

2014年3月17日

Mizuho Industry Focus Vol. 149

ブラジル自動車産業の現状と今後の見通し

土橋 泰智

要 旨

ブラジル自動車産業は2000年代に入ってから急速に成長を遂げ、販売台数では世界第4位の市場となった。その為日系メーカーを初めとして自動車産業への投資が進んでいる。

2013年はブラジル経済の減速や6月以降に発生したデモ等の影響により、個人消費が減速。新車販売台数については2013年初めの市場予想に反して10年ぶりのマイナス成長となった。2014年の新車販売台数についても楽観できない状況にある。しかし長期的に新車販売台数は2020年に460万台程度となる見通しである。

ブラジル国内自動車生産は拡大する国内市場をターゲットとして完成車メーカーは能力増強を図ってきた。2017年には生産能力が560万台程度まで拡大すると見られている。

ブラジルでは国内自動車生産増加に伴い成長しているものの、一部部材での輸入品依存、輸入品との競争、国内Tier2/Tier3産業の育成が課題となっている。

ブラジル政府は自動車産業を基幹産業と捉え、国内での生産拡大、研究開発投資拡大、地場調達拡大を促す措置を導入しており、完成車メーカーが対応を迫られている状況。特に地場調達拡大については各社が注力しており、ブラジル国内での企業同士の再編と外資系部品メーカーによる新規投資や事業拡大への期待が高い状況にある。

ブラジル自動車市場は現在成長過程にあり、進出には好機だと考えられるが、進出に際してのリスクも多い。進出を検討する企業にはグリーンフィールド投資のみならず、サプライヤー間の協働、メキシコやアジア等の既存海外拠点の活用も含めて、入念な事業戦略の構築が必要となる。

目次

ブラジル自動車産業の現状と今後の見通し

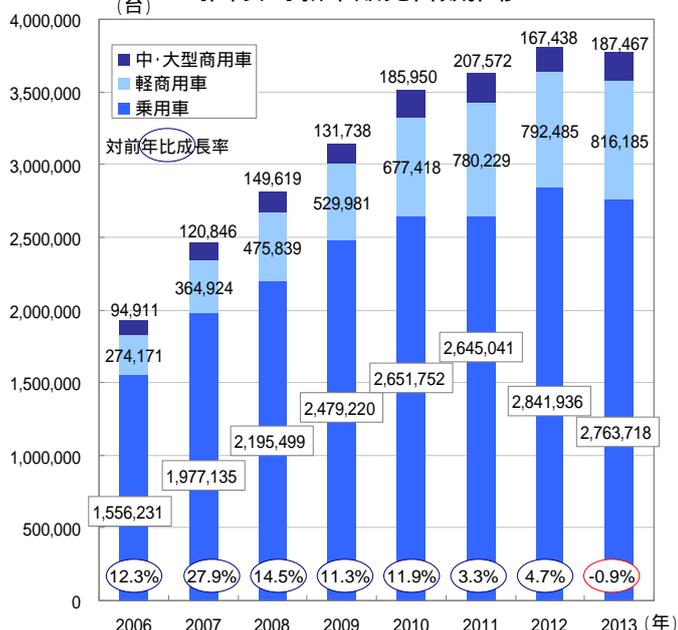
． ブラジル自動車市場概要	2
． ブラジル自動車市場販売動向	3
． ブラジル自動車市場生産動向	14
． ブラジル自動車輸出・輸入動向	18
． ブラジル自動車部品市場動向	22
． ブラジル・メキシコ自動車市場比較	26
． 今後のブラジル自動車・自動車部品市場見通し	29
． 日系自動車メーカーブラジル市場戦略の方向性	33
． おわりに	35

・ブラジル自動車市場概要

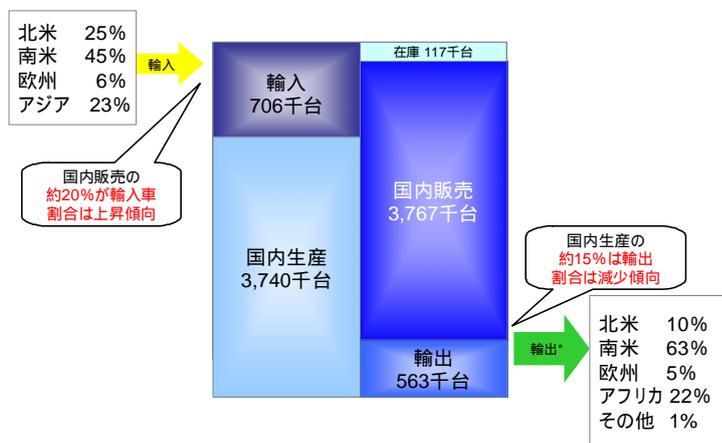
急成長したブラジル自動車販売市場

ブラジルは世界でも有数の新車販売市場として近年大きな注目を集めている。ブラジル経済の急速な成長を背景に 2010 年まで年率二桁台の成長率を記録し、世界第 4 位の自動車市場に成長した。しかし 2013 年は一転して 2003 年以来 10 年ぶりのマイナス成長となり、2013 年のブラジル新車販売台数は対前年比マイナス 0.9% の 376.7 万台となった（【図表 1】）。一方で生産台数については対前年比プラス 10.4% の 374.0 万台となった。近年のレアル高を背景とした輸入の拡大により、これまで生産台数が販売市場の成長に追いついていなかったが、レアル安、政府の国産車優遇措置、完成車メーカーの能力増強といった要因もあり、生産台数は過去最高を記録した。

【図表 1】新車販売台数推移



【図表 2】販売・生産・輸出・輸入の関係 (2013 年)



(出所) 【図表 1、2】とも、ブラジル自動車工業会 (ANFAVEA) 資料よりみずほ銀行産業調査部作成

(注) 輸出先は 2010 年実績。四捨五入のため合計は 100 にならない

国内市場をターゲットとした自動車生産

国内市場を概観すると国内生産が略国内販売を満たしている状況で、各完成車メーカーはブラジルの生産拠点については国内市場をターゲットとした活用に重点を置いており、国内市場向けの小型車を中南米内の他国市場へ輸出している（【図表 2】）。輸入は近年アジア（韓国・中国）や、昨今生産拠点として成長の著しいメキシコからの小型車輸入が急増している。一方、ピックアップトラック等ブラジル国内で生産されていない車種についてはアルゼンチンから輸入している。

輸入拡大は一旦落ち着いた状況

自動車関連の貿易については為替安が貢献し、2013 年の輸出台数は対前年比プラス 26.6% の 56.3 万台と大幅に増加。輸入台数は対前年比マイナス 10.3% の 70.6 万台。ブラジルの国内新車販売市場の拡大とレアル高を背景に輸入が増加していたが、一旦落ち着いた状況だ。

II. ブラジル自動車市場販売動向

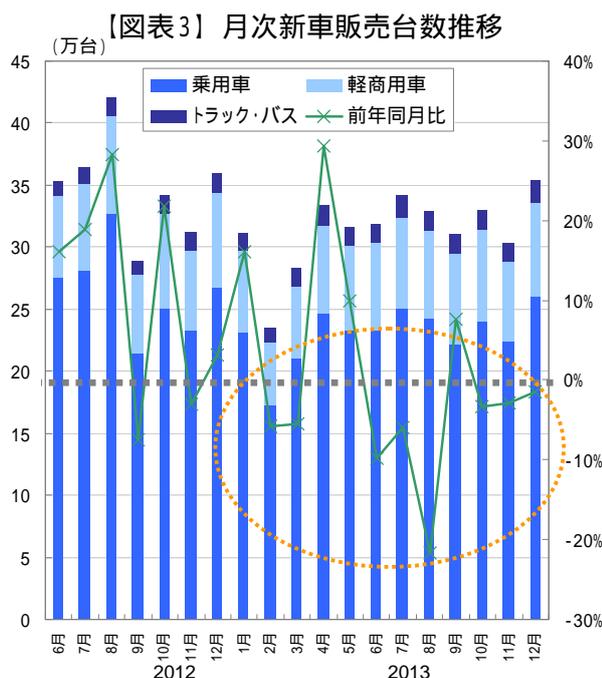
1. ブラジル自動車販売市場の現状と2014年見通し

新車販売市場には減速の兆し

2013年は12ヶ月中8ヶ月で販売台数が対前年比マイナスに

ブラジルの新車販売市場は国内経済の順調な成長による所得の上昇、購買力増加を後押しするクレジットの拡大を背景として大きく成長してきた。しかしながら近年は息切れの兆しがみられる。

2013年9月に実施をした現地インタビューでは2013年度についても1%-2%程度のプラス成長で着地をするのではないかとの見方が殆どだった。しかし2013年12月に現地インタビューを実施した際には市場に関する見方が大きく悪化しており、マイナス成長という声が多く聞こえた。ブラジル新車販売市場は2006年以降、2010年迄毎年10%を越える成長が続いていたが、近年は成長基調は鈍化していた。とりわけ2013年は対前年同月比の販売台数がマイナス成長となる月が多くなり、12ヶ月中8回のマイナス成長を記録した(【図表3】)。特に2013年8月についてはマイナス21.6%と大きく減少。2013年6月以降発生した公共料金値上げに反対するデモをきっかけとした社会情勢の混乱により、個人消費が減速し、予想以上に新車販売市場に大きく影響した。



(出所) ブラジル自動車工業会、ブラジル自動車販売店連盟資料よりみずほ銀行産業調査部作成

2014年の新車販売台数も大きな成長は見込めない状況

2014年についてはブラジルの完成車メーカーの業界団体(ブラジル自動車工業会)はプラス1.1%の成長を予想している。またディーラーの業界団体(ブラジル自動車販売店連盟:FENABRAVE)はローケースで3.24%、ハイケースで0.29%と予想しており、大きな成長は望めない状況となっている。また、専門家の中にはワールドカップによる営業日減少や選挙による経済活動の低迷や、為替・インフレの動向に注視が必要との予測もあり、2014年の販売市場の動向についても楽観できる状況ではない。

2. ブラジル自動車販売市場の成長要因

2006 年以降、ブラジルの新車販売が拡大した主な要因は 経済成長に伴う所得の上昇、所得上昇による購買力拡大を後押しするクレジットの拡大、政府による自動車販売に関する振興措置が挙げられる。

2003 年以降、ブラジル経済は安定して成長

ブラジル経済はこれまで複数回の経済危機を経験しているが、2000 年以降は順調なプラス成長を記録してきた(【図表 4】)。特に現在の政権与党である労働党が政権を獲得した 2003 年以降は、2002 年就任直後の 2003 年と金融危機が発生した 2009 年を除き、一次産品の価格上昇、国内消費・投資拡大を背景として 3% 台を超える安定した経済成長を達成した。ブラジルが特に注目を集めたのは金融危機後の 2010 年に 7.5% のプラス成長を達成した際である。米国・欧州等の先進国経済が減速する中で、新興市場への進出とシェア拡大を狙いとして、日系企業も含めた外資系企業のブラジルへの投資が進んだ。

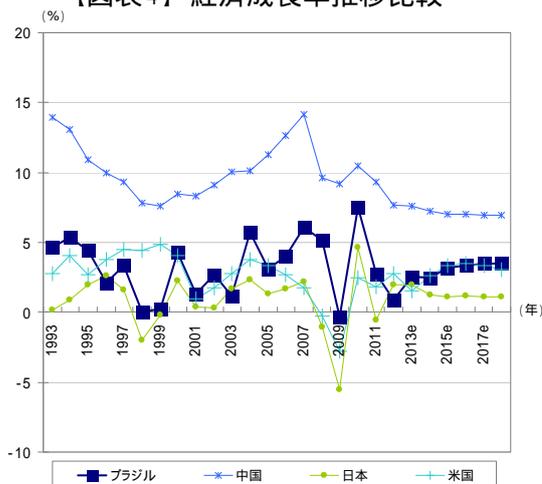
国民所得が上昇。魅力ある販売市場に変化

一方で順調な経済成長は国民にも恩恵をもたらした。ブラジルの所得階層別人口構成を見ると、2003 年には世帯月収が月 470 米ドル¹を下回る貧困層・低所得層が人口の 55% を占めていた(【図表 5】)。経済成長により国民全体の所得が上昇したことに加えて、貧困・低所得者層に対する所得引上げ策(ボルサ・ファミリア)が導入されたことにより、ブラジル国内の中間所得層(世帯月収が 470 米ドルから 2,000 米ドル程度)の人口が 2011 年には国民の 54% となった。また 2014 年には中間所得層が人口の 6 割程度(1 億 1,480 万人)を占めると予想されている。この拡大する中間層の購買力も投資家にブラジルの魅力として捉えられている。

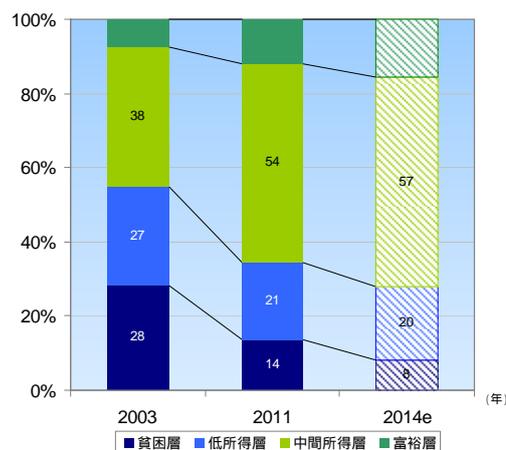
経済には一服感有

但し足下では先進国の回復・国内経済減速による投資減少、一次産品価格の一服感等によりブラジル経済に減速の兆候が見られる。IMF もブラジル経済の成長見込みをこれまでの 3% 台から 2014 年・2015 年については 2% 台前半の成長率へと予想を引き下げている。

【図表 4】 経済成長率推移比較



【図表 5】 所得階層別人口構成比推移



(出所) 【図表 4、5】とも、国際通貨基金、ブラジル中央銀行資料よりみずほ銀行産業調査部作成

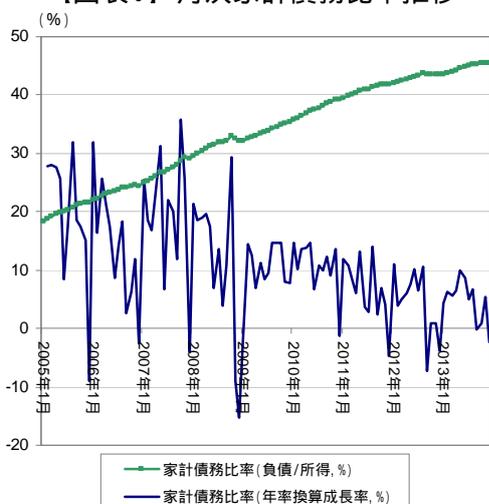
(注) 所得階層定義(2011 年): 貧困層: 世帯収入 0 レアル - 705 レアル、低所得層: 世帯収入 706 レアル - 1,126 レアル、中間所得層: 世帯収入 1,127 レアル - 4,854 レアル、富裕層: 世帯収入 4,855 レアル以上

¹ 本稿ではドル建の記載金額について 1 米ドル = 2.4 レアルのレートで計算。

中間層の消費をクレジット増加が後押し

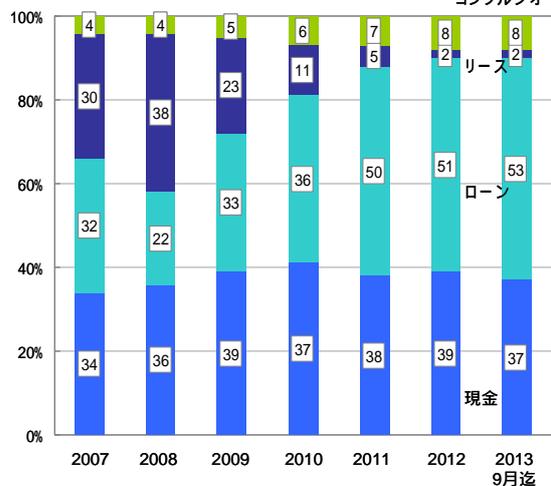
またブラジル国内でのクレジット増加も上記中間層の購買力拡大に貢献してきた。高金利を背景とした国内への資金流入と国内資本市場の発展による資金供給の増加と、所得の増加や安定した雇用増加による資金需要の増加により国内でクレジット提供が増加した。家計所得に占める債務の割合は 2005 年 1 月の 18.4% から 2013 年 10 月には 45.4% まで上昇している (【図表 6】)。さらに、自動車販売の支払方法を見ると、2007 年時点では 32% 程度だったローンの利用割合が直近では 50% を越える水準となっている (【図表 7】)。但し【図表 6】に見られるように、家計債務比率の上昇(クレジット拡大)ペースが鈍化しており、今後は 2005 年以降に見られた急速な消費の拡大は見込めない状況にある。

