

Research Focus

2018年7月6日
No.2018-014

米国の自動車市場をどうみるか

— 潜在需要は当面堅調ながら、中長期的には下振れも —

調査部 研究員 長野弘和

《要 点》

- ◆ 米国の新車販売台数は、2017年に8年ぶりの減少に転じ、その変調に注目が集まっている。
- ◆ 金融危機後の米国の新車販売は、金融機関による自動車ローンの積極的な貸し出し姿勢やリース販売の拡大、ペントアップ需要（先送り需要）の顕在化、などによって押し上げられてきた。昨年来の新車販売の伸び悩みは、これらの押し上げ要因が剥落したためといえる。
- ◆ 今後を展望すると、人口増加が続く米国では、新車の潜在需要は緩やかに拡大していくと期待される。そのため、新車販売が大幅に下振れる可能性は低く、当面は潜在需要に見合った1,600～1,700万台程度で推移すると見込まれる。
- ◆ ただし、中長期的には、①自動車保有台数の少ない高齢者世帯の増加、②「自動車をそもそも使わない」というライフスタイルへの変化、③「所有」から「シェア」への自動車の利用方法の変化、といった構造変化により、潜在需要に下押し圧力がかかることが予想される。
- ◆ わが国企業も含め、供給者サイドが自動車に対するニーズを維持・向上させていくためには、自動運転車の開発や、自動車産業のサービス産業化など、新たな技術やサービスの開発に本腰を入れて取り組み、自動車需要を掘り起こしていくことが求められる。

本件に関するご照会は、調査部・研究員・長野弘和宛にお願いいたします。

Tel: 03-6833-8744

Mail: nagano.hirokazu@jri.co.jp

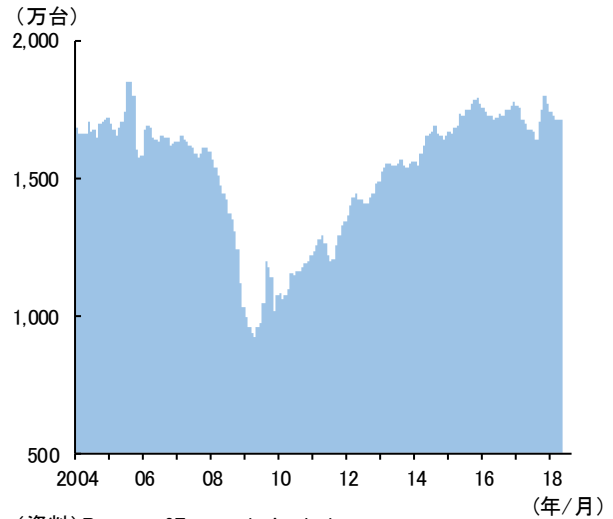
本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時時点で弊社が一般に信頼出来ると思われる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を保証するものではありません。また、情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。

1. はじめに

米国の新車販売台数は、金融危機を契機に2009年にかけて大きく落ち込んだものの、2015年には金融危機前を上回る水準へと回復した。もともと、2017年には8年ぶりの減少に転じ、新車販売市場の変調に注目が集まっている（図表1）。

そこで本稿では、まず、足許の米国新車販売市場を取り巻く状況を整理したうえで、当面の新車販売の行方を検討する。さらに、中長期的な視点から、米国の自動車市場をめぐる構造変化が自動車需要に与える影響を展望したい。

（図表1）新車販売台数



（資料）Bureau of Economic Analysis

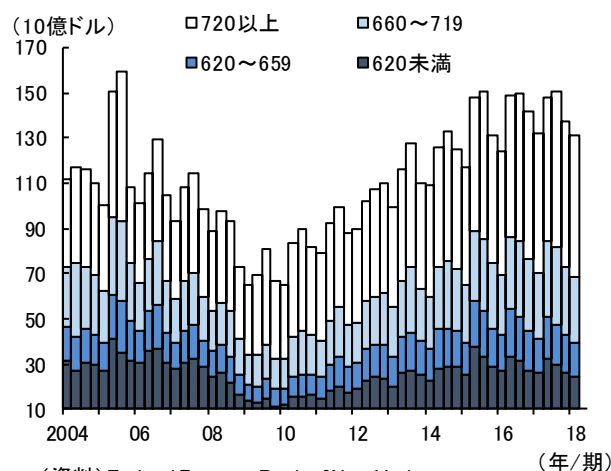
2. 新車販売減速の背景

金融危機後の米国の新車販売は、金融機関による自動車ローンの積極的な貸し出し姿勢やリース販売の拡大、ペントアップ需要（先送り需要）の顕在化、などによって押し上げられてきた。昨年来の新車販売の伸び悩みは、これらの押し上げ要因が剥落したためといえる。

