

## 中国自動車調査

### 新車販売 3000万台市場への遠くて近き道のり (農村編)

李 澤建

東京大学ものづくり経営研究センター

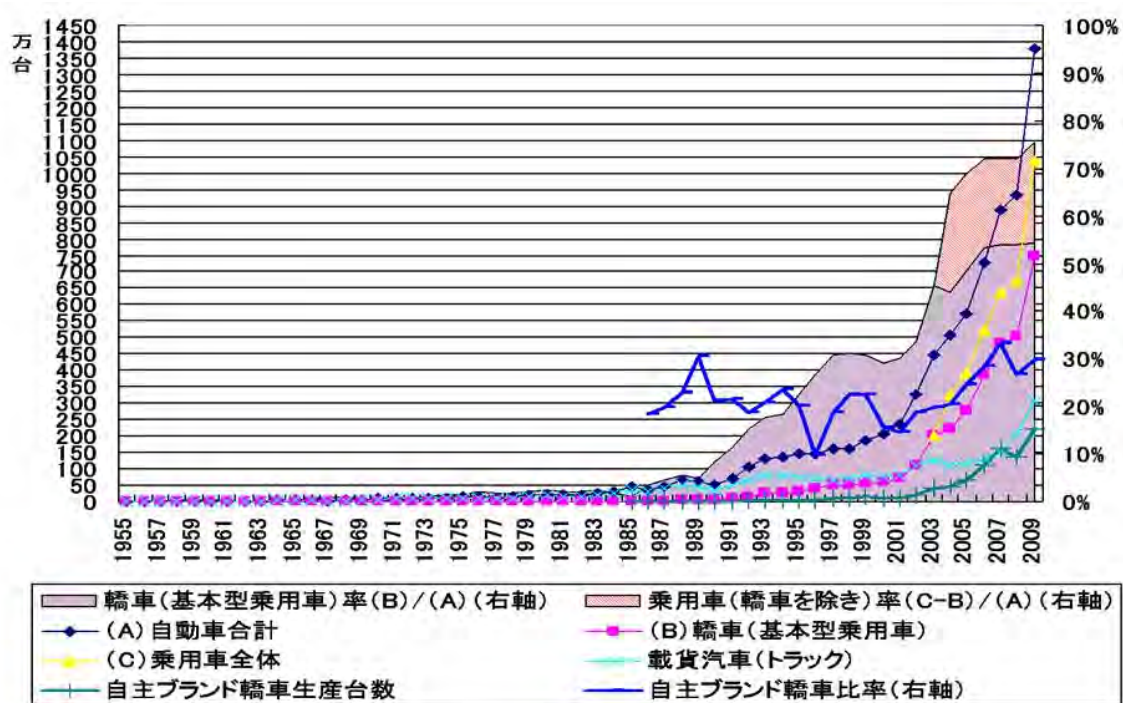
E-mail: takuken.ri@mmrc.e.u-tokyo.ac.jp

#### はじめに

2008年米国に端を発した金融経済危機は世界各国の実態経済に深刻な影響をもたらした。先進国市場の冷え込みが進行する中、新興国では、自国内の世界貿易に直接リンクが薄い一部のローカル市場をばねにいち早く回復の兆しを見せている。中国はまさにその特筆すべき事例に当てはまる。2009年初頭、金融危機が最も進行している中、中国政府は、自動車をはじめとする鉄鋼などの10の基幹産業に対してそれぞれ「産業調整振興政策」を打ち出し、重要産業に対して重点的に救済する策に踊り出た。とりわけ、上述した諸「産業調整振興政策」に、米国のような単なる傾いた企業の経営再建に対する資金援助に留まらず、輸出依存からの脱出と内需拡大に繋げるための持続可能な産業構造を創出する狙いが含まれており、単純救済よりも、救済を兼ねた戦略的な構造調整という特徴がある。すなわち、金融危機がもたらした衝撃を利用して、生産性、もしくは競争力の低い部門の淘汰をいっそう加速させる一方、長期的に持続発展可能な国民経済の実現に必要とされる重要度の高い戦略部門において、その目標に相応しいあり方への脱皮ができるように、重点的な支援策を中国中央政府が講じたのである。

それ故に、図1の「自動車合計」で示したように、2000年より急に加速し始めた中国自動車生産台数の増加が、2008年の金融危機で一時的に鈍化したものの、2009年には、対前年比40%増の勢いで、再び急成長の軌道に復帰した。同時に、年間新車販売台数も

図1 中国自動車生産台数の変遷



出所) CATARC、筆者作成

1364.48 万台を記録し、はじめて 1000 万台という大台を突破した。

2009 年の急成長の背景として、小型車奨励を狙う「購置税半減」政策、クリーンエネルギー車普及推進を狙う「十城千輛」政策、景気対策とする「以旧換新」政策、そして農村市場における自動車需要の掘り起こしを主眼とする「汽車下郷」政策といった「自動車産業調整政策」の諸具体策の影響が無視できないほど大きい。繰り返しになるが、こうした内需拡大を狙う中国政府による体制的な施策が、一時的な景気対策にとどまらず、それに中国の持続可能な経済発展に必要とされる自国産業構造に相応しい長期ビジョンについて充分かつ明確なメッセージが含まれている。

なぜならば、2000 年以來の高成長を、「沿海部大都市を中心としたガソリン車による伝統市場」の第一段階の成長として理解できれば、金融危機後の中国自動車市場の成長からは、「都市部の代替需要と農村部の新規需要というダブルエンジンによって推進され、石油燃料車と非石油新燃料車の複線的な進化によって成長する新市場の創出」という新たな方向性を読み取れるからである。

伝統市場から新市場への変容の度合いを予測するうえに、まず中国市場の飽和ラインを

図2 金融危機後中国政府が打ち出した「自動車産業調整政策」の諸具体策

分類		減税政策	補助金政策		政府調達	
乗用車	大型		「十城千輛」 (地方行政対象)	「以旧換新」 (都市部購入者対象)	過半数の乗用車 調達を自主ブランドから	
	中型					
	小型	「購置税(取得税)半減」 (1600cc以下対象)				「汽車下郷」 (農村部購入者対象)
	微型					
商用車	微型					
	軽型					
	中型					
	重型					

