

World Trend Foresight

中国 BEV メーカーの、メキシコを拠点にした南向きの視点
—メキシコ国内及び中南米市場に進出していく可能性—

2024 年 6 月

PwC コンサルティング合同会社
PwC Intelligence シニアアソシエイト 吉武希恵



米中対立が進む中で、中国の電気自動車(BEV)メーカーが「米国以外」の国に進出する動きが注目されている。メキシコも例外ではない。メキシコの対内直接投資に占める中国の比率は小さいものの、米国のトランプ前政権が 2018 年に対中関税を引き上げて以降、中国のメキシコへの投資は拡大傾向にあり、今後も増える見込みである。特に BEV 分野における中国企業の動きは足元で活発化している。中国メーカーはメキシコで生産した BEV の国内販売に注力するだけでなく、同国以南の中南米諸国への輸出も視野に入れているようである。中南米地域では内燃機関車が中心で、電動車への移行も、現状ではハイブリッド車(HEV)が主流となっている¹。しかし今後 HEV に牽引されながら、電動車市場が本格的に拡大していくれば、BEV で存在感を示す中国メーカーが他国の競合に対し優位に立つことも考えられる。

日本では、メキシコでの中国企業の動向について語る際、対米輸出の観点から説明するものが多く、中国企業がメキシコの国内市場や同国以南の中南米市場に目を向けている点に言及するものは少ない。本稿では、あまり注目されない中国メーカーの「南向き」の視点を取り上げる。中国メーカーの目的は米国市場への進出よりも、メキシコを含む中南米諸国におけるプレゼンスの拡大にある、という見方である。そうすることで、多角的な視点から、将来の自社を取り巻く事業環境がどう変化していくのか、リスクシナリオを描いていく重要性を提起したい。

本稿の流れとして、まず中国メーカーによる対メキシコ直接投資が、小規模ながらも今後 BEV などを中心に拡大していく見通しについて述べる。その後、メキシコで生産した BEV の販売先として、日本で通常想起される米国ではなく、中南米市場でのプレゼンスを図ろうとしている動きを取り上げる。

1. 中国の対メキシコ直接投資は、規模は小さいものの、今後増加見通し

(1) メディアで注目されるものの、統計上の投資規模は依然として小さい

米国のトランプ前大統領は 2024 年 3 月、同氏が 11 月の大統領選挙で勝利した暁には、中国メーカーがメキシコで生産する全ての自動車の輸入に 100% の関税をかけると発言した。米国は 2018 年以降、中国からの自動車輸入に対して 27.5% の関税を課しており、中国メーカーの米国市場参入の障壁となってきた²。しかし、中国メーカーはメキシコで生産し、米国・メキシコ・カナダ協定(USMCA)の域内原産割合さえ満たせば、無税で米国へ輸出できる。こうした環境下、近年、中国メーカーがメキシコに生産拠点を設置する動きを活発化させている。メディアでは、こうした中国メーカーの動きを米国への輸出を念頭にしたものとして言及するものが増えている。また、前述のトランプ前大統領の発言は、中国メーカーによるメキシコ進出とそこからの対米輸出に対する警戒感を露わにしたものと見られる³。

