

インドとロシアの乗用車市場

～ 中国に続く乗用車の有望市場となるか？ ～

<要旨>

- 日米欧の乗用車販売が伸び悩むなか、世界の大手自動車メーカーは、人口が多く経済の高成長が続く新興市場国への関心を強めている。今、中国に続く有望国として注目されているのは、人口大国であり、個人消費を中心に経済が高成長を続け、政治社会情勢にも安定感があるインドとロシアである。
- インドは、1990年代以降の経済高成長を背景に中高所得層が拡大し、乗用車の販売が好調である。高所得層を中心に乗用車を複数保有する世帯が増えており、乗用車の保有サイクルも短縮している。低金利を背景とするオートローン拡大にも支えられて、乗用車販売台数は2001～2005年の4年間で倍増した。インドでは、ガソリン価格が高いことなどから、乗用車市場は小型車が中心であり、日系合弁企業の生産する小型車が市場の半分近くを占めている。
- 原油価格高騰を追い風に景気拡大が続くロシアでは、外国乗用車の販売が急増している。ロシアは、小型車中心のインドと違って、大型車や高級車の販売が好調である。これは、市場経済移行にともなって多数の富裕層が誕生したことによるものと考えられる。実際、外国乗用車需要の中心地は、高所得層が多いモスクワである。
- インドとロシアでは、高所得層人口の伸び率が高いことから、今後も乗用車販売台数の高い伸びが期待できよう。ただし、乗用車販売拡大のためには、乗用車購入ローンなど個人向け金融サービス拡充が必要であろう。また、モータリゼーションに対応するため、大都市を中心に道路交通インフラの整備が課題となろう。ロシアでは、日本のメーカーが2007年以降現地生産を開始し販売競争が激化する。ロシアでの自動車関連裾野産業の育成による品質・コスト競争力向上が、各社の乗用車販売の成否を左右する重要なポイントとなろう。



三菱UFJリサーチ&コンサルティング

調査部

【お問い合わせ先】調査部 堀江 (E-Mail : horie@murc.jp)

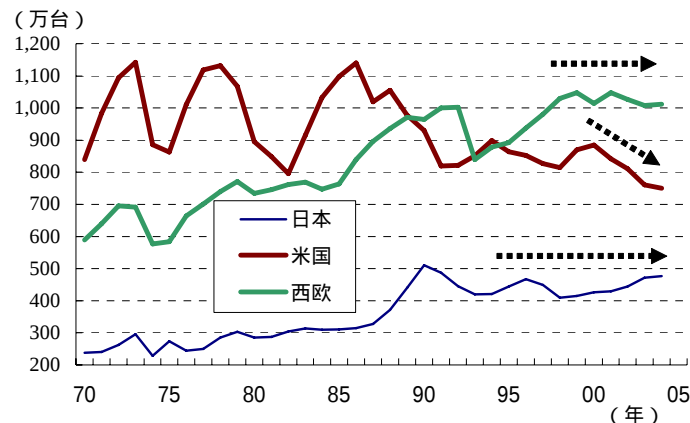
本レポートに掲載された意見・予測等は資料作成時点の判断であり、今後予告なしに変更されることがあります。

1. なぜインドとロシアの乗用車市場が注目されるのか？

(1) 先進国における乗用車市場の成熟 ～ 日米欧の乗用車市場は伸び悩み

近年、世界の大手自動車メーカーが新興国乗用車市場への関心を強めている。その背景には、今まで乗用車の主要市場であった先進諸国での販売台数が伸び悩んでいることがあげられる。日本、米国、西欧（英・仏・独・伊の合計）における乗用車新車登録台数は、1990年代以降、横ばいもしくは減少傾向であり、先進国乗用車市場の拡大が期待できなくなりつつあることを示唆している。

図表1. 日本、米国、西欧（英・仏・独・伊）の乗用車新車登録台数



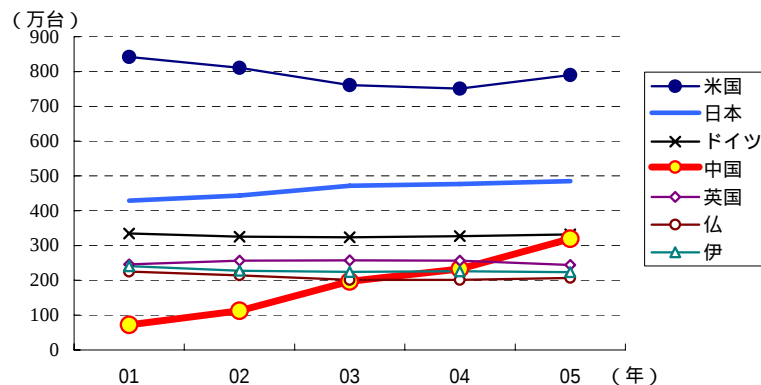
(出所) 日本自動車工業会「世界自動車統計年報第5集(2006)」

(2) 中国に続く有望市場 ～ 経済高成長が続く人口大国インド、ロシア

先進国市場での乗用車需要伸び悩みを受けて、世界の大手自動車メーカーは、新たな成長市場の開拓を迫られている。特に、人口が多く経済の高成長が続く新興市場国は、今後の成長ポテンシャルが大きい乗用車市場として注目される。

新興市場国のなかでも、世界最大の人口を有し高い経済成長率を維持する中国には、すでに世界の主要自動車メーカーが進出しており、乗用車の生産・販売が拡大している。中国の乗用車年間販売台数は、2005年には320万台となり、世界第三位の市場であるドイツとほぼ並ぶ規模にまで成長した。

図表2. 世界主要国の乗用車新車登録台数の推移



(出所) 日本自動車工業会、SMMT、日経産業新聞

今後、世界の乗用車メーカーにとって、中国に続く有望市場を確保できるかどうか重要な経営課題となろう。中国に続く有望市場はどこか？図表3に掲げた世界の人口上位10カ国から日本、米国、中国を除いた7カ国について検討してみよう。この7カ国のなかで、世界第二位の人口を有するインドは、最近の経済成長率（2001-4年平均）が中国に次ぐ高さとなっている。中国とインドに次いで経済成長率が高いのがロシアである。このように、インドとロシアは、市場の規模と成長性（人口が多く経済成長率が高い）という観点からは、中国に続く有望市場の候補になりうるといえよう。

図表3．世界人口上位10カ国の経済指標と乗用車保有台数

順位	国名	人口 (百万人)	GNI/人 (ドル)	経済成長率 (%)	格付け	乗用車保有台数 (百万台)	乗用車保有率 (台/千人)
1	中国	1,296.5	1,290	8.7	A2	10.697	8.3
2	インド	1,079.7	620	6.2	Baa3	8.619	8.0
3	米国	293.5	41,400	2.6	Aaa	135.921	463.1
4	インドネシア	217.6	1,140	4.6	B1	3.55	16.3
5	ブラジル	178.7	3,090	2.0	Ba3	16.576	92.8
6	パキスタン	152.1	600	4.1	B2	0.7518	4.9
7	ロシア	142.8	3,410	6.1	Baa2	23.383	163.7
8	バングラデシュ	140.5	440	5.1	-	0.076	0.5
9	ナイジェリア	139.8	390	4.9	-	0.245	1.8
10	日本	127.8	37,180	1.3	Aaa	55.994	438.1

