

静岡県西部地域しんきん経済研究所トピックス

2011年2月23日

県西部地域 自動車部品産業の環境変化調査結果

静岡県西部地域しんきん経済研究所（理事長 山本長行、以下県西部しんきん経済研究所）は、静岡県西部地域の自動車部品関連製造業を対象に行った「自動車部品産業の環境変化」に関する調査結果をまとめましたのでご案内します。

1. 調査概要

調査対象 静岡県西部地域の自動車部品関連企業 951 社（回答企業 878 社 回答率 92.3%）

調査方法 調査票による面接徴収法（遠州信用金庫、浜松信用金庫が実施）

調査時期 2010年11～12月

2. 調査結果の概要

- ✓ 浜松地域の中小製造業者は全体で見ると、顧客に求められる品質や納期に対する対応力は強いが、新たな技術や工法を用いての主体的な挑戦が弱い。既存の経営環境が右肩上がり成長する時代には強みを発揮できるが、技術革新などの環境変化にはもろい地域といえる。なお従業員 200 人以上の企業は新たな技術や工法にも強みを持っている。
- ✓ 「完成車メーカーの海外現地生産の拡大」「コストダウン要請」「海外での部品調達率の上昇」が現在の経営に悪影響を及ぼしている。5年後もこの傾向は変わらない。
- ✓ 10年後に予想される悪影響（単一回答ベース）は、「完成車メーカーの海外現地生産の拡大」「海外での部品調達率の上昇」に次いで「電気自動車の普及」が台頭してくる。
- ✓ 「国内の仕事が海外に出ていく」懸念は10年後も不変だが、今後は「海外から入ってくるものに国内の仕事が奪われる」懸念も視野に入れる必要がある。
- ✓ 国内新車販売で、ハイブリッド車と電気自動車の合計のシェアが50%を超える時期は、「10年以内」と予想する企業が6割。電気自動車は「15年以内」と予想する企業が過半数。ハイブリッド車と電気自動車の合計普及予想は、概ね政府目標と同程度。電気自動車の普及予想は、政府目標よりも大幅に早い普及ペースを予想。危機感が高いと捉えることもできるが、正確な情報収集ができていない可能性がある。
- ✓ 浜松地域にとって、ハイブリッド車よりも電気自動車の方が、対応が難しい。特に、業務分野がエンジン本体の構成部品、エンジン関連部品、駆動系・伝達系・操舵装置部品の企業は対応が難しい。
- ✓ 自社の成長戦略で最も多かったのは「新しい納入先（自動車関連）の開拓」。次いで「自動車以外の方針進出」が多かった。電気自動車関連分野に参入しようとする企業は少数だった。

本件のお問い合わせ先

432-8036 浜松市中区東伊場2-7-1 浜松商工会議所会館9階

静岡県西部地域しんきん経済研究所 間淵

TEL 053-452-1510 FAX 053-401-6511

自動車部品産業の環境変化

時計の針を2006年2月に戻したとしよう。当然、リーマン・ショックなる言葉は存在しない。日本は戦後最長の景気拡大期の最中で、県西部地域の製造業も残業・休日出勤のフル稼働状態が続いている。円は1ドル115円前後で推移し、産業の空洞化問題は忘れ去られ、国内各地では大規模工場の誘致合戦が繰り広げられている。

そのような状況下で、5年後（2011年）の自動車業界を予想してみた。予想は次の6つ。

- ①スズキの海外生産が国内生産を上回っている。
- ②トヨタの生産台数がGMを抜いて世界1位となっている。
- ③中国の自動車販売台数がアメリカを抜いて世界1位となっている。
- ④国内新車販売ランキングでハイブリッド車のプリウスが1位となっている。
- ⑤GMが経営破綻。トヨタが赤字に陥った時期もあった。
- ⑥スズキは、GMではなくフォルクスワーゲンと包括提携を結んでいる。

恐らく、確実に当たると思われるのは、①のみであろう。もしかしたら、②が実現する可能性もあるだろう。③④は、10年後ならともかく、5年後の予想としては無理があると思われるだろう。⑤のような予想は空想の世界と笑われるだろう。⑥にいたっては、そのような空想自体不可能だったはずだが、予想として挙げてみた。

御承知の通り、①～⑥の予想はすべて現実のものとなっている。細かく分ければ「予想された環境変化が現実になった」「予想以上のスピードで環境変化が起きた」「信じられないことが起きた」「予想もできなかったことが起きた」ということだが、一括りでいえば「自動車業界は激変の最中にある」といえよう。

