

日経MJ 2018年4月30日付

中国制すれば世界を制す

もう15年以上前の話だ。北京で、ある日系メーカーの現地トップが重要な発言をしていた。その方曰(いわ)く、「中国はかつて重要な輸出基地だった。ただ、ある時期から重要な市場となった」。中国の国内市場が育つ中で、中国からの輸出より、中国国内での販売がより重要になってきたというのだ。ところが、この話には続きがある。「今や中国は重要な市場から次のステージに移った。何だと思っか」と聞かれた。

その答えは「中国はグローバル競争の鍵を握る競争の場である」というのだ。



伊藤元重の

エコノウオツチ

その意味は、中国市場で市場シェアを取れないようなら、グローバル競争でも敗退することになるという意味だ。その時、この経営者は携帯電話を想定して話をしていた。日本の携帯電話は、日本国内では売れていたが、中国市場では全く振るわなかった。韓国のサムソンの携帯電話は、中国市場でも大きなシェアを確保していた。それがそのままグローバル市場でのシェアにも反映されていたのだ。

最近の中国でのEV(電気自動車)の展開を見ると、この15年前の話がそのまま当てはまるようだ。

携帯・EV…競争の主戦場

中国がEVの分野でのグローバル競争のフロントとなっている。中国でこの競争に勝てないメーカーは、今後のグローバル競争でも厳しい結果になりかねない。こうしたこともあって、日系企業も中国でのEVの供給をスピードアップさせている。トヨタは自社開発のEVを中国で生産して、2020年に発売することを発表した。日産はそれに先駆けて18年後半に現地生産し販売するといふ。欧州メーカーもこぞって中国でのEVの生産や販売を加速させている。

環境問題への対応で、ガソリン車などがいずれ市場を失うのは目に見えている。ただ、当初はパリ協定

で議論されていた50年までに実現する、というようになってきた。中国でこの競争に勝てないメーカーは、今後、各国がEVに積極的に取り組むことで、ガソリン車のタイムリミットがどんどん前倒しになっているような感じだ。

中国は、環境問題への積極姿勢を示すだけでなく、次世代の自動車産業での主導権を握り、自国産業の活性化の起爆剤にしようという狙いを隠そうとしない。内燃機関の自動車では日本やドイツが圧倒的な競争力を持っているが、EVを前面に出すことで競争のルールを変えることができるとだ。それだけではない。コネクテッド・カーということで、ネットワークにつな

がる車、自動運転などの技術とも、EVの相性は良い。アリババや Tencent なども、中国の大手ICT企業がこの分野に参入していることも、自動車の産業の姿を変え、大きな原動力となっている。

日本の企業はこうした競争に負けるわけにはいかない。だから中国での取り組みを加速化している。ただ、気になるのは日本国内市場での動きだ。中国の変化のスピードに比べると、日本国内での動きはあまりに遅いように思える。かつて世界から注目された日本の産業政策はどこに行ってしまったのだろうか。

(学習院大学国際社会科学部教授)