

第 5 章

自動車国際リユースと立地変容

浅妻 裕

要約：

日本から世界各地に向けて大量の中古車・中古部品が輸出されるようになった。自動車の国際リユースの変化は国内における業者の立地変容をもたらした。様々な背景で集積現象が見られ、またそれが分散へと転化することもあった。中古部品については依然として集積の経済的利益は大きい、その理由は自動車解体業の黎明期とは異なっている。また国内と輸出先それぞれで集積がみられるが、その利益も異なっている。

キーワード： 集積 ネットワーク 移民 シャルジャ バンコク 北総エリア

はじめに

近年、日本からは大量の中古車・自動車中古部品（以下、中古部品）が輸出されている。またその輸出先も世界中に広がり中古車については、2017 年は 184 か国に及ぶ。このような状況を背景として、流通量の変化について、あるいはその背景に関する分析等の研究成果も多く行われてきた。流通量の把握についてはその多くが財務省貿易統計をもとにしたものであるが、この統計で中古車の流通量を把握できるようになったのが 2001 年 4 月からである。かつ 2005 年までは貿易統計に計上されない「携帯輸出」（手荷物としての輸出）の中古車も多く、信頼性の高い中古車輸出台数についてはこの十数年蓄積された段階である¹。これを表 1 でまとめた。これだけのストックが現地にあれば、補修用部品としての中古部品の需要が高まる。おおよそ、中古車が多くの輸出されている国・地域には中古部品も同じく輸出されていると考えてよい。さて、このような旺盛な日本からの国際的な自動車リユースを背景として、本稿では、これに対応した立地変容、特に関連産業の集積がみられてきたことに着目したい。それは、輸出側である日本国内と輸入側現地でそれぞれ、様々な形態で見られる現象である。本稿では輸出入国

それぞれでの立地変容の要因を中古品の経済的属性や制度的背景から試論的に整理する。

表1 日本からの中古車輸出上位20か国（2001年～2017年、台数、金額）

	国名	台数(台)	(参考:トラック割合)	国名	金額(10億円)
1	ロシア	2,831,985	9.8%	ロシア	1,569
2	アラブ首長国連邦	1,820,712	28.3%	ニュージーランド	749
3	ニュージーランド	1,713,804	5.2%	マレーシア	686
4	チリ	1,028,214	14.1%	アラブ首長国連邦	554
5	ミャンマー	833,517	37.8%	ミャンマー	453
6	南アフリカ共和国	762,482	21.0%	スリランカ	453
7	ケニア	689,881	16.8%	ケニア	387
8	パキスタン	463,869	11.8%	パキスタン	370
9	フィリピン	447,705	72.3%	シンガポール	342
10	スリランカ	392,956	25.1%	バングラデシュ	304
11	モンゴル	347,356	6.2%	フィリピン	285
12	タンザニア	333,386	14.3%	チリ	254
13	バングラデシュ	327,584	16.8%	タイ	191
14	マレーシア	319,444	7.4%	南アフリカ共和国	185
15	英国	293,516	1.2%	インドネシア	173
16	ウガンダ	290,115	28.3%	香港	173
17	ペルー	274,465	29.3%	ジャマイカ	147
18	ジャマイカ	220,548	13.1%	英国	143
19	シンガポール	200,842	31.9%	モンゴル	126
20	スリナム	182,941	7.4%	タンザニア	123
	その他	3,037,431	14.7%	その他	1,462
	合計	16,812,753	17.6%	合計	9,127

出所：財務省貿易統計

第1節 国内における自動車リユースの立地変容

1. 中古車輸出における国内流通と集積

本稿では、自動車静脈関連ビジネスの立地変容を、中古品の国際貿易の視点を考慮しつつ明らかにする。第1節では国内の中古車、中古部品輸出業者の立地変容について述べるが、流通構造が立地に大きな影響を及ぼしていると考えられるため、まずはそれぞれの流通構造について述べる。

(1)輸出中古車の流通

中古車については岡本・福田（2017）を参考にするとおおよそ以下のような流れとなっている。輸出業者の多くは国内127か所のオークションから中古車を調達する。オークション会場では外国人が多く、そのほとんどが輸出業者であるⁱⁱ。中古車オークションの歴史は1967年からと非常に古く、かつては手競りで行われていた。その後1985年

にはテレビオークション、2005 年頃からはインターネットオークションが始まり現在に至っている。インターネット環境さえ整えば、わざわざ会場に出向かずとも遠隔地の中古車を調達できるようになった。中古車輸出事業者にとっては立地選択の幅が広がった。オークションから調達した中古車は「輸出貿易管理令」や「自動車リサイクル法」等の関係法令に基づいて輸出されるが、後述するようにこの制度の変化が輸出業者の立地動向に影響した。

中古車はコンテナ船、RORO 船、ばら積み船のいずれかで輸出される。運賃が高く、バンニングなど荷役に関わるコストを吸収できる遠距離への輸出の場合にはコンテナによる輸出が有利であると考えられ、実際、UAE、南アフリカ共和国、グルジア向けなどではコンテナ化の比率が 2017 年には 90%を超えている。但し、ケニア向けやニュージーランド向けは 10%以下でありフリークンシによってはコンテナ以外の方法が選択されることも多々ある。輸出台数全体に占めるコンテナによる割合は、2008 年で 30%、2017 年で 42%となっているⁱⁱⁱ。一方、RORO 船は自動車が自走して船積みされる。荷役に関わる時間や費用の点から、コンテナ船に比べて近海物流において強みを発揮していると考えられる。ばら積み船による輸出は、デリック（クレーン）やジブクレーンなどで積み込む必要がある。現在多くは見られないが、かつてはロシア向けの中古車輸出では盛んに採られた手法である。