【図表 6】 月次家計債務比率推移



(出所) ブラジル中央銀行資料よりみずほ銀行産業調査部作成

【図表 7】 乗用車・商用車購入時支払い形態

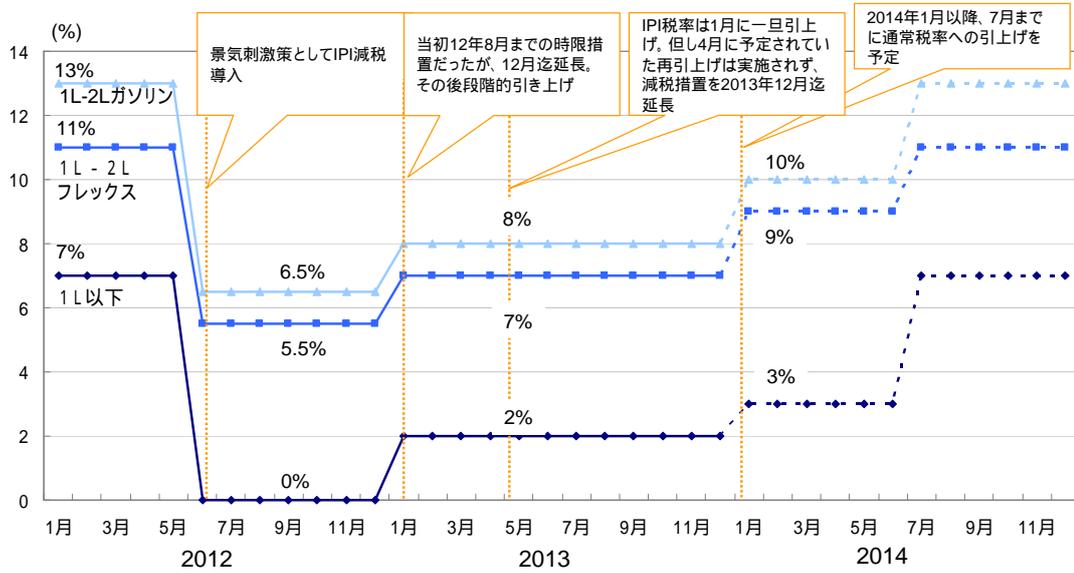


(出所) ブラジル自動車販売金融協会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

政府の減税措置も販売拡大に奏功

自動車販売の拡大につながった要因の1つとして政府の政策措置を挙げることができる。まず低所得者層が購入する排気量の小さい車(排気量 1L 以下)については工業製品税 (IPI) が低く設定されている (【図表 8】)。また IPI は消費が減速した際の、個人消費のカンフル剤としても利用される。IPI の減税措置は 2009 年に世界経済危機の影響を受け一度導入され、新車販売増に貢献した。減税の結果、2009 年は経済全体の成長率はマイナス(前年比 0.3%) だったものの、新車販売は二桁(前年比+11.3%) 成長した。2012 年以降自動車市場の減速を受けて、業界団体の要請により政府は乗用車に対する IPI を大幅に削減する措置を導入した。本措置は当初半年間の暫定措置として導入され、業界団体の要請により延長が行われた。この措置により、新車販売台数増加に一定の役割を果たしたものの、業界関係者からは最近はこの措置の効果が息切れしているとの指摘が出ている。

【図表8】乗用車に課される工業製品税 (IPI) 推移



(出所) 日本貿易振興機構資料よりみずほ銀行産業調査部作成

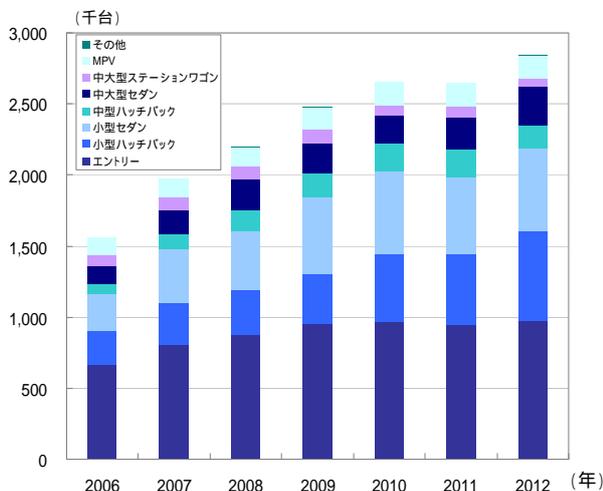
3. ブラジル自動車販売市場の特徴

売れ筋車種には
変化の兆し

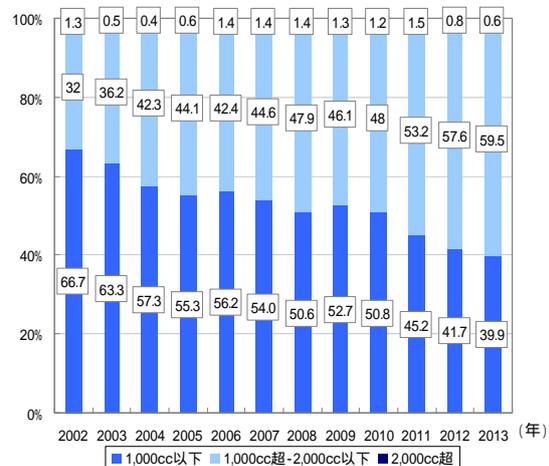
ブラジル新車販売市場をこれまで支えたのはエントリーカー、小型ハッチバック、小型セダンといった比較的小型の車種だ。2012年は乗用車セグメント販売台数の77%が上記3車種で占められており、台数ベースでは220万台となっている(【図表9】)。排気量別では2010年までは排気量1L以下の車種が多数を占めていたが、近年は税制の優遇措置が存在しているにもかかわらず1L以上のエンジンの搭載車が増加している(【図表10】)。

車種別に見ると販売台数に占めるセダンの割合が増加している一方でこれまで販売市場の中心だったリッターカーの人気は低下傾向にある。所得の上昇やデフォルトの懸念から低所得層へのクレジット提供を金融機関が絞っているといった要因から、中級車種の販売が伸びていると想定される。

【図表9】ブラジル乗用車セグメント販売台数推移



【図表10】ブラジル排気量別乗用車販売台数シェア

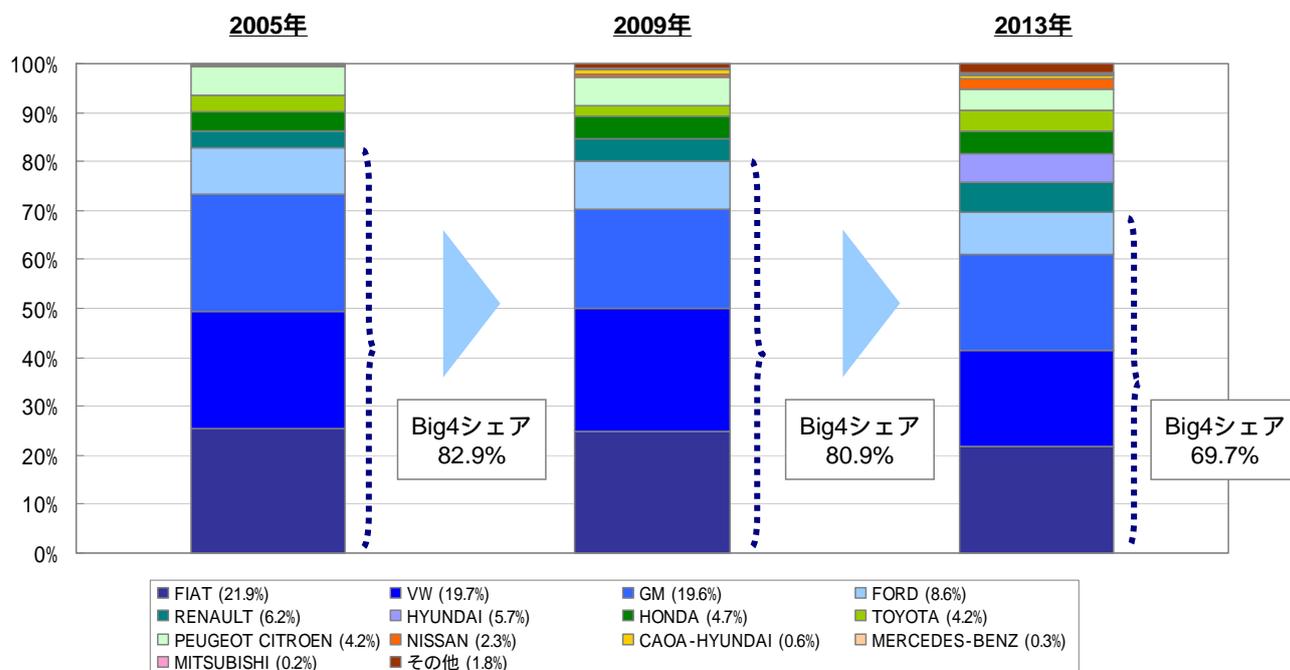


(出所) 【図表9、10】とも、ブラジル自動車工業会、ブラジル自動車販売店連盟資料よりみずほ銀行産業調査部作成

OEM の競争環境は激化

小型自動車(乗用車・軽商用車)のメーカー別の販売シェアの推移ではブラジルで歴史ある Big4 と呼ばれる欧米系 (Fiat, Volkswagen, General Motors, Ford) が高いシェアを占める状況が長年続いていた。しかし 2005 年には 8 割を超えていた Big4 のシェアが、近年は約 7 割程度まで減少している ([図表 11])。この Big4 が引き続き大きな影響力を持つ状況には変わりはないものの、小型自動車市場における競争は激しくなりつつある。乗用車市場では特に韓国メーカーと日本メーカーのシェア上昇が顕著で、現代自動車は 2007 年に地場企業と合併で生産販売を開始したが、2013 年はシェア 5.7% でシェア第 6 位に。一方で 2013 年の日系 4 社 (ホンダ、トヨタ、日産、三菱自動車) のシェアは 11.4% となっている。特にホンダ (4.7%) とトヨタ (4.2%) がシェアを伸ばしている。日産についても 2014 年内にブラジル国内で新工場が稼働する予定で相応のシェア獲得が期待されている。ブラジル国内市場でのシェア維持を図る Big4 と、シェアの拡大を狙う新興メーカーの競争は今後更に激化する見込みで、各社とも生産設備・マーケティング等への投資を積極的に実施している状況である。

【図表 11】 ブラジル乗用車メーカー別販売台数シェア推移



(出所) ブラジル自動車工業会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

(注) グラフ下、各メーカー名横の数字は 2013 年シェア

2013年のブラジル市場で売れ筋となっているモデルを見ると、これまでブラジル市場で主力となっていた車種の販売台数が大きく減少し、現地開発等ブラジル市場をターゲットとして生産を新たに開始した車種の販売台数が大きく増加している(【図表12】)。

【図表12】乗車販売台数上位25モデル(2013年)

順位	メーカー	モデル	車種	販売台数		前年比
				2011	2012	
1	VW	GOL	エントリー	293,454	293,293	-0.1%
2	FIAT	UNO	エントリー	273,537	255,838	-6.5%
3	FIAT	PALIO	エントリー	105,794	186,384	76.2%
4	VW	FOX/CROSS FOX	小型HB	121,588	167,685	37.9%
5	GM	CELTA	エントリー	149,044	137,617	-7.7%
6	FORD	FIESTA	小型HB	86,204	113,546	31.7%
7	FIAT	SIENA	小型セダン	90,167	103,547	14.8%
8	GM	CORSA SEDAN	小型セダン	125,777	98,551	-21.6%
9	RENAULT	SANDERO	小型HB	81,780	98,442	20.4%
10	VW	VOYAGE	小型セダン	87,210	96,394	10.5%
11	GM	COBALT	小型セダン	2,355	66,654	2730.3%
12	FORD	KA	エントリー	63,764	56,932	-10.7%
13	TOYOTA	COROLLA	中型セダン	53,147	56,365	6.1%
14	GM	AGILE	小型HB	73,255	54,045	-26.2%
15	HONDA	CIVIC	中型セダン	22,962	50,490	119.9%
16	FIAT	PUNTO	中型HB	36,547	42,362	15.9%
17	GM	CRUZE SEDAN	中型セダン	9,418	39,530	319.7%
18	HONDA	FIT	MPV	28,761	38,623	34.3%
19	FORD	FIESTA SEDAN	小型セダン	13,074	37,209	184.6%
20	GM	PRISMA	小型セダン	51,063	34,932	-31.6%
21	CITROEN	C3	小型HB	37,573	34,923	-7.1%
22	RENAULT	LOGAN	小型セダン	39,086	33,910	-13.2%
23	NISSAN	MARCH	小型HB	6,939	33,149	377.7%
24	HONDA	CITY	小型セダン	24,637	30,908	25.5%
25	PEUGEOT	207	エントリー	19,045	28,393	49.1%

(出所)ブラジル自動車販売店連盟資料よりみずほ銀行産業調査部作成

南米(ブラジル)
専用車の人気
が高い

これまでブラジル市場で主力となっていた車種の代表として上げられるのは Volkswagen 社 Gol と Fiat 社 Uno である(【図表13】)。元々ブラジルでは駐車スペース等のインフラが小型車向けになっていること、マニュアル車を好む消費者等独特な車に対する好みがあるが、そのニーズにマッチしているのが両車種である。両車種とも初代の販売が始まったのは30年以上前の1980年代で、現在は両車種とも南米でのみ販売されている。その為デザイン・製品の改良等は全てブラジルの現地拠点が担当していると言われている。両車種とも最もスペックの低いモデルの価格が24,000リアル(10,000米ドル)程度とブラジルでは最低価格である。2013年12月時点での仕様を見ると Volkswagen 社 Gol の最もスペックが低いモデルではエアコン、パワーステアリング、パワーウィンドー、電動ドアロックがオプション。但し、オートマチックトランスミッション、エアバッグ、アンチロック・ブレーキ・システムについては搭載不可となっている。スペックとしては新しい車種から大きく見劣りするものの、価格面での優位性やこれまでの実績、充実したディーラー・メンテナンス網といった要因により、引き続きブラジル市場での販売台数1位と2位を占める車種となっている。

ブラジル人好みに開発した新車種も人気

直近の販売台数ランキングで新たに上位となった車種の内、現代自動車 HB20 と GM・ONIX が特に目ざましい実績を上げている。両車種ともプラットフォームは既に他の地域向けに開発されたものを使用しているが、外観・内装はブラジル仕様への変更を行っている。既にブラジル国内に研究開発拠点を持つ GM は国内の研究開発拠点での開発を実施。また現代自動車についても現地にデザイナーを投入し、ブラジルの消費者の好みに合わせ現地で商品開発を実施した点においても共通している。価格については両車種とも最低スペックのモデルの価格は 33,000 レアル (HB20)、31,000 レアル (ONIX) と上記の Gol や Uno といった車種よりも高価格帯で販売を行っているが、ブラジルの自動車専門誌 (Quatrorodas) の評価では保証期間の長さ (HB20 は 5 年、Onix は 3 年)、また機能が充実していることから、他車種より若干高い価格にもかかわらず評価を得ている。但し HB20 についてはディーラー網を HB20 販売開始に際して新たに構築したため、メンテナンス面での課題について指摘がある。

【図表 13】 売れ筋 4 モデル概要

	VW/GOL	FIAT/UNO	HYUDAI/HB20	GM/ONIX
リリース時期	1980年 (現在は2008年リリースの第3世代)	2010年 (旧UNOは1983年)	2012年	2012年
プラットフォーム	PQ24 platform	Fiat Mini platform	Kia/Soul, Hyundai/i20と共有	Gamma platform
セグメント	エントリーカー	エントリーカー	ハッチバック / セダン / クロスオーバー	ハッチバック
エンジン (L)	1.0 / 1.6 / 1.6 I-Motion, Flex	Fire 1.0 Evo / Fire 1.4 Evo, Flex	1.0 Kappa Flex / 1.6 Gamma Flex	1.0 / 1.4, Flex
備考	南米のみで販売されているモデル 往年のベストセラー	南米のみで販売されているモデル 新型UNOについてはブラジルで開発 デザイン、価格に強み有	ブラジル市場向けにデザイン デザイン、内装、エンジン等が 評価。メンテナンスに課題有との 評価も存在	ブラジル市場向けに開発された モデル デザイン、車内スペース等が評 価

(出所) 各メーカーホームページ、Quatrorodas よりみずほ銀行産業調査部作成

4. 環境対応・燃料価格の推移

新車販売台数の約 9 割がフレックス・フエル車

ブラジルで販売されている自動車の特徴としてフレックス・フエル車 (FFV) がある。ブラジル自動車販売市場ではガソリンとエタノールの両方に対応した FFV が新車市場の 88.5% (2013 年実績) を占めている (【図表 14】)。ブラジルは 1970 年代後半より国家施策としてさとうきびを原料としたエタノール燃料の使用を促進しており、1975 年には国家エタノール計画 (Pró-Álcool/Programa Nacional) を立ち上げた。当初はガソリンとエタノールを自動車と同時に使用できる技術が無く、消費者はガソリン車かエタノール車どちらかの購入が必要だったが、2003 年にガソリン、混合燃料、エタノールの 3 種類の燃料を使用して走行できる FFV 車が始めて市場に導入され、その後急速に普及していった。現在はガソリンスタンドで販売されるガソリンに 25% の無水エタノールを混合することが義務付けられている。なお混合率についてはインフレ率、ガソリン輸入量等の推移により、政府が随時変更している。

