

## 衰退に向かう中国オートバイ産業の企業行動について －輸出と海外直接投資を中心に－

邵 利軍

### Corporate Behavior of Chinese Motorcycle Industry on the Decline: Focusing on the export and foreign direct investment

SHAO, Lijun

#### Abstract

This article analyses the motorcycle industry of China by Vernon's product cycle theory. Chinese motorcycle industry established the technological infrastructure during the time of technical cooperation with foreign companies, and with the background of the existence of enormous potential need, foreign companies expanded into China and the overall scale of production also expanded. In 1990s, the export of motorcycle and foreign direct investment of state-owned companies began. Especially from 2000s, the export of motorcycle began in full-scale, and Chinese private companies have entered into foreign direct investments. According to the product cycle theory, foreign direct investments were made in the period of its maturity time and reimportation occurs, but in the case of Chinese motorcycle industry, the export as well as foreign direct investments begin in the growth period, but reimportation was not seen. Thus, unusual market behaviors in Chinese motorcycle industry have been seen through product cycle theory. So, this article analyses the singularity of Chinese motorcycle industry, that is, the export and foreign direct investment, by product cycle theory through the comparison with Japanese motorcycle industry which fits well to product cycle theory.

**Keywords** : product cycle theory, motorcycle industry, export, foreign direct investment

#### 要旨

本稿では、バーノンのプロダクト・サイクル論により中国のオートバイ産業を分析する。中国のオートバイ産業は、外国企業との技術提携に技術基盤を確立し、国内市場の膨大な潜在的ニーズの存在を背景とした外国企業の進出もあり国内の生産規模が拡大した。1990年代に、オートバイの輸出と、国営企業の海外直接投資が始まり、特に2000年代から、オートバイの輸出が本格化し、中国の民間企業も海外直接投資に参入してきた。プロダクト・サイクル論によると、成熟期では国内企業の海外直接投資が行われ、逆輸入が発生するが、中国のオートバイ産業は成長期において輸出とともに海外直接投資を開始するが、逆輸入は行われていない。よって、中国のオートバイ産業ではプロダクト・サイクル論とは異なる企業行動が見られる。そのため、本論では、プロダクト・サイクル論に当てはまる日本のオートバイ産業との比較を通じて、中国のオートバイ産業の特異性について、輸出と海外直接投資を中心に分析する。

キーワード：プロダクト・サイクル論，オートバイ産業，輸出，海外直接投資

1. はじめに
2. 日本のオートバイ産業と中国のオートバイ産業との比較
  - 2.1 プロダクト・サイクル論
  - 2.2 日本のオートバイ産業
  - 2.3 中国のオートバイ産業
3. 中国のオートバイ産業の発展段階
  - 3.1 導入期：1950年代～1980年代の中国のオートバイ産業
  - 3.2 成長期：1990年代～2010年代の中国のオートバイ産業
    - 3.2.1 多くの民間企業の誕生，合弁企業の出現
    - 3.2.2 中国のオートバイ生産主体のシフト
  - 3.3 衰退：2011年以降の中国のオートバイ産業
  - 3.4 まとめ
4. 中国オートバイ企業の輸出と海外直接投資
  - 4.1 中国オートバイ企業の輸出動向
  - 4.2 中国オートバイ企業の海外直接投資
5. おわりに

## 1. はじめに

オートバイ産業の発展史を見ると，世界のオートバイの生産は20世紀の最初の50年は欧米が中心であった。1960年代に入ると生産拠点の中心は日本へと移転し，その後1980年代からオートバイ生産の担い手はASEAN，中国，インドといった後発国に移転し始めた。後発国である中国では，1993年，オートバイの生産量が年間361万台となり，日本を抜いて世界一の生産国となった。塩地（2008）は，このような世界のオートバイ生産拠点の欧米から日本，中国などへの移転プロセスを「二輪車のプロダクト・サイクル」と呼んでいる。今日においても，中国はオートバイの生産・輸出大国として世界で重要な役割を果たしている。

中国のオートバイ産業は1950年代に誕生した。当初，輸入したオートバイをコピーして生産していた。1980年代までは，計画経済の下でオートバイの生産が行われていた。その後，外国企業との技術提携による技術基盤の確立と，国内市場の膨大な潜在的ニーズの存在を背景とした外国企業の進出もあり，生産規模が大きく拡大した。1990年代に，オートバイの輸出と，国営企業の海外直接投資が始まり，特に2000年代からオートバイの輸出が本格化し，中国の民間企業も海外直接投資に参入してきた。その後，2011年以降，中国のオートバイの生産量，輸出量，国内販売量はいずれも減少傾向にある。

1980年代から，中国政府はオートバイ産業を支えながらもコントロールを抑制している<sup>1</sup>。また，生活水準の向上とともに，自動車の利用率も向上しており，それに伴って，政府のオートバイ産業への関与は徐々に小さくなっている。さらに，改革開放以降，特に1992年の鄧小平の

1 航空工業汽車摩托車發展史編委會（1992），p.9

「南巡講話」によって市場経済体制が導入され、外資も中国に進出してきており、中国のオートバイ産業は比較的競争的な経済環境の中にある。以上の要因により、中国のオートバイ産業は市場経済の下で、他の産業より政府のコントロールが少ないなかで競争を行い、比較的自由に発展してきた産業と言える。

本論文では、バーノンのプロダクト・サイクル論を利用して中国のオートバイ産業を分析する。プロダクト・サイクル論によると、成熟期では国内企業の海外直接投資が行われ、逆輸入が発生するが、中国のオートバイ産業は成長期において輸出とともに海外直接投資を開始するが、逆輸入は行われていない。よって、中国のオートバイ産業ではプロダクト・サイクル論とは異なる企業行動が見られる。

そのため、本論では、プロダクト・サイクル論に当てはまる日本のオートバイ産業との比較を通じて、中国のオートバイ産業の特異性について、輸出と海外直接投資を中心に分析する。

まず、プロダクト・サイクル論に当てはまる日本のオートバイ産業と比較することにより、中国のオートバイ産業の特異性を確認する。次に、いくつかの段階に分けて中国のオートバイ産業の発展パターンを説明し、中国のオートバイ産業の輸出と海外直接投資に関する企業行動を分析する。

## 2. 日本のオートバイ産業と中国のオートバイ産業との比較

後述するように、日本のオートバイ産業はプロダクト・サイクル論とほぼ合致している。そのため、ここでは日本のオートバイ産業を標準として中国のオートバイ産業と比較することにより、中国のオートバイ産業の特異性を明らかにする。

### 2.1 プロダクト・サイクル論

1966年に、バーノンの提唱により「プロダクト・サイクル論」が登場した。プロダクト・サイクル論の展開は、マーケティング領域で開発されたプロダクト・サイクル理論に大きく依拠している。この理論によると、製品は国内市場の需要によって導入期、成長期、成熟期、衰退期をたどる。そして、海外市場でも製品に対する需要が出てくると、輸出と海外直接投資も行われ、他方で海外展開に伴い国内での衰退が表れる。

具体的にいうと、プロダクト・サイクル論は3国間の貿易を想定し、3つの段階に分けて説明が行われる。第一の新生段階では、先導国は国内需要のため新製品を開発して製品化し、国内に普及させる。第二の成長期では、新製品は大量に生産され、他国からの新製品への需要も出てくる。そのため、他の先進国への輸出量が増える一方、開発途上国への輸出も始まる。そして、①コスト、②先進国に模倣生産者が現れること、③輸入障壁などの問題が出てくる。それも先導国が海外直接投資を行う要因となる。この段階では先導国と先進国の輸出競争も激しくなっている。第三の成熟段階では、製品が標準化され、先進国と途上国に生産立地する。しかし、コスト比較の結果、生産立地は先進国から途上国に移転する。また、先導国は輸入国に転換し、先進国と途上国は輸出国に変化する。つまり、プロダクト・サイクル論では3国間の貿易サイクルが生じ、各国での商品も導入期、成長期、成熟期、衰退期の過程をたどるのである。

当初、プロダクト・サイクル論はアメリカ企業による国際貿易と直接投資を説明するための理論であった。当時、アメリカでは他国より高い所得水準により新製品に対する需要があったため新製品が誕生した。そして、需要の拡大に伴い、製品が成熟していくなかで、他の地域においてもこの新製品への需要が出てくると、輸出と海外直接投資が行われた。しかし、国際環境とネットワークの変遷に伴い、プロダクト・サイクル論も変化してきた。もはやアメリカは世界におけるユニークな存在ではなく、日本や欧州などの製品も望まれるようになった<sup>2</sup>。また、途上国も母国の需要に応えられる製品を創出し、輸出や海外直接投資にまで到達するようになった。こうして、プロダクト・サイクル論は、アメリカの企業だけで解釈される理論ではなく、世界の多くの国々の企業行動の分析に参考になり得るものとなった<sup>3</sup>。

また、プロダクト・サイクル論は企業の海外直接投資に関する理論的なアプローチである。2000年代から、途上国企業の国際展開が顕著になり始める。途上国の地場系企業は先進国から技術を吸収し、輸入した製品を改造し、安い労働賃金で安価な製品を開発してきた。途上国の地場系企業の能力も蓄積され、企業の競争力も高くなっている。輸出や海外直接投資に関し、欧米や日本企業だけが優位性を持っているわけではなく、途上国の地場企業も、先進国にない優位性を持ち始めた。特に、オートバイ市場は東アジアに集中し、途上国である中国やインドの地場企業は高い競争力を持っている。途上国が生産した安価な製品に対する他国からの需要も出現し、途上国のオートバイ産業の輸出や海外直接投資が始まった。そのため、途上国の地場系企業は徐々に優位性が出てき、その競争力も高くなり、海外直接投資もできるようになっている。国際環境の変化に伴い、プロダクト・サイクル論は欧米や日本企業だけでなく、途上国の地場系企業にも適用可能であろう。

プロダクト・サイクル論は企業レベルの理論である。通常ならば、企業レベルの理論を産業レベルに当てはめることは困難であろう。しかし、寡占体制という条件のもとでは、話は別ではあろう。なぜなら、寡占体制下では、いうまでもなく少数企業が産業全体を構成しているからであり、したがって産業全体の動向は、少数企業の行動の反映に過ぎないからである。日本のオートバイ産業は4大メーカーの寡占体制であり、中国でも、上位10社の寡占となっている。また、ホンダは世界市場の30%以上のシェアを占め、オートバイ産業は独特な産業として産業の分析は企業の分析と言える。したがって、プロダクト・サイクル論を利用して、本稿が対象とする日中のオートバイ産業を分析することが可能であると考えられる。