（1）販売面からの押し上げ効果の剥落

金融危機後の雇用・所得環境の改善に伴い、金融機関は積極的に自動車ローンの貸出を増加させてきた。信用力の低いサブプライム層向けの貸出残高も、金融危機後に一時大きく減少したが、2015年前後には金融危機前と並ぶ水準まで回復した（図表2）。もともと、その後、自動車ローンの長期延滞率が上昇に転じたことを受けて、金融機関の貸出態度は厳格化に転じ、サブプライム層向けを中心に融資を抑制している（図表3）。加えて、FRBの利上げに伴う貸出金利の上昇もあり、新車購入者の資金制約が強まってきていると推察される。

（図表2）自動車ローンのクレジット・スコア別残高



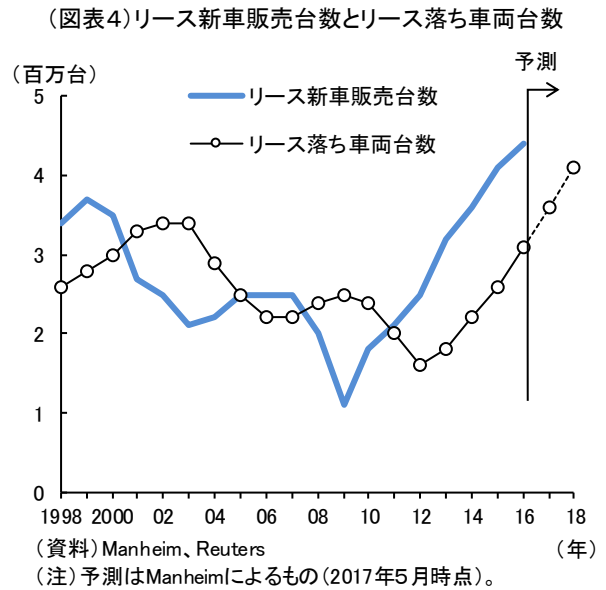
（資料）Federal Reserve Bank of New York
（注）クレジット・スコアは、一般的に650前後を下回るとサブプライム層とされる。

（図表3）金融機関の自動車ローン貸出態度



（資料）FRB

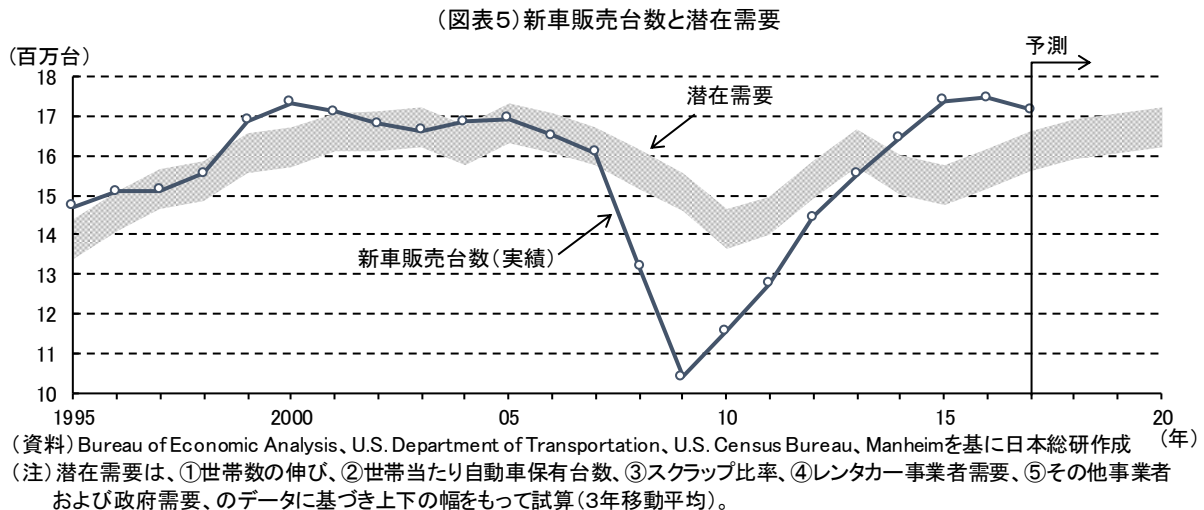
また、金融危機後の新車販売の回復は、リース販売の拡大による貢献も大きい。リース販売は下取りを前提としており、消費者の支払い額が車両価格の一定割合に限定される。このため、車両価格の大部分を借入でまかなう一般的な自動車ローンと比べ、リース販売では返済負担が軽くなる。実際、金融危機前には2割程度であった新車販売に占めるリース販売の割合は、2016年には約3割まで上昇し、販売台数も200万台から400万台へ増加した。もともと、リース販売は利幅が小さいため、新車市場の回復とともに、自動車メーカー・販売店が消極姿勢に転じ始めている。さらに、これまでの積極的なリース販売が、新車需要を押し下げるという副作用も現れている。すなわち、近年、平均3年程度のリース期間を終えた「リース落ち車両」の中古車市場への流入が加速したため、良質で値ごろ感があるリース落ち車両を選択する消費者が増加し始めたとみられる（図表4）。



