

明るい自動車産業の将来 日本製自動車の優位は続く

- ◆ 海外展開の成功ノウハウの蓄積が貢献
- ◆ 日本車の人気は高く、中国で成功する可能性
- ◆ 懸念材料は、外資による吸収と韓国・中国メーカー



ファインテック株式会社 中川 威雄*

日本の金属プレス産業の将来を考えると、自動車産業の動向に支配される度合は大きい。

日本の自動車産業は、第二次世界大戦後の荒廃の中から立ち上がり、今日の繁栄の姿を築いて来た。その間には、米国メーカーに立ち向かうことが出来ない弱小の時代から、オイルショック、円高、貿易摩擦、海外生産と大きな試練を受け、それらの苦難を見事に乗り越え、日系メーカーは今や世界の1/3を生産するグローバル大企業群に発展した。最近では米国のピックスリーに匹敵する規模に成長したメーカーもあり、世界から恐れられる存在となりつつある。

このような過去の発展はともかく、我々としてはこれからの将来の姿が気になるところである。果して日本のメーカーは、今後もこのまま順調に発展していくのであろうか。筆者はかねてより、一研究者として自動車製造における生産技術開発に関与してきたが、その立場から日本の自動車産業の将来を考えてみる。

自動車産業の中の乗用車製造

自動車産業と言えば、乗用車の他にトラック・バスがあり、2輪のオートバイもある。しかし、4輪の自動車と2輪のオートバイでは、産業として大きく異なることは周知の事実である。しかし、乗用車とトラック・バスについては、つい一緒に考えてしまう傾向がある。

確かに両者共エンジンなど駆動系はよく似ていて、その差は形の大きさと生産数量に見られるが、車体構造や生産方式や販売体制からみると全く違う業種とも言える。むしろ乗用車産業自体が、生産規模も販売体制も共に極めて大きく、独特の産業の姿を作り上げたと言っても良い。

なにしろ日本国内で見ても、トラック・バスの生産量は乗用車タイプの車に比べて、台数ではわずか1/50以下、しかもほとんど成長は見込めず、生産のグローバル化も起こっていない。トラック・バスは言わばローカルな業務用生産財とも言える存在であり、それに対し乗用車は個人用に多量の需要がある耐久消費財である。

*中川 威雄 なかがわ たけお
ファインテック(株) 代表取締役社長 東京大学名誉教授
〒144-0033 東京都大田区東糀谷4-9-7
電話03-5735-0888 Fax03-5735-0889

日本の乗用車産業

日本の自動車産業は、ある時期より輸出競争力がついてきたため、他の日本の製造業と同じく、輸出主導の高度成長を達成し、90年初めには年間1,300万台余の生産に達し、世界一の規模を誇る時代を迎えた。しかし、結果として貿易摩擦を招いて現地生産が強いられることとなり、生産基地のグローバル化が始まった。同時期に国内需要は飽和状態となり、いわゆる低成長時代に突入した。それどころか、現地生産が拡大するに従って輸出が減少に転じ、国内生産の低下を余儀なくされた。

しかし、世界全体をみると、自動車需要は着実に伸び続けており、その増加量のかなりの部分を日本メーカーが獲得することとなった。海外生産へ移行すると言っても、当初は部品輸出があり、また現地生産比率が上がったとしても、高度技術を要する部品や量産効果が期待できる部品については、日本から輸出される。さらに新車開発需要が増したこともあって、このところの長い不況の中、日本の自動車産業は落ち込むこともなく、いわば製造業の牽引車の役割を果たしてきた。

貿易摩擦が引き金となって無理矢理に海外進出させられたとも言える乗用車生産であるが、自動車のような値の張る大型工業製品で、かつ多量に需要のある工業製品は、ある程度以上の人口の国では、自国内に生産工場を持たなければならない宿命を持っている。きっかけはどうかあれ、この日本メーカーの海外工場展開は成功し、今や利益の大半をそれらの海外工場で稼ぐようになっている。

