

みずほりポート

2003年3月20日発行

拡大する中国自動車市場

日米欧企業の対応と今後の展望

みずほ総合研究所

本誌に関するお問い合わせは
みずほ総合研究所株式会社 調査本部 電話（03）3201-0524 まで。

要旨

1. 中国の自動車市場が急拡大している。2002年の乗用車と商用車を合計した自動車販売台数ははじめて300万台を突破し、米国、日本、ドイツに次ぐ世界第4位の市場規模にまで拡大した。自動車市場の急拡大の要因として、WTO加盟後の自動車輸入関税引き下げなどに伴う乗用車価格の下落や、自動車取得に関する諸費用や税金が減額されたことによって乗用車が購入しやすくなったこと、北京や上海などの沿海都市部を中心に、乗用車を購入することができる程度の世帯所得を得ている層が増加していること、自動車ローンやディーラー網の整備など、販売手法が近年急速に拡充したこと、などが指摘されている。こうしたなか、中国の自動車市場が中長期的にどこまで拡大するか注目が集まっているが、自動車保有台数にみる普及の余地の大きさや、世帯所得の拡大といった要素を勘案すると、中国においても本格的なモータリゼーションの時代が遠からず到来するとみられる。内外の調査機関が発表している市場見通しによると、2010年には450万~600万台規模になるとされており、大型市場の誕生が指摘されている。
2. 中国の自動車産業は、第一汽車によって同国最初のトラック「解放」がラインオフした56年に起点があり、当時は日韓両国の自動車産業に見劣りしない規模を誇っていた。しかし60年代以降、世界から孤立した中国の自動車産業は、生産の量と技術の両面において停滞を余儀なくされ、80年代に入ってから限定的な外資導入政策が取り入れられた。そして、90年代後半に外資導入が奨励されるようになってから世界の自動車メーカーが中国事業に続々と名乗りを上げるようになり、グローバルに展開するほとんどの自動車メーカーが出揃うことになった。中国政府ならびに中国企業にとって、外資企業はあくまで「自主性のある産業を発展させるための利用できる有力な手段のひとつ」という位置付けであることは変わらないものの、中国においても本格的な競争時代が到来した。
3. 日米欧の自動車部品メーカーのアジア進出状況を比較すると、日本の部品メーカーが東南アジアに偏重してきた一方で、欧米の部品メーカーは中国を重視してきた。中国の自動車部品の国際競争力を競争力指数でみると、鋳物やワイヤハーネスといった比較的付加価値の低い労働集約型の部品・素材に競争力があるものの、ドライブシャトルや表面処理鋼板、自動車ボディーといった技術やノウハウが集積している部品・素材はほとんど輸入に依存している。こうした部品を国産化することは、自動車産業を育成したい中国政府ならびにコストダウンを目指す自動車メーカー双方の課題となっている。そのため、日本の自動車部品メーカーは既存の東南アジア拠点の位置付けを再検討しながら、中国進出のチャンスとリスクを慎重に分析することを迫られているといえよう。

4. 自動車メーカー各社は拡大する中国市場に食い込むことを狙い、能力増強投資を活発化させている。需要を大きく上回る設備が積みあがる可能性は否定できず、各社の能力増強投資はやや過熱気味になっているといえよう。また、価格競争がすでに激化している状況下において、損益分岐点を引き下げるため、部品コストの低下を通じた変動費の削減が中国に進出した各社の課題として浮上している。さらに、中国における自動車メーカーの収益構造をみると、サービスによって得られている部分が世界水準と比較して低位に留まっており、今後はサービス部門を強化することによってマージンを確保しようとする動きが加速するとみられる。中国に進出した自動車メーカーは、こうした変化に柔軟に対応しながら、新たな収益源を模索していくことになるだろう。

(調査本部 アジア調査部中国室 内堀敬則)

目次

1. 拡大する中国自動車市場	1
(1) 市場規模は世界4位に浮上	1
(2) 自動車市場拡大の3つの要因	1
(3) 変化する市場構造	4
(4) 今後も見込まれる順調な拡大	5
2. 自動車産業発展の軌跡と本格的な競争時代の到来	7
(1) これまでの中国自動車産業の発展～日韓との比較～	7
(2) 日米欧自動車メーカーの進出状況	11
3. 日米欧部品メーカーの中国展開と中国の自動車部品産業の実力	14
(1) 日米欧自動車部品メーカーの展開状況	14
(2) 中国の自動車部品産業の国際競争力	15
4. 収益性確保をめぐる今後の展望	18
(1) 過熱ぎみの生産能力増強	18
(2) 求められる採算性の向上と新たな収益源の確保	19

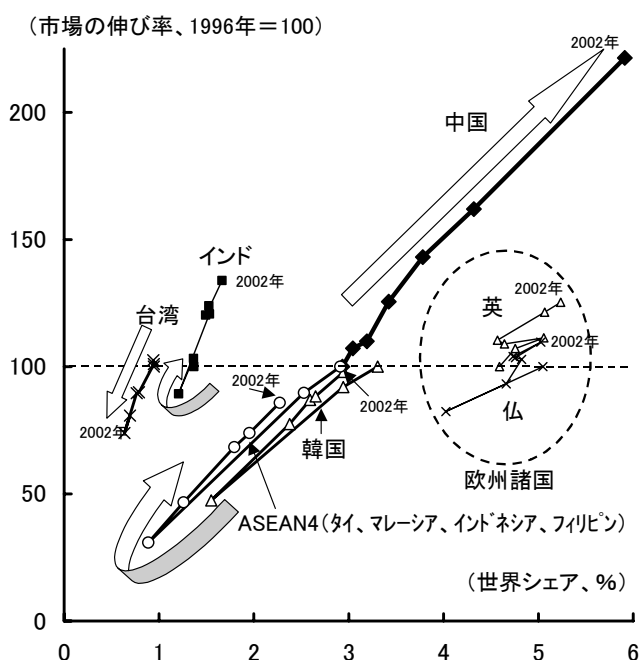
1. 拡大する中国自動車市場

(1) 市場規模は世界4位に浮上

中国の自動車市場が急拡大している。特に2002年の伸びは著しく、乗用車と商用車を合計した自動車販売台数ははじめて300万台を突破¹し、世界シェアの5.9%を占めるまでになった。(図表1)。これは英国、フランスを抜き、米国、日本、ドイツに次ぐ世界第4位の市場規模にまで拡大したことを意味する²。

中国市場は通貨危機によって大幅な後退を余儀なくされたASEAN、NIES市場や、停滞する先進国市場を尻目に、順調に拡大している。そのため、世界のなかでも数少ない成長スピードと販売規模を兼ね備えた市場として脚光を浴びるようになった。

図表1 世界の自動車市場動向比較



(注) 02年は実績見通し。
(資料) FOURIN「海外自動車調査月報」より作成。

(2) 自動車市場拡大の3つの要因

自動車市場の急拡大の要因として、以下のような点が指摘できる。

乗用車価格の下落

自動車産業は、中国のWTO加盟に伴う影響が最も大きな産業のひとつである。図表2は

¹ このうち、乗用車販売台数も初めて100万台の大台を突破し、前年比56.0%増を記録、商用車を含む総市場の伸び(同38.6%増)を大幅に上回った。

² 米国、日本、ドイツの自動車市場規模と世界シェアは以下の通り。米国：1,685万台、シェア30.8%、日本：581万台、シェア10.6%、ドイツ：353万台、シェア6.4%(データは図表1に同じ)。

自動車産業にとっての WTO 加盟の影響をまとめたものであるが、その範囲は完成車の輸入関税の引き下げから、自動車企業の対中投資、流通、金融にかかわる規制緩和まで多岐にわたっている。

図表 2 WTO加盟に伴う自動車産業への影響

分類	項目	内 容
関税	自動車	<p>(%)</p> <p>100 90 80 70 60 50 40 30 20 10 0</p> <p>2000 01 02 03 04 05 06.1 06.7 (年・月)</p> <p>3L以上の自動車の関税</p> <p>3L以下の自動車の関税</p>
	自動車部品	・2006年までに10%に引き下げ
貿易	輸入制限	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車の輸入許可、数量割当を2005年に廃止 ・自動車と主要部品割当数量は初年度60億ドルとし、2005年度廃止まで年率15%の割合で拡大
	基準認証	・中国国産車と輸入車との認証基準を一元化
投資		<ul style="list-style-type: none"> ・自動車製造のカテゴリー、タイプ、モデルに関するすべての規制を2003年11月に撤廃 ・地方政府の自動車投資許認可権限を現行の3,000万ドルから1億5,000万ドルに引き上げ ・自動車エンジン製造に関して、合併条件が撤廃され外資の100%製造が可能
流通	国内流通	<ul style="list-style-type: none"> ・卸、小売、補修、輸送を2004年11月までに外資に開放 ・リース、倉庫、保管など流通関連サービスを2004年11月～2005年11月までの間に外国企業に開放
金融	自動車金融	<ul style="list-style-type: none"> ・ノンバンクの外国金融会社に自動車金融業務取扱いを認める ・非金融機関がすべての自動車にクレジットを供与可能 ・拠点に設置について制限撤廃
	保 険	・外資51%の損害保険会社を認可

(資料) 在中国日本商工会議所「WTO加盟後の中国経済2002」より作成。

特に、完成車の輸入関税に関しては、2002年の引き下げ幅が大きく、輸入車価格が下落する大きな要因となった³。また、こうした輸入車価格の引き下げにつられる形で、国産車価格も下落傾向にあり、今年に入ってから値下げ競争は一層激化している(図表3)。さらに、中国政府が個人の自動車保有を促す方針に転じたことから、自動車取得に関する

³ 関税引き下げに伴う価格引き下げへの期待感から、02年を前に自動車の買い控え現象が発生したため、その反動で02年の販売台数が劇的に伸びたとの見方もある。

諸費用や税金が減額されたことも、自動車の実質的な価格の引き下げに結びついた。

図表 3 03年に入ってから値下げが発表された国産乗用車一覧

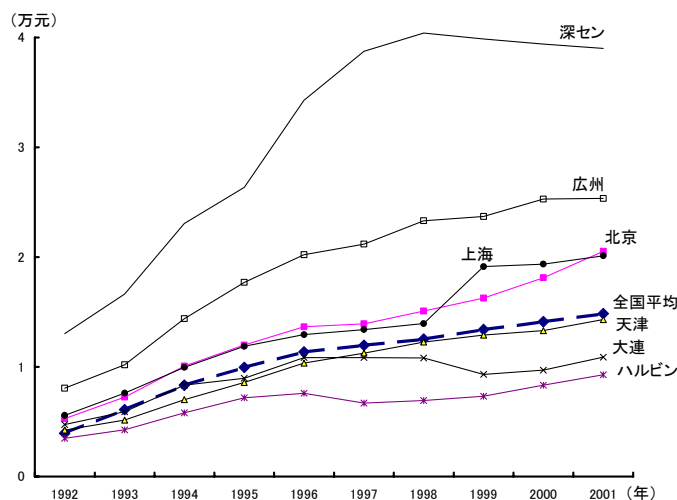
メーカー	車種名	値下げ前価格	値下げ後価格	下げ率
第一汽車	紅旗	16.98 万元	15.90 万元	6.4%
長豊	獺豹	29.80 万元	27.80 万元	6.7%
上海 GM	セイル	13.38 万元	12.98 万元	2.9%
重慶長安鈴木汽車	ガゼル	10.68 万元	9.48 万元	11.2%
広州ホンダ	アコード	29.83 万元	25.98 万元	12.9%
神竜汽車	富康	12.78 万元	10.98 万元	14.1%

