

財団法人国土地理協会研究

第11回学術研究助成（平成23年度）研究報告書

グローバルな中古車・中古部品流通にみられる商業集積の構造とその特徴に関する経済地理学的研究 —アラブ首長国連邦を事例として—

研究代表者：浅妻裕（北海学園大学）

本研究の成果の概要

本研究は、アラブ首長国連邦（UAE）を中心に中古車・中古部品ディーラーの商業集積構造を分析し、その集積利益を明らかにする経済地理学的研究である。2011年8月～2012年10月の研究期間、2度にわたり現地での調査を行った。また、UAEを中心としつつも、国内外の各地域でこのテーマに関して調査・研究を行ってきた。

この間の研究成果については以下のものがあげられる。

1. 浅妻裕・岡本勝規・福田友子(2012)：DETSからみるアラブ首長国連邦の中古車中継貿易，『北海学園大学経済論集』59(4)：139-150.
2. 浅妻裕(2012a)：外国人中古部品ディーラーの地域的集積，『月刊自動車リサイクル』19：57-61.
3. 浅妻裕(2012b)：バンコクの中古部品市場，『月刊自動車リサイクル』20：58-63.
4. 浅妻裕・岡本勝規(2012b)：中古品取引に見られる地域的集積の特徴について，経済地理学会北東支部例会（東北学院大学，2012年4月14日）.
5. 浅妻裕・岡本勝規(2012a)：自動車中古部品産業の地域的集積に関する考察—シャルジャ首長国を事例として—，『開発論集』90：69-83.

研究成果1については国際的な中古車流通の拠点となっているドバイ・シャルジャの中古車流通量を統計から明らかにしたうえで、その流通を担うドバイ・シャルジャのディーラー集積地の調査結果を述べた。従来の筆者らの研究から、特に DUCAMZ とよばれるドバイの中古車ディーラー集積地は、フリートレードゾーンとして政策的に形成されたものであることがわかっている。ここでは、主に日本から中古車を輸入してアフリカや中央アジアに再輸出を行うビジネスが行われているが、その担い手の大部分はパキスタン人である。彼らは福田友子(2012)『トランスナショナルなパキスタン人移民の社会的世界——移住労働者から移民企業家へ』（福村出版）など示されるように、彼らの「トランスナショナル」なネットワークを活用しこのビジネスを行っている。特定のエリアでビジネスを行うことによって市場全体としての品揃えの深度が増し、顧客の探索行動も容易になる。このような DUCAMZ

の市場は、パキスタン人ディーラーが「トランスナショナル」であるが故に第三国にも輸入拠点を設け日本から直接輸出する流通ルートを活用し始めた等の理由で、空洞化が目立っていることを紹介した。他方でシャルジャ（アブシャガラ）の巨大な中古車ディーラー集積地は活況を呈している。パキスタン人ディーラーが多いが中東諸国や UAE ローカルのアラブ人経営者も見られる。この市場については、どのような理由で集積が発生し、それが継続しているのか、民族のネットワークと流通構造の関係、といったこと等については十分には解明されなかった。今後の検討課題となる。

以上中古車流通に見られる商業集積に関する研究を行ってきたが、本研究期間中、とりわけ進展がみられたのは中古部品流通における商業集積構造とその特徴の解明であった。これらについては研究成果 2~5 で発表された。

研究成果 2 については、現在でも日本に見られる中古部品ディーラー集積地の実態調査に基づき、その特徴などを考察した。対象は大阪府の和泉市である。ここに立地する中古部品ディーラーは多くが外国人である。彼らは相互に取引を行っているわけではなく、純粹集積による経済的利益が発生しているとは思われない。それでも彼らがこの地に立地するのは、地価の安さ、高速道路へのアクセスの良さ、中古車オークション会場へのアクセスの良さ、といった理由である。相互に無関係なディーラーが集まっているこの状況は偶然集積によるものといえる。

研究成果 3 は、タイ・バンコク市内ある数か所の中古部品ディーラー集積地の現地調査（アンケート等）結果に基づき、現地の部品流通や集積構造に見られる特徴を分析した結果を部分的に掲載したものである。バンコクの集積地では日本を中心とした海外から輸入される中古部品が取引される。後述のシャルジャ市場とは異なり、販路が自国あるいは近隣国にとどまるローカル色の強いマーケットである。発展の経緯から華人経営者が多いが、近年ではタイ人経営者も増加している。各集積地では商材の違いがみられたが、各集積地に親族経営の店を有するディーラーも見られ、輸入された部品を分配するシステムが存在していると思われる。以上のように、研究成果 3 では概要の説明にとどまったが、アンケート調査の結果も部分的に判明している。例えば、集積して立地する理由として多くのディーラーが多数の顧客の来訪を挙げるが、顧客にとっても集積によって深度のある品揃えが実現している。さらに「棲み分け」ともいえる集積地ごとの商材の違いにより、それぞれの品揃えの深度が深くなるため、顧客の探索コストの削減をもたらしていると思われる。

この研究は後述する 4、5 の研究との比較研究として実施した。今後さらなる現地調査や資料の整理等を通じてこの研究を精緻化し、比較研究に耐えうるものとした。

研究成果 4、5 は、UAE の商業集積を研究対象としたものである。4 は学会報告であり、5 として文章化を行った。この研究が本研究助成のもっとも重要な成果といえることから、以下では、研究成果 5 を転載し、本研究助成の報告とする。残された課題も多々あるため、今後も引き続き本研究テーマで研究を行っていく。

なお、本研究は、外川健一（熊本大学）、福田友子（千葉大学）、岡本勝規（富山高専）の

協力を得て実施された。

【研究業績 5】

自動車中古部品産業の地域的集積に関する考察 ーシャルジャ首長国を事例としてー

浅妻裕・岡本勝規

1. 中古部品の属性と地域的集積

これまでのアジア各地における自動車リサイクルに関する調査・研究からは、自動車中古部品産業が狭域に集中して立地する流通のハブが存在することが明らかとなっている。例えばアラブ首長国連邦のシャルジャ、中国広州の陳田、タイのバンコク郊外、ロシアのウラジオストック、マレーシアなどである（福田・浅妻，2011；平岩，2011；服部他，2002；阿部，2010など）。その機能は様々で、国際流通のハブとなっているところもあれば、ローカルマーケットの性格を有するところもある。このような状況を「地域的集積」と呼ぶことにしよう。

