

《グローバル化の進展と日中韓自動車産業③》

2013年1月7日
No.2012-015

ポスト反日デモの中国自動車市場

— 回復が期待される日本車販売 —

調査部 研究員 関辰一

《要 点》

- ◆ 2012年秋の反日デモは日中経済関係に多方面でマイナスの影響を与えた。特に日系自動車メーカーへの影響は大きく、9～10月の各社の自動車販売台数はおおむね半減した。
- ◆ もっとも、日本車販売の大幅な下振れに対して、欧米車や韓国・中国車の上振れは小幅であった。日本車の潜在的な購入層のうち、競合他社に乗り換える動きは限定的であった。結果として、日本車販売が下振れた分、自動車販売全体が下振れた。
- ◆ この背景として、日本車が他国車と異なる顧客セグメントを持つなど、差別化が図られており、代替困難であることを指摘できる。日本車は①沿海部、②大型車セグメントで高い競争力を持つ。対照的に、韓国車や中国車は内陸部の小型車セグメントで強みを持つ。日本メーカーと韓国メーカーの中国市場進出戦略には明確な違いがみられる。
- ◆ 今後を展望すると、反日デモのマイナス影響が徐々に薄らぐことにより、中国における日本車販売は以前の水準に近づくと見込まれる。さらに、日本車に対する買い控え需要が顕在化すれば、2013年入り後に大幅増に転じる可能性もある。

(会社概要)

株式会社日本総合研究所は、三井住友フィナンシャルグループのグループIT会社であり、情報システム・コンサルティング・シンクタンクの3機能により顧客価値創造を目指す「知識エンジニアリング企業」です。システムの企画・構築、アウトソーシングサービスの提供に加え、内外経済の調査分析・政策提言等の発信、経営戦略・行政改革等のコンサルティング活動、新たな事業の創出を行うインキュベーション活動など、多岐にわたる企業活動を展開しております。

名称: 株式会社日本総合研究所 (<http://www.jri.co.jp>)

創立: 1969年2月20日

資本金: 100億円

従業員: 2000名

代表取締役社長: 藤井順輔

理事長: 高橋進

東京本社: 〒141-0022 東京都品川区東五反田2丁目18番1号 TEL 03-6833-0900(代表)

大阪本社: 〒550-0001 大阪市西区土佐堀2丁目2番4号 TEL 06-6479-5800(代表)

本件に関するご照会は、調査部・研究員・関辰一宛にお願いいたします。

Tel: 03-6833-6157

Mail: seki.shinichi@jri.co.jp

1. 反日デモの影響

<大きく下振れた日本車の販売台数>

2012年、日中関係は急速に悪化した。4月16日石原東京都知事(当時)が尖閣を購入する意向を発表した後、中国の地方で小規模な反日デモが起こった(図表1)。事態が急速に悪化したのは、9月半ばからである。9月11日に日本政府が尖閣の国有化を閣議決定したことを受けて、大規模デモが100都市以上で発生し、なかでも北京のデモは1万人にのぼる規模であった。

反日デモは日中経済関係に多方面でマイナスの影響を与えた。特に日系自動車メーカーへの影響は大きく、9~10月の各社の自動車販売台数はおおむね半減した(図表2)。この2か月の間に東風日産、一汽トヨタ、広州ホンダの3社合計で12~13万台程度下振れた。具体的には、東風日産の販売台数は、通常であれば9月と10月にそれぞれ6万台の販売が見込まれたものの、実際は9月に3.4万台、10月に2.8万台であったため、下振れ台数は9月2.6万台、10月3.2万台と2ヵ月合計で5.8万台と推定される。同様に、一汽トヨタの販売下振れ台数は3.5万台程度、広州ホンダは3.1万台程度と試算される。

