

《グローバル化の進展と日中韓自動車産業④》

2013年7月19日
No.2013-14

「円安・ウォン高」と現代自動車

— 世界市場の影響は軽微、韓国で崩れる「圧倒的優位」 —

調査部 上席主任研究員 向山英彦

《要 点》

- ◆ 「円安・ウォン高」が急ピッチで進んだ時期、現代自動車の業績が悪化するという見方が広がった。その理由は、①現代自動車の世界市場でシェアを上げてきたのはウォン安によるところが大きい、②「円安・ウォン高」に伴い輸出が鈍化する（日本車の輸出が増える）、③ウォン換算の利益が減少するなどである。
- ◆ 日本車と多くのセグメントで競合する米国市場では「円安・ウォン高」の影響を受けるのは避けられないが、世界市場全体における影響は比較的軽微にとどまる可能性が高い。新興市場では日系メーカーとマーケティング戦略が異なっており、「円安・ウォン高」によってその優位が崩れないためである。
- ◆ 2013年上期をみると、米国での販売台数は前年同期比+1.2%にとどまった。他方、中国では第三工場が稼働（12年7月）して供給力が増大したこともあり、前年同期比+36.9%と、販売を伸ばしている。インドでは成長の減速により国内販売は低迷しているものの、輸出がカバーしている。
- ◆ むしろ注意したいのは、韓国国内の動きである。輸入車のシェアが上昇傾向にある上、日系メーカーも最近になり、「円安」を活用した積極的なマーケティングを展開しているからである。このため、現代自動車グループ（起亜自動車を含む）も値引きを迫られている。これまで、同グループは圧倒的なシェアに支えられた価格支配力によって大きな利益を確保し、それを研究開発や海外事業展開、広告宣伝などに振り向けてきたとすれば、輸入車のプレゼンスの拡大はそれを難しくさせることになる。

(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・向山英彦宛にお願いいたします。

Tel: 03-6833-2461

Mail: mukoyama.hidehiko@jri.co.jp

1. 世界全体では影響は軽微

急速な「円安・ウォン高」により、一時期現代自動車の業績悪化が懸念された。実際には、米国市場では増勢が鈍化しているものの、最大の市場である中国では販売を大幅に伸ばしている。

(1) 懸念された「円安・ウォン高」の影響

韓国では2012年末以降、急速な「円安・ウォン高」に見舞われた。12年10月に100円=1,500ウォン台で推移していたウォン・円レートは同年12月に1,200ウォン台、13年1月に1,100ウォン台、5月には1,000ウォン台へ上昇した(図表1-1)。

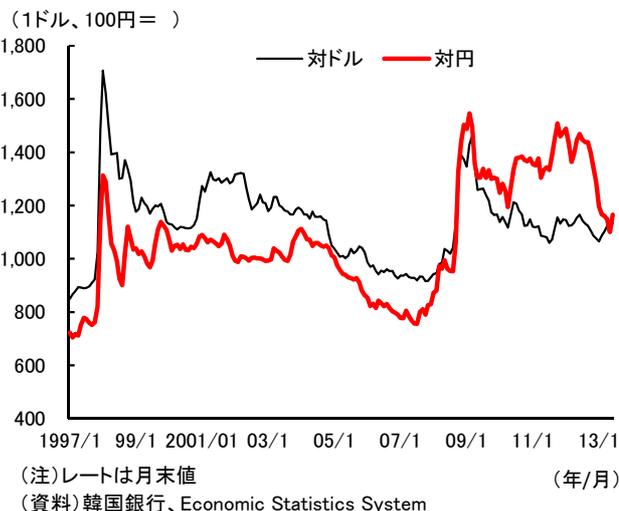
短期間に「円安・ウォン高」が進んだため、韓国内外で現代自動車の業績が悪化するとの見方が広がり、同社の株価は12年10月から11月にかけて急落した(図表1-2)。韓国の総合株価指数の下落幅を大幅に上回ったことが当時の様子を物語っている。その後やや持ち直したものの、4月に円安が進んだこと、1~3月期の決算が発表(営業利益が前年同期比▲10.7%)されたことを契機に再び下落した。