（注）経済成長率＝2001-04年平均の実質GDP成長率

GNI＝Gross National Income（国民総所得）

（出所）人口、経済成長率、一人当たりGNI＝World Development Report 2006

格付け＝Moody's社 Sovereign Ratings List(July 7, 2006)

乗用車保有台数＝日本自動車工業会「世界自動車統計年報（2005）」

但し、中国の乗用車保有台数は中国統計年鑑2005

さらに、インドとロシアは、政治・経済情勢が比較的安定している点も、市場として大きなメリットといえよう。両国とも、1990年代には経済危機に見舞われたが、国際金融界では、現在の両国のカントリーリスクは低く、政情不安や為替相場急落といった異常事態が発生する可能性は低いと見られている。例えば、Moody's社の信用格付けでは、インドとロシアのソブリン格付けはいずれも投資適格グレード（Baa3以上）となっている。1991年に湾岸戦争による原油価格高騰などを契機に外貨準備が急減しIMFへの緊急支援要請に追い込まれたインドは、その後の経済政策転換（統制経済→自由化）によって経済成長率が大きく上昇した。これを好感した海外からの投資資金流入拡大もあって、国際金融界からの信認は改善されている。また、1998年の通貨危機で対外債務デフォルトに追い込まれたロシアも、その後の原油高による輸出拡大を背景に経済情勢は大きく好転しており、潤沢な外貨準備を利用したパリクラブ向け債務の完全返済も視野に入るなど、国際金融界からの信認は向上している。

一方、上記7つの新興国からインド、ロシアを除いた5カ国（インドネシア、パキスタン、バングラデシュ、ナイジェリア、ブラジル）については、人口こそ大きいですが、経済成長率が低い、信用格付けが低い、などの点でインドやロシアよりも見劣りがする。これら5カ国は、政情不安や多額の対外債務返済負担が引き金となって経済情勢が混乱するリス

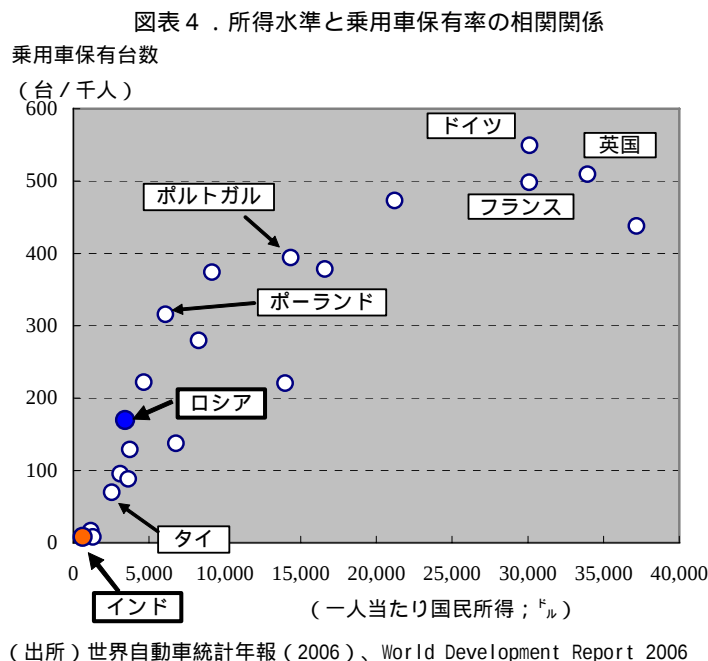
クが、中国・インド・ロシアよりも高いと見られている。このため、安心して事業展開ができるかどうかという観点からは、これら5カ国の魅力は、インド、ロシアよりも低くならざるを得ないであろう。

(3) 今後の潜在需要が大きいインドとロシア

インドとロシアは、乗用車の普及率は現段階では低い。しかし、インドとロシアの経済成長率(実質GDP成長率)は、最近3年間、7%を超える高い伸びが続いており、市場では、今後も、両国が中長期的に6~7%台もしくはそれ以上の高い経済成長率を維持するとの見方が広まりつつある。このため、所得水準が急速に向上し、乗用車普及率も上昇すると予想されており、人口規模の大きい両国は、有望な乗用車市場に成長する可能性が高いと期待される。

図表4が示す所得と乗用車普及率(人口千人当りの乗用車保有台数)との相関関係によれば、ロシアの所得水準が現在のポーランド並みに上昇すれば、ロシアの乗用車普及率もポーランド並みに高まると予想され、そうなれば、ロシアで新たに2,000万台の乗用車需要が発生すると見込まれる。また、ロシアの所得水準が(東方拡大前のEUで最も貧しいとされた)ポルトガルの所得水準に追いつけば、乗用車普及率がポルトガル並みに上昇することによって、3,000万台の乗用車需要が発生すると見込まれる。

同様に、インドについても、所得水準がタイに追いつけば、乗用車普及率もタイと同じレベルまで上昇すると予想され、それによって、7,000万台もの乗用車需要が発生すると期待される。



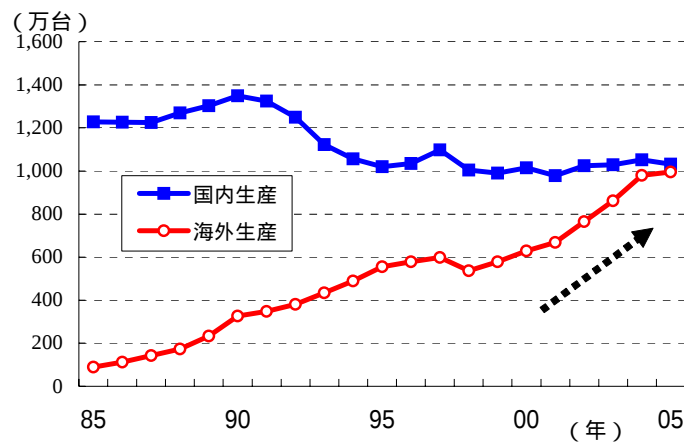
(4) 日本の自動車メーカーの現地生産拡大が予想されるインドとロシア

インドとロシアは、今後、日本の自動車メーカーの現地生産が拡大する点でも注目される。日本の自動車メーカーは、近年、海外生産を増加させており、2005年には、海外生産が国内生産とほぼ並ぶレベルまで拡大した。海外生産拡大の背景には、貿易摩擦回避（特に米国）のほかに、現地市場に適合するモデルを開発・生産する狙いがある。日本の自動車メーカーの海外生産は、従来、米国、中国などを中心に拡大してきたが、今後は、需要増加が期待される新たな地域での生産が拡大すると見られる。そうした新たな生産拠点として、中国に続くのがインドとロシアであるといえよう。