ところで、日本でも東京都の堅川（立川）をはじめとして自動車解体業者（中古部品ディーラー）の地域的集積がみられた。2011年9月に筆者らが堅川で行った聞き取り調査では、かつての立川の地域的集積は、①東京ローカルマーケットではなく、関東、広くは関西まで取引の範囲が及ぶなどハブ化していた、②集積内での取引を行い、得意分野の商品に特化するなど、分業が成立していた、③集積の内部におけるスピン・オフ（独立）の関係があった、④血縁関係など社会的な属性を同じくするコミュニティが成立していた、等の特徴があることが判明した。しかし、1980年代にFAXを利用した全国的な中古部品流通のグループ化が進み、さらに1990年代後半以降は1980年代半ばから開発されたコンピュータによる在庫管理のネットワークシステムが普及したため、グループ毎に統一された規格の中古部品が全国的に流通するようになった（日本自動車リサイクル部品販売団体協議会，2010）。このことがとりわけ①や②といった地域的集積の機能を代替し、集積は分散へと転じていった。現在では国内の自動車解体業は総じて分散的な立地形態となっているといつてよい¹⁾。この日本国内における地域的集積と分散のプロセスから、中古部品産業の地域的集積は、中古部品が有する経済的属性に基づくものではないかと考えられる。

ひとつは「供給制約」である。中古部品は廃車が発生しない限り生産できず、さらに1台から発生する部品は限定されている。特定の部品への需要が多く発生しても、それに対応することは容易ではない。一定の空間的範囲に多数の解体業者が立地し、集積内部での取引を通じた専門化などの分業を行うことによって供給の制約が緩和され、外部の需要に柔軟に対応することが可能になる。

もう一つは「情報の非対称性」である。中古部品の売買においては、売り手と買い手が有する情報が異なることは多いだろう。例えば、部品がどの程度使用されたものなのか、事故や故障の履歴があるのか、といったことについてであり、買い手はこのリスクを考え購買行動を控えるかもしれない。また型式が多岐に渡る場合には、買い手は本当に必要とする部品かどうか判断に迷うケースもあるだろう。集積内での取引は相対での取引が容易である。従って「情報の非対称性」に起因する問題を回避することができると考えられる。さらにこの取引に、密度の高い社会的なネットワークが被せられることで、仮に取引の不正を行った場合、その個人に対して悪評が広まったり起業できなくなったりするなどそのコストがかかりすぎる状況となり、公正な取引が可能となる（Granovetter, 1985）。

つまり中古部品の属性に起因する諸問題は地域的集積によって緩和されると考えることができる。他方、規格の統一化を伴ったネットワークによる取引が発展すれば、この属性は大きな問題とならず、集積に合理的な理由を付することができなくなる。これらのことをふまえると、中古部品の属性から「地域的集積」を説明できるのではないかと考えられる。

2. 従来の地域的集積に関する議論からの説明

2.1. 商業集積論からの説明

流通における地域的集積は、自動車中古部品に限らず、様々な財の取引においてみられる現象である。例えば、新品の自動車部品マーケットは様々な国でみられており、大阪船場の繊維問屋街、秋葉原の電気街などもこれに該当するだろう。視野を広げると中華街やコリアンタウンにおける飲食店街なども当てはまる。このことを考慮すると、地域的集積は「中古」の属性に起因するものではないともいえる。つまり、中古部品の地域的集積があるのは、「新品」と「中古」が別の財として市場で評価されているからなのかもしれない。すなわち、一般的な流通産業の地域的集積の発生やその継続メカニズムを対象とする「商業集積論」によって、これを説明することが妥当である可能性もある。ここでは若干その議論を紹介しておきたい。

商業における地域的集積が発生するのは「集積利益」が存在するためである。商業の集積には同業種集積（自動車中古部品市場や繊維問屋街など）と異業種集積（様々な業種が集まる一般的な「商店街」など）があるが、ここでは同業種集積の集積利益に限って見てみよう。

一つは、集積による顧客の増加である。複数店舗が近接していることにより、集積内のすべての店舗は他店舗の顧客を呼び寄せる波及効果を楽しむ可能性がある。また顧客から見た場合、同業種集積においては、品揃えの深度が深く、探索行動が可能になり、このような嗜好を有する顧客を増加させる効果がある（田村, 2001）。二つ目の集積利益は、集積内のすべての店舗が「依存関係」のメリットを享受できることである。集積内の個別店舗は他店舗と競争しつつも、他店舗の品揃えや売上の状況など他店舗に関する「情報」に70依存しながら自店舗の販売戦略を決定することができる。単独立地の場合でも自店舗の戦略を決めるための「情報」は必要であるが、その収集には相応の費用が必要となることが想定される。

集積内では少ない費用でこれらの情報を入手することができ、外部からの需要の変化にも柔軟に対応することができる（石原，2000；山下，1993）。

2.2. 取引コスト論からの説明

集積内では多数の企業間の分業を基盤とした取引ネットワークがあり、これが取引コストを低減するという点から集積を説明する議論もある。

市場における取引には、交渉相手を探索すること、交渉の内容や取引の条件を相手に伝えること、成約に到るまでの駆け引き、取引相手が契約どおりに行動しているかを監視すること、等のコストがかかり、これを取引コストと呼ぶ（Coase, 1988）。企業間の分業において、物理的に近接していることが経済合理的である理由として、情報取得費用という取引コストが低減することがあげられる。情報通信機器が発達しても集積内に立地しなければ取引相手の技術レベルや稼働状況を把握できなかつたり、工程間での微妙な調整が困難になつたりする等の問題がある。この点から、物理的に近接して立地することで他企業との取引ネットワークを形成することが可能になる。特に多数の企業で分業がなされている状況下で市場の需要に生産をフレキシブルにマッチさせていく際に、相対的に低い取引コストが柔軟に生産体制を組み替えることを可能とする（高岡，1999）。

自動車中古部品産業の場合は、自動車解体業者が中古部品を生産し、部品を必要とする修理工場や個人に販売するが、同業者間で取引を行つたり中古部品販売を主とするディーラーに販売したりする場合もある。自動車中古部品は多くの場合、メーカーはもちろん、モデルや年式によつても異なる。また1台の廃自動車からは、同じメーカー、同じモデル、同じ年式の部品しか生産ができないという特徴もある。ある解体業者や中古部品ディーラーに特定の部品の注文が入つたとしてもヒットする可能性は低くならざるを得ない。そこで他の解体業者やディーラーとの取引が必要となるが、分散して立地する場合は、どの業者が目的とする部品を保有しているかという情報取得コストがかかつてしまう。地域的集積はこのコストを回避させ、柔軟な部品供給を可能にし、潜在的な需要を顕在化させることができる。つまり、集積による取引コストの節約が享受できるので地域的集積が発生すると考えられるが、これは上記の中古部品の2つの経済的属性の議論と重複する部分もあるため、今後より詳細な整理・検討が必要である。このように、従来の地域的集積に関する議論のみで中古部品産業の地域的集積が説明できるのかどうか現段階では検討が不十分である。また、製造業も含めた「産業集積」に関する様々な議論も存在しており、これらの議論をフォローしつつ本稿で掲げたテーマを解明していく必要がある。

