



2013年3月

株式会社三井住友銀行 企業調査部

木村 拓雄

■ メガプラットフォーム戦略が自動車業界に及ぼす影響

日系完成車メーカーは近年、価格競争の激化や先進技術開発の負担増加を受けて、メガプラットフォーム戦略を推進する方針を打ち出しています。こうした取り組みは部品サプライヤーを含めた自動車業界全体の構造を大きく変えていく可能性があり、今後の動向が注目されます。

メガプラットフォーム戦略の現状

メガプラットフォーム戦略とは、①長期の商品計画に基づく車台（車両下部の骨格構造）の開発、および同一車両セグメント内での車台の統合と部品共通化、②車両セグメントを越えた部品共通化などを指し、広義には車台をいくつかの部品の集合体（モジュール）に分けることでさらに効率化を図る取り組みなども含みます。

従来、先進国が自動車需要の中心であったうえ、次世代自動車の導入を迫られるほどの環境規制の強化も生じなかったこともあり、完成車メーカーは研究開発費の多くを車台の開発に投じ、車種ごとに異なる車台や部品を採用しつつ他社との製品の差別化を図ってきた経緯があります。

しかしながら、近年完成車メーカーは、①過剰生産能力を背景とした価格競争の激化、②車種の多様化に伴う開発段階での品質確認負担の増加、③各種規制の強化に伴う開発費用の増加・開発人員の不足といった問題に直面しています。

こうした背景から、完成車メーカーは開発負担の軽減や設備投資の抑制、部品の購買費用の削減などを目的としてメガプラットフォーム戦略を進めています。

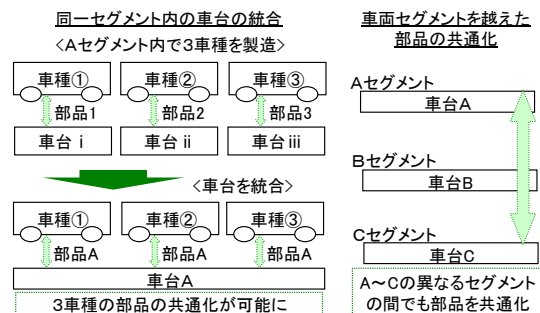
本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時時点で弊行が一般に信頼できるとされる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行で保証する性格のものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いいただきますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じております。

なかでも大手欧州系メーカーはメガプラットフォーム戦略の推進で先行しており、車台当たりやエンジン当たりの販売台数はここ数年で増加しています。さらに足元では車台のモジュール化も進めつつ、一段のコスト削減に取り組んでいます。また、日系メーカー各社も車台の統合や部品共通化に注力しており、欧州メーカーが進めている車台のモジュール化に取り組む動きも出てきています。

メガプラットフォーム戦略を進める際の課題としては、①製品面では、主要部品の絞り込みにより車種の特性が発揮しにくくなるほか、統合された車台が将来的に時流に合わなくなる可能性があること、②販売面では、製品声価の悪化が販売に与える影響が大きくなること、③コスト面では、仮にリコールが発生した場合、対策費用が従来以上に増加する懸念があること、などが挙げられます。

これらの課題を踏まえ、完成車メーカー各社は、①より多くの部品の組み合わせを可能にすべく設計を見直し、仕様の多様性を確保すること、②現地ニーズに適した機能やデザインの提供・品質チェック体制を充実させること、などの対応を進めています。

図表1 メガプラットフォーム戦略



(資料) 弊行作成



部品サプライヤーへの影響

メガプラットフォーム戦略の推進により、完成車メーカーは車種の特長や意匠性への影響が少ない部品を中心に、車種や地域を跨いだ一括発注へ移行し部品の共通化を進めつつ、部品サプライヤーに対しては今まで以上の原価低減要請を行っていきとみられます。そのため、部品の種類によっては部品サプライヤー1社への発注量は十万台単位から百万台単位に拡大することに加え、共通化の対象となった部品に対して従前比▲数十%の値下げを求めてくる可能性も少なくないと言われています。

こうした状況下、今後はグローバルに生産拠点を有し、かつスケールメリットによるコスト削減が可能な大手部品サプライヤーへ発注が徐々に集約されていく可能性があります。

加えて、日本の自動車産業の特性である系列での協業体制への影響も懸念されます。これまで日系完成車メーカーは品質向上やコスト削減を徹底すべく、車種ごとに開発の初期段階から部品サプライヤーとすり合わせを重ねてきた経緯があり、これが欧米系サプライヤーの参入障壁となっていました。しかしながら、メガプラットフォーム戦略が進めば、構成部品は一定の規格下で設計されることとなり、これまでのように車種ごとに頻繁なすり合わせを行う必要がなくなる可能性もあることから、相応の技術力を有する大手欧米系サプライヤーに発注が流れるリスクが高まるとみられます。

今後の展望

こうした事業環境の大幅な転換局面の前に、サプライヤー各社は、①競争力の高い製品群への選択と集中、②生産拠点網の拡充や生産能力の増強などを中心としたグローバルな生産体制の再構築、③設計・材料の見直しを含めた抜本的な原価低減、④受注数量の安定化を狙った顧客基盤の拡充、などを進めていく必要があるとみられます。

もともと、自社の経営資源のみではこれらの課題への対応が難しい場合は、大規模発注への対応や調達力の強化、生産地域の補完などを目的とした同業他社とのアライアンスや M&A を検討していくことも必要となり、すでにいくつかの部品サプライヤーは円高を追い風とした欧州メーカーの買収といった戦略を進めています。今後も、完成車メーカーを中心としたメガプラットフォームの本格導入に伴いさらなるサプライヤーの戦略転換が進むことも想定され、グローバルベースで加速するとみられる業界再編の行方が注目されます。(木村)

図表 2 部品サプライヤーの戦略の方向性

自助努力による施策	他社資本を活用した提携戦略	
	事業提携	買収
自社製品の選択と集中	○ (製品補完)	◎ (製品拡充)
生産拠点の再構築 (拠点網拡充、能力増強)	○ (生産拠点補完)	◎ (生産拠点拡充)
抜本的な原価低減	○ (共同購買/開発)	◎ (スケールメリット獲得)
新規取引先への販路獲得	○ (販路補完)	◎ (取引先拡充)

(資料) 弊行作成

本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時時点で弊行が一般に信頼できるとされる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行で保証する性格のものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いいただきますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じております。