

博士論文

中国オートバイ産業における 4 大集積地と
外国資本を中心とした市場行動に関する研究

A study on the four accumulated areas of the motorcycle industry in China
and the market conduct by the foreign capitals

2019 年 4 月

鹿児島大学大学院 人文社会科学研究科

邵 利軍
(Shao Li jun)

目次

第 1 章	序論	0
1.1	問題の所在と本論文の目的	4
1.2	論文の仮説と分析手法	6
1.3	論文構成	9
第 2 章	産業の発展段階の国際的な比較研究に関する先行理論及び先行研究	11
2.1	産業発展段階論	11
2.1.1	雁行型経済発展理論	11
2.1.2	プロダクト・ライフ・サイクル論とプロダクト・サイクル論	13
2.1.3	Vernon 以降のプロダクト・サイクル論	16
2.1.4	プロダクト・サイクル論の有効性	17
2.2	中国のオートバイ産業に関する先行研究	20
2.2.1	中国のオートバイ産業の形成と発展に関する研究	21
2.2.2	中国のオートバイの輸出に関する研究	23
2.2.3	中国のオートバイ企業の海外直接投資に関する研究	24
2.2.4	中国のオートバイ産業の集積地に関する研究	24
2.2.5	中国のオートバイ産業におけるプロダクト・サイクル論に関する考察	26
2.2.6	中国のオートバイ産業における合弁企業と国内資本系企業の区分への考察	27
2.3	まとめ	28
第 3 章	産業の発展段階からみた世界のオートバイ産業の分析	30
3.1	世界オートバイ産業の概況	30
3.1.1	世界のオートバイの生産台数の変化	30
3.1.2	世界のオートバイの販売台数の推移	31
3.1.3	世界のオートバイの輸出台数の推移	32
3.2	世界市場における日本企業の寡占体制の確立	33
3.2.1	欧米諸国におけるオートバイ産業	33
3.2.2	日本のオートバイ産業	35
3.2.3	日本企業の寡占体制の確立	41
3.3	発展途上国における巨大な国内市場の出現	41
3.3.1	中国のオートバイ産業	41
3.3.2	インドのオートバイ産業	44
3.3.3	東南アジアのオートバイ産業	45
3.4	発展途上国のオートバイ産業の発展パターン	47
第 4 章	中国のオートバイ産業の発展及びオートバイ企業の市場行動	49
4.1	中国のオートバイ産業の発展史	49
4.1.1	1950 年代～1970 年代の中国のオートバイ産業	49
4.1.2	1980 年代の中国のオートバイ産業	50
4.1.3	1990 年代の中国のオートバイ産業	50

4.1.4	2000年代の中国のオートバイ産業	52
4.1.5	2011年以降の中国のオートバイ産業	53
4.1.6	中国のオートバイと自動車との違い	54
4.2	中国のオートバイ産業の発展過程にみられる諸特徴	59
4.2.1	大規模な生産台数	59
4.2.2	低排気量を中心とした生産	60
4.2.3	中国の三輪車	62
4.2.4	オートバイの保有台数	64
4.2.5	中国のオートバイ産業の雇用	67
4.2.6	中国のオートバイの価格変動	68
4.2.7	オートバイ企業上位10社の市場占有率	69
4.3	オートバイの輸出入と輸出入収支の諸特徴	71
4.3.1	中国のオートバイ産業の輸出	71
4.3.2	中国のオートバイの輸入と逆輸入	78
4.3.3	オートバイ産業の輸出入収支	80
4.3.4	中国のオートバイ産業の海外直接投資	81
4.4	中国のオートバイ企業の市場行動	84
4.4.1	国内資本系企業と合併企業の企業数と雇用	84
4.4.2	国内資本系企業と合併企業の生産動向	85
4.4.3	輸出動向に関する国内資本系企業と合併企業の市場行動	88
4.4.4	海外直接投資に関する国内資本系企業と合併企業の市場行動	92
4.5	まとめ：中国のオートバイ産業の市場行動の諸特徴	93
4.5.1	中国のオートバイ産業の概観	93
4.5.2	成熟期である2000年代の市場行動	95
4.5.3	衰退期である2010年代以降の市場行動	95
第5章	オートバイ4大集積地の形成及び市場行動による発展パターン	97
5.1	4大集積地の形成及び発展と集中	97
5.2	4大集積地の歴史と諸特徴	106
5.2.1	重慶地域	106
5.2.2	広東地域	117
5.2.3	江蘇・浙江・上海地域	131
5.2.4	河南・山東地域	145
5.3	4大集積地の国内資本系企業と合併企業の市場行動による発展パターン	156
5.3.1	重慶地域の国内資本系企業と合併企業の市場行動による発展パターン	156
5.3.2	広東地域の国内資本系企業と合併企業の市場行動による発展パターン	159
5.3.3	江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業と合併企業の市場行動による発展パターン	163
5.3.4	河南・山東地域の国内資本系企業と合併企業の市場行動による発展パターン	167
5.4	企業形態別にみた市場行動の変化	171
5.4.1	合併企業における市場行動の変化	171

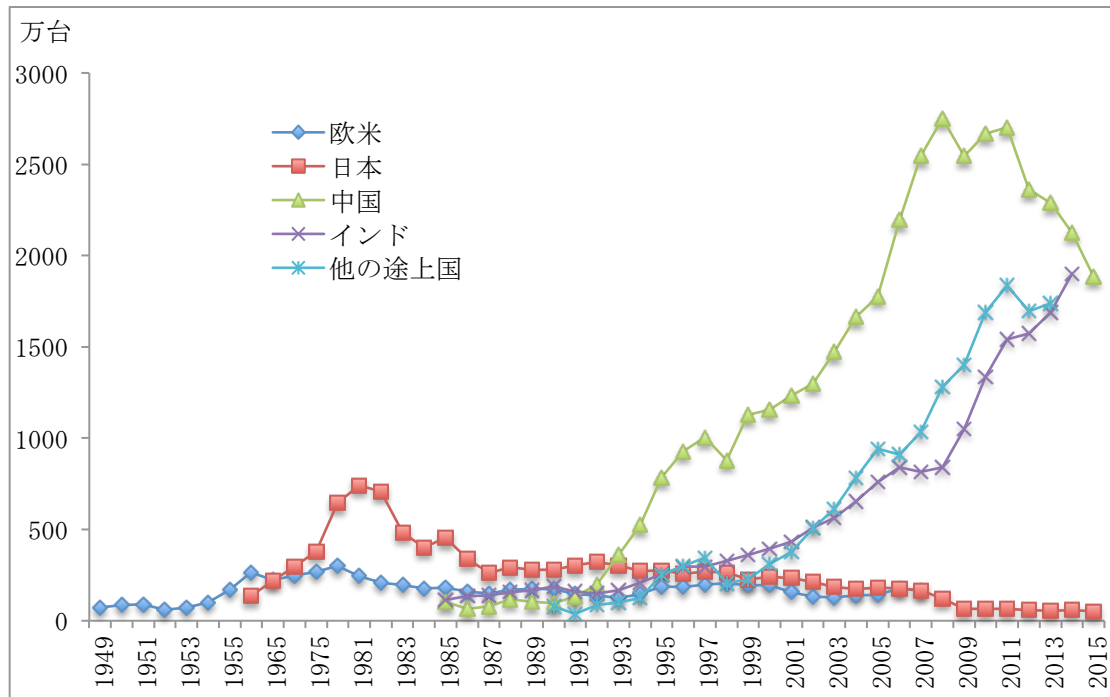
5.4.2	国内資本系企業における市場行動の変化.....	171
5.4.3	市場行動の変化の要因（1）：合併企業の戦略の変化について.....	172
5.4.4	市場行動の変化の要因（2）：国内資本系企業の戦略の変化について	174
5.5	まとめ：成熟期から衰退期に直面した市場行動.....	175
第6章	仮説の検証と残された課題	179
6.1	仮説1の検証.....	179
6.2	仮説2の検証.....	181
6.3	残された課題.....	186
参考文献.....		188
図表一覧.....		197
付録		202
謝辞		204

第 1 章 序論

1.1 問題の所在と本論文の目的

オートバイ産業の歴史的発展を国別に眺めると、生産台数が時期によって激しく変化していることがわかる。世界のオートバイ産業は 20 世紀の前半には欧米が中心であった。しかし、1960 年代から日本へと移転している。その後、1980 年代以降になると中国、インドなどの発展途上国へと再び移転し始めた（図 1.1 参照）。

図 1.1. 世界における主要なオートバイ生産国の生産台数



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」、『中国汽车工業年鑑』各年版の「摩托车生産、販売及進出口情況」より筆者作成

国別の生産台数から見ると、現時点では中国、インドなどの途上国の生産台数が圧倒的に多い。しかし、企業別で見ると、多国籍企業であるホンダ¹が今もなお世界のオートバイ生産台数の 30% 強の比率を占めることが示される。同様に多国籍企業であるヤマハとスズキの生産台数シェアを入れてみると、日本の 3 大メーカー（ホンダ、ヤマハ、スズキ）が、世界生産の 50% ほどのシェアを占めている。つまり、世界のオートバイ産業において日本の 3 大メーカーが寡占体制を維持しているといえよう。

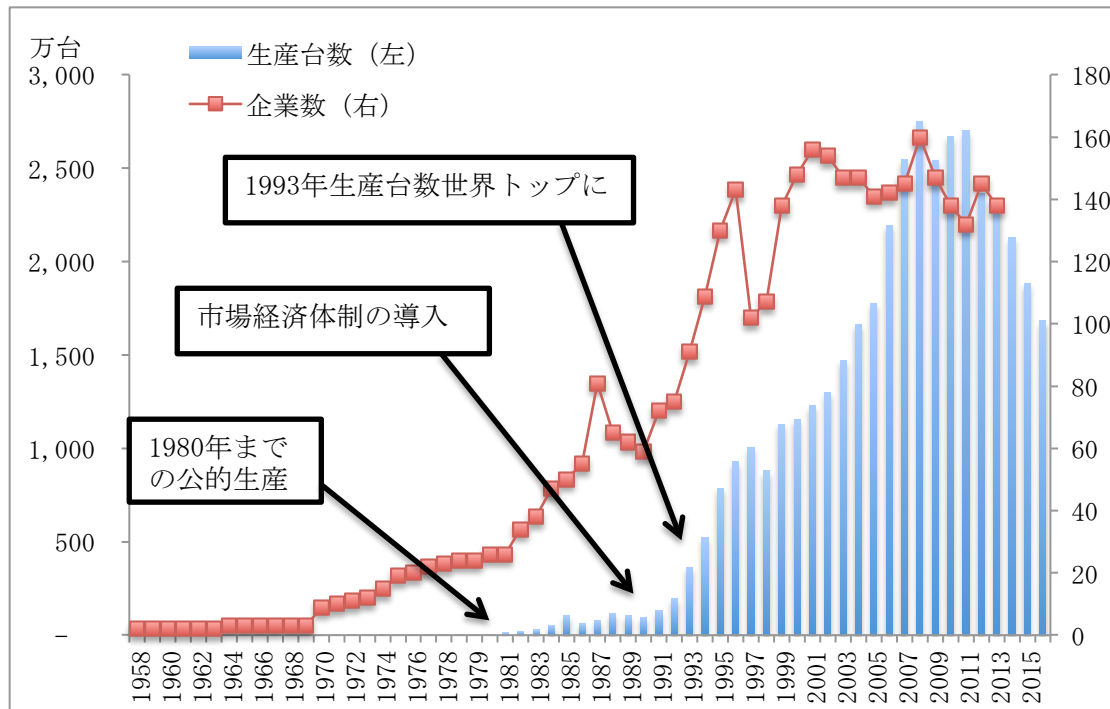
このような世界市場の中でも途上国は目覚ましい発展を遂げた。その代表的な例が、中国オートバイ産業である。中国のオートバイ産業の発展は 1950 年に始まる。当時、国務院の軍事系統が計画生産を行った。そのため、1979 年までオートバイ生産は小規模に

¹ 本論文では、本田技研工業株式会社はホンダで省略し、ヤマハ発動機株式会社はヤマハで省略し、スズキ株式会社はスズキと省略し、川崎重工業株式会社を川崎に省略する。

とどまり続け、その製品の品質も不安定であった²。また、公的利用のための生産が主であった。当時のオートバイの生産も政府からの資源配分という形の計画生産であり、市場はほぼ形成されてしていなかった。ところが、1980年代になると、中国の国営企業を中心に外国企業からの技術導入がなされた。その一方で、オートバイの国内の生産台数が拡大し始める。とくに、1992年の「南巡講話」以降、市場経済が導入され、オートバイ産業においても市場経済化がなされた。これと同時に、国営企業を中心として外国企業との合弁企業が設立され、国内生産規模もいっそう拡大した。

オートバイを製造する企業数は、1980年の24社から2009年には160社へと増加した（図1.2参照）。1980年代の企業は全て国営企業であるが、2014年には国営企業が13社、民間企業は104社、合弁企業は21社となった。そのような変化の中で中国のオートバイ産業では激しい競争が展開された。1990年代に中国のオートバイ産業は急成長を遂げ、1993年には日本を超えて世界一の生産国となった。

図1.2. 中国のオートバイの生産台数と企業数の推移



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車生産、販売及進出口情況」より筆者作成

ここで、本論文の対象となるオートバイの分類について述べておこう。中国のオートバイ産業には二輪車、電動オートバイと三輪車が含まれている。2016年の中国のオートバイ生産台数のうち90%以上の生産台数が二輪車である。また、近年、電動オートバイも中国市場に普及したが、その生産規模は二輪車と比べるとまだ小さく、2016年の生産台数はわずか8万台しかない。そして、三輪車は主に農業用や貨物の運送等に利用されている。オートバイ産業発足の1950年代には、三輪車の生産台数は40%ぐらいの比率を占めていた。しかし、オートバイ産業の発展とともに、三輪車に対する需要は減少している。1983年以降、三輪車の生産台数がオートバイ総生産台数に占める比率はほぼ10%以下となっている。

² 航空工業汽車摩托車發展史編委會（1992），p. 3

本論文では、オートバイ産業の対象は二輪車、電動オートバイと三輪車を含まれており、統計上分類できない場合が多いが。主として、二輪車の動向を述べることで中国のオートバイ産業について分析していると考ええる。

また、他の分類で考えると、オートバイ産業において排気量別の区分が大きな意味を持つ。オートバイ製品の輸送手段としての特性は排気量で異なるものではない。ただし、現実では、排気量別の区分が行われている。この要因は各国の税制度である。日本では排気量別に軽自動車税額が規定されている。排気量が大きいほど税金は高くなる。中国では、250cc を基準にして税金の差別が存在する。2014 年以前は 250cc 以下 (250cc を含まれる) の車種に 3% の消費税がかかり、250cc 以上の車種は 10% の消費税が課されていた。2014 年以降、250cc 以下の車種は消費税が課されず、250cc 以上の車種は 10% の消費税を維持している。これら、排気量別の区分に加え、デザインなどの多様な区分で区別がなされている³。オートバイ産業もまた、自動車産業と同様、税制度上の区分の製品間で競争が行われていると見てよいであろう。つまり、オートバイ産業は税制度のもとで、それぞれのセグメントで競争が行われているという特徴が存在する。以上のように、中国のオートバイ産業は日本の 3 大メーカーの寡占体制という市場構造の特徴と、税制度上の大区分のもとそれぞれのセグメントにおいて競争がおこなわれるという 2 点の特徴がある。この特徴を意識しながらオートバイ産業を対象として本論文の研究をおこなう。

以上のような現状を踏まえ、本研究では次のように目的を設定した。日本 3 大メーカーの寡占体制のもとにおける中国のオートバイ産業の発展パターンを明らかにすることを目的としている。また、中国のオートバイ企業は当初の 2 社から 160 社に至ったことは市場の参入障壁の低さを含意すると考えられるため、中国のオートバイ産業は比較的に自由な環境で競争を行い成長してきたといえる。このような特徴を持つオートバイ産業に焦点を合わせたのは、オートバイ産業のみならず多国籍企業が世界市場に寡占体制を形成しているという現状のもとで、発展途上国内で産業が発展する時の発展パターンを明らかにすることを目的としたいからである。

1.2 論文の仮説と分析手法

本論文の目的を達成するため、以下 2 つの仮説を立てた。

多国籍企業に関する理論としてはハイマーやラグマンなどが代表的に存在するが、中国のオートバイ産業の発展パターンを分析する際にそれらの理論では説明しづらいと考える。まず、ハイマーの多国籍企業論⁴に沿って中国のオートバイ合併企業を見ると、次のようになる。多国籍企業である合併企業は圧倒的な技術、製品の品質や性能などの優位性を有し、高価格にもかかわらず合併企業の製品は中国市場で売れた。このことにより合併企業は国内向けの生産を拡大し、利益を達成したと考えられる。同時期に合併企業は逆輸入も行った。日本の高コストの製品と比較して低コストの中国製オートバイが輸入され

³ 日本と世界オートバイの排気量の区分

日本		世界 (中国を含む)	
種類	排気量	種類	排気量
原付第一種	50cc以下	モペッド	50cc以下
原付第二種	51cc - 125cc	モーターサイクル	小型 51cc - 125cc
軽二輪	126cc - 250cc		中型 126cc - 650cc
自動二輪	251cc以上		大型 650cc以上

出所：『世界二輪車概況』より作成

⁴ ハイマー著・宮崎 編訳 (1979)

た。ハイマーに沿って検討すると以上ようになる。しかし、現在、中国国内市場において合弁企業と国内資本系企業との競争が生じている。中国の国内資本系企業はキャッチアップし、規模を巨大化し集中を行っている。本論文ではこの変化を着目する。ハイマーの理論からは多国籍企業または合弁企業に対抗する国内資本系企業が生まれるという発展過程は導かれない。

また、ラグマンの論考⁵において内部化は国際貿易・投資の効率的活動を妨げる市場の不完全性を克服し、企業特殊の優位性及び技術優位性を世界的規模で維持するため行くと説明される。内部化理論は、不完全市場において利潤の最大化を国境を超えて志向する多国籍企業の存在を説明する原理である。外国市場への参入方式として、輸出やライセンスは知識に代表される企業特殊の優位が他社の模倣などで失われるリスク（消散コスト）を伴うため、FDI（海外直接投資 Foreign Direct Investment）が選好される。そのため、ラグマンの多国籍企業による独占を求めている。しかし、中国のオートバイ市場では多国籍企業の生産シェアは高い時も 30% しかすぎず独占状態として定義することができない。このことから中国のオートバイ市場における多国籍企業の行動として説明することができない。

以上のように、ハイマー等の多国籍企業論は多国籍企業のみの説明と多国籍企業の独占利益を求めることから、国内資本系企業が対抗する中国のオートバイ産業の分析において不十分であると考えられる。

他方、立地論の観点から Vernon は多国籍企業の立地行動を初めて本格的に分析した⁶。そこで、Vernon が分析を行う際に依拠したウェーバーの理論に沿って本論文の対象について検討する。ウェーバーは『工業立地論』の第一章において、立地要因を「経済活動がある特定の地点、あるいは一般的にある特定の種類の地点で行われるときに得られる利益」⁷と定義した。ここで述べられる利益とは、総費用の節約を意味する。工業立地論の観点によると、少ない費用で生産される可能性が重要である。また、立地要因として、輸送費要因、労働費要因、集積要因の3つをウェーバーは強調している。これらのことから、ウェーバーの立地論は工業集積を通じた都市への人口集中といった動態過程の解明をめざした研究であったことが推測される⁸。オートバイ産業はどこに立地するのかについてはウェーバーの理論から分析が可能であると考えられる。しかし本論文においてウェーバーの立地論から中国のオートバイ産業の発展パターンを捉える事はできない。

以上の検討を踏まえ、多国籍企業と産業の両発展段階を明らかにする際、本論文では初期のプロダクト・サイクル論にその有用性が存在するという立場にたつ。

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、各国において商品もまた、新製品段階、成熟製品段階、標準化製品段階の過程をたどるとされる。新製品段階では、先導国は国内需要のため新製品を開発、製品化を行い国内に普及させる。成熟製品期では、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台数が増加する。標準化製品段階において製品は標準化され、先進国と発展途上国の両方に生産立地する。

アメリカ企業は先進国から発展途上国へと生産拠点を移しながら、また先進国企業は

⁵ ラグマン著・江夏等訳（1985）

⁶ 鈴木（2002）p. 78. 「立地論の観点から多国籍企業の立地行動を初めて本格的に分析したのは、Vernon である。Vernon は当初、ウェーバーの立地論を継承したフーヴァーと共同でニューヨーク大都市圏の産業立地を研究していた。Vernon は、ニューヨーク大都市圏の産業立地研究の成果を利用しながら、プロダクト・サイクル論として知られるアメリカ多国籍企業の立地行動研究を進めていった。」

⁷ ウェーバー著／篠原泰 訳『工業立地論』p. 16

⁸ 鈴木（2002）p. 50

発展途上国へ生産拠点を移しながら、熾烈な競争を繰り広げた。この競争の帰結としてアメリカの企業は巨大化し、寡占企業となり、国内での立地を実現した。また、寡占企業であることから、他の国々の市場を狙って立地できるようになった。

したがって、Vernon のプロダクト・サイクル論は立地論の観点からも多国籍企業の立地行動を分析できるといえる。また、ボーダレスという状況において、国内のみの立地から国際的な立地に転換したことを捉えることができる。以上の理由から、プロダクト・サイクル論を利用し、産業の立地を説明できるだろう。

以上のことから、第 1 に、中国のオートバイ産業の発展パターンは従来の産業発展段階理論、すなわち、プロダクト・サイクル論、キャズム理論、雁行型経済発展論の内、典型的なプロダクト・サイクル論ではないが、分析の手法として限定的に有効だと考えるという仮説である。

第 2 に、企業数では全 138 社中の 21 社は合併企業が生産台数の 3 割を占めているという現状と合併企業の立地の偏在に着目し、1990 年の成長期に形成された市場集中と集積を前提とし、集積地別の市場行動⁹の分析をすることで中国市場における企業の市場行動を明らかにできると仮説を立てて、その検証をおこなう¹⁰。これは、本論文の目的である産業の発展パターンを見出すことである。とくに、中国のオートバイ市場は 1990 年代の成長期を経て、2000 年代は成熟期に至って 2010 年代には衰退期と向かう。この成長期と衰退期の市場行動を分析する。

本論文の仮説検証方法は統計分析が中心である。分析を進める上で採用するデータとしては、主に『世界二輪車概況』各年版、『アジア二輪車産業 2011』、自動車産業ポータル MARKLINES、日本自動車工業会ウェブサイト、『中国汽車工業年鑑（2001～2017）』に掲載されているデータに基づく。

具体的な分析のプロセスは以下の通りである。

第 1 に、先行研究サーベイを通し、産業発展段階理論を検証し、中国のオートバイ産業の発展パターンを解明する理論が存在するかという検証を行う。

第 2 に、『世界二輪車概況』各年版や『アジア二輪車産業 2011』、自動車産業ポータル MARKLINES、日本自動車工業会ウェブサイトのデータを用いて、世界のオートバイの生産、販売及び輸出の傾向について検証する。この分析から、日本企業による寡占体制の下で、中国をはじめとする発展途上国のオートバイ産業の発展パターンを明らかにする。

第 3 に、中国のオートバイ企業を経営主体により 3 つを区分し、分析をおこなう。この区分は国営企業、民間企業と合併企業の 3 種である。本論文では、このうち、国営企業と民間企業をまとめて国内資本系企業¹¹と表現する。前掲の『中国汽車工業年鑑』において、中国のオートバイ企業は国内資本系企業と合併企業に分類されている。このため、本

⁹ 本論文において市場行動とは、中国のオートバイ産業を市場として取り扱い、各企業がオートバイ市場において行う全ての行動を指す。

¹⁰ 中国におけるオートバイ産業の集積地に関する研究では、主に重慶、広東と江蘇・浙江・上海の 3 大集積地の分析が中心である。周（2016）は、中国のオートバイ産業は 3 大集積地にわけ、各集積地の発展特徴や代表企業の概況について分析を展開した。しかし、河南・山東地域のオートバイ生産台数は減少しているが、年間 2000 万台以上の生産台数と 10%以上の比率を維持している。また、代表の企業からみると、河南・山東地域にも集中している。本論文では 4 つの集積地に分けて分析する。また、本論文で使用する集積地とは中国語の用語であり、集積地論における集積地とは異なり、単に空間における集中を意味する。

¹¹ 三嶋（2010）、大原は中国のオートバイ企業は外資系企業と地場系企業に分類した。しかし、『中国汽車工業年鑑』によると、中国のオートバイ企業を分類するとき、大きく内資企業と外商投資企業の 2 種類に分けている。内資企業とは国内資本を利用している企業であり、国内資本系企業を指す。そして、国内資本系企業には国営企業と民間企業が含まれている。また、外商投資企業は外国資本と国内資本を利用している企業である。中国では外商投資企業とは合併企業の形で存在している。

論文においても、中国のオートバイ企業を国内資本系企業と合弁企業に分けて分析をおこなう。その際、『中国汽車工業年鑑（2001～2017）』を利用し、中国オートバイ産業の国内資本系企業と合弁企業の市場行動について分析を行う。より具体的には、詳細なデータのある生産台数の上位 50 社の企業を対象として国内資本系企業と合弁企業に分類し、その生産動向について分析を行う。また、統計のある輸出台数上位 76 社の企業を同様に国内資本系企業と合弁企業に分類し、輸出動向について分析をおこなう。最後に、海外直接投資を分析する為に、生産台数上位 50 社に入る各企業のウェブサイトに掲載されているデータから、各社の海外直接投資について分析をおこなう。

第 4 に、集積地の市場行動についての分析をおこなう。その際、『中国汽車工業年鑑（2001～2017）』を利用し、生産台数の上位 50 社と輸出台数の上位 76 社について、各集積地に分類し分析する。生産台数上位 50 社と輸出台数上位 76 社のデータ、また、各社のウェブサイトに掲載されているデータから、各地域の国内資本系企業と合弁企業の市場行動を分析することができると考える。

ただし、1990 年代では、合弁企業と民間企業は市場に参入したばかりであり、企業はまだ成長期に位置していたことがあり、2000 年代以降に本格的に異なる市場行動を捉えうるからである。2000 年代では、中国オートバイ市場を成熟し、2010 年代からオートバイ市場の衰退がみられる。この成熟期から衰退期に向かって合弁企業と国内資本系企業はことなっている市場行動がある。そこで、本論文では、合弁企業と国内資本系企業は市場成熟と衰退時期に分けて市場行動を分析する。また、本論文において主として採用している統計資料『中国汽車工業年鑑』の中で、企業形態別のデータが 2000 年代始まっていることもあるので、2000 年代以降のデータを用いて企業の市場行動を分析する。

1.3 論文構成

本論文は、以下の章から構成される。本章に続く第 2 章では、オートバイ産業に関する先行文献を整理し、産業の発展段階理論を中国のオートバイ産業に利用できるかどうかを考察する。具体的には雁行型経済発展理論とプロダクト・サイクル論の比較分析を通し、プロダクト・サイクル論を用いて中国のオートバイ産業を説明できることの妥当性を明らかにする。また、中国などの途上国のオートバイ産業の先行研究の整理から、既往の中国のオートバイ産業の研究について発展パターンを含めた整理をおこなう。

第 3 章では、世界的視野からオートバイ産業の発展とそれに伴う生産中心地の国際的な移転過程について整理し、日本の 3 大メーカーの寡占体制のもとで発生した。中国、インドに代表される発展途上国のオートバイ産業の発展パターンについて考察する。

第 4 章では、中国のオートバイ産業について、外国資本である合弁企業と国内資本系企業の市場行動から分析する。1990 年代以降の合弁企業の設立により、市場競争を伴うオートバイ市場が中国において形成された。2000 年以降には、合弁企業は現地での製品開発と調達を本格化させ、低価格車を開発・生産し、国内資本系企業へ競争圧力を加えた。オートバイ多国籍企業が中国に進出するのは、中国において需要が存在するからである。しかし、当時の低い所得水準の中で、オートバイへの大きな需要が存在することは多国籍企業も考えつかなかったと思われる。そのゆえで、膨大なオートバイ需要は国内資本系企業の新規参入を許すこととなった。民間企業は、日系企業との技術提携により開発され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くことで技術を吸収し、

さらには国営企業の部品調達ネットワークまで活用した¹²。そのため、国内資本系企業は中国オートバイ市場に国営企業に対して優位に立ち、国内資本系企業は急速に拡大してきた。中国オートバイ市場では国内資本系企業と合弁企業との競争が特徴となる。つまり、中国のオートバイ市場では国内資本系企業と合弁企業が存在している。

そのため、本章では、中国のオートバイ産業の特徴を確認した上で、中国のオートバイ産業は国内資本系企業と合弁企業に分けて市場行動を考察する。とくに、オートバイ市場の成熟と衰退に向かっている中国のオートバイ産業の市場行動の特徴を分析し、同時に、国内資本系企業と合弁企業の市場行動に分析することによって中国のオートバイ産業の発展パターンを明らかにする。

第5章では、前章で示した中国オートバイ市場の成熟、衰退期における市場競争の高まりについて、地域別の市場行動の分析を行った。中国はオートバイに対して広大な需要があり、地域的な市場圏が存在する可能性が高く、地域ごとに完結した市場の存在でオートバイ産業の集中化や地域的集積が進み、オートバイ産業の4つの大集積地（重慶、広東、江蘇・浙江・上海、河南・山東）が形成されている。この4大集積地の個別の検討から、国内資本系企業と合弁企業の市場行動がそれぞれの地域でどのように異なっているのか、その発展パターンの違いを明らかにする。また、本章ではオートバイ市場成熟の2000年代と市場衰退の2010年代のオートバイ産業の市場行動を対象とし、その市場行動の要因について分析する。

終章となる第6章では、前章までに行った分析から、中国のオートバイ産業の発展パターンについての整理を行う。この整理に基づき世界の寡占体制のもと、途上国で産業が発展する際の発展パターンについて考察を行う。また、以上の検討に基づき残された課題を取り上げる。

¹² 三嶋（2010）, p. 111

第2章 産業の発展段階の国際的な比較研究に関する先行理論及び先行研究

本章では前章で示した目的と分析手法にしたがって先行文献を整理する。その際、既往の研究における産業発展段階理論の適応状況について考察する。とくに、発展途上国の産業段階発展パターンの各論についての議論を整理したうえで、中国のオートバイ産業の研究における発展パターンを含めた整理をおこなう。

2.1 産業発展段階論

産業の発展段階に関する理論は「雁行型経済発展論」が代表的であり、また、商品の発展段階理論としては「プロダクト・サイクル論」とマーケティング理論としての「キャズム理論」の重要性が指摘できる。以下では、各論に関する整理を行う。

2.1.1 雁行型経済発展理論

「雁行型経済発展論」は赤松要が1935年に「我国羊毛工業品の貿易趨勢」において提唱した¹³。その後、小島清により同論の拡充や精緻化が行われた。

雁行形態という用語の由来を赤松は次のように説明する。すなわち、「雁行形態と名づけたのは、秋の月夜に雁が列をなして飛んでゆくとき、山形の列をなし、その列が2つ3つ交錯して飛んでゆくようなイメージが、わたくしにあったためである。英文ではWild Geese Flying Patternと書き、雁が秋に北方から飛んでくるときV字形の逆の形をとる」¹⁴と説明する。

赤松は、日本の羊毛工業は「第1期は完成品の輸入、第2期は半製品の輸入によってこれに加工し完成の生産、第3期は製品の輸出」¹⁵の段階があると指摘し（図2.1参照）、雁行形態論を3つの段階に時期区分がなされている。この区分の詳細として、赤松は以下のように記述する。

- [1] 「後進国において自国に未知な新商品あるいは新生産方法によって生産された商品の輸入が漸次増大することから始まる。これらの輸入商品は初め主として完成消費財に近い消費財であるのは雁行形態の第一段階とみなす」¹⁶
- [2] 「完成消費財が国内において自己生産され、この自己生産の勃興と完成品輸入増加の停滞の段階が雁形態の第二段階となる。」¹⁷
- [3] 「国内生産の増大がすでにおこりきたった輸出をいっそう伸張させ、また輸入を絶対的に減少さしめ、ある時点において輸出は輸入を超過するにいたるまでは第三段階である。」¹⁸

¹³ 赤松（1935），p. 130

¹⁴ 赤松（1974），p. 74

¹⁵ 赤松（1935），p. 130

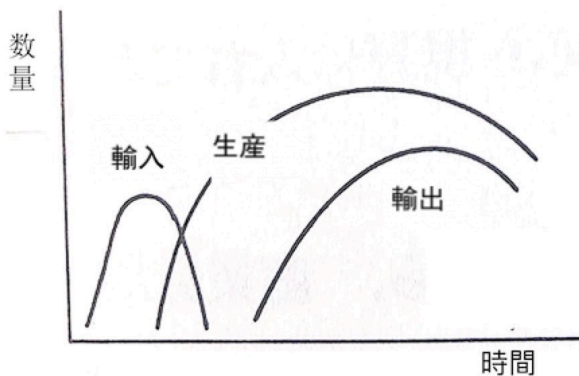
¹⁶ 赤松（1956），p. 514

¹⁷ 同上

¹⁸ 赤松（1956），p. 515

雁行型形態は、この3つの段階において後進産業国や新興産業国の産業が先進産業国の産業を摂取し、それを追跡しつつ成長する場合に、一般的に成立する発展法則を指す¹⁹。ただし、各国において同一の雁行的発展が行われるのではなく、後発の雁はいつも先発の雁を追いこしえないということはない。言い換えると、後発国が先進国にキャッチアップする可能性が存在するという発展プロセスである。

図 2.1. 雁行型経済発展理論の曲線-輸入、生産、輸出



出所：赤松（1956）より作成

小島は、赤松の雁行形態「輸入、生産、輸出」を基本型と区分し、工業製品は「輸入、生産、輸出」をおこなうと同時に、消費財から生産財への転換、粗製品から精密製品に転換するのは変型の雁行形態であると指摘した²⁰。

小島は基本型形態を「生産の能率化」とし、変型雁行形態を「産業構造の多様化」と再規定した²¹。「生産の能率化」で示すものは、比較生産費において比較劣位にあり、輸入されていたものが、生産方法の改善、生産能率の向上、コストの低下を待って比較的優位になるまで進展する²²というプロセスである。一方で、「産業構造の多様化」が示すのは農業から軽工業へ、さらに重化学工業に転換しているという事実である。

コーリン・クラーク（1945）によると、経済発展とともに、国内産業の中心は第1次産業から第2次産業、第3次産業へシフトする。変型の雁行形態は農業から工業への転換による産業構造の変化や多様化、すなわち「一国の総資本・労働賦存の上昇につれて、資本集約度の低い産業から高い産業へ労働資本の再配分が行われる」²³ことが示される。

つまり、雁行型経済発展理論によれば、1つの産業は「輸入、生産、輸出」という発展が起こり、これが雁行形態の基本形態となる。また、消費財から生産財へ（あるいは、農業から軽工業、さらに重化学工業へ）、粗製品から精製品への産業の転換は変型の雁行形態として取り扱われる²⁴。

他方、生産の能率化と多様化を実現するには資本蓄積が必要な条件となる。モデル化された雁行形態は、資本蓄積の進展により、一つの産業の能率化・輸出化が果たされ、これにより、産業構造の多様化・高度化を達成する産業のキャッチアップが行われる。

¹⁹ 小島（1962），p. 19

²⁰ 小島（2000），p. 75

²¹ 小島（2000），p. 76

²² 小島（1998），p. 13

²³ 山澤（1971），p. 205

²⁴ 小島（2000），p. 76

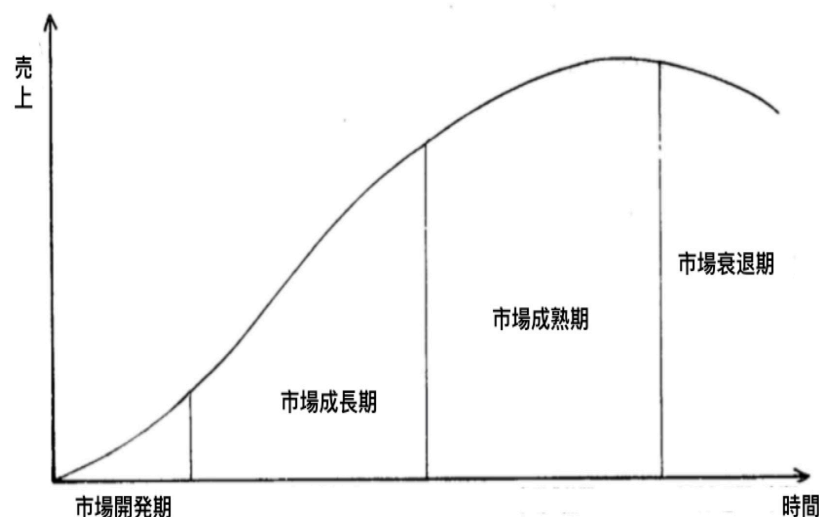
結果として、小島は赤松の雁行形態論をモデル化し²⁵、基本型と変型に区分した。これは資本蓄積と学習効果を起動力として生産の能率化と多様化というプロセスを段階的に繰り返しつつ工業化に成功し、経済発展を達成するというモデルである²⁶。また、先発国の産業は資本蓄積や経済発展とともに、労働力不足や賃金の上昇などの要因で比較優位から競争劣位へと転じる。その結果、その産業は、先発国から労働力豊富で賃金の低い後発国に移動し、その産業が競争優位を獲得する²⁷。国内ではある産業が成熟するにつれて、先発国から後発国へ産業が移転していくということだ。

2.1.2 プロダクト・ライフ・サイクル論とプロダクト・サイクル論

プロダクト・サイクル論は技術論に着目したことにより生まれた。まず、Kravis, I. B. (1956)は、一国の工業製品を輸出できる重要な要因は技術の優位性であることを指摘した²⁸（表 2.1 参照）。Posner, M. (1961)は、国家間の貿易は新製品の導入によって発生し、その要因としては技術の格差があると指摘する²⁹。Vernon (1966)はこの技術格差論に関して、マーケティングから着想を得て 1966 年に「プロダクト・サイクル論」を提唱した³⁰。

Vernon によるプロダクト・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・ライフ・サイクル理論に大きく依拠している（図 2.2 参照）。段階に分けてみると、第 1 段階は市場開発期であり、新製品が最初に市場に導入された時期である。第 2 段階は市場成長期であり、需要や売上が急速に増加する時期である。第 3 段階は市場成熟期であり、売上や需要が横ばいになる時期である。最後となる第 4 段階は市場衰退期であり、製品への需要が下落し、売上も減少し始める時期となる。このように、製品は市場開発期、市場成長期、市場成熟期、市場衰退期の 4 段階を変遷する。

図 2.2. プロダクト・ライフ・サイクル論



出所：Levitt, T. (1965), p. 82

²⁵ 小島 (2000), p. 118

²⁶ 小島 (2000), p. 118

²⁷ 小島 (2000), p. 118

²⁸ Kravis (1956), pp. 143-144

²⁹ Posner (1961), pp. 323-325

³⁰ 張 (2008), p. 32

近年のプロダクト・ライフ・サイクル論において、ハイテク製品のライフ・サイクルを対象としたキャズム理論がジェフリー・ムーア（1991）により提唱された³¹。キャズム理論とは消費者の立場から展開している理論である。

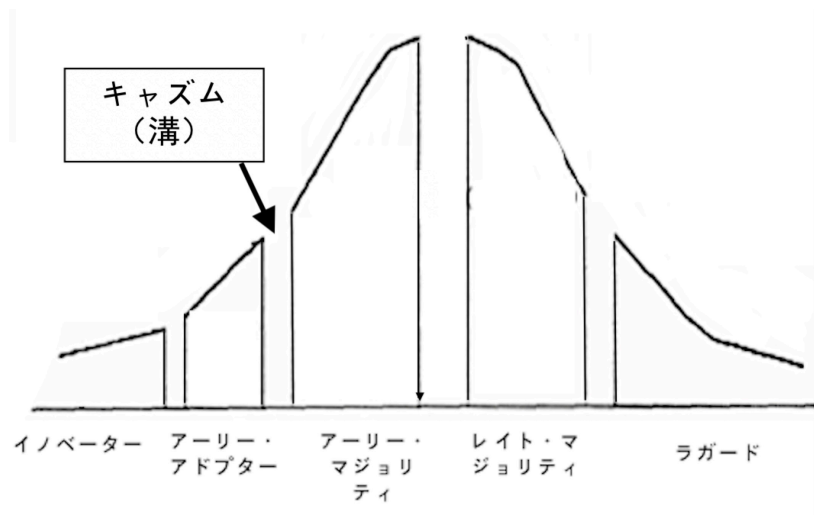
同論において、消費者は細分化され5つのタイプに分類される（図 2.3 参照）。すなわち、イノベーター、アーリー・アダプター、アーリー・マジョリティ、レイト・マジョリティ、ラガードの5つである。ハイテク製品は生産直後に初期市場に出てくると、イノベーターとアーリー・アダプターが初期市場の主役となる。イノベーターは改革者として冒険が好きであり、アーリー・アダプターは知識人としてハイテク製品をよく理解する。そのため、イノベーターとアーリー・アダプターは初期市場の主役としてハイテク製品を受け入れる。アーリー・アダプターによる受容を経て、その製品は市場のメインストリームとなる。アーリー・マジョリティとレイト・マジョリティ、ラガードはメインストリーム市場の主役である。アーリー・アダプターからアーリー・マジョリティへと越える際に、両者の間に「溝」（キャズム）が存在する（図 2.3 参照）。製品は消費者の利用が拡大し普及する時に、その製品は「溝」を超えなければならない。すなわち、初期市場からメインストリーム市場に進化する際、両者の間に「溝」が存在するのである。

この「溝」（キャズム）を超えるための方法としては、支配可能なニッチ市場をターゲットとし、そこからライバルを追い払い、そこを起点としてさらに戦線を拡大する戦略がカギを握ることになる³²。

「溝」を超えるとアーリー・マジョリティが出てくる。つまり、「溝」を超えると、イノベーションが普及し、ハイテク製品も市場で普及するようになる³³。

このように、キャズム理論では、イノベーションによるハイテク製品は「溝」を超え、市場に普及するプロセスが示される。

図 2.3. キャズム理論の段階分け



出所：ムーア（2002），p. 24

先に述べたように、プロダクト・サイクル論はプロダクト・ライフ・サイクル論をベー

³¹ ムーア（2002），p. 5

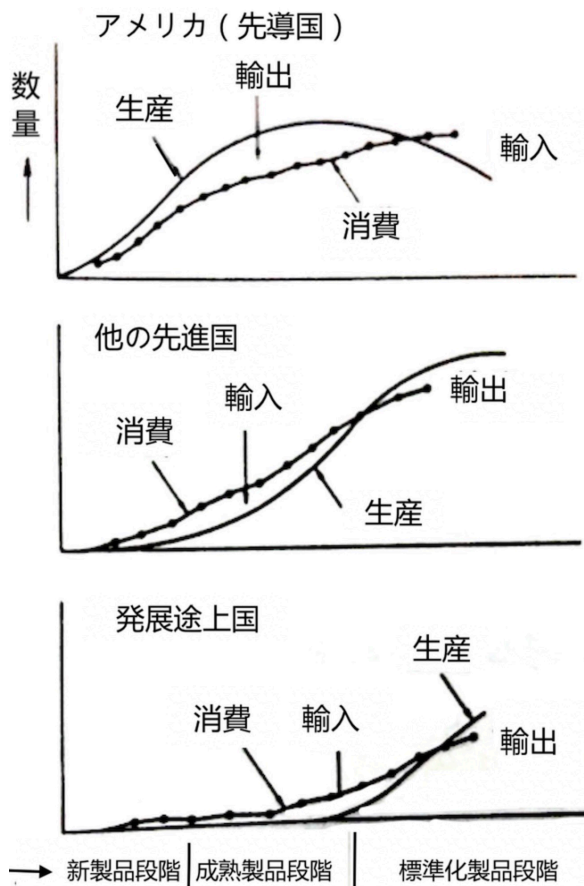
³² 同上

³³ 同上

スとして成立している。Vernon を中心としたハーバード大学多国籍企業プロジェクトの諸研究はプロダクト・サイクル概念を米国企業の海外拡張に適用し、多国籍的な成長過程について明らかにした³⁴。これらの研究により、国際貿易や投資に関するプロダクト・サイクルが見出された。以下では、Vernon のプロダクト・サイクル論の内容を要約する。

Vernon のプロダクト・サイクル論は先導国、先進国および発展途上国の 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 (図 2.4 参照)。第 1 期の新製品段階では、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 2 期の成熟製品期では、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台数が増える。一方、開発発展途上国への輸出も始まる。そして、先進国に模倣生産者が現れたり、輸入障壁などの問題が出てくる。こ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間の輸出競争も激しくなっている。第 3 期の標準化製品段階では、製品が標準化され、先進国と発展途上国の両方に生産立地する。しかし、コスト比較の結果、生産立地は先進国から発展途上国へと移転する。また、アメリカなどの先導国は輸入国へ転換し、先進国と発展途上国は輸出国に変化する。つまり、Vernon のプロダクト・サイクル論では 3 国間の貿易サイクルが生じ、各国において商品もまた、新製品段階、成熟製品段階、標準化製品段階の過程をたどると述べられる。

図 2.4. プロダクト・サイクル論



出所：Vernon (1966), p. 199

³⁴ 金原 (1976), p. 493

2.1.3 Vernon 以降のプロダクト・サイクル論

Vernon 以降、多くの研究者がプロダクト・サイクル論について検証した(表 2.1 参照)。Wells(1969)は、アメリカの高所得者の需要により、開発された新製品の輸出の増加のスピードが他の製品より早いことを証明した。また、アメリカ市場における冷蔵庫や洗濯機、掃除機を事例とした分析から、プロダクト・サイクル論と合致することを明らかにした。

表 2.1. プロダクト・サイクル論の展開

作者	対象国	内容	プロダクト・サイクル論との関係
Kravis, L. B. (1956)	一国	技術の格差と貿易	プロダクト・サイクル論に含まれる技術格差論
Posner, M. (1961)	国家間	技術の格差と貿易	プロダクト・サイクル論に含まれる技術格差論
Levitt, T. (1965)	アメリカ	技術の格差	プロダクト・サイクル論に含まれる技術格差論
Vernon(1966)	アメリカ	国際貿易と直接投資	技術格差議論の上で、マーケティングの内容を含まれ、プロダクト・サイクル論の取り上げ
Wells, L. (1969)	アメリカ	国際貿易と直接投資	アメリカ市場での冷蔵庫、洗濯機や掃除機の輸出はプロダクト・サイクル論との合致
Hirsh, seev(1974)	発展国と発展途上国	国際貿易と直接投資	プロダクト・サイクル論は他の国の貿易も説明できることを証明
Krugman, P. (1979)	発展国と発展途上国	国際貿易と直接投資	プロダクト・サイクル論を一般モデル化をしプロダクト・サイクル論の証明と発展
Soete, Luc L. G. (1981)	アメリカと他の国	国際貿易と直接投資	製品の特許と輸出の相関関係からプロダクト・サイクル論を間接に証明
Gagnon, J. E and Rose, A. K (1995)	発展国と発展途上国	国際貿易と直接投資	プロダクト・サイクル論は一部の製品だけを説明できることを指摘

出所：Kravis (1956)、Posner (1961)、Levitt (1965)、Vernon (1966)、Wells (1969)、Lwamer (1974)、Hirsh (1974)、Krugman (1979)、Soete (1981)、Gagnon and Rose (1995)より筆者作成

Hirsh (1974)は、世界中の国々の工業化の競争力について比較研究を行い、世界の国々を工業化の進度によって3組に分けた。これらはアメリカを中心とする工業化の進行している国、工業化が比較的発展してきた国、そして、工業化に着手した発展途上国である。Hirshはこの3組の国々の工業化の競争力を分析し、プロダクト・サイクル論が他の国の貿易についても説明できることを証明した³⁵。

Krugman(1979)は、プロダクト・サイクル論をモデル化した。すなわち、商品の数量を変数にし、北の先進国は生産・輸出した新製品を、また南の発展途上国は生産・輸出した「旧」製品と説明する。このうえで、北の新製品は南の旧製品のサイクル過程というモデルを構築し、プロダクト・サイクル論を発展させた³⁶。

³⁵ Hirsh(1974), pp. 543-551

³⁶ Krugman(1979), pp. 254

Soete(1981)は製品の特許（いわゆるイノベーション）という視点から、それぞれの特許と輸出の相関関係を明らかにし、製品の特許による国際貿易の展開を指摘した³⁷。このSoeteによる検討は間接的にプロダクト・サイクル論の証明へと繋がった³⁸。

Gagnon and Rose(1995)はプロダクト・サイクル論で説明できる製品の世界的シェアはどのように変化するのか、また、プロダクト・サイクル論は世界的な貿易をどの程度説明できるのかについて考察した。その際、1962年から1990年までのデータを利用し、アメリカ、ブラジル、日本、韓国、トルコおよびイギリスについて分析した。結果として、技術は国際貿易の発生に影響する重要な要因とは言えず、サイクルの状況にある製品が貿易に占める比率も少ない。つまり、プロダクト・サイクル論は一部の製品だけを説明できることを明らかにした³⁹。

以上のように、Vernon(1966)以降、多くの研究者によってプロダクト・サイクル論は、アメリカだけではなく他の先進国や発展途上国へと適用され、国際貿易の説明が可能となることが示された。ただし、プロダクト・サイクル論は国際貿易全般に応用できるわけではなく、冷蔵庫や洗濯機などの一部の製品にのみ適用可能であるとされている。

2.1.4 プロダクト・サイクル論の有効性

前項までに確認したように、産業の発展段階理論に関しては、雁行型経済発展理論やプロダクト・サイクル論、キャズム理論など多くの理論が存在する。そのため、ここでは4つの段階（Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ、Ⅳ）に分けて雁行型経済発展理論、プロダクト・サイクル論とキャズム論を比較する（図2.5参照）。その上で、各段階において輸出や海外直接投資が行われているかどうかを確認する（表2.2、表2.3参照）。

雁行型経済発展理論では、1つの産業がⅠからⅣまでの経路で成長する。Ⅰが輸入代替、Ⅱ-Ⅲが生産、Ⅳは輸出である。

他方、プロダクト・サイクル論では、Ⅰが輸入代替期、Ⅱが成長期、Ⅲが成熟期、Ⅳが衰退期である。プロダクト・サイクル論では、Ⅱ（成長期）で輸出を開始、Ⅲ（成熟期）で輸出の本格化と直接投資が開始、Ⅳ（衰退期）で直接投資の本格化と逆輸入が発生する。

キャズム理論では、Ⅰがイノベーターとアーリー・アダプター、Ⅱがアーリー・マジョリティ、Ⅲがレイト・マジョリティ、Ⅳがラガードであるが、輸出と海外直接投資については言及されていない。

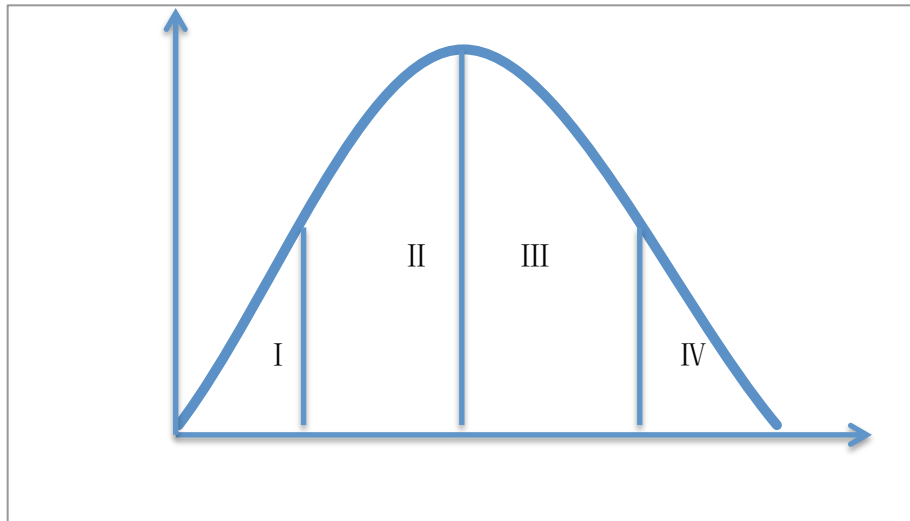
このように、雁行経済発展理論やプロダクト・サイクル論、キャズム論を4つの段階に分けて見た場合、異なる特徴が確認できる。雁行経済発展理論は1つの産業の育成を重視し、プロダクト・サイクル論は国際貿易と直接投資が中心であり、キャズム論では市場における製品の普及に注目されている。

³⁷ Soete(1981), p. 639

³⁸ 肖(1997), p. 72

³⁹ 張(2008), p. 32

図 2.5. 発展段階理論の4段階区分



出所：筆者作成

表 2.2. 段階に分けた発展理論の比較

	I	II	III	IV
雁行型経済発展理論	輸入代替	生産		輸出
プロダクト・サイクル論	輸入代替	成長期	成熟期	衰退期
キャズム論	イノベーター、アーリー・アダプター	アーリー・マジョリティー	レイト・マジョリティー	ラガード

出所：筆者作成

表 2.3. 段階に分けた輸出と海外直接投資の比較

	I	II	III	IV
雁行型経済発展理論				輸出
プロダクト・サイクル論		輸出の開始	輸出の本格化、海外直接投資	海外直接投資の本格化、逆輸入
キャズム論				

出所：筆者作成

各論について、本論文の対象である中国のオートバイ産業を検討する。まず、雁行型経済発展理論から検討する。中国のオートバイ産業は 1949 年の新中国建国以前にも、戦時期にオートバイの生産がすでに始まっていた。そして新中国成立以降も、国営企業が公的なオートバイ生産を続けてきた。そして、1980 年代から、中国はオートバイの完成品

の輸入を始めた。雁行型経済発展理論では、新たな産業の出現は完成品の輸入から始まっている。しかし、中国オートバイ産業の出現は建国前の戦時期からである。中国オートバイ産業の開始は完成品の輸入からではなく、輸入の開始以前から存在している⁴⁰。このため、1980年代以前の中国オートバイ産業を雁行型経済発展理論によって分析することには限界が見られる。一方、1978年の改革開放後に、オートバイの生産は民営化され、国営企業による生産だけではなく、民間企業によるオートバイの生産が普及してきた。その後、オートバイの生産供給が消費者の需要に追いつかなくなってきたため、1980年代からオートバイの輸入が開始した。1990年代には多くの民間企業や合弁企業が存在し、海外のオートバイを模倣から、その生産規模が急速に拡大した。また、1990年代には中国国内のオートバイへの膨大な需要が存在しながら、同時に、輸出や海外生産がすでに始まっている。雁行型経済発展理論は1つの産業の育成を重視して論じるものである。ある産業では、輸入、生産、輸出が継続する。また、消費財から資本財へ、粗製品から精製品へ転換することもある。しかし、世界のオートバイ市場では、日本の3大メーカーによる寡占体制が形成されており、発展途上国のオートバイ産業はこの寡占体制の影響下で形成されてきたが、その寡占体制の状況は雁行形態論とは合致していない。

また、マーケティング領域のキャズム論では、消費者の立場からハイテク製品の市場における普及プロセスを説明するが、製品の輸出や海外直接投資には言及していない。本論文ではオートバイ企業の市場行動（輸出と海外直接投資）を分析対象とすることから、キャズム論では説明できないと考えられる。

すなわち、雁行形態論とキャズム理論は中国のオートバイ産業を説明できない。続いて、プロダクト・サイクル論は中国のオートバイ産業に限って有効性があるのかどうかということについても検討が必要である。

上述したように、Vernonのプロダクト・サイクル論は、当初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存在したため、新製品が次々と生まれた。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ことにより、輸出と海外直接投資が行われた。しかし、世界市場とネットワークの変遷に伴い、プロダクト・サイクル論自体も変化する。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ている⁴¹。また、発展途上国も国内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。このように、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る⁴²。例えば、Hirsh (1974) と Krugman (1979) など、プロダクト・サイクル論がアメリカなどの先進国だけではなく、発展途上国の貿易についても説明できることを証明した。

また、Vernonのプロダクト・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もある。2000年代以降、発展途上国の企業による国際展開が顕著になり始めた。発展途上国の地場系企業は先進国から技術を吸収し、輸入製品を改造し、安い労働賃金で安価な製品を開発してきた。発展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、発展途上国の地場企業も、先進国にない優位性を有し始めた。とくに、オートバイ市場は東アジアに集中し、発展途上国である中国やインドの地場企業は高い競争

⁴⁰ 航空工業汽車摩托車發展史編委會 (1992), p. 10

⁴¹ Vernon (1979), p. 256

⁴² Vernon (1979), p. 267

力を持っている。発展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、発展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、発展途上国の地場系企業は徐々に優位性を有し、その競争力も高くなり、海外直接投資が可能となった。

しかし、Vernon のプロダクト・サイクル論は本来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る。しかし、寡占体制下では、少数企業が産業全体を構成しているため、産業レベルの問題ともいえる。オートバイ産業全体の動向は、少数企業の行動の反映に過ぎない。日本のオートバイ産業は 3 大メーカーの寡占体制にあり、中国でも上位 10 社による寡占となっている⁴³。また、ホンダは世界市場の 30% 以上のシェアを占め、世界のオートバイ市場においてもホンダ、スズキ、ヤマハの寡占体制が形成されている。したがって、個別企業の市場動向は世界市場に大きな影響を与えていると言える。中国のようなオートバイ産業が途上国においては、これらの 3 大メーカーの市場行動が中国国内市場に大きな影響を与えている。このような個別企業の市場行動を含めた分析をするツールとして Vernon のプロダクト・サイクル論に有効性が確認できる。したがって、従来の定義に基づく Vernon のプロダクト・サイクル論に依拠することはできないものの、分析の手法として限定的に有効だと考える。以上の検討から、本論文では中国のオートバイ産業をプロダクト・サイクル論によって分析する。

次節では、中国のオートバイ産業に関する先行研究について、プロダクト・サイクル論の有効性を改めて検証する。

2.2 中国のオートバイ産業に関する先行研究

中国のオートバイ産業に関する研究は、管見する限りにおいて、オートバイ産業の形成と発展のあり方、輸出、海外直接投資、集積地、生産システムと製品アーキテクチャ、三輪車、排気ガス基準、オートバイの交通事故など多方面からの研究が確認できる。本論文では、中国のオートバイ産業の集積地と国内資本系企業と合弁企業の市場行動（輸出と海外直接投資）に焦点を当てる。そのため、ここでは主として、1) 中国のオートバイ産業の形成と発展のあり方、2) 輸出、3) 海外直接投資、4) 集積地に関する先行研究を整理する（表 2.4 参照）。

⁴³ 『中国汽車工業年鑑 2016』より筆者計算

表 2.4. 中国のオートバイ産業の先行研究の比較

主たる内容	文献	プロダクト・サイクル論の利用	合併企業と国内資本系企業の区分
中国のオートバイ産業の形成と発展のあり方	三嶋 (2010)	×	○
	太田原 (2008)	プロダクト・サイクルの担い手として存続すると考えられる。	×
	大原 (2006b)	×	○
	陳 (1993) 大原 (2001 : 2005a : 2006b) 白 (2005) 翟 (2005) 文 (2013) 王 (2013) 李・宋 (2013) 李・張 (2018)	×	×
	董・王 (1997) 陳 (2002) 丸川 (2003) 朴 (2003) 大原 (2005a : 2005b) 葛・藤本 (2005) 蒲 (2005) 王 (2009:2010) 陳 (2009) 張 (2014)	×	×
	劉 (2003) 劉 (2005) 田 (2005) 呉・丁・高 (2010)	×	×
中国のオートバイ産業の海外直接投資	劉 (2003) 劉 (2005) 田 (2005) 呉・丁・高 (2010)	×	×
中国のオートバイ産業の集積地	池田・松岡・郝 (2001) 孟・趙 (2003) 山村・申 (2005) 江門市人民政府 (2006) 劉 (2007) 許 (2007) 王・田 (2008) 劉・李 (2008) 鄭・梁・夏 (2010) 陳 (2011) 周 (2016)	×	×

出所：筆者作成

2.2.1 中国のオートバイ産業の形成と発展に関する研究

中国のオートバイ産業の形成と発展のあり方に関しては、本項では代表的な 10 人の論者を取り上げる（表 2.4 参照）。

三嶋 (2010) は、時期区分に基づき中国のオートバイ産業の発展の歴史について述べた。この中で、中国のオートバイ産業は量的拡大をもたらしたものの、質的向上をあまり伴っていないことを指摘した⁴⁴。また、中国のオートバイ産業は地場系企業が発展を主導する内生的な発展のパターンについても示した。

⁴⁴ 三嶋 (2010) , p. 118

太田原（2008）は、中国のオートバイ産業は1980年代に、日本企業と技術提携をおこない、1990年代から需要が拡大し、2000年代前後から生産台数を急速に伸び、同時に地場系企業は日系メーカーと対抗する競争力もできていることを明らかにした。

大原（2001：2005a：2006b）によるこれらの論考では、主に中国のオートバイ産業の形成と発展について分析がなされている。大原（2006b）によれば、中国のオートバイ産業は1990年代から大量生産をおこなうようになった。完成車メーカーは、基本的に業界が標準化した少数の基本モデルを模倣し、あるいはマイナーチェンジしたものを生産した⁴⁵。また、完成車メーカーは多数の部品メーカーから標準化した部品を安く買い集め、組み立てることで、短期間で新製品の開発と生産をおこなうことができた。完成車メーカーと部品メーカーの企業間関係を見ると、両者は個々独立に発展を目指していたことが示される。いわゆる、完成車メーカーと部品メーカーは、各自がリスクを転嫁し合いながら、孤立的に各自の発展を目指す「孤立発展型」（分散的）システムを形成していたということだ⁴⁶。大原によると中国では、完成車企業と部品企業は、市場からの品質改善要求や製品開発要求の高まりにより、自らの製品開発能力の向上を追求してきたことになる⁴⁷。

大原は中国の地場系企業⁴⁸は、日本企業が歩んだのと同じ経路を辿っているとは言えないと指摘している。発展の大まかな方向は同じだと言えるが、独自の特色を持った方向に発展する可能性があり、発展の方向としては、中国が中低グレードの標準的二輪車を量産する世界的生産基地になることであると述べている⁴⁹。

また、中国のオートバイ産業が発展する際に、地場系企業は共通化できる部分は共通化し、差別化を行う部分は大胆に差別化する方向で、その独創性を発揮し始めるのではないかと大原は推測する⁵⁰。

陳（1993）は、1990年代から中国のオートバイ産業は急速な発展を迎えたが、企業間での不正な競争も出てきた。今後の中国のオートバイ産業は農村部と海外市場を開発すると述べる⁵¹。

白（2005）は、中国のオートバイ産業の現状である多くの民間企業の生産規模を拡大し、地域の集中を形成していることを明らかにした。また、中国では、「禁摩」などの環境政策がオートバイの生産を阻害しているという問題を指摘する。

翟（2005）は、改革開放以降に中国のオートバイ産業は改革を迎え、技術力の向上と共に、農村部市場と海外市場が展開されると述べ、今後のオートバイ産業はより生産の集中度が高まることを指摘した。

文（2013）は、世界のオートバイ産業の発展の歴史を確認し、その中で、中国のオートバイ産業の発展と世界における生産一の位置付けを明らかにした。

王（2013）は、世界市場における中国のオートバイ産業の生産大国としての位置付けを分析した上で、中国のオートバイ産業の発展について述べた。この中で、中国のオートバイ産業は海外市場の開発、企業の競争力の向上などの戦略について取り上げた。

李・宋（2013）は、世界のオートバイの生産拠点の転換について検討した。この中で、中国のオートバイ産業は生産一となっているものの、開発能力等の技術を向上しないとい

⁴⁵ 大原（2006b）, p. 168

⁴⁶ 大原（2006b）, p. 168

⁴⁷ 同上

⁴⁸ 大原は地場系企業という形を取り扱っている。

⁴⁹ 大原（2006b）, p. 197

⁵⁰ 同上

⁵¹ 陳（1993）, p. 25

けないと指摘した⁵²。

李・張（2018）は、中国のオートバイ産業の発展を踏まえ、2012 年以降オートバイ産業が下落している現状を捉える。この状況に対し中国のオートバイ企業は日本のように集中を高め、主要な企業を中心とした生産をおこなうという対策について取り上げる。

以上の諸研究における、中国のオートバイ産業の形成と発展について整理を行う。これらの研究において、中国のオートバイ産業が発展する際に出てきた問題について指摘され、その対策について言及されている。また、地場系企業の能力により中国のオートバイ産業の発展が促進されたことが指摘されている。しかし、これらの研究では、中国のオートバイ産業の発展段階において、合弁企業から受けた影響についての詳細な分析が確認できない。本論文の目的は中国のオートバイ産業の発展パターンを明らかにすることである。中国のオートバイ市場では国内資本系企業と合弁企業による市場行動が中国のオートバイ産業の発展パターンを形成したと考えられる。そのため、合弁企業による中国のオートバイ産業への影響を詳しく分析する必要がある。

2.2.2 中国のオートバイの輸出に関する研究

中国のオートバイの輸出に関する研究として 11 人の論者を取り上げる（表 2.4 参照）。

董・王（1997）は、オートバイの小さな輸出規模、また、輸出の自主性がなく、輸出市場の単一化などの問題を指摘した。その上で、企業の競争力を高め、海外市場を拡大する対策について取り上げた。

陳（2002）や蒲（2005）は中国のオートバイ産業の輸出について、画一的な輸出製品、価格競争による利潤の下落、技術革新の遅滞、優遇政策の不足などの問題を取り上げた。

丸川（2003）は、中国のオートバイの輸出傾向について、2000 年から 2001 年まで、大量にベトナムに輸出したが、ベトナム政府や日系企業との競争の影響により、2003 年以降ベトナム市場から退去したことを明らかにした。この後、中国のオートバイ企業がナイジェリアやフィリピンなどの市場に転換したことについて述べた⁵³。

朴（2003）は、中国のオートバイの輸出台数、輸出価格、エンジンの輸出等の輸出現状について説明した。

大原（2005a）は、中国の地場系企業が低価格のオートバイを発展途上国に輸出している特徴を明らかにした⁵⁴。

葛・藤本（2005）は、中国のオートバイ産業と日本のオートバイ産業は初期に海外から技術を導入しているが、中国のオートバイ産業は日本のオートバイ産業のように国内市場を制覇していないことを指摘した。

大原（2005b）は、中国のオートバイ輸出現状を明らかにし、ベトナムへの進出と撤退を事例として、中国のオートバイメーカーの未熟性を指摘した⁵⁵。

王（2009:2010）は、世界金融危機以降、中国のオートバイ産業は、輸出価格の下落、輸出先の多様化といった状況を指摘した。また、この状況について、輸出を維持するために、輸出の政策をより改善し新たな海外販売市場を開発することを提言した。

陳（2009）は、中国のオートバイ産業の発展、輸出状況を踏まえた上で、オートバイ企業の輸出市場の分布を明らかにし、価格競争、自主開発能力の不足などの問題を取り上

⁵² 李・宋（2013），p. 58

⁵³ 丸川（2003），p. 303

⁵⁴ 大原（2004），p. 66

⁵⁵ 大原（2005b），p. 117

げた。その上で、中国のオートバイを輸出する際に多様な市場を開拓すべきであると指摘した。

張（2014）は中国のオートバイ産業の輸出競争力の観点からその優位性について明らかにした。

以上の中国のオートバイの輸出に関する先行研究では、輸出の現状や問題について論考が進められている。しかし、輸出主体である国内資本系企業と合弁企業について、企業形態の分類に基づく分析が確認できない。そのため、国内資本系企業と合弁企業による中国のオートバイ産業の輸出について詳しく分析する必要があると存在する。

2.2.3 中国のオートバイ企業の海外直接投資に関する研究

中国のオートバイ産業の海外直接投資に関する研究として4人の論者を取り上げる（表2.4 参照）。

劉（2003）は、中国のオートバイ企業の海外直接投資の戦略を検討した。これらの検討から、投資先を選択する際に輸出に関わる発展途上国を優先する。投資先で子会社を作る際に合弁の形で展開したほうが良いと述べる⁵⁶。

劉（2005）は中国のオートバイ企業による海外直接投資の進出方法と進出先の選択についての分析を行った。

田（2005）は、重慶地域のオートバイ産業について、海外市場競争での現状や問題点を指摘する。また、重慶地域のオートバイ企業は、輸出の問題が出てきたことから海外直接投資や代理店の経営を始めたことについて明らかにしている。

呉・丁・高（2010）は重慶地域のオートバイ企業を事例として、企業能力と競争の強度が海外直接投資の動機の要因となることを明らかにした。

海外直接投資に関する先行研究は、主に企業全体の戦略としての分析が確認できる。また、重慶地域の企業を事例とした中国のオートバイ産業の海外直接投資についての分析が確認できる。しかし、重慶地域以外の他の地域の海外直接投資に関する分析が確認できない。中国のオートバイ産業の発展パターンを分析する際に、重慶地域以外の集積地の海外直接投資について詳しく分析する必要があると存在する。

2.2.4 中国のオートバイ産業の集積地に関する研究

中国のオートバイ産業の集積地に関する研究について11人の論者を取り上げる（表2.4 参照）。

池田・松岡・郝（2001）は、重慶市の組立メーカー、部品メーカーへのヒアリングからその実態を明らかにした。中国のオートバイ産業において、組立メーカーに供給される部品の大半は国内の部品メーカーによるものである。多くの部品メーカーが立地する重慶市の調査を通して、中国のオートバイ産業の発展の要因として、部品メーカーの発展があることを明らかにした。

孟・趙（2003）は、ポーターの理論を利用して重慶地域のオートバイ産業の生産条件、需要条件、関連産業と企業戦略について分析をおこなった。また、重慶地域のオートバイ産業の集積を促進するために、生産コストを下げ、海外市場を開拓し、地元のブランド化

⁵⁶ 劉（2003）, p. 39

をさせるなどの対策を取り上げた⁵⁷。

山村・申（2005）は、重慶のオートバイ産業において、産業集積の効果、国有企業からの技術・経営ノウハウの吸収、企業の所有形態の違い、経営者の人的資本や特性などが、生産の効率性にいかに影響を与えてきたかを検証した。また、重慶オートバイ産地の発展は、大規模企業の占有率の低下、海外輸出比率の上昇、国有技術者比率の上昇を伴っていることから、重慶のオートバイ産業も典型的な輸出主導型産業だと指摘する。この重慶のオートバイ産業の事例研究により、海外から技術学んだ国有企業から私有企業への技術移転が起り、輸出拡大を進めていくという中国経済の発展の過程を明らかにした。

江門市人民政府（2006）は、広東省の大手企業である大長江集団を中心として同地域のオートバイ産業の成長が促されたことを指摘した。同時に、政府の政策を利用して企業の技術を向上させることや、企業のサービスも向上させることがオートバイ産業の発展を実現できること。大長江集団の発展が同地域の競争力を上げたことを指摘した⁵⁸。

劉（2007）は、1995年から2005年のデータを使い、中国のオートバイ産業の集中度を検証した。その集中度は「高-下降-上昇」という「U」型の傾向が見られるものの、集中度は比較的低いので、その集中度を向上することにより有効な市場競争を実現できると指摘した。

許（2007）は、広東省の江門市におけるオートバイ産業の集積状況から産業集積として取り上げた。オートバイ産業は同地域の支柱産業であり、巨大な生産地である。同地域では集積効果によりオートバイ産業の競争力も上昇した。また、環境政策「禁摩」の影響により同地域のオートバイ企業が積極的に輸出にも注力していることを指摘した⁵⁹。

王・田（2008）は重慶地域の集積特徴を取り上げた。この背景として、重工業の基盤が存在し、民間企業が柔軟性を持ち、地理的の集中度が高いことを指摘する。また、同地域の集積地を促すためにオートバイ産業をブランド化に取り組むことについて指摘した。

劉・李（2008）は、重慶地域のオートバイ産業の集積の特徴を指摘した。その特徴として、同地域のオートバイ産業の部品企業の成熟が存在し、部品企業は多くの生産企業の支柱となっていること。また、重慶地域のオートバイ産業の集積が同地域の自動車産業の発展も促進したことを明らかにした。

鄭・梁・夏（2010）は、重慶地域のオートバイ産業の集積の特徴を取り上げ、同地域のオートバイ産業の集積の発展不足な部分について、技術のイノベーションが不足していることを指摘した。とくに、オートバイ産業の研究開発力が低く、人材不足、技術の同質化などの問題点が存在することを明らかにした。そのため、重慶地域のオートバイ産業の集積力を高くするため、人材の導入と育成、技術開発の投入の拡大、財政の補助などの対策等の必要性について述べた。

陳（2011）は、広東地域のオートバイ産業の集積地の状況について GEMS を利用して同地域の集積の競争力を証明した。この検討から、同地域のオートバイ産業の集積競争力は全国で高い水準であることを明らかにした。また、同地域のオートバイ産業の競争力を向上するために、関連産業の発展と海外市場の開拓などの対策について述べた。

周（2016）は、中国のオートバイ産業を重慶、広東と江蘇・浙江・上海の3大集積地に分類し、各集積地の発展の状況や代表企業の概況についての分析をおこなった。

これらの集積地に関する先行研究は、主に重慶地域、広東地域と江蘇・浙江・上海地域の3つの集積地の特徴や輸出、歴史について分析されている。3集積地のうちとくに重

⁵⁷ 孟・趙（2003）, p. 9

⁵⁸ 江門市人民政府（2006）, p. 19

⁵⁹ 許（2007）, p. 28

慶地域に関する研究が他の地域に比べて多く、海外進出の主要な地域として、海外直接投資に関する研究が重慶地域を事例として取り上げられている。しかし、集積地について国内資本系企業と合弁企業の市場行動から検討することはおよそ確認できない。しかし、後述するように、河南・山東地域もまた集積地としての状況を確認できる。そのため、中国のオートバイ産業の発展パターンを分析する際に4大集積地における、国内資本系企業と合弁企業の市場行動について詳しく分析する必要がある。

2.2.5 中国のオートバイ産業におけるプロダクト・サイクル論に関する考察

前項までに、中国のオートバイ産業について、産業の形成と発展、輸出、海外直接投資、集積地という4つの視点から先行研究を整理した。世界のオートバイ産業は日本の3大メーカーにより世界市場の半数のシェアが占められ、世界の寡占体制が形成されている。したがって、個別企業の市場動向が世界市場に大きな影響を与えているといえる。中国のようなオートバイ産業が発展途上国においては、これらの3大メーカーの市場行動が中国国内市場に大きな影響を与えていることが推察される。前節で述べたように、このような個別企業の行動を含めた分析をするツールとして、プロダクト・サイクル論に有効性が認められる。したがって、以上に示した先行研究におけるプロダクト・サイクル論の適用状況について確認する（表2.4参照）。

既往の研究の中で、プロダクト・サイクル論を援用し中国のオートバイ産業を分析したものは殆どない。ただし、数少ないものとして太田原（2008）による論考が確認できる。太田原は世界の二輪車産業の生産状況を、「生産国基準」と「メーカー基準」の観点から分析し、プロダクト・サイクル論を用いて1950年から2005年における二輪車の主要生産国の変遷を明らかにした。同論考において、二輪車のプロダクト・サイクルは、欧米から、日本、台湾、ASEAN諸国、中国、インドの順で推移してきたことが示される⁶⁰。プロダクト・サイクル論において、先進国企業は、製品や生産方法が成熟すると、安い労働力を求めて後発国に移っていく。しかし、これは同一企業による生産拠点の移転であり、地場企業の成長やグローバルベースにおける産業の成長という視点は薄い。日本企業は、本国においてグローバルオペレーションのベースとなる研究開発や組織的優位性を蓄積してきた。しかし、先発国から後発国に移転する際に先発国の優位性を維持できず、後発国の優位性が出てきた場合もある。これは、先進国で商業化された確実性の高い製品と生産方法を導入し、安い労働コストで大量生産することによる優位性である。

また、ASEAN諸国の二輪車産業は、多国籍企業に対して生産立地を提供しているに過ぎず、多国籍企業と対抗できるだけの競争力が存在しないが、中国と台湾は、支配的な多国籍企業である日系メーカーと対抗できていることから、今後もプロダクト・サイクルの担い手として存続するであろうことが指摘されている⁶¹。

このように、太田原は、プロダクト・サイクル論を援用し、世界のオートバイ産業の生産拠点の移転について分析している。しかし、太田原の分析は生産台数のみのデータを利用したものであり、プロダクト・サイクル論の重要な要素である輸出と海外直接投資の移転に関しては検討されていない。加えて、太田原は、今後の中国のオートバイ産業はプロダクト・サイクルの担い手となると指摘するものの、プロダクト・サイクル論を用いた中国のオートバイ産業に関する分析はなされていない。

プロダクト・サイクルの担い手としての中国のオートバイ産業は、プロダクト・サイク

⁶⁰ 太田原（2008）, p. 121

⁶¹ 太田原（2008）, p. 133

ル論における輸出、海外直接投資から分析が可能であるか、また、中国のオートバイ産業の4大集積地に関する検討から、プロダクト・サイクル論は有効性を捉えうるか詳しく分析する必要が存在する。

2.2.6 中国のオートバイ産業における合弁企業と国内資本系企業の区分への考察

本章の最後として、改めてプロダクト・サイクル論に出てくる外国資本の問題も含めた検証を行う。中国の国内市場には合弁企業により生産されたオートバイが存在する。そのため、合弁企業や国内資本系企業の区分が入っているかどうかについて分析する。(表2.4参照)。

1990年代以降、中国のオートバイ地場企業は急速に成長してきた。そのため、地場系企業に関する先行研究は多くみられるが、合弁企業と地場系企業に分けて中国のオートバイ産業を分析した研究は、管見する限りにおいて三嶋と大原のものだけである。

三嶋(2010)は、合弁企業に焦点を当て、東南アジアのオートバイ産業の形成と発展のあり方について分析した。この検討の中で、日本と中国オートバイ産業は地場系企業が発展を主導するという内生的な発展パターンである。対して、東南アジアのオートバイ産業は日系を代表とする合弁企業が発展を主導するという外生的な発展パターンである。このように、東南アジアのオートバイ産業の形成と発展のあり方について2種類の発展パターンが見られることを明らかにした。

しかし、三嶋は合弁企業が主導する東南アジアのオートバイ産業について分析しているものの、合弁企業の影響を受けた中国のオートバイ産業の分析については十分な検討を行っていない。また、発展途上国のオートバイ産業の海外直接投資の問題についても触れていない。中国は海外直接投資を行っていることから、発展途上国のオートバイ産業の海外直接投資についての分析が求められる。

大原(2006c)の論考はアジア諸国の地場企業の自立へ向けた能力蓄積のめざましい進展と、それにもかかわらず先進国企業へのキャッチアップの困難さに着目するものである。そのアプローチとして、一国に蓄積された産業資源及び国内市場の重要性があり、それらを形成した歴史の役割にある。以上について二輪車産業に焦点を当てることによりアジアの産業発展の現段階と発展過程の特色について検討を行っている。この検討において、とくに、日系企業の先発に対する後発国の地場企業の対抗について着目している。

大原はこの検討から後発国のオートバイ産業の相違を抽出する。この相違として、量産志向、コスト競争、分散型組織というイメージに代表される中国、安定的拡大、品質・新規性の競争、統合型組織というイメージの台湾とインド、そして、日本企業のコントロールの下で生産技術の強化に励むタイとインドネシア、いずれの能力においても未熟なベトナムを挙げる。

その上で、この相違点の要因は、各国の国内市場の規模、拡大速度と質、歴史的製造経験の蓄積、外国企業との交流の程度、企業間競争の質、分業組織やそれに影響を与える市場取引システムの性質、政府の政策などを複合的に関連していることを指摘した。

このように、大原は二輪車産業を事例としてアジアの産業発展の現状と発展過程の特色について分析した。とくに、オートバイ産業において、日系企業に対して後発国の地場系企業がどう対抗していくかということについて検証がなされている。一方で、日本3大メーカーの寡占体制下における、合弁企業についての検討が十分になされておらず、合

弁企業による多様な蓄積に対して正当な評価がなされていないことが指摘できる。大原は発展途上国の地場系企業の蓄積にのみオートバイ産業が成長していることを評価するに留まる。

つまり、三嶋（2010）と大原（2006c）は合弁企業と地場系企業の視点に分類しているものの、両者とも中国のオートバイ産業は地場系企業のみで成長しているものとし、合弁企業からの影響についての詳細な分析は行われていない。

中国のオートバイ産業において、国内資本系企業が7割の生産台数を占め、合弁企業は3割を占めている。この状況を踏まえ、4大集積地毎の各企業形態の市場行動について分析した際に、異なる市場行動が確認できると考えられる。重慶地域では、合弁企業の影響が弱く、国内資本系企業を中心としたオートバイの生産が行なわれている。また、同地域では、国内資本系企業は低排気量の車種に特化した生産を行い、低排気量の車種は成熟期に輸出と海外直接投資を行っている。以上のことから、少なくとも重慶地域のオートバイ産業は既往の定義に基づくプロダクト・サイクル論では説明できない可能性が存在する。重慶地域の状況から推測されるように、中国のオートバイ市場について、従来の定義に基づくプロダクト・サイクル論が適用できるのは特定の地域に限定されることが推測される。そのため、各集積地における企業形態毎の市場行動について具体的な分析が求められる。

