

中国における中古車の取引様式に対する考察☆

張鍾允（愛知大学）

I. はじめに

中国は改革開放以来、経済発展とともに、中国国民の収入も大きな増加を得てきた。国民のエンゲル係数が低下したことに伴い、中国消費者の消費モデルもますます軽工業品消費から耐久消費財に移行してきた。一方、中国政府は民族系産業を活性化させるために、自動車産業に対する政策、資本投下も拡大する一方である。民間の需要と政府の養成といった相乗効果の助けを受け、近年、中国の自動車産業は著しい発展の日の目を見た。

2001年には、中国はWTOへ加盟したことにより、国内の自動車産業は劇的に変化して、中国国内の生産規模と販売台数が急速に成長し始め、2009年になると、中国は1379.10万台という生産台数と1364.48万台という販売台数により、初めて生産台数及び販売台数における世界第一位に到達した。それに対して、中古車の流通状況は欧米・日本などの先進国より、まだ遥かに劣っている状態であった。つまり、もし新車販売と中古車販売という総合的な自動車市場の販売高からみれば、中国の自動車市場はまだ不十分であろうと考えられる。

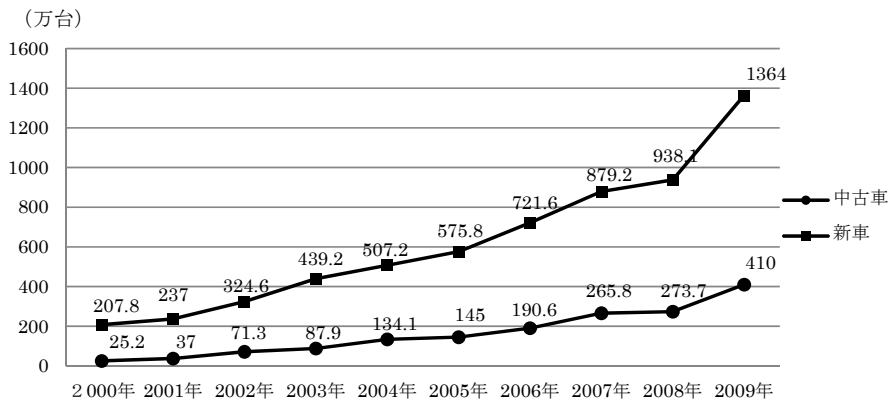
中古車市場と新車市場は分けるべきではなく、統一的な一つの市場と見なすべきである。成熟した自動車市場は、新車と中古車という二層構造を構成するものである。新車市場は自動車市場の前期市場とし、中古車市場は自動車市場の後期補充とし、市場は互いに補充関係と見なされるべきである。

中国の新車販売は活気あふれる景況感が漂う一方、新車市場の補充役を担うべき中古車市場は、逆になかなか勢いがつかない。2009年を例とすれば、中国で新車の販売台数は1364万台に登り、初めて世界一を達成したにも関わらず、中国の中古車の販売台数はたったの333.86万台しかなく、新中販売比率は1:0.24に過ぎない。しかし、同時期の欧米と日本の新中販売比率から見ると、アメリカは1:2.5、ドイツは1:2、スイスは1:2、日本は1:1.4となり、新車販売より、すべて中古車販売台数の方が上回っている。

☆ 受稿日 2012年8月18日

受理日 2013年6月22日

図1 中国の新車と中古車の販売台数の推移



出所：孫飛舟氏が2010年に中国自動車市場フォーラムで講演された内容に基づいて、作成。(2008年までの数字は「中国汽車工業年鑑」、「中国汽車市場年鑑」各年版、2009年新車販売の数値は中国汽車工業協会統計値、中古車販売の数値は中国商務所公表のデータに基づいて作成。)

未成熟な市場といえば、さまざまな欠点が揃えている違いはない。取引中における名義手続きや、中古車ブローカーの曖昧な取引パターンや、民族系メーカーの市場意識などの問題点が現在、ますます目立って、検討される必要があると考えられる。

しかしながら、先進国の経験を踏まえると、新車市場の充分な発展は中古車市場発足の前提となることも見て取れる。なぜならば、中古車市場は流通部門として、十分に流通できる保有台数を前もって揃えておかなければならないからである。これもまた中国の中古車市場がまだまだ広大な市場潜在力があることを説明できることを示していると考えられる。中国での現在の異常な新中の販売比率は単なる一時的なことに過ぎず、将来の中国の中古車市場の発展は恐らく今後ますます整備されるとの考え方は現在における主な流れに沿ったものである。

昨年、筆者が中国の中古車市場に対して、それぞれ北京市とハルビン市を中国の一級都市と二級都市の例として、綿密な現調査を行っておいた。本論では昨年の調査結果を踏まえて、中国の中古車市場の全体像、および北京市やハルビン市などの主な中古車流通市場に中心して、中国における中古車の取引様式に対して論述しながら、現在の課題と将来の展望を展開しよう。

II. 先行研究

2009年4月22日、第一回となる中国中古車トップフォーラムが上海で開催された¹。そのなかに、陳栄章氏²の発表では、現在、中古車業界では多くのボトルネックが存在している。中古車の取引はリストが極めて多い業界ということが認められる。新車価格は、自動車メーカーの経営戦略によって変えられる。新車価格を変えることは恐らく中古車価格に大きく影響を与えることになる。だから、中古車価格の不確実性は、リストの一つに取上げられている。この問題を解決しなければ、中古車業界は発展しようにも発展できない。しかし、未来の中国の中古車市場の規模は大きくなると予測されるので、中国の中古車取引企業は自身の業務を改善しなければならず、同時に自分のブランドを作り上げなければならない。

2010年4月24日、第2期中国中古車トップフォーラムが北京で開かれた。このフォーラムでの潘荣氏³の発表によると、目下、中国における中古車取引はやはり中古車交易市场を主体とし、中古車ブローカー・ディーラーは中古車取引の基本部門となっている。しかし、近年、多くの新車4S店は中古車の下取り・販売という業務を展開してきた。近年、中国の中古車取引は進展を遂げてきたが、軽視してはならない問題も存在している。たとえば中古車市場の信用問題は業界でも最も重要な問題だと認識されている。我が国の中古車業者の大部分はまだ小さなブローカー会社のレベルで成長が停滞している。大規模経営、ブランド的な経営など巨大な正規性を有した企業はまだ登場していない。信用システムがまだ築かれていないため、消費者の多くは小さな中古車ブローカーを信じられないでいる。

京都大学の塩地洋教授は「転換期の中国自動車流通」では、中国の新中比率が低いということに対して三つ要因を検討していた。第一に中古車を購入しようとする需要の要因、第二は中古車を供給する側の要因、第三は中古車にかかわる流通政策と流通システムの要因である。需要要因では、中国において、中古車に対する潜在的需要は大きい。こうした潜在的需要の存在の結果として中国は、第一に、中古車の回転期間は短く、2週間程度であった。第二に、中国では中古車小売価格の水準が高くなっていた。供給要因では、中古車の供給が不足している。その理由は、いったん購入された車両の内、中古車として市場に出回る比率がきわめて低いからである。中国政府は新車を生産する自国の自動車メーカーを保護育成するために、海外の中古車輸入を禁止していることも、中古車の供給経路をふ

