

中国自動車産業の競争力に関する 調査研究報告書

平成21年3月

財団法人 国際経済交流財団

委託先 株式会社現代文化研究所

KEIRIN



この事業は、競輪の補助金を受けて実施したものです。

<http://ringring-keirin.jp>



当該事業結果の要約

1. 中国自動車産業・メーカーの現状

中国の自動車市場が急成長した 2002 年以降から現在（2008 年）までを中心に、グローバル市場における中国の位置および国内総市場の需給関係、メーカー別・セグメント別の需給関係と中期計画を中国汽车工業協会（CAAM）、中国汽车技術研究中心（CATARC）、国家信息中心（SIC）などのデータを用いて概説した。そのうえで、外資系と民族系メーカーの中国を舞台とした発展戦略がいかなるものか比較検討し、今後の中国自動車産業・市場が採りうるであろう方向・行方を分析した。ただし、とりわけ 2008 年下半年からは、世界の自動車市場の低迷と同じく、中国も成長鈍化の趨勢を示し始めた。このため、既に中国進出を果たした日系の自動車／部品メーカーにとっての課題が現状としてどのような局面にあるかを探るとともに、中国政府が期待する外国・外資メーカーへの役割を明確にするよう試みた。

2. 中国自動車政策の最新動向

2008 年 3 月に実施された政府機構改革後の自動車に係わる政策策定部門の最新状況（組織・役割・権限など）を明らかにしながら、自動車管理に係わるマクロ政策（自動車産業構造調整に関する通達、自動車産業第 11 次五カ年計画、自動車産業調整振興計画など）、自動車生産関連政策（自動車実車特徴認定管理弁法、新エネルギー自動車の生産参入及び優遇政策）、自動車販売関連政策（自動車ブランド販売管理実施弁法、燃費規制、排ガス規制、リサイクル政策、リコール制度、オートローン政策）及び自動車関連税制（燃料税、消費税、車両購置税、増値税など）の内容と実施状況を体系的に整理した。また、中国現地の業界関係者へヒアリングして上記政策の進捗と実態、考え方を検討するとともに、最新の動向をも聴取して、現状の政策課題と今後の方向性を分析した。

3. 中国自動車産業の競争力

現状の中国自動車企業の競争力を検討するために、CAAM、CATARC、SIC、国家统计局などの各種指標（メーカーの経営状況、企業体制、取引関係、資金調達／循環、資本／技術提携など）を収集したうえ、経営効率や生産性などの経年変化を分析した。この文献調査を経て得られた企業を取り巻く外部環境をまずは検討し、続いて企業の内部環境を検討するために現地調査のヒアリング・シートを独自に作成した。そして、奇瑞汽車、江淮汽車など、近年の台頭が著しい民族系メーカー、および取引関係のある部品メーカー数社（国有・独立系、外資系）を訪問し、内部要因（経営姿勢、目標・戦略、成長経緯・狙い、技術水準・向上、製品、人材など）をまとめた。このよ

うに、成長企業の外部・内部要因を両面から検討したうえで、各種競争力の源泉がどこにあるのかを分析した。なお、競争力を評価するにあっては、中国現地の業界関係者の協力を仰いだ。

4. 中国自動車産業の課題と今後の発展

中国自動車市場の成長は、中国からの完成車／部品輸出の拡大を急速に進展させた。近年は新興市場（ロシア、中東、アフリカなど地域）で一定の競争力を高めているとも評される。このため、グローバル市場における自動車関連輸出が盛んな地域としての中国・東アジア諸国（即ち、自動車市場のグローバル 4 極）を取り上げ、その発展過程を各種資料を用いて整理し、特徴を浮き彫りにした。そして、中国からの輸出増を主体的に進めている外資系と民族系メーカーの戦略動向を確認し、現状の問題点と短・中期的課題をまとめた。今後の展望については中国現地の業界関係者の見解を中心に、成長のための克服すべき課題と施策を検討し、グローバル 4 極としての東アジアにおける中国の役割がいかなるものかを分析した。

5. その他の自動車関連政策の動向

1～4 章までに取り上げた自動車政策の他に、国家・地方級の自動車関連政策について現代文化研究所の「自動車関連政策データベース」より一覧表を作成した。一覧表で対象としたのは、2004 年から 2009 年 1 月末までに各級政府より公布された自動車関連政策で、個別の都市や企業に係わる政策までを網羅している。統計資料としては、生産・販売（卸）台数の推移を過去 10 年分、メーカー動向としてグループ別、企業別の生産・販売台数を過去 5 年分の状況で整理した。輸出入動向については、完成車（セグメント、エンジン種別）、シャーシを含む詳細データを 2008 年で絞りまとめた。出典はいずれも CAAM、CATARC、SIC などより収集している統計を用いた。一般に入手可能な統計から引用したものは、自動車の登録台数、保有台数であり、出典は国家統計局の「中国統計年鑑」各年版を整理し、公表通りにまとめた。

目 次

第 1 章 中国自動車産業・メーカーの現状

1. 中国自動車産業・市場の成長…………… 1
2. 中国自動車産業・市場における外資系メーカーの状況…………… 10
3. 中国自動車産業・市場における民族系メーカーの状況…………… 22
4. 中国自動車産業の方向性とメーカーの対応…………… 27

第 2 章 中国自動車政策の最新動向

1. 中国自動車政策に係わる策定部門…………… 34
 2. 中国自動車管理に係わるマクロ政策…………… 40
 3. 中国自動車生産に係わる政策動向…………… 52
 4. 中国自動車販売に係わる政策動向…………… 66
 5. 中国自動車税制に係わる政策動向…………… 88
- 添付資料 1：合弁企業による自主ブランドの創設について…………… 96
- 添付資料 2：『搜狐汽車』が選ぶ「2008 年 中国自動車業界 10 大政策」…………… 103

第 3 章 中国自動車産業の競争力

1. 各種指標による中国自動車産業・企業の競争力評価…………… 108
2. 中国自動車企業の競争力の実態…………… 124

第 4 章 中国自動車産業の課題と今後の発展

1. 中国自動車企業（民族系・外資系）の海外進出状況…………… 156
2. 中国自動車企業（民族系・外資系）の海外進出の課題…………… 171
3. 中国自動車企業（民族系・外資系）の海外進出の展望…………… 176

第 5 章 その他の自動車関連政策、自動車産業の概要

1. 自動車関連政策…………… 183
2. 自動車産業の概要…………… 209

第1章 中国自動車産業・メーカーの現状

1. 中国自動車産業・市場の成長

(1) 中国自動車市場の成長

中国は2000年に世界第7位の自動車市場であったが、2005年には米国、日本に続く世界第3位となり、それ以降は第2位を維持している。2008年は第1位の米国が1,349万台、第2位の中国が910万台、第3位の日本は508万台で、ゼロ成長の日本を大きく引き離し、米国に接近する市場規模を示している（図表1-1）。

中国が規模のうえで世界の自動車先進諸国に追い付き始めたのは、とりわけ中国がWTO加盟した2001年末頃に拡大する趨勢を示した。それ以降は年間100万台増のペースで急成長している。乗用車・商用車のセグメント別の販売構造をみると、従来は生産財としての商用車（トラック、バス、他）が圧倒的に多かったが、2003～2004年の間に乗用車が商用車を上回るようになっており、近年の成長は乗用車がその担い手となっている（図表1-2）¹。

図表1-1 主要国の市場規模推移

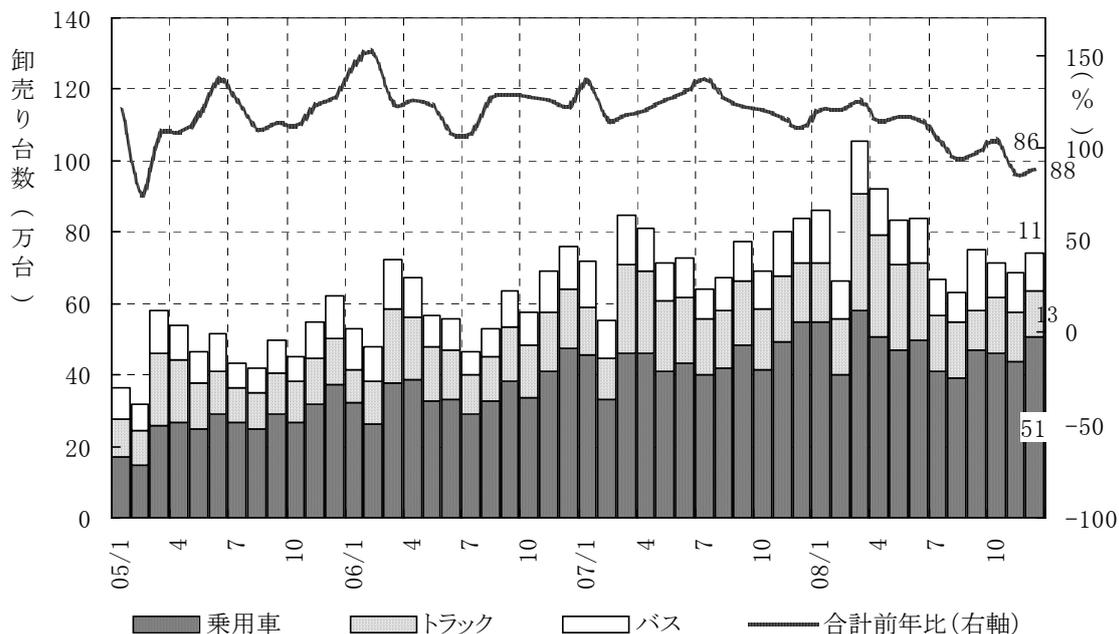
順位	国・地域	2008年	2007年	2006年	2005年	2004年	2003年	2002年	2001年	2000年
1	アメリカ	1349.3	1646.0	1704.8	1744.4	1729.8	1696.7	1713.8	n. a.	1799.2
2	中国	910.9	849.1	710.0	503.6	511.0	451.6	331.6	240.8	183.5
3	日本	508.2	535.3	573.9	585.2	585.3	582.8	579.2	590.6	596.3
4	ドイツ	342.5	348.2	377.2	335.9	355.0	350.1	352.3	363.8	369.3
5	ブラジル	282.0	246.2	192.7	153.1	157.8	142.8	148.7	160.1	148.0
6	フランス	257.3	258.4	249.8	212.2	247.3	244.0	197.8	275.0	261.1
7	イギリス	248.3	279.6	273.1	212.2	247.3	244.0	271.8	277.2	251.9
8	イタリア	239.1	274.5	256.0	245.0	248.6	246.0	252.9	263.4	265.6
9	スペイン	120.5	193.9	195.3	163.0	189.1	171.6	163.7	176.2	171.6
10	メキシコ	106.8	114.4	117.7	116.2	111.9	99.9	100.3	91.8	85.3

(注) 米国、日本は登録台数ベース（Ward's Auto World、日本自動車工業会〔JAMA〕統計）。中国は卸売台数ベース（中国汽車工業協会〔CAAM〕統計）。中国では小売台数統計が一般には整備されておらず、自動車メーカーが工場から出荷した数としての卸売台数を販売台数として扱っているため、ここでは便宜上「卸売台数＝販売台数」とする。なお、市場規模とは「国内卸売台数－輸出台数＋輸入台数」で算出（詳細は後述）。

(出所) 日本自動車工業会（JAMA）、中国汽車工業協会（CAAM）統計より作成。

¹ 乗用車は乗貨兼用車を除く、普通車、MPV、SUVの合計。国産車の販売台数は2008年に合計934.5万台のうち、乗用車が673.7万台で、72.1%もの構成比を示している。

図表 1-2 中国のセグメント別月次販売（卸）台数推移

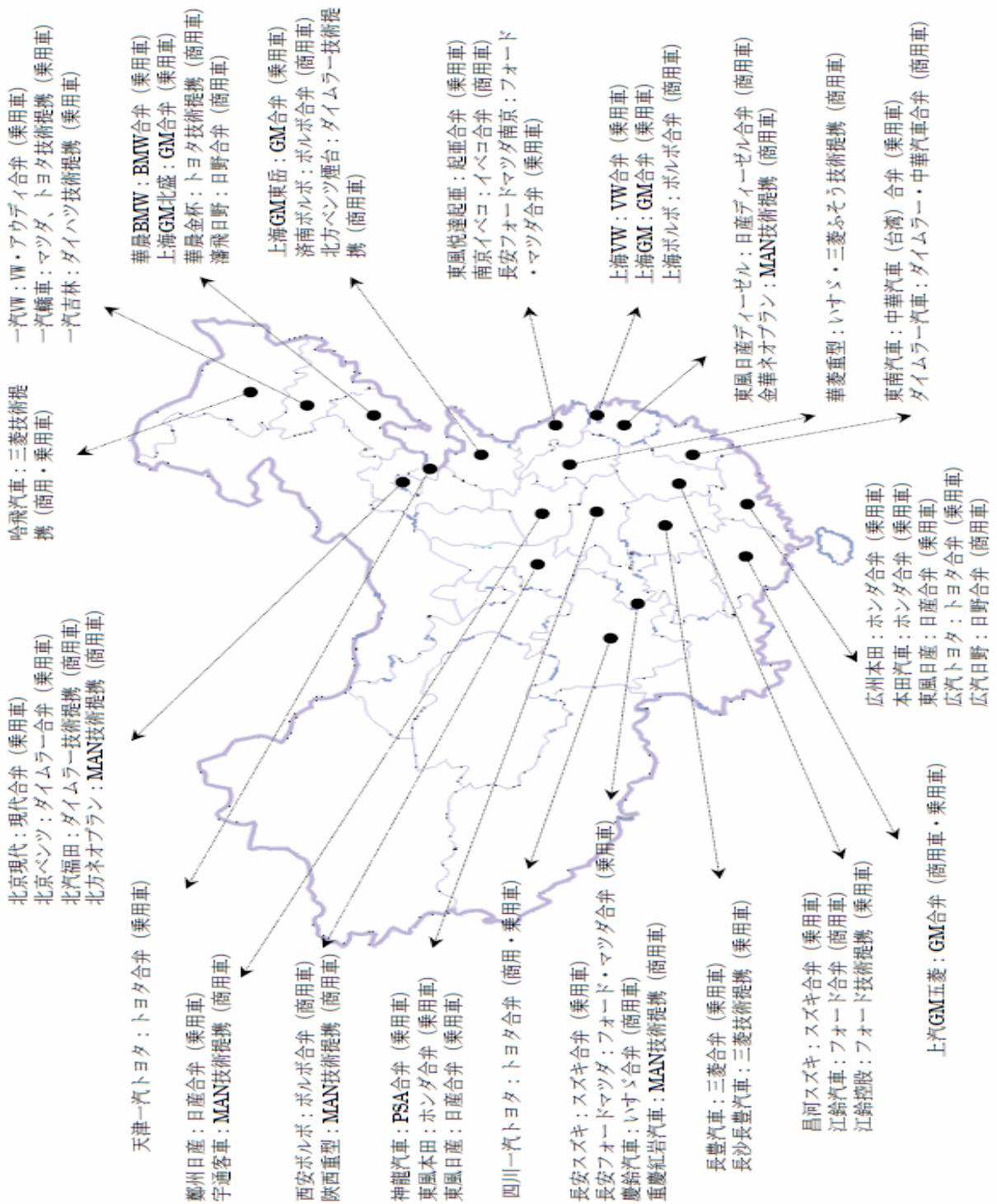


(出所) 中国自動車工業協会 (CAAM) 統計より作成。

このような成長著しい中国では、日欧米韓のグローバル・メーカーが既に生産拠点（外資系合弁メーカー設立、民族系メーカーへの生産委託・技術提携）を設けており、現地仕様車のみならず、グローバル・モデルをも投入している（図表 1-3）。他方、1980・90年代の政府による参入規制の緩和もあり、従来の国有企業の地場メーカーに加え、地方国有や民間資本の新興メーカーも誕生し、今日では市場の成長ペース以上の供給力を備える生産構造が出来上がっている。2006年には、国務院が自動車産業を「生産能力過剰産業」とみなし、産業のマクロ管理を担当する国家発展改革委員会が各社の生産能力について調査し、2008年までに1,000万台/年超の規模に達するとの計画値を発表した¹。特に、熾烈な市場間競争が繰り広げられる乗用車市場では、ほとんど全てのグローバル・メーカーが出揃い、外資優勢の構図となっている。メーカー別の販売台数トップ10をみると、外資系の合弁メーカーで8社、地場メーカーは2社しかランク・インしていない（図表 1-4）。個人需要により支えられる乗用車市場では、各社が成長軌道に乗るために生産能力の拡大を急ぎ、モデルの多様化をはかってきたが、他方で販売の伸びが芳しくないメーカーは値下げ政策を採ることとなり、それらが市場全体の価格引下げ競争を招く事態にも発展している。

¹ 具体的には、2006年12月に公布の「自動車工業の構造調整に関する意見通知」を参照のこと。なお、主要グループの2010年計画を集計すると1,500万台/年超となる（後述）。

図表 1-3 日欧米韓グローバル・メーカーの主要生産拠点



(凡例) 社名: 日欧米韓メーカー提携先 (生産車種)。

(注) 本社所在地別。上記以外に、例えば廣州本田は同市内に、長安フォードマツダは他省内に、それぞれ第二工場などを設立。

(出所) 各社公表資料より作成。

図表 1-4 乗用車販売台数推移：メーカー別（単位：千台、％）

順位	2006年1-12月			2007年1-12月			2008年1-12月		
	メーカー名	卸売台数	前年比(%)	メーカー名	卸売台数	前年比(%)	メーカー名	卸売台数	前年同期比(%)
1	上海GM	403	124	上海GM	475	118	一汽VW	499	108
2	上海VW	349	140	一汽VW	461	134	上海VW	490	107
3	一汽VW	345	144	上海VW	456	131	上海GM	432	91
4	奇瑞汽車	302	160	奇瑞汽車	381	126	一汽トヨタ販売	366	130
5	北京現代	290	124	広州ホンダ	295	114	奇瑞汽車	356	94
6	広州ホンダ	260	113	一汽トヨタ販売	283	129	東風日産	351	129
7	一汽トヨタ販売	219	149	東風日産	272	134	広州ホンダ	306	104
8	吉利汽車	204	136	北京現代	231	80	北京現代	295	127
9	東風日産	204	129	吉利汽車	220	107	吉利汽車	222	101
10	神龍汽車	201	143	長安フォードマツダ	218	161	長安フォードマツダ	205	94

(注) 上海 GM に上海 GM 東岳、上海 GM 北盛を、吉利汽車に上海華普汽車を含む。一汽トヨタ販売は販売会社（天津一汽トヨタ、四川一汽トヨタを含む）。奇瑞汽車に商用車会社を含まない。東風日産（東風汽車有限）は乗用車会社のみ。

(出所) 中国汽車工業協会（CAAM）統計より作成。

本章では、まず成長著しい近年の中国自動車市場の特徴を整理し、急速な成長を続けるなかでの主要メーカーの事業戦略に焦点を当て、グローバル展開を進めるなかでの中国でのプレゼンスがどのように変化してきたのかを浮き彫りにする。ただし、とりわけ 2008 年下半期からは世界市場のみならず、中国市場でも成長が鈍化する傾向を示し始めているため、中国市場の今後の展望を中国現地専門家のコメントおよび予測から整理して、完成車メーカーは中国を舞台にいかにして最適な調達・生産体制を構築していくか、いかなるセグメントでのプレゼンス増大を目指しているか、さらに中長期の省エネルギー・環境技術開発にどのような役割を担うようになるかも考慮に入れ、各社の事業展開・戦略と今後の中国市場の行方を展望していく。

（2）近年の中国市場の成長と特徴

中国の自動車市場は 2001 年末頃から急成長してきたが、2008 年後半になって、米国の発端とする世界的な金融不安の影響もあり、成長率が鈍化する趨勢を示している。ここでは、急成長から成長安定へと軌道修正に入りつつある状況変化を確認しよう。

中国政府は 2006 年までの急成長ぶりを反映し、2007 年になってマクロ経済調整の強化と改善をはるようになり、さらなる加速を求めてきた。このため、国民経済は好調な成長を維持し、構造の最適化、効率の向上、および国民生活の改善が進展して、国民所得、企業利益および財政の歳入がそろって大幅な増加となった。こうしたなか、自動車市場が引き続き好調な成長をみせた。2008 年に入っても、自動車市場を取り巻く環境は依然として良く、自動車の需要は引き続き速いペースで拡大し始めた。

ここで、拡大期における市場にどのような特徴があったのかみてみよう。まず、規模の拡大では、絶対量が歴史的に新記録を塗り替え続けている。それは、10年連続の2桁成長で生産規模が拡大している。中国政府はとりわけ1998年以降に積極的な財政政策を実施して以来、中国経済は高度成長を続けてきた。このために自動車市場も10年連続の記録を続けてきた。特にWTO加盟後の2年間においては、自動車は高度な成長ぶりをみせ、伸び率が大幅に拡大した。2004年になってマクロ調整のため自動車需要の伸びが一時的に鈍化した。2005年からは再びマクロ経済の高成長を続け、自動車市場の伸び率は20%台にまで直ぐに回復した。要するに、マクロ経済の安定した持続的な成長が、増大し続けるベースのうえでの自動車市場の高度成長を支えているということが指摘できる。

次に、中国市場の需要は、セグメント別にみると基本的な構図に変化はみられないが、一部は突出する趨勢を示し始めた。先にも触れたが、中国自動車産業の生産・販売データは、一般には中国汽车工业协会（CAAM）が公表するデータを用いることが多い。しかし、CAAMのデータは完成車メーカーが申告する工場出荷台数を販売台数として扱っているため、各ディーラーにおける在庫数の把握はおろか、実質的な小売台数の把握は困難である¹。このため、国内需要を把握して市場構造を検討しようとするれば、国内出荷台数、輸出台数、輸入台数の3つの指標を用いて、特徴を整理しなければならない。

2008年上半期までの成長期においては、輸入車の伸びが国内出荷（＝国産車）の伸びを大きく上回っている²。しかし、2007年の輸入車の市場シェアは2006年に比べ若干の拡大をみせた程度であった。即ち、国産車が圧倒的に多く、相対的に少量の輸入車とのベースはあまりにも開いているため、国産車が主流の構図に変化はない。輸入車は依然として、国内の自動車市場を補完する存在であり、その内訳も高級車や個性的なモデルがメインである。

乗用車と商用車のセグメントで検討すれば、乗用車のシェアは年を追うごとに急速に拡大する趨勢に著しい変化はない。しかしながら、商用車は全体のなかでのシェアは微増にとどまっている。これは、自家用車の普及がある程度進んだ市場でみられる一般的なパターンと変わりはないと思われる。しかし、2007年に商用車のシェアが微増したのは、重量制通行料金制度の導入という短期的要因を受けてのことであり、とりわけ中・重型トラックの販売が一時的に急増したためと考えられる。

¹ 小売台数を把握するためには、一定期間に新たにナンバープレートを交付した数（＝登録台数）を集計すれば良いが、中国では公安部が登録台数情報を管理しており、一般には非公開である。なお、公安部傘下企業を通じれば、不完全であるが非公式な登録台数情報を把握できるルートも存在している。

² 輸出入動向については4章も併せて参照のこと。

図表 1-5 中国の市場規模と国内市場における国産／輸入車のシェア

年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
市場規模 (万台)	331.6	410.5	511.0	503.7	710.0	849.1	910.9
国内卸売台数 (万台)	324.8	439.1	507.1	575.8	721.6	879.2	938.1
輸出台数 (万台)	6.0	45.8	13.6	88.3	34.3	61.4	68.1
輸入台数 (万台)	12.8	17.2	17.6	16.2	22.8	31.4	41.0
国産車のシェア (%)	96.1	95.8	96.6	96.8	96.8	96.3	95.5
輸入車のシェア (%)	3.9	4.2	3.4	3.2	3.2	3.7	4.5

(注) 市場規模は、「国内卸売台数－輸出台数＋輸入台数」で算出。国産車シェアは輸出分を引いた国内市場におけるシェア。

(出所) 中国自動車工業協会 (CAAM) 統計、海関 (税関) 統計より作成。

商用車は、2007年のマクロ経済の高水準での成長を背景とした需要増が続いている。セグメント別で見れば、近年はトラックでもバスでも大型の需要が大きい。トラックで見ると、経済の高度成長が貨物運送の需要拡大をもたらした需要増につながった。商用車市場に影響を与える主な要因は、経済成長を続けるものとの前提で、大きく分けて3つある。1つは、商用車市場の発展のパターンにある。2008年のGDPの増加に対する商用車需要は依然として高弾力的成長期にあるといえる。高弾力性は、運輸の負荷増に由来するものであり、また運輸の負荷は国・地域の経済構造や資源の分布状況などによって左右されるものである。中国の経済成長の特徴からみると、中国はまだ重化学工業化の段階にあり、第2次産業が経済全体のなかで主導的な位置を占めている。2000年から2007年の8年連続で、重工業の伸び率が軽工業のそれを上回っていた。中国の中央政府系のシンクタンクでは、重化学工業の成長は2020年頃まで続くともみられている。この間、住宅と自動車を中心とした国民の消費構造の高度化が産業構造を転換する要素となって、鉄鋼やセメント、石炭などの需要が大幅な増加を続けるものと思われる。このような重化学工業の成長による自動車の需要は、運輸の負荷増から導きえるものである。また、経済成長および工業化の急速な進行に伴い、都市化も急速に進むと予想される。上記シンクタンクの見解から、総人口に占める都市部人口の割合は、今後、毎年1ポイントずつ上がり、2020年には60%程度になると予測する。都市化により、同等の人口でも旅客と貨物の輸送量が増加し、運輸の負荷が大きくなる。しかし、輸送の面から考えれば、中国は資源分布の非常に不均衡な国である。国内の資源分布が不均衡なほど、運輸の負荷が大きくなる。中国では、石炭は主として中西部に集中しており、鉄鋼の生産は主として東部と中部に集中し、セメントも似たような状況である。そのため、石炭を中西部から東部に運ばなければならず、中西部が必要とする鉄鋼とセメントは外部から運ばなければならない。

商用車は以上の要因により乗用車ほどの急速な成長を示すものではない。2007年に商用車の小幅なシェア拡大があったが、今後もこれまでの小幅成長と同じ趨勢を示すだろう。今後の短期的要因としては、排ガス規制の「国Ⅲ・Ⅳ」（ユーロⅢ・Ⅳに相当）導入と、先に触れた重量制料金制度の影響が大きい。各地での排ガス基準は段階的に導入されるが、導入前の駆け込み需要が一時的に生じる可能性がある。重量制料金制度の導入による需要刺激効果の低下が、とりわけ中・重型トラック市場に影響を与えるものと予想される。2007年に導入された重量制料金制度は、特に中・重型トラックの需要の急増をもたらした。これを受け、新規購入車両の増加で一時的に運送能力の需給バランスが崩れる一方で、一部のユーザーが前倒しで買い替えを実施したために需要が増加した。2007年末までに重量制料金制度が導入されたのは主として中部や東部であり、これはまた道路輸送が集中している地域でもある。2008年に入ると重量制料金制度による需要刺激効果は弱まり、中・重型トラック市場は安定に入っている。なお、2008年秋頃まで世界的な燃料価格の高騰に見舞われたが、中国では燃料の小売価格は統制されているために、値上げによる商用車への影響は小さかったことから、2009年も燃料価格の要因による商用車市場への影響は限定的だとみられる。昨今注目される燃油税（燃料税）の導入の可能性は、物価水準（CPI）が高止まりしているために、エネルギー価格の調整幅は限定的で、その影響を直接的に受ける可能性は小さいものと思われる。短期的な動向でみると、商用車の販売は安定するであろう。2007年後半以降のような勢いはないとしても、伸びるという基本的な流れは変わっていない。

他方、乗用車は今後、シェア拡大という軌道に戻るものと予想される。その内訳をみると、近年はSUVが需要急増で市場シェアが急拡大している。2007年でも乗用車が支配的な地位を占める構図は変わらなかったが、SUVの需要の伸びが普通車とMPVのそれを大幅に上回ったこと。なかでも、都市型SUVがその成長の牽引役である。これは、SUVのユーザー層が一般家庭にシフトしつつあることを示すものであり、SUV市場の持続的な発展を支えるユーザー基盤ができつつあって、今後も拡大を続けることが予想される。

図表 1-6 乗用車セグメント別推移

年		2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
販売台数 (万台)	乗用車	124	205	232	292	384	473	505
	MPV	6	9	12	15	20	26	20
	SUV	9	17	19	24	29	45	36
	合計	139	231	263	331	433	544	561
シェア (%)	乗用車	89.2	88.7	88.2	88.2	88.7	86.9	90.0
	MPV	4.3	3.9	4.6	4.5	4.6	4.8	3.6
	SUV	6.5	7.4	7.2	7.3	6.7	8.3	6.4
	合計	100	100	100	100	100	100	100

(出所) 中国自動車工業協会 (CAAM) 統計より作成。

乗用車市場のこれまでの成長を検討すれば、2008年に乗用車市場は成長安定期に入り、需要の弾力性は縮小しつつある。2001年以来の成長は、2004年にマクロ調整の強化で乗用自動車の伸びが鈍化した以外は、いずれの年も急速な成長を果たした。しかし、2007年の乗用車市場では、高度成長を続けながらも新たな動向が見受けられた。自動車消費のファンダメンタルや消費環境などが前年よりも一層改善されたにもかかわらず、需要の伸び率は前年より縮小している。

(3) メーカーの事業展開・戦略

以上のような成長する中国市場における各メーカーのプレゼンスがどうあるかを検討するため、まずは図表1-4のメーカー別の販売台数ランキングを整理して、グループ別に現状と今後の計画をみてみたい(図表1-7)。第1位は米・GM(ゼネラルモーターズ)で103万台(2007年)と、唯一100万台を越えている。2010年には170万台の販売計画であり、トップ・メーカーの地位を独走する狙いである。第2位は独・VW(フォルクスワーゲン)で91万台(同)、2010年には155万台目標を掲げており、GM、VWの欧米勢が2010年以降も積極的な計画を発表している。

他方、日本勢ではトヨタの台頭が著しい。2005年には15万台にも達していなかったが、2006年からは広州トヨタの生産も開始し、計50万台(同)の販売実績を誇るようになる。日本勢のなかでは唯一、2010年に100万台の販売計画を掲げている。続く、本田は46万台(同)で、2010年目標は74万台、日産は29万台で2010年に64万台の計画と、堅実な伸びを期待する。

図表1-7 中国における生産・販売状況、販売計画：グループ別

グループ (生産拠点数)	参入時期 (現地生産)	生産開始 (現地生産)	生産能力 (万台/年)	販売実績 (万台)		販売計画 (万台)
				2006年	2007年	2010年
GM (4)	1997年～	1998年～	127	88	103	170
VW (2)	1985年～	1983年～	100	71	91	155
トヨタ (3)	1998年～	2000年～	44	30	50	100
ホンダ (2)	1998年～	1999年～	48	32	46	74
日産 (3)	1993年～	1995年～	64	22	29	64
現代・起亜 (2)	2002年～	2002年～	78	40	34	103
奇瑞汽車 (1)	1997年～	1999年～	45	31	38	100
吉利汽車 (6)	1997年～	1998年～	30	20	22	100

(注) グループは中国で現地生産を開始、投入されるブランドのみを対象。生産拠点は乗用車のみ(工場単位の法人数。1法人内の併設工場や分工場はカウントしていない)。GMに上汽GM五菱(GMが34%出資)を含む。ホンダに輸出専用工場の本田汽車を含まない。生産開始は第1号車をライン・オフした時点。生産能力は各社公表値の足上げ。

(出所) 各社公表資料より作成。

韓国の現代・起亜は、特に 2002 年の北京現代の設立以降に急速に市場シェアを拡大させ、2007 年は当初の販売目標を下方修正することもあったが、計 34 万台（同）に達し、生産・販売の強化によって 2010 年にはトヨタを越える 103 万台を狙う。

民族系メーカーでは、1997 年に設立された新興の奇瑞汽車が 38 万台（同）、吉利汽車が 22 万台で、2010 年にはともに 100 万台を目標とする。ただし、前述の外国メーカーの場合は国産車および輸入（CBU）車の合計を示しているが、民族系メーカーの両社は輸出振り分け、即ち海外市場への仕向けを含んだ数値である。具体的には、2010 年 100 万台のうち奇瑞汽車は 4 割を、吉利汽車は 3 割を海外需要によって支える計画にある。なお、第一汽車や東風汽車などの地場メーカーは、グループ全体で上海汽車の 155 万台（同）を先頭に、第一汽車が 143 万台、東風汽車が 113 万台規模であり、トップ 1・2 の上海汽車、第一汽車が 2010 年に 200 万台の販売計画を掲げている（図表 1-8）。この他、これに続く長安汽車が 85 万台（同）、北京汽車が 69 万台、広州汽車が 51 万台で、100 万台を超えるのは 3 グループ、50 万台超は 3 グループ、20 万台超は同じく 3 グループしかなく、中国で事業展開する乗用車生産がメインのグローバル・メーカーがいかに大きなパイを取っているか分かる¹。

図表 1-8 中国地場メーカーの販売状況、販売計画：グループ別

グループ	販売実績 (万台)		販売計画 (万台)
	2006年	2007年	2010年
上海汽車	122	155	200
第一汽車	116	143	200
東風汽車	93	113	180
長安汽車	70	85	200
北京汽車	68	69	200
広州汽車	35	51	130
華晨汽車	21	30	100
哈飛汽車	26	24	n. a.
江淮汽車	17	20	20
長城汽車	8	11	50
昌河汽車	13	10	40
比亞迪汽車	6	10	52
重型汽車	6	10	n. a.

(注) 2007 年の実績が 10 万台以上のグループ（乗用車・商用車、輸出、傘下の合弁メーカーを含む）。奇瑞汽車、吉利汽車は表 8-2 を参照。計画の「n. a.」は不明。なお、国家発展改革委員会の集計では、完成車生産企業数は 100 社以上（グループ別では約 80）が存在する。実績は CAAM 統計、計画は SIC 提供資料より集計。

(出所) 中国汽車工業協会（CAAM）統計、国家信息中心（SIC）資料より作成。

¹ 以上、奇瑞汽車と吉利汽車を除く民族系メーカーの販売実績は CAAM 統計。

2. 中国自動車産業・市場における外資系メーカーの状況

(1) 欧米系メーカーの発展戦略

1) GM の中国戦略

GM の中国事業は好調である。近年、本国の北米地域では販売台数も前年を下回り、利益も赤字が拡大している¹。他方、北米以外の地域では、販売台数も特に新興国市場で増加傾向にあり、利益も拡大が続いている²。とりわけ、アジア太平洋地域の販売台数は 2007 年に過去最高の 143 万台を記録し、このうち中国が 103 万台と多大な貢献を果たした。

GM の中国への進出は、1997 年に上海汽車との戦略的パートナーシップを締結して上海 GM を設立した。当初は、中国政府から高級大型乗用車の生産プロジェクト認可を取得したため、米国で生産中の「ビュイック・ニューセンチュリー」（後継は現行「リーガル」）を 1998 年に投入した。他方、上海汽車とは別に、同年に金杯汽車との合弁プロジェクトを具体化させ、金杯 GM（現、上海 GM 北盛）を設立して SUV 車の「シボレー・ブレイザー」を投入した。しかし、中国市場への参入からの約 5 年間は投入モデルもきわめて少なく、2002 年に 10 万台を若干超える程度の販売規模であった。

GM が飛躍的に拡大するのは、乗用車市場が成長し始める 2002 年以降である。供給面では、上海汽車との提携関係を強化して、2002 年に上海 GM 東岳を、2004 年に上海 GM 北盛を設立、さらに微型車で大手の柳州五菱汽車の株式を取得して上汽 GM 五菱を設立した。いずれの拠点も上海汽車が国有資産を改組して資本参加することとなり、GM はそれぞれの生産拠点で投入するラインナップを整えることになる。

中国市場は高級中大型車が好んで売れるという特徴があるものの、2002 年以降の急成長を支えたのは中間所得層であり、彼らを買えるモデルの投入が急がれていた。そのタイミングで、GM は経営破綻した韓国の大宇自動車を買って GM 大宇自動車技術社（GM 大宇）を設立し、それまで不得意であった小型車の開発を担わせる狙いがあった。その後、GM 大宇は小型車開発・輸出拠点と位置付けられ、中国でも例外でなく部品を調達するようになる。2003 年には、GM 大宇で開発されたモデルをベースに「シボレー・スパーク」、「ビュイック・エクセル」を上海 GM で生産した。このような韓国系モデルを大衆向けのシボレー・ブランドで相次ぎ投入し、シェア拡大をはかった。他方、高級大型車市場も堅調な伸びを示し、2004 年には「キャデラック」を米国以外

¹ 北米地域の販売台数は 2006 年 481 万台、2007 年 452 万台、2008 年上半年 191 万台と前年割れを記録している。また、収益面でも自動車事業の税引前損益は 2006 年▲16 億ドル、2007 年▲15 億ドル、2008 年上半年▲50 億ドルと、赤字が急拡大している。

² 北米以外の地域の販売台数は 2006 年 429 万台、2007 年 486 万台、2008 年上半年 263 万台と増加し、なかでも中国市場での拡大が著しい。収益は、自動車事業の税引前損益で 2006 年 13 億ドル、2007 年 21 億ドル、2008 年上半年 15 億ドルと、足元では若干のプラスを示している。

で初めて生産することとなる。このような経緯で、現在は「シボレー」、「ビュイック」、「キャデラック」の国産に加え、「サーブ」を CBU 車で投入し、2009 年からは「オペル」をも投入する計画で、GM の主要ブランドが揃うようになる。

こうした多様なモデルを生産できるのは、各生産拠点の周辺にサプライヤーが集積しているからである。上海 GM の部品調達は、過去には韓国からの輸入があったことを述べたが、中国市場が急拡大する前に着実に部品の供給先を中国国内で増やしていった。幸いにも、上海には先行する上海 VW のサプライヤーが多数存在しており、上海汽車を通じて周辺サプライヤーの認定、育成を急いだ¹。エンジンやトランスミッションなどのコア部品については、上海 GM の敷地内に専用工場を建設している他、上海 GM 東岳には、大宇が 1997 年に投資したエンジン製造会社を買収して、パワートレイン専用会社を 2004 年に設立している。

しかし、米国や韓国の現行モデルをそのまま中国に投入するわけにはいかないもので、いずれのモデルも中国仕様に変更する作業が必要になる。その製品開発は、外資系の 1 次サプライヤーが担うケースもある。デルファイやビステオンなどの欧米系部品メーカーは、納入先の欧米系自動車メーカーの調達方針がグローバル調達となることで、相対的に早期に中国進出している。その多くは、上海 GM のモデル投入に合わせて製品の改良を行い、2005 年頃からは開発能力を備えるメーカーも出現した。他方、GM が中

図表 1-9 GM の中国における環境技術戦略と新設 R&D 拠点

環境技術戦略	<p>上海GM「ドライブ・トゥ・グリーン」戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 「クリーンな商品」 (PATACと共同開発) <ul style="list-style-type: none"> ・ 08年：1.2L S-TECエンジン、2.4L Eco-HVエンジン、3.6L 直噴SIDIエンジン在来車はユーロIV対応、新型車はユーロV対応。 ・ 09～12年：11の新型エンジン搭載車。 ・ 10年以降：プラグインHVシステムのE-Flex搭載車。 ● 「クリーンな体系」 <ul style="list-style-type: none"> ・ 08～10年：「クリーンな現地サプライヤー」 (CO2の排出量を毎年2,500トン削減、水を2,800万ガロン節約し、計25.45万米ドルを節約する) からの調達を進め、07年の8社から08年に40社、10年に150社強へ拡大。 ・ ～12年：設計段階からのリサイクルを進め、完成車のリサイクル可能率を95%とする。各工場の再生可能エネルギー利用率を0.31億トン標準炭/台とし、工場廃水を07年値より21%低下させて循環使用量を2倍にして40万トンを節約。廃棄物の再生利用率97%を達成。
研究開発拠点	<p>先端科学技術研究センター 代替燃料、代替エネルギー、製造・設備の省エネに関する研究プロジェクトをGM中国産業パークで実施。総投資額2.5億米ドル。</p> <p>自動車エネルギー技術研究開発センター 石油依存脱却を目指したエネルギー動力源を研究。上海汽車と共同で2012年までに総額500万米ドルの助成金を清華大学（北京）に提供。</p> <p>先進製造プロセス研究室 製造と軽量材料加工の研究を上海交通大学で実施。今後、省エネ・環境保護に関連する自動車研究所を設置の構想。助成は400万米ドル。</p>

(出所) GM 中国、上海 GM 公表資料より作成。

¹ 設立初期のサプライヤー認定は、納入先・量の確認、輸出経験の確認などの他、前提条件として QS9000 認証ありという基準を設け、製品によっては工場監査も実施した。1 次などの重要なサプライヤーについては、共同で基金を設立し、そこから技術者を派遣する費用などを負担し、利益を上海 GM とサプライヤーで享受する仕組みを構築していた。

国進出する際、上海汽車は共同で研究開発（R&D）センターを設立することを合弁事業の条件として提示し、それを具体化させたのが、上海 GM の設立を前後して誕生した汎亜汽車技術中心（PATAC）である。PATAC の役割は、相次ぐ GM のモデル投入に合わせて現地仕様の改良を行うことであり、現在の上海 GM のラインナップの全てを手掛けるに至っている。また、設計デザインを得意とする PATAC では、1990 年代末頃から独自のコンセプト・カーを作り出している。しかしながら、コア技術の開発についてはまだ能力不足であり、設立から 10 年後の 2007 年末になってようやく小型車用のプラットフォーム開発、1.4L クラス・エンジンの開発に GM からの許可が下ったようである。

このような急拡大する中国市場に併せて生産能力の拡大と投入モデル・ブランドの多様化をはかってきた。GM は 9 月に創立 100 周年を迎えたが、「これからの 100 年を見据えた時、中国ほどエキサイティングな市場はない¹⁾」（GM 中国・ウェール総裁兼総経理）というように、先進環境技術車両の開発拠点かつ最重要市場と位置付けている。その具体的な戦略は、「Drive to Green Strategy」と題され、PATAC との協力でハイブリッド（HV）車を 2008 年に市販化し、2011 年以降を目処に燃料電池（FCV）車「シボレー・ボルト」を投入する計画である（図表 1-9）。このため、アジア太平洋地域の統括拠点とする「GM 中国産業パーク」を建設中で、上海に本社、R&D、生産・販売機能を集約する。GM が 2008 年に発表した省エネ・環境対応モデルの開発ロードマップを整理すれば、短中長期の計画で「既存モデルの内燃機関・トランスミッションの改善（バイオ燃料を含む）、HV 車（プラグイン HV を含む）、FCV・水素燃料車²⁾」を挙げており、前述の戦略および R&D 拠点はこの青写真に合致させ、中国を舞台に他社に先駆けた施策を押し進めている。

2) VW の中国戦略

VW も中国市場の貢献が大きい。VW のグローバル販売台数は 2007 年に過去最高の 619 万台、うちアジア太平洋地域が 105 万台に達した。同地域のうち、中国は 91 万台（構成比 87%）であることから、事業の中核が中国にあるとみて良い。

VW の中国進出は 1985 年と早期である。上海では合弁事業を開始するまで VW 「サンタナ」の KD 生産を上海汽車トラクター工場を開始するが、後に事業を本格化させようと当時の国家経済委員会・朱鎔基常務副主任（現、国家主席）、上海市・黄菊常務副市长（国務院第一副総理を歴任し死去）などが指揮を取り、「上海サンタナ共同体」を組織させて部品の国産化を促した³⁾。また、長春では第一汽車に「アウディ 100」の KD 生産を 1989 年から開始し、当時の国家重点プロジェクトとして「乗用車 15 万台生

¹⁾ GM 中国プレス・リリース（2008 年 9 月 16 日）。

²⁾ 2008 年 3 月のジュネーブ・モーターショーにおける GM・ワゴナー会長兼 CEO の講演内容による。

³⁾ 詳しくは李春利 [1997]、陳晋 [2000] を参照のこと。

産プロジェクト」を始動させた。しかし、上海汽車から上海 VW に移籍した技術者は、外国モデルを解体し、部品毎のリバース・エンジニアリングを実施するに留まり、1990 年代中頃までは車体の改良が行われる程度であった。一汽 VW でも、「ジェッタ」をベースとした改良を施す程度に留まり、同プロジェクトの設備投資が完了するまで 7 年もの月日がかかった。このため、VW はブラジルやアルゼンチン、南アフリカなどがかつて生産されていたモデルを上海 VW や一汽 VW で中国仕様で改良して市販化した。従って、2000 年になっても、「サンタナ」や「ジェッタ」、「パサート」、「アウディ」の 4 モデルしか投入できなかったが、いまほど競合モデルの数は多くなく、計 33 万台もの販売を実現でき、乗用車市場では常に第 1 位を獲得していた¹。

VW は 2007 年までに、中国における総投資額が 64 億ユーロにまで達している。上海と長春の両合弁メーカーでは漸進的な設備投資を行ってきたが、中国市場が成長し始める 2002 年以降は競合モデルに押されてシェア低下が避けられなくなった。市場が急拡大するなかで、2005 年には中国事業で初めて赤字を出す²が、積極的な設備・モデル投入でシェア挽回を狙った²。同年末には、「オリンピック計画³」を発表し、両合弁メーカー間の製品差別化・新モデルの投入（以降 5 年の間に 10~12 モデル）により VW ブランドを強化し、部品の現地調達比率を引き上げてコスト削減を実施すると同時に開発能力を強化することが盛り込まれた。

それまでの陳腐化したラインナップに、「サギター」（欧州版現行「ジェッタ」）や「マゴタン」（同「パサート」）といった最新モデルを投入し、VW ブランドの強化に努めた。高級車では、アウディの販売が好調ではあったものの、陳腐化・差別化の商品戦略ゆえに、ロング・バージョンの「アウディ A6L」を中国専用モデルとして投入した。2007 年には、VW、アウディに加え、シュコダ・ブランドをも投入して、GM と同様にマルチ・ブランド戦略を展開するようになる。このように、トップ・メーカーとしての地位を維持するため、2005 年以降は積極的な事業展開を実施してきたが、シェアは GM に抜かれる結果となっている。それでも、2007 年の販売台数は 91 万台に達し、当初は 2009 年に計画していた 90 万台超を 2 年前倒しで達成できている。しかしながら、今後の事業展開に懸念されるのは開発能力がいかに強化されているかである。

2008 年 6 月に、上海 VW が新型車「ラヴィダ」を発売した。上海 VW の発表によれば、「自主開発」モデルとして知的財産権は合弁メーカーに属し、開発は中国人技術者を中心に行い、特にエクステリア・デザインを中国人消費者の嗜好に合わせたという。

¹ 四半世紀も前に開発された「サンタナ」、「ジェッタ」は、中国では現在でも販売好調である。2007 年にも至っても、同 2 モデルで計 30 万台以上の販売を誇る。中国は面積が広大な上、所得格差が増大する一方である。モデルとしては品質に欠けるが、販売価格・補修部品価格は安価である。早期に中国進出した VW はアフターサービス拠点も多いが、技術的に高度なモデルではないため、メンテナンスコストが安い。このため、地方都市やタクシー需要が依然大きい。

² VW の中国事業の営業利益は、2000 年から 2003 年まで年 550 百万ユーロ以上であったが、2004 年に 222 百万ユーロ、2005 年に▲119 百万ユーロとなる。2006 年には 108 百万ユーロと黒字化した。

³ VW が 2008 年の北京オリンピックの公式スポンサーであったことから命名された。

そもそも、「ラヴィダ」の開発コンセプトは、「サンタナ」の後継モデルとして位置付けられたものであり、実際のところ、プラットフォームやエンジン、トランスミッションなどのコア部品は既存モデルを流用・改良したに過ぎず、上海 VW は内外装の設計や金型の製造で協力したに過ぎない¹。このため、販売価格は当初の予想よりも高く、市場では技術的な斬新さがないと判断され、販売が思わしくない²。

他方、VW も環境技術を重視する戦略である。欧州では、環境に対応したクリーン・ディーゼルの普及が進み、VW も得意な分野として中国でも投入しようとしていた。一汽 VW では、2005 年の投入モデル調整期に「ディーゼル乗用車の発展戦略」を発表し、投入済みモデルの全てにディーゼルを設定する計画があった。しかし、中国では、燃料の軽油は第一次産業などでの使用量が多く、また政府も自動車用はガソリン小売価格と大差がない設定としている。さらに、原油の精製技術が高くなく、硫黄などの含有量が多くて、先進的なエンジンには適さず、不良を起こす原因ともいわれる。このため、同戦略は中断され、日本などでも搭載率が高くなっている小排気量ガソリン車にターボ (TSI) と変速の速いトランスミッション (DSG) を組み合わせたモデル (小排気量で高出力、低燃費) の普及を目指している。他方、2005 年に発表していた HV 車は開発が遅れている模様である。具体的には、一汽 VW で生産される「トゥーラン」に HV 設定を投入する予定だが、上海の同済大学との共同研究では「2010 年の量産化を目処とする」との中間報告がある。なお、2005 年時点では北京オリンピックで HV 車を披露する予定であったが、当日は「トゥーラン」の天然ガス (NGV) 車と「パサート」の FCV 車が走行した。ただ、技術的には非公開な部分も多く、VW の中国環境技術戦略としての方向は明確に示されていない。

(2) 日系メーカーの発展戦略—トヨタ、ホンダ、日産

1) トヨタの中国戦略

トヨタの中国との係わりは、1964 年に「クラウン」を CBU 車輸出したのが始まりである。日本との国交回復後の 1970 年代からは、「技貿」(売買と技術援助契約を同時に締結) 政策により、トヨタや日野のトップ・技術者が第一汽車や北京汽車などを訪問し、車両と機械設備の輸出および生産管理の指導を行った。その後、改革開放政策による企業改革が 1984 年頃から開始されるが、利益の企業内留保が可能となった国有企業では、社用車やタクシーとしての需要が大きく、1985 年には年 1 万台を超える

¹ コア部品の生産は両合弁メーカー内に量産用の専用工場があるが、これとは別にエンジンは大連に、トランスミッションは上海に別工場があり、そこでは TSI や DSG といった VW の現行製品が生産される。

² 販売価格帯は、競合とみられる韓国系モデル (上海 GM「エクセル」、北京現代「エラントラ」など) よりも 1~2 万円高い。市場では、合弁メーカーが開発したモデルとして「韓国系モデルより品質が劣る」と映り、販売台数は 2008 年 6-9 月の約 3.5 カ月で 2.1 万台 (月平均 6,000 台強) 程度である。従って、競合モデルよりも出荷台数が少なく、「サンタナ」の後継とするほどの十分な実力は発揮できていない。

「クラウン」が輸出されたといわれる。同時に、バンの需要も増え、広州では「トヨエース」のKD生産を少量開始した。しかし、完成車を輸出しても、道路が未整備でメンテナンスの必要があったため、北京や広州などでは技術トレーニング・センターを開設した。

このような経緯から、中国政府は「技貿」政策から一歩進んだ技術提携および生産企業設立を日欧米メーカーに要請するも、トヨタとの話し合いは不調和に終わる。これ以降、トヨタは車両生産に係わらない範囲で中国事業を展開するが、1988年には瀋陽金杯汽車と「ハイエース」の技術援助契約を締結している。いまとなつては、中国政府の要請に十分応えられず、欧米メーカーに比して「出遅れ感」は否めないが、当時を振り返れば、むしろ米国へのCBU車輸出を日本メーカーとして主導的に進めていたことから、貿易摩擦への対応に追われていた¹。さらに、当時の中国は外貨不足の時代で、生産プロジェクトを立ち上げて部品を買うための外貨がない状況にあり、ビジネスとして十分に成り立たなかった²。

このため、1998年になってようやく生産参入が認められ、四川トヨタ（現、四川一汽トヨタ）を設立して2000年にバス「コースター」の生産を開始した。乗用車生産は2000年に天津トヨタ（現、天津一汽トヨタ）の設立が許可され、小型車「ヴィッツ」をベースとしたアジア戦略車の「ヴィオス」を2002年から投入した他、日本以外で初の海外生産となる「クラウン」をも投入した。他方、広州汽車とは2004年に広州トヨタを設立し、2006年から中型車「カムリ」、続いて2008年に「ヴィッツ」を投入している。トヨタは中国事業を積極化させ、2003年には第一汽車との包括的提携関係を構築して生産拠点を整備するとともに、投入モデル数を増やしている。今後、2010年までには米国に匹敵する生産能力を整える計画にある³。

トヨタの中国での商品・販売戦略は、市場の多様化（ラインナップの充実化、車体タイプの多様化、CBU車の投入）に従い、3つの販売チャネル（一汽トヨタ、広州トヨタ、レクサス）を構築している⁴。一汽トヨタでは小型車から高級車、SUVからバスまでの販売を手掛け、フルラインナップを実現している。広州トヨタでは、新世代に新たな価値とステータスを提供するため、欧米で人気の上記2国産モデルの他、CBU

¹ 日本からの輸出は、1975年にそれまでの鉄鋼を抜いて自動車最大の輸出品目となったが、日本車の輸出比率は1977年から50%を超えて、米国への仕向が1985年に50%を超える規模（東アジアは10%弱）となる。日本の貿易黒字が拡大し、その象徴となる自動車産業では、国家・民間レベルでの輸出自主規制や数量制限などを実施する一方、ホンダが1982年に、日産が1983年に100%出資で米国に工場を建設、トヨタや三菱は1980年代中頃から米国メーカーと合弁で北米事業を展開した。それでも、日本の貿易黒字が続き、日本市場の開放とともに、ホンダは米国版「アコード」を逆輸入車として投入、トヨタはGMブランドの「キャバリエ」を投入するなどの対応を採った。

² 日中投資促進機構・嶋原信治事務局長（元、トヨタ中国事務所総代表）へのインタビュー（『ERINA REPORT』Vol.53 環日本海経済研究所）。

³ トヨタの「100万台目標」は、トヨタが1990年に米国で実現した規模と同じである。なお、トヨタの米国での販売規模は2007年に260万台に達している。

⁴ 産業学会自動車産業研究会でのトヨタ自動車関係者の報告および筆者の関係者へのヒアリングによる。

車で SUV「FJ クルーザー」と「ハイランダー」を投入している。プレミアム・ブランドでは、2004 年からレクサスの販売ネットワークを整備し始め、現在では全国に 43 もの専売店を設置している¹。

このように急進的な事業展開を支えたのは、完成車事業よりも早期に進められた部品事業の展開にある。中国政府が 1994 年に公布した「汽車工業産業政策」で盛り込まれたように、部品産業の育成を重視して、コア部品の生産が可能となるよう裾野産業の整備を進めた。デンソーやアイシン、豊田合成などの系列サプライヤーは、同年から天津を中心に進出し、トヨタも 1995 年に等速ジョイントの生産会社、翌年にエンジンおよび鋳造部品生産会社を設立している。この狙いは広州でも実施され、広州トヨタを設立する前にエンジンおよびシャフト生産会社を設立している。

環境技術戦略についてみれば、先行する HV 技術を中国でも展開している。2005 年からは HV 車「プリウス」の現地生産が開始されたが、日本や米国のような人気モデルになっているとはいえない。そもそも、「プリウス」が生産される長春工場の能力は他モデルと合計で 1 万台／年規模しかなく、当面の能力拡大の中心は新旧「カローラ」などの量産モデルに集中する模様である²。上海 GM などの他メーカーが価格を抑えた環境対応モデルを増やすなかでは、天津と上海にある R&D 拠点での製品開発・メンテナンス技術の能力を一層高め、部品メーカーとの製品開発を拡大させて、ブランド・イメージ向上後の次なる戦略展開に期待が寄せられる。

2) ホンダの中国戦略

ホンダの海外事業の強みは「自主独立路線」を採るという特徴がある。1990 年代後半には、欧米メーカーを中心にグローバルでの M&A（合併・買収）が展開されたが、自動車事業や技術開発においては自前主義を貫き、結果として着実な成長を遂げている。また、海外展開の方法は二輪車事業を先行させ、そこでの経験（基盤、知名度など）を踏まえて四輪車事業へとつなげるものである。

中国進出の場合も、1982 年から二輪車事業で中国メーカーへ技術援助を開始するが、四輪車事業は政府の参入規制の影響もあり、1990 年代後半になってからとなる。ホンダは前述のトヨタのケースと同じく、完成車事業の前に部品の生産を開始した。「汽車工業産業政策」公布の 1994 年には、東風汽車とエンジン・足回り部品の生産会社を設立した。この拠点を活かし、次なるエンジン生産への事業拡大を目指すものの、生産開始になるのは完成車事業と同じ 1998 年となる。完成車事業は、奇しくも 1996 年にプジョーが広州汽車との合併事業から撤退することとなったため、その工場を引き継ぐ形でホンダが参入し、1998 年に広州ホンダを設立した。同時に、エンジンは前述

¹ レクサス中国ホームページより集計（2008 年 11 月 7 日時点）。

² 2008 年 10 月に新工場建設の起工式を開催した。長春に建設される新工場では、総投資額 40 億元、生産能力 10 万台／年で「カローラ」（現、天津工場で能力 20 万台／年）を生産する予定である。

の部品会社とは別に、東風汽車と合弁で生産会社を設立した。しかし、旧・広州プジョーの生産モデルは、1970年代末に開発された中型車「プジョー505」と古く、機械設備を更新する必要があった。企業設立からの約10カ月間は生産ラインなどの改造に集中し、1999年になって中型車「アコード」のライン・オフが実現した。その後も漸進的な生産能力の拡大を続け、2003年以降は能力を1年で倍増、さらに売れ行きが好調で生産が追いつかずに第二工場を建設するほどの成長ぶりをみせた。

この他、完成車事業は前述の東風汽車との合弁事業構想が残っており、東風汽車側は広州での成功を横目に、武漢での事業化を試みた。2003年になって、東風汽車傘下の武漢万通汽車にホンダが出資する形で合弁事業をスタートさせ、広州の場合と同じく、既存工場の施設を改造し、機械設備の増強に努めた。その結果、広州ホンダと同じ約10カ月後にはSUVの「CR-V」を生産開始させ、当初は広州ホンダの販売ネットワークを活用して市販化した。その後の生産能力拡大は、広州ホンダほどの投入モデルがなかったため、約3年後の2006年に倍増することとなる（併設のエンジン工場も同時進行）。なお、この間にも、トランスミッションの生産では、2005年にホンダ100%出資で生産拠点を設けている。

こうした両生産拠点で培った生産ノウハウ、調達ネットワークなどを最大限に活用し、2003年には中国初の輸出専用工場の本田汽車を設立し、2005年から欧州市場向けに小型車「ジャズ」（日本名：「フィット」）を生産している¹。特に品質面での要求が高い欧州市場への輸出は、高い国産化率の達成でコスト・パフォーマンスが良くなったことに加え、欧州での小型車市場は競合が多いにも関わらず依然として規模が大きいことが背景にある。この事例からも分かるように、ホンダは積極的な現地調達で生産コストの削減を実現するという点でも、海外展開の特徴がある。

さらに、今後は中国での製品開発を具体化させる戦略がある。広州ホンダは2008年4月の北京モーターショーでコンセプト・カー「理念コンセプト」を発表し、2010年に広州ホンダ・ブランドとしての「自主ブランド」（独自ブランド）を確立するものである。この発表に先駆け、2007年には約300億円を投じて広州ホンダの子会社としてR&D拠点を設立しており、この「理念」は同拠点で設計・デザインされたものという。しかし、中国での合弁拠点から誕生する新たなブランドの船出は意欲的な試みとして政府や消費者から一定の評価が下されるであろうが、開発の中身をみると、プラットフォームは旧型「フィット」の流用といわれ、コア技術や製品はホンダの支援が欠かせないものとなっている。

環境技術戦略では、2007年にHVシステムを日本から輸入し、東風ホンダで「シビック」HV車をKD生産したが、価格が高くほとんど売れないという結果になった。日本でも2009年以降に小型車でHVの普及、中高級車にはクリーン・ディーゼルを投入

¹ 出資比率はホンダ65%、広州汽車25%、東風汽車10%である。

する計画にあり、中国ではガソリンの既存モデルで堅調な伸びに留まる。

いずれにしても、これ以上のラインナップが増やせるかどうかが当面の課題である。この他に、CBU 車でプレミアム・ブランドとしてのアキュラも 2006 年より投入（専売店は全国に 16 店舗¹）しているが、今後の投入モデルの振り分けをどのように進めるかが重要である。こうして考えれば、広州ホンダの独自ブランドに期待が高いともいえる。

3) 日産の中国戦略

日産は日中国交回復後の「技貿」政策より中国との係わりをもつ。1970 年代に「セドリック」の輸出契約を締結するとともに、1980 年代は第一汽車へ商用車のキャブ、車体製造技術などを供与した。合弁事業に至るのは、1993 年に鄭州軽型汽車の工場へわずか 5%を出資することで参入（鄭州日産を設立）し、1995 年からはピックアップ・トラックを少量生産するようになる。乗用車の現地生産は具体化せず、台湾で日産車の KD 生産を実施していた裕隆汽車を通じて、政府向けの「ブルーバード」を委託生産する。日産にとっては、当時は台湾（香港）を経由した部品の輸出先に過ぎず、中国事業の本格的な取り組みが実施される見通しはなかった。

このように、1980・90 年代の日産の中国事業は消極的であった。というのは、1990 年代後半には日本本社が経営危機に陥り、ルノーとの相互出資によってゴーン氏が社長に就任したのは周知の事実である。しかし、日本メーカーのなかでも最後発となった日産は、その後の中国事業を一変させるべく、ゴーン社長が 2001 年に国務院・呉邦国副総理（国務院副総経理を歴任し、現在、中央政治局常務委員）と会談し、乗用車生産プロジェクトで合弁事業化するよう合意して、トップ・ダウンでの決断が下った。2002 年には、東風汽車と商用車事業を含めた包括的提携関係を締結し、外資としては初めてのフルライン・メーカー（乗用車生産、商用車生産の事業認可同時取得）が誕生（東風汽車有限公司を設立）することとなる。文字通りの包括提携であったことから、東風汽車の既存工場を次々と資本参加することで乗用・商用車の生産拠点を整備し続けている。

日産は事業の立て直しのための経営戦略を転換するなかで、部品の調達方針も変更となった。基本的な部品購買政策はグローバルでの調達となることで、コスト競争力の高い国・地域からの部品をリスト・アップし、価格決定と継続的な原価低減を徹底した。また、ルノーとの提携から、経営体制も東京、北米、欧州の 3 拠点とグローバル化し、予算制約も本社の CFO（最高財務責任者）、CIO（最高情報戦略責任者）のもとに置かれているという。このような体制に転換したことで、アジア太平洋地域においては部品の輸出拠点を上海・タイ・インドネシアの三極に集中させている。しかし、

¹ アキュラ中国ホームページより集計（2008 年 11 月 7 日時点）。

図表 1-10 東風汽車有限公司（東風日産）の中期経営計画（2008～2012年）

売上高	1,000億元（約1兆4,900億円）
販売関連	台数：100万台
	販売店：（乗用車）420店、（商用車）大中型380店・小型630店
輸出関連	LCVと大中型商用車の総販売台数に占める割合を10%に拡大
投入モデル	15モデル以上の新型車（日産ブランド10、東風とのダブルバッチでLCV5）
生産能力	LCV専用工場（鄭州）建設 （投資総額は10億元、生産能力は12万台／年。2010年生産開始）
部品関連	国産化：エンジン、トランスミッションの国産化率を90%以上
	トランスミッション：CVT搭載比率を乗用車販売台数の50%以上

（出所）日産、日産中国、東風日産公表資料より現代文化研究所作成。

中国では現状として、「ティアナ」、「ティエダ」などといったように、日本からの技術支援が欠かせず、中国で開発したモデルを投入できるまでには至っていない。なお、世界戦略車の「リヴィナ」が2006年末から世界で最初に中国へ投入したが、これはルノーとの共同開発プラットフォームをベースに開発されたモデルで、中国ではせいぜい現地仕様に改良する程度に留まっている¹。

ルノーよりも中国事業を主導する日産は、商用車事業に強い東風汽車とのみ提携する方針で、今後は商用車、特に小型商用車（LCV）事業を強化する狙いがある。グローバルでも、日産のLCV事業は「2010年に世界のリーディング・ポジションを確立」という目標を掲げている²。東風汽車有限（乗用車生産の東風日産を含む）の中期経営計画によれば、LCV専用工場を鄭州に新設し、2010年の生産開始を目指す（図表1-10）。この構想は、既に2007年頃から具体化され、「中国は日産のLCV事業の成長に重要な市場」（パーマー執行役員）と考えられている。しかし、LCVといえども、日産が考えるのはあくまで「多目的車」であり、新設の工場は鄭州日産の第二工場として活用される予定で、既存のピックアップ・モデルから派生するものとなる可能性が高い。なお、鄭州からの輸出は既に少量始められており、2007年以降にはアンゴラやカザフスタンにKD組立拠点を確保している。2010年にはLCVを含む全商用車で、総販売台数に占める割合を2007年の5%から倍増する計画である。

日産の環境技術戦略は、日本市場でもようやくSUV「エクストレイル」のクリーン・ディーゼルがマニュアル・トランスミッションのみの設定で市販化された。そもそも、日産はトヨタやホンダなどに比べてHV車は「過渡期の技術」と捉えられている模様で、むしろ既存のガソリン・エンジンにCVT（自動無段変速機）トランスミッシ

¹ 日産の中国でのR&D拠点は、乗用車が広東に、商用車が湖北にある。なお、乗用車向けは日本テクニカル・センターとの連携を採った体制としている。

² LCV事業は、2006年に営業利益率8%、販売台数49万台を達成するコア事業の一つである。

ョンとの組み合わせを普及させる戦略である。

なお、日産も中国にプレミアム・ブランドのインフィニティを投入しているが、好調なレクサスとは対照的に、ホンダのアクюраと同じく知名度は低い（専売店は全国に 17 店舗¹⁾）。今後、東風日産を中心とした高級車から小型車までの商品を充実させ、併せて LCV 事業の強化と、大中型商用車への技術サポートによる輸出の拡大が望まれよう。

（3）韓国系メーカーの発展戦略－現代・起亜

1) 現代・起亜の中国戦略

現代・起亜は 2002 年以降に「2010 年グローバル・トップ 5」入りを目指し、グローバル生産戦略を急拡大させた。海外生産比率は 2007 年に 30%強となり、2010 年までには 50%前後に達する見込みである。グループとしては、2007 年に 396 万台の販売台数に達し、急進的な事業展開によって 3 年前倒しでトップ 5 入りを実現している。この戦略の中心は中国を含めた新興国で展開され、中国においては他の新興国よりも早期に生産拠点を整備し始める。

起亜はこの戦略に先立つ 2000 年に地方政府出資の投資会社を経由して、生産合弁事業の 30%を保有し、悦達起亜（現、東風悦達起亜）を設立した。他方、現代は 2002 年に北京汽車との折半出資で北京現代を設立するが、これは 2001 年から鄭夢九会長が共産党北京市委員会・賈慶林委員（元、北京市長。現、中央政治局常務委員）と会談し、乗用車生産プロジェクトで基本合意していた。

拠点を確保してからの立ち上がりは速く、特に北京現代では企業設立から 2 カ月後には KD 組立によって中型車「ソナタ」の生産を開始した。しかし、北京汽車から現物出資された建屋や設備は老朽化が激しく、ほとんど全てを更新することが最優先されて約半年で 5 万台／年の生産能力を整える。その後、約 1 年後には能力を 15 万台／年にまで拡張させ、さらに翌年には倍の 30 万台／年にまで急拡大する。この間、生産モデルは「ソナタ」と中型車「エラントラ」、SUV「ツーソン」の 3 モデルしか投入していなかったが、とりわけタクシー代替やホワイト・カラー層の新規購入、富裕層のセカンド・カーなどの需要が高まり、急成長ぶりに「北京現代の奇跡」とまで比喻された²⁾。このため、生産はフル稼働で、能力も限界に達していたため、2006 年から第二工場の建設に着手した。これに対し、起亜は投資会社経由の 30%出資ということもあり、小型車「プライド」を少量生産していたが、当時の産業マクロ管理を担当する国家経済貿易委員会が東風汽車の出資を促し、2002 年に起亜側の出資を 50%にまで引き上げ

¹⁾ インフィニティ中国ホームページより集計（2008 年 11 月 7 日時点）。

²⁾ 2002 年からの 5 年間で、累計販売台数 90 万台、販売店 350 店舗、売上高 1,000 億元以上、利益 180 億元以上と公表。

て生産設備を整備した（東風汽車、悦達投資の出資はそれぞれ 25%）。翌年には、生産能力の拡張工事に着手し、2005 年に倍以上の 13 万台／年に、さらに第二工場が 2007 年に竣工して、計 28 万台／年の能力をもつ拠点へと成長した。

こうして、中国では「2010 年 103 万台」の販売を実現すべく、自社のインフラ整備を終えつつあるが、少ない投入モデルにも関わらず、旺盛な需要をつかむことができたのは、メーカーの知名度向上および製品の価格設定が重要であった。知名度は、北京汽車と組むことが幸いし、様々なルートを通じて地元の輸送会社へ大量にタクシー仕様車を売り払った。首都・北京で走るタクシーとしては、それまでの旧型のダイハツ「シャレード」からは一気に質的な向上がはかられた¹。また、周知の通り、韓国車はかつて米国に進出した際、価格の安さで売れ行きが好調だった時期がある。中国でも同じ戦略が採られ、いわゆる「バリュー・フォー・マネー」（価格に見合う価値）がうけて、日欧米メーカーの合弁モデルよりも安価で、品質は民族系モデルよりも良く、かつ小物入れやオーディオなどの装備を充実させた（タクシー仕様との差別化）。

また、この生産を支える部品メーカーの多大な協力が欠かせなかったことはいまでもない。「チャボル」といわれる旧・財閥系の系列企業がコア部品から汎用部品までを揃えるといった生産・調達体制にあったが、中国でも大手の系列サプライヤーを一気に呼び寄せ、とりわけ北京市周辺の部品調達基盤を早急に形成させた。しかし、完成車の売れ行きが好調で、部品の量が一定規模出荷できる時は良いが、いったん売れ行きが悪くなると、完成車メーカーのみならず、部品メーカーも利益確保が難しくなる。従来、韓国メーカーは系列からの 1 部品調達といった固有の取引関係が続いていたが、販売不振に陥ると、調達体系を変更する必要性が生じてきた。北京現代は、2007 年に販売不振に陥り、年頭の年間目標 31 万台から 26 万台に下方修正した。東風悦達起亜の担当者は、鄭夢九会長は中国において、従来のような現代モービスを代表とする系列からの調達には限界があると感じていたという。このため、両生産拠点の取締役会では、韓国側が主導していた調達方法を変更する議論が重ねられ、北京現代では具体的に「2007 年末までに 89 社の 1 次サプライヤーから構成される調達体系を解体し、調達コストの 10%を削減する」という方針が決められた。

