

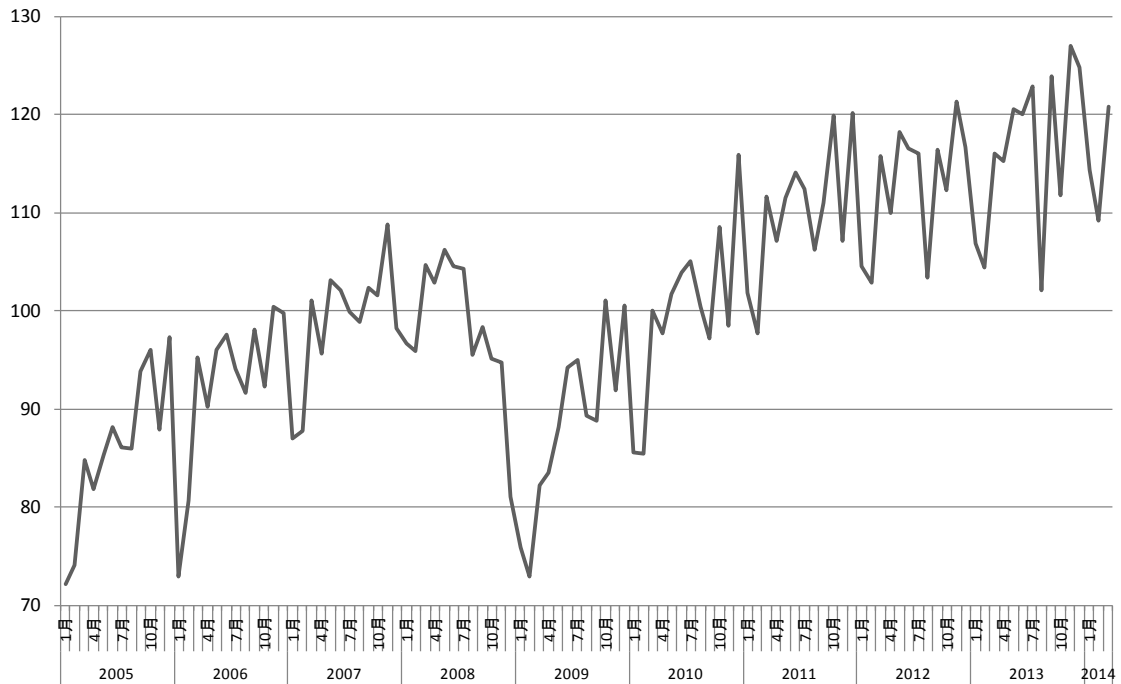
## 第22章 主要産業の動向

### 1. 製造業

トルコでは、北アフリカ・中東地域の中では、製造業の集積が進んでいる国である。産業部門別の構成比では、最も高い製造業が 24.2%となっており、我が国以上に経済に果たす工業の寄与度は大きい。主要産業は自動車と電機であり、特に自動車は欧米日各国の自動車メーカーが現地で生産を行い、欧州各国等に輸出している。

2005 年以降の工業生産指数の推移をみると、2008 年から 2009 年にかけて急激な落ち込みを見せたものの、2010 年以降は増産基調に転じていることが分かる。

