

特集

マイカー時代本格化の兆し 10万元バトル幕開ける

上海の街頭でも小型車の存在が増し始めた。外資系メーカーもその市場に食指を伸ばし始めている

上海モーターショーに併せ、日系メーカーが相次いで小型車投入を発表した。これまで中・高級車は外資系メーカー、小型車は民族系メーカーという二極化が見られたが、この構造が徐々に崩れつつある。本特集では、小型車を中心に、中国乗用車市場の現状に迫った。

撮影：崔明

日系メーカーが相次いで小型車発表

第一二回上海国際自動車工業展覧会(通称「上海モーターショー」)が四月二〇日から二八日の九日間、上海新国際博覧中心で開催された。一四万平米の展示スペースに、二二の国家/地域の約一三〇〇社が出展。延べ五〇万人を超える来場者が集り、自動車市場の成長の勢いを印象付ける熱気溢れる展示会となった。

日系メーカー各社はこの上海モーターショーに併せ、小型車の発表を相次いで行っている。トヨタは、二〇〇八年より広州トヨタでヤリスの生産・販売の開始をアナウンス。日産は、東風日産として初めてとなる一〇万元クラスの小型車「リビーナ」投入を発表した。また、スズキは長安スズキが九万元から一二万元のSX4を発表、七万元から九・五万元のスイフト(中国語名「雨翼」)に加え、新たに一〇万元クラスの小型車をラインナップに加えた。

広州ホンダが利益でトップに

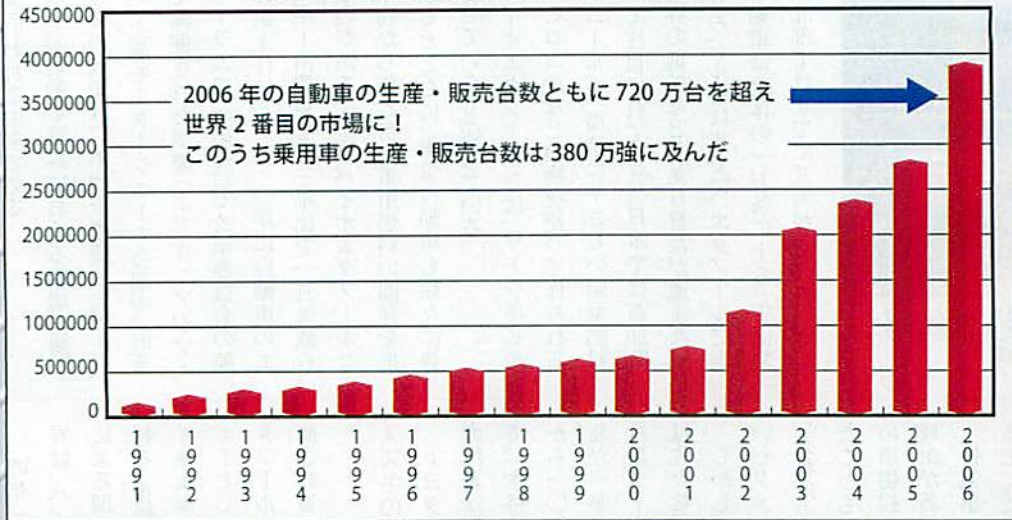
中国自動車工業協会によると中国自動車市場は二〇〇六年、生産台数が前年比二七・三%、販売台数が前年比二五・一%で伸び、ともに七二〇万台を超え、日本を抜いてアメリカに次ぐ世界二番目の市場となった。このうち、乗用車の生産・販売台数はいずれも三八〇万台強。乗用車販売が、市場全体の成長のけん引役を果たしている。

自動車メーカーの利益推移と販売実績 (2004~2006年)

メーカー	2006			2005			2004		
	利益(億元)	販売台数(万台)	前年比(%)	利益(億元)	販売台数(万台)	前年比(%)	利益(億元)	販売台数(万台)	前年比(%)
1 広州ホンダ	51.59	26.01	113	46	23.08	114	61	20.21	173
2 上海通用	49.19	40.61	125	51	32.48	129	80	25.21	125
3 上海大衆	25.09	34.91	140	7	25	71	42	35.43	96
4 広州トヨタ	24	6.13	—	—	—	—	—	—	—
5 東風日産	20	20.35	129	22	15.75	259	—	6.08	—
6 一汽大衆	19.94	34.53	143	2	24.01	156	31.09	15.39	108
7 長安福特	15.43	13.56	216	2.4	6.29	134	—	4.71	272
8 一汽トヨタ	13.5	21.95	149	7.2	14.74	190	—	7.73	156
9 北京現代	10.51	29	124	8	23.37	157	20	14.91	286
10 奇瑞汽車	10	30.25	160	0.95	18.92	218	1.88	8.66	125

※上海市汽車行業協會のデータをもとに編集部で作成

乗用車生産台数の推移(1991~2006年)



2006年乗用車排気量別生産台数・販売台数

生産台数	生産台数	(前年比) %	販売台数	(前年比) %
~1.0l	866301	-5.47	967119	-10.26
1.0~1.6l	2508379	48.35	2472727	47.27
1.6~2.0l	1111936	64.09	1015362	55.36
2.0~2.5l	619402	26.74	615257	24.65
2.5~3.0l	111678	-14.57	107315	-17.98
3.0~4.0l	11651	-44.57	13035	-35.42
4.0l~	3785	-28.67	3936	-28.2
総計	5233132	32.76	5175961	30.02