さいでいる理由だと考えられる。流通政策・流通システムの要因からみると、中国では、中古車の取引において、売手と買手の間に、大きな「情報の非対称性」が存在している。こういう状況下では、買手は騙される可能性が大きくなる。実は、「情報の非対称性」という問題が中国だけではなく、世界中の中古車取引業界にも存在している。近年から、中国の中古車取引業界では、様々な新たな取引様式が登場してきたが、将来、市場の発展と政府規制という二重環境で、中国の中古車取引業界がどのようなになるのか検討が必要である。

大阪商業大学の孫飛舟教授は 2010 年 3 月 8 日に開かれた中国自動車市場フォーラム⁴で発表された「中国中古車市場の現状と課題」では、2005 年 8 月に新たな「中古車流通管理弁法」を公布・実施し、中古車取引に対する規制が緩和されたが、実は、やはり相変わらず「仲介方式」が主役を務めている。その原因は：第一に、納税方式に問題がある。第二に、リスクが大きくなる。そして、中古車交易市場の役割はどうなったのかということ、実質的に、交易市場外での店舗展開が少なく、むしろ、交易市場の割合は増大傾向にある。それによると、業者の入居スペースが増え、デベロッパー自身による情報提供、サービス提供も増えている。確かに、現在中国の中古車流通の大部分は中古車取引市場で行っているが、市場外の中古車取引が近年から徐々に増えてきた。中古車の流通システムと取引様式を総体的に把握すれば、単に取引市場に着目するのみならず、市場外の取引にも配慮するべきだろうと考えられる。

Ⅲ. 中国における中古車業界の全体像

1、中古車取引様式のイメージ

現在、中国では規定上⁵の取引様式は大きく分けて、ブローカー・ディーラーおよびオートオークションという三種類ある。それ以外に、中古車査定や 4S 店の下取りなどのサービスビジネスも存在している。市場の発展によって、自動車メーカーの認定中古車や個人ブローカーなど様々な取引様式は結局、以上の三種類にすぎないと言わざるを得ない。しかも、中国では現在、中古車取引に関わる業者はほぼ中古車交易市場に集まっている。つまり、中古車交易市場は取引プラットフォームとして、もっとも重要な取引場所とみなされている。こうした中古車交易市場は様々な取引業者が集まるだけではなく、公安・工商などの部門も常駐して、原則的な取引に対する監督を行い、公共サービスを提供している。しかし、近年から、交易市場外取引も徐々に登場してきた。こうした取引業者は依然小規

模企業として存在するに過ぎないが、大きな潜在力があるとみなされている。よって、本論で中古車取引様式及び取引に関わるサービスについての分析は、中古車交易市场を中心にして、市場外の取引業者も併せて展開していく。

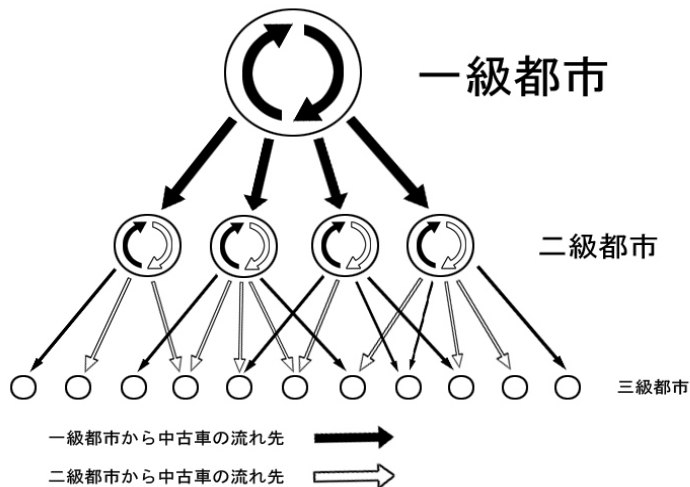
2、地域別の中古車の流通現状

現在、北京市など一級都市はほぼ中古車の集散地となっている。なぜならば、こうした都市の経済発展段階は中国でもっとも高く、地元における自動車の消費・更新などの活動はより頻繁、ローカルで買収された中古車台数は地元ニーズを超えている状態にあり、現地流通のみならず、多くのは二級都市と三級都市に流れ込んでいく。いわゆる地域間の卸売業者は常に大口で一級都市から中古車を仕入れ、まだ二級都市で販売するというものである。特に、北京市政府は昨年の年末に購車制限という新政策を公布して以来、こうしたトレンドがさらに著しくなる。

二級都市は近年から経済発展が最も速く、地元の自動車消費もますます活発、市場潜在力大きい。しかし、発展期間は一級都市ほど長くないため、現地で買収された中古車はローカルニーズに応えなく、大勢な地元の取引業者は地元で買収した中古車のみを經營せずに、一級都市から中古車を仕入れ、二級都市で販売し、さらに周囲の三級都市に転売するケースが多い。そうすると、二級都市はただ中古車の消費地にしたり、三級都市に向け、中間転売も担当したりしている。ただし、現在、一部の二級都市は現地に流れ入る中古車に対して、排気や使用年限など制限を厳しく定めて、状態があまりよくない中古車は周囲の三級都市に流れていくケースが多い。

近年、三級都市の個人的な自動車消費の急速発展にしたがって、中古車の取引台数も次第に増えている。ただし、一級・二級都市に比べると、三級都市の中古車取引はまだスタート階段にある。地元で中古車の取引台数はまだ極めて少なく、中古車交易市场などの業者や組織がほとんどなく、中古車の取引はほぼ個人間の直接的取引である。

図2 都市間における中古車取引構造の概念図



出所：筆者が北京市旧自動車交易市场でのインタビュー内容に基づいて、作成

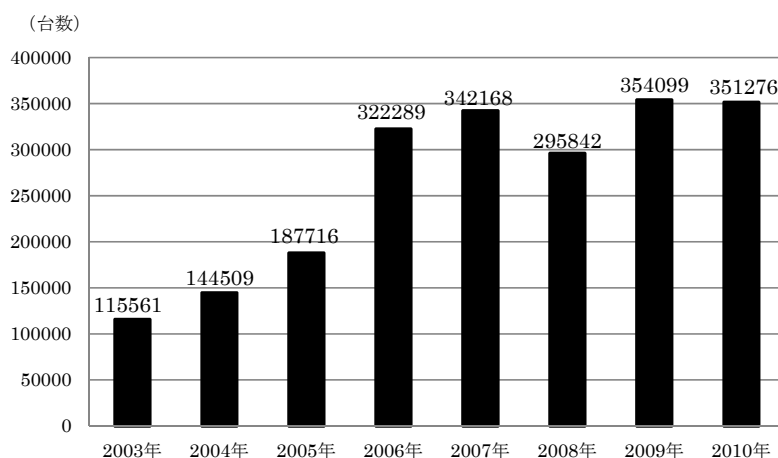
IV. 一級都市の中古車流通実態——北京市を例として

1、近年、北京市内に現した新たな変化と原因

北京市は中国の首都として、一級都市を代表できるちがいない。この前の新車市場の急激な発展とともに、中古車の取引台数も急速に増えてきた。一方、中古車の取引台数が大量に増えてきたことは、中古車業界の成長にも客観的に促進した。連続年間の取引台数の増加にしたがって、2006年から、北京市内の中古車取引量はほぼ増えず、穏やかな状態になった。これは北京市の中古車取引の発展は、もう飽和状態になったこととみられる。