日中のオートバイ産業は、最初に海外から技術や製品を輸入したが、日本のオートバイ企業は自国の需要に応える新製品を開発し、世界中に輸出や海外直接投資を行った。中国のオートバイ企業は主にコピーから始まったが、自国の需要に合わせて新たなバージョンを開発し、膨大な輸出と海外直接投資を行なえるまでになった。また、日本のオートバイ企業は多国籍企業として世界市場で活躍し、また中国のオートバイ企業も今や輸出や海外生産が積極的に行われている。よって、次に、プロダクト・サイクル論を利用して日中のオートバイ産業を分析する。

---

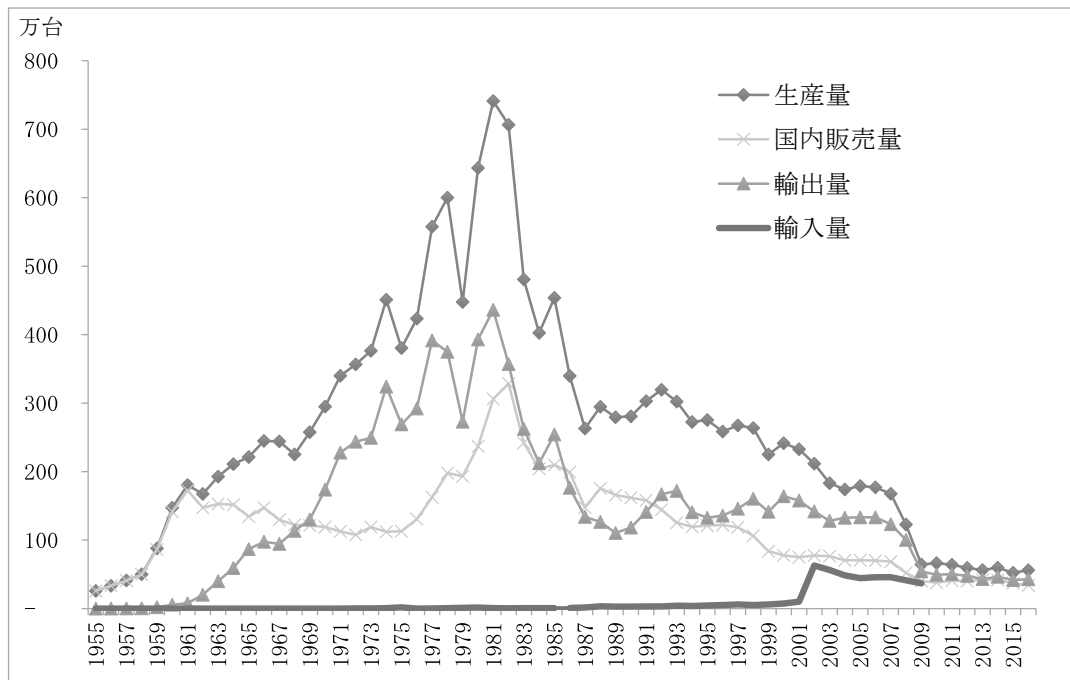
2 Vernon (1979), p.256

3 Vernon (1979), p.267

## 2.2 日本のオートバイ産業

日本のオートバイ産業は、最初に欧米から技術を導入し、模倣しながらオートバイの生産を開始した。その生産が本格化したのは第二次世界大戦後のことであった<sup>4</sup>。その後、ホンダやヤマハのような多くのメーカーが登場し、国内でオートバイを普及させた。1960年代から1970年代の間で国内販売はすでに一定となっている（図1参照）。日本の国内では、オートバイの需要が固定化され、固定的なユーザーが形成された。この時期が日本におけるオートバイ産業の成長期である。

その間、日本の国内市場では、国民所得の向上とともに、オートバイに求められる品質や技術水準も高まっていった<sup>5</sup>。また、多くのメーカーが激しい競争を繰り広げ、最終的に4大メーカー（ホンダ、ヤマハ、スズキ、川崎）による寡占体制となった（図2参照）。そして、先に触れたように、国内市場の縮小とともに、1970年代に輸出の拡大が本格化した。つまり、輸出向けの生産への転換である。そして、1980年代に、日本のオートバイ産業は成熟期に入り、直接投資が本格化した。日本のオートバイ企業は海外に立地し、国内生産は減少した。

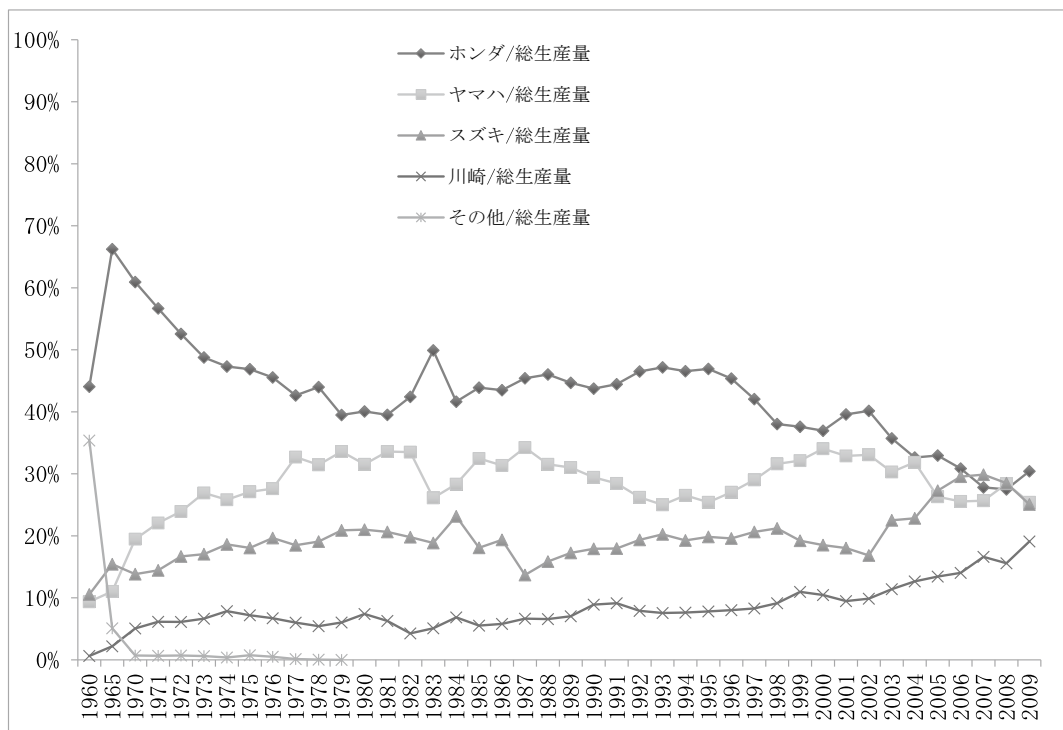


出所：日本自動車工業会 HPより筆者作成  
 注：国内販売量=生産量+輸入量-輸出量

図1 日本のオートバイの生産量、国内販売量と輸出入量

4 三嶋 (2010), p.92

5 日本自動車工業会編 (1995), p.14



出所：『世界二輪車概況』各年版より筆者作成

図2 日本のオートバイ企業の構造変化

日本のオートバイ産業の現地生産は4つの主要メーカー（ホンダ、ヤマハ、スズキ、川崎）によって、主に東南アジアで行われている（表1参照）。

ホンダは創業からわずか4年後に「本田技研の世界主義」を宣言した<sup>6</sup>。現在、ホンダのオートバイ生産拠点は22ヶ国32ヶ所に存在する<sup>7</sup>。オートバイの輸出の本格化とともに、海外現地生産も始まり、1960年代には、ジャマイカ、タイ、韓国、パキスタン、台湾等から始まり、現在ホンダは「需要のあるところで生産」という理念により、世界の6極（北米、中南米、欧州、アジア、大洋州、中国）で事業を展開している<sup>8</sup>。

ヤマハは1960年代にインド、タイ、台湾に進出した後、1980年代にスペイン、フランス、中国、インド、イタリアに展開し、1990年代にメキシコ、アルゼンチン、ベトナム、2000年代に入ってからフィリピン、カンボジアに進出している。

スズキは、1960年代にタイ、ナイジェリアに、1970年代にはインドネシア、マレーシアに展開し、1980年代にはコロンビア、台湾、スペイン、フィリピン、中国、1990年代はパキスタン、ブラジル、ベトナム、2000年代からアメリカ、インドに進出している。

