

ISSN 2187-4182

ISBN 978-4-907635-25-1 C3033

成城大学経済研究所
研究報告 No. 92

日系企業の集積の特徴：メキシコのケース

柿原 智弘

2021年3月

The Institute for Economic Studies
Seijo University

6-1-20, Seijo, Setagaya

Tokyo 157-8511, Japan



Characteristics of the agglomeration of Japanese companies: The Case of Mexico

Tomohiro Kakihara

MARCH 2021

Abstract

Many Japanese automobile companies have expanded into Mexico since 2012 to take advantage of North American Free Trade Agreement (NAFTA), mainly for the purpose of exporting their cars to the US market. As a result, a large industrial agglomeration has been realized by many Tier-1 Japanese automobile companies in the central plateau region of Mexico. On the other hand, due to the vulnerability of the automobile supporting industry in Mexico, Japanese automobile companies have procured many of the raw materials and parts essential for their manufacturing from the Asian region, from the viewpoint of maintaining quality and reducing costs. The new standards of the U.S. – Mexico – Canada Agreement (USMCA) standards, which came into force on behalf of NAFTA in July 2020, have become stricter for Japanese automobile companies in Mexico. The main new regulations are to raise the local procurement rate and to enact wage clauses. It is need to procure many of the high value-added parts from regions with an hourly wage of 16 dollar or more, there is no region in Mexico that meets this standard. Therefore, in principle, it must be procured high value-added parts from the US or Canada. In order for Japanese automobile companies to utilize USMCA and export their automobiles from Mexico to the US market without tariffs, it is necessary to consider reorganizing the supplier network in Mexico.

日系企業の集積の特徴：メキシコのケース

柿原智弘

はじめに

多くの企業が経済発展段階に応じて海外直投資を通じ、他国にその活動を展開しており、その業種は、商業、金融業、製造業等、多岐に渡る。中でも製造業は製品完成までに多数の部品を必要とすることから、同業種での同一地域への多数の進出が見られる。製造業の海外進出の目的は市場の拡大、効率的な原材料の獲得、価格競争力強化の為の製造コストや輸送コストの削減、進出先国が結んでいる FTA を活用した製造・輸出拠点の確立などがある。

日系企業の海外進出は高度成長期以降、産業構造の変化、操業環境の変化を通じて、1980 年以降活発化してきた。進出先は巨大市場である米国や地理的に近接しているアジアが中心であったが、近年日系企業のメキシコへの進出が活発化している。従来、メキシコは地理的に日本から離れていることや、メキシコ国内市場の開拓の難しさから、日系企業の進出は限られたものであったが、2005 年の日墨経済連携協定（日墨 EPA）締結以降、自動車関連企業を中心とした進出が多く見られ、とりわけ 2010 年以降の日系企業数の増加は顕著である。その多くは中央高原地域にあるバヒオ (Bajío) 地区に集中しており、特にグアナファト州では、マツダ、ホンダ、トヨタといったメーカーの完成車工場が近接した地域に設立されるに至り、多くのサプライヤーが拠点を構えることで、同地区では Tier-1 および Tier-2 企業を含めた日系自動車関連企業の集積実現に至っている。

そこで本稿では、日系製造業のメキシコ進出の流れを概観し、自動車関連企業の集積の特徴を整理することを目的とする。本稿の構成は以下の通りである。初めに、日系製造業のメキシコ進出の動向を概観し、その特徴を整理する。次

に、産業集積による一般的な利益について、古典的文献のレビューを行い、その特徴を整理する。3つ目に、メキシコにおける日系自動車産業の集積の特徴および課題について、進出先地区、進出数、サプライヤーのデータを基に整理を行う。4つ目に、2020年に発効した米国・メキシコ・カナダ協定（USMCA）が今後の産業集積に与える影響を考察する。最後にまとめとして、総括を行う。

1. 日系製造業のメキシコ進出

1.1 日系製造業進出の流れ

日系企業のメキシコ進出は1950年代から始まる。当初の進出における対象は、貿易や鉱業関連であった。内需によって経済を支えていた日本は、海外進出のインセンティブがそれほどではなく、原材料調達が主な目的であった。また地理的に離れていることもあり、直接投資は限られていた。1960年代以降になると、労働集約的な産業である日系製造業のメキシコ進出が始まった。代表的な日系製造業として、日産が挙げられる。日産は1966年にメキシコシティ近郊のモレーロス州にあるクエルナバカ工場でメキシコ市場向け自動車生産を開始した。1971年には海外向け輸出を開始し、1983年には新規工場であるアグアスカリエンテス州のアグアスカリエンテス工場でエンジンの製造を開始している¹⁾。日産のメキシコ進出の背景には、メキシコの産業政策である1940年代以降の輸入代替工業化政策が影響している。輸入している工業製品を国産化することによって近代的工業化や経済発展を進めようというメキシコ政府の意図と合致して、日産はメキシコ市場向けモデルを製造する形で進出を果たした。その後、1982年に始まる輸出指向工業化への政策転換もあり、メキシコにおける製造業のプレゼンスが増すことになる。1980年代には、円高や米国市場を対象とした日系家電メーカーがマキラドーラ²⁾を利用してメキシコへ進出を始めており自動車産業と併せて製造業のプレゼンスが増すこととなった³⁾。

-
- 1) 日産ホームページ：<http://www2.nissan-global.com/JP/COMPANY/PROFILE/HERITAGE/HISTORY/>（2020年11月29日参照）
 - 2) マキラドーラは、1965年に制定された保税委託加工制度である。主な特徴には、輸出することを条件に、当該製品製造に使用する原材料・部品・機械などを無関税で輸入することが出来、製造コストの削減の利点がある。
 - 3) ジェトロ（1985）によれば、1985年時点でのマキラドーラ日系企業は10社となっている。

日系企業の集積の特徴：メキシコのケース

メキシコの購買力は向上しているものの、販売拠点の設立を除き、メキシコは日系企業にとって、国内市場よりも製造拠点に優位性があったといえる。このことは、1999年以降の日本からの直接投資の内訳にも現れている。年度によってばらつきがあるが、多いときには日本の直接投資の90%以上が製造業となっている（表-1）。また、投資件数を見ると、年度によってばらつきはあるものの、1980年～2000年の平均値は11件となっている。投資件数が顕著なのは、1999年でありこの年には好調な米国経済に下支えされ、投資件数が伸びたと考えられる（グラフ-1）。

2005年の日墨EPA発効後、メキシコに進出する日系企業数は増加の傾向を示している。主な要因は、グアナファト州におけるマツダやホンダの完成車新工場の建設である。2010年以降バヒオ(Bajío)地区を中心に日系企業数が劇的に増加している。JETROによれば、2011年初め～2015年12月末までに249件の対メキシコ直接投資が発表されている。この多くは自動車関連企業であり、加えて日系自動車産業の進出ラッシュは、同産業向けのサービスを提供する企業、商社、運輸・倉庫業のメキシコ進出も牽引している。これらの直接投資に