このように、部品の系列からの調達と、完成車の低価格戦略を武器に成長を遂げてきた現代・起亜は、中国での販売低迷を契機として調達方針を変更し、系列からの脱却を目指すこととなっている。2008 年からは、調達部品は系列の枠組みを越え、中国現地サプライヤーにも競争させて参入の機会を与えるようになり、調達や販売を含めたグループの中国事業本部を設立するに至っている。

現代・起亜の場合もホンダなどと同様に、これ以上のラインナップが増やせるかどうか、両拠点での投入モデルの棲み分けをどう進めるかが当面の課題となろう。独立

¹ 同モデルは基本設計が一世代前ではあるが、中国に投入するにあたり、特に防音と振動に改良の重点が置かれ、乗り味をスムーズにするよう努めた。

したプレミアム・ブランドはまだないが、韓国では現代が初のFR車として高級車「ジェネシス」を販売し、中国でもCBU車で既存の販売ネットワークを活用して販売を始めている。また、環境技術戦略では、2010年にHV車の生産を開始し、2018年までにグローバルで50万台のHV「アバンテ」を生産する計画にあるが、その多くを北米と中国で賄うという計画がある¹。なお、グループ全体のシェア拡大には商用車事業も重要であるが、現代・起亜の事業は芳しくない。中国では2004年にバン「リファイン」の技術提携を江淮汽車と締結し、続いて広州汽車とも合弁会社設立の意向を示したが、その後の具体的な進展はない。2008年からはバス大手の金龍旅行車と技術提携の覚書を締結しているが、グループ全体としてどこに経営資源を集中させるべきか、ますます中国事業本部の舵取りが重要となる。

3. 中国自動車産業・市場における民族系メーカーの状況

(1) 奇瑞汽車、吉利汽車の事業戦略

奇瑞汽車(Chery)、吉利汽車(Geely)を代表とする民族系メーカーは、乗用車市場では微型モデル(排気量1L以下)や小型モデル(1.3L・クラス)で低価格を武器に販売シェアを拡大させている。しかし、微・小型車市場は車両価格が大きな競争力要因となっており、利益率の低い市場からの脱却を目指して、今後は外資系モデルが優勢の中型車市場にも参入する計画がある。

安徽省に所在する奇瑞汽車は、主力の小型車「QQ」の外観や性能がGM大宇「マティス」に酷似しているとして、2004年にGMおよびGM大宇から提訴された。この事件より世界で奇瑞汽車が注目されることとなったが、奇瑞汽車は1997年に設立されており、事件の時には既に国内市場で一定のシェアを獲得するメーカーに育っていた。設立から2年後には第1号車がライン・オフし、2007年に累計生産100万台に達した。設備は非常に充実しており、完成車の4大工程(プレス、溶接、塗装、組立)と、分社化されたエンジン、トランスミッション工場の他、R&D、テスト・センターなども完備している。生産能力は65万台/年(完成車、エンジン)、40万基/年(トランスミッション)にまで拡大している。他方、浙江省に所在の吉利汽車も同年に設立された新興メーカーだが、もとは冷蔵庫からオートバイの生産、次に自動車生産へと歩んだ。2000年に第1号車をライン・オフし、現在は浙江・寧波の他、子会社の上海華普汽車、浙江金剛汽車、浙江豪情汽車、蘭州吉利汽車、湖南吉利部品などと分社化された組立・パワートレイン工場があり、生産能力は計30万台/年(完成車、エンジン、トランスミッション)に達する。この他、テスト、トレーニング・センターがあり、北京

¹ 2008年9月に現代が発表した計画(『汽車要聞[China Automotive Review]』2008年10月23日付、<http://www.cbuauto.com.cn/>)。

や海南などに大学や専門学校も開校している。

このように新興メーカーが比較的スムーズに自動車生産に参入できたのは、世界のプレイヤーが集まる中国で車体やコア部品などを外部から購入して、自社内でのリバーブ・エンジニアリングの過程を辿ったものに他ならない。昨今の設計・開発能力の向上は、設計のデジタル化が進み、CAD、CAM、CAE などの 3 次元形状データを活用することで可能となった。さらに、国内外の独立系エンジニアリング会社（同濟同捷、長城華冠、ピニンファリーナ、AVL など）への委託によって、リバーブ・エンジニアリングで付きまとう知的財産権の問題を回避する方法も採られるようになった。コア技術については外資系の部品メーカーへの依存を強め、特にエンジンや電子制御部品（トランスミッションなど）、駆動系（ブレーキなど）などでは周辺の部品・システムなどとセットになった商品を購入することが可能である（東安動力、航天三菱、南京 ZF、ジャトコなど）。生産ラインや工場の立ち上げでも、国内外経験者の雇用と、立ち上げ専門の会社などを活用してきた¹。奇瑞汽車、吉利汽車のケースでは、部品の調達・開発に両社の設立経緯、立地とも関係がある。

奇瑞汽車は上海から直線で 300km 弱の距離にある。設立当初は、上海 VW の周辺のサプライヤーが育っており、そこからの調達を増やした。初めての完成車・エンジン生産ラインは 2,500 万ドルを投じてフォード（英国工場）から購入し、第 1 号車の「風雲」はセアト（現、VW グループ）のシャシーをライセンス生産したといわれている。しかし、設立当初は安徽省汽車零部件有限公司（自動車部品会社）として誕生したため、完成車を生産・販売することができず、中央政府からも生産停止の命令が下る。その後、3.5 億元相当の資産を無償で上海汽車に譲渡（株持分 20%）することで、自動車生産へ正式に参入することができた（2004 年に上海汽車が撤退）。この間、生産能力の増強と部品調達先の確保に努め、特に上海汽車から得られた調達関連情報と外部からの技術的支援は、その後の品質のレベル・アップに貢献したといわれる。

吉利汽車は地元の浙江に立脚し、いわば「企業城下町」を形成することで、周辺サプライヤーの成長を支えてきた。製品開発は、当初は大宇が金型と技術を提供し、大宇の関係者が中国での開発業者も紹介するほどであった²。電子制御部品は上海 VW などに供給していた欧米系サプライヤーからの調達に頼った（寧波工場は上海から杭州を経由して 300km 程度の距離）。汎用部品については、そのほとんどが浙江の地元の民営企業からの調達であるが、その多くは中小の国有企業が倒産した資産を買い取り、民営企業として再生したサプライヤーが多い。吉利汽車はサプライヤーに直接出資は

¹ 奇瑞汽車の主力モデル「東方之子」の混流ラインは「寺田ライン」と称される。同ラインは生産管理部副部長の日本人技術者（日本メーカーで 30 年以上、生産管理に従事）が設計した。なお、中国国家外国専門家局は、2008 年 9 月に外国人への最高の表彰である国家友誼賞を同副部長へ授与している。この他にも、三菱やいすゞ、マツダ、現代などで従事してきた技術者 OB が民族系メーカーで活躍している。

² 大宇は 2000 年に倒産し、2002 年に GM 大宇が誕生した。

しなかったが、納入先の保証を与えることでモチベーションを高めた¹。また、品質維持や改良に関しては、吉利汽車が第一汽車や東風汽車などの出身者を多く雇用しており、国有企業とは違った自由な環境のなかで自己の能力を発揮できるようにした。

このように、開発と調達とは総じて外部に多くを依存する形が取られてきたが、近年では特にコア技術に関して内製率を高めようとしている。その代表的な製品はエンジンやトランスミッションである。エンジンでは、奇瑞汽車がエンジン生産からスタートさせたように、設備を外国や外資系メーカーから調達して製品ラインナップを増やしてきた。技術力も飛躍的に高まっており、例えば 2006 年にはフィアットへのエンジン供給に関する覚書に締結するほどである²。しかし、一般に民族系メーカーは環境対応が困難であるとみられるが、実用化に関してはエンジン単体で既に環境規制に対応できる製品を生産できるようになっている。不得意な摺り合わせに関しては、アプリケーション能力を備えた欧米系サプライヤーが技術・製品を供給するケースが多い。このような垂直分裂の市場では、日系よりも欧米系（デルファイ、ボッシュなど）が販売を拡大させつつある。トランスミッションは、両社とも特に環境対策として、CVT の開発に力を入れている。しかしながら、最近、吉利汽車が発表した小型車「熊猫」に搭載される CVT は、オランダのアントノフからの OEM 供給に留まっている。

以上みてきたように、民族系メーカーは、従来の微・小型車市場から、よりクラスの高い高品質な乗用車を生産して、安定的な収益確保を目指そうとしている。しかし、量産化する際に外部へ技術、製品を多く頼ってはいはコスト増につながるとともに、現状は品質玉成の面でも問題が残るため、可能な限りサプライヤーを集中させて開発の一部を負わせるよう方針を転換し始めているところである。

（2）比亞迪汽車の事業戦略

このように各セグメントでは競争の激しい市場となっているが、かつては高収益な産業として異業種からの自動車生産に参入するケースがあった。その多くは政府からの生産許可が取得できなかつたり、収益が見込めず倒産または身売りする企業もあった。そうしたなかでも、着実に販売台数を増やしているメーカーがある。それは、世界トップクラスの 2 次電池メーカーが事業拡大して誕生した民営の比亞迪汽車（BYD Auto）である。

BYD Auto は、香港証券取引所に上場する比亞迪股份（BYD）の出資会社である。BYD

¹ 吉利汽車の部品調達の特徴は、従来は工場単位で発注先を決めてきたが、2007 年秋からはグループ全体の調達委員会を設置し、集中購買に切り替え、サプライヤー数を半減させる予定にある。また、その方針は 2 社購買が基本で、1 社の発注割合が多く、もう 1 社は量的に少ない。第 3 の発注先は予備で確保している。

² 奇瑞汽車製エンジンはオーストリア・AVL 社の技術提携により開発した 1.6・1.8L の新型「ACTECO」エンジンで、10 万基／年以上を供給して、中国内外のフィアット車に搭載する予定。

は 1995 年に資本金 250 万元、従業員 20 数名で創業したバッテリー製造のベンチャー企業である。しかし、外国技術に依存しているのはロイヤリティーが高く利益が出ないため、自社で電池技術のリバース・エンジニアリングを重ね、独自の技術を蓄積してきた。当時、中国では携帯電話の普及が加速度的に進んでおり、2000 年にモトローラ、翌年にノキアの携帯電話端末用バッテリーの供給元となった。こうして、2003 年には世界第 2 位のシェアを誇る 2 次電池メーカーへと成長した。2008 年 9 月には、「投資の神様」と称される米・投資家ウォーレン・バフェット氏が経営する投資会社が、香港上場の BYD 発行済み株式 9.89% を 18 億香港ドルで取得するに至っている（図表 1-11）。

自動車生産への参入は、2003 年に陝西秦川汽車を買収することで果たし、後に BYD Auto を設立する。BYD Auto の特徴は、電池技術の開発で養ってきた自社の技術力にあり、このため自社内に R&D/デザインセンター、金型センター、シャシー、エンジン、完成車組立などの部門を設けている（図表 1-12）。完成車工場では、プレス機械にスペイン・ファゴール製を、溶接に日本・萩原製作所製、塗装にドイツ・デュアー製、組立・検査に日本・萬歳製などの機械を導入している。その他の NC 機械などは自社で製造したものを使っているという。また、エンジン生産については、高付加価値エンジンは航天三菱製（セットとなる日本・デンソー製センサー、ジヤトコ製トランスミッション）を調達するも、量産モデルは自社で開発・改良したガソリン・エンジンを搭載するようになっている。

BYD Auto のモデルは、外観デザインは外国モデルの「模倣」と捉われても不思議でないものが多く、例えば中大型車の「F3」は旧型トヨタ「カローラ」に、初めての小型車である「F0」は「アイゴ」などのモデルに似ている。さらに、販売開始前の 2 ドア・オープンカーである「F8」は、メルセデスベンツ「CLK」を一回り小さくしたような感覚を受ける。しかしながら、BYD Auto は設立当初から自社開発の電池を搭載した新エネルギー車の開発に取り組み、短中期的にはプラグイン HV 車と FCV 車の量産を目指している。早ければ、2008 年末までにプラグイン HV 車の販売を開始し、2010 年に FCV 車を市販化する計画にある。そのコンセプトである「DM」系の駆動方式は、BYD が得意とするリチウム電池を応用したもので、1 回の充電で航続距離が 100km 程度をモーターのみで走行できるという。急速充電を行えば、10 分で 70% もの容量が充電可能という PR である。ただし、BYD Auto は幾度も市販化のタイム・スケジュールを遅らせており、実際に同技術を活かして量産することは容易なことではない。いまいえることは、バフェット氏はエネルギー事業の投資に強みがあるとされ、次なる投資先を BYD に賭けたわけだが、この行為が BYD の新エネルギー車事業を大きく前進させる可能性があるということだけである。

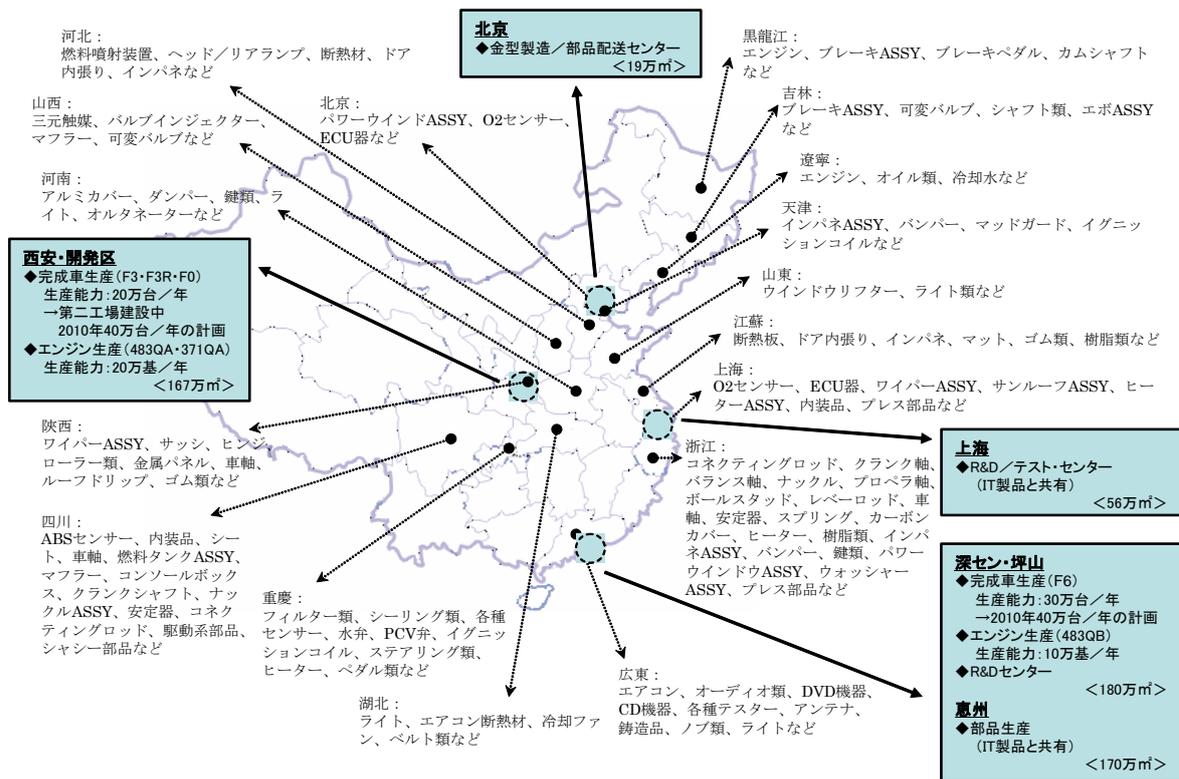
図表 1-11 BYD の株式構成 (2008 年 10 月 17 日時点)

株式種別	株主構成	比率 (%)
国内投資者 (内資株) (計65.14%)	王伝福 (総裁)	25.08
	呂向陽 (取締役)	10.52
	夏佐全 (取締役)	5.49
	楊龍忠 (シニア・マネージャー)	3.46
	広州融捷投資管理集团有限公司	7.37
	その他	13.22
香港株 (H株) (計34.86%)	MidAmerican Energy HLD	9.89
	王伝福 (取締役)	0.49
	一般株主	24.48

(注) 広州融捷投資管理集团有限公司の株式 84%は呂向陽 (取締役) が保有。MAE 社はバフェット氏が経営するパークシャー・ハサウェイ社の傘下企業。

(出所) 香港証券取引所の比亞迪股份公表資料より作成。

図表 1-12 比亞迪汽車 (BYD Auto) の生産、開発、調達拠点



(注) 調達先は主要な部品・部材のみを対象。

(出所) 各市『排放合格車型目録』(各号)、『中国汽車工業企事業単位信息大全』(2004~2008年版)、『中国汽車OEM 供應商手冊』、比亞迪股份・比亞迪汽車公表資料などより作成。

なお、今後の事業計画は、2009年に現在の倍の40万台を目指している。そして、各地の完成車工場の生産能力を倍増し、2010年までに国内で計40万台、海外（ルーマニア、メキシコなど）で10～12万台の、計50万台強の生産・販売を計画している。投入モデルも既存の4モデルの他、前述の「F8」と、MPV「M6」、SUV「S6」を投入する予定である。

4. 中国自動車産業の方向性とメーカーの対応

本章では特に2002年以降に急成長する中国の自動車市場とメーカーの戦略動向（事業計画、生産・調達、商品、環境技術など）をみてきた。各社の投入モデルは1980年代から販売されている何世代も前の旧型モデルに加え、世界の国際水準モデル、さらに民族系モデルの自主ブランド車といった多様な市場構成と、状況は大きく変わっている。しかしながら、現状としては、参入者が多く熾烈な競争が繰り広げられている市場にも係わらず、外資系と民族系で相互補完な関係にあり、ともに共存できる市場となっている。図表1-13で示したように、2003年から2008年の間に各グループの基本投入モデルを整理すると、VWは7モデル、GMは6モデル、奇瑞汽車は5モデルの新型車を投入している。このような特徴を考慮すると、メーカーの戦略は従来の個別セグメントでのパイ獲得からグループ全体としてのシェア争いへと転換するようになっている。そこでは、外資系も小型車や低価格車の生産・販売を拡大させ、民族系は製品の付加価値化や外資系との差別化の戦略を採るだろう。この戦略転換は、グループの経営を取り巻く各種経済環境の悪化や規制の厳格化などのもとで、世界の自動車産業が進む方向と合致する。このため、各グループは大枠としての事業計画に成長する中国を重要な市場と位置付け、開発に最適な調達・供給体制を構築する一方で、市場を喚起する施策が練られている。

図表 1-13 主要乗用車メーカーの投入モデルとサプライヤー数 (単位: 台、社)

メーカー	ブランド・モデル	生産台数			サプライヤー数 (参考値)	
		03年	07年	08年1-9月	03年	08年
一汽VW	VWジェッタ	142,417	209,867	162,484	252社	360社
	VWモデルX	—	—	1,746		
	VWボーラ	77,171	62,218	33,454		
	VWゴルフ	19,541	4,399	2,707		
	VWキャディ	—	645	22		
	VWマゴタン	—	35,095	41,998		
	VWサギター	—	77,623	62,411		
	アウディA4	9,937	20,541	17,441		
アウディA6	53,134	79,433	62,223			
上海VW	VWサンタナ	213,093	203,956	159,372	289社	423社
	VWラヴィダ	—	—	26,756		
	VWパサート	123,954	119,942	89,816		
	VWポロ	57,180	93,647	61,504		
	VWゴルフ	11,025	0	1		
	VWトゥーラン	—	10,054	10,156		
	シュコダ・オクタビア	—	38,540	44,213		
上海GM	ビュイックGL8	23,320	40,627	29,523	135社	249社
	ビュイック・リーガル	90,310	16,159	1,714		
	ビュイック・パークアベニュー	—	7,322	3,518		
	ビュイック・ロイヤム	—	14	1		
	ビュイック・エクセル	36,835	196,266	135,640		
	ビュイック・ラクロス	—	68,891	45,000		
	シボレー・セイル	56,499	19,068	0		
	シボレー・エビカ	—	39,221	35,319		
	シボレー・アベオ	—	10,143	10,073		
	シボレー・ロヴァ	—	84,372	90,685		
	シボレー・ブレイザー	3,559	—	—		
	キャデラックCTS/SRX	—	—	—		
キャデラック・セビル	—	6,367	643			
奇瑞汽車	奇瑞QQ	25,240	135,065	95,360	134社	273社
	奇瑞・風雲	47,289	—	—		
	奇瑞・旗雲	10,666	95,443	43,637		
	奇瑞・東方之子	8,028	23,648	12,239		
	奇瑞A1	—	12,369	24,896		
	奇瑞A3	—	—	2,815		
	奇瑞A5	—	68,121	46,751		
	奇瑞・瑞虎	—	50,439	38,721		
	奇瑞・開瑞	—	1,881	1,547		
奇瑞・瑞麒/V2	—	914	6,285			
神龍汽車	シトロエンZX	45,353	27,969	10,217	171社	242社
	シトロエン・エリーゼ	50,613	34,927	37,907		
	シトロエン・ピカソ	2,174	8,840	2,541		
	シトロエンC2	—	18,729	6,169		
	シトロエン・クサラ	7,335	—	—		
	シトロエンC4	—	29,828	17,206		
	プジョー206	—	29,079	13,181		
プジョー307	—	63,686	57,852			

(注) 主なサプライヤー数は『中国自動車工業企業事業単位情報大全』(2003、08年版)からの集計のため、各メーカー公表値でない参考値(同書は完成車メーカーでなく部品メーカーからの回答により整理)。モデル名は本国名を基本とし、派生車や中国仕様車などを含む。上海GMに上海GM東岳、上海GM北盛を、奇瑞汽車にパン生産の奇瑞商用車会社を含む。神龍汽車は仏・PSAプジョー・シトロエンと東風汽車の合弁会社。

(出所) 中国自動車工業協会(CAAM)統計、『中国自動車工業企業事業単位情報大全』(2003、2008年版)などより作成。

しかしながら、最近では中国市場においても成長が鈍化する趨勢を示し始めているが、この調整局面に陥った場合のメーカーの対応はいかなる施策があるか、検討しておく必要がある。先にみてきたように、成長過程の中国市場にあつては、各社は生産能力の拡大および製品の多様化を実現してきた。しかし、この過程においても、市場構造の変化に伴った自社の製品構成（カニバリゼーション回避および中国拠点による製品開発から独自ブランドの創出）や部品調達（集中的購買および競争的参入機会の創出）の変更などの試みに取り組んでいる。但し、全体のパイが縮小するのであれば、工場の稼働率は低下し、販売競争が一層激化され、部品メーカーを含めて採算が悪化する事態となる¹。

それでは、稼働率低下を避けるために需要をどこに求めるか。まず考えられるのは完成車輸出の可能性を探ることである。これは4章で詳しく述べられるため、ここでは特に触れないが、中国の自動車産業・市場がより高度な構造をもつものとなるため、中国政府は民族・外資系にかかわらず、中国での製品開発から生産に至る過程（＝モノ作りのプロセス）を重視し始めている。

この事例で特筆すべきは広州ホンダの動向である。前述した広州ホンダ「理念」プロジェクトは、国家発展改革委員会（発改委）の陳建国氏（現、発改委産業協調司助理巡視員〔副司長級〕）が2006年9月に広州ホンダ増城工場で実施した式典で強いシグナルを発したことがある。それは、広州ホンダのような外資系メーカーにあつて、生産能力の継続的な拡大とともに、新たな能力拡大に対応できる新型車の自主開発も行なって欲しいというものである。ここで、陳氏の発言をあえて書けば、「わたしはホンダの兵後篤芳氏と意見交換を行なった際、このようなテーマについてディスカッションしたことがある。つまり、中国の自動車市場が成長を続けるなかで、販売台数100万台未満の企業が果たして生き残れるかどうかである。広州ホンダはこの8年間、1万台から3万台、5万台、12万台、24万台、そしていまの36万台に伸ばし、今後は間違いなく、48万台、さらには100万台規模へと邁進するであろう。こうしたプロセスのなかで、広州ホンダには新型車を自主開発し、合弁企業の新しい形を作ってもらいたい。合弁企業の自主イノベーションを通じて新型車を提供し、100万台規模を達成していくのである」と述べている。そして、発言の締めくくりは、「中外合弁の自動車メーカーは独自ブランドの育成を重要すべきである」という。

これに先立ち、2006年の「中国自動車産業発展国際フォーラム」で、発改委工業局の陳斌・副局長も、外資系メーカーによる自主開発を力説している。即ち、「自主開発が業界内外のキーワードになっているなか、自主開発と製品商標にもっとも関心を持っているのは中外合弁メーカーである。中外合弁メーカーの設立を認可した以上、

¹ 2008年9月18日付の『京華時報』などによれば、一汽VWで700人、長安フォードマツダで2,000人もの「臨時工員」のリストラが始まったと伝えられる。

中国政府は合弁メーカーの発展および知名度の向上を常に願っている。合弁メーカーの発展と知名度向上を判断する重要な特徴が、自らの製品商標を有することである。自らの製品商標を持つようになるには自らの知的財産権が必要であり、知的財産権の確保には自主開発が必要である。合弁会社の持続的な発展を真に願う中外双方にとって、合弁メーカーの自主開発は行政が関与して云々するものではない。それは、市場競争の結果であり、逆らうことのできない流れである」。

2007年3月12日、発改委は「生産能力過剰の業界における構造調整推進の加速に関する通知」を発表したが、生産能力を新規拡大する場合には「自動車メーカーの開発体制づくりを支持し、海外から導入した技術を消化したうえで、自前の知的財産権を有する技術を開発する」必要があるとしている。また、「自動車完成車メーカーを新規設立し、もしくは既存の企業が区分を超えた製品の製造ラインを導入する際、産業政策の要求を満たすほか、自主ブランド、自主開発製品の関連諸要件を満たさなければならない」と規定する。つまり、外資系メーカーの場合は、新規増設の設備が中外双方の共同開発であることを明確にしなければならないのである。

それでは、実施の開発を担当する外資系メーカーの研究開発（R&D）施設はどのような現状にあるのか、先の広州ホンダの例では、2007年7月に広州ホンダ R&D 有限公司を設立させた。これは、合弁企業が単独出資し、独立法人として運営される自動車開発機関としては国内初であった。コンセプトデザイン、外形デザイン、完成車試作、実車試験、部品開発などを含め、単独で完成車を開発する能力を有する。資本金は1.8億元で、初期投資は20億元もの規模である。所要の資金はすべて広州ホンダが負担し、自主開発される技術や知的財産権も完全に広州ホンダに帰属するという。広州ホンダは2010年に初の自主ブランドの新型車を投入する予定であるが、その自主ブランド車の開発を担うのが、広州ホンダのこのR&D拠点である。前出の陳氏は同社のオープニングセレモニーで、以下2つの「第1号」を作ったと評価した。その1つは、合弁企業の研究開発はおおよそ4つのレベルに大別できることである。つまり、①外形の変更デザイン、②導入したプラットフォームをベースにしたボディーの改良設計、③プラットフォームの開発、④ASSYの開発である。広州ホンダがプラットフォームレベルでの開発を決意したのは、合弁企業のなかで「第1号」である。その2つ目は、合弁企業の自主開発の車種に独自のロゴを標示することが、戦略的な意味をもつものである。広州ホンダの付守傑・副総経理は、「R&Dセンターの設立は、広州ホンダが完全なる企業になったことを意味する。完全なる企業であるためには、高い開発力、先進的な製造能力と、完備した販売サービス能力を備え持たなければならない」と話している。

中国政府は、製造にかかわる先進技術を持ち合わせたグローバル・メーカーへの期待をより一層高め、メーカー側にあっても世界で高度な成長を遂げる中国で消費者の

ニーズに合致した製品を投入していかなければならない。しかし、メーカー側の対応は、広州ホンダのように巨額の投資をすれば一からの自動車生産が可能であるとは判断されず、新モデル・新ブランドを創出するための手法は様々に存在している。

例えば、フォードは 1997 年に中国進出を果たし、2003 年から乗用車の製造を開始した。フォード中国の許国禎・副総経理によれば、「第 1 号車のライン・オフ時点から始まり、フォードの中国展開の第 1 段階は既に完了している。2007 年からは第 2 段階に入り、中国での製造の段階から中国での設計の段階に入った」という。ビル・フォード会長も中国を訪問した際に、中国に開発とエンジニアリング・センターを設立することを発表している。その際、「これまで多くの部品を中国で調達してきたが、サプライヤーにとって納入の難易度が比較的小さい部品ばかりだった。今後は、製品の設計を中国に持ってきて、中国でサプライヤーとともに自動車の設計を行ないたい。中国で開発される部品やシステム、完成車は、グローバルでのフォード・ブランドをサポートすることになる」と、フォード氏は話している。

また、東風日産の童東城・副総裁によれば、東風日産乗用車技術センターの戦略は、3 段階に分けて進められているという。第 1 段階は「複製的国産化」の推進である。つまり、日産の既存製品をそのまま中国に持ってくるという行為は完全なるコピーに過ぎないと認識している。この段階の主な任務は、複製的国産化を中心に展開され、ブランドから実際の製品まで全てを日産側が提供する。かつての同段階での代表的なモデルは「ブルーバード」であった。現在は第 2 段階に入っており、即ち「開発的国産化」の段階にある。「既存製品をそのまま導入して国産化するのではなく、ユーザーの風習や慣習、嗜好性などに応じて、中国の実情に合うように改良を施し、中国のユーザーに好まれるようにしている」という。ユーザーが商品を使用していくなかで気づいたことも現行モデルに反映させながら、日産側と共同でエクステリア・デザインも含めた改良作業を行なっているという。共同での改良の商品（部品）が確定した後は、中国で生産を実施する。次なる第 3 段階は、2010 年から実現される世界同時開発である。世界レベルのシステムのなかで、各自の責任を明確にし、グローバルでのプラットフォームをベースに、北米、欧州、中国など異なる国の実用にもとづいて同時開発を実施する狙いがある。

他方で、部品メーカーにあってはどのような対応が求められるのか触れておく必要がある。部品メーカーにあっては輸出拡大の可能性もあろうが、現地での販売拡大に向けた方策を採る必要がある。先にも述べてきたように、中国は世界の自動車・部品メーカーが進出し、熾烈な市場間競争を繰り広げているが、そうしたなかでも欧米系や民族系に販路を拡大させているメーカーもある。例えば乗用車向けの製品を商用車向けに改良するなど、品質を一定程度維持したままで価格設定をある程度安くする、いわばセカンド・ブランドでの製品開発も可能である。特に、日産の計画にもあるよ

うに、今後は商用車の質的向上が急がれるが、ここでもビジネスの機会創出は残されていると考える。加えて、従来は他社が担っていた（前後の）生産工程を自社の一工程として拡大させ、特に民族系が不得意な生産現場で起こりうる不具合の解消を目指した製品をパッケージング化して販売するといったビジネス・モデルの創出も考えられよう¹。さらに、今後は北京や上海などの一級都市ではなく、各地の「二級・三級」都市が成長を支える重要なファクターとなるが、そうした広大で多様なニーズを反映した商品を投入するために、各社は最適な開発、調達、生産、販売ネットワークを再構築していくこととなり、そうしたニーズに合致する部品・部材の需要も増えてくる。この場合、従来のように「量の確保」といったスケールメリットを追求するのではなく、あくまで費用対効果の観点から参入の是非を検討すべきであろう。

¹ 例えば、三菱自動車の中国エンジン会社では、民族系メーカーに供給する際に自社のエンジンと推奨するトランスミッション、システムなどを組み合わせて、エンジン単体ではなくパッケージにして外販事業を本格化させた。供給量が多いメーカーには、自社工場内に小規模の生産ラインを設置し供給するという体制も採っている。ここでは、日本メーカーが得意とするクローズドな摺り合わせの技術が発揮できる。（アジア自動車産業研究会での三菱自動車関係者の報告および筆者の関係者へのヒアリングによる）

【参考文献】

- 現代文化研究所 [2006] 『中国自動車産業集積・素材産業に関する調査研究報告書』
国際経済交流財団
- 現代文化研究所 [2007] 『中国における機械部品、電機・電子部品、自動車部品・部材のベンダー調査報告書』日本貿易振興機構
- 高山勇一・八杉理 [2007] 「日本メーカーの中国での事業展開・戦略」『新時代における日中の貿易・投資協力ー相互互惠の経済連携をめざして』日本貿易振興機構
- 陳晋 [2000] 『中国乗用車企業の成長戦略』信山社
- 藤本隆宏・新宅純二郎編著 [2005] 『中国製造業のアーキテクチャ分析』東洋経済新報社
- 丸川知雄・高山勇一編著 [2005] 『新版 グローバル競争時代の中国自動車産業』蒼蒼社
- 丸川知雄 [2007] 「自動車産業の高度化」今井健一・丁可編『中国 高度化の潮流ー産業と企業の変革』日本貿易振興機構アジア経済研究所
- 丸川知雄 [2007] 『現代中国の産業ー勃興する中国企業の強さと脆さ』中央公論新社
- 八杉理 [2007] 「中国自動車開発の 60 年ー南京汽車の事例」『中日文化研究所報』第 6 号 中日文化研究所
- 八杉理・朱永浩 [2008] 「遼寧中部都市群の自動車産業の現状と展望ー中核都市・瀋陽市を中心として」『ERINA REPORT』Vol. 80 環日本海経済研究所
- 八杉理 [2008] 「自動車部品調達構造の特徴と輸出入」 「中国における自動車部品メーカーの取引関係」 『中国自動車部品市場と素形材産業のあり方ー素形材企業進出の可能性と課題』機械振興協会経済研究所
- 八杉理 [2009] 「外資系と民族系メーカーの発展戦略」 『調整期突入！巨大化する中国自動車産業ー外資系と民族系の競合関係』日刊自動車新聞社（予定）
- 八杉理 [2009] 「東アジアの自動車産業」 『東アジア地域協力の共同設計ーグローバル化のなかでの共生に向けて』西田書店（予定）
- 八杉理 [2009] 「自動車産業」 『中国年鑑（2009 年版）』毎日新聞社（予定）
- 山元哲史 [2008] 「自動車メーカーのアジア展開」大木博巳編著『東アジア国際分業の拡大と日本』日本貿易振興機構
- 李春利 [1997] 『現代中国の自動車産業ー企業システムの進化と経営戦略』信山社
中国現地の各種情報媒体、各社ホームページ、年鑑・データ類

第2章 中国自動車政策の最新動向

本章は2008年3月に実施された中国政府機構改革による中国自動車政策に係わる策定部門の役割変化を整理しながら、全体に関わる自動車マクロ政策、生産・販売に関わる個別政策、及び自動車税制の動向を分析したい。

1. 中国自動車政策に係わる策定部門

中国では、自動車の管理に関わる中央政府部門は10以上あり、各部門は各自の役割分担から自動車産業に対する管理を実施している。

2008年3月までは、国家発展改革委員会が最重要のマクロ政策担当部門であり、経済運営の全般に絶大な権限を持っていた。

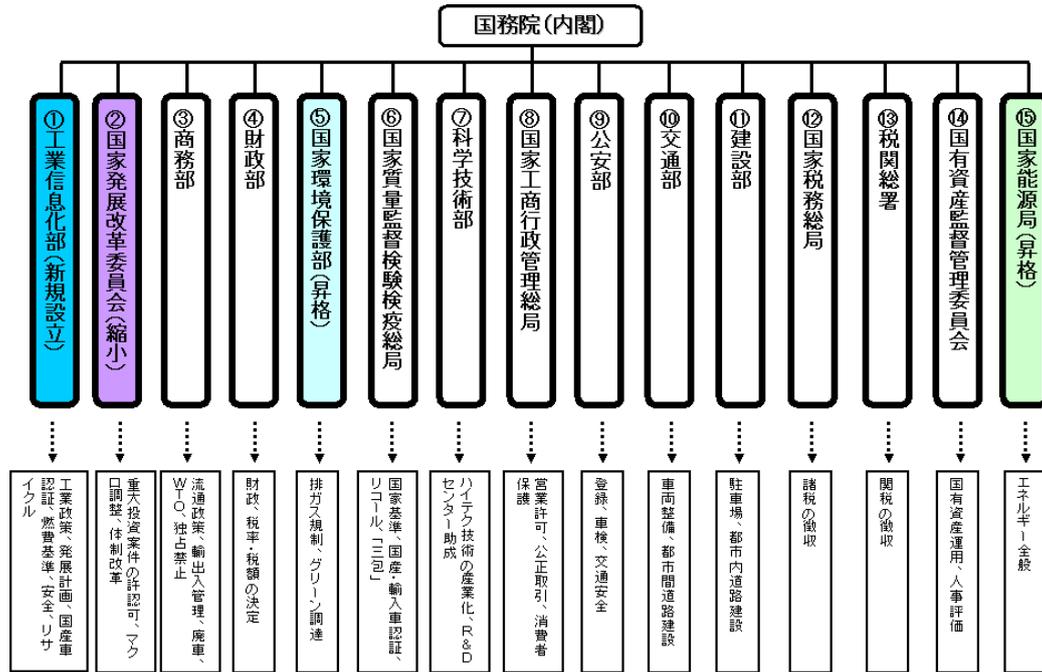
自動車産業については、基本政策となる『自動車産業発展政策』をはじめとして『自動車産業第11次五カ年計画』、『2020年に見据えた中長期政策研究』等のマクロ政策の立案や中長期研究、新規投資・追加投資等の投資案件許認可の他、国産車認証、リサイクル政策、新エネルギー車生産参加政策等を担当していた。

2008年3月の全国人民代表大会（全人代）で、政府機構改革の実施が決定され、現在進行中であるが、その過程で工業全体の運営を管理する工業信息化部といった新組織が発足した。同組織には、自動車を含む産業全般の管理において、従来の国家発展改革委員会の権限が一部委譲された。

更に、国家環境保護総局が国家環境保護部に、国家発展改革委員会能源局が国家能源局に昇格し、自動車を含む工業分野の省エネルギー・環境対策も強化されつつある。

こうした一連の機構改革を経て、新たな政策策定部門が明確になりつつある。自動車に係わる政策策定部門の役割・権限等は以下のように整理できる(図表2-1)。

図表 2-1 自動車に関わる中国政府部門の役割



(出所) 各種資料・現地ヒアリングにより現代文化研究所作成。

(1) 工業信息化部(新規設立)

「ミクロ的な業界管理業務」を担当する部門として、国家発展改革委員会の一部の権限を引き受ける。自動車分野において、工業政策、発展計画、国産車認証、燃費基準、安全規制、リサイクル政策等といった大半の権限を引き受け、最重要工業管理部門に形成しようとしている。

工業信息化部の主な人事は以上の通り(図表 2-2)。

図表 2-2 工業信息化部の主要人事

役職	氏名	(備考)
部長	李毅中	国家安全生产總局局長より転入
副部長	苗圩	武漢市党書記より転入 ・ 国家機械工業局自動車担当副局長や東風汽車党書記等を歴任。同部で自動車を担当
	欧新黔	国家発展改革委員会副主任より転入 ・ 同部で産業政策を担当
装備工業司	張相木・司長	国防科学技術工業委員会船舶行業管理弁公室より転入
産業政策司	辛国斌・司長	国家発展改革委員会産業政策司より転入

(出所) 各種資料・現地ヒアリングにより現代文化研究所作成。

(2) 国家発展改革委員会(権限縮小)

上記の工業信息化部に一部権限が移行したものの「マクロ調整に精力を集中する」部門として、依然として重大投資案件の許認可、マクロ調整、体制改革等の役割があることから、引き続き自動車業界の管理に深く関わることになる。

国家発展改革委員会から工業信息化部の権力委譲の進行及びその結果による自動車業界、特に自動車産業政策そのものに対してどのような影響ができるかについては要注目である。

国家発展改革委員会の主な人事は以上の通り(図表 2-3)。

図表 2-3 国家発展改革委員会の主要人事

役職		氏名	(備考)
主任	退任	馬凱	国家行政学院院長に転出
	新任	張平	国務院副秘書長から転入
産業協調司 (元 工業司)	退任	劉鉄男・司長	同委副主任に昇格
	新任	陳斌・司長	副司長より昇格
		陳建国・助理巡視員	車船処長より副司長級に昇格
		李鋼・処長	車船処副処長より昇格

(出所) 各種資料・現地ヒアリングにより現代文化研究所作成。

直近では、国家発展改革委員会主導で作成された自動車需要喚起策、「自動車産業調整振興計画」の主要原則(期限付きで排気量 1.6L 以下の乗用車の車両購置税率を半減する等)が、2009 年 1 月 14 日に国務院で可決されている。このことから、中国自動車産業における国家発展改革委員会の存在は、依然として大きいといえるだろう。

(3) 商務部

商務部は国内外の自動車流通管理を担当する部署である。流通関連の政策では、『自動車貿易政策』、『自動車ブランド販売管理実施弁法』、『中古車流通管理弁法』、『自動車廃車回収管理条例』(策定中)等、流通関連政策、輸出入管理、WTO 関連、独占禁止法の他、外資系メーカーに係わる合弁契約審査等も担当している。

商務部の主な人事は以下の通り(図表 2-4)。

図表 2-4 商務部の主要人事

役職		氏名	(備考)
副部長	退任	魏建国	定年退職
		廖曉洪	定年退職
	新任	蔣耀平	旧・情報産業部（情報産業省） 副部長からの異動
		陳建	部長助理からの昇格
		傅自応	部長助理からの昇格
部長助理	退任	黄海	定年退職
	新任	魯建華	弁公庁・主任からの昇格
		房愛卿	市場運行司・司長からの昇格
		仇鴻	国務院弁公庁（呉儀・前副総理秘書）からの異動

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

(4) 財政部

財政部は国家財政を担当する部署である。自動車産業については、消費税改革、購置税¹改革（検討中）、燃料税導入（策定中）、移転価格税制等を担当している。

(5) 国家環境保護部(昇格)

環境保護を担当する部署の国家環境保護総局は、自動車についての排ガス規制（一部公表済）、『自動車排ガス汚染監督管理条例』（検討中）等を担当している。

なお、排ガス規制はユーロⅢ、Ⅳ排ガス基準に相当する基準をすでに公布済みであり、ユーロⅤ排ガス基準に相当する基準を現在策定中である。

(6) 国家質量監督検査検疫総局

国家基準、輸出入検査検疫等を担当する部署である。自動車産業については、国産車・輸入車認証、リコール、技術法規、『三包政策』（策定中）等を担当する。

(7) 科学技術部

科学技術の振興を担当する部署である。自動車産業については、電気自動車（EV）、燃料電池車（FCEV）、ハイブリッド車（HV）等のハイテク技術の助成及び産業化の奨励、R&Dセンターの設立支援等を担当する。

¹ 付加価値税。

(8) 国家工商行政管理総局

公正取引管理を担当する部署である。自動車産業については、合弁企業、販売店等の営業許可発行、消費者保護等を担当している。

(9) 公安部

安全を担当する警察部門である。自動車産業については、登録、車検、交通安全等を担当している。

(10) 交通部

交通関連を担当する専門部署である。自動車産業については、車両整備管理、都市間道路建設、養路费¹徴収等を担当している。

(11) 建設部

都市建設を担当する部署である。自動車産業については、駐車場管理、都市内道路建設等を担当している。

(12) 国家税務総局

税金徴収を担当する部署であるが、税目の設定と税率の調整に権限を持っているのは前述の財政部である。自動車産業については、諸税の徴収等を担当している。

(13) 税関総署

関税徴収を担当する部署である。自動車産業については、完成車・部品関税の徴収等を担当している。

(14) 国有資産監督管理委員会

国有企業の資産運用、人事考課を担当する部署である。現在、国務院国有資産監督管理委員会が直接管轄している中央国有企業は 147 社に上り、その内第一汽車、東風

¹ 道路建設及び維持費。

汽車、中国航空工業第二集团公司¹及び中国兵器工業集团公司²等の自動車大手企業が属す。なお、上海汽車をはじめとして、広州汽車、北京汽車等の地方レベルの国有企業は、所在地の国有資産監督管理委員会に管轄される。

(15) 国家能源局(昇格)

前述のように、エネルギー政策全般を担当する部署である。

今回の国務院機構改革による中国自動車産業への影響については、業界内では「自動車業界を管理する部門がまた増えるのではないか」といった懸念の声が多く聞かれる。

<p>中国汽車工業協会 (CAAM) の杜芳慈・専務副秘書長</p> <p>自動車産業を管理・監督する政府部門が、『純増』となることが懸念される。『国務院機構改革案』の精神に基づくのであれば、自動車産業は工業信息化部の管轄下に置くべきである。従って、自動車産業政策の制定・改正や投資プロジェクトの認可といった機能を国家発展改革委員会に残すべきではない。</p>
<p>奇瑞汽車の金弋波・総経理助理</p> <p>自動車業界を管理する部門がまた増えるのではないか。クライスラーとの合弁プロジェクトの審査・認可機関が国家発展改革委員会になるのか、あるいは工業信息化部になるのか、まだ正式な通達を受けていない。</p>
<p>中信証券の李春波・アナリスト</p> <p>国家発展改革委員会が投資認可権を簡単に放棄することはあり得ない。また、プロジェクトに対する一貫した管理という観点からも、投資認可権だけは国家発展改革委員会に残される可能性がある。</p>
<p>業界アナリストの鐘師氏</p> <p>日米のやり方を参考とし、自動車の安全性能（衝突安全試験等）に関する管理は、交通運輸部の機能に組み込むべきである。</p>

(出所) 各種資料・現地ヒアリングにより現代文化研究所作成

¹ 傘下に哈飛汽車、昌河汽車を持つ。

² 傘下に長安汽車を持つ。

2. 中国自動車管理に係わるマクロ政策

(1) 『自動車産業発展政策』

国家発展改革委員会は、WTO 加盟時の承諾事項に対する履行及び規制緩和に伴う国内産業への保護を念頭にして、『自動車工業産業政策』(1994 年)を修正する形で、『自動車産業発展政策』(2004 年)を公表した。

『自動車産業発展政策』は自動車管理に関わる 2010 年までの政策目標、発展計画、技術政策、構造調整、参入規制、商標・ブランド、製品開発、部品と関連産業、販売網、投資管理、輸入管理、自動車消費等を定めており、現存自動車産業政策の中でも、基本かつ最重要政策とされる。

『自動車産業発展政策』の施行のため、生産及び流通分野で、一連の政策が検討・公表されている。これらの政策は、『自動車産業発展政策』の実施細則或いは付随政策と位置づけられる。

但し、この政策の担当部署で絶大な権力を持つ国家発展改革委員会に対し、国内外の流通管理を担当する商務部は、自身の権益を主張するために、『自動車産業発展政策』公表の直後に『自動車貿易政策』という政策を公表し、流通分野の基本政策とした。

『自動車貿易政策』は、自動車流通に関わる原則、政策目標、新車販売、中古車販売、自動車備品、自動車の廃棄と廃車回収、自動車輸出入等を定めているが、内容的に『自動車産業発展政策』の関連条文と殆ど重複している。

直近の動向としては、工業信息化部産業政策司が 2009 年 2 月 11 日～3 月 10 日の期間限定で、『自動車工業産業政策』の実施及び改善のためという目的で、一般向けに意見募集を開始した。『自動車工業産業政策』はすぐ修正されると思えないが、国家発展改革委員会から関連業務を引き受けた工業信息化部が、自動車管理のマクロ政策を、情勢の変遷に合わせて何とかしたいことを表す象徴であろう。この動向を注意深く見守る必要がある。

(2) 『自動車産業の構造調整に関する意見の通達』

2006 年 3 月、国務院は『生産能力過剰産業構造調整推進の加速に関する通達』を公表し、「鉄鋼、セメント、アルミ、自動車」といった 4 大産業を「生産能力過剰」と指定し、構造調整を行わなければならないことになった。ちなみに、自動車産業が

「生産能力過剰」産業と指定されたのは、これが初めてである。

国务院の指示を受け、国家発展改革委員会が同年 12 月に『自動車産業の構造調整に関する意見の通達』公表した。この通達は国内企業に対して、新規の自動車完成車生産企業を設立、或いは既存企業で新製品を追加する場合、「自主ブランド」・「自主開発製品」を条件とした。また、内外企業に対して、所在地以外の地域に分工場を設立する場合、認可された生産能力の 80%以上に当たる生産販売台数の達成を必須条件とした。

『自動車産業の構造調整に関する意見の通達』は、現存の中国自動車産業政策の中でも、極めて重要な総合的政策と考えられる。この政策で導入されている幾つかの制度や仕組みは、事実上、『自動車産業発展政策』の関連条文を拡充、或いは具体化させたこととなり、中国の自動車産業、特に外資系自動車メーカーを含む自動車各社の経営戦略に大きな影響を与えている。

(3) 『中国自動車産業「第 11 次五カ年計画」発展計画』

『中国自動車産業「第 11 次五カ年計画」発展計画』は、『自動車産業発展政策』の展開と位置付けられる。この政策は様々な原因により、正式公表に至っていないが、2007 年 3 月から、業界内で実施されているようである。

中国の『五カ年計画』は、強制力のない指導型の政策との見方が一般的になっている。しかし、自動車産業の場合は事情が異なる。その理由は、策定部署にある。

『中国自動車産業「第 11 次五カ年計画」発展計画』は、『自動車産業発展政策』と同様に、強力な国家発展改革委員会がその立案を担当していた。国家発展改革委員会が『自動車産業発展政策』に基づき、『中国自動車産業「第 11 次五カ年計画」発展計画』を策定したとされる。そのため、『中国自動車産業「第 11 次五カ年計画」発展計画』での文言や表現は、単なる呼び掛けではなく、『自動車産業発展政策』と結び付き、従わなければ国家発展改革委員会の立場がなくなってしまうことになると考えられる。

(4) 『自動車産業調整振興計画』

2008 年第 4 四半期から、中国政府は金融危機対応、特に市場需要喚起のため、自動車、鉄鋼等の 10 の産業に、「産業調整振興計画」を作成し、順次公表することを予定していた。

「自動車産業調整振興計画」は「鉄鋼産業調整振興計画」と同様に最も重要視されている。そのため、国家発展改革委員会が主導で作成した同計画の基本原則が早くも

2009年1月14日に開催された国務院常務会議で採択された(図表2-5)。

図表2-5 「自動車産業調整振興計画」の基本原則(概要)

(2009年1月14日に公表、実施)

①自動車消費市場の育成	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2009年1月20日から12月31日までの期間、排気量1.6L以下の乗用車の車両購置税率を通常の10%から5%に半減する。 ・ 2009年3月1日から12月31日までの期間、農用車(オート三輪、低速トラック)を廃棄し、小型トラックまたは排気量1.3L未満の微型バスを購入した農村住民に対して補助金を給付する(総額50億元)。 ・ 老朽化した自動車の廃棄・買い替えに対する補助金を増額する。 ・ 自動車の購入を制限する不合理な規定を一掃する。
②自動車産業再編の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大型自動車企業集団によるM&Aを支援する。 ・ 自動車部品業界の中核企業が規模拡大のために行うM&Aを支援する。
③企業の自主革新と技術改造に対する支援	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業の技術革新・改造、新エネルギー車・部品の開発を重点的に支援すべく、中央政府は今後3年間で100億元の専用資金を用意する。
④新エネルギー車戦略の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・ 電気自動車とその基幹部品の産業化を推進する。 ・ 大・中都市における省エネルギー車・新エネルギー車のモデル運行を支援するための財政資金を確保する。
⑤その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自動車メーカーによる自主ブランドの発展を支援する。 ・ 完成車・部品の輸出基地建設を加速する。 ・ 現代的な自動車関連サービス業を発展させる。 ・ オートローン制度を整備する。

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

同計画については、業界専門家が様々な角度から評価し、歓迎の意を示した。

国家信息中心情報資源開発部の徐長明主任は、「減税により自動車の消費を促進する初の試みであり、実質的な効果より象徴的な意味合いの方が大きい」と発言した。

中国汽車工業協会(CAAM)市場貿易委員会の張伯順秘書長は、「減税幅は決して大きくはないが、『小排気量車を優遇する』という中央政府のスタンスが改めて明確にされた点に意義がある」強調した。

業界アナリストの張志勇氏は、「ビッグ3の救済を目的とする米国のケースとは異なり、消費者の購買意欲を刺激することが主目的となっている。従って、財政収支への影響を考慮した上で減税幅を決めたのだろう」と分析した。

一方、『汽車与配件』の羅錦陵編集長は、「『市場救済』を目的とするのであれば、

排気量 1.6L 超の乗用車の車両購置税率もいくらか低減すべきである」と注文を付けた。

今回の政策実施による減税規模の「総額」は以下のように推計することができる。

車両購置税（自動車取得税に相当）の課税価格は、成約価格（領収書に記載された車両本体価格）から増値税分（17%。付加価値税に相当）を除いた金額となる。つまり、成約価格が 10 万元の場合、従来の車両購置税額は 8,547 元（10 万元÷1.17×0.1）であった。これが半減されるということは、消費者の税負担が 4,273.5 元軽減されることを意味している。

前出の業界アナリストの張志勇氏は、排気量 1.0L 以下の乗用車の平均成約価格が 5 万元、同 1.0L 超 1.6L 以下の平均成約価格が 11 万元と仮定した上で、下表のようなシミュレーションをしている（図表 2-6）。

図表 2-6 減税規模の「総額」に関する試算

	市場規模*	台当たり 減税額	総減税額	総計
1.0L 以下	34 万 5,748 台	2,136 元	7 億 3,852 万元	186 億 5,947 万元
1.0L 超 1.6L 以下	381 万 2,157 台	4,701 元	179 億 2,095 万 元	

*中国汽車工業協会（CAAM）発表の 2008 年国産轎車販売台数を 0.747 で割った数字（国産乗用車販売台数に占める轎車の割合が 74.7%であったため）。

（出所）各種資料により現代文化研究所作成

今回の政策実施は、微型バス¹に訪れたチャンスとの意見もあった。

前記の「自動車産業調整振興計画」では、「農用車を廃棄し、小型トラックまたは排気量 1.3L 未満の微型バスを購入した農村住民に対して補助金を給付する」という点にも言及されている。

中国では、微型バスは乗用車にカテゴライズされている。そのため、農用車を廃棄して微型バスを購入した農村住民は、購置税の減額と補助金の受給という二重の優遇を受けることができる。

これまでも、2005 年 12 月 25 日に公布された「省エネルギー・環境保護型小排気量車の発展奨励に関する意見」を皮切りに、微型バスにとって追い風となる施策が相次いで打ち出されてきた。2008 年に関しては、9 月 1 日から排気量 1.0L の乗用車の消費税率が 1%に引き下げられたほか、2008 年 10 月 12 日に閉幕した中国共産党第 17 期中央委員会第 3 回総会（第 17 期三中全会）で採択された「農村改革・発展促進の若干の重要な問題に関する党中央の決定」では、「（微型バスのメインユーザーとなる）農村住民の所得水準を向上させる」との方針が掲げられた。

¹ 1L 以下のバン・タイプ。

その結果、2008年の微型バスの販売台数は前年比7.67%増の106万3,600台にまで増加した。

その流れの中で、微型バスという製品自体も進化を遂げつつある。例えば、上汽GM五菱の「五菱・栄光」は、2,700mmという長いホイールベースを採用したことで注目を集めている。また、長安汽車の「長安之星 S460」も、2,605mmという長めのホイールベースを持つ微型バスとして知られている。

一方、上汽GM五菱の「五菱・鴻途」のように、「乗用車のような室内空間」をコンセプトにしたモデルも発売されている。また海馬汽車も、鄭州工場で生産準備を進めている「福仕達」で「乗用車ライクな微型バス」という新たな提案を打ち出そうとしている。

中国の微型バス市場は、「3万元程度の廉価モデルが主流」という状況がまだしばらく続くものと思われる。しかし、2007年の販売台数が1万5,000台にも満たなかった「五菱・鴻途」¹が、2008年1～7月の段階で5万1,000台を販売したことから、高付加価値の微型バスに対する需要が着実に増加していることがうかがえる。中央政府が打ち出した一連の政策は、この動きを加速するのではないかと思われる。

なお、今回採択されたのは「自動車産業調整振興計画」の基本原則であり、関連細則はこれから順次公布されることになる見込み。

財政部と国家税務総局が2009年1月16日に公布した『排気量1.6L以下の乗用車の車両購置税を減額する件に関する通達』は、その第1弾に当たる。同通達には、「領収書の発行日が2009年1月20日から12月31日の車両を優遇対象とする」ことなどが記載されている。

今後、農用車および老朽化した自動車の廃棄・買い替えに対する補助金の給付規定や、新エネルギー車に対する条件付きの優遇措置などが公布されるものと思われる。

また、地方の需要喚起及び地方保護主義の保守等で、地元の自主ブランド車の生産を促進(上海市、広州市等)、新エネ車の実験奨励(武漢市等)、地元生産車の農民購入支援(吉林等)で、地方政府による補助金の給付もしばしば現れることとなっている。

例えば、2009年1月21日付『経済参考報』の記事によると、吉林省農業委員会の蔵忠生主任は2009年1月16日、内需拡大策の一環として、第一汽車が吉林省内で生産する車両重量5トン以下のトラックと微型バスを購入する農村住民に対し、総額1億元の補助金を給付することを明らかにした。補助金の給付対象と金額は、吉林省内で農・牧畜・漁業に従事する個人(農場で働く労働者を含む)と農業生産合作社が購入金額の20%、省・市政府の認可を受けた農業産業化モデル企業が同15%で、いずれも最高3万元/台となっている。また、補助金は「農業機械購入補助金予算」から拠出されることになる。吉林省農業委員会は「今回の措置により、1万台程度の需要を

¹ メーカー希望価格は4万5,800～6万800元と高めの設定。

創出することが可能」と見込んでいるという。

(5) その他動向

1) 政府関係者等の公開発言から推察できる自動車マクロ政策の方向性

①温家宝総理から中国自動車産業へのメッセージ

温家宝総理は中国地場自動車メーカーの発展に高い関心を示している。

『新華網』2008年12月24日付記事によると、温総理は2008年12月21日、重慶市にある長安汽車と力帆汽車の工場を視察した。温総理は、午前中に訪れた長安汽車の工場で概要説明を聞いた後、開口一番「最大の関心事項は、今回の金融危機で中国自動車産業がどのような困難に直面しているのかである」との質問を投げかけた。

これに対し、長安汽車の徐留平総裁は、次のように説明した。「国産車の販売台数は、11月に前年割れする状況に陥った。この状況は、2009年第1四半期まで続く見通しである。中国自動車産業は現在、かつてない困難に直面している。自動車メーカーとしては、自主革新の努力を続けることで、この困難に勇敢に立ち向かっていかなければならない。ただしそれと同時に、農村への微型車の普及や新エネルギー車の開発といった分野において、中央政府からの支援も必要としている」。

上記説明・要望を受けた温総理の回答は、次の通りである。「あなたの提案には、『農村市場の拡大』、『小排気量・省エネルギー型乗用車の普及』、『自主革新の強化と新製品・新品種の開発』という3点が盛り込まれている。私はそこに、『再編による規模の拡大と改革の加速』という点を付け加えたいと思う」。

温総理はまた、集まった長安汽車の従業員に対し、次のようなメッセージを送った。「中央政府は、裾野が広い自動車産業を重要産業として位置付け、これからも強力に支援していかなければならないと考えている。現在、中国自動車産業は一時的な困難に直面している。しかし長期的にみれば、その前途には明るい展望が期待できる。なぜなら、中国自動車市場には大きな潜在需要が秘められているからである。私たちが今やるべきことは、背筋を伸ばしてピンチをチャンスに変えるよう努力することである。企業は、雇用の安定を最優先すべきであり、安易な人員削減を行ってはならない。そのためにも経営者は、『自分が責任を負う』という気概を持ち、従業員と一致団結して自主革新、品質向上、コスト削減に取り組んでいかなければならない」。

②中国自動車産業の持続的発展を舵取りする政府関係者の発言

「2008年中国自動車産業発展国際フォーラム」での主要自動車担当者の発言は興味深いものであった。

『北京参考』2008年11月14日付記事によると、中国汽车技術研究中心(CATARC)、

中国自動車工程学会（SAE 中国）、中国自動車工業協会（CAAM）、中国国際貿易促進委員会（CCPIT）自動車行業分会、天津経済技術開発区（TEDA）管理委員会及び『中国自動車報』は11月8～9日の2日間、天津市にて「2008年中国自動車産業発展国際フォーラム」を共同開催した。2005年に「中国自動車産業の持続的発展」を恒久テーマとして始まった同フォーラムは、今年で4年目を迎えることとなった。

世界的な金融危機の影響が顕在化し始めた中での開催となった今回、議論の焦点は「いかにしてこの難局を乗り越え、『自動車産業強国』への第一歩を踏み出すか」に当てられた。

出席者の主な発言内容は以下の通り。

科学技術部 万鋼部長

世界の自動車産業は、2010年前後にハイブリッド車を中心とする「省エネルギー車、新エネルギー車」の時代を迎える。

「省エネルギー車、新エネルギー車」関連技術における中国と先進国の差は、ここ10年間で大幅に縮小してきた。しかし、実用化に向けた足取りはまだ弱い。先進国ほど自動車産業の基盤が強固ではない中国は、今から交通エネルギー戦略の転換を推し進めなければ世界の先頭に立つことはできない。

具体的には、「省エネルギー車、新エネルギー車」関連技術の開発費に対する財政支援やモデル運行プロジェクトの拡大などに取り組んでいく計画である。また、ノウハウと成果の共有化を図るべく、「省エネルギー車、新エネルギー車技術産業連盟」の結成準備を進めている。

中央政府は、「第12次5カ年計画」（2011～2015年）においても「省エネルギー車、新エネルギー車」の開発と実用化を支援していく考えである。

国家発展改革委員会産業協調司 陳建国助理巡視員（副司長級）

国家発展改革委員会は、2008年11月7日、国内主要自動車メーカーの代表者を集め、「現在の難局をどう乗り越えるか」をテーマに意見交換を実施した。

直近の重点実施事項は、対策案の洗い出しとその効果の定量的評価を行うことである。産業界からは、自動車（特に新エネルギー車）の購入者に対する補助金の給付を求める声も出ている。ただし、「小規模メーカーの乱立」という構造的な問題を解決しなければ、いくら小手先の政策を施したところで中国自動車産業の持続的発展にはつながらない。また、自動車メーカー自身も製品構造の調整を進めなければならない。

最近、「自動車メーカーによる在庫の押し付けが経営を圧迫している」と中央政府に訴える販売店が増えている。自動車メーカー（特に大手メーカー）は、このような困難な時期だからこそ販売店の生存を最優先に考えなければならない。

2009 年についても、引き続き厳しい市場環境が予想される。しかし、「中国自動車市場には大きな潜在需要がある」という事実が変わりはない。これからも、年率 5～10%程度の成長率を維持することは十分に可能である。従って、あまり悲観的になる必要はない。

財政部関税司 王偉司長

世界貿易機関（WTO）のドーハ・ラウンドでは、完成車（CBU）と自動車部品を含む工業製品の関税率引き下げに関する交渉が進められている。

仮にスイスフォーミュラを採用することになった場合、中国は CBU の関税率を現在の 25%から 11.1%にまで削減しなければならない。また、柔軟性を認めたウルグアイ・ラウンド（UR）方式を用いた場合でも、CBU の関税率は 18.1%にまで引き下げられることになる。その結果、海外から大量の輸入車が流れ込む可能性がある。

これは、他の WTO 加盟国にも適用されるため、海外進出を目指す中国民族系メーカーにとっては輸出コストを下げるチャンスともいえる。ただし、先進諸国の間に、中国製自動車に対して非関税障壁を設ける動きが出ていることに注意しなければならない。

ドーハ・ラウンドが 2008 年中に合意に至る可能性は極めて低い。しかし、中国自動車産業に与える影響は大きく、今後の動向に注視していく必要がある。

中国が WTO に加盟して以来、先進諸国からの市場開放圧力が高まってきている。最近では、完成車合弁会社に対する外資出資規制の撤廃を求める声も上がっている。

国家統計局 姚景源総経済師

国務院常務会議は 11 月 5 日、2010 年までの 2 年間で 4 兆元の公共投資を行うという内需拡大策を採択した。その中で、裾野の広い自動車産業は、中国の内需拡大をリードする役割を果たすことになるだろう。

この記事の報道、特に実力者となる陳建国副司長の発言については、ある業界関係者は以下のようなメッセージが読み取れると解釈した。

- a. 「省エネルギー車、新エネルギー車」関連技術の実用化について
 - ・ 政府が後押しする。ただし、「省エネ・新エネ車」の普及のためのインセンティブ（例えば、ユーザーへの補助等）は、当面は導入しない。その背景には、中国民族系メーカーの技術が未熟であるため、現在インセンティブを導入しても、有利なのは結局のところ技術力の高い外資系メーカーだけになる、という考えがある。
- b. 外資への主要規制について
 - ・ 外資系メーカーの無制限な進出を抑制するため、完成車合弁企業における外資の出資比率規制（上限 50%）を維持し、CBU 輸入関税（現 25%）の更なる引き下げに警戒す

る。

c. 中国自動車市場の将来性について

- ・ 米国発の金融危機による市場へのマイナスな影響を認めるものの、中国市場の伸び率を、GDP 成長率とほぼ同じ 5~10%に維持するものと予測する。さらに、政府の内需拡大策が自動車産業の発展に拍車をかけることになるなど、総じて楽観的に考えている。

(出所) 現地ヒアリングにより現代文化研究所作成

③中国地場自動車メーカーのトップが「两会」に集結

多くの中国地場自動車メーカーのトップが、2008年3月3日に北京市で開催した「两会」（全国人民代表大会、全国政治協商会議）に代表として出席して、中央政府が掲げる「省エネルギー・環境汚染物質排出低減」という基本方針に基づき、小排気量車（特に自主ブランド車）に関する各種提言を発表し、話題を呼んだ。

以下は2008年3月7日付『上海証券報』の報道。

長安汽車 尹家緒総経理（全国人民代表大会・代表）

「省エネルギー・環境汚染物質排出低減」を実現するためには、国民の節約意識を高めることが不可欠である。その観点から、小排気量車・新エネルギー車（特に自主ブランド車）に対する優遇措置（車両購置税や車船使用税の減免、補助金の給付等）と燃料税を早急に導入すべきである。特に、「燃料の消費量に応じた税負担」を原則とする燃料税の導入により、自動車の購入を考えている消費者の40%以上が小排気量車を選択するようになる。燃料税の効果は、日欧米といった先進国でもすでに実証されている。

吉利汽車 李書福董事長（全国政治協商会議・委員）

燃料税は、小排気量車の販売低迷を打破するための重要な施策である。市場のニーズが拡大すれば、小排気量車の開発に対する企業の積極性も高まることとなる。

長城汽車 王鳳英総裁（全国人民代表大会・代表）

中国における自動車1台当たりの燃料消費量は、平均2.28トン/年といわれている。これは、米国より10-20%、日本より約2倍高い水準である。従って、中国自動車産業は今後、エネルギー不足という問題に正面から向き合っていかなければならない。しかし、中国汽车工業協会（CAAM）が発表した2007年の販売統計によると、国産轎車（乗用車からSUV、MPV、クロスオーバーを除いたカテゴリー）全体の販売台数が前年比23.46%増の472万6,600台と大幅な伸びを見せたにもかかわらず、1.3L未満の小排気量車は同7.8%減の73万200台（うち、1.0L未満は同30.90%減の25万1,700台）と前年割れする結果に終わっている。以上より、「省エネルギー・環境汚染物質

排出低減」を実現するためには、高品質の小排気量車を優先的に発展させる政策が必要だと考えられる。

東風汽車 徐平総経理（全国人民代表大会・代表）

中国における新エネルギー車の開発が思い通りに進んでいない最大の原因は、中央政府が重点発展対象を明確にしていないことにある。中国の実状を客観的に分析すると、2012年までの5年間は、ある程度の基礎技術が確立されているハイブリッド車と天然ガス車を優先的に発展させるべきである。そのためには、投資、税制、融資、管理、消費といった各方面での優遇政策が最も重要であることはいうまでもない。

④中国自動車業界の元老から温家宝総理への提言

中国自動車業界の元老といわれる金履忠氏、李剛氏（共に元自動車政府関係者）及び郭孔輝氏（吉林工業大学教授、中国工程院院士）の3人が、2008年7月5日に温家宝総理に「解放思想で時代をリードする自主革新モデル」という報告書を提出し、比亞迪汽車（BYD AUTO）への政府支援を提案した。このような行動は殆ど前例がないという。

以下は2008年9月9日付の『汽車商業評論』で掲載された当該報告書の要約である。

◆比亞迪汽車（BYD AUTO）の実績

比亞迪汽車（以下、BYD AUTO）は、1995年に2次電池メーカーとして創業した。創業当時は登録資本金250万元、従業員数20人余りという小規模メーカーであったが、2003年には世界で第2位のシェアを持つ2次電池メーカーへと成長を遂げた。特に、携帯電話用のリチウムイオン電池に関しては、世界で約30%のシェアを占めている。

自動車業界への進出は、陝西秦川汽車有限公司を買収した2003年に始まった。その後、「F3」、「F3-R」、「F6」といった新型車の投入に成功し、2008年の年間販売台数は20万台に達する見通しである。

このような背景を持つBYD AUTOは、ハイブリッド車や電気自動車の開発を推進するために必要な基盤を備えている。例えば、プラグインハイブリッド車の「F3DM」は、正極材料にリン酸鉄を用いたリチウムイオン電池（単体容量60Ah）を採用することで、「熱暴走を起こしやすい」というリチウムイオン電池の欠点を克服した。また、充電1回当たりのモーターのみでの航続走行距離が110kmにまで達しているほか、100km走行当たりの電気代が約9元という経済性にも注目すべきである。同クラスのガソリン車の燃費を7L/100kmと仮定した場合、現在のガソリン価格で計算しても「7L×6元=42元」で、約1/5の負担で済むことになる。さらに、深夜電力を利用した充電が可能のため、日中と夜間の電力負荷を平準化することにもつながる。

BYD AUTOの「F3DM」は、充電した電気で作動するモーターを主動力とし、エンジンを補助的な動力源として使用している。これは、モーターでエンジンを補助する従来のハイブリッド車に比べ、より省エネルギーで環境にやさしい新エネルギー車といえる。順調であれば、2008年末までには市販化される予定と聞いている。一方、トヨタやGMもプラグインハイブリッド車の実用化に向けた取り組みを進めているが、充電1回当

たりのモーターのみでの航続走行距離は、まだ 100km にも達しない状況である。

BYD AUTO の成功は、王伝福総裁の手腕によるところが大きい。化学専攻の同氏にとって、自動車はまったく未知の領域であった。しかし、自動車の構造や生産に関する書籍を大量に購入して日夜研究を重ねた結果、自動車に対する理解を徐々に深めていった。「自動車は単なる鉄の塊」、「外国人にできることであれば、われわれ中国人はもっとうまくできる」という言葉が、「外国に媚びることなく、積極果敢にチャレンジする」という同氏の姿勢をよく表している。

