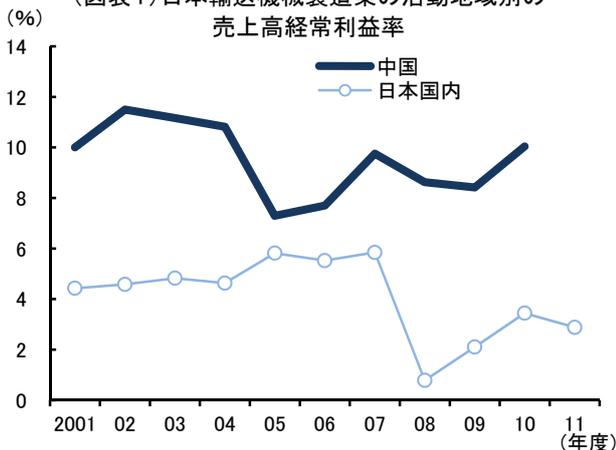


中国で高付加価値戦略をとる日系自動車メーカー —短期的にシェアが下がるものの、中長期的には上昇—

- (1) 近年、中国自動車市場は急拡大。もともと、日系メーカーのシェアは低下傾向。
- (2) 反日デモの影響*もあるものの、主因はメーカー間の戦略の違い。利益率を重視する日系メーカーは付加価値の高い車・サービスを揃え、買い替え需要に狙い（図表1、2）。他方、中韓自動車メーカーは低価格を強みに、急ピッチで拡大する新規購入層を積極的に取り込み。
- (3) 中長期的にみると、中国の自動車市場は拡大の余地が大（図表3）。こうしたなか、自動車保有率が高まるにつれ、新規需要は伸び悩み、代わって買い替え需要が増加していく見通し。
- (4) これは高付加価値戦略をとる日本メーカーに追い風。高品質・高い製品統合力・満足度の高いアフターサービスなどが、より良い車を望む買い替え層のニーズにマッチし、販売台数は着実に拡大する見通し。この結果、シェアは上昇に転じていく見込み。実際、全国に先駆けて買い替え需要が拡大している沿海部大都市では、日本メーカーのシェアは上昇傾向（図表4）。

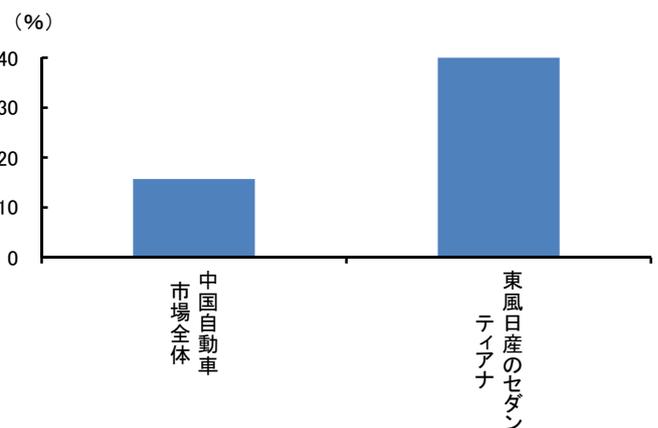
* 反日デモにより、2012年9～10月の日本車販売は前年比5割減となったものの、11月～2013年1月にかけて着実に回復。日本車は代替困難であり、買い控え需要が顕在化すれば、今後の販売台数が大幅増となる可能性も。詳しくは、関辰一「ポスト反日デモの中国自動車市場」日本総研 Research Focus 2013年1月7日をご参照。

(図表1) 日本輸送機械製造業の活動地域別の売上高経常利益率



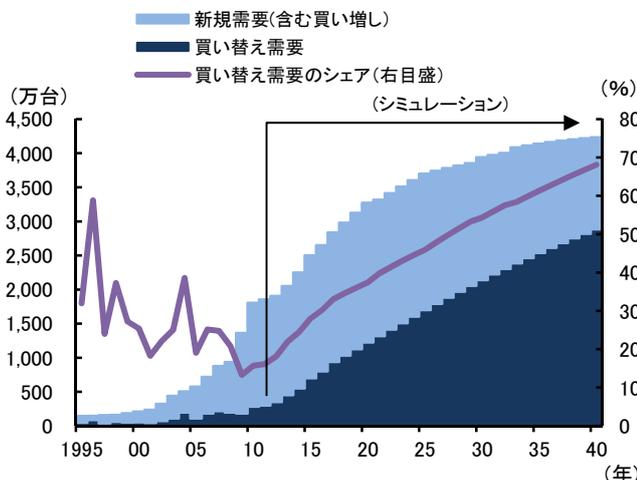
(資料) 経済産業省「海外事業活動基本調査」、財務省「法人企業統計年報」を基に日本総研作成

(図表2) 買い替え需要のシェア(2010年)



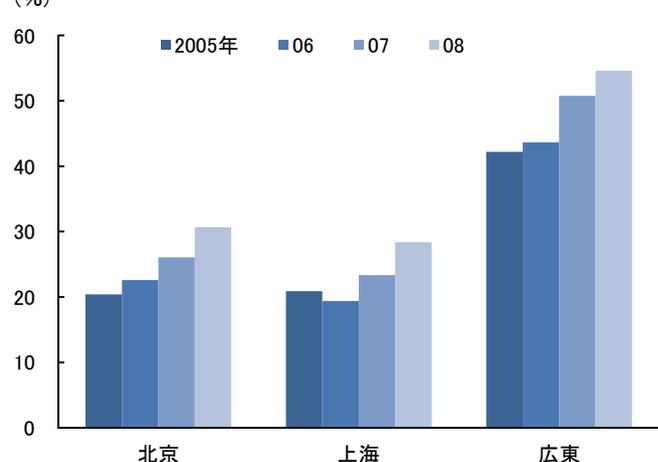
(資料) 中国国家统计局、中国汽车工业协会、「100万台達成、中国で顧客を定着させる時期にきた—東風汽車・中村総裁インタビュー」東洋経済ONLINE, 2010年11月10日、を基に日本総研作成

(図表3) 中国の自動車販売台数の長期予測



(資料) 中国国家统计局、中国汽车工业协会を基に日本総研作成

(図表4) 日系メーカーの乗用車登録台数のシェア



(資料) フォーイン社『中国乗用車市場トレンド2009』