海外進出成功の理由は？

日本の自動車メーカーでも、全ての海外進出メーカーが成功している訳ではなく、勝ち組とそうでな

い組とがはっきりしてきている。総じて海外進出に成功した企業の業績は良好であり、生産のグローバル化の成否は、企業発展の分かれ道となりつつある。この成功の理由を挙げるとすれば、先ず高い技術に裏付けられた高品質さと価格競争力など商品力にあると思われる。さらにそれを支える短い開発リードタイムや、多品種少量生産を可能にしているリーンな生産体制も見逃すことは出来ない。

しかしこれらの理由は、必ずしも他の電気機器や情報機器産業でも共通する点であり、何故に自動車産業だけが成功しているかとの疑問には答えてはいない。恐らくその解答は、競争相手に恵まれていた(？)、つまり外国の相手メーカーが弱かったからと言えるのではなからうか。日本は世界でも例のない程多数の自動車会社がひしめいていて、競争はとびきり厳しい国である。あれ程ブランドが好きな国民なのに、海外の有名自動車でも多くは入ってこれない。

海外の自動車メーカーには長い歴史があり、安定したマーケットを持ち、最近はその成長もしていない。そこに弱小の日本メーカーが参入したのである。他のどんな工業製品でも、日本メーカーの輸出が増大すると、たちまち寡占状態となり、日本メーカー同志の価格競争となり、利益の確保どころではなくなってしまう。

しかし、自動車産業では相手は巨大で、そんな競争状況は起こりえない。欧米メーカー相手との共存しながらの進出は、結果的には大成功であった。また幸いなことに、低コストを武器とする発展途上国も、自動車に関する限り、いまだ主たる競争相手となっていなかった。

急成長する中国の自動車産業

長い間、眠れる獅子と言われていた中国が、ついに目覚めたようだ。このところ急成長が続いている

ので、いずれは中国にも自動車ブームがと予想されてはいた。しかし、2002年の乗用車販売の急増は驚きであった。新型肺炎騒ぎの昨年も、乗用車通勤の方が安全とばかり、乗用車販売増は続いた。

この調子では、2年後に数の上では日本国内需要に追いつき、そのまま成長すれば7年後には、日本の自動車製造台数を越すとの予測もある。日本と同じ量の車が売れたとしても、人口が10倍もあれば普及率は1/10であり、十分に有り得る予測である。

かくして、世界中の大手自動車メーカーによる、中国における大自動車工場建設ラッシュが始まった。多大な投資を要する自動車製造は簡単ではない。2万点以上の部品の一つに欠陥があっても大きなトラブルとなるし、消費者の眼も厳しい。どこか一社が高品質の車を生産すれば、他社も同じレベルが要求される。そのため各社共、中国マーケットでは最新モデルで競争する状況になりつつある。

さらに、新工場の生産設備にしても、将来にわたっての競争力を考えると、安易な設備や古い設備を使う訳にもゆかず、最高レベルのものを持ち出すこととなる。さらに、中国政府より最先端の自動車技術の導入が促されており、技術流出を防ぐことの難しさが理解できる。

言うまでもなく、中国でも急速に伸びている乗用車が主戦場である。現在はVWのシェアが一番高いが、今後は日本車が急拡大すると考えられている。またしても、日本の乗用車メーカーがほとんど出揃うのである。そこに米国の事例以上の厳しい戦いが予想される。競争の決着が付くまで、今後10年間は大きな話題となり続けるのであろう。

現在の中国への自動車工場進出は、国家指導の名のもとに、不採算の国営企業との合併という不利な条件下で行なわれている。国営企業相手では、いずれのメーカーも今後経営に苦労するのであろう。組んだ相手次第では、今後の業績に大きく差が出てくることも十分に予想される。

日本メーカーの将来を占う

将来予測というのは難しい。つい10数年前には、海外進出工場により日本の自動車生産台数は減少することを前提に、自動車業界では先行きの暗い予測に満ちていた。さらに米国工場がこんなに利益が上がることも、今の中国の自動車ブームも、数年前にはほとんど予測されていなかった。