BYD AUTO の優れている点は、他社のように外国の技術を購入することから着手するのではなく、最初から世界のトップレベルを目指して自主開発に取り組んでいることにある。具体的には、世界の人気モデルを購入し、それを分解することで構造や部品の分析を徹底的に行った。そして、特許登録のないものはそのまま模倣し、特許登録のあるものは若干の改良を加えた上で使用した。そうすることで、経験不足という不利な条件を克服してきた。また、それを陰で支えているのが、100 人余りのスタッフから構成される「特許管理部門」である。同部門では、全世界における特許出願・登録状況を常にウォッチしており、どのような行為が特許の侵害に当たるのかを的確に判断している。

また、部品の内製率が 70% に達していることも、BYD AUTO の強みである。最近、「デザイン・イン」という概念が、世界の自動車メーカーの間で幅広く普及している。ただし BYD AUTO の場合、社内にデザインセンター、金型事業部、内装事業部、シヤシー事業部、カーエレクトロニクス事業部、エンジン事業部、生産事業部といった部門を設け、自分たちで「デザイン・イン」を実現できる体制を取っている。

◆温総理への提言

中国自動車産業の健全な発展を図るべく、次の 4 点を提言したい。

a. BYD AUTO への訪問。

海外の自動車メーカーは、中国の台頭を抑制するために「技術封鎖」という手段を用いている。それに対抗し、中華民族の偉大なる復興を実現するためには、エネルギー問題の解決が不可欠となる。そういった意味で、BYD AUTO の電気自動車実用化に向けた取り組みは、中国の将来にとって非常に重要な意義を持っている。温家宝・総理には、BYD AUTO の取り組みを重視し、一度訪問する機会を作っていただきたいと思う。

b. 中国民族系メーカーの自主開発に対する支援措置の実施。

中国民族系メーカーの自主開発を支援すべく、R&D 投資額に応じた増値税負担の軽減を行うべきである。

c. 中国民族系メーカーが自主開発した新エネルギー車に対する優遇措置の適用。

「F3DM」のメーカー希望価格は、10 万～13 万元程度になる予定である。つまり、ベースモデルである「F3（白金版）」（5 万 9,800～7 万 800 元）との差額は、4 万～5 万元に達する見込みである。BYD AUTO の説明では、60 万 km 走行した段階で燃料費を 18 万元近く節約できるという。ただし、4 万～5 万元という購入時の差額を受け入れられる消費者は、まだ少ないのが実状である。従って、欧米の例を参考とし、新エネルギー車とベースモデルの差額の 50% を政府が補助金として支給すべきである。また、購置税率の引き下げや政府調達での優遇といった措置も検討する必要がある。

d. 新エネルギー車に関する技術規格とインフラの整備。

自動車用大容量 2 次電池や、プラグインハイブリッド車に関する技術規格を制定すべきである。また、駐車場に充電スタンドを設置するなど、インフラ面からの支援も行う必要がある。

2) 中国政府の規制緩和に対する欧州自動車工業会 (ACEA) の期待

2008 年 11 月 7 日付『東方早報』の記事によると、11 月 6～7 日にかけて開かれた「中欧国際工商学院 (CEIBS) 第 6 回中国自動車産業サミットフォーラム」に出席するために上海市を訪れた欧州自動車工業会 (ACEA) のイヴァン・ホダック (Ivan Hodac) 事務局長は、同紙とのインタビューにおいて、次のように語った。

「中国の強制認証 (以下、3C 認証) 制度は、完成車 (CBU) の輸入コスト上昇を招いている。また、完成車合弁会社に対する外資出資規制が、外国メーカーの経営の自由度を制約している。ACEA としては、中国政府が近い将来にこれら規制の緩和に取り組むことを期待している」。

この敏感な話題については、ある業界関係者は以下のようにコメントした。

a. 中国の自動車認証制度について

- ・ この欧州自動車工業会 (ACEA) の指摘に関する報道が事実であるならば、ACEA の中国の自動車認証制度に対する認識には誤りがある。
- ・ 中国は、世界貿易機関 (WTO) に加盟する際に「認証制度の統一」を公約として掲げていた。3C 認証制度は、その方針に沿って 2003 年 8 月 1 日に導入された統一の認証制度である。従って当然のことながら、国産車と輸入車に対して同一基準で認証を行っているため、輸入車に対して特別に制限を設けることはない。
- ・ 問題となるのは、輸入車ではなく国産車に対する認証である。国産車の認証には、国家質量監督検閲検疫総局が担当する「3C 認証」と、国家発展改革委員会が担当する「公告管理」の 2 種類がある。従って同一の国産車は 2 度の認証を受ける必要が生じ、メーカーにとっての負担は大きい。

b. 完成車合弁企業における外資の出資比率について

- ・ 現行の中国自動車産業政策では、完成車製造に関する外資系自動車メーカーの進出は、中国側パートナーとの合弁企業設立しか認めていない。その上、合弁企業における外資の出資比率について、50%以下という規制を設けている (但し、輸出開発区内にある輸出専用企業は上記規定適用外となる)。
- ・ 外資系自動車メーカーには、経営の主導権を掌握したいという思惑があり、ここ数年規制の緩和を要求している。今回の ACEA による指摘もその一環と思われる。
- ・ しかし、外資と比べて資金・技術等のあらゆる面で劣る中国企業にとって、外資への出資比率規制は、合弁企業で発言権を保つための最後の砦である。また、外資による絶対的な支配を抑制したいと考える政府にとっても、このような手段は有効かつ不可欠である。従って、中国民族系メーカーが外国メーカーと対等に戦える力を身に付けるまでは、完成車合弁企業に対する外資出資規制を緩和すべきではないと考える。

(出所) 現地ヒアリングにより現代文化研究所作成

3. 中国自動車生産に係わる政策動向

(1) 『実車特徴を構成する自動車部品の輸入管理弁法』の行方

世界貿易機関（WTO）上級委員会は2008年12月15日、中国の部品関税政策である「実車特徴を構成する自動車部品の輸入管理弁法」をめぐる紛争に関し、「同法にある『輸入部品の総額が完成車価格の60%以上に達する場合、完成車（以下、CBU）とみなして関税を課す』との規定は、ローカルコンテンツ要求を禁止する貿易関連投資措置（TRIM）協定に違反している」との報告書を公表した。

これは、紛争処理小委員会（パネル）が2008年3月にまとめた最終報告書の内容を踏襲したものとなっている。上級委員会の裁定は、30日以内に開かれる紛争解決機関（DSB）での採択を経て、正式に効力を発することとなったため、中国の敗訴は確定した。

これに対し、米通商代表部（USTR）のスーザン・シュワブ（Susan Schwab）代表は、次のような声明文を発表した。「中国は、WTO加盟国としての義務を果たすべく、不公正な関税制度を即刻改めるべきである。国際貿易とは、双方向性の取引でなければならない。従って、米中の貿易関係も、両国の利益を尊重した上で初めて成り立つものである。中国が不公正な手段で米国製品の輸入を制限するならば、米国政府はあらゆる手段を用いてそれを阻止する」。

一方、中国の商務部は「裁定内容の一部について、遺憾に感じている」という簡単なコメントをするにとどまっている。商務部が「裁定内容の一部」という表現を使っているのは、上級委員会は「コンプリートノックダウン（CKD）またはセミノックダウン（SKD）生産用に輸入される部品にCBUの関税率を適用することは、WTOルールに違反する行為ではない」との判断を下したためである。

1) 業界の反応

WTOによるこのような裁定結果については、中国自動車業界の反応は以下のように複雑である。

ある業界関係者

- ・ 中国がWTO加盟後に初めて訴えられた今回の訴訟については、中国は「完全に負けた」とは言いがたい。少なくともCKD/SKDへ25%の完成車税率で輸入関税を徴税することが認められている。これは今後、政策的にも有効である。
- ・ この政策の評価については、外資系自動車メーカーの現調促進等の観点から、中国自動車産業への貢献が大きいものである。
- ・ 今後の展開については、この政策に対してある程度の調整は行われるが、完全にあきらめることは考えられない。

業界アナリスト 賈新光氏

- ・ 想定通りの結果であり、消費者への影響はほとんどない。
- ・ 中国の国産車生産台数に占める CKD 車の割合はわずか 1.98%。

中国汽車工業協会 (CAAM) 師建華副秘書長

- ・ 今後、外資系メーカーの間に、輸入部品の採用を拡大する動きが広がる可能性がある。
- ・ この問題への対応検討も視野に入れ、CAAM は 2008 年 8 月、諸外国との通商問題に対する業界の意見を集約・提言する場として「自動車業界国際貿易協調委員会」を立ち上げた。

(出所) 現地ヒアリングにより現代文化研究所作成。

2) 今後の展開

弱小な国内部品産業を保護したい中国政府は果たして、WTO 裁定を受けて現行の部品輸入政策を見直すかどうかについては、見守る必要があると考えられる。

同弁法の草案作成及び実行にあたる部品認定を担当していた中国汽車技術研究中心 (CATARC) は、今後の対応に関する検討に着手したという。その中には、「関税以外の政策手段で輸入部品の大量流入を阻止すべき」という意見があった模様。ただし、「中国民族系部品メーカーの開発力を高めなければ、外国製部品の輸入を制限して時間稼ぎをしたところで本質的な問題の解決にはならない」との指摘もあった。

解決策のヒントの一つは、CAAM が 2008 年 11 月 27 日から四川省で開いた「2008 年中国自動車部品業界年次総会」で発表した活動報告書にあるであろう。

同報告書には、「中国民族系部品メーカーの技術力はまだ『模倣段階』にとどまっている」との現状認識の下、「大学、公的研究機関、完成車メーカー、有力部品メーカーなどが参加する共同プロジェクトを立ち上げ、中央政府からのバックアップを受けながら、基幹ユニットの電子制御技術等に関する研究を重点的に実施する」との提案が盛り込まれている。

今回の WTO での敗訴は、「高付加価値製品を開発する力を身に付けるためには、単純に『鎖国』をするのではなく、産官学の力を結集して関連技術の研究・開発に取り組む必要がある」という教訓を中国自動車部品産業に与えたと全国有力紙である『21 世紀経済報道』が論評した。

3) これまでの経緯

WTO 紛争をめぐるこれまでの経緯は以下の通り。

2005年2月	税関総署、国家発展改革委員会、財政部、商務部が同弁法を公布（同年4月1日に施行）。
2006年3月	米国とEUが「部品の国産化率と関税率をリンクさせることは、WTO協定に違反する」としてWTOに提訴。
4月	カナダが上記と同じ理由でWTOに提訴。
7月	税関総署、国家発展改革委員会、財政部、商務部が「“輸入部品の総額が完成車価格の60%以上に達する場合に完成車と同じ関税率（25%）を適用する”との規定の実施時期を2008年7月1日まで延期する」との通達を公布。
9月	米国、EU、カナダは「中国との2国間協議での解決は困難」としてパネル設置を要請。中国側は拒否。
10月	米国、EU、カナダが2回目のパネル設置要請を提出。WTOはパネルの設置を正式に決定。
2007年8月	中国はこれまでに、WTO本部で300件以上の問題に関する提訴国側との交渉を実施。
2008年2月	パネルが「米国、EU、カナダの主張を認める」との中間報告を当事国に通達。
3月	パネルが中間報告の内容を踏襲した最終報告を当事国に通達。
7月	WTOがパネル最終報告を全加盟国に配布。
9月	中国は「WTO上級委員会に上訴を申し立てる」と声明文を発表。

（出所）各種資料により現代文化研究所作成。

なお、2008年2月13日、WTO紛争処理小委員会（パネル）は「輸入自動車部品を差別する中国の“実車特徴を構成する自動車部品の輸入管理弁法”（以下、“輸入管理弁法”）は、ローカルコンテンツ要求を禁止する貿易関連投資措置（TRIM）協定に違反する行為」だとして、米国、EU、カナダの主張を認める旨の中間報告を当事国に通知した。

この中間報告に対する各界の反応は以下の通り。

外交部 劉建超スポークスマン

中国政府は、2月13日に受領した中間報告の内容を確認しているところである。その結果を受けて、パネルに意見書を提出したいと考えている。最終報告がまだまとまっていない現段階では、WTOの紛争処理手続きを尊重するという立場から、いかなるコメントも差し控えたい。

中国国際貿易学会 周世儉常務理事

今回の裁定は、先進国の肩を持つ不公平極まりないものである。従って、中国が仮に敗訴したとしても、その責任を負う必要はない。中国政府は、この失敗経験から教訓を学び、WTOルールを正しく活用して、自国産業の利益を保護する政策運営を行う必要がある。“脱税行為の防止”“中国地場自動車部品メーカーの自主革新奨励”という“輸入管理弁法”の理念に誤りはない。輸入部品の大量流入を規制しなければ、中国自動車産業の健全な発展が阻害される恐れがある。

北京 WTO 事務中心 鐘青首席弁護士

WTO のメンバー国がパネルの裁定を履行しない場合、勝訴国には報復措置を発動する権利が与えられる。

中国人民大学经济学院 程大為教授

中国政府は、同弁法の問題条項をすでに改正していることを理由に上告する可能性もある。WTO のパネルは、公平な紛争解決を行う場として高く評価されている。従って、中国が逆転勝訴を獲得する可能性もまだ残されている。

業界アナリスト 鐘師氏

大多数の自動車メーカーは、競争力を強化すべく、国産化率の向上に引き続き注力していくことになる。同弁法が廃止された場合、そのメリットを受けるのは一部の高級車メーカー（ベンツ等）のみである。

全国乗用車市場情報联席会 饒達秘書長

アウディが中国の高級車市場でトップの座を維持し続けている理由は、高い国産化率を達成し、価格優位性を確立していることにある。

華晨 BMW

国産化率の向上は、企業を発展させるために必ず歩まなければならない道。BMW の中国におけるサプライヤー数は、2007 年に前年比 67%増の 100 社（調達金額は同 80%増の 36 億元）にまで達している。

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

(2) 新エネルギー車へ優遇政策の可能性

1) 『新エネルギー車生産参入管理規則』

国家発展改革委員会は 2007 年 10 月、新エネルギー車生産に関する企業参入を管理するため、『新エネルギー車生産参入管理規則』を公表した。

この規則の中で、「新エネルギー車」の概念を初めて明確にした。「非通常自動車燃料を動力源とし（あるいは通常の自動車燃料を使用しながら、新型の車載動力装置を搭載し）、車両の動力制御と駆動に関する先進技術を結集して開発された、先進的な技術原理、新しい技術と新しいストラクチャーを持つ自動車のことを指すものである。新エネルギー自動車は、ハイブリッド電気自動車、純電気自動車（BEV、ソーラー自動車を含む）、燃料電池電気自動車（FCEV）、水素エンジン自動車、その他の新エネルギー¹自動車等を含む」（第 6 条）とされている。

しかし、これは生産企業の生産許可に関する政策であり、新エネルギー車生産企業や生産車種、または消費者への税制優遇等のインセンティブには触れられなかった。

¹ 例えば高効率のエネルギー貯蔵システム搭載の、またはジメチルエーテルが燃料。

ただし、この規則は、従来の自動車産業に対する「生産参入の許認可」規制という切り口から、現在乱立しつつある多数の新エネルギー車生産企業を整理し、業界再編を促すことと、核心技術の外国からの中国への移転を促して、産業全体のレベルアップすることを主目的に置かれている(図表 2-7)。従って、新エネルギー車とその生産企業に対するインセンティブは、この政策では触れていない。

図表 2-7 『新エネルギー自動車生産参入管理規則』：設計開発能力の骨子

(2007年10月17日に国家発展改革委員会より公表、11月1日に実施)

①	企業は、新エネルギー車の設計開発過程における業務を一元的に請け負う製品開発機関を設置する必要がある。設計開発の業務に応じて専門の技術スタッフを配置し、国内外における新エネルギー車技術の最新の発展状況を随時フォローすること、国家及び業界の技術標準、法規についてフォロー、評価、及び転化を実施すること、システムの開発、完成車マッチングなどの業務を完全に遂行することができるようにしなければならない。
②	自社の実情に見合った製品設計開発フローと、具体的な設計業務を指導する設計規範ならびに作業マニュアルを作成し、その内容は少なくとも、自主知的財産権製品及び完成車設計の全プロセス、技術文書管理、標準化等をカバーし、かつ実際の業務において応用されていること。
③*	新エネルギー車の車載エネルギーシステム、駆動システム、制御システムのうち、少なくともその一つに関してコア技術を掌握すること。
④*	生産する新エネルギー車の完成車、システム、コア ASSY に対応した試作能力を備えていること。
⑤	製品及び製造プロセスの設計開発におけるインプットは、十分かつ適切であること。製品及び生産プロセスの設計開発におけるアウトプットは、設計インプットに対する検証を行なうことができる形で提出するとともに、それに対する評価、検証、確認を実施のうえ、その記録を保存すること。
⑥	製品及び生産プロセスの設計変更(サプライヤー側の要因による変更を含む)を行なう場合は、その前に再評価(変更による製品の構成及び出荷済み製品への影響の評価を含む)、検証及び承認を実施のうえ、適切なタイミングで顧客の同意を取り、かつ生産一致性の要求と製品トレーサビリティの要求を満たすこと。

(注)③、④は必須項目とされている。

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

2) 新エネルギー車の優遇政策導入に関する動向

国家発展改革委員会は省エネルギー・新エネルギー車に関する今後の技術目標・インセンティブ等を明確にすべく、2007年11月に「省エネルギー・新エネルギー車技術政策研究」プロジェクトを立ち上げた。

このプロジェクトの概要は以下の通りである。

研究課題	「高効率内燃機関技術」、「自動車パワートレイン技術」、「完成車設計・最適化技術」、「材料軽量化技術」、「電気自動車技術」、「代替燃料技術」の6テーマ
参加メンバー	中国自動車技術研究中心（CATARC）、中国自動車工程学会（SAE 中国）、中国自動車工業協会（CAAM）、第一汽車、上海汽車、東風汽車、長安汽車、奇瑞汽車、吉利汽車、清華大学、吉林大学、湖南大学などから派遣された50人余りの専門家

（出所）各種資料・現地ヒアリングにより現代文化研究所作成。

支援政策（インセンティブ等）の具体的な内容についてはまだ明らかにされていないが、①補助金の給付、②車両購置税¹の減免、③その他税金の減免といった3種類の方法が検討されており、早ければ2008年内にいずれかの方法が公布される見込みともいわれていた。

また、支援対象については、「最初は公共バスに限定する」という案が有力視されていた。理由としては、現時点で新エネルギー車の実用化が最も進んでいるのが、公共バスだからである（沿海都市部の一部の路線では実用化される）。しかし、近年の中国の市場構造は乗用車分野の比重が大きくなっており、将来的には乗用車をどのように支援するか、支援することになるとディーゼル車（省エネルギー車）とハイブリッド車（新エネルギー車）という方向にいくかどうかについては、不明確である。

【「省エネルギー・新エネルギー車技術政策研究」

プロジェクトメンバーによる討論会】



（出所）国家發展改革委員会ホームページ。

2008年、CATARC関係者は、「国家發展改革委員会や税務総局等の関連政府部門は、早期に具体的な税制優遇措置を発表する考えである。また、優遇対象は当面、技術が成熟しているディーゼル車とハイブリッド車に絞り、優遇内容は車両購置税の免除になる可能性がある」と発言した。

この発言にもあるように、中国でも期待されるのは「ディーゼル車」と「ハイブリ

¹自動車取得税に相当。現在の制度では、全ての車種に一律10%で徴収している。

ッド車」であろうか。しかしながら、「ディーゼル車」と「ハイブリッド車」は中国でそれぞれの課題に直面している。

3) ディーゼル乗用車の行方

自動車先進国、特に欧州では、新エネルギーに移行する過程でクリーン・ディーゼルの開発、実用化が盛んになっている。環境に優しいと実証されているディーゼル車は、中国ではどのようになっているか、その普及はいかなるものかを以下のように検証してみた。

国家発展改革委員会が2007年12月に公布した「産業構造調整指導目録」では、「乗用車用ディーゼルエンジン」が従来の奨励類リストから抹消されていた。

これに対し、国家発展改革委員会は「乗用車用ディーゼルエンジンの普及を制限するという意味ではない」との説明を加えている。ただし、ディーゼル乗用車の普及の是非については、あいまいなスタンスを取り続けている。

また、環境保護部科技標準司の羅毅副司長は「ディーゼル車の排ガス対策が遅れている中国では、ディーゼル乗用車の増加は窒素酸化物（NOx）と粒子状物質（PM）の排出増加につながる」との懸念を表明している。

他方、中国でディーゼル乗用車の普及を積極的に呼び掛けたきたVWは、大きな戦略転換をみせた。VWが2008年7月21日に開催した「VWグループ：2007～2008年の持続的成長戦略報告書（Sustainable Growth Strategy of VW in China Successful）」発表会において、VW中国の張綏新・執行副総経理は「中国では軽油不足の深刻化を受け、ディーゼルエンジンの中国現地生産の計画を再度見直している」と語った。

VWは1999年6月の上海モーターショーで「ディーゼルエンジンの新時代を切り開く」と題したディーゼルエンジンの普及活動を立ち上げ、政府や大学との交流を積極的に展開してきた。実用化の面では、一汽VWで生産する「ジェッタ」、「ポラ」、「アウディA6」にディーゼル仕様車を追加設定し、「環境にやさしく燃費が良い」というキャッチ・コピーで大々的にアピールしていた。

VWのディーゼル仕様車の追加設定は当初、VWの販売促進につられてディーゼルを選択する消費者も少なくはなかった。しかし、中国の軽油は硫黄分が多く、かえって品質問題を引き起こす結果となっていた。

それでも、VWは「いつかは中国にもディーゼルエンジンの時代が到来する」と信じ、「中国での総販売台数に占めるディーゼル車の割合を5%にまで高めるべく、2010年をめどにディーゼルエンジンの現地生産を実現する」との目標を掲げ続けてきた。

今回のVWの戦略転換に中国の業界関係者及び自動車専門家は注目し、以下のコメントを発している。

中国汽车工程学会 (SAE 中国) 付于武常务副理事长兼秘书长

ディーゼル乗用車を適度に発展させるという国家发展改革委員会のスタンスに変更はない。ただし、ディーゼル乗用車の普及には、高品質の軽油を安定的に供給できる体制が不可欠である。中国の軽油総消費量のうち、自動車は約 40%、農業・建築・電力が約 30%、鉄道が約 30%を占めている。現在の軽油供給能力には、決して十分な余力があるわけではない。これは、国家发展改革委員会だけで解決できる問題ではない。

国家信息中心資源開発部 徐長明主任

ディーゼル乗用車の普及が省エネルギーに貢献するという考えは、理論的には間違っていない。しかし、軽油の需要があまりにも大きい中国では、ディーゼル乗用車の大々的な普及には慎重を期す必要がある。

清華大学 袁大宏教授

VW は「ディーゼル乗用車は中国の国情に合わない」という事実によようやく気が付いた。

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

上記 2 つの動向を総括すると、中国でのディーゼル乗用車の普及は、軽油の量の確保および品質の向上といった 2 つの大きな課題を抱えていることが明らかである。この課題を解決するのは、石油精煉企業の協力が不可欠となるが、現在の中国では、石油の採掘から流通までをシノペックやペトロチャイナといった石油メジャーが独占的に事業を展開しており、中央政府の呼び掛けにもコスト増等を理由に抵抗し続けている。このような状況が続くなかで、根本的な燃料の品質改善には目処が立っていない。

4) ハイブリッド車普及の課題

国家发展改革委員会が 2008 年 4 月 25 日に公布した「車両生産企業・産品公告 (第 164 期)¹⁾」には、新エネルギー車 7 型式が掲載され、なんとその大半がハイブリッド車であった (図表 2-8)。

¹⁾中国では、自動車の新規生産車種に対して、国家发展改革委員会による許認可制度 (=公告制度) を実施している。同制度では、自動車メーカーが新規に生産しようとする車種のスペック等を事前に国家发展改革委員会に提出し、審査を受けなければならない。審査に合格した車種は、国家发展改革委員会が毎月発行する「公告」(通達)に掲載される。公告に掲載されなかった車種については、生産・販売・登録を禁止することになる。

図表 2-8 「車両生産企業・産品公告（第 164 期）」に掲載された新エネルギー車

メーカー名	型式	備考
上海 VW	SVW7553	「パサート・領馭」ベースの燃料電池車
上海 GM	SGM7240	「ビュイック・ラクロス・ハイブリッド」
第一汽車	CA7130	「解放」ブランドのハイブリッド乗用車
	CA6124	「解放」ブランドのハイブリッドバス
東風汽車	EQ6122	「東風」ブランドのハイブリッドバス
長安汽車	SC6442	「長安」ブランドのハイブリッドバス
北汽福田汽車	BJ6123	「福田」ブランドの燃料電池ハイブリッドバス

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

メーカーの相次ぐハイブリッド車の投入に対し、長年に亘り自動車産業を研究してきた中国社会科学院工業経済研究所の趙英研究員は「中国でもハイブリッド技術が実用化段階に達した証」と評しているが、その普及に当たっての様々な課題は無視できない。特に政府の優遇政策が導入されなければ、ガソリン車との大きな価格差（乗用車の場合は3万元以上）がハイブリッド車の販売拡大に大きく影響してしまう。

中国でのハイブリッド車の第1号であるトヨタ・プリウスのケースでみてみよう。プリウスは2005年に吉林省長春市でKD生産が開始された。但し、2007年末に発表されたプリウスの累計販売台数は、わずか2,500台余りとどまっている。トヨタの現地販売である一汽トヨタ販売（FTMS）は2008年2月25日にプリウスのメーカー指導価格を大幅に引き下げたが、それでも3月の販売台数は58台にすぎなかった（図表2-9）。

図表 2-9 プリウスのメーカー希望小売価格

	従来価格	新価格	引き下げ幅
標準版	28万2,200元	25万9,800元	2万2,400元
本革・ナビ版	30万2,000元	27万9,800元	2万2,200元

*日本での価格は226.8～325.5万円だが、中国では輸入関税等の影響で415.7～447.7万円（1元=16円換算）と高値。

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

もし前出のCATARC関係者が言及したように、車両購置税の免除といった奨励策が導入されれば、どの程度の恩恵が消費者にもたらされるのであろうかを試算することが可能である。

上記の優遇政策が導入された場合、プリウスのスタンダード・モデル（「標準版」）を購入する消費者負担を試算すると以下の通りとなる。

$$25万9,800元 \div 1.17 \times 10\% = 2万2,205元$$

購置税の課税価格は増値税を除いた車両価格であるから、上記より2万元強の税負

担が軽減されることになる。

また、「年間走行距離が 3 万 km、ハイブリッド車の燃費が 10L/100km、同クラスのガソリン車の燃費が 13L/100km、ガソリン価格が 6 元/L」と仮定すると、ハイブリッド車を購入することで年間 8,400 元のガソリン代を節約することができる。従って、保有期間が 5 年のユーザーの場合、ガソリン車との価格差が「燃料代の節約額 (4 万 2,000 元) + 税負担の軽減額 (2 万 2205 元) = 6 万 4,205 元」であれば、ハイブリッド車の購入を考えるようになるものと思われる。

このような試算から、政府の政策面での奨励は、消費者にとって保有段階での恩恵があることは明らかである。

【2005 年 12 月に発表されたプリウス】



(出所) 中国汽車新網.

メーカーによる興味深い消費者調査があった。

北京汽車傘下の北汽福田汽車 (BAIC Foton) が、2008 年 6 月 11 日に発表した「福田指数¹」と呼ばれる市場調査レポートのなかで、ハイブリッド車に関する訪問アンケート調査の結果について以下のように紹介されている (図表 2-10)。

¹ 「福田指数」とは、北汽福田汽車が現地のローカル系市場調査会社である零点研究諮詢集団と共同で作成している報告書。主に、都市・農村部住民の自動車に対する意識や利用実態を調査した内容で構成。2005 年 7 月に第 1 回目の報告書が発表されて以来、毎年定期的に発表されている。

図表 2-10 「2008 年福田指数」 (ハイブリッド車関連の抜粋)

- ・実施場所：主要 12 都市および 12 「小城镇*」
- ・対象者：1 年以内に車を購入する予定がある人
- ・有効回答者数：3,754 人 (うち、主要都市 2,352 人、「小城镇」1,402 人)
- ・対象年齢：18～75 歳

* 「小城镇」とは、農村部周辺の小都市のこと。

設問 1：ハイブリッド車を購入しようと思うか

回答	比率
同クラスのガソリン車との価格差次第では購入を検討する	41.8%
絶対に購入しない (高値のため)	26.3%
必ず購入する (地球環境を保護するため)	20.5%
分からない	11.4%

設問 2：同クラスのガソリン車との価格差がどの程度ならハイブリッド車の購入に踏み切るか。

全国平均	2 万 5800 元
北京	3 万 7,100 元
上海	3 万 6,000 元
成都	2 万 5,500 元
南京	2 万 3,200 元
広州	1 万 5,300 元
武漢	1 万 4,500 元
西安	1 万 1,800 元

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

この結果から分かるように、ハイブリッド車を購入する動機はまさに「価格」に限られているといっても過言ではない。政府による本格的な支援策がなければ、一般ユーザーが期待する 2～3 万元程度にまで縮まるにはまだ時間がかかりそうである。

輸入のシビック・ハイブリッドを投入しているホンダも中国政府に注文を付けた。2007 年 12 月 27 日付『中国青年報』の記事によると、ホンダは、12 月 19 日に「シビック・ハイブリッド燃費試験プロジェクト成果発表会」を実施し、政府関係者に対してその優れた性能を懸命にアピールした。また、本田技研工業 (中国) 投資有限公司 (HMCI) 広報部の藤井隆行部長は、同発表会の席上で次のように発言した。「シビック・ハイブリッドを中国で生産すれば、東風ホンダのシビックと多くの部品を共有できるため、プリウスよりもコストを下げることが可能となる。しかし、中国でハイブリッド車の普及を本格化させるためには、日米で行われているような優遇政策が不可欠である」。

ハイブリッド車を含む新エネルギー車への優遇政策を導入する可能性はどうか。

2008 年 9 月 27 日付『経済観察報』の記事によると、CATARC の趙航主任は、2008 年 8 月 31 日に北京市で開かれた「第 1 回 中国グリーンエネルギー自動車発展リーダー

ズフォーラム」において、「CATARC は 6 月末に国家発展改革委員会に『省エネルギー・新エネルギー車技術の発展を奨励することに関する若干の意見』と題する提言書を提出した」と発言した。しかし、同提言書作成の参加メンバーでもある長安汽車ハイブリッド車プロジェクト¹チームの任勇総監は、「CATARC の提言書にはありきたりのことしか書かれておらず、具体的な政策提言への言及がなされていない」と先の趙航主任の発言に疑問を投げかけている。また、提言書を見た一部の政府関係者も「CATARC の提言書は具体性に欠けている。これをベースに政策案を作成するのは困難である」と明かした。

【長安汽車のハイブリッド車「傑勳」】



(出所) 中国汽車新網.

自動車先進国では、実用化が実現した新エネルギー車に対し、政府が消費段階で優遇措置を与えるというやり方が一般的である。一方、100 社以上もの自動車メーカーが乱立する中国では、実用化のめどが立っていない新エネルギー車に優遇措置を与えた場合、支援目当ての悪質な業者が現れるのではないかと中国政府は懸念しているようである。

そもそも、国家財政からの支援を受ける場合には、財政部と国家税務総局の承認を得る必要がある。そのためには、このような重要部署を納得させるだけの材料（例えば、政策研究の成果等）が必要になってくる。

また、新エネルギー車に関する奨励政策を打ち出せば、その恩恵を受けるのは技術的に進んでいる外国・外資メーカーが中心となり、技術水準の低い中国メーカーはさらに不利な状態に陥ることが中国の自動車業界は懸念しているようである。2008 年 5 月 9 日付『信息時報』の記事によると、清華大学の陳全世教授等は、「現在は奨励政策を打ち出すにはベストのタイミングとはいえない。なぜなら、トヨタ、ホンダ、GM

¹長安汽車が、2007 年 12 月 13 日に中国初の自主ブランド・ハイブリッド乗用車「傑勳 HEV」をラインオフした。

といった外国メーカーしか恩恵を受けることができないからである」とまで発言した。

このような状況のなかで、具体的な政策研究が進んでいない模様であり、一般普及のための新エネルギー車奨励政策が早期に公布される可能性は低いように思われる。

5) 先駆けになる公共交通機関での新エネルギー車の普及

ハイテク技術の産業化を担当する科学技術部は、「内燃機関における先進国との差を縮めることは難しいが、新エネルギー分野であれば先進国と同じスタートラインに立てる」との考えの下で、1990年代から「863 クリーン・カープロジェクト」を進めており、この数年では主に公共交通機関での新エネルギー車の普及に尽力している。

2009年1月5日付『中国金融網』の記事によると、科学技術部と財政部は1月6日、武漢市において「十城千輛工程」¹の始動式を実施した。

武漢市は、重慶市に続いて「十城千輛工程」を始動させた2番目の都市となる。このほか、2010年の万博開催都市である上海市をはじめ、多くの主要都市で新エネルギー車の実用化に向けた大規模なモデル運行プロジェクトの立ち上げ準備が進められている。その中で、最も中心的な役割を担うのがハイブリッドカーである。

ただし、いずれも公共バス、タクシー、公用車、環境衛生車、郵便車、電力会社の社用車といった領域に限られる予定で、一般家庭への普及のめどはまだ立っていない。

更に、科学技術部と財政部は、2009年1月23日に「省エネルギー・新エネルギー車モデル運行プロジェクトの展開に関する通達」（以下、「通達」）（図表 2-11）を、2月5日に「省エネルギー・新エネルギー車モデル普及財政補助資金管理暫行（暫定）弁法」（以下、「弁法」）（図表 2-12）をそれぞれ公布した。

図表 2-11 「通達」の概要

- | |
|--|
| <p>① モデル運行プロジェクト実施都市
13都市（北京市、上海市、重慶市、長春市、大連市、済南市、杭州市、武漢市、長沙市、合肥市、南昌市、深セン市、昆明市）とする。</p> <p>② 中央政府と地方政府の負担分担
原則として、新エネルギー車の購入に対する補助金は中央政府が拠出し、インフラ建設や新エネルギー車の維持・メンテナンス費用は地方政府が拠出する。</p> |
|--|

（出所）各種資料により現代文化研究所作成。

¹ 2011年までの約3年間、毎年10都市以上で1,000台規模の新エネルギー車モデル運行プロジェクトを立ち上げるという構想。最初に始動したのは重慶市（2008年11月27日）。重慶市と武漢市に並んで「第1期都市」に選定されているのが、大連市、上海市、深セン市、長株潭地域（長沙市、株洲市、湘潭市）の4都市・地域。「候補都市」に選定されているのが、北京市、天津市、杭州市の3都市。

図表 2-12 「弁法」の概要

- ① 定義
「省エネルギー・新エネルギー車」とは、主にハイブリッド車、電気自動車、燃料電池車のことを指す。
- ② 対象
プロジェクトの初期段階においては、主に公共サービス分野（公共バス、タクシー、公用車、環境衛生車、郵便車等）でモデル運行を実施する。
- ③ 乗用車と小型商用車の補助金額

(単位：元/台)

	省エネ率*	モーター使用割合			
		10%以下	10~20%	20~30%	30%超
ハイブリッド車	5~10%	4,000	—	—	—
	10~20%		28,000	32,000	—
	20~30%	—	32,000	36,000	42,000
	30~40%	—	—	42,000	45,000
	40%超	—	—	—	50,000
電気自動車	60,000				
燃料電池車	250,000				

*同クラスの内燃エンジン搭載車と比較し、燃費をどれだけ低減できるかを表す。

- ④ 公共バス（全長 10m 超）の補助金額

(単位：元/台)

	省エネ率	バッテリー種類、モーター使用割合		
		鉛酸 バッテリー	ニッケル水素、リチウムイオン、 スーパーコンデンサ	
		—	20~50%	50%超
ハイブリッド車	10~20%	50,000	200,000	—
	20~30%	70,000	250,000	300,000
	30~40%	80,000	300,000	360,000
	40%超	—	350,000	420,000
電気自動車	500,000			
燃料電池車	600,000			

- ⑤ 「省エネ率」と「モーター使用割合」の測定依拠
「小型ハイブリッド車エネルギー消費量試験方法」（GB/T19753-2005）および「大型ハイブリッド車エネルギー消費量試験方法」（GB/T19754-2005）。

- ⑥ その他の条件

「省エネルギー・新エネルギー車」を生産する企業は、動力用バッテリーなどの基幹部品に最低「3年・15万km」の品質保証期間を設定しなければならない。

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

ただし、今回の「通達」及び「弁法」の位置付けも、大規模な普及策ではなく、普及のための実験とみて良い。また、前提として「公共交通、タクシー、公務車、環境衛生及び郵政といった公共サービス分野での購入」と条件付けられている。台数も限られているため、財政部による財政上の支出は負担が少ないと考えられる。

4. 中国自動車販売に係わる政策動向

(1) 「自動車ブランド販売管理実施弁法」の修正をめぐる動向

1) 全体の修正に関する議論

2005年に新車販売政策にあたる「自動車ブランド販売管理実施弁法」(以下、「弁法」)が施行されたことにより、「自動車販売はメーカーの授権経営によるもの」という方針が徹底され、自動車メーカー(大半は海外メーカー)が主導する自動車販売が国産車・輸入車ともに可能となった。

但し、その後、主に中国資本が出資の母体となるメーカー認定販売店は、「『弁法』が自動車メーカーに支配的な地位を与えたことで、さまざまな弊害が出てきている」(図表 2-13)と、主管部署である商務部市場体系建設司に対して苦情を提出している。

図表 2-13 メーカー認定販売店が指摘する弊害

<p>①自動車メーカーに有利な販売店契約 自動車メーカーが支配的な地位を乱用し、次のような問題行為を起こしていることが見受けられる。</p> <table border="1"> <tr> <td>販売店の利益率低下を招く行為</td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・ 無理な販売ノルマと在庫の押し付け(カー用品を含む)。 ・ 高額な保証金の徴収。 ・ 店舗で使用する設備や建材の発注先の指定。 ・ 広告投入量に対するノルマの設定。 ・ バックマージンの未払い。 </td> </tr> <tr> <td>自由競争を妨害する行為</td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・ 販売エリアの制限。 ・ スペアパーツ、カー用品購入ルートの本一化。 ・ 値引き幅の制限。 ・ ローン提供金融機関の限定。 </td> </tr> <tr> <td>資源の浪費と環境汚染を招く行為</td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・ 統一基準に基づく豪華な店舗建設の義務付け。 </td> </tr> </table>	販売店の利益率低下を招く行為	<ul style="list-style-type: none"> ・ 無理な販売ノルマと在庫の押し付け(カー用品を含む)。 ・ 高額な保証金の徴収。 ・ 店舗で使用する設備や建材の発注先の指定。 ・ 広告投入量に対するノルマの設定。 ・ バックマージンの未払い。 	自由競争を妨害する行為	<ul style="list-style-type: none"> ・ 販売エリアの制限。 ・ スペアパーツ、カー用品購入ルートの本一化。 ・ 値引き幅の制限。 ・ ローン提供金融機関の限定。 	資源の浪費と環境汚染を招く行為	<ul style="list-style-type: none"> ・ 統一基準に基づく豪華な店舗建設の義務付け。
販売店の利益率低下を招く行為						
<ul style="list-style-type: none"> ・ 無理な販売ノルマと在庫の押し付け(カー用品を含む)。 ・ 高額な保証金の徴収。 ・ 店舗で使用する設備や建材の発注先の指定。 ・ 広告投入量に対するノルマの設定。 ・ バックマージンの未払い。 						
自由競争を妨害する行為						
<ul style="list-style-type: none"> ・ 販売エリアの制限。 ・ スペアパーツ、カー用品購入ルートの本一化。 ・ 値引き幅の制限。 ・ ローン提供金融機関の限定。 						
資源の浪費と環境汚染を招く行為						
<ul style="list-style-type: none"> ・ 統一基準に基づく豪華な店舗建設の義務付け。 						
<p>②自動車メーカーによる販売網の拡大とその競争 自動車メーカー各社は、販売台数の拡大を図るべく、大都市を中心に販売網の拡張を繰り返している。また、奇瑞汽車、吉利汽車、比亞迪汽車(BYD AUTO)、江淮汽車、一汽轎車といった民族系メーカーは、複数チャネル戦略を推し進めようとしている。この結果、販売店間の過当競争がますますエスカレートしている。</p>						
<p>③輸入総代理店による市場独占 外国メーカー傘下の輸入総代理店は、独占的な地位を利用し、輸入車価格を高く設定している。その結果、関税の引き下げ、人民元高の進行、市場の開放、競争の激化などによってもたらされる恩恵が、中国人消費者にまで行き渡らないという弊害が発生している。</p>						

④自動車メーカーの突然の撤退

最近では、南京フィアットが解散し、撤退することとなったが、この事件は 2005 年 3 月に起きた奥克斯集団の自動車事業撤退*をめぐり一連のトラブルを思い起こさせる。突然の撤退は、消費者に多大な影響を及ぼすこととなり、その矛先は販売店が受け止めなければならない。

*寧波奥克斯集団は 2003 年 11 月に瀋陽双馬汽車の株式 80%を取得し、2004 年 2 月から SUV・ピックアップ生産を開始。しかし、生産参入を許可する国家發展改革委員会の許可が下りず、2005 年 3 月に自動車事業から撤退した。その後、参入から撤退の約 1 年の間に生産したモデルを主に地方都市で販売していたことから、「公道を走れない車」として各地で訴訟が相次いだ。

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

このため、業界団体である中国汽車流通協会の羅磊副秘書長は、「これら弊害を取り除くためには、『弁法』の改正や販売店契約の見本を作成するだけでなく、その履行状況を監督する仕組みを作る必要がある」と政府に提言した。

2) 「独占禁止法」の影響

2008 年 8 月 1 日から「独占禁止法」が施行されたが、その実施に伴う自動車業界への影響について、著名な自動車記者である呉迎秋氏、独立系自動車専門フリー・アナリストの賈新光氏及び鐘師氏といった業界専門家は、「『独禁法』が施行されたからといって、自動車メーカーが販売店を支配する現状がすぐ変わるわけではない」との見解でほぼ一致している。

呉迎秋氏

「独禁法」の第 1 条には、「独占行為の防止・阻止」や「公平な市場競争の保護」などが目的として掲げられている。従って、十分な競争が確保されている中国の自動車業界には、直接的な影響はほとんどないと考えられる。しかし、業界管理を行う上での評価基準とすることは可能であろう。

また、「弁法」の本質が変わらない限り、自動車メーカーと販売店の関係が大きく変化することもない。販売店の中には、「弁法」の枠組みの中で自動車メーカーに対抗する力を身につけるべく、業界団体の設立を呼びかける動きも出ている。しかし、業界全体の足並みがそろそろまでには至っていない。

中国の自動車市場の急成長は、同時に多くの問題を引き起こした。自動車メーカーによる販売店の支配は、そのうちのひとつであると認識する。これらの問題を解決するためには、中国・中央政府による政策・法規の整備が不可欠である。「独禁法」の施行は、その第一歩といえるだろう。

賈新光氏

「弁法」の下で行われている行為の中には、「独禁法」の規定に抵触するものが多く含まれている。その最たるものが、自動車メーカーによる支配的な地位の乱用である。例えば、自動車メーカーは純正スペアパーツの供給先を認定販売店に限定している。また、その価格についても、自動車メーカーが決定権を握っている。

しかし、「独禁法」が施行されたからといって、現状がすぐ変わるわけではな

い。なぜなら、自動車メーカーによる支配があるからこそ、認定販売店で新車を購入し、そこで整備・点検を受けたいと考える消費者が多いからである。仮に町の修理工場で純正スペアパーツを入手できるようになったとしても、技術では認定販売店に遠く及ばないことを、消費者はよく分かっている。

鐘師氏

自動車メーカーの中には、優秀な認定販売店による 2 次販売店の開拓を認める動きが出始めている。それは、多くの 2 次販売店を傘下に持つ強大な企業グループの誕生を期待させる動きといえる。

ただし、販売店がいくら強大化したとしても、自動車メーカーと対等な地位を得るまでには、かなりの時間がかかるものと思われる。

(出所) 各種資料・現地ヒアリングにより現代文化研究所作成。

現在、中国自動車流通協会は業界団体として、商務部市場体系建設司の依頼を受けて、業界の状況を調査しながら、「弁法」の見直し作業を行っている。

同時に「認定販売店契約見本」の作成も実行されており、2008 年 10 月 22 日に中国自動車流通協会は「自動車ブランド販売店認定経営契約見本」の「討論稿」(図表 2-14)を業界向けに公表した。

中国自動車流通協会の関係者によると、「討論稿」は自動車メーカー、総代理店、販売店、業界専門家との議論を行うための「たたき台」とのことである。最終的には、商務部、国家発展改革委員会、税関総署、国家工商行政管理総局の連名で公布される予定という。

中国の自動車業界では、メーカーまたは総代理店が作成した「認定販売店契約」を使用するのが一般的となっている。たとえその中に不平等な条項が含まれていたとしても、メーカーまたは総代理店の認定が欲しい販売店は、黙ってサインするしかない。今回の「認定販売店契約見本」は、このような現象を正す効果を図ろうとしている。

図表 2-14 「討論稿」の概要

「討論稿」は、「第 1 条 認定日、期間、地域」、「第 2 条 主な業務規範」、「第 3 条 甲（自動車メーカーまたは輸入総代理店）の権利、義務」、「第 4 条 乙（認定販売店）の権利、義務」、「第 5 条 違約責任」、「第 6 条 契約の効力」、「第 7 条 契約に使用する言語と適用する法律、争議の解決」という全 7 条で構成されている。

	主な内容
第 1 条	契約期間：3 年以上。
第 2 条	販売店の年間販売目標：甲と乙の平等な話し合いにより決定。 支払い時期：乙による検収に合格した後。 在庫量：甲と乙の平等な話し合いにより決定。
第 3 条	甲の禁止事項：不人気車種の抱き合わせ販売の強要、物品購入・施工にかかわる業者の指定（専用設備を除く）、乙に対して広告・宣伝費の負担を強制すること、販売店の経営に対する干渉等。 甲の義務：インセンティブの額と支給タイミングの明確化等。
第 4 条	乙の禁止事項：他の販売店とのカルテル結成等。 乙の義務：甲に対する月度注文計画の提出、甲の基準に基づく店舗の建設、自身で行う広告・宣伝費の負担等。
第 5 条	当事者の一方が契約期間内に一方的に契約を解除する場合、相手方に対して違約金を支払わなければならない。
第 6 条	甲が一方的に契約を解除できる条件：乙が製品の販売・サービスを遂行する能力を喪失し、6 カ月以上が経過した場合等。 乙が一方的に契約を解除できる条件：甲が在庫の押し付けや抱き合わせ販売の強要などを行った場合。
第 7 条	契約に使用する言語：中国語。外国語版との併用も可能だが、中国語版と矛盾する内容がある場合は、中国語版の方を正とする。

（出所）各種資料により現代文化研究所作成。

「自動車ブランド販売管理実施弁法」全体への修正は、多方面の利害が複雑に絡んでいるため、「弁法」の改訂版が公布されるまでにはもう少し時間がかかる見込みである。一方、「認定経営契約見本」は、現行の「弁法」の枠組みの中で、販売店の合法的な権益を守るために考え出された措置の一つとして、早期に実施可能といえる。

3) 輸入車販売をめぐる動向

自動車輸出入の担当部署は商務部機電科技産業司となり、これまで、輸入車については輸入割当制度を実施していた。2001 年の WTO 加盟に当って、商務部は 2004 年 12 月に「自動車製品自動輸入許可証発給管理実施細則」を公布した。これにより、2005 年 1 月から輸入割当制度が撤廃され、必要書類さえ揃えば「自動輸入許可証」の発給を受けることが可能になった。

「自動車ブランド販売管理実施弁法」の施行後、機電科技産業司は以下のような問題意識を持っている。「予想外の結果として、中国の輸入車市場には、輸入総代理店による市場独占という問題が発生した。例えば、CBU 関税は 2006 年 7 月に 25%にまで

引き下げられ、それと同時に人民元高が進行しているにもかかわらず、輸入車価格は高止まりしたまま。また、輸入総代理店が傘下の販売店と締結している契約には、販売店側に不利な条項が多く含まれている。」

同司の王琴華司長は、2008年1月に北京市で開催された「第4回中国輸入車フォーラム」にて、「“並行輸入”を実施し、輸入総代理店による独占を打破する」との考えを明らかにした。

「並行輸入」とは、「偽物」を輸入する行為ではなく、輸入総代理店を通さずに輸入することを指す。これは、日本をはじめとする海外で幅広く普及している方法であり、輸入車市場に適度な競争を生み出すことができる。しかし、その前提は、並行輸入した車にも品質保証とアフターサービスを提供することである。

2008年4月、前出の羅磊副秘書長は、次のように業界内で発言した。「商務部は2007年、“輸入車価格の高止まりは輸入総代理店（大半が外資独資企業）による販売網の独占が原因”と考え、流通協会に弁法を修正するための“実施細則”の起草を委託した。2007年12月に完成した“実施細則”のドラフトには、輸入総代理店による販売網の支配を防ぐための各種措置（傘下の販売店に対する販売テリトリー限定の禁止等）が含まれている。商務部は今回、国産車の販売網にもこの考えを適用しようと考えたのである。その狙いは、外国メーカーからの“内国民待遇の原則に反する”との批判を避けることにある。“実施細則”は、早ければ2008年中に公布される見通しである」。

但し、恐らく前出の流通担当部署である市場体系建設司との調整が必要なのか、このような“実施細則”の公表はまだ見られない。

こういった状況の中、中国世界貿易組織研究会¹（以下、中国WTO研究会）と流通協会は2008年6月13日、欧州系ブランド車の輸入総代理店の代表を招集し、市場独占によって引き起こされた問題を解決するための意見交換するため、北京にて「欧州系ブランド車輸入総代理店会議」を開催した。

会議には、ダイムラーベンツ（中国）汽車銷售有限公司、ダイムラー東北亜投資有限公司、BMW（中国）汽車貿易有限公司、VW 進口汽車銷售有限公司、ポルシェ（中国）汽車銷售有限公司、PSA プジョー・シトロエン（中国）汽車貿易有限公司等の代表が参加した。

当日の議論は、「不当に高い輸入車価格」と「販売店契約にみられる不平等条項」の2点に集中した。

中国WTO研究会の顧問弁護士である陳群氏は、販売店契約によくみられる代表的な問題点を6つ挙げた。

¹商務部の傘下組織。副会長を務める徐秉金氏（かつての商務部高官）は「CBUを輸入する方が得られる利益が多いため、外国メーカーが中国での合弁プロジェクトに関心を失いつつある」との危機感を表明していた。

- ・ 契約書が中国語で作成されていない
- ・ 輸入総代理店と販売店の権利・義務が不平等
- ・ 契約期間が短い（1年というケースが多い）
- ・ 契約更新の決定権が輸入総代理店にしか与えられていない
- ・ 輸入総代理店が販売店の人事異動・組織変更に干渉することができる
- ・ 傘下の販売店に対して他ブランド車の取り扱いを禁止することができる

「これらは、『合同（契約）法』、『公司（会社）法』、『民法通則』、『税法』、『反壟断（独占禁止）法』、『反不正競争（不正競争防止）法』などに明らかに違反している」と同弁護士が強調している。

最後に、商務部関係者からは、次のような発言があった。「商務部は現在、『弁法』の見直し作業を進めている。その中で、多くの関係者の意見を吸い上げ、最終的には『弁法』の改正案を作成したいと考えている」。

ほぼ同様の時期から、輸入車規制の厳格化を求める傾向が現れた。

2008年6月に、「商務部の国家機電産品進出口弁公室（＝機電科技産業司）が、レクサスの輸入総代理店であるトヨタ（中国）投資（TMCI）からの『自動輸入許可証』申請受付を一時停止した」との報道が、業界関係者の注目を集めた。本件の発端は、レクサスの販売店が連名で「TMCIによる在庫押し付け」を国家機電産品進出口弁公室に告発したことであった。

国慶節連休明けの10月には、現代・起亜の輸入総代理店である現代汽車中国投資が、国家機電産品進出口弁公室から「『自動輸入許可証』の申請受付を一時停止する」との通達を受けている。

11月に入って、ボルボの輸入総代理店であるボルボ（中国）投資が、国家機電産品進出口弁公室から同様の通達を受けたという。

この3社のケースに共通しているのは、販売店からの告発が発端となっていることである。

国産・輸入車の小売業態に詳しい北京アジア村汽車交易市場の蘇暉総経理は、「輸入総代理店をめぐる一連の問題の発端は、『自動車ブランド販売管理実施弁法』の第6条にある『外国自動車メーカーが中国で自動車を販売する場合、中国の国内企業に輸入総代理店としての権限を付与するか、あるいは中国の関連規定に従い輸入総代理店を設立しなければならない』という一文にある。多くの外国メーカーは、100%外国出資の投資型会社を輸入総代理店とし、輸入車の販売権を独占した。しかし、中国自動車市場において、このような独占形態が長く続くことはあり得ない。これから改定となる『弁法』は、メーカー認定販売店、オートモール、2次代理店、インターネット販売店といった多様な販売形態の共存を促進する内容になるものと思われる。中国の自動車流通業界は、2010年までの間に大きな変革を遂げることになるだろう」と指

摘している。

輸入車関連の弁法改定案の作成を担当した中国汽车流通協会の関係者によると、商務部に提出した草案のなかには、次の4点が含まれているという。

- | |
|--|
| ① 外国メーカーは、中国における輸入総代理店を最低2社（そのうちの1社は中国資本の企業）設けなければならない。 |
| ② メーカーと輸入総代理店は、傘下の販売店に対し、同一メーカーが生産する複数ブランドのモデルを別チャンネルで取り扱うよう強制してはならない。 |
| ③ 販売店は、ある一定の範囲内であれば支店を設立することができる。 |
| ④ 販売店は、一つの営業場所において同一メーカーが生産する複数ブランドのモデルを販売することができる。 |

(出所) 各種資料・現地ヒアリングにより現代文化研究所作成。

(2) 排ガス規制実施の課題

1) 排ガス規制の概要

中国には、自動車の重量・エンジン方式等の相違に対する排ガス規制値を定めた国家標準が3種類ある。

① 「小型車汚染物質排出規制値・測定方法、中国Ⅲ、Ⅳ段階¹」

中国語表記：「轻型汽车污染物排放限值・測量方法、中国Ⅲ、Ⅳ階段」
(GB18352.3-2005)

規制対象は車両総重量（以下、GVW）が3.5トン以下の乗用車、バス、トラックになり、2005年4月15日に公布され、施行日は下表の通り。

	第Ⅲ段階	第Ⅳ段階
新規車両 (型式認証をこれから取得する車両)	2007年7月1日	2010年7月1日
既存車両 (型式認証をすでに取得済みの車両)	2008年7月1日	2011年7月1日

② 「自動車用圧縮着火式、ガス燃料火花点火式エンジン・自動車排気汚染物質排出規制値・測定方法、中国Ⅲ、Ⅳ段階」

中国語表記：「車用圧燃式、気体燃料点燃式發動機・汽車排気汚染物排放限值・測量方法、中国Ⅲ、Ⅳ階段」 (GB17691-2005)

¹中国Ⅲ、Ⅳ段階は排ガス規制のユーロⅢ&Ⅳに相当する。

規制対象は GVW が 3.5 トン超で、圧縮着火式エンジンまたはガス燃料で動作する火花点火式エンジンを搭載する乗用車、バス、トラックになり、2005 年 5 月 30 日に公布され、施行日は下表の通り。

	第Ⅲ段階	第Ⅳ段階
新規車両	2007 年 1 月 1 日	2010 年 1 月 1 日
既存車両	2008 年 1 月 1 日	2011 年 1 月 1 日

③「大型車用ガソリンエンジン・自動車排気汚染物質排出規制値・測定方法、中国Ⅲ、Ⅳ段階」

中国語表記：「重型車用汽油発動機・汽車排気汚染物排放限值・測量方法、中国Ⅲ、Ⅳ階段」（GB14762-2008）

規制対象は GVW が 3.5 トン超で、ガソリンエンジンを搭載する乗用車、バス、トラックになり、2008 年 3 月 31 日に公布され、施行日は下表の通り。

	第Ⅲ段階	第Ⅳ段階
新規車両	2009 年 7 月 1 日	2012 年 7 月 1 日
既存車両	2010 年 7 月 1 日	2013 年 7 月 1 日

以上より、GVW が 3.5 トン以下の小型車と同 3.5 トン超の大型車の一部（ディーゼル車とガス燃料車）については、2008 年 7 月 1 日から第Ⅲ段階の排ガス規制値（以下、ユーロⅢ）が適用されることが分かる。

欧州では、ユーロⅠが 1992 年 7 月に施行されて以来、1996 年 1 月にユーロⅡ、2000 年 1 月にユーロⅢ、2005 年 1 月にユーロⅣと段階的に排ガス規制が強化されてきた。一方、中国においても、2000 年 1 月に中国Ⅰ段階（ユーロⅠに相当）、2004 年 7 月に中国Ⅱ段階（ユーロⅡに相当）が全国展開されるなど、先行する欧州との差を縮める格好になる。

2) 排ガス規制実施の問題点

中国では、大型商用車のほぼ 100%、小型トラックの 90%以上、小型バスの 50%以上にディーゼルエンジンが搭載されている。

ディーゼルエンジンの排ガス性能を向上させる技術としては、コモンレール式電子制御高圧燃料噴射システムが最も有力視されている。しかし、2008 年 6 月 27 日付『中国商報—汽車導報』の記事によると、同市場はボッシュ、デルファイ、デンソーといった外国部品メーカーに独占支配されているため、1 台当たりの購入単価は約 2 万 4000 元になるともいわれている。その結果、多くの民族系商用車メーカーが、特にトラックに関するユーロⅢへの対応で大きく遅れを取っている。

一方、電子制御式シングルポンプシステムは、コモンレール式電子制御高圧燃料噴

射システムより簡単かつ低コストで排ガス性能の向上を図ることができる。軽油品質が安定しない中国では、短期的には電子制御式シングルポンプシステムの方が相応しいようにも思える。このように、ディーゼルエンジン技術の方向性が定まらないまま、排ガス規制だけが強化されようとしている。

現状を踏まえて、中国政府は台数の多い小型ディーゼルトラックについて、ある程度の妥協を見せた。

国家環境保護部は 2008 年 6 月 26 日、中国汽車工業協会 (CAAM) や民族系商用車メーカーからの強い要請を受け、「上海、南京、杭州、深センなど排ガス汚染の深刻な地域を除き、小型ディーゼルトラックに対するユーロⅢの適用開始時期を 1 年延期する」との通達を公布した。つまり、GVW が 3.5 トン以下の小型ディーゼルトラックについては、2009 年 6 月 30 日までユーロⅢ未対応車の販売が許可されることとなった。しかし、小型バスに問題が残る。

排ガス規制の強化が加速するなか、当初は小型バスの対応の遅れが懸念されていた。しかし、主要小型バスメーカー（華晨金杯汽車、江鈴汽車、北汽福田汽車、南京イベコ等）がユーロⅢ対応モデルを相次いで市場に投入したことから、その心配は完全に解消されたかにみえた。

ところが、昨今の国際原油価格の高騰に伴い、「ユーロⅢ対応モデルは、ユーロⅡ対応モデルより燃費が悪い」とのクレームを訴えるユーザーが増え始めた。これに対し、2009 年 1 月 14 日付『中国交通広播網』の記事は次のように分析している。「排ガス中の窒素酸化物 (NOx) 含有量を低減するためには、燃料の噴射時期を遅らせることが最も直接的かつ効果的な対策である。ただし、その反面、シリンダー内の温度が十分に上昇しないため、熱効率の低下 (=燃費の悪化) を招くというデメリットもある」。

中国では、小型バスは「人と貨物の両方を輸送できる便利な消費財」と考えられている。従って、燃費が良く、耐久性に優れたディーゼル車がますます注目を集めている。小型バスメーカー各社は、このような市場のニーズを踏まえ、クリーンな排ガス性能と低燃費を両立させる先進ディーゼル技術を早急に導入しなければならない。

3) 大都市での先行実施

上海市環境保護局は 2009 年 1 月 8 日、ユーロⅣ排ガス基準の導入案について国务院の批准を受けたことを明らかにした。

全国に先駆けてユーロⅣ排ガス基準を導入するのは、2008 年 3 月の北京市に続いて上海市が 2 都市目となる。

上海市のユーロⅣ排ガス基準導入案は下表の通り。

導入時期	2009年11月1日
対象車両	<ul style="list-style-type: none"> ・上海市内でナンバープレートの登録を行うすべての小型ガソリン車* ・上海市内で使用するすべての公共バス、環境衛生車、郵便車、公共工事に使用する車両。 *車両総重量 (GVW) 3.5 トン以下の乗用車、バス、トラック
対象外車両	<ul style="list-style-type: none"> ・2009年10月31日までにナンバープレートの登録を行った車両。 ・小型ディーゼル車、長距離バス、上海市外を走行する機会の多い業務用トラック等。
燃料品質の改善	<ul style="list-style-type: none"> ・早急にガソリンと軽油の品質に関する地方規格を制定する。 ・2009年9～10月の間に新規格に適合する燃料の供給を開始する。

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

(3) 乗用車燃費規制の動向

1) 第3段階規制値策定作業の開始

2008年5月29日付『北京日報』の記事によると、「全国汽車標準化技術委員会は4月、北京にて『乗用車燃料消耗量限值(燃費規制値)』(GB19578-2004)(以下、『乗用車燃費規制値』)の第3段階以降の規制値を策定するワーキンググループを発足した」と明かした。

「乗用車燃費規制値」は、国家質量監督検閲検疫総局と国家標準化管理委員会が2004年10月28日に公布した国家強制性標準である。対象は、「火花点火エンジンあるいは圧縮着火エンジンを動力とし、最高車速が50km/h以上、車両総重量(以下、GVW)が3,500kg以下のM1¹類車両」と規定されている。

「乗用車燃費規制値」の第1段階と第2段階(図表2-15)では、車両重量²別に100km走行当たりの燃費規制値が規定されている。第3段階についても、基本的にはこの形が踏襲される見込みである。ただし、車両重量が1,500kgを超える大型車に対しては、さらに厳しい規制値が設定されるとみられている。

これに対し、業界アナリストの賈新光氏は「海外の事例を参考とし、燃費性能が劣る車両を規制し、同時に燃費性能に優れた車両を優遇する政策³を打ち出す必要がある」と提言している。

¹ M1類車両とは、GVWが1,000kg超で、乗車定員(運転席含む)が9人以下の乗用車・バスのことを指す。

² 燃料、潤滑油、冷却水といった必要な液体を充填し、スペアタイヤと工具を積んだ状態の重量。

³ 税負担の軽減、補助金の給付、ローン金利の優遇等。

図表 2-15 「乗用車燃費規制値」の概要

① 施行時期

	第1段階	第2段階
新規車両 (型式認証をこれから取得する車両)	2005年7月1日	2008年1月1日
既存車両 (型式認証をすでに取得済みの車両)	2006年7月1日	2009年1月1日

② 燃費規制値

- 次の条件を一つでも満たす場合：
→「トランスミッションがAT」、「3列以上のシートを有する」、「SUV」

車両重量	規制値 (L/100km)	
	第1段階	第2段階
750kg 以下	7.6	6.6
750kg 超～865kg 以下	7.6	6.9
865kg 超～980kg 以下	8.2	7.4
980kg 超～1,090kg 以下	8.8	8.0
1,090kg 超～1,205kg 以下	9.4	8.6
1,205kg 超～1,320kg 以下	10.1	9.1
1,320kg 超～1,430kg 以下	10.7	9.8
1,430kg 超～1,540kg 以下	11.3	10.3
1,540kg 超～1,660kg 以下	12.0	10.8
1,660kg 超～1,770kg 以下	12.6	11.3
1,770kg 超～1,880kg 以下	13.1	11.8
1,880kg 超～2,000kg 以下	13.6	12.2
2,000kg 超～2,110kg 以下	14.0	12.6
2,110kg 超～2,280kg 以下	14.5	13.0
2,280kg 超～2,510kg 以下	15.5	13.9
2,510kg 超	16.4	14.7

- 上記以外：

車両重量	規制値 (L/100km)	
	第1段階	第2段階
750kg 以下	7.2	6.2
750kg 超～865kg 以下	7.2	6.5
865kg 超～980kg 以下	7.7	7.0
980kg 超～1,090kg 以下	8.3	7.5
1,090kg 超～1,205kg 以下	8.9	8.1
1,205kg 超～1,320kg 以下	9.5	8.6
1,320kg 超～1,430kg 以下	10.1	9.2
1,430kg 超～1,540kg 以下	10.7	9.7
1,540kg 超～1,660kg 以下	11.3	10.2
1,660kg 超～1,770kg 以下	11.9	10.7
1,770kg 超～1,880kg 以下	12.4	11.1
1,880kg 超～2,000kg 以下	12.8	11.5
2,000kg 超～2,110kg 以下	13.2	11.9
2,110kg 超～2,280kg 以下	13.7	12.3
2,280kg 超～2,510kg 以下	14.6	13.1
2,510kg 超	15.5	13.9

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

2) 業界標準「自動車燃費ラベル」の正式施行

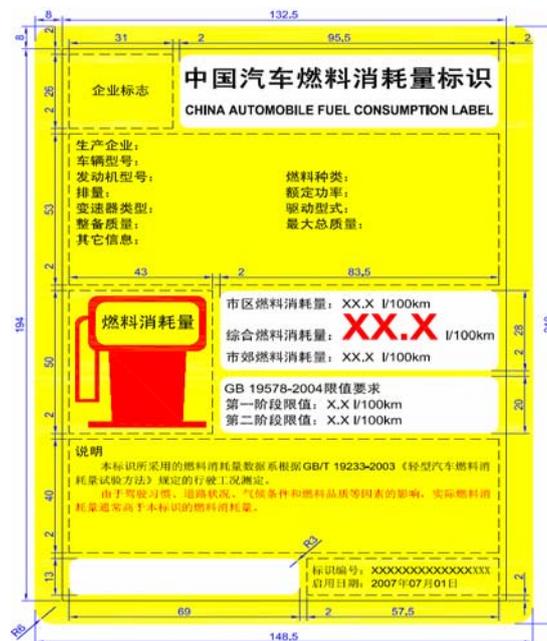
国家発展改革委員会が 2008 年 2 月 1 日に公布した業界標準「自動車燃費ラベル」が、7 月 1 日に施行された。

「自動車燃費ラベル」の作成を担当した中国汽⋯技術研究中心 (CATARC) 自動車標準化研究所の呉衛所長は、次のように説明している。「同標準に基づき各車両に掲示される燃費ラベルには、市街地走行時の燃費、郊外走行時の燃費、総合燃費が記載される。これらの燃費データには、自動車メーカーの申告値ではなく、国家発展改革委員会の委託先である中機車両技術服務中心 (CVTSC) が国家標準『軽型汽車燃料消耗量 (小型自動車燃費) 試験方法』 (GB/T19233-2003) に基づき測定した結果が用いられている」。

「自動車燃費ラベル」 (図表 2-17) は、ガソリンまたは軽油を燃料とする車両総重量 (GVW) 3.5 トン以下の乗用車、バス、トラックに適用される推奨性標準である。従って自動車メーカーは、必ずしも同標準を遵守しなければならないというわけではない。

これにより、中国人消費者の間にある「メーカー公表の理論燃費と実燃費との差があまりにも大きい」との不満が、多少は解消されるのではなかろうか。

図表 2-17 「自動車燃費ラベル」



(出所) 中国汽⋯新網.

