

自動車

【要約】

- 国内需要は、2018 年は前年の新車投入効果の一巡等により減少を見込むが、2019 年は消費増税前の駆け込み需要により増加を予想。グローバル需要は、米国、中国の 2 大市場が弱含むことで、2018 年から 2019 年にかけて成長が鈍化すると見込む。
- 中期的には、国内需要は構造的な下方圧力によって、2023 年にかけて漸減していくと予想する。グローバル需要は、インド、ASEAN といった新興国での成長が見込まれるものの、成長を牽引してきた中国の成長が鈍化すると共に、欧米等の先進国が凡そ横ばいとなることで、緩やかな成長に留まると予想する。
- なお、日米物品貿易協定をはじめとした米国通商政策は、現地生産の進展やサプライチェーンの見直しを引き起こす可能性がある。今回認識された通商リスクの高まりにより、日系完成車メーカーは国内拠点のあり方を再度検討する必要に迫られるだろう。
- グローバル需要の緩やかな拡大が見込まれる今後 5 年では、強固なサプライチェーンに立脚した日系完成車メーカーの強みが維持されると見られる一方、現在の自動車産業は 100 年に一度と言われる大変革期を迎えている。電動化、情報化、知能化、モビリティサービス化（以下 MaaS）による競争軸の変化が日系完成車メーカーの優位性を減衰させる懸念があり、これらがいずれは全て統合されたモビリティ革命につながると想定される。このため、日系完成車メーカーは既存の量販ビジネスにおける収益極大化を図りつつ、新たなビジネスモデルの確立に向けた打ち手を講じることが求められている。10 月に発表されたトヨタとソフトバンクの提携からは、業種の垣根を越えて変革期に挑む決意が窺え、新たな時代の幕開けとも受け止められている。

【図表 9-1】需給動向と見通し

	指標	2017年 (実績)	2018年 (見込)	2019年 (予想)	2023年 (予想)	CAGR 2018-2023
国内需要	販売台数(千台)	5,234	5,175	5,369	4,852	-
	前年比増減率(%)	+5.3%	▲1.1%	+3.7%	-	▲1.3%
輸出	輸出台数(千台)	4,706	4,869	4,823	4,711	-
	前年比増減率(%)	+1.5%	+3.5%	▲0.9%	-	▲0.7%
輸入	輸入台数(千台)	351	365	381	415	-
	前年比増減率(%)	+2.1%	+4.0%	+4.4%	-	+2.6%
国内生産	生産台数(千台)	9,684	9,679	9,811	9,148	-
	前年比増減率(%)	+5.2%	▲0.1%	+1.4%	-	▲1.1%
グローバル需要	販売台数(千台)	95,854	97,016	98,354	105,441	-
	前年比増減率(%)	+2.7%	+1.2%	+1.4%	-	+1.7%

(出所) (一社) 日本自動車工業会資料等よりみずほ銀行産業調査部作成

(注) 見込値及び予想値はみずほ銀行産業調査部予測

I. 内需 ～中長期的に減少傾向が続く

【図表 9-2】国内需要の内訳

（千台）	指標	2017年 （実績）	2018年 （見込）	2019年 （予想）	2023年 （予想）	CAGR 2018-2023
国内需要	乗用車販売台数	4,386	4,333	4,500	4,083	-
	前年比増減率（%）	+5.8%	▲1.2%	+3.9%	-	▲1.2%
	商用車販売台数	848	843	869	769	-
	前年比増減率（%）	+2.9%	▲0.6%	+3.1%	-	▲1.8%
	合計販売台数	5,234	5,175	5,369	4,852	-
	前年比増減率（%）	+5.3%	▲1.1%	+3.7%	-	▲1.3%

（出所）（一社）日本自動車工業会資料等よりみずほ銀行産業調査部作成

（注）見込値及び予想値はみずほ銀行産業調査部予測

2018 年の国内販売は、前年の特殊要因の剥落、新車投入効果の一巡等で減少を見込む

2018 年の国内自動車販売台数は、前年比▲1.1%の 5,175 千台での着地を予想する。うち乗用車は前年比▲1.2%の 4,333 千台を見込む。軽自動車の燃費不正問題からの回復という、前年の一時的な増加要因が薄まることや、量販車種での新型車投入効果が一巡したことが減少の要因と考える。商用車は、前年比▲0.6%となる 843 千台を見込む。軽自動車の新車投入効果や、好調な建設向けトラックや観光向けバスがプラス要因となったが、前年の排ガス規制強化前の駆け込み需要に対する反動減の影響が上回ることで微減を予想する。

2019 年の国内販売は増加を予想

2019 年の国内自動車販売台数は、前年比+3.7%の 5,369 千台を予想する。消費増税前の駆け込み需要により、乗用車は前年比+3.9%の 4,500 千台、商用車は前年比+3.1%の 869 千台を見込む。なお、自動車工業会が政府に要請している自動車関連税の抜本改革¹が実現した場合、2019 年 10 月の消費増税時と同時に自動車の取得に関する税負担の軽減策が取られることとなり、駆け込み需要、及びその反動減は軽減される可能性がある。

中期的には市場縮小を見込む

2023 年の国内自動車販売台数は、4,852 千台（年率▲1.3%）を予想する。2020 年には 2019 年の増税前駆け込み需要の反動減が予想され、それ以降においても、若年層における所得の伸び悩み・趣味の多様化等を背景としたクルマ離れに加え、より長期的には人口減少や高齢化といった構造的な下方圧力がある中で、国内の自動車需要は趨勢的に減少を続けるものと考えられる。

¹ 自動車にかかる税として、自動車取得税、自動車税（軽自動車税）、自動車重量税があるが、その内取得時に係る税である自動車取得税が 2019 年 10 月に廃止。一方で、自動車税に燃費課税という環境性能に応じた課税（0～3%）が新設される予定となっている。これに対し、自動車工業会は自動車税の引き下げなどを要望している。

II. グローバル需要 ～底堅い先進国と拡大する新興国の需要により世界市場は漸増

【図表 9-3】グローバル需要の内訳

(千台)	地域	2017年 (実績)	2018年 (見込)	2019年 (予想)	2023年 (予想)	CAGR 2018-2023
グローバル需要	米国販売台数	17,550	17,541	17,428	17,573	-
	前年比増減率(%)	▲1.7%	▲0.0%	▲0.6%	-	+0.0%
	欧州5カ国販売台数	13,037	13,185	13,128	12,836	-
	前年比増減率(%)	+2.6%	+1.1%	▲0.4%	-	▲0.5%
	中国販売台数	28,941	28,795	28,966	32,277	-
	前年比増減率(%)	+3.6%	▲0.5%	+0.6%	-	+2.3%
	インド販売台数	4,019	4,271	4,539	5,873	-
	前年比増減率(%)	+9.5%	+6.3%	+6.3%	-	+6.6%
	ASEAN5カ国販売台数	3,235	3,321	3,443	3,922	-
	前年比増減率(%)	+6.5%	+2.7%	+3.6%	-	+3.4%

(出所) (一社) 日本自動車工業会資料等よりみずほ銀行産業調査部作成

(注 1) 見込値及び予想値はみずほ銀行産業調査部予測

(注 2) 欧州 5 カ国はドイツ、フランス、イタリア、スペイン、イギリス。ASEAN5 カ国はタイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、ベトナム

