

アジア研究教育ユニット（世界展開力・特別経費）2014 年度教育研究報告書

事業課題名	アジアにおける自動車流通の特質の解明－日系自動車メーカーの観点から－
代表者名	塩地洋
事業概要 (600 字程度)	<p>アジア地域における自動車市場の拡大はめざましいものがある。中国の自動車販売台数は 2200 万台を超え、アジア地域の販売台数を総計すると 4300 万台を超えている。これは世界全体の自動車販売台数の 50%以上を占めており、今や、アジアが世界の自動車市場の中心となっているのである。他方、自動車生産においても、市場の拡大と同様にアジアの自動車メーカーの世界の生産シェアは 50 数%を超えており、この面でもアジアは世界の中枢を形成している。</p> <p>こうした中で、8 月には中国・北京、9 月にはインドネシア、12 月にはパキスタンの現地調査をおこない、日系自動車メーカーの観点からの、アジアにおける自動車流通の実態を把握することができた。</p>
成果の概要 (800 字程度)	<p>アジア各国の自動車流通の特質を解明することにより、次の二点が明らかとなった。</p> <p>第一に、日系自動車メーカーがアジア各国において自動車流通のバリューチェーンを形成していく上において、国ごとの戦略、重点課題、留意点などを指し示すことを可能とした。研究代表者はすでにこうした課題を 30 数年にわたって蓄積しており、日系各メーカーのアジアにおけるオペレーションのキーパーソンとコンタクトをとっており、今回の調査によって得られた情報を提供することによって、日系メーカーのマーケティング戦略に構築に貢献しえたことは明白である。</p> <p>第二に、アジア各国、とくに新興国の自動車流通システムの健全化の道筋を示すことができた。アジアの自動車流通システムは、たとえば中古車流通をとると、情報の非対称性が大きく残っており、普通の消費者が安心して中古車を買うことができない状態にある。本研究プロジェクトは、そうした新興国における自動車流通システムを健全化していく上で、日本が歩んできた歴史的教訓を提供することによって、貴重な実例を示すことが可能とした。</p> <p>京都大学東アジア経済研究センター主催によるアジア自動車シンポジウム(2014 年 12 月、於京都大学および京都大学東京オフィス)やアジア中古車流通研究会(5 月、7 月、11 月 2015 年 2 月)を 4 回開催し、自動車メーカーやディーラー、中古車流通業者、総合商社の担当者とともに上記の二点について具体化を図った。</p>