

# 中国自動車産業の現状と課題

Situation and Issue of the Automobile Industry in China

方蘇春・秦琴\*・中島健一\*\*

Fang Suchun, Qin Qin, Nakashima Kenichi

## 要 約

中国の自動車生産・販売台数は2009年よりアメリカを超え、世界一となり、そして、2013年には初めて2,000万台のオーダーを突破した。しかし、中国の自動車普及率はまだ低く、2012年末現在の自家用乗用車保有台数は約27人に1台にとどまっている。経済の発展に伴い、中国の内陸部もいわゆる「モータリゼーション」（1人当たりのGDPはあるレベルを超えると、4輪車が普及していく現象）が起こっており、これからも自動車の生産・販売が増えていくと容易に予測される。一方、中国自動車産業の直面する課題も多い。まず、車社会の到来に伴い、中国における石油燃料の供給や車の排気ガスによる環境への悪影響、都市部での交通渋滞などの問題が深刻になりつつある。また、中国での本格的な自動車生産の歴史は60年近くなるが、国産ブランド力はまだ弱く、多くの自動車メーカーにおいてエンジンやトランスミッションなど車の中核的な部品製造技術はまだ完全に確立していない。そして、自動車メーカー数は数百にも上り、業界の再編は避けられない。さらに、中国政府は日本の次世代車に相当する「新能源車（「能源」＝エネルギー）」の開発と普及を国家戦略として進めようとしているが、今のところ、計画通り進んでいないのが実情である。

本論文は、中国国家统计局や中国汽车工业协会など公的機関より入手した情報ならびに筆者らの中国現地調査の結果を踏まえながら、中国自動車産業の現状や課題を分析し、その対策の提言を行う。

**Key Words**：中国の自動車産業，モータリゼーション，車社会，エコカー，次世代車

## 1. 中国の自動車産業現状

### 1.1 中国自動車産業の沿革<sup>1) -3)</sup>

中国における本格的な自動車生産は1953年に旧ソ連の援助で設立された長春第一汽車（以下、「第一汽車」と記す。「汽車」＝車）より行われ、1956年7月14日に初めて4 tトラックを量産し始めた。当時の第一汽車の生産能力は年間約3万台程度であった。第一汽車は主に「解放」ブランドの4 tトラックを生産してきたが、毛沢東をはじめ当時の中央政府指導者用高級乗用車「紅旗」を生産したことで有名である。但し、「紅旗」の製造は手作業による工程も多く、生産量は極めて少量で、1960年から85年までの累積生産量はわずか1,500台であった。同じ1950年代には、第一汽車以外では、南京自動車では「躍進」というブランドの国産トラックを試作したほか、北京汽車の前身である北京第一汽車附件（「附件」＝部品）廠や上海汽車の前身である上海

\* 重慶三峡学院, \*\* 神奈川大学

自動車部品（同）廠よりそれぞれ乗用車を試作できたが、これらの工場では本格的な車生産は60年代以降となる。

1960年代から第一汽車以外でも複数の自動車工場より各種の車が生産されていた。例えば、南京汽車より「南京」ブランドの2.5 t 小型トラック、北京汽車より「北京」ブランドのジープ、濟南汽車より「黄河」ブランドの8 t トラック、そして上海汽車より「上海」ブランドのセダン型乗用車をそれぞれ生産してきた。さらに、湖北省にて武漢第2汽車が設立され、「東風」ブランドのトラック（5 t と2.5 t）が生産されてきた。

70年代まで中国で量産された車はトラックが主であり、一般用セダン型乗用車は「上海」乗用車のみであった。上海汽車の乗用車生産規模は小さく、1979年まで累計17,000台余り、1980年の年間生産量はやっと5,000台を突破した。なお、生産された乗用車はほとんど公用車として使われていた。中国では、少なくとも「改革開放」が始めた70年代後期まで自家用車はなかった。ちなみに、中国全国の車生産台数は1978年に約15万台、1980年には約20万台程度であった。