エタノールとガソリンの価格差の動向に注意が必要

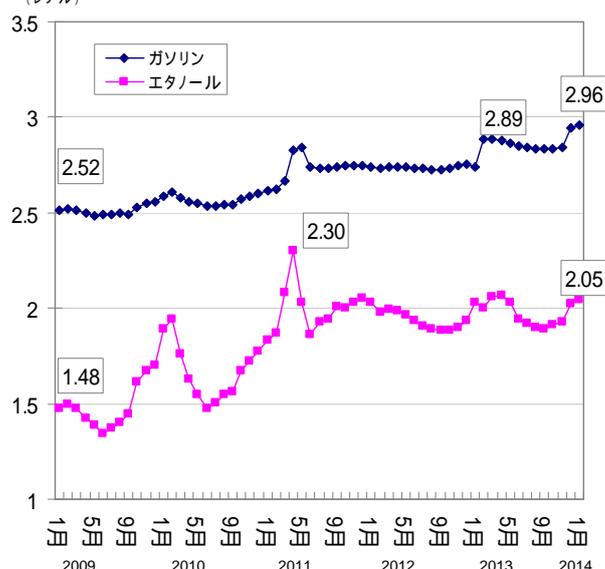
各燃料の価格は上昇傾向にあるが、近年は特にエタノール価格の上昇幅が大きくなっている（【図表 15】）。エタノール価格には政府の統制が存在せず、季節要因や需給の動向によって価格が大きく変動する。一方でガソリン価格はペトロプラス(国営石油会社)が決定することになっているが、基本的には連邦政府方針を遵守した価格決定をしている。ブラジルは原油を輸出、ガソリンを含む精製品を輸入しており、為替変動等でペトロプラスの収益が悪化する場合もあり、ある程度のガソリン価格の上昇については政府も容認している状況である。2013年1月も連邦政府は6%程度の値上げをペトロプラスに許可している。但しインフレ上昇を懸念した政府がペトロプラスの値上げ申請を却下する場合やエタノールの混合率を引き上げて調整を行う場合もあり、変動の幅はエタノール程大きくは無い。この状況から最近ではエタノールとガソリンの価格差が縮小する傾向にある。エタノール業界団体からは政府のガソリン価格の抑制により、エタノールに不利な競争環境となっているとの指摘もある。近年のリアル安傾向や需要の増加によりガソリン調達価格が上昇する中、今後もガソリン価格が是正され、エタノールとガソリンの価格差は再度広がると考えられる。

【図表 14】燃料種別新車販売



(出所) ブラジル自動車工業会、よみみずほ銀行産業調査部作成
 (注) 電気自動車についてはカテゴリーとしては存在しているものの、年間販売台数は500台程度

【図表 15】燃料販売価格推移(1リッター当たり小売価格)
 (リアル)



(出所) ブラジルエネルギー庁資料よみみずほ銀行産業調査部作成

次世代車の市場は未発展

ハイブリッド車や電気自動車についてはブラジル国内では普及が進んでいない。ブラジル市場の現在の主力車種はエントリーカー、小型ハッチバックといった低価格の小型車を中心であり、価格の高い次世代車が消費者のニーズに合っていない可能性がある。また次世代車の普及を後押しする補助金制度のような政府施策も存在しない。エネルギー政策についてはエタノールを中心とした代替エネルギー利用促進が中心となっており、ブラジル自動車工業会は政府に対して電気自動車等への補助金導入を働きかけているところだが、2014年2月時点では具体的な措置は導入されていない。

5. 自動車販売価格推移

販売価格は減税
や競争環境激化
のため低下傾向

ブラジル国内市場での小型自動車(乗用車・軽商用車)の販売価格は 2003 年から 2005 年まで概ねインフレ率を越える上昇を記録していた(【図表 16】)。近年は完成車メーカー間の新車投入数の増加による競争環境激化や IPI 減税措置導入により、新車販売価格は 2009 年以降下落傾向にある。特に 2011 年以降は価格が対前年比横ばい、若しくは対前年比マイナスとなっている車種が多い。ブラジルでは特に人件費がインフレ率の倍程度の割合で年々上昇しており、自動車の生産コストもこの状況に伴い確実に上昇していると考えられる中、販売価格が下落しており、完成車メーカーと部品サプライヤーの事業環境は年々厳しくなっているものと考えられる。今後は 2014 年 1 月から始まるエアバッグ・ABS 搭載の義務化の影響により、販売価格については上昇が見込まれているが、人件費に代表されるコストも同時に上昇する見込みであり、また価格上昇が販売の減少に繋がる可能性もあり、厳しい事業環境に変化は無いものと考えられる。

【図表 16】主要車種販売価格対前年比増減

メーカー	モデル	車種	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
CHEVROLET	CELTA	エントリー	20.1%	20.7%	10.4%	-0.5%	0.4%	4.6%	-6.8%	3.0%	0.0%	7.8%	-14.9%
CHEVROLET	S10	ピックアップ	56.1%	17.0%	6.9%	-15.6%	8.7%	-13.3%	-1.1%	0.2%	6.0%	17.6%	-0.2%
CHEVROLET	Montana	ピックアップ		16.4%	2.2%	-1.3%	1.7%	1.6%	-4.8%	9.8%	-3.1%	-1.3%	0.0%
FIAT	UNO	エントリー	0.0%	30.5%	13.6%	-1.9%					-3.0%	-7.0%	0.0%
FIAT	PALIO	エントリー	8.1%	4.5%	11.4%	1.1%	1.3%	6.3%	-5.5%	0.4%	0.0%	-4.2%	0.0%
FIAT	Strada	ピックアップ	16.4%	12.4%	15.1%	-7.4%	5.9%	8.0%	2.9%	-12.3%	4.3%	5.5%	-3.9%
FORD	FIESTA	小型HB	26.4%	26.0%	8.6%	1.3%	4.1%	6.5%	-8.8%	12.8%	-11.3%	-10.8%	3.8%
FORD	Ecosport	SUV		15.5%	8.2%	11.1%	1.3%	6.8%	2.5%	-5.0%	12.5%	1.7%	1.3%
HONDA	Fit	MPV		22.8%	13.0%	-3.8%	5.7%	12.6%	-1.6%	-5.8%	-1.0%	4.0%	-3.8%
HONDA	Civic	中型セダン	13.1%	23.6%	7.0%	18.3%	5.2%	-7.2%	0.8%	-4.0%	-17.5%	29.3%	-1.6%
TOYOTA	Corolla	中型セダン	11.9%	12.6%	15.5%	-5.0%	12.0%	10.7%	-4.8%	1.7%	3.3%	-3.2%	-5.0%
TOYOTA	Hilux	ピックアップ	11.1%	15.8%	23.1%	0.5%	5.1%	3.6%	-1.6%	3.3%	10.2%	2.4%	-0.1%
VW	GOL	エントリー	16.2%	18.4%	19.4%	7.8%	-6.4%	0.8%	-5.6%	7.3%	8.6%	-9.8%	-7.3%
VW	FOX/CROSS	小型HB		23.6%	11.3%	-16.9%	17.9%	4.2%	1.5%	1.9%	0.0%	-1.7%	-3.3%
VW	Saveiro	ピックアップ	19.7%	22.5%	-0.5%	-4.7%	-0.3%	11.1%	-9.7%	8.6%	3.2%	-7.7%	4.7%
インフレ率			9.3%	7.6%	5.7%	3.1%	4.5%	5.9%	4.3%	5.9%	6.5%	5.8%	5.9%

メーカー	モデル	車種	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
CHEVROLET	CELTA	エントリー	14,960	17,961	21,670	23,925	23,800	23,900	25,000	23,300	24,000	24,000	25,864	22,000
CHEVROLET	S10	ピックアップ	31,250	48,781	57,072	60,994	51,500	56,000	48,534	48,000	48,100	51,000	60,000	59,872
CHEVROLET	Montana	ピックアップ		25,550	29,750	30,400	30,000	30,500	31,000	29,500	32,400	31,400	31,000	31,000
CHEVROLET	Spin	MPV											44,000	46,000
FIAT	UNO	エントリー	13,894	13,890	18,120	20,590	20,200				26,600	25,800	24,000	24,000
FIAT	PALIO	エントリー	18,471	19,970	20,870	23,250	23,500	23,800	25,300	23,900	23,990	24,000	23,000	23,000
FIAT	Strada	ピックアップ	19,377	22,555	25,350	29,170	27,000	28,600	30,900	31,800	27,900	29,100	30,700	29,500
FORD	FIESTA	小型HB	15,180	19,185	24,170	26,250	26,600	27,700	29,500	26,900	30,340	26,900	24,000	24,900
FORD	Ecosport	SUV		32,770	37,850	40,950	45,500	46,070	49,200	50,420	47,900	53,900	54,800	55,500
HONDA	Fit	MPV		32,968	40,500	45,760	44,000	46,500	52,340	51,500	48,500	48,000	49,900	48,000
HONDA	Civic	中型セダン	35,875	40,567	50,160	53,660	63,500	66,800	62,000	62,500	60,000	49,500	64,000	63,000
RENAULT	Duster	SUV											49,000	48,200
TOYOTA	Corolla	中型セダン	36,183	40,480	45,592	52,637	50,000	56,000	61,975	59,000	60,000	62,000	60,000	57,000
TOYOTA	Hilux	ピックアップ	42,748	47,476	54,958	67,638	68,000	71,500	74,100	72,900	75,300	83,000	85,000	84,920
VW	GOL	エントリー	14,950	17,373	20,570	24,562	26,490	24,800	25,000	23,600	25,323	27,500	24,804	23,000
VW	FOX/CROSS FOX	小型HB		20,990	25,950	28,873	24,000	28,300	29,500	29,933	30,500	30,500	29,990	29,000
VW	Saveiro	ピックアップ	20,849	24,962	30,580	30,440	29,000	28,900	32,100	29,000	31,500	32,500	30,000	31,400

(出所) Quattrorodas よりみずほ銀行産業調査部作成

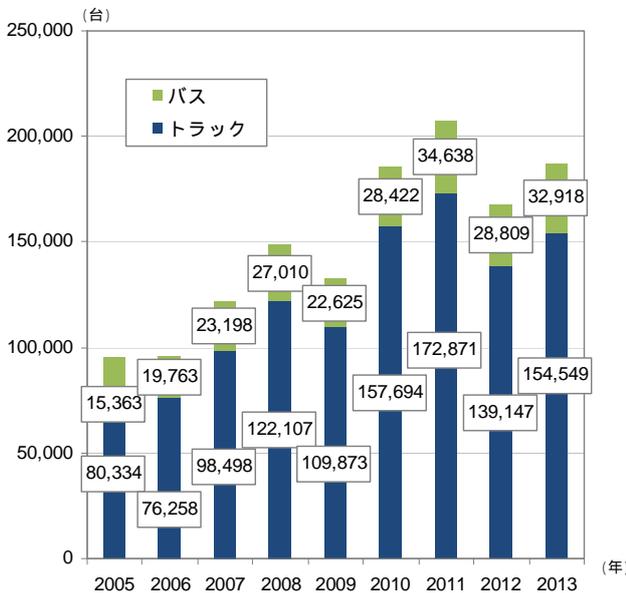
(注) Quattrorodas 各年の最終号に記載された各車種の実勢価格を抽出。モデル内の最下位車種の価格を使用

6.ブラジル商用車市場現状

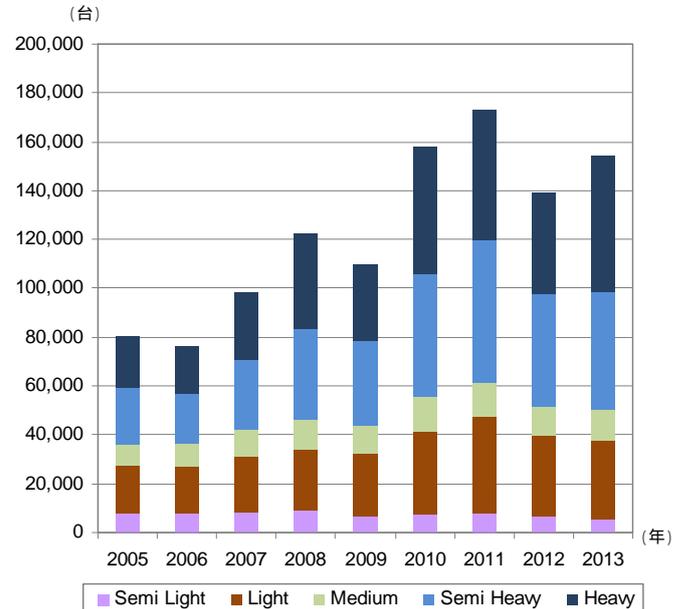
2013年商用車市場は2012年のマイナス成長から回復

2013年の商用車(中大型商用車・バス)販売市場は187,467台で着地した(中大型商用車154,549台、バス32,918台)(【図表17】)。2011年まで商用車販売は順調に成長したものの、2012年1月に環境規制がEuro3からEuro5に変更されたため、トラック価格上昇の影響を見越し、2011年に駆け込み需要が発生。直後の2012年は販売が大きく落ち込んだ。2013年は2011年の水準には達していないものの、販売台数は2012年比増加。なおブラジル国内の商用車メーカーはブラジルの商用車市場が引き続き成長すると予想をしている。例えば中大型商用車でシェア2位のMercedes-Benzは2014年から2015年の2年間で約10億レアル(4,200万ドル)を投資することを2013年10月に発表。投資は研究開発、既存2工場の更新に充当される。

【図表17】ブラジル中大型車販売台数推移

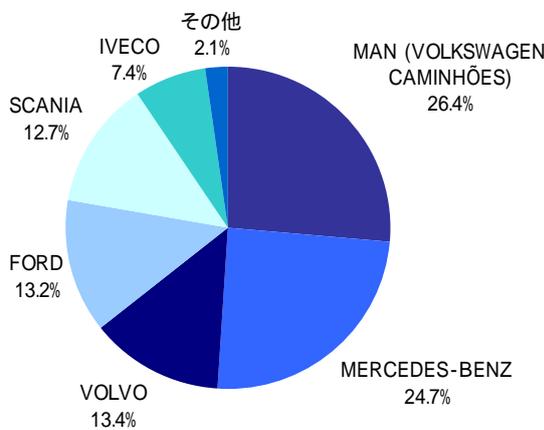


【図表18】ブラジルトラッククラス別販売台数推移

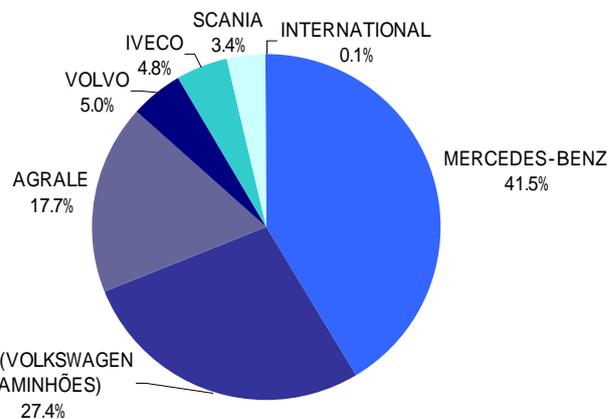


(出所) 【図表17、18】とも、ブラジル自動車工業会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

【図表19】2013年ブラジルトラックシェア推移



【図表20】2013年ブラジルバスシェア推移

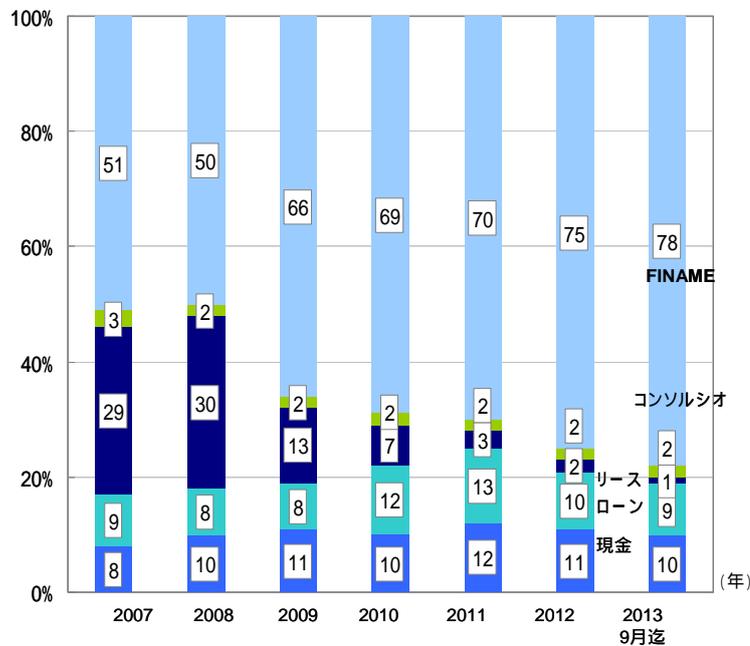


(出所) 【図表19、20】とも、ブラジル自動車工業会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

経済成長と政府による購入奨励策が商用車市場拡大を後押し

ブラジルの商用車販売が成長した要因は2点あると考えられる。1点目はブラジル経済の成長に伴う投資の増加にある。例えばブラジル政府は2009年以降ブラジル経済成長加速化計画(PAC)と呼ばれる、インフラ投資計画を推進。2011年から実施されているPAC2では9,443億米ドルの投資が計画され2014年ワールドカップ、2016年オリンピックに向けたインフラ整備を促進する役割を担っている。また鉄鉱石を初めとした鉱山部門への投資も進んでいる。このような投資が商用車への需要を喚起したと考えられる。2点目の要因として政府からの補助金(優遇融資制度:FINAME)の影響も大きい。本制度は国立社会開発銀行が提供しており、国内で設立された企業に対して、国産品と認定された製品に対して優遇レートでの貸し出しを行う制度である。ブラジル国内で生産されたトラック・バスも融資の対象とされており、2013年9月迄の累計では新車のトラック・バス購入の78%でFINAMEが利用されている(【図表21】)。

