

自動車産業における東アジアの競争力（1）

——グローバル競争優位の日韓と内需依存の中国——

塩 地 洋

はじめに

東アジア 3 カ国の自動車産業の発展はめざましい。2006 年の国内生産台数では日本が世界 1 位で 1148 万台，2 位米国 1126 万台，3 位中国 728 万台，4 位ドイツ 582 万台，5 位韓国 394 万台と，上位 5 カ国の内，3 カ国が東アジアの国である。5 年前の 2001 年には日本 2 位，韓国 5 位，中国 7 位であったが，この 5 年間でとくに中国が急成長している。この勢いはとまらず，2010 年には中国の生産台数は 1000 万台を上回って日米と並び，韓国もドイツに迫るであろう。

本稿の課題は，こうした自動車産業における東アジア 3 カ国の競争力を，他の先進国との比較をまじえながら明らかにすることにある。とくに本稿は各国の自動車工業会等で公表されている統計数値を用いて様々な指標（生産台数や販売台数，輸出台数等）を詳細に分析することを通じて，東アジア自動車メーカーの競争力がどのような形で現れているのか，他の先進国との相違は何か，等を明らかにすることを試みる¹⁾。

なお，そうした東アジア自動車メーカーの競争力の形成要因に関しては，既存の研究が膨大に存在するため，本稿ではその検討は行わないこととする。また，競争力それ自体の内実についても，その分析は行っていない。本稿はあくまで競争力の結果として現れた数値指標の検討である。

1) 本稿を着想する際に，土屋勉男・大鹿隆・井上隆一郎『アジア自動車産業の実力——世界を制する「アジア・ビッグ 4」をめぐる戦い——』ダイヤモンド社，2006 年，から様々な示唆を得た。

I 国内生産台数・輸出台数

まずここでは、国内生産台数および輸出台数の統計数値の中に東アジア自動車メーカーの競争力がどのように現れているのかを明らかにするが、最初に生産台数をカウントする際の二つの基準について説明しておこう。

1 生産国基準とメーカー（ブランド）基準

「当該国の生産台数」をカウントする場合、二つの基準が存在する。第一の基準は生産国基準である。すなわち、当該国にある生産拠点で一年間に何台の自動車が生産されたかを基準にしてカウントする方法である。この場合当該国でどのような自動車メーカーが生産したかは問題としない。すなわち、当該国のいわゆる国産メーカーが生産したのか、もしくは外国自動車メーカーの子会社メーカーが生産したのか、その相違は問題としないで、その両方を「当該国の生産台数」に算入する方法をとる。この場合、当該国（例えば日本）の国産メーカーが海外（例えば米国）で生産した台数は、「当該国（日本）の生産台数」には算入されない。それは海外のその国（米国）の生産台数に算入されることとなる。この方法は、各国の自動車工業会が国内統計を作成する際に用いている基準であり、容易に入手できるデータである。

第二の基準は、メーカー基準あるいはブランド基準である。すなわち、当該国の国産メーカー（後にこの用語の定義を示す）がグローバルに生産した台数の集計値である。日本の例で説明すると、2005年にトヨタ自動車グループは全世界で848万台、日産自動車は357万台、本田技研工業は340万台生産しているが、こうした国産メーカーのグローバルな生産台数を集計したのが、メーカー基準に基づく「日本の生産台数」であり、それは2139万台に達する。日本の国産メーカーが国内で生産した台数に海外で生産した台数を加えた数値である。ただし、日本国内における外国メーカーの子会社メーカーが生産した台数は、メーカー基準に基づく「日本の生産台数」に算入していない。そのため、ダイ

ムラー・グループの子会社である三菱ふそう、およびルノー・グループの子会社の日産ディーゼルの生産台数(日本国内、海外ともに)は、メーカー基準に基づく「日本の生産台数」からは除外されている。それぞれ、ドイツとフランスの生産台数に算入されることとなる。

ここで国産メーカーとは何かという判断基準を示しておく必要がある。それは第一に、当該国に世界本社をおき、開発および生産等の主たるオペレーションを当該国で展開し、独自ブランド車を保持・販売している自動車メーカーであり、第二に、株式所有において他の海外自動車メーカーの過半数所有(もしくは経営の大半に影響を行使しうる比率の所有)を受けていない自動車メーカーである。この判断基準に基づいて本稿では、マツダや富士重工、いすゞは国産メーカー、三菱ふそうと日産ディーゼルは外国自動車メーカーの子会社に区分している。

さらにバッチカーに関する本稿におけるカウント方法を説明しておこう。バッチカーとは、例えばシボレー・ブランドの車をスズキが開発と生産を日本で受託(当該受託メーカーの独自ブランド車と設計が共通化されている場合が多い)し、ブランド(バッチ)をシボレーにして、供給している車のことである。他にもマツダがフォード・ブランドのバッチ・カーを開発・生産している場合もある。こうしたバッチカーの生産台数は本稿では、そのバッチカーの生産を受託した国産メーカーの生産台数にカウントすることとし、結果としてメーカー基準に基づく「日本の生産台数」に含めている。

