

## アジア政経学会・自由応募分科会 5

### 「日本企業のグローバル生産ネットワークとインド経済」

#### 報告1「国際価値連鎖からみたインドのタイヤ産業」

絵所秀紀（法政大学）

本報告は、G.Gereffi が提唱した国際価値連鎖(GVC)アプローチを念頭に置いて、インドのタイヤ産業の特徴を描き出すことを目的としている。ジェレフィは、主導企業が価値連鎖のどこに位置するかという観点から、GVC をバイヤー・ドリブン型とプロデューサー・ドリブン型の2つに類型化した。そして前者はアパレルに代表される労働集約的消費財産業、後者は自動車産業に代表される資本・技術集約的産業であるとした。換言すれば、前者は国境を超えるアウトソーシング型（あるいは委託生産型）、後者は伝統的な多国籍企業型である。

GVC アプローチによってとりわけアパレル産業の研究が大きく進展する一方、自動車産業に代表されるプロデューサー・ドリブン型の研究は1990年代になってようやく進展するようになった。自動車産業に関する既存研究の中でとりわけ注目されたのは、アSEMBラーから自動車部品サプライヤーへの機能のシフトであり、アSEMBラーと部品サプライヤーとの関係の変化である。

本研究はアSEMBラーと部品サプライヤーとの関係に関する研究を念頭に置いて、①タイヤ産業が自動車の価値連鎖の中で占めてきた特殊な位置を明らかにし、②主要外資系企業の進出によって激しい競争市場が生み出されたインド自動車産業を概観し、③そのうえでインドのタイヤ産業の競争の現状を概観する。以下のようなファクトを見出すことができる。

- (1) タイヤ産業はグローバルな観点からみると、国際レベルでの寡占市場（ブリジストン、ミシュラン、グッドイヤー）が成立しているが、近年トップ3社の市場シェアは大きく下落しており、かわって中国、インドをはじめとするアジアの企業が著しく台頭してきた。
- (2) インド市場に眼を転じると、外資系タイヤ企業の進出にもかかわらず、現在までところインド系トップ4社（MRF、アポロタイヤ、JK タイヤ、CEAT）が圧倒的な市場シェアを占めている。
- (3) とりわけインド系企業が圧倒的なシェアを占めているのは収益率が最も高いトラック・バス用タイヤセグメントである。その主要な理由は、トラック・バス部門への外資系メーカーの進出がマージナルなものにとどまっており、またトラック・バス用タイヤセグメントのラディアル化が著しく遅れており、依然としてバイヤスタイヤが主流であることによる。

