

自動車～活発化するわが国自動車メーカーの中国現地生産

このところ、わが国自動車メーカーが、中国での現地生産に相次いで乗り出している。99年のホンダに続き、今年10月にはトヨタが現地生産を開始、他のメーカーも来年以降に現地生産を始める計画を発表している(表)。

これは、急拡大が見込まれる中国市場での販売シェア獲得を狙ったものに他ならない。中国の自動車需要は、現段階では規模が小さいものの、世界最多の人口と高度経済成長を背景に、今後10年程度で主要先進国と肩を並べる規模に達するとみられている。同市場での拡販には、当面は完成車輸入に対して高率の関税が課されるため、現地生産が不可欠となるし、販売網の整備にも、価格競争力のある現地生産車を投入して地場ディーラーの系列化を進める必要が生じるのである。

足許では、いち早く中国に進出した一部のメーカーが、高価格車の販売好調を受けて好業績を謳歌している。ただ、今後は、各社が新設した生産ラインが続々と稼働し始めるうえ、その後も量産効果が期待できる規模まで、もう一段の能力増強が進められる可能性が高いことから、供給能力が需要を大幅に上回る状態が続くと予想される。さらに、主たるユーザー層が、これまでの富裕層から価格に厳しい中所得層へシフトすることもあるとあって、メーカー間では価格競争の激化が避けられそうにない。

こうした状況下、メーカー各社には、採算確保を図るために、以下のような取り組

みが求められよう。

第1に、コストを抑えた中国向け新型車の開発である。シェア拡大には現地ニーズを反映した新型車の投入が欠かせないが、激しい価格競争に勝つためには、他市場向け車種と車台を共通化して開発コストを抑制するとともに、設計を工夫して現地の安価な部品を使用することが必要となろう。

第2に、輸出によって稼働率の引き上げを図る戦略の検討である。これまで、中国では、人件費は安いものの、資材・部品が割高な輸入品頼みであったため、生産コストはむしろ先進国比見劣りしていた。しかし、今後は、部品メーカーの集積に伴い、部品調達面でのネックが解消に向かう見通しであることから、中国製自動車の価格競争力が徐々に高まってくる公算が大きい。

各社が大きな期待を寄せる中国事業だが、各社間では、取り組みの違いによって、大きな業績格差が生じることになりそうだ。

(10.16 松岡 純一)

表：わが国自動車メーカーの中国進出動向

企業名	時期	形態	内 容
ホンダ	1999年	合弁	アコード(中型車)の生産を開始。
	2002年	合弁	オデッセイ(ミニバン)の生産を開始。
	2004年	合弁	第二工場を建設し、小型車を輸出する計画。
トヨタ	2002年	合弁	ヴィオス(小型車)の生産を開始。
	2005年	合弁	新工場を建設し、生産車種を拡充する計画。
日産	2003年	合弁	サニー(小型車)の生産を開始する計画。
	2006年	合弁	生産車種を6車種に拡充する計画。
マツダ	2001年	委託	プレマシー(ミニバン)の委託生産を開始。
三菱自工	2003年	委託	パジェロ(SUV)を委託生産する計画。

(資料)各種報道をもとに当室作成