自動車産業はどこに向かうのか

後藤　康浩
亜細亜大学 都市創造学部
教授

世界的な自動車市場の変調

昨年、世界の自動車販売は９年ぶりに前年割れした。リーマンショックの翌年を底に、世界の新車販売台数は年率５％の勢いで順調に伸びてきたが、突然、失速した。世界の30％を占める中国市場が実質的に初めてマイナスに転落したことが大きな要因。米中経済戦争をきっかけとした世界的な景気減速による偶発的な減少という解釈もできるが、自動車を取り巻く環境変化が需要縮小に向かわせている可能性もある。自動車業界のはやり言葉になった観のある「CASE（Connectivity, Autonomous, Sharing, Electricity）」や「MaaS（Mobility as a Service）」の影響はすでにシェアリングで顕在化している。それ以上に先進国における少子高齢化と中流層の崩壊、途上国・新興国の都市化の加速、さらに世界経済を覆うデジタライゼーションの波も自動車市場を変質させつつある。付加価値総額、雇用者数、研究開発費などで世界の製造業の10％を占めるといわれる自動車産業の減退リスクは今後、世界経済の方向を大きく変えるかもしれない。

英国の調査会社、JATOダイナミクスによると、昨年、世界の自動車販売の大部分を占める主要54カ国・地域の新車販売台数は0.5％減とマイナスを記録した。リーマンショックの影響で買い控えが起きた2009年に世界の自動車販売台数は前年比4.0％減の6556万台に落ち込んだ。ただ、その後は右肩上がりに増加し、2017年には9680万台に達した。８年間でおよそ1.5倍に増えた計算であり、2018年には「初めて１億台を突破する」という威勢のいい予測が市場で語られていたが、予想外の結果になった。

振り返れば、リーマンショック翌年の2009年は世界経済の成長率はマイナス0.8％（IMF統計）で、自動車販売の不振と連動していた。だが、2018年は世界経済は米中経済戦争の影響で減速気味ながらも3.0％成長を達成しており、自動車販売の減速は世界経済のベクトルとは異なる動きとなった。

なぜ自動車需要が減退しているのか？

数字のうえで影響が大きいのは、中国の自動車販売の不振である。昨年は前年比2.8％減の2808万台に落ち込んだ。「28年ぶりの前年割れ」と報道されたが、28年前は年間数十万台の市場規模にすぎなかったことを考えれば、昨年は実質的に中国の自動車産業が経験する初めての市場縮小となった。しかも昨年７月以降は毎月、前年割れが続いており、今年に入って落ち込み幅はさらに拡大。５月は前年同月比16.4％減と中国政府を慌てさせるほどの減少幅だった。アナリストの見立ての多くは、米中経済戦争が消費者に先行き不安感を与え、小型車向けの購入優遇制度も終了したことから買い控えが起きているというもので、米中対立が緩和し、自動車購入優遇制度が改めて導入されれば再び勢いよく増加するとの分析だ。本当にそうだろうか？　実は今、中国自動車市場には全く異なる状況が見え始めている。需要の飽和、市場の成熟化である。

2009年に中国に抜かれるまで世界最大の自動車市場であり、中国で起きている変化を先行して経験している米国市場の過去を振り返ってみよう。米国は2005年に1744万台の過去最大の販売を記録した後、需要が低迷を始め、リーマンショック後の2009年には05年比39.2％減の1060万台まで縮小した。その後、緩やかに回復はしてきたものの過去最大を更新したのは10年後の2015年であり、それもわずか40万台の更新にすぎなかった。翌年も記録を更新したものの、２万台増でしかなかった。そして17、18年は２年連続の前年割れとなった。米国の自動車市場は1800万台を前に長い足踏みを続けている。2005～18年の期間に米国は人口が3170万人増加し、国内総生産（GDP）は48.4％増加したにもかかわらず、新車販売市場はほとんど拡大しなかった。特に17年から再び減少に転じているのも米国の好景気とミスマッチの現象であり、市場の成熟化としか説明のしようがない。

背景にあるのは、トランプ米大統領が問題視する中流層の没落だろう。戸建ての家を買い、子どもを大学に進学させ、マイカーを持つ、という1960年代の中流

層の暮らしはすっかり過去のものになった。21世紀の米国の中流層は住宅ローン破綻で家を失い、子どもは高金利の学生ローンを卒業後も長年払い続け、運よくマイカーを買えてもローン返済のため、勤務時間後にパートタイムドライバーとなり、配車アプリの「Uber（ウーバー）」で稼ぐ、という姿。日本でも、若者の車離れの大きな動機がコストを負担できないという経済的なものになっているのと共通する。自動車市場成熟化の暗い要因だ。