インドとロシアでは、外国メーカーの現地生産規模は現時点ではそれほど大きいとはいえない。しかし、前述のように、両国は、乗用車需要拡大が見込まれる有望市場であることから、今後、日本も含めた世界の主要自動車メーカーによる現地生産が拡大するものと予想される。

裾野が広い自動車産業へのこうした外資参入拡大によって、インド、ロシア両国の幅広い産業における技術能力・生産効率が向上することも期待できよう。

図表5．日本の自動車メーカーの四輪車生産台数（国内と海外）



(出所) 日本自動車工業会

2. インドの乗用車市場 ~ アジアで4番目の百万台市場へ

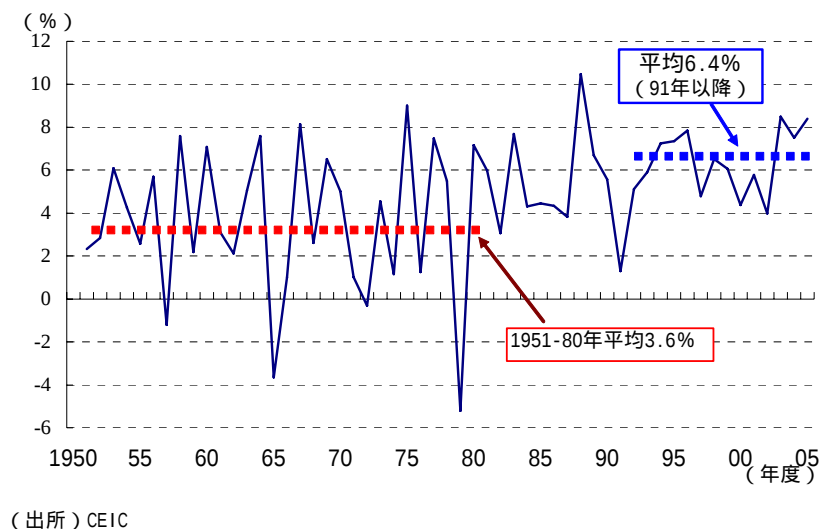
(1) マクロ経済環境 ~ かつての低成長から脱却するインド

1) 経済政策の転換により経済成長率は90年代以降上昇

インドの乗用車市場が注目されている背景として、まず、インド経済がかつての低成長体質から脱却し高成長軌道に乗った点が重要であろう。

1947年の独立後、インドは、40年あまりの間、統制色の強い社会主義的な経済政策をとった。この間、輸入代替や国内産業保護を中心とする内向きの経済路線を歩み、外資導入はごく一部の例外を除けば許可しなかった。このため、東アジア諸国とは違って外資導入・輸出主導による工業化で高度経済成長を遂げるチャンスを逃し、経済は低迷を続けた。1980年代には部分的な規制緩和を図ったものの成果を挙げられなかった。しかし、1991年の国際収支危機を契機に、インドは経済の自由化・対外開放へと大きく舵を切った。こうした経済政策の変更が功を奏し、インド経済はその後好調に推移している。インドの実質GDP成長率は、統制経済の色彩が濃かった1951-80年度¹には平均3.6%と低迷した。しかし、自由化・対外開放を中心とする経済政策の転換(1991年)を受けて、1992年度以降の平均成長率は6.4%へと上昇し、低成長から脱却した。

図表6. インドの実質GDP成長率の推移

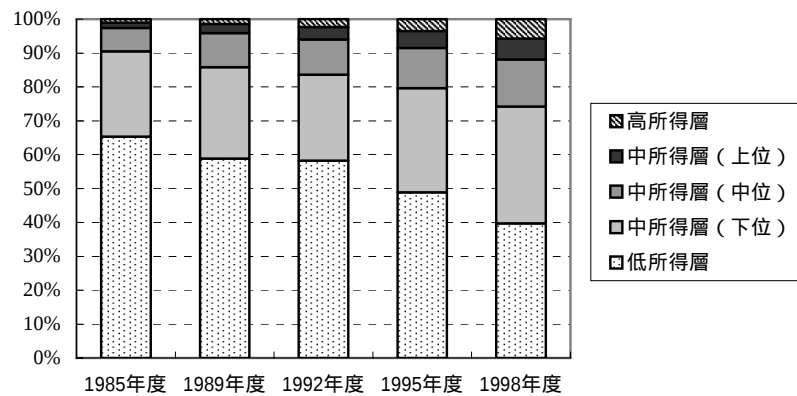


2) 経済高成長を受けて中高所得層の割合が増加

1991年の経済自由化・対外開放への政策転換以降、実体経済がそれまでの低成長から脱却し高成長に転じたことを反映し、インドでは、低所得層の割合が減少し、中高所得層の割合が増加している。

¹ 以下、文中での「年度」とは、4月1日から翌年3月末までを指す。

図表 7 . 所得階層別世帯比率の推移



(注) 所得階層区分 (年収による区分)

低所得層	35,000ルピー	〔円換算〕 〔9万5千円以下〕
中所得層 (下位)	35,001-70,000	〔9万5千円～18万9千円〕
中所得層 (中位)	70,001-105,000	〔18万9千円～28万4千円〕
中所得層 (上位)	105,001-140,000	〔28万4千円～37万8千円〕
高所得層	140,000 <	〔37万8千円以上〕

(出所) NCAER、INDIA MARKET DEMOGRAPHICS REPORT 2002

地域的には、商工業の盛んな西部のグジャラート州、マハラシュトラ州や、外資系企業進出が増えている北部のハリヤナ州などで、相対的に高所得層が多いようである。また、南部でも、州都バンガロールに IT 産業が集積するカルナタカ州や、外資系企業進出が増えているタミルナドゥ州などで、中高所得層の割合は上昇傾向にある。

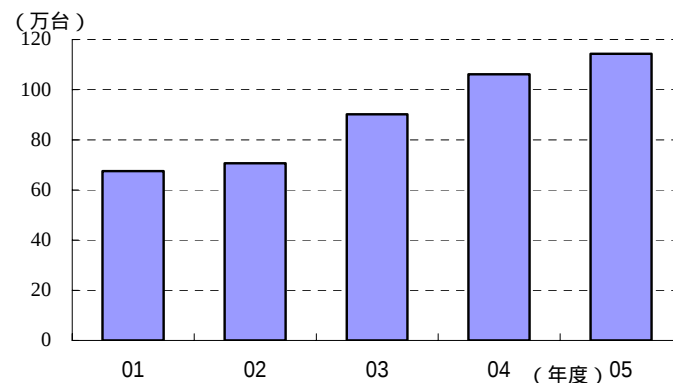
このように、経済の高成長を背景に中高所得者層の厚みが増したことは、乗用車購入層増加につながり、乗用車市場の拡大をもたらすと期待される。