2.3 まとめ

世界市場において、中国のオートバイ産業は日本の3大メーカーの寡占体制下で成長してきており、輸出と海外直接投資も行われている。このような状況から、経済発展段階論の雁行型経済発展論とキャズム理論を中国のオートバイ産業に適用して分析することには限界がある。しかし、日本3大メーカーの市場行動が中国国内市場に大きな影響を与えていることが明らかことから、個別企業の市場行動を含めた分析をするツールはプロダクト・サイクル論が妥当であると考えられる。そのため、従来の定義に基づくプロダクト・サイクル論を十全に適用することに限界が認められるものの、分析の手法として限定的に用いれば有効性が示され则认为。また、中国のオートバイ産業におけるイノベーションについて付言すると、二輪車のイノベーションは少ないと考えられる。しかし、中国企業は三輪車を開発し生産を行っている。このことは限定的ではあるものの、中国のオートバイ産業におけるイノベーションとして考えられる。

先行研究についての検討から、太田原がプロダクト・サイクル論を利用して世界のオートバイ生産拠点の移転を分析したことが確認できたものの、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は行われていない。また、中国のオートバイの輸出に関する研究は多数存在するものの、海外直接投資に関する研究は、わずかに、重慶地域を事例とした海外直接投資に関する研究が確認できるだけである。このため、中国のオートバイ産業の海外直接投資に関する詳細な分析が必要である。

また、大原と三嶋は中国のオートバイ産業を合弁企業と国内資本系企業に分けて分析したが、大原は主に国内資本系企業の視点から中国のオートバイ産業の成長について分析し、三嶋は合弁企業の影響による東南アジアのオートバイ産業の形成と成長を明らかにしている。中国のオートバイ産業は国内資本系企業から成長し、1990年代以降多くの国内資本系企業が成長してきたが、合弁企業が中国のオートバイ産業に与えた影響について看過することは出来ない。また、集積地に関する検討からも合弁企業の影響がそれぞれ異なっている。このため、4大集積地における異なる市場行動について、プロダクト・サイクル論を用いて分析する必要がある。この点について第5章でプロダクト・サイクル論

による地域別の分析を詳細に行う。

第3章 産業の発展段階からみた世界のオートバイ産業の分析

オートバイ産業の発展史からみると、世界のオートバイの生産は20世紀の前半50年は欧米が中心であった⁶²。その後、1960年代以降に生産拠点は日本へと移転し、さらに、1980年代以降ASEAN諸国、中国、インドといった後発国へと移転した⁶³。後発国に位置する中国は1993年にはオートバイ生産台数が年間361万台となり、日本を抜いて世界一の生産国となった（図3.1参照）。以後も中国のオートバイの生産は増加を続け、2007年には年間2500万台を超えた（図3.1参照）。しかし、2015年にはインドが中国の生産台数を抜き世界第一位となる。とはいえ、2014年時点で中国はオートバイの世界市場において生産の30%強のシェアを占め、輸出台数もまた50%以上のシェアを有している。

本章では、オートバイ生産の主要国、とくに日本や中国、インド、東南アジア諸国の生産、販売及び輸出の現状からオートバイ産業の世界市場における発展状況を確認する。また、この作業から世界のオートバイ産業は、生産拠点が発展途上国に移転した後も、日本の3大メーカーの寡占体制下にあることを確認する。そのうえで、中国などの発展途上国におけるオートバイ産業の発展パターンについて考察する。

3.1 世界オートバイ産業の概況

3.1.1 世界のオートバイの生産台数の変化

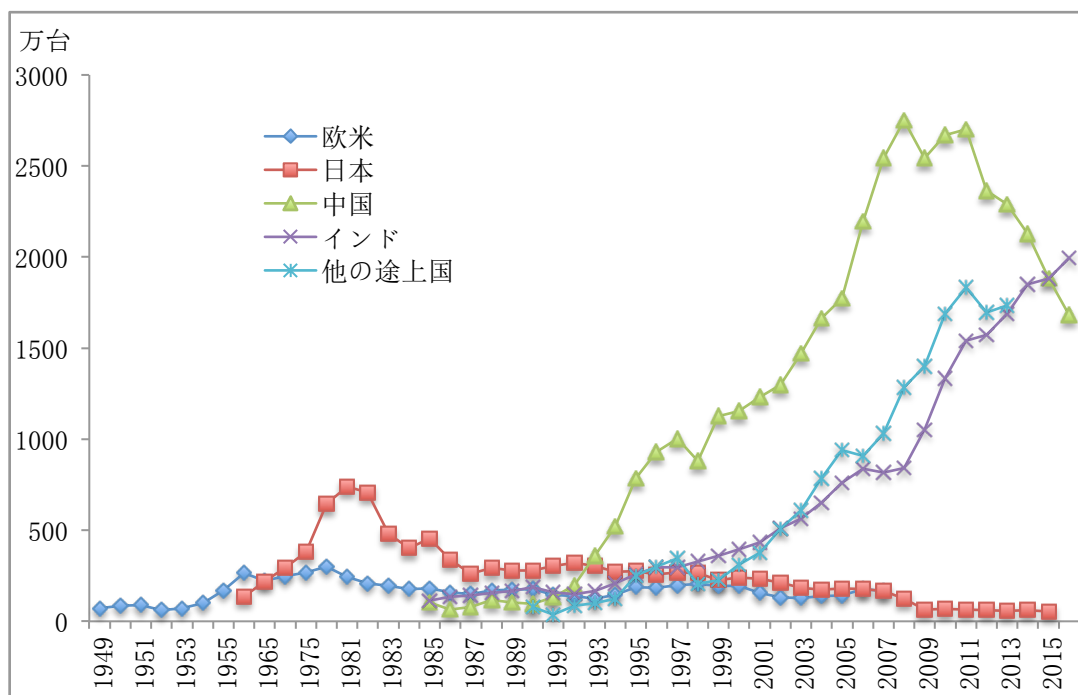
上述したように、1960年代まで、オートバイ生産の中心は欧米であった。1960年代後半に日本のオートバイ生産台数が欧米を超え、日本は欧米に代わり世界一となった。しかし、1980年代以降、日本のオートバイ企業は海外に進出するとともに、オートバイ生産拠点も海外へと移った。1990年代以降には中国やインド、東南アジアの新興国のオートバイの生産台数が急増した。このように1990年代以降、世界オートバイの生産の中心は中国を中心とする途上国にシフトした。

また、オートバイの生産台数の推移については図3.1に示される。日本は2009年以降、横ばいで推移しているのに対し、中国の生産台数は2011年から減少へと転じている。他の途上国の生産台数も中国と同じく2011年以降減少している。一方、インドのオートバイ生産台数は、1990年代から右肩上がりに増化し、とくに2000年代に入ると急成長を遂げ、2015年にはついに中国の生産台数を超えて世界一のオートバイ生産国となった。図3.1.からも、中国や他の途上国の生産台数が2010年代以降から減少しているのに対し、インドは生産台数が急増していることが確認できる。

⁶² 太田原（2008），p. 129

⁶³ 太田原（2008），p. 127

図 3.1. 主要国における生産台数の推移

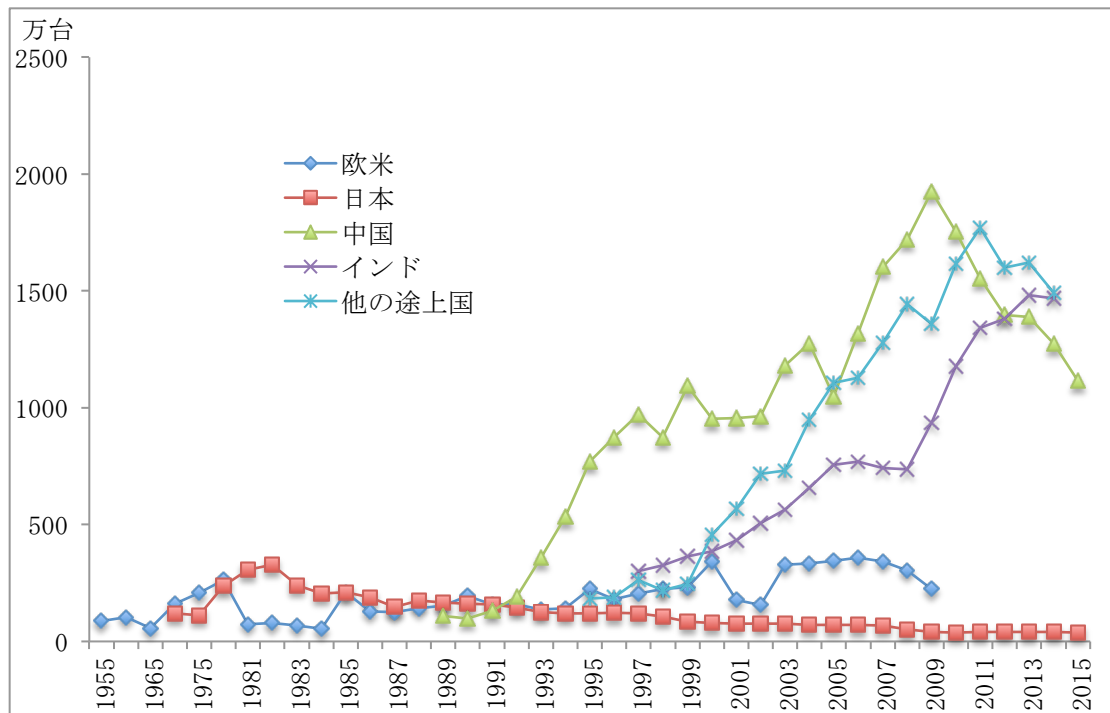


出所：『世界二輪車概況 2010』、自動車産業ポータル MARKLINES「世界の二輪車生産と販売（上）：インドが生産・販売とも世界一に」より筆者作成

3.1.2 世界のオートバイの販売台数の推移

世界のオートバイの販売台数の変動をみると、当初は欧米が主要な販売先であったことが確認できる。1980年代以降日本へシフトし、1990年代以降に中国やインドなどの途上国へとシフトしている（図 3.2 参照）。しかし、1990年代後半から、欧米の販売台数が再び増加し、日本を超える。それに対して、1990年代後半に日本の販売台数は一定の数量を維持している。また、中国や他の途上国はともに 2010 年代以降その販売台数が減少し、インドの販売台数の増加もまた緩やかになっている。以上に示されるように、世界のオートバイの販売市場は全体的に衰退に向かっているといえる。

図 3.2. 主要国における国内販売台数の推移



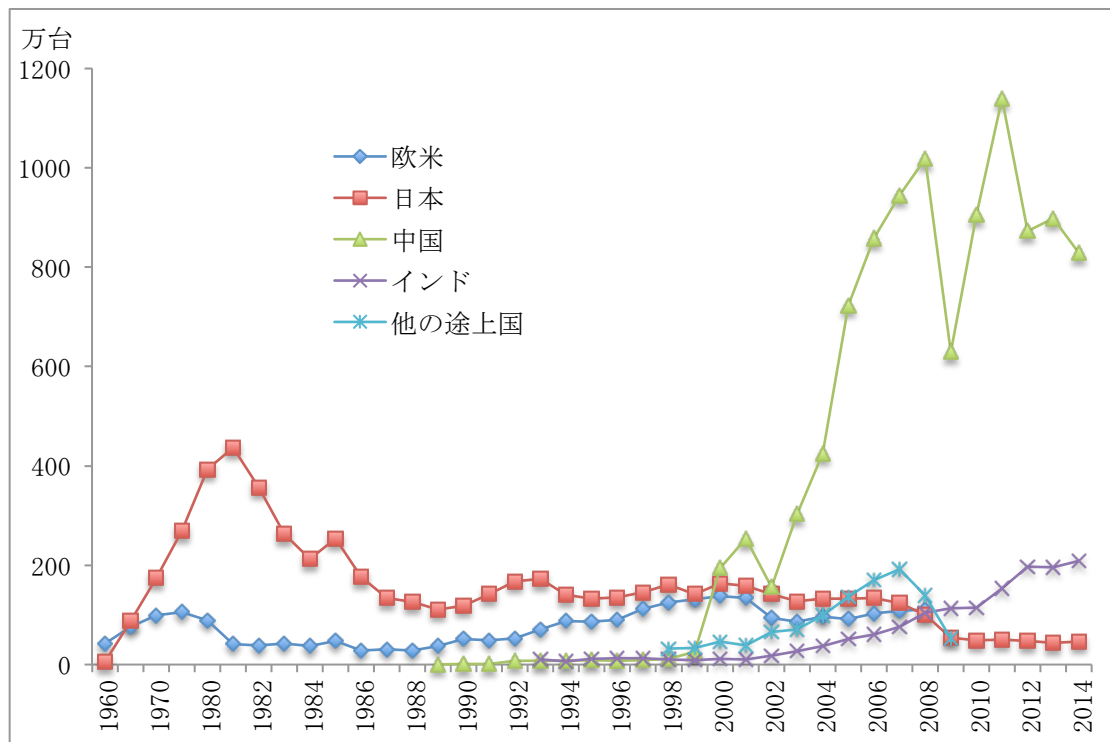
出所：『世界二輪車概況 2010』、自動車産業ポータル MARKLINES「世界の二輪車生産と販売（上）：インドが生産・販売とも世界一に」より筆者作成

3.1.3 世界のオートバイの輸出台数の推移

世界のオートバイについて輸出台数から概観すると、1960年代以前は、欧米のオートバイの輸出台数は40万台ほどある（図3.3参照）。日本で本格的に輸出が開始した1970年代から2000年代にかけて日本は継続して世界のオートバイの輸出の中心であった。1980年代に日本企業の海外直接投資が始まるとともにオートバイの輸出台数は減少した。中国は2000年代に急速に発展し、本格的な輸出が開始された。輸出台数は急増し、他の国々を圧倒した。中国は現在オートバイの輸出大国となっている。また、インドの輸出台数も2000年から増加する傾向が確認できるが、中国との比較において僅少であるといえる。他の途上国の輸出台数もまた少ない。

2011年以降、中国の生産台数は減少しているが、輸出台数はいまだ高い水準を維持している。上述したように、2015年にインドが中国を抜いて世界一の生産国となったが、輸出台数でみると、2014年の中国の輸出台数800万台はインドの200万台を大幅に上回っている（図3.3参照）。以上の確認から、中国のオートバイ産業は衰退の傾向がみられるものの、輸出台数はいまだ世界一の台数を誇っているといえる。

図 3.3. 主要国のオートバイ輸出台数



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、世界のオートバイ産業について、生産台数の変化、販売台数の推移、そして輸出台数の推移から概観してきた。これらの作業から、世界のオートバイの生産は欧米から日本、日本から中国、インドなどの途上国に移転したことが確認できる。現在、中国やインド、東南アジアを中心にオートバイは生産されている。とくに、インドは中国を抜いて世界一の生産国となった。一方、中国は輸出台数において他の国々を圧倒している。インドや東南アジアの諸国は生産台数が多いのに対し輸出台数が比較的に少ない。このことから、同じ後発国の中国のオートバイ産業は輸出台数が群を抜いていることに特徴を捉えられる。

また、生産台数の変化からも、オートバイ産業が欧米や日本から途上国に移転していることが確認できる。次項では、世界のオートバイ産業の生産の中心の遷移について詳細に確認する。

3.2 世界市場における日本企業の寡占体制の確立

3.2.1 欧米諸国におけるオートバイ産業

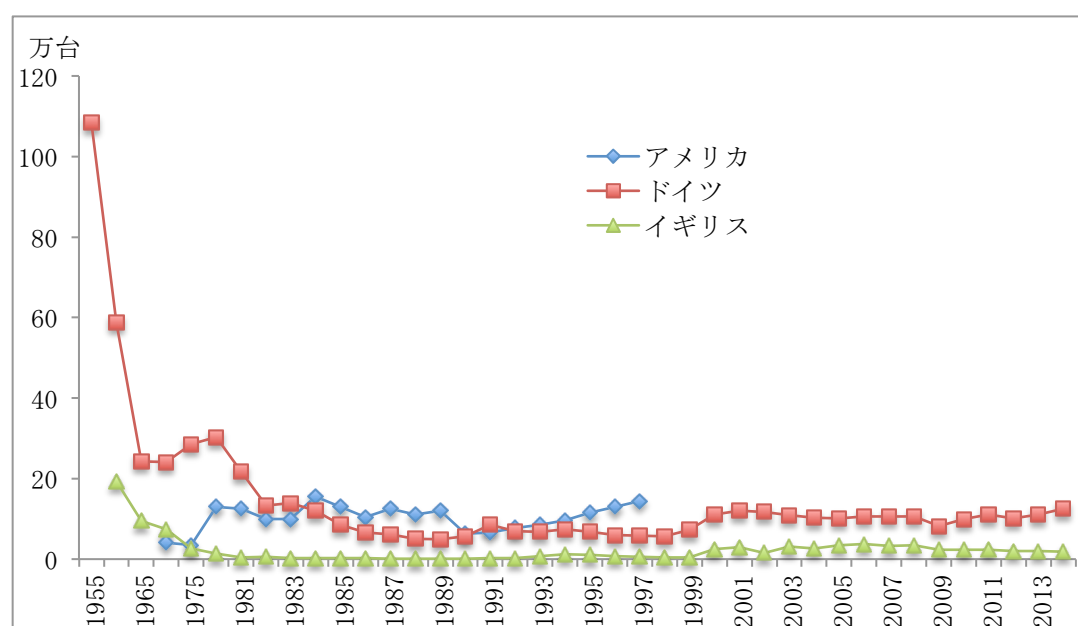
オートバイ産業の発祥は欧米である。1900年から1960年までの60年間は欧米のオートバイ産業の黄金期である。世界で最初のオートバイは1885年にドイツで生産され、その後、第二次世界大戦期に、BMWやZundappなどの企業が軍用のオートバイを生産し、戦争に大量に投入された。1920年代にはドイツで150社以上が乱立状態にあったが、次第

に淘汰され 30 社程度にまで減少した⁶⁴。ドイツは戦後もオートバイの生産が拡大し、1950 年代までは大きな輸出台数を維持した。当時はモペットを中心に生産し、1955 年に生産台数は 100 万台を超えた（図 3.4 参照）。その後、オートバイの主要なメーカーは自動車の生産へと順次生産設備を転換し、オートバイの生産は急減した。さらにオートバイの製品開発も停滞したため、輸出市場においても自国市場においても日本にシェアを奪われた⁶⁵。1960 年代以降、ドイツのオートバイの生産台数はさらに急減し、1980 年代以降は 10 万台程度の生産台数を維持している（図 3.4 参照）。

イギリスは、1896 年から Triumph などの多くの企業がオートバイの生産を開始した。当初は生産基地を建設し、輸入したエンジンを改装し自転車に設置していた。これらが、当時のイギリスのオートバイ生産の中心地であった。1898 年、イギリスの企業は工場を建設し、大量生産を可能とした。1920 年代以降、イギリスは重要な生産地となり、参入してきた企業も 100 社を超えた⁶⁶。1940 年代には生産台数が 15 万台に達したが、1960 年代の日本車の台頭に伴い生産台数も急減した。1970 年代以降にイギリスのオートバイ産業は衰退する（図 3.4 参照）。

アメリカのオートバイ産業は、1903 年にハーレーダビッドソン社の 409cc の車種の誕生に伴い急速に成長した。1920 年代まではイギリスに匹敵する生産台数を維持していたが、1930 年代になると、オートバイ企業はわずか 2 社しか残っていなかった。アメリカの市場は高排気量の車種の需要へと変化した。1960 年代以降になると、日本製オートバイがアメリカへ進出し、アメリカの市場は日本車を輸入した⁶⁷。

図 3.4. ドイツ、イギリスとアメリカの生産台数



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（下）：先進国編：2015 年は販売増加へ」より筆者作成

⁶⁴ 太田原（2008），p. 130

⁶⁵ 太田原（2008），p. 130

⁶⁶ 太田原（2008），p. 130

⁶⁷ 太田原（2008），p. 131

3.2.2 日本のオートバイ産業

上述のように、世界で初めてのオートバイは1885年にヨーロッパで誕生した。オートバイが日本に初めて輸入されたのは1897年といわれる。その後、日本はドイツやアメリカ等からオートバイを輸入し、これを模倣することで1935年頃から国内での小規模なオートバイ生産が開始した（表3.1参照）。しかし、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る⁶⁸。

戦後、日本のオートバイ産業は軍用から転換され、数多くのオートバイ企業が誕生した。スクーターの生産も始まり、その生産は戦時中航空機メーカーであった現在の富士重工業と三菱重工業によるものであった⁶⁹。その後、ホンダ、ヤマハ等の主要なメーカーが参入する。1953年には参入メーカーの数がピークに達し、約150社存在した⁷⁰。戦後のわずか15年で生産台数は100万台を超え（図3.6参照）、日本のオートバイ企業は短期間に欧米の二輪車の技術を吸収しただけでなく、独自の車体デザインやエンジン設計などをおこなうようになり、技術水準が高まった⁷¹。

表3.1. 日本のオートバイ産業の発展の流れ

1945年以前（戦前）	アメリカ、イギリス、ドイツからオートバイを輸入、外車の模倣をおこなって、小規模なオートバイの生産を始め、国産化へ動く。
1945年-1959年	オートバイは産業として確立され、多くのメーカーも設立された。
1960-1970年代	生産の大規模化、国内メーカーによる寡占の形成、輸出が本格化された。
1980-1990年代	国内需要が縮小し、海外生産が本格化した。
2000年代以降	国内では高級ブランド化、海外では実用車に特化した。

出所：太田原（2005）より筆者作成

1960年代かけて、日本のオートバイ生産台数は急増し、オートバイ企業間の競争も始まった。1954年にデフレの影響で価格引き下げ競争が起こり、大部分の零細生産者は1955までに撤退した⁷²。また、1953年から、ホンダのスーパーカブの開発によって革新も始まり、これらの変化に対応できなかった企業もまたオートバイ市場から退去した⁷³。これらのことから、1965年まで日本国内でホンダ、ヤマハ、川崎、スズキの4社による寡占体制が出来上がった。

ホンダの革新により、日本のオートバイ産業は品質において世界最高水準となり、欧米のオートバイ産業を超え、輸出が拡大した⁷⁴。1970年代にはオートバイの輸出台数のピークを迎え、国内販売台数を上回った（図3.6参照）。オートバイの生産台数と輸出台数を比べると、国内の需要が縮小していることが確認できる。他方で、ホンダやスズキはオートバイの技術に基づいた自動車生産を本格し、自動車生産へと転換している。

1979年までは、ホンダ、ヤマハ、スズキ、川崎の4大メーカー以外のメーカーもまだ

⁶⁸ 三嶋（2010），p. 92

⁶⁹ 日本自動車工業会編（1995），p. 14

⁷⁰ 片山（2003），p. 96

⁷¹ 塩地（2008），p. 131

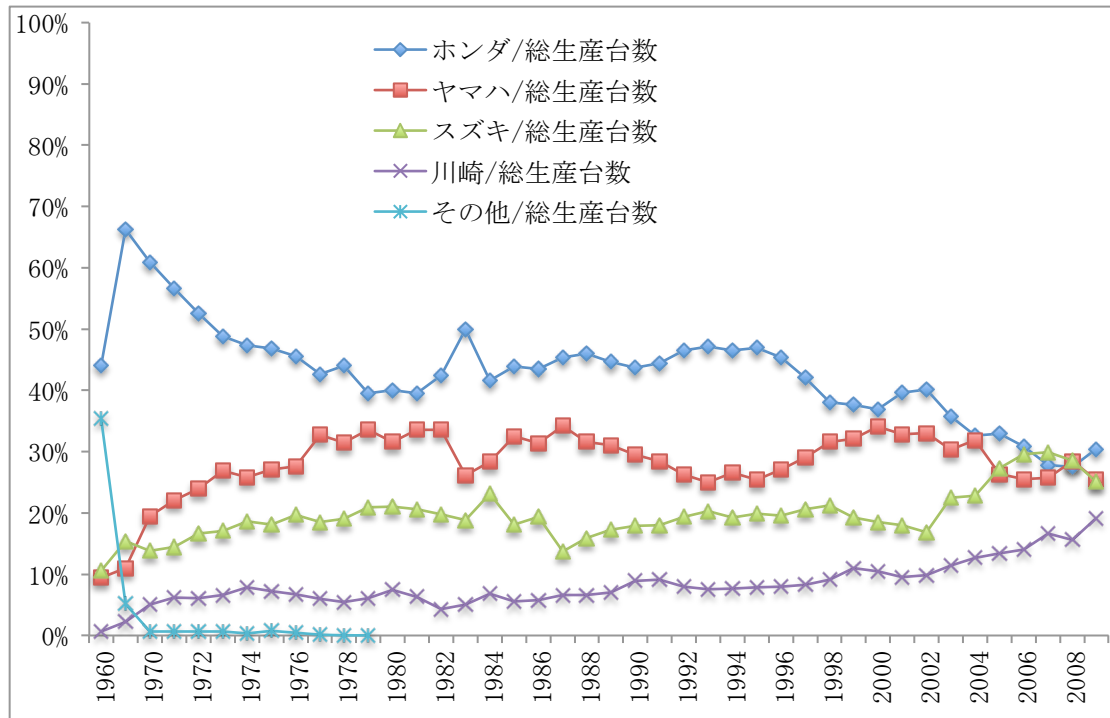
⁷² 水川（2011），p. 3

⁷³ 三嶋（2010），p. 94

⁷⁴ 三嶋（2010），p. 95

いくらか存在したが（図 3.5 参照）、1980 年代以降には日本のオートバイ産業には 4 大メーカーしか残ってない⁷⁵。総生産台数に占める 4 大メーカーの比率をみると、2000 年代以前は、ホンダの生産台数が他の 3 つのメーカーより多く、ほぼ 40%以上の比率を占めている。しかし、2000 年代に入ると 4 大メーカーの比率は徐々に近づく。2009 年の比率はホンダの約 30%、ヤマハの約 25%、スズキの約 25%、そして、川崎の 20%である（図 3.5 参照）。以上の確認から、日本国内ではオートバイは 4 つのメーカーに集約されているといえる。

図 3.5 日本のオートバイ 4 大メーカーの総生産台数に占める比率

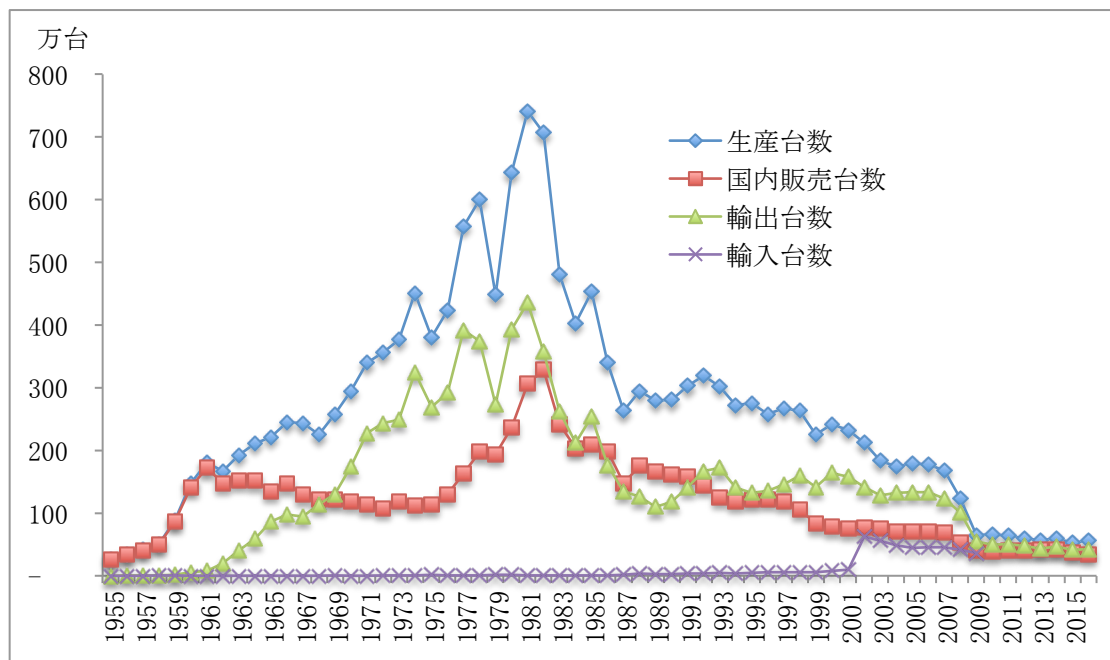


出所：『世界二輪車概況』各年版より筆者作成

しかし、国内生産台数においてこれらメーカーの減少を確認できる。1981 年代には、その生産台数 700 万台となりピークを迎えた。その後生産台数は年々減少し、現在は 100 万台未満である（図 3.6 参照）。オートバイの生産台数が減少するとともに、その輸出台数もまた減少する。日本国内ではすでに 4 大メーカーの寡占体制となる状況下で、国民の生活水準が上がるとともに、国内市場では高価格製品に対する需要が高まる。とくに、1980 年代から 2000 年代の間では、高価格製品の需要が高まる一方で、オートバイ全体の輸出台数は減少している。そのような状況の中、海外現地生産の生産台数が増加する。1980 年代以降、日本の主要なメーカーは海外生産へと転換する。現在でも、日本オートバイの生産はほぼ海外現地生産でおこなわれている。また、日本オートバイ産業の海外現地生産は 4 大メーカー（ホンダ、ヤマハ、スズキ、川崎）のみが展開している（表 3.2 参照）。

⁷⁵ 大田原（2005），p. 7

図 3.6. 日本のオートバイの生産台数、国内販売台数、輸出入台数の推移



出所：日本自動車工業会ウェブサイト、『世界二輪車概況』各年版より筆者作成

注：国内販売台数＝生産台数＋輸入台数－輸出台数

ホンダのオートバイ生産拠点は22ヶ国に32拠点存在している⁷⁶。オートバイの輸出の本格化にともない、海外現地生産が開始された。1960年代には、ジャマイカ、タイ、韓国、パキスタン、台湾等に進出し、1970年代にはグアテマラ、ブラジル、ペルー、インド等の国へ展開した（表3.2参照）。1980年代に入ると、中国、メキシコにおいてオートバイの現地生産を開始した⁷⁷。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）で事業を運営している⁷⁸。中国には、五羊-本田摩托車有限公司、嘉陵本田発動機有限公司、新大州本田摩托車有限公司等の合弁企業がある。

ヤマハは1960年代にインド、タイ、台湾に進出し、1980年代にスペイン、フランス、中国、インド、イタリアに展開した。1990年代にはメキシコ、アルゼンチン、ベトナムに展開し、2000年代に入るとフィリピン、カンボジアに進出している（表3.2参照）。

スズキは、1960年代にタイとナイジェリア、1970年代にはインドネシアと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。そして、2000年代にはアメリカとインドへ進出している（表3.2参照）。

川崎はホンダやヤマハ、スズキと異なり、海外生産拠点は少ないものの、インド、インドネシア、タイに生産拠点がある（表3.2参照）。

このように、日本のオートバイ企業の進出先は東南アジアが中心である。それら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、比較的安価なオートバイへの需要が大きい。この中に中国も含まれている。

⁷⁶ 横井（2010），p. 377

⁷⁷ 日本自動車工業会編（1995），p. 56

⁷⁸ 出水（2011），p. 236

表 3.2. 日本企業の海外生産拠点

	ホンダ			
	中国	中国以外のアジア	欧米	アフリカとラテンアメリカ
1960年代		台湾『三陽』 (61) 韓国『起亜』、台湾『光陽』、 パキスタン (64) タイ『TH』、ジャマイカ (65) バングラデシュ (66) マレーシア (69)	スペイン (62) ベルギー (63)	ニカラグア (66)
1970年代		インドネシア (71) フィリピン (73) 台湾『三陽』 (74) イラン (76)	イタリア (77) 米国 (78)	モザンビーク、グアテマラ (70) メキシコ (73) ブラジル、ペルー (75) ナイジェリア (79) エクアドル (79)
1980年代	中国『嘉陵』 (83) 中国『上海』 (84) 中国『広州』 (88)	パキスタン、韓国『大林』、台湾『光陽』 (82) インド『ヒーロー、カインティック』 (84)	スペイン (80) スペイン (82) 米国 R&D (84) フランス (85)	モリシヤス (80) コロンビア (81) ベネズエラ (82) メキシコ (85) シリア (86) ブルキナファソ (88)
1990年代	中国『北方易初』 中国『五羊』 (92) 中国『嘉陵、天津』 (93)	パキスタン (90) ベトナム (96) タイ R&D (97) インド R&D (98) インド『M&S』 (99)	トルコ (94)	アルゼンチン (92)
2000年代	中国『新大州』 (01) 中国 R&D (02)	インドネシア (00)		

	ヤマハ			
	中国	中国以外のアジア	欧米	アフリカとラテンアメリカ
1960年代		台湾『功学社』 (62) タイ (66)		
1970年代		フィリピン (70) インドネシア (74) バングラデシュ、イラン、パキスタン (75) 台湾『萬山』 (78)		ブラジル、ウルグアイ、エクアドル (70) アンゴラ (74) コロンビア (75) ペルー (76) カメルーン、モザンビーク (79)
1980年代	中国『建設』 (84) 中国『南方』 (88) 中国『上海』 (88)	マレーシア (80) 台湾 (87)	イタリア (80) スペイン (81) フランス (84) 米国 (85、86)	ナイジェリア (81) ベネズエラ、ザイール (82) ブラジル、ポルトガル (82) コロンビア (86)
1990年代	中国『建設』 (92) 中国『南方』 (95)	インド『エスコーツ』、タイ (95) 台湾 R&D (97) ベトナム (98)	トルコ (97)	メキシコ (91)
2000年代	中国 R&D (02)	カンボジア (00) タイ R&D (01) インド (04)		

	スズキ			
	中国	中国以外のアジア	欧米	アフリカとラテン アメリカ
1960年代		台湾『台隆』 (63) タイ、インドネシア (69)		ナイジェリア (69)
1970年代		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)
1980年代	中国『軽騎』 (85)	韓国『暁星』 (80) インド『TVS』 (82) 台湾『台鈴』 (84) フィリピン (85) バングラデシュ (89)	スペイン (84) ニュージーランド (84) 米国 (88)	シリア (83)
1990年代	中国『大長江』 (92) 中国『望江』 (93) 中国『軽騎、金城』 (94)	インドネシア (90) パキスタン (90) ラオス (92) ベトナム (95) ミャンマー (98)	イタリア (90)	ブラジル (95)
2000年代	中国 R&D (02)	カンボジア (00) タイ R&D (01) インド (04)		

	川崎			
	中国	中国以外のアジア	欧米	アフリカとラテン アメリカ
1960年代		台湾『末豊』 (66)		
1970年代		イラン (70) インドネシア (74) フィリピン (74) タイ (75) パキスタン (77)	米国 (74)	コロンビア (73)
1980年代		台湾『百吉発』 (80) マレーシア (81) 米国 (81) インド (86)		ナイジェリア (80)
1990年代	中国『新大 州』 (97)	インドネシア (94)		

出所：『世界二輪車概況』、各企業のウェブサイト、佐藤・大原（2005）, p. 29 より筆者作成

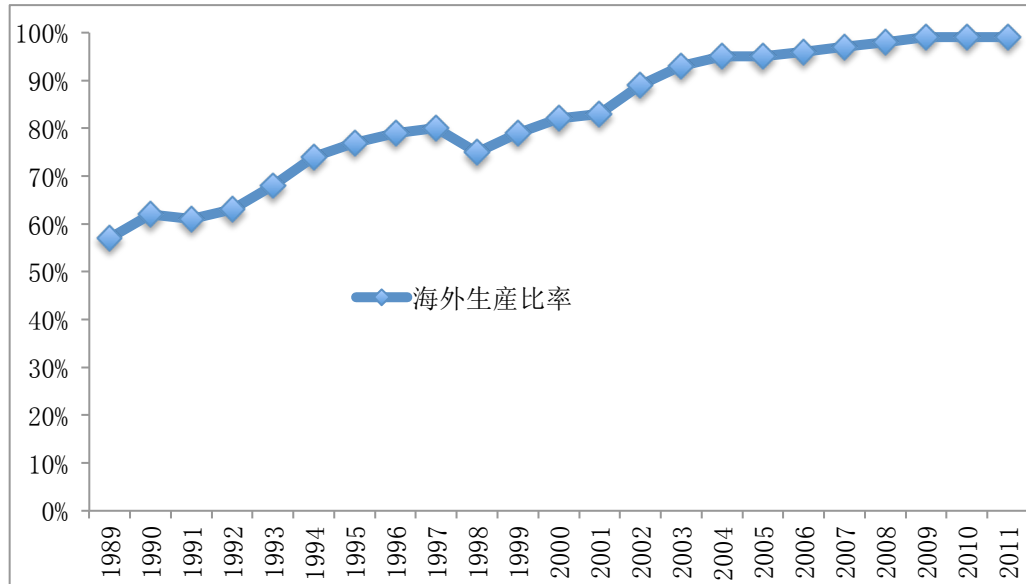
注：（） 現地生産の年、『』 現地法人

1960年代、ホンダの生産台数は総生産台数の60%強の比率を占めている（図3.5参照）。その後、海外転換に伴い生産シェアは減少しているものの、国内生産の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社による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みると、国内需要の縮小に伴い1980年代後半から海外生産へと転換している（図3.7参照）。1990年代以降、海外生産台数は総生産台数の60%を超えた。その後も海外生産台数の比率は増える傾向にあり、2009年の海外生産台数の比率は約99%に達している。ホンダのオートバイ生産はほぼ海外に転換された。

また、ホンダは日本のオートバイ企業の代表的な存在でもあることから、ホンダの海外生産から日本のオートバイ産業全体の傾向を捉えることができる。また、近年、日本のオ

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（表 3.2 参照）を創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。

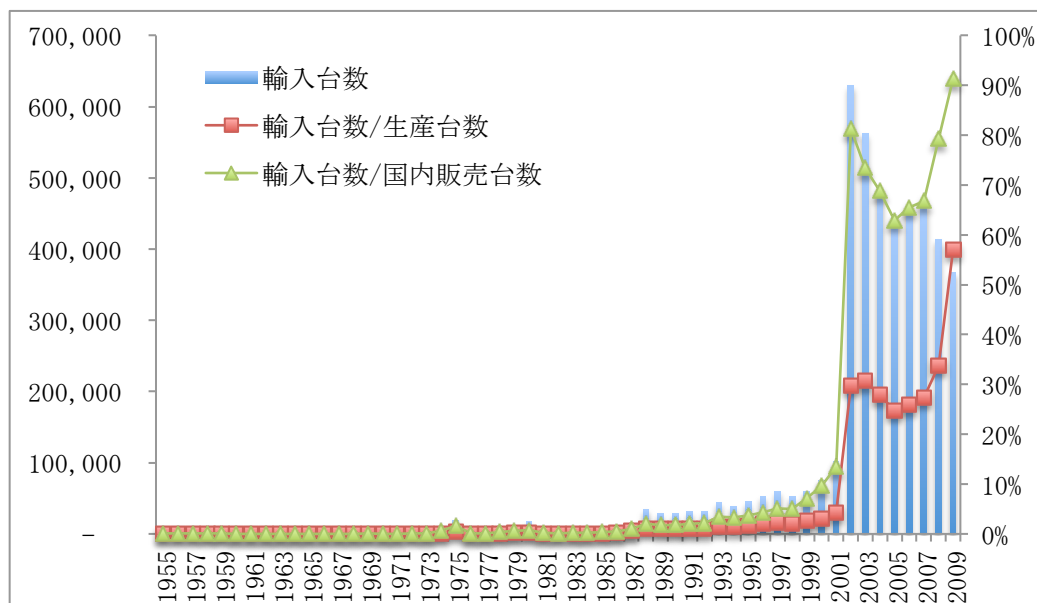
図 3.7. ホンダの生産台数に占める海外生産台数の比率



出所：村岡（2012）より作成

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、日本へのオートバイの逆輸入も増加した。1990年代以降、輸入台数は増え始め、2000年代以降になると急速に増加した。2002年には輸入台数が62万台に達している（図 3.8 参照）。2010年に生産台数に占める輸入台数の比率は57%である。また、国内販売台数に対する輸入台数のシェアも91%となった。現在、日本のオートバイ産業は大きく輸入に依存している。

図 3.8. 日本のオートバイの輸入台数及び比率（単位：台）



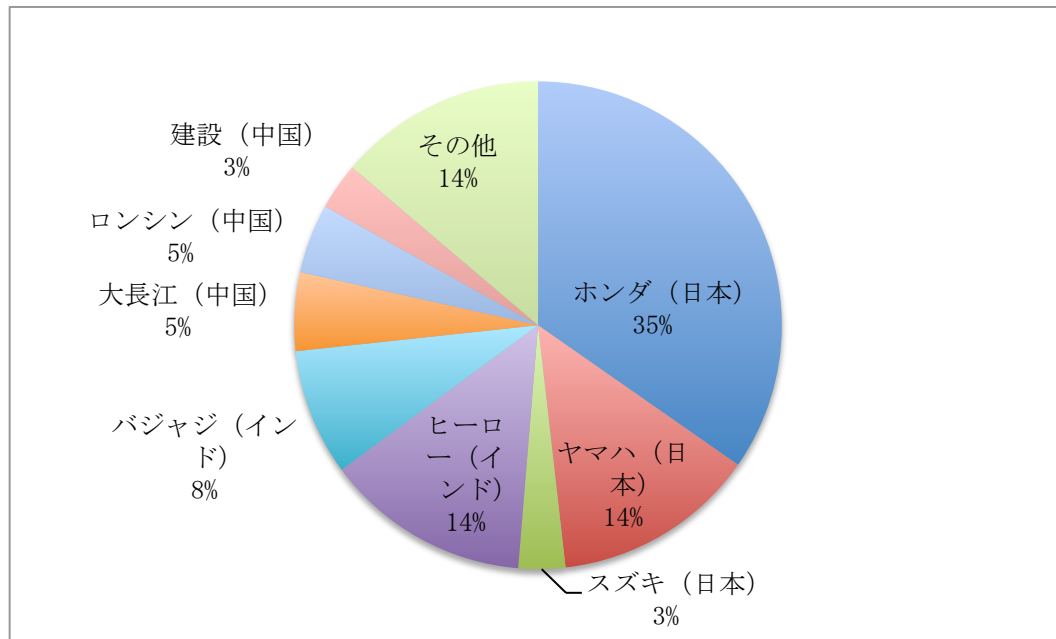
出所：『世界二輪車概況』より筆者作成

以上のように、日本のオートバイ産業は最初期に欧米の技術を導入し、国内でオートバイを普及した。次に生産を拡大し、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おこない、オートバイの逆輸入も増加した。そして、国内生産は減少した。以上の確認から、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前章で検討したプロダクト・サイクル論とほぼ合致していると言える。

3.2.3 日本企業の寡占体制の確立

世界のオートバイの生産拠点は欧米から日本へ、日本から中国などの発展途上に移転したが、日本企業の寡占体制が形成され維持され続けている。ホンダは今も世界のオートバイ生産台数の30%強のシェアを占め、ヤマハとスズキの生産台数を入れると、日本は世界市場の約50%以上のシェアを保持している（図3.9参照）。そのため、世界の市場において日本の3大メーカーは寡占体制を形成、維持しているといえる。

図3.9. 世界市場における企業別の生産シェア（2013年）



出所：Motorcycles Industry Profile2014、『中国汽車工業年鑑 2014 年』より筆者作成

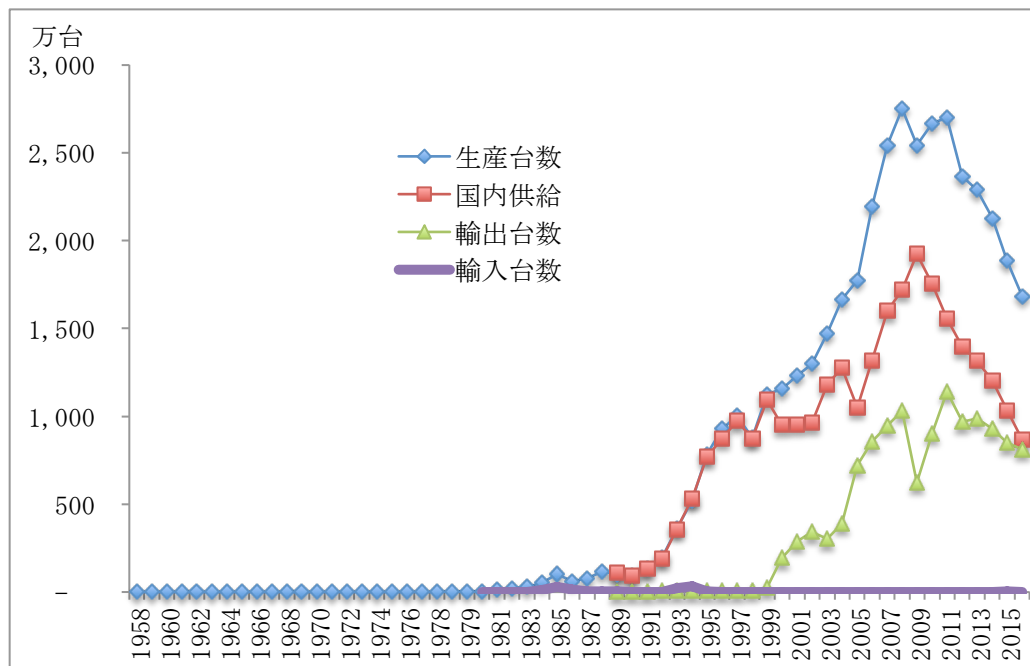
3.3 発展途上国における巨大な国内市場の出現

3.3.1 中国のオートバイ産業

中国のオートバイ産業は1950年代に開始されたが、当初の年間生産台数は僅か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おこなっていた。しかし、1978年の改革開放以降、外資系企業が中国に進出し、海外の技術が導入されたことに伴いオートバイへの国内受容が急速に拡大した。1997年にはオートバイの生産台数が年間1,000万台に達した（図3.10参照）。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、特徴的なこととして、この時期に輸出や直接投資がすでにおこなわれていることが確認できる。

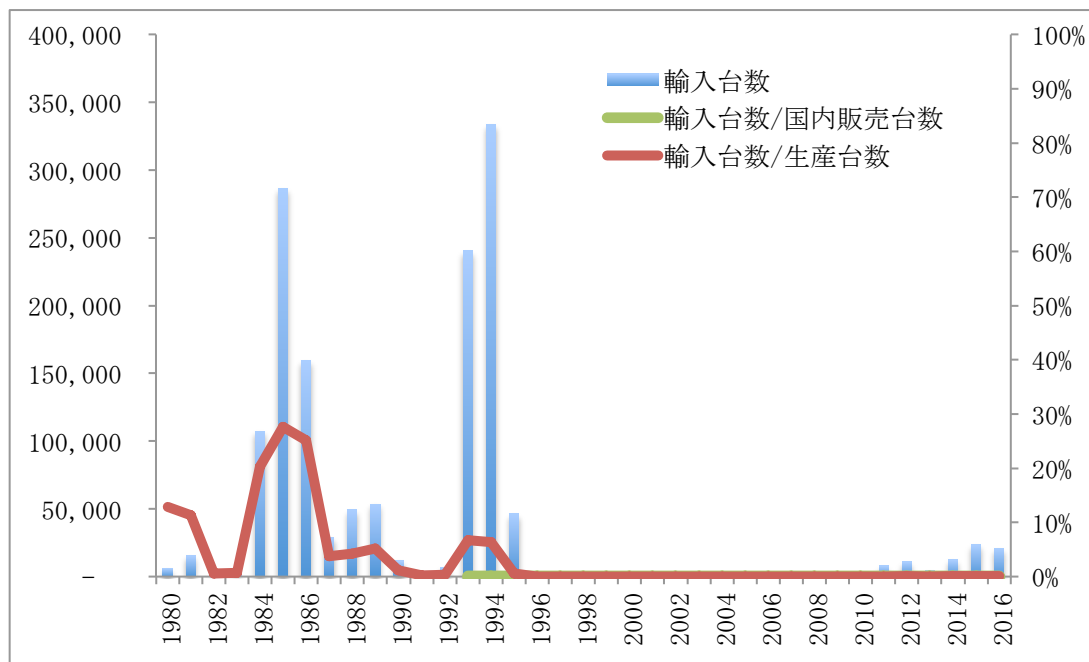
図 3.10. 中国のオートバイの生産台数、国内販売台数及び輸出台数



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車生産、販売及進出口情況」より筆者作成
 注：国内販売台数＝生産台数＋輸入台数－輸出台数

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開始している。しかし、海外直接投資によるオートバイの輸入台数はわずかであり、オートバイの逆輸入はおこなわれていない。図 3.11 をみると、1980年代に中国のオートバイの輸入台数は大きく増加し、総生産台数の約 30% を占めた。その後、1990年代に入ると、オートバイの輸入台数の比率は 10% 以下へと減少した。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ものの、その輸入台数には大きな変化がない。プロダクト・サイクル論によれば、海外直接投資に伴い、逆輸入が発生するはずである。しかし、中国のオートバイ企業は海外直接投資が始まった後も、輸入の増加が確認できず、また逆輸入も発生していない。

図 3.11. 中国のオートバイの輸入台数及び比率（単位：台）



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「分洲別、排量摩托車進口量及金額」より筆者作成

すでに見たように、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ことが確認された。

他方、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おこなわれているが、輸入台数はわずかで、日本のように大規模な輸入はおこなわれていない。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大きく異なる。この大きな違いは輸出と海外直接投資の時期である。日本のオートバイの輸出は、国内販売台数（国内需要）が縮小した後に開始されたのに対し、中国では生産台数と国内販売台数が増加している時期に輸出が開始されている。そして、日本は輸出を本格化させた後にオートバイ産業は成熟し固定的なユーザーを形成した。海外直接投資を開始した後、オートバイの輸入台数が増加した。対して中国のオートバイ産業は 1990 年代の成長期に輸出と同時に海外直接投資を開始している。しかし、30 年間が経過しても逆輸入の増加は発生していない。

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と比較して、早い段階に始まっている。また、中国のオートバイ企業は海外直接投資を行っているが、逆輸入は発生していない。これらの状況から中国全体のオートバイ産業全体についてプロダクト・サイクル論で説明することは適当であるとはいえない。しかし、中国の膨大な市場において、オートバイ産業は 4 つの集積地に分類可能であり、これら集積地は固有性をそれぞれ有している。このため、中国のオートバイ 4 大集積地についてプロダクト・サイクル論を適応させた個別の検討が可能であると考えられる。この観点について第 5 章で検討する。

3.3.2 インドのオートバイ産業

インドの経済発展の特徴は3段階に分けられる⁷⁹。第1段階は独立から1970年代までの時期であり、この時期保護政策がとられ、国営企業と財閥を中心とした産業構造であった。この第1段階の社会主義経済体制期の1950年代にインドのオートバイ産業は誕生した。オートバイ産業は1970年まで国内資本系企業を中心に展開した。しかし、拡張投資が厳しく規制されたこともあり生産は伸び悩んでいた⁸⁰。1970年代までは、インドの地場系企業の国内位置を確認できたものの、低い生産台数を維持していた。

第2段階は1980年代の自由化期である。この時期に外国資産が多少入り、経済は緩やかに成長した。日系企業もこの時期にインドに参入し、技術の導入や合弁企業の創設がなされ。この時期のオートバイの生産台数は一定量を維持し、地場系企業と合弁企業は国内市場に専念していた。ホンダやスズキはインドの地場系企業と合弁企業を立ち上げ、インドのオートバイ市場に新たな競争をもたらした。

1990年代に入ると、IMFの指導により「新経済政策」が発表され、インドの経済発展は第3段階に入った。この時期にインドは本格的な自由化期を迎える。オートバイ産業においては、日本の独資企業が参入し、外資系企業の影響により、スクーターからモーターサイクルへと生産の中心がシフトした。また、生産規模も顕著に拡大する。この時期、国内資本と日系資本が共存し、上位3社によって生産の8割を占める寡占体制となっていた⁸¹。1990年代以降インドのさらにオートバイ産業は急速な発展を迎える。とくに2000年代後半からオートバイの生産台数は急速に増加している。

1990年代に生産能力が増強された結果として、オートバイ企業は販売促進に注力した。各社とも多彩な新モデルを投入し、消費者にアピールする方向で競争を本格化させるとともに、一部のオートバイ企業は輸出を開始し（図3.12参照）、その促進に力を入れた⁸²。このように、2001年度以降に輸出は大きく拡大しているが、これは主にバジャージ・オート社とHMSI社の2社によるものである。バジャージ・オート社は川崎の海外販売網を活用し、CT100という車種をアジア市場向けに輸出することについて、川崎と2004年に合意している⁸³。ただし、国内販売台数と比較して輸出台数がまだ少ないため、インドのオートバイ市場は国内市場中心であるといえる。

⁷⁹ 友澤（2005），p. 22

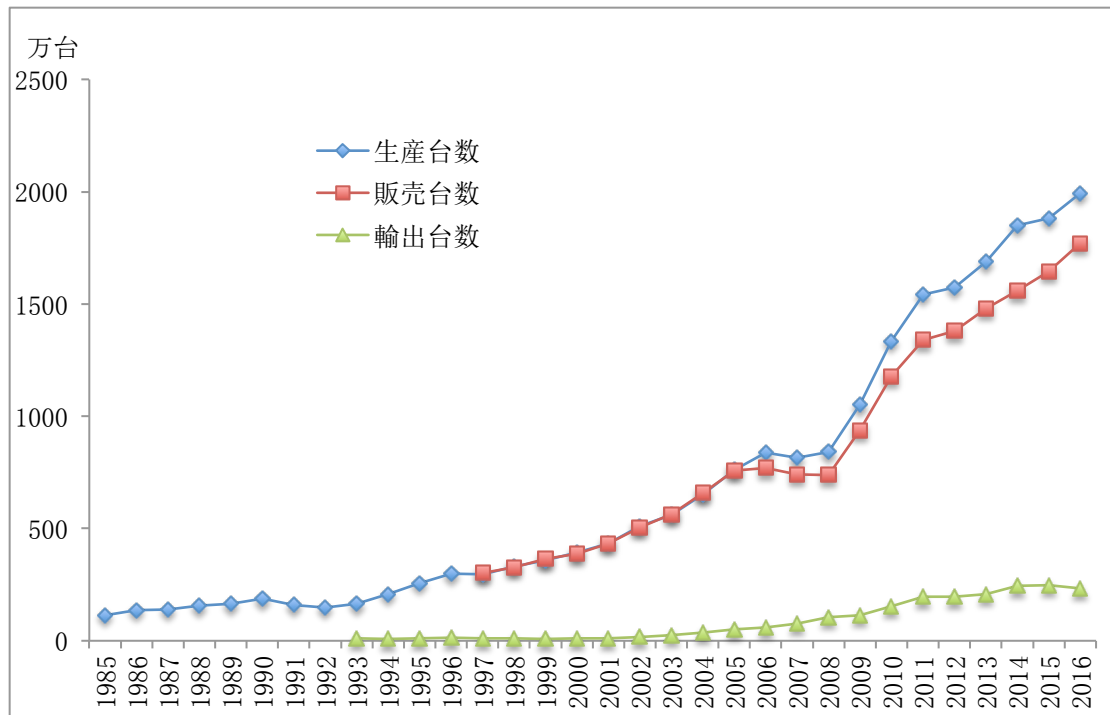
⁸⁰ 島根（2006），p. 213

⁸¹ 友澤（2005），p. 29

⁸² 島根（2006），p. 214

⁸³ 島根（2006），p. 221

図 3.12. インドのオートバイの生産台数、販売台数、輸出台数



出所：自動車産業ポータル MARKLINES より筆者作成

このように、インドでは外資系企業の進出に伴い輸出が開始された。しかし、インドのオートバイ企業による海外直接投資は開始が遅い上に数も少ない。パジャージ・オート社は 2006 年にインドネシアで現地法人を設立している。

インドは中国と共に、1980 年代からの日本などの外資系企業による影響から合弁企業が設立され、1990 年代以降に急速な成長を迎えた。これは、インドと中国が共に膨大な人口を背景とした国内需要を有していたためであると考えられる。また、外資系企業と国内資本系企業間での競争が行われている。

加えて、インドでは一定の品質を実現しつつ安価で提供されていることが特記される⁸⁴。これは、地場系上位の完成車企業が、長年にわたって生産コストの引き下げに地道に努力する中で技術的な知識やノウハウの蓄積がなされたためである。その結果として、消費者の品質に対する選好が顕在化した後に、製品開発や品質向上への取り組みに対応するための基盤になったと考えられる⁸⁵。しかし、中国のオートバイ企業は輸入したモデルをコピーし、改装した上で大量の生産をおこなった。このため、中国の企業間では単なる価格競争のみがおこなわれた。

3.3.3 東南アジアのオートバイ産業

東南アジアのオートバイ産業はタイやベトナム、インドネシアが中心であるが、オートバイ産業の発足は日本メーカーの海外展開に伴っている。このため、東南アジアのオートバイ産業は日本メーカーの進出により成長してきたといえる。タイではヤマハが 1964 年に進出し、インドネシアではホンダが 1971 年に進出するとともにオートバイ産業の形成

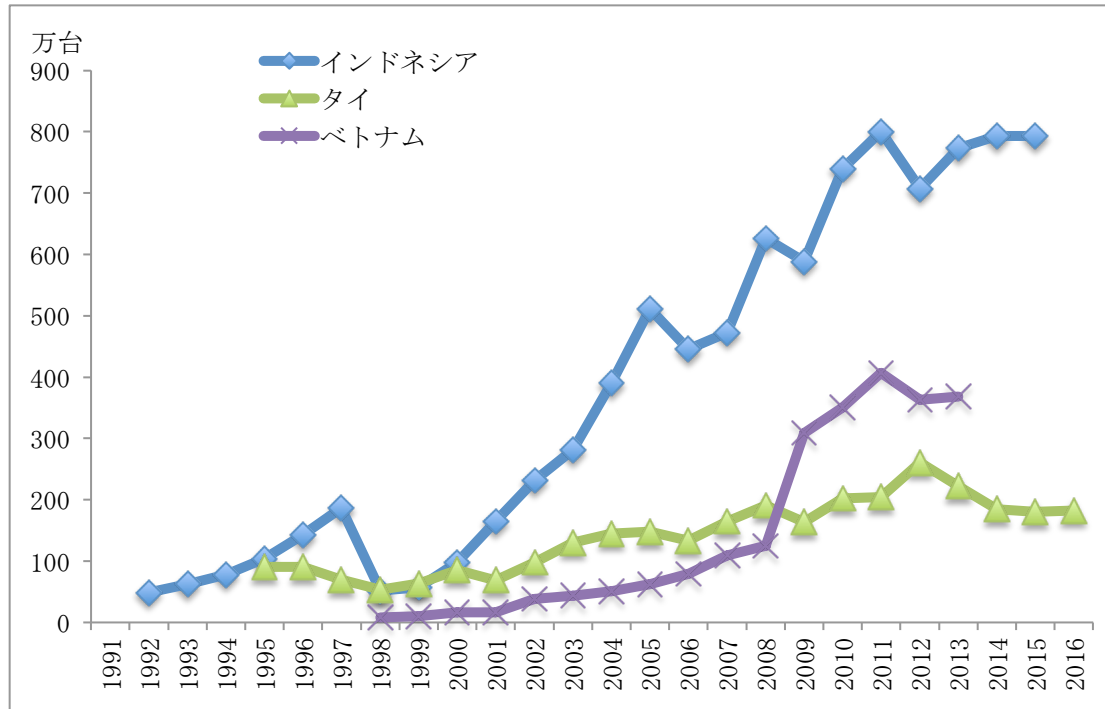
⁸⁴ 島根 (2006), p. 210

⁸⁵ 島根 (2006), p. 211

が始まった。ベトナムはタイとインドネシアのオートバイ産業の形成より遅く、1994 年からオートバイの生産が始まった。

その生産台数からみると、インドネシアの生産台数は他の 2 国より遥かに多い(図 3.13 参照)。タイとインドネシアでは生産がベトナムより先に開始されたが、2009 年以降ベトナムの生産台数はタイを超えた。

図 3.13. タイ、インドネシアとベトナムのオートバイ生産台数



出所：『世界二輪車概況 2010』、自動車産業ポータル MARKLINES より筆者作成

日本企業は東南アジアに進出時期が異なっているが、東南アジアのオートバイ産業は1990年代後半から、国策によって完成車輸入の自由化を実現した(表 3.3 参照)、このことにより、強制的に国内での生産から自由になった。また、同時に輸入も増加した。日本企業は東南アジアのオートバイ産業は強い影響を与えたが、このことにより国内資本系企業はあまり成長できなかった。現在、東南アジアの国々は国産政策により、国内資本が徐々に成長している。とはいえ、日本企業による東南アジアへの強い影響は継続している。

表 3.3. タイ、インドネシア、ベトナムのオートバイ産業の発展プロセス

	タイ	インドネシア	ベトナム
1960年代	1964年 ヤマハ設立 1965年 ホンダ設立 1967年 スズキ設立		1964年～1975年 ベトナム戦争
1970年代	1971年 現地調達率規制 (50%) 完成車組立工場新規建設禁止 1977年 現地調達率規制 (70%) 完成車組立工場建設の自由化 1978年 完成車輸入の禁止 部品輸入関税引き上げ	1971年 ホンダ設立 1974年 ヤマハ、スズキ設立 1977年 現地調達率規制 (罰則制)	
1980年代		1985年 完成品エンジン輸入禁止	1986年 ドイモイ開始
1990年代	1966年 完成車輸入の自由化 1997年 現地調達率規制の廃止	1999年 完成車輸入の自由化	1994年 VMEP設立 1996年 スズキ設立 1997年 ホンダ設立 完成車輸入禁止 1999年 ヤマハ設立
2000年代			2003年 完成車輸入の自由化

出所：三嶋（2010）, p. 120

日本の3大メーカーの寡占体制下において、東南アジアのオートバイ産業は、外資系企業に依存し、国内資本系企業の育成はあまりおこなわれていない。現在、東南アジアの国々には、国内資本系企業や組み立て企業が存在するが、外資系企業は圧倒的に強く、東南アジアのオートバイ産業は外資系企業により発展したパターンといえる。

東南アジアと異なり、中国とインドは1980年代から日本などの外資系企業の影響を受けたが、国内資本系企業と競争しながら1990年代から急成長を遂げた。つまり、中国とインドのオートバイ産業は、国内資本系企業と外資系企業が競って生産し、普及してきた発展パターンといえる。

3.4 発展途上国のオートバイ産業の発展パターン

日本のオートバイ産業は20世紀前半に欧米のオートバイ企業から技術を導入し、国内の普及を実現した。1970年代から、国内需要が減少し、輸出を本格化させた。1980年代からは海外直接投資もおこない、1990年代から再び輸入も増加した。国内生産は少なくなり、日本のオートバイ生産は衰退した。このように、日本のオートバイ産業はまさに導入期、成長期、成熟期と衰退期という発展パターンを示しており、プロダクト・サイクル論で説明できる。同時に、日本のホンダ、ヤマハとスズキによる寡占体制が形成された。

一方、中国のオートバイ産業は、日本のオートバイ産業から技術の導入をおこない、その後、輸出、海外直接投資と展開した。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おこなわれているが、依然として輸入台数はわずかである。中国のオートバイ産業は日本のように大量の逆輸入はおこなわれていない。したがって、中国全体のオートバイ産業はプロダクト・サイクル論で説明できない。

また、中国とインドは1980年代から日本などの外資系企業の影響を受けて、1990年代から急成長を遂げた。2016年には、中国とインドは1500万台超えの生産台数という膨大

な市場がみられる。また、輸出からみると、中国の場合では、1992年の年間300万台の生産台数に対して輸出台数は年間8万台であり、インドは年間165万台の生産台数に対して輸出台数は年間10万台である。中国とインドは共に膨大な国内のオートバイ市場を有しながら、オートバイ産業が成長している段階において、輸出を始める傾向が認められる。つまり、プロダクト・サイクル論を中国とインドのオートバイ産業に適用することに限界がある。

以上について、合弁企業との相関性という観点から検討するならば、合弁企業と国内資本系企業が競争した結果であると考えられる。つまり、国内資本系企業と合弁企業の市場行動により、中国とインドに見られる発展パターンが形成されたということだ。したがって、中国のオートバイ市場について、国内資本系企業と合弁企業の市場行動を分析する必要が存在する。

以上の考察に基づき、次章では中国のオートバイ市場における国内資本系企業と合弁企業の市場行動が異なっている点に着目し分析する。そのうえで、この異なる市場行動から中国のオートバイ産業の発展パターンについて考察する。

加えて、集積という地域間の特徴も市場行動の1つの結果であると考えられる。巨大な中国のオートバイ市場では、4大集積が形成されている。この4大集積地では、各々国内資本系企業と合弁企業は異なる市場行動をおこなっている。異なる市場行動から、異なる発展パターンが捉えうる。このため、この4大集積地について、再びプロダクト・サイクル論の有効性を検討する必要が存在する。

したがって、第5章では4大集積地（重慶、広東、江蘇・浙江・上海、河南・山東）の個別の検討から、国内資本系企業と合弁企業の市場行動がそれぞれの地域でどのように異なっているのか、その各発展パターンの検討から、寡占市場下における途上国、中国のオートバイ産業の発展パターンについて明らかにする。

第4章 中国のオートバイ産業の発展及びオートバイ企業の市場行動

前章で述べたように、中国のオートバイ産業は日本3大メーカーの寡占体制下で発展した。中国のオートバイ産業は成長期に輸出を開始した。それは、合弁企業の輸出のみならず国内資本系企業の輸出であり、合弁企業と国内資本系企業の競争の結果と考えられる。そのため、本章では、中国の国内資本系企業と合弁企業の市場行動を考察する。とくに、成熟期を経て衰退傾向を示す中国のオートバイ産業の市場行動の特徴を分析し、同時に、国内資本系企業と合弁企業の市場行動に分析することにより、中国のオートバイ産業の発展パターンを明らかにすることを目指す。

4.1 中国のオートバイ産業の発展史

4.1.1 1950年代～1970年代の中国のオートバイ産業

中国におけるオートバイ産業の萌芽は、1957年から航空工業系が国営企業としてオートバイを生産したことにある（表4.1参照）。当時、自動車やオートバイ製品の民間需要への対応としては、この年の2月に第二機械工業部第4局（航空工業局）が初めて民需製品協作会議において、軍需民需の2種類の生産技術がある旨を報告した⁸⁶ことに示される。この報告を受け、国務院は軍事系統による民間需要への生産を指示し、工場の生産台数を分配した。その後、国営企業は民需製品を開発し、その過程でオートバイと自動車の民需生産を開始した⁸⁷。1979年までオートバイの生産は、生産台数こそ少ないものの、継続した生産をおこなっていた。しかし、その製品の品質は不安定であった⁸⁸。また、公的利用のための生産が主であったことはいうまでもない。

表4.1. 中国のオートバイ産業の発展流れ

1950年代～1970年代	計画経済下の生産、公的の使用 市場が小さく、小規模の生産
1980年代	軍需企業から民需企業への転換 外国（特に日本）から技術提携による生産技術の導入
1990年代	民間企業の新規産業と国内市場の拡大 ホンダ、ヤマハ、スズキと合弁企業が出現 生産台数は加速的増加 輸出と海外直接投資の開始
2000年代	生産台数が持続的に拡大 輸出と海外直接投資も拡大
2011年～	国内販売、生産台数、輸出台数の減少

出所：『中国摩托車工業史』，p. 1、p. 10、p. 51 より筆者作成

⁸⁶ 航空工業汽車摩托車發展史編委会（1992），p. 3

⁸⁷ 航空工業汽車摩托車發展史編委会（1992），p. 3

⁸⁸ 航空工業汽車摩托車發展史編委会（1992），p. 3

4.1.2 1980年代の中国のオートバイ産業

1980年代以降になると、軍需用のオートバイの需要が減少し、オートバイ企業の民需への転換が差し迫っていた。この時期、中国政府は、オートバイ企業への規制を緩和している⁸⁹。また、国営企業の沈陽航空発動機廠や石家荘飛機廠らの航空系企業による外資系企業との技術提携が行われた⁹⁰。この後、多くの国から技術の導入を行い、とくに、日本のオートバイメーカーであるホンダやヤマハ、スズキ、川崎との技術提携が多く結ばれた。日本企業(ホンダやヤマハ)から技術供与された複数の国営企業が生産したオートバイは、官公庁向けに供給された⁹¹。また、政府は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に対して、優先的に外国メーカーからの技術導入を許可した⁹²。この流れの中、多くの国営企業は日本企業から技術を提携され、日本企業のモデルライセンス生産を始めた⁹³。

これらの諸状況を受け、中国におけるオートバイの生産は1970年代に比べて増加し、軍需等の公的需要から民間需要へと生産の転換が進行した。この時期は中国のオートバイ産業の導入期といってよいだろう。

4.1.3 1990年代の中国のオートバイ産業

1990年代に入ると中国のオートバイの生産供給は大幅に増加している。1993年には、中国のオートバイの生産は世界一となった。当時、中国のオートバイはほぼ国内のみで販売され、国内市場が急速に拡大した。この時期、中国のオートバイ業界は従来の国営企業のみならず、民間企業の参入が開始された。民間企業は国営企業と比較して急拡大する市場ニーズに柔軟に対応し⁹⁴、企業数が急増した。1980年には企業数が24社しかなかった民間企業は、1997年には143社へと増加した⁹⁵。また、国営企業から民間企業にシフトする傾向も見られた⁹⁶。

1990年代には中国の国内資本系企業との合弁経営も開始された。合弁企業の多くは日本のホンダ、ヤマハ、スズキを中心に展開している(表4.2参照)。少数ではあるが、台湾とイタリアとの合弁企業も成立した(表4.2参照)。合弁企業はパートナーである国内資本系企業への技術供与を含み、導入技術を用いて日本企業のモデルに近い製品の生産を行った⁹⁷。これらのことから、中国における本格的な生産拡大の契機は、1990年代の日本企業と国内資本系企業との合弁企業の設立にあるともいえる。

⁸⁹ 以下のように指摘がある。「高度集中な計画経済を解除し、企業の自主の権利を与えるように」などの規制。航空工業汽車摩托車發展史編委会(1992), p. 9

⁹⁰ 航空工業汽車摩托車發展史編委会(1992), p. 9

⁹¹ 塩地(2008), p. 133

⁹² 大原(2001), p. 7

⁹³ 三嶋(2010), p. 110

⁹⁴ 三嶋(2010), p. 111

⁹⁵ 『中国汽車工業年鑑』2016年版

⁹⁶ 坂本(2005), p. 48

⁹⁷ 坂本(2005), p. 47

表 4.2. 中国オートバイ産業における外国企業との技術提携及び合併

外国企業	技術提携会社名	導入年	現地合併会社名	設立年
ホンダ (日本)	嘉陵機器廠	1983	本田摩托車研究開発有限公司	2002
	上海一易初摩托車有限公司	1984	五羊一本田摩托車有限公司	1992
	広州摩托車公司	1988	天津本田摩托車有限公司	1993
	洛陽北方易初摩托車有限公司	1991	新大州本田摩托車有限公司	2001
ヤマハ (日本)	沈陽航空発動機廠、石家庄飛機廠	1981	雅馬哈発動研究(上海)有限公司	2004
	建設機床廠	1983	雅馬哈発動研究(蘇州)有限公司	2001
	南方動力機械公司	1985	重慶建設雅馬哈摩托車有限公司	1992
	南昌飛機製造公司		株州南方雅馬哈摩托車有限公司	1993
		1985	江蘇林海雅馬哈摩托車有限公司	1994
スズキ (日本)	望江機器廠	1982	重慶望江鈴木発動機有限公司	1993
	長春汽油機廠	1984	濟南輕騎鈴木摩托車有限公司	1994
	金城機械廠	1985	南京金城鈴木摩托車有限公司	1994
	濟南輕騎摩托車總廠		鈴木摩托車研究開発有限公司	2002
			常州豪爵鈴木摩托車有限公司	2007
		1985	常州鈴木摩托車研究開発有限公司	2007
川崎 (日本)	河南柴油機廠	1985	海南新大州川崎発動機有限公司	1997
	珠海奔騰摩托車有限公司	1993		
PIAGGIO (イ タリア)	北京汽車摩托車聯營公司	1985	比亜喬佛山摩托車有限公司	1993
	佛斯弟摩托車有限公司	1992		
ZUNDAPP (ド イツ)	天津迅達摩托車廠	1984		
PUCH (オー ストリア)	渭陽柴油機廠	1987		
三陽 (台湾)			厦門厦杏摩托車有限公司	1993
光陽 (台湾)			湖南光南摩托車有限公司	1994

出所：佐藤・大原（2005），p. 76、各社のウェブサイト、『中国摩托車工業史』，pp. 65-101
より筆者作成

1990年代以降、中国のオートバイ企業には、企業形態として国営企業、民間企業、合併企業が存在している。『中国汽車工業年鑑』による定義に基づく、国営企業、民間企業は国内の資本でできた企業であるとされる。本論文では、国営企業、民間企業を国内資本系企業として包括的に分析をおこなう。したがって、中国のオートバイ市場について検討する際に、国内資本系企業と合併企業の2種の分類に準拠して検討する。

各形態の企業数は、国内資本系企業が100社に超え、合併企業は20社前後である。1990年代、民間企業と合併企業の出現に伴い、オートバイ産業の生産担い手は国営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なかったのに対し、民間企業は日系企業と技術提携することで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⁹⁸。また、国営企業は開発速度が遅く、コストも高かった⁹⁹。一方、民間企業は市場へ柔軟性に対応し、中国のオートバイ産業の主力が国営企業から民間企業へとシフトしたことがわかる。

つまり、1990年代の中国のオートバイ産業は、生産台数が急増し、生産の担い手も多様化になり、民間企業と合併企業が出現した。1990年代の中国のオートバイ産業は急成長しながら、輸出と海外直接投資も開始する時期である。この輸出と海外直接投資につい

⁹⁸ 三嶋（2010），p. 111

⁹⁹ 大原（2004），p. 102

ては本章の3節にて後述する。以上のことから、1990年代は中国のオートバイ市場の成長期といっていよう。

4.1.4 2000年代の中国のオートバイ産業

2000年代の中国オートバイ産業は、さらなる生産の拡大と、輸出の拡大が特徴的である。2000年に1,100万台であった生産台数は2008年に2,750万台の生産台数へと達した(図4.1参照)。中国のオートバイ産業の生産のピークはこの年の2,750万台である。

中国のオートバイ輸出の開始は1989年から開始されている。2000年代以前は、輸出台数は限定的で僅少であり、1999年の輸出台数は約25万台である。2000年代以降、WTOへの加盟などを背景に輸出は増加する。2011年には1,000万台の輸出台数まで増加した。他方、2000年代に、国内市場における不平等な価格競争や不良製品の出現により輸出にも悪影響が存在していた¹⁰⁰。

2008年には世界金融危機の影響で、内需への転換がみられた。2009年2月、国務院の元で、財政部と国家発展改革委など7部門が連携して『汽車摩托車下郷实施方案』(以下は「摩托車下郷」と呼ぶ)が制定された。この中では、2009年2月1日から2013年1月31日までの期間、農民たちはオートバイを購入する際に、価格の13%または、最大650元の補助金が支給された。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ことから、「摩托車下郷」政策によって、オートバイの国内の需要は拡大し、国内販売は2009年にピークを迎えた。2008年に1,700万台であった国内販売は2009年に約1,900万台へと増加した。このため、世界金融危機と「摩托車下郷」の政策の影響から2009年の中国のオートバイの輸出台数が急減したが、その後、微増へと転じる。

そして、この2000年代の状況について企業別の付加価値からみると、合弁企業の付加価値は2000年の15億元から2014年の51億元と急増し、その比率も30%弱のシェアを維持している(表4.3参照)ことがわかる。それに対して、国内資本系企業の付加価値は2010年に、国内資本系企業の数130社を超え、付加価値も100億元を超える。また、付加価値の占めるシェアも80%に達している。このことから、中国のオートバイ市場では、国内資本系企業が主体な役割を果たしていることがわかる。2014年のデータからは、合弁企業は企業数こそ少ないものの、中国のオートバイ産業の付加価値の30%弱のシェアを有し、対して民間企業は中国のオートバイ産業の約70%のシェアを有することが確認できる(表4.3参照)。

¹⁰⁰ 王(2001), p. 10、オートバイ市場が混乱し、国内では過当競争を行い、中国のオートバイの輸出に影響を与えた。

表 4.3. 国営、民間と合併企業の企業数と付加価値の推移（単位：台、万元）

		2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
国営企業	企業数	38	9	2	3	3	2	13
	付加価値	271,440	344,407	1,889	2,050	2,157	2,871	3,060
	付加価値の割合	24.1%	23.4%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
民間企業	企業数	84	118	133	123	121	128	104
	付加価値	700,001	840,027	1,524,391	973,220	1,040,490	1,307,199	1,393,475
	付加価値の割合	62.3%	57.0%	80.9%	74.8%	74.8%	72.9%	72.9%
合併企業	企業数	16	20	12	12	8	15	21
	付加価値	152,556	289,690	357,343	325,405	347,775	482,347	514,182
	付加価値の割合	13.6%	19.7%	19.0%	25.0%	25.0%	26.9%	26.9%

出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「汽車工業主要経済指標及分類構成表」より筆者作成

また、国内資本系企業を含まれる国営企業と民間企業に分けてみると、国営企業の付加価値の比率は2000年の約24%から2010年の0.1%と減少したのに対し、民間企業は2010年に100社を超え、付加価値も100億元に達し、80%強のシェアを維持している。そのため、国内資本系企業の中での主力は民間企業であり、中国のオートバイ産業の主力は民間企業であるといえるだろう。

2000年代では、輸出の拡大だけではなく、海外直接投資も拡大している。1990年代から、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。中国のオートバイ産業は、輸出と海外直接投資という市場行動を通じて展開している。

つまり、2000年代の中国のオートバイ産業は、巨大な生産規模が出現し、輸出と海外直接投資も拡大している。輸出と海外直接投資については本章の3節で詳しく分析する。以上のことから、2000年代は中国のオートバイ市場の成熟期といってよいだろう。

4.1.5 2011年以降の中国のオートバイ産業

2011年以降、オートバイ産業は全体的に生産台数と輸出台数の減少が捉えられる（図3.10参照）。生産台数は2011年の約2,700万台から2016年の約1,600万台へと減少している。この背景として政府の環境に関する政策が影響を与えている。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）^{101）}』を制定し、環境問題に取り組んだ。この規制は企業に対して技術の向上を要求し、技術向上に伴い製品のコストも高くなっている。また、本規制の制度以前に、製造、販売、登録されているオートバイは「国2」^{102）}の基準も満たしていないので、これらのオートバイの改造も必要となった。「国3」の導入により、オートバイ生産は抑制され、2011年から中国オートバイの生産は減少している。中国の都市部の「禁摩」政策の影響で、現在オートバイの

^{101）} 「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。

^{102）} 「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。

需要は主に農村部を対象としている。また、労働賃金の上昇、人民元高、原材料価格の上昇により、輸出価格の優位性を失い、2012 年から輸出台数も減少している¹⁰³。

中国のオートバイ産業は、2011 年以降国内販売台数が減少し 2011 年の約 1,500 万台から 2016 年の 800 万台へと減少した。総生産台数の約半数が輸出されているものの、輸出台数もまた 2016 年の約 800 万台へと減少した。

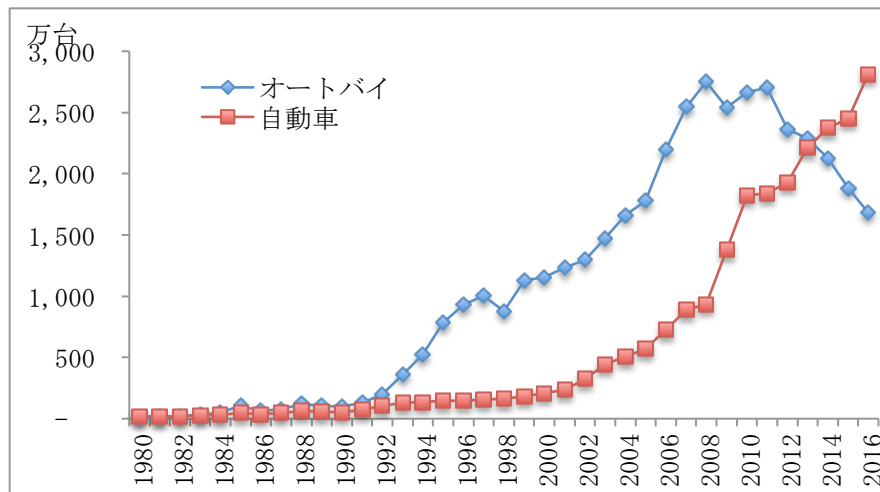
以上から、2011 年以降に国内市場の衰退傾向を捉えられる。また、国内市場の衰退は国内産業の営業利益減少要因となり、国内産業衰退の一因となることが考えられる。そこで、産業衰退を示す指標として中国のオートバイ産業の営業利益を確認する。2010 年までオートバイ産業の営業利益は増加トレンドにあり、74.2 億元に達した¹⁰⁴。しかし、2011 年から、その営業利益は減少し始め、2016 年の営業利益は 44.98 億元になった¹⁰⁵。したがって、中国のオートバイ産業は中国市場において衰退していると考えられる。