特に2010年12月に公布された新政策ができた以来、北京の中古車取引業界に対して、大きな影響を与えたことを伴って、北京市の中古車取引業は徐々に自身なりの新たな変化も招いた。

図3 近年、北京市内の中古車取引台数



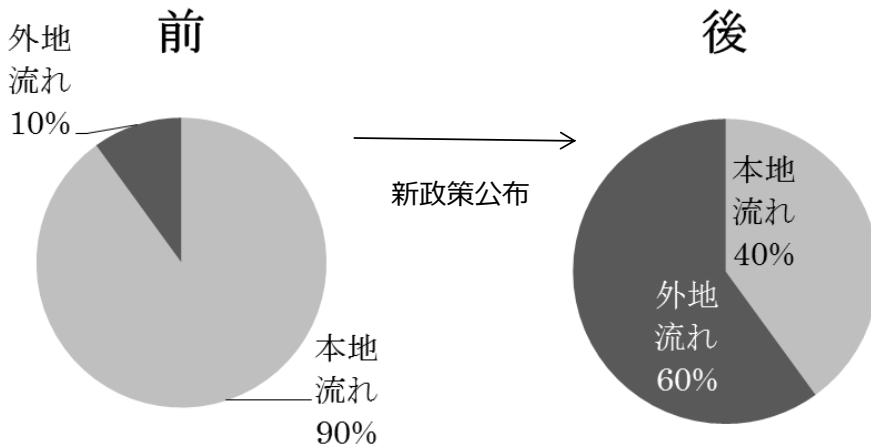
出所：中国自動車流通協会が発行した2003年～2010年の「中国汽車流通月報」のデータに基づいて、作成。

(1) 中古車の流れ先の変化

2010年12月23日に公布された新政策が公布された以前、北京市内で取引された中古車の9割ぐらいは、北京市内で販売されていたが、1割は他の地域へ流れ込んでいく。

しかし、市場からみると、北京市内で車を初めて購入する消費者が7割以上を占める為、新政策による購車制限で、消費者はせっかく手に入れた車購入許可を新車購入時に使うといった希望が多く、中古車消費の志望を持つ消費者がかなり減少してしまったので、北京市内の中古車販売台数は急激に減ってきた。

図4 新政策が公布された前後、北京で取引された中古車の流れ先の変化



出所：2011年8月26日、北京市旧自動車交易市场でのインタビュー内容に基づいて、作成。

一方、それぞれメーカーが自社の販売促進イベントを行うため、新車を購入すれば、何千円の補助金をもらうことができるから、既に持っている中古車を処理し、新車を購入する希望がある消費者はかなり増えてきた。よって、4S店は旧車下取りの主な場所になったので、4S店で下取られた中古車は北京市内の重要な中古車入手ソースとなった。

(2) 中古車取引様式の転換

新政策の前、北京市内の中古車取引はやはり CtoBtoC という様式であった。そのなか、一つ目の C は中古車の旧ユーザー、B は中古車の取引業者⁶、二つ目の C は中古車の新ユーザーであった。つまり、この前の取引はやはり取引業者が中古車を旧ユーザーから買収して、新ユーザーへ販売するというような伝統的な様式で存在していった。

しかしながら、新政策が公布された以後、北京市内で下取られた 6 割の中古車は北京市外へ流れるようになり、新たに CtoBtoBtoC という取引様式が自然にでき上がってきた。一つ B が増えたが、実際は最初の C のほか、全部新しい主体である⁷。現在、二つ様式が併存しているが、CtoBtoBtoC の方は主な様式として、ますます重要になってくる。

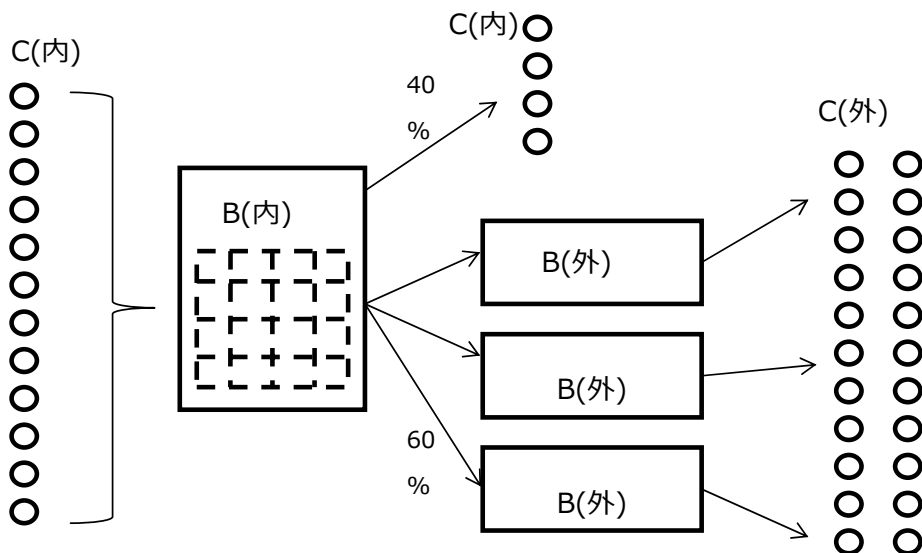
新政策の影響によって、取引できる中古車の台数が増えたにしがって、中古車入手ソースも拡大した。一方、北京市内の中古車消費は減ってしまったが、中国全体の中古車消

費はやはり徐々に拡大する傾向にある。これらの両面から見ると、北京市内で買収し、外地へ卸売る客観的な条件ができた。近年、この状態に応じて、北京市内の中古車取引業者間で、いくつ組み直し現象がある。

まずは卸売商の数が増えてきた。この前に述べたように、現在の北京市内の中古車取引は買取・卸売という様式が主な取引様式になってきたから、卸売者は前よりさらに大きな利潤を得ることができる。さらに利益を得るために、昨年から、伝統的な小売者に比べると、卸売者の数が多くなってきた。

また、業界の中に合併。新政策の前、北京地元では自身の 9 割取引された中古車は消化できるので、中古車仲介業者はバラバラな状態にあり、業者間で自身なりの買取・販売というビジネスプロセスを行っていた。大部分の取引業者は規模も小さく、組織能力も弱かった。新政策の後、新たな市場環境に適応するために、中古車取引業界の中小企業間、合併と買い上げなどの現象が多くなってきた。

図 5 北京市中古車取引様式の転化概念図



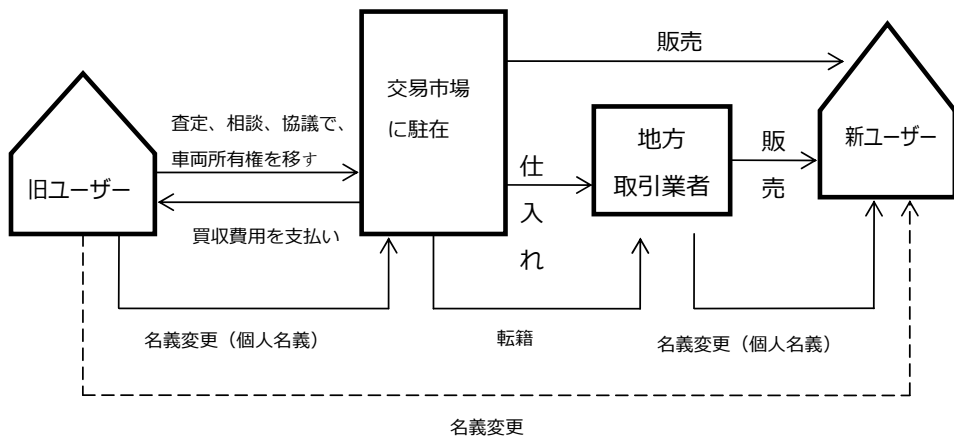
出所：2011 年 8 月 26 日、北京旧自動車交易市场でのインタビュー内容に基づいて、作成。

