

## 第4章 中国の二輪車産業

### 巨大ローエンド市場がもたらした地場企業中心の発展

中国は世界の二輪車の約半分が生産される二輪車大国である。競争の主役は地場メーカーで、膨大な参加者による分散化した市場構造、技術的な同質性、激しい価格競争といった、他国では見られない独特の競争世界が展開されている。それはアグレッシブな参加志向と技術的吸収力の高さという供給側の要因とともに、消費者ニーズ、政策、流通インフラを含めた中国市場のあり方が生み出したものである。また近年の市場要因の変化は、従来の競争パターンを変えようとしている。地場メーカーによる海外展開と外国企業の奮闘も重要である。

#### 1. 産業発展の概要

##### (1) 産業発展の過程と政策

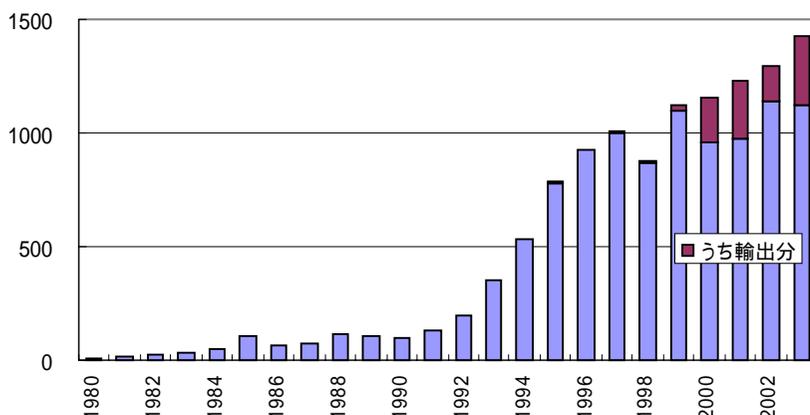
中国では建国直後からドイツやソ連の技術を導入した二輪車生産が行われてきた。専ら軍事、警察、郵便等の業務用であり、1970年代末までに20数社が存在し、年産合計2万5000台程度の生産能力を有していた。

二輪車産業が大量生産型の耐久消費財産業へ発展したのは改革開放期に入ってからである。それをリードしたのが軍民転換メーカーであり、彼らを支えたのが日本メーカーからの技術導入であった。その間、上位を占めたのは兵器工業系統や航空工業系統の軍需企業で、それらのほとんどがホンダ、ヤマハ、スズキから技術導入を受けたものである。軍事企業の民需転換支援は当時の重要政策で、海外からの技術導入プロジェクトは彼等に優先的に配分された。

1992、3年から国内需要が爆発的に増大し(図1)、供給不足とそれに起因する高利潤の状況が出現した。既存国有メーカーが生産規模を拡大するとともに、民

間企業、外資企業を含めた多数の企業が新規参入し、97年に生産台数は1000万台を越えた。

図1 中国の二輪車生産の推移 (単位:万台)



出所:『中国摩托車工業史』、『中国汽車工業年鑑』、中国通関統計(World Trade Atlas により作成。

しかしこの頃から中国全体が「モノ余り」時代に入り、二輪車需要の伸びも停滞期に入った。大型国有企業を中心にした業界のイメージも大きく変化し、1990年代半ばから従来型国有企業が次々に失速してゆく中で、新興メーカーが急成長し、上位企業となった。従来企業の失速は、かつて導入した車種の陳腐化と新車開発の遅れ、国営企業的な高コスト体質、民間企業への人材流出等の問題があった。一方、新興企業の成長には経営のフレキシビリティ、国有企業からの専門人材の活用、既存モデルの「コピー」による開発のタダ乗りや税金逃れ等による低価格という側面があった。

1990年代に政府は二輪車産業の発展に積極的な役割を果たしたとは言えない。業界を管轄する部門(機械工業系統)の関心は常に四輪車にあり、1994年の自動車産業政策でも、自動車産業に対するのと同じ発想で、二輪においても主要企業のグループ化による業界の集約が目指された。しかし従来型国有企業の失速と新興民間企業の勃興は政府の予測を超えており、その後に発生した知的財産権侵

害や低品質製品の氾濫等の多くの問題に対応することができなかった。

2000年代にはいると様々な面で変革が求められるようになった。第一に、消費者の品質意識の高まりや政府規制の強化(排ガス規制等)により、品質向上が強く求められるようになった。第二に、WTO加盟で国際的な基準、ルールを採用することになり、中央政府は、地方政府の企業への関与や知的財産権の侵害等、国内にはびこる競争上の「ゆがみ」の解決を迫られた。第三に、地場企業による輸出や海外生産が本格化する時代に入った。第四に、外資企業(特に日本企業)が対中戦略を大きく変更し、国内外でより直接的な競争が始まった。

1990年代前半が従来型国有企業の量産競争期、90年代後半が新興企業の勃興とモノ余り時代がもたらした混乱期だったとすると、2000年以降は、実力ある上位企業への市場の集中化、業界管理制度の整備、取引の規律化、需要の成熟等がより顕著に見られる、「規律ある競争」が行われる時代になると予想できる。

