

アナリストの眼

電動化が進む二輪車市場

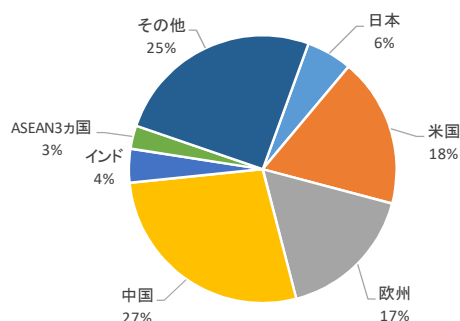
【ポイント】

1. 二輪車はアジアを主戦場とするが、需要が拡大している国と縮小している国がある。
2. 国民所得が一定水準を超えると、自動車に需要がシフトしていく懸念がある。
3. 二輪車の世界でも電動化が進んでおり、今後は新たなビジネスモデルも模索しながら電動二輪車の普及が加速するだろう。

1. 二輪車を巡る状況は各国により異なる

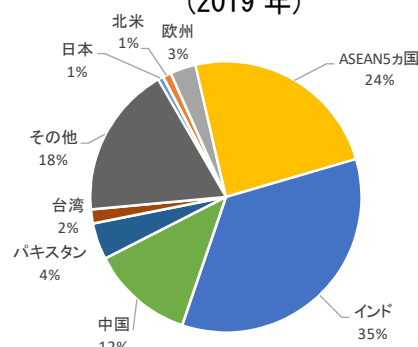
二輪車の世界全体の年間需要は、およそ 5,000~6,000 万台である。自動車の年間販売台数がおよそ 9,000 万~1 億台なので、二輪車はその 6 割に匹敵する規模であり、一大産業であると言ってよいだろう。ただ、自動車と二輪車では販売地域の構成に大きな違いがある。自動車販売は日米欧の先進国が全体の 4 割を占めているのに対し、二輪車市場では日米欧の占める割合は 5%程度に過ぎない。二輪車市場ではアジア各国の市場規模が圧倒的に大きく、需要全体の 8 割を占めている。特にインド、中国、ASEAN の比率が大きく、世界最大の市場はインドであり、中国とインドネシアがこれに続く。

図表 1. 自動車の地域別販売シェア
(2019 年)



(資料)各国の自動車工業会資料等より富国生命投資顧問作成

図表 2. 二輪車の地域別需要シェア
(2019 年)



(資料)各社IR資料等より富国生命投資顧問作成

ただし、需要トレンドは国ごとに異なる。中国では経済発展とともに自動車の需要は一貫して増え続け、リーマンショック後の 2009 年に 1,364 万台だった自動車販売台数は 2020 年には 2,500 万台を超えている。しかしそれとは逆に、同期間の二輪車需要は一貫して減り続けたのである。これには 2 つの要素があり、1 つは国の規制が影響している。現在、中国では中規模以上の都市でエンジンバイクの利用が禁止されている。大気汚染や事故防止のために導入された措置で、エンジンバイクに乗れるのは農村や小規模の都市に限定されている。

もう 1 つの要素は、生活水準の向上による二輪車から自動車への需要シフトである。これは先進国にも見られた現象であり、例えば我が国の 1 人当たり GDP は 1980 年の 9,400 ドルから 2020 年には 40,000 ドル超まで拡大したが、その間に二輪車の販売台数は 235 万台から 36 万台まで減少した。自動車販売は 500 万台前後の水準を維持しており、二輪車からの需要シフトが自動車販売を支えていると推察される。

一方、インドでは自動車とともに二輪車も増加を続けている。足元はコロナ禍の影響から一時的に減少しているものの、概ね上昇トレンドにあると言っていい。では二輪車需要が減

少する日本や中国と、増加するインドでは何が異なるのだろうか。

2. 二輪車業界が抱えるジレンマ

最も影響していると考えられるのは、所得水準の差である。一般的に1人当たりGDPが3,000ドルを超えるとモーターリゼーションが起こり、「自動車の大衆化」が進むと言われている。中国の1人当たりGDPは2009年時点で3,800ドル、2020年は10,500ドルである。2009年時点で既に3,000ドルを超えていた訳で、GDPの拡大とともに自動車の大衆化が進み、二輪車から自動車への需要シフトが起こったと考えられる。