注) 1.「購置税減税」: 2008年、1600cc以下乗用車の販売台数は全体の62%を占める。2009年減税政策として、1600cc以下の車の購置税(取得税)を10%→5%半減; 2010年も延長され、ただ、税率の5%から7.5%への見直しも。2.「十城千輛」: 科技部主導、2012年まで、北京、上海など13都市に、省エネルギー車(HEV、FC、EVなど)各都市1000台以上のエコカーとインフラの試験的運行。一万台以上の需要が見込まれる。2010年にさらに20都市へ適用範囲を拡大させた。うち、五都市は「個人購入」も補助対象に。3.「以旧換新」: 廃車インセンティブ; 8-12年の高年式車を廃車にしてから新車を買う場合、3000-6000元の補助金を。2010年にさらに上限金額を5000-18000元に。4.「汽車下郷」: 農民が農用車を廃車にして、小型トラック、小型乗用車を新規購入する場合、スクラップインセンティブを最高3000元まで、新車購入価格の10%(最高5000元まで)の補償金を。5. 乗用車の政府調達分のうち、自主品牌車で過半数を占めるようとする方針。

出所) 筆者作成

明確にする必要があると思われる。未来を予測するのは決して研究者に相応しいことではないにしても、年間新車販売台数で言えば、おそらく3000万台に達した時点で、飽和に近い状態ではないかという経験則的な見方がある。<sup>1</sup> 仮にそうであれば、中国自動車市場の持続成長はもはや一国の問題ではなく、エネルギー安全、資源確保、環境汚染、CO<sub>2</sub>削減などにおいて世界経済に大きな課題をもたらすに違いない。何より、年間3000万台の新車が販売される巨大市場への道のりのカギを握っているのは、中国農村市場の始動と非石油燃料パワートレイン技術の普及である。

本稿では、主として中国農村市場におけるモータリゼーションの潜在可能性について、筆者が参加した京都大学上海センター主催の中国農村自動車消費調査の結果の一部を利用

<sup>1</sup> 3000万台という見方は、2010年4月22日北京にて開かれた「2010 Global Automotive Symposium」で中国国家信息中心情報資源部主任徐長明氏の「中国自動車市場分析と予測」という講演の際に、日本、韓国などの保有台数の変遷水準を参考にして行われた分析説明による。筆者もこの予測結果に対して、方向的に賛同するが、3000万台の年間新車販売を達成するためのエネルギー関連の実現可能性や、市場の中長期の構造変化に言及しなかった徐氏の分析に補足が必要とも感じた。本稿では、紙幅の制限で、既存燃料から電気などの新たな燃料技術への切り替えによる進化に対する分析を割愛し、主に中国の中長期のモータリゼーションを考慮する際に、農村自動車市場の役割をいかに認識すべきかに関する分析に専念する。

しながら分析を進めることにする。

## 1 中国農村には自動車（自動車）が必要とされるのか

2009 年末時点、中国の 1000 人あたりの自動車保有台数は約 57 台で、<sup>2</sup> 依然低い水準にある。なお、これまでの自動車の普及は主に相対的に経済が発展している沿海部を中心に進行してきたのも事実である。よって、経済発展とインフラの整備が相対的に遅れている農村地域における自動車普及はまだだと認識できる。こうした認識は概ね正しいと言えるが、自動車普及ではなく、モータリゼーションの視角からみれば、落とし穴が隠されている。統計上、自動車の普及は遅れており、現に中国の農村では、（自動車統計の如き）自動車の保有台数は依然低いが、モータリゼーションの観点から見れば、農用車というモビリティの普及は決して低い状態ではない。以前中国政府内の役割分担として、自動車（自動車）工業の発展を所轄しているのは機械部であり、工業部であったが、いっぽう、農用車の所轄部署は農業機械部であった。担当部署の相違で、2004 年までの長い間、農用車は自動車として認められておらず、カウントされてもいなかった。やや揶揄的な言い方をすれば、以前から、中国における自動車（自動車）普及はモータリゼーションとはトートロジーにならなかったのである。自動車でない農用車だが、機能面では農村部においてしっかり「自動車」の役割を担っている。こうしたモビリティが 2400 万台も保有されており、農村部におけるモータリゼーションを予測するうえ、無視できない大きな影響力を持つファクターとなっているが、「埋蔵金」としてあまり認識されていないのも事実である。

図 3 に示す通り、農用車はディーゼルエンジンの使用を前提に、日本の軽自動車のように、寸法に関して、しっかり規格されている。2009 年ごろの保有台数は全体的に 2400 万台前後で、自動車の保有台数の 3 分の 1 に匹敵する規模を誇る。しかも驚くべきことに、その値段は非常に安い。最も多い三輪タイプの農用車は 10-20 万円しかなく、4 トン軽トラックとほぼ同様な機能を有する 4 輪タイプでもせいぜい 20-60 万円である。ただし、一般的に農用車の走行が大都市の郊外か農村部に限定されており、肝心の都市部の中心への出入りが制限されている。この点は後述する農村における自動車普及にとってきわめて重要な意味を持つ。他方、本来の意味の自動車は中国の農村部に必要とされないのか。この点は本稿のひとつの重要な問題関心である。

中国農村部におけるモータリゼーションの進行可能性について、本節では、農村世帯の

<sup>2</sup> 1000 人あたりの保有台数は、2009 年末自動車保有台数の 76,193,055 台（公安部交通管理局発表）と人口数の 133,474 万人（国家統計局発表）で算出した。

