

トルコの繊維産業の現状と将来展望

イスタンブール事務所 中島 敏博

1. 中国製品に奪われる市場シェア

2005 年に WTO が繊維製品の輸入割当制度を撤廃して以来、トルコ製品の市場は中国製品に侵食され続けている。トルコの繊維産業は、世界市場での生き残りを賭け、生産コスト削減や高付加価値化、ブランド化など新たな戦略展開の必要に迫られている。繊維産業の現状と問題点、将来展望について報告する。

繊維製品輸出は輸出総額の 25.9%を占め、繊維産業は GDP の 7.5%、工業生産全体の 19.9%、製造業雇用の 23.9%(公式登録者のみ)を生み出している(05 年実績)(注 1)。また、アパレル輸出では世界第 4 位(EU 向け第 2 位)、テキスタイルでは第 10 位(同第 2 位)である。

＜競合で対米輸出が減少＞

WTO は 05 年 1 月、繊維製品の輸入割当制度を撤廃した。これを契機に、トルコの繊維産業は中国などアジアの繊維大国と「自由競争」で市場シェアを奪い合うことになった。

05 年の繊維製品輸出は前年比 7.3%増で、品目別では最大のニット製衣料品が 5.2%増、ニットを除く布帛製衣料品が 7.0%増、綿花、綿糸、綿織物は 3.6%減だった。これら繊維製品の 65.0%が EU 向けで、国別では首位のドイツ向けが 0.3%の微増、2 位の英国が 10.2%増、4 位のフランスが 6.0%増で、それに次ぐイタリア、オランダ、スペイン、ロシアは軒並み 2 桁増だった。

しかし 3 位の米国向けは 13.9%減だった。ドルに対するリラ高が進んだことに加え、中国製繊維製品の対米輸出が 60.3%(出所: World Trade Atlas (WTA): 各国統計をドル換算で集計した貿易統計データベース)と急増した影響を大きく被っている。EU 市場でも中国製品との価格競争で苦戦を強いられており、業界は人口規模と潜在購買力の大きいロシアに注目するなど、新たな市場開拓に力を入れている。

＜中国の輸出自主規制で EU 市場では一息＞

05 年のトルコの EU 向け繊維品輸出は増加した。しかし WTA で、同年の EU の繊維製品市場におけるシェアを見ると、トップの中国が 04 年の 27.1%から 05 年には 32.1%に拡大し

ているのに対し、2位のトルコは2年続いて20%前後で拡大基調にはない。これは、同時期にユーロに対するリラ高が進行し、輸出の価格競争力が落ちたことも要因である。

トルコの繊維業界は、05年以降の中国製繊維品の輸入急増に同様の危機感を抱く欧州繊維産業連盟（EURATEX）と共同歩調を取り、EUに対中特別セーフガード発動を働きかけた。

結局EUは、05年6月に中国側がTシャツなど10品目の輸出を今後3年間自主規制することを受け入れたため、セーフガード発動を見送った。ところが中国製繊維品の輸入は次々に自主規制枠を超過、輸入停止措置が取られるなど市場が混乱し、一部の製品が品薄状態に陥った。このため、安定した調達先としてトルコからの輸入が継続され、トルコは市場シェアの急激な喪失を免れた。しかし、中国の輸出自主規制は08年6月で失効し、延長の見込みはない。その後の欧州市場をいかにして死守するのか、早急な戦略展開が求められている。

<価格競争を脱し、高付加価値化を目指す>

トルコの繊維業界は、欧米輸出市場で中国製品と価格競争しても勝てる見込みがないことを認識、欧州業界の先例に倣って原系から二次製品に至る付加価値の向上を今後の方針としている。具体的には、最新鋭設備の導入や技術革新、デザイナーの育成、国際見本市における宣伝活動を通じてトルコ製品の高品質化、高価格化を図りたい意向だ。政府も支援態勢を整え、貿易庁主導で「テュルクオリティー（Turququality）」政策が打ち出されている。これは、同庁が定める基準を達成した企業に認証を賦与し、その品質とブランド性を保証しようというものである。ただ現時点で認証を受けた企業は15社、デザイナーは3人に過ぎず、まだ十分に普及しているとはいえない。

<中国製品による国内市場蚕食防止に躍起>

一方、早くからブランド化を図ってきた大企業はともかく、多くの中小企業は依然として低価格品生産から脱却していない。ところが、国内の低価格衣料品市場でさえ、中国やインド、バングラデシュなどの製品に蚕食されている。05年のトルコのアパレル輸入は前年比20.6%増の7億5,080万ドル、国別では中国（構成比20.8%）が前年比19.0%増、次いでイタリア（同12.0%）が12.0%増、インド、バングラデシュ、ドイツが続く。インドからの輸入は前年から2.2倍増で中国に次ぐ勢いだ。中小の繊維企業は輸出余力に乏しく、国内市場でこうした国々の製品と競合する。政府は05年、中小企業の国内シェア保護を目的に中国の繊維製品42品目に対してセーフガードを発動、06年にはさらに2品目を追加した（注2）。