3. 調査地域と調査方法

筆者らは、上記の課題意識の元にアラブ首長国連邦シャルジャ首長国にある中古部品産業の地域的集積の現場（以下、「市場」とする）を調査した。その結果を紹介したい。

シャルジャの市場は、ドバイの中心部から約 20km 離れたシャルジャインダストリアル

エリアにある。ここに多様な自動車中古部品を扱う店舗が立地している。海外からの部品輸入、海外への輸出、自ら部品調達にやってくる海外バイヤーへの販売、国内修理工場や自動車ディーラーへの販売、等である。そして多くの店舗がこれらを複数兼ね合わせている。市場の位置は図1の斜線部で示され、そこには多数の店舗が立地している。3つのエリアに分かれているが、それぞれ通称で「カレッジ裏」、「アルハン」、「J&P」とよばれている。また、斜線部以外の区画では、特にインダストリアルエリア2に店舗の立地が目立つ。

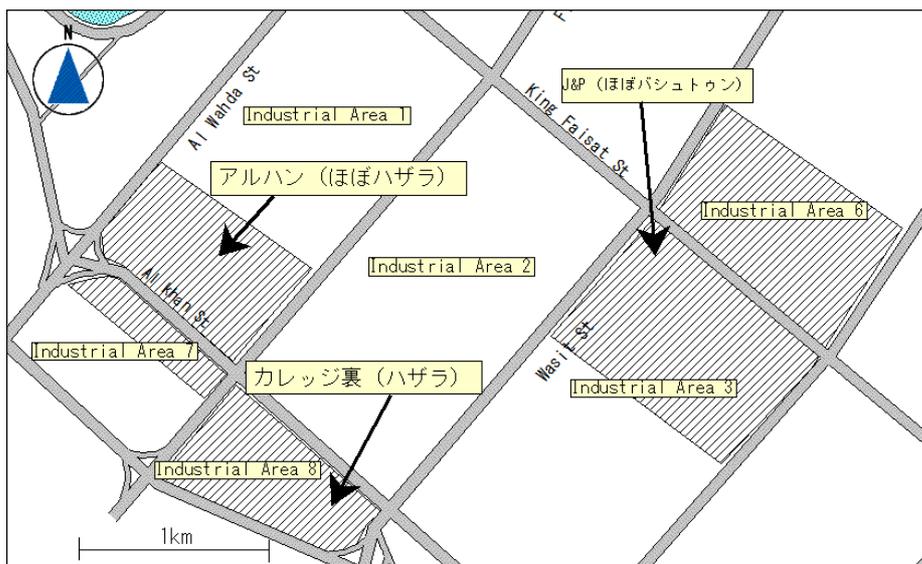


図1 シャルジャ市場の位置

店舗の数であるが、後述のアンケート調査で各業者に店舗の立地件数を聞いた結果を平均すると1,625件となった（最小：500，最大：5,000，中央値1,000）。また、筆者らが実際にカウントしたところアルハン（エリア1エリア7）に224店舗、カレッジ裏（エリア8）に261店舗であった（図2，図3）。最大の市場はJ&Pという見方もあること、3つのエリア以外への立地も加味して考えると、600件以上は立地しているのではないかと考えている。

上記のテーマに対する調査方法として、業者に対するアンケート調査を実施した。2012年3月5日(月)～8(木)の期間に行い、調査対象はシャルジャインダストリアルエリア(1, 2, 3, 6, 7, 8)に立地する店舗あるいは買い付けのバイヤーとした。3つのエリアでの調査件数が等しくなるよう配慮しつつ49件を有意に抽出し面接方式で行った。＜付録＞に調査項目を掲載した。事業の内容や取引関係、歴史等に関するものである。以下でアンケート調査から明らかになったことを述べる。

