

自動車産業における東アジアの競争力（2）

——グローバル競争優位の日韓と内需依存の中国——

塩 地 洋

III 米国における販売台数・現地生産台数

世界最大の保有台数・シェア（2億4119万台，26.9%）と販売台数・シェア（1744万台，27.7%）を有する市場たる米国で確固としたマーケット・シェアを獲得することが，グローバル競争力を構築する上で至上の課題であることは誰の目にも明らかである¹⁾。米国で高いマーケット・シェアを獲得するためには，米国への輸出台数を増大させるのみならず，米国での現地生産体制の構築がぜひとも必要である。なぜなら米国への輸出の増大は米国の自動車産業に打撃をあたえ，政治的摩擦を引き起こす故に，現地生産によって輸入台数を減少させる必要があるからである。また，たんに政治的摩擦を避けるというネガティブな側面だけでなく，米国でのニーズに適した製品を適宜供給していくために，開発体制も含めた現地生産体制の増強が必要となってくるのである。こうした意味から以下，米国における販売台数・マーケットシェアおよび現地生産について検討することとする。

1 米国における販売台数

日本メーカーと韓国メーカーは米国市場において大規模な販売台数を実現している。第7表は米国における主要外国メーカーの販売台数・現地生産車販売

1) 数値は，前稿（拙稿「自動車産業における東アジアの競争力（1）」『経済論叢』第180巻第1号，2007年7月）の第1表の出所による。なお米国関連の数値は2006年を用いている。

第7表 米国における主要外国メーカーの販売台数・現地生産台数・輸入台数(2006年)

メーカー	販売(計)		現地生産車			輸入車		
	販売台数 (万台)	販売台数 順位	販売台数 (万台)	販売台数 順位	現地生産 車比率(%)	販売台数 (万台)	販売台数 順位	輸入車 比率(%)
トヨタ自動車	254	1	136	1	53.5	118	1	46.5
本田技研工業	151	2	116	2	76.8	35	3	23.2
日産自動車	102	3	80	3	78.4	22	5	21.6
現代・起亜自動車	75	4	17	4	22.7	58	2	77.3
VW	33	5	14	5	42.4	19	7	57.6
BMW	31	6	4	10	12.9	27	4	87.1
マツダ	27	7	10	7	37.0	17	8	63.0
【メルセデス】	25	8	7	9	28.0	18	6	72.0
富士重工業	20	9	11	6	55.0	9	11	45.0
三菱自動車工業	12	10	8	8	66.7	4	12	33.3
【ボルボ】	12	11	0	0	0.0	12	9	100.0
スズキ	10	12	0.0008	13	0.008	10	10	99.992
【ランドローバー】	5	13	0	0	0.0	5	11	100.0
【サーブ】	4	14	0.6	12	15.9	3	14	84.1
ボルシェ	3	12	0	0	0.0	3	13	100.0
【ジャガー】	2	13	0	0	0.0	2	15	100.0
いすゞ自動車	0.9	14	0.9	11	99.92	0.0007	16	0.08

出所: *Automotive News*, January 8, 2007, より作成。

注 1): トヨタ自動車にレクサスとサイオンを含む。また本田技研工業にアキュラ、日産自動車にインフィニティ、BMW にミニとロールスロイス、VW にアウディとベントレーを含めている。

2): メルセデスはダイムラー・クライスラー社のメルセデス部門、ボルボとランドローバー、ジャガーはフォードの子会社、サーブは GM の子会社である。これらの米国メーカーの社内部門と子会社は【 】で記している。

3): 「現地生産車」の「販売台数」は、北米(米国およびカナダ)で生産された車が米国内で当該ブランドとして販売された台数である。従って、北米で生産されても、① カナダで販売された台数、② 北米外へ輸出された台数、③ 他ブランドで販売された台数、④ パイプライン/ディーラー在庫台数、等を含んでいない。「輸入車」の「販売台数」とは、米国に輸入されて、米国内で販売された台数である。パイプライン/ディーラー在庫を含んでいない。