図表 84 月次工業生産指数の推移（2010 年月次平均=100）



（出所）トルコ統計局データベースより作成

本邦企業の動向については、有力な現地パートナーと提携する形でトルコに生産拠点を設置した企業の例がみられる。

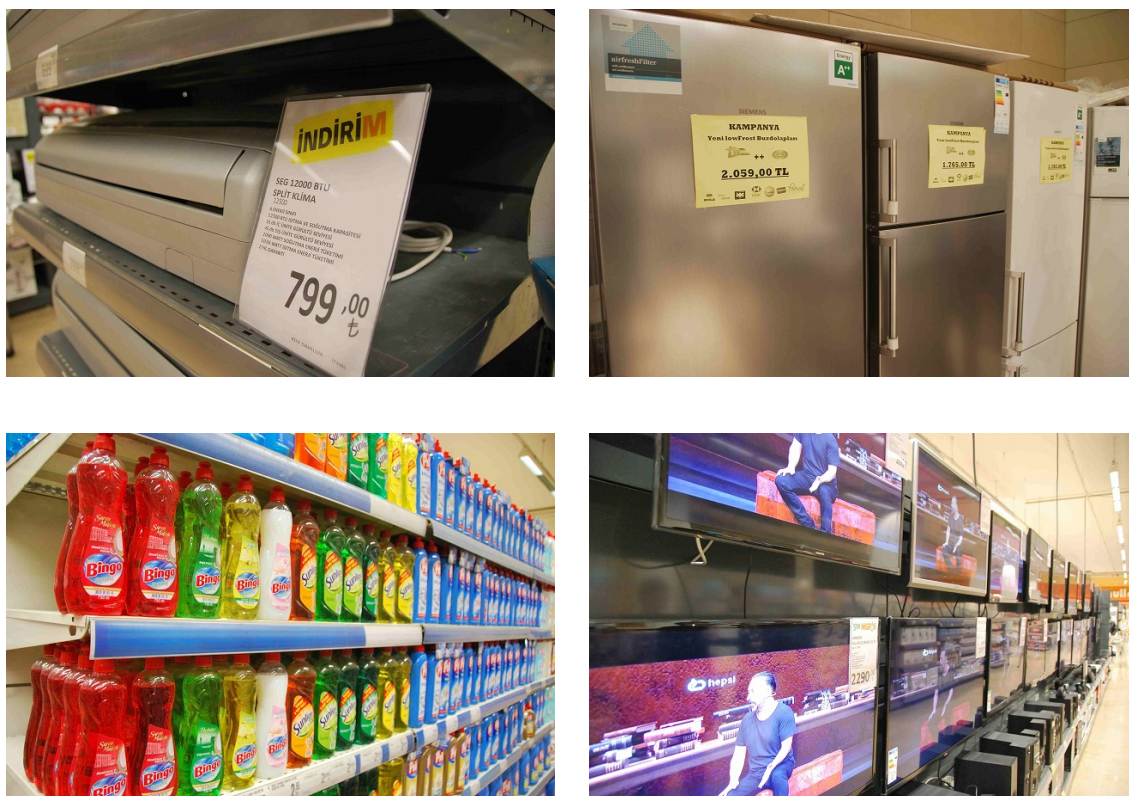
例えば、日清食品は、インスタントパスタの製造販売を開始したが、現地パートナーであるウルケル社の功績は大きい。トルコ人は食に対して保守的であり、ブランドに対しても保守的である。事実、世界の列強であっても参入は難しく、コカコーラですら現地企業とJVを組んでいる。

また、トヨタ自動車はサバンジュ財閥と提携してトルコ進出を果たした。進出後、トル

コ国内での販売事業はサバンジュだけが担っていたが、2014年時点ではトヨタのサウジアラビアのディーラーであるALJに国内販売事業を譲渡されている。

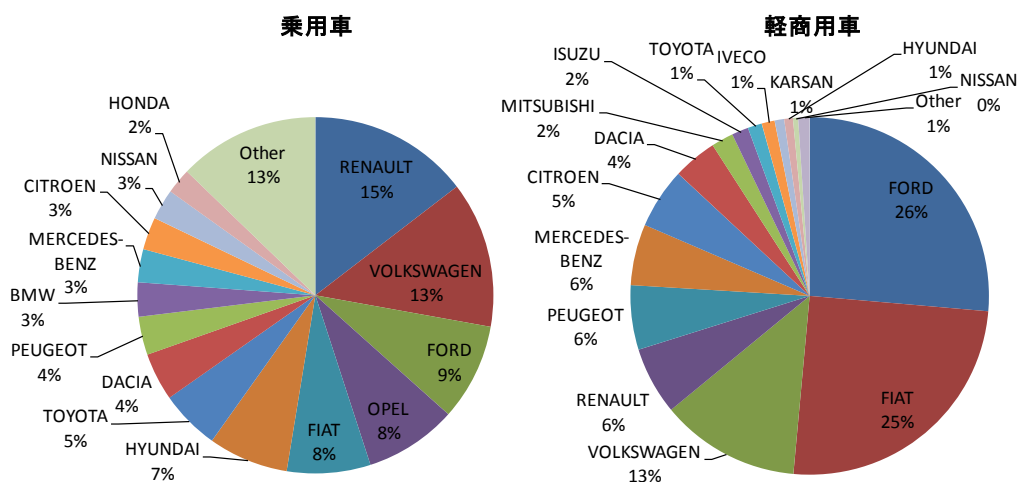
ブリジストンの提携先もサバンジュ財閥である。サバンジュのブランドイメージを活用してマーケットシェア1位を維持している。

### 写真 13 メーカー製品の例（白物家電・消費財は欧米系、黒物家電は韓国系）



自動車産業を例にとった際、本邦企業が必ずしもトルコ市場で優越的な立場を築いていない状況も推察できる。例えば、2013年1~12月のトルコにおける自動車販売台数は、乗用車（Passenger Car）で664,655台、軽商用車（Light Commercial Vehicle）で188,723台であった。乗用車、軽商用車ともに欧州メーカーや米国メーカーのシェアが高く、日本車のシェアは乗用車でトヨタ：5%、日産：3%、ホンダ：3%に留まった。軽商用車においても、三菱：2%、トヨタ：1%であった。