(資料) 03年1月23日付「日本経済新聞」

世帯所得の拡大

北京や上海、深圳などの沿海都市部を中心に、乗用車を購入することができる程度の世帯所得を得ている層が増加していることも、市場の拡大を後押ししている。92年に全国平均で4,000元程度だった世帯当たり年間所得は、01年には15,000元にまで伸びており、主要都市ではこれを大幅に上回る水準にある(図表4)。こうした世帯所得の伸びに、乗用車価格の下落を加味すると、乗用車を購入するためのハードルは大きく低下している。例えば、中国の代表的な国産大衆車「サンタナ」の価格は93年には20万元以上していたものが、2001年には12万元程度までに下落した。つまり、同車の価格は、93年時点では世帯平均所得の32.8倍だったところから、01年には8.1倍にまで低下している⁴。

図表 4 地域別世帯平均年収の推移



(注) 平均所得×世帯当たり平均勤労者数で算出。

(資料) 中国統計年鑑により作成。

⁴ モータリゼーションについては、一般に「一人当たり GDP が 3,000 ドル以上」または「大衆車の価格が平均年収の 2 倍以下」といったことが達成された時点ではじまると指摘されることが多い。中国全体がこの水準に到達するまではまだ時間がかかるものの、一部の地域ではすでにこの条件を満たしはじめていく(例えば各市ベースで発表されている 02 年の一人当たり GDP は広州 5,066 ドル、上海 4,900 ドル、北京 3,355 ドル)といえよう。

自動車販売手法の拡充

自動車ローンやディーラー網の整備など、販売手法が近年急速に拡充したことも、自動車市場拡大の要因として指摘できる。自動車ローンは、98年より中国建設銀行をはじめとする4大国有銀行に取り扱いが認められ、その後99～00年の間にすべての中国資本の銀行に許可されるようになった。また、自動車ローンの条件も年々緩やかになった⁵ことから、ローン残高は急拡大している。個人向け自動車ローン残高は98年の4億元から、02年8月末には843億元となり、4年足らずで210倍になった⁶。

現在、自動車の個人購入分のうち、自動車ローンを活用しているのはわずか10～15%に過ぎず、世界平均の60～70%に比較するとまだ伸びる余地が大きい(Xu[2002])。また、外資系自動車メーカーも相次いで中国に金融子会社を設立⁷しており、自動車ローンの増加が今後の市場拡大を後押しすることが見込まれる。

さらに、外資系自動車メーカーがディーラーを経営することが可能となってから、自動車の販売から修理などのアフターサービスまで、総合的なサービスを提供するディーラー網の整備が進展している。こうしたディーラー網の整備は、自動車の供給体制の確保ということだけでなく、顧客満足を高めるためのマーケティング戦略やブランド構築のための有力な手段であり、中国においても近代的な自動車流通システムがようやく立ち上がりつつあるといえよう。

(3) 変化する市場構造

個人需要の高まりを牽引役とした自動車市場の拡大は、市場の構造を大きく変化させている。これまで、中国の自動車市場は法人需要に支えられた商用車が圧倒的な比重を占めてきた。しかし、個人向け乗用車のニーズが急増したことにより、自動車生産に乗用車が占める割合は90年の8.3%から02年には33.5%にまで上昇した(図表5)。これは先進国の水準(米国:42.7%、日本83.0%、いずれも01年)に比べると、依然として開きはあるものの、そのギャップは着実に埋まりつつあるといえよう。

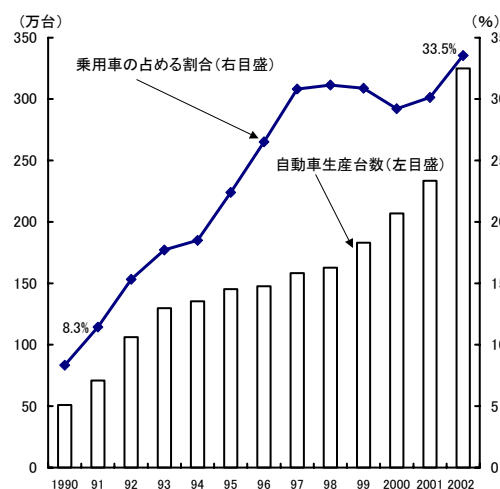
また、乗用車の所有者の動向を「サンタナ」を例にみると、ビジネス利用、政府利用、タクシー利用の比率が減少傾向を示すなかで、個人利用者が急増していることがみてとれる(図表6)。中国の自動車市場の勢いは、個人の乗用車需要に支えられるようになったのである。

⁵ 自動車ローンが取り扱われるようになった当初は、国産車のみが対象とされ、自動車購入価格と同額の預金をローン終了まで銀行に預ける必要があったものの、02年時点では、自動車を担保にしたローンや輸入車を対象としたローンが出現している。

⁶ 中国人民銀行「中国金融」2003年2月号。自動車ローン残高のトップ5都市は北京、深圳、上海、青島、無錫。一方、上海汽車、第一汽車、江鈴汽車が経営している自動車系ファイナンス会社のローン残高はわずか1億元に留まっており、自動車ローンは現在のところ、銀行が主導している。

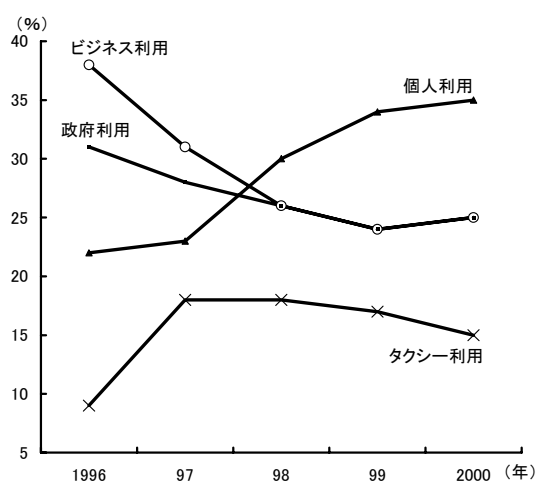
⁷ ただし、GM、フォード、VWなどが自動車ローンを扱うための金融子会社を中国に設立したものの、「予定を18ヶ月経過しても金融業務の免許が下りていない」と報じられている(03年2月18日付“Financial Times”)。

図表 5 自動車生産に乗用車の占める割合



(資料) 現代文化研究所[2002]

図表 6 「サンタナ」の所有者動向



(資料) Roland Berger Strategy Consultants [2001]

(4) 今後も見込まれる順調な拡大

中国政府が01年に策定した「第10次五ヵ年計画」によると、自動車産業については「05年までに自動車販売台数330万台、うち乗用車は120万台にまで育成すること」が目標として打ち出されている。しかし、足元の急速な拡大により、05年を待たずしてこの目標をクリアすることはほぼ確実な情勢となった。

このように急拡大する中国の自動車市場が、中長期的にどこまで伸びるのかについて、内外からの関心が高まっている。

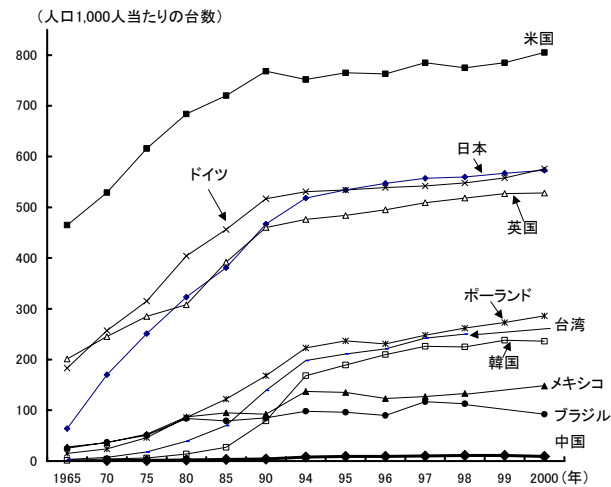
自動車保有台数を世界比較してみると、中国の伸びは鈍く、米国、日本などの先進国には遠く及ばず、中東欧や中南米に比べても低い水準にある(図表7)。また、地域別の比較でも、北京、上海といった豊かな都市部においてすら、ブラジル、メキシコ、韓国に見劣りしている(図表8)。そのため、中国の自動車市場が拡大する余地は大きいといえよう。こうしたなか、経済が順調に拡大していることから、自動車を購入することができる層が今後も着実に増加することが見込まれるため、中国においても本格的なモータリゼーションの時代が遠からず到来するとみられている⁸。

また、中国の旅客・貨物需要動向をみると、鉄道や水路はほとんど伸びに寄与しておらず、その大半は道路によって占められている(図表9)。高速道路網の整備が急ピッチで進展している⁹ことに加え、北京オリンピックや上海万博といった大きなプロジェクトが控えていることを考慮すると、物流量は今後着実に拡大するとみられるため、商用車需要も底堅く推移することが見込まれる。

⁸ 一方、政府系シンクタンク、国務院発展研究中心(センター)は、自動車価格が依然として多数の一般市民には高額であること、業務用、公用の自動車需要が根強いこと、家計に占める医療費や教育費負担が今後増加すること、を理由に中国のマイカー時代の到来にはまだ時間がかかるとの慎重な見通しのレポートを発表している(2003年2月14日付NNA)。

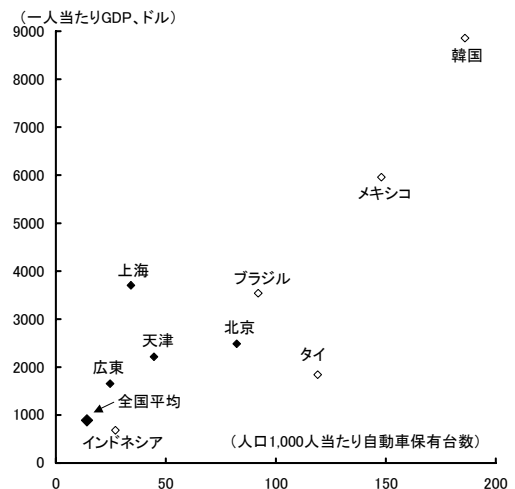
⁹ 中国の高速道路の総延長は88年の0.9万キロから02年には2.5万キロまで整備された。これは米国(8.9万キロ、99年)に続く世界第2位の規模(ちなみに日本は0.6万キロ、ドイツ1.2万キロ、99年)。