他方、国産メーカーの海外の生産拠点、例えば米国にあるマツダの生産拠点で受託生産されたフォードブランド車については、開発と生産がマツダであっても、メーカー基準に基づく「生産台数」ではマツダ(日本)ではなく、フォード(米国)に算入することとしている²⁾。

2) ただし統計の制約により、完全に処理しきれていないケースが残っている。

2 国内生産台数—アジアが38.2%

第1表は2005年の国別の生産台数および輸出台数を示している³⁾。生産台数は生産国基準に基づいてカウントしているが、メーカー基準に読み替えた時にそれがどう変化するか、その増減も記している。まず生産台数を見ると、日本が2位、中国4位、韓国5位と東アジア3カ国が上位に並んでおり、既に述べたように、この地域が自動車生産においてひじょうに重要な地位を占めていることがすぐに把握できる。

そこで地域別に集計された生産台数とシェアを見てみよう。アジア(2542万台, 38.2%)が、欧州(2080万台, 31.3%)や米州(1932万台, 29.1%)を大きく上回っている。アジアの生産台数とシェアが大きい理由は、アジアの中心国である東アジア3カ国のそれが大きいことからきている。そこでさらにそれぞれの地域の中心国のシェアを見てみよう。「東ア3」(日本, 韓国, 中国)のシェア30.4%が、「北米2」(米国, カナダ)22.1%や「西欧4」(ドイツ, フランス, スペイン, イギリス)20.9%の1.5倍程度に達しているのである。世界の自動車生産の中心地が東アジアに形成されていると言っても過言ではない。

3 「メーカー基準での増減」の意味

なお、生産国基準をメーカー基準に読み替えた時に、こうした「東ア3」のシェアがさらに増大することは後に次稿で述べることとするが、ここでは「メーカー基準での増減」の意味を確認しておこう。

第1表において興味深い事実は、生産台数の順位でフランスまでの上位6位の国を見ると、中国を除くと「メーカー基準での増減」がすべて増加(△)になっており、他方、下位の4カ国がすべて減少(▼)になっていることである。さらに敷衍すると、この表では示し得ていないが、11位以下の国もイタリアを

3) 執筆時点(2007年8月)で日本や米国等主要国は2006年の統計数値も入手可能であったが、分析対象国を広げると2006年の数値が得られない国があるため、本稿の大半の統計はことわりのない限り、2005年の数値となっている。ただし、もし2006年の数値をとると、本稿で主張した内容はよりクリアーに説明できる。

第1表 国別生産・輸出台数 (2005年)

国	生産 (国内)				輸出			
	生産台数 (万台)	メーカー基 準での増減	生産台数 順位	シェア (%)	輸出台数 (万台)	輸出台数 順位	輸出比率 (%)	輸出比率 順位
米 国	1,198	△	1	18.0	206	7	17.2	—
日 本	1,080	△	2	16.2	505	1	46.8	7
ド イ ツ	576	△	3	8.7	408	3	70.8	5
中 国	571	▼	4	8.6	20	—	2.8	—
韓 国	370	△	5	5.6	259	4	70.0	6
フ ラ ン ス	355	△	6	5.3	432	2	121.7	1
ス ペ イ ン	275	▼	7	4.1	225	6	81.8	3
カ ナ ダ	269	▼	8	4.0	237	5	88.1	2
ブ ラ ジ ル	253	▼	9	3.8	90	9	35.6	7
イ ギ リ ス	180	▼	10	2.7	132	8	73.3	4
上位10カ国計	5,127	—		77.1	2,581		55.5	
地	アジア	2,542	△	1	38.2	—	—	
	東ア3	2,021	△	1	30.4	784	2	38.8
域	欧州	2,080	▼	2	31.3	—	—	
	西欧4	1,386	△	3	20.9	1,197	1	87.5
別	米州	1,932	▼	3	29.1	—		
	北米2	1,467	△	2	22.1	443	3	30.2
その他	93	▼		1.4	—		—	
世界総計	6,647			100.0	—		—	

出所：日本自動車工業会『世界自動車統計年報』第6集，2007年（原資料は，日本自動車工業会統計，WARD'S, World Motor Vehicle Data, VDA, Tatsachen und Zahlen, SMMT, Motor Industry of Great Britain, ANFIA, Auto in Cifire, KAICA, Statistical Data on Korean Industry, Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles [OICA] のウェブサイト [http://www.oica.net/]）および日本自動車工業会『日本の自動車工業2007』，フォーイン『世界自動車メーカー年鑑』2007年，フォーイン『アジア自動車産業』、2006年，フォーイン『中国自動車調査月報』2007年2月号，第131号，より作成。