① 米国

2018 年の米国市場は金利上昇等のマイナス要因を減税や労働市場の改善といったプラス要因が打ち消し、横ばいを見込む

2018 年の米国の自動車販売台数は、前年比▲0.0%となる 17,541 千台を見込む。米国市場は、低金利下での積極的なオートローンの供与に加え、販売奨励金の積み増しに後押しされ、堅調な成長を維持していたが、需要に息切れ感がみられたところにオートローン金利の上昇も伴い、2016 年下期から販売が減速し、2017 年には前年割れに転じている。2018 年は、オートローン金利上昇の継続、ガソリン価格の上昇、リースアップ車両の中古車市場への流入増加、価格適正化のためのインセンティブ引下げなどのマイナス要因はあるものの、税制改革による個人所得の増加や安定した労働市場を背景とした消費者心理の改善といったプラス要因が相殺することで、横ばいを見込む。

2019 年は更なる成長は見込みにくいものの一定の販売数量を維持

2019 年の自動車販売台数は、前年比▲0.6%となる 17,428 千台を予想する。オートローン残高は 2018 年 6 月時点で約 13.3 兆ドルと、リーマンショック前のピーク(約 12.7 兆ドル)を上回る水準まで増加し、延滞債務も増加傾向にある中でオートローン金利の上昇が予想され、更なる販売の伸びは見込みにくい。堅調な米国経済に支えられ、一定の販売台数が維持されるものの、経済成長率が前年比やや落ち込む可能性を織り込み、微減を予想する。

中期的には人口増加に伴う緩やかな成長を予想

2023 年の自動車販売台数は、17,573 千台(年率+0.0%)を予想する。米国の自動車保有率は過去最高水準(人口千人あたり約 840 台)に達しており、今後も大幅な市場の伸びは見込みにくいものと思われる。ただし、オートローン金利上昇の背景にある、米国政策金利の上昇は中長期的には緩やかになる見通しであり、着実な経済成長と人口増加が継続することを前提とすれば、足下の高水準な販売台数が維持されるものと予想する。

通商政策の影響
に留意

なお、米国の中長期的な自動車市場を考えるにあたっては、トランプ政権の通商政策の影響に留意が必要となる（本章第VI節をご参照）。

② 欧州

2018 年の欧州市場は Brexit、イタリア財政問題により成長鈍化

2018 年の欧州 5 カ国の自動車販売台数は、前年比+1.1%の 13,185 千台を予想する。国別に見ると、ドイツ、フランス、スペインでは、堅調な国内需要を背景に前年同水準の伸びを見込むが、前年までの欧州危機からの回復で堅調であったイタリアでは、足下の反体制政権の発足や財政問題に起因する消費者心理の悪化により景気が停滞しており、横ばい推移を見込む。また、イギリスでは、EU 離脱交渉が難航する中で景気失速とポンド安などにより販売台数の減少が継続している。なお、2018 年 9 月より施行となった WLTP²を受け、新試験に対応していない車種で値引きや販売会社による自社登録などがあり、上期の販売台数が一時的に伸びたが、通年では微増と見込む。また、独 Volkswagen の燃費不正を発端としたディーゼル車から高効率なガソリンエンジン車やハイブリッド(HEV)への需要のシフトなど、環境問題が需要に及ぼす影響が大きくなっている。

2019 年は微減を
予想

2019 年の自動車販売台数は、前年比▲0.4%の 13,128 千台を予想する。欧州債務危機からの回復がほぼ終息し、GDP 成長率の鈍化が予想されていることから、2019 年の販売台数は前年比微減に転じると見込む。

中期的には微減
を予想

2023 年の自動車販売台数は、12,836 千台(年率▲0.5%)を予想する。欧州 5 カ国においては、自動車保有率が更に上昇する余地は限定的であることに加え、人口増加も緩やかであり、高齢化も進展することから、今後の市場規模は微減と見込む。

③ 中国

2018 年は米中貿易摩擦を受けた消費者の購買意欲減退により減少を見込む

2018 年の中国の自動車出荷台数は、前年比▲0.5%の 28,795 千台を見込む。前年 12 月まで延長されていた小排気量車(排気量 1,600cc 以下の乗用車)に対する減税措置が終了したものの、新エネルギー車の購入税が免除となる減税策が 3 年間延長となる中、メーカー側の品揃えの強化もあって新エネルギー車が好調であり、上期は堅調な販売を見せていた。一方、下期に入り、米中貿易摩擦による株価低迷や国内経済減速への警戒感から消費者の購買意欲が減退しており、前年を下回って推移していることから、通期の販売台数は前年を若干下回る水準に留まると予想する。

2019 年は前年並みの伸び率を予想

2019 年の自動車出荷台数は、前年比+0.6%の 28,966 千台を予想する。米中貿易摩擦の影響による消費者の購買意欲減退効果が継続するものの、相応の経済成長の下で前年並みの伸び率となることを見込む。

² Worldwide harmonized Light vehicles Test Procedure(乗用車等の国際調和排出ガス・燃費試験法):より現実世界に近い環境での CO2 排出量の測定を目的としたテスト。EU においては、2017 年 9 月より新規モデル、2018 年 9 月より既存モデルを含む全新規登録車について WLTP に基づく排出ガス基準への適合が求められる。

NEV規制がEVシフトを後押しする中、新興メーカーも含め競争激化

なお、2019年1月より本格導入されるNEV規制は、エンジン車を3万台以上生産・輸入する企業に対し、一定割合の新エネルギー車(NEV)、つまり、プラグインハイブリッド(PHEV)、電気自動車(EV)、燃料電池車(FCV)の生産・輸入を義務付けるものである。当該規制は、生産したNEVの純電動走行距離に応じてクレジットが付与され、獲得クレジットが所要分を下回る場合には他社からのクレジット買取りが認められている³。中国市場は、既に世界最大のEV市場となっているが、NEV規制がEVシフトを後押しする中で、新興メーカーの台頭も著しい。こうした状況下、中国市場トップの販売台数を誇る独Volkswagenが上海におけるEV工場新設を発表した。日系完成車メーカー(トヨタ・日産・ホンダ)も、世界最大の市場である中国にてシェア拡大を図るべく増産投資を発表しており、競争が激化している。

中期的には、自動車普及抑制政策も勘案し、緩やかな成長を予想

2023年の自動車出荷台数は32,277千台(年率+2.3%)を予想する。現状の自動車普及率は人口千人あたり約115台と増加余地は相応にあり、内陸部を中心に中長期的な販売台数の伸びを見込むが、都市部では、渋滞や公害問題を背景としたエンジン車の取得抑制政策がとられる中、市場の成長は緩やかなものになると予想する。

④ インド

2018年はGST導入に伴う実効税率低下に伴い、高い成長を見込む

インドの2018年の自動車販売台数は、前年比+6.3%の4,271千台を見込む。堅調な国内経済に加え、前年上期は7月の物品・サービス税(GST)の導入に伴う実効税率の低下を踏まえた買い控えがあったことから、その反動も増加要因となっている。原油高に伴う物価上昇等の不安材料はあるものの、市場の拡大は継続する見込みである。