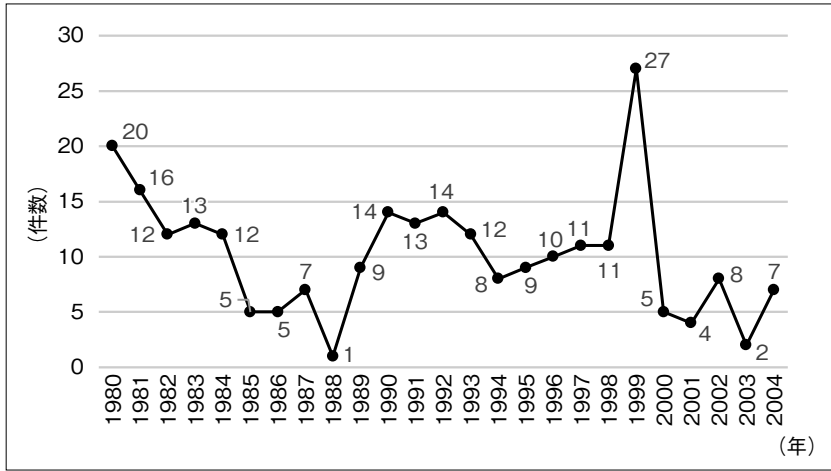
表-1 対メキシコ主要セクター日系投資動向（1999年～2017年）

単位：100万ドル

投資セクター	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
電気エネルギー生成・送電・配電、最終消費者へパイプラインを通じた水・ガスの供給	7.4	0.0	0.0	69.7	9.5	67.2	-12.7	-31.9	-3.9	0.0
建設業	-3.1	-0.3	0.2	0.0	2.3	12.5	-5.2	14.6	-1.7	0.0
製造業	1,437.8	658.0	424.6	246.4	320.9	703.5	239.3	425.8	563.7	719.9
商業	8.6	13.7	18.1	69.4	20.4	29.3	57.8	55.1	30.7	18.5
その他	1.8	2.8	4.9	15.9	35.0	27.0	33.4	-2.3	84.1	76.3
投資額合計	1,452.5	674.1	447.8	401.4	388.0	839.5	312.6	461.2	673.0	814.8
投資セクター	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
電気エネルギー生成・送電・配電、最終消費者へパイプラインを通じた水・ガスの供給	-11.8	501.6	95.1	106.4	270.6	-125.0	12.1	6.1	-12.6	
建設業	10.5	0.0	46.7	52.0	129.2	-14.3	32.5	77.4	53.4	
製造業	717.7	744.1	912.8	1,891.0	1,581.4	2,141.0	1,658.1	1,346.9	1,350.3	
商業	-3.0	21.8	20.3	61.6	87.1	169.3	222.9	47.7	161.7	
その他	46.5	42.2	18.0	237.6	77.3	105.9	124.7	299.5	88.5	
投資額合計	759.8	1,309.7	1,092.9	2,348.6	2,145.7	2,276.9	2,050.3	1,777.6	1,641.3	

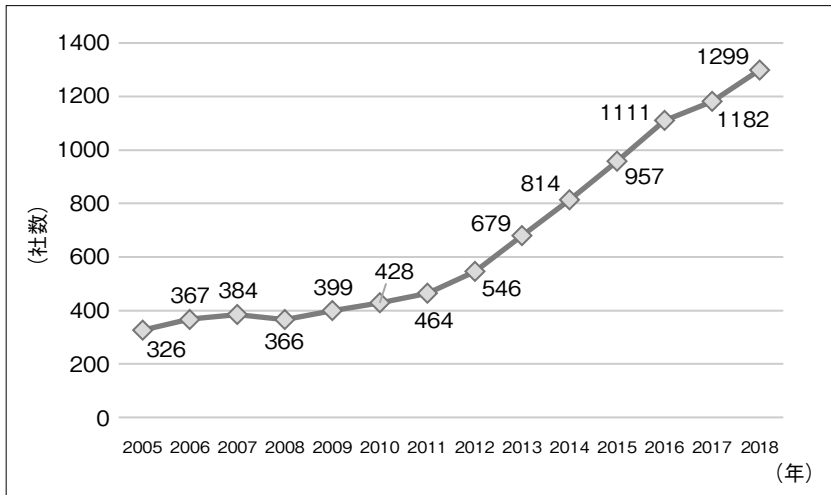
出所：メキシコ経済庁外国投資管理当局（DGIE：Dirección General de Inversión Extranjera）の資料を基に筆者作成。

グラフ-1 対メキシコ日本投資件数推移（1980年～2004年）



出所：ジェットロ（2017）データを基に筆者作成

グラフ-2 在メキシコ日系企業数推移



出所：外務省「海外在留邦人数調査統計⁴⁾」2006年～2020年版を基に筆者作成

より、2010年以降は年平均で40社以上の増加が見られ、2018年には日系企業数は1300社近くまで増加している（グラフ-2）。

4) 外務省「海外在留邦人数調査統計」では以下の定義に当てはまるものを日系企業としている。

(1) 本邦企業の海外支店等、(2) 本邦企業が100%出資した現地法人及びその支店等、(3) 合弁企業（本邦企業による直接・間接の出資比率が10%以上の現地法人）及びその支店等並びに(4) 日本人が海外に渡って興した企業（日本人の出資比率10%以上）。

1.2 日系製造業メキシコ進出のケース

1980年代以降、日系製造業のメキシコ進出が観察されるようになった。多くの場合は、米国市場をターゲットとした製造・輸出拠点の設立を目的としての進出である。以下では、メキシコにおいて集積に至った製造関連企業のケースから、家電メーカーと自動車メーカーの事例を紹介する。

1.2.1 日系家電メーカーの進出事例

1960年代後半に始まった日米間の貿易摩擦と1980年代の急激な円高により、米国市場への輸出が困難になり、輸出から現地生産へのシフトを余儀なくされた。その結果、多くの日本の家電メーカー（特にカラーテレビ）に米国に直接または米国の近隣地域に参入するような圧力が加かることとなった。日系企業は生産コストの関係で、メキシコを含む米国以外の国への進出を選択した。これらの地域を選んだ理由は、メキシコが1965年にマキラドーラシステムを導入し、米国に近い地理的な利点を持っていたため、新しい生産拠点および米国市場への輸出拠点を探しているメーカーにとって好ましい点が挙げられる。また、1982年のメキシコ債務危機によるペソの切り下げにより、メキシコの実質賃金は大幅に引き下げられたことで、他のアジア諸国と比較したメキシコの相対給与の低下が実現したことも、日系企業のメキシコへの進出を加速させたもう1つの要因となった。

日系家電製品メーカーのほとんどは、マキラドーラを使用してメキシコに参入し、主に以下の3つの地域にマキラドーラ製造を設立した：①太平洋沿岸地域（ティファナ、メヒカリ、サン・ルイス・リオ・コロラド）、②メキシコ北部中央地域（米国のテキサス州に隣接するシウダフアレス、チワワ、トレオン）、③メキシコ湾岸地域（米国国境地域に位置するレイノサ、マタモロス）。谷浦（2008）によれば、日系企業のほとんどは、アジア諸国から生産するために部品やコンポーネントを輸入する必要があるため、太平洋沿岸地帯に進出し拠点を構えた。マキラドーラを活用し、日系家電メーカーとして1979年に初めて参入したのは松下であり、ティファナに拠点を構えた。その後、1981年に三洋が同地区ティファナに参入した。1990年までに、日系家電メーカー5社がマキラドーラを活用する形でメキシコに参入を果たした⁵⁾。

北米自由貿易協定（NAFTA）の発効（1994年1月1日）は、家電メーカーのメ

キシコへの進出を加速させた。北米では、国境の障壁がなくなり域内貿易が自由化するにつれて、多くの企業がカナダと米国の工場を閉鎖し、メキシコでの生産活動を確立するに至った。さらに、NAFTA の原産地規則では現地で製造された部品の使用が義務付けられていたため、一部の企業はこの条件を満たすためにアジアの工場をメキシコに移転させた。この状況は、日系家電メーカーの産業集積に重要な影響を及ぼすこととなる。現地調達率の割合を増やすために、生産に使用される電子部品やコンポーネントを供給している日系企業を見つけるインセンティブが生じ、その結果、日系部品メーカーは、輸送コストを削減し、生産的なリンクを強化するために、米国近隣地域に拠点を移動させた。特に 2000 年までは日系家電メーカーのアジア側に面している太平洋沿岸地域への進出が見られたが、中国や韓国企業との競争激化により、その後アジア諸国に移転した工場も見られた（山家，2003）。この間、メキシコ籍の電子部品サプライヤーは、バリューチェーンへの参加が限られていた⁶⁾。