4): 表に掲載されていない外国メーカーは、ロータス(販売台数2522台)、マセラッティ(2108台)、フェラーリ(1392台)、ランボルギーニ(704台)、アストンマーチン(443台)(ただしフォードの子会社)で、合わせて約7169である。

5): 米国基準の light vehicle のみで、heavy truck 等は含んでいない。

台数・輸入車販売台数をみたものであるが、販売台数上位10社の内、実に7社が日韓のメーカーである。とくに上位3社はすべて日本メーカーであり、100万台を超える販売規模を確保しているが、その台数は、それぞれのメーカーの日本国内の販売台数(トヨタ166万台、日産77万台、本田70万台)を大きく上回っている。上位3社にとって米国が世界最大の市場であり、利益額から見ると米国市場の貢献度はさらに高くなっている²⁾。

韓国メーカーも1990年代末から米国市場に本格的に再参入し、着実に販売台数を拡大してきている。2005年に現代自動車の鄭夢九会長は「2010年グローバルトップ5・世界500万台生産・販売」を掲げ、「2010年に米国で30万台生産・100万台販売」する計画を策定した。前者の「30万台生産」は2007年中に達成できることは確実で、後者の「100万台販売」も2010年までに達成できる可能性が存在する。

他方、西欧メーカーは、販売台数の最も多いVWでもわずか33万台であり、現代・起亜自動車の半分以下、トヨタの8分の1である。西欧メーカーをすべて合わせても93万台で日産自動車1社の102万台を下まわっている。そもそも、西欧メーカーはVWを除くとすべて高級車メーカーあるいはスペシャリストメーカーであり、ルノーやプジョー・シトロエン、フィアットのような販売ボリュームのある大衆車メーカーが米国へ進出しえていないのである。これらのメーカーは過去に米国市場に進出していたが、販売不振により撤退するにいたっている。

2 米国におけるマーケットシェア

第8表は米国メーカーも含めたマーケットシェアであるが、日韓メーカーは、1656万台の市場で652万台の自動車を販売し、39.4%のシェアを有しているのである。日韓メーカーのグローバル競争力はここに端的に示されている。なお

2) ただし日本メーカーの中には、いわゆる「不振組」が存在し、米国市場での販売停滞によって日本社の経営危機に至った企業もある。

第8表 米国のマーケットシェア (2006年)

メーカ	販売台数 (万台)	シェア (%)
ゼネラル・モーターズ	407	24.6
フォード・モーター	290	17.5
ダイムラー・クライスラー	214	12.9
デトロイト・スリー計	911	55.0
日本・韓国メーカー計	652	39.4
[日本メーカー計]	[577]	[34.8]
[韓国メーカー計]	[75]	[4.5]
欧州メーカー計	93	5.6
総計	1,656	100.0

出所：第7表と同じ。

注1：サーブ（販売台数4万）はGM、アストンマーチン（0.04万）およびジャガー（2万）、ランドローバー（5万）、ボルボ（12万）はフォードに含めている。ただし、メルセデス（25万）はダイムラー・クライスラーではなく、「欧州メーカー」に含めている。

2）：light vehicle のみで、heavy truck 等は含んでいない。

日韓のそれぞれのグローバル販売台数に占める米国販売台数の比率は、日本が27%、韓国が20%となっている。

他方米国メーカーは、ホームマーケットでありながら55%しかシェアを確保できてない³⁾。欧州メーカーもわずか5.6%（93万台）とシェアが低く、グローバル販売台数を増大させていく上で、米国市場を十分に活用しきれていないことがわかる。

3 米国における現地生産車販売台数

ここで第7表に戻り、現地生産について見てみよう。欧州メーカーに比べて、日本メーカーの現地生産車の販売台数はきわめて大きく、上位3社の日本メー

3) 2007年7月の米国新車販売台数におけるビッグ・スリーのシェアは48.1%へ低落し、史上初めて50%を切った。一方日本メーカーは39.2%と過去最高のシェアを獲得した。『日本経済新聞』2007年8月2日付による。

