

EU－韓 FTA 等韓国の貿易政策等が
日・韓自動車産業の競争力に与える
影響に関する調査研究

平成23年3月

財団法人 国際経済交流財団

委託先 株式会社現代文化研究所



この事業は競輪の補助金を受けて実施したものです。

<http://ringring-keirin.jp/>

当該事業結果の要約

1. 韓国自動車産業のグローバル化と今後の方向

韓国を代表する現代自動車グループ（現代／起亜）は、2005年～2009年、自動車産業が世界的な危機に見舞われた時期も含めて、全方位的にあらゆる国の市場で販売を伸ばしている。特に人口が多く市場成長余地が大きく、しかも高い経済成長を続けるBRICsやその他新興国、あるいは市場の潜在力は大きい日本車の進出が相対的に弱い国で急拡大を遂げている。

その進出手法は、①各市場の実情に合致した商品投入に努めつつ、自らが得意な、かつ他社より価格優位性のあるスモールとエコノミークラスのモデルを投入、②現地生産車を当該生産国市場および近隣地域市場に投入して攻勢をかけるというもの。

同グループのこのようなグローバル躍進の最大の要因は、品質やデザイン力の向上による商品力のアップ、生産の合理化やシンプルなクルマづくりによって実現した価格競争力の両立にある。そしてもう1つは、日本メーカーが進出しておらず競合がない新興国へ大規模投資を行って一気に現地生産を拡大させたことにある。そこへウォン安の恩恵や、リーマンショック以降に起きた新興国への需要シフト、高級車から低価格車への消費者指向の変化といった市場環境の変化の時流に現代自グループのグローバル展開が合致、更には米ビッグ3の経営破綻やトヨタのリコール問題などの敵失による追い風も吹いた結果といえる。

2. 韓国主要自動車メーカーのグローバル展開にみる成長要因

現代自グループの売上高は2006年以降、拡大基調で推移し、海外販売の寄与度も上昇傾向が続いている。「世界的不況時こそシェア拡大のチャンス」とし、過去数年間の好業績で蓄えた資金力を投入して、海外生産と販売の拡大を積極的に進めてきた。

成長の源泉は以下の要因による。①生産コストの低減。売上高に占める生産コストの割合は、2009年時点で、現代自グループ全体で80%を切る。部品のモジュール化の加速と、最適モデルの効率的供給のためにグループ内でプラットフォームを集約して開発コストと期間の圧縮を進めた。②労組が無い系列の1次サプライヤーへのモジュール部品生産の集中による人件費抑制努力。③手厚いマーケティング関連費用によるアグレッシブなマーケティング活動。売上高増加とコスト低減による利益増加を見込んでマーケティング関連予算を毎年増やしている。④高品質と低価格を両立させる部品調達体制の構築。品質認定制度と品質支援を通じて1次、2次サプライヤーの品質向上を図ると同時に、最大の系列サプライヤー・現代モビリス社を現地生産の際に一緒に進出させるなどして低価格高品質のクルマの提供を行っている。

3. 韓国の自動車産業政策の最新動向と通商政策

韓国政府の自動車産業政策の目玉は次世代環境対応車 EV の開発・普及支援である。2009 年の HV グローバル販売でのシェアはトヨタ 68%、ホンダ 22%に対して、現代自 0.7%、起亜自 0.1%に留まる（韓国自工会調べ）。HV で技術的に日本に大きく遅れる韓国では、政府が 2015 年に世界 EV 市場の 10%、2020 年に国内 EV 市場 20%のシェア確保を目標に掲げ強力に支援している。また本調査の有識者ヒアリングを通して、政府の ODA 政策や為替政策が韓国企業の輸出に対する間接的な支援となっている様子が把握できた。政府は今後、企業ニーズに基づいて戦略的な ODA 政策を展開する方針だという。また為替についても、政府介入を暗示する発言も見られた。

一方、韓国政府は 2003 年の「FTA 推進ロードマップ」制定以降、FTA 締結を加速し、2011 年 2 月時点で 8 つの国・地域と発効済又は批准手続き中の他、現在もグローバルに複数国と締結検討又は交渉中である。韓 EU、韓米 FTA 発効による関税引下げ/撤廃が韓国及び日本の自動車産業に及ぼす影響として次のことが指摘できる。①10%の関税撤廃により、韓国製完成車の EU 域内市場での価格優位性が高まる/韓国製車の供給量が増え一層の需要が生まれる。2.5%の関税撤廃により全販売量に占める韓国製車比率が高い米国市場で韓国がメリット享受。②8%関税撤廃により EU/米国製車（含む日本の同地域現地生産車）が韓国市場で価格優位。③部品関税撤廃により本国からの部品輸入比率が高い韓国メーカーの調達コストが低減し価格優位性が強化。④例えば英国で約 10～30%の日韓車の価格差は関税撤廃で更に拡大し日本車需要に不利となる。

4. 韓国の FTA 戦略と韓国メーカーのグローバル事業展開がもたらす日・韓自動車産業の競争力に与える影響

今回ヒアリングを行った韓国及び日本の業界関係者と有識者の大半が指摘したように、ある程度現地生産が進展していることを理由に、大きなトレンドとしては、韓 EU、韓米 FTA 発効による韓日メーカーへの影響はさほど大きくないものとする。ただし短期的には、例えば EU 市場の場合、現状の韓国車の価格優位性や円高・ウォン安に 10%の関税撤廃が加わると価格優位性は更に強化され日本車販売への影響がある程度出であろう。また現代自グループの EU 生産モデルは小型車中心で限定的なため、関税撤廃となれば商品投入のフレキシビリティを高め、有利なモデルミックス戦略を展開することが容易になると予想される。一方、自動車部品の関税削減の影響は完成車とは事情が異なる。前述の通り、現地生産において韓国メーカーはなお本国からの部品輸入比率が高いため、関税ゼロでの部品輸入のメリットは相当大きいと見られる。

しかし FTA の影響は物品の関税撤廃に限らない。FTA には環境・安全技術標準の相互認証等を含むケースも多い。日本が参加しないところで、韓国・米国・EU が FTA を通じて技術標準を形成し、日本が締め出される可能性もある点に留意が必要であろう。

目 次

第 1 章 韓国自動車産業のグローバル化と今後の方向

1. 韓国自動車産業の発展と現在の状況…………… 1
2. 韓国メーカーのグローバル市場におけるプレゼンス拡大状況…………… 13
3. 韓国メーカープレゼンス拡大の背景要因…………… 29

第 2 章 韓国主要自動車メーカーのグローバル展開にみる成長要因

1. 現代自動車グループの最近の経営業績…………… 40
2. 韓国メーカーのグローバル展開の基本戦略と最新動向…………… 45

第 3 章 韓国の自動車産業政策の最新動向と通商政策

1. 韓国政府の自動車産業政策の最新動向…………… 60
2. 韓国政府の通商政策と FTA 戦略…………… 79
3. 韓国の FTA 戦略と自動車産業への影響…………… 98

第 4 章 韓国の FTA 戦略と韓国メーカーのグローバル事業展開が

- もたらす日・韓自動車産業の競争力に与える影響…………… 111

添付資料 1. 韓国自動車関係者・有識者ヒアリング要旨…………… 115

添付資料 2. 日本国内有識者ヒアリング要旨…………… 135

添付資料 3. 韓国の各国との FTA による関税撤廃スケジュール詳細…………… 143

添付資料 4. 韓国企業の FTA 活用調査及び活用度向上方案に関する研究…………… 151

第1章 韓国自動車産業のグローバル化と今後の方向

1. 韓国自動車産業の発展と現在の状況

(1) 韓国の国内生産と販売動向

1) 国内生産の動向

韓国自動車産業の韓国国内の自動車生産は、2002年以降2007年まで順調に拡大を続けてきた。しかし、2008年はリーマンショックによる世界同時不況、それに伴う内外需の低迷、韓国国内自動車市場の飽和の傾向、さらに7～9月に起こったストライキによる減産の影響などで、約383万台、前年比6.4%減と減少した。さらに2009年も世界的に景気回復への足取りが重いことや、現地化が進み、完成車の輸出から海外現地生産へシフトするなどの影響により、約351万台、前年比8.2%減と減少した。2009年には車種別にみても乗用車、商用車ともに減少に転じている。

図表 1-1 韓国の国内自動車生産台数の推移

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
合計 (前年比 %)	3,699,350	3,840,102 (3.8)	4,086,308 (6.4)	3,826,682 (▲ 6.4)	3,512,926 (▲ 8.2)
乗用車	3,357,094	3,489,136	3,723,482	3,450,478	3,158,417
トラック	216,656	227,674	240,381	240,412	234,271
バス	115,015	110,760	109,370	123,855	108,857
SPV	10,585	12,532	13,075	11,937	11,381

注) SPV は特装車両

出典) KAMA (韓国自動車工業会) 広報

韓国自動車産業の代表的メーカーである現代自動車グループの国内生産台数をみると、2005年以降、ほぼ270～280万台で推移しており、韓国国内の自動車生産の約4分の3を占める。ただし、現代自動車をみると、2007年以降は輸出から海外生産へのシフトに伴って、国内の生産台数は少しずつではあるが減少している。

図表 1-2 現代自動車グループの韓国国内生産台数

(台)

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
現代自動車	1,683,760	1,618,268	1,706,727	1,673,580	1,606,879
乗用車	1,469,757	1,386,904	1,446,652	1,416,241	1,354,097
トラック	136,406	144,257	157,939	150,752	153,258
バス	76,137	85,278	99,410	104,774	97,422
SPV	1,460	1,829	2,726	1,813	2,102
起亜自動車	1,105,170	1,150,289	1,118,714	1,055,152	1,137,176
乗用車	1,000,140	1,066,461	1,035,683	970,649	1,058,399
トラック	72,962	71,625	70,930	74,532	69,145
バス	23,492	2,186	1,991	1,344	843
SPV	8,576	10,017	10,110	8,627	8,789
現代自グループ 計	2,788,930	2,768,557	2,825,441	2,728,732	2,744,055

出典) KAMA「自動車統計年報」

2) 国内販売の動向

韓国国内の販売台数も2007年までは着実に増加してきたが、2008年には米国発リーマンショックによる経済の失速や石油価格の高騰などにより、SUVやミニバン需要の縮小が響いて約115万台、前年比5.3%減と減少に転じた。しかし2009年には、韓国経済が世界同時不況から比較的早い立ち直りをみせたことや、税の減免などの政府による市場刺激策—スクラップ・インセンティブなどの買い替え支援策や個別消費税の30%の引き下げ—、各社の販促プログラム—現代自動車の米国で成功を収めたアシュアランス・プログラム（顧客が失業したときに車両を買い戻すプログラム）と同等の効果のあるプログラムを韓国国内でも展開、起亜自動車もエコ新車プログラム・中古車価格保障サービスを実施など—、各社の新型モデル投入などの効果、スクラップ・インセンティブの終了前の駆け込み需要、2008年末からの燃料価格の低下等により、前年比20.7%増の約139万台へと回復した。

図表 1-3 韓国国内の自動車販売台数

(台)

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
合計 (前年比 %)	1, 142, 562	1, 164, 254 (1. 9)	1, 219, 335 (4. 7)	1, 154, 483 (▲ 5. 3)	1, 394, 000 (20. 7)
乗用車	913, 550	935, 681	986, 416	958, 854	1, 174, 743
トラック	142, 699	143, 392	151, 010	123, 895	142, 925
バス	76, 346	74, 077	70, 192	62, 409	65, 501
SPV	9, 967	11, 104	11, 717	9, 325	10, 831

出典) KAMA 広報

韓国国内の販売台数の約80%を占める現代自動車グループの国内販売台数を見ると、現代自動車は、高級車ジェネシスが投入されたラージクラス、ソナタの新型車効果のあったミディアムクラス、やはり新型となり実質値下げとなったアバンテが好調なスモールミディアムクラスが全体を牽引し、2009年には前年比24.7%増と販売を伸ばした。

起亜自動車も同様に、ミディアムクラスのロッツェ、スモールミディアムクラスのフォルテの販売が好調、加えて2008年に政府のライトクラスの規格が800ccから1000ccに引き上げられたのを契機にエンジンを1000ccに変更したモーニングが優遇税制措置を受けて大きく伸長し、2009年には全体としては前年比32.9%と販売が増加した。

現代自動車、起亜自動車ともに、ミニバンやSUVは、2008年には燃料価格の高騰の影響を受けて販売が減退したが、2009年にはSUVがやや回復基調にある。

図表 1-4 現代自動車グループの韓国国内のモデル別販売台数（乗用車）

(台)

		2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	
現代自動車		415,337	427,488	458,945	439,318	547,967	
現代自動車	Large	Dynasty	995				
		Equus	13,836	14,109	12,125	5,394	16,274
		Genesis			26	29,640	38,223
		Grandeur	73,638	84,861	88,430	66,589	75,844
	Medium	Sonata	114,528	117,537	119,133	123,208	146,326
		Small-Medium	Avante	79,278	88,212	110,535	87,579
	i30		0	0	11,000	30,136	25,621
	Tuscani		1,855	1,875	2,537	971	
	Small	Click	10,952	7,330	6,101	7,435	5,788
		Verna	9,663	12,868	7,561	9,103	9,815
	SUV	Santa Fe	48,432	50,673	50,535	43,291	58,324
		Terracan	5,980	3,442	943		
		Tucson	43,778	34,359	29,824	24,336	44,448
		Veracruz		3,825	16,032	11,636	11,926
Minivan	Lavita	649	387	33			
	Trajjet	11,753	8,010	4,130			
起亜自動車		213,603	220,934	222,727	275,760	366,533	
Large	K7					5,640	
	Opirus	9,325	18,835	22,937	15,280	13,048	
Medium	Lotze	10,194	34,704	32,711	43,958	49,054	
	Optima	24,463					
Small-Medium	Cerato	23,217	21,469	15,881	5,915		
	Forte				17,669	51,374	
Small	Pride	15,429	23,045	25,919	22,197	18,532	
	Rio	234					
Light	Morning	16,404	20,346	28,404	84,177	102,082	
SUV	Mohave				8,900	6,420	
	Sorento	29,521	21,589	11,963	6,137	40,212	
	Soul				9,574	21,239	
	Sportage	57,032	35,867	32,563	23,974	27,874	
Minivan	Carens	11,586	25,348	31,860	18,805	9,681	
	Carnival	14,433	19,731	20,489	19,174	21,377	
	X-TREK	1,765					

出典) KAMA 「自動車統計月報」

(2) 現代自動車グループのグローバル生産と販売動向

1) グローバル生産の動向

現代自動車グループは2013年にグローバル生産を年間650万台とする目標に向けて、生産台数を着実に拡大しており、2005年以降、年平均で約7%増の水準で生産を伸ばしている。2009年のグローバル生産台数は、現代自動車が約318万台、起亜自動車が約159万台、グループ合計で約477万台となった。

韓国国内での賃金の上昇、為替変動リスクの回避、現地化の進展による輸出から海外での生産シフトなどにより、現代自動車、起亜自動車ともに全生産量に占める海外生産（CKDを含む）の割合が上昇している。現代自動車では約158万台、起亜自動車では約45万台、グループ合計で約203万台が海外生産である。現代自動車では海外生産が韓国国内生産を追い抜く勢いで増加している。

今後も、現代自動車の生産能力40万台を予定する中国第3工場の建設計画、インドにおける生産能力の増強計画、ロシア、ブラジルでの工場新設計画、米アラバマ工場でのエラントラの生産開始、起亜自動車の米ジョージア工場でのソレントに続くサンタフェの生産開始（現代アラバマ工場からの生産移管）などによって、さらに海外生産が拡大していくと見込まれる。

図表 1-5 現代自動車グループのグローバル生産台数

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
現代自動車	2,479,900	2,670,410	2,864,184	2,978,829	3,184,969
国内生産	1,683,760	1,618,268	1,706,727	1,673,580	1,606,879
国外生産（CKDを含む）	796,140	1,052,142	1,157,457	1,305,249	1,578,090
起亜自動車	1,275,383	1,359,022	1,447,407	1,455,084	1,585,160
国内生産	1,105,170	1,150,289	1,118,714	1,055,152	1,137,176
国外生産（CKDを含む）	170,213	208,733	328,693	399,932	447,984
現代自グループ計	3,755,283	4,029,432	4,311,591	4,433,913	4,770,129
国内生産	2,788,930	2,768,557	2,825,441	2,728,732	2,744,055
国外生産（CKDを含む）	966,353	1,260,875	1,486,150	1,705,181	2,026,074

出典) KAMA「自動車統計年報」

こうした海外生産を中心とした生産拡大の結果、現代自動車グループのグローバル生産台数は世界の自動車メーカーグループの中で第5位となり、2009年には4位のフォードに迫る勢いを示した。リーマンショック以降、世界の各メーカーが軒並み減産するなかで唯一生産を拡大し、1人勝ちの様相を呈している。世界の自動車生産における現代自動車グループのシェアは2005年の4.7%から2009年には7.7%へと急上昇した。

図表 1-6 メーカーグループ別 グローバル生産台数の推移

(台)

2005年		2006年		2007年		2008年		2009年	
GM	9,097,855	GM	8,965,305	GM	9,349,818	トヨタ	9,237,780	トヨタ	7,234,439
トヨタ	7,338,314	トヨタ	8,036,010	トヨタ	8,534,690	GM	8,282,803	GM	6,459,053
フォード	6,497,746	VW	5,684,603	VW	6,267,891	VW	6,437,414	VW	6,067,208
VW	5,211,413	フォード	6,506,847	フォード	6,247,506	フォード	5,407,000	フォード	4,685,394
ダイムラー・クライスラー	4,815,593	ホンダ	3,669,514	ホンダ	3,911,814	現代自グループ	4,172,461	現代自グループ	4,645,776
日産	3,494,274	PSA	3,356,859	PSA	3,457,385	ホンダ	3,912,700	PSA	3,042,311
ホンダ	3,436,164	日産	3,223,372	日産	3,431,398	日産	3,395,065	ホンダ	3,012,637
PSA	3,375,366	クライスラー	2,544,590	FIAT	2,679,451	PSA	3,325,407	日産	2,744,562
現代自グループ	3,091,060	ルノー	2,543,649	ルノー	2,669,040	スズキ	2,623,567	フィアット	2,460,222
ルノー	2,616,818	現代自グループ	3,775,749	現代自グループ	3,987,055	フィアット	2,524,325	スズキ	2,387,537
Total	66,465,408	Total	68,096,390	Total	72,178,476	Total	69,561,356	Total	60,499,159

出典) OICA (世界自動車工業会)

2) グローバル販売の動向

現代自動車グループのグローバル販売は、リーマンショック後の世界同時不況の中でも着実に増加しており、2009年には現代自動車が約311万台、起亜自動車が約153万台、グループ合計で約464万台となった。特に2008年以降の拡大が大きく、2008年はグループ全体で前年比5.6%増、2009年が同11.0%増となった。

販売は外需への依存度が高く、2009年の海外での販売台数は、現代自動車が約240万台、起亜自動車が約112万台、グループ合計で約353万台となった。海外販売の比率はここ数年、グループ全体で75%超で推移している。

図表 1-7 現代自動車グループのグローバル販売台数

(台)

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
現代自動車	2,533,695	2,663,998	2,602,322	2,783,052	3,106,762
韓国国内販売	570,814	581,092	625,275	570,962	702,672
海外販売	1,962,881	2,082,906	1,977,047	2,212,090	2,404,090
起亜自動車	1,267,726	1,256,276	1,360,751	1,400,392	1,534,994
韓国国内販売	266,508	270,597	272,330	316,432	412,752
海外販売	1,001,218	985,679	1,088,421	1,083,960	1,122,242
現代自グループ計	3,801,421	3,920,274	3,963,073	4,183,444	4,641,756
(前年比 %)		(3.1)	(1.1)	(5.6)	(11.0)
韓国国内販売	837,322	851,689	897,605	887,394	1,115,424
海外販売	2,964,099	3,068,585	3,065,468	3,296,050	3,526,332
(海外販売比率 %)	(78.0)	(78.3)	(77.4)	(78.8)	(76.0)

出典) 現代自動車、起亜自動車プレスリリース

現代自動車の米国における販売は、総市場が大きく縮小した米国市場で 2008 年に約 42 万台販売（前年比 7.4%減）、2009 年には約 43 万台販売（前年比 0.3%増）と比較的安定的に推移している。GM の破綻やトヨタのリコール問題など、日米のメーカーがダメージを受けて販売を減らす中で、現代自動車グループは着実にシェアを増加させた。次々と打ち出した各種インセンティブなどのマーケティング展開、米国における品質評価や安全性評価の向上とその PR、高級車市場への参入などが奏功した結果である。

欧州における販売は、リーマンショックの影響や環境規制強化により RV 系の需要が減退したが、代わって新たに投入された小型車アトスの後継車 i10、ゲッツの後継車 i20、および i30 の販売が好調に推移し、全体を下支えしている。

図表 1-8 現代自動車（起亜を除く）の米国・欧州における販売台数

	(台)				
	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
米国販売台数	449,139	461,176	457,887	424,192	425,304
乗用車 計	315,572	338,050	294,211	312,159	315,439
Accent (Verna)	42,198	33,637	36,869	50,543	65,770
Coupe	20,739	17,781	14,256	9,300	8,992
Sonata	117,690	160,217	130,845	135,636	116,136
XG (Grandeur)	17,289	26,099	22,830	15,711	3,825
Elantra (Avante)	117,656	100,316	89,411	95,842	100,141
Genesis	0	0	0	5,127	13,181
Genesis Coupe	0	0	0	0	7,394
RV 計	133,567	123,126	163,676	112,033	109,865
Santa-Fe	73,623	59,402	91,601	73,807	77,368
Tucson	59,944	53,317	42,183	21,115	15,382
Veracruz	0	0	11,367	11,277	10,628
Entourage	0	10,407	18,525	5,834	6,487
欧州販売台数	350,406	331,925	319,289	286,610	337,499
乗用車 計	192,278	166,702	181,393	210,121	288,350
Accent (Verna)	25,927	18,488	24,269	14,053	6,637
Atoz	38,519	41,463	42,970	9,721	64
Avante	7,371	3,874	987	106	9
Centennial	6	12	0	0	0
Coupe	11,329	8,879	7,861	4,309	2,416
Getz (Click)	101,125	83,252	68,582	56,324	15,315
i10 Atozの後継車	0	0	0	57,692	107,072
i20 Getzの後継車	0	0	0	902	59,059
i30	0	0	25,685	61,406	95,375
Sonata	7,549	10,080	10,331	5,318	2,188
XG (Grandeur)	452	654	708	290	215
RV 計	146,241	152,562	130,215	67,507	42,695
Metrix (Lavita)	32,565	25,130	16,882	11,367	8,002
Santa-Fe	31,507	53,080	49,676	23,599	12,499
Terracan	10,056	5,880	3,220	16	0
Trajet	9,999	7,649	2,982	379	88
Tucson	62,114	60,823	57,455	32,047	20,145
Veracruz	0	0	0	99	1,961
Light CV	11,887	12,661	7,681	8,982	6,454

() 内は韓国でのモデル名

出典) 現代自動車ホームページ

こうした結果、世界における現代自動車グループの販売台数は、2008、2009年と他のグローバルメーカーが販売を減少させる中でも成長を続け、2009年にはフォードを抜き、トヨタ、VW、GMに次いで世界第4位となった。

図表 1-9 現代自動車グループと日米欧メーカーのグローバル販売台数

(台)

	2005年		2006年		2007年		2008年		2009年	
	台数	台数	前年比	台数	前年比	台数	前年比	台数	前年比	
トヨタ	7,818,352	8,472,987	8.4	8,945,708	5.6	8,494,720	▲ 5.0	7,432,006	▲ 12.5	
VW	5,072,088	5,642,586	11.2	6,065,470	7.5	6,048,417	▲ 0.3	6,357,590	5.1	
GM	8,591,486	8,387,461	▲ 2.4	8,573,583	2.2	7,487,145	▲ 12.7	6,197,388	▲ 17.2	
現代自グループ	3,884,999	4,138,198	6.5	4,320,852	4.4	4,449,903	3.0	5,030,478	13.0	
フォード	5,796,441	5,768,132	▲ 0.5	5,586,748	▲ 3.1	4,887,243	▲ 12.5	4,519,608	▲ 7.5	
ホンダ	3,366,009	3,547,076	5.4	3,763,206	6.1	3,775,525	0.3	3,409,196	▲ 9.7	
PSA	3,334,967	3,399,614	1.9	3,475,449	2.2	3,291,501	▲ 5.3	3,232,665	▲ 1.8	
日産	3,452,143	3,296,482	▲ 4.5	3,440,886	4.4	3,425,607	▲ 0.4	3,140,631	▲ 8.3	
フィアット	1,927,849	2,186,100	13.4	2,491,692	14.0	2,412,849	▲ 3.2	2,476,938	2.7	
スズキ	1,961,271	2,126,615	8.4	2,317,177	9.0	2,280,104	▲ 1.6	2,276,444	▲ 0.2	

出典) 現代文化研究所調べ

(※データソースが異なるため図表 1-7 の台数とは合致しない)

(3) 現代自動車グループの現地生産の動向

現代自動車グループの海外生産の動向は、2000年に打ち出したグローバル生産拡大戦略に基づき、インド、中国を皮切りに米国、東欧・トルコと世界各地で現地化を進めている。グループ全体としてみれば、米国、インド、中国においては大規模な生産、東欧・トルコにおいてはまだ小規模ながら、それぞれ経済特区などの優遇策を活用して現地生産の基盤を築いている。

国別に見ると、現代自動車は2009年にインドで約56万台、中国で約57万台を生産している。また同年チェコの工場が本格稼働したことに伴い、約12万台を生産した。米国ではアラバマ工場での生産により、約20万台を生産した。

起亜自動車も中国での生産が2009年は約24万台と拡大、スロバキアで約15万台を生産している。また同年末、米ジョージア工場の稼働を開始した。

今後もロシア、ブラジルなどの成長市場での現地生産計画が進行しており、海外生産はさらに拡大すると見込まれる。

図表 1-10 現代自動車グループの国別海外生産台数

(台)

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
現代自動車	796,140	1,052,142	1,157,457	1,305,249	1,578,090
CKDを除く	554,152	844,409	910,998	1,091,515	1,493,077
インド	232,298	299,003	338,547	475,352	559,620
中国	230,570	290,088	231,832	298,288	571,234
米国	91,284	236,773	250,549	236,915	195,561
トルコ	-	18,545	90,070	80,960	48,640
チェコ	-	-	-	12,042	118,022
CKD	241,988	207,733	246,459	213,734	85,013
起亜自動車	170,213	208,733	328,693	399,932	447,984
CKDを除く	110,071	120,433	250,616	340,172	408,644
中国	110,071	115,418	105,538	138,665	243,618
スロバキア	-	5,015	145,078	201,507	150,021
米国	-	-	-	-	15,005
CKD	60,142	88,300	78,077	59,760	39,340
現代自グループ 計	966,353	1,260,875	1,486,150	1,705,181	2,026,074

出典) KAMA「自動車統計年報」

(4) 現代自動車グループの輸出の動向

韓国からの輸出台数は2002年以降拡大を続けてきたが、2008年には前年比5.7%減の約268万台、2009年には前年比19.9%減の約215万台へと縮小した。これはリーマンショック以降の世界的な自動車市場の縮小、EUの環境規制の強化、現代自動車グループの海外生産の拡大などによるものである。

図表 1-11 韓国の自動車輸出台数

(台)

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
合計 (前年比 %)	2,586,088	2,648,220 (2.4)	2,847,138 (7.5)	2,683,965 (▲ 5.7)	2,148,862 (▲ 19.9)
乗用車	2,456,525	2,530,180	2,718,548	2,508,911	2,007,230
トラック	85,054	85,799	88,307	108,355	91,763
バス	43,078	31,498	38,965	62,654	47,371
SPV	1,431	743	1,318	4,045	2,498

出典) KAMA ホームページ

現代自動車グループの輸出台数は2009年に前年の約190万台から約168万台へと減少した。仕向け地別に見ると、米国はリセッションによる市場縮小などで約43万台へと減少、欧州はリセッションに加えて環境規制強化の影響を大きく受けて約21万台と前年より半減、2005年と比較すると50万台以上減少した。アジアにおいても、中国、インドでの現地生産を大きく拡大させたことから輸出は減少傾向にある。

一方、中南米向け輸出は2009年約27万台で2005年のおよそ2倍、中東、アフリカ向けは2009年約44万台で2005年の約50%増となった。新興国向けの輸出はまだ絶対台数はそれほど大きくないものの着実に拡大している。現地生産を拡大させたアジア、米国に代わって、まだ現地化を進めていない地域への輸出にシフトしている傾向がうかがえる。

図表 1-12 現代自動車グループの仕向け地別輸出台数（CKDを含む）

（台）

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
現代自動車	1,131,122	1,030,826	1,076,324	1,098,644	910,525
米国	327,855	240,109	217,995	224,663	214,930
カナダ	58,947	49,067	46,844	56,876	81,995
欧州	356,877	360,547	346,819	317,621	57,773
アジア・大洋州	119,083	96,492	102,415	107,982	145,396
中南米	82,903	107,174	146,674	156,802	175,214
中東・アフリカ	185,457	177,437	215,577	234,700	235,217
起亜自動車	1,083,198	1,137,249	1,025,109	800,414	768,196
米国	275,140	332,287	356,927	292,933	213,607
カナダ	26,624	33,913	38,571	40,239	44,972
欧州	367,111	343,727	244,584	148,184	151,226
アジア・大洋州	251,296	262,676	170,085	60,585	65,347
中南米	42,299	57,976	81,691	82,661	89,809
中東・アフリカ	120,728	106,670	133,251	175,812	203,235
現代自グループ 計	2,214,320	2,168,075	2,101,433	1,899,058	1,678,721
米国	602,995	572,396	574,922	517,596	428,537
カナダ	85,571	82,980	85,415	97,115	126,967
欧州	723,988	704,274	591,403	465,805	208,999
アジア・大洋州	370,379	359,168	272,500	168,567	210,743
中南米	125,202	165,150	228,365	239,463	265,023
中東・アフリカ	306,185	284,107	348,828	410,512	438,452

出典) 現代自動車ホームページ

現代自動車グループの輸出台数をクラス・モデル別にみると、スモール、スモールミディアムクラスが増加傾向にある一方、ラージ、ミディアムクラスやSUV、ミニバンは減少傾向にある。SUV、ミニバンの減少は、ここ2年の欧米市場の縮小減退と欧州における環境規制強化があると思われる。

仕向け地別の輸出動向とあわせて見ると、欧米向けのラージ、ミディアムクラス、SUV、ミニバンの輸出から、新興国向けのスモール、スモールミディアムクラスの小型車の輸出へとシフトしている。

図表 1-13 現代自動車グループのモデル別輸出台数（CKD を除く）

		2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
現代自動車		1,131,122	1,030,814	1,076,324	1,098,639	910,525
Large	Grandeur (XG)	24,726	39,271	39,060	29,094	10,429
	Equus	363	334	226	53	440
	Genesis			11	16,490	12,854
	Genesis Coupe				1,527	21,006
Medium	Sonata	72,204	37,883	45,437	41,971	21,811
Small-Medium	Avante (Elantra)	169,060	154,548	169,772	180,733	204,171
	i30			59,679	91,062	95,018
	Tuscani	40,448	28,962	30,947	21,234	
Small	Verna (Accent)	130,063	129,772	128,943	164,378	178,413
	Click (Getz)	189,496	175,356	142,481	121,440	71,293
SUV	Veracruz		53	38,333	22,680	16,585
	Tucson	215,149	206,727	207,683	191,820	105,610
	Tucson iX (iX35)					17,291
	Santa-Fe	122,721	105,642	115,992	91,435	53,949
	Terracan	22,971	15,488			
Minivan	Trajet	18,028	11,124	2,666		
	Lavita (Matrix)	58,308	48,626	4,888		
Truck	LCV	48,091	57,759	67,902	94,990	75,250
	HCV	19,494	19,269	22,304	29,732	26,405
起亜自動車		826,200	868,010	843,887	711,042	756,724
Large	Opirus (Amanti)	17,972	11,266	10,272	7,687	1,037
Medium	Lotze (Optima)	46,440	66,742	60,817	74,896	40,748
Small-Medium	Cerato	116,779	120,940	148,473	93,332	7,738
	Forte				7,993	147,493
Small	Pride (Rio)	100,629	105,305	110,007	121,266	143,644
Light	Morning (Picanto)	129,817	129,064	114,798	72,409	108,836
SUV	Sportage	104,097	124,422	113,471	89,723	64,105
	Sorento	130,420	105,023	91,077	57,338	21,448
	Soul				14,872	99,797
	Mohave (Borrego)				28,740	6,672
Minivan	Carnival (Sedona)	96,463	80,116	71,343	36,454	30,750
	Carens (Rondo)	28,136	57,969	77,479	63,178	35,220
Truck・Bus	Large Bus	298	202	32		2
	Military	23	228	278	600	272
	BongoIII Bus	13,260				
	BongoIII Truck	41,858	35,537	33,116	39,260	35,168
	Fote Koup					13,673
	EP(Entourage) : Consignment Car (Hyundai)	8	31,196	12,724	3,294	121

モデルは韓国でのモデル名（ ）内は輸出先国またはその一部で使われるモデル名
出典）現代自動車ホームページ

2. 韓国メーカーのグローバル市場におけるプレゼンス拡大状況

(1) 現代自動車グループの各国・地域における販売台数

現代自動車グループの販売台数を地域別に見ると、2009年で最も販売規模が大きいのはアジアで約133万台(本国・韓国を含めると約242万台)、次いで北米の約88万台、欧州の約85万台、中東の約54万台である。南米は約21万台、アフリカは約9万台とまだ規模はそれほど大きくない。国別には(韓国を除き)、中国が約88万台でトップ、ついで米国が約74万台、イランが40万台、インドが約29万台と大きい。

2005年から2009年にかけての販売台数の増減で見ると、台数増が最も大きいのは(韓国を除き)中国で約50万台増、次いでインドが約13万台増、ブラジルが約9万台増、イラン、カナダが約6万台増、ドイツが約4万台増、エジプト、ロシア、英国が約3万台増である。それ以外の地域で、販売規模はいまだ小さいものの顕著な伸びを示しているのは、ポーランド、ウクライナ、ルーマニアといった中東欧諸国と、チリ、コロンビアの南米諸国である。

米国では販売台数は伸びていないが、総市場が冷え込む中でもこの5年間で、68~77万台の安定的な販売を維持している。2005年から2009年にかけて、米国市場でトヨタが約49万台、ホンダが約31万台も販売台数を減らしているのと比べれば、現代自動車グループの好調さは明らかである。

一方、販売が減少している国は限られた国にとどまっている。この2年間のリセッションが大きく、国の財政的・経済的な環境の厳しいイタリア、スペイン、オランダ、ギリシャなどの西欧諸国や、経済は比較的成長しているが日本車がすでに浸透しているマレーシア、台湾、インドネシア、シンガポール、南アフリカなどである。

現代自動車グループは全方位的にあらゆる国の市場で販売を伸ばしており、特に人口が多く市場成長余地の大きい国、しかも比較的高い経済成長を続けるBRICsやその他新興国において、販売が急拡大を遂げている。

図表 1-14 現代自動車グループの国別・地域別販売台数

(台)

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
総計	3,884,999	4,138,198	4,320,852	4,449,903	5,030,478
アフリカ	75,583	98,072	109,546	101,668	94,130
エジプト	25,622	36,830	50,203	58,171	55,800
南アフリカ	44,474	52,308	44,728	26,544	22,857
モロッコ	5,487	8,934	14,615	16,953	15,473
アジア・大洋州	1,579,745	1,643,218	1,619,096	1,737,338	2,418,231
韓国	814,451	829,937	871,863	867,159	1,092,308
中国	377,099	440,825	379,401	483,879	876,671
インド	156,324	186,174	200,412	242,662	289,842
オーストラリア	73,303	67,293	70,990	65,070	82,614
マレーシア	58,672	45,198	33,313	23,066	18,019
フィリピン	7,635	7,872	11,048	14,394	14,841
シンガポール	18,415	15,095	11,222	7,942	14,824
インドネシア	15,298	7,025	9,433	11,564	8,274
台湾	30,951	19,368	10,748	6,965	7,807
その他	27,597	24,431	20,666	14,637	13,031
中東	451,802	559,513	609,147	676,200	537,318
イラン	348,384	452,311	478,186	527,923	407,699
サウジアラビア	48,100	48,112	62,816	65,418	55,654
アラブ首長国連邦	14,561	14,155	16,831	25,409	22,582
イスラエル	22,894	21,339	24,670	23,249	20,427
その他	17,863	23,596	26,644	34,201	30,956
欧州	830,243	838,646	903,748	920,843	849,909
ドイツ	103,138	100,193	89,000	87,024	147,512
ロシア	112,128	159,237	226,459	280,871	144,695
英国	76,401	71,454	59,208	59,410	107,603
トルコ	88,248	68,655	52,825	43,982	71,118
イタリア	81,914	66,887	65,332	41,789	59,912
フランス	47,050	43,639	43,457	34,943	43,136
スペイン	95,222	92,175	82,512	45,402	32,972
ポーランド	8,556	8,299	14,249	21,855	26,855
ベルギー	16,665	22,377	23,242	23,466	21,583
ウクライナ	5,042	14,497	38,758	70,674	21,311
オーストリア	15,538	14,440	13,567	14,049	21,211
オランダ	34,799	33,211	33,034	31,196	20,970
ギリシャ	34,306	27,414	25,793	26,420	17,300
ルーマニア	5,231	9,806	16,642	21,773	17,136
スウェーデン	13,261	12,344	14,427	13,262	16,583
チェコ	10,529	11,393	14,668	15,751	16,074
スロバキア	3,305	4,412	8,195	8,182	10,221
その他	78,910	78,213	82,380	80,794	53,717
北米	824,149	849,450	882,307	793,290	884,480
米国	730,863	749,822	772,482	675,139	735,129
カナダ	93,286	99,628	109,825	118,151	149,351
中米・カリブ	37,741	37,006	40,746	36,470	31,999
南米	85,736	112,293	156,262	184,094	214,411
ブラジル	2,894	8,769	28,405	64,050	95,180
チリ	29,532	31,924	34,551	29,527	42,458
コロンビア	20,840	31,603	35,645	30,434	35,903
エクアドル	13,413	11,209	13,989	20,134	13,081
ペルー	2,822	4,383	5,465	10,409	11,467
その他	16,235	24,405	38,207	29,540	16,322

出典) 現代文化研究所調べ

図表 1-15 現代自動車グループと日本メーカーの販売台数の比較

(台)

	現代自グループ		トヨタ		ホンダ	
	2009年の販売	2005年から2009年までの増減	2009年の販売	2005年から2009年までの増減	2009年の販売	2005年から2009年までの増減
総計	5,030,478	1,145,479	7,432,006	▲ 386,346	3,409,196	43,187
アフリカ	94,130	18,547	116,339	▲ 27,616	15,099	5,250
エジプト	55,800	30,178	15,095	5,126	3,756	2,449
南アフリカ	22,857	▲ 21,617	92,530	▲ 34,023	8,401	1,759
モロッコ	15,473	9,986	8,714	1,281	2,942	1,042
アジア・大洋州	2,418,231	838,486	3,754,084	91,045	1,554,220	271,196
韓国	1,092,308	277,857	7,072	1,232	4,905	2,196
中国	876,671	499,572	692,401	511,915	579,636	321,599
インド	289,842	133,518	51,931	9,909	62,339	21,760
オーストラリア	82,614	9,311	208,442	▲ 4,579	41,443	▲ 5,559
マレーシア	18,019	▲ 40,653	86,736	▲ 10,614	38,783	11,326
フィリピン	14,841	7,206	46,150	10,637	17,152	7,355
シンガポール	14,824	▲ 3,591	18,850	▲ 17,351	7,100	▲ 2,922
インドネシア	8,274	▲ 7,024	265,409	37,694	39,570	▲ 14,180
台湾	7,807	▲ 23,144	112,687	▲ 38,335	25,588	2,452
その他	13,031	▲ 14,566	2,264,406	▲ 409,463	737,704	▲ 72,831
中東	537,318	85,516	364,237	90,968	56,213	12,653
イラン	407,699	59,315	0	0	0	0
サウジアラビア	55,654	7,554	170,841	40,456	15,713	1,250
アラブ首長国連邦	22,582	8,021	76,538	30,484	21,393	3,963
イスラエル	20,427	▲ 2,467	18,881	▲ 813	8,113	2,817
その他	30,956	13,093	97,977	20,841	10,994	4,623
欧州	849,909	19,666	918,128	▲ 106,131	290,781	▲ 1,456
ドイツ	147,512	44,374	151,110	5,003	45,191	1,346
ロシア	144,695	32,567	75,131	9,124	23,251	14,341
英国	107,603	31,202	117,983	▲ 25,329	74,819	▲ 23,525
トルコ	71,118	▲ 17,130	25,769	▲ 2,476	16,200	▲ 1,988
イタリア	59,912	▲ 22,002	106,513	▲ 27,910	18,667	▲ 4,833
フランス	43,136	▲ 3,914	96,511	5,255	14,601	5,722
スペイン	32,972	▲ 62,250	58,306	▲ 16,375	17,211	▲ 586
ポーランド	26,855	18,299	29,472	3,330	12,039	2,277
ベルギー	21,583	4,918	23,751	▲ 6,927	4,866	437
ウクライナ	21,311	16,269	10,136	965	5,374	2,595
オーストリア	21,211	5,673	13,528	▲ 2,799	3,733	▲ 355
オランダ	20,970	▲ 13,829	43,570	8,404	10,283	6,148
ギリシャ	17,300	▲ 17,006	27,934	224	5,701	▲ 77
ルーマニア	17,136	11,905	4,050	75	986	485
スウェーデン	16,583	3,322	20,691	▲ 1,290	4,159	740
チェコ	16,074	5,545	4,959	481	2,509	526
スロバキア	10,221	6,916	4,687	2,376	976	▲ 189
その他	53,717	▲ 25,193	104,027	▲ 58,262	30,215	▲ 4,520
北米	884,480	60,331	2,027,253	▲ 444,148	1,332,080	▲ 324,653
米国	735,129	4,266	1,770,147	▲ 490,149	1,154,897	▲ 307,569
カナダ	149,351	56,065	205,115	29,328	140,006	▲ 14,574
中米・カリブ	31,999	▲ 5,742	64,072	▲ 17,233	12,427	1,322
南米	214,411	128,675	187,893	26,769	148,376	78,875
ブラジル	95,180	92,286	93,420	31,513	125,872	68,350
チリ	42,458	12,926	13,178	▲ 10,441	1,812	▲ 441
コロンビア	35,903	15,063	9,193	936	1,234	223
エクアドル	13,081	▲ 332	8,077	▲ 126	316	53
ペルー	11,467	8,645	13,418	7,628	2,561	2,116
その他	16,322	87	50,607	▲ 2,741	16,581	8,574

出典) 現代文化研究所調べ

(2) 現代自動車グループの各国・地域におけるシェア

世界各国における現代自動車グループと日本メーカー（トヨタ・ホンダ）のシェアを比較してみる。

まず 2009 年時点で現代自動車グループの販売国別シェア自体を見ると、シェアが高い国は本国・韓国（77%）を筆頭に、イラン（35%）、エジプト（30%）、チリ（25%）、シンガポール、コロンビア（ともに 20%）、エクアドル、ペルー（ともに 17%）、インド、イスラエル（ともに 14%）、モロッコ、トルコ（ともに 13%）である。これらの国のうちシンガポールとペルーを除く国では、現代自動車グループのシェアがトヨタおよびホンダのシェアを上回っている（シンガポールとペルーではトヨタのシェアを上回る）。

それ以外の国で、現代自動車グループのシェアがトヨタおよびホンダのシェアを上回る国は、中国（現代自動車グループのシェア 7%）、サウジアラビア（同 12%）、ロシア（同 10%）、ウクライナ（同 12%）、オーストリア（同 6%）、ルーマニア（同 12%）、スロバキア（11%）である。

次に 2005 年から 2009 年にかけてのシェアの上昇を見ると、ほとんどの国で現代自動車グループのシェアが上昇しており、シェアが低下した国は数カ国しかない。シェアの上昇が大きく、トヨタまたはホンダのシェアを引き離れた国は韓国、エジプト、ロシア、ルーマニア、チェコ、スロバキア、チリ、コロンビアである。次にトヨタまたはホンダとのシェアを逆転した国はモロッコ、ポーランド、ウクライナであり、トヨタまたはホンダとのシェア差を縮小した国はフィリピン、シンガポール、スウェーデン、カナダ、ブラジル、ペルーである。

このように、現代自動車グループは経済成長の大きい市場である BRICs および東欧・南米諸国で急速にシェアを拡大しており、成長もしくは潜在力の大きな国かつ日本車の進出が相対的にまだ弱い国をターゲットとして、進出を図っているものと思われる。

図表 1-16 現代自動車グループと日本メーカーの国別販売シェア

(%)

	現代自グループ		トヨタ		ホンダ	
	2005年	2009年	2005年	2009年	2005年	2009年
総計	6.1	7.9	12.2	11.7	5.3	5.4
アフリカ	9.4	13.0	17.9	16.1	1.2	2.1
エジプト	23.7	29.8	9.2	8.1	1.2	2.0
南アフリカ	7.5	6.0	21.2	24.4	1.1	2.2
モロッコ	8.6	12.8	11.6	7.2	3.0	2.4
アジア・大洋州	9.2	10.0	21.3	15.5	7.4	6.4
韓国	71.2	76.7	0.5	0.5	0.2	0.3
中国	7.0	6.8	3.3	5.3	4.8	4.5
インド	12.8	14.1	3.4	2.5	3.3	3.0
オーストラリア	7.6	9.0	22.0	22.6	4.9	4.5
マレーシア	10.7	3.4	17.8	16.3	5.0	7.3
フィリピン	8.0	11.4	37.3	35.6	10.3	13.2
シンガポール	15.2	20.4	29.8	26.0	8.3	9.8
インドネシア	3.1	1.9	46.5	61.2	11.0	9.1
台湾	6.1	2.7	30.0	39.3	4.6	8.9
その他	0.4	0.2	39.6	41.9	12.0	13.7
中東	23.5	22.8	14.2	15.4	2.3	2.4
イラン	35.5	35.2	0.0	0.0	0.0	0.0
サウジアラビア	11.8	11.6	32.0	35.7	3.5	3.3
アラブ首長国連邦	8.3	7.6	26.4	25.6	10.0	7.2
イスラエル	15.3	14.2	13.2	13.1	3.5	5.6
その他	8.4	11.1	36.4	35.2	3.0	4.0
欧州	4.1	4.6	5.0	5.0	1.4	1.6
ドイツ	2.9	3.7	4.2	3.8	1.2	1.1
ロシア	7.2	9.8	4.2	5.1	0.6	1.6
英国	2.8	4.9	5.2	5.4	3.6	3.4
トルコ	12.4	12.8	4.0	4.6	2.6	2.9
イタリア	3.3	2.6	5.5	4.6	1.0	0.8
フランス	1.9	1.6	3.7	3.7	0.4	0.6
スペイン	5.0	3.1	3.9	5.5	0.9	1.6
ポーランド	3.1	7.4	9.6	8.1	3.6	3.3
ベルギー	2.8	3.8	5.2	4.1	0.8	0.8
ウクライナ	1.7	12.2	3.1	5.8	0.9	3.1
オーストリア	4.6	6.1	4.8	3.9	1.2	1.1
オランダ	6.5	4.8	6.6	9.9	0.8	2.3
ギリシャ	11.7	7.3	9.5	11.9	2.0	2.4
ルーマニア	2.1	11.8	1.6	2.8	0.2	0.7
スウェーデン	4.3	6.9	7.1	8.6	1.1	1.7
チェコ	6.4	9.2	2.7	2.8	1.2	1.4
スロバキア	4.6	11.3	3.2	5.2	1.6	1.1
その他	4.2	4.2	8.6	8.1	1.8	2.4
北米	4.2	7.0	12.6	16.0	8.4	10.5
米国	4.3	7.0	13.3	17.0	8.6	11.1
カナダ	5.9	10.2	11.1	14.0	9.8	9.6
中米・カリブ	11.9	12.2	25.6	24.5	3.5	4.7
南米	3.3	5.2	6.1	4.5	2.6	3.6
ブラジル	0.2	3.2	3.8	3.1	3.6	4.2
チリ	16.2	24.9	13.0	7.7	1.2	1.1
コロンビア	15.0	19.6	5.9	5.0	0.7	0.7
エクアドル	16.7	17.3	10.2	10.7	0.3	0.4
ペルー	13.8	17.2	28.2	20.2	2.2	3.9
その他	2.7	2.5	9.0	7.8	1.4	2.5

出典) 現代文化研究所調べ

(3) 現代自動車グループの販売が拡大する地域・国のまとめ

ここで(1)(2)の結果を参考に、若干繰り返しになるが現代自動車グループの販売が拡大する地域・国を整理してみる。指標としては、2005年から2009年にかけての現代自動車グループの販売台数の伸び(年平均成長率)を使用する。販売台数の伸びが大きい国は販売台数の増加が著しいか、もしくは市場規模が小さく販売台数の増加は大きくなくても現代自動車グループのシェアが伸長している国となる。

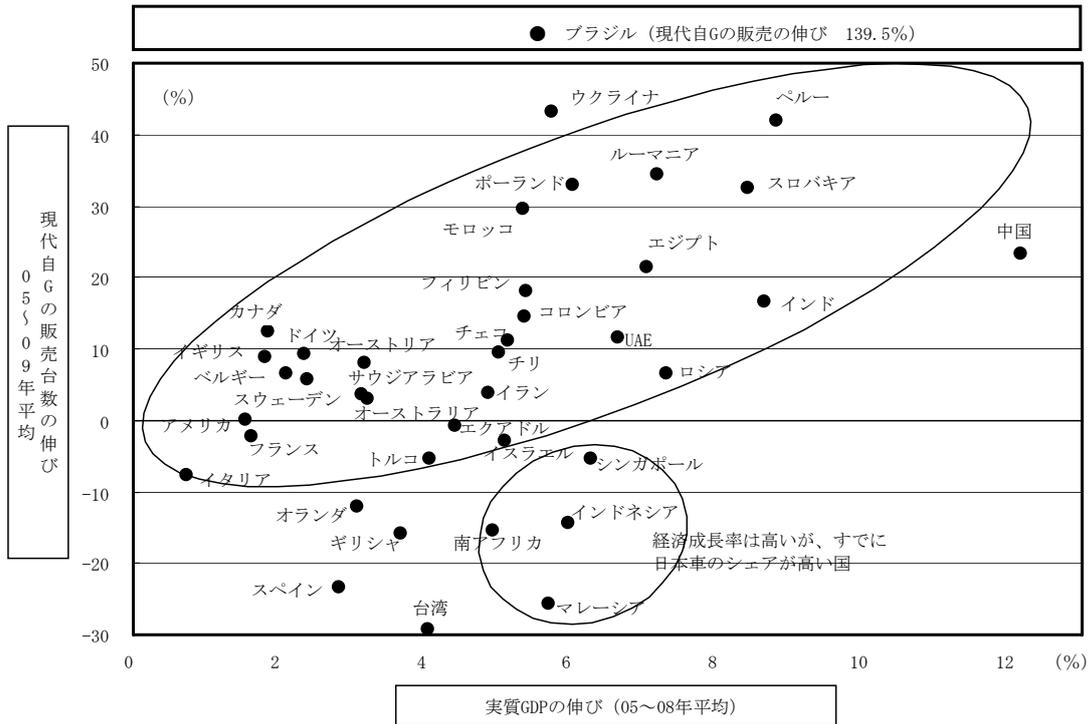
まず販売台数の伸びと各国の経済成長率(GDPの伸び)の相関を見ると、概ね経済成長の高い国で現代自動車グループの販売の伸びが大きい。例外はすでに日本車が浸透しているマレーシア、インドネシア、シンガポール、南アフリカなどである。

次に現代自動車グループの販売の伸びと日本車のシェア(ここではトヨタ・ホンダのシェア合計)の相関を見ると、日本車のシェアが相対的に低い国で現代自動車グループの販売の伸びが大きいことが分かる。例外は欧州車のホームカントリーである西欧諸国であるが、その中でも英国、ドイツなどは、比較的、現代自動車グループの販売が伸びている。この構造をまとめると下記のようなになる。次項(4)では、ここに上げた20カ国において、現代自動車グループがどのように販売を拡大したのか、セグメント別・モデル別に分析する。

図表 1-17 現代自動車グループの販売台数の伸び率の大きい市場
(年平均8%以上 2005年→2009年)

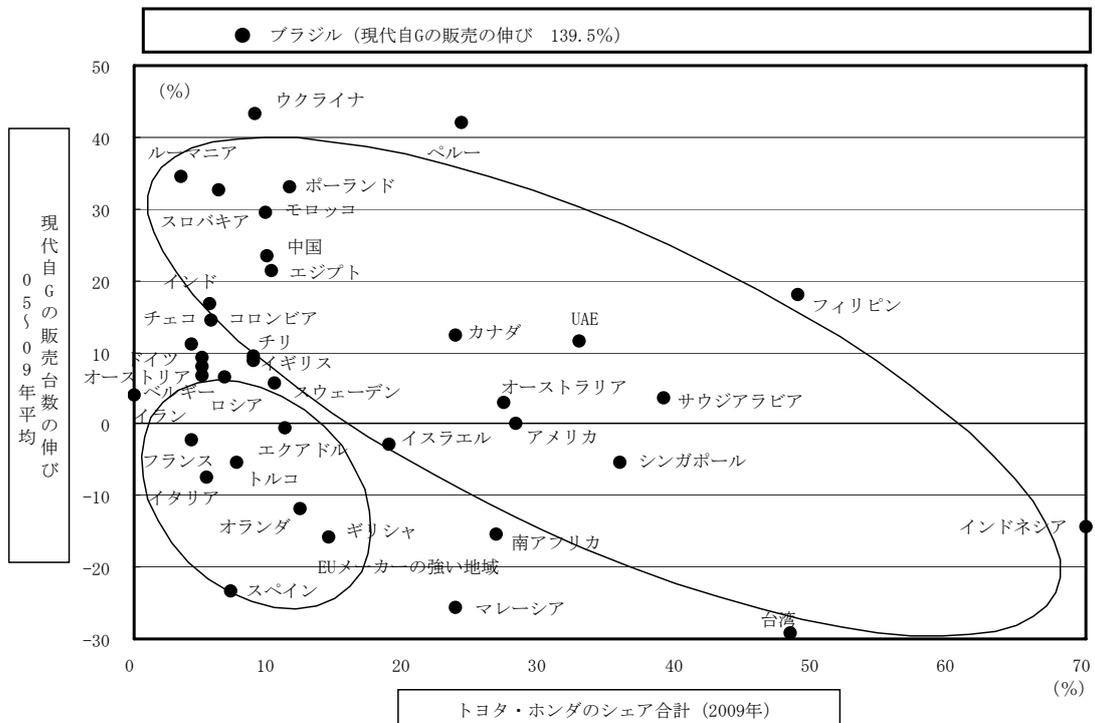
		現代自Gの販売増 (2005→2009年)		
		年平均伸び率	台数増	
経済成長率の 比較的高い国 年平均5%以上 (2005年→2008年)	フィリピン	18.1%	7,026	
	UAE	11.6%	8,021	
	ペルー	42.0%	8,645	
	中国	23.5%	499,572	
	インド	16.7%	133,518	
	ロシア	6.6%	32,567	
	ウクライナ	43.4%	16,269	
	ルーマニア	34.5%	11,905	
	ポーランド	33.1%	18,299	
	スロバキア	32.6%	6,916	
	チェコ	11.2%	5,545	
	モロッコ	29.6%	9,986	
	エジプト	21.5%	30,178	
	ブラジル	139.5%	92,286	
	コロンビア	14.6%	15,063	
	チリ	9.5%	12,926	
			日本車のシェアが低い国 12%以下 (2009年)	
		ドイツ	9.4%	44,374
	イギリス	8.9%	31,202	
	オーストリア	8.1%	5,673	
	ベルギー	6.7%	4,918	

図表 1-18 現代自動車グループの販売の伸びと経済成長率の関係



出典) IMF 統計、各国統計、現代文化研究所調べ

図表 1-19 現代自動車グループの販売の伸びと日本車のシェアとの関係



出典) 現代文化研究所調べ

(4) 現代自動車グループの販売が拡大する地域・国における進出の形態

1) アジアの販売拡大国

まずは経済成長が著しく市場の潜在力が大きいアジア、特に中国、インドの状況、および日本車のシェアが高いが現代自動車グループの販売の伸びが大きいフィリピンについて、セグメント別・モデル別に動向を見る。

