

民族系の技術力が向上

日系部品、厳しい局面に

大東文化大学 外国語学部 中国語学科 専任講師・博士 森路未央氏

中国の2016年の自動車市場は前年比13・7%増の2803万台（商用車含む）と大きく伸びた。今後の市況と日系の競争力をどう見るのか。昨年までジェトロで中国市場の調査を担当した、大東文化大学外国語学部の森路未央専任講師に聞いた。

— 中国の自動車市場の概況と今後の見通しは？

「昨年は一昨年に続き排気量1600リットル以下の自動車取得税の減税（10%を5%に減税）政策が功を奏して大きく伸びました。今年は同減税率を7・5%に縮小しつつ減税策は延長しており、緩やかな伸びとなるでしょう。さらに先の見通しでは、少なくとも3000万台市場にまでは到達するとの見込みが大勢です」



「車種別で伸びが著しいのは1600cc以下の小型SUVで、16年は前年比45%増の904・7万台。売れ筋上位は民族系車種で10万円（約160万円、1元＝16円）で換算を下回る価格の格安車

が人気を博しています。一方、車種別最大市場のセダ

ンは外資が強く、中でもVW系の4車種が6位までにランクインしました」

— 日系の売行きは？

「日系は大手3社ともそれぞれ伸び、特にホンダ（東風本田、広増と着実に伸びています」

「（本田）は新車投入効果が大きく、前年比24%増の135・5万台

中国政府が外資系の生産台数を増やしているという懸念もあります。自動車産業は国家間の関係性もあり、なかなか買収には至らないとみる向きも強いですが、中国の共産党や政府の判断で大きく変わる可能性も否定できません」

「技術のキャッチアップも著しいものがあります。例えば一トヨタの場合、トヨタの技術を生かした一汽ブランド車など、11年ごろから外資合併の中方メーカー側が独自のブランド車の販売を始めました。さらに民族系メーカーは日系や欧米系のライバルが少ない東欧などで自主ブランド車を現地で生産、販売し始め、ボルボやローバーなど欧州の老舗メーカーの買収も行っています。いずれは民族系メーカーが世界市場のトップラ

ンクに躍り出る可能性もあるでしょう」

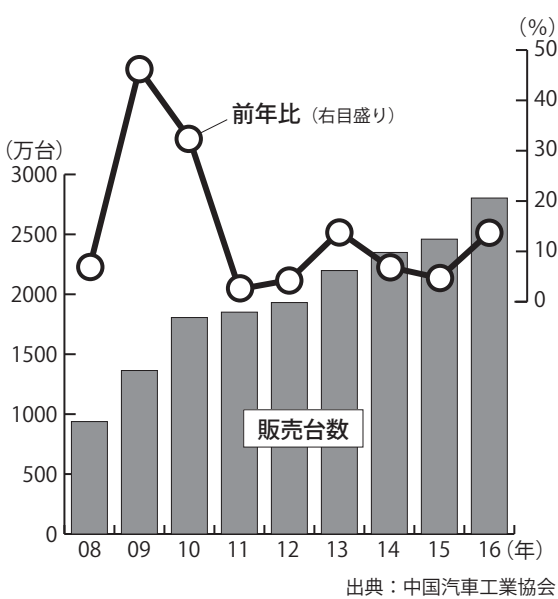
— 民族系が強くなれば部品調達も日系以外にシフトするでしょう

「その動きはすでに始まっています。日系は品質面での強みがあるとはいえ、厳しいコスト競争にさらされて収益の伸びが停滞する企業もあり、とりわけ中小サプライヤーは厳しい状況。技術に強みがある今のうちに、民族系への売り込みを強化したり、民族系に出資してもらおう、または場合によっては高く買収してもらおうなど、新たな道を探る日系サプライヤーが増えています」

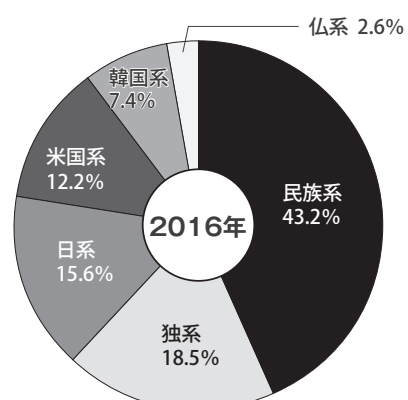
— 日系サプライヤーの中国撤退という判断は？

「繊維など労働集約型産業はASEANへの移転もみられますが、巨大市場とサプライチェーンが築かれている中国の自動車産業では、赤字の度合いにもよりますが、撤

中国の自動車販売台数の推移（商用車含む）



乗用車の国籍別販売台数のシェア（中国国内）



退は賢明な判断とは言いがたい」

「電子機器産業ではすでに中国が世界のマザー工場化していますが、自動車産業もR&D拠点が急増し、中国市場向けは中国でマザー工場を作る動きがみられます。今後、中国政府が自動車の輸出促進に舵を取ればアジアまたは世界に中国産自動車が入力されていく。そうした意味ではRCEPなど貿易投資協定が非常に重要になってきます。日系サプライヤーは撤退ではなく中国市場でいつまで利益を生み出せるか、そのためのコストや技術面での競争力、管理者を含めた現地化、販売先の拡大が課題になるでしょう」