1980年代から車の需要が増え、特に欧米自動車メーカーの中国への進出をきっかけに、中国の自動車生産は新しい段階に入った。中国に進出した外国自動車メーカーの先駆けはアメリカモーターズ（1983年、北京汽車と合弁会社を設立。但し、2005年に合弁解消）、ドイツのフォルクスワーゲン（1984年に上海汽車と合弁会社「上海大衆」を設立）、フランスのプジョー（1985年に広州自動車と「広州標致」を設立。但し、97年に会社を清算、日産に移譲）などである。特に1984年に上海汽車とドイツのフォルクスワーゲン社で設立された上海大衆（上海フォルクスワーゲン）は中国初の乗用車合弁会社で、生産された「サンタナ」ブランドのセダン型乗用車は人気車となり、長い間、中国の乗用車市場に君臨していた。

90年代に入り、中国ではついに民営系の自動車メーカーが現れた。中国の民営自動車の先駆けの一つは「吉利」である<sup>4)</sup>。もともと二輪車の事業等で成功した創始者の李書福氏は周囲の反対を抑え、無謀に4輪車生産に挑戦してきた。当時、中国政府の自動車産業の政策は乗用車の生産を「三大」（第一汽車、第二汽車、上海汽車）「三小」（北京汽車、天津汽車、広州汽車）に制限されており、新規参入は極めて難しかった。まして民営資本の参入は不可能であると思われていた。しかし、李書福氏はいろいろな知恵を駆使して、ついに1998年に「吉利豪情」というブランドの乗用車の量産を実現した。その前後に、奇瑞汽車（1997年設立）、BYD（比亞迪汽車、2003年設立）などの民営系自動車メーカーも相次いで誕生した。

このように、改革開放後の30数年来、欧米そして日本、韓国などの世界大手自動車メーカーや自動車部品メーカーは相次ぎ中国へ進出すると同時に、中国本土の民族系（民営）自動車メーカーも台頭し、ついに中国は2009年にアメリカを超え、世界一の自動車生産・消費市場となった。いまは中国の沿海地区の都会や各省の首府所在地の大中都会では自家用車はかなり普及してきた。中国の一人当たりのGDPは2008年には3,000ドル、さらに2010年には4,000ドルを超え（図1）、いわゆる「モータリゼーション」現象は中国全土で起こるようになってきている。それでも、2012年末現在の中国の自家用乗用車保有台数は人口で割るとわずか27人に1台にとどまっております<sup>5)</sup>、今後の自動車市場の拡大する余地はかなり大きいと考えられる。

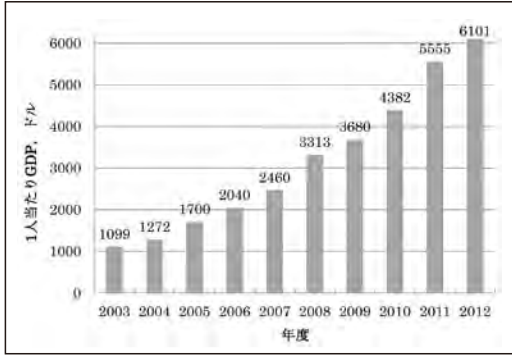


図1 中国の一人当たり GDP の推移 (中国統計局統計公報より作成)

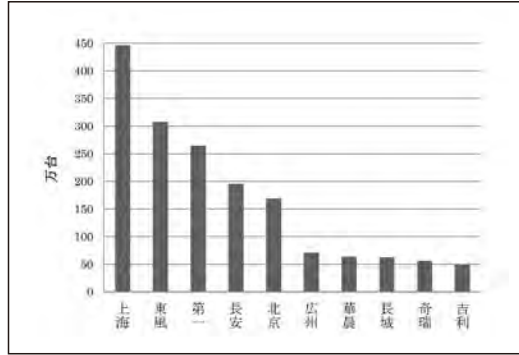


図2 中国自動車メーカートップ10の2012年販売台数 (中国汽車工業協会資料より作成)

## 1.2 中国の主な自動車メーカー

中国の自動車メーカーは国有系、地方政府系と民営系などに分けられ、全国各地に分布しており、数的に数百にも上るが、その多くは中小規模のものである。大手メーカーのトップ10社の自動車生産・販売台数は中国全国の生産・販売台数の9割弱を占めている。2012年中国の自動車生産メーカートップ10の販売実績は図2に示されており、10社の販売台数は全販売台数の87.34%を占めている<sup>6)</sup>。トップ10社のうち、上位の6社(上海、東風、第一、長安、北京、広州)はいわゆる国有企業であり、7位の華晨は地方政府系、8位~10位(長城、奇瑞、吉利)は民営系である。ほかには江淮(地方政府系)、BYD(民営系)も有力な自動車メーカーである。

