

苦境に立つ米国自動車業界

【ポイント】

1. 米国におけるビッグ3のシェアが低下する一方、日本メーカーのシェアは上昇している。
2. ガソリン価格上昇の影響もあり、米国メーカーの主力であるSUVやピックアップトラックの販売が低迷する一方、燃費の良い日本車の販売は好調を維持している。
3. 自動車は米国にとってシンボリックな産業であり、今後、米政府の関与や日本メーカーの技術協力等が注目される。

1. はじめに

3月16日、クレジットマーケットを大きく揺るがす出来事が起こった。米自動車1位のA社が2005年第1四半期(1~3月)と2005年通期の業績見通しを大幅下方修正したのである。第1四半期の業績については、1992年以来最悪の赤字となる見通しであった。また、米三大自動車メーカー(ビッグ3)の一角を占めるB社も同日、既に発表していた2005年第1四半期と通期の業績予測を確認したものの、通期の業績については、予測レンジの下限になる可能性が高いと発表した。

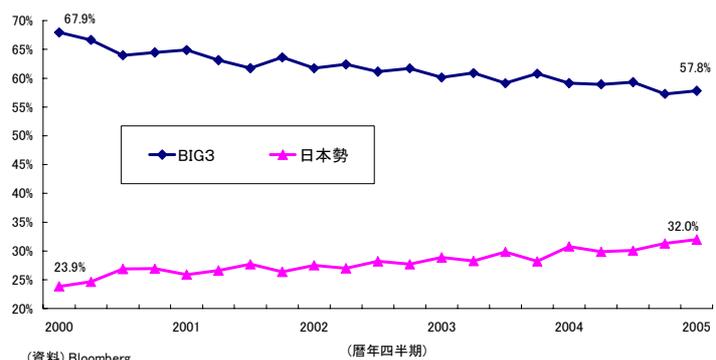
この発表を受け、スタンダード・アンド・プアーズ(S&P)がA社の格付けのアウトルックを「安定的」から「ネガティブ」に変更し、Moody'sが「ウォッチ・ネガティブ(格下げ方向で見直し)」に指定するなど、各格付会社はその日のうちにレーティング・アクションを行った。

2. 米国自動車業界が抱える問題

格付け見直しの背景の一つとして、増大する退職給付債務や医療費といった米国自動車業界が抱える問題が挙げられる。日本勢の攻勢を受け、米国自動車業界は米国における市場シェアを低下させており、これに伴い人員削減を余儀なくされている。その結果、例えばA社では、北米における退職者数が現役従業員の2倍を超えており、退職給付債務の負担が増大している。もともと、米自動車大手のように古い歴史を持ち多くの従業員を抱える企業は、年金制度や医療保険などの規模が大きく、バランスシートに与える影響が懸念されていた。

もう一つの大きな問題は、米国市場における販売不振である。この背景には、日本メーカーの攻勢

図表 1. 米国市場シェアの推移



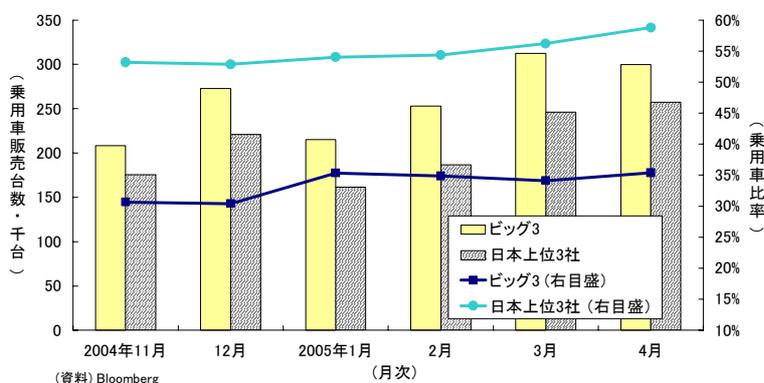
がある。図表1は、米国市場におけるビッグ3と日本勢のシェアの推移を示したものであるが、5年前と比較すると、ビッグ3は10%程度シェアが低下しているのに対し、日本は約8%シェアが上昇している。

このように、米国自動車業界の不振は、日本勢の好調と表裏一体の関係にあると言える。A社やB社といった米国メーカーの主力車種は、SUV(多目的スポーツ車)やピックアップトラックなどの中・大型車であり、ガソリン価格の上昇を背景に燃費の悪さが敬遠され、最近では販売が低迷している。

