

2018年9月5日

日本車3社、中国で相次ぎ能力増強 ——EV 軸に積極攻勢、シェア拡大めざす

首席研究員兼中国研究室長 湯浅健司

【ポイント】

- ▶ 中国で日本車メーカー大手3社が相次ぎ増産投資に乗り出す。トヨタ自動車は約1000億円を投じて、生産能力を2割増やすほか、日産自動車やホンダも設備投資を計画。電気自動車（EV）など電動車の新規生産、販売を軸に、欧米勢が先行する中国市場でのシェア拡大を急ぐ。
- ▶ 勢いづく日本車メーカーだが、逆に電動車が手薄な企業は中国では苦しい。スズキは中国での合弁生産から撤退することを決めた。
- ▶ 各社はシェア拡大という攻めの姿勢に加えて、いかに独自技術の流出を防ぐかと言う「守りの戦略」も今後、より重要視されることとなろう。

世界最大の自動車市場、中国でトヨタ自動車など日本車メーカーが相次ぎ増産投資に乗り出す。現地で急速に普及する電気自動車（EV）などをターゲットに、生産ラインを拡充。米中貿易戦争の影響で、ライバルの米国ブランド車の販売が伸び悩んでいることもあり、各社はこぞってシェア拡大を目指す。2018年には日本車の中国総販売台数は日本国内の販売を上回る可能性もある。各社は世界戦略の最重要地域となった中国で攻勢をかける。

■トヨタは2020年に独自開発のEVを投入、日産も強気の計画

報道などによると、トヨタ自動車は天津市と広東省広州市にある合弁工場で、2020年初めにも、それぞれ新工場を建設。生産能力を2割増強する。総投資額は1000億円規模になるといふ。増産投資により、EVやプラグインハイブリッド車（PHV）を追加生産する見通し。

今年4月、トヨタ自動車は北京市で開催された国際自動車ショーで「独自開発したEVを2020年に世界に先駆けて中国で生産・販売する」と発表。増産投資はこの戦略を具体化するためのものだ。EVは中国で新たに合弁生産するガソリンエンジンの多目的スポーツ車（SUV）をベースにして開発するとされる。

中国政府は2019年からメーカーに一定量の新エネルギー車（EVとPHVの総称、HVは含まない）の生産・販売を義務付けることから、増産投資の完了を待たずに、年内には合弁相手の広州汽車集団からSUVタイプのEVの供給を受け販

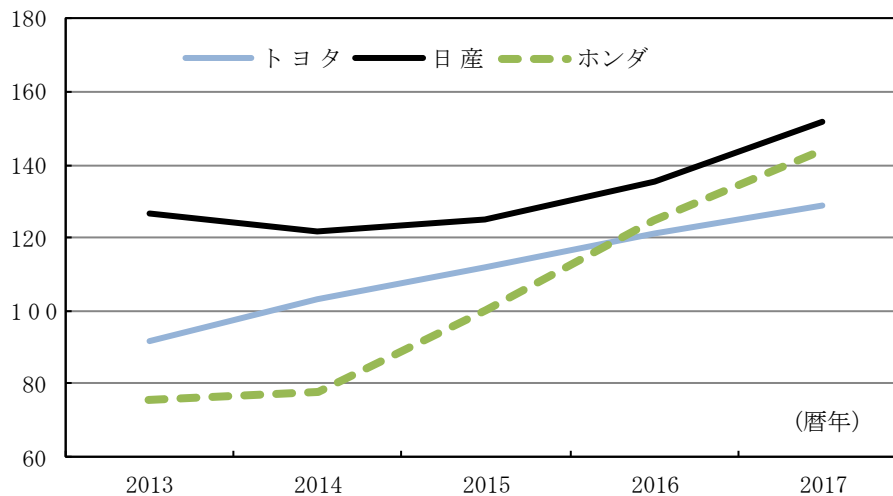
売する計画。さらに19年には、「カローラ」「レビン」のプラグインハイブリッド車（PHV）の現地生産も始めるといふ。

トヨタはこれまで「プリウス」に代表されるハイブリッド車（HV）を軸に電動車事業を展開してきた。純粋なEVは、開発の歴史こそ長いが事業化の優先順位は下の方、という扱いで、現在の販売ラインアップにEVはない。中国であえて独自開発車を投入する背景には、ここでノウハウを積んで、改めてEVの世界展開につなげるといふ思惑もある。このため、PHVやEVの中核部品の現地生産も進める考えだ。

