

自動車物流

— 全国市場への挑戦

神戸大学大学院経営学研究科教授

黄

磷



中国の自動車、特に乗用車の生産と販売が急速に拡大している。国有自動車メーカーだけでなく、日米欧韓など外資系企業や民営自動車メーカーも全国市場をめぐって激しい競争を繰り広げている。乗用車生産は上海、長春、北京、天津、広州や武漢などの都市に集中しているが、乗用車販売は広東や北京から江蘇省、浙江省、山東省、さらに内陸部の都市に急速に拡大している。

自動車メーカーが工場の立地地域だけではもはや十分な市場を確保できず、地方政府の保護主義的な政策の威力も低下している。全国での販売市場拡大と競争激化に対応するために、自動車メーカー

は全国市場をカバーする物流ネットワークを構築し、効果的かつ効率的な広域物流をいかに実現させるのかという課題に直面するようになった(黄磷 <二〇〇五>『中国市場における広域物流』神戸大学・CIIBERモノグラフィーズ、第二号を参照されたい)。

広域物流に対応した物流ネットワークの構築と物流管理の実態を示すために、本稿では、専用列車、長距離トラックや沿海内航輸送による自動車物流の事例を取り上げる。このなかで日系自動車メーカーだけでなく、中国の主要な自動車メーカーや他の外資系企業の完成車物流の現状も示して、フィールドワークに基づい

た事例分析によって中期的に成長すると見込まれている中国自動車市場の実態と特徴を明らかにしたい。

一、中国自動車市場の現状

二〇〇六年、中国の自動車生産は七百二十八万台、新車販売は七百二十一・六万台に拡大した。特に乗用車の生産は五百二十三・三万台、新車販売は五百十七・六万台で前年に比べてともに三〇%以上の成長であった(図表1)。中期的にも中国の自動車市場は持続的な拡大が見込まれている。中国汽车工業協会が発表した二〇〇七年生産見込みでは、乗用車が六百三十万台、商用車が二百二十万台である。自動車メーカー各社が公表した乗用車販売計画の合計は六百六十万台を超えている。また、CSM World wide 社の予測によれば、中国の Light Vehicle (乗用車および車両総重量三・五ト以下の小型商業車) 生産が中期的に拡大を続け、二〇〇七年の六百五十万台規模から二〇一〇年には九百万台規模に拡大し、二〇一二年には一千万台規模に達するとしている。