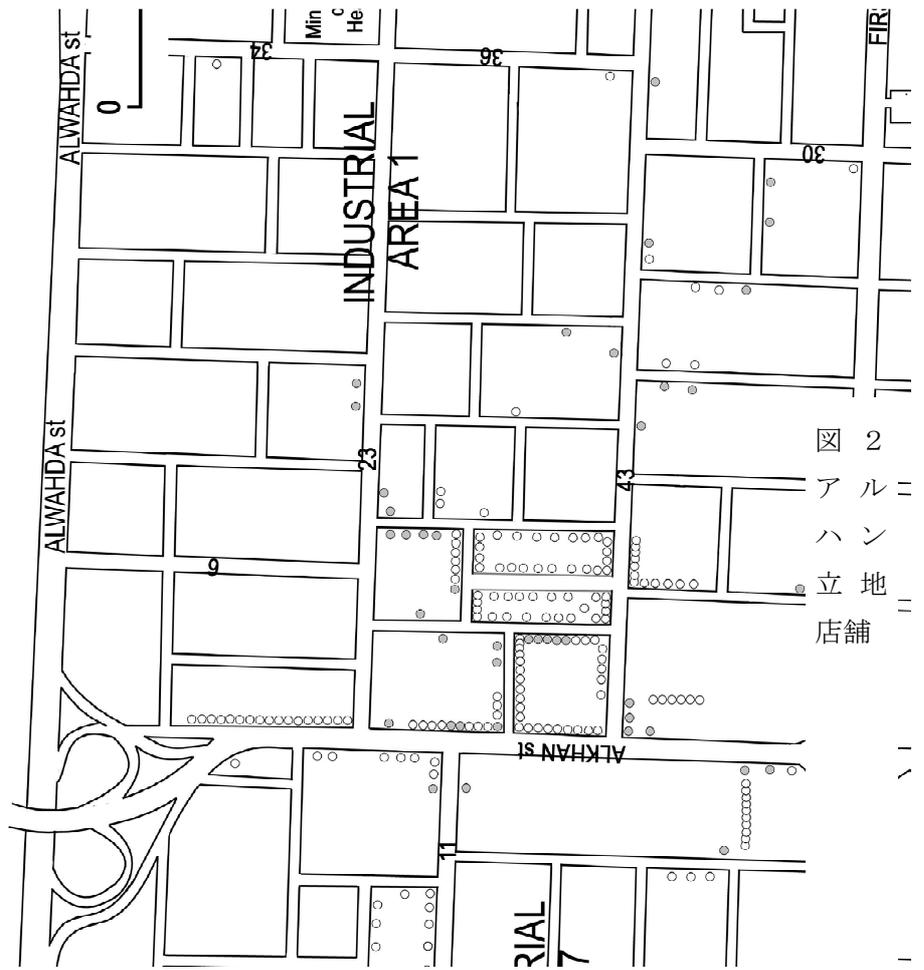


図 2
アルニ
ハン
立地
店舖

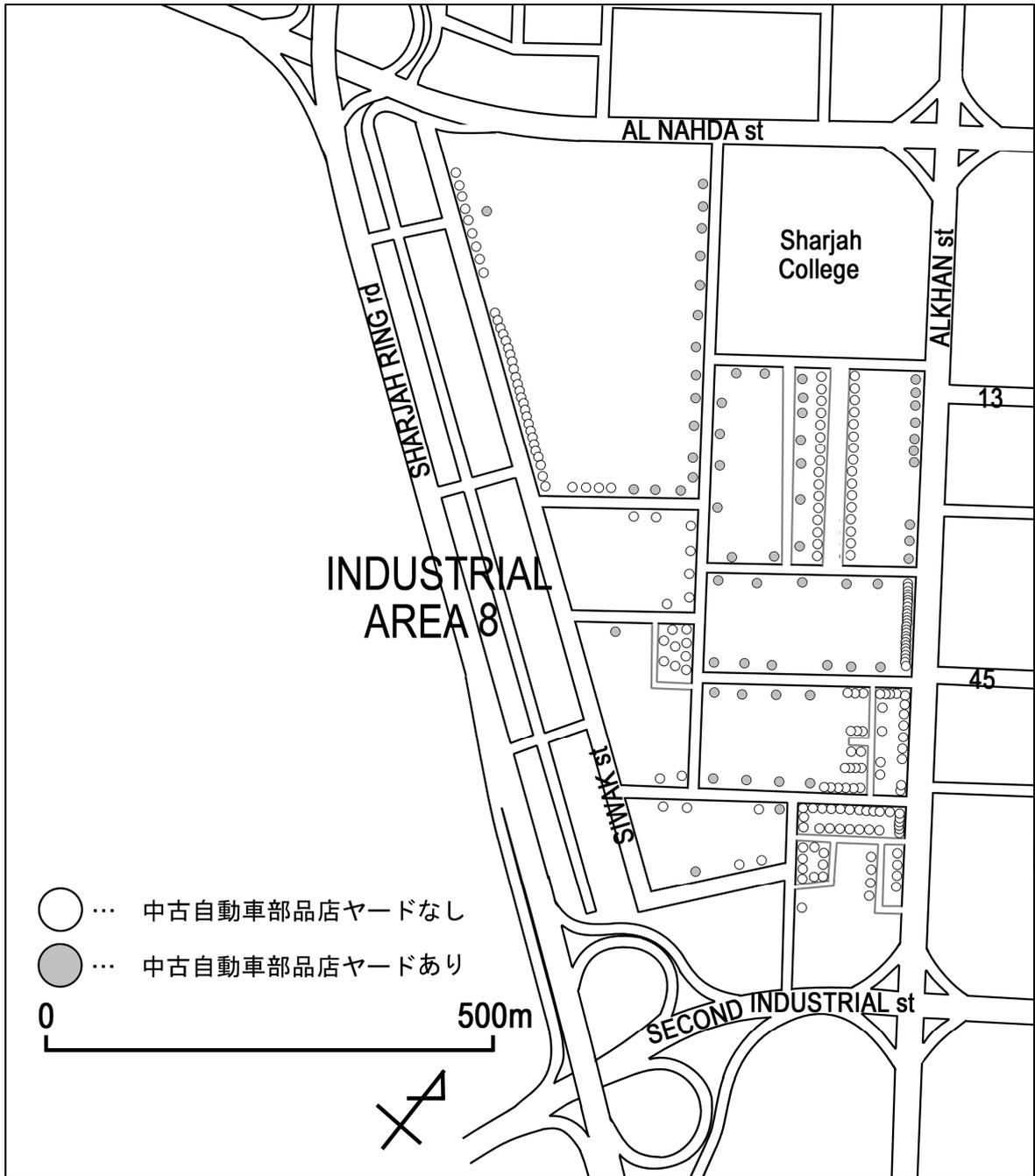


図3 カレッジ裏立地店舗

4. シャルジャインダストリアルエリアの歴史と民族

アンケートでは、シャルジャ（現在地）で創業した年と、元々の創業年・創業場所を聞いた。その結果、業者のほとんどが元々別の場所で同じ事業を行っており、その後シャルジャに移動していることがわかった。結果の一部を図4に示した。今回の調査対象で最古の店舗は1992年にシャルジャに立地しているが、聞き取りの中では、1978年のソビエト連邦の

アフガニスタン侵攻時に、ある業者がシャルジャに移動してビジネスを始めたのが最初であるという情報もあった。ただ、別の業者によれば、1995年当時でも店舗は20件程度しかなかったという。つまり、シャルジャは比較的「新しい」市場であるといえる。

アンケートでは、国籍と民族も尋ねた。その結果、カレッジ裏やアルハンではほぼ全てがハザラ人（アフガニスタンの少数民族）であり、J & Pではパキスタン出身のパシュトゥン人（パキスタンとアフガニスタン国境に分布し、アフガニスタンで最も人口が多い民族）が大部分を占めることがわかった。この2つの民族が市場を二分している。