(2) インド乗用車市場の現状

1) 乗用車販売台数が4年間で倍増

インドにおける乗用車販売台数は急拡大している。乗用車販売台数は2001年度から2005年度までの4年間で倍増し、2005年には百万台を超えた。これにより、インドは、アジアでは、日本、韓国、中国に続いて年間販売台数百万台を超える乗用車市場となった。

図表 8 . インドの乗用車販売台数



(出所) Society of Indian Automobile Manufacturers (SIAM)

乗用車販売拡大の最大の要因は、上述のように、近年の経済高成長による所得増加であ

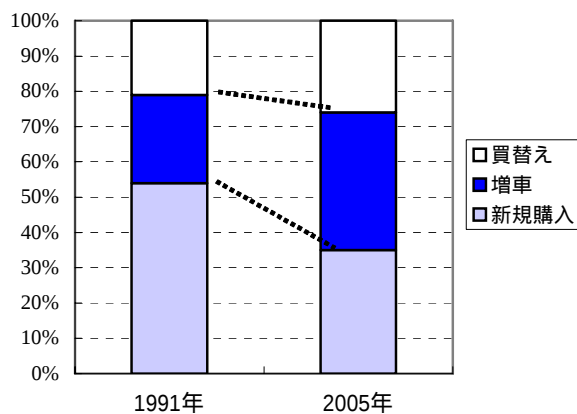
る。雇用所得環境は良好であり、例えば、民間企業管理職給与は年率 10% 程度の高い伸びを続けていると見られる。また、業績が好調で、給与水準・上昇率ともに高い IT サービス産業でも、乗用車を購入する従業員が増えている。

2) 乗用車市場拡大の背景に購入層の行動変化 ～ 増車と購入サイクル短縮

また、インドの乗用車市場の最近の傾向として、乗用車を複数保有する世帯が増加していることが指摘されている。これは、高所得層の家庭が、家族全員のクルマを買い揃えているためと見られる。乗用車の保有サイクルも短くなっており、平均保有サイクルは、2001 年には 61 ヶ月であったが、2005 年は 53 ヶ月に短縮している。

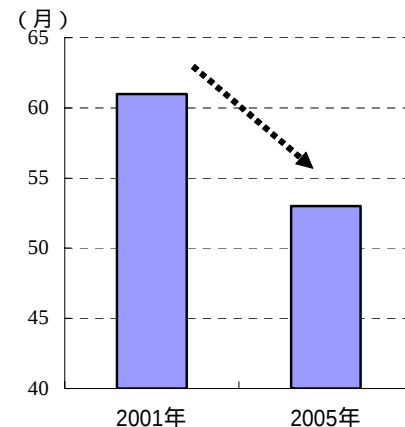
乗用車購入層のこうした行動が、インドの乗用車需要の押し上げにつながっていると見られ、さらに、昨今の低金利に支えられたオートローン拡大も乗用車販売への追い風になっていると見られる。

図表 9 . インドの乗用車購入 購入動機別比率



(出所) Honda SIEL India提供資料

図表 10 . インドの乗用車保有サイクル



(出所) Honda SIEL India提供資料

3) 経済開放・自由化を受けて外資参入が増加

インドは、1990 年以前は外資企業にとって「閉ざされた市場」であった。インドは、前述のように、1947 年の独立以来、閉鎖的で統制色の強い経済政策のもと、外資企業のインド進出は厳しく制限され、乗用車生産も地場企業にしか許可されなかった。しかも、統制色の強い産業政策のもとで 40 年間もモデルチェンジが行なわれないなどの弊害も生まれ、インドの乗用車業界の発展は世界に大きく遅れをとってしまった。

その後、1982 年には、国営自動車会社マルチ・ウドヨグ社に日本のスズキが資本参加し、排気量 800cc の小型乗用車生産を開始した。しかし、それ以外の外国自動車メーカーの参入は、1990 年代まで認められなかった。

1991 年にインド政府が経済開放・自由化へと舵を切った後、外国自動車メーカーのインドへの参入が相次いでおり、日米欧の大手自動車メーカーが相次いでインドでの乗用車生産を開始した。世界第二位の人口を有するインドは、いまや、「最後の巨大市場」として世

界の乗用車メーカーの注目を集めている。

4) インド乗用車市場の特色 ～ 需要の中心は小型車

インドの乗用車市場の大きな特徴は、需要の中心が小型車という点であり、図表 11 のように、ミニとコンパクトの合計で販売台数の約 8 割に達している。小型車が売れ筋である理由として、所得水準が低いいため廉価な小型車への需要が大きいことや、ガソリン価格が日本並みに高価なため燃費の良い小型車が好まれること、さらに、道路が狭く駐車場の整備が遅れているため大型車が敬遠される、といった事情があるものと見られている。最近の乗用車市場では、中・大型タイプへの人気が高まっているものの、小型車の人気はいまだに根強いと見られている。

図表 11. インドの乗用車クラス別・メーカー別生産台数（2004年度）

（単位：台）

カテゴリー	A 1 ミニ	A 2 コンパクト	A 3 中型	A 4 大型タイプ	A 5 プレミアム	A 6 ラグジュアリー	合 計
全 長 (mm)	3400以下	3401～4000	4001～4500	4501～4700	4701～5000	5001以上	
価格帯 (万ルピー)	22	35	50-85	110	120-300	320以上	
代表的なモデル	マルチ800	スィフト	シティ	カロラ	アコード	メルセデス	
【地場メーカー】							
ヒンドスタン・モーターズ	-	-	14,373	2	-	-	14,375
タタ・モーターズ	-	113,210	41,103	-	-	-	154,313
【外資系メーカー】							
ダイムラー・クライスラー	-	-	-	800	872	140	1,812
フィアット・インド	-	-	-	-	-	-	-
フォード・インド	-	-	25,596	-	-	-	25,596
GMインド	-	2,192	13,943	-	-	-	16,135
ホンダ・シエル・カーズ	-	-	33,036	-	3,120	-	36,156
現代モーター・インド	-	189,633	30,712	5,162	1,025	-	226,532
マルチ・ウドヨグ	121,175	309,068	31,491	-	-	-	461,734
スコダ・オート・インド	-	-	-	7,429	-	-	7,429
トヨタ・キルロスカ・モーター	-	-	-	10,423	-	-	10,423
合 計	121,175	614,103	190,254	23,816	5,017	140	954,505