図3 農用車の関連情報

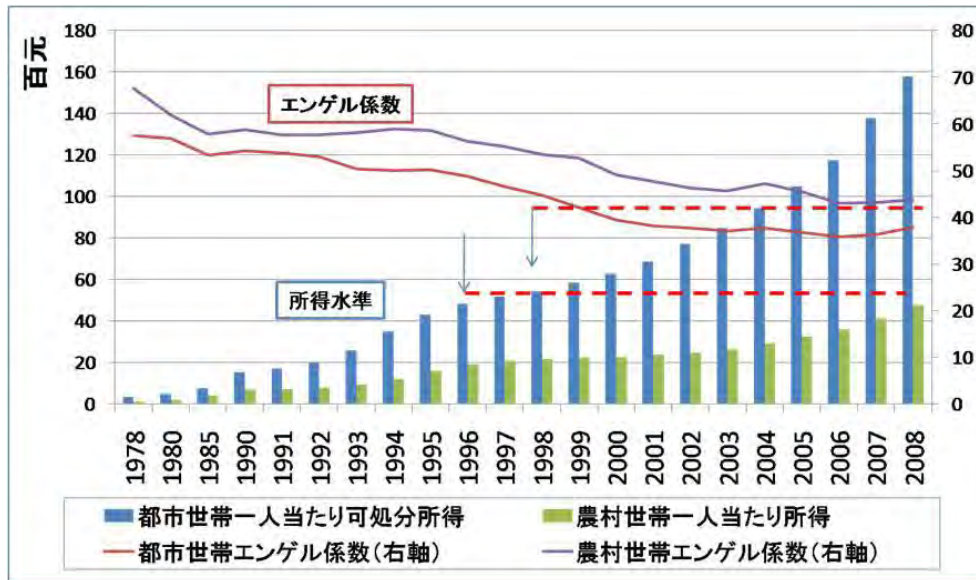


出所) 筆者作成

購買力、そして自動車に対する潜在ニーズに影響する諸要因の変化をもって分析する。

まず、図4でわかるように、2008年、農村世帯のエンゲル係数は43.7で、1999年前後の都市世帯の水準の37.9に肉薄する。ちなみに、同数字は日本でモータリゼーションが到来するとされた1956年ごろのエンゲル係数とほぼ同一水準に達している。他方、2008年、農村世帯一人当たり所得が4760元に達し、1996年前後の都市世帯一人当たり可処分所得の水準に当たる。ただし、都市世帯当たり2.92人の平均人口に比較して、農村世帯当たりの平均人口が3.7人と、約1人分が多くなっている。この事情を考慮すれば、2008年の農村世帯当たりの収入は、1万7000元を超え、2000年ごろの都市世帯の水準に達することがわかる。2000年とは都市部を中心として、自動車普及が急速に進行し始めたモータリゼーション元年ともいうべき年である。もちろんインフラ、燃料供給等の厳密な分析が必要であるが、経験則で行けば、農村部において、少なくとも飲食以外の可処分所得や購買力水準などの直近指標が2000年ごろの都市部の水準に達したことは、2000年以後都市部でモータリゼーションが急に進行したように、農村においてもモータリゼーションが加速すると予測できる。言い換えれば、購買力面の要件が整ったことによって、これまで都市部で経験した自動車市場の急拡大が約10年遅れて農村部でも生じうるようになったのである。

図4 自動車普及水準に達している農村世帯収入（単位：元）



出所) 中国統計局、筆者作成

自動車普及に対するインフラや制度上の制約要素さえ緩和されれば、農村部における自動車需要の喚起は決して遠い夢ではない。しかし、買えるような経済条件に達しても、農用車も大量に存在する中、農村部では本当に自動車が必要とされるのか。それについて、二つの経済指標をもって検証してみよう。

直近の状況として、中国農村部において、農業経営に投下された総労働量のうち、運搬に関わる労働量は、平原地区において平均 3-5 割、一部の山岳地域において 6-7 割を占めている。山岳地域での運搬の機械化による労働生産性の向上を図る余地が依然大きく残っていると理解できる。また、年間 150 億トンの農作業運搬量に対して、都市農村間の運搬量が 100 億トンを占めており、しかも、その量も年間 10%以上の速度で増加している。何より、農村で保有される自動車の能力は、上記運搬量の 35%くらいしかカバーできていない。運搬量指標から、農村全体の運搬量に対して、保有されている自動車の運搬能力が絶対的に不足している。それが潜在ニーズの高さを意味している。特に連年増え続ける都市農村間の運搬量が、都市部での走行が制限されている農用車によってなおさら賅えなくなっていると想像できる。そのため、農用車の代替品としての商用車が普及する潜在可能性がいっそう高まることが分かる。ここで道路などのインフラさえ整えれば、農村市場への自動車普及の現実性がいっそう増すと自然に理解できる。

## ものづくり紀行

他方、2008年、中国全国の道路総延長が368万キロに達し、うち約9割弱の321万キロが農村道路として、県・郷・村レベルで作られていた。さらに、こうした郷鎮道路でのアスファルトやセメントなどによる舗装率が全国平均では88.7%に達している。地域別で見れば、東部と中部地区での村レベルの道路の舗装率はそれぞれ89.7%と79%になっており、西部の村レベルまでの道路の開通比率も78.1%に達していた。言い換えれば、全国的に約8割以上の村が道路網によって結ばれており、特に中東部の道路は8割以上も舗装されている。これは道路インフラの整備によって、現に農村部から都市部への自動車による交通アクセスが非常に便利になっていることを意味する。

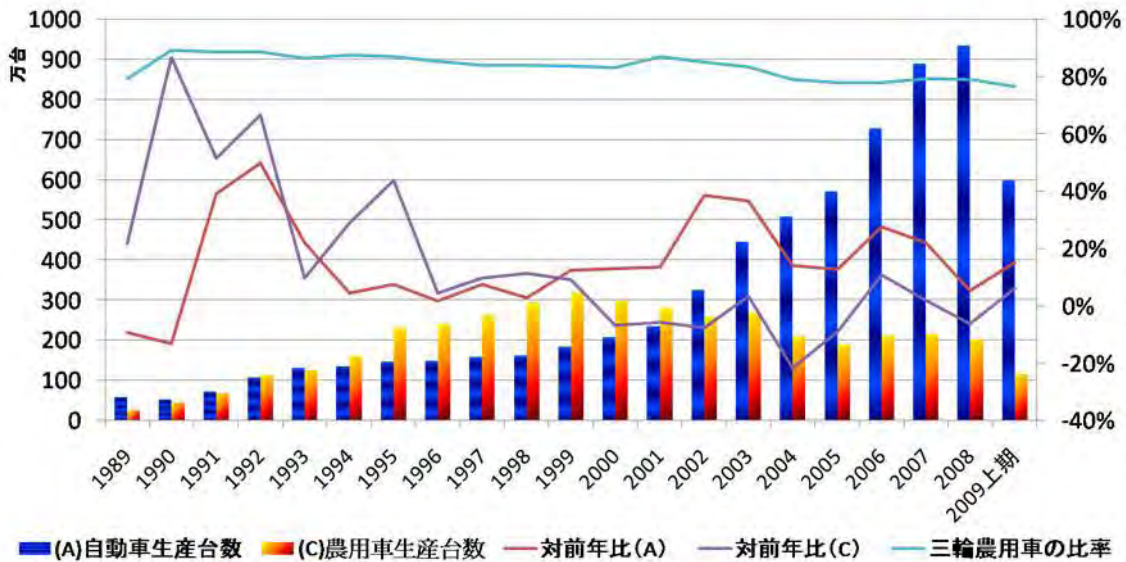
最後に、農村部の自動車普及に大きく影響力を持つ農用車産業の発展を見てみよう。図5の通り、自動車生産台数の連年増加に比べ、農用車の生産は、1999年の320万台をピークにして減少する一方となっている。特に2004年に入り、生産台数がさらに一段と縮小してきたのである。2000年に入ってから減少は基本的に、前述通り、経済成長に伴う都市部への出入りニーズの増加と市場競争の激化に伴う自動車価格の下落によって、以前農用車によって担われた用途がトラックなどによって代替されたと予測できる。なお、2004年の減少は上記実体経済の変化による代替化よりも、その年に、新たに公布した自動車産業政策による影響の方が大きいと思われる。