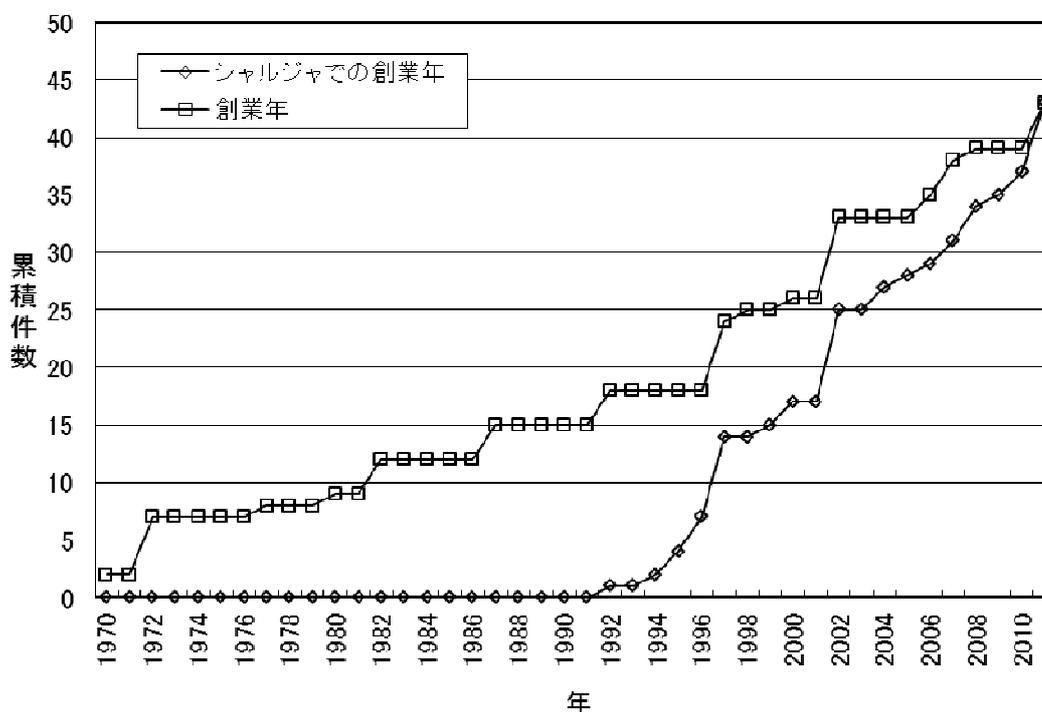


図4 各業者の創業年

このことと、上記の創業年を合わせて示したのが図5である。図4からシャルジャでの立地が盛んになったのは1990年代後半以降であることがわかるが、これはほとんどがハザラ人によるものである。この理由は当時アフガニスタンの内戦が激化しており、世界各地へハザラ人が移住したためである。また、わずか5年ほど前までこの市場はハザラ人ばかりだったという声も聞かれたので、やはりこの市場は元々はハザラ人によって形成されたと考えることができる。つまり、比較的古いエリアはアルハンやカレッジ裏となり、J & Pは比較的新しいエリアと考えることができる。まとめると、シャルジャの市場は比較的短期間で形成されたといえるが、そのきっかけは彼らが元々事業を行っていた土地を離れざるを得なかったという外在的な要因も絡んでいたことわかった。

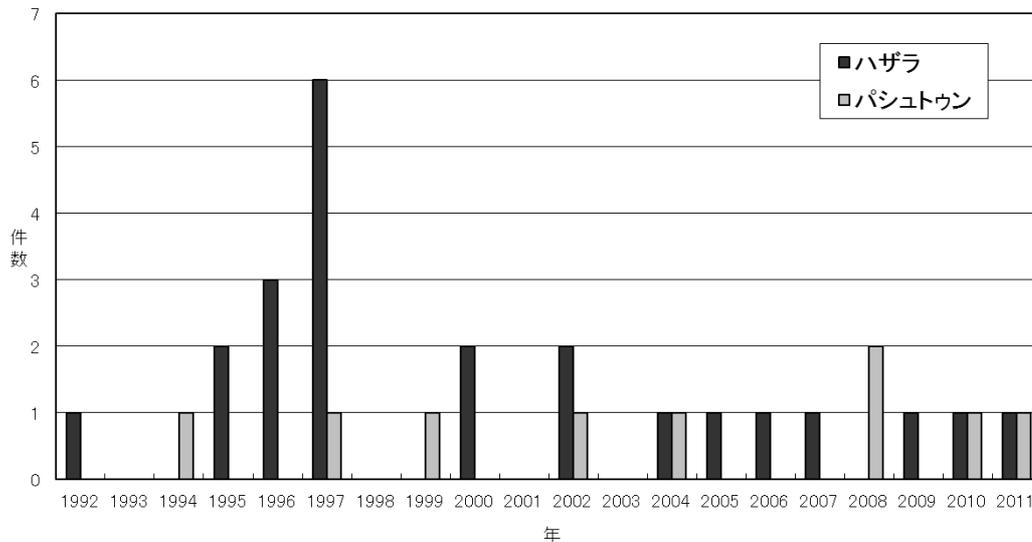


図5 民族別にみたシャルジャにおける創業年

5. 経営体の特徴

シャルジャの中古部品業者はその多くが家族・親族経営である。従って、ハザラ人が経営するディーラーはハザラ人の従業員が、パシュトゥン人が経営するディーラーではパシュトゥン人従業員が目立つ。中にはバングラデシュ、インド、ネパール出身の従業員を抱える店舗もある。特にバングラデシュ人は重宝されているようで、調査対象の49件中、10件で雇用されていた。業者の規模は非常に小さく、アルハン最大のディーラーが例外的に70名の従業員を抱えている以外は、大きくても十数名規模で多くは数名規模の店舗である。また、アンケートの6問目「親族が経営するものも含めるとシャルジャに何店舗保有しているか」とハザラ人エリアで質問したところ、「多すぎて答えられない」との返答が相次ぎ、質問を取りやめた経緯がある。このことから店舗同士も親族関係にあることがわかる。あるディーラーは「岩見沢市民の大部分が中古部品ディーラーという状況を想定してみればよい」との比喩的な表現を使ってこのことを教えてくれた。アフガニスタンでの戦乱を背景として、ハザラ人コミュニティがそのままシャルジャに移動してきた、と考えても良いのかも知れない。

6. 民族ネットワークと流通する商品の差違

市場で流通する商品はアルハン・カレッジ裏のハザラ人中心のエリアとパシュトゥン人中心のJ&Pエリアで大きく異なっている。図6では、扱われる商品の割合を各ディーラーにて確認し、それを集約した結果をエリア毎に示した。機能性部品（エンジンやトランスミッション、足周り関係など）はアルハン・カレッジ裏が目立って多く、比較的細かで軽量なものも含まれる外装品はJ&Pでの扱いが目立っている。中古・事故トラックはアルハン・カレッジ裏、中古乗用車はJ&Pで目立った。図では明示されていないが、部品そのものにつ

いても、アルハン・カレッジ裏のディーラーの多くがトラック部品中心(乗用車部品も扱う)、J & Pのディーラーの多くが乗用車部品中心となっている。従ってハーフカットやノーズカットの扱いはJ & Pエリアに集中している。これらのことから、それぞれのエリアで商品についてある程度の「棲み分け」が成立していることがわかった。

