

世界の自動車産業のグローバル競争

世界の自動車産業は環境問題など大きな課題をかかえながらも、各国の基幹産業として発展を続けている。

2004年の世界全体の自動車生産台数は、前年より5.6%増加し、6,395万台となった。

生産台数の上位5か国は、1位がアメリカ、2位が日本、以下ドイツ、中国、フランスと続く。これら上位5か国で全世界生産の約60%を占めている。

また、自動車の生産台数を自動車メーカー別にみると、自動車生産上位国のメーカーが上位を占めている。第1位はGM818万台、第2位がフォード656万台、第3位が僅差のトヨタ624万台、第4位フォルクス・ワーゲン502万台と続く。第9位に韓国の現代・起亜が位置するが、韓国自動車メーカーの台頭を物語っている。

第1表は世界の10大メーカー・グループの地域別自動車販売台数をみたものである。

GMグループ（1位）とフォードグループ（2位）のアメリカ・ビッグツリーは、北・中南米で20～30%のシェアを占め圧倒的な強さをみせているものの、他の地域では弱い。欧州勢はヨーロッパ以外では劣勢に立たされているが、ダイムラー・クライスラーはかつての影響もあって米国でシェア14.7%と強力である。また、ルノー・日産グループは他の欧州勢にくらべ、日産の支配圏を含むことでアジア・大洋州で強い。このようなダイムラーとクライスラー、ルノーと日産のような国際的な提携が自動車の世界市場をめぐって大き

第1表 2003年地域別メーカーグループ別自動車販売台数（単位：台、%）

	世界65か国	北・中南米11か国	欧州17か国	アジア・大洋州14か国	アフリカ・中近東9か国
1 GMグループ	12,950,651 (22.1)	6,512,580 (30.3)	3,548,613 (18.1)	2,685,627 (17.2)	203,831 (10.8)
2 Fordグループ	7,513,441 (12.8)	4,424,650 (20.6)	2,169,139 (11.1)	800,085 (5.1)	119,567 (6.3)
3 トヨタグループ	6,766,656 (11.5)	2,161,951 (10.1)	883,780 (4.5)	3,425,933 (21.9)	294,992 (15.6)
4 Daimler Chryslerグループ	5,747,691 (9.8)	3,170,585 (14.7)	1,397,347 (7.1)	1,057,613 (6.8)	122,146 (6.5)
5 Renault/日産グループ	5,245,318 (8.9)	1,218,712 (5.7)	2,569,999 (13.1)	1,287,843 (8.2)	168,764 (9.0)
6 VWグループ	4,969,761 (8.5)	984,302 (4.6)	3,104,410 (15.9)	800,980 (5.1)	80,069 (4.2)
7 PSAグループ	3,150,935 (5.4)	102,951 (0.5)	2,651,984 (13.5)	137,488 (0.9)	258,512 (13.7)
8 ホンダ	2,901,515 (4.9)	1,572,111 (7.3)	224,689 (1.1)	1,055,384 (6.7)	49,331 (2.6)
9 現代自グループ	2,808,147 (4.8)	770,829 (3.6)	468,030 (2.4)	1,304,599 (8.3)	264,689 (14.0)
10 BMWグループ	1,060,824 (1.8)	303,069 (1.4)	646,703 (3.3)	87,360 (0.6)	23,692 (1.3)
自動車販売合計	58,627,638 (100.0)	21,500,518 (100.0)	19,583,655 (100.0)	15,658,237 (100.0)	1,885,228 (100.0)

（資料）FOURIN [2004] 『世界自動車メーカー年鑑（2005）』

（出所）上山、塩地編『国際再編と新たな始動－日本自動車産業の行方－』（日刊自動車新聞社、2005年）p.27

な影響を及ぼしている。

世界の自動車産業においては、メガコンペティションといわれる、生きのこりをかけた国際的な競争が激しく展開されている。

日本の自動車産業の発展と海外生産の増大

日本の自動車産業は戦後の経済発展の推進力として著しい発展をとげてきた。第2表は1970年以降今日ま

第2表 日本の自動車生産・輸出・国内販売の推移(台)