図表 7 国・地域別自動車保有台数



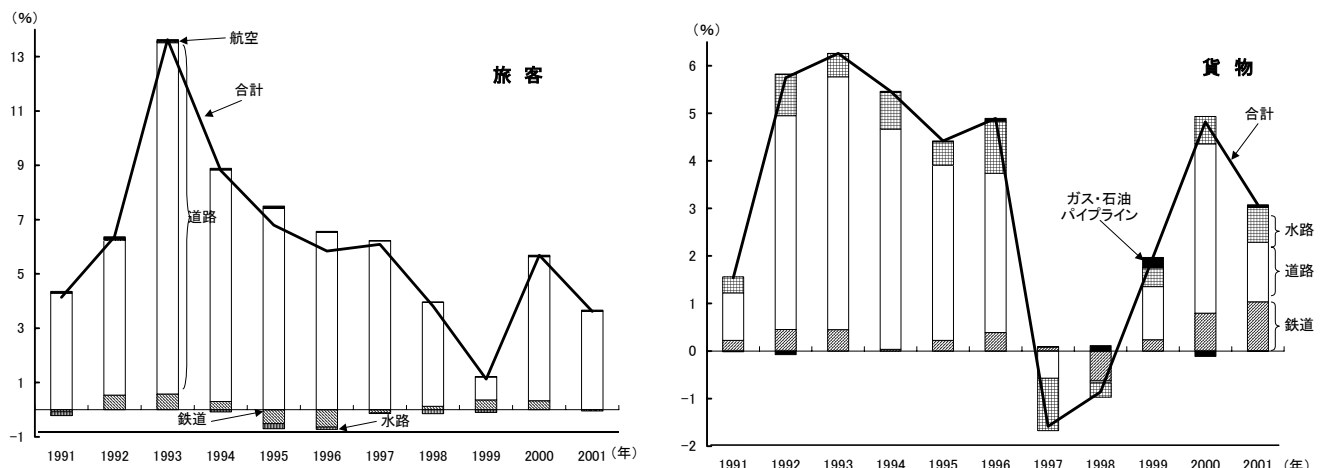
(資料) 日本自動車工業会資料により作成。

図表 8 一人当たり所得と保有台数



(注) ブラジル、メキシコのデータは00年。その他は00年。
(資料) 自動車工業会資料、中国統計年鑑などにより作成。

図表 9 旅客(左)と貨物(右)需要伸び率の輸送手段別寄与度



(資料) 中国統計年鑑により作成。

図表 10 は内外の調査機関が発表している市場見通し¹⁰をまとめたものである。2010 年の市場規模については、450 万台～600 万台規模(図表 10 の網掛の範囲)になるとの予測が多く、これは今後 10 年間年率で 5～8%の増加を見込むことを意味する。最も保守的な見通し

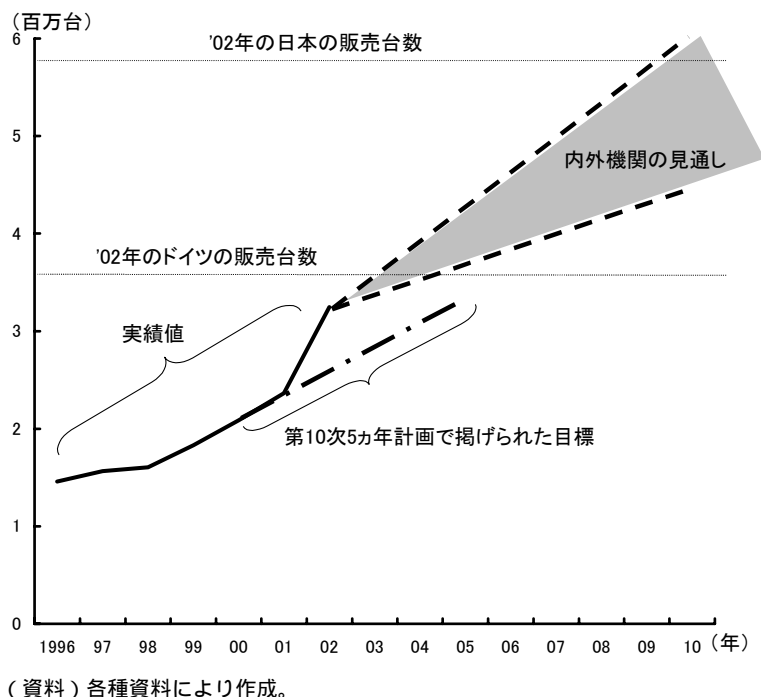
¹⁰ 2010 時点の中国自動車市場については以下のようにさまざまな見通しが発表されている。

autopolis (英誌「エコノミスト」系の調査機関)	475 万台 (02 年 10 月見通し)
丸紅経済研究所 (Ryan[2002])	600 万台 (うち乗用車 300 万台)
米国商務省 (http://www.ita.doc.gov/td/auto/chinajune02.html)	400～600 万台 (02 年 6 月見通し)
トヨタ自動車・張社長(2002 年 10 月 9 日付「日本経済新聞」)	600～700 万台

また、03 年に入ってから、中国内では中国自動車工程学会の張興業名誉理事長が「2003 年末で 400 万台」、中国業界別景気分析報告研究班の王小広主任が「今後 3～4 年は 20～30%増(05 年で 560～710 万台)」との見通しを発表しており、足元になるほど強気の見方が増える傾向にある。

においても、数年後にはドイツを追い越すとされ、楽観的な予測では、09年頃に日本を追い越すものとみられている。都市部における駐車場不足や道路などのインフラの状況や、環境問題の深刻化など、自動車の普及を阻害するような要因が散見されるものの、こうした問題に着実に対処すれば、中国の自動車市場が今後ますます大型化することはほぼ確実であるといえよう。

図表 10 内外機関の中国自動車市場予測



2. 自動車産業発展の軌跡と本格的な競争時代の到来

本章では中国自動車産業の発展の経緯を日韓との比較を通してまとめた後に、日米欧企業の進出状況を踏まえ、本格的な競争時代を迎えた中国市場の状況について整理する。

(1) これまでの中国自動車産業の発展～日韓との比較～

社会主義統制経済時代（50～60年代）

中国の自動車産業は第一汽車によって同国最初のトラック「解放」が長春工場でラインオフした56年に起点があり、アジアのなかでは日本に次いで古い歴史がある。第一汽車は中華人民共和国建国の翌年(50年)に毛沢東とスターリンの間で合意した「中ソ友好相互援助同盟条約」に基づき、ソ連による対中技術・資金援助の最大プロジェクトとして立ち上がった企業である。同社は、鋳造から最終組み立てまでを垂直統合し、フォード型の単一車種の大量一貫生産体制を構築した。そして、58年には南京汽車、済南汽車、上海汽車、北京汽車が設立され、トラック工場の全国展開が模索されるようになった。

この当時、日本の自動車産業は欧米の進んだ技術の国産化に取り組む段階にあり、韓国では米軍車両の補修のための技術習得が目指されていた(図表11)。日韓との比較において

も、中国の自動車産業は決して見劣りするものではなかった¹¹といえよう。

図表 11 日本、中国、韓国の自動車産業小史

	中国	日本	韓国
50年代	<ul style="list-style-type: none"> ・ソ連の援助により「中国第一汽車製造廠」着工(53) トラック「解放」生産開始(56) ・南京汽車、済南汽車、上海汽車、北京汽車設立(58) 	<ul style="list-style-type: none"> ・日産、オースティンと提携(52) ・通産省、「外国自動車の国産化の新方針」発表(55) ・トヨタ、国民車発表(56) ・トヨタ、日産対米輸出開始(58) 	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車部品 13 品目に対する政府奨励策発表(50)、米軍車両整備のため補修部品の生産に取り組む
60年代	<ul style="list-style-type: none"> ・文化大革命(66~)による自力更生政策、一省一工場の分業体制を提唱 ・冷戦下の産業拠点の内陸部シフト政策により、軍用車生産のため第二汽車(現東風汽車)建設(69) 	<ul style="list-style-type: none"> ・所得倍増計画発表(60) ・OECD加盟、東京オリンピック(64) ・乗用車輸入自由化(65) ・日産・プリンス合併(66) ・トヨタ・ダイハツ提携(67) ・大気汚染防止法公布(68) 	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車工業総合育成計画策定(64) ・国産化推進政策策定、亜細亜自動車設立(65) ・現代自動車設立(67)、フォードと提携(68)
70年代	<ul style="list-style-type: none"> ・改革開放スタート、VW、上海汽車と交渉開始(78) 	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車資本自由化、三菱自工、クライスラーと提携(71) ・マツダ、フォード提携(79) 	<ul style="list-style-type: none"> ・GM コリア(後の大宇自動車)設立(72) ・10大輸出戦略産業に自動車を指定(79)
80年代	<ul style="list-style-type: none"> ・AMC(現DMC)北京汽車と合併会社設立(83) ・VW、ダイハツが合併会社設立(84) ・ブジョーが合併会社設立(85)、「三大三小体制」へ ・第7次五カ年計画で自動車産業が「支柱産業」と位置付けられる(86) 	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車生産世界一(80) ・スズキ、いすゞ、GM資本提携(81) ・対米輸出自主規制(82) ・ホンダ米国工場操業(82) ・英国日産自動車発足(84) ・トヨタ、米国で高級車「レクサス」を展開(89) 	<ul style="list-style-type: none"> ・現代自、三菱自工と資本提携(82) ・現代自、米国現法設立(85)、「ポニーエクセル」対米輸出(86)、北米市場で韓国車ブーム ・全車種輸入自由化、ソウルオリンピック(88)
90年代	<ul style="list-style-type: none"> ・第8次五カ年計画で乗用車産業の育成が打ち出される(91) ・富士重工が軽自動車の技術供与開始(92) ・鈴木が軽自動車合併を設立し、「三大三小」に「二微」が追加される(93) ・「自動車工業産業政策」公布(94) ・GMが合併会社設立(97) 	<ul style="list-style-type: none"> ・英国トヨタ生産開始(92) ・日産、ルノーと資本提携(99) 	<ul style="list-style-type: none"> ・大宇自、GMとの提携を解消(92)、その後東欧等へ積極進出 ・三星、自動車事業に参入(94) ・現代自、カナダ工場閉鎖(95) ・OECD加盟(96) ・現代自、起亜自を買収、大宇自、経営破綻、三星自、会社更生法適用(99)