カーの現地生産車販売台数は332万台に達している。この332万台という数値は、米国における外国メーカーの現地生産車販売台数総数405万台の82.0%を占めている。また現地生産車比率も軒並み高く、日本メーカーは35%～80%水準に達している（スズキ除く）。

一方韓国メーカー（現代・起亜自動車）は、現地生産を2005年から開始したばかりで、まだ現地生産車比率が22.7%（17万台）と低い数値となっている。とはいえ、現代自動車のアラバマ工場、起亜自動車のジョージア工場が全面稼働となれば50万台程度の現地生産能力が構築でき、総販売台数が100万台に達したとしても、現地生産車比率50%を確保できることとなる。

他方、西欧メーカーは、現地生産車販売台数の最も多いVWでさえ17万台であり、規模の経済性が享受できる水準（約20万台）に達していない。

以上、世界最大の市場である米国における日韓メーカーの販売台数と現地生産台数を検討してきた。ここで中国メーカーについてふれると、米国市場への進出は2008年以降に本格的に始まると予想されている。中国メーカー車については、耐久品質、環境基準、安全基準等、克服すべき様々な困難を抱えているものの、当面は低価格セグメントで一定のシェアを獲得すると見込まれる。とはいえ、耐久品質問題故に、そのシェアを長期にわたって維持できるかが最大の課題となるであろう。

IV メーカー基準換算による地域比較

ここでは、メーカー（グループ）別に世界生産台数・シェア・本国／海外生産比率を検討し、グローバル競争力（シェア）を探っていくこととする。

1 メーカー（グループ）別世界生産台数

第9表はメーカー（ブランド）基準に基づいてグローバル生産台数等を示したものである。この表の各メーカーの生産台数を、各メーカーの本社所在国に基づいて地域別に合算したのが、「地域別」の生産台数とシェアである。地域

第9表 メーカー別生産台数 (2005年)

メーカ－	世界生産 (万台)	世界生産 順位	シェア (%)	本国生産(万台) [比率] (%)	海外生産(万台) [比率] (%)	海外生産 比率順位
ゼネラル・モーターズ	913	1	13.6	441 [48.3]	472 [51.7]	6
トヨタ自動車	848	2	12.6	461 [54.4]	387 [45.6]	12
フォード・モーター	650	3	9.7	319 [49.1]	331 [50.9]	7
フォルクスワーゲン	529	4	7.9	196 [37.1]	333 [62.9]	2
ダイムラー・クライスラー	485	5	7.2			
[クライスラー]	[280]		[4.2]	250 [89.3]	30 [10.7]	18
[ダイムラー]	[205]		[3.1]	120 [58.5]	85 [41.5]	11
現代・起亜自動車	389	6	5.8	279 [71.7]	110 [28.3]	16
日産自動車	357	7	5.3	145 [40.6]	212 [59.4]	4
本田技研工業	340	8	5.1	126 [37.1]	214 [62.9]	3
プジョー・シトロエン	331	9	4.9	189 [57.1]	142 [42.9]	13
ルノー	286	10	3.8	132 [46.2]	154 [53.8]	8
上位10社小計	5,128		76.4	2,546 [49.6]	2,582 [50.4]	
スズキ	213	11	3.2	109 [51.2]	104 [48.8]	9
フィアット	205	12	3.1	93 [45.4]	112 [54.6]	5
マツダ	134	13	2.0	86 [64.2]	48 [35.8]	15
BMW	134	14	2.0	85 [63.4]	49 [36.6]	14
三菱自動車工業	127	15	1.9	66 [52.0]	61 [48.0]	10
AvtVaz/Lada	84	16	1.3	84 [100.0]	0 [0.0]	
いすゞ	61	17	0.9	21 [34.4]	40 [65.6]	1
富士重工	59	18	0.9	47 [79.7]	12 [20.3]	17
タタ	43	19	0.6	42 [98.8]	0.5 [0.2]	—
プロトン	23	20	0.3	—	—	—
GAZ	23	21	0.3	23 [100.0]	0 [0.0]	
パッカー	15	22	0.2	—	—	—
イラン・コドロ	13	23	0.2	13 [100.0]	0 [0.0]	
マヒンドラ・マヒンドラ	13	24	0.2	13 [100.0]	0 [0.0]	
ナビスター・インターナショナル	12	25	0.2	—	—	—
ボルシェ	10	26	0.1	10 [100.0]	0 [0.0]	
MAN	8	27	0.1	—	—	—
スカニア	6	28	0.1	—	—	—
アショカ・レイランド	5	29	0.1	5 [100.0]	0 [0.0]	
アイシャ－・モーターズ	2	30	0.03	2 [100.0]	0 [0.0]	
ヒンドスタン・モーターズ	2	31	0.03	2 [100.0]	0 [0.0]	
フォース・モーターズ	1	32	0.01	1 [100.0]	0 [0.0]	
11位～32位 小計	1,207		18.5	2,541 [49.9]	2,555 [50.1]	
中国独自ブランド車	350		5.0	333 [95.1]	17 [4.9]	—

