

中国の自動車産業について

宇都宮大学 大学院国際学研究科 修士課程

カルジャ

1. 自動車産業政策経歴

中国の自動車産業は、自動車の生産という視点で見ると、1950年代の東風からスタートしたと言える。しかしながら、1976年の改革開放までの長い間にかけては軍用トラックの生産に偏り、国内市場の内需と技術の遅れでほぼ自動車産業は停滞していた。この時期の生産状況を上野¹ (1999) によると、中国における自動車生産の主力はトラックであり、乗用車生産比率は少なく10%程度であると述べている。そのため、市場を意識した生産を本格的に始めたのは、改革開放の数年後やそれよりもっと遅かったという見方もあり、この二つの議論がある。

改革開放以降の中国自動車産業発展の経歴を以下の三つの段階に分けて見るができる。

第一段階は、外資導入の初期段階1978～1993は大型トラック生産の偏りから軽自動車への生産に転換した時期となる。

外資導入のよって合併企業が誕生し、ある程度の技術移転や自動車関連部品企業の進出も立地という乗用車生産の基盤ができた。この時の中国も、同時期の東南アジアと同じく完成車に対しては高率関税をかけるなどの自国の自動車産業を保護する政策や外資出資比率を50%以内に制限という方針を持ちながら外資の導入する優遇政策を図った。

結局、保護政策や当時期の政治体制への懸念などから、外資導入があまりにも効率を上げることができなかつたため「補償貿易」を打ち出した。これは、乗用車の部品を海外から導入し、中国で完成車を組み立て、これの半数以上を輸出して、得られた外貨で輸入部品の代金にあてようという計画であった。その流れを以下のように要約することができる。

ゼネラル・モーターズ（以下GM）との提携の打ち切り、外資が技術や資本を持っていた。つまり主導権がメーカーにあった。フォルクス・ワーゲン（以下VW）が84年に合弁契約を締結し、サンタナ（SANTANA）に成功し、さらに88年に、VWは長春の第一汽と手を組み、AUDI（アウディ）のライセンス生産を始めた。91年には合弁会社として一汽大衆汽車有限公司を設立し、JETDA（ジェダ）の生産というVWの寡占状態が長く続いた。この間、アメリカのモーターズ（AMC）や日本のダイハツ 98（天津）、フランスのプジョー（PSA）などといった外資が合弁会社をそれぞれ設立したが、VWのスタートが早かったため競争が激しくなかつた。

第二段階は、外資の進入ラッシュ（1994～2002年）で中国自動車産業生産台数が100万台を突破した時期である。こうしたVWの寡占体制が揺れるのが、1994年の「汽車工業産業政策」である。この政策は、大規模メーカーの導入（小規模メーカーを規制）と部品分野の合弁事業を優遇するという政策だった。

この時期から、経済発展に伴って国内自動車市場もある意味で順調に成長を遂げたと見なす傾向にある。ここから、日米欧の自動車メーカーが海外で新しい市場を求めて、潜在力の大きいと言われる

中国市場に目を向け、外資の進入ラッシュが起こり、中国が世界の工場へ向かった。

この時期のトップクラスの参入自動車メーカーは、フォード（南京）、GM（上海）、ベンツ（海南）、トヨタ（天津）、ホンダ（広州）である。この段階から中国独立メーカーとする奇瑞（1997年に創業）や吉利（1998年から生産）など他のメーカーが現れた。中国の軍事産業の飛行機メーカーからスタートしたと言われていたハフ（(ハーフィ)1999年）も出場している。これ以外にもいくつかの外資自動車メーカーがあったが、他のメーカーに買収され等でそのうちに消えてしまった。あるメーカーは他の産業に転換していったという見方もある。例えば、中国に進出した最初のメーカーJeep(ジープ)等がある。後にクライスラーが買収し、今中国でのジープはJeepブランド服装店を開いている。