## (2)二輪車産業の規模と位置づけ

二輪車産業が生産額や就業者数で、中国経済全体あるいは製造業全体に占める割合は僅かであり、近年、さらに低まっている。自動車産業が工業生産額に占める割合を増加させているのに比べると対照的である(表1、2)。従業員数は99年の19.6万人から2001年の13.4万人まで急減した。二輪車産業の規模は総体的には小さい。ただし自動車産業全体が中国の製造業に占める割合が特に大きいわけでないことを考えれば、それは中国産業の多様性を示すと考えられる。

表1: 工業生産額と二輪車産業の割合 (単位:億元、%)

	中国全体	二輪	自動車	自部品
1999	72707	0.77	2.19	0.84
2003	142271	0.41	3.71	1.14

注1: 全ての国有企業および一定規模以上の非国有企業のもの。

注2: 部品は自動車と二輪車を合わせたもの。

出所: 『中国統計年鑑』2004年版、国家統計局、中国汽車工業年鑑編纂部編『中国汽車工業年鑑』各年年版。

表 2: 二輪車およびその他関連産業の就業者数

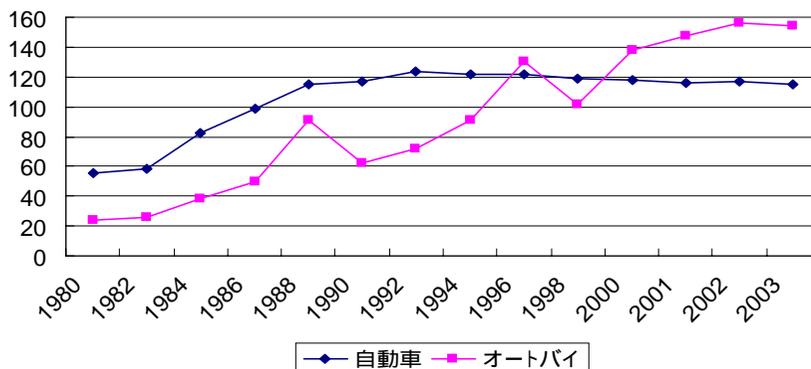
単位(万人、%)

	製造業従業者数(万人)				全就業人口
	うち割合(%)				
	二輪メーカー	四輪メーカー	自動車関連		
1990	8624	0.11	0.57	1.14	64749
1995	9803	0.15	0.64	1.20	68065
2000	8043	0.22	0.75	1.24	72085
2002	8307	0.16	0.64	1.08	73740

出所: 表 1 に同じ。

図 2 二輪車と四輪車の完成車メーカー(登録ベース)の企業数

(単位: 社)



出所: 『中国汽車工業年鑑』2003 年版

表 3: オートバイ関連企業の生産額と企業数(1995 年)

(単位: 億元、社)

	全体	
	メーカー	部品
企業数	1535	1346
工業生産額	385.8	110.4
うち国営	62.7	13.4
集団	130.6	68.4
外資	189	18.2

注: 郷および郷以上の独立採算性企業の数字。小規模な私営企業は含まないと考えられる。

出所: 第三次全国工業普查辦公室編『中華人民共和國 1995 年第三次全国工業普查資料彙編』1997 年、中国統計出版社。

企業数を見ると、完成車メーカーの数はほぼ一貫して増え続け、政府の生産許可を得たものが 150 社を超えている(図 2)。政府のコントロールの利きやすい自動車産業と比べ対照的である。二輪車の部品企業数は定かでないが、1995 年の

第三回工業センサスによれば、部品企業数は多いが、工業生産額ではメーカーの合計に及ばないようである(表 3)。

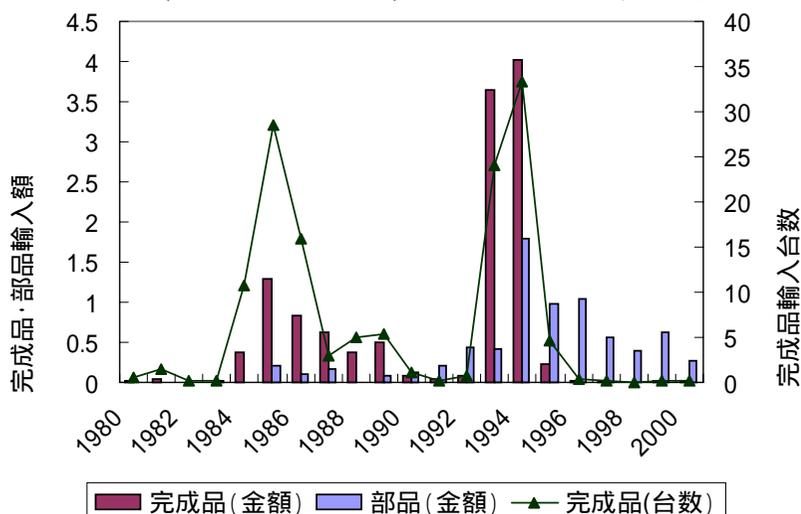
## 2. 二輪車生産の推移

### (1) 近年の生産動向の特徴

生産台数は、80年代に年産5万台レベルから100万台レベルまで拡大し、93年からの爆発的な拡大により、97年に1000万台を超えた。その後、国内需要が停滞したが輸出が伸び、2003年に1400万台を突破した。2004年も1～11月期で1550万台(前年比18%増)に達し、拡大が続いている(図1)。