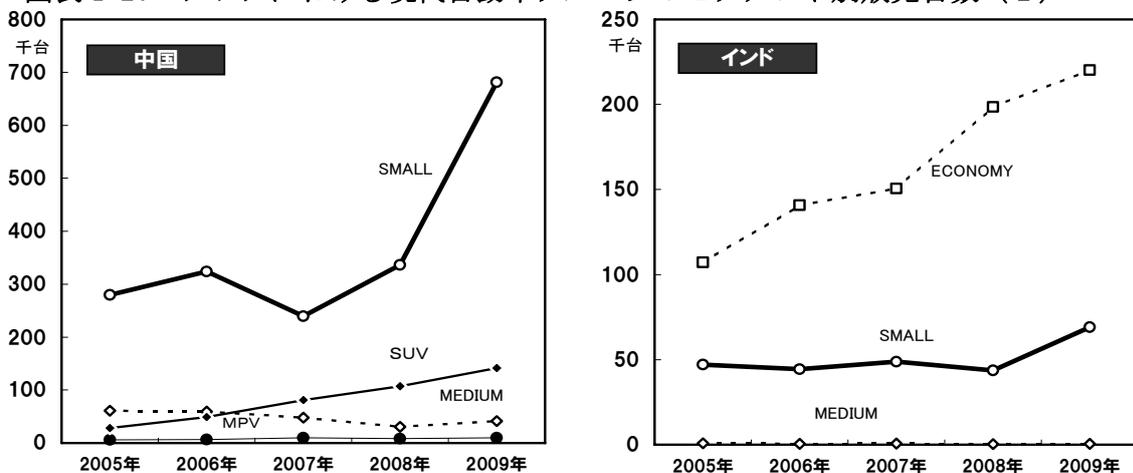
販売が拡大している当該国における現代自動車グループの主力セグメントは共通でない。これは各国毎に購買力、自動車の使用環境、ユーザーの志向、競合関係などの環境が異なるためである。現代自動車グループが、各国の実情に合わせてモデル投入を図っている様子がうかがえる。

中国ではスモールクラスの販売台数が圧倒的に多く、販売全体を牽引している。またSUVも伸長している。モータリゼーションの進展と購買力上昇を背景に、日本車と比べて価格優位性のあるスモールクラスの販売が急拡大している。また2009年1月より導入された、1600cc以下車に対する購入税率を10%から5%へ引き下げる市場喚起策の効果も大きい(制度は2010年末に終了)。販売モデルで見ると現地生産を進める新型エラントラと併売している旧型アバンテ(いわゆる老(ラオ)モデル戦略)、セラト、フォルテ、トゥーソン(SUV)が好調である。

インドではエコノミー(ライト)クラスの販売台数が圧倒的である。需要規模が大きくエントリー市場としての将来性が高いが、競合車あまり多くないクラスに照準を合わせた成果と言える。モデルではi20(旧型はゲッツ)、i10(旧型はサントロ)が牽引している。

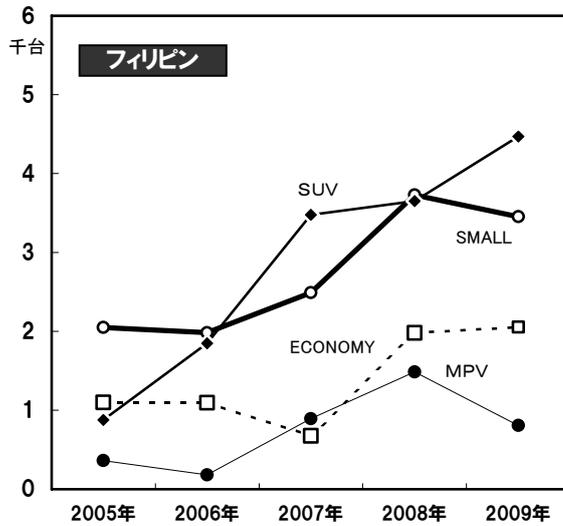
フィリピンでは販売台数規模そのものはまだ小さいが、SUVとスモールクラスが拡大している。モデルではサンタフェ、トゥーソン(ともにSUV)、リオ(スモールクラス)が主力である。

図表 1-20 アジアにおける現代自動車グループのセグメント別販売台数(1)



出典) 現代文化研究所調べ

図表 1-20 つづき アジアにおける現代自動車グループのセグメント別販売台数（2）



出典) 現代文化研究所調べ

図表 1-21 アジアの販売拡大国における投入モデル

● 主な販売モデル（中国はローカルネームがある） ◎ 販売拡大に寄与しているモデル

		中国	インド	フィリピン
Large	EQUUS	●	-	-
Medium	GRANDEUR	●	-	-
	OPTIMA	●	-	-
	SONATA	●	●	-
Small	ACCENT・VERNA	●	●	-
	AVANTE	◎	-	-
	CEED	●	●	●
	CERATO	◎	-	-
	FORTE	◎	-	-
	ELANTRA	◎	-	-
	SOUL	●	-	●
	SPECTRA	●	●	●
	TIBURON	●	●	●
	i20・GETZ	-	◎	●
RIO	◎	-	◎	
Economy	i10・ATOZ	-	◎	◎
	PICANTO	-	-	●
	SANTRO	-	●	-
SUV	SANTA FE	◎	-	◎
	SORENTO	●	-	●
	SPORTAGE	◎	-	●
	TUCSON	◎	-	◎
	VERACRUZ	◎	-	-
MPV	CARENS	◎	-	●
	CARNIVAL	●	-	●

出典) 現代文化研究所調べ

注) 起垂の SOUL については、現代自動車および韓国の自動車統計では SUV に分類しているが、世界各国の統計などではトールタイプの 5 ドアハッチバック車としてスモールに分類されるケースが多いため、この項ではスモールクラスに含めた（以下の各国も同様）。

2) アフリカおよび中東の販売拡大国

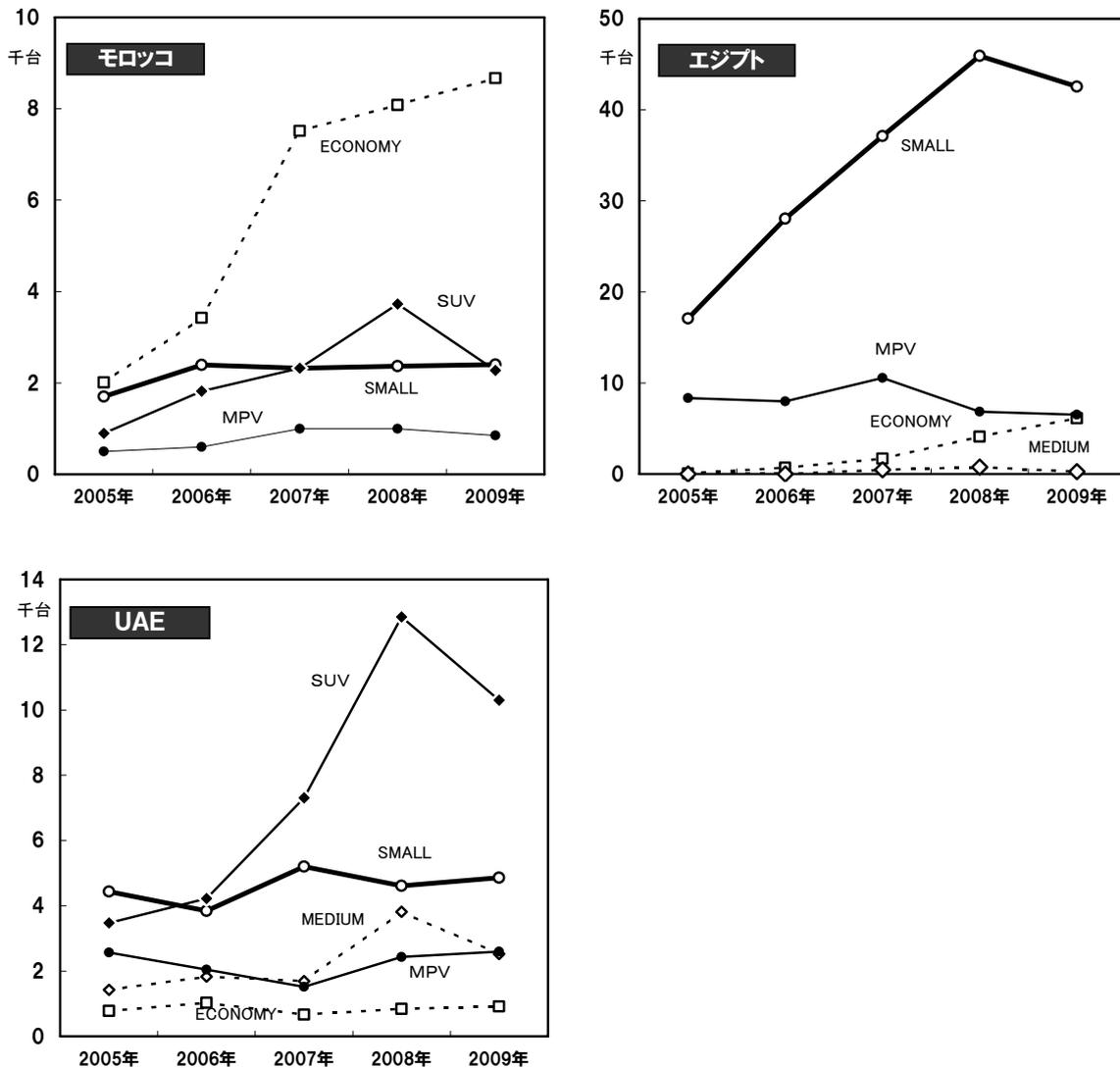
アフリカや中東もアジアと同様に市場の環境差が大きく、販売を牽引するセグメントが異なる。やはり現地の実情に合わせた販売拡大戦略といえる。

モロッコはまだ購買力水準が低く市場規模も小さいが、セグメントではインドと同様にエコノミークラスが主体である。拡大しているモデルはアトスとピカントである。

エジプトはスモールクラスが大きなシェアを占め販売を牽引している。モデルでは現代自動車の主力車種であるアクセントとエラントラ、起亜自動車のセラトが販売増に寄与している。

UAE は使用環境が他国とは大きく異なり、販売の中心は SUV で、牽引するモデルではモハブ、サンタフェ、スポルテージ、トゥーソンと現代・起亜の SUV ラインアップが並ぶ。

図表 1-22 アフリカおよび中東における現代自動車グループのセグメント別販売台数



出典) 現代文化研究所調べ

図表 1-23 アフリカおよび中東の販売拡大国における投入モデル

● 主な販売モデル

◎ 販売拡大に寄与しているモデル

		モロッコ	エジプト	UAE	
Large	EQUUS	-	-	●	
	XG	-	-	●	
Medium	OPTIMA	-	-	●	
	SONATA	-	●	●	
	ACCENT・VERNA	●	◎	-	
Small	AVANTE	-	-	●	
	CEED	●	-	●	
	CERATO	●	◎	●	
	ELANTRA	●	◎	-	
	FORTE	-	-	●	
	i30	-	●	-	
	SOUL	●	-	●	
	SPECTRA	-	-	●	
	TIBURON	-	-	●	
	i20・GETZ	-	●	●	
	RIO	-	●	-	
	Economy	i10・ATOZ	◎	●	●
		PICANTO	◎	●	●
SUV	MOHAVE	-	-	◎	
	SANTA FE	◎	●	◎	
	SORENTO	●	-	●	
	SPORTAGE	●	-	◎	
	TUCSON	◎	●	◎	
	VERACRUZ	●	-	●	
MPV	CARENS	●	●	●	
	CARNIVAL	-	-	●	
	MATRIX	-	●	●	

出典) 現代文化研究所調べ

3) 南米の販売拡大国

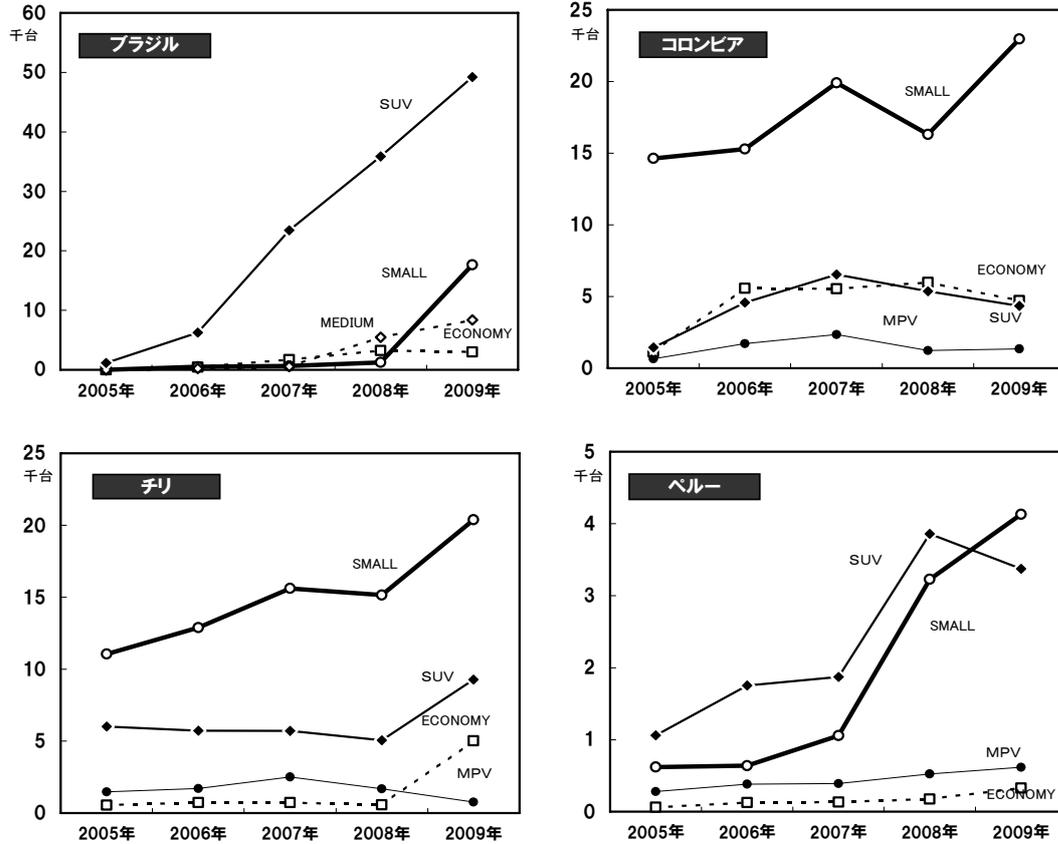
南米は現代自動車グループの進出がまだ浅い国が多く、国により投入モデルの違いや変更などもあり判断が難しいが、概してSUVとスモールクラスの販売が全体を牽引している。

ブラジルではここ3年で販売を急拡大しているが、牽引しているのは多数のモデルを投入しているSUVである。また、2009年にはi30、セラトが投入され、スモールクラスでも販売を拡大している。

同様にチリ、ペルーでもSUVとスモールクラスの販売が拡大している。モデルではアクセントとエラントラ、およびより低価格なリオである。

コロンビアはスモールクラスが中心で、モデルでは低価格帯のゲッツ(i20)、リオである。

図表 1-24 南米における現代自動車グループのセグメント別販売台数



出典) 現代文化研究所調べ

図表 1-25 南米の販売拡大国における投入モデル

● 主な販売モデル ◎ 販売拡大に寄与しているモデル

		ブラジル	コロンビア	チリ	ペルー
Medium	XG	◎	-	-	-
	MAGENTIS	●	-	●	-
	SONATA	-	-	●	-
Small	ACCENT	-	●	◎	◎
	CERATO	◎	●	●	●
	ELANTRA	-	●	◎	◎
	i30	◎	●	●	-
	SOUL	●	-	●	-
	i20・GETZ	-	◎	●	-
	RIO	-	◎	◎	◎
Economy	i10・ATOZ	-	◎	◎	-
	PICANTO	●	◎	◎	-
	SANTRO	-	●	-	-
SUV	MOHAVE	●	-	-	-
	SANTA FE	◎	●	◎	◎
	SORENTO	◎	●	●	●
	SPORTAGE	◎	●	◎	◎
	TUCSON	◎	◎	◎	◎
	VERACRUZ	◎	●	●	-
MPV	CARENS	●	●	●	●
	CARNIVAL	●	●	●	●
	MATRIX	-	-	●	-

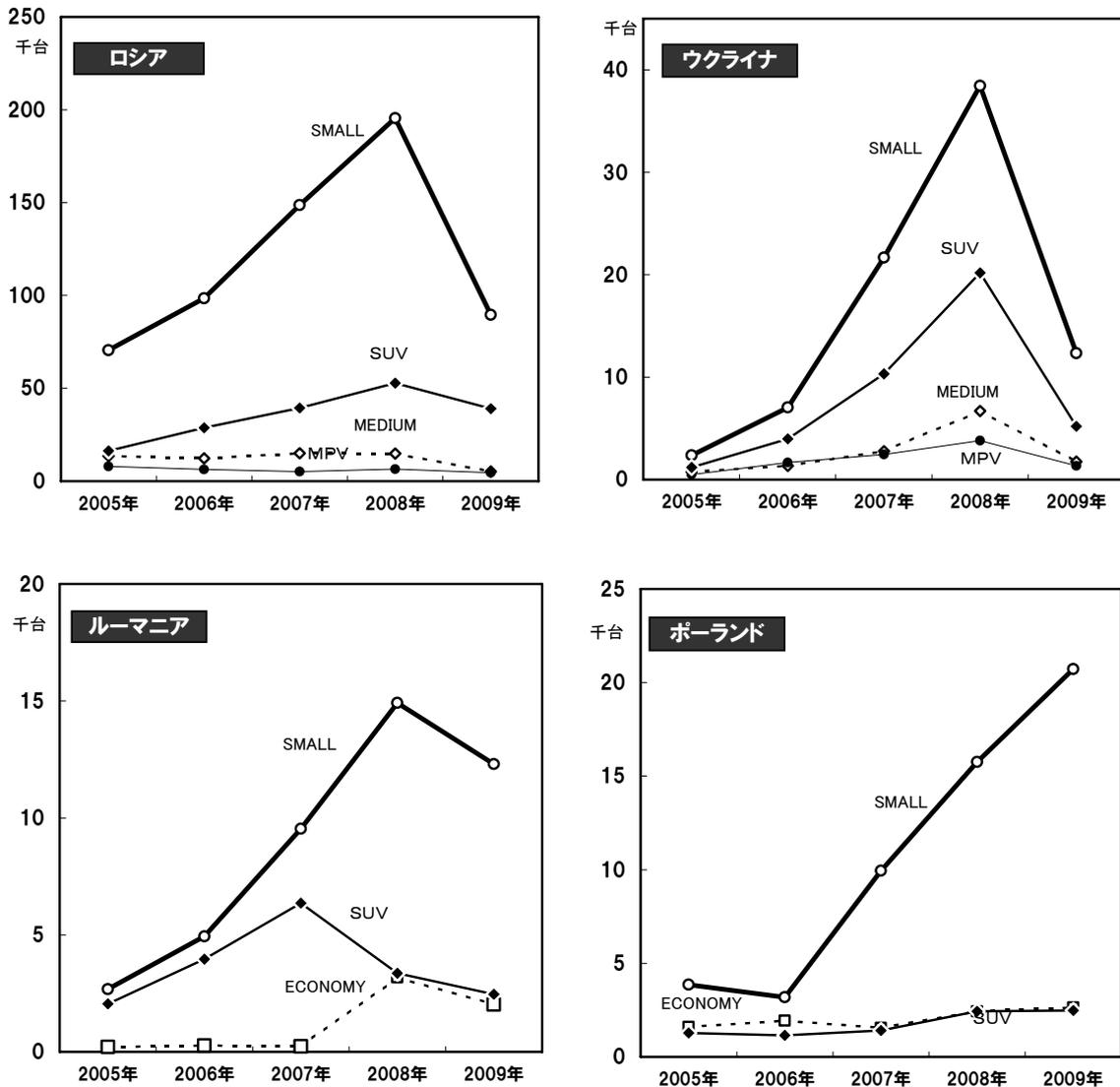
出典) 現代文化研究所調べ

4) 東欧の販売拡大国

東欧諸国ではロシアの市場が最大で現代自動車グループの販売台数の増加も大きい。その他の国はまだ市場規模が大きくないが、販売の伸びは顕著なものがある。ロシア、ウクライナは2009年には経済環境の悪化もあって販売が一時的に落ち込んだものの、市場の潜在的な成長力はある。

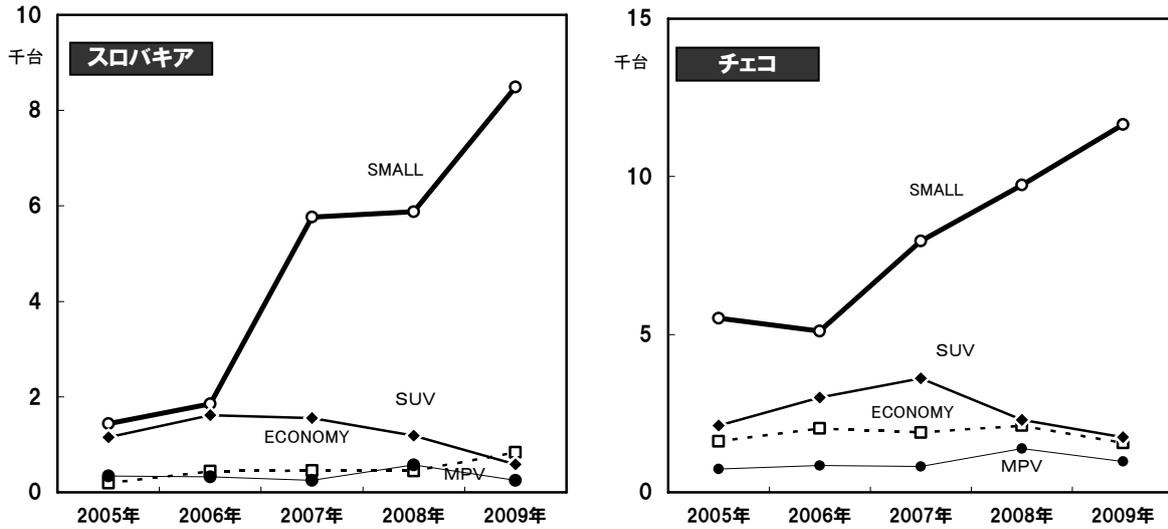
セグメント別でみると、いずれの国もスモールクラスの拡大が販売を牽引している。モデルとしては、チェコ工場生産される現代自動車のi30、スロバキア工場生産される起亜自動車のシードが中心であり、欧州における現地生産車が販売を牽引する。この2工場の生産車が東欧（および西欧）の販売拡大を担う可能性が高い。また、ロシア、ウクライナではSUVの販売も拡大している。

図表 1-26 東欧における現代自動車グループのセグメント別販売台数（1）



出典) 現代文化研究所調べ

図表 1-26 つづき 東欧における現代自動車グループのセグメント別販売台数（2）



出典) 現代文化研究所調べ

図表 1-27 東欧の販売拡大国における投入モデル

● 主な販売モデル

◎ 販売拡大に寄与しているモデル

		ロシア	ウクライナ	ルーマニア	ポーランド	スロバキア	チェコ
Medium	XG	●	●	-	-	-	-
	MAGENTIS	●	◎	-	●	-	-
	SONATA	●	●	●	●	●	●
Small	ACCENT	◎	◎	◎	●	●	●
	AVANTE	◎	◎	-	-	-	-
	CEED	◎	◎	◎	◎	◎	◎
	CERATO	◎	◎	-	-	-	-
	i30	◎	●	◎	◎	●	◎
	SOUL	●	●	-	◎	●	●
	SPECTRA	◎	-	-	-	-	-
	TIBURON	●	●	-	-	-	-
	i20・GETZ	◎	●	●	●	◎	●
	RIO	◎	●	●	●	◎	●
Economy	i10・ATOZ	-	●	◎	◎	●	●
	PICANTO	●	●	●	●	●	●
SUV	MOHAVE	●	-	-	-	-	-
	SANTA FE	◎	◎	●	●	●	●
	SORENTO	◎	◎	●	●	●	●
	SPORTAGE	◎	◎	●	●	●	●
	TUCSON	◎	◎	●	●	●	●
MPV	CARENS	●	◎	-	●	●	●
	CARNIVAL	●	●	-	●	●	●
	MATRIX	●	●	-	-	●	●

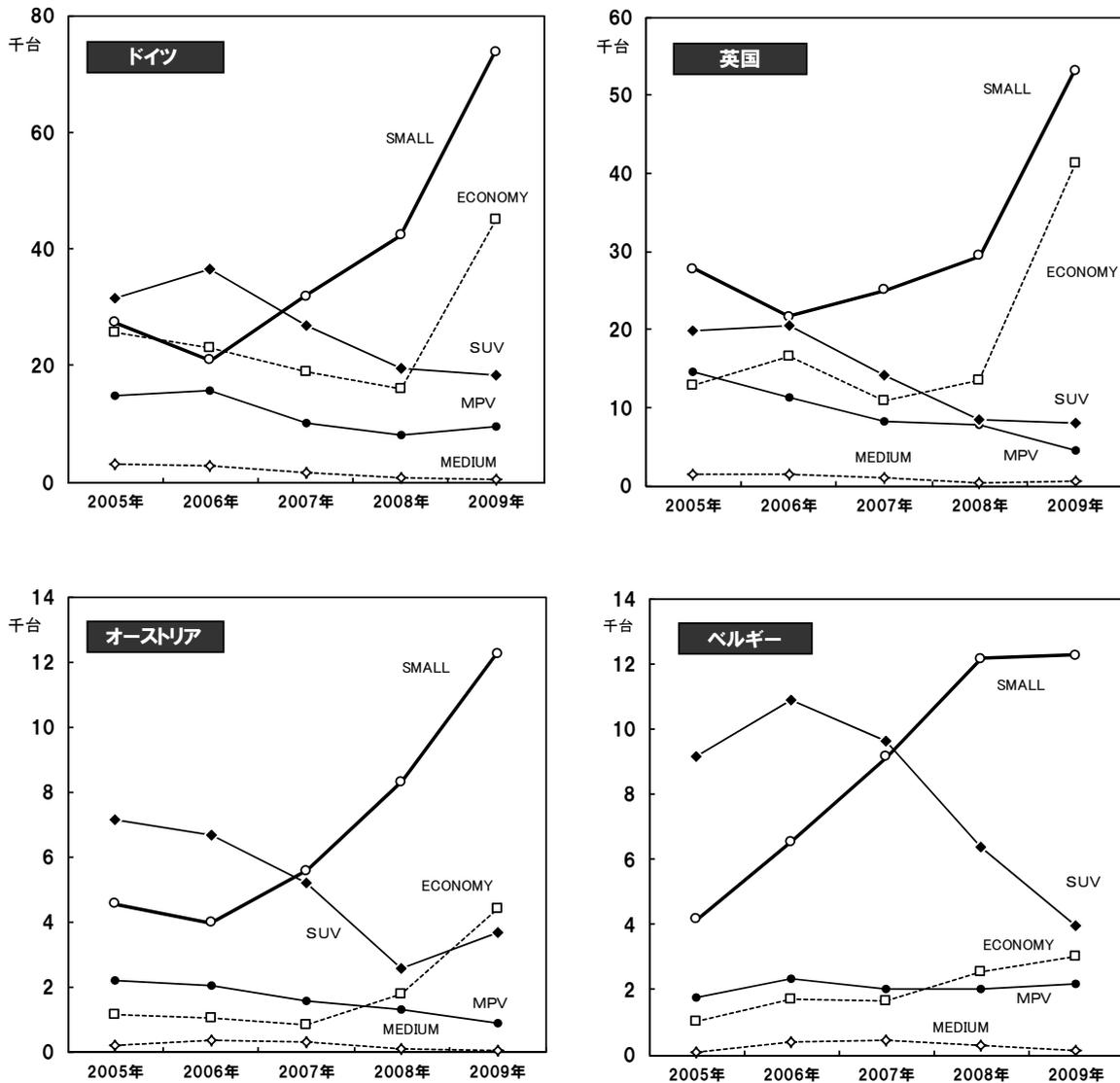
出典) 現代文化研究所調べ

5) 西欧の販売拡大国

西欧ではドイツ、英国、ベルギー、オーストリアなどで現代自動車グループの販売が伸びている。2005、2006年当時はSUVの販売が中心だったが、環境規制の影響などでここ2年は販売が減少し、代わりにスモールクラスとエコノミークラスのモデルが販売を牽引している。ドイツをはじめとした各国のスクラップ・インセンティブも有効に活用し、販売増につなげている。

販売拡大に貢献した主なモデルとしては、東欧と同様にチェコ、スロバキアで生産を開始したスモールクラスのi30、シード、加えて欧州車と価格帯的に競合の薄いエコノミークラスのi10（旧型はアトス）などである。

図表 1-28 西欧における現代自動車グループのセグメント別販売台数



出典) 現代文化研究所調べ

図表 1-29 西欧の販売拡大国における投入モデル

● 主な販売モデル ◎ 販売拡大に寄与しているモデル

		ドイツ	英国	オーストリア	ベルギー
Medium	XG	●	-	-	-
	MAGENTIS	●	●	●	●
	SONATA	●	●	●	●
Small	ACCENT	●	●	●	●
	CEED	◎	◎	◎	◎
	AVANTE	●	-	-	-
	i30	◎	◎	◎	◎
	SOUL	◎	◎	●	◎
	TIBURON	●	●	●	●
	i20・GETZ	◎	◎	●	●
	RIO	●	◎	◎	●
Economy	i10・ATOZ	◎	◎	◎	◎
	PICANTO	◎	◎	●	●
SUV	SANTA FE	●	●	●	●
	SORENTO	●	●	●	●
	TUCSON	●	●	●	●
	VERACRUZ	●	-	-	●
MPV	CARENS	●	●	●	●
	CARNIVAL	●	●	●	-
	MATRIX	●	●	●	●

出典) 現代文化研究所調べ

6) 販売拡大国における全般的な傾向

このように現代自動車グループは、各地の市場の実情にあったクラス・モデルに絞った商品、とりわけ得意なセグメントかつ他社に比べて価格優位性のある（次節で後述）スモールクラスとエコノミークラスのモデルを投入し、現地生産車をその国の国内市場および近隣地域市場に投入して攻勢をかけるという手法で販売を拡大してきたといえる。

今後、新たな市場での工場建設、既存進出国における生産能力増強の計画が実現すれば、この傾向はさらに加速し販売が伸長する国も増えるものと思われる。例えば、ここでは分析対象としなかったが、スウェーデンなどの北欧諸国なども販売規模は未だ小さいが、ここで分析した英国、ドイツ、ベルギー、オーストリアと同様の状況にあると推測される。

3. 韓国メーカーのプレゼンス拡大の背景要因

(1) 現代自動車グループの価格優位性

韓国メーカーのプレゼンス拡大の背景要因として、まず価格の比較を行う。世界各国の販売価格は、その国での供給状況、競合関係、為替レートなどにより異なる。ここでは現代自動車グループが大きく販売を伸ばしている代表的な国である中国、インド、ブラジルについて、トヨタ、ホンダの代表的なモデルの価格との比較をもとに分析する。

中国での現代自動車グループの価格設定は代表的であり明瞭である。現代・起亜のソナタ、オプティマというミディアムクラスの価格帯は、同クラスのトヨタ・カムリ、ホンダ・アコードに比べて7割程度の価格に設定されている。そして現代・起亜の価格帯は、トヨタ・カローラ、ホンダ・シビックといった1つ下のスモールミディアムクラスの価格帯とほぼ同額である。

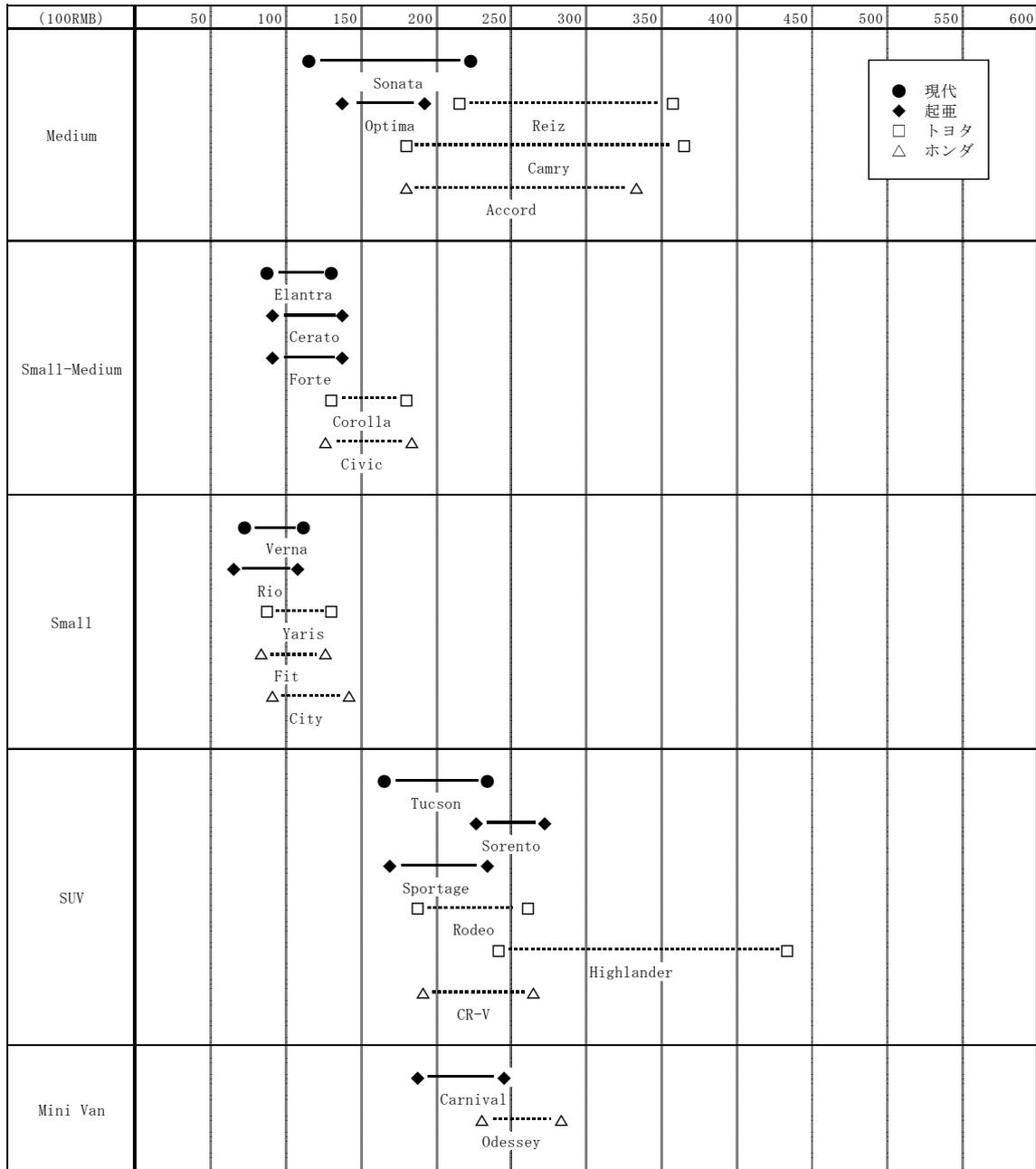
同様の構造はスモールミディアムクラスとスモールクラスの間においても見られる。現代・起亜のスモールミディアムクラスであるエラントラ、セラト、フォルテの価格帯は、同クラスのトヨタ・カローラ、ホンダ・シビックよりも7、8割程度の価格で、下のスモールクラスのトヨタ・ヤリス、ホンダ・フィット、ホンダ・シティの価格とほぼ同額である。つまり現代自動車グループの価格戦略は、「同じ金額を出すなら1つ上のクラスを購入できる」というものである。

SUVやミニバンに関してもセダンほどの割安感はないが、日本車と比べて相対的に安い価格を設定している。

インドやブラジルにおいても、中国ほどではないものの、似たような価格設定をしている。ミディアムクラスについてはインドでは同クラスの日本車よりも割安、スモールミディアムクラスとスモールクラスにおける価格は中国と同様に、同金額ならば1つ上のクラスが購入できる設定である。

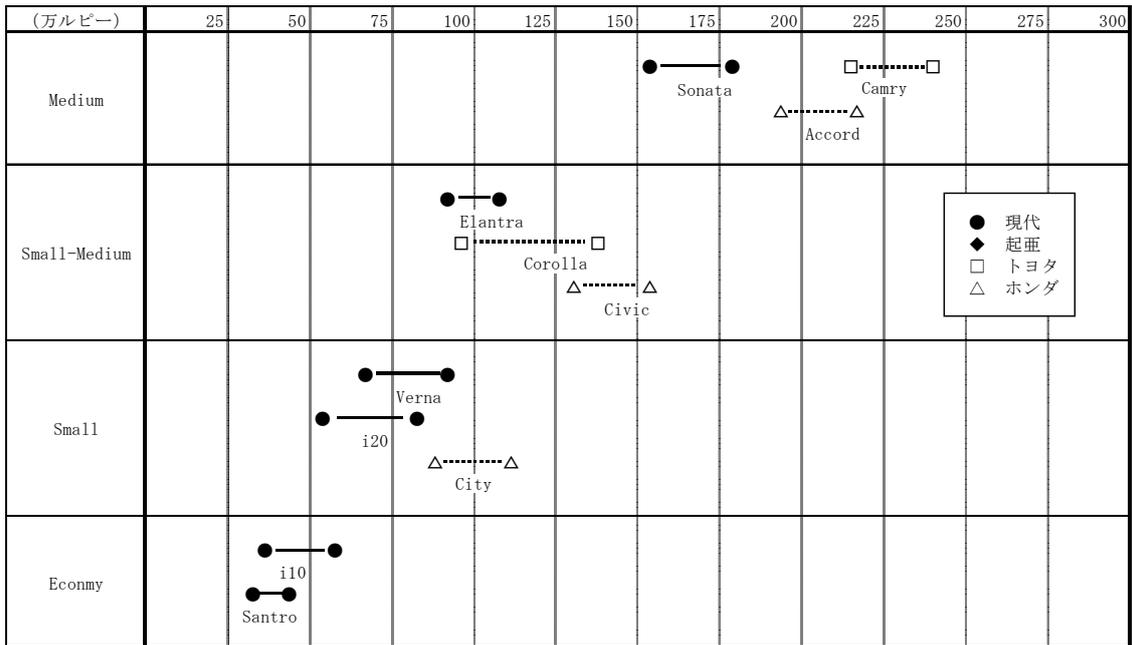
また、各国市場の実情に合わせたモデル投入が行われており、インドでは購買力に合わせてスモールクラスよりも低価格のエコノミークラスが投入されており、ブラジルでは使用環境に合わせてSUVが幅広い価格帯で多種類が投入されている。

図表 1-30 中国における現代自動車グループと日本メーカーの価格帯比較



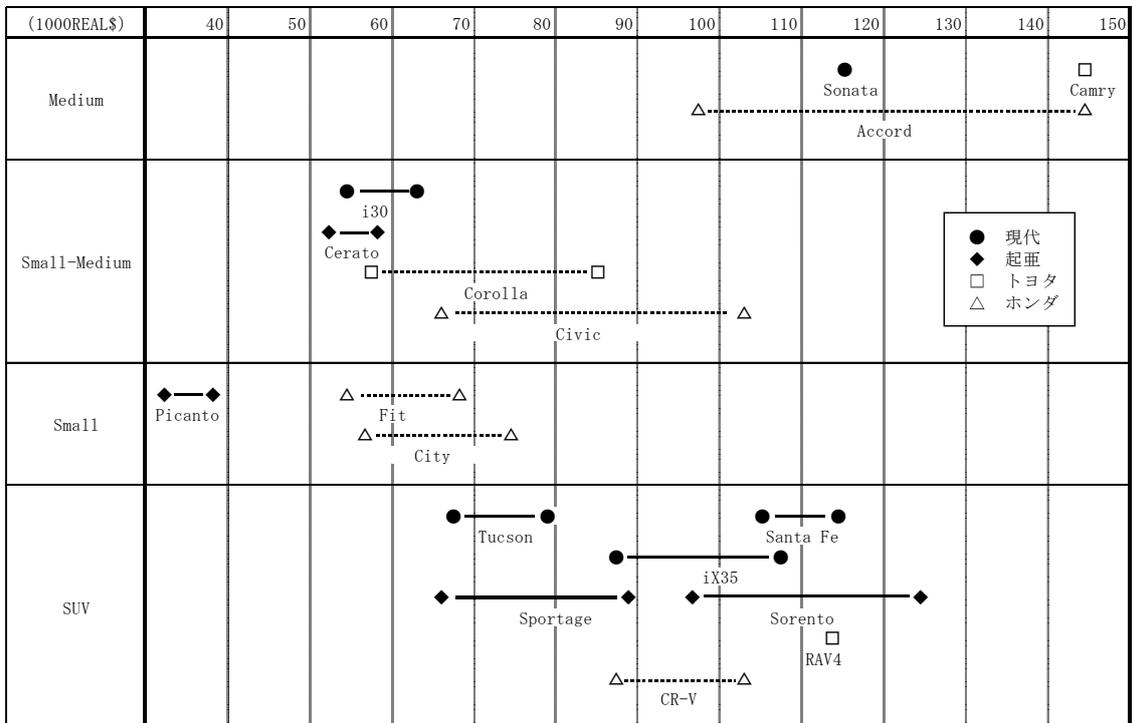
出典) 現代文化研究所調べ

図表 1-31 インドにおける現代自動車グループと日本メーカーの価格帯比較



出典) 現代文化研究所調べ

図表 1-32 ブラジルにおける現代自動車グループと日本メーカーの価格帯比較



出典) 現代文化研究所調べ

(2) 現代自動車グループの品質向上成果

米国における各種車両品質調査の結果から、現代自動車グループの品質が毎年向上している様子が見てとれる。

まず、JD パワー社による IQS（自動車初期品質調査）、および VDS（自動車耐久品質調査）の結果を見る。まず現代自動車の IQS（初期品質、新車購入後 90 日間における 100 台あたり不具合指摘件数）は、2005 年にすでに 110 という少ない水準にあった（トヨタ 105、ホンダ 112）が、2009 年にはさらに減少して 95 となり、日本車の不具合指摘件数よりも少ない水準（トヨタ 101、ホンダ 99）まで改善した。起亜自動車の不具合指摘件数も 2005 年の 140 から、2009 年には 112 へと大きく改善した。

その結果、2009 年のセグメント別ランキングでは、サブコンパクト（スモールミディアム）部門で現代自動車のアクセントがトヨタ・ヤリスに次いで第 2 位に、コンパクト（スモール）部門で現代自動車のエラントラがトヨタ・プリウスやホンダ・シビックを抑えて第 1 位に評価された。

図表 1-33 JD パワー自動車初期品質調査「IQS」

<新車購入後90日間における100台あたりの不具合指摘件数> (件)

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
現代	110	102	125	114	95
起亜	140	136	125	119	112
トヨタ	105	106	112	104	101
ホンダ	112	110	108	110	99
日産	120	121	132	124	110

出典) JD パワー社ホームページ

図表 1-34 JD パワー自動車初期品質調査「IQS」

<セグメント別ランキング 2009年>

サブコンパクト（スモール）		コンパクト（スモールメEDIUM）	
第1位	TOYOTA YARIS	第1位	HYUNDAI ELANTRA
第2位	HYUNDAI ACCENT	第2位	TOYOTA PRIUS
第3位	HONDA FIT	第3位	HONDA CIVIC

出典) JD パワー社ホームページ

現代自動車グループは品質改善の目標として、まずは初期品質の改善を掲げたが、購入経年後の耐久品質に関しても改善が明らかである。VDS（自動車耐久品質調査、新車購入後3年経過時における100台あたり不具合指摘件数）によると、2005年当時、現代自動車の不具合指摘件数は260とトヨタ（194）、ホンダ（201）に水をあけられていたが、2009年には161まで改善し、トヨタ（129）、ホンダ（161）との格差は依然あるものの、大きく改善している。起亜自動車の不具合指摘件数は、2005年には397と低水準であったが、2009年には218まで改善している。

図表 1-35 JD パワー自動車耐久品質調査「VDS」

<新車購入後3年経過時における100台あたりの不具合指摘件数>

(件)

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
現代	260	253	228	200	161
起亜	397	310	288	278	218
トヨタ	194	179	178	159	129
ホンダ	201	194	169	177	148
日産	275	242	274	224	199

出典) JD パワー社ホームページ

次に IIHS（全米道路交通安全保険協会）による衝突時の安全性調査でモデル年式ごとの安全性評価結果を見てみると、現代自動車グループ車への評価はフロント衝突、サイド衝突の安全性ともにモデルチェンジごとに評価を高め、最新モデルでは多くのモデルがG（GOOD）の評価を得て、ほとんど日本車と比肩する水準となっている。

米国での主力車種であるソナタおよびエラントラのフロント衝突安全性評価を見ると、ソナタは1998年式モデルまではP(Poor)評価だったが、1999-2005年式モデルではA(Acceptable)評価、2006年式モデル以降はG(GOOD)となった。エラントラは2000年式モデルまではA(Acceptable)評価、2001-2003年式モデルはさらに下がってP(Poor)評価であったが、2006年式モデル以降はG(GOOD)評価を得ている。

NHTSA（全米高速道路安全局、米運輸省機関）による安全性評価では、フロント衝突、サイド衝突、横転時の安全性評価において、一部起亜自動車のモデルに低評価があるものの、総じて現代自動車グループ車は「5（5スター）」または「4」を獲得しており、品質面のみならず、安全性の面でも高評価を得ている。2008年に米国市場に投入された高級車ジェネシスは、投入当初から「5スター」の評価を得た。ジェネシスは2008年に米国でカー・オブ・ジ・イヤーを受賞している。

米国ユーザーの購買に大きく影響するといわれるコンシューマー・レポート誌においても、2011年型新車ガイドブックでソナタが最優秀ファミリーセダンに選ばれ、韓国車としては初めて表紙を飾るなどの高評価を得た。

このように現代自動車グループは、比較的短期間に品質改善努力を積み重ね、日本メーカーに伍する、もしくは上回る品質評価を得ることに成功している。

図表 1-36 IIHS（全米道路交通安全保険協会）による車両安全性調査

フロント衝突				
G Good	<ul style="list-style-type: none"> ● 現代 ◆ 起亜 □ トヨタ △ ホンダ 	□Corolla 2003	●Sonata 2006-2010 ●Elantra 2004-2006 ◆Sorento 2007-2009 □Avalon 2000-2004 □Corolla 2003-2008 □Highlander 2001-2007 △Civic 4-door 2001-2005	●Genesis 2009-2010 ●Sonata 2011 ●Elantra 2007-2010 ●Tucson 2010-2011 ◆Forte 2010 ◆Soul 2010-2011 ◆Sorento 2011 ◆Sportage 2011 □Avalon 2005-2011 □Corolla 2009-2010 □Highlander 2008-2010 □Venza 2009-2010 △Civic 4-door 2006-2010 △Element 2003-2010
A Acceptable	●Elantra 1996-2000 □Corolla 1998-2002	●Sonata 1999-2005 ◆Sorento 2003-2006 □Avalon 1998-1999 △Civic 4-door 1996-2000	●Genesis 2009 ●Tucson 2005-2009 ◆Sportage 2005-2010	
M Marginal	◆Sportage 1998-2002 □Avalon 1995-1997			
P Poor	●Sonata 1995-1998	●Elantra 2001-2003		
サイド衝突				
G Good	<ul style="list-style-type: none"> ● 現代 ◆ 起亜 □ トヨタ △ ホンダ 		●Genesis 2009-2010	●Genesis 2010 ●Sonata 2011 ●Elantra 2010 ●Tucson 2010-2011 ◆Forte 2010 ◆Soul 2010-2011 ◆Sorento 2011 ◆Sportage 2011 □Avalon 2005-2011 □Corolla 2009-2010 □Highlander 2008-2010 □Venza 2009-2010 △Civic 4-door 2006-2010 △Element 2007-2010
A Acceptable			●Sonata 2006-2010 ●Tucson 2005-2009 ◆Forte 2009 ◆Sportage 2005-2010 □Corolla 2005-2008 △Element 2003-2006	
M Marginal			●Elantra 2007-2010	
P Poor		●Sonata 1999-2005 ●Elantra 2001-2006	◆Sorento 2003-2009	

出典) IIHS ホームページ

図表 1-37 NHTSA (全米高速道路安全局) よる車両安全性調査

(5段階評価で5が最高、1が最低)

網はモデルなし -はテストなし

Model Year	フロント衝突										サイド衝突										横転					
	ドライバー					パッセンジャー					ドライバー					パッセンジャー										
	05	06	07	08	09	05	06	07	08	09	05	06	07	08	09	05	06	07	08	09	05	06	07	08	09	
現代	Accent 4-DR	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
	Azera 4-DR	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	
	Elantra 4-DR	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Genesis 4-DR					5					5					5					5					5
	Sonata 4-DR	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
	Tiburon 2-DR	5	5	5	-	-	4	4	4	-	-	4	4	4	4	-	-	-	-	-	-	4	4	4	4	-
起亜	Optima 4-DR	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
	Rio 4-DR	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	2	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4
	Rondo 4-DR		5	5	5			5	5	5			5	5	5			4	4	4			4	4	4	
	Spectra 4-DR	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
	Spectra 5-DR		5	5	5			5	5	5			4	4	4			4	4	4			4	4	4	
トヨタ	Avalon 4-DR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
	Camry 4-DR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4
	Camry Hybrid 4-DR		5	5	5			5	5	5			5	5	5			5	5	5			-	4	4	
	Corolla 4-DR	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Matrix 4-DR		5	5	5			4	4	5			5	5	5			4	4	4			4	4	4	
	Prius 4-DR	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Scion tC 2-DR	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
	Scion xD 4-DR			4	4			4	4				5	5				5	5				4	4		
	Yaris 4-DR		4	4	4			4	4	4			3	3	4			3	3	4			4	4	4	
	Yaris Liftback 2-DR		-	5	5			-	4	4			-	3	5			-	3	3			-	4	4	
ホンダ	Accord 2-DR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
	Accord 4-DR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5
	Accord Hybrid 4-DR	5	5	5	-	-	5	5	5	-	-	4	4	4	-	-	4	4	4	-	-	4	4	4	-	-
	Civic 2-DR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
	Civic 4-DR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
	Civic GX 4-DR		5	5	5			5	5	5			4	4	4			5	5	5			-	4	4	
	Civic Hybrid 4-DR	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
	Fit 4-DR		5	5	5			5	5	5			5	5	5			3	3	4			4	4	4	
	S2000 Convertible	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	-	-	-	-	-	5	5	5	5	5

出典) NHTSA ホームページ

(3) 現代自動車グループのマーケティング展開

現代自動車グループは、1998年のチョン・モンク（鄭 夢九）会長の就任以降、品質改善を企業の最重要課題とする方針を打ち出し、品質の高さでグローバル販売を拡大する戦略を明確にした。そして、品質改善を起点にした多様なマーケティング政策を展開してきた。

現代自動車グループは2000年に、米国で10年10万マイルワランティ（無償保証）を導入した。この時期、現代自動車の品質はそれほど高評価を得ていなかったが、敢えてワランティを延長することで、逆に品質に自信があることを顧客に誇示する戦略をとった。いわばマーケティング発想の転換である。車両品質が十分に高くない時期にワランティを延長することは相当のリスクを抱えることになるが、企業の存続をかけて成長を遂げることを目標として、ある程度コストを度外視した戦略を選択した。

2005年以降に品質改善努力が具体的成果を上げると、それを起点にしたマーケティング活動を矢継ぎ早かつ多様に展開した。米国における現地生産の開始と時期を合わせて、品質改善の成果をメディアを利用して積極的にアピールする施策をとった。現代自動車グループのモデルがJDパワー社を初めとする各機関の品質評価を受賞すると、それを最大限に利用して広告やパブリシティで即時に広く喧伝し、社会およびユーザーに強く訴求するPR活動を行って企業および商品イメージの向上に努めた。

品質評価の高まりは、もはや単に安いだけの車ではないという訴求を可能にした。品質評価があがれば、各種インセンティブやワランティサービスは、単なるディスカウント政策とは受け取られない。米国政府のスクラップ・インセンティブを先取りして車の買い替え補助を行うプログラムや、2009年には米国とカナダでジョブ・アシュアランス・プログラム（失業したときに車を買戻す）を導入、2010年にはトヨタのリコール問題の間隙について、トヨタ車からソナタへの乗り換え促進プログラムなどを展開した。これらは、ユーザーにとってダイレクトで価格的なメリットの分かりやすいプロモーションである。

現代自動車グループは、米国でのプロモーションの成功をもとに、そのプログラムを世界各地に広げる戦略をとっている。特に新興国では、欧米車や日本車ほどの高い品質は必要ないとの認識から、現地に必要十分な品質と価格優位性の両立をもって、販売の拡大を図っている。また、ワールドカップをはじめとして、世界的イベントのスポンサーシップの獲得などのコミュニケーション活動にも積極的であり、継続した活動をつづけている。

このように、現代自動車グループのマーケティング活動は、独自でユニークな自由な発想に基づき、比較的短期的に効果が期待できるものを次々と導入し、迅速に展開することで販売の拡大を図ってきた。

図表 1-38 現代自動車グループの事業戦略

① 内需

顧客管理及び販売・整備サービス強化で顧客満足実現
 顧客指向 Best Value プログラム施行
 主力車種商品競争力向上を通じて市場支配力を拡大
 販売環境改善及び営業生産性向上
 高品格マーケティング展開でブランド価値向上

② 海外

市場特性を反映した地域別新規販促活動施行でグローバルシェアを拡大する
 各種海外受賞現況及びメディア好評広報を通じブランドイメージを向上する
 ディーラー力量向上強化を通じて販売拠点基盤構築及び拡大する
 代理店、ディーラーセミナー及び教育を通じて市場変化及び消費者要求に迅速対応する

出典) 現代自動車グループ「事業報告書 (2009年)」

図表 1-39 現代自動車グループの主なマーケティング展開事例 (米国中心)

項目	マーケティング施策事例
品質改善	<ul style="list-style-type: none"> ◆米IQSをターゲットにした品質改善と訴求 ◆IQS評価をまず得てVDSには猶予期間をもって対応 ◆起亜リコール実施で副会長が即時引責辞任 (品質に関して厳しい姿勢をとっていることをアピール)
アフターサービス・ワランティ	<ul style="list-style-type: none"> ◆10年間10万マイル・ワランティ ◆10年のパワートレイン保証期間 ◆腐食 (Anti-Perforation) 保証7年間 ◆認証店制度導入によるサービス網の急拡大
セールス・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ◆他社からの乗り換えキャンペーン (トヨタのリコールをついた政策、1000米ドルをキャッシュバック) ◆エクウス実車持込み販売システム (実車をユーザー宅に持ち込み品質の高さを体験させる) ◆政府のスクラップ・インセンティブを先取りしたインセンティブの付与 ◆ジョブ・アシュアランス・プログラム (失業時の買戻し) ◆ガソリン価格維持保証プログラム (新車購入時からのガソリン値上げ分の費用を補填)
ディーラー政策	<ul style="list-style-type: none"> ◆当該国・地域の政策分析、地域特性に沿ったディーラー展開 ◆販売とサービス拠点の分離 ◆グローバルサイトの充実
広報・パブリシティ活動、ブランドイメージ向上	<ul style="list-style-type: none"> ◆品質・安全性調査や受賞実績を大々的にアピール ◆グローバルなイベント・スポンサーシップの獲得 (ワールドカップ、UEFAチャンピオンズリーグ、オリンピックなど) ◆America's Best Warrantyアピール広告 ◆米9月販売車1台当たり200ドルを小児ガン撲滅に寄付