以前、自動車と異なるカテゴリに分類された農用車の最大の優位性について、初期購入費用の安さと維持費用の安さがしばしば指摘される。しかし、2004年版の自動車産業政策では、政府が農用車の所轄権を農機部門から自動車を所轄する交通安全部門に移すと改訂し、農用車を「低速貨車」と改称し、自動車カテゴリの一部としての統一管理をはかった。こうした所轄移管に際して、供給側の農用車メーカーに対して、政府が、自動車と同様な「機動車運行安全技術条件」という強制性をもつ国家標準を課すことにした。同じく、自動車と同様な税制が農用車の購入者にも適用されるようになった。

その結果、車体安全基準の強化によって、一部技術性能の低い農用車製品が淘汰された。同時に、自動車税制の新たな適用によって、初期購入費用と維持費用の安さに基づく農用車の優位性が次第に失われつつある。

例えば、自動車扱いになった後、農用車に課される「牌照費（ナンバープレート取得税）」が従来の80-150元から一律の480元になった。また、自動車と同様に、8-10%の「車輛購置税」が適用され、金額にしてみれば平均で800-1000元の新規出費となった。少額に見えるが、6000元-1万5000元を中心とする農用三輪車にしてみれば、決して少

図5 農用車の生産台数の変遷



出所) 中国汽車工業協会、筆者作成

額と言えない。最後に、「第三者責任強制保険」などの保険も新たに導入され、いっそう農用車購入の出費を増加させた。例えば、自賠責と人身安全保険を併せて最高 1750 元になる地域も出ており、地域ごとに大きく異なる 60-200 元/月・トンの「養路费（重量税）」をも入れれば、総じて、初期購入費用が従来の 1.5 倍以上に膨らみ、結果として、農用車の低価格・低維持費用の優位性が大きく弱められたのである。

2004 年以後さらに一段と衰退する農用車生産の背後に、上記新自動車産業政策の実施による影響が大きいと推察できる。農村における自動車の普及が、すでに緩やかに浸透しているが、前述した世帯収入水準の上昇、農業投下労働の機械代替化の即急性、インフラ整備、税制改正などの要因による複合作用で、今後一層進展すると予想される。なお、前出図 2 に示したように、今回の景気対策の一環として、農村戸籍住民を対象として、「農用車淘汰、自走車普及」を狙う「汽車下郷」（農村への自動車普及）政策の影響によって、長期的には、農用車の淘汰がさらに進むのであろう。

2009 年 6 月 4 日に、公布された「自動車オートバイ下郷操作細則」によれば、2009 年 3 月 1 日から 2009 年 12 月 31 日までの間に、農村戸籍住民が農用車（オート三輪や低速貨物車）を廃車にして、1300 cc 以下の乗貨両用車（軽自動車のワンボックスタイプ）や小型トラック（総重量 6 トン以下のトラック）を購入する場合、購入価格の 10%に当た



る補助金を交付することになる。ただ、5万元以上の場合は、1台につき5000元を上限とする。また、農用車を淘汰するために、スクラップインセンティブも設けており、オート三輪タイプの農用車を廃車にする場合、1台につき2000元、低速貨物車タイプの農用車を廃車にする場合、一台につき3000元の定額補助金を交付する。そのために、用意された財政資金が50億元に上り、100万台の需要喚起が予想されている。なお、農民がオートバイを購入する場合、購入価格の13%に当たる補助金を交付することになり、5000元以上の場合、一台につき、650元を上限とする。金融危機の発生が、中国政府に、内需主導型の経済成長の緊迫性と重要性を改めて認識する機会を与えた。そのため、金融危機後、農村部における農用車の淘汰がいっそう加速されると予測でき、農村部のモータリゼーションが本来の意味の自動車によって担う方向へ変化しつつあると言えよう。

そこで、農村部におけるモータリゼーションの潜在性について、以下では、2009年夏に行った「中国農村自動車消費調査」に基づき、分析する。

## 2 中国農村現地調査 河北省石家庄市北五女村

2009年8月27日、28日の二日間、筆者が京都大学自動車流通調査団の一行と一緒に、河北省石家市長安区南村鎮北五女村にて、村の自動車保有状況、ブランド認知と購買行動などの関連調査を行った。北五女村の人口は約800世帯の4300人前後で、河北省の省都の石家市の市内から約20キロの北東に位置する。村の産業形態として、兼業農家がほとんどで、郷鎮企業は4-5社しかなく、しかも規模も小さい。1990年代、村民たちは家族単位でアルミ製の窓フレームを加工し、石家市における当該製品の80%以上のシェアを占めるに至った。現在、村民たちの収入の内、農業以外によるものが主となっている。なお、名前はもちろん、農業生産活動など村の雰囲気全体として、依然農村というイメージが残っているが、中国政府が推進した農村郷鎮化（都市戸籍化）の中、2006年前後に、全員の戸籍が「農村戸籍」から「都市戸籍」に切り替わった経緯もあった。中国中央政府の都市建設に関する指導方針では、人口の都市への流入による都市の大型化より、地方振興によって有力な農村地域を戸籍変更で郷鎮化し、そしてさらに都市化していく方向が好ましいとされている。後者の場合、都市部の公共サービス供給への圧力低減だけでなく、地域間経済格差の是正にも繋がるメリットがある。したがって、北五女村での調査は、純粋的な農村部調査の条件を満たしていない側面があるのは事実だが、中国農村の近代化を主に反映できるスポットとして、農村部の価値観が近代化プロセスの途中でいかに

図6 北京の南西 300 キロの河北省石家庄の市内から約 20 キロの郊外に位置する調査先「北五女村」



出所)「京都大学上海センター中国河北省石家庄市近郊農村自動車調査報告書」より。

変化し、商品経済に影響していくかを理解するのに有益な側面を持つと思われる。

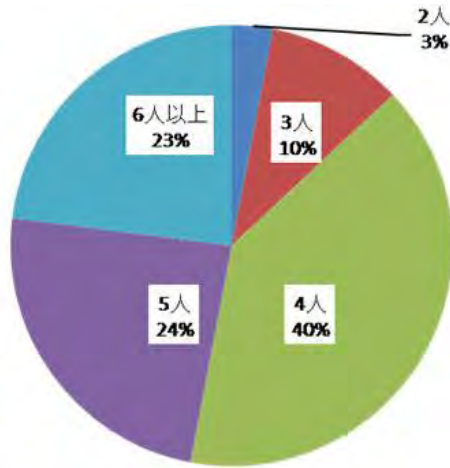
調査対象として、村に戸籍を持つ 100 世帯のそれぞれの代表者一人（合計 100 人）に対して、調査員によるアンケート調査を実施する一方、個別ロングインタビューと村中と周辺に対するフィールド調査も同時に行われた。<sup>3</sup>