2019年も成長基調は継続

2019年の自動車販売台数は前年比+6.3%の4,539千台と、高い経済成長に支えられ、成長基調が継続するものと予想する。

インド市場はインフラ等の課題はあるが順調な拡大が期待される

2023年の自動車販売台数は5,873千台(年率+6.6%)を予想する。インドは、インフラ整備が不十分であることや、都市部における渋滞の深刻化といった新興国に共通する課題も抱えている。ただし、13億人を超える人口を抱える一方で、自動車普及率は依然低位に留まっており(人口千人あたり約35台)、今後の経済成長に伴う自動車普及率の上昇を主因に、自動車販売は順調に拡大していくことが期待される。

⑤ ASEAN5 各国

ASEAN5 各国は着実な成長を予想

2018年のASEAN5各国の自動車販売台数は前年比+2.7%の3,321千台、2019年は前年比+3.6%の3,443千台を予想し、2023年には3,922千台(年率+3.4%)まで拡大すると予想する。ASEAN5各国では、タイ、インドネシアが二大市場であり、当該2カ国及びその他3カ国の動向に分けて述べる。

³ 詳細は、竹田真宣「II-9. 自動車 ―中国NEV規制がもたらす完成車メーカーの電動車戦略の変容―」『みずほ産業調査55号 中国経済・産業の構造変化がもたらす「脅威」と「機会」―日本産業・企業はどう向き合うべきか―』(2016年9月29日) みずほ銀行を参照。

タイは依然として自動車普及途上にあり、市場は中長期的に拡大

タイの 2018 年の自動車販売台数は前年比+6.4%の 927 千台を見込む。タイはファーストカー購入インセンティブ制度に後押しされ、2012 年には 1,436 千台と過去最高の台数を記録したものの、以降は同制度で需要を先食いしたことに加え、2014 年のクーデター発生、2016 年の国王崩御に伴い、消費を中心に経済の停滞が続く、市場は低迷してきた。しかし、2017 年には、経済の回復に加え、前年の国王崩御からの反動や、ファーストカー購入インセンティブ制度で購入された車両の 5 年間の売却禁止期間の終了もあり、前年比+13.5%の 874 千台まで市場は急回復していた。2018 年については、インフラ投資等の政府の景気刺激策やメーカーの新型車投入などから、堅調な伸びが継続すると見込む。中期的に見れば、タイは依然として自動車の普及途上にあり、経済成長が継続する中においては、自動車需要も増加することが期待される。2019 年の自動車販売台数は前年比+2.7%となる 952 千台、2023 年の自動車販売台数は 1,039 千台(年率+2.1%)を予想する。

インドネシアは 2019 年の市場は好調に推移、中期的にも市場は着実に拡大

インドネシアの 2018 年の自動車販売台数は前年比+2.4%の 1,106 千台を見込む。量産モデルの新車投入が限られることから、乗用車の販売は微増に留まる一方、鉱業用需要の拡大を背景に商用車の販売は伸びるだろう。中期的に見ると、インドネシアは渋滞の悪化といった課題はあるものの、2 億人を超える人口を擁し、依然自動車普及率も成長途上にある(人口千人あたり約 90 台)ことを鑑みれば、経済成長に従って、自動車市場は着実に拡大すると見込む。2019 年の自動車販売台数は前年比+2.4%となる 1,132 千台、2023 年の自動車販売台数は 1,277 千台(年率+3.3%)を予想する。

2018 年はマレーシア・ベトナムが堅調。中長期的にはベトナム、フィリピンの市場拡大が期待される

残りの 3 カ国の 2018 年の自動車販売台数は前年比+3.4%の 1,288 千台を見込む。フィリピンでは、2018 年 1 月に 20 年ぶりに実施された税制改革(自動車物品税の引き上げ)による、駆け込み需要の反動減を見込む。マレーシアは、新たな税制(SST⁴:10%)への移行により 9 月以降は販売台数が減少する見込みながら、旧税制(GST⁵:6%)の税率が 0%となった 6 月から 8 月の移行期間に駆け込み需要が発生したことから、通期では販売台数の増加を見込む。また、ベトナムでは 2018 年 1 月に示された政令⁶の影響で、上期は実質的に輸入車の供給がストップしていたが、下期に入りタイ・インドネシアからの輸入が再開した。もとより減税による販売増加が見込まれていた市場であり、通期では前年を上回る販売台数を見込む。中期的には、ASEAN 域内で最も自動車が普及しているマレーシア(人口千人あたり約 400 台)では、市場の成長は鈍化すると見込まれるものの、ベトナム及びフィリピンではモータリゼーションの進展に伴う市場拡大が期待される。2019 年の自動車販売台数は前年比+5.4%となる 1,358 千台、2023 年には 1,607 千台(年率+4.5%)を予想する。

⁴ Sales and Services Tax(売上サービス税)

⁵ Goods and Services Tax(物品サービス税)

⁶ 自動車の生産／組立、輸入、保証／補修に関する規制を定めたもので、輸入については、2018 年 1 月 1 日に発効。ベトナムに完成車を輸入する際に、事前に製造国の当局が発効する車両認可証を取得し、輸入検査時に提示することを義務付けたもの。従来、輸出向けに車両認可証を発効する国はほぼなく、一時的に、輸入車の調達が可能となった。

III. 生産 ～内需の縮小と地産地消化の進展により減少を予想

2018 年は輸出増加と内需減少で微減、2019 年は増税前駆け込み需要で増加

国内生産は、内需の縮小に対し、輸出の拡大で下支えをしてきたが、今後地産地消化の拡大は不可避

国内生産は中期的に減少を予想

2018 年の国内自動車生産台数は、前年比▲0.1%となる 9,679 千台を見込む。輸出台数は増加するものの、国内販売台数の減少が相殺し、国内生産台数はほぼ横ばいとみる。2019 年については、需要が微減と予想される米国向けを中心に輸出は弱含むものの、消費増税前の駆け込み需要による国内販売回復により、前年比+1.4%となる 9,811 千台を予想する。

国内生産は、国内販売が縮小する中、輸出が下支えとなってきた。しかし、日系完成車メーカーにとって重要市場である米国市場の成長が限界に近づく中で、よりの確に現地ニーズを取り込む、生産コストを削減する、収益に対する為替感応度を低減する、関税を回避することの重要性がこれまで以上に高まっており、トヨタ・マツダは共同でアラバマにおいて工場建設に動いている。また、中国においては、中資系と欧州系が約 2/3 のシェアを占める中、日系完成車メーカーは、シェア獲得に向けてより積極的に現地で工場新設、能力増強を進めている。このような状況の中で、日系完成車メーカーの地産地消化の動きは今後も続いていくものと思われる。

上記に加え、国内販売も縮小することから、2023 年の国内自動車生産台数は 9,148 千台（年率▲1.1%）と中期的には減少を予想する。

【図表 9-4】生産見通し

（千台）	指標	2017年 （実績）	2018年 （見込）	2019年 （予想）	2023年 （予想）	CAGR 2018-2023
国内生産	生産台数	9,684	9,679	9,811	9,148	-
	前年比増減率（%）	+5.2%	▲0.1%	+1.4%	-	▲1.1%