中国の大手自動車メーカーの多くは複数の外国系自動車メーカーと合弁会社を設立して、外国ブランドの車を生産している。例えば、第一汽車ではアウディやフォルクスワーゲン、トヨタ、マツダなどを、上海汽車はフォルクスワーゲン、GMなどを、そして北京汽車はジープ、現代などの車を生産している。これは中国政府の外国資本の上限は50%まで、現地メーカーとの合弁会社しか認めないという自動車産業外資規制の政策に関係している。表1は中国の大手自動車メーカーで設立されている主な合弁会社の一覧である。一方、民営系大手メーカーには「吉利」はスウェーデンの自動車メーカー「ボルボ」を買収したことで有名であり、また、「BYD」は世界で初めて電気自動車の量産を実現し、アメリカの著名投資家バフット氏より投資されていることで有名である。

表1 中国の大手自動車メーカーより設立されている主な合弁会社 (各社HPなどより作成)

	主な合弁会社 (略称)	生産する主な外国ブランド車
第一汽車	一汽大衆 (VW)、一汽通用 (GM) 商用軽型、一汽通用哈爾濱軽型、天津一汽豊田 (トヨタ)、四川一汽豊田、一汽通用紅塔雲南、など	(長春のみ) フォルクスワーゲン (VW、ジェッタなど)、トヨタ、マツダ、アウディ (A4、A6、G5など)
上海汽車	上海大衆、上海通用など	VW (サンタナなど)、ゼネラルモーターズ (GM、ピュイック、シボレーなど)
東風汽車	東風汽車 (日産)、神龍 (PSA)、鄭州日産、東風日産ディーゼル、東風本田、東風悦達起亜、など	日産、ホンダ、プジョー、ルノー、起亜、など
広州汽車	広汽本田、広汽豊田、広汽三菱、広汽日野、本田 (中国)、五羊豊田、広汽菲亚特 (フィアット) など	ホンダ (アコードなど)、トヨタ、フィアットなど
北京汽車	北京現代、北京吉普 (ジープ)、北京ベンツなど	ソナタ、チェロキー、ベンツ (C、E、GLKクラス) など

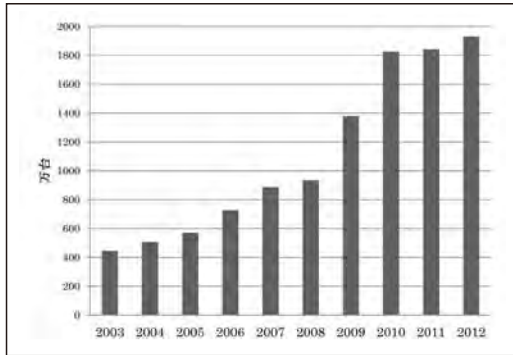


図3 中国の車生産台数の推移  
(中国汽車工業協会資料より作成)

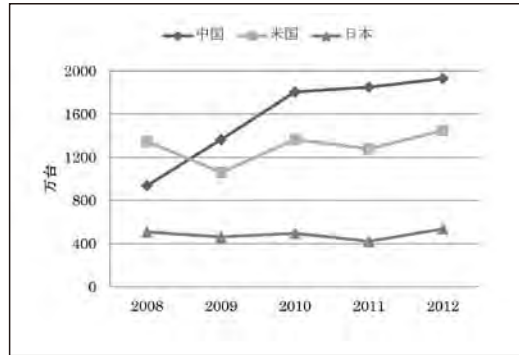


図4 日米中の車販売台数比較  
(参考文献6、7より作成)

### 1.3 中国の自動車生産・販売の現状

中国の過去10年間の車生産台数の推移は図3に示している。過去10年間において、一貫して生産台数は増加している。そのうち、2008年にはリーマンショックの影響で、伸び幅は小さかったが、その反動で2009年と2010年の生産台数は大きく増えた。2011年以降はヨーロッパの金融危機の影響で増加が鈍化していたが、前述のように、中国の車市場は潜在的な需要が大きく、これからも車の生産・販売台数は増えていくと考える。

図4は過去5年間の中国、米国と日本の3ヶ国の新車販売台数を比較するものである<sup>6,7)</sup>。2009年より、中国の車販売台数はアメリカを超え、現在に至っている。この順位は当分変わらないだろう。

