

# 進展する自動車産業の海外生産と空洞化の展望

大道 康則\*

## 1. 自動車需給の動向

### 1.1 長期不況を脱する自動車産業

#### 1.1.1 回復する国内販売

90年代に入って、自動車産業は初めて経験する長期不況に直面した。国内販売は90年の778万台をピークに減少を続け、92年に696万台、そして93年には647万台と3年間で130万台の販売減少に陥った。バブル経済の崩壊によって、実質所得の減少、逆資産効果などで個人消費は冷え込み、国内需要は3年間にわたり大幅な低迷をみせ、自動車産業は初めて長期間の不況を経験した。

しかし、94年後半に、国内販売はようやく上向きに転じ、需要低迷に歯止めがかかった。国内販売は94年6月以降回復基調を続け、94年に653万台と前年比0.9%の増加を記録し、3年振りに前年を上回り、回復のテンポは緩やかなものの何とか底入れした。

需要回復の背景は、第一に所得税減税による個人消費の拡大、第二に買い控えの長期化による更新需要の増大、第三に価格戦略の転換、第四に過積載規制や短期排ガス規制強化によるトラックの駆け込み需要の増大である。

95年に入っても、国内販売は好調を続けている。東京モーターショーの開催年で相次いだ新車投入効果、買い控えの長期化で膨らんでいた買い替え需要の顕在化で、国内販売は687万台で前年比5.2%増となり、非常に高い伸びを回復している(表1)。

ただ、国内市場は普及水準も欧州並みで成熟段階に達しており、今後は循環型に移行するものとみられる。

表1 自動車の国内販売推移

	1990	1991	1992	1993	1994	1995
	(単位:千台)					
乗用車	5,103	4,868	4,454	4,199	4,210	4,444
普通車	468	664	713	684	688	889
小型車	3,839	3,364	2,966	2,743	2,712	2,654
軽四輪車	796	840	774	772	810	900
トラック	2,650	2,633	2,483	2,249	2,299	2,404
普通車	194	187	147	122	147	177
小型車	1,450	1,506	1,485	1,319	1,347	1,411
軽四輪車	1,006	939	851	808	805	815
バス	25	24	22	19	18	17
合計	7,778	7,525	6,959	6,467	6,527	6,867

出所: 日本自動車販売協会連合会

#### 1.1.2 変化する需要構造

長期不況を経た国内市場回復の過程で、自動車の需要構造は大きな変化をみせている。90年代に一段と買い替え需要に依存した構造を強めているが、その中でRV車が需要回復を牽引している。RV車はバブル期にオフロード車を中心に新たな市場を形成してきたが、続いてワンボックス、ワゴン・タイプの需要が拡大し、94年で130万台を越えており、2,000CC以上の普通車の市場規模を上回るまでになっている。

これに対して、小型車は依然として乗用車需要の圧倒的なウェイトを占めているが、90年代に低迷している。小型車は従来エントリーカー、ファミリーカーとしての性格を強くもっていたが、最近軽自動車分野でスズキ「ワゴンR」、三菱自工「パジェロ・ミニ」、ダイハツ「ムーブ」が高価格であるにもかかわらず、若者に人気があり新規需要をリードする役割を担っている。また、ファミリーカーとしては、ワンボックス、ワゴン・タイプが居住性、運転性能など機能面を重視して、小型車に代わって需要を拡大している。このため、小型車需要は国内需要が回復する過程でも低迷を続けている。

バブル崩壊後、自動車ユーザーも価格重視の消費行動を取るとみられていた。このため、自動車メーカーは小型車のフルモデルチェンジに際して、低価格車、軽装備車を投入したが、販売不振のケースが多い。