（注）2004年度は、2004年4月から2005年3月末まで

（出所）機械振興協会経済研究所『インド自動車市場・産業の発展と日系自動車企業の戦略的対応に関する調査研究』

ミニ、コンパクトの両カテゴリーでトップシェアを有するのが、スズキが資本参加しているマルチ・ウドヨグ社であり、同社は、乗用車市場全体で見ても半分のシェアを占めている。これに続くのが現代（韓国）であり、コンパクト・タイプの市場では、マルチ・ウドヨグを追走し、中型市場では、日系メーカー各社と激しいシェア争いを繰り広げている。同社は、乗用車市場全体では、マルチ・ウドヨグ社に次ぐ第2位のシェアを有している。

インドの乗用車市場の注目すべき特徴として、中国のような模倣モデルが存在しないことがあげられよう。これは、インドの企業風土として、模倣を嫌い独自商品開発を重視する傾向があること、法制度が整備されており知的所有権侵害への当局の監視の眼が厳しいこと、などが背景になっていると考えられる。インド市場において模造製品などの知的所有権侵害が厳しく監視されていることは、東アジア一帯で中国製模倣製品の被害を受けている日本企業にとっては、大きな利点と考えられよう。

3. ロシアの乗用車市場 ～ 外国車の販売が急増するロシア

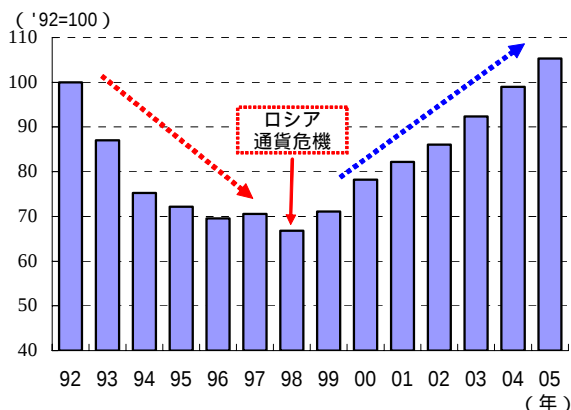
(1) マクロ経済環境 ～ 原油価格高騰を追い風に好調が続くロシア経済

1) 市場経済に移行し個人消費主導で景気拡大

市場経済への移行開始から 14 年を経たロシアでは、経済の拡大局面が続いている。旧ソ連解体後、1992 年に市場経済国として発足した新生ロシアは、1990 年代を通じて経済不振が続いた。急進的な市場経済移行政策に伴い、ハイパーインフレーションや政府の支援を失った国有企業部門の生産活動縮小などの「移行ショック」が発生したうえ、ロシア通貨危機（1998 年）による打撃も重なったためであった。

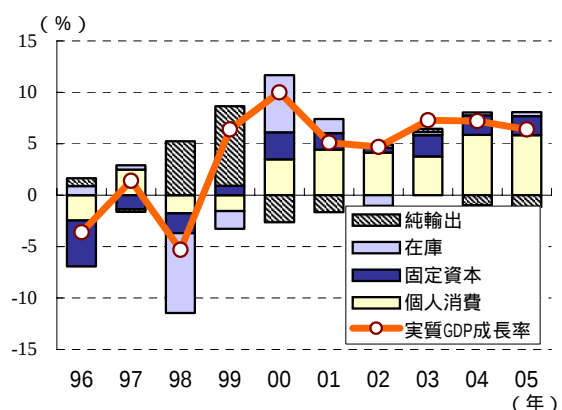
しかし、政権基盤が弱体で社会情勢が混乱しがちであったエリツィン政権時代（1992～2000 年）が終わり、国民の高い支持を受けたプーチン政権（2000 年～）が発足すると、ロシア経済に回復の兆候が見えるようになった。政権基盤の強固なプーチン政権のもとで政治社会情勢が好転したことや、主要輸出品である原油の国際価格が 2000 年以降大きく上昇したことを背景に、ロシア経済は回復に転じており、足元の景気は、個人消費を牽引役に拡大を続けている。

図表 1 2 . ロシアの実質 GDP（'92=100）



（出所）EBRD、ロシア連邦国家統計局

図表 1 3 . ロシアの実質 GDP 成長率と需要項目別寄与度



（出所）ロシア連邦国家統計局

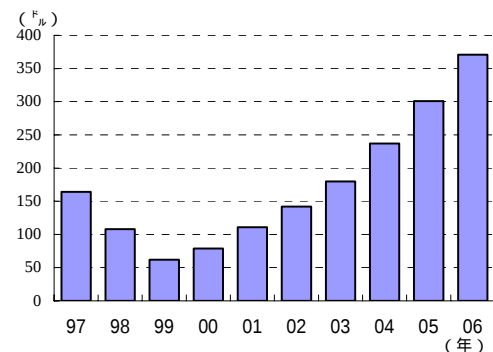
2) 雇用所得環境の改善、平均賃金の上昇

ロシアの個人消費好調の背景として、まず、雇用・所得環境の好転があげられよう。プーチン政権が発足した 2000 年春以降、失業率の低下傾向が続いており、一方、家計実質所得の伸び率は 2 ケタ台で推移している。労働者のドルベースの平均賃金も、足元では、ロシア通貨危機直後（99 年）に比べて 7 倍あまりに増えている。

この他、個人消費を拡大させている要因として、個人資産の退蔵（ドル逃避）が減ったことも指摘されている。1990 年代のロシアでは、政治社会情勢の混乱や巨額の財政赤字などから通貨ルーブルへの国民の信認が低く、ドル買いなどによる資産退蔵が横行した。しかし、近年のルーブル相場の安定や財政収支の好転などから、外貨タンス預金が減少し個