【図表21】トラック・バス購入時支払い形態



(出所) ブラジル自動車金融協会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

III. ブラジル自動車市場生産動向

1. 生産の現状

2013年の生産台数は過去最高の374万台

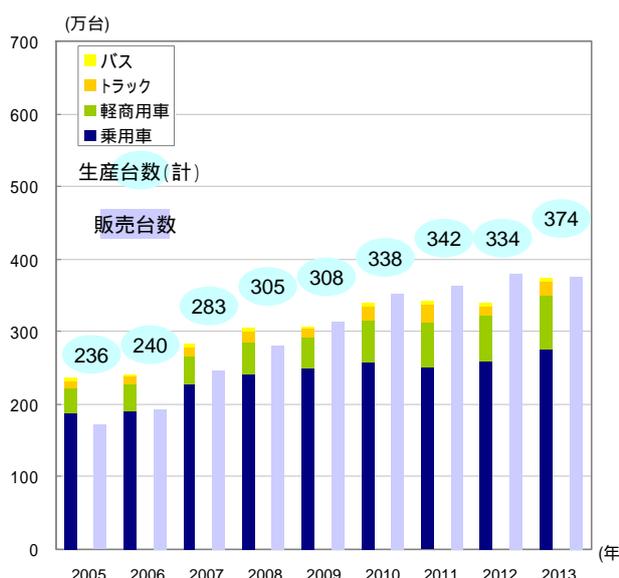
ブラジル国内の自動車生産台数は2013年に374万台と過去最高を記録した(【図表 22】)。但し国内の生産台数の拡大過程は新車販売とは異なる。2005年以降のブラジル国内の生産台数を見ると急速に拡大した年(2007年)と減速をした年(2012年)が混在しており、生産台数は必ずしも販売台数に比例して拡大していない。背景には生産構造の特徴として国内新車販売市場の動向に加えて、産業政策や、為替動向が生産高の推移に大きな影響を与えることが挙げられる。

2. 政府の保護措置と今後の生産能力見込み

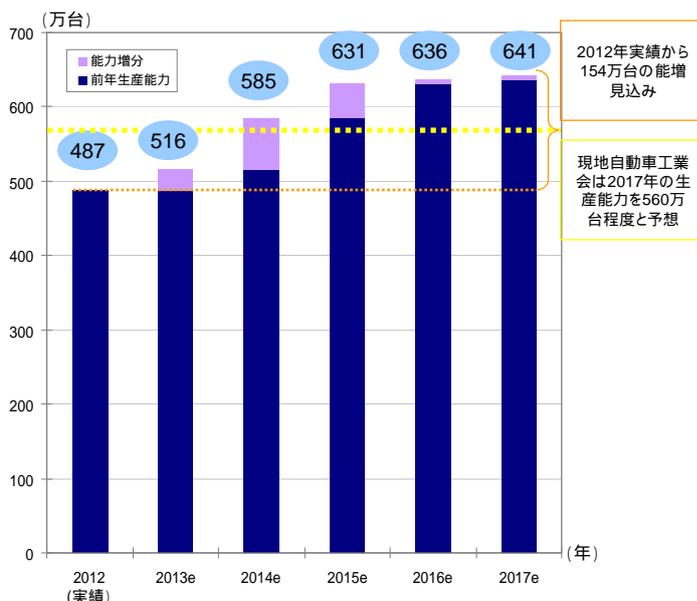
政府の保護措置もあり、国内生産は拡大する傾向

2011年12月以降、ブラジル政府は国内産業・雇用保護と国内投資促進を目的として、輸入車に対する税率の引上げや、自動車産業に係るイノベーション・科学技術・裾野産業振興プログラム(Inovar-auto)と呼ばれる国内産業の保護措置を導入している。国内新車販売市場の拡大と合わせ、保護措置の導入により、ブラジル国内新車販売市場の開拓を狙った各完成車メーカー(OEM)がブラジル国内での投資を積極的に実施している。ブラジル国内自動車産業の生産能力は2012年時点で487万台となったが、2013年以降は新工場の稼働、新生産ラインの稼働が相次ぐ見込みで、2017年までに生産能力は560万台(対2012年比プラス73万台)となる見込み(【図表 23】)。投資が急増したことから、一時は完成車メーカーの計画を合計すると生産規模が641万台に到達するとの予想もあったが、投資計画の見直しにより600万台に到達することはないというのが現地での見方である。また一部のメーカーからは生産能力の余剰を懸念する声や、国内販売のみではなく、輸出の拡大についても具体的な策を検討すべきとの声が出ている。

【図表 22】ブラジル自動車生産台数推移(万台)



【図表 23】生産能力今後の見通し(万台)



(出所) 【図表 22、23】とも、ブラジル自動車工業会資料、ブラジル日本商工会議所資料、各種報道よりみずほ銀行産業調査部作成

3. 各メーカーの投資計画

前述のような見方はあるものの、大きな方向感としては、各 OEM は今後も販売・生産増加を目的とした投資を積極的に実施する見込み。各 OEM の戦略により投資の目的は新工場設立、生産能力増強、マーケティング、研究・開発等への投資と様々だ(【図表 24】)。各社の投資計画に関する記事を見るとシェア上位の Fiat(6,250 百万 USD)、Volkswagen(Audi と合わせて約 4,000 百万 USD)は相当な額の投資が計画されており、同 2 社のブラジル事業への意欲は引き続き高いと想定される。

【図表 24】ブラジル OEM 別投資計画

会社名	投資時期								投資額		投資プロジェクト										
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	百万 BRL	百万 USD	新工場設立	生産能力増強	新車種生産	新車種開発	生産設備更新	生産ライン更新	R&D	マーケティング	新セグメント参入	
Fiat										15,000	6,250										
VW										9,200 520 (Audi)	3,833 217										
Ford										4,500	1,875										
PSA										3,700	1,542										
Nissan										2,600	1,083										
Daimler-Benz										2,000	833										
Honda										2,000	833										
Renault										1,500	625										
Chery										1,400	583										
JAC										1,000	417										
MAN										1,000	417										
Toyota										1,000	417										
Jaguar Land Rover										750	313										
BMW										535	223										
Volvo										500	208										

(出所)報道資料よりみずほ銀行産業調査部作成

国内産業保護政策対応の為の投資が活発化

最近の傾向としては高級車メーカーの進出、エンジン工場設立の動き、また進出社数は限られるが北東部への進出・事業拡大の動きがある。高級車メーカーの進出では Mercedes-Benz、Jaguar Land Rover、Audi といった各社が高級乗用車を国内生産するための投資を実施する旨を発表している。この背景にはブラジル国内での高級車の販売が増加していることに加え、ブラジル政府の国内自動車産業振興策 (Inovar-auto) の国産車に対する優遇措置を活用し販売を一層伸ばしたいとの意図がある。またエンジン工場についても投資を決定、若しくは検討をしている企業が増えている。最近ではトヨタ、日産等の日系企業がエンジン工場設立を検討しているとの報道や、サンパウロ州に新規進出する中国系メーカーの奇瑞自動車もエンジン工場を設立するとの報道がある。エンジン工場を設立することで、ブラジル国内での生産工程・付加価値を増加させ国産車に対する優遇措置に対応することが目的と考えられる。

北東部への進出も増加

これまでブラジルの自動車産業の生産拠点は一大消費地である南東部・南部に集中していた。しかし進出企業数は限られているものの、今後消費地としての成長が期待されているブラジル北東部への自動車産業の進出も増加している。北東部には既に 2001 年に Ford がバイア州に進出、また Fiat が年間生産能力 25 万台の新工場をペルナンブーコ州に、中国メーカーの JAC が Ford と同じバイア州に進出予定となっている。また自動車部品メーカーも進出しており、例えばバイア州には Ford のサプライヤーを中心に既に 40 社程度が進出している。

北東部の拡大する消費市場と税制恩典に期待

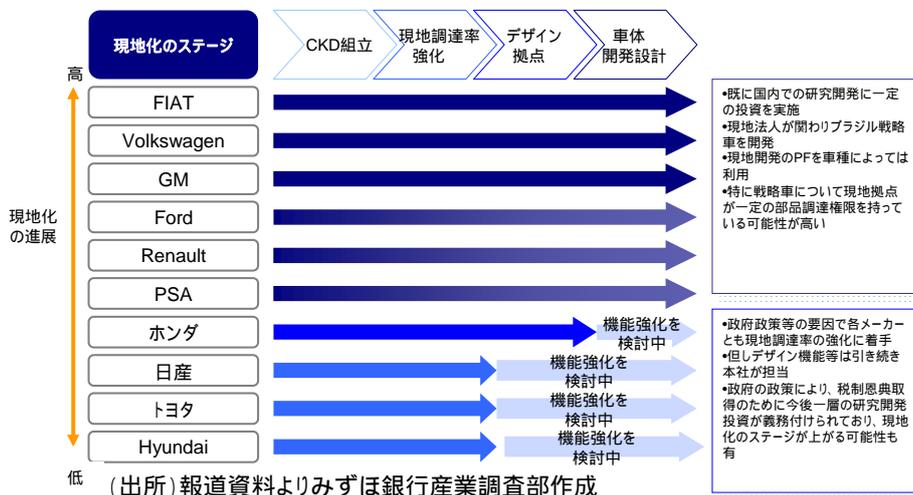
北東部へ進出する企業は拡大する北東部の消費市場と、南部・南東部では得られない税制恩典に期待し進出を決定したと考えられる。特に南部・南東部では通常政府から提供されている恩典が地方自治体が提供する恩典に限られ、法人税といった連邦政府が管轄する税金面での恩典は享受できない。連邦政府は北東部の開発を促進するため、当該地域には特別な税制恩典を設けており、進出企業は法人税等の減免を享受できる。

4. 研究開発動向

研究開発機能の現地化は相応に進んでいる状況

国内での研究開発については既に進出歴が長くシェアが高いメーカーと、シェアが現時点で低いメーカーの 2 つのグループで対応状況が大きく異なる。既に進出歴が長くシェアの高いメーカーについては現地化のステージが相応に進んでいる。特に売れ筋車種として紹介をした Volkswagen の Gol や FIAT の UNO に代表される南米以外では販売されていない車種の研究・開発はプラットフォームも含めて現地に権限が大幅に移譲されている(【図表 25】)。また部品調達についても一定の権限を現地の調達部門が保有しているメーカーも存在し、中には地場部品メーカーの育成に積極的に取り組んでいるメーカーもある。また現在シェアが低いメーカーについては現地化の状況は「現地調達率強化」に重点を置いているメーカーが多いとの印象である。この背景には政府政策により税制の優遇措置を受けるためには一定程度の国産化が必要となっていることが挙げられる。一方でボディー、車体のデザイン等については、現在は本社が主導でブラジルの戦略を検討しているものと考えられる。但し政府政策により国内での一定の研究開発投資が義務付けられていることや売れ筋車種についてはある程度ブラジル市場に合った製品を投入する必要があることを踏まえると、デザイン機能の現地移管についても販売増加のために一層進むと考えられる。

【図表 25】設計・研究開発機能現地化状況



部品共通化等各 OEM のグローバル戦略にブラジルが影響を受ける可能性も有

研究開発の動向については各 OEM のグローバル戦略が影響を与える可能性がある。例えば、Volkswagen 社を例にとると、2014 年にブラジル市場に投入される Up! ではグローバルプラットフォームが採用され、また今後 Volkswagen 社がブラジルで新規投入する車種については世界の他車種との共通化を進め、2015 年に新モデルを投入する Gol についても世界共通のプラットフォームを採用する予定となっている。但しブラジル国内から研究開発の機能が無くなることはなく、FFV への対応、ブラジル市場向けの製品の現地適応機能、部品現地化への対応等、引き続き各 OEM がブラジルに研究・開発・マーケティングに関する主要な機能をブラジル拠点に持たせるという状況は変わらない。

各 OEM は国産化率の増加に注力

国産化率については南米南部共同市場 (Mercosur) の域内製品判定基準として域内調達率 65% が規定されており、ブラジル政府の国内自動車産業振興策 (Inovar-auto) では域内調達率に応じて工業製品税 (IPI) が減免される。既に進出歴の長いメーカーは国産化率が 8 割を超える高い水準に達しており、改めて対応が必要な状況にはない ([図表 26])。一方で現在シェアを拡大している日系、韓国系、中国系等のメーカーは現在国産化率を高めるべく、投資やサプライヤーとの協働を進めている。

【図表 26】OEM 別国産化状況

メーカー	国産化状況
VW	ブラジルで販売されている車種の国産化率は80%以上。例えばKombiの国産化率は88.9%、Amroklは66.1%。新車種のUPIは80%程度
Fiat	2012年6月、国産化率は95%程度と調達Directorが発言
GM	2011年時点でブラジル国内で生産されている車種の国産化率は65%以上。車種によっては80%、85%、95%と高い数値を記録している車種も有。Cruzeについてはエンジンを欧州から、トランスミッションをメキシコから輸入。2012年時点での国産化率は30%
Ford	当社主力車種のFiestaの国産化率は80%
PSA	当社の新車種Peugeot208の国産化率は84%を達成
Renault	2013年時点で平均80%程度の国産化率をパラナ州で生産している3車種(Logan, Sandero, Duster)で達成
トヨタ	現在生産中のEtiosとCorollaの国産化率は65%。エンジン工場の建設も発表済で、エンジンの現地生産が実現した暁には国産化率は85%に増加する見込み
ホンダ	2012年時点の国産化率は73%(FITについては60%程度との報道も有)。また国産化率の一層の増加を目指し、研究開発拠点等への投資を実施。将来的には国産化比率を80%迄引き上げる計画
三菱	ゴイアニア州の製造拠点周辺にサプライヤーを誘致する計画。2013年6月から生産開始予定のASX、2014年2月開始予定のLancerでは国産化率を高める計画
日産	国産化率要件を満たすためにリオデジャネイロ州リセンデ工場でエンジンを生産する計画
Hyundai	現在サンパウロ州の工場で生産しているHB20の国産化率は76%
Chery	2013年に生産開始予定のサンパウロ州Jacarei工場では当初中国からの輸入部品中心の生産を計画。政府によりサプライヤー誘致やエンジン工場設立に向けた検討開始。国産化率は65%を目指す計画
Audi	2015/2016年に国内生産開始予定。A3セダンとQ3の生産開始時の国産化比率は30-35%程度を想定