（出所）（一社）日本自動車工業会資料等よりみずほ銀行産業調査部作成

（注）見込値及び予想値はみずほ銀行産業調査部予測

IV. 輸出 ～中期的には地産地消化の進展により漸減の見通し

2018 年は中近東向け輸出の回復や中国の関税引き下げで増加

2019 年は米国市場の減速等により減少

中期的には地産地消化により輸出は漸減

2018 年の自動車輸出台数は+3.5%となる 4,869 千台を見込む。米国、メキシコ向け輸出が減少する一方、資源価格の持ち直しに伴い景況感が回復した中近東向け輸出の回復や、7 月の関税引き下げに伴う対中輸出の増加により、全体としては前年比プラスを見込む。

2019 年の自動車輸出台数は前年比▲0.9%となる 4,823 千台を予想する。中国、中近東、ロシア向け輸出は引き続き増加するが、最大の輸出先である米国市場の減速等により、輸出台数は前年比マイナスを見込む。

2023 年の自動車輸出台数は 4,704 千台（年率▲0.7%）を予想する。グローバル需要の成長は緩やかになる一方、前節の国内生産にて述べた通り、大局的な流れは地産地消化にあることから、輸出台数は漸減していくと予想する。

V. 輸入 ～国内需要が減少する中でプラス成長が見込まれる

独VWの回復、他メーカーの好調により市場拡大

2018年の自動車輸入台数は、2016年に排ガス不正問題で苦戦した独Volkswagenが2017年から回復基調を継続しており、他の海外メーカーも好調なことから、前年比+2.1%となる351千台を見込む。

海外メーカーの強いブランド力とユーザー嗜好を捉えた製品投入で輸入は増加を見込む

日本における輸入車販売は、為替相場や国内需要との相関は低く、専らユーザーの嗜好により選択されているものとみられる。足下では、海外メーカー製の輸入車が、強いブランド力とユーザー嗜好を捉えた製品投入により消費者の支持を得ており、こうした傾向は今後も継続すると想定される。国内需要全体から見れば輸入車の規模は小さいものの、内需が減少する状況下、海外メーカーは存在感を高めていくと予想する。2019年の自動車輸入台数は前年比+4.0%の365千台、2023年には415千台（年率+3.4%）を予想する。

VI. 米国通商政策の影響

米国通商政策は、いずれも日本の自動車産業に影響を及ぼす可能性を有する

米国は日系完成車メーカーにとって全世界の年間生産台数（2017年：2,874万台）の約4分の1（同671万台）を販売する重要な市場である。その米国においてトランプ政権が進める通商政策は、①米国通商拡大法 232条⁷（以降232条）に基づく追加関税、②対中関税引き上げ、③NAFTAの見直し、そして、④日米物品貿易協定（TAG）を通じて、日本の自動車産業に影響を及ぼすことが懸念されている。

①鉄鋼・アルミ関税は輸入材に係る関税コストに加え国内材の便乗値上げの影響にも警戒が必要

まず、232条に基づく追加関税については、2018年3月より鉄鋼とアルミが対象（それぞれ25%、15%の追加関税）となっており、米国における鉄鋼・アルミの輸入コストを高めるとともに、米国内の鋼材についても便乗値上げをもたらしている。米Ford CEOのハケット氏は、米Bloombergのインタビューに対し、「大部分を米国内で調達している」ものの、鉄鋼・アルミ関税で「10億ドルの利益を失った」とコメントしており、米国における資材調達コスト全般が高騰していることがわかる。一方で、米国における販売台数が同規模のトヨタは2018年4～6月期の決算説明にて、鉄鋼・アルミ関税の影響は「最大年間100億円程度のコスト増」としており、サプライチェーンや価格交渉の状況により影響の度合いが異なるものと思われる。

自動車・自動車部品への追加関税による日系企業の追加コストは1兆円に上る可能性も

また、米国政府は2018年5月に、自動車・自動車部品についても232条に基づく調査を開始した。仮に追加関税として25%が課された場合、自動車・自動車部品等の日本から米国への輸出実績（2017年：5.4兆円）を踏まえると、日本の自動車・自動車部品産業が負担する追加コストは約1兆円に上ることになる。

②対中関税引き上げについては部品サプライヤーへの影響に留意

米中貿易摩擦については、米国による中国からの完成車輸入実績（2017年）は17億ドル（シェア1%）と些少な一方で、自動車部品は94億ドル（シェア15%）とメキシコに次ぐ第2位の規模となっていることから、自動車業界にとっては部品への影響が主たる論点となるだろう。また、完成車メーカーは現地に

⁷ 安全保障上の脅威を理由に貿易相手国・地域に対する制裁を認める法律。輸入増加が米国の安全保障を脅かすと米国商務省が判断すれば、大統領は関税引き上げなどの是正策を発動できる。本法律により鉄鋼・アルミニウムが2018年3月に追加関税の対象となった。また、米政府は2018年5月に本法律に基づく、自動車輸入に関する調査を開始すると発表している。

進出したサプライヤー、もしくは地場サプライヤーから多くの部品を調達しているため影響は小さいと考えられる。一方、部品サプライヤーについては、一部中国製の調達品を使用していることが想定され、その場合、完成車メーカーに価格転嫁することは困難であると考えられることから、収益を下押しする懸念がある。

③NAFTAの後継となるUSMCAは中長期的な投資戦略の再考等に繋がる可能性がある

9月末に合意された、NAFTAの後継に当たる、USMCA(米国・メキシコ・カナダ協定)では、自動車・自動車部品を一定割合以上域内で生産することを求める原産地規則の条件が強化された(【図表9-5】)。原産地規則を満たせなければ、現状の特恵待遇(関税なし)の適用を受けられず、最恵国税率(乗用車・自動車部品:2.5%、小型トラック:25%)の関税を課されることとなる。更に、原産地規則に付随して追加された賃金条項では、完成車について、付加価値の一定割合以上を、平均時給が16ドル以上の北米拠点で生み出すことが求められている。また、メキシコ、カナダにとってUSMCAを締結する目的の一つであった232条の適用除外については、その対象には一定の制限(完成車はメキシコ・カナダでそれぞれ260万台、部品についても金額上限を設定)が設けられた。これらの条件は、今後の完成車メーカーの北米投資戦略に影響をもたらすことが予想される。

関税コストと対応に伴うコストを比較し、最適な戦略をとることが必要

一方、原産地規則等を充足出来なかった場合の関税負担については、乗用車・自動車部品では、最恵国税率が2.5%と大きくないことを踏まえれば、サプライチェーンや投資戦略の見直しに伴うコストと比較した上で、最適な戦略を採用することとなるだろう。

【図表9-5】自動車・同部品に関する原産地規則の見直し

	区分	計算方式等	現状	2020年 /発効日	2021年 /発効日+1年	2022年 /発効日+2年	2023年 /発効日+3年	
域内原産割合 (Regional Value Content: RVC)	乗用車・小型トラック	純費用	62.5%	66.0%	69.0%	72.0%	75.0%	
	部品	基幹部品 (Core)	純費用	-	66.0%	69.0%	72.0%	75.0%
			取引価格	-	76.0%	79.0%	82.0%	85.0%
		主要部品 (Principal)	純費用	-	62.5%	65.0%	67.5%	70.0%
			取引価格	-	72.5%	75.0%	77.5%	80.0%
		補完部品 (Complementary)	純費用	-	62.0%	63.0%	64.0%	65.0%
			取引価格	-	72.0%	73.0%	74.0%	75.0%
	鉄鋼・アルミニウム	年間購入額	-	70.0%(完成車対象)				
賃金条項 (Labor Value Content: LVC)	乗用車	購入部材、労務コスト等を基に算定	-	30.0%	33.0%	36.0%	40.0%	
	小型トラック		-	45.0%				
経過措置	乗用車・小型トラック	-	RVC62.5%以上等の一定条件を満たす場合、北米生産の最大10%は発効後5年間無税					