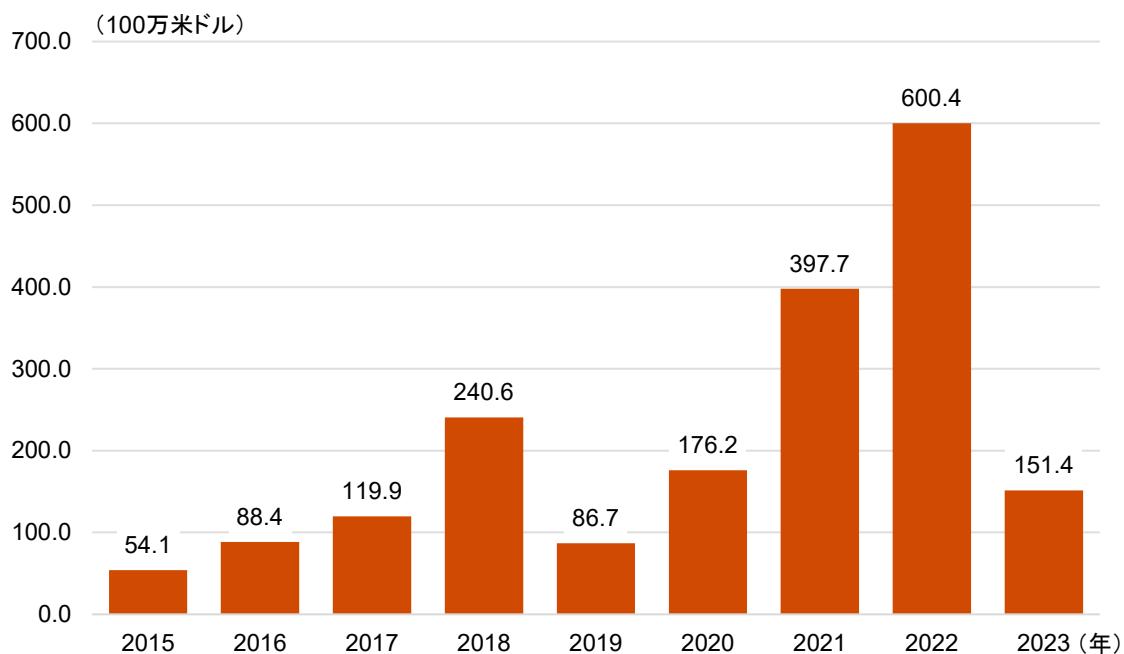
ただ、実際には中国による対メキシコ直接投資の規模は、他国のそれと比較して小さい。メキシコ経済省によると、中国からの対内直接投資額は 2022 年に前年比 50.9% 増の 6 億米ドル、2023 年に 74.8% 減の 1.5 億米ドルであった(図表 1)。メキシコの対内直接投資額の総額に占める割合は、2022 年が 1.7%、2023 年も 0.4% を占めるにしか至らない(図表 2)。なお、メキシコへの最大の投資国は米国で、2023 年には全体の約 4 割を占める 136 億米ドルを投資している。

¹ 本稿での「電動車」は、主にハイブリッド車(HEV)、プラグインハイブリッド車(PHEV)、電気自動車(BEV)を含むものとする。

² 米国の、日本や欧州からの自動車輸入に対する関税率は 2.5%。なお、米通商代表部(USTR)は 2024 年 5 月 22 日、中国からの BEV 輸入の際の税率を 8 月から現在の 25% から 100% に引き上げると発表した。

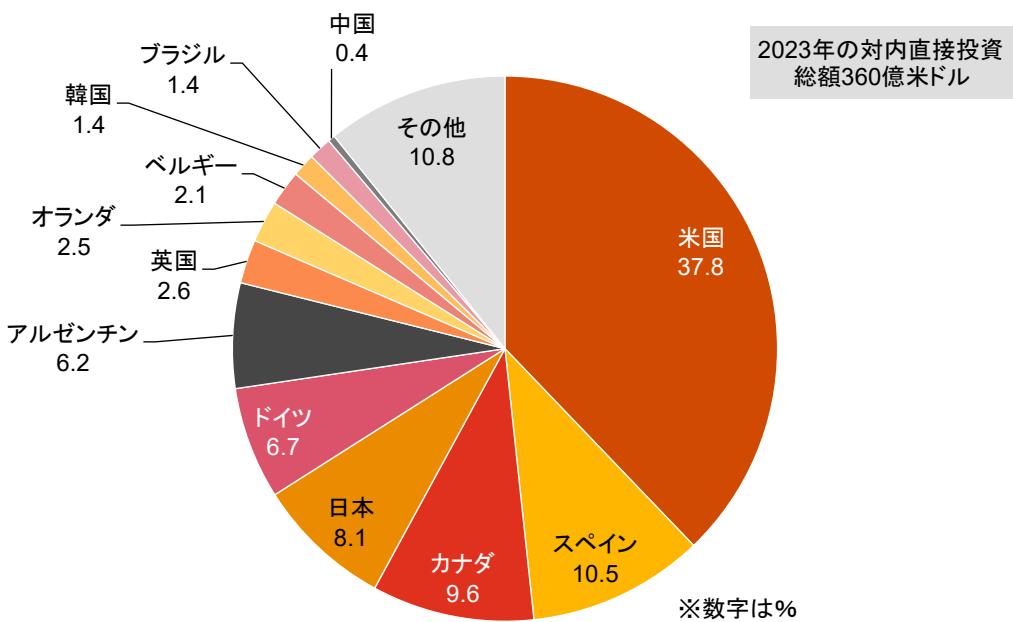
³ 現状では中国メーカーのメキシコ産自動車は米国にはほぼ輸出されておらず、同氏の発言は大統領選挙を控え、有権者受けを意識したものであろう。

図表1 中国による対メキシコ直接投資



(出所)メキシコ経済省データから、筆者作成

図表2 対内直接投資の国別内訳(2023年)

