

復活する米国自動車市場

三井物産戦略研究所
産業調査室
西野浩介

リーマン・ショックを契機に長らく低迷していた米国自動車市場の復活が鮮明になってきた。今後数年間は引き続き販売台数の増加が見込まれるが、長期の低迷期を経て市場と業界の構造にはどのような変化が生じたのだろうか。その現状を整理するとともに今後を展望する。

加速した回復

2012年の米国新車自動車販売台数は、対前年同期比13.2%の1,449万台となった。これで3年連続の増加である(図表1)。景気の回復に伴い、低迷期に抑制されていた新車需要が回復している。大きな要因の一つが自動車金融の復活である。米国の個人向け自動車販売においては現金購入は全体の2割にすぎず、残りは自動車ローンやリースによるものだ。そのため、こうした金融手段の有無が新車販売の動向に大きな影響を与える。リーマンショック後は自動車金融が凍結状態にあったが、2011年以降は特にサブプライムを含む低信用層への与信が活発化した。また、比較的保守的な銀行系やメーカー系金融会社からの与信も増えた。銀行の48カ月新車ローン金利は、過去10年余りのピークだった2006年5月の7.95%から2012年11月には4.82%まで下落した。

加えてガソリン価格の安定も好材料だ。ガソリン価格は2008年12月に1ガロン1.6ドル余りにまで下落した後、じりじりと上昇を続けて2011年以降は上下はしても3ドル台のレンジにとどまっている。米国の消費者はこの価格帯に慣れてきており、またシェールオイルの供給によってガソリン需給の見通しが楽観的になっていることも影響しているものと思われる。米国の消費者は、毎月の自動車ローンの支払いとガソリン代の合計金額を生活費の一項目と捉えており、金利の低下とガソリン代の安定が、活発な買い替えにつながっているとみられる。

このように、販売台数が増えている理由は、潜在的な需要を顕在化させる要因がそろってきたことによるものだ。それでは、米国市場の潜在的な需要水準とはどのようなものだろうか。それは、自動車保有台数に対する廃車率で計算される代替需要と、運転免許保有者数の増加による新規需要によって構成される。まず、保有台数は2008年以降、新車販売の急減によってほぼ頭打ちになり、2億5,000万台の手前で足踏みしている。廃車率は景気動向や保有車両の平均車齢の変化によって上下するが、過去20年間は4~6%台で推移してお

り、年平均では5%台半ばである。ここから考えると、現時点での更新需要ペースは年間1,350万~1,400万台となる。

これに対して、新規需要は運転免許保有者数の増加によってもたらされる。米国の自動車保有台数は、1990年代中葉からリーマン・ショック前までは、年平均約2%増加してきた。米国における自動車の保有比率は運転免許保有者1人に対してほぼ1台で大きくは変わらないので、この増加は運転免許保有者数その間、年におよそ250万人ずつ増えてきたことに対応している。運転免許保有者数は2010年からの5年間では400万人増と増加ペースが落ちると予想されるため、自動車保有台数の上積みも年間100万台程度となろう。従って、2015年までは年間のペース需要は1,500万台前後となり、2012年の段階ではほぼ実力値に戻った感がある。今後数年間は、リーマン・ショックで落ち込んだ需要がいつ、どれほどの規模で戻ってくるかが焦点になるが、急激な経済の変調がない限り、今しばらくの伸長の余地があると考えられることはできよう。

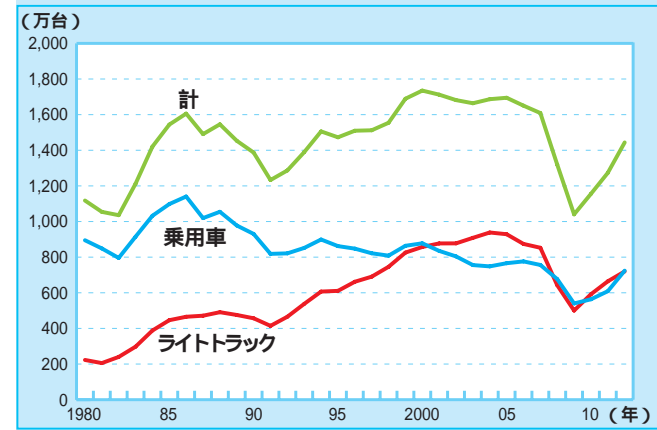
過剰能力削減で健全になったD3

一方、2008年に起きたリーマン・ショックは、米国の自動車産業の姿も大きく変えた。GMとクライスラーは政府主導の計画的な破たんを行い、フォードも含めたデトロイトの3社(D3)は生産能力削減を余儀なくされた。2004年時点で3社合計の生産能力は1,360万台あったが、2012年には880万台と3分の2になった。海外メーカーも含めた自動車生産台数は2000年代前半には1,200万台前後だったが、2007年には571万台と半分以下に減った。

GMとクライスラーは破たんによって懸案であった労働組合との契約の変更を行い、年金・医療費負担の大幅削減と時給労働者の労賃大幅削減を行った。これにより賃金水準で日系など外国メーカーとほぼ並んだ。同時期にD3が米国とカナダで閉鎖した工場は56に上り、関連部品メーカーの工場を含めると削減人員数は20万人を超えた。

このように大規模な整理統合やコスト構造の改善を行った結果、D3は反撃の体制が整い、収益を回復しつつある。最も大きいのは、余剰能力の削減である。従来、過剰な能力を抱えるD3は、工場の稼働率を維持するために過剰な生産を行い、そうしてできた車両を高額のインセンティブを付けて(値引きして)販売するというサ