(2) 中古車輸出業にみられる集積と分散

さて、これらの歴史的経過も含めた流通構造から、中古車輸出業にみられる立地上の特徴として以下の点を挙げることができる。

まず、「携帯輸出」を前提とした日本海側諸都市に見られた輸出業者の集積である。これまで最多の輸出台数となっているロシア向け輸出は、北洋材などの「帰り荷」として、ばら積み船による輸出が大きな特徴であった。船員が中古車をこれらの船舶に手荷物として載せる携帯輸出を行っており、携帯輸出可能な貨物の対象から自動車が除外された 2005 年まで続いた。口頭などの簡易な手続きで輸出ができるほか、1995 年まで存在した「輸出前検査」を回避することも可能であった^{iv}。船員は数日の滞在期間中に、「船員の特権」（乗員上陸。港湾周辺区域に限り、簡易な手続きで上陸が出来る）を活用し、中古車を調達した。この点から、ロシア船が寄港する港湾周辺に中古車輸出業者が集積して立地することは極めて合理的であった。なお、ロシア向け輸出の初期であった 1990 年代までは、太平洋側の輸出港付近（横浜、名古屋、大阪、神戸など）でも日本人業者、パキスタン人などの移民系業者による輸出市場もしばしば見られた。上記のような北洋材の帰り荷としての輸出でなくとも、旺盛な需要を背景に、船員手帳さえあれば上記のような簡易な形態で輸出することが合理的であることから「買い出しツアー」として配船されていたのである。とはいえ、「ついで」に帰り荷としての中古車輸出を行うことができる日本海側諸都市からの利便性はやはり高かった。また、富山では

中古車輸出を主眼とした RORO 船による定期航路が早くから開設されていた。これらのことから 2000 年代以降は、急激なロシア向け輸出台数の増加もあり、日本海側諸都市における集積現象がより顕著となった。富山のほか、新潟、小樽、舞鶴などへの移民系輸出業者の集積が知られており、これら諸都市がロシア向け輸出の「ハブ」として機能していた。

次に、近年でも依然として見られる日本海側諸都市における輸出業者の集積である。現在はインターネットオークションによる中古車の調達が主流となっていることから、事業者の所在とオークション会場や積み出し港の位置関係の重要性は相対的に弱まり、立地は極めてフットルースになるはずである。さらに、携帯輸出もできなくなっていることから、日本海側諸都市にみられる集積現象の経済的な合理性が失われてもおかしくはない。確かに日本海側諸都市での集積は空洞化しつつある。例えば富山では 2008 年に 400 件近くあった中古車輸出業者が徐々に減少し、2017 年にはその 4 分の 1 以下へと減少している（2018 年 1 月 30 日、A 社からの聞き取り）。それでもなお多くの業者が立地している理由がある。まずは、現地におけるコミュニティなど「社会関係資本」の重要性が増したことがある⁹。多くのパキスタン人企業が日本人と結婚し、その子供もいる。その地域の小中学校には業者の子息が多く通うようになっている。また、日本人との関わりだけでなく同胞との繋がりも深まっている。元コンビニエンスストアを転用したことで知られる「富山モスク」や現地に点在するハラルショップ、レストランはその一つの象徴といえよう。これは福田編(2013)で「移民の制度的完成」としても指摘されている。これらのことは、実際に残存している企業の多くが古参企業である、とされることからわかる（2018 年 1 月 30 日、B 社からの聞き取り）。

一方で、興味深いことに、この集積の持続性を実現しているのは、本来分散立地を進めるはずのネットワーク（インターネットによる中古車オークション）の発達であった。彼らは上記の事情から現地にとどまらざるを得なかったが、ネットワークを利用しそのビジネスを全国規模で行うことができたのである。今や、横浜や名古屋、神戸など主要な輸出港に近いオークション会場で落札し、フリークエンシーに優れた太平洋側港湾から世界中へ中古車が輸出されているが、その担い手の一部もまた日本海側諸都市に古くから集積する輸出業者なのである。

3 つ目に、政策的に集積が促進されたケースである。神戸港では戦略的に中古車オークションを集積させ、結果として中古車輸出ビジネスの拠点化に成功した。神戸港は阪神大震災の影響で取扱い貨物量が大きく減少したため、港湾用地を大量に整備し、企業誘致を図った。しかし、進出が円滑に進まないことから、1997 年に他の 6 大港湾では見られない規制緩和を行い、メーカーや港運以外の物流業者でも港湾関連用地に立地できるようにした。ここで注目されたのが中古車オークションである。神戸市は、大阪府の中古車オークション会場に外国人バイヤーが集結し、落札した商品を堺泉北港などから世界へ輸出していることに着目し、オークションの誘致に力を入れた。結果と

して、1999 年の兵庫オートオークションを皮切りに、神戸港には数多くの中古車オークション市場が立地し、2010 年時点で 12 社となっていた。なお、オークションが立地しても神戸港から輸出が行われなければ港湾活性化にはつながらないので、埠頭近くに輸出業者の進出を促し、自動車専用船の寄港頻度を高めてバイヤーにとっての利便を向上させた。2010 年時点で 14 か所の輸出拠点が整備されていた（岡田，2010）。

2. 中古部品輸出の国内流通と集積

(1) 中古部品の流通プロセス^{vi}

輸出用の中古部品は国内の自動車解体業から発生する。使用済み自動車は中古車と同様、オークション経由での調達が主流となっている（外川，2017）。それらが解体され中古部品が生産されるが、流通プロセスには大きく 2 パターンがある。