2、現在、北京市内における主な取引実態

(1) 中古車交易市場に常駐する中古車ブローカー会社

現在、北京市旧車交易市场や、アジア村自動車交易市场などのいくつか大きな交易市场に常駐する中古車取引業者は、やはりほぼブローカー会社である。交易市场はただプラットフォームとして存在するが、常駐しているそれぞれのブローカー会社こそ中古車取引のエンティティである。その中、北京市旧自動車交易市场に常駐するブローカー会社が 600 社以上、北京市内の取引台数をもっとも多い交易市场である。

図 6 新政策以後、中古車ブローカー会社の取引フローチャート図



出所：2011 年 8 月 26 日、北京旧自動車交易市场でのインタビューの内容に基づいて、作成。

旧自動車交易市场に常駐しているブローカー会社の取引プロセスは、北京の環境によると、まだ地元なりの特徴があるものである。

一つ目の特徴は高級中古車の販売台数が普通の中古車に比べると多い。なぜならば、北京市は中国の一级都市として、消費能力は他の地方より強い。しかも、一旦新車の中古車になれば、最初の三年間の中、残価落ち是最も速いが、品質はそれほど悪いではない。よって、高級車の中古車は普通の中古車に比べると、コストパフォーマンスがより高いから、消費者がいつもこうした高級グループに目を投げしているものである。

二つ目の特徴は手続きが他の地方より頻繁である。地方の場合、名義変更はほぼ直接に新旧ユーザーの間に行く。しかし、現在、北京は常に旧ユーザーと本地ブローカー会社と、

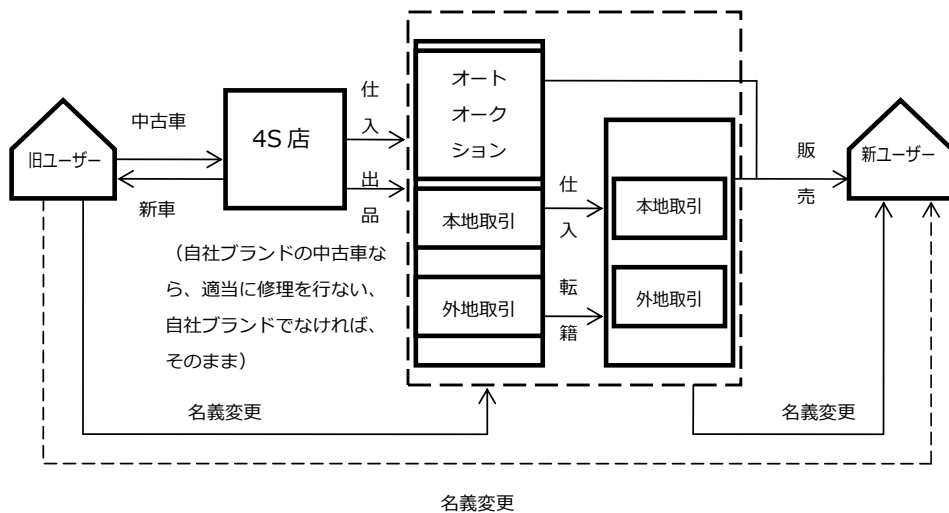
外地ブローカーと新ユーザーと、及び本地ブローカーと外地ブローカーの転籍手続きも行わなければならない。そうすると、元々の一回手続きは少なくとも三回手続となってしまう。

ここは曖昧なところを指し示す必要がある。既述べたように、ブローカー会社は中古車の仲介サービスの提供者だけ、売手と買手との名義変更を行えないものである。この名義変更は会社の名義変更ではなく、やはり個人間の名義変更である。つまり、ブローカー会社の従業員は個人身分で売手と名義変更した後、まだ地方業者と商売していく。

(2) 新車販売店（4S）店の中古車下取り様式

近年、中古車の下取りという取引様式は目立つほど発展してきた。ある新車ディーラーが自社ブランドの中古車だけ買取せず、中古車一切で自社ブランドの新車を取り替えるようになる。しかも、自社ブランドイメージを守るために、さらに公正な評価のやり方も引用された。これらの一連の原因は、なぜ旧車下取りはますます人気があることになってきたという問題を解釈できるものである。

図7 4S店の新中置換の取引フローチャート図



出所：2011年8月22日、北京中業トヨタ自動車販売・サービス会社でのインタビューの内容に基づいて、作成。

新政策で、現在、北京市内で4S店はもう中古車の一つ重要な入手ソースとなる。なぜな

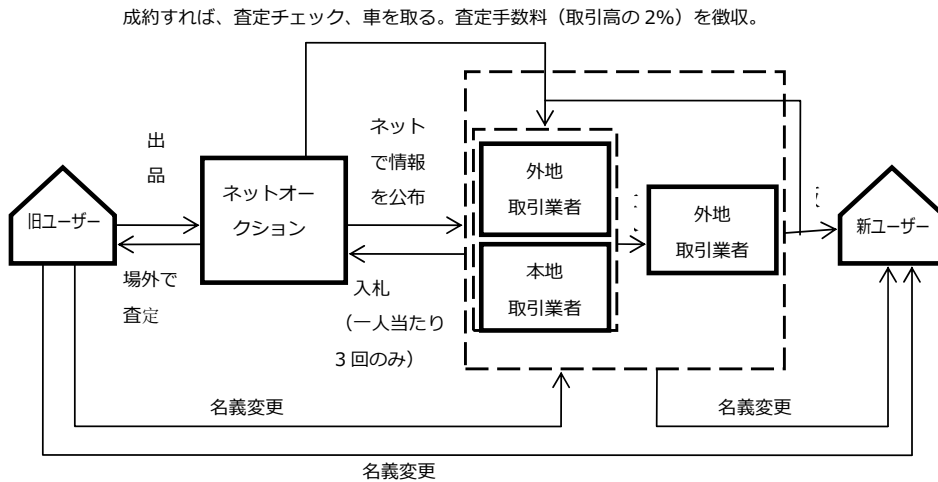
らば、新政策以前、ナンバープレート制限がなかったので、車何台を保有することが可能なので、新たなナンバープレートを手勝手に申請できるわけであるから、多くの4S店の業務はほぼ新車販売だけであった。新政策以後、一人が車を一台しか持てないという制限があるので、消費者は新車を買えば、必ず持っている車を処理しなければならない。現在の4S店はほぼ新車販売の同時に、中古車も大量回収できるようになってくる。

北京中業トヨタ自動車販売・サービス会社でのインタビューの内容によると、現在、当店で中古車下取りを通しての新車販売の比率はもう全部新車販売の半分以上になった。ブランド専門販売店なので、店頭で回収された様々なブランドと車種の中古車はまだ消費者に販売することができないが、ブローカーなど中古車業者に譲り渡すことは許されている。だから、現在、4S店頭で下取された中古車は中古車交易業者に譲り渡されている⁸。