(4) リサイクル政策の動向

1) 「自動車産品回収利用技術政策」関連

2006年2月、産業管理を役割とする国家発展改革委員会主導で同政策を作成し、科学技術部及び環境保護総局(当時)の連名で公表した。

同政策は自動車の設計・製造・販売という動脈産業から、修理・整備・解体処理・リサイクルなどの静脈産業までを包括しており、3R¹の原則のもとで、自動車のプロダクト・チェーン全体にわたって材料や部品のリユース率、リサイクル可能率を高めていくことを目標としており、中国版の自動車リサイクル法といえるだろう。

この政策を実行させるため、中国自動車技術研究中心が中心になって、主要メーカーの支援の下で、2007年時点には以下のように関連法規を研究・整備する計画が予定されている(図表2-18)。

図表 2-18 今後のリサイクル政策の構想

内容	2007	2008	2009	2010
自動車産品回収利用暫行管理弁法	■			
自動車回収可能率審査のデータベース構築		■		
リビルト企業の資格条件	■			
リビルト及び中古部品流通監督管理弁法	■			
関連標準の制定	有害物質の禁止	■		
	材料標識方法	■		
	禁止物質検査測定方法	■		
	リビルト部品品質	■		
	リビルト部品標識	■		
有害及び危険物処理施設の建設	■			
自動車及び包装材の回収体系の構築	■			
自動車回収率データベース(禁止材料含む)		■		

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

2008年1月、中国自動車技術研究中心が主催し、国家発展改革委員会及び主要メーカーのそれぞれの関係者が参加して、「自動車産品再利用管理措置に関する研究」という会議が開催された。同会議では、以下のような報告が進められたようである。

- ・ EUにおける自動車禁止物質及び回収利用可能率の認証方法
- ・ EUにおける自動車メーカーの材料データベース
- ・ 中国における自動車材料データベース(CAMDS)の応用プロセス及び需要
- ・ 中国での自動車有害有毒物質に関する調査及び使用禁止物資の管理に関する建議

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

¹ Reduce (リデュース)、Reuse (リユース)、Recycle (リサイクル)。

これらから勘案するに、中国の新しい自動車リサイクルシステムは、主に EU 方式をベースにして制度設計が進められていくことが予想される。

2008 年春、「自動車回収利用可能率及び使用禁止物質に関する管理弁法（討論稿）」（以下、管理弁法）が業界内に公表された。この管理弁法では、自動車回収利用可能率に関して、企業による初歩的審査及び自動車製品に対する認証という 2 段階を分けており、使用禁止物質となる 6 種類の重金属を定めた。

この管理弁法に関しては、以下の 2 点について、要注目である。

まずは、拡大生産者責任（Extended Producer Responsibility. EPR）制度の導入である。具体的には、自動車回収利用可能率及び有毒有害物質に対して重点的に管理監督を行い、これらを強制的な要件として自動車製品の市場参入に関する管理システムに導入する。

次に、自動車回収利用可能率の認証に関する実施スケジュールである。リサイクル政策の基本法となる「自動車産品回収利用技術政策」では、2008 年より届出制度、2010 年より認証実施を開始することと定めているが、前出の管理弁法では、認証実施の時期ははっきりしていないようである。

2009 年 2 月、中国汽车技術研究中心は日系メーカーを含む各メーカーによる管理弁法に対する意見を集約した上、政府主管部門である工業信息化部に報告すること、及び業界内で再度討論を実施することと予定しているようである。

自動車回収利用可能率について、メーカーにとっては、届出制度の実施から、専門機関による認証まで、準備期間として 2 年間が必要とされている。現在の研究・報告状況を観察すると、当初予定している 2010 年からの認証開始は、延期になる可能性が大きい。

その他の研究活動の進捗として、中国における自動車材料データベース（CAMDS）は、2009 年 5 月よりオンラインで進められている。

このように、リサイクル政策に関する研究は、主要メーカーの支援の下で、中国汽车技術研究中心が進めているが、前出の 2008 年 3 月から実施された政府機構改革で、リサイクル政策の担当部署が国家発展改革委員会から新規設立された工業信息化部に移管となった。その影響で工業信息化部及び国家発展改革委員会では、リビルト関連を除いて、リサイクル政策に関する実施細則の公表・実施については、大きな動向が見られなかった。

一方、廃車管理を担当している商務部では、2002 年 6 月に公布された「廃棄自動車回収管理弁法」（307 号令）を「廃棄自動車回収管理条例」という上級法にしようとする動きがあった。

2) リビルトの動向

自動車部品のリビルトは、業界・企業によるビジネスとして急速に進められている。

中国自動車工業協会（CAAM）の何光遠名誉会長（元国家機械工業部長）は、2008年9月2日に湖北省襄樊市で開かれた「全国自動車部品リビルト推進活動座談会¹」において、次の3点を指摘した上で「中国リビルト部品市場のポテンシャルは莫大」との考えを示した。

①エネルギーと原材料の節約効果

リビルト部品を使用した場合、新品と比べてエネルギー消費で約60%、原材料消費で約70%の節約になるといわれている。VWは1947年からエンジンのリビルトを開始し、これまでの累計台数は748万基に達している。その間に節約された電気使用量は約5,900万kWで、原材料（鉄鋼、アルミニウム）は約38万4,000トンとのことである。

②巨大な市場規模

中国の自動車保有台数は、2010年に6,300万台に達する見込みである。そこで、1台当たりのスペアパーツ購入金額を1,000元/年、スペアパーツに占めるリビルト部品の割合を5%と仮定した場合、中国リビルト部品市場の規模は、2010年に31億5,000万元/年に達する計算となる。中国におけるリビルト部品の売上総額はまだ8億元/年にも満たないことから、かなりの潜在需要が眠っていることが分かる。

③少ない参入メーカー

中国で最初に自動車部品のリビルト事業を立ち上げたのは、柏科（常熟）電機有限公司である。同社は、1986年から深セン蛇口工業区でオルタネーターとスターターのリビルト事業を展開している。また1995年には、中国重型汽車が英リスター・ペッター社との合弁で済南複強動力有限公司を設立し、エンジンのリビルト事業を開始した。それ以外は、ごく限られた企業しか自動車部品のリビルト事業に参入していない。

国家發展改革委員会は2008年3月2日、自動車部品のリビルト事業を積極的に推進すべく、「汽車零部件再製造試点（自動車部品リビルトモデル拠点）管理弁法」と第1期のモデル拠点に選ばれた14社の企業名を公表した（図表2-19）。

それでも、2010年の中国におけるリビルト部品の生産高は25億元に達するのも難しいとみられている。一方、米国では数年前に、リビルト部品の生産高が500億米ドル（約4,000億元）を突破した。その差は、誰の目にも明らかであろう。

（出所）各種資料により現代文化研究所作成。

¹主催者は国家發展改革委員会資源節約・環境保護司。

図表 2-19 自動車部品リビルトモデル拠点（第1期）

完成車メーカー	第一汽車、奇瑞汽車、江淮汽車
部品メーカー	上海大衆聯合發展有限公司（上海 VW の子会社）
	濰柴動力（濰坊）再製造有限公司（濰柴動力の子会社）
	武漢東風鴻泰控股集团有限公司（東風汽車の子会社）
	広州市花都全球自動変速箱有限公司
	済南複強動力有限公司（重型汽車の子会社）
	広西玉柴機器股フェン有限公司
	東風康明斯発動機有限公司（東風汽車とカミンズの合弁会社）
	柏科（常熟）電機有限公司
	陝西法士特汽車伝動集団有限責任公司
	浙江万里揚変速器有限公司
	中国人民解放軍第 6456 工場

（出所）各種資料により現代文化研究所作成。

中国で自動車リビルト部品が注目されるようになった背景は、従来、廃車リサイクル政策において、廃車を速やかに解体し、再資源化するということを基本方針としてきたことで次のような問題が出てきたことがあげられる。特に、5 大部品（エンジン、トランスミッション、車軸、フレーム、ステアリング装置）については、再利用可能の如何を問わず、廃車から取り外した後にリユースやリビルトすることなく、完全に破壊するという政策をとってきた。というのも、中国では廃車から機能部品を取り外して販売したり、廃車を用いて改造車として販売するといった“闇市場”を通じた違法行為が蔓延しており、その結果、そのような違法部品や違法車両により多くの交通事故が発生してきたからである。現行の廃車リサイクル政策でも、原則として 5 大部品のリユースやリビルトは認められていない。5 大部品以外の部品や外装品などはリユースやリビルトは認められているものの、中国のリユース部品・リビルト部品市場や産業は成熟しないまま現在に至っている。

しかし近年、中国は「循環経済」政策を打ち出した。ここで、循環経済における「資源・エネルギーの有効利用」という基本方針と、上述のような廃車政策の「解体・破壊処理」という方針に矛盾が生じるようになってしまった。そこで、再利用が可能な機能部品であればリビルトの“部品”として積極的に再利用すべき、という流れになってきたのである。また、中国の自動車部品の性能や品質が以前よりも向上してきているため、高年式の車両の部品であれば十分に再利用可能という判断もあったのだろう。なお、リビルト事業を展開するにあたり、中国政府や研究機関では、ここ 10 年ほどの間に、欧米や日本のリビルト市場や産業の動向、制度、具体的な技術について調査を進めてきている。

次に、中国でリビルト部品市場が拡大することの意義と課題である。意義としては、やはり安価で“正規の”リビルト部品が供給されることで、自動車ユーザーにとって選択肢が増えるという利点がある。中国では実験的に十数カ所のリビルト工場を指定

しており、そこから供給される部品については、価格設定や品質保証の面でも十分な配慮がなされていると考えて良いだろう。また、前出の何光遠氏の発言にもあるように、リビルト部品と新規部品を比較すると、前者のほうがより環境負荷が小さくなるという効果もある。「2010年に31億元に達する」という計算についてはより詳細な検討が必要であるとしても、潜在的に大きな市場が存在していることに疑う余地はなく、自動車分野での成長産業の1つとなる可能性がある。

しかし、むしろ指摘すべきは課題の方であろう。第1に、部品リビルト事業を実施するためには、その“コア”である使用済み（あるいは故障・修理交換）部品が必要であるが、それを十分確保できるかどうかという点である。例えば、廃車については、多くの廃車が闇市場を通じて違法業者に流れてしまっているため、政府認証の廃車解体企業では廃車を十分に回収することができず、いわゆる“タマ不足”が生じている。他方、整備・修理工場や新車ディーラーを通じてどれくらいの部品が回収可能かは不明だが、いずれにしても、必要量の部品を効率良く回収するルートを確立しなければならない。

第2に、リビルト事業に対して、政府がどの程度関与しコントロールしていくのか、という点である。現在は、政府が認証した企業のみが“正規の”リビルト事業を行うことができ、実質的には“正規の”リビルト事業への参入は強く制限されていると考えて良い。しかし、他方では、おそらく多くの企業がこの分野への参入を希望しているだろう。廃車解体企業でも、タマ不足による収益悪化を打開するために、部品リビルト事業を希望している企業が多い。今後、リビルト事業は拡大していくであろうが、このまま政府によるコントロールが継続するのか、あるいはある程度自由な参入を認めるのかが不透明である。当面は政府によるコントロールが継続するものと考えられる。

第3に“正規の”リビルト事業が拡大することで、逆に“違法な”リビルト事業も拡大する可能性がある。先に述べたように、中国では廃車や5大部品などの違法流通が相当大きく、闇市場では多くの違法リビルト部品が流通していると考えられる。正規リビルト部品の流通ルートを確立し、ラベリングなどを徹底しなければ、違法リビルト部品が大量に紛れ込んでくる可能性がある。結果として、悪貨が良貨を駆逐する、という事態になりかねない。

確かに、リビルト部品市場が成長しつつあるとは言っても、まだその緒についたばかりである。今すぐに新規部品の市場が影響を受けるということはない。また現時点での情報の限り、日本の組立・部品メーカーが中国でリビルト事業を行っているとの情報はない。仮に事業を行うにしても、例えば中国政府からの認証を受けることができるか、リビルト部品に必要な“コア”を十分に集め、リビルト部品の販売ルートを確立することができるか、といったいくつもの課題がある。中国市場で先行している

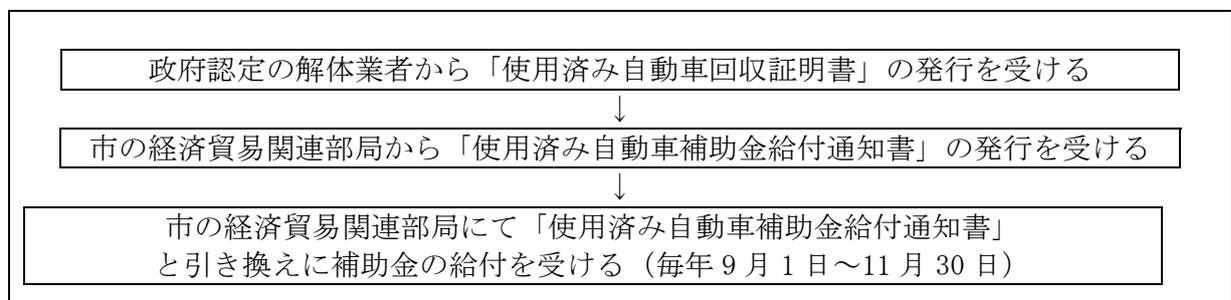
欧州のメーカーに比べると、やはり日本のメーカーは不利である。しかし、中国市場での日本車や日本メーカー部品の人気は非常に高く、その分、リビルト部品の需要も大きいことは確かである¹。その意味では、リビルト部品という新しい市場が創出されつつあるという動向は、決して無視すべきではなく、新たなビジネスチャンスとして積極的に捉えるべきであろう。

3) 使用済み自動車への廃棄・更新補助制度

2001年6月16日に公布された「廃棄自動車回収管理弁法」²において、「中央政府は、老朽化した自動車の廃棄・更新を奨励する」（第4条）というスタンスが初めて明文化した。

それを受けて、国家経済貿易委員会³（当時）と財政部は2002年12月20日、「老朽化自動車廃棄・更新補助資金管理暫行弁法」を公布し、「老朽化した自動車（事故車を除く）の所有者が、法に基づき廃棄処分手続きを行い、政府認定の解体業者に引き渡した場合、補助金の給付を受けることができる」（第2条、第3条、第6条）、「車両購置税収入を補助金の財源とする」（第3条）、「具体的な補助金額と給付対象は、廃棄車両の量と財政の状況に基づき、毎年4月下旬に公布する」（第4条）といった方針を明らかにした。

補助金受給の流れは以下の通り。



（出所）各種資料により現代文化研究所作成。

補助金額については、毎年4月に商務部より基準を公表し、それに沿って補助金の給付が実施される。

例えば、2008年については、4月30日に公布された次の基準に基づき、補助金の給付が行われていた。

¹ 実際、闇市場では、日本メーカーの車両や部品は高値で取引されている。

² のち、2002年6月に修正され、「廃棄自動車回収管理弁法」（307号令）として公布された。

³ 2003年3月の国务院改革において、産業関連部門が国家発展改革委員会に、貿易関連部門が商務部にそれぞれ統合された。

- ① 2000年1月1日～2004年12月31日に初年度登録された全長4.8m以上、7.5m未満の農村用人員輸送車両：1万元／台。
- ② 1999年1月1日～2001年12月31日に初年度登録され、かつ使用期間が7～9年の車両：
 - ・ 全長7.5m以上かつ乗車定員（運転席を含む）23人以上の人員輸送車両：4,000元／台。
 - ・ 全長9.0m以上の公共バスで、かつ2008年中にユーロⅢ（北京市はユーロⅣ）排ガス基準適合車に買い替えた場合：1万5,000元／台。
 - ・ 車両総重量（GVW）12トン以上のトラックおよび牽引可能総重量12トン以上のセミトレーラートラクター：4,000元／台。

（出所）各種資料により現代文化研究所作成。

業界関係者の多くは、小型乗用車が補助金の給付対象となっていないことを批判し続けている。

4) 海外からの解体自動車の輸入に関する動向

中国では、自動車産業政策上、中古車及び解体自動車の輸入を禁止している。また、その原則は、今日に至っても変わらない。但し、産業廃棄物の一種である自動車スクラップ¹の輸入は、輸出入製品目録には制限類(条件付き)に属し、輸入禁止ではない。

これまで、全国で「輸入自動車スクラップの解体」で営業許可され稼動したのは、張家港市の実験地域²で設立されたHOTA社のみであった(図表2-20)。

図表 2-20 HOTA 社の概要

HOTA (USA) Holding Corp. は、2006年6月15日、アメリカデラウェア州に正式に登録された会社である。

設立の主な目的は、100%持ち株投資会社である-中国張家港永峰泰環保科技有限公司 (HOTA AUTO RECYCLING CORP.) を経営し、2007年第11次五カ年計画に定められた環境保護資源リサイクルプロジェクトの輸入廃車のリサイクル計画実施モデル地区（張家港資源リサイクルモデル基地）に進出するためである。廃車のリサイクルにより、鉄、アルミ、銅、プラチナ等の金属及びプラスチック、ガラス、皮革、不織布等の原料リサイクル業務を展開する。

HOTA は中国国務院国家環境保護局、江蘇省が許可した輸入廃車の解体、粉砕、リサイクル、販売を行う唯一の外資企業である。

（出所）HOTA社ホームページ。

現代文化研究所が独自のルートで実施した現地ヒアリングによると、実はHOTA社は海外の自動車スクラップ(ターゲットは日本)を輸入し、その価値のある主要部品の転売を目的として、コネを活用し、国家環境保護部及び地元の江蘇省より会社設立の許可を獲得したという。

¹ ガソリン等を抜いた後にプレスにかけられた鉄の固まり。

² 資源リサイクルモデル基地。

但し、実際に輸入が始まると、地元の税関から「スクラップの状態でない自動車の輸入は禁止」と差し止められ、現在は工場が稼働中止になっている。

(5) 自動車リコール制度の現状

中国の自動車リコール制度が確立したのは、「欠陥自動車製品リコール管理規定」(2004年3月12日に公布、同10月1日に施行)であった。同規定は「販売した自動車に欠陥が存在する場合、製造業者(または輸入業者)は、本規定に従いリコールを実施しなければならない」(第4条)と規定されている。また第6章には、「政府の指示で行うリコール」に関する手続きが明記されている。

同規定が施行から経過した4年強の状況を振り返ると、累計リコール届出件数が約120件、同台数が約154万6,600台に達するなど、中国の自動車業界にも「リコールを自発的に行う」という気風が育ってきたといえる。その結果、中国地場自動車メーカーを含めて自動車メーカー各社の品質管理意識は著しく向上したように思われる。

その流れは、自動車の重要保安部品にも広がりつつある。例えば、国家質量監督検閲検疫総局では、中国でよく起きているタイヤのトラブルに関する情報収集・分析を行うなど、タイヤのリコール制度構築に向けた検討が進められている。

自動車リコール制度の課題としては、実際に製品の欠陥を認定する制度が整備されていないため、製造業者(または輸入業者)の自主性に任せざるを得ない状況となっている。

2008年9月21日付『新華網』の記事によると、国家質量監督検閲検疫総局は虚偽報告やリコール隠しといった不正行為を防ぐために、管理体制の強化にも力を入れている。2008年3月28日にルノーに対して出された「リスク警告」は、その一例である。ルノーは同警告に従い、該当車両に対する調査・リコールを実施した。

強制リコール制度の導入も検討されている。2008年11月12日付『北京青年報』の記事は、「自動車をめぐる品質トラブルが増えていることから、国家質量監督検閲検疫総局は2009年中に強制リコール制度を導入する方向で検討を進めている」と報じた。そのため、国家質量監督検閲検疫総局は中国消費者協会など関連団体との協力の下、自動車のクレーム処理システムと技術情報管理システムの構築に着手したという。

(6) 「自動車金融会社管理弁法」の改正

中国銀行業監督管理委員会は2008年1月30日、「自動車金融会社管理弁法」(2003年10月3日公布)を一部改正し公布した(図表2-21)。

図表 2-21 「自動車金融会社管理弁法」の主な変更点

① 非金融機関が主要出資者（出資比率 30%以上の筆頭出資者）となるための条件の引き上げ

	旧弁法	新弁法
直近 1 年間の資産総額	40 億元以上	80 億元以上
直近 1 年間の売上高	20 億元以上	50 億元以上
自己資本比率	規定なし	30%以上

② 将来の発展を制約する条項の削除・修正

旧弁法	新弁法
「同一企業が 2 社以上の自動車金融会社に出資してはならない」（第 5 条第 5 項）	削除
「自動車金融会社は、分支機構を設立してはならない」（第 14 条）	「自動車金融会社は、中国銀行業監督管理委員会（以下、銀監会）の批准を経なければ、分支機構を設立してはならない」（第 12 条）

③ 業務範囲の拡大

旧弁法	新弁法
出資会社からの預金受入（3 カ月超） （中国内の出資会社のみ）	出資会社からの定期預金受入 （3 カ月以上） （外国の出資会社とそれが中国に設立した 独資会社、中国内の出資会社）
オートローン業務の提供	オートローン業務の提供
自動車販売店への融資	自動車販売店への融資
ローン債権の譲渡・売却	金融機関との債権の売買 （オートローン、リース）
金融機関からの借入	金融機関からの借入
オートローンへの保証供与	自動車販売店とリース借受人からのデポジット受入
オートローンに関連する代理業務	オートローンに関連する コンサルティング・代理業務
その他の与信業務（認可要）	その他の与信業務（認可要）
	オートリース（リースバックを除く）
	リース車両の残価での売却・処分
	インターバンク取引
	金融債券の発行（認可要）
	自動車金融関連業務に従事する 金融機関への資本参加（認可要）

④ 取引先の与信額設定に関する詳細規定の追加（第 23 条）

⑤ 自動車金融会社の設立認可手続きに関する詳細規定の削除（旧弁法の第 9～13 条）

（出所）各種資料により現代文化研究所作成。

上記の修正に対し、業界アナリストの賈新光氏は、次のように分析した。「旧弁法は、銀行の利益を守るために、自動車金融会社の発展を制限していた。新弁法をみると、主要出資者に対する条件が厳しくなっているため、参入規制の強化ではないかと感じるかもしれない。しかし、実際は『条件をクリアする企業には、公平なチャンスと発展のステージを与える』という中国銀行業監督管理委員会の意図が込められている」。

現状として、外国メーカーでは、トヨタ、VW、ダイムラー・クライスラー（当時）、PSA グループ、フィアット、ボルボ、GM、フォード、日産の 9 社が自動車金融会社を設立している。しかし、各社ともまだ赤字経営（あるいは薄利経営）から脱却できていない。

その理由としては、「金利引き上げと自動車価格の下落により、現金一括払いでの購入が定着している」、「自動車金融会社の業務範囲が“オートローン”と“オートローン債権の譲渡・販売”に限定されている」といった 2 点が考えられる。そのうち、「自動車金融会社の業務範囲」については、今回の「自動車金融会社管理弁法」の改正で、ある程度の改善が図られた。

一方、中国民族系自動車メーカーは、まだ 1 社も中国銀行業監督管理委員会からの認可を受けていない。しかし、奇瑞汽車と徽商银行、華晨汽車と GE マネー、江淮汽車と中国東方資産管理公司といった組み合わせによる合弁プロジェクトが、間もなく実を結ぼうとしている。

中国民族系自動車メーカーが、すべて金融機関との合弁形態を選択しているのは、新弁法の第 7 条に「自動車金融会社の出資者には、自動車金融業務のマネジメントとリスクコントロールに 5 年以上携わった経験を持つ企業を最低でも 1 社は含んでいなければならない」という規定があるためである。

ある業界の専門家は「参入条件の厳格化は、経験不足の中国地場自動車メーカーにとっては悪いニュース」と指摘している。

自動車販売店への影響もある。中小企業が大半を占める中国の自動車販売店は、商業銀行からの短期融資を主な資金調達方法として利用してきた。しかし、中央政府が金融引き締めを強化し始めた 2005 年以降、各商業銀行は融資に慎重な姿勢を取るようになってきている。一方、自動車メーカーとの決済方法は「キャッシュ・オン・デリバリー」であるため、資金繰りのつかない弱小企業は、市場から撤退せざるを得なくなっている。

中央政府は、2007 年 12 月に開催した「中央経済工作会議」でも、「2008 年の金融政策は、従来 of “穏健” から “引き締め” へシフトする」との方針を発表している。

そのような動きを受け、2008 年 2 月 3 日付『経済観察報』の記事によると、北京市内にある一汽 VW 系列の主力販売店の経営者は、次のように語っている。「銀行とは長

期にわたり良い協力関係を維持しているため、融資を受けること自体は特に問題とはならない。しかし、融資を受ける際の担保要求の引き上げといった現象が見られるようになっている。自動車メーカー系列の金融会社が提供する融資は、銀行より金利はやや高いものの、手続きが面倒ではなく、資金繰りの調整がしやすい。

金融会社側としても、東風日産汽車金融有限公司の劉章民・董事長が語るように、「個人向けの信用供与メカニズムが整備されていない中国では、販売店向けの融資を当面の主要業務とする」ことが予想される。

ある業界関係者は「自社系列の販売店に対する融資は、リスクを回避できると同時に、新車販売を活性化するという良性循環を形成することにつながる」と、そのメリットを指摘している。

国务院発展研究中心 産業経済部の錢平凡・副主任は「金融引き締め政策が、自動車金融会社の地位を引き上げた」と分析しているが、その資金源も元をたどれば銀行であることに変わりはない。従って、東風日産汽車金融有限公司の石井克己総経理が語るように「金融引き締め政策は、自動車金融会社に“チャンスと挑戦”を同時にもたらしめている」と表現した方がより適切であろう。

5. 中国自動車税制に係わる政策動向

中国の自動車税制は、以下のように整理できる(図表 2-22)。

図表 2-22 中国の自動車税制

	税目
出荷段階	消費税 *メーカーに対して工場出荷時点の卸値の3~40% (排気量別) を徴収する
流通段階	増値税(付加価値税) *メーカーに対して販売価格の17%を徴収する 車輛購置税(自動車取得税) *購入者に対して小売価格の10%を徴収する 関税(輸入車の場合)
保有段階	車船使用税 *保有者に対して毎年定額(車種・地方毎に異なる)を徴収する
走行段階	燃料消費税(養路费[道路維持費]に替わる税目) *メーカーに対してリットル毎の定額(ガソリンとディーゼルに異なる)を徴収する

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

(1) 養路费及び燃料税制改革の進展

2008年12月5日、国家発展改革委員会、財政部、交通部、国家税務総局は連名で、養路费¹、運輸管理費など6項目の費用徴収を1月1日から廃止し、ガソリンとディーゼル（軽油）の消費税を値上げする改革案を発表した(図表2-23)。

具体的には、ガソリンの消費税は現在の1L当たり0.2元を同1元に、ディーゼルは同0.1元を同0.8元に引き上げる。改革案は一般からの意見を徴集し、反映させる。

図表2-23 2008年12月5日の改革案

徴収対象	ガソリン、ディーゼル、ナフサ、潤滑油、灯油等
徴収を廃止する費目 (道路関係のみ)	養路费、運輸管理費、客貨運(旅客・貨物輸送)付加費、二級以下の道路の通行料金
徴収を継続する費目	高速道路や有料道路の通行料金
「養路费」徴収事務所 スタッフの異動先	各地方政府の交通管理部門内
地方政府の財政収入減 への対応	中央財政からの補てんを行う
税負担が増える業界 への支援	農漁業、公益性の強い旅客輸送業、軍隊などに対する財政支援を行う

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

この発表は、「費から税に移行」を目的としている。つまり、自動車の使用に関わるいくつかの費用を廃止すると同時に消費税を引き上げる方法である。10数年にわたって議論されてきた「燃料税」の導入とまでは行かないが、そのための第一歩であると捉えることができる。

1) 燃料税導入が遅れた理由

燃料税の導入が遅れている理由について、中央政府の関係者は「原油価格の高騰が続く中での導入は、消費者の生活に大きな影響を及ぼす」と一様に口をそろえて説明していた。実際は、現在の石油製品に対する価格統制に深く関係すると考えられる。価格統制の結果、中国の石油製品価格は国際市場相場と大きな乖離が存在するようになっている。また、国内採掘の部分については、政府が独占している精錬会社に対して、国が補助を支給している。まずはこの2つの問題(価格統制と補助)を整理しなければ、燃料税の導入が困難と考えられる。

¹ 道路維持費。

1997年7月3日	「第8期全国人民代表大会（全人代）常務委員会第26回会議」で採択された「公路法」において、「養路费」に代えて「燃油附加費」を導入するとの方針が明文化された。
1998年3月19日	国務院総理に就任した朱鎔基氏が、記者会見で「費改税」（地方で勝手に行われている費用徴収を合法的な納税制度に改革すること）と呼ばれる税制改革を推進する考えを発表。
1999年10月31日	「第9期全国人民代表大会（全人代）常務委員会第12回会議」で採択された「改正公路法」において、「燃油附加費」は「燃料税」という言葉に変更され、実施時期は「国務院が決定する」とされた。
2004年8月28日	「第10期全国人民代表大会（全人代）常務委員会第11回会議」で採択された「改正公路法」では、「燃料税」という言葉も削除された。
2006年1月8日	国家税務総局が発表した「第11次5カ年計画、税収改革7大目標」において、「適切な時期に『燃料税』の徴収を開始する」との目標が掲げられた。

（出所）各種資料により現代文化研究所作成。

その他にも、燃料税導入による「地方政府の財政収入減」、「ガソリン、ディーゼルとそれ以外の石油製品との税負担格差」、「農民の経済的負担増」といった問題が指摘できよう。

2) 直近の動向

国際原油価格が下落し続けている現在、燃料税導入の「適切な時期」が到来したと考えられる。そのため、国家発展改革委員会は11月20日に「石油製品の価格決定メカニズム改革と燃料税の導入をめぐる問題について、財政部、交通部、国家税務総局、人力資源・社会保障部、農業部、中央機構編制委員会弁公室、地方政府などの意見を聞く座談会を開いた」との公示をホームページに掲載した。これは、中央政府が燃料税の導入に向けて本腰を入れ始めた証といえる。

また、国務院常務会議は11月26日、「石油製品価格決定メカニズムの改革と燃料税の導入は、税負担の公平化と省エネルギーの促進を図る上で重要な意義を持つ」との認識のもと、「具体的な施策については、公聴会などを開き、各界の意見を幅広く聴取した上で最終決定する」との方針を固めた。

政府系シンクタンクの国家信息中心経済予測部の牛犁・エコノミストは「石油製品価格に関する問題で、中央政府が民間の意見を聞くのは初めてのこと。これは、大きな進歩」と政府の姿勢を高く評価している。

< 具体的施策 >

関係者の意見が一致しているのは、燃料税の徴収と同時に養路费を廃止するという

点のみである。

具体的な進め方については、石油製品価格の引き下げと燃料税の導入を同時に行い、小売価格の上昇を最小限に抑える方向で検討が進められている。税率は 30～50%の間になる可能性が高いとみられている。また、燃料税を導入するのではなく、「石油製品に対する消費税率を引き上げるべき」という意見も出ている。その論拠は、「すべての石油製品に平等な課税が可能」というものである。冒頭の改革案発表はこれに相当するものと考えられる。

<燃料税導入に関する消費者の反応>

排気量 1.4L の乗用車を保有する消費者は、一般的に以下のシミュレーションとなる。

ガソリン価格を 5.0 元/L まで下げた上で、税率 30%の燃料税を導入した場合、納税額は 1.5 元/L となる。1 カ月の給油回数を 5 回、1 回当たりの給油量を 30L とした場合、年間の納税額は 2,700 元に上る。年間の養路费の負担が 1,000 元程度であるため、差し引きでは約 1,700 元の負担増となる見込みである。また、「仮に燃料税を導入するのであれば、年間 470 元の『車船使用税』と同 980 元の『年票（年間通行料）』も廃止すべきである」との意見も出ている。

<業界アナリスト・鐘師氏の分析>

今回の金融危機が、高騰を続けていた原油価格を引き下げた。このタイミングで燃料税を導入しなければ、二度と同じようなチャンスが訪れることはない。

燃料税が導入されたとしても、高級車の需要に影響が出ることはない。なぜなら、高級車を購入する富裕者層は、ガソリン代の負担増など気にしないからである。ただし、中・高級車以下のセグメントでは、購入車両のグレードを落とす動きが出るものと思われる。これは、小型車にとっては追い風となるだろう。

米国自動車産業の失敗は、小型車を軽視したことにある。中国の自動車産業が米国の二の舞を踏まないためには、新エネルギー車の開発に力を入れるべきである。そういった意味で、比亞迪汽車 (BYD AUTO) が 12 月に発売を開始したプラグイン・ハイブリッドには大きな期待がかかっている。

3) 今後の見通し

冒頭の改革案は、2008 年 1 月 1 日より実施された。しかしながら、本格的な燃料税政策の導入は石油製品の国際市場相場に照準し、かつ精錬会社への補助が廃止されてからになり、一定の時間が必要であろう。

(2) 自動車消費税に関する改革

国务院常务会议は 2008 年 7 月 23 日、「工業化と都市化の急速な進展に伴うエネルギー不足が、経済・社会の発展を妨げる主な要因となっている」との問題意識を提起した。これに対し「省エネルギー・環境保護型自動車に対する消費税率の引き下げ、大排気量車に対する消費税率の引き上げ、公共交通手段の発展といった措置を通じ、自動車の省エネルギー化を推進する」との方針を採択した。

今回の決定に対し、中央財経大学証券税収研究所の劉恒所長は、次のようにコメントしている。「財政部と国家税務総局は現在、あらゆる角度から最適な方策を検討している。最終的な結論はまだ出されていないが、排気量 4.0L 超の大排気量車に対する税率は、現行の 20%から 25%以上にまで引き上げられることが確実視されている。消費税率の引き上げが行われたとしても、その影響がすぐに表面化することはない。ただし、長期的には中国人の消費行動を変える可能性がある」。

図表 2-24 自動車消費税率の推移

2006 年 3 月 31 日以前			2006 年 4 月 1 日以降		
分類	排気量	税率	分類	排気量	税率
轎車	1.0L 未満	3%	乗用車 (SUV を含む)	1.5L 以下	3%
	1.0~2.2L	5%		1.5~2.0L	5%
	2.2L 以上	8%		2.0~2.5L	9%
SUV	2.4L 未満	3%		2.5~3.0L	12%
	2.4L 以上	5%		3.0~4.0L	15%
バス	2.0L 未満	3%		4.0L 超	20%
	2.0L 以上	5%	バス	5%	

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

中国は 2006 年 3 月 31 日に一度、「小排気量車への減税、大排気量車への増税（消費税）」を行った。しかし、2007 年のセグメント別販売実績をみると、小排気量車は減税措置を取ったにもかかわらず、販売台数は 2006 年と比べ減少する結果となった。一方、大排気量車は増税の措置となったが、2007 年の販売実績は 2006 年と比べ増加することとなった。

中国政府関係者もこの販売データ、市場の行方に注目している。胡錦濤主席が呼びかける「循環型社会」を実現させるため、小排気量車と大排気量車の税幅にもっと差をつけることが必要で、ユーザーの購買行動への誘導にも効率化がはかられるのではないかと考えている。

そこで、中国政府は大排気量車を中心に、「3.0~4.0L の税率が 25%、4.0L 超の税率が 40%にそれぞれ引き上げる」という消費税改革案を作成している。この案が実

施されれば、大排気量車市場へ影響が出るのは違いない。

また、小排気量車を含み、国務院が採択した「省エネルギー・環境保護型自動車に対する消費税率の引き下げ」は、大変興味深い政策である。

しかし、2008年8月19日、財政部及び国家税務局の公表により、消費税改革案のふたが開けられ、以下のように9月1日から実施となった(図表2-25)。

図表 2-25 現行の消費税構成

2008年8月までの消費税構成			2008年9月以降	
区分	排気量 (L)	税率 (%)	排気量 (L)	税率 (%)
MPV、SUVを含む 全ての乗用車	～1.5	3	～1.0	1
			1.0～1.5	3
	1.5～2.0	5	←	
	2.0～2.5	9	←	
	2.5～3.0	12	←	
	3.0～4.0	15	25	
中小型バス	4.0～	20	40	
			←	

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

今回の改革は、「省エネルギー・環境保護型自動車」というカテゴリーに触れていなかった。今後は「省エネルギー・環境保護型自動車」の税制に関する動向、その具体策にハイブリッド車やディーゼル車が入っているかどうか、また、そもそも何を以って「省エネルギー・環境保護」と判断するのかをフォローしていく必要がある。

(3) 増値税改革による中国部品業界へのメリット

2008年11月5日に開かれた国務院常務会議において、10項目にわたる内需拡大策が採択された。その中で、中国の自動車部品業界から注目を集めているのが、「増値税¹改革による約1,200億元の減税」である。

増値税改革の具体的な内容について、国務院弁公庁が11月10日に公表した通達には、2009年1月1日から次の4つの措置を実施することが記載されている。

- ①企業が新規に設備を購入した際にかかる増値税額を、企業が納める売上増値税額から控除することを認める。
- ②企業が輸入設備を購入する際の増値税免除制度と、外資企業が国産設備を購入する際の増値税還付制度を廃止する。

¹ 付加価値税。

③小規模納税者*の売上増値税率を一律 3%に引き下げる。

*年間課税売上高が 100 万元以下の製造業者と同 180 元以下の卸売・小売業者のこと。現行の税率は製造業者が 6%、卸売・小売業者が 4%となっている。これに対し、「一般納税者」に適用される増値税率は 17%。

④鉱産物の売上増値税率を一律 17%に引き上げる。

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

このうち、中国の自動車部品業界に最も大きなメリットをもたらすのは①であろう。

中国では、企業が固定資産を取得した際にかかる増値税額を売上増値税額から控除することは、原則として認められていない。つまり、企業は増値税額も含めて固定資産の取得価格として計上する必要がある。

財政部と国家税務総局は、2004 年 9 月の東北 3 省を皮切りに、中部 6 省の 26 都市、内モンゴル自治区の東部 5 都市、四川大地震の被災地といった地域限定で、設備取得にかかる増値税額を売上増値税額から控除することを認め始めた。ただし、本特例が適用される業界は、設備製造業、石油化学工業、冶金業、船舶製造業、自動車製造業、ハイテク技術産業、軍需品産業、農産物加工業などに限られている。

国務院発展研究中心 企業研究所の張文魁・副所長は「2009 年 1 月 1 日から、上記特例が全国の全産業に適用される」と今回の増値税改革の意義を説明している。

また、財政部 財政科学研究所 税収政策研究室の孫鋼・主任は、「今回の増値税改革で最も恩恵を受けるのは、設備投資の多い製造業であろう。特に、中小企業のキャッシュフロー改善に大きく貢献するものと思われる。実施時期を 2009 年 1 月 1 日としたのは、企業に十分な準備期間を与えるためである」という。

中国メディア報道によれば、「増値税暫定条例」の施行によって自動車業界全体で 120 億元の税負担をなくすことができるという。特に企業の減税に貢献するのは、新規に固定資産を取得する際にかかる増値税の控除を認める措置である。

従来中国の増値税制度は、固定資産にかかる税額の控除は認めない「生産型の増値税徴税方式」を採っていた。このため、機械設備などの固定資産を購入した際にかかる税金と、売上額にかかる税金の両方を納める必要があり、企業にとっては大きな負担となっていた。今回の措置により、一般納税者¹に対しては固定資産にかかる税金の全てが免除されることになるため、特に投資規模の大きい企業にとっては大幅な資金節約が可能になる。

投資規模の大きい完成車メーカーについていえば、市場の成長が鈍化するなかでも、トヨタや GM、VW などの外資系も、比亞迪汽車 (BYD Auto) などの民族系でも、増産に向けて生産能力の拡大計画が発表されている (図表 2-26)。

¹中国の税制度では、納税対象は一般納税者と小規模納税者に区分。

図表 2-26 外資系・民族系主要メーカーの増産計画

メーカー名	拡張計画内容		竣工予定時期
四川一汽トヨタ	工場建設	長春に新工場建設 成都工場の移転	2010 年後期
神龍汽車		第 2 工場の建設	2008 年後期
鄭州日産			2010 年中期
一汽 VW	工場拡張	アウディ工場の拡張	2009 年後期
上海 GM		瀋陽工場の拡張	2008 年後期
比亞迪汽車 (BYD Auto)		深セン工場の拡張	2010 年中
東風ホンダ	現工場敷地内に新建屋建設		2009 年中期
広州トヨタ	現工場内に第 2 ライン新設		2009 年中期

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

次に、小規模納税者への税率引き下げは、中小規模の自動車部品メーカーにとってのメリットがある。現行の制度では、小規模納税者に対する課税率が製造業 6%、商業 4%であるから、税率が一律 3%になることで、対象となる全体の税負担が軽減されることになる。

しかし、小規模納税者に対しては、固定資産にかかる増値税を含む仕入税の控除措置は認められないため、売上金額に 3%の税率を掛けた金額を納税することになる。

その上、小規模納税者には増値税専用領収書の発行が認められていない。一般納税者に対しては、この領収書によって物品や原材料の仕入時にかかる増値税が製品の販売・輸出時に控除される。しかし、小規模納税者には発行できない制度のため、一般納税者のような適用はない。

こうして整理すれば、中小規模の企業に対する増値税制度には、まだ改革の余地が多分にあるといえる。

最後に、外資系企業のケースをみると、国産設備購入時の増値税還付制度の撤廃により、外資への優遇措置がなくなる。この措置は、外資系と国内企業とでの税率が統一されることであり、内外企業の公平な市場環境を作り出す一助となる。

合弁企業による自主ブランドの創設について ——自主ブランド自動車のケーススタディー

自動車業界に一定の影響を持つ中国汽車工業協会の張伯順氏は、国家信息中心（国家発展改革委員会のシンクタンク）及び国家発展改革委員会工業司が発行する 2008 年年報の「中国自動車市場展望」（機械工業出版社）に、最も敏感な話題の一つである「自主ブランド車」については、以下のような興味深い研究調査レポートを発表した。

中国自動車工業の発展のなかで、中外合弁企業（以下、合弁企業）が極めて重要な役割を果たしてきた。しかし、自主ブランド振興戦略が中国の国家戦略になるなか、合弁企業に自主ブランド自動車があつてよいものかどうか、新たな自主ブランド自動車の投入が可能かどうか、などについて、議論が分かれている。本論では、自動車関連政策における自主ブランドの解釈と定義をベースに、多くの自主ブランドの創設と育成について調査したうえで、合弁企業に必ずや新たな自主ブランド自動車が生ずるだろうとの結論を明確にした。

1. 自主ブランドの解釈と定義

胡錦涛国家主席は、中国共産党第 17 次大会での報告において、「自主イノベーション能力を高め、イノベーション型国家を作り上げていこう」と呼び掛け、これは「国家発展戦略の中核であり、国力を総合的に向上させるカギである」ためであった。

『国家自主イノベーション製品認定管理方法（試行）』では、「自主イノベーション製品は必ず、自前の知的財産権と自主ブランドを保有しなければならない」と定められている。また、『中国自動車工業第 11 次五カ年発展計画』では、「自主ブランドを擁することは、自動車メーカーの自主的な発展の重要なシンボルである」と唱えている。

企業の自主ブランドとは、当該企業が自前の知的財産権を有するブランドのことである。自前の知的財産権は、複数のルートを通じて、取得することができる。「自主開発、共同開発、または委託開発」というルート、あるいは「オリジナル・イノベーション、インテグレーションのイノベーション、消化吸収のうえでのイノベーション」というルートを通じて、「自前の知的財産権を有する技術と製品」を開発するのである。

2. 合弁企業による自主ブランドの現状

中国の著名な経済学者、国家有名ブランド戦略推進委員会副主任の艾豊氏は、2005 年 11 月に東風日産による 30 万台目のラインオフの記念式典で開催された「合弁企業の調和の取れた発展に関するシンポジウム」に出席した際、「ブランドの原理から言えば、こうしたブランドがあつて然るべきである。中国にすでにあるはずで、しかも非常に成功している。皆が気づいていないだけだ。自動車分野のブランドではない。

ダイナスティーというお酒のブランドだ。合弁企業のブランドである。天津にある合弁企業で、レミー・マーティンとの合弁だ。合弁企業の出しているブランドが『ダイナスティー』だ。合弁企業で新しいブランドを立ち上げることに、レミー・マーティンが合意したのだ。しかも、レミー・マーティンは、『ダイナスティー』の世界での販売を手助けしている」と話した。

艾豊氏の発言のポイントは 2 つがある。1 つは、中国ブランドである「ダイナスティー」が合弁の酒メーカーに生まれ、かつ合弁先企業によって世界で販売されたことを、具体的な事例をあげて説明した。もう 1 つは、ブランドの原理からいって、合弁企業にも自主ブランドがあつてしかるべきだということを主張した。

しかし、艾豊氏が言っているように、合弁の自動車メーカーに自主ブランドが存在していないわけではないのだ。中国の WTO 加盟後の数年間に、自動車政策や自動車市場の構図などが変化し、世界自動車市場も目まぐるしく変わるなかで、自主ブランド自動車と自前の商標を持つ新しい合弁メーカーも少なくない。具体的には、次のような事例がある。

- (1) これまで中国の自動車業界で合弁の規模が最も大きく、合弁の奥行きが最も深く、提携の分野が最も幅広い東風汽車有限公司で、その商用車は東風ブランドを使っており、乗用自動車でも自主ブランドを使っているものがある。自主ブランド自動車は、東風汽車有限公司の販売台数の 4 割近くを占めている。
- (2) 上汽 GM 五菱は、「五菱」と「シボレー (Spark)」という 2 つのブランドで展開している。そのうち、「五菱」が販売台数の 90%強を占める。現代文化研究所が深く遺憾を覚えるのは、柳州五菱が「五菱」ブランドとその商標を無償で合弁会社に提供したことである。
似たようなケースに、上汽 GM 五菱より 18 年先に設立された合弁会社の北京ジープに、「北京 212」ブランドとその商標が外国側に無償で譲渡された事例がある。こうした合弁は、政治色が強く、市場色と経済色が薄かったことが共通している。我々は、他人の知的財産権を尊重すると同時に、自らの知的財産権と自主ブランを守る意識も高めなければならないのである。
- (3) 南京汽車の商用車「躍進」が合弁会社の南京 IVECO に吸収された後も、「躍進」ブランドが存続した。外資側もそれには前向きである。それを認めただけでなく、合弁会社に 6,000 万元を投じ、「躍進」の軽トラックに IVECO のコア技術を取り入れることで、欧州基準に適合するよう改良した。南京 IVECO に吸収された「躍進」の新たなデザインは、イタリアのトリノで行われた。2007 年にトリノで発表され、2008 年初頭に中国国内市場で発売された。
- (4) 東南汽車 (福建) は、中国大陸と台湾の提携からグローバル提携に発展し、三菱と合弁してからも、依然として「東南」ブランドとそのロゴである「鷹の嘴」マークをそのまま使用しつづけている。
- (5) 鄭州日産は 2004 年 10 月に、東風汽車股份有限公司 (東風汽車有限公司傘下) によって吸収されて以降、東風と日産のダブルブランドで展開し、東風と日産の LCV (軽型商用車) の主な生産拠点となった。2005 年には、東風ブランドの「銳騏」ディーゼルエンジン搭載ピックアップと多目的商用車を開発し、発売した。2007 年 9 月には、東風ブランドで MPV「御軒」と

SUV「Oting」を同時に発売し、風火輪を囲むダイヤモンドのデザインをした新しいロゴマークを導入した。

3. 合併企業による自主ブランド創設をめぐる環境に関する分析

自主ブランドの基盤は自主開発である。しかし、これまでの経験からみると、研究開発の現地化は必ずしも自主ブランド作りにはつながらない。合併の外資側とただ共同開発を行なうだけで、自主ブランドをつくっていなければ、他社のために働いているようなもので、研究開発の現地化が進めば進むほど、外資のブランド力が強くなるいっぽうである。中国で開発された外資ブランド製品のマーケットシェアが上がれば上がるほど、中国自主ブランド車の発展する余地が減っていくのである。

上海の汎亜汽車技術センターは発足当初から、GMのグローバル開発システムに組み込まれていた。これまでの10年間、「リーガル」、「エクセル」、「アベオ」、「ファーストランド」、「ニューセイル」など、次から次へと多くのプロジェクトの現地化生産に成功した。それと同時に、「麒麟」、「鯤鵬」、「暢意」などのコンセプトカーも世に送り出してきた。しかし、いまだに自主ブランドの量産は実現できていない。せいぜい特定部品の研究開発、あるいはその改良に関する知的財産権を持つのみである。そのため、開発したどの車種も、「ビュイック」や「シボレー」のロゴが張られている。

「セイル」が「オペル」ブランドとそのロゴから「ビュイック」のそれになり、さらに「シボレー」のそれになったのは、他でもなく、知的財産権がGMによって握られているのである。GMは、中国のマーケットのニーズと変化に素早く対応して、同車の位置付けを10万元の家庭用乗用車からローエンド向けの車にシフトし、巧みなブランド経営戦略を展開した。中国乗用車市場の消費者層に応じて、「ビュイック」と「シボレー」のブランドを非常に上手く使い分けている。

また、上海VWでも開発の現地化が大きな成果をあげている。「サンタナ3000超越者」、「パサート領馭」、「ポロ勁情」、「ポロ勁取」などはブランド名をそのままに、デザインとインテリアに手を加えただけで大ヒットした。

しかし、その一方で、自主開発のコンセプトカー「Neeza」の量産に関しては、いまだにめどが立っていない状態である。2007年7月18日、上海VWは、同社の研究開発部がVWグループのグローバル研究開発システムの傘下に入り、次世代の中高級セダンを共同開発すると発表した。当時の上海VW総経理で、現在は上海汽車の副総裁を務めている陳志鑫氏は次のように語っている。「自主ブランドについての議論は無駄である。ブランドを作るには、先ずブランドを支える土台を一つ一つきちんと固め、デザイン、衝突、シミュレーションなどのノウハウをマスターしておくことだ。」

一汽紅旗のバージョンアップ車種である「Besturn」は「アテンザ」と生産ラインを共有しているが、中国側は3Hボディの知的財産権を一部しか保有していない。紅旗「HQ3」は天津の一汽トヨタで「クラウン」と生産ラインを共有する計画であったが、政府の関連部門からストップを掛けられ、長春に戻る結果となった。

政府がなぜ「待った」を掛けたかという点、『中国自動車工業第11次五カ年発展計画』で、第11次五カ年計画期間中において、「完成車メーカーは自前の知的財産権を持つ製品プラットフォームを開発しなければならない」、「大手自動車メーカーは製品プラットフォームの開発能力を世界の先進水準に高めていくべきだ」と決められており、「HQ3」と「クラウン」の生産ラインの共有を図った計画は、明らかに国の第11次五カ年計画の内容に背いたものである。

これを受け、以下のように大手の自動車企業（グループ）各社はそろって、合弁企業での自主ブランド車の生産と新車開発（主に乗用車）を断念したのである。

（１）第一汽車の「紅旗」

1958年に生まれた「紅旗」は、2006年にそのブランド価値が58.28億元に達した。「紅旗」の帰属先である一汽乗用車（SZ000800）は、1997年6月に設立され、一汽集団が63.63%出資の会社である。同社の新しい製造拠点は2004年7月に完成し、主力商品は「紅旗」シリーズの乗用車である。「紅旗」のバージョンアップである「Besturn」、「HQ3」も一汽乗用車で製造されている。

（２）上海汽車の「荣威（Roewe）」

上海汽車乗用車分公司は2006年2月に、上海汽車股分有限公司（略称「上海汽車」SH600104）が全力で自主ブランドの「荣威（Roewe）」シリーズを作り上げるために設立した。2007年には「荣威750」を投入された。「荣威」をベースに自主開発したハイブリッド乗用車も、2008年から少量生産を開始。「荣威」がベースの第3世代燃料電池車の試作車も、実用化に向けた運行試験中である。

既に上海VWと上海GMの汎亜汽車技術センターで非常に高い現地化設計開発能力が整備されているにも関わらず、上海汽車は自主イノベーション能力の一層の向上を図るため、3期に分けて延べ18億元を投じて自動車エンジニアリング研究院の整備を進めている。国内外の技術リソースをインテグレートし、海外の技術センターとのシナジー効果を図り、2010年までに国内トップレベルの技術エンジニアリング開発センターに作り上げ、自主ブランドの育成に持続可能な技術的サポートを提供することが、その狙いである。

（３）長安の「CM8」、「奔奔」と「傑勳」

2006年7月、長安汽車は自主ブランド乗用車専用の斬新な盾状のエンブレムを起用し、同社の自主ブランド乗用車発展戦略を公表した。長安汽車の自主ブランド戦略は、自社中心の共同開発から自主開発にシフトし、長安汽車エンジニアリング研究院が自主開発の中核となった。商品化された「CM8」も、コンセプトカーの「傑勳」、「長江鱈」と「龍騰」も、長安が自前の知的財産権を持つ「CM8」、「奔奔」と「傑勳」の製造は、長安渝北汽製造工場で行われている。この工場は2004年に設立され、重慶長安汽車股分有限公司（SZ000625）が100%出資している。

（４）東風汽車の自主ブランド乗用車

東風汽車会社の自主ブランド乗用車事業部と武漢工場が相次いで設立されることによって、東風の自主ブランド乗用車事業は実質的に起動した。工場の投資額は約100億元、敷地面積は約100ヘクタール。第1期の生産能力は年間16万台になり、製品はB/C/Dセグメントをカバーする。第1号車のラインオフは2009年になる見込み。その他、乗用自動車の「風行」を製造している東風柳州汽車有限公司に、東風汽車が75%出資し、柳州市工業控股有限公司が残りの25%を出資している。

（５）南京汽車の「名爵（MG）」

南京汽車はMG-Roverの知的財産権を完全買収のうえ、自主ブランド「名爵」を立ち上げた。製造工場は、2006年3月に南京浦口ハイテクパークで鋳入れが行わ

れ、2007年に完成車をラインオフした。

4. 合弁企業による新規自主ブランド創設の可能性

2007年7月19日、広州ホンダ汽車研究開発有限公司（Guangzhou Honda Research & Development Co. GHRD）が設立された。これは、合弁企業が単独で出資し、独立法人として運営される自動車開発機関としても、合弁自動車メーカーが自主ブランド戦略を打ち出したものとしても、国内初となる

広州ホンダの大河原栄次・総経理と付守傑・副総経理が、同日に行われたGHRDの設立式典で話したところによれば、GHRDの自主開発によって得られる技術や知的財産権は全て広州ホンダに帰属し、GHRDで開発される新型車にはまったく新しいロゴが採用される、という。注目の的である初の自主ブランド車のコンセプトカーは、2008年4月の北京モーターショーで公開され、自主ブランドのロゴも同時に発表されるという。

合弁企業での自主ブランドの育成については、複雑な思いを持つ人もいる。広州ホンダは、中日双方が折半出資した合弁会社であり、たとえ「広州」ブランドを立ち上げても、日本側が50%の権益を持つため、「半自主ブランド」としか言えない。広州ホンダのような合弁会社による自主ブランド車の開発は、例外ケースとして扱うべきだということである（新華社2007年12月25日李安定氏の談）。

しかし、現代文化研究所の見解は違う。巨額の資金を投じて研究開発会社を設立し、自主ブランド車を開発する広州ホンダは、主要合弁メーカーが新規の自主ブランドを創設しない局面を打開したのである。国家発展改革委員会車船処長の陳建国民は、「広州ホンダは2つの「第1号」を作った」とGHRDの設立を高く評価している。「その1、広州ホンダは、外形の変更デザインやボディーの改良設計からプラットフォームないしASSYの開発に突入した初めての合弁メーカーである。その2、広州ホンダは合弁メーカーとして、合弁会社独自のロゴを完成車に標示することになるが、これは戦略的な意味をもつことである。」

韓国の自動車メーカーも、その発足当初は、やはり技術の導入や合弁事業の展開から始まっていた。しかし、契約に調印したその日から、韓国メーカーのトップは社員たちに、「提携期間は10年間だから、学習期間も10年間。10年後には自力で発展をし、自前のブランドを作らなければならない」と唱えていた。こうして、1990年代になると、韓国の自動車産業は欧米や日本の自動車メーカーとマーケットの争奪戦を繰り広げるようになり、世界の自動車輸出大国の仲間入りを果たした。「ヒョウデ」、「キア」、「デウ」と「サンヨン」などの韓国ブランドが相次いで誕生した。韓国の自主ブランドの育成はこうした「一気呵成」式だが、中国のGHRDはまたこれとは異なり、これまでに例を見なかった非常にユニークな方式である。

合弁企業による自主ブランド車の開発に関して、広州ホンダは一つの手本を示した。今後、他の合弁企業が広州ホンダよりも一層先に進み、より明晰な方向性を見せることができるかどうか、中国側が完全に知的財産権を保有する自主ブランド車は果たして現れるのか。中国の自動車管理政策の整備、自主ブランドのイメージアップ、マーケットにおける車種構成の変化にともない、合弁企業からでも、中国側が製品の産業知権、製品の改良・認定権と技術譲渡権を完全に保有する自主ブランド車がきつと生まれてくるに違いない。

自動車製品の外部標識をめぐる「綱引き」を振り返ることで、そのなかからヒント

を得て、GHRD 設立の背景やその意義についてより詳しく知ることができよう。

2001 年末、WTO への正式加盟の追い風を受け、2002 年～2003 年に、中国の自動車市場は爆発的な売れ行きを見せた。それと同時に、ある問題も表面化しはじめた。多くの合弁企業が新型車を発売する際、国内市場向けの製品であるにも関わらず、車体外部の目立ったところに企業名や製品の生産地を明示しようとしなかったのである。例えば、上海 GM の「リーガル」と「エクセル」、神龍汽車の「エリーゼ」、一汽 VW の「ニュー・アウディ」、一汽トヨタの「ヴィオス」と「カローラ」などがそうであった。更には、これまでメーカー名や製品の生産地を示していた一部の既存車種が、その表示を取りやめるという逆戻りのケースまであった。例えば、神龍汽車「富康」の後部にあった東風のエンブレム（空を舞う二羽の燕）や、上海 GM の古い車種に使われていた「上海通用」「SHANGHAI GM」のロゴなどがそうであった。

2004 年 5 月、新しい『自動車産業発展政策』が、その対策として、「2005 年以降、全ての国内製自動車と ASSY に商品の登録商標の明示を義務付ける。国内市場で販売される完成車製品は、車体外部の目立つ場所にメーカーの商品商標と企業名、及び生産地を明示する必要がある」と規定した。この規定が公布されてから、一汽トヨタは素早く反応し、すぐにアクリル樹脂のステッカーでできた企業ロゴを取り付ける対応をしたが、大半のメーカーは旧態依然のままであった。

自動車産業政策の徹底実施を図ろうと、国家発展改革委員会は 2005 年 11 月に『自動車製品外部標識管理弁法』を公布し、外部標識の規範化と管理を強化させたうえ、外部標識は「永久標識であるべく、ペンキスプレーまたはステッカーを使用してはならない」と定めた。『自動車製品外部標識管理弁法』の規定に違反した企業の新製品に対し、「製品『公告』への登録を認めない」とした。ここに至って、一部の合弁企業はようやく重い腰をあげ、新車の車体外部に「企業名または生産地」を明示するようになったのである。

『自動車製品外部標識管理弁法』実施の効果からみれば、政府の力強い規制によるバックアップのもと、合弁企業の中国側が自前の知的財産権を完全に保有するブランド製品ないし自前のロゴを持つことは、十分可能であろう。

国家発展改革委員会の関係筋によれば、一部の合弁企業の外国側は、合弁契約では、研究開発センターの設置、エンジン工場の設立、合弁企業における自主ブランドの育成などを約束していたものの、約束した通りに実施されていないことが多いという。

『中国自動車産業第 11 次五カ年発展計画』には、「合弁企業は Win-Win の基本原則を堅持する必要がある。合弁企業による自主イノベーション力と自主ブランド製品の育成を奨励する。合弁企業は、これまでの合弁・合作の経験を踏まえながら、より長期的な提携と発展のための地盤をいっそう固め、製品の投入、市場の開拓、資源の配置などにおいて、中外双方の互惠・共栄を次第に実現していくよう努めるべきである」と定めている。

前出の国家発展改革委員会の関係筋は更に、今後もし督促をしても効果が出ない場合は、「分工場の建設」に関しても「新製品の公告申請」に関しても、当分、許可を見合わせる措置を取らざるを得ないと話した。

政策管理の他、マーケット要因も考えなければならない。論理的に考えると、数年後あるいはより長い期間を経て、自主ブランド車に対するニーズがどんどん高まり、更に外資ブランドのそれを上回るようになれば、外資側もまた自社の投資利益の最大化を考慮して、ブランド輸出よりも資本の増加を優先し、戦略構想を方向転換して、

セグメント市場のシェアを拡大し、競合他社の中国ブランド、外資ブランドないし中外共同のブランドに競り勝つために、中国側の自主ブランドあるいは合弁双方の共同ブランドの使用に乗り出すことになるだろう。

哈飛汽車とプジョー・シトロエン (PSA) は 2007 年 6 月 30 日に北京で、合弁会社設立のフィージビリティ・スタディーに関する覚書に調印した。今後の推移や結果がどうであれ、PSA と哈飛の合意内容にブランド商標に関する内容を盛り込んだ——「哈飛プジョー」、「哈飛シトロエン」ないし「哈飛」ブランドを使うことはいずれもありうると、PSA 副社長兼同社中国社長は話している。あくまで今後の意向を示したにすぎないが、外資ブランド車に中国資本のブランドを付け替えて生産する動向を示す一つのシグナルであろう。

5. 結論

自主ブランド車育成の問題は、「国家発展戦略」の視点に立って捉えるべきである。

『中国自動車産業第 11 次五カ年発展計画』では、自主ブランド車に対し、国内乗用車市場におけるシェアを 50%に引き上げるという目標を打ち出している。上海汽車、第一汽車、長安汽車などの大手企業グループは、自主ブランド車の育成において着実に成果をあげている。広州汽車は、38 億元を投じた番禺研究開発基地が 2007 年 11 月に起工式が行なわれ、自主ブランドの育成において新しい一歩を踏み出し、2010 年にも自主ブランドの中高級セダンを発売する見通しである。東風と北汽控股などの大手自動車グループも動き出している。

奇瑞、華晨、吉利、比亞迪、力帆と長城などの新興企業では、自主ブランドの推進はさらに進んでおり、最も象徴的な出来事が、2007 年 8 月の奇瑞の 100 万台達成である。奇瑞はいまや完成車、エンジンとコア部品の自主開発能力、並びに自前の知的財産権とコア技術を保有し、中国最大の自主ブランド乗用車の開発・生産・販売・輸出企業にまで成長している。広州ホンダのユニークな自主ブランド育成モデルに続き、より多くの合弁企業が中国の自主ブランド車育成に参加することが期待される。

将来的には、中国乗用車市場の製品構造が大きく変わり、自主ブランドが外資ブランドと互角に渡り合うようになるだろう。自主ブランド乗用車市場は、「荣威」、「紅旗」、「夏利」、「東風」、「長安」、「奇瑞」、「華晨」、「吉利」、「比亞迪」、「江淮」と「長城」などといった中国企業の作ったブランドを中心にしながらも、合弁企業のブランド（例えば広州ホンダが 2010 年に、GHRD が開発し、広州ホンダのブランドとロゴを使用する車種を投入する予定）、ないし中国側が完全に知的財産権を保有し、独自のロゴを使用するブランドが補完的な役割を果たすような構図となるだろう。

添付資料 2

『搜狐汽車』が選ぶ「2008年 中国自動車業界 10大政策」

中国主要自動車ポータルサイトである『搜狐汽車』が2008年12月13日、以下のよう
に2008年の中国自動車業界に大きな影響を及ぼした10大政策を選定。

①小型車に対する排ガス規制の強化	
中国語名	軽型汽車汚染物排放限值・測量方法（中国Ⅲ、Ⅳ段階）
発行部門	国家環境保護総局（現環境保護部）、国家質量監督検閲検疫総局
公布日	2005年4月15日
施行日	新規車両：ユーロⅢ→2007年7月1日、ユーロⅣ→2010年7月1日 既存車両：ユーロⅢ→2008年7月1日、ユーロⅣ：2011年7月1日
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・車両総重量（GVW）3.5トン以下の乗用車、バス、トラックに適用される強制性国家標準。 ・7月1日から、中国全土でユーロⅢの適用が開始された。
②政府機関に対する中国自主ブランド車の購入奨励	
中国語名	關於做好中央和国家機關節能減排工作的緊急通知
発行部門	國務院機関事務管理局、中国共産党中央直属機関事務管理局
公布日	2007年11月19日
施行日	2007年11月19日
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・中国共産党中央委員会と國務院の各部門・機関に対し、公用車の管理を強化するよう指示する通達。 ・その中で、中国自主ブランドの省エネルギー・環境保護型小排气量自動車を率先して使用することを指示。
③「独占禁止法」の施行	
中国語名	反壟断法
発行部門	中華人民共和國
公布日	2007年8月30日
施行日	2008年8月1日
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・「企業による独占行為の禁止」と「公平な市場競争の保護」を目的とする法律。 ・自動車メーカーが販売店に対して値引き幅、販売エリア、取り扱いブランドなどを制限する行為は、同法に抵触する恐れがある。

④「燃費ラベル」の試験運用開始

中国語名	汽車燃料消耗量標識
発行部門	国家發展・改革委員会
公布日	2008年2月1日
施行日	2008年7月1日
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・車両総重量（GVW）3.5トン以下の乗用車、バス、トラックに適用される推奨性の業界標準。 ・自動車メーカーに対し、政府機関測定燃費データが記載された統一のラベルを掲示して車両を出荷することを推奨。

⑤乗用車消費税率の改定

中国語名	関于調整乗用車消費税政策的通知
発行部門	財政部、国家税務総局
公布日	2008年8月1日
施行日	2008年9月1日
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・乗用車消費税率の改定を指示する通達。 ・排気量1.0L以下の税率を3%から1%に引き下げ、同3.0L超4.0L以下の税率を15%から25%に、同4.0L超の税率を20%から40%にそれぞれ引き上げ。

⑥石油製品税制改革の実施

中国語名	関于実施成品油価格和税费改革的通知
発行部門	国務院
公布日	2008年12月18日
施行日	2009年1月1日
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・石油製品の消費税率引き上げと価格決定メカニズムの改革を指示する通達。 ・「養路费」など6種類の費用徴収を廃止。 ・「燃料税」という新たな税目を設けるのではなく、既存の消費税の税額を引き上げるという形を取った。

⑦北京市の排ガス規制がユーロIVに移行

中国語名	関于北京市实施国家第四阶段机动车污染物排放标准的公告
発行部門	北京市環境保護局、北京市質量技術監督局、北京市公安局交通管理局
公布日	2008年2月14日
施行日	<ul style="list-style-type: none"> ・車両総重量（GVW）3.5トン以下の乗用車、バス、トラック：2008年3月1日 ・車両総重量（GVW）3.5トン超で、圧縮着火式エンジンまたはガス燃料で動作する火花点火式エンジンを搭載する公共バス、環境衛生車、郵便車：2008年7月1日
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・北京市が、全国に先駆けてユーロIV排ガス基準の適用を開始することを知らせる公告。 ・上海市環境保護局の張全・局長は4月9日、「上海市も、2009年末までにユーロIV排ガス基準を導入する」との計画を公表。

⑧ 「自動車交通事故責任強制保険制度」の見直しを実施

中国語名	機動車交通事故責任強制保険責任限度調整方案及費率調整方案
発行部門	中国保険監督管理委員会
公布日	2008年1月11日
施行日	2008年2月1日
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・保険料の引き下げと補償限度額の引き上げを実施。 ・乗車定員6人未満の自家用車の場合、保険料は1,050元/年から950元/年に、補償限度額は6万元から12万2,000元に変更。

⑨ 「新エネルギー自動車生産参入管理規則」の本格実施

中国語名	新能源汽车生産準入管理規則
発行部門	国家發展・改革委員会
公布日	2007年10月24日
施行日	2007年11月1日
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・新エネルギー車の生産を行う認可を得るための15項目の条件を定めた規則。 ・新エネルギー車を、ハイブリッド車、電気自動車（ソーラー自動車を含む）、燃料電池車、水素エンジン車、その他新エネルギー（高効率エネルギー貯蔵システム、DME）車と定義。

⑩ 「道路交通安全法」第76条の改正

中国語名	道路交通安全法
発行部門	中華人民共和国
公布日	2007年12月29日
施行日	2008年5月1日
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・交通事故の過失割合を明確化するための改正。 ・改正後の第76条は、「当たり屋」に遭遇したドライバーを保護するための配慮がなされた内容となっている。

【参考文献】

中国汽車技術研究中心（2006）「我国汽車産業中長期發展趨勢及対策研究」、中国汽車技術研究中心。

中国汽車工業協会（2007）「中国汽車工業“十一五”發展規劃匯編」、中国汽車工業協会。

国務院發展研究中心／中国汽車工程学会（2008）「中国汽車産業發展報告」、社会科学文献出版社。

中国汽車技術研究中心「乗用車信息服务報告」、2006～2008年各月報、中国汽車技術研究中心。

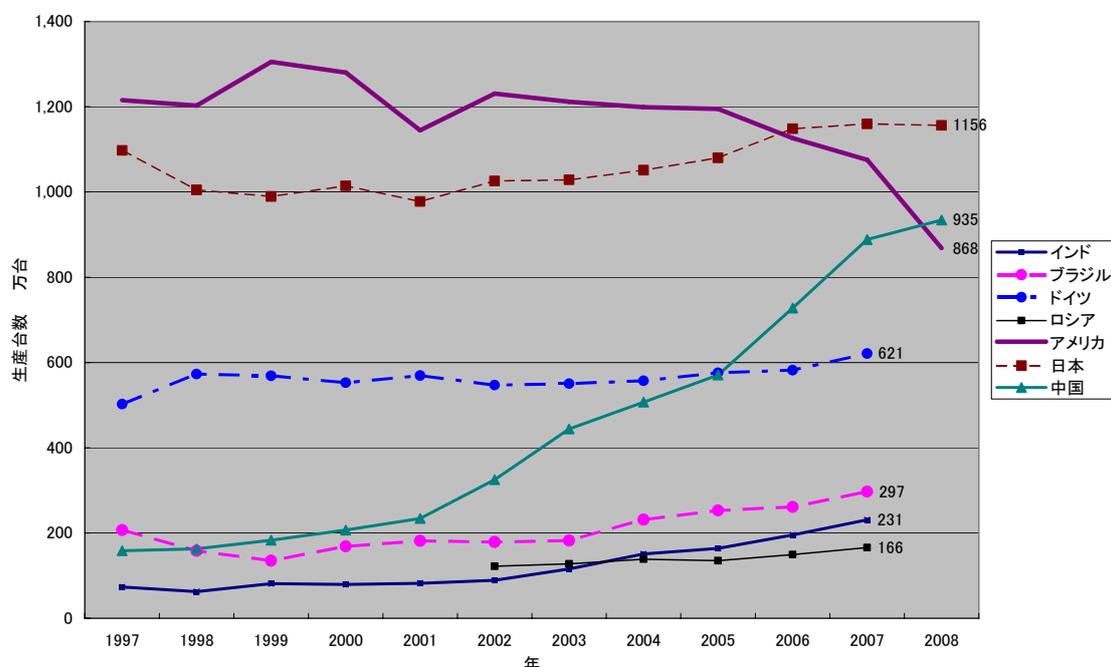
中国汽車工程学会「中国汽車参考」、2006～2008年各季報、中国汽車工程学会。

国家信息中心／国家發展改革委員会工業司「中国汽車市場展望」、2002～2008年各年報、機械工業出版社。

第3章 中国自動車産業の競争力

2008 年はアメリカ発の金融危機が世界を覆ったが、その影響もあってアメリカの自動車生産は前年の 1,075 万台から 2008 年は 868 万台に急減し、中国も成長速度は鈍化しつつも 935 万台の生産を記録した。こうして中国はついにアメリカを抜いて日本に次ぐ世界第 2 位の自動車生産大国になった（図 3-1）。BRICs と呼ばれる 4 カ国の中でも中国の自動車産業の伸びは際だっている。この急成長はもちろん中国国内の自動車需要の急成長によってもたらされたものだが、そうした需要増大が輸入増大ではなく国内生産の拡大を引き起こしたということは、中国の自動車産業が競争力をつけていることの証であろう。

図表 3-1 世界各国の自動車生産台数

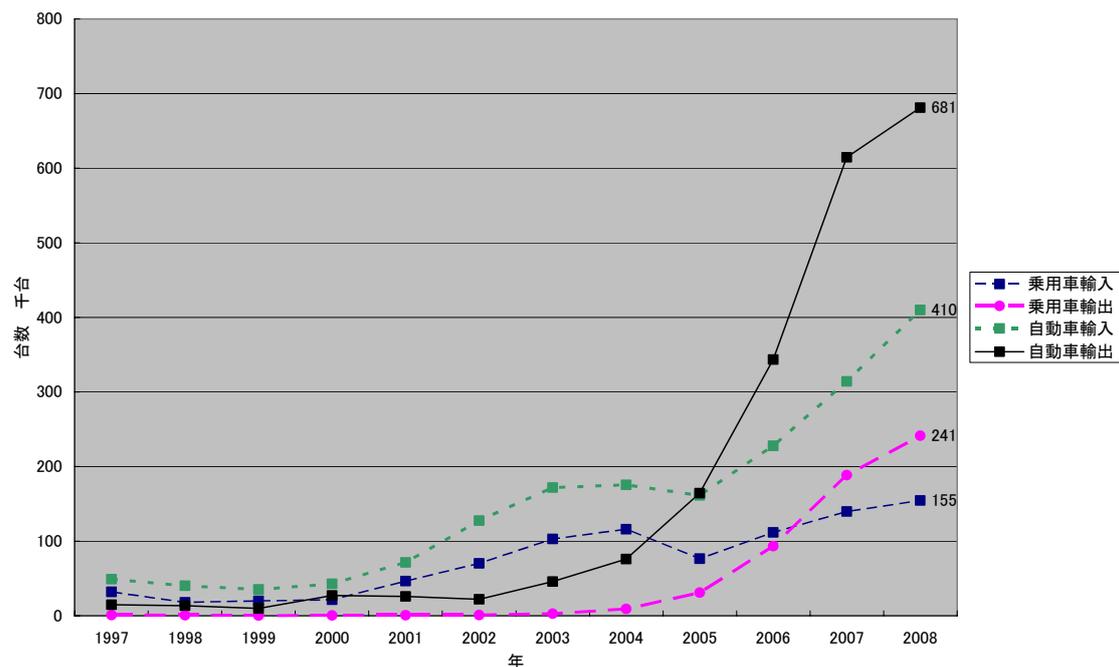


（出所）中国汽車工業信息网、Ward's Automotive ほか。

そのことは中国の自動車貿易の推移からも見て取れる（図 3-2）。2001 年末の WTO 加盟の際に中国は、自動車の輸入関税の大幅引き下げと輸入数量規制の段階的廃止を約束し、それ以来 2006 年まで関税の引き下げを進めてきた。これによってたしかに自動車の輸入台数は増加したが、2004 年頃から自動車の輸出も増加し始め、2005 年には史上初めて台数ベースで輸出が輸入を上回り、以来台数ベースでの「貿易黒字」が続いている。まったく競争力がないと見られてきた乗用車においてさえも 2007 年に台数ベースでの「黒字」が始まった。