まず、自動車解体業者が主体となり輸出を行うケース（①）である。もっともシンプルなパターンとして、自動車解体業者が自社のヤード内でバンニング（コンテナ詰）を行い、海外取引相手に輸出するものが想定される。これを念頭に流れを説明する。まず、海外からの注文を取る必要がある。輸入業者からリクエストがある場合と、解体業者がストックリストを発行する場合の両方がある。これまで日本から大量の中古車が輸出されてきたため、海外からの中古部品の引き合いは非常に強い。従って、必ずしも取引のある相手からリクエストが届くというわけではなく見ず知らずの海外ディーラーから突然 E メールが届くということもある。またリクエストの内容は、中古部品そのものに対するリクエストであることもあれば、車種や年式を指定して使用済み自動車の在庫確認や今後の確保を促すものであることもある。この場合は解体業者が、条件に合えばオークションで落札するなどして使用済み自動車を調達する。このように、価格や輸送条件などで双方の折り合いがついている状況であれば、在庫がある場合、あるいはオークションで希望する中古車が落札された場合などに取引が始まる。

部品の生産方法には大別して二つのケースがある。上記のように、解体前の使用済み自動車（それには解体業者の在庫であるケースと、オーダーを受けてオークションで落札されるケースがある）に対する注文であれば、海外からの注文に応じて必要な中古部品を生産する。同じ車種から多種の中古部品が必要なケースではハーフカットやノーズカットでの輸出も選択される。つまりこのケースでは双方が取引に合意してから初めて部品生産が開始される。

次にすでにストックされている部品が輸出されるケースがある。自動車リサイクル法施行に前後して、大規模なストックヤード（倉庫）を有する自動車解体業者が増え、現在ではこれを構える業者は珍しくない。数万点に上る在庫を抱えている企業もある。ストックが多ければ海外顧客からのリクエストに在庫で応えられる可能性が高くなる。このようにして輸出されることが確定した部品はコンテナにバンニングされる。中古

部品は一品ごとに形状や重量が異なるため、バンニングには相当の技術力が必要である。一般的には重量物を下に載せ、ボディパーツなどの軽量物を上に積み荷崩れなどを防いでいる。バンニングが終われば陸運・海運業者に引き渡す。

以上が一般的な自社輸出のケースであるが、これには当てはまらない形態も多々見受けられる。外国人が自ら解体業を営む場合は、海外の輸入業者と同一の法人であるケースも多く、この場合には取引が内部化されている。もちろん後述するように日本の大手解体業者が現地に進出して輸入しているケースもあり、これもやはり取引が内部化されている。現在では、インターネットを通じた販売も見られている。具体的な例をあげると、海外の顧客がインターネット中古部品販売のサイトからパーツを選択し、T/Tによる送金を行う。入金を確認されたのち、DHL を利用した発送で取引が完結する、といったような取引が行われている。

次に外国人バイヤーによる輸出(②)である。彼らが自ら日本で部品を選択し、バンニング・発送する。例えば日本有数の自動車解体業者の集積地である京都府八幡市では「ほぼすべての解体業者がバイヤーを使っている」と言われており、中古部品の国際貿易のスタンダードな形態であると言ってよい。

この形態が広まってきた理由として 2 点あげられる。まず中古品特有の品質問題である。中古部品は車種や型式のみならず利用の程度などに応じて品質もそれぞれ異なっている。これらを自らの目で確認して購入できるという意味では日本の解体業者で購入することが確実である。次に決済が簡単なことである。買い手は海外から現金を持参するか、L/C を利用するなどして購入の原資を準備している。買い手は確実に商品を仕入れることができ、売り手は代金を回収することができる。これは日本の中古部品輸出の歴史の中で重要な取引方法となってきた。

このケースでは、国内の解体業者と海外のディーラーがどのように接点を持つかが重要になる。様々なパターンがあり、一つは商社を経由してバイヤーと接点を持つケースである。海外とのパイプがある商社が中古部品の引き合いを受けた場合、国内の自動車解体業者にバイヤーを常駐させることができないか、照会を行う。国内解体業者はバイヤーを常駐させた場合、生産した商品の販路が確保される一方で、使用済み自動車のより確実な仕入れが求められることになる。これらの状況を勘案しオファーを受けるかどうか判断する。また、「たまたま」あるいはある程度「あたり」をつけてやってきた海外ディーラーがバイヤーとなるケースもある。後述する自動車解体業の集積地に海外からバイヤーが来訪し、直接解体業者に中古部品の購入を持ちかけるのである。中古部品輸出が開始された当初(1960 年代半ば)はバイヤーが上記のようにその都度購入して輸出を行っていたが、1980 年代半ばになると、バイヤーが常駐するスタイルがみられるようになった。もちろん現在でもその都度スポット的に解体業者に部品を購入しにくるバイヤーも存在する。「お得意様」のように定期的に特定の日本の解体業者を回るバイヤーもいる。その他にも、自らが海外に販路開拓に出るケース、同業者か

らの紹介のケースなど、様々な「出会い」の方法があるだろう。

さて、いずれかの方法で日本のディーラーと接点ができた後、上記の経緯によりバイヤーが常駐して取引が行われる。ここで用いる「常駐」の意味は、特定の海外ディーラーのスタッフが3か月交代で本国から送り込まれることである。海外中古部品ディーラーは通常、商用あるいは観光の3か月間有効のビザを取得し来日する。同じバイヤーが継続的にとどまることができないためである。国内の住居の手配は解体業者や商社が行ってくれることが多く、その分は海外ディーラーから支払いが行われる。バイヤーの集荷のために自動車を貸すケースもあり、それについても海外ディーラーから支払いが行われることもある。

中古部品の生産は、常駐するバイヤー自身が行うことはできない。日本の自動車リサイクル法は許可制となっており、解体業者のスタッフではないバイヤーは、商品の選定や積み込みなどの作業を行うのが一般的である。大手解体業者の場合、複数の国から多数のバイヤーが来ているため、輸出用中古部品をストックする場所を国ごとに分ける、あるいは特定の中古部品に注文が集中しないように同じ国から複数のバイヤーを呼ばない、特定の国のバイヤーを優遇しない、といった工夫を行っている。長期安定取引を優先し、必ずしも価格のみに依らないところが興味深い。