今回の調査では、性別比率から見れば、女性対象の比率が 40%に達し、家計について発言力の高いと言われる中国女性の意見を適切に取り入れえたと思われる。年齢層も 20 代、30 代、40 代と 50 歳以上の層がそれぞれ 25%前後で、より広い年齢層の価値観を反映できた。

家庭構成からみれば、農村に特有な大家族が依然多く存在しており、6 人以上の家族も約 4 分の 1 を占めている（図 7 参照）。大家族が多いことは、分家しても血縁による家族

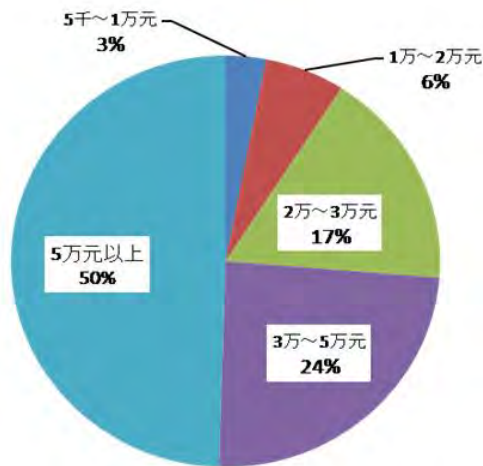
<sup>3</sup> 本節に使用するデータは別途の断りがなければ、全てこの農村調査によるものである。文責は筆者にある。

図7 家族構成—同居人数 (N=100)



出所)「京都大学上海センター中国河北省石家庄市近郊農村自動車調査報告書」より

図8 調査世帯の年間総収入 (N=99)



出所)「京都大学上海センター中国河北省石家庄市近郊農村自動車調査報告書」より

(家庭) 内ファイナンスの効果も大きいと推定できる。したがって、農村世帯では事実上の購買力が前出統計データによる算出値より高くなる可能性がある。そうなれば、モータリゼーションの進行が予想より勢いを増す可能性も否めない。

世帯収入の構成 (図8 参照) からみれば、北五女村では、年間総収入が3万元を超える世帯が4分の3に達している。現在中国で売られている一番安い乗用車の代表である奇瑞



**写真1** 石家莊市内から「北五女村」へ向かう国道——交通が整備されている  
出所) 筆者撮影



**写真2** 国道を降りて村へ繋がる農村道路に入った——1車線に減少したが、舗装されている  
出所) 筆者撮影

QQの最安車種の価格が2万6000元前後のため、経験的に、この村の世帯の大半が乗用車を購入できる経済水準を満たしている。

写真1と写真2にあるように、調査先の農村部に入り、まず目に入るのは整備された道路とその道路を走る農用車の姿である。日本の昔のオート三輪に似たような作りの三輪車タイプが圧倒的が多い。また、道路が村まで舗装されており、走行中には何の不便も感じなかった。しかし、村中の道路は依然舗装されておらず、雨の日に不便という意見を聞かされた(写真3)。



写真3 村の入り口——道路が舗装されず、雨の日が大変だという  
出所) 筆者撮影

### 3 農村自動車市場需要分析:保有状況から何を読み取れるか

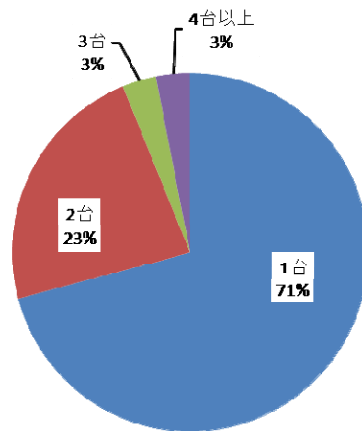
前述の通り、村全体の大半の世帯が自動車の購入が可能な収入水準に来ているため、調査時点では、100世帯中、農用三輪車と農用四輪車を含めて、65世帯がすでに自動車を保有していた。

この65世帯の自動車保有状況が図9のようになっており、中には4台以上を保有する世帯もある。65世帯合計の保有台数は90台以上になる。<sup>4</sup> また、図10のように、三輪汽車、農用四輪の保有台数が23台以上となっているため、100世帯中の農用車を除く自動車保有台数は前述推算の90台から23台を引いた67台前後となる。また、図6から調査対象の100世帯の総人口数が454人<sup>5</sup>だと推算可能なので、村全体の調査対象の1000人当たりの自動車保有台数は67台÷454人≒147台の計算になる。中国全体平均の57台に比べ、比較的自動車普及が始動する地域である。よって、モータリゼーション進行中の「北五女村」に対する我々の調査は、自動車がまったく普及していない農村地域に対する調査より、これから農村地域における一般的な自動車普及に対して有益かつ予見的な研究

<sup>4</sup> 1台×46世帯(71%) + 2台×15世帯(23%) + 3台×2世帯(3%) + 4台以上×2世帯(3%) ≧ 90台

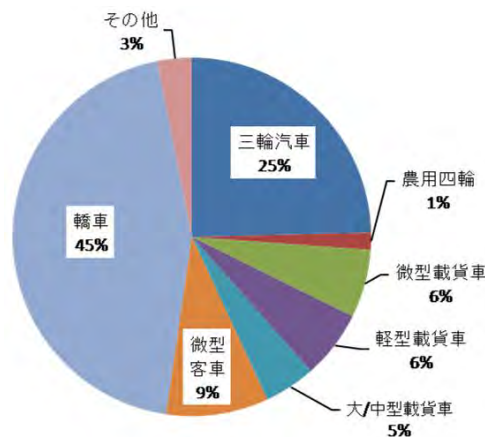
<sup>5</sup> 2人×3世帯 + 3人×10世帯 + 4人×40世帯 + 5人×24世帯 + 6人以上×23世帯 ≧ 454人との推算。