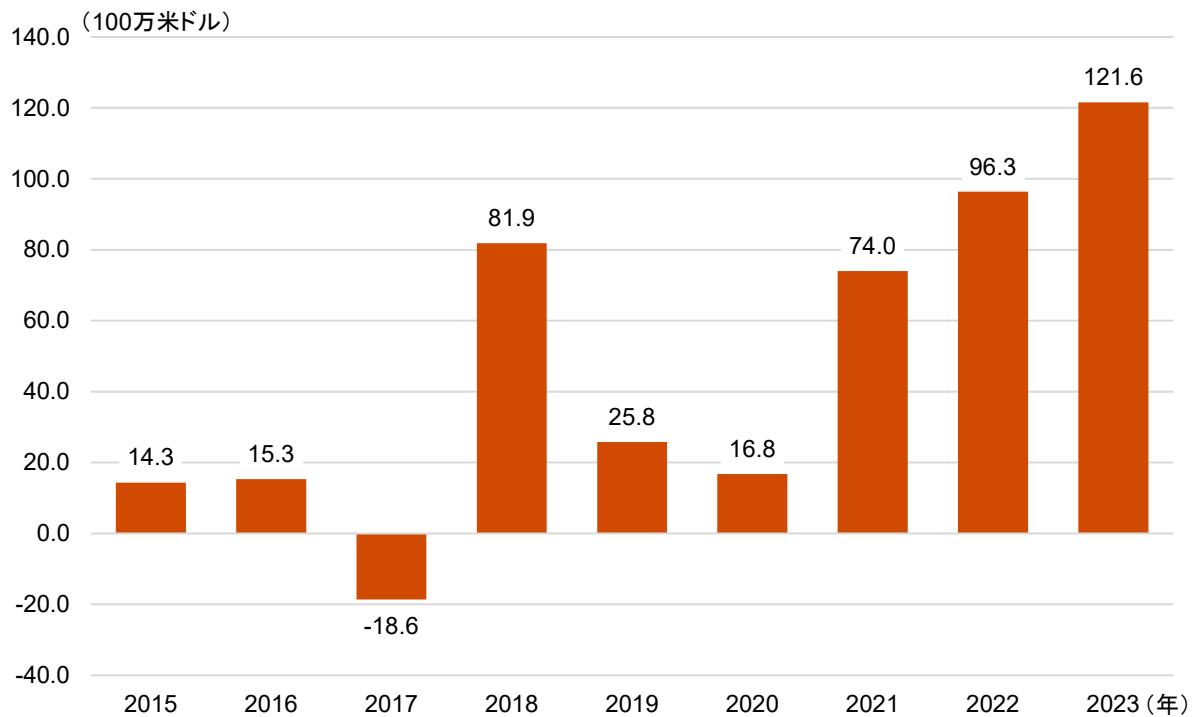


(出所)メキシコ経済省データから、筆者作成

次に、自動車を含む輸送機器の製造分野にフォーカスして、中国からの投資の動きを見る。同分野への中国からの直接投資額は前年比で2022年に30.2%増の9,630万米ドル、2023年に26.2%増の1.2億米ドルとなり、拡大基調にある(図表3)。確かに同分野においても、中国が投資額全体に占める割合は、2022年が2.1%、2023年が0.4%で決して大きくはない

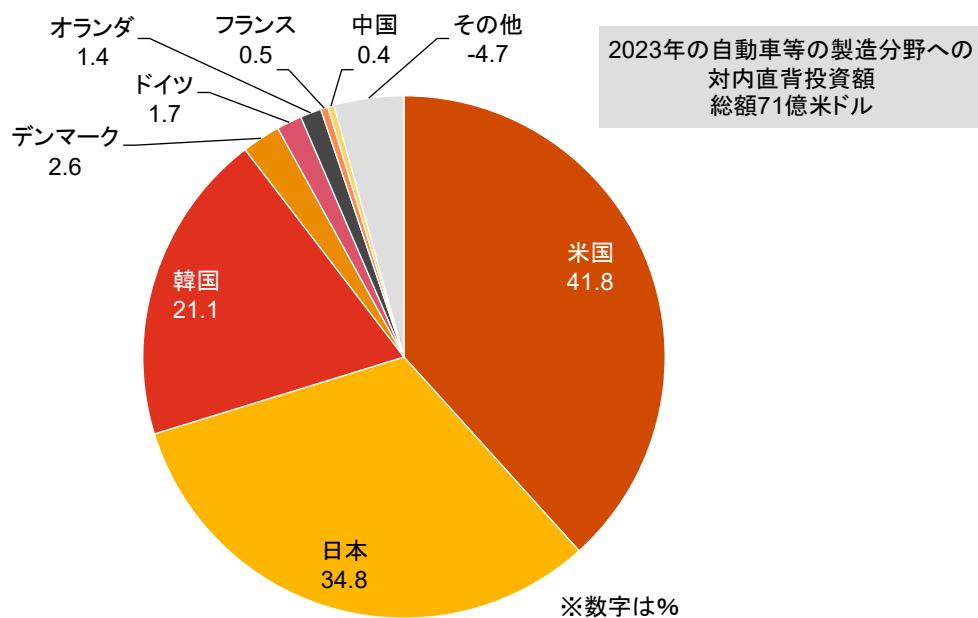
(図表4)。しかし、2023年は中国の対メキシコ投資の8割を輸送機器が占めており、同分野が足元での中国の対メキシコ投資の中心となっている様子は確認できる。