バイヤーは自らの派遣元企業に中古部品が満載されたコンテナを送ることが業務であるが、中には常駐先の企業だけでは埋まらないケースもある。そのような場合は中小規模のものも含めて他の解体業者をトラックで回り、部品を買い付ける。この買い付けは必ずしも常駐するバイヤーのみが行うのではなく、ストックやバンニングのためのヤードを自ら所有するバイヤーが行うこともある。このケースでは、バイヤーは特定の解体業者に依存しておらず、日本企業からより自立しているといえる。

大きく分けると①②が貿易に向けられる中古部品の国内流通のパターンであるが、細かく見ればより多様なパターンが観察される。

(2) 国際貿易を背景とした自動車解体業の集積と分散

1990年代に入るまでは、廃車が多く発生した中古パーツの需要もある大都市圏内部に自動車解体業者の集積がみられていた。外川（2001）では墨田区堅川、江戸川区篠崎、大阪の野田阪神や夕風が挙げられている^{vi}。これらはほぼ日系自動車解体業者であったと考えられる。もちろん、大都市圏から地方へ、という中古車の流れもあり、廃車は各地で発生した。各地での部品需要はもちろんあるが、より部品需要が大きい大都市圏のディーラーが地方にトラックで買い付けに回るという流通も見られていた。情報が限られた当時、「職業別電話帳」は非常に重要で地方への買い付けの際には重宝された。このように、大都市圏内部の市場は全国から発生する部品の「ハブ」となり、個別の部品に対する供給制約がある中で、多様な需要に対応するという点で、集積利益が発生していた。このエリアに1960年代後半から台湾やタイからの外国人バイヤーが来訪

するようになり、中古部品輸出の歴史が始まった。

1970 年代後半からは大分県を発祥とする自動車中古部品販売のネットワークが普及し、立地体系は集積から分散へと転じた。ネットワークの発達により、多様な需要に対応するための集積立地の重要性は相対的には低下した。同時に、1970 年代末からは公害・環境対策として工業団地（臨海部）への集積が進んだ。大阪の中島工業団地や、1990 年代後半になるが北九州エコタウンへの集積の事例が知られている。また、高度成長期末期以降、東京都内の自動車解体業者が騒音や煤煙の問題によって郊外に「リプレイス」（移転）する動きがみられ、長期にわたりこの傾向がつづいた（外川、2001；浅妻、2008）。都内の解体業者の主たる移転先の一つが、地価が安く交通アクセスも良い北総エリアであった。そのため、買い付けに来ていたタイ人や台湾人もこのエリアに赴くことになり、1980 年代以前に都心部でみられたタイ人や台湾人は北総エリアを一つの拠点とするようになった。

1990 年代に入ると、バイヤーはその都度来日するのではなく、自動車解体業者への常駐形態が一般的となる。また、日本人業者との付き合いが長くなる中で、自ら仕事を覚え自動車解体業を始めるものも出てきた。このような背景で、中古部品の輸出が量的にも地理的にも拡大した（浅妻ほか、2015）。北総エリアでは、この展開が活発化したのが 1990 年代前半であり、都市部の地価高騰による解体業者の移転もこの背景にあったと考えられる。

2000 年代に入ると 2005 年の自動車リサイクル法施行を一つの転機として、上記のように分散の傾向にあった解体業者が大規模化の傾向を強めた。特に鉄スクラップ業からの自動車解体業への参入が相次ぎ、業界の大規模化の潮流を生み出した。一方で零細企業は後継者問題に直面し廃業が相次いだ。中古部品輸出を誘発する中古車輸出は 2000 年代、特に 2005 年以降著しく増加し、年 100 万台超となり特にアフリカには継続的に増加した。この状況は中古部品への旺盛な需要を生み出した。日系解体業者は海外展開の傾向を強め、いわゆる「大手」とされるところの多くが海外展開を行った（阿部・平岩、2014）。一方、1970 年代からも細々と存在し、1990 年代以降、活発な独立の傾向も見せ始めた移民系解体業者は 1990 年代後半以降、マレーシアやアフガニスタンからの移民が増加するとともに、解体業における存在感を高めてきた。2005 年の自動車リサイクル法施行の前後、廃車流通がオークション経由へと変わり始めたことも移民系解体業者の進出を促した。自動車ディーラーや整備業者と取引関係が薄い移民系解体業者にとっては、加盟資格さえ満たせば廃車を調達できるオークションは重要であった。

現在、国内零細業者の廃業が引き続き発生している一方で、移民系解体業者が長期的に増加傾向にあると考えられる。移民系解体業者の特徴は、国内での最終需要に対応した中古部品販売にはほぼかわらないことである。すなわち、港湾と中古車オークション会場両方にアクセスが良い場所が好まれる。また、海外に輸出する際に、部品生産か

ら輸出段階にかけての取引も盛んに行われる。

例えば、北総エリアに立地する台湾系のディーラーC社は約20年前に現地に展開して以降、自ら解体を行うことはせず、台湾やタイの解体業者・ディーラーが生産あるいは買い集めた中古部品を購入している。彼ら自身では輸出（販売）に適さない部品があるため、このような取引が成立する。C社が買い集めた商品は、その8割は自らの手で台湾に輸出されるが、残った2割ほどの部品はヤードにストックされさらに別のディーラーに販売される。なお、C社の場合、顧客はタイ、ガーナやナイジェリアなどアフリカ諸国、アフガニスタンと多岐にわたる。C社と類似したビジネスは現地では多く見られている。また、この北総エリアでは全国各地から中古部品ディーラーが集まり部品の売買を現地で行う「いちば」があり、ここではタイ人、台湾人、アフガニスタン人、アフリカ人など大勢のディーラーが、地方の解体業者から買い付けて来た部品の売買に携わり、トラックで運び出す姿を見ることができる。このような取引が発生しているのは、中古部品の需要は各国で異なるにも関わらず、生産には一台の自動車からはエンジンが一つしか生産できない、といった供給制約があるためである。また、海外の顧客からの需要に対応した商品を調達するためには、市場の「品ぞろえの深度」が重要で、これによりヒット率が高くなる。このような国内流通プロセスを経ることにより、限定された供給であっても各国の多様な需要に対応した輸出が可能となっている。そのほかにも、現地での流通プロセスとして、輸出業者が許可を取得している解体業者（移民系）への解体作業を外注するケースがある。このように、北総エリアは中古部品流通の巨大なハブとなっている。図1からは、このエリアへの自動車解体業者の集積が顕著であることがわかる。