Marshall (1997) によると、産業集積の利点は、主に熟練労働者の蓄積、知識の伝播、および中間品の交換という形でもたらされる。外国直接投資を受けている国にとって、知識の波及効果には、産業開発の重要な要素である技術移転が含まれている。ただし、生産的なバリューチェーンへのメキシコ籍企業の参加が少ないため、技術の移転を含め、知識が伝播する可能性は限られている。この意味で、産業集積を活用するためには、メキシコの地場サプライヤーの技術力を向上させる必要があった。

1.2.2 日系自動車メーカーの進出事例

メキシコでは既に、日産、マツダ、ホンダの自動車完成車工場が稼働している。また、日系自動車部品サプライヤーは、安定的な部品供給の観点から、完成車工場の近くに配置される傾向がある。その結果、規模の違いこそあれ、完

5) 1991 年には約 40 社の日系企業がメキシコに参入し、そのほとんどが家電メーカーであった（上田，2000:984）。

6) ティファナ地域に参入した日系テレビメーカーの現地調達率は、1993 年には 55%~65% であったが、日系テレビメーカーと日系電子部品メーカーの進出によって、1995 年には社内での部品製造の増加により 70%~90% に増加した。一方、メキシコ企業の部品やコンポーネントが日本のテレビメーカーの現地調達率に占める割合は 2%~3% しかなく、包装製品、銅線などの材料、化学製品などの副材料に制限されていた（谷浦，2000:243-244）。

成車メーカー毎の進出の特徴が観察されている。本項では、日産、ホンダ、マツダの各メーカーの事例の特徴を整理して、紹介する。

(1) 日産の事例

日産は1966年にモレーロス州にあるクエルナバカ市の工場で自動車の生産を開始した。メキシコ進出の目的は、メキシコ国内市場に自動車を提供することであった。日産が進出した当時、メキシコ国内の多くの製造業がメキシコシティとその周辺の州に集中していたことから、日産はこの地域に拠点を設立することを決定した。クエルナバカ市の日産工場は組立生産（ノックダウン）方式を採用しているため、製造に必要な部品の大部分を海外からの輸入で賄った。さらにその当時、メキシコ市場では自動車の需要が急増していなかったため、大量生産システムを構築するインセンティブは無かった。このため、クエルナバカ市での日産に関連する自動車部品サプライヤーの蓄積は限られていた。その後、日産はエンジン生産を目的としてアグアスカリエンテス州に新工場を設立し、1983年に生産を開始した。日産がアグアスカリエンテス州に新工場を設立することを決定した主な理由は、①メキシコ南部での労働争議の激化、②メキシコシティとメキシコシティを含む都市圏への産業集中による生産コストの増加等、が挙げられる。加えて、既にメキシコシティとメキシコ州で蓄積された産業集積のメリットを利用することも出来、アグアスカリエンテス政府からのインセンティブも享受することが出来たこともプラスに働いた。当初、アグアスカリエンテス州には自動車産業の集積ならびに蓄積はなかったため、日産はアグアスカリエンテス州において独自のサプライヤー網を確立し始めることとなる。このプロセスは、日産が1992年にアグアスカリエンテス工場で車両の生産を開始するまで積極的に行われた。

その後、日産は1995年に米国への自動車の輸出を開始し、その結果、生産体制が大幅に強化されることとなった。日産のメキシコでの自動車製造の特性は、国内市場向けの生産と並行して、輸出向けの生産にもシフトして行くこととなった。日産は、海外輸出への新たな生産計画に対応するため、アグアスカリエンテスに第2工場を設立し、2013年に生産を開始した。2016年時点での総生産能力は年間約55万台に達した。この生産能力は、メキシコにあるすべての自動車会社の中で第1位を誇っている。

日産は、産業集積の観点から見ると、ほとんどのサプライヤーが所謂系列の一部であるという特徴がある。1990年代以降、日本国内では厳格な系列は段階的に解消されてきたものの、日産はメキシコにおいて Tier-1 レベルで 300 社以上のサプライヤーと関係があり、それらのほぼ 82% は所謂系列の一部である日系企業や在メキシコ外国籍企業となっている。日産は 50 年以上メキシコで事業を行ってきた長い歴史があるものの、メキシコ籍のサプライヤーは Tier-1 レベルでサプライヤーとして参加できず、参加は Tier-2 または Tier3 レベルに限定されている。現在、日産の場合、メキシコ籍のサプライヤーのサプライチェーンへの参加率は約 10% に留まっている。これは、メキシコ籍のサプライヤーには、主に品質と技術の観点から、サプライチェーンへの参加に制限があることを意味している。残念ながら、産業集積による外部経済の利点としての技術移転を含め、地場サプライヤーへの知識伝播・波及は限られている状況にあると言える。この傾向を改善するためには、サプライチェーンに参加できるように地場サプライヤーの生産性、品質、技術力を向上させる必要がある。

(2) ホンダの事例

ホンダはハリスコ州のエルサルトル市に最初の工場を設立し、1995 年に車両の生産を開始した。その目的は、米国市場へ輸出するための製造拠点の設立であった。ホンダのエルサルトル工場では、組立生産（ノックダウン）方式を採用し、部品を海外、主にアジア諸国から輸入して生産していたため、日本で取引関係のあるサプライヤーを招集し、エルサルトル地域にサプライヤー網を確立したものの、集積はアグアスカリエンテス州の日産に比べると限定的なものであった。エルサルトル工場の生産規模が年間 6 万台ということで、サプライチェーンにおける地場サプライヤーとの関係においては、残念ながら顕著な参加は見られなかった。また、ホンダは既にメキシコに進出し、日産に部品供給をしていたアグアスカリエンテス州とグアナファト州に拠点を置く日系サプライヤーと取引ができることで、メキシコ国内での部品調達が可能となり、まったくのゼロからサプライヤー網を構築する必要がなかった。この点において、後発者の利益を享受した形となる。

北米市場への輸出・販売を強化するため、ホンダはグアナファト州のセラヤ

市に第2工場を設立し、2014年に操業を開始した。セラヤ市のホンダ工場は完成車生産体制を採用し、年間20万台の生産能力を有している。この第2工場での生産を開始するために、セラヤ工場の近くに日本からサプライヤーを召集、また既に同州ならびにアグアスカリエンテス州で操業を行っていた日系サプライヤーを召集する形で、製造に必要なサプライヤー網の構築を実現している。ホンダは、海外での生産管理システムの確立に関する長い伝統と幅広い知識を所有し、また、現地のサプライヤーを有効活用しているのが特徴的である。日産の場合と同様に、ホンダは系列に独自のサプライヤーのネットワークを所有しているが、日産と比較して、ホンダ独自のサプライヤーのメキシコ新規進出はそれほど多くはない。セラヤ工場は生産能力が高く、今後生産工程での部品のニーズを満たすためには、より多くの自動車部品サプライヤーが必要となる。ホンダの集積の特徴を見ると、サプライヤーの大部分は日系企業であり、一部は日産とも取引のあるサプライヤーでもあるケースが見られる。一方で、地場サプライヤーのサプライチェーンへの参加はかなり限定的であるが、今後十分な定性的および定量的能力を達成した場合、地場サプライヤーがサプライチェーンに参入する可能性は残されている。