### (2) 輸出入の動向

図 3: 二輪車(完成品および部品)輸入の経緯 (単位: 億ドル、万台)



出所: 『中国自動車工業年鑑』2001年版

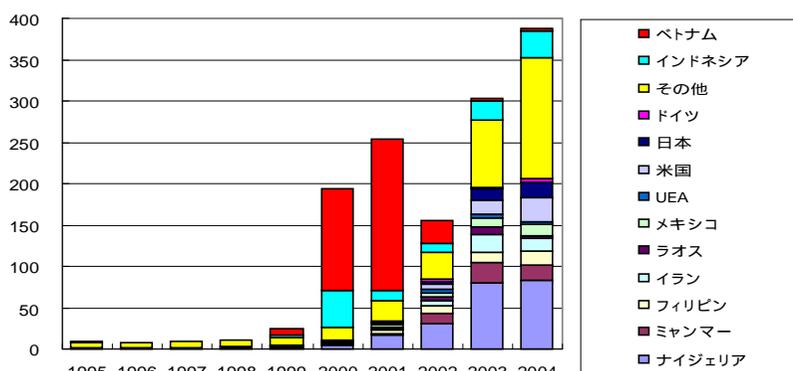
輸入を見ると、1984、85年と、1993、94年に突発的なピークがあり、その他は非常に少ない(図 3)。国内経済のコントロールが弱まる過熱期に大量に輸入が行われたこと、そして1990年代半ば以降、急速に国産化が進んだことがわかる。輸入

元は専ら日本と台湾からであった。部品の国産化は、現有モデルについては、地場企業も外資企業も、ニードルベアリングや特殊なボルト、オイルシール等を除けば、ほとんどのものについて実現している。

輸出は 2000 年から急激に増加し、主にアジア、アフリカの発展途上国に向かっている(図 4)。当初はベトナムへ一点集中的に輸出されたが、多くのメーカーが撤退した後(第 7 章参照)、輸出相手先の多様化が進んでいる。輸出企業も当初は重慶の企業が中心だったが、現在は多様化した。

図 4: 中国の完成車輸出

(単位:万台)



出所: 中国通関統計 (World Trade Atlas より)

中国の地場企業による大量の低価格バイクの輸出は、多くの発展途上国でそれまで顕在化しなかった低所得者の需要を開拓した。それまでそれらの市場をほぼ独占していた日本メーカーに低価格対応を加速化させるなど、中国企業の海外進出の進展はこの業界に多大な影響を与えている(第 2 章参照)。

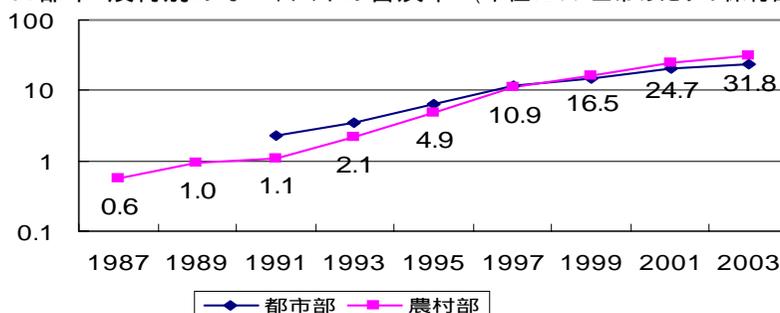
輸出についてさらに重要なのは、日本企業の戦略的分業の強化である。ホンダは 2001 年から新たにスタートさせた新大洲本田摩托有限公司(以下、新大洲本田)を日本市場向けの低排気量スクータの生産拠点と位置づけ、年間 10 万台近くを日本に輸出するようになっている。

### 3. 二輪車市場の現状

#### (1) ローエンド需要—中小都市、農村部が中心

登録台数は 2001 年に 3800 万台近くに達した。農村部では無登録で使用される場合が多く、実際に保有されているのは 2001 年段階で 7000 万台に上ると見られていた。中国で二輪車が求められるのは大都市ではなく、中小都市や農村部である(図 5)。消費統計によれば、90 年代の増加分の約 7 割が農村部で発生したと推計される。

図 5: 都市・農村別のオートバイの普及率 (単位: 100 世帯あたりの保有台数)