注1：本稿では、繊維・衣料品部門による製品を繊維製品と総括し、これを便宜上、原料、テキスタイル、アパレルとに分け、原料を綿花、羊毛、モヘアに、テキスタイルを綿糸、毛糸、綿織物（デニムを含む）、毛織物（ウール、モヘア）、化学繊維（合繊：アクリル、ポリエステル、ナイロンを含む）、各種ホームテキスタイル（タオル、ベッド・シーツ/カバー、カーテン、テーブルクロス、毛布、枕、クッションなど）に、アパレルを布帛（非ニット、織物）衣料、ニット（編物）衣料に細分するものとする。

なお統計数値（推計値を含む）の出所は、特に断らない限り、トルコ統計機構（TUIK）および国家計画庁（DPT）。

注2：対象品目は、綿織物、ニット製下着、綿製タオル、靴下、手袋、スカート、ブラジャー、化繊長繊維織物、布帛下着、布帛ベッドカバー、毛織物、水着、絹製衣類など。

http://www.itkib.org.tr/ithalat/dosyalar/ithalat_tebliğ_kota_2005-9.doc （トルコ語）

（参照：繊維製品輸出入統計）

2. コスト削減狙い、周辺諸国へ生産拠点を移転

繊維産業は過去数十年、主要輸出産業として経済を牽引してきた。しかし、近年のリラ高や最低賃金の上昇、社会保障負担の増大、欧州でも高いエネルギー価格など、労働・生産コストの上昇が、国際競争力の低下につながっている。コスト削減の切り札として、ここ数年は周辺諸国への生産拠点移転が活発に行われている。

＜過去 25 年間、基幹産業として輸出を牽引＞

1980 年に約 30 億ドルだったトルコの輸出総額は、貿易の自由化と工業化の発展に伴い、2005 年には 7,312 億ドルと、25 年間で 243 倍に拡大した。繊維製品輸出も、その内訳を原料や綿糸・綿織物から完成衣料品へと変化させながら、同じ 25 年間に 7,770 万ドルから 1,888 億ドルへ 2,430 倍拡大した。

過去 25 年間の繊維製品輸出は、輸出全体の 10 倍のペースで伸びたわけで、繊維産業はまさにトルコ経済を力強く牽引する基幹産業であった。しかし、長年輸出品目のトップだった繊維製品もここ数年その伸びを鈍化させており、04 年には自動車・同部品にトップの座を譲り渡した。家電製品を中心とした電気機器も、主力輸出品として繊維製品を追い上げている。

イスタンブール繊維・衣料品輸出組合 (ITKIB) は、トルコ繊維業界の強みを以下のように挙げる。

- ・ 原料生産から完成品の縫製まで国内で行っている。ボタンやファスナーなどのアクセサリ産業も完備している。このため、あらゆる種類のデザインやファッション性に対応できる柔軟性を持つ。
- ・ 若年層を中心に勤勉な労働力が豊富。
- ・ ほとんどの企業が ISO9001、ISO9002 認証を受けており、EU の繊維商標に関する指令 (Council Directive 71/307/EEC)、繊維構成量に関する指令 Council Directive 73/44/EEC) への技術的整合を完了しているなど、国際的な品質基準に達している。
- ・ EU との関税同盟のほか、ルーマニア、ブルガリア、クロアチア、マケドニア、ボスニア・ヘルツェゴヴィナ、EFTA、イスラエル、パレスチナ、チュニジア、モロッコとの間で自由貿易協定 (FTA) が発効、シリア、エジプトとも締結されており、こうした国々と有利な条件で貿易ができる。
- ・ 欧州市場へは陸上輸送で 6～11 日、海上輸送で 10～11 日の距離にあり、注文から 6 週間以内の納品が可能。これは中国による欧州市場向け納期の約半分。

しかし近年はこれらを相殺する勢いで生産コストが上昇、繊維産業の国際競争力は大幅に低下している。

＜人件費は上昇、労働生産性は低下＞

05 年の鉱工業生産指数は、製造業全体では前年比 4.8%増だったのに対し、テキスタイルは 11.9%減、アパレルは 12.5%減だった。主要輸出産業である自動車（9.6%増）、電気機器（16.6%増）に比べ、大幅な減少である。これは、中国製品との競争で国内外の市場シェアが奪われていること、シェア奪還のための生産コスト削減が進んでいないこと、高級品市場参入に必要なブランド力がまだ育っていないことなどが原因と考えられる。