(出所)USMCA 本文よりみずほ銀行産業調査部作成

(注)純費用方式:RVC=(製品の純費用-非原産材料価額)/製品の純費用

取引価格方式:RVC=(製品の取引価額-非原産材料価額)/製品の取引価額

適用は、記載年(各年1月1日)と発効日から起算した年のいずれか遅い方

運用面の詳細は不明であり今後とも注視が必要

メキシコ・カナダには、米・独の完成車メーカーも生産拠点を持つため、現状では日系完成車メーカーだけが影響を受けることにはならない可能性が高いが、数量制限の各社への割当て等の不明な点も多い。今後、日系完成車メーカーがUSMCAに対応する戦略を立てるに当たっては、実際の運用について注視していくべきだろう。

④日米物品貿易協定次第で日本企業の現地生産化、国内生産減少に繋がる可能性がある

トランプ通商政策により再認識された通商リスクは、日系完成車メーカーが国内拠点のあり方を再検討するきっかけに

マザー工場の機能を、量産化ノウハウの蓄積から先端製造技術の開発にシフトすることも検討

通商政策への対応は今後も避けられない論点に

今後の日米物品貿易協定(TAG)の交渉次第で、日米の通商条件は大きく変わり得る。上述 232 条による追加関税を回避すべく、日本政府が米国と進める TAG では、USMCA を一つの前例としながら、自動車輸出に関する数量制限が設定される可能性が指摘されている。追加関税や数量規制の導入は、いずれも日本の対米自動車輸出拠点としての競争力を低下させるものである。仮に導入された場合には、容易ではないものの、現地生産やサプライチェーンの見直しを進める必要もある。

今回、トランプ政権が推し進める通商政策により改めて認識された通商リスクの高まりにより、日系完成車メーカーは国内拠点のあり方を再度検討する必要に迫られるだろう。これまで、日系完成車メーカーにとって、日本はマザー工場として、量産化のノウハウの蓄積や、ヒトによる技術伝承のための重要な役割を担ってきた。そして、マザー工場としての役割を果たすためには、一定以上の生産台数を維持することが必要とされてきた。一方で、国内需要の縮小、米国市場の調整局面入り、そして CASE (Connected、Autonomous、Sharing & Services、Electric) の進展という大きな潮流に、今回の通商政策が加わることで、国内生産を維持することがこれまで以上に困難になるものと思われる。そのような状況の中で、日系完成車メーカーは国内、海外それぞれの拠点にどのような役割を持たせるべきだろうか。

国内拠点がマザー工場として担うべき役割は、より自動化・省人化技術の確立にシフトしていくということが考えられる。前述の通り、国内生産の維持が難しくなる中で、生産年齢人口は減少が確実視されており、量産化技術のヒトによる伝承は次第に難しくなっていくものと思われる。このような状況において、足下で進む、AI・IoT やロボティクスの活用による「つながる工場」(工場の IoT 化)は、一つの解決策となりうる。IoT システムにより収集されたデータがグローバルベースで集約され、生産効率向上に必要な要素が AI により学習される体制や、生産拠点の異常の原因を IoT システムが見つげ出す仕組みを構築することができれば、国内は先端製造技術の開発拠点とし、量産体制の確立は現地に任せるという考え方も可能になるのではないだろうか。そういった意味で、ホンダの寄居工場が進める自動化技術の確立ならびに電動化に対応する生産技術の標準化に向けた取り組みは、マザー工場のあり方を変えうるものとして注目に値する。

米国通商政策の行方は未だ不透明であるが、国内・先進国市場の成熟化、CASE の進展に伴う需要の変質という大局的な変化とともに、今後も避けられない論点になるだろう。

VII. 日本企業のプレゼンスの方向性

日系完成車メーカーの強みは、生産技術、すり合わせ、グローバル展開、環境技術

日系完成車メーカーは、母国市場の構造的縮小が続く中、低価格で高品質な自動車を大量に生産する体制を世界各地に築くことによって、グローバルプレゼンスを高めてきた。高い生産性と高い品質の両立に加え、多品種生産を可能にする技術も併せ持つ、日本式生産体制を海外に移植し、ケイレツを基とした強固なサプライチェーンを素早く構築することで、グローバルで高い競争力を得るに至ったと言えよう。また、すり合わせの強みを活かし、高効率

なガソリンエンジンやハイブリッドといった環境技術でも世界をリードしてきた。

こうしたアドバンテージは、グローバル需要が減速しつつも拡大を続けると見られる今後 5 年においては、維持されるものと考えられる。

自動車産業は、電動化、情報化、知能化、MaaS という大きな変化に直面しており、日系完成車メーカーの強みが消失する可能性も

しかしながら、現在の自動車産業は 100 年に一度の変革期を迎えていると言われ、①電動化、②情報化、③知能化、並びに④MaaS という 4 つの大きな変化に直面している（【図表 9-6】）。独 Daimler は、これらを CASE (Connected, Autonomous, Sharing & Services, Electric) と称し、「CASE はその一つ一つが自動車産業全体をひっくり返す力を有するが、これらが包括的且つ一貫したパッケージに統合されることで真の革命になる」と述べており⁸、日系完成車メーカーの強みを消失させるような競争軸の変化に至ると考える。

【図表 9-6】 自動車の変化のインパクトと時間軸（弊行予測）



（出所）みずほ銀行産業調査部作成

①電動化は環境規制の広がりと共に急速に進展。構造簡素化に伴い日系の強みが希薄化する懸念も

電動化では、米国 ZEV 規制⁹や中国 NEV 規制など、EV、PHEV（プラグインハイブリッド車）、FCV（燃料電池車）を一定台数販売、輸入・生産することを義務付ける環境規制が導入され、完成車メーカー各社はこれに対応したモデル開発を急いでいる。今後 5 年で見ても、特に EV と PHEV の普及に進展が見込まれ、日系完成車メーカーは新たな規制の中での戦いを強いられることとなる。加えて、EV はエンジン車との比較で相対的に構造の簡素化が進むことによって、自動車製造の参入障壁が低下するとともに、ケイレツやすり合わせといった日系完成車メーカーの強みが希薄化する懸念がある。

⁸ 当社ウェブサイトによる。

⁹ カリフォルニア州が進める規制。ZEV は Zero Emission Vehicle の略で、排気ガスを一切出さない電気自動車や燃料電池車を指す。州内で一定台数以上の自動車を販売する完成車メーカーに、その一定比率以上を ZEV とすることを求めている。

