

米国

自動車部品の販路開拓

ジェトロ海外調査部米州課 藪 恭兵

自動車部品メーカーが、販路拡大に向けた動きを加速させている。進出日系企業も、自動車メーカーと連動して、グローバルネットワークの活用や開発機能の強化に取り組むなど、米国市場攻略を進める。

メード・イン・アメリカが主流

米国市場における新車販売台数は1,775万台（2016年）。これを支える米国の自動車部品産業は、生産を伸ばしている。16年の出荷額は3,387億ドル。1992年（1,319億ドル）から2.6倍の成長を遂げたことになる（図1）。米国内の自動車メーカーによる部品調達は、国内からが中心。アメリカン大学の調査（16年6月）によると、米国市場で売れ筋のピックアップトラック、フォードの「F150」を構成する部品の85%は米国産であると推計されるという。ゼネラル・モーターズ（GM）製の「シルバラード」（シボレー）の国内生産比率は72.5%。トヨタの「カムリ」やホンダの「シビック」といった日本車は、それぞれ78.5%、76.0%とされる。北米自由貿易協定（NAFTA）加盟国のカナダ、メキシコで生産された車種や、日本・欧州での生産比率が高い車種も一部あるものの、重量が大きい部品などは、輸送にかかる費用や日数を考慮して米国内での調達を優先する傾向が強い。

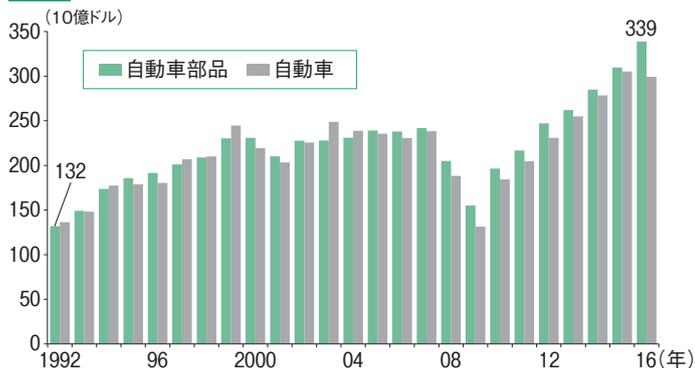
在米日系企業の動きはどうか。ジェトロが16年9～10月に実施した「米国進出日系企業実態調査（2016年度）」によると、米国に生産拠点を置く自動車部品企業162社は、平均すると製品の85.4%を米国内に販売している。国内での調達比率が高い米国内の自動車メーカーに合わせ、日系企業が地産地消を推進した結果である。米自動車市場の好況を受け、回答企業の82.5%（137社）が16年度の営業利益での黒字を見込み、さらに92.8%（155社）は、今後の事業規模を拡大もしくは維持する予定である。

ビッグスリーにどう売るか

米国に進出する日系自動車部品メーカーにとっては、ビッグスリー（フォード、GM、フィアットクライスラー・オートモービルズ〈FCA〉）への販路をどう確保するかが課題となっている。既存の主要取引先である日系企業への供給は維持しつつ、新たな販路開拓によって成長を継続しようとするためである。販路を広げ、取引先を増やすことは、経営上のリスクを分散させることにもつながる。系列の自動車メーカーへの製品供給を目的として米国に進出した多くの日系部品メーカーは、ビッグスリーを含むメーカーへの販路獲得に向け動きを活発化させつつある。ジェトロは南部で自動車部品を製造・販売する日系企業数社に対し、販路開拓の取り組みについてヒアリングを行った。

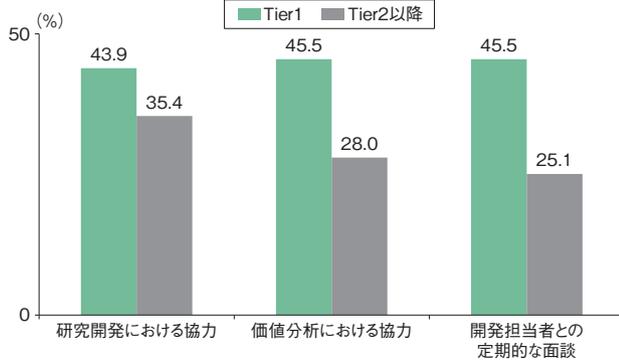
取り組みの一つとして、グローバルな生産網を利用しようとする動きがある。欧州やアジアに拠点を置く企業が、各国・地域で築いた取引関係を他地域にも横展開しているのである。A社は、中国拠点で日系メーカー以外とも取引している実績を生かし、米国で営業活動を展開する。最近欧州メーカーへの納品に成功した同社の担当者は、「メーカーごとに異なる方針、車