すでに、魅力ある商品、個性的な商品であれば、多少価格が高くても購入するようになってきており、これにともなって需要構造は大きく変わってきたといえる。

#### 1.1.3 急増する輸入車

国内市場が回復傾向をみせているが、その中で輸入車の好調な販売が目立っている。輸入車市場はバブル期に高級車を中心に拡大し、90年には22.4万台に達したが、バブル経済崩壊で91年、92年と低迷した。

しかし、93年後半以降再び増勢をみせており、94年には30.1万台(前年比49.6%増)と史上最高を記録した。95年も輸入車販売は好調で、38.8万台(前年比28.8%増)に達した(表2)。この結果、輸入車の国内市場に占めるシェアは94年の4.6%から95年には5.7%に上昇しており、乗用車市場のシェアは10%に達している。

\* 長銀総合研究所(〒100 東京都千代田区大手町1-2-4)

表2 わが国における輸入車販売台数の推移

	(単位:台)					
	1990	1991	1992	1993	1994	1995
普通乗用車	112,010	107,228	104,584	120,197	195,206	257,441
小型乗用車	109,696	89,956	76,833	74,893	80,955	104,824
普通トラック				5,307	10,369	19,999
小型トラック	2,191	2,696	3,173	1,066	14,832	5,885
バス	26	42	25	18	29	13
合計	223,923	199,922	184,615	201,481	301,391	388,162

出所：日本自動車工業会「自動車統計年報、月報」より作成

最近の輸入車の急増は、販売価格の引き下げ、投入車種の強化、販売網の拡充・強化などによるものである。欧米メーカーが日本市場へのアクセスを活発化させており、販売網を拡充したり、円高を背景に販売価格の引き下げを行っている。また、従来的高级車を主体にした車種戦略から量販分野を狙ったコンパクト車を投入し、販売攻勢をかけている。とくに、ビッグスリーの対日戦略の強化が目立っている。実際、クライスラー、フォードは94年に2~3倍の増加をみせ、それぞれ1.4万台および1.1万台の販売規模に達した。さらに95年にはそれぞれ1.4万台の販売を記録している。

しかし、最近目立っているのは、逆輸入車の急増である。ビッグスリーの対日戦略の強化で純輸入車も増大しているが、日本メーカーの逆輸入車を日本市場へ投入するケースが急増している。とくに、本田車の逆輸入が目立っており、95年に5.1万台と米国車の40%強を占めている。逆輸入車は米国、欧州（日産のスペイン）を中心に増大しており、94年に7万台、95年には10.7万台に拡大している。

今後、外国メーカーは対日戦略を一段と強化しようとしており、投入車種の増大、販売拠点の増強を図っており、輸入車販売は増加することになるだろう。

## 1・2 拡大する需給ギャップ

### 1・2・1 減少を続ける自動車輸出

日本の自動車産業の成長を支えてきた輸出は80年代後半から低迷を続けている。完成車輸出は85年の673万台をピークに減少傾向にあり、90年代に入ってもこの傾向は持続している。90年に583万台、そして94年には446万台に減少しており、95年には遂に400万台を切って379万台に落ち込んでいる。

80年代後半に円高による輸出採算の悪化、海外生産の拡大などを反映して、完成車輸出は減少の一途をたどった。しかも、90年代に入って円高局面が一段と強まり、93年以降に超円高時代を迎えて、自動車メーカーは競争力の低下、輸出採算の悪化で海外生産を一段と強めている。とくに、主要各社は対米市場戦略を輸出から現地生産に転換するケースが多くなっており、完成車輸出の減少に拍車をかけている。

95年後半には100円台の円安傾向にあるが、海外生産の強化、為替変動への対応で完成車輸出が増加に転じる可能性は殆どないだろう。

### 1・2・2 期待できない量的拡大

自動車生産は90年の1,350万台をピークに減少を続けており、92年に1,250万台、94年に1,055万台、95年には1,020万台と5年間に330万台も落ち込んだ。これは国内販売の不振と輸出の低迷によるものである。