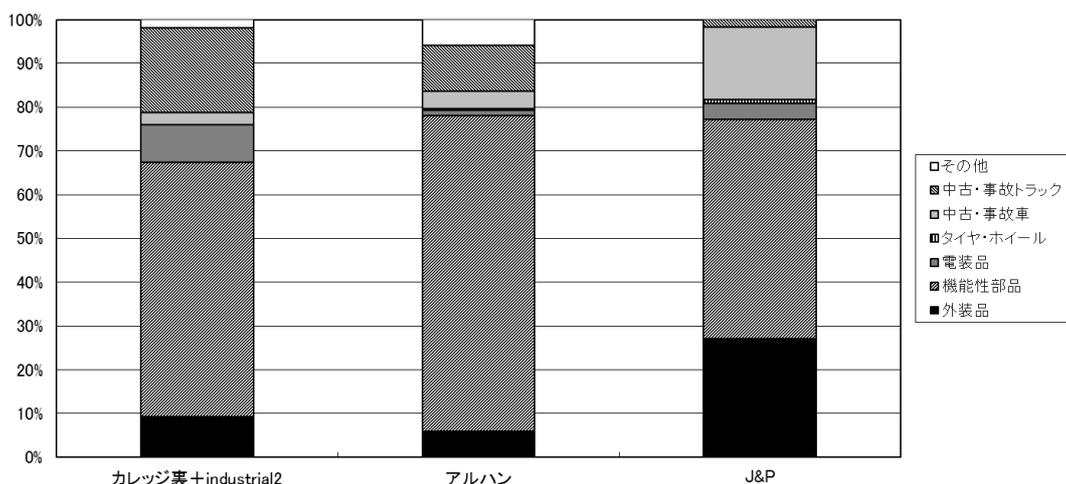


図6 エリア毎の商品の差異

注：「カレッジ裏」には隣接するインダストリアルエリア2の2件分（ハザラ系1件、日系1件）を含む。

7. 中古部品の調達先について

アンケートでは中古部品の調達先や販売先から市場の流通構造を把握することを試みた。表1からわかるように、調査対象の49件のうち、半数以上の26件が輸入による調達を行っていた。その中でも、最も多いのは日本から輸入を行うディーラーである。彼らはコンテナを日本から輸入し現地で中古部品を販売するが、中にはコンテナごと販売する業者もある。ディーラーの中でもパシュトゥン人は、商品調達のため日本にブランチを有しているケースが多い。少数派ではあるが、同じパキスタン人のバンジャブ人ディーラーもブランチを有していた。ブランチがない場合は、日本の解体業者にコンテナを置きそれに中古部品を積み込む、あるいは中古車輸出のサイドビジネスとして輸出中古車の隙間に部品を積み込むなどの手法で日本から輸入している。また、輸入を行うディーラーは、コンテナを捌いたり自らで解体作業をしたりする必要から、ヤードを有しているケースが多い。なお、かつてはほとんどが日本からの輸入に依存していたが、現在では調達先の多様化が進み、マレーシア、シンガポール、ニュージーランド等からの輸入も見られる。

一方で、輸入は行わず、シャルジャ市場で中古部品を調達するディーラーが15件であった。海外からシャルジャ市場に買い付けに来たバイヤー7件が含まれているとはいえ、シャルジャ市場に立地するディーラーでも、現地での調達を主とするものが一定存在する。彼らは部品輸入を行うディーラーから商品を調達し自らの店舗にストックする。彼らの強みは、

自ら調達する必要がある商品のみをそろえ、細かな需要に備えることができるところにある。エンジンのみの販売に徹しているディーラーや、ベンツやレクサスといった高級車の外装品に絞って取扱を行うディーラーもあり市場の中でも専門化が進んでいることが窺われる。ただし、この地域内での流通については、他民族からの調達は、主要な商品が異なることも関係して、同民族間の取引に比べると活発ではないように思われた。なお、この種のディーラーは輸入が中心のディーラーと異なり、基本的にヤードを持たない。

海外からのバイヤーにとっても日本などの輸出国ではなく、シャルジャ市場で調達することのメリットが存在する。シャルジャには狭いエリアで大量の中古部品が流通しているため、目的とする商品でコンテナを満載にすることが容易である。日本では散在する解体業者から特定の部品を大量に集荷することが困難なケースもあるものと思われる、この点はシャルジャ市場の優位性といえる。

表1 ディーラーの部品調達先

		輸入調達		
		○(日本)	○(日本+他国)	×
地元調達	○	4	2	15
	×	17	3	8

注：いずれも×となっているのは十分な聞き取りができなかったディーラーである。

8. 中古部品の販売先について

表2では、各ディーラーの販売先を整理した。△は一部行っていることを示す。これを見ると、49件中37件のディーラーでは輸出を行っており、多くが輸出販売をメインとしていることがわかる。輸出の方法について確認したところ、自らが輸出する場合とアフリカやロシアなどからのバイヤーが購入にくるケースがあることがわかった。輸出先は極めて多様であるが(表3)、目立つのがアフリカ諸国(ナイジェリア、ウガンダなど)、湾岸諸国(サウジアラビア・イラクなど)、ディーラーの出身国であるパキスタン・アフガニスタンである。国内販売を中心に行っているディーラーは9件であり、販売先は現地の中古部品ディーラー、自動車修理業者、中古車ディーラーなどである。特定の部品を大量にストックする専門化した中古部品ディーラーへの販売が中心であるといえる。

以上の調達先と販売先の結果から、流通構造をまとめたものが図7である。パキスタン、アフガニスタン、中東諸国向けの輸出については比較的バイヤーが少ないように思われ、各ディーラーが直接輸出するケースが多いのではないかと考えている。

表2 商品の販売先

		国内販売		
海外輸出		○	△	×
	○	2	10	23
	△	2	0	0
	×	5	0	7

注：いずれも×となっているのは十分な聞き取りができなかったディーラーである。

表3 主な商品の輸出先

国名	回答件数
ナイジェリア	13
アフリカ諸国	12
アフガニスタン	11
パキスタン	11
ウガンダ	11
サウジアラビア	10
イラク	8
ケニア	8
ロシア	8
バングラデシュ	7
トルクメニスタン	7
ソマリア	7
イラン	6
ウズベキスタン	6
オマーン	5
シリア	5
タンザニア	5
エジプト	4
ガーナ	4
タジキスタン	4