繊維産業の生産コスト削減は、他の産業に比べて大幅に遅れている。モルガン・スタンレーによると、繊維産業の単位労働コスト（注 1）は経済危機後の 4 年間で 15.6%上昇したが、電機産業では 51.1%低下している。逆に労働生産性（注 2）は前者が 1.8%低下、後者が 60.4%上昇している。同社によれば、この違いを生み出したのは設備投資の有無である。電機産業の生産現場では、生産効率を上げる機械導入など大規模な投資が行われたのに対し、繊維産業ではほとんど行われず、人件費は上昇したのに従業員一人一人が生産する付加価値額は低下する結果となっている。

トルコの最低賃金は 331 ユーロ（06 年 1 月時点 / 1 ユーロ＝1.599YTL）で、EU 加盟 7 カ国（チェコ、ハンガリー、ポーランド、エストニア、スロバキア、リトアニア、ラトビア）を上回る（出所：Eurostat、2006 年 7 月 13 日プレスリリース）。現在トルコの繊維産業が雇用する労働者は、58 万 5,000 人、未登録就労者を含めると約 200 万人が就労しているとされ、製造業では最大の労働集約型産業である。ITKIB は、繊維産業の人件費は、社会保障費も含め一人当たり 600～700 ドルに及んでいると指摘する（注 3）。

＜エネルギー価格と原材料の輸入依存もコスト削減のネック＞

そのほか、電力価格が生産コスト削減のネックとなっている。国際エネルギー機関(IEA)によると、トルコの電力価格は 1kWh 当たり 10.5 セントで、欧州域内で最低のスウェーデン(同 3.4 セント)の 3 倍以上である(2005 年末時点)。OECD 諸国ではイタリア、日本に次いで 3 番目に高い。

またトルコは、世界第 6 位の綿花生産国であるにもかかわらず、繊維・衣料品生産に必要な綿花、綿糸、綿織物などを国内で供給することができず、相当量を輸入している。たとえば綿花は 05 年の輸入総額の 1.6%を占め（輸入品目としては 11 位）、前年比で 4.0%増となった。米国からの輸入が 6 割以上を占めた。化学繊維生産も国内の織物・衣料品の生産需要を満たすには到らず、輸入に依存している。アクリル繊維は 40.7%、ポリエステル

ル繊維は 29.6%、ナイロン繊維は 41.7%を輸入(04 年)している。05 年の化学繊維全体の輸入額は前年比 2.4%増だった。

仕立て地となるテキスタイルの輸入も、05 年は前年比 5.1%増の 59 億 4,800 万ドル、輸入相手国はイタリアを筆頭に、中国、米国、ドイツ、韓国、インド、パキスタン、インドネシア、ギリシャ、マレーシア、英国の順だった。なかでも中国からの輸入が増加しており、前年比 33.8%増だった。EU にとってトルコは、テキスタイル輸出で第 4 位の仕向け国である。

中国の猛烈な追い上げに対抗するには政府の支援が不可欠と訴える繊維業界に対し、政府は 06 年 3 月、輸入品を含む繊維製品の付加価値税(VAT)を 18%から 8%に引き下げた。ところが、高級輸入ブランド衣料の売上げが伸び、中級以下の衣料品消費は伸びないという、業界にとって苦々しい結果となった。トラキヤ工業・企業家協会は、「外国ブランド輸入業者と高級品購買力のある一部消費者を喜ばせた」と落胆のコメントを寄せた。

＜近隣諸国への生産拠点移動＞

一方、一部の企業は早い段階からバルカン諸国や中央アジアなど、労働・生産コストの安い地域での生産に乗り出している。綿花生産の盛んなトルクメニスタンには、チャルック財閥傘下の GAP テキスタイル (Guneydogu Tekstil : 米国の衣料ブランド GAP とは異なる) が同国政府との合併で工場を建設している。トルクメニスタンには当時米国の輸入割当枠が課されていなかったため、01 年からホームテキスタイルやデニムを生産、対米輸出している。良質な綿花生産で知られるウズベキスタンにも 35 社が進出しており、なかでもブルセル・ホールディング(Bursel Holding)は、三菱商事との合併で同国内に 12 の紡績工場を擁する。

コスト問題が顕在化し始めた 2000 年以降、バルカン諸国への進出も進んだ。ブルガリアでは、マセル・ホールディング(Maser holding)が 2000 年からウールとリネンをソフィアで生産しているほか、大手ビルコント(Bilkont)の親会社シャーヒンレル・ホールディング(Sahinler holding)は、2001 年に同国南東部のカルドザリで繊維・衣料品工場を立ち上げている。

またモルドバでは、1997 年にインフィニティ(Infinity)が、首都キシナウで対米輸出用の下着生産を開始した。その後、ネルギス・ホールディング(Nergis holding)傘下のアセナ・テクスティル(Asena Tekstil)が 01 年にチャディルルンガに大規模な繊維・衣料品工場を設立、次いでノースサイド・テクスティル(Northside Tekstil)が 04 年からキシナウで衣料品生産を始めた。ただし、03 年頃までにブルガリアなどで生産コストが上昇し始め