いうまでもなく、自動車産業は、県西部地域の製造品出荷額等の約5割を占める主要産業である。激変の最中、自動車産業の行方を占うことは不可能に近いが、自動車産業に関連する中小企業が「どのように現状を捉えているか」を探ることは可能だ。そこで、自動車部品産業を中心とした中小製造業者に対しアンケート調査を行い、県西部地域や中小企業の現状と課題を探ってみた。

調査概要

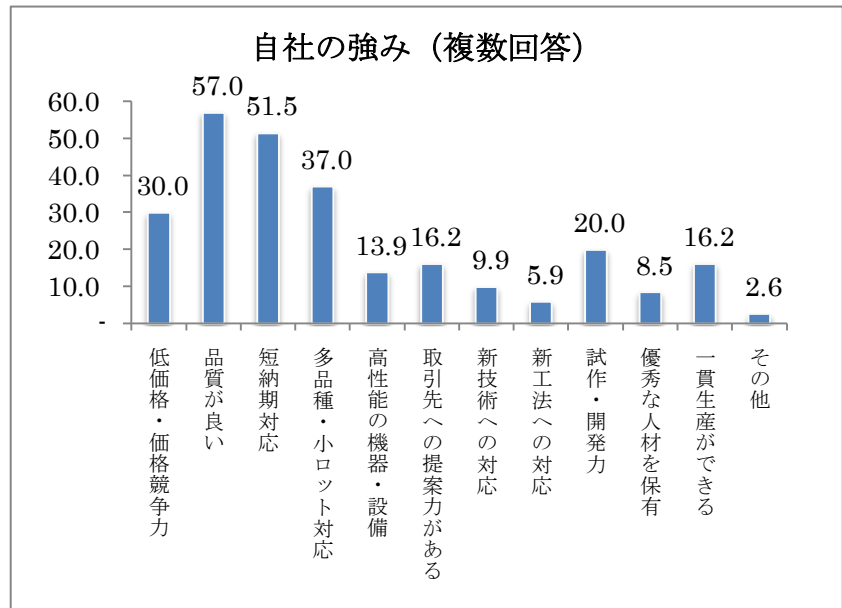
- | | |
|-------|-------------------------------|
| 調査対象 | 遠州信用金庫、浜松信用金庫の取引先製造業者 951 社 |
| 調査方法 | 調査票による面接徴収法（遠州信用金庫、浜松信用金庫が実施） |
| 調査時期 | 平成 22 年 11～12 月 |
| 回答企業数 | 878 社（回答率 92.3%） |

自社の強み —カイゼン活動は強いが、環境変化に弱い—

自社の強みについてたずねたところ、「品質が良い」が 57.0%で最も高く、次いで「短納期対応」(51.5%)、「多品種・小ロット対応」(37.0%)、「低価格・価格競争力」(30.0%)となった。一方、回答割合が低かった項目をみると、「新工法への対応」(5.9%)、「優秀な人材を保有」(8.5%)、「新技術への対応」(9.9%)の順番で低かった(その他除く)。

以上のことから、浜松地域の中小製造業者は全体でみると、顧客に求められる品質や納期、コストに対する対応力が強く、地道なカイゼン活動には自信があるものの、新たな技術や工法を用いての主体的な挑戦は弱いことがうかがえる。

リーマン・ショック前まで、県西部地域の自動車部品産業は、厳しいQCD(品質・コスト・納期)要求はあったものの、量の面からみれば右肩上がりの成長をしてきたとあってよい。そのような時代が日本国内において、まだまだ続くのなら既存の強みを活かすことで、更なる発展を遂げることができるかもしれない。しかし、電動化の流れ、部品軽量化の動き、新興国需要の増大とグローバル調達といった流れに対しては、現在の強みでは通用しない。今後起こりうる環境変化に対応するためには、弱点の強化が課題となる。



従業員規模別にみた自社の強み (複数回答)