図9 65世帯の自動車（農用車を含む）保有状況（N=65）



出所)「京都大学上海センター中国河北省石家庄市近郊農村自動車調査報告書」より

図10 65世帯の自動車保有種類（複数可）（N=90）



出所)「京都大学上海センター中国河北省石家庄市近郊農村自動車調査報告書」より

であると思われる。

アンケート調査と同時に、我々の調査チームが村を回り、村全体の自動車保有状況と使用方式について自ら確かめる作業を行った。

写真4の右下に映っているのは、村見学中に偶然見つけた骨董級とも言える農用車大手の「時風」集団の初期製品である。全体的に見てみれば、初期の農用三輪車は、非常に頑丈な「U字」フレーム（写真の座席の下に見える部分）に、単気筒の「ぽかぽか」エンジンと荷台を載せ、動力伝達にはベルトが使われている。正面からみれば、バイク用のバー式ハンドルフォークに自動車用の車輪がくっつけられ、運転席の座面も木の板が使われて



**写真4** いたるところに存在する農用車——農村部モビリティの多様性  
出所) 筆者撮影

おり、いたって素朴な作りである。いたって簡単な作りに見えるが、しかし頑丈で、部品調達と修理がきわめてしやすい点など、現行の農村部にてモビリティに対する訴求点はここで一目瞭然となった。

写真の上部に映されるように、農用三輪車が、ダンプトラックに改造されたケースや、荷台を自作で高くしたり、長くしたりすることで、農村部におけるモビリティ需要の多様性に応じて、様々な形の製品へ変身している。とはいえ、運転席の簡易さと車両自体の頑丈さからみれば、農用車が、消費財より、生産財的性格の方が強いことが分かる。総じて、安価でしかも一定の過積載でも平気な頑丈に作られた農用車が、多種多様な車両に変身し、農村部域内での運搬手段として、これからもしばらくの間姿を消すことはないであろう。それより、我々が疑問視したのは、こうした生産財ニーズに牽引された農村部では自動車普及がいかなる形でスタートするかという問題である。

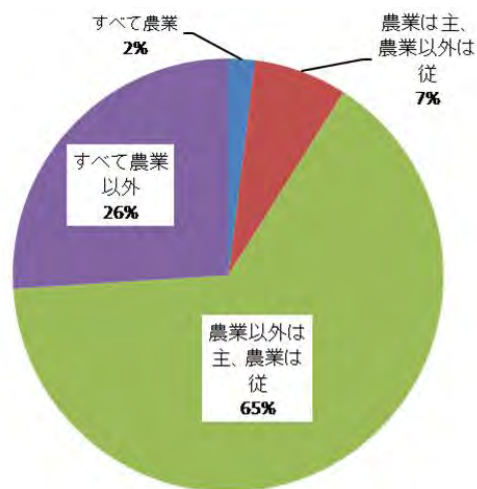
村見学中に、現地で我々は幾度か乗用車の存在を目で確認できた。短期間の調査で、全ての状況を把握できたとは言い難いが、ドイツのフォルクスワーゲン社の車が最も多いと感じた。写真5のように、家の外の状況を確認しただけで、サンタナやパサートの多さに我々が驚いた。

村長の紹介によれば、その大半が郷鎮企業を経営したり、ビジネスを営んだりする世帯が所有するものである。したがって、写真にある外資合弁系の車は、ビジネス用途を兼ね



写真5 次第に増加する乗用車需要  
出所) 筆者撮影

図11 世帯の主要収入源 (N=100)



出所)「京都大学上海センター中国河北省石家庄市近郊農村自動車調査報告書」より

購入したという。図11のように、我々のアンケート調査でも、非農業的収入を主とする世帯が9割にのぼるという結果が出ており、村長の説明を補完できる。

全体の保有状況について、表1をもって説明する。調査時点で、北五女村では保有されている自動車を民族系か外資系かで見れば、外資合弁系・輸入車より、民族系ブランドの車が多く保有されている。一般的に想定通りの結果とも言える。

ところで、表1でのデータをさらに、国別・ブランド別にブレークダウンしてみれば、



表1 保有している自動車の国別ブランド構成（複数可）

	1台目	2台目	3台目	4台目
民族系	25	7	2	1
外資合弁系・輸入	19	4	1	—
合計	44	11	3	1

出所)「京都大学上海センター中国河北省石家庄市近郊農村自動車調査報告書」より、筆者加筆

異なる現状が見えてきた。表1の結果では、一見して民族系自動車が多く保有されるように見えるかもしれないが、表2に示すように、農用車とトラックを除けば、民族系乗用車製品の保有台数は14台しかなかった。しかも、昌河、松花江、長安、哈飛、北斗星などの乗貨両用車を除けば、外資系保有製品と本当の意味で比較可能な乗用車製品（セダンタイプ）はわずか5台に過ぎなかった。

少なくとも、調査対象範囲内では、農村部における乗用車の製品の普及は安い民族系製品によるボトムアップではなく、安い外資系製品によるトップダウンの傾向が強かったことが表2から判明した。このような現象はどう理解すればよいのか？

まず、通勤、レジャーのためだけに、乗用車を購入するインセンティブは現に農村では依然低くて、北五女村での調査を通じて分かるように、すでに普及している外資系乗用車もビジネス用途がメインである。したがって、農村部へ普及する自動車製品は、商用車はもちろん、乗用車でも本来の消費財より生産財の性格が強いと推察できる。なお、写真6に映った民族系メーカー吉利の製品が白タクとして使用される事実の発見も上記推論を補強している。もちろん、持続経済成長がしばらく続けば、先に富を手にした「先富家庭」がセカンドカーとして、もしくは、出稼ぎ通勤族の増加によって、純粋な通勤用・レジャー用の乗用車が購入されるケースが増えることも否めない。ただし現状ではこうしたニーズの出現が想像しにくいのである。

今回訪問した「北五女村」から石家庄市内までのバス路線は一本しかなく、その発車時間の間隔も長いと言う。公共交通が発達しない村と都市間の移動では、白タクの存続を支える程度であれば、経済成長につれ、近いうちにマイカー需要へ転じることも予想される。

写真6に映った民族系メーカー吉利汽車の「豪情」に、「タクシー」のランプがついているが、車の外観からみれば、運営会社の印字もなく、タクシーらしき塗装もされていない。明らかに普通の乗用車である。正面に回れば、正規タクシーであればあるはずのメー

表2 保有している自動車のブランド構成（複数可）

		1台目	2台目	3台目	4台目		
外資系	独系	ジェッター	3	パサート	1		
		サンタナ	2				
		パサート	2				
		VW 合弁(車種不明)	2				
	日系	アコード	2				
		スズキ	2				
		マツダ M6	1				
	米系	シボレー	2	エクセル	1	チェロキー	1
		三菱	1	フォーカス	1		
	仏系	プジョー	1	プジョー	1		
韓系	ソナタ	1					
合計		19	4	1	0		
民族系	トラック	東風	3	長河	1	江鈴	1
		解放	1	福田	1		
		福田	1	江鈴	1		
		躍進	1				
	乗用車	シャレード	1	昌河	1	北斗星	1
		華普	1	松花江	1		
		奇瑞	1				
		紅旗	1				
		昌河	1				
		松花江	2				
		中華	1				
		長安	2				
	三輪汽車	時風	3	江同	1	巨力	1
		巨力	2	金蛙	1		
	農用四輪	金蛙	2				
		金剛	1				
	合計		25	7	2	1	