たため、バルカン諸国への進出は現在縮小傾向にある。

03 年以降になると、より低い生産コストを求めて、前出のシャーヒンレルがヨルダン、エジプトに進出、投資先として両国への関心が高まった。他にも 12 社がロシア、ウズベキスタン、チェコ、スロバキア、エジプト、チュニジアなど近隣諸国に生産拠点を移転、進出範囲に広がりが出てきた。

ヨルダン、エジプト両国は、それぞれ 1997 年 11 月、2004 年 12 月に米国と資格産業区域 (QIZ) 協定を調印している。QIZ 内で生産された製品は、一定の条件を満たせば、無関税、輸入割当枠なしで米国に輸出できる。特にエジプトは良質な綿花生産国でエネルギーコストも低いことから、投資先としてトルコ企業の関心が高まっている。トルコの対エジプト投資額は繊維、自動車部品などの分野ですでに 15 億ドル規模に達している。

イスタンブール既製服輸出組合 (IHKIB) のウスタ氏は、繊維業界のエジプト投資について、「QIZ は進出要因のひとつではあるが、最大の魅力はむしろエネルギーコスト、人件費の安さ」であり、トルコ国内での工場建設にはもはや利点はないと述べた。IHKIB は、繊維企業の海外進出に伴って進出国で 3 万 8,000 人の雇用が創出される一方、国内では 15 万人以上の雇用が失われ、トルコの輸出額の 20 億ドル以上は進出国に移ったと見積もっている (注 4)。

最近是中国への進出を検討する企業も現れている。前出のシャーヒンレル、コルハン・テクスティル (Korhan Tekstil)、エロール・グループ (Eroglu Group) 傘下のコリンズ・ジーンズ (Colin's Jeans) などだ。ロシア全土で 46 の店舗を展開するコリンズ・ジーンズはモスクワ近郊のデニム工場を閉鎖、07 年を目処に中国に工場を設立することを決めている。最大のライバルともいえる中国進出が考慮され始めた背景には、低労賃だけでなく、中国の巨大な国内市場、対米輸出の輸送コスト削減などが挙げられる。

＜中小企業は苦悩＞

トルコの繊維産業は歴史も長く、紡績から完成品生産まで手がける総合産業だが、企業規模によって経営環境も大いに異なる。繊維関連企業は 3 万 5,000 社以上あるが、そのうち 83 社が、イスタンブール工業会議所が毎年発表するトルコ製造業上位 500 社 (IS0500 : 注 5) のランキングに名を連ねる大企業で、ゾール、サンコ、サバンジュなど多事業展開の財閥傘下にある。しかし残りはすべて中小企業である。

財閥系の大手企業は世界のファッション動向に敏感で、それに応じた設備投資も進んでおり、必要な資金調達も円滑に行える。海外への工場移転で生産コスト削減を図る一方で、

繊維部門の経営が多少の赤字でも財閥グループ内の観光、建設など他部門の収益で持ちこたえることができる。しかし自社ブランドを持たない大多数の中小企業は資金面も含めて競争力に劣り、中国などからの輸出攻勢を受けて厳しい状況に置かれている。特に紡績や染色など、縫製以外の工程を他社に外注する中小規模の工場はコスト削減が進まず、リストラや倒産などの問題に直面している。

(参照：鉱工業生産指数、繊維企業の海外進出)

注 1：当該産業で支払われた名目雇用者報酬を、当該産業が創出した実質 GDP で割った比率。人件費の指標となる。

注 2：当該産業が生産した付加価値額を、投入された労働力で割った比率。従業員一人が生み出す付加価値額。

注 3：ITKIB イスタンブール繊維・衣料品輸出組合 (<http://www.itkib.org.tr/>)

注 4：IHKIB イスタンブール既製服輸出組合 (<http://www.ihkibhazirgiyim.k12.tr/>)

注 5：トルコ製造業トップ 500 (IS0500) は、イスタンブール工業会議所 (IS0) が毎年発表している。

http://www.iso.org.tr/500buyuk_Default.asp

3. 自給できない繊維原料

トルコの綿花生産は世界第 6 位、化学繊維生産は第 8 位の規模を誇る。しかし、国内におけるテキスタイル、アパレルの生産需要を満たせず、原材料の輸入依存度が拡大している。その一方で、トルコ産のオーガニックコットンやデニム生地などはその高品質が国際的に認められつつある。

＜オーガニックコットン生産は世界第 2 位＞

綿花生産は 04/05 年に 92 万 5,000 トンで、世界第 6 位の規模を誇る。生産は南部のチュクロヴァ平原(アダナ県)が中心だが、89 年に始まった南東アナトリア開発計画(GAP：注 1)に基づくすべての灌漑が完了すれば、綿花生産量は倍増すると期待されている。94 年に灌漑が完了したシャンルウルファ県のハラン地方では、04/05 年は国内生産量の約半分に相当する 47 万 1,000 トンが産出されている。