国内市場は別項でみたように90年以降減少傾向にあり、94年には底入れし、95年に5%程度の伸びをみせたものの、輸入車の増大で国内生産への寄与は余り出ていない。しかも、国内市場は成熟段階に達しており、今後は循環型に移

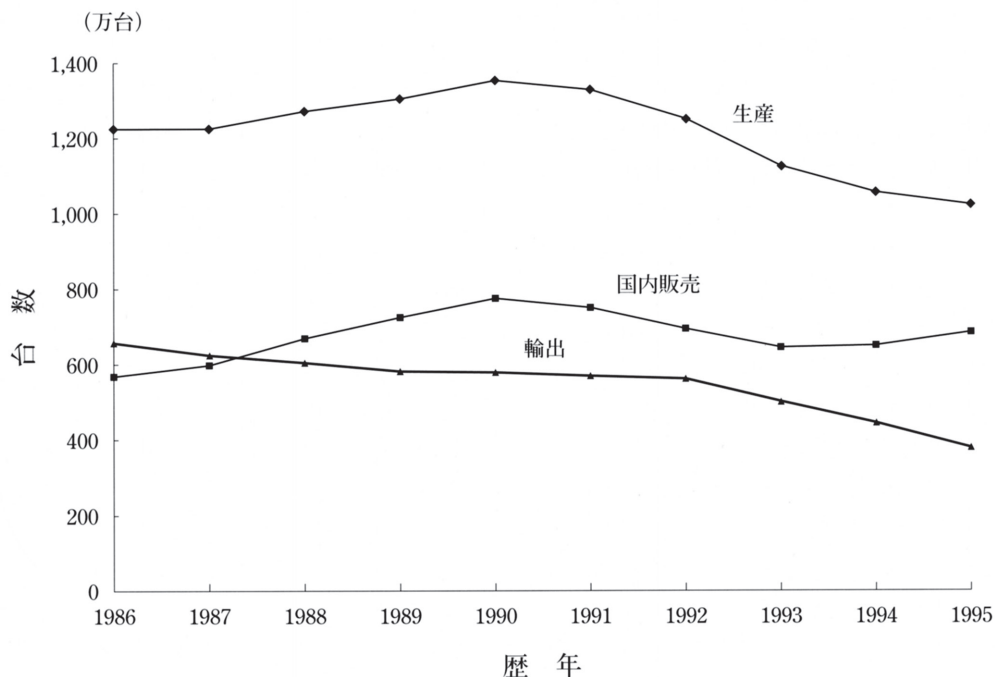


図1 自動車需給の推移



行するものと予想され、右肩上がりの成長は見込めない。また、完成車輸出は85年をピークに減少傾向を続けており、海外生産の拡大で大幅な国内生産に対して大きなマイナス効果を与えている。

このため、国内生産は大きな成長を期待できないであろう。94年の国内生産は1,055万台でピーク時に比べて300万台も減少しており、95年には1,020万台とさらに減少している(図1)。

一方、バブル期に増強した生産能力は1,450万台に達した。長期不況の中で自動車各社は生産調整を図っており、生産ラインの停止、工場閉鎖などで生産能力は縮小しているが、依然として1,400万台弱の水準にとどまっている。

現在、需給ギャップは300万台に達しており、今後はさらに拡大する可能性もある。自動車各社は委託生産の中止、生産ラインの停止などで生産調整を図っているが、大幅な設備過剰であり、新たな生産体制の改編を迫られよう。

## 2. 加速する海外生産

### 2・1 増強の続く北米現地生産

#### 2・1・1 軌道に乗る北米事業

日米自動車摩擦による乗用車の対米輸出自主規制の実施への対応で日本の自動車メーカーは80年代半に相次いで米国、カナダへ進出した。すでに、80年代初頭に本田技研、日産が米国で生産を開始していたが、その後トヨタ(GMと合併、単独)、マツダ(単独)、三菱自工(クライスラーと合併)、富士重工業はいずれも合併で米国現地生産を開始、スズキはGMと合併でカナダに進出した。