(資料) 関、池谷[1997]、玄[1991]、大島、山岡[1987]、各社発表資料などにより作成。

¹¹ 第一汽車初期の年間生産能力は3万台であり、これは50年代前半のトヨタ並みの生産量を誇った(関、池谷[97])

しかし、60年代に入ると、中ソ両国は対立するようになり、自動車産業についてもソ連からの技術支援は途絶えてしまった。そのため、中国の自動車産業は外部から隔絶された形で独自の道を歩むことになった。例えば、文化大革命下の自力更生政策のもとでは一省一工場の分業体制が推奨され、多くの自動車会社が各地に乱立する現在の状況¹²の原形ができた。また、産業拠点を内陸部に移転させる政策¹³により、第二汽車製造廠（現・東風汽車）が湖北省に設立された。日本の自動車産業が国民車の実現などで急拡大し、韓国においては戦略産業として産業育成策が動き出すなかで、60年代以降の中国の自動車産業は生産の量と技術の両面において停滞を余儀なくされることになった。

改革開放と外資導入期（70～80年代）

78年に「改革開放」が打ち出されると、企業の間で競争が始まり、資本の自由化も検討され、ドイツのフォルクスワーゲン（VW）はこの直後から中国政府に接近するようになった。そして、80年代半ばまでにVW、アメリカンモーターズ（現ダイムラークライスラー）、プジョー・シトロエン、ダイハツの中国市場への参入が認可され、中国企業との間で合弁会社が相次いで設立された。これに90年代初めに中国に進出した富士重工とスズキの軽自動車プロジェクトとあわせて「三大三小二微¹⁴政策」と呼ばれるようになり、外資の導入を通じた技術革新に中国各社が乗り出すことになった。

この当時中国に進出した欧米系自動車メーカーの間には、本国市場の低迷や販売不振に加え、日米欧三極におけるグローバル展開の乗り遅れといった共通の悩みがあり、中国進出はこうした課題に対処するためのひとつの方策であった¹⁵。一方、その他の日米欧の有力メーカーは傍観していたわけではなく、慎重な市場調査の末、対中進出するよりは日米欧三極体制の構築に注力する道を選んだため、中国市場は後回しされることになった。

こうして「三大三小二微」に基づいた自動車セグメントごとの外資との提携体制が成立し、97年にGMが参入するまで堅持された。「三大三小二微」は中国の自動車産業に新たな技術やノウハウをもたらしたものの、外資側が持ち込んだのは旧世代の車種をベースとした単品量産型のビジネスモデルであったため、乗用車市場における各社の位置付けが固定化されると同時に、生産設備の余剰感が常に付きまとうことになった。

中国政府は、「三大三小二微」プロジェクトの導入にあわせ86年の第7次五ヵ年計画で

¹² 現在、中国には大小110社ほどの自動車企業があり、うち3分の1が休業状態、半分以上が年産数百～数千台の規模に留まっており、年産3万台を超える企業は10数社にすぎない（現代文化研究所[2002]）。

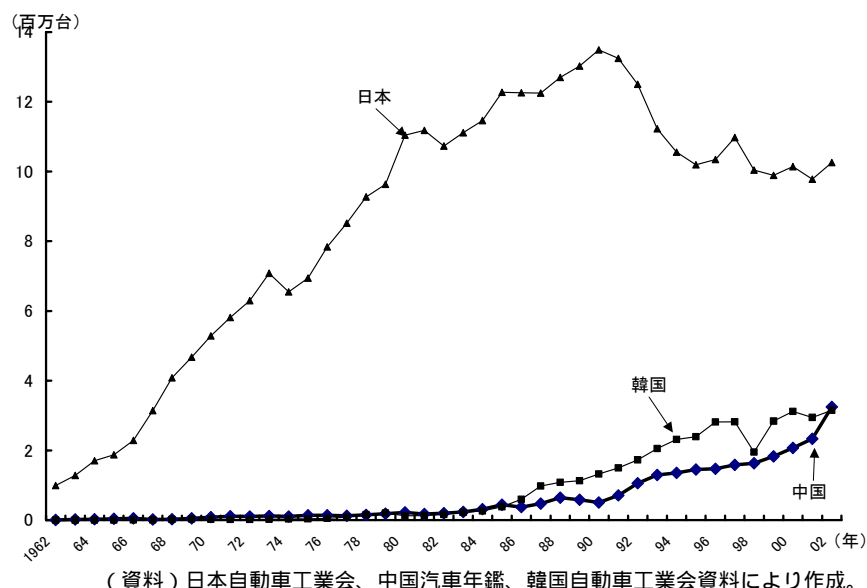
¹³ 冷戦対立が激化するなか、戦争による攻撃を回避することを目的に打ち出され、「三線建設」と呼ばれた。第二汽車は中央軍事委員会直属の機関として設立され、軍用車の生産を担っていた。

¹⁴ 88年に国務院が乗用車生産企業を6社に限定するとの通達を出したことから「三大三小」の設定につながった。各プロジェクトの合弁会社は以下の通り。三大：「一汽VW」、「上海VW」、「神龍汽車（シトロエン）」。三小：「北京ジープ」、「広州プジョー」、「天津汽車（ダイハツ）」。二微：「長安鈴木」、「貴州航空（スバル）」。なお、その後プジョーは撤退し、98年にホンダが新たな合弁パートナーとして参入した。

¹⁵ ダイハツは日本の自動車メーカーのなかで唯一米国での現地生産を見送った企業である。また、軽自動車メーカーは欧米に輸出市場を持たないという特徴がある。

自動車産業を本格的に育成することをはじめて掲げた。しかし、すでに世界最大の自動車生産国となった日本はもちろん、輸出主導で自動車産業をテイクオフさせた韓国(図表 12)との間には、すでに大きな開きができてしまった。

図表 12 自動車生産台数の日、中、韓比較



本格的な競争時代の到来 (90年代～)

90年代に入ると、自動車産業を本格的に育成しようとする政府の方針が一層鮮明になった(図表 13)。94年に政府は「自動車工業産業政策」を発表し、9次～10次五ヵ年計画の間(96年～2005年)に自動車産業を支柱産業に育成するという目標を打ち出した。その後発表された五ヵ年計画では詳細な目標が明示されるようになり、現行の第10次五ヵ年計画では、外資の積極導入と中国企業の自主発展を両立させることや、自動車メーカーの大手グループへの集約、そしてモジュール化にも対応できる部品メーカーの育成などの目標が掲げられている¹⁶。

こうした流れを受け、日米欧を中心とした世界の自動車メーカーは02年頃より中国での合弁事業に続々と名乗りを挙げ、その多くが03年より稼働する。グローバルに展開するほとんどの自動車メーカーが出揃うことになり、中国の自動車市場も本格的な競争時代を迎えることになった。

一方で、外資系企業との乗用車合弁プロジェクトは、上位の中国企業に集中している。これは、外資系企業を産業再編に活用する政府の姿勢を示唆したものである。また、政府は地場起業家が設立した私営企業¹⁷に乗用車生産免許を付与しており、競争政策を促進するこ

¹⁶ 現在、国家経済貿易委員会を中心に「新しい自動車産業政策」の策定が進んでいる。これは、工業面のみを規定したこれまでの政策とは異なり、ディーラー、アフターサービス、部品販売、金融サービスなど幅広い分野をカバーしたものとなる見込み。

¹⁷ その典型は「中国の本田宗一郎」といわれる李書福氏が創業した浙江省の吉利汽車。同社は金属加工工

とで企業の淘汰を実現しようという意向が伺える。つまり、中国においても、産業再編を決めるのは政府ではなく市場の圧力という時代が到来したといえよう。

図表 13 最近の自動車産業政策の内容

	自動車工業産業政策('94)	第9次五ヵ年計画('96)	第10次五ヵ年計画('01)
完成車メーカー育成策	<ul style="list-style-type: none"> ・9～10次五ヵ年計画を通し2010年までに自動車を支柱産業に育成 ・外資利用の奨励 ・2000年に国内市場の9割を充足、半数以上を乗用車とする。 	<ul style="list-style-type: none"> ・エンジン、トランスミッションなど量産・開発のできる大手グループを2～3社育成 ・一定の開発力のある6～7社の中堅グループ育成 	<ul style="list-style-type: none"> ・大手グループ2～3社育成し、これら企業で国内シェア7割を目指す
部品メーカー育成策	<ul style="list-style-type: none"> ・エンジン、シャシー、車体、電機関連部品の育成を強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・電子制御エンジン、エアバッグ、ABSについて各部品1社を指定して育成 ・エンジン部品、トランスミッションなどについても数社を指定し、育成 	<ul style="list-style-type: none"> ・大手グループ5～10社育成。上位3社で7割のシェアを目指す ・システムサプライヤーを育成し、モジュール化に対応。ABS、エアバッグ、三元触媒を育成

(資料) 現代文化研究所[2002]、岩原[1995]により作成

(2) 日米欧自動車メーカーの進出状況

中国政府は一貫して外資系自動車企業の単独進出を認めていないため、外資系企業にとっては、前述してきたような中国企業との合併のみでしか中国市場に参入できない仕組みになっている。こうしたなか、80年代より「三大三小二微」政策のもとでいち早く進出した外資系各社は、その後乗用車市場で圧倒的なシェアを占めるようになり、なかでもVWは長い間高いシェアを維持してきた(図表14)。

しかし、97年にGM、翌年にはホンダが参入し、富裕層を狙って投入した上級車「ビュイック」「アコード」が健闘するようになった。一方、VWは「サンタナ」などでモデルの陳腐化が進展したこともあり、最近のシェアは低下傾向にある。今後も各社から続々と新モデルが投入されることになっており、市場は一層多様化することになる。

現在の中国自動車企業と外資各社との提携関係をまとめたのが図表15である。GM、DMC、フォードなど、各社はアライアンス関係¹⁸にある企業とグループを形成し、それぞれ得意なセグメントごとに役割を分担しながら中国企業と合併会社もしくは技術提携に取り組んでいる。また、中国企業側からみると、第一汽車、上海汽車、東風汽車¹⁹といった大手グルー

