

# 論文要旨

社会システム研究科・現代経済専攻

学籍番号：2019M20001

名前：王思瑤

周知のように中国市場における自動車販売台数、そして、生産数量はここ 10 数年の間に急速な拡大を示している。今や中国は「数量」の面では欧米や日本を凌ぐ「自動車大国」になっているといえる。しかし、中国自動車産業は政府の育成政策、すなわち、外資との合弁による産業育成といった政策の影響もあり、中国企業独自の技術力やブランド力といった、国際市場で競争していくための競争優位性の不足といった問題を抱えており、「質」の面でみた場合には、中国は依然として「自動車強国」とはいえないのが現状である。

こうした中、中国政府は現在、世界の自動車産業において進展している「CASE」改革、あるいは「MAAS」革命といった、100 年続いたガソリン内燃エンジンの自動車の開発・製造・販売にもとづいたビジネスモデルからの大転換を利用して、中国自動車産業が新たなモビリティ社会において主導権を握ることを国家戦略として掲げている。

このように中国政府が新たな「ゲーム・チェンジ」を仕掛けてくる中で、日系の自動車メーカーやその関連産業は、自動車社会、あるいはモビリティ社会において主導権を得るために、そして、中国政府が大きな影響力を有している世界最大の中国市場において生き残っていくために種々の施策を講じていくことが必要となっている。そして、その手立てとして注目されているのが、自動車業界以外の、そして、国外の企業との積極的な「提携構築」である。こうした中で現在、日系の自動車企業と中国自動車企業、さらには IoT や AI を得意とするベンチャー企業や、自動車のシェアリングビジネスを展開している企業との「提携」構築が積極的に行われている。

本論文では、こうした現象を「オープンイノベーション」の観点から位置づけ、なぜ、こうした現象が生じるのかを確認するとともに、さらに、今後の日系の自動車メーカーの経営課題について明らかにしていくこととする。なお、本研究では、公刊されている資料を中心に「定性データ」を使用して、業界を取り巻く経営環境と自動車メーカーの戦略分析、そして、それらの相互作用を分析することで、上記研究課題を明らかにしていく。

論文の構成としては、第 1 章で中国自動車産業の歴史と現状について、そして、第 2 章では中国政府が目指している「CASE 改革」による MAAS 社会への転換の内容について確認していく。第 3 章ではこうした中国政府が主導する改革に対する日系企業の戦略対応の現状について見ていく。次いで、第 4 章では日系企業の戦略対応を理解するための分析視覚としての「オープンイノベーション」論の考え方について確認・検討する。そして、第 5 章では上記をふまえて日系自動車メーカーの経営課題について明らかにしていくこととする。