注: 数字は農村部の普及率。

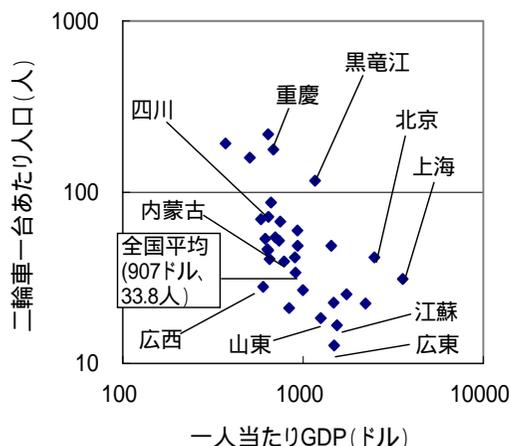
出所: 『中国統計年鑑』各年版

1990 年代半ばから、環境や安全面への配慮から、大都市部で二輪車の新規所有を厳しく制限されるようになった。二輪車の禁止、制限を実施している都市は 2004 年に全国 140 以上に上る。また中国では二輪車の高速道路への進入が禁止されている。それらの結果、富裕層のための趣味性の強い、そして企業にとっては付加価値の高い、高速・高性能機種を求める需要は非常に少ない。主なユーザーは中小都市や農村部に存在する相対的な低所得者層であり、大部分の需要は、「走ればよい」、「モノを運べればよい」というものであった。主要メーカーの認識では、一般的なユーザーが二輪車購入に際して最も重視するのは、燃費とエンジンの耐久性である。

## (2)普及率と全国分布

普及率は、全国平均では保有二輪車1台あたり人数は33.8人である。しかし所得、地形、気候、インフラ整備状況等で多様な中国の実態を反映し、その地域間格差が大きい(図6)。最も普及しているのは広東12.7人であり、江蘇16.7人、山東18.4人が続いている。これらは台湾の1970年代のレベルにある。普及率上位10省全てが沿海地域である。上海や北京で所得が高いわりに普及率が低いのは大都市での保有制限によると考えられる。気候の寒冷な東北地方(例えば黒竜江)、山岳地域の多い重慶などでも普及率が低い。

図6:各省別の普及率(2001年)



注:普及率は保有される二輪車一台あたりの人口。下になるほど普及率が高い。

出所:『中国統計年鑑』2002年版より作成。

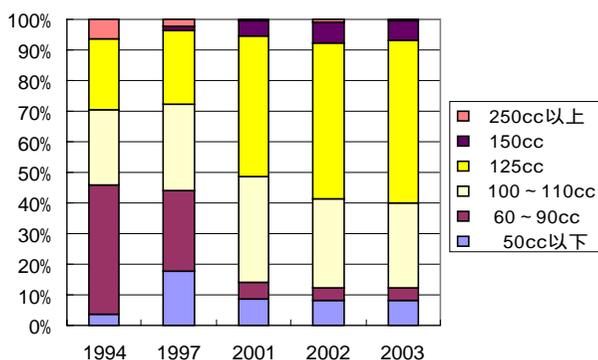
## (3)車種—マイナーチェンジ車種の氾濫

エンジンの排気量で見ると、保有台数の95%は、125cc以下の中小型バイクである(図7)。2003年に4サイクルが全体の88%を占めた。

政府のリスト(目録)に登録されている「車種」は膨大な数に上り、2001年末には1万8000車種にも上った。これらの車種のは大半は、日本企業(一部台湾企業)が中国に投入したオリジナル車種を、リバース・エンジニアリングでデッド・コピー(模

做)したり、部品にマイナーな設計変更を加えて改造したものである。オリジナル車種を提供する日系企業の市場シェアは数%に止まる。特に CG125、C100(それと類似した CD70)、GY6(以上の全てはホンダがオリジナルを開発した)のコピーや改造版が生産の半数を占めると業界では見られ、それらの系統のエンジンを起点に、既存の車体を改造して独自性を出すような開発が地場企業によってなされている。技術的に「同質性」が強い多数の企業が、似たり寄ったりの製品をリリースしているのである。

図 7: エンジン排気量別構成 (単位: %)



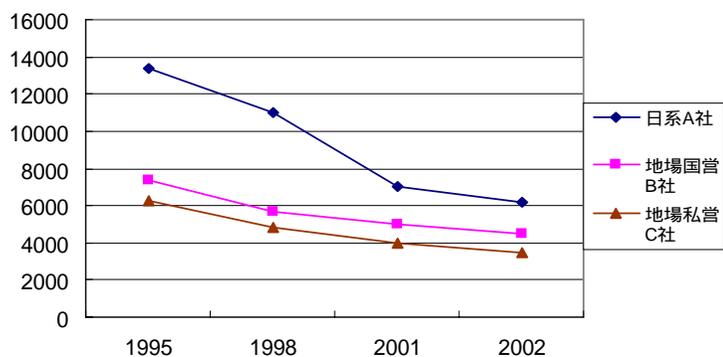
出所: 『中国汽工業年鑑』各年版

#### (4) 価格下落

1990年代後半の新興メーカーの勃興は、主にその低価格によっていた。膨大な数のメーカーが、極めて同質的な車種を生産したため、激しい価格競争を引き起こした。例えば当時、オリジナルを作る外資企業の製品に対して、その改造版を作る地場系上位メーカー製の価格は6~7割、下位メーカー製が3~4割の水準にあった(図8)。現在、市場で最も売れるのは125ccクラスで4000~5000元(約5万円前後)の価格帯にあるものである。