この頃になると、中国の自動車産業に関わる主導権は中国側に移ったと見ることができる。第三段階は、自動車産業のグローバル化に伴う国産車への自主ブランド（2004年～現在）の時期である。第二と三段階をどこで切り分けられるかということは、非常に難しい判断である。それで、自動車産業政策の経歴を見るのに、国家改革発展委員会が打ち出した「汽車産業発展政策(2004)」で分けるのが適切だと思われる。

2001年のWTO加盟という相対的開放体制へ移動し、国内市場の需要も毎年100万台以上のペースで成長を続け、これから毎年500万台の目標へチャレンジしている。さらに、BMWやVOLVOが参入した。また、バッテリーから生まれたBYDが2003年から乗用車を生産始め、内陸でタクシーの人気車として走っている。2004年、四川騰中重工機械というメーカーがハマーを買収した。

中国自動車産業は精緻さを求めるエンジン技術や技能等でまだ成熟していないことは事実である。例えば、中国製車の西欧等での上場から故障率や安全性といった欠陥で失敗し、この市場をアフリカなどの地域に移した。ここまでの中国自動車産業の歩みは、決して順調とは言えない。換言すれば、いたるところに満ちている浪費の事実もたくさんある。例えば、2004年の中国最大の自動車メーカーである上海汽車と、韓国自動車メーカー双竜の2009年に撤退した例等があげられる。

2. 自動車産業の二大政策²

近年、自動車産業そのものが厳しい状況に直面している。その一環としての中国自動車産業は、グローバル化競争のもとで最適立地、最適調達を求め、以前の中国であまり見ることができなかった日中企業が協力で構築した研究開発拠点等へ積極的に取り込んでいる。

中国の自動車産業政策と言っても、これが中国の工業産業政策と緊密に絡み合っている。中国の自動車産業政策は工業産業政策の内容そのもの核ともいえると考えられる。政策という視点から見ると、今日の中国は、沿岸部の大都市を中心にグローバル化という政治・経済が一か所的に集中させた産業化社会になりつつ、内陸と沿海地域の格差は非常に激しいという大きな課題が残されている。

これについて、アメリカの複数の学者が、中国の経済発展はChina proper³を中心とした経済成長であると指摘している。胡煥庸(Hu huan Yong)は有名な胡煥庸線(Hu`s line)「愛輝(黒河)～騰冲」で中国の人口分布と産業の配置を明らかにした。この線は、中国黒龍省の愛輝(Ai Hui)から騰冲(Teng Chong)までかける約45度の斜線で、国土64%に4%人口、国土36%に96%人口という人口比例分布となっている。または、国家社会科学院の路大照(Lu da zhao)院士が沿岸部の経済発展を西に持って行くという「T型開発論」等があげられる。この「T型開発論」の影響力でチベット鉄道ができ、トヨタ自動車は四川省に立地し、日産自動車等がやや内陸へ向く行動が見られる。

経済のバランスという面で見るとこの胡煥庸線「Hu`s line」、即ち財がその貧困県列線を突破しているかどうかは重要な意味を持っている。即ち、そのチャイナ・プロパ(China proper)を突破できているかどうかは意味が大きい。

これらの状況及び政策を無しにしては、自動車工業産業政策を語るのは十分ではない。近年の中国国内に対する国策としては、「西部大開発」の方針で沿海地域の経済を内陸へ持って行こうというマクロ的な調整となる。これに、「中国自動車工業産業政策(1994)」と「汽車産業発展政策(2004)」という自動車に関する2つの重要な政策がある。

以上、中国の自動車産業に関する政策の「1994年」と「2004年」は内容と基本方針が大きく異なる。前者は、前述したように大規模メーカーを導入し、小規模メーカーを規制して、部品分野の合弁事業を優遇するという奨励政策であった。後者は、自動車産業に関する、道路、環境、資源エネルギーや輸出の出口先の戦略等を基本方針としている。言い換えると、外国向けには国産車の輸出拡大によるグローバル戦略、国内向けには環境に配慮した、国産車の需要(中間層以下)への対応等を目的としたのである。