オーガニックコットンの生産量は米国に次ぐ世界第 2 位で、03 年の生産量は約 3 万 4,900 トンだった。生産地は、南東部のシャンルウルファ県が 62.9%、エーゲ地方のアイドゥン県が 28.2%、イズミル県が 6.3%である(03 年、出所：農業・村落省)。

綿糸生産は 04 年に前年比 4.0%増の 113 万 6,000 トン、化繊糸は 4.0%増の 69 万 5,100 トン、毛糸は 3.0%増の 15 万 200 トンだった。

＜国際的に認められつつあるトルコ産デニム＞

テキスタイルでは、04 年の綿織物生産が前年比 4.4%増の 19 億 4,660 万メートル、化学繊維織物が 4.0%増の 6 億 4,210 万メートル、毛織物が 3.1%増の 5,740 万メートルだった。こうした織物生産はイスタンブール、ブルサ、アダナ、カフラマンマラシュ、ガズィアンテプ、デニズリ、イズミル、テキルダア、カイセリ、ウシャク各県で行われている。環境規格である「エコテックス規格 100」を取得している企業も多い。

綿織物生産の約 30%はデニムが占める。マーヴィ(Mavi)、リトル・ビッグ(LittleBig)、コリンズ(Collins)など、トルコのジーンズ・ブランドの国際的知名度が上がるとともに、トルコ産デニムの質の良さも認められるようになってきた。05 年のジーンズ輸出は衣料品輸出全体の 28%を占め、前年比 28%増と他の衣料品を凌ぐ好調ぶりをみせている。デニム生産ではサンコ財閥傘下のイスコ(ISKO)が有名で、トルコ製造業トップ 500 (IS0500)でも第 79 位に入っている。

＜化繊生産は財閥系企業が独占＞

化学繊維の生産では世界第 8 位である。アクリル繊維生産で最大の阿克苏(AKSA：アッキョク・グループ傘下、ISO500：31 位)が年間約 25 万トンの生産能力を有している。アッキョク財閥は化学、エネルギー主体の業務展開を行っており、傘下に電力会社を擁するため、エネルギーコスト削減では有利である。

ポリエステル繊維では、サバンジュ財閥傘下のアドヴァンサ(Advansa、ISO500：38 位)が最大手で、本社はオランダにある。サバンジュ財閥がデュボンの株式を買収した後、05 年にグループ内の化繊企業ササ(Sasa)を統合した。同財閥は、産業用ナイロン繊維のコルドサ(Kordosa、ISO500：103 位)も傘下に持つ。ポリエステル繊維では、ゾール財閥傘下のコルテクス(Korteks、ISO500：40 位)がアドヴァンサに次ぐ。

＜輸入依存の高い羊毛＞

毛織物では、アンカラを原産地とするアンゴラ(アンカラの旧名)山羊の獣毛が原料のモヘア織りが有名で、生産量は世界第 3 位(2005 年、出所：イスタンブール繊維・衣料品輸出組合(ITKIB))である。しかし、アンゴラ山羊の減少もあってモヘア織りは年々減少しており、05 年は前年比 0.7%減の 302 トンと 80 年代の 7 分の 1 の規模である。

05 年の羊毛の生産は前年比 0.4%増の 4 万 6,175 トン(うちメリノウール 5.1%)だった。しかしそれでは生産需要をまかなえず、多くを輸入に依存している。貿易庁によると、世界で羊毛輸入が多いのはイタリア、中国、ドイツだが、トルコはそれに次ぐ第 4 位である(05 年)。輸入先はオーストラリアが主体だったが、現在はチェコ、アルゼンチン、中国の 3 カ国が輸入の半分を占める。04 年の輸入額は前年比 26.2%増の 1 億 3,283 万ドルだった。毛織物ではサバンジュ財閥のユンサ(Yunsa、ISO500：322 位)が最大で年間 800 メートルの生産能力を持つ。

注 1：南東部アナトリア開発計画(GAP)は 89 年に始まったトルコ最大の地域開発プロジェクトで、全国面積の約 10%を占める南東部地域に総額 320 億ドルの予算を投入して、トルコが源流のチグリス・ユーフラテス川流域へ 22 のダム、19 の水力発電所、灌漑設備、都市・農村インフラを整備するほか、工業、教育、交通、保健衛生、住宅、観光、その他さまざまな分野における地域振興を図ろうとするもの。2004 年末までの計画達成率は 54.1%。

注 2：同社のデニム生地は、米国の CONE との合併企業イスコネ(ISKONE)を通じて Levi's の 501 ジーンズに供給されている。イスコのブルサ・イネギョルにある工場は約 50 万の紡績機を擁し、一日あたり 250 トンの綿糸、年間 1 億 2,000 万メートル(うち 80%がデニム)の綿織物を生産している。