川崎重工はホンダ、ヤマハ、スズキと比べて海外生産拠点が少ないものの、インド、インドネシア、タイに生産拠点がある。

6 太田 (2000), p.53

7 横井 (2010), p.377

8 出水 (2011), p.236

表1 日本企業の海外生産拠点

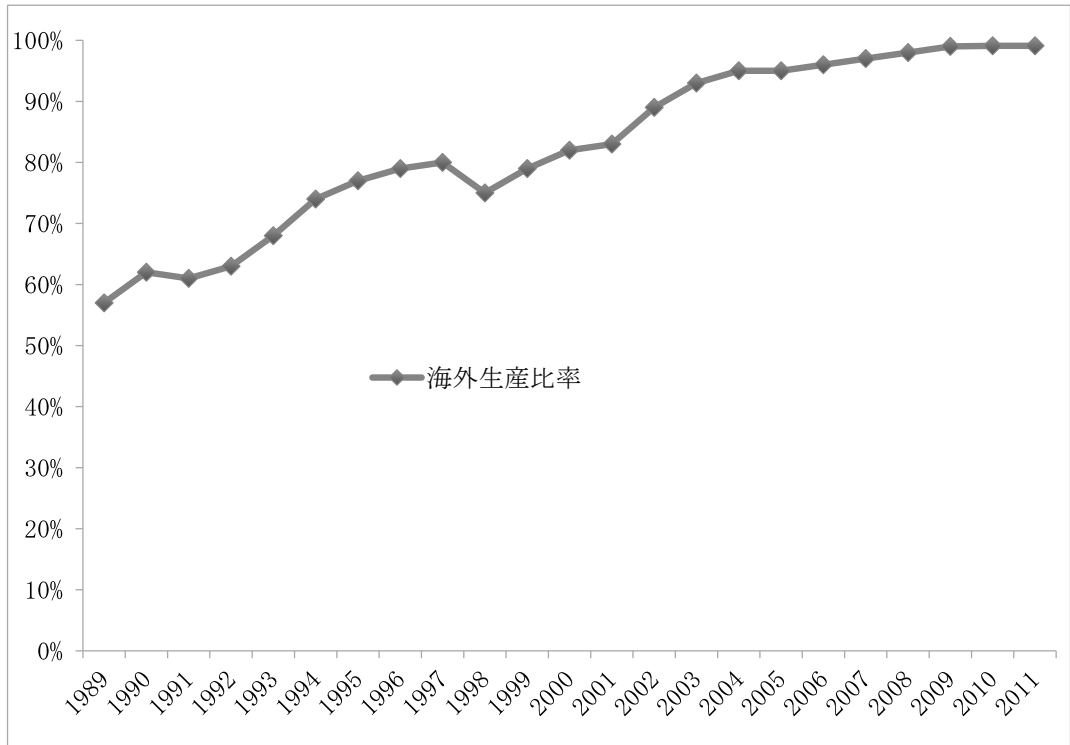
	ホンダ	ヤマハ	スズキ	カワサキ
1970年代	モザンビーク, グアテマラ (70), メキシコ, インドネシア (71), フィリピン (73), 台湾『三陽』(74), ブラジル, ペルー (75), イラン (76), イタリア (77), 米国 (78), ナイジェリア, エクアドル (79)	フィリピン, ブラジル, ウルグアイ, エクアドル (70), インドネシア, アンゴラ (74) バングラデシュ, イラン, パキスタン, コロンビア (75), ペルー (76), 台湾『萬山』(78) カメルーン, モザンビーク (79)	マレーシア (71), パキスタン (72), フィリピン (75), カメルーン (76), コロンビア (79)	イラン (70), コロンビア (73), インドネシア (74), 米国, フィリピン (74), タイ (75) パキスタン (77)
1980年代	スペイン, モーリシャス (80), パキスタン, 韓国『大林』, コロンビア (81), 台湾『光陽』, ベネズエラ, スペイン (82), 中国『嘉陵』(83), インド『ヒーロー, カイネティック』, 米国 R & D, 中国『上海』(84), スランス, メキシコ (85), シリア (86), 中国『広州』, ブルキナファソ (88)	マレーシア, イタリア (80), ナイジェリア, スペイン (81), ベネズエラ, ザイール (82), ブラジル, ポルトガル (82), フランス, 中国『建設』(84), 中国『南方』, 米国 (85), 米国, コロンビア (86), 台湾 (87), 中国『上海』(88)	韓国『暁星』(80), インド『TVS』(82), シリア (83), ニュージーランド, 台湾『台鈴』, スペイン (84), フィリピン, 中国『輕騎』(85), 米国 (88), バングラデシュ (89)	ナイジェリア, 台湾『百吉発』(80), マレーシア, 米国 (81), インド (86)
1990年代	パキスタン (90), アルゼンチン, 中国『北方易初』, 中国『五羊』(92), 中国『嘉陵, 天津』(93), トルコ (94), ベトナム (96), タイ R & D (97), インド R & D (98), インド『M & S』(99)	メキシコ (91), 中国『建設』(92), 中国『南方』, インド『エスコーツ』, タイ (95), 台湾 R & D, トルコ (97), ベトナム (98)	インドネシア, イタリア, パキスタン (90), ラオス, 中国『大長江』(92), 中国『望江』(93), 中国『輕騎, 金城』(94), ベトナム, ブラジル (95), ミャンマー (98)	インドネシア (94), 中国『新大州』(97)
2000年代	インドネシア (00), 中国『新大州』(01), 中国 R & D (02)	中国 R & D (04), インドネシア (04)	カンボジア (00), タイ R & D (01), 中国 R & D (02), インド (04)	

出所：佐藤・大原 (2005), p.29

注：( ) の中は海外生産の年を指す。

1960年代, ホンダの生産量は総生産量の60%強の割合を占め (図2参照) その後, 海外転換に伴い生産シェアが減っているが, 50%弱のシェアを維持している。そのため, ホンダは日本の4社寡占体制下のオートバイ産業のなかでも中心的な存在として位置づけることができる。海外直接投資の例としてホンダのケースを見ると, 国内需要の縮小に伴い, 1980年代後半から海外生産に転換していった (図3参照)。1990年代から, 海外生産量は総生産量の60%を超え

た。その後も海外生産量の割合は増える傾向がある。そして、2009年から海外生産量の割合は99%に達し、ホンダのオートバイ生産はほぼ海外に転換された。一方、ホンダは日本オートバイ企業の代表的な存在でもことから、ホンダの海外生産に日本のオートバイ産業全体の傾向を見ることができる。近年、日本のオートバイ企業は東南アジアや中国にオートバイの開発研究所も建設していることから、日本のオートバイ産業はその拠点をほぼ海外に転換したと言える。



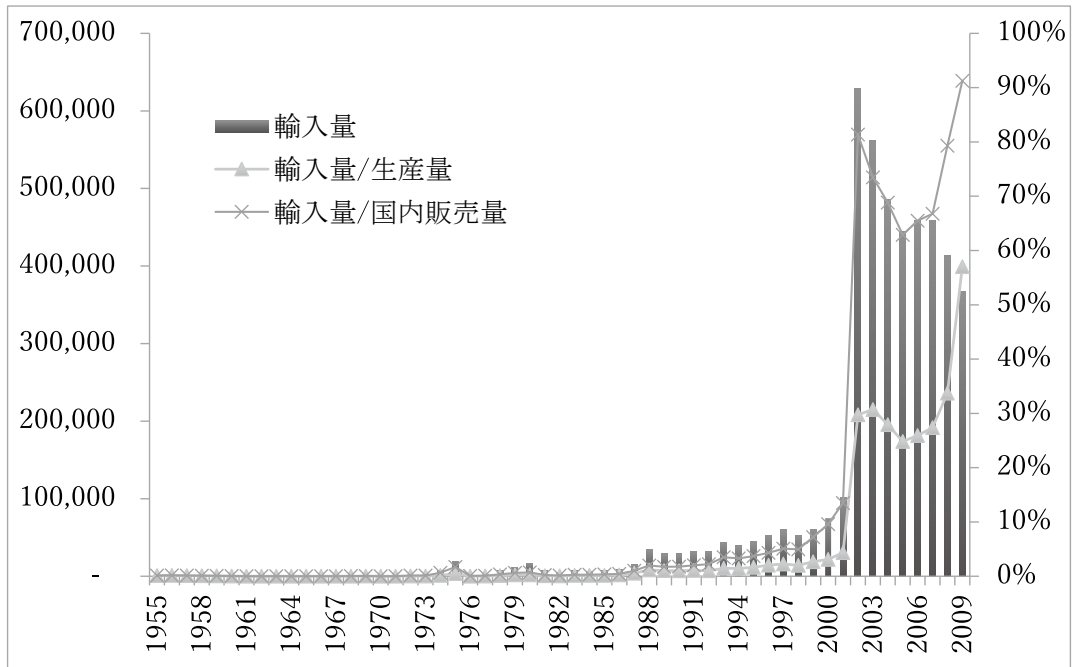
出所：村岡（2012）より作成

図3 ホンダの海外生産量の比率

日本のオートバイ企業の進出先を見ると、東南アジアが中心である。東南アジアの国々はオートバイの生産技術が低く、生活水準も低いため、比較的安いオートバイへの需要が大きい。その中に中国も含まれている。

日本のオートバイ企業による海外直接投資の拡大に伴い日本のオートバイの逆輸入も増えてきた。1990年代から、オートバイの輸入量は増え始め、2000年代以降になると、急速に増加し、2002年には輸入量が62万台に達した（図4参照）。2010年に、生産量に対する輸入量のシェアは57%となり、国内販売量に対する輸入量のシェアは91%となった。現在、日本のオートバイ産業は輸入に依存している。





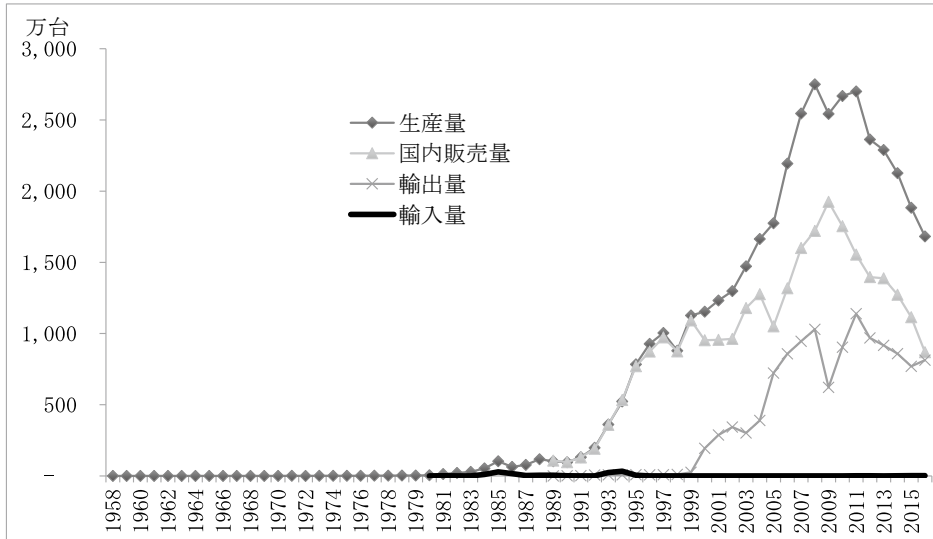
出所：『世界二輪車概況』各年版より筆者作成

図4 日本のオートバイの輸入量及び割合(単位：台)

つまり、日本のオートバイ産業は、最初に技術などを導入し、国内でオートバイを普及させた。次に、オートバイ生産を拡大し、輸出を本格化させた。その後、オートバイ企業は海外直接投資を行い、オートバイの逆輸入も増加し、国内生産は減少した。よって、日本のオートバイ産業は、導入期、成長期、成熟期を順番に経ており、日本のオートバイ産業はプロダクト・サイクル論とほぼ合致していると言える。

### 2.3 中国のオートバイ産業

中国のオートバイ産業は1950年代から注目されたが、当初の年間生産量は500台未満であった。その後、1980年代までは、計画経済の下でオートバイの生産を行っていた。1978年の改革開放以降、外資系企業が中国に進出し、外国の技術が導入され、オートバイへのニーズも急速に拡大した。1997年にはオートバイの生産量が年間1,000万台に達した(図5参照)。その後もオートバイの生産量は増加を続けている。このように1990年代から中国のオートバイ産業は急成長したが、この時期から輸出や直接投資もすでに行われている。