以上のことから、2010 年代は中国のオートバイ市場の衰退期といっていよいだろう。次に中国のオートバイと自動車はどのように異なるか確認する。

4.1.6 中国のオートバイと自動車との違い

自動車の生産台数は 1990 年代以前においては僅少であったが、1990 年代以降、徐々に増加する。2000 年代から生産台数が急増し、同じ輸送手段としてのオートバイに影響を与えた。2011 年以降、オートバイの生産台数は減少しつつある状況に対して、自動車の生産台数は持続的に増加している。また、2013 年に、政府が「EV 政策」を打ち出したことにより、ガソリンを使うオートバイにも更なる影響を与えた。2014 年には自動車の生産台数がオートバイの生産台数を超えた（図 4.1 参照）ことから、消費者のオートバイから自動車へのシフトがみられる¹⁰⁶。

図 4.1. 中国のオートバイ及び自動車の生産台数



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「全国汽車工業主要経済指標」、「摩托車生産、販売及進出口情况」より筆者作成

¹⁰³ 王 (2013), p. 4

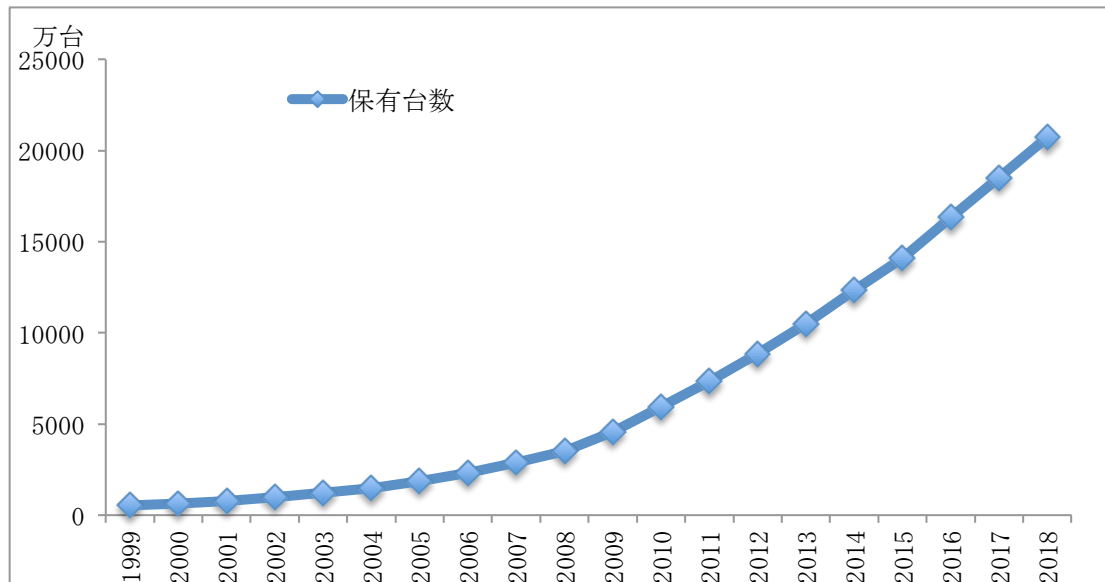
¹⁰⁴ 『中国汽車工業年鑑 2012 年』

¹⁰⁵ 『中国汽車工業年鑑 2017 年』

¹⁰⁶ 日本では、自動車の生産台数はオートバイ生産台数に超えたのはオートバイ産業が成長している 1970 年である。

2000 年代以降の自動車の生産規模の拡大とともに、自動車の保有台数も急速に増加している（図 4.2 参照）。2018 年には自動車の保有台数は 2000 万台を超えた。図 4.2 から、自動車の保有台数が今後も増加し続けることが推測できる。

図 4.2. 自動車の保有台数



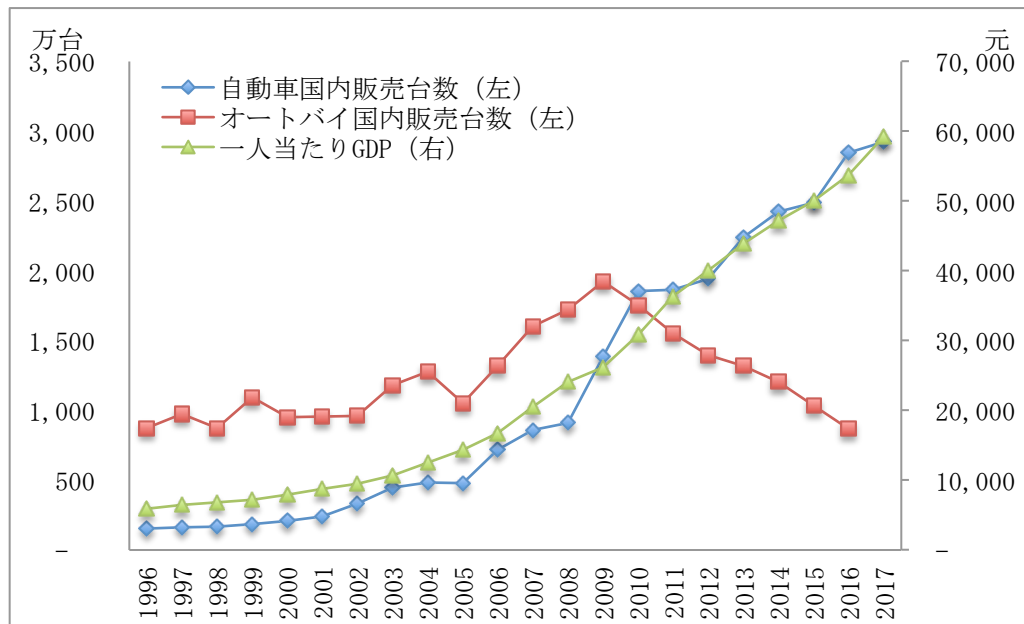
出所：中国統計局 <http://data.stats.gov.cn> より筆者作成

つまり、同じ輸送手段であるオートバイと自動車であるが、所得の上昇¹⁰⁷に伴い、自動車の需要が増加し、対して、オートバイの需要が減少していると考えられる（図 4.3 参照）。

2010 年代以前の中国では一人当たりの GDP はまだ低く、自動車の需要よりオートバイの需要が多い。ただし、一人当たりの GDP は増加傾向にあり、オートバイの国内販売台数と自動車の国内販売台数も増加する傾向がある。しかし、2010 年以降自動車の国内販売台数はオートバイの国内販売台数を超えた。2010 年の自動車の国内販売台数は約 1,800 万台であり、オートバイの国内販売台数は 1,700 万台である。2010 年代以降に一人当たりの GDP が増加し続けることにより、オートバイから自動車へシフトしている。このことから、一人当たりの GDP の増加による自動車への転換に伴い、オートバイの衰退を捉えることができる。

¹⁰⁷ 『中国統計年鑑』により、一人当たりの所得は 1997 年の約 6,000 元から 2014 年の約 5 万元に増加した。

図 4.3. 中国の自動車、オートバイの国内販売台数と一人当たりの GDP の推移



出所：国家統計局ウェブサイト、『中国汽車工業年鑑』各年版より筆者作成¹⁰⁸

¹⁰⁸ オートバイ国内販売台数、自動車国内販売台数と一人当たり GDP と相関係数でみると、それらの相関がわかる（表 4.4 参照）。1996 年から 2016 年にかけて自動車国内販売台数と一人当たり GDP の相関係数は 0.993 であり、自動車国内販売台数と一人当たり GDP と明確な正の相関がある。オートバイ国内販売台数と一人当たり GDP との相関係数は 0.278 であるが、オートバイ国内販売台数と一人当たり GDP との相関は低い。また、オートバイ国内販売台数と自動車国内販売台数との相関係数は 0.3 であるが、オートバイ国内販売台数と自動車国内販売台数との相関が低い。

表 4.4. オートバイ国内販売台数、自動車国内販売台数と一人当たり GDP との相関（1996～2016）

相関（1996～2016）				
		GDP/1人	自動車国内販売台数	オートバイ国内販売台数
GDP/1人	Pearson の相関係数	1	.993**	0.278
	有意確率（両側）		0.000	0.222
自動車国内販売台数	Pearson の相関係数	.993**	1	0.300
	有意確率（両側）	0.000		0.187
オートバイ国内販売台数	Pearson の相関係数	0.278	0.300	1
	有意確率（両側）	0.222	0.187	

**、相関係数は 1% 水準で有意（両側）です。

出所：国家統計局ウェブサイト、『中国汽車工業年鑑』各年版より筆者計算

しかし、年代に分けてみると、オートバイ国内販売台数と一人当たり GDP との相関は異なっている（表 4.5 参照）。1996 年から 2009 年まで、オートバイ国内販売台数と一人当たり GDP との相関係数は 0.975 であり、オートバイ国内販売台数と一人当たり GDP は正の相関がある。2010 年から 2016 年までは、オートバイ国内販売台数と一人当たり GDP との相関係数は -0.994 であるので、オートバイ国内販売台数と一人当たり GDP との強い負の相関を見られる。同じように、オートバイ国内販売台数と自動車国内販売台数は、1996～2009 年には、相関係数は 0.962d であり、正の相関がある。しかし、2010 年からオートバイ国内販売台数と自動車国内販売台数との相関係数は -0.951 であるので、強い負の相関が見られた。

表 4.5. オートバイ国内販売台数、自動車国内販売台数と一人当たり GDP との相関

相関 (1996～2009)					相関 (2010～2016)				
		GDP/1人	自動車国内販売台数	オートバイ国内販売台数			GDP/1人	自動車国内販売台数	オートバイ国内販売台数
GDP/1人	Pearson の相関係数	1	.975**	.958**	GDP/1人	Pearson の相関係数	1	.952**	-.994**
	有意確率 (両側)		0.000	0.000		有意確率 (両側)		0.001	0.000
自動車国内販売台数	Pearson の相関係数	.975**	1	.962**	自動車国内販売台数	Pearson の相関係数	.952**	1	-.951**
	有意確率 (両側)	0.000		0.000		有意確率 (両側)	0.001		0.001
オートバイ国内販売台数	Pearson の相関係数	.958**	.962**	1	オートバイ国内販売台数	Pearson の相関係数	-.994**	-.951**	1
	有意確率 (両側)	0.000	0.000			有意確率 (両側)	0.000	0.001	

**、相関係数は 1% 水準で有意 (両側) です。

**、相関係数は 1% 水準で有意 (両側) です。

出所：国家统计局ウェブサイト、『中国汽车工業年鑑』各年版より筆者計算

したがって、1996 から 2016 年にかけてオートバイ国内販売台数は一人当たり GDP と自動車との相関は低い、年代に分けて検討した際、1996 年から 2009 年までオートバイ国内販売台数と一人当たり GDP、自動車国内販売台数とは正の相関がある。また、2010 年から 2016 年にかけて強い負の相関を見られた。

オートバイ国内販売台数、自動車国内販売台数と一人当たり GDP との相関によって基づいて回帰分析をおこない、durbin-watson 係数を確認する。表 4.6 をみると、1996～2016 年には、durbin-watson 係数は 1.6 となり、全体的に durbin-watson 係数が低いとはいえる。1996～2009 年には、durbin-watson 係数は 2 に達したが、2010 年以降になると、durbin-watson 係数 1.2 となった。

表 4.6 オートバイ国内販売台数、自動車国内販売台数と一人当たり GDP との回帰分析

1996-2016

モデルの要約 ^a					
モデル	R		調整済み R ² 乗	推定値の標準誤差	Durbin-Watson
		R ² 乗			
1	.993 ^a	0.987	0.985	1968.432	1.627

a. 予測値：(定数)、自動車国内販売台数，一人当たり GDP。

b. 従属変数 オートバイ国内販売台数

係数 ^a								
モデル				標準化係数	t 値	有意確率	共線性の統計量	
				ベータ			許容度	VIF
1	(定数)	5335.792	1747.027		3.054	0.007		
	一人当たり GDP	0.002	0.000	1.000	35.284	0.000	0.910	1.099
	自動車国内販売台数	0.000	0.000	-0.021	-0.745	0.466	0.910	1.099

a. 従属変数 オートバイ国内販売台数

1996-2009

モデルの要約 ^a					
モデル	R		調整済み R ² 乗	推定値の標準誤差	Durbin-Watson
		R ² 乗			
1	.978 ^a	0.956	0.949	1535.049	2.115

a. 予測値：(定数)、自動車国内販売台数，一人当たり GDP。

b. 従属変数 オートバイ国内販売台数

係数 ^a								
モデル				標準化係数	t 値	有意確率	共線性の統計量	
				ベータ			許容度	VIF
1	(定数)	-4.575	3699.546		-0.001	0.999		
	一人当たり GDP	0.001	0.000	0.727	3.139	0.009	0.074	13.533
	自動車国内販売台数	0.001	0.000	0.259	1.117	0.288	0.074	13.533

a. 従属変数 オートバイ国内販売台数

しかし、上述のように、中国のオートバイは主として農村部で使用されている。いまだ中国には膨大な農村部の人口が存在することから、農村部におけるオートバイの需要が長期的に継続する事態が想定される。

本節では、中国のオートバイ産業の発展について時系列な概観をおこない、また自動車の生産台数の変化と保有の変化について確認した。次節では中国のオートバイ産業の諸特徴に着目する。

2010-2016

モデルの要約 ^b					
モデル	R	R2 乗	調整済み R2 乗	推定値の標 準誤差	Durbin- Watson
1	.994 ^a	0.988	0.982	1059.035	1.243

a. 予測値：（定数）、自動車国内販売台数、一人当たりGDP。

b. 従属変数 オートバイ国内販売台数

係数 ^a								
モデル				標準化係数	t 値	有意確率	共線性の統 計量	
				ベータ			許容度	VIF
1	(定数)	71625.787	14152.454		5.061	0.007		
	一人当たり GDP	0.000	0.000	0.072	0.410	0.703	0.097	10.362
	自動車国内 販売台数	-0.002	0.000	-0.926	-5.302	0.006	0.097	10.362

a. 従属変数 オートバイ国内販売台数

出所：国家統計局ウェブサイト、『中国汽車工業年鑑』各年版より筆者計算

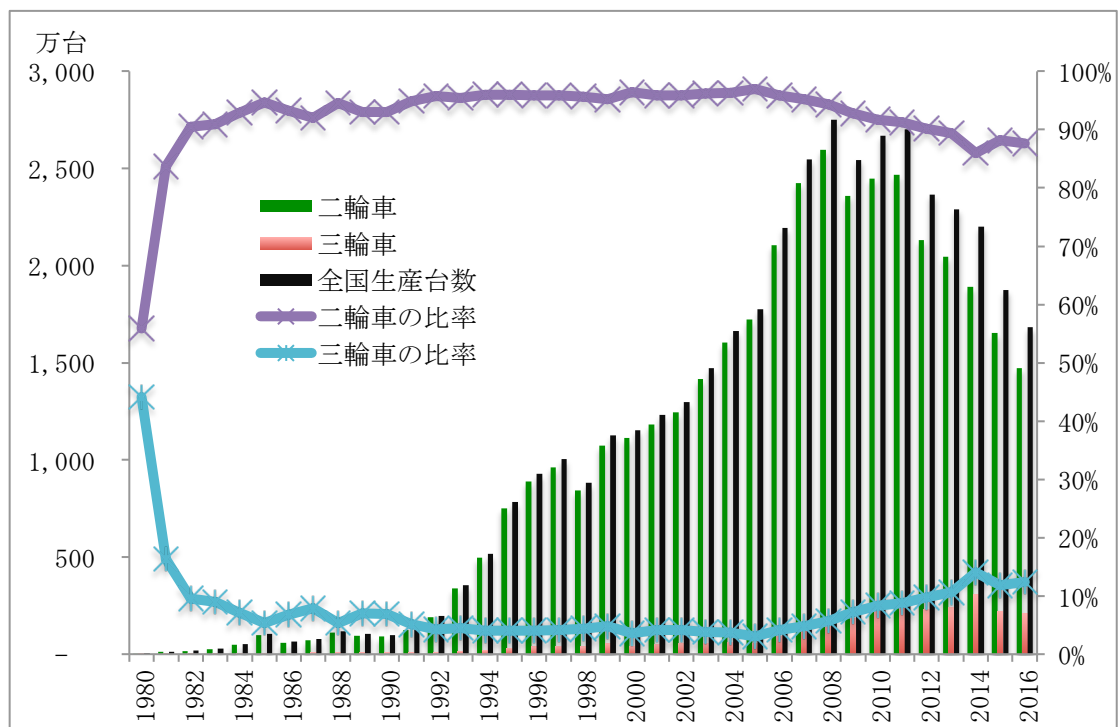
つまり、以上の分析を通して全体の durbin-watson 係数は低い、オートバイ国内販売は自動車国内販売と一人当たり GDP との関係がないとはいえない。ただし、さらなる回帰分析が必要となるが、中国人のニーズがオートバイから自動車へシフトした傾向はいえるだろう。

4.2 中国のオートバイ産業の発展過程にみられる諸特徴

4.2.1 大規模な生産台数

中国のオートバイ産業は1980年に5万台未満の生産台数であったが、1990年代から急成長し、生産台数が急増した（図4.4参照）。そして、1993年には中国のオートバイ生産台数の360万台で世界一となった。2006年に中国のオートバイ生産台数ははじめて2,000万台を超えた。その後、オートバイの生産台数はまだ増えつつある。2008年に生産のピークとなり、約2,700万台に達した。中国の大規模な生産をおこなわれていることがわかる。そのなかで、中国のオートバイを二輪車（電動二輪車も含まれている）と三輪車を分けてみると、1980年代以前には二輪車と三輪車の生産台数の差が少なく、総生産台数に占める比率もそれぞれ50%ほどであったが、1980年代後半になると、二輪車の生産台数は急速に増加したのに対し、三輪車の生産台数は大幅に減少したことがわかる。1980年代から二輪車の生産シェアは90%ほどを維持しているのに対し、三輪車は約10%の生産シェアとなっている。つまり、中国のオートバイの生産は二輪車が中心である。しかし、オートバイの生産台数は2011年以降減少へと転じ、2016年の生産台数は約1,600万台となった。生産台数の減少という状況から、中国のオートバイ産業における衰退を捉えることができる。

図4.4. 中国オートバイの生産台数

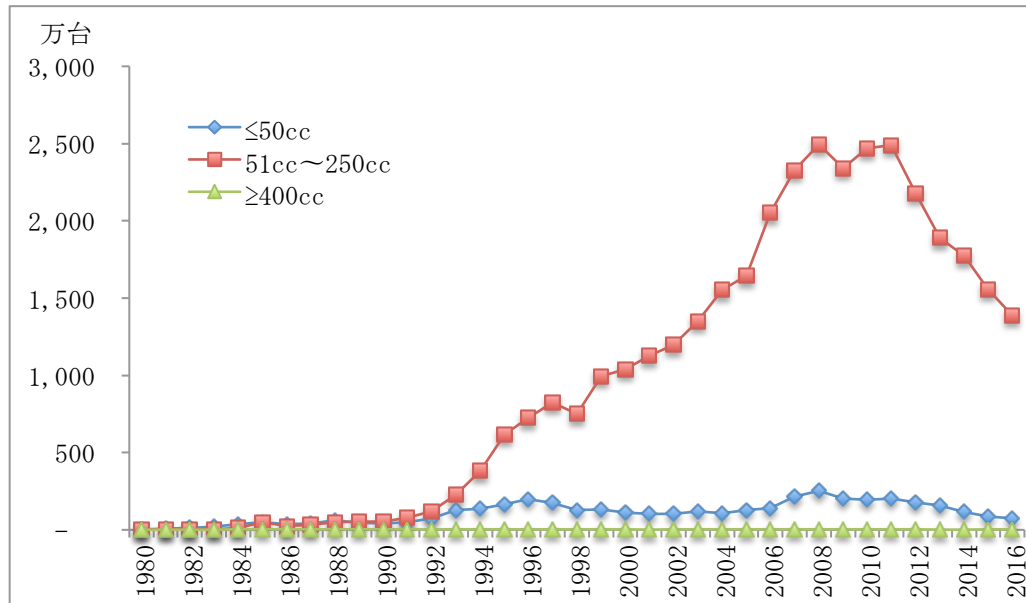


出所：『中国汽车工業年鑑』各年版の「摩托車生産、販売及進出口情況」より筆者作成
注：二輪車の中で電動二輪車も含まれている。

4.2.2 低排気量を中心とした生産

図 4.5 によれば、排気量 51cc～250cc のオートバイの生産動向は、中国全体の生産台数の動向と一致していると考えられる。排気量 50cc 以下と排気量 400cc 以上のオートバイの生産台数については、減少傾向がみられる。以上のことから、中国国内のオートバイ需要は排気量 51cc～250cc の車種に集中していることがわかる。

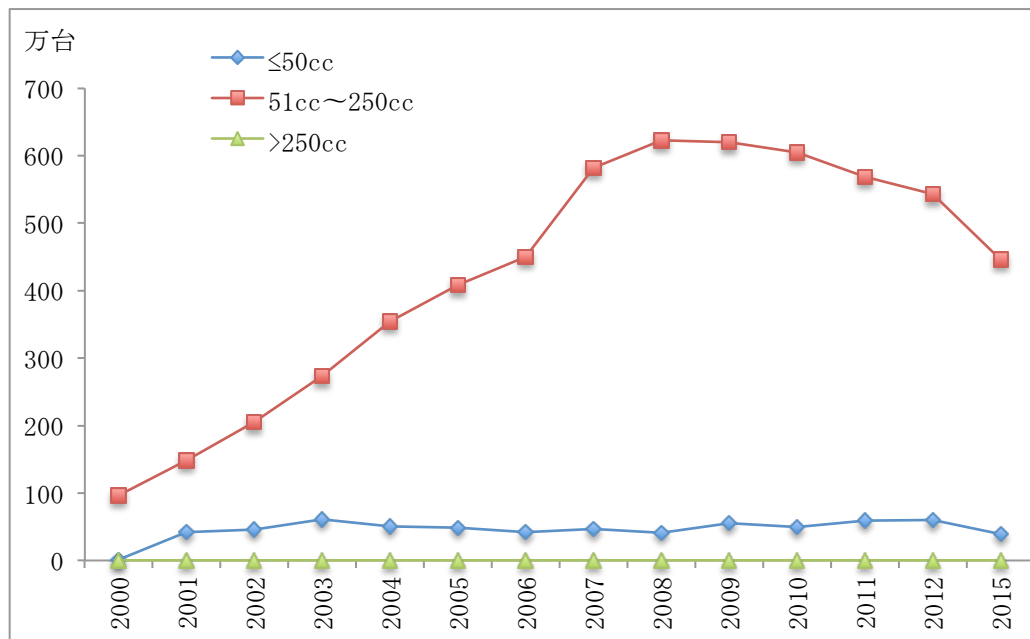
図 4.5. 中国のオートバイの排気量別の生産台数



出所：『中国汽車工業統計年鑑』各年版の「摩托車生産、販売及進出口情況」より筆者作成

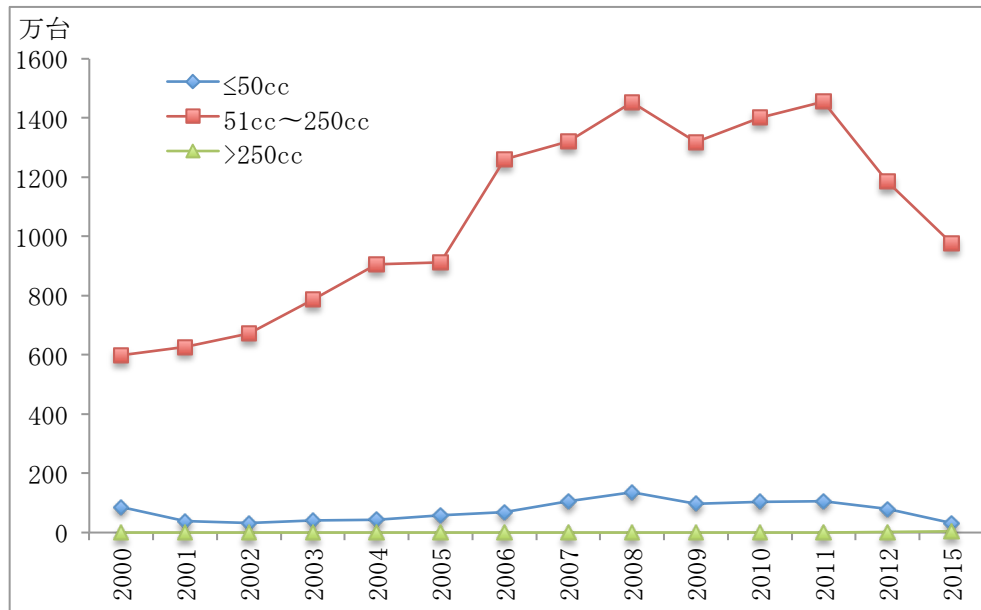
また、企業形態に分けてみると、合併企業と国内資本系企業も排気量 51cc～250cc の車種を中心とした生産をおこなっている（図 4.6、4.7 参照）。排気量 51cc～250cc 車種の生産台数は圧倒的に多く、排気量 50cc 以下と排気量 250cc 以上の生産台数はわずかであり横ばいに推移している。よって、中国企業によるオートバイ生産競争も排気量 51cc～250cc が中心となっているといえるだろう。

図 4.6. 中国における合併企業の排気量別の生産台数



出所：『中国汽車工業統計年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」より筆者作成

図 4.7. 中国における国内資本系企業の排気量別の生産台数

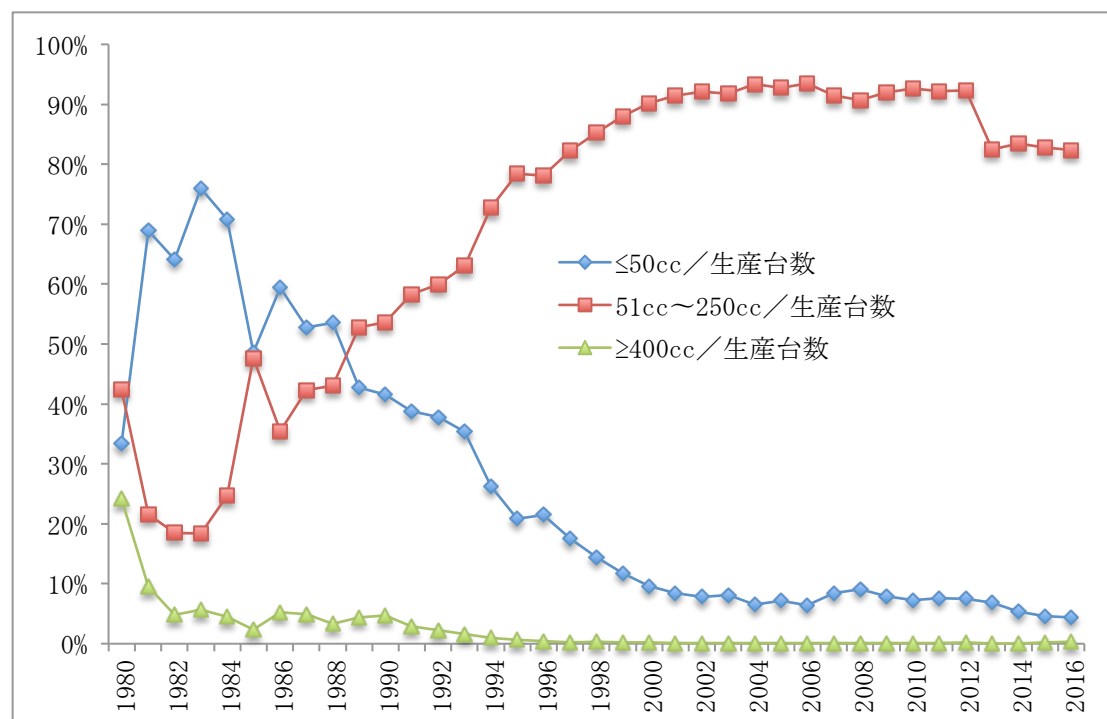


出所：『中国汽車工業統計年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」より筆者作成

中国のオートバイは、排気量 250cc 以下のオートバイを中心に生産されている（図 4.8 参照）。1980 年代後半から、排気量 250cc 以下のオートバイの生産台数の総生産台数に占める比率はほぼ 95%以上である。また、排気量 50cc 以下のオートバイと排気量 51cc～250cc のオートバイの比率をみると、正反対の動向がみられる。1989 年以前、排気量 50cc のオートバイの生産台数と比率は排気量 51cc～250cc のオートバイより多かったが、1989

年以降では排気量 51cc～250cc のオートバイの生産台数は 50cc 以下のオートバイより多くなり、その比率はますます増加している。現在中国のオートバイ生産台数のうち約 90% は排気量 51cc～250cc のオートバイであり、排気量 50cc 以下のオートバイ生産台数の比率は 10%程度を維持している。その一方で、排気量 400cc 以上の高排気量の生産台数はわずかであり、その比率はわずか 1 %程度しかない。

図 4.8. 中国におけるオートバイ各車種の総生産台数に占める比率



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車生産、販売及進出口情況」、より筆者作成

以上の分析から、中国国内では、オートバイへの生産は低排気量の車種に集中していることが確認できる。この要因として、中国経済が発展途上にあり、オートバイが未だ重要な交通手段や貨物運送として需要が存在することが推定できる。一方、高排気量オートバイへの国内需要が低い理由として価格が高いことが推測できる。

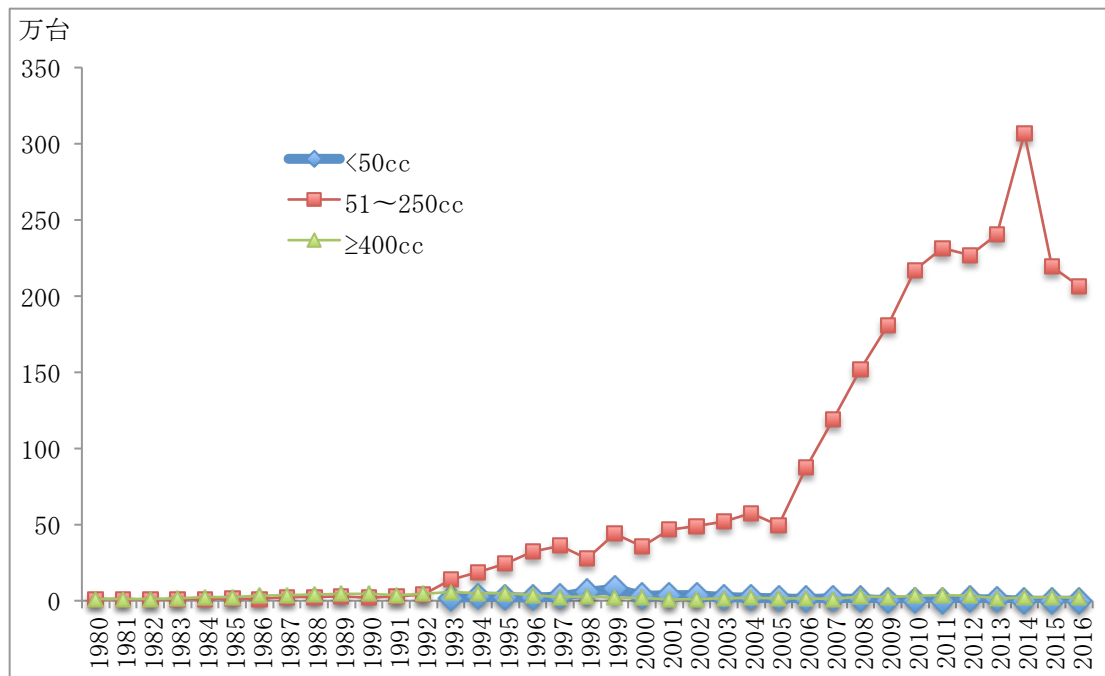
4.2.3 中国の三輪車

中国のオートバイ産業において、三輪車の生産台数は二輪車より少ないものの、近年三輪車の生産は増加傾向にある（図 4.4 参照）。2010 年以降の三輪車の生産台数の増加傾向は、2009 年に策定された政策『汽車摩托車下郷実施方案』と関連している。この政策により、農村部の人々はオートバイを購入する際に、国から補助金がおりることとなった。この政策により、農村部のオートバイの購買力が増加し、二輪車や三輪車の需要が増加した。

三輪車の生産は 1980 年代から始まり、当時は排気量 250cc と排気量 750cc の 2 種類しかなかった。排気量 250cc の三輪車の生産台数は 2009 年までは非常に少ないが、2010 年には急激に増加してきた。排気量 750cc の三輪車の生産台数は依然として少ない。1993 年からは排気量 50cc 以下や排気量 51cc～250cc の三輪車の生産が開始した。このこ

とからも三輪車に対する需要範囲が広がっていることが分かる。これら、新規格の三輪車の中で、排気量 50cc 以下の三輪車の生産台数は少ないが、排気量 51cc～250cc の三輪車の生産台数は 2005 年から 2014 年の間で大幅に増加している（図 4.9 参照）。

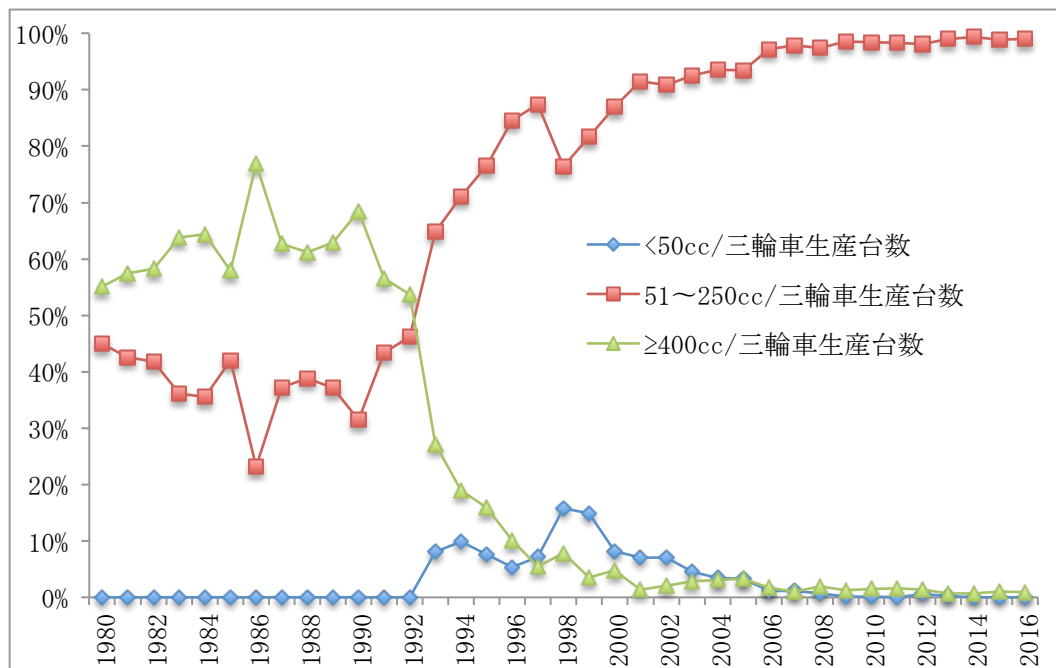
図 4.9. 中国における三輪車の生産台数



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車生産、販売及進出口情況」、『中国摩托車工業史』より筆者作成

三輪車に占める各車種の比率からみると、1993 年以降排気量 250cc と排気量 750cc の車種の比率は急速に減少した。この理由として、1993 年以前は三輪車の車種は排気量 250cc と排気量 750cc の 2 つの車種しかなかったが、1993 年以降、排気量 250cc 以下の車種の生産が始まったからである（図 4.10 参照）。とくに、排気量 51cc～250cc の車種の三輪車の生産が急速に増加し、2001 年からその比率は 90%以上にまで上昇した。対して、排気量 50cc 以下と排気量 400cc 以上の車種の比率は 10%以内である。

図 4.10. 中国における三輪車各車種の三輪車総生産台数に占める比率



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車生産、販売及進出口情況」、『中国摩托車工業史』より筆者作成

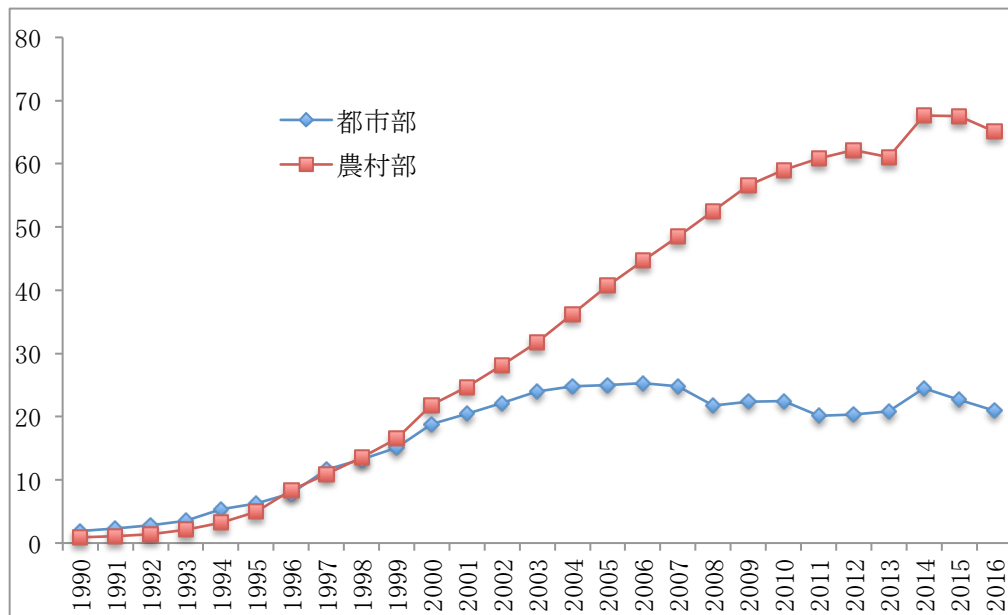
以上から、中国の三輪車の生産台数も年々増加しており、排気量 250cc 以下の車種の生産台数が多いことが確認できた。三輪車は主に農村部で荷物運びなどに使われている。また、中国の農村部の人口は約 8 億人であることから、潜在市場としてオートバイ市場を拡大する可能性が存在するといえる¹⁰⁹。

4.2.4 オートバイの保有台数

2000 年代以降の中国のオートバイの保有台数について比較すると、農村部の保有台数は都市部の保有台数よりはるかに多いことが確認できる。2000 年代以前には、農村部と都市部の保有台数はほとんど差がなかったが、2000 年代以降になると、農村部の保有台数は急速に増加し、都市部の保有台数はほぼ横ばい状態にある。農村部と都市部の保有台数の差は徐々に拡大している。(図 4.11 参照)。

¹⁰⁹ 王編 (2006), p.17

図 4.11. 百世帯ごとオートバイ保有台数（単位：台）



出所：国家統計局：http://www.stats.gov.cn より筆者作成

保有台数の格差の要因として、中国政府による政策の影響が考えられる。中国政府は、安全運転や交通問題などを根拠に、1990年代から都市部において、オートバイの使用禁止や制限する「禁摩」という政策を実施した（表 4.7 参照）。「禁摩」により多くの地区では全てのオートバイ、もしくは一部のオートバイの使用を禁止した。また、登録番号の数を限定し、一部の車種については税金の増加などを課した。2004年には全国140以上の都市で「禁摩」は実施され¹¹⁰、現在、170都市まで拡大している。この「禁摩」政策は国内オートバイ産業に大きな影響を与えることとなり、都市部ではオートバイの保有台数が減少した。また、オートバイの需要も農村部へと移転した。

2009年2月には、上述した農村部におけるオートバイ購買促進政策『汽車摩托車下鄉实施方案』（以下は「摩托車下鄉」と呼ぶ）が制定され、農村部におけるオートバイの保有台数が増加した。

¹¹⁰ 佐藤・大原（2005），p. 67

表 4.7. 中国における「禁摩」の都市

省/市	都市名	時間	備考
北京市		1984年	新規登録の禁止
天津市		1994年7月1日	新規登録の禁止
上海市			新規登録の禁止
雲南省	昆明	1984年	新規登録の禁止
	玉溪	1999年11月	新規登録を制限され、登録すると500元を追加し、購入税の15%の増加
	曲靖	1999年11月	新規登録を制限され、登録すると500元を追加し、購入税の16%の増加
海南省	海口	2000年2年13日	新規登録の禁止
四川省	成都		新規登録の禁止をしないが、都市部で摩托車の使用が禁止され、毎年500個の入城証明書の発行
	宜宾	1999年11月1日	新規登録の禁止
	綿陽	1999年9月3日	新規登録の禁止
	徳陽	1999年4月5日	一部の摩托車の使用を禁止し、1999年12月5日から全部の禁止
福建省	福州	1999年7月7日	新規登録の禁止
	厦門		島内で新規登録を禁止され、1999年3月から島外の摩托車は島内での使用禁止
広西省	南寧	1999年1月	新規登録の禁止
浙江省	杭州	1997年初	毎年50個新規登録証明書の発行
	温州	1997年	新規登録の制限
	寧波	1997年	市内で新規登録の禁止
広東省	広州	1998年6月	新規登録の禁止
	中山	1999年11月	新規登録の禁止
	珠海	1995年	新規登録の禁止
	深圳	1990年	新規登録の禁止
遼寧省	沈陽	1998年10月	新規登録の禁止
	丹東	1998年6月	新規登録の禁止
	大連	1997年9月	新規登録の禁止
	鞍山	1997年7月	一部の車種の新規登録の禁止
	本溪	1998年	新規登録の禁止
	鉄嶺	1999年10月	新規登録の禁止
陝西省	西安	2000年7月1日	新規登録の禁止
湖南省	岳陽	1999年11月20日	新規登録の禁止
	張家界	1999年11月	新規登録の禁止
	長沙		50ccの新規登録証明書は1800元
	衡陽	1999年9月24日	新規登録の一時的に停止

湖北省	武漢	1999年7月1日	一部の車種の新規登録の禁止
	襄樊	1999年7月1日	一部の車種の新規登録の禁止
	宜昌	1999年10月	新規登録を制限され、費用を高まり、二人乗りも禁止
	钟祥	1999年10月	新規登録は30%の税金の増加
江蘇省	南京	1997年	毎年一部の新規登録の禁止
	常州		一部の車種の新規登録ができる
	揚州	1998年	新規登録を制限され、新規登録は1000元～4000元
	徐州	1999年7月	新規登録の禁止
	南通	1994年10月	新規登録の禁止
	無錫	1999年7月	新規登録の禁止
	張家港		市内での利用禁止
	蘇州	1998年	新規登録の禁止
河北省	石家荘	1999年5月1日	新規登録の禁止
	唐山	1996年3月1日	新規登録の禁止
	秦皇島	1999年10月	新規登録の禁止
	張家口	1996年5月1日	新規登録の禁止
河南省	洛陽	1998年	一部の車種の新規登録証明書を発行するが、費用が高い
	鄭州	1997年	新規登録の禁止
	新郷	1999年5月	新規登録の禁止
	林州	1999年6月	新規登録の禁止
	焦作	1999年6月	新規登録の禁止
	安陽	1999年9月	新規登録の禁止
山東省	煙台	1999年4月15日	新規登録の禁止
	済南	1999年4月	新規登録の禁止
	青島	2000年1月	市外の摩托車は市内での使用禁止
黒竜江省	哈爾濱	不明	使用を制限され、他の費用は75%の増加

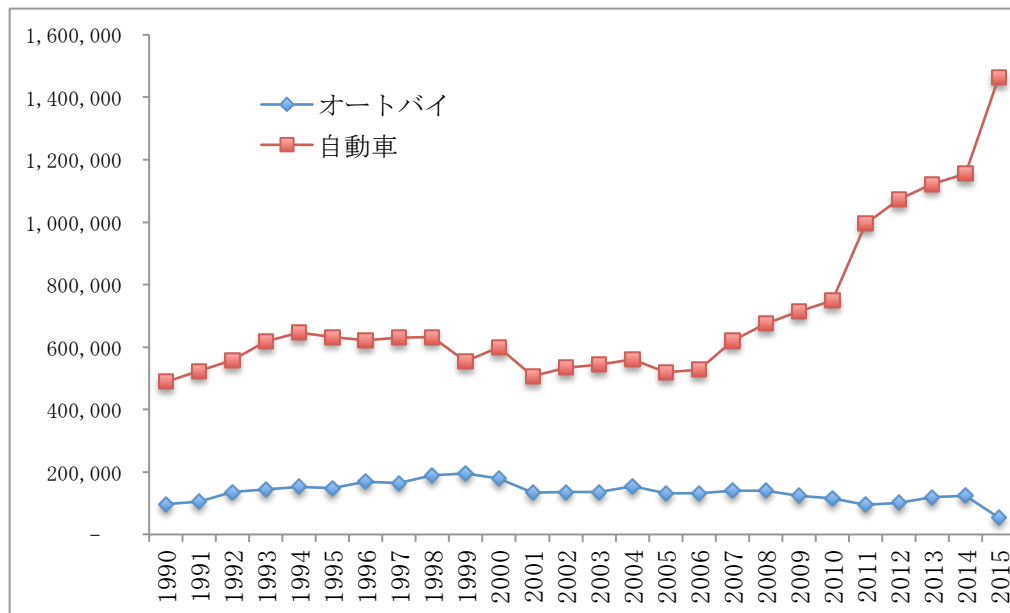
出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車行業大事件」より筆者作成

4.2.5 中国のオートバイ産業の雇用

前述のように、1990年代に中国オートバイ産業の急成長にともない、企業数も1950年代の2社から1990年には100社を超えた。オートバイ企業数の増加により、オートバイ生産に従事している従業員数も増加し、1990年の9万人超から1999年には約20万人となった（図4.12参照）。その後は徐々に減少し、2010年代まで10万人ほどを維持している。ただし、2011年以降オートバイの生産台数も減少しつつあり、とくに、近年は生産台数の減少が著しい。そのため、2015年にはオートバイ産業の従業員数は5万人まで減少した。

しかし、自動車産業の従業員と比較すると、オートバイ産業の従業員はかなり少なく、自動車産業の従業員ははるかに多い。とくに、2000年代後半から自動車産業の従業員は急速に増加している。2015年には自動車産業の従業員は146万人に達した（図4.12参照）。

図 4.12. オートバイの従業員数（単位：人）



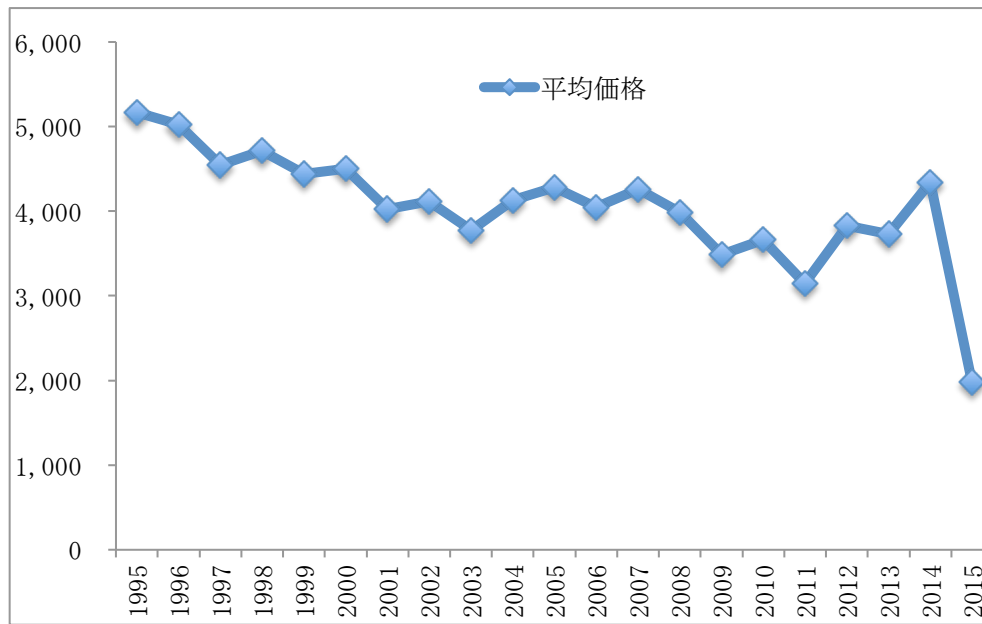
出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「歴年汽車工業年末職工人数分類構成表」より筆者作成

4.2.6 中国のオートバイの価格変動

中国のオートバイ企業は低排気量の製品を生産している。1990年代から中国のオートバイの平均価格は徐々に低下したが、2011年から2014年までの平均価格はやや増加している。これは、2010年7月1日から国家環保部によって排気ガスについて規制する「摩托車汚染物排放限值及測量方法『中国 III 段階（国 3）』（Euro3 相当）が制定されたことによる。この規制が企業に対して技術の向上を要求した結果、製品のコストが高くなったため、オートバイの平均価格は上昇した。その後、2015年にオートバイの平均価格は大きく低下した（図 4.13 参照）。排気ガス規制の政策後、短期間にオートバイの価格は上昇した。しかし、排気ガスの技術が普及した後に、企業は努力によりコストを下げ、また価格競争が行われたことがこの平均価格の低下の要因として考えられる。

また、平均価格の観点から検討すると、中国のオートバイの平均価格が 1990 年代から 2015 年にかけて低下していることがわかる（図 4.13 参照）。

図 4.13. オートバイの平均価格の推移（単位：元）



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「全国汽車工業主要經濟指標」、「摩托車生産、販売及進出口情況」より筆者作成

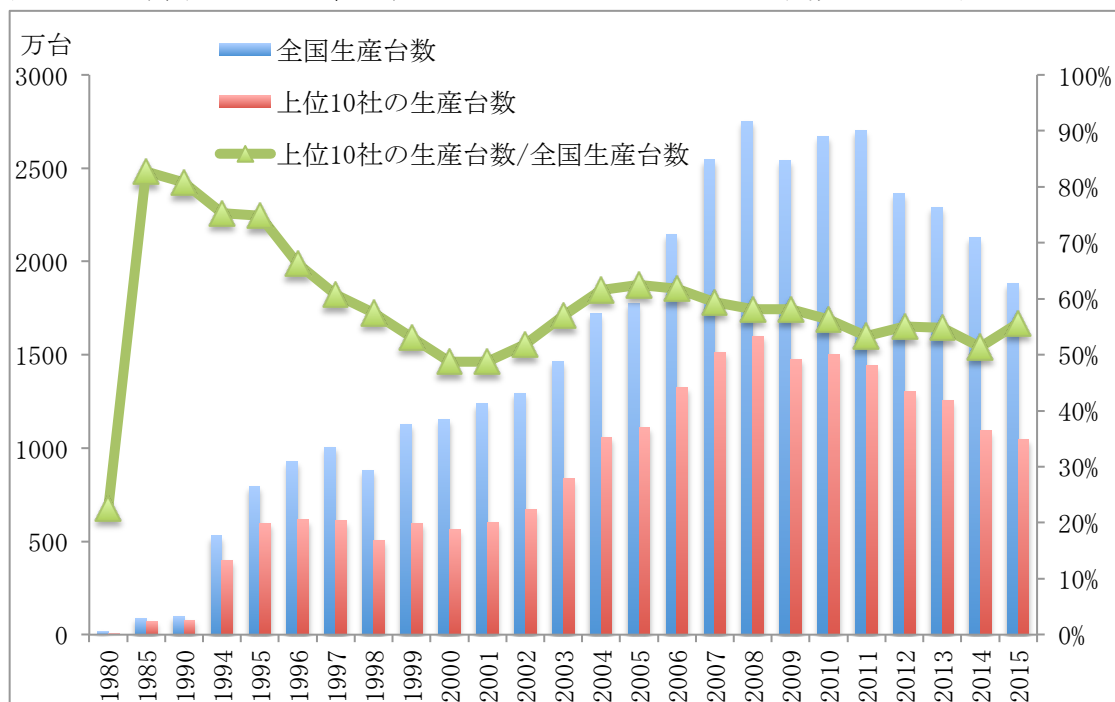
注：平均価格＝販売金額/販売台数

4.2.7 オートバイ企業上位 10 社の市場占有率

1980 年代初頭までは、上位 10 社の生産シェアは約 20% しかなかった（図 4.14 参照）。しかし、1980 年代以降、国家によるオートバイ産業への統制が緩められ、外資参入の拡大に伴い、上位 10 社の生産台数が急速に増加した。1985 年の総生産台数に占める上位 10 社の生産シェアは 82% 強となった。これにより上位 10 社による生産集中体制が確立された（図 4.14 参照）。その後も上位 10 社の生産台数は増加を続けたが、徐々に全体に占める比率が低下するという傾向が 1990 年代末の 50% 弱までの状況まで続いた。ところが、2000 年から再び上位 10 社のシェアは上昇する。2000 年代は先に述べたように、生産規模が拡大して生産性が上昇した時期である。その後、上位 10 社のシェアは 50% 超を維持している。このようなオートバイ産業の集中化は、長期的に生き残る優良企業が固まりつつあることを示すものと考えられる¹¹¹。つまり、中国のオートバイ産業の集中に伴い、国内市場において巨大企業が出てきたといえる。

¹¹¹ 佐藤・大原（2005），p. 73

図4. 14. 中国における上位10社のオートバイメーカーの生産台数とその比率



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」より筆者作成

これらの上位 10 社の企業は、1990 年代は主に国営企業であり、多くの地域に分布した（表 4.8 参照）。しかし、2000 年代に入ると、上位 10 社の企業は民間企業と合弁企業も増え、重慶、広東、江蘇・浙江・上海、河南・山東地域に集中してきた。

表 4.8. 上位 10 社の企業名と所在地

1990年	所在地	2000年	所在地	2010年	所在地	2015年	所在地
嘉陵機器廠	重慶	中国輕騎集团有限公司	河南・山東	江門大長江摩托車有限公司	広東	江門大長江摩托車有限公司	広東
建設機床廠	重慶	錢江集团有限公司	江蘇・浙江・上海	重慶隆鑫機車有限公司	重慶	重慶力帆実業股份有限公司	重慶
中国輕騎集团有限公司	河南・山東	中国嘉陵工業股份有限公司	重慶	重慶力帆実業股份有限公司	重慶	重慶隆鑫機車有限公司	重慶
洛陽北方易初摩托車有限公司	河南・山東	金城集团有限公司	江蘇・浙江・上海	洛陽北方企業集团有限公司	河南・山東	五羊一本田摩托車有限公司	広東
玉河機器廠	河南・山東	洛陽北方企業集团有限公司	河南・山東	重慶建設摩托車股份有限公司	重慶	宗申産業集团有限公司	重慶
南方動力機械公司	他の地域	長春長鈴集团有限公司	他の地域	宗申産業集团有限公司	重慶	重慶銀翔摩托車有限公司	重慶
金城機械廠	江蘇・浙江・上海	重慶建設摩托車股份有限公司	重慶	中国嘉陵工業股份有限公司	重慶	洛陽北方企業集团有限公司	河南・山東
南昌飛機製造公司	他の地域	宗申産業集团有限公司	重慶	錢江集团有限公司	江蘇・浙江・上海	広州大運摩托車有限公司	広東
渭陽柴油機廠	河南・山東	重慶力帆実業股份有限公司	重慶	広州大運摩托車有限公司	広東	新大州本田摩托車有限公司	江蘇・浙江・上海
長春汽油機廠	他の地域	無錫衆星摩托車製造有限公司	江蘇・浙江・上海	広州摩托車集团公司	広東	中国嘉陵工業股份有限公司	重慶

出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」より筆者作成

以上の本節の整理から、中国のオートバイ産業に関する以下のような特徴を捉えられる。まず、大規模な生産をおこなっているが、主に 150cc 以下の低排気量の生産を中心であり、三輪車の生産が近年増加しているということ。「禁摩」などの政策によって中国国内市場への需要が都市部から農村部へと移転しているということ。また、1990 年に民間企業と合弁企業の参入により雇用が増加したが、2000 年代以降は横ばいに推移していること。そして、中国のオートバイ産業の担い手が民間企業と合弁企業に変わるとともに、価格競争が生じ、平均価格が低下したということ。中国のオートバイ市場では 100 以上の企業が存在しているが、上位 10 の生産台数が全国生産台数の半分以上を占め、オートバイ産業は大手企業の集中がみられること。中国オートバイ市場では、合弁以外の大企業以外に、国内資本系の巨大企業も形成された。そして、国内資本系企業ののなかでも巨大企業の寡占も出てきたことなどである。

以上が中国のオートバイ産業の国内市場における特徴である。次節では中国のオートバイ産業の海外市場における特徴。すなわち、輸出入、輸出入収支、海外直接投資について分析する。

4.3 オートバイの輸出入と輸出入収支の諸特徴

4.3.1 中国のオートバイ産業の輸出

中国におけるオートバイの輸出は 1989 年から始まったが、輸出が始まった初期の 1990 年代は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をコピーし標準化したため、オートバイ市場で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といった競争が高まっていた¹¹²。そして、この競争の中で海外進出が開始された¹¹³。当時の輸出台数はわずかであり、総生産台数の 0.3% であった（図 4.15 参照）。1990 年代は中国国内におけるオートバイの膨大な需要を背景に中国のオートバイ産業は急成長した。2000 年までは、中国のオートバイ産業は輸出ではなく内需依存の傾向を示した。

2000 年代以降、オートバイ産業は急速に発展し、輸出台数も拡大したが、それは国の政策とも関わっている。1998 年 10 月、政府は民間企業の、「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、輸出出荷額は 100 万ドル以上、輸出入の専門従業員がある」という条件が満たされると、輸出入の権利を譲渡した。これは民間企業にとって重要なインセンティブとなった。また、2001 年に中国が WTO に加盟したことも、オートバイの輸出にも利便性をもたらした。

一方、国策による中国のオートバイの国内市場の厳しさもみられる。中国政府は、安全運転や交通問題などを考慮して、前述のように、1990 年代から都市部において、「禁摩」という政策を導入した。「禁摩」政策は国内のオートバイ産業に大きな影響を与えた。そのため、多くの企業（とくに民間企業）にとって、企業の将来を見据えた新しい市場を開拓する必要性が生じた。これらにより輸出拡大がもたらされたと推測できる。

2000 年までオートバイの輸出台数はわずかであり、1999 年の時点でも年間 26 万台であったが、2000 年に輸出台数が初めて 100 万台を超えた（図 4.15 参照）。その後はオートバイの輸出台数が急増し、2008 年には 1,000 万台に達した。2009 年は世界金融危機の影響で輸出台数が大幅に下落したが、翌年からすぐに持ち直し、2011 年には輸出台数が

¹¹² 大原（2004），p.112

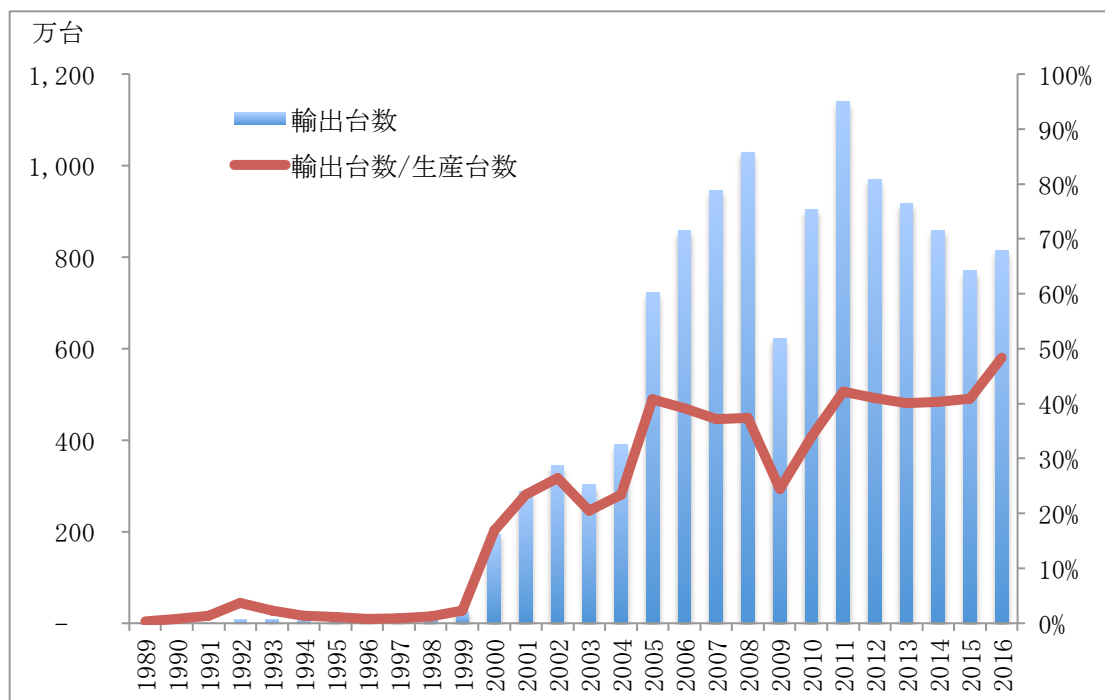
¹¹³ 大原（2004），p.95

1,100万台と、ピークに達した（図4.15参照）。しかし、その後、輸出台数は生産台数と同様に衰退に向かった。

一方、輸出台数の生産台数に占める比率からみると、全体的に上昇し、1989年の10%未満から48%へ大幅に増加している。2012年以降、オートバイの輸出台数は減少しているが、生産台数に占める輸出台数の比率は増加傾向にある。2016年には、総生産台数に占める輸出台数の比率は50%ほどである。

このように、中国におけるオートバイ輸出の拡大は2000年代に入ってからであり、当時、オートバイの内需は減少傾向にあったにもかかわらず、その需要は依然膨大なもので、生産台数のうち60%が国内市場向けであった。つまり、中国のオートバイ産業は国内供給を満たしながら、海外への輸出を拡大させたのである。

図4.15. オートバイの輸出台数及び比率

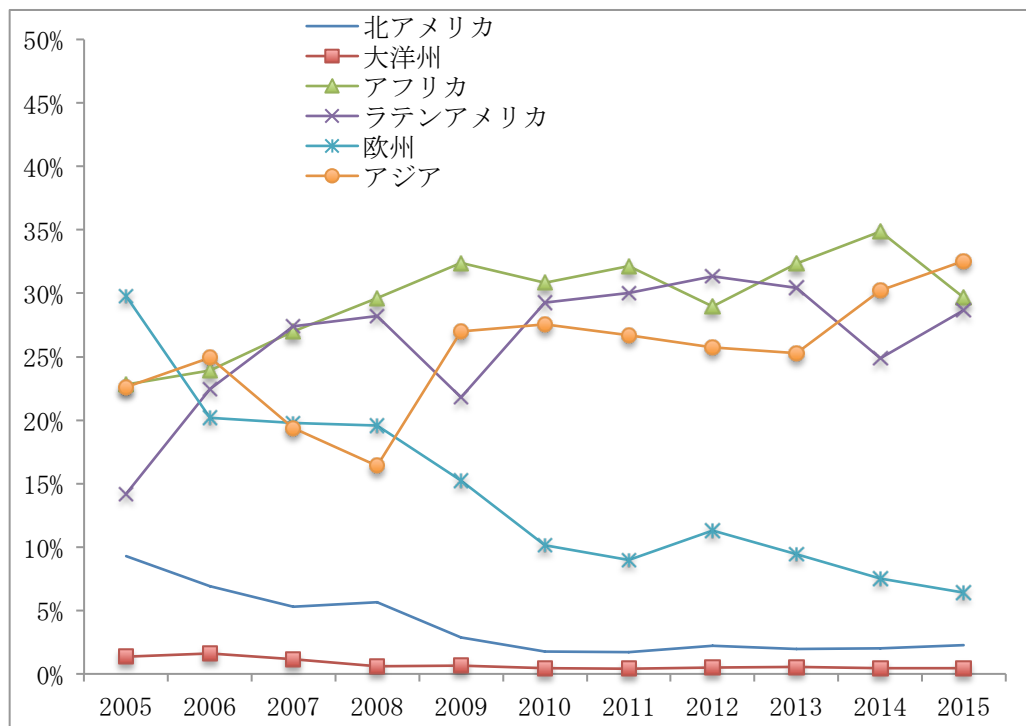


出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車生産、販売及進出口情況」より筆者作成

4.3.1.1 オートバイの輸出先

中国のオートバイの輸出先としては、アフリカやラテンアメリカ、アジアが中心である。この三つの輸出先が輸出台数の80%以上を占めている（図4.16参照）。中国製のオートバイの輸出先はこれら途上国が中心で、輸出の中心は排気量50cc～125ccの小型車種である。排気量150cc以上の車種は主にラテンアメリカに輸出されている。欧州や北米、大洋州への輸出比率は減少しつつあり、現在、約20%となっている。欧州は排気量50cc以下の車種の輸出が主であったが、輸出台数とその比率はともに減少した。

図 4.16. 中国オートバイの地域別輸出



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「分洲別、排量摩托車出口量及金額」より筆者作成

また、中国オートバイの輸出はナイジェリアやインドネシア、中東諸国などの低所得国が中心である（表 4.9 参照）。2011 までは、ナイジェリア向けの輸出台数は 100 万台に超えている。2011 以降、中国全体の輸出台数が減少するとともに、ナイジェリアへの輸出もかなり減少し 80 万台ほどを維持している。しかし、近年、アメリカやドイツ、日本などの先進国への輸出も行われている¹¹⁴。このように中国オートバイの輸出先は多様化しつつある（表 4.9 参照）。

¹¹⁴ 『中国汽車工業年鑑』2016 年版

表 4.9. 中国オートバイの国別の輸出台数、金額、単価（単位：台、ドル）

2005				2006				2007			
国	輸出台数	輸出金額	輸出単価	国	輸出台数	輸出金額	輸出単価	国	輸出台数	輸出金額	輸出単価
ナイジェリア	1,078,084	333305270	309.16	ナイジェリア	1,224,459	388043615	316.91	ナイジェリア	1,331,600	400332072	300.64
アメリカ	582,705	186743852	320.48	トルコ	640,564	291254235	454.68	アルゼンチン	637,454	242017495	379.66
スペイン	504,117	61544157	122.08	アメリカ	520,824	185240180	355.67	アメリカ	445,402	158558843	355.99
ドイツ	455,571	95169085	208.90	アルゼンチン	423,319	143522658	339.04	ウクライナ	355,326	112733820	317.27
トルコ	315,762	156906393	496.91	ドイツ	412,492	100364361	243.31	ドイツ	326,538	120657018	369.50
イギリス	280,322	54130260	193.10	インドネシア	276,471	111740858	404.17	インドネシア	321,372	126005732	392.09
インドネシア	223,033	77769367	348.69	コロンビア	263,737	92502536	350.74	ベネズエラ	264,352	119123750	450.63
日本	184,340	95465256	517.88	イタリア	221,828	61055475	275.24	ブラジル	256,120	122841325	479.62
イタリア	181,551	32274890	177.77	ベネズエラ	201,772	88642232	439.32	エジプト	242,503	126824108	522.98
アルゼンチン	171,259	57667273	336.73	フランス	197,219	60732536	307.94	コロンビア	241,218	95379843	395.41
2008				2009				2010			
国	輸出台数	輸出金額	輸出単価	国	輸出台数	輸出金額	輸出単価	国	輸出台数	輸出金額	輸出単価
ナイジェリア	1,530,453	517435388	338.09	ナイジェリア	701,487	261412576	372.65	ナイジェリア	1,027,765	395834030	385.14
アルゼンチン	622,779	276705309	444.31	ミャンマー	377,770	133710504	353.95	ミャンマー	651,396	231205897	354.94
ウクライナ	534,716	177047735	331.11	トーゴ	274,859	118036739	429.44	アルゼンチン	590,475	260422902	441.04
アメリカ	529,456	237141448	447.90	アルゼンチン	256,754	117284628	456.80	イラン	444,159	181155075	407.86
ブラジル	492,395	247769352	503.19	イラン	208,862	91308903	437.17	トーゴ	332,504	140959427	423.93
インドネシア	374,362	139482804	372.59	メキシコ	194,626	80297272	412.57	メキシコ	309,078	138358391	447.65
メキシコ	326,567	157109769	481.10	エジプト	169,486	71503710	421.89	パラグアイ	271,980	109871188	403.97
トーゴ	271,414	106817779	393.56	フィリピン	163,912	67175782	409.83	フィリピン	266,570	105009618	393.93
ミャンマー	257,729	90467935	351.02	ドイツ	161,395	77052197	477.41	エジプト	262,005	116282536	443.82
ドイツ	244,601	116381124	475.80	アメリカ	152,576	66837931	438.06	ブラジル	260,442	114484241	439.58
2011				2012				2013			
国	輸出台数	輸出金額	輸出単価	国	輸出台数	輸出金額	輸出単価	国	輸出台数	輸出金額	輸出単価
ナイジェリア	1,350,607	558645645	413.63	ミャンマー	777,777	318062490	408.94	ミャンマー	835,268	356549146	426.87
ミャンマー	843,317	315811992	374.49	ナイジェリア	690,304	325162676	471.04	ナイジェリア	810,323	377925743	466.39
アルゼンチン	826,261	395274724	478.39	アルゼンチン	535,208	287049266	536.33	アルゼンチン	625,217	335081142	535.94
トーゴ	586,015	271744360	463.72	メキシコ	493,258	263146218	533.49	ベネズエラ	507,926	304637895	599.77
イラン	502,814	218118412	433.80	ロシア	466,580	194585814	417.05	フィリピン	497,230	215224862	432.85
メキシコ	453,730	221352090	487.85	ベネズエラ	447,038	267028345	597.33	トーゴ	447,841	232430854	519.00
ブラジル	376,981	189245965	502.00	フィリピン	438,338	199343205	454.77	メキシコ	400,516	226643137	565.88
フィリピン	375,178	150546416	401.27	トーゴ	372,074	190349352	511.59	ロシア	370,073	174180008	470.66
ベネズエラ	363,870	213578336	586.96	アンゴラ	297,013	153184478	515.75	アンゴラ	278,521	148629607	533.64
ロシア	301,295	114674677	380.61	ブラジル	264,508	129986091	491.43	コロンビア	256,094	177437565	692.86
2014				2015							
国	輸出台数	輸出金額	輸出単価	国	輸出台数	輸出金額	輸出単価				
ミャンマー	956,833	409695246	428.18	ミャンマー	755,635	309818869	410.01				
ナイジェリア	934,745	448913377	480.25	フィリピン	724,408	341214166	471.02				
フィリピン	627,948	293797852	467.87	メキシコ	611,252	320512261	524.35				
メキシコ	583,350	321243716	550.69	ナイジェリア	470,162	217603867	462.83				
トーゴ	371,143	193704022	521.91	アルゼンチン	435,785	204862859	470.10				
アンゴラ	330,369	182796155	553.31	トーゴ	394,184	205890742	522.32				
コロンビア	262,438	175664655	669.36	サウジアラビア	246,600	125873170	510.43				
アルゼンチン	233,180	120633491	517.34	コロンビア	245,639	177655861	723.24				
ブラジル	192,014	96694845	503.58	エジプト	202,018	112087030	554.84				
アメリカ	180,337	91796383	509.03	アメリカ	184,900	89846093	485.92				

出所：『中国自動車工業年鑑』各年版の「分国別（地区）、排量摩托車出口量及金額」より筆者作成

中国のオートバイの輸出は2011年以降に減少へと転じた。その原因は輸出先の変化と考えられる（表4.10参照）。表4.9を利用し、2011年の上位10の輸出先の輸出台数から2015年までの変化からこの状況は推測できる。2011年から2015年までオートバイの輸出台数は約300万台減少した。輸出台数の上位10カ国からみると、2011年から2015年に約240万台減少した。この10カ国のうち、フィリピンとメキシコ以外の8カ国の輸出台数が減少した。8カ国の輸出台数は合わせて2011年から2015年に約290万台を減少している。そのため、2011年から2015年までオートバイの輸出が減少したのはこの8カ国であることがわかる。とくに、ナイジェリアへの輸出台数は2011年から2015年にかけて約

88 万台が減少した。この理由として、テロ指数のランキングが世界で 4 位というナイジェリアの環境が悪化したことに加え、オートバイのナイジェリア国内への輸入に制限が行われたことが挙げられる¹¹⁵。ナイジェリアでは自国におけるオートバイの生産が拡大し、自国製のブランドを購入する際の優遇政策が存在する。このことによりオートバイ市場が占有された¹¹⁶。また、インド製のオートバイのナイジェリアへの輸出台数も増加し、2010 年の約 24 万台から 2013 年の約 45 万台に増えた¹¹⁷。このため、中国製のオートバイはナイジェリアへの輸出台数が減少した。

表 4. 10. 中国のオートバイ輸出先別の輸出台数の推移

国	2011	2015	差額
ナイジェリア	1, 350, 607	470, 162	880, 445
ミャンマー	843, 317	755, 635	87, 682
アルゼンチン	826, 261	435, 785	390, 476
トーゴ	586, 015	394, 184	191, 831
イラン	502, 814	69, 533	433, 281
メキシコ	453, 730	611, 252	(157, 522)
ブラジル	376, 981	108, 645	268, 336
フィリピン	375, 178	724, 408	(349, 230)
ベネズエラ	363, 870	11, 333	352, 537
ロシア	301, 295	16, 949	284, 346
合計	5, 980, 068	3, 597, 886	2, 382, 182

出所：『中国自動車工業年鑑』各年版の「分国別（地区）、排量摩托車出口量及金額」より筆者作成

4. 3. 1. 2 低排気量オートバイに特化した輸出

オートバイの排気量別の輸出台数をみると、中国ではオートバイの輸出は排気量 150cc 以下の低排気量の車種が中心であることがわかる。このなかで、排気量 100cc 以下の車種の輸出台数は減少傾向にあるが、排気量 100cc～150cc の車種の輸出台数は増加している（表 4. 11 参照）。とくに、排気量 100cc～125cc 車種のオートバイの輸出台数は 2004 年の 160 万台から 2009 年の 500 万台へと大幅に増加し、中国のオートバイ輸出の中心となっている。排気量 150cc 以上の車種の輸出台数は少ないが、排気量 150cc～400cc の車種の輸出台数は未だ増加している。しかし、排気量 400cc 以上の高排気量の輸出台数は 2015 年では、僅か 3, 000 台未満である。

輸出台数の比率からみると、排気量 150cc 以下の車種の比率は 90%以上である（表 4. 11 参照）。排気量 100cc 以下の比率は 2004 年の約 50%から 2015 年の約 20%以下に減少した。逆に、排気量 125cc～150cc の比率は 10%未満から 20%強に上昇している。排気量 100cc～125cc の比率は変化が少なく、ほぼ 50%を維持している。排気量 150cc 以上の比率は

¹¹⁵ 中国摩托車網「尼日利亚摩托車市場及出口分析予測」

<http://www.mtuo.com/news/html/201501/20150127155616105.htm>

¹¹⁶ 同上

¹¹⁷ 同上

10%未満で、とくに排気量 400cc 以上の比率はほぼ 0%である。

つまり、中国オートバイの輸出の主力は 150cc 以下の低排気量の車種であり、とくに排気量 100cc～125cc の車種が中心であることがわかる。

表 4. 11. 中国における排気量別の輸出台数及び輸出台数の比率の推移（単位：台）

	≤50cc	50cc～100cc	100cc～125cc	125cc～150cc	150cc～200cc	200cc～250cc	250cc～400cc	400cc～500cc	500cc～800cc	>800cc
2004	703,080	1,352,389	1,639,917	157,437	26,978	14,370	612	-	237	5
2005	2,621,519	1,463,186	2,606,370	390,409	109,166	34,359	1,362	-	254	2
2006	1,895,260	1,848,677	3,575,578	1,016,383	176,144	62,837	2,570	-	263	5
2007	2,033,126	1,706,771	4,047,665	1,251,976	323,494	91,614	5,051	-	202	2
2008	2,193,725	1,746,733	4,216,470	1,671,883	354,218	100,123	12,030	40	609	202
2009	1,145,835	782,234	2,951,133	1,075,532	219,591	41,918	4,879	91	869	41
2010	1,206,352	1,100,979	4,422,942	1,828,553	399,294	76,418	5,376	3	574	34
2011	1,412,245	1,161,594	5,793,648	2,370,112	537,865	109,965	5,915	45	353	38
2012	1,392,638	642,247	4,744,814	2,235,760	533,313	140,857	4,051	1,192	1,788	56
2013	1,176,311	518,907	5,174,445	2,250,836	571,703	172,196	7,465	938	4,971	32
2014	998,924	474,061	5,159,099	1,949,929	506,529	173,479	10,986	377	2,412	68
2015	773,327	380,920	4,570,127	2,044,540	565,882	150,377	19,922	271	2,457	45
	≤50cc	50cc～100cc	100cc～125cc	125cc～150cc	150cc～200cc	200cc～250cc	250cc～400cc	400cc～500cc	500cc～800cc	>800cc
2004	18.1%	34.7%	42.1%	4.0%	0.7%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2005	36.3%	20.2%	36.1%	5.4%	1.5%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2006	22.1%	21.6%	41.7%	11.8%	2.1%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2007	21.5%	18.0%	42.8%	13.2%	3.4%	1.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
2008	21.3%	17.0%	41.0%	16.2%	3.4%	1.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
2009	18.4%	12.6%	47.4%	17.3%	3.5%	0.7%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
2010	13.3%	12.2%	48.9%	20.2%	4.4%	0.8%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
2011	12.4%	10.2%	50.9%	20.8%	4.7%	1.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
2012	14.4%	6.6%	48.9%	23.1%	5.5%	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2013	11.9%	5.3%	52.4%	22.8%	5.8%	1.7%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%
2014	10.8%	5.1%	55.6%	21.0%	5.5%	1.9%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
2015	9.1%	4.5%	53.7%	24.0%	6.7%	1.8%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「分洲別、排量摩托車出口量及金額」より筆者作成

4. 3. 1. 3 オートバイの輸出単価

中国のオートバイ輸出の平均単価は 2005 年の約 300 ドルから 2015 年の約 500 ドルに上昇している（表 4. 12 参照）。また、排気量が高いほど輸出単価が高いことがわかる。ここ 10 年間、オートバイの輸出単価は約 200 ドルに上昇した。これは、高排気量の車種の輸出単価の上昇の影響が大きく、とくに排気量 500cc 以上のオートバイが大きく上昇していることにある。中国のオートバイの輸出の主力は 150cc 以下の車種であるが、10 年間を経過しても、その輸出単価はあまり変化がない。最も多く輸出されている排気量 100cc～125cc の車種の輸出単価は約 100 ドルしか上昇していない。また排気量 50cc～100cc や排気量 125cc～150cc の車種の輸出単価も約 50 ドルの差しかない。ここには、輸出企業間の価格競争を捉えることも可能ではあるが、低価格による製品の輸出という中国経済の特徴がそのまま反映されているといえる。

上述のように、中国のオートバイの輸出は低排気量の車種が中心である。また、中国では模倣した製品間で販売競争が行われた結果、価格が低下傾向にある¹¹⁸。これらのことから、中国のオートバイの輸出の優位性は価格に存在するといえる。

表 4. 12. 中国のオートバイの排気量別の輸出単価（単位：ドル）

	≤50cc	50cc～100cc	100cc～125cc	125cc～150cc	150cc～200cc	200cc～250cc	250cc～400cc	400cc～500cc	500cc～800cc	>800cc	平均価格
2005	196.1	308.3	383.2	507.0	477.6	929.4	1,430.3		1,774.6	1,609.5	311.1
2006	252.0	309.1	379.0	475.2	520.3	972.2	1,427.8		1,918.1	12,367.8	458.1
2007	344.2	288.9	405.6	455.4	528.1	811.7	1,225.8		1,627.4	2,699.5	386.6
2008	411.6	308.3	466.0	490.6	615.1	935.2	1,408.3	3,352.3	1,835.7	4,063.4	442.6
2009	442.2	331.9	455.6	489.1	644.9	930.1	1,456.3	2,464.8	1,829.2	7,001.7	454.3
2010	422.7	327.6	431.4	479.4	665.2	863.3	1,285.1	1,673.3	2,891.5	5,359.0	442.1
2011	454.8	360.7	457.3	513.6	691.3	910.6	1,493.3	2,465.3	2,470.7	7,194.1	474.9
2012	487.6	394.0	502.7	544.5	693.8	1,058.0	1,550.2	1,698.5	3,431.9	12,894.6	522.8
2013	505.3	390.1	498.0	556.4	712.4	1,178.4	1,483.5	1,932.8	3,749.3	14,939.6	533.3
2014	517.6	368.9	503.0	576.6	714.0	1,070.0	1,539.2	2,006.8	3,549.7	13,257.4	537.5
2015	496.9	359.5	498.3	559.8	684.6	1,044.6	1,631.9	2,765.3	3,684.5	14,526.3	532.5

