

平成26年7月7日

No. 121

< 自動車輸出のなごり >

日本経済新聞 2014年6月28日「ホンダ、輸出が消える日14年度はピークの6%」ホンダから輸出という文字が消えようとしている。2014年度の日本からの輸出は4万台前後でピークだった7年前の6%程度にまで落ち、消費地近くでつくる「地産地消」体制の完成が近づき、輸出で稼いでいた日本メーカー。5月の輸出は前年同月比約半割減の2324台。ホンダの輸出は国内生産100台にすぎない。トヨタ自動車は49台、日産自動車は52台。伊東孝紳社長は12年世界を日本、中国、アジア、洋州、北米、南米、欧州の6地域に分け車を開発・生産する「世界6極経営」を打ち出した。かつては、主力の米市場を念頭に開発した車を世界中にばらまきにくかった。「世界中に工場を持つことが極めて大事。輸出のための生産は(自動車業界の)過去の習わしだ」日産のカルロス・ゴーン社長は今年、米メディアにこう語った。国内販売は軽自動車「Nシリーズ」が好調で、フィットや小型多目的スポーツ車「ヴェゼル」国内工場生産を支え、輸出は大幅に減っても年100万台規模の国内生産は維持できる。モーターの変化は海外からの部品輸入の拡大。アジアなどで大量につくった部品を世界各地で共有し車の生産コストを下げる。昨年日本で売ったフィットでは輸入部品が半割近くを占める。国の国際収支の概念もホンダの日本車に当てはめるとこうなる。「(完成車輸出から部品輸入を差し引いた)『貿易収支の黒字は小さくなっている。だが、海外子会社から受け取るロイヤルティ収入などで『経常収支』は大幅な黒字だ」。

日本の成長を支えていたビジネスモデルが、変わった。大量につくって輸出する。人口減。自動車メーカーと部品メーカーは海外進出。下請け企業はこうする。高級車ブランドは国内では「レクサス」だけ、他は軽自動車と小型車だけ。完全に自動車の生産モデルは変わり、国内のあり方も変わりました。ホテルの宿泊客の多くは外国人、少子高齢化、生産形態、取引先、業種転換、高品質。この先、5年10年を以てして変えていかねば生き残れなくなります。「おもてなし」を売らん、何を売らん。

高林幸裕