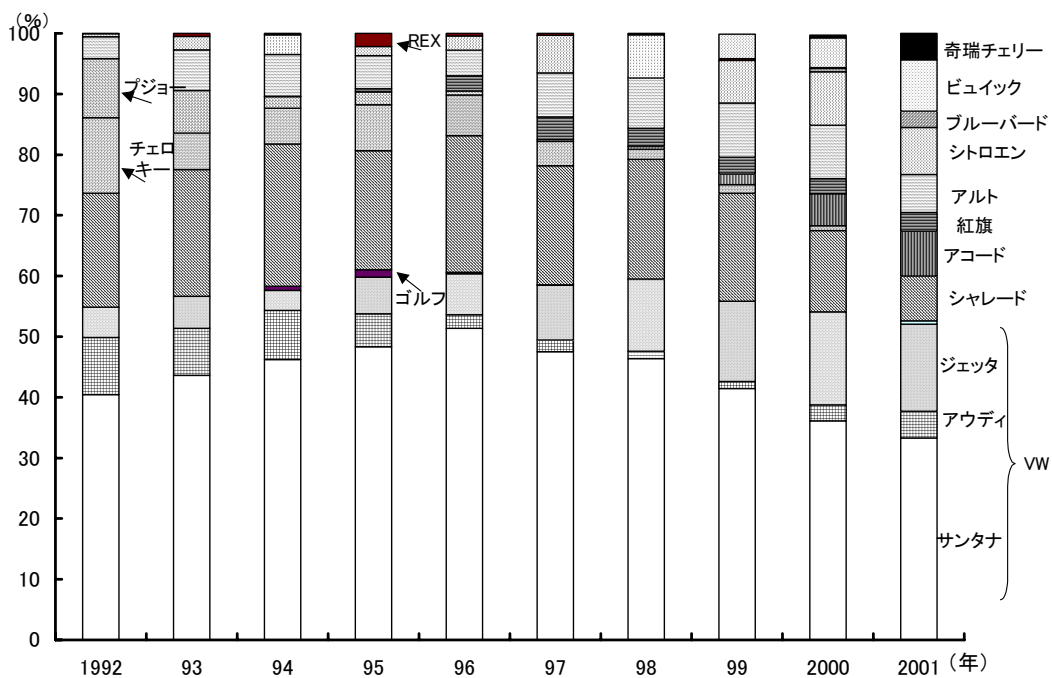
場から出発し、00年より乗用車市場に参入した。ただし、吉利の乗用車は模倣品であるとの指摘もあり、03年2月にはトヨタが商標権を侵害されたとして同社を提訴している。

¹⁸ アライアンスの主要な事例は以下の通り。GM(スズキ、いすゞ、富士重工、GM大宇)、DMC(三菱自動車、現代自動車)、フォード(マツダ)、トヨタ(ダイハツ、日野)、ルノー(日産)、など。

¹⁹ 「中国のビッグスリー」ともいわれるこの3社はいずれも国有企業。上海汽車、東風汽車はいずれも上海証券取引所に上場しているものの、株式の70%を政府が保有している。

プは、複数の外資企業と提携しており、より多くのノウハウや技術を吸収する一方で、リスク分散をはかっている姿勢がうかがえる。中国政府ならびに中国企業にとって、外資企業はあくまで「自主性のある産業を発展させるための有力な手段のひとつ」という位置付けであるといえよう。

図表 14 国産乗用車のモデル別シェアの推移（生産ベース）



(資料) 現代文化研究所[2002]

図表 15 中国自動車企業と外資各社との提携動向

中国企業グループ	提携外資グループ	現地企業名	生産モデルと生産開始(予定)年	提携形態
第一汽車	VW	一汽VW	サンタナ 85~、パサート 00~	合弁
	トヨタ	天津トヨタ	ヴィオス 02~、カムリ、クラウン 05~	合弁
		一汽夏利	ダイハツシャレード 86~	技術提携
		一汽華利	ダイハツテリオス 03~	技術提携
		金杯汽車	ハイエース 91~、ランドクルーザー-03~	技術提携
		成都一汽	プラド	委託生産
	フォード	一汽海南	マツダファミリア 94~、マツダプレマシ-02~	委託生産
一汽轎車		マツダアテンザ 03~	委託生産	
GM	金杯汽車	ブレーザー		
上海汽車	VW	上海VW	サンタナ 85~、パサート 00~、ポロ 02~、トゥアラン 03~	合弁
	GM	上海GM	ビュック 99~、セイル 01~	合弁
		煙台車身	セイル 03~	合弁
東風汽車	プジョーシトロエン	神龍汽車	シトロエン ZX	合弁
	日産ルノー	風神汽車	ブルーバード 01~、サニー 03~	合弁
		東風汽車	セフィーロ 03~、ティアナ 04~、マーチ 05~	合弁
		鄭州日産	ダットサン 95~、パラディン 03~	合弁
広州汽車	ホンダ	広州ホンダ	アコード 99~、オデッセイ 02~、フィット 03~	合弁
		広州東風ホンダ	フィット 04~ (輸出専用)	合弁
北京汽車	ダイムラークライスラー(DMC)	北京吉普汽車	チェロキー 86~、三菱チャレンジャー 03~、エアトレック 04~ (三菱は技術提携)	合弁
		北京現代汽車	現代ソナタ 02~、現代アバンテ 04~	合弁
北方汽車	GM	長安鈴木	鈴木アルト 95~、カルタス 02~	合弁
		長安汽車	鈴木キャリー 85~、アルト 91~	技術提携
重慶汽車	GM	慶鈴汽車	いすゞエルフ 85~	合弁
江西汽車	GM	江西五十鈴	いすゞエルフ 85~	合弁
貴州航空	GM	貴州航空	スバルレックス 92~	技術提携
長安汽車	フォード	長安福特汽車	フィエスタ 03~	合弁
華晨集団	BMW	N.A.	BMW 3シリーズ、5シリーズ 03~	合弁
湖南長豊	DMC	長豊汽車	三菱パジェロイオ 03~	技術提携
東南汽車	DMC	東南汽車	三菱ランサー 03~	合弁

(注) 広州東風ホンダは輸出専用プロジェクトであるため、唯一外資側がマジョリティを持つ合弁となっている。

(資料) 各社発表、各種報道により作成。

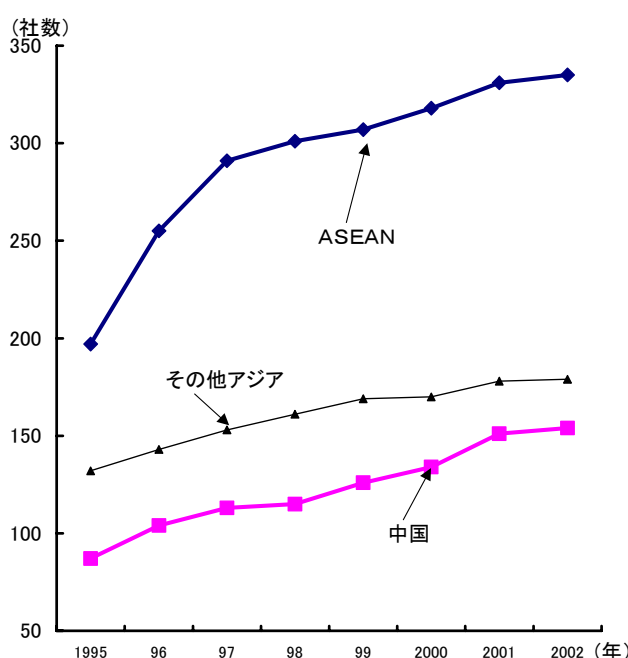
3. 日米欧部品メーカーの中国展開と中国の自動車部品産業の実力

中国の自動車市場が拡大するなかで、自動車部品の需要も急増している。特に、現地で操業している日米欧の自動車メーカーが要求する水準の品質・納期・価格を満たすことのできる部品メーカーのニーズが高まっており、日本の部品メーカーの対中進出に期待する自動車メーカーは多い。本章では、日米欧自動車部品メーカーの進出状況を概観しながら、中国の自動車部品産業の国際競争力を品目別に検討した。

(1) 日米欧自動車部品メーカーの展開状況

日本の自動車部品メーカーのアジアへの進出状況をみると、ASEAN拠点の数が圧倒的に多く、次いで「その他アジア」、「中国」の順となっている（図表16）。これは、日本の自動車メーカーが長い間、タイ、マレーシア、インドネシアといったASEAN諸国をアジア戦略の中心に据えていたため、部品メーカーのアジア進出もこうした流れに対応してきた結果であるとみられる。しかし、自動車メーカーの対中進出が本格化するなか、部品メーカーのアジア戦略における中国の位置付けも転換点を迎えているといえよう²⁰（日本の自動車部品メーカーによる中国拠点の状況については最終ページの付表参照）。

図表 16 日本の自動車部品メーカーのアジアへの進出状況（累計ベース）



（資料）自動車部品工業会「海外事業概要調査」により作成。

²⁰これまでの日本の自動車部品メーカーの対中進出は、取引先の動向に対応するというよりは、自社内の独自の都合で進出するケースが多かったが、トヨタやホンダといった日本の自動車メーカーの中国展開が本格化するなか、取引先に対応する型での進出が増加しており、自動車部品メーカーの対中進出パターンが変化しているとの指摘がある（西岡[2003]）。

一方、欧米の主要自動車部品メーカーのアジア拠点をみると、ASEANはタイ、マレーシア、NIESは韓国に集中しているものの、最も拠点数が多いのは中国である(図表17)。いずれの企業も欧米系自動車メーカーが操業している上海や長春に進出しており、「三大三小政策」で実現した合弁自動車メーカーに納入していることがうかがえる。欧米系の部品メーカーは、長年アジアのなかでも中国を重視してきた²¹ことから、中国におけるオペレーションのノウハウを日本企業より多く蓄積してきたといえよう。

図表 17 主要欧米自動車部品メーカーのアジア拠点

	中国拠点		ASEAN 拠点	NIES 拠点
		主要生産品		
ボッシュ (ドイツ)	北京、抗州、香港、南京、順徳、上海、蘇州、無錫、西安など計11拠点	燃料ポンプなど	バンコク(タイ)、ラヨン(タイ)、ペナン(マ)、クアラルンプール(マ)、シンガポール、計5拠点	富川、忠清南道、ソウル、大邱(以上韓国)、計4拠点
バレオ (フランス)	長春、南京、上海(3)、武漢など計8拠点	エアコン、ライトなど	-	光州(2)、大邱(2)(以上韓国)、計4拠点
TRW (米国)	上海(3)、寧波、蘇州、長春、計6拠点	シートベルトなど	ペナン(マ)、セラナガー(マ)、ジョホールバル(マ)、ラヨン(タイ)、チョンブリ(タイ)計5拠点	ソウル、仁川、安山、蔚山(以上韓国)、計4拠点
ピステオン (米国)	長春、上海(3)など計5拠点	エアコン、ブレーキホースなど	ラヨン(2、タイ)、サンタローザ(比)、計3拠点	安山、蔚山、忠清南道(以上韓国)、計3拠点
デルファイ (米国)	上海、北京、広州など計6拠点	三元触媒、電子ロック、エアコンなど	マレーシア、インドネシア、シンガポール、計3拠点	慶北(韓国)