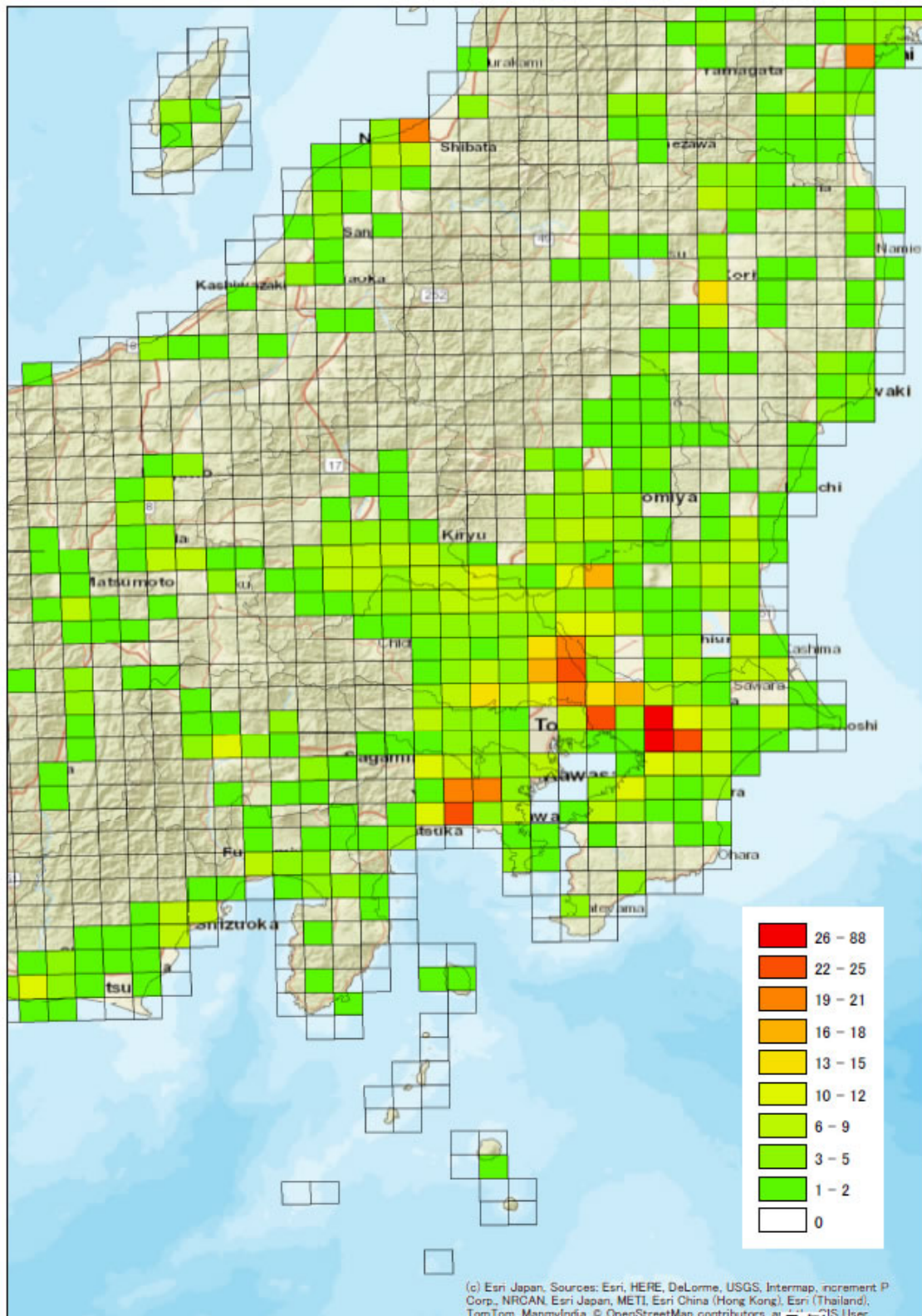


図1 10km メッシュで見た場合の自動車解体業者の分布（関東、2016 年）

出典：自動車リサイクルシステム web サイトより筆者作成。

注：凡例の数値は立地件数である。

以上のように、旺盛な自動車中古部品の国際リユースを背景として、解体業者の立地動向は大きく変わった。もともと、廃車発生地における同業種集積の傾向があったが、1970年代後半からはネットワーク化の進展で相対的に分散への誘因が増した（ただし政策的に集積が形成されるケースもあった）。しかし1990年代以降の急激な中古部品の国際リユースの進展により、移民系ディーラー・解体業者の常駐や独立が盛んになり、港湾・オークションへの交通アクセスが重視される場所への立地へと変容した。そして、そこでは多様な属性を有する中古部品の国内からの供給と、海外からの多様な需要を引き合わせる巨大な集積を生み出した。一方で、分散して立地する大手日系解体業者はグローバルな立地戦略をとりつつ、国内事業所では引き続き海外からのバイヤーの常駐スタイルを続け販路を確保している。このように、中古部品の国際リユース市場では、日系解体業者と移民系解体業者における「競争と強調」の構図が見られる。

筆者らはこのほかにも埼玉県や茨城県、兵庫県三木市、大阪府和泉市、名古屋市近郊で見られる類似した集積地域を対象に現地調査を行ってきた。最終報告書ではこれらの状況も紹介する予定である。