現代自動車の業績が悪化するという見方は、①世界市場でシェアを上げてきたのはウォン安によるところが大きい、②急速な「円安・ウォン高」に伴い、価格競争力が低下して輸出が鈍化する(日本車の輸出が増える)、③ウォン換算の利益が減少するなどにもとづいている。また日系メーカーよりも国内生産比率が高いため、為替の影響を受けやすい点も問題視された。

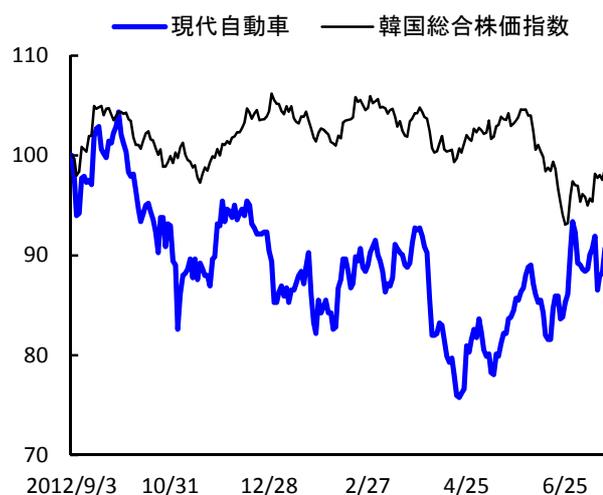
たしかに、日本車と多くのセグメントで競合する米国市場では「円安・ウォン高」の影響を受けるのは避けられないが、世界全体でみた影響は軽微にとどまる可能性が高い。というのは、現代自動車が世界的にシェアを伸ばしてきたのは、主に新興市場によるところが大きく(12年の現代自動車の地域別販売台数は、①中国(84.7万台)、②米国(70.3万台)、③韓国(66.7万台)、④EU(44.4万台)、その他(173.1万台)、総計439.2万台)、新興市場ではマーケティング戦略が異なり(後述)、日系メーカーと必ずしも競合しているわけではないからである¹。

以下では、この点を検証していくことにしよう。

(図表1-1)ウォンの対ドル・円レート



(図表1-2)現代自動車の株価推移



(資料)韓国取引所
(注)2012年9月3日の値が100、直近は2013年7月17日

¹ この点に関しては、向山英彦「グローバル化で変わる韓国の自動車産業—世界で存在感を増す現代、国内では輸入車増加—」『JRI レビュー』2013 Vol.6, No.7を参照されたい。

(2) 米国市場では増勢鈍化

93年のカナダ工場閉鎖後、現代自動車が海外現地生産（ノックダウンを除く）を本格化させたのは90年代末になってからである。

97年トルコ、98年インド、2002年に中国（北京汽車との合弁）で現地生産を開始した。その後08年にインドと中国第二工場、09年にチェコの工場が相次いで稼動した結果、海外生産拠点における総販売台数は2009年に150万台に達した。さらに、11年にロシア、12年に中国第三工場、ブラジル工場が稼動しているように、海外現地生産は新興市場が中心になっており、なかでも需要が急拡大しているBRICsに注力してきたことが特徴的である（図表1-3）。

こうした現地生産の拡大に伴い輸出は近年やや頭打ちになりつつあるが、米国向けは増加し続けてきた（図表1-4）。12年の米国販売をみると、現地生産分（エラントラ、ソナタ）が30万9千台、韓国からの輸出分が35万1千台である。

輸出比率が高いため、米国での販売は為替レート変動の影響を受けやすく、韓国車は「コストパフォーマンスの良さ」が魅力であるため、円安により日本車の価格が低下すればその影響は小さくないと考えられた。中型セダンでは、現代自動車のソナタと、カムリ（トヨタ）、アコード（ホンダ）、アルティマ（日産）などが競合している。