価格下落は2000年以降に特に著しい(図9)。日系企業の低価格化には目を見張るものがある(図8)。

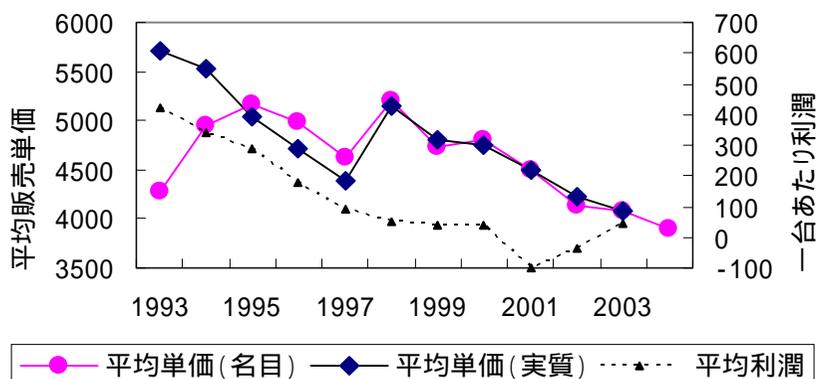
図 8: 販売価格の低下の事例—GL125 (単位: 元)



注: 各社の標準的モデルの小売価格。1元は約 15 円。

出所: 筆者による各社でのヒアリング。

図 9: 二輪車の平均単価と一台あたり利潤 (単位: 元)



注: 業界全体の売上および利潤を販売台数で割ったもの。実質価格は工業製品物価指数でデフレート。

出所: 『中国汽車工業年鑑』、『中国統計年鑑』

### (5) 政府規制の緩さと近年の変化

中国市場の特色の一つは、行政的管理体制の未成熟である。それは、1990 年代に農村部を中心に知的財産権を侵害した製品、政府の安全・環境基準に満たない低品質バイクが一般的に普及したことによく表れている。

1990 年代の業界管理方法は「目録管理」と呼ばれるものであった。新車種を開発したメーカーは、国の車輛検査機関にサンプルを持って行き、安全および環境

基準(工業標準)および知財面の検査を経た上で政府の「目録」に登録され、生産資格を得る。そして消費者がバイクを購入すると、地元の警察にそれを持って行き、それが目録に登録された正規の車種かどうかをチェックし、その上でナンバープレート(使用許可書)が発行される。

しかし 1990 年代の後半には、車両検査は必ずしも厳密に行われず、メーカーは必ずしも実際に検査したサンプルと同じバイクを生産、販売せず、また郊外、農村市場では、消費者は必ずしもナンバープレートを取得せずに二輪車を使用した。「目録管理」は実際には機能していなかったのである。さらに、2000 年以降、知的財産権の侵害を企業(特に日本企業)が厳しく追及し始めると、地方政府が地元の企業を守ろうと追求を妨害したり、裁判に持ち込んでも必ずしも公正な裁きが受けられないという地方保護主義の問題が顕著に見られるようになった。

中国の二輪車産業において様々な問題を持つ企業が多数存在し、不公正な競争がはびこっているのは、政府が社会の末端まで管理する体制が未熟だという問題が背景にある。

ただし、2000 年以降、これらの問題にも変化が見られる。目録管理制度は 2000 年に廃止され、現在は本格的な型式認証制度に移行する過渡期の制度である「公告制度」が採用されている。車両生産許可を出す際の審査が従来より厳格に行われる他、一旦許可が出されても、他のメーカーが(例えば知的財産権侵害について)クレームを出して当局に認められれば、その車種の生産許可が事後的に取り消されるというものである。2003 年 1 月からは、経営状態や技術面の審査の上で企業に生産資格を与える「参入認定制度(准入制度)」が施行された。またオートバイ産業に限ったことではないが、WTO 加盟に伴い、安全と環境面での国際規準を満たすことを義務づける「中国強制製品認証(China Compulsory Certification、通称 3C)」制度が 2003 年 5 月から全面的に実施された。

#### (6)販売の特徴

二輪車の販売については、成熟した流通市場、販売ルートが形成されているとは言えない。中国で耐久消費財に関する流通システムの形成が本格化したのは

1990年代に入ってからであり、また国土の圧倒的な広さから、メーカーによる直接的な販売ルート(専売ネットワーク)の形成は遅れている。

例えば販売力に優れると言われる A 社は、全国に一次ディーラーが約 3000、二次(サブ)ディーラーが約 2000 あるが、A 社の専売店はほとんどないという。多くの地場企業は、販売台数が多い省には数社の、少ない省では 1 社の独立した販売会社と特約関係を結び、アフターサービスを含めて販売サービスを委託する。メーカーはそれら販売会社の販売手法をコントロールすることができず、消費者の製品使用状況に関する情報も流通網から自然に流れてくる体制にない。