<乗り換えは限定的>

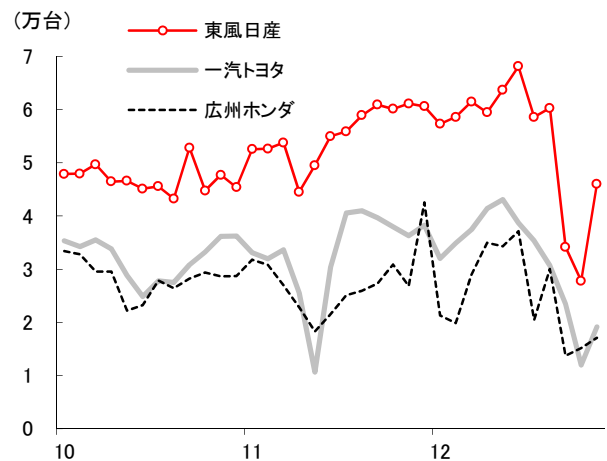
もともと、9~10月の日本車販売の大幅な下振れに対して、欧米車や韓国・中国車の上振れは小幅であった(図表3)。欧米系の4大メーカーである上海GM、一汽VW、上海VW、東風シトロエンの販売実績は、9月に35万台と8月から横ばいで推移し、10月は37万台であった。反日デモが発生しなかった場合、10月は35万台にとどまったと仮定すると、日本車から欧米車に乗り換えられた分は2ヵ月合計で2万台と計算される。北京現代の販売台数は、反日デモ以前の状況から9月と10月にそれぞれ5万台程度になるものと見込まれるなか、実際は6万台と6.5万台であったため、上振れ台数は2

(図表1) 2012年の反日デモの経緯

| 月 日 | 経緯 |
|------|---------------------------|
| 4 16 | 石原東京都知事(当時)が尖閣諸島の買い取りを表明 |
| 5 13 | 野田・温会談、双方とも尖閣の領有権を主張 |
| 6 14 | 華人団体の抗議船が福建から尖閣に向けて出港 |
| 7 7 | 盧溝橋事件の発生日、中国政府の弱気姿勢に批判 |
| 11 | 日中外相会談、双方が尖閣領有権を主張 |
| 8 12 | 香港民間団体の抗議船が尖閣に向けて出港 |
| 15 | 北京の日本大使館前で約30人のデモが発生 |
| 18 | 抗議活動、日本製品の不買運動やデモが各地に拡大 |
| | 日本政府が丹羽中国大使の交代を決定 |
| 28 | 北京で大使の車から日本国旗が奪われる |
| 9 11 | 日本政府が尖閣国有化を閣議決定 |
| | 中国外務省が尖閣国有化の撤回を要求 |
| | 北京の日本大使館前で約150人のデモが発生 |
| 15 | 土曜日、デモが40都市以上に拡大し、数万人が参加 |
| 16 | 日曜日、デモが100都市以上に拡大、一部暴徒化 |
| 19 | デモは、警備体制やネット規制の強化などにより鎮静化 |

(資料)各種報道を基に作成

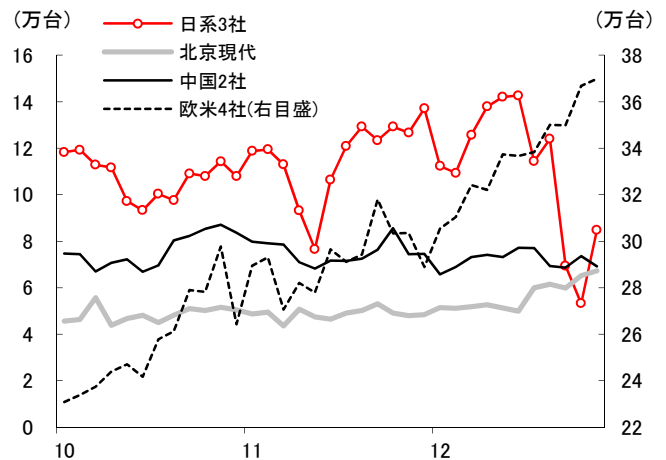
(図表2) 中国における日系乗用車の販売台数(季調値)



(資料)CEICを基に作成

(年/月)

(図表3) 中国における乗用車の販売台数(季調値)



(資料)CEICを基に作成

(年/月)

か月間の合計で 2.5 万台程度となる。中国地場メーカーである奇瑞（チェリー）と吉利（ジリー）の販売台数は 9 月に前月比マイナスとなり、10 月は従来の販売台数に戻ったに過ぎない。

このように、日本車の潜在的な購入層のうち、競合他社の車に乗り換える動きは限定的であった。日本車販売が下振れた分、自動車販売全体が下振れた格好である。

2. 代替困難な日本車

反日デモにより日本車販売が 9～10 月に大幅に減少したものの、欧米車や韓国・中国車への乗り換えは限定的であった背景として、日本車が他国車と異なる顧客セグメントを持つなど、差別化が図られており、代替困難であることを指摘できる。

