

中国自動車金融市場における現状と展望

自動車金融は自動車の製造、販売、消費、レンタル及び中古車サービス等の全過程を統括している。しかし、中国自動車金融の産業チェーンにおいては、まだ発展の余地があり、自動車の製造、販売金融や自動車保険等に関わる分野を除いては、自動車消費金融の占める割合は低く、レンタル一般については初期段階で、中古車金融による中古車市場は全くの未発展であると言えるだろう。

国内の自動車金融、特に自動車消費金融は、かつて不良債権の大幅な拡大に打撃を受け、銀行は自動車信用への悪影響を直ちに收拾したが、国内の自動車産業は一大転換期に直面し、自動車金融は今まさに急速な発展期を迎えようとしている。産業規模からすると、2012年の自動車金融の発展速度は34%を超えて4220億元となり、2013年度は前年度に比べ35%増加し、5697億元にも達した。今後発展は安定期を保持すると見込まれ、自動車金融は自動車産業における新たな収益源として、自動車業界に関わる金融の就業規則の発展目安になるであろう。

図1 中国自動車金融市場フロー図



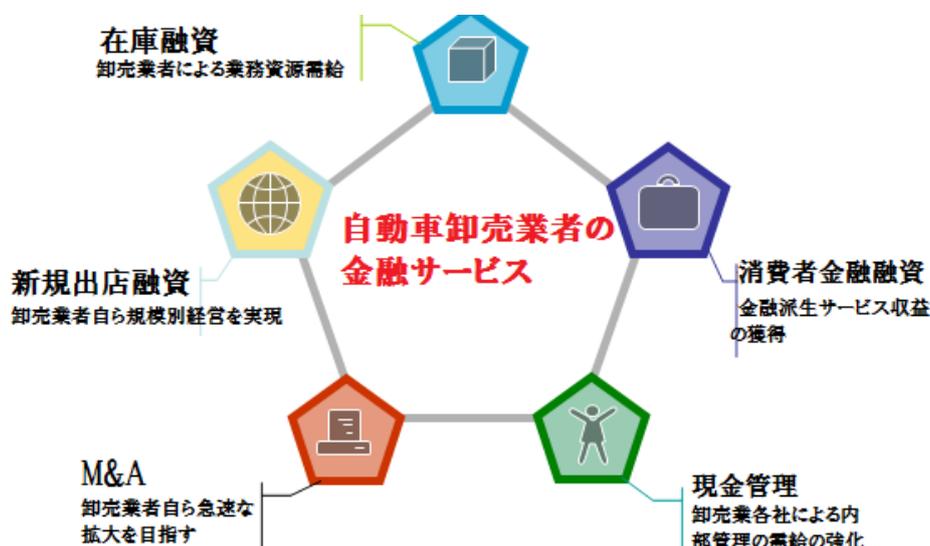
データ出典：CCID（賽迪顧問） 2014、05

■本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。また、電子的または機械的な手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。

中国における自動車卸小売金融の成熟化

自動車販売金融は主に自動車卸売業者の新規出店、在庫管理、M&A、販売促進や費用管理等、多方面に亘る金融サービスを指す。現在これらの自動車卸小売金融の主要なマーケットに参入しているのは、GMAC-SAIC、奔馳金融、宝馬金融、大衆金融、中国民生銀行、中信銀行と平安銀行等の自動車金融会社と商業銀行である。