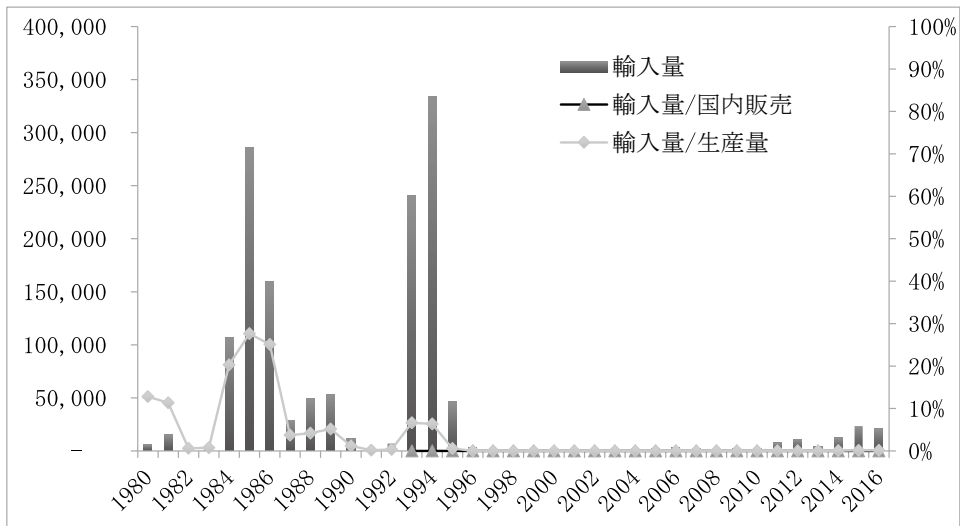


出所：『中国汽車工業年鑑』各年版より筆者作成

注：国内販売量=生産量+輸入量-輸出量

図5 中国のオートバイの生産量、国内販売量及び輸出入量

1990年代から、中国のオートバイ産業はすでに海外直接投資を始めている。しかし、海外直接投資によるオートバイの輸入量はわずかであり、オートバイの逆輸入が行われていない。図6を見ると、1980年代に、中国のオートバイの輸入量は大きく増え、生産量の30%の割合を占めた。その後、オートバイの輸入量の割合は10%以内である。2000年代に、中国の民間オートバイ企業は海外に立地しているが、その輸入量も大きな変化がない。つまり、プロダクト・サイクル論によれば、海外直接投資に伴い、輸入の増加が発生するはずであるが、中国のオートバイ企業は海外直接投資が始まった後も、輸入の増加は発生していない。



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版より筆者作成

図6 中国のオートバイの輸入量及び割合（単位：台）

日本のオートバイ産業は20世紀からオートバイ技術などを導入し、国内の普及を実現した。1970年代から、国内需要が減少し輸出を本格化させ、1980年代に海外直接投資も行い、1990年代から輸入が増加した。近年では、国内生産は大きく減少しており、オートバイ産業の衰退が見られる。日本のオートバイ産業はまさに導入期、成長期、成熟期という発展パターンを経過しており、日本のオートバイ産業はプロダクト・サイクル論に当てはまる。

一方、中国のオートバイ産業では、日本のオートバイ産業の技術の導入、海外輸出、海外直接投資が行われている。しかし、中国のオートバイ産業は日本のオートバイ産業より早い段階で輸出や海外直接投資が行われているが、輸入量はわずかである。日本のように大量の輸入は行われていない。よって、中国のオートバイ産業の発展パターンは日本のそれとは異なる。

また、中国のオートバイ産業と日本のオートバイ産業の大きな違いは輸出と海外直接投資にある。日本のオートバイの輸出は、国内販売量（国内需要）が縮小した後に始まったのに対し、中国では生産量と国内販売量が増加している時に輸出が始まった。そして、日本では、輸出を本格化させた後、オートバイ産業は成熟し、固定的なユーザーを形成し、海外直接投資を開始した後、オートバイの輸入量も増えてきた。それに対して、中国のオートバイ産業は成長している1990年代に輸出と一緒に海外直接投資も始まった。それから30年間は経過しても輸入の増加は発生していない。つまり、中国のオートバイ産業の海外直接投資は日本の海外直接投資より早い段階に始まったのである。よって、以下では、中国のオートバイ産業を3つの発展段階に分けて分析し、日本と異なった輸出と海外直接投資の特徴を明らかにする。

### 3. オートバイ産業の発展段階

中国のオートバイ産業は1950年代に出現し、2010年まで成長しているが、2011年からオートバイ産業の衰退が見られる。ここでは、中国のオートバイ産業の発展を3つの段階に分けて分析する（表2参照）。

表2 中国のオートバイ産業の発展段階

導入期 (1950年代-1980年代)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・軍事産業として、公務、軍や郵政用のオートバイが生産された。</li> <li>・市場が小さく、生産台数が少ない。</li> <li>・企業数が少ない。</li> <li>・軍需から民需への転換が行われた。</li> <li>・国営企業は外国（特に日本）と技術提携を行った。</li> <li>・オートバイ産業が形成され、オートバイの普及が促進された。</li> </ul>
成長期 (1990年代-2010年代)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・民間企業の新規企業と国内市場が拡大した。</li> <li>・オートバイの主体は民間企業にシフトした。</li> <li>・中国のオートバイ産業は個別企業及び産業全体の急激な量的拡大を達成した。</li> <li>・輸出と直接投資も行われた。</li> </ul>
衰退 (2011年-現在)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オートバイの生産量と輸出量が減少した。</li> <li>・国営企業と民間企業の生産量と輸出量が減少した。</li> </ul>

出所：筆者作成

### 3.1 導入期：1950年代～1980年代の中国のオートバイ産業

中国では、航空工業系企業が1957年からオートバイを作り始めた。中国における自動車、オートバイ製品の生産開始の背景としては、1957年2月に、第二機械工業部第4局（航空工業局）が初めて民用製品協作会議を開き、軍用民用の2種類の生産技術を持つ旨を伝えてきたことがある。また、国務院が軍事系統に民用製品の生産を指示し、工場に民用品の生産項目を分配した。その後、各企業は民用製品を開発し、そのなかでオートバイや自動車製品が誕生した<sup>9</sup>。1979年までは小規模のオートバイ生産にとどまり、その製品の品質も不安定であった<sup>10</sup>。また、公的利用のための生産が主であり、オートバイの生産主体も国営企業であった。

1980年代から、軍事用の需要が減少し、オートバイ企業の民事用への転換が始まった。そして、沈陽航空発動機廠や石家荘飛機廠の航空系企業などが外資系企業との技術提携を行った。その後、多くの国から技術導入が行われ、特に、日本のホンダ、ヤマハ、スズキ、川崎との技術提携が多く結ばれた。日本企業から技術供与された複数の国有企業が生産したオートバイは官公庁向けに供給された<sup>11</sup>。また、オートバイ生産に従事していた機械工業系統や郵政系統から優先的に、外国メーカーからの技術導入が許可された<sup>12</sup>。さらに、多くの国営企業が外国との技術提携による合弁企業を設立した。

1980年代に入ると、中国のオートバイ産業に対する中国政府のコントロールが弱まり、多くの軍用企業が民間企業へ転換した<sup>13</sup>。また、国営企業と外資系企業との技術提携により、日本のモデルライセンス生産が開始された<sup>14</sup>。

### 3.2 成長期：1990年代～2010年代の中国のオートバイ産業

1990年代に中国のオートバイの供給が大きく増加した。当時、中国のオートバイはほぼ国内で販売され、国内市場も急速に拡大した。2008年に、中国のオートバイの生産量は2,700万台を超え、生産のピークを迎えた。1990年代には、民間企業が増え、100社を超えた。この時期に合弁企業が出現し、オートバイメーカーは1980年の24社から1997年の143社へと大幅に増えた。また、この20年間で、中国のオートバイの主体は国営企業から民間企業と合弁企業にシフトした。そして、この段階に中国のオートバイ産業の輸出と直接投資が本格的に始まった。

中国のオートバイ輸出の開始は1989年からである。2000年代までは輸出量はまだ少なかったが、2000年代以降、WTO加盟などを背景に増加し始めた。2011年には1,000万台の輸出量に達した（図5参照）。一方、国内市場では不正な価格競争や不良製品の出現により輸出にも悪影響が生じた<sup>15</sup>。その影響の大きさはベトナム市場からの撤退から伺える。また、1990年代に国営企業は海外に直接投資を行い、2000年代から民間企業も直接投資を始めている。後述するように、中国のオートバイ産業の特徴は、輸出と海外直接投資という企業行動に表われている。

9 航空工業汽車摩托車發展史編委會（1992），p.3

10 航空工業汽車摩托車發展史編委會（1992），p.3

11 塩地（2008），p.133

12 大原（2001），p.7

13 松岡（2002），p.63

14 三嶋（2010），p.110

15 王（2001），p.10

### 3.2.1 多くの民間企業の誕生と合弁企業の出現

この時期のオートバイ業界には従来の国営企業だけではなく民間企業も参入してきた。民間企業は国営企業より急拡大する市場ニーズに柔軟に対応し、大きなシェアを獲得した<sup>16</sup>。中国のオートバイ企業数も増えている。1980年に、企業数は24社しかなかったが、2009年に160社、2014年には138社となった<sup>17</sup>。

また、合弁企業も中国市場に参入して、中国のオートバイ産業は急速な発展を迎えた。1980年代のような技術提携だけではなく、1990年代から中国の国営企業との合弁経営も始まった。中国市場では、合弁企業は日本のホンダ、ヤマハ、スズキや川崎を中心に展開している（表3参照）。合弁企業はパートナーである国営企業への技術供与を含み、国営企業側は導入技術を用いて日本モデルに近い製品の生産を行うようになった<sup>18</sup>。中国における本格的な生産の拡大は、1990年代の日本企業との合弁企業の設立が契機となったのである。

表3 中国での合弁企業

外国企業	現地会社名	形態	設立年
ホンダ（日本）	本田摩托車研究開発有限公司	独資（R&D）	2002
	五羊一本田摩托車（広州）有限公司	合弁	1992
	天津本田摩托車有限公司	合弁	1993
	新大州本田摩托車有限公司	合弁	2001
ヤマハ（日本）	雅馬哈発動研究（上海）有限公司	独資（R&D）	2004
	雅馬哈発動研究（蘇州）有限公司	独資	2001
	重慶建設雅馬哈摩托車有限公司	合弁	1992
	株州南方雅馬哈摩托車有限公司	合弁	1993
	江蘇林海雅馬哈摩托車有限公司	合弁	1994
スズキ（日本）	重慶望江鈴木発動機有限公司	合弁	1993
	済南軽騎鈴木摩托車有限公司	合弁	1994
	南京金城鈴木摩托車有限公司	合弁	1994
	鈴木摩托車研究開発有限公司	合弁（R&D）	2002
	常州豪爵鈴木摩托車有限公司	合弁	2007
	常州鈴木摩托車研究開発有限公司	合弁（R&D）	2007
川崎（日本）	海南新大州川崎発動機有限公司	合弁	1997
三陽（台湾）	厦門厦杏摩托車有限公司	合弁	1993
光陽（台湾）	湖南光南摩托車有限公司	合弁	1993
PIAGGIO（イタリア）	比亜喬佛山摩托車有限公司	合弁	1994

出所：佐藤・大原（2005），p.76，各社のHPより筆者作成

そのため、1990年代から、中国のオートバイ産業には、すでに国営企業、技術提携企業、民間企業と合弁企業が存在している。その時期から、中国オートバイ市場では、国営企業から民間企業へのシフトが見られるようになる<sup>19</sup>。