(2) ペントアップ需要の一巡

これらの販売面からの押し上げ効果の剥落のほか、より大きな販売不振の要因として、ペントアップ需要の一巡が指摘できる。金融危機後の景気後退を受け、雇用・所得環境が急激に悪化したため、米国の消費者は新車を買いたくても買えない状況に陥った。実際、世帯数や世帯当たりの自動車保有台数、自動車の更新需要等から試算される潜在需要と比べると、2009年前後の新車販売は大幅に下振れている（図表5）。

一方、その後の景気回復や金融情勢の正常化に伴い、金融危機時に先送りされていた需要が徐々に顕在化していくことになった。結果として、2014年の新車販売は潜在需要を上回る水準に達し、その後も潜在需要を上回る推移が続いている。こうした状況を踏まえると、2017年の新車販売台数の減少は、ペントアップ需要の一巡に伴って、徐々に潜在需要に回帰する動きが生じ始めているものと解釈できる。



(3) 当面の新車販売台数の見通し

以上を踏まえると、2009年を底とした新車販売の急回復プロセスが一巡するなか、先行き一段の増加は期待できない。一方で、米国では日本と異なり人口増に伴う世帯数の増加が見込まれ、潜在需要は緩やかに拡大していくと期待される。そのため、新車販売が大幅に下振れる可能性も低い。当面は潜在需要に見合った1,600~1,700万台程度で推移すると見込まれる。