出所)「京都大学上海センター中国河北省石家庄市近郊農村自動車調査報告書」より、筆者加筆

ターを確認できず、呼び出し用の電話番号が書いてある一枚の紙が置かれている。石家庄市内であれば、こうした白タクがすぐに取り締まれるが、交通の不便な郊外だからこそ、根強く生き残ったと思われる。今回の事例の普遍性を考えてみれば、交通不便の中国農村において、あってもおかしくない現象であろう。何より、経済成長と共に、出稼ぎや市内村間の移動がより頻繁になると、白タク需要が一気にマイカー需要に転化する潜在可能性がひそんでいることを見学中に確認できた。

他方、乗用車の5台保有に比べ、乗貨両用車が9台も保有されていることを考えれば、中国農村部における一般乗用車の普及は、同じく乗用車のカテゴリだが、セダントタイプよ



**写真6** 村の道路の脇に吉利汽車の「豪情」(3万元前後)の白タクを  
発見した  
出所) 筆者撮影



**写真7** 村の中で確認できた乗貨両用車  
出所) 筆者撮影

りむしろ、生産財需要をも兼用できる乗貨両用車（ワンボックスタイプ）が最も有望だと想定できる。これも、底辺からの乗用車普及には、生産財に適した方が好まれるという前述仮説に整合している。

総じて、現在の保有状況からみれば、都市部に隣接することも関係して、ビジネス用途

表3 購入希望の自動車国別ブランド構成（複数可）

	第1志望	第2志望	第3志望
民族系	35	5	1
外資合弁系	51	5	1
輸入	12	4	—
N	98	14	2

出所)「京都大学上海センター中国河北省石家庄市近郊農村自動車調査報告書」より

で、外資系乗用車が収入ピラミットの上から浸透し始めており、下から最も有望とされるのは乗貨両用車である。しかし、看過してはいけないのはいずれも生産財の性格が強いことである。こうした保有状況は中長期に、該当地域の自動車普及にいかなる影響を及ぼすのか。

前出の質問に答えるために、「次に買うなら購入希望ブランドについて」、の調査結果を見てみよう。表3に示すように、まず、民族系、外資系と輸入の回答数のいずれも上昇したため、車に対する底強い憧れを確認できる。また、輸入を含む外資系を希望する回答が民族系よりはるかに多いことに特別な意味があると思われる。

表4からわかるように、「VW 合弁（車種不明）」に代表される「とりあえず VW 車」、「アコード」や「トヨタ（車種不明）」に代表される「とりあえず日本車」といった購入願望が突出している。VW 社製品に回答が集中している背景に、前述したように、村中多く存在する VW 合弁製パサートやサンタナなどによるデモンストレーション効果の存在があると推察できる。他方、アコードに代表される日系車への集中回答に関しては、写真5の真ん中の豪邸を映している写真にヒントが隠されている。

つまり、村で一番裕福と紹介されたその豪邸に、上海 VW のパサート、一汽-VW のアウディ、アウディの輸入車、広州ホンダのアコードと高級 SUV が同時に保有されている。輸入アウディやアコードなどの保有は、村では成功のシンボルとして捉えられた部分があったため、そのデモンストレーション効果が村人の回答に現れたと推察できる。

図12に示す通り、中国農村部では、大きな出費となる自動車購入の前には、すでに所有しているユーザーの意見を聞いたり、家族と相談をしたりしたうえ、いったん購入すれば、ずっとひとつのブランドにこだわる傾向がある。こうした傾向を「北五女村」での調査結果とあわせて考えてみれば、血縁がいまだ大いに残っている農村社会では、一族の中で先に成功した世帯に購入されたブランドが大きなデモンストレーション効果を有すると

表4 購入希望ブランド構造（複数可）

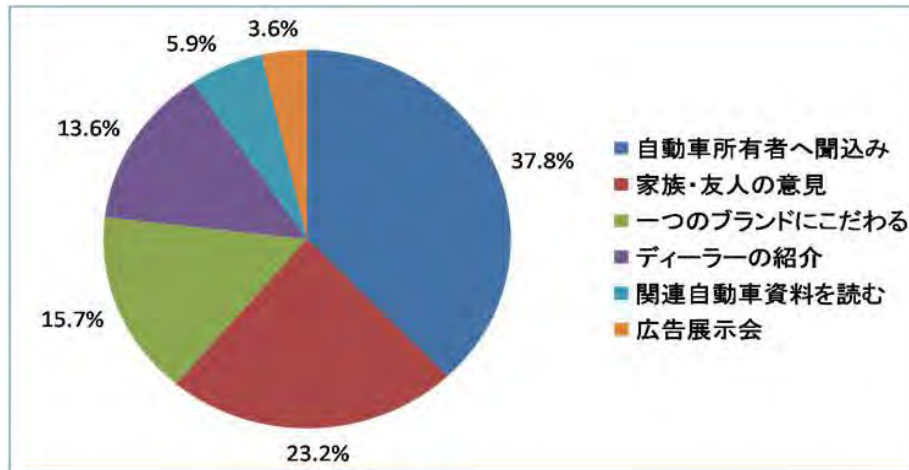
		第1志望	第2志望
独系	VW 合弁（車種不明）	8	
	アウディ	3	
	サンタナ	3	
	ジェッター	2	
	パサート	1	1
日系	アコード	10	
	トヨタ（車種不明）	4	1
	スバル	2	
	スイフト	1	
韓系	三菱	1	
	北京現代	3	—
米系	ビュイック	1	—
	フォード	1	—
仏系	シトロエン	1	—
民族系	BYD（車種不明）	3	
	F3（BYD）	1	
	F6（BYD）	1	
	奇瑞	2	—
	シャレード	1	
	金杯	1	
	東風	1	
	菱悦	1	
<i>N</i>		52	2