<沿海部で根強い人気>

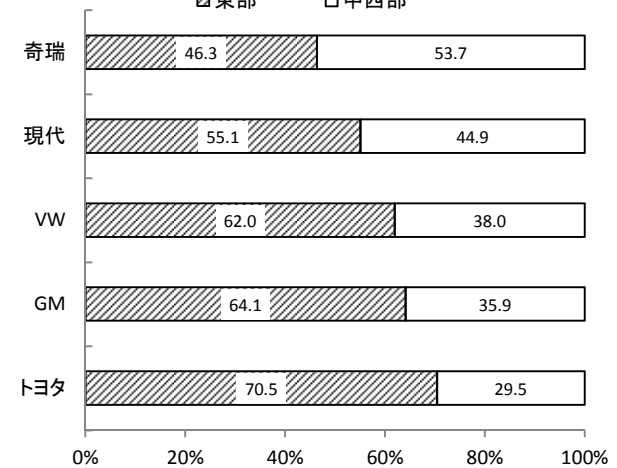
日本車は沿海部で人気根強い。フォーイン社の『中国乗用車市場トレンド 2009』によると、2008 年のトヨタの乗用車登録台数 41 万台のうち、東部が 35 万台と全体の 70.5% を占める（図表 4）¹。

沿海部大都市では、この傾向が一段と鮮明である。北京市における 2008 年のトヨタ車の登録台数は 2 万 2,946 万台と現代の 1 万 9,328 万台、奇瑞の 1 万 2,914 万台を上回る（図表 5）。上海市ではトヨタ車の 1 万 4,582 万台に対して、現代は 1,505 台、奇瑞は 1,244 台とそれぞれ約 10 分 1 程度にとどまる。広東省においても、トヨタ車が 10 万 5,794 万台と、現代の 1 万 4,709 台、奇瑞の 1 万 215 台を大きく上回る。

対照的に、韓国車や中国車は内陸部の中小都市で強みを持つ。2008 年、東部で登録された奇瑞車は全体の 46.3% にとどまる一方、中西部のシェアは 53.7% にのぼる。現代車は東部 55.1%、中西部 44.9% と、トヨタや GM、VW に比べて、中西部のシェアが高い。

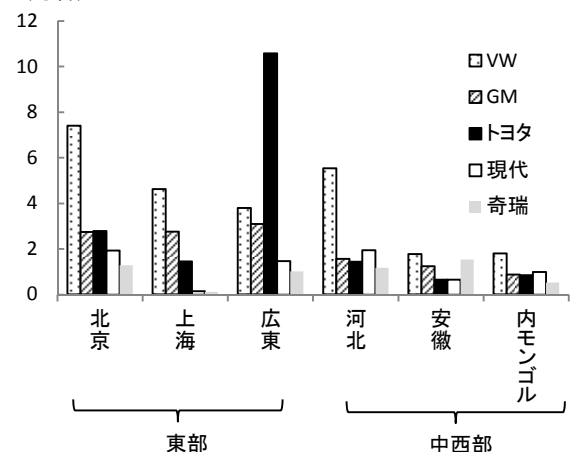
代表的な内陸地域をみると、中部で市場としてもっとも大きい河南省では、トヨタと現代、奇瑞車の登録台数はそれぞれ 1 万 5,017 万台、1 万 7,885 万台、1 万 2,198 万台と、現代がトヨタを上

（図表 4）中国における乗用車登録台数のシェア（2008年）
□東部 □中西部



（資料）フォーイン社『中国乗用車市場トレンド2009』を基に作成

（図表 5）地域別メーカー別の乗用車登録台数（2008年）
（万台）



（資料）フォーイン社『中国乗用車市場トレンド2009』

¹ 本稿でいう内陸部とは中国国家統計局のいう中部と西部、沿海部とは東部のこと。国家統計局は 31 省・市・自治区について、北京・天津・河北・遼寧・上海・江蘇・浙江・福建・山東・広東・海南の 11 地域を「東部」、山西・吉林・黒龍江・安徽・江西・河南・湖北・湖南の 8 地域を「中部」、内モンゴル・広西チワン・重慶・四川・貴州・雲南・チベット・陝西・甘肅・青海・寧夏・新疆の 12 地域を「西部」と定義。

回る。高速鉄道で上海市から西に3時間程度に位置する安徽省では、3社の登録台数はそれぞれ6,519台、6,584台、1万5,380台と、奇瑞がもっとも多い。資源供給地として急ピッチで経済成長している内モンゴル自治区では、トヨタ8,479万台、現代9,850万台、奇瑞5,331万台と現代がトヨタを上回る。