従業員規模別	n	低価格・価格競争力	品質が良い	短納期対応	多品種・小ロット対応	高性能の機器・設備	取引先への提案力がある	新技術への対応	新工法への対応	試作・開発力	優秀な人材を保有	一貫生産ができる	その他
		10人未満	457	23.6	51.0	53.4	33.0	6.6	11.6	7.2	1.8	15.5	7.0
10~29人	226	36.3	62.4	54.4	39.4	20.8	14.2	7.1	6.2	16.8	8.8	18.1	1.8
30~49人	76	34.2	68.4	47.4	39.5	25.0	25.0	25.0	9.2	39.5	13.2	14.5	0.0
50~99人	56	39.3	64.3	41.1	48.2	19.6	28.6	7.1	7.1	28.6	8.9	41.1	3.6
100~199人	37	35.1	43.2	24.3	48.6	10.8	37.8	13.5	24.3	16.2	13.5	56.8	2.7
200人以上	23	39.1	65.2	47.8	21.7	39.1	30.4	39.1	39.1	56.5	4.3	39.1	0.0

従業員規模別の強みを比較してみる。全体で割合の高かった「品質が良い」「短納期対応」は、従業員規模別の特徴はみられない。「低価格・価格競争力」も従業員規模別の特徴はない。いわゆるQCDは、自動車部品産業にとって最低限の必要条件であり、差別化要因にならない。

一方、全体で割合の少なかった項目は、従業員規模別で差がみられた。従業員200人以上の企業は、「新技術への対応」「新工法への対応」を挙げる割合が4割弱(39.1%)あった。「試作・開発力」(56.5%)の回答割合も高かった。「新技術への対応」は、30~49人規模の企業でも25.0%あったため一概にはい

えないが、傾向としては従業員規模が小さくなるほど、新技術・新工法への対応が難しくなる。

「現在」「5年後」「10年後」の経営に悪影響を及ぼす外部要因

経営に悪影響を及ぼす最大要因を「現在」「5年後の予想」「10年後予想」に分け、それぞれたずねてみた。まず、現在の経営に悪影響を及ぼす最大要因は、「完成車メーカーの海外現地生産の拡大」を挙げる割合が最も高く、次いで「コストダウン要請」「海外での部品調達率の上昇」の順となった。この3項目が他の項目を大きく引き離している。現時点では「電気自動車の普及」「完成車の逆輸入」を挙げる割合は低い。

5年後に予想される悪影響も、上位3項目は「完成車メーカーの海外現地生産の拡大」「コストダウン要請」「海外での部品調達率の上昇」の順番で現在と変わらない。

10年後に予想される悪影響は「完成車メーカーの海外現地生産の拡大」「コストダウン要請」「電気自動車の普及」の順となり、現在、5年後では少数意見だった「電気自動車の普及」が上位に入ってきた。

現在と10年後の比較で、割合の増減が目立つのは「電気自動車の普及」（増加）と「コストダウン要請」（減少）。電気自動車は、発展途上の技術であり、充電インフラも整備されていないなど、まだまだ課題は多いが、10年後にはある程度普及し経営に悪影響を及ぼすと回答企業は予想している。