出典) 各種新聞記事、ホームページ情報などに基づき現代文化研究所作成

(4) 日韓自動車関係者・有識者による現代自動車躍進の要因

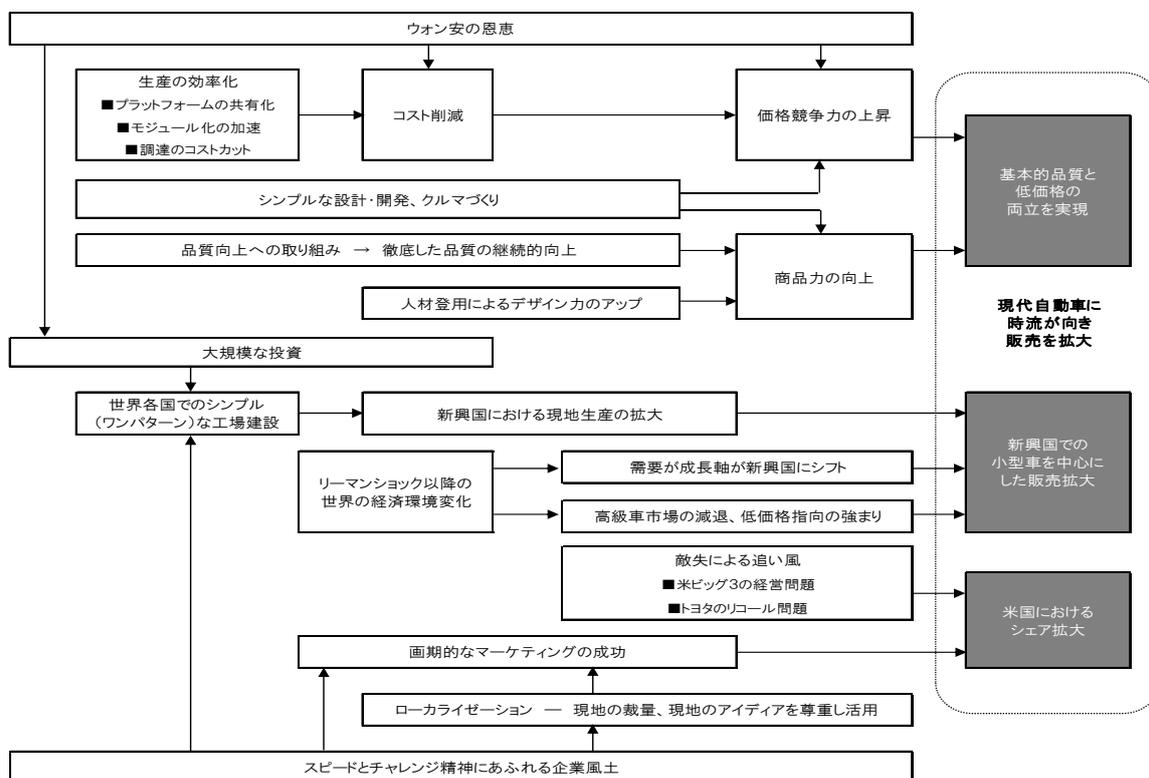
現代自動車グループ躍進の1つの大きな要因は、品質やデザイン力の向上による商品力アップと、生産の合理化などやシンプルなクルマづくりにより達成した価格競争力の両立である。もうひとつは、日本メーカーと競合する地域を避け、新興国へ大規模な投資を行い現地生産を一気に拡大したことである。また、この価格優位性と大規模投資に、IMF危機以降のウォン安という「天の恵み」が大きな恩恵をもたらしている。

そこへリーマンショック以降の、需要の先進国から新興国へのシフト、高級車から低価格車への指向の変化という市場環境変化が起こり、現代自動車グループの展開が見事に時流に合致した結果、大きく生産・販売を伸ばしたといえる。さらに米ビッグ3の経営問題、トヨタのリコール問題という、敵失による追い風も吹いた。

こうした成長の実現の背景に、現代自動車グループが企業風土として持つスピード経営とチャレンジ精神、現地の実情に合わせ現地に裁量を与えるローカライゼーションの戦略が貢献している。

ただ今後のリスクもある。トヨタと同様に米国で急成長すれば牽制される懸念がある。国内ユーザーを軽視し、国内の利益で海外での積極的展開を図っていると批判が強く、国内の販売減少が海外の赤字をカバーする構図が崩れる危険性がある。メーカーの実力差は最終的に米国市場に現れるため、リソースが不十分な中での米国市場戦略の成否、日本メーカーとの競争が鍵との指摘もなされた。

図表 1-40 日韓有識者による現代自動車躍進の構図



図表 1-41 日韓有識者が指摘した現代自動車躍進の要因

(韓国および日本で実施した自動車産業関係者、有識者へのヒアリングに基づく)

項目	有識者が指摘する現代自動車が躍進した要因
品質向上への取り組み姿勢	<ul style="list-style-type: none"> ○会長は就任直前の業務で顧客接点・顧客サービスの仕事に取り組み、それが品質重視へつながる ○品質改善を経営目標に掲げてリソースを投じ、コスト増を理由に反対する役員を解雇してまで徹底 ○現代自動車では品質への責任が明確になった時点でクビであり、品質管理の現場責任は厳しい ○現代自動車は品質の低い時期に100名以上の人材を部品メーカーに派遣し品質教育を行う ○部品メーカーには1個でも不良品が発生したら、徹底した再発防止策を実施させ結果を報告させる
商品開発上の長所	<ul style="list-style-type: none"> ○品質向上で競争力が上がり、低価格が新興国市場にフィット ○性能面で優れ標準装備を増やすなど、価格に比べ品質・装備が充実 ○シンプルではあるが製品開発力と設計品質が向上。世界的に高級車市場が減退し、需要が廉価なシンプルなクルマへと移行して、現代自動車が相対的に成長 ○欧州向け販売車はおそらくドイツ人を入れて設計。堅めの設計で現地に合わせた仕様を行う
世界の中でのポジション	<ul style="list-style-type: none"> ○リーマンショック以降、世界の自動車需要が先進国から新興国へシフト ○世界の経済環境変化で現代自動車が新興国に進出していったポジションが時流にあった ○日本メーカーがいる先進国でのシェア拡大は容易ではなく、持続的成長を求めて新興国へ進出 ○アグレッシブな海外進出が功を奏し、中国・インドでの成功が成長に寄与 ○米国で日本車を崩せなかったが故に、新興国で力をつける
敵失による追い風	<ul style="list-style-type: none"> ○ビッグ3の経営問題、欧州市場の減退、トヨタのリコール問題が現代自動車にプラスに働く ○トヨタがリコール問題で失ったシェアは、ほとんど現代自動車が獲得
為替差益の恩恵	<ul style="list-style-type: none"> ○IMF危機後のウォン安で蓄えた体力を海外生産に集中して投資 ○韓国メーカーはIMF以降、ウォン安の恩恵を受け続け、現代自動車は大きな収益を手にした
生産体制・システムの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ○起亜との合併に伴いプラットフォームの共有化を逐次進め、R&Dコストを30%削減 ○新興国への大規模投資(1工場30万台生産能力規模)で短期間に一気に生産拡大し、収益確保に成功 ○海外部品メーカーから納入したいとの要請があり、納入価格交渉で優位に立つ ○素材などの部品メーカーの生産効率性、稼働率が高い ○サプライヤーのマネジメントに優れ、コストカットなどに厳しい要求を課すかわりに成果報酬を与える ○同じユニットで世界各地に生産能力30万台規模の工場を展開。ワンパターンの繰り返しで世界へ拡大 ○モジュール化は設計の合理化目的ではなく、生産性が少し低くても賃金が安ければやるという割り切り
人材登用によるデザイン力の向上	<ul style="list-style-type: none"> ○他メーカーからのデザイナー招聘と留学生採用でデザイン力を身に付け、日独のコピーから脱皮 ○元アウディのデザイナーを責任者として副社長に抜擢、デザイナーの発言力が強化され、社内でデザインの重要性が再認識 ○起亜吸収で国内市場を支配(シェア80%)、それを背景に価格を引き上げ収益を確保
組織の風土・活力	<ul style="list-style-type: none"> ○会長は一度意思決定したら下の意見は取り入れず指示を出す ○会長は失敗してもいいからやってみろと指示、失敗から学び、先例に学び、成功につなげる ○やれといわれたら無条件に行動する。とにかくやってみるというチャレンジ精神を持っている ○スピード経営が企業文化に根付いており、競争力の源泉になる。 ○韓国には資源も技術もなくスピードで勝負するしかない ○議論を積み上げ確実に100%をめざすステップを踏む仕事の仕方ではない。一見非合理的だが、100%の要求に対して150%の飛躍的なアイデアが要求される
組織・意思決定	<ul style="list-style-type: none"> ○IMF危機時に古い体質を捨て去り、新しい成長基盤の構築に努めた ○マーケットを重視し戦略的に思考する米国流マネジメントを取り入れビジネスにスピードを生む ○戦略モデルや競争の激しいモデルは、現地本部の裁量でシェア獲得のための価格設定がなされる ○画期的なマーケティングは、主に現地法人のアイデアを活用

第2章 韓国主要自動車メーカーのグローバル展開にみる成長要因

1. 現代自動車グループの最近の経營業績

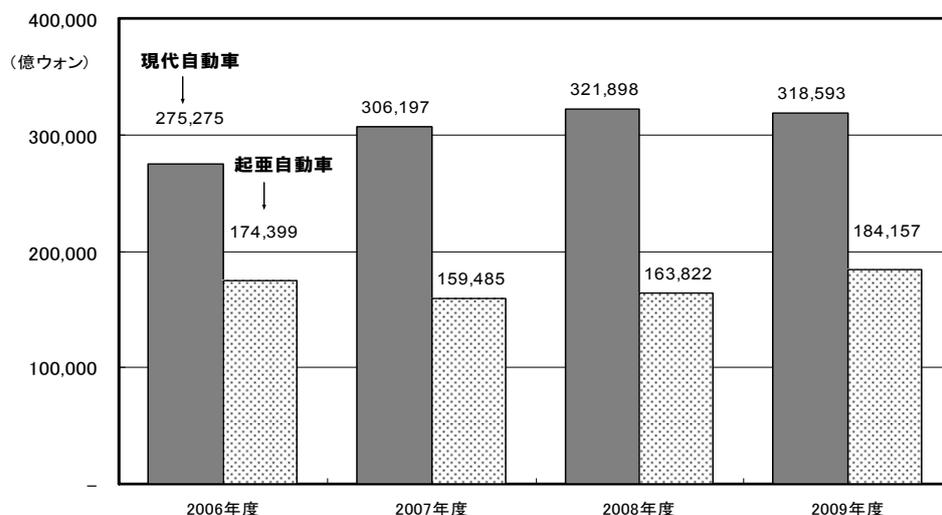
(1) 売上高の動向

現代自動車の売上高の推移（単独決算）を見ると、2009年の国内販売の売上高は政府の買い替え支援策に加え、高収益車種のモデルチェンジ効果により増収となった。一方、海外販売の売上高はウォン高による減収と小型車中心のモデルミックスとなったことが影響してやや減収となった。国内・海外を合わせた売上高は31兆9000億ウォンである。この結果、同年の売上高全体に占める海外売上高比率は49.6%となり、それまで上昇を続けてきた海外比率は一旦落ち込んだ。ただし2006年から売上高が拡大基調で推移している中、海外販売の寄与度も上昇傾向が続いている。

起亜自動車は、国内、海外ともに販売台数の増加により2008年以降、増収が続いている。2009年には特に税制優遇措置を受けたモーニングなどの国内販売が好調で、国内、海外を合わせた売上高は18兆4000億ウォンと過去最高となった。

2008年以降は世界的な自動車市場の停滞が浮き彫りとなり、多くのメーカーが減収となっているが、現代自動車グループは、それまでのウォン安と積極的な販売展開の効果でほとんど影響を受けていない。2009年にチョン・モンク会長は、世界的な不況のときこそシェアを拡大するチャンスであるとして事業拡大路線を継続する方針を明確にしており、過去数年間の好業績に蓄えた資金力を生かし、積極的に海外における生産拡大、販売活動を展開してきた。

図表 2-1 現代・起亜自動車の売上高推移（単独決算）



出典) 各社ホームページ

図表 2-2 現代・起亜自動車の国内・海外別売上高の推移

(億ウォン)

	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度
現代自動車				
国内販売売上高	118,522	129,334	122,922	160,670
海外販売売上高	156,753	176,863	198,976	157,923
海外売上高比率	56.9	57.8	61.8	49.6
起亜自動車				
国内販売売上高	48,671	48,521	50,148	69,528
海外販売売上高	125,728	110,965	113,674	114,629
海外売上高比率	72.1	69.6	69.4	62.2

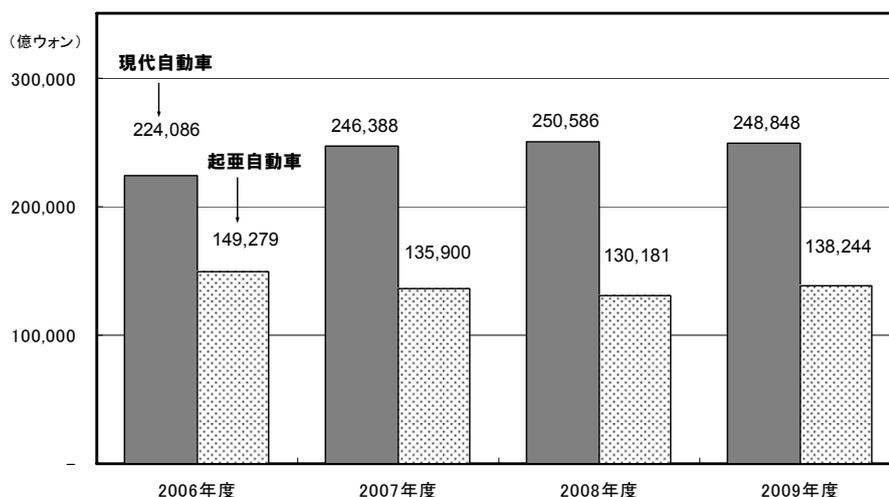
出典) 各社ホームページ

(2) 生産コスト（製造原価）の動向

生産コストは2009年で現代自動車が24兆9000億ウォン、起亜自動車が13兆8000億ウォンで、ここ数年、生産台数が増加している割にはコストは上昇していない。売上高に占める生産コスト比率は、現代自動車が2005年の81.4%から2009年には78.1%へ、起亜自動車が2005年の85.6%から2009年の75.1%へと削減されている。

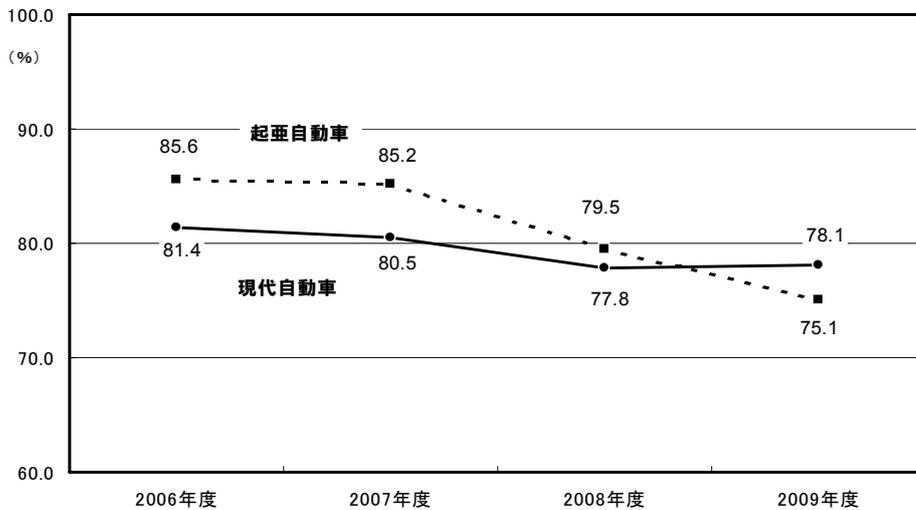
現代自動車グループのコスト削減にはいくつかの要因がある。1つは部品のモジュール化を積極的に加速し、モジュール化の構造に合わせて部品メーカーを再編した。それにより、製品品質を向上・維持するとともに、物流や製造コストの低減を図ったことがあげられる。また、最適モデルを効率的に世界へ供給するために現代・起亜を合わせてプラットフォームを集約し開発コスト削減と開発期間短縮を進めたこと、モデル間での部品の共有化を積極的に図ったこと、などが効を奏したと思われる。

図表 2-3 現代・起亜自動車の生産コストの推移（単独決算）



出典) 各社ホームページ

図表 2-4 現代・起亜自動車の売上高に占める生産コスト比率

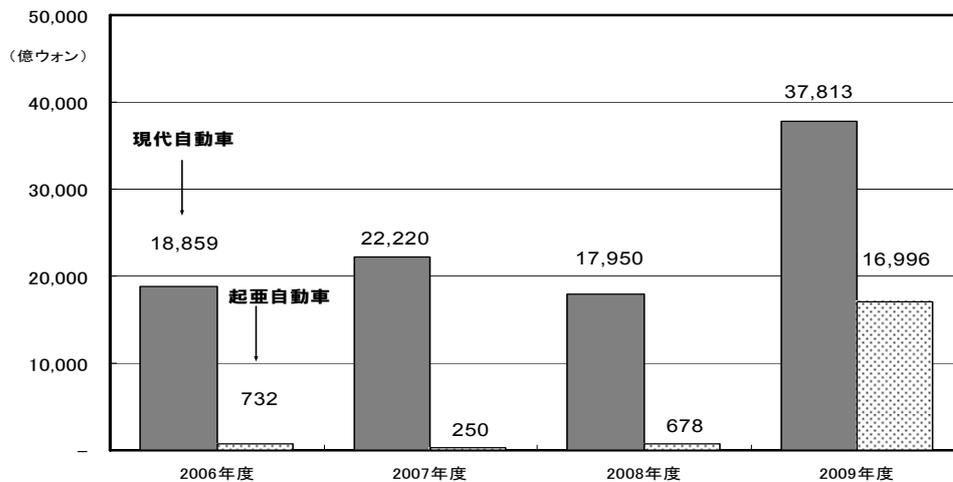


出典) 各社ホームページ

(3) 損益の動向

中期的な増収とコストの低減により、2009年の利益（税引き前利益）は現代自動車が3兆8000億ウォン、起亜自動車が1兆7000億ウォンと大幅増益となり、両社ともに過去最高益を達成した。現代自動車は前年比倍増、起亜自動車は（2008年以前は利益が少なかったが）、25倍以上の増益を記録した。現代自動車グループは2006年以降の純利益を蓄積し、海外生産向け投資に振り向けている。

図表 2-5 現代・起亜自動車の利益（税引き前利益、単独決算）



出典) 各社ホームページ

(4) 販売管理費の動向

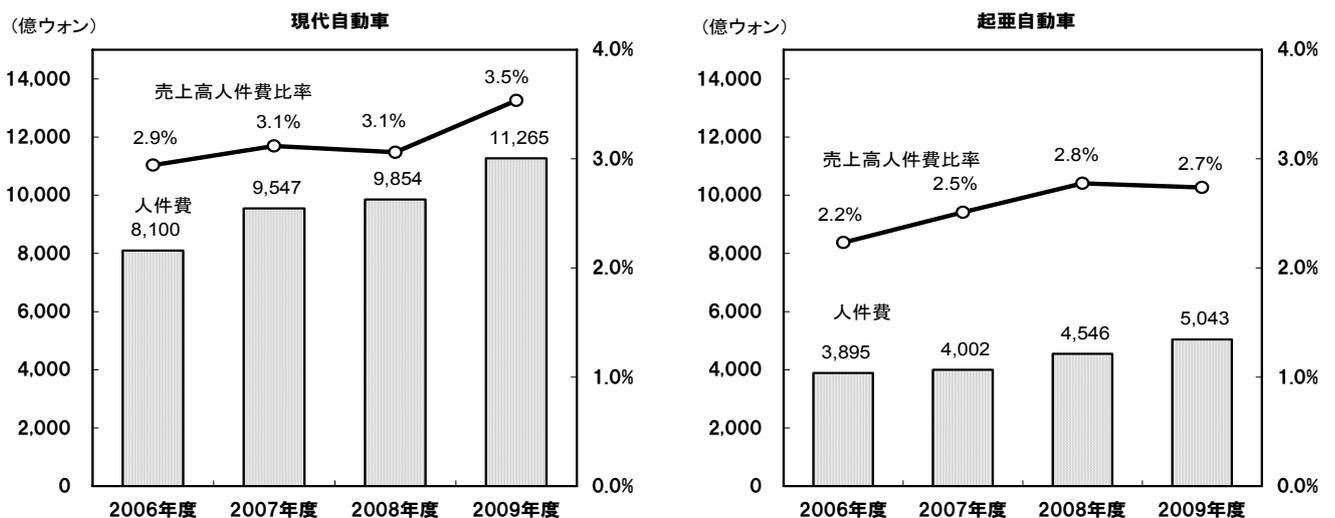
1) 人件費の動向

販売管理費の総額については、現代自動車、起亜自動車ともに増加傾向にある。増加要因の1つが人件費の上昇で、両社ともに人件費はこの3年間で約30%の増加となっている。売上高に占める人件費の割合は、2006年から2009年にかけて、現代自動車が2.9%から3.5%へ、起亜自動車が2.2%から2.7%へと上昇した。これは現代自動車グループが長年抱える労使問題を反映している。すなわち、対立的な労使関係が解消するどころか悪化してしまい、ストによる操業停止が常態化して賃金を上げざるを得ない構造が人件費の上昇圧力になっている。

しかし、こうした人件費圧力が必ずしも現代自動車グループのコスト負担を一概に増加させている訳ではない。現代自動車グループは一貫して部品のモジュール化を進め、傘下の現代モビス社に集中した形のモジュール化を加速している。現代自動車グループのモジュール化はサブアセンブリの外注に近く、モジュール化を進めれば、現代自動車グループ内部において部品を擦り合せたり製造する作業にかかる人的コストが大きく削減できる。加えて現代モビス社には労働組合がなく現場作業員の多くは非正規雇用者であるため(2007年当時)、雇用調整が行いやすく賃金も現代自動車グループに比べて安い。

モジュール化の加速は、一方で物流費の上昇要因ともなるため、モジュール化が即コスト削減とはならないが、少なくとも生産の外部化を図ることで、人件費上昇によるコスト増を回避しているといえるだろう。

図表 2-6 現代・起亜自動車の人件費の推移



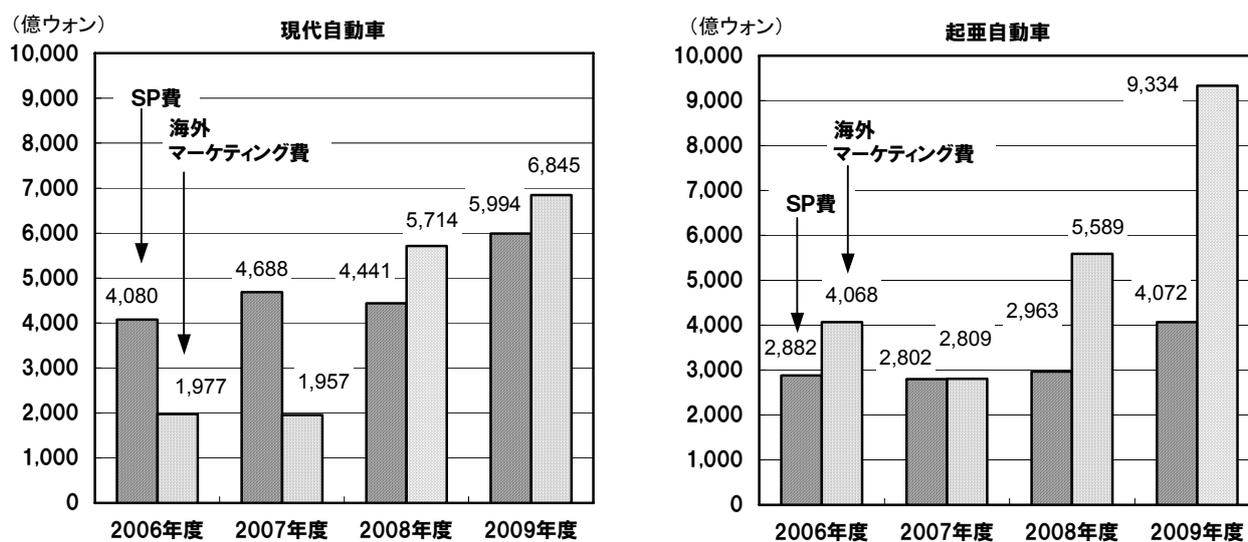
出典) 各社ホームページ

2) マーケティング関連費の動向

人件費と並んで販売管理費を押し上げているのは、マーケティング関連の費用である。2006年に比べて2009年には、現代自動車ではセールス・プロモーション費（SP費）が約1.5倍の5,994億ウォン、海外マーケティング費が約3.5倍の6,845億ウォンへ増加した。起亜自動車でもセールス・プロモーション費が約1.3倍の4,072億ウォン、海外マーケティング費が約2.3倍の9,334億ウォンへ増加した。

マーケティング関連費においては、コストが上昇したと見るよりも、それだけ積極的にマーケティング活動に注力していると見るのが妥当であろう。売上高の増加やコスト低減による利益増を見込んで、セールス・プロモーション費と海外マーケティング費を大きく増やしており、予算面からも積極的なマーケティング活動を展開しようとする姿勢がうかがえる。

図表 2-7 現代・起亜自動車のマーケティング関連費の推移



出典) 各社ホームページ

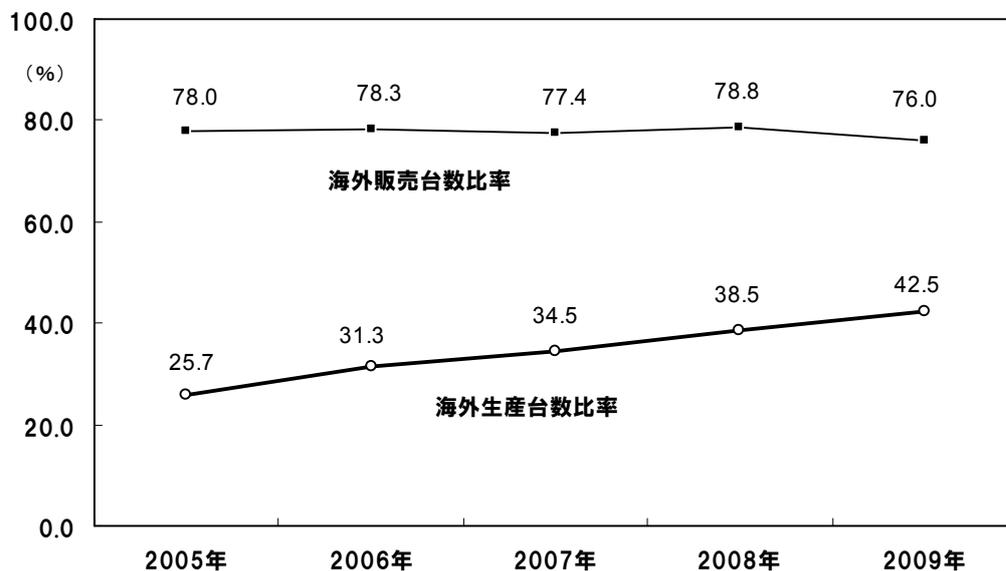
2. 韓国メーカーのグローバル展開の基本戦略と最新動向

(1) 現代自動車グループの海外生産・販売動向

1998年のチョン・モンク会長の就任以来、現代自動車はグローバルに販売を拡大する戦略を明確に打ち出し、輸出および海外生産の強化・拡大を図ってきた。韓国国内の市場は飽和状態に近く、しかも国内市場で現代と起亜を合わせて80%という独占的なシェアをすでに獲得している状況下において、販売拡大の活路は海外に見出さざるを得ない。

生産においては、世界第5位のシェアを盤石なものとし、2020年までにトヨタ、VWについて世界3大メーカー入りを狙う戦略目標のもと、世界各地における現地生産化を着々と推し進めている。現代自動車グループの2005年以降の海外依存度を見ると、海外販売比率は2005年以降、常に76~78%の高い水準で推移し、海外生産比率は2005年の25.7%から2009年には42.5%へと急激に上昇している。海外生産の狙いは、安い人件費を活用したコストの低減、消費地および消費地に近い拠点で生産することでの製造・物流コストの低減、為替リスクや関税や各国の輸出規制の回避などである。海外生産事業は2000年代前半に本格化し、2006年以降は一気に拡大した。

図表 2-8 現代自動車グループの生産・販売海外比率



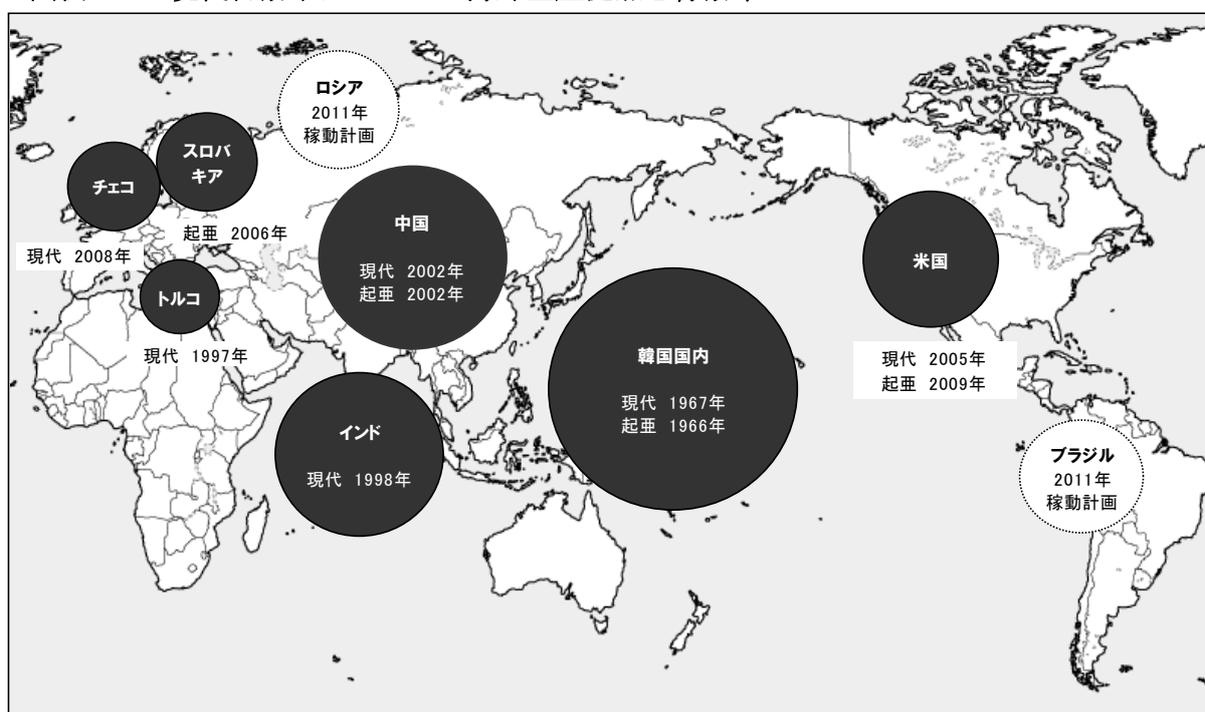
出典) KAMA 自動車統計年報、現代自動車・起亜自動車プレスリリース

(2) 現代自動車グループの海外生産拠点と生産能力

現代自動車グループは、2009年時点で現代自動車は（韓国を除いて）米国、インド、中国、トルコ、チェコの5カ国で、起亜自動車は米国、中国、スロバキアの3カ国で海外生産を行っている。

現代自動車グループは、世界最大市場の米国、今後の市場潜在力の大きいインド、中国、欧州市場への供給基地としてのトルコと東欧で生産を本格化させ、さらに有望新興市場であり周辺地域の供給拠点となりうるロシア、ブラジルへの進出計画を進めている。

図表 2-9 現代自動車グループの海外生産拠点と稼動年



出典) 各種情報をもとに現代文化研究所作成

1) 米国における生産

世界最大市場である米国では、2005年に現代自動車がアラバマ工場生産を開始し、2009年末には起亜自動車がジョージア工場を稼動、2010年からは本格的に生産を開始した。現代アラバマ工場の2009年の生産実績は約20万台、推定生産能力は30万台である。起亜ジョージア工場の2009年の生産実績は約1万5000千台、生産能力（2010年推定）は30万台である。現代アラバマ工場では、現在生産しているサンタフェの生産を2010年から起亜ジョージア工場へ移管し、スモールクラスの生産拡大を図って、新たにエラントラの生産を開始する予定である。

2) インドにおける生産

インドでは現代自動車が1996年に100%出資の現地法人HYUNDAI MOTOR INDIAを設立し、1998年から生産を開始した。その後、2008年に第2工場が完工し年間生産能力60万台の体制を構築した。2007年にはサントロの後継モデルであるi10、2008年からはi20の生産を開始した。2009年の生産実績は約56万台で、さらに2012年の稼働を目標に工場の新設を計画している。

3) 中国における生産

中国では2002年に現代自動車が北京現代汽車（現代自動車と北京汽車が50%ずつ出資）、起亜自動車が東風悦達起亜汽車（起亜自動車50%、東風汽車25%、悦達汽車25%出資）を設立し、現地生産を開始した。北京現代は2007年に第2工場を稼働し、2009年の生産実績は約57万台、推定生産能力は60万台となった。さらに北京において第3工場建設の計画があり、これが実現すれば生産能力は100万台へと引き上げられ、アバンテをベースとした新型エラントラを生産する予定である。

東風悦達起亜も2007年に第2工場を稼働し、推定生産能力を43万台へと拡大した。2009年の生産実績は約24万台である。2013年には生産能力30万台規模の第3工場を稼働予定で、これにより現代自動車グループ合計の生産能力は、既存ラインの増強と合わせて2013年に200万台となる計画である。

4) トルコ・東欧における生産

トルコでは1997年から現代自動車が生産を行っており、2007年には生産能力が10万台に拡大した。2009年の生産実績は約5万台であるが、トルコ国内での販売強化のためにインドからi20の生産を6万台分移管する予定である。

また、東欧では2006年には起亜自動車がスロバキアで生産を開始し、2008年には現代自動車がチェコで生産を開始した。スロバキアの2009年の生産実績は約15万台、生産能力は30万台、チェコの2009年の生産実績は約12万台、生産能力は同じく30万台である。

5) 今後の進出計画

現代自動車グループは、ロシアおよびブラジルにおいて、2011年の稼働を目標に工場の建設を計画している。ロシア、ブラジルともに当初の生産能力は10万台程度になる予定で、内需および周辺国への供給拠点となる見込みである。

図表 2-10 現代自動車グループの生産実績と能力

国	メーカー	工場	2009年 生産実績	生産能力 (10年推定)	主な仕向け地	主な生産モデル
韓国	現代	蔚山 全州 牙山 所下里	161 万台	176 万台	世界各地	
	起亜	光州 華城 所下里	114 万台	157 万台		
米国	現代	アラバマ	20 万台	30 万台	アメリカ国内 カナダ	SONATA SANTA-FE
	起亜	ジョージア	1.5 万台	30 万台	アメリカ国内 カナダ	SORENTO 10年より SANTA-FE
インド	現代	チェンナイ	56 万台	60 万台	インド国内 アジア・中東・欧州	SANTRO i10、i20
中国	現代	北京現代	57 万台	60 万台	中国国内	ELANTRA ACCENT TUCSON
	起亜	東風悦達起亜	24 万台	43 万台	中国国内	CERATO FORTE RIO SPORTAGE
トルコ	現代	イスミット	5 万台	10 万台	トルコ国内・東欧	ACCENT
チェコ	現代	ノショピツェ	12 万台	30 万台	東欧・西欧	i30
スロバキア	起亜	ジリナ	15 万台	30 万台	東欧・西欧	CEED
ロシア	現代	サンクト ペテルブルグ	—	10万台計画		
ブラジル	現代		—	10万台計画		

出典) 各種情報をもとに現代文化研究所作成

(3) 現代自動車グループの海外生産戦略

ここでは、現代自動車グループの各国生産拠点における生産車の仕向け地（出荷先）と生産モデルをみながら、各国拠点の位置づけを整理し戦略を分析する。

まず、共通の特徴があるのは米国と中国で、ともに国内の需要への供給である。米国生産の仕向け地は国内が 83%、輸出が 17%であるが、輸出といってもほとんどがカナダとなっているので、消費地である北米の需要の多くを担っているといえる。中国は 100%国内向けであり、旺盛で拡大する中国の需要に対応している。

米国での現代自動車の生産モデルは、米国は現代自動車販売の中心であるミディアムクラスのソナタと SUV のサンタフェで、2010 年からはスモールクラスの販売拡大を狙って、アラバマ工場でエラントラの生産開始を予定している。起亜自動車はスモールクラスのソレントを生産している。

中国での生産モデルは少し幅広いが、やはり中国での販売の中心であるスモールクラスの生産が中心で、生産モデル構成は現代自動車では現地ニーズに対応したエラントラ（中国モデルとしては YUEDONG）が 72%を占め、起亜自動車ではセラトが 43%、フォルテが 20%である。現代自動車グループでは中国国内販売を 2010 年に 100 万台、2013 年

の 200 万台、2020 年に 300 万台を目標にしており、生産の拡大を図っている。

米国・中国はともに内需向けの生産だが、生産モデルのベクトルは異なっており、米国では高ブランドモデルの生産、中国では低価格小型車の生産の比重が高い。

また今後は、ロシアやブラジルに工場建設が計画されているが、この両国においても当初は国内の市場へ向けた生産となるであろう。ただし将来的に生産能力が増強されれば、その地理的特性からロシアは東欧の国々を対象とした、ブラジルは南米各国を対象としたハブ生産拠点となる可能性がある。

これと対照的なのが東欧のチェコとスロバキアである。現代自動車のチェコ工場は年間 12 万台の生産実績があり、その生産のほとんどは西欧、東欧向けである。生産モデルは東欧・西欧で販売拡大を続けるスモールクラスの i30 である。起亜のスロバキア工場も、ほぼチェコと同じ構造と推測される。仕向け地のデータがないが、生産されているのは東欧・西欧で販売が好調なスモールクラスのシードであり、生産の 81%を占めている。このように東欧は欧州の需要に対する供給拠点としての性格が強い。

トルコは現状では国内出荷の割合が高いが、これはトルコの実績が生産量（実績）があまり多くなく、まだ国内消費分以上の生産キャパシティが十分でないためと推測される。インドから一部生産移管が予定される i20 の生産が開始すれば、欧州やアフリカ・中東などへ向けた生産が拡大すると予想される。

トルコ・東欧の生産・開発は、ドイツ（Hyundai Motor Europe）の R&D センターとデザインセンターが主導しており、欧州地域において「i シリーズ」としてブランドの再構築を図る意図がある。

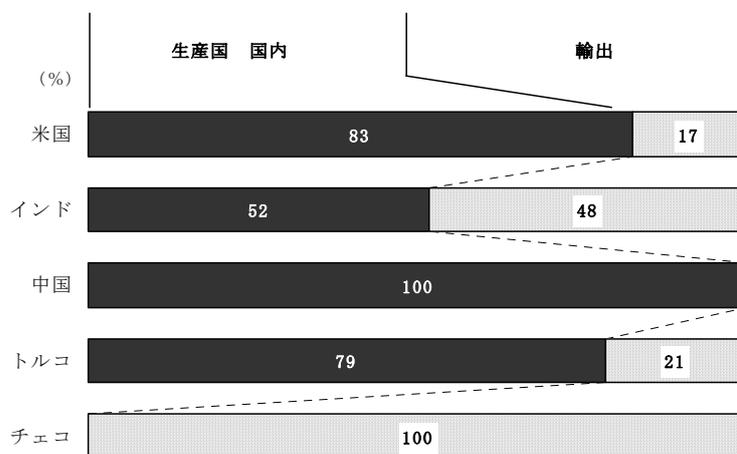
独自の性格をもつのがインドである。インドは 1998 年の生産を開始当初は、現在の中国と同様に、国内需要向けにエコノミークラスであるサントロを生産していた。その後、幾度かの生産能力増強一組み立て工場とエンジン生産工場の増強を経て、現在ではサントロの後継車であるエコノミークラスの i10 とスモールクラスで低価格の i20 を生産するようになった。

2009 年の生産割合では国内向けが 52%、輸出が 48%だった。欧州などで販売好調な i10、i20 が世界 110 カ国へ輸出している。i10 についてはインドが現代自動車にとって唯一の生産拠点である。最近では小型車の R&D センターを設立し、エンジニアを大幅に増員するなど、これまで培った低価格車の生産能力と技術を基盤にして、小型車のグローバルな開発・生産拠点の性格を強めている。インドは 2007 年に EU との FTA 交渉を開始し、ASEAN とは 2008 年に FTA 締結で合意した。FTA が発効され自動車関税が引下げ・撤廃されれば、インドに生産・輸出拠点をもつ現代自動車グループは小型車販売において有利となる。

このように見ると、現代自動車グループの現地化の方向性は比較的シンプルである。

基本的には、世界最大市場である米国と将来の巨大市場である BRICs においては、ダイレクトに現地消費に対応した生産体制を構築している。それ以外の地域では、1 つは消費地に比較的近い地域でかつ安価な労働力を確保できる国である。例えばチェコやスロバキアは、東欧のなかでは、西欧への高速道路が整備されるなど物流面で有利であり、労働力の面からは教育水準や労働者の質が高い割に賃金が安い（2006 年の都市別賃金は、スロベニア・リュブリャナ 16,536 米ドル、ポーランド・ワルシャワ 12,650 米ドルに対して、チェコ・プラハ 11,564 米ドル、スロバキア・プラチスラバ 9,057 米ドル）。2 つ目は輸出の際に自動車関税で有利であり、輸出主導経済を指向して外資を誘致し優遇する政策をとる国を選んで進出するという戦略である。

図表 2-11 現代自動車の生産国別仕向け地（2009 年）



注) チェコは国内分を含む EU 域内への輸出合計としてカウントされている

出典) 現代自動車ホームページ

図表 2-12 現代自動車グループの生産モデルの構成（2009 年）

	現代自動車の生産		起亜自動車の生産	
	モデル	構成比	モデル	構成比
米国	SONATA	53%	SORENTO	100%
	SANTE-FE	47%	(2010年より SANTA-FEを生産)	
インド	i10	49%		
	i20	21%		
	SANTRO	21%		
	その他	9%		
中国	ELANTRA	72%	CERATO	43%
	ACEENT	11%	FORTE	20%
	TUCSON	9%	RIO	17%
	その他	9%	SPORTAGE	18%
トルコ	ACCENT	77%	その他	2%
	MATRIX	23%		
チェコ	i30	100%		
スロバキア			CEED	81%
			SPORTAGE	19%

出典) 現代文化研究所調べ

(4) 現代自動車グループの生産調達戦略

1) 現代自動車グループの部品調達と系列メーカーの育成・強化策

現代自動車グループが品質と価格において国際競争力のある製品を開発・生産していくためには、一方で国際水準にある品質の高い海外自動車部品メーカーの部品開発能力を使用する必要がある。また一方では、韓国国内の系列部品メーカーを育成しながら比較的安価に部品を調達するという、並列した構造のバランスをとった部品調達政策を採用しなければならない。韓国内の部品メーカーはいまだ独自の先端技術や開発能力を十分に備えておらず、国際的な技術ライセンスの切れた製品を生産して発展しているメーカーも多い。現代自動車グループは、こうした韓国系部品メーカーを利用して新興国市場向けのモデルを生産すると同時に、米国や欧州の上級車市場車種においては、世界各国の主要自動車部品メーカーが開発した最新技術部品を採用して生産するという体制をとっている。

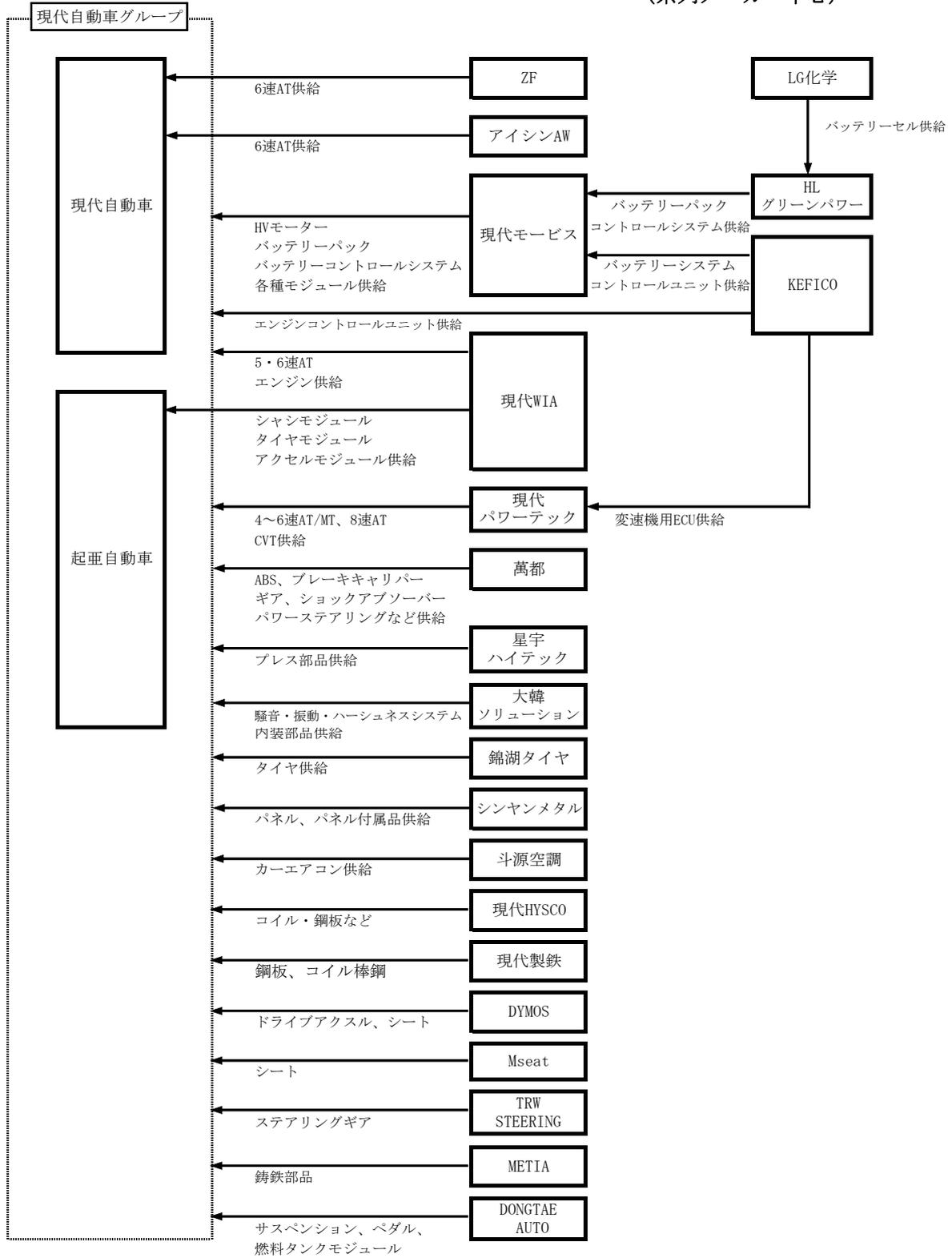
韓国系の系列部品メーカーの部品品質向上と育成は、将来の現代自動車グループの品質向上にとって大きな課題である。特に欧米向けの高級車生産においては、部品のライセンス使用料がコストに反映されるのを回避するためにも不可欠である。調達における成長阻害リスクを軽減するため、現代自動車グループは 2008 年に品質目標「Global Quality(GQ)-3355」を定めた。1次サプライヤーに対する品質評価制度を強化し、かつ部品メーカー全体への技術的支援や資金サポートを充実するプログラムである。これは 2002 年に導入した 1次サプライヤー対象の「5 スター制度」を拡充したもので、「創造的品質管理」目標のもとに、品質パス制度という商品の企画から設計、購買、生産、販売にいたるまでの段階において、あらかじめ設定した品質目標のクリアを部品メーカーに義務づける制度である。

2002 年に導入された「5 スター制度」においても、「5 スター」の評価を受けた企業は認証書とインセンティブを得るが、逆に一定の評価基準を満たさなかった企業は車両の開発・設計から排除されるという仕組みであった。2010 年にはこれをさらに推し進めて「グランド 5 スター制度」を導入した。これは「5 スター制度」の一段上の評価基準で、世界的品質向上を意図して設けられており、不良率、耐久性、安全性などの項目で世界的に高い品質水準に達したサプライヤーに対して付与され、様々なインセンティブが与えられる。またサプライヤーに対して他企業をクライアントとする輸出を売上高の 30%を目標として奨励し、海外での競争に敗れてさすことで品質向上を目指そうとする活動も展開している。

1次サプライヤーのみならず 2次サプライヤーに対しても、Supplier Quality(SQ)認証制度が導入され、現代自動車グループに部品を納入するためにはこの認証取得が必須となった。大まかな内容は、現代自動車グループと 1次サプライヤーが共同で定期的に評価を行い、1次審査で 75 点以上を取れば認証を獲得、50～74 点の場合は品質改善目標を伴った再審査、49 点以下の場合は 1次サプライヤーとの取引中止となる。

図表 2-13 現代自動車グループの主要部品の大手上りサプライヤーと供給関係

(系列メーカー中心)



出典) 各社広報資料などをもとに現代文化研究所作成

2) 現代自動車グループの海外における生産調達

現代自動車グループでは、先進国においては品質水準の高さを求めて各国の主要部品メーカーからの調達比率を高め、新興国においては主にローコストと安定品質の両立を求めて系列サプライヤーからの調達を行うという2本立ての調達戦略を展開している。

先進国における調達基準は、品質面評価や各国の現地企業からの調達ルールにより複雑だが、ここでは主に新興国における展開を、サプライヤー企業側からの進出例をもとにまとめておきたい。

現代自動車グループの1次サプライヤーは、2009年の統計では現代自動車が357社、起亜自動車が354社とされるが、韓国の主要大手部品メーカーである現代モービス（韓国部品メーカー売上高1位、2009年）、萬都（同4位）、現代WIA（同6位）、星宇ハイテック（同8位）の海外進出を一例として取り上げる。

まず現代モービスは現代自動車グループ最大の系列部品メーカーである。モジュール化部品・サブアッセンブリを集中的に受注し、現代自動車グループの高い価格競争力の一翼を担う核心企業である。2008年の連結売上高で世界14位の企業で、海外事業は現代自動車グループの展開に呼応しており、グループの海外生産拡大とともに事業規模を拡げていった。現代モービスは米国、中国、インド、スロバキア、チェコ、ロシアに海外生産拠点を持っており、現代自動車グループが現地生産に進出する際には、その近隣に必ず現代モービスの工場が建設されるなどの密接した関係を保ってきた。

萬都は韓国最大のシャシー関連部品メーカーで、現代自動車グループの事業展開に合わせて、同社も韓国以外に米国、中国、インド、トルコなどグローバルな生産拠点の構築を進めてきた。納入先では現代自動車グループが62%を占める。現代自動車グループ向けの納入を主に行ってきたため、韓国以外にも米国、中国、インド、トルコなどに生産拠点をもっている。また、現代自動車のブラジル工場建設に合わせて同地での工場建設に入った他、東欧地域に生産拠点を設ける計画である。

現代WIAは現代自動車グループ傘下の自動車部品・工作機械メーカーで、現代自動車グループの国内外の事業拡大に対応しながら成長してきた。海外事業では、現代自動車グループの主に中国事業に対応して金型などの新工場を稼動している。今後は北京現代と東風悦達起亜が生産する全車種の金型の供給、および現代インド工場への供給を目的として現地工場建設を予定している。

車体プレスメーカーの星宇ハイテックは、現代自動車グループへの納入拡大に伴って成長を続けており、今後も持続的な成長に向けて現代自動車グループのグローバル生産に対応した国内外の生産拠点拡充に注力している。

このように現代自動車グループの現地化においては、大手の系列部品メーカーを伴った進出形態をとっている。現代自動車グループの生産構造はかなりモジュール化（サブアッセンブリ化）が進んでおり、また基本品質の確保とローコストでの調達を両立させ

るためには、系列メーカーの現地進出が必要である。現代自動車の米国アラバマ工場近郊にある韓国系部品メーカーの工場は 2007 年末時点で 26 社あり、これは日系自動車メーカーの米国進出と比べても多い。さらに 2009 年の起亜ジョージア工場の建設に合わせて、各部品メーカーは起亜への部品納入を視野に入れて工場の拡充や新設を図った。

現代自動車グループは生産調達について明確な方針を出してはいない。将来、欧米において上級車・高級車の生産が本格化すればどう変化するか分からないが、現状では直系メーカーの関係強化による生産工程分業を指向している。またその取引関係は、韓国社会・企業の特徴である強い「系列」色が反映されている。

図表 2-14 主要部品の大手サプライヤーの海外進出（1）

■現代モータース

国	生産拠点	設立・移転	主な生産品目	主要納入メーカー
米国	アラバマ	2005 年	インストルメントパネル、シャシーモジュール、コクピットモジュールなど	現代アラバマ
	ジョージア	2010 年	フロントエンドモジュール、コクピットモジュール、リアシャシーモジュール	起亜ジョージア
	オハイオ・トレド	2006 年	シャシーモジュール	クライスラー
	オハイオ・デトロイト	2009 年	シャシーモジュール	クライスラー
インド	タミルナド州	2007 年	シャシー、コクピットモジュール、フロントエンドモジュールなど	現代インド
中国	北京	2003 年	変速機	北京現代、東風悅達起亜
	北京	2002 年	フロントエンドモジュール、コクピットモジュール、シャシーモジュールなど	北京現代
	北京	2002 年	バンパー、金型	北京現代
	江蘇省	2002 年	フロントエンドモジュール、コクピットモジュール、シャシーモジュールなど	東風悅達起亜
	江蘇省	2002 年	フロントエンドモジュール、コクピットモジュール、シャシーモジュールなど	東風悅達起亜
	無錫	2008 年	ブレーキシステム、ステアリングシステムなど	東風悅達起亜
チェコ	オストラバ	2009 年	フロントエンドモジュール、シャシーモジュール	現代チェコ
スロバキア	不明	2006 年	フロントエンドモジュール、コクピットモジュール、シャシー、バンパー、ブレーキ	起亜スロバキア
ロシア	不明	2010年予定	ステアリング部品、車体部品、シャシー、フレーム	不明

出典) 各社広報資料

図表 2-14 つづき 主要部品の大手サプライヤーの海外進出（2）

■萬都

国	生産拠点	設立・移動	主な生産品目	主要納入メーカー
米国	アラバマ	2008年	ブレーキシステム、ステアリングシステム、サスペンションシステムなど	現代、起亜、GM、フォードなど
インド	タミルナド州	1997年	ブレーキシステム、ステアリングシステム、ショックアブソーバーなど	現代インド、フォード
	タミルナド州	2006年	電動パワーステアリングシステム	現代インド
中国	北京	2003年	ブレーキシステム、ショックアブソーバー	北京現代、東風悦達、GMなど
	江蘇省蘇州市	2002年	ABS、ステアリングシステム	北京現代、東風悦達、GMなど
	ハルビン	2002年	ブレーキシステム、コーナーモジュール	北京現代、東風悦達、GMなど
	天津市	2004年	キャリパー	萬都北京
トルコ	ブルサ	1997年	ショックアブソーバー、シートメンバー	現代トルコ、ルノー、フォードなど
スロキア または ポーランド予定	不明	2013年目標	ブレーキシステムなど	不明
ブラジル	サンパウロ	2012年予定	ブレーキシステムなど	不明
マレーシア	セランゴル	1995年	ステアリング部品	プロトンなど

■現代WIA

国	生産拠点	設立・移動	主な生産品目	主要納入メーカー
中国	江蘇省	2007年	鋳造部品	北京現代、東風悦達
	山東省	2007年	エンジン、シリンダーブロックなど	北京現代、東風悦達
	江蘇省（新工場）	2009年	金型	北京現代、東風悦達

■星宇ハイテック

国	生産拠点	設立・移動	主な生産品目	主要納入メーカー
インド	タミルナド州	1997年	車体プレス部品	現代インド
	マラジュトラ州	2008年	車体プレス部品	GMインド
中国	北京	2002年	車体プレス部品	北京現代
	無錫	2002年	車体プレス部品	東風悦達
	塩城	2006年	車体プレス部品	東風悦達
	瀋陽	2008年	車体プレス部品	不明
チェコ	オストラバ	2005年	車体プレス部品	現代、起亜、スロキア
スロキア	不明	2006年	車体プレス部品	現代、起亜、スロキア
ロシア	不明	2008年	車体プレス部品	現代

出典）各社広報資料

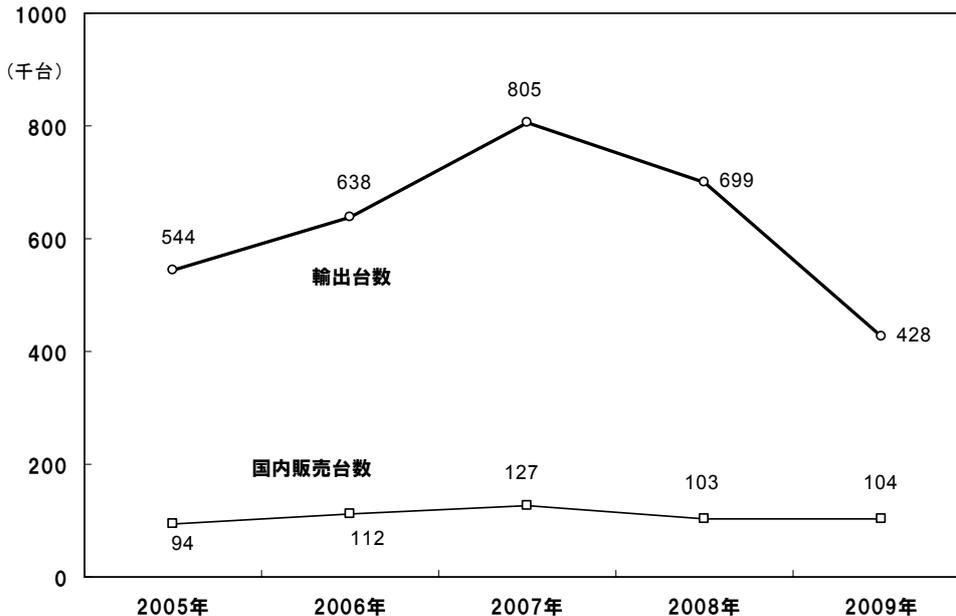
(5) GM 大宇のグローバル市場での展開状況

1) GM 大宇の動向

2002年の設立以来、GM大宇の成長を牽引したのは輸出である。2007年時点で、韓国国内の販売台数は約13万台だが、輸出は2005年の約54万台から2007年には約81万台と約1.5倍に拡大した。設立翌年の2003年と比べると約3倍の拡大である。これは2002年のGMによる買収以降、GMがGM大宇を小型車開発・生産・輸出のグローバルな戦略拠点と位置づけ、輸出の強化に積極的に取り組んできた成果であった。GM大宇の生産車は、世界のGMの販売網を活用してシボレー、ポンティアックなどといったGMグループのブランドで販売されており、GM大宇からの輸出は世界約150カ国に及ぶ。主な仕向け地は、スモールクラスのジェントラ（韓国でのモデル名、以下同）が中国に、スモールミディアムクラスのラセッティがロシア、東欧に、エコノミークラスのマティスがインドや西欧、東欧に向けて輸出されている。