ライバル、日産自動車は2020年をめどに、中国での乗用車の生産能力を3割高める方針。東風汽車集団との合弁会社が湖北省武漢市に工場を新設するほか、江蘇、河南省の生産拠点も増強する方向で、中国での年産能力は200万台を超えるといふ。

東風汽車集団の合弁会社が発表した中期計画によれば、同社は2022年までに600億元（約1兆円）を投資し合計40車種以上を投入、うち半数はPHVやEVなどの電動車とする。22年にはこの合弁会社の販売台数の30%が電動車になるといふ。

（図表）日系大手3社の中国新車販売台数の推移（万台）



■EVなきメーカーは退場

日本車メーカーはここ数年、中国での販売台数を着実に伸ばしている（図表）。特に2017年は好調で、市場全体がわずか3%の伸びに止まったにも関わらず、日産自動車は12.2%、ホンダは15.5%と2ケタ増を記録。トヨタ自動車も6.3%と高い伸びだった。各社とも高い品質と優れたデザイン性、手ごろな価格設定が消費者に受けられている。17年は韓国と中国の政治関係が悪化し、韓国車が大きく販売を落としたことも販売増につながった。

ホンダも販売増を受けて、広州や武漢工場を拡充する。同社はEVやPHVなどの20を超す車種を2025年までに投入する計画。完成車の増産だけでなく、アリババ集団系の企業と多機能型カーナビゲーションシステムで協業するほか、自動

運転の分野では画像認識の技術を持つ香港のベンチャー企業と自動運転の共同研究をしたり、インターネット検索大手、百度（バイドゥ）が進める自動運転の開発連合「アポロ計画」にも参加したりしている。

中国で活気づく日本企業だが、逆に EV を持たないメーカーは苦しい。スズキは9月4日、重慶長安汽車との合弁事業を解消すると発表。すでに6月には、2つあった中国の合弁会社のうちの1社からの資本引き上げも発表しており、これで中国での自動車生産から完全撤退することになる。同社の中国事業は小型のガソリン車が中心で、ラインナップに EV はない。消費者の大型車志向や中国企業との競合から苦戦が続いていた。

■世界市場の半数占める中国

各社が中国で増産投資を急ぐのは、欧米などに比べ、何倍ものスピードで EV などの新エネルギー車（以下、新エネ車）が普及し始めているからだ。中国汽车工業協会の統計によれば、2017年の新エネ車の販売台数は前年比53%増の77万7000台で、世界市場全体の半分を上回る規模だった。政府から補助金があるほか、大都市では新規取得が難しいナンバープレートの手続きも新エネ車なら容易なことなどが、販売増の背景にある。今年の販売台数は100万台と見られている。

(写真)上海市のテスラ進出予定地(2018年7月撮影)



市場の拡大に加え、中国政府は外資系メーカーに規制緩和も施している。2022年までに外資系自動車メーカーの出資規制を全廃する予定が、EV に関しては前倒しして18年中に撤廃する。この措置を受けて、米テスラは7月10日、全額出資によるEVの開発・生産拠点を上海市に設けると発表した(写真)。

■技術をいかに守るか～企業に問われる戦略性

自動車メーカー各社が対中投資を拡大する中、一方では各社が持つ独自技術をいかに守るかという点も今後、重要なテーマとなろう。

自動車業界に限らず、独資で事業展開する場合は技術漏洩のリスクは低いが、

合弁事業ならば、どこまで中国のパートナーと情報共有するかが課題となる。中国政府が外資にEV事業を促す思惑の一つには、合弁事業を通じて、外資から先進技術を吸い上げることがあるとされる。外資規制の撤廃で完成車事業でも独資が認められるようになるが、これまでの中国企業との関係を考えると、いきなりパートナーと離れることは容易ではないだろう。

企業は市場での激しい競争にいかにか勝ち抜くかという攻めの戦術と、技術保全という守りの戦術の両面が必要になる。今後、各社の中国戦略の巧拙が改めて試されることになりそうだ。

本稿の無断転載を禁じます。

詳細は総務本部までご照会ください。

公益社団法人 日本経済研究センター

〒100-8066 東京都千代田区大手町1-3-7 日経ビル11F

TEL:03-6256-7710 / FAX:03-6256-7924