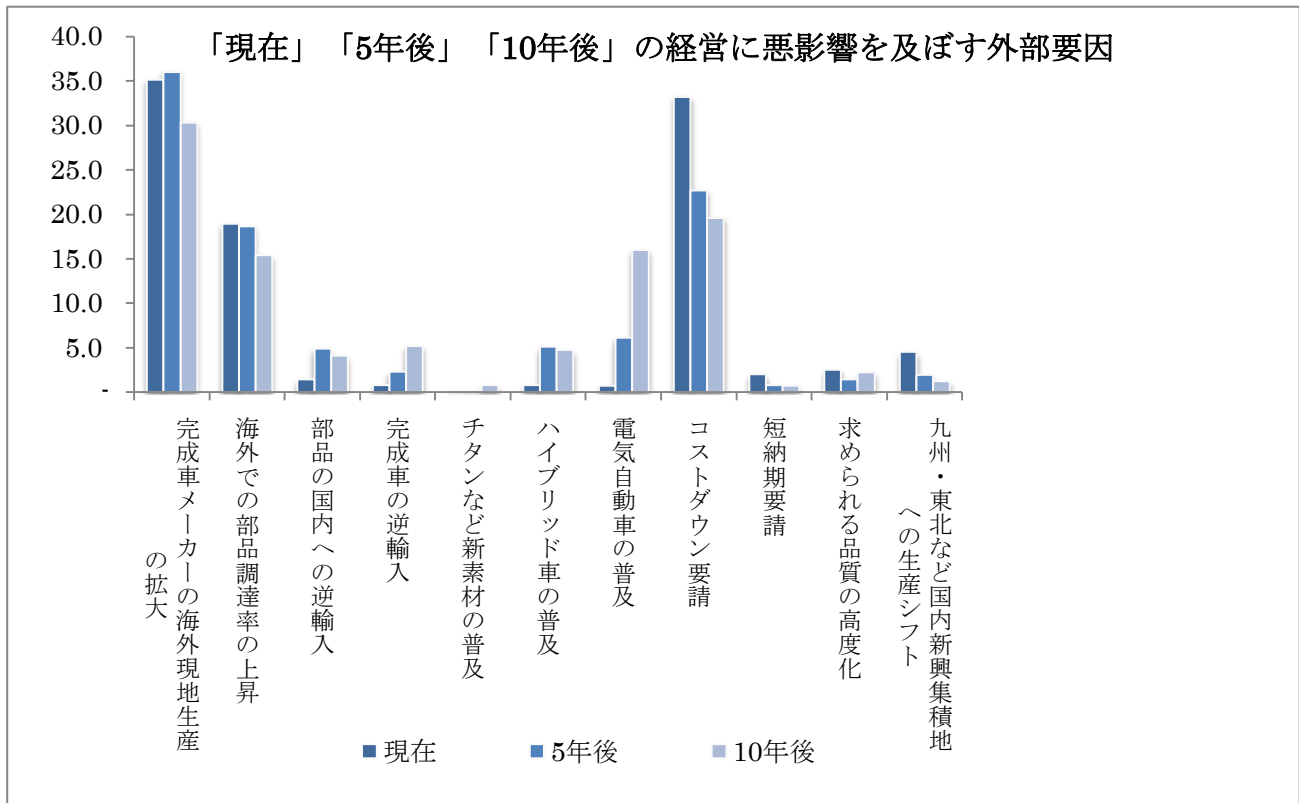
また、現在、5年後までは「電気自動車の普及」と「ハイブリッド車の普及」は、いずれも回答割合が低く、似たような傾向がみられたが、10年後の段階では、「電気自動車の普及」の回答割合が高まるのに対し、「ハイブリッド車の普及」を挙げる割合は高まらない。なお、ハイブリッド車といっても、厳密に言えば多種多様であり一括りにできないが、電気自動車の普及と比較すると、悪影響を及ぼす影響は小さいといえる。

「コストダウン要請」は、10年後も「完成車メーカーの海外現地生産の拡大」に次いで回答割合が高いが、回答割合は徐々に低くなっている。ただし、調査結果からは導き出せないものの、コストダウン要請が弱まることを意味するものではないと推測する。コストダウン要請とは、受注があることが大前提の要請である。しかし、海外現地生産の拡大による受注減少や、部品点数が減少する電気自動車が普及すれば、コストダウン以前の問題が発生することになるため、回答割合が低下したものと思われる。

「完成車メーカーの海外現地生産の拡大」「海外での部品調達率の上昇」の回答割合は、10年後になると若干低下する。逆に「部品の国内への逆輸入」「完成車の逆輸入」は少数意見にとどまるものの、回答割合は増加している。「国内の仕事が海外に出ていく」懸念は10年後も不変だが、今後は「海外から入ってくるものに国内の仕事が奪われる」懸念も視野に入れなければならない。

図表 「現在」「5年後」「10年後」の経営に悪影響を及ぼす外部要因（複数回答）

	現在	5年後	10年後
完成車メーカーの海外現地生産の拡大	35.1	36.0	30.3
海外での部品調達率の上昇	18.9	18.6	15.4
部品の国内への逆輸入	1.4	4.9	4.1
完成車の逆輸入	0.8	2.3	5.2
チタンなど新素材の普及	0.1	0.2	0.8
ハイブリッド車の普及	0.8	5.1	4.7
電気自動車の普及	0.7	6.1	16.0
コストダウン要請	33.2	22.7	19.6
短納期要請	2.0	0.8	0.7
求められる品質の高度化	2.5	1.4	2.2
九州・東北など国内新興集積地への生産シフト	4.5	1.9	1.2