(3) ネットオークション卸売様式

現在、中国の中古車業界で、ネットオークションなどネットビジネス取引形式の発展は非常に早い。既述したように、北京市内における中古車業者はますます卸売商の役割を果たしているから、多くの地方からの取引業者はネットオークションを通じ、競売を行う主なグループになっている。こうしたネットオークション会社は旧車ユーザーと中古車取引業者の間に、仲介ルートの役割を果たしていることである。ネットオークション会社は旧ユーザーに対して、旧車に対する査定・評価・委託販売などのサービスを提供したり、中古車業者に対して、情報公布・ネット入札場所などのサービスを提供したりしている。成約すれば、買手に対して、成約高の2%のサービス費用を徴収する。

図8 ネットオークションの取引フローチャート図



出所：2011年8月30日、北京市アジア村自動車交易市场でのインタビュー内容に基づいて、作成。

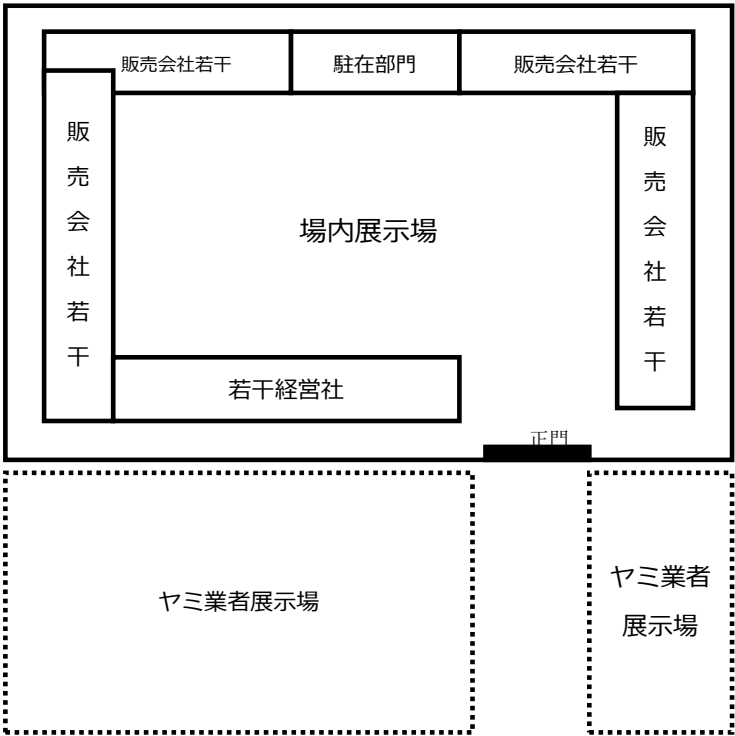
アジア村自動車交易市场に常駐する「車易拍」ネットオークションを例としてみると、正常な競売秩序を維持するために、いろいろなルールを作り上げておいた。例えば、無断入札を防止するために、競売の時、一人当たり三回しか入札できない。車況を隠すことを防止するために、第三者として、中古車に対する査定を行う。成約した競売者は入札した後、まだ自ら中古車に対して二回目のチェックを行うことができる。公布された情報と異なる場合には、オークションは競売者のロスを負担する。これも中古車信用システムの新発展の一面と考えられる。しかし、名義変更はやはり売手と買手の間、つまり旧ユーザーと競売者の間に行う。ここで指摘する必要がある。個人もネットオークションに参加し、競売することができるが、実は個人競売者が極めて少ない。なぜならば、ブローカー会社など中古車業者は入札するときに、大量購入できるので、より高い価格を負担できる。それに比べると、個人の方が自身経済能力を考えれば、競争力が非常に弱いと考えられる。ただし、たまに特別な価値の車種をオークションするときに、個人競売者が入札する場合もある。

IV. 二級都市の中古車取引状態——ハルビン市を中心に

1、ハルビン市内、伝統的な中古車取引様式

1998年に公布した「旧自動車交易管理弁法」によると、中古車に関わる交易はすべて地方政府に指定された旧自動車交易市场で行うことである。この弁法は2005年に「中古車流通管理弁法」の公布にしたがって、廃棄されたが、現在、ハルビン市内の中古車取引はやはりほぼ中古車交易市场で行っている。2010年のデータ⁹⁾によると、場内範囲で3000台しか展示できないが、実際に取引される中古車は6000に至っている。だから、多くの中古車は外部で展示されるほかない。そして、中古車取引市場の周囲は大変混乱なした状態をもらたした。

図9 ハルビン市旧自動車交易市场の構造概念図



出所：ハルビン市旧自動車交易市场の見学内容に基づいて、作成。

交易市场内外に駐在する取引業者はほぼ個人的な小規模商売者である。しかし、これらの個人業者は二種類グループで分けている。

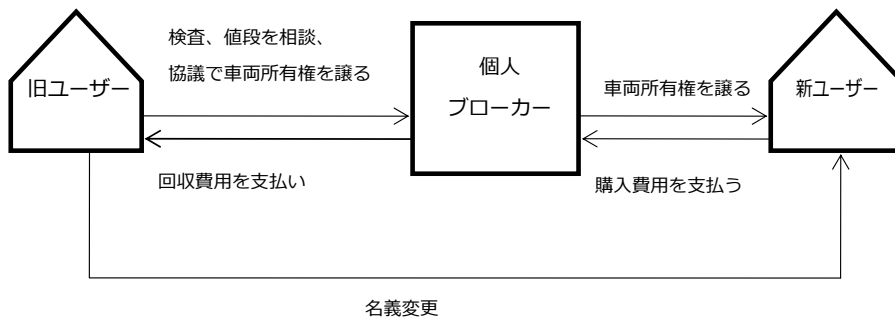
一つは、正式に交易市场に借賃を支払い、交易市场内に常駐する個人、及び家族で経営する小規模業者である。このグループは建前、交易の管理と監督を受け、ある程度の信用

を持つべきであるが、実際は、中古車交易市场そのものは責任意識を持たずに、常駐する取引業者に対する監督は弱いため、取引業者はほぼアフターサービスなど信用的なサービスを提供していない。

もう一つは交易市场の周辺で大勢に存在するヤミ取引業者である。このグループも個人、あるいは家族で営み、ブローカー名義として取引業務を行っているが、交易市场の監督を受けず、常に中古車交易市场の外側でうろうろして、往来の中古車ユーザーに話をかけ、いろいろ現実離れることを承諾しながら、業内知識を運用して、わざと回収価格を抑えるという一連の曖昧な手段を通じて、信用を持たずに一度だけの取引を行うということである。

それ以外、交易市场内に常駐し、専門的に名義変更を代行する代書屋も存在する。こうした業者は交易市场で店舗を借り、一二台中古車で表面を飾り立ちながら、従業員二三人で単に名義変更の代行活動を行い、手数料を徴収することである。