(3) マツダの事例

マツダはグアナファト州のサラマンカ市に工場を設立し、2014年に生産を開始した。サラマンカ工場は完成車生産方式を採用しており、年間生産能力は23万台となっている。現在、この工場はマツダにとって北米およびヨーロッパ地域への生産および輸出拠点として重要な役割を果たしている。マツダがメキシコに参入した理由の1つは、国内外での生産比率による。2013年のマツダの海外生産率は約20%に過ぎず、いままでも歴史的に為替変動の影響を受けてきた。外国為替市場の影響を軽減するために、海外での生産率を上げることはリスクヘッジの意味合いを持ち、これが新工場設立の一要因となっている。また、メキシコ新工場の設立は立地的に、北米だけでなく、ブラジルを中心とした南米への販売ルートの拡大の意味合いも持つ。加えて、メキシコは40カ国以上とFTAを結んでいることから、メキシコに生産と輸出の拠点を確立するメリットがある。進出当初、マツダはサラマンカ工場で作られた車両をブラジルに輸出する予定であったが、2012年にメキシコからブラジルへの車両

輸出量の制限が課されたため、計画の変更を余儀なくされ、新たな生産戦略としてマツダは 2015 年からサラマンカの工場ではトヨタと共同で車両を生産している。

マツダは海外、特に中米地域への進出経験が少ないため、サプライヤー網をゼロから構築する必要があった。そのため、マツダは当初から本社のある広島から多くの系列のサプライヤーを召集している。マツダが建設した工業団地内には、4 つのサプライヤー企業が拠点を構えている。サプライヤーのほとんどは系列の一部であり、サラマンカ工場の近く、イラプアト市やシラオ市などの都市にある工業団地に多くのマツダ系サプライヤーが拠点を構えている。一方で、マツダの生産体制の確立には幾つかの課題がある。生産に必要な部品の供給は主に系列サプライヤーから行われているが、収益性の観点から、Tier-2 または、特に Tier-3 のサプライヤーは日本からメキシコへ進出した場合、十分な利益を得ること難しい状況にある。米国市場をターゲットとした輸出をメインにしているマツダとしては、現地調達率を上げる必要があり、現地調達率の要件を満たし、生産コストを削減するために、メキシコ籍のサプライヤーや既にメキシコに進出している日系サプライヤーとの連携を強化することが課題として挙げられる。

マツダのサプライヤーは、日産やホンダのサプライヤーに比べて海外進出の経験がなく、日本式の経営を採用しているところが少なくない。人事管理や生産体制の強化の点において、クリアすべき課題は他の日系メーカーよりも多いのが現状である。

2. 産業集積の古典的理論のレビュー

産業集積は、同地区に同一業種が集まることを意味するが、産業集積によって発生する利益の分析には、いくつかの観点が存在する。以下では産業集積に関する古典的理論を概観し、そのポイントの整理を試みる。

古典的な産業集積理論では、産業組織を説明するために 2 つの側面が存在する。例えば Weber は、立地論的に産業集積の発生のメカニズムについて論じている。一方、Marshall は、中小企業論的に産業集積の機能と存続のメカニズムを論じている。Weber (1909) は、企業の立地が、輸送費を極小化させる場

所に決まるとし、輸送費を極小化させる場所から移動する要因としては、人件費の削減および集積による費用の削減について言及している。この結果、集積がどのようにして発生するかについてのモデルを構築している。Weber の指摘の重要な点は、輸送費と人件費の最小化の結果として発生する集積（偶発的な集積）と、集積自体によるコスト削減（集積の利益）から生じる集積（純粋な集積）を区別した点にある。一方、Marshall (1920) は、ローカライズされた産業を扱っている。Marshall によれば、多くの偶然がローカライズされた産業に作用する可能性があり、さらに地理的な利点は失われているものの、産業の集積は驚くほど長く続くと述べている⁷⁾。この点に関して、Marshall (1923) では、局地的な熟練労働市場の下での新技術の導入のプロセス（Marshall によって「特別な産業環境」と呼ばれる）は、ローカライズされた産業を長期的に維持するための要因であるとしている。Weber と同様、Marshall は地理的利益と集積利益を明確に区別している。

しかし、Marshall と Weber の議論は、内部経済と外部経済の機能の理解に違いがある。Weber は、集積論の対象を経営規模の拡大と多数経営の集積の 2 つを合わせたものとしたため (Hoover, 1937; 藤川, 1999)、内部経済である企業規模の拡大による効率的な機械や生産組織の採用などを集積の利益に含めている。一方、Marshall は、内部経済（企業の規模を拡大することによって得られる利益）を外部経済と区別し、産業の集積を外部経済の典型的な例と見なしている。内部経済の場合、その利益を享受できるのは企業だけであり、その利益のためにその場所の近くに他の企業を呼び寄せることは出来ないため、内部経済と外部経済の区別は重要である。Marshall によれば、地理的利益と集積利益の区別は、企業が地理的利益を持っていても、集積利益（外部経済）を得ることができないことを意味している。

先端産業の集積のケースとして、例えば米国の事例がある。Saxenian (1994) は、米国のルート 128 とシリコンバレーの比較研究を経験的に実施している。Saxenian によれば、シリコンバレーでは、地域の産業構造は、地域社会と職業および情報ネットワークに基づいて形成され、そこでは人間関係が企業や職業

7) Marshall は、産業の集積が驚くほど長期間続く理由の 3 つの要因について以下の点を指摘している。①補助産業の成長、②内生的に適格な労働力による労働市場の形成、③新技術の導入と普及 (Marshall, 1920)。

スキルの枠を超えて築かれていた。調査によると、シリコンバレーでは新しいものを生み出す文化が形成されていた。一方、ルート 128 では、社会的および労働上の相互依存関係を観察することはほとんどなく、垂直的に統合された企業の集まりという特徴を有する地域の産業構造が存在した。この場合、内部経済の恩恵は享受されているものの、シリコンバレーのように地域の熟練労働市場や技術革新の風土は形成されていない。つまり、ルート 128 では産業集積は発生したが、集積の利益は発生しなかったことになる。Saxenian の事例は、産業集積が発生したからといって必ずしも集積の利益が発生し、継続することが維持されるわけではないことを示している。

上記を鑑み、稲水・若林 (2008) は産業集積に関する研究ラインは、次の 3 つのポイントに要約することが可能であるとしている。

- 1) 地理的利益と集積利益を区別した上での、集積利益のメカニズムの分析。
- 2) 集積利益において、内部経済ではなく、同地区に小企業が集中することによって得られる外部経済に注意を払う必要性。
- 3) 産業集積が必ずしも集積利益を生み出し存続するわけではないことを鑑み、集積利益の発生・存続の条件を調査することの必要性。

これらのポイントは、多くの部品を必要とする自動車産業の集積においても重要な研究ラインであり、特に日系企業と現地のメキシコ籍企業との関係が垂直的であるか水平的であるかによって、集積の利益が得られるかという判断基準に役立つ。次節では、近年特に集積が著しい、メキシコ中央高原地域の日系自動車企業の集積の特徴を概観すると共に、集積の利益についても触れる。