ローン販売が行われるのはあまり多くないようである。まず中国では一般消費者向けのローン販売サービスが行われるようになったのはごく最近のことで、そのようなサービス自体が成熟していない。メーカーはこの数年でローン制度を準備するようになったが、実際にはほとんどの販売が末端の独立ディーラーによる独自の販売努力に拠っており、メーカー独自の制度が活用される機会は少ない。ディーラーが独自に金融を行うことはある。例えば農民相手に収穫期の後払いでの販売するというのも一種のローンである。

中国では大半の製品が 3000 ~ 5000 元(5 万円 ~ 7 万円)の範囲で売られており、月給の数倍で購入可能であることも、現金購入が多い理由と考えられる。

#### 4. 製造メーカー

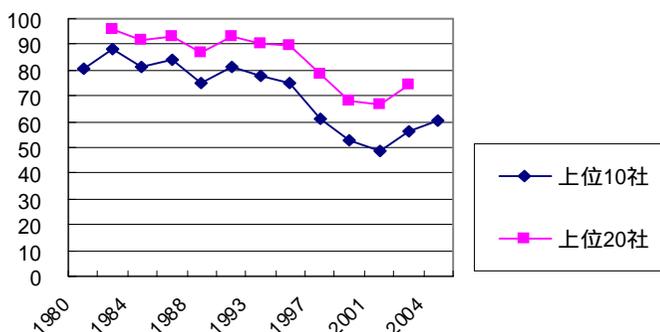
##### (1)地場メーカー

1980 年代のオートバイ産業をリードしたのは、大型国有企業、特に中国嘉陵工業股 限有限公司を中心とする軍民転換路線を採った幾つかの軍需企業であった。彼らはホンダ、ヤマハ、スズキ等の外国企業からの技術導入により、代表的メーカーとしての地位を確立した。しかし 90 年代にはいと全国各地で地方国有企業、郷鎮企業、私営企業と言った資本規模の比較的小さな新しい企業が勃興し始めた。オートバイ産業は、自動車に比べれば資本、技術の面での参入障壁が低い。また中国各地に部品サプライヤーが育っていたが、彼らから既存車種の部品を調達して組立生産するメーカーが続々と出現した。さらに日本企業を中心とした外資

系企業が 20 社以上設立され、中国全体でメーカー数が 97 年に 140 社まで増加した。

上位メーカーによる市場占有率は、上位 10 社のシェアが 95 年に 9 割を占めたが、2000 年には約 6 割近くまで落ち込んだ。ただし 2000 年前後から再度、集中化している(図 10)。

図 10 上位企業のシェア(台数ベース) (単位: %)



出所: 『中国汽車工業年鑑』

表 4: 上位メーカーの顔ぶれの変化とシェア (単位: %)

	1980	1985	1990	1995	2000	2003
1	輕騎 21.4	嘉陵 24.6	嘉陵 22.8	嘉陵 14.6	輕騎 11.0	大長江 6.9
2	北京運合 14.3	建設 19.6	建設 15.7	建設 13.2	錢江 8.7	錢江 6.7
3	上海 8.8	北方易初 6.9	上海易初 14.5	輕騎 11.7	嘉陵 6.6	嘉陵 6.6
4	南昌飛機 8.2	輕騎 6.0	輕騎 8.9	金城 8.4	金城 3.8	力帆 5.6
5	僱師機械 6.7	上海易初 3.3	北方易初 6.3	捷達 6.5	建設 3.6	隆 5.6
6	山東生建 5.9	渭陽柴油 3.1	玉河機器 3.1	上海易初 5.1	大長江 3.0	新大洲本田 5.3
7	嘉陵 5.1	石家莊飛機 2.0	南方動力 2.8	北方易初 4.5	宗申 2.7	宗申 5.3
8	南昌鴻雁 5.1	貴州摩托 1.7	金城機械 2.4	南方 3.5	力帆 2.7	建設 5.1
9	南方動力 4.1	成都飛機 1.6	南昌飛機 2.2	長春長鈴 3.5	洛陽北方 2.5	金城 4.8
10	n.a.	南昌飛機 1.4	渭陽柴油 2.1	錢江 3.5	衆星(捷達) 2.4	輕騎 4.6