こうして成長してきたGM大宇だが、2008年に金融危機とGM本体の破綻、その後の世界的な自動車需要減退の影響を大きく受けて、2008年には輸出が約70万台（前年比13.2%減）、2009年には約43万台（前年比38.9%減）と大きく落ち込んだ。輸出への依存度が極端に高かったが故に影響は多大であった。同時に経営状態も2008年に金融損失を出して大幅赤字を計上し、2009年には売上高が前年の2割減、純利益が2年連続の赤字になって、BS（バランスシート）の悪化も顕在化した。GMが約4億米ドルの資金を注入してようやく経営危機を回避するなど、ここ2年の経営・販売は深刻化している。

図表 2-15 GM 大宇の国内販売台数と輸出台数（乗用車）



出典) KAMA 自動車統計年報

2) GM 大宇の生産とグローバル戦略

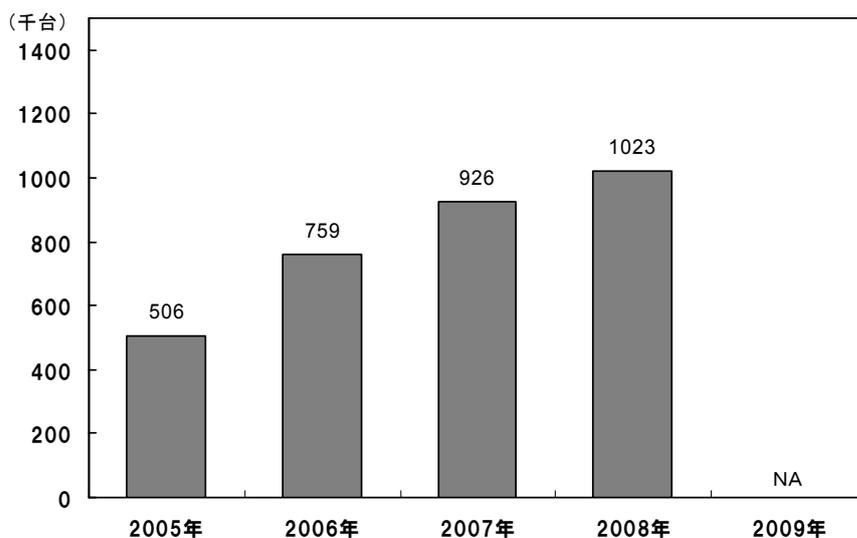
GM 大宇の完成車生産拠点は、群山工場、富平工場、昌原工場の3カ所であり、この3工場合計で100万台強の生産能力をもつ（乗用車・トラック計、推定値）。GMはGM大宇をアジアにおける重要生産拠点とし、完成車の他にもKD生産の強化にも力を入れている。2006年には仁川に生産能力57万台のKDセンターを完成させ、韓国国内でのKD生産能力を増強した。

製品開発面からみると、GM大宇自身の開発モデルはアジア諸国のGM拠点でも生産されており、海外では主にシボレーブランドとして販売される。主力モデルは、スモールミディアムクラスのGMの世界戦略車ラセッティ（海外名シボレー・クルーズ）、ミディアムクラスのトスカ、エコノミークラスのマティス（シボレー・スパーク）である。GMはGM大宇の製品をベースに、主に中国、インドといったアジアの主要市場で販売している。また、シボレーブランドのミニバン、オーランドの生産も開始しており、欧州向けに輸出する計画がある。

このようにGM大宇は、GMグループの小型車のグローバルな開発・輸出戦略拠点であり、アジアにおける生産の重要拠点と位置づけられている。

しかし、GM大宇の経営・資金面の問題、韓国国内販売の不振といった不安定要因に加え、2010年からはGM北米工場においてラセッティとジェントラの生産を開始することや、GM大宇車の中国、インドでの増産が進むなどにより、GM大宇の完成車輸出は縮小が不可避である。GMにとってGM大宇は、アジア市場に向けての小型車開発の中核であり、中国、インドにおける製品投入戦略の中心的役割を担っている。そのため最近では、韓国国内工場をCKD供給拠点として強化している。いずれGM大宇ブランドをシボレーブランドに一本化する方針も打ち出している。

図表 2-16 GM 大宇のCKD キット輸出台数



出典) GM 大宇広報資料

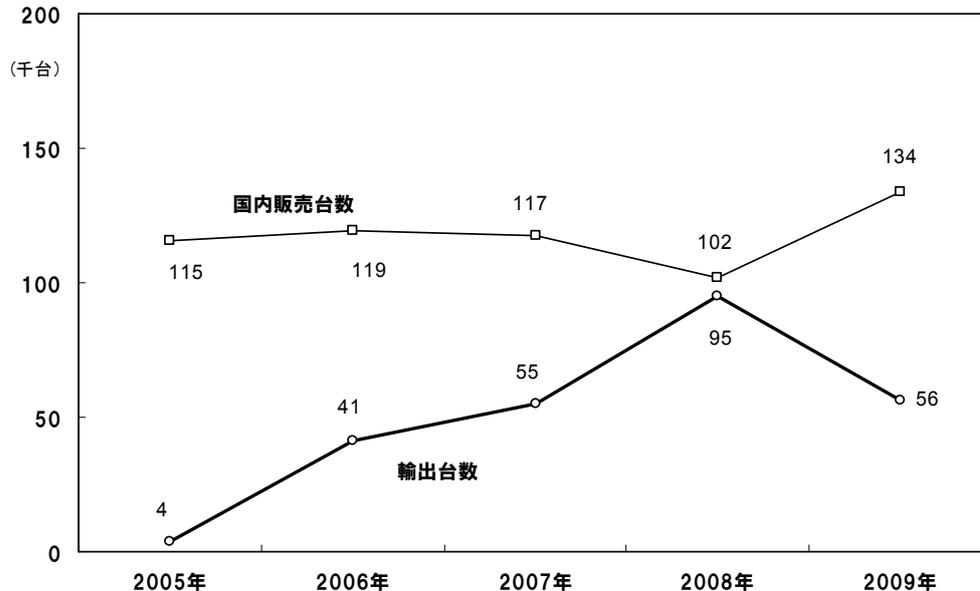
(6) ルノーサムソンのグローバル市場での展開状況

1) ルノーサムソンの動向

ルノーサムソンの韓国国内の販売台数は過去 10 万台強の水準で推移してきたが、フルモデルチェンジした SM3、SM5、2007 年に投入されたミニバンの QM5 などのモデルが市場で高評価され、2009 年には過去最高の 13 万 4000 台の販売を記録した。

これまでルノーサムソンに対しては、ルノーが販売を支援し日産が開発・生産を支援する体制がとられてきた。2005 年に製造品質の高さがルノー・日産に評価され輸出が本格化し始め、同年に約 4000 台に過ぎなかった輸出台数は 2008 年には約 9 万 5000 台へと、まだボリュームは少ないものの着実に成長してきた。しかし 2009 年には世界的な自動車需要減退の影響を受け、輸出台数は約 5 万 6000 台にとどまった。

図表 2-17 ルノーサムソンの国内販売台数と輸出台数（乗用車）



出典) KAMA 自動車統計年報

2) ルノーサムソンの生産とグローバル戦略

ルノーサムソンの完成車生産拠点は釜山工場 1 カ所のみで、生産能力は 24 万台である（乗用車のみ）。生産モデルは日産のブルーバードシルフィをベースとした SM3（スモールミディアムクラス）、同じく日産のティアナをベースとした SM5（ミディアムクラス）と SM7（ラージクラス）、ルノー・日産が共同開発したルノー・コルオスをベースとした QM5（ミニバン）である。このうち輸出の主力モデルは SM3 と QM5 で、主な仕向け地は SM3 が中東、QM5 が西欧・東欧であり、韓国国内とアジアの一部地域を除き

ノー・ブランドで販売している。

ルノー・日産グループはルノーサムソンをアジアの開発・生産・輸出拠点と位置づけている。ルノーの投資を基にして、SUVのグローバルな生産拠点化、釜山工場の生産能力の50万台までの増強、次世代エンジン生産工場の建設などを計画している。また日産自動車は、円高の影響を回避するため、かつ拡大する中国市場の需要に対応するために、日産の日本での生産の一部をルノーサムソンへ移管する方針を固めた。

最近では欧州での販売が拡大するに連れて、プラットフォームを日産からルノーへと切り替えたり、デザインセンターを強化してルノーデザインの開発基地化する構想が打ち出されるなど、全般的にルノーへの依存度が高まっている。欧州市場におけるルノーブランドでの販売拡大を視野に入れ、ルノーグループ向けの完成車輸出拠点としての戦略展開が図られている。

またルノーサムソンは、ルノー・日産グループの部品調達拠点としての役割も担っており、国際物流センターが設立され、韓国系部品メーカーからの調達体制が整備されつつある。

(7) 韓国自動車メーカーのグローバル展開のまとめ

韓国の自動車産業は金融危機後の世界的な自動車需要減退により輸出に偏重した成長路線と内需拡大の遅れが顕在化した。韓国国内の販売を活性化するための戦略が再認識されているが、国内市場は成熟化が進み大きな需要拡大が見込めないため、今後の成長の軸足は海外での生産・販売や輸出に置かざるを得ない。こうした状況の下で、1つは現代自動車グループによる海外生産の進展、もう1つは欧米資本の入ったGM大宇とルノーサムソンによる韓国のグローバルな輸出拠点化が進展している。

製品としては、海外生産および輸出ともに、韓国自動車産業が得意とするスモールクラスやエコノミークラスなどの世界的な量販セグメントを主力とする製品投入であり、低価格かつ高品質という商品特性により新興国を中心に販売拡大を図っている。さらに、現代自動車による米国市場へのジェネシスの投入、ルノーサムソンのルノーブランドによる欧州へのミニバン輸出開始など、上級車や高付加価値車のグローバルな販売も始まっている。

第3章 韓国の自動車産業政策の最新動向と通商政策

1. 韓国政府の自動車産業政策の最新動向

(1) 韓国政府が推進する自動車産業政策の概要

1) 韓国自動車産業の発展と政府の保護・育成策の経緯

韓国自動車産業の発展における政府の政策の力が大きく働いており、1980年頃までは国内産業育成のための様々な輸入規制が敷かれた。韓国が本格的に自動車生産を開始したのは1960年代に入ってからのことである。この頃に、現在に至る主要韓国メーカーが設立され、主に日本メーカーからの技術支援を受けて生産を開始した。同時期に自動車メーカーの設立が相次いだのは、政府が自動車産業の保護・育成策を本格的に始動したからである。1962年に「自動車工業保護法」を制定して、外国車・部品の輸入を制限し、地元企業との合弁以外の外資の参入を排除した。しかし、国産車を生産するとはいえ、実情は日本などから部品を輸入し組み立てることだけに留まっていたため、韓国政府は1964年に「自動車工業総合育成計画」、1967年に「自動車工業育成基本計画」を定め、部品メーカーの系列化と国産化率の向上に努めた。この時期には、完成車については原則として輸入禁止措置が取られ、部品に高関税が課せられるなど、国内産業育成の政策が続けられた。

国産化率の上昇と、韓国の経済成長および自動車市場の急拡大を受けて、韓国政府は1988年に乗用車の輸入を全面自由化した（ただし日本車については、日本製品全般への事実上の輸入禁止措置が解かれる1999年以降である）。しかし国産化率が上昇したとはいえ、品質面では日米欧製品の水準に及ばず、自動車関連製品には30%の高関税がかけられたままであった。これ以降、韓国の自動車産業は品質向上に注力しており、現代自動車は「100ppm活動」という部品の不良率を大幅に低下させる活動を展開し、政府もこれをバックアップした。その後、韓国の完成車および部品の国際競争力の向上と国内の自動車産業の成長、および国策としての韓国産業の輸出拡大政策から、関税を30%から徐々に引き下げ1995年以降は一律8%となるなど、自動車市場の自由化を進めた。

韓国は1997年にOECDに加盟し、同年にはIMF通貨危機を乗り越えるために貿易投資と資本取引自由化を進め、今日に至る。現在でもGDPの約80%を輸出に依存しているため、輸出政策や輸出障壁に対する現実感極めて強い。そのため、農産物などの国内に一部の反対があるものの、輸出と貿易自由化は国家の大きな成長の柱であり、多国間および2国間の自由貿易協定を推進してきた。この過程で各国とのFTAの締結などを積極的に推し進めている。最近では、ブラジルなどの南米諸国やインド、エジプトなどと「サンパウロ・ラウンド」といった緩やかな貿易圏形成を目的として、域内貿易の活発

化を狙った経済協定を締結し、世界 11 カ国との間で貿易の 70%の品目における関税の 20%下げに合意するなど、貿易自由化に熱心である。

自動車産業分野では、1998 年に乗用車の輸入が全面自由化され、その関税率は 1995 年以降一律 8%となった（トラックは 10%）。しかしこの税率は高く、輸入部品を用いて韓国で生産する外資企業にとって価格競争力の面で支障がある。また海外メーカーからの輸出や取引関係を通じて、韓国企業が先進技術を獲得する上での障害の 1 つである。

韓国は自動車産業を国家成長戦略の軸に据えて発展を遂げ、2000 年代後半には軸足を海外生産に移して成長してきた。

韓国は IMF 危機以降に国家政策を大きく展開した。それまで、徹底して日本を追随する政策を取り入れて来たが、この日本型から軌道修正して米国を中心としたグローバル・スタンダードモデルを採用し始めた。例えば、終身雇用制に代えてリストラや中途採用を多用し、実力主義と年俸制に移行した。キム・デジュン大統領（当時）は財閥間の「ビッグ・ディール」政策を敢行し、各産業における企業数を削減（自動車と言えば、現代自動車 1 社体制、エレクトロニクスではサムソン 1 社体制）し、限られた企業を集中的に育成するいわゆる「チャンピオン制」を採用した。これにより、政・官・財の鉄のトライアングル体制を築き上げ、現在につながる限られた企業を徹底的にバックアップできる仕組みが出来上がった。その後も、ウォン安と比較的安い労働力を利用して輸出を拡大し 2005 年以降は現地生産を加速して、韓国自動車産業は現在に至る発展を遂げている。ただ、こうした国家が株式会社化するような重商主義的政策が、韓国の国民生活を果たして豊かにしたか否かは別の問題としても、韓国の国家戦略が韓国自動車産業の成長を促したのは事実である。

2) 社会・経済政策

韓国政府は2009年1月に、2008年後半からの世界的な経済失速による国内経済低迷への対応として、主に短期的な景気浮揚と雇用確保を目的とした「グリーンニューディール政策」を発表した。同時に将来の成長を牽引する分野として「成長エンジン」3分野を指定し、その1つの分野にグリーンカー事業が含まれ、韓国がグリーンカー生産で世界の4大国入りをするための施策を導入し実施することが目的とされた。同年7月には「グリーン成長国家戦略・5カ年計画」が発表され、中期的な国家成長目標として、環境技術をもって世界シェアを拡大する方針が打ち出された。

一方消費面では「ヒューマンディール政策」により、将来の内需の中核を担う新中産層の創出・拡大を狙ったいくつかの施策が発表された。

図表 3-1 韓国政府の主な社会・経済政策

社会・雇用・経済策	<p>●グリーンニューディール政策(2009年1月)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2009～2012年の4年間で50兆ウォンを投資 ・4大河川の大規模整備 ・環境転業の推進 ・上記により2012年までに36万人の雇用を創出 (自動車関連ではハイブリッド車や電気自動車の普及を促進)
	<p>●新成長エンジン(2009年1月)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成長牽引分野としてグリーン技術産業、先端船舶産業、高付加価値サービス産業を指定 ・この3分野で付加価値を70兆ウォン、輸出増額3000万ドル以上を拡大、350万人を雇用 (グリーンカー生産はグリーン技術産業分野に含まれる)
	<p>●グリーン成長国家戦略・5カ年計画(2009年7月)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2013年までに107兆ウォンを投資 ・LED・太陽電池・ハイブリッド車などの環境技術で世界シェア拡大
	<p>●ヒューマンディール政策(2009年1月)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内需の成長を担う中産層育成を柱に私教育費負担の軽減 ・ベンチャー企業支援などを推進
	<p>●兆9000億ウォンの雇用手続保証予算、インターン事業支援</p>
	<p>●金融機関救済</p>
	<p>●若年雇い替え促進(2009年末までの期限延長、2009年5月導入)</p>

出典) 大統領府発表、各種報道資料

3) 自動車産業関連の政策

社会・経済政策の大きな方針の下での自動車産業に関連する政策としては、韓国自動車産業が抱える諸問題の解決、および将来に渡る自動車産業の成長を促す課題への取り組みが掲げられている。具体的には、グリーンニューディール政策における環境関連事業の促進政策を基にしたハイブリッド車や低公害車の普及の促進、およびグリーンカー事業を柱とした環境対応車事業の育成とそのための自動車部品業界を含めた研究・開発への支援、国内の環境対策を解決するための車両の開発促進などである。

また、中産層育成・拡大を視野に、これまで拡大してこなかった軽・コンパクトカーの市場活性化策も盛り込まれている。韓国市場では消費者が大型車を好む傾向や、対立的労使関係による非効率な生産体制と賃金上昇によって、量販が期待できず利幅の薄い軽・コンパクトカーの市場投入が進まなかった。これは現代自動車を初めとする韓国メーカーが、世界市場で小型車の販売拡大を遂げているのとは対照的である。こうした問題を是正するために、軽自動車の規格拡大や税制優遇がすでに実施されて効果を上げているが、今後も小型環境対策車への税制優遇などの政策強化が計画されている。また韓国における根強い問題である対立的な労使関係を改善するための諸策も掲げられている。

図表 3-2 韓国政府の自動車産業関連政策

自動車産業関連政策	<p>●軽・コンパクトカー市場活性化策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・需要拡大、生産性向上・事業効率向上めざした労使関係の健全化による利益確保 ・低燃費、低排出ガスなど環境対策車への優遇政策
	<p>●環境対応車事業の育成政策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2009～2012年に環境対応車やグリーンエネルギー普及に2兆2765億ウォンを投資 ・リチウムイオン電池の共同開発と同事業への5年間で500億ウォンの財政支援 ・上記参加企業に設備投資を含めて計1兆ウォンの投資
	<p>●長期的輸出競争力強化に向けたR&D支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎年5%の燃費向上を達成するための新技術開発資金支援 ・新技術開発から実証・実験にいたるまでの総合支援 ・環境車関連の部品技術競争力獲得に向けた長期R&D融資
	<p>●労使問題の解決</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長期的視点に立った交渉形態の確立、改善意識の労使での共有化 ・団体協約の見直し・改定
	<p>●部品業界の育成政策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政府・産業界主導によるM&A、独自開発力育成、事業効率化への支援 ・2次・3次サプライヤーの育成 ・産官学連携による環境分野での先端技術獲得

出

典) 各種報道資料

4) 自動車部品産業の課題と育成政策

韓国自動車部品産業の問題は、いくつかの側面で企業間に破行性がある点である。1つは、ごく一部の韓国系大手および外資系サプライヤーと、多数の中小零細の2次・3次サプライヤーからなる二重構造となっている点である。今後の韓国自動車メーカーが、独自の最新技術をもって世界的なブランドを確立し、さらに次世代の環境対策車で世界の主力な地位を占めるためには、こうした2次・3次サプライヤーが高い技術開発能力を獲得していくことが不可避である。しかし、中小部品メーカーは資金力が乏しく将来に向けての先進技術への開発投資などが進まないのが現状である。また、これらサプライヤーは民族系企業が中心で系列色が濃いことから、海外企業との取引経験を通しての技術獲得が進まないことも問題視されている。独自の技術獲得が進まなければ、ライセンス使用料がコスト高要因となり、世界的価格競争力にも悪影響を及ぼす。

もう1つの問題は、いくつかの企業はすでに高い技術力を備えてはいるものの、高い技術国際競争力を蓄積する電気・電子産業分野においてさえ、自動車の走行・燃費などの基本性能や安全・環境にかかわるカーエレクトロニクスへの転用が遅れている点である。素材・汎用部品・裾野産業分野においては、依然して日米独との格差が残る。

こうした部品産業を巡る課題への対応として、世界最新レベル技術の獲得、開発・生産・輸出拠点としての発展、開発・生産・輸出を支える機能（分野）の強化を柱とする成長戦略目標が掲げられ、海外企業からの技術の獲得と韓国のローコストの確立、国際的水平分業の推進、幅広い産業分野の強化などを目的とされている。

図表 3-3 自動車部品産業の成長戦略目標

<p>①世界最新レベル技術の獲得</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・日米欧の先進技術と韓国のローコストの両立 ・韓国独自の開発部品の増加、設計・開発能力の強化 ・韓国依存・垂直統合から世界水平分業へ展開を進め先進技術を蓄積
<p>②開発・生産・輸出拠点としての発展</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・海外生産用CKDの増強 ・CKDモジュールの生産拡大 ・部品産業が自動車部品生産の全分野を網羅するような育成 特に素材・裾野産業分野の技術力強化 ・人件費上昇に応じた高付加価値部品の開発・生産
<p>③開発・生産・輸出を支える機能の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・機械・加工産業の強化 ・素材産業の強化 ・試作・開発支援産業の強化 ・金型・工具産業の強化

出

典) 各種報道資料

その目的に基づき、ファンドの設立を含む M&A の活性化策や海外企業・研究機関との連携および海外事業機会に対する支援などの政策展開が図られている。自動車は構成部品が多く部品の素材分野も幅広いため、裾野分野である素材産業に対する支援に力点が置かれている。

図表 3-4 自動車部品業界に向けた支援策

- 地域相生保証ファンドと部品素材M&Aファンドの設立
- 地域相生保証ファンドは政府と自治体が共同で資金難に陥った部品メーカーに対して流動性を支援
- 部品素材M&Aファンドは1兆ウォン規模で自動車部品・素材メーカーの国内外でのM&Aを活性化
- 海外の自動車・部品メーカーや素材分野先進国の研究機関と連携
- 国内外の展示会参加への支援や国内部品メーカーの技術・価格競争力などの広報支援

出典) 韓国経済知識部、韓国部品工業会、各種報道資料で作成

5) 次世代環境対応車の推進政策

韓国政府は環境対応車を経済・産業政策の1つの柱として、グローバル自動車市場における主導的立場を確立することをめざしている。その次世代環境対応車推進策の3本柱は、電気自動車 (EV)・燃料電池車の開発、ハイブリッドシステム (HV) およびプラグインハイブリッドシステム (PHV) の普及、次世代ディーゼルエンジン関連の技術開発と普及である。

その中でもとりわけ政府はEV開発に力をいれている。現地でヒアリングした業界関係者や有識者は、韓国政府のこの2~3年で、環境対応車支援の軸足をHVからEVへシフトしたといい、また世界各国の政府がEV開発を支援する中でも、短期間かつ集中してEV開発を行うべく支援している点が特徴だとしている。

政府は、2009年10月にEVの技術開発・実証・普及の支援を骨子にする「EV産業活性化案」を発表した。同案を通じてEVの国内量産の開始時期を2011年下半期に2年繰り上げ、韓国EVメーカーが2015年に世界EV市場の10%を目指すことを目標とした。また2010年9月に発表された追加案「EV普及促進策」は、2020年に国内乗用車市場に占めるEVのシェアを20%以上にするなどを通じて、グローバルEV4大強国の地位をめざす内容となっている。

図表 3-5 EV産業活性化案・EV普及促進策の目的

- 2015年までに韓国メーカーの世界EV市場でのシェア10%獲得を目指す。
- 2020年までに乗用車市場に占める電気自動車のシェアを20%に拡大して電気自動車保有台数を100万台にする。また減税や充電器普及なども盛り込んで電気自動車普及を推進する。

出典) 韓国経済知識部広報資料

EV 産業活性化案では、①バッテリーなど EV の中核部品技術開発、②EV の走行安全基準、インフラの整備、③テスト生産及び道路運行の実証事業支援、さらに④公共機関及び一般消費者への普及促進の 4 分野での推進計画が策定されている。

①のバッテリーなど EV 中核部品技術開発では、EV 開発のロードマップを策定し、2014 年までに総額 4000 億ウォンが投じられる。中心はリチウム電池と 2 次電池の開発で支援である。また資源確保のために、韓国鉱物資源公社がリチウムに関するボリビアとの共同研究・開発を締結しており、韓国の開発優先権取得を狙っている。また、駆動モーター、インバーター・コンバーターの電力モジュール、車載搭載型軽量充電器など電力系連携技術の開発も支援する内容となっており、重点育成が必要な戦略部品の技術開発を集中的に支援する。具体的施策としては、2020 年までにリチウム電池を次世代の基幹産業に育てる長期計画を発表され、研究開発や人材育成に官民一体で取り組む。リチウム電池にかかわる素材全体の自給率は現在 20%以下で、ほとんどを日本からの輸入に頼っているが、今後は大学や大学院の課程拡大などにより研究者を 2020 年に年間 1000 人に増やし、人材育成を通じて国産化率を引き上げる計画である。また予算措置は未定だが、研究開発支援も開始し、リチウムイオン電池を中心とする 2 次電池で 2020 年に世界シェア 50%をめざすとしている。

②の EV の走行及び安全基準、充電施設設置基準など法制度の整備では、官民一体となって EV 充電設備などのインフラ整備を進めるのと同時に、走行・安全面での法的整備を急ぐ内容である。

③のテスト生産及び道路運行の実証事業支援では、EV をパイロット生産するメーカーに車載開発費を支援し、EV が実際の道路を走行する過程で発生しうる多様な問題点を点検するための実証事業を実施する。走行に必要な充電ステーションについては国費で構築を支援する。充電ステーションに関しては、「スマートグリッド実証団地」の EV 充電インフラ実証事業を推進し、EV インフラの性能評価と経済性評価を行い、充電効率、充電施設規模・費用等を分析する計画である。

④の公共機関及び一般消費者への普及促進では、まず公共機関を対象とした補助金制度を実施し、2014 年までに 2000 台以上の普及を目指す。2011 年下半期から公共機関の EV 購入に対して、同級のガソリン車との価格差の 50%、最大限 1 台当たり 2000 万ウォンを補助する。一般消費者に対する税制優遇については、2011 年から 2015 年までの EV と HV などのその他環境対策車を含めたエコカー普及拡大策の枠組みとして、2015 年でエコカーのシェア 20%をめざして、5 年間に 1 兆 7000 億ウォンの予算が投じられる。EV に関しては、2012 年から購入時の税金減免などの奨励策が講じられる。

図表 3-6 EV 産業活性化案の主な内容

<p>①バッテリーなどの 中核部品技術開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●2010年までにEV開発に関するロードマップを策定 ●バッテリー・駆動モーター・インバーター・コンバーターなどの電力モジュール、車載型の軽量充電器などの開発を支援。特にリチウム電池に代わる低価格の新型2次電池の開発に注力 ●環境対応分野に向けた開発競争力強化を目的とした総合支援体制（グリーンネットワーク事業）を活用し、EVに関する戦略部品の品目と育成対象の企業50社を長期支援 ●2020年までにリチウムイオン電池を次世代基幹産業として育成する。研究機関での関連研究課程の増設、正補付や負補付の技術者養成を図る。 ●中核部品に関する技術開発を行う企業に対して法人税を20～25%控除。中小企業に対しては控除幅を30～35%に拡大 ●2014年までに総額4000億ウォンを投じ、そのうち500億ウォンを高性能バッテリーの開発支援とする
<p>②EVの走行・安全基準、 インフラ整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●2030年まで普及240万台を目標に、官民一体でスマートグリッド構築に27兆5000億ウォンを投じて2700カ所以上の充電設備を設置する計画。 ●走行時にバッテリーから流れる電気使用量と走行距離を測定し燃費を表示する仕組みを義務付け ●公営の駐車場などにバッテリー充電施設設置の整備に向けた規定を策定 ●低速EV（最高速度60km/h）に対しては別途の安全基準を設けて限定区域での走行を認める。2010年にはソウル市内で制限速度60km以内一般道路において低速電気自動車の走行が可能となる
<p>③テスト生産・道路運転の 実証実験への支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●2010年までにEVを試験的に生産するメーカーに車両開発費を支援 ●2010年下半年から首都圏地域でEV運転における問題点検証実験を実施
<p>④公共交通機関・一般消費者 への普及促進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●2014年までに国内公共機関で2000台以上の普及を目指す ●2011年から公共機関がEVを購入する場合、ガソリン車との価格差の50%（最高限度2000万ウォン）の補助金を給付 ●2011年から2015年の5年間で1兆7000億ウォンを投じる。 ●現代自動車など国内メーカーのEV量産に合わせ、2012年から購入時の税金減免などの奨励策を導入 ●2015年エコカーシェアを20%に引き上げることをめざす

出典) 韓国経済知識部広報資料

ハイブリッド車（HV）に関しては、EVに先行して2004～2008年に、まず公共事業体を対象にHV購入を支援し2458台を普及させた。1台当たりの支援額は、2004～06年が2800万ウォン、2007～08年が1400万ウォンであった。

2009年7月からは一般消費者向けのHV販売が始まったことを受けて公共事業体への補助を終了し、代わりにHV購入に際して個別消費税、取得税、登録税などを減免する制度を施行した。またHVの部品の国産化を推進するための支援も開始している。それ以外の環境対応車政策としては、次世代ディーゼルエンジンの技術開発に対する支援とLPG技術開発などの政策が進行している。

図表 3-7 EV 以外の環境対応車に対する支援策

ハイブリッド車部品の国産化推進	<ul style="list-style-type: none"> ●約20社の自動車部品メーカーおよび研究機関とともに、ハイブリッド車の基幹部品の国産化を進める計画 ●エネルギー・資源特別基金および民間基金から950億ウォンを拠出 ●この計画で2015年以降、エネルギーコストを年間5000億ウォン削減、環境対策費を年間250億ウォン削減、5万人の雇用創出効果を試算
ハイブリッド車に対する税制支援	<ul style="list-style-type: none"> ●ハイブリッド車に対する個別消費税の免税を新設(最大100万ウォン) ●取得税を最大40万ウォン、登録税を最大100万ウォン減免
燃料電池バス事業化テスト	<ul style="list-style-type: none"> ●2008年に運行テストをスタート ●政府と民間がそれぞれ240億ウォンを投じてバス用の燃料電池の開発と制度整備を進める
LPG・ディーゼル技術開発	<ul style="list-style-type: none"> ●2011年までに無・低公害車事業団に研究費650億ウォンを投じて、LPG技術開発とディーゼル技術開発を推進
ディーゼルエンジンの排気ガス低減技術開発	<ul style="list-style-type: none"> ●EURO-4・5への対応のため、基礎・実用化技術開発を推進 ●2011年までに年間予算400億ウォンを計上

出典) 各種報道資料より作成

6) 次世代環境対策車推進策と並行した韓国メーカーの動向

韓国の自動車メーカー、部品メーカーは韓国政府による企業支援策を追い風として、エコカー開発を加速させている。韓国自動車メーカーはエコカー分野では大きく出遅れており、例えば2009年のHVの世界シェア(韓国自動車工業会推計)を見ると、トヨタが68%、ホンダが22%に対して、現代自動車は0.7%、起亜自動車にいたっては0.1%と日本車に大きく水をあけられている。この点について、カトリック大学のキム教授は、「李大統領は、当初、現代自動車にHV開発を促した。しかし韓国メーカーにとってHV開発は難しく日本勢に対して歩が無いことが分かり、EV開発へ舵を切った」と語る。

このためEVに関しては、前述の通り、2015年に世界EV市場10%、2020年には国内EV市場20%シェアの目標に向けて、官民一体となってEV分野でのシェア獲得に高い目標値を掲げて、強力に開発を推進している。

李明博大統領は頻繁に現代自動車の工場や研究所を訪問するなど、EVに熱心だとい、(現代自動車系列シンクタンクの有識者)、政府のEV重点開発支援に呼応するように、現代自動車の環境対応車への取組みもHVからEVにシフトした。現代自動車グループ、ルノーサムソン共に、これまでの生産計画を前倒しして、2012年からPHVの販売開始、2013年からはEVの量産開始と一般消費者へ向けた販売の開始を目標とし、現代自動車は2010年に韓国初の国産EV「ブルーオン」を公開した。

図表 3-8 韓国自動車メーカーのエコカー生産・販売計画

現代自動車グループ	●2009年7月にアバンテLPiハイブリッド（現代）販売
	●2009年7月にフォルテLPiハイブリッド（起亜）販売
	●2010年ソナタ・ハイブリッド（現代）発売
	●2010年ロツェ・ハイブリッド（起亜）発売
	●2012年、PHV（プラグインハイブリッド）の販売を予定
	●2013年までに国産PHVの量産を計画し、LG化学、SKエナジー、SBリモーティブと共同でPHV用バッテリーシステムを開発。2008年から2013年までに各社は1兆ウォン以上を投資、政府が年間80億ウォンの資金を提供
	●2009年、EVのコンセプトモデルi10EVを発表
	●2010年、国内で初めて量産型高速電気自動車「ブルーオン（BlueOn）」を公開
	●i10EVを2012年から生産開始、2013年から量産を開始する計画
ルノーサムソン	●2011年SM3タイプのEV生産開始予定。2013年から一般消費者向けの販売を目指す

出典）各社広報資料、一般報道資料

自動車部品メーカーにおいては、PHV、EVの中核部品となるリチウムイオン電池の開発が急ピッチで進行している。政府がリチウムイオン電池に関する開発支援、人材育成、資源獲得を強力に推進する中、大手部品メーカーは国内および海外で新工場を稼働させ生産が始まっている。生産されるリチウムイオン電池は、現代自動車やルノーサムソンなどの韓国メーカーの他、LG化学がGMへ、SBリモーティブ（サムソンSDIと独ボッシュの合弁）がBMWへ供給するなど、欧米メーカーへの供給が決定している。

図表 3-9 韓国自動車部品メーカーの主なリチウムイオン電池生産計画

現代モータース	● 2008年、HV向け駆動モーター、統合パッケージモジュールの量産準備を開始
	● 2009年、駆動モーターを現代自動車Avante LPIハイブリッドと起亜自動車Forte LPIハイブリッドに供給
	● 2010年、HV専用部品工場を建設
	● 2012年までにHV関連部品の開発に1000億ウォンを投資、開発人員を60名から200名に拡大する計画
LG化学	● 2008年、半導体メーカーと共同でHV向けリチウムイオン電池を開発
	● 2009年、現代自動車Avante LPIハイブリッドと起亜自動車Forte LPIハイブリッドにリチウムイオン電池を供給
	● 2010年、EV用リチウムイオン電池生産工場完成。2013年までに1兆ウォンを投資
	● 2010年、米GMへのリチウムイオン電池納入契約を獲得、6年間に渡りリチウムイオン電池を供給する
	● 2011年からルノー・サムソンのEVにリチウムイオン電池を供給予定
	● 2012年からフォードのHVに向けリチウムイオン電池を供給する予定
	● 2013年、米国ミシガン州でリチウムイオン電池の量産を開始予定。投資額は4億米ドル
● 2015年までにEV用リチウムイオン電池分野で売上高2兆ウォン、世界シェア20%以上を目指す	
サムソンSDI	● 2008年、独ボッシュ社と合併でSBリモティブを設立。両社で3～4億米ドルを投資し、2011年からHV用リチウムイオン電池を生産
	● 2008年、SBリモティブと韓国京畿道がHV・EV用バッテリーの研究開発センター設立に向けた覚書締結。1.5億米ドルを投資して2010年に生産開始。2011年にHV向けリチウムイオン電池の量産、2012年にEV向け電池セルの量産を開始する計画
	● 2009年、2013～2020年までのBMWへのリチウムイオン電池供給が決定
	● 2009年、デルファイとリチウムイオン電池の供給契約を締結。2012～2021年で商用車用のリチウムイオン電池を供給
	● 2011年、HV用リチウムイオン電池の量産開始予定
	● 2012年、EV用のリチウムイオン電池の量産開始予定
LSグループ	● 2009年、次世代自動車基幹部品の高電圧コネクタの販売開始
GSカルテックス	● 2009年、新日本石油との合併でPower Carbon Technologyを設立。電気二重層キャパシタ用の炭素材生産を行う
	● 2010年、炭素材生産工場稼働。2014年までに年産900トンを目指す
SKエナジー	● 2009年、2次電池用セパレータの生産能力を増強

出典) 各社広報資料、一般報道資料

7) 韓国の次世代環境対策車開発への評価

これまでの韓国のエコカー開発分野は出遅れている感が否めない。これは、現代自動車グループを初めとする韓国自動車メーカーが、内燃機関による自動車開発・生産・販売に力をいれ、それはグローバル市場で大きな成果を上げたものの、それに頼る利益構造と投資戦略を重視してきた分、エコカーの開発で後手に回ったことが原因とされる。また内燃機関車を含めて、韓国メーカーは日欧のトップメーカーをベンチマークしその先進技術を吸収して成長してきたといえるが、それ故、韓国車メーカーとしての独自の技術開発は遅れており、次世代環境対策車の開発においても、何が次のリーディング技

術になるのか様子見の姿勢があることも否めない。

政府および自動車業界は、EV の開発においても後手に回ることを避けるために、次々と政策を打ち出し EV 量産の計画を前倒ししたが、それでも現状は日本に追いつけず中国に追い上げられている。確かに EV 開発の核心部品であるリチウムイオン電池の供給では先んじており、政府は開発と人材育成計画を発表したが、製品を構成する先端技術部品は日本からの輸入に大きく依存しているのが実情である。EV 本体においては、現代自動車グループの「ブルーオン」は性能面で日本車の EV に匹敵するとの評価を受けてはいるが、韓国国内にも、まだ試作車製作に過ぎず量販車での性能は別問題だとして懐疑的な意見が多い。

政府の EV 促進策については目標と構想は高いが具体的な動きが遅いという指摘がある。例えば EV の一般への普及促進策として、5 年間で 1 兆 7000 億ウォンの予算が計画されているが、これはあくまで HV などを含めたエコカー全体の枠組みであり、EV に対する 2012 年から税金減免措置の具体的金額は示されていない。日本は日産リーフに 1 台当たり 78 万円の補助金を出すなど最高 139 万円を支援し、中国政府も 1 台当たり 6 万元（約 1030 万ウォン）を支援する案をすでに発表した。韓国メーカーの中には、具体的な税制支援の金額が見えないと EV の量産化には完全には踏みきれないとの意見も強く、特にルノーサムソンや GM 大宇などの外資メーカーにとっては、本国の意思決定に支障をきたす恐れもある。また EV 普及に関して、公共インフラ整備の遅れは致命的である。韓国では、スマートグリッド実証団地とソウル市内に各 60 カ所の充電器が設置されているが、日本では東京一帯だけで 150 カ所の設備があり、日産は 2011 年、全国販売網 2000 カ所に高速充電所を設置する計画である。

韓国が EV 分野において世界の主力的地位を築くために時間的な余裕がないことを政府は認識しており、そのための高い目標と予算と支援政策であって官民一体となった取り組みであるのだが、実現に向けては未知数の要素を多く残しているといえるであろう。

8) 環境規制関連政策の動向

韓国政府の環境規制政策は、2008 年に発表された「2030 年までのエネルギー政策」の長期目標に関連しており、自動車産業関連の達成目標と取り組みである自動車燃料効率改善と低炭素社会確立に沿って施行されている。2009 年以降の動向では、排気ガス規制の強化、燃費規制の強化、LPG に関する規制の強化と緩和の方針が発表されている。

図表 3-10 韓国における環境規制の強化・緩和策

自動車排気ガス規制	<ul style="list-style-type: none"> ●自動車の排気ガス許容基準を強化し、ガソリン車については米国カリフォルニアの平均排出量を適用、軽油車についてはEuro 5を適用 ●2010年からはメーカーに一定割合の低公害車（SULEV）製造を義務付け
排出ガス自己診断装置（OBD）	●OBD装着義務対象車種を大型乗用・貨物車、超大型乗用・貨物車へ拡大
自動車関連諸税の基準見直し	●2011年をめぐり自動車関連税の課税基準をエンジン排気量から温暖化ガスの排出量をベースに切り替える
自動車燃費基準	<ul style="list-style-type: none"> ●燃費等級ラベルを変更し国家統合認証マーク制を導入 ●2012年に平均燃費を現行基準から16.5%相当分を強化 ●2015年までに国内で販売されるすべての乗用車などに対し、燃費基準を17km/L以上にするか、または1キロ走行当たりの温室効果ガス排出量を平均140g以内に抑える大幅な規制強化を施行すると発表（どちらにするかは各社の選択）
自動車燃料品質	●自動車燃料における硫黄含量をガソリン50ppmから10ppm以下、軽油30ppmから10ppm以下、LPG100ppmから40ppm以下へと強化
自動車再活用・リサイクル	●2009年以降、廃車の再活用率を85%以上とする達成義務を新設
軽自動車、ハイブリッドカーのLPG燃料使用許可	●現在は大型車・タクシー・レンタカー・障害者用車に限られるLPG燃料の使用を、2015年までに段階的に認め、小型車へのシフトを促す
LPG乗用車の排気ガス規制強化	●LPG乗用車の排気ガス基準を超低公害車水準へと大幅に強化
大型ディーゼルエンジン車の通行制限	●大型ディーゼルエンジン車の通行制限地域制度を導入し、ソウル特別市、仁川広域市を含む26地域を指定

出典）各種報道資料より作成

排気ガス強化案では、米国カリフォルニアとEuro 5に準じた規制値への強化が求められており、メーカーには一定割合の低公害車の製造が義務付けられた。また将来的には、現行の自動車関連税の課税基準を、排気量別から温暖化ガス（CO₂）の排出量基準に切り替えることが検討されている。

図表 3-11 韓国の現行排気ガス規制値

		一酸化炭素 [CO]	窒素化合物 [NOx]	炭化水素 [HC] (排気管ガス)	粒子状物質
①ガソリン車					
軽自動車		1.00 g/km以下	0.031 g/km以下	0.025 g/km以下	-
乗用車、小型貨物	生産6年以下または走行8万キロ以下	1.00 g/km以下	0.031 g/km以下	0.025 g/km以下	-
	上記以外	1.31 g/km以下	0.044 g/km以下	0.034 g/km以下	-
小型バス	生産6年以下または走行8万キロ以下	1.00 g/km以下	0.031 g/km以下	0.025 g/km以下	-
	上記以外	1.31 g/km以下	0.044 g/km以下	0.034 g/km以下	-
②ディーゼル車					
軽自動車、乗用車		0.6 g/km以下	0.25 g/km以下	0.3 g/km以下	0.025 g/km以下
小型貨物、小型バス	最大積載量1305kg以下	0.6 g/km以下	0.25 g/km以下	0.3 g/km以下	0.05 g/km以下
	1305kg超～1700kg以下	0.83 g/km以下	0.33 g/km以下	0.39 g/km以下	0.04 g/km以下
	1700kg超	0.74 g/km以下	0.39 g/km以下	0.48 g/km以下	0.08 g/km以下

出典）KAMA 広報資料

燃費基準は、2009年の6月に2012年の基準を現行基準から16.5%強化することが決定し、これにより平均燃費は1600cc以下の乗用車で14.4km/l、1600cc超の乗用車で11.2km/lとなる。さらに同年7月に、2015年からは燃費を17.0km/lとするか温室効果ガス排出量を140g/km未満とする強化策が発表された。日本の乗用車の2015年平均燃費目標は16.8km/l、米国のCAFEは2020年までに約14.9km/l（35mpg）、EUの乗用車のCO₂排出量2015年目標は130g/kmとなっているため、韓国は先進国とほぼ並ぶ基準になる。

現代自動車では、自社調査による2008年の平均燃費が乗用車で14.0km/l、トラックで11.6km/lとなり、すでに2012年の強化策への対応は確実との自信を深めている。2015年方針に対してはさらに20%強の改善が必要だが、HVモデルの投入と販売強化などで対応するものと見られる。

図表 3-12 韓国の現行燃費基準と強化策

		現行基準 *1	2012年強化策	2015年方針	参考) 2008年平均燃費
乗用車	1600cc以下	12.4km/L以上	14.4km/L以上	17km/L以上	14.0km/L
	1601cc超	9.6km/L以上	11.2km/L以上		11.6km/L

*1) 2005年基準。年間1000台以上販売の国産乗用車を対象。2010年からは輸入車にも適用予定

出典) 韓国大統領府、知識經濟部広報資料 / 2008年の燃費は現代自動車資料

LPG燃料に関しては、使用条件車種を現行のタクシー・レンタカーや大型車に限られる制限を緩和し、小型乗用車での使用車種を段階的に拡大する政策と排気ガス規制値の低公害車並みへの強化の両面から改定が進んでいる。これは現代自動車グループが、LPGエンジンを世界で初めて実用ハイブリッド車に採用したことと関連している。

以上のような厳しい環境規制基準の達成のためには、韓国自動車メーカーのEVやHVの実用化と拡充を含めた環境技術の進展が不可欠となる。しかし逆に、韓国メーカーがこれから国際市場で勝ち残っていくためには世界の環境性能要求に応えた製品開発が必要である。そしてまた、韓国車が世界的地位を獲得していくことを目標として、一方で環境基準を国際化しながら、一方で環境技術への研究開発と支援を活発に行う形で政策を展開している。

9) 自動車市場の喚起政策

韓国政府は 2008 年後半からのリーマンショックによる国内経済低迷への対応として、主に短期的な内需の拡大による景気浮揚を目的とした自動車市場喚起策を次々と実施してきた。また韓国の自動車産業は、主に海外での販売を拡大して成長を遂げてきたが、やはりリーマンショック後の世界経済不況と自動車市場の縮小の影響を大きく受けたのを契機に、国内の自動車市場を活性化しようとする目的も担っている。

市場喚起策の主な内容は税制における優遇が中心で、個別消費税の引き下げ、買い替え時における諸税の減免、油類に対する税の還元とリベートなどが主なものである。また雇用情勢の悪化の影響を強く受けた低所得層や若年層の新規需要拡大を図って、軽自動車の規格拡大も実施された。ただし税制優遇などは短期的効果を狙った時限措置が多く、根本的な国内市場の底上げは、2)～5)で述べたような中長期的な社会・経済政策や自動車産業関連政策の枠組みの中で実施する方針と思われる。

図表 3-13 韓国における最近の市場喚起政策

個別消費税の引き下げ	●非営業用乗用車に対する消費税を2000cc以下は5%から3.5%へ、2000cc超は10%から7%へ一時的に引き下げ
老朽車の買い替え優遇 (スクラップ・インセンティブ)	●老朽化したクルマの買替時に個別消費税・取得税・登録税を70%を最大240万ウォンまで減免(2009年末まで)
軽商用車に対する地方税の減免を拡大	●軽商用車の取得税・登録税を1%から0に減免
軽自動車の排気量を拡大し税制優遇	●軽自動車の規格を800ccから1000ccに引き上げ ●軽自動車の需要を喚起し、同時に環境面から小型車へのシフトを促す
多子世帯に対する税制支援	●3名以上の子供を養育するものに対し、自動車1台の取得税・登録税を50%減免 (乗用車2000cc以下7～10人乗り、乗合車(15人以下を対象))
試験・研究用輸入車両に対する税制支援	●試験・研究用に輸入する車両の個別消費税を減免
油類税率の還元	●交通・エネルギー・環境税の特例実行税率終了に伴い、税の還元額をガソリン1Lあたり462ウォンから514ウォンへ、軽油1Lあたり328ウォンから364ウォンへ引き上げ ●石油ガスのうちブタンの個別消費税額をkgあたり360ウォンから290ウォンへ引き下げ
油類へのリベート	●1000cc未満の軽自動車に対するリベートを年間10万ウォンを限度として付与 ●1トン以下の自家用貨物車に対するリベートを年間10万ウォンを限度として付与
工場自動化の関税減免	●工場自動化機器に対する関税の30%から20%への減免制度を延長 加えて自動車分野に関して該当品目を32項目から58項目へ拡大

参考) 増税

7～10人乗り乗用車の自動車税の段階的引き上げ	●税制上優遇されてきた7～10人乗り乗用車の自動車税を2008年から2010年にかけて段階的引き上げ、一般乗用車と同額を適用 ●乗合車基準が適用されていた7～10人乗りのFF型乗用車の自動車税率を2008年から段階的に引き上げ2010年に一般乗用車と同額を適用
-------------------------	---

出典) 政府広報資料および各種報道資料より作成

図表 3-14 韓国の自動車関連諸税（燃料関係を除く）

		軽自動車		コンパクト	小型	中・上級
		～800cc未満	801～1000cc	1001～1600cc	1601～2000cc	2001cc以上
取得	個別消費税	0 %	0 %	5 %	5 %	10 %
	教育税	0 %	0 %	(工場引渡価格に対して)		
	登録税	0 %	0 %	特別消費税の30%		
	取得税	0 %	0 %	小売価格の5% (自家用)、3% (商用)		
	公共税	小売価格の0～20%				
保有	自動車税	80ウォン/cc	100ウォン/cc	140ウォン/cc	200ウォン/cc	220ウォン/cc
	教育税	自動車税の30%				

出典) KAMA 広報資料

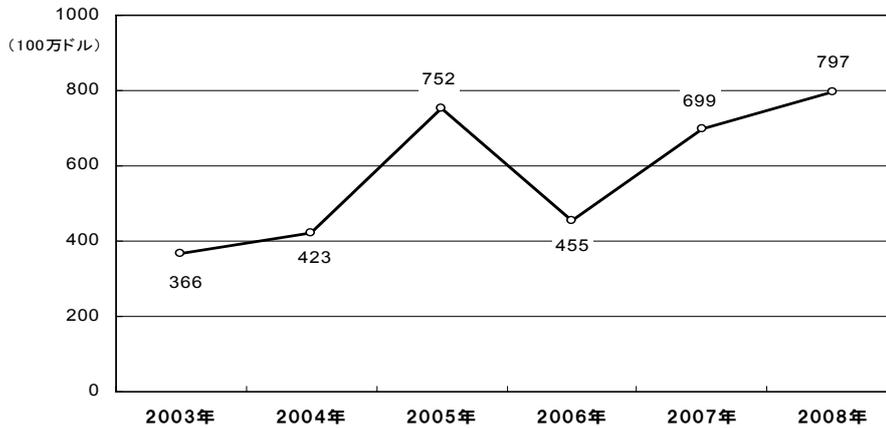
(2) 韓国政府の輸出産業支援策

1) ODA 政策の方向性

韓国 ODA 支出額は、2008 年に前年比 14.0%増の 7 億 9700 万米ドルだった。2005 年の一時的急増を除くと、同国 ODA 支出額は 2003 年以降、着実に増加している。しかし支出額水準では、日本の 76 億 7900 万米ドル（2007 年）の 10 分の 1にとどまる。また国民総所得（GNI）に対する ODA 比率でも、2007 年で DAC（OECD 開発援助委員会 22 カ国平均）の 0.28%や日本の 0.17%に対して韓国は 0.07%で、援助水準はきわめて低い。

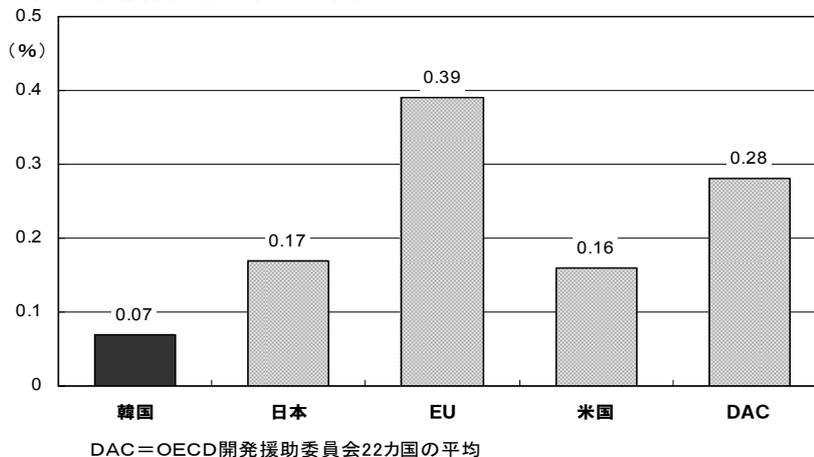
韓国政府は ODA 政策の基本方針を、諸国との実質的協力関係の構築と国力に見合った援助規模の確保としている。そして 2015 年までに、GNI に対する ODA 比率を 0.7%まで引き上げることを目指している。

図表 3-15 韓国の ODA 支出額の推移（純支出、名目）



出典) OECD

図表 3-16 国民総所得（GNI）に対する ODA 比率



出典) OECD

なお、韓国の ODA は、供与の形式、供与先によって担当部署が分かれている。2 国間協力の無償資金および技術協力は外交通商部傘下の KOICA が、有償協力である EDCF (経済協力開発基金) は企画財政部傘下の輸出入銀行が執行している。また出資についても、多国間協力に関連する国際金融機関などへの出資は企画財政部が、国連など国際機構分担金出資は外交通商部が掌握し、技術協力事業は KOICA や教育科学技術部などの関連部署が分担している。

韓国政府は今後、単に支援を行うのではなく、企業のニーズを調査し戦略的に行っていく方針だという。具体的には ODA プログラムを企業と共有し、政府と企業そして政府部内でそれぞれが分掌しているものを統合化して、総合政策として取組もうとする動きが出ているという (サムソン経済研究所)。

また韓国国内の有識者は、政府の ODA はこれまで関係がもてなかった新しい国へ進出できるという点で魅力があり、韓国の企業、とりわけ中小企業にとって有効だという。韓国の ODA 供与対象国には、日本が進出していない、リスクが少し高い国が多い。ODA を通じてそうした国でビジネス実績を積み関係を広げていけるという (カソリック大学教授)。

図表 3-17 韓国の ODA 政策の基本方針

ODA の基本理念と政策目標の確立	人道主義により互恵的実質協力関係の増進
ODA 資金の増加と構造改善	国力に合った援助規模の確保と拘束性援助比率の引下げ
援助の効率性および支持基盤強化	調査・計画機能の強化 総合開発方式への転換 援助機関の相互協力 援助機関の一本化 国民の支持向上
ODA 評価および管理の強化	
援助体制の整備	

出典) 韓国産業ハンドブック

2) 為替政策の方向性

為替は原則、政府が介入するものではなく、マクロ経済の範疇、市場に委ねられるものであるというのが、韓国国内ヒアリング者による一致した見方である。そしてまた個別企業が政府に介入を促すような類の政策ではないとし、公式的には国内産業を支援するために、政府が自国通貨について為替介入を行うことは否定している。ただ、韓国の経済は輸出依存度が高いという点は考慮する必要があるだろうという。

「確かにウォン安は輸出に有利に働いている」(サムソン経済研究所)や、「韓国は1997年のIMF危機以降、ウォン安の恩恵を受けている。現代自動車はウォン安のおかげで大きな利益を得ている」(ソウル大学教授)と、実際のところウォン安のメリットへの言及もある。また韓国の自動車ジャーナリストは「為替の効果は絶大で、米国での成功も為替による恩恵が非常に大きい」と指摘している。さらに同ジャーナリストによれば、為替誘導については以前、副大臣級の閣僚が「誘導」の事実を示唆する発言を行っており、韓国国内では政府のウォン安誘導は「暗黙の了解」となっているという。

ウォン安のメリットを受ける当事者でもある現代自動車は今回のヒアリングで、「韓国経済の輸出依存度は極めて高く、そのことを考慮するならば、政府が様々な手を打つのは妥当であろう。為替レートは1ドル1100ウォンから1200ウォンが適正水準であろう」(現代自動車・理事・日本での取締役役に相当)と語っている。

しかし、ウォン安は輸出企業にとってメリットとなる反面、国民生活では物価上昇要因というマイナス要素もあるため、いつまでウォン安が継続するかは不透明だが、少なくとも企業寄りの李政権が続く間はウォン安路線が続く、と断言する向きもある。