(注)括弧内の数字は同一地域内にある複数拠点を示す。「マ」はマレーシアを指す。ボッシュのみ非製造拠点を含み、他は製造拠点のみを示す。

(資料)各社ホームページなどにより作成。

(2) 中国の自動車部品産業の国際競争力

中国の自動車部品産業の国際競争力はどの程度あるのだろうか。自動車部品に関連する品目を鋳物や表面処理鋼板といった素材からトランスミッションのようなある程度組み立てられた部品まで、幅広く中国と日本の競争力係数²²を計算したのが図表18である。外資系自動車部品メーカーの中国生産が進展したこともあり、中国の自動車部品の輸出競争力は総じて向上している。例えば、タイヤ、強化安全ガラス、点火部品やVベルトなどの競争力係

²¹ 欧米系部品メーカーのなかには、中国拠点を国内販売だけでなく、設立当初から日本などへの輸出拠点として活用してきた企業が多いとされている。

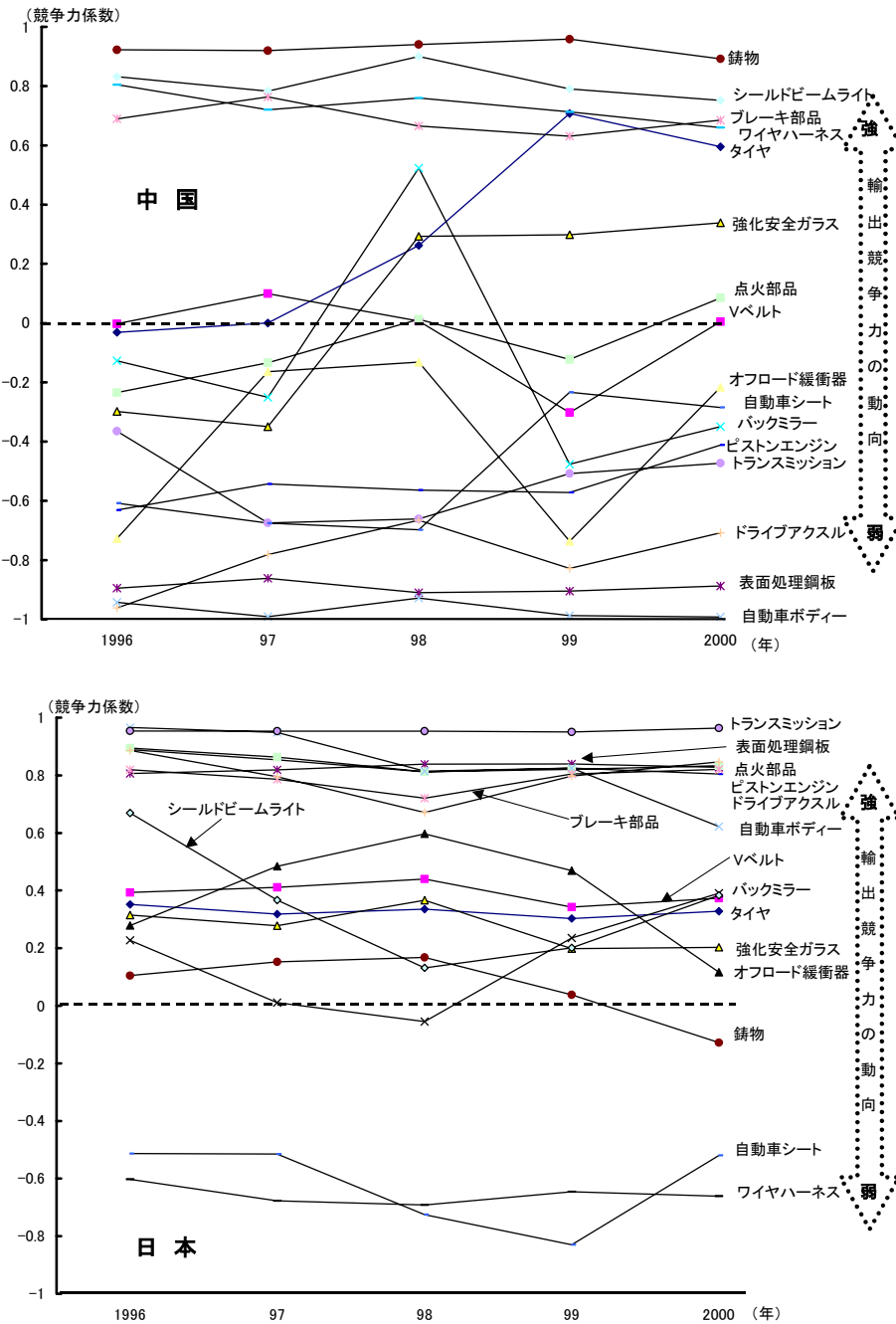
²² 競争力係数とは、 $((\text{輸出}-\text{輸入})/(\text{輸出}+\text{輸入}))$ で算出され、最大値の1になった場合、当該品目を輸出しているだけで輸入は行っていない(=輸出競争力が強い)ことを示し、最小値の-1となった場合、当該品目を輸入しているだけで輸出は行っていない(=輸出競争力が弱い)ということを示す。

数の改善ぶりは目を見張るものがあるといえよう。ただし、中国が圧倒的な強みを持つ自動車部品は、依然として鋳物やワイヤハーネスといった比較的付加価値の低い労働集約型の部品・素材であり、ドライブシャフトや表面処理鋼板、自動車ボディーといった技術やノウハウが集積している部品・素材はほとんど輸入に依存している。一方、日本のケースをみると、大半の部品・素材を一方向的に輸出する反面、自動車シートやワイヤハーネスは輸入に依存するようになっている。

輸入に依存している部品を国産化することは、自動車産業を育成したい中国政府や中国の自動車メーカーにとっては悲願であると同時に、中国に進出した日米欧メーカーにとっても、部品を輸入から現地調達に切り替えることはコストダウンの切り札となる。そのため、国際競争力のない部品・素材ほど、日本をはじめとする外資系部品メーカーの対中進出を加速させたいというインセンティブが中国政府ならびに日米欧メーカーの間に強く働いている。

こうした環境のなか、多くの日本の自動車部品メーカーは既存の東南アジア拠点の位置付けを再検討しながら、中国進出のチャンスとリスクを慎重に分析することを迫られているといえよう。

図表 18 日本・中国の自動車部品の競争力係数



(注.1) 各品目は、以下の SITC コードより抽出したもので、汎用性の高い品目は必ずしも自動車向けとは限らない。コードは以下の通り。タイヤ：62121、62541、62592、62594、V ベルト：62921、強化安全ガラス：66471、バックミラー：66481、表面処理鋼板：67121～2、67411～4、67421～2、67431～2、67441～4、67451～2、鋳物：67951～2、ピストンエンジン：71321～2、71391～2、71893、71899、ワイヤハーネス：77312～3、シールドビームライト 77823、点火部品：77831、77833、オフロード緩衝器：78211、自動車ボディー：78421、ブレーキ部品：78433、トランスミッション：78434、ドライブシャフト：78435、自動車シート：82112

(注.2) 「競争力係数」に関しては、脚注 22 参照。

(資料) United Nations Statistics Division データにより作成。

4. 収益性確保をめぐる今後の展望

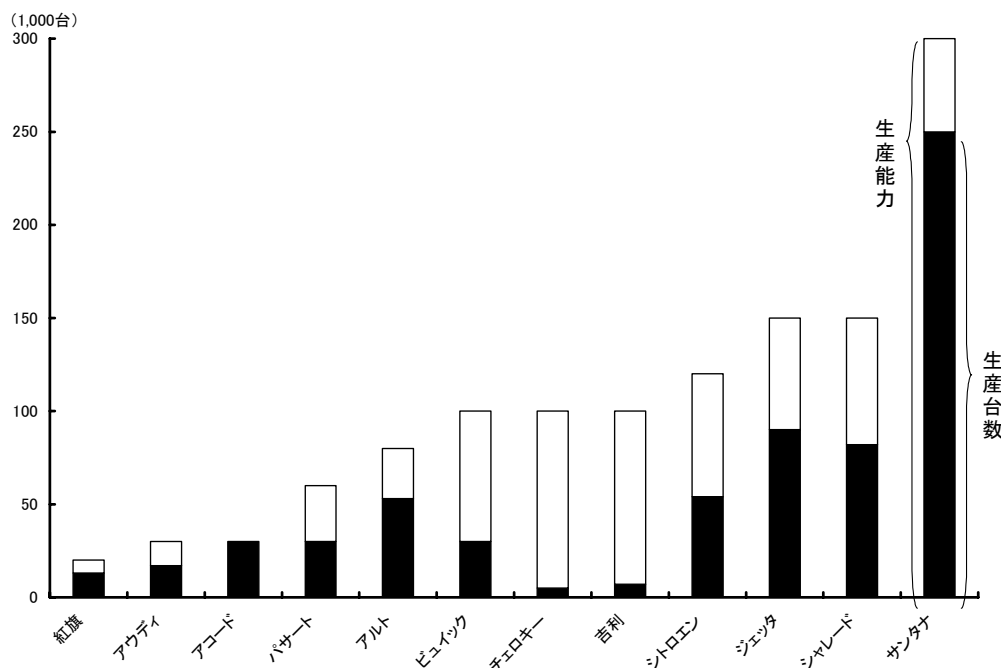
最後に、中国に進出した自動車メーカーが収益性を確保するために今後どのような対応を迫られているのかを整理してみた。

(1) 過熱ぎみの生産能力増強

中国の乗用車生産能力は、00年時点で全社あわせて年産144万台程度で、同年の生産台数68万台から勘案すると、設備稼働率は50%を下回っており、需要を上回る水準にある²³。ただし、モデルごとの設備稼働率をみると大きなばらつきが出ており、売れ行き状況に応じて、生産能力が逼迫している生産ラインと、多くの設備が休眠している生産ラインとで明暗がわかれている（図表19）。

こうしたなかであって、各社は拡大する市場に食い込むことを狙い、能力増強投資を活発化させている（図表20）。全社で予定されている能力増強分を足し合わせると、05年には00年比126万台増の270万台程度の生産規模になるとみられている²⁴。この生産規模を充足させるためには、05年までに少なくとも年率で20%以上のペースで乗用車市場が拡大することが必要となり²⁵、これは前述した市場予測シナリオのなかでも最も強気な水準に見合うものとなっている。現在の中国における各社の能力増強投資はやや過熱気味になっているといえよう。

図表 19 モデル別乗用車生産能力と生産実績（2000年）



（資料）Roland Berger Strategy Consultants [2001]

²³ 2002年の市場規模（120万台）をも上回る水準となっている。

²⁴ 米国商務省の試算（“China’s Automotive Market”, Office of Automotive Affairs, June 2002）。