出所：『中国自動車工業年鑑』各年版の「分洲別、排量摩托車出口量及金額」より筆者作成

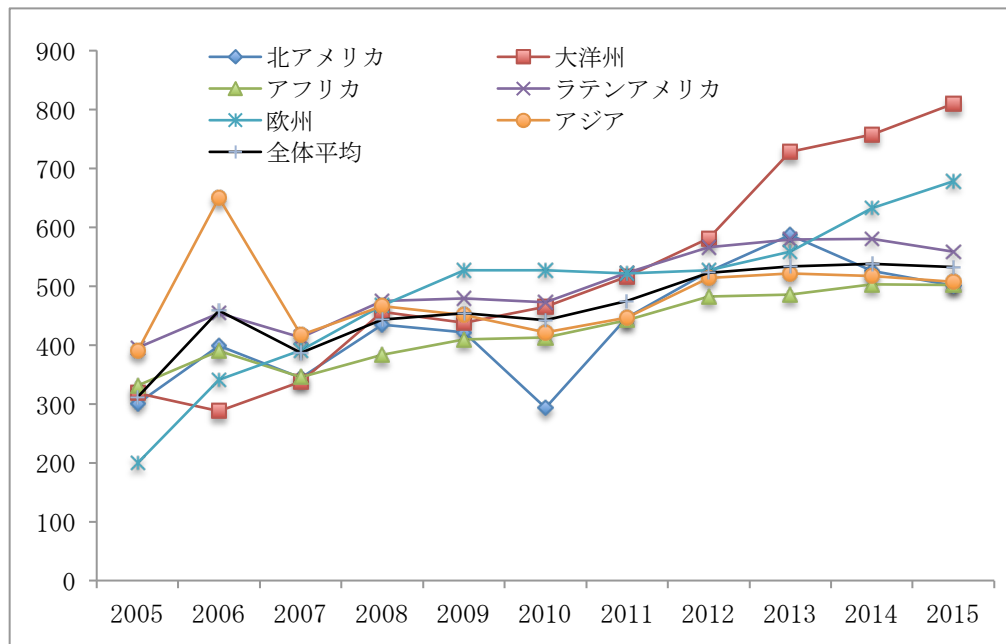
中国のオートバイ産業の排気量 50cc 以下のオートバイの輸出の平均単価は約 400 ドルである。排気量 50cc はアジアへの輸出単価は他の地区よりはるかに高く、また、中国の平均単価よりも 2 倍ほど高く、2014 年には約 900 ドルに達した¹¹⁹。他の地区では排気量 50cc 以下のオートバイの輸出単価は中国のそれと変わらない。排気量 50cc～250cc の輸出価格は他の地区と比較すると欧州の方が高いのに対し、排気量 250cc 以上の高排気量のオートバイの輸出価格はアジアの方が高く、中国の輸出価格より高い。これは、アジアの諸国の需要が低排気量の車種であり、高排気量の車種への需要が少ないことが要因である。また、中国のオートバイ企業は高排気量の車種を生産する際に、技術などの理由で低排気量の車種よりコストが高いという状況が存在する。そのため、中国の高排気量のオートバイのアジアへの輸出価格は他の地区より高い。

地区別の輸出平均単価は全体の平均単価との差が小さいが、オーストラリア・ニュージーランドへの輸出単価は近年かなり上昇し、2015 年には約 800 ドルとなった（図 4. 17 参照）。これは、オーストラリア・ニュージーランドで高排気量のオートバイの需要が増えたことによる。

¹¹⁸ 出水（2007），p. 154

¹¹⁹ 『中国自動車工業年鑑』各年版の「分洲別、排量摩托車出口量及金額」より計算

図 4.17. 中国オートバイの地区別の輸出単価（単位：ドル）

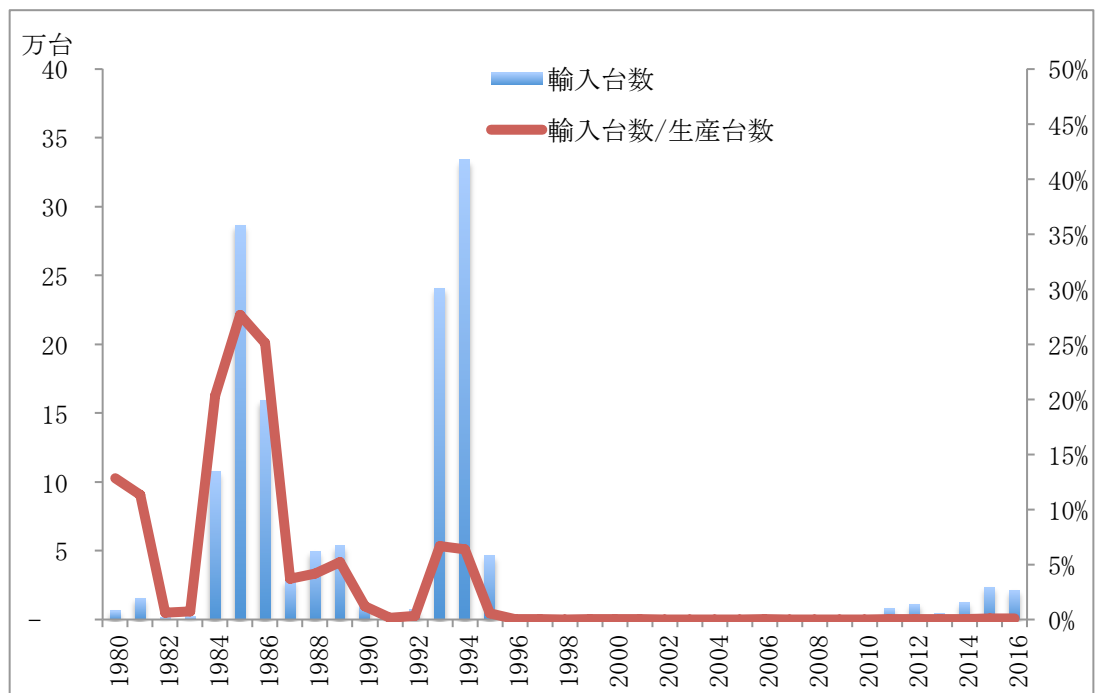


出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「分洲別、排量摩托車出口量及金額」より筆者作成

4.3.2 中国のオートバイの輸入と逆輸入

1980年代、中国の市場ではオートバイへの需要が拡大したが、国内資本系企業の技術がまだ遅れている状況であったため、当時、国営企業を中心に外国企業の技術が導入され、国内供給に応えるためにオートバイの輸入も開始された。1980年代にオートバイの輸入台数は30万台とピークに達し、その生産台数の30%を占めた（図4.18参照）。また、1993年と1994年の輸入台数も急増し、1994年の輸入台数は35万台弱と2回目のピークに達した。これは1990年代から、民間企業の台頭により、外国のオートバイを輸入して模倣し、大量生産をおこなったからである。しかし、その後の輸入台数の比率は10%以下であり、とくに2000年代では、輸入台数はわずかである。近年になってオートバイの輸入台数が若干増加する傾向がみられるが、それは高排気量の輸入台数が増加していることが理由として考えられる（図4.18参照）。

図 4.18. オートバイの輸入台数及び比率

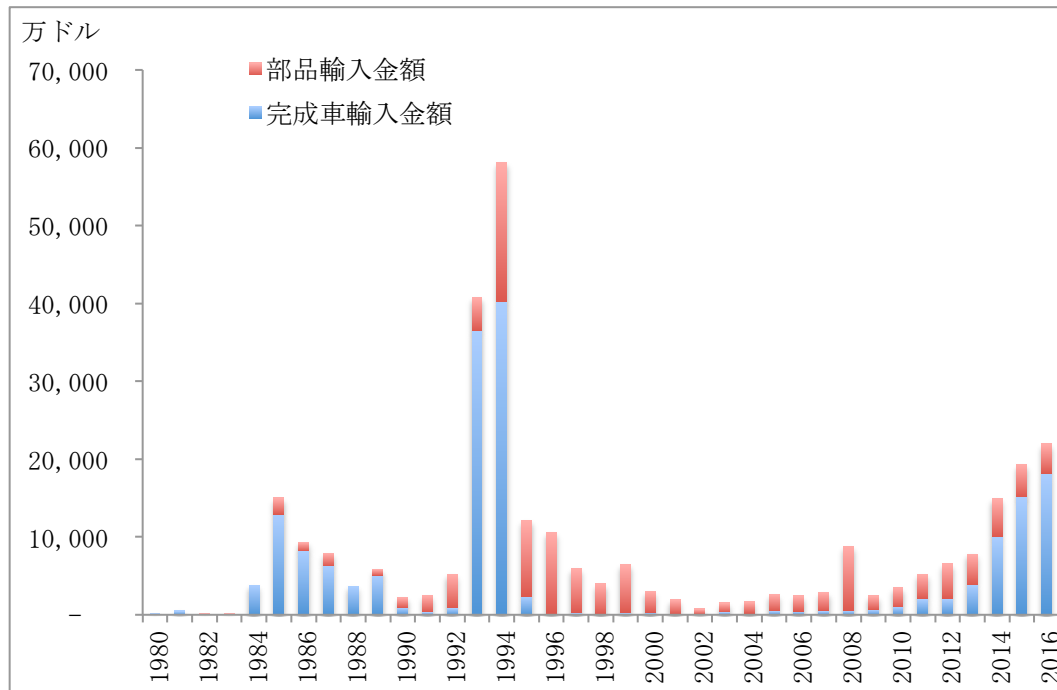


出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「分洲別、排量摩托車進口量及金額」より筆者作成

後述するように、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開始している。しかし、海外直接投資によるオートバイの輸入台数はわずかであり、オートバイの逆輸入は行われていない。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、その輸入台数にも大きな変化がない。つまり、従来の定義に基づくプロダクト・サイクル論に依拠するならば、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。ここに中国のオートバイ産業の独自性を捉えることができる。

一方、輸入完成車と部品の金額からみると、1980年まではオートバイ完成車の輸入がメインで、完成車の輸入金額は部品輸入金額より多い（図 4.19 参照）。1990年代以降、部品の輸入が増加しており、とくに2000年代には、オートバイ部品の輸入金額はオートバイ完成車の輸入金額より著しく多いことがわかる。これは、1990年代に日本などの合弁企業が中国のオートバイ市場に進出してきたことに伴い、オートバイ部品の輸入も一定の量で増加したからである。部品の輸入は2010年以降も継続している。

図 4.19. オートバイ完成車と部品の輸入金額

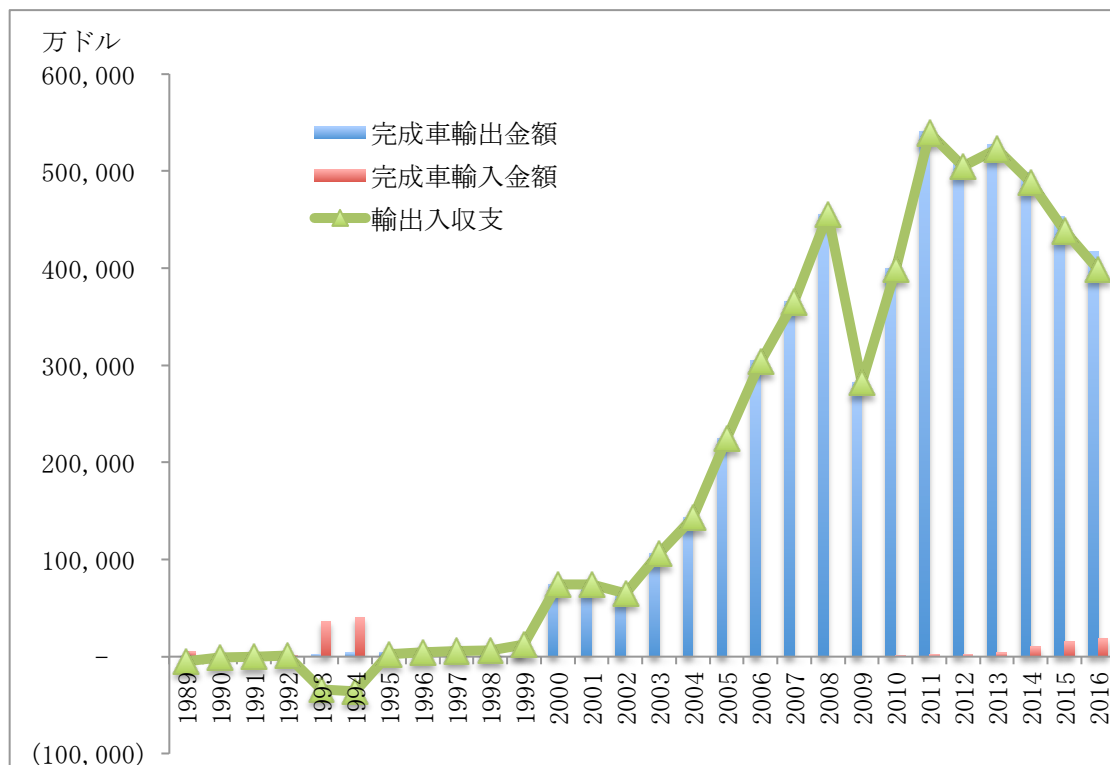


出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「分洲別、排量摩托車進口量及金額」、「摩托車部品工業主要經濟指標及分類構成」より筆者作成

4.3.3 オートバイ産業の輸出入収支

図 4.21 をみると、中国のオートバイ産業の輸出入収支はおおよそ黒字であることがわかる。中国ではオートバイの本格的な輸出は 2000 年代であることから、2000 年代以前の輸出金額は少ない。このため、1993 年と 1994 年に輸出入収支が赤字になったが、それ以外は黒字である。2000 年代以降に中国のオートバイ産業の輸出金額は増加し、2011 年には輸出金額が 500 億ドルを超えた（図 4.20 参照）。これらから中国のオートバイ産業は高い輸出金額を創出し、輸出入収支も当面はこのまま黒字を維持していくことが推測できる。

図 4. 20. 中国のオートバイ産業の輸出入収支



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「分洲別、排量摩托車出口量及金額」、「分洲別、排量摩托車進口量及金額」より筆者作成

4. 3. 4 中国のオートバイ産業の海外直接投資

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同時に開始した。成長期に位置する中国のオートバイ産業が海外直接投資をおこなっていることは極めて特徴的である。中国企業による海外生産が開始したのは1990年代である。当時、国営企業だけが海外生産を行っており、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 4. 13 参照）。しかし、2000年代以降になると国営企業による新たな海外生産は殆ど行われていない。

一方、民間企業による海外生産は2000年代から開始した。進出先は東南アジア諸国やブラジルなどの途上国である。また、中国のオートバイ企業の海外直接投資も本格的に開始し、オートバイの海外生産は主に重慶市の民間企業によって展開された。重慶市の民間企業はこれに先駆ける形で展開し、1990年代には既に重慶建設摩托車有限公司などにより海外直接投資が行われていた。2000年代以降も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、中国全体の総生産台数の約40%のシェアを占め、輸出台数の約40%のシェアも占めている。

表 4.13. 中国オートバイ産業における国内資本系企業の海外直接投資

会社名	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 連営公 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 摩托車有 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 (軍事企業から民間企業)			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 VI VAMS 輕騎摩托車 有限公司 (インドネ シア)									

出所：各企業ウェブサイトより筆者作成

海外進出先からみると、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り、同地での生産台数は5万台から40万台に増加している（表4.14参照）。また、2001年と2004年にはベトナムに工場を建設し、生産台数を増加した。さらに、2007年と2008年にはブラジルに工場を建設し、生産台数も30万台から40万台に増加した。そして2012年にはタイに工場を建設し、50万台生産している。

表 4. 14. 中国の進出先の生産台数及び増減

	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、まとめると、中国のオートバイ産業は、軍事産業から民需に転換し、オートバイ生産の基盤を固めた。そして国営企業と外国企業が技術提携を行い、外国車を模倣したオートバイの生産台数が増え、オートバイ産業は急成長を迎えた。1990年代から外資系企業が中国市場に参入して合弁企業が生まれ、多くの民間企業も市場に参入してきた。その時期から、中国のオートバイ産業の主力は国営企業から徐々に民間企業へシフトし、生産台数は大幅に増え、国内市場も拡大した。これと同時に、オートバイの輸出と海外直接投資が始まった。「禁摩」政策は国内のオートバイ産業に大きな影響を与えた。多くの企業（とくに民間企業）は将来を見据えて新しい市場を開拓する必要性が生じた。とくに、2000年代から輸出を本格化し、民間企業の海外直接投資も展開されている。一方、2011年から、オートバイの生産台数や国内販売台数、輸出が減少傾向にある。

中国のオートバイ産業は、以上のような特徴があるが、担い手である国内資本系企業と合弁企業は輸出と海外直接投資において市場行動が異なっている。この異なる市場行動が中国のオートバイ産業の発展パターンを形成したともいえる。次節では、国内資本系企業と合弁企業の市場行動から中国のオートバイ産業の発展パターンを考察する。

4.4 中国のオートバイ企業の市場行動

4.4.1 国内資本系企業と合併企業の企業数と雇用

中国のオートバイ産業の担い手は国営企業と民間企業である国内資本系企業と外資との合併企業に分類可能である。本節ではそれぞれの企業行動が異なっていることを明らかにする。その前に、企業数から国内資本系企業と合併企業をみると、国内資本系企業の企業数が圧倒的に多く、100社以上存在し全体の80%以上を占めている（表4.15参照）。合併企業の企業数は20社ほどであり、20%未満のシェアを占めている。つまり、中国のオートバイ市場において、国内資本系企業が主役となっているといえる。しかし、民間企業の数が増加するとともに、国営企業数は減少傾向にあることが示される。国営企業は2000年の38社から2014年の14年間で13社まで減少した。これに対して、民間企業は2000年の84社から2014年の104社と増加した。これらの状況の上に企業数100社以上という、国内資本系企業の状況が存在する。

表 4.15. 国内資本系企業と合併企業の企業数の推移

	総企業数	国営企業数	民間企業数	国内資本系企業	合併企業数	国内資本系企業の比率	合併企業数の比率
2000	138	38	84	122	16	88.4%	11.6%
2001	148	42	89	131	17	88.5%	11.5%
2002	156	23	114	137	19	87.8%	12.2%
2003	154	14	125	139	15	90.3%	9.7%
2004	147	14	115	129	18	87.8%	12.2%
2005	147	9	118	127	20	86.4%	13.6%
2006	141	5	112	117	24	83.0%	17.0%
2007	142	5	123	128	14	90.1%	9.9%
2008	145	4	132	136	9	93.8%	6.2%
2009	160	2	144	146	14	91.3%	8.8%
2010	147	2	133	135	12	91.8%	8.2%
2011	138	3	123	126	12	91.3%	8.7%
2012	132	3	121	124	8	93.9%	6.1%
2013	145	2	128	130	15	89.7%	10.3%
2014	138	13	104	117	21	84.8%	15.2%

出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「汽車工業主要経済指標及分類構成表」より筆者作成

また、国内資本系企業と合併企業の雇用からみても、企業数からみた場合と同じ傾向を捉えることができる。国内資本系企業の従業員数は10万人前後を維持し、合併企業の方は2万人前後で推移している（表4.16参照）。また、国内資本系企業の従業員数の比率は80%以上を維持しているのに対し、合併企業は20%弱で推移している。このなかで、国営企業と民間企業の従業員数は2009年から減少傾向にある。2009年に、世界金融危機の影響で中国のオートバイの生産は減少したことに伴い、国営企業と民間企業の従業員も同様に減少した。合併企業の従業員数は変動幅が小さい。その後、国際景気が回復するとともに、国営企業と民間企業の従業員も増加傾向にあった。この結果、国内資本系企業の

従業員は 2009 年に減少した後に増えてきた。

表 4. 16. 国内資本系企業と合併企業の従業員数の推移

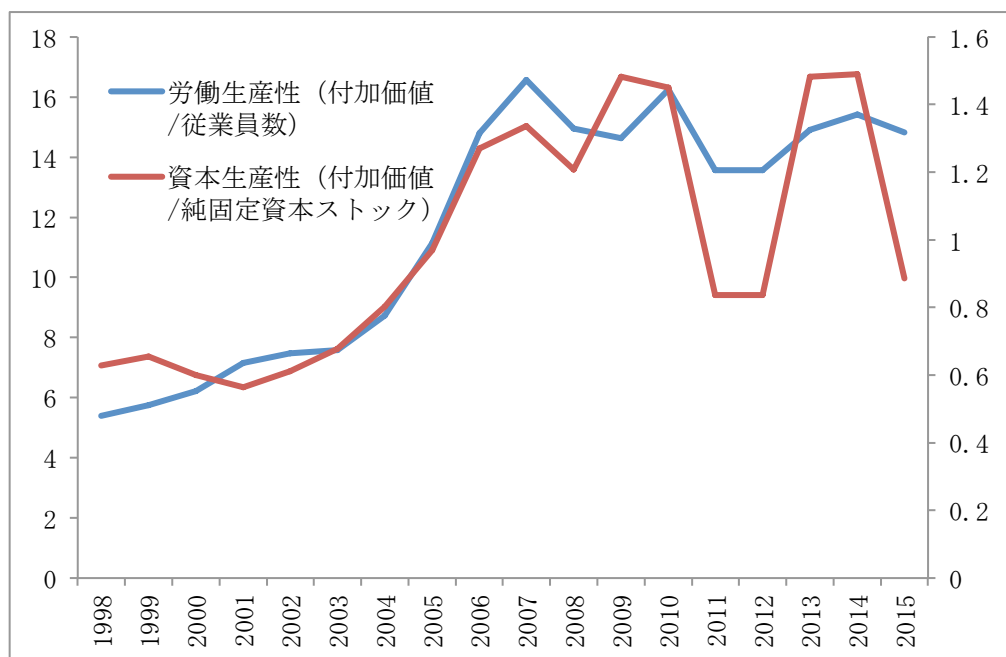
	従業員数	国営企業	民間企業	合併企業	国内資本系企業	合併企業の比率	国内資本系企業の比率
2000	180,643	69,375	101,692	9,576	171,067	5.3%	94.7%
2001	134,057	53,799	70,864	9,394	124,663	7.0%	93.0%
2002	135,848	18,843	98,688	18,317	117,531	13.5%	86.5%
2003	137,236	8,638	117,069	11,529	125,707	8.4%	91.6%
2004	153,601	22,620	114,689	16,292	137,309	10.6%	89.4%
2005	132,267	22,893	87,396	21,978	110,289	16.6%	83.4%
2006	131,831	14,084	92,500	25,247	106,584	19.2%	80.8%
2007	140,081	16,658	113,549	9,874	130,207	7.0%	93.0%
2008	140,412	14,631	116,161	9,620	130,792	6.9%	93.1%
2009	123,472	968	99,955	22,549	100,923	18.3%	81.7%
2010	115,940	886	97,059	17,995	97,945	15.5%	84.5%
2011	95,839	272	80,005	15,562	80,277	16.2%	83.8%
2012	102,452	286	85,539	16,627	85,825	16.2%	83.8%
2013	120,188	942	97,297	21,949	98,239	18.3%	81.7%
2014	123,914	971	100,314	22,629	101,285	18.3%	81.7%

出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「汽車工業主要経済指標及分類構成表」より筆者作成

4. 4. 2 国内資本系企業と合併企業の生産動向

1990 年以降、中国のオートバイ産業は生産規模を急速に拡大した。生産規模の拡大は、規模の経済を通じて生産性の向上をもたらす。図 4. 21 は、オートバイ産業の資本及び労働の付加価値ベースの生産性を示したものである。2000 年代の初頭から 2007 年までの生産規模が急拡大した時期に資本生産性と労働生産性の両方が急上昇したことが確認できる。このことから、この時期に規模の経済が発揮されたと考えられる。

図 4. 21. 中国オートバイ産業の生産性（付加価値ベース）

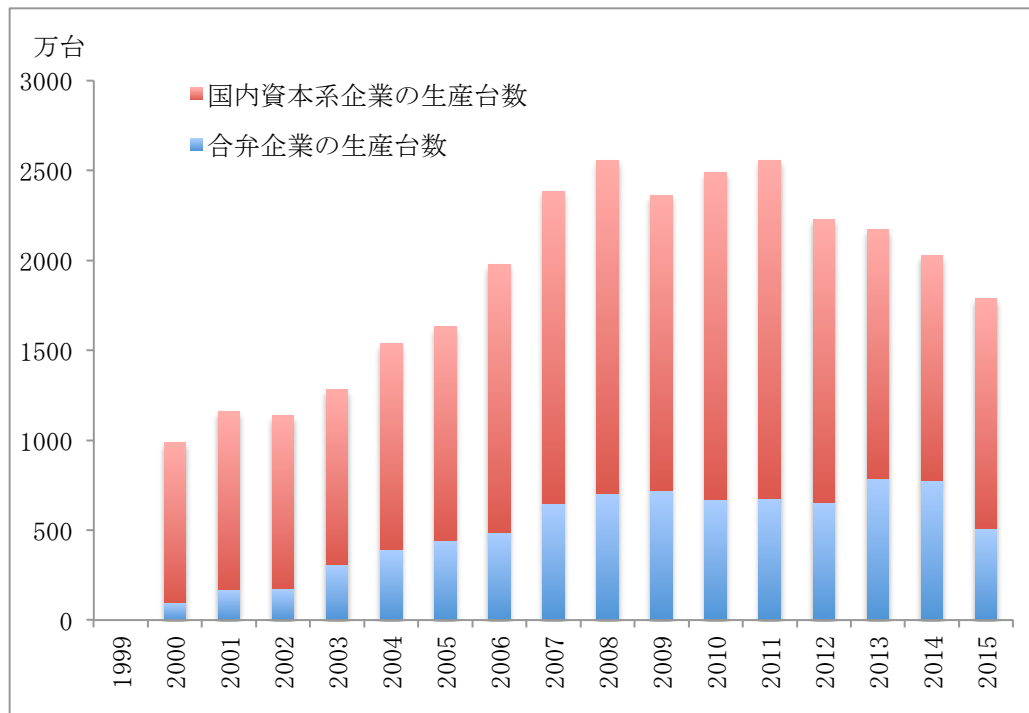


出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「汽車工業主要經濟指標及分類構成表」より筆者作成

では、この生産規模の拡大に対して、合弁企業はどれほどの影響を与えたのだろうか。合弁企業の生産台数を確認すると、2000年までは年間100万台未満であったが、その後、徐々に増加し、2008年になると700万台を超え（図4.22参照）、その生産シェアも2000年代初期の10%弱から30%弱まで急増したことがわかる（図4.23参照）。一方、国内資本系企業の生産台数を確認すると、2000年の約800万台から2008年の約1,800万台に達している。これまで見てきたように、中国のオートバイの生産は国内資本系企業を中心として展開していたが、2000年以降になると、合弁企業は中国での製品開発と調達を本格化させ、低価格車を開発・生産し、国内資本系企業に対し競争圧力を加えた¹²⁰ことが推測される。

¹²⁰ 佐藤・大原（2005），p. 75、2000年代、合弁企業は中国での戦略である中国市場を食い込んだ。これは国内資本系企業に競争圧力を与えた。また、合弁企業は対中の戦略を実現するために、低価格車を開発・生産し、製品開発と調達の徹底した現地化がおこなわれた。

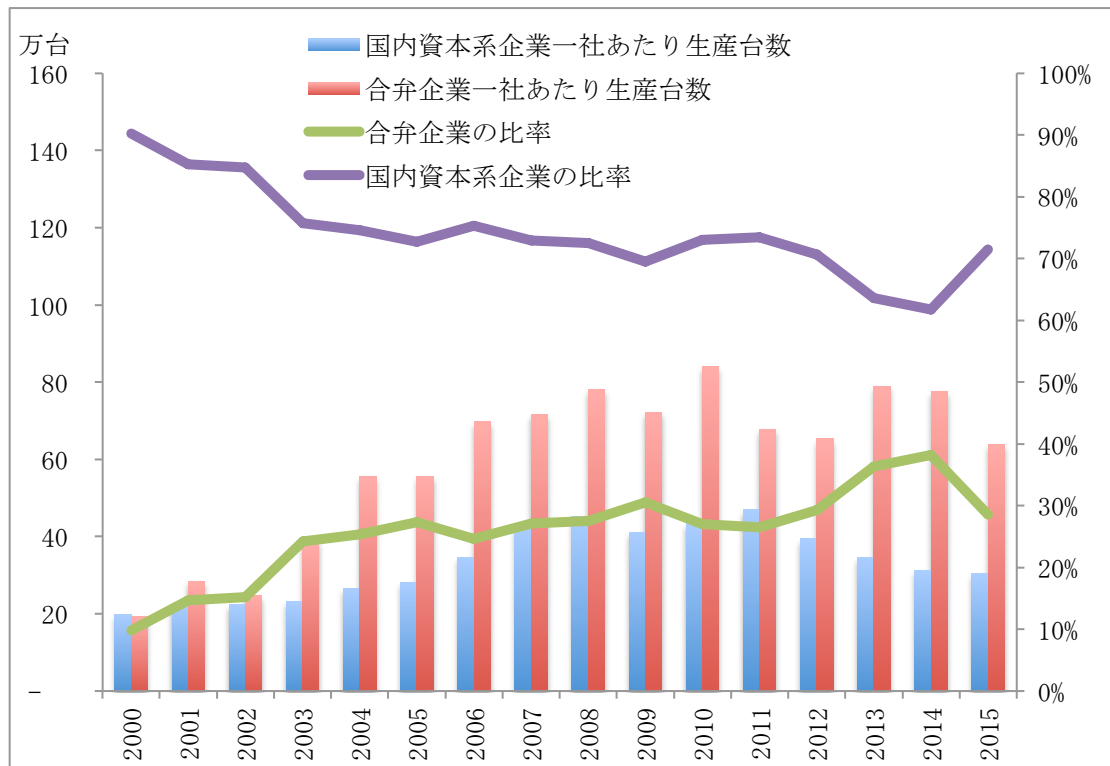
図 4. 22. 国内資本系企業と合併企業の生産台数（生産台数上位 50 社）



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」より筆者作成

また、業界上位 50 社の生産台数をみると、1 社あたりの生産台数は 2000 年の 20 万台から年々増加し、ピーク時の 2008 年には 51 万台に達した。その中で合併企業の 1 社あたりの生産台数は、2000 年に 20 万台であったものが、2003 年以降急増し、2010 年には 77 万台に達したことが確認できる。一方で、国内資本系企業の一社あたりの生産台数は最高でも 2011 年に 50 万台未満であった（図 4. 23 参照）。以上のことから、合併企業が生産規模の拡大と規模の経済を牽引したことが考えられる。対して、国内資本系企業は多くの民間企業が市場に参入し、大量的な生産をおこなった。そのため、国内資本系企業でも新規参入企業の増加に伴い生産規模を拡大させている。

図 4. 23. 中国における合弁企業と国内資本系企業による生産の変化（生産台数上位 50 社）



出所：『中国汽工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」より筆者作成

4. 4. 3 輸出動向に関する国内資本系企業と合弁企業の市場行動

中国のオートバイ輸出を資本関係からみる概観する。その際、国内資本系企業と合弁企業に分類した上で確認する。2000 年代以降、国内資本系企業が輸出を加速させたことから、中国のオートバイ輸出台数は急増した¹²¹。また、「禁摩」政策の施行に伴い、多くの企業（とくに民間企業）は将来を見据えて新しい市場を開拓し、輸出も拡大した。国内資本系企業は 2005 年の 380 万台から 2011 年の 900 万台へと増えた。以降、減少しつつも 2015 年に 600 万台の輸出がある。2011 年より合弁企業は一定の量を輸出し、この 160 万台の輸出台数を維持している。

2015 年、全国生産台数に占める全国輸出台数の比率は約 40%であり、中国全体の輸出台数に占める合弁企業による輸出台数の比率は 20%程度である（表 4. 17 参照）。したがって、輸出は主に国内資本系企業によって行われていることが分かる。

第 3 章で述べたように、日本のオートバイ産業は逆輸入をおこなっている。これは、日本国内需要が一定しているためであり、企業は日本への逆輸入台数を一定していることが推測できる。以上の理由から、中国の合弁企業による日本への輸出台数が一定量であることが推測できる。

¹²¹ 第一勧銀総合研究所（2001），p. 16

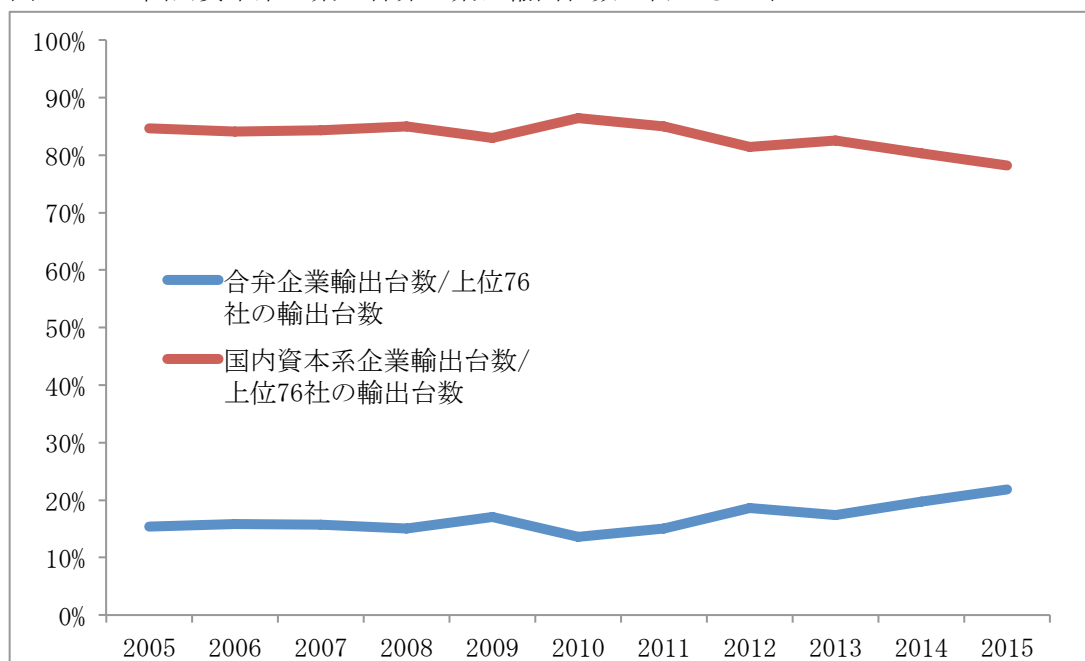
表 4. 17. 中国における合弁企と国内資本系企業の輸出動向（輸出上位 76 社）（単位：台）

	合弁企業輸 出台数	国内資本系 企業輸出台 数	上位76社の輸 出台数	全国輸出台数	上位76社 の輸出台 数/全国 輸出台数	合弁企業輸 出台数/上 位76社の輸 出台数	国内資本系 企業輸出台 数/上位76社 の輸出台数
2005	699,542	3,853,494	4,553,036	7,226,627	63%	15.4%	84.6%
2006	1,016,091	5,387,425	6,403,516	8,577,717	75%	15.9%	84.1%
2007	1,283,107	6,886,457	8,169,564	9,458,590	86%	15.7%	84.3%
2008	1,466,899	8,308,416	9,775,315	10,296,033	95%	15.0%	85.0%
2009	1,068,948	4,943,127	6,012,075	6,222,123	97%	17.0%	83.0%
2010	1,144,864	7,271,123	8,415,987	9,040,525	93%	13.6%	86.4%
2011	1,616,184	9,128,500	10,744,684	11,391,780	94%	15.0%	85.0%
2012	1,664,238	7,271,670	8,935,908	9,696,716	92%	18.6%	81.4%
2013	1,597,446	7,570,677	9,168,123	9,877,804	93%	17.4%	82.6%
2014	1,689,581	6,894,312	8,583,830	9,275,864	93%	19.7%	80.3%
2015	1,682,458	6,015,689	7,698,147	8,507,868	90%	21.9%	78.1%

出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

中国では、国内資本系企業が輸出台数の約 80% を占め、合弁企業の輸出比率は一定し、20% 弱のシェアを維持していることから（図 4. 24 参照）、中国のオートバイの輸出は国内資本系企業が大きな比率を占めているといえる。換言するならば国内資本系企業を中心である民間企業がオートバイ輸出の主体であり、中国のオートバイの海外展開に重要な役割を果たしているといえる。

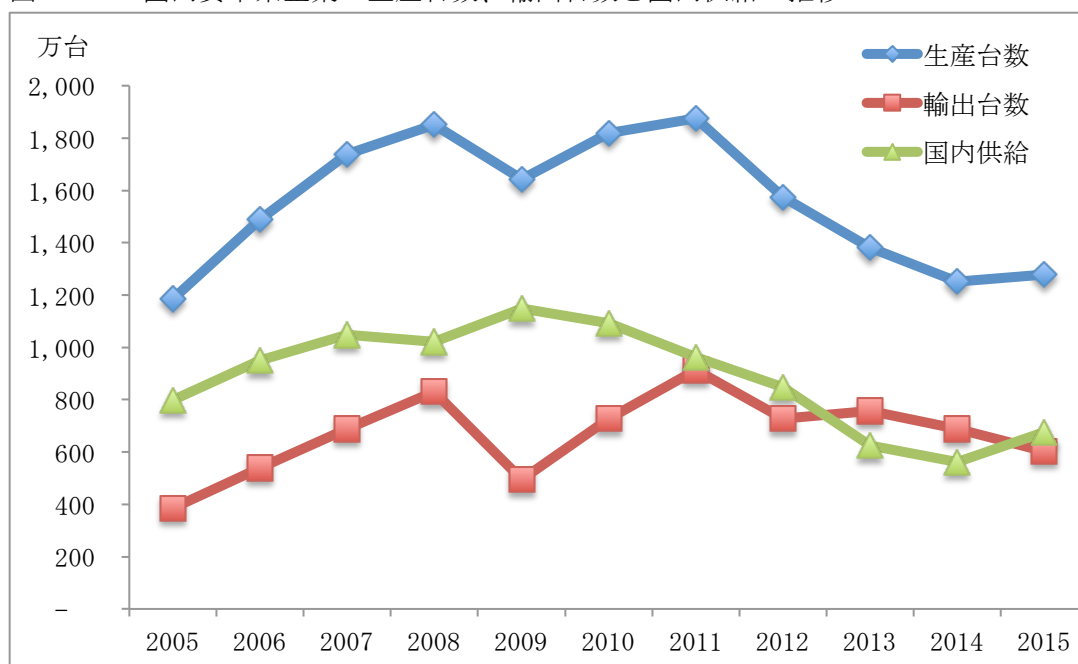
図 4. 24. 国内資本系企業と合弁企業は輸出台数に占める比率



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

国内資本系企業と合弁企業の具体的動向について概観すると、国内資本系企業は、輸出台数と国内供給台数の格差が小さいことが把握できる（図 4.25 参照）。民間企業を中心とした国内資本系企業はオートバイの国内外市場を掌握しているものの、2011 年以降においては輸出台数が国内供給台数を超え、その格差も 2011 年以前と同様に小さい。現在、国内資本系企業は 50% 超の輸出台数を維持していることから、国内供給以上に輸出に注力し、国内市場から海外市場へと転換する傾向にあるといえる。

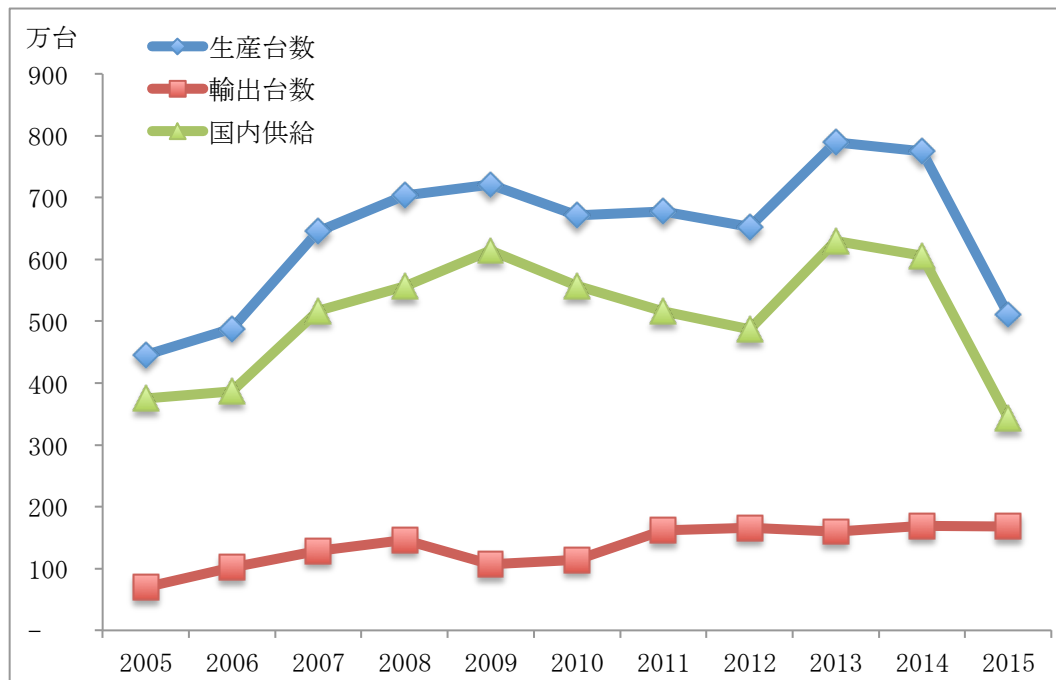
図 4.25. 国内資本系企業の生産台数、輸出台数と国内供給の推移



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

次に合弁企業について確認する。図 4.26 からは、合弁企業は国内供給が中心で、その生産台数のうち輸出台数は 30% ほどである。その輸出台数もほぼ横ばいに推移している。そのため、2010 年代まで、中国の合弁企業は輸出より国内市場の方を重視し、国内市場をターゲットにしているといえる。寡占企業の国際戦略のなかで輸出が一定量であることは先ほど述べたが、2010 年代以降から、国内市場向けの生産も減っている傾向がある。

図 4. 26. 合併企業の生産台数、輸出台数と国内供給の推移



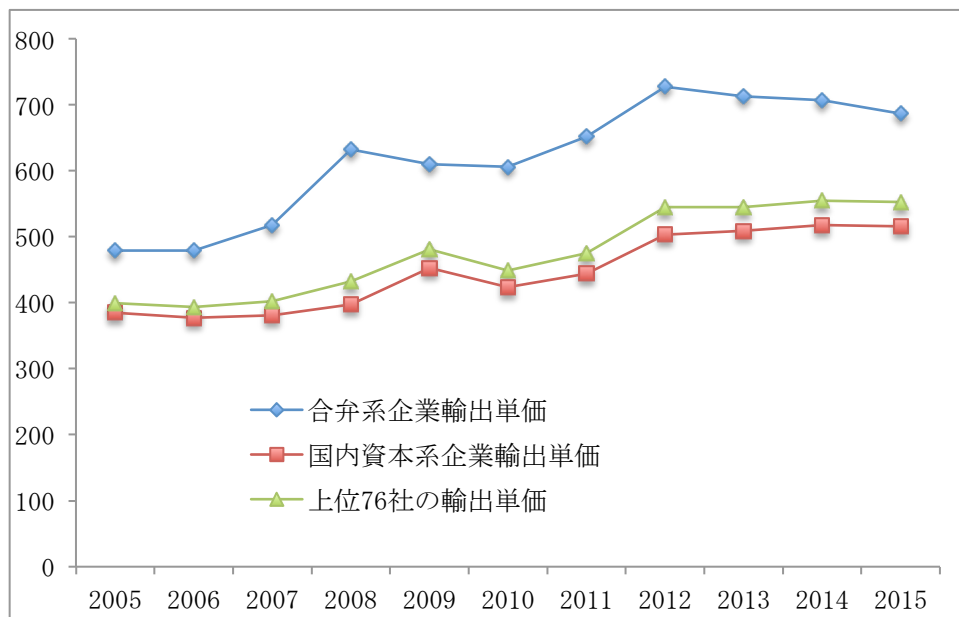
出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

また、輸出価格において、国内資本系企業の輸出単価は全国の輸出単価より低いことが示される。オートバイの価格競争では、国内資本系企業の市場における占有率が高い。さらに、国内資本系企業の輸出の拡大は、合併企業の進出拡大を背景とした競争激化による影響もある¹²²。合併企業は中国市場に進出する際に、戦略として逆輸入のためであったが、国内市場での需要に牽引される形で生産も拡大した。このことにより、合併企業と国内資本系企業との競争が進行した。合併企業の輸出単価は高いものの、世界市場における寡占企業による世界戦略の為、一定量が継続的に輸出されている。

さらに、輸出戦略は国内資本系企業と合併企業では大きく異なる。国内資本系企業の輸出単価は約 400 ドルで横ばい状態にある。上位 76 社の輸出単価は国内資本系企業の輸出単価の傾向とほぼ一致しており、2005 年の約 400 ドルから 2015 年の約 550 ドルとなっている（図 4. 27、表 4. 18 参照）。しかし、合併企業は 2005 年の約 470 ドルから 2014 年の約 700 ドルへと大幅に上昇している。国内資本系企業は主に汎用製品を生産・販売し、低価格で市場を占有する。合併企業は、寡占企業のブランド力や製品の開発、現地調達コスト、国際市場の変動等と関わっている。そのため、合併企業の価格がより高くなったと考える。

¹²² 大原（2004），p. 95

図 4.27. 中国における国内資本系企業と合弁企業の輸出単価（ドル）



出所：『中国自動車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

表 4.18. 中国における国内資本系企業と合弁企業の輸出及び輸出単価（ドル）

	合弁系企業 輸出台数	国内資本系 企業輸出 台数	上位76社の輸 出台数	合弁企業輸出金 額	国内資本系企業 輸出金額	上位76社の輸出 金額	合弁系 企業輸出 単価	国内資本 系企業輸 出単価	上位76 社の輸 出単価
2005	699,542	3,853,494	4,553,036	335,180,000	1,484,370,000	1,819,550,000	479.1	385.2	399.6
2006	1,016,091	5,387,425	6,403,516	487,020,000	2,032,560,000	2,519,580,000	479.3	377.3	393.5
2007	1,283,107	6,886,457	8,169,564	663,810,000	2,622,720,000	3,286,530,000	517.3	380.9	402.3
2008	1,466,899	8,308,416	9,775,315	926,859,000	3,302,506,000	4,229,365,000	631.8	397.5	432.7
2009	1,068,948	4,943,127	6,012,075	651,862,200	2,236,890,300	2,888,752,500	609.8	452.5	480.5
2010	1,144,864	7,271,123	8,415,987	694,075,400	3,081,318,400	3,775,393,800	606.3	423.8	448.6
2011	1,616,184	9,128,500	10,744,684	1,053,466,800	4,052,233,200	5,105,700,000	651.8	443.9	475.2
2012	1,664,238	7,271,670	8,935,908	1,211,217,500	3,656,966,300	4,868,183,800	727.8	502.9	544.8
2013	1,597,446	7,570,677	9,168,123	1,139,444,700	3,856,261,000	4,995,705,700	713.3	509.4	544.9
2014	1,689,581	6,894,312	8,583,893	1,194,174,700	3,568,153,800	4,762,328,500	706.8	517.6	554.8
2015	1,682,458	6,015,689	7,698,147	1,155,696,800	3,100,808,800	4,256,505,600	686.9	515.5	552.9

出所：『中国自動車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

4.4.4 海外直接投資に関する国内資本系企業と合弁企業の市場行動

前述のように、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海外直接投資がおこなわれたのである。ただし、中国のオートバイ産業の直接投資は国内資本系企業（国営企業と民間企業）による展開は存在するが、合弁企業はほとんど展開していない。

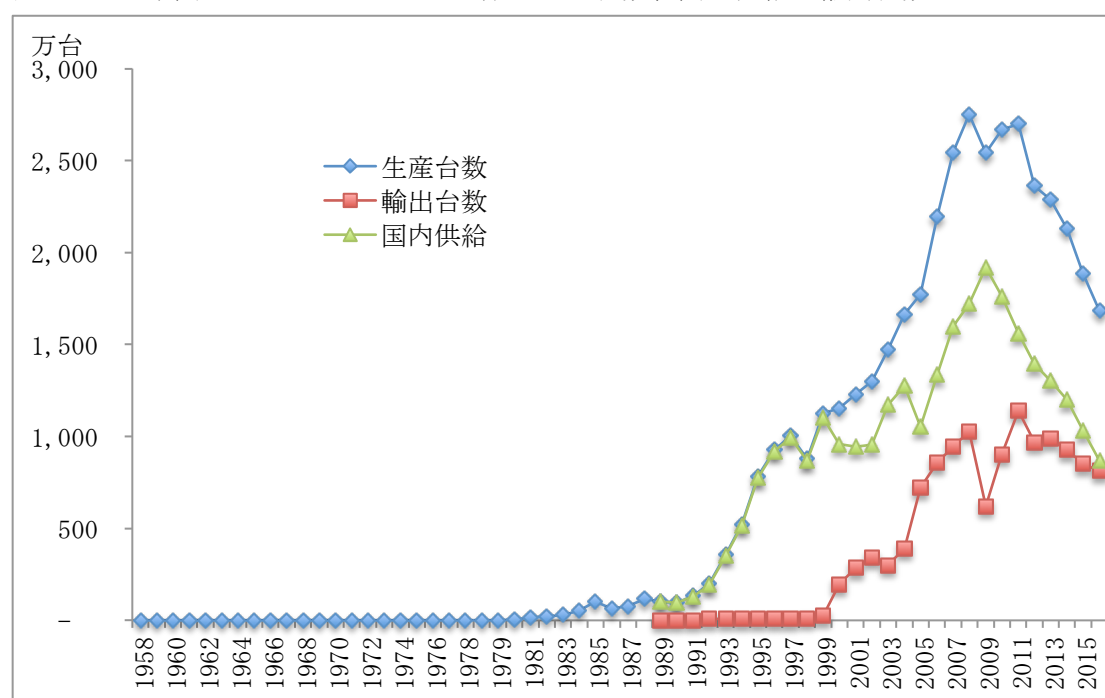
1990年代は国内需要の変化が大きく、中国では固定的なユーザーの形成も認められない。このように、オートバイ産業が成熟しないまま海外に進出した。これに対し、日本の直接投資は国内供給が縮小し、輸出のピークが過ぎ、国内に固定的なユーザーが形成された後におこなわれた。言い換えると、日本のオートバイ産業は成熟したあとに海外直接投資が行われた。このように、中国と日本では直接投資の時期が異なっていることから、中国のオートバイ企業は1990年代に日本とは異なる市場行動を展開したことがわかる。この結果、海外直接投資が開始され、約40年が経過した現在においても中国ではオートバイの逆輸入が行われていない。

4.5 まとめ：中国のオートバイ産業の市場行動の諸特徴

4.5.1 中国のオートバイ産業の概観

1990年代から2000年代に、中国のオートバイ産業は合併企業の進出を契機とし、国内供給をおこなわれるなかで、徐々に輸出へと転換しつつあることがわかった。その後、2011年から、輸出台数と国内供給が減少しているが、輸出台数の生産台数に占める比率は増加し、2011年の約42%から2016年には48%となった。国内供給の生産台数に占める比率も2011年の約58%から2016年の約52%となった（図4.28参照）。2016年の輸出台数は810万台であり、国内供給台数は860万台である。

図4.28. 中国におけるオートバイ産業の生産台数、国内供給と輸出台数



出所：『中国自動車工業年鑑』各年版の「摩托車生産、販売及進出口情況」より筆者作成

中国のオートバイの生産は低排気量の車種を中心としており、2000年の約1000万台から2010年の約2400万台に増加し、輸出も低排気量の車種が中心である。つまり、中国のオートバイ産業は低排気量の車種に特化し生産・輸出している。

2011 年以降、中国のオートバイ産業の生産台数は減少している。その要因の 1 つとして、国内供給が自動車に転換する傾向があることが考えられる。2010 年代から、中国の自動車産業は大幅に増加しており、このことからオートバイ産業への需要が減じていると考えられる。

また、プロダクト・サイクル論の観点から考察すると、一般的に製品は成熟段階で輸出が開始し、製品を標準化してから海外生産がおこなわれるという段階を経る。しかし、中国のオートバイ産業は成長段階の 1990 年代に既に輸出と海外直接投資がおこなわれている。この市場行動から、中国全体のオートバイ産業を分析するうえで、既往のプロダクト・サイクル論をそのままの形で適用することには限界があるといえる。

また、中国の国内資本系企業と合弁企業は、2000 年代と 2010 年代では異なる市場行動を見出せる（表 4.19 参照）。次項以降では、それぞれ 2000 年代、2010 年代以降の企業形態別の市場行動について整理する。

表 4.19. 中国における国内資本系企業と合弁企業の実産、輸出と国内供給の変化

		2000年代	2010年代以降
国内資本系企業	生産台数	↗ (890万台～1800万台)	↘ (1800万台～1200万台)
	全国生産台数の比率	↘ (90%～73%)	→ (73%～71%)
	輸出台数	↗ (380万台～720万台)	↘ (910万台～600万台)
	全国輸出台数の比率	→ (85%～86%)	↘ (85%～78%)
	国内資本系企業の生産台数の比率	↗ (32%～40%)	→ (48%～47%)
	国内供給	↗ (510万台～1080万台)	→ (1060万台～600万台)
	全国国内供給の比率	↘ (68%～66%)	↗ (65%～66%)
	国内資本系企業の生産台数の比率	↘ (68%～60%)	↗ (52%～53%)
合弁企業	生産台数	↗ (96万台～670万台)	↘ (670万台～510万台)
	全国生産台数の比率	↗ (10%～27%)	→ (27%～29%)
	輸出台数	↗ (69万台～160万台)	→ (160万台維持)
	全国輸出台数の比率	→ (15%～14%)	↗ (15%～22%)
	合弁企業の生産台数の比率	→ (16%～17%)	↗ (24%～33%)
	国内供給	↗ (27万台～610万台)	↘ (510万台～350万台)
	全国国内供給の比率	→ (32%～34%)	→ (35%～34%)
	合弁企業の生産台数の比率	→ (84%～83%)	↘ (73%～67%)

出所：『中国自動車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

4.5.2 成熟期である 2000 年代の市場行動

国内資本系企業の生産台数は 2000 年の約 890 万台から 2010 年の約 1800 万台へと増加したが、全国生産台数に占める国内資本系企業の生産比率は 2000 年の約 90%から 2010 年の約 73%に減少している（表 4.19 参照）。他方、合弁企業の生産台数も 2000 年の約 96 万台から 2010 年の約 670 万台に増加し、全国生産台数に占める比率は 2000 年の約 10%から 2010 年の約 27%へと増加している。つまり、2000 年代では、国内資本系企業と合弁企業の生産はともに拡大している。

輸出の面からみると、国内資本系企業の輸出台数は 2005 年の約 380 万台から 2010 年の約 720 万台へと増加しているが、全国輸出台数に占める国内資本系企業の輸出台数の比率は一定して約 85%を維持している。しかし、国内資本系企業の生産台数に含める国内資本系企業の輸出台数の比率は増加し、2005 年の約 32%から 2010 年の約 40%へととなった。一方、合弁企業の輸出台数は 2005 年の約 69 万台から 2010 年の約 160 万台に増えているが、全国輸出台数に占める比率は一定し、2005 年の約 15%から 2010 年の約 14%に変化した。合弁企業の生産台数に含める輸出台数の比率も一定して 2005 年の約 16%から 2010 年の約 17%になった。これらから、2000 年代には、国内資本系企業の輸出が拡大している一方、合弁企業は一定量の輸出台数を維持しているといえる。

また、国内供給からみると、国内資本系企業の国内供給は 2005 年の約 510 万台から 2010 年の約 1080 万台に増加した。全国の国内供給に占める比率は 2005 年の約 68%から 2010 年の約 66%へと減少している。また、国内資本系企業の生産台数に占める国内供給の比率が 2005 年の約 68%から約 2010 年の約 60%へと減少している。同時期に、合弁企業の国内供給も 2005 年の約 27 万台から 2010 年の 610 万台に増加した。合弁企業の国内供給は全国の国内供給に占める比率も 2005 年の約 32%から 2010 年の約 34%に増加している。合弁企業の生産台数に占める合弁企業の国内供給の比率は 2005 年の約 84%から 2010 年の約 83%で一定している。

つまり、オートバイ市場を成熟している 2000 年代においては国内資本系企業と合弁企業の生産台数、輸出台数、そして国内供給が増加しているといえる。国内資本系企業の輸出台数は全国輸出台数に占める比率は約 85%である。合弁企業の輸出台数は全国の輸出台数に占める比率は約 15%しかない。また、国内資本系企業は生産台数の国内供給の比率と生産台数の輸出台数は 2010 年の約 60%と約 40%となった。そのため、2000 年代に、国内資本系企業と合弁企業の市場行動の中心は国内市場にあることわかる。

4.5.3 衰退期である 2010 年代以降の市場行動

2010 年代から中国のオートバイ産業の生産は縮小している。国内資本系企業の生産台数が 2011 年の約 1800 万台から 2015 年の約 1200 万台に減少しているが、全国生産台数に占める比率は約 71%と一定安している（表 4.19 参照）。同様に、合弁企業の生産台数も 2011 年の約 670 万台から 2015 年の 510 万台に減少し、全国生産台数に占める比率も 29%ほどに一定している。つまり、2010 年代では、国内資本系企業と合弁企業はともに減産している。

輸出の面からみると、国内資本系企業の輸出台数は 2011 年の約 910 万台から 2015 年の約 600 万台へ下落し、全国輸出台数に占める比率も 2011 年の約 85%から 2015 年の約 78%に減少した。国内資本系企業の生産台数が占める輸出台数の比率も約 47%に微減し

ている。一方、合弁企業の輸出台数は約 160 万台を維持しているが、全国輸出台数に占める比率が減少したため、2011 年の約 15%から 2015 年の約 22%に増加した。結果として、合弁企業の生産台数のなかで輸出台数が占める比率も 2011 年の約 24%から 2015 年の約 33%に増加した。

国内供給からみると、国内資本系企業の国内供給は 2011 年の約 1060 万台から 2015 年の約 600 万台に減少したが、全国の国内供給に占める比率は 2011 年の約 66%に一定している。国内資本系企業の国内供給は国内資本系企業の生産台数に占める比率は約 53%に一定している。合弁企業の国内供給も 2011 年の約 510 万台から 2015 年の約 350 万台に減少したが、全国の国内供給に占める比率は 2011 年の約 35%から 2015 年の約 34%に若干減少している。しかし、合弁企業の生産台数に占める国内供給の比率は 2011 年の約 73%から 2015 年の約 67%に減少した。

オートバイ市場を衰退している 2010 年以降、合弁企業の輸出台数は約 160 万台を維持している。合弁企業の生産台数の輸出台数の比率も 2011 年の約 15%から 2015 年の約 21%に増加している。合弁企業の戦略としては、3 大寡占企業の国際戦略の中で計画的に輸出する必要があると考えてよいだろう。また、すでに指摘したように合弁企業の生産台数のなかで国内供給への比率が減少している。これは国際的な生産計画のためとも考えられる。逆に、合弁企業の国内供給台数が減少したことは、国内資本系企業との競争のなかで考えなければならない。国内資本系企業の生産台数の国内供給の比率は 2011 年の約 52%から 2015 年の約 53%へと高くなっている。輸出がふるわなくなった国内資本系企業は国内供給をせざるを得なくなり、合弁企業との低排気量オートバイをめぐる競争が進行していると考えられる。

したがって、縮小している中国市場では、合弁企業は一定の輸出台数を維持することが最優先であり、合弁企業が国内市場に縮小した部分は、国内資本系企業との競争の結果ともいえよう¹²³。つまり、2010 年代における中国のオートバイ産業は合弁企業と国内資本系企業の市場行動から整理をすると、合弁企業が一定量の輸出を維持しつつ、中国国内市場向けの生産を縮小させ、国内資本系企業は生産台数に占める輸出の比率が減少し、国内市場に戻る傾向がみられるといえる。

一方、中国は膨大な市場の中で、4 つの集積地（重慶、広東、江蘇・浙江・上海、河南・山東）を形成している。この 4 つの地域では国内資本系企業と合弁企業の市場行動も異なることになる。4 つの集積地に分けて企業の市場行動を分析しなければ詳細な中国のオートバイ産業の発展過程を捉えることができない。

そのため、次の章では、中国のオートバイ産業を 4 つの集積地に分けて、合弁企業と国内資本系企業の市場行動を分析する。この作業から、国内資本系企業と合弁企業の市場行動により、各地域において異なる発展パターンが存在することを明らかにする。

¹²³ 『中国汽車工業年鑑 2016』によると、合弁企業の平均価格は 687 ドルであり、国内資本系企業の平均価格は 516 ドルである。そのため、国内資本系企業は合弁企業より価格の優位性があることがわかる。

第5章 オートバイ 4大集積地の形成及び市場行動による発展パターン

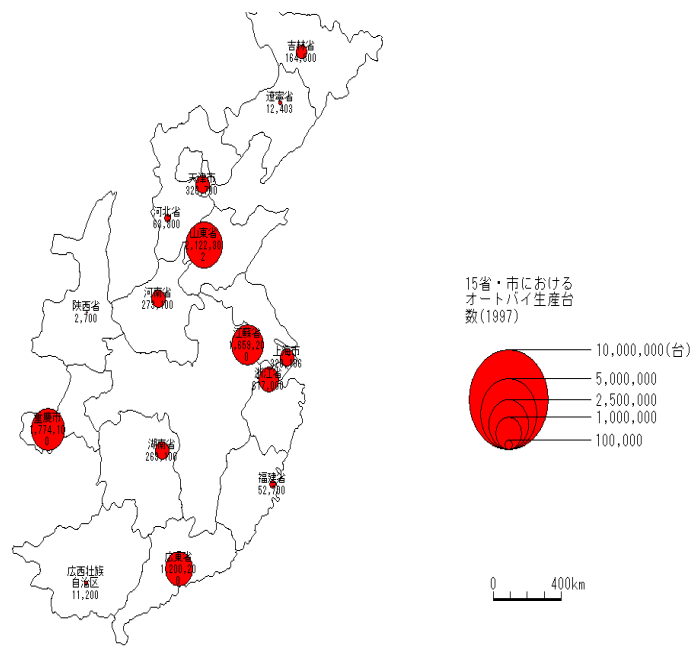
前章では、中国における国内資本系企業と合弁企業の市場行動の分析を通じ、中国のオートバイ産業の市場行動の特徴と発展パターンを明らかにした。中国はオートバイ産業に対して広大な国内市場が存在し、オートバイ産業の集中化や地域的集積が進行し、4つの集積地（重慶、広東、江蘇・浙江・上海、河南・山東）が形成されている。4つの地域では国内資本系企業と合弁企業の市場行動も異なる。中国のオートバイ産業の詳細な発展過程を捉えるためには、各集積地における合弁企業による影響や企業の市場行動を分析しなければならない。したがって、本章では、この4大集積地の個別の検討から、国内資本系企業と合弁企業の市場行動がそれぞれの地域でどのように異なるか確認し、その発展パターンの違いを明らかにする。ただし、企業の市場行動を分析する際に、本章では市場成熟期の2000年代と市場衰退期の2010年代のオートバイ産業の展開を対象とする。この理由として、1990年代は合弁企業と民間企業が市場に参入したばかりであり、企業はまだ成長期に位置していた。2000年代以降に両形態の企業の本格的に異なる市場行動を捉えうるからである。また、本論文において主として使用している統計資料『中国汽車工業年鑑』の中で、企業形態別のデータが2000年代始まっていることも理由の一つである。以上の根拠から、2000年代以降のデータを用いて4大集積地における企業の市場行動を分析する。

5.1 4大集積地の形成及び発展と集中

5.1.1 4大集積地の形成と集中

中国では、オートバイを生産している地域は15箇所存在する。1997年の生産台数からは、山東省、江蘇省、重慶市、広東省が目立っているが、その他の11の地域にも分布していることが確認できる。図5.1から、中国のオートバイ産業は山東省を中心とした河南・山東地域、江蘇省を中心とした江蘇・浙江・上海地域、重慶地域、そして広東地域に集中していることがわかる。

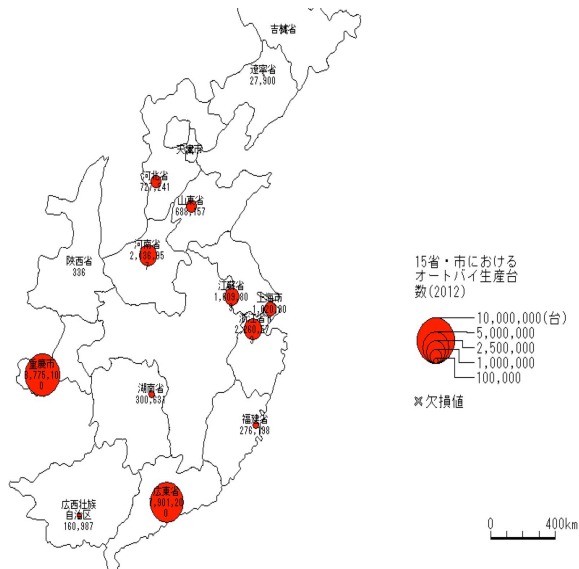
図 5.1. 1997 年中国オートバイ生産地の分布（台数）



出所：『中国統計年鑑』の「工業産品産量表」より筆者作成

2010 年代以降、重慶地域と広東地域の生産台数は拡大した。2012 年の 2 地域の全国生産台数に占める比率は約 70%を示す。山東省の生産台数は 1997 年の約 210 万台から 2012 年の約 69 万台に減少した。河南・山東地域と江蘇・浙江・上海地域ではオートバイ産業の集中が継続している（図 5.2 参照）。一方、その他の省・市のオートバイの生産台数は 1997 年の約 200 万台から 2012 年の 160 万台に減少している。以上から、中国のオートバイの生産は重慶地域、広東地域、江蘇・浙江・上海地域、河南・山東地域の 4 つの地域に集中しているといっていよう。本論文では、この分析を元に中国国内のオートバイ産業における 4 大集積地を設定し、検討を進める。

図 5.2. 2012 年中国オートバイ生産地分布（台数）



出所：『中国統計年鑑』の「工業産品産量表」より筆者作成

1980年代以降、生産の大規模化と産業の集中化が進展した。1980年代初頭までは、上位10社の生産シェアは約20%しかなかったが、1980年代以降、上位10社の生産台数が急速に増加し（図4.14参照）、1985年になると、総生産台数に占める上位10社の生産シェアは82%強となった。これにより上位10社による生産集中体制が確立された。

上位10社の地域分布と資本形態をみると、1995年までは全国の多数な地域に分布し、そのほとんどが国内資本系企業であった¹²⁴。しかし、2000年代以降、上位10社の企業は重慶、広東、江蘇・浙江・上海、河南・山東地域の4大集積地域にのみ立地している（表5.1参照）。このような上位企業の地域的な集中が、中国オートバイ産業の4大集積地の形成を促進させたと言えよう。

表5.1. 中国における上位10社のオートバイメーカーの地域分布と企業形態

地域名	形態	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2015
重慶地域	国営	1	2	2	2	2	2	2	1
	民間					2	2	3	4
	合併								
広東地域	国営					1		1	
	民間							1	1
	合併						1	1	2
江蘇・浙江・上海地域	国営	1	1	1	2	1	1		
	民間			1	1	1	1	1	
	合併				1		1		1
河南・山東地域	国営	3	2	1	1	1	1		
	民間								
	合併			1	1	1	1	1	1
その他	国営	5	5	4	2	1			
	民間								
	合併								

出所：『中国汽車統計年鑑』の「摩托車排名前50社企業分排量産量表」各年版より筆者作成

以上のことから、中国のオートバイ産業の4大集積地は重慶地域、広東地域、江蘇・浙江・上海地域と河南・山東地域であるといっていよう（図5.3参照）。これら4地域の中で、広東地域、江蘇・浙江・上海地域、河南・山東地域は沿海部にあり、重慶地区だけが内陸部に立地している。中国の研究者は、中国のオートバイ産業を3大集積地（重慶、広東、江蘇・浙江・上海地域）としての検討をおこなっている。しかし、本論文では、河南・山東地域を集積地の一つに加えている。河南省や山東省は2000年代以降、生産台数が減少していたが、近年になって生産台数が増加する傾向にある。以上の理由から、本論文では4つの地域に集積しているという立場をとる。

¹²⁴ 山東、上海、江西、河南、重慶、江蘇、遼寧、南京、湖北、浙江の10カ地区に分布している。

図 5.3. 中国のオートバイ産業の4大集積地



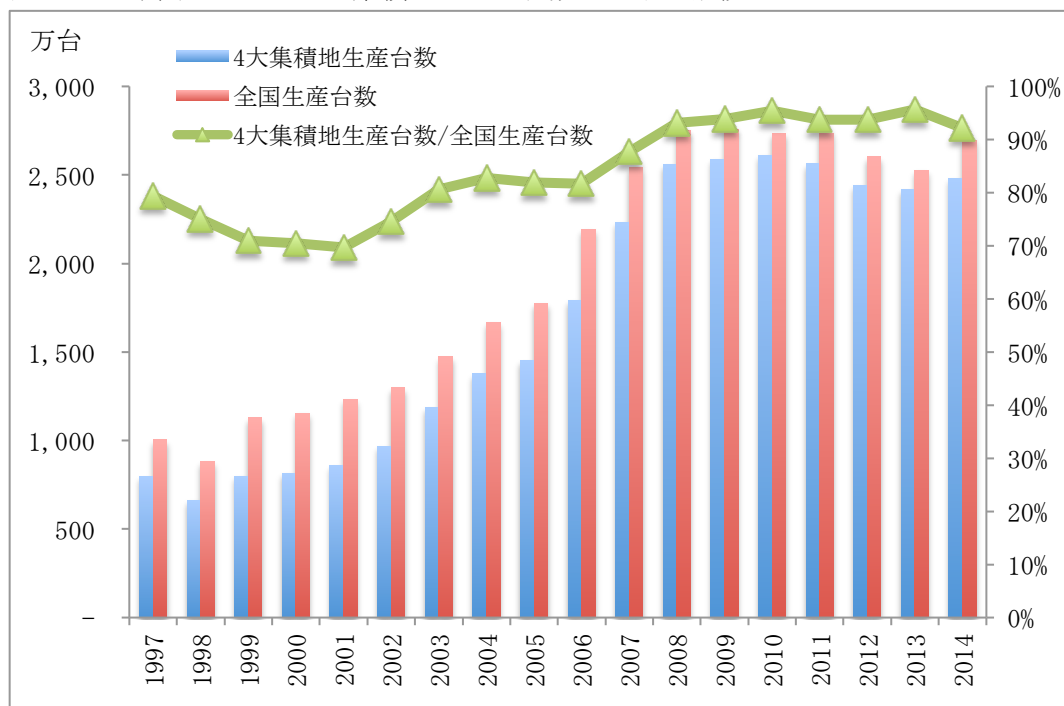
出所：筆者作成

中国のオートバイ産業は1990年代から、生産規模も拡大し集中した。とくに、2000年代以降、4大集積地に集中した。表5.1をみると、生産台数上位のなかでは、2000年の国内資本系企業は9社であり、2010年は8社である。このため、中国のオートバイ市場に合弁企業以外にも国内資本の巨大企業が存在する。

5.1.2 4大集積地の発展状況

中国全体のオートバイ生産台数に占める4大集積地のシェアをみると、1997年にはすでに約80%に達しており、2010年には約95%へとシェアが拡大している(図5.4参照)。このことから、4大集積地が形成されたのは1990年代後半の生産台数激増期だと考えられる。上述したように、1990年代、中国では合弁企業が設立され、生産台数が急増した。その結果として4大集積地が形成されたと考えられる。

図 5.4. 中国における 4 大集積地の生産台数と比率の推移

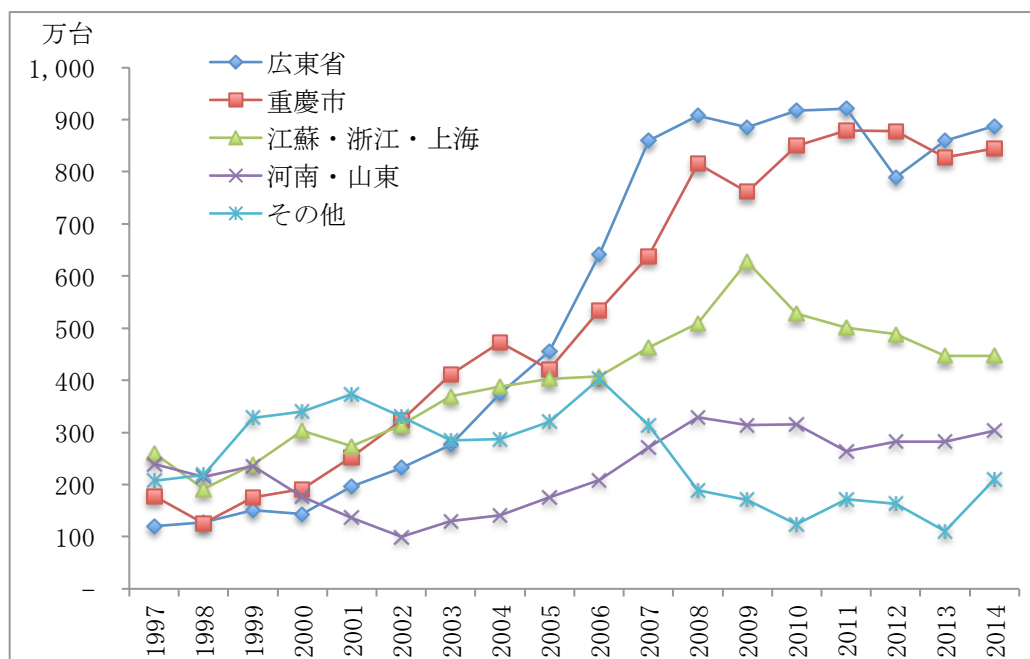


出所：『中国汽车統計年鑑』の「摩托車排名前50社企業分排量產量表」各年版より筆者作成

もともと、2000 年代前半までは、中国のオートバイの生産は 4 大集積地以外の他の地域にも分布していた。また、4 大集積地とその他の地域の生産台数の差も小さい（図 5.5 参照）。しかし、2000 年代の半ばから、地域間の発展の格差が拡大した。加えて、合併企業の影響により、4 大集積地以外の地域のオートバイ企業は、徐々に市場から姿を消した。この時期、4 大集積地の生産台数は大規模に増加し、2007 年には 4 大集積地の合計生産台数は約 2,200 万台に達した（図 5.5 参照）。このように、中国オートバイの生産は徐々に 4 大集積地への集中が進み、2014 年に中国全体の生産台数の約 92% のシェアを占めた。

4 大集積地におけるオートバイの生産台数からみると、上述したように、2005 年までは、各集積地間の生産台数の格差は小さい。しかし、2005 年以降から、重慶地域と広東地域の生産台数が増加し、江蘇・浙江・上海地域と河南・山東地域との格差が拡大している（図 5.5 参照）。2014 年には、重慶地域の生産台数は約 840 万台を超え、広東地域の生産台数は約 880 万台を超えた。対して、江蘇・浙江・上海地域は約 440 万台。河南・山東地域はほぼ横ばいの 300 万台前後である。

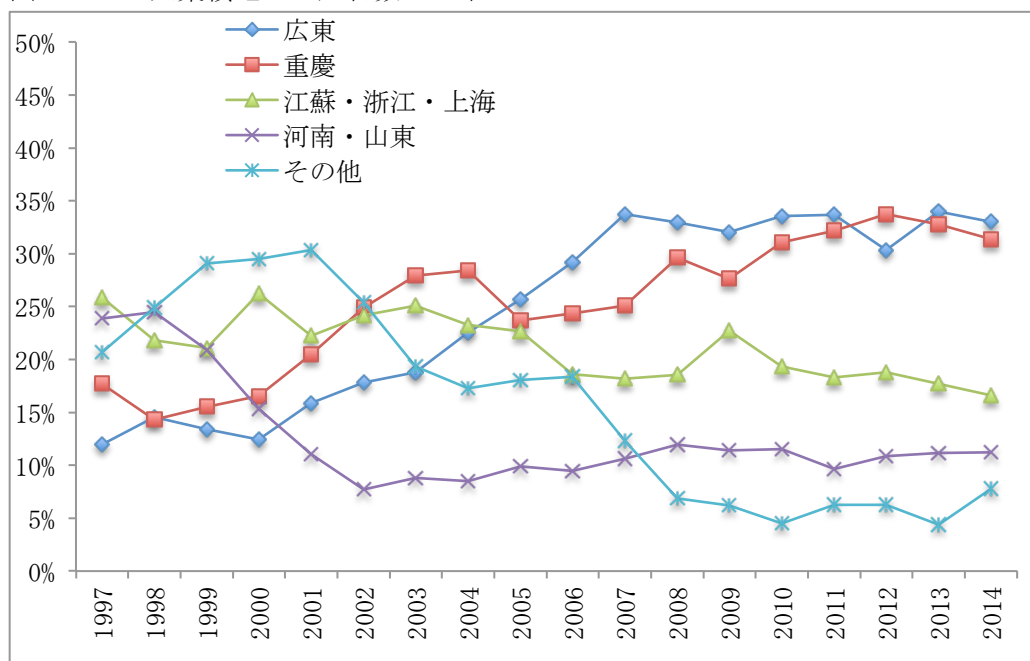
図 5.5. 中国におけるオートバイ 4 大集積地の生産台数



出所：『中国統計年鑑』の「工業産品産量表」各年版より筆者作成

次に、4 大集積地の生産台数の比率を確認する。図 5.6 からは、2014 年に重慶地域が中国のオートバイ総生産台数のうちの約 30%を占めていることが確認できる。広東地域におけるオートバイ生産台数も約 30%を占め、穏やかに増加しつつあるといえる。江蘇・浙江・上海地域は、1997 年に総生産台数に占める比率が約 26%に達したが、その後は年々減少し、2014 年の比率も約 16%である。また、河南・山東地域は約 10%を占めている。

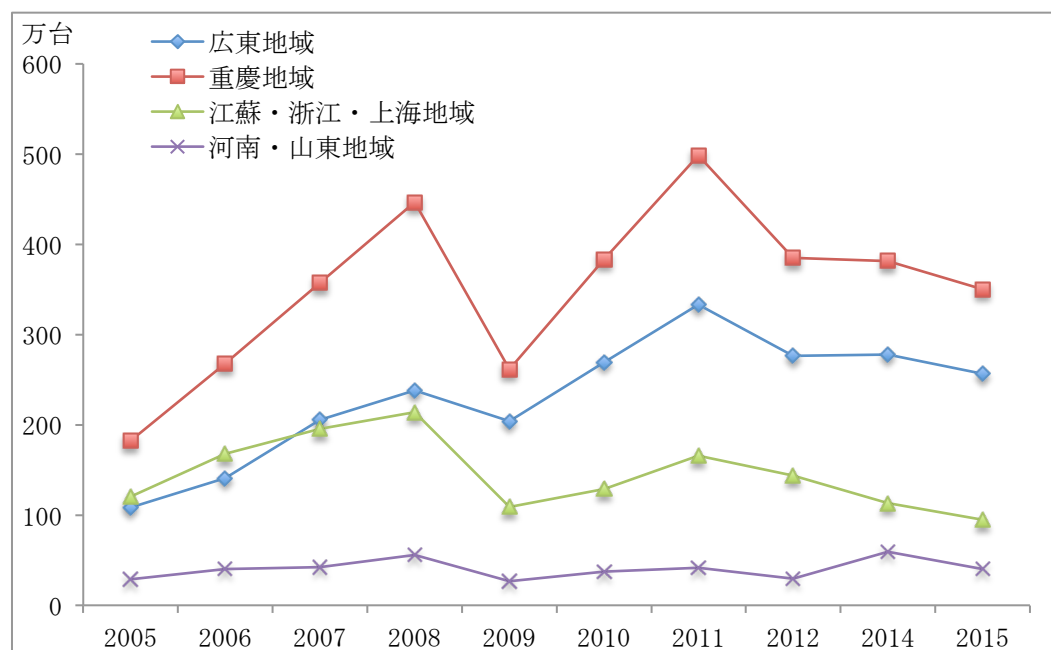
図 5.6. 4 大集積地の生産台数の比率



出所：『中国統計年鑑』の「工業産品産量表」各年版より筆者作成

輸出に関する4大集積地の占める位置を確認する。輸出台数は、2009年の世界金融危機を除き、広東地域と重慶地域が2005年から2011年までの期間に増加している傾向がある。2012年から、広東地域と重慶地域の輸出台数の変化は少なくなる。2015年の広東地域の輸出台数は約250万台であり、重慶地域の輸出台数は約340万台である(図5.7参照)。江蘇・浙江・上海地域については、輸出台数が減少する傾向がある。2015年の同地域の輸出台数は約94万台である。河南・山東地域の輸出台数はもっとも少なく、変動も少ない。2015年の輸出台数は約40万台である。