16 三嶋（2010），p.111

17 『中国汽車工業年鑑』2015年版

18 坂本（2005），p.47

19 坂本（2005），p.48

### 3.2.2 中国のオートバイ生産主体のシフト

中国の上位10社のオートバイメーカーの形態から見ると、2000年代までは国営企業と技術提携企業（2000年代までは国営企業との技術提携しかなく、2005年に民間企業との技術提携が1社出現した）が中心的な役割を果たし、大きな市場シェアを占めた（表4参照）。しかし、2000年代以降、民間企業と合弁企業の比率が拡大し、2015年になると中国のオートバイ市場の主役は国営企業から民間企業と合弁企業にシフトした。

1990年代に、技術提携企業（国営企業）は総生産量の50%以上のシェアを占めたが、2000年代になると、民間企業や合弁企業の生産シェアや企業数が増え、技術提携企業のシェアが下がった。

上位50社の企業を見ると、民間企業の数30社を超え、総生産量の半分のシェアを占めている。上位50社以内の合弁企業も8社あり、総生産量の20%以内のシェアを維持している。国営企業と技術提携企業の生産能力が弱くなり、総生産量の割合も減少しつつある。よって、2000年代以降から、中国のオートバイ産業の主役は民間企業になったと言える。

表4 生産量上位10社及び上位50社のメーカーの状況

形態		1990	1995	2000	2005	2010	2015
上位10社	国営	数	1	1	2	-	-
		生産量	30,000	271,088	716,017	-	-
		生産量の割合	3.1%	3.4%	6.2%	-	-
	技術提携	数	8	5	4	5	4
		生産量	567,274	4,151,926	2,885,255	6,192,479	6,410,209
		生産量の割合	58.7%	52.1%	25.0%	34.9%	24.0%
	民間	数	-	2	3	3	5
		生産量	-	787,817	1,621,380	2,967,170	6,977,375
		生産量の割合	-	9.9%	14.1%	16.7%	26.2%
	合弁	数	1	2	1	2	1
		生産量	61,082	751,350	291,515	1,932,559	1,242,751
		生産量の割合	6.3%	9.4%	2.5%	10.9%	4.7%
上位50社	国営	数	-	-	4	1	1
		生産量	-	-	730,538	1,006,562	1,653,048
		生産量の割合	-	-	6.3%	5.7%	6.2%
	技術提携	数	-	-	5	6	6
		生産量	-	-	2,029,293	5,518,315	6,425,818
		生産量の割合	-	-	17.6%	31.1%	24.1%
	民間	数	-	-	36	35	35
		生産量	-	-	6,337,401	7,082,436	12,595,531
		生産量の割合	-	-	54.9%	39.9%	47.2%
	合弁	数	-	-	5	8	8
		生産量	-	-	783,224	2,694,299	4,235,537
		生産量の割合	-	-	6.8%	15.2%	15.9%

出所：『中国摩托車工業史』、各社HPより筆者作成

生産量上位10社と上位50社の表4から、1990年代、民間企業と合弁企業の出現に伴い、オートバイ産業の主役は国営企業や技術提携企業から民間企業にシフトしたことがわかる。国営企業は技術習得があまり進まず、一方、民間企業は日系企業と技術提携することで開発した国営企業のオートバイをコピーし、国営企業から技術者を引き抜き、国営企業の部品調達ネットワークまで活用した<sup>20</sup>。また、国営企業は開発速度が遅く、コストも高い<sup>21</sup>。一方、民間企業は市場への柔軟性により、中国のオートバイ産業の主体は国営企業から民間企業にシフトした。中国オートバイ市場では多くの企業形態が存在していたことから、オートバイ輸出や海外直接投資の企業行動にも影響している。

### 3.3 衰退：2011年以降の中国のオートバイ産業

プロダクト・サイクル論によると、ある製品が標準化されるとともに、海外の需要が拡大し、国内の需要は安定あるいは縮小する。その時から、輸出と海外直接投資に転換し、国内産業は衰退していく。中国の場合はどうだろうか。2011年以降の中国のオートバイは国内販売量が減少し、生産量の半分が輸出されて、他方で海外直接投資が進んでいる。したがって国内市場の衰退傾向が見られる。国内市場の衰退は国内産業の利潤減少要因となり、国内産業衰退の一因となることが考えられる。そこで次に、産業衰退の指標として中国のオートバイ産業の利潤を見てみよう。2010年まで、オートバイ産業の利潤は増加トレンドにあり、74.2億元に達した。しかし、2011年から、その利潤が減少し始め、2016年の利潤額は44.98億元になった。したがって、中国のオートバイ産業は中国市場と平行に衰退していると考えられる。

2008年の世界金融危機（リーマンショック）の影響で、中国の輸出は厳しくなった。そこで、内需を拡大するために、2009年2月、国務院が財政部や国家発展改革委など7部門とともに『汽車摩托車下郷实施方案』（以下、「摩托車下郷」と呼ぶ）が制定された。その中で、2009年2月1日から2013年1月31日まで、農民たちがオートバイを購入する際に、価格の13%の補助金（最大650元）が支給されることが示された。オートバイは、農村部の交通手段として重要な役割を果たしているので、「摩托車下郷」によって、オートバイの国内販売は2009年をピークに国内の需要も拡大した。

2010年7月1日から国家環保部は「摩托車汚染物排放限值及測量方法『中国Ⅲ段階（国3<sup>22</sup>）』（Euro3相当）を制定した。この規制は企業に対して技術の向上を要求し、製品のコストも高くなっている。これまで製造、販売、登録されているオートバイは国2<sup>23</sup>の標準が満たされていないので、これらのオートバイへの改造も必要となっている。国3の導入により、オートバイ生産が抑制され、2011年から生産が減少している（図5参照）。現在オートバイの市場は農村であり、コストの上昇によって国内需要も減少している。また、労働賃金の上昇、人民元高、原材料価格の上昇により、価格も高くなり、2012年から輸出量も減少している<sup>24</sup>。

20 三嶋（2010），p.111

21 大原（2004），p.102

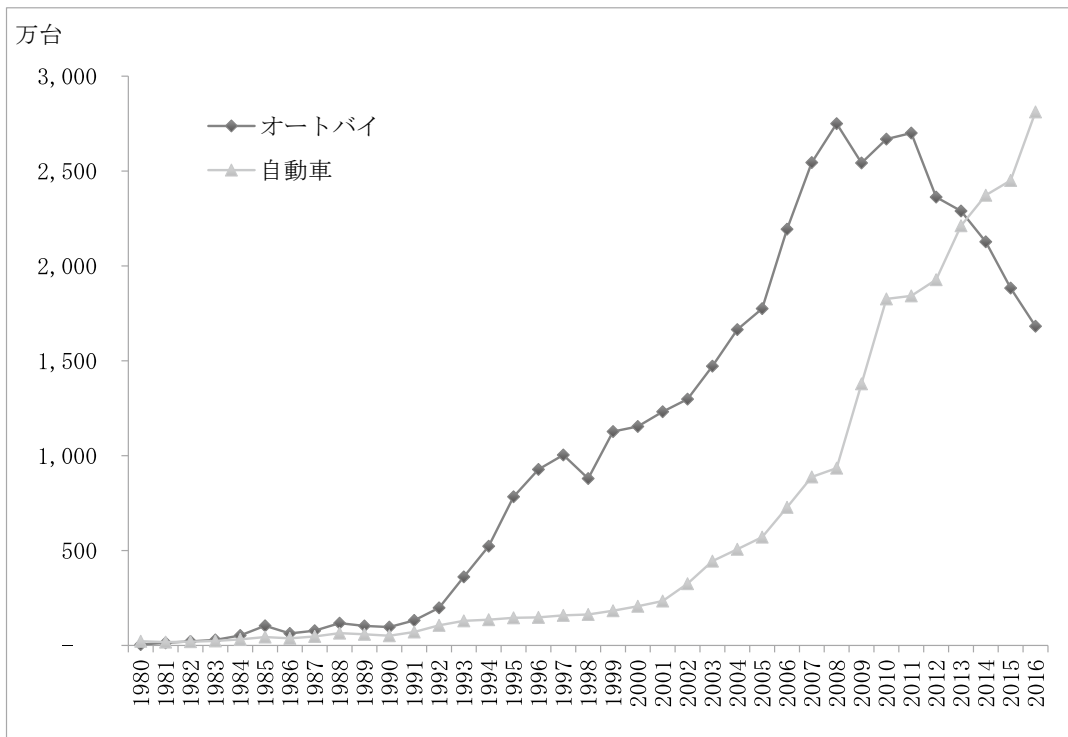
22 国3は中国の第二段階の排気ガスの排気基準を指し、国3は国2よりガスの節約やエンジンのコストの高さ、機械の自己診断システムの増加という違いがある。

23 国2は2003年に実施した中国の第二段階の排気ガスの排気基準を指し、欧州Ⅱ号に相当する。

24 王（2013），p.4

オートバイの輸出量の減少はオートバイの国際競争と関わっている。特に中国のオートバイは徐々に東南アジアから撤退することになる。それは、日本企業（ホンダ）が2002年に低価格版 Wavea<sup>25</sup>を開発し、中国のオートバイの低価格の優位性が失われたこと、また、東南アジアの国々（特にベトナム）が国産化政策を進めたことなどによる。

また、中国国内では、人々の生活水準が向上するとともに、自動車にシフトする傾向が見られる。2000年代から、中国では自動車の生産量も急速に増加し、同じ輸送手段としてのオートバイに衝撃を与えた。人々の生活水準が高まるとともに、オートバイから徐々に自動車にシフトし、2011年以降、オートバイの生産量は減少しつつあるが、自動車の生産量は持続的に増加している。また、2013年に、政府はEV政策（電動自動車）を打ち出し、ガソリンを使うオートバイにもプレッシャーをかけた。特に、2014年になると、自動車の生産量がオートバイの生産量を超え（図7参照）、オートバイから自動車へのシフトが見られる。



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版より筆者作成

図7 中国のオートバイ及び自動車の生産量

### 3.4 まとめ

中国のオートバイ産業は、軍事産業から転換し、生産基礎を確立した。そして国営企業と外国企業が技術提携を行い、中国国内では外国のオートバイを模倣し、生産量が増えた。続いて、中国のオートバイ産業は急成長を迎えた。1990年代に外資系企業が中国市場に参入し、合弁企業を作り始めた。また、多くの民間企業も市場に参入してきたため、中国のオートバイ産業の

25 佐藤・大原（2005），p.38



主体は国営企業から徐々に民間企業へシフトしていった。その時期から、オートバイの生産量は大幅に増え、国内市場も拡大した。そして、オートバイ企業の輸出と海外直接投資が始まった。しかし、2011年から、オートバイの生産量、国内販売量や輸出がともに減少しつつある。このような発展段階の中で、中国のオートバイ産業の輸出や海外直接投資が始まった。次に、この早い段階で始まった輸出と海外直接投資について見てみよう。