注: 色分けは: 機械系統: 機械系統の国有企業、軍需系統: 軍需系統の国有企業、民間: 民間企業。企業名は略称。

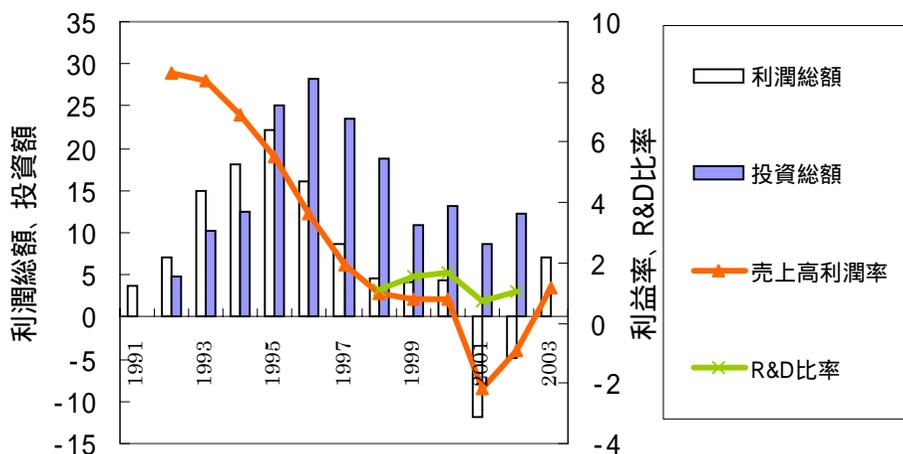
出所: 『中国汽車工業年鑑』、『中国摩托車工業史』

2000 年以降の市場占有率の集中化は、今後、長期的に生き残る優良企業が固まりつつあることを示すと考えられる。1995 年の上位 10 社の顔ぶれと 2000 年のそれが大きく変化したのと対照的に、2000 年と 2003 年の顔ぶれには大きな変化がない(表 4)。2000 年に業界全体で赤字に陥り(図 11)、その後続く厳しい価

格下落と上述のような市場要求の高度化の中で、経営改善に努めてきた企業にシェアが集まりつつあると考えられる。

図 11: 二輪車産業の利益率と投資、R&D 支出

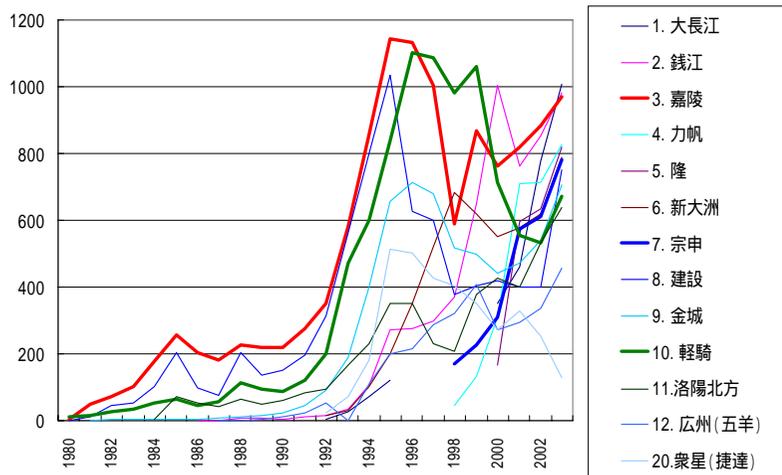
(単位: 億元、%)



出所: 『中国汽車工業年鑑』

図 12: 主要メーカーの生産台数

(単位: 1000 台)



注: 企業名は略称。

出所: 『中国汽車工業年鑑』、各社でのヒアリング。

それを典型的に示すのは、この数年で中国最大の二輪車企業になった大長江集団有限公司(以下、大長江)の成長である。1990年代に多くの企業が、生産台数が100万台を超えると次々に失速していったが(図12)、それは品質管理の技術、体制が整う前にやみくもに規模を拡大したことが原因であったと言われる。一方、大長江は2004年に年産140万台を突破した模様であるが、それはスズキから日本式の管理方法を徹底して学び、市場で好評を得たことが背景にある。中国の二輪車産業でもそのような企業が市場で評価され、トップに立つ時代に入ったことは注目される

## (2)外資メーカー

地場企業の実力向上とともに、外資メーカー、特に日系メーカーの巻き返しが本格化していることが注目される。

日本メーカーは1980年代に技術供与により進出を果たしたが、1990年代に入って各社とも複数の地場企業と合併経営を開始した(表5)。90年代は各社とも国有大企業と合併したが、必ずしもうまくいかず、2000年以降、新しい対中戦略が加わった。中国市場(特にボリュームゾーンである大衆市場)に食い込むための低価格車の開発、生産、中国を世界的な低コスト生産拠点にする(日本向けの低排気量スクーターやアジア向けの部品輸出基地として)、製品開発と調達の徹底した現地化、日系サプライヤーへの依存度の低下と競争促進、現地向け製品の開発のための新発想(過剰性能の見直し等)、と言ったものである(第2章参照)。

そのために新たに新興民間企業と手を組み直し、さらに独自の戦略的な新子会社を設立し始めた。ホンダは上述のように2001年に新大洲本田を立ち上げ、同時に上海に100%出資のR&D会社を設立した。スズキは2003年から大長江集団と合併でR&D会社を設立し、ヤマハは2004年に100%出資のR&D会社を設立した。また各社とも100%出資の販売会社を設立し、ヤマハはグローバルな部品調達センターを立ち上げた。

表5:中国における外国企業の進出(技術供与と合併)