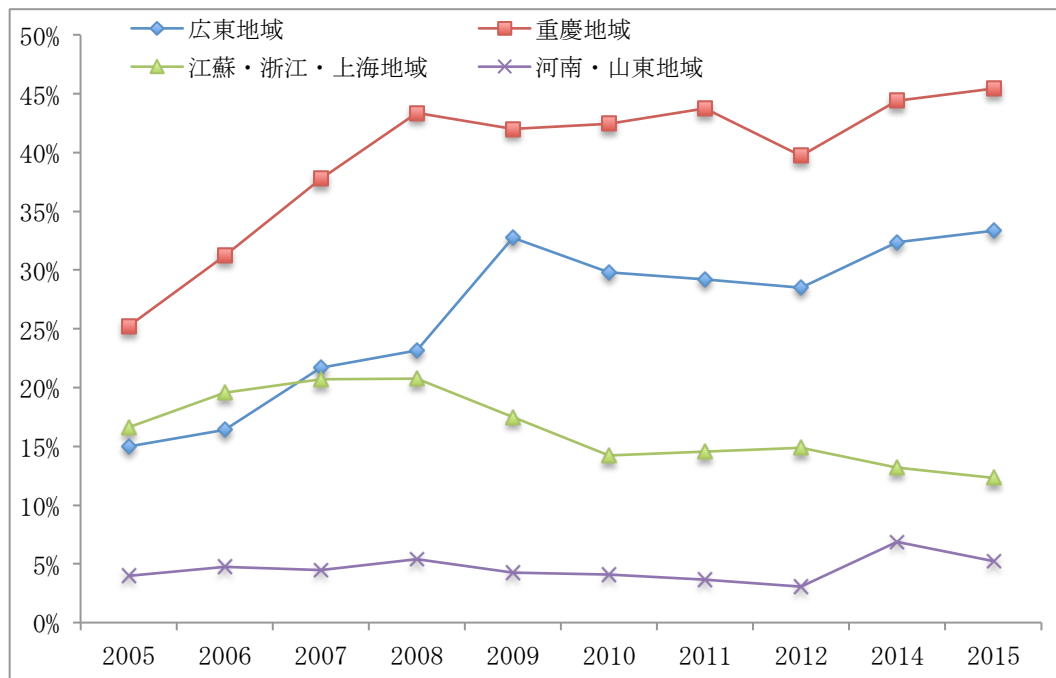
図 5.7. 中国におけるオートバイ4大集積地の主要メーカーの輸出台数



出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成
 注：主要なメーカーは全国輸出上位76位の輸出メーカーである。

2005年の時点で、4大集積地の主要なオートバイメーカーの輸出台数は、中国全体の輸出台数の約60%であったが、2015年には4大集積地の輸出台数の比率は約96%に達している(図5.8参照)。4大集積地のうち、重慶地域と広東地域の輸出台数は増加傾向にあり、重慶地域の輸出台数の比率は第1位で、第2位が広東地域である。2015年、重慶地域の比率は約45%。広東地域は約33%である。一方、江蘇・浙江・上海地域の比率は2008年以降減少しつつある。また、河南・山東地域の輸出台数の比率は2005年から変化が少ない状態にあり、10%以下で推移している。ただし、2013年からその比率はやや増加する傾向を示しているものの、10%を超えてはいない。

図 5.8. 中国におけるオートバイ 4 大集積地の主要メーカーの輸出台数の比率



出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

注：主要なメーカーは全国上位 76 位の輸出メーカーである。

第 4 章で述べたように、中国オートバイ産業の生産は国営企業と民間企業である国内資本系企業と外国資本による合弁企業によって行われている。4 大集積地に分けて検討すると、この企業形態の有り様が集積地毎に異なることが確認できる（表 5.2 参照）。

重慶地域のオートバイ産業はもともと軍需企業から転換した国営企業と 1990 年代に成長してきた民間企業によって行われている。広東地域と江蘇・浙江・上海地域は民間企業と合弁企業が存在するが、民間企業の影響力も強い。また、河南・山東地域では国営企業と合弁企業が並立している。

表 5.2. オートバイ 4 大集積地では主要な企業

	2000		2010		2015	
	企業名	形態	企業名	形態	企業名	形態
重慶	中国嘉陵工業股份有限公司	国営	重慶隆鑫機車有限公司	民間	重慶力帆実業股份有限公司	民間
	重慶建設摩托車股份有限公司	国営	重慶力帆実業股份有限公司	民間	重慶隆鑫機車有限公司	民間
	宗申産業集团有限公司	民間	重慶建設摩托車股份有限公司	国営	宗申産業集团有限公司	民間
	重慶力帆実業股份有限公司	民間	宗申産業集团有限公司	民間	重慶銀翔摩托車有限公司	民間
	重慶隆鑫機車有限公司	民間	中国嘉陵工業股份有限公司	国営	重慶建設摩托車股份有限公司	国営
広東	江門大長江摩托車有限公司	合併	江門大長江摩托車有限公司	合併	江門大長江摩托車有限公司	合併
	広州摩托車集团公司	国営	広州大運摩托車有限公司	民間	五羊一本田摩托車有限公司	合併
	五羊一本田摩托車有限公司	合併	広州摩托車集团公司	国営	広州大運摩托車有限公司	民間
	深圳宝安益豪摩托車実業有限公司	民間	五羊一本田摩托車有限公司	合併	広州豪進摩托車股份有限公司	民間
	番禺市華南摩托車工業有限公司	民間	広州豪進摩托車股份有限公司	民間	広東大治摩托車技術有限公司	合併
江蘇・浙江・上海	錢江集团有限公司	国営	錢江集团有限公司	国営	新大州本田摩托車有限公司	合併
	金城集团有限公司	国営	新大州本田摩托車有限公司	合併	錢江集团有限公司	国営
	無錫衆星摩托車製造有限公司	民間	金城集团有限公司	国営	金城集团有限公司	国営
	江蘇林芝山陽集团有限公司	民間	江蘇林海動力機械集团公司	民間	江蘇林海動力機械集团公司	民間
	江蘇雄風摩托車製造有限公司	民間	常州光陽摩托車有限公司	合併	江蘇衆星集团有限公司	民間
河南・山東	中国輕騎集团有限公司	国営	洛陽北方企業集团有限公司	国営	洛陽北方企業集团有限公司	国営
	洛陽北方企業集团有限公司	国営	洛陽北方易初摩托車有限公司	合併	洛陽北方易初摩托車有限公司	合併
	洛陽北方易初摩托車有限公司	合併	洛陽北方易初摩托車有限公司	合併	洛陽北方易初摩托車有限公司	合併
	山東泰山摩托車有限責任公司	国営	洛陽北方易初摩托車有限公司	合併	洛陽北方易初摩托車有限公司	合併
	偃師郵電摩托車廠	国営	洛陽北方易初摩托車有限公司	合併	洛陽北方易初摩托車有限公司	合併

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」各年版より筆者作成

注：江門大長江摩托車有限公司は 2000 年代スズキの製品を大量に生産し、本論文では江門大長江摩托車有限公司は合併企業として取り預ける。

表 5.3 から、現在の 4 大集積地における国内資本系企業と合併企業の状況がわかる。2015 年の重慶地域では、全国生産台数の上位 50 社に入る合併企業は存在せず、国内資本系企業が 14 社ある。同年の重慶地域における国内資本系企業は 700 万台の生産台数があり、このうち、300 万台の輸出台数がある。同地域ではオートバイの生産と輸出は完全に国内資本系企業が行っている。

広東地域では、2015 年に国内資本系企業は 9 社存在し、合併企業は 3 社存在する。同地域では、国内資本系企業は約 220 万台のオートバイを生産し、広東地域の生産台数の約 41% のシェアを占めている。合併企業は約 320 万台を生産し、広東地域の生産台数の約 59% の比率を占めている。輸出をみると、国内資本系企業は約 150 万台のオートバイを輸出し、広東地域の輸出台数に占める比率は約 60% である。合併企業は約 100 万台のオートバイを輸出し、広東地域の輸出台数に約 40% のシェアを占めている。

江蘇・浙江・上海地域は、全国上位 50 社の企業のなかで、国内資本系企業は 10 社であり、合併企業は 2 社である。国内資本系企業の約 150 万台の生産台数に対し、合併企業は 89 万台ほど生産している。総生産台数に占める比率は、国内資本系企業は約 64% であるが、合併企業は約 36% である。輸出台数は、国内資本系企業が約 51 万台の輸出台数であり、合併企業は約 42 万台である。総輸出台数に占める比率も国内資本系企業は約 55% であり、合併企業は約 45% である。

河南・山東地域において全国上位 50 社に入る企業数は 5 社しかいない。この 5 社の企業形態は、国内資本系企業が 3 社、合併企業が 2 社である。国内資本系企業と合併企業

はそれぞれ約 100 万台と約 89 万台のオートバイを生産している。そして、同地域の生産台数に占める比率は、国内資本系企業は約 54%、合弁企業が約 46%である。また、国内資本系企業と合弁企業はそれぞれ約 28 万台と約 11 万台のオートバイを輸出している。同地域の輸出台数に占める比率は国内資本系企業と合弁企業はそれぞれ約 71%と約 29%である。

表 5.3. 2015 年 4 大集積地における国内資本系と合弁企業（上位 50 社）

2015年	企業形態	企業数	生産台数	当地域における生産台数の比率	輸出台数	当地域における輸出台数の比率
重慶地域	国内資本系企業	14	7,156,591	100.0%	3,367,730	100.0%
	合弁企業	0	-	0.0%	-	0.0%
広東地域	国内資本系企業	9	2,256,770	41.2%	1,522,950	59.3%
	合弁企業	3	3,217,991	58.8%	1,045,321	40.7%
江蘇・浙江・上海地域	国内資本系企業	10	1,569,224	63.7%	519,393	54.8%
	合弁企業	2	894,198	36.3%	428,195	45.2%
河南・山東地域	国内資本系企業	3	1,037,615	53.7%	287,754	71.3%
	合弁企業	2	895,356	46.3%	115,787	28.7%

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」各年版より筆者作成

以上に示したように、4 大集積地毎に国内資本系企業と合弁企業の異なる生産や輸出の現状がある。とくに、合弁企業は 4 大集積地に均等立地しているわけではなく、その結果として集積地別に異なる生産と輸出行動がみられると考えられる。このため、4 大集積地それぞれの市場行動について詳細な分析が必要となる。次項以降では、この点について分析をおこなう。

5.2 4 大集積地の歴史と諸特徴

5.2.1 重慶地域

①重慶地域のオートバイ産業の基盤の形成

重慶市は建国以前の内戦の時期に、国民党の臨時首都に指定され、多くの軍事産業が創出された。また、「三線建設」¹²⁵政策により沿海部から多くの重工業が重慶市などの内陸部の都市へ移転した。

「改革・開放」の時代に入ると、重慶市の軍事工業企業で軍需品から民需品への生産転換が開始した¹²⁶。いわゆる「軍転民」である¹²⁷。これらの「軍転民」による工業部門の形

¹²⁵ 関・西澤（2000），pp. 21-26

¹²⁶ 松岡（2002），p. 64

¹²⁷ 新華罔（2007）「重慶『軍転民』戦略」

http://www.cq.xinhuanet.com/10th/2007-01/21/content_9097153.htm

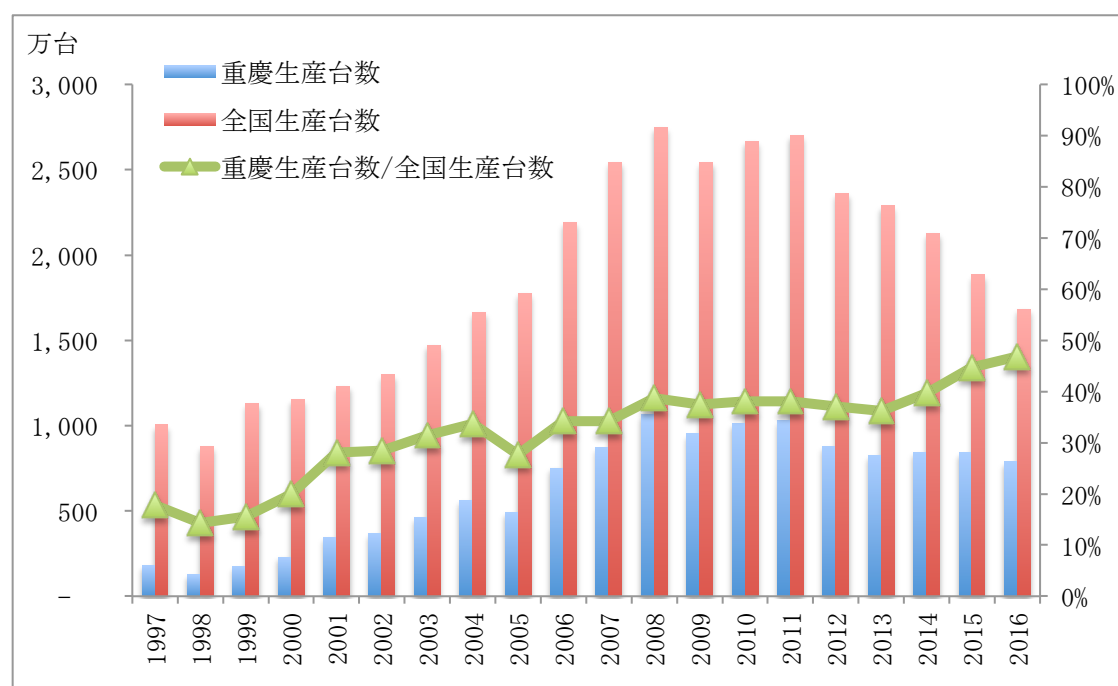
成が、その後の重慶市の経済発展に大きな役割を果たしたと考えられる。重慶市は軍需工場を主とした旧工業型の都市であった。このような軍需工場は、当時最高の技術と最新の製造水準を有していた。軍需工場の存在により重慶市に工業基盤が形成され、部品等を生産・供給する補助産業も発達した。また、多くの技術を有している人材と熟練技術を持っている製造労働者も存在していた。以上の背景をもとに重慶市は全国で最大のオートバイ製造拠点となった。

②重慶地域のオートバイ産業の生産規模と集中化

重慶地域におけるオートバイ産業の大きな特徴として大規模な生産を指摘できる（図 5.9 参照）。重慶地域は中国の 4 大オートバイ集積地の 1 つとして、オートバイ産業の発展に大きな役割を果たしている。1997 年に重慶市は直轄市に指定され、これ以降オートバイの生産台数も増加した。2008 年には、オートバイ生産台数が約 1,000 万台を超え、その全国生産台数における比率は約 38%に達していることから、重慶地域のオートバイ産業の重要さがわかる。

2011 年以降、中国全体のオートバイの生産台数が減少しつつあるが、重慶地域の生産台数もまた減少する。2016 年の生産台数は約 780 万台へと減少した。しかし、同地域における生産台数の全国生産台数に占める比率は年々伸びる傾向にある。2016 年に重慶地域は全国生産台数のうち、約 46%のシェアを占めている。

図 5.9. 重慶地域のオートバイの生産台数と全国生産台数に占める比率



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

重慶地域のオートバイ産業は集中度が高いことも指摘できる（表 5.4 参照）。重慶地域では、国営企業と民間企業、合弁企業が存在する。2000 年代以前は国営企業による市場占有率が圧倒的に高かったが、2000 年代以降になると民間企業の市場占有率が徐々に高まってきた。全国生産台数の上位 50 社のなかでは、重慶地域は 2000 年の 7 社から 2015

年の14社へと増加した。さらに、重慶地域の主要なメーカー¹²⁸の生産台数は重慶地域の総生産台数の約90%を占めていることから、重慶地域におけるオートバイ生産は主要なメーカーに集中し、その集中度もかなり高いといえる。

表 5.4. 重慶地域の主要メーカーの生産台数と総生産に占める比率（上位 50 社）

	企業数	主要なメーカー の生産台数	重慶の生産台 数	主要なメーカーの生産 台数/重慶の生産台数
2000	7	2,106,077	2,300,000	91.6%
2001	9	3,399,398	3,456,100	98.4%
2002	10	3,533,476	3,695,500	95.6%
2003	9	4,497,105	4,627,800	97.2%
2004	10	5,473,141	5,616,000	97.5%
2005	9	4,692,549	4,915,300	95.5%
2006	8	7,424,885	7,514,000	98.8%
2007	15	8,487,882	8,716,024	97.4%
2008	16	10,034,145	10,631,107	94.4%
2009	13	8,995,531	9,518,000	94.5%
2010	13	9,855,764	10,146,444	97.1%
2011	14	9,888,192	10,297,012	96.0%
2012	15	8,481,845	8,775,080	96.7%
2013	16	8,098,067	8,278,300	97.8%
2014	15	8,281,895	8,446,247	98.1%
2015	14	8,156,591	8,416,400	96.9%

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」各年版より筆者作成

③重慶地域のオートバイ産業の企業形態

先程も述べたように、全国上位 50 社以内に入る生産メーカーは、2005 年の 9 社から 2015 年の 14 社へと増加した。このなかで合弁企業は 1 社も存在しない。上位 50 社に常時名を連ねる重慶建設摩托車股份有限公司と中国嘉陵工業股份有限公司は国営企業であり、その他は全て民間企業である（表 5.5 参照）。また、全国上位 76 社以内の輸出メーカーは、2015 年に 13 社ある。このうち国営企業が 2 社、残り 11 社が民間企業である。合弁企業は 1 社もない（表 5.5 参照）。

¹²⁸ 主要なメーカーとは同地域の全国生産台数の上位 50 社に入っている企業を指すことである。

表 5.5. 重慶地域では上位 50 位以内の生産メーカーと上位 76 位以内の輸出メーカー

2005年		2010年		2015年	
上位50位以内生産メーカー	上位76位以内主要輸出メーカー	上位50位以内生産メーカー	上位76位以内主要輸出メーカー	上位50位以内生産メーカー	上位76位以内主要輸出メーカー
中国嘉陵工業股份有限公司	重慶力帆実業股份有限公司	重慶隆鑫機車有限公司	重慶隆鑫機車有限公司	重慶力帆実業股份有限公司	重慶隆鑫機車有限公司
重慶建設摩托車股份有限公司	重慶隆鑫機車有限公司	重慶力帆実業股份有限公司	重慶力帆実業股份有限公司	重慶隆鑫機車有限公司	重慶力帆実業股份有限公司
重慶力帆実業股份有限公司	中国嘉陵工業股份有限公司	重慶建設摩托車股份有限公司	宗申産業集团有限公司	宗申産業集团有限公司	重慶銀翔摩托車有限公司
重慶隆鑫機車有限公司	重慶建設摩托車股份有限公司	宗申産業集团有限公司	重慶銀翔摩托車有限公司	重慶銀翔摩托車有限公司	宗申産業集团有限公司
宗申産業集团有限公司	宗申産業集团有限公司	中国嘉陵工業股份有限公司	重慶航空巴山摩托車製造有限公司	重慶建設摩托車股份有限公司	重慶鑫源摩托車股份有限公司
重慶鑫源摩托車股份有限公司	重慶鑫源摩托車股份有限公司	重慶銀翔摩托車有限公司	中国嘉陵工業股份有限公司	中国嘉陵工業股份有限公司	重慶航空巴山摩托車製造有限公司
重慶銀鋼科技（集团）有限公司	重慶銀翔摩托車有限公司	重慶銀鋼科技（集团）有限公司	重慶建設摩托車股份有限公司	重慶銀鋼科技（集团）有限公司	重慶建設摩托車股份有限公司
重慶銀翔摩托車有限公司	重慶銀鋼科技（集团）有限公司	重慶航空巴山摩托車製造有限公司	重慶鑫源摩托車股份有限公司	重慶鑫源摩托車股份有限公司	中国嘉陵工業股份有限公司
重慶望江摩托車製造有限公司	重慶航空巴山摩托車製造有限公司	重慶鑫源摩托車股份有限公司	重慶新感覺摩托車有限公司	重慶航空巴山摩托車製造有限公司	重慶潤通動力製造有限公司
	重慶望江摩托車製造有限公司	重慶双慶産業集团有限公司	重慶潤通動力製造有限公司	重慶望江摩托車製造有限公司	重慶光宇摩托車製造公司
	重慶精通工業集团有限公司	重慶光宇摩托車製造公司	重慶双慶産業集团有限公司	重慶精通力陽摩托車製造有限公司	重慶銀鋼科技（集团）有限公司
	重慶双慶産業集团有限公司	重慶潤通動力製造有限公司	重慶勁揚摩托車工業有限公司	重慶潤通動力製造有限公司	重慶勁揚摩托車工業有限公司
	重慶望江摩托車製造有限公司	重慶望江摩托車製造有限公司	重慶光宇摩托車製造公司	重慶光宇摩托車製造公司	重慶双慶産業集团有限公司
	望江鈴木發動機有限公司		重慶恒勝集团有限公司	重慶双慶産業集团有限公司	
			重慶銀鋼科技（集团）有限公司		
			重慶精通力陽摩托車製造有限公司		
			重慶望江摩托車製造有限公司		
			重慶東本工業有限責任公司		
			重慶万虎機電有限責任公司		
			重慶環松工業（集团）有限公司		

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

注：黄色の部分は国営企業であり、白黒は民間企業である。

重慶地域では、2005 年から 2015 年にかけて全国生産台数の上位 50 位以内の生産メーカーが増加し、生産台数も増加した。とくに、2010 年にはその生産台数と輸出台数がピークとなった。全国生産台数の上位 50 位に入るメーカーの殆どは輸出向け生産を主としており、2015 年の重慶地域の生産台数の半数以上が輸出されている（表 5.6 参照）。

表 5.6 をみると、重慶地域では、国営企業の生産台数と輸出台数が減少していることが確認できる。国営企業である中国嘉陵工業股份有限公司の生産台数は 2005 年の約 130 万台から 2015 年の約 61 万台と減少し、輸出台数も 2005 年の約 28 万台から 2015 年の約 9 万台へと減少した。しかし、重慶地域の民間企業の代表である重慶力帆実業股份有限公司と重慶隆鑫機車有限公司の生産台数と輸出台数は年々増加している（表 5.6 参照）。2015 年に重慶隆鑫機車有限公司は約 120 万台の生産台数があり、約 97 万台の輸出台数がある。重慶隆鑫機車有限公司は生産台数の約 77% を輸出している。重慶地域では重慶隆鑫機車有限公司だけでなく他の民間企業の輸出台数の比率も高い。これらのことから、重慶地域

の民間企業が輸出志向にあることが示される。

表 5.6. 重慶地域の全国の生産台数上位 50 以内生産メーカーの生産台数と輸出台数（単位：台）

上位50位以内生産メーカー	形態	2005年			2010年			2015年		
		生産台数	輸出台数	輸出台数/生産台数	生産台数	輸出台数	輸出台数/生産台数	生産台数	輸出台数	輸出台数/生産台数
中国嘉陵工業股份有限公司	国営	1,318,525	283,901	21.5%	1,087,598	229,854	21.1%	617,000	90,628	14.7%
重慶建設摩托車股份有限公司	国営	1,256,514	203,702	16.2%	1,552,548	225,090	14.5%	675,968	183,537	27.2%
重慶力帆実業股份有限公司	民営	971,752	524,015	53.9%	1,719,518	684,009	39.8%	1,310,774	585,288	44.7%
重慶隆鑫機車有限公司	民営	930,595	386,001	41.5%	1,791,241	821,248	45.8%	1,261,307	973,127	77.2%
宗申産業集团有限公司	民営	761,608	191,081	25.1%	1,389,065	460,583	33.2%	982,513	339,002	34.5%
重慶鑫源摩托車股份有限公司	民営	127,714	85,851	67.2%	330,499	216,553	65.5%	269,943	243,381	90.2%
重慶銀鋼科技（集团）有限公司	民営	113,142	43,562	38.5%	338,915	34,523	10.2%	377,200	57,455	15.2%
重慶望江摩托車製造有限公司	民営	75,935	11,007	14.5%	84,082	16,138	19.2%			
重慶銀翔摩托車有限公司	民営				806,840	446,668	55.4%	890,883	489,571	55.0%
重慶航空巴山摩托車製造有限公司	民営				336,399	291,657	86.7%	254,202	242,961	95.6%
重慶双慶産業集团有限公司	合併				228,964	60,591	26.5%	74,412	38,700	52.0%
重慶光宇摩托車製造公司	民営				103,562	46,062	44.5%	83,483	58,082	69.6%
重慶潤通動力製造有限公司	民営				86,554	81,512	94.2%	103,487	71,888	69.5%
合計		5,555,785	1,729,120	31.1%	9,855,785	3,614,488	36.7%	6,901,172	3,373,620	48.9%

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」各年版より筆者作成

④重慶地域の排気量別にみた生産の特徴

主要なメーカーのデータから重慶地域における排気量別の生産台数が推測できる（表 5.7 参照）。表 5.7 をみると、排気量 50cc～100cc の減少幅は著しく、2000 年の約 100 万台の生産台数から 2015 年の約 40 万台へと減少した。重慶地域は他の 3 地域より排気量 100cc 以下の車種を多く生産している。排気量 100cc～125cc の車種は重慶地域でもっとも多く生産され、2015 年に約 360 万台の生産台数を維持している。続いて多いのが排気量 125cc～150cc の車種であり、生産台数は 2015 年に約 150 万台を維持している。排気量 250cc 以上のオートバイの生産台数は少ないものの増加傾向にある。また、三輪車の生産台数も増加しつつある（表 5.7 参照）。

以上から、重慶地域では、多様な排気量の車種を生産しているが、そのなかでも排気量 100cc～125cc の生産台数が中心的であることが確認できる。

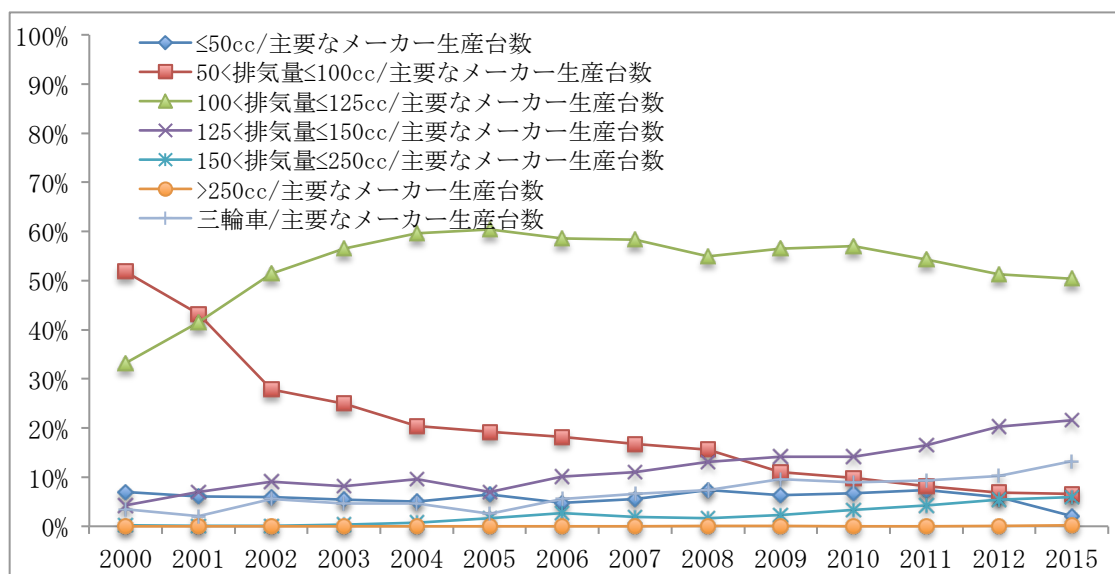
表 5.7. 重慶地域の主要なメーカーの排気量別の生産台数（単位：台）

	合計	≤50cc	50<排気量≤100cc	100<排気量≤125cc	125<排気量≤150cc	150<排気量≤250cc	>250cc	三輪車
2000	2,106,077	148,150	1,090,922	699,200	89,876	4,526	-	73,403
2001	3,399,398	207,893	1,466,637	1,411,091	238,927	4,519	-	70,331
2002	3,533,476	212,011	983,437	1,816,175	320,592	3,340	-	197,921
2003	4,497,105	245,186	1,125,393	2,539,194	366,927	13,760	-	206,645
2004	5,473,141	277,680	1,114,667	3,261,569	526,669	39,604	-	252,952
2005	4,692,549	304,129	905,149	2,835,085	330,118	79,517	337	119,107
2006	7,424,885	353,146	1,354,862	4,351,599	747,288	202,250	-	415,740
2007	8,487,882	466,689	1,416,723	4,949,879	934,233	165,523	-	554,105
2008	10,034,145	743,361	1,559,597	5,509,140	1,320,064	164,410	3,775	733,798
2009	8,995,531	573,163	996,902	5,086,535	1,276,465	203,090	1,171	858,205
2010	9,685,149	652,323	954,373	5,520,291	1,367,967	328,366	1,059	860,749
2011	9,888,192	732,575	811,628	5,363,848	1,629,517	424,905	247	925,472
2012	8,481,845	504,049	586,065	4,349,339	1,716,791	457,102	2,534	865,965
2015	8,156,591	149,296	471,930	3,605,805	1,541,477	427,462	12,117	948,504

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前50社企業分排量產量表」より筆者作成

これを年代別にみると、2000年代以前、排気量50cc～100ccの小型オートバイの生産が主であったことがわかる（図5.10参照）。2000年代以降になると排気量50cc～100ccのオートバイ生産台数が徐々に減少し、生産台数に占める排気量50cc～100ccの比率は2000年の約50%から2015年の約10%に減少したことがわかる。対して、排気量100cc～125ccのオートバイの生産台数がこの時期に重なる形で大幅に増加し、総生産台数の約50%のシェアを占めることとなった（図5.10参照）。また、排気量125cc～150ccのオートバイと三輪車の生産台数も年々増加している。これらのことから、重慶地域のオートバイ生産は排気量100cc以下の小型オートバイが排気量100cc以上のオートバイに転換していることがわかる。

図 5.10. 重慶地域の主要なメーカーの排気量別生産台数に占める比率

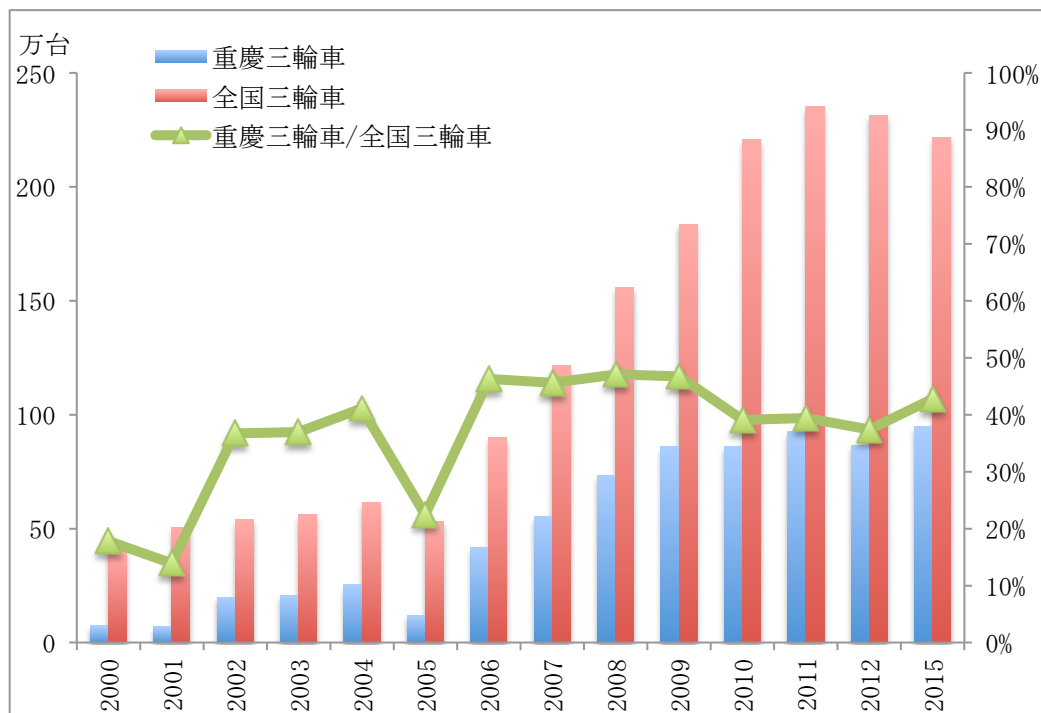


出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前50社企業分排量產量表」より筆者作成

⑤重慶地域の三輪車

中国では、三輪車も荷物を運ぶ運送用として利用されている。とくに農村部において三輪車への需要が高まっている。重慶地域の三輪車の生産台数が全国の三輪車の総生産台数に占める比率は約 40%である（図 5.11 参照）。2000 年代から三輪車の生産は年々増加している。2015 年には約 95 万台となった。三輪車のデザインも多様になり、貨物運送のみならず、タクシー等の交通手段の役割を果たしている。とくに、重慶地域の農村部では所得水準が未だ低いことから、三輪車が多く使用されており、農村部における需要が存在する。このような背景から重慶地域は中国でもっとも三輪車を生産する地域となった。

図 5.11. 重慶地域の三輪車の生産台数及び全国三輪車に占める比率



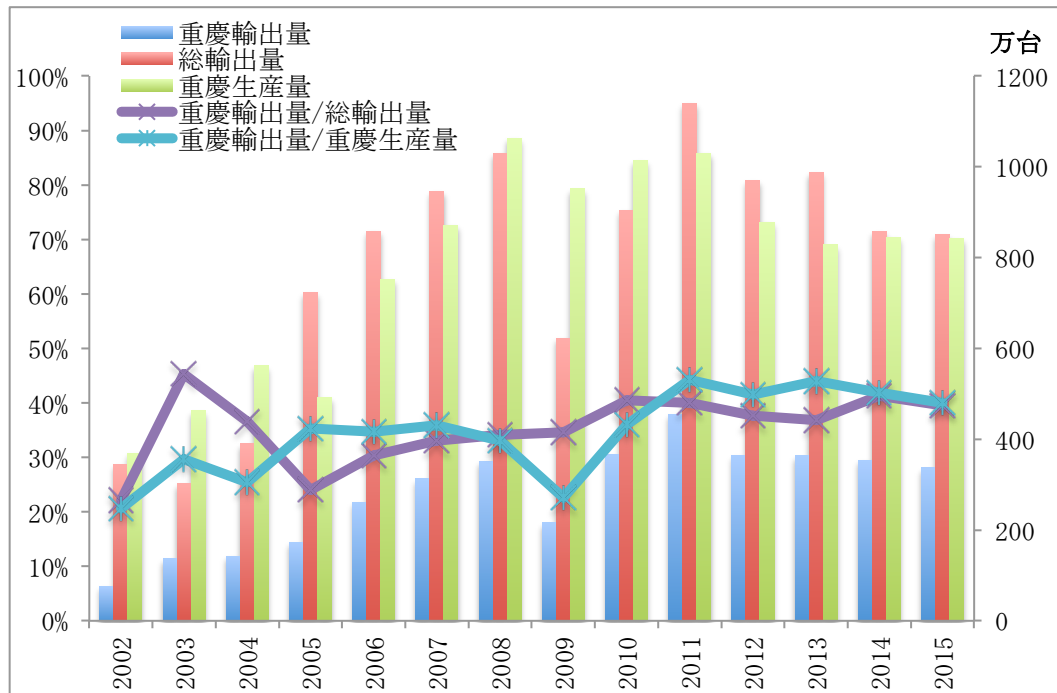
出所：『中国汽車工業年鑑』の「地区汽車産業資料」各年版より筆者作成

⑥重慶地域のオートバイ産業の輸出

2000 年代に重慶地域の輸出台数は中国全体の輸出台数と同じ傾向で増加し、2002 年の約 76 万台から 2011 年には約 450 万台に達した（図 5.12 参照）。2011 年以降、同地域の輸出台数は横ばい状態で推移し、300 万台以上を維持している（図 5.12 参照）。重慶地域の生産台数のうち約 40%が輸出され、これは、中国の総輸出台数の約 40%を占めている。2002 年からの 10 年間で、同地域の輸出の比率は約 20%増加し、輸出の重要性を増しつつある（図 5.12 参照）。

中国全体のオートバイの輸出台数は、その総生産台数に占める比率は、1997 年の 2.3%からから 2015 年には 45.2%へと急増している。また、重慶地域のオートバイの輸出台数の生産台数に占める比率も、1997 年の 6.2%から 2015 年の約 40%と大幅に増加している（図 5.12 参照）。

図 5.12. 重慶地域のオートバイ輸出台数が生産台数、総輸出台数に占める比率



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」、重慶海関局より筆者作成

重慶地域の輸出台数の中では、排気量 100cc～125cc の輸出が圧倒的に多い（表 5.8 参照）。2015 年の排気量 100cc～125cc の輸出台数は約 170 万台を超えた。これは同地域の輸出台数の約 52.9% を占める（図 5.13 参照）。排気量 125cc～150cc の輸出台数は増加する傾向がある。2015 年は約 71 万台であり、同地域の輸出台数の約 21% を占める。対して、排気量 50cc～100cc の輸出台数と同地域に占める比率は年々減少している。2004 年に約 48 万台あつ輸出台数は、2015 年には約 17 万台へと減少している。輸出台数の比率も 2004 年の約 34% から 2015 年の 5.3% へと減少した。排気量 50cc の輸出台数は 2015 年に約 20 万台と少量を維持している。排気量 250cc 以上の車種の輸出台数は生産台数と比例して少なく、2015 年に約 1 万台である。

これらのことから、重慶地域では、輸出も排気量 100cc～125cc を中心として展開していることが確認できる。

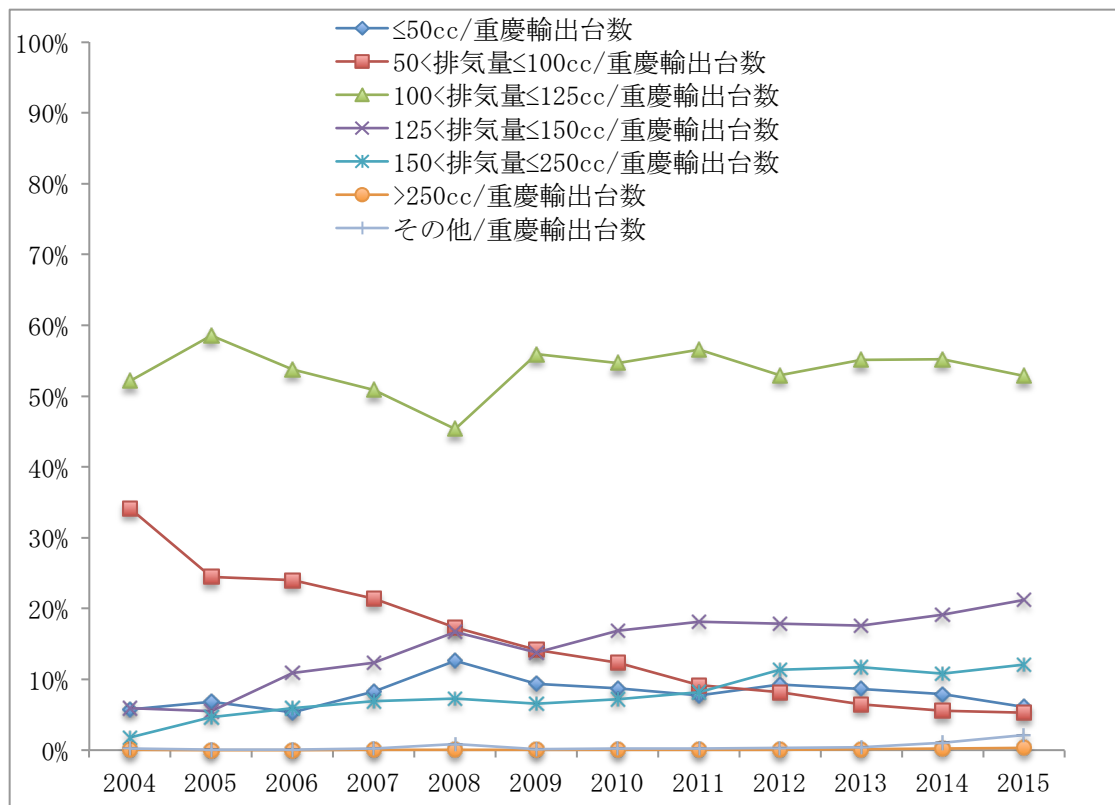
表 5. 8. 重慶地域の排気量別の輸出台数（単位：台）

	合計	≤50cc	50<排気量≤100cc	100<排気量≤125cc	125<排気量≤150cc	150<排気量≤250cc	>250cc	その他
2004	1,425,146	82,217	486,078	743,094	84,687	25,547	136	3,387
2005	1,733,012	118,086	423,959	1,014,150	95,414	80,110	3	1,290
2006	2,609,517	139,245	627,333	1,402,794	283,573	154,339	12	2,221
2007	3,125,633	258,269	667,374	1,590,461	385,223	216,642	231	7,433
2008	3,512,332	443,437	607,254	1,591,298	585,469	254,608	1,282	28,984
2009	2,155,841	200,827	305,929	1,204,812	297,949	141,942	473	3,909
2010	3,657,351	317,994	451,829	2,000,628	616,482	261,704	1,083	7,631
2011	4,553,976	352,850	418,967	2,573,822	825,136	371,713	602	10,886
2012	3,648,324	339,244	297,198	1,932,762	653,064	415,055	720	10,281
2013	3,639,277	315,269	233,941	2,004,447	640,804	426,754	3,373	14,689
2014	3,541,460	281,775	198,381	1,954,321	678,378	383,867	7,273	37,465
2015	3,367,730	206,141	177,477	1,781,298	714,779	405,746	11,123	71,166

出所：重慶海関局（2016）より筆者作成

注：「その他」は電動自転車、排気量は不明なオートバイ等を指す。

図 5. 13. 重慶地域のオートバイ排気量別輸出を占める比率



出所：重慶海関局（2016）より筆者作成

⑦集積地を中心とした域内需要について

2015年の重慶地域における主要なメーカーの生産台数のうち、輸出台数は約330万台であり、国内供給は約500万台である（表5.9参照）。先に示したように、中国のオートバイの内需市場は徐々に縮小傾向にあり、2009年の約1,900万台の生産台数から2016年の約860万台に減少している。重慶地域の輸出台数の比率は2004年から上昇傾向にあり、2009年、世界金融危機の影響で一旦下げたものの、それ以降再び上昇した（表5.9参照）。2009年の同地域の生産台数に占める国内供給の比率は約70%から徐々に低下し、2015年には約60%となった。2013年以降は同地域の生産台数に占める輸出と国内供給の比率にほとんど変化がない。重慶地域のオートバイは約40%が輸出され、約60%は国内市場に向けられるという状況だ。

国内供給について検討する上で、重慶地域の供給と中国の他地域の供給をみる必要が存在する。そこで、他地域への供給である移出の推移に注目する。以下では、重慶地域の保有台数をもとに移出の量を推測する。

表 5.9. 重慶地域の生産台数、輸出台数及び国内供給の推移

	生産台数	輸出台数	国内供給	輸出台数/ 生産台数	国内供給/ 生産台数
2004	4,730,700	1,425,146	3,305,554	30.1%	69.9%
2005	4,208,400	1,733,012	2,475,388	41.2%	58.8%
2006	5,346,000	2,609,517	2,736,483	48.8%	51.2%
2007	6,382,500	3,125,633	3,256,867	49.0%	51.0%
2008	8,150,100	3,512,332	4,637,768	43.1%	56.9%
2009	7,617,375	2,155,841	5,461,534	28.3%	71.7%
2010	8,492,329	3,657,351	4,834,978	43.1%	56.9%
2011	8,795,936	4,553,976	4,241,960	51.8%	48.2%
2012	8,775,100	3,648,324	5,126,776	41.6%	58.4%
2013	8,278,300	3,639,277	4,639,023	41.6%	58.4%
2014	8,446,247	3,541,460	4,904,787	41.6%	58.4%
2015	8,416,400	3,367,730	5,048,670	40.0%	60.0%

出所：『中国自動車工業年鑑』各年版の「地区自動車産業資料」より筆者作成

ここでは、「保有台数＝各100戸の保有台数/100×戸数、域内消費＝当該年の保有台数－前年度の保有台数、移出台数＝同地域の生産台数－輸出台数－域内消費」という式から、保有台数、域内消費と移出台数を推測した（表5.10参照）。同地域の保有台数は、『中国統計年鑑』で公表されている100戸の保有台数を100で割ることにより各戸の保有台数を推測できる。これを元に、各戸の保有台数かける同地域の戸数で同地域の保有台数がおおよそ把握できる。同地域の域内消費は当該年の保有台数マイナス前年度の保有台数で明らかになる。移出台数は、同地域の生産台数マイナス輸出台数マイナス域内消費から推測可能である。

この式から、域内消費が僅かであることが推測される。2011年の同地域の域内消費は約30万台である。これは、2011年、同地域で生産台数である約800万台であることから、域内消費より、輸出や移出の方が遙かに多いことが明らかである。輸出台数は約450万台であり、移出台数は約390万台である。2011年に輸出台数は移出台数を上回っていたが、

同年以降、輸出台数は減少している。2012 年の輸出台数は約 360 万台であり、移出台数は約 490 万台である。2012 年は移出台数が輸出台数を上回っている。

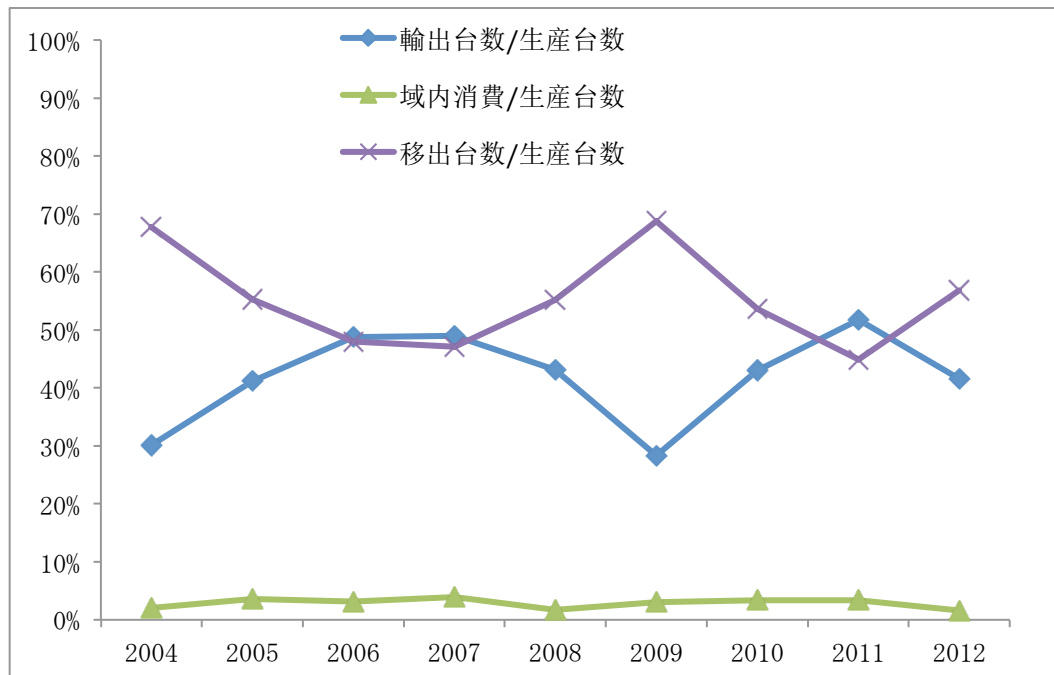
表 5.10. 重慶地域の生産、輸出、保有、域内消費及び移出台数の推移（単位：台）

	生産台数	輸出台数	保有台数	域内消費	移出台数
2004	4,730,700	1,425,146	583,906	98,342	3,207,212
2005	4,208,400	1,733,012	733,268	149,361	2,326,027
2006	5,346,000	2,609,517	902,545	169,277	2,567,206
2007	6,382,500	3,125,633	1,151,277	248,732	3,008,135
2008	8,150,100	3,512,332	1,291,461	140,184	4,497,584
2009	7,617,375	2,155,841	1,518,974	227,513	5,234,021
2010	8,492,329	3,657,351	1,801,065	282,090	4,552,888
2011	8,795,936	4,553,976	2,096,990	295,926	3,946,034
2012	8,775,100	3,648,324	2,235,232	138,242	4,988,534

出所：『中国統計年鑑』、『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

重慶地域で生産されたオートバイ主に輸出と域外に消費されている。2000 年代には、2008 の世界金融危機の影響で輸出の比率が下がったが、全体に伸びている。しかし、2012 年に、同地域の生産台数のなかで移出の比率は約 56%であり、輸出の比率は約 41%となり、生産台数の約 5%の比率が重慶地域で消費されていると推測できる（図 5.14 参照）。

図 5.14. 重慶地域の生産台数における輸出と域内消費と移出台数の比率



出所：『中国統計年鑑』、『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

⑧まとめ：重慶地域のオートバイ産業の特徴

以上の分析により、重慶地域には以下のような特徴がある。

i) 重慶地域のオートバイの生産規模は大きい。中国の総生産台数（台数）の約 40% の比率を占めている。

ii) 重慶地域のオートバイ産業の域内集中度が高い。重慶地域における主要なメーカーの生産台数は重慶総生産台数の約 90%を占めている。

iii) 重慶地域では、オートバイ企業は民間企業と国営企業である国内資本系企業を中心であり、全国生産台数の上位 50 社の企業の中で合併企業がなく、国内資本系企業のみである。

iv) 重慶地域では、三輪車の生産台数が増加しつつあり、総生産台数に占める比率も年々増加し、中国での中心地になっている。重慶地域で生産された三輪車は全国の三輪車総生産台数の約 40%を占めている。

v) 重慶地域のオートバイの生産は、排気量 100cc 以下の小型車種から排気量 100cc～150cc の車種にシフトしている。同地域では排気量 100cc～150cc の生産を中心としている。

vi) 重慶地域のオートバイの輸出台数が多く、2011 年に約 300 万台を超えた。同地域の輸出台数は全国の輸出台数の約 40%を占め、同地域の輸出台数も同地域の生産台数にも約 40%を占める。排気量別の生産台数の比率は排気量別の輸出台数比率とほぼ一致している。排気量 100cc 以下の車種の輸出比率が減少し、排気量 100cc～125cc、排気量 125cc～150cc の車種の比率が増加している。とくに、重慶地域の輸出の中心も排気量 100cc～125cc である。

vii) 2000 年代から重慶地域の民間企業も海外生産もおこなっている。しかし、2011 年に、輸出と海外生産が減少し、国内需要がやや増加している傾向がある。

viii) 重慶地域で生産されたオートバイは、重慶地域域内消費の数はずかずであり、主に輸出か移出されている。

5.2.2 広東地域

①広東地域のオートバイ産業の基盤の形成

広東地域は沿海部にあり、帰国した華僑も香港とマカオに多く住む。この地理的および人材的優位性を利用して 1980 年代からオートバイ輸入の貿易が始まった。そして、中国政府の優遇政策や国内需要により、広東地域は全国で最大のオートバイの輸入基地となった。そのオートバイ貿易は広東地域のオートバイ産業誕生の基礎を作った。そのため、1980 年代には、広東地域のオートバイ産業は主に輸入に依存している。1980 年代では、中国のオートバイ輸入はピークとなり、1980 年の約 6,000 台から 1985 年の約 29 万台となった。

1990 年代以降、広東地域ではオートバイの貿易から製造に転換しはじめた。その画期的な変化が 1992 年の江門大長江集团有限公司の成立である。1993 年には、日本のスズキと技術提携の協定を結び、その当初からスズキの製品と技術を導入した。広東地域のオートバイ産業の本当の発足は 1990 年代である。つまり、広東地域は重慶地域のオートバイ産業に遅れている。

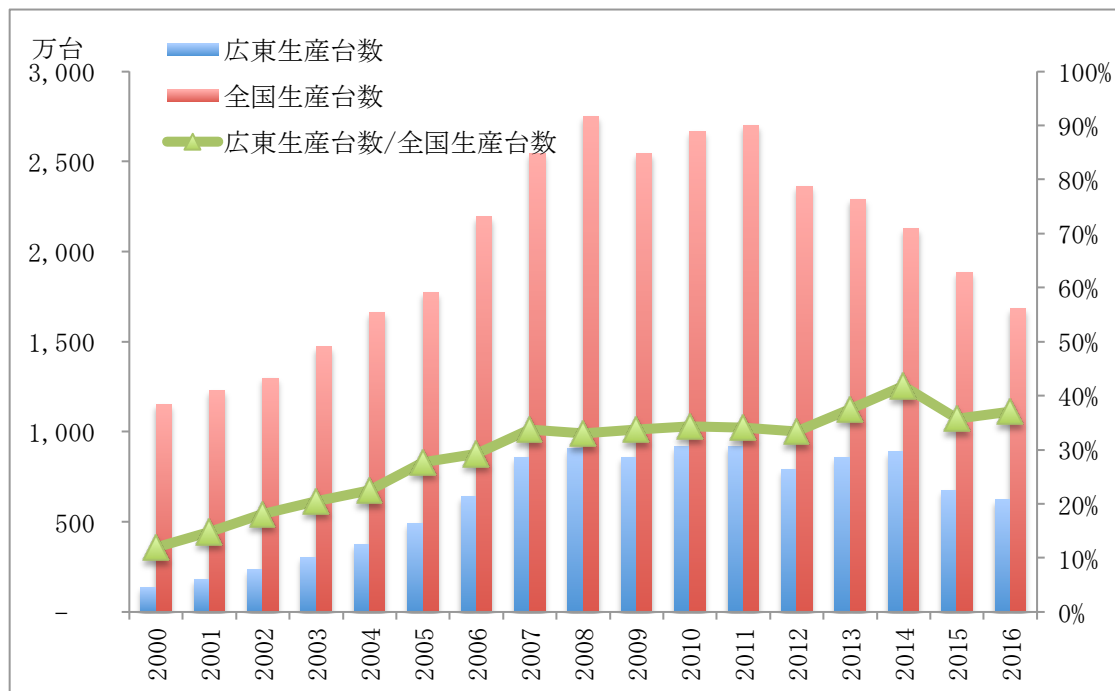
また、広東地域と重慶地域の合併企業を通じて密接な関係もある。1998 年では、江門大長江集団は重慶望江鈴木（スズキ）発動機有限公司にも参入した。2000 年、江門大長江集団はスズキを通して世界の舞台に登場し、2003 年には中国で最大のオートバイ生産会社となった。広東地域では、江門大長江集団に依存する多くの民間企業や五羊-本田の合併企業が誕生した。

以下では、広東地域のオートバイ産業の特徴について見ていこう。

②広東地域のオートバイの生産規模と集中化

広東地域におけるオートバイ生産台数は、2000 年の約 130 万台から 2011 年にピークの約 920 万台に達した（図 5.15 参照）。その後、同地域のオートバイ生産台数は減少しつつあり、2016 年に、約 620 万台となった。全国生産台数に占める比率は 2000 年の約 11% から 2016 年には約 37% となった（図 5.15 参照）。前述のように、広東地域と重慶地域の生産台数は全国生産台数に占める比率は合計で約 83% となる。一方、広東地域の生産台数は、2011 年の約 920 万台から 2016 年の約 620 万台であり、約 300 万台を減少した。中国全体の生産台数は 2011 年の約 2,700 万台から 2016 年の約 1,700 万台で約 1,000 万台を下落した。広東地域のオートバイの生産台数の減少は全国の減少台数の約 30% を占めた。それに対して、重慶地域の生産台数は 2011 年の約 1,000 万台から 2016 年の約 780 万台となり、この 5 年間は約 220 万台を減少した。そのため、重慶地域のオートバイの生産台数の減少は全国の減少台数の約 22% を占めた。

図 5.15. 広東地域のオートバイ生産台数及び全国生産台数に占める比率



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

広東地域のオートバイ産業は集中度が高い（表 5.11 参照）。全国生産台数の上位 50 社のうちに広東地域のメーカーは 2015 年の 12 社となり、その生産台数は広東地域の生産台数の約 80% のシェアを維持している。その 80% ほどの比率は重慶地域の主要メーカー

の生産台数の約 90%と比べて低い、広東地域のオートバイ産業の集中度は比較的に高い。

表 5. 11. 広東地域の重要なメーカーの生産台数と総生産に占める比率

	企業数	広東主要なメーカーの生産台数	広東の生産台数	広東主要なメーカーの生産台数/広東の生産台数
2000	9	1,170,535	1,375,000	85.1%
2001	10	1,424,489	1,827,900	77.9%
2002	8	1,917,880	2,356,200	81.4%
2003	12	2,365,778	3,017,000	78.4%
2004	9	2,912,097	3,748,500	77.7%
2005	15	4,369,729	4,908,300	89.0%
2006	17	5,868,858	6,407,900	91.6%
2007	14	6,846,003	8,589,500	79.7%
2008	15	6,895,479	9,068,100	76.0%
2009	15	7,200,809	8,569,900	84.0%
2010	14	7,259,880	9,176,000	79.1%
2011	13	7,418,767	9,208,300	80.6%
2012	13	6,383,376	7,901,200	80.8%
2013	13	6,654,492	6,890,756	96.6%
2014	14	6,426,760	6,555,821	98.0%
2015	12	5,474,761	6,738,600	81.2%

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」より筆者作成

③広東地域のオートバイ産業の企業形態

全国生産台数の上位 50 社の生産メーカーに広東地域の合弁企業、国営企業および民間企業のいずれもが入っている（表 5. 12 参照）。国営企業と民間企業である国内資本系企業の生産台数は 2015 年に合計で約 250 万台となり、輸出台数は約 150 万台となった。そのなかで、もっとも上位に位置する合弁企業として、江門大長江摩托車有限公司と五羊-本田摩托車有限公司がある。スズキとの合弁企業である江門大長江摩托車有限公司は広東地域でトップの地位を占めている。五羊-本田摩托車有限公司の生産も広東地域では 2 位か 3 位に位置している。

また、全国の輸出台数の上位 76 の輸出メーカーについてみると、広東地域の生産メーカーと同様に、合弁企業、国営企業、民間企業のいずれもランクに入りしている。2010 年には 24 社の輸出メーカーのなかで、国営企業は 1 社、合弁企業は 5 社、残りは民間企業である。とくに、広東地域では 2010 年に輸出に参入する企業が増加し、24 社となり、2015 年にその企業数が再び減少し、14 社となった。

表 5.12. 広東地域の上位 50 位以内の生産メーカーと上位 76 位以内の輸出メーカー

2005年		2010年		2015年	
上位50位以内生産メーカー	上位76位以内主要輸出メーカー	上位50位以内生産メーカー	上位76位以内主要輸出メーカー	上位50位以内生産メーカー	上位76位以内主要輸出メーカー
江門大長江摩托車有限公司	江門大長江摩托車有限公司	江門大長江摩托車有限公司	增城市海利摩托車有限公司	江門大長江摩托車有限公司	江門大長江摩托車有限公司
廣州摩托車集团公司	廣州天馬集团天馬摩托車有限公司	廣州大運摩托車有限公司	廣州市大運摩托車有限公司	五羊-本田摩托車(廣州)有限公司	廣州市大運摩托車有限公司
五羊-本田摩托車(廣州)有限公司	江門中裕摩托車集團有限公司	廣州摩托車集团公司	江門大長江摩托車有限公司	廣州大運摩托車有限公司	廣州豪進摩托車股份有限公司
廣州天馬集团天馬摩托車有限公司	廣州番禺豪劍摩托車工業有限公司	五羊-本田摩托車(廣州)有限公司	廣州天馬集团天馬摩托車有限公司	廣州豪進摩托車股份有限公司	廣東大治摩托車技術有限会社
廣州番禺市華南摩托車工業有限公司	廣州番禺市華南摩托車工業有限公司	廣州豪進摩托車股份有限公司	增城市奔馬實業有限公司	廣東大治摩托車技術有限会社	五羊-本田摩托車(廣州)有限公司
江門中裕摩托車集團有限公司	廣州摩托車集团公司	廣州天馬集团天馬摩托車有限公司	廣州番禺豪劍摩托車工業有限公司	廣州天馬集团天馬摩托車有限公司	廣州天馬集团天馬摩托車有限公司
增城市海利摩托車有限公司	五羊-本田摩托車(廣州)有限公司	廣州番禺豪劍摩托車工業有限公司	鶴山國機南聯摩托車工業有限公司	廣東三雅摩托車有限公司	廣東三雅摩托車有限公司
增城市奔馬實業有限公司	廣州市大陽(大運)摩托車有限公司	增城市奔馬實業有限公司	廣東銀河摩托車實業有限公司	廣州番禺豪劍摩托車工業有限公司	廣東嘉納仕科技實業有限公司
廣州市大陽摩托車有限公司	增城市海利(豪進)摩托車有限公司	廣東大治摩托車技術有限会社	廣東三雅摩托車有限公司	廣東大福摩托車有限公司	鶴山國機南聯摩托車工業有限公司
廣州番禺豪劍摩托車工業有限公司	廣東銀河摩托車實業有限公司	廣東三雅摩托車有限公司	廣州摩托車集团公司	廣東嘉納仕科技實業有限公司	增城市奔馬實業有限公司
廣東大治摩托車技術有限会社	廣東省清遠市清新聯統實業有限公司	廣東銀河摩托車實業有限公司	廣東大治摩托車技術有限会社	廣州摩托車集团公司	廣州番禺豪劍摩托車工業有限公司
江門市迪豪摩托車有限公司	江門市華日集團有限公司	廣州林叶機車工業有限公司	五羊-本田摩托車(廣州)有限公司	江門市華龍摩托車有限公司	珠海珠江車業有限公司
江門氣派摩托車有限公司	廣州天恒機車工業有限公司	廣東大福摩托車有限公司	珠海珠江車業有限公司		江門市迪豪摩托車有限公司
廣東富興摩托車實業工業有限公司	惠州瑪馳摩托車有限公司	江門市迪豪摩托車有限公司	廣東省清遠市清新聯統實業有限公司		江門市華日集團有限公司
廣東銀河摩托車實業有限公司	佛斯弟摩托車企業集團有限公司		廣州林叶機車工業有限公司		
	增城市東陽摩托車實業有限公司		江門市迪豪摩托車有限公司		
	增城市奔馬實業有限公司		康超集团廣州摩托車製造有限公司		
			廣東大福摩托車有限公司		
			廣州天恒機車工業有限公司		
			江門市中港寶田摩托車實業有限公司		
			增城市東陽摩托車實業有限公司		
			廣州番禺市華南摩托車工業有限公司		
			廣東富興摩托車實業有限公司		
			東莞市東陽實業有限公司		

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

注：黄色は合弁企業、緑は国営企業、白黒は民間企業

廣東大治摩托車技術有限会社は台湾と香港の合弁企業、珠海珠江車業有限公司は台湾と香港の合弁企業、江門市中港寶田摩托車實業有限公司は台湾と香港の合弁企業

広東地域では、2015 年では、全国の生産台数の上位 50 位に入った企業のうち 3 社の合弁企業を除き、民間企業の生産はほとんど輸出を向けであり、生産台数のうちに約 50% を占め、約 80% 以上の比率もある（表 5.13 参照）。つまり、広東地域の輸出は重慶地域と同じように民間企業が展開している。

また、合弁企業である江門大長江摩托車有限公司と五羊-本田摩托車有限公司の生産台数は年々増加しており、2015 年には、2 社の生産台数は合計すると約 200 万台に達した。とくに、合弁企業である江門大長江摩托車有限公司の生産台数は広東地域に立地する他の企業が追いつけない生産台数を維持している。

表 5. 13. 広東地域の上位 50 位以内生産メーカーの生産台数と輸出台数（単位：台）

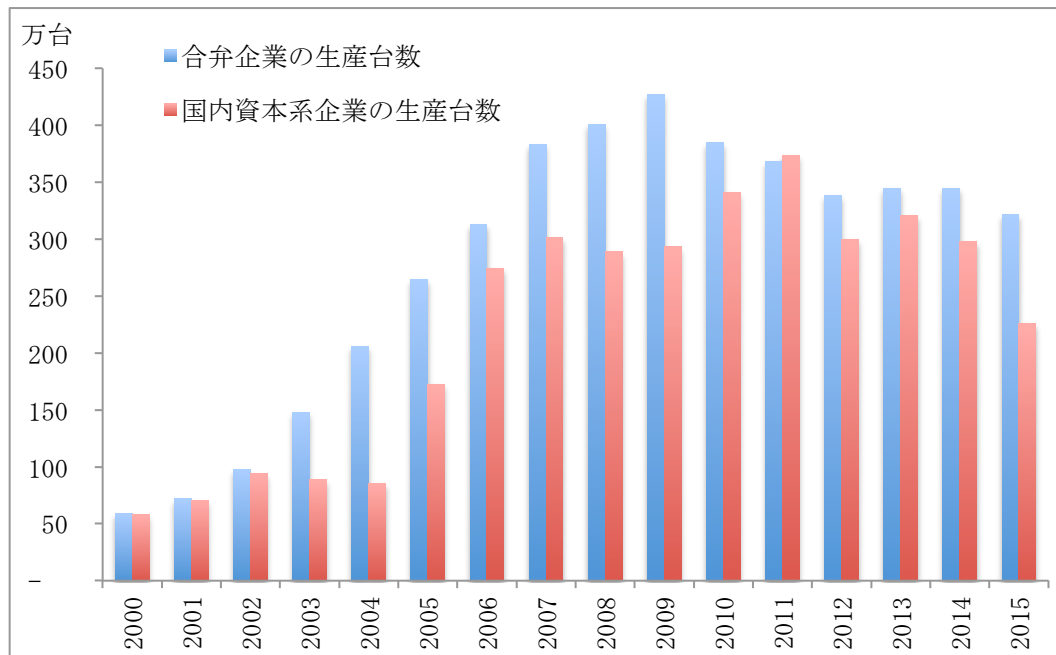
上位50位以内生産メーカー	形態	2005年			2010年			2015年		
		生産台数	輸出台数	輸出台数/生産台数	生産台数	輸出台数	輸出台数/生産台数	生産台数	輸出台数	輸出台数/生産台数
江門大長江摩托車有限公司	民営	1,894,800	297,769	15.7%	2,830,859	323,674	11.4%	1,860,201	491,443	26.4%
広州摩托車集团公司	国営	706,775	72,846	10.3%	939,204	129,415	13.8%			
五羊-本田摩托車（広州）有限公司	合弁	638,038	68,220	10.7%	807,238	95,368	11.8%	1,060,198	250,102	23.6%
広州天馬集团天馬摩托車有限公司	民営	414,255	142,826	34.5%	361,156	218,344	60.5%	254,356	232,329	91.3%
広州番禺市華南摩托車工業有限公司	民営	195,305	78,508	40.2%						
江門中裕摩托車集团有限公司	民営	163,945	122,560	74.8%						
増城市海利（豪進）摩托車有限公司	民営	159,380	49,114	30.8%	561,088	451,221	80.4%	322,214	259,438	80.5%
増城市奔馬実業有限公司	民営	153,161	127	0.1%	321,822	193,842	60.2%			
広州市大陽（大運）摩托車有限公司	民営	141,551	50,111	35.4%	1,015,544	327,738	32.3%	808,889	397,169	49.1%
広州番禺豪剣摩托車工業有限公司	合弁	138,066	93,278	67.6%	348,592	181,205	52.0%	210,496	59,672	28.3%
広東銀河摩托車実業有限公司	民営	61,314	38,442	62.7%	153,827	142,959	92.9%			
広東大治摩托車技術有限会社	合弁				214,013	124,783	58.3%	297,592	257,766	86.6%
広東三雅摩托車有限公司	民営				167,137	130,757	78.2%	222,257	211,813	95.3%
広州林叶機車工業有限公司	民営				130,957	29,973	22.9%			
広東大福摩托車有限公司	民営				126,205	20,808	16.5%			
江門市迪豪摩托車有限公司	民営				89,476	28,628	32.0%			
広東嘉納仕科技実業有限公司	民営							139,126	130,080	93.5%
合計		4,666,590	1,013,801	21.7%	8,067,118	2,398,715	29.7%	5,175,329	2,289,812	44.2%

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」各年版より筆者作成

広東地域では、合弁企業と国内資本系企業に分けて生産台数をみると、2000 年代の初期では、両者の生産台数はあまり変わらないが（図 5. 16 参照）。合弁企業の実生産台数は 2000 年から 2009 年まで増加しつつあり、2009 年には合弁企業の実生産台数は約 400 万台を超えた（図 5. 16 参照）。2009 年以降、合弁企業の実生産台数は減少する傾向があるが、2015 年の約 300 万台を超えている。国内資本系企業の実生産台数は 2000 年の約 57 万台から 2011 年の約 370 万台に増加した。その、国内資本系企業の実生産台数が減少し、2015 年の約 220 万台に下げた。2010 年以降になると、合弁企業と国内資本系企業の格差が縮小してきた。

広東地域のオートバイの実生産台数は 2011 年の約 920 万台から 2015 年の約 670 万台で約 250 万台を減少した。しかし、合弁企業の実生産台数は 2011 年の約 360 万台から 2015 年の約 320 万台で約 40 万台を減少した。つまり、広東地域では、合弁企業の実生産台数を減少した台数は同地域の実生産台数の減少台数に占める比率は約 20%である。いわゆる、広東地域のオートバイ実生産台数の減少は主に国内資本系企業から展開し、合弁企業の実生産台数は 300 万台ほどを維持している。

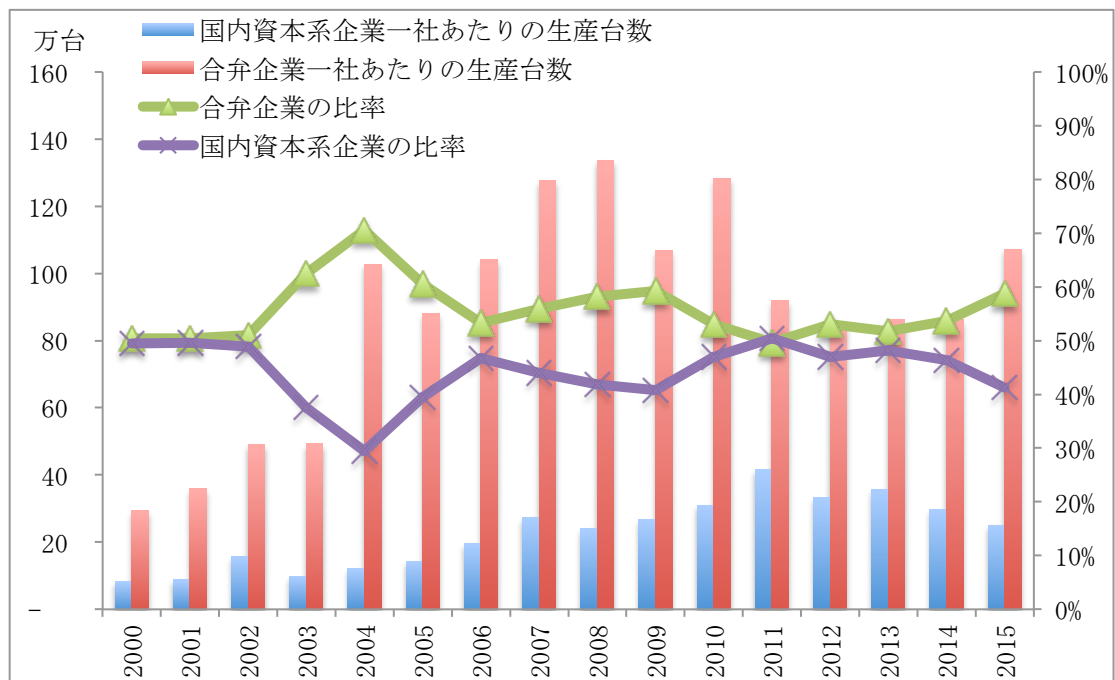
図 5.16. 広東地域の合弁企業と国内資本系企業の生産台数



出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」各年版より筆者作成

広東地域では、合弁企業と国内資本系企業の生産台数が同地域における生産台数に占める比率はそれぞれ約 50%を占めている（図 5.17 参照）。また、合弁企業 1 社あたりの生産台数をみると、2000 年の 30 万台から 2008 年には 130 万台へと大幅に増加した。一方、国内資本系企業の 1 社あたりの生産台数は徐々に増加しているが、多い年でも 40 万台しかない。規模の経済という観点から、生産台数を企業の生産性の目安とするならば、広東地域においては合弁企業こそが規模の経済をリードしていると言える。

図 5.17. 広東地域の合併企業と国内資本系企業の生産の変化（生産台数上位 50 社）



出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」各年版より筆者作成

④広東地域の排気量別に見た生産の特徴

広東地域では、排気量 125cc や排気量 150cc のオートバイが主に生産され、排気量 60cc ～90cc 車種のオートバイはほとんど生産されてない。また、排気量 250cc の車種や三輪車の生産台数もわずかである（表 5.14 参照）。つまり、広東地域でのオートバイの生産は、排気量 100cc～150cc の車種に特化して生産されている。

表 5.14. 広東地域の主要なメーカー排気量別の生産台数（単位：台）

	主要なメーカー	≤50cc	60cc	70cc	80cc	90cc	100cc	110cc	125cc	150cc	250cc	>250cc	三輪車
2000	1,170,535	6,724	-	-	3,868	33,911	344,220	5,503	762,593	13,105	575	-	36
2001	1,424,489	22,334	-	-	1,373	25,785	373,279	22,938	970,825	7,620	220	-	115
2002	1,917,880	25,649	-	880	115	-	479,175	68,098	1,328,523	14,952	464	-	24
2003	2,365,778	21,346	-	34	-	-	471,200	105,298	1,744,140	22,276	1,434	-	50
2004	2,912,097	17,645	-	-	-	106	434,079	146,925	2,280,030	30,998	2,216	98	-
2005	4,369,729	32,355	-	363	526	6	693,969	348,582	3,147,014	135,279	11,440	195	-
2006	5,868,858	32,015	-	6	444	20	911,444	484,280	4,008,856	427,635	-	4,158	-
2007	6,846,003	99,708	-	1	246	508	849,752	707,205	4,536,324	593,629	56,917	-	1,713
2008	6,895,479	61,513	1,600	-	366	260	810,999	787,146	4,432,865	776,142	20,488	220	3,880
2009	7,200,809	107,962	-	10	236	-	683,630	902,185	4,321,620	1,069,769	42,896	39	72,462
2010	7,259,880	70,203	-	-	-	3,553	707,472	924,527	4,133,150	1,146,615	36,654	-	237,706
2011	7,418,767	65,365	-	-	-	6,002	801,478	887,640	3,967,410	1,298,691	97,457	-	294,724
2012	6,383,376	88,552	-	-	-	2,333	492,704	909,659	3,227,001	1,249,574	71,533	-	342,020
2015	5,474,761	52,516	-	-	-	1,035	493,830	722,466	2,543,070	1,174,264	128,238	-	359,342

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」より筆者作成

また、排気量 100cc～150cc を分けてみると、排気量 100cc～125cc の生産台数は排気量 125cc～150cc よりはるかに多い（表 5.15 参照）。2015 年、排気量 100cc～125cc の生産台数は約 320 万台であり、排気量 125cc～150cc の生産台数は約 117 万台である。

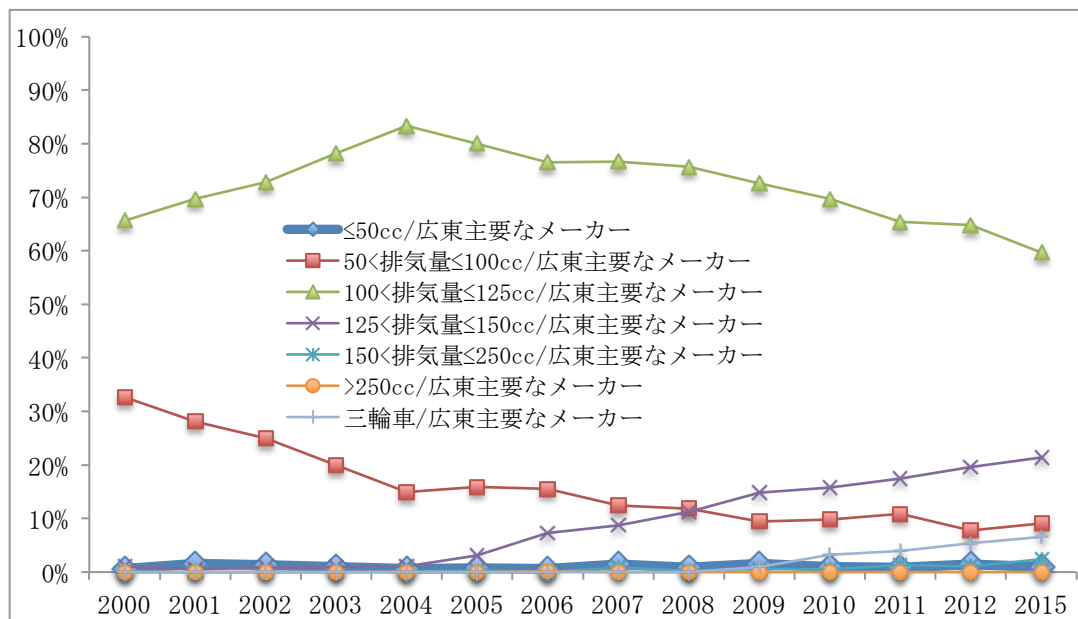
表 5.15. 広東地域の主要なメーカー排気量別の生産台数（単位：台）

	広東主要な メーカー	≤50cc	50<排気量 ≤100cc	100<排気量≤ 125cc	125<排気量≤ 150cc	150<排気量 ≤250cc	>250cc	三輪車
2000	1,170,535	6,724	381,999	768,096	13,105	575	-	36
2001	1,424,489	22,334	400,437	993,763	7,620	220	-	115
2002	1,917,880	25,649	480,170	1,396,621	14,952	464	-	24
2003	2,365,778	21,346	471,234	1,849,438	22,276	1,434	-	50
2004	2,912,097	17,645	434,185	2,426,955	30,998	2,216	98	-
2005	4,369,729	32,355	694,864	3,495,596	135,279	11,440	195	-
2006	5,868,858	32,015	911,914	4,493,136	427,635	-	4,158	-
2007	6,846,003	99,708	850,507	5,243,529	593,629	56,917	-	1,713
2008	6,895,479	61,513	813,225	5,220,011	776,142	20,488	220	3,880
2009	7,200,809	107,962	683,876	5,223,805	1,069,769	42,896	39	72,462
2010	7,259,880	70,203	711,025	5,057,677	1,146,615	36,654	-	237,706
2011	7,418,767	65,365	807,480	4,855,050	1,298,691	97,457	-	294,724
2012	6,383,376	88,552	495,037	4,136,660	1,249,574	71,533	-	342,020
2015	5,474,761	52,516	494,865	3,265,536	1,174,264	128,238	-	359,342

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」より筆者作成

広東地域の排気量別のオートバイ生産台数は同地域の生産台数に占める比率からみると（図 5.18 参照）、排気量 100～125cc 車種は、2004 年、同地域の生産台数の約 83%のシェアとなった。また、排気量 125cc～150cc の車種は同地域の生産台数の比率が増加しつつあり、2015 年に約 21%の生産シェアを占めている。一方、排気量 50cc～100cc は同地域の生産台数の比率が減少し、2015 年に 10%未満の生産シェアとなった。つまり、広東地域と重慶地域と同様に排気量 100cc～125cc の生産に集中している。

図 5.18. 広東地域の主要なメーカー排気量別生産台数に占める比率

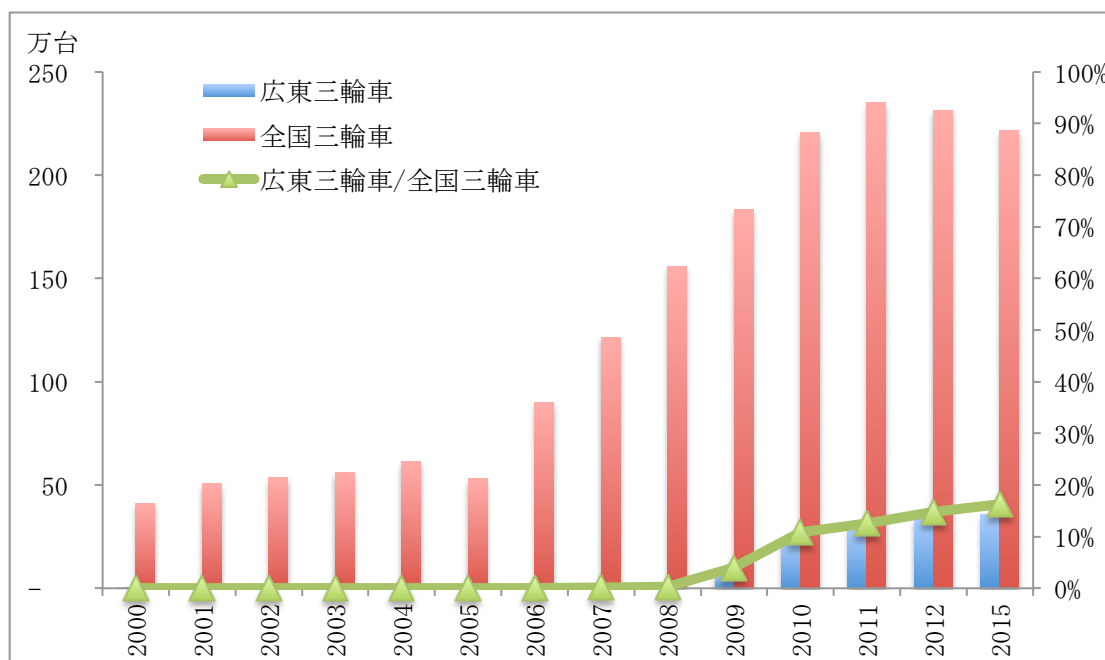


出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」より筆者作成

⑤広東地域の三輪車

広東地域では、三輪車の生産台数が少ない（図 5.19 参照）。2008 年まで、広東地域では三輪車の生産台数は僅かであり、全国三輪車の生産台数に占める比率は 0.2% である。しかし、その後、三輪車の生産台数が徐々に増加し、2015 年に同地域の三輪車の生産台数は約 36 万台に達し、全国三輪車の生産台数の 20% 弱の比率となった。同地域では、近年三輪車の生産台数が急増していることがわかる。