- 注1)：「メーカー基準での増減」とは，生産台数のカウントにおいて，生産国基準をメーカー基準に変更した際の増減を意味し，△は増加を，▼は減少を示している。
- 2)：「生産 (国内)」の「シェア」は世界総計に占める各国の「生産台数」の比率，「輸出」の「輸出比率」は各国の生産台数に占める輸出台数の比率。
- 3)：「地域別」の「東ア3」は日本，中国，韓国の3カ国，「西欧4」はドイツ，フランス，スペイン，イギリスの4カ国，「北米2」は米国とカナダの2カ国，「その他」は大洋州，中東，アフリカの3地域からなっている。
- 4)：カナダの「輸出台数」は，2003年以降の統計が未確定のため，2002年の数値である。
- 5)：「上位10カ国計」の「輸出台数」は中国を除いて，輸出台数10位のベルギーを加えている。従って，輸出比率を算出する際には，分母は，「生産台数」の「上位10カ国計」の5127万から中国の571万を引いて，ベルギーの93万を加えて，4649万としている。分子は，中国の代わりにベルギーを含めて，2581万としている。
- 6)：—は統計が存在しないか，煩雑なため集計を省略したことを意味している。以下同。

除くとすべての国がメーカー基準をとると減少になっている。

では、なぜメーカー基準に読み替えると生産台数が減少するのか。それは説明するまでもなく、簡単な理由である。減少する理由は、そうした国では先進国自動車メーカー（米国、日本、ドイツ、フランス等）の子会社等が生産拠点を置き、その国の生産台数の中で、ある程度の大きさのシェアを占めているために、その国の国産メーカーの生産台数の総計が、その国の生産台数（生産国基準）以下になってしまうからである。他方で国産メーカーは海外生産拠点をもっていないか、あるいは海外生産台数が小さく、自国内で外国メーカーによって奪われた生産シェアを補填することができないのである。

ここで中国の事例を具体的に見てみよう。2005年の中国の生産国基準による生産台数は571万台であるが、この内、238万台が外資ライセンス車の生産であり、中国の国産メーカーの独自プラント車の生産台数は333万台である。そして中国の国産メーカーの海外生産台数は17万台（韓国・双龍自動車14万台、英国・MG ローバー3万台）であり、これを加えるとメーカー基準で見た中国の生産台数は350万台となる。すなわちそれは生産国基準による生産台数（571万台）から、中国国内の外資ライセンス車の生産台数（238万台）を減じ、海外生産台数（17万台）を加えた数値である。

一方、第1表の生産台数の7位から10位の4カ国（スペイン、カナダ、ブラジル、イギリス）は、「メーカー基準による減少」の幅が中国よりもさらに大きな国である。そこで英国の事例を次に見てみよう。英国の生産台数を示した第2表は、英国で自動車生産をおこなっているメーカー（企業ブランド）を生産台数の大きい順に並べている。かつ、それらのメーカーの親会社名と国籍を示している。注目すべきは、生産台数で1位から12位、14位から16位、20位、21位の計17社の親会社は英国企業ではない事実である。すなわち量産メーカーはすべて英国以外の国の自動車メーカーが英国で設立あるいは所有しているメーカーである。一方英国メーカーは、年産約1万台のLDV以下7社等であり、非量産のトラックメーカーおよびタクシメーカー等が名を連ねるのみで

第2表 英国の生産台数(2005年)

順位	企業ブランド	国籍(親会社名)	生産台数
1	日産	日本(日産)	315,297
2	トヨタ	日本(トヨタ)	264,279
3	BMW	ドイツ(BMW)	200,163
4	ボグゾール	米国(GM)	189,398
5	ランドローバー	米国(フォード)	187,626
6	ホンダ	日本(本田技研)	186,984
7	プジョー	フランス(プジョー)	129,618
8	IBC	米国(GM), 日本(いすゞ)	90,456
9	ジャガー	米国(フォード)	84,040
10	フォード	米国(フォード)	71,885
11	MG ローバー	中国(南京汽車)	29,141
12	レイランド・トラックス	米国(パッカー)	16,277
13	LDV	英国	10,175
14	ベントレー	ドイツ(VW)	9,560
15	ロータス	マレーシア(プロトン)	5,053
16	アストン・マーチン	米国(フォード)	4,461
17	ロンドン・タクシー・インターナショナル	英国	2,490
18	アレキサンダー・デニス	英国	985
19	デニス・イーグル	英国	900
20	ロールス・ロイス	ドイツ(BMW)	692
21	メルセデス・マクラーレン	ドイツ(DCM)	652
22	オブタール	英国	462
23	カーターハム	英国	423
24	メトロキャブ	英国	0
	その他	英国	2,092
生産国基準			1,803,109
メーカー基準			17,527+ α

出所：日本自動車工業会『世界自動車統計年報』第6集，2007年，および各社のウェブサイトより作成。

- 注1)：太字ゴチックは英国メーカーを示している。量産乗用車メーカーは存在せず，トラック，タクシー，スポーツカー，消防車等を生産している。
- 2)：第13位のLDVは2006年にロシアのGAZに買収されている。逆に16位のアストン・マーチンは2007年にフォードから英国の投資家グループに売却されている。
- 3)：「メーカー基準」の計で「+ α 」と記しているのは，17位のロンドン・タクシー・インターナショナルがタイに工場を有し，組立を行っていることを示している。台数不明。