総 計		6,671		99.4	—	—	
地 域 別	アジア	2,980	1	44.4	—	—	
	東ア3	2,878		42.9	—		
	欧 州	1,821	3	27.1	—	—	
	米 州	1,870	2	27.9	—	—	
	(小計)	6,671		99.4	—	—	
世 界 総 計		6,710		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)：地域区分は，各メーカーの本社所在国に基づいて区分した。ただし，ダイムラー・クライスラー・モーターは，その本社所在地がドイツ国内にあるものの，ドイツメーカー（ダイムラー・ベンツ）と米国メーカー（クライスラー）の対等合併によって設立された企業と見做し，地域区分では欧州と米州に二分割している。ダイムラー・クライスラー・モーターズの485万台の内，クライスラー・ブランド（ダッジ，ジープ，プリモス含む）280万台を米州に含め，メルセデス・ブランド144万台およびスマート12万台，大型中型商用車49万台（ベンツ，三菱ふそう等含む），計205万台を欧州に含めた。なお，クライスラー・ブランドの280万台の内，本国（アメリカ，カナダ）生産は約250万台，海外生産が約30万台と推定し，メルセデス・ベンツグループ205万台の内，本国（ドイツ）生産が120万台，海外生産が85万台と推定している。

- 2)：GMにはオペル，ボグゾール，サブ，ハマー，ホールデン，GM大宇を含む。
- 3)：トヨタ自動車にはダイハツと日野を含む。
- 4)：フォードにはボルボ，アストンマーチン，ジャガー，ランドローバーを含む。
- 5)：VWにはアウディ，セアト，スコダ，ベントレー，ランボルギーニを含む。
- 6)：ルノーにはダキア，ルノー・サムソン，ルノー・トラック，ボルボ・トラックス，ボルボ・バスズ，マック・トラック，日産ディーゼルを含む。
- 7)：フィアットにはアルファロメオ，ランチア，アウトビアンキ，フェラーリ，マセラッティ，イベコ等を含む。
- 8)：BMWにはミニとロールスロイスを含む。
- 9)：プロトンにはロータス含む。
- 10)：パッカーにはDAF，ケンワース，レイランド，ピータービルト，フォードンを含む。
- 11)：中国は2005年の生産台数572万台の内，乗用車が313万台，トラック・バス259万台であるが，乗用車の75%は外資合弁ライセンス車であるため，残り25%にあたる79万台が中国国産メーカーの独自ブランド車である。トラック・バスは259万台の98%にあたる254万台が中国国産メーカーの独自ブランド車と推定した。そして乗用車とトラック・バスを合わせて，中国国内の国産メーカーの独自ブランド車を333万台と推定した。さらに，上海汽車の傘下にある双龍自動車（韓国，2005年14万台），南京汽車の傘下にあるローバー（英国，同3万台）の両社合わせた17万台を加えて，350万台をメーカー基準に基づく中国メーカーのグローバル生産台数とした。
- 12)：米国メーカーの本国生産にはカナダを含めている。
- 13)：地域別的小計6671万台と世界総計6710万台の差，39万台は，統計で捕捉されていない小規模な自動車メーカーの生産台数と推測される。なお，前稿第1表の世界総計6647万台とこの第9表の世界総計6710万台との相違は，主として第1表が日本自動車工業会『世界自動車統計年報』第6集，2007年，に依拠して作成し，第9表がフォーイン『世界自動車メーカー年鑑』2007年，に依拠して作成したところから生じている。推測するに，第9表ではパッチカーやKD車両輸出において複数のメーカーにダブルカウントされている可能性がある。