出所:中国汽車工業協会

世界市場向け小型車A1を発表した奇瑞



上海モーターショーで発表された長安スズキのSX4

小型車市場に異変

総排気量一・六リットル以下の小型車の販売台数は、〇六年、国内乗用車市場の五割以上を占めた。排気量一・〇から一・六リットルの小型車の販売台数は、二五〇万台に上ったとされる。

これまで、中国の乗用車市場には、中・高級車は外資メーカー、小型車は民族系メーカーという二極化の構図が見られた。QQや自由艦のような安価な小型車を民族系メーカーの奇瑞、吉利などが市場に投入、シェアを伸ばしてきた。しかし、市場拡大を背景に日系企業をはじめとする外資系企業がその市場に徐々に触

また、輸入車は二〇万七〇〇台(前年比四〇・四%増)、輸出車は三二万一六〇〇台(同一〇〇・一%増)だった。

メーカー別の業績を見ると、販売台数二六・〇二万台、利益五一・五九億元となった広州ホンダがトップ。これに上海通用(販売台数四〇・六一万台、利益四九・一九億元)、上海大衆(販売台数三四・九一九万台、利益二五・〇九億元)、広州トヨタ(販売台数六・一三万台、利益二四億元)、東風日産(販売台数二〇・三五万台、利益二〇億元)と続く。いわゆる民族系の最右翼と称される奇瑞は、販売台数三〇・二五万台、利益二〇億元で二位に食い込んでいる。

手を伸ばし、一〇万元クラスの小型車をめぐる競争の激化が始まっているのは前述したとおりである。

モーターゼーションの初期において、乗用車の所有はステータスシンボルであり、面子や見栄からの消費が主体となる。したがって、メーカー各社の戦略も利幅の大きい中・高級車の販売が基本となる。実用を乗用車に求めるユーザー層が拡大したとき、メーカー各社は利幅が小さくとも量産効果が期待できる小型車の販売へも注力を始める。一〇万元バトルの幕開けは、中国でも本格的なマイカー時代の到来が刻々と近づいていることを予感させる。

政策が小型車市場拡大を後押し

マイカー時代の到来に加え、小型車の普及を後押しするのが、政策の動きである。原油価格高騰や大気汚染を背景に、政府は小型車の購入を推奨しているかのような数々の政策を打ち出している。

そのひとつが小型車の通行制限の撤廃である。二〇〇六年一月、中国国家発展改革委員会は「各省と直轄地域政府へ、都市部での小型車乗り入れ規制撤廃」を通達した。これまで、安全面への配慮から小型車を規制してきた政策はここに方針転換を見ている。

〇六年四月には、自動車消費税が改定され、一・五リットル以下の小型車の消費税は五%から三%へと変更された。また上海では〇六年三月、高速道路への小型

車乗り入れ規制がなくなった。小型車の春といわれる由来である。

政府の自動車業界における環境保護、省エネの政策は、小型車推奨に留まらない。上海モーターショーの会期中、海南省で開催された博鳌(ボアオ)・アジア・フォーラムで、国家発展・改革委員会の陳徳銘副主任は「二〇一〇年に自動車のエネルギー消費量を〇三年比で一五%減らす必要がある。今後、バイオエタノールなど植物から作る自動車用燃料の開発を推進するとともに、電気自動車も徐々に普及させていく」と述べている。

バイオエタノールとは、サトウキビやトウモロコシなど植物を使って作られるアルコールで、環境にやさしい新型燃料として注目されている。日本では石油関係業界の抵抗などもあり普及が進まないが、ブラジルではすでに、エタノールで走る自動車は全体の一五%に上る。中国では東北部ではすでに五%が混入されている



「バイオエタノールを推進し、電気自動車も徐々に普及させる」と国家発展・改革委員会が発表。写真は上海モーターショーで日産が展示した電気自動車の模型

るといふ。

昨年二月の中国での穀物価格の上昇は、バイオエタノールへの需要増期待による国際価格の高騰が影響したといわれる。食糧問題とも密接な関係を持つバイオエタノールだが、クリーンなエネルギーとして、政府は今後、徐々にバイオエタノール率を徐々に上げていくことが予測される。

スズキの展開に注目

トヨタ自動車上海代表処の東和男首席代表は弊誌のインタビュー(次頁)の中で、「本格的なモーターリゼーションは五年から一〇年後になる」と語った。小型車普及が一挙に進む段階に達していない中、日系メーカーが小型車戦略を加速するのは先々を見越しての展開といえる。

しかし、小型車は利益を出すのが難しいセグメントである。奇瑞のQQなどは、「売れば売ると赤字になる」と揶揄されたこともある。外資系メーカーが小型車の市場投入に控え目であったのはここに理由がある。

排気量一リットル未満の軽自動車となると、なおさらその「薄利」傾向は強くなる。日本市場では、乗用車の年間販売台数五七〇万台のうち、二〇〇万台を軽自動車占めるが、メーカーがこのセグメントで利益率を高めるノウハウをつかむのは容易なことではない。

その点、この最も利益確保がシビアな軽自動車からスタートし、近年、小型車

へとビジネスの主軸を移してきたスズキは、「小型でも十分に稼げる」利益構造を確立していると評されている。

海外重視の販売政策で、意欲的に新モデルを市場に投入、中国で好調に業績を伸ばす同社の動向が注視される。

2006年自動車メーカー10傑分布図

(上海市汽車行业协会のデータをもとに編集部が作成)