4. 3 大集積地はイスタンブール、ブルサ、デニズリ

長い歴史を持つトルコの繊維産業には地方ごとに特産品があり、世界的な輸出企業が育っている。しかしやはりファッションの都はイスタンブールで、繊維産業の 6 割が集中する。

<ローマ時代に遡る繊維産業の歴史>

トルコの繊維産業は、ローマ時代以来の古い歴史を持ち、綿花、羊毛など豊富な原材料に恵まれて発展してきた。オスマン帝国時代は欧州向け輸出品として絹織物の重要性が高まった。また 16 世紀後半は軍服の需要が増えて綿衣料の生産が活発になった。16～17 世紀にはエーゲ地方、南部アナトリア地方、シリア北部などで綿花栽培が盛んとなり、スルタンの肝いりで高品質なエジプト綿花の種が南部のチュクロヴァ平原にもたらされた。

19 世紀にはいると、オスマン帝国の繊維産業は産業革命に伴う廉価な英国製衣類の流入によって、大打撃を受ける。しかし、19 世紀末の欧州での経済危機と帝国の人口増加をきっかけに 1870 年代には回復、20 世紀初頭の 15 年間でチュクロヴァの綿花生産は 3 倍に拡大した。

トルコの繊維産業の近代化が始まるのは 20 世紀半ば頃で、1950 年代に米国の支援を受けた農業の機械化が進み、70 年代には綿花から完成品生産に至る産業構造ができあがった。80～90 年代にはトルコ経済の牽引力としての役割を果たした。

<トルコファッションの中心地：イスタンブール>

イスタンブール繊維・衣料品輸出組合（ITKIB）の 2001 年のデータによると、イスタンブール県には繊維企業の 59.2%が集中している。このうちの約 24%は中小企業である。イスタンブールの縫製業は、19 世紀前半に欧州の技術革新をいち早く取り入れ、高級衣料の縫製を独占してから急速な台頭を見せた。現在でもトルコアパレルの縫製工場は、イスタンブール近郊に集中している。

イスタンブールはトルコファッションの中心地と位置づけられ、ミラノやパリに匹敵する地位を目指して、貿易庁の後押しで欧州での見本市やファッションショーに参加するなど官民一体の取り組みが行われている。アパレルでは、紳士・婦人服のキール(Kigili)、ベイメン(Beymen)、ネットワーク(Net Work)、ダマト(Damat)、サラル(sarar)、ヤルグジュ(yargici)、カジュアルのオクソ(OXXO)、FBI、ムド(MUDO)、トウイーン(tween)、デニムのマーヴィ(Mavi)、リトル・ビッグ(LittleBig)、コリンズ(Collins)といった独自ブランドが、国内だけでなく欧米でも広く販路を開拓している。しかしその知名度は、米国での

マーヴィ・ジーンズなどを除いてまだ低い。一方、数々の欧米ブランドがトルコメーカーの経験と技術力を評価し、OEM 生産を委託している。

＜ベッドリネン輸出は世界一＞

ホームテキスタイル部門は、タオル、ベッド・シーツ/カバー、カーテン、テーブルクロス、毛布、枕、クッションなどあらゆる種類を生産しており、綿製プリント地のベッド・リネンでは世界第 1 位、綿製ニット地のベッド・リネン、綿製タオル、化繊ニットおよび非ニットのカーテンでは第 2 位の輸出国である。タオル、バスローブは高品質で知られ、デニズリ、ブルサ両県産のものが有名だ。カーテンなどに使われる平織りシアー繊維（ボイル）はイスタンブール、ブルサ、毛布はウシャク県産のものが知られている。

＜絹織物から化繊の中心地へ：ブルサ＞

マルマラ地方南部のブルサは、ローマ時代から絹織物の生産で知られていた。皇帝ユスティニアヌス治下の 550 年頃、インドの僧が蚕卵を竹杖に隠して中国から帝都コンスタンティノーブルにもたらし、大帝がブルサに養蚕業を興したことが起源という。絹織物産業はオスマン帝国時代にスルタンの保護を受け、トルコの絹は欧州で珍重されたが、19 世紀前半から次第に綿織物への移行が始まった。現在、養蚕は一部の高級品を除いてほぼ消滅しており、ブルサは化学繊維生産の中心地となっている。化学繊維ではトルコの 75% の生産能力が集中する。繊維関連企業は約 8,000 社で 6 万人を雇用する。