²⁵ 2002年の乗用車生産台数（126万台）をベースにした場合。

図表 20 主要各社の生産能力増強計画

社名	拡張計画の概要	追加生産能力
V W	一汽VW、上海VW合わせて年産45万台のところ320億ドルを投じ2007年までに年産100万台体制へ	55万台
吉利汽車	現在年産10万台体制を05年までに30万台に拡張	20万台
ホンダ	190億円を投資して、生産能力を03年1月に年産5万台から12万台とし、04年までに24万台体制へ	19万台
日産	現在年産4万台程度ブルーバードを生産しているところを、06年までに年産22万台に拡張	18万台
トヨタ	05年よりクラウンなど上級車生産のため年産15万台の新工場を立ち上げ	15万台
G M	上海汽車と共同出資し、02年12月に煙台車身を買収。小型車の生産能力を年産10万台追加	10万台
B M W	華晨集団と新規合弁事業を設立、03年後半より生産開始	3万台
上記計画が達成されることによって追加される生産能力の合計		140万台

(資料) 各種報道、各社発表資料により作成。

(2) 求められる採算性の向上と新たな収益源の確保

自動車市場の急拡大という大きなチャンスを取り込むべく、各社は一斉にプレゼンスの向上に向けて舵を切っている。そのため、すでに自動車市場での競争は相当厳しくなっており、例えば値下げ合戦がはじまっていることは前述した通りである。過当競争に伴うマージンの低下という現象が自動車においても現実のものとなりつつあるといえよう。

こうした環境の変化を簡単な損益分析の観点からみたのが図表21である。これまでの自動車価格における売上をA線（価格×販売台数）とし、ある一定の固定費のもとで、変動費がA'線（一台当たり変動費×販売台数）であったとすると、損益分岐点はXとなり、それ以上の販売台数を確保できれば、利益をあげることができることになる（網掛けの部分）。しかし、自動車価格が下落して、売上がB線になり、変動費がA'のままの場合では、損益分岐点はYとなり、採算を合わせるためのハードルは高くなる。現在、中国市場で展開している多くの自動車メーカーはこの局面に立たされている。

そこで、損益分岐点を引き下げるために、変動費の削減が喫緊の課題として浮上する²⁶。例えば、コストの削減に成功し、変動費をB'線に変更することができた場合、損益分岐点はZにまで回復する。そして、こうした変動費削減のための有効な手段として、部品価格を引き下げること注目が集まっている。特に、日本などからの輸入部品への依存度が高い車種ほど、コストの低い中国製品に切り替えることによる変動費削減の余地は大きい²⁷。

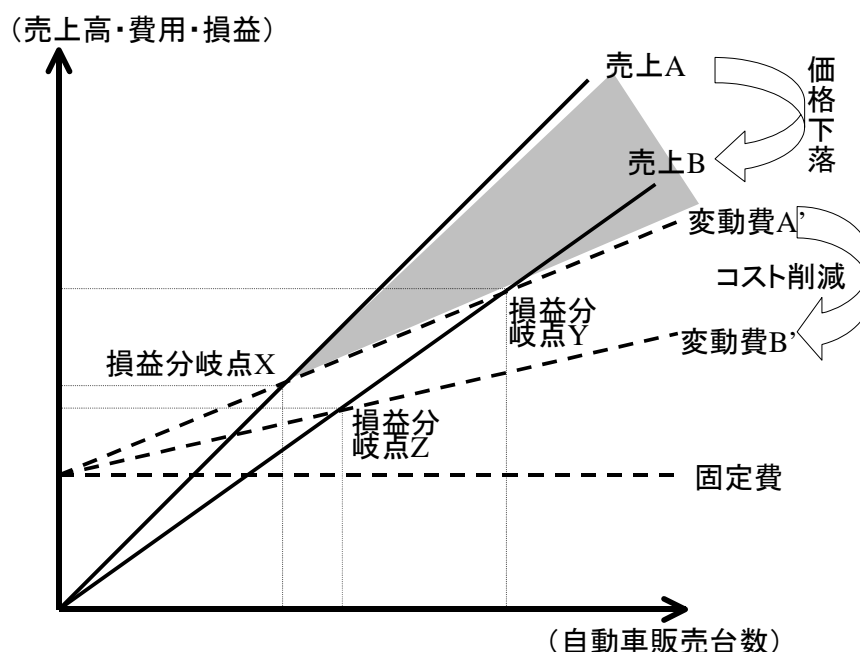
以上のような背景のもとで、自動車メーカーの間では中国で製造された部品のニーズが高

²⁶ 中国内での販売台数が採算ラインを確保できなくなった場合、輸出に活路を求める自動車メーカーが出てくる可能性が高い。ただし、その場合においては、価格面からは部品の現地調達率の向上を通じた低コスト化に加え、品質面においては輸出に適合した性能や仕様を求められることになる。

²⁷ 中国での自動車生産の経験の長い企業ほど部品の現地調達が進展しているとみられることから、変動費削減については、先行した企業に一日の長があるといえよう。

まっている。また、自動車部品産業の育成を掲げる政府としても、最先端の技術・ノウハウなどの習得のために、外資系自動車部品メーカーの進出を後押しする必然性が出ているといえよう。

図表 21 自動車販売における損益分岐点分析



(資料) みずほ総合研究所

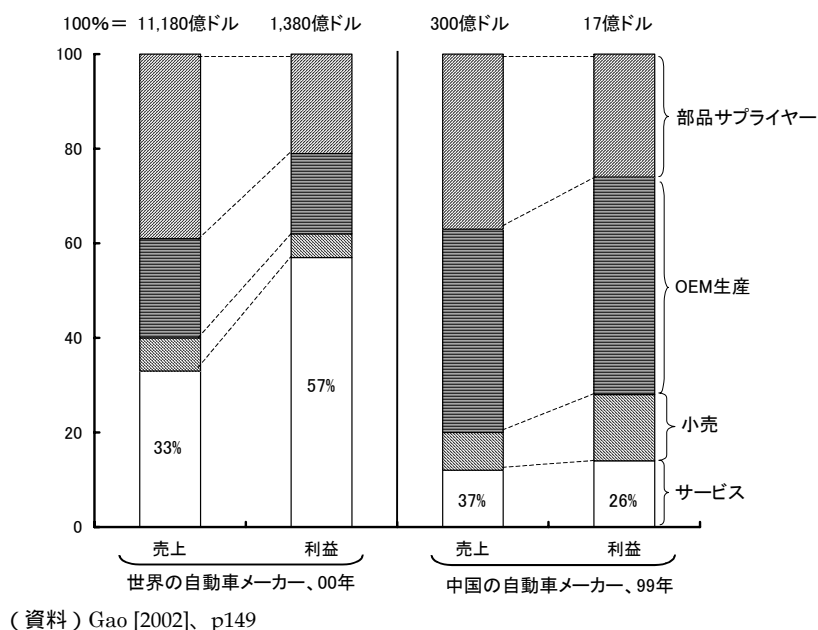
また、マージンをどのように確保するかという点については、生産活動のオペレーション上の課題からだけでなく、より幅広く流通やサービスといった側面からも論じる必要がある。すなわち、中国における自動車メーカーの収益構造は、世界平均から比較すると特殊な状況にあり、自動車メーカーの事業活動全体における価値連鎖のなかで、世界平均では売上の33%、利益では実に57%がサービスによってもたらされているのに対し、中国の自動車メーカーは売上の37%、利益の26%にとどまっている(図表22)。

これは、中国市場においては、長年外資が自動車サービス・流通市場から締め出されてきたことや、サービス業務に対する未成熟な認識が蔓延していたことなどによってもたらされたものとみられる。しかし、WTOへの加盟により、04年11までに自動車に関する卸、小売、補修、輸送事業が外資に開放されることになっている²⁸。すでに自動車販売・サービスの強化に向けた競争もはじまっており、中国の自動車産業の収益構造も世界平均に近づく可能性が高い。

このように、中国に進出した自動車メーカーは、今後生産活動のコストダウンや、サービス事業の強化を通じた新たな収益源の模索などが迫られている。自動車市場が拡大するなかであっても、事業内容の量を拡大させるだけでなく、質も高めてゆくことは、ますます重要な課題となるだろう。

²⁸ WTO加盟による自動車産業へのインパクトについては、2ページの図表2参照。

図表 22 世界と中国自動車メーカーの売上と利益の構造



以上

【参考文献】

Feenstra, R., Sperling, D., Branstetter, L., Harwit, E. [2001] “China’s Entry to the WTO: A View from the Auto Industry”, Economics Lecture, UC Davis

Gao, Paul [2002] “A Tune-up for China’s Auto Industry”, The McKinsey Quarterly, 2002

Roland Berger Strategy Consultants [2001] “Strategic Impact of China’s entry into the WTO On Chinese and Foreign Companies”

Ryan, P. [2002] “China Car Market Goes into Overdrive”, Marubeni Research Institute Economic Reports

Veloso, Francisco and Kumar, Rajiv, [2002] “The Automotive Supply Chain: Global Trends and Asian Perspectives”, Asian Development Bank Working Paper No.3

Xu, Jeff [2002] “A Positive Outlook for China’s Auto Market”, PricewaterhouseCoopers Shanghai for July edition of American Chamber of Commerce