さらに別な見地から李政権はこれ以上のウォン安ドライブはかけず、現状維持との見方もある。韓国はEUや米国とのFTA発効を控え、発効にあたり相手国側でのネガティブ反応を加速しかねないウォン安を敢えて進めることはないというのが、その理由である(慶応大学教授)。

(3) 韓国政府の自動車産業政策のまとめ

韓国の社会・経済政策と自動車産業政策、環境対応政策の特徴は、とにかく高い目標を掲げその目標を達成しようとする姿勢である。これは現代自動車グループが「品質向上」という高いハードルを自らに課し、企業の存続をかけて全社・グループ一丸となって邁進してきた経緯と共通するものがある。高い目標値設定のベースとなるのは「国際基準」「国際標準」であり、韓国が先進国と肩を並べることを目指している。そして、韓国政府はその目標達成に向けて、一貫して強力かつ積極的に支援するという姿勢をとる。韓国の経済・自動車産業がこの10年に大きく成長してきた源泉は、おそらくこのバイタリティだといえる。

2. 韓国政府の通商政策と FTA 戦略

(1) FTA の基本戦略

1) WTO と FTA の重層的通商政策への転換

韓国は、日本と並んで 1990 年代半ばまでは、ガット・WTO による多角的自由貿易体制を重視し、FTA などによる地域統合には積極的ではなかった。1997 年、韓国は OECD に加盟し、従来の外資規制政策を撤廃し先進国並みの自由化を図ることを決断した。1997 年末のアジア通貨危機を受けて、韓国は外国直接投資の積極誘致を打ち出し、通貨危機を乗り越えるために IMF のコンデショナリティを受け入れ、貿易投資と資本取引の自由化政策を推し進めた。こうした自由化推進政策の一環として、1998 年 11 月、韓国は WTO による多角的貿易体制を重視しつつ FTA も推進するという、重層的な通商政策を打ち出した。

韓国政府が FTA を推進する理由は、その公式見解によれば、以下の要因があるという。

- ・ 韓国経済の貿易依存度が約 70% (1998 年当時) と非常に高い水準にあり、経済発展が輸出に大きく依存している。
- ・ 近年、FTA が急速に拡散している。韓国が世界の主要経済圏との FTA を推進せずに、以前のように WTO 体制下の多国間主義にのみ依存した場合、域外国差別・格差が深刻化する危険性が高い。
- ・ FTA は、自由化の速度が遅い WTO 交渉に比べてはるかに迅速に加盟国の経済を開放するため、経済の先進化及び競争力向上に役に立つ。
- ・ FTA の締結により輸出市場を確保し、域外国よりも有利な立場で競争できる。FTA は、新たな市場を開拓し、獲得するために必要な戦略である。
- ・ 競争力の弱い部門に対しては、市場開放に一定期間の猶予期間を設けるなどの方法により対処可能である。

このように、韓国が積極的に FTA を締結する方針に転換した背景には、輸出市場を開拓・確保する上で域外国差別・格差が深刻な問題となっていることや、同じく地域統合で遅れをとっていた日本や中国、ASEAN 諸国が相次いで地域統合に傾斜することにより、自国だけが取り残されることに対する強い危機感があったと見られる。とりわけ韓国は、GDP の 80% を輸出に依存しており、韓国製品の輸出障害に対する危機感は日本などと比べ物にならないほど強い。日本と同様に、韓国においても農民など、一部に FTA 締結に反発する勢力は存在するが、こうした貿易上の比較劣位への著しく強い危機感が、韓国政府を FTA 推進に向かわせていると言える。

図表 3-18 域外国差別・格差の代表例

物品貿易（関税）	<ul style="list-style-type: none"> 域内国間貿易に対する関税が免除されるのに対して、域外国貿易では関税（WTO 協定税率）が適用される。途上国では、比較的高い関税が課されている場合が多い。
サービス貿易	<ul style="list-style-type: none"> 域内国間サービス貿易は、越境提供などが自由化されるのに対して、域外サービス貿易ではさまざまな制約（拠点設置の義務付けなど）が加えられている場合が多い。
政府調達	<ul style="list-style-type: none"> 政府調達への参加資格を域内国に限定する場合がある。
貿易救済措置 (セーフガード、アンチダンピング等)	<ul style="list-style-type: none"> 域内国間貿易に対する貿易救済措置の適用が禁止されている（域外貿易にのみ貿易救済措置が適用される）場合がある。

2) 個別交渉戦略から同時多発的交渉戦略への転換

(1)戦略転換の背景—ドミノ現象と域外国差別・格差拡大への懸念

韓国の FTA 推進のスタイルは当初、1 カ国ずつ交渉を進める個別的交渉スタイルを採っていた。しかしやがて、その個別交渉戦略から同時多発的 (multi-track) 交渉戦略に転換する。

韓国政府の公式見解によれば、同時多発的交渉戦略によって、諸外国と同時に FTA を推進することで、FTA 交渉のモメンタムを維持することができるうえ、短期的に貿易赤字が予想される FTA と貿易黒字の予想される FTA が同時に締結されることにより、貿易赤字負担も緩和できるという。

こうした同時多発的交渉戦略へ転換した要因として、ドミノ現象と域外国差別・格差の拡大に対する懸念、という 2 つ事柄が重要である。第 1 に韓国は、ドミノのように世界中に広がっていく地域統合の波に取り残されてしまったという強い危機感を抱いた。とりわけアジア地域では中国が ASEAN との FTA を短期間でまとめるなど、FTA 締結が加速している。

第 2 に、日本とメキシコの FTA 妥結の影響が大きい。メキシコは政府調達への参加資格を FTA 締結国に限定している他、タイヤの輸入関税を従価税から従量税に転換したため、域外国からのタイヤ輸出がほぼ途絶状態にある。韓国はメキシコへの輸出に関して、域外国差別・格差に対する強い懸念を抱いていた。

更に、国内での過剰反応に配慮するためでもある。1 カ国毎に FTA 交渉を行うと、関心が一点に集中し、国内で過剰反応を起こしやすい。そのため、同時に複数の FTA 交渉を進めてそういった反応を和らげようという戦術に出たのである。

韓国政府は 2003 年 9 月「同時多発的」な FTA を推進することを内容とする「FTA 推進ロードマップ」を制定（翌 2004 年 5 月補完）、2007 年までに 20 カ国余りの主要有望対象国と同時多発的に FTA を推進することとした。

(2) FTA 締結国の選択基準

【5つの選択基準】

韓国政府は FTA 推進ロードマップにより、FTA 締結の相手国についての選択基準も示している。

1つ目の選択基準として、域外国差別・格差が深刻な国・地域との FTA を優先することが挙げられる。これは韓国政府の「同時多発的交渉戦略の本質は、域外国差別・格差が深刻なすべての国・地域と FTA を締結することにある」との公式見解から類推される。2004年5月の対外経済相会議で前年決定された「FTA ロードマップ」の補完が議決された。そこではカナダとの FTA が追加されたが、NAFTA 加盟国であるカナダでの域外国差別・格差に対する不満が背景にあったためと見られる。

2つ目の選択基準として、WTO の最恵国待遇税率が高い国・地域との FTA を優先することが挙げられる。2004年の「FTA ロードマップ」の補完では、インドとの FTA が追加された。インドは周辺国と FTA を締結しているが、典型的な途上国間の FTA で自由化の範囲は狭く水準も低いため、インドにおける韓国への域外国差別・格差は深刻とは言えない。しかし同国は WTO の最恵国待遇税率が高いため、FTA の締結の効果は大きい。もともと、大抵の途上国で最恵国待遇税率が高く、その中でもインドを FTA 交渉対象国として選択した理由としては、経済成長が顕著なインドへの輸出拡大や、同国との戦略的な関係強化などが考えられる。

3つ目の選択基準は産業界の要望である。韓国を代表する産業団体である全国経済人連合会（全経連）は、FTA に積極的な国や、FTA 交渉を進めやすい国との間で、安易に優先して交渉することは逆に、韓国経済にとって不利益になると警告し、産業戦略的な選択を行うよう提唱している。全経連は、まず市場規模拡大・新規市場開拓の可能性が大きい途上国（特に、中国、インド、中南米諸国）との交渉を優先し、そうした国々との FTA によって産業構造の再編を図った上で、先進国との FTA 交渉を開始し、技術力の格差が大きく産業構造も類似する日韓 FTA 交渉は最後に行うべきだと主張している。韓国政府はこうした産業界の要望に応える形で、市場規模拡大・新規市場開拓の可能性が大きい途上国（特に、中国、インド、中南米諸国）との交渉を優先している。

4つ目の選択基準は、交渉のしやすさや、FTA による影響がそれほど深刻でないことが挙げられる。韓国が FTA 推進の初期段階で選択したチリやシンガポールとの FTA が GDP に与える影響は各々、0.01%増、影響なし、となっている。また韓国が先進国として最初に FTA 締結対象に選択したのは EFTA だった。対 EFTA・FTA の GDP に対する影響が非常に小さいことが、逆に最初の交渉国として選択された要因と考えられる。韓国は先進国の中でも、EFTA やカナダなど FTA 締結の影響が大きい国をまず選択して FTA を締結し、これら先進国との FTA の国内経済への影響を見極めたうえで、より貿易量の大きい国（例えば米国）との交渉を開始するという2段階構えを採る。

5つ目の選択基準として、市場規模の大きさが挙げられる。また韓国は、その国の市

場規模に加えて、その背後にある市場規模も重視している。すなわち、カナダやメキシコと NAFTA の関係のように、カナダやメキシコをゲート・ウェイとして米国市場への輸出を狙っている。

図表 3-19 韓国の FTA ロードマップ

○2 段階戦略	
橋頭堡の確保（第 1 段階） → 巨大経済圏との FTA 推進（第 2 段階）	
チリ→中南米、シンガポール→ASEAN、EFTA→EU、カナダ→米国、 インド、中国など新興有望国は潜在市場先行獲得戦略の一環として進出	
○対象国選定	
選択基準その 1	域外国差別・格差が深刻な国・地域を優先
選択基準その 2	WTO の最恵国待遇税率が高い国・地域を優先
選択基準その 3	産業界の要望（市場規模拡大・新規市場開拓の可能性が大きい途上国を優先。次に 進国との FTA、日韓 FTA 交渉は最後）
選択基準その 4	交渉のやり易さ、FTA による影響が深刻なほど大きくない国を優先
選択基準その 5	経済的妥当性と外交的インプリケーションを考慮 市場規模の大きさ（中規模から徐々に大規模市場をターゲットに）
○推進対象国	
短期：日本、シンガポール、ASEAN、EFTA、メキシコ、カナダ、インド	
中長期・米国、EU、中国、日韓中、韓国との FTA 希望国（豪州等）	

注) 2003 年 9 月制定、2004 年 5 月補完

出典) 外交通商部

(2) 韓国の目指す FTA の規律内容

韓国政府は、包括的でレベルの高い FTA を志向する。すなわち、FTA の効果を最大化するために、物品のみでなく、サービス、投資、政府調達、知的財産権、技術標準など広範囲な分野を含んだ包括的な FTA を志向している。

しかし実際のところ、対チリ、対シンガポール・FTA では物品関税撤廃については、FTA 発効後 10 年以内の関税撤廃品目を対象産品として計上した上に、機微な品目は FTA の対象に含めつつも厳格な原産地規則を導入し、事実上貿易を制限している。

またサービスでは、ウルグアイ・ラウンドでの自由化水準と同一か、またはドーハ・ラウンド交渉で提示した追加的自由化と同一の水準にとどめ、FTA による新たな追加的自由化をほとんど行っていない。投資規則でも広範な自由化例外を設けている。表面的には高水準・広範囲の自由化を伴う FTA でありながらも、実際にはかなり制約の多い内容となっている。

しかし対 EFTA・FTA は、韓国にとって WTO における先進国との初の FTA となった。WTO 法規上、少なくとも一方の当事国が先進国となる FTA の場合、ガット第 24 条のルールに則り、自由化水準の高い、かつ対象範囲が広範囲に及ぶ内容である必要がある。先進国 EFTA と FTA を締結したことは、韓国が高水準の規律内容を求められる先進国との FTA に歩を一步進めたことを意味している。

(3) 交渉推進のための国内体制の整備

韓国政府はチリとの FTA について、締結から批准までに 1 年を要した。それはチリとの FTA により打撃を受ける農民の激しい反発にあったためである。こうした経験から、韓国政府は 2004 年 6 月、FTA 推進に対する国民的共感を形成し、そしてまた推進過程における透明性を向上させるため、「自由貿易協定締結の手続きに関する規定（大統領訓令第 121 号）」（以下、大統領訓令と呼ぶ）を制定した。

主な狙いは、産業団体や民間専門家の参加により広範な意見を収集し、国民的合意を形成し、交渉の透明性を確保することである。そして、FTA 推進の協議機関の設置と詳細な交渉プロセスを規定している。

1) FTA を協議・推進する機関の整備

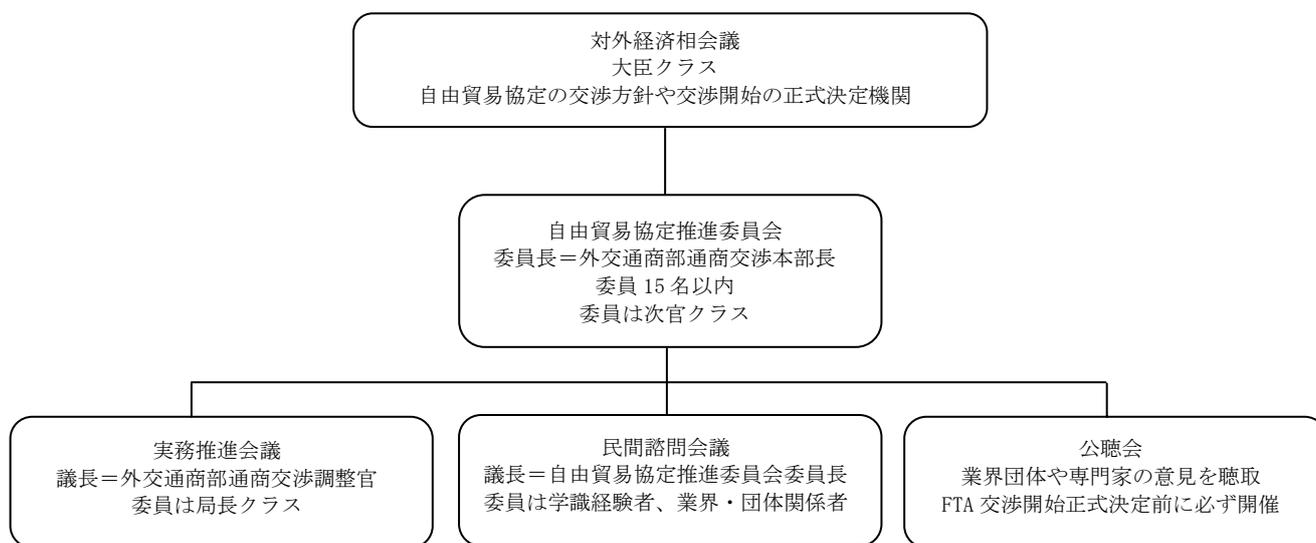
大統領訓令では、自由貿易協定締結に関する諸問題を審議するための自由貿易協定推進委員会、その下に同委員会の審議支援のための実務推進会議、関連業界と専門家の意見を聴取するための民間諮問会議、業界団体や専門家の意見を徴収するための公聴会を設置することを規定。公聴会は、FTA 交渉開始の正式決定前の開催が義務付けられている。加えて、関係省庁とともに対外交渉を直接に主導する外交通商部の通商交渉本部が、

業種別に協議会を開催して産業界の要求を正確に把握し、交渉過程に反映するように努力することを規定している。

こうした FTA 政策の決定プロセスの明確化により、懸案の政治決着がつけやすくなっている。自由貿易協定推進委員会で結論が出ない問題は対外経済相会議に送られる。対外経済相会議で結論が出ない問題は大統領の政治的決断が仰がれる。例えば、対 EFTA・FTA では、水産物の自由化について大統領自身が政治的決断を行ったとされる。大統領制の下での強い政治的リーダーシップとプロセスの明確化により、議院内閣制をとり国会で議論を積み上げていく日本と比べ、韓国は FTA 交渉においてもスピード感をもって進めることができる。

またこうした FTA 推進機関の整備は、次に述べる FTA 交渉までの手続き規定と相俟って、業界や有識者の意見をしっかりと聴取し、交渉にあたることをも担保することとなった。今回の韓国現地での取材においても、「政府は交渉プロセスにおいて、業界団体へ意見を求めたり、企業の意見を頻繁に聞く場を設けるなどしている」とのコメント（KAMA、現代自動車）が聞かれ、FTA 交渉が組織・制度的にきちんと機能している様子が伺える。

図表 3-20 各設置機関の概要



出典) 外交通商部資料より現代文化研究所作成

図表 3-21 新設協議機関の機能・構成

自由貿易協定推進委員会	
審議内容	自由貿易協定政策の基本方向及び推進戦略 特定国家または地域との自由貿易協定締結の妥当性 自由貿易協定案 自由貿易協定締結が国内関連産業に及ぶ影響及び補償対策 自由貿易協定締結に対する国民的理解を形成するための広報対策 その他委員長が付託する問題
構成	委員長 1 名を含め 15 名以内 委員長は外交通商部・通商交渉本部長（外交通商部の貿易担当大臣） 委員は財政経済部、外交通商部、農林部、産業資源部、海洋水産省、国務調整室、企画予算処、国政広報処の長の推薦によって委員長が委嘱する次官クラス
その他	議事録は原則公開 委員会は、関係行政機関、その他の関係機関・団体に対する必要な資料・意見の提出要請が可能
実務推進会議	
任務	推進委員会の審議を支援
構成	議長は外交通商部通商交渉調整官 委員は財政経済部、外交通商部、農林部、産業資源部、海洋水産部の長の推薦によって議長が委嘱する局長クラス
民間諮問会議	
審議内容	自由貿易協定政策の基本方向 特定国家または地域との自由貿易協定締結の妥当性 自由貿易協定締結が国内関連産業に及ぼす影響及び補償対策 自由貿易協定締結に対する国民的理解を形成するための広報対策 その他委員長が付託する問題
構成	民間諮問会議の議長は自由貿易協定推進委員会の委員長 議長 1 名を含め 30 名以内の委員で構成 委員は学識経験者、業界・団体関係者、その他関係中央行政機関の長の推薦を受けた者から選任
公聴会	
任務	業界団体や専門家の意見を徴収
その他	FTA 交渉開始の正式決定前の開催、その結果を対外経済相会議に提出することが義務付け

出典) 外交通商部資料より現代文化研究所作成

2) 段階毎の手続きの規定

大統領訓令は、FTA 交渉の交渉過程を交渉前段階、交渉段階、交渉の最終段階に区分して、各段階別に必要な手続きについても詳細に規定している。

図表 3-22 手続き規定概要

交渉前段階
<p>①自由貿易協定の推進に関する基本戦略の決定 ↓ 一自由貿易協定推進委員会と民間諮問会議で審議、対外経済相会議で正式決定</p> <p>②自由貿易協定締結の妥当性の検討 ↓ 一自由貿易協定推進委員会と民間諮問会議で検討。 必要であれば、政府外郭研究機関を含んだ専門研究機関に協定締結の経済的妥当性に関する研究を実施するよう依頼可能</p> <p>③公聴会の開催 ↓ 一妥当性検討の結果、推進が妥当と認められた場合、対外経済相会議での正式決定前に公聴会が義務付け</p> <p>④対外経済相会議での交渉開始決定</p>
交渉段階
<p>自由貿易協定推進委員会委員長（＝外交通商部・通商交渉本部長）指揮命令下の首席政府代表が指揮・監督する交渉代表団が交渉 但し重要事項は民間諮問会議、自由貿易協定推進委員会、対外経済相会議に付託・審議を得る</p>
交渉終了段階
<p>FTA 協定案を自由貿易協定推進委員会と対外経済相会議の審議・議決に服することを義務付け</p> <p>自由貿易協定推進委員会委員長は国会への報告を義務付け</p> <p>協定案は対外経済相会議の議決を得て確定のための仮署名を行い、交渉を実質的に終了 仮署名による協定文確定後、自由貿易協定推進委員会委員長は推進委員会を開催、自由貿易協定により影響を受ける利害関係者への補償措置を審議。対外経済相会議に報告 仮署名後、大統領の裁可を得て署名し国会の批准を得る</p>

出典) 外交通商部資料より現代文化研究所作成

3) 交渉推進のための交渉体制の確立

韓国・外交通商部には外交担当の外交通商長官と貿易担当の貿易担当長官、計2名の長官がいる。韓国では下図にある貿易担当長官以下を通商交渉本部と呼ぶが、2005年1月より、この通商交渉本部傘下に新たに、FTA交渉を専門に担当するFTA局を新設した。同局は、FTA政策課、FTA調整課、FTA物品交渉課、FTAサービス交渉課の4課、職員総数33名でスタートした。

その後、韓米FTA交渉時には、同FTA向けの特別体制が敷かれ、交渉実務を支援する韓米FTA企画団（18人体制）がFTA局と同格で設置された。また、国内広報や業界対策についても、韓米FTA締結支援委員会やその傘下の韓米FTA締結支援団（計70人体制）が別途設置された。

更に2007年4月の韓米FTA妥結後、韓EUなどその後も続く大型交渉に備えて韓米とそれ以外に分かれていた交渉および国内対策組織の一本化と強化を行った。外交通商部のFTA関連業務は、FTA政策局とFTA交渉局の2局とFTA交渉代表室が分掌、国内対策についても、締結支援委員会と締結支援団がそれぞれ改組され、FTA国内対策委員会とFTA国内対策本部となり、企画財政部傘下にある。

4) FTAで影響を受ける利害関係者に対する補償措置の拡充

韓国政府は、対チリFTAで国会批准に手間取った教訓から、その前後から、FTA締結で影響を受ける利害関係者に対する補償措置の強化・拡大させていった。

韓国にとって初めてのFTAとなるチリとのFTAでは、農家を中心に激しい感情的な反発が巻き起こり、国会での批准は度度も国会で否決された。韓国政府は、国民の理解を得るために、FTAで農業対策として「FTA締結による農家等への支援に関する特別法」を制定した。同法律は、特別基金を創設し7年間にわたり、対チリFTAによって悪影響を受ける果樹（ブドウ、モモ）農家に対する直接補償、間接補償、そして果樹の流通過程に対する補助金交付を行うことを主な内容としている。直接補償は果樹農家に対して過去3年間の平均価格の80%を保障するもの。また間接補償は、転作や閉園する農家に対して補助金を支払うものである。

また農家への補償措置とは別に、「製造業等の貿易調整支援に関する法律」の制定により、FTA履行に伴い影響を受ける国内製造業・労働者に対する補償制度を確立した。

その後、この国内補償体制は韓米FTAの妥結を契機に強化された。農業部門へは、国内補完対策財政支援計画（2008～2017年）により、総額20兆3627億ウォンにのぼる支援が準備された。品目別の競争力強化対策、農業の体質改善、短期的被害補償が柱としている。また製造業に対する補償体制は韓米FTAの妥結を契機に、名称を「自由貿易協定に伴う貿易調整支援に関する法律」へと変更（2007年12月）して再編されるとともに、サービス業へも適用が拡大された。支援規模は10年間で企業の直接被害に対し

て 2 兆 6400 億ウォン、雇用対策に対して 2073 億ウォン、企業の間接被害に対して中小企業の事業転換支援などを用意した。

図表 3-23 貿易調整支援制度の概要

- 国内製造業に対する支援
 - 所定要件を満たし「貿易調整支援企業」に指定された場合、事業転換・差別化・情報化戦略・品質管理等に関するコンサルティングや、経営安定と競争力確保のための融資支援。
- 労働者に対する支援
 - 企業が業種転換で雇用を維持する場合に所要費用の 3 分の 2 の助成や、企業が労働者の転職支援のためにかかる費用の助成（3 分の 2 から 4 分の 3）、失業者に対する再就職支援（情報提供、職業訓練、失業手当受給期間を最大 2 年まで延長）。

出典) 企業財政部 FTA 国内対策本部 (2008 年)

(4) 韓国に係る FTA

1) 交渉妥結・発効済みの主な FTA の概要

2011 年 2 月時点で交渉が妥結、あるいは発効済みの FTA は計 8 つで、表の通りである。そのうち、主な FTA の概要は次の通りである。

図表 3-24 交渉・妥結・発効済の FTA (2011 年 1 月現在)

チリ	2004 年 4 月、発効
シンガポール	2006 年 3 月、発効
EFTA	2006 年 9 月、発効
ASEAN	2007 年 6 月、物品協定発効。2009 年 5 月、サービス協定発効 2009 年 9 月、投資協定発効
インド	2010 年 1 月、発効
米国	2007 年 4 月交渉妥結、2010 年 12 月批准に向けた政府間交渉で合意、 批准手続き中
EU	2009 年 7 月交渉妥結、批准手続き中
ペルー	2010 年 8 月交渉妥結、2011 年前半発効予定

出典) 各種報道資料より作成

(1) 韓国・ASEAN FTA

【交渉プロセス】

韓国・ASEAN FTA は、2003 年 8 月に韓国・対外経済長官会議が韓・ASEAN 間の FTA に関する共同研究提案を決定し、2004 年 3～8 月の専門家グループ会議で FTA 推進が決定した。同年 11 月 30 日の韓・ASEAN 会議において、2 年以内の妥結を目標とした交渉開始が宣言され、翌 2005 年 2 月に第 1 回交渉が開始された。8 回の交渉の末、同年 12 月には物品自由化に関するモダリティ（方式）について合意に達し、包括的経済協力に関する基本協定（Framework Agreement）に関係国が正式署名した。

翌 2006 年 4 月の第 11 回交渉において物品貿易交渉が妥結した。韓国と ASEAN は 2010 年までに輸入の 90%に当たる品目の関税を撤廃、2016 年までに 7%に当たる品目について関税を 0～5%まで削減、残り 3%については保護を認めることとした。また開城工業団地の製品については 100 品目を韓国産と認め、5 年後に再検討することとなった。同年 8 月に、タイを除く 9 カ国が物品貿易協定に正式署名し、2007 年 6 月 1 日、物品貿易協定が発効した。同日以降、順次、タイを除く締約国が履行を開始した（タイは国内政治情勢の混乱や韓国がコメ市場開放を拒否していることを理由に物品貿易協定の

署名を見送ってきた。その後、2009年2月にタイが物品協定に署名、2010年10月1日、タイでも物品協定が発効された。

続いて、2007年11月のASEAN首脳会議の際に、タイを除くASEAN9カ国と韓国が韓・ASEAN FTAのサービス貿易協定に署名し、2009年5月協定が発効された。また2009年6月には投資協定が署名され、同年9月1日に協定が発効された。

【特徴】

韓・ASEAN FTAの最大の特徴は、交渉の態様にある。韓・ASEAN FTAでは物品、サービス、投資の3分野につき、3分野の自由化協定のパッケージとして捉え、各分野の協定の位置付けや交渉スケジュール等で先に合意し（基本協定：Framework Agreement）、各分野での自由化について順次交渉していくというスタイルを採った。

既にWTO交渉などで一定の基礎がある物品貿易交渉を先行して行い、続いてサービス貿易、投資についての交渉を行った。各分野で独立して協定案を作成することで、物品貿易協定はサービス貿易の合意を待たずに発効し、早い段階で自由化の成果を挙げる事となった。このように合意しやすい分野から着手し、対象分野を徐々に広げているやり方は、経済の発展段階の異なるASEAN諸国を相手に、柔軟性をもって交渉する必要があったためと想定されるが、韓国のFTAの中でも稀な事例である。

この韓・ASEAN FTAの物品貿易協定では、韓国は自動車などの技術集約的工業品、ASEANは繊維などの軽工業品や農産品の輸出の拡大が見込まれている。韓国は特に、日本が大きなシェアを持っている自動車市場での巻き返しを狙っているとされた。

【合意内容】

韓・ASEAN FTAの物品貿易協定では、全体の90%に当たる品目について2010年までに関税を撤廃、2016年までに7%に当たる品目について関税を0~5%まで削減、残りの3%については例外を認める事となった。この例外品目として韓国側はコメや牛肉、鶏肉、活魚、冷凍魚類、ニンニクや主要果実を指定した。

ASEAN主要国は2010年または2016年までに自動車および同部品の他、主要鉄鋼製品について関税を撤廃又は削減することとなった。

原産地規則の要件は、40%の付加価値基準かHS4桁レベルの関税分類変更基準のいずれかを満たすこととされた。

(2) 韓国・インド FTA

【交渉プロセス】

2004年10月、韓国とインドは共同研究グループの設置で合意し、包括的経済パートナーシップ協定(CEPA)の研究を開始した。2006年2月、韓・印両首脳会談で、CEPA交渉開始が宣言され、2007年末までの妥結を目指すこととされた。2007年4月時点で

6回の政府間交渉を終了、その後2008年9月12回目の政府間交渉にて大筋合意に至った。2009年8月に両国が協定案に署名、2010年1月1日に発効した。

【特徴】

韓・印 FTA の特徴は、物品貿易の市場開放度はそれほど高くないが、内容が包括的である点である。これは両国の経済構造が大きく異なることを反映している。

韓国は製造業を中心に輸出に依存しながら発展してきた国である。韓・印 FTA は韓国が BRICs 諸国と結ぶ初めての FTA となったが、韓国にとって、人口 11 億人超の大国インドとの FTA 締結は巨大な輸出市場を確保する点で大変重要な意味を持っている。更に、インドとの FTA を、日本や中国に先駆けて締結できたことの意義もまた大きいと言ってよいだろう。他方のインドは韓国に比べて、1 次産業への依存度が高く、また製造業よりも専門人材などのサービス業に強みを持っている。

こうして、韓・印 FTA は、双方が自らの強みを持つ分野や関心のある分野において、相手国市場の開放を獲得する形の FTA となった。つまり、韓国は物品貿易や投資環境、インドはサービス貿易や人の移動に関する市場開放を獲得し、その結果、協定には投資環境の円滑化やサービス貿易、人の移動まで幅広い内容が盛り込まれることとなった。

韓国大統領府は、同協定により、貿易規模は 33 億ドル増加し、韓国の GDP は 0.17%、インドの GDP は 0.32%押し上げられると試算する。

【合意内容】

物品貿易については、インド側が現行 5227 品目のうち品目数ベースで 85%に当たる 4459 品目、貿易額ベースで 74.5%について関税を即時撤廃または段階的に削減撤廃する。韓国側は品目数ベースで 93%、輸入額ベースで 90%について関税を即時撤廃または段階的に削減撤廃する。

インド側は半導体製造関連装置、コンピューター機器、携帯電話、デジタルカメラ、電子辞書などの関税を即時撤廃し、NC 横旋盤、ビデオモニターなどの関税を 5 年以内に撤廃、エスカレーター、ブルドーザー、乾燥機、謄写機、自動販売機などの関税を 8 年以内に撤廃することとなっている。また冷蔵庫やカラーテレビの関税は 8 年以内に半減する予定である。韓国側はナフサ、鉄鉱石などの原材料の関税を撤廃することとなっている。ただし、例外品目としてインド側は完成車やエアコン、韓国側はコメ、牛肉、冷凍太刀魚、冷凍ワタリガニ、ゴマなどの農産物を指定している。

原産地規則の要件は、原則として HS6 桁レベルの関税分類変更基準と 35%の付加価値基準の両方を満たすこととされた。ただし鉄鋼・鉄鋼製品の中には、関税分類変更基準のみ満たせばよい品目や、関税分類変更基準と 25%の付加価値基準を満たせばよい品目など、一部の品目で緩い原産地規則が設定されている。その一方で、一般機械、電子機器、輸送機械については、原産地規則が厳格化されている品目もある。

投資家保護においてはネガティブ・リスト方式による自由化約束が採用されている。

ネガティブ・リスト方式による自由化約束はインドの FTA としては初めてのものとなる。

サービス貿易では通信、流通、建設、銀行サービスなどの分野でインド側が市場開放を進めている。

また人の移動においてはコンピューター専門家、英語補助教師、エンジニア、経営コンサルタントなど 163 の専門職種を相互開放することとなっている。

(3) 韓・米 FTA

【交渉プロセス】

2004 年 11 月に、韓国と米国は、FTA 締結の可能性を検証するための事前点検協議の開催で合意した。翌 2005 年のソウルとワシントンにおける事前点検協議を経て、2006 年 2 月に両国首脳（盧武鉉大統領（当時）とブッシュ大統領（当時））により、交渉開始が宣言された。同年 6 月から政府間交渉が行われ、2007 年 4 月に交渉が妥結、同年 6 月には米国の新通商政策と関連した追加協議でも妥結し、両国首脳が協定文に署名した。

韓国では、同年 9 月に政府が協定批准案を国会に提出するが、同国会での審議未了により一旦廃案となった。その後、再度 2008 年 10 月に批准案を国会に提出し、2009 年 4 月に通過した。一方、米国では、2009 年 1 月に就任したオバマ大統領は米自動車産業の雇用に大きな影響を与える韓・米 FTA に批判的であったことが知られている。折から、米自動車業界はリーマンショック後の世界同時不況により深刻は販売不振に直面し、GM とクライスラーが連邦政府に資金援助を要請、破産申請に至るという苦境に立たされていた。2010 年 6 月、FTA の再調整を行うための実務協議を行い、同年 12 月によりやく、FTA 批准に向けた政府間交渉で暫定合意に至った。

同 FTA では、6 回の政府間交渉を終えた時点で、自動車、農産品（牛肉）、繊維などの市場アクセスや知的財産権、開城工業団地の製品の原産国を巡り、両国が対立した。

【特徴】

韓・米 FTA の特徴は、両国にとって、経済的な意義と地政学的戦略的な意義の 2 つの側面を有する点にある。

韓国にとって米国は、交渉を開始した 2006 年当時、第 2 位の貿易相手国であり、かつ日中両国と比べると産業の相互補完性も高かった。さらに韓国製品の米国でのシェアは中国に押されていたため、中国に先駆けて米国と FTA を締結することで、米国市場での競争力を取り戻すという経済的意義があった。また在韓米軍縮小が迫る中で米国との関係再構築の必要性に迫られており、これまでもイスラエルなどと戦略的に FTA を締結してきた米国と FTA を締結することは、韓国にとって安全保障上・地政学的意義も有した。

一方の米国にとっては、農産品などについて韓国が課している高関税を引き下げることや、金融サービス分野などでの韓国市場の障壁を除去することに経済的な意義を見出

した他、韓・米 FTA を通じて東アジアにおけるプレゼンスを維持し、米国抜きでの東アジア共同体形成を進めようとする中国を牽制する狙いがあった。

【合意内容】

物品貿易では、米国のこれまでの FTA の市場開放度を反映して、非常に広範な分野で関税が撤廃されることになっている。最終的には米国側は韓国製品の全てについて、韓国側は品目ベースで 99.7%、貿易額ベースで 99.3%について関税を撤廃する。発効後 10 年以内で見ると、米国側は 99.2%、韓国側は 98.5%の品目で関税撤廃し、東アジアの FTA では最も高度な FTA である。

韓国側はコメについて交渉から除外したが、それ以外の品目は関税撤廃から除外したものでも毎年関税割当が増加するように設定されている。

サービス貿易や投資分野については、ネガティブ・リスト方式での合意がなされ、さらに一度開放した分野について障壁を高めることを許さない逆進防止条項が盛り込まれた。サービス貿易については、具体的には法律・会計サービスの段階的開放や放送サービスの部分的開放が米国側の要求に基づいて取り入れられた。

(4) 韓・EU FTA

【交渉プロセス】

韓国と EU との FTA は、EU 側は 2007 年 4 月に開かれた会合で韓国との FTA 交渉開始を決定した。一方、韓国側は 2007 年 5 月の対外経済長官会議において EU との FTA 交渉開始を正式に決定した。

2007 年 5 月に第 1 回政府間交渉を実施し、工業品の関税を 10 年以内に関税撤廃、農産品を含めて 95%以上の高い市場開放率を目指すことで一致した。工業品の関税削減方式は、即時、3 年以内、5 年以内と単純化することでも一致した。

第 2 回政府間交渉（同年 7 月）では、自動車関税の撤廃時期や、地理的表示、公演補償請求権、追求権などの知的財産権保護といった新たな論点が出た。第 3 回政府間交渉（同年 9 月）では、EU 側が物品貿易での市場アクセスが韓米 FTA の水準に達していないと不満を表明した他、自動車分野で韓国側が欧州基準適合車の輸出を認めるよう求めた。自動車の技術標準に関して、以降、継続的に協議を続けたものの、EU 側は韓国側の譲歩案を受け入れず、意見の隔たりは埋めることができなかったため、同年中の妥結は見送られた。政府間交渉の回を重ねる毎に、知的財産権、紛争解決、透明性、貿易救済、電子商取引、競争等、次々と各分野で合意に達したものの、この自動車技術標準を巡る意見の収斂には時間を要した。

ようやく、2009 年 3 月の政府間交渉で主要論点での暫定合意に達し、一部積み残し事項について詰めの交渉を行った結果、同年 9 月交渉は妥結、2010 年 10 月の両首脳が協定文に正式署名した。

EU 側の批准には、加盟国それぞれの批准と欧州議会の同意が必要となるが、欧州委員会が暫定発効制度を活用することもできる。2011 年 7 月に同協定は、発効の予定である。

【特徴】

韓・EU FTA の最大の特徴は、市場開放度の高さにある。両国とも平均関税率がある程度高く、産業構造も異なるため、市場アクセスの分野で譲歩が可能だったことが、この市場開放度の高さに繋がったといえる。

韓国側は家電製品や IT 関連、繊維製品での対 EU 輸出の増加が見込まれる。一方 EU 側は、雑貨類やファッション衣料、医薬品、化粧品、化学樹脂などの精密化学分野、そして機械分野において対韓国輸出を伸ばすと予想されている。またサービス貿易分野でも、欧州企業の韓国進出が見込まれる。

韓国国内では、サムスン経済研究所が「韓・米 FTA による GDP の増加は 1.28%。韓 EU-FTA による GDP の増加は 3.08%」と試算するなど、輸出市場としての EU が重視されている。

【合意内容】

工業品の市場アクセスでは、発効後 3 年以内に韓国側が 95.8%の品目で、EU 側が 95.4%の品目で関税を撤廃する予定である。さらに発効後 5 年以内に韓国側が 99.5%の品目で、EU 側が全ての品目について関税を撤廃する予定である。韓国側の残りの 0.5% (45 品目) についても、7 年以内に関税が撤廃される。EU 側の 5 年以内の関税撤廃対象品目には、小型車の他、カラーテレビなどが含まれる。

農産品の市場アクセスでは、韓国側は欧州産ワインや紅茶に対する関税を即時撤廃し、冷凍豚肉については 10 年間で段階的に関税を撤廃することとなった。一方、韓国はコメ、トウガラシ、ニンニクなどについては関税が維持される。

サービス分野では法律サービスについての段階的開放や国内諸制度の改革について合意した他、最恵国待遇条項が盛り込まれることとなった。しかし韓・米 FTA で盛り込まれた逆進防止条項や、投資家国家提訴条項は盛り込まれなかった。

2) FTA 一覧（交渉中、検討段階）

2011年2月時点で韓国が交渉中もしくはFTA締結を検討中のFTAは下表の通りである。

今回の業界関係者や有識者への取材によると、米国、EUといった大規模市場へのアクセス権を得た韓国が次ぎにFTA締結を希望するのは、まず中国で、中国とのFTAが締結できれば中国との自由貿易協定（ECFA）を発効している台湾とのFTAと進むだろう。また韓国は、新興国かつある程度の市場規模が見込めるブラジルや、交渉中だが難航しているメキシコや豪州などとのFTAも希望していると見られる。

図表 3-25 交渉中・検討段階のFTA（2011年1月現在）

米州	
メキシコ	交渉中
2004年5月	共同研究開始で合意
2004年9月	戦略的経済補完協定（Strategic Economic Complementation Agreement：SECA）締結交渉開始で一致
2006年2月	SECA 第1回政府間交渉
2006年6月	SECA 第3回政府間交渉後、中断
2007年12月	SECAをFTAに格上げして第1回政府間交渉（@ソウル）
2008年6月	第2回政府間交渉（@ソウル。2008年3月の第2回中止の代わり）
2010年7月	韓国側、首脳会談で交渉の早期再開訴え
コロンビア	交渉中
2010年10月	第4回政府間交渉（2009年12月、第1回交渉）
メルコスール	共同研究段階
2005年5月	産官学共同研究開始（2004年11月、共同研究開始で一致）
2007年10月	産官学共同研究終了。共同研究結果報告会
2008年11月	韓国側、産官学共同研究のフォローアップを提案
2009年7月	韓メルコスール貿易投資促進合同諮問グループ設立に関する覚書に署名
中央アメリカ	検討段階
2010年12月	産官学共同研究開始で一致
カナダ	交渉中
2008年3月	第13回政府間交渉（2005年7月、第1回交渉）
2008年5月	農業調停会合終了

アフリカ	
SACU	検討段階
2008年12月	産官学共同研究の開始で一致
南アフリカ	検討段階
2005年6月	民間研究機関による研究の奨励で一致
2006年12月	KIEP（韓国政府系シンクタンク）、FTA締結で韓国の対南ア輸出は30%以上増加と予測
大洋州	
豪州	交渉中
2006年12月	FTA産官学共同研究開始で合意
2008年4月	産官学共同研究終了（2007年5月～、共同研究）
2008年12月	第2次予備協議で予備協議終了（同年10月、第1次予備）
2009年1月	公聴会開催
2009年3月	交渉開始で合意
2010年5月	第5回政府間交渉（2009年5月、第1回交渉）
NZ	交渉中
2008年6月	第5回産官学共同研究終了（2006年11月、共同研究開始で合意）
2008年5月	FTA政府間予備協議開催で合意
2008年9月	FTA第1次予備協議
2009年1月	公聴会開催
2009年3月	交渉開始で合意
2010年5月	第4回政府間交渉（2009年6月、第1回交渉）
中東	
GCC	交渉中
2007年3月	FTA推進の必要性で両国が共感
2007年11月	予備協議開催
2008年1月	公聴会開催・対外経済長官会議、交渉開始を議決
2009年3月	第2回政府間交渉（2008年7月、第1回交渉）
イスラエル	検討段階
2009年8月	産官学共同研究開始（2005年1月、共同委員会の立ち上げ、政府間交渉の開始を発表）

欧州	
ロシア	検討段階
2008年7月	第2回産官学共同研究終了（2007年11月、第1回共同研究）
トルコ	交渉中
2008年9月	第1回産官学共同研究（同年6月、共同研究開始合意）
2010年7月	第2回政府間交渉（2010年3月、政府間交渉開始で一致。4月、第1回交渉）
アジア	
中国	検討段階
2006年11月	共同研究開始で合意
2010年5月	産官学共同研究終了（2007年3月、第1回共同研究）
2010年9月	第1回韓中FTA関心事項意見交換会終了
中国・日本	検討段階
2008年3月	李大統領、日中韓FTAを提唱
2008年4月	中国外相、日中韓FTAに前向き姿勢示す
2009年5月	中国、FTA締結に向けた産官学共同研究を提案
2010年12月	第3回産官学共同研究（2010年5月、第1回共同研究（2012年までに終了の方針）
日本	交渉中断
2002年3月	産官学共同研究会設置で合意
2004年11月	第6回政府間交渉を終えて交渉中断（2003年12月、交渉開始）
2008年4月	両国首脳会談、交渉再開で合意
2009年12月	第4回日韓EPA交渉再開検討のための実務協議終了。今後の実務協議の
2008年6月	予定立たず（2008年6月、第1回実務協議）
2010年9月	第1回局長級会合（2010年5月、実務協議を局長級に格上げ）

出典) 各種報道資料より作成

3. 韓国の FTA 戦略と自動車産業への影響

(1) FTA の中の自動車関連項目

FTA による関税削減・撤廃の対象となる自動車関連品目としては、おおまかに乗用車 (CKD を含む)、トラック (同)、自動車部品 (エンジン部品を含む)、エンジン、自動車車体等がある。

2010 年時点で韓国が FTA を発効、FTA 交渉を妥結、FTA 交渉を推進しようとしている相手国の MFN 税率 (WTO 加盟国に適用される WTO 協定税率) を上記品目別に見ると次のようになっている。乗用車 (完成車) 関税は、米国の 2.5%、EU が 10%、インドおよび ASEAN 諸国は総じて高い (除くゼロ関税のシンガポールとブルネイ)。一方、韓国側の乗用車の MFN 関税は 8% となっている。マレーシアやインドネシア、ベトナムでは、自国における委託生産による雇用機会創出の見地から、CKD の関税を低率にしている。

自動車部品関連の品目の関税は、品目によりさまざまであるが、概して乗用車またはトラックの税率に準ずるか、完成車ほどは高くないが概して高率を課している国が多い。

韓国は米国 (2010 年) および EU (2010 年) と FTA で合意、ASEAN (2007 年) およびインド (2010 年) に FTA を発効、中国とは産官学共同研究を終える (2010 年) など、積極的な自由貿易政策を進めている。これらの FTA の発効により相手国側の関税が削減・撤廃された場合、販売価格の引下げにつながるなど、FTA がもたらす効果は非常に大きくなるものと予想される。米国の場合、乗用車関税は 2.5% と、もともと低率のため、それほど価格引下げ効果は持たないが、EU の 10% 撤廃や、ASEAN 諸国の高率な関税率の削減・撤廃は、大きな価格引き下げ効果をもたらす。

また自動車部品関連品目に対する関税撤廃は、韓国の部品メーカーの輸出増のみならず、EU や米国での現地生産向けの部品供給にとっても恩恵をもたらす、結局は現地生産車のコストを引き下げる効果をもたらすのである。

図表 3-26 各国の自動車関連の関税 (2010年現在)

	乗用車 (一部車種を除く) * 1・2	トラック (一部車種を除く) * 2	自動車部品	自動車用 エンジン	自動車車体	
韓国	8 %	10 %	8 %	8 %	8 %	
EU	10 %	ガソリン 2800cc以下 10 % ディーゼル 2500cc以下	2.7~4.5 %	2.7~4.2 %	4.5 %	
		ガソリン 2800cc超 22 % ディーゼル 2500cc超				
米国	2.5 %	25 %	2.5 %	2.5 %	2.5 %	
インド	100 %	10 % (実行税率 12.5%)	10 % (12.5%)	7.5 % (12.5%)	7.5 % (12.5%)	
中国	25 %	GVW 5t以下 25 %	10 %	10 %	10 %	
		GVW 5~20t 20 %				
		GVW 20t超 15 %				
ASEAN	タイ	80 %	40 %	10~30 %	10 %	40~80 %
	マレーシア	完成車 30 %	完成車 30 %	0~30 %	0~5 %	30 %
		CKD 10 %	GVW38t超の新車 20 % CKD 0 %			
	インドネシア	セダン ステーション ・ワゴン 50 %	GVW 5t以下 45 % (CKD) (15%)	0~15 %	15 %	0 %
		その他タイプ 45 %	GVW 5~24t 40 % (CKD) (15%)			
		CKD 15 %	GVW 24t超 10 % (CKD) (5%)			
	シンガポール	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
	ブルネイ	0 %	0 %	20 % シートベルト 0%	20 %	0 %
	フィリピン	30 %	GVW 6t以下 30 %	1~30 %	1~10 %	10~20 %
			GVW 6t超 20 %			
	ベトナム	2500cc以下 83 %	GVW 5t以下 80 %	3~25 %	3~30 %	10~37 %
		2500cc超 80 %	GVW 5~10t 55 %			
		3000cc超の 4輪駆動車 77 %	GVW 10~20t 25 %			
		CKD 1 %	GVW 20~45t 8 % GVW 45t超 0 %			
カンボジア	35 %	15 %	7~15 %	35 %	15 %	
ラオス	40 %	GVW 5t以下 30 % GVW 5t超 20 %	10 %	10~40 %	20~40 %	
ミャンマー	2000cc以下 30 %		5 %	5 %	5 %	
	2000cc超 40 %					

* 1 救急車・霊柩車・護送車・キャンピングカーを除く。

* 2 雪上車・ゴルフカート・農耕機、それに類する車両(およびその部品)を除く。

出典) Fedex World Tariff

（２） 関税撤廃のスケジュール

韓国の FTA 相手国・地域の関税削減・撤廃スケジュールは次のようになっている。EU は、乗用車の関税を 1500 cc 以下が発効 5 年後撤廃、1500 cc 超が 3 年後撤廃としている。予定通り 2011 年に発効が実現すれば、2014～2016 年に関税が撤廃される。完全撤廃までの期間の関税は、一定率で段階的に引き下げられる。自動車部品関連の関税は即時撤廃される。

米国は、乗用車の関税を現在と同じ 2.5% で発効させた後、4 年間維持し、5 年目に撤廃するとしている。2011 年に発効が実現すれば、2015 年に完全撤廃される。また自動車部品関連は即時撤廃される。

インドは、国内自動車産業の保護・育成のために、乗用車および自動車部品関連の多くが適用除外品目に指定されており、一部の部品のみで関税が半分程度引き下げられる。自動車関連ではほとんど関税が削減されない。インドの FTA 戦略は貿易拡大と国内産業保護のバランスで動いている。一方で、韓国はインドでの現地生産を拡大しているため、インド側の完成車の関税削減・撤廃の効果は薄く、部品関税を中心に交渉したとも言われている。むしろ、インドで現地生産・販売基盤を既に構築している韓国メーカーにとつては、輸入車が容易にインドに入ってくる状況を望まないであろう。

ASEAN は、先行 6 カ国（タイ、マレーシア、インドネシア、シンガポール、ブルネイ、フィリピン）においては原則 2010 年に関税撤廃、一部品目で 2016 年までに削減・撤廃される。後発 4 カ国（ベトナム、カンボジア、ラオス、ミャンマー）においては原則 2016～2018 年に関税撤廃、一部品目で 2024 年までに削減または撤廃される。ただし、自動車関連品目の関税引き下げスケジュールは、どの国も、排気量や部品品目毎に非常に複雑である。もともと自動車関連関税がほぼゼロのシンガポールとブルネイを除き、完成車に関しては、タイ（3000 cc 超を除く）、ベトナム、ミャンマーでは適用除外、カンボジアも 1000 cc 以下が適用除外、1000 cc 超も MNF 関税率の 8 割水準までの削減、マレーシアも 8 割水準までの引下げに留まる。一方、インドネシア、フィリピン、ラオスでは撤廃もしくは 5% 以下へ大幅削減される。自動車部品関連については各国とも、国内の部品産業の発展状況に応じて、適用除外品目に指定されるか、低い削減率に留まる品目があるものの、おおむね撤廃もしくは削減の方向にある。韓国側から見れば、カンボジアなどの一部諸国で委託生産を行っているため、部品の調達上は関税引下げが有利に働くものと推測できる。

図表 3-27 韓国との F T A にかかわる各国の関税撤廃スケジュール (1)

		品目	現行税率	FTA発効後の関税撤廃スケジュール		
EU	乗用車		10 %	1500cc以下	5年後(6年目)撤廃	
				1500cc超	3年後(4年目)撤廃	
				電気自動車	5年後(6年目)撤廃	
	自動車部品	2.7~4.5 %			即時撤廃	
	自動車用エンジン	2.7~4.2 %			即時撤廃	
自動車車体	4.5 %	工場組立用		即時撤廃		
		その他		3年後(4年目)撤廃		
米国	乗用車		2.5 %		4年後(5年目)撤廃	
	自動車部品		2.5 %		即時撤廃	
	自動車用エンジン		2.5 %		即時撤廃	
	自動車車体		2.5 %		即時撤廃	
インド	乗用車		100 %		適用除外	
	自動車部品	10% (実行12.5%)	非駆動軸・ギヤボックス・車輪		2019年に半減	
			その他		適用除外	
	自動車用エンジン	7.5% (実行12.5%)	ガソリン(50cc超)		適用除外	
			ディーゼル		2017年に5%へ削減	
自動車車体	7.5% (実行12.5%)	乗用車		2017年に5%へ削減		
		その他		2017年に撤廃		
ASEAN (先行6カ国)	タイ	乗用車	80 %		適用除外 2016年に64%に削減	
		自動車部品	10~30 %	3000cc超のみ		適用除外
				ブレーキ・非駆動軸・懸架装置・クラッチ・ハンドル		2016年に24%に削減
				エンジン部品		適用除外
	その他		2010年に撤廃			
	自動車用エンジン	10 %	ガソリン(250cc超)		2010年に撤廃	
	ディーゼル		適用除外			
	自動車車体	40~80 %			2016年に32~64%に削減	
	マレーシア	乗用車	30 %	完成車		2016年に24%に削減 (2001~3000ccのみ0~5%)
				CKD		2016年に8%に削減 (2001~2500ccのみ0~5%)
		自動車部品	0~30 %	シートベルト・エアバッグ・エンジン部品		2010年に撤廃
				その他		2016年に0~5%に削減
				自動車用エンジン	0~5 %	
	自動車車体	30 %			2016年0~5%に削減	
	インドネシア	乗用車	45~50 %	ガソリン3000cc以下 (ディーゼル2500cc以下)		2016年に0~5%に削減
				ガソリン3000cc超 (ディーゼル2500cc超)		2010年に撤廃
15 %		CKD		2010年に撤廃		
自動車部品		0~15 %	シートベルト・エアバッグ・ハンドル ブレーキライニング・駆動軸		2010年に撤廃	
			その他		2016年に0~5%に削減	
自動車用エンジン	15 %	ガソリン(250cc超)		2016年に0~5%に削減		
ディーゼル		適用除外				
自動車車体	0 %			(現行0%)		
シンガポール	自動車関連	0 %			(現行0%)	
ブルネイ	乗用車	0 %			(現行0%)	
	自動車部品	20 % (シートベルト0%)	エアバッグ・駆動軸・車輪・エンジン部品		2010年に撤廃	
			ハンドル・ブレーキ		2016年に0~5%に削減	
			その他		適用除外	
自動車用エンジン	20 %			2010年に撤廃		
自動車車体	0 %			(現行0%)		
フィリピン	乗用車	30 %			2016年に0~5%に削減	
	自動車部品	1~30 %	ブレーキ・非駆動軸・その他一部		2016年に0~5%に削減	
			エンジン部品・車輪・その他一部		2016年に80%水準に削減	
	その他		適用除外			
	自動車用エンジン	1~10 %	ガソリン		2009~2010年に撤廃	
ディーゼル				2016年に0~5%に削減		
自動車車体	10~20 %			適用除外		

出典) 各国政府資料

図表 3-27 (つづき) 韓国との FTA にかかわる各国の関税撤廃スケジュール (2)

		品目	現行税率	FTA発効後の関税撤廃スケジュール		
ASEAN (後発4カ国)	ベトナム	乗用車	77~83 %	完成車	適用除外	
			1 %	CKD	2015年に撤廃	
		自動車部品	3~25 % (乗用車用は 15~24%)	ギヤボックス・消音装置・マフラー	適用除外	
				シートベルト・エンジン部品・車輪	2016年に撤廃	
				その他	2021年に0~5%に削減	
	自動車用エンジン	3~30 %	ガソリン(50cc超)	適用除外		
			ディーゼル	2016年に撤廃		
	自動車車体	10~37 %		適用除外		
	カンボジア	乗用車	35 %	ガソリン1000cc以下	適用除外	
				ガソリン1000cc超	2024年に28%に削減	
				ディーゼル1500cc以下	2024年に0~5%に削減	
				ディーゼル1500cc超	2024年に28%に削減	
		自動車部品	7 %	エンジン部品	2024年に0~5%に削減	
				15 %	バンパー・ブレーキ・ギヤボックス・ 懸架装置・消音装置・マフラー・ シートベルト・エアバッグ	2018年に撤廃
					車輪	2024年に12%に削減
	自動車用エンジン	35 %	その他	2024年に0~5%に削減		
			35 %	ガソリン251~1000cc	2024年に0~5%に削減	
				ガソリン250cc以下、1000cc超	2018年に撤廃	
	自動車車体	15 %	ディーゼル	2024年に28%に削減		
	ラオス	乗用車	40 %		2018年に撤廃	
自動車部品		10 %	バンパー・車体部品・エンジン部品	2018年に撤廃		
			その他	2024年に8%に削減		
自動車用エンジン		20~40 %	ガソリン	2024年に20~40%		
		10 %	ディーゼル	2018年に撤廃		
自動車車体	20~40 %		2018年に撤廃			
ミャンマー	乗用車	30~40 %	ガソリン3000cc以下	適用除外		
			ガソリン3000cc超	2024年に32%に削減		
			ディーゼル	適用除外		
	自動車部品	5 %	バンパー	適用除外		
			車輪・ギヤボックス・ ブレーキライニング・シートベルト	2024年0~5%		
			その他	2018年に撤廃		
自動車用エンジン	5 %		2018年に撤廃			
自動車車体	5 %	乗用車	適用除外			
		その他	2018年に撤廃			