次世代自動車の普及予想（国内での販売割合が50%を超える時期）

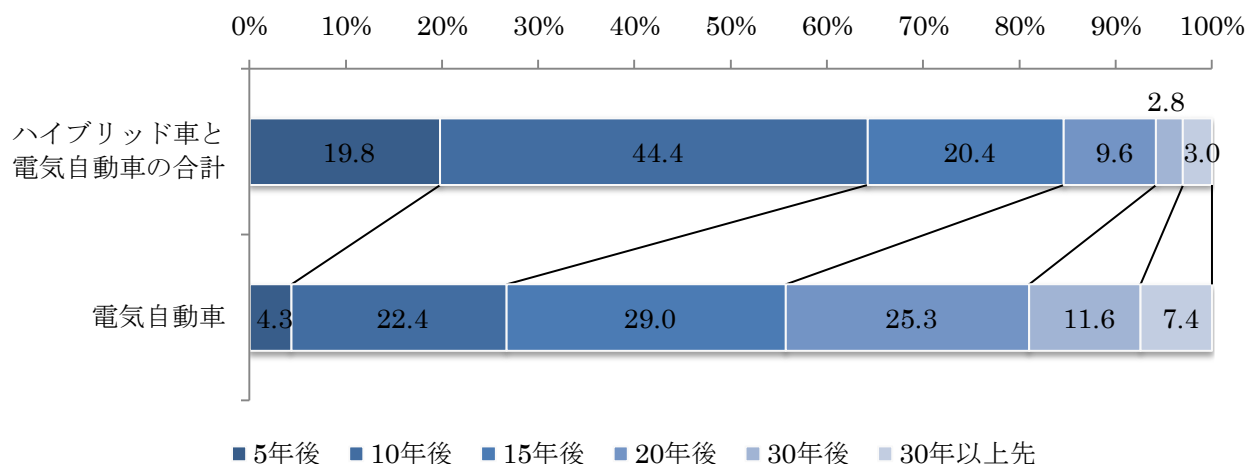
次世代自動車の国内での販売割合が50%を超える時期についてたずねたところ、ハイブリッド車と電気自動車の合計では、「10年後」（44.4%）と回答する割合が最も高く、「5年後」（19.8%）も含め、10年以内と予想する割合が64.2%となった。

電気自動車は意見にバラツキがみられたが、「15年後」（29.0%）と回答する割合が最も高く、5年以内、10年以内も含め、15年以内と予想する割合が55.7%となった。

経済産業省がまとめた「次世代自動車戦略2010」の政府目標によると、次世代自動車が2020年（10年後）の乗用車新車販売台数に占める割合は最大で50%となっている。「次世代自動車普及戦略2010」の次世代自動車には燃料電池自動車、クリーンディーゼル自動車が含まれているが、割合は1割にも満たず、実質ハイブリッド車と電気自動車の合計と考えてよい。本調査のハイブリッド車と電気自動車の合計の普及予想は、概ね政府目標と合致している。

電気自動車の政府目標（プラグイン・ハイブリッド車含む）は、2020年（10年後）の段階で、販売シェアが最大20%、2030年（20年後）の段階でも最大30%にとどまっている。また、電気自動車の開発に力を入れている日産のCEOは、「電気自動車の世界シェアは2020年に10%」と予想している。日産CEOの発言は世界シェアのため単純比較はできないが、政府目標と比較しても、本調査の回答企業は早いペースでの普及を予想している。危機感が高いと捉えることもできるし、事実ハイブリッド車は予想以上のスピードで普及が進んでいる。しかし、リチウムイオン電池の性質、充電インフラの整備等、電気自動車の本格普及にはまだまだ課題が多く、それらの正確な業界・技術動向の情報収集ができていない可能性もある。

次世代自動車の国内販売割合が5割を超える時期



参考 2020～2030年乗用車車種別普及目標(政府目標)

	2020年	2030年
従来車	50～80%	30～50%
次世代自動車	20～50%	50～70%
ハイブリッド車	20～30%	30～40%
電気自動車 プラグイン・ハイブリッド車	15～20%	20～30%
燃料電池自動車	～1%	～3%
クリーンディーゼル自動車	～5%	5～10%