<大型車セグメントで強い競争力>

さらに、日本車は利益率の高い大型車セグメントで強い競争力を持つ。2010年の大型乗用車販売台数181万台のうち、日系ブランドは73万台と全体の40.4%を占める(図表6)。これに次いで、欧州ブランドが32.4%、米国ブランドが16.5%、中国ブランドが7.0%、韓国ブランドが3.8%となる。

他方、市場が急拡大している小型車セグメントでは日本車のシェアは低い。2010年の小型乗用車販売台数748万台のうち、日系ブランドは124万台と全体の16.6%にとどまる(図表7)。中国ブランドが37.5%、欧州ブランドが22.0%と日系ブランドを上回る。米国ブランドは13.9%、韓国ブランドは10.0%となる。

<戦略が異なる日韓の市場進出>

では、なぜ日本車が①沿海部、②大型車セグメントで高い競争力を持つようになったのか。日本メーカーと他国メーカーでは市場進出の戦略がそもそも異なることが要因として挙げられる。中国の自動車市場をピラミッドにみると、沿海部大都市を中心とした高級車・大型車需要が上の三角形を形成し、内陸部中小都市のエントリー車・小型車需要が下の台形部分となる。日本メーカーと韓国メーカーの市場進出には、「上から入るか」「下から入るか」の違いがみられる。トヨタが市場に大型車から投入したのに対して、現代は小型車から投入した。その結果、トヨタの総販売台数に占める大型車のシェアが高く、現代は逆に小型車のシェアが高い(図表8)。大型車のシェアが高い日本メーカーは、トヨタに限らない。ホンダと日産も中国市場に進出する際「上から入った」のである。

なお、日本自動車メーカーの中国ビジネスはしばしば「出遅れ」と評価されるものの、トヨタと韓国系の現代、中国地場メーカーの奇瑞の販売台数の伸びをみると、その評価は妥当ではない。2003年から2011年にかけて、現代と奇瑞は急ピッチで販売台数を伸ばしたが、トヨタは2社とほぼ同じペースで販売拡大を成し遂げた(図表9)。中国自動車市場というパイが急拡大するのに伴い、トヨ

(図表6) 大型乗用車販売台数(2010年)

| 系列 | 販売台数 (万台) | シェア (%) |
|----|--------------|------------|
| 日本 | 73 | 40.4 |
| 欧州 | 59 | 32.4 |
| 米国 | 30 | 16.5 |
| 中国 | 13 | 7.0 |
| 韓国 | 7 | 3.8 |
| 小計 | 181 | 100.0 |

(資料)フォーイン社『中国自動車産業2012』を基に作成

(注)大型車とはフォーイン社のセグメントD,E1,E2。D:アコード等、E1:ベンツCクラス等、E2:クラウン等。

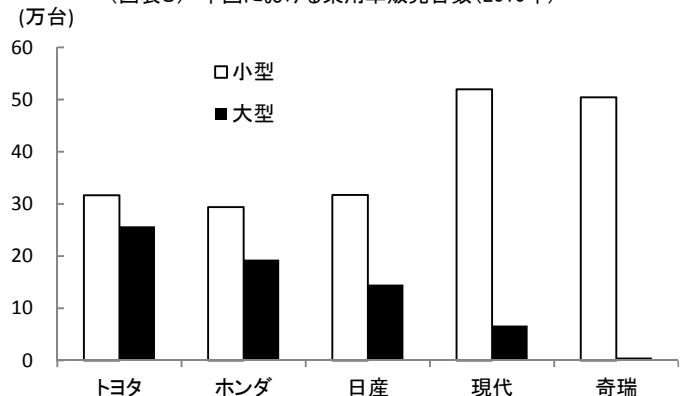
(図表7) 小型乗用車販売台数(2010年)

| 系列 | 販売台数 (万台) | シェア (%) |
|----|--------------|------------|
| 中国 | 280 | 37.5 |
| 欧州 | 164 | 22.0 |
| 日本 | 124 | 16.6 |
| 米国 | 104 | 13.9 |
| 韓国 | 75 | 10.0 |
| 小計 | 748 | 100.0 |

(資料)フォーイン社『中国自動車産業2012』を基に作成

(注)小型車とはフォーイン社のセグメントA,B,C。A:アルト等、B:マーチ等、C:カローラ等。

(図表8) 中国における乗用車販売台数(2010年)