もっとも、金額ベースで言えば 2008 年においても自動車の輸入額は輸出額より多い。これは輸入している自動車の 1 台あたり単価が 3 万 7,000 ドルなのに対して、輸出している自動車の単価が 1 万 4,000 ドルにすぎないためである。自動車産業が中国にとって有力な輸出産業になった、というのは無理だとしても、少なくとも安価な自動車において一定の国際競争力をつけつつあることは間違いないだろう。

図表 3-2 自動車の輸出入台数



(出所) 中国汽車工業信息网。

中国の自動車生産と自動車輸出の急増に現れた競争力の向上に対して、中国に進出している世界各国の自動車メーカーが大きく貢献していることは疑いのないところである。大きな成長機会が見込める中国市場での自動車販売を目指す欧米や日本、韓国の主要メーカーは、中国の WTO 加盟以前から現地で生産して現地で販売する戦略をとる決断をした。WTO 加盟による輸入関税引き下げは輸入を有利にするので、現地生産を輸入に切り替える動きが出ると予想する向きが多かったが、いざ蓋を開けてみると大方の外国自動車メーカーはむしろ中国での現地生産を拡大し、その生産性を高めることによって、輸入車に対して競争力を持ちうるようにする方向を選択した。そうした外国自動車メーカー（及び部品メーカー）の努力によって競争力が高まったことは明らかである。

だが、同時に中国の地場自動車メーカーの急速なキャッチアップが起きていること

も見逃してはならない。図 3-2 に見たような自動車輸出の急拡大の立役者は外資系自動車メーカーではなく、地場自動車メーカーである。例えば 2008 年の輸出のうち台数で 73%、金額では 77%が地場自動車メーカーによるものであった。

以上のように、中国の自動車産業の競争力、といった場合に、外国自動車メーカーの現地法人も含めた総体としての中国自動車産業の力と、中国の地場自動車メーカーの力とに分けて考えることができる。本章では、1 で中国の自動車産業全体の競争力を検討し、2 では地場自動車メーカーの競争力を検討する。

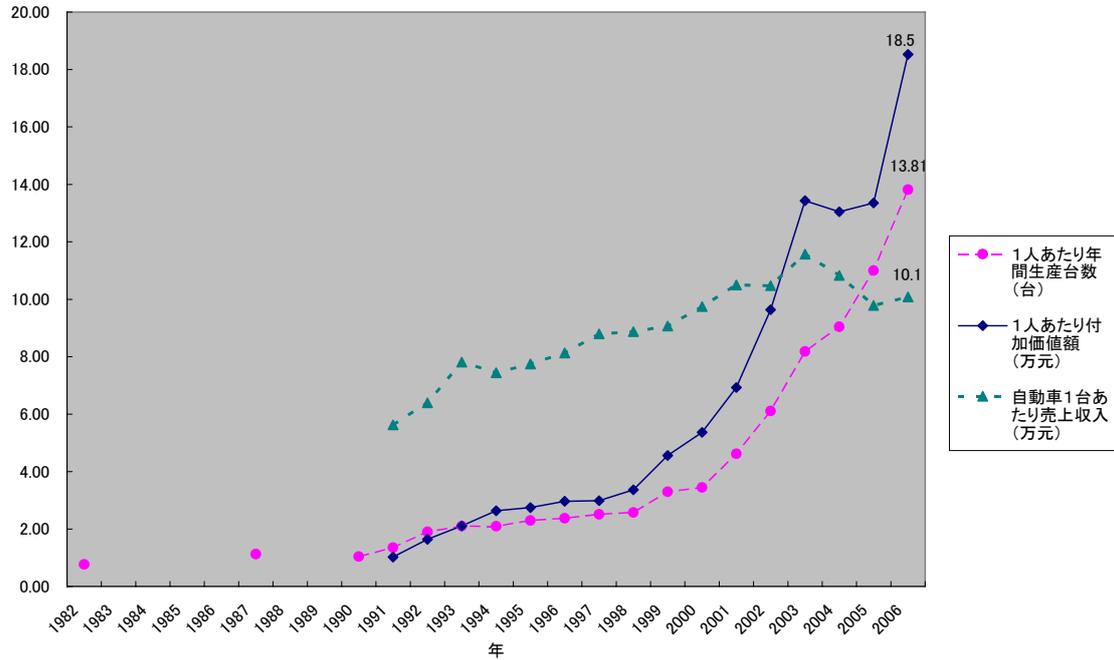
1. 各種指標による中国自動車産業・企業の競争力評価

(1) 労働生産性の推移

産業の競争力を決める最も重要な要素は技術進歩であるが、中国の自動車産業の技術進歩を示す最も簡単な指標は労働生産性である。労働生産性の変動には、産業の技術進歩だけでなく、資本集約度（労働者 1 人あたりの資本額）の変化も反映される。労働生産性が上昇していれば、それは産業がより資本集約的になっているか、技術進歩が起きているか、あるいはその両方が起きているかのいずれかである。

そこで、まず中国の自動車産業の全体（そこには自動車生産だけでなく、オートバイ、改装車、エンジン、自動車部品なども含む）の労働者 1 人あたり付加価値額の推移を図 3-3 に見よう。このグラフから、1990 年代初頭に労働生産性が上昇し、1990 年代半ばの停滞を経て、1999 年から国有企業における大幅な人員削減と 2002 年からの国内市場急拡大の効果によって急上昇した、という経過が読みとれる。

図表 3-3 中国自動車産業の労働生産性



(出所) 『中国汽车工業年鑑』各年版のデータより計算。

ただし、1人あたり付加価値額が上昇したとしても、それはインフレのせいで自動車の値段が上がったためで、実際には労働生産性が高まっていない可能性もある。そこで、図 3-3 では労働者 1 人あたりの自動車生産台数も示している。自動車生産台数ならば物価変動の影響を受けない。また、中国で作られる自動車の品質や性能は総じて言えば年々上昇していることは間違いないので、自動車 1 台あたりの価値は下がっているとは考えられない。

1人あたり自動車生産台数のグラフによると、労働生産性は 2004～2005 年の期間以外はやはり同じように推移してきたことがわかる。また、自動車の平均販売価格を示すものとして自動車 1 台あたりの売上額を見ると、概して価格上昇は緩やかなものにとどまっており、1人あたり付加価値額の上昇が単にインフレのせいである可能性は特に 1999 年以降はないと結論してよいだろう。

2006 年時点で中国の自動車の生産性は図 3-3 から、1人あたり年間 13.8 台と読みとれる。これは日本の自動車産業の生産性 (1人あたり年間 53 台¹) の 4分の 1 あまりにすぎない。中国は日本より労賃が低いので、例えばボディーの溶接にあたっては日本の自動車工場のようにほとんどロボットによって自動的に溶接を行うのではなく、か

¹ 日本の場合には分母として自動車製造業 (二輪自動車を含む) 177,000 人および自動車車体・付属車製造業 40,000 人をとっている。中国の場合よりも分母を広くとっているため、日本と中国の間の労働生産性の格差は本文に書いたよりもっと大きいはずである。

なり人手に頼った作業をしている。つまりより労働集約的な技術を採用している。このことが日本と中国の労働生産性の差をもたらす一つの要因である。

もう一つの要因は、次項で分析するように中国自動車産業のなかに生産性の低いメーカーが数多く存在することである。中国の自動車産業における生産技術はメーカーによってきわめて多様であり、生産の自動化が進んだ外資系自動車メーカーの工場もあれば、非常に労働集約的に自動車を作っている地場の小メーカーも数多い。

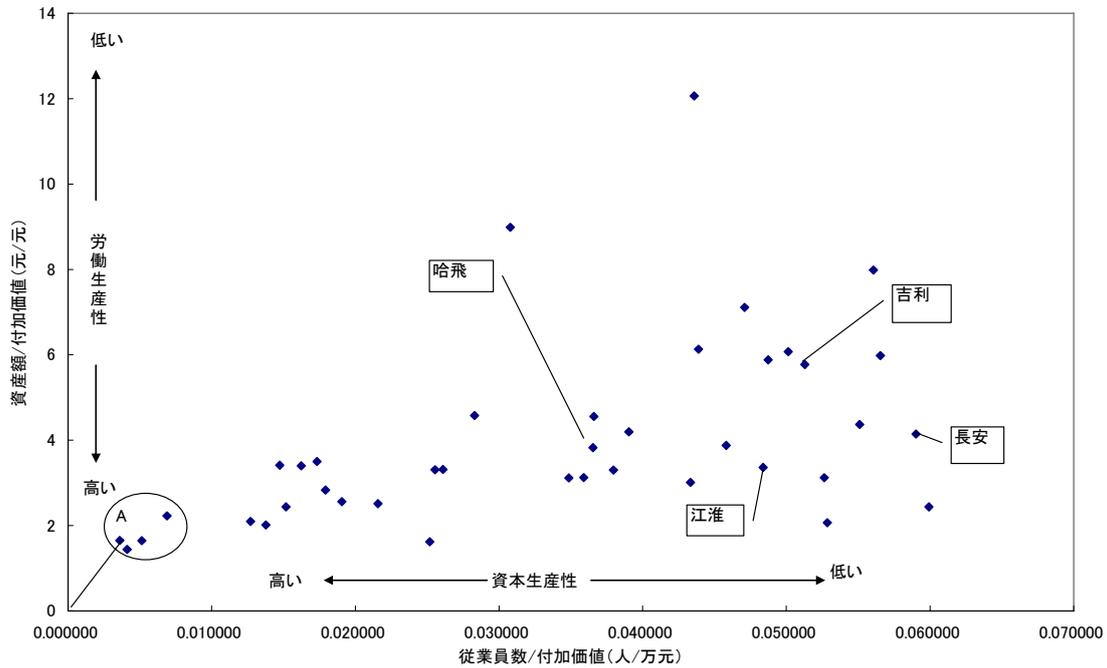
(2) 生産技術の多様性

中国自動車産業全体をみたとき、労働者1人あたりの生産設備（取得価格）は1995年の4.7万元から2005年の23.3万元に伸びている。同じ期間に機械工業の出荷価格指数は19%下落したので、自動車産業の労働者1人あたりに使う機械の台数や価値が上昇したことは間違いない。労働者1人あたりの設備台数をみても0.28台から0.41台に増えている。

もっとも、同じ中国の自動車メーカーでも、その内情は実に多様である。中国には完成車を生産するメーカーが2004年時点で131社存在したが、そのなかには年産40万台以上生産するメーカーもあれば、年間に8台しか自動車を生産しなかったメーカーもある。従業員1人あたり457万元もの資産を持っているメーカーもあれば1人あたり資産額が10万元しかないメーカーまである。

大塚・劉・村上（1995:195）は、中国は労働力が豊富で賃金が低いので、機械などは余り使わずに、多くの従業員を投入してものを作ったほうが、より「適正」であり、より効率的だと主張する。だが、中国の自動車産業を見る限りこの主張は誤りであり、むしろ機械を多く投入した企業の方が効率が高い、ということを示す。以下で証明しよう。

図表 3-4 中国の自動車メーカーの生産技術



(出所) 『中国自動車工業年鑑』2005年版のデータから計算。

図 3-4 をみてほしい。この図は、中国で生産活動を行っている各自動車メーカーが 1 元の生産を行うのにどれだけの従業員と資産を使ったか、ということを示している。当然、なるべく少ない人数と少ない機械で生産できる企業、つまり図 3-4 のなかでより左下にある企業の方が効率が良い。

通常は効率の悪い企業は競争のなかで淘汰されるはずだから、生き残っている企業は原点からほぼ等距離のあたりに分布していると考えられる。ところが、中国の自動車産業では、図 3-4 のなかで丸で囲んだ 4 社（すなわち上海 GM、広州ホンダ、一汽 VW、北京現代の外資系 4 メーカー）に比べて原点からの距離が遠い企業が数多く存在するのである。

図 3-4 では作図の都合からデータが得られる自動車メーカー 119 社のうち上位 40 社しか載せていないが、残る 79 社はこの図に書けないほど 1 元の生産を行うのに多くの従業員と機械を使っており、生産効率がきわめて悪い。図に入っている企業でも、1 元生産するのに外資系 4 メーカーの 4 倍以上の人員と 2 倍以上の資産を投入している企業も数多いことが図 3-4 から読みとれる。このように効率が悪い 100 社以上のメーカーが淘汰されずに生産を続けている、というのが中国の自動車産業の実態である。

どのような企業が効率が良いのかを考えるために、図 3-4 に示された点（企業）と、原点 O を線で結んでみよう。図では A という点と原点とを線で結んでいるが、他の点

も頭のなかですべて原点と結んでみてほしい。

すると、すべての線が線 OA よりも傾きが小さいことがわかるであろう。この線の傾きは、1 元の生産を行うときに使われた資産額と従業員数の比率（＝資産額／従業員数）、言い換えればその企業の「資本集約度」を示す。図に示した 40 社は、どれも点 A の企業よりも資本集約度が低いのである。さらに、図に入らなかった残りの 79 社もすべて点 A の企業、あるいは丸で囲んだ 4 社よりも資本集約度が低い。つまり、この図からわかることは、中国自動車産業のなかで最も効率が高いのは最も資本集約度の高い外資系メーカー 4 社である、ということである。

上海 GM、広州ホンダ、一汽 VW、北京現代の 4 社以外にも、図 3-4 の左下方向にある企業、すなわち効率が高い企業はだいたい外資系の自動車メーカーである。図には主要な地場乗用車メーカー（江淮、吉利、長安、哈飛）の位置も示したが、いずれも外資系メーカーに比べ資本も労働も無駄に使っている。なお奇瑞はさらに生産性が低く、この図の外にある。

1 元の生産をするのに、より多くの従業員と資産を用いなければならないのであれば、賃金や利子支払いのためにより多くのコストがかかる。よって、効率が悪い企業は少ない利潤しかあげられない。図 3-4 のように効率の良い少数のメーカーと、効率が悪い多数のメーカーが併存する状況が続くならば、効率の良いメーカーは利潤を再投資して膨張し、非効率的なメーカーは発展が減速して淘汰される。その結果、資本集約度の高いメーカーだけが生き残るはずである。

だが、現実には生産性が低いメーカーもしぶとく生き残っている。1980 年代以来、業界の集約化は必至だと言われ、政府もその動きを一生懸命に後押ししてきたにもかかわらず、メーカー数は減っていない。なぜなのだろうか。

考えられる理由の第一は、労働生産性が高いメーカーほど賃金も高いことである。実際、外資系自動車メーカーと中国系メーカーとの間には大きな賃金格差が存在する。もし労働生産性が 2 倍高い企業では賃金も 2 倍である、というように両者が完全に比例している場合、1 元の生産を行うのに仮に 2 倍の人数をかけたとしても、支払わなければならない賃金額はまったく同じになる。その場合には、1 元の生産を行うのに資産を最も使わない企業、すなわち資本集約度が最も低い企業が一番効率的だということになる。

実際には労働生産性と賃金とが完全に比例するとは考えられないものの、従業員を多く使っている中国系メーカーは、外資系メーカーに比べて賃金も安いために、生き残ることが可能になっている、ということは十分考えられることである。

考えられる第二の理由は、資産を無駄に使っているメーカーは、資産を使うためのコストを十分に支払っていないことである。資産を形成するには、出資者から出資してもらったり、銀行から借入をして資金を集めなければならないが、出資に対する配

当を余り支払わず、借入に対する利子の負担を軽減されているような場合、少々資産を無駄に使ったとしても、コスト上昇に悩む必要はなくなる。中国系自動車メーカー、とりわけ国有企業は実際に債務に対する利払いを軽減されるなどの優遇をこれまで受けてきた。

おそらくこの 2 つの理由が相まって、資本集約度の高いメーカーの方が効率的であるにも関わらず、なかなかそうしたメーカーに業界が集約されていかないのであろう。資本集約的メーカーと労働集約的メーカーの並存が今後も続くとすれば、産業全体としての資本集約化はゆっくりとしか進まない。

(3) 製品技術の向上

1980 年代の中国の自動車産業はといえば、1950 年代のモデルが作られ続けるなど製品の技術進歩がきわめて緩慢であった。1990 年代でも、先進国の何代か前のモデルを持っていけば中国では十分に通用した。だが、いま中国の自動車市場では先進国での新モデル投入からあまり時をおかずに新しいモデルが投入されている。

こうした製品技術のキャッチアップはいつどのようにして起きたのだろうか。

そこで 1950 年代から 2000 年までの間に中国で生産されていた代表的な車種を取り上げ、それらが先進国の何年頃の製品技術に相当するかを調べた。そしてそれらの平均が中国の製品技術のレベルだと見なし、先進国と何年ぐらい製品技術のギャップがあるかを分析した。

中国でこれまで生産されてきた自動車は、外資系メーカー、中国系メーカーを問わず、その多くが先進国で既に生産されていた車種を模倣したものである。「模倣」という中には正式に技術導入契約を結んでいる場合もあれば、勝手に模倣する場合もある。いずれにせよ、模倣の対象となった車種が先進国で発売された年と、中国で生産されている年とを比べれば、中国が先進国に比べて自動車の製品技術の面で何年遅れているかを、大雑把な感覚による判断ではなく、具体的な数字として知ることができる。

中国の自動車産業において最初に量産された車種は第一汽車製造廠の 4 トン積みトラック「解放」であった。「解放」は旧ソ連のスターリン記念モスクワ自動車工場 (ZIS) の「ZIS150」を技術導入したものである。「ZIS150」は 1946 年に生産開始されているが、その前身はアメリカのトラックメーカー、ホワイト社の 1940 年代の製品だという (中国汽车工業史編審委員会編[1996]、山岡[1996])。つまり、「解放」はその生産が開始された 1956 年の段階で、アメリカ、ソ連に比べて 10 年以上遅れていたということになる。

「解放」は 1959 年と 82 年にマイナーチェンジがなされ、さらに 1983 年には 5 トン

車に改造され、1986年には全面的なモデルチェンジが行われた。日本の日野自動車の評価によれば、1986年に開発された新しい「解放」は「1983年モデルの『解放』より2ランク上だが、1980年版の日野のトラックよりも2ランク下」だったという（中国汽车工業史編審委員会[1996:171]）。1950年前後の技術レベルにとどまっていた「解放」は、このモデルチェンジによって飛躍的な進歩を遂げたとはいえ、なお先進国の1960年代レベルにあったとみてよいだろう。

また、1980年代まで中国の小型トラックの代表的モデルであった北京第二汽車廠の2トン積みトラック「北京 BJ130」は、日本のプリンス自動車工業（のちに日産自動車と合併）が1950年代末に発売した1.5トン積みトラックが原型である。これを参考に上海のメーカーが小型トラックの設計を行った。その設計図が、中国の自動車産業の研究センターである長春汽車研究所を経て北京市の手に入り、北京でさらにトヨタの「ダイナ 1900」（1963年に発売された2代目ダイナと見られる）も参考にしながら開発したのが「BJ130」であった（中国汽车工業史編審委員会[1996:51, 139]）。

「BJ130」は1966年に生産が開始され、1970年代から1980年代にかけて大量に生産され、全国の多数のメーカーによってそのコピーが作られたが、その間にモデルチェンジはなかった。つまり、生産開始時点では日本の数年遅れの技術だったものが、最終的には20年以上のギャップに開いたのである。

乗用車に目を転じると、中国の最高幹部用の高級乗用車「紅旗 CA72」は1955年版のクライスラー「C69」を模して作られたものであった。1966年に若干の改良が行われるが、大きなモデルチェンジもなく、1985年に生命を終えている。また、中級幹部用の公用車として上海汽車製造廠によって1966年に生産が始まった「上海 SH760」は1956年版のベンツ「220S」を模したものであった。これはその後車輛の重量を減らすマイナーな改造が行われ、1991年まで生産が続けられた（中国汽车工業史編審委員会[1996:51-52, 131-132]）。最初は10年程度の技術ギャップが、最終的には30年程度に拡大している。

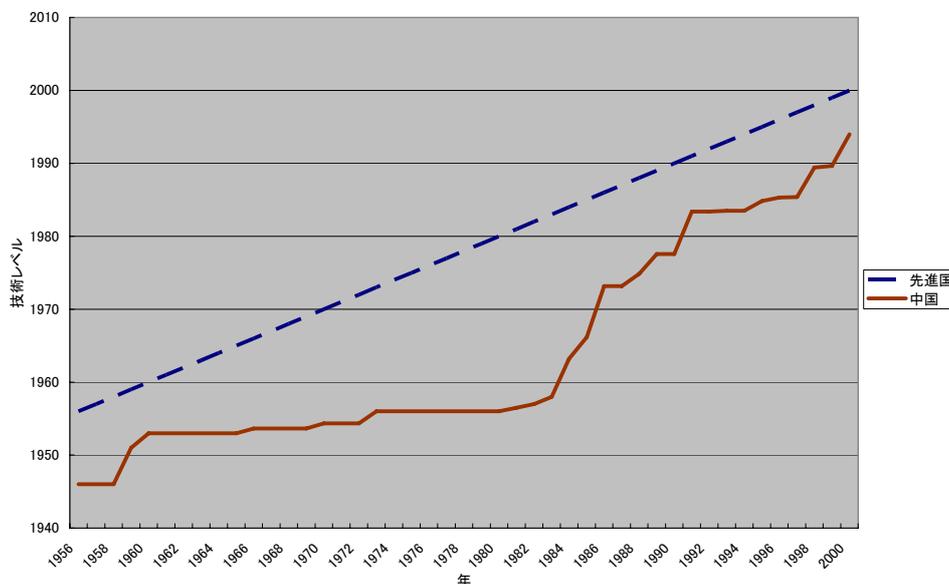
以上の4車種が1980年代前半までの間に中国で生産された代表的な車種であるが、いずれも①生産開始時点で、先進国の10年前ぐらいのモデルを模倣している、②生産開始からモデルチェンジが行われるまでがきわめて長期間である、という特徴を有する。製品を作れば売れる「不足の経済」のなかで、倒産の心配のない国有企業が自動車製造に当たっていたので、技術革新への動力がなかった。それ以上に重要なのは、いずれの車種も競合する車種が存在しなかったことだ。1986年に「解放」の全面的なモデルチェンジが実施されたのは、同じ5トントラックのライバルとして別の国有企業が「東風」「EQ140」を生産し始めたことが大きな刺激になっている。計画経済のもとでも、競争は技術革新の動力であった。

上でふれた4車種と、1980年代半ば以降技術が導入された代表的な乗用車7車種の

計 11 車種¹のデータをもとに、自動車の製品技術で中国が先進国に比べ平均して何年遅れであったかを視覚化したものが図 3-5 である。ここに示した「先進国」の線と、「中国」という線との差が、すなわち中国が先進国より何年遅れているかを示す。

この図の作り方は次のとおりである。まず 11 車種について、それぞれが模倣したオリジナルの車種が、海外でどの年次に発売されたかを調べて、それをその車種の「技術レベル」と呼ぶ。例えば、「上海 SH760」のオリジナルであるベンツ「220S」は 1956 年にドイツで発売されたので、この車種の「技術レベル」は 1956 年だということになる。なお、生産開始された後に、中国でマイナーチェンジが行われた場合にはその車種の「技術レベル」は 2 年進むものとする。大きなモデルチェンジを行った 1986 年版「解放」の場合には、前述した日野自動車の評価を元に技術レベルを判定した。このようにして 11 車種のうち各年に生産されていた車種について技術レベルを判定し、それを平均したのが、図 3-5 の「中国」という線である。この図から例えば、1978 年の中国自動車産業は、1956 年の技術レベルにあり、先進国より 22 年遅れていたことがわかる²。

図表 3-5 先進国との技術ギャップ



(出所) 『中国自動車工業史』『中国自動車市場年鑑 2002 年版』 59 ページなどを元に作成。

¹ すなわち、CA10, CA72, SH760, BJ130 の 4 車種、およびチェロキー (北京ジープ)、サンタナ (上海 VW)、夏利 (天津汽車)、アウディ (一汽 VW)、アルト (長安鈴木)、ビュイック (上海 GM)、アコード (広州ホンダ) の 7 車種である。

² なお、たった 11 車種の平均を出しただけで、中国全体のレベルを判定できるのか、と疑問を持つ向きもあろう。だが、中国で生産される車種はかつては大変少なかったもので、先に触れた 4 車種だけで、1970 年までは中国全体の生産台数の 50%以上を占めていた。1992 年の時点でも 7 車種 (11 車種のうち 4 つは既に生産中止、またはまだ生産が始まっていなかった) で全体の 29%を占めている。

図 3-5 から読みとれることは、中国は 1960 年頃までは海外技術の取り入れに熱心で、先進国の技術レベルに近づいたが、その後は長期にわたって新たな技術導入が行われなかったため、技術進歩が停滞し、1980 年代前半には先進国に比べ 25 年も遅れてしまったことである。

だが、1985 年頃から外国の自動車メーカーが中国に工場進出して自動車を生産しはじめたことを転機として、中国の猛追が始まる。1984 年に北京ジープが AMC (American Motors Corporation. 現在はダイムラークライスラーに吸収された) から技術導入した「チェロキー」の生産を開始し、翌 1985 年には上海 VW が、1981 年に欧州で発売された「サンタナ」の生産を開始し、また天津ではダイハツの 1985 年版「シャレード」のノックダウン生産が 1986 年に始まる。いずれも、海外の最新モデルとは言い難いものの、これらの導入によって先進国からの遅れを一気に 15 年分ぐらい挽回した。

ただ、部品まで含めた産業総体としての技術レベルは実際にはそう簡単には向上しなかった。海外から部品のほとんどを輸入してノックダウン生産をするだけなら、先進国と同じ製品を作るのはそれほど難しくないが、部品を国産化できる態勢を作るためには相当時間がかかる。一般に、最終製品のキャッチアップを急ぐことと、部品の国産化とはトレードオフの関係にある。最終製品が高度化してしまうと、部品の国産化ができないうちにより高度な部品が求められることになるからである。このトレードオフに際して中国政府は、最終製品のキャッチアップは犠牲にしても国産化を進める方を選んだ。すなわち 1980 年代と 1990 年代には、外国の有力自動車メーカーから中国に工場進出したいという申し出が数多くあったにもかかわらず、政府は自動車工場の新規投資を限定的にしか許可しない一方、既に進出した外資系自動車メーカーに対しては、課税や関税や金融支援などあらゆる手段を駆使して部品国産化の向上を促した（詳しくは丸川[2000]）。

上海 VW の「サンタナ」の場合、部品国産化率が 85%に達した 1994 年まで新モデルの投入はなされず、1981 年版の「サンタナ」が作られ続けることになった。図 3-5 で、1991 年から 1997 年にかけては、先進国とのギャップはむしろ開いているが、これは部品国産化が進められている間、新モデルの投入が抑えられていたからである。だが、部品の技術まで考慮に入れるならば、この時期にも技術進歩は続いていたと見るべきだろう。

第 2 の転機は 1999 年に訪れた。ホンダが広州で生産を開始するに際して、前年にアメリカで発売されたばかりの新型「アコード」を投入したのである。「アコード」は高価だったにも関わらず、富裕層のマイカーあるいは公用車として成功を収めた（中国汽车技術研究中心[1999:110]）。このことは、同じ富裕層・公用車に狙いを定めていた競合他社を刺激し、各社が最新モデルを競い始めた。1999 年に生産を開始した上海 GM は、北米で GM が発売したばかりの「ビュイック」を中国の法規に合うように改

造したものを投入した。上海 VW が 2000 年に発売した「パサート」は、VW 本社が開発した「パサート」を中国人の審美観や中国の道路状況などに合うように全面的に改造した新車であった（中国汽车技術研究中心・中国汽车工業協会[2000:107-108]）。

外国自動車メーカーが先進国で発売したばかりの新車をほぼ時を移さず中国でも生産するようになった 2000 年前後に、中国自動車産業の先端部分は先進国に追いついたと言ってよいだろう。キャッチアップを象徴する出来事が、2006 年にトヨタが中国でハイブリッド車「プリウス」の現地生産を開始したことである。「プリウス」はこれまでトヨタの日本以外の工場で生産されたことはなく、外国メーカーが中国に最新技術を持ち込むことで中国市場での競争を有利に運ぼうとする姿勢が現れている。

中国の先端部分はこうして世界に追いついたものの、他方では上海 VW の 1981 年版「サンタナ」に対する需要がいまだに存在し、生産が続いている現実もある。商用車まで見渡すと、もっと古いモデルの生産がいまでも続いていてそれなりの需要を獲得している。最新技術と 30 年以上昔の技術とが併存しているのが中国である。

（４）研究開発

先進国で発売される新車がほぼ時を隔てずに、中国でも生産され販売される、という意味では中国自動車産業の先端部分は先進国のレベルに追いついた。だが、それでも中国の自動車産業がまだ先進国に大きく遅れをとっている部分がある。それは自動車の研究開発である。外国自動車メーカーが最新の車種を中国で生産すると言っても、自動車の設計は先進国の自動車メーカー本社で行われ、中国にはできあがった技術が移転されるに過ぎない。このままでは中国自動車産業の高度化は、いつまでも外国自動車メーカーの技術移転に頼る受動的なものでしかないだろう。そこで、中国国内での研究開発力の強化ということが、1990 年代以来、中国の自動車産業政策のなかで重要な位置を占めるようになった。

1) 外資系自動車メーカーによる研究開発

研究開発力の強化という政策に敏感に反応したのは、実は外資系自動車メーカーだった。1994 年に公布された「自動車工業産業政策」では、研究開発機構を設けることを外国メーカーの新規進出を認める条件の一つとして掲げた。この政策が文字通りに実施されていた時期はそれほど長くなかったが、その時期に進出を決めた GM は、中国側との折半出資で研究開発センターを上海に設立した。このセンターでは、ブラジルで生産されていたオペルの「Corsa (2 ドア)」を元に「Sail (4 ドア)」を開発したり、Buick を改良して「リーガル」を開発するなど、GM が上海に設立した自動車メーカー、上海 GM が中国市場向けに生産する新車の開発を行っている（李春利[2005]）。

その後、自動車工業産業政策がなし崩し的に効力を失う中で、外資系メーカーによる研究開発拠点の設置はしばらく途絶えた。だが、2004年に新たに公布された「自動車産業発展政策」の中に、「自主的知的財産権を持つ自動車の開発を奨励する」という条文が明記され、さらに2006年に公表された「自動車産業第11次5カ年計画綱要（案）」のなかで、「自主ブランド乗用自動車の国内市場シェアを絶えず向上させ、中でも自主ブランド乗用車については、国内市場におけるシェアを50%に達するよう努力する」という数値目標まで示されたのを契機に、再び外資系メーカーによる研究開発拠点の設置が活発化した。

実は、これらの政策に言う「自主」なるものが、果たして中国メーカーによって開発される自動車のみを指すのか、それとも外資系合弁企業であっても中国で開発した自動車は含むのか、政策のなかで明確な定義はなされていない。中国のメディアや学者の言論では前者の意味で使っていることが多い（例えば路風[2006]、張其仔[2004]）のに対し、政府当局者は非公式の場では後者の意味だと説明している。もし後者であれば、外資系メーカーが中国現地で開発し、合弁会社のブランドで販売する自動車も「自主開発」「自主ブランド」に入るので、中国政府の奨励を受けることができる。実際、合弁会社の上海GMとGMが出資した上海の研究開発センターが開発した「リーガル」や「GL8」は、中国系自動車メーカーの開発成果とともに「中国自動車工業科学技術進歩賞」を受賞しており（中国汽车技術研究中心・中国汽车工业协会[2005:280-281、2007:310]）、外資系メーカーの開発の成果が政策の上で差別されているとは言えない。合弁会社が開発したものでも自主開発と見なされ、中国政府が自主開発を奨励しようとしている以上、今後中国市場で生き残るためには現地での開発能力を強化するしかないと考えて、例えば広州ホンダは20億元を投資して研究所を設立し、2010年に独自ブランドの新車を発売することを目指している。東風日産も研究開発拠点を設立し、GMは新たな研究所を設立した。

ただ、「自主ブランド乗用車のシェアを60%以上に高める」という目標を含む自動車産業第11次5カ年計画は結局正式な公布に至らず、政策としての有効性があるのか不明である。さらにより重大なリスクは、外資系合弁メーカーが「独自ブランド」を開発しても中国の消費者に受け入れられない可能性があることである。他方、中国のメディアや世論の動向からすると、外資系メーカーの自動車は「自主開発」とは認めない方向に政策が転換するリスクもある。政策が不透明な中、外国自動車メーカーは表面上「自主開発」に取り組んでいる風を繕って模様眺めするか、それとも本格的に研究開発の態勢を中国に整えるのか対応が分かれている。

2) 中国系自動車メーカーの研究開発

自主開発という言葉が初めて政策に登場したのは2004年であるが、中国の自主開発

それ自体は、1960年代の「紅旗 CA72」や「北京 BJ130」から数えればすでに50年近くの歴史を有する。だが、その内実は「旧式モデルの下手なコピー」の域を超えるものではなかった。中国自動車産業における研究開発の中心は1,460名（2003年時点）のエンジニアを抱える長春汽車研究所だが、その1990年代における代表的な成果である中国第一汽車会社の乗用車「紅旗」を見るならば、中国の自主開発能力の限界がわかる。

長春汽車研究所が開発して1996年に中国第一汽車会社が発売した「紅旗明仕」は、VWの技術を導入してライセンス生産していた「アウディ100」の車体をほぼそっくりコピーし、そこに第一汽車がクライスラーから工場ごと買収して技術導入したエンジンを搭載したものだ。だが、二つの異なる源泉の技術を無理に結び合わせたせい、できあがった製品の品質は悪く、頻繁な修理が必要だった。その後継車種として開発された「紅旗世紀星」は、1996年に開発を開始してから生産が始まるまで実に4年を要したが、またしても車体は「アウディ100」を模し、エンジンには日産のものを搭載した（李春利[2005]）。時間がかかった割には開発の内実はコピーに近いといえてよい。結局、二つの車種はもっとも多い年でも年産2万台にとどまる失敗に終わり、窮した中国第一汽車会社はマツダの「アテンザ」（中国名「M6」）のノックダウン生産に活路を求める状態になった。

そうした「自主開発」の寂しい状況は、21世紀に入ってから一変した。2001年末のWTO加盟を契機に乗用車需要が拡大した追い風に乗り、新興の中国系自動車メーカーが次々に自主開発した新車を発売した。なかでも、新興自動車メーカーの奇瑞と吉利は2000年前後に乗用車の生産に参入したばかりで、特定の外国メーカーと合弁や技術提携を行ったことがなく、政府の自動車産業政策の後押しを受けたわけでもないにも関わらず、中国で生産を行っている乗用車メーカーのうち奇瑞は2007年時点で第4位、吉利は第10位に入る健闘を見せている。

この他にも、華晨金杯、比亞迪、長安汽車、哈飛、力帆などが自主開発した新車を引っさげて乗用車市場に参入した。そうした動きに刺激されて、上海汽車、南京汽車、東風汽車など国有自動車メーカーも乗用車の自主開発に取り組み始めている。これら国有メーカーは外国自動車メーカーが中国に進出する際の合弁相手に選ばれることが多く¹、従来はいわば外資に場所を貸す地主としての立場に満足していたが、新興中国系メーカーの登場と、政府や世論の自主開発志向の高まりに圧力を感じて、自主ブランド車の開発を目指すようになった。

例えば、中国第一汽車会社はノックダウン生産しているマツダの「アテンザ」のプ

¹ 外国自動車メーカーが中国に進出する際の出資比率は50%以下と定められているので、必ず中国企業の合弁相手を探さなければならない。合弁相手は国有自動車メーカーでなければならないという明文化された規定はないが、実際にはそれ以外の相手との合弁企業が認可された実績はない。こうして大手国有自動車メーカーは、外資の進出にいわば場所を貸すだけで合弁企業からの配当が得られる立場にある。実際、例えば東風汽車などは、シトロエン、日産、ホンダ、現代起亜の4社の合弁相手になっている。

プラットフォームを利用して車体デザインを若干変更した自主ブランド車「奔騰」を2007年から生産しはじめた。また、上海汽車と南京汽車は、破産し売りに出されたイギリスのMGローバーの奪い合いを演じた挙げ句、上海汽車が乗用車とエンジンの設計図を6,700万ポンドで購入し、南京汽車が自動車工場、エンジン工場、および商標権や技術などの無形資産を総額5,300万ポンドで購入した。上海汽車は購入した設計図をもとに自主ブランドの乗用車「荣威 (Roewe) 750」を2007年初頭に発売し、南京汽車は「南汽名爵 (MG)」と称する自主ブランド車を同じく2007年に発売した。「荣威」の生産は2007年に1万7千台余り、2008年には2万9,000台近くとまあまあの滑り出しだが、南汽MGのほうは2007年に3,272台、2008年には1万台足らずと低迷している。南京汽車はMGローバーの工場設備を南京に移設することで乗用車年産20万台、エンジン年産25万台の工場を建設したという報道であるが、これが事実とすると、工場稼働率はきわめて低い状態にある。結局、2007年12月になって、中央政府の強い働きかけにより上海汽車が南京汽車をグループごと吸収合併することになった¹。

図表 3-1 乗用車の生産に占める自主ブランド

	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年
乗用車のブランド数				110	115	156
うち自主ブランド	18	19	26	27	34	66
自主ブランド率(%)				24.5	29.6	42.3
乗用車生産台数(万台)	77.2	123.0	218.9	248.3	311.8	430.2
うち自主ブランド(万台)	10.4	21.2	44.2	49.6	74.1	115.3
自主ブランド率(%)	13.5	17.2	20.2	20.0	23.8	26.8

(出所) 2004～2006年：『中国汽車工業年鑑』2007年版、4ページ。

2001～2003年：上記資料の集計方法を現代文化研究所が推測し、同じ方法によって数えたもの。データは「中国汽車工業信息网」より。

こうして最近数年の間に中国の乗用車市場では「自主ブランド車」が目立って増えた。その様相を表3-1にまとめた。この表の原出所でも「自主ブランド」の定義は明らかにされていないが、現代文化研究所が独自に集計した結果と照合したところ、①中国系自動車メーカーによって生産され、②外国メーカーの商標がついていない車種、を自主ブランドと見なしていると推定される。従って、例えば天津一汽の「夏利」や「威姿」はそれぞれダイハツとトヨタから技術導入した車種ではあるが、ダイハツやトヨタの商標がついていないので自主ブランド車であるのに対して、マツダの商標がついている中国第一汽車会社の「M6」は自主ブランド車ではない。また、同じメーカーのモデルでも「夏利」、「威姿」などモデルの愛称ごとに1ブランドと数えられているようである。

¹ 『経済参考報』2008年4月23日。

表 3-1 から「自主ブランド」の数は急増しているが、生産台数はそれほどの伸びでもないことがわかる。これは小規模な新興メーカーが次々と参入しているからである。それにしても、1,460 名の研究開発エンジニアを抱える長春汽車研究所（中国第一汽車公司）がまったく乏しい開発成果しか挙げていないのに、新興メーカーが次々と新車を投入し、なかには商業的にも中国第一汽車公司を上回る成功を遂げる企業が出てきたのはなぜだろうか。

その秘密は外部資源の活用にある。李春利(2006)が詳細に明らかにしているように、中国系メーカーは車体設計はイタリアのデザイン会社、ピニンファリナ社やジウジアエロ社などに委託し、エンジンは三菱自動車の合弁企業、瀋陽航天三菱など外資系エンジンメーカーから購入するなど、中国内外の専門会社から技術や基幹部品をかき集めている。



そうした自動車開発の仕方を如実に物語っているのが上に掲げたハルビンの自動車メーカー、哈飛汽車のパンフレットである。これは哈飛の「賽豹」という乗用車のパンフレットであるが、背景にピサの斜塔、富士山、ビッグベンの写真が配されている。これはピニンファリナの外觀デザイン、瀋陽航天三菱のエンジン、イギリス MIRA 社での安全性能検査を行ったことを示している。研究開発作業や基幹部品をアウトソースすることを隠さないだけでなく、こうしてパンフレットでアピールすることで、消費者の新興メーカーに対する疑いを払拭しようとするところが中国系自動車メーカーの姿勢を象徴していると言える。

詳しくは次節で述べるが、中国系乗用車メーカーでトップの奇瑞はエンジンをブラジルの TRITEC、瀋陽の瀋陽航天三菱から購入して搭載するほか、オーストリアの AVL 社にエンジンの設計開発を委託したものを共同開発の“ACTECO”エンジンと称して自社の乗用車に搭載している。第 2 位の吉利も初期には上位モデルに天津におけるトヨタの合弁企業の天津豊田汽車発動機の生産するエンジンを搭載していた。のちにこのエンジンをコピーしたと思われるエンジンを自社で生産するようになった。

エンジンは自動車に単に差し込めばよいというものではなく、エンジンとトランスミッションのマッチングや、エンジンと車体とのマッチングなどの開発作業が必要になる。こうした開発作業も瀋陽航天三菱が三菱自動車の経験と技術を生かして担ってくれる。

中国でもユーロⅢ、ユーロⅣの排ガス規制が導入されるなか、そうした規制を満たし、かつ乗用車に使えるエンジンを売ってくれる企業は瀋陽航天三菱や、同じく三菱自動車の合弁企業、ハルビン東安ぐらいしかなく、しかもこれらは車体とのマッチング作業のサービスも提供してくれるとあって、数多くの中国系自動車メーカーが三菱自動車の 2 つのエンジン合弁企業に殺到している。瀋陽航天三菱の場合、1998 年に設立されて以来、最初のうちは三菱自動車のモデルをライセンス生産している東南汽車や長豊汽車などにしかエンジンを販売していなかったのが設立 4 年目の 2001 年に至っても生産台数は 3 万台に届かない状態にあったが、中国系メーカーへのエンジン販売に踏み切った 2002 年から生産台数が伸び始め、2007 年には生産台数が 16 万台まで伸びた。エンジンをもっぱらグループ外に販売するエンジン専門メーカーとしてこれほどの規模の企業は世界に他にはなく、中国の自動車産業の特徴が現れている。

中国系自動車メーカーが、外国自動車メーカーの技術やノウハウを部品の合弁工場などを通じて取り込んでいる例はエンジンだけに限らない。中国には各国の自動車メーカーが進出し、その部品需要を狙って世界の有力な部品メーカーがそれぞれ多数の工場を設立している。そうした外国部品メーカーの現地法人が品質のよい部品を中国系自動車メーカーに供給するだけでなく、例えばエンジンと車体の形状を合わせる作業や、コックピットモジュール全体の設計、EFI とエンジンの調整といった作業も受託している。こうして中国系自動車メーカーは外資系部品メーカーの設計開発能力をも利用することで、自動車の設計開発能力の不足を補うことができる。

さらに、自動車を開発する過程では装置やテストコースを使った走行試験、衝突試験、排ガス検査などを行う必要があるが、これらはそれぞれ高価な試験設備を使う必要があり、新規参入するメーカーにとってその負担は大きい。ところが中国にはこうした試験を委託して行うことができる中国汽車技術中心のような公共機関があり、また GM と上海汽車の合弁による研究開発会社 PATAC も他社からの委託で様々な試験を行っている。こうした企業や機関があることで、中国系自動車メーカーは自動車の開発

に必要な投資をかなり節約することができる。

自動車開発の経験と技術に欠けた中国系自動車メーカーが、基幹部品の購入と設計開発のアウトソーシングを利用して短期間に開発した自動車が果たしてどれほどの性能と品質を持つものなのかは誰しも疑問に持つところであろう。

実際、中国系自動車メーカーが、自動車の品質に対する消費者の目が厳しいアメリカやヨーロッパへの輸出を志したとき、その品質のレベルが容赦なく暴露されてしまった。ヨーロッパへの輸出を目指した江鈴汽車（2004年に長安汽車と合併）のSUV「陸風」と華晨金杯の乗用車「尊馳」が相次いで全ドイツ自動車クラブ（ADAC）の衝突安全試験で1つ星（最高は5つ星。なお「尊馳」と同じ価格帯の現代、起亜、シュコダの車はいずれも4つ星を獲得している）を獲得した。特に華晨金杯の「尊馳」は、奇瑞や吉利が生産する安価なローエンド車とは一線を画し、むしろ中国国内では公用車などにも使える中級車という位置づけで売り出していたので、それがドイツの衝突安全試験でもろくもくず鉄になった姿は中国国内で大きな衝撃をもたらし、この事件は中国国内でウォーターゲート事件にひっかけて「衝突ゲート事件」と称されている。

中国国内でも新しい乗用車を公共機関である中国汽车技术中心が独立に衝突安全検査などを行ってその結果を公表するC-NCAP（China New Car Assessment Program）が2006年12月にスタートした。

その検査でも中国系自動車メーカーの乗用車は相対的に低い点数をとっている。例えば排気量1L以下の軽乗用車のセグメントをみると、長安汽車の「奔奔」、奇瑞の「QQ6」、哈飛汽車の「路宝」、上海GM三菱の「樂馳（Spark）」はいずれも5つ星満点の2つ星という厳しい評価を受けている。それに対してスズキ自動車との合弁の長安鈴木が生産する「雨燕（Swift）」は4つ星の評価を受けている。

また、中国系自動車メーカーは、買える技術は買い、買えない技術はコピーするため、知的財産権侵害で訴えられることも少なくない。奇瑞のベストセラーである小型乗用車「QQ」も、GMの合弁メーカー、上汽通用三菱の「Spark」（GM大宇の「Matiz」を技術導入したもの）の意匠権を侵害していると提訴された。

衝突安全性の低さや意匠権侵害の疑いなどを見ても、中国系自動車メーカーが実力不相応に無理して自主ブランド車の種類を増やすことを焦っているように見える。奇瑞などは乗用車を生産し始めてまだ7年目なのに既に軽自動車から中級セダン、SUVまで8モデルを生産している。モデルを増やして市場シェアを拡大することを焦る余り、一つ一つのモデルに対し、その走行性能や安全性などに関して十分な検証を経た開発が行われていないのではないか、という疑いが生ずる。中国の産業政策や世論が、自動車の開発に本来費やされるべき時間やコストをわきまえずに、自主ブランドの拡大を煽ることで、かえって中国系メーカーが真の開発力を身につけないまま安易に新車を増やすのを助長しているように思われる。最近、国有自動車メーカーの長安汽車

がハイブリッド車「傑勲」を自主開発したことが話題になったが、それが果たして中国系自動車メーカーの研究開発能力の向上を示す成果だと素直に評価できることかどうかはなお見極めを要する。

2. 中国自動車企業の競争力の実態

(1) 行き詰まる中国系自動車メーカー

2001年以降、自主開発した乗用車をひっさげた中国系自動車メーカーが中国市場で快進撃を繰り広げていた。個々のメーカーの好調・不調の波はもちろんあったが、全体として表3-1に見るように着実に「自主ブランド車」のシェアは広がってきた。

だが、2007年に入ると自主ブランド車の快進撃は突然終わった。表3-2に見るように2007年に27.2%まで拡大した自主ブランド車の比率は2008年には一転して減少に転じてしまった。(なお、表3-2は狭義の乗用車、すなわちSUVやMPVを除くセダンタイプの乗用車に限定しているため、表3-1の数字と若干の違いがある。)

図表3-2 乗用車生産のブランド国籍別内訳

	2006年	2007年	2008年
乗用車生産台数(万台)	386.9	479.8	503.7
うち自主ブランド(万台)	103.6	130.6	134.0
ブランド別シェア(%)			
自主(中国系)	26.8	27.2	26.6
日系	24.7	27.6	30.3
ドイツ系	18.6	20.8	20.3
アメリカ系	14.3	13.7	12.0
韓国系	9.7	5.9	7.2
仏伊系	6.0	4.8	3.6

(出所) 中国汽車工業信息网。

メーカー別に見ても、2007年初めにはトップ3をうかがうところまで伸びた奇瑞が2008年には第6位に後退し、吉利も第9位にとどまっている(表3-3)。華晨金杯や哈飛など奇瑞、吉利に次ぐ中国系乗用車メーカーとして台頭するかと思われた企業も軒並み減産し、唯一電池メーカーから転身してきた民営企業、比亞迪(BYD)のみが急成長している。

2008年にむしろ印象的なのは、一汽豊田、東風日産、広州本田など日系自動車メーカーの全般的な拡大傾向である。日系メーカーは進出時期こそVWやシトロエンなど欧州メーカーに出遅れたものの、着実に部品産業などの足場を固めながら生産能力を拡大してきており、中国勢のような爆発的拡大こそないが、ついにその本領を發揮してきたと見られる。

乗用車の生産台数をブランドの国籍別に集計した結果を見ても（表 3-2）、2007 年に日系ブランド車は中国系ブランド車を抜いて初めて首位に立ち、2008 年はほぼ一人勝ちの様相を見せた。

ちなみに、ここでいう「日系ブランド車」とは、一汽豊田、東風日産、広州本田、長安鈴木など日系自動車メーカーが生産する乗用車のすべて、および中国系国有自動車メーカーである一汽轎車が生産する「Mazda6（日本名、アテンザ）」と、長安福特（フォード）が生産するマツダブランドの「Mazda2（日本名、デミオ）」と「Mazda3（日本名、アクセラ）」の合計である。一汽集団の子会社である一汽海南もかつては「海南マツダ」と自称し、マツダ車のノックダウン生産に近いことを行っていたが、最近ではマツダのロゴを使っておらず、デザイン面でも少しずつ独自性を出そうとしているので、ここでは日系ブランドではなく、中国系ブランドの一つとして数えている。

図表 3-3 乗用車のメーカー別生産台数

2006年		2007年		2008年	
総生産台数	3,869,451	総生産台数	4,797,687	総生産台数	5,037,334
上海GM	374,692	一汽VW	489,176	上海VW	481,730
一汽VW	343,621	上海VW	456,085	一汽VW	480,800
上海VW	342,073	上海GM	447,823	上海GM	403,939
奇瑞	275,688	奇瑞	327,453	一汽トヨタ販売	366,512
北京現代	262,115	一汽トヨタ販売	271,037	東風日産	319,455
広州ホンダ	226,183	東風日産	263,012	奇瑞	281,412
一汽トヨタ販売	210,894	広州ホンダ	249,417	広州ホンダ	279,298
吉利	206,958	長安フォードマツダ	221,117	北京現代	258,356
神龍 (PSA)	201,858	吉利	216,774	吉利	220,955
天津一汽夏利	201,663	神龍 (PSA)	213,058	長安フォードマツダ	197,366
東風日産	195,916	北京現代	186,719	比亞迪	192,971
長安フォードマツダ	137,913	天津一汽夏利	183,649	広汽トヨタ	175,870
長安スズキ	112,565	広州トヨタ	170,277	神龍 (PSA)	172,720
東風悦達起亜	111,769	一汽海南	114,533	天津一汽夏利	172,369
哈飛	68,125	華晨金杯	113,839	長安スズキ	123,389
一汽海南	67,910	長安スズキ	107,621	一汽轎車	113,347
昌河	65,096	比亞迪	100,376	東風悦達起亜	106,439
華晨金杯	63,298	東風悦達起亜	95,506	東風ホンダ	83,085
広州トヨタ	61,281	一汽轎車	88,480	華晨金杯	82,802
比亞迪	60,135	東風ホンダ	81,716	一汽海南	82,771
一汽轎車	57,804	昌河	63,302	昌河	63,390
上汽GM五菱	42,416	長安	52,716	ホンダ中国	44,675
東風ホンダ	38,605	ホンダ中国	43,596	哈飛	43,141
東南 (三菱)	34,378	哈飛	42,532	上汽GM五菱	42,265
南京フィアット	31,476	東南 (三菱)	38,122	長安	41,902
華晨BMW	25,808	華晨BMW	34,720	重慶力帆	40,500
ホンダ中国	24,489	重慶力帆	30,362	華晨BMW	33,000
北京ベンツ	8,076	上汽GM五菱	29,871	上海	28,830
重慶力帆	7,912	南京フィアット	19,410	東南 (三菱)	27,889
長安	4,606	上海	17,482	北京ベンツ	24,801
江南	2,369	北京ベンツ	16,071	江南	15,261
一汽紅塔	1,759	江南	6,006	江淮	11,337
		江西江鈴	2,468	長城	10,514
		一汽紅塔	1,955	南京フィアット	9,816
		江淮	1,406	江西江鈴	3,537
				一汽紅塔	890

(注) 太字が中国系メーカー。外資系メーカーのうち、外資側出資者がわかりにくいと思われる企業だけ括弧で外資側出資者を示している。

(出所) 中国汽車工業信息网。

また、中国系メーカーを見ると、奇瑞や吉利など上位のメーカーが足場を固めないうちに次々と新たな中国系メーカーが参入してきて、だいたい最初の数年間は勢いよく生産を拡大するので、ますます混戦の状況を呈していることがわかる。新規参入してきた長城や江淮などはもともと SUV や MPV などを生産していたメーカーである。先行する奇瑞や吉利も外部から人材や基幹部品、設計などをかき集めてスピーディーに乗用車に参入し、シェアを拡大してきたが、このモデルはいとも簡単に中国の他の企業にも模倣された結果、中国系メーカー同士の競争が激化する結果となっている。中国系メーカーにとって当面はどうやってトヨタや VW に追いつくかという問題よりも、あまたある中国系メーカーの間の競争のなかからどうやって抜け出すかということが重要な課題であろう。

(2) 経営効率の問題

中国系自動車メーカーは単に市場シェアの拡大が止まったばかりでなく、その経営効率はかなり厳しい状況にある。一般に中国企業の利潤等の経営指標は株式を上場している企業でもない限り容易に入手できないが、表 3-4 は公開されている各乗用車メーカーの「従業員 1 人あたり利潤・税金額」を上位から並べたものである。

「従業員 1 人あたり利潤・税金額」とは、企業の利潤だけでなく、付加価値税など間接税の納税額も含めた金額を従業員数で割ったものである。それゆえ、この額は企業の経営効率のみならず、例えば企業がどれだけの工程を統合しているかによっても左右される。

とはいえ、この指標を見ると、中国系メーカーと外資系メーカーとで、もののみごとに明暗を分けている。

図表 3-4 乗用車メーカーの経営効率(2006年)

企業名	従業員一人当たり 利潤・税金 (元/人・年)
東風日産	2,520,091
広州ホンダ	1,779,796
上海GM	1,720,731
広州トヨタ	1,222,157
北京現代	891,323
東風ホンダ	812,960
一汽VW	757,611
一汽トヨタ販売	651,400
長安フォードマツダ	599,948
上海GM東岳	576,031
上海VW	534,185
一汽海南	441,498
華晨BMW	381,570
神龍 (PSA)	366,412
東風悦達起亜	261,459
ホンダ中国	252,555
長安スズキ	251,510
上汽GM五菱	193,223
吉利	179,557
奇瑞	155,261
長安	148,213
第一汽集団	142,103
東風汽車集団	137,409
東南 (三菱)	136,283
天津一汽夏利	125,000
華晨金杯	50,235
比亞迪	47,708
南京	43,525
北京ベンツ	40,640
哈飛	39,026
華晨金杯	16,835
一汽紅塔	10,458
江南	-15873
重慶力帆	-16528
昌河	-20519

(注) 太字は中国系自動車メーカー

(出所) 中国汽車工業信息网.

1人あたり19万元というラインを境に、それ以上は外資系メーカー、それ以下は中国系メーカーとなっている。もっとも多い東風日産は1人あたり252万元という信じられないほど多額の納税と利潤額を記録する一方、利潤・税金額が10万元に満たない華晨金杯以下は付加価値税を支払ったらおそらく利潤はほとんど残らないだろう。付加価値税を含めてもマイナスという3社に至っては、付加価値税を滞納したり減免し

てもらっている可能性がある。

注目したいのは表 3-4 が 2006 年のデータだということだ。この頃はまだ中国系ブランド車のシェアは拡大中であり、いわば中国系メーカーがシェア拡大のために積極的な攻勢に出ていた時である。その時、利潤・納税額が少なかったということは、中国系メーカーが相当な無理をして投資をしていたということになる。薄利多売ないし赤字覚悟の廉価販売によってシェア拡大を図っていたということになる。

2006 年の 1 人あたり利潤・納税額の上位には東風日産、広州本田、広州豊田と日系メーカーが多く、こうした経営効率の良さがその後のシェア拡大へとつながっていったのであろう。

以下では、代表的な中国系乗用車メーカーを取り上げ、それぞれの競争力を検討しよう。

(3) 奇瑞の競争力

1) 発展の経緯

中国の最大の自動車メーカーは、公式的には中国第一汽車集団公司（一汽）である。だが、一汽の売上の大半は傘下にある VW やトヨタとの合弁会社が稼いでおり、独自ブランドの商用車や乗用車もあるものの、一つのアイデンティティを持った企業とはいえない。乗用車の分野で、独自のアイデンティティを持った中国系メーカーとして最大の企業は奇瑞汽車有限公司（奇瑞）であろう。

奇瑞は、1997 年に一汽に勤めていた安徽省出身者ら 8 人が、安徽省政府、蕪湖市政府など 5 者から出資を引き出して設立した新興の国有自動車メーカーである。フォードの中古エンジン工場設備を購入することでエンジン生産能力を獲得し、VW や GM が中国で生産しているモデルを参照することによって自主ブランド車の設計能力を獲得し、2000 年に乗用車「風雲」を発売した。

当時は既存自動車メーカーを保護するための参入規制が行われていたため、奇瑞汽車は 2001 年に自社の株式の 20%を上海汽車に無償で譲渡することで、乗用車への参入規制をクリアしようとした。すなわち、上海汽車が得ている乗用車生産許可の効力は子会社の自社にも及ぶといういささか勝手な解釈に基づく。しかし、生産を始めてからしばらくは製品品質の悪さに悩み、低空飛行が続いた（表 3-5）。そこで、外国の自動車産業で働いていた中国人技術者などを大量にスカウトしたり、工場長には三菱自動車 OB の日本人を迎えるなど外部の人材を積極的に招聘した¹。また、エンジンに関してはオーストリアのエンジン設計会社 AVL 社に設計を委託し、車体デザインもイタリアのデザイン会社 Pininfarina に委託するなど、どん欲に海外の技術を購入し、

¹ 塩地洋「自動車産業の発展戦略と制約条件」京都大学上海センター中国自動車シンポジウム発表資料、2006 年 11 月 11 日。

中国市場での地位を上げていった。こうして、2006年には30万台を超える規模にまで到達し、世界の強豪がひしめく中国の乗用車業界のなかで第4位にまで上り詰めた。

表 3-5 奇瑞の自動車生産台数

年	生産台数
1999	n.a.
2000	2,767
2001	30,070
2002	50,398
2003	101,141
2004	79,565
2005	185,588
2006	307,232
2007	387,880
2008	350,006

注：乗用車以外にSUVも含むため表3-3と一致しない生産開始は1999年12月

(出所) 中国汽車工業年鑑、中国汽車工業信息网。

奇瑞の主力車種は小型乗用車の「QQ」（エンジン排気量0.8、1.1、1.3L）で、2008年には12万9000台近くを生産した。「QQ」は上海汽車とGMの合弁企業、上汽通用五菱が生産する「Spark」と外見が酷似しており、係争となったが、中国市場では「Spark」以上に成功している。次いで小型乗用車「旗雲」（同1.3、1.6L）が5万台余り、「A520」（同1.6、2.0L）が約6万台、SUV「瑞虎」（同1.6、2.0、2.4L）が4万9,000台、新たな小型乗用車「A1」が約2万8,000台といった内訳になっている。エンジンは1.3L以下のものは自社のエンジン工場で生産し、1.6LエンジンはブラジルのTRITEC（BMWとダイムラークライスラーの合弁によるエンジン専門工場）から輸入し、2.0、2.4Lエンジンは三菱自動車が出資した瀋陽航天三菱から購入している。「QQ」の場合は、価格は約4万元、「旗雲」でも5万元余りと、きわめて安価であることが奇瑞の競争力の源泉である。同じ1.3Lクラスの乗用車でも、たとえば広州ホンダの「フィット」であれば9万元近くする。

【奇瑞が期待を寄せる小型乗用車「A1」】



2) 競争力向上の要因

奇瑞が中国系のなかでは乗用車のトップメーカーに上り詰めることができた理由は外部資源の活用と政府の支援の2点にまとめることができる。

まず外部資源の活用については前項でも少し触れたが、実はきわめて広範囲にわたる。

車体の設計ではイタリアの Pininfarina, Fumia などに委託しているほか、近年は日本の設計会社に上級モデル数車種の設計を委託した。エンジンについてはオーストリアの AVL に設計を委託するだけでなく、多くの技術をオーストリアに派遣して共同開発を通じた技術の習得を狙った。しかし、AVL 側もおいそれとは技術を譲ってくれないため、当面は外国に設計を依存する状況が続きそうだ。

自動車のプラットフォームに関しては、例えば「QQ3」は大宇 Matiz、「東方之子」は大宇マグナスなどをコピーすることで開発を簡略化しようとしている。

工場立ち上げに関しては、日本のエンジニアリング会社の協力を得ている。

中国に進出している外資系部品メーカーのデルファイやビステオンなども単に部品を供給するだけでなく、例えば電子制御部品とエンジンのマッチング設計、インパネの設計など、技術面でも協力している。

こうして中国内外から買える技術は何でも買うことで、奇瑞は短期間のうちに多くのモデルを投入することに成功した。

政府の支援に関しては、当初は乗用車生産の認可さえままならない状況だったが、いったん軌道に乗り始めると、政府は自主ブランドを貫く奇瑞を高く評価するようになった。従来、政府が民族系自動車産業のリーダーに擬していた一汽集団や東風汽車集団などはいずれも外国自動車メーカーとの合弁事業で利益を上げることに満足し、自主ブランド車の開発・生産はおざなりにしてきた。政府は「野生児」である奇瑞の

成長が旧来の中国自動車メーカーの刺激になることを期待して、積極的に支援するようになった。国家開発銀行が 58 億元の 10 年間無利子融資を与えたのを始め、後述する中国進出口銀行が 50 億元の輸出信用枠、科技部の 863 プロジェクトなど様々な支援の手がさしのべられている。もちろん地元の安徽省や蕪湖市は土地の無償提供、税の減免など手厚く保護している。

実際、奇瑞の生産台数が伸びるにつれ、奇瑞の工場の周辺にはシーメンス VDO、ジョンソン・コントロールズを始めとする内外の部品メーカーが軒を連ねるようになり、地元には大きな雇用促進効果と税収拡大効果があった。

【奇瑞を囲む安徽蕪湖経済技術開発区】



奇瑞にとって今後の課題は、これまで外部から購入してきた技術をいかに内部化するかということであろう。例えば、奇瑞は 2.0、2.4L エンジンは瀋陽航天三菱から購入し、オートマチックトランスミッションも合わせてジャトコから購入しているが、そうすると完成車の価格もこれら基幹部品によって規定されてしまっ価格競争力を出しにくい。何とかエンジンとトランスミッションを内製化しようと奇瑞は投資を始めたところである。

また、大宇のプラットフォームをコピーしたのは、経営破綻した大宇の元技術者を利用できるという狙いもあったというが、こうしたことはいつまでも続けられるわけ

もなく、自前でプラットフォームを開発していく態勢作りが必要である。

ところが、デトロイトなど海外で働いていた中国人エンジニアをかき集めた技術陣は相当に流出してしまっている。その理由は経営方針をめぐる経営陣との考え方の相違や待遇面にあるようだ。後述するように奇瑞は経営面でも相当無理をしており、今までのような躍進を今後も続けられるのか、前途に暗雲が垂れ込めている。

3) 積極的な海外展開

上記の発展の経緯が示すように、奇瑞は国有企業といってもその経営は限りなく民間に近い。実際、奇瑞の関連会社である奇瑞科技の株を奇瑞の経営陣も所有しており、経営陣は企業を成長させることで個人的にも配当利益を得ることができる。国有企業としては異例なこの仕組みが、奇瑞に民营企业のような活力をもたらした。奇瑞が一汽や東風汽車集団など従来政府から手厚い保護を受けてきた国有自動車メーカーと一線を画しているのが、海外市場への積極的な姿勢である。

奇瑞は乗用車を生産しはじめて2年目の2001年には早くも10台の乗用車をシリア向けに輸出した(百本 2007)。本格的な海外市場への取り組みは、2003年に初の海外拠点としてイランに“SKT”社との協力によりノックダウン生産の拠点を設置してからである。この現地生産拠点に奇瑞は出資をしていないものの、現地で組立を行うことで、完成車に対しては120%課される関税を半分に削減することができる。イランには乗用車「風雲」や軽乗用車「QQ」をノックダウン(CKD)部品の形で輸出し、現地で組み立てている。現地での生産を指導するために奇瑞汽車は数十人のエンジニアをイランに派遣した。

2005年には奇瑞の海外展開を支援するために、中国の政策金融機関である中国進出口銀行が50億円の輸出信用枠を提供した。奇瑞はこうした援助を受けて2006年にはマレーシアにプロトン社との協力によってノックダウン生産拠点を設ける視察を開始した(百本 2007)。ただ、GMが奇瑞の「QQ」はGM大宇の”Matiz”(中国では“Spark”)を模倣していると訴えたため、マレーシア向けに輸出する話は中断してしまった。

一方、ロシアでは同じ2006年にカーニングラードにアフトトル(Avtotor)社の協力を得てノックダウン生産拠点を設置した。カーニングラードでも、ノックダウン部品を輸出して現地で組み立てる場合には関税を減免される優遇措置がある。奇瑞はこの優遇を享受することでロシアへの輸出を順調に拡大していった。

奇瑞の自動車輸出台数は2005年に1万8,000台、2006年に5万台、2007年に11万9800台、2008年には13万5,000台¹と急増している。なかでもロシアではアフトトル社を経由して2007年に3万7,120台販売するなど最大の輸出先となった。

¹ 2008年の輸出台数は奇瑞汽車のホームページによる。ここにはCKD部品やボディーも含んでいる。なお、この輸出台数に対しては中国の新聞から過大に報告しているのではないかと疑問を呈されたこともある。

以上のように、奇瑞はこれまでもっぱらロシアと中東に輸出してきたが、アメリカ向け輸出の話が持ち上がったこともあった。すなわち、アメリカの自動車ディーラー、ビジョナリー・ビークルズから 2004 年に対米輸出しないかという引き合いがあったのである。この会社はかつて日本車や韓国車の輸入を手がけて成功し、さらに安価な自動車の輸入先として中国に着目していた。中国に工場を持つ外国自動車メーカーであれば品質的に問題ないだろうが、外国メーカーはアメリカ市場を中国以外の生産拠点でカバーする態勢ができあがっており、中国の拠点から対米輸出することは望まない。中国から自動車を対米輸出するとすれば、それは中国系自動車メーカーしかない、ということで先方から奇瑞に話が来たという。奇瑞の既存の車種を輸出するのではなく、アメリカ市場向けに高級車を新たに開発するという商談であった。しかし、結局この商談は 2006 年 10 月に白紙撤回されてしまった。

エンジンに関しては奇瑞はすでに対米輸出の実績を積んでいる。すなわち、奇瑞は 2005 年にオーストリア AVL 社が設計したエンジン 7,000 台をアメリカ向けに輸出した。この件は、中国では「自動車の核心技術を代表するエンジンが国際市場で歓迎された」¹と喧伝されたが、実のところこのエンジンは小型発電機用として輸出されたものであった²。つまり、奇瑞製のエンジンは自動車用として評価されたわけではないのだが、中国のメディアはその点をぼかして伝えている。

2006 年には、フィアットとの間で、奇瑞が生産する排気量 1.6L と 1.8L のエンジンを年 10 万台以上の規模でフィアットに販売することで合意した。具体的にはフィアットが南京汽車との合弁企業で生産するモデル“Linea”に搭載する話が出たが、その後奇瑞が実際にフィアット側にエンジンを供与したかどうかは明らかではない。

以上のように、奇瑞の海外展開は、紆余曲折を経ながらも、自動車生産に着手してまだ 10 年に満たない企業とは思えないほど積極的に展開されてきた。しかし、2008 年に入って大きな試練に直面した。すなわち、奇瑞の対ロシア輸出の拠り所であったアフトル社との協力関係が 2008 年 3 月に途切れてしまったのである。この起こりはロシア政府が同社が優遇税率で輸入できるノックダウン部品の数量を制限する動きに出てきたことである。アフトル社は奇瑞以外に BMW や GM などのノックダウン生産も行ってきたが、全体の輸入数量を制限されるのであれば、奇瑞の車の組立台数は 1 万台に削減し、かつ奇瑞には今までの 2 倍の組立工賃を支払うよう求めてきたのである³。結局、奇瑞はこの要求を受け入れなかったため、2008 年上半期の奇瑞のロシアでの販売台数は前年同期に比べてほぼ半減し、9,891 台にとどまった⁴。奇瑞は慌ててロシアでの他の提携先を探し、結局 9 月にタガンログ自動車工場に 1 億ドルを投じて 1

¹ 『安徽日報』2006 年 8 月 11 日

² Kerry Fong, “Chery cars making big splash globally” *The Star online*, Dec.11, 2006.