ある。LDV も2006年にはロシアのGAZに買収されてしまっている。

メーカー基準で生産台数をカウントすると、英国日産や英国トヨタ、英国本田の生産台数77万台は日本の生産台数になり、ボグゾールやランドローバー、IBC、ジャガー、フォード、レイランド・トラックス、アストン・マーチンの生産台数65万台は米国の生産台数に算入されることとなる。これらの結果、英国生産台数は、生産国基準では180万台であるが、メーカー基準で換算するとわずかに1万8千台程度（1%）に縮小するのである。

こうした生産国基準のメーカー基準への読み替えによる生産台数の極端な減少は英国のみではない。既に述べたように、第1表に示した10カ国の中でもスペイン、カナダ、ブラジルにおいても同様の減少が見られるばかりでなく、11位以下の国においても減少の幅は国によって異なるが、イタリアを除くすべての国で減少がおこっているのである。

逆に言うと、メーカー基準への読み替えによって生産台数が増大する国、言い換えると自国の国産メーカーが国内生産の過半を掌握し、かつ国内で外国メーカーに奪われた生産シェア以上の規模を海外現地生産によって取り戻している国は、現在では米国、日本、ドイツ、韓国、フランス、イタリアの6カ国しか存在しないのである。その6カ国の中の2カ国が東アジアに属しているのである。このような事実の中に日本と韓国の国産メーカーの競争力の高さをみることができよう。そして後に検討する輸出台数や貿易特化係数の数値を見ると、さらに日本と韓国の国産メーカーの競争力の高さが明らかとなる。

4 輸出台数——域外輸出比率の高い日韓

ここでもう一度、第1表に戻って輸出台数を見てみよう。最大の輸出国は日本（505万台）であり、2位フランス（432万台）、3位ドイツ（408万台）、4位韓国（259万台）、5位カナダ（237万台）と続いている。上位5カ国の中に東アジアが2カ国入っており、輸出台数の面でも日本と韓国の自動車メーカー

の競争力の高さを確認することができる⁴⁾。

次にそれぞれの地域の中心国の輸出台数を見ると、「西欧4」が1197万台と最も大きく、それに続いて「東ア3」が784万台、「北米」が443万台となっている。「西欧4」が大きく、「東ア3」がその65%程度である。だが輸出先をそれぞれの地域の域内・域外に分けて見ると、「西欧4」と「北米2」はそれぞれ欧州域内と米州域内への輸出比率が高いのに対して、「東ア3」はアジア域内がきわめて小さく、域外輸出が大きくなっている。すなわち、「西欧4」は欧州域内への輸出比率が78.4% (939万台) ときわめて高く、それが「西欧4」の輸出台数を大きくさせている。欧州域外への輸出は21.6% (258万台) にすぎない⁵⁾。また、「北米2」も輸出台数443万台の内、200万台前後 (米国から米州域内へは134万台、カナダからのそれは不明) が米州域内への輸出であり、米州域外への輸出は同じく200万台前後と推定される。従って米州域内への輸出比率は50%前後と推定される。ともあれ、米国の輸出台数は206万台で7位とそれほど大きくない。たしかに米国は1910年代から欧州等に海外現地生産拠点を本格的に展開させてきたため、米国本国からの輸出台数が大きくならなかったという歴史的経緯があるが、その海外生産台数でも現時点で日本が約1100万台に対して、米国は約900万台と小さく、輸出台数も日本の約500万台に対して米国200万台と2分の1以下である。これは、やはり米国メーカーの海外展開力や輸出競争力が日本メーカーよりも劣位にあることを示している。

他方、「東ア3」では日本や韓国等の輸出台数784万台の内、アジア域内への輸出比率は6.9% (54万台) であり、残りの93.1% (730万台) がアジア域外への輸出である。域外輸出比率という点で日本と韓国の数値が際立って高くなっている。これらのことから、「西欧4」の場合はたしかに輸出台数も多いが、その輸出先は欧州域内比率が高く、同時に欧州域内からの輸入も多く、欧州域

4) 「輸出台数」の統計においても、メーカー基準に基づく算出方法が考えられなくもない。すなわち日本や韓国の国産メーカーが、国内で生産し、輸出した台数に加えて、海外で生産し、輸出した台数をカウントする方法である。しかし既存の統計からはその操作が不可能であった。

5) 数値は第1表に示した出所による。以下も同じ。

内で相互に輸出入比率が高くなっている構造が存在している。一方「東ア3」（ここでは日韓）は、アジア域内（東南アジア等）では各国に完成車輸入規制策が存在したので現地に工場を展開し、完成車輸出ではなく、現地生産による市場シェア獲得を進めてきた。そして日韓両国の自動車メーカーは輸出先として主としてアジア域外を中心に開拓し、その結果、域外輸出比率が高くなったと考えられる。こうした「西欧4」と「東ア3」の相違は、地域間競争の側面から見た輸出競争力という点で日韓両国の競争力の高さを示していると言える。