図2 自動車ディーラーの金融サービス内容



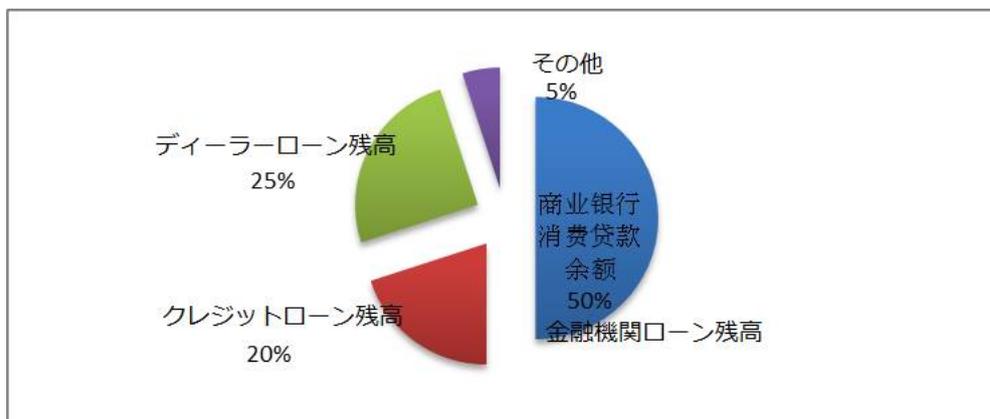
データ出典：CCID（賽迪顧問） 2014、05

発展経過において、自動車金融会社はサービスの点では優秀だが、資本充足率の監督管理で業務拡大規模は制限され、卸売業者の急速な融資ニーズに応えられていない。これを背景に、商業銀行の一部と自動車金融会社が協力し、それぞれが融資と卸売サプライチェーン・マネジメントの強みを活かして、卸売企業の更なる飛躍を目指している。

膨大な中国自動車消費の金融スペース

自動車消費金融は世界ではすでに90年以上の歴史を持つが、中国においてはただ始まったばかりの業種であり、潜在力に満ちた非常に有望な新興産業の一つでもある。ここ数年、商業銀行と自動車金融会社が主に参入しており、カーローンとリボルビングローンの金額が低いため、ずさんな処理が横行している。だが商業銀行が自動車消費金融に投資した資源に限りがあることに加え、消費者意識の変化等の諸事情により、消費金融シェアは約10%に留まり、2015年までに浸透率は約30%、総額6500億元で、2011年の2倍になると見込まれている。

図3 2015年度自動車消費金融市場の分布予測



データ出典：CCID（賽迪顧問） 2014，05

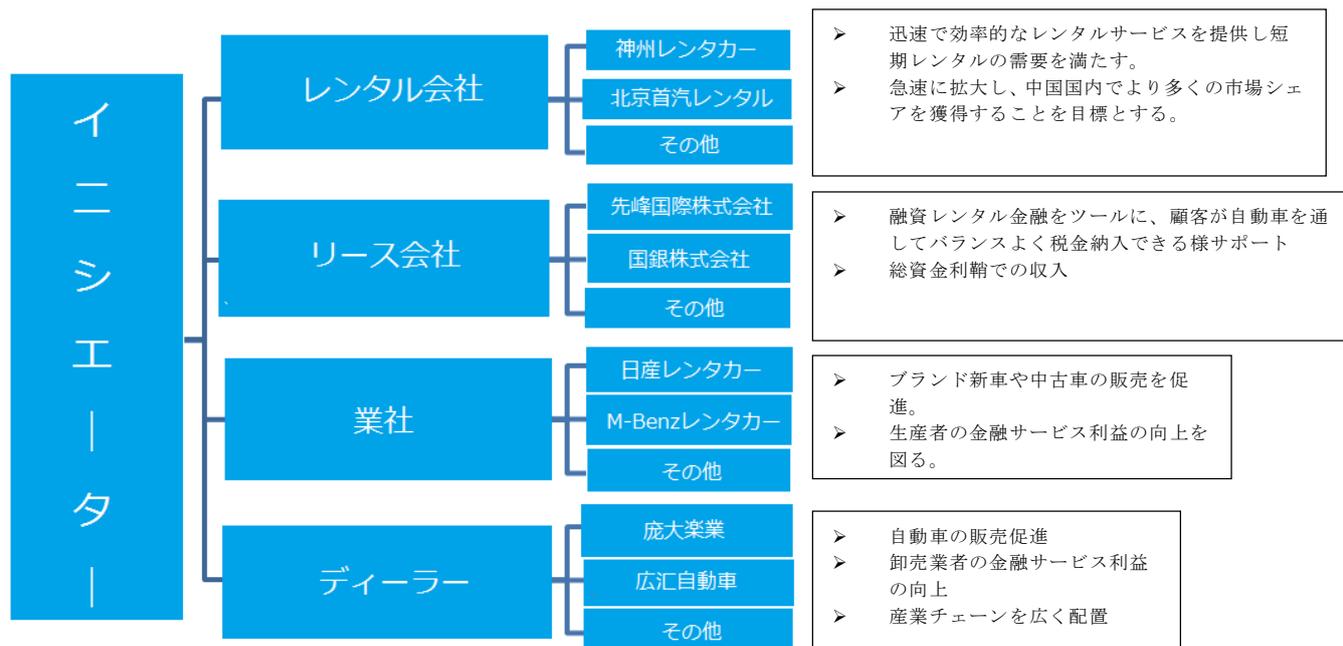
この他、商業銀行の専門知識や自動車金融会社の資金、ネットワーク等の不足が自動車消費金融供給の未発達をもたらしている。消費層が若くなるにつれて、個人信用情報システム及び自動車金融業務法の充実が、各種市場参入者をよりタイトな協力へと導き、消費金融分野での更なる発展を促すであろう。