稲垣によると⁴四川省に立地したトヨタ自動車の生産はプリウスとコースターの生産となっているが、トヨタ協力部品メーカーの小島プレス工業株式会社の寺本氏と李氏への聞き取り調査⁵によると、その事情は異なっていた。四川省のトヨタ自動車は西部大開発という国家政策の影響に配置されたが、今現在は中型バスとSUV車の生産をしているということであった。

その生産に必要な部品のほとんどは海外から調達とトヨタが自社で作っていると聞いた。なぜこのような決して効率的ではない状況の下で生産するのかその原因は中国側の政策硬さと企業側の短絡の進出にあると思われる。厳密に言うと、中国自動車の産業の生産レベルがどの程度にあるかを認知しなければいけない。そのレベルを比較するために、東日本大震災直後の自動車産業を見ると分かる。その影響で日本からの核心的な部品供給一時停止したためアメリカ(トヨタ自動車)からアジア経済圏(サムスン会社)までの影響が突きつけられていたが、中国への影響はそれほどではなかった。この事実から、中国の自動車産業の生産にはこれらの最先端のものをあまり使われていないということを推測できる。

しかしながら、中国に進出を考える日系メーカーは最先端な設備で、最先端な物作り、これにプラス日本人管理層というのが普遍的である。その上、中国で日本レベルの物つくりと中国人の10倍の賃金で管理層を雇う習慣がある。

ここで、一つの受けとるべきこととしては、受け入れるだけの便宜主義だけではなく、互いの利益の確保と伴う技術や技能を本格的に学び、それを蓄積しながら徹底的な精緻化を図れるかということが大きな課題がある。

自動車は、ある一つの地域(国)が成長するには欠かせない基盤である。自動車産業によってその地域の経済成長は、他の達成できていない地域よりはるか高いことが多くの研究者に発見された。「世界の工場」は、ドイツ、イギリス、日本、中国、次はインドかという流れで移りつつある。自動車関連の世界の研究者たちは、中国だけが大型トラック系ではなく逆に乗用車から売り始めるという前例のない不思議な市場の特徴に驚いている。しかし、現地の我々にとっては、それほど驚くことではない。なぜなら、2013年の中国自動車(自動車)産業発展研究センターの公表によると、この一年度の政府関連機関だけが150万台の自動車を購入しているとされており、政府機関が自動車を大量に購入していることを中国人には、周知の事実であるからだ。

3. 今後の中国自動車産業の課題

「ウォークマンから iPad までの上場」というデジタル化に象徴されるように、世界の最先端技術はさらに進歩していくであろうかという推量に当たって、一方の発展途上地域とされている内陸が合理的な発展を図るために先進諸国の経験から何を学び受容するのが興味深い課題である。

自動車産業こそが中国の成長に効く産業であるが、例えば、中国 960 万平方キロメートル国地の 1 平方キロメートルあたりに何台の乗用車があり、これに応じる 13 億人が皆車を持つと考えれば、どこで車を走らせるのかという重い課題が出てくる。それは既に、北京や上海で起っている。今日でも、更に拍車をかけているグローバル化（高度情報化産業社会）と中国内陸発展途上地域は今後も緊張関係を保ちながら共存できるだろう。

中国の自動車産業及びそれに関わる産業政策は以上のように、政策は企業を内陸に持って行こうと図るが、企業はできるだけ沿海地域を狙うという形に固まっている。しかし、企業が胡煥庸線(Hu`s line)を突破して立地すると必ず破綻するということは有りえない。もちろん、大成功している日系企業もいくつあげられることができる。例えば、四川省に立地し、業内で世界一の売り上げを語るイトーヨーカドーや新疆に参入した辰野ショッピングセンターなどがある。ただし、胡煥庸線(Hu`s line)を突破する産業は自動車産業で適切かどうかを見極めることがこれからの課題である。

¹ 上野和彦(1999):『現代中国の経済地理学』、大明堂、76P

² 『中国自動車工業産業政策(1994)』、『汽車産業発展政策(2004)』

³ 沿岸から万里の長城に囲む空間を意味する。

⁴ 『中国進出企業地図』蒼蒼社2006年7月10日

⁵ 2013年6月11日における小島プレス工業株式会社での聞き取り調査。