

中・東欧

高付加価値品の生産拠点

ジェトロ海外調査部欧州ロシア CIS 課 古川 祐

EU加盟国のうち中・東欧8カ国(以下、CEE8)は近年、EU内での存在感を着実に高めている。これは、CEE8がそれぞれ構造改革を行ってきた結果である。高付加価値製品分野の生産拠点やマーケットとして注目されるCEE8の台頭は、EU全体の成長にもつながる。交渉中の日EU間の経済連携協定(EPA)が合意に達すれば、EUにおける日本企業のビジネス機会は広がる。

内需が経済のけん引役に

ポーランド、チェコ、スロバキア、ハンガリー、スロベニアは2004年5月、ルーマニアとブルガリアは07年1月、クロアチアは13年7月と、CEE8各国のEU加盟時期は異なる。経済レベルも同水準ではない。だが、旧共産圏である点と、安定的な経済成長が予測されるという点ではいずれも共通している。クロアチアの加盟翌年を除けば、CEE8の過去2年のGDP成長率は3%前後。欧州委員会(以下、欧州委)が16年2月に発表した「16年冬季経済予測」によると、

16~17年におけるCEE8のGDP成長率予測は1.5~4.2%の範囲で推移し、急成長はしないものの今後も着実な経済成長を遂げるとみられる(表1)。

この安定成長を支える重要な要素の一つが自動車産業である。国際自動車工業連合会(OICA)によると、CEE8における14年の自動車(乗

用車)生産台数は350万台^{注1}。順調に伸びれば数年で米国の生産台数(420万台)が視野に入るレベルだ。EU統計局によれば、加盟各国の製造業が生み出す付加価値における自動車分野の比率は、スロバキア(21.9%、13年)を筆頭に、チェコ(17.7%)、ハンガリー(17.6%)、ルーマニア(16.1%)、ドイツ(16.0%)と、域内4カ国が上位を占める。従来、CEE8における新車市場のプレゼンスは低かった。フランスの取引信用保険大手コファスによると、スロバキアでは自動車輸出(部品を含む)が輸出全体(金額ベース)の約25%を占める。つまり、CEE8の自動車産業においては外需が大きな役割を果たしてきたのだ。

この「外需」を捉えて日本企業もサプライヤーとして多く進出している。以前は欧州内の日系自動車メーカー向け部品供給が多かったが、近年では欧州自動車メーカー向けを目的とするサプライヤーの進出も目立つ。自動車部品メーカーの椿本チエインは、欧州自動車メーカー向けの生産拠点をチェコに設立することを15年5月に決定した。同国では二つ目の拠点となる。近隣西欧諸国などに欧州自動車メーカーの組立工場が多いため、日本のサプライヤーの進出は続きそうだ。

一方、経済的なインパクトとしては、外需ほどではないものの、新車販売にも期待できそうだ。前出のコファスは「中・東欧^{注2}は消費の先行き見通しの改善や原油安などを背景として、内需が改善に向かう」と分析する。CEE8における大きな中古車市場は、今後の新車市場の伸びしろともいえる。内需拡大は自動車だけに限らない。欧州委は、同地域における17年までの経済成長は、いずれの国でも内需がけん引すると見通す。この地域における消費市場拡大をビジネス機会と捉え、EU域外から進出する企業もある(表2)。化粧品ブランド「ミシャ」を展開する韓国のエイブル

表1 CEE8のGDP成長率(予測)

	(単位: %)			
	2014年	15年	16年	17年
ポーランド	3.3	3.5	3.5	3.5
チェコ	2.0	4.5	2.3	2.7
スロバキア	2.5	3.5	3.2	3.4
ハンガリー	3.7	2.7	2.1	2.5
スロベニア	3.0	2.5	1.8	2.3
ルーマニア	3.0	3.6	4.2	3.7
ブルガリア	1.5	2.2	1.5	2.0
クロアチア	▲0.4	1.8	2.1	2.1
EU28	1.4	1.9	1.9	2.0
ブラジル	0.1	▲3.8	▲3.0	0.3
ロシア	0.6	▲3.7	▲1.2	0.3
インド	7.1	7.2	7.4	7.5
中国	7.3	6.9	6.5	6.2
米国	2.4	2.5	2.7	2.6
世界	3.3	3.0	3.3	3.5

注: 2015年は暫定値。2016~17年は予測値。
 出所: 欧州委員会「2016年冬季経済予測」(2016年2月発表)