(出所)報道資料よりみずほ銀行産業調査部作成

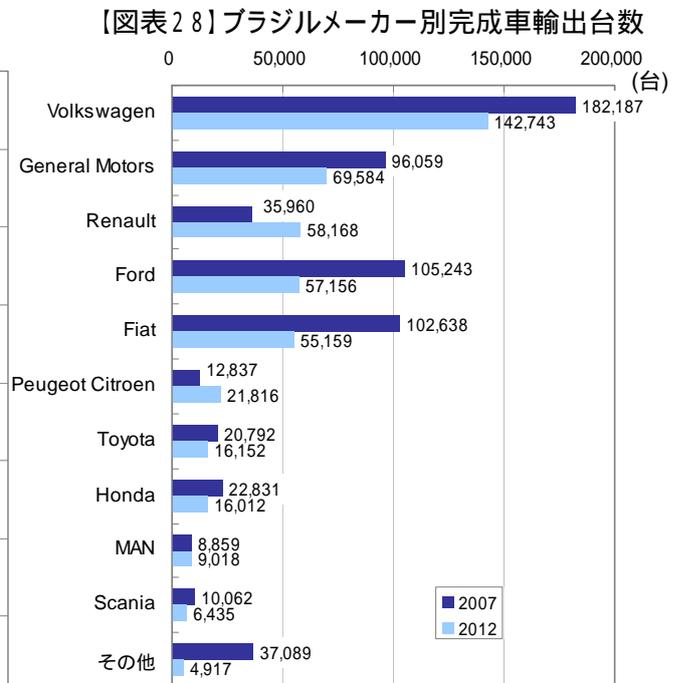
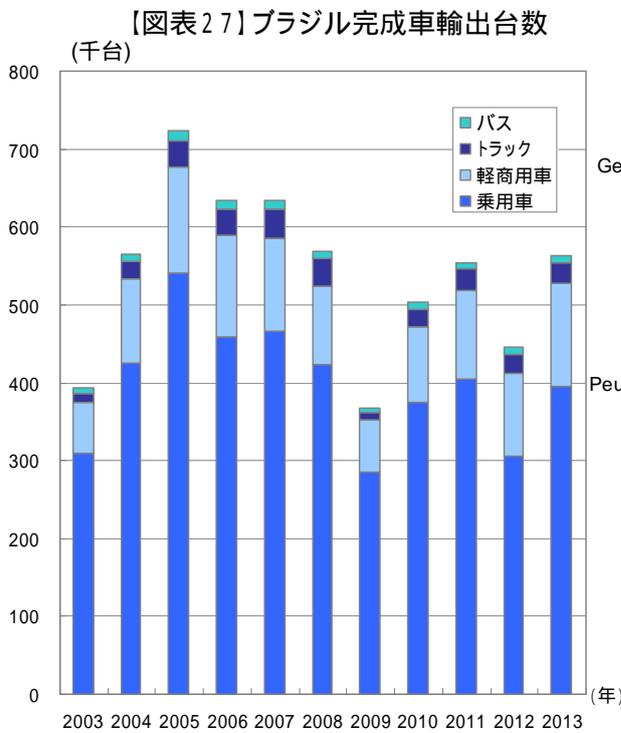
IV. ブラジル自動車輸出・輸入動向

1. 輸出動向

レアル高の影響により完成車輸出は減少傾向

生産の動向に大きな影響を与える要因の1つに輸出動向がある。ブラジルの完成車輸出は2005年までは増加傾向にあり、輸出台数が最も多かった2005年には国内で生産された自動車の約30%が輸出されていたが、2006年以降は減少傾向にあった。特に世界金融危機の影響を受けた2009年とレアル高の影響を受けた2012年については大きく減少した。2013年は国内生産台数(374万台)の内、約15%(56万台)が輸出された(【図表27】)。

こうした中で、最近ではOEM各社の生産能力増強が進む中、稼働率向上策としてブラジル自動車工業会が政府に対して完成車輸出促進措置の導入を申し入れている。

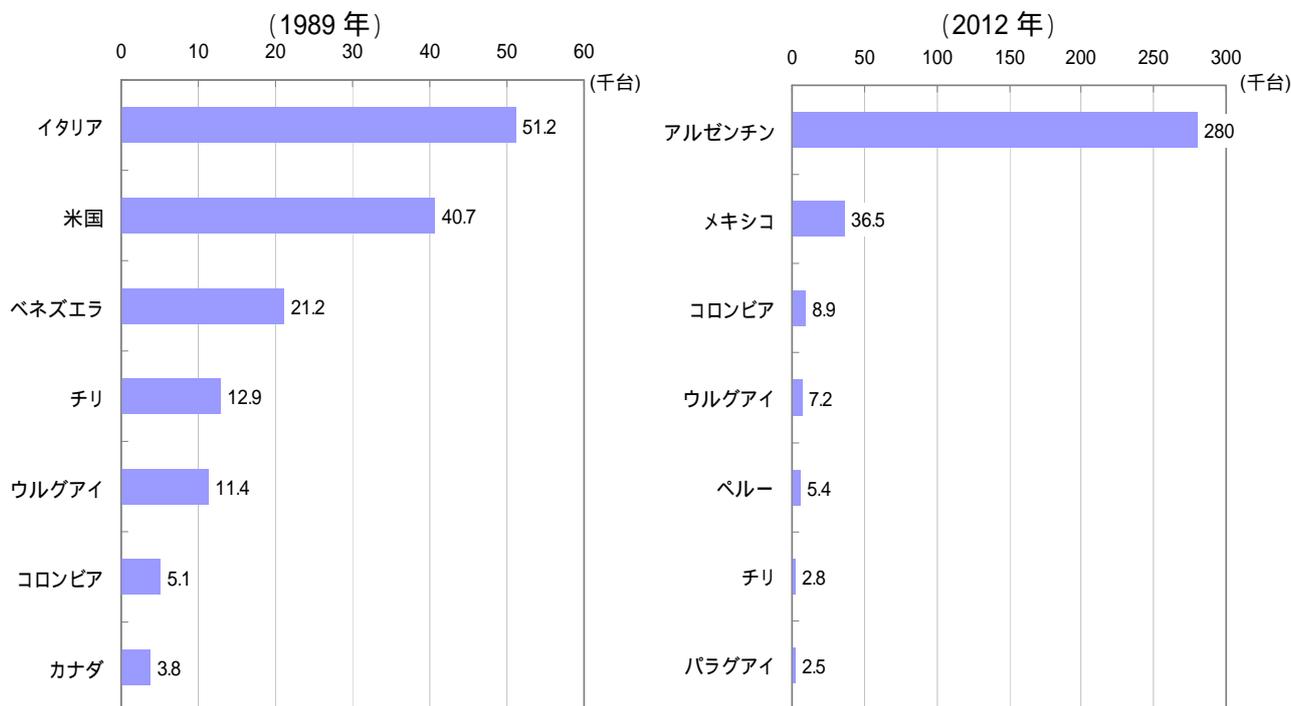


(出所) 【図表27、28】とも、ブラジル自動車工業会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

輸出先は中南米市場が中心

輸出先については過去の統計を見ると中南米のみならず、欧州・北米市場への輸出拠点としてブラジルが機能していたことが分かる(【図表29】)。一方で直近の統計では輸出先はアルゼンチンを初めとした南米諸国に限られているのが現状である。今後は最大の輸出先でブラジルとは車種の生産補完の関係にあるアルゼンチン等の中南米市場への輸出増加を目指す動きが一層拡大すると予想している。

【図表29】ブラジル乗用車輸出先上位7カ国



(出所) 報道資料よりみずほ銀行産業調査部作成

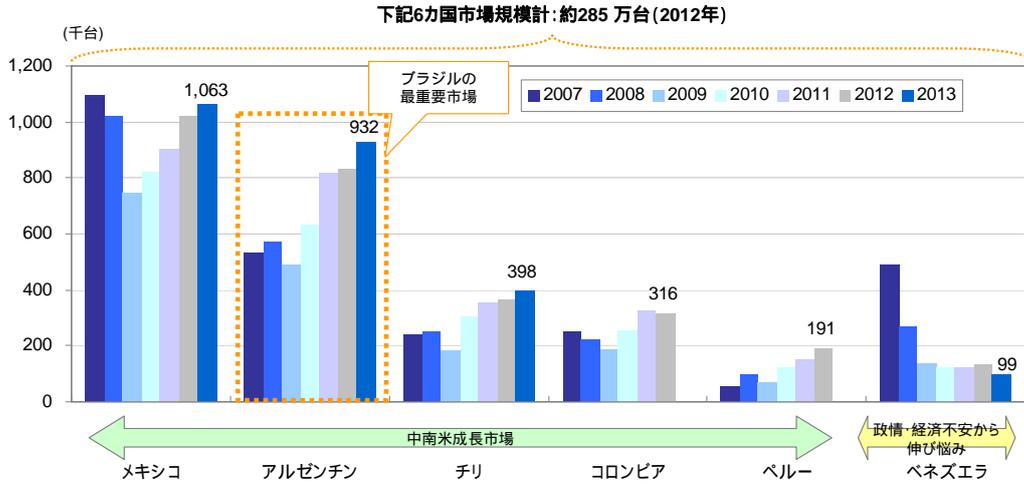
業界団体は完成車輸出促進措置の導入を政府に要請

ブラジル自動車工業会は2013年11月、商工開発省に正式に自動車の輸出振興措置の導入を要請した。Exportar-Autoと名付けられたこの提案では2017年に輸出台数100万台を目指すとしている。100万台を達成するために政府に対して税金減免、融資制度・輸出保証制度の導入、労働コストに関する配慮、税関手続きの簡素化等を要望した。現時点では政府の対応は発表されていない。

輸出を通じた南米市場攻略には困難が伴う

ブラジル自動車産業の主要な輸出先である中南米の自動車市場について、主要6カ国(メキシコ、アルゼンチン、チリ、コロンビア、ペルー、ベネズエラ)の市場規模の合計は2012年時点で285万台となり、存在感は大きい(【図表30】)。またベネズエラを除き、どの市場も新車市場は急速に成長(メキシコ市場は回復)しており、輸出先として大きな可能性を持っている。但し輸出を通じた南米市場の攻略はそれ程容易ではない。ブラジルの生産コストの高さ、フレックス・フエエル車に代表される特殊性、メキシコの輸出拠点化、メキシコ・チリ・コロンビア・ペルーが積極的に進めている自由貿易政策、各国毎に異なる車の嗜好がブラジルにとっては大きな障壁となるであろう。また2014年1月の新興国経済の減速の中で、アルゼンチン経済についても高インフレ・ドル調達等の懸念が報道で注目された。2014年2月にはブラジルからアルゼンチン向けの輸出が、アルゼンチン政府の輸入制限により困難になっていると報道されており、今後の動向を注視する必要がある。またメキシコの輸出拠点化と自由貿易推進の動きについては、他国と比較して生産コスト(人件費、部品コスト等)の高いブラジルにとっては脅威となる。輸出の増加は後述する稼働率の増加にも欠かせないが、ブラジルから海外への完成車の輸出が大きく上昇するとは短期的には考えにくい。

【図表30】ブラジルの主な輸出先新車販売市場規模



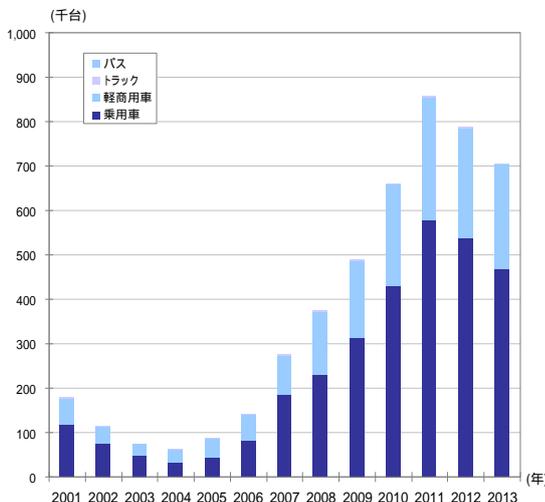
(出所) 日本貿易振興機構資料よりみずほ銀行産業調査部作成
 (注1) メキシコは例外的にリーマンショック以前の水準に回復していない
 (注2) コロンビア、ペルーの2013年の販売台数は未発表
 (注3) 販売台数は年間(1月から12月)の数値

2. 輸入動向

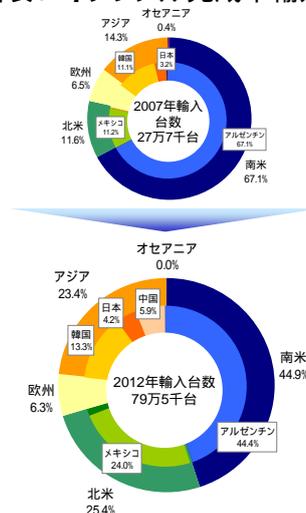
レアル高により輸入が増加。政府は保護主義的政策を発表

自動車輸入については2004年以降のレアル高傾向により急速に増加しており、2011年には輸入台数が過去最高の85.8万台となった(【図表31】)。2007年の輸入元国の内訳を見ると、ブラジルと生産補完の関係にあるアルゼンチンからの輸入が67.1%と最大であったが、2012年はメキシコが24%、アジア(韓国、日本、中国合計)が23.4%となった(【図表32】)。メキシコやアジアからの輸入車についてはブラジルの国産車と競合する車種も多く、完成車メーカーからの要請により政府は輸入車への増税措置を2011年12月に導入、メキシコからの輸入車についても2012年3月に3年間の輸入枠を設け輸入車に関する制限を課した。国産車優遇措置の導入を受けて、これまで国内生産を実施していなかった中国メーカーや高級車メーカーがブラジル国内での生産計画を発表している。今後は国内生産の増加やレアル安傾向により、急速に輸入が急増するとは考えにくい状況にある。

【図表31】ブラジル完成車輸入台数



【図表32】ブラジル完成車輸入元推移



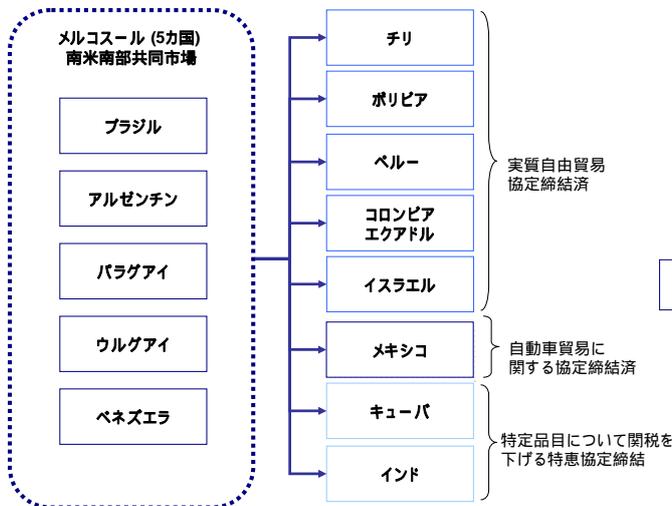
(出所) 【図表31、32】とも、ブラジル自動車工業会資料よりみずほ銀行産業調査部作成
 (注) 【図表31】2013年のトラック・バス輸入台数は3,400台程度と少なくグラフに現れない

3. ブラジルの貿易政策

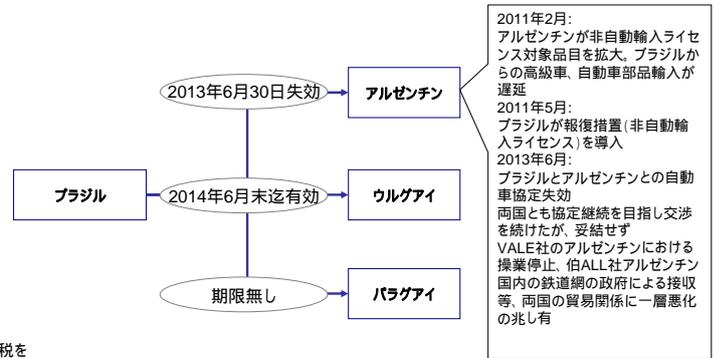
貿易政策の柱はメルコスール
 ブラジルの通商政策の柱は南米南部共同市場(メルコスール、Mercosur)。メルコスール域内は自動車・自動車部品等別途協定で定められた製品をのぞき無関税での貿易が可能となっている。またメルコスールは関税同盟の為、加盟国は対外的にも共通関税を適用し、自由貿易協定等についても単独での交渉・締結は出来ず、加盟他国との調整が必要となる。その為自由貿易協定の締結先は限られており、輸出拠点としての活用は難しい状況にある(【図表 33】)。

メルコスール域内でも自動車産業には特別な規定が存在
 メルコスールの枠組みにおいても自動車・自動車部品は無関税取引の対象外となる。ブラジルはアルゼンチン/パラグアイ/ウルグアイと自動車協定を締結済で、自動車貿易について原産地規則や国間の貿易の均衡を保つための係数が定められている(【図表 34】)。ブラジルにとって最大の輸出先アルゼンチンとの自動車協定のポイントは輸出係数による輸出入バランスの管理だが、本制度は2013年6月末で失効。新規の協定に関する交渉の動きがあったものの、最終的に合意に至らず、現在は自動車関連貿易は自由化されている状況。但しブラジル/アルゼンチン間では貿易に関する紛争が絶えないのが現状で、アルゼンチン向けの輸出についてもリスクが存在することを認識する必要がある。