13年上期の米国販売台数は前年同期比1.2%増にとどまった（図表1-5）。この数字だけをみれば、「失速」したといえるが²、前年上期は米国とのFTA発効（3月15日発効）を契機に販売（輸出）台数が上振れたことを考慮すれば、予想以上に「健闘」していると考えられる。

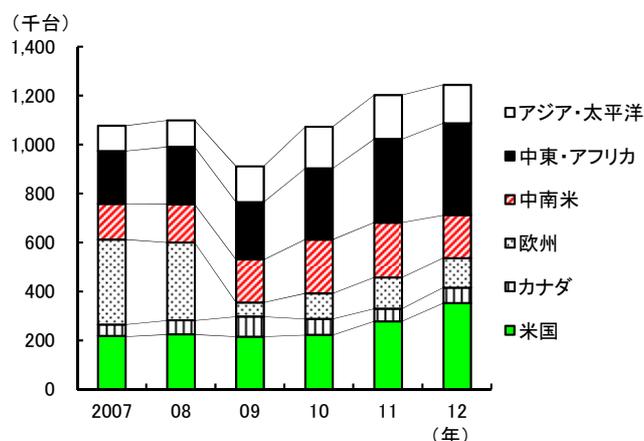
一部で予想された「日本車の台頭により現代自動車のシェアが大幅に奪われる」（現代自動車グループのシェアは12年8.7%、13年上期8.2%）事態にいたらなかった理由としては、①日系メーカーは円高に耐えうる生産体制を築いてきた結果、国内生産比率が低く（トヨタの場合、米国販売分のうち日本からの輸出は約1/3）、輸出拡大の余地が限られていること、②米国では景気回復に伴い、

(図表1-3) 現代自動車の海外生産

工場稼動年	現地生産国
1989	カナダ(93年閉鎖)
1997	トルコ
1998	インド
2002	中国
2005	米国
2006	米国第二工場
2008	インド第二工場 中国第二工場
2009	チェコ
2011	ロシア
2012	中国第三工場(7月)、ブラジル(9月)

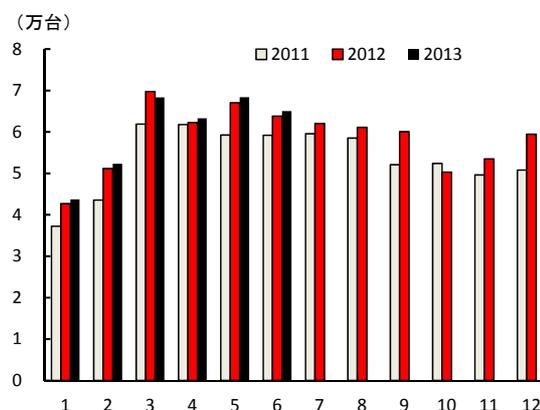
(資料) 現代自動車Annual Report、各種資料

(図表1-4) 現代自動車の地域別輸出



(資料) 現代自動車ホームページ

(図表1-5) 現代自動車の米国での販売台数



(資料) 現代自動車ホームページ、報道発表
(注) 販売台数は現地生産と輸出双方を含む

² 日本経済新聞 2013年7月14日「現代自、米市場で失速」によれば、①米国工場ではフル稼働状態になっていること、②韓国国内における週末生産が労使問題で停止したこと、③新車の投入が遅れていることなどを「失速」の要因として指摘している。

需要が大型車にシフトしていること、③中型セグメント（かつては日本車が圧倒的に優位）における競争が激しくなったことなどが指摘できる。

米国販売が懸念されたほど落ち込んでいないことと、次にみるように、新興国市場で堅調に販売を伸ばしていることが、現代自動車の株価が最近になり回復している理由である（図表1-2）。

（3）中国市場での販売は好調維持、インドでは輸出がカバー

韓国車と日本車は競合しているといわれているが、新興市場ではマーケティング戦略が異なっている。現代自動車はボリュームゾーン（小型車）をターゲットにした現地モデル（現地調達率が高い）を早い段階から投入してきたのに対して、日本企業は「上から下へ」の戦略にもとづき中型車から参入し、小型車の投入は遅れた。これが需要取り込みの差となって表れている。