## 4. 中国のオートバイ企業の輸出と海外直接投資

### 4.1 中国のオートバイ企業の輸出動向

中国オートバイの輸出は1990年代から始まった。言い換えると、中国のオートバイ産業は高度成長しているところに、輸出が始まった。しかし、オートバイの輸出が本格的に増えたのは2000年代からである（図5参照）。

1990年代の民間企業と合弁企業の出現に伴い、合弁企業によって導入された車種がコピーされ標準化された。オートバイ市場にはコピーした車種が氾濫し、低価格で素早く市場に投入する競争が展開された<sup>26</sup>。激化する競争の中で、海外進出が始まった<sup>27</sup>。

2000年代から、急速的に発展しているオートバイ産業の輸出量も拡大している。それは国の政策とも関わっている。1998年10月、政府は、民間企業が「資本は850万人民币以上、2年連続で販売額は5000万人民币以上、輸出入荷額は100万ドル以上、輸出入の専門従業員があり」という条件を満たすと、輸出入の経営権を与えた。それは民間企業に対して重要なインセンティブを提供した。また、2001年に中国はWTOに加盟した。このグローバル化の環境の下でオートバイの輸出にも利便性がもたらされた。

一方、国の政策による中国のオートバイ国内市場の厳しさも見られる。中国政府は、安全運転や交通問題などを考え、1990年代から都市部において、オートバイの使用を禁止あるいは制限する「禁摩」という措置を実施した。2004年に全国140以上の都市でその政策が実施され<sup>28</sup>、2014年、170の都市で「禁摩」が行われている。「禁摩」政策は国内オートバイ産業に大きな影響を与えたため、多くの企業（特に民間企業）は会社の将来を考えると、新しい市場を開拓する必要が生じた。

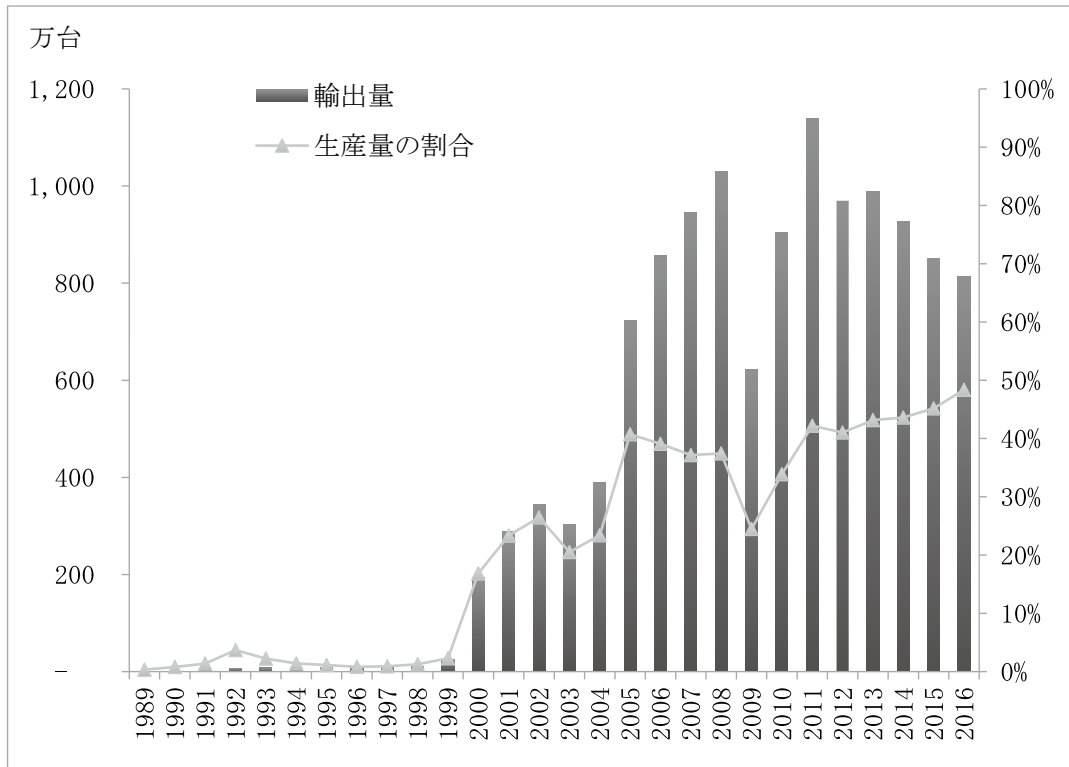
2000年まで、オートバイの輸出量は少なく、1999年にも年間26万台である。2000年に輸出量が初めて100万台を超え、それ以降、オートバイの輸出量は急増し、2008年には1,000万台に達した。2009年は金融危機の影響でオートバイの輸出量は一旦落ちたが、2011年に輸出量はピークとなる1,100万台に達した（図8参照）。その後、オートバイの輸出量は生産量と同様に減少に向かった。

一方、生産量に占める輸出量の割合から見ると、最初の10%未満から48%の割合と全体的に上がっている。特に、2011年以降、オートバイの輸出量は減少しているが、その割合が増えつつある。現在、オートバイの輸出量の総生産量に占める割合は半分近くとなったため、現在、中国オートバイの輸出量は減少しているが、割合は増えつつある。

26 大原（2004a），p.112

27 大原（2004b），p.95

28 佐藤・大原（2005）p.67



出所：『中国汽車工業年鑑』（1990～2017年）より筆者作成

図8 中国オートバイの輸出量及びその生産量に占める割合

中国オートバイの輸出を国内資本系企業<sup>29</sup>、技術提携企業、合弁企業に分けてみると、技術提携企業は、輸出量の変化が少なく、ほぼ100万台を維持している。合弁企業の輸出量は2005年の50万台から2015年の120万台となった（表5参照）。合弁企業は安定した量で輸出している。国内資本系企業の輸出量は2005年260万台から2011年770万台に増えた。2015年も530万台の輸出があり、国内資本系企業は中国オートバイ輸出の中心とみられる。

輸出価格から見ると、国営企業がメインである技術提携企業と合弁企業の単価は国内資本系企業より高い。技術提携企業は2005年の365ドルから637ドルとなり、中国全体の輸出価格より高い。合弁企業は475ドルから710ドルに増えた。現在、合弁企業の輸出単価はすでに安定し、700ドルほどである。合弁企業の輸出単価は平均単価より200ドル超で高い。民間企業が中心である国内資本系企業の輸出単価が一番安く、平均単価よりも安い。ここ10年間は100ドルしか差がない。低価格も民間企業が発展する最大の武器であった<sup>30</sup>。

29 国内資本系企業は技術提携企業以外の国営企業と民間企業を指す。

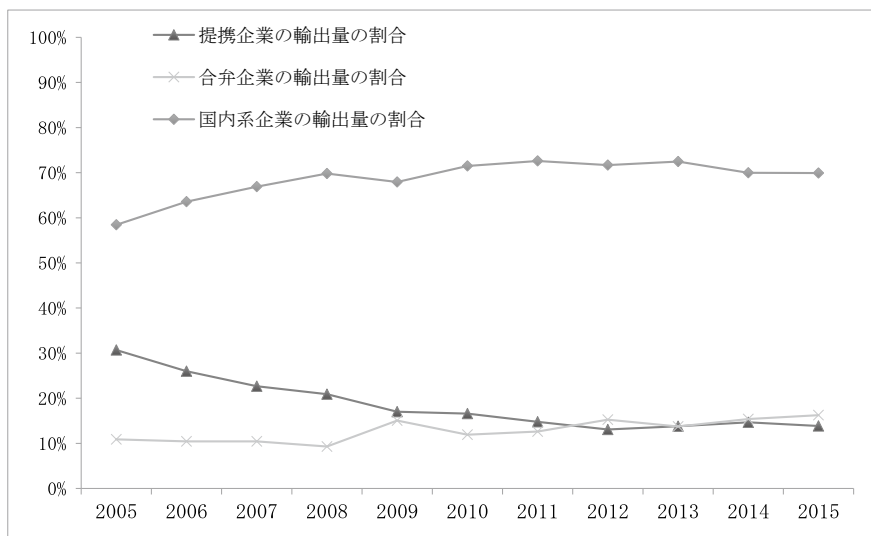
30 藤本・新宅 編 (2005), p.76

表5 技術提携企業、合弁企業及び国内資本系企業の輸出量、輸出価格（輸出上位76社）

年	提携企業の輸出量	合弁企業の輸出量	国内系企業の輸出量	上位76社の輸出量	提携企業の輸出量の割合	合弁企業の輸出量の割合	国内系企業の輸出量の割合	提携企業の輸出金額	合弁企業の輸出金額	国内系企業の輸出金額	上位76社の輸出金額	提携企業の輸出価格	合弁企業の輸出価格	国内系企業の輸出価格	上位76社の輸出価格
2005	1,397,261	494,947	2,660,828	4,553,036	30.7%	10.9%	58.4%	510,430,000	235,210,000	1,073,910,000	1,819,550,000	365.3	475.2	403.6	399.6
2006	1,664,218	668,127	4,071,171	6,403,516	26.0%	10.4%	63.6%	622,120,000	319,760,000	1,577,700,000	2,519,580,000	373.8	478.6	387.5	393.5
2007	1,851,622	853,438	5,464,504	8,169,564	22.7%	10.4%	66.9%	765,490,000	436,910,000	2,084,130,000	3,286,530,000	413.4	511.9	381.4	402.3
2008	2,043,011	908,743	6,823,561	9,775,315	20.9%	9.3%	69.8%	909,049,000	588,990,000	2,731,326,000	4,229,365,000	445.0	648.1	400.3	432.7
2009	1,021,918	905,521	4,084,636	6,012,075	17.0%	15.1%	67.9%	457,068,000	555,642,000	1,876,042,500	2,888,752,500	447.3	613.6	459.3	480.5
2010	1,396,216	1,002,395	6,017,376	8,415,987	16.6%	11.9%	71.5%	628,963,700	603,096,700	2,543,333,400	3,775,393,800	450.5	601.7	422.7	448.6
2011	1,588,354	1,356,422	7,799,908	10,744,684	14.8%	12.6%	72.6%	787,775,200	902,133,900	3,415,790,900	5,105,700,000	496.0	665.1	437.9	475.2
2012	1,168,498	1,362,708	6,404,702	8,935,908	13.1%	15.2%	71.7%	696,800,600	999,159,100	3,172,224,100	4,868,183,800	596.3	733.2	495.3	544.8
2013	1,263,906	1,260,121	6,644,096	9,168,123	13.8%	13.7%	72.5%	753,179,000	896,198,200	3,346,328,500	4,995,705,700	595.9	711.2	503.7	544.9
2014	1,257,485	1,320,054	6,006,354	8,583,893	14.6%	15.4%	70.0%	731,895,800	959,793,900	3,070,638,800	4,762,328,500	582.0	727.1	511.2	554.8
2015	1,065,150	1,250,687	5,382,310	7,698,147	13.8%	16.2%	69.9%	678,691,900	888,295,200	2,689,518,500	4,256,505,600	637.2	710.2	499.7	552.9