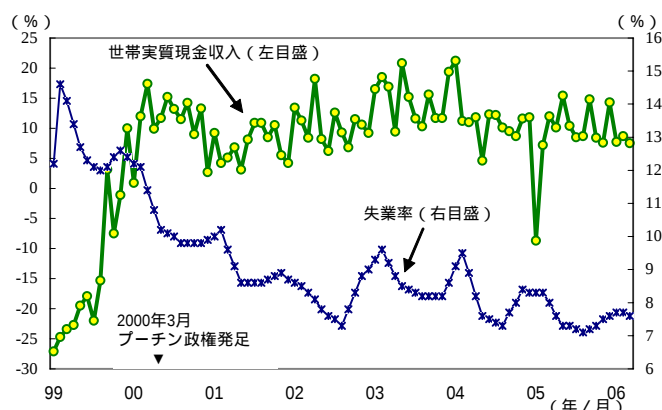
人消費支出の増加に振替わったとされる。

図表 1 4 . 平均賃金の推移



(注) 年間平均値。ただし、2006年は5月分データまで反映。
(出所) Bank of Finland, *Russia Review*

図表 1 5 . 失業率と世帯実質現金収入伸び率（前年同月比）

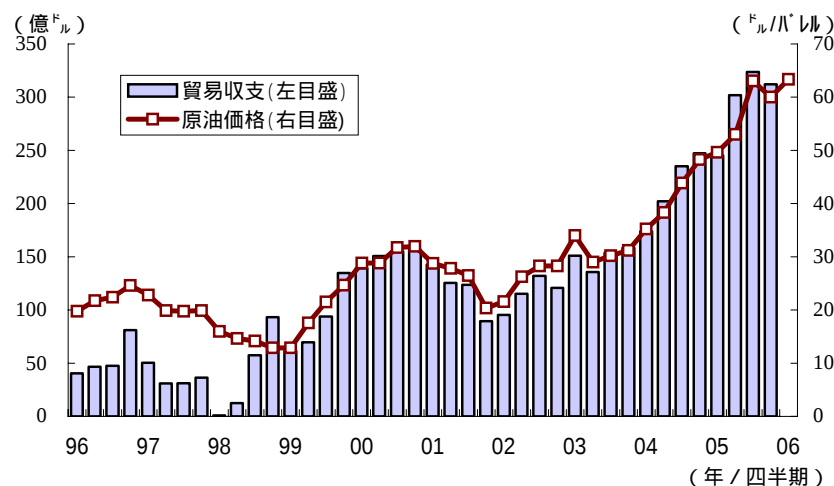


(出所) ロシア連邦中央銀行、Russia Economic and Financial Situation (各月版)

3) 原油価格高騰で経常黒字拡大

しかし、こうした雇用、所得、為替、財政などの要因を好転させ、ロシアにおける景気拡大をもたらした最大の原動力は、原油高であると考えられる。ロシアの輸出額の5割強をエネルギー資源（原油・天然ガス）が占めているため、原油高に伴う輸出額増加で貿易黒字が急拡大し、ロシアへ巨額の所得移転が発生している。これが、国内の流動性を増加させ最終需要の押上げにつながったというのが、ロシア経済高成長の基本的な構図といえよう。

図表 1 6 . 原油価格とロシアの貿易収支の推移



(出所) IMF, International Financial Statistics

4) 高額所得層の増加 ~ 資源関連の企業家を中心とする富裕層の出現

近年のロシアでは、高級乗用車や高価なエレクトロニクス製品などの高額消費財の売行きが好調である。ロシアにおける高額消費財の購入層として重要な役割を担っていると見られるのが、市場経済移行とともに出現した富裕層である。特に、1990年代の市場経済移行期に実施された国有企業の民間売却の際に、鉱物資源関連の国有企業を手中に収めた

人々のなかには、世界的な富豪となっているケースが見受けられる。Forbes 誌が発表した個人資産 10 億ドル以上の富豪の人数を見ると、国籍別では、ロシアが、米国（371 名）、ドイツ（55 名）に次ぐ第三位（33 名）となっている。同誌が発表したロシア国籍の富豪の資産ランキング上位には、石油や金属に関連する企業のオーナーが多いことがわかる。これは、原油をはじめとする鉱物資源の価格高騰が、ロシアに富をもたらしていることを象徴的に示すものといえよう。

図表 17．ロシアの資産10億ドル以上の富豪（世界ランク100位以内）

順位 (世界)	氏 名	総資産 (億ドル)	業種
11	ロマン・アブラモビッチ	182	石油
37	ヴァジット・アレクペロフ	110	石油
41	ウラジミール・リシン	107	石油
44	ヴィクトル・ヴェクセルベルグ	100	石油、金属
50	ミハイル・フリードマン	97	石油、銀行
62	オレーグ・デリバスカ	78	アルミ
64	アレクセイ・モルダショフ	76	鉄鋼
72	スレイマン・カリモフ	71	株式
89	ウラジミール・ポタニン	64	金属
89	ミハイル・プロホロフ	64	金属
93	ウラジミール・イエフツシェンコフ	63	通信
94	ゲルマン・ハン	61	石油、銀行

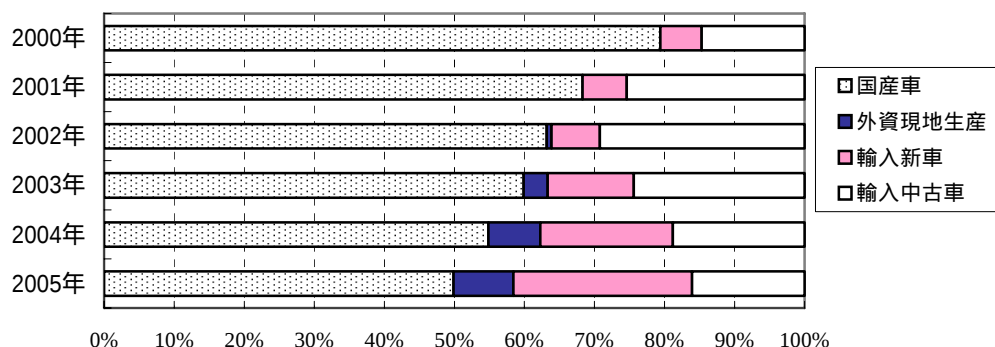
（出所）Forbes Asia（March 27, 2006）

（２）ロシア乗用車市場の現状 ～ 外国車の販売が急拡大するロシア

１）外国車シェアが急増

ロシアにおける個人消費拡大の代表事例のひとつが、近年の外国ブランド乗用車の販売急増である。最近、ロシアでは、中高所得層を中心に、国産車よりも高価な外国車を選択する傾向が強まっており、新車乗用車市場における外国車のシェアが急拡大している。

図表18．ロシア乗用車市場のシェア（国産車、外国車）



（出所）Ernst & Young, The Russian Automobile Market 各年版

ロシアの国産車は、価格面では外国車を大きく下回っている²ものの、デザイン、動力性能、操作性、乗り心地などは外国車に比べて大きく劣り、故障のリスクが高いなど、多

² Ernst Young モスクワ事務所は、ロシアの国産車価格が外国車より大幅に安い理由として、部品メーカーが40年前の設備を使っている（設備償却費が不要）こと、ロシアの自動車メーカーが国際会計基準に準拠しておらず原価計算の方法が国際的慣行と異なっていること、などを指摘している。

くの難点を抱えている。このため、景気拡大による所得増加を背景に、外国車を新規購入する顧客が増加しており、また、国産車ユーザーのなかにも外国車へ買い換える動きが加速している。

図表 19 . 新車平均価格 (ドル)

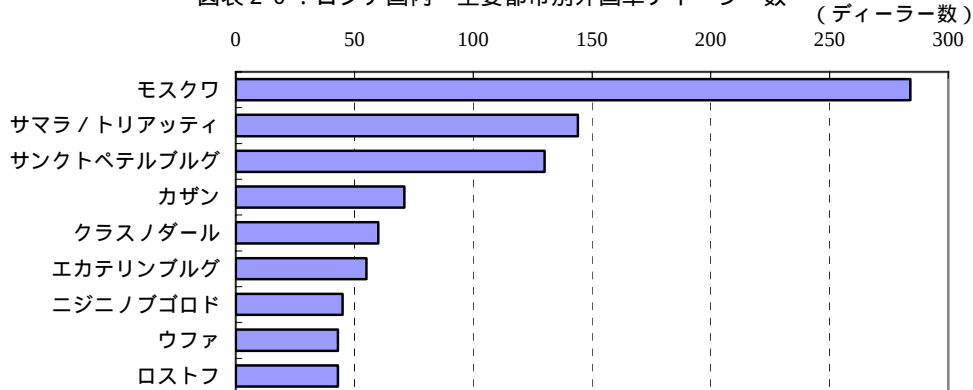
	2002年	2003年	2004年	2005年
国産新車	4,150	5,000	7,800	8,500
輸入新車	17,300	22,500	31,600	23,200