北米事業は本格的な立ち上げ段階で米国市場の不振期に直面し、低操業を余儀なくされた。しかし、93年以降の市場回復を背景に日本メーカーの現地事業は軌道に乗りはじめた。しかも、折からの超円高で輸出採算の悪化、競争力の低下に陥ったため、各社は完成車輸出から現地生産にシフトする事業展開を推進し、北米現地生産は本格化した。

すでに、小型車、小型高級車は輸出から現地生産に切り替えている。トヨタは「カローラ」、「カムリ」、日産は「サニー」、「ブルーバード」、本田技研は「シビック」、「アコード」を全面的に現地生産にシフトしている。また、トヨタは95年に年産10万台の米国第3工場を建設することを発表し、小型商用車の生産を行うことにしている。

北米における現地生産能力は94年末で300万台近くに達している。すでに、本田技研がメキシコで新工場(年産2万台)、トヨタが米国第3工場の建設を発表しているが、トヨタ、日産、本田技研が米国、カナダの生産能力の増強を計画しており、北米事業は一段と強化されることになる。

さらに、NAFTA(北米自由貿易協定)の実施にともなう、現地調達率の引き上げを図るため、エンジン生産の強化、トランスミッションの現地生産も開始される計画であ

り、調達率は一段と高まる。しかも、日本をはじめ、韓国、台湾への完成車輸出を北米工場から行っており、今後は欧州への輸出も検討している。今後は輸出代替としての現地生産の拡大だけでなく、国際的な生産、販売というグローバル展開の中で北米拠点が位置付けられることになる。

#### 2・1・2 本格化する欧州現地生産

一方、欧州では、80年代後半に日産がイギリス、スペインで、90年代に欧州市場統合へ対応する目的でトヨタ、本田技研が生産を開始した。また、スズキがハンガリーで、三菱自工がオランダで現地生産を開始しており、欧州生産も90年代に本格化している。

日産は欧州進出が最も早く、スペインで商用車メーカーを買収するとともに、イギリスで86年から乗用車の生産を開始しており、現在生産能力は年産30万台に達している。現地化も進展しており、欧州現地生産では先駆的な役割を果たしている。しかし、スペインの現地事業は軌道に乗っていないこともあって、RV車「ミストラル」を逆輸入して稼働率を高めようとしている。

トヨタ、本田技研はそれぞれ年産10万台の工場を新設し、92年末から乗用車の現地生産、エンジン生産を開始している。2000年には年産20万台に増強する計画であり、欧州事業の強化を図ろうとしている。また、三菱自工はスウェーデンのボルボ社と合併で「ネザーランド・カー」を設立、ボルボ社のオランダ工場を活用して、95年5月に生産を開始した。生産能力は年産10万台でスタートしたが、年産15万台に増強し、今後逆輸入も検討している。

このように主要メーカーは欧州現地生産を本格化させており、今後一層強化されることになる。

#### 2・1・3 強化されるアジア戦略

最近、最も強化されているのはアジア戦略である。アジア市場は急成長を続けており、この新たな成長市場を狙って日本メーカーは生産増強、新規参入を図っている。とくに、アセアン、中国戦略の強化が活発化している。アセアンの自動車市場は100万台を越える規模に達しており、中国市場も成長段階を迎えている。

日本メーカーはアセアン市場では圧倒的な市場シェアを確保しており、市場拡大に対応した現地供給力の増大のために、工場の新増設を活発化させて、生産能力の拡大を図っている。また、乗用車需要の増大に対応して、日本メーカーは低価格のアジア専用車を投入、モータリゼーションを牽引することによって、アセアン市場を確保しようとしている。