(資料)フォーイン社『中国自動車産業2012』を基に作成

(注)小型車とはフォーイン社のセグメントA,B,C。

A:アルト等、B:マーチ等、C:カローラ等。

大型車とはフォーイン社のセグメントD,E1,E2。

D:アコード等、E1:ベンツCクラス等、E2:クラウン等。

タはパイの取り込みに注力し、現代に劣らない成果を上げてきたと評価した方が妥当である。

3. 回復が見込まれる日本車販売

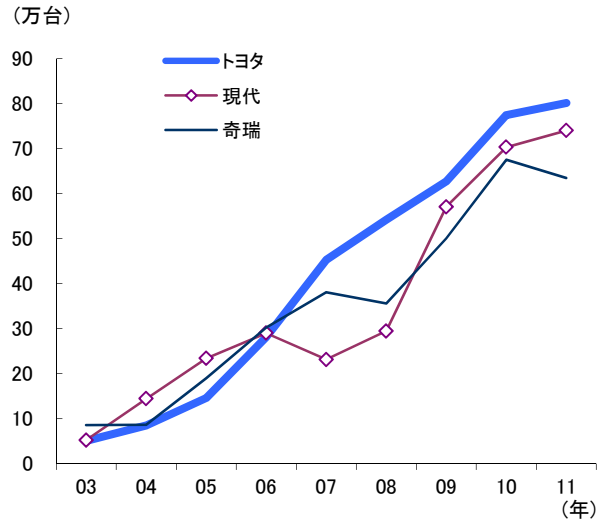
今後を展望すると、反日デモのマイナス影響が徐々に薄らぐことにより、中国における日本車販売は以前の水準に近づくと見込まれる。実際、11月の日系3社の月次販売台数は8.5万台と10月の5.3万台から大きく増加している。

では、いつ販売状況が反日デモ以前の水準に戻るのだろうか。2012年11月末、トヨタは2013年4月には生産を前年の水準に戻す計画を立てていると報道されたが、販売も4月に戻ると考えるのはやや保守的な見方である。足許の販売回復の勢いが続くとの前提でシミュレーションすると、一汽の販売台数は2013年2月には月4万台という反日デモ以前の平均的な販売水準に戻る可能性がある(図表10)。日系3社についても、同じく2013年2月には月14万台という反日デモ以前の水準に戻ると見込まれる。

さらに、日本車に対する買い控え需要が顕在化すれば、2013年入り後に大幅増に転じる可能性もある。ここまでみてきたように、9~10月に日本車販売は大幅に下振れたものの、欧米車や韓国・中国車への乗り換えは限定的であった。

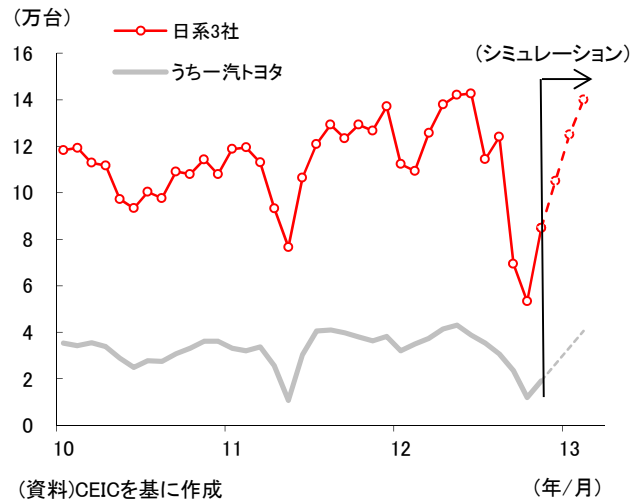
沿海部で大型車の購入を検討し、日本車に他国車に無い魅力を感じている多くの消費者は、反日デモ後にすぐさま競合他社の車に走るのではなく、自らのこだわりを強く持ち、様子見をしている。もちろん、日中関係に新たな火種が発生しないという前提条件付であるが、このような消費者が日本車の購入に踏み切ることで、2013年春頃の販売台数は一時的に急増する可能性もある。日系3社の販売台数は3~5月に月16万台に達しても不思議ではない。

(図表9) 中国における乗用車の販売台数



(資料)フォーイン社『中国自動車産業2012』を基に作成

(図表10) 中国における日系乗用車の販売台数(季調値)



(資料)CEICを基に作成

(年/月)

◆Research Focus 《グローバル化の進展と日中韓自動車産業》シリーズ◆

- ① 向山英彦「韓国自動車産業にみるFTAの影響—輸出促進効果がみられる半面、国内市場で増加する輸入車—」2012年10月5日
- ② — 「変化する韓国の対日自動車部品貿易—対日輸出が増加する半面、対日輸入が大幅減—」2012年12月14日