(出所) Ernst & Young

ロシア国内での外国車の最大のマーケットはモスクワ周辺である。外国ブランド乗用車のディーラー数は、ロシア国内ではモスクワが抜きん出て多い。これは、高額消費財市場がモスクワ主導で拡大していることを象徴するものといえる。

モスクワには、旧国有企業の買収により資産家となった人々や、石油会社など好業績企業の本社に勤務し高収入を得ている従業員、外資系企業に勤務し高給を得ているビジネスマンなどの高所得・富裕層が多く集まっていることから、購買力はロシア国内で最も高いと見られている。

図表 20 . ロシア国内 主要都市別外国車ディーラー数



(出所) Ernst & Young, *The Russian Automobile Market 2006*

2) 外国乗用車市場の現状：中型・大型車が主流、売れ筋車種は日、米、韓のモデル

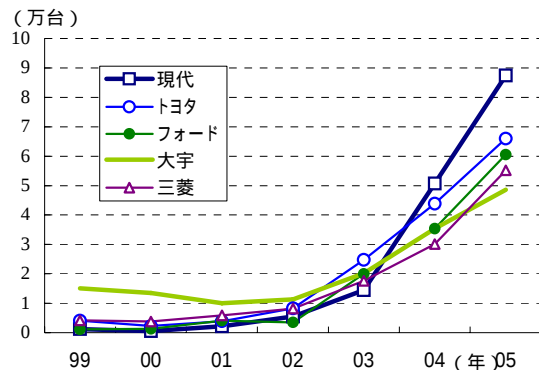
現在のロシアの外国乗用車市場の特徴は、モスクワが主なマーケットであること（市場の偏在）と、インドとは対照的に、中型・大型車の販売が好調なことである。また、モスクワなどに住む富裕層を購入層の中心とする高級ブランド外国車の販売が順調に推移しているのも注目される。

ロシア国内の新車乗用車市場での外国車の販売台数は最近3年あまりの間に大幅に増加している。韓国の現代、大宇、米国のフォード、日本のトヨタ、三菱、といった主要メーカーの販売台数を見ると、ロシアの景気拡大傾向が鮮明になった2003年頃を境に、急増に転じていることがわかる。

外国ブランド乗用車（新車）のモデル別販売台数を見ると、フォード、三菱、現代、大宇などの中型モデル（排気量1500-1600cc程度）が3万台を超え上位にランクされている。

モデル別販売台数でトップの座を保っているのは、米フォードがロシア第二の都市サンクトペテルブルグの自社工場で現地生産している Focus である。

図表 2 1 . 外国新車販売台数推移 (上位 5 ブランド)



(出所) ロシア東欧貿易会

図表 2 2 . 外国新車モデル別販売台数 (2005 年上位 15 モデル)

順位	ブランド	モデル	2005 年 (台)	2004 年 (台)	04 - 05 年 増加率 (%)
1	フォード	Focus	39,774	28,059	41.8
2	三菱	Lancer	39,195	17,502	123.9
3	大宇	Nexia	35,175	25,380	38.6
4	現代	Accent	32,741	20,031	63.5
5	トヨタ	Corolla	22,442	12,973	73
6	日産	Almera	21,822	12,853	69.8
7	現代	Getz	15,178	11,125	36.4
8	大宇	Matiz	13,448	10,018	34.2
9	トヨタ	Camry	12,860	9,797	31.3
10	現代	Elantra	11,704	7,904	48.1
11	マツダ	Mazda 3	11,487	2,701	325.3
12	現代	Sonata	10,890	5,391	102
13	日産	Primera	9,130	7,619	19.8
14	ルノー	Megane	8,751	5,856	49.4
15	トヨタ	Avenis	8,612	6,092	41.4

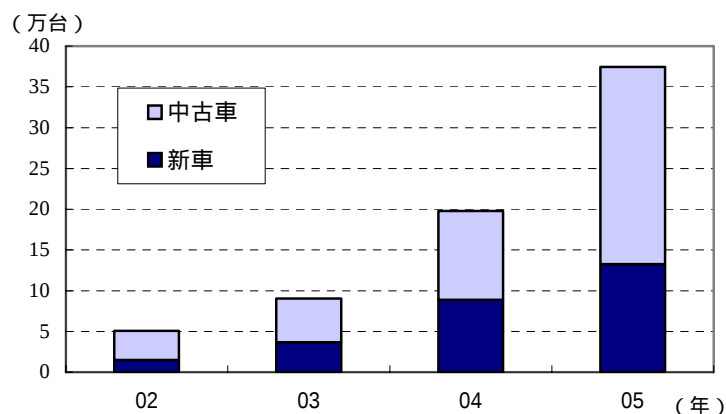
(出所) <http://rating.rbc.ru>

3) 日本からロシアへの乗用車輸出の増加 ~ 増加する新車輸出

好景気に沸き個人消費市場が力強く拡大するロシアに対する日本企業の関心も高まっている。国際協力銀行 (JBIC) の海外直接投資アンケート調査によると、日本の製造業が長期的に有望な事業展開先と見る国のランキングにおいてロシアの順位が近年上昇しており、2005 年度調査では、中国、インド、ベトナムに次ぐ第四位となった。同調査では、日本の製造業が、ロシアを、「グローバル輸出拠点」としてではなく、「国内市場向け生産拠点」として関心を持っていることが示唆されている。日本の自動車メーカーも、ロシアに対して、そのような視点から関心を持っていると考えられる。

実際、日本からロシアへの乗用車輸出は拡大を続けている。以前は、日本からロシアへの乗用車輸出は、年式の古い中古車が中心であった。日本の対ロシア乗用車輸出の大半はいまだに中古車であるが、最近では、新車輸出台数も年間 10 万台を超えるまでに拡大している。

図表 2 3 . 日本からロシアへの乗用車輸出台数



(出所) ロシア東欧貿易会、経済速報No.1359 (2006 年 4 月 5 日)

4) 外資のロシア進出 ～ サнктペテルブルグはロシアのデトロイトに

ロシア市場での外国車需要の高まりを受けて、外国乗用車メーカーのロシア進出が加速する兆しを見せており、日本のメーカーも、ロシア国内での販売・生産拠点確保に乗り出している。