図 10 中古車交易市场に駐在する個人業者の取引フローチャート図



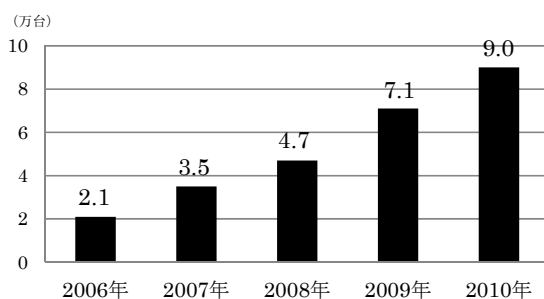
出所：2011年8月10日、ハルビン市旧自動車交易市场に駐在する業者とのインタビュー内容に基づいて、作成。

こうした個人ブローカーは、ひとまず、自分の取引経験で、中古車に対する査定を行い、ひそかに最低価格を決め、それから回収利益最大化のために旧ユーザーと相談する。成約すれば、両方は名義変更を行わずに、協議で中古車所有権を譲渡して、また、新ユーザーに中古車を販売する。その後、新ユーザーは自ら名義変更を行わなければならない。だが、

個人ブローカーはいつも取引が終わってから、名義変更を代行するサービスを提供し、手数料を稼ぐ。こうした個人ブローカーを通じる取引は、原則的にやはり個人間の取引と見なされている。個人間取引の場合は、営業税も増値税もいっさい納めないから、税金損失はまだ現在のハルビン市中古車取引業に存在している課題となっている。その上、こうした取引はほぼ一度だけの取引なので、アフターサービスはないのみならず、さえ車両実情を隠すという詐欺販売のケースが多い。

2、近年、ハルビン市中古車取引業者の新たな現象

図 11 ハルビン市の中古車取引台数



出所：バラバラなホームページのデータを調査かつ計算するに基づいて、作成¹⁰。

(1) 新しい交易市場の落成と移行

古い交易市場の規模はもう現在の取引ニーズに応えなくなった。市場周囲で取引の車両と人が大勢に集まり、すごくの混雑状態になってしまう。よって、事故車や盗難車などの不法車両の取引や、偽領収書の発行や、中古車の真実状況を隠し、詐欺販売などいろいろな不法商法が次第に現れてきた。

2011年8月、新しい中古車交易市場——中順中古車交易市場は正式的に落成した。古い交易市場の粗末な取引条件に比べると、この新しい交易市場はいろいろな完備条件を揃えている。市場内部は公安、工商、税務など政府部門が常駐し、名義変更、税金徴収、保険支払いなどの中古車交易に関わる公共サービスを提供できるだけでなく、交易ホールで中古車の自己履歴を調べることができる用になった。その以外、市場の中古車を査定・測

量できれば、ガソリン、修理・整備などのサービスも提供できる。

しかし、正式的に経営する前に、試験操作の何ヶ月の中、市場内の取引状態は予想のとおりでなかった。常駐の希望を持つ取引業者は少なく、市場内の取引台数もなかなか伸ばし上がれなかった。なぜならば、いくつ理由があると考えられる。

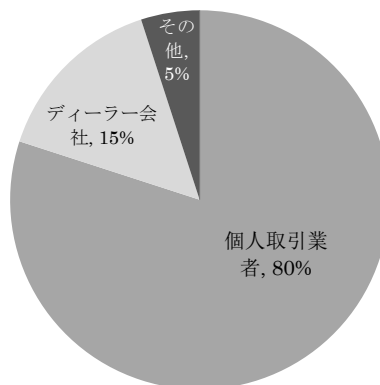
まず、伝統的な取引習慣を取り除くことは難しい。ハルビン市の住民はおおよそ古い中古車交易市场しか知らないから、もともと古い交易市場の周囲で営む業者は急に新たな取引場所に引越したら、売上は下がる可能性が高いと認められる。

次に、古い交易市場の周辺で、大勢な個人ダフ屋が存在している。こうした取引業者は政府の監督・管理に避けやすく、規制のすきを乗じ、不正・曖昧な方法で中古車売買を行うことを通じて、利益を手に入れることができる。このグループは正式に政府と市場の監督を受け入れるような意欲が弱い。

(2) 中古車ディーラーが徐々に活躍

現在、ハルビン市の中古車取引台数のほぼ 80%はやはり中古車交易市场内外に駐在する個人取引業者を通して行っている。ディーラー会社などのビジネスエンティティはただ 15%分を占めている。つまり、現在、ハルビン市では個人取引業者はやはり中古車取引の主役を担っている。

図 12 ハルビン市内中古車取引様式の比率図



出所：2011年8月11日、ハルビン市鑫宏洋中古車ディーラー会社と中古車交易市场の個人取引業者とのインタビュー内容に基づいて、作成。

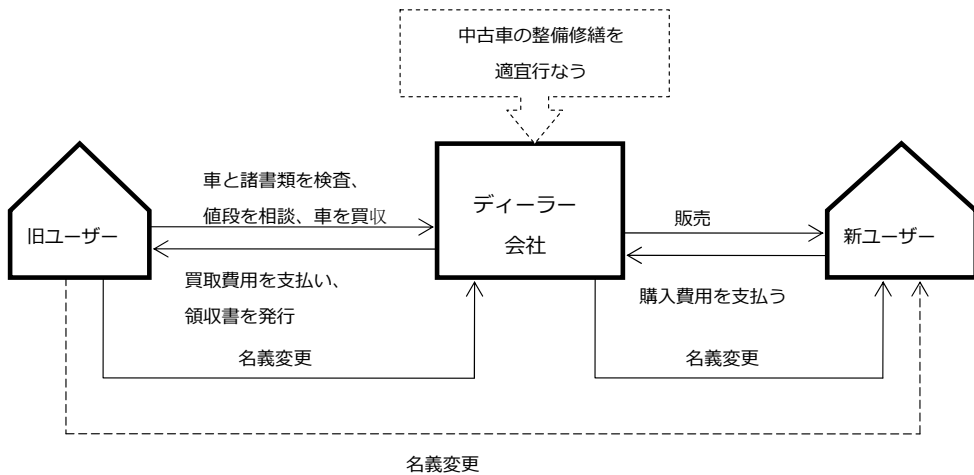
前節において、ハルビン市に存在する中古車ディーラー会社について、簡単に説明しておいた。以下、昨年（2011 年）8 月に、ハルビン市の鑫宏洋中古車ディーラー会社でのインタビュー内容に基づいて、具体的に論述しよう。

この会社の前身はブローカー会社であったが、なぜブローカー会社からディーラー会社へ転換するかというと、さらに利益を得るためのものである。この前、ブローカー会社の時に、整備・レストアなどの中古車に関わる作業をいっさいに行わずまま、買取・販売のマージンを稼いでいた。一般的に、販売価格の 1%~2% は利益となっていた。たとえ 10 万円で中古車を販売すれば、利益は 1000 元~2000 元になる。

ディーラー会社になってから、整備・レストアなどの作業を行うため、利益は販売価格の 5%~10% になった。たとえ 10 万で中古車を販売すると、利益は 5000 元~1 万円になれる。鑫宏洋会社の例によれば、月に平均 16 台から 18 台の取引台数があるので、利益は 8 万~18 万になれる。それ以外、ディーラー会社はブローカー会社に関わるいろいろな制限がないから、長期経営からみると、企業事業が大きくなる可能性がより高いだろうと考えられる。