②情報化が進むことで、従来の壊れにくさや走行性能に加え、使いやすさが自動車の品質として重視されるようになる

情報化では、車両データを活用したテレマティクス¹⁰サービスを他社に先駆けて上市した米 GM が、2017 年時点で既に累計 12 百万台を超えるコネクテッドカーを市場に投入している。トヨタも 2020 年までに日米中で販売する乗用車をほぼ全てコネクテッド化するとしているほか、2018 年 4 月からは欧州で eCall(自動緊急通報システム)の装備が義務化されるなど、今後 5 年で更なる普及拡大が見込まれる。一方で、インフォテインメント¹¹の使いやすさが自動車の品質として重視されるようになるなど、ユーザーが自動車に求める品質が従来の壊れにくさや走行性能のみではなくなっている。今後は日系完成車メーカーの自動車が必ずしも高品質とは評価されなくなる虞がある。

③知能化は 2019 年にも導入フェーズを迎えるが、現状、必ずしも日系完成車メーカーがリードできていない領域

知能化について、運転支援の分野でカメラ等のセンサー類の搭載が進んでいるものの、完全自動運転と言われるドライバーレスカーは未だ開発段階にあり、実用化には至っていない。ただし、完成車メーカーに米 Google 系の Waymo などの異業種企業も加わった技術開発競争が繰り広げられており、早ければ 2018 年から 2019 年にかけてロボットタクシーの市場投入が始まるなど、今後 5 年でドライバーレスカーの導入フェーズを迎えると見られる。自動運転の進展に伴って自動車におけるエレクトロニクスや IT(ソフトウェア等)の付加価値が増大することとなるが、これらの領域で必ずしも日本企業がリードできているとは言えない。

④MaaS は、自動車を所有から利用にシフトさせることで、量販ビジネスそのものを揺るがしうる変化

MaaS では、世界各地でシェアリングの普及が進んでいる。ライドシェアでは、米 Uber と中 DiDi が共に 2018 年 4 月時点で 75 百万人のユーザーを有している。カーシェアでは、2018 年 3 月に事業統合を発表した独 Daimler の car2go と独 BMW の DriveNow のユーザー数を合計すると 4 百万人を超える。消費者に利便性の高い新たな「移動」手段を提供するシェアリングは、ロボットタクシーへの進化も含め、今後 5 年で更にその存在感を増すことが想定される。自動車の所有から利用へのシフトという、現在の自動車産業における量販ビジネスそのものを揺るがす変化を迎える可能性がある。

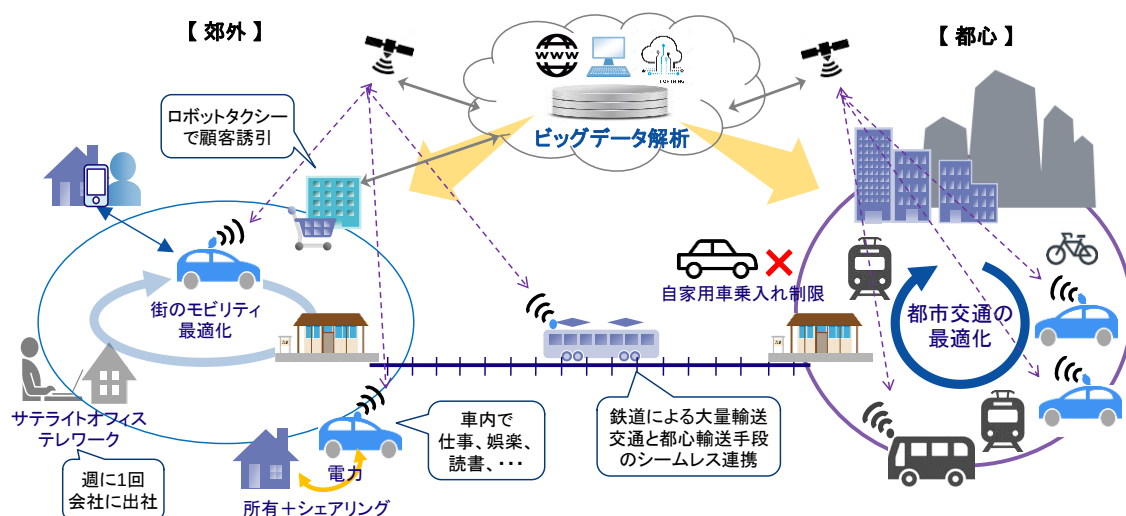
CASE は相互に密接に関連し合いながら、いずれはモビリティ革命を呼び起こす。日系完成車メーカーは、これまでとは全く異なる戦い方を求められることに

このように、CASE はそれぞれ時間軸が異なりながらも進展が見込まれ、競争軸の変化が日系完成車メーカーへの脅威となり得る。また、CASE は実態的には密接に関連し合いながら、いずれは全てが統合されたモビリティ革命の到来を呼び起こすものと考えられる。モビリティ革命の実現は早くとも 2030 年代半ばと想定されるが、その世界では都市・街の在り方、人々の暮らし・ライフスタイルに大きな変化が生じると見られる(【図表 9-7】)。この段階では、日系完成車メーカーは従来型のサプライチェーンに立脚したこれまでの強みとは異なる戦い方を求められることとなろう。

¹⁰ 移動体通信システムを利用してサービスを提供することの総称。

¹¹ “情報の提供(カーナビ等)”と“娯楽の提供(音楽・動画再生等)”を実現するシステムの総称。

【図表 9-7】モビリティ革命の世界観



(出所) みずほ銀行産業調査部作成

トヨタの豊田章男社長が、この状況を『勝つか負けるか』ではなく、まさに『生きるか死ぬか』という瀬戸際の戦いが始まっている¹²⁾と表現するなど、日系完成車メーカー各社は、CASE それぞれへの対応に加え、来るモビリティ革命を見据えた準備を今後 5 年で着実に進めていかなければ、長期的にはプレゼンスが大幅に低下する可能性がある。

VIII. 日本企業に求められる戦略

CASE は草創期にあり、ビジネスモデルという点では未だ多くの課題を抱えている。いかに収益化の糸口をつかむかが重要に

こうした大きな変化を迎え撃つには、抜本的なコスト削減や徹底的な効率化、提携等を駆使した規模の拡大など、まずは既存事業領域での収益極大化を図る必要がある。ただし、これらは長期的に縮小へと向かう市場での守りの打ち手に留まるリスクがあり、新たな市場を創出し獲得するための攻めの打ち手も同時に講じなくてはならない。そして、攻めの打ち手を検討する上では、いかに早く CASE 収益化の糸口をつかみ、新たなビジネスモデルの確立につなげていくか、という点が重要になる。なぜなら、現状では CASE のいずれもが単独で収益化できているとは言えず、数や量の普及という点では進展を見せているものの、ビジネスモデルという点では未だ多くの課題を抱える草創期にあるからである。

①電動化では、電池等の部品コストを吸収しメリットのある価格で提供することが必要に

電動化では、電池をはじめとした高価な基幹部品コストを吸収し、メリットのある価格で消費者に提供することが求められる。市場拡大や技術的進化に伴う費用低減が見込まれてはいるものの、少量多種のモデル開発費用も含めた投資コストを賄うべく、完成車メーカー各社は今も様々な対策¹³⁾を講じている状況にある。