図表1. 米国の新車販売台数推移(乗用車+ライトトラック)



出所: Ward's Auto

イクルを繰り返してきた。これにより、値崩れとブランドイメージの毀損を繰り返してきた。今回、かつてない規模での能力削減を行ったことで、この悪循環から脱しつつある。2009年の初めには、米系と日系の同クラスの車両間で平均販売単価を比較した場合、3,000ドルから1万ドル日系が上回っていたが、2012年後半にはライトトラックで依然として上回るものの、乗用車ではほぼ並ぶか、セグメントによっては米系が上回るものもあった。

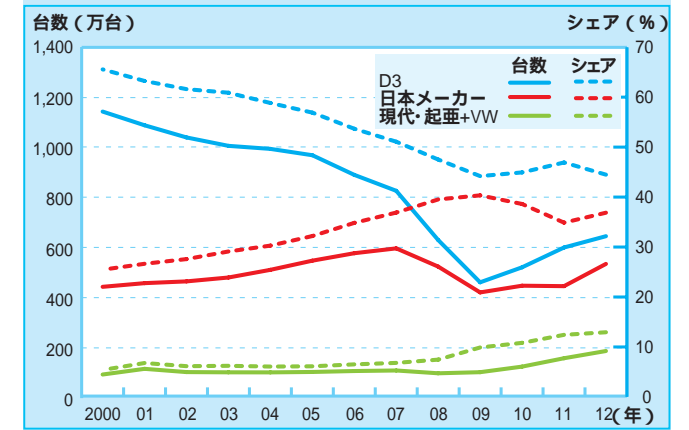
拡大した新興勢力

こうしたなか、日系企業は、2011年の東日本大震災やタイの洪水の影響による部品供給の滞りによって市場の回復に供給が追い付かず出遅れた。その間、シェアを増してきたのが韓国の現代・起亜と独フォルクスワーゲン(VW)である。2社合計の販売台数は、2000年代中盤までは100万台前後、シェアにして6、7%前後であったが、2009年以降急速に増え、2012年は190万台弱、シェアで13%とほぼ2倍に拡大した(図表2)。

この中でも、現代・起亜は、2011年に初めて米国での販売台数が100万台を超え、日産自動車を上回ってホンダの背中を追っている。その原動力となったのは、品質や性能の飛躍的向上である。1980年代に低品質と貧弱なサービスで米国からの撤退を余儀なくされた苦い経験から、現代自動車は1998年以降、10年10万マイル保証に代表される製品品質とブランドイメージの向上に努めてきた。直近では燃費性能の過大表示が判明して問題になるなど、今でも日系メーカーに比べるとエンジン性能などで劣るものの、全体的な品質イメージでは上回るとの評価もある。

ただし、現代・起亜とVWに共通するのは中型セダン中心のシンプルな車種構成、生産の現地化比率が低く輸入依存度が高いこと、2012年までは自国通貨がドルや円に対して割安で、コスト面で優位にあったことだ。この状況は1980年代に日本メーカーが米国で生産を始めた時期の状況に似ており、両社とも既に北米生産拠点は能力を大きく超える稼働を行っている。加えて、2012年後半からは、対米ドルのウォン価格はじりじりと上昇しており、韓国の対米輸出における価格優位性

図表2. 米国における各国メーカー販売台数・シェア推移



出所: Automotive News

に陰りが生じている。米国でさらに一段のシェア拡大を行うためには、製品ラインアップの拡充と現地生産能力の増強が必須である。

力強さを取り戻した日本メーカー

出遅れていた日本メーカーの販売は、2012年後半から急速に回復した。2012年の販売はトヨタ自動車の前年比27%増、ホンダが同24%増、日本メーカー合計でも20%増となり、さらに増勢が続いている。日本メーカー全体の米国市場シェアは37%と、リーマンショック前後でD3の販売が極端に低下した2008年、2009年の40%には及ばないものの、ほぼ実力値に戻したといえる。

日本メーカーにとっては、有利な市場構成の変化もある。米国市場では1980年代後半以降、D3の戦略によって製造が容易で収益性が高いライトトラック(ピックアップ、SUV(Sports Utility Vehicle)を含む)の比率が急速に高まり、D3の収益を支えてきた。しかし、リーマンショック以降は燃費の悪いライトトラックの需要は低下し、代わってトヨタのRAV4やホンダのCR-Vなど、小型軽量で燃費が良い乗用車ベースのCUV(Crossover Utility Vehicle)の構成比が急速に拡大した。これがD3に比べてこの分野を得意とする日本企業のシェア拡大に有利に働いてきた。

縮小均衡で一定の力を取り戻した米国勢、急速にシェアを伸ばしながらも踊り場に差し掛かった現代・起亜とVWの新興勢力に対し、日本勢は供給の正常化とともに急速にシェアを回復した。今は、この三極の力が最も均衡している時期であるといえる。ここしばらく大きなシェア変動はなく、混戦状態が続くだろう。

米国自動車市場は、再び存在感を取り戻し始めた。リーマン・ショック後の先送り需要の戻り分によって今後もう少しずつ拡大を続け、2015年ごろまでに年間1,600万台超を狙う展開が予想される。平均販売価格も3万ドル超と過去最高の水準を維持している。そうしたなかで円高が緩和に向かえば、完成車や基幹部品の輸出採算改善などから日本メーカーの収益には追い風となる。最重要市場である米国で今一度地歩を固め直し、安定した収益源にしておくことは、戦線拡大する新興国市場で戦ってゆくために必須の足固めとなるだろう。