本田技研は「シビック」をベースにした新型セダンを開発、95年末からタイとフィリピンで生産開始している。トヨタは「ターセル」ベースの小型車を投入、すでに台湾で生産を行うとともに、タイ、インドネシア、フィリピンで生産する。また、日産はADバン、三菱自工、マツダはピックアップをアジア専用車として投入する。

さらに、日本メーカーは巨大市場として期待される中国で乗用車の生産を計画しており、アジアにおける事業展開には著しいものがある。当面、アセアン、中国の現地事業を中心に海外展開が進展することは間違いない。

### 3. 空洞化の展望

#### 3.1 海外生産の見通し

##### 3.1.1 一段と強まる海外生産

自動車各社は為替変動への対応のために、海外市場への供給に対しては一層現地生産を強化する方向にある。長銀総合研究所の推計では、海外生産は94年の486万台から99年には689万台に増大し、5年間で203万台拡大するものとみられる（表3）。海外生産比率は94年の31.5%から99年に39.4%に上昇する。

表3 日系完成車メーカーの国内・海外生産、生産比率の見通し

	生産台数(万台)		生産比率(%)	
	1994年実績	99年予測	94年実績	99年予測
国内	1,055.3	1,060.0	68.5	60.6
海外	486.4	689.0	31.5	39.4
北米	277.1	334.0	18.0	19.1
欧州	56.6	106.0	3.7	6.1
アジア・太平洋	138.8	235.0	9.0	13.4
その他	14.0	14.0	0.9	0.8
国内+海外	1,541.7	1,749.0	100.0	100.0

出所：長銀総合研究所「進展する自動車産業のリロケーション」総研調査38（95年7月）

地域別にみると、北米が277万台から334万台、欧州が56.6万台から106万台、アジア・太平洋が138.8万台から235万台に拡大し、アジア・太平洋では約100万台の増加が見込まれる。これに対して、北米、欧州は各々50万台前後の増大であり、急成長市場であるアジアにおける現地事業の進展が目立つ。

欧米先進国では、小型車、小型高級車を中心に現地生産を強化してきたが、北米では今後高級車、RV社が輸出から切り替えられ追加的に現地生産されることも予想される。欧州では輸出採算が悪化してきたため、小型車の生産追加が強まろう。

一方、アジアでは、小規模であるが小型車、小型高級車、高級車、ピックアップトラックなど多様な車種が生産が行われてきた。今後は、生産増強を図っているアセアン市場がモータリゼーションを迎えることになり、日本メーカーは低価格の小型乗用車、バンなどアジア専用車の生産を増大させることになろう。

##### 3.1.2 国内生産の展望

国内生産は99年で1,060万台とみており、94年とほぼ同水準を維持しよう。国内需要については新規需要は低調であるが、バブル期の大量需要の根強い買い替えが期待されるため、99年に755万台と見込まれる。しかし、完成車輸出はアジアで増大する余地はあるものの、欧米で輸出代替

的な現地生産が拡大するため、94年に比較して約100万台の減少と推計している。また、輸入車が増大していくため、輸出の減少とともに、国内生産への縮小圧力になる。このような自動車需給から99年に1,060万台と見込まれるが、最近逆輸入を拡大する傾向が強まっており、やや下方に動くことも予想される。生産車種では、フルライン生産はほぼ維持されるものの、ピックアップ、小型車の生産が一部中止されるケースも出てこよう。

#### 3.2 国内への影響

海外生産が今後5年間に200万台増加することを前提に、国内の自動車産業、部品産業への影響、つまり空洞化がどの程度現れるかみてみよう。

##### 3.2.1 海外生産増加による影響

完成車の海外生産の増加によって、以下4つの効果という形で国内生産に影響を与える。

- ・輸出代替効果（海外生産の増加で日本からの完成車、部品輸出が減少する効果）
- ・部品輸出誘発効果（現地で調達できない部品の日本からの輸出が増加する効果）
- ・逆輸入効果（海外子会社からの輸入が国内生産を代替する効果）
- ・輸入転換効果（輸出代替、逆輸入による国内生産の減少が海外からの部品輸入を減らす効果）