¹²⁾ 当社ウェブサイトによる。

¹³⁾ 詳細は、小澤郁夫「自動車電動化の新時代」『Mizuho Industry Focus Vol.205』(2018 年 2 月 6 日)みずほ銀行を参照。

②情報化では、コストを補うだけのサービス開発とマネタイズの多様化が求められる

③自動運転は未だ技術開発段階

④シェアリングでは、各社市場寡占化を目論む中、コストを回収しきれずにいる状況

このような状況で相次いで発表された2つの提携

ソフトバンク・トヨタが設立する新会社では3つの事業を年度内に開始

情報化では、車載通信機器の普及が進む一方、得られるデータを活用したサービスの開発は保険やメンテナンスといった自動車周辺に留まっており、初年度無料等の特典を通じたサービスに対する需要の喚起等を試みているものの、消費者への付加価値提供を本格化できているとは言い難い。機器や通信のコストを賄うだけのサービス開発とマネタイズ手法の多様化が求められている。

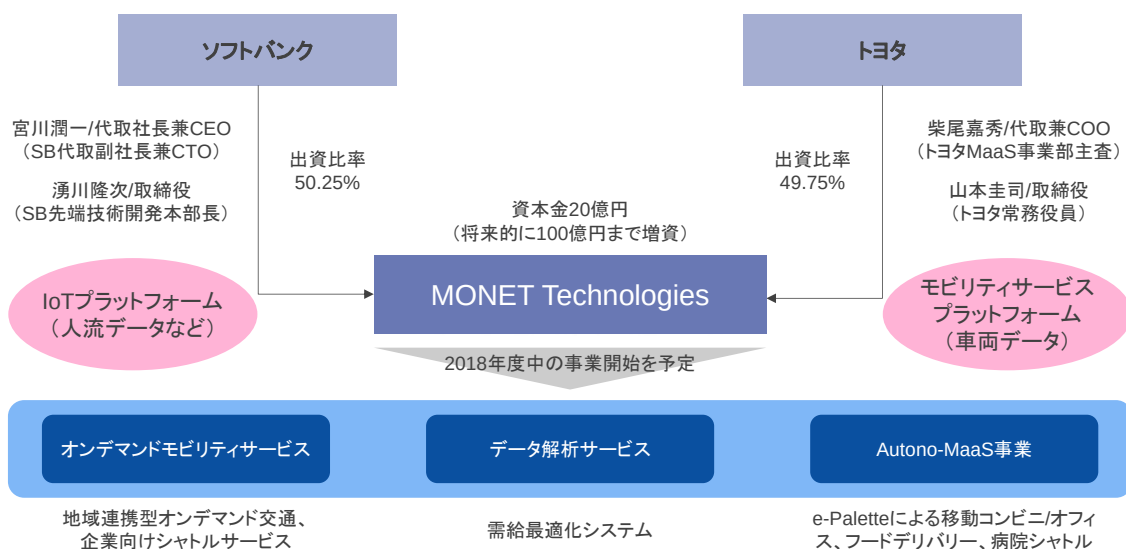
技術開発段階にある自動運転では、ソフトウェアの開発や数多く搭載される高価なセンサー類のコスト回収にめどが立っているとは言えず、現状はテスト走行を重ねながら技術の確立を目指している段階に過ぎない。

同じくシェアリングでも、Uber が未だ赤字から抜け出せずにいるように、IT 人材の確保やシステム開発に加え、ユーザーやドライバー向けのインセンティブ、新規市場開拓に伴うロビー活動費といったコストを回収しきれずにいる。各社がネットワーク効果による市場寡占化を目論む中、投資家からの巨額の調達資金を投じたマーケティング合戦をいち早く抜け出し、自社事業の黒字化を図る術を模索している段階と言えよう。

このような状況下、将来に向けた攻めの打ち手を模索する上で重要と考えられる2つの提携が、2018年10月初旬に相次いで発表された。10月4日に発表されたソフトバンクとトヨタの提携、その前日となる10月3日に発表されたGMとホンダの提携である。

ソフトバンクとトヨタは、合同記者会見を通じ、両社が新しいモビリティサービスの構築に向けた戦略的提携に合意し、新会社 MONET Technologies を設立して、2018年度内をめどに共同事業を開始すると発表した（【図表 9-8】）。共同事業の内容は、①オンデマンドモビリティサービス、②データ解析サービス、③Autono-MaaS 事業としている。

【図表 9-8】ソフトバンクとトヨタによる戦略的提携



(出所) ソフトバンク、トヨタ自動車プレスリリースよりみずほ銀行産業調査部作成

2つのプラットフォームを連携することで実現を目指す新たなMaaS事業

ライドシェア企業とのデータ連携により、広範なデータを活用したMaaS事業に繋がる可能性

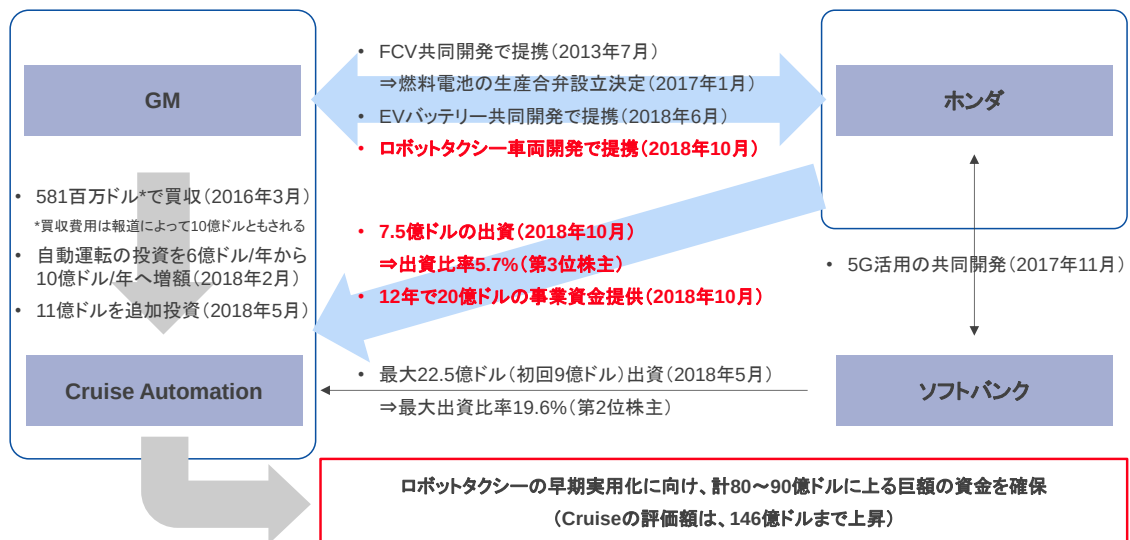
GMとホンダはCruiseも交え、自動運転技術を活用したロボットタクシーの早期実現を目指す

この提携の最大の目的は、トヨタがコネクテッドカーを通じて得られる車両データを蓄積させている「モビリティサービスプラットフォーム(MSPF)」と、ソフトバンクがスマートフォンやセンサーデバイスから得られる人流データなどを収集・分析している「IoTプラットフォーム」という、2つのデータプラットフォームを連携させることにある。そして、車や人の移動に関する膨大なデータを活用することによって、新たなMaaS事業開発につなげるというものである。