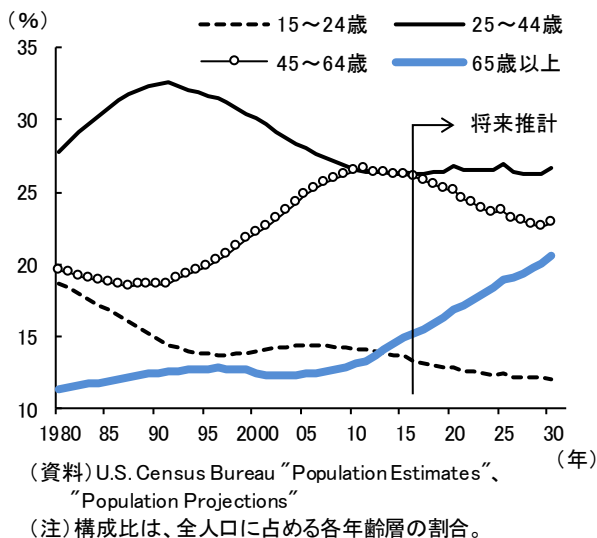
3. 構造変化により潜在需要が下振れる可能性も

ただし米国でも、中長期的には新車販売が減少していく可能性がある。これは、以下3つの構造変化によって、潜在需要に下押し圧力がかかると予想されるためである。

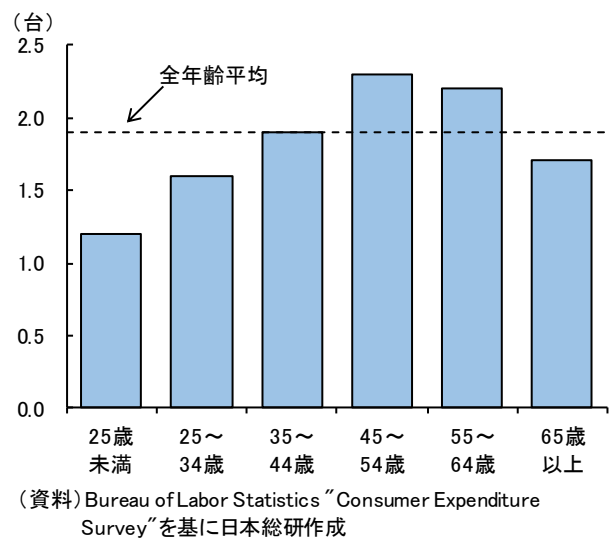
(1) 自動車保有台数の少ない高齢者世帯の増加

第1に、人口動態の変化である。米国の人口は今後も増加が続くと見込まれる一方、わが国同様、高齢化が進む。とりわけ、2011年以降、1946~64年生まれのいわゆるベビーブーマー世代が65歳以上となり、高齢者入りを順次迎えている。この結果、米国の高齢化率は2010年頃から急速に上昇し、30年には2割程度まで高まる見込みである(図表6)。米国の世帯当たりの自動車保有台数を年齢別にみると、65歳以上の世帯の自動車保有台数は現役世代と比べ大きく減少する(図表7)。そのため、中長期的には高齢者世帯が増加するにつれて、マクロ全体でみた米国の世帯当たりの自動車保有台数に下押し圧力がかかる可能性が高い。したがって、今後も世帯数は増加するものの、高齢化に伴って世帯当たりの保有台数が減少するため、自動車の潜在需要が低下していくものと予想される。

(図表6) 年齢層別人口構成比



(図表7) 年齢層別の世帯当たり自動車保有台数(2016年)



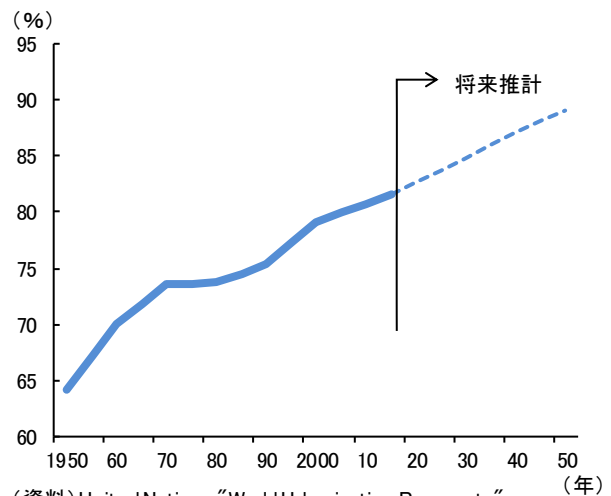
(2) 「自動車をそもそも使わない」というライフスタイルへの変化

第2に、ライフスタイルの変化である。まず、米国の都市化率は一貫して上昇が続いている(図表8)。その結果、通勤や買い物のために遠方に外出する必要性が小さくなり、移動手段としての自動車の役割が徐々に低下していると考えられる。実際、通勤手段としてマイカーを利用する割合は高水準を維持しているものの、趨勢的には低下傾向が続いている(図表9)。都市

化は今後も進むと予想されることから、都市部を中心に通勤等の移動手段としてのマイカー需要はますます減少していく公算が大きい¹。

次に、若者の自動車離れである。若年層はオンラインショッピングに対する抵抗感が高年齢層と比べ相対的に低いため、実店舗からオンラインショッピングへのシフトが進み、自動車の必要性の低下につながっていると推測される。また、近年では学費高騰に伴う学生ローンの返済負担の高まりなどから、維持費のかかる自動車を保有するインセンティブが低下している可能性がある。実際、米国の自動車免許保有割合を年齢層別にみると、とりわけ若年層で大きく低下している（図表10）。将来、現在の若年層が中心的な世帯形成層となるにつれて、車離れの動きが本格化してくることが予想される。

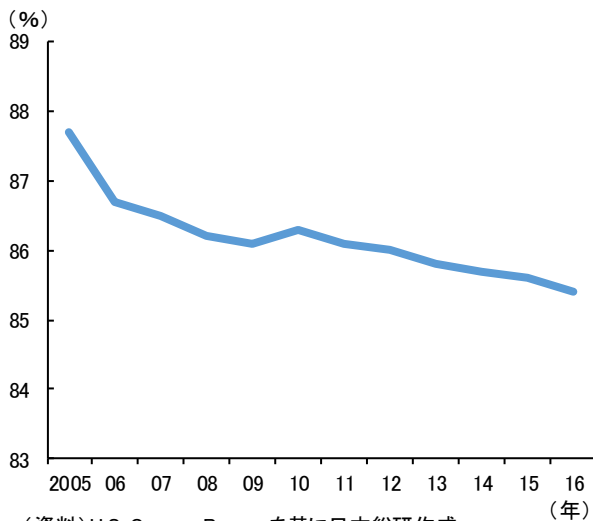
（図表8）米国の都市化率



（資料）United Nations "World Urbanization Prospects"