³ 『21 世紀経済報道』2008 年 4 月 2 日。

⁴ 『21 世紀経済報道』2008 年 8 月 6 日。

年間に9万台の組立を委託する契約を結んだ。

このロシアでの挫折経験をきっかけに奇瑞はこれまでのやみくもな海外展開を反省すべき時に来ているように思われる。すなわちこれまでの奇瑞の海外展開は、優遇政策があれば飛びつき、アメリカから商談があれば飛びつくなど、衝動的かつ受動的なものであって、相手国市場の十分な事前視察と周到な市場戦略に基づくものではなかった。これまでは値段の安さや中国車という物珍しさから一定の関心を集めただけであって、「奇瑞」というブランドを輸入国側が評価したわけではないし、奇瑞側も外国市場でブランドを確立するための努力をしてきたわけでもない。だが、自動車というものは販売したら終わりなのではなく、消費者が自動車を使う過程でのアフターサービスから、最後は中古車として販売されるまでの全プロセスが円満に完了して初めて消費者の信頼を勝ち取ることができる商品である。輸出先国でしっかりした販売・アフターサービス網を形成することなくやみくもに販売してしまうと、消費者の信頼を失い、かえって将来の販売が困難になるリスクがある。ロシアは奇瑞にとって最大の輸出先だが、現地パートナーとの関係がきわめて不安定で、果たしてこうした輸出が持続可能なのか疑問符がつく。

4) 経営分析

奇瑞は低価格を武器に中国国内および海外市場での地歩を固めてきたが、その結果、経営はかなり厳しい状況にある。表 3-6 に示したように、2005 年は赤字、2006 年も売上利潤率がわずか 1% で、苦しい経営が続いている。2005 年から 2006 年にかけては営業額（売上高）が 65 億元増えたが、一方で負債は 78 億元近くも増えている。このような負債による経営規模拡大は決して持続可能ではない。

2006 年に借金を増やした結果、資産負債率も 77% にまで高まった。前述した中国進出口銀行からの 50 億元の輸出信用枠や、地元の安徽省や蕪湖市からの手厚い支援（地方税は全額還付され、土地価格でも優遇されているという）がこうした借金依存による拡大を支えている面があるので、負債率の高まりがすぐさま経営危機に直結するとは言えないが、このまま借金を膨らませ続けるわけにはいかない。

表 3-6 奇瑞の経営指標

(単位: 万元)

年	2003	2004	2005	2006
営業額	666,298	498,921	869,227	1,518,752
利潤額	n.a.	18,401	-12,095	20,301
総資産	949,210	922,718	1,181,948	2,067,239
所有者權益	226,079	298,671	360,836	467,268
負債	723,131	624,047	821,112	1,599,971
資本	0	175,200	261,989	275,050
所得税	n.a.	2,297	47	4,051
資産負債率	76%	68%	69%	77%
売上利潤率		4%	-1%	1%
総資産利潤率		2%	-1%	1%
従業員数	n.a.	n.a.	8,000	8,000

(出所) 各種資料により作成。

2006 年の奇瑞の売上利潤率と総資産利潤率がともに 1% という水準がどれほど薄利であったかは同じ年の上海 GM と広州本田と比べると鮮明である。上海 GM の場合、売上利潤率は 9%、総資産利潤率は 18% を記録し、広州本田は売上利潤率 14%、総資産利潤率 28% であった。

表 3-4 のデータと表 3-6 から奇瑞の 2006 年の納税額は 10 億 4,000 万元ほどだったと推計できる。これは売上の 6.8% に当たる。上海 GM の場合、納税額は売上の 8.2%、広州本田の場合は 10.6% と推計できるので、奇瑞の方が税金においても優遇されている節がある。額面の法人所得税率だけを比べて外資系企業の方が優遇されていると見る人が多いが、実態は必ずしもそうでないことがこうした事例からわかる。

表 3-5 で見たように奇瑞は 2008 年に史上 2 度目の減産に転じた。奇瑞ではかなりの人員削減を余儀なくされていると言われる。奇瑞の自動車組立の第 1 線で働く 3,000 人余りのうち、半分程度は河南省や山東省の技術学校に在学している 18、19 歳の実習生だというが、彼らの賃金も最近では月 500~600 元程度にしかないという¹。2008 年 10 月のリーマンショック以来、世界中の自動車メーカーが苦しい状況にあり、奇瑞もまた例外ではないが、奇瑞は今後の活路をタイなど新たな海外市場の開拓と、中国の農村市場に求めようとしている。

5) 部品メーカーからみた奇瑞の競争力：金型メーカー A 社の事例

A 社は奇瑞の 100% 子会社で、奇瑞の車体の外板用金型を製造している。金型サプライヤーからみた奇瑞の競争力について検討する。

2001 年に設立された A 社は台湾の金型メーカーと奇瑞の合弁で、最初は台湾側が過半出資していた。だが、のちに奇瑞が A 社の主要納入先になったため、奇瑞側が出資

¹ 『21 世紀経済報道』2008 年 11 月 5 日

比率を増やし、最終的に台湾メーカーは完全に撤退した。

奇瑞の主要金型はすべて、A社が開発と製造を担っている。奇瑞の子会社であることは奇瑞からの受注に有利に働いており、毎年安定した売り上げが確保できる。ただ、金型のサプライヤーとしてみると、奇瑞の出す車種はどれも新規モデルで、ベースモデルから派生したバリエーション車がないことが問題である。そのため、既存の金型に若干の変更を加えることで対応することができず、奇瑞が新しい車種を出すたびに、ゼロから開発しなければならない。金型メーカーとして開発に借用できる経験とデータが少ないことが問題である。奇瑞自身も、これまで主力製品としてきたローエンドの車種は利益が見込めないし、ハイエンド市場向けの車種は市場が流動的であるため、この先どう展開したらいいのか迷っている面がある。

【A社の機械加工現場】



A社としては奇瑞の主力サプライヤーであることに安住することなく、積極的に他の納入先を開拓していきたいと考えている。納入先を開拓するうえで奇瑞の子会社であることはマイナス要素とはならない、という。A社には金型の開発において独自のノウハウがあるので、それを利用したい自動車メーカーは奇瑞の子会社であることにはこだわらないからだ。実際、他の自動車メーカーからも金型開発協力の依頼を受けている。奇瑞以外の自動車メーカーは金型の開発段階で新型車の秘密が漏洩することも特に心配はしていないという。現在、A社は赤字覚悟で「AudiA4」、「A8」向けのプレス金型を受注しているほか、オギハラからの下請けもしている。

中国の乗用車産業ではこれまでオギハラなど日本メーカーが幅広く受注していたが、A社の見るところ、今後は中国のメーカーにとって代わられるだろうという。現在の

金型開発は主としてコンピューターを用いて行われているため、経験が短い中国メーカーといえども比較的簡単にキャッチアップできるからである。日本メーカーの強みは豊富な経験と手作業による金型修理で、そうした面では中国メーカーとは差がある。A 社の見るところ、設計水準に関しては、日本メーカーとほとんど差がないが、製造においてまだ及ばない部分がある。しかし、その差も微妙なものであり、中国メーカーはキャッチアップしつつある。A 社は日本メーカーの優位は長くは持たないと考えている。また、日本の金型は価格が高く、台湾製の 2 倍、中国製の 4 倍に相当する。こうした価格の違いを考えると、奇瑞のような地場自動車メーカーはどうしても中国製を選択することになるだろう。

【A 社の機械設備】



一方、浙江省台州市黄岩に民間企業による金型産業の集積があるが、今のところ、これら民営金型メーカーは家電製品の金型や自動車のバンパー、インテリア等のプラスチック成形金型が中心で、A 社のように自動車のボディパネルの製造に用いるプレス金型では競争力は弱い。そうした金型を製造するには大型で高価な工作機械など巨額の投資が必要であり、普通の民営企業が負担できるものではないからだ。黄岩の民営金型メーカーは A 社のような大手メーカーの「食べこぼし」を拾ったり、その下請けをしているのが現状であり、A 社にとって競争相手にはなっていない。

A 社の従業員数は 720 名で、うち設計エンジニアが 146 名、プログラマーが 22 名、機械オペレーターが 348 名、組立工が 208 名という陣容になっている。金型の開発はもっぱら社内で行っており、部分的に受注先からの指導を受けることがある。

金型の材料には主として国内製の材料を使っているが、プレス加工を行う金型の表面には輸入のアロイスチールを使っている。国内製のものは、価格が安く、輸入品の代替として使えなくもないが、品質の安定性がない。輸入材料を使っても、金型全体の製造コストには大きな影響がない。

A 社がアウディの金型を受注したり、オギハラの下請をしているのは有力企業からの技術者の指導を受けながら、金型の設計水準を向上させることであり、ゆくゆくは金型を輸出できるような能力をつけたいと考えている。

以上のような A 社の証言を額面通り受け取ることには慎重でなければならないが、注目すべきことは奇瑞が社内だけでなく子会社のレベルでも着実に設計・開発能力を身につけつつあることである。奇瑞のこれまでの発展は外部資源の活用によるものであったが、奇瑞はそうした状況を打破して企業内・グループ内に開発能力や技術力をつけなければならないことを自覚している。そうした能力蓄積が現に進んでいることを A 社の存在は物語っており、やはり奇瑞は決して侮ってはならない存在であるといえる。

(4) 吉利の競争力

1) 発展の経緯

奇瑞に次いで中国の乗用車市場で第 9 位に入っているのが吉利である。

吉利汽車の歴史は、浙江省台州市の農民だった現董事長の李書福が兄弟 3 人で 1984 年に地元で冷蔵庫部品工場を始めたところから始まる。台州市路橋区には、エアコンや冷蔵庫のラジエーター・パイプを生産するメーカーが集積しており、吉利の前身である石曲氷箱配件廠もそうしたなかから生まれた企業だったようだ。事業は成功し、1989 年には 4,000 万元の売上を上げるまでになったが、冷蔵庫生産に対する投資抑制政策が強化されたことから李書福は冷蔵庫部品をあきらめ、室内装飾材料の生産に転換した。

1994 年に李書福はオートバイの生産を始めた。路橋区はこの頃からオートバイ産業の集積も形成され、1998 年時点では部品メーカーも含め 120 のメーカーがあった。吉利のオートバイ生産も中国農村部でのオートバイ需要の増加の波に乗って順調に拡大し、1999 年には 40 万台を超えるまでになる。ただ、李書福は 1997 年から乗用車への参入を目指して準備を始めていた。そのために、地元で専門学校（浙江经济管理專修学院）を開校し、会社に必要な人材を自ら養成しはじめた。さらに 2000 年には北京に大学（吉利大学）まで開校した。

吉利の乗用車生産は 1998 年に始まった。ただ、ここでも政府による乗用車生産に対する許可制が吉利の前に立ちふさがった。そこで、浙江省政府や台州市政府の仲介に

より、小型バスの生産権を持つ四川省の企業と合弁企業を作ること、乗用車の形をした自動車を「小型バス」という名目で生産することを許可された（百本 2007）。

しかし、吉利も品質問題に悩まされ、生産開始から数年は低迷した状況が続いた（表 3-7）。一汽で自動車産業を経験した者たちが創業した奇瑞と異なり、吉利は経営陣に自動車産業の経験者がいなかった。そこで、吉利が頼った方策は、中国に進出している各国の自動車・部品メーカーの力を借りることであった。まず、吉利の乗用車「美日」に搭載する 1.3L・エンジンは天津豊田発動機から購入した。天津豊田発動機はトヨタが天津での乗用車生産を見込んで先行して設立したエンジン工場であるが、乗用車生産になかなか政府からゴーサインがでず、エンジンの販売先がなくて困っていたところへこの商談が来たのである。他にも、やはり天津へのトヨタの進出を待っていた天津アイシンのトランスミッションを使うなど、既存の部品メーカーを活用した。

表 3-7 吉利の自動車生産台数

年	生産台数
1999	3,885
2000	14,530
2001	21,171
2002	47,370
2003	81,284
2004	93,285
2005	148,182
2006	206,958
2007	216,774
2008	220,955

（出所）中国汽車工業年鑑、中国汽車工業信息网。

その後、天津豊田発動機との関係は、吉利の広告のしかたをめぐってトヨタとの間で裁判になったこともあって途切れ、吉利はトヨタのエンジンのコピーと思われる自社製エンジンを代わりに搭載している。

ようやく 2001 年末になって、吉利は正式に乗用車メーカーとして認可され、この頃から生産も上向きになっている。吉利も奇瑞のように中国各地の自動車メーカーから人材をスカウトすることで技術力を高めている。とりわけ、韓国の大宇自動車の研究院長だった人物をスカウトして、吉利自身の研究院院長に据えるという思い切った策をとった。

吉利の競争力の源泉は奇瑞よりもさらに安い製品価格である。1.3L の乗用車「美日」や「豪情」が 4 万元、やや高級感のある「自由艦」でも 5 万元台という破格の安さにより中国では一定の市場をつかんだ。

2) 積極的な海外展開

吉利も奇瑞の後を追うように海外展開に取り組んでいる。初めて輸出を行ったのは2003年で、2004年には董事長の李書福が「2015年には自動車生産の3分の2は輸出する」という壮大な目標を発表した。それ以来、輸出台数は2004年に5,000台、2005年に6,835台、2006年に1万5,000台、2007年に3万台近く¹と急ピッチで増加している。輸出する車種は「自由艦」が最も多くて2007年は2万2,000台、続いてそれよりもやや高級感のある（といっても小売価格は6万元前後）「吉利金剛」が5,000台となっている。

輸出先はウクライナ、ロシア、シリア、ベネズエラなどである。2005年時点では輸出のうち3割がシリア向けであったが、2007年以降はウクライナやロシアが重要な輸出先となってきた。

ウクライナでは、現地のAIS自動車グループにロックダウン部品を輸出して現地を組み立て、AISグループの販売ルートを通じて販売するという形の協力関係を2007年1月に結んだ。2007年の1年間で3,000台の販売を見込んでいたが、実際には計画を大きく上回り、1万台近くの乗用車（ロックダウン部品）を輸出した²。また、ロシアでは輸入業者のロルフ社から15億ドルの注文をとりつけ、「吉利金剛」や「遠景」（小売価格は7万元程度）を輸出し始めている。

マレーシアでも現地のIGCグループと組んでロックダウン生産拠点を設ける商談を進めていた。輸出とロックダウン生産を合わせて年3万台販売する計画であったが、結局政府の許可が下りず、この話は頓挫した。その代わりに2007年5月にインドネシアでロックダウン生産拠点を立ち上げた³。

また、アメリカへの輸出を目指してデトロイトでのモーターショーなどにも積極的に参加しているが、吉利の車はアメリカの排気ガス規制を満たせないため輸出計画は進んでいない。

以上のように、吉利の海外展開はシリアなど中東に始まり、マレーシアとアメリカを狙うものの挫折し、2007年以降はロシア・ウクライナを主要な輸出先とするようになっており、奇瑞とまったく同じ歩みをたどってきた。このことは何を意味するのだろうか。これは中国系自動車メーカーの輸出の特徴、すなわち、中国車を受け入れてくれる国があるとそこに殺到するという行動パターンが、乗用車のトップメーカーである奇瑞と吉利の場合にも当てはまることを意味している。

3) 経営分析

吉利は奇瑞に輪をかけた低価格路線をとっているため、奇瑞同様の薄利多売に陥っ

¹ 『吉利匯報』第49号、2008年2月、22頁。

² 『吉利匯報』第49号、2008年2月、47頁。

³ 『新浪汽車』2005年5月30日、百本（2007）、吉利のホームページ「大事記」。

ているものと予想される。ところが、吉利の経営指標を見ると、意外にも利潤率はそれほど低くないのである。2006年に売上利潤率が12%というのは上海GMよりも高い数字である。

ただ、この数字を含む表3-8はよく見るとかなり不自然である。例えば、2004年と2005年も利潤額はわるくないのに、どうして所得税の納税額がゼロなのだろうか。また負債額が1年ごとに大きく増減しているのも不自然である。

実は吉利についてはもう1社のデータがある。すなわち表3-9に示した浙江豪情汽車製造有限公司である。「豪情」というのは吉利の1ブランドであるが、このブランドの車を作っている台州の工場は、寧波の本社とは別会社として運営されているようだ。そしてこちらは見ての通り利潤率がほぼゼロに近いのである。

ところがこの表3-9もよく見ると不自然で、営業額は2006年以外は増えているのに総資産と負債はみるみる減少している。しかも、2007年は従業員数が急減しているのに営業額が増えているという不自然さである。

表3-8と表3-9を比べてみると、「吉利」のほうの損失を「飛ばす」先として「豪情」が使われている可能性も考えられる。いずれの会社も株式上場をしていないので、そうした操作を行う理由は定かではない。二つの表を合計したものが吉利の本当の経営状況かもしれないが、そうしてみると、2006年の売上利潤率は6%、資産利潤率は7%となる。こちらのほうがかなり実態に近いと思われるが、果たしてこれほどの利潤を上げているのかどうか奇瑞と比べてもかなり疑問符がつく。

表 3-8 浙江吉利汽車有限公司の経営指標

(単位: 万元)

年	2003	2004	2005	2006
営業額	147,882	110,152	235,077	242,549
利潤額	1,409	22,313	31,542	29,186
総資産	189,522	181,123	253,549	262,756
所有者權益	66,921	106,114	122,923	206,704
負債	122,601	75,009	130,626	56,052
資本	38,600	68,489	68,489	185,633
所得税	299	0	0	2,665
資産負債率	65%	41%	52%	21%
売上利潤率	1%	20%	13%	12%
総資産利潤率	1%	12%	12%	11%
従業員数	n.a.	n.a.	2,125	2,360

(出所) 各種資料により作成.

表 3-9 浙江豪情汽車製造有限公司の経営指標

(単位: 万元)

年	2004	2005	2006	2007
営業額	180,398	269,423	214,442	254,712
利潤額	1,492	1,205	16	740
総資産	179,384	160,583	136,693	112,157
所有者權益	57,126	54,646	58,794	56,699
負債	122,258	105,937	77,899	55,458
資本	53,000	53,000	53,000	53,000
所得税	970	0	0	n.a.
資産負債率	68%	66%	57%	49%
売上利潤率	1%	0%	0%	0%
総資産利潤率	1%	1%	0%	1%
従業員数	n.a.	2,400	2,400	445

(出所) 各種資料により作成。

以上のように表 3-8、表 3-9 に現れた吉利の経営実績がどれほど真実の経営状況を反映しているのか疑問があるものの、吉利の資産負債率が奇瑞に比べて低いことに注目したい。政府から様々な優遇融資を受けている奇瑞に比べて、民営メーカーの吉利は相対的に政府からの支援を受けることが少ないことが資産負債率の低さに現れていると考えられる。

(5) 江淮の競争力

1) 発展の経緯

安徽江淮汽車集团有限公司(江淮)は、1964年に設立された国有トラックメーカー、合肥江淮汽車製造廠を前身とする国有企業で、その子会社・関連会社として小型トラックや乗用車などを生産する安徽江淮汽車股份有限公司と、バスを生産する安徽安凱汽車股份有限公司という二つの株式会社を抱えている。この2社は株式を公開している。

ここでは主に前者の安徽江淮汽車股份有限公司を中心に取り上げることとする。同社は合肥江淮汽車製造廠を母体として1999年に設立された。2008年6月末時点での株主構成は表3-10の通りとなっており、国有企業の安徽江淮汽車集团有限公司が3分の1の株を所有している。なお、自動車生産の大半は株式会社である安徽江淮汽車股份有限公司が担い、バスは安徽安凱汽車股份有限公司が担当しているが、親会社の安徽江淮汽車集团有限公司のほうでも中型トラックを部分的に生産しているようである。

表 3-10 安徽江淮汽車股份有限公司の主な株主

名称	株主の性格	持株比率 (%)
安徽江淮汽車集团有限公司	国有法人	34.68
HALTON INVESTMENT PTE. LTD.	外国法人	6.16
合肥市国有資産控股有限公司	国有法人	5.59
中国建設銀行—華富競争力優選混合型証券投資基金	その他	1.62

(出所) 各種資料により現代文化研究所作成。

安徽江淮汽車股份有限公司はその前身である合肥江淮汽車製造廠の時代から積載量 2 トン前後の小型トラックの生産を中心としてきた。バス用シャシー（自動車のフレームにエンジン、アクスル、トランスミッション、ホイールなどを取り付けたもの。自動車の「走る部分」。車体メーカーがこれにボディを載せてバスや特装車などを製造する。）でも中国国内で定評があり、一定の生産を続けている（表 3-11）。また安徽安凱汽車股份有限公司が生産する大型バスは長距離バス用としてかなり使われている。

表 3-11 安徽江淮汽車集団の生産内訳

年	2005	2006	2007	2008
自動車生産台数	155,359	175,421	209,880	207,711
大型トラック	910	3,375	9,746	10,828
中型トラック	13,683	15,936	13,633	11,744
小型トラック	73,069	92,767	107,091	103,949
中型バスシャシー	9,101	7,823	8,812	6,656
小型バスシャシー	13,594	17,512	18,230	14,327
「安凱」バスとシャシー	3,372	3,938	2,809	2,933
中型トラックシャシー	962	0	0	0
小型トラックシャシー	9,271	0	0	0
賓悦2.0L	0	0	1,191	7,201
賓悦2.4L	0	0	215	613
瑞風(MPV)	31,397	34,070	40,154	35,888
瑞鷹(SUV)	0	0	7,999	10,049
同悦	0	0	0	3,523

(出所) 安徽江淮汽車股份有限公司ホームページより。

そうした商用車中心の展開をしてきた江淮だったが、2002 年に MPV の瑞風 (Refine) の生産を開始し、2007 年には SUV の「瑞鷹」、セダン型乗用車の「賓悦」の生産を開始し、2008 年にはセダン型乗用車の「同悦」も加わり、乗用車メーカーの仲間入りをした。表 3-3 に見るように、セダン型乗用車の市場ではまだ下位のメーカーにすぎないが、新興乗用車メーカーの一つとして取り上げたい。

【江淮の R&D センター】



企業の出自から言えば、江淮は奇瑞や吉利のような新興メーカーではなく、むしろ一汽集団や東風汽車集団のような古い国有企業に属する。ただ、江淮は全国に競争相手が多数いる小型トラック業界のなかで、長い競争に勝ち抜き、2008 年時点で 37 社いる同業者のなかで北汽福田に次ぐ第 2 位につけているメーカーである。山東省の郷鎮企業から身を起こして北京の自動車メーカーを吸収してしまった北汽福田同様、江淮は国有企業といっても一汽のように政府から手厚い支援を受けることもなく、競争のなかで身を起こしてきた企業である。

【江淮の SUV 「瑞鷹」】



2) 乗用車開発の経緯

小型トラックメーカーとして長い実績を持っているとはいえ、トラックと、「賓悦」や「同悦」のようなセダン型乗用車とはかなり質を異にする商品である。乗用車

の安全性能に対しては中国国内でも新車評価プログラム（C-NCAP）がスタートするなど政府や消費者の関心が高まっており、そうした厳しい目に耐える乗用車を開発することは容易でないはずである。果たして江淮はどのようにして乗用車を開発したのか、現地視察では次のことが明らかとなった。

「賓悦」と「同悦」のデザインは江淮の「イタリア設計センター」で行われた。このセンターの役割は自動車の外形デザインで、欧州の伝統や文化、そして自動車デザインの豊富な経験を取り込むためにイタリアに設立された。瀋陽の華晨金杯がイタリアのピニンファリナ社に委託して乗用車「中華」を開発したことが江淮にも刺激になったようだ。

江淮のイタリア設計センターは他社に設計業務をアウトソースすることなく、現地のデザイナーを雇用して設計を行っているとのことである。センターは江淮の完全子会社であるという。江淮はイタリアの設計会社に自動車の設計を委託した経験もあるが、その場合には1車種につき数百万円から千萬元単位のコストがかかるという。

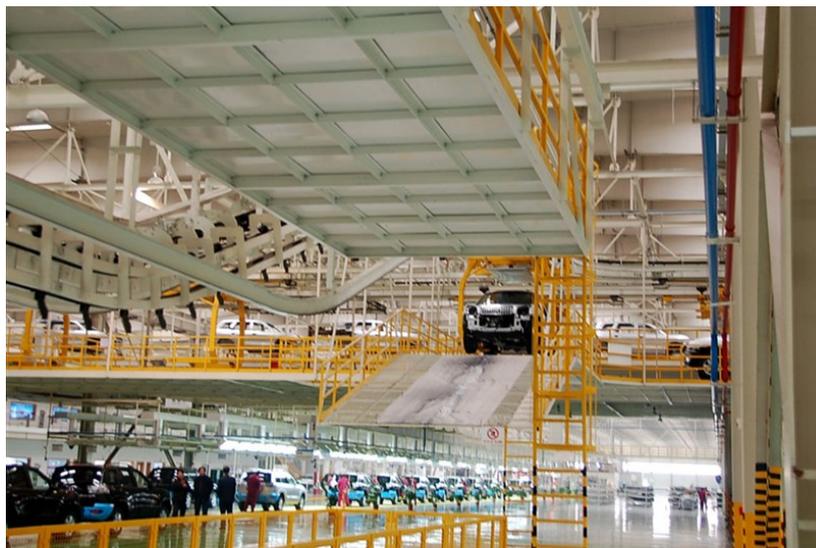
もっとも「賓悦」は江淮の完全なオリジナルというわけではなく、韓国の現代自動車の「ソナタ」を参考にしているとも言われている。やはり乗用車生産の経験のない自動車メーカーが乗用車を開発するには、設計会社に発注するか、既存のモデルを参考にせざるを得ないということなのであろう。

「賓悦」のエンジンは三菱自動車の合弁企業、瀋陽航天三菱の製造する 2.0L および 2.4L のエンジン、「同悦」は同じく三菱自動車の合弁企業、ハルビン東安の 1.3L と 1.5L のエンジンを搭載している。新規参入する中国の乗用車メーカーにとって排気ガス基準などを満たし、かつ乗用車に使えるエンジンとして三菱自動車の 2 社の合弁エンジン工場が生産するエンジンは数少ない選択肢となっている。ただ、奇瑞を含め、多くの中国メーカーが三菱合弁工場のエンジンに飛びついた結果、製品の同質化の問題が起きている。多少とも規模を備えた企業は同質化の罠から脱出するためにエンジンの自社開発を考え始める。江淮もご多分に漏れず自社エンジンの開発を進めている。だが、乗用車用エンジンの経験がないので、奇瑞と同様にオーストリアの AVL 社に設計を発注している。

江淮はトランスミッションに関しても、2008 年 9 月から 4 速 AT を製造する能力を持つようになった。江淮は AT 製造工場を建設するために 4.1 億元の投資を行った。ここで製造するトランスミッションは江淮がドイツの HOFER POWERTRAIN GMBH から 205.8 万ユーロで設計・製造技術を買ったもので、「賓悦」と SUV の「瑞鷹」に搭載されている。

「賓悦」と「同悦」はまだ発売されて日が浅いので、その成否を問うのは時期尚早かもしれないが、「賓悦」は伸び悩んでいるようである。売れ行きが悪いため、工場は生産停止状態にある。

【江淮汽車の製造現場】



3) 部品メーカーから見た江淮の競争力

江淮の部品サプライヤーとして2社を検証したい。

1社は安徽江淮汽車集団とアメリカの部品メーカーとの合弁によって自動車用エアコンを生産しているB社である。もともとこの会社は江淮と韓国の部品メーカーとの合弁であったが、アメリカのメーカーが韓国のメーカーを買収したことにより、江淮とアメリカのメーカーとの50:50の合弁会社になった。

エアコンの納入先はもっぱら江淮で、現在MPV「瑞風」用のエアコン5万セット、乗用車用エアコン5万セット、SUV用エアコン2万セット、トラック用エアコン2万セット、大型バス用エアコン5,000セット、および熱交換機50万台の生産能力を持っている。この生産能力から江淮の生産目標が透けて見える。(例えば、「賓悦」と「同悦」を当面5万台まで拡大しようとしていることなど。)

同社は江淮以外にはエアコンの販売先がないし、他を開拓する意向もない。他にめぼしい自動車メーカーのない合肥市に立地し、体積が大きくて輸送コストのかかるエアコンを生産しているために、他の販売先を開拓する意欲がくじかれているようだ。逆に江淮側も同社以外からエアコンを購入していない。

こうした排他的な1対1の関係は競争圧力のない関係になる危険性がある。江淮側は合弁エアコン工場に出資しているため、もしこの工場よりも優れた製品を安価に供給できるサプライヤーが現れたとき、そちらに購入先を切り替えれば部品コストを削減できる一方、合弁エアコン工場の収益性が悪化して出資者である江淮に対する利益の配当も減ってしまう、というジレンマに陥る。

【B社の工場外観】



もう1社はワイヤーハーネス工場のC社である。この会社も江淮が75%出資し、香港資本が25%出資する合弁企業である。このハーネス工場と江淮との関係もやはり1対1の排他的関係である。このハーネス工場のように完成車メーカーが自らのワイヤーハーネス調達先に資本を入れているケースは中国では少なくないという。だが、こうした関係にはやはり競争圧力が低下し、自動車メーカー側が不利な条件での調達を余儀なくされるリスクが存在している。江淮は、安徽省合肥市という、沿海部の工業集積地から離れた場所に立地しているため、競争的な部品調達が行えないデメリットを抱えているが、まだその問題を積極的に解決しようとはしていない。

【C社の工場内部】



4) 経営分析

安徽江淮汽車集団有限公司の子会社のうち、小型トラックと乗用車を生産している

上場会社の安徽江淮汽車股份有限公司の経営指標を表 3-12 に掲げた。これによると江淮もやはり低い利潤率に陥っているが、奇瑞ほど借金依存ではない。ただ、江淮でも 2007 年上半期から 2008 年上半期にかけて負債がかなり大幅に拡大している。表 3-11 に見るように 2008 年は生産台数も微減しているし、2008 年は経営悪化に向かっている。

表 3-12 安徽江淮汽車股份有限公司の経営指標

(単位: 万元)

年	2007年上半期	2008年上半期
営業収入	695,268	915,198
利潤額	28,606	19,199
総資産	753,145	874,707
所有者権益	405,198	411,589
負債	347,947	463,119
資本	128,874	128,874
所得税	5,886	2,510
資産負債率	46%	53%
売上利潤率	4%	2%
総資産利潤率	4%	2%

(出所) 安徽江淮汽車股份有限公司ホームページより。

(6) 比亞迪汽車の競争力

新興の中国系乗用車メーカーの雄であった奇瑞と吉利がいずれも 2007～2008 年に頭打ちになり、華晨金杯などそれに続くメーカーも伸び悩んでいる。天津一汽夏利は中国系乗用車メーカーとしては老舗で、生産規模も大きいですが、国有企業に特有の、活力に欠けた経営が続いている。このように中国系メーカーが全体として停滞しているなか、近年日の出の勢いで生産を拡大しているメーカーが比亞迪汽車 (BYD Auto) である。比亞迪は本報告書第 1 章でも触れたように、民営の 2 次電池メーカーとしてスタートし、近年は EMS (電子製品の組立サービス) も手がけているが、2003 年に兵器工業系の国有自動車メーカー、陝西秦川汽車有限責任公司を買収して自動車に参入した。陝西秦川汽車はもともとスズキ「アルト」の生産を行っていたが、買収される以前は大宇の技術を導入した小型乗用車「福萊爾 (Flyer)」を生産していた。しかし、このセグメントは市場が縮小傾向にあるなかで「Flyer」は年産数万台程度で低迷していた。

比亞迪に買収されたのち、2005 年に独自に開発した「F3」を投入したところ、これがヒットし、2008 年には「F3」が生産の大半を占めている (表 3-13)。第 1 章でも指摘したように、比亞迪汽車も他の中国系自動車メーカーと同様に、三菱自動車の合弁企業のエンジンを搭載し、トヨタ「カローラ」の外観をコピーするなど、外部資源の積極的活用によって急成長した。

表 3-13 比亞迪汽車の生産推移

モデル名	2003	2004	2005	2006	2007	2008
F0					0	25,960
F3			136	51,083	93,272	149,217
F3-R					5,615	5,766
F6 2.0L					0	9,975
F6 2.4L					0	1,953
Flyer 0.8L	20,080	17,245	10,735	8,242	1,348	100
Flyer 1.1L			365	810	141	0
合計	20,080	17,245	11,236	60,135	100,376	192,971

(出所) 中国汽車工業信息网.

比亞迪汽車は経営状況もきわめて良好である。「Flyer」を生産していた 2004、2005 年は大幅な赤字に苦しんだが、「F3」が軌道に乗った 2006、2007 年は利潤もできてきて、2007 年は売上利潤率が 9%と、他の中国系自動車メーカーよりもはるかに良好な数字になった。

表 3-14 比亞迪汽車の経営指標

(単位: 万元)

年	2004	2005	2006	2007
営業額	38,894	55,737	303,050	445,229
利潤額	-10,112	-7,299	15,979	38,156
総資産	82,257	103,625	258,953	388,128
所有者權益	19,708	21,332	37,632	77,376
負債	62,548	82,293	221,321	310,752
資本	48,700	48,713	58,000	58,000
所得税	0	0	26	na
資産負債率	76%	79%	85%	80%
売上利潤率	-26%	-13%	5%	9%
総資産利潤率	-12%	-7%	6%	10%
従業員数	na	900	6125	10371

(出所) 各種資料により作成.

ただ、2007 年までの好調は、ひとえに「F3」のヒットによるものであった。今後他の車種へ展開していくとコストも増えるので、高い利潤率を維持することは難しくなるかもしれない。奇瑞や吉利も年産 20~30 万台ぐらいまでは急速に拡大したが、そこから先は頭打ちになった例からみて、2009 年以降、比亞迪汽車の真価が問われる。今後は複数のモデルを展開していくことになるが、果たして「F3」に匹敵するようなヒットを生み出すことができるのかどうか課題だ。

奇瑞や吉利は最初は外部資源を活用することで急成長したが、その後独自の技術を欠いていることがあだとなって伸び悩んでいる。比亞迪汽車もこれまでは模倣と外部資源の活用でキャッチアップしたが、今後は独自性をどれだけ打ち出せるかが課題で

ある。比亞迪汽車の強みは親会社の比亞迪が持つ電池技術である。第 1 章でみたように、比亞迪汽車はいま電池を利用した新エネルギー車の開発に力を入れている。中国政府がどれだけ新エネルギー車の普及に真剣に取り組むかにもかかっているが、比亞迪汽車は新エネルギー普及の波に乗って成長する可能性を持っていると言えよう。

(7) 独立系中国地場自動車部品メーカーの競争力

中国の地場自動車部品メーカーは、国有自動車集団（例えば、第一汽車、東風汽車、上海汽車といった「三大集団」、広州汽車、北京汽車、長安汽車、奇瑞汽車、江淮汽車等）、或いは民営自動車メーカー（例えば、吉利汽車、長城汽車、BYD 汽車等）に帰属していることが多い。大半の場合、これらの自動車集団と資本の繋がりがあり、集団から手厚く保護を受けている。前出のように、集団内の納入しか行わないことで、決して真の競争力を持つことといたえることがないと考えられる。

一方、どの集団にも帰属していない独立系自動車部品メーカーも存在している。上記部品メーカーのような環境にめぐり合うことができないこの種のメーカーは、あらゆる手を使って生き残る競争に挑戦している。成功したそのうちの大手メーカー（例えば、等速ジョイン等の製造する浙江万向集団等）は、外資も含む多数のカー・メーカーに部品を納入することを実現し、海外へも大量に輸出し、一部は海外で経営不振の部品企業を買収することまで手掛けている。

他方、独立系の中小メーカーは、外資や地場大手と棲み分けという形で、技術水準や投資金額が比較的到低いレベルにある分野に進出し、外資系や大手地場メーカーが目付けていない小規模な地場カー・メーカーやアフターマーケット向けの部品生産を図っており、単一の部品しか生産していないことはこれら中小メーカーの特徴である。

但し、最近では、この構造にも変化が起きている。まずは供給先の変化である。独立系中小メーカーは経験と資金を蓄積しながら、外資系メーカーへの供給も探索している。次に経営多角の変化である。独立系中小メーカーは経営リスクの分担を考え初め、自動車産業以外の分野にも進出しようとしている。第 3 に最大の注目点とあってよい出資形態の変化である。大半の独立系中小メーカーは民営企業として起業したが、近年では、その中の一部が伸びつつある業績を武器に上場まで図り、資本市場で外資や国有系列の資本まで吸収することに成功し、「民営」から「株式化」へ変身しつつある。こういった独立系中小メーカーの成長は、中国自動車産業の競争力を評価する上で、無視できない存在であろう。

今回はそのうちの代表格と見られる 2 社を検証したい。

南京市に拠点を置く自動車エアコン用コンプレッサーメーカーの D 社は 2000 年に経営陣の個人資本、地元資本及び香港資本により設立されたが、近年、大手国有投資信

託会社の中国国際投資信託公司（CITIC）傘下の有力企業からも出資するようになった。2008年までの投資総額は合計で4.3億元、コンプレッサーの年間生産能力は300万台という（2008年の生産実績は90万台強）。

自動車エアコン用コンプレッサーは、海外では成熟した製品だが、中国国内ではこれまで開発と製造を行なう能力がなかった。この空白にD社が目をつけた。

D社の紹介によれば、地場乗用車と商用車メーカーはすべてD社のコンプレッサーを使っており、近年、合弁メーカーも一部でD社にコンプレッサーのOEMを頼んでいるところがある。また、拡販のため、D社は多くの合弁ブランドのアフターマーケットにも参入している。

【D社の主要製品】



D社の創業者が総経理を務める。もともとは広東省にある民生用空調メーカーの大手であるグリー（民営企業）の副総経理であり、その経験を活用した格好のようであった。経営と技術の両方に長けており、会社の戦略的発展方向を決定する人物である。従業員は総経理に対して、崇拜するほど尊敬するようであり、総経理のいうことはすべて従っている。どの民営企業でもみられる「鶴の一声」の風景であった。

管理水準は中国本土でも高い方であり、工場内はきれいに整理整頓されている。地場部品メーカーのなかでは珍しい存在といってよい。

D社はどの企業集団にも属していない。現状では部品を納入する際に別に不利なところはないという。理由はD社のコンプレッサーはコストパフォーマンス（合弁企業より2割以上やすい）に優れており、しかもいかなる企業集団にも属していないため、どんなメーカーに納入しても支障はない。決め手はやはり製品の競争力である。

【D社の品質方針】



しかし、日系乗用車メーカーへの納入はまだない。日系メーカーは閉鎖的な輪を作って、自給自足している傾向があり、そこに割って入るのは難しいからだという。

D社の技術は到底、高度な技術でもなければ、新しい技術でもない。価格は輸入品や合弁企業の製品より完全に安い。しかし、性能と信頼性に関しては、若干の差がある。これはD社のユーザーも経営者も認めるところである。但し、性能と価格を総合的に評価すると、D社が優位に立つのである。

その製品の人気を証明するように、D社に多くの模造品が現われている。ひどい場合は、D社ブランドまで盗用している。現在も、ある模造品メーカーとの裁判が進行中である。

また、D社は現在、米国のPurdue大学（エアコンコンプレッサー研究の世界的リーダー）と共同でコンプレッサー理論の研究を実施しており、最終的に世界進出も図ろうとしている。

D社の課題としては、製品が単一である。鍵は、コア技術の強みを生かして、製品の多角化を図り、企業を大きくすることである。

そのため、D社は燃料ポンプの製造に注目し、参入を図ろうとしている。燃料ポンプとコンプレッサーの作動原理が似ており、これまでの技術を生かせるわけであった。製造においても燃料ポンプとコンプレッサーは類似しているところが多いようである。

総合すると、D社は企業の規模が小さく、技術力もそれほど高くないが、経営者の人格が魅力的であり、企業自身も一定の強みを持っているため、今後も成長する余地がある。この点は、日本の中小企業に似ている。

江蘇省江陰市に本社を置くE社は、1984年に250万元の資本金で玩具を生産する民営企業として設立された。1988年、上海VWのサンタナ国産化といった波にうまく乗

って自動車バンパーを製造し始まり、主要地場カー・メーカー及び上海 GM、神龍汽車等の外資系カー・メーカーにも供給することによって、事業が急速に拡大され、乗用車バンパー業界のトップ企業として市場シェアの 30%を握ることに成功し、1998 年に深圳株式市場での上場も実現した。

E 社の親会社にあたる企業集団は多角経営の会社であり、大型バス、不動産（ホテル経営）、文化交流等、業務は多岐に亘っている。ちなみに E 社も最近、風力発電分野に進出する計画をしている。

E 社を実際に支配しているのは創業者親子 2 人。父親が董事長を務める。もとは村の生産隊の責任者で高校卒。息子が副董事長を務め、総経理／工場長も兼任している。ドイツに 8 年間留学し、MBA 取得者である。

E 社は、多くの外国人を取締役に迎え入れている。その中には、VW や DELL など副社長クラスを務めた人物もいる。具体的な業務において指導を仰ぐためではなく、企業戦略の立案やチャンネルの開拓で力を借りるためである。

バンパーが運搬等の制約条件により、その製造工場は、完成車メーカーの近くに設置しなければならないことになっている。そのため、E 社は上海、武漢、煙台、瀋陽等に複数の工場を設けている。

【E 社の機械設備】



これまで輸入部品との競争は起きておらず、競合の対象は合弁部品メーカーの製品という。つい最近の 2008 年 10 月、北京ベンツのサプライヤー入札競争で、ビステオンの上海拠点である Yanfeng Visteon を打ち破った。その強みは、コスト（合弁企業より 2 割以上の安さ）だけではなく、技術（独特の水性ペンキ技術の保持）にもあるのだという。

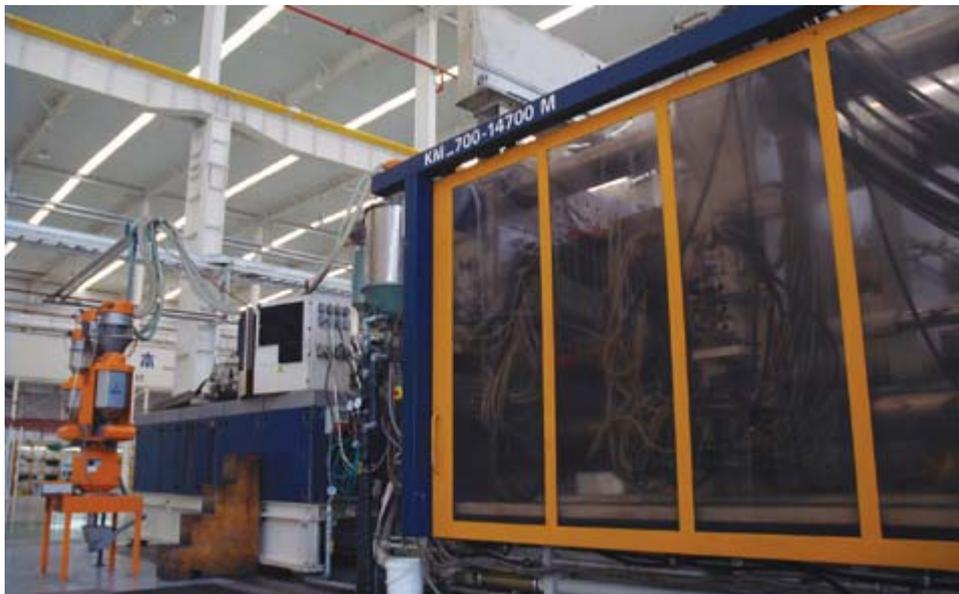
新規顧客の開拓には強い意欲を持っている。近年の自動車市場の成長が著しいため、新規顧客の増加も目覚ましい。しかし、日系自動車メーカーへの納入は果たせていない。系列経営の厚い「壁」を破ることができなかったようだ。

他の企業を買収する意欲と実力があるが、ターゲットになる企業がない。買収の目的は市場シェアの拡大だが、現在、完成車メーカーにバンパーを納入している企業はみな、存続には困っていないのだという。

バンパーは長距離輸送ができないため、輸出にとっても海外で工場を作ることになる。現在の状況からみると、海外で工場を設立しても、コスト管理がうまくできない可能性がある。そのため、E社は当分、海外進出は考えていない。

バンパーという製品に一定の技術力が集約されている。例えば、金型の製造技術、ペンキの着色調整技術、材料のコスト管理等。E社はこの分野には一定のコアコンピタンスを持っている。複数の企業に異なる製品を納入していること（例えば、上海 GM のバンパーを 90%以上供給）、またはバンパーの金型開発と製造に関して、一部のカー・メーカーに教育と指導を提供していることから、E社の競争力は一定の段階に来ているといえる。

【E社の機械設備】



従って、E社は成功している企業といえるだろう。活力があり、経営者の視界が広く、戦略眼を持っている。しかし、経営者頼みの傾向があり、部下は十分な権限を与えられておらず、成長が遅くなる恐れがある。いまの経営者がいなくなった場合を考えると、E社の先行きが案じられる。

業務推進のカギは、現在の単一部品（バンパー）生産におけるコアコンピタンス

(原材料価格の交渉能力、金型の開発と製造能力、多くユーザーとの関係等)を生かして、より幅広く部品を開発・生産し、更に収益性が見込める業界に切り込んでいくことだろう。

【参考文献】

- 大塚啓二郎・劉徳強・村上直樹(1995)『中国のミクロ経済改革』日本経済新聞社
- 丸川知雄(2000)「自動車産業」(丸川知雄編『移行期中国の産業政策』アジア経済研究所)
- 丸川知雄・高山勇一編(2005)『[新版] グローバル競争時代の中国自動車産業』蒼蒼社。
- 百本和弘「奇瑞汽車・吉利汽車」(天野倫文・大木博巳編『中国企業の国際化戦略—「走出去」政策と主要7社の新興市場開拓』ジェトロ、2007年)
- 山岡茂樹(1996)『開放中国のクルマたち』日本経済評論社
- 李春利(2005)「自動車：国有・外資・民営企業の鼎立」(丸川・高山編、前掲書所収)
- 李春利(2006)「中国自動車企業の製品開発—イミテーションとイノベーションのジレンマ—」『国民経済雑誌』第194巻第1号
- 路風(2006)『走向自主创新——尋求中国力量的源泉』広西師範大学出版社。
- 張其仔「国際産業転移与技術創新」(中国社会科学院工業経済研究所『中国工業発展報告2004』经济管理出版社、2004年)
- 中国汽車工業史編審委員会(1996)『中国汽車工業史 1901~1990』人民交通出版社。
- 中国汽車技術研究中心(1999)『中国汽車工業年鑑 1999』、中国汽車工業年鑑編輯部。
- 中国汽車技術研究中心・中国汽車工業協会(2000)『中国汽車工業年鑑 2000』、中国汽車工業年鑑編輯部
- 中国汽車技術研究中心・中国汽車工業協会(2005)『中国汽車工業年鑑 2005』、中国汽車工業年鑑編輯部

第4章 中国自動車産業の課題と今後の展望

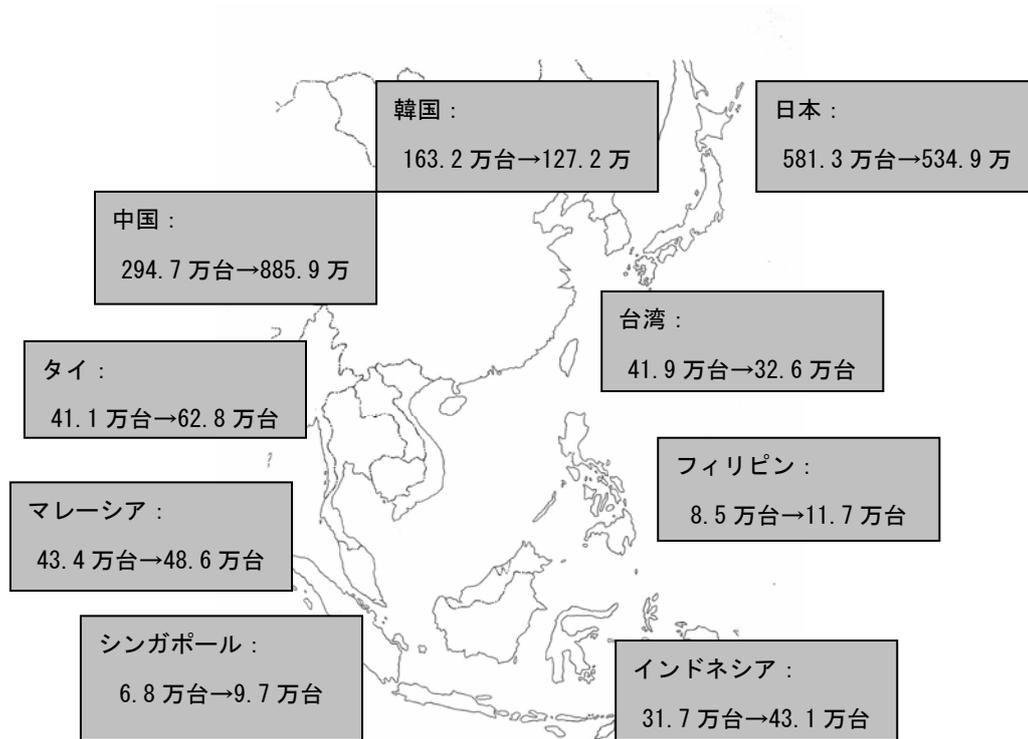
1. 中国自動車企業（民族系・外資系）の海外進出状況

（1）完成車・部品貿易の成長

世界の自動車産業では、1990年代後半頃から日欧米を中心としたグローバル・メーカーの構図が塗り替えられ、「戦略的提携」という名の世界規模でのM&A（合併・買収）が進行した。主要メーカーは市場が成熟しつつあった自動車先進諸国（日欧米の3極）からの戦略転換に迫られ、潜在的な成長市場としての中国やASEANでのプレゼンス拡大に向けた舵取りを推し進める。各国政府でも、こうした主要メーカーの事業展開に産業基盤形成などの面で協力し、規模の経済性を追求する諸々の育成策を打ち出すに至っている。グローバル・メーカーは、世界的に経済成長が著しい国・地域で生産拠点を設け、当該国では個人や家計の所得が向上してモータリゼーションが起るといったプロセスがある。1980年代までは、自国に自動車生産基盤のある国・地域でモータリゼーションが起り、上記の3極を中心とした需要の高まりが長らく旺盛であった。しかし、その後の世界の自動車産業の成長を押し上げたのは新興国・地域であり、現在では既に「グローバル4極」の時代に入っている。

4極の一端を担う東アジア諸国の自動車市場も着実に成長しており、2002～2007年までの6年間の推移をみれば、日本や韓国などの成熟市場では販売台数が減少する一方で、中国、タイ、マレーシア、インドネシアなどは軒並み拡大している（図表4-1）。また、インドやオーストラリアなどを含めたアジア太平洋地域でみると、2007年に2,142.0万台となって、欧州全域の2,292.7万台に続く世界第2の成長地域となっている。なかでも、広大な国土と人口を持つ中国は、2006年にゼロ成長の日本を抜き、米国に次ぐ世界第2位の市場規模となり、同地域のみならず、世界の自動車産業の成長を牽引する重要な役割を担うようになっている。以下では、まず特に中国・東アジア諸国の貿易状況をみて、中国の成長がいかなる特徴をもち、成長してきたかを確認したい。

図表 4-1 東アジア主要国・地域の市場規模 (2002→2007 年)



(注) 上段は国・地域名、下段は 2002 年→2007 年の当該国・地域の乗用・商用車合計販売台数。中国は国内卸売台数－輸出台数＋輸入台数で算出。

(出所) *Automotive News; 2003 Market Data Book, 2008 Global Market Data Book.*、中国汽车工業協会 (CAAM) 統計より作成。

東アジア諸国からの完成車 (Complete Build Up ; CBU) 、部品貿易の規模を確認すれば、世界の主要な自動車輸出拠点として始動する兆しが伺える。CBU は 2002 年に 884.3 億米ドルの輸出規模であったが、2007 年には 1,774.7 億米ドルとなり、6 年間で倍以上の増加を示した¹。他方、部品は 2002 年に 283.6 億米ドルが、以降 6 年で 692.1 億米ドルとなり、およそ 2.4 倍もの増加を示している。

日本を除く東アジア諸国で CBU 輸出を伸ばしているのは、韓国、タイ、中国である (図表 4-2) 。韓国は 2002 年からの 6 年間で 2.5 倍増の 369.9 億米ドル、タイは 4.5 倍増の 87.6 億米ドル、中国は増加率がきわめて高く 30.3 倍増の 74.0 億米ドルとなった。輸出先は、韓国が欧州や米国の自動車先進諸国向けが大半で、タイは ASEAN 域内やオーストラリアのアジア太平洋地域向け、中国はロシアやアフリカ向けが多いという特徴がある。他方、部品輸出を伸ばしているのも上記 3 国であり、中国は 2002 年以

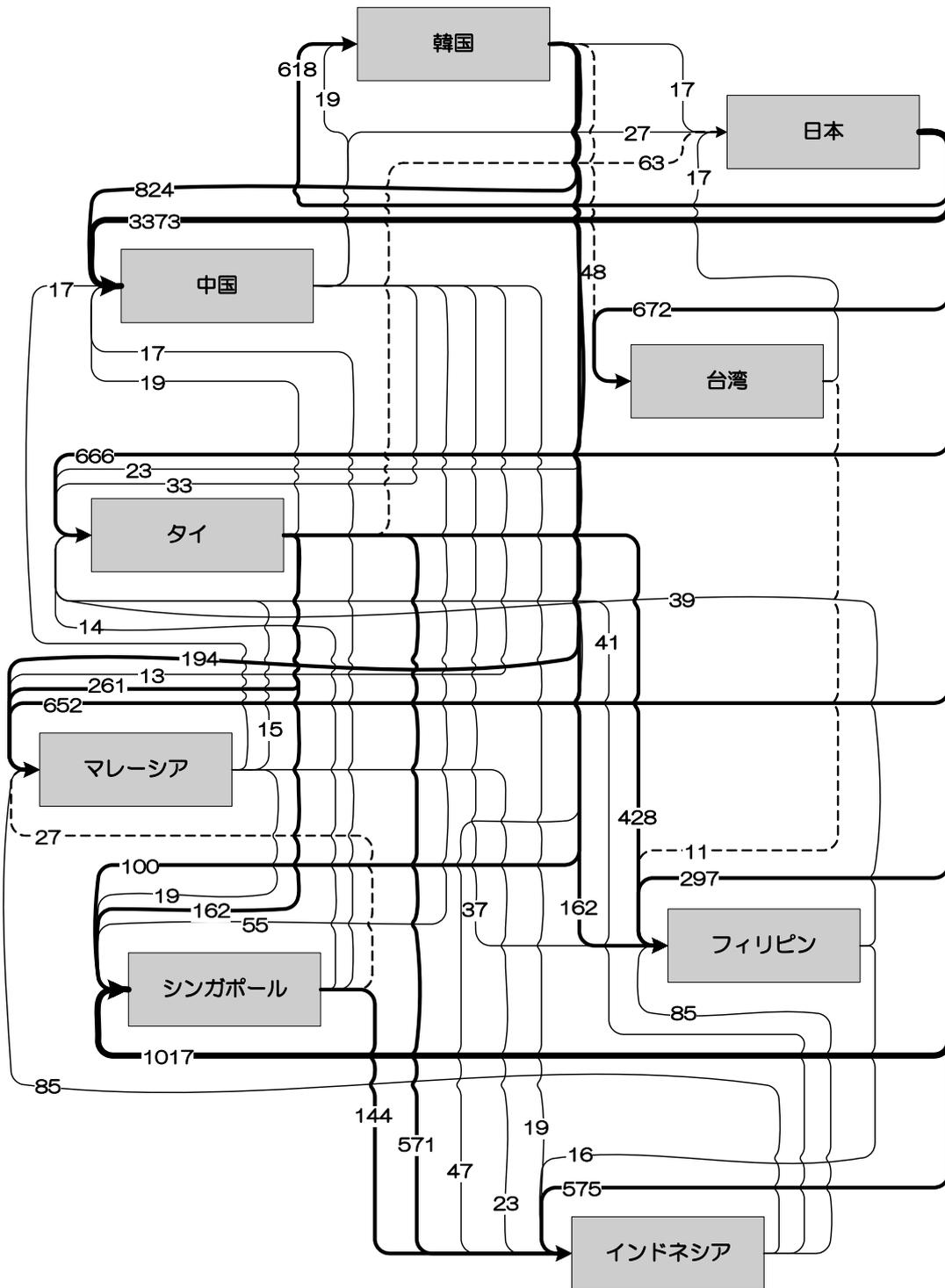
¹ 対象は、図表 4-1 の 9 カ国・地域。なお、香港、シンガポールの再輸出分は含まない。

降の6年で6.4倍増の133.8億米ドル、韓国は4.9倍増の118.6億米ドル、タイは5.9倍増の38.5億米ドルとなっている（図表4-3）。中国は日本や欧州からの高付加価値部品の輸入が多い一方で、輸出は米国向けが全体の約4割をも占めるようになったが、製品は依然として低付加価値・汎用品などが多い。韓国は従来と同じ米国、欧州への輸出が多いが、近年は中国向けを増やしている。タイはASEAN域内向けが多く、これに日本、中国、台湾、韓国を含めると全体の5割以上を占め、東アジア諸国間での連携が濃厚となっている。

日本は1960・70年代から北米輸出を開始し、2006年中には輸出が国内販売を上回るようになっており、CBU、部品ともに輸出比率が非常に高い¹。輸出の多い日本を除いた東アジア諸国で検討すれば、CBUは全世界の輸出に占める割合が2007年にわずか7.5%、部品は11.6%に過ぎず、特に中国・ASEANでそれぞれ独立した生産ネットワークが形成されている。つまり、IT製品など他の産業と比較すれば、自動車（乗用車）は部品点数が2～3万点と多く、しかも特定モデル向けに設計・開発される部品・部材が多いという特徴がある。このため、主要自動車メーカーは「最適生産・最適調達」を目指すべく、各国または近隣諸国に生産・供給体制を敷いて国内外市場向けに製品を販売している。

¹ 2006年の国内販売（登録）台数は573.9万台で、輸出が596.6万台であった（日本自動車工業会（JAMA）『自動車統計月報』各号）。

図表 4-2 東アジア主要国・地域間の完成車貿易（単位：100 万米ドル、2007 年）

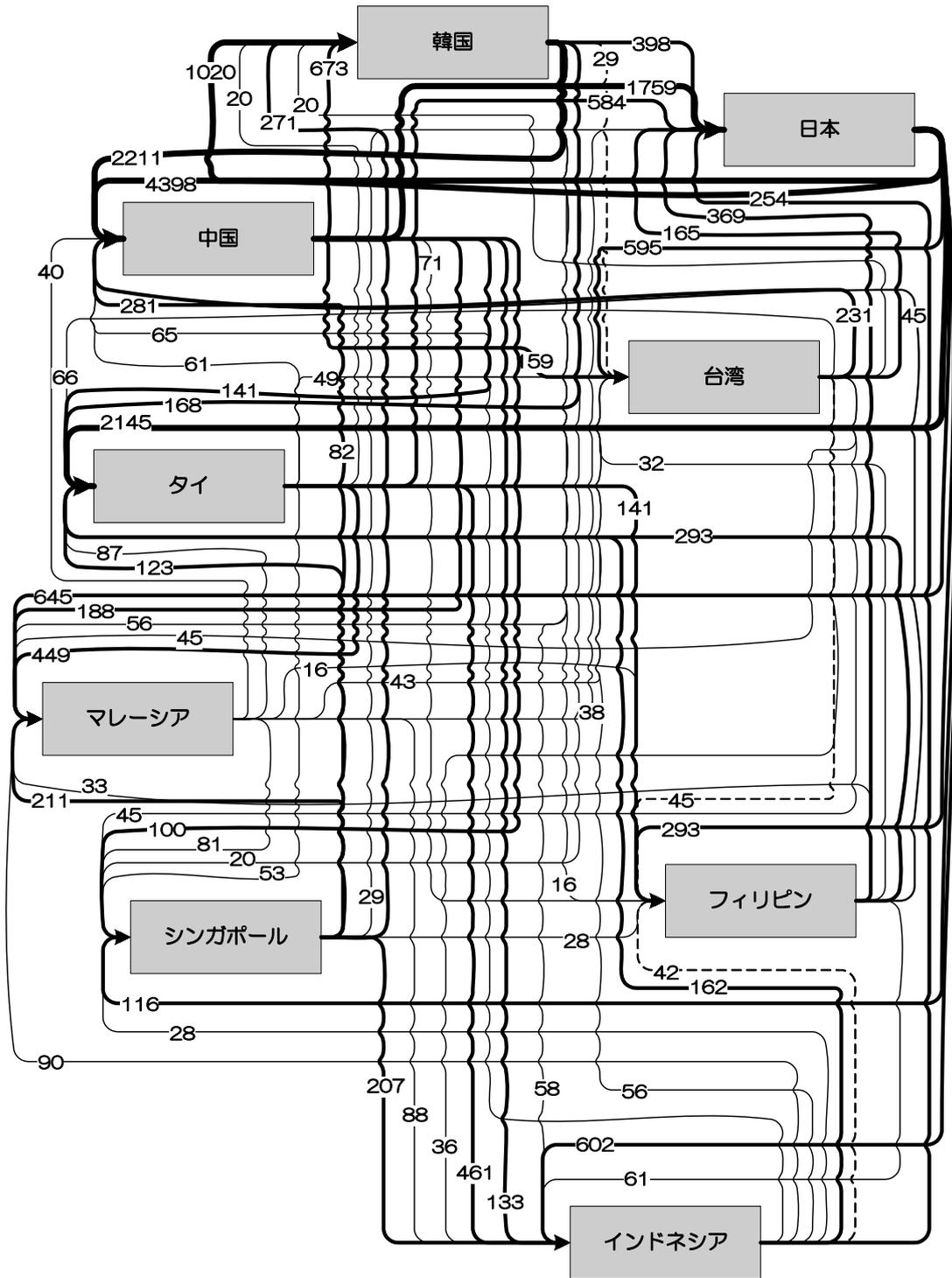


凡例： ←---02年より減少--- ←10億米ドル以上 ←1億米ドル以上 ←1,000万米ドル以上

(注) 1,000 万米ドル以下は省略。中国は香港を含む。香港、シンガポールの再輸出分は含まない。各国税関統計（HS 分類 8702～8705）が対象。

(出所) World Trade Atlas、ITI 財別国際貿易マトリックスより作成。

図表 4-3 東アジア主要国・地域間の自動車部品貿易（単位：100 万米ドル、2007 年）



凡例： ←---02年より減少--- ←10億米ドル以上 ←1億米ドル以上 ←1,000万米ドル以上

(注) 図表 4-2 と同じ。各国税関統計 (HS 分類 8707、8708、8407.31~8407.34) が対象。

(出所) World Trade Atlas、ITI 財別国際貿易マトリックスより作成。

(2) 近年の完成車輸出の特徴

本節では、第1章(図表1-5)でみてきたように、中国からの完成車輸出が安定的に拡大した2007年以降と、その前兆となる2006年の状況を概観し、特徴を整理したい¹。

2006年の完成車輸出台数は初めて輸入台数を超えた。完成車輸出は34.24万台で、2005年よりも倍増している。このうち、乗用車は9.25万台で、197%増をも示した(他方、完成車輸入は22.8万台)。しかし、完成車の輸出総額は31.35億ドル、輸入総額は75.53億ドルで、金額ベースでは2006年の輸出は輸入の50%にも及ばなかった。その主な要因は、①輸入車は高級化、個性化している一方で、輸出は単価の引き下げを余儀なくされ、低付加価値商品に集中している。②輸出先をみると、シリアが依然として最大の市場で、2位はロシア(05年はアルジェリア)である。上位20ヶ国をみると、中東、アフリカ向けの輸出が依然として多い。③台当り単価は平均で2005年よりわずかに高くなっているが、依然として低価格商品が中心である(図表4-4)。

図表4-4 2006年国別輸出台数—上位20国(単位:台、ドル、%)

06年 順位	国	06年輸出台数		05年輸出台数		対前年 増減
		台数	台当り単価	台数	台当り単価	
	合計	343,379	9,129	174,203	9,096	97%
1	シリア	51,662	3,708	30,940	3,843	67%
2	ロシア	38,051	9,199	8,811	9,633	332%
3	アルジェリア	20,201	7,769	18,991	6,262	6%
4	米国	19,931	1,257	8,385	1,286	138%
5	ベルギー	18,147	10,896	7,766	13,710	134%
6	ベトナム	14,491	6,877	12,286	6,653	18%
7	イラク	13,618	5,722	1,742	6,344	682%
8	マレーシア	13,199	5,144	1,788	11,008	638%
9	リビア	11,174	5,954	1,749	6,563	539%
10	イラン	10,606	22,412	4,548	21,204	133%
11	ウクライナ	10,119	8,182	7,267	7,109	39%
12	ベネツェラ	7,793	6,337	829	5,806	840%
13	コロンビア	7,659	4,616	1,958	3,711	291%
14	イタリア	7,013	10,695	2,428	12,134	189%
15	アンゴラ	6,966	18,882	2,318	16,232	201%
16	南アフリカ	5,823	10,390	915	20,461	536%
17	エジプト	5,761	8,908	3,492	6,400	65%
18	カザフニスタン	5,703	23,763	3,257	21,517	75%
19	アラブ首長国連邦	5,583	10,805	3,317	11,234	68%
20	パキスタン	4,851	6,019	6,774	3,452	-28%

(出所) 中国自動車工業協会(CAAM)統計より作成。

¹ 2005年の輸出急増は、中国が2004年にマクロ調整や金融引き締めの影響を受けて市場が落ち込みをみせたため、翌年に各メーカーは輸出に振り分けて、輸出による還付(増値税)を狙ったもの。また、輸出国・地域の各種規制が導入される前の駆け込み的な要因があり、あくまでも一時的な急拡大があったに過ぎない。それ以降、特に2007年からは台数の安定的な拡大期に入っている。

2007年の輸出は61万台で、2006年（34万台）に比べて79%増となった。このうち、商用車が35万台（同61%増）、乗用車は26万台（同109%増）であった。乗用車の増加が顕著で、商用車中心の輸出構造が乗用車中心に変わりつつある。

乗用車輸出台数の内訳をみると、大幅に増加したのは1.5～2.5Lの中型セダンタイプ車である。3.0L以上の大型セダンも急増している。他方、1.0L以下の小型車は微増にとどまり、輸出車は大排気量化になりつつある。

商用車のなかでは、客車、特殊車両の増加が目立つ。中国製自動車が本格的な海外進出の兆しをみせ始めたのが2004年以降であるが、欧米や日本のメーカーが中国での生産・販売網を強化し、中国国内市場が過当競争になったことが背景にあった。民族系自動車メーカーは海外で新市場を開拓、活路を見いだそうとしたという背景がある。また、輸出還付制度を利用して還付税を実質的な利益と見做しているメーカーも少なくない。

輸出先はロシアや東欧、中東、アフリカ、南米など、所得のあまり高くない層をターゲットにしやすい国が多いという特徴に変化はない（図表4-6）。

図表4-5 車種別輸出台数（単位：台、%）

車種				07年1-12月	06年1-12月	伸び率%
乗用車	セダン	ガソリン車	1.0L以下	12,566	11,006	14%
			1.0L～1.5L	86,420	54,922	57%
			1.5L～2.5L	89,258	27,300	227%
			2.5L～3.0L	28	53	-47%
			3.0L以上	93	25	272%
		ディーゼル車	273	9	2933%	
				188,638	93,315	102%
	4輪駆動車			25,671	7,984	222%
	9座席以下客車			43,210	14,168	205%
	ゴルフカート他			6,256	7,778	-20%
その他			726	3,099	-77%	
			264,501	126,344	109%	
商用車	客車			41,896	12,917	224%
	貨車			275,806	169,912	62%
	特殊車両			12,261	4,479	174%
	車体			19,948	29,727	-33%
			349,911	217,035	61%	
自動車合計				614,412	343,379	79%

（出所）中国汽车工業協会（CAAM）統計より作成。

図表 4-6 2007 年の主要輸出先（単位：台、％）

輸出先	台数		
	07年12月	07年1-12月	構成比(%)
ロシア	15862	107791	18
シリア	2238	52629	9
ウクライナ	6156	47091	8
南アフリカ	4978	39752	6
ベトナム	6584	35846	6
アルジェリア	5956	34223	6
イラン	4851	30675	5
ベネズエラ	3262	27029	4
イギリス	2236	19702	3
カザフニスタン	1206	16867	3
その他	26434	202807	33
合計	79763	614412	100

（出所）中国自動車工業協会（CAAM）統計より作成。

2008 年の輸出は 68.1 万台で、2007 年に比べて 10.8%の増加を示した。このうち、乗用車は 31.9 万台（同 20.5%増）であった。商用車は 36.2 万台（同 3.6%増）である。契約からデリバリーまでのリードタイムの影響により、伸び率は低下しているが、プラス成長が続いている。乗用車輸出台数の内訳をみると、大幅に増加したのは、1.0～1.5L の小型セダンタイプ車であった（図表 4-7）。

図表 4-7 車種別輸出台数（単位：台、％）

車種			2008年12月	08年1-12月	07年1-12月比 増減%
乗用車	セダン	1.0L以下	1,024	12,211	-2.8
		1.0L～1.5L	8,426	144,516	67.2
		1.5L～2.5L	3,011	84,174	-5.7
		2.5L～3.0L	4	114	307.1
		3.0L以上	59	214	130.1
		ディーゼル車	—	87	—
			12,524	241,316	27.9
	4輪駆動車		576	24,438	-4.8
	9座席以下客車		1,734	40,523	-6.2
	ゴルフカート他		486	7,063	12.9
その他		260	5,253	623.6	
		15,580	318,593	20.5	
商用車	客車		2,283	33,928	-19.0
	貨車		16,493	287,720	4.3
	特殊車両		1,141	14,364	17.2
	車体		633	26,403	32.4
		20,550	362,415	3.6	
自動車合計		36,130	681,008	10.8	

（出所）中国自動車工業協会（CAAM）統計より作成。

輸出先は、ロシアが1位を維持しており、ベトナムは3位となったが、2008年に入ってベトナムでも金融危機の影響が出ているため、2007年の2位から3位に後退した。今後、ロシアなどでも国内の景気後退の影響で、中国からの自動車輸入の勢いはさらに衰えるであろう（図表4-8）。

図表4-8 2008年の主要輸出先（単位：台、%）

順位	輸出先	台数		
		08年1-12月	構成比（%）	前年同期比
1	ロシア	85,241	13	-20.9
2	ウクライナ	60,287	9	28.0
3	ベトナム	52,851	8	47.4
4	アルジェリア	44,946	7	31.3
5	イラン	34,253	5	11.7
6	シリア	32,267	5	-38.7
7	エジプト	29,101	4	82.0
8	南アフリカ	25,305	4	-36.3
9	チリ	23,122	3	167.4
10	ドイツ	16,254	2	68.3
	その他	277,381	41	—
	合計	681,008	100	10.8

（出所）中国自動車工業協会（CAAM）統計より作成。

（3）民族系・外資系メーカーの海外進出

1）欧米、韓国系メーカーの輸出状況と方向

欧米、韓国メーカーは中国国内市場での販売を主としており、完成車の輸出実績は小規模で、多くて1,000台規模にしか達していない。今後についても具体的な輸出計画の発表はないが、エンジンについてはGMが累計15万基を輸出した実績があり、比較的大規模なものである。

VWは中級車の「パサート」、「サンタナ3000」、小型車の「ポロ」の輸出を2003年より開始しているが、台数はそれほど多くない。また、一汽VWで生産しているアウディ「A6」も東南アジア諸国の政府機関向けに輸出しているが、継続的なものではない。GMは小型乗用車のシボレー「セイル」、MPVのビュイック「GL10」を少量輸出し、乗用車のシボレー「ラクロス」、シボレー「アベオ」を少量KD輸出した程度にとどまっている。商用車では、フィアットの傘下にあるイベコがアンゴラ政府向けに輸出した程度である。