一方、インドの1人当たりGDPは2009年時点が1,100ドル、2020年で1,900ドルである。国民所得は増加したが3,000ドルを超えておらず、GDP拡大が二輪車需要の減少に繋がっていない。(直近のコロナ禍の影響は除く)

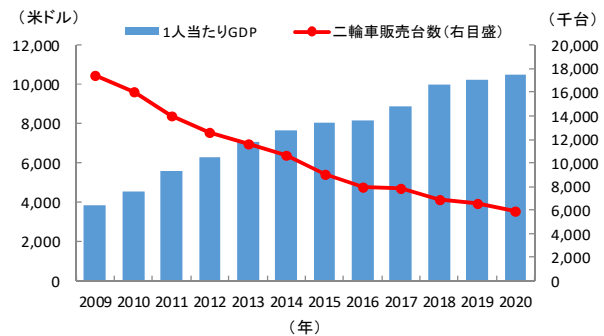
ちなみに、世界3位の二輪車大国であるインドネシアでは2010年代半ばからGDPと二輪車需要に緩やかな逆相関が見られるようになった。2009年時点の1人当たりGDPは2,200ドル、その後「3,000ドルの壁」を超えて2020年は3,800ドルである。今後は二輪車需要が本格的な減少局面に移行する可能性がある。ここに、二輪車業界が抱える課題がある。国が発展し国民所得が向上すると、二輪車の需要が自動車に食われるのである。

3. 二輪車市場の今後の動向

今後、二輪車メーカーはどのような方策を採るべきであろうか。もちろん、世界には所得水準が低く、これから二輪車需要が増えてくる国もまだ多く残っている。しかし我が国を始めとする先進国二輪車メーカーにとって、低所得国向けの廉価車の拡販は必ずしも良いビジネスモデルとは言えないだろう。そこで注目されるのが、近年の社会的要請を受けて拡大が期待される電動二輪車市場である。

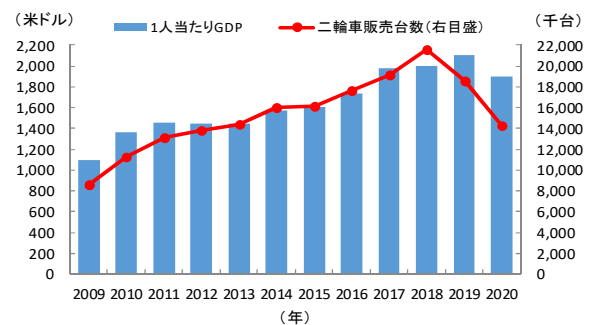
例えば世界最大の二輪車市場を持つインドでは、FAME India (Faster Adoption and Manufacturing of (Hybrid &) Electric Vehicles in India) と呼ばれる電動車に対する補助金制度がある。2015年に導入された同政策は現在は2期目に入っており、電動二輪車の購入に対し、車両価格の40%を上限として電池容量1kW当たり1万5,000ルピー(約2万2,000円)の補助金が支払われる。同政策の補助金は当初、車両価格の20%を上限とし金額も1万ルピーだったが、電動二輪車の普及を加速するために拡大され、政策の期限も2022年3月から2024年3月まで延長された。

図表3. 中国の1人当たりGDPと二輪車需要



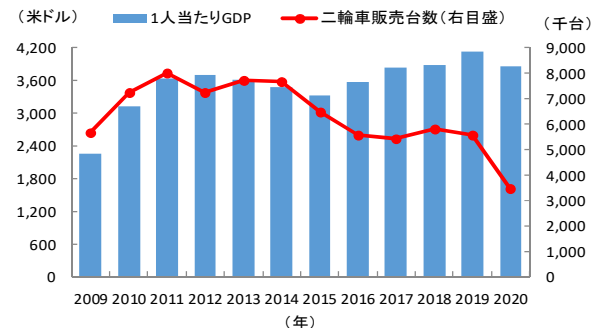
(資料)世界銀行、各社IR資料より富国生命投資顧問作成

図表4. インドの1人当たりGDPと二輪車需要



(資料)世界銀行、各社IR資料より富国生命投資顧問作成

図表5. インドネシアの1人当たりGDPと二輪車需要



(資料)世界銀行、各社IR資料より富国生命投資顧問作成

また、中国では政府が電動二輪車市場を整備する動きがある。前述のエンジンバイク禁止措置もあり自動車利用は拡大したが、その弊害として都市部での渋滞が深刻化している。市民はこれに対応するため電動自転車を利用し、これが交通事故等の新たな社会問題を生んだ。そこで中国政府は 2019 年、電動二輪車に対して新たな規制を導入した。新規制では電動自転車を「最高時速 25km まで」「バッテリーを含む車重 55kg まで」などと定義し、免許が必要な電動バイクと明確に区別した。