3. メキシコにおける日系自動車産業の集積の特徴

3.1 集積の推移

メキシコでは 2020 年時点で、日系完成車メーカー（マツダ、日産、ホンダ、トヨタ）のほか、ドイツ系完成車メーカー（フォルクス・ワーゲン、BMW、AUDI）、米国系完成車メーカー（FORD、GENERAL MOTORS）、イタリア系完成車メーカー（FIAT）、韓国系完成車メーカー（KIA）がライト・ビークル完成車工

場を稼働しており、工場の立地は、メキシコ北部の米国との国境付近、中央高原地域、メキシコシティ近郊地区等に及んでいる。その中でも、中央高原地域のバヒオ地区近郊には多くの完成車工場が集中していることに特徴がある（図-1）。

一方、日系自動車関連企業数に目を向けると、2010年以降、マツダ、ホンダの新規完成車工場の稼働に伴い、多くの日系サプライヤーが進出してきている。メキシコ経済庁が発行する“国家外国投資登録 (RNIE: Registro Nacional de Inversiones Extranjeras⁸⁾)”のデータによれば、2019年時点の日系自動車関連企業は15州で登記され、合計188社であるが、その内129社がバヒオ地区およびその近郊の5州（アグアスカリエンテス州、グアナファト州、ケレタロ州、サンルイスポトシ州、ハリスコ州）に集中しており、全体の約69%を占めるに至っている。2009年までは、日系自動車関連企業の合計が46社であったことを鑑みると、2010年以降、実に142社の進出があったことになる。その多くがバヒ

図-1 メキシコにおける完成車メーカー立地



出所：中畑 (2015) p. 8

8) メキシコ経済庁が発行する“国家外国投資登録 (RNIE: Registro Nacional de Inversiones Extranjeras)”における日系企業の定義は、日本からの出資比率が10%以上のものである。

表-2 在メキシコ日系自動車関連企業数（所在州別）

単位：社数

州名	1950 年代	1960 年代	1970 年代	1980 年代	1990 年代	2000 年代	2010 年代	2019年時点 の登記総数
アグアスカリエンテス (AGS)					5	1	17	23
バハ・カリフォルニア (B.C.)				1	1	2		4
チワワ (CHIH)			1	1		1		3
メキシコ市 (CDMX)	1	1					15	17
コアウイラ (COAH)				1		4		5
グアナファト (GTO)					2	1	57	60
イダルゴ (HGO)							1	1
ハリスコ (JAL)							10	10
メキシコ (MEX)						1		1
ヌエボレオン (N.L.)				2	4	8	7	21
プエブラ (PUE)							1	1
ケレタロ (QRO)					1		15	16
サンルイスポトシ (SLP)						3	17	20
タマウリパス (TAMPS)					3	1	1	5
サカテカス (ZAC)							1	1
合計	1	1	1	5	16	22	142	188

出所：メキシコ経済庁「国家外国投資登録 (RNIE: Registro Nacional de Inversiones Extranjeras)」を
基に筆者作成。

オ地区およびその近郊に進出していることから、同地区の産業集積が顕著である事がわかる（表-2）。

バヒオ地区およびその近郊の5州（アグアスカリエンテス州，グアナファト州，ケレタロ州，サンルイスポトシ州，ハリスコ州）への2010年～2019年の進出動向を見ると，グアナファト州への進出数が突出している。これら5州の2010年～2019年の登記総数は116社であるが，グアナファト州では57社が登記されており，全体の約49%を占めている。年別の登記時期を見ると，マツダおよびホンダの新規工場の本格稼働である2014年に向けて，2012年～2014年に登記が集中している。2012年には5州合計で41社，2013年には17社，2014年には16社の登記があり，2012年～2014年の合計は74社となり，2010年～2019年の登記総数の116社と比較して約64%を占めている。その後，2016年に再度5州合計で16社の登記が見られたが，2017年～2019年の5州合計では5社の登記に留まっており，新規の進出は落ち着いた感がある（表-3）。

自動車製造をサポートする自動車部品製造企業も，各完成車工場周辺を中心に拠点を構えている。全国事業所統計ダイレクトリー (DENUE: Directorio

日系企業の集積の特徴：メキシコのケース

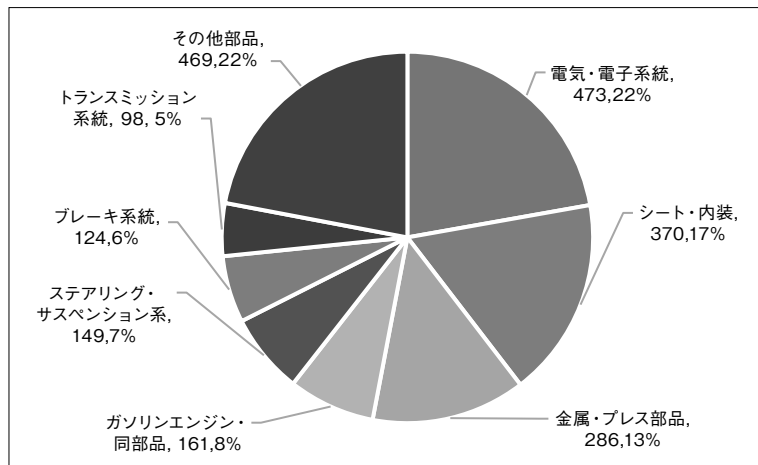
表-3 中央高原地域主要州における日系自動車関連企業数推移（州別）

単位：社数

州名	アグアスカ リエンテス (AGS)	グアナ ファト (GTO)	ハリスコ (JAL)	ケレタロ (QRO)	サンルイス ポトシ (SLP)	合計
2010年	1		1			2
2011年	1	4	1	1		7
2012年	5	26	2	3	5	41
2013年	3	6		4	4	17
2014年	3	7	1	1	4	16
2015年	1	2	3	1		7
2016年	3	11	2	3	2	21
2017年～ 2019年		1	0	2	2	5
2010年～ 2019年の 登記総数	17	57	10	15	17	116

出所：メキシコ経済庁「国家外国投資登録(RNIE: Registro Nacional de Inversiones Extranjeras)」を基に筆者作成。

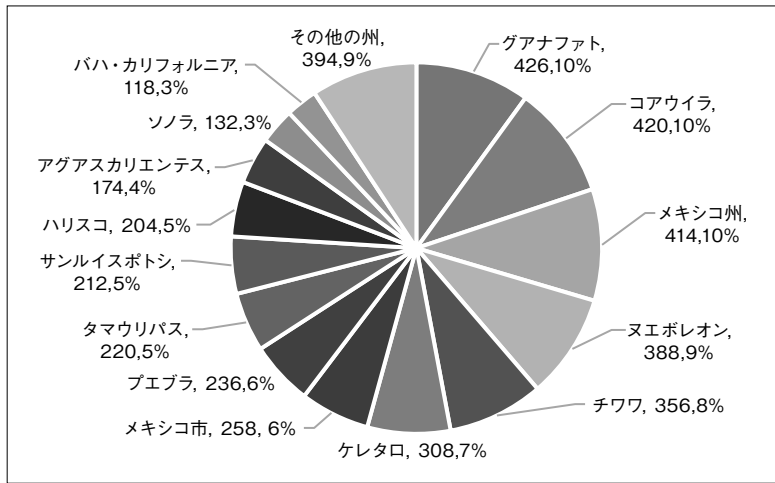
グラフ-3 自動車部品製造業の事業所数および分野別割合



出所：国立統計地理情報院 (INEGI) 全国事業所統計ダイレクトリリー (DENUE: Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas) を基に筆者作成。