図 5.19. 広東地域の三輪車の生産台数及び全国三輪車に占める比率



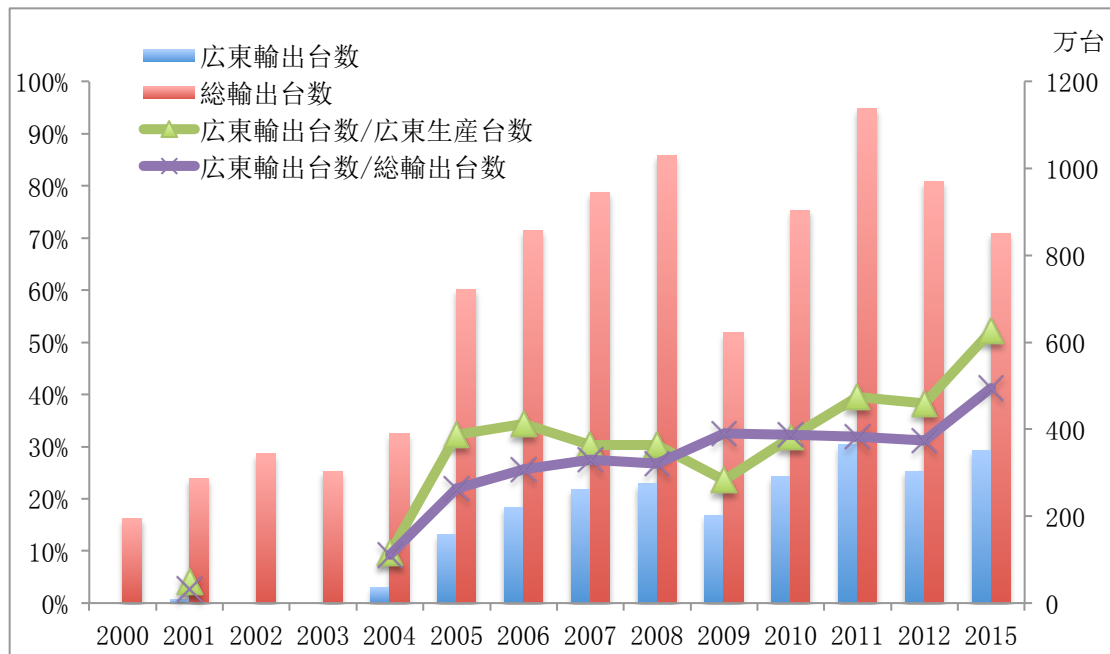
出所：『中国汽車工業年鑑』の「地区別汽車産業資料」より筆者作成

⑥ 広東地域のオートバイ産業の輸出

広東地域で生産されているオートバイは大量に輸出されている（図 5. 20 参照）。広東地域の輸出台数は全体的に増加し、2004 年の約 36 万台の輸出台数から 2015 年の約 350 万台の輸出台数となった（図 5. 20 参照）。広東地域の生産台数のうちに輸出されているオートバイも増加しつつある。ただし、2004 年までは、広東地域の輸出台数はまだ少なく、広東地域の生産台数や全国の輸出台数に占める比率が 10% 未満であった。2015 年になると、広東地域の生産台数は約 50% のオートバイを輸出している。そして、全国の輸出台数のうち広東地域の輸出台数も約 40% を占めている（図 5. 20 参照）。重慶地域の輸出台数は全国の輸出台数に占める比率は広東地域と同様に約 40% である。

つまり、広東地域の輸出は全国の輸出台数の約 40% を占めている。また、同地域の生産台数の約 50% を輸出している。以下のように、広東地域のオートバイ産業は輸出に転換している。

図 5. 20. 広東地域のオートバイ輸出台数における生産台数、総輸出台数の占める比率



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

2005 年から 2015 年まで、合併企業の輸出台数は約 37 万台から約 100 万台へ増加した。合併企業の輸出台数は同地域の輸出台数に占める比率も 2005 年の 23.5% から 2015 年の 29.8% まで増加した（表 5. 16 参照）。つまり、広東地域の合併企業の輸出が増加している傾向がみられる。また、広東地域では合併企業の生産台数は減少しているが、輸出台数は増加している。そして、合併企業の生産台数に占める輸出台数の比率は 2005 年の約 14% から 2015 年の約 33% に増加した。このため、広東地域の合併企業は輸出に転換する傾向があるといえる。

表 5. 16. 広東地域の合弁企業の生産、輸出台数及び比率の推移

	合弁企業の 生産台数	合弁企業の 輸出台数	合弁企業の輸 出台数/広東 輸出台数	合弁企業の輸出 台数/合弁企業 の生産台数
2005	2,644,469	372,216	23.5%	14.1%
2006	3,127,008	545,042	24.7%	17.4%
2007	3,830,340	697,327	26.8%	18.2%
2008	4,007,558	883,313	32.1%	22.0%
2009	4,268,613	632,002	31.2%	14.8%
2010	3,852,110	593,332	20.4%	15.4%
2011	3,681,509	863,974	23.7%	23.5%
2012	3,382,612	777,211	25.7%	23.0%
2013	3,446,237	791,403	25.0%	23.0%
2014	3,446,140	886,523	27.6%	25.7%
2015	3,217,991	1,045,321	29.8%	32.5%

出所：『中国自動車統計年鑑』各年版の「摩托車排名前50社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

広東地域では、2012 年から、国内資本系企業の輸出台数が減少し、2015 年には約 150 万台となった。同地域の輸出台数に占める国内資本系企業の輸出台数の比率は約 45% から約 43% に微減した。国内資本系企業の生産台数の輸出台数に占める比率は 2005 年の約 41% から 2015 年の 68% となった（表 5. 17 参照）。また、広東地域では国内資本系企業の生産台数は減少するとともに輸出台数は減少している。国内資本系企業の生産台数は 2011 年の約 370 万台から 220 万台と減少した。国内資本系企業はこの 5 年間では生産台数は 150 万台を減少した。そのため、広東地域のオートバイ生産台数の減少幅をみると、国内資本系企業は合弁企業の 40 万台より大きい。

つまり、国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率は 2005 年の約 41% から 2015 年の約 67% に増加した。そのため、広東地域の国内資本系企業は国内市場から輸出に転換する傾向がある。広東地域の合弁企業と国内資本系企業は輸出に転換する傾向がある。いわゆる、広東地域のオートバイ産業は輸出に転換している。

表 5. 17. 広東地域の国内資本系企業の生産、輸出台数及び比率の推移

	国内資本系 企業の生産 台数	国内資本系 企業の輸出 台数	国内資本系企 業の輸出台数 / 広東輸出台 数	国内資本系企業 の輸出台数/ 国 内資本系企業の 生産台数
2005	1, 725, 260	710, 973	44. 8%	41. 2%
2006	2, 741, 850	861, 669	39. 1%	31. 4%
2007	3, 015, 663	1, 356, 763	52. 1%	45. 0%
2008	2, 887, 921	1, 500, 694	54. 6%	52. 0%
2009	2, 932, 196	1, 405, 709	69. 4%	47. 9%
2010	3, 407, 770	2, 100, 726	72. 1%	61. 6%
2011	3, 737, 258	2, 464, 742	67. 7%	66. 0%
2012	3, 000, 764	1, 986, 618	65. 7%	66. 2%
2013	3, 208, 255	2, 177, 786	68. 8%	67. 9%
2014	2, 980, 620	1, 893, 611	59. 0%	63. 5%
2015	2, 256, 770	1, 522, 950	43. 4%	67. 5%

出所：『中国汽車統計年鑑』各年版の「摩托車排名前50社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

⑦集積地を中心とした域内需要について

広東地域における主要なメーカーの生産台数の中では、輸出台数は年々増加しつつあり、2015年には広東地域の輸出台数は約350万台となった。一方、2015年、広東地域の内需は約320万台となる（表5.18参照）。広東地域の輸出台数の比率は、同地域の生産台数に占める比率も増加しており、2015年に約52%となった。それに対して、同地域の生産台数に占める国内供給の比率は低下し、2015年には約48%となった（表5.18参照）。つまり、広東地域では、輸出台数は内需を超えた。いわゆる、広東地域のオートバイ産業は国内供給より輸出に転換していることがわかる。

前述では、重慶地域と広東地域の輸出台数は全国の輸出台数に占める比率は同様に約40%である。しかし、2015年には、重慶地域の生産台数のなかで、輸出台数の比率は約40%であり、国内供給の比率は約60%である。2015年には、広東地域の生産台数のなかでは、輸出台数の比率は約52%であり、国内供給の比率は約48%である。そのため、重慶地域のオートバイ産業は輸出より国内供給に集中しているが、広東地域でのオートバイ産業は輸出志向の産業と変化している。

表 5. 18. 広東地域の生産台数、輸出台数、国内供給の推移

	生産台数	輸出台数	国内供給	輸出台数/ 生産台数	国内供給/ 生産台数
2004	3,748,500	360,000	3,388,500	9.6%	90.4%
2005	4,908,300	1,587,100	3,321,200	32.3%	67.7%
2006	6,407,900	2,205,000	4,202,900	34.4%	65.6%
2007	8,589,500	2,605,300	5,984,200	30.3%	69.7%
2008	9,068,100	2,750,100	6,318,000	30.3%	69.7%
2009	8,569,900	2,024,200	6,545,700	23.6%	76.4%
2010	9,176,000	2,915,300	6,260,700	31.8%	68.2%
2011	9,208,300	3,640,000	5,568,300	39.5%	60.5%
2012	7,901,200	3,026,000	4,875,200	38.3%	61.7%
2013	6,890,756	3,147,000	3,743,756	45.7%	54.3%
2014	6,555,821	3,208,700	3,347,121	48.9%	51.1%
2015	6,738,600	3,512,600	3,226,000	52.1%	47.9%

出所：『中国自動車工業年鑑』各年版の「地区自動車産業資料」より筆者作成

前項で示した式に基づき、広東地域の保有台数、域内消費と移出台数を推測した。広東地域では、オートバイの生産台数より保有台数がかなり大きく、2012年には、約2,000万台を超えた（表 5. 19 参照）。しかし、広東地域の保有台数の増加が少ないため、当地地域内での消費も少ない。したがって、同地域のオートバイの移出台数は高い数字を維持し、2012年には、同地域の移出台数は約480万台に達した（表 5. 19 参照）。それに対して、2012年、同地域の輸出台数は約300万台である。いわゆる、広東地域では輸出より移出的方が多いことがわかる。

表 5. 19. 広東地域の輸出、保有、域内消費及び移出台数の推移

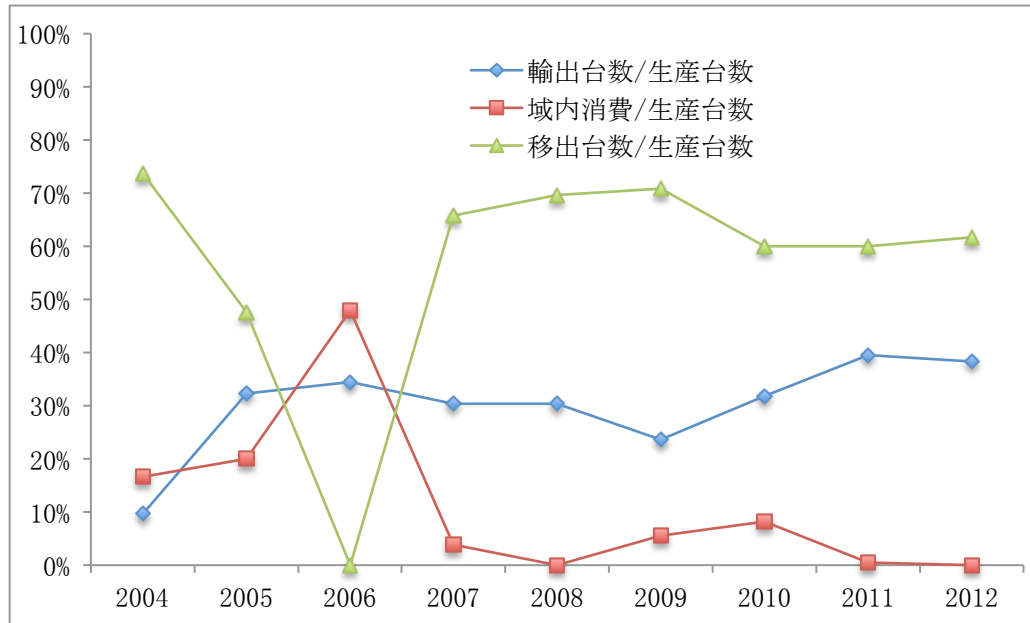
	生産台数	輸出台数	保有台数	域内消費	移出台数
2004	3,748,500	360,000	9,910,300	625,500	2,763,000
2005	4,908,300	1,587,100	10,893,200	982,900	2,338,300
2006	6,407,900	2,205,000	23,965,471	13,072,271	-
2007	8,589,500	2,605,300	24,302,297	336,826	5,647,374
2008	9,068,100	2,750,100	20,978,194	-	6,318,000
2009	8,569,900	2,024,200	21,455,661	477,468	6,068,232
2010	9,176,000	2,915,300	22,207,390	751,729	5,508,971
2011	9,208,300	3,640,000	22,254,145	46,755	5,521,545
2012	7,901,200	3,026,000	21,867,316	-	4,875,200

出所：『中国統計年鑑』、『中国自動車工業年鑑』各年版の「地区自動車産業資料」より筆者作成

それに対して、同地域の生産台数の域内消費の比率は、2004年には30%の比率を示しているが、その後年々減少し、2012年には10%以下となる（図 5. 21 参照）。広東地域の生産台数の移出台数は2007年から高い比率を維持し、2012年には約60%となった。そのため、2012までは、広東地域の移出台数は輸出台数より多い。

しかし、2011 年以降広東地域の生産台数が減少しているが、同地域の輸出台数は年々増加した。2015 になると、同地域のオートバイ産業は輸出へと転換していることがわかる。

図 5. 21. 広東地域の生産台数における輸出、保有、域内消費及び移出台数の比率



出所：『中国統計年鑑』、『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

⑧まとめ：広東地域のオートバイ産業の特徴

以上の分析により、広東地域には以下のような特徴がある。

i) 1980 年代、広東地域のオートバイ産業は輸入に依存し、1990 年代から同地域のオートバイ生産の形成を迎えた。

ii) 広東地域のオートバイ生産台数は中国の生産台数に約 37% の比率を占めている。しかし、広東地域の生産台数は、2011 年から 2016 年まで約 300 万台を減少した。広東地域のオートバイの生産台数の減少は全国の減少台数の約 30% を占めた。

iii) 広東地域のオートバイ産業の集中度が高い。広東地域における主要なメーカーの生産台数は同地域の生産台数の約 80% を占めている。

iv) 広東地域では、オートバイ企業は民間企業と合弁企業を中心であり、そして、合弁企業の牽引力が強い。同地域の生産台数のなかで、約 50% の生産シェアを占めている。

v) 広東地域の三輪車の生産台数が近年に増加しているが、総生産台数に占める比率がまだ低い。広東地域で生産された三輪車は全国の三輪車生産台数の 20% 未満のシェアを占めている。

vi) 広東地域では、オートバイの生産が、排気量 100cc～125cc の車種に集中している。

vii) 2015 年に、広東地域の輸出台数は全国の輸出台数の約 40% を占め、広東地域のオートバイ生産台数の約 50% を占める。また、同地域の国内資本系企業の輸出台数は同地域の輸出台数の約 43% をしめ、同地域の国内資本系企業の輸出台数は国内資本系企業の生産台数の約 67% である。広東地域の合弁企業の輸出台数も同地域の輸出台数に占める

比率も2005年の23.5%から2015年の29.8%まで増加し、合併企業の生産台数の輸出台数の比率は2005年の約14%から2015年の約32%に増加した。したがって、広東地域のオートバイ産業は輸出志向の産業となっている。

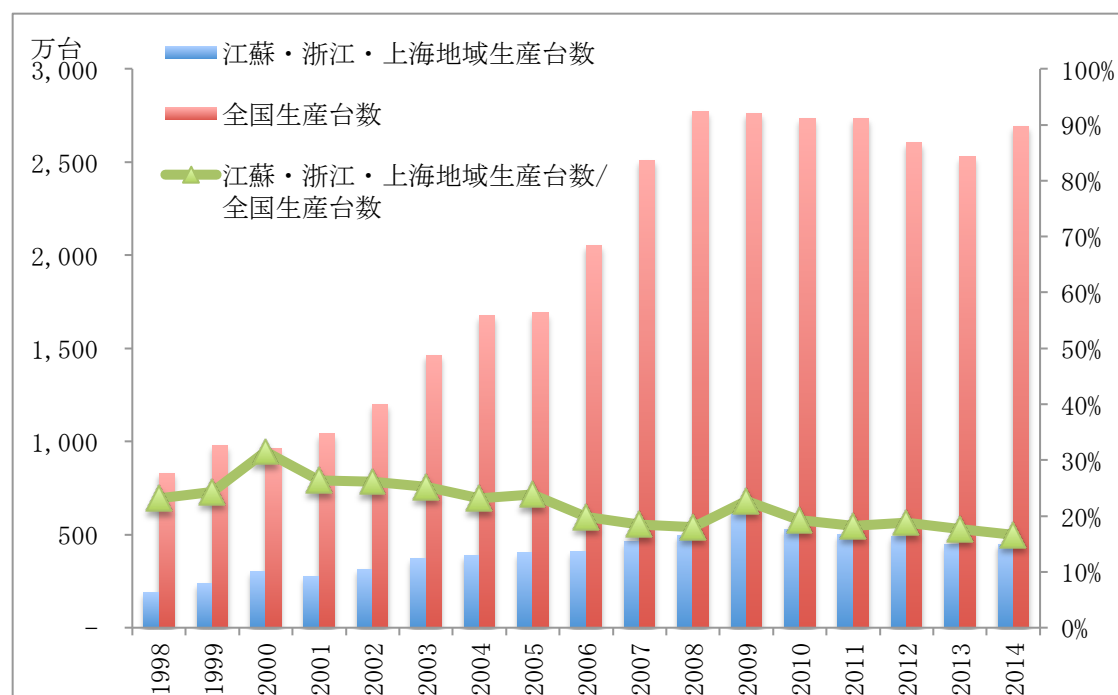
vii) 広東地域で生産されているオートバイは、重慶地域と同様に域内での消費が少なく、主に輸出と移出から展開している。

5.2.3 江蘇・浙江・上海地域

①江蘇・浙江・上海地域のオートバイ産業の生産規模と集中化

江蘇・浙江・上海地域では、1998年から2009年までは、生産台数は約190万台から約620万台に増加した（図5.22参照）。その後、同地域の生産台数は減少しつつあり、2014年には約440万台となった。また、同地域の生産台数は全国生産台数に占める比率は、2000年までは増加傾向にあり、ピーク時2000年の30%ほどの比率を占めていたが、その後、比率が年々減少し、2014年になると20%未満のシェアとなった。つまり、江蘇・浙江・上海地域のオートバイ産業の生産規模が縮小しているといえる。

図5.22. 江蘇・浙江・上海地域のオートバイの生産台数及び全国生産台数に占める比率



出所：『中国統計年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

江蘇・浙江・上海地域における企業の集中度は重慶地域や広東地域と比較して低い（表5.20参照）。2005年までは、主要なメーカーの生産台数は同地域の生産台数に占める比率は約90%であったが、その後、減少し、2014年には60%ほどの比率を示している。このため、同地域ではオートバイ企業が分散しオートバイの集中度が低いということがわかる。

表 5.20. 江蘇・浙江・上海地域の上位 50 位以内の生産メーカーの生産台数の比率

	企業数	主要なメーカーの生産台数	江蘇・浙江・上海地域の生産台数	主要なメーカー生産台数/江蘇・浙江・上海地域の生産台数
2000	11	2,521,350	3,025,805	83.3%
2001	12	2,685,787	2,742,700	97.9%
2002	17	3,115,850	3,136,700	99.3%
2003	15	3,571,562	3,691,600	96.7%
2004	17	3,768,450	3,877,400	97.2%
2005	15	3,697,009	4,023,300	91.9%
2006	10	3,477,284	4,077,100	85.3%
2007	9	3,691,625	4,629,800	79.7%
2008	8	3,712,051	5,100,700	72.8%
2009	9	3,061,847	6,274,501	48.8%
2010	9	3,161,507	5,279,650	59.9%
2011	9	3,428,928	5,004,408	68.5%
2012	10	3,044,971	4,891,282	62.3%
2013	10	2,840,769	4,466,266	63.6%
2014	10	2,679,725	4,464,749	60.0%
2015	12	2,463,422	4,278,248	57.6%

出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」より筆者作成

②江蘇・浙江・上海地域のオートバイ産業の企業形態

江蘇・浙江・上海地域のオートバイ企業の特徴は生産規模が小さいことがある¹²⁹。しかし、全国が生産台数上位 50 社に入る生産メーカーの数や輸出メーカーの数は多い(表 5.21 参照)。とくに、上位 76 位以内の輸出メーカーの数は 4 集積地のなかで最も多いが、同地域の輸出台数は重慶、広東地域より少ない。同地域では、2005 年に上位 50 社の生産メーカーのなかで 15 社がある。このうち、国営企業は 2 社、民間企業は 10 社、合弁企業は 3 社である。上位 76 社の輸出メーカーのなかでは 27 社あり、このうち、国営企業は 2 社、合弁企業は 3 社、残りは民間企業である。2015 年に上位 50 社の生産メーカーのなかで 12 社ある。国営企業と合弁企業はそれぞれ 2 社あり、民間企業は 8 社となった。上位 76 社の輸出メーカーは同地域で 23 社ある。このうち、国営企業と合弁企業は 2 社ずつがあり、残り 19 社が民間企業である。そのため、同地域では沿海の優位性を利用し積極的に輸出が行われている。

¹²⁹ 『中国汽車工業年鑑 2016』により、2015 年、江蘇・浙江・上海地域のオートバイ企業の一社あたりの生産台数は約 20 万台である。広東地域の 1 社あたりの生産台数は約 45 万台と比べたら江蘇・浙江・上海地域の企業の生産規模は比較的に小さいことがいえる。

表 5.21. 江蘇・浙江・上海地域の上位 50 位以内の生産メーカーと上位 76 位以内の輸出メーカー

2005年		2010年		2015年	
上位50位以内生産メーカー	上位76位以内主要輸出メーカー	上位50位以内生産メーカー	上位76位以内主要輸出メーカー	上位50位以内生産メーカー	上位76位以内主要輸出メーカー
錢江集团有限公司	金城集团有限公司	錢江集团有限公司	金城集团有限公司	新大州本田摩托車有限公司	新大州本田摩托車有限公司
新大州本田摩托車有限公司	新大州本田摩托車有限公司	新大州本田摩托車有限公司	新大州本田摩托車有限公司	錢江集团有限公司	常州光陽摩托車有限公司
金城集团有限公司	錢江集团有限公司	金城集团有限公司	錢江集团有限公司	江蘇金翌車業有限公司	錢江集团有限公司
衆星集团有限公司	常州光陽摩托車有限公司	江蘇林海動力機械集团公司	常州光陽摩托車有限公司	金城集团有限公司	衆星集团有限公司
常州光陽摩托車有限公司	浙江台州市王野動力有限公司	常州光陽摩托車有限公司	浙江台州市王野動力有限公司	江蘇林海動力機械集团公司	浙江台州市王野動力有限公司
江蘇林海動力機械集团公司	江蘇健龍新田摩托車製造有限公司	浙江台州市王野動力有限公司	衆星集团有限公司	江蘇衆星集团有限公司	江蘇林海動力機械集团公司
江蘇亦兔馬有限公司	慈溪金輪機車製造有限公司	江蘇寶雕機車有限公司	江蘇寶雕機車有限公司	常州光陽摩托車有限公司	金城集团有限公司
慈溪金輪機車製造有限公司	上海傑士達摩托車有限公司	江蘇衆星集团有限公司	浙江弘州摩托車有限公司	浙江雅迪機車有限公司	浙江天本車業有限公司
江蘇健龍新田摩托車製造有限公司	江蘇林海動力機械集团公司	浙江弘州摩托車有限公司	江蘇新陵摩托車製造有限公司	浙江台州市王野動力有限公司	浙江吉銘実業有限公司
江蘇新陵摩托車製造有限公司	江蘇亦兔馬有限公司		江蘇金捷摩托車有限公司	浙江天本車業有限公司	浙江日雅摩托車有限公司
江蘇寶雕機車有限公司	浙江雷克機械工業有限公司		江蘇健龍新田摩托車製造有限公司	江蘇金捷摩托車有限公司	本州車業集团有限公司
浙江台州市王野動力有限公司	江蘇新陵摩托車製造有限公司		台州市凱通摩托車製造有限公司	浙江幸福摩托車機械有限公司	浙江三友集团摩托車有限公司
江蘇新豪科技機車有限公司	浙江凌雲摩托車有限公司		本州車業集团有限公司		台州市凱通摩托車製造有限公司
江蘇林芝山陽集团有限公司	春風控股集团有限公司		浙江嘉爵摩托車製造有限公司		浙江嘉爵摩托車製造有限公司
江蘇雄風摩托車製造有限公司	吉利集团浙江摩托車有限公司		常州市東方龍摩托車有限公司		浙江凱凱美多機車有限公司
	江蘇寶雕機車有限公司		江蘇林芝山陽集团有限公司		江蘇新陵摩托車製造有限公司
	浙江嘉爵摩托車製造有限公司		上海傑士達摩托車有限公司		台州市椒江之威摩托車製造有限公司
			慈溪金輪機車製造有限公司		江蘇林芝山陽集团有限公司
	衆星集团有限公司		台州市椒江之威摩托車製造有限公司		江蘇雄風機車有限公司
	上海幸福摩托車總廠		浙江雷克機械工業有限公司		無錫千里馬車業製造有限公司
	上海美田摩托車有限公司		立峰集团有限公司		立峰集团有限公司
	立峰集团有限公司		浙江三友集团摩托車有限公司		春風控股集团有限公司
	常熟市輕型摩托車廠		江蘇新豪科技機車有限公司		江蘇金捷摩托車有限公司
	常州市東方龍摩托車有限公司		江蘇雄風機車有限公司		浙江雷克機械工業有限公司
	浙江三友集团摩托車有限公司		吉利集团浙江摩托車有限公司		上海美田摩托車有限公司
	浙江黃岩三叶集团有限公司		上海美田摩托車有限公司		
	泰州春蘭摩托車廠		無錫金霸王摩托車製造有限公司		
			浙江凱凱美多機車有限公司		
			春風控股集团有限公司		
			上海本菱摩托車製造有限公司		
			浙江日雅摩托車有限公司		
			江蘇林海動力機械集团公司		
			浙江黃岩三叶集团有限公司		

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」各年版より筆者作成

注：黄色は合弁企業、緑は国営企業、白黒は民間企業

常州光陽摩托車有限公司は台湾との合弁企業、江蘇新陵摩托車製造有限公司は台湾と香港の合弁企業

江蘇・浙江・上海地域では、2005 年から 2015 年までの期間、国営企業の生産台数と輸出台数は減少傾向にある（表 5.22 参照）。国営企業の錢江集团有限公司は、2005 年から

2015 年までは、生産台数は約 100 万台から約 38 万台へと減少し、輸出台数も約 13 万台から約 10 万台へと減少した（表 5.22 参照）。それに対して、民間企業が生産と輸出台数は増加している。民間企業である衆星集团有限公司は、2005 年から 2015 年をかけて、生産台数は約 11 万台から約 15 万台に増加し、輸出台数も約 6,000 台から約 15 万台に増加した（表 5.22 参照）。

また、江蘇・浙江・上海地域では上位 50 位生産メーカーに入っている合弁企業は新大州本田摩托車有限公司である。新大州本田摩托車有限公司の生産台数は、2005 年の約 92 万台から 2015 年の約 73 万台となった。新大州本田摩托車有限公司の輸出台数は 2005 年の約 17 万台から 2015 年の約 28 万台に増加した（表 5.22 参照）。

表 5.22. 江蘇・浙江・上海地域の上位 50 位以内生産メーカーの生産台数と輸出台数（単位：台）

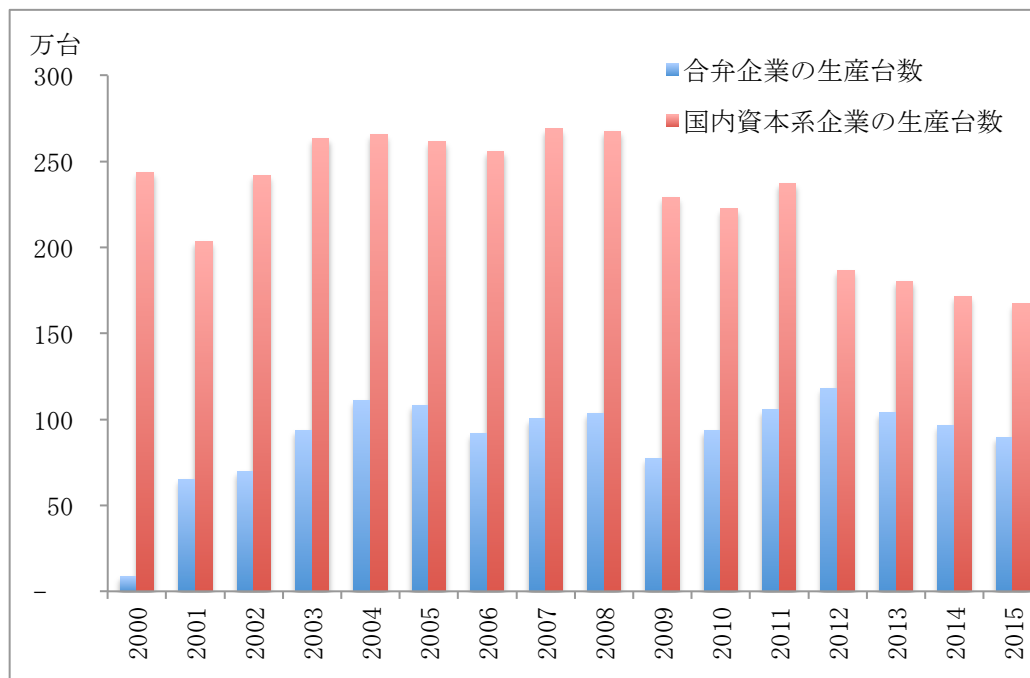
上位50位以内生産メーカー	形態	2005年			2010年			2015年		
		生産台数	輸出台数	輸出 台数/ 生産 台数	生産台数	輸出台数	輸出 台数/ 生産 台数	生産台数	輸出台数	輸出 台数/ 生産 台数
錢江集团有限公司	国営	1,064,823	136,096	12.8%	1,062,007	184,090	17.3%	385,202	107,242	27.8%
新大州本田摩托車有限公司	合弁	925,997	175,688	19.0%	799,764	200,398	25.1%	738,580	286,678	38.8%
金城集团有限公司	国営	844,827	515,031	61.0%	540,232	384,907	71.2%	236,048	56,161	23.8%
衆星集团有限公司	民営	118,560	6,557	5.5%	99,252	58,575	59.0%	159,381	75,492	47.4%
常州光陽摩托車有限公司	合弁	90,604	68,228	75.3%	137,550	111,498	81.1%	155,618	134,667	86.5%
江蘇林海動力機械集团公司	民営	79,408	28,711	36.2%	193,235	610	0.3%	188,869	58,966	31.2%
江蘇赤兔馬有限公司	民営	79,131	26,771	33.8%						
慈溪金輪機車製造有限公司	民営	77,280	31,462	40.7%						
江蘇健龍新田摩托車製造有限責任公司	民営	75,490	36,778	48.7%						
江蘇新陵摩托車製造有限公司	合弁	64,283	13,841	21.5%						
江蘇宝雕機車有限公司	民営	63,179	7,615	12.1%	115,019	39,949	34.7%			
浙江台州市王野動力有限公司	民営	55,616	46,181	83.0%	125,990	66,885	53.1%	85,585	72,483	84.7%
浙江弘州摩托車有限公司	民営				88,458	32,033	36.2%			
浙江天本車業有限公司	民営							76,863	35,911	46.7%
江蘇金捷摩托車有限公司	民営							76,371	969	1.3%
合計		3,539,198	1,092,959	30.9%	3,161,507	1,078,945	34.1%	2,102,517	828,569	39.4%

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」各年版より筆者作成

江蘇・浙江・上海地域では、合弁企業が生産台数は 2000 年の約 8 万台から 2004 年の約 110 万台に増加した。2005 年には合弁企業が生産台数は約 100 万台を超えた（図 5.23 参照）。2015 年になると、合弁企業が生産台数は約 89 万台となった（図 5.23 参照）。2015 年、合弁企業が生産台数は同地域の生産台数の約 20%の比率を占めている（図 5.23 参照）。また、合弁企業の輸出台数は 2005 の約 25 万台から 2015 年の 42 万台となった。

国内資本系企業が生産台数は 2000 年から 2008 年まで約 250 万台を維持し、その後、生産台数は減少し、2015 年の約 170 万台となった（図 5.23 参照）。国内資本系企業が生産台数は 2015 年の 170 万台対合弁企業の 2015 年の約 89 万台である。このように、江蘇・浙江・上海地域の生産主体は国内資本系企業であることがわかる。

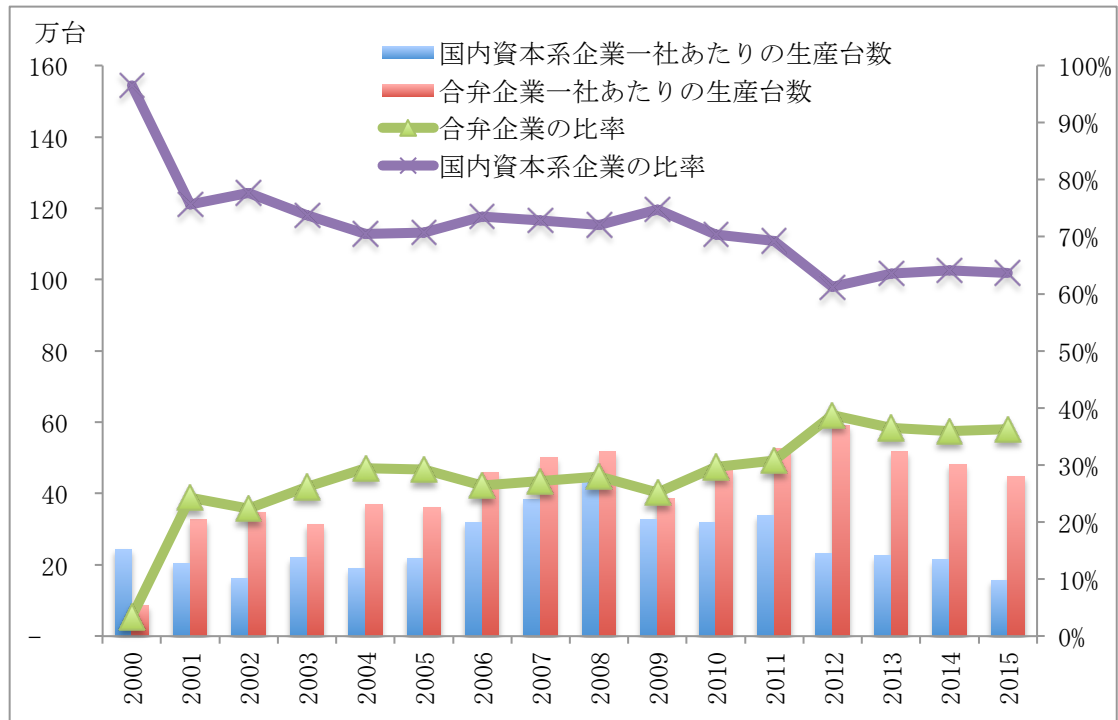
図 5.23. 江蘇・浙江・上海地域の合併企業と国内資本系企業の生産台数



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」より筆者作成

同地域の生産台数に占める合併企業の生産台数の比率 2000 年の 5%未満から 2015 年の 40%弱であるが、国内資本系企業は 2000 年の約 95%から 2015 年の約 60%強に減少した。1 社あたりの生産台数からみると、他地域と比べて低水準であり、多い年でも 2008 年に国内資本系企業の生産台数が 45 万台、2012 年に合併企業が 59 万台である(図 5.24 参照)。合併企業の生産台数は国内資本系企業より少ないが、合併企業の生産規模は国内資本系企業より高いという特徴がある。

図 5.24. 江蘇・浙江・上海地域の合併企業と国内資本系企業による生産の変化（生産台数上位 50 社）



出所：『中国汽工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」より筆者作成

③江蘇・浙江・上海地域の排気量別にみた生産の特徴

表 5.23 からみると、江蘇・浙江・上海地域では、オートバイは排気量 100cc～150cc の車種が主に生産されている。排気量 110cc の車種は 2000 年の約 22 万台から 2015 年の約 46 万台に増加した。排気量 125cc の生産台数は 2000 年の約 110 万台から 2015 年の約 85 万台に減少した。排気量 150cc の生産台数は 2000 年の約 8 万台から 2015 年の約 52 万台に増加した。また、同地域では、排気量 60cc～90cc の生産台数はわずかであるが、排気量 50cc 以下の生産台数は 2015 に約 24 万台を維持している。一方、排気量 250cc 以上の車種の生産台数は少ないが、増加している傾向があり、2002 年の 3,529 台から約 2 万台に増加した。三輪車の生産台数 2000 年の約 6,000 台から 2015 年の約 8 万台に増加した。同地域の三輪車の生産台数が少ないが、増加していることがわかる。

表 5.23. 江蘇・浙江・上海地域の主要メーカーの排気量別の生産台数（単位：台）

	主要なメーカー	≤50cc	60cc	70cc	80cc	90cc	100cc	110cc	125cc	150cc	250cc	>250cc	三輪車
2000	2,521,350	242,143	-	11,416	913	65,444	750,146	225,329	1,116,049	86,240	17,657	-	6,013
2001	2,685,787	429,990	-	2,642	100	64,794	690,057	177,953	1,206,536	86,613	19,897	-	7,205
2002	3,115,850	426,122	-	10,805	1	39,225	665,029	132,603	1,568,556	202,812	51,236	3,529	15,932
2003	3,571,562	613,938	829	17,022	5	18,518	791,042	146,606	1,696,372	236,757	34,096	1,000	15,377
2004	3,768,450	497,744	2,377	13,044	782	8,740	949,881	197,355	1,833,402	213,803	33,959	-	17,363
2005	3,697,009	572,340	200	14,573	988	3,707	939,042	258,491	1,620,526	207,573	46,525	-	33,044
2006	3,477,284	561,170	7	4,848	685	12,147	904,753	270,301	1,440,140	231,367	34,235	-	17,631
2007	3,691,625	716,882	-	256	799	4,573	989,145	321,449	1,378,108	236,055	44,358	-	-
2008	3,712,051	621,689	-	660	1,812	138	1,025,927	350,752	1,308,836	365,243	34,569	2,425	-
2009	3,061,847	455,712	-	320	599	75	573,795	441,523	1,178,391	389,513	20,734	1,185	-
2010	3,161,507	407,845	-	960	621	9	639,315	426,549	1,121,631	528,730	25,667	1,669	8,511
2011	3,428,928	470,548	20,605	-	642	24	609,019	485,151	1,148,696	569,081	112,758	3,748	8,666
2012	3,044,971	477,104	-	-	365	-	307,695	401,325	1,097,608	609,137	92,828	6,625	52,284
2015	2,463,422	246,464	-	21,112	-	804	130,852	465,566	859,836	526,058	108,512	20,820	83,398

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」より筆者作成

江蘇・浙江・上海地域の排気量を分けてみると、同地域のオートバイの生産は排気量 100cc～125cc に集中している。排気量 100cc～125cc の生産台数は 2015 年に約 130 万台を維持している（表 5.24 参照）。排気量 125cc～150cc の生産台数は 2015 年に約 50 万台を超えている。排気量 50cc～100cc の生産台数の減少があり、2000 年の約 82 万台から 2015 年の約 15 万台となった（表 5.24 参照）。

表 5.24. 江蘇・浙江・上海地域の主要メーカーの排気量別の生産台数（単位：台）

	主要なメーカー生産台数	≤50cc	50<排気量≤100cc	100<排気量≤125cc	125<排気量≤150cc	150<排気量≤250cc	>250cc	三輪車
2000	2,521,350	242,143	827,919	1,341,378	86,240	17,657	-	6,013
2001	3,048,893	465,745	757,593	1,384,489	116,182	35,288	-	41,816
2002	3,440,780	492,729	715,060	1,701,159	269,706	53,812	3,529	18,319
2003	3,571,562	613,938	827,416	1,842,978	236,757	34,096	1,000	15,377
2004	4,044,123	511,094	974,824	2,030,757	260,712	37,619	-	17,363
2005	3,697,009	572,340	958,510	1,879,017	207,573	46,525	-	33,044
2006	3,477,284	561,170	922,440	1,710,441	231,367	34,235	-	17,631
2007	3,691,625	716,882	994,773	1,699,557	236,055	44,358	-	-
2008	3,712,051	621,689	1,028,537	1,659,588	365,243	34,569	2,425	-
2009	3,061,847	455,712	574,789	1,619,914	389,513	20,734	1,185	-
2010	3,161,507	407,845	640,905	1,548,180	528,730	25,667	1,669	8,511
2011	3,428,928	470,548	630,290	1,633,847	569,081	112,758	3,748	8,666
2012	3,044,971	477,104	308,060	1,498,933	609,137	92,828	6,625	52,284
2015	2,463,422	246,464	152,768	1,325,402	526,058	108,512	20,820	83,398

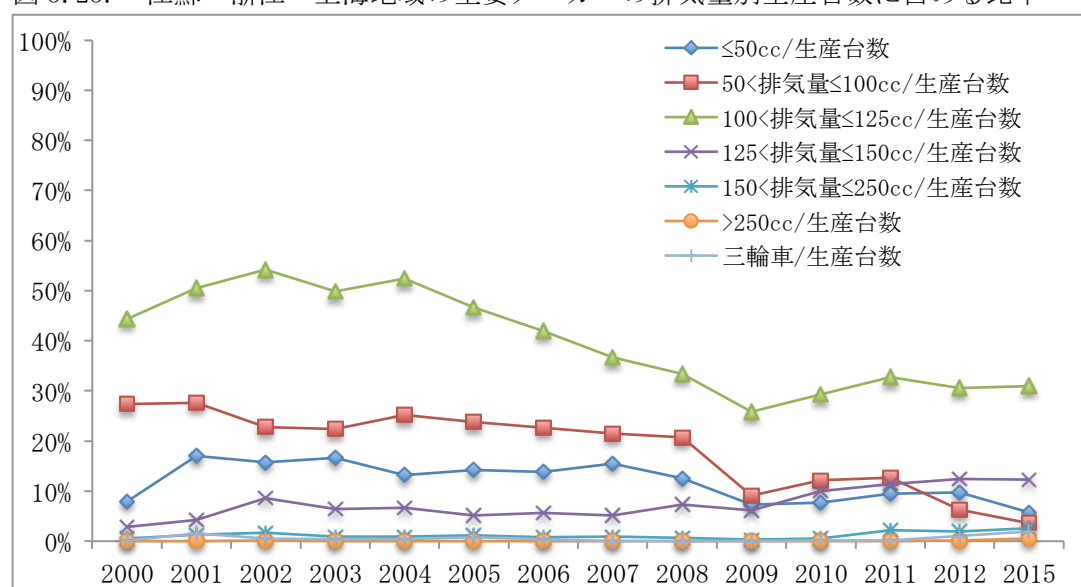
出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」より筆者作成

江蘇・浙江・上海地域では、排気量別の車種が同地域の生産台数に占める比率をみると、排気量 100cc～125cc は同地域の生産台数に占める比率が一番高く、2015 年に約 31% である（図 5.25 参照）。排気量 50cc～100cc の同地域の生産台数に占める比率は 2000 年

の約 27%から 2015 年の 10%未満へ減少した。排気量 50cc 以下の車種が同地域の生産台数に占める比率も 2001 年の約 17%から 2015 年の 5.8%と下落した。ただし、排気量 125cc～150cc が同地域の生産台数に占める比率は 2000 年の 2.9%から 2015 年の 12.3%へと増加した。同地域の三輪車の生産台数は同地域の生産台数の 1.9%しかない。

つまり、江蘇・浙江・上海地域のオートバイ産業は重慶、広東地域と同様に排気量 100cc～125cc に特化し生産しているといえる。

図 5.25. 江蘇・浙江・上海地域の主要メーカーの排気量別生産台数に占める比率



出所：『中国汽车工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」より筆者作成

④江蘇・浙江・上海地域の三輪車

江蘇・浙江・上海地域の三輪車の生産台数は 2000 年から 2015 年まで増加しているが、同地域の三輪車の生産台数は少ない（表 5.25 参照）。同地域の三輪車の生産台数は 2000 年に約 6,000 台であったが、2015 年になると、約 8 万台に達した。しかし、同地域の三輪車が全国の三輪車の生産台数に占める比率は非常に小さく、おおむね 10%以内である。

表 5. 25. 江蘇・浙江・上海地域の三輪車の生産台数及び全国三輪車に占める比率

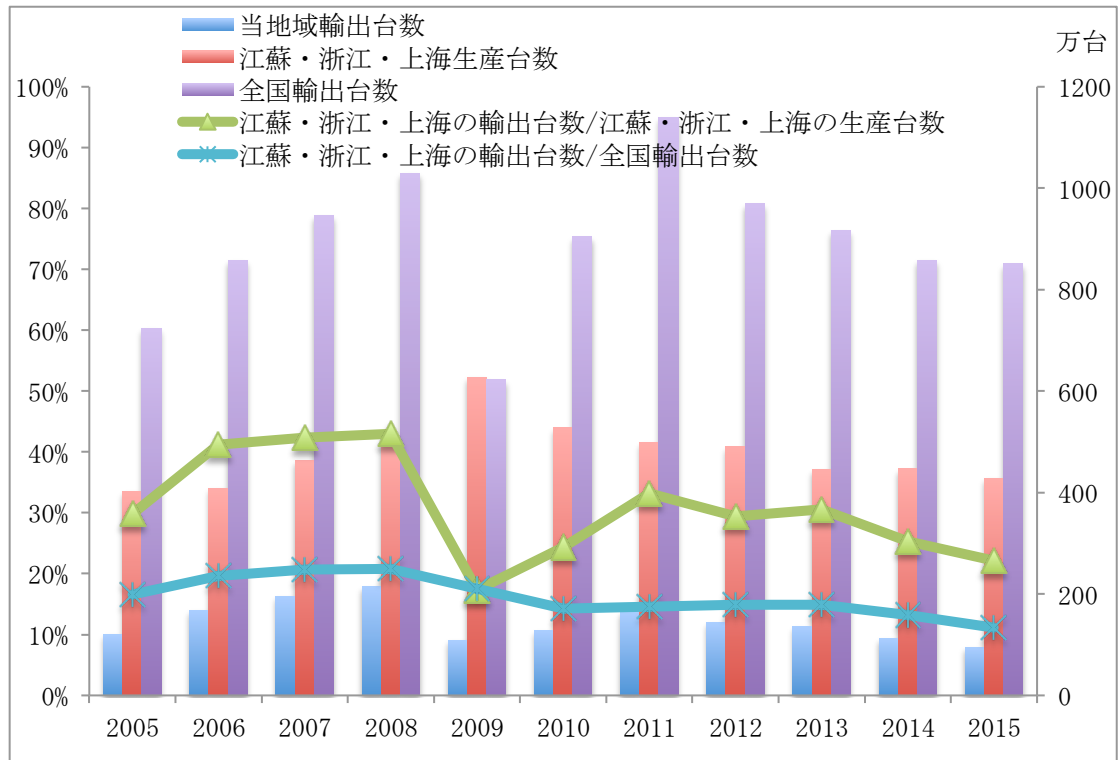
	江蘇・浙江・上海地域の三輪車生産台数	全国の三輪車生産台数	江蘇・浙江・上海地域の三輪車生産台数/全国の三輪車生産台数
2000	6,013	410,781	1.5%
2001	41,816	506,394	8.3%
2002	18,319	538,332	3.4%
2003	15,377	559,981	2.7%
2004	17,363	615,418	2.8%
2005	33,044	530,329	6.2%
2006	17,631	899,329	2.0%
2007	-	1,215,038	0.0%
2008	-	1,559,146	0.0%
2009	-	1,835,082	0.0%
2010	8,511	2,205,389	0.4%
2011	8,666	2,350,600	0.4%
2012	52,284	2,313,594	2.3%
2015	83,398	2,086,360	4.0%

出所：『中国汽車工業年鑑』の「地区汽車産業資料」より筆者作成

⑤江蘇・浙江・上海地域のオートバイ産業の輸出

江蘇・浙江・上海地域の輸出台数は少なく、多い時でも 2008 年の約 200 万台である（図 5. 26 参照）。2015 年の同地域の輸出台数は約 95 万台である。江蘇・浙江・上海地域の全国の輸出台数に占める比率は徐々に減少し、2008 年の約 20%から 2015 年の約 11%に減少した（図 5. 26 参照）。また、江蘇・浙江・上海地域の生産台数に占める輸出台数の比率も 2008 年の約 43%から 2015 年の約 22%へ減少した。つまり、江蘇・浙江・上海地域の輸出は減少していることがわかる。

図 5.26. 江蘇・浙江・上海地域の上位 76 位以内主要輸出メーカーの輸出台数、生産台数の全国輸出台数に占める比率



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

江蘇・浙江・上海地域において 2005 年から 2015 年までの期間、合弁企業の輸出台数は約 25 万台から約 42 万台へと増加した。合弁企業の輸出台数が同地域の輸出台数に占める比率も 2005 年の約 21% から 2015 年の 45% まで増加した（表 5.26 参照）。つまり、江蘇・浙江・上海地域の合弁企業による輸出が増加する傾向がみられる。また、江蘇・浙江・上海地域では合弁企業の生産台数は減少しているが、輸出台数は増加している。そして、合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率も 2005 年の約 24% から 2015 年の約 48% へと増加した。このため、江蘇・浙江・上海地域の合弁企業は国内市場から輸出に転換する傾向があるといえる。

表 5. 26. 江蘇・浙江・上海地域の合併企業の生産、輸出台数及び比率の推移

	合併企業の 生産台数	合併企業の 輸出台数	合併企業の輸 出台数/当地 域の輸出台数	合併企業の輸 出台数/合併企 業の生産台数
2005	1,080,884	257,757	21.5%	23.8%
2006	918,548	380,483	22.7%	41.4%
2007	1,002,351	449,714	23.0%	44.9%
2008	1,036,974	398,374	18.6%	38.4%
2009	771,311	278,229	25.6%	36.1%
2010	937,314	339,129	26.4%	36.2%
2011	1,054,658	484,081	29.2%	45.9%
2012	1,180,547	644,917	44.8%	54.6%
2013	1,037,086	566,030	41.5%	54.6%
2014	962,903	498,541	44.1%	51.8%
2015	894,198	428,195	45.2%	47.9%

出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

江蘇・浙江・上海地域では、国内資本系企業の生産台数が減少するとともに輸出台数も減少した。生産台数は 2005 年の約 260 万台から 2015 年の約 160 万台へと減少した。国内資本系企業の輸出台数は 2015 年には約 150 万台となった。国内資本系企業の輸出台数が同地域の輸出台数に占める比率も 2005 年の約 78% から 2015 年の約 54% となった（表 5. 27 参照）。そして、国内資本系企業の生産台数における輸出台数の比率は 2005 年の約 36% から 2015 年の約 31% へと減少した。

つまり、江蘇・浙江・上海地域は合併企業の生産台数に占める輸出台数の比率は増加しているが、国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率は減少している。同地域の合併企業は輸出に転換する傾向があり、国内資本系企業は国内市場に転換する傾向がみられる。

表 5.27. 江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業の生産、輸出台数及び比率の推移

	国内資本系 企業の生産 台数	国内資本系 企業の輸出 台数	国内資本系企 業の輸出量/ 当地域の輸出 台数	国内資本系企 業の輸出台数/ 国内資本系企 業の生産台数
2005	2,616,125	942,137	78.5%	36.0%
2006	2,558,736	1,298,972	77.3%	50.8%
2007	2,689,274	1,508,443	77.0%	56.1%
2008	2,675,077	1,740,554	81.4%	65.1%
2009	2,290,536	809,223	74.4%	35.3%
2010	2,224,193	946,271	73.6%	42.5%
2011	2,374,270	1,175,964	70.8%	49.5%
2012	1,864,424	795,187	55.2%	42.7%
2013	1,803,683	796,744	58.5%	44.2%
2014	1,716,822	631,745	55.9%	36.8%
2015	1,672,751	519,393	54.8%	31.1%

出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

⑥集積地を中心とした域内需要について

江蘇・浙江・上海地域において、2005 年から 2012 年まで生産されたオートバイは約 400 万台を維持し、国内供給も 2012 年に約 340 万台ある。輸出台数は 2005 年の約 120 万台から 2012 年の約 140 万台となった（表 5.28 参照）。また、江蘇・浙江・上海地域の生産台数に占める輸出台数の比率は 2005 年から 2012 年まで約 30%から約 40%を維持している。また、江蘇・浙江・上海地域の生産台数に占める国内供給の比率も約 60%から約 70%を維持している。つまり、江蘇・浙江・上海地域では国内供給は輸出台数より多いということがわかる（表 5.28 参照）。

表 5.28. 江蘇・浙江・上海地域の生産台数、輸出台数、国内供給の推移

	生産台数	輸出台数	国内供給	輸出台数/ 生産台数	国内供給/ 生産台数
2005	4,022,500	1,199,894	2,822,606	29.8%	70.2%
2006	4,077,100	1,679,455	2,397,645	41.2%	58.8%
2007	4,628,100	1,958,157	2,669,943	42.3%	57.7%
2008	4,975,300	2,138,928	2,836,372	43.0%	57.0%
2009	6,274,501	1,087,452	5,187,049	17.3%	82.7%
2010	5,279,650	1,285,400	3,994,250	24.3%	75.7%
2011	4,993,008	1,660,045	3,332,963	33.2%	66.8%
2012	4,898,882	1,440,104	3,458,778	29.4%	70.6%

出所：『中国統計年鑑』、『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

江蘇・浙江・上海地域の保有台数、域内消費と移出台数を推測し、同地域の生産台数

と比較すると保有台数は極めて多い。2012年には約1,300万台ある（表5.29参照）。しかし、江蘇・浙江・上海地域の保有台数は2005年から2012年まで減少し、同地域内の消費も少ない。同地域の域内消費は2012年に約21万台しかない。したがって、同地域のオートバイの移出台数は高い数字を維持していることがわかる。2012年に同地域の移出台数は約320万台に達した（表5.29参照）。それに対して、輸出台数は約140万台である。以上のように、2012年に江蘇・浙江・上海地域の内需は輸出台数を超えた。また、江蘇・浙江・上海地域の移出台数も輸出台数を超えたことがわかる。

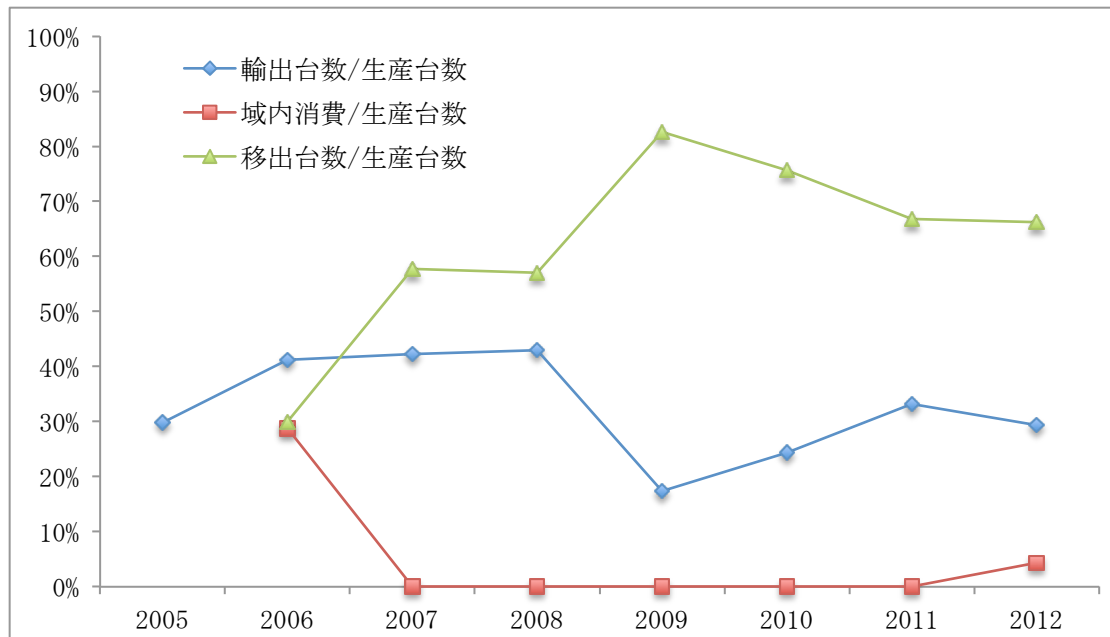
表 5.29. 江蘇・浙江・上海地域の輸出、保有、域内消費、移出台数の推移

	生産台数	輸出台数	保有台数	域内消費	移出台数
2005	4,022,500	1,199,894	17,764,877		
2006	4,077,100	1,679,455	18,939,571	1,174,694	1,222,951
2007	4,628,100	1,958,157	18,180,447	-	2,669,943
2008	4,975,300	2,138,928	17,163,824	-	2,836,372
2009	6,274,501	1,087,452	17,123,361	-	5,187,049
2010	5,279,650	1,285,400	16,537,360	-	3,994,250
2011	4,993,008	1,660,045	13,039,618	-	3,332,963
2012	4,898,882	1,440,104	13,252,617	213,000	3,245,778

出所：『中国統計年鑑』、『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

また、江蘇・浙江・上海地域の生産台数に占める域内消費の比率は、2005年にはまだ約30%の比率を占めているが、その後年々減少し、2012年には5%以下しかない（図5.27参照）。江蘇・浙江・上海地域の生産台数に占める移出台数の比率は2012年には約66%である。つまり、江蘇・浙江・上海地域では、移出台数が輸出台数より多く、同地域のオートバイ産業は国内市場に向けているといえる。

図 5.27. 江蘇・浙江・上海地域の生産台数に占める輸出台数、域内消費、移出台数の比率



出所：『中国統計年鑑』、『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

⑦まとめ：江蘇・浙江・上海地域のオートバイの特徴

以上の分析により、江蘇・浙江・上海地域には以下のような特徴がある。

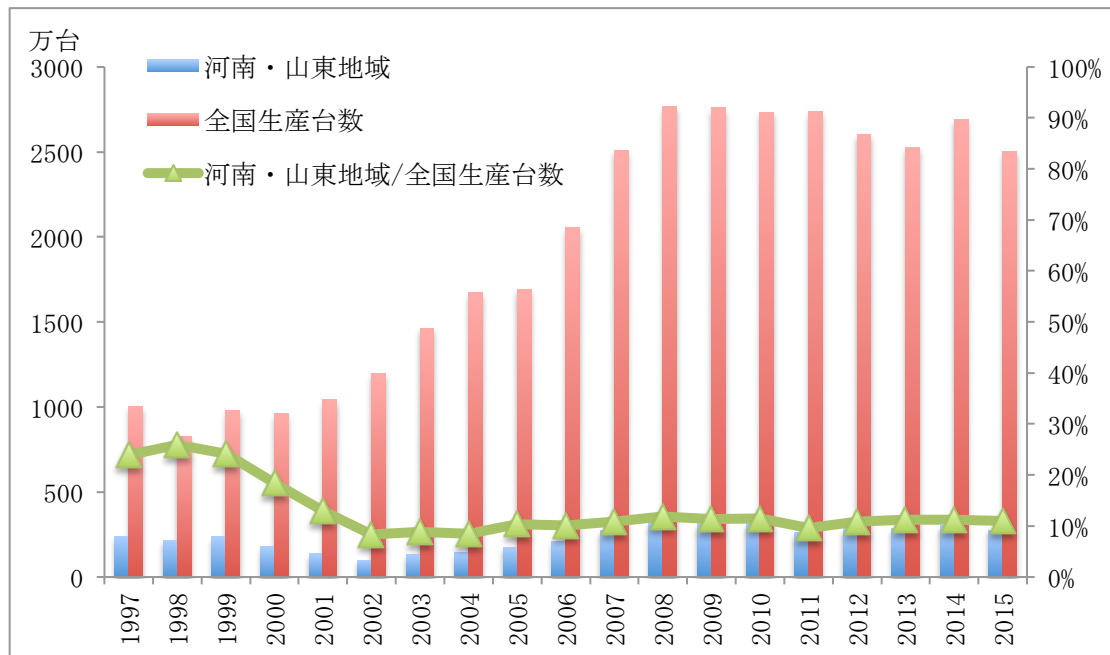
- i) 江蘇・浙江・上海地域のオートバイの生産台数は 440 万台ほどを維持し、全国生産台数の約 20% の比率を占めている。
 - ii) 江蘇・浙江・上海地域では企業の集中度は重慶地域や広東地域と比べると低い。江蘇・浙江・上海地域における主要なメーカーの生産台数は総生産台数の約 60% を占めている。
 - iii) 江蘇・浙江・上海地域では、オートバイ企業は民間企業と合弁企業が中心であり、同地域の生産台数における合弁企業の生産台数の比率は約 20% を占めている。
 - iv) 江蘇・浙江・上海地域は重慶、広東地域と同様にオートバイの生産が、排気量 100cc ～125cc の車種に集中している。
 - v) 江蘇・浙江・上海地域の三輪車の生産台数は少なく、全国の三輪車の生産台数に占める比率もまだ低い。2015 年の比率は約 4% しかない。
 - vi) 江蘇・浙江・上海地域のオートバイの輸出台数は全国に占める比率が重慶、広東地域ほどではない。2015 年には同地域の輸出台数は全国の輸出台数に占める比率は約 15% である。同地域の生産台数に占める輸出台数の比率は約 20% である。また、同地域の合弁企業の輸出台数は同地域の輸出台数に占める比率は約 45% である。
 - vii) 江蘇・浙江・上海地域のオートバイ産業は輸出台数が少なく、主に内需を中心としている。
- 以上について、同地域の国内資本系企業と合弁企業にわけ、生産、輸出と国内供給を詳細に分析しなければならない。

5.2.4 河南・山東地域

①河南・山東地域のオートバイ産業の生産規模と集中化

河南・山東地域の生産台数は4大集積地のなかで一番少なく、オートバイの生産台数は2000年代後半から、約300万台を維持している（図5.28参照）。また、同地域の生産台数が全国生産台数に占める比率は、2000年代以前に約25%あり、その後、比率は年々減少し、2015年になると約10%となった。つまり、河南・山東地域のオートバイ産業の生産規模は小さく、継続的に約300万台が生産されている。

図5.28. 河南・山東地域のオートバイの生産台数及び全国生産台数に占める比率



出所：『中国統計年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

河南・山東地域の企業の集中度は江蘇・浙江・上海地域と同様に低い（表5.30参照）。2005年までは、主要なメーカーの生産台数が同地域の生産台数に占める比率は約57%であったが、その後僅かに減少した。2015年にも約56%の比率を示している。このため、同地域ではオートバイ企業が分散し集中度は低いといえる。

表 5.30. 河南・山東地域の全国上位 50 位以内の生産メーカーの生産台数及び比率の推移

	企業数	主要なメーカー生産台数	河南・山東地域生産台数	主要なメーカー生産台数/河南・山東地域生産台数
2000	9	1,021,984	1,768,900	57.8%
2001	6	993,279	1,356,800	73.2%
2002	6	941,002	998,900	94.2%
2003	4	950,037	1,299,200	73.1%
2004	4	1,060,385	1,415,900	74.9%
2005	4	1,418,395	1,755,600	80.8%
2006	3	1,445,186	2,080,500	69.5%
2007	4	1,581,456	2,708,900	58.4%
2008	5	2,187,430	3,289,200	66.5%
2009	5	2,140,061	3,143,724	68.1%
2010	4	1,683,094	3,154,474	53.4%
2011	5	1,910,254	2,634,096	72.5%
2012	5	1,597,662	2,825,114	56.6%
2013	6	2,265,492	2,826,558	80.2%
2014	6	2,166,257	3,028,172	71.5%
2015	4	1,558,800	2,764,000	56.4%

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」より筆者作成

②河南・山東地域のオートバイ産業の企業形態

河南・山東地域では全国上位 50 位以内の生産メーカーと全国上位 76 位以内の輸出メーカーの数は非常に少ない（表 5.31 参照）。全国上位 50 社の生産メーカーのなかで 2005 年には 5 社しかなかった。このうちに国営企業が 3 社、民間企業が 1 社、合弁企業は 1 社である。同年の全国上位 76 社の輸出メーカーも 3 社である。このうち、国営企業が 2 社、合弁企業は 1 社、民間企業はない。2015 年の全国上位 50 社の生産メーカーも 5 社である。このうち、国営企業は 2 社、民間企業が 1 社、合弁企業が 2 社である。同年の全国上位 76 社の輸出メーカーも 3 社しかない。このうち、国営企業は 2 社、合弁企業が 1 社である。以上のことから、河南・山東地域では国営企業と合弁企業がオートバイ生産の担い手であるといえる。

表 5.31. 河南・山東地域の上位 50 位以内の生産メーカーと上位 76 位以内の輸出メーカー

2005年		2010年		2015年	
上位50位以内生産メーカー	上位76位以内主要輸出メーカー	上位50位以内生産メーカー	上位76位以内主要輸出メーカー	上位50位以内生産メーカー	上位76位以内主要輸出メーカー
洛陽北方企業集团有限公司	中国輕騎集团有限公司	洛陽北方企業集团有限公司	濟南輕騎摩托車股份有限公司	洛陽北方企業集团有限公司	洛陽北方企業集团有限公司
中国輕騎集团有限公司	洛陽北方易初摩托車有限公司	洛陽北方易初摩托車有限公司	洛陽北方易初摩托車有限公司	洛陽北方易初摩托車有限公司	洛陽北方易初摩托車有限公司
洛陽北方易初摩托車有限公司	洛陽北方企業集团有限公司	濟南輕騎鈴木摩托車有限公司	洛陽北方企業集团有限公司	濟南大隆機車工業有限公司	濟南輕騎摩托車股份有限公司
山東福田重工股份有限公司		濟南大隆機車工業有限公司	濟南大隆機車工業有限公司	濟南輕騎鈴木摩托車有限公司	
山東重騎摩托車（集團）廠		濟南輕騎摩托車股份有限公司	濟南輕騎鈴木摩托車有限公司	濟南輕騎摩托車股份有限公司	

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」各年版より筆者作成

注：黄色は合弁企業、緑は国営企業、白黒は民間企業

洛陽北方易初摩托車有限公司はタイの「正大集團」との合弁企業

河南・山東地域では、2005 年から 2015 年まで国営企業である洛陽北方企業集团有限公司の生産台数は約 100 万台から約 87 万台に減少し、対して輸出台数が約 3 万台から約 18 万台に増加した（表 5.32 参照）。民間企業の生産と輸出台数は増加している。民間企業である濟南大隆機車工業有限公司の 2010 年の生産台数は約 36 万台であり、輸出台数は約 4 万台である（表 5.32 参照）。

また、河南・山東地域で上位 50 位生産メーカーに入っている合弁企業は洛陽北方易初摩托車有限公司である。その生産台数は 2005 年の約 66 万台から 2015 年の約 70 万台へと微増した。洛陽北方易初摩托車有限公司の輸出台数は 2005 年の約 6 万台から 2015 年の約 11 万台に増加した（表 5.32 参照）。

表 5.32. 河南・山東地域の上位 50 位以内生産メーカーの生産台数と輸出台数（単位：台）

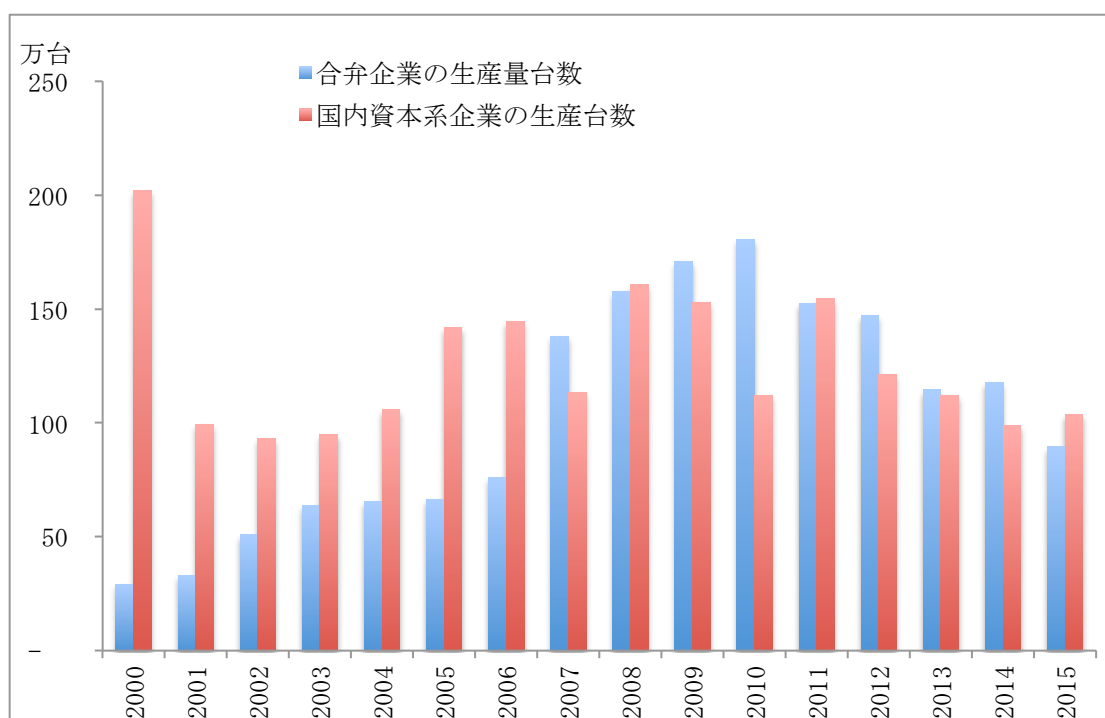
上位50位以内生産メーカー	形態	2005年			2010年			2015年		
		生産台数	輸出台数	輸出台数/生産台数	生産台数	輸出台数	輸出台数/生産台数	生産台数	輸出台数	輸出台数/生産台数
洛陽北方企業集团有限公司	国営	1,006,562	32,965	3.3%	1,653,048	87,051	5.3%	879,919	180,381	20.5%
中国輕騎集团有限公司	国営	877,813	194,084	22.1%						
洛陽北方易初摩托車有限公司	合弁	665,195	62,318	9.4%	1,242,751	107,001	8.6%	707,031	113,341	16.0%
濟南輕騎鈴木摩托車有限公司	合弁				563,500	5,285	0.9%			
濟南大隆機車工業有限公司	民営				368,047	38,850	10.6%			
濟南輕騎摩托車股份有限公司	国営				341,250	132,513	38.8%	156,317	104,265	66.7%
合計		2,549,570	289,367	11.3%	4,168,596	370,700	8.9%	1,743,267	397,987	22.8%

出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

2000 年代以降、河南・山東地域の生産台数は一時減少傾向にあったが、近年、増加の兆しがみられる。この地域は重慶地域と同様に伝統的な重工業地域であり、国営企業が多く存在する。2000 年までは、国内資本系企業のオートバイの生産台数は合弁企業より遥かに多いが（図 5. 29 参照）、2000 年以降になると、国内資本系企業の生産台数は減少し、合弁企業の生産台数が増加し続けている。2000 年代の後半から国内資本系企業と合弁企業の生産台数の格差が縮小し、年によっては、合弁企業の生産台数が国内資本系企業より多い。

同地域は当初、国営企業が生産の中心であった。中国全体のオートバイ市場は国営企業の競争力が弱くなるとともに、生産台数が減少している。同様に国営企業を中心とした重慶地域も民間企業の台頭により民間企業が生産の中心となった。しかし、河南・山東地域はスズキの合弁企業の台頭により合弁企業の生産台数が高くなった（図 5. 29 参照）。

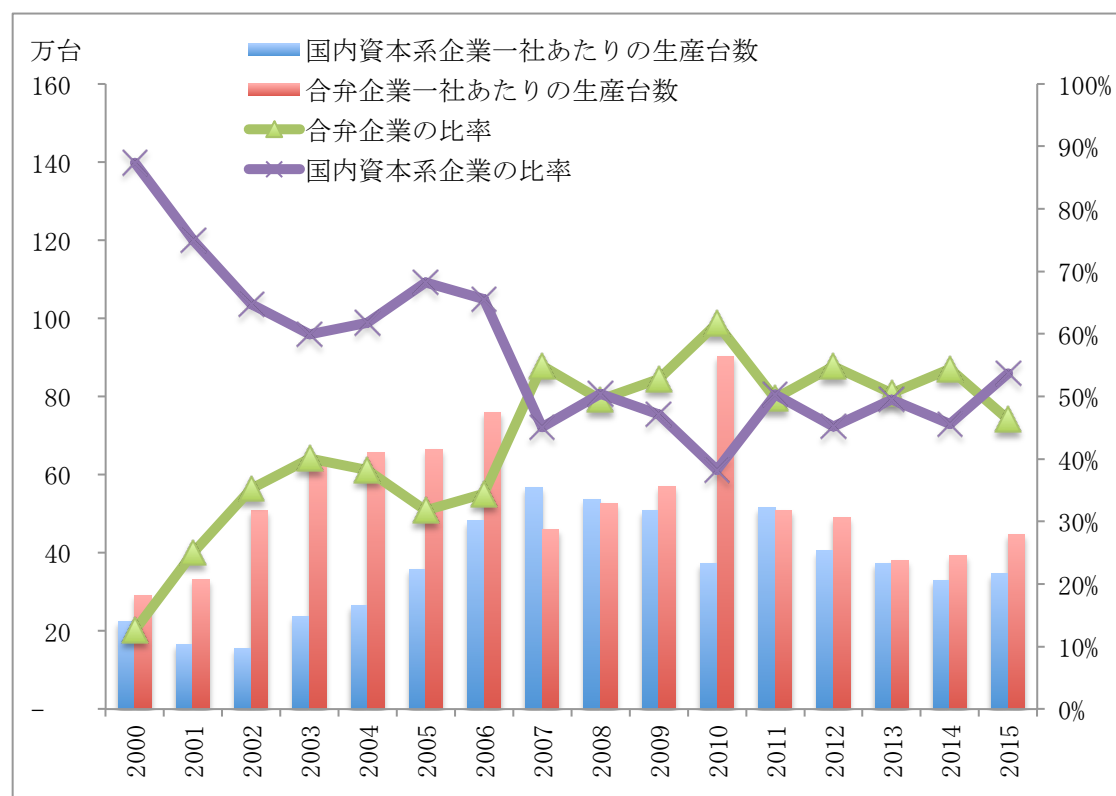
図 5. 29 河南・山東地域の合弁企業と国内資本系企業の生産台数



出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」各年版より筆者作成

このように、同地域では合弁企業の影響が次第に強まり、2010 年には合弁企業の生産シェアが約 60%を占める（図 5. 30 参照）。次に、1 社あたりの生産台数をみると、2000 年以降、国内資本系企業は 20 万台から約 50 万台に増加したのに対して、合弁企業は 2000 年の 25 万から 2010 年には 90 万台になった。また、合弁企業の生産台数が過半数を超えており、1 社あたりの生産も多いことから、同地域では合弁企業が重要な役割を果たしていると言える。

図 5.30. 河南・山東地域の合併企業と国内資本系企業の生産の変化（生産台数上位 50 社）



出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」各年版より筆者作成

③排気量別にみた生産の特徴

河南・山東地域では、排気量 100cc、110cc、125cc、150cc の車種の生産台数が比較的多い（表 5.33 参照）。排気量 100cc の車種は 2000 年の約 5 万台から 2015 年の約 11 万台に増加した。排気量 110cc の車種は 2000 年の約 5 万台から 2015 年の約 35 万台に増加した。排気量 125cc の生産台数は 2000 年の約 8 万台から 2015 年の約 36 万台に増加した。排気量 150cc の生産台数は 2000 年の約 1 万台から 2015 年の約 11 万台となった。また、同地域では、排気量 100cc 以下の車種の生産台数は比較的に少なく、とくに、排気量 60cc～90cc の生産台数はわずかである。しかし、排気量 50cc 以下の生産台数は 2015 年に約 26 万台となった。一方、排気量 250cc 以上の車種の生産台数は少ない。三輪車の生産台数は 2000 年の約 20 万台から 2015 年の約 28 万台へと増加した（表 5.33 参照）。

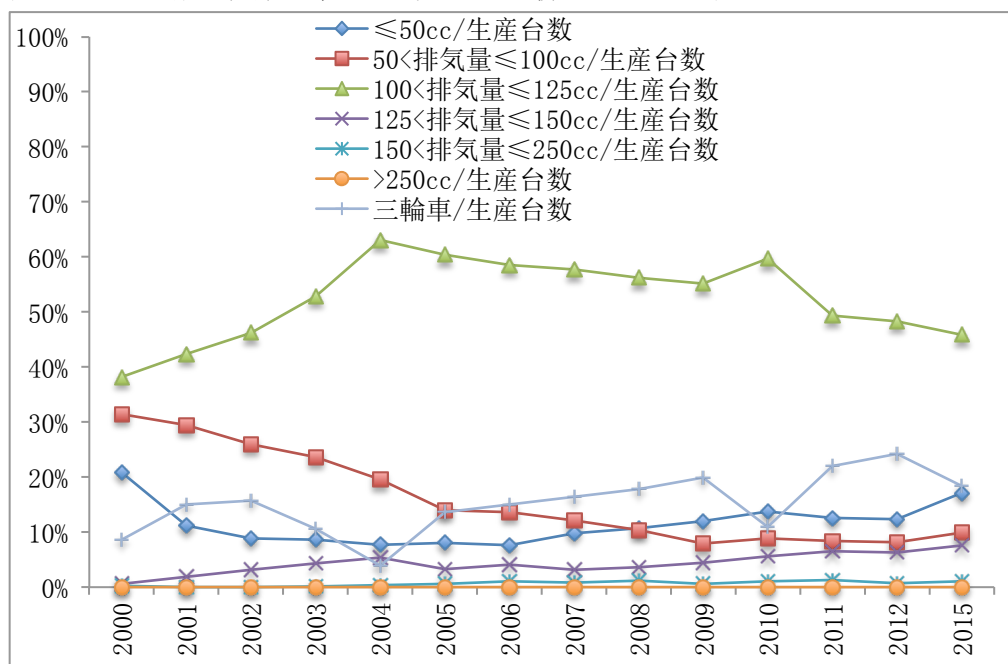
表 5.33. 河南・山東地域の主要メーカーの排気量別の生産台数

	主要なメーカー	≤50cc	60cc	70cc	80cc	90cc	100cc	110cc	125cc	150cc	250cc	>250cc	三輪車
2000	2,313,499	482,843	9,164	9,310	1,419	206,900	500,550	56,694	827,047	13,560	5,422	-	200,890
2001	1,324,065	148,594	8,331	8,017	1,350	119,219	252,902	21,247	539,646	24,972	219	-	199,568
2002	1,441,002	127,690	11,060	3,223	162	153,217	206,670	66,041	599,921	45,323	886	-	226,809
2003	1,585,758	135,915	-	1,342	-	177,412	195,585	118,568	718,667	68,793	1,372	-	168,104
2004	1,716,015	131,881	-	1,600	-	100,461	233,332	260,682	822,418	92,715	5,798	-	67,128
2005	2,083,590	168,209	-	1,483	2,032	81,169	207,063	327,921	930,347	67,537	12,779	-	285,050
2006	2,204,116	168,157	-	2,232	442	96,991	201,238	425,157	864,857	91,368	23,314	-	330,360
2007	2,513,214	244,745	-	841	-	62,464	241,526	496,612	954,126	78,289	22,174	-	412,437
2008	3,185,907	340,007	-	6,890	-	73,366	249,917	732,357	1,057,633	116,749	39,436	1,168	568,384
2009	3,236,883	387,780	-	5,673	-	62,394	188,630	764,975	1,019,558	143,042	17,764	1,413	645,654
2010	2,925,845	403,583	-	8,491	2	60,222	191,803	806,633	941,305	163,768	30,105	-	319,933
2011	3,070,567	385,248	304	64,966	-	10,522	180,886	679,311	834,638	199,895	39,300	-	675,497
2012	2,684,000	331,936	-	5,374	-	66,254	146,216	690,054	606,739	169,981	17,821	60	649,565
2015	1,558,800	267,435	-	1,974	-	39,266	112,928	349,906	365,087	117,790	17,214	-	287,200

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」より筆者作成

河南・山東地域では、排気量 100cc～125cc のオートバイの比率は他の車種より圧倒的に大きく、同地域の生産は排気量 100cc～125cc に集中している（図 5.31 参照）。排気量 100cc～125cc は同地域の約 50%の比率を占めている。また、排気量 50cc～100cc のオートバイは最初の 30%から減少しつつあり、2015 年に約 10%しかない。河南・山東地域では三輪車の比率が比較的に大きく、約 20%の比率を占めている。