ただし、これもまるで「中古車流通管理弁法」による建前ディーラー会社の取引様式ではない。まず、名義変更は直接に新中ユーザーの間に行うのか、旧ユーザーと会社・会社と新ユーザーというふうに行うのか、会社と旧ユーザーの相談で決める。次に、一旦、中古車を新ユーザーに販売すれば、アフターサービスを提供しない。これらはやはり将来の課題となる。

図 13 ハルビン市の中古車ディーラー会社のフローチャート

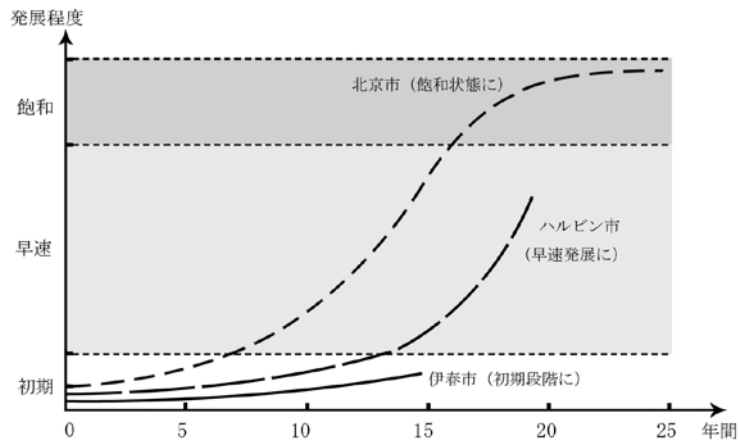


出所:2011年8月11日、ハルビン市の鑫宏洋中古車ディーラー会社のインタビュー内容に基づいて、作成。

3、ハルビン市以下、三級都市の中古車取引

現在、中国の三級都市の中古車取引はまだスタート階段にある。以下は黒龍江省の伊春市の中古車流通を例として論述しよう。近年から、伊春市の新車購入台数の増加は速くなればなるほど一方、中古車取引台数が極めて少ない。なので、伊春市内では中古車ディーラー会社ともより、交易市场も殆ど揃えていなく、中古車取引はまだ個人間で行っている状態である。中古車ブローカーは何社あるが、取引活動にかかわらず、実は政府部門に頼ませて、名義変更など手続きを代行する代書屋である。なぜ必ずこうした会社に通じて、手続を行うかという、中古車の新旧ユーザーが名義変更の時に、中古車交易統一領収書など様々な資料は欠かれないから、中古車交易にかかわる企業が存在していないため、こうした会社しかこれら資料を発行できない。全体から見ると、こうした会社はただ中古車取引業界が形成する前に、臨時的な問題を解決する先端様式とみなされている。将来、伊春市の中古車取引台数が徐々に増加することを伴って、新しい正式的な取引企業が現れるだろうと考えられる。

図 14 伊春市とハルビンと北京との中古車取引発展比較の概念図



出所：各地の取引台数データと現地調査の内容を纏めて、作成。

北京とハルビンなどの一二級都市に比べると、伊春市などの三級都市の中古車取引状態は低く、まだ初期段階にある。こうした相違点は地域間の経済発展と自動車保有台数の格差に齎されることほか、マイカー時代の年間も要因となっている。地元の経済発展の向上と自動車価格の値下げという二つ面におかげで、現在、伊春市は私用自動車の普及時代に入ってきたとともに、市内の自動車保有台数も増加しつつある。しかし、近年から新車販売が充足したばかりだから、中古車の取引基盤として、現在、伊春市内の自動車保有台数はまだ不足なので、新車より中古車の取引はなかなか伸ばさず、まだ初期段階にある。ただし、将来、保有台数の増加にしたがって、二級都市のように急速に発展できるだろうと見通されている。

V. むすび

1、現在の中国中古車取引業界における諸課題

中国では中古車取引業界の発展にまだ多くの欠点が存在する。その中で、規定そのものからの抜け穴といった問題がもっとも目立つと考えられる。

例えば、中古車ディーラーが旧ユーザーから買取し、新ユーザーに販売するという活動を行うときに、基本的には車の名義を変更するべきである。しかし、「中古車交易規範」に

よると¹¹、中古車ディーラーが買取・販売するときに、必ず名義変更をすることを求めず、協議で車両の所有権を転移すればいいと決めている。しかも、協議形式などはいっさい決められていない。そうすると、もし取引中の中古車が交通事故に遭えば、責任の所在が不明ともたらずちがいないだろう。

なお、中古車ブローカーとしては、基本的に買取・販売という経営活動が不可、中古車交易統一領収書は発行できないが、委託販売と名義変更の代行は許可されている。現在、交易市場に常駐する多くのブローカーがマージンを稼ぐため、委託販売の名目上で売買活動を行いながら、名義変更を代行している。短期で新ユーザーを探せなければ、ブローカー会社に務める従業員が個人名義で、旧ユーザーと名義変更をするケースも多い。これら一連の活動は実際には買取・販売という様式と見做せるだろう。

新車流通システムと異なり、完備された中古車流通システムを作り上げることは、長期的な市場育成も欠かせないものである。しかしながら、中国の中古車取引台数は市場の急拡大を要因とするため、市場の発展が速すぎ、取引秩序の自主的規範化を期待してしまうと、市場自身の自助機能に頼ってしまうことになり、結果中古車流通システムの構築は遅くってしまう。

また、現在中古車交易市场にある中古車は、もっとも人気がある物は輸入車、次に国産外国系¹²、最後に民族系中古車である。なぜかという、外資系メーカーの生産能力は高く、品質は民族系より良く、故障が少ないだけでなく、アフターサービスも民族系より完璧だからである。つまり、外資系に比べると、民族系中古車は、値段は少し安い、故障率は頗る高く、コストパフォーマンスが低い。

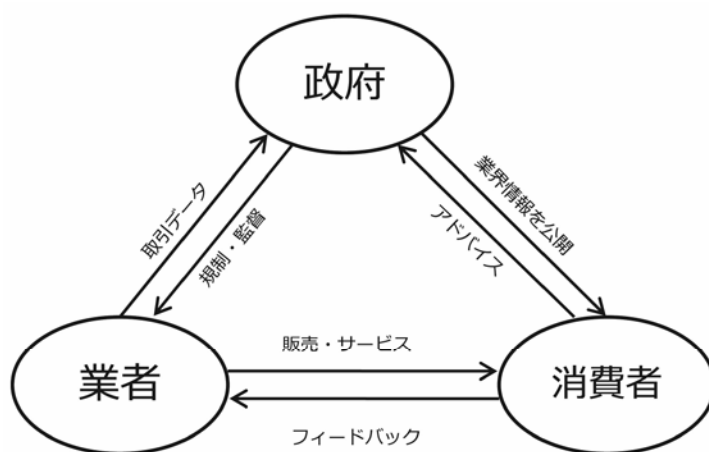
近年から、多くの外国系メーカーらは中国の急成長する中古車マーケットを気にかけ、積極的に将来の中古車シェアを争う一方、民族系メーカーは未だ新車マーケットの競争に没頭し、中古車市場を軽視している。民族系自動車メーカーは今後さらに中古車市場に着眼し、自社の中古車発展戦略を練り直すべきではないかと考えられる。