図表 4-9 欧米韓系メーカーの主な完成車・部品輸出実績

メーカー	現地生産拠点名	モデル(製品)	規模	仕向地	備考
VW	一汽 VW	アウディ A6	30 台	東南アジア諸国	04 年 8 月より現地政府機関向けに輸出
	上海 VW	パサート	N. A.	フィリピン	03 年 4 月より輸出開始
		ポロ	N. A.	オーストラリア	03 年 11 月より輸出開始
		サンタナ 3000、パサート	N. A.	カザフスタン	05 年 1 月より輸出開始
GM	上海 GM	V6 エンジン	累計約 15 万基 (04 年末)	カナダ	03 年 1 月より輸出開始。07 年 1 月までに累計 60 万基の輸出目標
		ラクロス (KD 輸出)	N. A.	台湾	06 年 4 月より輸出開始。6 月より台湾裕隆汽車にて組立、裕隆 GM を通じて販売
	上海 GM 東岳	シボレー・アベオ (KD 輸出)	累計 1,000 台 (06 年)	韓国	06 年 4 月より輸出開始
			累計 1,000 台 (06 年)	ロシア	06 年 6 月より輸出開始
	上海 GM 北盛	GL10	1,400 台 (06 年)	チリ	06 年 8 月より輸出開始
			01 年 150 台、02 年 1,021 台、03 年 1,029 台	フィリピン	01 年 10 月より輸出開始
上汽 GM 五菱	微型トラック・バス	2,000 台以上 (05 年)	中近東、南米諸国	90 年より輸出開始	
イベコ	南京イベコ	デイリーシリーズ	86 台	アンゴラ	06 年 11 月より輸出開始
現代自	北京現代	エンジン	720 基	ロシア	05 年 11 月より輸出開始。06 年計画は 5 万基。インド向けは 06 年に 5,000 基

(出所) 各社公表資料、関連報道より作成。

2) 日系メーカーの輸出状況と方向

日本の自動車メーカーの中国からの完成車輸出は、広州にあるホンダの輸出専用工場の本田汽車(中国)(以下、本田汽車)が本格的に行っているだけである。その他のメーカーについては、輸出の計画を発表することはなく、実績も少ない。

本田汽車は 2003 年 9 月に設立され、2005 年 6 月に初めて欧州向け「ジャズ」(日本名:フィット)の輸出を開始した。2005 年末には生産台数 1 万台を達成し、2006 年には 2.4 万台(通年)の実績をみせている。工場の立ち上がりから量産化まで 1 年半

以上かかっており、品質確保とコスト削減が課題となっていた。2006 年以降は輸出が好調で、2007 年春には現在の 1 直体制 100 台/日を 2 直体制 200 台/日と倍増させる計画にある。欧州への輸出は高い国産化率の達成でコスト・パフォーマンスが良くなったことに加え、欧州でのコンパクト・カー市場は競合が多いにも関わらず依然として規模が大きいことが背景にある¹。2006 年には、1.0L~1.5L の小型乗用車の輸出台数は中国全体で 5.4 万台であったが、ホンダのこの輸出工場だけで 4 割強をも占めている。欧州では、競合の多いコンパクト・カー市場に属すモデルではあるものの、小売価格は相対的に安定しており、今後も輸出台数の拡大は続くものと思われる²。

図表 4-10 本田汽車「ジャズ」の生産、輸出台数

2006 年 (単位：台)	生産	輸出
ジャズ 1.2L	10,999	11,400
ジャズ 1.4L	13,593	13,200
合計	24,592	24,600

(出所) 中国汽車工業協会 (CAAM) 統計より作成。

トヨタには完成車輸出の方針がなく、生産したモデルは全て中国国内向けである。しかし、天津や広州でのエンジン工場は、完成車工場の建設以前に設立したため、初年度は全量を日本へ輸出した。例えば、広州のエンジン工場で生産される 2.4L の AZ エンジンは「カムリ」などに搭載される主力エンジンで、生産能力も立上げ段階の 30 万基/年から 50 万基/年へと拡大させている。併せて、クランクシャフトやカムシャフトも日本へ輸出した。また、主要ユニットではないが、今後は天津で加工される大物のプレス向け金型を英国やトルコのトヨタ工場へ供給する計画にある。従来、大物金型は輸送コストや精度の問題から、中国からの輸出は小物ほど多くはなかったが、トヨタは天津で生産する金型をグローバル生産拠点と位置付けて、精度の高い金型を安定的に供給することが計画されている。

日産は広州（東風日産）で生産している「ティエダ」を 2006 年 8 月に計 1,000 台（1,359 万米ドル相当）を輸出した。仕向けはアンゴラ政府で、当地の緊急車輛などに使われる。東風日産にあっては初めての完成車輸出（乗用車）となるが、これは中国政府からの要請で実現したものであり、この先の輸出計画の発表はない（日産はタイを輸出拠点とする）。しかしながら、日産は東風汽車との包括的な提携を実現したことで、商用車を含んだフルラインナップの生産が可能となっている。もともと、東風汽車は商用車生産の主力メーカーであり、包括提携の実現で日産の技術により商用

¹ 欧州でのコンパクト・カー市場は一般に、A セグメント（全長 3.5m）から C セグメント（同 4.3m）で排気量 2.0L 以下のモデルを指す。

² 2005 年 10 月の欧州での発売開始から、現在でも同じ小売価格（10,990 ユーロ）である。

車モデルのレベルアップがはかられつつある。大、中、小型トラックの輸出は、2005年に約7,000台であり、仕向け地は中近東、アフリカ、東アジアとなっている。これに、東風有限が資本参加している東風自動車の子会社の輸出分を加えると、2006年は約1万台の商用車（シャーシを含む）の輸出実績となるが、仕向け地はいずれも発展途上諸国であり、先進諸国への輸出は実現していない。

図表4-11 日系メーカーの主な完成車・部品輸出実績

メーカー	現地生産拠点名	モデル（製品）	規模	仕向け地	備考
ホンダ	本田自動車	ジャズ	2.4万台 (06年末)	欧州	05年6月より輸出開始
トヨタ	広汽トヨタ発動機	エンジンおよびエンジン部品	7万基(05年末)	日本、他	06年1.3万基の輸出
日産	東風有限	大型・中型バス・トラック	7,000台以上 (05年末)	中近東、アフリカ、アジア諸国	東風自動車グループの東風有限出資会社全体(06年に商用車のみで1万台)
三菱	東南自動車	デリカ	344台(05年末)	北朝鮮	04年10月より輸出開始
			8,000台	イラン	06年12月より輸出開始
	長豊自動車	リエバオ(旧型パジェロ)	2台(05年末)	ロシア	05年10月より輸出開始
いすゞ	慶鈴自動車	エルフ	90台(05年末)	カザフスタン	05年より輸出開始

出所：各社公表資料、関連報道より作成。

以上、日欧米韓系メーカーの中国からの完成車輸出の状況をみてきたが、総括していえば、中国での自動車の生産原価は前述のホンダの輸出専用工場を別にして、中国から完成車を輸出しコスト・パフォーマンスを十分に発揮できるレベルにはないのが現状といえる。さらに、欧米韓系メーカーといえども、先進国レベルの輸出先では厳しい安全基準や排ガス規制があるなどの事情があり、当該地域の規制に合わせるためには安全基準をクリアした自動車、部品の設計・材料、高度な触媒装置を付けるなどの必要があり、実際にもコスト高になっている¹。

3) 民族系メーカーの海外進出状況と方向

① 奇瑞自動車

奇瑞は国有企業といってもその経営は限りなく民営に近い。実際、奇瑞の関連会社である奇瑞科技の株を奇瑞の経営陣も所有しており、経営陣は企業を成長させること

¹ ジェトロ・サンディエゴ発「中国製自動車の輸入販売開始」06年9月26日付レポート。

で個人的にも配当利益を得ることができる。国有企業としては異例なこの仕組みが、奇瑞に民営企業のような活力をもたらした。奇瑞が一汽や東風汽車集団など従来政府から手厚い保護を受けてきた国有自動車メーカーと一線を画しているのが、海外市場への積極的な姿勢である。

奇瑞は乗用車を生産しはじめて2年目の2001年には早くも10台の乗用車をシリア向けに輸出した。本格的な海外市場への取り組みは、2003年に初の海外拠点としてイランに“SKT”社との協力によりロックダウン生産の拠点を設置してからである。この現地生産拠点に奇瑞は出資をしていないものの、現地で組立を行うことで、完成車に対しては120%課される関税を半分に削減することができる。イランには乗用車「風雲」や軽乗用車「QQ」をロックダウン（CKD）部品の形で輸出し、現地で組み立てている。現地での生産を指導するために奇瑞汽車は数十人のエンジニアをイランに派遣した。

2005年には奇瑞の海外展開を支援するために、中国の政策金融機関である中国進出口銀行が50億元の輸出信用枠を提供した。奇瑞はこうした援助を受けて2006年にはマレーシアにプロトン社との協力によってロックダウン生産拠点を設ける調査を開始した（百本2007）。ただ、GMが奇瑞の「QQ」はGM大宇の”Matiz”（中国では“Spark”）を模倣していると訴えたため、マレーシア向けに輸出する話は中断してしまった。

一方、ロシアでは同じ2006年にカーニングラードにアフトトル（Avtotor）社の協力を得てロックダウン生産拠点を設置した。カーニングラードでも、ロックダウン部品を輸出して現地で組み立てる場合には関税を減免される優遇措置がある。奇瑞はこの優遇を享受することでロシアへの輸出を順調に拡大していった。

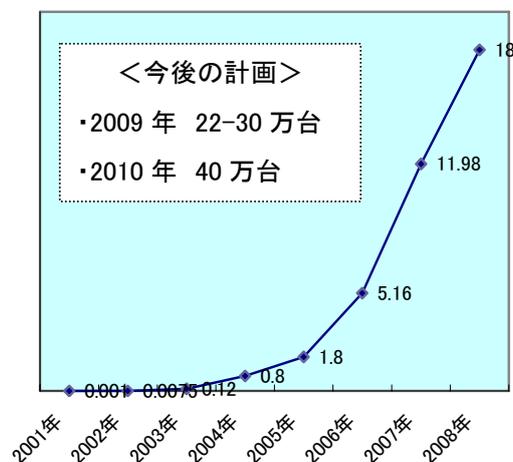
奇瑞の自動車輸出台数は2005年に1万8,000台、2006年に5万台、2007年に11万9,800台、2008年には13万5,000台¹と急増している。なかでもロシアではアフトトル社を経由して2007年に3万7,120台販売するなど最大の輸出先となった。

¹ 2008年の輸出台数は奇瑞汽車のホームページによる。ここにはCKD部品やボディーも含んでいる。なお、この輸出台数に対しては中国の新聞から過大に報告しているのではないかと疑問を呈されたこともある。

（参考：疑問を投げかけたメディアの概要訳）

『21世紀経済報道』2008年11月5日付記事によれば、奇瑞の成長は「見せ掛け」との指摘がある。奇瑞汽車の地元の蕪湖港の統計では、2008年1-10月の輸出は43,436件（完成〔CBU〕車6,621台、KD部品22,600件、車体14,125件）しか計上されていない。このうち、CBU車はイタリア向けが最大で2,380台、続いてウクライナ1,648台で、合わせて61%ものシェアがある。KD部品はウクライナが最大で19,095件、ロシア向けは1月に900件であったが、その後は0件という。車体はエジプトが9,734件、イランが2,029件と多い。奇瑞は蕪湖にしか工場がなく、輸出は全て蕪湖港を経由するといわれているため、上記の統計が正しければ、奇瑞の実績は「見せ掛け」になろう。

図表 4-11 奇瑞汽車公表の輸出実績、計画



(出所) 奇瑞汽車公表資料より作成.

以上のように、奇瑞はこれまでもっばらロシアと中東に輸出してきたが、アメリカ向け輸出の話が持ち上がったこともあった。すなわち、アメリカの自動車ディーラー、ビジョナリー・ビークルズから 2004 年に対米輸出しないかという引き合いがあったのである。この会社はかつて日本車や韓国車の輸入を手がけて成功し、さらに安価な自動車の輸入先として中国に着目していた。中国に工場を持つ外国自動車メーカーであれば品質的に問題ないだろうが、外国メーカーはアメリカ市場を中国以外の生産拠点でカバーする態勢ができあがっており、中国の拠点から対米輸出することは望まない。中国から自動車を対米輸出するとすれば、それは中国系自動車メーカーしかない、ということで先方から奇瑞に話が来たという。奇瑞の既存の車種を輸出するのではなく、アメリカ市場向けに高級車を新たに開発するという商談であった。しかし、結局この商談は 2006 年 10 月に白紙撤回されてしまった。

エンジンに関しては奇瑞はすでに対米輸出の実績を積んでいる。すなわち、奇瑞は 2005 年にオーストリア AVL 社が設計したエンジン 7,000 台をアメリカ向けに輸出した。この件は、中国では「自動車の核心技术を代表するエンジンが国際市場で歓迎された」¹と喧伝されたが、実のところこのエンジンは小型発電機用として輸出されたものであった²。つまり、奇瑞製のエンジンは自動車用として評価されたわけではないのだが、中国のメディアはその点をぼかして伝えている。

2006 年には、フィアットとの間で、奇瑞が生産する排気量 1.6L と 1.8L のエンジンを年 10 万台以上の規模でフィアットに販売することで合意した。具体的にはフィアッ

¹ 『安徽日報』2006 年 8 月 11 日

² Kerry Fong, “Chery cars making big splash globally” *The Star online*, Dec. 11, 2006.

トが南京汽車との合弁企業で生産するモデル“Linea”に搭載する話が出たが、その後奇瑞が実際にフィアット側にエンジンを供与したかどうかは明らかではない。

以上のように、奇瑞の海外展開は、紆余曲折を経ながらも、自動車生産に着手してまだ 10 年に満たない企業とは思えないほど積極的に展開されてきた。しかし、2008 年に入って大きな試練に直面した。すなわち、奇瑞の対ロシア輸出の拠り所であったアフトトル社との協力関係が 2008 年 3 月に途切れてしまったのである。この起こりはロシア政府が同社が優遇税率で輸入できるノックダウン部品の数量を制限する動きが出てきたことである。アフトトル社は奇瑞以外に BMW や GM などのノックダウン生産も行ってきたが、全体の輸入数量を制限されるのであれば、奇瑞の車の組立台数は 1 万台に削減し、かつ奇瑞には今までの 2 倍の組立工賃を支払うよう求めてきたのである¹。結局、奇瑞はこの要求を受け入れなかったため、2008 年上半期の奇瑞のロシアでの販売台数は前年同期に比べてほぼ半減し、9,891 台にとどまった²。奇瑞は慌ててロシアでの他の提携先を探し、結局 9 月にタガンログ自動車工場に 1 億ドルを投じて 1 年間に 9 万台の組立を委託する契約を結んだ。

このロシアでの挫折経験をきっかけに奇瑞はこれまでのやみくもな海外展開を反省すべき時に来ているように思われる。すなわちこれまでの奇瑞の海外展開は、優遇政策があれば飛びつき、アメリカから商談があれば飛びつくなど、衝動的かつ受動的なものであって、相手国市場の十分な事前調査と周到な市場戦略に基づくものではなかった。これまでは値段の安さや中国車という物珍しさから一定の関心を集めただけであって、「奇瑞」というブランドを輸入国側が評価したわけではないし、奇瑞側も外国市場でブランドを確立するための努力をしてきたわけでもない。だが、自動車というものは販売したら終わりなのではなく、消費者が自動車を使う過程でのアフターサービスから、最後は中古車として販売されるまでの全プロセスが円満に完了して初めて消費者の信頼を勝ち取ることができる商品である。輸出先国でしっかりした販売・アフターサービス網を形成することなくやみくもに販売してしまうと、消費者の信頼を失い、かえって将来の販売が困難になるリスクがある。ロシアは奇瑞にとって最大の輸出先だが、現地パートナーとの関係がきわめて不安定で、果たしてこうした輸出が持続可能なのか疑問符がつく。

②吉利汽車

吉利も奇瑞の後を追うように海外展開に取り組んでいる。初めて輸出を行ったのは 2003 年で、2004 年には董事長の李書福が「2015 年には自動車生産の 3 分の 2 は輸出する」という壮大な目標を発表した。それ以来、輸出台数は 2004 年に 5,000 台、2005 年に 6,835 台、2006 年に 1 万 5,000 台、2007 年に 3 万台近く³と急ピッチで増加して

¹ 『21 世紀経済報道』2008 年 4 月 2 日。

² 『21 世紀経済報道』2008 年 8 月 6 日。

³ 『吉利匯報』第 49 号、2008 年 2 月、22 頁。

いる。輸出する車種は「自由艦」が最も多くて 2007 年は 2 万 2,000 台、続いてそれよりもやや高級感のある（といっても小売価格は 6 万元前後）「吉利金剛」が 5,000 台となっている。

輸出先はウクライナ、ロシア、シリア、ベネズエラなどである。2005 年時点では輸出のうち 3 割がシリア向けであったが、2007 年以降はウクライナやロシアが重要な輸出先となってきた。

ウクライナでは、現地の AIS 自動車グループにノックダウン部品を輸出して現地で組み立て、AIS グループの販売ルートを通じて販売するという形の協力関係を 2007 年 1 月に結んだ。2007 年の 1 年間で 3,000 台の販売を見込んでいたが、実際には計画を大きく上回り、1 万台近くの乗用車（ノックダウン部品）を輸出した¹。また、ロシアでは輸入業者のロルフ社から 15 億ドルの注文をとりつけ、「吉利金剛」や「遠景」（小売価格は 7 万元程度）を輸出し始めている。

マレーシアでも現地の IGC グループと組んでノックダウン生産拠点を設ける商談を進めていた。輸出とノックダウン生産を合わせて年 3 万台販売する計画であったが、結局政府の許可が下りず、この話は頓挫した。その代わりに 2007 年 5 月にインドネシアでノックダウン生産拠点を立ち上げた²。

また、アメリカへの輸出を目指してデトロイトでのモーターショーなどにも積極的に参加しているが、吉利の車はアメリカの排気ガス規制を満たせないため輸出計画は進んでいない。

以上のように、吉利の海外展開はシリアなど中東に始まり、マレーシアとアメリカを狙うものの挫折し、2007 年以降はロシア・ウクライナを主要な輸出先とするようになっており、奇瑞とまったく同じ歩みをたどってきた。このことは何を意味するのだろうか。これは中国系自動車メーカーの輸出の特徴、すなわち、中国車を受け入れてくれる国があるとそこに殺到するという行動パターンが、乗用車のトップメーカーである奇瑞と吉利の場合にも当てはまることを意味している。

2. 中国自動車企業（民族系・外資系）の海外進出の課題

（1）現状の問題点

中国が WTO への加盟を果たして以来、中国からの完成車輸出台数は拡大した。具体的には、2001 年の自動車輸出台数（シャシーを含む、以下同様）が 2 万 2,779 台、同輸出金額が 1 億 9,374 万米ドルであったのに対し、2005 年の輸出台数は 108 万 4,309 台、輸出金額は 19 億 396 万米ドルにまで増えている。ただし、この間の伸び率を計算

¹ 『吉利匯報』第 49 号、2008 年 2 月、47 頁。

² 『新浪汽車』2005 年 5 月 30 日、百本（2007）、吉利のホームページ「大事記」。

すると、輸出台数が 46.60 倍も増えたのに対し、輸出金額は 8.83 倍しか増えていないことが分かる。これは、輸出モデルの低価格化が進んでいることの表れであり、非常に重大な問題である。また輸出先国では、アンチダンピング措置の発動や関税率の引き上げなど、安価な中国製自動車を締め出すような動きも広がりつつある。

それと同時に、小規模メーカーの乱立という問題も浮き彫りとなってきた。税関統計によると、2005 年に自動車を輸出した企業の数 は 1,025 社で、そのうち輸出台数が 10 台以下の企業が 600 社もあった。さらに、輸出台数がわずか 1 台という企業が 185 社もあった。また、輸出金額の約 90% が 100 社余りの大手企業で占められるなど、小規模メーカーが約 900 社存在していることが分かる。

輸出モデルの低価格化が進んだ要因として、中国の人件費が相対的に安いことを指摘する人がいる。しかし、多くの外国メーカーは、経済グローバル化の流れに乗って世界的な分業体制を整備し、人件費の安い地域で生産した製品を高価格で販売するようになった。つまり、真の要因は中国の安い人件費にではなく、中国民族系メーカーのブランド力不足にあるといえる。

経済学的な観点からいえば、性能・品質がまったく同じ製品の場合、消費者は価格の安い方を選択するという行動を取る。従って、性能・品質で他社に抜きんのでできない企業が利益の最大化を図るためには、値下げという手段を取るしかない。その結果、「正常な利益」を得ることはできるが、「巨額の利益」を得ることはできない。中国の自動車業界においても、大多数の民族系メーカーがまだ模倣段階にとどまっている。そのため、どうしても「低価格」を武器にするしかなくなっている。

さらに、中国民族系メーカーによる模倣行為は、欧米日の外国メーカーとの間で多くの知的財産権問題を引き起こした。欧米日政府も、中国政府との通商交渉において、知的財産権問題を重点課題の一つとして掲げている。中国民族系メーカーが所有する知的財産権は、数量・質ともに外国メーカーをはるかに下回っている。外国メーカーの多くは、中国に設立した合弁会社を通じてブランドの拡張を図ろうとしている。それと同時に、自身のブランドを守るべく、中国での商標登録を積極的に進めている。一方、大部分の中国民族系メーカーは、外国メーカーの模倣に必死で、「革新を通じて自主ブランドを発展させる」という意識に欠けている。

また、粗悪品を生産する小規模メーカーの存在も、輸出モデルの低価格化を引き起こしている要因の一つである。これらメーカーの中には、事故車や使用済み自動車を手直ししたり、廃棄部品を使用して違法組み立てを行ったりした自動車を輸出しているところもある。これら粗悪品は、確かに価格は安いですが、品質の保証はまったくない。ましてや、アフターサービスが提供されることなどあり得ない。

このように、低価格で低品質な中国製自動車が海外で大量に販売されると、通商摩擦や知的財産権訴訟といった問題を引き起こすだけでなく、中国製自動車に対するイ

メージの悪化という深刻な影響を残すことになる。

中国民族系メーカー各社は、自主ブランドの発展を奨励する一連の政策を有効活用し、堅い決意で自主革新に取り組まなければならない。中国自動車産業はこれまで、中央政府が打ち出した「市場換技術（市場を開放する代わりに技術の移転を求める）」という基本方針の下、巨額の費用をかけて海外からの技術導入を進めてきた。しかし、その過程で得たものはいくらかの加工費のみであり、コア技術を消化・吸収することはできていない。

また、知的財産権に対する正しい認識を持ち、それに対する管理の強化を図らなければならない。大多数の中国民族系メーカーは、知的財産権に対する意識が弱いがために、他人の知的財産権を尊重することができずに各種問題を引き起こしている。一方、協力の過程で本来は得られるべき知的財産権を放棄しているケースもある。従って、知的財産権に対する正しい認識を持つことで、他人の権利を尊重するとともに、自身の権利を主張することができるようになる。

それと同時に、商務部をはじめとする政府関連部門は、市場の規範化を図ることで、高品質の自動車を輸出することができる環境を整備すべきである。

（２）短・中期的課題

中国からの自動車輸出台数は、2008年8月に前年同月比5%減と前年割れして以来、他の輸出製品を上回るペースで減速する傾向をみせている。その後、世界的な金融危機・不安の影響もあり、輸出が鈍化する趨勢を示している。特に、2007年末までは右肩上がりで増え続けてきたが、2008年第1四半期頃から徐々に落ち込む気配を見せ始め、第3四半期に入ると下落幅がさらに大きくなった。今後は輸出台数がある程度減少することはやむを得ないが、第3四半期の急激な落ち込みは「海外需要の減少」という単純な理由だけではない。

一方、中国経済の成長鈍化を受け、これまで急成長を続けてきた自動車輸入台数も2008年9月に大きく落ち込んだ。しかし、10月には少し持ち直すなど、その落ち込みは輸出台数ほど深刻ではない。これは、中国市場のポテンシャルが依然として大きいためである。

1) 輸出不振の原因

自動車輸出台数が大幅に落ち込んでいるという事実が確認できるが、ここではその要因はなにかまとめよう。

中国は短期間で急成長を遂げたため、いったん調整期に入った（2005年に3万台程度だった輸出台数は、2007年には18万台にまで拡大した）ということが指摘できる。

また、中国製自動車の主な輸出先である新興国（ロシア、ベネズエラ等）の経済が、金融危機の影響で大きなダメージを被った（外需依存度が相対的に低い中国は、エネルギー輸出で経済を支えている新興国ほど金融危機の影響は大きくない）影響も否定できない。特にロシアにおいては、自国自動車産業を保護する動きが出始めた。為替リスクの面では、人民元高の進行で中国製自動車の価格優位性が減少している。さらに、中国では自社系列の輸入総代理店や販売店の設置が進んでおらず、多くの中間業者が間に入り込んでいる（マージンが必要）。さらに、グローバル・メーカーが中国に進出しモデル投入を続けているが、中国を輸出拠点と位置付けるメーカーはほとんどない（本田汽車を除く）。

このため、中国の自動車産業では輸出先国の政策動向に対するモニタリングを強化し、現地政府の意図を事前に理解することでプロアクティブな対応を取っていく必要がある。実際には、現地の販売業者に完全に任せきりにするのではなく、自社系列の販売・アフターサービス網の整備を進めることでブランドの構築を図ることが必須となろう。また、政府の役割としては、海外進出の本格化に必要な初期投資に対し、中央・地方政府が適度な補助金を給付することも考えられよう。

（3）部品輸出の問題点

以上は完成車輸出の問題点を列挙したが、中国からの輸出は「売りっ放し」とはいかず、部品の輸出（主にアフターパーツ）も併せて拡大させていかなければならない。

部品輸出の現状の問題点としては、まず国内で小規模なメーカーの乱立している状態を指摘できる。即ち、中国には材料・労働密集型の製品を生産する小規模の部品メーカーが数千社ほど存在し、それらが全国各地に散在している。これら小規模メーカーの多くは、自主革新力が弱く、品質意識や国際意識にも欠けている。そのため、品質管理、資源配置、企業管理、知的財産権保護といった問題を考慮に入れず、低品質・低価格の製品を作り出すことで深刻な悪性競争を引き起こしている。そのような状況を作り出している要因は、専門化・分業化・層別化といった考えに基づく産業構造が形成されていないことにある。地方政府や企業が独自の体制を構築しているため、重複投資が多く、産業の集積も進んでいない。優秀なメーカーでも、規模が小さく開発投資も限られているため、外国部品メーカーの Tier2 や Tier3 になるのが精一杯の状況にある。この状況を打破するためには、より利益率の高い製品を大量に作り出すことのできる大手メーカーを育成する必要がある。

また、完成車の場合と同様に、部品も世界的に認められた品質と技術を誇るブランドが欠如している。その結果、現状は中国から輸出される自動車部品の 80%以上が、「低価格」を武器としたアフターマーケット向けの製品で占められている。世界の自

自動車メーカー向けに、Tier1 として部品を供給しているケースは極めて少ない。また目先の利益を追求し、外国メーカーの委託工場に徹している中国民族系部品メーカーも多い。なぜなら、アフターマーケット向け製品の利益率は 5%程度にすぎないが、OEM 部品の場合は利益率が約 20%と高めになっているからである。しかしながら、OEM は自社のブランドを持つものではなく、あくまで相手先の下請けでしかない。

中央政府はこれまで、輸出金額を増やすことを貿易政策の基本方針としてきた。その基本方針の下、労働力、資源、エネルギー、土地など安価な生産コストを武器に国際競争に参加した結果、確かに輸出金額を増やすことには成功した。ただしその半面、輸出品がエネルギー・資源を大量に使用し、環境汚染をもたらす低付加価値の製品に集中し、付加価値の高いハイテク製品が非常に少ないというアンバランスな製品構造を作り出すこととなった。自動車部品の分野においてもそれは同じ状況で、基幹部品の輸出はまだ皆無に等しい状況にある。

中国の小規模部品メーカーは、最新設備や技術を導入する資金がなく、多品種の製品を生産する能力を有していない。従って、外国メーカーのニーズを満たす高品質の製品を安定供給することができず、低品質の製品をアフターマーケット向けに提供することでかろうじて生存し続けている。ただし、これらのメーカーが輸出した粗悪品が引き起こすさまざまな問題が、世界における中国製自動車部品のイメージを著しく傷つけている。

自動車産業の発展が遅かった中国では、部品産業もまだ発展途上の段階にある。そのため、生産品もシート、バッテリー、タイヤ、バンパー、フロントガラスといった材料・労働集約型の製品に集中している。また小規模メーカーが多いため、優秀な技術スタッフが集まらず、コア技術の掌握を進めることができていない。

大多数の中国民族系部品メーカーは、生産力の増強にばかり重きを置き、開発力の強化を軽視してきた。その結果、他社の技術の模倣に走り、自主開発を行わないという風潮が根付いてしまった。その過程で、国内外有名ブランドの偽物部品を専門に生産するメーカーも多数出現した。これら偽物メーカーは、他社の合法的な権益を侵害したばかりでなく、海外における中国自動車部品産業のイメージダウンという形で中国製自動車部品の輸出に深刻な影響を及ぼした。

中国民族系部品メーカー（特に中小企業）の中には、製品品質とサービスでは他社に勝つことができないため、不当に低い価格で受注を獲得しているところがある。これらメーカーの多くは、一時的には利益を得ているものの、受注時に約束した品質やデリバリーを履行することができず、最終的には相手先の信頼を失うという結果に終わっている。ひどいケースでは、中国製部品全体の評判を落とし、他のメーカーが長年かけて開拓した市場を喪失したり、他国のアンチダンピング措置発動を招いたりするなど、中国自動車部品産業全体の足を引っ張っていることもある。

輸出規模の小さい中小の中国民族系部品メーカーは、海外でアフターサービス網を構築するほどの余力を持っていない。これらメーカーの修理コストは非常に高く、スペアパーツの供給リードタイムも長いため、数回は購入した海外のユーザーも継続的な購入にはなかなか踏み切らない。その結果、海外における中国製部品の評価が下がり、多くの中国民族系部品メーカーがビジネスチャンスを失うという状況が発生している。輸出規模が大きい中国民族系部品メーカーの中には、海外におけるアフターサービス網の整備を進める動きもみられる。ただし、海外のユーザーが求める「便利、タイムリー、責任感のある態度、高いサービス・技術水準、幅広いサービスネットワーク」といった要求との間には、まだ大きな差があるといわざるを得ない。

中国自動車部品産業は、「輸出を拡大する」という基本方針の下、技術革新を通じた輸出製品の構造調整を進めていかなければならない。具体的には、「製品輸出から資本輸出へのシフト」、「材料・労働集約型の低付加価値製品から高付加価値の機電製品へのシフト」、「発展途上国向け輸出から先進国向け輸出へのシフト」、「アフターマーケット向けから自動車メーカー向けへのシフト」、「e ビジネスとサービス体制の発展推進」といった課題に取り組む必要がある。その中で、中国民族系部品メーカーの素養を高め、国際競争力の向上を図っていかなければならない。

3. 中国自動車企業（民族系・外資系）の海外進出の展望

商務部 機電・科技産業司の周世傑・副司長は「自動車関連製品の輸出をさらに拡大すべく、比較優位性のある企業による対外投資と海外生産、ならびに M&A を通じた関連技術の取得を奨励する」との考えを明らかにした。機電・科技産業司の張驥・副司長によれば、現時点で公表できる情報はないとのことであったが、多くの民族系メーカーは意欲的な輸出計画を制定し、政府の後ろ盾に期待している。その主な理由は、「自動車輸出奨励政策が導入される見込み」との見解が業界内に流れていることである。

国家信息中心情報資源開発部の徐長明・主任は「2008 年の自動車輸出台数の伸び率は前年比で 76.2%減、輸出金額は同 100%減となった。2009 年はさらに厳しい情勢となる見込みで、政策支援がなければマイナス成長となる可能性もある」と指摘した上で、「中央政府が自動車輸出を支援・奨励する具体的な政策に関する研究を進めていることは事実」と語った。実際、国務院常務会議が 2009 年 1 月 14 日に採択した「自動車産業調整振興計画」の基本原則にも、「自動車メーカーによる自主ブランドの発展を支援する」、「自動車・部品の輸出基地建設を加速する」といった方針が明確に記載されている。現在、すでに「自動車・部品輸出基地企業」の認定作業は始まっているものの、「具体的な政策支援はまだ何もない」という状況にあるだろう。

その具体的な奨励政策は、商務部が 2008 年 12 月に発表した「自動車輸出を促進する政策措置 8 項目」に肉付けする形で作成されるものと思われる。その中には、「中国自主ブランド車を取り扱う共通総代理店の設置」、「輸出補助金の給付」、「中央外貿発展基金の規模拡大」、「中国民族系メーカーが共有できるプラットフォーム（情報、検査、教育等）の構築」、「金融・保険面からの支援」、「主要輸出先国との相互認証の実現」、「海上輸送能力の強化」といった内容が含まれると思われる。

また、商務部 機電・科技産業司 国家機電産品進出口弁公室の支陸遜・副処長は、「商務部は現在、重点輸出先国 11 カ国の自動車市場に関する資料（基本情報、産業政策、税制・政策、マーケット構造、市場規模、技術規格・要求、認証要求・手続き等）を収集・整理している。それらの情報は、輸出基地企業や自動車部品メーカーに無料で配布すると同時に、商務部のホームページ上で公開する予定である」という。

（参考）2009 年の中国輸入車市場

商務部 機電・科技産業司 進口処の宋先茂・処長は、1 月 6 日に北京市で開かれた「第 5 回中国輸入車リーダーズフォーラム」（中国進口汽車貿易有限公司主催）において、「2008 年の完成車（以下、CBU）輸入台数は 40 万台程度になるだろう」との見通しを語った。

また当日、中国進口汽車貿易有限公司が発表した「中国輸入車市場の 2008 年度報告と 2009 年戦略報告」（以下、「報告」）には、次のような市場認識が書かれている。

「2008 年上半期の国産車販売台数は、これまでの勢いを引き継ぎ、年率 20%近いペースで拡大し続けた。しかし下半期に入ると、米国発の金融危機がもたらした世界的な景気低迷が、調整期に入った中国経済を直撃した。世界の自動車産業を襲った近年まれに見る不況の余波は、10 年連続して急成長を続けてきた中国自動車産業にも波及した。その結果、国産車販売台数の伸び率は、1999 年以来の低水準にとどまることとなった」。

さらに、中国進口汽車貿易有限公司の丁宏祥・董事長兼総経理は、2008 年中国輸入車市場の特徴として、①好景気と消費税改革前の駆け込み需要といった要素が重なった上半期は、国産車市場を上回るペースで拡大した、②金融危機の影響が顕在化し始めた下半期は、一気に需要が低迷し始めた、③SUV 需要が急拡大し続ける一方、轎車の需要は伸び悩んだ、④消費税改革が実施された 2008 年 9 月 1 日以降、税率が引き上げられた排気量 3.0L 超の乗用車の輸入台数が大幅に減少した、⑤「高級化、個性化、差別化」や「国産車の空白を埋める相互補完的な製品ラインアップの形成」といった傾向がより鮮明になった、という 5 点を挙げている。

2009 年の展望については、「報告」において次のように述べられている。

「CBU の輸入台数に影響を与える要素としては、国内景気動向、政策、為替レート、メーカーの製品戦略などがある。国内景気動向に関しては、2009 年も世界的な景気低迷の影響を引き続き受けるものと思われる。その中で、中央政府は『経済成長率 8%達成』という目標の下、自動車需要を刺激する政策の導入を進めている。しかし、その基本方針は小排気量車の普及を促進することにある。従って、排気量 3.0L 超のモデルが 46.54%を占める輸入車市場には、それほど大きな恩恵は及ばない。以上より、2009 年の CBU 輸入台数は前年比約 10%減の 36 万台程度になると予想される。特に、第 1 四半期や上半期の CBU 輸入台数は、前年実績を大きく割り込む可能性がある。ただし、仮に輸入車の販売に有利となる政策が導入されれば、マイナス幅は多少

縮小されるだろう」。

上記の状況を踏まえ、出席した専門家からは、自動車メーカー各社に対して次のようなアドバイスがなされた。

「厳しい状況が続くことが予想される 2009 年、自動車メーカー各社はリスク抵抗力を全面的に強化すべく、多くの課題に取り組まなければならない。具体的には、市場動向の変化を注意深くモニタリングしながら、フレキシブルな戦略調整、慎重な意思決定、プロアクティブな対応、マネジメント体制の強化、合理的な目標値の設定、販売計画・製品構造の調整、価格体系の見直し、販売店の実力強化、為替リスクヘッジ手段の有効活用、販売最前線の情報を吸い上げることのできる体制の整備などを進める必要がある」。

(2009/1/7 『新浪財経』)

(参考) 楽観を許さない 2009 年中国輸入車市場

中国進口汽車貿易有限公司の丁宏祥・董事長兼総経理は 1 月 6 日、同社が主催した「第 5 回中国輸入車リーダーズフォーラム」において、中国輸入車市場の 2008 年総括と 2009 年展望を次のように語った。

輸入車（特に高級輸入車）の需要は、国産車以上に景気動向に敏感に反応する。例えば、景気が過熱気味だった 2008 年第 1 四半期、完成車（以下、CBU）の輸入台数は前年同期比 74.06%増という驚異的な伸びをみせた。その後、中央政府が金融引き締め政策を強化したため、第 2 四半期はやや減速したが、上半期全体の伸び率は 52.6%という高い水準を維持した。このほか、上半期の CBU 輸入台数が急増した要因として「消費構造の高度化」、「個性派モデル（特に SUV）に対する需要の急増」、「車両識別番号（VIN ナンバー）に対する税関での検査厳格化（4 月 1 日）と消費税改革（9 月 1 日）前の駆け込み需要」などが考えられる。

金融危機の影響で国内景気が冷え込んだ下半期、今度は CBU 輸入台数が国産車販売台数を上回るペースで落ち込み始めた。特に、排気量 3.0L 超の乗用車の消費税率が引き上げられた 9 月 1 日以降、CBU 輸入台数が前年割れするという状況が出現した。これは、今後もしばらく継続する可能性が高い。

SUV の輸入台数は、2007 年に初めて轎車を上回った。そして 2008 年に入っても、SUV の輸入台数が最も大きな伸びを維持している。具体的には、1~10 月の CBU 輸入台数が前年比 39.68%増の 34 万 2,200 台、轎車が同 16.90%増の 12 万 7,500 台であったのに対し、SUV の輸入台数は同 62.45%増の 17 万 9,900 台と全体を大きく上回るペースで増加した。その結果、CBU 輸入台数に占める SUV の割合も、2007 年の 45%から 53%にまで拡大した。SUV の輸入台数が急増している理由としては、「輸入 SUV のラインアップの多様化が進み、さまざまな消費者のニーズを満たすことができるようになった」、「新世代の若年層が個性的な SUV を選択するようになった」、「国産車の中に魅力的な中・高級 SUV がない」といった点が挙げられる。

中央政府は 2008 年 9 月 1 日、乗用車の消費税改革を実行に移した。2006 年 4 月に行われた消費税改革では、排気量 3.0L 超 4.0L 以下の乗用車に対する税率の引き上げ幅が 7%（8%→15%）、同 4.0L 超が 12%（8%→20%）であった。一方、今回は排気量 3.0L 超 4.0L 以下が 10%（15%→25%）、同 4.0L 超が 20%（20%→40%）と引き上げ幅がいずれも大きくなっている。税率引き上げによるコスト上昇幅は、排気量 3.0L 超 4.0L 以下で 13.3%、同 4.0L 超で 33.3%となる見込みである。従って今回の消費税改革は、高級かつ個性的な大排気量車が主流の中国輸入車市場に大きなダメージをもたらすことが予想される。実際の末端価格への反映（タイミング、値上げ幅）に関しては、中国内にある在庫台数やメーカーのコスト吸収力と経営判断の違いから、若干のばらつきがみられた。ただし全体的には、「排気量 3.0L 超 4.0L 以下→コ

スト上昇分の一部をメーカーが吸収して値上げ幅を抑制」、「排気量 4.0L 超→コスト上昇分をそのまま価格に反映」という傾向がみられた。また輸入台数に関しては、税率引き上げ前の 7~8 月に大排気量車を中心にした駆け込み需要が発生したが、税率引き上げが価格に反映された 9 月中旬以降、米国発の金融危機の影響が中国経済に波及し始めたことと相まって、輸入車需要が急激に冷え込んだ。具体的には、排気量 3.0L 超の轎車と SUV の 9 月の輸入台数は対前月比、対前年同月比ともに大幅のマイナスとなった。10 月に入ると、SUV に関しては少し持ち直したが、轎車の輸入台数は引き続き落ち込んだ。しかし登録台数に関しては、SUV も排気量 3.0L 超のモデルが、9 月以降急激な落ち込みをみせている。以上より、2009 年の輸入車市場においては、排気量 3.0L 超（特に 4.0L 超）の乗用車のシェアが減少することが予想される。長期的な観点でみた場合、今回の消費税改革は中国輸入車市場の製品構造に大きな影響を及ぼすものと思われる。

2008 年 1~10 月の輸入車登録台数に占める上位 20 ブランドのシェアは、2007 年の 93.64%を 2.44 ポイント上回る 96.08%であった。このことは、輸入車市場の集中度がさらに高まったことを意味している。ブランド別にみた場合、韓国系ブランドが大きく順位を下げた一方、BMW、ランドローバー、ポルシェといった高級車ブランドが順位を上げた。また、マツダ 3 ハッチバックやマツダ 5 といった個性的なモデルを重点投入したマツダが、前年のベスト 20 圏外から一気に第 8 位にまで躍進したことが最も目を引く。このほか、スポーティモデルで有名なスバルと SUV で有名なランドローバーも大きく躍進した。ベスト 20 圏外に順位を落としたクライスラー、フォード、ルノー、日産、オペルの 5 ブランドに代わりベスト 20 入りを果たしたのは、マツダ、シボレー、ジープ、インフィニティ、ミニの 5 ブランドであった。外国メーカーが中国での現地生産を進める中、競争力のある国産車が増え、輸入車に取って代わるケースが出てきた。その中で輸入車は、「多様化、高級化、個性化、差別化、国産車の空白を埋める相互補完的な製品ラインアップの形成」といった特徴を鮮明に呈するようになった。

米国発の金融危機は、2009 年も世界の实体经济に大きな影響を与えるものと思われる。欧米日といった先進国の経済が軒並み低迷する中、中国経済も成長のペースが鈍化することは避けられないだろう。世界経済を襲った史上まれに見る不況は、まだ終わりを告げる気配がない。一般的には、現在の景気低迷はあと 1 年以上続くと思われる。そしてその影響は、さらに深まる見通しである。その中で、欧米日における自動車販売台数は前年実績を大幅に下回ることが予想される。一方、10 年近く 2 桁成長を続けてきた中国の国産車販売台数も、2008 年下半年から明らかな減速傾向を示している。

以上の状況を踏まえ、2009 年の CBU 輸入台数は、前年比約 10%減の 36 万台程度になるのではないかと見込まれる。

このような状況下、自動車メーカー各社は世界的な金融危機と中国経済の動きがもたらす影響を正確に分析し、適切な対応を取っていかなければならない。具体的には、次の 9 点に取り組む必要がある。

- ① 市場の落ち込みを冷静にとらえ、慎重かつ現実的な年度目標を制定する。そこから、四半期・月度のノルマを合理的に分配する。
- ② 販売最前線の変化を注意深くモニタリングし、小売・卸売・オーダー・デリバリー計画をフレキシブルに調整する。
- ③ 消費税改革など政策変化にプロアクティブに対応し、果敢かつ迅速に製品構造の調整を実施する。
- ④ 政策や国産新型車の動向に注意しながら、輸入車の主流である SUV の製品ラインアップを強化・調整する。

- ⑤ 新しい競争環境に適応し、価格ポジショニングの調整と価格体系の見直しを実施する。
- ⑥ 為替動向を把握し、さまざまな為替リスクヘッジ手段を有効活用することでコスト削減を進める。
- ⑦ 販売網の安定化・優良化を図り、販売店の利益力向上に努める。
- ⑧ 販売台数が落ち込む中、新たな成長をけん引する力を模索する。
- ⑨ ニッチのニーズを深く掘り下げ、ドレスアップなど個性的な市場を開拓する。

2009年も、厳しい状況が続くことは確かである。しかし、中国の輸入車市場には依然として多くのチャンスが秘められていることも事実である。世界の自動車市場が急激に冷え込む中、場合によっては外国メーカーの間に中国市場をさらに重視する動きが広がる可能性もある。

製品軸でみた場合、小排気量のSUVや個性的でファッショナブルなクーペといったニッチの製品には、依然として大きなポテンシャルがある。また地域軸でみた場合、中国には発展途上の地域が多数残されている。従って、中・長期的にみれば、「中国輸入車市場は引き続き拡大する」という見通しに変わりはない。景気低迷は企業にとり、実力の向上、マネジメント体制の整備、戦略転換等を図る良い機会である。

以上を総括すると、「2009年は、中国輸入車市場にとってかつてない挑戦とチャンスが併存する年になる」といえる。その中で、正しい戦略を取り、それを確実に実行に移すことができた自動車メーカーは、次なる発展に向けた強固な基盤を作ることができるだろう。

(2009/1/6 『網易汽車』)

以上、中国からの完成車／部品輸出の現状と課題を考えてきたが、ここでは冒頭で述べたグローバル4極の一端としての成長を後押しする東アジア諸国間での貿易・通商政策が自動車メーカーの生産ネットワーク（CBU、部品の相互調達・供給体制）にどのような影響を及ぼすかを考えたい。

まず、先行する日欧米の3極は、自動車市場が成熟して、これまでのような成長は期待できないといえども、例えばASEANの個別市場と比較すれば依然としてパイは大きい。現在の自動車産業（量産モデル）ではスケールメリットと集中によるコスト削減でビジネスが成り立つというモデルのため、例えばタイから日本やオーストラリア、中国からASEANなどへの輸出増によって、東アジア諸国間での貿易拡大が望まれる。

しかしながら、CBUの日本など自動車先進国向けの輸出は、当該市場でのHVなどの最新モデルに比べると燃費効率などが劣る他、当該国の厳しい規制（例えば、ガソリン・ディーゼルの排ガス基準、前・後・側面の安全基準など）をクリアしなければならない。かつて、アジア通貨・金融危機後には、ASEANに進出した日系メーカーでは域内市場の低迷に輸出拡大でしのぎ、それ以降は日本にも少量輸出したことがある。しかし、日本が2003年にディーゼル車の排ガス規制を導入した後は、各メーカーとも日本での販売を中止した。近年は中国からの輸出も拡大しているが、3極へは特に安全基準の面で技術的な障害がある。例えば民族系メーカーの江鈴陸風（JMH Landwind）は、2005年にドイツ自動車連盟（ADAC）が実施した衝突試験で、世界で初

めて獲得星数「ゼロ」の汚名を受けた。民族系メーカーは価格優位を保ちながら安全性を向上させることを最優先課題としているが、技術、コストの両面で克服すべき課題が依然大きい。今後、CBU 輸出で期待されるのは、タイでのエコカー計画のように、ASEAN に進出した日欧米系メーカー現地法人が次世代の特定モデルをグローバル戦略のなかで生産の集中を行うこと、そこから日本や他国市場向けに輸出するなどの方策が採られるだろう。

KD/部品に関しては、タイの主要工場から周辺国（インドネシア、フィリピン、一部はインド、アフリカなど）に輸出して生産されるケースも増えるものと思われる。かつて、日系メーカーは ASEAN 域内での相互補完スキームを活用して部品毎の生産を域内各国で集中させて相互に供給する体制を採ってきた。これは、現地調達比率の引き上げと取引量の増加などを目指した自動車組み立てメーカー向けの BBC（Brand to Brand Complementation；部品相互補完協定）と、BBC を発展させ部品メーカーへの適用が拡大された AICO（ASEAN Industrial Cooperation Scheme；ASEAN 工業協力協定）といった政策があり、各社は域内に分散して立地し、事業活動を展開していたのを、特惠関税の適用を受けて生産分担が加速したものである。上述したように、アジア通貨・金融危機後の ASEAN 各国の政策転換は、外国企業に対して出資比率義務の緩和や、生産・供給・流通に至るまでの相互な補完関係をメーカー側に構築させることで、当該国では海外からの大規模な投資を獲得して、メーカーのグローバルな環境のなかでの中長期的な位置付けを明確なものとする施策が採られている。

この ASEAN 貿易構想は今後、2010 年以降に CBU/部品とも FTA（Free Trade Area；自由貿易地域）の枠内で扱われ、メーカーはグローバル戦略との連携をいかに深めるかが課題となっている。既に 2003 年からは AFTA（ASEAN 自由貿易地域）が部分的に開始され、域内の輸入関税率がほとんど全ての製品で 5%以下に引き下げられている。さらに、先行するタイでは 2000 年から KD についての輸入関税を引き下げるとともに、部品の現地調達規制を撤廃することで域内での輸出競争力を高めてきた。とりわけ、CBU については、タイが 2004 年にオーストラリアとの TAFTA（タイ・オーストラリア自由貿易地域）を締結したことにより、例えばホンダはタイの生産拠点からの輸出を増やし、2005 年は前年の約 3 倍となる 1.4 万台、2007 年は約 10 倍の 5.2 万台もの輸出実績となっている¹。また、2005 年には日本とも、部品関税を 2011 年までに撤廃することで合意に達し、CBU 関税は現地生産していない大型の 3.0L 以上の乗用車が 2010 年までに段階的に引き下げて、2010 年半ばまでに撤廃の可能性を含めた再協議を 2009 年から開始するなど、域内での連携が期待される。近年、輸出拡大を続ける中国との関係でみると、中国からの CBU（民族系モデル）輸出の仕向けは現状としてロシアやアフリカが大半であり、ASEAN への進出は緒に就いたばかりである。しかも、例えば

¹ 昨今の市場縮小基調のなかで、2008 年のホンダのタイからの四輪車輸出額は対前年比 1%増の 650.9 億パーツに達した。しかし、第 4 四半期のみでは同▲22%の 130.2 億パーツに止まっている。

ASEAN 最大市場のタイでは、中国製品についての関心、人気は低く、高品質な日系メーカーの牙城をどのように切り崩すことができるか注目されよう。さらに、中長期的には、ASEAN と中国の貿易構想（ACFTA）のなかで、2012 年までに CBU／部品関税が段階的に引き下げられる予定だが、2015 年以降については ASEAN 加盟国のそれぞれの国で競合が著しい製品（Highly Sensitive List の 100 品目）を対象外として扱われる可能性が高い。

高品質かつ高度な技術を要する製品については従来通り日本が生産および輸出の重要な拠点として位置付けられ、とりわけ日系メーカーにあってはグローバルなオペレーションの機能を担う体制が維持されよう。中国やタイが東アジア諸国の重要な生産国となりつつあるなかでも、当該国では短中期的に投入が計画されるモデルへの対応といった地域戦略の必要な範囲での機能強化が実施されるものである。このため、製品開発は最適な場所を選択し、市場に適した製品を最適な部品調達、生産で実践する。各国政府においては、こうした機能、技術移転が完成車メーカーを支える主要サプライヤーの誘致および育成を域内外取引のなかで活性化させるような政策的取り組みが必要であり、それは当該市場の構造的変化とメーカーの戦略動向、技術の革新や普遍、政治経済（為替リスクなど）を含んだカントリー・リスクの再評価などに求められる。

第5章 その他の自動車関連政策、自動車産業の概要

1. 自動車関連政策

資料 5-1-1. 中国自動車産業関連政策・法規一覧－国家級（過去5年）

公布年月日	公布主管部門	法規名称（法令・通知）
2004年 1月17日	財政部、国家税務総局	アウディブランドの乗用車の消費税減免に関する通知
1月17日	財政部、国家税務総局	美日ブランドの乗用車の消費税減免に関する通知
2月9日	財政部、国家税務総局	金杯シボレーブランドの乗用車の消費税減免に関する通知
2月10日	国家質量監督検閲検疫総局	「自動車用エタノールガソリンの試験的な使用を拡大する方案」と「自動車用エタノールガソリンの試験的な使用を拡大する実施細則」に関する通知
2月19日	財政部、国家税務総局	長安ブランドの乗用車の消費税減免に関する補足通知
2月25日	国家税務総局	非常事態対応の通信車両の車両購置税免除に関する通知
3月4日	衛生部、交通部	突発の公衆衛生事件に伴う交通非常事態対策の規定
3月12日	国家質量監督検閲検疫総局、国家発展と改革委員会、商務部、海関総署	欠陥自動車リコール管理規定
3月12日	財政部、国家税務総局	シャレードブランドの乗用車の消費税減免に関する通知
3月15日	財政部、国家税務総局	東風風行ブランドの軽型バスの消費税減免に関する通知
3月24日	国家認証認可監督管理委員会	機動車製品に対しての強制認証実施の規則－自動車安全ベルト製品（2004年改正）
4月13日	国家税務総局	一部車両の最低税率価格査定に関連の問題に関する補足通知
4月30日	国務院	中華人民共和国道路運送条例
4月30日	公安部	交通事故処理手順の規定
4月30日	公安部	道路交通安全違法行為の処理手順の規定
4月30日	国務院	中華人民共和国道路交通安全法実施条例（1-3）
4月30日	公安部	機動車の登記規定
4月30日	公安部	機動車免許の取得と使用規定
4月30日	国家税務総局	道路・内河貨物運送業の統一領収書に関する通知
5月21日	国家発展と改革委員会	自動車産業発展政策
5月25日	国家税務総局、国家質量監督検閲検疫総局	ガソリンスタンド給油器、タクシーメーターの税金調整認可と製造許可証の申請手続手順に関する通知
6月3日	国家質量監督検閲検疫総局	危険化学品タンク車の検査キャンペーンの実施に関する通知
6月4日	国家質量監督検閲検疫総局	欠陥自動車リコール情報システムの管理方法

6月4日	国家質量監督検査検疫総局	欠陥自動車リコールに関連する専門家データベースの設立と管理方法
6月8日	公安部	「機動車免許の取得と使用規定」の宣伝提要
6月25日	国家税務総局	「貨物運輸業の納税者と代理納税者の営業税減免認定」の取消後、納税管理問題に関する通知
6月29日	財政部、国家税務総局	東南ブランド（車種：DN7161P と DN7161H2）の乗用車の消費税減免に関する通知
6月30日	交通部	道路・水路工事監査企業の資質管理規定
7月2日	財政部、国家税務総局	2004年における森林消防専用指揮車（第1回）の車両購置税免除に関する通知
7月5日	財政部、国家税務総局	松花江ブランドの自動車の消費税減免に関する通知
7月5日	財政部、国家税務総局	田野ブランドの自動車の消費税減免に関する通知
7月5日	財政部、国家税務総局	北京ブランドの軽型ジープの消費税減免に関する通知
7月5日	財政部、国家税務総局	日産ブランドの自動車の消費税減免に関する通知
7月5日	財政部、国家税務総局	長城ブランドの自動車の消費税減免に関する通知
7月5日	財政部、国家税務総局	風神ブランドの乗用車の消費税減免に関する通知
7月5日	財政部、国家税務総局	現代ブランドの乗用車の消費税減免に関する通知
7月5日	財政部、国家税務総局	江鈴全順(トランジット)ブランドの自動車の消費税減免に関する通知
7月8日	国家税務総局	貨物運送業税収関連の若干の問題に関する通知
7月15日	国家外匯管理局	自動車金融企業の外国為替管理問題に関する通知
7月15日	交通部	8つの交通規約の廃止に関する決定
7月23日	国家税務総局	「北京移動通信有限責任公司」が訂正後の車両ナンバープレートで車両購置税の免除手続をする問題に対する通知
8月3日	国家税務総局	タクシーなどの旅客運送業に従事する外資系企業が税制優遇政策に適用する問題に対する回答
8月16日	中国人民銀行、中国銀行業監督管理委員会	自動車ローンの管理方法
8月16日	商務部	中古機動車の査定・評価管理に関する通知
8月17日	国家環境保護総局	機動車に対する定期的な環境保護検査作業に関する通知
8月20日	交通部、公安部、国家発展和改革委員会	車両過積載違反の取締りをさらに強化することに関する通知
8月27日	海関総署	香港、マカオに往来する道路貨物運送企業およびその車両とドライバーに対する管理方法
8月28日	全国人民代表大会常務委員会	中華人民共和國道路法（第2回改正）
8月30日	財政部、国家税務総局	排ガス低汚染乗用車の消費税減免政策を見合わせることにに関する通知
9月2日	国家環境保護総局	大型自動車の第2段階排ガス基準の実施に関する公告
9月2日	財政部、国家税務総局	2004年における防災専用車両の車両購置税免除に関する通知
9月13日	財政部、国家発展和改革委員会	有料道路の管理条例

9月13日	国家環境保護総局	乗用車の生産と環境保護の共同監督管理に関する公告
9月13日	財政部、国家税務総局	農業用三輪自動車の車両購置税免除に関する通知
9月17日	財政部、国家税務総局	海馬ブランド（HMC7161）の乗用車の消費税減免に関する通知
9月17日	財政部、国家税務総局	ゴルフ、アウディとボラブランドシリーズの乗用車の消費税減免に関する通知
9月17日	財政部、国家税務総局	金旅ブランドの軽型バスの消費税減免に関する通知
9月17日	財政部、国家税務総局	フィットブランドの乗用車の消費税減免に関する通知
9月17日	財政部、国家税務総局	昌河と北闘星（ワゴン R）ブランドの軽型バスの消費税減免に関する通知
9月17日	財政部、国家税務総局	BMWブランドの乗用車の消費税減免に関する通知
9月17日	財政部、国家税務総局	獵豹（パジェロ）ブランドの軽型ジープの消費税減免に関する通知
9月17日	財政部、国家税務総局	昌河ブランドの軽型バスの消費税減免に関する通知
9月20日	財政部、国家発展和改革委員会、交通部	三輪自動車に対する料金徴収免除などの問題に関する通知
9月23日	商務部	ブランド自動車販売の管理方法（ドラフト）
9月23日	商務部、国家発展和改革委員会、国家工商行政管理総局、国家税務総局	中古車の流通管理方法（ドラフト）
9月27日	国家税務総局	中国第一汽車集团公司の企業所得税の納入問題に関する通知
9月29日	国家質量監督検査検疫総局、交通部	「危険化学品タンク車の専門検査実施に関する通知」の関連説明の通知
10月13日	国家税務総局	道路・内河の貨物運送業に関する税金徴収管理の規定
10月25日	国家税務総局、交通部、人事部、財政部、中央機構編制委員会弁公室	車両購置税の人的資產業務への移行に関する通知
11月2日	国家発展和改革委員会	車両識別番号の管理方法（試行）
11月12日	国務院弁公庁	タクシー業の規則管理を一層強化するための関連問題の通知
12月27日	建設部	都市タクシーに必要な3つの認証を統一する通知
12月31日	交通部	中華人民共和国の機動車運転教習の教学大綱に関する通知
2005年 1月10日	国家環境保護総局	機動車の廃車の法律適用問題に関する回答
1月31日	国家環境保護総局	機動車の排ガス汚染物検査機関の技術規則に関する通知
2月6日	国家税務総局	車両購置税の最低税率価格に関する通知
2月17日	国家工商行政管理総局、国家発展和改革委員会	ブランド乗用車販売企業リストに関する通知

2月23日	商務部	2003～2004年における中古車の廃車と新規購入への資金助成の実施状況に関する通知
2月28日	海関総署、国家發展和改革委員会、財政部、交通部	実車特徴を構成する自動車部品の輸入管理弁法
3月2日	商務部、国家發展和改革委員会、国家工商行政管理総局	ブランド自動車販売の管理実施方法の改正状況
3月2日	商務部、国家發展和改革委員会、国家工商行政管理総局	ブランド自動車販売の管理実施方法（全文）
3月2日	交通部、公安局、国家發展和改革委員会	2005年の全国過積載規制要点に関する通知
3月2日	交通部、公安局、国家發展和改革委員会	2005年の全国過積載規制要点
3月14日	国家環境保護総局	捷高の大型ディーゼル車の使用を停止し、そして簡易・過負荷の減速測定装置に対して測定を行なう通知
3月18日	国家税務総局	国内で運送業経営活動を行なうマカオ企業の営業税問題に関する回答
3月22日	建設部	都市公共バス・電車の旅客運送の管理方法
3月28日	海関総署	実車特徴を構成する自動車部品の査定規則
3月29日	国家税務総局	車両購置税の政策と徴収管理の関連問題に関する補足通知
4月4日	国家認証認可監督管理委員会	機動車の安全と技術監査機構による検査・認証の関連問題に関する通知
4月6日	商務部	廃車の解体・回収の情報統計に関する通知
4月7日	財政部、商務部	財政部 商務部公告（2005年第3号）2005年における中古車の廃車と買い換えへの補助金の注意事項に関する公告
4月13日	交通部	国際道路運送に関する管理規定
4月15日	国家發展和改革委員会	123項目の自動車業基準を廃止する公告
4月15日	国家發展和改革委員会	2005年における自動車産業の基準制定計画
4月22日	国家税務総局	「企業が株主のために自家用車を購入する際、個人所得税が徴収される」問題に関する回答
4月22日	国家環境保護総局	「北汽福田汽車股フェン公司」などの自動車メーカー3社の21車種が排ガス基準に満たしたことに關する通知
4月22日	交通部	貨物運送自動車と自動車運送用列車の推薦車種に関する規則
5月11日	国家税務総局	機動車税金徴収の管理強化問題に関する通知
5月13日	最高人民檢察院	「最高人民檢察院は檢察員の違法運轉を嚴禁するための4つの規定」
5月17日	交通部	一層道路運送を發展させるための若干の政策（ドラフト）
5月19日	国家税務総局	車両購置税の納入状況に対して検査を行なう通知
5月26日	交通部	2005年における農村道路工事の実施に関する意見

6月1日	国务院弁公庁	車両の過積載違反への管理強化に関する通知
6月5日	交通部	国際道路運送に関する管理規定
6月10日	交通部	道路工事設計の変更に関する管理方法
6月16日	交通部	道路貨物運送とステーションに関する管理規定
6月20日	交通部	道路建設市場に関する管理方法
7月5日	国家環境保護総局	捷高の大型ディーゼル車の使用を停止し、そして簡易かつ過負荷の減速測定装置に対して測定を行なう通知
7月5日	交通部	道路工事設計の変更に関する管理方法
7月5日	国家環境保護総局	大型自動車およびそのエンジンの製造と環境保護の監督管理に関する公告
7月6日	国家環境保護総局	7月1日より実施する8つの自動車・オートバイ環境保護基準
7月11日	交通部	機動車整備業に関する管理規定（ドラフト）
7月15日	交通部	道路旅客運送とステーションに関する管理規定
7月20日	交通部	自動車整備業の基準：大型バスの車体修理に関する技術条件
7月21日	国家認証認可監督管理委員会	機動車の車内アクセサリ製品に対する強制認証実施規則
7月21日	国家認証認可監督管理委員会	機動車のクラクション製品に対する強制認証実施規則
7月21日	国家認証認可監督管理委員会	機動車の制御フレキシブルチューブ製品に対する強制認証実施規則
7月21日	国家認証認可監督管理委員会	自動車の窓ガラス洗浄器製品に対する強制認証実施規則
7月21日	国家認証認可監督管理委員会	自動車のバックミラー製品に対する強制認証実施規則
7月21日	国家認証認可監督管理委員会	自動車のドアロックおよびドア関連製品に対する強制認証実施規則
7月22日	交通部	自動車修理管理規定
7月25日	国家認証認可監督管理委員会	自動車の燃料タンク製品に対する強制認証実施規則
7月25日	国家認証認可監督管理委員会	自動車の外部照明と光信号装置製品に対する強制認証実施規則
7月25日	国家認証認可監督管理委員会	自動車の座席とヘッドレスト製品に対する強制認証実施規則
8月11日	国家發展和改革委員会	国家認定の企業技術センターに関する管理方法
8月15日	商務部	商務部令（2005年16号）自動車貿易政策
8月22日	商務部	自動車の総販売代理及びブランド販売店の資質条件評価に関する施行細則（ドラフト）
8月22日	国家發展和改革委員会	9項の自動車新基準の公布
8月30日	国家質量監督検験検疫総局、国家標準化管理委員会	自動車の燃料消費量の限定値
9月1日	商務部、公安部、国家工商行政管理総局、国家稅務総局	商務部、公安部、国家工商行政管理総局、国家稅務総局令2005年第2号「中古車流通管理方法」

9月5日	国家税務総局	ガソリン、ディーゼル消費税の管理方法（試行）に関する通知
9月14日	国家工商行政管理総局	ブランド自動車販売企業の審査手順に関する市場規則管理司の規定
10月9日	国家発展和改革委員会	業界基準制定の管理方法
10月21日	国家発展和改革委員会、交通部	農村道路改造工事の管理方法に関する通知
11月4日	国家税務総局	車両購置税関連の「固定装置を取り付けている免税車両のパフレット」に関する通知
11月10日	国家発展和改革委員会	自動車製品外部標識管理方法
11月11日	国家環境保護総局	「ガソリン車の排ガス測量機械とコンピュータソフトウェア技術の制御要求」など4つの環境保護標準に関する意見募集の通知
11月18日	国家発展和改革委員会	自動車ファン式空気清浄器の技術条件の編制説明
11月23日	商務部、国家発展和改革委員会、国家工商行政管理総局、国家税務総局	「ブランド自動車販売管理の実施方法」「中古車の流通管理方法」の実施を貫徹することに関する意見
11月25日	国家税務総局	車両購置税の徴収管理方法
12月15日	国家税務総局	車両購置税における機関変更後の財務問題に関する通知
12月19日	公安部	交通警察の道路での勤務・法律執行規則
12月22日	交通部	「過積載の測定検問地点の全国規則化プロジェクトを実験的に実施する方案」に関する通知
2006年 2月7日	国家安全生産監督管理総局	水路、陸路の危険化学品運輸管理を一層強化することに関する通知
2月8日	交通部	自動車運転者に対する訓練に関する管理規定(2006年 第2号)
2月15日	国家発展和改革委員会	自動車製品リサイクル技術政策(2006年 第9号公告)
2月22日	—	自動車の総販売店とブランド販売店の資質条件を評価する実施細則
2月27日	—	農村道路建設の管理方法(2006年 第3号)
3月17日	—	自動車安全技術検査機構に関する管理規定
3月29日	—	自動車交通事故責任強制保険条例(全文)
4月5日	商務部	商務部公告(2006年 第22号)「中古車取引規則」
4月17日	財政部、商務部	2006年老旧自動車を廃車・更新する際の補助資金発給に関する事項
4月30日	—	「新車汚染物排出検査機構の管理方法」に関する通知
5月10日	国家発展和改革委員会	三輪自動車、低速トラックの管理規則に関する事項の通知
5月24日	—	「ダンピング輸出行為に対する調査と処罰規定(暫定)」(改訂ドラフト)意見募集
5月24日	財政部、国家発展和改革委員会	タクシー料金徴収を一層整理・粛正することに関する通知
5月29日	—	オートバイ生産企業に対して新車登録登記における安全技術検査の免除を実施する方法(2006年 第30号公告)

6月15日	国务院関税税則委員会	自動車などの商品関税率の調整と関連協定税率、特恵税率を実施することに関する通知
6月20日	—	道路工事施工の監理、入札募集、入札参加の管理方法(2006年 第5号)
6月20日	—	道路建設の監督管理方法(2006年 第6号)
6月23日	交通部	「ICカードの道路運輸証への応用技術規則」など交通業界基準 13項目と「RI水分密度計」など交通部門計量検定規則 4項目の公布と「自動車旅客ターミナルの衛生基準」など交通業界基準 60項目の廃止に関する通知
6月23日	—	自動車交通事故責任強制保険業務における単独計算の管理方法
8月21日	—	外国投資者による国内企業買収に関する規定
10月8日	商務部	「自動車強制廃棄基準に関する規定(意見募集稿)」に対する公開意見募集
12月7日	商務部	商務部令(2006年 第23号)「石油製品市場の管理方法」公布
12月7日	商務部	商務部令(2006年 第24号)「原油市場の管理方法」公布
12月12日	公安部	パトカー管理規定(公安部令 第89号)
12月20日	公安部	臨時入国自動車と運転者に対する管理規定(公安部令 第90号)
12月20日	海関総署	海関総署公告(2006年 第64号)「自動車部品の税関申告標準化に関する問題」
12月22日	—	交通法規の制定手順に関する規定
12月27日	国家發展和改革委員会	自動車産業の構造調整に関する意見の通知
2007年 1月8日	—	自動車運転免許の申請と使用に関する規定
1月15日	商務部	「商務分野におけるブランド評定・保護方法」(試行)発行に関する通知
1月16日	—	「自動車修理企業の品質面での信用を考課する方法(試行)」発行に関する通知
1月29日	—	中華人民共和國車船税暫定条例
2月12日	国家税務総局、財政部、中国人民銀行	車両購置税徴収に関する問題の通知
2月27日	交通部	「道路輸送管理業務規範(意見募集稿)」に対する公開意見募集に関する公文書
2月28日	商務部、国家發展和改革委員会、海関総署、国家質量監督検験検疫総局、国家認証認可監督管理委員会	自動車輸出許可証取得条件を満たす企業のリスト
3月1日	海関総署	一時出入国貨物管理方法
3月2日	海関総署	輸出入貨物商品分類管理規定
3月6日	国家發展和改革委員会	「新エネルギー自動車生産参入許可管理規則(意見募集稿)」に対する公開意見募集に関する公告
3月8日	交通部	道路養路费徴収管理業務のさらなる規範化に関する通知
3月16日	全国人民代表大会常務委員会	中華人民共和國物権法

3月16日	全国人民代表大会常務委員会	中華人民共和國企業所得税法
3月20日	国家税務総局	中国企業による海外投資に対する税金徴収サービス・管理業務を確実に遂行することに関する意見
3月20日	国家發展和改革委員会	ベンチャー・キャピタルに対する優遇税制政策実施業務を財政・税務部門と協力して確実に遂行することに関する通知
3月22日	商務部	原油経営企業指導ハンドブック
3月23日	商務部	石油製品経営企業指導ハンドブック
3月27日	国家工商行政管理総局	ブランド自動車販売企業登録業務の確実な遂行に関する通知
3月27日	交通部	道路輸送従業者就業資格証の作成・配布方法の公布に関する通知
3月27日	商務部	再生資源回収管理方法
4月11日	國務院法制弁公室	「都市公共交通条例(草案)(意見募集稿)」に対する公開意見募集に関する通知
4月19日	国家發展和改革委員会、科学技術部	国家認定企業技術センター管理方法
4月29日	中国保險監督管理委員会	自動車交通事故責任強制保険の保険証券を修正することに関する通知
4月29日	国家發展和改革委員会	産業構造調整の推進を加速し、高エネルギー消費業界の盲目的再拡張を抑制することに関する緊急通知
5月8日	交通部	「第22期高級バスカテゴリー区分・等級評定表」公布に関する通知
5月11日	国家環境保護総局	「主要汚染物質排出低減プロジェクトの中央財政専用資金管理暫定方法」公布に関する通知
5月20日	商務部、海関総署	2007年自動輸出許可目録の調整
5月23日	國務院弁公庁	「省エネルギー・環境汚染物質排出低減総合活動計画」公布に関する通知
5月25日	交通部	業務用バスのカテゴリー区分・等級評定管理業務の強化に関する通知
5月29日	全国治理車両超限超載領導小組弁公室	過積載取り締まり業務の関連文書に対する公開意見募集に関する公文書
5月30日	国家發展和改革委員会	海外投資プロジェクト登録証明に関する通知
5月31日	財政部、商務部	2007年老朽化自動車の廃棄・更新に対する補助金給付に関する事項
6月1日	交通部、国家發展和改革委員会	「地方での車両登録行為を取り締まる活動を全国展開するための実施計画」公布に関する通知
6月4日	海関総署	「減免税貨物の後続管理における税関申告書記入要求」公布について
6月8日	商務部	3社の企業に石油製品卸売り経営資格を与えることの公告
6月8日	中国保險監督管理委員会	自動車交通事故責任強制保険業務の原価管理を強化することに関する通知
6月14日	国家發展和改革委員会	「2007年業界標準改正、制定計画」公布に関する通知
6月20日	国家環境保護総局	国家環境保護標準技術管理業務の強化に関する通知
6月22日	建設部	タクシー業界の管理を規範化するための取り締まり活動をさらに確実に遂行することに関する通知