出所：『中国汽車工業年鑑』（2006～2016年）より筆者作成

中国では、国内資本系企業が輸出量の70%を占めるのに対し、技術提携企業は20%で、合弁企業の輸出割合は安定し、10%を維持している（図9参照）。中国オートバイの輸出は国内資本系企業が大きな割合を占めている。言い換えると、国内資本系企業を中心とする民間企業はオートバイ輸出の主体であり、民間企業は中国オートバイの海外展開には重要な役割を果たしている。技術提携企業はほぼ国営企業からなるが、輸出の割合が減少するばかりでなく、海外市場での役割も弱くなっている。

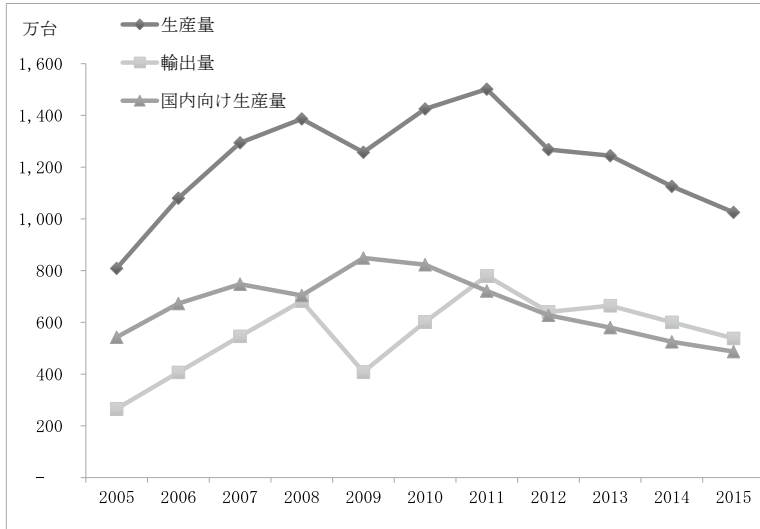


出所：『中国汽車工業年鑑』（2006～2016年）より筆者作成

図9 技術提携企業、合弁企業及び国内資本系企業の輸出量の割合

次に、国内資本系企業、技術提携企業、合弁企業の具体的動向をみてよう。国内資本系企業は、輸出量と国内向けの生産量の格差が小さい（図10参照）。民間企業が中心の国内資本系企

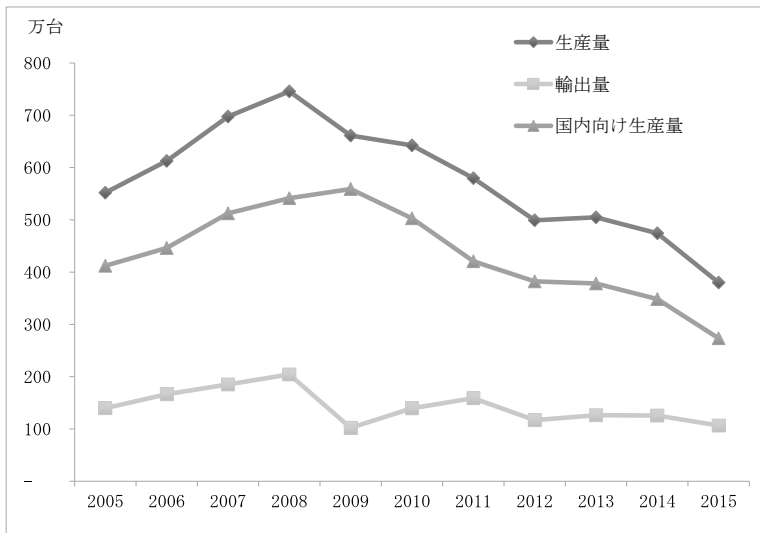
業はオートバイの国内外市場を把握している。しかし、2011以降から輸出量は国内向けの生産量を超え、その格差も2011年以前のように小さい。現在、国内資本系企業は半分を超えた割合を維持している。そこから、中国のオートバイ産業の国内資本系企業は国内向け生産より輸出に注目し、国内市場から海外市場へ転換する傾向がある。



出所：『中国汽車工業年鑑』（2006～2016年）より筆者作成

図10 中国における国内資本系企業の生産量、輸出量及び国内向け生産量の推移

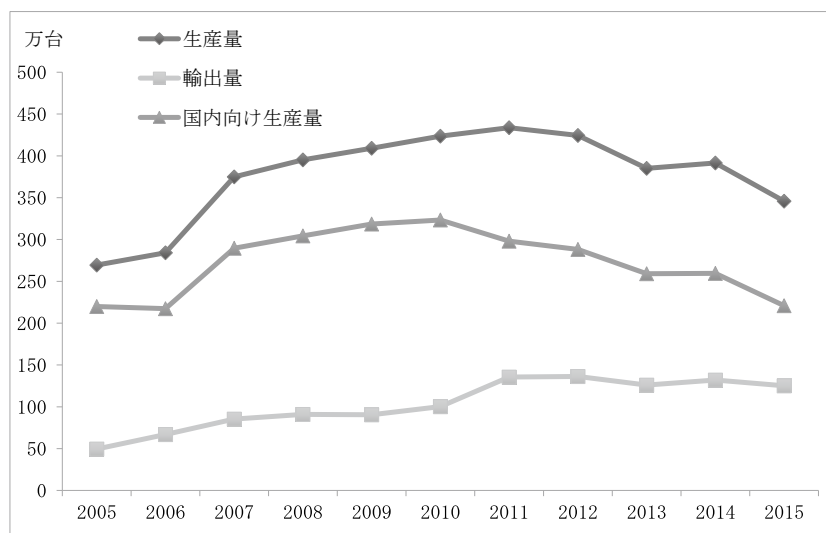
技術提携企業は国内向けの生産量が輸出量より圧倒的に多いことがわかる（図11参照）。その輸出量は2009年に減少した後は、横ばいに変化している。つまり、技術提携企業は国内向けの生産が行われている。また、技術提携企業は主に1980年代に国営企業との連携であるが、国営企業については国内向けの生産に集中する傾向が指摘される。



出所：『中国汽車工業年鑑』（2006～2016年）より筆者作成

図11 中国における技術提携企業の生産量、輸出量及び国内向け生産量の推移

図12を見ると、合弁企業は国内向けの生産が中心である。その生産量のうち輸出量は30%ほどであり、その輸出量も横ばいに推移している。そのため、合弁企業は輸出より国内市場の方を重視している。換言すれば、中国におけるオートバイ合弁企業は国内市場をターゲットにしているのである。



出所：『中国汽车工業年鑑』（2006～2016年）より筆者作成

図12 中国における合弁企業の生産量、輸出量及び国内向け生産量の推移

つまり、中国のオートバイ市場では、技術提携企業と合弁企業は輸出より国内向けの生産の方を重視し、合弁企業の影響で、国内資本系企業は国内市場から海外市場に転換した。そして、輸出量から見ると、国内資本系企業の方が圧倒的に多い。中国のオートバイ市場では3つの企業形態があるが、その輸出は国内資本系企業が展開している。

したがって、中国のオートバイ産業の輸出が日本と異なる大きな理由は、輸出の担い手が異なることである。中国のオートバイ市場では国内資本系企業、技術提携企業、合弁企業の3つの企業形態が存在し、合弁企業が1990年代に中国に進出するのに伴い、国内向けの生産も始まった。これに対して、国内資本系企業は国内市場を重視しつつも、合弁企業や技術提携企業から市場シェアを奪い取られたことから、海外市場に先に進出したことが考えられる。その後、国内資本系企業の輸出が本格化した。一方、日本のオートバイ産業の場合は合弁企業がなく、全て民族資本企業である。日本の企業は国内に特化した後に輸出が本格化した。これに対し、中国のオートバイ産業は合弁企業から受けた影響によって早い段階で輸出が行われたことから、中国のオートバイ産業では日本のオートバイ産業より早い段階で輸出が始まったと言える。

#### 4.2 中国オートバイ企業の海外直接投資

中国のオートバイ産業は、輸出の開始とともに、海外への直接投資も一緒に始まっている。中国企業の海外生産が始まったのは1990年代である。当時、国営企業だけが海外生産を行っていて、進出先もアメリカや東南アジア、コロンビアなど多様である（表6参照）。しかし、2000年代以降、国営企業は新たな海外工場はほとんど作っていない。

一方、民間企業の海外生産は2000年代から始まった。進出先は東南アジア諸国やブラジルなどの後発国である。中国のオートバイ企業の海外直接投資も本格的に始まった。また、オートバイの海外生産は主に重慶市の民間企業が展開している。特に、2000年代以降、オートバイの海外直接投資は重慶市の企業が中心である。重慶市は中国のオートバイ産業の重要な生産地として、総生産量の40%ほどのシェアを占めている。また、重慶市は民間企業を主体として活躍し、早期から海外直接投資が行われている。

表 6 中国オートバイ企業の海外直接投資

	1993	1994	1997	1998	2000	2001	2003	2004	2007	2008	2009	2012	2014	2018
重慶力帆実業股份有限公司 (民間企業)						力帆越南摩托車製造連管公司 (ベトナム)			トルコ工場		力帆製造 (タイ)有限公司			新工場(10万台以上) (フィリピン)
宗申産業集团有限公司 (民間企業)								宗申電機製造公司(ベトナム)		CR宗申株式会社有限公司 (ブラジル)		宗申(タイ)泓沙国際公司		
重慶建設摩托車股份有限公司 (国営企業)							フィリピン工場							
中国嘉陵工業股份有限公司 (国営企業)	嘉陵摩托米洲有限公司 (アメリカ)			布原拉嘉陵 萨克帝摩托 车有限公司 (インドネシア)					亚马孙 TRAXX公司 (ブラジル)					
金城集团有限公司 (軍企業から民間企業)			金城コロンビア公司 (コロンビア)											
江蘇林海動力機械集团公司 (民間企業)													林海美国公司 (アメリカ)	
濟南輕騎摩托車股份有限公司 (国営企業)		輕騎賽格尔公司(パキスタン)			PT VIVAMS 輕騎摩托車有限公司 (インドネシア)									

出所：『中国汽車工業年鑑2016』、各会社HPより筆者作成

重慶市の企業は積極的に海外生産を行っているので、上位10社の生産量と地域の生産量の差から海外生産量を推測した(表7参照)。当地域では2000年代から民間企業による海外生産が始まり、2001年のデータを見ると100万台の差がある。2001年に重慶市の企業の海外生産台数は100万台を超え、2007年には300万台に達した。

表 7 重慶地域の生産量及び上位 10 社の生産量(単位:台)

