

わが国自動車・部品産業をめぐる国際的再編の動向

【要旨】

1. わが国における自動車需要は成熟化しており、販売台数は長期的にみても低迷している。また小型化や競争激化に伴い、低価格車のウェイトが高まっている。反面、技術開発コストは増大しており、自動車メーカーは一層採算が取りづらくなってきている。
2. 好景気の欧米に比べ、わが国では景気低迷などから事業環境が悪化してきた。自動車業界においても、企業内部の事業再構築にとどまらず、特に外資との資本提携などが相次いでいる。このような自動車業界における一連の戦略的提携は、相互補完を通じた事業ポートフォリオ再構築の動きとして位置づけられる。相互補完の視点は、車種補完、地域補完、戦略技術(環境、安全、情報)補完の3点である。わが国での最近の戦略的提携は、自主性を保ちながらフレキシブルに部分提携を行う形が中心となっている。
3. 米国などの自動車メーカーは、部品メーカーとの労賃格差活用などの目的で外注化を進め、購買政策を変革してきた。一方わが国では、系列外取引や、海外製品の採用が本格化しており、部品メーカーとの資本関係も見直されつつある。特に外資が資本参加した自動車メーカーの系列においては、変革度がより激しくなっている。さらに、IT(情報技術)の進歩は、調達・販売面などで業界再編を促進する可能性がある。
4. 自動車部品業界においても、欧米では内製部門独立や M&A(合併・買収)により、売上が1兆円を超えるメガサプライヤーが出現している。これに対しわが国の部品メーカーは、大手でも数千億円規模が中心である。部品メーカーに対するアンケート調査では、欧米・日本間の企業規模格差が競争力の差につながるのではないかと、という不安感がうかがわれた。グローバル競争の激化、モジュール化、技術開発投資負担増大などを背景に、欧米メガサプライヤーが海外市場を席卷し、国内市場でも系列が弱まり日本企業が敗退していく、という懸念である。
5. しかし部品分野を個別にみていくと、確かに欧米メガサプライヤーは多くの分野で上位を占めているものの、特定分野で集中的な強みを発揮している部品メーカーも数多くみられる。わが国の部品メーカーも、パワステ、空調機器、ワイヤーハーネス、ランプ、メーター、燃料噴射装置、エアバッグ、ピストンリングなどでは上位に位置している。全世界における上位3社の寡占度は全般的に高水準であり、最近の国際的再編により寡占度がさらに高まっている分野が多い。
6. 部品分野毎の動向をみると、まずシートにおいては、消費地立地のためのグローバル展開や、内装品全般への事業拡大を目指した再編が、欧米では進展している。インストルメントパネルもかさばり傷つきやすいため消費地立地が必要であるが、汎用化や組み付け作業の合理化が困難なため、寡占度は他の分野に比べ低くなっている。ブレーキは重要安全部品であるが、大規模な再編により

既に寡占化が進んでいる。エアバッグにおいても、安全基準強化を背景に、インフレーターメーカーなどの買収が進展している。燃料噴射装置は、装置産業で寡占度が高く、環境問題を背景とする技術的变化がみられる。パワステにおいても、環境負荷低減のため電動式への移行がみられ、日本メーカーが優位となっている。ワイヤーハーネスは、労働集約的であるため、途上国への展開が行われている。空調機器は、消費地立地のためのグローバル展開が必要であるが、軽量・小型化、精密加工などの技術面では日本メーカーが優位である。ピストンおよびピストンリングにおいては、両者の一体設計を目的に、またオイルシールおよびエンジンガスケットでも、両者のパッケージ納入を目的に、それぞれ再編が進展している。ランプにおいては、資本集約性が参入障壁となっている。わが国では系列発注が行われてきたが、最近では変化もみられる。ショックアブソーバーは、技術的には成熟し、価格競争が激化している。クラッチは AT 化により市場が拡大せず、既に寡占化が進展しており、一部では撤退の動きもみられる。以上のように、各部品の特性により競争状態が大きく異なっており、一律に部品業界を論ずることはできないが、以下の諸点は指摘できよう。

7. わが国の自動車メーカーは概して、日本の部品メーカーの品質・納期遵守については高く評価している。これに対し、欧米メガサプライヤーに関しては、たとえ価格は安くても品質面では必ずしも満足していない模様である。特にモジュール化提案については、技術のブラックボックス化などの観点から、あまり前向きではない。しかし基礎開発力や、基本コンセプト提案力では、欧米部品メーカーの方が優れていると評価されており、規模の格差が将来の競争力格差につながる可能性はある。
8. わが国部品業界でも既に、外資との資本提携や、日本企業同士の提携などの動きが始まっている。このような戦略的提携は、自前主義に比べてスピード面で有効な手段である。戦略的提携のなかでも、業務提携は合併・買収に比べ、企業間の機密情報開示は限定的となるが、わが国の企業風土に馴染みやすく、選択肢も拡大するというメリットがある。
9. モジュール化は、国内ではあまり進展していないが、欧米自動車メーカーや、日系自動車メーカーの海外拠点に対する納入では要求される可能性が高く、準備を開始しておく必要がある。その対応をみると、1次サプライヤーを目指し事業拡大を図る企業と、2次サプライヤーとして専門分野に特化していこうとする企業との二極分化がみられる。1次サプライヤーの場合、売上機会が拡大する反面、品質保証や投資面でのリスクが増大する。2次サプライヤーの場合、自社のコア事業に集中できる反面、強みが発揮できない場合は淘汰される可能性もある。
10. わが国では、市場成熟化に伴い、これまでの高品質性を支えてきた長期継続的取引にかわり、市場原理と契約関係に基づくコスト重視の考え方が浸透しつつある。今般の構造変化に際し、早急に自らの強みを一層強化し、弱みを補完することが求められているが、簡単な解決策はなく、企業の置かれた状況により戦略的提携などの手段が選択されることになろう。