第2節 海外における自動車リユースの集積立地

ここでは、中古部品のみについて、筆者がこれまでに調査したUAE、バンコクの中古部品市場の概要を紹介する^{viii}。そのうえで、両市場において、集積利益の共通点と差異を整理するにとどめる。

1. バンコクの事例

バンコクには複数の中古部品市場がある。歴史を振り返ると、第二次世界大戦に前後して都心部に近いところで中古部品流通が始まった。これがチャイナタウンに隣接するサムパッタウォンと呼ばれる市場である。日本からの輸入は1960年代から始まり、当初はオート三輪の部品が流通していた。場所が狭隘になったため、やはり都心部ではあるが、パトゥムワンという市場が形成され、この2つの市場が長い歴史を有している。1991年、バンコク南東130kmにレムチャバン港が開港した。バンコクの中古部品市場は輸入に依るところが大きく、多くの中古部品は輸入港湾を経由する。そのため、バンコク市内への輸送経路上にあり、かつ従来から利用してきたバンコク港にも比較的近い箇所に、バンナーと呼ばれる市場が成立し、現在では最大の市場となっている。その他にも数か所の市場が形成され、いずれの市場においても中古部品流通にほぼ特化した集積がみられる。

バンコクでは多くのディーラーが兄弟や親戚が経営する複数の店舗を有しており、日本から輸入したコンテナをそれらの店舗でシェアしている。また、親族が日本を訪問

し商品を調達しているケースもみられ、部品流通は親族のネットワークを主たる基盤として成立している。海外からの中古部品はほぼコンテナで輸入されているが、どの市場でもコンテナを見ることはまずない。コンテナが輸入されるレムチャバン港から110km離れたラッカバン・インランド・コンテナ・デポ（ドライポート）に輸送され開梱されるか、バンコク港で開梱されている。つまり、複数の店舗で商品をシェアする場合もそのような場所で「仕分け」が行われている。

各市場の店舗は、上記のような「仕分け」を各市場内、あるいは市場を跨いで流通を行うことで特定の商品への専門化を進めている。専門化が顕著なのはもっとも古い市場であるサムパッタウォンである。ここでは日本から輸入した部品以外に現地で発生した部品も多数流通している。ただし、外装品はみられず、市場全体が機能性部品にほぼ特化している。また、そのなかでもデファレンシャルギヤ、トランスミッションといった特定の中古部品に特化したディーラーが目立っている。海外から輸入された商品がダイレクトにこの市場に流通することはあまりない。市内の他の市場から必要に応じて中古部品を調達し、特定の部品に特化した事業を行っている。また、タイ現地の修理工場や現地の解体工場から発生する中古部品もあるが、サムパッタウォンには一週間に一度、それらの部品を集めトラックで売りにくるディーラーがあるという。当地に立地するディーラーにとっては彼らからの調達も重要になっている。

サムパッタウォンほどではないが、他の市場でもトランスミッションやラックアンドピニオンといった機能性部品については根強い人気があり、これらを主要部品とするディーラーは多い。またエンジンも非常に重要な商品でこれに特化した店舗も各市場で散見される。もちろん、ショックアブソーバーなどの足回り、操舵装置などを重点的にそろえる店舗もある。一方で外装品は、台湾製の新品が入ってきているため、主たる商品として扱っている店舗は比較的少ない。外装品は必然的に自動車に特化したリユースとなるが、機能性部品は他用途への転用が可能で、より広範な需要が見込めることから機能性部品が主たる商品となると考えられる。

市場では、カゴに満載された小さな部品（ウィンドウ操作パネルやヒューズ、スイッチ、リレー類）を安価で売るディーラーもある。たとえばあるディーラーにおけるウィンドウ操作パネルの売価は約250円（2012年8月時点の日本円換算価格）である。コンテナ空きスペースを有効に活用するために、これらの部品が日本から輸入されている。

このように、多様な中古部品が混載されたコンテナが港湾に到着し「仕分け」されたのち、更に市場内部、市場を跨いだ流通が発生し、各店舗において比較的専門化した在庫が実現している。

バンコクの中古部品市場では主たる顧客（買い手）は国内業者である。とはいえ、海外からのバイヤーがいないわけではなく、さまざまな国から訪れている。カンボジア、ミャンマーといった東南アジア諸国のほか、アフガニスタンやパキスタン、バングラデ

シュ、スリランカといった南アジア地域、遠くはアフリカ、ドバイといった地域からのバイヤーもみられる。国内業者は修理工場、板金工場、同業の中古部品ディーラーなどである。自動車以外にも、船舶の部品、脱穀機の部品などへの転用需要があり、この点からもエンジン、エンジン部品を中心とした機能性部品への需要が高まっている。

これら市場にディーラーが集積して立地する理由は、各ディーラーが相応に専門化しているため、市場内部での取引に近接性が有利であるためである。また、各店舗における（ある部品の）在庫の種類・量が増加することにより、需要に対するヒット率が高くなる。これによって、より多くの顧客が「必要な商品が入手できる」という確信をもって市場に来訪（中古部品需要の向上）することとなる。このことは、ディーラーにとって買い手との接触を容易になるということを意味する。このように、売り手・買い手双方にとって集積が重要な意味をもっている。

なお、都心部のパトゥムワン市場については、BTS（バンコク・スカイトレイン：都市型の高架鉄道）という公共交通機関の駅を設置するため立ち退き、土地の返還が求められているという。

2. シャルジャ（アラブ首長国連邦）の事例

シャルジャはアラブ首長国連邦を構成する一つの国であり、中東の物流のハブ、あるいは金融センターとして知られるドバイと隣接している。ドバイの中心部から約 20km 離れたところに中古部品の流通拠点であるシャルジャインダストリアルエリアがある。ここに多様なディーラーが立地している。海外からの部品輸入、海外への輸出、自ら部品調達にやってくる海外バイヤーへの販売、国内修理工場や自動車ディーラーへの販売、等である。そして多くの店舗がこれらを複数兼ね合わせている。市場は 4 つのエリアに分かれており、それぞれ通称で「カレッジ裏」(261 店舗)、「アルハン」(224 店舗)、「J&P」「キャタピラ」(2 つで 536 店舗)とよばれている。市場全体では実に 1,021 に達し、うちヤードを有するものが 178 である。

