

中国における中古車産業発展の可能性

文教大学大学院 情報研究科情報学専攻

LI BIN

概要

現在、日本の自動車産業は「1割産業」と呼ばれ、経済に確固たる地位を築いている。

歴史的に見ると、全産業の生産額に占める自動車産業の割合は1960年には約5%、1970年には約8%にのぼり、全産業の10%を超えるのは1976年である。生産台数をみると、1960年から1970年の間で約20倍に成長した。1974年には第1次オイルショックの影響で自動車生産台数は減少したが、長期的に見れば成長しつつあった。1992年、日本での中古車登録台数が新車登録台数を追い抜いた。ゆえに同年は歴史的な転換年であった。現在に至っても、中古車登録台数は増え続けている。

中国に目を向けると、経済の発展にともない、1992年、自動車生産台数は100万台を突破し、2000年には200万台を超えた。2002年には300万台に達し、2003年は400万台を突破した。中国はまさに自動車生産大国となった。1995年、中国全体の自動車保有台数は1,000万台を超え、2003年末には2,000万台を突破した。中国は潜在的な市場から世界でも有数な大市場となった。

新車販売台数は大幅に増加すると同時に、中古車市場も急速に発展している。ここ数年来、中国の中古車販売台数は年間20%強の伸び率で推移している。2000年までの中古車販売台数は約100万台であり、新車販売台数の約3分の1であった。2004年の中古車販売台数は134万台ともいわれており、今後の更なる発展が見込まれる。2000年には215億元だった全国の中古車売上高も、2003年は3倍の600億元に急増した。『北京日報』の報道によると、北京の自動車購入ブームにより、新車市場だけではなく、中古車市場もにぎわっている。2003年の北京市における中古車取引台数は11.5万台に達し、前年から36%増と、過去最高の伸び率となった。これは北京の自動車消費が初期段階から買い換え段階に入ったことを表している。

しかしながら、中国の中古車販売台数は2003年において新車販売台数のわずか30%程度にとどまっている。中古車市場の発達による自動車市場全体の活性化が期待されるが、先進国の水準に比べれば、まだまだ未熟で規模が小さく、大きな開きがある。このことは、発展の余地が大きいということを示している。

中国経済は、公的な消費から私的な消費へ転換しつつある。中古車産業は新車産業と比べ、より大きなチャンスがあると言える。しかし、その中には大きな問題が多数あることも事実である。

本論文では日本と中国自動車産業の発展過程、経営手法の違い、現在の中国中古車ビジネスの問題点を指摘し、それを発展的に解消する中国独自の中古車ビジネス手法を探し出していく。