出所)「京都大学上海センター中国河北省石家庄市近郊農村自動車調査報告書」より

想定できる。詳細な検証作業を今後の後継研究に譲りたいが、この仮説が成立するならば、農村市場での潜在購買心理には、「上級志向」と「周りからのデモンストレーション効果」が存在すると思われる。村で成功したとされる世帯がビジネスに携わるが故に、最初に購入されたブランドが、都市部取引先からの影響であると仮定すれば、都市部を中心とするブランド認知が、ビジネスや生活交流などのルートを通じて周辺部の農村へ波及するメカニズムが存在すると想定できる。上記一連の仮説が全て成り立つのであれば、自動車メーカーにとって、自ら優位性を有する都市市場から周辺農村部への市場開拓が最も現実的意義を有する選択肢であると推定できる。

総じて、図12の回答からわかるように、上記時系列的ブランド認知の波及が認められる一方、中国農村部における一般的な特徴として、ブランド選好が収斂して群れる特性がある。そのため、成功世帯による「デモンストレーション効果」に「上級志向」が働き、村で最初に買われたブランドに収斂する傾向が、村中のデフォルトブランドを創出する可

図 12 農村ユーザー購入時依拠した情報源



出所) 李新波 (2008)「我国農村汽車市場特点」『汽車与配件』(2008, No. 49), 40-42.

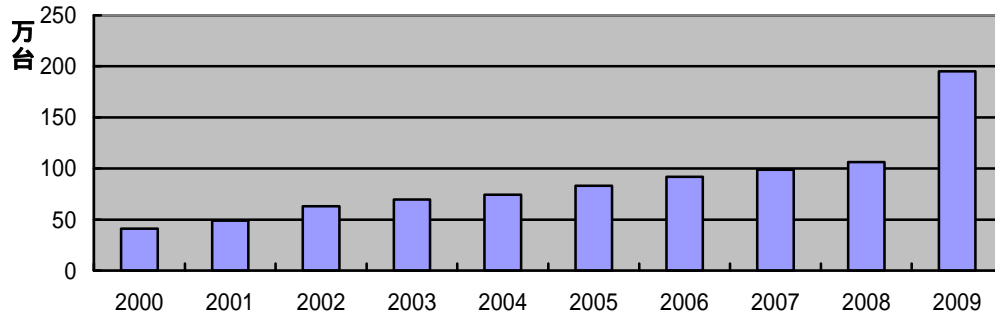
能性も否めない。こうした消費購買心理が強く働く地域では、最初に買われたブランドに、先発優位性が生まれ、後発になればなるほど参入と挽回の難さが増えると想定できる。したがって、自動車普及の潜在性が高まった農村市場では、従来都市部市場と異なる性質を有することを「北五女村」での調査を通じて改めて確認できた。その特質には、全国共通と思われるものもあれば、「北五女村」特有のものもある。

#### 4 むすびに

図 5 からわかるように、1990 年代に入り、中国のモータリゼーションは、都市部では自動車、農村部では農用車という別々に進化経路を歩んできた。特に 90 年代末期には都市部の自動車市場より、むしろ農村部の農用車市場の規模の方が大きかった。こうした局面を作り出した理由として、政府の規制管理体制に由来したという一言に尽きるが、2000 年以後の規制緩和と個人マイカー所有制限の撤廃によって、別々に進化してきた都市部市場と農村部市場が次第に統合し始めた。この変化の決定的な点は前述 2004 年版「自動車産業政策」の交付による所轄権の統合である。制度上の制約が撤廃されれば、前述したように、購買力と潜在ニーズの顕在化に影響を及ぼす諸要因の問題が改善され、農村部におけるモータリゼーションが自然に始動すると容易に予測できる。ただ、本稿が重要視したのは、それはいつか、またどのような形で生じるかという問題である。

その回答を探るために行ったのが「北五女村」自動車調査である。普遍性に問題がある

図 13 乗貨両用車の販売台数



出所) CATARC、筆者作成

が、結論として、現に農村部では都市部自動車需要と異なる一面があることが判明した。まず、通勤、レジャーより、生産財の特徴が強く、「先富家庭」に普及する外資系乗用車も主にビジネス用途で購入されたものである。生産財の特徴は収入が低ければ低い世帯の方に強く表れ、商品ラインアップも、外資系乗用車、民族系乗用車、乗貨両用車、軽トラックという順に、最後には農用車に辿りつく。

ただし、乗用と貨物運搬用途と兼ねる乗貨両用車の浸透拡大（図 13 参照）の背景として、農村部で既存の農用車が都市部への出入り制限や乗り心地の問題、さらに燃費の問題から、運搬需要に十分適さなくなっていることも今回の調査で判明した。なお、白タクとして購入された民族系の乗用車や、乗貨両用車の普及が、農村部が現在の郷鎮化から次の都市化へ発展するプロセスにおいて、乗用車需要へ脱皮する可能性を予見させる。その際に、大家族が依然多く存在する血縁社会の農村部では、「先富家庭」に購入された製品・ブランドの「デモンストレーション効果」が存在することを明らかにしたのは今回の調査の大きな成果のひとつであると思われる。いずれにせよ、モータリゼーションが次第に始動する中国農村市場への参入を図る際に、ターゲット市場に対する理解、とりわけ、その市場の消費者の生活様式、さらにその生活に適して進化する既存商品のあり方、及びその商品の消費過程の詳細に対する理解、に徹することの大切さをここで改めて強調しておく。

なお、物事の本質的な側面は大体的場合には統計データには表れにくいことが、今回の調査を終えて改めて実感された。この点をここに記して今後の研究の糧にしたい。

**謝辞**

今回の調査では、「北五女村」の村長をはじめ、調査にご協力くださった皆様に深謝いたします。なお、今回の調査結果は京都大学塩地洋教授をはじめ、大阪商業大学孫飛舟准教授、龍谷大学松岡憲司教授、東京都市大学井上隆一郎教授、事業創造大学富山栄子教授、同志社大学西川純平専任講師、大阪商業大学大学院地域政策研究科修士課程王哲磊氏、京都大学大学院経済学研究科博士課程田鑫氏、京都大学大学院経済学研究科博士課程劉霞氏、京都大学大学院経済学研究科修士課程李昇氏、京都大学大学院経済学研究科修士課程桑挺氏の共同作業によって生まれたもので、記して深謝致します。



**赤門マネジメント・レビュー編集委員会**

編集長 新宅 純二郎

副編集長 天野 倫文

編集委員 阿部 誠 粕谷 誠 高橋 伸夫 藤本 隆宏

編集担当 西田 麻希

**赤門マネジメント・レビュー 9巻6号** 2010年6月25日発行

編集 東京大学大学院経済学研究科 ABAS/AMR 編集委員会

発行 特定非営利活動法人グローバルビジネスリサーチセンター

理事長 高橋 伸夫

東京都文京区本郷

<http://www.gbrc.jp>