておりシフィコまでの企業は10位までに入っている。また、ベスト・スリーのメタル・レーヴィ, コファブ, ブラゼイロスは一貫して最上位3企業の位置にあり、そのなかで1980年になってメタル・レーヴィがブラゼイロスを抜いてトップの座を獲得して今日に至っている(注8)。いずれにしても、先に考察した中小企業の動向とは逆に、ブラジル系大企業は外資系企業を押しつけて上位の位置をわがものにしている。

たとえば、1950年3月に設立されたメタル・レーヴィは、当時はピストンおよびエンジン用ピンをそれぞれ1年に22万本生産していた。1960年にはベアリングを年に240万本生産していたビメタル (Bimetal S. A. Fábrica) を吸収した。1974年にはメタル・レーヴィ・プロダクトス・シンテリザードス (Metal Leve Produtos Sinterizados) を設立し、78年には技術的自立および新製品への対応のために技術センターを設立した。さらに同年に、ドイツのティッセン (Thyssen) グループによって支配されていたティッセン・フレール (Thyssen Huller) の株式の30%を取得し、1981年にはメタルールジカ・モジ・グアス (Metalúrgica Mogi-Guaçu) の株式の30%を取得し、さらに83年12月28日にはアレン・ブラドレイ (Allen-Bradley Indústrias)

の取得を通じて情報分野に参入した。1984年8月には総合子会社 (Metal Leve S. A. Comercial e Exportadora) を設立している。1985年には、5月にドイツのシュツットガルトにメタル・レーヴィ (Metal Leve GmbH.) を設立、6月にロンドンに子会社エム・エル・インターナショナル (ML International) を、そしてアメリカのダラスにエム・エル・インターナショナルの子会社メタル・レーヴィ・インコーポレイティッド (Metal Leve Inc.) を設立した。さらに、1988年には他のエンジン開発センター、他の大学や他の技術情報などに接近するために、開発計画・計画調査金融基金 (Fundo de Financiamento de Estudos de Projetos e Programas de Desenvolvimento) の援助を得て、北アメリカに技術センターを設立する予定となっている。

このように、目覚ましい発展を遂げたメタル・レーヴィの今日の市場占有率は、ピストンが75%、ベアリングが90%となっており、ほぼ独占の地位にある。ブラジル国内の組付市場および補修市場は言うに及ばず、アメリカ、イギリス、西ドイツ、メキシコ、アルゼンチン、オーストラリアおよび日本に組付用部品を、北アメリカ、ラテンアメリカ、ヨーロッパそしてアジアへは補修用部品を輸出している。しかも、輸出比率は高く、1985年には31%、86年は23%、87年は25%となっており、生産の4分の1から3分の1にあたる部分を海外市場に販売している(注9)。

さらに輸出において注目すべきは、ピストン販売において、キャタピラ (Caterpillar) と5年契約 (200万本) を行ない、また組付用ディーゼル・エンジンの契約をキャタピラ=ペオリア (Caterpillar-Peoria, アメリカ), パーキンス (Perkins, イギリス), カミンス (Cummins, イギリス) と結んでいる。加

えて、飛行機用ピストンをコンティネンタル・リカミング (Continental Lycoming) とピストン・インポート・オブ・ダラス (Piston Import of Dallas) に輸出販売しており、この2社はメタル・レーヴィのもののみを使用している、と言われている^(注10)。

また、1951年に設立されたコファブは、現在1万1000人の従業員を雇用し、ピストン・リング、ショック・アブソーバー、ガス・スプリング、エンジン・ブロック、シリンダー・ヘッドなど多種の部品を生産している^(注11)。輸出市場としては、88カ国に補修市場を持ち、西ドイツ(VW, アダム・オペル, フォード, MWM), スウェーデン(サーブ・スカニア), イギリス(パーキンス, フォード), オーストラリア(GM), メキシコ(VW), アメリカ(キャピラ, カミンス, デトロイト・ディーゼル・アリソン)などに組付用部品を供給している。

また、海外サービス代理店であるコファブ・トレディング (Cofap Trading) をつうじて、アメリカのオハイオ州デイトンや西ドイツのハンブルグに倉庫やエンジンおよびサスペンションの技術センターなどを設置している^(注12)。

この企業は、1987年6月に次のように報道されている。国内市場の不安定により自動車部品部門の拡大や近代化の過程はブレーキをかけられているが、コファブにあっては、社長のアブラハム・カジンスキー (Abraham Kasinski) は投資政策に変更なし、と強気の姿勢を見せている。彼は生産能力の拡大のために今年は3000万ドルの投資を行なうと断言した。この企業は世界88カ国に大規模に輸出しており、今年の輸出予想は4500万ドル(去年の3800万ドルの18.4%増)である。ちなみに、去年の輸出額3800万ドルは全販売額21億4800万ドルの15.3%であった。