6月25日	中国保険監督管理委員会	自動車交通事故責任強制保険に少数民族の言語で書かれた条項の使用を推奨することに関する通知
6月26日	国家環境保護総局	「国家自動車排ガス標準第2段階・第3段階の排ガス基準値に適合する新車とエンジンの型式」公布に関する公告
6月29日	全国人民代表大会常務委員会	中華人民共和国労働契約法
6月29日	交通部	「道路・橋梁補修管理業務制度」公布に関する通知
6月29日	国家發展和改革委員会	輸送専用自動車の構造調整促進に関連する問題に関する通知
7月5日	科学技術部	「国家級モデル生産力促進センターの認定・管理方法」公布に関する通知
7月6日	財政部、科学技術部	「科学技術型中小企業ベンチャー・キャピタル誘導基金管理暫定方法」公布に関する通知
7月11日	国家發展和改革委員会	「5つの整頓」と「3つの強化」活動措置の実行徹底に関する意見、車両生産企業・製品公告管理のさらなる強化に関する通知
7月12日	労働和社会保障部	「労働契約法」の徹底した実施を着実に遂行することに関する通知
7月12日	交通部	「第23期高級バスカテゴリー区分・等級評定表」公布に関する通知
7月13日	交通部	「道路輸送ターミナル全体企画制定方法」公布に関する通知
7月14日	国家發展和改革委員会	機械業界クリーン生産評価指標体系（試行）
7月20日	財政部、国家税務総局	「車船税暫定条例」関連業務の実行徹底に関する通知
7月23日	交通部	「2007年交通標準化計画」伝達に関する通知
7月23日	国家發展和改革委員会	中華人民共和国国家發展改革委員会令
7月28日	商務部	企業に原油、石油製品の経営資格を与えることの公告
7月30日	国務院弁公庁	「省エネルギー製品政府強制調達制度」構築に関する通知
7月31日	国家税務総局	「輸出税還付率データベース」調整に関する通知
8月13日	財政部、国家發展和改革委員会	産業技術研究開発資金を用いてベンチャー・キャピタル投資プロジェクトを試行する際の申請・管理に関する業務についての通知
8月13日	国家環境保護総局	重汚染業界の生産経営会社による上場あるいは再融資申請に対する環境アセスメント業務をさらに規範化することに関する通知
8月14日	国家税務総局	保険機構による車船税の納税代行に関連する問題についての通知
8月28日	国家發展和改革委員会	「省エネルギー・環境汚染物質排出低減全国行動実施計画」公布に関する通知
8月28日	国家環境保護総局	省エネルギー・環境汚染物質排出低減投資プロジェクトに対する環境アセスメント審査作業のスピードアップに関する通知
8月30日	交通部	「交通部傘下の行政事業単位における政府調達管理方法」公布に関する通知

8月30日	国家税務総局	「企業所得税の算出・徴収に用いる課税所得率」調整に関する通知
8月31日	国家発展和改革委員会	「再生可能エネルギー中長期発展計画」公布に関する通知
9月14日	交通部	交通業界標準「自動車省エネルギー製品使用技術条件」公布に関する公告
9月14日	交通部	「全国道路輸送業務会議資料」公布に関する通知
9月20日	国家発展和改革委員会	国家発展和改革委員会 2007 年第 58 号公告
9月30日	国家環境保護総局	国家環境保護業界標準「廃プラスチック回収・再生利用・汚染抑制技術規範（試行）」公布に関する公告
10月1日	海関総署	広州・香港地区で香港に行き来する道路車両に対して快速通関改革を実施することに関する公告
10月8日	商務部、国家環境保護総局	輸出企業に対する環境面での監督・管理強化に関する通知
10月8日	国家発展和改革委員会	機械、軽工業、石油天然ガス業界標準 290 件の連番、名称、適用開始日
10月13日	交通部	「第 24 期高級バスカテゴリー区分・等級評定表」公布に関する通知
10月16日	国家環境保護総局	「国家自動車排ガス標準第 2 段階（第 65 期）・第 3 段階（第 22 期）の排ガス基準値に適合する新車とエンジンの型式」公布に関する公告
10月17日	国家発展和改革委員会	車両識別番号管理現場審査実施方法（試行）
10月17日	国家発展和改革委員会	新エネルギー自動車生産参入許可管理規則
10月18日	交通部	「全国における車両過積載持続的取り締まりの実施意見」公布に関する通知
10月22日	海関総署	広州、香港、マカオを往来する道路貨物輸送車両に関連する事項
10月22日	商務部	非国営貿易企業の 2008 年原油、石油製品輸入許可量、分配根拠、申請手続き
10月23日	国家発展和改革委員会	立ち遅れた生産能力の移転・流動を厳格に禁止することに関する通知
10月23日	商務部	中国輸入禁止・制限技術目録(改正後)
10月24日	中国国家認証認可監督管理委員会	「自動車技術性能検査機構資質認定審査の補足要求」公布に関する通知
10月28日	全国人民代表大会常務委員会	中華人民共和國省エネルギー法
10月31日	国家発展和改革委員会、商務部	外商投資産業指導目録（2007 年改正）
10月31日	国家発展和改革委員会、商務部	外商投資産業指導目録（2007 年改正）
11月5日	労働和社会保障部	就業サービス・就業管理規定
11月13日	国家発展和改革委員会	「産業集積発展の促進に対する若干の意見」公布に関する通知
11月14日	交通部	交通規則 47 件の廃止に関する決定
11月17日	國務院	「省エネルギー・環境汚染物質排出低減統計モニタリング・評定実施計画・方法」認可に関する通知

11月17日	国務院弁公庁	新規着工プロジェクトの管理を強化・規範化することに関する通知
11月20日	商務部	企業に原油、石油製品の経営資格を与えることの公告
11月22日	全国治理車両超限超載 領導小組弁公室	「李盛霖氏らによる 2007 年全国車両過積載取り締まり活動テレビ・電話会議での講話」公布に関する通知
11月27日	国家發展和改革委員会	中小企業の省エネルギー・環境汚染物質低減活動を確実に遂行することに関する通知
11月30日	国家環境保護総局	「主要汚染物質総量低減計算細則（試行）」公布に関する通知
11月30日	中国保険監督管理委員会	自動車交通事故責任強制保険ラベルの作成に関連する問題についての通知
12月5日	商務部	石油製品市場モニタリング活動のさらなる強化に関する通知
12月6日	国務院	中華人民共和国企業所得税法実施条例
12月7日	国家發展和改革委員会	「産業構造調整指導目録（2007年版）」（意見募集稿）に対する公開意見募集に関する公文書
12月14日	国務院	従業員年次有給休暇条例
12月14日	国務院関税税則委員会	2008年関税実施計画に関する通知
12月26日	国務院新聞弁公室	中国のエネルギー状況と政策
12月26日	国務院	過渡期における企業所得税優遇政策の実施に関する通知
12月27日	交通部	「2007年度車両購置税によるインフラ建設の財務報告」作成・報告に関する通知
12月29日	全国人民代表大会常務 委員会	中華人民共和国労働争議調停仲裁法
12月29日	交通部	2007年度以前の車両購置税支出予算の消費実績照合と残金繰越・申告業務を確実に遂行することに関する通知
12月29日	交通部	現代交通業の発展を加速させることに関する若干の意見
12月29日	交通部	自動車メンテナンス・修理技術スタッフの就業資格研修に対する技術要求など交通業界標準 13 件と交通部門計量検査規程の公布、ならびに噴射式自動車外部洗車機など交通業界標準 2 件の廃止に関する公告
2008年 1月3日	中国銀行業監督管理委員会	オートローンリスクの注意事項に関する通知
1月10日	中国保険監督管理委員会	自動車交通事故責任強制保険の管理に関連する業務を強化することに関する通知
1月11日	中国保険監督管理委員会	自動車第三者責任商業保険の保険料率調整業務を確実に遂行するための関連要求に関する緊急通知
1月15日	国家環境保護総局	「国家自動車排ガス標準第2段階（第68期）・第3段階（第25期）・第4段階（第1期）の排ガス基準値に適合する新車とエンジンの型式」公布に関する公告
1月15日	国家環境保護総局	「自動車用ガソリン有害物質抑制標準」施行に関連する問題についての公告

1月23日	国家發展和改革委員会	機械、軽工業、紡織、鉄冶金、非鉄金属、化学工業、建材、石油化学、石油、電力、自動車業界標準436件の連番と名称の廃止公告
1月24日	中国銀行業監督管理委員会	自動車金融会社管理方法
1月30日	国家稅務總局	企業所得稅の事前納付問題に関する通知
2月2日	財政部、国家稅務總局	一部石油製品の消費稅政策調整に関する通知
2月4日	国家環境保護總局	關於發布達到国家機動車排放標準第二階段（第六十九批）、第三階段（第二十六批）和第四階段（第二批）排放限值的新生產機動車型和發動機型的公告
2月15日	国家發展和改革委員会	車兩製品檢查作業監督管理規定
2月25日	国家發展和改革委員会	車兩製品同一型式判定技術条件
2月25日	国有資產監督管理委員会	国有資產監督管理委員会文書
2月26日	財政部	鉍山用大型ダンプカーおよびその基幹部品と原材料の輸入稅收政策調整に関する通知
2月27日	国家稅務總局	外商投資企業と外国企業に対するいくつかの優遇稅制政策を廢止した後の関連事項處理に関する通知
2月29日	商務部、国家發展和改革委員会、海關總署、国家質量監督檢驗檢疫總局、国家認證認可監督管理委員会	2008年度オートバイ、全地形型車兩、非道路用二輪車の輸出資質を保有する生産企業および生産企業から輸出権を委託された輸出經營企業のリスト
2月29日	国家發展和改革委員会	2008年第15期国家認定企業技術センターの申請手配に関する通知
3月2日	国家發展和改革委員会	自動車リビルトパーツモデルプロジェクトの展開手配に関する通知
3月3日	国家發展和改革委員会、商務部	民營石油製品企業の經營に關連する問題に関する通知
3月4日	海關總署	一部石油製品の消費稅政策調整について
3月6日	商務部	2008年全国外商投資誘致活動の指導的意見について
3月10日	商務部	国内流通分野における現代物流發展加速に関する指導意見
3月11日	環境保護部	「大型車用ガソリンエンジンおよび自動車の排氣ガスに含まれる汚染物質の排出基準値と測定方法（中国3、4段階）」の公布について
3月11日	環境保護部	国家自動車排ガス標準に適合する新車とエンジンの型式公布に関する公告
3月18日	国家發展和改革委員会、商務部	自動車完成車工場出荷合格証管理のさらなる強化に関する通知
3月28日	海關總署	中華人民共和國稅關出入国輸送手段積荷明細書管理方法
3月31日	海關總署	中華人民共和國稅關保稅檢証方法
4月1日	國務院	2008年重点活動の公布に関する通知
4月7日	商務部、海關總署、国家質量監督檢驗檢疫總局	機電製品輸入管理方法
4月7日	商務部、海關總署	機電製品輸入自動許可實施方法
4月8日	財政部	石油製品輸入稅の問題に関する通知

4月15日	環境保護部	国家環境保護標準「石油貯蔵庫、ガソリンスタンド大気汚染防止プロジェクトの検収検査技術規範」公布に関する公告
4月18日	交通運輸部	交通業界標準「旅客輸送用バスの燃費基準値と測定方法」公布に関する公告
4月19日	環境保護部	国家自動車排ガス標準に適合する新車とエンジンの型式公布に関する公告
4月23日	商務部	農村市場への軽油供給確保活動のさらなる強化に関する緊急通知
4月23日	環境保護部	「環境保護部業務規則」発行に関する通知
4月30日	財政部、商務部	2008年老朽化した自動車の廃棄・更新補助金給付範囲と基準
5月6日	環境保護部	「自動車用圧縮着火式、ガス燃料火花点火式エンジンおよび自動車の排気ガスに含まれる汚染物質の排出基準値と測定方法（中国3、4、5段階）（修正案）」（意見募集稿）に対する公開意見募集に関する公文書
5月8日	国家税務総局	車船使用税徴収管理の若干の問題に関する通知
5月13日	環境保護部	国家自動車排ガス標準に適合する新車とエンジンの型式公布に関する公告
5月16日	商務部	民族貿易の発展加速に関する指導意見
5月21日	国家税務総局	バン型トラック改造車の消費税徴収に関する問題に対する回答
5月22日	国家発展と改革委員会	2008年国家工程研究センター革新能力建設プロジェクト申請手配依頼に関する通知
5月26日	商務部、海関総署	商務部、海関総署2003年第36号公告の廃止
5月27日	公安部	改正後の「自動車登記規定」
5月28日	国家安全生産監督管理総局、公安部、交通運輸部、農業部	トラクター、低速トラック、オート三輪の荷台に人を乗せる違法行為に対する取り締まり活動のさらなる強化に関する通知
6月3日	財政部、国家税務総局	一部植物油の輸出税還付取り消しに関する通知
6月5日	国務院	国家知的財産権戦略綱要の発行に関する通知
6月5日	交通運輸部	交通業界標準「業務用トラックの燃費基準値と測定方法」公布に関する公告
6月7日	商務部	貨物輸出許可証管理方法
6月10日	商務部、国家発展と改革委員会、海関総署	潤滑油、ベースオイル、潤滑油脂の輸出金額クォータ管理を廃止する公告
6月13日	環境保護部	国家自動車排ガス標準に適合する新車とエンジンの型式公布に関する公告
6月20日	交通運輸部	「第27期高級バスカテゴリー区分・等級評定表」公布に関する通知
6月21日	国家発展と改革委員会、監察部	石油製品と電力価格の調整が及ぼす連鎖反応を厳格に抑制し、市場価格の基本的安定を維持する件に関する通知
6月24日	環境保護部	「自動車用圧縮着火式、ガス燃料火花点火式エンジンおよび自動車の排気ガスに含まれる汚染物質の排出基準値と測定方法（中国3、4、5段階）」（GB17691-2005）の改正案公布に関する公告

6月24日	環境保護部	「自動車用圧縮着火式、ガス燃料火花点火式エンジンおよび車載式故障診断（OBD）システム技術要求」など国家環境保護標準3件の公布に関する公告
6月25日	国家發展和改革委員会、財政部	臨時入国自動車のナンバープレート手続き費用標準および関連問題に関する通知
6月26日	環境保護部	国家自動車排ガス標準第3段階基準値の実施に関連する問題に関する通知
6月27日	国家發展和改革委員会、財政部、交通運輸部	石油製品の価格調整が交通運輸業界に及ぼす影響を緩和し、連鎖反応を厳格に抑制する件に関する通知
7月3日	財政部、環境保護部	環境ラベル製品政府調達リストの調整に関する通知
7月7日	交通運輸部	道路養路費納付証明書の管理業務強化に関する通知
27月16日	交通運輸部	道路、水路交通における「中華人民共和国省エネルギー法」の実施方法
7月23日	環境保護部	第1期規格を満たす自動車用ガソリン清浄剤の公布に関する公告
7月23日	環境保護部	国家自動車排ガス標準に適合する新車とエンジンの型式公布に関する公告
7月29日	交通運輸部	「自動車用ATメンテナンス・修理汎用技術条件」など交通業界標準12件と交通部門計量検定規程の公布に関する公告
8月1日	国務院	燃料・電力節約活動のさらなる強化に関する通知
8月1日	商務部	「使用済み自動車補助金資金給付通知書」の受領に関する通知
8月1日	商務部、国家發展和改革委員会、海関総署、国家質量監督検験検疫総局、国家認証認可監督管理委員会	「商務部、国家發展和改革委員会、海関総署、国家質量監督検験検疫総局、国家認証認可監督管理委員会2008年第50号公告」の転送に関する通知
8月1日	財政部、国家税務総局	乗用車消費税政策の調整に関する通知
8月4日	国家發展和改革委員会	石炭液化油（CTL）プロジェクトの管理強化に関連する問題に関する通知
8月5日	環境保護部	国家自動車排ガス標準に適合する新車とエンジンの型式公布に関する公告
8月6日	財政部	中外合作経営企業において外国側パートナーが期限満了前に投資を引き上げる場合の関連問題に関する通知
8月7日	環境保護部	オートバイと軽オートバイの国家第3段階排ガス・燃料蒸発標準実施に関する公告
8月11日	商務部	「国際貨物運輸代理業管理規定実施細則」に対する公開意見募集
8月11日	財政部、国家税務総局	一部乗用車の輸入段階における消費税を調整する件に関する通知
8月16日	公安部	「自動車登記業務規範」発行に関する通知
8月17日	公安部	道路交通事故処理手続き規定
8月20日	財政部、国家税務総局、国家發展和改革委員会	「資源総合利用企業所得税優遇リスト（2008年版）」公布に関する通知
8月20日	交通運輸部、国家發展和改革委員会、財政部	有料道路権益譲渡方法

8月22日	商務部	2009年非国営貿易企業の石油製品輸入許可量申請条件、分配依拠および申請手続き
8月25日	国家發展和改革委員会、科学技術部、工業和信息化部、財政部、住房和城郷建設部、交通運輸部、商務部、国家稅務総局、国家質量監督檢驗檢疫総局、國務院機関事務管理局、國務院法制弁公室	「中華人民共和国省エネルギー法」の実施徹底に関する通知
8月29日	中央人民政府	中華人民共和国循環型經濟促進法
8月29日	国家稅務総局	「小型自動車消費稅納稅申告表」の関連内容調整に関する通知
8月29日	交通運輸部	「道路輸送ドライバー誠実度評定方法（試行）」発行に関する通知
9月1日	国家稅務総局	「環境ラベル製品政府調達リストの調整に関する通知」の転送に関する通知
9月2日	海関総署	「外商投資プロジェクト免稅対象外輸入商品リスト」などのリストに掲載された商品の稅番号調整について
9月3日	國務院安全生産委員会弁公室	道路旅客輸送企業の安全生産に対する管理業務のさらなる強化に関する通知
9月8日	國務院関稅稅則委員会	中国-ニュージーランド自由貿易協定稅率の実施に関する通知
9月12日	商務部、財政部	2008年機電・ハイテク製品輸出入構造高度化プロジェクト資金申請業務の着実な遂行に関する通知
9月16日	国家稅務総局	「輸出商品稅還付率文庫（2008年9月18日版）」伝達に関する通知
9月17日	環境保護部	国家自動車排ガス標準に適合する新車とエンジンの型式公布に関する公告
9月18日	国家質量監督檢驗檢疫総局	「品質監督檢查免除製品管理弁法」廃止に関する決定
9月18日	國務院	中華人民共和国労働契約法實施条例
9月22日	国家質量監督檢驗檢疫総局	企業と製品に関連する有名ブランドコンテストを直接実施しない件に関する公告
9月23日	中国保險監督管理委員会	自動車交通事故責任強制保險賠償請求処理サービス品質のさらなる改善に関する通知
9月26日	国家發展和改革委員会、科学技術部、財政部、海関総署、国家稅務総局	第15期国家認定企業（集団）技術センターおよび支センターリスト
9月26日	環境保護部	「国家先進汚染防止技術モデルリスト」（2008年度）と「国家發展奨励環境保護技術リスト」（2008年度）の発行に関する通知
9月27日	環境保護部	「中国環境ラベル使用管理方法」公布に関する公告
10月15日	国家發展和改革委員会	政府制定價格公聽方法
10月17日	國務院弁公庁	監察部などの部門が発行した「行政審査・認可制度改革意見の深掘り推進に関する通知」の転送

10月20日	交通運輸部	道路輸送車両の燃費測定・参入管理暫定方法（意見募集稿）
10月20日	商務部	2007年老朽化自動車廃棄・更新補助金資金実施状況と2008年補助資金申請の速やかな提出に関する通知
10月24日	環境保護部	国家自動車排ガス標準に適合する新車とエンジンの型式公布に関する公告
10月31日	財政部、海関総署、国家税務総局	国境貿易の発展促進に関連する財政・税務政策に関する通知
11月4日	国家工商行政管理総局	ブランド自動車販売企業リストの公布に関する通知
11月7日	商務部	「使用済み自動車回収・解体企業技術規範」の周知徹底活動の着実な遂行に関する通知
11月7日	交通運輸部	道路輸送業界交通事故統計報告制度の公布に関する通知
11月17日	工業和信息化部	道路自動車車両生産企業・製品公告管理と登録・登記業務のさらなる強化に関する通知
11月20日	環境保護部	国家自動車排ガス標準に適合する新車とエンジンの型式公布に関する公告
11月24日	財政部	内需拡大・経済成長促進政策の実行と資金管理・監督の着実な遂行に関する通知
11月27日	科学技術部、財政部、国家税務総局	2008年ハイテク企業認定管理業務の真剣かつ着実な遂行に関する通知
12月1日	国家税務総局	企業所得税の減税・免税管理問題に関する通知
12月3日	国家質量監督検査検疫総局	検査・検疫無申告制度適用企業リストの公布に関する公告
12月5日	国家発展和改革委員会、財政部、交通運輸部、国家税務総局	石油製品価格・税费改革方案（意見募集稿）
12月5日	商務部	商務部、工業和信息化部、海関総署、国家質量監督検査検疫総局、国家認証認可監督管理委員会が公告を予定している「2009年度自動車輸出許可証取得条件を満たす企業リスト」の公示
12月8日	国務院弁公庁	当面、金融面から経済発展促進を図る件に関する若干の意見
12月9日	財政部、国家税務総局	再生資源増値税政策に関する通知
12月9日	財政部、国家税務総局	資源総合利用とその他製品の増値税政策に関する通知
12月9日	財政部、国家発展和改革委員会、海関総署、国家税務総局	財政部、国家発展和改革委員会、海関総署、国家税務総局公告2008年第39号
12月9日	国家発展和改革委員会	2009年企業技術センター革新能力建設専用プロジェクトの実施手配に関する通知
12月10日	国家税務総局	「企業研究開発費用税引き前控除管理方法（試行）」発行に関する通知
12月11日	国家認証認可監督管理委員会	強制性製品認証検査免除処理手続きの調整に関する公告
12月15日	国務院弁公庁	国家発展和改革委員会などの部門が発行した「自主革新成果の産業化促進に関する若干の政策」の転送に関する通知

12月15日	國務院関税税則委員会	2009年関税実施方案に関する通知
12月15日	国家税務総局	自動車販売統一領収書税務管理システムに関連する業務の推進に関する緊急通知
12月15日	交通運輸部	2008年度車両購置税インフラ整備プロジェクト財務決算の作成・報告に関する通知
12月17日	國務院弁公庁	中央予算単位 2009-2010年政府集中調達リストと基準の発行に関する通知
12月18日	財政部、国家税務総局	中華人民共和国消費税暫定条例実施細則 第51号
12月18日	財政部、国家税務総局	中華人民共和国営業税暫定条例実施細則 第52号
12月18日	財政部、国家税務総局	中華人民共和国増値税暫定条例実施細則 第50号
12月18日	国家発展和改革委員会	石油製品価格の引き下げに関する通知
12月18日	國務院	石油製品価格・税費改革の実施に関する通知
12月19日	財政部、国家税務総局	石油製品消費税率の引き上げに関する通知
12月19日	財政部、国家税務総局	石油製品消費税率引き上げ後の関連石油製品消費税政策に関する通知
12月19日	財政部、国家税務総局	全国で増値税転換改革を実施する際の若干の問題に関する通知
12月22日	財政部、国家発展和改革委員会、交通運輸部、監察部、審計署	道路養路费など交通と車両に関する徴収費用項目廃止の公布に関する通知
12月23日	国家発展和改革委員会、商務部	中西部地区外商投資優勢産業リスト（2008年改訂）
12月24日	財政部、中国人民銀行、国家税務総局、交通運輸部	石油製品価格・税費改革実施に関連する予算管理問題に関する通知
12月25日	商務部	「使用済み自動車補助金資金給付通知書」の受領に関する通知
12月25日	財政部、国家税務総局	關於停止外商投資企業購買国産設備退稅政策的通知
12月27日	交通運輸部	「中華人民共和国道路管理条例」改正に関する決定
12月29日	財政部、国家税務総局	一部機電製品の輸出税還付率引き上げに関する通知
2009年 1月14日	国家発展和改革委員会	石油製品価格の引き下げに関する通知
1月14日	財政部	内需拡大・経済成長促進政策の実行と資金管理・監督のさらなる着実な遂行に関する通知
1月16日	交通運輸部	タクシー業界における道路養路费など交通と車両に関する徴収費用項目廃止の適切な実行に関する通知
1月16日	財政部、国家税務総局	排気量 1.6L 以下の乗用車の車両購置税引き下げに関する通知
1月19日	工業和信息化部、商務部	車両購置税減税政策の実行に関する通知

(出所) 中国汽車技術研究中心 (CATARC) 資料より現代文化研究所作成。

資料 5-1-2. 中国自動車産業関連政策・法規一覧—地方級（過去 5 年）

公布年月日	公布主管部門	法規名称（法令・通知）
2004年 1月1日	青海省	青海省における道路貨物運輸附加料金の徴収と利用管理方法
1月2日	天津市	天津市における貨物運送業の税金徴収政策問題に関する天津市地方税務局の補足通知
1月6日	重慶市	重慶市のタクシー運営権証書の暫定管理方法
1月15日	フフホト市	フフホト市における都市車両の洗車管理方法
2月13日	深圳市	深圳市におけるタクシー営業許可証の譲渡誓約の登記方法
3月1日	深圳市	道路旅客運送企業の経営活動に対する深圳市の監督検査方法
3月8日	重慶市	「重慶市における交通事故救急手当の実施方法（試行）」に関する重慶市公安局と衛生局の通知
3月18日	海口市	「海口市における旅客運送車両の運転手と乗務員の管理方法」など5件の政府規定の廃止に関する海口市人民政府の決定
3月26日	内モンゴル自治区	道路交通改革を一層進めることに関する内モンゴル自治区人民政府の意見
4月2日	江西省	江西省における道路通行料徴収と融資返済手形の管理方法に関する江西省交通庁と財政庁の通知
4月5日	西寧市	西寧市における機動車治安防犯の管理方法
4月19日	寧夏回族自治区	寧夏回族自治区の道路管理方法
4月28日	北京市	北京市の都市レール交通安全運営の管理方法
5月8日	深圳市	深圳経済特区における機動車排ガス汚染防止の管理方法
6月8日	湖北省武漢市	武漢市における都市公共旅客運送の交通管理条例
6月13日	北京市	手書きの「北京市タクシー専用領収書」の廃止に関する北京市地方税務局の通知
6月14日	湖北省	湖北省における機動車整備業の管理方法
6月16日	北京市	北京市住宅地区における機動車の駐車管理方法
6月18日	天津市	天津市市政局など11部門が過積載車両の取締りを実施する意見に関する通知
6月28日	吉林省	吉林省の旅客運送車両の治安管理方法
7月21日	杭州市	「杭州市における機動車洗車ステーションの管理方法」など24件の杭州市政府規定の一部条項を改定することに関する決定
7月28日	北京市	国家税務総局の「貨物運送業の若干の税収問題に関する通知」
7月30日	湖北省	湖北省のタクシー旅客運送の管理方法
8月1日	鄭州市	鄭州市における機動車整備業の管理方法
8月2日	安徽省	「安徽省の道路交通管理実施方法」などの規定の廃止に関する安徽省人民政府の決定
8月2日	貴州省	貴州省における道路交通安全違法行為に対する処罰規定
8月4日	安徽省	安徽省における都市公共旅客運送の交通管理方法
8月19日	青海省	青海省における農村道路工事の管理方法

9月2日	浙江省	「浙江省における高速道路工事主の暫定入札方法」と「浙江省における高速道路工事の入札への評価基準の暫定方法」に関する通知
9月3日	遼寧省	遼寧省における自動車用エタノールガソリンの利用と販売の規定
9月17日	雲南省	雲南省における道路インフラストラクチャーへの投資の奨励方法
9月21日	重慶市	重慶市のレール交通の安全管理方法
9月25日	青海省	青海省における道路行政の管理条例
9月25日	江西省	江西省における道路交通安全の違法行為に対する具体的な執行基準規定
10月9日	大連市	大連市における自動車排ガス汚染防止の管理方法
10月10日	洛陽市	洛陽市の道路交通安全条例
10月22日	黒龍江省	黒龍江省における自動車用エタノールガソリンの調節と販売の暫定規定
10月22日	北京市	北京市における「中華人民共和国道路交通安全法」の実施方法
10月26日	江蘇省	江蘇省の道路交通安全条例
11月3日	上海市	「『融資で造られた道路の車両通行料の上海市徴収管理方法』の第22条と第23条の適用問題の解釈」の公布に関する通知
11月17日	河南省	河南省における自動車用エタノールガソリンの管理方法
11月18日	天津市	天津市の交通秩序の整理・整頓を行なう意見に関する通知
11月22日	銀川市	銀川市の道路交通安全管理条例
11月23日	河南省	交通料金徴収管理改革に関する河南省人民政府の意見
11月27日	山西省	山西省における「中華人民共和国道路交通安全法」の実施方法
11月29日	河南省	河南省の高速道路条例
11月30日	南昌市	「南昌市における道路交通管理の若干の規定」を廃止する南昌市人民代表大会常務委員会の決定
11月30日	四川省	「四川省の道路行政管理条例」を廃止する四川省人民代表大会常務委員会の決定
12月8日	寧夏回族自治区	寧夏回族自治区における自動車運転教習の管理方法
2005年 1月4日	ハルビン市	ハルビン市における農村道路での過積載車両の管理方法
1月10日	上海市	上海市の駐車場（倉庫）管理方法
1月13日	廈門市	廈門経済特区のタクシー運営管理条例（改定）
1月13日	浙江省	浙江省の道路行政管理条例
1月19日	重慶市	「自動車販売の統一領収書」の使用に関する補足通知
1月20日	吉林省	吉林省における「中華人民共和国道路交通安全法」の実施方法
1月27日	東莞市	東莞市における自動車ナンバープレート競売の実施細則
1月28日	南京市	南京市のレール交通の安全管理方法
2月1日	南京市	南京市における旅客貨物の道路運送ステーションの管理方法

2月6日	広西壮族自治区	広西壮族自治区における農村道路の旅客運送車両への徴収税金を減免する方案に関する通知
2月8日	湖北省武漢市	武漢市の機動車ドライバーに対しての ID カード管理に関する公告
2月8日	安徽省	国務院弁公庁の「タクシー業の規則管理を一層強化するための関連問題の通知」
2月23日	上海市	上海市における公共駐車情報システムのネットワークの管理規定
2月24日	上海市	上海市における機動車道路交通事賠償責任の若干の規定
2月25日	開封市	開封市における機動車汚染防止の監督管理方法
3月2日	大連市	大連市における交通工事の品質監督の管理方法
3月10日	杭州市	融資で造られた杭州市都市道路の車両通行料徴収管理の実施細則
3月15日	湖南省	都市タクシー業の規則管理を一層強化することに関する湖南省人民政府の通知
3月23日	安徽省	安徽省における自動車用エタノールガソリンの利用を促進する暫定方法
3月23日	温州市	温州市における交通業安全生産へのリスク保証金制度に関する暫定規定
3月29日	重慶市	重慶市における道路養路費と旅客・貨物運送附加料金の徴収管理方法
3月31日	吉林省	吉林省の高速道路行政管理条例
4月27日	瀋陽市	瀋陽市の道路行政管理条例
4月27日	北京市	北京市における道路交通事故当事者責任の確認基準（試行）
4月28日	北京市	公安局、公安交通管理局「北京市道路交通事故当事者責任の確定基準（試行）」を公表することに関する公告
4月30日	南京市	南京市市政公用局など部門の「都市タクシーの車両更新に関する新たな実施意見」の通知
5月8日	福建省	「福建省タクシー業の管理強化を実施する方案」に関する福建省交通庁など9部門の通知
5月10日	南昌市	南昌市の都市バス・電車旅客運送管理条例の修正案
5月15日	南京市	都市タクシーの車両買い換え促進に関する新たな実施意見
5月25日	ウルムチ市	ウルムチ市における道路臨時駐車場の管理方法
5月29日	山西省	山西省の道路車両通行料の徴収方法
6月4日	甘肅省	甘肅省タクシー業の管理を一層強化するための関連問題の通知
6月5日	上海市	「公共交通業のサービス向上キャンペーンを実施する意見（試行）」の公布に関する上海市交通局の通知
6月13日	重慶市	重慶市における農村道路工事の品質管理方法の実施細則
6月25日	南京市	南京市の道路およびその附属施設の管理方法
7月1日	上海市	改正された「上海市のバスと電車に関する乗車規則」の公布に関する上海市交通局の通知
7月7日	浙江省	浙江省の高速道路運行管理方法
7月12日	昆明市	昆明市の都市道路管理条例
7月20日	北京市	北京市の都市道路管理方法

7月25日	上海市	改正された「上海市におけるバスと電車旅客運送の路線経営権の管理規定」と「上海市におけるバスと電車旅客運送の路線経営権の審査評議方法」の公布に関する上海市交通局の通知
8月1日	上海市	「タクシー車載自動探知システムに対する上海市の基本技術要求（試行）」の公布に関する上海市交通局の通知
8月11日	北京市	北京市における道路交通事故処理の簡易手順の規定
8月16日	寧波市	寧波市のバス旅客運送条例（草案）
8月22日	上海市	改正された「タクシーとマイクロバスに関する上海市の規定」の公布に関する上海市交通局の通知
8月23日	蘇州市	蘇州市人民代表大会常務委員会が「蘇州市の道路交通管理規定」を廃止する決定
8月23日	貴州省	貴州省における都市公共旅客運送の経営権の管理条例
8月25日	広西壮族自治区	過積載車両の取締りを一層強化することに関する広西壮族自治区人民政府弁公庁の通知
8月26日	江蘇省	タクシー業の規則管理を一層強化することに関する江蘇省政府弁公庁の通知
8月29日	泰安市	政府令第101号「泰安市の道路管理方法」
8月29日	陝西省	陝西省における「中華人民共和国道路交通安全法」実施方法
9月2日	海南省	海南省における機動車燃料附加料金の徴収管理の暫定規定
9月5日	福建省廈門市	本日より廈門市が実施する2種類の車両通行料体制
9月7日	江蘇省	10月1日より実施する「過積載運送に対する江蘇省の規制方法」
9月9日	重慶市	タクシーのルーフランプとタクシーメーターの利用に関する重慶市の暫定規程
9月12日	青海省	青海省の過積載行為への法律執行規則
9月12日	山東省	山東省交通庁が「自動車の違法改造行為の認定と処罰の新基準」を発表
9月12日	杭州市	杭州市内の機動車駐車料の徴収方法改革と整頓を実施することに関する通知
9月15日	廈門市	融資で造られた道路（国道）の車両通行料の徴収管理方法に関する廈門市の通知
9月19日	天津市	天津市の道路交通安全管理に関する若干の規定
10月12日	広東省	広東省の道路交通安全条例
10月17日	江蘇省	道路運送の過積載問題に対する江蘇省の管理方法
10月25日	浙江省	浙江省の道路運送管理条例
11月1日	石家庄市	石家庄市の「農村道路の整備と管理規定」
11月7日	安徽省	安徽省における「中華人民共和国道路交通安全法」の実施方法
11月14日	吉林省	自動車とその部品の輸出を奨励することに関する意見
11月17日	内モンゴル自治区	内モンゴル自治区における道路交通安全の違法行為処罰規定（草案）
11月18日	石家庄市	「石家庄市の道路と自動車駐車場の管理方法」の実施に関する意見

11月28日	上海市	「上海市のレール交通の安全運営管理規定」の公布に関する通知
11月29日	深圳市	深圳市の各機関が共同で不法営業活動の整頓を行なうことに関する通知
11月30日	河南省	「河南省道路交通安全条例（草案）」の審議が開始
11月30日	深圳市	環境保護局、公安局、交通警察局「グリーン環境保護分類マーク」を取得していない自動車に対して第2段階規制措置を導入に関する通告
12月6日	江門市	貨物積載車両に対する道路利用料の徴収計算方法を調整することに関する江門市の公告
12月8日	平涼市	平涼市タクシー業の規則整頓の実施意見に関する通知
12月8日	甘肅省	道路交通安全の違法行為への罰金徴収基準に関する甘肅省の規定
12月9日	江西省	道路旅客運送車両の名義借り経営を一層取り締まることに関する江西省の通知
12月12日	長沙市	長沙市の都市道路交通管理規定
12月28日	山東省	貨物運輸業務車両の外省への移転を集中的に管理することに関する通知
12月30日	上海市	上海市都市交通業の管理機関の調整事項に関する公告
2006年 1月5日	湖北省	武漢市交通委員会「道路での過積載車両の取締りを強化する意見に関する通知」
1月5日	河北省	自動車用エタノールガソリンの利用を促進する河北省の暫定規定
1月9日	安徽省	安徽省は速度超過に対して処罰新規準を施行する
1月19日	海南省	海南省にある他省のディーゼル車に対して燃料附加料金を徴収する問題の通告
1月25日	新疆ウイグル自治区	2006年1月1日より実施する新疆ウイグル自治区の「車船利用税」の新徴収基準
2月6日	広東省	広東省人民代表大会常務委員会「広東省道路交通安全条例」
2月13日	浙江省	浙江省経済貿易委員会「『中古車流通管理弁法』実施に関する問題の通知」
2月15日	上海市	「上海市タクシー・小型バス車両に関する規定」公布に関する通知
2月15日	北京市	北京市が国家第3、4ステップの自動車汚染物排出基準を一部実施することに関する公告
2月16日	上海市	「上海市中級バス類の区分および等級評定表（第5版）」公布に関する通知
2月17日	上海市	上海港湾条例
2月27日	湖州市	「湖州市中心部の地元車両通行費一括納入に関する暫定方法」公布に関する通知
3月6日	広東省	広東省自動車安全技術検査機構に対する行政認可の実施方法
3月6日	深圳市	「エコロジー車両推奨目録」公布に関する事項の通告
3月13日	山西省	山西省高速道路管理条例
3月21日	重慶市	重慶市有料道路管理に関する若干の規定
3月28日	山東省	「山東省農村道路の管理・保護方法」公布に関する通知

4月3日	六盤水市	「車両税の徴収管理に関する暫定規定」公布に関する通知
4月7日	江蘇省	江蘇省自動車修理管理条例
4月17日	江西省	自動車産業の発展支援に関する意見
4月30日	深圳市	深圳市スクールバス交通安全管理に関する暫定方法
5月12日	浙江省	浙江省「中華人民共和国道路交通安全法」の実施方法
5月16日	陝西省	陝西省商務庁による廃車解体・回収企業の経営活動の更なる規範化
5月24日	廈門市	廈門市道路交通事故時の簡易手続き・迅速処理方法
6月8日	梅州市	梅州市「一部小型自動車のナンバープレート競売に関する管理規定」公布に関する通知
6月26日	上海市	上海市不法旅客運送車両取締りに関する規定
7月4日	海南省	「海南省道路運送車両のメンテナンス管理規定」公布に関する通知
7月18日	青海省	青海省道路輸送管理条例
7月26日	無錫市	無錫市タクシー管理条例(2006年修正)
8月1日	海南省	海南省自動車輸送業用車両の総合性能に対する検査規程
8月3日	廈門市	廈門市自動車駐車場の管理方法
8月8日	海南省	海南省道路交通安全違反行為に対する処罰規定
8月11日	上海市	上海市公共バス・トロリーバス旅客業務に対する管理条例(2006年)
9月1日	瀋陽市	瀋陽市都市道路における車両管理方法
9月5日	遼寧省	遼寧省道路条例
9月25日	常州市	常州市道路観光旅客輸送に対する安全管理方法
9月29日	包頭市	包頭市都市公共バス旅客輸送条例
10月11日	淮南市	「淮南市道路行政管理方法」修正に関する決定
10月16日	湖南省	湖北省道路輸送条例
10月31日	惠州市	惠州市小型タクシー管理方法
10月31日	吉林省	吉林省道路輸送条例
11月1日	杭州	杭州市自動車運転者に対する訓練の管理条例
11月14日	寧夏回族自治区	寧夏回族自治区有料道路管理条例
11月16日	無錫市	無錫市都市道路管理条例
11月22日	山東省	山東省高速道路交通安全条例
12月6日	天津市	「天津市道路交通安全責任制規定」修正に関する決定
12月6日	上海市	上海市都市道路管理条例
12月12日	常州市	「常州市道路貨物輸送管理方法」公布に関する通知
12月26日	蕪湖市	蕪湖市オートバイ管理規定
12月26日	常州市	「常州市都市公共バス旅客輸送管理方法」公布に関する通知
2007年 1月16日	成都市	成都市オートバイ管理規定
1月29日	陝西省	陝西省道路輸送システムにおける超過積載車両の管理強化活動に対する考課方法
1月30日	新疆ウイグル 自治区ウルム チ市	ウルムチ市自動車排ガス汚染防止管理方法
2月8日	陝西省	陝西省有料道路管理方法

2月12日	福建省泉州市	「泉州市中心部の市街区道路における交通安全管理規定」公布に関する通知
3月1日	吉林省	吉林省農村道路補修・管理行政に関する若干の規定(試行)
3月30日	安徽省	安徽省道路交通安全管理規定
3月30日	貴州省貴陽市	貴陽市都市公共旅客輸送管理条例
4月4日	江西省萍鄉市	萍鄉市自動車臨時路上駐車管理方法
4月20日	陝西省商洛市	「商洛市低速トラック・三輪車交通安全管理暫定方法」公布に関する通知
4月24日	四川省	四川省道路旅客輸送管理方法
4月24日	四川省	四川省自動車メンテナンス・修理管理方法
4月24日	四川省	四川省道路貨物輸送管理方法
4月27日	重慶市	重慶市石油製品市場管理実施方法
4月30日	河北省	河北省車船税実施方法
5月16日	江蘇省常州市	「常州市の市街区におけるスクールバス管理暫定規定」公布に関する通知
5月19日	湖北省	湖北省車船税実施方法
5月24日	河北省	河北省高速道路交通安全規定
6月12日	北京市公安局 公安交通管理局	自動車交通事故快速処理方法(試行)
6月15日	陝西省交通庁	過積載輸送管理をさらに推進することに関する通告
6月20日	陝西省交通庁	過積載輸送管理のさらなる推進に関連する問題に関する緊急通知
6月29日	山東省聊城市	「聊城市タクシー旅客輸送管理方法」公布に関する通知
6月30日	山東省	山東省「中華人民共和国車船税暫定条例」実施方法
7月1日	黒龍江省大慶市	「大慶市の都市道路における過積載輸送車両走行管理暫定規定」公布に関する通知
7月4日	上海市	「上海市車船税実施方法」公布に関する通知
7月5日	青海省	青海省車船税実施方法
7月10日	四川省成都市	成都市バラセメント管理方法
7月13日	上海市城市交通管理局	「上海市道路貨物輸送ターミナル開業技術条件」公布に関する通知
7月17日	広西壮族自治区	広西壮族自治区「中華人民共和国車船税暫定条例」実施方法
7月19日	福建省経済貿易委員会	福州物供再生資源有限会社の廃車解体場臨時移転に関する回答
7月31日	貴州省遵義市	遵義市オートバイ養路费徴収管理方法
8月20日	雲南省昆明市	昆明市都市道路車両通行規定
8月27日	江蘇省南京市	南京市自動車排ガス汚染防止管理方法
9月10日	雲南省地方税務局	雲南省自動車車船税納税代行暫定方法
9月25日	甘肅省	「甘肅省車船税実施方法」公布に関する通知
10月3日	海南省	海南省「中華人民共和国車船税暫定条例」実施方法
10月8日	甘肅省蘭州市	蘭州市における借入金で建設された鉄橋の車両通行料徴収管理方法
10月17日	山東省淄博市	「淄博市スクールバス管理規定」公布に関する通知
10月24日	広東省汕頭市	汕頭市自動車鉄橋通行料徴収管理規定

11月1日	広東省交通庁	「自動車修理企業の品質信頼性評価実施細則（試行）」について
11月6日	広東省交通庁	「道路旅客輸送用バスのカテゴリー区分と等級評定（査定）作業規範」について
12月23日	広西壮族自治区	広西壮族自治区自動車用アルコール混合ガソリン管理暫定方法
2008年 2月1日	海南省商務庁	企業に石油製品小売経営資格を与える件に関する公告
2月1日	海南省商務庁	新設ガソリンスタンドの業界計画確認に関する公告
2月3日	海南省	「海南省自動車、オートバイ修理業界管理方法」など24件の規則廃止に関する決定
2月14日	河北省	河北省省エネルギー監察方法
2月26日	陝西省	道路交通安全活動を近日中にさらに強化する件に関する緊急通知
2月29日	山東省	全国「两会」期間中に北京市に入る車両と人員を厳格に規制する件に関する通知
3月11日	広東省	「広東省自動車排気ガス汚染防止実施方案」発行通知
3月13日	陝西省	関中道路環状線「法門寺」～「岐山」間1級道路における車両通行費徴収などの問題に対する回答
3月18日	浙江省杭州市	杭州市道路貨物輸送およびターミナル管理の若干の規定
3月20日	江蘇省	一部規定の廃止に関する決定
3月28日	雲南省人民代表大会常務委員会	雲南省道路交通安全条例
4月8日	寧夏回族自治区	自治区直屬機関所屬企業の独立法人化改革加速に関する通知
4月25日	山東省	省財政庁と省環境保護局が発行した「排ガス費徴収・使用管理のさらなる強化に関する意見」転送に関する通知
4月30日	吉林省通化市	通化市小型車ナンバープレート競売発給暫定方法の発行に関する通知
5月14日	国家税務総局	上海賽孚燃油發展有限公司が生産するメタノール混合ガソリンの消費税徴収に関する問題に対する回答
5月15日	甘肅省	省経済委員会などの部門が発行した「ガス自動車の改造・安全管理規定の規範化と強化に関する通知」の批准と転送
5月21日	重慶市	重慶市圧縮天然ガス車安全管理方法
7月7日	天津市	天津市国家自動車・部品輸出基地建設リーダーズグループメンバーの調整に関する通知
7月16日	海南省	海南省老朽化した自動車の廃棄・更新補助金公告
7月25日	湖北省人民代表大会常務委員会	湖北省「中華人民共和国道路交通安全法」実施方法
8月20日	河北省	車両過積載の取り締まり活動強化に関する実施意見
8月21日	湖南省財政庁、湖南省経済委員会	「湖南省自動車・建設機械産業の省内における部品調達拡大を奨励する政策の実施方法（暫定）」発行に関する通知
8月25日	湖南省	湖南省電気自動車産業發展リーダーズグループ結成に関する通知
8月27日	福建省廈門市交通委員会	公共バスに乗車する老人・身体障害者に対する優遇方法の整備に関する通告

9月5日	重慶市	企業による自主革新能力向上のための研究開発投資拡大を奨励する件に関する意見
9月3日	福建省廈門市	規則の制定と法規の草案作成手続きに関する規定
9月17日	福建省経済貿易委員会	福建省永泰県大洋ガソリンスタンドなど7社の企業の石油製品小売経営許可に関する回答
9月23日	河南省	借入金で建設した幹線道路の車両通行費の返済・使用管理比率調整に関する通知
9月28日	黒龍江省	黒龍江省自動車用圧縮天然ガス普及・応用業務連席会議制度の発行に関する通知
10月9日	重慶市財政局	市級行政事業単位の業務車両編成に対する査定に関連する問題に関する通知
10月23日	河北省	行政事業性費用徴収項目108件の廃止と徴収停止の公布に関する通知
10月29日	河北省	燃料・電力節約活動のさらなる強化に関する実施案発行の通知
11月4日	安徽省	農村道路交通安全活動の強化に関する意見
11月14日	重慶市	農村旅客輸送の発展加速に関する意見
11月18日	重慶市	自動車違法営業運行取り締まり活動の展開に関する通告
12月11日	山東省経済貿易委員会	「魯発[2008]21号文書」精神の実行徹底と自動車産業の安定的高度成長促進に関する意見
12月25日	湖南省公路運輸管理局弁公室	湖南省道路輸送車両メンテナンスサイクル暫定規定の発行に関する通知
12月25日	浙江省	石油製品価格・税費改革の実施徹底に関する意見
12月26日	河南省	石油製品価格・税費改革業務の真剣かつ着実な遂行に関する通知
12月30日	浙江省	都市部公共交通の車船使用税免除継続に関する通知

(出所) CATARC 資料より現代文化研究所作成。

2. 自動車産業の概要

資料 5-2-1. 中国における自動車の生産・販売（卸）台数
（過去 10 年。単位：千台）

年	生産台数				販売(卸)台数			
	合計	乗用車	バス	トラック	合計	乗用車	バス	トラック
1999	1830.3	565.3	508.6	756.2	1832.4	570.4	511.2	750.7
2000	2069.4	604.6	700.7	764.0	2086.3	510.1	701.2	774.9
2001	2334.4	703.5	828.5	802.3	2363.6	721.4	823.7	818.4
2002	3251.2	1090.8	1064.2	1096.1	3248.0	1126.0	1045.4	1076.6
2003	4443.6	2018.8	1195.2	1229.6	4390.8	1971.6	1207.7	1211.4
2004 *	5070.7	3283.0	271.7	1419.1	5071.6	3271.0	273.5	1427.7
2005 *	5707.6	3930.7	267.0	1453.4	5758.1	3971.1	269.1	1461.1
2006 *	7279.7	5233.0	293.6	1662.0	7215.5	5175.4	288.9	1658.5
2007 *	8882.4	6381.1	344.0	1979.2	8791.5	6297.5	349.4	1966.7
2008 *	9345.1	6737.7	337.1	2074.9	9380.5	6755.6	340.6	2090.1

（注）2004 年以降のバス・トラック台数に牽引車を含まない。

（出所）『中国自動車工業年鑑』各年版、中国自動車工業協会（CAAM）資料より
現代文化研究所作成。

資料 5-2-2. 中国地場メーカー生産台数トップ 20（過去 5 年。単位：台）

メーカー名	生産				
	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
上海汽車工業(集団)	847,526	911,748	1,253,609	1,561,167	1,721,623
第一汽車集団	993,554	984,172	1,176,814	1,464,908	1,503,994
東風汽車集団	530,061	734,716	935,898	1,154,867	1,320,455
長安汽車(集団)	582,367	621,531	713,395	877,749	855,630
北京汽車工業控股集团	538,699	585,683	682,407	706,396	771,804
広州汽車工業集団	209,720	248,822	354,243	514,012	531,101
奇瑞汽車	79,565	185,588	307,232	387,880	350,006
華晨汽車	n. a.	109,505	216,185	293,588	274,553
哈飛汽車	205,991	249,815	265,019	231,488	226,754
浙江吉利集団	91,744	149,532	207,149	216,774	220,955
安徽江淮汽車集団	131,300	155,359	175,421	209,880	207,711
比亞迪汽車	17,245	11,236	60,135	100,376	192,971
長城汽車	54,904	67,657	85,459	122,605	129,651
江西昌河汽車	104,289	115,652	136,739	112,083	107,422
中国重型汽車集団	43,955	42,066	59,610	100,202	106,377
重慶力帆汽車	1,170	7,836	7,912	24,820	82,283
陝西汽車集団	28,111	24,550	43,308	68,160	75,220
山東凱馬汽車	37,743	42,400	48,380	65,790	66,900
四川南駿汽車	n. a.	79	152	47,362	56,544
慶鈴汽車(集団)有限公司	28,090	32,284	35,725	38,603	42,821

（出所）CAAM 資料より現代文化研究所作成。

資料 5-2-3. 中国地場メーカー販売（卸）台数トップ 20（過去 5 年。単位：台）

メーカー名	販売（卸）				
	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
上海汽車工業(集団)	848,542	917,513	1,224,008	1,554,039	1,720,650
第一汽車集団	1,007,471	983,140	1,165,702	1,435,982	1,532,923
東風汽車集団	523,309	729,033	932,344	1,137,255	1,320,606
長安汽車(集団)	579,520	631,142	708,737	857,693	861,377
北京汽車工業控股集团	530,993	597,258	685,062	694,074	771,639
広州汽車工業集団	209,551	246,847	352,281	513,495	525,979
奇瑞汽車	86,568	189,158	302,478	380,817	356,093
華晨汽車	n. a.	122,646	210,214	300,518	285,242
哈飛汽車	205,115	256,025	266,835	243,079	223,802
浙江吉利集団	96,693	151,366	204,431	219,512	221,823
安徽江淮汽車集団	130,795	154,340	175,434	208,261	207,585
比亞迪汽車	17,900	11,171	60,116	100,126	170,882
長城汽車	55,091	64,569	86,042	118,917	127,310
中国重型汽車集団	45,263	44,267	60,617	100,619	112,017
江西昌河汽車	104,568	120,208	135,068	107,699	111,476
重慶力帆汽車	1,186	6,099	7,365	24,006	78,002
陝西汽車集団	29,125	25,055	42,772	68,089	75,228
山東凱馬汽車	37,570	44,446	48,750	65,140	67,600
四川南駿汽車	n. a.	96	128	47,059	55,825
慶鈴汽車(集団)有限公司	27,012	32,822	35,752	39,000	43,527

(出所) CAAM 資料より現代文化研究所作成.

資料 5-2-4. 中国乗用車メーカー生産台数トップ 10（過去 5 年。単位：台）

メーカー名(略称)	生産				
	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
上海大衆汽車(上海VW)	347,531	235,300	350,630	466,139	481,730
一汽大衆汽車(一汽VW)	287,119	246,184	346,787	489,821	480,800
一汽豐田汽車銷售(一汽トヨタ)	94,963	142,646	219,839	284,375	366,512
東風有限東風日産乗用車(東風日産)	64,197	164,766	201,251	273,880	319,455
奇瑞汽車(奇瑞汽車)	79,565	185,588	307,232	387,880	281,412
広州本田汽車(広州本田)	196,127	231,550	262,019	295,462	279,298
北京現代汽車有限公司(北京現代)	150,158	230,688	290,088	186,719	258,356
上海通用汽車(上海GM) *	251,941	331,586	414,723	488,450	439,113
浙江吉利控股集团(吉利汽車) *	90,930	148,182	206,958	216,774	220,955
長安福特馬自達汽車(長安Fordマツダ)	50,000	59,827	137,913	226,341	197,366

(注) 上海 GM に上海 GM 東岳、上海 GM 北盛を含む。吉利汽車に上海華普汽車、浙江豪情汽車を含む。

(出所) CAAM 資料より現代文化研究所作成.

資料 5-2-5. 中国乗用車メーカー販売（卸）台数トップ 10（過去 5 年。単位：台）

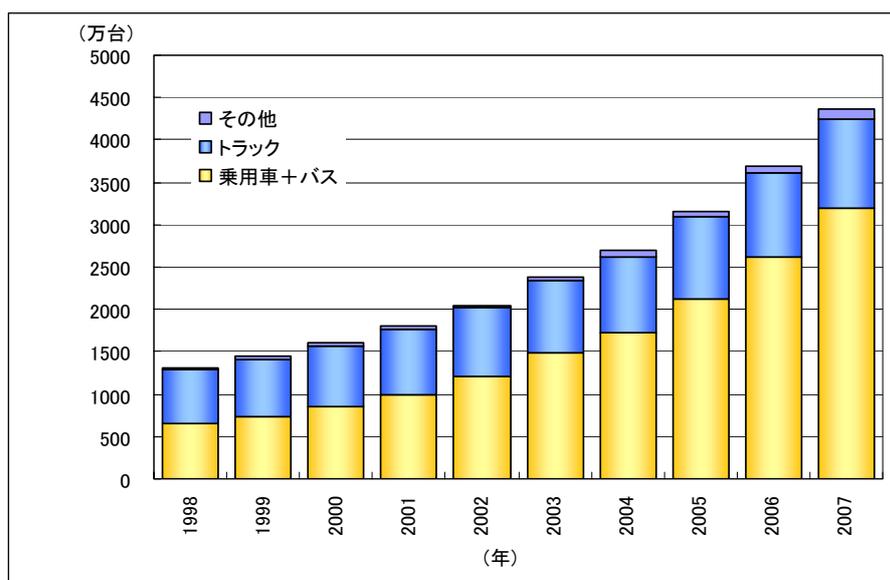
メーカー名(略称)	販売（卸）				
	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
一汽大衆汽車(一汽VW)	300,118	240,120	345,318	461,369	498,908
上海大衆汽車(上海VW)	355,006	250,006	349,088	456,424	478,059
上海通用汽車(上海GM) *	252,109	324,842	406,144	495,405	444,756
一汽豐田汽車銷售(一汽トヨタ)	88,865	147,369	219,466	282,632	347,663
東風有限東風日産乗用車(東風日産)	60,784	157,516	203,537	271,915	318,785
奇瑞汽車(奇瑞汽車)	86,568	189,158	302,478	380,817	286,569
広州本田汽車(広州本田)	202,066	230,773	260,096	295,299	277,358
北京現代汽車有限公司(北京現代)	144,090	233,668	290,011	186,408	253,298
浙江吉利控股集团(吉利汽車) *	95,831	149,869	204,331	219,512	221,823
長安福特馬自達汽車(長安Fordマツダ)	47,119	62,925	135,571	217,848	200,756

(注) 上海 GM に上海 GM 東岳、上海 GM 北盛を含む。吉利汽車に上海華普汽車、浙江豪情汽車を含む。

(出所) CAAM 資料より現代文化研究所作成。

資料 5-2-6. 中国における自動車保有の状況（過去 10 年。単位：万台）

年	総保有	乗用車+バス	トラック	その他
1998	1,319.3	654.83	627.89	36.58
1999	1,452.9	740.23	676.95	35.76
2000	1,608.9	853.73	716.32	38.86
2001	1,802.0	993.96	765.24	42.84
2002	2,053.2	1,202.37	812.22	38.58
2003	2,382.9	1,478.81	853.51	50.61
2004	2,693.7	1,735.91	893.00	64.80
2005	3,159.7	2,132.46	955.55	71.65
2006	3,697.4	2,619.57	986.30	91.49
2007	4,358.4	3,195.99	1,054.06	108.31



(出所) 『中国統計年鑑』各年版より現代文化研究所作成。

資料 5-2-6. 中国における自動車の新規登録台数・地域（過去5年。単位：台）

	合計	乗用				商用				その他		
		大型	中型	小型	微型	重型	中型	軽型	微型			
2003年	4,337,485	3,160,859	100,284	157,523	2,421,951	481,101	1,075,692	168,363	259,173	576,073	72,083	100,934
2004年	4,511,823	3,332,297	96,462	138,357	2,841,668	255,810	1,029,497	228,523	194,438	564,061	42,475	150,029
2005年	5,286,287	4,157,504	99,489	105,314	3,712,056	240,645	1,024,034	162,859	175,576	639,557	46,042	104,749
2006年	5,730,432	4,678,667	95,428	82,758	4,382,206	118,275	925,294	139,120	147,689	616,910	21,575	126,471
2007年	6,058,903	4,986,439	90,760	71,857	4,759,449	64,373	912,755	154,386	157,458	587,441	13,470	159,709
北京	406,610	394,396	4,672	2,908	386,709	107	7,792	1,055	1,588	5,149	-	4,422
天津	159,244	139,312	2,738	1,384	134,810	380	16,705	798	1,202	14,689	16	3,227
河北	54,771	45,144	603	362	42,318	1,861	6,995	1,780	713	4,382	120	2,632
山西	221,225	177,491	2,006	1,662	164,154	9,669	37,172	10,562	6,510	19,656	444	6,562
内モンゴル	59,035	44,065	663	353	41,649	1,400	12,600	4,588	717	7,062	233	2,370
遼寧	168,834	131,082	3,566	2,706	123,507	1,303	32,181	7,612	3,555	20,451	563	5,571
吉林	118,615	97,652	1,974	1,361	89,448	4,869	17,186	3,295	2,621	10,913	357	3,777
黒龍江	24,069	17,798	590	297	16,262	649	4,894	841	1,099	2,819	135	1,377
上海	200,732	182,252	5,374	5,360	171,044	474	18,480	2,821	6,059	9,563	37	-
江蘇	560,286	495,968	8,960	5,765	476,277	4,966	49,764	13,454	10,483	25,340	487	14,554
浙江	585,125	506,244	5,024	5,900	492,657	2,663	70,089	4,005	7,868	55,989	2,227	8,792
安徽	177,014	117,824	2,680	2,250	111,447	1,447	44,863	10,622	7,855	25,658	728	14,327
福建	220,629	170,350	3,725	3,614	161,739	1,272	44,135	5,827	6,408	31,285	615	6,144
江西	97,103	67,574	1,541	1,075	64,083	875	26,580	8,883	5,828	11,679	190	2,949
山東	582,441	491,795	6,318	4,842	471,490	9,145	69,600	10,876	6,785	51,297	642	21,046
河南	329,443	259,930	5,034	4,566	245,176	5,154	54,872	10,700	13,622	29,434	1,116	14,641
湖北	116,683	91,424	2,625	1,798	86,844	157	22,443	2,901	4,138	15,335	69	2,816
湖南	93,958	79,509	1,527	1,215	75,643	1,124	13,114	2,835	2,937	7,270	72	1,335
広東	837,245	714,551	11,914	7,780	693,647	1,210	108,250	7,402	9,736	89,157	1,955	14,444
広西	151,655	107,158	3,190	1,983	98,275	3,710	39,906	8,029	8,251	21,859	1,767	4,591
海南	36,386	28,913	458	406	27,956	93	6,971	619	878	5,443	31	502
重慶	117,964	83,629	2,490	2,027	78,640	472	32,495	8,639	8,733	15,121	2	1,840
四川	56,922	39,888	1,103	782	35,972	2,031	16,128	2,931	5,074	8,061	62	906
貴州	112,872	83,645	1,817	2,721	77,957	1,150	28,188	2,863	6,032	19,135	158	1,039
雲南	213,260	156,192	2,161	3,277	147,564	3,190	55,428	4,990	14,734	35,483	221	1,640
チベット	6,170	4,264	124	125	3,596	419	1,888	361	555	887	85	18
陝西	152,152	115,135	2,438	1,771	107,762	3,164	28,224	7,280	8,006	12,520	418	8,793
甘肅	67,119	48,262	1,757	1,225	45,047	233	16,739	2,675	2,995	11,042	27	2,118
青海	1,929	1,432	22	16	1,386	8	423	48	25	341	9	74
寧夏	33,722	23,380	766	366	21,832	416	7,759	2,187	478	4,997	97	2,583
新疆	95,690	70,180	2,900	1,960	64,558	762	20,891	2,907	1,973	15,424	587	4,619

(出所) 『中国統計年鑑』各年版より現代文化研究所作成。

資料 5-2-7. 中国における完成車の輸出入状況 (2008 年。単位：台、米ドル)

製品分類			輸出		輸入			
			台数 (台)	金額 (米ドル)	台数 (台)	金額 (米ドル)		
バス	ディーゼル・エンジン	座席≥30	12,100	757,454,875	6	823,734		
		20<座席<30	4,091	105,215,499	9	889,262		
		10<座席<20	4,669	57,595,536	9	801,904		
	非ディーゼル・エンジン	座席≥30	490	29,247,339	36	1,836,980		
		20<座席<30	210	3,748,794	38	1,668,727		
		10<座席<20	12,333	121,912,357	2,190	74,401,212		
空港内旅客輸送用		35	6,579,479	23	8,795,100			
合計		33,928	1,081,753,879	2,311	89,216,919			
乗用車	小型車	ガソリン・エンジン	総排気量≤1000mL	12,211	48,488,205	36	529,268	
			1000mL<総排気量≤1500mL	144,516	1,111,880,773	1,384	20,647,423	
			1500mL<総排気量≤2500mL	84,174	616,785,556	56,582	1,109,721,607	
			2500mL<総排気量≤3000mL	114	6,900,190	39,450	1,755,434,726	
			総排気量>3000mL	214	9,512,902	57,005	3,467,177,948	
			計	241,316	1,795,005,137	154,521	6,356,035,182	
	四輪駆動 SUV車	ガソリン・エンジン	1000mL<総排気量≤1500mL	-	-	1,402	12,519,692	
			1500mL<総排気量≤2500mL	22,785	234,764,765	50,225	1,006,881,240	
			2500ml<総排気量≤3000mL	45	679,846	49,171	1,451,574,667	
			総排気量>3000mL	28	1,297,932	111,336	4,588,823,894	
			計	24,438	257,262,583	215,062	7,120,636,990	
			ディーゼル・エンジン	1500mL<総排気量≤2500mL	10	289,649	2,229	39,721,054
	1500mL<総排気量≤2500mL	1,570		20,230,391	699	21,116,443		
	総排気量>2500mL	-		-	-	-		
	計	1,580		20,519,040	708	21,332,497		
	小型バス (9座席およびそれ以下)	ガソリン・エンジン		1000mL<総排気量≤1500mL	19,633	92,008,547	4	65,364
				1500mL<総排気量≤2500mL	17,476	186,686,578	18,976	322,760,351
			2500mL<総排気量≤3000mL	9	207,458	317	6,201,755	
			総排気量>3000mL	-	-	4,966	184,988,217	
			計	37,118	384,702,583	20,267	513,314,327	
			ディーゼル・エンジン	総排気量≤1500mL	1	4,969	-	-
	1500mL<総排気量≤2500mL	268		2,637,443	28	996,640		
	1500mL<総排気量≤2500mL	3,136		38,739,551	383	8,281,598		
	総排気量>2500mL	-		-	-	-		
計	40,523	320,284,546		24,674	523,293,925			
その他	ガソリン・エンジン	総排気量≤1000mL		0	0	2	61,244	
		1000mL<総排気量≤1500mL	752	4,327,750	-	-		
		1500mL<総排気量≤2500mL	5,714	59,247,922	1,077	22,056,673		
		2500mL<総排気量≤3000mL	9	245,173	1	34,903		
		総排気量>3000mL	4	155,309	56	1,715,217		
		計	6,479	50,836,031	64	22,812,834		
ディーゼル・エンジン	総排気量≤1500mL	4	34,200	10	194,865			
	1500mL<総排気量≤2500mL	89	868,784	2	112,086			
	1500mL<総排気量≤2500mL	491	5,350,311	8	679,873			
	総排気量>2500mL	-	-	-	-			
	計	7,063	70,229,449	1,156	24,854,861			
	上記に属さない乗用車分類		5,253	16,392,248	386	7,768,897		
合計		318,593	2,459,173,963	395,799	14,032,589,855			
トラック	ディーゼル・エンジン	車両総重量 (GVW) ≤5t	100,981	743,922,587	253	9,456,758		
		5t<GVW≤14t	38,048	440,800,592	418	14,559,449		
		14t<GVW≤20t	4,172	137,834,217	289	11,202,186		
		GVW>20t	36,165	1,482,794,920	6,461	472,342,674		
		計	180,366	1,765,350,316	7,361	25,991,067		
	ガソリン・エンジン	GVW≤5t	78,149	366,951,932	1,268	35,873,434		
		5t<GVW≤8t	15	182,126	10	418,400		
		GVW>8t	272	1,429,444	6	513,487		
		計	78,436	368,563,499	1,284	36,805,321		
		重ダンプトラック(公道以外走行車)	電気式トラック	636	3,840,985	72	143,258,772	
その他	12,170	533,095,891	131	29,265,778				
セミトレーラ専用公道走行牽引車	17,012	602,099,597	1,249	87,385,460				
上記に属さない貨物運搬用車両	100	2,841,012	14	9,248,969				
合計		287,720	4,315,793,303	10,171	813,525,367			
特殊車両	クレーン車	移動式クレーン車	最大起重量≤50t	927	99,121,702	2	1,094,458	
			50t<最大起重量≤100t	100	15,661,259	3	2,504,738	
			最大起重量>100t	7	6,676,385	32	60,816,915	
			計	1,034	121,459,346	37	1,701,211	
	ラフテレル・クレーン車	最大起重量≤50t	3,862	507,521,371	4	1,005,983		
		50t<最大起重量≤100t	1,147	315,414,822	-	-		
		最大起重量>100t	45	20,103,668	-	-		
		計	5,054	823,039,861	4	1,005,983		
	消防車	梯子車	その他	3	982,218	7	5,890,334	
			計	3	982,218	7	5,890,334	
		その他	その他	138	14,809,908	54	27,514,060	
			計	138	14,809,908	54	27,514,060	
		電源車	航空用電源車	129	4,847,725	5	206,500	
			その他	61	3,361,380	-	-	
		穴掘建柱車	コンクリート・ミキサー車	91	23,280,762	13	17,571,327	
			コンクリート・ミキサー車	3,263	188,416,929	1	50,057	
			無線通信車	32	1,185,972	-	-	
			放射線作業車	-	-	1	683,250	
			環境測定車	3	125,514	-	-	
			医療車	251	3,234,587	88	5,187,771	
飛行機給油用タンクローリー、保温車、散水除雪車			101	5,073,889	25	8,350,407		
道路除雪車			1	3,900	29	13,644,344		
石油探掘車、圧砕車、混合処理車			22	8,156,071	48	50,713,499		
その他			4,181	384,351,580	186	85,174,103		
合計	14,364		1,602,329,642	498	280,407,746			
自動車用シャーシ	トラック用シャーシ		総重量≥14t	231	7,454,679	526	12,890,898	
		総重量<14t	5,042	27,893,393	11	336,846		
	30座席以上バス用シャーシ	2,121	37,556,428	447	34,012,164			
	重ダンプトラック用シャーシ	12	975,299	-	-			
	ラフテレル・クレーン車用シャーシ	490	18,839,531	-	-			
	その他	18,507	78,136,165	6	107,200			
合計	26,403	170,855,495	990	47,347,108				
自動車合計		681,008	9,629,906,282	409,769	15,263,086,995			

(出所) CAAM 資料より現代文化研究所作成。

研究体制

<メンバー>

株式会社現代文化研究所	第一研究本部	主任研究員	呉保寧
	第二研究本部	主任研究員	廖静南
	第一研究本部	主事研究員	八杉理