出典) 各国政府資料

一方、韓国側の関税削減・撤廃スケジュールは、乗用車は対EUで発効3～5年後に撤廃、対米国で発効と同時に8%から4%へ引き下げて4年間維持し、5年目にその後撤廃することになっている。対ASEANでは2007年発効と同時に撤廃されており、対インドでは2014年に撤廃することになっている。

自動車部品関連では対インドのみが2014年（一部2017年）撤廃で、その他のFTA発効もしくは発効予定国に対しては即時撤廃される。

図表 3-28 各国とのFTAにかかわる韓国側の関税撤廃スケジュール

品目	現行税率	FTA相手国	FTA発効後の関税撤廃スケジュール	
乗用車	8%	対EU	1500cc以下	5年後(6年目)撤廃
			1500cc超のセダン・ジープ	3年後(4年目)撤廃
			ステーションワゴン ガソリン1501～3000cc	3年後(4年目)撤廃
			ステーションワゴン ガソリン3000cc超	5年後(6年目)撤廃
		対米	燃料車	即時4%に引き下げ4年後(5年目)撤廃
			電気自動車のみ	4年後(5年目)撤廃
		対インド	1500cc以下のセダン ガソリン1000cc以下の ステーションワゴン ガソリン1501～3000ccの セダン・ジープ	2014年撤廃
			ディーゼル1501～2500cc のジープ	
			ディーゼル2500cc超	
			それ以外	
対ASEAN	即時撤廃			
自動車部品	8%	対EU	即時撤廃	
		対米	即時撤廃	
		対インド	2014年撤廃	
		対ASEAN	即時撤廃	
自動車用エンジン	8%	対EU		即時撤廃
			ディーゼル4000cc超のみ	5年後(6年目)撤廃
		対米		即時撤廃
			ガソリン251～1000cc	2014年撤廃
		対インド	ガソリン1000cc超	2017年撤廃
			ディーゼル2001～4000cc および10000cc超	2014年撤廃
			ディーゼルそれ以外	即時撤廃
対ASEAN	即時撤廃			
自動車車体	8%	対EU	即時撤廃	
		対米	即時撤廃	
		対インド	2014年撤廃	
		対ASEAN	即時撤廃	

出典) 各国政府資料

(3) 韓国自動車産業にとってのメリット・デメリット

1) 韓国自動車産業の輸出規模

韓国の産業別輸出規模を見てみると、例えば韓国と EU の関係は、韓国からの輸出は船舶、無線電話機、乗用車などの 10 大主要品が 62.5% を占め、この部門で大規模な黒字を計上している。一方の輸入品目は医薬品などの精密化学製品や半導体製造装置等の精密製造機械類といった高度技術製品が中心である。結果、両者間での輸出入の品目は比較的、相互補完的である。乗用車と自動車部品について見ると、輸出入ともにあるが、いずれも韓国側の輸出超で、乗用車で見た場合、韓国の対 EU 輸出は主に小型車、EU からの対韓輸出は高級ブランド車を中心であり、これもある程度、相互補完的といえる。

図表 3-29 韓国・EU の 10 大貿易品目 (2008 年)

輸出			輸入		
輸出品目	金額 (億ドル)	シェア (%)	輸入品目	金額 (億ドル)	シェア (%)
船舶	100.2	17.2	医薬品	16.1	4.0
無線電話機	74.9	12.8	半導体製造装置	15.6	3.9
乗用車	52.2	8.9	自動車部品	15.5	3.9
平板ディスプレイ	39.2	6.7	乗用車	15.4	3.9
自動車部品	24.0	4.1	精密化学原料	12.3	3.1
直接回路半導体	19.3	3.3	直接回路半導体	12.0	3.0
航空機燃料等	15.8	2.7	その他化学工業製品	9.5	2.4
軽油	15.8	2.7	原動機	9.5	2.4
カラーテレビ	14.4	2.5	ポンプ	8.6	2.2
原動機	9.5	1.6	その他機械類	8.0	2.0
総計	583.8	100.0	総計	399.8	100.0

出典) JETRO 資料

2) 韓国自動車産業にとってのメリット・デメリット

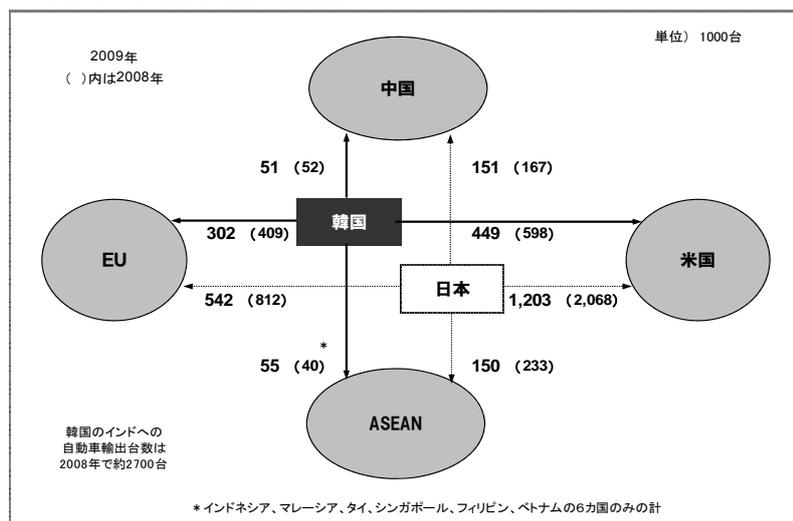
(1) 韓国自動車メーカー (ブランド)

現在 EU をはじめとする世界市場において、韓国企業は自動車、電気・電子製品などの製造業部門で日本、中国、台湾、ASEAN 企業と競合している。関税引き下げにより EU 市場における韓国製商品の競争力は一層高まり、韓国企業のシェア増加が予想される。また、関税引き下げは貿易量の増加はもちろんのこと、競争の深化、技術協力の拡大とそれによる先進技術獲得、制度の先進化および改善等を通じた生産性の向上にもプラスの影響を与えるとされる。

自動車の輸出台数でみると、韓国から EU への輸出は 2009 年では約 30 万台で、日本

の約半分の規模である。中国、ASEAN へは約 5 万台、米国へは約 45 万台で日本の 3 分の 1 の水準である。インドへの輸出は約 2700 台と非常に少ない。これは、すでに現代自動車が生産を強力に推進していることや、インドが乗用車輸入に 100% の高関税を課しているためである。韓国メーカーは中国やインドではすでに現地生産車の販売を大幅に拡大しているため、完成車輸出でメリットを享受できる国・地域といえば、米国と EU である。これら市場では、韓国メーカーは日本メーカーと競合しており、FTA 発効により関税撤廃された場合、同市場での価格引き下げ効果は韓国車の価格優位性を一層強めることになるかと予想される。その場合、品質改善努力により日本車と同等な高品質力をもつ韓国車が更なる価格競争力を持つことで販売拡大に弾みがつくことになるだろう。また、関税撤廃で得た原資をマーケティングに振り向けることも可能となる。また韓国国内から EU 市場への製品供給が増加することでの需要全体の創出効果も見込まれる。

図表 3-30 韓国の自動車輸出規模



出典) 日本自動車工業会、韓国自動車工業会

メーカー (ブランド) 別に韓国側のメリットを見てみる。現代自動車グループの場合を見てみると、EU 市場におけるヒュンダイ・ブランドの主力モデルはチェコで生産する i 30 と、関税同盟により EU との関税がゼロのトルコ、および現代自動車の世界的小型車生産拠点であるインドで生産される i 10 である。このため、韓国本国から輸出された車の全販売に占める割合は約 23% とそれほど多くない。一方、キア・ブランドは、モーニング (欧州名ピカント)、プライド (同リオ)、ソールなどの小型車を韓国から輸出しており、輸出車の全販売に占める割合は 52% を占めている。したがって、価格選好度の強い小型車市場では大きく有利となる。

米国市場ではヒュンダイとキア、両ブランドともに、全販売に占める韓国生産車の割合が大きい。そのため、EU の 10% に比べると米国の 2.5% の関税は、関税率そのもの

は低いものの、現代自動車グループにとって一定程度の撤廃効果があるものと推測される。また日本車ブランドが優位な ASEAN 市場における同グループの販売規模はまだ小さいが、関税引き下げにより、同市場での販売拡大につながる可能性がある。

GM 大宇は、EU との FTA の恩恵を大きく受けると予想される。GM 大宇の輸出のうち、EU 向け輸出が約半数を占め、しかも同市場で販売するシボレー・ブランド車の 73% が韓国（GM 大宇）生産車である。ASEAN 市場においても、CKD の生産・輸出を強化している GM 大宇としては拡大効果が見込まれる。

ルノーサムソンは現在では、韓国からの輸出台数自体が少なく、EU におけるルノーブランド車のほとんどは EU 生産車である。しかしルノーサムソンとしては、北米からの輸出はなく、輸出の大半を欧州・ロシアに依存している状況や、今後欧州市場でルノーブランドでの販売拡大を狙うという戦略に照らせば、関税撤廃によるメリットは大きいと見られる。

なお FTA では関税削減・撤廃以外のメリットもある。例えば、韓・EU FTA で EU 側は、韓国メーカーの EU 生産車について、完成車で海外部品使用を付加価値基準で 45%、部品で 50% までを原産地認定するが、これは韓国側にとっての条件緩和となる。

図表 3-31 ブランド別の韓国生産車による販売台数（2009 年）（1000 台）

	ヒュンダイブランド			キアブランド		
	販売台数 計	韓国生産車による販売台数	韓国生産車の割合	販売台数 計	韓国生産車による販売台数	韓国生産車の割合
EU	339	79	23%	255	132	52%
米国	435	235	54%	300	300	100%
インド	290	0	0%	0	0	
ASEAN	32	23	70%	25	15	58%
EU以外の欧州	166	71	43%	90	31	34%
カナダ・メキシコ	103	70	67%	46	46	100%
中南米	19	19	96%	13	12	97%
南米	150	116	77%	64	52	81%
中国	622	22	4%	255	13	5%
その他のアジア (韓国を除く)	79	71	89%	22	22	100%
中東	102	67	66%	436*	43	10%
アフリカ	63	39	62%	31	29	94%

* イランにおける委託生産による販売が多くを占める

	シボレーブランド			ルノーブランド		
	販売台数 計	GM大宇生産車による販売台数	韓国生産車の割合	販売台数 計	ルノーサムソン生産車による販売台数	韓国生産車の割合
EU	189	137	73%	1,281	20	2%
米国	1,339	39	3%	0	0	
インド	68	1	2%	0	0	
ASEAN	21	3	13%	1	0	0%
EU以外の欧州	130	42	32%	174	5	3%
カナダ・メキシコ	250	19	7%	12	2	20%
中南米	6	1	22%	2	0	3%
南米	847	34	4%	208	1	1%
中国	333	8	2%	8	4	51%
その他のアジア (韓国を除く)	8	0	0%	4	1	27%
中東	90	17	19%	74	1	2%
アフリカ	61	6	11%	25	1	3%

注) この他に、中南米・中東では大宇ブランド車、サムソンブランド車の輸入が若干ある

出典) 現代文化研究所調べ

(2) 韓国自動車市場

一方、韓国側で完成車および自動車関連品目の MFN 関税率 8% が撤廃された場合の韓国市場でのメリットとしては、EU メーカーおよび米国メーカー車、もしくは EU と米国で現地生産している日本車が価格面で有利な条件を得ることとなる。

また FTA の合意事項には、非関税輸入障壁ともなりうる自動車の安全・環境基準に関する内容も盛り込まれている。韓・EU FTA では、EU に対して韓国の自動車安全基準 42 項目のうち 32 項目について UNECE（国連欧州経済委員会）の車両基準で認定することが合意された。韓・米 FTA では、米国に対して、米国の安全基準を満たせば販売できる 1 モデルあたりの販売台数上限を年間 2 万 5000 台へと大幅に引き上げた。これにより、例えば、韓国で装着が義務付けられている排気ガス診断装置（OBD）を搭載していない車が販売できるようになるなど、欧米メーカーにとって、韓国市場へのモデル投入が容易となり、かつモデルラインアップの充実も可能となる。

(3) 韓国自動車部品産業

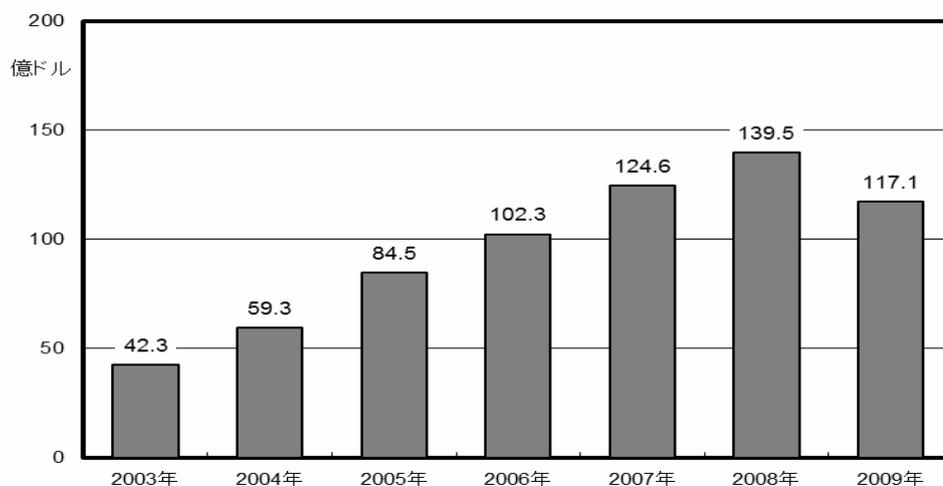
自動車部品においては、韓国の部品輸出は現代自動車グループの海外現地生産進行と並行して拡大してきた。2009 年はリーマンショック後の自動車市場の低迷により一時的に前年割れとなったが、2008 年の輸出額は約 140 億ドルで 2003 年に比べて 3.5 倍に成長している。現代自動車グループは、欧州ではチェコとスロバキアで現地生産を進めているが、部品調達は同グループとともに現地進出した韓国系部品メーカーからの調達のほか、韓国本国から輸入する割合も高いと見られる。一般に在 EU 韓国系企業は現地調達が進んでおらず、本国からの調達が多い。本国からの調達比率は、日系企業が 35% であるのに対して韓国系企業は 52% である（全製造業平均、アジア経済研究所調べ）。

したがって部品輸入に対する関税が撤廃されれば、調達コストが削減され生産コストが下がり、間接的に最終の乗用車価格を引き下げる効果を持つことになる。EU のみならず、インドや米国と韓国との FTA によっても、同様な効果がもたらされるものと予想される。とりわけ、系列企業グループでモジュール化・サブアッセンブリ化を進める現代自動車グループでその効果は大きいと見られる。

また韓国貿易協会は、韓国部品メーカーの強みについて、技術の進展はあるが依然として「価格」、つまり品質の高さの割に価格競争力があると評価しており、関税撤廃は韓国部品サプライヤーの EU 企業向けの輸出拡大を図るチャンスでもある、と分析している。

自動車部品に関しては、韓国側の EU からの輸入量も多く、しかも先端技術部品が多いことから、韓国の自動車部品産業の育成・成長にとってのデメリットが懸念されている。しかし、一方で海外企業との取引増に伴って先進技術獲得の機会が拡大するメリットがあると期待されている。

図表 3-32 韓国の自動車部品輸出の推移



出典) 韓国自動車部品工業会

JETRO の予測によれば、韓国と EU の FTA が発効されてから以後 15 年間の貿易で、韓国製造業の対 EU 貿易収支は年平均 4 億ドル黒字が拡大する。また品目別に見ると、輸入では医薬品などの精密化学や製造機械関連分野などで韓国の輸入増、自動車関連分野では圧倒的な輸出増で、15 年間の年平均で 14 億ドルの増加と予測されている。同金額は、2008 年の韓国の乗用車輸出額合計の約 27%にあたる。この増加分のすべてが日本メーカーの需要を代替するわけではないが、韓国メーカーにとっては、大きな拡大効果をもたらされるものと推測される。

図表 3-33 韓国・EU の FTA が輸出入に及ぼす影響 (100 万ドル)

	輸出増加額		輸入増加額		貿易収支	
	発効後1-5年 年平均	発効後15年 年平均	発効後1-5年 年平均	発効後15年 年平均	発効後1-5年 年平均	発効後15年 年平均
石油化学	104	108	68	76	36	32
精密化学	52	53	249	290	△197	△238
繊維	216	216	137	141	79	75
鉄鋼	7	7	43	43	△36	△36
非鉄金属	9	10	41	47	△32	△37
機械	107	116	334	383	△227	△267
電気・電子	345	394	391	430	△46	△36
自動車	1,072	1,407	193	217	880	1,189
船舶	4	4	16	19	△13	△16
生活用品	66	77	83	93	△16	△16
その他製造業	127	129	345	385	△218	△256
製造業計	2,110	2,520	1,900	2,125	210	395

出典) JETRO 「韓国・EU FTA の経済効果分析」

(4) 日本の自動車産業にとっての影響

現在 EU 市場においては、主に小型車のセグメントで日本車と韓国車が競合する関係にある。その価格差を英国における価格で比較した場合、韓国車を 100 とすると、モデルやバリエーションによるばらつきはあるが、概ね日本車は 110～130、つまり 10～30% 程度割高である。

EU で販売される韓国車の全量が韓国からの輸入車ではないため、関税撤廃によってすべてのモデルで価格引き下げ効果があるわけではない。しかし EU の乗用車 MFN 関税 10% の撤廃により、韓国車の標準小売価格が実質 7% 程度引き下がることとなれば、日本車との価格差は更に拡大する。例えば、日本車神話が根強く、日本ブランドが優位な GCC においてさえ、価格差は 15% 程度が限界という声強い(現地ディーラーの意見)。

上級ブランド車と異なり価格弾力性の高い小型車市場において、日・韓車の価格差の一層の拡大は、EU 市場での日本車需要に少なからず影響を及ぼすものと予想される。

図表 3-34 英国における現代・起亜とトヨタ・ホンダの価格比較 (2010 年)

排気量	現代・起亜				ホンダ			トヨタ				
	モデル	価格 (ユーロ)			モデル	価格 (ユーロ)	韓国車を 100とした 価格水準	モデル	価格 (ユーロ)	韓国車を 100とした 価格水準		
1.0～1.1	Picanto	min	7,195	100				Aygo	min	8,657	120	
		max	8,995	100					max	10,385	115	
								Yaris	min	10,508	146	
							max		11,942	133		
1.2	i20	min	9,340	100	Jazz	min	10,990					
		max	10,905	100		max	13,270		118			
1.4	i20	min	10,670	100	Jazz	min	12,990		Yaris	min	13,274	124
		max	13,070	100		max	15,770			121	max	13,763
	i30	min	12,000	100	Civic	min	15,315					
		max	13,400	100		max	18,165		128			
1.6	i30	min	12,950	100					Auris	min	16,449	127
		max	16,250	100						max	16,939	104
	Soul	min	11,850									
		max	16,595									
1.8					Civic	min	16,970		Auris	min	19,139	
						max	19,375			max	20,882	
								Avensis	min	17,673		
									max	22,771		
2.0					Accord	min	20,910		Avensis	min	18,652	
						max	24,260			max	23,675	
2.0 SUV	iX35	min	16,495	100	CR-V	min	21,005	127	RAV4	min	24,017	146
		max	20,745	100		max	26,405			127	max	26,412
	Sportage	min	15,995									
		max	21,045									
2.2 SUV	Santa-Fe	min	21,495	100	CR-V	min	22,880	106	RAV4	min	22,750	106
		max	25,495	100		max	30,325			119	max	28,635
1.6 MPV	Carens	min	13,295	100					Verso	min	16,919	127
		max	14,320	100				max		18,981	133	
2.0 MPV	Carens	min	15,355	100					Verso	min	19,161	125
		max	17,915	100				max		23,479	131	

注) i 10 はすべてインドの生産、CEED はスロバキアの生産のため除外

出典) 英国 AUTOCAR 誌の情報をもとに現代文化研究所作成

アジア経済研究所の推計によると、韓・EU FTAによるEU市場での貿易額の効果としては、やはり自動車分野での輸出増が大きく、年平均で約13億6000万ドルの輸出増加となる。これは韓国の乗用車輸出金額52億2000万ドル（2008年）と比べると、その約26%に相当する。このうち、EU製品を代替する分が約5億1000万ドル、第3国の輸出を代替する分が約8億5000万ドルであり、第3国分のうち日本の輸出を代替する額が約4億2000万ドルに達する。日本を代替する分は、韓国の輸出増のうちの30%強を占める。

これを単純計算で韓国の自動車輸出に当てはめると、韓国からEUへの自動車輸出は2008年約41万台、2009年30万台で、韓国の自動車輸出が約8~10万台増加、そのうちの約30%にあたる2~3万台の日本車が影響を被る計算となる。

一方、韓国市場における日本車の販売台数は小さいが、それでも韓国市場において欧米車の価格が引き下げられれば、円高による競争力低下に、更に価格競争力の低下圧力が強まる。また、欧米市場およびアジア市場向けの完成車輸出に関して、日本で生産された車の輸出に対してのみ関税が課せられる状況となれば、すでに生産がある程度グローバル化している日本の自動車産業は、現地生産の加速と、生産の空洞化を招く恐れがある。

完成車に限らず、自動車部品においても影響が懸念される。自動車部品の生産・輸出は、とりわけ高度先進部品分野では日欧米が技術的にリードしており、韓国製部品のシェアはそれほど高くない。しかし、韓国国内の高性能部品などにおいてEUの技術体系の導入が促進され、日本主導の技術体系が脅かされる懸念がある。これはいずれASEAN諸国などへの日本の部品輸出へも影響を及ぼす可能性がある。

図表 3-35 韓国 EU FTA の EU 市場における各分野への影響

(100万ドル)

	EU製品の 韓国製品への 代替額	第3国製品の 韓国製品への 代替額
農・水産品	15	31
鉱物・エネルギー	145	268
化学・プラスチック	272	448
木製品・紙・出版	0	0
繊維	260	497
土石・貴金属	21	41
鉄鋼・非鉄金属	124	243
機械	350	617
電機	261	498
自動車	509	847
自動車部品	111	205
その輸送機械	26	44
精密・光学機器	32	65
雑品・その他	23	46

<国別内訳>	
日本	418
台湾	7
中国	18
米国	80
その他	324

出典) アジア経済研究所「韓国のFTA政策と在欧日系企業への影響」(2010年10月)

第4章 韓国のFTA戦略と韓国メーカーのグローバル事業展開が もたらす日・韓自動車産業の競争力に与える影響

韓国のFTA戦略、および韓国自動車メーカーのグローバル生産の進展が与える影響は、大きく分ければ、①完成車の各地域・各国における販売への影響、②部品の輸出入に対する効果とそれによる最終製品（完成車）の競争力への影響、③自動車生産における技術力、特に先端技術の主導権という3つの要素に分けられるであろう。

（1）完成車の輸出と販売に関する影響

韓国における自動車関係者および有識者に対するヒアリングでは、例えば韓・EU、韓・米のFTA発効に対する影響について、EUの関税撤廃はある程度の効果が期待できるとしながらも、グローバルな視点で見た場合、さほど大きな影響を及ぼさないであろうとの意見が大勢を占めた。

現代自動車グループが受けるメリットとして、価格優位な現状に加えて、EUの完成車（乗用車）10%輸入関税が撤廃されれば、より優位に立つことができる点である。また、影響はそれほど大きくないと見る要因として、既に日韓両国のメーカーともに現地生産を推し進めており、10%関税分がそのまま効いてくる訳ではないという点を挙げている。実際のところ、EU市場における韓国本国からの輸出車割合（ヒュンダイ・ブランドに限定）は23%である。日本メーカーも同様に、同国市場における完成車の輸出割合は縮小傾向にある。

日本の専門機関の計量化をもとにした影響分析によれば、韓・EUのFTAにおいて、韓国の自動車輸出は約30%増加し、その半分はEU以外の第3国製品の代替、さらにその第3国製品のうち約半分が日本の自動車からの需要移行とされている。すなわち、EUにおける需要増加分の4分の1は日本車シェアの食い込み分となる、との試算である。

現状の韓国車の価格優位性や円高・ウォン安基調の継続に加えて、EUの10%関税が撤廃された場合、短期的であるとしても、日本車販売に影響を及ぼすと予想される。また日本国内の有識者が指摘するように、現代自動車グループが小型車モデル販売での成功と品質に対する信頼性を突破口にして、本国からより幅広いバリエーションのモデル投入を加速し、市場シェアを拡大していく可能性がある。現代自動車グループのEUでの現地生産は小型車を中心とした限定されたモデルであるため、EUの関税撤廃は、商品投入のフレキシビリティを高め、有利なモデルミックス戦略の展開を容易にする効果があると思われる。さらに、今回のヒアリングにおいて、現代自動車の理事（取締役）が「EUの関税撤廃によって生じるメリットの30%は利益に還元し、残りの70%はマーケティングのリソースとして活用する」と語っているように、目に見えない副次効果もあると思われる。

現代自動車グループは今年初め、デトロイト・モーターショーで「モダン・プレミア

ム」をコンセプトとした新しいブランド戦略を正式に発表した。すなわち「手の届く高級車」路線をベースとして上級に移行する戦略である。同時に、新しいブランド・スローガン「New Thinking, New Possibilities」（新たな思考、新たな可能性）を打ち出し、「品質経営」から「ブランド経営」に舵を切ることを明らかにしている。今後、欧米との FTA に基づく完成車の関税撤廃はこのような上級移行戦略に間接的にも追い風効果をもたらすと考えられる。

一方、韓国市場における日本車販売にも影響を及ぼす。韓国内のヒアリングにおいて、EU との FTA 効果に慎重な見方が多いことは前述の通りであるが、それは韓国の完成車輸入関税（8%）が撤廃されれば、EU 生産車（とりわけドイツ車）の輸入が増え、韓国メーカーの市場シェア低下につながるという見方に基づくものであった。しかし、一時的に国内販売が落ち込んだ現代自動車グループが新型モデルを次々と市場に投入してシェア回復に躍起になっている現状と、現在の円高・ウォン安、そして FTA による 8% の関税撤廃の相乗効果により影響を受けるのは、韓国における日本車販売であろう。

韓国における外国メーカーの円高・ウォン安によるダメージについては、韓国でのヒアリングで、「ホンダはこの間、3 回値上げした。同社は円高で 1 台売る毎に 30~40 万円の赤字になるため、敢えて値上げにより販売を抑制する戦術と採った」との指摘があったほどである。

ただし一方で、グローバル化の視点も無視し得ない。日韓両メーカーを含め、世界の自動車メーカーの生産はグローバル化を進展させており、企業の生産地と消費地の選択の自由度は増している。どこの国で生産しどこの国へ供給するかは、各メーカーの世界最適生産・最適販売の戦略に基づいて行われ、生産と供給は生産メーカーの本国や国籍に関わらず流動化するのとは不可避な現象である。例えば、韓国の自動車産業の一部には、いずれ米国および英国生産のトヨタ車が韓国国内に投入されると見方もあった。FTA のような 2 国間貿易自由化や TPP のような自由貿易圏の形成といった、貿易自由化加速の流れの中で、日本だけが立ち遅れることとなれば、日本の生産の空洞化に拍車をかける懸念もある。

（2）自動車部品の輸出入に対する効果と影響

自動車部品の輸出入に関する影響は、完成車における状況とは様相が少し異なる。第 2 章、第 3 章で述べた通り、現代自動車グループの部品調達戦略は系列メーカーを基本とした生産工程分業を指向しており、現地生産においても完成車メーカーと共に進出した系列部品メーカーや本国の部品メーカーから調達している比率が高い。

したがって EU など現地生産する際には、韓国本国から部品を関税フリーで輸入できるメリットは大きい。また有識者の一部は、もしブラジルと FTA が締結された場合には、金型などの生産設備が本国から低関税で持ち込めるメリットが大きいと指摘してい

る。インドとの FTA では、インド側の完成車輸入関税は撤廃対象外とされているが（むしろインドで大規模に現地生産する現代自動車グループはインドが完成車の輸入を自由化することを望まない）、部品関税については、これまでインドに多大な投資を行ってきた現代自動車グループの意向が、韓国政府の FTA の交渉・合意に影響を及ぼしているとの指摘もあった。インドにおいては、FTA 効果により現代自動車グループが部品の調達（現地調達、韓国からの輸出）でフレキシビリティが高まる可能性があると考えられる。インドの例のように、各国における部品の関税撤廃、そして現代自動車グループが望む部品関税撤廃であれば、それは最終的に現地における完成車のコスト削減につながり、現代自動車グループの価格優位性に有利に働くと思われる。

（３）自動車生産における技術力、特に先端技術の主導権

3 番目に日韓の問題に限らず、広く EU を含めた先端技術のリーディングの問題に視点を広げたい。韓・EU FTA は、EU 市場における日韓の競合やシェアの奪い合いと見られがちであるが、EU 側の視点に立てば、違った様相が見えてくる。

例えば、韓・EU FTA では、物品関税の引き下げ・撤廃の他に、自動車の環境・安全基準で、EU 基準を満たせば韓国で販売できるよう基準認証の共通化が盛り込まれた。このことは、いわゆる非関税輸入障壁の単なる撤廃ではなく、その延長線上には EU 技術・規格標準の敷衍といった戦略も見え隠れする。

EU にとって韓国市場で乗用車販売を拡大することは、それほど大きな魅力ではないだろう。なぜならば、欧州メーカーの中には日本市場でさえ、成長性に乏しいという理由で、例えば東京モーターショーへの出展を取り止めた点などを併せ考えても、それより規模の小さい韓国市場に対して大きな魅力を感じていないとも想定できる。

むしろ、自動車本体や部品メーカーが韓国企業と技術的連携をとることを通じて、EU 技術による市場リーディングを図る思惑があるのではないか。有識者が指摘するように、今後、複雑な制御が求められる ECU（エンジン・コントロール・ユニット）技術開発において、独自技術を持たない韓国企業が EU 標準を採用するのか、もしくは日本メーカーとの共同を図るのが焦点となる。

また、市販を目前に控えている電気自動車（EV）等の標準化については主要国間で水面下の先陣争いが活発に展開されている。FTA を通じて EU の技術や規格標準が韓国企業を取り込み、EU・韓国の技術連合を形成して技術基準でのデファクト・スタンダードを握るとすれば、その先には中国やインドの市場が見えており、さらに将来的には ASEAN 市場が視野に入る。つまり日本の技術リードを脇に追いやり、EU が先端技術でのアジア覇権を取るという構図である。

今回の韓国でのヒアリングにおいて、現代自動車グループの関係者が「EU との FTA は単に輸出量が増加するメリットのみならず、EU との協力関係から得られる質的なメリットがあると捉えるべきである」との発言は示唆に富むものである。

それはまさに、FTA の進展は短期的実利としての製品市場におけるシェアの獲得争いのみならず、中長期的視点に立てば技術市場ともいうべき次世代のリーダーシップ覇権巡る競争となっている。

添付資料 1. 韓国自動車関係者・有識者ヒアリング要旨

1. 現代製鉄 技術研究所・環境エネルギーセンター長 (2011年2月8日実施)
(2010年10月まで現代自動車・環境部長)

■韓国企業の競争力の源泉どこにあるのか。

現代自動車はトヨタの背中を見て競争力を強めてきた。トヨタに負けたくないという気持ちがある。

仕事の上で失敗はつきものである。現代自動車ではチーム会議と本部から指示がでるが、いざ仕事を進めるあたり、例えると登るべき山を決めて登りだしても、それは望まれていたことと違うということがままある。つまり失敗である。それに気づいてまた違う山を登りだす。その繰り返しである。組織というのはたくさんの失敗をしている。チーム長などは過去に失敗を経験している訳で、そうした先例から学ぶというのが大切である。失敗をしたらまず基礎からやり直す。そして1つに決めたらそれに集中する。パワーはそこから生まれる。したがって、スタッフはチーム長やトップからの命令には口を出さないで従う。韓国にはハングルで KKSS という言葉がある。これは「やれと言われたらやるしかない」という意味である。チョン・モンク会長は、「失敗は成功のもと」と考え、失敗してもいいからやってみろという。やり方では個人の損得なしに慎重に淡々とやるように指導する。

■現代自動車の画期的なマーケティングのアイデアはどこから出てくるのか。

企業を比較すると、サムソンはやることが決まれば、やることは正しいか？ どういうふうにするかも検討しながらステップを踏んで仕事を進める。これは合理的ではある。一方、現代自動車は非合理的だが、それが逆にとんでもないアイデアを生んでいる。

できないことをできるようにするアイデアを出す、問題解決のために知恵を出すにはパワーとそれなりのやり方が必要である。現代自動車は100%の目標に対して150%の成果を期待する。現代自動車はオーナー企業で、会長の意向が強く反映する企業である。会長は目標の設定が高く、理屈では考えられないような高いハードルを課す。その目標を何とか達成しようとするときには、サムソンのように1つ1つ合意を重ねながら100%に近づいていく合理的なやり方では無理で、プラス50%分ジャンプするような思い切った思考が必要となる。現代自動車では、突飛なアイデアでもそれを許容する風土があり、上司もスタッフもそのやり方を共有している。現代自動車は若い会社なので多少は無理をしようとするし、それが許される。サムソンは企業として安定期に入っているので、無理をしようすると反対意見も出てくる。

この成功例としては、10年10万マイルワランティやジョブ・アシュアランス・プログラムがこうした仕事の仕方から生まれたアイデアである。

■**韓国の政府と企業には、政策展開にあたって一体感があるように感じるが。**

国内の政策に関しては一体感があるとは思えない。韓国から見れば日本の方が一体感というにふさわしいように思える。韓国の場合は政府が産業を引っ張っていくという状態で、必ずしも一緒になってはいない。業界が反対しても政府は前に進もうとすることも多い。国内市場は飽和状態に近いので、政府はこれ以上の企業数は要らないと考え、グローバル企業を育成しグローバルな成長で立国しようとする方針をもっている。

対外的な面は、もう少し支援して欲しいという希望がある。対中進出では政府のネットワークでなく、現代自動車自身のネットワークを活用した。米国や欧州、そして我々が未進出の国での活動を支援して欲しい。

■**しかし、リーマンショック後のスクラップ・インセンティブの導入など、政策展開が迅速である。**

確かにリーマンショックからの立ち直りの早さなどを考えると、韓国は人口も少なく小さい国なのに、なぜこんなことができるのか不思議に思うこともある。よくわからないが、韓国社会はこれまでも多くの問題に突き当たり、それを乗り越えてきた。したがって、やればできるはずだという気持ちが根底にあるのではないか。前向きな姿勢をもち、過去に経験したことを踏まえ、何かできないかと考える。

■**EU との FTA などについても韓国は比較的スムーズに合意まではこぎつけている。日本は自由化の議論がなかなか進まない。**

韓国においても農業を中心に自由化への反対が根強く、スムーズに進んでいるとは決して言えない。ただ輸出依存度が高く、自由化へ進まざるを得ない大義名分はたつ。この点については、政府と国民は未来ビジョンを共有していると言える。

■**EU の自動車関税 10%が撤廃されれば輸出で効果が期待できるのでは。**

現代自動車は、新興国では量的な経済的なメリットを追求し、欧米では質的な社会的なメリットを求めてきた。EU に関しては東欧での現地生産が進み始めており、単に輸出量が増加するというのではなく、EU との協力関係から得られる質的なメリットがあると捉えるべきであろう。

■**今後の韓国自動車産業の展望は。**

政府は環境対応車政策などについても、まだ世界のどのメーカーも取り組み始めているような方針を打ち出す。業界には進め方が早すぎるのではないかという議論もあるが、現在は成長期にあり各企業は前向きな姿勢を打ち出してはいるが、これから安定期に入ってくると、反対意見も出てくるだろうと予測している。

2. 韓国自動車工業会 (KAMA) 産業調査チーム部長 (2011年2月8日実施)

■韓国自動車メーカーにはかつての日本メーカーのような勢いがあるが、韓国メーカーが強いのはなぜか。

多角的にみる必要があるが、以下のように分析できる。

①チョン・モンク氏は2000年、起亜自動車を合併した現代自動車の会長に就任した。当時の現代自動車は価格競争に依存していた。チョン・モンク会長はそれまで現代サービスの整備会社に携わっており、顧客との接点をもつ業務に就いていた。以前のキャリアの最後に末端の仕事を経験したことが、親切を大切にする姿勢を生み、その後の品質への取り組みにつながった。

②会長就任以降、品質改善を経営目標に掲げてかなりのリソースを投じ、コストをかけることに反対する役員をクビにしてまで取り組んできた。その成果として、2005年には、JDパワー社のIQSでトヨタを抜いた。

③1999年の起亜との合併に伴い両社のプラットフォームの共有化を進め、R&Dコストを30%削減できた。起亜の吸収で国内のシェアは80%に達し、市場支配を背景に価格を引き上げることができた。この2つの施策で収益確保が可能となった。

④輸出に関しては、IMF危機前後でウォンが1ドル800~900ウォンから1300ウォンとなり、為替差益の恩恵を大きく受けている。

⑤このおかげで蓄えた体力を海外生産に集中することができ、インド、中国、トルコ、米国、チェコ、スロバキア、ロシア、ブラジル（建設中）と現地化を推進してきた。米国以外は新興国であり、小型車の投入で現代自動車の強みを生かすことができた。トヨタや本田は米国から海外進出をスタートしており、安定的な利益を上げるまでに時間がかかった。しかし現代自動車は、新興国への進出と大規模生産への投資で、短期間に一気に生産拡大（2001年は10万台程度だった海外生産が2010年には200万台超え）することができ、収益の確保に成功した。

⑥現代自動車は10年前から南陽（ナムミョン）研究所でデザインに力を入れており、他メーカーからの招聘や留学生の採用など人材の確保を積極的に行った。また、欧米での市場調査に基づき現地の好みに合ったデザイン開発を行っている。こうして日独のコピーから独自のデザイン力を身につけていった。現代自動車のデザインは、韓国的要素と海外的要素の融合である。アバンテやソナタのデザインは「プロイステ・カルチャー」と呼ばれる東洋的なデザインで、韓国的な梅・ラン・菊・竹などのイメージが織り込まれている。

■新興国で販売が好調な理由、市場の小さな国でも確実にシェアを伸ばしている理由は。

中南米はFTAによりチリを中心に販売が伸びた。日本車と比べ10~20%は価格優位であり、品質は日本車と同じレベルに保たれている。インドは周辺国や中近東、中南米への輸出拠点化している。トルコでは商品が市場にフィットしていたといえる。現代の

1200cc のエントリーカーは、フォードやトヨタより売れている。販売面ではまずマージンよりも普及に力を入れている。本社から派遣された現地スタッフが技術指導を行い、部品メーカーと一緒に進出したので不具合に迅速に対応できるなど、現地に密着した経営と販売戦略をとった。家族経営的に、トルコの文化に合わせて付き合う努力をしている。トルコ人は楽天的で、韓国人はすぐに親しくなっている。

■韓国はチリから初めて次々と FTA の合意・発効に至っている。FTA 交渉に日本は時間がかかっているのに、韓国がスピーディなのはなぜか。

政府がリーダーシップを発揮している。与野党の協力も大きく、政権が変わっても実行できた。農民など損害を受ける部門への支援策も大きい。日本はリーダーシップに欠けている。韓国の場合、マクロ次元で政府が主導している。国策研究機関（政府系研究機関）を設置し、交渉プロセスの中で KAMA に意見を求めるし、メーカーからも意見を聞く。製造業は 100%大賛成だが、農林・畜産業等は反対・保留が多い。

ウルグアイラウンド以降の世界のトレンドは、地域経済圏の形成に動いている。韓国経済は輸出入への依存度が高く、乗り遅れると致命的になるとの危機感があった。

■韓国政府の輸出支援策や ODA 政策について教えていただきたい。

輸出支援では、以前は金融支援が中心であったが、企業が成長した現在では、部品メーカーや技術開発に携わる民間や政府の研究機関への R&D 資金支援が中心になっている。

ODA については、中国は他国への ODA 支援を活用し、援助という名目の見返りに様々な利権を獲得して間接的に民間企業活動を支援している。しかし韓国はようやく支援する立場になったばかりでそのような恩恵にあずかっていない。

■為替政策についてはどうか。

為替は原則的に市場任せである。直接的に為替に介入する能力はない。経済成長率、物価、金利が為替に間接的に影響するが、現在 2.5%の金利のうちの 0.25%について、毎月上げ下げを行ったり、消費者物価に影響が大きい石油価格をコントロールするといった、間接的な政策をとっている。

■各国との FTA がもたらすメリット・デメリットをどう考えるか。

FTA の影響を単に自動車産業に求めるのは無理で、経済全体をみななければならない。現在、政府レベルで韓中、韓日の FTA が研究されているが、韓日 FTA は韓国側にデメリットが大きい。日本はすでに自動車に関税がなく、乗用車から商用車、軽自動車までフルラインアップで生産しているので、韓国メーカーには不利だ。政府レベルでも否定的である。

欧米との FTA では、価格競争力の強さに関税撤廃の効果が加われば、確かに韓国車が一層有利になるだろう。韓国車がブランドバリューをつければ、日本車には脅威になる

かもしれない。

EU や米国との FTA 合意は、韓国が今、非常に開放的であることの証しといえる。自動車市場を見ても、これまでは1つのブランドに依存してきたが、現在は輸入車の販売が増えてシェアは 10%に達している。衣料などでも海外の多様なブランドが入ってきており、韓国は輸出もするが輸入もするという見方に変わってきた。人材の流入も増え、製造業で働く外国人は 100 万人を超えた。彼らに対する保険制度などの充実が図られている。それに比べると日本はかなり閉鎖的ではないか。海外に対してネガティブなイメージを与えているように思う。

■インドとの FTA についてはどう見るか。

インドとの FTA は完成車にとっては実質的な効果がない。現代自動車はインドに生産基盤を確立しており、むしろインドに輸入車が容易に入ってくる状況は望まないはずである。現代自動車はインドにかなりの投資をしてきたので、部品関税などでは、現代自動車の意見を聞きながら内容を詰めた。

■韓日メーカーの今後の展望は。

例えばタイは日本車のシェアが非常に高いが、韓国メーカーが市場に参入したことを非常に歓迎している。メーカー間の競争が活発になることは、ユーザーに良い結果をもたらす。メーカーとしてみても、競争で商品力を向上していかなければ、やがて国際競争力を失っていくことになるだろう。

3. サムソン経済研究所 常務取締役（自動車専門家）（2011年2月8日実施）

■韓国自動車産業の強さの背景は。

リーマンショック以降、世界の自動車需要は先進国から新興国へシフトした。現代自動車は他社に先駆けて新興国に進出しており、ちょうど時流にマッチした形となった。1997年のIMF危機を境に、IMFの勧告に沿って韓国メーカーは財務の健全化努力を図り、その前後の時期に新しい投資を行っていなかったことも大きい。

その後、商品の競争力が上がり品質も向上した。先進国ではアグレッシブなマーケティングを展開し、新興国では価格が市場にフィットした。新興国への進出は、周倒な見通しに基づいて戦略的に展開した結果ではない。先進国はすでに日本メーカーがおり、シェアを拡大することは難しく、持続的成長を遂げるために新興国に目を向けた結果である。ちょうどVWが米国から撤退し、中国で成功したのと似ている。インドや中国に続きチェコやスロバキアに素早く進出し、生産能力を拡大したのも成長の要因である。

■近年のデザインや画期的マーケティング・プランは誰が主導しているのか。

デザインは向上しており、デザイン担当の米国人幹部がGMに引き抜かれた程である。アシュアランス・プログラムなどはHMA（現代アメリカ）の米国人担当者が総括し企画提案している。現代自動車はIMF危機に際して、困難な時に突破口を切り開く経験をしていた。その経験が生きている。また現地人をうまくマネジメントする能力に長けている。韓国企業は中国やインドをはじめとして、現地市場のニーズにうまく合わせようとする努力を怠っていない。一般ユーザーのニーズは常に探っている。

■現地人のマネジメントはどのようなやり方なのか。

日本企業は現場、つまり生産方法を細かく重視する。そのためにスピードが落ちる。米国企業は基本的にマーケットを重視し、それを基に戦略的なものの考え方をして取り組む。韓国は2000年以降、この米国流を取り入れてきた。その成果が日韓のスピードの差になって表れている。

■例えば中近東などでは、日本車はオプションまで含めると韓国車の2倍近い価格になることがある。韓国車はなぜそんなに安い価格が設定できるのか。

生産に伴うコスト要因が価格に反映されていると思う。まず、プラットフォームの共有化を逐次進めている。エンジニアの人件費も安く、部品調達コストも低い。海外部品メーカーから納入させて欲しいとの要請もあり、部品メーカーに対して購入価格面で優位に立つ。したがって、価格交渉の過程で調達コストが下げられることもある。

■日本は政治が混乱して政策が進まないが、韓国は政府が企業を協力をサポートしているように見える。産業政策決定プロセスに違いがあるのか。

日本の菅政権は米国で言えば民主党的で、韓国は共和党的である。企業出身の李大統領の政権は企業にフレンドリーだが、企業側から見るとまだ十分とは言えない。UAE（韓国官民が一体となり、原子力発電所建設を落札）のように2人3脚とまではいかず、まだ支援すべきことはある。産業政策決定のアウトラインのプロセスと似ている。日本の経済産業省にあたる省庁のもとに委員会が設けられ、民間との意見交換を行なってニーズを把握し、官僚が政策化する。

■FTAの交渉では韓国政府が協力を推進している。政府と企業に一体感があるように感じるが。

日本とは状況が違うのではないか。韓国は国内市場が小さく、スモール・オープン・マーケットである。輸出依存度が高くGDPの80%近くを占めるため、FTAは失うものより得るものが多い。貿易は政府の努力にかかっており、今後の成長にとって自由化が絶対に必要で、それがFTA推進の大きな動機である。

韓国でも農民などの反対は当然ある。そこで、農水産品への一時的なインパクトを測定し、インパクトの少ない順にプライオリティをつけて市場開放する。今後、対中国FTAに関しては、その点に特に留意して進めるだろう。

■EU、米国とのFTA締結で自動車の輸入関税が撤廃される影響は。

韓国、日本メーカーともに、既に現地化を進めている。今後も現地生産を拡大するであろう。韓米FTAでは、米国が有利になる合意内容もあったが、企業が既にグローバル化しているのだから、KAMAもFTAに賛同した。欧米の関税がなくなることで、日本車が大きい影響を受けることはないだろう。

■韓国の為替政策やODA政策の現状は。

為替や雇用の安定は全世界共通の 이슈である。現状の円高は、世界各国の経済が不安定化する中で円が高評価されているに過ぎない。

ODAについては、2009年に支援国に回ってこれから援助を拡大していく局面になった。貧しい国から成長した事例として新興国に援助していくことになるが、単に支援するだけでなく、企業のニーズを調査し戦略的に行っていく方針である。ODAプログラムを企業と共有して、総合政策として取り組む。具体的には、政府の企画財政部や各部署、および各自治体それぞれが行っている活動を統合して政策化しようとする動きが出ている。

4. 現代自動車・理事（日本での取締役等に相当。経営戦略担当）

（2011年2月9日実施）

■現代自動車が成功した要因をどう考えるか。

まず「トヨタ・ウェイ」は、ものづくりや生産効率化、改善努力などの様々な面でフォローすべき優れたコンセプトである。現代自動車も内部的に品質の向上と改善に力を入れているので、日本メーカーの取り組みは大いに勉強になる。

ここ数年の動向でいえば、現代自動車自身の品質向上などの技術力向上も大きいですが、米国ビッグ3の経営問題やトヨタのリコールによって、現代はこれら敗者の利益を得たといえる。トヨタにとってリコールの問題は、右肩上がりの成長を続けてきたことで発生したひずみの1つに過ぎないだろう。トヨタは重要な問題を他にも抱えているように見える。現代も同じように急成長を遂げたため、トヨタの問題は緊張感をもって、危機感をもって見ていた。実際に安全に関わる約40のアイテムを抽出し部品メーカーと共に点検しながらトラブルに備えた。

■起亜自動車のCEO兼副会長がリコールの責任をとって辞任した（実質的解任）が、それは品質へのこだわりを内外に示すための行動か。

現代自動車内部では、品質に関する責任が明確になった時点でクビである。アラバマ工場に新しく赴任した役員が、CEOが工場を訪れた際に状況をうまく説明できずにクビになった、というエピソードもある。この事例は、その程度の知識と認識では品質改善にとっても取り組めるはずがないとの判断であり、品質管理の現場はそこまで厳しい。

■韓国政府の産業・企業支援についてどう考えるか。

韓国のインフラは日本と比べて若干遅れているが、交通や空港整備面では、未来志向をもってリードしているといえる。政府や官僚は企業に対してフレンドリーで、時々企業に出向いて事業における課題をヒアリングしており、環境対応を始めとして企業のニーズを吸収し、政策に反映しようとしている。ただ日本と同じで、エリート意識が強くプライドが高いという負の側面もある。韓国では最近、公務員に対する社会の意識も変わってきた。以前は我々の社内でも硬直的な社員を「彼は官僚的」と揶揄していたが、最新はそういうこともなくなった。官僚の人事考課も民間企業型となり、責任が問われる体制になった。

■FTAの推進と自動車産業に与える影響についての見方は。

韓国政府は、FTAに対してどこの国よりも推進意識が強い。EUや米国と、あるいはその他の国とのFTA交渉に関しても、企業との会議を頻繁に設けて、自動車であれば、排気量やクラスごとに開放の優先順位をつけてソフトランディングを図るように、企業に

対して配慮している。

韓国と EU、韓国と米国との FTA に関して言えば、韓国も日本も既に現地生産を加速しているため、直接的に大きな影響を受けることはないだろう。米国との FTA では、韓国メーカーは現地生産が 50%を超えており、米国からの輸入の方が脅威となる。また、オーストラリアとタイの FTA が成立すると、タイ製の日本ブランド車がオーストラリアで拡大して、韓国車には不利な状況が生まれる。この件は政府に対応を要請中であり、政府も前向きに検討を始めている。EU やインドとの FTA も同じロジックで捉えられる。インドやチェコの現地生産は拡大している。

■インドとの FTA は少し事情が違うのではないかと。部品の調達面で有利になり、生産のフレキシビリティが増すとと思われるが。

しかし、インドへの輸出でもコストはかかるので、投資分野での優遇措置を活用して現地生産を拡大したほうがよい。インドには 100 億円を投資してエンジン工場を建設したので、あまり関税撤廃のメリットはないだろう。

■それ以外の地域・国との FTA の可能性と期待は。

ブラジルへは既に工場建設の大型投資を実施済みで工場の建設に入っている。しかし、金型の輸出・持ち込みで（高）関税がネックになっているので、FTA が締結されれば、部品輸出などでメリットはあるだろう。

■EU との FTA が発効され 10%の関税が撤廃されれば効果が大きいと思うが。

FTA の効果がないわけではないが、政府が自動車産業にメリットがあるようにアピールしすぎる。必要性や成果を強調しすぎだろう。

関税撤廃によって生じるメリットの 30%は利益に還元し、70%はマーケティングのリソースとして活用することになるだろう。我々はトヨタやホンダに対してチャレンジャーの立場にあるから、画期的なマーケティング政策を続けなければならない。それを会長も支援してくれる。

■現代自動車の価格政策については。

良品廉価が基本である。品質の高い商品をリーズナブルな価格で販売する。

■為替政策や ODA についてはどう見るか。ODA は企業の海外進出と一体化しているか。

為替はマクロ経済の範疇で個別企業がうんぬんする政策ではない。しかし、韓国の GDP 1 兆ドルのうち 80% は輸出であるから、政府がいろいろな政策を打つのは妥当である。輸出の大きさを考慮すれば、1 ドル 1100 ウォンから 1200 ウォンが適正水準だろう。

ODA に関しては、日本は ASEAN やアフリカに支援しているが、韓国は支援国になって間もないため、あまり気にしていない。

5. Korea Automotive Research Institute 課長 (2011年2月9日実施)

(現代自動車系列シンクタンク)

■グローバルな販売で現代自動車が1人勝ちの状況だが。

特に戦略がうまく機能した結果とは思えない。これまでのポジショニングが時代の流れにあったとの見方が正しいのではないか。先進国市場は日本メーカーがリードしており進出の余地がなかったため、現代自動車は中国やインドに活路を求めた。新興国で成功しなければならない切実さが日本よりも強かった。

その市場で現代の強みが発揮されている。品質に力を入れたことやスピーディな経営、商品性の改善などが効果を生んだ。現代自動車は日本メーカーと比べて海外進出の歴史が浅い。日本はグローバルな経営や管理・意思決定において安定したシステムを持つが、現代自動車はソフトウェアを含めていろいろなシステムを開始したばかりで、まだ体制が弱い。しかし、世界の経済環境変化と現代自動車のポジションが時流に合い、弱みが強みに変わった。

ただ日本メーカーも生産工場の再構築などを経て一息つき、これから反撃に出るだろう。現代自動車にとっては要注意だと思う。

■現代自動車の価格戦略では、地域や国に合わせて異なる戦略をとっているのか。

購買やコスト政策はよくわからないが、戦略モデルや他社との競合が激しいモデルでは、マーケットシェアを獲得することを重視するなど、現地本部の裁量で現地の状況に合わせた設定を行っているようだ。必ずしもコスト計算にとらわれず、戦略的なアプローチをとる。

■韓国政府のグローバル展開への企業支援、FTA や ODA や為替政策面での支援は。

国内では、李明博大統領が現代自動車の工場や研究所を何度も訪れる。環境対応車などにも力を入れ、EV の実用化を前倒するなどの政策も発表した。しかし、韓国は基礎技術、基盤技術が足りないなど課題がたくさんある。

グローバルな政策では、FTA が自動車産業にそれほど恩恵があるとは思えない。メリットとデメリットの両面がある。韓国経済の輸出指向を推進するための政策で、自動車産業に限った政策ではない。

為替はマクロ的な側面が強く、これも自動車産業や一企業だけにかかわる問題ではない。輸出依存度が高いという面からは考慮する必要がある、確かに輸出に有利に働いている。しかしその反面、物価の上昇要因となるなどの弊害が出始めているので、ウォン安が続くのが良いかどうかの判断は難しい。

■FTA の効果は大きくないかもしれないが、EU の関税 10%撤廃はそれなりの成果を生むのではないか。

確かに韓国車に有利に働くのは事実だが、全体からみればメリットは小さい。大きいとみるのは日本側の見方だろう。現代自動車グローバルに生産を展開している状況では、完成車輸出への効果よりも、現地生産において技術コストを下げる、生産コストを下げて現地生産を拡大するという観点から見る必要がある。欧州市場において韓国メーカーが競争しているのは、日本メーカーだけではない。韓国メーカーが、商品として日本車を意識して戦略を練っているのは事実だが、欧州メーカーを含めたグローバルな競争である。

■今後のグローバル販売の展望は。

グローバル競争の観点でいえば、例えばインドの低価格市場では、スズキ（マルチ）、現代に加えてトヨタがエティオスを投入し、戦国時代に突入している。トヨタは他社を気にせず、自信を持って展開しているところが脅威である。

現代自動車のリソースには限界がある。米国市場と新興国市場のバランスをとっていくことが重要だ。最終的にメーカーの実力差は米国市場に現れる。リソースが十分でない中で、現代自動車の米国市場戦略がうまくいくか否かが日本メーカーとの競争の分かれ目になる。現代自動車は決して安心してはられない。

6. ソウル大学 ビジネススクール副学長 韓国自動車産業学会会長
(2011年2月9日実施)

■現代自動車の強さの背景要因をどう捉えるか。

リーマンショック後の米ビッグ3の低迷、欧州市場の減退、トヨタのリコール問題が現代自動車にとっては良い方向に働いたということだろう。消費者の選択肢が狭まって、結果的に現代自動車を選ばれた。現代自動車にとっては結果的に良い環境となった。

現代自動車本体でいえば、マーケティング面で非常に評価できる要素があった。ジョブ・アシュアランス・プログラムやスポーツ・マーケティングなどがよく機能した。

またデザインの向上も大変大きな効果をもたらした。元アウディのピーター・シュライヤー氏を採用し、デザインの責任者として副社長に抜擢した。デザインの責任者は、以前は常務であったが、それを副社長に格上げした。それにより、決定がスピーディになった。現代自動車のデザイン力は以前から悪くはなかったが、この新しい登用がうまく作用した。組織の改編でデザイナーの発言力は強化され、社内でもデザインの重要性が再認識された。

■画期的なマーケティングはどういう体制で生まれてくるのか。

マーケティングは主に現地法人のアイディアを活用している。現地のマーケティング部門やプロモーション会社が企画している。

■現代自動車の価格競争力の強さは、どこに源泉があるのか。

トータルに見て、素材などの部品メーカーの生産効率性、稼働率が高い。韓国国内ではローカルコストがかかり調達に難しいが、インドや中国は人件費が安い。日本メーカーは国内調達できるが、高齢化の影響や円高で競争力が落ちるのだろう。