別のシェアをみるとアジアが44.4%、「東ア3」が42.9%を占めており、米州27.9%、欧州27.1%を大きく引き離し、「東ア3」が米州や欧州の1.5倍以上のシェアを有していることがわかる。今後、もし2010年まで中国の国産メーカーの成長が続けば、「東ア3」のグローバルシェアは45%に達すると推測される。

2 メーカー基準への読替えによる増減——「東ア3」が12.4ポイント増加

ここで、前稿第1表において生産国基準でカウントした地域別のシェアと、第9表でメーカー基準に基づいてカウントした地域別のシェアの比較を第10表に示す。アジアは生産国基準では38.2%であったが、メーカー基準換算では44.4%へと、6.2ポイント増大している。「東ア3」は30.4%から42.9%へと、12.5ポイント拡大している。他方、欧州は31.3%から27.1%へと4.2ポイント減少し、米州も29.1%から27.9%へと1.2ポイント減少している。

ではなぜこうした変化が生じるのであろうか。以下、地域ごとに増減の要因を考えていこう。まず、「東ア3」を考える。生産国基準でみた「東ア3」の生産台数は2021万台であったが、メーカー基準でカウントすると、それにプラス要因として「東ア3」メーカーの海外現地生産（ただし「東ア3」域外）が加わる。逆にマイナス要因として欧州メーカーと米州メーカー、アジアメーカー（「東ア3」以外のアジア）の「東ア3」域内での現地生産台数を差し引くことになる。このプラス要因とマイナス要因を相殺すると、生産国基準とメーカー基準の生産台数の増減が算出できる。「東ア3」においては、「東ア3」メーカーの海外生産台数（1188万台）⁴⁾が圧倒的に大きく、他方米州メーカーと欧州メーカー等の「東ア3」域内での現地生産台数が相対的に小さいために、メーカー基準で換算すると、グローバル生産台数が2878万台となるのである。

ただし、足を引っ張っているのは中国である。中国は生産国基準では571万台であるが、メーカー基準では350万台と推定され、221万台のマイナスとなっ

4) ただし「東ア3」域内での海外生産台数を除外しきれていない。

第10表 生産国基準とメーカー基準の比較（2005年）

		生産国基準 (%)	メーカー基準 (%)	増 減 (%)
地 域	アジア	38.2	44.4	△ 6.2
	東ア3	30.4	42.9	△ 12.5
	欧州	31.3	27.1	▼ 4.2
	米州	29.1	27.9	▼ 1.2
	総 計	98.6	99.4	△ 0.8

出所：前稿第1表および第9表の数値を用いて作成。

注：「総計」でプラス0.8ポイントとなっているのは、3地域（アジア・欧州・米州）のメーカーが3地域以外（大洋州やアフリカ等）で現地生産を行っているプラス分を示している。

第11表 現地進出企業と受入地域

		受 入 地 域		
		アジア	欧州	米州
進 出 企 業	東ア3	◎	○	◎
	欧州	△		◎
	米州	△	◎	

注：生産規模が、◎は大きく、△は小規模、○はその中間を示している。

ている。これは、乗用車の独自製品開発力が低いことから生じている。2005年の乗用車販売台数の内、海外メーカーのライセンス車が75%を占めているのである。

次に欧州のシェアが減少している要因を見てみよう。欧州メーカーは、たしかに中南米で大規模な現地生産拠点をいくつか有しているが、北米では前掲第7表でみたように生産規模が小さい。アジアでも中国のVWの拠点以外に見るべきものは少ない。その結果、「東ア3」と比較するとプラス要因が小さくなっているのである。他方、欧州域内において米国メーカーや日本メーカーが現地生産を大規模に展開しており、相対的にマイナス要因が大きくなっている。