外国メーカーのロシアにおける販売拠点の展開状況を見ると、すでに、フォード、現代、ルノーなどは、モスクワ、サンクトペテルブルグの二大都市だけでなく、地方にも多くのディーラーを展開済みである。他方で、日本メーカーは、出遅れ感があるとされており、今後、ロシア国内での販売網展開を急ぐものと見られている。

一方、生産面では、韓国、フランス、ドイツ、米国の乗用車メーカーがロシアでの組立てを開始しており、日本の自動車メーカーの現地生産への取り組みは遅れていた。しかし、2005年6月に、トヨタが日本の自動車メーカーとして初のロシア国内生産拠点をサンクトペテルブルグに設置することを決定し、2007年末の生産開始に向けて工場建設工事を開始した。また、2006年4月には、日産もサンクトペテルブルグに工場を建設し2009年の生産開始をめざすと発表した。日本の大手2社がロシアでの自社工場による現地生産を決めたことで、今後、自動車部品メーカーのロシア進出も増えてくると予想される。

図表2-4 外資系乗用車メーカーのロシアでの現地生産状況

年	会社名	摘 要
1997	起 亜 (韓国)	Avtotor社での委託生産開始 (SKD)
1998	大 宇 (韓国)	TagAZ社でのライセンス生産開始 (SKD)
1999	B MW (ドイツ)	Avtotor社での委託生産開始 (SKD)
1999	ルノー (フランス)	モスクワ市との合弁企業で生産開始
1999	シトロエン (フランス)	TagAZ社でのライセンス生産開始 (SKD)
2001	現 代 (韓国)	TagAZ社でのライセンス生産開始 (SKD)
2002	フォード (米国)	サンクトペテルブルグに自社工場を建設し乗用車生産開始
2002	G M (米国)	AvtoVAZ社との合弁によりSUV車生産開始
2007	トヨタ (日本)	サンクトペテルブルグに自社工場を建設し乗用車生産開始予定
2008	V W (ドイツ)	カルーガ(モスクワ南西)に自社工場を建設し乗用車生産開始予定
2009	日産 (日本)	サンクトペテルブルグに自社工場を建設し乗用車生産開始予定
時期不詳	G M (米国)	サンクトペテルブルグに自社工場を建設し乗用車生産開始予定

(出所) 各種資料より三菱UFJリサーチ & コンサルティング調査部作成

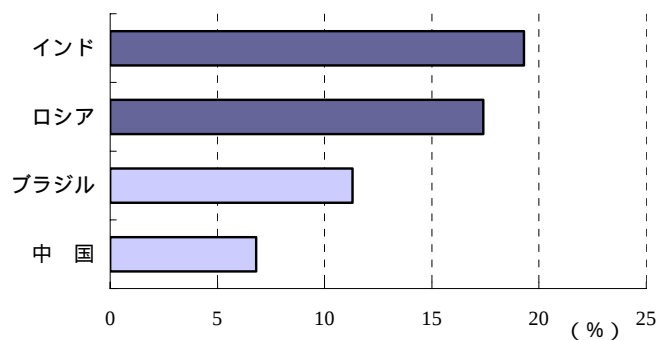
4. インドとロシアの乗用車市場の今後の展望と課題

(1) 市場拡大が期待できるインドとロシア

1) 富裕層の増加率が高く乗用車需要の高い伸びが見込まれるインドとロシア

乗用車のような高額消費財の需要伸び率は、主な購入層となる高所得層人口の増加率によって大きな影響を受けると考えられる。インドとロシアは、BRICsのなかでも、富裕層人口の増加率が高いことから、今後も乗用車需要が高い伸びを示すものと予想される。

図表25. BRICs諸国の富裕層(HNWI)の人数増加率(2004→2005年)



(注) HNWI (High Net Worth Individual) とは百万ドル相当以上の金融資産を保有する個人
 (出所) Capgemini & Merrill Lynch, 2006 World Wealth Report

2) 乗用車購入層拡大の重要なポイントは購入者向け金融サービスの普及

今後、インドとロシアが世界有数の乗用車市場に成長するためには、乗用車購入層の拡大(富裕層→その下のミドルクラスへ)が必要であろう。それには、乗用車購入のための金融サービス拡充が重要なポイントとなる。

個人向け金融サービスが本格展開するには、まず、金融システムが健全に機能していることが前提となる。その点、英領時代からの長い歴史があるインドの金融システムには特に問題がないと考えられる。一方、ロシアについては、法制度の整備が不十分であり市場経済に適合した銀行システムが確立されたと言えない状態である。しかし、ロシアも、まもなく実現すると見られる WTO 加盟を契機に、金融などサービス分野への外資参入規制を緩和し、法制度をグローバル・スタンダードに近づける作業を加速する見込みである。このため、ロシアでも、中長期的には、外資系銀行の参入などによって乗用車購入ファイナンスを含む個人向け金融サービスが本格的に拡大し、乗用車購入を後押しするものと予想される。

3) 乗用車普及にむけた大きな政策課題は道路交通インフラ整備

ただし、乗用車需要拡大には、道路交通インフラの整備が欠かせない。インドも、ロシアも、大都市の市街地では、乗用車の増加にともなって交通渋滞が深刻化しており、道路網の整備や駐車場の確保が喫緊の政策課題となっている。こうした道路交通インフラの整

備が遅延すれば、モータリゼーション進展によって、都市機能が麻痺する事態もありうる
と懸念される。

(2) 日本メーカーのインド、ロシアでの現地生産における課題

～ 現地調達率の向上：裾野産業をいかに整備・育成するか

日本の乗用車メーカーは、相次いでインドとロシアでの生産能力増強に乗り出している。
今後のインド・ロシア市場における乗用車販売の成否は、現地生産を軌道に乗せることが
できるかどうか大きく左右されるといえよう。

自動車産業は、電子産業などとは違い、部品特性の問題（部品の寸法・重量が大きく輸送
に不向きである）から、生産に際しては、部品の現地調達率向上が重要なポイントとなる。

インドには、すでに日本の部品メーカーが進出しており、インドで現地生産している日
本車の主力車種については、いずれも現地調達率は 70% を超えている³。

一方、ロシアについては、日本車の現地生産本格化は、トヨタ（2007 年末稼働予定）と
日産（2009 年稼働予定）による工場立ち上げ後となる。ロシアにおける既存の自動車部品
産業の技術水準は、現時点では日本の自動車メーカーの要求水準に達していない。このた
め、両社とも、当面は、輸入部品を主体に調達し乗用車を組立てるが、その後の課題とし
て、ロシアでの裾野産業（工作機械産業、金型産業、部品産業）をいかに育成できるかが
問われることとなる。

今後、日本の自動車産業が、品質・コスト面で高い競争力を生み出す「ものづくり」の
技法をロシアでどのように定着させて行くかが注目される。

以上

³ 日経産業新聞報道（2005/8/16）および当社のインドにおけるヒアリング調査に基づく。