表2 EU域外からCEE 8市場への進出事例

進出分野	進出企業	企業本籍地	進出先	進出概要	CEE8に対する見方（進出理由）	発表・報道時期
1 化粧品	エイブル C&C	韓国	ポーランド	同社が展開するコスメブランド「ミシャ」の専門販売店を西部ポズナンに初めて開店	「化粧品市場は過去5年で5%拡大、同期間における消費者ニーズは66%増と、とても高い成長が見込める。ポーランドの消費者はブランドよりも品質と手ごろな価格を重視」（同社プレスリリース）	2015年3月
2 食品	オルクラ	ノルウェー	チェコ	缶詰やレディーミールなどを生産するハマー（チェコ）の買収を発表。同社が持つチェコ、スロバキア、ハンガリー、ルーマニアなどの市場を獲得	「中欧の魅力的な市場」（ベテル・A・ルジツカ社長兼最高経営責任者）	2015年12月
3 小売り	タワー・プロパティ・ファンド	南アフリカ共和国	クロアチア	食品小売大手アグロコールグループから、スーパーマーケット「コンズム」やショッピングセンターなどを買収	「欧州における新市場開拓」（同社プレスリリース）	2016年1月
4 アウトドア用品	マーマット	米国	ルーマニア	中欧および南東欧初の同社ブランド公式取扱店を西部ティシヨアラに設置	「ルーマニアの（2,000万人という）人口規模と、近年みられるとてもポジティブな（経済の）トレンドから、大きな可能性を感じる」（マーマット・マウンテン・ヨーロッパの新興市場開拓責任者ヤン・シャブマン氏）	2015年9月

資料：各社プレスリリースや報道（4は報道ベース）を基に作成

C & Cは、ポーランドの化粧品市場は「非常に高い成長が見込める」として、化粧品専門店を15年に開店。同国内でネット販売も行う。

日本企業はどうか。特にB to B分野での進出が目立つ。コニカミノルタは15年7月、「チェコを起点として東欧から中欧地域での持続的成長を実現できる」（同社）として、チェコのITサービス企業の買収を発表した。これにより、チェコ企業が持つITを活用したソリューションと、コニカミノルタ現地法人が得意とするドキュメントソリューションをワンストップで提供することが可能となり、新規顧客開拓につながる。中・東欧市場の成長性に着目した動きといえよう。

EUでのプレゼンス拡大

CEE 8は、安定した経済成長もありEU内での存在感を高めつつある。EU 28カ国におけるCEE 8のGDPの割合は、15年に7.27%となった（表3）。04年比1.4倍。04年と20年予測との比較では1.5倍になる。

GDP総額押し上げにつながるような、高付加価値製品をCEE 8域内で生産しようとする動きもある。米国のGE（ゼネラル・エレクトリック）は16年1月、チェコ政府と対チェコ追加投資計画に関する覚書に調印した。同社は、国内にターボプロップ・エンジンの開発・試験・製造施設を設立し、開発・試験を行った後、20年から製造を開始し、製品を米国の航空機メーカー、テキストロン・アビエーションに納入する予定だ。

一方、CEE 8の経済成長を支える重要な要素の一つとして、EU基金の存在がある。これは、EU加盟国の経済発展促進や地域格差是正に向けた補助金のこと。14~20年における総額3,510億ユーロに及ぶ基金^{注3}のうち1,773億ユーロがCEE 8への割当額で、全体の50.5%を占める（国別ではポーランドの774億ユーロ、ルーマニアの229億ユーロなどが大きい）。経済規模自体は大きくないものの、それを下支える資金面での手厚いサポートは、EUにおけるCEE 8の将来性を感じさせる。

同地域のプレゼンス拡大は経済面だけではない。EUの政治の世界では14年12月、EU諸機関の中で最も強い権限を持つ欧州理事会の常任議長（EU大統領）に、ポーランドの元首相トusk氏が就任した。ロシア・ウクライナ問題でのポーランドの影響力に期待しての人選だったともいわれる。CEE 8の理解者がEUのトップに就任する意義は大きい。

日本とEUは現在、16年の早い時期での日EU・EPA合意を目指し交渉中である。日本企業が同EPAを活用する場合、ビジネス対象は経済規模が大きい西欧中心となることは確実だ。しかしCEE 8の10年後を見据えれば、高付加価値分野の生産拠点やマーケットとしてのビジネス機会が広がることも確かだろう。


日本企業も実際に進出し始めている。CEE 8の経済成長は、EUにも成長をもたらすだろう。新興国経済が芳しくない今だからこそ、安定成長を続けるCEE 8に目を向ける時期にきているのではないか。 

表3 CEE 8のGDP 総額（対EU 28比・対世界比）

	（単位：%）		
	2004年	15年	20年
EU28（100%）	5.08	7.27	7.69
世界（100%）	1.60	1.61	1.61

注：計算に用いた2015~20年のGDP額はIMF予測値
資料：国際通貨基金（IMF）を基に作成

注1：ブルガリアとクロアチアを除く6カ国における乗用車生産台数の合計（OICA統計）。

注2：CEE8以外の中・東欧の国も含む。

注3：欧州構造投資基金（ESIF）のうち、地域開発基金（ERDF）、結束基金（CF）、社会基金（ESF）の合計分。