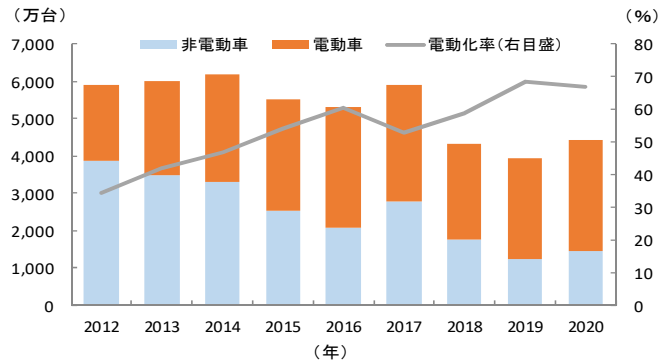
これにより有象無象の粗悪品が規制され、電動二輪車市場が健全に育成される素地が整った。現在、中国では年間 4,000 万台強の自転車が製造されているが、その内の 7 割弱が電動自転車となっている。電動自転車の比率は年々上がっており、その需要は極めて大きい。今後は新規制に対応するための買い替え需要も見込まれ、その内の一部は免許を要する電動バイクにも向かうだろう。

現在、エンジンバイクの市場では日系の大手 2 社が世界シェアの 4 割超を握っているが、電動二輪車の市場ではプレーヤーが全く異なる。中国では 2000 年前後に設立された専門メーカーが市場の過半を占めており、上位 5 社で中国の電動二輪車市場の 67% を占めている。彼らは売上のほとんどを中国国内であげているが、近年、インドへの進出を発表したメーカーもあり、今後は世界展開を進めていく可能性がある。一方、そのインドではそもそも電動二輪車市場が立ち上がったばかりであり、その規模は年間 15 万台程度に過ぎない。こちらでも現在は上位 5 社で 90% 弱を占める寡占化市場だが、二輪車の全需が年間約 2,000 万台であることを考えれば、ほぼ手つかずの状態だと言ってよい。現在はまだ中国ぐらいしか大きな市場が見られない電動二輪車だが、今後はインド、ASEAN 諸国などで電動化が進んでいくだろう。その際、エンジンバイクで既に大きなシェアを持っている二輪車メーカーは販売店網、生産拠点網、ブランド認知度などの面で非常に有利だと思われる。

だが、中国勢やインド勢以外にも強力なライバルは存在する。台湾では新興の電動二輪車メーカーが交換式バッテリー用充電ステーションを導入し、普及が進んでいる。従来の電動二輪車の最大の弱点は充電に時間がかかることだった。電動二輪車の航続距離は電池容量に比例するため、1 回の充電で走れる距離と充電に要する時間はトレードオフの関係にある。それまでの各社は航続距離を延ばすことに専心し、充電は基本的に夜間などの車両を利用していないときに済ますという使い方を想定していた。これに対し、台湾メーカーが導入したビジネスモデルは車両と電池を分離し、利用者は車両を購入したのち、電池については月額制のサブスクリプション契約を行う。街中には充電ステーションが設置されており、利用者は走行時に電池残量が減ってきたら充電ステーションで充電済みのバッテリーと交換する。これにより「充電待ち」の時間をなくすとともに、「電池性能の低下による下取り価格の下落懸念」も解消した。

これに対し、先進国二輪車メーカーは交換式バッテリーのコンソーシアムを創設した。各社で使用する電池仕様を標準化することでメーカーを跨いだ電池利用を可能とし、電動二輪車の普及を促進するとともに、交換式バッテリーで台湾勢に対抗しようとしている。今後、ますます電動化が進む二輪車市場でどのメーカーが、どのような方式で覇権を握るのか。今後の展開を見守りたい。

図表 6. 中国の自転車生産と電動化率



(資料) 中国工業情報化部リリースより富国生命投資顧問作成