早期に発展段階に突入したレンタカー業

中国は何万社にも及ぶレンタカー業者を有し、その内約半分の業者が北京、上海、広州、深圳の四大都市に位置する。主体となる企業は主に経営型レンタ

ル会社と融資型レンタル会社で、国外生産を主とするものと比べて国内レンタカー業者の規模は小さく、経済規模に適用出来ておらず、中国のレンタカー業は現在、早期発展段階に位置している。

図4 レンタカー事業参入状況

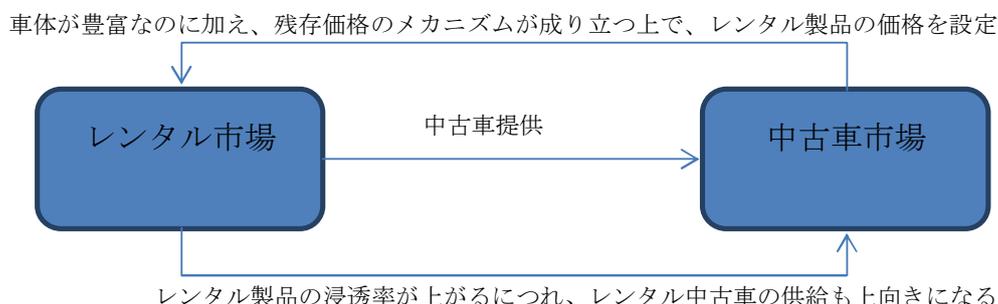


データ出典：CCID（賽迪顧問） 2014，05

先進国生産者のレンタル事業は非常に成熟しており、生産者が直接借りる他に、アメリカでの自動車販売台数の内4分の1近くがレンタル業者を通して行われたものである。レンタルを主とする金融サービスは、既に先進国全ての生産者にとって重要な収益源となっている。同時にレンタカー (Off-lease vehicles) も中古車に欠かせない収益源であり、また中古車の残存価格でレンタカーの定価を決定できるかが、中古車の残存価格の正確性が十分に競争があるかどうか、台数の豊富な中古車市場かどうかで変わってくる。つまりは中国中古車市場の未成熟が残存価格システムの未完成の要因であり、レンタカーの製品価格に影響を及ぼし、レンタル製品が他の自動車金融製品に比べ優勢なのを露わにしている。

■本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。また、電子的または機械的手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。

図5 成熟したレンタル市場と中古車市場転換の関係図

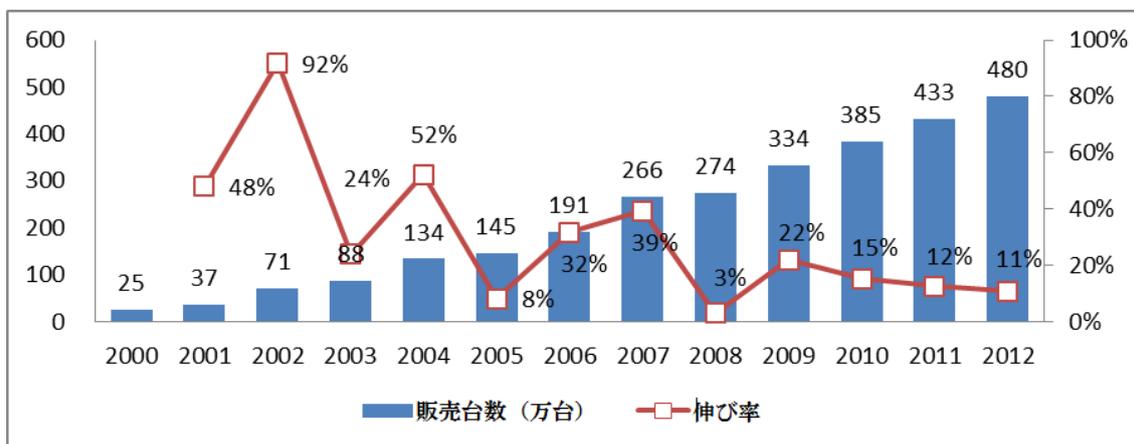


データ出典：CCID（賽迪顧問）2014，05

中国の中古車金融市場は着手し始めたばかり

中国の自動車保有量は急激に伸び、消費者が自動車を利用する平均時間の短縮は中古車供給の重要な鍵である。これにより新車市場の販売台数は大幅に下降し、中古車市場は比較的早い成長率を保ち、2012年には中国の中古車ビジネスは480万台にも達した。