5 出超台数および貿易特化係数——飛び抜けて高い日韓

こうした日本と韓国の輸出競争力をここでは出超台数と貿易特化係数で見てみよう。第3表を見ると出超台数では、日本が476万台と最も大きく、それにフランス329万台、韓国255万台、ドイツ190万台が続く。輸出台数の順位（前掲第1表）と比較すると、韓国がドイツを抜いて3位に進出している。その原因は、韓国の輸入がわずか4万台（後掲第6表）と輸出台数（259万台）に比して格段に小さいからである。

韓国の輸入台数がきわめて小さいことは、出超台数を大きくさせるとともに、貿易特化係数を世界一の水準に引き上げさせている。貿易特化係数とは（輸出台数－輸入台数）÷（輸出＋輸入）で計算され、1に近いほど輸出特化、-1に近いほど輸入特化していることを示している。韓国は、輸出が259万台に対して輸入が4万台にすぎず、貿易特化係数が0.970と飛び抜けて高い数値を示している。もちろん同様に日本も輸出505万台、輸入29万台で貿易特化係数は0.891と高くなっている（2位）。この数値の高さは、韓国と日本の自動車貿易の国際競争力が高いことを端的に示している。日韓両国に比べて、輸入台数が相対的に大きいドイツ（218万台）やカナダ（155万台）は、輸出台数が大きくても貿易特化係数は、それぞれ0.304、0.209と低くなっている。

他方、第4表に見られるように入超台数が大きいのは米国469万台、イタリ

第3表 主要国の出超台数・貿易特化係数(2005年)

国	出超台数 (万台)	出超台数 順位	貿易特化 係数	貿易特化 係数順位
日本	476	1	0.891	2
フランス	329	2	0.615	4
韓国	255	3	0.970	1
ドイツ	190	4	0.304	5
カナダ	82	5	0.209	—
ブラジル	81	6	0.818	3
スペイン	62	7	0.160	—
中国	4	8	0.111	—

出所：第1表と同じ。

注：カナダは2002年の数値である。

第4表 主要国の入超台数・貿易特化係数(2005年)

国	入超台数 (万台)	入超台数 順位	貿易特化 係数
米国	469	1	-0.532
イタリア	125	2	-0.556
英国	96	3	-0.267
ベルギー	42	4	-0.194

出所：第1表と同じ。

ア125万台、英国96万台であり、これらの国は貿易特化係数も、-0.532、-0.556、-0.267と低い数値となっており、総じて自動車貿易における国際競争力が弱いことを示唆している。

なお、前掲第1表において、輸出比率（生産台数に占める輸出台数の比率）が高い国であったフランス（121.7%）、カナダ（88.1%）、スペイン（81.8%）、イギリス（73.3%）は、フランスを除くと出超台数が小さい（カナダ82万台、スペイン62万台）か、もしくは入超（イギリス96万台）である。と同時に、貿易特化係数も低い（カナダ0.160、スペイン0.111）か、もしくはマイナス（イギリス-0.267）である。これらの数値が物語っているのは、輸出比率が高いことそれ自体がその国の国際競争力がただちに高いことを意味するのではな

いことである。

6 日韓と中国の相違

日本と韓国は、輸出台数と出超台数がともに大きく、貿易特化係数も飛び抜けて高く、自動車貿易の国際競争力が強いことが判明したが、他方、中国はまったく異なる様相を呈している。中国はたしかに国内生産台数は世界4位と大きくなったが、それらの大半は国内販売向けであり、輸出規模は小さい。国内生産台数の規模の拡大は過度に内需に依存してきた。輸出はわずか20万台で、出超台数は4万台である。しかも4万台の出超と言っても、金額ベースで見ると輸出車単価が低く(約1万ドル)、輸入車単価が高い(約3.3万ドル)のために、金額ベースでは輸入が輸出の2.6倍の入超である。貿易特化係数は台数ベースでも0.111(台数基準)と低く、金額ベースではマイナス0.451となってしまう。

このように見ると、日韓両国と中国はグローバル競争力の要因という点で、異なるタイプに属していると把握すべきである。人口が大きいという点では共通点はあるが、内需にのみ過度に依存してきている中国と、内需をステップボードとして活かしながらも、さらに輸出と海外生産でグローバル生産台数を拡大している日韓には大きな相違があると言わざるをえない(この相違について次稿で詳述)。

II 保有台数・普及率および国内販売台数・輸出台数

グローバル競争力の構築という観点から、保有台数、普及率、国内販売台数、輸出台数の統計数値の持つ意味を検討し、東アジア3カ国がそれぞれどのような水準にあるのかを明らかにしよう。