図表 85 乗用車及び軽商用車の市場シェア（2013年1月～12月）



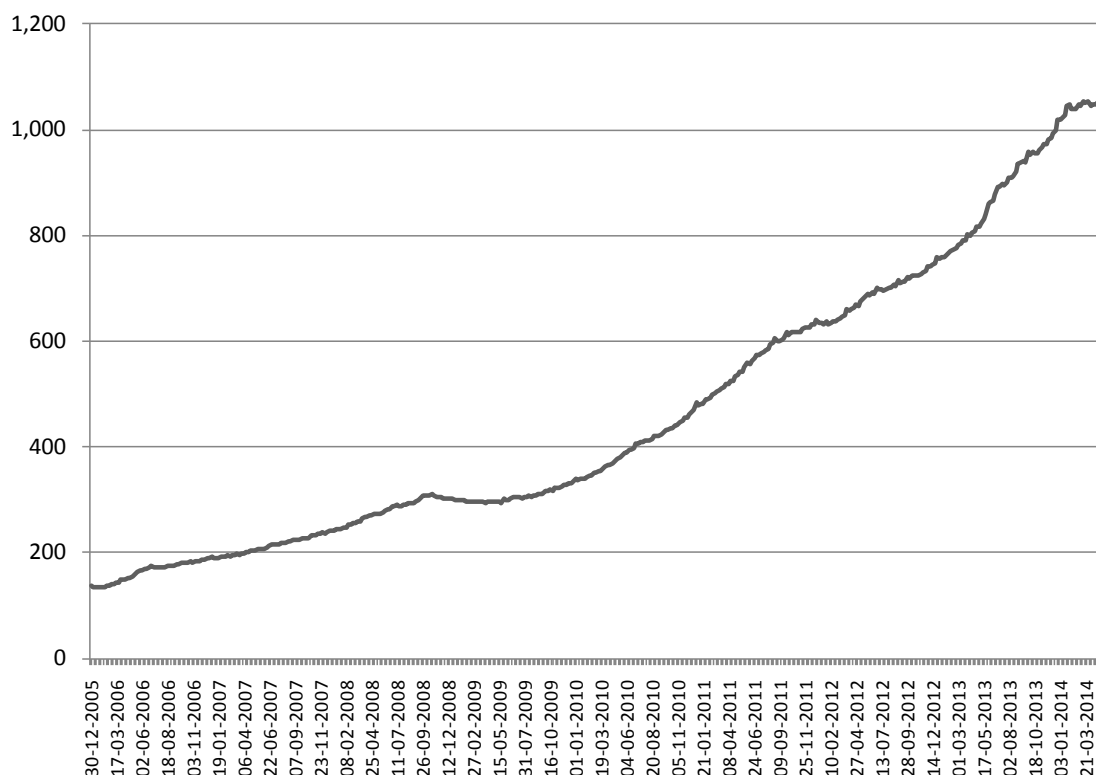
(出所) トルコ自動車販売車協会より作成

## 2. 金融業

トルコでは、IMF の介入の際に、ING、パリバ、シティバンクなど欧米系の銀行がトルコの金融機関の株式を取得する形で市場参入した。邦銀では、三菱東京 UFJ 銀行が現地法人を、みずほ銀行、三井住友銀行が駐在員事務所を設置している。現状銀行業務を行っている邦銀は、三菱東京 UFJ 銀行のみであり、進出済み日本企業を主な顧客としている。直近では、中国商工銀行などが進出の検討をしているが、韓国の銀行の進出検討は進んでいない模様である。

トルコにおける銀行の信用供与額は増加傾向にあり、企業等への融資は増加を続けてきた。こうした中、2014年1月29日、トルコ中央銀行は緊急の金融政策決定会合を開き、資金流出と通貨安を食い止めるため、主要政策金利をすべて大幅に引き上げることを決定した。今後、銀行業界における融資額の推移と経済成長の相関に注目が集まっている。

図表 86 週次信用供与額の推移 (単位：10 億リラ)



(出所) トルコ中央銀行データベースより作成

### 3. ICT 産業

近年エルドアンは、特に IT やナノテクノロジーなどの関連企業に対する積極的な誘致姿勢を示しており、IT 産業集積地の建設も目指している。一方、トルコ企業におけるパソコンやインターネットなどの情報通信手段の普及は近年進んできたものである。例えば、2009 年時点でパソコンを業務に用いない企業の割合は 9.3%、インターネットを業務に用いない企業の割合は 11.2%であった。2009 年以降は情報機器の普及に伴い、パソコンやインターネット等の普及が進み、ICT 産業の拡大に寄与しているものと考えられる。