また、ソフトバンクはUberやDiDi、Grab(シンガポール)、印OLAといった世界各地のライドシェア大手の筆頭株主ないし大株主となっており、同社が過半を出資するMONETであれば、ライドシェア企業の膨大なユーザー基盤から得られるデータも活用できる可能性がある。前述の通り、コネクテッドカーによる情報化では、自動車周辺に留まらない多様なサービス開発が求められており、ライドシェアとのデータ連携を図ることによって、より広範なデータを活用したMaaS事業につなげようという試みと見られる。CASEになぞらえれば、「C: Connected」を「S: Sharing & Services」に結びつけるアプローチと言えよう。

続いて、GMとホンダの提携では、両社はGM傘下の米Cruiseも交え、自動運転技術を活用したモビリティの変革に向けて協業を行うことで合意した(【図表9-9】)。ホンダはCruiseに対し、7.5億ドルの出資のみならず、今後12年に亘る事業資金約20億ドルを加えた計27.5億ドルを支出する予定としている。Cruiseは、2018年5月に発表されたソフトバンクからの出資(最大22.5億ドル)も合わせて、累計80~90億ドルという巨額の資金を確保した計算となる。

【図表9-9】GMとホンダの提携領域拡大



(出所)GM、本田技研工業プレスリリース、各種報道資料よりみずほ銀行産業調査部作成

ロボットタクシー専用車両の共同開発により、ライドシェアによる収益化にフォーカスを絞る

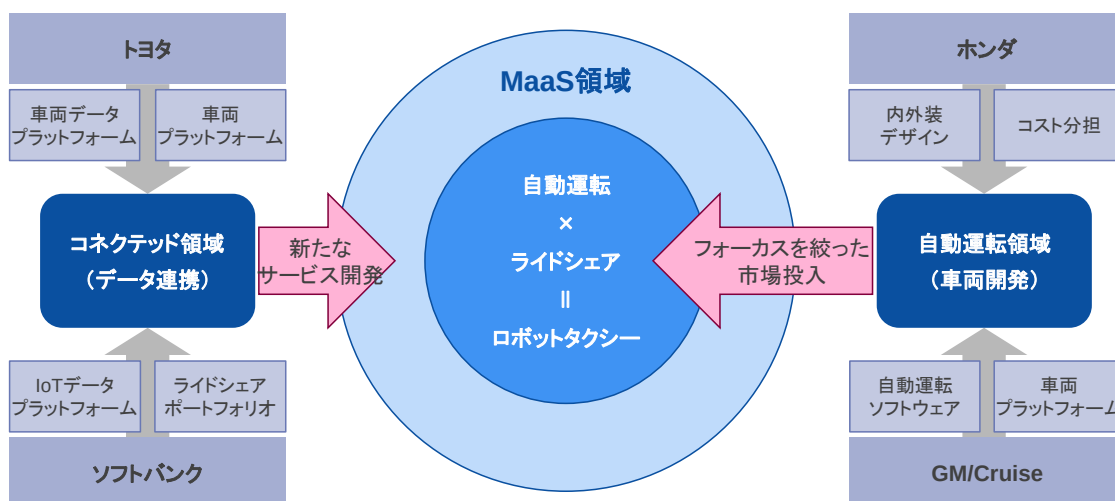
本提携では、Cruise 向けロボットタクシー専用車両の共同開発を行った上で、ロボットタクシー事業のグローバル展開の可能性も視野に入れるとされる。つまり、ドライバーレスカーの車両技術開発を優先しつつも、その先のマネタイズ手法としてライドシェアのネットワークを活用することを明確に定め、収益化までの事業資金を確保しようというものである。自動運転のシステム開発やセ

センサー類の多額のコストを踏まえれば、個人所有車への価格転嫁は簡単ではなく、高い車両稼働率とドライバー費用の削減メリットが見込まれるロボットタクシーでの収益化にフォーカスを絞った上で、コストを分担する試みと言える。GM とホンダは過去から電動化分野での提携拡大を進めてきた経緯があるものの、今回の提携は CASE における「A : Autonomous」を「S : Sharing & Services」に結びつけるアプローチとなる。

どちらの連携も単独での収益化が困難な CASE の中から複数を連携させることで状況を打開しようとする取り組み

両提携に共通する点として、それぞれ単独での収益化が確立できていない CASE の中から複数を結びつけ、相互の親和性を活用することで状況を打開しようとする動きが挙げられる（【図表 9-10】）。CASE がいずれ全て統合されたモビリティ革命へとつながっていくことを念頭に置いた場合、自ら CASE を結びつけることで勝者となり得るビジネスモデルを模索する動きは、CASE それぞれへの単独での対応からより一歩踏み込んだ挑戦と言え、攻めの打ち手における重要な進展と考えられる。

【図表 9-10】トヨタとホンダの提携アプローチ



(出所) みずほ銀行産業調査部作成

IT 大手も含めたモビリティ革命の戦いに挑むためには、単独ではなく他者との連携を活用することが前提となり、勝ち組を見極める要素も求められる

また、トヨタとホンダがともに、提携という手法を通じて打ち手を講じようとしている点も見逃せない。新会社 MONET の資本金は当初 20 億円(将来的に 100 億円まで増資)と決して大きくないが、世界トップクラスの自動車ユーザーを抱えるトヨタと世界有数のライドシェア企業群をポートフォリオに持つソフトバンクが組むという点では、データ活用における勝者連合の形成を目指す動きと言える。一方、ホンダが Cruise に投じる金額は、12 年間とはいえ総額 27.5 億ドルに上り、より大きな資金を Cruise に集中投下することによって、新たな市場での独占的な地位を一気に固めようとする姿勢が窺える。米 Google や米 Apple などの IT 大手も含めたモビリティ革命の戦いに挑む上では、単独ではなく提携を活用することが前提ともなりつつあり、今後は「どこと組むのか」という勝ち組を見極める要素も求められるであろう。その際には、トヨタとソフトバンクの提携に象徴されるように、業界の垣根を越えて大胆な握手を交わすことによって、新たな可能性を生み出すことも視野に入れる必要がある。もはや既存の業界の枠組みが意味を成さない新たな時代に入っているということを認識し

マネタイズの道筋が不透明であっても、果敢にチャレンジすることが求められる

なくてはならない。

CASE のそれぞれが未だ草創期にあるにもかかわらず、その更に先にあるモビリティ革命への挑戦に踏み出す上では、当面は暗中模索とならざるを得ない。しかしながら、日系完成車メーカーが将来に亘って自動車業界の勝者であり続けるためには、もはや手をこまねいている余裕はなく、自らが果敢な挑戦に踏み出していく姿勢が不可欠となっている。くしくも同タイミングで発表された 2 つの提携は、この状況を如実に物語っていると言えよう。マネタイズへの道筋は不透明ではあっても、クルマ及び移動から延びゆくバリューチェーン、更にその先へと果敢に挑戦することが求められる。

みずほ銀行産業調査部

自動車・機械チーム 鈴木 晃祥
安藤 裕之

akiyoshi.suzuki@mizuho-bk.co.jp

©2018 株式会社みずほ銀行

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。

本資料の一部または全部を、①複写、写真複写、あるいはその他如何なる手段において複製すること、②弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。