【図表 33】ブラジル貿易関連協定締結国



【図表 34】メルコスール域内での自動車協定



(出所) 【図表 33、34】とも、日本貿易振興機構資料よりみずほ銀行産業調査部作成

V. ブラジル自動車部品市場動向

1. ブラジル自動車部品市場概要

国内の自動車生産の拡大に伴い、自動車部品業界についても今後の成長が期待されている。

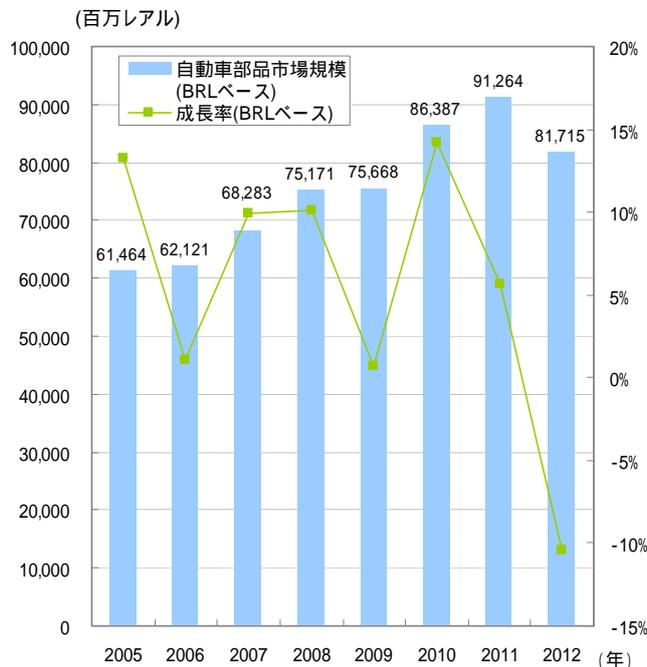
部品業界は政府の保護主義政策による成長に期待

2012年のブラジル自動車部品業界の市場規模は約820億レアル(340億米ドル)(【図表35】)。2011年までは国内の自動車生産の拡大を受けて順調に成長した。2012年は環境規制の変更により部品単価の高い商用車向けの部品販売が減速したことによりマイナス成長。今後は、ブラジル政府の国内産業保護の方針により成長が期待されている。

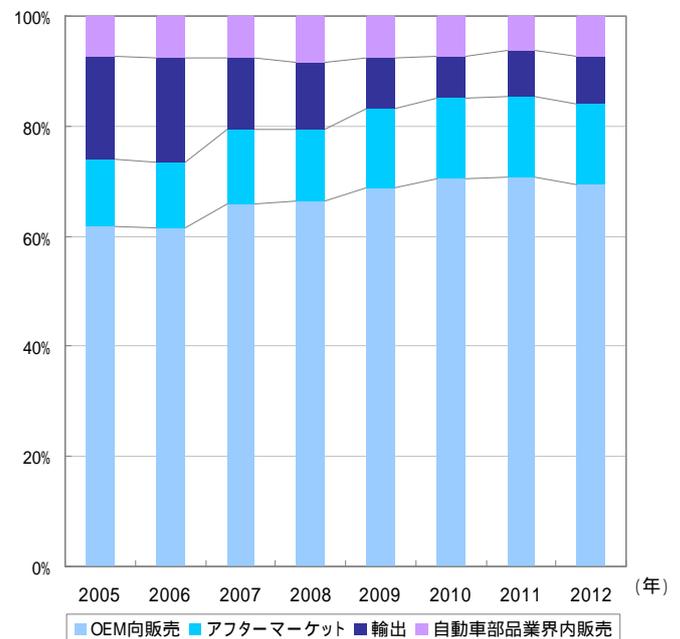
OEM 向けの販売割合が増加。輸出割合は減少傾向

自動車生産の拡大を受けて成長したこともあり、販売先別のシェアでは OEM 向けの販売が成長している(2005年シェア 61.7% 2012年 69.3%)(【図表36】)。一方で輸出向けの販売についてはシェアが大きく減少している(2005年シェア 18.7% 2012年 8.6%)。輸出向け販売のシェア低下と比例して自動車部品貿易収支についても2007年以降恒常的な赤字に転換している。赤字転換については本稿で繰り返し述べている2000年代後半からのレアル高に加えて、OEM・自動車部品メーカーの調達施策や、使用頻度が増加傾向にある電装品・電子部品等がブラジル国内で生産されていないといった要因があると考えられる。

【図表35】自動車部品業界規模推移



【図表36】自動車部品販売先別シェア



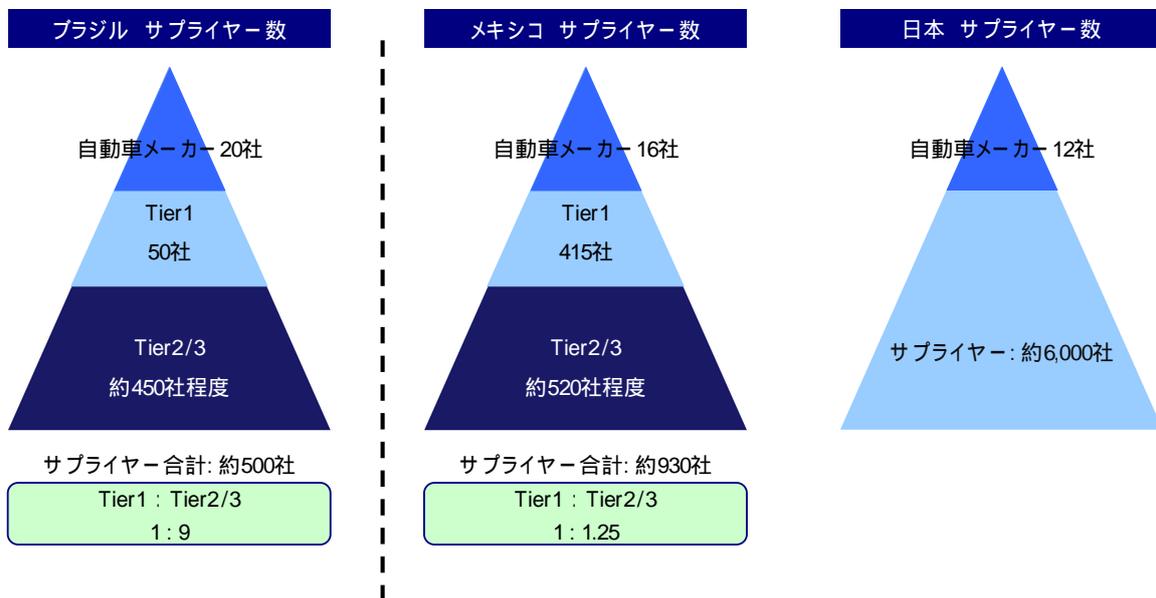
(出所)【図表35、36】とも、ブラジル自動車部品工業会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

2. ブラジル自動車部品産業の集積

部品産業の裾野は広い

ブラジル自動車部品工業会 (Sindipecas) の加盟社を Tier 別に分類すると Tier1 の加盟社数が 50 社、Tier2/3 の加盟社数が 450 社と下位 Tier を含めた自動車産業の裾野が広いことが分かる ([図表 37])。特に日系企業の進出が進んでいるメキシコとの比較では Tier1 と Tier2/3 の比率が 1:9 のブラジルと 1:1.25 のメキシコとで大きな違いがある。メキシコは Tier1 の大手企業が進出企業の中で、素材に近い Tier2/Tier3 のプレーヤーの進出が望まれている。一方でブラジルではサプライヤーの集積が一定程度進んでいることもあり、Tier1 日系進出企業へのヒアリングでも部材については殆どが国内で調達可能との声が聞かれた。

【図表37】ブラジル・サプライヤー集積



(出所) 現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

(注) 自動車メーカー数はブラジル自動車工業会会員社中の完成車メーカー数

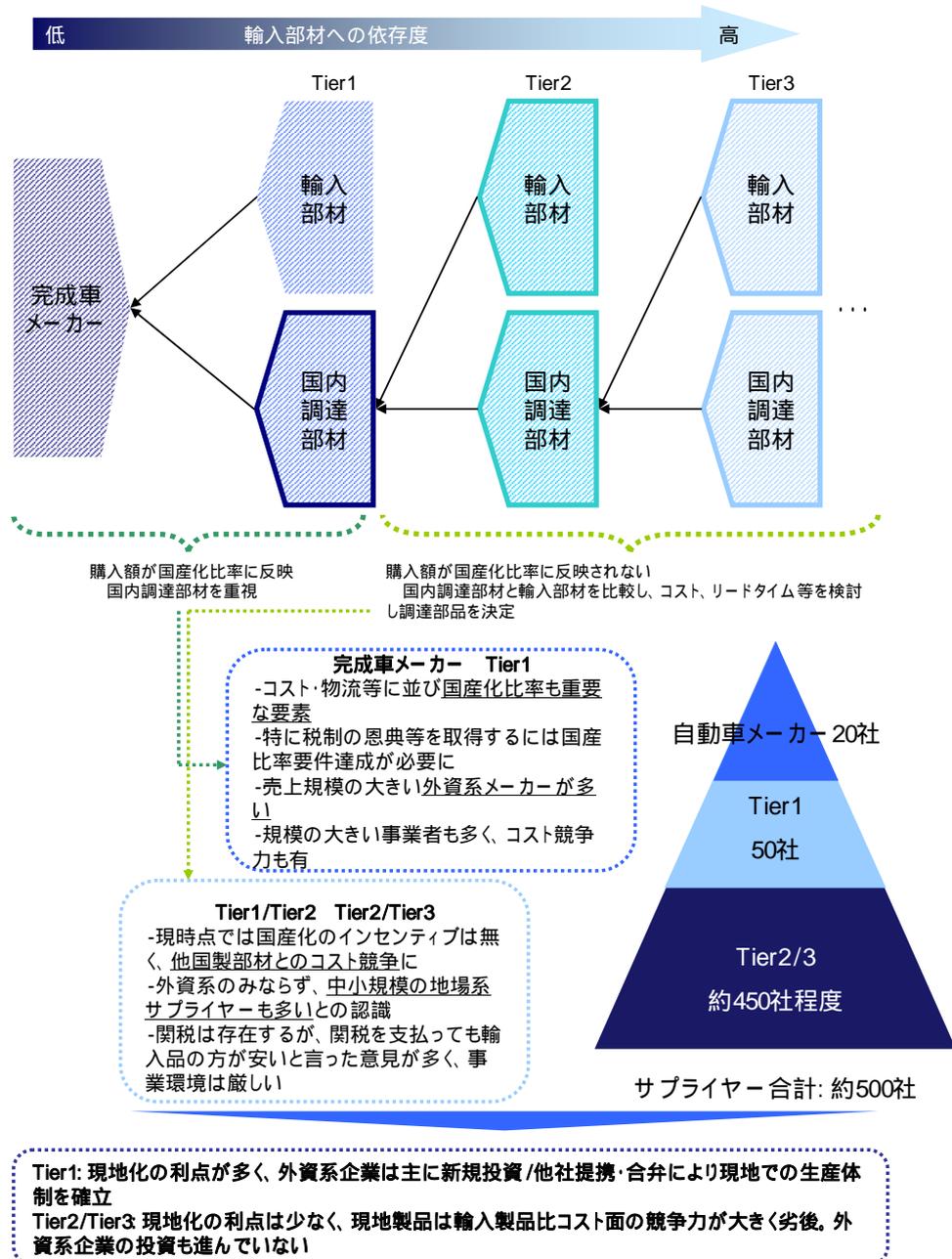
部材の海外依存度が上昇

サプライヤーの集積が進み部材の国内調達が可能であるにも拘わらず、部材の海外依存度が上がっている。この背景にはブラジルの自動車部品業界は裾野の広さはあるものの、電子部品・電装品等国内での調達が難しい部材の存在、ブラジル原産部材のコストの高さ、国産化要件の計算に際して完成車メーカーの国内 Tier1 サプライヤーからの購入額のみが考慮されるといった事情がある ([図表 38])。特に について完成車メーカーにとっては直接購入する部材を国内で購入することが税制恩典を受けるに際して重要なため、国産化比率に配慮しながら国内調達部材を重視する傾向にある。一方で国産 Tier1 Tier2 以降については購入額が国産化比率に反映されないために、部品メーカーは国内調達部材と輸入部材をリードタイム・品質・コストの観点から比較をし、調達部品を決定しているものと考えられる。その為ブラジルで操業している自動車部品関連の企業では関税を支払ったとしてもコストの面でアジア (タイ・中国等) から調達したほうが安いとの現実から、部材の多くを海外から調達している企業も複数存在している。

Tier1 は外資系企業、Tier2 以降は地場企業が中心

ブラジル自動車部品工業会の加盟社の内、Tier1 の部品メーカーは 50 社程度とのことだが、その多くは規模が大きく複数の OEM への販売を実施している外国資本の会社であり、資金力・規模の面で一定の競争力を持っていると考えられる。一方で Tier2 以降の企業については外資系企業のみならず、地場の中堅規模の企業も多く、Tier1 メーカーの持っている資金力、規模のメリット、また外資系企業が持っている技術力といった点で改善が求められる。輸入品が競争力を持っているため、現状は Tier2 以降については外資系企業の投資も市場規模に比べて進んでいないとの印象。

【図表38】ブラジル自動車部品産業構造と問題点



(出所) 現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

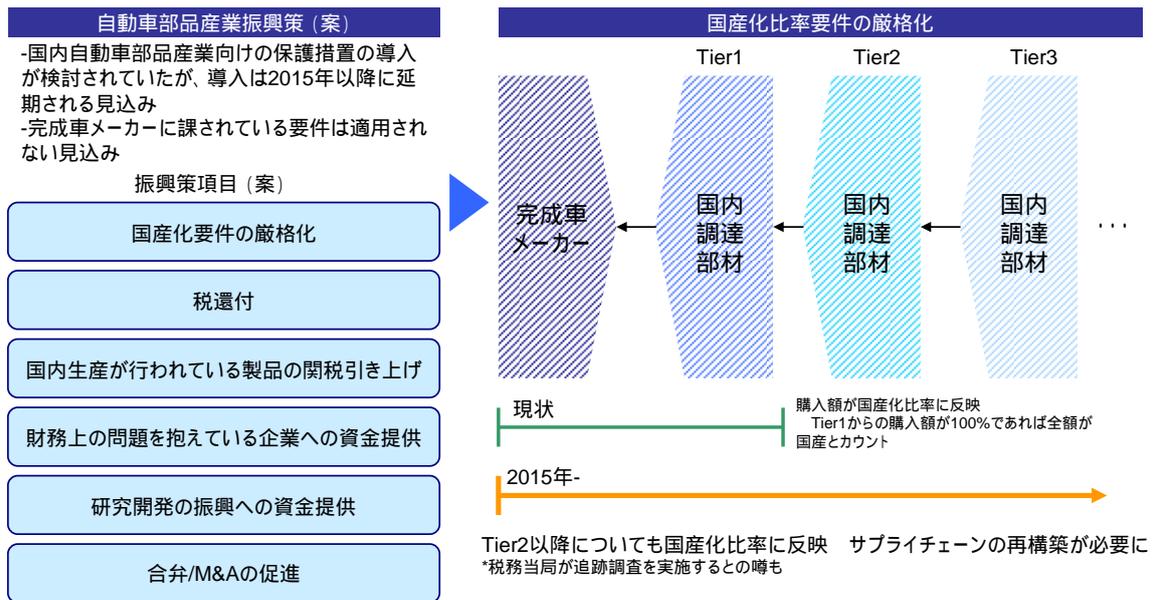
(注) 自動車メーカー数はブラジル自動車工業会会員社中の完成車メーカー数

3. ブラジル自動車部品産業向け保護措置導入の可能性

部品産業向け保護措置の導入は2015年以降となる見込み

自動車部品産業で人件費の高騰、輸入品コストとの競争等の厳しい事業環境が続いていることから、自動車部品業界はブラジル政府に対して、国産化要件の厳格化、国産品の存在している製品への関税引上げ、中小・部品産業保護・育成といった措置を含む自動車部品産業保護策の導入を働きかけている。導入が検討されている措置の中で最も影響が大きいと考えられるのは国産化比率要件の厳格化で、これまで完成車メーカーの部品購入額のみが国産化比率に勘案されていたが、国産化比率の計算に Tier2/3 の販売額を勘案するルールを設けることで、国内部品産業を振興しようとの施策の導入も検討されており、実際に導入されればサプライチェーンの再構築を含めた対応が必要となる。当初は2013年12月に発表されると考えられていた部品産業向けの振興策については発表が延期され、現地では2014年10月の大統領選挙以降の導入になるとの意見もある。政府・業界団体としては引き続き導入に向けた検討を進める見込みで、今後も動向を注視する必要がある(【図表39】)。

【図表39】自動車部品業界に関連し導入が見込まれる政策



(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

VI. ブラジル・メキシコ自動車市場比較

大きく異なる自動車産業におけるブラジル・メキシコ市場の位置付け

中南米自動車市場の中で存在感の大きいブラジルとメキシコだが、生産、販売、輸出、輸入の数値を比較すると夫々の国の完成車メーカーにとっての位置付けは大きく異なる(【図表 40】)。