1 保有台数——競争力の基礎的条件

グローバル競争力の確保という観点からすると、自国市場の販売台数規模が

大きいことがまず重要な条件となってくるが、その国内販売台数の規模を根底で規定しているのは、各国の保有台数水準である。保有台数が把握できれば、それを代替年数(国によって異なり、約10年から15年程度であるが、本稿では13年に統一して試算する)で除すると、おおよその年々の国内販売台数が推定できる。従って、保有台数水準が高い国は、国内販売台数もそれに応じて大きくなり、グローバル競争力の潜在的基礎的条件を得ることができるのである。

では保有台数はどのような条件から決まるのか。それは、主として人口と所得水準、交通体系に占める自動車の構成比率等で決まる。例えば米国は第5表に示したように、人口が大きく(2億9460万人)、かつ所得水準が高く(1人当たり GNP 4万1874ドル)、さらに交通体系に占める自動車の構成比率が高いため、2億4119万台とずば抜けて保有台数が大きくなっている。世界の総保有台数8億9682万台の26.9%の自動車が米国で保有されている。この2億4119万台を代替年数13年で除すると、1855万台という数値が得られ、これが年々の販売台数のベースを形成している。これらの数値が他国と比較して数倍大きいことが、米国が自動車産業の競争力を構築する上で、重要な基礎となっていることは言うまでもない。

保有台数ランキングの2位は、あまり知られていないが日本である。日本も先進国(OECD)の中では人口が米国に次いで2番目に大きく、所得も3万3727ドルと高いため、保有台数7569万台は米国に次いで2位の地位についている。近年、代替期間の長期化等の中で販売台数は停滞しているが、保有台数は着実に増大し続け、強固な競争力基盤となっている。

一方中国は、人口が13億1580万と圧倒的に大きいのが、所得(1732ドル)が日米のほぼ20分の1以下と低いために、保有台数は3088万台と現時点ではまだそれほど大きくない。しかし今後は圧倒的な人口を基盤として、また所得が徐々に高くなるにつれて、保有台数は増大し続けるであろう。

中国の保有台数増加の今後の見込みであるが、もし1人当たり GNP が4000ドル水準に達すると、10人に1台程度の保有水準に達すると推測される。それ

第5表 国別保有台数・普及率 (2005年)

国	保 有			普 及 率			
	保有台数 (万台)	保有台数 順位	シェア (%)	1台当たり 人口(人)	人口 (100万人)	1人当たり GNP(ドル)	
米 国	24,119	1	26.9	1.2	294.6	41,874	
日 本	7,569	2	8.4	1.7	127.8	33,727	
ド イ ツ	4,922	3	5.5	1.7	82.5	33,800	
イ タ リ ア	3,894	4	4.3	1.5	58.6	30,340	
フ ラ ン ス	3,630	5	4.0	1.7	60.9	35,150	
イ ギ リ ス	3,459	6	3.9	1.7	60.2	37,366	
ロ シ ア	3,121	7	3.5	4.6	143.5	5,332	
中 国	3,088	8	3.4	42.6	1,315.8	1,732	
ス ペ イ ン	2,516	9	2.8	1.7	43.4	26,109	
ブ ラ ジ ル	2,302	10	2.6	8.0	184.2	4,271	
上位10カ国計	58,620		65.4	4.0	23,715	—	
韓 国	1,540	14	1.7	3.2	48.3	16,471	
地 域	アジア	20,498	3	22.9	18.6	3,815	—
	東ア3	12,197	3	13.6	12.2	1,419.9	—
	欧州	32,252	2	36.0	2.3	729	—
	西欧4	15,905	2	17.7	1.6	262.2	—
別	米州	33,071	1	36.9	2.6	870	—
	北米2	26,010	1	29.0	1.3	328.7	—
	その他	3,861	—	4.3	23.3	900	—
世界総計	89,682		100.0	7.3	6,314.0	—	

出所：第1表の資料および総務省統計局『世界の統計 2007』日本統計協会，2007年，より作成。

注1)：「保有」の「シェア」とは、「世界総計」に占める各国の比率。

2)：「地域別」の「アジア」に中東含む。「その他」は大洋州とアフリカからなる。

3)：「アジア」「欧州」「米州」「その他」「世界総計」の「人口」は2003年の数値。

は第5表において、保有水準がブラジル (4217ドル) が8.0人に1台、ロシア (5332ドル) は4.6人に1台となっているところから推測している。もし中国が10人に1台程度の保有水準に達すると、保有が1億3000万台となる。代替を13年とすると、年間1000万台の販売台数となる。これは内需のみで十分に生産面での規模の経済性を確保できる市場規模となる。

他方、韓国の人口 (4830万人) はスペイン (4340万人) よりも大きく、イタリア (5860万人)、イギリス (6020万人)、フランス (6090万人) よりもやや小さいが、西欧の大国の標準規模に匹敵している。この人口規模を基盤として保有台数を西欧諸国並まで拡大することは可能であるが、現時点では所得水準が未だ2分の1程度であるため、保有は1540万台と西欧諸国 (イタリア、フランス、イギリス) の40~45%程度にとどまっている。ただしこの1540万台という保有台数規模でも、後にみるように国産メーカーが高いシェアを維持できていれば、グローバル競争力のステップボードとして国内市場を活用することは充分可能である。