注：「回答件数」は具体的に上がった国名を合計したもの

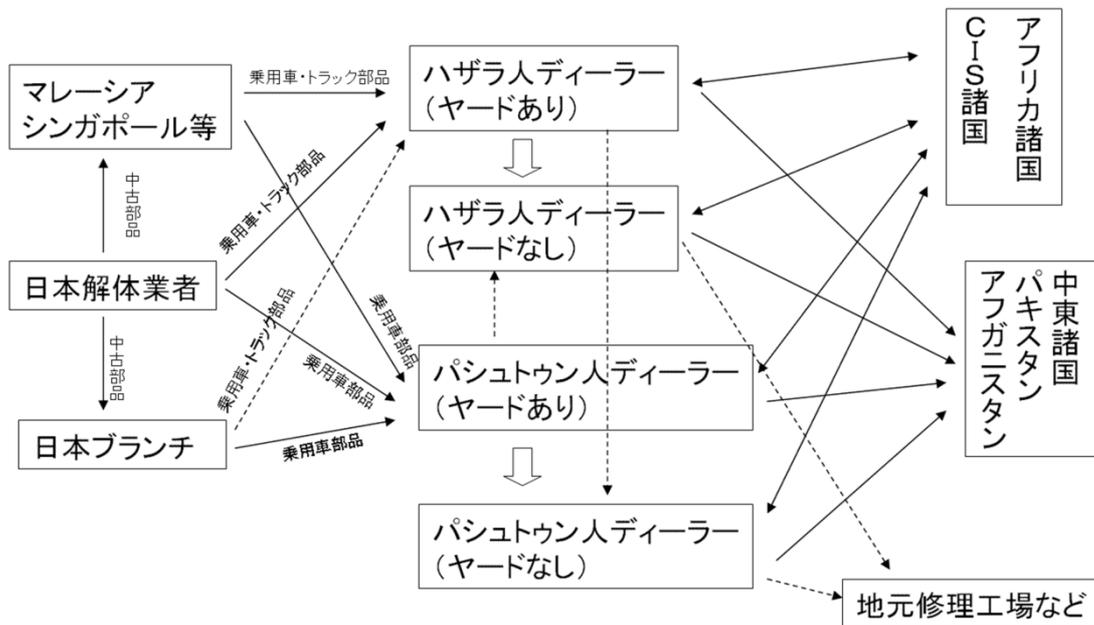


図7 シャルジャ市場における中古部品流通構造

注1：図中の点線は相対的に取引が活発でないことを示す

注2：図中の両端矢印は、海外バイヤーが買い付けに来訪し商品を輸出するケースが目立つ取引を示す

9. 中古部品産業の集積利益

このような流通構造の理解から、中古部品産業が地域的に集積することのメリットは非常に大きいのではないかと考える。

前編で述べたように中古部品には「供給制約」があるが、廃車の発生国から中古部品を大量に輸入し、地域的に集積したディーラーで扱うことにより、これが緩和される。この供給制約の緩和が「集積利益」となる。バイヤーにとっては目的とする商品の調達が可能になるため、来訪の機会を増やすだろう。このことが更なるディーラーの立地を促進する。また、当然ながら地域市場から部品を調達するディーラーにとっても集積利益が発生している。

今回のアンケートで、各ディーラーに対してシャルジャへの立地理由を聞いてみたところ、多くが「ビジネスの関係を構築することが容易」と答えた。より具体的には、①(来訪するバイヤーや専門化した部品をストックするディーラーにとって) 同業種集積であるため供給制約が緩和され目的とする中古部品の仕入が容易、②(売り手にとって) ①の利益があるため市場にバイヤーが引きつけられ中古部品に対する需要確保が容易、ということである。このような供給制約の緩和に関する集積利益がシャルジャ市場の優位性を生み出している。

次に、これも言及したように中古部品には財のタイプに関する「情報の非対称性」があり、取引の不確実性が高いという問題があるが、地域的な集積によりこれを緩和している。これがもう一つの集積利益である。現地の流通は主にハザラ人、パシュトゥン人という特定の民族によって担われており、また、市場内部で民族毎に「棲み分け」がある。日本など海外か

らの部品輸入の際、そしてシャルジャ市場内部での流通の際に、民族ネットワークを活用した取引が行われている。今回アンケートを行ったディーラーの6割以上が親族や同郷者のネットワークをビジネスに使っていると答えており、集積を背景にした同民族ネットワークによる取引が不確実性を軽減している。地域的な集積が信頼性の高い取引を担保しているともいえるだろう。また表4に示されるように彼らは取引において「商品の品質と信頼性」を非常に重視しており、この点でも集積を背景にした民族ネットワークによる取引は重要である。商材の差違など、同じシャルジャに立地しながらハザラ人とパシュトゥン人それぞれの市場の独立性が観察されることからこのことが説明できる。

10. まとめと課題

以上のように、シャルジャ市場が十数年に渡って国際流通のハブとして存続しているのはこのような集積利益があるためと考えられる。しかしながら、理由はそれだけではないと考えるのが妥当であろう。例えば、シャルジャ市場でも、親族からお金を融資してもらったり、同エリアで他の業者が行っているビジネスから様々なことを学んだりする、といったようなメリットも発生している。これは必ずしも中古部品産業の集積利益とはいえず、むしろ特定の地域に民族ネットワークが存在することによる集積利益といえる。従って、類似した状況は他の財でも見られている。

例えば、山本（2002）で紹介される神戸のケミカルシューズ産地における在日朝鮮・韓国人のネットワークが該当する。このネットワークは実際の取引に活用されることがないわけではないが、むしろ産業に関する情報交換の場として機能しており、フレキシブルな生産を可能にし、産地の優位性をもたらしているとしている。この点についてはより詳細な検討が必要であろう。

本稿のテーマは中古部品の属性から地域的集積を説明することであったが、依然究明が不十分な点が多々残されている。今後このテーマに対しては、同じように中古部品産業の集積が見られる他の地域との比較研究を行って、共通性と差違の整理を通じて、中古部品独自の集積利益を明らかにすることが求められる。また、岡本（2012）では、富山県伏木富山港周辺の中古自動車輸出ディーラーが多数立地し、地域経済にも大きな影響を与えていることを指摘しており、中古部品と同様、地域的集積が形成されているといえる。中古車をはじめとして、他の財の流通を対象として集積構造を分析するなどの研究も必要となる。

追記：本稿は浅妻裕・岡本勝規「中古品取引にみられる地域的集積の特徴について」（経済地理学会北東支部例会、2012年4月14日、東北学院大学）における報告を元とし、浅妻裕(2012a)(2012b)に加筆・修正したものである。また、財団法人国土地理協会研究助成による研究成果の一部である。

注

- 1) 日本国内では外国人企業家による中古部品産業の新たな地域的集積が見られる。筆者らは2012年

8月に大阪府の和泉市・岸和田市の国道170号線沿いのエリアを調査し、約2km強にわたって、中古部品ディーラーが集積していることを確認した。小規模なディーラーが軒を連ねて集積しているというよりも、各ディーラーがヤードを有し、一定の面積を有して立地する。国道沿いに単独で立地する企業もあるが、場所によっては国道沿いに数社が連なって立地していたり、国道から脇道に入ると、それに沿って業者がヤードを並べていたりするケースもある。その業者数は、日刊市況通信社(2012)によると、沿道には自動車関連のディーラー14社が立地し、沿道からやや北方1km程度離れたエリアにも5社が立地する。筆者らの現地調査では上記のリストに掲載されていない中古部品ディーラーも見つかっており実際にはもっと多いと考えられる。