そして、今までの販売の70%が組付用部品(国内)であったが、リスク回避のために、今後はそれを50%に減らし、その分を補修市場と輸出にまわす、としている^(注13)。

このように、第5段階における国内市場の停滞に直面して、ブラジル資本の大企業は組付部品の販売低下を補修用部品と輸出用部品で償い、それに止まらず輸出の好調によりかえって生産・販売を増やして着々と発展の過程を歩んでいる。

(注1) 拙稿「ブラジル自動車部品貿易と多国籍企業の世界戦略」(『立命館経営学』第23巻第5号 1985年1月)／拙稿「ブラジル自動車部品輸出における政府と多国籍企業の役割——発展途上国経済の『従属的發展』と多国籍企業の行動論理——」(『立命館経営学』第24巻第5号 1986年1月)／拙稿「ブラジルにおける自動車とその貿易について」(『ラテン・アメリカ論集』第20号 1986年11月)を参照のこと。

(注2) *Jornal de tarde*, 1974年4月3日。

(注3) 同上紙 1974年5月8日。

(注4) *O Estado de São Paulo*, 1987年12月15日。

(注5) 同上紙 1988年7月15日。

(注6) SINDIPEÇAS, "Brazilian Auto Parts around the World," 1987年9月, 11ページ。

(注7) *Visão*, 1976, 79, 80, 84, 88年の8月号。

(注8) 同上誌 1988年8月号。

(注9) Comissão de Valores Mobiliários, "Informação anuais," 1988年4月22日。

(注10) Banco Bradesco de Investimento S.A., "Metal Leve S.A., indústria e comércio: prospecto técnico," 1976年, 41~44ページ。

(注11) サンパウロ州の経済企画局 (Secretaria de Economia e Planejamento) の調査によれば、生産している製品の多様化の程度と企業規模の相関を、452企業において調べ、全体の54.2%が多様化せずに単一製品のみを生産しており、上位100企業のなかではその比率は39.0%と低くなり、したがって、大企業ほど多様な生産ラインを所有しており、その結果、組立企業によって行使される支配の影響を受けにくいことが明らかになっている。Secretaria de Economia e

Planejamento, *Aspectos estruturais do desenvolvimento da paulista indústria automobilística*, サンパウロ, 1978年, 76ページ。

(注12) SINDIPEÇAS, “Autopiezas,” 1987年, 43ページ。

(注13) *Folha de São Paulo*, 1987年6月21日。

お わ り に

以上の分析によって、われわれは次の点を確認することができる。すなわち、ブラジルにおける自動車組立企業が1960年代に現われたこの部門の集中・再編（アメリカ・ビッグスリーによる乗用車部門への参入）以降の非価格競争＝製品差別化（モデルの多様化と頻繁なモデル・チェンジ戦略）期に突入することによって、ブラジル資本の中小部品企業は組付部品市場から排除され補修用部品市場あるいはその他の市場（これは自動車部品市場からの撤退を意味する）へ押しやられた。しかもこうしてできた組付市場の間隙を睨んで組立企業の内製化が進行することになったのである。そればかりではない。内製化それ自体は部品企業の間においても現われ、結果として、ブラジルにおける中小部品企業の低落傾向が加速化したのであった。

一方、1970年代中葉以降から80年代に至るブラ

ジル国内市場の停滞・不安定は外資系自動車・自動車部品企業およびブラジル系自動車部品大企業をして、輸出市場に向かわしめ、かえってこれらの企業はこの輸出を梃子に発展していったのである。すなわち、第4段階と第5段階においては自動車生産は増加、そして減速・停滞という過程をとったのであるが、これに結びついて部品産業では外資系およびブラジル系大企業と、中小企業との間により一層の格差の拡大＝両極分解が起こったことになる。

この国では、すでに述べたように1978年に自動車生産が100万台を突破した。しかし、それ以降の生産は100万台前後を上下している。このような国内市場鈍化はブラジル政府による経済政策の数々の失敗を実際の契機としながらも、所得集中による所得層上位部分に的をしばった戦略の限界を示していると言える。したがって、部品部門における両極分解＝集中過程は、さらなるコスト・ダウンとそれに基づくより低い所得層への新車販売の拡大という新たな段階への準備段階であると考えられる。組付市場と輸出市場という外資への構造変化がまさにこの産業の発展の一過程を示しているのである。

（北海道情報大学講師）