このシャルジャ市場には、日本をはじめとした世界中から中古部品が集まり、またそれが再輸出されている。シャルジャ市場の特徴は、市場ごとに民族構成や商品の種類に違いがみられることである。カレッジ裏・アルハンにはハズラ人が主たる担い手である。彼らは 1978 年のソ連によるアフガニスタン侵攻以降、シャルジャに移住し、中古部品市場を形成した。彼らの商品は機能性部品が中心であり、小さな部品は比較的扱わない傾向にある。またトラック用の部品やキャビンの扱いも目立っている。一方、「J&P」、「キャタピラ」はパシュトン人が主たる担い手である。彼らはこの市場の後発組とされる。また扱う部品は外装品が比較的多い。

このように市場が分かれている理由は、彼らのような移民が日本などの中古部品発生国にも定住しており、エスニックネットワークを形成しているためである。彼らはこのネットワークを用いて日本など部品供給国で部品を調達するが、それぞれの民族で

中心的に扱っている商品、ノウハウを有する商品に差があり、このことが調達段階に反映されていると考えられる。またバンコクの市場でも見られたような市場内部での流通（各ディーラーの専門特化）も見られるが、ここでも同民族同士の取引が盛んである。もちろん例外も多々あるとはいえ、傾向としては上記のようなことが筆者らのこの間の調査からは読み取ることができた。

いずれの市場も極めて顕著な集積がみられている。この理由は、複数考えられる。まずバンコクと同様、上記のように市場内部での流通により、より専門化された在庫を実現し、ディーラーごとのヒット率が高くなる。この点から、ディーラー間の近接性が重要になってくる。また、シャルジャが再輸出市場である、という要素も重要である。海外からのバイヤーはシャルジャで商品を調達し、アフリカなど遠距離の場合はコンテナで再輸出するケースが多い。とはいえ、特定の店舗からコンテナを満たすだけの必要な部品を調達することは困難である。そこでバイヤーは市場の店舗を回り（現地には部品輸送のためのある種の「タクシー」のようなサービスもある）、部品を買い集め、コンテナを満載にして輸出するのである。このような部品調達ができるシャルジャ市場は、アフリカ諸国や中東各国からのバイヤーを多数引き寄せている。このような点からも各ディーラーの立地では集積が重要となっている。

このシャルジャ市場であるが、インダストリアルエリアは高層ビルが立ち並ぶシャルジャ市街地に隣接し、また大都市であるドバイへの通勤需要もあることから、政府によって住宅用地への転用が計画されている。2016 年以降、徐々にこの計画が実施に移されているようであり、2018 年 2 月の訪問時には、上記のアルハン市場からは全ての中古部品ディーラーが撤退しているように見受けられた。移転先は、インダストリアルエリアから内陸部に 1 時間ほどかかる「サジャ」という、新たに造成された工業団地である。港湾との距離が遠く、海外バイヤーも来訪しにくい場所であるが、一方で現地発生車輛や、DUCAMZ で流通しなかった中古車を対象とした自動車解体業も見られるようである。

3. 両市場の比較

バンコクとシャルジャでは、いずれも中古部品が有する経済的属性を背景とした集積がみられている。中古部品の供給制約があるために、ディーラーがそれぞれ輸出国から特定の部品だけを大量に調達することは困難である。現地での流通を介することにより、市場内部での各ディーラーの専門特化、差別化が実現する。また、中古部品はそれぞれの品質やスペックについて、実物を見なければ判断できないということが少なくない。中古部品の規格化やインターネットを介した取引への萌芽は見られてはいるものの、相対取引が引き続き主要な方法となっており、短期的にはこれが続いていくであろう。これらの点から、集積の経済的な利益は大きい。

両市場には、ローカルマーケットか、再輸出を対象としたマーケットか、という大き

な違いがある。この点では、シャルジャマーケットでは、40 フィートコンテナを満たすほどの海外バイヤーの部品需要に対応した供給を行い得るという、更なる集積の利益が発生している。

両市場とも政策的に整備されたものではないが、近年、政策的な立地変容がみられていることは共通している。バンコクに旧来からある市場やシャルジャ市場は都心部に隣接しているため、政府による土地利用計画の影響を受けているのである。いずれの市場もより郊外へのリプレイスが促されている。

まとめにかえて

以上、中古車については国内のみ、中古部品については国内と海外両方、流通の実態にも触れつつ、国際リユースと関係業者の立地変容についてみてきた。大きく分けると、二つのポイントがある。一つはそもそも市場が発生する場所がどのように特定（あるいは変化）されるか、ということ、もう一つはその市場において多数のディーラーが近接して立地（同業種集積）するのはなぜか、ということである。

まず市場が生成する位置であるが、中古車の場合、本稿で触れた内容に限れば、中古車輸出台数の増大、とりわけソ連・ロシア向け輸出が増大したことにより、日本海側諸都市、港湾付近に中古車輸出市場が形成された。市場は自然発生的ではあるものの「乗員上陸」という制度も関係していた。政策的に市場が形成されるケースもある。日本からの中古車輸入市場については、本稿では言及しなかったがドバイの DUCAMZ（中古車中継貿易市場）やチリのイキケなど中古車輸入（再輸出）市場がこれに該当する（浅妻ほか、2017）。神戸港における中古車オークションの立地もこれに該当するだろう。