図6 2000年～2012年間の中古車の販売台数（万台）



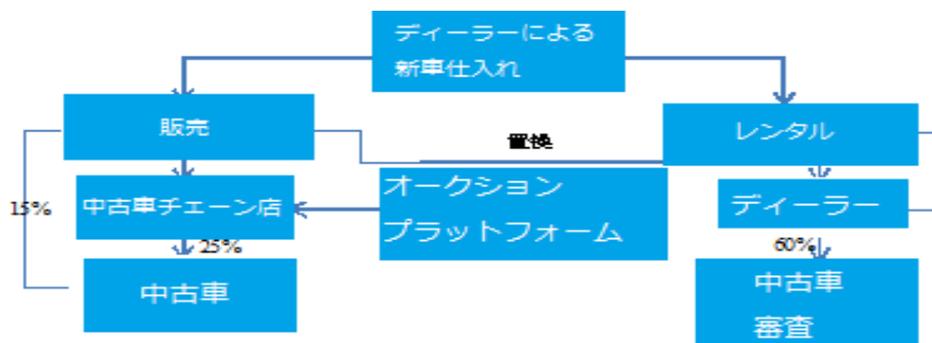
データ出典：CCID（賽迪顧問） 2014，05

中古車ビジネスの伸びと同時に、新車を製造後、卸売業者を通して販売又はレンタルし、その後中古車となる、成熟したアメリカ市場と比べ、中国の中古車市場はまだ大いに成長の余地がある。

■本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。また、電子的または機械的手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。

個人が購入した自動車の一部分が部品置換等を通して卸売業者や中古車チェーン店に入るか、もしくは個人で直接第三者に売買される。卸売業と中古車チェーン店は各自で中古車回収のルートを通して、新車販売とは異なった手法で中古車購入者に販売する。さらに中国自動車の金融市場システムが構築した、銀行と自動車金融企業等の主要な自動車金融組織は、まだ表だって中古車融資分野に進出しておらず、小額貸付株式会社や担保貸付会社等からの限られた融資に依存しているのが現状である。

図7 アメリカにおける中古車ビジネスの流れと仕組み



データ出典：CCID（賽迪顧問） 2014, 05

現在、中国国内の中古車金融市場はほぼ白紙のままであるが、同時に大企業が中古車市場に未参入であることと、広範囲への現金ビジネスと個人預金の運用は、政策や法律が不透明かつ不統一である問題と同様、非常に深刻化している。しかしながら国内の「ディーラー認定中古車」や「オークションプラットフォーム」等のビジネスモデルの変動につれて、産業発展問題も少しずつ解決の道をたどり始め、金融サービスは更にその中へと介入して、中古車市場発展の繁栄を後押ししている。

■本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。また、電子的または機械的手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。

賽迪顧問股份有限公司 (CCID) のご紹介

CCIDは、中国「工業情報化省」傘下で中国最大のコンサルティング会社です。2004年には、中国のコンサルティング会社として初めて香港証券取引所への上場を果たしました。各国の企業に対し、市場調査やマーケティング戦略・販売チャネルの構築支援など多岐にわたるサービスを提供しています。現在は北京本社のほか、上海や広州、深センに支社、日本や米国、韓国、イタリアに事務所を置いてあり、世界的に高い知名度を誇っています。

CCID日本事務所

設立：2007年10月

代表：朱偉徳（ファーイースト・パートナーズ株式会社 代表取締役）

役割：中国市場調査サービスのご提供（市場レポート、市場データ、受託調査）

住所：東京都新宿区西早稲田1-22-3（ファーイースト・パートナーズ株式会社内）

中国市場調査サービス



中国市場調査レポート

中国市場の今を知る
最新マーケティングレポート

2013-2014年版中国市場調査レポートを
4月1日より販売開始。詳細はこちら↓
www.j-fep.co.jp/consul/report.html



中国市場データ配信

企業別・地域別最新データの
定期配信サービス

ご希望分野のデータを定期的にお届けする
サービスです。詳細はこちら↓
www.j-fep.co.jp/consul/data.html



中国市場受託調査

政府系コンサル企業による
ニーズ・目的に応じた調査

調査地域・分野を問わず、お客様固有の
ニーズに合わせて実施するカスタムリサー
チサービスです。詳細はこちら↓
www.j-fep.co.jp/consul/custom.html