次世代自動車戦略研究会「次世代自動車戦略2010」

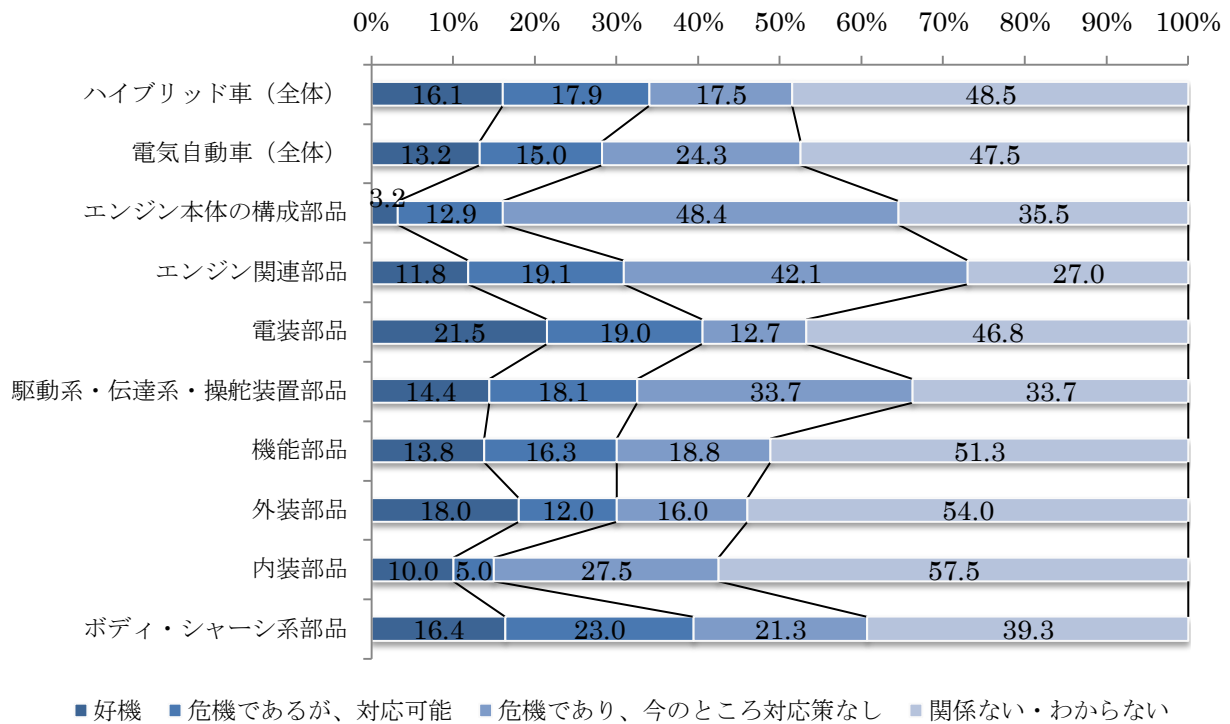
次世代自動車が普及した場合の影響

県西部地域にとって、ハイブリッド車よりも、電気自動車の方が対応困難といえる。「危機であり、今のところ対応策なし」の回答割合を比較すると、ハイブリッド車の17.5%に対し、電気自動車は24.3%と高くなっている。

電気自動車が普及した場合の影響を部品分野別にみると、部品が不要になるといわれている「エンジン本体の構成部品」「エンジン関連部品」「駆動系・伝達系・操舵装置部品」は「危機であり、今のところ対応策なし」の回答割合が高くなっている。

この結果から、機械金属加工系の中小企業が集積する県西部地域にとって、「電気自動車の普及は危機である」といえる。ただし、部品点数が削減されるのは、電気自動車に限ったことではない。ガソリン車においても、既存部品の電動化は粛々と進んでいることを忘れてはならない。

次世代自動車が普及した場合の影響
(部品分野別の影響は電気自動車が普及した場合の影響)