こんな過去の予測の誤りを再び繰り返すかも知れないことを前提として、以下に大胆な予測を試みる。

① 日本製自動車の優位性は続く

長い歴史のある欧米に追いつき追い越したのである。確かに今後欧米メーカーの巻き返しは予想される。しかし、どんな企業でも発展の勢いというものがある。日本の自動車メーカーもこれから10年位は今のこの状態を続けられるし、やり方によっては30年位も優位を保てる可能性がある。

例えば自動車技術は環境と安全対策で大きく変化しつつある。日本メーカーはこの面で十分にリードしている。さらに自動車とエレクトロニクスやITとの融合が急ピッチで進んでいる。エレクトロニクス関係のハード技術に強い日本は、この点でも圧倒的に有利と言えよう。

さらに日本国内は過当競争状況が続き、品質に厳しい消費者も健在である。技術の創造と改良に力を注がねば日本国内でも生き残れない状況となっている。この厳しい周辺環境は、必ずや日本メーカーの今後の強さの源泉となるに違いない。

② 海外展開の成功ノウハウの蓄積が貢献

言葉や習慣の異なる国での製造業の運営は、決して易しいことではない。過去20年間にもわたる試行錯誤による経営と販売のノウハウの蓄積は、日本メーカーにとって大きな財産である。

グローバル化の初期の頃、海外進出の成功例はほとんど聞かれなかったが、最近は失敗例を聞くことも少なくなった。今や日本の自動車産業の発展は、製造基地のグローバル化と海外販売にあることは明らかである。

日本国内で高度な自動車技術を生み出し、製造は世界各地の消費地という形で、今後とも発展していく可能性が高い。

③ 日本車の人気は高く、中国で成功する可能性

欧米メーカーに比べて、中国との近接さと民族的な類似性のいずれをとってみても、日本は有利な立場にある。日本メーカーが海外生産に自信を持ち始めた時期に、中国自動車ブームが起こったのも幸いした。中国自動車ブームは、日本メーカー発展の絶好の機会到来とみなすことが出来よう。

中国の市場で勝ち組に入れるかどうかは、今後の企業の浮沈をかける重要事項であり、もし負ければ厳しい状況を迎える危険性がある。さらに中国の次には、インド、ロシア、南米が控えているのである。

④ 懸念材料は、外資による吸収と

韓国・中国メーカー

いくら技術レベルが高くても、会社の経営を失敗すれば、技術ごと他社に渡ってしまう。先頃の多くの日本の自動車メーカーの海外グループへの参入は、当然の成り行きであったのかも知れない。

日本メーカーにとっての当面の敵は、欧米メーカーよりも韓国メーカーである。今や品質的に日本車に追いつき、価格もやや安い。さらにかなり大きな外国投資も進めており、日本メーカーと競争が激化

する可能性が出てきている。

もう少し先のことを考えれば、中国で発展した自動車産業が日本メーカーの脅威となる可能性もある。この中国メーカーとの共生のためにも、中国での日本メーカーの活躍を期待したいものである。日本のメーカーが中国で発展する限り、日本の自動車産業の将来は明るい。

☆

最近の海外メーカーとの提携や合弁、海外メーカーによる買収、外人の増えた株主構成を見ると、ど



日本製自動車は環境と安全対策で世界をリード

の社が日本メーカーなどと定義することに、意味のない時代が到来しつつあるようだ。

その上、日本メーカーも更なるグローバル生産を進めており、間もなく海外生産が50%に達し、国内マーケットは生産の25%を割ることになるであろう。

まさに製造業のグローバル化の大規模な典型例が、自動車産業で具現しているのである。現在のところ自動車産業は、日本の製造業の優等生である。今後の更なる発展を期待するとともに、是非他産業でも模範となるような、グローバル生産時代における理想的なビジネスモデルを確立してほしいものである。