年	生産	輸出	国内販売
1970	5,289,157	1,086,776	4,100,467
1975	6,941,591	2,677,612	4,308,931
1980	11,042,884	5,966,961	5,015,510
1985	12,271,095	6,730,472	5,556,834
1990	13,486,796	5,831,212	7,777,493
1995	10,195,536	3,790,809	6,865,034
2000	10,140,796	4,454,885	5,963,042
2001	9,777,191	4,166,089	5,906,471
2002	10,257,315	4,698,726	5,792,093
2003	10,286,318	4,756,339	5,828,178
2004	10,511,518	4,957,663	5,853,382

（出所）『日本の自動車工業』（2005年）より作成

での自動車の国内生産、輸出、国内販売の推移をみたものである。自動車国内生産は1980年代に急増し、90年には1,350万台に到達した。この時期、国内販売も年間500万台から700万台に拡大しているが、自動車の国内生産の増大要因は海外輸出の伸展にあった。輸出は1970年の100万台から、80年代670万台へと著しく増大している。

日本車は80年代、燃費効率の良さに加えて、「よいものを安くつくる」という日本の生産システムの普及の結果、圧倒的に強い国際競争力をつくりだし、日本を自動車王国へと押し上げていった。ここにいう「日

本的生産システム」とは、トヨタ生産システムとも称され、日本独特の下請企業システム、関係企業と開発段階より取り組むデザイン・イン・システム、高効率、高品質の生産方式を意味する。

しかし、このような自動車の世界への輸出の急激な拡大は、世界各地で深刻な貿易摩擦をひきおこすことになり、日本の自動車メーカーは日本からの輸出を自主規制する一方で、現地生産へと乗り出さざるをえなくなった。

日本の自動車メーカーの海外生産は、90年代から2000年代にかけて著しく増加する。これは貿易摩擦への対応ということにとどまらず、アセアン、中国の自動車市場の発展やそれへの対応としての低人件費コストを求める海外生産の拡大が加わった結果である。

日本の自動車の海外生産の推移は90年代から激増し、近年では海外生産比率が50%にまで近づいている。自動車工業会の予測によれば、05年度には海外生産が国内生産を上回ることになる。

このように日本の自動車産業は、拡大する市場をめざして海外生産を拡げ、さらに輸出をすすめ、販売台数の海外依存をいっそう強めている。

この結果、日本の自動車メーカーの海外売上高は、04年3月期でトヨタ66.5%、日産70%、ホンダ80%、マツダ70.9%、三菱75.3%と海外比率が高まっている。さらに、国内利益比率が比較的高いといわれるト

ヨタでさえも、海外からの営業利益が全体の40%を超えるまでに増加している。

日本の自動車メーカーは、生産のみならず販売も利益も、ますます海外への依存度を高め、グローバルな多国籍企業になっているのである。このようにして日本の自動車メーカーは、日本を輸出拠点に海外進出をすすめた段階から、海外生産を拡大し、アメリカからヨーロッパ、アセアン、中国へと世界的な生産・販売の体制を構築するにいたったのである。次に、近年、日本の自動車メーカーの海外進出の中心となっているアセアンと中国をとりあげ、その特徴を検討したい。