	地域生産量	上位10社の生産量	差
2000	1,910,700	2,106,077	195,377
2001	2,525,300	3,640,332	1,115,032
2002	3,234,200	3,795,030	560,830
2003	4,113,200	4,625,189	511,989
2004	4,730,700	5,887,419	1,156,719
2005	4,208,400	5,656,612	1,448,212
2006	5,346,000	7,406,955	2,060,955
2007	6,382,500	9,815,095	3,432,595

2008	8,150,100	11,018,132	2,868,032
2009	7,617,375	9,206,430	1,589,055
2010	8,492,329	10,179,538	1,687,209
2011	8,795,936	10,565,174	1,769,238
2012	8,775,100	9,254,541	479,441
2013	8,278,300	9,098,067	819,767

出所：『中国汽車工業年鑑』各年版より筆者作成

注：差 = 上位10社の生産量 - 地域生産量

また、海外進出先から推測すると、インドネシア、ベトナム、ブラジル、タイが中国オートバイ企業の主要な直接投資先である。1999年と2000年に、インドネシアで工場を作った。インドネシアでの生産量は5万台から40万台に増えた（表8参照）。2001年と2004年に、中国企業はベトナムに工場を作り、生産量を増やした。2007年と2008年に、ブラジルに工場ができ、生産量も30万台から40万台に増えた。2012年にはタイに工場を作って50万台生産した。

表8 中国の進出先の生産量及び増減（単位：台）

	タイ	タイの増減	ベトナム	ベトナムの増減	ブラジル	ブラジルの増減	インドネシア	インドネシアの増減
1990	-	-	-	-	172,314	-	-	-
1991	-	-	-	-	140,287	(32,027)	-	-
1992	-	-	-	-	115,575	(24,712)	488,535	-
1993	-	-	-	-	101,698	(13,877)	621,085	132,550
1994	-	-	-	-	154,140	52,442	781,404	160,319
1995	908,000	-	-	-	226,727	72,587	1,042,938	261,534
1996	902,500	(5,500)	-	-	288,073	61,346	1,425,373	382,435
1997	695,700	(206,800)	-	-	424,619	136,546	1,861,111	435,738
1998	533,960	(161,740)	81,761	-	475,725	51,106	519,404	(1,341,707)
1999	633,874	99,914	98,830	17,069	473,802	(1,923)	571,953	52,549
2000	852,580	218,706	166,300	67,470	634,984	161,182	982,380	410,427
2001	687,136	(165,444)	169,354	3,054	753,159	118,175	1,645,133	662,753
2002	978,454	291,318	381,351	211,997	861,469	108,310	2,318,238	673,105
2003	1,298,623	320,169	431,245	49,894	954,620	93,151	2,814,054	495,816
2004	1,453,357	154,734	510,380	79,135	1,057,333	102,713	3,897,250	1,083,196
2005	1,478,296	24,939	624,664	114,284	1,213,517	156,184	5,113,487	1,216,237
2006	1,334,970	(143,326)	790,500	165,836	1,413,268	199,751	4,458,886	(654,601)
2007	1,646,853	311,883	1,095,600	305,100	1,734,349	321,081	4,722,521	263,635
2008	1,906,760	259,907	1,255,545	159,945	2,140,907	406,558	6,264,264	1,541,743
2009	1,634,113	(272,647)	3,091,500	1,835,955	1,539,473	(601,434)	5,884,021	(380,243)
2010	2,024,599	390,486	3,506,600	415,100	1,830,614	291,141	7,395,390	1,511,369
2011	2,043,039	18,440	4,070,200	563,600	2,136,891	306,277	8,006,293	610,903
2012	2,606,161	563,122	3,634,500	(435,700)	1,690,187	(446,704)	7,079,721	(926,572)
2013	2,218,625	(387,536)	3,682,500	48,000	1,673,477	(16,710)	7,736,295	656,574
2014	1,842,708	(375,917)	-	-	1,517,662	(155,815)	7,926,104	189,809

出所：『世界二輪車概況2010』、自動車産業ポータル MARKLINES「世界の二輪車生産と販売（上）：インドが生産・販売とも世界一に」より筆者作成

以上、中国のオートバイ産業の海外直接投資は1990年代にすでに始まり、オートバイの輸出もほぼ同時期に展開した。中国のオートバイ産業では成長期に直接投資が行われたのである。当時、中国では固定的なユーザーの形成もなく、オートバイ産業は成熟していないのに海外に進出した。これに対し、日本の直接投資は国内需要が縮小し、輸出のピークを過ぎ、国内に固定的なユーザーが形成された後に行われた。言い換えると、日本のオートバイ産業では成熟したあと海外直接投資が行われた。このように、中国と日本では直接投資のあり方が異なっていることから、中国のオートバイ企業は1990年代に異なる企業行動を展開したことがわかる。その結果、すでに30年が過ぎても、中国ではオートバイの逆輸入が行われていない。

## 5. おわりに

日本のオートバイ産業は技術導入の後に、国内生産、輸出、海外直接投資という形で推移し、プロダクト・サイクル論に見る導入期、成長期、成熟期を経過後、海外に立地して逆輸入を増やした。一方、中国のオートバイ産業は日本のように技術導入、国内生産、輸出、海外直接投資を経験しているが、日本のような逆輸入が発生していない。また、輸出と海外直接投資が大きく異なっている。日本のオートバイの輸出は国内需要が縮小し、ブランドに特化した後で展開された。そして、海外直接投資が本格された後に、逆輸入量も増えた。一方、中国では、合弁企業が中国オートバイ産業を牽引し、国内資本系企業にも圧力を加えた。そのため、国内需要が増えているにもかかわらず、国内資本系企業による輸出が始まる。ほぼ同時期には国内資本系企業は海外直接投資も行ったが、それによる逆輸入は発生していない。ゆえに、中国のオートバイ産業では日本より早い段階で輸出や海外直接投資が始まったことがわかる。

以上のように、中国のオートバイ産業は、プロダクト・サイクル論と合致している日本のオートバイ産業との比較から、日本のオートバイ産業と同じく技術の導入、輸出、海外直接投資を経過したが、日本と違って輸出と海外直接投資に特異性が見られた。そのため、プロダクト・サイクル論による中国のオートバイ産業の分析では、早い段階で輸出と海外直接投資が行われたことと、逆輸入が発生していないという特異性が明らかになった。

この中国のオートバイ産業の企業行動をみると、将来的にも中国市場でオートバイの需要が続くとは思えない。日本のように成熟した段階を経ない限り、中国では成熟した消費者も形成されないのではないかと。自動車への消費者シフトの中で、中国のオートバイ産業は国外へ移転することも考えられようが、このような論点はさらなる分析が必要であり、今後の課題とした。

## 参考文献

### 英語文献

Vernon, Raymond (1966), "International Investment and International Trade in the product Cycle," *Quarterly Journal of Economics*, Vol.80, No.2, pp.190-207

Vernon, Raymond (1979), "The product cycle hypothesis in a new international environment," *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Vol.41, No.4, pp.255-267



## 日本語文献

- 太田原準 (2000) 「二輪産業の国際競争関係とアメリカン・ホンダ・モーターの設立」『経済論叢』第166巻第5・6号, pp.53-73
- 大原盛樹 (2001) 「中国のオートバイ産業のサプライヤー・システムーリスク管理と能力向上促進メカニズムから見た日中比較」『アジア経済』アジア経済研究所, pp.2-38
- 大原盛樹 (2004a) 「移行過程における民間企業の発生と発展 - 重慶の私営オートバイ企業の事例」『中国経営管理研究』第4号, pp.89-113
- 大原盛樹 (2004b) 「中国地場オートバイ企業の勃興, 海外進出と日本企業の対応」『2004年度研究活動成果報告書 (2002年~2004年)』東アジア産業経済研究センター, pp.105-130
- 片山三男 (2003) 「日本二輪車産業の現況と歴史的概要」『国民経済雑誌』第188巻第6号, pp.89-104
- 坂本清編 (2005) 『日本企業の生産システム革新』ミネルヴァ書房
- 佐藤百合・大原盛樹 (2005) 『アジアの二輪車産業 - 基礎情報と企業一覧 -』アジア経済研究所
- 塩地洋 (2008) 『アジア優位産業の競争力 - その要因と競争・分業構造』ミネルヴァ書房
- 第一勧銀総合研究所 (2001) 『調査レポート - 注目される中国の地場企業 -』第一勧銀行
- 出水力 (2007) 「中国におけるホンダの二輪生産とコピー車対策 - 大手コピーメーカーと合弁の新大州本田摩托車有限公司の発足 -」『大阪産業大学経営論集』8(2), pp.27-51
- 出水力 (2011) 『二輪車産業グローバル化の軌跡 - ホンダのケースを中心に』日本経済評論社
- 日本自動車工業会編 (1995) 『モーターサイクルの日本史』山海堂
- 日本自動車工業会 『自動車統計年報』各年版
- 藤本隆宏・新宅純二郎編 (2005) 『中国製造業のアーキテクチャ分析』東洋経済新報社
- 本田技研工業株式会社 『世界二輪車概況』各年版, 広報部世界二輪車概況編集室
- 松岡憲司 (2002) 「中国オートバイメーカーの部品取引関係 - 所有制による比較を中心として -」『龍谷大学経済学論集』第42号1号, pp.63-83
- 三嶋恒平 (2010) 『東南アジアのオートバイ産業 - 日系企業による途上国産業の形成 -』ミネルヴァ書房
- 村岡直人 (2012) 「Honda の海外展開の考え方と単独収益上の課題」本田技研工業株式会社
- 横井克典 (2010) 「日本二輪企業の海外展開 - 現地生産拠点の発展と日本向上の新段階 -」『同志社商学』商学部巻創立60周年記念号, pp.372-402

## 中国語文献

- 航空工業汽車摩托車發展史編委会 (1992) 『汽車摩托車發展史 (1957~1990)』
- 中国摩托車工業史編 (1995) 『中国摩托車工業史』人民郵電出版社
- 金宇烈 (2000) 「プロダクト・サイクル論の体系とその意義に関する再考」『研究年報』第4号
- 王立三 (2001) 「当前摩托車行業的基本形勢及發展对策分析」『鉄騎雄風 - 中国摩托車工業發展的戰略思考』内蒙古科技出版社

- 段小平 (2006) 「淺談我國摩托車產業國際化經營」『山西財經大學學報』第26卷第一期
- 劉志堅 (2007) 「產業集中及其績效－對中國摩托車行業的研究－」『管理世界』第3期
- 王亮 (2013) 「中國摩托車行業歷史、現狀及發展趨勢」『發展戰略』第2號
- 雷志寧 (2015) 「中國摩托車行業的整合戰略思考」『中國商論』(36), pp.166-168
- 周泳宏 (2016) 『中國摩托車行業發展研究』經濟管理出版社
- 『中國汽車工業年鑑』各年版