もし韓国の所得水準が西欧のように2万5千ドルを超えると、普及率は台当たり2.0人以下に上昇することが予測され、保有台数が2500万台 (年間販売台数200万台程度) を超えると見込まれる。その時には、グローバル競争力のステップボードとしての韓国国内市場はさらに強固な基盤となるであろう。

最後に地域別の保有台数のシェアを見ると、アジアが22.9%、「東ア3」が13.6%であり、次に見る国内販売台数のシェア (26.8%、20.3%) (第6表) よりも低くなっている。これは、近年まで販売台数が小さかったため、保有台数として蓄積されている数値に現れていないからである。しかし今後は人口が大きく、所得水準も成長する可能性のある国が存在するために、アジアの保有台数は着実に増大すると予測される。とりわけ「東ア3」では、日本と韓国は微増にとどまるが、中国の保有台数は急拡大を続けるであろう。

2 国内販売台数—グローバル競争力のステップボード

既に言及したように、国内販売台数に一定の規模が存在することは、当該国自動車メーカーにとって、グローバル生産台数を拡大する上で、言い換えるとグローバル競争力を構築するための前提的な条件となる。すなわち自国国内市場がある程度大きく、かつその中で高いシェアを確保することが、グローバル生産台数を拡大する上での出発点である。自国国内市場で相対的に高いシェア

を確保できないことは、その自動車メーカーが基礎体力の面で劣位にあることを意味している。自国国内市場でさえ確固たる地位を確保できない、基礎体力の弱いメーカーが輸出台数を拡大することはそもそも難しく、さらには海外生産台数を拡大することはより困難である。

こうした観点から、第6表で東アジア3カ国の国内市場を見てみると、中国は所得は低いものの、13億を超える人口を基礎として、国内販売台数が576万台（世界3位）と大きく、この内需のみでもって生産面での規模の経済性を享受する可能性が存在している。日本も国内販売台数が585万台と世界2位の水準である。日本は普及率では西欧や北米と同じ水準（1台当たり2.0人以下）であり、販売台数が大きいのはひとえに人口が西欧諸国よりも大きいからである（交通体系に占める自動車の構成比率は日本の方が低い）。日本が1950年代および1960年代に急速に自動車生産台数を拡大しえたのは輸出ではなく、国内需要であったことはよく知られた史実である。また既に言及したように、現在の中国が自動車生産大国になり得た過程では、内需に依存するところがきわめて大きかったのである。

韓国の国内販売台数は117万台とそれほど大きくはないが、現代・起亜自動車は71.4%のシェアを確保し、84万台の車を販売している⁶⁾。こうした国内における寡占的な状態が価格支配力を保持させ、高い利益率を確保させていると言われている。例えば韓国内のマスメディアは「日本のメーカーは輸出で稼いで、国内では過当競争で利益が出ないのに、韓国は逆で、国内で高く売って稼ぐが、輸出では低価格で輸出し、利益がほとんどでない」（2006年11月28日『朝鮮日報』「内外価格差にネチズンの怒り爆発」[Chosun online⁷⁾より引用]）と報道している。いずれにせよ、韓国の国内販売台数はそれほど大きくはないが、国産メーカーが高いシェアを維持することによってグローバル競争力の基盤としているのである。

6) 現代自動車『2007自動車産業』2007年、による。

7) <http://www.chosunonline.com/article/20061128000021>

第6表 国別販売・輸入台数 (2005年)

国	販売 (国内)			輸 入			
	販売台数 (万台)	販売台数 順位	シェア (%)	輸入台数 (万台)	輸入台数 順位	輸入比率 (%)	
米 国	1,744	1	27.7	675	1	38.7	
日 本	585	2	9.3	29	—	5.0	
中 国	576	3	9.2	16	—	2.8	
ド イ ツ	361	4	5.7	218	3	60.4	
イギリス	283	5	4.5	228	2	80.6	
フランス	255	6	4.1	103	8	40.4	
イタリア	249	7	4.0	175	4	70.3	
スペイン	198	8	3.2	163	5	82.3	
ロ シ ア	186	9	3.0	66	—	35.5	
ブラジル	171	10	2.7	9	—	5.3	
上位10カ国	4,608		73.3	—		—	
韓 国	117	13	1.9	4	—	3.4	
地 域 別	アジア	1,685	3	26.8	—	—	—
	東ア3	1,278	2	20.3	49	3	3.8
	欧州	2,090	2	33.3	—	—	—
	欧州4	1,148	3	18.3	724	2	63.1
	米州	2,311	1	36.8	—	—	—
	北米2	1,907	1	30.3	830	1	43.5
その他	199	—	3.2	—	—	—	
世界総計	6,285		100.0	—		—	