ブラジルの自動車産業の特徴は以下の4点。

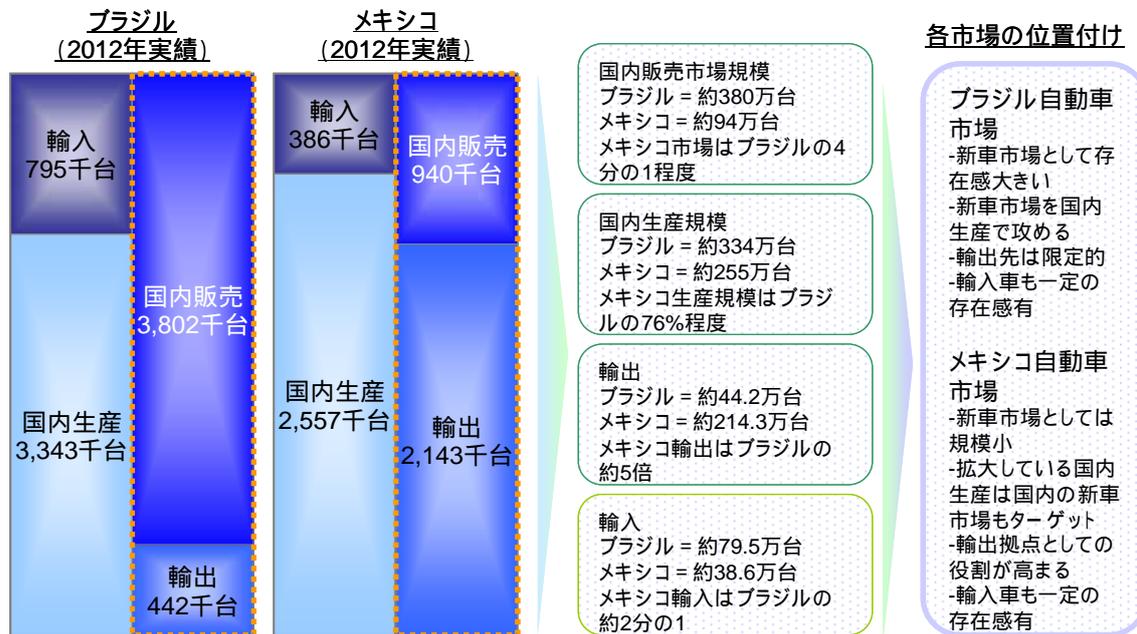
1. 新車市場として存在感が大きい
2. 国内生産は国内新車市場向けが中心
3. 生産に占める輸出の割合は少なく、輸出先も南米主要国が中心で限定的
4. 国内新車販売市場では輸入車も一定の存在感有

メキシコの自動車産業の特徴は以下の4点。

1. 新車市場としては対ブラジル比規模は4分の1程度
2. 拡大している国内生産は輸出のみならず、国内の新車市場もターゲット
3. 国内生産の大宗を輸出
4. 国内新車販売市場では輸入車も一定の存在感有

また個別の数値を比較しても、メキシコの国内自動車生産台数は2012年に255万台だったが、約85%(214.3万台)を輸出している。またブラジルとの比較では、2012年時点でメキシコの輸出台数はブラジルの約5倍となっている。

【図表 40】ブラジル・メキシコ自動車産業比較



(出所) ブラジル自動車工業会、メキシコ自動車工業会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

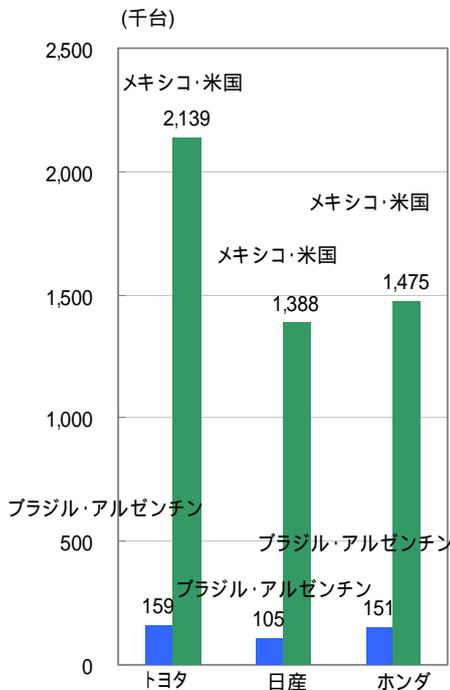
販売市場ではメキシコ(含む米国)市場における日系のプレゼンスは圧倒的

生産面でも日系メーカーのメキシコ市場でのプレゼンスは重要

各国での日系メーカーのプレゼンスについて比較すると、販売市場における日系メーカーのプレゼンスはメキシコ市場(含む米国市場)の方が大きい(【図表 41】)²。特にメキシコの主な輸出先である米国を考慮した場合、どのメーカーも販売台数ベースでメキシコ・米国市場での販売がブラジル・アルゼンチンでの販売と比較して 10 倍以上多い。

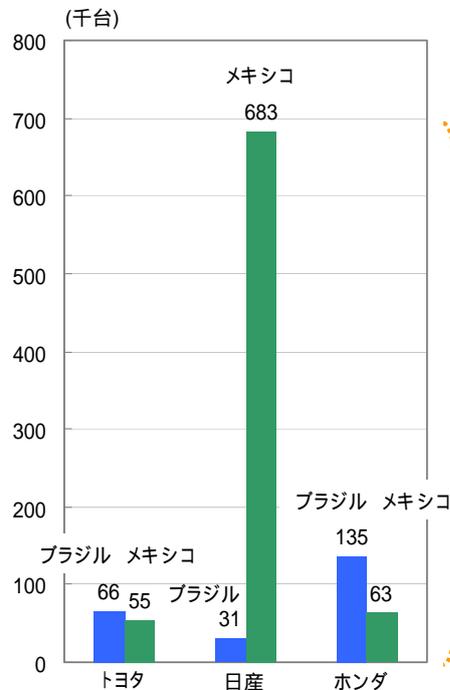
生産ではメーカーによって状況は分かれるが、販売同様北米市場全体を考慮すると、メキシコ市場のプレゼンスは大きい(【図表 42】)。生産台数では日産を除きブラジルが優勢。しかしメキシコについては日産以外の他メーカーで事業拡大が見込まれており、トヨタについてはマツダへの委託を通じてメキシコで生産を拡大中。またホンダもメキシコで 20 万大規模の新工場を建設中。ブラジル・メキシコ間の生産台数差は縮小する見込み。

【図表 41】日系 OEM 販売台数比較(2012 年)



メキシコ生産のターゲットである米国市場勘案すると、ブラジル・メキシコ間に販売台数で10倍から13倍程度の差が有

【図表 42】日系 OEM 生産台数比較(2012 年)



生産台数では日産を除き伯が優勢。トヨタについてはマツダへの委託を通じてメキシコで生産を拡大中。ホンダもメキシコで20万大規模の新工場を建設中。ブラジル・メキシコ間の台数差は縮小する見込み

(出所)【図表 41、42】とも、ブラジル自動車工業会、メキシコ自動車工業会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

² 生産補完・主要輸出先と考えられる市場を考慮するため、ブラジルはアルゼンチンとの合計、メキシコは米国市場との合計の販売台数とした

ブラジル自動車生産は国内向け、メキシコ自動車生産は輸出向け

夫々の国の位置付けは明確に異なり、ブラジルについては国内市場をターゲットとして、生産・販売体制を構築。また研究・開発機能設置や戦略車投入がなされている。一方でメキシコについては北米、南米、またその他の地域への輸出拠点として考えられている(【図表 43】)。

【図表 43】ブラジル・メキシコ OEM 事業比較

	Fiat Chrysler	VW	GM	Ford	Toyota	Nissan	Honda	Hyundai
メキシコ国内生産有無								x
メキシコ生産台数(2012, 千台)	454	604	570	451	55	683	63	-
ブラジル生産台数(2012, 千台)	820	852	615	294	66	31	135	52
メキシコ位置付	南米、北米、中国、欧州向けの輸出拠点	北米、及び世界向けの輸出拠点	米国、カナダへの輸出に加え、国内も重視	北米向けの輸出拠点	北米向けの輸出拠点。マツダへの生産委託も実施	国内市場シェアトップ。南米、北米への輸出拠点としても機能	メキシコを含む北米地域の供給拠点	-
ブラジル位置付	販売面で最も重要な市場。開発拠点も有	国内、中南米向けの生産拠点	南米5生産拠点の内の1つ。国内市場向けに供給	国内、南米市場向けの生産拠点	新工場で戦略車を生産。国内市場開拓を狙う	新工場で国内市場向けの供給を強化	国内向けの生産を拡充。第2工場建設を発表	国内向けの生産・販売体制を強化

(出所)ブラジル自動車工業会、メキシコ自動車工業会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

VII. 今後のブラジル自動車・自動車部品市場見通し

1. ブラジル自動車販売市場今後の見通し

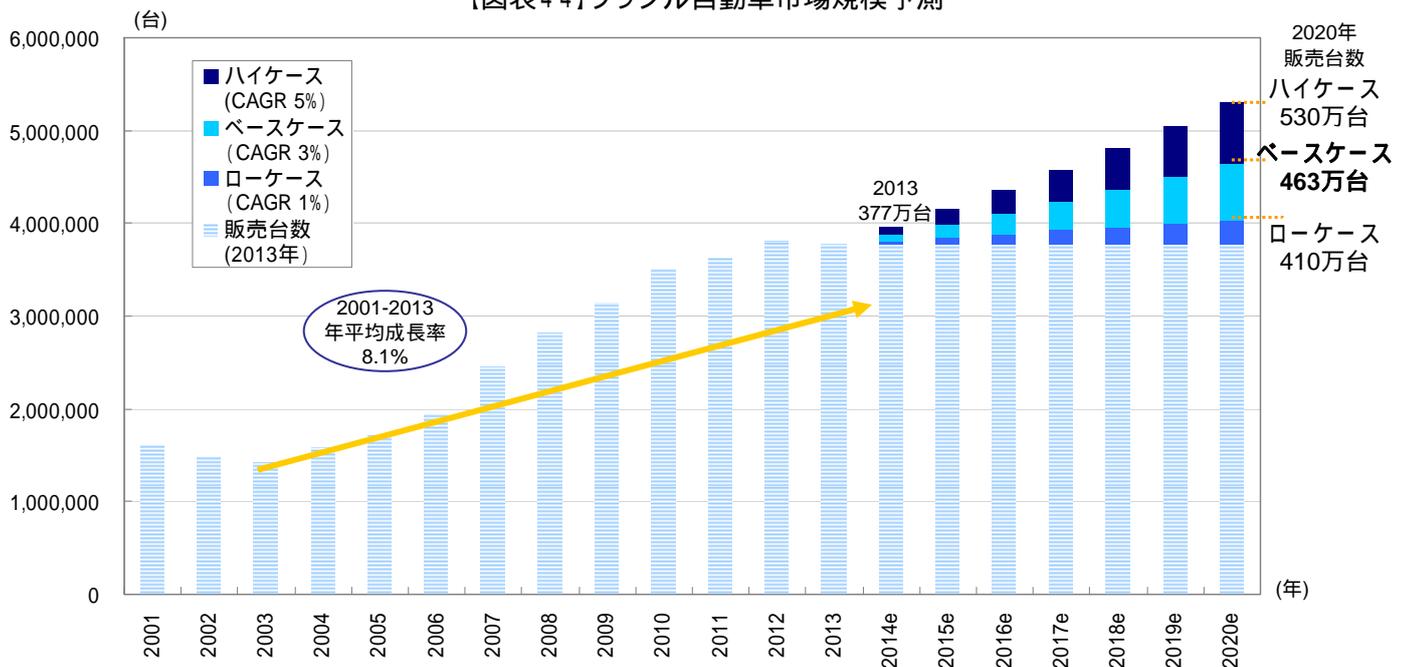
二桁台の急速な成長は困難

2013年の新車販売台数は377万台で着地したが、今後の動向についてブラジル国内の関係者の間には楽観的な見方が多く、2013年12月に実施した現地ヒアリングでは2020年まで年間1%-6%台で成長するのではないかとの声が多数を占めた。但し自動車産業の関係者の間ではブラジル経済減速、クレジット拡大減速、道路インフラの整備不足が要因となり、中長期的には新車販売市場の成長は経済成長率程度の緩やかな成長となり、2006年から2010年までの期間で見られた二桁台の急速な成長は中長期的に期待できないとの見方が大半であった。

2020年の市場規模は410万台から460万台程度

上記の見方を踏まえ今後のブラジル自動車市場規模を予測すると安定経済成長率程度の3%で2020年まで成長すると仮定した場合には463万台、年平均成長率1%のケースでは410万台、年平均成長率5%のケースでは530万台となる(図表44)。市場での見方を勘案すると2020年の新車販売台数は460万台程度が妥当な見方であり、従前市場関係者が主張していた年間販売台数500万台達成は困難だと考えられる。

【図表44】ブラジル自動車市場規模予測



(出所)2013年迄の販売台数はブラジル自動車工業会資料よりみずほ銀行産業調査部作成
 (注)2014年以降はみずほ銀行産業調査部予測

2. ブラジル自動車生産稼働率に関する見通し

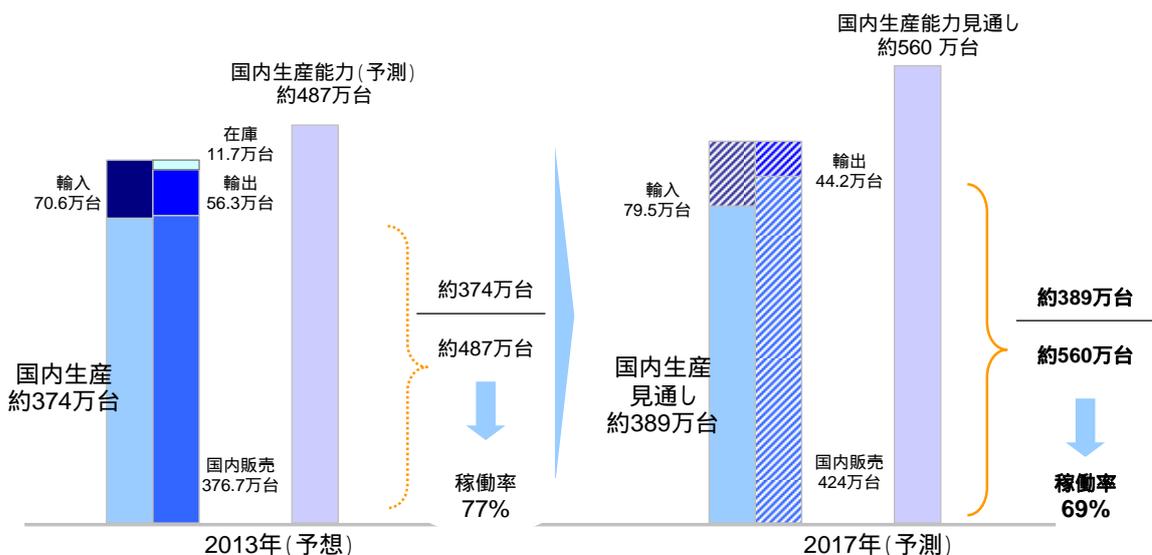
各 OEM の生産能力増強と新車販売市場減速により設備余剰となる可能性有

2013 年については国内生産能力は 487 万台程度、国内生産台数は 374 万台で着地し、生産台数/生産能力は約 77%となった。現地の専門家によると、特に市場進出歴の長い Big4 は同じ生産ラインを長年使用しており減価償却費負担が軽く、7 割程度の稼働率でも採算が取れる状況にあるとのコメントがあった。

稼働率上昇には輸出の増加が不可欠

2017 年の国内生産台数について、2012 年の輸出入の数値と、当行の 2017 年販売予測値を用いて以下の通り試算すると、389 万台となる。2017 年の生産能力は 560 万台と見込まれ、稼働率は 69%となり、Big4 であっても採算割れになる水準となる([図表 45])。特に近年完成車メーカーの新工場・生産ラインへの投資が拡大する中、生産能力に見合う需要を喚起するための努力や政策が不可欠だ。既に輸入車については流入を制限する措置(国産車優遇措置)が導入されている。一方で輸出についてはこれまで目立った振興措置は導入されていない。ブラジル自動車工業会は特に稼働率上昇に輸出増加が不可欠との考えで、政府に対して輸出振興措置の導入を政府に働きかけ、輸出台数 100 万台を目指している。

【図表 45】ベースケースの販売台数を基にした稼働率予測



(出所)現地ヒアリング、ブラジル商工開発省資料よりみずほ銀行産業調査部作成

(注)計算式は以下の通り

販売台数 + 輸出 = 国内生産 + 輸入

424万台(2017年販売台数当行予測) + 44.2万台(輸出:2012年)

= 国内生産 + 79.5万台(輸入:2012年数値)

2017年国内生産は389万台と推計

3. ブラジル自動車市場今後の OEM の戦略・自動車部品市場の今後

地場調達拡大が OEM の戦略の中心

ブラジル新車販売市場は減速の兆しが見られるものの 2020 年には 400 万台-500 万台を見込む世界でも有数の成長市場であり、今後も OEM 各社は積極的な投資を実施し、事業拡大が続く見込みである。その際の事業展開の方針としては以下の 3 点が柱となると考える(【図表 46】)。