## 2. 中国の自動車産業における主な課題

世界で最大な自動車生産、消費市場となっている中国の自動車産業は、多くの課題に直面している。

### 2.1 環境インパクトと次世代車の普及問題

これから中国内陸部の中小都会や豊かになっている農村地域にもいわゆるモータリゼーション現象が起こっていくため、自家用乗用車へ需要は当分の間は続く。中国の自動車保有量はすでに1億台を超えているが、2020年には2億台に達すると予測されている(中国汽車工業協会)。車社会の到来に伴い、大気汚染やエネルギー供給そしてインフラ整備など多くの問題を引き起こしている。例えば中国環境保護部(省)の発表によると、中国の大中都会における大気汚染の主な原因の一つは自動車の排気ガスである<sup>8)</sup>。また、中国の「全国乗用車市場情報联席会」の幹部は2020年では石油燃料が2億台の自動車を支えきれないと警告している<sup>9)</sup>。

中国政府も問題の深刻さを把握しており、日本の次世代車に相当する「新エネルギー車」の開発に力を入れており、「第12次5ヶ年計画」(2011年～2015年)では「新エネルギー車」産業を戦略的新興

産業に位置づけ、最優先的に発展させると定め、2020年まで累積500万台「新エネルギー車」を保有するという目標を立てている<sup>10)</sup>。優遇政策として、電気自動車（EV）は1台あたり6万元（1元約17円）、プラグインハイブリッド車（PHV）は同3万元の補助金を支給される（注：中国の「新エネルギー車」にはハイブリッド車は入っていない）。しかし、諸般の事情で、中国の次世代車の開発と普及がなかなか計画通り進んでいないのが現状である。

## 2.2 インフラ整備の不足問題

いまは中国において、大都会だけではなく、多くの中小都会も車の渋滞や駐車難の問題に直面している。そもそも多くの都会は急激な車普及に対応する都市企画とはなっておらず、町中の大型店舗や住宅団地などの駐車場のスペースは不足しているケースが多い。一方、地下鉄はごく一部の大都会しか開通しておらず、回線も限られているなど、公共交通機関は日本のような先進工業国に比べれば、それほど発達していないことも車利用者の増加に繋がっている。

中国では80年代初頭まで高速道路はなかった。その後、高速道路は急ピッチに建設され、毎年の開通里程はほぼ2ケタの割合で増えてきた。2011年には初めて年間1万キロ以上の高速道路が建設され、さらに、2012年には1.13万キロの高速道路が開通した。2012年末現在、中国の高速道路の累積里程は9.62万キロに達している<sup>11)</sup>。車の保有台数は増加に従い、高速道路の建設は当面の間、年間1万キロ前後のペースで増えていくと予測される。

## 2.3 自主開発能力の問題

そのほかには、中国の自動車の自主開発も自動車業界における長年の課題である。第1節で述べたように中国における本格的な自動車生産は約60年近くの歴史がある。しかし、いまだに多くの自動車メーカーはエンジンやトランスミッション、車台など車の中核的な部品を独自の技術で製造できない。これは少なくとも10年前までは特に外国ブランドの自動車の利益が高く、大手国有メーカーでは短期的な利益に満足して、技術開発にはあまり力を入れなかったからである。近年、車の生産能力の拡大に従い、価格競争が激しくなり、国からの指導もあり、各社は技術開発に力を入れるようになってきている。地方政府系や民営系メーカーは国有系に比べて、技術開発には熱心だが、歴史が浅く、技術の蓄積が不十分で、当分の間、国有企業には叶わないだろう。

## 2.4 ブランド力の問題

国産ブランド乗用車の販売台数は毎年増えているが、市場シェアは下がり続けている。2012年の国産ブランド乗用車の販売台数は前年比6.1%増で648.5万台となったが、乗用車全体シェアの41.9%となり、前年より0.7%下がった。そして、2013年には国産ブランド乗用車の販売台数は約722万台となったが、販売シェアは前年に比べて、1.6%も下がった。

特に民営メーカーや地方政府系メーカーではブランド力の弱さは顕著である。筆者は大手民営メーカーの吉利を訪問したことがある。会社のショールームで展示されているモデル車は外観や