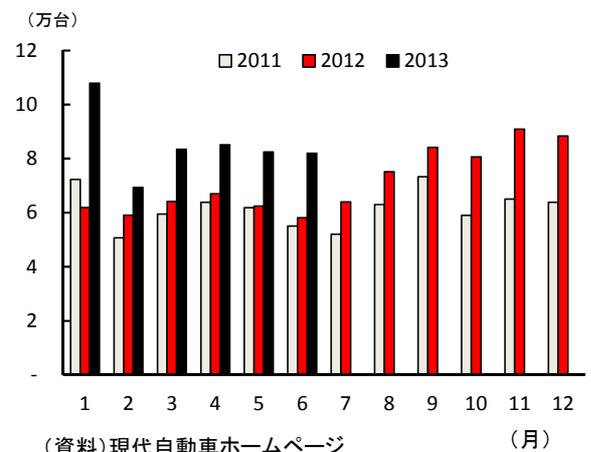
中国では02年の生産開始以降、北京現代が小型車の「アクセント」（1,400cc、1,600cc）や「エラントラ」（1,600cc、1,800cc）、中型セダンの「ソナタ」（2,000cc、2,400cc）などの最新モデルを低価格で販売したこと、北京市でのタクシー需要を取り込んだことにより、徐々にシェアを高めた。しかしその後、奇瑞、吉利など中国メーカーを含む他社の相次ぐ新車投入と価格引下げ、ウォン高による輸入部品コスト上昇などの影響を受けて、07年の販売台数は前年比マイナスとなった。

08年に第二工場が稼働することもあり、販売低迷から脱却する必要があった。そのために実施したのが低価格新小型車の開発である。新型車（中国名は「アバンテ悦動」）のベース価格が9.98万元と10万元を下回った上、韓国国内モデルよりも一回り大きく、クロームメッキで高級感を出したことが市場で好感された。09年に中国政府が消費刺激策の一環として、排気量1,600cc以下の自動車取得税を引き下げた（10%から5%へ）ことも追い風となった。需要の拡大を背景に第三工場を建設した（12年7月稼働）結果、生産能力は100万台となった³。

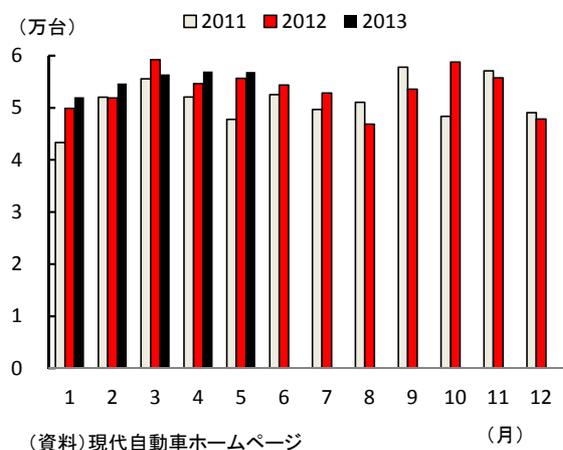
生産能力の拡大に支えられて、13年上期の販売台数は前年同期比+36.9%となった（図表1-6）。最大の市場である中国で、販売を大幅に伸ばしている。

一部の新興国では成長減速の影響で販売が減少しているものの、トータルでは増加している。インド工場の国内販売台数は13年（1～5月）に前年同期比（以下同じ）▲5.8%となったが、輸出（中東やアフリカなど）が+16.9%になり、全体では+2.1%であった（図表1-7）。ロシア工場でもロシア販売分は▲3.2%であったが、総販売台数は前年同期比+0.7%となった。

（図表1-6）現代自動車の中国拠点の販売台数



（図表1-7）現代自動車のインド拠点の販売台数



³ 中国で現地生産されている車は基本的に中国国内向けに販売されている。韓国からは最高級車の「エクウス」のほかに、「ローエンスクーペ」「ペロスター」「サンタフェ」などのスポーツカーやSUVなどが輸出されている。