ブルサの代表的繊維企業であるイエシム・テキスタイル (YESİM TEKSTİL、ISO500：96 位) は、ニット綿布、衣料品を生産、Nike, Gap, Banana Republic, Old Navy, Lands' End, Schlafgut, Zara の OEM 生産も行っている。サンコ・グループ傘下のデニム生産企業・イスコ (ISKÖ、ISO500：79 位) が近郊のイネギョルに広大な工場を持っているほか、ゾール財閥傘下のコルテクス (KORTEKS、ISO500：40 位) もブルサに大規模なポリエステル繊維工場を擁している。テキスタイル企業のキュチュクチャルク (KUCUKCALIK TEKSTİL、ISO500：189 位)、シファシュ (SIFAS SENTETİK、ISO500：321 位)、ネルギス (Nergis Tekstil、ISO500：267 位)、アクバシュラル (Akbaslar Tekstil、ISO500：280 位) などブルサに本拠を置く。

＜世界に誇る高品質のバスローブ：デニズリ＞

西南部のデニズリも、早くから繊維産業の中心地として知られていた。デニズリを含むエーゲ地方は古くから綿花の生産で知られており、1332 年に当時ラズィクと呼ばれていたデニズリを訪問した旅行家イブン・バットゥータが、ルーム（ギリシャ系）の女性が織る「ラズィキー」という綿織物を同地特産と記録している。近代に入ってから、18 世紀半ばまでにデニズリやマニサで織られた綿織物をティレで染色し、イズミルで縫製した後、ヨーロッパに輸出するというルートが確立していた。

現在のデニズリは綿製タオル、バスローブの生産地として知られており、187 社が生産を行っている。エーゲ地方の綿花は高品質で知られ、綿製のタオル、バスローブ輸出の約 60% がデニズリからとなっている。トルコ輸出振興センター(IGEME)によると、トルコは世界の綿製タオル輸出の 8.1%、綿製バスローブの 15.0%を占める。2005 年のタオル輸出は米国向け 24%、ドイツが 19%、英国が 16%を占めた。米国向けはもともと約 50%を占めていたが、2002 年にタオルの輸入割当が撤廃されて以来中国などのシェアが拡大している。デニズリのホームテキスタイル企業としては、メンデレス(Menderes Tekstil、ISO500 : 148 位)、MDO デイルメンジュ(MDO Degirmenci Group)が知られている。

＜南東部、トラキヤ地方にも生産拠点＞

繊維産業の 3 大集積地は上記の 3 県だが、ガジアンテップ県を中心とした南東部、テキルダア県を中心としたトラキヤ地方（ブルガリア、ギリシャと国境を接するヨーロッパ側）にも生産拠点が点在する。

南部の綿花生産地帯チュクロヴァ平原の東側にあるガジアンテップ県は、綿糸、綿布生産の中心地として知られている。総合繊維・衣料品メーカーのサンコ・グループ(SANKO TEKSTIL、ISO500 : 83 位)、化繊じゅうたんのギュルサン(GULSAN SENTETIK、ISO500 : 136 位)やメリノス(MERINOS HALI、ISO500 : 139 位)などが同地に拠点を置いている。アクリル糸生産のアクテクス(AKTEKS AKRILIK IPLIK、ISO500 : 320 位)も同地の企業で、2002 年には隣国のシリアに進出している。チュクロヴァ平原を後背地に持つアダナ県も綿布生産が盛んで、サバンジュ財閥のボッサ(BOSSA、ISO500 : 150 位)が、綿布、デニム、綿衣料など総合的な生産を行っている。

トラキヤ地方・テキルダア県のチョルルにある工業地域は豊富な水資源に恵まれ、エネルギーコストや人件費が急騰するイスタンブールの代替地として注目され始めている。ニット衣料、綿糸大手のビルコント(BILKONT TEKSTIL、ISO500 : 92 位)、綿糸、テキスタイル全般のアタテクス(ATATEKS、ISO500 : 215 位)が同地に工場を持っている。

(参照：繊維産業分布、OEM ブランドリスト、繊維製品別上位 10 位リスト)

5. 新しい輸出市場として期待される日本

2005 年のトルコから日本への繊維・衣料品の輸出は、繊維・衣料品輸出全体の 0.2%に過ぎない。EU 向けの構成比が 65.5%、米国向けが 8.2%であるのに比べると、日本はトルコ製品の浸透が進まない市場といえる。アパレル業界は、貿易庁の後援を得て、日本市場への本格的な進出を目指している。

＜トルコからの繊維品輸入は 2 ケタ増＞

日本財務省の通関統計によると、05 年のトルコからの繊維製品関連の輸入は前年比 27.9%増で、同年の繊維製品の輸入相手国としては 16 位だった。上位 5 品目は、綿製 T シャツ(55.5%増)、同ジャージ・トレーナー(32.9%増)、同ズボン/女性用(38.8%増)、革・コンポジションレザー製衣類(20.1%減)、合成繊維製カーテン(16.0%増)である。レザー衣類を除く 4 品目はすべて 2 ケタ増で、5 位の合繊カーテンでは中国(シェア 88.1%)、フィリピン(同 2.6%)に次ぐ第 3 位(同 2.4%)の輸入相手国となっている。このほか、絨毯類や綿製衣料も好調だった。