説明パネルに示されている性能が外国メーカーとさほど変わらないほど立派に見えていた。しかし、現地の人に聞いたところ、中流階級以上の人々は吉利ブランド車に乗る気があまりないそうである。実際、吉利の場合、同じ排気量なら、日本車の半値以下だが、売れ行きはそれほど良くない。吉利は M&A の手法で北欧有名メーカーボルボを買収した狙いの一つはブランド力の向上である。ほかの民営系や地方政府系メーカーも似たような状況である。

### 3. 中国自動車産業のこれからの展望

中国汽車工業協会によると、2013年中国での自動車生産台数は2,211.68万台、同販売台数は2,198.41万台、それぞれ2012年より14.76%と13.87%増で、初めて2,000万台のオーダーを突破した。中国の自動車年間生産台数は1980年の約20万台からいまの約2,200万台となり、30数年間で110倍も増えた。その急激な発展には大きなひずみを生じているのが、ある意味で避けられないかもしれない。確かに第3節で指摘した課題を解決するのに、ハードルはかなり高いが、こちらも避けて通れないことである。中国政府は自動車産業の問題点を把握しており、それは最近の「国家第12次5ヶ年計画」や国務院（内閣府）の「省エネ車と新能源车産業の発展企画」<sup>13)</sup>などをみるとわかる。

中国での「新能源车」の普及は喫緊の課題である。中国政府と自動車メーカーはハイブリッド車（HV）よりも電気自動車（EV）の開発と普及に力を入れている。しかし、購入価格の高さや充電時間の長さなどの理由で、電気自動車の販売は思うほど伸びていない。そこで、秘かに人気を高めているのが廉価の「低速電気自動車」である<sup>12)</sup>。公式的に公道での走行は認められていないが、山東省などの一部の地方都会や農村地域では何百万台も走っているのが実情である。2014年に「低速自動車」の公道走行は認められることが期待される。もう一つの期待はHVのさらなる普及である。（株）フォーインの調査によると、2012現在、前世界で162万台のHVが販売され、前年比76%増、そのうち、86万台は日本で販売された。販売されたHVの約9割は日本車である。これはHVに関する製造特許はほとんどトヨタなど日本メーカーによって抑えられていることに関係している。筆者らの中国での現地調査によれば、このことも中国の自動車メーカーはHV生産を避けざるを得ない理由である。しかし、日本の経験で分かるように、走行距離や充電時間などの制限を受けるEVよりも燃費のよいHVの方は消費者のニーズに合う。日本メーカーの力を借りてHVを普及していくのが手取り早い環境対策であろう。

日本経済新聞によると<sup>14)</sup>、世界の自動車大手が中国で相次ぎエコカーの現地生産・販売に乗り出している。その背景に中国政府は先進国並みに燃費・排ガスを厳しく制限する新規性を導入することがある。独フォルクスワーゲンは2016年からPHVとEVの中国生産を始める。米ゼネラル・モーターズは上海の拠点で中国専用小型EVを開発中で、早期の現地生産を目指す。米EVベンチャーのテラス・モーターズは2013年12月に北京に直営店を出店、2014年からスポーツカー型EVを本格的に売り出す。日本車メーカーではトヨタは提携する広州汽車などと共同で中国専用HVを開発、2015年に現地生産を始める。ホンダも東風汽車、広州汽車と組み、2016年に低価格HVの現地生産に乗り出す。

近年、中国の自動車メーカーも徐々に研究開発に力を入れるようになっており、ブランド力の向上に動き始めている。一方、地方保護主義などの影響で、業界の再編はそれほど進んでいない。2012年の上位5社の販売シェアは71.7%で、前年比わずか0.5%しか増えなかった(図5)。2014年では車の販売価格競争は一層激しくなると予測されているので、多くの中小自動車メーカーはいずれ淘汰される運命になるだろう。

2014年の中国自動車生産・販売の増加率は8~10に止まると予測されている(中国汽车工业协会)。これは2013年までの北京、上海、広州、天津などに続いて、2014年も多くの大都会は車購入制限政策を導入するからという。しかし、一部都会での車購入制限は確かに局部的に販売台数を影響するが、メーカーも中小都会や農村部での拡販などの対策をとるだろう。中国の全国的な車需要は大きく変わらないと考える。従って、2014年の中国の自動車生産と販売は二桁の増加は十分可能であり、しかも、この傾向は当分の間、続くだろうと筆者らは考える。