2、中国中古車取引業界に対しての展望および将来の研究方向

中国の実態に結びつけて、より成熟した中古車取引信用システムを築き上げることは、

政府・業者・消費者という三者で協力し、インタラクティブさせざる得ないシステムを構築する可能性があるのではないだろうかと考えられる。政府の商務部門はきちんと業界内データを集計し、業界情報を連帯して社会に公表すべきし。公安・工商部門は業界に対してきちんと行政監督を行い、規制に真剣に取り組む、不法な取引を取締り、規範を厳守すべきである。

図 15 中古車取引関係者の組み合わせの発想概念図



出所：筆者が既述した内容に基づいて、作成。

企業の方が規制と信用を守りつつ、消費者側に立った中古車にかかわる販売・サービスを提供する一方、業界内の連合協会をつくるべきで、協会内の業者がデータと消費者からのフィードバックを分かち合い、共に業界ルールを作り上げ、協会からの信用監督を受けることである。

現在の中古車交易市场はほぼ販売場所の賃金を稼ぐ程度である。例え消費者に対する中古車アフターサービスの提供が販売者に属さず、常駐する交易市场に属すことにすれば、中古車交易市场は第三者として、恐らく中古車に対する査定も中古車販売業者に対する監督も真剣に行うだろうと考えられる。

本論ではより総体的なイメージを捉えるために、マクロ的な視点に着目する。取引業界に流通している中古車をどのように分類するのか、それぞれのセグメントはどのような特

徴を整えているのか、こうした市場実態における中古車取引企業がどのようなマーケティング戦略を採るべきかという一連の課題は、今後の研究を進める上で重要な要件となると考えられる。

しかも、本論で挙げた北京市とハルビン市及び伊春市はある程度中国の一、二、三級都市を代表できるが、中国全体からみれば、何千という都市数や地域による都市間相違もかなり多いので、単にこれら三都市が中国全体の都市全てを表す例とするには、まだまだ不十分だろうと考えられる。今後、さらに中国の異なる都市に対する調査及び日本国内の流通実態に対する調査の必要があると考えられる。

¹第一回中国中古車トップフォーラムについての内容は専門ホームページを参照。

URL : <http://www.bitauto.com/Z/09news/09cj/esclt.html>

²陳栄章氏は当時同済大学汽車学院汽車後市場研究所の所長を担当する。

³潘榮氏は当時中国汽车流通協会副秘書長を担当する。

⁴中国自動車市場フォーラム「中国自動車市場の昨日・今日・明日」、日時：2010年3月8日午後1時～6時、経団連会館2階の国際会議場。

⁵「中古車交易規範」による。

⁶建前、仲介業者はB (Business) となれないが、中国の大部分の仲介業者は卸売・販売というビジネスを行っているから、実は、B (Business) という役を立っている。詳しいのは第二章で検討しておいた。

⁷ 其中、一つ目のCは変えず、北京市内の旧ユーザーと指している。一つ目のBはやはり北京市内の中古車仲介業者だが、外地市場に向かうため、仲介業者は小売者から卸売者に転換となっておく。二つ目のB 外地の仲介業者である。北京市内の卸売者の役割を果たす取引業者から仕入れ、まだほか地方の新ユーザーに向いて販売する。二つ目のCの意味は北京本地新ユーザーから外地新ユーザーへ転換した。

⁸ しかし、現在の大部分の4S店は中古車業界で重要な地位にあるが、やはり中古車下取りという先頭的な役を立っているである。

⁹ 『鳳凰網』自動車版に載せるニュース「2010年哈尔滨将建现代化二手车交易市场」に参照する。

URL : <http://auto.ifeng.com/second/news/20091030/139204.shtml>

¹⁰ 2006年のデータは 陳日君「哈尔滨市整顿二手车市场」『黑龙江晨报』2007年5月23日

URL : <http://news.bitauto.com/others/20070523/0900102831.html>

2007年のデータは 白雁「哈尔滨旧机动车交易市场访谈录」『中国二手车网』2009年3月3日

URL : <http://www.zg2sc.cn/html/2008-02/20080203082504.htm>

2008年のデータは2010年7月9日「黒龍江晨报」のニュースによる。

2009年と2010年のデータは 徐君「哈市二手车交易市场交易量出现井喷」『中国汽车网』2011年5月30日。URL : <http://news.chinacars.com/news/shehui/hebcheshi/804641.shtml>

¹¹ 「中古車交易規範」の第十三条による。

¹² 各メーカーに押されてきたそれぞれ自社の「認定中古車」はこの例である。

参考文献

[日本語文献]

- 1、 塩地洋、孫飛舟、西川純平『転換期の中国自動車流通』東京 蒼蒼社 2007年
- 2、 孫飛舟「日本の中古車流通における大規模買収業者のビジネス戦略—(株)ガリバーインターナショナルの事例を中心に—」『大阪商業大学論集』135
- 3、 孫飛舟「中国中古車市場の現状と課題」『中国自動車市場フォーラム—中国自動車市場の昨日・今日・明日』2010.3.8
- 4、 伊達四郎『中古車商法の落とし穴』東京青年書館 1984.8
- 5、 渡辺真純『2000年の中国自動車産業』町田蒼蒼社 1996.6
- 6、 塩見治人『移行期の中国自動車産業』東京日本経済評論社 2001.4
- 7、 関満博、池谷嘉一『中国自動車産業と日本企業』東京新評論 1997.7
- 8、 アイアールシー『中国自動車産業と日本メーカーの事業戦略』名古屋アイアールシー 2002

[中国語文献]

- 1、陳栄章「中国二手车行业现在和发展趋势」 第一回中国中古車トップフォーラム
2009.4.22 <http://news.bitauto.com/hangye/20090424/0805000724.html>
- 2、罗磊「2009年二手车行业大发展的时机来临」同上
<http://news.bitauto.com/hangye/20090424/0805000725.html>
- 3、戴琨「二手车网络营销发展新趋势」同上
<http://news.bitauto.com/hangye/20090424/0805000728.html>
- 4、徐長明「四大作用促进二手车市场快速发展」第二回中国中古車トップフォーラム
2010.4.24 <http://news.ucar.cn/hangqing/2010-04/99383074.shtml>
- 5、趙鵬「告别中国二手车流通“柠檬”市场对策」『中国物流与采购』2007年第9期

6、韓偉「详细剖析中国二手车市场发展现状」『汽车商业评论』2007.11.6
<http://auto.gasgoo.com/news/c/2007-11-06/51506f3b-19b4-434d-9243-67529b2cd1b7.html>

7、陳俊穎、王慧梅「我国二手车交易模式展望」『企业导报』2011 年第 7 期

8、孫小兵「中国二手车市场经营主体现状与问题分析」『上海汽车』2011.09

9、全虎「浅析信息不对称对二手车市场发展的影响」『汽车工业研究』2011.8

10、劉恩華、于洪涛、武秋麗「国内外二手车交易机制影响因素差异研究」中国汽车技术研究中心上海工作部『北京汽车』2011 年第 1 期

11、肖迢「二手车市场制度成本分析」湖北汽車工業学院經濟管理学院『改革与战略』2010 年第 7 期

付記

本論は今年 6 月に開催された中国経営管理大開の研究大会で発表した内容に基づいて、作成したものです。当時、渡辺幸男教授、丸川知雄教授、孫飛舟教授、李春利教授などの高明な研究者から貴重なコメントをいただきました。本論ではこうしたさまざまな貴重なコメントを纏めて、文章を作り上げました。ここでこれらコメントとアドバイスをくださった先生たちに心から感謝いたします。