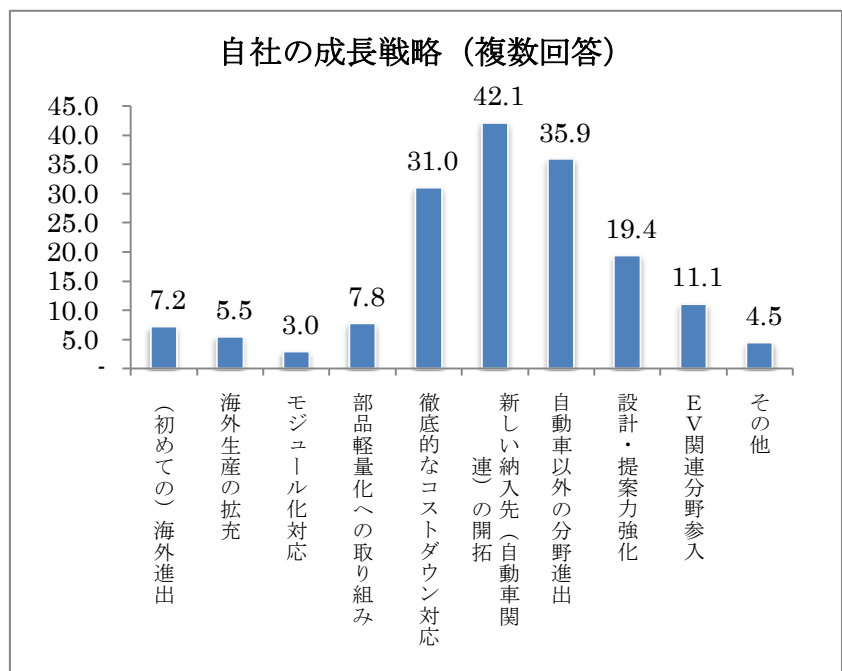


自社の成長戦略

自社の成長戦略をたずねたところ、「新しい納入先（自動車関連）の開拓」（42.1%）と回答した割合が最も高く、既存の業務分野の販路開拓で成長していこうとする姿がうかがえる。「EV関連分野参入」は11.1%にとどまった。

回答企業全体で見ると、「(初めての) 海外進出」「海外生産の拡充」「モジュール化対応」「部品軽量化への取り組み」は少数意見だが、従業員規模が大きくなるほど回答割合が高まる傾向がみられた。

従業員 200 人以上の企業に限ってみれば、「部品軽量化への取り組み」「設計・提案力強化」（いずれも 34.8%）、を挙げる割合が



同率で最も高く、次いで「(初めての) 海外進出」「海外生産の拡充」「徹底的なコストダウン対応」（いずれも 26.1%）となった。一方、「自動車以外の分野進出」は 8.7%と低く、「新しい納入先（自動車関連）の開拓」（17.4%）も他の従業員規模と比較して低い。従業員 200 人以上の企業は、特定の完成車メーカーの分業構造に固定化されてしまっている反面、完成車メーカーの経営戦略に追随できる体力があると

いえる。

「(初めての) 海外進出」「海外生産の拡充」を従業員規模別にみると、「(初めての) 海外進出」は従業員 200 人を境に、それ以下の企業は回答割合が低くなる。既に海外生産を行っている企業の「海外生産の拡充」は従業員 100 人を境にそれ以下の企業は回答割合が低くなる。従業員 100 人以下の企業にとって海外進出は簡単でないことがうかがえる。とはいえ、従業員 30～49 人の企業でも「(初めての) 海外進出」を挙げた企業が 11.8%あり、個々にみれば小規模企業でも現状を打破するため海外進出を図ろうとする企業は存在する。ただし、従業員 10 名未満の企業になると、海外進出は現実的な選択ではない。

従業員規模別にみた自社の成長戦略（複数回答）

	n	(初めての) 海外進出	海外生産の拡充	モジュール化対応	部品軽量化への取り組み	徹底的なコストダウン対応	新しい納入先（自動車関連）の開拓	自動車以外の分野進出	設計・提案力強化	E/V関連分野参入	その他
従業員規模別											
10人未満	457	1.8	1.3	0.7	3.1	18.4	28.9	24.7	13.6	6.6	3.3
10～29人	226	8.0	3.1	2.2	4.0	30.5	40.7	32.3	13.7	9.7	4.9
30～49人	76	11.8	5.3	3.9	10.5	28.9	39.5	36.8	21.1	6.6	1.3
50～99人	56	8.9	8.9	5.4	7.1	37.5	33.9	32.1	16.1	17.9	3.6
100～199人	37	10.8	27.0	10.8	29.7	35.1	43.2	40.5	24.3	21.6	2.7
200人以上	23	26.1	26.1	13.0	34.8	26.1	17.4	8.7	34.8	8.7	4.3

最後に

リーマン・ショックを境に、自動車産業を取り巻く環境は激変したと思われがちだが、リーマン・ショックがあろうがなかろうが、需要の新興国シフトや自動車の電動化は粛々と進んでいたはずである。リーマン・ショック直後は未曾有の生産調整に見舞われ、非常に厳しい状況に陥ったが、幸か不幸か「ゆでガエル状態」に陥らず、地域全体で危機感を共有できたと考えたい。

よって、途中のプロセスを省き、「宇宙航空、医療機器、ロボット、環境分野への進出」「光産業との融合」「アジアを内需と考える」「軽量化に対応する新素材への挑戦」などの安易な提言を行っても意味がない。今回の調査結果を、地域に還元することで、情報と危機感を共有し、皆様方と打開策を考えていきたい。