図1 自動車・同部品の出荷額（1992～2016年）



出所：米国センサス局

図2 取引先との関係構築への取り組み



注：在米自動車部品企業598社へのアンケート結果に基づき集計
出所：ケース・ウェスタン・リザーブ大学

両構造、要求品質などに対応する必要がある」としながらも、ビッグスリーへの販売も実現させる構えだ。企業買収を契機として米国市場に参入する部品メーカーもある。B社は16年、欧州の同業他社を買収した。買収先がGMと取引関係にあったため、米国でも製品を供給するようになったという。

この他、開発段階から米国内の自動車メーカーに入り込む戦略も考えられる。各メーカーがモデル変更や新車種導入を検討するタイミングを見計らって関係を構築、それぞれのメーカーが必要とする仕様を満たす製品を供給しようとの戦略である。ケース・ウェスタン・リザーブ大学が国内で実施した自動車部品企業向けのアンケート調査（11年7月）によると、Tier1（1次下請け）の4割以上、Tier2以降も3割強の企業が、取引先と協力して研究開発を行う（図2）。価値分析、開発担当者との面談にも取り組んでいる。同調査によれば、こうした取り組みを行っている企業は、そうでない企業に比べ、高い収益率を確保しているという。

在米日系企業も、この流れに沿った取り組みを行っている。C社は、自動車産業集積地であるミシガン州に開発・設計拠点を構え、米系自動車メーカーの期待に応えるべく、研究開発部門に重心を置く人員配置を行っている。米国進出時に米系メーカーへの製品供給の可能性も念頭に置いた同社は、輸送の利便性が高いテネシー州に生産拠点を設立したという。同拠点は、州間高速道路40号線、65号線へのアクセスの良さなど、立地上のメリットがある。

D社は、米系自動車メーカーへの販路拡大に向け、研究開発機能を備えた設備への投資の用意があるという。米国に開発機能を置く重要性について同社担当者

は次のように語る。「米系自動車メーカーに製品を売り込むためには、製品仕様を現地で調整する必要がある。現在は日本にしかない試験機器もあって、米国での開発に限界がある」。

ジェトロも市場攻略を後押し

在米日系自動車部品企業の販路拡大を後押しするために、ジェトロは商談会開催を通じて支援している。ジェトロ・シカゴ事務所は16年2月、デトロイト市郊外のFCA本社で商談会イベントを開催した。日系企業25社が参加し、FCAの開発や調達を担当する社員らとの関係構築を図った。その結果、後日の個別商談や共同開発の検討、FCAによる工場視察などが決定した。15年にジェトロの支援サービス^注を利用した群馬県高崎市の精密・金属加工メーカー共和産業は、16年半ばには実際の販売に先立ち米国現地法人を設立、登記も済ませ、米国内の展示会に出展しながら米国における販売の基盤づくりを着実に進めている。日本本社から参加した技術者を引き連れ、「エンジン・エキスポ」などの展示会やジェトロ主催のFCAとの商談会に出展するなど、ビッグスリーとの販路拡大に積極的だ。

また同事務所は17年3月、フォードとの商談会を開催した。これには日系企業36社が参加し、多くの成約見込み案件につながっている。テネシー州に拠点を置く参加企業、石川県加賀市の大同工業（自動車チェーン）の担当者は、「ビッグスリーへの営業活動を日系の専門商社経由で行っている。ジェトロ主催のショーケースに参加してFCAの担当者との窓口ができた。フォードからも好感触を得ている」と語る。ジェトロ・アトランタ事務所も、アラバマ自動車製造業協会が開催するイベントにおいて、アラバマ州の自動車メーカーと在米日系企業との商談会を支援した。ホンダ、ダイムラー（メルセデス・ベンツ）、現代が組立工場を構える同州で開催された商談会は、日系企業の販路拡大に役立つものと期待される。

JS

注：「輸出有望案件支援サービス」。各分野の専門家が、支援する企業の製品や会社の状況に合わせて戦略を策定し、市場とバイヤー情報の収集や海外見本市への随行、商談の立ち会い、契約締結までを支援する。