アセアンの生産ネットワークと戦略事

第3表 アセアン5か国の自動車生産(台) 日本の自動車

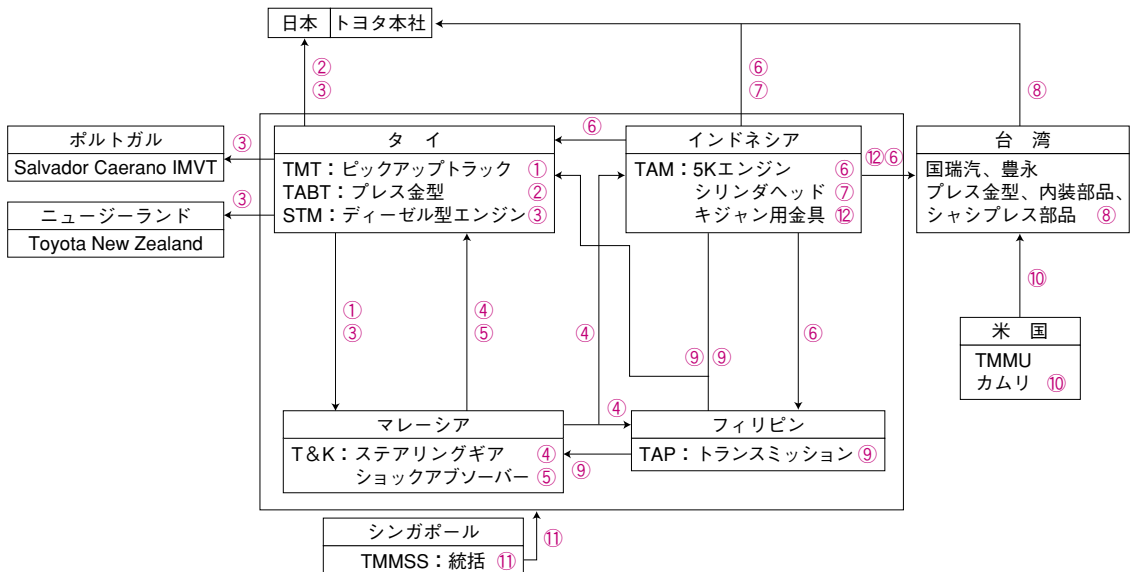
	2002	2003	2004
インドネシア	299,257	322,044	396,800
マレーシア	380,000	344,284	372,916
フィリピン	-	53,777	55,000
タイ	584,951	742,062	927,981
ベトナム	-	21,492	25,000

(出所)「日本の自動車工業」(2005年)より作成

メーカーは、タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピンなどのアセアン諸国への進出を1980年代以降、急増させてきた。アセアン諸国は日本の自動車メーカーが最大の影響力をもっている。アセアン諸国の中では、第3表にみるように、タイが最も自動車産業を発展させ、市場としても有力な位置を占めている。

このタイの自動車販売のシェアを見ると、トヨタ37.4

第1図 トヨタのアセアン生産拠点を中心とした相互補完概念図



(注) TMT: Toyota Motor Thailand, TABT: Toyota Auto Body Thailand, STM: Siam Toyota Mfg. T&K: T&K Autoparts, TAM: Toyota-Astora Motor, TAP: Toyotaparts Philippines, TMMU: Toyota Motor Mfg. U. S. A.

(出所) 丸山恵也「東アジア経済圏と日本企業」(新日本出版社、1997年) p.100

%、いすゞ 23.9%、ホンダ12.0%、日産7.3%と日本が約90%と圧倒的な支配力をもっている。

日本の自動車メーカーは、このアセアンに自動車生産のネットワークを構築している。トヨタのアセアン・生産ネットワークの概念図は、第1図にみる通りである。

この地域は、2010年までに自由貿易協定（FTA）を整備し、自動車分野の域内関税を撤廃し、非関税障壁も取り除くことにより、人、モノの移動が自由にできる経済共同体づくりをめざし、自動車産業を牽引役に位置づけている。日本のメーカーはここに部品調達から生産・供給までの現地生産ネットワークを形成している。この生産ネットワークは、日本の自動車メーカーの国際分業を基盤とし、日本国内の関係・下請部品メーカーの現地進出によって補完されている。日本の自動車メーカーは、このように国際分業のネットワークにアセアン諸国の工場群を組織し、このネットワークをベースに世界戦略車の生産、販売をすすめている。