日本は米国以上に深刻な市場の成熟化に直面している。日本の自動車販売が過去最大を記録したのは30年近く前の1990年の777万台。それ以降、1995～97年、2012～14年には前年増になった時期もあったが、長期的に市場は縮小傾向を続けている。2018年は90年のピーク時に比べ、台数ベースで31.5％減。90年には新車販売のうち軽自動車は23％にすぎなかったが、18年は37％まで上昇しており、自動車産業の生み出す付加価値の面ではさらに大きなマイナスとなっているはずだ。

中国の自動車市場の成熟化

中国の自動車市場も今、日米と同じような成熟化に向かっているのは確かだ。まず見るべきは年齢構成の変化。2018年時点で中国における新車購買層の柱である25～29歳は1億1917万人、30～34歳は1億2000万人の人口規模がある。合わせて約2億4000万人にのぼる25～34歳が過去10年間の中国の自動車販売を急膨張させた主な担い手だったといっていい。だが、今後、10年間に同じく自動車購入層の中心年齢となる現在の20～24歳は8474万人、15～19歳は7460万人しかいない。合計で約1億6000万人にすぎず、10歳年上の世代に比べ3分の2の規模に縮小する。今の25～34歳の世代も今後10年間に35～44歳の働き盛りを迎え、車の買い換えで新規需要を生み出し続けるだろうが、その時期は子どもの教育費、住宅ローンに追われる世代でもあり、財布のひもは当然、固くなる。日本で起きているように自動車の買い換えまでの期間が長期化し、購入車種も低価格化してくるとみるべきだろう。

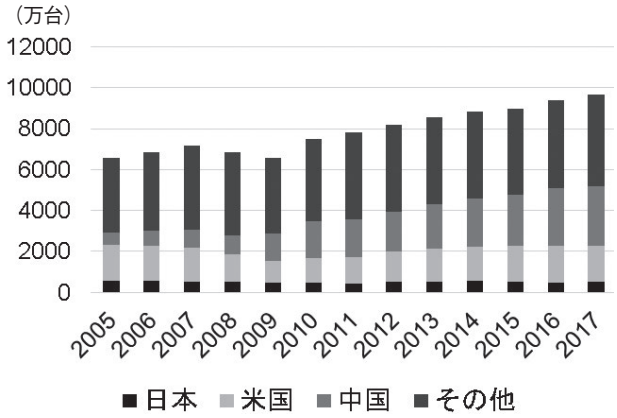
中国の中流層の自動車保有状況にはひとつ注目すべきデータがある。中国の調査会社、iResearchと投融家の共同調査「新中産人群生活態度及網絡理財安全行為研究報告」によると、中産階級は北京、上海、深圳などの一線都市では30万元（約480万円）、武漢、重慶、大連など二線都市では20万元（約320万円）の世帯年収があり、マイカー保有率は一線都市で81.5％、二線都市で88.2％に達している。一線都市では乗用車のナンバープレートの取得が難しいことや駐車料金が高いためにやや保有率が低いが、地方の大都市である二線都市ではそうした車関連費用がまだ安いことや車がなければ生活が不便という事情から保有率はきわめて高い。当然、初めて自動車を購入する層は減っている。

中国の自動車市場でもうひとつ注目すべきは累積の保有台数である。国際自動車工業連合会（OICA）の統計では中国の自動車保有台数（乗用車と商用車の合計）は2015年に1億6284万台。トップの米国の2億6419万台とはまだ大きな差はあるが、米国で売れ筋の「ライトトラック（日本でいうピックアップトラック）」を含めない乗用車のみではすでに米国を追い抜いている。保有台数の増加は中古車流通の拡大を意味する。中国では昨年、1382万台の中古車取引が成立しており、中古車が新車の半分近い市場規模まで成長してきた。先進国では通常、新車市場を上回る規模の中古車販売市場があり、日本でも新車販売が520万台前後にとどまっているのに対し、中古車市場は700万台を超えている。中古車流通の増加は当然、新車販売に下方圧力となってくる。お金に余裕がない若い世代は新車の代わりに中古車を選ぶ傾向があり、新車購入者は今の保有車を必ず売却するため、中古車市場には売り物が必ず供給されるからだ。中国の新車需要はもはや過去のトレンドと同じようにみるべきではない。

その他の新興市場はどうか？

日本、米国、中国の3カ国で世界の自動車需要の54％（2017年）を占める（表1）。それに昨年、インドに抜かれ世界で5位の市場に後退したドイツ、続く英国、フランス、イタリア、ブラジル、韓国まで含め世界の自動車販売上位10カ国で今後も成長が確実に期待できる大市場は実はインドしかない。中国自動車市場の成熟化とはそれほど大きなインパクトをもっている。表2は、世界の主要自動車市場の2007年と2017年の販売台数と2017年の2007年に対する比率を示したものだ。一目瞭然だが、中国とインドの伸びが突出しており、それ以外は10年間で10％未満の増加しかないか、マイナスという状況である。こちらの図も主要市場で台数的に大きく伸びる可能性はインドしかないことを示す。世界の自動車業界は過去10年、中国の自動車市場の膨張に目を奪われ、主要国の自動車市場を冷静に俯瞰することを怠ってきたのかもしれない。