中古部品（自動車解体業）については、日本の自動車解体の黎明期に、都心部やその隣接地域への立地が見られたのは、大都市圏での廃車の発生が多かったためである（廃車発生市場指向型の立地）。これはバンコクの市場においても同様である。国際リユースが進展し、国内においては移民系ディーラーの位置づけが高まるにつれて、それに適した港湾、オークション会場へのアクセスが大きなポイントとなってきた。海外の中古部品市場においても、バンコクの市場では大規模港湾からの輸入に利便性の高い場所に市場が形成された。シャルジャ市場も港湾に近接しており、再輸出の利便性は高い。このように国際リユースの進展に伴い、物流の時間・コストが重要となり、これに適した場所に市場が形成されるようになった。

同時に、人口増加をはじめとした都市の発展に伴い、従来、廃車発生地に立地していた市場がより郊外へ移転する、という動向もみられた。これには地価高騰や近隣住民との軋轢、といった非政策的なものと、シャルジャや日本での工業団地への移転促進などの政策的なものとの両方がある。ただし、国際リユースの進展が、この移転を促すというわけでは必ずしもない。

次に、なぜそれらの市場で集積がみられるのか、あるいは集積と分散がどのような関

係にあるのか、ということである。まず、中古車については、全国に散在するオークション会場と中古車輸出業者がネットワークで結ばれ、きわめてフットルースな産業となっていることから、特定の場所に高度な集積を伴う市場が形成される、という状況ではなく、本稿で紹介したようないくつかのパターンに限定されていると言ってよい。ロシアからの船員の場合、短時間で中古車を調達する必要があったため、現地では顕著な集積が見られた時期もあった。現在では、なぜそのような集積が、分散の傾向もありつつ維持されているのか、ということが論点となっており、本稿では集積に経済的な利益があるというよりも、社会関係資本の形成といった要因が大きいとした。上記のドバイや福田(2017)で紹介されるイキケ（チリ）の中古車中継貿易市場は多数ディーラーが隣接して立地し、顕著な集積がみられているが、これはフリーゾーンという、そもそも限られたエリアの中での政策であることが大きい。

中古部品については、国内外ともに、中古部品が有する経済的属性（供給制約と情報の非対称性）に起因する集積がみられている。国内の場合には、輸出対象の商品を集荷、解体した自動車部品のうち不要なものの販売、ライセンスを有する業者への解体作業の委託、といった点で集積の経済的な利益が発生している。シャルジャやバンコクでも近接立地を背景とした市場内部での流通により、供給制約が弱まり、買い手（需要サイド）にとってもヒット率が高まる。また相対で取引できるということの利益も大きい。その他、シャルジャの事例で触れたように再輸出がコンテナを用いていることから、バイヤーは大量の中古部品を買い付ける必要があり、この点からも集積の利益は大きいと考えられる。

以上、きわめて限定的な事例から、国際的な自動車リユースにみられる立地変容とその背景について論じたが、今後さらにこの議論を一般化、精緻化していく必要がある。

ⁱ 携帯輸出の制度的な定義やその歴史的な変遷については浅妻ほか(2017)参照のこと。

ⁱⁱ 移民企業家による中古車輸出業者の場合、日本からの輸出専業というよりも、親族などが輸出先の流通に携わっているケースが多いため、これを一つの企業体として捉える場合には「貿易業者」という表記が妥当である。ここでは国内からの輸出局面に限定しているため「輸出業者」とした。

ⁱⁱⁱ ここでの数値は財務省貿易統計による。

^{iv} 「輸出前検査」の定義や制度の変遷については浅妻ほか(2017)参照のこと。

^v この見方については富山高専の岡本勝規氏からご示唆をいただいた。

^{vi} 本節は、浅妻ほか(2017)を修正のうえ引用した。

^{vii} もちろん、解体業者の地方への分散立地も見られていた。1960年代までは部品共販ネットワークが発達していなかったために、そのような地域では特に中古パーツに対する需要が高かった（浅妻・外川，2015）。

^{viii} 本節のシャルジャ、バンコクの事例は、浅妻ほか(2017)を大幅に修正したものである。

<参考文献>

- 浅妻裕(2008)：高度成長期末期の廃車処理事情（連載 自動車リサイクルの現実と課題第59回），『月刊整備界』39(11)：30-33.
- 浅妻裕・岡本勝規・外川健一・福田友子(2015)：自動車解体業の歴史にみる移民企業家の役割について（座談会），『北海学園大学経済論集』63(1)：41-60.
- 浅妻裕・外川健一(2015)：北海道の自動車リサイクル産業史，『北海学園大学経済論集』63(3)：45-69.
- 浅妻裕・福田友子・外川健一・岡本勝規(2017)：『自動車リユースとグローバル市場—中古車・中古部品の国際流通—』成山堂書店.
- 阿部新・平岩幸弘(2014)：自動車静脈産業の海外展開に関する一考察，『山口大学教育学部研究論叢』63(1)：11-18.
- 岡田健二(2010)：神戸港地域における新たな企業誘致について，『都市政策』129：41-47.
- 岡本勝規・福田友子(2017)：中古車の仕入れと輸出，（所収：浅妻裕・福田友子・外川健一・岡本勝規『自動車リユースとグローバル市場—中古車・中古部品の国際流通—』成山堂書店：58-90）.
- 外川健一(2017)：『資源政策と環境政策—日本の自動車リサイクル政策を事例に—』原書房.
- 外川健一(2001)：『自動車とリサイクル—自動車産業の静脈部に関する経済地理学的研究—』日刊自動車新聞社.
- 福田友子(2017)：チリとその周辺国，（所収：浅妻裕・福田友子・外川健一・岡本勝規『自動車リユースとグローバル市場—中古車・中古部品の国際流通—』成山堂書店：224-245）.
- 福田友子編(2013)：『国際的な自動車リユース・リサイクルに関する学際的研究（人文社会科学部研究科研究プロジェクト報告集 第263集）』千葉大学大学院人文社会科学部研究科.