出所：第1表と同じ。

注1)：この表では「欧州4」は上位4カ国のドイツ、イギリス、フランス、イタリア。

2)：「販売 (国内)」の「シェア」は「世界総計」に占める各国の比率、「輸入」の「輸入比率」は各国の販売台数に占める輸入台数の比率。

3 輸入台数・輸入比率——日韓はきわめて低い

第6表によって輸入台数と輸入比率を見ると、「東ア3」の特徴が明確に把握できる。それは輸入比率が極端に低いことである。欧米では輸入比率がおおよそ35%から80%の間にあるのに対して、東アジアは中国2.8%、韓国3.4%、日本5.0%ときわめて低い水準にある。国内販売台数の95%以上を国内にある

メーカー（それが国産メーカーでない場合もあるが）が確保しているのである。

ではこのように輸入比率が低い理由は何か。その理由は、中国と韓国・日本とでまったく異なっている。中国では2001年のWTO加盟以前の1990年代は高い関税と完成車輸入規制のために年間3～8万台程度の輸入台数にとどまっていた。WTO加盟後に完成車輸入に対する関税の引き下げがおこなわれたが、なおも25%という相対的に高い水準が維持され、完成車輸入の実質的な障壁となっており、輸入台数は12～18万台程度にとどまっている。このことが中国で輸入比率がなおも低い理由である。

他方、韓国と日本において輸入車比率が低い理由は中国とまったく異なっている。それは、一方で国産メーカーの製品競争力およびマーケティング能力が高いために、他方で輸入車メーカーは一部の高級車セグメントの確保に重点をおいており、韓国や日本の市場ニーズに適合した小型車を供給する能力や価格競争力が劣っているために大衆車セグメントで販売ボリュームを出せていない。その結果日韓の輸入比率が低い水準にとどまっている。ちなみに完成車輸入関税は韓国が8%⁸⁾で、日本は0%である。ともあれ輸入比率が低いことは、結果として日韓両国の国産メーカーが国内で相対的に高いシェアを確保することを通じてグローバル競争力の構築につなげていくことを可能としているのである。

4 欧米における輸入比率の相違の意味

先に欧米諸国では輸入比率が35%から80%と高い水準にあると述べたが、その中でも微妙な相違が存在している。それらの国の中でも輸入比率が相対的に低い国である米国(38.7%)、フランス(40.4%)、ドイツ(60.4)、イタリア(70.3%)は、生産国基準からメーカー基準に転換すると生産台数が増大する

8) ただし韓国は1996年までは自動車輸入を制限していた。1996年以降も日本車は特別扱いで制限をしていたが、1999年6月以降は日本車に対する規制も撤廃された。その後、輸入車市場は着実に増大し、2006年には40,538台、シェア3.4%となった。近年、日本では輸入車は30万台、シェア5%程度で大きな変化は見られないが、韓国では今後さらに拡大する見込みである。

国である。他方、輸入比率が相対的に高い国であるカナダ(95.1%)、スペイン(82.3%)、イギリス(80.6%)は、メーカー基準に転換すると生産台数が大幅に減少する国である(ちなみにロシアとブラジルはこちらのグループに入る)。このように欧米諸国の輸入比率が高いと言っても、国産メーカーの基礎体力の強い国は、輸入比率が相対的に低く抑えられているのである。他方、国産メーカーの脆弱な国は輸入比率が高く、国内市場の80%以上のシェアを輸入車に奪われているのである。

5 BRICsの特徴

ここでBRICsと呼ばれる国々について、まずマスメディアで報道されている特徴を紹介しよう。共通点として言えることは、人口が大きく、所得は現時点では高くはないが、今後高くなる可能性があり、かつ国土が広くて交通体系に占める自動車の構成比率が高い国である。その結果として、今後経済成長と所得の増大に伴い、急激に自動車販売台数と保有台数が拡大する可能性が大きい国である。

以上はマスメディアで既に頻繁に指摘されている特徴であるが、あまり注目されていない点がある。それは、ブラジルを除くと、他の3カ国では政府の保護政策が強く、その下で国産メーカーが生き残っていることである。既に見たように、スペインやイギリス、カナダでは国産メーカーがほとんど存在していないのに対して、ロシアやインド、中国には外国メーカーが進出し、大規模な生産拠点を構築しているが、それに対抗する国産メーカーも確固として存在しているのである。この結果として、生産国基準からメーカー基準に読み替えると、スペインやイギリス、カナダでは、メーカー基準に基づく生産台数がほとんどゼロに限りなく近づくのに対して、ロシア、中国、インドでは30~75%のシェアは国産メーカーが確保しており、メーカー基準に読み替えるとたしかに減少するものの、上記程度の比率が国産メーカーの生産台数として残るのである。今後、外国メーカーによる浸食がさらに進むのか、保護政策によって規制

が強化されるのかは予測できないが、市場の規模が急速に拡大していることが国産メーカーに生存スペースの余地をあたえ続けていることは明白な事実である。ロシアの GAZ やインドのタタ自動車の今後の動向を、とくに東アジア自動車メーカーの競争力という観点からは中国の国産メーカーの成長に注目すべきであろう。

以上、各国の国内を主とする統計数値の分析を終えて、次に米国およびグローバルに関するデータを見てみよう。