図表 87 トルコの企業における情報機器の使用状況

		従業員規模							
		全体		10~49人		50~249人		250人以上	
		パソコン	インターネット	パソコン	インターネット	パソコン	インターネット	パソコン	インターネット
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	2005	87.8	80.4	86.0	78.0	96.3	92.3	99.8	99.2
	2007	88.7	85.4	87.0	83.3	95.0	93.6	99.3	99.2
	2008	90.6	89.2	89.3	87.5	95.3	95.0	98.4	98.1
	2009	90.7	88.8	89.5	87.5	97.7	96.9	99.3	99.0
製造業	2005	84.7	78.1	81.4	73.6	97.6	95.2	100.0	100.0
	2007	88.4	84.4	85.7	81.1	97.5	95.6	100.0	100.0
	2008	90.8	89.1	88.9	86.8	95.7	95.1	99.5	99.4
	2009	91.4	89.5	89.7	87.5	98.5	97.5	99.9	99.9
建設業	2005	79.8	70.4	78.0	67.8	86.7	80.0	100.0	100.0
	2007	82.5	79.7	81.8	78.3	83.4	83.4	100.0	100.0
	2008	83.3	83.1	79.7	79.4	94.3	94.3	100.0	100.0
	2009	83.9	81.9	81.7	79.4	98.3	98.3	100.0	100.0
卸売業・小売業	2005	91.2	83.1	90.6	82.4	97.5	88.8	98.5	98.5
	2007	91.6	88.1	90.9	87.2	97.3	96.0	99.5	99.5
	2008	93.5	92.2	92.8	91.4	98.5	98.5	99.1	97.0
	2009	92.7	91.0	92.2	90.4	99.3	99.2	99.2	99.2
宿泊施設	2005	97.7	84.1	97.1	80.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	2007	97.4	96.8	96.0	95.2	100.0	100.0	100.0	98.2
	2008	98.9	98.5	98.4	97.8	100.0	100.0	100.0	100.0
	2009	98.9	97.7	98.8	97.6	99.0	98.0	100.0	96.8
運輸・倉庫業	2005	92.7	87.3	91.8	86.3	97.1	91.2	100.0	100.0
	2007	92.5	90.7	91.2	89.2	97.2	95.9	100.0	100.0
	2008	94.1	91.6	93.6	90.4	95.2	95.2	99.5	99.5
	2009	91.0	88.9	89.8	87.4	99.1	99.1	99.3	99.3
不動産業	2005	95.4	90.8	95.0	90.0	96.0	94.0	100.0	93.1
	2007	83.9	82.4	79.2	78.1	94.4	91.6	95.7	95.7
	2008	85.4	83.2	83.8	80.8	87.7	87.7	93.1	93.1
	2009	89.3	87.2	89.0	86.9	87.4	84.4	97.0	96.6

(出所) トルコ統計局データベースより作成

例えば、携帯電話オペレータの新規参入や、2G から 3G へとといった技術的な移行がなされる中で、ICT 企業にとってのビジネスチャンスが生じるものと考えられる。

我が国企業の進出事例としては、NEC の事例があげられる。NEC では 1960 年代よりトルコ政府を顧客として通信インフラやレーダーシステムの販売を行ってきた。過去には、衛星地上局、テレビ放送の送信機、郵便自動化システム (OCR) の納入が多かったが、昨今ではマイクロ波通信機器 (携帯の基地局情報を無線で送信する) がメインになっている。

写真 14 携帯電話ショップ (左) とスーパーのセルフレジシステム (右)



## ひとくちメモ 16 トルコの財閥

トルコでは、産業分野によっては現地の財閥が古くから事業展開をしており、市場に対して競争力、影響力を有していることが少なくない。「財閥」には必ずしも正確な定義がないため、何社あるのか把握するのは難しいが、複数の業種にまたがって事業を行い、国際的に展開しているような企業を総称して「財閥」と呼ばれている。

中でもコチとサバンジュは二大財閥と呼ばれ、日本企業との合弁実績も多い。それ以外にもドウシュ、ドウアンなど建設分野で特に強い財閥や、中堅財閥なども含めると多数の企業がある。

伝統的な財閥は、比較的イスタンブールに集中しており、欧州や中東などとのつながりが強い企業が多い。一方、最近では「新興財閥」と呼ばれるような企業も出てきている。彼らはアジア側の内陸部出身で、急速に業績を伸ばし、「アナトリアン・タイガー」と呼ばれるような企業もある。イスラム色の強い地域コミュニティから出てきたような企業が含まれていることもあると言われている。

トルコは新興国とはいえ、特に歴史ある大財閥などは国際的なビジネス・スタンダードにのっとり、欧州企業などとも競合しながら事業展開をしてきたというプライドや自負がある。資金力や事業規模を見ても、先進国の多国籍企業に見劣りしないような企業がある。そのような企業との合弁事業の場合は、経営方針等を巡って、意見が対立することもありうる。相手を尊重し、トップ同士が腹を割って話し合えるような関係をつくっておくことが重要である。