2. 厳しさを増す国内環境

むしろ現代自動車にとって予想以上の苦戦を強いられているのが韓国国内である。輸入車のシェアが上昇傾向にある上、日系メーカーも積極的なマーケティングを展開している。

(1) 続く輸入車のシェア上昇

韓国国内では自動車販売が伸び悩むなかで、輸入車のシェアが上昇傾向にある。

輸入車の市場規模は依然として小さいものの、着実に拡大して2011年に初めて10万台に乗った。12年は韓国車の国内販売台数が前年比▲2.4%となったのに対して、輸入車の販売台数は24.6%増の13万858台となり、国内の自動車販売全体に占めるシェアは8.5%となった。

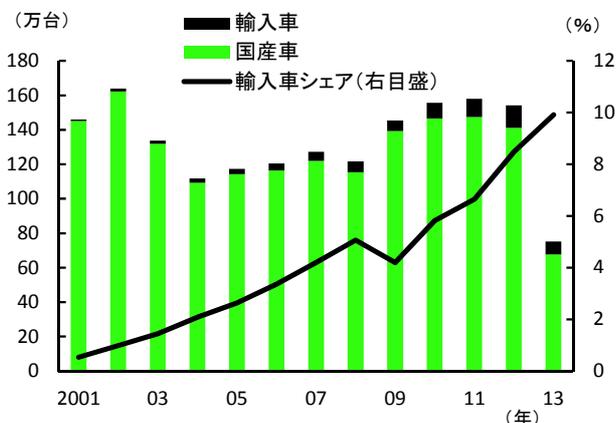
自動車に対する個別消費税引き下げ措置(12年9月実施)が12年末で終了したため、12年秋以降増勢が強まった自動車販売台数が13年入り後再び伸び悩み、上期は▲0.8%(前年同期比、以下同じ)にとどまった。こうしたなかでも、輸入車の販売は+19.7%と安定的に伸び、全体に占めるシェアは9.8%へ上昇した(図表2-1)。

近年、とりわけドイツ車のシェアが上昇している。VWグループ(Audiを含む)は07年の16.4%から12年に25.6%、BMWは14.3%から21.5%へ上昇した。この要因に、①韓国とEUのFTA(自由貿易協定)発効後、大型車に対する関税率が引き下げられたこと(8%から5.6%へ)、②欧州の景気が悪化したため、欧州車メーカーが高級車ニーズのある韓国市場での販売に力を入れたこと、③20~30歳代の若年富裕層(医者、弁護士などの専門職)を中心に、欧州車に対する人気上昇したことなどがある。

欧州車の攻勢と東日本大震災の影響により、日本車のシェアは10年から11年にかけて著しく低下した。巻き返しを図るためにとった戦略が、韓国政府が締結したFTAの活用である。韓米FTAの発効(12年3月15日)に伴い、米国製乗用車に対する関税率が8%から4%に引き下げられた結果、日本から輸出するよりも関税面で有利になる上、それまでの「超円高」による価格競争力の低下を回避する狙いもあった。