これらのプラス要因とマイナス要因の相殺の結果として、マイナス4.2ポイントが生じている。

最後に米州の場合は、米国メーカーは欧州において大規模な現地生産を展開しており、プラス要因を得ている。だが、アジアでは韓国と中国のGMの拠点を除くと規模が大きい拠点は無い。他方マイナス要因としては、北米内において日本メーカーが大規模な現地生産を展開し、韓国メーカーや欧米メーカーも小規模であるが、現地生産工場を有している。これらの結果として、マイナス1.4ポイントとなっている。

繰り返しになるが、以上の地域別の海外現地生産についてイメージ的に再整理したのが第11表である。「東ア3」メーカーは米州に大規模に進出し、欧州にも一定程度の現地生産の規模を構築していることを示している。またアジアでも日韓メーカーが現地生産拠点を広範に展開させている。

欧州メーカーは米州には一定程度の現地生産の規模を築いているが、アジアでは中国のVWを除くと規模が小さく、全体的には遅れている。

米州メーカーは、欧州には古くから現地生産拠点を構築しているが、アジアでは現地生産が遅れており、グローバルにはマイナスとなっている。

3 2010年の予測——「東ア3」のグローバルシェア45%の可能性

安易な予測は可能な限り避けるべきであるが、ここで高い確率で達成されると推定できるのは、中国の国内生産台数が2010年には、2005年の571万台よりも少なくとも400万台は上乗せされると見込まれることである。もしこれに加えると、2010年にはメーカー基準でみた「東ア3」の生産台数のシェアは45%程度に達すると予測される。

お わ り に

本稿の分析で明らかになった結論を列挙しよう。まず言えることは、グローバル競争力という観点からは見ると日韓と中国は異なっている。すなわち、日

本および韓国の国産メーカーには相当高いグローバル競争力が存在するが、中国メーカーには現時点ではグローバル競争力は存在しない。中国メーカーは国内市場に過度に依存し、確固たる輸出競争力や海外現地生産体制は現時点では構築されていない。

では日本および韓国の自動車メーカーのグローバル競争力はどうなものか。ひとことで表現するとそれは、「守りが固く、攻めに強い」と言い表されよう。日本と韓国では、第一に、ホームマーケットに対する輸入車の浸透を抑え、自国の国産メーカーが高いシェアを掌握している。第二に、その自国市場の規模は保有台数や販売台数から見ると、西欧の大国以上かそれに匹敵する大きさを有しており、この自国市場をステップボードとして成長してきている。第三は、大規模な輸出台数を保持していることである。この大規模な輸出によって国内生産の規模の経済性がさらに高められている。第四に、世界最大のマーケットである米国市場で高いシェアを獲得している。それは対米輸出台数の大きさとともに、米国内での現地生産能力の高さによって実現されている。第五に、外国メーカーが日韓両国にある自動車メーカーを吸収合併している事例は存在するが、そうしたメーカーのシェアは低く抑えられている。

総じて、「守り」(規模の大きなホームマーケットにおけるシェアの高さ、輸入抑制)が固く、「攻め」(輸出と海外現地生産)に強いことである。その結果として生産国基準からメーカー基準に読み替えた時にグローバルシェアが12.5ポイント増大することとなっている。

他方中国は、人口の大きさを基盤に保有台数が今後も拡大していく。たとえ輸出競争力が未成熟であったとしても、国内市場を基盤として、日米を上回る規模の自動車生産大国になりうるであろう。しかしながら、国産メーカーによる乗用車の独自開発能力と輸出競争力は今後の課題として残されている。