集積が形成されたのは今から15年ほど前で、あるパキスタン人がこの場所に立地したことが外国人企業家進出のきっかけとなったという。そのパキスタン人企業家を頼って雇われた同国人が、その後知識や技能の向上とともにスピノフして近隣に事業所を構えた。またそれと並行して他国の外国人も立地するようになった。現在はオーナーあるいは従業員の国籍はパキスタン、インド、フィリピン、台湾、ボリビア、シリア、イラン、エジプト、スリランカ等極めて多様であり、さらに近年は、同じエリアに立地する自動車以外の中古品(電子機器、自転車)や鉄屑ディーラーも含めると、アフリカ系が増えているようだ。そこに世界中からのバイヤーが来訪する。取引相手は同国人の場合が多いようである。この調査結果は2012年10月に公表予定である。

参考文献

- 浅妻裕(2012a)：自動車中古部品産業の地域的集積に関する研究(前)、『月刊自動車リサイクル(連載自動車リサイクルの潮流第14回)』14：58-63.
- 浅妻裕(2012b)：自動車中古部品産業の地域的集積に関する研究(後)、『月刊自動車リサイクル(連載自動車リサイクルの潮流第15回)』15：58-63.
- 阿部新(2010)：東南アジアをどう見ていくか、『月刊整備界(連載：自動車リサイクルの現実と課題第70回)』40(4)：40-44.
- 石原武政(2000)：『商業組織の内部編成』千倉書房.
- 岡本勝規(2012)：ロシア向け中古車輸出動向と輸出業者の業態変容、『砺波散村地域研究所研究紀要』29：39-45.
- 高岡美佳(1999)：産業集積——取引システムの形成と変動——、『土地制度史學』162：48-61.
- 田村正紀(2001)：『流通原理』千倉書房.
- 日刊市況通信社(2012)：大阪府国道170号線苦境に立つ中古車部品輸出業、『メタル・リサイクル・マンズリー』489：20-21.
- 日本自動車リサイクル部品販売団体協議会(2010)：『「リサイクル部品」とともに15年——日本自動車リサイクル部品販売団体協議会15年史』日本自動車リサイクル部品販売団体協議会.

- 服部幸廣・鈴木規文・黄新民(2002)：東アジア諸国における日本製使用済み自動車の現状, 『平成14年度研究助成論文』(財団法人東京自動車技術普及協会)：39-42.
- 平岩幸弘(2011)：広州市の廃車回収解体と中古部品市場, 『月刊自動車リサイクル(連載自動車リサイクルの潮流第8回)』8：56-63.
- 福田友子・浅妻裕(2011)：日本を起点とする中古車再輸出システムに関する実態調査, 『開発論集』87：163-198.
- 山下裕子(1993)：市場における場の機能——秋葉原の価格形成プロセス, 『組織科学』27(1)：75-86.
- 山本俊一郎(2002)：神戸ケミカルシューズ産地におけるエスニシティの態様——在日韓国・朝鮮人経営者の社会経済的ネットワーク——, 『季刊地理学』54：1-19.
- Coase, R.H. (1988): *The Firm, the Market, and the Law*, Chicago: University of Chicago Press. コース, R.H.著, 宮沢健一・後藤晃・藤垣芳文訳 (1992)：『企業・市場・法』東洋経済新報社.
- Granovetter, M. (1985): "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddness," *The American Journal of Sociology*, 91:481-510.

<付録>

シャルジャの中古部品ディーラーに関する学術調査

(主として店舗経営者を対象とする)

調査票番号：

調査地点：地区番号_____ 通番号_____ 他の情報_____

調査日：_____

店舗形態：路面店 / ビルの一階に入居 / ビルの二階以上に入居 / プレハブ
/ 店舗なし / 他の形態_____

店舗名（店舗名なき場合は経営者氏名）：

Q1：店舗への入居年 _____

Q2：経営者がこの事業（中古部品ディーラー）を始めたのはいつか。 _____
どこで始めたか。 _____

Q3：経営者の nationality

パキスタン / アフガニスタン / UAE / インド / バングラデシュ /
その他（国名_____）

Q4：経営者のエスニックグループあるいは出身地

ハザラ / パシュトゥン / パンジャビー / ムハジール（カラチ出身） /
バローチ / ベンガリ / その他（_____）

Q5：従業員数（ビザを有している人数）と出身国（複数回答可）

_____人

パキスタン / アフガニスタン / UAE / インド / バングラデシュ /
その他（国名_____）

Q6：シャルジャに経営者の他の店舗はあるか

ある（___件） / 親族経営のものがある（___件） / ない

Q7：外国（シャルジャ以外）に経営者の他の店舗はあるか

ある（___件、主な国名_____） / ない

Q8：なぜシャルジャインダストリアルエリアに立地しているのか（複数回答可）

地価が安い / 税金が安い / 親族や友人の紹介 / 取引相手を探しやすい /

交通アクセスの良さ / 従業員の確保が容易 / アブシャガラ中古車市場に近い / その他 (_____)

Q9-1: 中心的な商材を主要なものから3つあげてください。あなたの好きなように教えてください。(例えば、ステアリングポンプ、オルタネーター、ワイパーモーター)

Q9-2: 扱っている部品は(複数回答可、それぞれ割合も)

外装品(____%) / 内装品(____%) / 機能性部品(____%) / 電装品(____%) /

タイヤ・ホイール(____%) / 新品部品(____%) / 中古車・ダメージカー(____%) /

中古・ダメージトラック(____%) / その他(____)(____%)

Q9-3: 主に扱っている部品は

乗用車向け部品 / トラック向け部品 / バス向け部品

Q10: 取り扱っている商品の量は(2011年の1年間の量を40ftコンテナ換算で)

約_____個分

Q11: 中心的な仕入先は(複数回答可)

シャルジャインダストリエリアの中古部品ディーラー /

UAE国内の中古部品ディーラー / UAE国内の自動車解体業者 /

日本の中古部品ディーラー・自動車解体業者 /

日本以外の海外の中古部品ディーラー・自動車解体業者(主要な国名_____)

その他(_____)

Q12: 中心的な販売先は(複数回答可)

個人ユーザー / シャルジャの中古部品ディーラー / UAE国内の中古部品ディーラー /

UAE国内の自動車ディーラー・修理工場 / アブシャガラの中古車ディーラー /

海外の中古部品ディーラー(主要な国名_____)

Q13: 取引において親族関係や同郷者のネットワークが活用されているか

はい / いいえ / どちらともいえない (口頭で理由も聞く)

Q14：取引相手を選ぶ時に最も重視するポイントは

部品の品揃え / 部品の品質・信頼性 / 取引相手の信頼性 / 納期の信頼性 /
決済方法 /

その他 (_____)

Q15：シャルジンダストリアルエリアにおける中古部品ディーラーの店舗数を教えてください
ください

約 _____ 店舗