韓国の部品メーカーは生産性の高さで優れている。ハテ空調という会社は、年間売上高が2000億円の企業だが、ポルトガルのフォード・ビステオンとの協働で生産効率を20%アップさせた。フォード・ビステオンはマネジメント能力に優れ、海外企業との連携でこういう効果も生まれている。

■現代自動車は国内で大きな利益を上げているが、それに翳りがあるとの指摘があるが。

連結決算を見ると、現代自動車は米国でもかなりの収益を上げている。為替の効果もあるだろう。ルノーサムソンはエンジンを日本から輸入しており、GM大宇は国内もモデルミックスが悪いせいであまり収益があがっていない。韓国市場では輸入車が増え、トヨタや日産も進出してきたが、現代自動車が崩れることはないだろう。

■為替レートの効果についてどう見るか。

韓国は1997年のIMF危機以来、ウォン安の恩恵を受けている。ウォン安のおかげで、現代自動車は大きな収益を手に入れている。

■韓国政府の企業・産業へのサポートはたいへん強力だが。

不動産バブルが崩壊した以降、政府は様々な規制緩和や金融緩和措置を取り、産業基盤への支援を行った。銀行や大手建設会社を保護した。またWTOルールがあるため、大規模にはできないが、環境にかかわる投資として、100億円規模の間接的支援も行った。

政府はグリーン産業政策として大きな支援政策を発表し、雇用への効果を期待している。EVにかかわる政策も含まれ、これには現代自動車もかかわる。ただ実現への圧力があり、メーカーにとっては心理的負担が大きい。

人材の面では、政府は理工系の学生を支援し奨学金を増やしている。サムソンなどはこうした学生を積極的に採用している。

■各国とのFTAの効果はどの程度期待できるか。

自動車の競争力にあまり大きな影響を与えないだろう。EUとのFTAはある程度の効果を生むと思われるが、逆にドイツ車が韓国市場に入ってくる懸念がある。

むしろ中国とのFTAが実現すれば、大きな効果を発揮するだろう。現在中国へは、部品をKDで輸出しているのだから、関税削減の効果は大きい。

米国とのFTAでメリットが生まれる業種はIT産業と繊維産業、損失を受けるのは農業、製薬、法律や知財権に関するサービス業だろう。

■韓国はFTAの交渉がスムーズに進むように見えるが、その要因は。

最も反対が大きいのは農業だが、農業人口は5%と少ない。また現政権は保守的で米国に親近感を持っている。このところの防衛問題などを通して米国とより接近しており、FTAを合意する世論の形成が出来上がった。

■韓国のこれからのODAが現地化の推進と関連していくか。

韓国のODAはアフリカ、インド、東南アジア、南米などの途上国が中心である。基準は国民1人あたりのGDPが7000~8000ドル以下の国で、まだ貧しい国が多いので、自動車産業とはほとんど関係しないだろう。

■韓国企業の成長をどう見るか。

韓国企業にとって、成長につながる大きな契機になったことが2つある。1つは1997年のIMF危機。この時に過去の体質を捨て去り（財閥の構造改革を断行）、新しい組織能力を手に入れ（Organization Capability）、成長基盤の構築に努めた。苦しい時代であったが、現在の成長につながる力を蓄えた時期である。

もう1つがリーマンショックの時期。世界の成長軸が先進国から新興国にシフト、韓国企業にとっては追い風となった。今はIMF危機による構造改革で備えた成長基盤をベースに、成長力（Dynamic Capability）を培う時期である。韓国企業にとって新興国は一種、宝探しに似ている。そして韓国企業の力の源泉は組織的能力を発揮できることにあり、スピードや効率性に長けている。

■新興国へ進出するにあたり、重点となる国はどこか。

インドには非常に注目している。インドは韓国に似て、自分たちの力で製品を作りたいという意欲がある。韓国は、インドに進出しても韓国スタイルで生活できる基盤を作っている。韓国コミュニティでは、韓国人の欲しいものは全て手に入れることができる。私も1週間インドに出張したが、食事も含めて、何不自由なく韓国式生活を送ることが出来た。一方、日本企業はインドで生活することに不自由していると聞く。企業が進出する目安として、市場の成長率は、大まかに経済成長率の2倍くらいのポテンシャルを持つ。4%の経済成長であれば、8%程度の販売の伸びが期待できる。そういう面からはインドや中国が魅力的だ。日本は、マーケットは大きい成長が期待できない。

■政府が企業に対して積極的に支援する姿勢については。

盧武鉉・前大統領は、中小企業の成長にとって障害となるものを取り除くことに重点を置き、大企業と中小企業の「共生」を掲げた。李大統領は、基本コンセプトは代わらないが「共生」を一步進めて、中小企業の成長を支援することに重点を置き、大企業と中小企業の「ウィン・ウィン」を掲げている。現大統領は中小企業も海外市場に出て行く必要があると考えている。

以前の韓国の企業（特に中小企業）は、技術、人材、資金の3つがなかった。そのため政府の支援もこうした面が中心だった。しかし現在は市場開発主義、すなわち企業（中小企業）の市場開発を支援することにシフトしている。その1つがFTAによる支援である。

私は今、韓国中小企業学会（会員1000人）の会長をしており、大統領の経済首席補佐官のアドバイザー役として、中小企業支援を中心に活動している。一方で私は、経営学会の副会長も務めている。そうした立場から見ても、やはり中小企業もこれからは海外に進出しないと生き残るのが難しい。今はチャンスである。2011年は中小企業の海

外進出元年と位置付けており、経営者もそれをよく理解している。

政策では、これまでの米国中心から新興国のマーケットに活動を広げる傾向が強まっている。これについて国を挙げてサポートする体制を作りたい。KOTRA（日本のジェトロに相当）のトップもそういう指向を持っている。

■政府の自動車産業支援はどうか。

韓国政府の環境対応車支援の方針はおよそこの 2 年間で変わった。政府は当初、HV 開発をメーカーに促した。しかし HV 開発は難しいということが分かり、EV 開発の推進に舵を切った。したがって、現代自動車をはじめ韓国メーカーの環境対応車への取組みも、HV から EV にシフトした。

韓国の EV は現在 2 つある。1 つは現代自動車の「ブルーオン」である（同社発表の際は李大統領が自ら乗り込みアピールした）。もう 1 つが GM 大宇の EV である。これは非常に興味深い。バッテリーは LG ケミカル社によるものだが、EV 自体は 90%以上が LG・CNS という会社によるものである。LG・CNS 社の CEO は元・大宇でラノスを開発した人物である。また同社は 500 人以上のエンジニアを抱えているが、その中心は元大宇自動車のエンジニアである。大宇自動車は 1997 年にピークであり、ラノス、レガンザ等有力モデルを擁していたが、LG・CNS 社のエンジニアはそれらモデルの開発に携わった人達だ。

■韓国の自動車部品関連企業の最近の動向は。

最近では部品メーカーにも海外から発注の声がかかるようになった。韓国自動車部品研究員の報告では、2004 年時点では、部品企業 200 社の中で海外進出している企業は 4～8 社程度だったが、現在では 22 社の企業が海外進出を果たしている。進出の形態も以前は完成車メーカーと伴に進出する系列進出であったが、今は独自進出も増えている。

■ODA などの活用についてはどう考えるか。

外交通商部は意図していないものの、韓国企業（特に中小企業）にとって ODA は、これまでに関係が持てなかった新しい国へ進出できるという点で魅力がある。

そういう国に新しいビジネス・チャンスが生まれる。韓国がこれまで成功してきた国は、日本が進出してない国やちょっとリスクがありそうな国である。韓国政府の ODA 供与対象国は、このような国が多い。韓国企業は、日本企業と直接競争するとまだ勝てない。特に中小企業はそうだ。現地の企業は、韓国企業と 1 度取引きするとその良さに気付いてくれる。韓国企業は、何か問題が起こると、ほとんど 24 時間体制で対応しサービスする。そのように実績を積むことで、契約を更新できる。中小企業にとっては大きなチャンスが生まれると思う。

■現代自動車の強さの要因は。

60年ぶりの経済成長で、短期間でここまで成長した国は過去にない。現代自動車の生産はここ5年で世界16位から5位まで上がったが、まだまだである。例えばタイは日本車が95%で現代車はほとんど見ない。アジアでは一様に日本車が強い。

現代および韓国自動車産業の成長は、政府の政策の力が大きい。80年代頃までは、政府が国内産業の育成のために日本車の流入を抑制していた。しかし、部品は国産化ができず、日本などから部品を輸入して組み立てだけを行っていた。その後、部品の国産化政策を強力に推進し、国産化率は1985年の10%から1995年に90%にまで上昇したが、その間、輸入車に対しては高関税をかけて流入を規制した。国産化率が85%を超えたあたりから価格競争力がついてきたが、品質的には低いものだった。

そこで現代自動車は450社の部品メーカーに対して、100名以上の人材を派遣し品質教育を行った。「100ppm活動」という目標を置き、政府もこれをバックアップした。その当時の部品不良率は20万ppm、10万ppmで不良率は10%であるから、100ppmという目標は非常に高いものだった。それをまず1万ppm以下に、つまり1%以下の抑えるという運動を展開した。不良率が1万ppm、1%を切った時点で品質的には安定したといえ、価格を加えて競争力がついたといえる。この活動は現在の「シックスシグマ活動」へとつながっている。こうした競争力を備えたおかげで、例えばポニーという会社は、世界250カ国に輸出するまでに成長している。

■現代自動車の品質に関する施策の特徴は。

チョン・モンク会長は品質に対してたいへん厳しい人である。品質にかけては譲らない。最近でもトヨタのリコールが発生した際に、社内で品質にさらに力を入れるよう指示した。1カ月に何個不良品が発生したかチェックするし、部品メーカーの社長には1個でも不良品が発生したら再発防止策を徹底して実施し、その結果を報告させる。不良品を発生させたメーカーの社長は、朝7時から本社に集めて指導する。そういうことをずっと行ってきた。

現代自動車が成長するに連れて部品メーカーも大きくなった。20年前、売上げが1000億ウォンだった企業が、今では2000億ウォン以上売上げている。この歴史はトヨタもホンダも経験したもので、現代だけが特別ではない。

■技術開発に関する取組みは。

技術力がなければ競争はできない。以前の現代自動車には自前の技術力がなく、三菱自動車から技術支援を受けていた。エンジンも三菱製を搭載していた。三菱をベンチマークし、日本の工場へ行って学び、個人の家まで押しかけて教えてもらった。

■現代自動車の成功には企業風土も大きく影響していると思うが。

現代グループの企業文化を研究するのは面白いと思う。現代グループとサムソングループの企業文化は対照的である。現代グループではやれと言われたら無条件に従い行動する。一方サムソンはやれと言われたら何故やるのかを考えてから行動する。だから現代グループはスピードが速い。とにかくやってみるというチャレンジ精神がある。

例えば、現代自動車グループの社長が会長に朝9時に報告をし、その後、双方とも本社から2時間離れた工場に移動する際、会長はヘリコプターで移動するが、社長は車で移動し、かつ、会長よりも早く工場に着かなければならない。また、会長を囲んで行われる幹部の食事会では、会長が食べ終わる前に幹部全員が食べ終わっていないといけない。日本企業はスピードが遅い。韓国で1週間でするものが1カ月もかかる。これではビジネスに支障がでる。

■韓国企業は何故そんなにスピードが速いのか。

韓国企業はすべてスピードである。スピードがなければ生き残れない。部品メーカーのコンサルティングをしているが、1週間かかるものを3日でやれという。

現代自動車の場合は会長のリーダーシップに由来する。韓国には資源も技術も何もなかった。スピードで勝負するしかなく、会長のスピードに合わせなければならない。会長は土曜日でも仕事をするので、幹部には土曜日休みはない。日本はプロセスを踏んで仕事を進めるが、現代自動車ではプロセスではなく、目的に向かって柔軟に手法を選んで前に進む。スピード経営が企業文化に深く根付いており、競争力の源泉となっている。悪い面もあるが、それは仕方がない。

会長はいったん意思決定したら下の意見は取り入れず指示を出す。部長クラスは部下の意見はよく聞き、内容を解釈し間違いに気づけば調整して指示を出す。幹部が調整弁になっていると思う。

■韓国政府の産業に対する役割と行動は。

李明博大統領は現代建設のCEOだったので、企業の要望や取組み方をよく理解している。だから企業の立場にたった政策を打ち出す。EV 開発については世界各国の政府も産業支援をしているが、韓国のそれは、比較的短期間で集中して行う点が特徴である。

企業の海外進出に関しては、現代自動車は政府から直接的な資金援助を受けてはいない。中小企業の場合は資金援助を受けるケースもある。政府組織では経産省が最も力を持っており、経済波及効果を分析しガイドラインなどを作成する。資金力もあり、技術開発に対する支援などを活発に行っている。

現在、韓国自動車工業会（KAMA）と部品工業会（KAICA）が共同で、FTA が韓国経済に及ぼす影響を取りまとめ中で、政府の間で、FTA を活用した部品メーカーの輸出支援に関する法案を協議している。

9. 自動車産業ジャーナリスト (2011年2月10日実施)

■韓国の国内市場の状況はどうか。

現代自動車（現代ブランド単独）のシェアが50%から43%に落ちて、現代には危機感が広がっている。起亜の新モデルが現代のシェアを食っている。現代は2011年にいくつか新モデルを投入する予定で、シェア45%への回復を目標としている。韓国市場で輸入車が10万台を超えないよう、いろいろな政策を計画しているようだ。

■現代自動車の海外市場での強さの要因は何か。

1つは商品の良さだろう。GDIエンジンを投入し商品ラインアップを拡大した。性能面で他社より優れ、インテリアと安全装備が充実している。1600 ccアバンテにはエアバッグが6個ついているし、グレンジャーや他のモデルでも、フルモデルチェンジを契機にエアバッグを標準装備とした。他メーカーではオプションとなるものが標準装備となっている。品質が高く価格競争力がある。

もう1つは時流が現代自動車にとって良い方向に向いたことがあげられる。米国での販売では、米国で黒人やヒスパニック系のユーザーにも浸透した。またトヨタのリコールで最大の恩恵を受けたのが現代であろう。トヨタが失ったシェアは、ほとんど現代が獲得した。

アグレッシブな海外生産増強も効果的であった。中国、インドで成功し、着実にシェアを伸ばしている。

■現代自動車の競争力、技術力の源泉はどこにあるのか。

現代自動車のベンダーに対するマネジメント能力が高い証拠だろう。日本でもトヨタでは「乾いたぞうきを絞る」という言い方をするが、現代自動車でも一律3%コストカットということをベンダーに課す。ベンダーはそれに従って努力するし、ベンダーにメリットを与えている。財閥系メーカーと中小企業のウィン・ウインの関係が構築されており、報酬は前払いで現金支払いが盛んに行われている。トヨタ流をベンチマークして学んだ成果である。

■現代自動車の問題点を何か感じるか。

商品ではなく、組織的特徴に課題があると思う。トップダウンの風土が強すぎるため、社員はユーザーではなく上を見て仕事をする。また、トヨタは米国で販売拡大した結果、米政府から一種の牽制を受けたが、現代自動車も急成長しているので、同じ目にあう危険性はある。

■国内販売で得た利益を海外投資に向けているという見方があるが。

今に始まった見方ではなく、その議論は以前からあった。米国では、ジェネシスを韓国国内よりも安い価格でローンチした。インターネット市民の交流サイトの1つ、「ネットZIN」では、海外の赤字を国内の利益でカバーしている、国内のユーザーに対するサービスが悪いという批判が出ている。

■最近の国内販売の不振で、海外をカバーする力が弱くなっていないか。

以前の構造ならそういう危険性があったが、現在は海外生産が拡大しているから大丈夫だろう。リスクは分散しているし、ポートフォリオのバランスは悪くない。短期間で経営が逼迫することはないだろう。

■李明博政権が大企業支援寄りの政策をとっているとの見方が強いが。

言われているほど、実際に効果が出ているとは思えない。大統領は企業出身なので、一部の企業にとっては有利だが、マクロ経済的に見ると国民は失望している。為替誘導については以前副首相級の閣僚が「誘導」の事実を示唆する発言があったが、「暗黙の了解」となっている。ウォン安は輸出企業には有利だが、国民生活を圧迫する。原材料費の上昇、物価高という弊害を生んでおり、失業問題も解決していない。ただ、李明博政権が続く限りウォン安路線は変わらないと見ている。

為替の効果は絶対的である。米国での成功も為替による恩恵が非常に大きい。ホンダは一昨年、円高の影響を受けて、批判を覚悟で韓国で3回の値上げに踏み切った。1台売れば30~50万円の赤字が出る状況だったと聞いている。ホンダは値上げによって販売を抑制し、赤字縮小を狙ったと言われている。そうしなければホンダの韓国事業は壊滅的になったであろう。為替が安定していた時は、ホンダは輸入車で1位だった。また1ユーロが2500ウォンになった時に、プジョーの韓国事業は経営困難に陥っている。同様の状況に置かれたとすれば、現代自動車も失敗した可能性が高い。為替はたいへん重要である。

■FTAは輸出企業にとって追い風となるか。

自動車に関しては、対米FTAのメリットは小さいだろう。対EUではメリットも大きいけどデメリットも伴う。つまり輸出量は増えるが、欧州からの輸入車も増加するだろう。

■日本では韓EUのFTAによる関税撤廃への警戒感が強いが。

韓国車は現在でも価格競争力があり、関税撤廃となれば、より優位となるだろう。しかし長期的に見れば、東欧やロシアでの現地生産が拡大しているので、韓国からの輸出は確実に減少する。蔚山工場からの輸出は3分の1程度に減るだろう。FTAは最初のインパクトが大きいけど、徐々に影響は減っていく。

添付資料 2. 日本国内有識者ヒアリング要旨

1. 渡邊 頼純 慶応義塾大学 総合政策学部教授 (2011年2月14日)

■韓国、李明博政権の FTA 政策の動向と、日本と比べて進行が早い理由は。

韓国の FTA の積極的推進は前政権からで、政権にかかわらず、各大陸で 1 つずつの FTA 締結を目標に熱心に交渉している。韓国は国土は狭いが、世界の 45 カ国と FTA でつながり、経済的領土は広いという考え方を持っている。

韓国は輸出依存度が極めて高く、輸出に関わっている人口が多い。それが FTA 政策推進を容易にしている。日本は貿易立国といいながら、実際に貿易で食べているという実感を持つ人はそれほど多くない。

韓国の FTA 発効国との貿易割合は 14%程度、日本は 11%であるから、現時点では離されたということではない。ただし、韓米、韓 EU の FTA が発効すると 35%くらいに上昇する。

■政府のリーダーシップや政治体制の違いは関係しているか。

韓国はいったん意思決定したら一気呵成に走る。譲るところは譲っても前に進むというスタンスが明確である。大統領制という政治システムの違いも大きい。しかし裏を返せば、議会を通すのが大変ということでもある。交渉は早いですが議会を通す段階で頓挫することもある。実際のチリとの FTA 発効は 2 度失敗し、3 度目で成立した。

日本は議員内閣制であり、議会で議論を積み上げるのに時間がかかるが、議決すれば最終的な法案が成立しないことはまずありえない。

政治体制の違いは大きい。韓国は FTA の推進に関して外交通商部に一本化して対応しており、しかも大統領制であるのでトップダウンで指示が下りる。日本は各省庁が分担して対応し、議員内閣制でボトムアップで決めていく。

■国内の世論をまとめ上げていくスピードの速さは。

もちろん韓国でも農業などからの反対論があった。しかし、対米 FTA だけでも 1.5 兆円という思いきった予算を組み、国内で生じる損失への対策を十分に行う姿勢を見せて、農業ロビーを説得した。具体的には、農家に対して構造転換（転換や閉園）を図るための補償や農家の収入に対する直接補償などの政策をとった。1.5 兆円がすぐに効果を発揮するとは言えないが、じわじわと対策が効いてきている。

■韓米 FTA は署名したが、発効に向けてどのような見通しか。

両国とも議会に複雑な事情がある。米国ではまだ議会が大統領に対して貿易促進権限 (TPA) を付与していない。韓国側は、牛肉問題が再燃して世論が騒げば、議会を通過するかどうかわからない。予断は許されないだろう。(※その後、カーク米 USTR 代表は、2 月または 3 月初めには韓米 FTA 履行法案を議会に提出する予定を明らかにしている)

■韓国がこれからの FTA で注目している国はどこか。

米国、EU との FTA 合意に続いて、これからの焦点は韓中 FTA へと移る。韓国にとっては、日中韓 3 カ国、ASEAN+3 の中でリーダーシップを発揮していく上で重要で、韓中 FTA を優先して進めようとしている。

中国との FTA を結べば、次は台湾だろう。中台の連携が出来上がってしまうと、韓国の利益が損なわれることを危惧している。おそらく韓米の FTA が発効にこぎつけば、韓国は躊躇せず TPP に参加してくると思われる。

その他、細かいところではオーストラリアやメキシコがある。

■日中韓 3 カ国の研究や交渉の進展具合は。

3 者 3 様の思惑が入って、進行が思わしくないのが現状である。中国はおよび腰で、韓国も 3 国の会議の真最中に、中国との FTA を優先した方が経済効果が大きいと発表するなど、足並みが揃わない。韓国は日韓 FTA には消極的だ。

日韓 FTA のメリットを日・韓で比較すると、自動車は日本、農業・素材・アパレルは韓国、化学は引き分けといったところだろう。韓国としてみれば、8%の自動車関税を撤廃するかどうかは、日本から何が勝ち取れるかの確証がないと交渉に乗らない。

■韓中 FTA の中国側のメリットは何か。

中国は韓国からの投資が期待できるかもしれない。日本が対中投資を多角化させている中で、韓国からの投資のアップグレード、および技術移転を引き出したい考えがある。中国にとっては、日本の先端テクノロジーを消化するのは難しいが、日本と中国のちょうど中間的な位置にある韓国の技術は取り込みたいと考えている。

日中韓の 3 カ国の関係で考えると、まず韓国を取り込むことで日本への牽制になる。最終的には日本を含めた FTA を目指すのだが、日本がリードする形にはしたくないとの思惑がある。中国は韓国や ASEAN とまず結んで日本包囲網を敷き、日本が TPP にも入れない、韓国やオーストラリアとの FTA もうまくいかないという状況を待っている。日本がすべてうまくいかず、3 カ国の議論に入らざるを得ない状態で、日本と交渉したいと思っている。

■ 韓国の TPP への参加は。

韓国が TPP への参加を表明しないのは、米国の議会对策かもしれない。韓国は今 TPP に手をあげる必要がない。米国が FTA を批准するどうかを判断する際の切り札として使いたいのではないか。韓米 FTA が発効すれば、その際はためらいなく参加するだろう。

■ 韓国の為替政策をどう見るか。

昨年のソウルでの G20 の折に、米国が金融を緩和してドル安誘導したことに対して、韓国が不満を表明していた。韓国はホスト国であったが故に、そういう政策をとれなかった。

韓国にとってウォン安は天の恵みで、これ以上ウォン安に誘導することはしないが、現状の水準を維持したいのが本音だろう。韓国が今為替誘導をすれば米国議会の反発を買い、FTA の発効に悪影響を与える。EU との関係でも同じで、FTA の発効まではウォン安誘導にドライブをかけることはできない。

■ 韓国国内では、李政権の政策は一部の大企業に恩恵を与えるのみで、国民生活にとっては弊害があると指摘されている。

日本より直接的に輸出が国民生活に反映されるが、効果が浸透するにはタイムラグがある。ウォン安は反面で輸入物価を上昇させるので、その間に牛肉問題などが再燃して問題が複雑化すると、政権の舵取りが難しくなることもありうる。

■ 韓 EU の FTA については、日韓メーカーともに既に現地生産を進めているので、日本車にそれほど大きい影響はないとの見方があるが。

判断は難しいが、例えばスイスのレンタカーがほとんど現代車になったように、韓国車は安全性などの面で消費者の信頼を得ている。現地生産といっても、生産しているのは小型車などの限られたモデルである。その小型車で得た信頼を突破口にして、韓国本土からバラエティのある車種を投入することが可能になる。

日本車への影響を考えると、中断したままの WTO のドーハ・ラウンドが夏までに大筋で合意し、2012 年にも発効ということになれば、それで EU の自動車関税が 4~5% に落ちる。そうなれば、日本の自動車産業に大きな影響を与えない。ドーハ・ラウンドでは、日本にとっては農業問題が焦点となる。EU は工業製品の貿易を長期的課題と捉えており、日本と個別に自動車関税について議論する意思はない。

■ ドーハ・ラウンド合意の可能性をどう考えるのか。

まず WTO にとって、ドーハ・ラウンドが危うくなることは、WTO の信頼にかかわってくる問題である。なんとしても成功に導きたい。

次に、昨年横浜で開催された APEC 会合で首脳宣言が採択されているが、1 つには「Window of Opportunity」、つまりドーハ・ラウンドを成功の窓にしようという宣言が採択されている。今年はその焦点が当たっている。

3 番目は米国のオバマ政権が 2 期目に入ると、これから勝負になる。オバマ政権としては、次はオバマ・ラウンドにしたい。それにはドーハ・ラウンドをまず終えなければならぬ。オバマ政権は 5 年間で貿易量を 2 倍にすると宣言したが、輸出を伸ばそうとすれば、その矛先はアジアしかない。TPP で発言権を獲得し、ドーハ・ラウンドを成功に導き、その次のリーダーシップをとるとするのが米国の通商戦略である。

WTO は米国が動かなければ進展しない。そして米国が WTO を前進させようとする動機はある。米民主党のアジェンダ、グローバルな米国の輸出戦略があつて初めて、WTO の議論が進む。オバマの中には憧れのケネディがいて、オバマもその功績をなぞるようにオバマ・ラウンドを成し遂げたいと熱望している。そのためにはドーハ・ラウンドは終えなければならぬ。また、カーク USTR 代表は、「TPP だけでなく、グローバルに自由貿易を発展させるためには、WTO に対するコミットメントが必要だ」と発言したことがある。この発言からは、TPP を牽制するためにも、米国はドーハ・ラウンドの交渉を進めたいという思惑が伺える。そして WTO 交渉には進展がないようにみえるが、実際のところは、例えば 2013 年までに EU は輸出補助金を撤廃することで合意ができており、既に合意は着実に積み重ねられている。

■日本として進むべき道はどういうことになるのか。

よく 2 カ国間の EPA には例外（除外品目）があつて、TPP は原則例外なしだから、EPA の方が得だという議論があるが、それは間違いだ。穴だらけ（自由化の内容に乏しい）の FTA や EPA ならばやらない方がいい。それでは悪しき地域主義に陥る。

日本としては WTO のルールを守りながら、例えば対 EU、対韓国の FTA を進めるべきである。日本が自由貿易の推進という道を進むのであれば、今は TPP への参加をにらみつつ、ドーハ・ラウンドの合意に向けた戦略を進めるべきである。それが自動車産業にとっても最良の道となる。

2. 藤本 隆宏 東京大学大学院 経済学研究科教授 (2011年2月18日実施)

(ものづくり経営研究センター・センター長)

■現代自動車の強さ、最近の躍進の背景について、どう見るか。

とにかくシンプルに行うのが特徴である。トヨタのやってきたことを少し遅れて導入して、クルマづくりにしても海外生産にしてもシンプルに展開する。トヨタは複雑に行うが、現代自動車は複雑なものへの対応は得意でない。

シンプルではあるが、製品開発力と設計品質が向上し、成熟して良いものが作れるようになった。高級車づくりでは日本に一日の長があるが、ちょうど世界的に高級車市場が減退し、廉価なシンプルなクルマへと需要が移行した。それを得意とする現代自動車が相対的に販売を伸ばし日本車の販売が停滞した。日本車はどうしても過剰設計になりがちである。

もう1つの勝ち組であるVWにも同じようなことが言え、シンプルに良いクルマを作る技術を体得したことが要因である。プラットフォームの共有化などを進め、シンプルでまっとうなクルマづくりをするメーカーが伸びている。トヨタを始めとする日本メーカーは、過去にシンプル、複雑、シンプルの揺り戻しで進んできたが、現在は複雑の極致へ行きすぎ、ちょうどそこへリーマンショックの発生、バブルの崩壊が始まって時流に合わなくなっていると言える。シンプルなクルマづくりを維持しながらレベルを上げるといのが今の時代感覚である。

■現代自動車の海外生産が拡大しているが。

生産の現場についても同様なことが言える。同じようなユニットで30万台規模の生産の能力をもつ工場を、世界各地へ展開している。インドに始まり、チェコやスロバキアへ大規模工場を建設し、工場がすべて輸出拠点化している。日本メーカーなら、まず10万台の工場から始めて、現地に合わせて少しずつ増強していくが、現代自動車のやり方はワンパターンの繰り返しで、世界へ拡大していくのが強みだろう。

現代自動車は小さな工場をうまく回す小技は得意でない。人づくりにあまり時間をかけず、工場では自動化を進める。リモコン式の生産体制で、なにか問題が起こったら映像をソウルで解析して対応する。財閥企業の特性でもあるが、金をかけて検査体制を作り自動化率を上げる。

■商品開発面ではどうか。

例えば「iシリーズ」などは、おそらくドイツ人を入れて設計しているだろう。堅めのクルマ設計で、欧州をスケッチしたような発想と設計で出来上がっている。それぞれの地域で、現地に合わせた設計を行っている。

一方トヨタは、これまでの米国での成功で、クルマづくりが米国仕様になり過ぎてしまった。米国の趣向に対応して、静粛性や乗り心地などを徹底的に作りこみ、柔らかい味付けの商品である。これは欧州の市場にマッチしない。例えばエンジン1つとってみても、トヨタにはVWのポロに対抗できるエンジンがない。欧州で現代自動車が1200cc主力とするのに対して、トヨタは1400ccある。中国のカローラは米国カローラの派生であり1800ccであるが、優遇税制の影響もあって1600cc現代エラントラに負けている。トヨタは20年以上米国で儲けてきたため、その方程式が染み付いており、米国偏重のひずみを露呈した形になった。トヨタは米国中心のクルマづくりを推し進めすぎたが、米国ではトヨタを崩せなかった現代自動車が、他の地域で力をつけた結果である。トヨタは開発を内部だけに依存していたのではだめで、欧州の技術者を取り込んで開発していかなければならないだろう。

今後を考えると、現代自動車が最も力を入れるのはソナタ・クラスであろう。1つ下のエラントラがよく売れているが、ソナタの商品品質もかなり向上している。トヨタとしてはカムリでどう対抗していくかが鍵だが、方向性が難しい。品質を保ちながらコストダウンするのか、差別化を図って行くかだが、へたに差別化に進み過ぎると過剰設計になる。

いずれにしても米国の市場が回復したときが勝負で、米国で負けると日本車は厳しい。現代自動車としては米国と中国でカムリに勝つことが最重点となる。

■韓国メーカーの決定のスピードが速く、チャレンジ精神が旺盛だが。

製品がシンプル過ぎたら、それから付け加えればよいという発想を持っている。それがスピードを生む。VWもそうで、例えばボルトを1本で設計してテストし、耐久性に問題がでたら2本に増やせばよいという考え方である。トヨタは旧来から蓄積した設計仕様を貫いて3本でやろうとするが、VWから言わせれば、それでクルマ全体で500ドルの無駄が付いていると言う。トヨタの持つ強みの裏返しを現代自動車が突いている。トヨタは今、スピードが遅いシアウトサイダーがない。もう一度、試す精神が必要である。

■韓国メーカーはモジュール化を相当進めているが。

本来、設計の合理化を伴わないモジュール化には意味はない。現代自動車のモジュール化は特殊で、組合がうるさいのでなるべく外で作らずという方法だ。現代モータースに作らせれば賃金も安い。少くくらい生産性が悪くても、賃金が圧倒的に安ければやるという割り切りである。

■韓国政府の政策の中で、為替政策についてはどう見るか。

現在のウォン安はかなり人為的であり、ドルの買い支えなどの大幅な介入があるのだろう。韓国も中国も国家が株式会社化しており、政府の意思決定で大きく状況が動く。

通貨を安くすれば国民生活は厳しくなるが、それを犠牲にしてでも行うという姿勢である。批判が出てこないのが不思議だ。しかし、外貨を貯めれば歪みも起こってくる。いつまでドルを買い支えるのか難しい。

■ODA などの海外支援や進出についてはどうか。

アフリカなどでは中国の露骨な進出が目立ち、嫌われ者になっている。韓国も似たようなことをやっているが、中国を隠れ蓑にして進出している。為替にしても元安に隠れてウォン安が指摘されない。うまいやり方だ。

■FTA の交渉については。

日本政府のスピード感が遅く、世界的には見透かされている状況だろう。もっとクロス・ファンクションの組織を作るべきである。次官級の会議はそれほど必要がなく、課長レベルを中心に省庁横断的に議論を行うべきであり、省益を捨てて参加する必要がある。

農業問題にしても、果たして TPP が望ましいのかという議論はある。農水省にしても、本音は FTA や EPA をもっとスピーディにやって欲しいという希望を持っている。スピード感が重要である。今は日本の弱みを各国から突かれている。

■今後の日本メーカーの競争力の展望はどうか。

大企業レベルでは日本が韓国に負けている話題が多いが、産業全体としてみれば、生産現場では日本が勝っている。日韓の貿易量は日本の黒字が続いている。

競争力を比較すると、開発生産性は同等くらいで、複雑なものでは日本が勝っている。リードタイムも同様である。製造生産性は日本が勝っている。ただしこれはウォン安の程度が影響する。韓国はドル建てでものを言いたがらない。

自動車産業では、過去に世界の生産が 3000 万台レベルの時に日本メーカーは 500 万台を輸出していた。これから世界生産が 1 億台を迎える時代に、どういうビジョンを描くかである。理想でいえば 30%、3000 万台の生産を日本メーカーが確保することだろう。もし 30%が無理で 25%は維持しようとするれば、5%分は韓国へ移る。

その前提で、日本国内で 1000 万台、海外で 1000 万台の生産を基盤として、残りの 1000 万台をどこで生産するかということになる。そうすると日本国内に工場拠点を残しておかなければならない。

日本政府のスピード感では、財政破綻が可能性としては否定できない。そうなれば、1 ドル 150 円の時代が来るかもしれない。逆に 1 ドル 60 円になる可能性もある。現在の生産現場の感覚では、1 ドル 80 円は困るが 90 円ならばやっていける、100 円なら十

分であるというのが実感である。こうした生産現場は日本の資産であるから、しっかり残していかなければならない。

現代自動車にしても、30万台規模の工場をどこまで拡大していけるのかは定かではない。彼らには小さい工場を効率的に運営していく経験がない。もしウオン安のメリットがなくなって、立場が逆転したらどうなるかわからない。

■日本の生産現場は元気があるか。

円高で現場は痛めつけられているが、気力と実力には問題がない。円高は単純に海外のものが安く買えるという視点でいえば、原材料を含めて日本の購買力は上がっているということだ。現在、輸出も増加し貿易黒字も増えつつある。国内でこの円高に耐えられる現場を作れば、それがマザーモデルになる。生産現場は日本の資産であり、組織能力で対応していける。

問題は現場でなく本社にある。本社はまるでうつ病状態で、何もやる気がない。法人税減税の議論でいえば、ただ一律に下げれば海外投資に流れるだけである。そうではなく、従業員が日本で所得税をしっかりと納めている会社は法人税を下げる、日本の雇用を守る会社は優遇するというような政策をとるべきである。

■今後の韓国メーカーの技術力向上をどう展望するか。

設計がシンプルであるが故に、シンプルでは済まない部分が現代自動車の弱点になる。その最たるものがECU（エンジン・コントロール・ユニット）で、制御系はどんどん複雑化している。EUのオートザー（AUTOSAR；ソフトウェアを部品化し共通化するため、ドイツ系自動車および部品メーカーが中心となって設立した組織）の規格を転用して、パソコンと同じようなアーキテクチャにするという考え方もある。しかし、それでは中国と同じ制御系になってしまう。ウルトラCは現代が日本メーカーと組むことで、そうすればEUに打ち勝てる。現代自動車は強力なライバルだが、同時に学びあったり、組んだりする時代になるかもしれない。

添付資料 3. 韓国の各国との FTA による関税撤廃スケジュール詳細

韓国の各国との FTA による関税撤廃スケジュール

- 注1) 乗用車には救急車、霊柩車、護送車、キャンピングカーを含まない
- 注2) 雪上車、ゴルフカート、トラクター、農耕機、それに類する車両(およびその部品、エンジン、車体)を除く
- 注3) 部品・エンジンは自動車(乗用車およびトラック)のものに限る
- 注4) 一部、特別な車両を除く

1. 韓EU-FTA

EU側		MFN税率		発効							
HSコード	HSコード	MFN税率	1500cc以下	1500cc超	電気自動車	1年後(2年目)	2年後(3年目)	3年後(4年目)	4年後(5年目)	5年後(6年目)	
8703	乗用車	10	8.333333	7.5	8.333333	5	6.666667	5	3.333333	1.666667	0
8707	車体(運転室含む)	4.5	7.5	*1	5	2.5	0				
8708	部品および付属品	3-4.5	0								
8407	ガソリンエンジン	2.7-4.2	0								
8408	ディーゼルエンジン	2.7-4.2	0								
8409	エンジン部品	2.7	0								

*1 ただし第87.03項(主に乗用車)のもので組立用のものに限っては即時撤廃

韓国側		MFN税率		発効									
HSコード	HSコード	MFN税率	1500cc以下	1500cc超のセダン・シューティングカブリオ	1501~3000cc	ステーションワゴン	3000cc超	ディーゼル1500cc超	1年後(2年目)	2年後(3年目)	3年後(4年目)	4年後(5年目)	5年後(6年目)
8707	車体(運転室含む)	8	6.666667	6	6.666667	4	5.333333	4	2.666667	1.333333	0		
8708	部品および付属品	8	0										
8407	ガソリンエンジン	8	0										
8408	ディーゼルエンジン	8	6.666667	6	6.666667	4	5.333333	4	2.666667	1.333333	0		
8409	エンジン部品	8	0										

2. 韓米FTA

米国側

HSコード	MFN税率		発効	発効 1年後 (2年目)	発効 2年後 (3年目)	発効 3年後 (4年目)	発効 4年後 (5年目)
8703	2.5		2.5	2.5	2.5	2.5	0
		燃料車	2.5	2.5	2.5	2.5	0
		電気自動車	2.5	2.5	2.5	2.5	0
8707	2.5	車体(運転室含む)	0				
8708	2.5	部品および付属品	0				
8407	2.5	ガソリンエンジン	0				
8408	2.5	ディーゼルエンジン	0				
8409	2.5	エンジン部品	0				

韓国側

HSコード	MFN税率		発効	発効 1年後 (2年目)	発効 2年後 (3年目)	発効 3年後 (4年目)	発効 4年後 (5年目)
8703	8		4	4	4	4	0
		燃料車	8	8	8	8	0
		電気自動車のみ	8	8	8	8	0
8707	8	車体(運転室含む)	0				
8708	8	部品および付属品	0				
8407	8	ガソリンエンジン	0				
8408	8	ディーゼルエンジン	0				
8409	8	エンジン部品	0				

3. 韓国ETA

HSコード		MFN税率	発効 2010/01	11/01	12/01	13/01	14/01	15/01	16/01	17/01	18/01	19/01
8703	乗用車	100	除外									
8707	車体(運転室含む) (実行12.5)	7.5	乗用車	11.5625	10.625	9.6875	8.75	7.8125	6.875	5.9375	5	5
			その他	10.9375	9.375	7.8125	6.25	4.6875	3.125	1.5625	0	
8708	部品および付属品 (実行12.5)	10	非駆動軸・ギヤボックス・車輪	11.875	11.25	10.625	10	9.375	8.75	8.125	7.5	6.875
			その他	除外								
8407	ガソリンエンジン	7.5 (実行12.5)	除外※1									
8408	ディーゼルエンジン	7.5 (実行12.5)	11.5625	10.625	9.6875	8.75	7.8125	6.875	5.9375	5	5	5
8409	エンジン部品	7.5 (実行12.5)	除外									

※1 1,500cc以下のエンジンは2017年に撤廃

HSコード		MFN税率	発効 2010/01	11/01	12/01	13/01	14/01	15/01	16/01	17/01	18/01	19/01
8703	乗用車	8	1500cc以下のセダン	6.4	4.8	3.2	1.6	0				
			ガソリン1000cc以下の ステーションワゴン	6.4	4.8	3.2	1.6	0				
			ガソリン1501~3000ccの セダン・ジープ	6.4	4.8	3.2	1.6	0				
			ディーゼル1501~2500cc のジープ	6.4	4.8	3.2	1.6	0				
			ディーゼル2500cc超	6.4	4.8	3.2	1.6	0				
			それ以外	0								
8707	車体(運転室含む)	8	6.4	4.8	3.2	1.6	0					
8708	部品および付属品	8	6.4	4.8	3.2	1.6	0					
8407	ガソリンエンジン	8	251~1000cc	6.4	4.8	3.2	1.6	0				
			1000cc超	7	6	5	4	3	2	1	0	
8408	ディーゼルエンジン	8	6.4	4.8	3.2	1.6	0					
8409	エンジン部品	8	2001~4000cc および10000cc超	6.4	4.8	3.2	1.6	0				
			それ以外	0								

4. 韓ASEAN-FTA

→ は1年毎に一定率で引き下げられる場合、または段階的(階段状)に引き下げられる場合を示す
 一部部品の詳細品目などには例外がある

タイ側		発効2007/06									
HSコード	MFN税率	10/01	11/01	12/01	13/01	14/01	15/01	16/01			
8703	乗用車	除外	→	→	→	→	→	→	→	64	
		→	→	→	→	→	→	→	→	64	
8707	車体(運転室含む)	→	→	→	→	→	→	→	→	32-64	
8708	部品および付属品	→	→	→	→	→	→	→	→	24	
		→	→	→	→	→	→	→	→	24	
		→	→	→	→	→	→	→	→	24	
8407	ガソリンエンジン	0									
		0									
8408	ディーゼルエンジン	除外									
		除外									
8409	エンジン部品	除外									
		除外									

*1 シートベルトおよびエアバッグのみ10%

マレーシア側		発効2007/06									
HSコード	MFN税率	10/01	11/01	12/01	13/01	14/01	15/01	16/01			
8703	乗用車	30	完成車	→	→	→	→	→	→	24	
			2001~3000ccのみ	→	→	20	→	→	→	0-5	
			OKD	→	→	→	→	→	→	8	
		10	→	→	→	→	→	→	0-5		
		2001~2500ccのみ	→	→	→	→	→	→	0-5		
8707	車体(運転室含む)	30	→	→	20	→	→	→	0-5		
8708	部品および付属品	25-30	0								
		25-30	→	→	20	→	→	→	→	0-5	
		25-30	→	→	20	→	→	→	→	0-5	
8407	ガソリンエンジン	5	0								
		5	0								
8408	ディーゼルエンジン	0	0								
		0	0								
8409	エンジン部品	0-30	0								
		0-30	0								

インポート側 発効2007/06

HSコード	MFN税率		10/01	11/01	12/01	13/01	14/01	15/01	16/01
8703 乗用車	45-50	ガリソン3000cc以下 (ディーゼル2500cc以下)	→	→	20	→	→	→	0-5
		ガリソン3000cc超 (ディーゼル2500cc超)	0						
	15	CKD	0						
8707 車体(運転室含む)	0								
8708 部品および付属品	15	シートベルト・エアバッグ・ ブレーキライニング・ ハンドル・駆動軸	0						
		その他	→	→	→	→	→	→	0-5
8407 ガリソンエンジン	15	250cc超	→	→	→	→	→	→	0-5
8408 ディーゼルエンジン	15		0						
8409 エンジン部品	0								

トルネイ側

発効2007/06

HSコード	MFN税率		10/01	11/01	12/01	13/01	14/01	15/01	16/01
8703 乗用車	0								
8707 車体(運転室含む)	0								
8708 部品および付属品	20 *1	エアバッグ・駆動軸・車輪	0						
		ハンドル・ブレーキ	→	→	→	→	→	→	0-5
		その他	除外						
8407 ガリソンエンジン	20		0						
8408 ディーゼルエンジン	20		0						
8409 エンジン部品	20		0						

*1シートベルトのみ無税

フリリビ側 発効2007/06

HSコード	MFN税率		10/01	11/01	12/01	13/01	14/01	15/01	16/01
8703	30	乗用車	→	→	20	→	→	→	0-5
8707	10-20	車体(運転室含む)	除外						
8708	10	ブレーキ・非駆動軸・その他一部	→	→	→	→	→	→	0-5
		車輪・その他一部	→	→	→	→	→	→	2.4-16
		その他	除外						
8407	1-10	ガリンエンジン	0						
8408	3-10	ディーゼルエンジン	→	→	→	→	→	0-5	
8409	1	エンジン部品	→	→	→	→	→	0.8	

ペトナム側 発効2007/06

HSコード	MFN税率		10/01	11/01	12/01	13/01	14/01	15/01	16/01	17/01	18/01	19/01	20/01	21/01
8703	77-83	乗用車	除外											
8707	1	完成車	除外											
		CKD	→	→	→	→	→	0						
8707	10-37	車体(運転室含む)	除外											
8708	3-25	ギヤボックス・消音装置・フラー	除外											
		シートベルト・車輪	3-20	3-10	3-10	3-7	3-7	0-5	0					
		その他	→	→	→	→	→	→	→	→	3-20	→	→	0-5
8407	10-30 *1	ガリンエンジン	除外											
8408	3-27	ディーゼルエンジン	3-20	3-10	3-10	3-7	3-7	0-5	0					
8409	3-15	エンジン部品	3-10	3-7	3-7	3-5	3-5	0-5	0					

*1 一部品目は2021年に0~5%に削減予定

カテゴリー別 発効2007/06

HSコード	MFN税率	税率																			
		10/01	11/01	12/01	13/01	14/01	15/01	16/01	17/01	18/01	19/01	20/01	21/01	22/01	23/01	24/01					
8703 乗用車	35	カブリン1000cc以下	除外																		
		カブリン1000cc超	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	28		
		ディーゼル1500cc以下	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	0-5	
8707 車体(運転室含む)	15	ディーゼル1500cc超	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	28	
		バンパー・ブレーキ・ギヤボックス・懸架装置・消音装置・マフラー・シートベルト・エアバッグ	10	10	5	5	5	5	0-5	0-5	0-5	0									
8708 部品および付属品	15	車輪	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	12	
		その他	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	0-5	
		251~1000cc	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	0-5	
8407 ガソリンエンジン	35	250cc以下、1000cc超	20	20	15	15	15	15	5	5	5	5	0								0-5
		ディーゼルエンジン	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	28
8409 エンジン部品	7		→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	0-5

ラオス別 発効2007/06

HSコード	MFN税率	税率																			
		10/01	11/01	12/01	13/01	14/01	15/01	16/01	17/01	18/01	19/01	20/01	21/01	22/01	23/01	24/01					
8703 乗用車	40		25	25	15	15	15	15	10	10	10	0									
		乗用車	25	25	15	15	15	15	10	10	10	0									
8707 車体(運転室含む)	20	その他	15	15	10	10	10	0-5	0-5	0-5	0										
		バンパー・車体部品	8	8	5	5	5	0-5	0-5	0-5	0										
8407 ガソリンエンジン	20-40	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	20-40
8408 ディーゼルエンジン	10	8	8	5	5	5	0-5	0-5	0-5	0											
8409 エンジン部品	10	8	8	5	5	5	0-5	0-5	0-5	0											

添付資料 4

韓国企業の FTA 活用度調査及び活用度向上方案に関する研究 ¹⁾

チョン・インギョ (Chung In Kyo) 教授 ²⁾

FTA の経済利益については企業の活用水準と密接に関係がある。今まで FTA の経済効果に関する研究結果は提示されているものの、これらの論文はすべての企業が FTA を活用することを前提としたものである。しかし企業の FTA 活用度はそれほど高くない。

この論文の目的は、韓国の FTA 政策及び推進実績を分析し、活用度を向上させる方案を提示することにある。政府の積極的な FTA 推進にも関わらず、多数の企業が FTA に対して関心度が低いとの調査結果に対して、その背景を分析している。これまで韓国政府は FTA の交渉において、ある程度の成果を出したが、企業の FTA 活用水準を向上させる方案についての政策的な配慮はそれ程なされなかった。また、これまでに多くの FTA の研究が推進されてきたが、FTA の活用度に関する研究はあまり行われていなかった。

この論文で紹介する調査によると、韓国企業の僅か 9.5% が現在の FTA を活用すると回答しており、今後は、新たに FTA を締結することよりも、国内の FTA 履行のための基盤を強化することの方がより重要な政策課題である。

キーワード： 自由貿易協定 (FTA)、原産地基準、FTA 活用など

1) この研究論文は 2008 年に政府 (教育科学技術部) の研究助成金により、韓国振興財団の支援を受け遂行されたもの (KRF-2008-327-B00156)。2009 年 10 月発刊。本文中の FTA 記述は当時。

2) INHA 大学経済学部教授、INHA 大学 Chungseok 物流通商研究院の院長

第1章 研究の目的及び背景

現在、世界の大部分の国が経済のグローバル化を追求している。ドーハ・ラウンドに進展がなく多くの国はFTA推進に高い関心を示している。過去10年間、韓国政府が通商政策で最も着目してきたものの1つがFTA政策であり、積極的な推進による成果も大きいと評価されている。

韓国は現在4つのFTAを発効している他、対米国、対インドとのFTA署名やEUとのFTAの‘実質的な締結’の成果など高い推進実績を短期間で記録した。アジア国家として初めて米国やEUとのFTAを締結し、現在検討中である日本、中国とFTAが締結された場合、FTA締結国との貿易額が韓国貿易総額の80%以上を占めると見込まれる。

韓国においては最近、FTA活用のインフラの構築が重要な政策課題となっている。その要因として、現在発効しているFTAに対する企業の活用水準が低いという点が挙げられる。また一方で、数多くの企業が、今後発効予定のEU、米国とのFTA活用には高い関心を持っていることが調査により明らかになったためである。そのため、これらのFTAが発効される前に企業のFTA活用方策について検討する必要があると思われる。

本論文では第1章の総論に引き続き、第2章では韓国のFTA政策及び推進実績を簡単に整理し、FTA発効後の輸出輸入の変化を提示した。韓国・チリFTAの場合、協定発効以後、韓国のチリに対する輸出は毎年50%以上増加し、2006年9月と2007年6月それぞれ発効された韓・EFTAと韓・ASEANのFTAの基での韓国の輸出は増加傾向にあることを提示した。

第3章では韓国企業のFTA活用水準及びFTAの立場に対する調査結果を提示する。過去10年間にわたり韓国政府はFTA推進の必要性和企業のメリットを広報したが、調査対象企業の約半分のみが、今後FTA活用に強い関心を持っていると答えた。一方、FTAに無関心なFTA疲労現象(FTA Fatigue)が現れている。

第4章では、数多くの韓国企業のFTAに対する関心の低さの背景を分析した。現在、発効しているFTAが小規模な経済国家や開発途上国のため、輸出市場としての魅力が低いという論議がされることになるであろう。しかし、韓国が最近妥結した対EUや対米国とのFTAに対する韓国企業の関心度は、既存のFTAとは明らかに異なる。また数多くの企業がFTAの原産地基準を満たす難しさを指摘している。また関税メリットの水準が低く、FTA活用に対する企業の関心が低いという現状について、論議しようとした。FTA対象国の経済規模、関税譲許水準、原産地基準などを活用してFTA活用水準を説明した。最後の第5章では本論文の研究結果をもとに要約及び示唆する点を提示した。

第2章 韓国のFTA政策

韓国のFTA政策は2003年9月の“FTA推進ロードマップ”に提示されており、短期的には、①経済的妥当性、②政治・外交的合意、③韓国とのFTAに積極的な国、④巨大・先進経済圏とのFTA推進に役に立つ国、等の基準で選定して推進し、中・長期的には米国、EUなど、巨大・先進経済圏と推進するというのが主な内容だ。2004年5月、政府は米国、EU、インドとのFTA推進時点を早めることを主な内容とするFTAロードマップ修正を行なった。2年後の2006年6月、米国とのFTA交渉を開始、2007年4月、韓米FTAを妥結、翌月の2007年5月、韓EU間のFTA交渉に入った。

2009年7月現在、韓国政府は4つの自由貿易協定（FTA）を履行中にあり、3つの協定を署名あるいは妥結し、6つのFTAの交渉中にある。韓国政府は2007年までにチリ（米州）、EFTA（ヨーロッパ）、ASEAN（アジア、投資除外）等の拠点国家とFTAを締結し、主要地域の拠点国家とのFTAを締結するという目標を実現した。米国とのFTAの他に、2009年半ばにはBRICsの1つ、インドとのFTA（CEPA：包括的経済パートナーシップ協定）に公式署名し、世界最大の経済ブロックであるEUとのFTAの交渉も“実質的に妥結”に至り、当初のFTAロードマップ上の推進目標（先拠点地域、後巨大経済圏とのFTA）のかなりの部分を達成した。カナダ、メキシコ、中東（GCC）、ペルー、オーストラリア、ニュージーランドとのFTA交渉を進行中にあり、中国、南米共同市場（ブラジル、アルゼンチン等、5カ国）との交渉に備えて共同研究も推進されている。

<表1> 韓国のFTA推進実績

	FTA締結数	国家（地域）
発効中のFTA	4	チリ(2004.4)、シンガポール(2006.3)、EFTA(2006.9)、ASEAN(2007.6、商品)
妥結したFTA	3	米国(2007.6、批准待機)、EU、インド
推進中のFTA	6	カナダ、メキシコ、GCC、ペルー、オーストラリア、ニュージーランド
共同研究	2	中国、南米(MERCOSUR)
考慮中のFTA	2	ロシア、日本(交渉中断)

その結果、韓国の貿易に占めるFTAの比重も増加してきた。韓国の輸出総額中、FTA締結国との貿易額の比重は2008年時点で19.2%であり、現在交渉が妥結した米国、EU、インドとのFTAが発効されれば、FTAの輸出比重は50%を超えると予想される。EFTA発効1年目（2007年）のように例外的な場合もあるが、概ねFTA相手国に対する輸出増加の傾向が、韓国の対世界貿易より30%以上高くなっている。¹ まだFTAが発効されてからの期間が短いため、輸出入の効果だけを根拠にFTAの効果を断言することは難

¹ 参考までに、韓国の最初のFTAである韓-チリFTAが発効した2004年、韓国の輸出増加率は30%を記録し、以後、12%(05年)、14.4%(06年)、14.1%(07年)、13.8%(08年)の増加率を見せた。

しい。しかし肯定的な影響を及ぼしていることは否定できないであろう。

<表 2> FTA 発効以後の輸出増加率*1

(単位：千ドル、%)

	発効前年度の輸出額	発効後			
		1年	2年	3年	5年
チリ	524	830 (58.4)	1.216 (46.5)	1.825 (50.8)	2.367 (351.7)*2
シンガポール	7.866	9.803 (24.6)	13.059 (33.2)	15.261 (16.9)	—
EFTA	1.589	1.106 (-30.4)	2.006 (81.4)	—	—
ASEAN	30.892	39.175 (26.8)	—	—	—

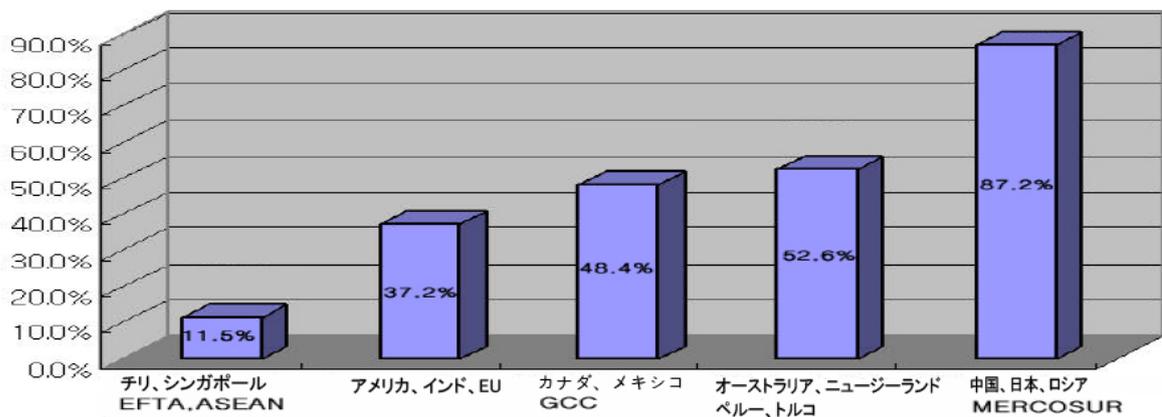
*1：() の中は前年対比の増加率

*2：発効前年度の実績対比 発効後 5 年間の増加比率

資料：貿易協会の貿易統計

<図 1>の見通しで見ると、現在推進中、あるいは検討中の国との FTA が締結された場合、貿易額全体の中で FTA 特恵貿易が占める比重が 90% 台に肉迫するものと予想される。また、すでに発効した FTA の輸出増大効果分析の結果によれば、一部の FTA の場合貿易額が急増するとなっており、今後、韓・米および韓・EU FTA が発効した場合、輸出増大効果は少なくないものと予想される。