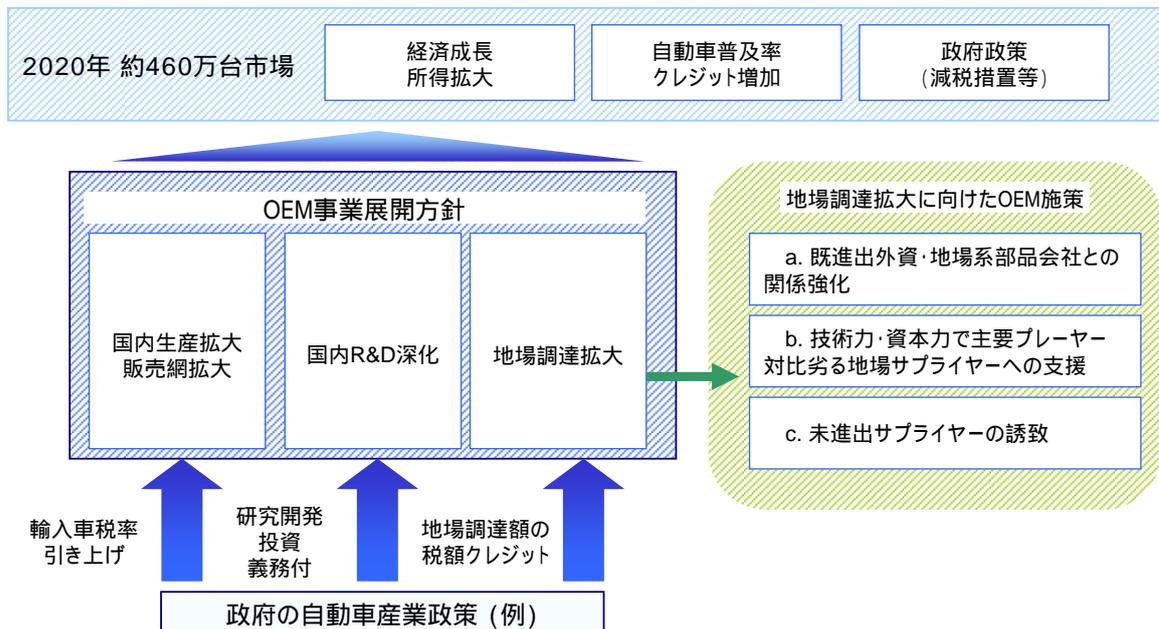
国内の生産網・販売網の拡大

ブラジル国内での研究開発の深化

地場調達の拡大

3 本の柱の中でも最も大きな課題であり、また自動車部品業界も含めて大きな影響を与えるのは地場調達拡大だ。地場調達拡大に際して OEM は既にブラジルで操業している外資系企業・地場企業との関係の強化、技術力・資本力等で競争力の無い企業に対する支援、未進出サプライヤーの誘致を行っている。ブラジル政府も OEM の戦略を促進すべく、Inovar-Auto 政策を導入している。特に競争力が欠如している企業に対する支援については Inovar-Auto 政策内で政府が提示する 4 要件³の 1 つであり、今後各 OEM が一層注力する施策と考えられる。

【図表 46】ブラジル自動車産業の方向性



(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

Tier2 以降の段階での国産部材への転換も重要に

上記 地場調達拡大とも大きく関連するが、ブラジル自動車部品業界は Tier2 以降で輸入依存が高いのが現状である。自動車部品産業の項目で指摘した通り、ブラジル国内に Tier2/Tier3 の企業は十分に存在しているが、技術・コスト面で輸入品に比べて競争力が無いのが実態だ。その為ブラジル政府としては今後国産化比率の計算に Tier2 以降を考慮するといった措置を導

³ 4 要件は生産工程の国内実施、研究開発投資、生産技術投資(含む部品産業育成への投資)、燃費ラベル

入し、輸入部材から国産部材への転換を促す方針である。今後の部品業界では特に現状ブラジルで国内調達が困難な部材（電装品、電子部品等）が一部存在すること、輸入品との競争、構造的に高いブラジルでの生産コストをどのように低減するのが課題となる。地場調達拡大に関する課題について今後の業界の方向性（対応策）は以下の通りと考えられる（【図表 47】）。

現地調達困難な部材への対応
-グリーンフィールド投資
-輸出ベースでの対応

i) 現状ブラジルで調達困難な部材（電装品、電子部品等）への対応

業界団体へのヒアリングでも、必ずしも全ての部品の国産化を進める訳ではなく、国産化の難しい部材については政府に関税の引き下げを要請することを検討しているといったコメントがあった。ブラジル国内の競争が存在していない部材については、アジア・メキシコ等の生産拠点からブラジルへの輸入ベースで対応することも十分対応可能だと考えられる。

現在ブラジル国内で調達困難な部材については国内生産実施の為にグリーンフィールドでの投資も可能だ。但しグリーンフィールドの投資はコスト・事業面でのリスクも大きい。

地場サプライヤーへの対応
-国内企業間での再編・集約
-地場企業と外資系企業の提携

ii) 地場サプライヤーの供給・資金・技術力の向上と生産コスト低減への対応

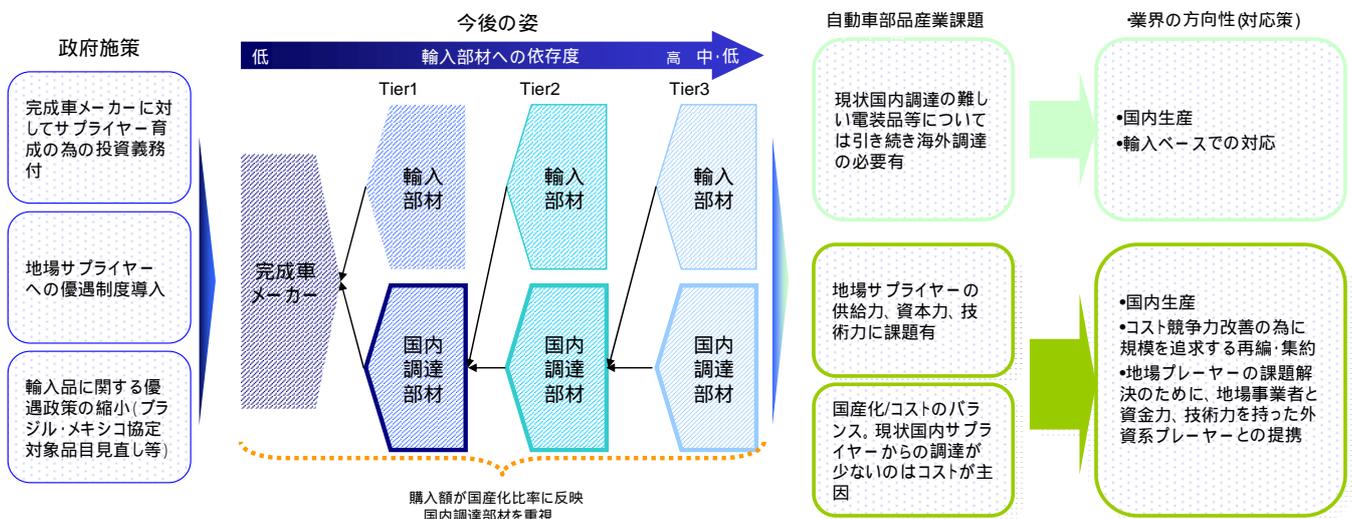
ブラジル国内の企業間での再編・集約も、コスト競争力改善のためには有効であると考えられる。

国内調達への切り替えが進む部品については、例えば地場企業と外資系企業との連携（提携、合併、M&A）による国産化も検討の価値が有る。

日系企業と地場企業との提携には障壁有

勿論、日系自動車部品会社にとってブラジル地場企業との提携は困難を伴うことが予想される。地場企業を管理できる人材の不足、地場企業と日系企業でのコンプライアンス/管理面における認識の違い、地場企業の労務・税務面での訴訟リスク、日系企業が買収した後の地場企業顧客との取引継続、ブラジル特有の税務・会計・法律制度に関する対応が地場企業との提携時の問題点となる。

【図表 47】ブラジル自動車部品調達構造（政府・業界の目指す姿と課題）



(出所) 現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

VIII. 日系自動車メーカーブラジル市場戦略の方向性

1. ブラジル事業拡大に関する魅力と障壁

<p>ブラジル市場の魅力と障壁を理解した上での戦略立案が重要</p>	<p>販売台数世界第4位の成長市場としてブラジルに注目しているOEMと自動車部品メーカーが多いものの、アジア程には日系OEMのブラジルへの進出が進んでいない。今後の新規進出や事業拡大に際してはブラジル市場の魅力や障壁を理解した上での戦略立案が重要となる。</p>
<p>ブラジル市場魅力 市場規模</p>	<p>ブラジル市場の魅力として規模と成長性が考えられる。販売台数の欄で指摘した通り、2013年新車販売台数は約376万台。既に世界でも有数の販売市場へと成長した。また近年は減速をしているものの、今後も一定の成長が期待できる点も魅力で、新車販売台数は2020年までには400万台を超えるというのが市場の見方だ。進出歴の長い欧米系メーカーのみならず、一層のシェア拡大が見込まれる日系企業にとってもこの市場規模は魅力的だ。また売れ筋車種についてもこれまで主力だったリッターカーから、より単価の高い中大型セダンや高級車の販売が伸びていることもブラジル進出を検討している企業にとってはプラス要因と考えられる。</p>
<p>ブラジル市場障壁 市場環境の悪化や生産過剰、輸出に関するリスク</p>	<p>一方で進出に際しての課題も多く存在している。これまで順調に拡大してきた販売市場についても減速の兆しがあり、今後の成長は保証されていない。同時に販売市場での競争は年々激化しており、Big4のビジネスも必ずしも安泰ではない。また拡大する販売市場への対応のために各OEMは生産能力増強を行ったが、生産が過剰となるリスクもある。生産能力を十分に活かすためには稼働率の上昇が不可欠だが、ブラジルの自動車産業が描いている通りには輸出が増加しないリスクもある。</p>
<p>ブラジル市場障壁 地理的障壁</p>	<p>日本との物理的な距離も大きな課題だ。例えば東京・サンパウロ間は18,550kmある。東京を出てブラジルに到着するまで飛行機で約30時間かかり、米国経由でも欧州経由でも所要時間が変わらない。その為日本に本社がある企業にとっては至近距離にあるアジア市場と異なり、管理面で本社とブラジル現地法人でのコミュニケーションに苦勞している企業は多い。</p>
<p>ブラジル市場障壁 文化的障壁</p>	<p>文化的な課題もある。ブラジル市場で販売台数を伸ばすにはブラジル人の嗜好に合わせたボディーや内装デザインが重要だ。勿論ベースとなるプラットフォーム等は世界共通仕様を用いている車種も存在しているものの、上位メーカーや昨年シェアを大きく伸ばしたメーカーについては現地拠点での商品開発や調査・マーケティングにより、消費者の心を掴む製品開発を行っている。日本やアジアで開発した車種がそのまま受け入れられるとは限らない。</p>
<p>ブラジル市場障壁 日系企業のプレゼンスの低さ</p>	<p>日系メーカーのプレゼンスが低い点もブラジルへの日系企業の投資が進んでいない要因と考えられる。日系のシェアは年々拡大しているものの、乗用車でのシェアは日系4社合計でも2013年11.4%となっている。20万台規模の生産能力を持つ日産の新工場稼働が2014年に、ホンダは生産能力12万台から24万台への能力増強が2015年に見込まれている中、日系のシェアも今後拡大するものと見込まれる。しかし他OEMも積極投資を実施している中、日系のシェアのみが急激に増加するとは考えにくい。</p>

ブラジル市場障壁 政策変更リスク	上記の要因に加えて保護主義的なブラジルの制度、政策の頻繁な変更といった課題も存在する。例えば自動車部品業界では、完成車メーカーが Tier1 から購入する部品額が税制恩典を得るために充足する必要のある国産化率に勘案されており、国内生産を実施するメリットが比較的大きかった。一方、Tier2 以降の部品についてはこれまで国産化するインセンティブがそれ程ない状況だった。今後は Tier2 以降の部品についても関税を導入する動きや輸入品に対する関税引上げ等の措置の導入も十分考えられる。政策の変更については内容によって日系メーカーに大きな影響を与える変更も多く、常に注視する必要がある。
ブラジル市場障壁 コスト面のリスク	コスト面でもブラジル進出はリスクが大きい。特に税金、金利が高水準にあると同時に、人件費を初めとしたコストが毎年インフレ率 + 程度で上昇していく。人件費のみならず賃料等も上昇するため、長期的な視野で考えるとコスト負担は非常に大きい。

2. ブラジル開拓に向けた戦略

進出の好機だが、入念な事業戦略構築が必要	日系 OEM・部品メーカーにとってはブラジルは市場規模や成長市場としての魅力が大きい。また歴史のある欧州系 OEM のみならず日系 OEM、中韓系 OEM が投資を積極的に進めている中、日系 OEM・日系自動車部品メーカーにとっては進出の好機と言えるが、事業戦略を入念に構築する必要がある。その中で日系企業が取りうる戦略の可能性としては以下の3点と考える。
----------------------	--

グリーンフィールド投資

ブラジル市場の規模、成長性、保護主義に守られている既存プレーヤーの存在、市場の特殊性といった要因を勘案すると、ブラジルで一定程度のシェアを獲得するには、ある程度の規模の投資が不可欠と考える。現地での研究・開発機能の設置についてはOEMのみならず、欧米の主要部品メーカーについても権限を持った研究開発機能の設置が進んでいる。ブラジル国内でのシェア増加には日系企業でも同様の対応が不可欠だと考える。

サプライヤー間の協働

グリーンフィールド投資は勿論資金面、事業面で大きなリスクを伴う。その為、現在進出している日系メーカーの中には既に生産拠点を持っている欧米系メーカーとの協働・生産委託(河西工業・カルソニックカンセイ)や中国・韓国系メーカーとの協働(KYB)、日系企業同士で協力しブラジルに参入するという選択肢も考えられる。ハードルは高いが地場企業との協働も選択肢となる。他社との協働により新規顧客開拓や生産委託による投資リスク回避が可能だ。

メキシコ等の既存輸出拠点の活用

グリーンフィールド/他社との協働についても、既存輸出拠点を活用し、輸出ベースでブラジル市場を開拓することも可能だ。実際に電子部品、電装品、また Tier2 以降では部品を海外から輸入している部品メーカーは多い。特に既存顧客のブラジルオペレーションが小さく単独での工場建設が必要無い場合やブラジル国内で競合製品が生産されていない場合は、輸出でも十分競争力が得られると考える。また日系企業の進出が進んでいるメキシコの拠点活用に関する施策としてブラジルへの輸出を検討することも可能だ。

IX. おわりに

OEM がブラジルへの関与を強める今が進出の好機

本稿で指摘した通りブラジルの自動車市場は今後も成長が見込まれており、各完成車メーカーが投資を積極的に拡大している。日系の完成車メーカーは新工場の稼働やエンジン工場の建設を発表しており、今後ブラジル市場への関与を一層強めていく方向である。

各社のリソースやブラジル事業リスクに応じた現実的な戦略立案が必要

今回本稿を執筆するに際し現地の業界団体関係者、完成車メーカーの関係者にインタビューを実施したが、日系の完成車メーカーへの期待、地場企業のパートナーや部品の供給者としての日系部品メーカーへの期待は非常に高いと感じた。日系企業がブラジルで事業を実施するには、日本本社との物理的な距離、ブラジルの事情に適応した車種開発、日系企業のプレゼンスの向上、保護主義的で頻繁に変更される制度への対応、そしてコストの高さ等超えるべき障壁は多い。このような障壁を越えるにはグリーンフィールド投資、他社との連携、輸出といった戦略から、各社のリソースやブラジルでの事業リスクを踏まえて現実的な戦略立案をすることが求められる。

(本稿に関する問い合わせ先)

産業調査部米州調査チーム 安藤 裕之

hiroyuki.ando@mizuhocbus.com

<参考資料>1. 資料

ブラジル自動車工業会 「Brazilian Automotive Year Book」

ブラジル自動車部品工業会 「Brazilian Autoparts Industry Performance」

2. ウェブサイト

ブラジル自動車工業会 (<http://www.anfavea.com.br>)

ブラジル自動車部品工業会 (<http://www.sindipecas.org.br>)

ブラジル自動車金融協会 (<http://www.anef.com.br>)

ブラジル自動車販売店連盟 (<http://www.fenabrave.com.br>)

ブラジル日本商工会議所 (<http://jp.camaradojapao.org.br>)

ブラジルエネルギー庁 (<http://www.anp.gov.br>)

ブラジル中央銀行 (<http://www.bcb.gov.br>)

ブラジル商工開発省 (<http://www.bcb.gov.br>)

Quatorrodas (<http://quatorrodas.abril.com.br>)

Folha de Sao Paulo (<http://www.folha.uol.com.br>)

Valor Economico (<http://www.folha.uol.com.br>)

メキシコ自動車工業会 (<http://www.amia.com.mx>)

日本自動車工業会 (<http://www.jama.or.jp>)

日本貿易振興機構 (<http://www.jetro.go.jp>)

農業産業振興機構 (<http://www.alic.go.jp>)

国際通貨基金 (<http://www.imf.org>)

©2014 株式会社みずほ銀行

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。

本資料の一部または全部を、複製、写真複製、あるいはその他如何なる手段において複製すること
弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。

MIZUHO



OneMIZUHO
未来へ。お客さまとともに