図1　世界の自動車販売の推移



出典：OICA

表1　主要国の自動車販売台数の変化

	2007年（台）	2017年（台）	2007→17年の変化率（%）
日本	5,309,200	5,238,888	98.7
米国	16,460,315	17,583,842	106.8
中国	8,791,528	29,122,531	331.2
インド	1,993,721	4,017,539	201.5
ドイツ	3,482,279	3,811,246	109.4
英国	2,799,619	2,955,182	105.5
フランス	2,629,186	2,604,942	99.0
イタリア	2,777,175	2,190,403	78.8
ブラジル	2,462,728	2,238,915	90.9
ロシア	2,898,032	1,602,270	55.2

出典：OICA

新興国・途上国で期待をかけられているのは２億5000万人の人口を抱えるインドネシアや自動車産業が集積するタイかもしれないが、両国とも需要は決して順調に増加してはいない。景気動向や自動車購入などへの優遇策によって、需要が数年おきに大きな振幅を繰り返しているだけで、ベース需要が伸びている気配はない。この３、４年、需要が急増し、関心を集め始めているのがベトナム、フィリピンであり、ともに過去10年間で自動車販売は３倍以上になった。とはいえ、両国とも年間30数万台の規模にすぎず、中国市場の穴を埋める存在ではない。

中南米地域の自動車需要は大国ブラジルを含めても、日本一国にも及ばない455万台（2017年）。石油、天然ガス、銅、リチウムなど資源や大豆、さとうきびなど農産物のブームに沸いた2012～13年の620万台前後をピークに市場は再び縮小しており、需要構造が高度化している様子は全くみえない。アフリカの需要は119万台（2017年）とインドネシア程度の規模しかなく、しかもその半分近くを南アフリカが占めるいびつな構造。2012～14年の好調期が過ぎた今の需要規模は2005年の水準に戻っている。中南米、アフリカともに人口は増加、経済成長もしているものの、本格的なモータリゼーションが本当にやってくるのか、みえない。安定雇用が生まれず、貧富の格差が大きく、健全な中流層が増えない経済構造のままでは、自動車市場として期待するのは難しいだろう。

アジアで進む公共交通機関の整備

今年３月24日、インドネシアで初めての地下鉄となるジャカルタ都市高速鉄道（MRT南北線）の開業式典が行われ、翌日から旅客輸送を開始した。ジャカルタ市南西部のルバックブルスから市中心部のブンデランHI（Hotel Indonesia）を結ぶ15.7キロの路線で、地下鉄計画の第１フェーズ。ジャカルタは世界最悪ともいわれるほど交通渋滞が深刻な問題となっていた。地下鉄、高架鉄道など公共交通機関の整備が遅れた国では庶民はバスや乗り合いタクシー、バイクしか通勤・通学手段がないためで、ジャカルタはその典型だった。地下鉄建設は道路整備とともに市内の渋滞緩和に有効な対策のひとつであり、各国の首都が建設に乗り出している。今回のMRT南北線だけでは、人口2200万人のジャカルタにとっては「焼け石に水」だが、バスの優先レーンの整備や連結大型バスの導入なども含めた公共交通の改善は自動車利用の削減につながる。

そうした行政の姿勢がジャカルタでは目に見えた成果を出した。世界の大都市の交通渋滞をリアルタイムに観測しているオランダの「Tom Tom International」が毎年、発表しているトラフィック・インデックスによると、2017年には世界で４番目に深刻で、「渋滞度（渋滞がない場合にかかる移動時間と比べ、どれくらい余分に時間がかかるかの比率）」が61％だったジャカルタは2018年には渋滞度が53％に低下、渋滞都市ランキングも７位に下がった。地下鉄開業前の話だが、渋滞解消への多面的な努力が表れ始めたことがうかがえる。問題は公共交通機関の整備など途上国の渋滞解消策は自動車利用の減退につながりかねないことだ。

中国はまだ文化大革命が続いていた1969年に北京に短距離の地下鉄を開業させたが、本格的な地下鉄整備は1990年代以降。90年代末は北京、上海に２路線ずつだったが、今や大陸の38都市で地下鉄が走っており、上海は16路線、総延長が644㎞で世界最長の地下鉄網をもつ都市になり、２位も北京で22路線、637㎞。