トヨタは世界戦略車IMV（Innovative International Multi-Purpose Vehicle）をアジア、アフリカ、オセアニア、中南米、中近東などの新興市場を中心に、06年には年50万台を生産する。

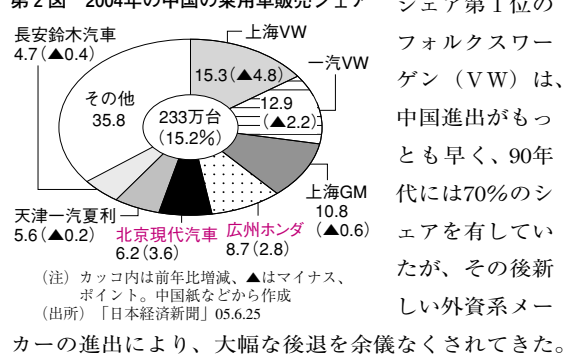
トヨタのグローバル化は、これまで日本で新車を開発、販売したうえで、世界の各拠点に生産技術を移転してきた。これに対してIMVは需要地に適した車種を部品調達から生産・販売まで現地で完結させる本格的なワールド・カーである。このIMVをトヨタは、自らのアセアン生産ネットワークをベースに推進することになる。

日本の自動車メーカーの中国戦略

近年の中国自動車産業の発展にはめざましいものがある。2000年以降の発展はとくに著しく、現在、年産約500万台で、世界4位であるが、05年には600万台を超え、ドイツを抜き世界3位に浮上するといわれている。

中国の自動車メーカーは、第一汽車、上海汽車、東風汽車の3大メーカーを先頭に、現在約120社あり、政府の大型メーカーへの集約化政策のなかで合併再編をすすめているが、ここに、残された最大の自動車市場といわれる中国をめざす日欧米の世界の主要な自動車メーカーの進出が加わり、時々の戦略から連携、分離する「合従連衡」をくり返しながら弱小メーカーを淘汰し、近代産業としての体制を整備している。

第2図は中国の乗用車市場のシェアをしめす。市場シェア第1位の



フォルクスワーゲン（VW）は、中国進出がもっとも早く、90年代には70%のシェアを有していたが、その後新しい外資系メーカーの進出により、大幅な後退を余儀なくされてきた。VWと同様に、GMも中国進出は早かったが低迷を続けてきた。現在、上海汽車を軸に、GM日系グループのスズキ（長安鈴木汽車）、いすゞ（慶鈴汽車）と連携し、拡張戦略をすすめている。VW、GMの低迷のなかで著しい伸展をみせているのが、広州ホンダと北京現代である。

日本メーカーの中国進出状況は、ホンダ、トヨタ、日産の順であるが、この3社はともに中国に年産50万台体制を確立する計画をすすめている。とくにホンダは広州ホンダに新工場（年産12万台）を設立し、生産能力を2倍の年53万台とする。ホンダはここを欧州への小型車（フィット）の輸出基地にする戦略である。これまで、パソコン、家電など多くの中国製品が世界市場に浸透してきたが、高度な製造技術が求められる自動車はまだまだ輸出産業には育っていない。自動車の輸出基地構築というホンダ戦略は、今後の中国自動車産業と市場動向をみるうえで注目される。

日本の自動車産業の課題

今後の日本の自動車産業の課題を確認したい。

第1は日本の自動車産業の海外生産の拡大にともなう問題である。国内的には産業空洞化と地域経済の破綻という深刻な問題がひき起こされている。また、アメリカでは、日本車の著しい伸展により、GM、フォードが苦境に陥り、日米間の経済摩擦が再燃しそうな状況にある。

第2は現在のガソリン自動車がこのまま大量生産され続けることは、地球の環境破壊と化石燃料資源の有限性から限界にあることはあきらかになった。「燃料電池車」の開発に世界の手自動車メーカーはしのぎを削っている。しかし、これが普及するには技術面、コスト面で今後解決されなければならない課題も多い。