最後に、中国の日系車メーカーは一昨年で苦戦して販売シェアを大幅に落しているが、昨年は大きく回復してきた。そのうち、日産、トヨタ、ホンダの日系上位3社の中国新車販売台数はそろって過去最高を記録した。日産は前年比17.2増の126万6,200台、トヨタは同9.2%増の約91万7,500台、ホンダは同26%増で、75万6,882台を販売した<sup>15)</sup>。

#### 4. 終わりに

本研究は中国現地調査の結果や中国関連機関の資料に基づいて、中国自動車産業の現状とその課題を考察した結果、以下のことが分かった。

- 1) 中国の自動車市場の規模が大きく、2013年の新車販売台数は2,200万台に達している。
- 2) 中国ではすでに全国レベルでモータリゼーションが起こっており、これからも車の生産販売台数は増えていくが、それに伴うインフラの整備は遅れ気味である。
- 3) 中国の自動車業界において、地方保護主義などの理由で自動車メーカーは乱立している。自動車産業の過剰生産体質を改善するには、自動車メーカーのさらなる再編は不可欠である。
- 4) エネルギー消費や排気ガスの削減が必要となるため、中国政府は電気自動車をはじめとする「新能源車」の普及に力を入れているが、いまのところ、計画通りに行っていない。今後、

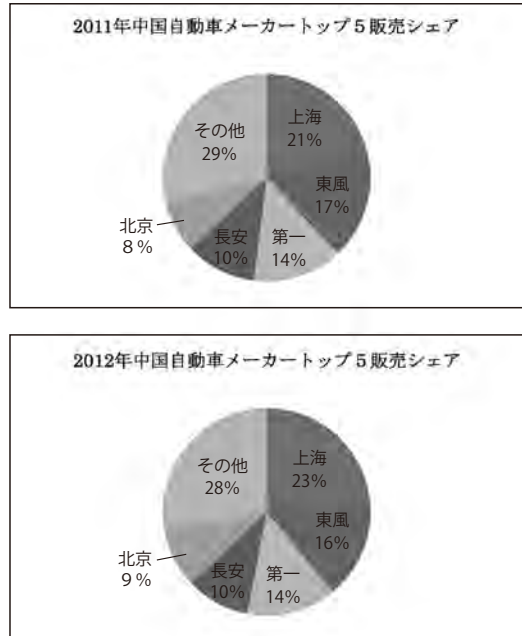


図5 2012年と2011年のトップメーカー販売シェア比較 (小数点以下4舎5入)  
(中国汽车工业协会資料より作成)

ハイブリッド車やダウンサイジングエンジン車，そして，低速電気自動車などのエコカーの普及も必要になるだろうと考える．

#### 参考文献

1. 岩原 拓『中国自動車産業入門』東洋経済新報社，1995.
2. 百科互動，<http://www.baike.com/wiki/> 中国汽车发展史，2012.6.16.
3. 丸川知雄「中国の自動車産業：その過去と現在」，2006. [web.iss.u-tokyo.ac.jp/~marukawa/chinaautomobileindustry2006.pdf](http://web.iss.u-tokyo.ac.jp/~marukawa/chinaautomobileindustry2006.pdf)
4. 張文君「民企造車辛酸路 自主品牌系列：吉利」，汽車之家，2013.12.5.
5. 中国国家统计局，「中国国家统计局統計公報」（各年版）
6. 中国汽车工業協会，統計資料（各年版）
7. 三井住友アセットマネジメント，「日米中の自動車市場と今年の販売予測」，2013.1.22.
8. 中国環境報，2010.11.6
9. 北京日報，2011.12.7
10. 方 蘇春，中島健一，鄭 宏宇「中国の次世代車事情」，聖泉論叢，第19号，2012.3.
11. 工人日報，2014.1.15.
12. 方 蘇春，「中国の自動車事情 —低速電気自動車—」工場管理，Vol.57 No.4，2011.4.
13. 中国政府網，[http://www.gov.cn/zwgk/2012-07/09/content\\_2179032.htm](http://www.gov.cn/zwgk/2012-07/09/content_2179032.htm)
14. 日本經濟新聞（夕刊），「エコカー中国の陣」，2014.1.8.
15. 北京時事，2014.1.7.