

方 飛卡(東京国際大学商学博士)

中国自動車流通のダイナミックス
自動車「ディーラー・システム」の実証分析

八千代出版 2014.8. 5, 150p.

本書の目的は自動車産業、自動車メーカー、ディーラーの視点に基づいて改革開放以来の中国の自動車ディーラー・システムがどのように変容してきたのかを明らかにすることにある。本研究は歴史的概観をしながら、中国のディーラー・システムの変容について実態調査に基づく分析を行ったという点で、そのオリジナリティがある。また、本書では自動車メーカー及びディーラーの戦略が自動車の流通システムの発展経路にどのような影響を及ぼしているのかについて多数のインプリケーションが提示されている。本書の内容をまとめると、以下の通りである。

まず、第1章では自動車のフランチャイズ・システムとディーラー・システムに関する定義がなされ、第2章では中国の自動車流通の発展とディーラー・システムの時代別の特徴について詳細に分析されている。本書によれば、中国のディーラー・システムは計画経済期(1949～1978年)、初期混沌期(1979～1999年)、ディーラー・システムの確立期(2000年～2008年)、ディーラー・システムの変容期(2008年以降)に分けられる。ディーラー・システムの確立期にホンダが導入した4S店は、中国のディーラー・システムの発展に大きく貢献し、この時期から中国のディーラー・システムは4S店が中心となってきた。さらに、中国自動車市場の

急成長により自動車交易市场もこの時期に登場し、中国の自動車流通はより大規模化と集中化が進んだ。その後、ディーラー・システムの変容期では4S店が自動車交易市场に取り込まれ、流通システムが多様化された。第3章では、マクロの視点から見るディーラー・システムの変容について記述がなされている。本書は中国における自動車市場の複雑性と地域別に消費者の主体が異なる点について詳細に分析し、このような環境に適応するため、自動車ディーラー・システムが変容してきたと論じている。

第4章は、メーカーの視点から見るディーラー・システムの変容について明らかにしている。本章では、ドイツ系、日系、韓国系、地場系の自動車メーカーのチャネル政策とディーラー・システムを詳細に分析することによって会社別にディーラー・システムがどのように進化してきたのかが示されている。その結果、上海VW、上海GM、東風日産、北京現代のディーラー・システムは二級店を4S店のサテライト店に転換させているという点で極めて類似していることが分かった。他方、トヨタとホンダは4S店の延長方式でサテライト店を展開し、4S店と同等のサテライト店の管理と出資をしている。外資系と民族系も下部組織へ権限移転とディーラー網への管理強化を同時に図っている点は、中国のディーラー・システムにおいて共通する現象であろう。

第5章の特徴はこれまでの先行研究とは異なって、ディーラーの視点から自動車流通について議論している点にある。中国では、メーカーに匹敵する大規模なディーラーが存在する。本章は、大規模ディーラーとして中昇集団、龐大汽貿集団、広匯汽車服務を取り上げ、中国におけるディーラーの大規模化の原因について事例

研究を行っている。大規模化の原因としては、ディーラーの収益性の高さ、ディーラー・グループの資本調達力、4S店への新規出店への困難性が挙げられる。大規模化した中国のメガディーラーは自動車メーカーの支配から脱皮するため、輸入車販売、中古車販売、快修店の展開などを行っている。

第6章は、中国の自動車取引市場の発展とディーラー・システムの変容について記述している。中国の自動車取引市場は自動車の自由市場であり、多数の自動車販売業者が一カ所に集まっている商業集積である。本章では、主に自動車取引市場の発展について考察した上、自動車取引市場の実態調査に基づいたディーラー・システムの変容を分析している。特に、この章で興味深い内容は、4S店と自動車取引市場の融合に関する事例研究である。事例研究では北京、上海、広州、温州の自動車取引市場の特徴を踏まえた上、自動車取引市場の優位性と問題点が論じられている。本書は自動車取引市場がテナント数の多さだけでなく、店舗形態及びサービスの機能の面で大きな意義を有しており、ディーラー間の一定レベルの競争を強化することにより自動車流通全体の効率化に貢献していると結論づけている。

本研究は中国の自動車ディーラーの歴史的な変容と現状について分析した貴重な研究であるという点で評価できるが、内容の面において若干の課題も残っている。以下では、本書の課題について検討してみる。

まず、自動車ディーラー・システムの変容が自動車メーカー及びディーラーの競争力向上にどのような影響を及ぼしているのかについて詳細なデータと分析がなされていない点がある。自動車ディーラー・システムは自動車メーカー

とディーラーの競争力と深く結びついており、自動車の流通チャネルの巧拙が自動車メーカー及びディーラーの競争力に大きく影響を与えると考えられる。

また、自動車流通の変容とダイナミズムについて一貫したフレームワークに基づく仮説が示されていない点がある。自動車メーカーとディーラーの視点からディーラー・システムを研究した点において本書はオリジナリティが高いものの、研究内容が現状分析と歴史分析に止まっている点が課題として残る。

(大阪市立大学創造都市研究科教授 朴 泰勲)