このうち輸出代替効果、逆輸入効果は国内生産を減少させるが、部品輸出誘発効果は生産増加に寄与するため、完成車、部品の生産減少は5年間で1兆2,200億円、1年でみた限界的な生産減少は2,400億円になる（表4）。これは完成車と部品を合わせた自動車産業の年間出荷額43兆5,000億円の0.55%にすぎないため、国内生産への影響はそれほど大きいものとはいえない。

この試算結果では、アジアの現地生産増加が国内生産減少に大きな影響を与えることになる。これはアジアにおける現地生産増加が大きいことを反映したものであるが、これで国内生産水準の引き下げ、つまり空洞化を招来することに直接的に結びつくわけではない。アジアでの現地生産増加は市場拡大への対応であり、現地生産が行われなかった場合に発生する国内生産を押し下げる効果を示しており、いわば機会損失の概念である。

しかし、この試算以上に国内生産を減少させることもある。それは部品輸出誘発効果の期間が限定されること、部品メーカーの海外進出による影響を算出していないことである。現地部品調達の引き上げは容易ではないが、日本の部品メーカーの進出が活発化しており、現地部品メーカーのレベルアップなどにより、部品輸出誘発効果は数年間に限られることも予想され、試算より小さくなる可能性もある。また、完成車メーカーの海外生産の増強に伴って、完成車メーカーに直接納入する一次部品メーカーの海外進出も目立っており、国内部品生産の減少が見込まれるが、こ



これは試算に含まれていない。一次部品メーカーの海外進出によって、二次、三次部品メーカーをはじめとした部品産業、関連産業への影響も出てくることになり、下位メーカーほどその影響は大きいものと想定される。

### 3・2・2 迫られる新たな事業展開

自動車メーカーの海外生産増大による影響は国内生産への減少効果だけでなく、増大効果も期待できるため、短期間で空洞化が進展することにはならない。しかし、国内生産減少が起こることは間違いなく、軽微であるがその影響は現れてくる。そのため、完成車メーカー、部品メーカーは新たな事業展開を図ることが必要になる。

完成車メーカーは国内の過剰設備調整を図った生産体制の改編を進めるとともに、一層の原価低減、設計・開発コスト削減を推進することが必要である。また、部品メーカーは部品共通化によるコスト削減の徹底、非自動車部門への進出による経営基盤の強化を図ることが重要になる。それとともに、体力のある部品メーカーは独自に海外展開を進展し、国際分業体制を構築する戦略展開が必要になる。

注：本稿は1995年7月11日に大阪で開催された山陽特殊製鋼の技術講演会で発表したものを基調に、取りまとめたものである。

表4 海外生産の拡大が国内生産に与える影響

総効果	単位：百万円		
	完成車	部品	合計
北米	-173,311	-28,040	-201,351
欧州	-162,154	-94,184	-256,338
アジア	-544,105	-218,891	-762,996
合計	-879,570	-341,115	-1,220,685
輸出代替			
北米	-156,016	-140,060	-296,076
欧州	-147,853	-132,732	-280,585
アジア	-543,473	-487,870	-1,031,343
合計	-847,342	-760,662	-1,608,004
逆輸入			
北米	-17,295	-15,526	-32,821
欧州	-14,301	-12,838	-27,139
アジア	-632	-568	-1,200
合計	-32,228	-28,932	-61,160
部品輸出誘発			
北米	-	124,331	124,331
欧州	-	48,378	48,378
アジア	-	259,453	259,453
合計	-	432,162	432,162
輸入転換効果			
北米	-	3,215	3,215
欧州	-	3,008	3,008
アジア	-	10,094	10,094
合計	-	16,317	16,317

出所：長銀総合研究所「進展する自動車産業のリロケーション」総研調査38（95年7月）