図 5.31. 河南・山東地域の主要メーカー排気量別の比率

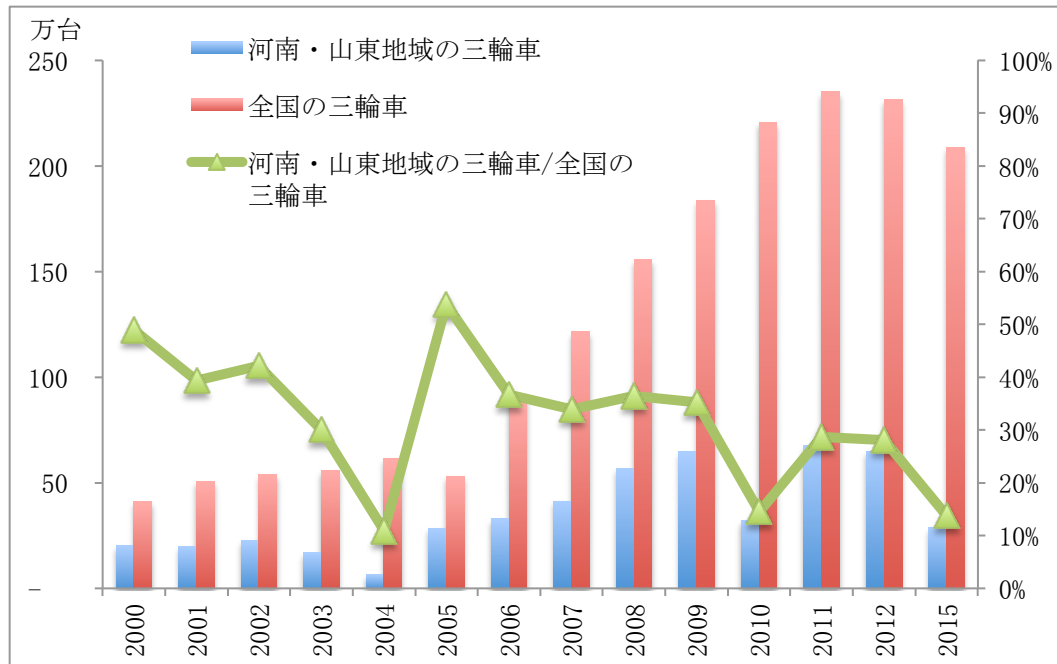


出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」より筆者作成

④河南・山東地域の三輪車

河南・山東地域の三輪車の生産台数は2000年から2015年まで増加しているが、同地域の三輪車の生産台数は少ない（図5.32参照）。同地域の三輪車の生産台数は2000年の約2万台から2009年の約64万台に増加した。しかし、2015年には約29万台となった。同地域の三輪車が全国三輪車の生産台数に占める比率は2000年の約49%から2015年の約14%へと減少した。

図5.32 河南・山東地域の三輪車の生産台数及び全国三輪車に占める比率

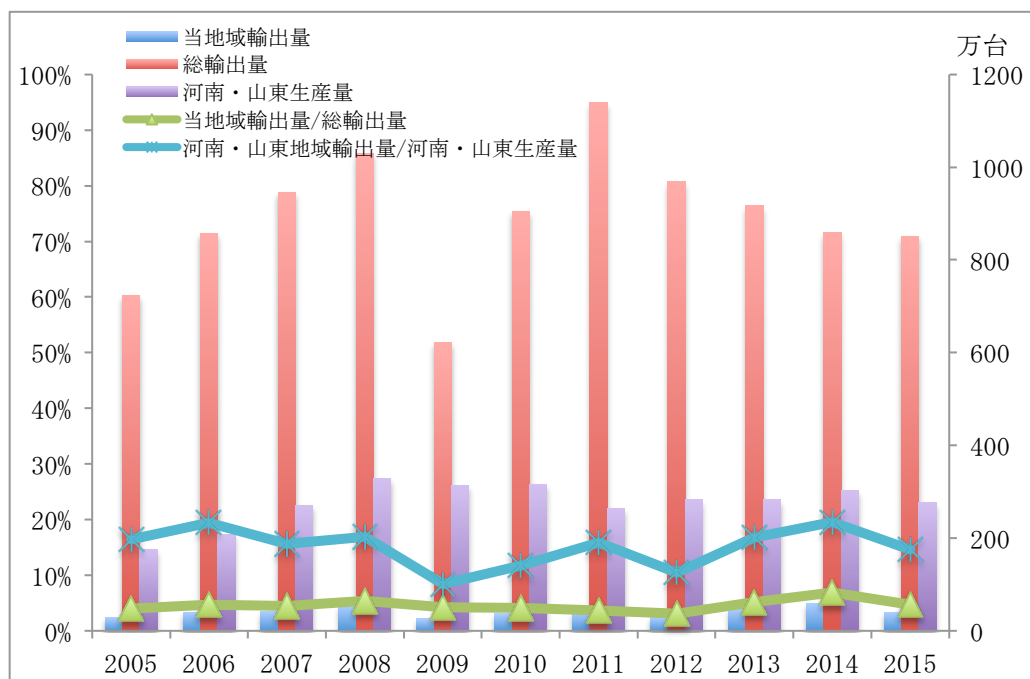


出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区別汽車産業資料」より筆者作成

⑤河南・山東地域のオートバイ産業の輸出

河南・山東地域は江蘇・浙江・上海地域と同様に輸出台数が少なく、2015年の同地域の輸出台数は約40万台である（図5.33参照）。また、河南・山東地域の生産台数に占める輸出台数の比率も少なく、2015年の約5%である。同地域の総生産台数のうち輸出台数が占める比率も20%に達していない。つまり、河南・山東地域の輸出は減少していることがわかる。オートバイ4大集積地域のうち、河南・山東地域の輸出台数がもっとも少ない。

図 5.33. 河南・山東地域の上位 76 位以内の主要輸出メーカーの輸出台数、生産台数、の総輸出台数に占める比率



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

2005 年から 2015 年までの河南・山東地域における合弁企業の輸出台数は約 6 万台から約 11 万台へと増加した。合弁企業の輸出台数が同地域の輸出台数に占める比率も 2005 年の約 21% から 2015 年の 28% まで増加した（表 5.34 参照）。また、同地域の合弁企業の生産台数は 2005 年の 66 万台から 2015 年の 89 万台へと増加した。そして、合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率も 2005 年の約 9.4% から 2015 年の約 13% へと増加した。つまり、河南・山東地域の合弁企業の市場行動は国内市場中心であることがわかる。

表 5.34. 河南・山東地域の合弁企業の生産、輸出台数及び比率の推移

	合弁企業の 生産台数	合弁企業の 輸出台数	合弁企業輸出台数/ 当地域の輸出台数	合弁企業輸出台数/ 合弁企業の生産台数
2005	665,195	62,318	21.5%	9.4%
2006	758,930	76,971	19.0%	10.1%
2007	1,380,518	101,335	24.0%	7.3%
2008	1,578,507	112,766	20.3%	7.1%
2009	1,709,815	86,034	32.6%	5.0%
2010	1,806,251	112,286	30.3%	6.2%
2011	1,525,306	153,991	36.9%	10.1%
2012	1,470,219	132,041	44.5%	9.0%
2013	1,144,641	140,013	29.6%	12.2%
2014	1,178,884	204,101	34.5%	17.3%
2015	895,356	115,787	28.7%	12.9%

出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

河南・山東地域の国内資本系企業の生産台数は2005年の約140万台から2015年の約100万台へと減少した。国内資本系企業の輸出台数は2005年の22万台から2015年には約28万台へと増加した。国内資本系企業の輸出台数が同地域の輸出台数に占める比率も2005年の約78%から2015年の約71%へと減少した（表5.35参照）。そして、国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率は2005年の約16%から2015年の約27%に増加した。

つまり、河南・山東地域の輸出は国内資本系企業が展開し、合弁企業の輸出台数は少ない。また、合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率は約13%であり、国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率は約27%である。そのため、国内資本系企業と合弁企業のオートバイの生産は国内市場に向けているといっていよう。

表 5. 35. 河南・山東地域の合弁企業の生産、輸出台数及び比率の推移

	国内資本系企業の生産台数	国内資本系企業の輸出台数	国内資本系企業の輸出台数/ 当地域の輸出台数	国内資本系企業の輸出台数/ 国内資本系企業の生産台数
2005	1,418,395	227,049	78.5%	16.0%
2006	1,445,186	327,823	81.0%	22.7%
2007	1,132,696	320,803	76.0%	28.3%
2008	1,607,400	443,298	79.7%	27.6%
2009	1,527,068	178,256	67.4%	11.7%
2010	1,119,594	258,414	69.7%	23.1%
2011	1,545,261	262,888	63.1%	17.0%
2012	1,213,781	164,647	55.5%	13.6%
2013	1,120,851	333,779	70.4%	29.8%
2014	987,373	387,151	65.5%	39.2%
2015	1,037,615	287,754	71.3%	27.7%

出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前50社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

⑥集積地を中心とした域内需要について

河南・山東地域で生産されたオートバイは2005年から2012年まで国内供給で約140万台から約250万台へ増加した。輸出台数は2005年の約290万台から2012年の約300万台へと微増した（表5.36参照）。また、河南・山東地域の生産台数に占める輸出台数の比率は2005年の17%から2012年の約11%に減少した。対して、河南・山東地域の生産台数に占める国内供給の比率は2005年の約84%から2012年の90%に増加した。つまり、河南・山東地域では国内供給は輸出台数より多いことがわかる（表5.36参照）。

表 5.36. 河南・山東地域の生産台数、輸出台数と国内供給の推移

	生産台数	輸出台数	国内供給	輸出台数/ 生産台数	国内供給/ 生産台数
2005	1,755,600	289,367	1,466,233	16.5%	83.5%
2006	2,080,500	404,794	1,675,706	19.5%	80.5%
2007	2,708,900	422,138	2,286,762	15.6%	84.4%
2008	3,289,200	556,064	2,733,136	16.9%	83.1%
2009	3,143,724	264,290	2,879,434	8.4%	91.6%
2010	3,154,474	370,700	2,783,774	11.8%	88.2%
2011	2,634,096	416,879	2,217,217	15.8%	84.2%
2012	2,825,114	296,688	2,528,426	10.5%	89.5%

出所：『中国自動車工業年鑑』各年版の「地区自動車産業資料」より筆者作成

河南・山東地域の保有台数、域内消費と移出台数を推測するとかなりの数である。2012年の保有台数は約2,400万台である（表5.37参照）。しかし、地域内消費は少ない。同地域の域内消費は2010年に約82万台しかない。対して、同地域の移出台数は高く、2012年には約250万台に達した（表5.37参照）。同年の輸出台数は約140万台である。このことから、河南・山東地域の移出台数が輸出台数を超えたことがわかる。

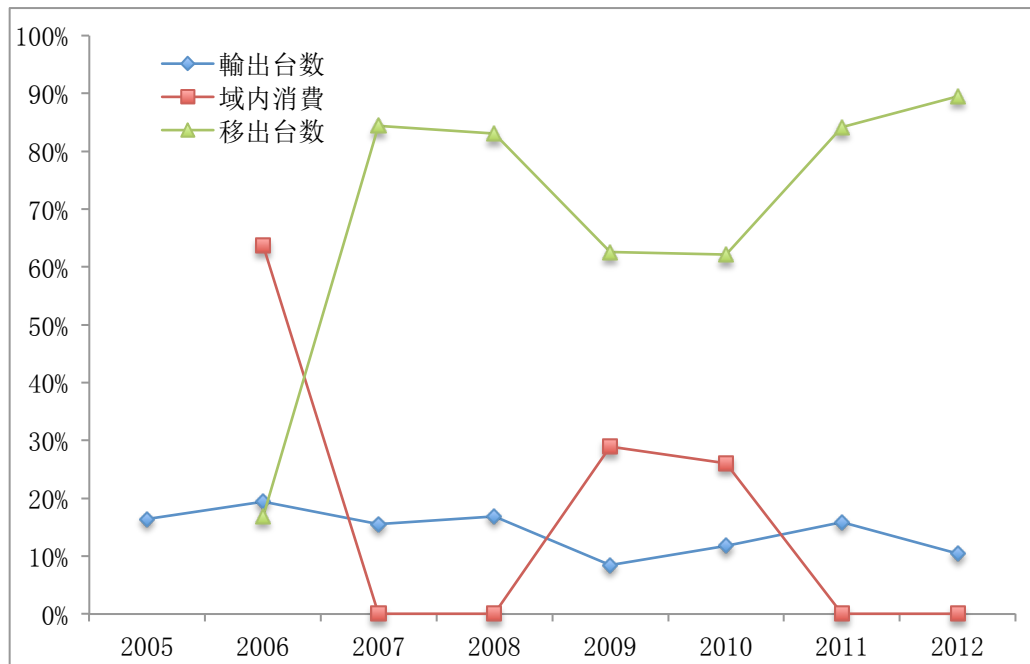
表 5.37. 河南・山東地域の生産、輸出、保有、域内消費と移出の推移

	生産台数	輸出台数	保有台数	域内消費	移出台数
2005	1,755,600	289,367	27,898,432		
2006	2,080,500	404,794	29,223,561	1,325,129	350,577
2007	2,708,900	422,138	29,221,523	－	2,286,762
2008	3,289,200	556,064	27,567,184	－	2,733,136
2009	3,143,724	264,290	28,477,235	910,052	1,969,382
2010	3,154,474	370,700	29,300,513	823,277	1,960,497
2011	2,634,096	416,879	25,251,368	－	2,217,217
2012	2,825,114	296,688	24,761,342	－	2,528,426

出所：『中国統計年鑑』、『中国自動車工業年鑑』各年版の「地区自動車産業資料」より筆者作成

また、河南・山東地域の生産台数に占める域内消費の比率は、2006年に約60%に達したが、その後年々減少している（図5.34参照）。2012年の河南・山東地域の生産台数に占める移出台数の比率は約89%である。同年の生産台数に占める輸出台数の比率は約10%である。つまり、河南・山東地域では移出台数が輸出台数より多く、同地域のオートバイ産業は国内市場に向けていることがわかる。

図 5.34. 河南・山東地域の生産台数に占める輸出台数、域内消費、移出台数の比率



出所：『中国統計年鑑』、『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

⑦まとめ：河南・山東地域のオートバイ産業の特徴

以上の分析により、河南・山東地域には以下のような特徴がある。

- i) 河南・山東地域のオートバイの生産台数は300万台ほどを維持し、全国生産台数の約10%の比率を占めている。また、河南・山東地域の生産台数は4大集積地のなかでもっとも少ない。
- ii) 河南・山東地域では企業の集中度は江蘇・浙江・上海地域と同様に低い。河南・山東地域における主要なメーカーの生産台数は同地域の生産台数の約60%を占めている。
- iii) 河南・山東地域では、オートバイ企業は国営企業と合弁企業が中心である。
- iv) 河南・山東地域は他の3地域と同じように排気量100cc～125ccの車種の生産を集中している。
- v) 河南・山東地域の三輪車の生産台数は2015年に約29万台である。また、同年の全国の三輪車の生産台数に占める比率は約14%である。
- vi) 河南・山東地域のオートバイの輸出台数は非常に少なく、2015年に同地域の輸出台数は全国の輸出台数に占める比率はわずか約5%である。また、同地域の生産台数に占める輸出台数の比率も約20%に達していない。同地域の合弁企業の輸出台数が同地域の輸出台数に占める比率は約28%であり、国内資本系企業の輸出台数は同地域の輸出台数に占める比率は約71%である。
- vii) 河南・山東地域のオートバイ産業は輸出台数が少なく、主に国内供給を中心としている。そのため、同地域の国内資本系企業と合弁企業にわけ、生産、輸出と国内供給で詳細に見ないといけない。

本項では、4大集積地のそれぞれの特徴を分析した。この確認から、国内資本系企業と合弁企業は生産、輸出と国内供給に異なる市場行動を確認できた。そのため、次項では各集積地について企業形態別の市場行動を詳細に分析する。

5.3. 4 大集積地の国内資本系企業と合併企業の市場行動による発展パターン

これまで述べてきたように、オートバイ生産は国内資本系企業（国営企業と民間企業）と合併企業によって行われている。以下では各集積地域における企業形態毎の市場行動の分析から、各地域における発展パターンを明らかにする。

5.3.1 重慶地域の国内資本系企業と合併企業の市場行動による発展パターン

2000年代に重慶地域の国内資本系企業の生産台数は2000年の約210万台から2010年の約1,000万台へと大幅に増加した。また、全国生産台数に占める国内資本系企業の生産比率も2000年の約21%から2010年の約40%へと増加した（表5.38参照）。輸出は国内資本系企業の輸出台数が2005年の約180万台から2010年の約380万台へと増加している。また、全国輸出台数に占める比率も2005年の約40%から2010年の約45%へと増加した。国内資本系企業の生産台数に含める輸出台数の比率は2005年の約43%から2010年の約45%へと微増している。

移出台数からみると、国内資本系企業の移出台数は2005年の約320万台から2010年の約450万台へと増加したものの、全国の移出台数に占める比率は2005年の約33%から2010年の約28%へと減少している。しかし、この間、国内資本系企業の生産台数に占める移出台数の比率は2005年の約41%から約2010年の約44%へと増加している。

つまり、2000年代の重慶地域の国内資本系企業の生産台数、輸出台数、移出台数は増加しているといえる。国内資本系企業の輸出台数の全国輸出台数に占める比率は2010年の約45%である。また、国内資本系企業の生産台数における移出台数の比率と輸出台数の比率は2010年の約44%と約45%である。これらから、2000年代に、重慶地域の国内資本系企業は移出と輸出を両立していることがわかった。

その後、2010年代以降になると、同地域の国内資本系企業の生産台数は2011年の約1,000万台から2015年の約710万台に減少しているが、全国生産台数に占める比率は約40%と一定した水準を保っている（表5.38参照）。

輸出の面では、同地域の国内資本系企業の輸出台数は2011年の約490万台から2015年の約350万台へと減少しているが、全国輸出台数に占める比率もまた、約45%という一定の水準を維持している。一方で、国内資本系企業の生産台数における輸出台数の比率は2011年の約56%から2015年の約41%へと減少している。

移出台数からみると、同地域の国内資本系企業の移出台数は全国の移出台数に占める比率は2011年の約26%から2015年の約44%へ増加している。国内資本系企業の移出台数の国内資本系企業の生産台数に占める比率は2011年の約37%から2015年の約50%に増加している。

つまり、2011年以降、重慶地域のオートバイ産業の生産規模は縮小し、国内資本系企業の生産、輸出台数が減少したが、移出台数が増加している。これらのことから2010年代以降、重慶地域の国内資本系企業は国内市場をより重視してきたことが明らかである。

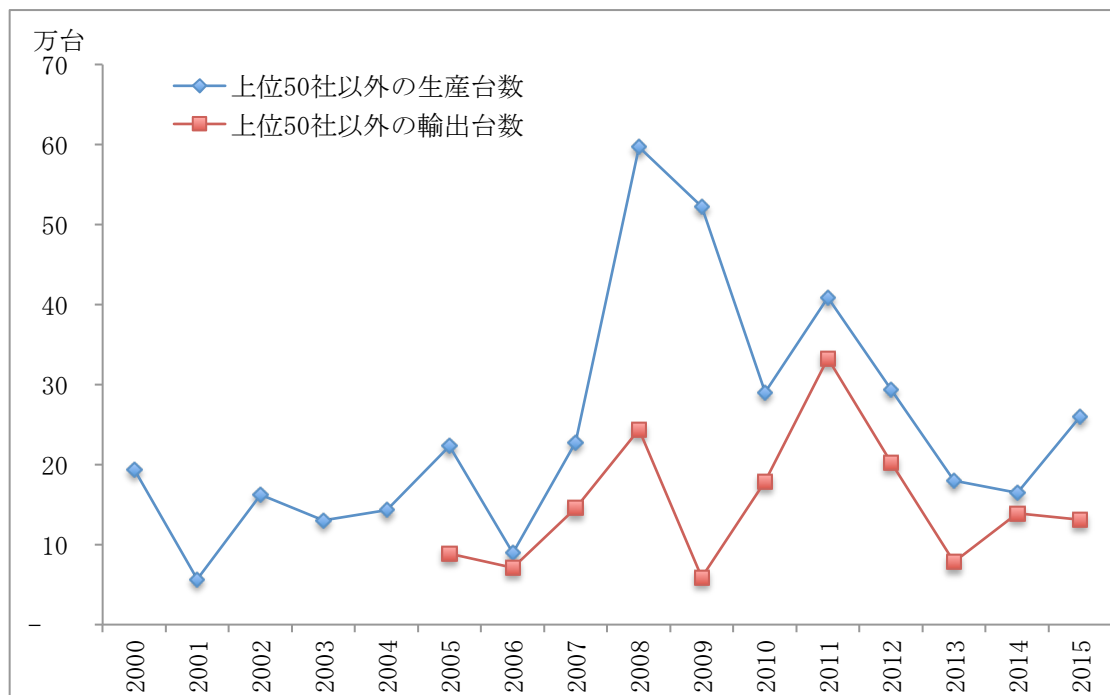
表 5. 38. 重慶地域の国内資本系企業の生産、輸出と移出の動向

		2000年代	2011年代以降
国内資本系企業	生産台数	↗ (500万台～1000万台)	↗ (1000万台～710万台)
	全国生産台数の比率	↗ (21%～40%)	→ (41%～40%)
	輸出台数	↗ (180万台～380万台)	↘ (490万台～350万台)
	全国輸出台数の比率	↗ (40%～45%)	→ (46%～45%)
	国内資本系企業の生産台数の比率	↗ (43%～45%)	↘ (56%～41%)
	国内供給	↗ (320万台～450万台)	↘ (510万台～360万台)
	全国国内供給の比率	↘ (33%～28%)	↗ (26%～44%)
	国内資本系企業の生産台数の比率	↘ (57%～55%)	↗ (44%～59%)

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

重慶地域における、全国上位 50 社以外の中小企業の市場動向を確認すると、2000 年代では、輸出台数が増加しているが、2011 年以降減少していることが把握できる（図 5. 35 参照）。これらから、中小企業の輸出動向は同地域の手企業と同様であるといえる。輸出の減少に対しては国内供給が増加し、とくに、2015 年の国内供給が増加していることが確認できる（図 5. 35 参照）。

図 5. 35. 重慶地域における全国上位 50 社に入っていない中小企業の生産と輸出動向



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

中国のオートバイ企業上位 50 社の各企業のウェブサイトのデータによれば、重慶地域で海外生産をおこなっているのは 4 社である（表 5.39 参照）。国営企業と民間企業がそれぞれ 2 社あることから、重慶地域では海外生産が国内資本系企業によって展開されているといえる。また、同地域において、最初期に海外生産を開始したのは国営企業である。国営企業は 1993 年にアメリカに工場を建設した。2000 年代以降、民間企業による海外生産が開始し、主に東南アジア諸国で工場を建設した。

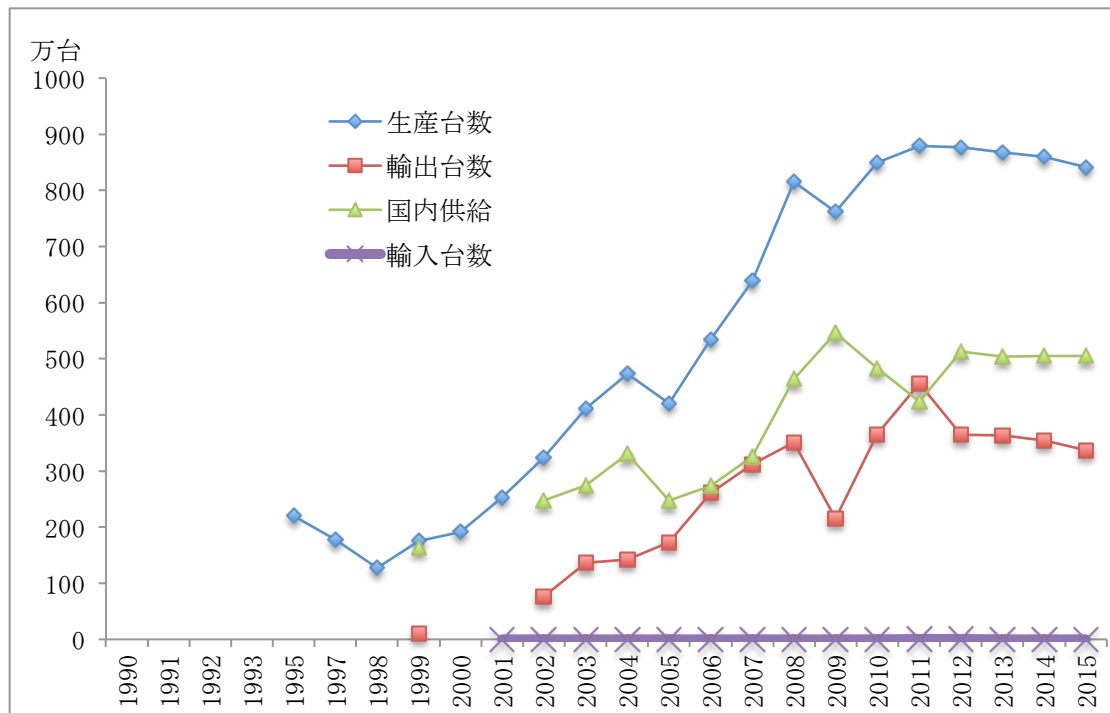
表 5.39. 重慶地域の海外生産拠点

会社名	設立年	現地工場
重慶力帆実業股份有限公司 (民間企業)	1992	2001年 ベトナム力帆越南摩托車製造連営公司 2007年 トルコ工場 2009年 タイ 力帆製造（泰国）有限公司 2018年 フィリピン新工場（10万台以上）
宗申産業集团有限公司 (民間企業)	1992	2004年 ベトナム 宗申電機製造公司 2008年 ブラジル ブラジルCR宗申株式有限公司 2012年 タイ 宗申（泰国）泓汐国際公司
重慶建設摩托車股份有限公司 (国営企業)	1980	2003年 フィリピン工場
中国嘉陵工業股份有限公司 (国営企業)	1979	1993年 アメリカ 嘉陵摩托米洲有限公司 1998年 インドネシア 布原拉嘉陵萨克帝摩托车有限公司 2007年 ブラジル工場（10万台）亚马孙 TRAXX公司

出所：各社のウェブサイトより筆者作成

以上のように、重慶地域のオートバイ産業の生産と輸出は 2000 年代から急速に拡大してきたことが確認できる（図 5.36 参照）。とくに、2011 年には重慶地域の輸出台数は国内供給を上回った。その後、2011 年以降になると国内供給を増加し、国内供給が輸出を上回る。以降、同地域のオートバイの生産台数、国内供給、輸出は、それぞれ一定の量を維持している。

図 5. 36. 重慶地域のオートバイ産業の生産台数、国内向け生産台数と輸出台数



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

2010年の国内資本系企業の生産台数における移出台数の比率と輸出台数の比率は約44%と約45%である。このことから、2000年代に同地域の国内資本系企業は移出と輸出を両立しているといえる。2010年代以降に重慶地域の国内資本系企業の生産、輸出台数は減少したが、移出台数は増加している。移出台数の生産台数に占める比率も2015年には約50%に達している。このため、2010年代から、重慶地域の国内資本系企業は国内市場に転換する傾向がみられる。つまり、重慶地域におけるオートバイ産業は国内資本系企業が輸出から国内市場へと転換したパターンである。

5. 3. 2 広東地域の国内資本系企業と合弁企業の市場行動による発展パターン

2000年代の広東地域の国内資本系企業の生産台数は2005年の約170万台から2010年の約340万台へと増加したにもかかわらず、同地域の生産台数に占める国内資本系企業の生産比率は2005年の約50%から2010年の約47%へと減少した（表5.40参照）。他方、合弁企業の生産台数も2005年の約260万台から2010年の約380万台に増加したが、同地域の生産台数に占める合弁企業の比率は2005年の約50%から2010年の約53%に増加している。

輸出からみると、同地域の国内資本系企業の輸出台数は2005年の約71万台から2010年の約210万台へと増加し、同地域の生産台数に占める輸出台数の比率も2005年の約66%から2010年の約78%へと増加した。このうち、国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率も増加し、2005年の約41%から2010年の約62%となっている。同地域の合弁企業の輸出台数は2005年の約37万台から2010年の約60万台に増加しているものの、同地域の輸出台数に占める比率は2005年の約34%から2010年の約22%へと減少した。合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率は2005年の約14%から2010年の約15%

と大きな変化はない。

また、国内供給について確認すると以下の状況が示される。広東地域の国内資本系企業の国内供給は2005年の約100万台から2010年の約130万台に増加し、同地域の生産台数に占める比率は2005年の約21%から2010年の約14%へと減少した。同地域の国内資本系企業の生産台数に占める国内供給の比率も2005年の約59%から2010年の約39%へと減少している。同地域の合弁企業の国内供給も2005年の約220万台から2010年の320万台に増加した。同地域の生産台数に占める合弁企業の国内供給の比率は2005年の約46%から2010年の約36%に減少している。しかし、合弁企業の生産台数に占める国内供給の比率は2005年の約86%から2010年の約85%にみられるように一定の比率を維持している。

つまり、2000年代の広東地域の国内資本系企業と合弁企業は、生産台数、輸出台数、国内供給が増加しているといえる。国内資本系企業の輸出台数の同地域の生産台数に占める比率は2010年の約72%である。また、国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率も2010年の約61%である。そのため、同地域の国内資本系企業は輸出へと転換していることが理解できる。広東地域の合弁企業の生産台数に占める国内供給の比率は2010年に85%である。そのため、広東地域の合弁企業は2000年代に国内市場を中心としていることがわかる。

2010年代以降になると、広東地域の国内資本系企業の生産台数は2011年の約370万台から2015年の約230万台へと減少しているが、同地域の生産台数に占める国内資本系企業の生産台数の比率は2011年の約50%から2015年の41%へと減少した(表5.40参照)。合弁企業の生産台数も2011年の約370万台から2015年の320万台に減少したものの、同地域の生産台数に占める合弁企業の生産台数の比率は2011年の約50%から2015年の59%へ増加している。

輸出からみると、広東地域の国内資本系企業の輸出台数は2011年の約240万台から2015年の約150万台へ減少しているとともに、同地域の輸出台数に占める比率も2011年の約74%から2015年の約59%へと減少した。しかし、国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率は約68%と一定の水準を保っている。広東地域の合弁企業の輸出台数は2011年の約90万台から2015年の約100万台に増加し、同地域の輸出台数に占める比率も2011年の約26%から2015年の約41%へと増加した。合弁企業の生産台数のなかで輸出台数が占める比率も2011年の約23%から2015年の約32%に増加している。

国内供給からみると、広東地域の国内資本系企業の国内供給は2011年の約130万台から2015年の約80万台へと減少しつつも、同地域の生産台数に占める比率は11%ほどを維持している。国内資本系企業の国内供給は同企業の生産台数に占める比率の約33%を維持している。広東地域の合弁企業の国内供給もまた、2011年の約280万台から2015年の約210万台に減少したが、同地域の移出台数に占める比率は2011年の約31%から2015年の約32%へと増加している。しかし、合弁企業の生産台数に占める国内供給の比率は2011年の約77%から2015年の約68%へと減少した。

以上のことから、2011年以降、広東地域ではオートバイ産業の生産規模が縮小という状況を背景に、合弁企業の生産台数は減少しているが、輸出台数が増加していることが確認できる。また、合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率も2011年の約23%から2015年の約32%へと増加している。このように、広東地域の合弁企業は輸出を拡大する傾向がみられる。他方、同地域の国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率は約68%を維持している。このことから、広東地域の国内資本系企業は依然として海外市場を重視していることがわかる。

表 5. 40. 広東地域の国内資本系企業と合弁企業の生産、輸出と国内供給の変化

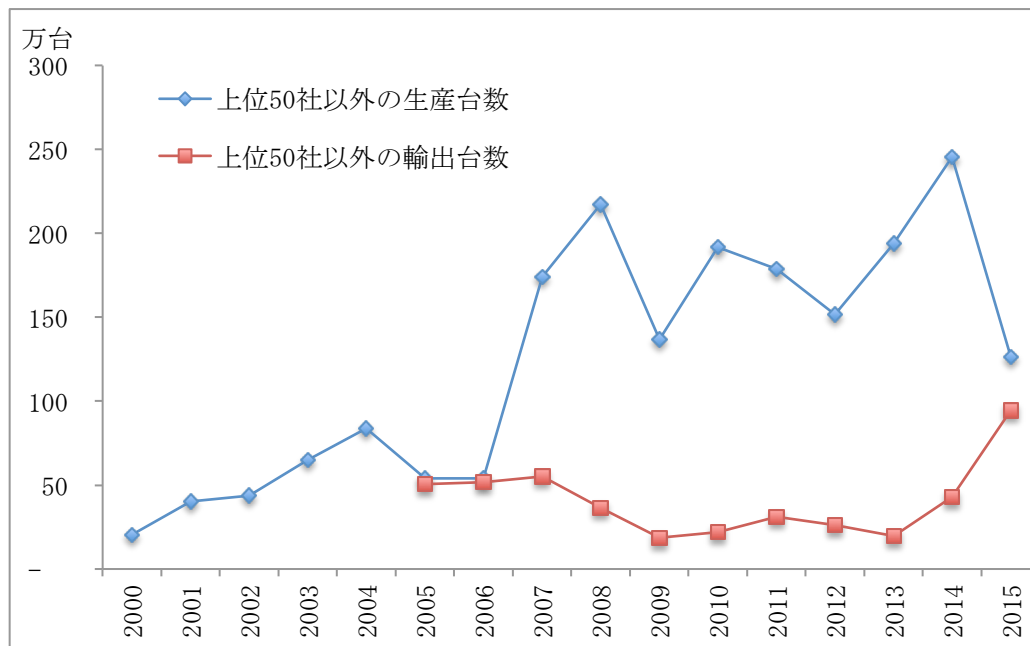
		2000年代	2010年代以降
国内資本系企業	生産台数	↗ (170万台～340万台)	↘ (370万台～230万台)
	当地域生産台数の比率	↘ (50%～47%)	↘ (50%～41%)
	輸出台数	↗ (71万台～210万台)	↘ (240万台～150万台)
	当地域輸出台数の比率	↗ (66%～78%)	↘ (74%～59%)
	国内資本系企業の生産台数の比率	↗ (41%～62%)	→ (66%～68%)
	国内供給	↗ (100万台～130万台)	↘ (130万台～80万台)
	当地域生産台数の比率	↘ (21%～14%)	↘ (14%～11%)
	国内資本系企業の生産台数の比率	↘ (59%～39%)	→ (34%～33%)
合弁企業	生産台数	↗ (260万台～380万)	↘ (370万台～320万台)
	当地域生産台数の比率	↗ (50%～53%)	↘ (50%～59%)
	輸出台数	↗ (37万台～60万台)	↗ (90万台～100万台)
	当地域輸出台数の比率	↘ (34%～22%)	↗ (26%～41%)
	合弁企業の生産台数の比率	→ (14%～15%)	↗ (23%～32%)
	国内供給	↗ (220万台～320万台)	↘ (280万台～220万台)
	当地域生産台数の比率	↘ (46%～36%)	→ (31%～32%)
	合弁企業の生産台数の比率	→ (86%～85%)	↘ (77%～68%)

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

また、広東地域における全国上位 50 社以外の中小企業¹³⁰について概観する。これらの企業は 2000 年代後半には、輸出台数は 20 万台ほどの輸出台数を維持している（図 5. 37 参照）。しかし、2014 年以降、同地域の中小企業の輸出台数は増加傾向にある。同地域の合弁企業は輸出へと転換し、大手国内資本系企業も国内市場にも注力している。このため、中小企業は国内市場から輸出へと転換している傾向を捉えることができる。

¹³⁰ 中小企業は全国生産上位 50 社以外の企業を指す。

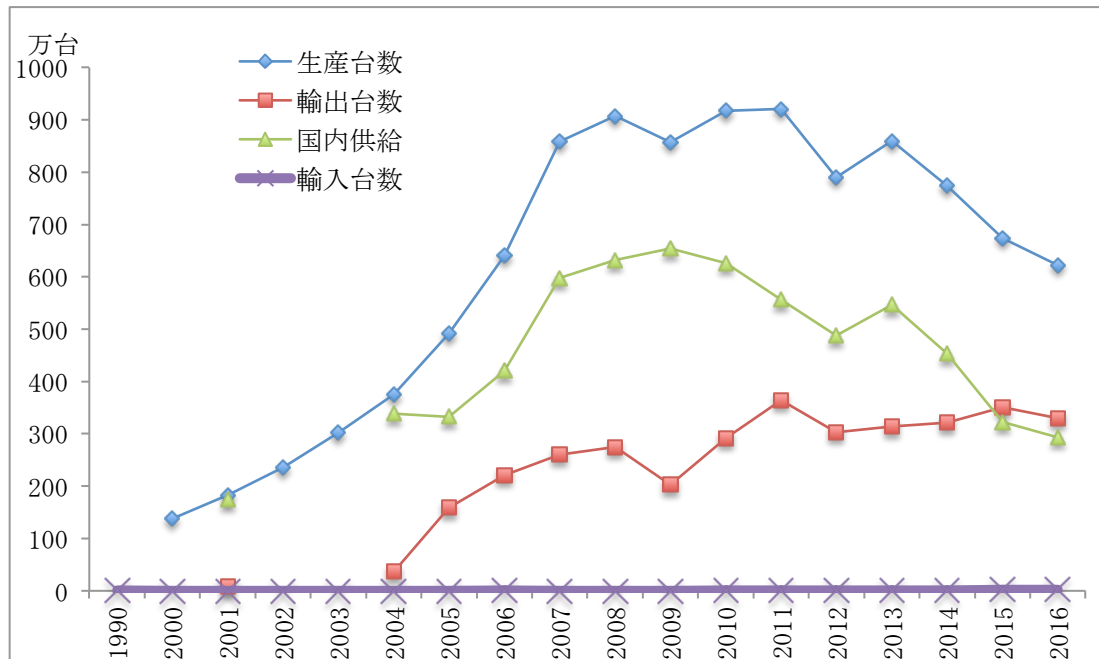
図 5.37. 広東地域の全国上位 50 社に入っていない中小企業の生産と輸出動向



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

これまで述べてきたように、広東地域は 2000 年代以降オートバイの生産、輸出台数が急速に増加している（図 5.38 参照）。しかし、2011 年以降になると、同地域の生産台数、国内供給、輸出台数が共に減少した。2013 年以降も生産台数、国内供給は減少が進行する。しかし、2015 年、同地域の輸出台数が国内供給を上回る。このことから、同地域において国内市場が縮小し、輸出に転換している傾向を捉えることができる。

図 5.38. 広東地域のオートバイ産業の生産台数、国内向け生産台数と輸出台数



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

広東地域の国内資本系企業と合弁企業に分けて検討すると、国内資本系企業の生産台数に対する輸出台数の比率は2010年の約62%である。また、合弁企業が生産台数に占める国内供給の比率は2010年には85%である。これらのことから、2000年代に同地域の国内資本系企業は輸出へと転換し、合弁企業は国内市場を中心としていることがわかる。2010年代以降、合弁企業は一定量の輸出台数を維持し、合弁企業が生産台数に占める輸出台数の比率も2011年の約23%から2015年の約32%へと増加している。広東地域の国内資本系企業が生産台数に占める輸出台数の比率は2015年の約60%を維持している。以上のことから、2010年代以降、広東地域の合弁企業は輸出を維持し、国内供給を減少している。また、国内資本系企業はいまだ高い輸出を維持している発展パターンとなる。

5.3.3 江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業と合弁企業の市場行動による発展パターン

2000年では、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業が生産台数は2005年の約250万台から2010年の約230万台に減少した。同地域の生産台数に占める国内資本系企業が生産比率は2005年の約71%から2010年の約70%に維持した（表5.41参照）。他方、合弁企業は生産台数も2005年の約110万台から2010年の約93万台に減少し、同地域の生産台数に占める比率は2005年の約29%から2010年の約30%に増加している。

輸出の面からみると、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業の輸出台数は約94万台を維持し、同地域の輸出台数に占める比率は2005年の約78%から2010年の約73%に減少した。そして、国内資本系企業が生産台数に含める輸出台数の比率は増加し、2005年の約36%から2010年の約42%となった。一方、江蘇・浙江・上海地域の合弁企業の輸出台数は2005年の約26万台から2010年の約34万台に増加しているが、同地域の輸出台数に占める比率は2005年の約22%から2010年の約26%に増加した。合弁企業が生産台数に含める輸出台数の比率も一定して2005年の約24%から2010年の約36%に増加した。

また、国内供給からみると、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業の国内供給は2005年の約160万台から2010年の約130万台に減少し、同地域の生産台数に占める比率は2005年の約45%から2010年の約40%に減少した。江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業が生産台数に占める国内供給の比率も減少し、2005年の約64%から2010年の約57%に下げた。同時期に、江蘇・浙江・上海地域の合弁企業の国内供給も2005年の約84万台から2010年の60万台に減少した。合弁企業の移出台数は同地域の生産台数に占める比率も2005年の約22%から2010年の約19%に下げた。合弁企業が生産台数に占める国内供給の比率は2005年の約76%から2010年の約64%に減少した。

つまり、2000年代では、国内資本系企業の輸出台数は同地域の生産台数に占める比率は2010年の約73%となり、国内資本系企業の輸出台数は国内資本系企業が生産台数に占める比率も2010年の約43%となっている。そのため、同地域の国内資本系企業は輸出より国内市場を重視している。江蘇・浙江・上海地域の合弁企業が生産台数に占める国内供給の比率は2010年には64%となっている。そのため、江蘇・浙江・上海地域の合弁企業は2000年代に国内市場を中心としていることがわかる。

2010年代以降になると、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業が生産台数が2011年の約230万台から2015年の約160万台に減少しているが、同地域の生産台数に占める比率は2011年の約69%から2015年の65%に減少した（表4.41参照）。他方、合弁企業が生産台数も2011年の約100万台から2015年の89万台に減少したが、全国生産台数に占

める比率も 2011 年の約 31%から 2015 年の 35%に増加した。

輸出の面からみると、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業の輸出台数は 2011 年の約 110 万台から 2015 年の約 52 万台へ下落しているとともに、同地域の輸出台数に占める比率も 2011 年の約 70%から 2015 年の約 54%に減少した。国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率も 2011 年の約 50%から 2015 年の 31%に減少した。一方、江蘇・浙江・上海地域の合弁企業の輸出台数は 2011 年約 48 万台から 2015 年の約 43 万台に減少し、同地域の輸出台数に占める比率は約 2011 年の約 29%から 2015 年の約 45%に増加した。合弁企業の生産台数のなかで輸出台数が含める比率も 2011 年の約 46%から 2015 年の約 48%に増加した。

国内供給からみると、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業の国内供給は約 120 万台を維持している。同地域の国内供給に占める比率は 2011 年の約 35%から 2015 年の約 45%となった。国内資本系企業の国内供給は国内資本系企業の生産台数に占める比率は 2011 年の約 50%から 2015 年の約 69%に増加している。江蘇・浙江・上海地域の合弁企業の国内供給も 2011 年の約 52 万台から 2015 年の約 46 万台に減少したが、同地域の国内供給に占める比率は 2015 年の約 18%を維持している。しかし、合弁企業の生産台数に占める国内供給の比率は 2011 年の約 54%から 2015 年の約 52%に減少した。

つまり、2011 年以降、江蘇・浙江・上海地域の合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率は 2015 年の約 48%に増加している。そのため、江蘇・浙江・上海地域の合弁企業は輸出の拡大する傾向がみられる。江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業の生産台数の輸出台数の比率は 2011 年の約 50%から 2015 年の約 31%に減少し、生産台数に占める国内供給の比率も 2011 年の約 50%から 2015 年の 69%に増加した。そのため、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業は国内市場に転換する傾向がある。

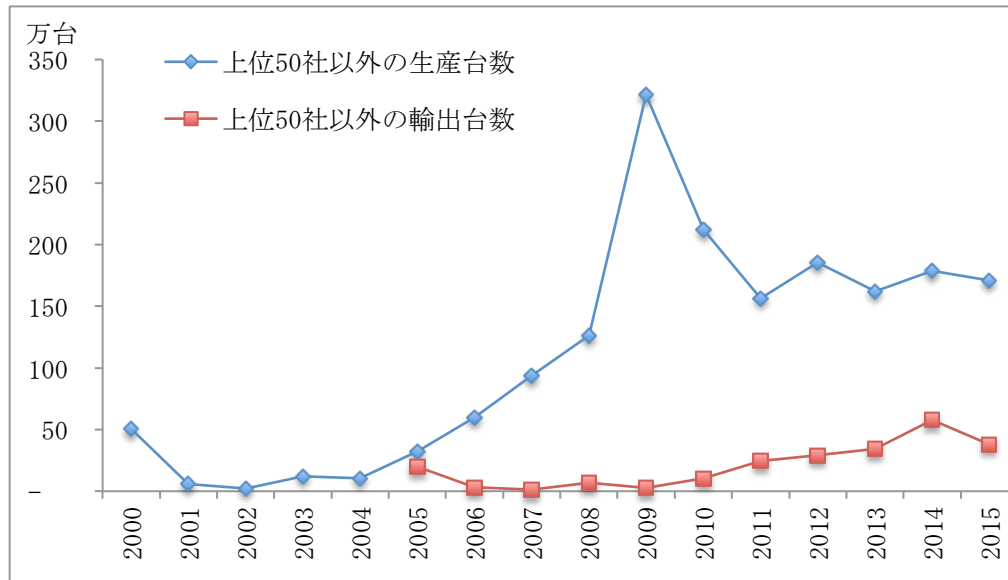
表 5. 41. 江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業と合併企業の生産、輸出、国内供給の変化

		2000年代	2010年代以降
国内資本系企業	生産台数	↘ (250万台～230万台)	↘ (230万台～160万台)
	当地域生産台数の比率	↘ (71%～70%)	↘ (69%～65%)
	輸出台数	→ (94万台ほど維持)	↘ (110万台～52万台)
	当地域輸出台数の比率	↘ (78%～73%)	↘ (70%～54%)
	国内資本系企業の生産台数の比率	↗ (36%～43%)	↘ (50%～31%)
	国内供給	↘ (160万台～130万台)	→ (120ほど維持)
	当地域生産台数の比率	↘ (45%～40%)	↗ (35%～45%)
合併企業	国内資本系企業の生産台数の比率	↘ (64%～57%)	↗ (50%～69%)
	生産台数	↘ (110万台～93万台)	↘ (100万台～89万台)
	当地域生産台数の比率	↗ (29%～30%)	↗ (31%～35%)
	輸出台数	↗ (26万台～34万台)	↘ (48万台～43万台)
	当地域輸出台数の比率	↗ (22%～26%)	↗ (29%～45%)
	合併企業の生産台数の比率	↗ (24%～36%)	↗ (46%～48%)
	国内供給	↘ (84万台～60万台)	↘ (52万台～46万台)
	当地域生産台数の比率	↘ (22%～19%)	→ (17%～18%)
	合併企業の生産台数の比率	↘ (76%～64%)	↘ (54%～52%)

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

江蘇・浙江・上海地域における全国上位 50 社に入っていない中小企業は、2011 年の約 24 万台の輸出台数から 2014 年の約 57 万台に増加したが、2015 年には輸出台数は減少した（図 5. 39 参照）。また、国内供給と比べたら輸出台数は低い水準であることもわかる。つまり、同地域の中小企業は同地域の大手企業は同じように国内市場に集中している。

図 5.39. 江蘇・浙江・上海地域の全国上位 50 社に入っていない中小企業の生産と輸出動向



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

また、江蘇・浙江・上海地域の企業は海外生産もおこなっている。当時の国営企業である金城集团有限公司は 1997 年にコロンビアに工場を建設した（表 5.42 参照）。2014 年には民間企業も海外生産をおこなっている。

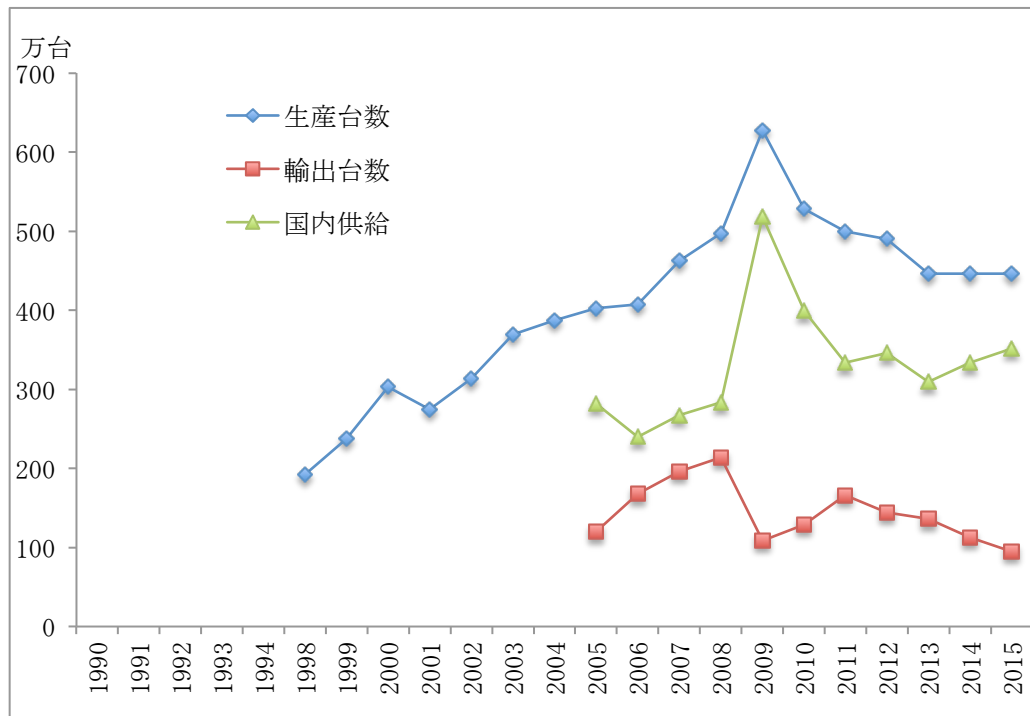
表 5.42. 江蘇・浙江・上海地域の海外生産拠点

会社名	設立年	現地工場	その他
金城集团有限公司 (国営企業)	1949	1997年 コロンビア 金城コロンビア公司	
江蘇林海動力機械集团公司 (民間企業)	1956	2014年 アメリカ 林海美国公司	
錢江集团有限公司 (国営企業)	1971		2005年 イタリアのBENELLIの買収

出所：各社のウェブサイトより筆者作成

そのため、江蘇・浙江・上海地域では、2000 年代からオートバイの生産、輸出が増加し、2008 年の世界金融危機の影響で 2009 年にオートバイの生産台数と国内供給がピークに達し、輸出台数が減少した（図 5.40 参照）。その後、2013 年にオートバイ生産台数は横ばいの傾向にあり、輸出台数は減少しつつあり、国内供給は増加している。そのため、同地域の合併企業の生産台数に占める輸出台数の比率は増加しているが、全体的にみるとオートバイは国内市場に転換しているパターンである。

図 5. 40. 江蘇・浙江・上海地域のオートバイ産業の生産台数、国内向け生産台数と輸出台数



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

また、国内資本系企業の輸出台数は国内資本系企業の生産台数に占める比率も2010年の約43%となっている。合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率は2010年には36%となっている。そのため、2000年代には、同地域の国内資本系企業と合弁企業は国内市場を中心としていることがわかる。2010年以降、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業の生産台数に占める国内供給の比率も2011年の約50%から2015年の69%に増加した。合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率2015年の約47%となった。そのため、合弁企業は輸出台数を維持し、国内供給を減少し、国内資本系企業は国内市場により力を入れているパターンである。

5. 3. 4 河南・山東地域の国内資本系企業と合弁企業の市場行動による発展パターン

2000年代の状況として、2005年から2010年の河南・山東地域における国内資本系企業の生産台数は約140万台から約120万台に減少した。同地域の生産台数に占める国内資本系企業の生産比率は2005年の約87%から2010年の約38%に減少した(表5.43参照)。他方、合弁企業の生産台数は2005年の約66万台から2010年の約180万台に増加し、同地域の生産台数に占める比率も2005年の約13%から2010年の約62%に増加している。

輸出の面からみると、河南・山東地域の国内資本系企業の輸出台数は2005年の約23万台から2010年の約26万台に増加し、同地域の輸出台数に占める比率は2005年の約79%から2010年の約70%に減少した。そして、国内資本系企業の生産台数に含める輸出台数の比率は増加し、2005年の約16%から2010年の約23%となった。合弁企業の輸出台数

は2005年の約6万台から2010年の約11万台に増加し、同地域の輸出台数に占める比率も2005年の約21%から2010年の約30%に増加した。合弁企業の生産台数に含める輸出台数の比率は2005年の9.4%から2010年の6.2%へと減少した。

また、国内供給からみると、河南・山東地域の国内資本系企業の国内供給は2005年の約117万台から2010年の約96万台に減少し、同地域の生産台数に占める比率は2005年の約57%から2010年の約32%に減少した。河南・山東地域の国内資本系企業の生産台数に占める国内供給の比率も2005年の約84%から2010年の約77%に下げた。同時期に、河南・山東地域の合弁企業の国内供給は2005年の約60万台から2010年の170万台に増加した。合弁企業の国内供給は同地域の生産台数に占める比率も2005年の約29%から2010年の約57%へと増加した。合弁企業の生産台数に占める国内供給の比率は2010年に約90%を維持している。

2000年代では、国内資本系企業の輸出台数が同地域の生産台数に占める比率は2010年の約70%であり、国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率は2010年の約23%である。河南・山東地域の合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率は2010年に6.2%である。このため、河南・山東地域の国内資本系企業と合弁企業は2000年代に国内市場を中心としていることがわかる。

2010年代以降になると、河南・山東地域の国内資本系企業の生産台数は2011年の約150万台から2015年の約100万台に減少しているが、同地域の生産台数に占める比率は2011年の約50%から2015年の53%に増加している（表5.43参照）。他方、合弁企業の生産台数も2011年の約150万台から2015年の90万台に減少したが、全国生産台数に占める比率は2011年の約50%から2015年の47%に減少した。

輸出の面からみると、河南・山東地域の国内資本系企業の輸出台数は2011年の約26万台から2015年の約29万台に増加し、同地域の輸出台数に占める比率も2011年の約63%から2015年の約71%に上げた。国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率も2011年の約17%から2015年の28%に増加した。一方、河南・山東地域の合弁企業の輸出台数は2011年約15万台から2015年の約12万台に減少し、同地域の輸出台数に占める比率は約2011年の約37%から2015年の約29%に下げた。合弁企業の生産台数のなかで輸出台数が占める比率も2011年の約10%から2015年の約13%に増加した。

国内供給からみると、河南・山東地域の国内資本系企業の国内供給は約130万台から2015年の約70万台に減少した。同地域の国内供給に占める比率は2011年の約43%から2015年の約38%となった。国内資本系企業の国内供給は国内資本系企業の生産台数に占める比率は2011年の約83%から2015年の約72%に減少した。河南・山東地域の合弁企業の国内供給も2011年の約135万台から2015年の約78万台に減少したが、同地域の移出台数に占める比率は2011年の約45%から2015年の約41%に下げた。また、合弁企業の生産台数に占める国内供給の比率は2011年の約90%から2015年の約87%に減少した。

つまり、2010年代以降、河南・山東地域の合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率は2015年の約13%であり、国内供給の比率は2015年の約87%である。国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率は、2015年の約28%であり、国内供給の比率は72%である。そのため、2010年代以降、河南・山東地域の国内資本系企業と合弁企業は国内市場に依存しているといつてよいだろう。

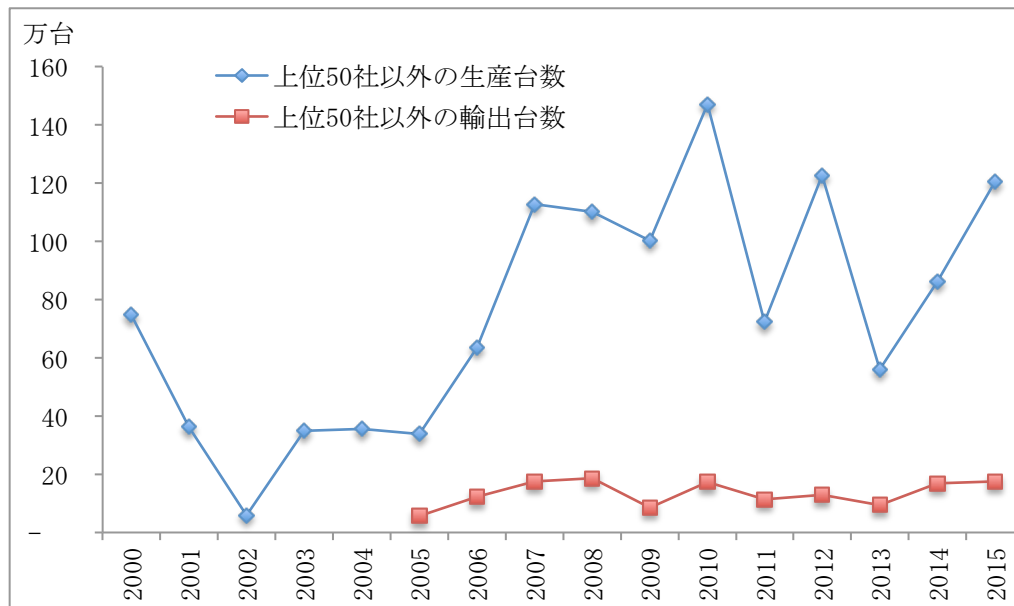
表 5. 43. 河南・山東地域の国内資本系企業と合併企業の生産、輸出、国内供給の変化

		2000年代	2010年代以降
国内資本系企業	生産台数 当地域生産台数の 比率	⬇️ (140万台～120万台) ⬇️ (87%～38%)	⬇️ (150万台～100万台) ↗️ (50%～53%)
	輸出台数 当地域輸出台数の 比率	↗️ (23万台～26万台) ⬇️ (79%～70%)	↗️ (26万台～29万台) ↗️ (63%～71%)
	国内資本系企業の 生産台数の比率	↗️ (16%～23%)	↗️ (17%～28%)
	国内供給 当地域生産台数の 比率	⬇️ (117万台～96万台) ⬇️ (57%～32%)	⬇️ (130万台～70万台) ⬇️ (43%～38%)
	国内資本系企業の 生産台数の比率	⬇️ (84%～77%)	⬇️ (83%～72%)
合併企業	生産台数 当地域生産台数の 比率	↗️ (66万台～180万台) ↗️ (13%～62%)	⬇️ (150万台～90万台) ⬇️ (50%～47%)
	輸出台数 当地域輸出台数の 比率	↗️ (6万台～11万台) ↗️ (21%～30%)	⬇️ (15万台～12万台) ↗️ (37%～29%)
	合併企業の生産台 数の比率	⬇️ (9.4%～6.2%)	↗️ (10%～13%)
	国内供給 当地域生産台数の 比率	↗️ (60万台～170万台) ↗️ (29%～57%)	⬇️ (135万台～78万台) ⬇️ (45%～41%)
	合併企業の生産台 数の比率	➡️ (90%～90%)	⬇️ (90%～87%)

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車排名前 50 社企業分排量產量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」より筆者作成

河南・山東地域において全国上位 50 に入っていない中小企業の市場行動は同地域の大手企業とほとんど同じである。中小企業の輸出台数は 10 万台ほどを維持している(図 5. 41 参照)。また、同地域の中小企業は主に国内市場に向けている。

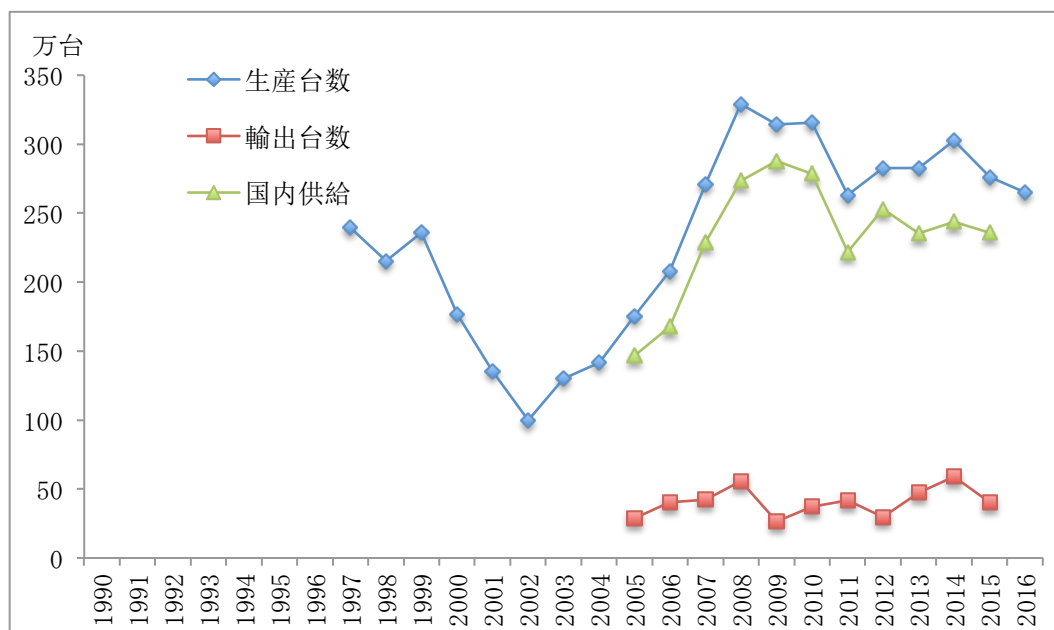
図 5. 41. 河南・山東地域の全国上位 50 社に入っていない中小企業の生産と輸出動向



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「摩托車排名前 50 社企業分排量産量表」と「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表より筆者作成

1990 年代の「禁摩」によって河南・山東地域のオートバイの生産台数は急速に減少した（図 5. 42 参照）。しかし、2000 年以降合弁企業によりオートバイの生産台数が増加しつつあり、現在同地域の生産台数のうち合弁企業が半数のシェアを占めている。2014 年以降、同地域の生産台数は減少するとともに、輸出台数を減少している。しかし、国内供給の変化が少ないため、同地域では依然として国内市場を重視する傾向にある。

図 5. 42. 河南・山東地域のオートバイ産業の生産、国内供給、輸出台数



出所：『中国汽車工業年鑑』各年版の「地区汽車産業資料」より筆者作成

2000 年代の河南・山東地域の国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率は

2010年に約23%である。合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率は同年6.2%である。このため、河南・山東地域の国内資本系企業と合弁企業は2000年代に国内市場を中心としていることがわかる。2010年代以降、河南・山東地域の国内資本系企業生産台数に占める輸出台数の比率は、2015年に約28%であり、国内供給の比率は72%である。合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率は2015年の約13%であり、国内供給の比率は2015年の約87%である。このため、2010年代以降、河南・山東地域の国内資本系企業と合弁企業は引き続き国内市場を重視しているパターンといえる。

5.4 企業形態別にみた市場行動の変化

5.4.1 合弁企業における市場行動の変化

4大集積地における国内資本系企業と合弁企業の市場行動の分析から、以下の点が明らかとなった。合弁企業が存在しない重慶地域を除く、広東・江蘇・浙江・上海および河南・山東すべての地域において、2000年代から、2010年に至るまで合弁企業による輸出台数は一定の台数を維持している。これらの3地域の合弁企業は、2000年代には国内需要の拡大を背景に国内向けの生産を増加した。よって、2000年代の合弁企業の生産の中心は国内市場である。

しかし、2011年以降から国内需要が縮小したことにより広東地域、江蘇・浙江・上海地域の合弁企業は国内向けの生産を縮小した。結果として、この2つの地域の合弁企業生産台数に占める国内供給の比率が減少し、輸出台数の占める比率が高くなった。

他方、河南・山東地域の合弁企業生産台数に占める国内供給の比率は2015年の約90%である。このため、同地域の合弁企業は国内市場向けの生産を維持しているといえる。

つまり、中国の合弁企業による輸出は、2000年代から2010年代にかけて、一定量が維持されていた。その後、2010年代以降は国内市場に向けて自社内生産台数の比率を増加させるか、もしくは減少させるかという2つの行動が存在する。

5.4.2 国内資本系企業における市場行動の変化

国内資本系企業に目を転じると、重慶地域と江蘇・浙江・上海地域では、2000年代に、国内資本系企業生産、輸出が共に増加している。また、生産台数に占める輸出台数の比率も増加し続けている。しかし、2011年以降、生産台数に占める輸出台数の比率は減少し始める。

広東地域の国内資本系企業生産台数に占める輸出台数の比率は2010年の約60%である。そのため、2000年代では、同地域の国内資本系企業は輸出が中心であったといえる。2011年以降、広東地域の国内資本系企業生産台数に占める輸出台数の比率は60%ほどを維持している。そのため、広東地域の国内資本系企業は依然として輸出を重視しているといえる。

河南・山東地域の国内資本系企業生産台数に占める輸出台数の比率は2010年に約23%である。そのため、河南・山東地域の国内資本系企業は2000年代に国内市場を中心としていることがわかる。2010年代以降、国内資本系企業生産台数に占める輸出台数の比率は2015年の約28%であり、対して国内供給の比率は72%である。そのため、2010年代以降、河南・山東地域の国内資本系企業は2010年代以降も引き続き国内市場を重視

しているといえる。

つまり、2010 年代以降の中国の国内資本系企業は 3 つの行動がみられる。重慶地域と江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業は、自社内の生産台数における輸出比率を相対的に減少し、国内市場に転換する傾向がみられる。広東地域の国内資本系企業は、引き続き高い輸出水準を維持している。河南・山東地域の国内資本系企業は 2000 年代と同様に、国内市場に向けた生産をおこなっている。

このように、4 大集積地の合弁企業と国内資本系企業の市場行動が、中国のオートバイ産業の市場行動を促進したことが確認できる。全国規模から考察すると、2000 年代に国内資本系企業の輸出台数の全国輸出台数に占める比率は約 85% である。対して、合弁企業の輸出台数が全国の輸出台数に占める比率は約 15% 程である。しかし、2010 年代以降、合弁企業の輸出台数は約 160 万台を継続的に維持している。合弁企業が生産台数に対する輸出台数の比率は 2011 年の約 15% から 2015 年の約 21% へと増加した。これは合弁企業が国内市場向け生産比率を縮小させた結果である。他方、国内資本系企業の生産台数に対する国内供給の比率は 2011 年の約 49% から 2015 年の約 52% へと高くなっている。つまり、中国のオートバイ産業において合弁企業は一定量の輸出を維持しつつ、中国国内市場向けの生産を縮小させている。国内資本系企業は生産台数に占める輸出の比率が減少したことから、国内市場を重視する傾向がみられる。これらの合弁企業と国内資本系企業の市場行動の変化要因はそれぞれの企業形態の戦略の変化と考えてよいだろう。次項以降では、合弁企業と国内資本系企業の各戦略の変化について分析をおこなう。

5.4.3 市場行動の変化の要因（1）：合弁企業の戦略の変化について

前述のように、中国のオートバイ産業において合弁企業は国内市場向けの生産を縮小させ、国内資本系企業が国内市場に転換するという市場行動がみられた。その市場行動の変化要因はそれぞれの戦略の変化と考えられるが、なぜこのような戦略の転換がおこなわれたのだろうか。この戦略の転換を分析する為に、限られた統計ではあるが、輸出価格の変化をもとに推論をおこなっていく（表 5.44 参照）。

合弁企業、国内資本系企業の輸出単価は 2005 年から上昇傾向を捉えることができる。合弁企業の輸出価格は 2005 年の約 479 ドルから 2015 年の約 687 ドルへと上昇した。また、国内資本系企業の輸出価格も 2005 年の約 385 ドルから 2015 年の約 516 ドルへと上昇した。ただし、合弁企業の輸出価格は国内資本系企業と輸出上位 76 社平均の価格より高い。国内資本系企業と上位 76 社の輸出価格の格差は小さく、類似した傾向がある。2005 年以降、合弁企業と国内資本系企業の輸出価格の格差は拡大し（5.44 表参照）、とくに、2010 年から行われた環境政策『中国 III 段階（国 3）』により、製造コストが高くなった。このため、2011 年以降、合弁企業と国内資本系企業の輸出価格が共に上昇し、なかでも合弁企業の輸出価格がより高くなった。

つまり、中国のオートバイの輸出価格は上昇している。換言するならば、中国国内のオートバイの価格もまた上昇しているといえる。しかし、集積地に分けてみると、その価格の推移は異なっている。

表 5. 44. 中国の合弁、国内資本系企業と全国上位 76 社輸出企業の輸出単価（単位：ドル）

	合弁系企業の平均価格	国内資本系企業の平均価格	上位76社の平均価格	合弁と国内資本系企業の格差	合弁企業と上位76社の格差	国内資本系企業と上位76社の格差
2005	479. 1	385. 2	399. 6	93. 9	79. 51	- 14. 4
2006	479. 3	377. 3	393. 5	102. 0	85. 84	- 16. 2
2007	517. 3	380. 9	402. 3	136. 5	115. 06	- 21. 4
2008	631. 8	397. 5	432. 7	234. 4	199. 19	- 35. 2
2009	609. 8	452. 5	480. 5	157. 3	129. 32	- 28. 0
2010	606. 3	423. 8	448. 6	182. 5	157. 65	- 24. 8
2011	651. 8	443. 9	475. 2	207. 9	176. 64	- 31. 3
2012	727. 8	502. 9	544. 8	224. 9	183. 00	- 41. 9
2013	713. 3	509. 4	544. 9	203. 9	168. 39	- 35. 5
2014	706. 8	517. 6	554. 8	189. 2	151. 99	- 37. 2
2015	686. 9	515. 5	552. 9	171. 5	133. 98	- 37. 5

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」各年版より筆者作成

まず、合弁企業からみると、広東地域の合弁企業の輸出価格は 2005 年から継続した上昇傾向にあることが確認できる（表 5. 45 参照）。2011 年に以降の環境政策『国 3』の影響により、合弁企業の輸出価格は短期間に上昇する。上位 50 社に合弁企業が存在しない重慶地区を除く 3 集積地において、国内資本系企業の輸出価格との格差が拡大した。2015 年の合弁企業の輸出価格は約 624 ドルである。

江蘇・浙江・上海地域では、合弁企業の輸出価格は 2005 年の約 500 ドルから 2015 年の約 900 ドルへと上昇している（表 5. 45 参照）。江蘇・浙江・上海地域の合弁企業と国内資本系企業の輸出価格の格差も拡大し、2015 年には約 560 ドルの格差が存在する。2009 年以降、合弁企業の輸出価格は殊更に上昇し、合弁企業と国内資本系企業の輸出価格の格差が拡大した。

河南・山東地域では合弁企業と国内資本系企業の輸出価格は上昇しているが、合弁企業の輸出価格は国内資本系企業より低いという点で他の地域と大きく異なっていることが指摘できる（表 5. 45 参照）。

表 5. 45. 4 大集積地の合弁企業と国内資本系企業の輸出価格（単位：ドル）

	重慶地域の輸出価格				広東地域の輸出価格				江蘇・浙江・上海地域の輸出価格				河南・山東地域の輸出価格			
	国内資本系企業	合弁企業	国内資本系企業	価格差	合弁企業	国内資本系企業	価格差	合弁企業	国内資本系企業	価格差	合弁企業	国内資本系企業	価格差	合弁企業	国内資本系企業	価格差
2005	367.8	482.6	426.7	55.9	515.3	475.8	39.5	317.1	374.1	-57.0						
2006	356.2	481.3	428.4	52.9	511.7	558.5	-46.7	296.7	396.1	-99.4						
2007	351.5	514.0	432.5	81.5	568.7	624.4	-55.8	303.9	394.3	-90.3						
2008	354.1	627.7	474.6	153.1	727.2	769.7	-42.5	334.6	460.3	-125.8						
2009	399.3	572.1	487.0	85.1	749.2	493.1	256.1	375.7	490.3	-114.7						
2010	403.5	555.3	452.6	102.7	741.7	453.1	288.6	396.3	501.0	-104.7						
2011	417.2	622.1	448.3	173.9	786.8	500.4	286.4	377.2	509.5	-132.3						
2012	490.8	694.7	496.3	198.3	836.8	375.9	460.9	410.9	505.8	-94.8						
2013	487.9	693.9	506.9	186.9	868.0	419.9	448.1	426.8	475.6	-48.8						
2014	493.6	649.9	549.9	100.0	906.8	358.3	548.5	439.9	505.2	-65.3						
2015	501.0	624.1	519.2	104.9	894.1	331.6	562.5	417.5	534.1	-116.6						

出所：『中国汽車工業年鑑』の「摩托車生産企業摩托車出口量及金額表」各年版より筆者作成

注：価格差＝合弁企業の輸出価格－国内資本系企業の輸出価格

つまり、2010 年代に、合弁企業の戦略は 2 つに分けられる。一つは、広東地域と江蘇・浙江・上海地域で確認できる高価格戦略であり、もう一つは、河南・山東地域で確認できる低価格戦略である。合弁企業は、中国のオートバイ産業の成熟期とこれに続く衰退期に対応して、これら 2 つの戦略を採用したと分析できる。

5. 4. 4 市場行動の変化の要因（2）：国内資本系企業の戦略の変化について

重慶地域の国内資本系企業の輸出価格は 2005 年の約 368 ドルから 2015 年の約 501 ドルへと上昇した（表 5. 45 参照）。広東地域の国内資本系企業の輸出価格は 2005 年の約 427 ドルから 2015 年の約 519 ドルへと上昇している。河南・山東地域の国内資本系企業の輸出価格は年々上昇する傾向があり、2005 年の約 374 ドルから 2015 年の約 534 ドルへと上昇した。対して、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業の輸出価格は全体に下落し、2005 年の約 480 ドルから 2015 年の約 330 ドルへと下落した。とくに、2009 年から、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業の輸出価格は下落している（表 5. 45 参照）。

つまり、4 大集積地の国内資本系企業の戦略は 2 つに分けられる。一つは、重慶、広東と河南・山東地域にみられるように、輸出単価は 500 ドルに向かって推移し、高い付加価値のオートバイを生産する戦略。もう一つは、江蘇・浙江・上海地域にみられるように、輸出単価を下げ、輸出台数を増加しないという戦略だ。このように、国内市場において国内資本系企業は、高価格帯のオートバイの生産と低価格帯の生産をおこなう 2 つの戦略に分類される。

国内市場において高価格帯のオートバイが生産可能になったのは、重慶、広東と河南・山東地域であり、低価格帯のオートバイを生産するのは江蘇・浙江・上海地域である。国内資本系企業による高価格のオートバイ生産により、合弁企業の高価格のオートバイのシェアは縮小した。そのため、合弁企業は国内向けの生産シェアを減少し、国内資本系企業は国内向けの生産シェアが高くなっている。これらの影響から合弁企業は国内市場に向け

て減産の市場行動をとり、国内資本系企業は国内市場を重視する行動が出現した。

ところが、河南・山東地域の合弁企業は徹底的にコストをダウンして低価格帯の生産をおこなった。極めて特徴的なのは、スズキである。同社は河南・山東地域のみを低価格帯のオートバイの生産拠点とし、国内市場に臨んでいる。つまり、合弁企業は低価格帯の生産をおこなう能力も具有しているといえる。以上から、合弁企業の市場行動は高価格帯か低価格帯を選択することが可能な中で選択的に市場行動をおこなっているといえる。

5.5 まとめ：成熟期から衰退期に直面した市場行動

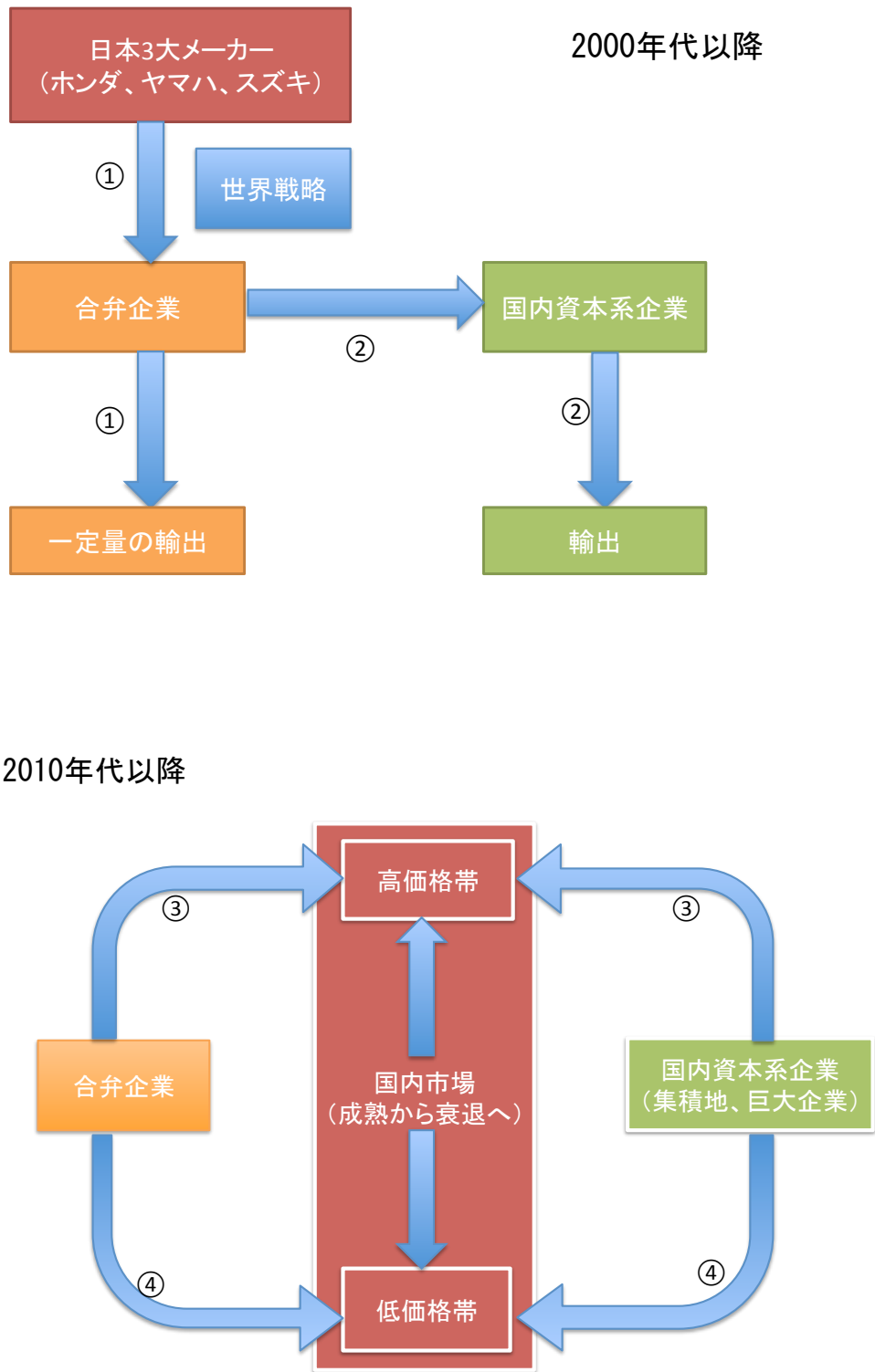
2000年代の中国オートバイ産業は、生産規模をより拡大し、国内市場への需要が増加するとともに、輸出を増加している。このことから、中国のオートバイ市場は成熟しているといえる。成熟しているオートバイ市場では、オートバイ産業の集中が進み4大集積地を形成した。また、この2000年代に巨大な国内資本系企業も出来上がっている。2000年の生産台数上位10社の中で国内資本系企業は9社あり、全国生産台数に占める9社の生産台数の比率は約45%に達した。このように、中国市場で国内資本の巨大企業が成長した。

しかし、2010年代以降中国のオートバイの生産、国内供給、輸出は減少する。また、2010年までオートバイ産業の利益は増加トレンドにあり74.2億元に達したが、2011年以降その利益は減少し、2016年の利益は44.98億元になる。これらのことから、中国国内市場において、衰退傾向を捉えることができる。つまり、2000年代から2010年代にはオートバイ市場は成熟期から衰退期に推移している。

この衰退期に国内市場に向けて低価格路線をとっているのは江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業と河南・山東地域の合弁企業である。対して、付加価値が高いオートバイの生産をおこなっているのは重慶地域、広東地域と河南・山東地域の国内資本系企業である。つまり、中国のオートバイ産業は、国内市場が十分に成熟し、高価格帯のオートバイと低価格帯のオートバイという商品ニーズへの選択的分岐を確認できる。

これらのことから、合弁企業と国内資本系企業の市場行動および戦略は企業によって異なることがわかる。この状況について図で示すと以下になる（図5.43参照）。

図 5. 43. 中国における合併企業と国内資本系企業の市場行動及び戦略の変化



出所：筆者作成

注：①合併企業の世界戦略、②合併企業の影響による国内資本系企業の輸出動向、③合併企業と国内資本系企業との高価格戦略、④合併企業と国内資本系企業の低価格戦略

成熟期である 2000 年代に合弁企業と国内資本系企業は以下のような市場行動および戦略をとった。中国の合弁企業は主に日本の 3 大メーカーによって形成された。合弁企業は世界戦略のため一定量の輸出台数を維持している。ただし、合弁企業は中国国内市場に対して、中国の巨大な需要が現れたことから、大量の生産を行った。同時期に国内資本系企業も大規模な生産をおこなっている。合弁企業による国内市場の拡大の影響により国内資本系企業は海外市場へと参入する必要が生じることとなった。このような合弁企業と国内資本系企業の市場行動の結果として、2000 年代の市場の成熟期には、国内資本系企業の輸出は引き続き拡大している。