<図 1> 韓国の今後の FTA 貿易比重の見通し



<表 2>と<図 1>を見れば、FTA 締結が韓国の輸出に相当な影響を与え得ると判断されるが、こうした展望は発効されるすべての FTA を韓国の企業が積極的に活用するだろうという仮定を前提にしている。特に、FTA に対する韓国企業の認識水準が低い場合には、今後、他の FTA の経済効果に対して楽観視することはできない。これまで韓国政府は FTA 政策および FTA 活用に関する企業の認識改善のために多くの広報を行ってきたが、企業の FTA 認識改善には特段に寄与できていないという指摘がある。貿易協会(2008)、大韓商工会議所(2007)など経済団体の調査によれば、韓国企業の絶対多数は、政府の FTA 政策を支持しているが、FTA をどの程度活用しているかについては調査が十分でない状況だ。

これまでに、政府の FTA 推進で期待される経済効果に対する研究が数多く提示された。特に韓・米 FTA の経済効果に関する研究は産業研究院、対外経済政策研究院など政府系研究機関と個人の研究者により、数多く発表されたが、FTA の活用度に関する国内研究者の論文が専門学術誌に掲載されたのは、Cheong and Cho(2009)が唯一である。FTA の活用度と企業の関心を向上させることが FTA 関連政策の懸案として提起されているが、これに関する研究と論文はまだ本格的になされていない。本稿の第 3 章と第 4 章では中小企業の FTA 活用度を調査し、活用水準が低い理由について分析する。

第3章 企業のFTA認識および活用度に関する調査

本研究に用いた企業のFTA認識および活用度調査は、465の中小企業を対象に実施された。調査の客観性を高めるためアンケート調査専門機関に調査を依頼し、アンケート用紙を用い電話およびファックスを利用して調査を実施した²。リストを利用した無作為サンプリング(Random Sampling)により選定された回答企業は、従業員数、輸出の有無、輸出および売上げ規模等において多様な分布を見せており、従業員数を基準とした場合、101～300人の中堅企業の比率(43.7%)が高かった。また、大部分は輸出と内需を兼ねており、輸出規模は100万～1000万ドルと1000万～1億ドルがそれぞれ38%と34%を占め、半数以上が売上額50億～500億で中堅企業に該当する。

FTAの経済利益は、相手国の経済規模、貿易障壁の水準、対外依存度等の外的条件に大きく左右されるが、企業のFTA活用水準とも密接な関連がある。これまで韓国国内でFTAの経済効果について行われた数多くの研究論文の結果は、すべての企業がFTAを活用するという仮定の下に、その経済効果を推定している。しかし本論文の調査によれば、韓国の企業のFTA活用度は高くない。調査の時点でFTAを活用している企業の比率は9.5%と低く、活用していない企業の比率は90.5%となっており、大多数の企業が現在FTAを活用していないことが明らかとなった。また現在発効しているFTAを活用した経験のある企業は14.8%と低く、多くの企業(85.2%)はFTAを活用した経験がないという結果が出ており、全般的に企業のFTA活用度は低調である。

ごく一部の企業だけが現在発効中の4つのFTAを活用していることが明らかになったが、活用企業は産業別に多少の違いがあることが分かった。調査によれば、繊維、自動車部品、電気電子、一般機械、繊維化学などの企業の活用比率が相対的に高く、非金属鉱物企業はFTAを全く活用していない。最近、日本、タイ、シンガポール等の国でも企業のFTA活用度の低さに対する関心が高まっているが、これらの国の企業のFTA活用度は20～35%と、韓国よりもはるかに高い水準であり、韓国における同問題の深刻さは高まっている。³

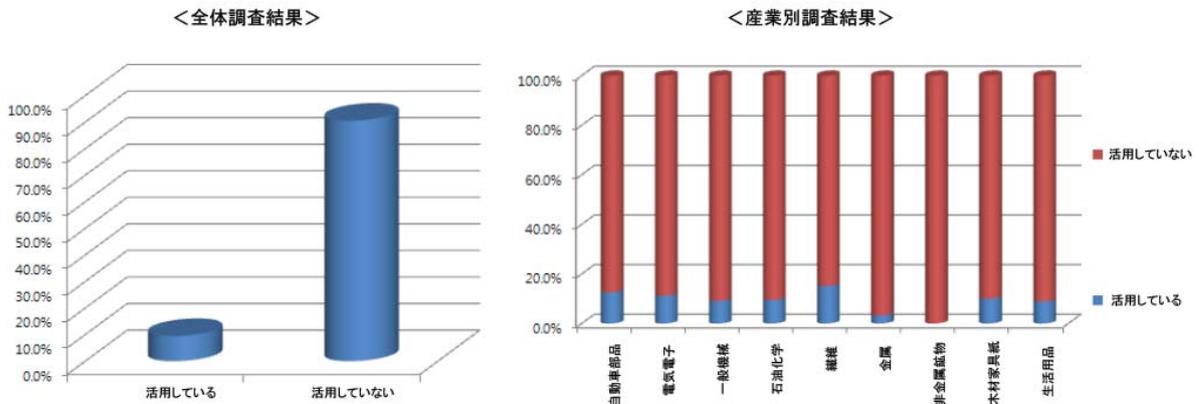
² 2009年2～5月に(株)テルサーチが実施。465の中小企業から回答があった(回収率28.2%)。95%の信頼度で誤差の範囲は±4.4%。

調査設計の概要

区 分	内 容
1) 調査対象	国内の製造業者
2) 調査方法	構造化されたアンケート用紙を用いた電話およびファックス調査
3) 有効標本の大きさ	465の業者が回答(回収率28.2%)
4) 標本の誤差	95%の信頼度で誤差の範囲は±4.4%。
5) 標本抽出方法	リストを利用した無作為サンプリング(Random Sampling)

³ 日本のFTA活用度については、Hiratsuka(2006)、Isono(2008)、Takahashi and Urata(2008)を参照。

<図 2> 現在発効中の 4 つの FTA 活用の有無

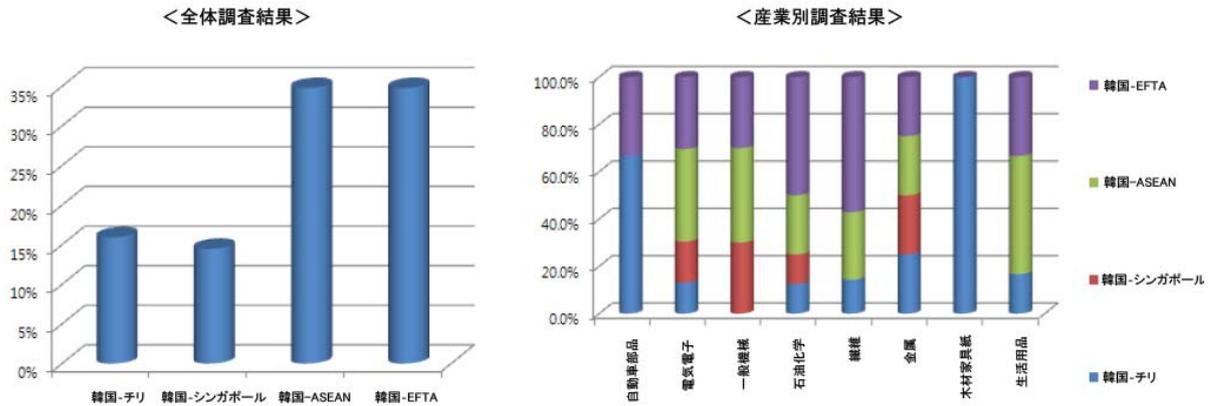


<図 2>で現在 FTA を活用したことがあると答えた 69 の企業を対象に、活用中の FTA について尋ねたところ、チリおよびシンガポールと締結した FTA を活用している企業よりも ASEAN および EFTA と締結した FTA を活用している企業の方が多いことが分かった。FTA 活用経験の対象地域についての質問に対し、韓国・ASEAN と韓国・EFTA がそれぞれ 34.8%と 32.5%で高かった一方で、韓国・チリ FTA は 15.9%、韓国・シンガポール FTA は 14.5%と低かった。今回の調査結果は、既存の FTA 活用調査結果と異なる点が見られる。KIEP(2008)によれば、韓国・チリ FTA の場合、輸出入共に 90%を超える高い活用度を示している。しかし、これはチリと貿易のある企業だけを対象にして調査したため、高い数値が出たものと見られる。⁴ 地理的距離、市場規模等により、チリに進出した韓国企業は主に大企業であり、中小企業では最近になり少数の IT 関連の会社が現地で事業を行っている程度である。韓国・ASEAN および韓国・EFTA の FTA で活用度が高い理由は、それぞれの経済圏の構成国数が多いこととも関連があると見られる。⁵ また産業別活用度調査の結果 (<図 3>の右側)を見ると、業種別に活用している FTA に大きな違いがあり、FTA の関税譲許と相手国の関税構造などと深く関連しているものと分析される。例えば、自動車部品、木材、家具、紙などの関税は、韓国・チリ FTA で即時撤廃されたため、企業の対チリ輸出に FTA が活用される要因となった。韓国・EFTA FTA では、EFTA が繊維、電気電子などで高関税を課しているが、FTA 発効で特惠関税が適用されることは韓国側の同地域への輸出にプラス材料となっている。生活用品や一般機械等は ASEAN 各国で高関税賦課対象品目であり、FTA により韓国への特惠関税が適用されることから、企業は対 ASEAN 輸出に FTA を活用している。

⁴ KIEP(2008)報告書によれば、韓・チリ FTA の場合、輸出での活用率が 96.9%、輸入が 90.5%を記録。一方、韓・シンガポール FTA の場合、輸入での活用率が 29.8%、韓・EFTA FTA の輸入での活用率が 43.2%、韓・ASEAN FTA の輸入での活用率が 27.0%、輸出が 14.4%を記録するなど、韓・チリ FTA に比べて活用率が極端に低い。

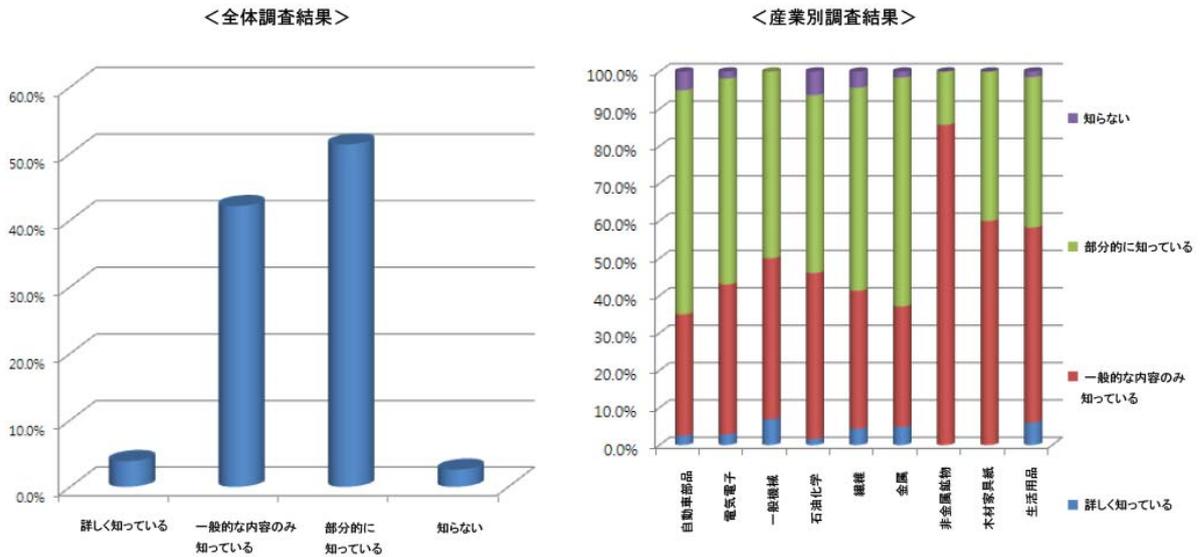
⁵ ASEAN 加盟国数は 10 カ国、EFTA は 4 カ国。

<図 3> 活用している FTA



韓国企業の FTA 活用度が競争国より低いことには、様々な要因が作用しているものと考えられる。政府の FTA に関する広報はその大部分が一般国民を対象にしたものであり、企業の活用に関する内容は限られているという点と関連があると言えるだろう。この点に関連して、企業の FTA 活用に必要な情報に関する質問をした結果、企業の FTA 活用情報に対する認識は全般的に見て低いことが分かった。マスコミなどを通じて FTA 関連情報を得ており、企業の多くは FTA 推進の事実について知ってはいるが、協定内容まで詳しく知っているという回答した企業の比率は調査対象全体の 4% と非常に低かった。ここで協定内容まで把握しているということは、企業が FTA を活用するのに必要な情報を知っているということを意味する。回答企業の 42% は FTA について一般的な内容だけ知っているという答え、52% の企業はマスコミで報道された FTA 推進状況などを把握しているということが分かった。韓・米 FTA 推進を契機に、政府が FTA に関する対国民広報を大々的に行なった結果、FTA 推進に対する一般国民の支持度は高い方だが、FTA を活用する韓国企業の認識度は非常に低いということが明らかになった。政府の積極的な FTA 推進と広範囲な広報にもかかわらず、企業は FTA に対し無関心になる“FTA 疲れ (FTA Fatigue)” の現象が現れているようである。

<図 4> 企業の FTA 認識水準

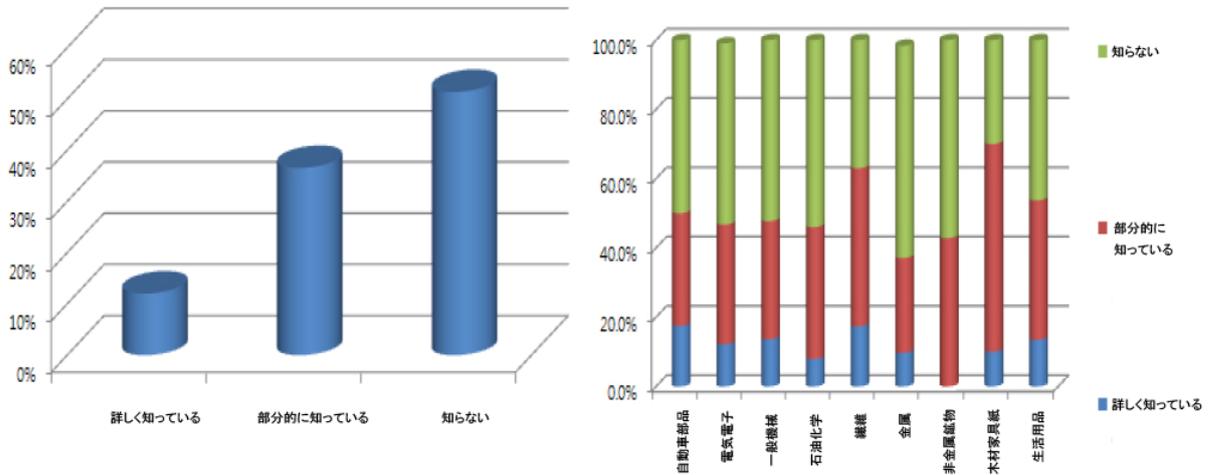


FTA 認識についての企業の回答結果を産業別に分類してみると、電気電子、石油化学、繊維、金属等、韓国の主力輸出業者の FTA 認識度は相対的に低いことが分かる。さらに、輸出依存度が低い非金属鉱物、木材、家具、紙などの産業は、FTA を活用できる程度の FTA の内容把握もできていないことが明らかになった。

大部分の産業で回答企業の 30～60%は FTA に関する一般的な内容を把握しているが、同様の比率で企業が FTA 推進動向など、マスコミ報道レベルの FTA 情報だけに接していることもまた分かった。すなわち、企業は一般国民が知っている程度の FTA 情報を持っているに過ぎず、多くの企業が接する FTA 情報は、FTA の活用には不十分なレベルのものと見ることができる。

企業が FTA を活用する際の最も基本的な情報である関税譲許と原産地基準についての認識度に対する回答結果によれば、ごく一部の企業だけがこれらに関する情報を確保していることが分かった。回答企業の僅か 12%が関税譲許スケジュールとその関連内容を詳しく把握している一方、残り大多数の企業は自由化対象品目かどうかといった程度の、ごく一部の内容しか知らない、あるいは過半数の企業が関税譲許自体を把握できないでいることが明らかになった。高関税率が課せられている繊維や韓国の主力輸出品として浮上している自動車部品産業の企業で FTA 認識度は多少高い。

<図 5> 企業の FTA 関税譲許認識水準



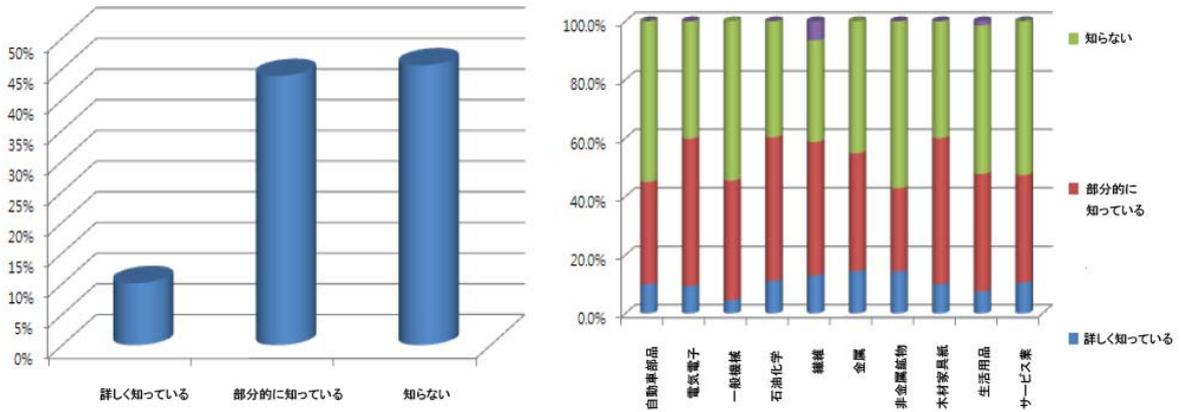
FTA の原産地基準に対する企業の認識度も、関税譲許と同じような結果が出ている。企業が特惠関税の適用を受けるためには原産地基準を満たす必要があるが、原産地とは商品の国籍を意味するもので、一定水準以上の生産工程が特定国家で行われなければ原産地と認定されないことになっている。しかし原産地基準に関する認識不足のため、特惠関税不当申請による課徴金賦課の事例が報告されている。⁶ 国内で原産地を正確に表記しない事例が多かった。原産地を偽るケースもしばしば摘発されている。2009年7月、知識経済部は対外貿易法の原産地表示関連の内容改定を立法告示した。原産地表示に対する貿易取引および流通・販売業者の義務を大幅に強化したのだが、同法の内容は、原産地表示違反物品の輸出入行為禁止、単純加工品に本来の原産地表示を義務化、輸入物品の第三者譲渡時原産地表示を義務化、過料追加新設および罰則強化等である。輸入業者が輸入物品を譲渡するとき譲受人に対して原産地表示告知の義務を違反した場合の処罰を大幅に強化した。

FTA の恩恵を享受するためには、企業は原産地基準を適切に認識し、自社製品あるいは輸入品の原産地を正確に表記しなければならない。FTA の歴史が長いオーストラリアのような国の場合、原産地基準の改善の必要性が粘り強く提起され、改定交渉が行なわれている。今後、韓国の FTA 施行過程でも、原産地基準は産業の実態に合うように修正していかねばならないだろう。⁷

⁶ 2008年10月の関税庁の発表によれば、FTA 特惠関税不当申請による関税追徴金が過去3年間で100億ウォンを超えたという。対象品目を誤って適用したのが原因で、FTA 施行件数が増えれば増えるほど追徴金も増えている。FTA 特惠関税申告を誤って追徴される関税は2006年の8900万ウォンから2007年の19億6000万ウォンへと膨れ上がり、2008年9月まで80億7000万ウォンに達した。関税障壁撤廃が主目的の FTA が施行されたにもかかわらず、施行に伴い関税追徴が急増したのは13カ国に達する FTA 協定国別の特恵関税対象品目がすべて異なり、同一品目でも協定内容と原産地により関税率が異なるという点を、企業が認識できていなかったためである。

⁷ これについては本稿の第4章の2を参照のこと。

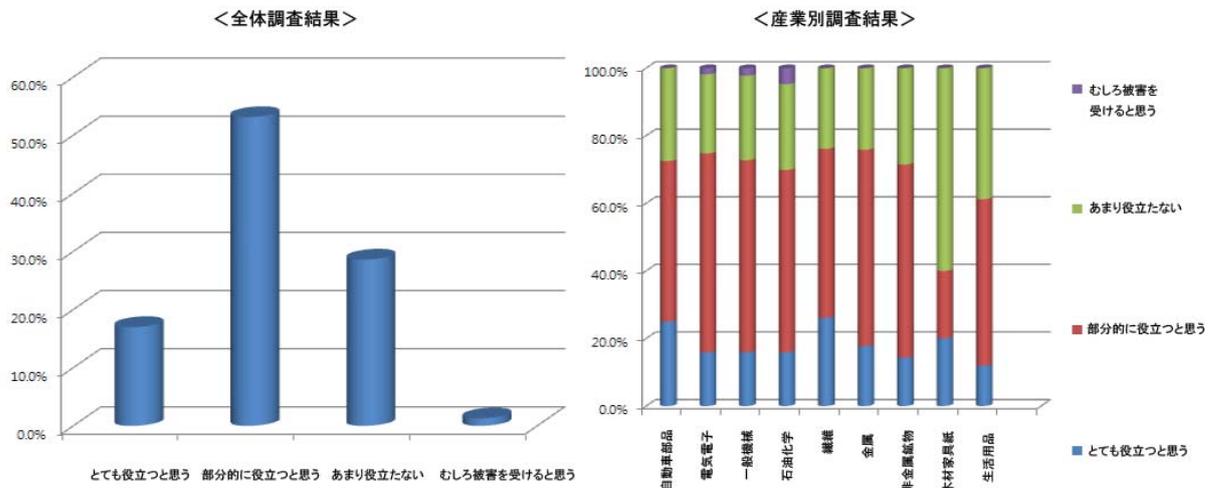
<図 6> FTA 原産地基準の認識水準



原産地基準設定に広く使われる 3 回変更、域内付加価値 (RVC)、特定工程の条件のうち充足が最も困難な条件が特定工程基準であることが明らかになった。特定工程基準とは、繊維類の場合、裁断・縫製などのように具体的な生産工程が FTA 加盟国国内で行われなくてはならないというものである。回答企業の 63.1% が特定工程基準を満たすことの困難さを指摘し、31.6% が単一基準よりは複合基準の方が原産地基準を満たすことが難しいと答え、高い付加価値比率に対しては 5.3% という低い回答率だった。このことから、原産地基準はできれば 3 回変更の条件で設定するのが望ましいものと分析される。一方、調査対象企業の過半数は輸出がうまくいくように原産地基準を緩和すべきだと答え、30.8% は中間的な立場が望ましいと答えたが、迂回輸入防止のために厳格な原産地基準を提案した企業も 16.7% に達した。

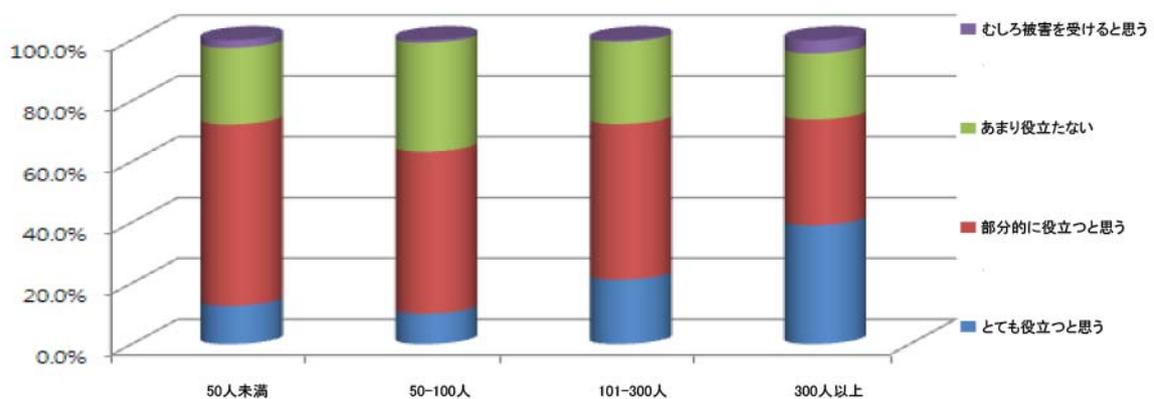
FTA についての企業の認識度が低いのは、企業の FTA 活用への期待度の低さと関連性があると思われる。<図 7> で見るように、政府の FTA 推進が企業の営業に大いにプラスになると見ている回答企業は全体の僅か 17% で、残りの企業は部分的にプラスになる、あるいは別にプラスにならないと見ている。一般の期待とは異なり、企業の FTA に対する全般的な期待度は低く、そのため FTA 活用のための情報収集に費用と時間を投資しないものと見られる。

<図 7> 企業の FTA 期待利益の評価



一方、従業員が多い企業であるほど FTA から期待できる利益が大きいと考えていることが分かった。<図 8>は<図 7>の内容を従業員規模別に分析したもので、従業員 50～100 人規模の企業の 10%が FTA から多くの利益が期待できると回答。101～300 人の企業では 21%が、300 人以上の企業では 39%が FTA に対する高い期待度を見せた。

<図 8> 企業の FTA 期待利益の評価：従業員規模別の分析



従業員規模が大きい企業ほど、高い FTA 期待利益を予想しているという点は肯定的な側面である。しかし、韓国企業の大多数を占める 100 人以下の小規模企業の中で高い

FTA 期待利益を予想する比率が極めて低いという現実を是正するための、政策的配慮と努力が必要であろう。最近の韓国政府による積極的な FTA 推進実績にもかかわらず、FTA の経済効果が予想したほど実現されない可能性があるからである。従業員数が多いほど FTA を活用しているという回答比率が高くなる点に着目した場合、FTA 活用度は企業の専門的人材保有の状況とも関連性があるようだ。

すなわち、FTA 活用度を向上させるためには、通商を専門とする人材、特に FTA 専門の人材育成が必要であろう。最近、企画財政部内の FTA 国内対策本部では、FTA 専門の人材育成のための講義プログラムを設計して全国の大学に講義開設要請を検討中であると言われている。また関税庁は関税士を対象とした教育を実施して、一定条件を満たした場合、「FTA コンサルティング関税士」として認証している。一方、FTA コンサルティングプロジェクト履行実績による実績認証書を発給して関税士のブランド認知度とコンサルティングの力量を高めることを計画している。⁸

FTA に対する企業の関心度が低く、現在施行されている FTA の活用度が低いという点は、政府の FTA 広報政策の重点を、一般国民向けから企業に対する FTA 情報提供へとシフトしなければならないことを示唆していると言えよう。韓・米 FTA 推進期間には政治的な支持基盤の確保が急務だったと思われる。しかし最近では、FTA 政策に対する組織的反対は相当程度減少していることから、政府の FTA 広報活動は FTA に対する一般国民からの支持取り付けに注力するよりも、企業の FTA 活用度向上に寄与する方向に改編されるべきであろう。

⁸ 大韓民国政策ポータル (2009) 参照

第4章 低調なFTA活用度の背景

1. 不十分な関税譲許

企業のFTA活用度が低い理由として、第1にFTAの関税構造の不十分さを挙げる事ができる。1999年韓・チリFTAの交渉以後、国内企業はマスコミを通じてFTAの期待利益に関連したニュースに接したが、現在までに施行された4つのFTAのうち、最も多くの企業が関心を持つに値するFTAは2007年6月に施行された韓・ASEANFTAである。地理的に隣接しており、経済規模も大きく、企業が期待をかける条件を備えた地域である。〈表3〉で見るように、韓国とASEAN間の貿易品目も偏りが無い。両地域間の貿易総額は2008年902億ドル（総額に占める比率10.5%）で、ASEANは韓国の第3位の貿易国であり、投資額は59億ドル（同16.1%）で米国（62億ドル）に次ぎ韓国の第2位の海外投資対象国である。チリ、EFTAとは比較にならないほど、多くの中小企業がASEAN市場に進出しており、これらの企業はASEANとのFTA施行がビジネスに相当程度のプラスをもたらすものと考えているようだ。

〈表3〉 韓-ASEAN 重要貿易品目（2008年）

（単位：百万\$、%）

輸出品目	金額 (百万ドル)	比率 (%)	輸入品目	金額 (百万ドル)	比率 (%)
軽油	6,226	12.6	集積回路半導体	7,843	19.2
集積回路半導体	6,106	12.4	天然ガス	6,132	15.0
船舶	4,822	9.8	原油	4,634	11.3
合成樹脂	1,596	3.2	有煙炭	19	4.7
ジェット油及び灯油	1,591	3.2	ナフサ	1,067	2.6
揮発油	1,280	2.6	銅塊及びスクラップ	820	2.0
編織物	1,222	2.5	重油	581	1.4
無線電話機	1,126	2.3	LPG	573	1.4
平板ディスプレイ	865	1.8	銅鉱	556	1.4
熱延鋼板	814	1.7	無線通信機器部品	419	1.0

資料：韓国貿易協会

しかし、協定の内容を見てみると、FTA活用により期待できる特惠関税の範囲は限定的である。一般的なFTAでは、関税税番基準で70~90%の品目に対する関税が協定履行即時撤廃され、残りの品目も5~7年後に完全撤廃されるのに対して、韓・ASEANFTAでは即時撤廃品目はごく一部に限られ、時間をかけて段階的に0~5%に関税を引き下

げていくようになっている。また税番の7%まで許容される敏感品目とHS6単位200個または各国関税の最終単位3%に該当する個数の税番まで許容される超敏感品目が認められたことにより、企業がFTA履行により実感できる関税引き下げ品目がほとんど無かった。〈表4〉は条件の良い先行ASEAN6カ国を対象とした関税譲許も低水準だが、後発4カ国の譲許はこれよりも更に低水準である。

さらに、ベトナムやカンボジアなどの後発ASEAN諸国は協定が履行された1年後の2008年にも現地税関当局が韓・ASEANFTA特恵税率情報がないという理由で、韓国企業の特恵申請を拒否したことがあった⁹。履行という政府の発表とは異なり、履行期間も国毎に異なり、企業関係者の混乱が大きかった。2007年6月の履行国はシンガポール、インドネシア、マレーシア、ミャンマー、ベトナムの5カ国で、2008年1月にフィリピンが協定を発効させた。引き続き、ブルネイが同年7月、ラオスが同年10月、カンボジアが同年11月に発効させ、現在はタイを除く全ASEAN加盟国とのFTAが発効している。譲許内容の水準が低いと同時に協定構造面を見ても、企業家が活用するにはあまりにも複雑で難しくなっており、企業関係者の関心が低くなった。

これと関連してキム・セウォン氏(2008)は“ASEANとのFTAはあまりにも複雑で穴も多くあり、韓国政府がどういう理由で協定を妥結したのか理解できない”と酷評している。チェ・ヨンジョン氏(2007)はFTA万能主義を憂慮すると表明し、“韓国の現行FTA政策の基調は外縁拡張に重点を置いているので、貿易自由化の範囲が期待に及んでいない…韓・米FTAの場合も競争力強化のための手段としてではなく、締結自体が目的となっている側面が大きい”という点を指摘している。

〈表4〉 韓-ASEAN FTA 関税譲許の構造 (先行6カ国)

区分	一般品目群 (Normal Track)	敏感品目群(Sensitive Track)	
		敏感品目	超敏感品目
品目数基準	90%以上	6~7%	HS6単位200個または 各国関税最終単位3%以下
輸入額基準	90%以上	7%	3%以下
自由化目標	2010年まで 完全関税撤廃 *但し、ASEAN加盟国には5% 範囲で2年の追加期間認定	2016年まで 0~5%に関 税縮減	多様な方式で融通性のある保 護認定 (A) 関税率上限50%設定 (B) 20%だけ関税縮減 (C) 50%だけ関税縮減 (D) TRQ設定 (E) 譲許除外(40個)

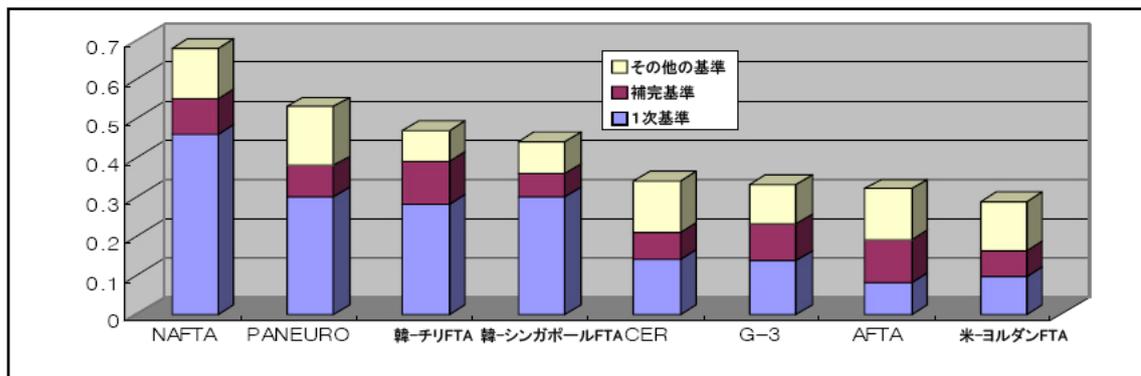
⁹ 2009年7月29日ソウルで開催された第13回韓-ベトナム関税庁長会議開催FTA履行円滑化および企業通関障害解消のために韓国はベトナムに韓国間税官を派遣してFTA特恵関税行政を支援することになった。

2. 厳格な原産地基準

企業が特惠関税の適用を受けるために原産地基準を満たさなければならない。原産地とは、商品の国籍を意味するもので、一定水準以上の生産工程が特定国で行われてはじめて原産地として認定される。原産地基準はFTA交渉で最も困難な分野の1つで、交渉担当者と産業界が緊密に情報を交換し、協議しなければならない分野であるものの、立場や利益が様々な異業種間の意見をうまく一本化することは用意ではない。原材料の多くの部分を輸入に頼らざるを得ない韓国の実情において、国内で多くの加工をして製品を生産する企業もあれば、一部の企業は部品の大部分を輸入して単純組み立て生産を行う企業もあり、どんな水準の生産活動を国産製品基準と定めるかが容易ではないからだ。また、より望ましい原産地基準の設定のためには、企業の会計情報を基に分析しなければならないが、企業は関連資料の提出を拒む傾向がある。FTAで企業から最も多く提起される不満がこの原産地基準である。

アンケート調査からは、韓国の中小企業のFTA活用度が極めて低調だという調査結果が出ている。中小企業の事業的特性など、様々な要素が作用した結果であると思われるが、一般的に原産地基準が過度に厳格だという点が、FTA活用水準が低調であることの原因となっている。FTA市場開放に反発する利害集団を説得するために、通商当局が厳格な原産地基準を選択することになる。経済統合の経験が不足している国家が初めてFTAを推進する場合、大部分の品目に対する原産地基準を一旦は厳格に設定し、一部の品目に対してのみ原産地基準を緩和することに対して業界と政策担当者が容易に合意することができる。チョ・ジョンラン氏(2006)の研究は、韓国・チリおよび韓・シンガポールとのFTAにおける原産地基準も例外ではないと分析している。

<図9> FTA原産地基準の国際比較

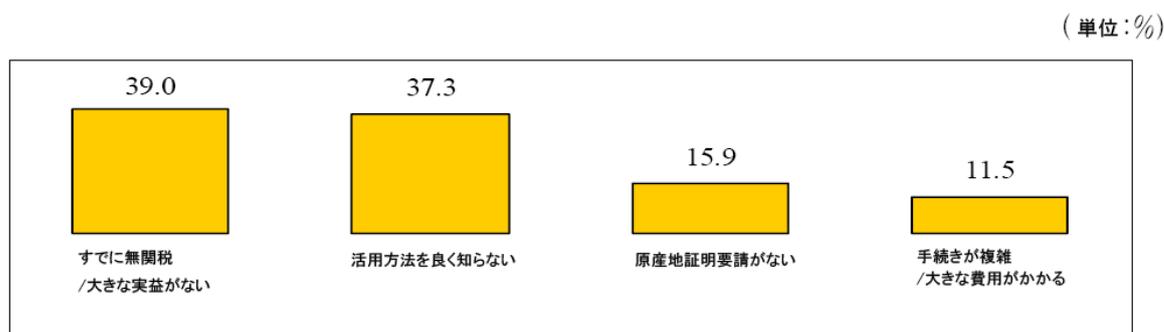


資料：チョ・ジョンラン (JoJeongRan 2006)

<図 9>は韓国が締結した FTA と世界の主要 FTA の原産地基準の保護水準を示したものである。数字が大きいくほど保護貿易主義的基準であるものと理解され¹⁰、韓国が締結した協定における原産地基準は NAFTA、PANEURO (EU) ほど保護主義的ではないが、AFTA、オーストラリア・ニュージーランド FTA (CER)、メキシコ・ベネズエラ・コロンビア FTA (G-3) よりは保護水準が低い。Cadot, de Melo and Portugal-Perez 氏 (2007) によれば、原産地基準のうち域内付加価値比率が 10% 低くなれば FTA 活用度が 2.5~8.2% 改善されることが調査でわかっており、韓国が発効する FTA の原産地基準は緩和される必要がある。

原産地基準が厳格になるほど企業は追加費用をかけてはじめて特惠関税の恩恵を受けることができる。特に、関税上の特惠水準が低い状況において原産地基準が厳格である場合、企業が FTA を活用するインセンティブは減ることになる。韓国・ASEAN が合意した物品の関税譲許スケジュールを見ると、2016 年までに残りの 7% (敏感品目) について関税率を 0~5% へ引き下げる計画だが、3% に該当する超敏感品目については各国の敏感性を考慮して譲許除外、長期間をかけての関税引き下げ、割り当て関税の設定などが適用されている。これにより、韓・ASEAN FTA の特惠関税と MFN 関税率の間の差が平均的に 1% 前後になるものと分析され、この場合、企業が原産地基準を満たすために追加費用を支払う可能性は低いと考えられる。KOTRA (2008) の調査でも、FTA 特惠関税を活用しない理由として“既に関税ゼロであったり、全体的に大きな実益がない” (39.0%) という回答と共に、“FTA 締結状況や活用方法に関する情報不足” (37.3%) を指摘した回答が、同様に高い水準となっている。

<図 10> FTA 特惠関税を活用していない理由



資料 : KOTRA (2008)

原産地基準と関連した原産地証明書の提出に関する問題も少なくない。国際貿易研究院 (2008) の資料によれば、韓・チリ FTA を活用している企業の 43.8% は FTA 規定に定

¹⁰ 原産地基準評価の 1 次基準、補完基準、その他基準についてはチョ・ジョンラン氏 (2006) 参照。

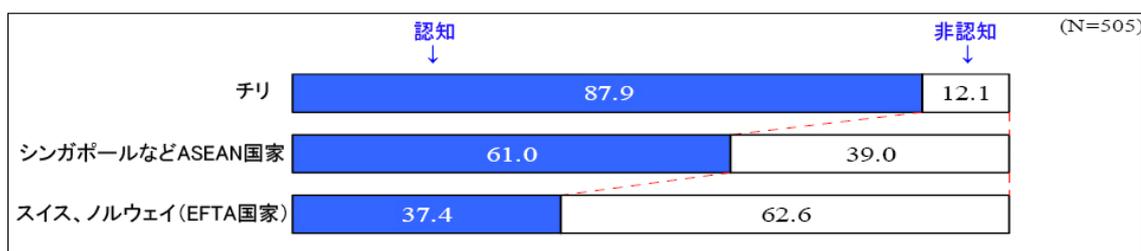
められた5年未満の間、原産地基準関連資料を保管しておらず、6.3%は原産地証明書そのものがない、2.5%は保管していないことが調査でわかった。一方、この資料によれば、韓国企業が原産地基準自体に対する認識水準が低く、回答企業の約半分の45.3%が税番変更と付加価値基準のうちどちらの基準が自社に有利なのか把握できずにいることがわかった。

3. 小規模経済とのFTA推進

韓国企業のFTAに対する関心の低さの原因は、韓国政府のFTA政策自体にあるようだ。まず、FTA政策推進初期の1999～2005年、韓国政府はチリ、ニュージーランド、シンガポール、メキシコ、EFTAなど小規模国家とのFTAを推進し、チリとのFTAを2004年に、シンガポールとのFTAを2006年に発効した。その後、EFTAおよびASEANとのFTAを発効し、現在4つのFTAが発効しているが、これらはいずれも中小規模国家が相手である。国内市場開放政策に反対する農業分野のステークホルダーを認識し、当初のFTAは遠距離国家のチリを選択するほど韓国のFTAの推進条件は劣悪なものだった。日本とのFTA交渉も推進されたが、2004年末に交渉が中断されたことで、韓国の初期FTA政策は経済規模の小さな国家とのFTAを対象に推進したものと見ることができる。

KOTRA(2008)の調査によれば、現在FTAが発効されている相手国のうち、韓国と最初にFTAを結んだチリの認知度が最も高く(87.9%)、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナムなどのアジア諸国は61.0%、スイス、ノルウェイ(EFTA構成国)は37.4%と低い。¹¹

<図11> FTA発効対象国に関する認知度(単位:%)



資料: KOTRA(2008)

韓国にとって最初のFTA締結国チリは、韓国から最も遠い距離(地球の正反対)に位

¹¹ KOTRA(2008)調査は貿易協会とKOTRAの要請によりコリアリサーチが2008年4月に調査を実施。調査対象は505の輸出業企業の役員および輸出入業務の実務者。

置しており、貿易規模が大きくないのみならず、貿易品目も限定されており、また現地に進出している企業も大規模企業や少数の IT 中小企業のみ限定されている。EFTA はヨーロッパに位置しているが、EFTA 構成国のうち最も経済規模の大きいノルウェーとスイスはそれぞれ、韓国にとって 37 番目、75 番目の輸出対象国である。これらの国々は近隣のヨーロッパ諸国から大部分を輸入し、ごく一部を韓国はじめヨーロッパ以外の国から輸入している。〈表 2〉が示すように、チリと EFTA に対する輸出増加率が韓国の輸出全体の増加率よりも高くなっているが、これは既に取り引していた少数の企業が輸出を拡大させた結果であり、新しい企業による輸出増への寄与度は低いと見られる。現在履行されている FTA の現況から分析すると、企業の FTA 活用度を高めるためには、米国や EU など、巨大経済圏との FTA の早期締結が必要だと考える。

米国および EU との FTA に対して企業が高い関心を持っているものと推測できるが、韓・米 FTA の場合、いまだに韓米両国の議会が FTA 協定を批准しておらず、その発効時期は不透明である。EU との FTA 交渉は妥結したが、今後、批准・発効されるまで 1 年程度かかると予想される。現在は発効している FTA を活用する韓国企業の割合は低いですが、今後は FTA を活用する計画があると応えた企業の割合が高くなっているのは、米国、EU など巨大経済圏との FTA を考慮した結果だと解釈される。さらには、中小企業も韓・米 FTA の締結については関心が高いとの調査結果が出ている。中小企業研究院(2007)によれば、絶対多数の中小企業が韓・米 FTA を肯定的に評価しているという結果が示された。‘肯定的影響が最も大きい’と回答した代表的な業種は、自動車及び部品、繊維、その他機械装置、映像/音響/通信機器、家具製造などである。そして‘肯定的影響が最も大きい’と回答した場合、その最大の理由として、‘対米輸出拡大/新規進出が容易’(59.5%)を挙げている。次いで、‘対米輸出を通じた価格競争力の向上(23.8%)’や‘第 3 国からの投資誘致の活発化(14.7%)’などである。

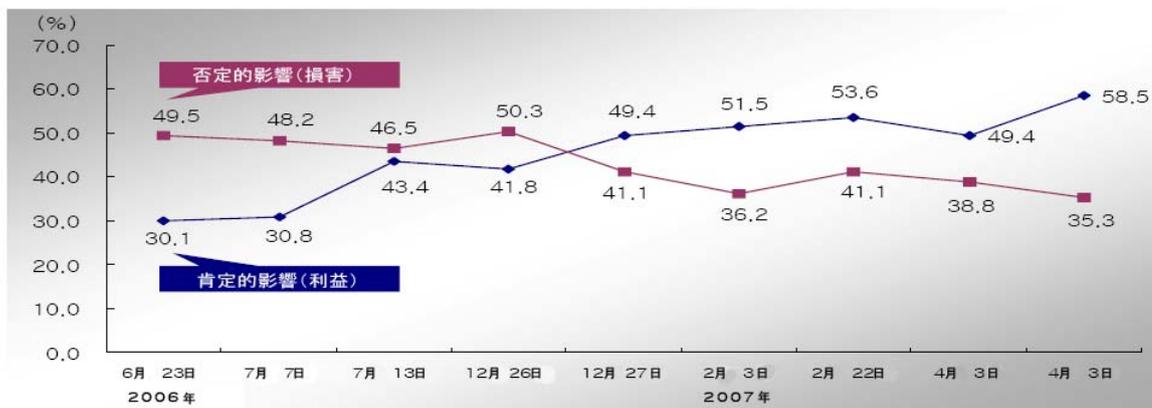
4. 不十分な情報提供

FTA を十分に活用できていない要因の 1 つに、情報不足を挙げることができる。貿易協会(2008)の資料によれば、政府は企業の FTA 活用を最大化するための支援努力を行っているが、多くの企業が情報不足により FTA を活用できずにいるという結果が示された。“一部の企業が韓・チリ FTA 締結から 1 年経過後も、チリの対韓国関税撤廃の事実を知らなかったという事実のように、恩恵を受けるはずの企業が FTA の成果や具体的な活用方策について認識できていないケースが頻発”している。

これまでの政府および公共機関による積極的かつ多大な FTA 広報活動にもかかわらず、企業の FTA 情報獲得水準が低いのは、広報の仕方にも関連している。2006 年の韓・米 FTA 交渉が国内政治の焦点化し、全国規模で反 FTA 組織が形成され、FTA 推進に対す

る国内の政治的空氣が悪化したことから、政府は FTA の対国民広報に集中した。その結果、〈図 10〉で示されるように、2007 年末以降、国民の過半数が FTA 政策を支持するという調査結果が得られた。

〈図 10〉 韓・米 FTA 締結が国家經濟に及ぼす影響に関する世論調査結果



資料：自由貿易協定国内対策本部(2007)

一般国民を対象とする FTA 広報は、多分に一般的な内容を中心として構成され、企業の FTA 活用とは距離のある内容が大部分だった。経済関連政府部処、貿易協会、大韓商工会議所など、経済団体は FTA ホームページの構築や出版物を通じて FTA 関連情報を提供したが、大部分の内容は外交通商部と（旧）財政経済部などが作成した広報資料だった。このような問題に対する指摘が続いたことで、最近、貿易協会、関税庁などは、FTA 関税率、原産地基準などに関する情報を提供している。

FTA 政策の直接的な恩恵を受ける立場にあるのは企業であり、企業の FTA 認識度を高める方向で広報が行われるべきであった。そして企業が FTA 政策の支持基盤となるように誘導すべきであった。2006～2008 年の間、国内では FTA をめぐって論争が繰り広げられたが、支持階層として分類されるべき産業別の協会、経済団体あるいは企業の反応は鈍かった。交渉妥結時点で経済団体の支持声明も出されたが、反対論者の主張を覆すというよりは一般的な水準の広報内容を伝達するものが大部分だった。また、FTA 政策で恩恵を受けるもう 1 つの支持階層となりうる消費者（一般国民）に対しては、彼らにとっての FTA の実益を量るための資料を提示すべきであった。“FTA の弊害”を唱えるものに対して、数%程度 GDP 成長率が上昇するといった経済成長の数字を以って FTA の経済的利益を広報したが、これだけでは一般国民が FTA の利益を理解するには限界があったと言わざるを得ない。

第5章 結論および示唆する点

これまで韓国政府はFTA締結で高い実績を示してきたが、企業のFTA活用水準を高める方策については政策的配慮が少なかった。また、これまでの多くのFTA研究にもかかわらず、FTAの活用度に対する体系的な研究は行われなかった。すでに発効したFTA及び妥結した締協定はやむを得ないが、現在推進中のインド（署名）、中東（GCC）とのFTAにおいてもFTA活用水準の問題は深刻になるものと予想される。インドとのFTA（CEPA）は交渉の初期段階から低い水準の協定に合意した状態で協商が始まり、GCCもやはり似たような範疇で妥結される見通しだ。この点から見ると、FTA水準の高い米国、EUとのFTA早期発効の必要性が提起され、高い水準の関税譲許を伴わないFTA締結は是正されるべきだということをこの研究は示唆している。また、これまで締結されたFTA協定のうち、市場開放の幅が狭いものや、関税譲許水準が低い（関税の完全撤廃までが長期間に亘る）FTAについては、追加的譲許あるいは関税撤廃を加速化させるための（再）交渉を推進する必要がある。

またFTA活用水準を高めるための国内FTA履行体制も強化されなければならない。多数のFTAを締結した現時点では、追加FTA締結よりは企業のFTA活用度を高めることの方がより重要である。政府はこれまで、FTA協定の締結と対国民広報に注力し過ぎ、企業に対してFTA活用の方策と関連情報を提供する努力が不足していた。これと関連して企画財政部の傘下に編入されたFTA国内対策本部の役割と機能を強化しなければならない。同機関は対国民FTA政策広報に集中し過ぎ、企業のFTA活用研究および情報提供のための努力が不足していた。1級本部長の下に2人の局長と40人の職員から構成された機構を‘FTA協定履行本部’として拡大・改編し、FTA活用度を高めるための業務を任せるべきであろう。

政府のFTA政策広報方法も改善されなければならない。これまで政府は物量を中心に対国民FTA広報を行ってきたという指摘が少なくない。一般国民のFTA支持確保も重要だが、FTA経済利益を創出する企業のFTA活用情報の提供および認識を高めるための広報にも重点を置いて推進されるべきである。これまで行われてきた研究が主にFTAのマクロ経済的効果に集中している一方、産業別のFTA活用方策に関する研究自体が不足しており、産業別の協会もこのような分野に対する関心が低かった。政府と産業別協会との緊密な協力の下でFTA活用方策を研究し、企業に伝播しなければならないであろう。

FTAの内容が各々異なり、市場開放度が‘低水準’のFTAが全世界的に多く締結されているという点が、むしろ企業のFTA活用水準を低めているとの指摘もあり、学会ではこれを‘スパゲティーボール現象’と呼ぶ。すなわち、最悪の場合、FTAはむしろマイナスコストばかりをもたらすというものだ。様々な異なる形態のFTAの下での厳格な（保護貿易主義的な）原産地基準がスパゲティーボール現象の主な原因となり、韓国もこの問題を避けて通ることはできない。この論文の調査によれば、韓国FTAで採択された特定公正基準は、企業が原産地基準を満たすために最も大きな負担となっていること

が明らかとなった。今後、FTA では可能な限り、原産地基準は企業が FTA を活用しやすいように、緩やかな、そして中間的な原産地基準を設定する必要がある。更に追加交渉を通じて各 FTA 協定間での原産地基準の調和を図る必要性を指摘したい。

最後に、世界経済のグローバル化および地域主義の浮上、国際分業体制の拡散に対応するために FTA の推進は必要である。韓国政府は積極的な対外市場開放を通じて短期間に多くの成果を挙げてきたが、更に次元高い FTA を推進するなど、質的な飛躍が必要な時期を迎えている。FTA に対する認識転換が必要であるが、FTA 効果を関税撤廃に伴う輸出増加などの重商主義的な視角から脱皮して、(企業の)生産性の向上及び(政府による)様々なシステムの先進化の契機として積極的に活用する必要がある。より積極的な国内対策として、全体的な産業政策の枠組みの中での構造調整と補償という形で市場開放に伴う被害部門への対策を行い、当該産業の競争力を高める契機として、FTA を活用する必要がある。政府は、国内での利害関係の調整能力も向上させる必要があるが、民間協議チャンネルおよび省庁間の調整機能の強化を通じて迅速な政策決定および連帯を共有することにより、対国内、対国外での交渉能力を最大限に高めていく努力が必要であると考えられる。

《参考文献》

- ・ キム・セウォン(2008). “FTA 政策の意義と韓国経済” 正しい FTA 本部主催セミナー “韓米 FTA 批准の促進要請および新政府の FTA 政策の方向” 特別講演。(2月4日、全経連3階 第1会議室)
- ・ 大韓民国政策ポータル(2007). “韓米 FTA がわれわれに与える ‘3つの実益’ ”
www.korea.kr
- ・ 大韓民国政策ポータル(2009). “関税士の FTA コンサルティング活性化方案 –企業の FTA 活用極大化による新輸出市場確保–”。 www.korea.net 8月17日付検索。
- ・ 大韓商工会議所(2007). “韓・中 FTA こう考える” アンケート調査結果報道資料。10月。
- ・ 貿易協会(2008). “わが国の FTA 政策の実績評価”。韓国国際通商学会主催セミナー (韓米 FTA 批准促求および新政府の FTA 政策方向) 発表資料。(2月4日、全経連国際会議室。
- ・ 自由貿易協定国内対策本部 (2007). 『韓米自由貿易協定を正しくお伝えします』 政府関係部処合同資料
- ・ チョ・ジョンラン(2006). “厳格性指数(RI)を活用した FTA 原産地規定の分析” 『国際地域研究』 第10巻1号: pp. 201-221
- ・ 中小企業研究院(2007). “韓米 FTA と韓国の中小企業” 国会 FTA フォーラム発表資料4月。
- ・ チェ・ヨンジョン(2007). “韓国の FTA 政策評価および示唆点” 外交安保研究院 “韓国の FTA 政策” ワークショップ 6月。
- ・ 国際貿易研究院(2008). “対チリ輸出企業の FTA 特別原産地証明書作成実態調査”(通商研究室 5月)
- ・ KIEP (2008). “韓国 FTA 原産地規定の特徴および活用方案” 対外経済政策研究。
- ・ KOTRA (2008). “KOTRA-貿易協会共同調査: FTA が貿易に及ぼす影響調査” 『Global Business Report』 08-033. 8月。
- ・ Baldwin, Richard (2006). “Managing the Noodle Bowl: The Fragility of East Asian Regionalism.” Centre for Economic Policy Research (CEPR) Discussion Paper Series No. 5561.
- ・ Cadot, Oliver, Jaime de Melo and Alberto Portugal-Perez (2007). “Rules of Origin for Preferential Trading Arrangements: Implications for the ASEAN Free Trade Area of EU and US Experiences.” Journal of Economic Integration 22(2): pp. 288-319.
- ・ Cheong, I. and J. Cho (2009). “An Empirical Study on the Utilization Ratio of FTAs by Korean Firms.” Journal of Korea Trade Vol. 13 No. 2.: pp. 109-126
- ・ Hiratsuka, Daisuke (2006). “Vertical Intra-Regional Production Networks in East Asia: a Case Study of the Hard Disc Drive Industry.” In Hiratsuka ed.,

East Asia' De Facto Economic Integration, London: Palgrave Macmillan.

- Isono, Ikumo (2008). "Impediments to FTA Utilization and Industrial Clusters." In Kuchiki, A and M. Tsuji (eds.) The Formation of Industrial Clusters in Asia and Regional Integration. IDE-JETRO.
- Takahashi, Katsuhide and Shujiro Urata (2008). "On the Use of FTAs by Japanese Firms." RIETI Discussion Paper Series 08-E-002.

■ チョン・インギョ (Chung In Kyo)

チョン・インギョ氏は仁河大学校経済学部教授。仁河大 Jeongseok 物流通商研究院院長。主な関心事は FTA に関する調査と分析。

論文受付日：2009年8月28日

審査完了日：2009年9月25日

掲載確定日：2009年10月10日

Abstract

**Survey on the FTA utilization and policies for enhancing Korean
companies' utilization ratio**

Inkyo Cheong
Professor, Dep't of Economics
Inha University

The fever for the conclusion of free trade agreements(FTAs) with major trading countries has been intensified in many countries. Among countries, Korea could record substantial achievements in negotiating FTAs. Recently, building the infrastructure for utilizing FTAs emerged as one of urgent policy issues in Korea's FTAs. Low utilization of FTAs plays behind this task. The paper consists of five chapters. Following the introduction of Chapter 1, Chapter 2 will summarize the progress of Korea's FTA policy, and the impacts of FTAs on trade. Chapter 3 will present surveys on the FTA utilization by Korean companies and tries to explain major findings with contents of effective FTAs. Chapter 4 analyzes the background of low utilization of FTAs. Finally, conclusions and policy implications will be presented in the Chapter 5.

Key words: Free Trade Agreement (FTA), Rules of Origin, FTA Utilization, Spaghetti Bowl Effects