イスタンブール既製服輸出組合(IHKIB)によると、06 年上半期のトルコのアパレル輸出は前年同期比で 1.8%減だったが、日本向けは 47.5%増と大幅に拡大した。IHKIB は、イタリアやスペインで評価を得たトルコ製アパレルの質のよさが、日本の消費者にも認知されつつあるとして今後に期待している。

しかし日本繊維輸入組合の市川参事によると、「トルコ製アパレルはまだ知名度が低いため、国内大手が扱う品目はカーテン程度で、他の製品は小売店による小口の直接輸入ではないか」という。日本のアパレルメーカーによる縫製委託は中国が圧倒的だし、海外ブランドとしての輸入はイタリアやフランスがほとんどである。価格選好でみるとトルコは遠すぎ、ブランド選好では知名度に劣る。市川参事によると、日本のアパレル業界は極端な中国依存を改めるために「中国+1」を模索しているが、トルコは「品質、価格、納期」の条件を満たすには到っていない。

＜ファッションフェア開催で知名度アップを図る＞

06 年 2 月に東京で行われた第 1 回トルコ・ファッション・フェア「WEAREADY」には、日本市場への本格参入を目指すトルコのアパレル・メーカー 23 社が出展し、品質、デザインをアピールした。しかし、一部の企業が注目を集めた一方で、厳しい評価も少なくなかった。注目企業としては、カジュアル主体の「オルカ、ダマト&トゥィーン」、レザーウェアの「ギューベングル」が挙げられる。前者の親会社ダマト・オルカ社は、06 年 4 月からアルマーニのレディス・コレクションの委託生産を開始しており、品質は欧州基準を十分満たしているよ

うだ。

イスタンブール駐在経験を持つ元商社マンに同フェアの印象を尋ねたところ、「トルコ政府の肝いりでフェアを開催したことは評価できるが、まだ世界的に知名度が高いとはいえないトルコ・ブランドが日本市場を攻略するには、日本市場の特殊性を理解することが先決である」と指摘した。

同氏は、トルコのアパレルは「欧州に比べて知名度で劣る」し、「価格では中国に勝てない」が、日本市場の中間購買層をターゲットにした商品供給国となる可能性はあると見る。すなわち、ヨーロッパのトレンドを先取りした商品をリーズナブルな価格で供給することは可能だというのである。この点で日本では中の上の国内ブランドがトルコの主要な競争相手となると予想している。同フェアは毎年2回の開催予定で、次回は2006年10月11～13日にトゥズメン貿易担当国務相も来日し、開催する予定である。

＜トルコは日本製繊維機械の大口需要家＞

日本繊維輸出組合によれば、日本からトルコへの繊維製品輸出は03年以降増加傾向にあるが、05年で全体の0.5%程度に過ぎない。加工用の原料・糸が約70%を占め、タバコのフィルターなどに用いられるスフ綿が前年比1.9倍の520万ドル、アクリル・ポリエステルの合繊綿が56.8%減の310万ドル、糸では合繊長糸が0.1%減の2,090万ドルだった。合繊糸は主として自動車の内装に使われていると見られ、最終製品は衣料品でない場合が多い。

日本の対トルコ輸出の主体は、繊維原料よりむしろ繊維機械である。繊維大国であるトルコは、日本製の平型編機、業務用ミシンなどの大口需要家だ。ただし日本の通関統計によると、03年をピークにトルコ向けの繊維機械輸出は減少傾向にあり、平型編み機は04年に前年比54.0%減、05年に33.2%減と2年連続で2ケタ減となった。業務用ミシンも04年に72.4%減となったが、05年には26.1%増に転じている。

トルコの工業用ミシンはほぼ100%輸入されており、輸入相手では日本が3割を占めて首位、2位は中国、3位はドイツで、この3カ国からの輸入が全体の7割を占める(04年、出所：トルコ統計機構(TUIK))。品質を重視する大手のアパレル工場では日本製ミシンの評価が高く、低価格が売り物の中国製品とは顧客層が分かれている。

イスタンブールのブラザー・インターナショナルの江口所長は、トルコ製アパレルの課題とそれに合わせた自社の戦略について次のように述べた。「トルコは中国やインドといった縫製業の盛んな国に比べてコストが高く、価格以外で競争力をつけることが重要になっている。具体的には縫製のよさ・少量多品種対応・短納期・ブランド(デザイン)構築など

であり、日本メーカーはこれらの需要に合致した製品やサービスを提供することで今後もシェアを維持していく」。トルコには、ブラザーのほか、JUKI が駐在員事務所を置いている。

参照：トルコ繊維ブランド・リスト、日本の繊維品輸入上位 20 カ国、対トルコ繊維関連輸
出・入