しかし、2010 年代以降、中国オートバイ市場は成熟から衰退に向かっている。所得水準が高くなったことからオートバイへの需要は低価格の車種だけではなく、高価格の車種も増加した。このように、中国オートバイ市場では消費ニーズが分岐した。また、中国のオートバイ産業は 4 大集積地を形成し、オートバイ産業が集中している。このうち、国内資本である巨大企業は高価格帯のオートバイの生産を開始した。したがって、中国オートバイ市場では、大規模生産を行う合弁企業と国内資本の巨大企業が存在し、高価格帯と低価格帯という分岐が形成された。合弁企業と巨大国内資本企業の戦略も異なる。合弁企業の高価格製品と巨大国内資本企業の高価格製品との競争が生じ、国内資本系企業による高価格帯のオートバイ生産により合弁企業の高価格帯のオートバイは生産シェアを落とした。このように、合弁企業と国内資本巨大企業の高価格帯での競争により、合弁企業は生産を減少する行動をとり、また、巨大国内資本企業は国内市場を重視する行動がみられた。

江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業と河南・山東地域の合弁企業は国内市場に向けた低価格帯の生産を行っている。江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業は低価格帯のオートバイを中心に生産し国内市場に向かっている。河南・山東地域では合弁企業のみが低価格帯のオートバイを生産し、国内市場にむけた市場行動をとっている。

つまり、オートバイ市場の衰退期である 2010 年代以降、高価格帯と低価格帯のオートバイへのニーズが分かれている。合弁企業と巨大国内資本企業の高価格帯の競争が生じ、合弁企業は生産を減少する行動をとっているが、国内資本巨大企業は国内市場を重視する行動をとる。また、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業と河南・山東地域の合弁企業は低価格帯のオートバイを生産する市場行動で国内市場を臨んでいる。

一方、合弁企業と国内資本系企業の市場行動によって、オートバイ産業の発展パターンも異なっている。重慶地域の国内資本系企業は、2010 年代以降国内市場を重視する傾向がみられる。つまり、重慶地域におけるオートバイ産業は国内市場重視へと転換しているパターンである。広東地域では、2010 年代以降、合弁企業は一定の輸出台数を維持し、国内供給を減少し、国内資本系企業はまだ高い輸出を維持しているパターンである。そして、江蘇・浙江・上海地域における合弁企業は一定の輸出台数を維持しつつ国内供給を減少し、国内資本系企業が国内市場へと転換するパターンである。また、河南・山東地域における国内資本系企業と合弁企業は引き続き国内市場を重視しているパターンとなる。

また、4 大集積地の合弁企業と国内資本系企業の市場行動について、プロダクト・サイクル論の適応も異なっている。広東地域、江蘇・浙江・上海地域における合弁企業は 2000 年代には中国の国内市場を中心としているが、2010 年代以降に一定の輸出台数を維持したまま国内向けの生産を減少している。このため、広東地域、江蘇・浙江・上海地域の合弁企業は多国籍企業によるプロダクト・サイクル論における成熟段階に位置し、適合するといえる。

2000 年代以降の重慶地域、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業は合弁企業による占有率の高い国内市場を回避し輸出をおこなった。しかし、2010 年以降、重慶地域、江

蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業は国内供給を増加している。この両地域の国内資本系企業は国内市場重視に転換しているため、プロダクト・サイクル論に適合するとはいえない。

河南・山東地域は、合併企業と国内資本系企業は、国内市場を対象とした市場行動をとり、輸出台数もまだ少ない。このため、河南・山東地域のオートバイ産業はプロダクト・サイクル論に適合しない。

本章では、以上で示したように、成熟期から衰退期の国内資本系企業と合併企業の市場行動から、各集積地において異なる発展パターンが存在することを明らかにした。

第6章 仮説の検証と残された課題

世界のオートバイ生産は日本の3大オートバイメーカー（ホンダ、ヤマハ、スズキ）が世界市場の50%以上のシェアを占有しており、世界市場において日本の3大メーカーが寡占体制を維持しているといえる。本論文はこのような寡占体制下における途上国の産業の発展パターンを明らかにすることを目的とし、その際、中国のオートバイ産業の発展パターンを題材とした事例研究である。この目的を達成するために2つの仮説を立てた。一つは、中国のオートバイ産業の発展パターンは従来の産業発展段階理論、すなわち、プロダクト・サイクル論、キャズム理論、雁行型経済発展論の内、典型的なプロダクト・サイクル論ではないが、分析の手法として限定的に有効だと考えるという仮説である。もう一つは、集積地別の市場行動の分析をすることで中国市場における企業の市場行動を明らかにすることができるという仮説である。

以上の仮説に基づき前章までに論考を進めてきた。これらの検討から導き出される仮説の検証結果を以下に示す。

6.1 仮説1の検証

仮説1として設定した、中国のオートバイ産業の発展パターンはプロダクト・サイクル論により分析ができるという仮説を検証するために、第2章では産業発展段階論である雁行型経済発展理論やキャズム論、プロダクト・サイクル論の有効性の検討を試みた。その上で、この検討を踏まえた第4章以降のオートバイ企業の市場行動の分析からプロダクト・サイクル論による分析が部分的に有効であることを明らかにした。

第2章では産業発展段階論である雁行型経済発展論、キャズム論、そして、プロダクト・サイクル論の理論分析をおこなった。雁行型経済発展理論は1つの産業の育成を重視して論じる理論である。ある産業では輸入、生産、輸出が継続する。また、消費財から資本財へ、粗製品から精製品へ転換することもある。しかし、世界のオートバイ市場では、日本の3大メーカーによる寡占体制が形成されている。発展途上国のオートバイ産業はこの寡占体制の影響下で形成されてきたが、その状況は雁行型経済発展理論と合致していない。よって、本論文では中国のオートバイ産業を分析する際に、雁行型経済発展理論では説明することができない。また、マーケティング領域から成立したキャズム論は消費者の立場からハイテク製品の市場における普及プロセスについて説明するが、製品の輸出や海外直接投資については言及しない。本論文ではオートバイ企業の市場行動（輸出と海外直接投資）を分析対象とすることから、キャズム論で説明することができない。これら、二つの理論で説明することができない、寡占体制下の状況について、そして輸出と海外直接投資の市場行動を踏まえて検討可能なものがプロダクト・サイクル論である。世界市場において中国のオートバイ産業は日本の3大メーカーの寡占体制下で成長した。また、輸出と海外直接投資も行われている。このような状況について市場行動を含めた分析をおこなうツールはプロダクト・サイクル論に有効性が認められる。しかし、本論文で採用する理論は従来のプロダクト・サイクル論に十全に依拠したものではない。分析の手法として限定的に用いることに有効性を確認できる。

中国のオートバイ産業の事例からは、技術の導入→輸出→海外直接投資と展開し、早い段階である成長期に輸出や海外直接投資が行われていることが確認できる。しかし、輸

入台数はわずかであり、逆輸入は行われていない。ゆえに、中国のオートバイ産業は全体としては、輸出や海外直接投資を成熟期に位置付ける。そして、海外直接投資から逆輸入が発生するプロダクト・サイクル論で説明できない。一方で、中国のオートバイ市場では、膨大な需要が存在していることを要因とした合弁企業の進出に伴い国内資本系企業が成長した。オートバイ市場において、合弁企業と国内資本系企業は異なる市場行動をおこなう。また、中国には4つの大集積地が存在する。そのため、合弁企業と国内資本系企業に分け、集積地毎の市場行動に着目しプロダクト・サイクル論を考察した場合に一定の有効性が認められる。

第4章では具体的に中国の合弁企業と国内資本系企業の市場行動について分析を行った。この分析からプロダクト・サイクル論の有効性について検討した。

まずは、合弁企業の市場行動から以下のことが明らかになった。多国籍企業が海外に進出する際の初期の動機は現地の安価な賃金を用いて、製品を生産し本国に逆輸入するためである。このため、中国に進出した合弁企業は継続した一定量の輸出台数が存在する。しかし、合弁企業が中国に進出した1990年代は、中国国内に膨大な国内需要が存在した。合弁企業はこの膨大な国内需要に対応する為に大量の生産を行った。しかし、2010年代以降、国内需要が減少し、また、国内資本系企業が高価格帯のオートバイを生産したことにより、合弁企業は生産台数を減少する。この生産台数の減少状況においても合弁企業の国際戦略としての一定の輸出台数は維持されている。このように、中国の合弁企業は国内市場への生産を縮小しつつも一定の輸出台数を維持している。つまり、1990年代の成長期に合弁企業は中国国内市場に進出し、2000年代にはさらなる生産規模の拡大を行い成熟期に至った。その後、2010年代以降の衰退期に、合弁企業は中国市場での生産を減少し、合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率が相対的に高くなった。このことから、合弁企業の市場行動は多国籍企業を対象としたプロダクト・サイクル論に適合しているといえる。

次に、国内資本系企業の市場行動を確認する。成長期である1990年代以降、国内資本系企業も急速に発展し大規模な生産をおこなっている。ただし、この当時、合弁企業も国内需要に対応する大規模生産を行い、中国の市場は合弁企業に占有されていた。この状況に対して、国内資本系企業は合弁企業との競争を回避し、低価格で低排気量のオートバイの輸出を拡大した。そのため、中国の国内資本系企業は早い段階である成長期に輸出を行っている。また、輸出と同時期に国営企業による海外直接投資が行われている。成熟期である2000年代以降に多くの民間企業が海外直接投資をおこなっているが、逆輸入は行われていない。そして、衰退期である2010年代から、国内資本系企業の生産台数に占める国内供給の比率が高くなり、国内市場を重視する傾向が見られる。このように、国内資本系企業は、早い段階での輸出と海外直接投資をおこなったが、逆輸入は発生していない。また、海外市場重視から国内市場重視に転換する行動からも国内資本系企業の市場行動はプロダクト・サイクル論に適合しているといえない。

第5章では、4大集積地の合弁企業と国内資本系企業の市場行動を分析した。この作業から、広東地域、江蘇・浙江・上海地域において、合弁企業は2000年代に中国の国内市場を中心としているが、2010年代以降、一定の輸出台数を維持したまま国内向けの生産を減少している。このため、広東地域、江蘇・浙江・上海地域の合弁企業はプロダクト・サイクル論における成熟段階に位置し、プロダクト・サイクル論に適合するといえる。

対して、2000年代以降、重慶地域、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業は合弁企業による占有率の高い国内市場を回避し大量の輸出をおこなった。しかし、2010年以降、重慶地域、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業は国内供給を増加している。この

両地域の国内資本系企業は国内市場に転換しているため、プロダクト・サイクル論に適合するとはいえない。

ただし、合弁企業が強く存在している河南・山東地域は、合弁企業と国内資本系企業は、共に国内市場を対象とした市場行動をとっている。また、輸出台数もかなり少ない。このため、河南・山東地域のオートバイ産業はプロダクト・サイクル論に適合しない。

中国のオートバイ産業全体を合弁企業と国内資本系企業の市場行動に分けてみると、合弁企業の市場行動はプロダクト・サイクル論と適合しているといえる。しかし、国内資本系企業の市場行動はプロダクト・サイクル論に適合しているとはいえない。また、集積地別でみると、広東地域、江蘇・浙江・上海地域の合弁企業はプロダクト・サイクル論に適合し、重慶地域、江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業国内市場に転換しているため、プロダクト・サイクル論に適合するとはいえない。河南・山東地域のオートバイ産業はプロダクト・サイクル論に適合しない。以上のことから、従来の産業発展段階理論であるプロダクト・サイクル論に中国のオートバイ産業に十全に依拠したものではないものの、分析の手法として限定的に用いることにより有効性が見られた。この有効性の確認に関する検討から、各集積地における企業形態毎の発展パターンを見出すことができた。この点について、仮説 2 の検証において明らかにする。

6.2 仮説 2 の検証

仮説 2 として設定した、集積地別の市場行動（中国オートバイ市場において行う全ての行動）の分析をすることで中国市場におけるオートバイ産業の発展パターンを明らかにすることができるという仮説を検証するために、まず第 3 章で発展途上国におけるオートバイ産業の発展パターンを確認し、第 4 章以降では中国のオートバイ企業を国内資本系企業と合弁企業に分類し、それぞれの集積地における市場行動からオートバイ産業の発展パターンを分析した。

①発展途上国のオートバイ産業の発展パターン

第 3 章では、世界のオートバイ産業について確認した。世界のオートバイの生産拠点は欧米から日本、日本から中国やインド、そして東南アジアへと移転した。日本のオートバイ産業は 20 世紀前半に欧米のオートバイ技術を導入し、国内の普及を実現した。しかし、1970 年代から国内需要が減少したことから輸出を本格化させた。1980 年代には海外直接投資を行い、1990 年代から再び輸入も増加した。その一方で、国内生産は減少し、オートバイ産業は衰退した。このように、日本のオートバイ産業はまさに導入期→成長期→成熟期→衰退期という発展パターンを示しているため、プロダクト・サイクル論で説明できる。また、ホンダは今も世界のオートバイ生産台数の 30% 強のシェアを占め、ヤマハとスズキの生産台数を入れると、日本は世界市場の約 50% のシェアを超えている。このように、現在の世界のオートバイ市場においてホンダ、ヤマハとスズキによる寡占体制が形成されている。

一方、発展途上国であり、膨大な市場を有している中国とインドは、1990 年代から日本などの外資系企業による合弁企業と多くの民間企業が市場に参入してきた。このことにより 1990 年代以降オートバイ産業は急成長を遂げる。中国は小排気量の生産と販売が中心であり、インドはモーターサイクルの生産が中心であった。日本の 3 大メーカーの寡占体制の下で、中国とインドのオートバイ産業は、国内資本系企業と外資系企業が競って特

殊な排気量の車種を特化・生産し、普及してきたという発展パターンがみられる。しかし、東南アジアなどの途上国のオートバイ産業は、主に外資系企業の下で発展しているというパターンが確認できる。

② 中国のオートバイ産業の発展パターン

第4章では中国のオートバイ産業の発展パターンについて整理を行った。膨大な人口を有する中国のオートバイ産業は中国国内に巨大な市場が存在する。1990年代の合弁企業の進出に伴い多くの民間企業が出現した。しかし、国内資本系企業と合弁企業は異なる市場行動をとっている。ここに中国のオートバイ産業の最大の特徴が存在する。まずは、国内資本系企業と合弁企業の市場行動を合わせた形で中国のオートバイ産業全体の発展パターンを捉える。

1990年代以降、日本との合弁企業が中国市場に進出し、主として国内向けの生産が行われたが、同時に輸出も行われている。このことにより、1990年代に国内資本系企業・合弁企業ともに成長している。その後の中国のオートバイ市場は2000年代の成熟期と2010年代の衰退期に区分することができる。この成熟期から衰退期にかけた国内資本系企業と合弁企業の市場行動から中国のオートバイ産業の発展パターンが捉えられる。

2000年代に国内資本系企業の輸出台数は2005年の約380万台から2010年の約720万台へと増加している。国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率も2005年の約32%から2010年の約40%へと増加した。一方、合弁企業は世界戦略であるため、2000年代以降生産台数に占める輸出台数の比率は、一定して2010年の約17%程度を維持している。2000年代の合弁企業は主に国内市場に向けて生産をおこなっているが、国内資本系企業は輸出を拡大している。これは国内資本系企業が技術力格差のある合弁企業に押し出される形で輸出を伸ばした結果とみるのが可能である。つまり、2000年代の中国のオートバイ産業は、合弁企業による国内向けの生産の拡大と、国内資本系企業の輸出の拡大から捉えられるパターンを確認できる。

2010年以降も合弁企業は国際的な生産計画のため約160万台の輸出台数を維持している。生産台数に占める輸出台数の比率も2011年の約15%から2015年の約21%へと増加している。この状況に対して合弁企業の国内供給は減少している。この点について国内資本系企業との競争という状況を考慮しなければならない。国内資本系企業の生産台数に占める国内供給の比率は2011年の約49%から2015年の約52%へと微増している。以上から、国内資本系企業は海外市場重視から国内市場重視へと転換する傾向がみられる。したがって、2010年代以降の中国のオートバイ産業において、合弁企業は一定量の輸出を維持しながら国内供給が減少する一方で、国内資本系企業は海外市場重視から国内市場重視へと転じるパターンを確認できる。

つまり、中国のオートバイ産業の発展パターンは、合弁企業と国内資本系企業の両企業形態の競争状況において、合弁企業の市場行動が先行し、国内資本系企業がこれを受け選択的に市場行動を行っていると言える。逆説的に述べるならば、国内資本系企業は合弁企業である多国籍企業の市場行動に対抗しうる生産能力、経営能力をつけたとも言えよう。

③ 合弁企業と国内資本系企業の市場行動による4大集積地の発展パターン

第5章では前章までに明らかにした中国オートバイ産業の発展パターンについて、さらに詳細な検討を行うために、4大集積地における発展パターンを合弁企業と国内資本系

企業の市場行動から明らかにした。

重慶地域の国内資本系企業の生産台数における移出台数の比率と輸出台数の比率は2010年に約44%と約45%である。このことから、重慶地域の国内資本系企業は2000年代に移出と輸出を両立しているといえる。しかし、2010年代以降になると重慶地域の国内資本系企業の生産、輸出台数は減少しているが移出台数は増加している。また、国内資本系企業の生産台数に占める移出台数の比率も2015年には約50%に達している。そのため、2010年代以降、重慶地域の国内資本系企業は国内市場重視へと転換する傾向がみられる。つまり、重慶地域におけるオートバイ産業は国内市場重視へと転換するパターンである。

広東地域の国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率は2010年に約62%である。また、広東地域の合弁企業の生産台数に占める国内供給の比率は2010年に約85%である。このため、2000年代に同地域の国内資本系企業は輸出へと転換し、合弁企業は国内市場を中心としていることがわかる。2010年代以降、合弁企業は一定の輸出台数を維持し、合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率も2011年の約23%から2015年の約32%に増加している。広東地域の国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率も2015年に約60%を維持している。そのため、2010年代以降、広東地域の合弁企業は一定の輸出台数を維持し、国内供給を減少している。そして、国内資本系企業はいまだ高い水準の輸出を維持するパターンである。

江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業の生産台数に占める輸出の比率は2010年の約43%である。また、合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率は2010年には36%である。そのため、2000年代に同地域の国内資本系企業と合弁企業は国内市場を中心とした市場行動を取っている。しかし、2010年代以降、同地域の国内資本系企業の生産台数に占める国内供給の比率は2011年の約50%から2015年の69%へと増加した。同地域の合弁企業は一定の輸出台数を維持している。また、合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率は2015年の約47%となった。このため、江蘇・浙江・上海地域における合弁企業は一定の輸出台数を維持して国内供給を減少している。そして、国内資本系企業は国内市場へと転換するパターンである。

河南・山東地域では、2000年代には、国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率は2010年に約23%である。また、合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率は2010年に6.2%である。このため、河南・山東地域の国内資本系企業と合弁企業は2000年代に国内市場を中心とした市場行動をとる。2010年代以降、河南・山東地域の国内資本系企業の生産台数に占める輸出台数の比率は、2015年に約28%であり、国内供給の比率は72%である。同地域の合弁企業の生産台数に占める輸出台数の比率は2015年の約13%であり、国内供給の比率は2015年の約87%である。このため、2010年代以降、河南・山東地域における国内資本系企業と合弁企業は引き続き国内市場を重視しているパターンである。

④国内資本系企業と合弁企業の市場行動の変化要因について

前節で明らかにした4大集積地における合弁企業と国内資本系企業の市場行動について、その変化の要因について整理をおこなう。合弁企業の存在しない重慶地域を除いた、広東、江蘇・浙江・上海および河南・山東すべての地域は、2000年代から2010年に至るまで合弁企業による輸出台数が一定の台数を維持している。これらの3地域は2000年代には国内需要の拡大を背景に合弁企業が国内向けの生産を拡大した。2000年代の合弁企

業の生産の中心は国内市場である。しかし、2011 年以降、中国のオートバイ国内需要が縮小し始めた為に、広東地域、江蘇・浙江・上海地域の合弁企業は国内向けの生産を減らし始めた。結果として、この 2 つの地域の合弁企業が生産台数に占める国内供給の比率は減少し、輸出台数に占める比率が高くなった。

他方、河南・山東地域の合弁企業が生産台数に占める国内供給の比率は 2015 年に約 90% である。そのため、同地域の合弁企業は国内市場向けの生産を維持している。

つまり、中国での合弁企業は、2000 年代から 2010 年代にかけて一定量の輸出が維持されていた。2010 年代から国内市場に向けて、自社内生産台数の比率を増加させるか減少させるかという 2 つの異なる市場行動が現れた。

国内資本系企業に目を転じると、重慶地域と江蘇・浙江・上海地域では、2000 年代に、国内資本系企業が生産、輸出ともに増加した。国内資本系企業が生産台数に占める輸出台数の比率も増加し続けている。しかし、2011 年から国内資本系企業が生産台数に占める輸出台数の比率は減少する。

広東地域は 2000 年代から国内資本系企業が生産台数に対する輸出台数の比率は 2010 年に約 60% となっている。そのため、2000 年代では、同地域の国内資本系企業は輸出を中心であった。2011 年以降もこの比率は 60% ほどを維持している。そのため、広東地域の国内資本系企業は依然として輸出を重視している。

河南・山東地域は、2000 年代に国内資本系企業が生産台数に占める輸出台数の比率は 2010 年に約 23% である。そのため、河南・山東地域の国内資本系企業は 2000 年代に国内市場を中心としていることがわかる。2010 年代以降、国内資本系企業が生産台数に占める輸出台数の比率は 2015 年に約 28% あり、国内供給の比率は 72% である。そのため、2010 年代以降、河南・山東地域の国内資本系企業は 2010 年代以降も引き続き国内市場を中心であるといえる。

つまり、2010 年代以降の中国の国内資本系企業は 3 つの行動がみられる。重慶地域と江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業は、自社内の生産台数における輸出比率を相対的に減らし、国内市場に転換する傾向がみられる。広東地域の国内資本系企業は引き続き高い輸出水準を維持している。河南・山東地域の国内資本系企業は 2000 年代と同様に、国内市場向けの生産をおこなっている。

このように、4 大集積地の合弁企業と国内資本系企業の市場行動が、中国のオートバイ産業の市場行動を促進した。衰退期の中国のオートバイ産業は、合弁企業が一定の輸出台数を維持しつつ、中国国内市場向けの生産を縮小させ、国内資本系企業が生産台数に占める輸出の比率が減少し、国内市場重視に転換する傾向がみられる。中国の合弁企業と国内資本系企業の市場行動の変化要因はそれぞれ企業形態の戦略の変化と考えてよいだろう。

2010 年代の合弁企業の戦略は 2 つに分けられる。一つは、広東地域と江蘇・浙江・上海地域で確認できる高価格戦略であり、もう一つは、河南・山東地域で確認できる低価格戦略である。

国内資本系企業の戦略も 2 つに分けられる。一つは、重慶、広東と河南・山東地域に見られるような高い付加価値のオートバイを生産する戦略であり、もう一つは江蘇・浙江・上海地域に見られるような逆に輸出単価を下げる戦略である。

合弁企業と国内資本系企業の戦略により、中国の国内市場は高価格のオートバイと低価格オートバイへの需要が別れた。国内資本系企業のうち高価格帯のオートバイを出荷できるようになったのは重慶、広東と河南・山東地域であり、低価格帯のオートバイを出荷する江蘇・浙江・上海地域も存在する。国内市場において、国内資本系企業の高価格のオートバイとの競争により、合弁企業の高価格のオートバイはシェアを落としている。合弁

企業は国内向けの生産シェアを縮小し、国内資本系企業の国内向け生産のシェアは高くなっている。このように、合弁企業は国内市場に向けて減産の市場行動をとり、国内資本系企業は国内市場重視に転換した。

ところが、河南・山東地域の合弁企業は低価格帯のオートバイの生産拠点とし、国内市場に臨んでいる。つまり、合弁企業は低価格帯の生産をおこなう能力も具有しているといえる。以上から、合弁企業の市場行動は高価格帯か低価格帯を選択することが可能な中で世界市場の戦略として選択的に市場行動をおこなっているといえる。

2010年代以降、国内資本系企業は高価格帯の生産により合弁企業と競争関係が形成された。この競争により国内資本系企業は合弁企業の生産シェアを落としている。この影響により、合弁企業は国内向けの生産を減少する行動や国内資本系企業は国内市場重視に転換する行動をとった。

以上について整理を行うと以下のように説明できる。オートバイ市場が成熟期にある2000年代に中国の合弁企業は主に日本の3大メーカーによって形成された。合弁企業は世界戦略のため一定量の輸出台数を維持している。しかし、合弁企業は中国国内市場の巨大な需要に対して、大量の生産も行った。同時期の国内資本系企業もまた大規模な生産をおこなっていたが市場のシェアは合弁企業によって占有されていた。このため、合弁企業による占有の影響により国内資本系企業は海外市場へと参入する必要が生じることとなった。このような合弁企業と国内資本系企業の市場行動の結果として、合弁企業は国内向け生産を拡大している一方、国内資本系企業は輸出を拡大している。

しかし、2010年代以降に中国国内市場は成熟期から衰退期に推移している。国内市場においてオートバイの需要は高価格帯と低価格帯が存在する。また、4大集積地が形成されるにともない、国内資本の巨大企業も誕生し高価格帯のオートバイの生産を行った。そのため、2010年代以降、合弁企業の高価格製品と巨大国内資本系企業の高価格製品との競争が生じた。国内資本系企業による高価格帯のオートバイ生産により、合弁企業の高価格帯のオートバイは生産シェアを落としている。これにより、合弁企業は国内向けの生産シェアを縮小し、国内資本系巨大企業の国内向けの生産シェアが高くなっている。このように、合弁企業と国内資本系巨大企業の高価格帯の競争により、合弁企業は生産を減少する行動をとり、また、国内資本系巨大企業は国内市場重視に転換する行動がみられた。

したがって、既往の中国オートバイ産業の研究において、中国オートバイ産業は国内資本系企業が発展の中心とされてきたが、本論文において示したように多国籍企業の国際戦略が中国の合弁企業の市場行動として表れ、その影響を受けた国内資本系企業との競争による選択的な市場行動の過程において、中国のオートバイ産業が発展したといえる。以上についてプロダクト・サイクル論を援用することにより現代的状況を明らかにした。このことから、プロダクト・サイクル論が適用される合弁企業は中国のオートバイ市場に多大なる影響を与えたという点では限定的な有効性が認められる。

また、以上の整理から、寡占市場下の途上国における産業発展パターンについて以下のような説明が可能となる。ある産業は発展途上国に移転した時に、そのまま全ての製品の移転のみならず、一部の移転により特化された製品が市場に普及する。また、寡占市場下にある途上国の市場において外資系企業のもとに発展するパターンと、外資系企業と国内資本系企業が競争するパターンが存在する。東南アジアなどの国々は、国内市場において国内資本系企業の競争力が弱く、完全に外資系企業の下に成長するパターンであり、中国とインドのような膨大な国内市場を有する国では、寡占市場下においても国内資本系企業と外資系企業が競争するパターンである。

6.3 残された課題

本論文に残されている課題を整理すると、以下の6点が挙げられる。

まず、第1に、今後の中国オートバイ企業が世界市場で戦えるのかという問題が存在する。1990年代以降、中国のオートバイ企業は東南アジアを中心とした発展途上国に進出し、工場を建設した。ここからも、中国企業は海外市場に進出の意欲が見られた。しかし、世界のオートバイ市場では、日本の3大メーカーの寡占体制がまだ継続し、世界中に工場を展開している。このことから、今後の世界市場で戦えるのかという問題が存在する。本論文で見てきたように、2010年代から中国の国内資本系は国内市場重視に転換するも、中国オートバイ市場の生産は減少していることは明らかである。これらのことから、中国のオートバイ産業は国内市場で消滅するか、それとも、海外市場に転換するのかという重要な問いに本論文では迫ることができなかった。

第2に、国営企業と民間企業に関する詳細な検討が必要である。本論文では、企業形態の分類を大きく国内資本系企業と合弁企業に分けている。しかし、国内資本系企業の内訳としては、国営企業と民間企業が含まれている。本論文では、データの制限により、一部この違いについて言及するも詳細な検討はおこなっていない。しかし、国営企業と民間企業の市場行動は異なる可能性が十分に存在している。とくに、1990年代以降の民間企業と合弁企業のオートバイ市場への参入にともない、国営企業は減少している。その国営企業の減少原因について考察する必要がある。また、オートバイ4大集積地に関する整理から、重慶地域と河南・山東地域における国営企業の強い存在がみられた。国営企業が集積地別に与えた影響は異なっていると考えられる。また、合弁企業の種類も2種類に分けられる。それは、外資系企業と国営企業の合弁企業と、外資系企業と民間企業の合弁企業である。国営企業系の合弁企業と民間企業系の合弁企業の市場行動について比較検討する必要がある。今後の研究において企業形態の分類を詳細に分類したうえで分析を行う必要が存在する。

第3に、今後の国内資本系企業の国内市場における動向に関する課題が存在する。繰り返し述べてきた通り、2000年代以降、国内資本系企業は合弁企業と比べ低価格の製品を他の途上国に輸出するという形で成長してきた。しかし、2010年代以降の市場行動からは、国内資本系企業の高価格のオートバイ生産により、合弁企業の国内供給が減少する傾向が確認できた。ここから、国内資本系企業が海外・国内ともに低価格・低品質の下層市場を占有しそこで生存しながら、徐々に技術力を高め、より上位の市場へ浸潤し、合弁企業と価格競争を行わせるところまで成長しているプロセスと読み解くことができる。これらの状況は、Christensen(1997, 伊豆原訳 2001)の破壊的イノベーションモデルが当てはまる可能性が存在する。もちろん本研究が取り扱ったのは内燃機関を使ったオートバイであり、国内資本系企業の作ったオートバイ自体にプロダクトレベルのイノベーションは認めがたい。しかし破壊的イノベーション理論における技術の取り扱い、抜本的イノベーションか漸進的イノベーションかとは異なった軸であった。破壊的か持続的か、つまり既存の巨大企業を滅ぼし業界地図を書き換える力の有無であり、そのために重要なのはコスト競争力と、消費者にとっての性能である¹³¹。つまり、国内資本系企業のオートバイ製造技術は、「破壊的イノベーション」ではないかもしれないが、「破壊的技術」になり得るかもしれない¹³²。下位市場で生き延びることにより磨きをかけたコスト優位性とキャッチ

¹³¹ Christensen(1997, 伊豆原訳 2001), pp. 1-26

¹³² 「破壊的技術」という語は、日本語版の序に寄せて、戦後日本の製造業が欧米を席卷する現象を説明する際クリステンセンが用いた言葉である(前掲書, pp. ix-xi)。

アップしつつある技術力とを駆使し、中位・上位市場の消費者にとって満足な品質の製品を、合弁企業より廉価で市場に供給できるようになれば、いずれは合弁企業の独擅場である国内高価格・高品質市場まで国内資本系企業が浸透できる可能性は存在する。

したがって、今後も引き続き国内資本系企業が国内市場における地位を高めていくかどうかについて継続的に検討する必要がある。

第4に、輸出の減少理由についての課題が存在する。中国のオートバイ輸出は1990年代から開始され、その後、輸出台数も急速に拡大した。しかし、2010年代以降、輸出が減少する傾向が見られた。本論文では輸出台数上位10の輸出先から中国のオートバイの輸出の減少を推測した。しかし、輸出が減少した部分は具体的にどの企業から展開しているのか。あるいは、要因として世界市場におけるインドの輸出台数の増加の状況があるのか、また日本の現地生産に原因が存在するのか等が考えられる。このため、輸出の減少について、より詳細に検証する必要がある。

第5に、4大集積地の市場分断の可能性に関する課題が存在する。中国は国土が広く、一極集中の生産が困難である。このため、多数の生産拠点を中心として市場が形成される。つまり、中国国内には巨大な市場があり、地域的な市場圏が存在する可能性がある。また、地域ごとに完結した市場の存在もあり得る。換言すると、地域間における分業及び市場分断が形成されている可能性が指摘できる。このことから、中国のオートバイ産業も別々のオートバイ市場が併存していると考えられる。しかし、本論文では、各地域の生産台数と全国生産上位10社の企業から4大集積地の形成のみを説明した。市場分断を考慮した4大集積地の形成への分析はおこなっていない。そのため、市場分断により、オートバイの空間的集中や4大集積地が形成された可能性が存在する。もしくは、形成している4大集積地では既に市場分断されている可能性もある。これらの点について明らかにする必要がある。

最後に、インドに関する課題が存在する。現在、インドは中国を抜いて世界一のオートバイ生産国である。インドもまた中国と同様に膨大な国内市場を有し、国内市場において国内資本系企業と合弁企業が存在している。また、日本3大メーカーの寡占体制下にもある。そのような状況において、インドの国内資本系企業と合弁企業がどのような市場行動をとっているか確認する必要がある。これらについて解明するために、今後インドと中国のオートバイ産業の詳細な比較研究が必要とされる。これらの検討から、中国とインドのような巨大国家における産業の発展パターンを研究することが本論文に続く課題である。

参考文献

英語

- Gagnon, J. E and Rose, A. K(1995), “Dynamic Persistence of Industry Trade Balances:How Pervasive Is the Product Cycle? ”, *Oxford Economics papers* , Vol. 47, No. 2, pp. 229-248.
- Hirsch, Seev(1974), “Capital or technology :confronting the neo-factor proportions and neotechnology accounts of international trade” , *Weltwirtschaftliches Archiv*, Bd. 110, Heft4, pp. 535-563.
- Kravis, I. B(1956), “Availability and Other Influences on The Commodity Composition of Trade,” *Journal of Political Economy*, Vol. 64, No. 2, pp. 143-155.
- Krugman, P(1979), “A Model of Innovation, Technoloy Transfer, and the World Distribution of Income” , *Journal of Political Economy*, pp. 253-266.
- Levitt, T(1965), “Exploit the product Life Cycle” , *Harvard business Review*, (Nov-Dec), pp. 81-94.
- Posner. M(1961), “Internation trade and technical change” , *Oxford Economics papers* , Vol. 13, pp. 323-341.
- Soete, Luc L. G. (1981), “A General Test of Technological Gap Trade Theory,” *Weltwirtschaftliches Archiv*, Bd. 117, pp. 638-660.
- 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

- 赤松 要 (1935)「我国羊毛工業品の貿易趨勢」『名古屋高商・商業経済論叢』, 第 13 巻 冊, pp129-212.
- 赤松 要 (1956)「わが國産業発展の雁行形態-機械器具工業似ていて-」『一橋論叢』 第 36 巻, 5 号, pp. 514-526.
- 赤松 要 (1974)『金廢貨と国際経済』東洋経済新報社.
- 池田 潔・松岡 憲司・郝 躍英 (2001)「重慶市二輪車部品製造業実態調査」『龍谷大学 経済学論集』第 41 巻第 1 号, pp. 167-182.
- 伊豆原 弓訳 (2001)『イノベーションのジレンマ-技術革新が巨大企業を滅ぼすとき』翔泳社.
- 出水 力 (2002)『オートバイ・乗用車産業経営史-ホンダにみる企業発展ダイナミズム』日本経済評論社.
- 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 (2010)「アメリカ市場拡大に向けた大型二輪車の商品化-ホンダとカワサキにおける大型二輪車の漸進的イノベーション-」『大阪産業大学経営論集』第 11 巻第 3

- 号, pp. 337-375.
- 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.
- 太田原 準 (2000a)「日本の二輪車産業における構造変化と競争—1945～1965」『経済経営史』経営史学会, 第34巻4号, pp. 1-28.
- 太田原 準 (2000b)「二輪車産業の国際競争関係とアメリカン・ホンダ・モーターサイクルの設立」『経済論叢』京都大学, 第165巻5・6号, pp. 53-73.
- 太田原 準 (2005)「日本の二輪車産業—発展プロセスと全体像」『アジアの二輪車産業—各国二輪車産業の概要』アジア研究所, pp. 3-23.
- 太田原 準 (2008)「二輪車:プロダクト・サイクルと東アジア企業の競争力」『東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, pp. 121-147.
- 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』4月号, pp. 2-38.
- 大原 盛樹 (2003)「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」アジア研究所, pp. 105-130.
- 大原 盛樹 (2004)「経営資源から見た移行過程における民間企業の発生と発展—重慶における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 (2005a)「中国の二輪車産業巨大ローエンド市場がもたらした地場企業中心の発展」『アジアの二輪車産業—各国二輪車産業の概要』アジア研究所, pp. 61-77.
- 大原 盛樹 (2005b)「オープンな改造競争—中国オートバイ産業の特質とその背景」『中国製造業のアーキテクチャ分析』東洋経済新報社, pp. 57-80.
- 大原 盛樹 (2006a)「日本の二輪完成車企業圧倒的な優位性の形成と海外進出」『アジアの二輪車産業:地場企業の勃興と産業発展ダイナミズム』日本貿易振興機構アジア経済研究所, pp. 13-52.
- 大原 盛樹 (2006b)「中国の二輪車産業—開発能力の工場と企業間分業関係の規律化—」『アジアの二輪車産業:地場企業の勃興と産業発展ダイナミズム』日本貿易振興機構アジア経済研究所, pp. 163-203.
- 大原 盛樹 (2006c)「二輪車産業からみたアジアの産業発展—知的資産アプローチから—」『アジアの二輪車産業:地場企業の勃興と産業発展ダイナミズム』日本貿易振興機構アジア経済研究所, pp. 12-51.
- 加藤 弘之・上原 一慶編 (2009)『中国経済論』ミネルヴァ書房.
- 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 号, pp. 89-104.
- 関満 博・西澤 正樹 (2000)『挑戦する中国内陸の産業』新評論.
- 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」『神奈川大学研究年報』第4号, pp. 13-29.
- 小島 清 (1962)「日本貿易の構造と発展」『世界経済研究協会編論集』16(4), pp. 491-521.
- 小島 清 (1998)「東アジアの雁行型経済発展:成功と再構成」『世界経済評論』42(1), pp. 8-18.
- 小島 清 (2000)「雁行型経済発展論・再検討」『駿河台経済論集』9(2), pp. 75-136.
- 小島 清 (1945)『経済的進歩の諸条件』日本評論社.
- 佐藤 百合・大原 盛樹編 (2005)『アジアの二輪車産業—各国二輪車産業の概要』アジア研究所.
- 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.
- ジェフリー・ムーア著・川又 政治訳 (2002)『キャズム』株式会社翔泳社.

- 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.
- 島根 良枝 (2006)「インドの二輪車産業—地場独資完成車企業の存在と地場部品企業能力形成」『アジアの二輪車産業：地場企業の勃興と産業発展ダイナミズム』554号, 日本貿易振興機構アジア経済研究所.
- 鈴木 洋太郎 (1994)『多国籍企業の立地と世界経済—インターナショナル・ロケーションの研究—』大明堂.
- 趙 鳳彬 (2003)「中国における『社会主義市場経済』の実像—鄧小平 1992 年『南巡』への思考」『筑紫女学園大学紀要』, pp. 99-117.
- 東京大学 COE ものづくり経営センター (2006)「インド製造業のものづくりと日系企業のインド進出—二輪、四輪、家電の事例—」MMRC Discussion Paper No. 105
- 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.
- 藤本 隆宏・新宅 純二郎編著 (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.
- 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 巻第 1 号, pp. 63-83.
- 丸川 知雄 (2003)「ベトナムの機械関連産業と中国」『中国の台頭とアジア諸国の機械産業新たなビジネスチャンスと分業再編への対応』アジア研究所, pp. 289-304.
- 三嶋 恒平 (2007)「ベトナムの二輪車産業：グローバル化時代における輸入代替型産業の発展」『比較経済研究』第 44 巻第 1 号, pp. 61-75.
- 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.
- 三嶋 恒平 (2014)「ミャンマーの二輪車産業」『経済論叢』188 (3), pp. 47-63.
- 三嶋 恒平 (2015)「発展途上国のオートバイ産業の視点から」『地域から研究する産業・企業—フィールドワークとディシプリン—』JCAS 公開シンポジウム報告書 11, pp. 19-25.
- 三嶋 恒平 (2016)「バングラデシュのオートバイ産業輸入代替の実態とその課題」第 17 回アジア中古車流通研究会.
- 三嶋 恒平 (2017)「インドのオートバイ産業：フィールドからの現状報告」『研究叢書 77 インドの産業発展と日系企業』, pp. 429-446.
- 宮崎 勇・丸茂 明則・大来 洋一編 (2012)『世界経済読本』東洋経済新報社.
- 山村 英司・申 寅容 (2005)「中国内陸部産業の生産効率性の変化と輸出拡大過程—重慶のオートバイ産業の事例 1995～2001」『アジア経済』アジア研究所, 第 46 巻第 7 号, pp. 34-53.
- 山澤 逸平 (1971)「経済発展と貿易構造：雁行形態論の再構成」『一橋論叢』65 (2), pp. 201-216.
- 横井 光紀 (2003)「タイの二輪車産業—好調な国内市場と中国の影響」『中国の台頭とアジア諸国の機械産業新たなビジネスチャンスと分業再編への対応』アジア研究所, pp. 249-264.
- 横井 克典 (2007)「二輪車部品サプライヤーの現局面と協力関係の変容—本田技研熊本製造所に焦点を当てて」『産業学会年報』産業学会, No. 23, pp. 117-128.
- 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』, pp. 372-402.
- 渡辺 利夫 (2010)『開発経済学入門』東洋経済新報社.

- 白 杉 (2005)「透視我国摩托車產業」『摩托車』02, pp. 14-15.
- 程 益 (2002a)「日本摩托車工業快速發展的啓示 (1)」『摩托車技術』01, pp. 23-24.
- 程 益 (2002b)「日本摩托車工業快速發展的啓示 (2)」『摩托車技術』02, pp. 23-24.
- 陳 資燦 (1993)「中国摩托車產業的現狀与未来」『價格月刊』03, pp. 24-25.
- 陳 燮陽・□惠英 (2001)「摩托車的發明和發展」『汽車研究与開發』03, pp. 56-58.
- 陳 曉玉 (2001)「越南、印尼、印度摩托車市場考察報告」『摩托車技術』11, pp. 23-26.
- 陳 曉玉 (2009)「中国摩托車產品出口市場分析」『摩托車技術』12, pp. 36-39.
- 陳 迅 (2002)「我国摩托車行業出口問題研究」『國際貿易問題』11, pp. 24-28.
- 陳 輝 (2011)「广东省摩托車產業集群競爭力的實証研究：基于 GEMS 模型」『五邑大學學報』第 25 卷第 2 期, pp. 73-77.
- 董 瑾・王嗣俊 (1997)「積極開拓我国摩托車海外市場」『中国機電工業』05, pp. 20-21.
- 董 黎明・張 美華 (2009)「家電、汽車摩托車下鄉政策實施中諸多制約因素淺析」『金融服務』03, pp. 44-46.
- 馮 軍 (2005)「摩托車交通事故分析及对策初探」『摩托車』07, pp. 34-35.
- 郭 三野 (1994)「日本摩托車如何占領美国市場」『學習月刊』03, pp. 46-47.
- 航空工業汽車摩托車發展史編委會 (1992)『汽車摩托車發展史 (1957~1990)』人民郵電出版社
- 郝 晶祥 (2007)『中国摩托車行業整合戰略研究』博士論文
- 江門市人民政府 (2006)「江門市摩托車產業集群」『現代鄉鎮』01, pp. 18-19.
- 李 如海・陳 福堂・□ 静 (1997)「淺談日本兩輪摩托車的開發過程」『摩托車技術』11, pp. 3-7.
- 李 振民 (2001)「越南摩托車市場分析及对我國企業的建議」『東南亜縦』10, pp. 12-13.
- 李 娜・宋 瑞 (2013)「中国摩托車發展現狀及未来發展勢分析 (1)」『摩托車技術』06, pp. 30-31.
- 李 宝峰・張 哲 (2018)「中国摩托車產業進入轉型昇級關鍵時期」『摩托車技術』08, pp. 29-34.
- 劉 松涛 (2003)「中国摩托車行業的國際化發展对策」『現代管理科学』05, pp. 37-39.
- 劉 松涛 (2005)「中国摩托車行業的國際化發展对策」『現代管理科学』05, pp. 37-39.
- 劉 志堅 (2007)「產業集中及其績效—对中国摩托車行業的研究」『管理世界 (月刊)』03, pp. 164-165.
- 劉 静・李 懷斌 (2008)「重慶摩托車『軍轉民』与產業集群發展路径」『西安郵電學院學報』第 13 卷第 6 期, pp. 106-109.
- 劉 殿蘭 (2012)「摩托車產業在廣東經濟中的地位變遷分析」『江蘇商論』8, pp. 135-137.
- 劉 志鋒・王 引 (2015)「我国三輪摩托車的現狀及發展趨勢研究」『小型內燃機与車輛技術』第 44 卷第 3 期, pp. 94-96.
- 林 仲豪・陳 方 (2009)「廣東与江浙地区民營經濟發展比較研究-基于營商文化与要素稟賦的視角-」『理論与实践』11, pp. 78-82.
- 雷 志寧 (2016)「我国摩托車產業的技術創新与發展研究」『中国管理信息化』第 19 卷第 7 期, pp. 125-127.
- 盧 勇 (2007)「国内摩托車交通安全問題解析」『貴州工業大學學報』第 9 卷第 5 期, pp. 126-130.
- 龍 鳳翔 (2014)「重慶民營摩托車產業發展問題研究」『經濟研究導刊』02, pp. 48-49.
- 孟 東・趙 季 (2003)「重慶摩托車行業的企業集群現象分析」『現代管理科学』10, pp. 7-9.

- 歐陽濤 (2003) 「國內外摩托車排氣標準及法規簡介」『摩托車技術』10, pp. 46-50.
- 彭天祥・孫楓林 (2002) 「浅析我国摩托車市場競爭的特点及其發展趨勢」『湖南大學學報』第16卷第6期, pp. 52-55.
- 朴英姬 (2003) 「中国对非洲出口產品潛力分析」『西亜非洲 (双月刊)』06, pp. 19-23.
- 蒲華林 (2005) 「重慶摩托車出口存在的問題及对策」『對外經貿實務』03, pp. 17-19.
- 喬振祺 (2009) 「摩托車燥遭遇下鄉難」『中国報道』07, pp. 30-32.
- 石曉輝・田培棠・廖林青・楊翔羽 (2004) 「重慶市摩托車技術發展現狀及分析」『專家論壇』02, pp. 3-7.
- 田豐口 (2005) 「重慶市摩托車工業的海外戰略研究」『國際貿易問題』02, pp. 75-85.
- 唐良富・鄒記蘇 (2005) 「重慶摩托車產業和技術標準現狀及發展趨勢」『摩托車技術』01, pp. 8-10.
- 文黎明 (2013) 「摩托車的『前生』与『今世』」『摩托車』專題, pp. 9-20.
- 吳正權 (1989) 「淺談日本摩托車新技術的發展動態」『摩托車技術』第5、6期 (合刊), pp. 6-12.
- 吳正權 (1992) 「提高辺三輪摩托車制動的研究」『摩托車技術』01, pp. 8-16.
- 吳曉波・丁婉玲・高鈺 (2010) 「企業能力、競爭強度与外直接投資動機—基于重慶摩托車企業的多案例研究」『南開管理評論』第13卷第6期, pp. 68-76.
- 王宗耀 (1998) 「日本雅馬哈摩托車的新技術」『摩托車技術』08, pp. 22-24.
- 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』內蒙古科技出版社, pp. 8-12.
- 王東強・田書芹 (2008) 「重慶市摩托車產業名牌簇群發展戰略模式選拟研究」『廣東財經職業學院學報』第7卷第6期, pp. 79-83.
- 王宏雁・南日光・朱西産 (2008) 「摩托車事故特徵分析」『汽車工程』第30卷第11期, pp. 1009-1012.
- 王法林 (2009) 「中国摩托車產品出口形勢分析」『摩托車技術』10, pp. 41-45.
- 王法林 (2010) 「2009年中国摩托車行業出口概況」『摩托車技術』03, pp. 29-31.
- 王亮 (2013) 「中国摩托車行業歷史、現狀及發展口勢」『科学与企業』02, pp. 2-5.
- 王子萱 (2018) 「東南亞市場摩托車營口策略研究」『中国市場』05, pp. 121-122.
- 肖德 (1997) 「產品周期理論研究」『經濟學動態』10, pp. 71-73.
- 徐琳・錢振東 (2005) 「城市的摩托車交通問題与对策」『洛陽大學學報』第20卷第2期, pp. 65-67.
- 許姣麗 (2007) 「江門特色產業集群探究」『区域經濟』12, pp. 27-29.
- 于曰桂 (2000) 「我国摩托車技術發展現狀及前景」『摩托車技術』05, pp. 3-6.
- 尹濤・袁克忠・王青 (2015) 「日本摩托車行業狀況介紹」『小型內燃機与車輛技術』第44卷第5期, pp. 94-96.
- 顏伏伍・董力平・胡墨俊 (2001) 「摩托車排放控制政策現狀与展望」『摩托車技術』06, pp. 3-6.
- 袁守利・余柳平・阮桀 (2010) 「三輪摩托車車架振動分析与研究」『武漢理工大學學報』第32卷第1期, pp. 70-73.
- 張軍 (2008) 「產品生命周期理論及其適用性分析」『華北電力大學學報 (社会科学版)』01, pp. 31-36.
- 張小玲 (2014) 「基于『口石模型』的重慶摩托車產業出口競爭力分析」『時代金融』03, pp. 109-110.
- 鄭權 (2000) 「我国摩托車新製品開發現狀与發展口勢」『摩托車技術』12, pp. 3-4.

鄭 遠平・梁 丹・夏 媛媛 (2010)「重慶市摩托車産業集群技術創新研究」『製造業自動化』第 32 卷第 10 期, pp. 191-195.

翟 秦鋼 (2005)「從我國摩托車行業的變革看摩托車產業的發展口勢」『摩托車』03, pp. 13-15.

朱 崇新 (2001)「我國三輪摩托車市場及發展口勢」『摩托車』12, pp. 10-11.

周 泳宏 (2016)『中國摩托車行業發展研究』經濟管理出版社.

中國摩托車工業史編 (1995)『中國摩托車工業史』人民郵電出版社.

中國汽車工業年鑑編集委員會『中國汽車工業年鑑』各年版.

『中國摩托車工業統計年鑑』各年版.

『中國統計年鑑』各年版.

URL

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」

https://www.marklines.com/ja/report_all/rep1519_201607#report_area_2 (2019 年 3 月 30 日)

自動車産業ポータル MARKLINES「世界の二輪車生産と販売（下）：ブラジル市場の縮小は続き、欧州は回復」

https://www.marklines.com/ja/report_all/rep1521_201608#report_area_6 (2019 年 3 月 30 日)

自動車産業ポータル MARKLINES「世界の二輪車生産と販売（上）：インドが中国を抜き世界一の生産国へ」

https://www.marklines.com/ja/report_all/rep1392_201504#report_area_1 (2019 年 3 月 30 日)

自動車産業ポータル MARKLINES「世界の二輪車生産と販売（下）先進国編：復調の兆しを見せる日米市場」

https://www.marklines.com/ja/report_all/rep1279_201403 (2019 年 3 月 30 日)

新華罔 (2007)「重慶『軍転民』戦略」

http://www.cq.xinhuanet.com/10th/2007-01/21/content_9097153.htm (2019 年 3 月 30 日)

国摩托車罔「尼日利亚摩托車市場及出口分析予測」

<http://www.mtuo.com/news/html/201501/20150127155616105.htm> (2019 年 3 月 30 日)

中国統計局 <http://data.stats.gov.cn> (2019 年 3 月 30 日)

重慶隆鑫機車有限公司

<http://www.loncin.com> (2019 年 3 月 1 日)

重慶力帆実業股份有限公司

<http://www.lifan.com> (2019 年 3 月 1 日)

重慶建設摩托車股份有限公司

<http://jianshe.qqmtc.com> (2019 年 3 月 1 日)

中国嘉陵工業股份有限公司

<http://www.jialing.com.cn> (2019 年 3 月 1 日)

重慶銀翔摩托車有限公司

<http://www.yinxianggroup.com/product/Industry/> (2019 年 3 月 1 日)

重慶鑫源摩托車股份有限公司

<http://www.shineraymotor.com.cn> (2019 年 3 月 1 日)

重慶航空巴山摩托車製造有限公司
<http://www.chinabashan.com> (2019 年 3 月 1 日)
重慶雙慶產業集團有限公司
<http://zyyzdu0.cn.globalimporter.net> (2019 年 3 月 1 日)
重慶望江摩托車製造有限公司
<http://www.wonjan.cn> (2019 年 3 月 1 日)
重慶新感覺摩托車有限公司
<http://www.xgjmotor.com> (2019 年 3 月 1 日)
重慶潤通動力製造有限公司
<http://www.ratogh.com/> (2019 年 3 月 1 日)
宗申產業集團有限公司
<http://www.zongshen.cn/> (2019 年 3 月 1 日)
江門大長江摩托車有限公司
<http://www.jmdcj.moto188.com> (2019 年 3 月 1 日)
江門市迪豪摩托車有限公司
<http://www.dihaomotor.com> (2019 年 3 月 1 日)
江門市華龍摩托車有限公司
<http://www.hualongmotorcycle.cn> (2019 年 3 月 1 日)
廣州天馬集團天馬摩托車有限公司
<http://www.gzktm.com> (2019 年 3 月 1 日)
廣州番禺豪劍摩托車工業有限公司
<http://www.chinacar.com.cn/enterprise/2939/> (2019 年 3 月 1 日)
廣州番禺市華南摩托車工業有限公司
<http://www.chinacar.com.cn/enterprise/2948/> (2019 年 3 月 1 日)
廣州摩托車集團公司 (五羊本田)
<http://www.wuyangmotor.com> (2019 年 3 月 1 日)
廣州市大陽摩托車有限公司 (大運)
<http://www.gzdayang.com> (2019 年 3 月 1 日)
廣東銀河摩托車實業有限公司
<http://www.yinhemotor.com.cn> (2019 年 3 月 1 日)
廣東大冶摩托車技術有限會社 (豪江)
<http://www.tayomotor.com/CH/Default.aspx> (2019 年 3 月 1 日)
廣東三雅摩托車有限公司
<http://www.sanyamotor.com> (2019 年 3 月 1 日)
廣東富興摩托車實業有限公司 (豪豹)
<http://www.haobaomotor.com> (2019 年 3 月 1 日)
廣東大福摩托車有限公司
<http://en.dafumoto.com> (2019 年 3 月 1 日)
五羊-本田摩托車 (廣州) 有限公司
<http://www.wuyang-honda.com> (2019 年 3 月 1 日)
增城市東陽摩托車實業有限公司
http://www.doyanmoto.com/products_list/columnsId=3.html (2019 年 3 月 1 日)
增城市奔馬實業有限公司 (三鈴)
<http://www.sanlg-motor.com.cn> (2019 年 3 月 1 日)

鶴山国機南聯摩托車工業有限公司（森科）
<http://www.nanlianmotor.com>（2019年3月1日）
航空工業金城集團有限公司
<http://www.jincheng.com>（2019年3月1日）
常州光陽摩托車有限公司
<http://www.kymco.com.cn/gymt/index#>（2019年3月1日）
常州山崎摩托車有限公司
<http://www.yamasakimotor.com/en/home.asp>（2019年3月1日）
江蘇東方龍摩托車有限公司
<http://www.eastdragon-china.com>（2019年3月1日）
江蘇林海動力機械集團有限公司
<http://www.linhaigroup.com>（2019年3月1日）
江蘇新陵摩托車製造有限公司（哈里威）
<http://www.cnxinling.com>（2019年3月1日）
江蘇寶雕機動車有限公司
<http://www.bdmotor.com>（2019年3月1日）
江蘇國威摩托車有限公司
<http://www.guoweimotor.com>（2019年3月1日）
江蘇金捷摩托製造有限公司
<http://www.ducasu.com>（2019年3月1日）
江蘇林芝山陽集團有限公司
<http://www.lzsy.com>（2019年3月1日）
江蘇三迪機車製造有限公司
<http://www.sandicn.com/cn/Html/index.asp>（2019年3月1日）
江蘇創新摩托車製造有限公司
<http://www.creativemotor.com>（2019年3月1日）
衆星集團有限公司
<http://www.zhongxinggroup.cn/index.php>（2019年3月1日）
無口金洪摩托車製造有限責任公司
<http://www.jinhongmotor.com>（2019年3月1日）
錢江集團有限公司
<http://www.qj-group.com>（2019年3月1日）
慈溪金輪機車製造有限公司
<http://kingringmotor.qqmtc.com>（2019年3月1日）
春風控股集團有限公司（原浙江虹橋動力製造有限公司）
<http://www.cfmoto.com>（2019年3月1日）
浙江台州市王野動力有限公司
<http://www.wangye.com.cn>（2019年3月1日）
浙江雷克機械工業有限公司
<http://www.leikemt.com>（2019年3月1日）
浙江嘉爵摩托製造有限公司
<http://www.jiajue.com>（2019年3月1日）
浙江三友集團摩托車有限公司
<http://www.china-sanyou.com>（2019年3月1日）

浙江黄岩三叶集团有限公司
<http://www.sanyegroup.com.cn> (2019 年 3 月 1 日)
浙江日雅摩托車有限公司
<http://www.chinariya.com> (2019 年 3 月 1 日)
浙江凱凱美多機車有限公司
<http://www.meiduumotor.com/WebSite/index.asp> (2019 年 3 月 1 日)
浙江吉銘實業有限公司
<http://www.geelymotor.cn> (2019 年 3 月 1 日)
立峰集团有限公司
<http://www.regal-raptor.com> (2019 年 3 月 1 日)
本州車業集团有限公司
<http://www.benzhougroup.com> (2019 年 3 月 1 日)
台州市椒江之威摩托車製造有限公司
<http://www.zhiweimoto.com> (2019 年 3 月 1 日)
新大州本田摩托車有限公司
<https://www.honda-sundiro.com> (2019 年 3 月 1 日)
上海美田摩托車有限公司
<http://meitian.qqmtc.com> (2019 年 3 月 1 日)
河南柴油機重工有限責任公司
<http://www.hnd.com.cn> (2019 年 3 月 1 日)
洛陽北方企業集团有限公司 (北易)
<http://www.lybq.cn/2207.html> (2019 年 3 月 1 日)
洛陽北方易初摩托車有限公司 (大陽)
<http://www.dayangmotorcycle.com> (2019 年 3 月 1 日)
輕騎集团有限公司
<http://www.qingqi.com.cn> (2019 年 3 月 1 日)
雷沃重工股份有限公司 (元山東福田重工股份有限公司)
<http://www.lovol.com.cn> (2019 年 3 月 1 日)
濟南輕騎摩托車股份有限公司
<http://www.qingqi.com.cn> (2019 年 3 月 1 日)
濟南輕騎鈴木摩托車有限公司
<http://www.qssuzuki.com.cn> (2019 年 3 月 1 日)

図表一覧

第1章

- 図 1.1. 世界における主要なオートバイ生産国の生産台数
- 図 1.2. 中国のオートバイの生産台数と企業数の推移

第2章

- 図 2.1. 雁行型経済発展理論の曲線-輸入、生産、輸出
- 図 2.2. プロダクト・ライフ・サイクル論
- 図 2.3. キャズム理論の段階分け
- 図 2.4. プロダクト・サイクル論
- 図 2.5. 発展段階理論の4段階区分
- 表 2.1. プロダクト・サイクル論の展開
- 表 2.2. 段階に分けた発展理論の比較
- 表 2.3. 段階に分けた輸出と海外直接投資の比較
- 表 2.4. 中国のオートバイ産業の先行研究の比較

第3章

- 図 3.1. 主要国における生産台数の推移
- 図 3.2. 主要国における国内販売台数の推移
- 図 3.3. 主要国のオートバイ輸出台数
- 図 3.4. ドイツ、イギリスとアメリカの生産台数
- 図 3.5. 日本のオートバイ4大メーカーの総生産台数に占める比率
- 図 3.6. 日本のオートバイの生産台数、国内販売台数、輸出入台数の推移
- 図 3.7. ホンダの生産台数に占める海外生産台数の比率
- 図 3.8. 日本のオートバイの輸入台数及び比率（単位：台）
- 図 3.9. 世界市場における企業別の生産シェア（2013年）
- 図 3.10. 中国のオートバイの生産台数、国内販売台数及び輸出入台数
- 図 3.11. 中国のオートバイの輸入台数及び比率（単位：台）
- 図 3.12. インドのオートバイの生産台数、販売台数、輸出台数
- 図 3.13. タイ、インドネシアとベトナムのオートバイ生産台数
- 表 3.1. 日本のオートバイ産業の発展の流れ
- 表 3.2. 日本企業の海外生産拠点
- 表 3.3. タイ、インドネシア、ベトナムのオートバイ産業の発展プロセス

第4章

- 図 4.1. 中国のオートバイ及び自動車の生産台数
- 図 4.2. 自動車の保有台数
- 図 4.3. 中国の自動車、オートバイの国内販売台数と一人当たりのGDPの推移
- 図 4.4. 中国オートバイの生産台数
- 図 4.5. 中国のオートバイの排気量別の生産台数
- 図 4.6. 中国における合弁企業の排気量別の生産台数
- 図 4.7. 中国における国内資本系企業の排気量別の生産台数

- 図 4. 8. 中国におけるオートバイ各車種の総生産台数に占める比率
- 図 4. 9. 中国における三輪車の生産台数
- 図 4. 10. 中国における三輪車各車種の三輪車総生産台数に占める比率
- 図 4. 11. 百世帯ごとオートバイ保有台数（単位：台）
- 図 4. 12. オートバイの従業員数（単位：人）
- 図 4. 13. オートバイの平均価格の推移（単位：元）
- 図 4. 14. 中国における上位10社のオートバイメーカーの生産台数とその比率
- 図 4. 15. オートバイの輸出台数及び比率
- 図 4. 16. 中国オートバイの地域別輸出
- 図 4. 17. 中国オートバイの地区別の輸出単価（単位：ドル）
- 図 4. 18. オートバイの輸入台数及び比率
- 図 4. 19. オートバイ完成車と部品の輸入金額
- 図 4. 20. 中国のオートバイ産業の貿易収支
- 図 4. 21. 中国オートバイ産業の生産性（付加価値ベース）
- 図 4. 22. 国内資本系企業と合併企業の生産台数（生産台数上位 50 社）
- 図 4. 23. 中国における合併企業と国内資本系企業による生産の変化（生産台数上位 50 社）
- 図 4. 24. 国内資本系企業と合併企業は輸出台数に占める比率
- 図 4. 25. 国内資本系企業の生産台数、輸出台数と国内供給の推移
- 図 4. 26. 合併企業の生産台数、輸出台数と国内供給の推移
- 図 4. 27. 中国における国内資本系企業と合併企業の輸出単価（ドル）
- 図 4. 28. 中国におけるオートバイ産業の生産台数、国内供給と輸出台数
- 表 4. 1. 中国のオートバイ産業の発展流れ
- 表 4. 2. 中国オートバイ産業における外国企業との技術提携及び合併
- 表 4. 3. 国営、民間と合併企業の企業数と付加価値の推移（単位：台、万元）
- 表 4. 4. オートバイ国内販売台数、自動車国内販売台数と一人当たり GDP との相関（1996～2016）
- 表 4. 5. オートバイ国内販売台数、自動車国内販売台数と一人当たり GDP との相関
- 表 4. 6. オートバイ国内販売台数、自動車国内販売台数と一人当たり GDP との回帰分析
- 表 4. 7. 中国における「禁摩」の都市
- 表 4. 8. 上位 10 社の企業名と所在地
- 表 4. 9. 中国オートバイの国別の輸出台数、金額、単価（単位：台、ドル）
- 表 4. 10. 中国のオートバイ輸出先別の輸出台数の推移
- 表 4. 11. 中国における排気量別の輸出台数及び輸出台数の比率の推移（単位：台）
- 表 4. 12. 中国のオートバイの排気量別の輸出単価（単位：ドル）
- 表 4. 13. 中国オートバイ産業における国内資本系企業の海外直接投資
- 表 4. 14. 中国の進出先の生産台数及び増減
- 表 4. 15. 国内資本系企業と合併企業の企業数の推移
- 表 4. 16. 国内資本系企業と合併企業の従業員数の推移
- 表 4. 17. 中国における合併企と国内資本系企業の輸出動向（輸出上位 76 社）（単位：台）
- 表 4. 18. 中国における国内資本系企業と合併企業の輸出及び輸出単価（ドル）
- 表 4. 19. 中国における国内資本系企業と合併企業の生産、輸出と移出の変化

第5章

- 図 5.1. 1997 年中国オートバイ生産地の分布（台数）
- 図 5.2. 2012 年中国オートバイ生産地分布（台数）
- 図 5.3. 中国のオートバイ産業の 4 大集積地
- 図 5.4. 中国における 4 大集積地の生産台数と比率の推移
- 図 5.5. 中国におけるオートバイ 4 大集積地の生産台数
- 図 5.6. 4 大集積地の生産台数の比率
- 図 5.7. 中国におけるオートバイ 4 大集積地の主要メーカーの輸出台数
- 図 5.8. 中国におけるオートバイ 4 大集積地の主要メーカーの輸出台数の比率
- 図 5.9. 重慶地域のオートバイの生産台数と全国生産台数に占める比率
- 図 5.10. 重慶地域の主要なメーカーの排気量別生産台数に占める比率
- 図 5.11. 重慶地域の三輪車の生産台数及び全国三輪車に占める比率
- 図 5.12. 重慶地域のオートバイ輸出台数が生産台数、総輸出台数に占める比率
- 図 5.13. 重慶地域のオートバイ排気量別輸出を占める比率
- 図 5.14. 重慶地域の生産台数のうちに輸出、域内消費と移出台数の比率
- 図 5.15. 広東地域のオートバイ生産台数及び全国生産台数に占める比率
- 図 5.16. 広東地域の合弁企業と国内資本系企業の実生産台数
- 図 5.17. 広東地域の合弁企業と国内資本系企業の実生産の変化（生産台数上位 50 社）
- 図 5.18. 広東地域の主要なメーカー排気量別生産台数に占める比率
- 図 5.19. 広東地域の三輪車の生産台数及び全国三輪車に占める比率
- 図 5.20. 広東地域のオートバイ輸出台数は生産台数、総輸出台数に占める比率
- 図 5.21. 広東地域の生産台数における輸出、保有、域内消費及び移出台数の比率
- 図 5.22. 江蘇・浙江・上海地域のオートバイの生産台数及び全国生産台数に占める比率
- 図 5.23. 江蘇・浙江・上海地域の合弁企業と国内資本系企業の実生産台数
- 図 5.24. 江蘇・浙江・上海地域の合弁企業と国内資本系企業による生産の変化（生産台数上位 50 社）
- 図 5.25. 江蘇・浙江・上海地域の主要なメーカーの排気量別生産台数に占める比率
- 図 5.26. 江蘇・浙江・上海地域の上位 76 位以内主要輸出メーカーの輸出台数は生産台数、全国輸出台数に占める比率
- 図 5.27. 江蘇・浙江・上海地域の生産台数に占める輸出台数、域内消費、移出台数の比率
- 図 5.28. 河南・山東地域のオートバイの生産台数及び全国生産台数に占める比率
- 図 5.29. 河南・山東地域の合弁企業と国内資本系企業の実生産台数
- 図 5.30. 河南・山東地域の合弁企業と国内資本系企業の実生産の変化（生産台数上位 50 社）
- 図 5.31. 河南・山東地域の主要メーカー排気量別の比率
- 図 5.32. 河南・山東地域の三輪車の生産台数及び全国三輪車に占める比率
- 図 5.33. 河南・山東地域の上位 76 位以内の主要輸出メーカーの総輸出台数において生産台数、輸出台数の占める比率
- 図 5.34. 河南・山東地域の生産台数に占める輸出台数、域内消費、移出台数の比率
- 図 5.35. 重慶地域の全国上位 50 社に入っていない中小企業の実生産と輸出動向
- 図 5.36. 重慶地域のオートバイ産業の実生産台数、国内向け生産台数と輸出台数
- 図 5.37. 広東地域の全国上位 50 社に入っていない中小企業の実生産と輸出動向

- 図 5.38. 広東地域のオートバイ産業の生産台数、国内向け生産台数と輸出台数
- 図 5.39. 江蘇・浙江・上海地域の全国上位 50 社に入っていない中小企業の実生産と輸出動向
- 図 5.40. 江蘇・浙江・上海地域のオートバイ産業の生産台数、国内向け生産台数と輸出台数
- 図 5.41. 河南・山東地域の全国上位 50 社に入っていない中小企業の実生産と輸出動向
- 図 5.42. 河南・山東地域のオートバイ産業の生産台数、国内向け生産台数と輸出
- 図 5.43. 中国における合併企業と国内資本系企業の市場行動及び戦略の変化
- 表 5.1. 中国における上位10社のオートバイメーカーの地域分布と企業形態
- 表 5.2. オートバイ 4 大集積地では主要な企業
- 表 5.3. 2015 年 4 大集積地における国内資本系と合併企業（上位 50 社）
- 表 5.4. 重慶地域の主要メーカーの生産台数と総生産に占める比率（上位 50 社）
- 表 5.5. 重慶地域の上位 50 位以内の生産メーカーと上位 76 位以内の輸出メーカー
- 表 5.6. 重慶地域の全国の生産台数上位 50 以内生産メーカーの生産台数と輸出台数（単位：台）
- 表 5.7. 重慶地域の主要なメーカーの排気量別の生産台数（単位：台）
- 表 5.8. 重慶地域の排気量別の輸出台数（単位：台）
- 表 5.9. 重慶地域の生産台数、輸出台数及び国内供給の推移
- 表 5.10. 重慶地域の生産、輸出、保有、域内消費及び移出台数の推移（単位：台）
- 表 5.11. 広東地域の重要なメーカーの生産台数と総生産に占める比率
- 表 5.12. 広東地域の上位 50 位以内の生産メーカーと上位 76 位以内の輸出メーカー
- 表 5.13. 広東地域の上位 50 位以内生産メーカーの生産台数と輸出台数（単位：台）
- 表 5.14. 広東地域の主要メーカーの排気量別の生産台数（単位：台）
- 表 5.15. 広東地域の主要メーカーの排気量別の生産台数（単位：台）
- 表 5.16. 広東地域の合併企業の生産、輸出台数及び比率の推移
- 表 5.17. 広東地域の国内資本系企業の生産、輸出台数及び比率の推移
- 表 5.18. 広東地域の生産台数、輸出台数、国内供給の推移
- 表 5.19. 広東地域の輸出、保有、域内消費及び移出台数の推移
- 表 5.20. 江蘇・浙江・上海地域の上位 50 位以内の生産メーカーの生産台数の比率
- 表 5.21. 江蘇・浙江・上海地域の上位 50 位以内の生産メーカーと上位 76 位以内の輸出メーカー
- 表 5.22. 江蘇・浙江・上海地域の上位 50 位以内生産メーカーの生産台数と輸出台数（単位：台）
- 表 5.23. 江蘇・浙江・上海地域の主要メーカーの排気量別の生産台数（単位：台）
- 表 5.24. 江蘇・浙江・上海地域の主要メーカーの排気量別の生産台数（単位：台）
- 表 5.25. 江蘇・浙江・上海地域の三輪車の生産台数及び全国三輪車に占める比率
- 表 5.26. 江蘇・浙江・上海地域の合併企業の生産、輸出台数及び比率の推移
- 表 5.27. 江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業の生産、輸出台数及び比率の推移
- 表 5.28. 江蘇・浙江・上海地域の生産台数、輸出台数、国内供給の推移
- 表 5.29. 江蘇・浙江・上海地域の輸出、保有、域内消費や移出台数の推移
- 表 5.30. 河南・山東地域の全国上位 50 位以内の生産メーカーの生産台数及び比率の推移
- 表 5.31. 河南・山東地域の上位 50 位以内の生産メーカーと上位 76 位以内の輸出メーカー

- 表 5.32. 河南・山東地域の上位 50 位以内生産メーカーの生産台数と輸出台数（単位：台）
- 表 5.33. 河南・山東地域の主要メーカーの排気量別の生産台数
- 表 5.34. 河南・山東地域の合弁企業の生産、輸出台数及び比率の推移
- 表 5.35. 河南・山東地域の合弁企業の生産、輸出台数及び比率の推移
- 表 5.36. 河南・山東地域の生産台数、輸出台数と国内供給の推移
- 表 5.37. 河南・山東地域の生産、輸出、保有、域内消費と移出の推移
- 表 5.38. 重慶地域の国内資本系企業の生産、輸出と移出の動向
- 表 5.39. 重慶地域の海外生産拠点
- 表 5.40. 広東地域の国内資本系企業と合弁企業の生産、輸出と国内供給の変化
- 表 5.41. 江蘇・浙江・上海地域の国内資本系企業と合弁企業の生産、輸出と国内供給の変化
- 表 5.42. 江蘇・浙江・上海地域の海外生産拠点
- 表 5.43. 河南・山東地域の国内資本系企業と合弁企業の生産、輸出と国内供給の変化
- 表 5.44. 中国の合弁企業、国内資本系企業と全国上位 76 社輸出企業の輸出単価（単位：ドル）
- 表 5.45. 4 大集積地の合弁企業と国内資本系企業の輸出価格（単位：ドル）

付録

付録1 中国におけるオートバイ合併企業一覧

外国企業	現地会社名	地域名	形態	設立日
ホンダ	本田摩托車研究開発有限公司	上海	独資 (R&D)	2002
	五羊一本田摩托車 (広州) 有限公司	広東	合併	1992
	天津本田摩托車有限公司	山東	合併	1993
	新大州本田摩托車有限公司	上海	合併	2001
ヤマハ	雅馬哈発動研究 (上海) 有限公司	上海	独資 (R&D)	2004
	雅馬哈発動研究 (蘇州) 有限公司	蘇州	独資	2001
	重慶建設雅馬哈摩托車有限公司	重慶	合併	1992
	株州南方雅馬哈摩托車有限公司	湖南	合併	1993
	江蘇林海雅馬哈摩托車有限公司	江蘇	合併	1994
スズキ	重慶望江鈴木発動機有限公司	重慶	合併	1993
	済南輕騎鈴木摩托車有限公司	山東	合併	1994
	南京金城鈴木摩托車有限公司	江蘇	合併	1994
	鈴木摩托車研究開発有限公司	広東	合併 (R&D)	2002
	常州豪爵鈴木摩托車有限公司	広東	合併	2007
	江門大長江集团有限公司	広東	合併	1992
	常州鈴木摩托車研究開発有限公司	広東	合併 (R&D)	2007
川崎	海南新大州川崎発動機有限公司	海南	合併	1997
PIAGGIO (イタリア)	比亞喬佛山摩托車有限公司	広東	合併	1994
香港、台湾	広東大冶摩托車技術有限会社	広東	合併	2002
	珠海珠江車業有限公司	広東	合併	2002
	江門市中港宝田摩托車実業有限公司	広東	合併	2003
	常州光陽摩托車有限公司	江蘇	合併	1992
	江蘇新陵摩托車製造有限公司	江蘇	合併	1998
	厦門厦杏摩托有限公司	厦門	合併	1992
タイ (Charoen Pokphand Group)	洛陽北方易初摩托車有限公司	河南	合併	1992

出所：佐藤・大原（2005），p. 76、各社のウェブサイト、『中国摩托車工業史』，pp. 65-101
より筆者作成

付録2 中国におけるオートバイ生産上位50社企業一覧（2015）

	会社名	企業形態	地域	生産台数（台）
1	江門大長江摩托車有限公司	合弁	広東	1,860,201
2	重慶力帆実業股份有限公司	民間	重慶	1,310,774
3	重慶隆鑫機車有限公司	民間	重慶	1,261,307
4	五羊一本田摩托車有限公司	合弁	広東	1,060,198
5	宗申産業集团有限公司	民間	重慶	982,513
6	重慶銀翔摩托車有限公司	民間	重慶	890,883
7	洛陽北方企業集团有限公司	国営	河南・山東	879,919
8	広州大運摩托車有限公司	民間	広東	808,889
9	新大州本田摩托車有限公司	合弁	江蘇・浙江・上海	738,580
10	洛陽北方易初摩托車有限公司	合弁	河南・山東	707,031
11	重慶建設摩托車股份有限公司	国営	重慶	675,968
12	中国嘉陵工業股份有限公司	国営	重慶	617,000
13	錢江集团有限公司	民間	江蘇・浙江・上海	385,202
14	重慶銀鋼節能摩托車製造有限公司	民間	重慶	377,200
15	福田雷沃国際重工股份有限公司	合弁	河南・山東	374,171
16	済南大隆機車工業有限公司	民間	河南・山東	334,239
17	広州豪進摩托車股份有限公司	民営	広東	322,214
18	広東大冶摩托車技術有限会社	合弁	広東	297,592
19	江蘇金翌車業有限公司	民間	江蘇・浙江・上海	285,341
20	重慶鑫源摩托車股份有限公司	民間	重慶	269,943
21	広州天馬集団天馬摩托車有限公司	民間	広東	254,356
22	重慶航空巴山摩托車製造有限公司	民間	重慶	254,202
23	金城集团有限公司	民間	江蘇・浙江・上海	236,048
24	広州番禺豪剣摩托車工業有限公司	合弁	広東	222,257
25	広東三雅摩托車有限公司	民間	広東	210,496
26	江蘇林海動力機械集团公司	民間	江蘇・浙江・上海	188,869
27	済南輕騎鈴木摩托車有限公司	合弁	河南・山東	188,325
28	長鈴集団長春摩托車工業有限公司	国営	吉林省	180,325
29	常州光陽摩托車有限公司	合弁	江蘇・浙江・上海	159,381
30	江蘇衆星集团有限公司	民間	江蘇・浙江・上海	156,317
31	広東大福摩托車有限公司	民間	広東	155,618
32	済南輕騎摩托車股份有限公司	国営	河南・山東	152,728
33	重慶望江摩托車製造有限公司	民営	重慶	139,720
34	広東嘉納仕科技実業有限公司	民間	広東	139,126
35	西藏珠峰工業股份有限公司	国営	四川	126,612
36	浙江雅迪機車有限公司	民間	江蘇・浙江・上海	115,711
37	重慶精通力陽摩托車製造有限責任公司	民間	重慶	114,887
38	福建省晋江市三力機車有限公司	民間	広東	114,423
39	鶴山国機南聯摩托車工業有限公司	民間	広東	113,839
40	重慶潤通動力製造有限公司	民営	重慶	103,487
41	厦門厦杏摩托有限公司	合弁	福建省	101,365
42	増城市奔馬実業有限公司	民営	広東	99,480
43	広州摩托車集团公司	国営	広東	93,339
44	浙江台州市王野動力有限公司	民営	江蘇・浙江・上海	85,585
45	重慶光宇摩托車製造公司	民営	重慶	83,483
46	重慶双慶産業集团有限公司	合弁	重慶	76,863
47	浙江天本車業有限公司	民間	江蘇・浙江・上海	76,371
48	江蘇金捷摩托車有限公司	民間	江蘇・浙江・上海	74,412
49	江門市華龍摩托車有限公司	民間	広東	71,091
50	浙江幸福摩托車機械有限公司	民間	江蘇・浙江・上海	64,204

出所：『中国汽車工業年鑑 2016』「摩托車排名前50社企業分排量產量表」より筆者作成

謝辞

本論文をまとめる過程において、たくさんの方々から様々な支援を頂きました。お世話になった多くの方々に心より感謝いたします。

まず、博士後期課程3年間半に渡り大変お世話になった指導教授の萩野誠先生。先生は経済学の専門知識だけではなく、投稿論文や博士学位論文の作成に当たり御指導いただきました。本論文の構成、文章の書き方から細部の表現、さらに日本語の修正に至るまで、終始ご親切なご指導をいただきました。とくに、学位論文執筆の終盤に萩野先生はいつも心の痛みを我慢しながら私の論文をチェックしていただいたことにとても感謝しております。また、留学生として私が萩野先生の下で勉強させて頂いて以降、先生から学問に関する御指導だけではなく、人生の御指導も頂きました。なかでも物事に対する考え方、人生の生き甲斐までお話し頂いたことは非常に重要な財産となっています。重ねて萩野先生に厚くお礼申しあげます。また、いつもの水曜日のゼミでは副指導教員の西村知先生から博士論文の作成に際して多くの貴重なコメントを頂きました。ここに、記して感謝申し上げます。

続きまして、博士前期課程から応援してくださった桑原季雄先生と山本一哉先生にも感謝申し上げます。鹿児島大学での6年の留学期間、桑原先生はいつも色々と相談に乗ってくださり、博士論文のアドバイスを頂いたことに、とても感謝しています。山本先生は7年前の交換留学の時期からいつもお世話になりました。また修士論文を作成する際にも指導を頂きとても感謝しております。投稿論文や博士論文のアドバイス、日本語の修正などの御指導を受け、非常に助かりました。再び桑原先生と山本先生に厚くお礼申しあげます。

さらに、市川英孝先生、馬場武先生、ゼミ仲間の皆さんからも多くのコメントとアドバイスをいただきました。そして、研究室の仲間の日高優介さんに感謝の気持ちを申し上げます。私の論文の日本語などのチェックをしてくださり本当にありがとうございました。また、論文執筆の終盤に私の不安にも支えてくださり本当にありがとうございました。

最後に、中国の両親や兄妹たちからの経済的と精神的面からの支援に感謝します。とくに博士論文を完成する最後の1年間は皆さんに非常にご心配をおかけしました。しかし、いつもご支援を頂いたことに深く感謝いたします。今後も私の人生で日本での留学期間に会った人々に感謝します。