岩原拓[1995] 『中国自動車産業入門』、東洋経済

大島卓、山岡茂樹[1987] 『産業の昭和社會史・自動車』日本經濟評論社

玄永錫[1991] 『韓国自動車産業論』世界思想社

現代文化研究所[2002] 『中国における自動車産業の現状と展望に関する調査研究』、機械産業等の産業活動に関する調査研究、産業研究所

関満博、池谷嘉一[1997] 『中国自動車産業と日本企業』新評論

西岡正[2003] 『大手自動車メーカーの中国進出と中小部品産業への影響と対応』、中小公庫レポート、2003年1月

丸川知雄監修、海外投融資情報財団編[2002] 『中国の産業力』、蒼蒼社

付表 中国に進出している日本の自動車部品メーカー一覧

日本側企業名	現地法人名	設立	品目・概要
愛三工業	天津愛三汽車附件有限公司	95.12	キャブレター、スロットルボディ
アイシン精機	浙江愛信宏達汽車零部件有限公司	95.6	自動車部品
アイシン精機	天津愛信汽車零部件有限公司	97.7	自動車部品
アイシン精機	唐山愛信齒輪有限責任公司	96.4	自動車部品
アスモ	天津阿斯莫汽車微電機有限公司	96.4	ワイパーシステム。ウオッシュシステム等
荒井製作所	武漢荒井密封件製造有限公司	95.12	オイルシール、O-リング等
アラコ	天津華豊汽車裝飾有限公司	95.10	シート、板バネ、インパネ成形品等
アラコ	成都亜楽克汽車内飾件有限公司	99.3	自動車(バス)用内装部品
アルパイン	丹東アルパイン電子有限公司	94.2	
アルパイン	大連アルパイン電子有限公司	94.12	カーオーディオ用メカニズム
石川ガasket	烟台石川密封板(有)	91.4	ガasket、パッキング
石川ガasket	烟台石川実業(有)	93.8	ジョイントシート、クラッチ、ブレーキ等
イズミ工業	重慶長江イズミピストン工業(有)	95.2	ピストン
イズミ工業	馬勒一依之密(遼寧)活塞有限公司	99.1	ピストン
エクセディ	重慶三鈴大金離合器製造(有)	95.12	自動車四輪用クラッチ
NOK	無錫恩福油封(有)	95.6	オイシール
NOK	長春恩福油封(有)	92.9	オイシール
エフ・シー・シー	成都江華富士離合器(有)	94.12	オートバイ用クラッチ
エフ・シー・シー	上海中瑞富士離合器(有)	95.3	オートバイ用クラッチ
遠菱 アルミホイール	ENKEI ALUMINUM PRODUCTS(CHINA)CO.LTD	92.9	自動車用・モータサイクル用アルミホイール他
大井製作所	河南大井星光汽車零部件製造(有)	95.12	ドアロック、ストライカー、レギュレーター等
オーツカ	大連福雷克斯空調配件有限公司	97.6	カーエアコン用ホース
カーメイト	快美持汽車精品(深圳)有限公司	97.4	カーアクセサリ
河西工業	常州河西汽車内飾件(有)	95.12	ドアトリム
キーパー	青島基珀密封工業(有)	95.4	オイルシール、O-リング等
クラリオン	DONGGUAN CLARION ORENT ELECTRONCS CO LTD	95.4	カーステレオ、カーラジオ
クラリオン	XIAMEN CLARION ELECTRICAL ENTERPRISE	98.5	カセットメカニズム
ケーヒン	南京京濱化油器有限公司	97.3	二輪用気化器等の製造販売
ケーヒン	湛江德利化油器有限公司	94.12	気化器(二輪、四輪)等の製造販売
小糸製作所	上海小糸車灯(有)	89.2	自動車用照明電装品
光洋精工	豫北光洋轉向器有限公司	96.7	ステアリング
光洋精工	一汽光洋轉向器有限公司	97.2	ステアリング
光洋精工	無錫光洋軸承(有)	95.9	小径ベアリング
光洋精工	DALIAN KOYO WAZHOU AUTOMOBILE BEARING LTD	96.8	軸受
光洋精工	光洋日電産(大連)精密軸承(有)	94.5	小径ベアリング
国産電機	廊坊科森電器(有)	96.1	二輪用電装品
コンビ	康具好孩子嬰兒用品有限公司	95.12	
コンビ	東莞康具童車玩具有限公司	94.4	
GMB	山東 GMB 工業	92.9	
自動車電機工業	大連杰迪高電器(有)	93.2	ウオッシャーポンプ
ショーワ	広州昭和減震器有限公司	94.10	ショックアブソーバー
ショーワ	四川寧江昭和減震器有限公司	96.3	ショックアブソーバー
新電元工業	廣州新電元電器有限公司	94.6	レギュレーター、点火装置、リレー
スタンレー電機	重慶五洲斯坦雷電氣(有)	95.9	自動車用照明装置
スタンレー電機	天津斯坦雷板田電材(有)	95.11	電球用口金、各種電球等
スタンレー電機	広州宜高斯坦雷電氣有限公司	99.1	自動車用照明装置
スタンレー電機	天津斯坦雷電氣(有)	95.7	LED 応用製品、電子機器製品等
住友電気工業	天津津住汽車線束(有)	94.11	自動車用ワイヤハーネス

住友電装	天津住津線束部品(有)	96.3	自動車用ワイヤハーネス部品
住友電装	天津住津線束(有)	94.11	ワイヤハーネス、ハーネス用電線
住友電装	惠州住潤電装(有)	95.12	ワイヤハーネス
ゼクセルヴァレオ	一汽ゼクセルヴァレオクライメートコントロール自動車空調(有)	94.10	車両用空調機器
ゼクセルヴァレオ	華達ゼクセルヴァレオクライメートコントロール自動車空調(有)	96.12	A/C用コンプレッサー
ゼクセルヴァレオ	無錫欧亜柴油噴射(有)	95.2	ディーゼルエンジン用燃料噴射装置及びその部品
千住金属工業	北京千住電子材料有限公司	95.6	半田
千住金属工業	唐山千住金属工業(株)	94.9	ディーゼルエンジン用燃料噴射装置
ソミック石川	紹興索密克汽車配件(有)	94.11	車両用サスペンション用ボールジョイント
高島屋日発工業	昆山高日汽車内飾件有限公司	95.3	シートカバー射出成形部品他
タチエス	上海泰喧嘩汽車座椅有限公司	95.4	シート
テイ・エステック	重慶提愛思塑料製品有限公司	95.5	各種シート及び樹脂製品
テイ・エステック	天津提愛思塑料製品有限公司	94.12	各種シート及び樹脂製品
テイケイ気化器	重慶平山泰凱化油器(有)	94.10	二輪車用気化器
帝国 ピストンリング	安慶帝伯格茨活塞環有限公司	96.4	ピストンリング
デンソー	天津電装空調有限公司	97.12	自動車用A/Cシステム
デンソー	天津電装電子有限公司	97.7	電子制御製品、部品
デンソー	重慶電装有限公司	96.3	CDI点火システム
デンソー	天津電装汽車電機有限公司	95.12	スタータ、オルタネータ
デンソー	烟台首鋼電装有限公司	94.12	エアコン等
東海ゴム工業	東海橡懇電装有限公司	95.12	防振ゴム、ホース
東洋シート	上海明芳汽車零件(有)	92.5	自動車部品
東洋電装	上海東洋電装有限公司	92.11	二輪、四輪車用、凡用機用電装部品
東洋ラジエーター	青島東洋汽車散熱器有限公司	95.12	自動車用アルミ製熱交換器等
トキコ	一汽東机工減振器有限公司	98.5	サスペンションストラット、ショックアブソーバー
栃木富士産業	富士和機械工業(昆山)有限公司	95.12	各種自動車部品、建設農業機械部品
豊田合成	福州福裕橡懇工業有限公司	00.1	サスペンションストラット、ショックアブソーバー
豊田合成	天津豊田合成汽車軟管有限公司	95.12	機能部品
トリス	TRI(ZHENJIANG) CARBON	99.11	カーボンブラシ
永田部品製造	浙江永田汽車配件(有)	95.10	自動車部品
ニチリン	上海日輪汽車配件有限公司	96.12	自動車用液圧ブレーキホース等
日信工業	山東日信工業有限公司	95.12	自動車部品
日鍛バルブ	SHANGHAI EATON ENGINE COMPONENTS CO,LTD	98.1	エンジンバルブ、ハイドロリックバルブリフター
日本発条	重慶慶鈴日発座椅有限公司	95.11	自動車用シート、内装品
日本発条	上海上旭弹簧有限公司	95.12	弁ばね、圧縮ばね、その他精密ばね
日本パワー ファスニング	蘇州強力五金有限公司	93.10	ねじ、ナット、釘、アンカー
日本 気化器製作所	瀋陽日新気化器 有限公司	95.10	自動車用気化器
日本ケーブルシステム	重慶利時徳位素(有)	95.5	メカニカル・コントロールケーブル、ウィンドー・レギュレータ
日本精機	上海易初日精(有)	95.2	二輪車用計器
日本精工	昆山恩新克虹山有限公司	95.7	カーオーディオ機器、自動車用電子機器
日本電池	天津統一工業	91.11	蓄電池(四輪、二輪、及び小型密閉電池)
日本電池	山東華日電池(有)	95.3	通信用密閉型据置鉛蓄電池
日本 バルカー工業	上海バルカー ふっ素樹脂製品有限公司	95.8	ふっ素樹脂製品(管、板、棒)

日本リークレス工業	広州利可力氏密封件有限公司	99.3	ガスケット(二輪、四輪)
原田工業	大連原田工業(有)	88.8	自動車用ラジオ等
日立製作所	長沙日汽車電器(有)	95.10	スタータ、オイルネータ、ディストリビュータ等
フジクラ	FUJIKURA ZHUHAI LTD	91.7	自動車用ワイヤーハーネス、電子ワイヤー
藤倉ゴム工業	抗州藤倉橡膠(有)	96.3	ゴム製品及び関連製品、合成樹脂製品及び関連製品
富士通テン	天津富士通天電子(有)	95.12	
古河電気工業	天津津河電工有限公司	96.3	ジョイントボックス、端子、コネクタ
北辰工業	北辰精密零件(上海)有限公司	98.5	搬送ロール
北辰工業	北辰精密零件(深セン)有限公司	94.1	給一般ロール、ダンパー、ベルト、ユニット等
ホンダロック	廣東固力本田制鎖有限公司	96.1	キー、スターターマグネットスイッチ等
ミクニ	上海三国長航機械電子有限公司	94.12	二輪車用気化器
ミクニ	成都三国紅光機械電子有限公司	94.11	二輪車用気化器
ミクニ	濟南輕騎三国機械電子(有)	95.12	二輪車用オイルポンプ
ミクニ	天津三国(有)	95.12	気化器、オイルポンプ他の部品
ミクニ	南京金城三国機械電子(有)	96.3	二輪車用オイルポンプ
ミクニ	寧波三国機械電子(有)	95.5	ガス器具自動車制御弁
ミツバ	青島輕騎三葉電機有限公司	95.11	スターターモーター、AC ジェネレーター等
三ツ星ベルト	天津三之星机帶有限公司	98.3	自動車用伝動ベルト
メトロ電装	抗州長美汽車電器(有)	92.11	自動車用電装品
メトロ電装	重慶百美実業(有)	95.7	コンビネーションスイッチ
矢崎総業	重慶矢崎儀表有限公司	96.5	自動車用計器
矢崎総業	重慶矢崎汽車配件有限公司	98.3	自動車用ワイヤーハーネス
矢崎総業	汕頭經濟特区矢崎汽車部件(有)	90.10	自動車用ワイヤーハーネス
山口電機工業	香港山口電器有限公司 東莞樟木頭山口電器塑膠廠	93.6	プラスチック成形品
山田製作所	成都天興山田車用部品有限公司	95.12	オイルポンプ、スピードメーターなど
ユタカ技研	重慶金豊機械有限公司	95.5	二輪ディスクブレーキ
ユニアジェックス	上海台厚汽車配件有限公司	92.7	クラッチ
ライフエレクトクス	河北省容城来福灯泡有限公司	95.7	自動車用電球の製造
リケン	廣門理研工業(有)	90.6	シリンダブロック、ピストンリング
和興産業	河南平原和興濾清器有限公司	97.12	各種四輪車、二輪車用フィルタ

(資料) 日刊自動車新聞社「自動車年鑑ハンドブック 2002～03年版」