トヨタ自動車は11年11月、ミニバンのシェアを皮切りに、12年より新型カムリ(旧型は日本から輸出していた)、11月にヴェンザ(SUVとセダンの融合)を

(図表2-1)韓国の自動車販売台数



(注)2013年は1~6月

(資料)国産車はKorea Automobile Manufacturers Association

輸入車はKorea Automobile Importers and Distributors Association

(図表2-2)韓国輸入車市場における海外主要ブランド別シェア

ブランド	2007	08	09	10	11	12	13(上)
BMW	14.27	13.62	15.82	18.55	22.18	21.51	22.48
Mercedes-Benz	10.36	11.73	14.62	17.79	18.60	15.58	15.65
Audi	8.95	7.71	10.93	8.75	9.85	11.56	12.62
Volkswagen	7.45	8.33	10.67	11.21	11.84	14.06	14.59
MINI	1.75	1.84	2.33	2.45	4.08	4.53	3.78
Peugeot	5.08	3.15	1.73	2.11	2.51	1.84	1.76
Volvo	4.13	3.46	2.83	1.81	1.41	1.35	1.24
Chrysler	7.31	6.26	4.45	2.91	3.16	3.15	2.64
Ford	3.79	4.13	4.85	4.44	3.98	3.92	4.42
レクサス	14.09	9.84	8.28	4.26	3.91	3.80	3.51
トヨタ	0.00	0.00	3.31	7.32	4.78	8.25	5.81
ホンダ	13.32	20.04	8.04	6.42	3.00	3.01	3.65
インフィニティ	5.63	5.24	4.21	3.44	2.05	0.84	0.58
日産	0.00	0.32	3.28	3.89	3.62	1.83	1.88
その他	3.87	4.33	4.65	4.65	5.03	4.77	5.39

(資料)Korea Automobile Importers and Distributors Association

米国から韓国に輸出した。この戦略が功を奏し、新型カムリは12年に輸入車売上ランキング2位になったほか、同年の「カー・オブ・ザ・イヤー」に選定された。

13年に入って、トヨタの販売は再び欧州勢の値引き攻勢に押されたが、「円安効果」を活かして、5月より「300万ウォン値引き」キャンペーンを開始した（カムリは約1割の値下げ）。これが功を奏して、販売台数は4月の576台から5月1,314台、6月978台と増加している（数字はKorea Automobile Importers and Distributors Association）。

輸入車のシェア上昇に伴い、現代自動車グループは値引きや「輸入車キラー」の投入を迫られている。これまで、同グループは圧倒的なシェアに支えられた価格支配力によって大きな利益を確保し、それを研究開発や海外事業展開、広告宣伝などに振り向けてきたとすれば、輸入車のプレゼンスの拡大はそれを難しくさせることになる。

（2）強まるコスト上昇圧力

現代自動車グループがこれまで国内生産を重視してきた理由には、①FTAによって近い将来関税が撤廃されること、②ウォン安のメリットを利用できること、③各国・地域で販売台数の少ない車種を国内で集中生産するメリットがあること、④工場周辺に集積する部品企業に支えられた効率的な生産ができること、などが考えられる。

これからもこの優位性が維持できるのであろうか。韓国の工場が輸出生産拠点として機能し続けていくにはコスト競争力の強化が欠かせないが、近年、ウォン高以外にも、賃金の上昇圧力（「経済民主化」の一環として非正規労働者の処遇改善を求める動きが広がる可能性）や電力料金の値上げなど、生産コスト上昇圧力が強まっている。

また蔚山工場では長年行われてきた徹夜勤務体制を見直して、13年3月4日より昼夜連続2交代制が実施されるようになった。交代勤務体制は現代自動車グループの生産工場労働者5万人を対象に等しく適用される。さらに最近では、週末特別勤務をめぐる労使対立、労働組合による大幅な賃上げ要求など、労使問題も影を落としている。

3. まとめに代えて

これまで述べてきたことを整理すると、以下のようになる。

- ① 急速な「円安・ウォン高」による影響が懸念されたが、これまでのところ影響は比較的軽微にとどまっている。新興市場では日系メーカーとマーケティング戦略が異なっており、「円安・ウォン高」によってその優位が崩れないためである。
- ② 最大の市場である中国では生産能力の拡大に支えられて、13年上期の販売台数は前年同期比+36.9%となった。インド工場でも国内販売の低迷を輸出でカバーしている。
- ③ むしろ韓国国内では、輸入車の増加によりそれまでの圧倒的優位の構造が崩れ始めているほか、生産コスト上昇圧力が強まるなど、経営環境が厳しくなっている。

中国での販売が伸びているだけに、今後の販売動向に注意が必要である。中国では第四工場の建設も計画されているが、状況如何によっては過大投資になる恐れもある。国内外の環境変化に対してどう対応するのか、現代自動車グループの真価が問われることになる。

◆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F T A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
- ③関辰一「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 ―」
2013年1月7日