長い間、地下鉄で世界を代表してきたロンドンは３位に後退、東京は４位。ただ、東京の地下鉄は１日当たりの乗降客数が1000万人を超え世界トップで、車による人員輸送を明確に代替している。都市の公共交通機関が向上すると、自動車販売が減少に転じるのは日本、英国を見れば明らかだろう。中国は成長率維持のためのインフラ投資で、リーマンショック後、主要都市が競って地下鉄整備を急激に進めたために「地下鉄が自動車需要を食う」状況が一気に進んだという見方もできる。たとえば、湖北省武漢市は、ホンダ、日産、プジョー・シトロエン、GMの合弁工場が並ぶ中国有数の自動車の街だが、市内にはこの数年で一気に９路線、延べ250㎞もの地下鉄が整備されたことで、悪名高き渋滞が大きく改善した。中国の自動車市場の成熟化は主要都市で公共交通機関の整備が進めば、必然的といえる。

「ポスト『自動車の世紀』」に向かう世界

今、世界各地を旅する人にとって、欠かせないツールはスマホの配車アプリである。配車アプリの元祖、米国のUberはアジアから撤退してしまったが、米国、欧州から中東まで使える国・都市は多い。中国では今やUberを利用客数で上回る「滴々出行（DiDi）」なしでは都市内の移動が難しい。東南アジアではシンガポール本拠の「Grab」がASEANの主要都市をほぼカバーし、そこにインドネシア市場を押さえた「Go-jek」がベトナムなどに進出、激しい競争が起きている。ホーチミンやハノイの道路では緑色のヘルメットのGrabのバイクタクシーと赤色のGo-jekのバイクタクシーが激しいシェア争いを繰り広げている。アジアにおける配車アプリブームを象徴するのがカンボジア。人口1600万人のカンボジアには四輪のタクシー配車でGrabが普及する一方、アジア特有の三輪タクシーの「トゥクトゥク」では「PassApp Taxi」「iTsumo」「Choice Taxi」など５社以上のアプリ企業が参入、覇を競っている。カンボジアは日本人含め多くの外国人の若者が挑むASEAN有数の起業の国になっているという事情はあるが、まさに世界は途上国も含め、自動車を巡るサービスのデジタライゼーションが加速している。

では、デジタライゼーションは自動車の需要にどのような影響を与えるのだろうか？

もともと配車アプリが生まれた背景には、個人所有の車の稼働率が低いという問題をマクロ的に解決しようという発想がある。配車アプリでドライバーと顧客を結びつければ、自家用車の稼働率は確実に高まり、人の移動需要も満たせる。マクロ的な無駄を減らすことで、経済の効率性は高まり、鉄の塊である自動車を減らし、燃料消費も削減できれば地球環境への負荷を減らすことができる。さらに自動運転はドライバーも省略することで、車単体での稼働率、運用効率を高めることができるだろう。自動車が「所有」から「利用」に移れば、無理に豪華で大型の自動車に乗り、ステータスを誇る時代も終わると考えられる。

電気自動車（以下EV）や自動運転車は高齢化社会との親和性も高い。高齢者の日常的な移動範囲は狭く、EVの航続距離で十分なうえ、自動運転のタクシーは高齢者の移動の自由度を高めるからだ。今、日本の地方では「タクシー難民」問題が深刻化しつつある。タクシードライバーが高齢化で不足し、高齢の顧客が外出のためにタクシーを呼ぼうとしても何時間も待たされたり、雪や台風の日にはタクシー配車を断られたりするからだ。タクシーの台数過剰が問題になっている東京や大阪にいては全くわからないが、日本の地方都市で高齢者が免許を返上せず、車を運転し続けるのはタクシー不足が隠れた要因となっている。20年先には自動運転は地方の交通で欠かせないものになっているかもしれない。

いずれにせよ、こうした変化が自動車の需要には重くのしかかってくるだろう。自動車メーカーがMaaSなどサービス化に活路を求めるのは当然だ。だが、完成車メーカーの生き残り策が素材、部品、加工など自動車産業のピラミッド全体を方向転換させ、付加価値や雇用を維持する道につながるわけではない。また、破壊的イノベーションの余談として語られる「馬車製造業で、自動車メーカーに転換できた会社はない」という話を援用すれば、自動車メーカーでMaaSの担い手になれる企業があるとも限らない。同時に20世紀から21世紀初頭の「自動車の世紀」を勝ち抜いた産業国家が「ポスト『自動車の世紀』」の産業の勝者になれるとも限らない。

「自動車の世紀」とリンクした「石油の世紀」も同時にピークアウトしていく可能性も高いだろう。EVや燃料電池車（FCV）による代替というだけでなく、交通体系の地殻変動があらゆる分野に波及する。幸いなのは、変化のスピードは速いとはいえ、企業が方向転換を図る時間は残されていることだろう。