Estadístico Nacional de Unidades Económicas) によると、2019 年末時点の自動車部品製造企業の事業所数は 2130 社であり、分野別に見ると、電子・電気系統 (473 社) が最も多く、次いでシート・内装 (370 社)、金属・プレス部品 (286 社)、ガソリンエンジン・同部品 (161 社) となっており、これら 4 部門で全体の約 60% を占めている (グラフ-3)。一方、州別事業所数で見ると、グアナファト

グラフ-4 自動車部品製造業の事業所数および州別割合



出所：国立統計地理情報院 (INEGI) 全国事業所統計ダイレクトリー (DENUE: Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas) を基に筆者作成。

(426 社)、コアウイラ (420 社)、メキシコ州 (414 社)、ヌエボレオン (388 社)、チワワ (356 社) に多くの自動車部品製造企業が拠点を構えており、上位の州では事業所数にはあまり差が無い。また、自動車部品製造企業は完成車工場がある州の周辺地域に多く拠点を構えており、メキシコ北部地域や中央高原地域に集中している (グラフ-4)。

3.2 集積の利益における課題

メキシコでは、日系、米国系、ドイツ系、イタリア系、韓国系の完成車工場が多数あることから、Tier-1 のサプライヤーの数では他国に引けをとらないレベルであるが、Tier-2、Tier-3 レベルの数が不足している状況にあり、生産効率や現地調達率向上の点から裾野産業の強化が必要である。日系完成車メーカーの場合、2012 年以降の日系自動車関連企業の進出ラッシュにより、バヒオ地区近郊には顕著な産業集積が実現しているが、そのほとんどが Tier-1 に属するものであり、Tier-2、Tier-3 の充実が望まれている。そのため、部品等に関して多くの日系自動車サプライヤーは、主にメキシコ以外の国から部品調達を行っている。ジェットロが実施している「2018 年度在中南米進出日系企業実態調査」によれば、輸送機器・同部品製造の部品・原材料の調達先として、メキシコでの調達は 24.9%にとどまり、ASEAN から 47%、米国から 14.7%を

調達している。メキシコでの調達率が低い理由として、メキシコの場合、1965年に始まったマキラドーラや、1994年に発効した北米自由貿易協定 (NAFTA)、自由貿易協定 (FTA) ネットワーク拡充により、部品・原材料の輸入に関税面での恩典が与えられ、他国に比べ国内で製造業の裾野が十分に育つ環境が無く、特に地場資本企業においては、自動車産業で求められる品質管理の水準を満たす企業が少ないことが挙げられる (ジェットロ, 2019)。また、価格面についてはそれほど問題はないが、企業文化の違いから地場資本企業は納期についての認識が日系企業が要求するものと違うことが少なからず生じ、このことも地場企業が日系自動車企業のサプライチェーンに参入できない1つの要因となっている⁹⁾。これらの状況から、メキシコに拠点を置く日系自動車企業は、現地に進出した日系自動車関連企業と取引するケースが多く、ジェットロが実施した「2018年度在中南米進出日系企業実態調査」によると、輸送機器・同部品製造の部品・原材料の調達先として、69.4%の企業が現地に進出した日系自動車関連企業から調達をしており、地場資本企業からの調達は18.3%に留まっている。この状況を鑑みると、メキシコにおける日系自動車関連企業同士の結びつきは強く、長期的な取引が実施されていることになり、同州または近接州に拠点を構えていることが多いことから、地理的利益や同地区に小企業が集中することによって得られる外部経済が発生している。加えて、日系自動車関連企業は、地場資本企業以外の外資自動車部品企業 (米国系、ドイツ系、イタリア系、韓国系) との取引も限定的であり、日系自動車関連企業同士の長期的な取引関係の環境が自然と出来ている¹⁰⁾。

9) 日系自動車企業は、地場企業にも取引の門戸を開いているが、納期、品質管理を重視した日系企業の取引基準をクリアする地場企業はかなり少ない。地場企業の商取引においては、価格が安ければ多少のことは飲むという慣行が少なからずあるため、高い基準の品質管理や厳格な納期に応えることは割に合わないとの認識が存在している (グアナファト州、アグアスカリエンテス州、ケタロ州の日系自動車関連企業へのインタビュー調査：2020年11月実施)

10) メキシコに拠点を置く日系自動車部品企業は、既に日本で取引のある他の日系自動車企業との取引を前提にメキシコに進出しているケースが多く、一定の売り上げは確保されるものの、メキシコでの事業拡大にはメキシコに進出している他の外資系 (米国系、ドイツ系、イタリア系、韓国系) 自動車関連企業との取引が必須であるが、海外進出経験の少ない日系自動車部品企業はコミュニケーションの点 (語学力、商取引慣習の違い等) で上手く取引を拡大できないケースが多々観察される (グアナファト州、アグアスカリエンテス州、ケタロ州の日系自動車関連企業へのインタビュー調査：2020年11月実施)

メキシコは自動車生産台数に対して、自動車部品企業の数があまり多くない。日系完成車メーカーが進出しているタイ、インドネシアと比べた場合、マークラインズ自動車部品企業データベースによると、2020年11月時点の自動車部品企業数はタイ：2068社、インドネシア：813社、メキシコ：1856社となっている。完成車生産台数においては、メキシコは約400万台、タイは約200万台、インドネシアは約130万台ということを鑑みると、メキシコの自動車部品企業の少なさが目立つ。これは、裾野産業の脆弱さを示し、メキシコに進出している日系自動車関連企業がメキシコ以外の国から部品・原材料を調達していることを裏付けている。一方で、Tier-2、Tier-3に代表される加工工程別にサプライヤー比較をすると、各行程において、タイとインドネシアでは日系企業比率が概ね50%を超えているのに対し、メキシコではいまだ日系企業の比率が20%前後と低い水準となっている（表-4）。この点において、メキシコではまだTier-2、Tier-3の日系自動車部品企業の進出の余地があるが、実際に進出する日系自動車部品企業は限られている。特にメキシコでネックとなっているのが鋳造分野であるが、メキシコでは鋳造に必要な機器をメンテナンス出来る地場資本企業がおらず、進出した日系自動車部品企業はメンテナンスの度に日本に送り返すという必要性にせまられるケースが見受けられる。加えて、進出後5年経っても初期投資を回収ことが出来ないケースもあり、この分野の日系自動車部品企業はメキシコへの進出をためらっているケースも存在す

表-4 主要加工工程別サプライヤー比較（タイ、インドネシア、メキシコ）

加工工程	タイ			インドネシア			メキシコ		
	全体	日系企業	日系企業比率	全体	日系企業	日系企業比率	全体	日系企業	日系企業比率
組立	550	297	54%	224	125	56%	575	130	23%
機械加工	462	263	57%	210	134	64%	499	85	17%
プレス	572	284	50%	235	119	51%	514	98	19%
鋳造	44	17	39%	14	6	43%	29	2	7%
鍛造	59	31	53%	24	15	63%	39	13	33%
樹脂成形	150	74	49%	54	29	54%	124	30	24%
熱処理	115	74	64%	52	33	63%	109	19	17%
塗装	112	61	54%	53	33	62%	131	20	15%
メッキ	82	58	71%	42	26	62%	86	18	21%
合計	2,146	1,159	54%	908	520	57%	2,106	415	20%

出所：マークラインズ自動車部品企業データベースを基に筆者作成

る¹¹⁾。メキシコでは、州ごとに地場資本企業向けの自動車産業振興プロジェクトが実施されており、一定の評価を得ているが、その効果が拡大するにはまだ時間がかかる。鑄造分野や鍛造分野は日系自動車部品企業と地場資本企業が連携をして、技術移転を達成し、裾野を広げて行くことがもとめられているが、熟練工が必要なこともあり、メキシコではいまだ十分な対応が出来ていないのが現状である。現状では、日本からの進出によって対応することが現実的である。