外国企業	形態	現地企業名	設立/導入年	所在地
ホンダ	独資	本田摩托車研究開発有限公司(1)	02年	上海
	合併	五羊 - 本田摩托(広州)有限公司	92年	広東省広州
		天津本田摩托有限公司(新大洲本田へ)	93年	天津
		嘉陵 - 本田発動機有限公司 新大洲本田摩托車有限公司	93年 01年	重慶 上海、海南、天津
技術供与	中国嘉陵工業股 有限公司(集団)	83、85、89、98年	重慶	
		上海易初摩托車有限公司	84年	上海
		広州摩托車公司	88年	広州
		洛陽北方易初摩托車有限公司	91年	洛陽
ヤマハ	独資	雅馬哈発動機研究(上海)有限公司(1) 雅馬哈発動機(蘇州)有限公司(2)	04年 01年	上海 江蘇省蘇州
	合併	重慶建設・雅馬哈摩托車有限公司	92年	重慶
		株洲南方雅馬哈摩托車有限公司 (株洲建設雅馬哈摩托車有限公司)	93年 04年	湖南省株洲
		江蘇林海雅馬哈摩托有限公司(3)	94年	江蘇省
	技術供与	建設工業(集団)有限責任公司 南方摩托股 有限公司 南昌飛機製造廠	83年 85年 85年	重慶 湖南省株洲
スズキ	合併	重慶望江鈴木発動機有限公司 濟南輕騎鈴木摩托車有限公司 南京金城鈴木摩托車有限公司 鈴木摩托車研究開発有限公司(1)	93年 94年 94年 02年	重慶 山東省濟南 江蘇省南京 広東省江門
	技術供与	望江機器廠(4)	82年	重慶
		中国輕騎集团有限公司	85、90年	山東省濟南
		南京金城機械有限公司	85年	江蘇省南京
		長春長鈴発動機有限公司 江門大長江摩托車有限公司	84年 92年	吉林省長春 広東省江門
カワサキ	合併	海南新大洲川崎発動機有限公司(3)(4)	97年	海南省
	技術供与	河南柴油廠 珠海奔騰摩托車有限公司	85年 93年	珠海
三陽(台湾)	合併	廈門廈杏摩托有限公司	93年	福建省廈門
光陽(台湾)	合併	湖南光南摩托車有限公司 (隆光陽摩托車有限公司)	93年 03年	湖南省株洲
		常州光陽摩托車有限公司	94年	江蘇省常州
		比亜喬佛山摩托車有限公司 (宗申比亜喬佛山摩托車有限公司)	94年 04年	広東省佛山
Piaggio(イタリア)	合併	比亜喬佛山摩托車有限公司 (宗申比亜喬佛山摩托車有限公司)	94年 04年	広東省佛山
	技術供与	北京汽車摩托車聯營公司 弗斯弟摩托車有限公司	85年 92年	北京 広東省佛山
Puch(オーストリア)	技術供与	渭陽柴油廠	87年	
Zundapp(独)	技術供与	天津捷達摩托車廠	84年	天津

注: 1)R&D 拠点、2)部品開発・調達拠点、3)エンジンのみ、4)撤退。技術導入年は契約年。  
出所:『中国摩托車工業史』人民郵電出版社、1995年、『汽車工程手冊 摩托車編』人民交通出版社、2001年、各種報道、各社HP。

## 5. 二輪車産業に関わる法制度

中国の二輪車産業では、企業の製品の生産および消費者のその取得と保有に

に関して、他国と同じく様々な規制が存在する。問題はそれらが十分に機能していない点である。

取得と使用のコストを見ると、二輪車は奢侈品と見なされ、10%の奢侈税(中国では「消費税」という)が課せられている。これは自動車の5%よりも高い。ナンバープレート取得費等の諸費用は地域により様々である。重慶市の例を以下に挙げると次のようになる。消費者が二輪車取得時にかかる費用として、ナンバープレート取得費70元、登録費10元、免許費10元、検査費(そのオートバイを登録時に直接検査する)12元の計102元が必要である。さらに物品税(「購置税」)が製品価格の10%、「車船使用税」が年30元かかる。例えば4000元のバイクだと合計で542元(1元=約15円として約8000円)となり、労働者の月給の半分以上という水準である。以上の他に、「養路费」、「運輸管理費」と言った名目で代金が徴収される。また二輪車の強制保険制度が2003年から開始されており(「三者保険」:損害を与えた他者に対する保険)、年間約150元かかる。以上は重慶市内で都市と農村に大きな区別はないという。車検は新車購入後の4年間は2年に1回、5年目からは年1回が警察の車輛管理所で義務づけられている。車検時に強制保険加入証明書、車船使用税の納付書を検査される。

以上は公的な「制度」であるが、実際に大部分のユーザーがそれを実行しているかどうかは定かでない。1990年代後半までは、上述のように末端まで行政的管理が行き渡っていなかったのが実状であった。筆者による内モンゴルの小都市や農村での調査では、2002年までに関する限り、多くのユーザーは免許なしで二輪車に乗っており、免許を所持している多くの者も、実際には講習を受けて取得したのではなく、代金(200元程度)を払って買ったものであった。ナンバープレートなしでも運転しており、ユーザーは二輪車の車検制度そのものを「聞いたことがない」と言っている状況であった。

ただし、2003年以降、ナンバープレートの未所持者や無免許運転者の取り締まりが頻繁に行われるようになっており、明らかに以前とは異なっているという。

(大原盛樹)