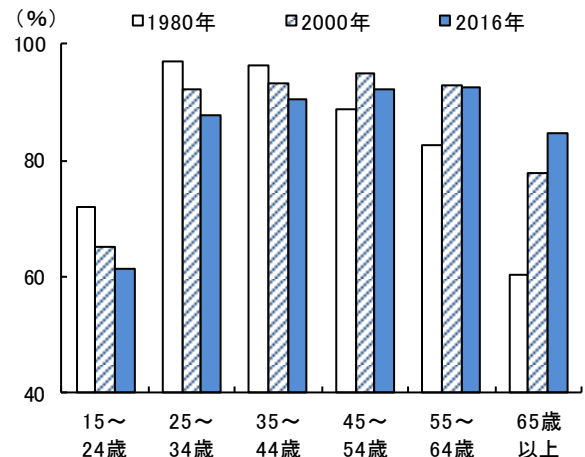
（注）都市化率は、都市人口の全人口に占める割合。

（図表9）自動車通勤者が全勤労者に占める割合



（資料）U.S. Census Bureauを基に日本総研作成

（図表10）年齢別の自動車免許保有割合



（資料）Federal Highway Administration "Highway Statistics"、U.S. Census Bureauを基に日本総研作成

（3）「所有」から「シェア」への自動車の利用方法の変化

第3に、自動車の利用方法の変化である。カーシェアリングやライドシェアリングといった新たな自動車サービスが拡大し、「所有」から「シェア」へと新たな自動車の利用方法が広がりつつある。実際、北米では2006～16年の10年間で、カーシェアリングの会員数が12万人から180万人へと大幅に増加している²。上述の都市化の進行は、こうしたサービスの利便性を高める方向に作用することから、今後も都市部を中心に利用者の拡大が続く公算が大きい。1台の

¹ ただし、米国では都市化が進むなかにあっても世帯当たりの自動車保有台数は漸増しており、都市化だけで需要が大きく下振れるとはいえない。

² UC Berkeley 「Innovative Mobility: Carsharing Outlook」 [https://escholarship.org/uc/item/49j961wb]

自動車を複数の世帯で共有することが一般化していけば、世帯当たりの自動車保有台数の減少に拍車がかかることになる。

4. おわりに

これまでみてきたように、米国の新車販売は、世帯数の増加を背景に当面は現行水準並みの堅調な推移が期待される。もっとも、やや長い目でみると、様々な逆風が吹き始めていることが分かる。人口動態やライフスタイルの変化は不可逆性が高く、中長期的には米国の潜在的な自動車需要は逡減に向かう公算が大きい。こうした状況下、供給者サイドが自動車に対するニーズを維持・向上させていくためには、「CASE（Connected：インターネットを利用した接続、Autonomous：自動運転、Shared & Service：シェア化とサービス化、Electric：電動化、の頭文字を取った造語）³」として整理される新たな技術やサービスを活用し、自動車需要を掘り起こしていくことが求められる。

たとえば、自動運転の実用化が進めば、これまで自動車を手放してきた高齢者層の自動車保有の底上げが期待できる。また、自動運転の実用化に伴い、自動車に新たなサービスを付加していくことも可能になる。自動車産業のサービス産業化、いわゆる「MaaS (Mobility as a Service)⁴」が進展すれば、自動車が単なる移動手段にとどまらない、魅力的な交通インフラやサービスプラットフォームとして再定義され、車離れの動きを食い止める一助となる可能性がある。

こうした構造的な変化は米国に限った話ではなく、世界共通の変化である。自動車業界としては、これらの新たな技術やサービスの開発に本腰を入れて取り組んでいく必要性が高まっているといえよう。

以 上

³ 2016年9～10月に開催されたパリモーターショーで、独ダイムラー社が中長期的なビジョンとして掲げ、その後普及した概念。

⁴ たとえば、自動運転技術を用いた移動や物流のサービス化やIoTを用いた車内での各種コンテンツの提供、カーシェアリングやライドシェアリングといったシェアリングサービスなど。