4. 米国・メキシコ・カナダ協定 (USMCA) の集積への影響

北米自由貿易協定 (NAFTA) の再交渉が、カナダが合意することで 2018 年 9 月末に終了し、2018 年 11 月 30 日に米国・メキシコ・カナダ協定 (USMCA) として署名された。制定された新基準は、メキシコの自動車産業にとってきびしいものとなった。主に改定された点としては、調達要件 (RVC: Regional Value Content)、ならびに賃金条項 (LVC: Labor Value Content) がある (表-5)。新基準では、完成車の RVC において、域内調達率が現行の 62.5% から段階的に 75% まで引き上げられた。現状、米国に工場を所有する日系完成車メーカーは対応出来る可能性があるが、米国に独自の工場を所有しない日系完成車メーカーには厳しいものとなっている。賃金条項 (LVC: Labor Value Content) にある“乗用車は部材の 40% を時給 16 ドル以上の地域で生産する”という条項を加味すると、実質 Core Parts の多くはメキシコでは生産不可能ということになる¹²⁾。従って、メキシコの日系完成車メーカーは米国かカナダから Core Parts の調達を余儀なくされ、生産コストの増加となる。そのため、LVC は事実上、米国への生産拠点移転を促すものといえる。また、メキシコに拠点を置く日系完成車メーカーは、現状、鉄鋼、アルミニウムをアジア地域から調達している。メキシコでは、自動車生産に適した鉄鋼、アルミニウムを供給できる地場資本企業はほぼ

11) グアナファト州、アグアスカリエンテス州、ケタロ州の日系自動車関連企業へのインタビュー調査：2020 年 11 月実施

12) メキシコの法定最低賃金は 2020 年時点で一般的に日給 123.22 ペソ (約 640 円：1 ペソ = 5.2 円で計算) であり、メキシコ北部のアメリカ国境付近地域の最低賃金は日給 185.56 ペソ (約 965 円：1 ペソ = 5.2 円) であるが、185.56 ペソは約 9.3 ドル (1 ドル = 19.95 ペソで計算) にしか相当せず、実質この条件下ではメキシコでの製造は不可能である。

表-5 自動車関税をゼロにする要件

調達要件 (RVC: Regional Value Content)	完成車	金額ベースで域内調達率を現行の 62.5% から 75% に段階的に引き上げる。(発効時は、66%、1 年後に 69%、2 年後に 72%、3 年後に 75%)
	基幹部品 Core Parts (*1)	同じく 75% に引き上げる。
	主要部品 Principal Parts (*2)	同じく 70% に引き上げる。(発効時は 62.5%、1 年後に 65%、2 年後に 67.5%、3 年後に 70%)
	補完部品 Complementary Parts (*3)	同じく 65% に引き上げる。(発効時は 62%、1 年後に 63%、2 年後に 64%、3 年後に 65%)
	鉄鋼、アルミニウム	同じく 70% とする。
賃金条項 (LVC: Labor Value Content)	乗用車は部材の 40%、ライトトラックは同じく 45% を時給 16 ドル以上の地域で生産する。(協定の発効時は 30%、1 年後に 33%、2 年後に 36%、3 年後に 40% とする。) メキシコの平均時給は米国の 10 分の 1 とされるので、事実上米国への生産移転を促すもの。	

(*1) 基幹部品：エンジン、トランスミッション、ボディ・シャシー、車軸、サスペンション、ステアリング・システム、リチウム電池の 7 種

(*2) 主要部品：ベアリング、燃料ポンプ、スターター、バンパー、ブレーキ、クラッチ、座席など

(*3) 補完部品：インストールメント・パネル、樹脂内装パネル、触媒など

出所：マークラインズ「USMCA 発効とメキシコ自動車業界の動向」(2020)

無く、メキシコに進出した韓国系企業 (Posco) や近年日本から進出した日系企業から調達しているが、70%の基準を満たすには程遠く、70%に不足している分の調達先をアジア地域ではなく、米国かカナダへ変更することを意味している。この点においても、調達コストが増加することが考えられ、米国で生産される鉄鋼の質とアジアから調達する質の違いも含めて対応が必要となり、加えて価格競争力の面で不利な条項といえる。

これら、RVC と LVC は生産コストが増加するだけでなく、メキシコに拠点を置く日系自動車関連企業のサプライチェーンの再編への影響も持つ。例えば、メキシコでシートを製造している日系自動車企業によると、現地調達率（メキシコでの部品の調達率）は 50% を割る水準である。これは、シート製造に適した布や安全基準を満たす素材がメキシコで調達できない為、その多くを日本から調達していることによる¹³⁾。主要部品 (Principal Parts) に該当するシートは、段階的に域内調達率が引き上げられ最終的には 70% に達する。Core Parts のみならず、Principal Parts を製造している企業にとっても、新基準は部品・

13) アグアスカリエンテス州における日系自動車関連企業へのインタビュー調査 (2020 年 11 月実施)

原材料の調達先の変更を余儀なくされ、生産コストの増加は免れない。一方で、補完部品 (Complementary Parts) に関しては、生産コストを維持したまま、地場資本企業の活用によっては対応できる可能性が残されている。この点について、Carrillo and García は、乗用車の 40%の部材は米国かカナダで製造されることになり、残りの 60%が低賃金のメキシコで製造されることになる。その為、メキシコでは賃金上昇には繋がらない¹⁴⁾、としている。USMCA の新基準を満たすには、サプライヤー網の再編が必須になるが、現時点ではメキシコの日系自動車部品企業においては特段、調達先の変更を含めた積極的な行動は見られず、静観している状況である。今後の動向に注視して行きたい。

5. 結語

本稿では、日系製造業のメキシコ進出の経緯を概観し、近年特にメキシコ進出が著しい日系自動車関連企業の集積について整理を行った。日系製造業のメキシコ進出は 1950 年代から始まり、1980 年代にマキラドーラを活用した日系家電メーカーの進出が確認された。自動車関連企業に関しては、2010 年代に著しい進出が始まり中央高原地域に一大産業集積が実現した。一方で、中央高原地域の産業集積は Tier-1 によるもので、メキシコの自動車裾野産業の脆弱性から、多くの自動車関連部品をメキシコ以外の国から輸入することで対応している状況が明らかになった。メキシコに進出した日系自動車関連企業は、主に日系企業同士で部品調達をしており、産業集積における地理的利点と同地区に小企業が集中することによって得られる外部経済を享受している状況にある。また、日系自動車関連企業同士の結びつきの強さから、産業集積の利益を得る為の尊属の条件も満たしている状況にある。一方で、地場資本企業の品質管理、納期への認識の点から、日系自動車関連企業と地場資本企業との関係は強いとは言えず、日系自動車関連企業と地場資本企業との集積はいまだ実現しているとはいえない状況である。特に、メキシコにおいて脆弱な鋳造、鍛造分野の強化は急務であるが、これらの分野は熟練工が必要となる為、整備には時間がかかることが考えられ、当面の対応策は日系部品企業のメキシコ進出であるが、

14) Carrillo and García (2000; 161)