3. 日本メーカーの攻勢

一方、日本メーカーの収益源は乗用車と言える。図表2からわかるように、販売台数に占める乗用車の比率は米国メーカーを大きく上回っており、燃費の良さや割安感に勝る日本メーカーによる乗用車の販売好調がうかがえる。さらに、ここにきて日本メーカーのハイブリットモデルの人気の米国でも高まりを見せている。ハイブ

図表2. 米国市場における乗用車販売の推移



リットモデルの投入による販売台数の拡大はもちろんのこと、環境への配慮から企業イメージの向上にも一役買いそうである。米国メーカーが収益源としている SUV やピックアップトラックといった分野では出遅れていたものの、各社が積極的に新モデルを投入するなど販売攻勢をかけており、実績を伸ばしている。

販売台数と生産台数との比率(販売比率 = 販売台数 / 生産台数)に目を転じてみると、米国では販売比率が1を上回り、米国内での供給量を上回る自動車需要が存在することがわかる。一方、日本における販売比率は0.6程度の水準にあり、国内需要を上回る自動車生産量となっている。すなわち、米国においては、国内供給量を超える需要を満たすため、過大な生産量を海外へ向ける日本などからの輸入により補う構造となっている。従って、日本メーカーの収益源である乗用車の好調が持続すれば、乗用車事業で十分な収益源を持たない米国メーカーの業績を今後も圧迫していくものと予想される。

4. 米国自動車業界の展望

米国自動車メーカーが苦境を脱するには、米国市場での業績回復が不可欠であるが、その見通しは不透明である。まず、主力の SUV やピックアップトラックの販売低迷については既に述べたが、日本勢の新車投入もあり競争がさらに激化してきている。米国勢による新車投入も予定されているが、格付会社からも大きな巻き返しは期待できないと判断されている。このような状況下において、米国勢はインセンティブ(販売奨励金)の拡大と値引きによってシェア低下を防止することも想定されるが、日本勢がインセン

ティブを抑制しながら高水準の販売を実現していることから、米国におけるシェアを維持するのは困難であると予想される。また、2003年にドイツを抜き世界第3位の販売市場となった中国での伸びに期待がかかるところであるが、日本をはじめ各国メーカーも同様に力を入れており、年金や医療コストの問題から投資余力に劣る米国勢の一人勝ちとはいきそうにもない。

ここにきて、ビッグ3で構成する米自動車貿易政策評議会は、日本の円売り介入が米国の自動車産業に大きな打撃を与えたと指摘している。すなわち、日本の為替介入が日本車への事実上の輸出補助金に当たるという訳である。1980～1990年代の日米自動車摩擦の再燃も危惧されるところであり、機を同じくして日本メーカーのトップが米国自動車業界の支援検討をほのめかしたことも無関係とは言えそうにない。ただし、現在、日本の主要メーカーの現地生産率は6～8割に達しており、米国の雇用創出にも貢献していることから、当時と同じような問題に発展する可能性は低いと思われる。いずれにしても、米国自動車業界の復活の足掛かりとして、日本メーカーとの技術協力といった協調関係が今後注目されよう。

5. まとめ

ガソリン価格上昇を契機に、米国メーカーが主力とするSUVやピックアップトラックの需要が減退する一方、乗用車に代表される燃費の良い日本車への人気が高まっている。今後のガソリン価格動向は不透明であるが、消費者にコスト意識が芽生えており、引き続き米国メーカーは苦境に立たされるものと予想される。各社、新車の投入やインセンティブの活用により販売増進を図るとは思われるが、インセンティブを高めれば利益率は下がり、収益面での改善は困難と言える。

一方、日本メーカーは、ハイブリットモデルをはじめとする商品力を中心に、米国市場はもちろん中国などの成長市場での攻勢を強めることが容易に想像できる。近年、米国メーカーの市場シェアの低下分を日本メーカーが吸収している構図を考慮すれば、今後も劇的に米国自動車業界が復活することは考えづらい。

反面、自動車は米国にとってシンボリックな産業であり、可能性は低いと思われるものの、米政府の関与なども今後注目される。また、一部で報道されているような技術面での協力の実現など、日本メーカーの対応が米国自動車業界の今後に大きく影響を与えるのではないかと考える。

(有価証券部 吉本 剛)