メキシコでは必要な機器のメンテナンスの対応が出来ないなど、課題は多い。

2020年8月に発効したUSMCAにおける新基準は、メキシコに進出している日系自動車関連企業に、部品調達先を変更させる選択を迫ることになった。域内調達率の引き上げ（現行の62.5%から75%への引き上げ）は、メキシコから米国へ輸出する完成車メーカーには大きな負担となり、特にCore Partsに関してはメキシコで供給することは難しく、マツダやホンダ、日産といった日系完成車メーカーは米国での調達を視野に入れる必要に迫られている。一方で、メキシコに進出している日系自動車部品企業は現時点では特にアクションを起こすに至らず、静観している状況にある。USMCAの新基準の評価はメキシコでは二分している。USMCAによってメキシコの自動車産業が活発化するという意見や、USMCA新基準によりメキシコの自動車関連従事者の給与水準が上がるといった楽観論も見られるが、一方ではメキシコでは新基準を満たす時給16ドル地域の創造が難しいことから、アメリカでCore Partsを製造し、メキシコではComplementary Partsの製造を行うといった分業体制が確立される可能性があるとの指摘もある。

USMCAを活用せずに、ライト・ビークルの場合アメリカへの輸出は2.5%の関税を負担すれば可能であることから、USMCAの新基準を満たす域内調達率達成への体制作りや、それにかかるコストを鑑み、現行の体勢を継続する選択肢もあるが、アメリカ市場の大きさ、将来メキシコでの自動車製造の拡大を視野に入れた場合、USMCAの新基準に対応できる体制の構築が望まれる。その場合、やはりネックになるのがメキシコの裾野産業の脆弱性であるが、これは日系自動車企業単体では解決が難しく、メキシコ政府、地方政府による長期的な裾野産業育成体勢が望まれる。

参考文献

- 稲水伸行, 若林隆久 (2008) 「〈日本の産業集積〉論と発注側の商慣行」, 『経営行動科学』, 第21巻, 第2号, pp. 130-131, 東京大学
- 上田慧 (2000) 「NAFTA とメキシコのマキラドーラ工業 — 経済統合と多国籍企業」, 『同志社商学 = The Doshisha business review』, Vol. 51, No. 3, pp. 970-998, 同志社大学商学会
- ジェトロ (1985) 『メキシコにおけるマキラドーラ工業の現状』, 日本貿易振興会機械技術部
- ジェトロ (2019) 「2018年度在中南米進出日系企業実態調査」 <https://www.jetro.go.jp/news/releases/2019/92572db164ce5a00.html> (アクセス時: 2020年11月7日)
- ジェトロ (2020) 「2019年度在中南米進出日系企業実態調査」 <https://www.jetro.go.jp/news/rele>

日系企業の集積の特徴：メキシコのケース

- ases/2020/1eea56bc0a27ebb0.html (アクセス時：2020年11月7日)
- 谷浦妙子 (2000) 『メキシコの産業発展：立地・政策・組織』, アジア経済研究所, 2000
- 対馬由佳理 (2002) 「メキシコ家電 (特にテレビ) 産業の発達の経緯と直接投資の役割」, 『ラテンアメリカ・カリブ研究』, 第9号, pp. 90-95, つくばラテンアメリカ・カリブ研究会編集部
- 中畑貴雄 (2015) 「メキシコ自動車産業の最新動向と中期展望」, ジェトロ
- 中畑貴雄 (2019) 「自動車部品の生産は堅調も部材の現地調達難は続く (メキシコ) : メキシコの自動車産業の現状と対外通商政策 (2)」, ジェトロ, <https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2019/c7bc5eb7c7b5a954.html> (アクセス時：2020年11月7日)
- 藤川昇悟 (1999) 「現代資本主義における空間集積に関する一考察」現代地理学年報, 45(1), pp. 21-39.
- 藤田順也 (2015) 「日系家電メーカーの初期海外活動 — 松下電器のビルマへの技術援助 —」, 第38巻, 第2号, pp. 45-46, 『広島経済大学経済研究論集』
- マークラインズ (2020) 「USMCA 発効とメキシコ自動車業界の動向」 https://www.marklines.com/ja/report_all/rep2032_202006#report_area_6 https://www.marklines.com/ja/report_all/rep2032_202006#report_area_6, アクセス時：2020年10月3日
- 山家公雄 (2003) 「メキシコ・マキラドーラ企業にみる空洞化防止戦略 — 中国脅威への挑戦 —」, 日本政策投資銀行
- Asociación Mexicana de la Industria Automotriz A.C. (2019). Boletín de prensa. <http://www.amia.com.mx/descargarb.html>(アクセス時：2020年11月15日)
- Carrillo, J. and García, H., (2020). La paradoja del TLCAN: Alta productividad y bajos salarios en la Industria Automotriz, *Edición de Kindle*, pp. 8-26. El Colegio de México, El Colegio de la Frontera Norte.
- Castro, G., and Santacruz, I. (2019). LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ EN GUANAJUATO. *Realidad Económica*, 24(60), pp. 57-72.
- Hoover, E. M. (1937) *Location theory and the shoe and leather industries*. Cambridge: Harvard University Press. (西岡久雄訳, 経済立地論, 大明堂, 1968).
- Koido, A. (1991) “The Color Television Industry : Japanese - U.S. Competition and Mexico’s Maquiladoras”, in Gabriel Szekely, ed., *Manufacturing across Borders and Oceans*, Center for U.S. - Mexican Studies, University of California, San Diego, p. 71
- Marshall, A. (1920) *Principles of economics* (8th ed.). London: Macmillan (永沢越郎訳, 経済学原理, 岩波ブックサービスセンター, 1997)
- Marshall, A. (1923) *Industry and trade: A study of industrial technique and business organization, and of their influences on the conditions of various classes and nations* (4th Ed.). London: Macmillan (永沢越郎訳産業と商業：産業技術と企業組織およびそれらが諸階級諸国民に与える影響の研究, 岩波ブックセンター, 1997).
- Mendoza, J., (2020) Introducción: El comercio de manufacturas entre México y Estados Unidos y el cambio del TLCAN al TMEC, *Edición de Kindle*, pp. 8-26. El Colegio de México, El Colegio de la Frontera Norte.
- Ordóñez, S. (2001) “La industria electrónica de México en el nuevo entorno internacional”, *Comercio Extranjero*, vol. 51, pp. 788-789
- PRIVARSA (2020) 「T-MEC Y La Industria Automotriz: Una Gran Oportunidad Para México」

<https://www.privarsa.com.mx/el-t-mec-y-la-industria-automotriz/> (アクセス時：2020年11月8日)

Saxenian, A. (1994) *Regional advantage: Culture and competition In Silicon Valley and Route 128*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press

Vegas, E. and Contreras, O., (2020) Introducción: Del TLCAN al Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (TMEC). En Contreras, O., Vega, G. y Ruíz, C. La reestructuración de Norteamérica a través del libre comercio: del TLCAN al TMEC. Edición de Kindle, pp. 8-26. El Colegio de México, El Colegio de la Frontera Norte.

Weber, A. (1909) *Ueber den Standort der Industrlen Erster Tell Relne Theorie des Standorts Tübingen*: J.C.B. Mohr (篠原泰 三訳 工業立地論 (第2版の訳) 大明堂 (1986)).

ホームページ

マークラインズ：https://www.marklines.com/portal_top_ja.html

国立統計地理情報院 (INEGI)：<https://www.inegi.org.mx/>

全国事業所統計ダイレクトリー (DENUÉ)：

<https://en.www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/InfoMaquila>:<http://www.infomaquila.com/>

(かきはら・ともひろ グアダハラ大学経済経営学部教授)

日系企業の集積の特徴：メキシコのケース（研究報告 No. 92）

令和3年3月12日 印刷

令和3年3月22日 発行

非売品

著者 柿原智弘

発行所 成城大学経済研究所

〒157-8511 東京都世田谷区成城 6-1-20

電話 03 (3482) 9187 番

印刷所 株式会社博文社