図表3 輸送機器の製造分野における中国による対メキシコ直接投資



(出所)メキシコ経済省データから、筆者作成

図表4 輸送機器の製造分野における対内直接投資額の国別内訳(2023年)



(出所)メキシコ経済省データから、筆者作成

(2) 今後、中国の対メキシコ直接投資は拡大見通し

上述のとおり、統計上は中国の存在感はメディアで取りざたされるほどの規模には見えない。しかし、中国企業による投資案件は徐々に積みあがっており、今後は存在感を高めていく兆しが見て取れる。

BBVA は 2023 年 7 月、工業団地協会(AMPIP)へのアンケート⁴を行っている。同アンケートによると、レポートを発表した 2023 年 7 月時点で、新たに 453 の企業が 2024 年から 2025 年の 2 年間に工業団地に入居することを決定しており、うち 20% が中国企業となっている。

また、メキシコ経済省は 2024 年 3 月 19 日、同年 1 月 1 日から 3 月 15 日までの間に発表された投資計画は計 73 件(総額 315 億米ドル)に上り、うち 6%(約 19 億米ドル)が中国企業によるものだと発表した。これは米国、ドイツ、アルゼンチンに次ぐ 4 番目の規模となっている。経済省は、今回発表された投資案件について、今後 2~4 年の間に對内直接投資額として計上されると見通している⁵。

中国の対メキシコ投資の牽引役となりうる自動車関連についても、中国メーカーのメキシコでの生産能力の強化に向けた動きが活発化してきている。2023 年以降、中国の BEV 関連企業による新規投資の発表は 5 件に上っている。投資内容として、完成車メーカーによる組み立て工場の建設や、BEV 用部品メーカーによる新工場の建設が含まれる。

なお、メキシコのロペスオブラドール大統領と中国の習近平国家主席は、米国のサンフランシスコで 2023 年 11 月に開催された APEC に出席した際、二国間会談を行っている。両者は経済・貿易での関係強化で合意しているが、習主席は協力を深化させる分野の 1 つとして BEV を挙げている⁶。中国政府としても、自国 EV メーカーのメキシコ進出を後押ししたいとの思いが垣間見える。また、同大統領が APEC の際に二国間会談を行ったのは米国(バイデン大統領)、カナダ(トルドー首相)、そして中国の 3 力国のみである。メキシコが中国との関係をいかに重視しているかが分かる。メキシコのブエンrostro 経済大臣は 2024 年 4 月、駐メキシコ中国大使と会談した際に、中国企業による投資は常に歓迎されると発言している⁷。

2. 今後の見通し: メキシコを拠点に中南米市場を狙う

前章では、今後中国企業の対メキシコ投資が BEV などを中心に拡大していく見通しについて述べた。では、その販売先はどこになるのだろうか。まず想起されるのは大市場である米国であるが、中国 BEV メーカーは実際には中南米市場でのプレゼンス拡大を図ろうとしているように見える。この動きを以下にて確認したい。

(1) 対米国輸出の見通しは厳しさ増す

メキシコに拠点を置く中国メーカーによる対米輸出については、米中貿易摩擦の状況次第では検討の余地が大きくなることもありうる。ただ、現時点では対米輸出の見通しは厳しさを増している。米通商代表部(USTR)のタイ代表は 2024 年 5 月 22 日、中国メーカーが米国市場への無税での自動車輸出を狙ってメキシコでの生産能力を増強する動きを注視していると発言。そのうえで、これを規制するためにあらゆる手段を検討していくとの姿勢を明らかにしている。先述した通り、11 月の大統領選挙における共和党候補であるトランプ前大統領も、中国メーカーのメキシコからの輸出に厳しく対応する姿勢を見せており。このように、中国メーカーの実質的締め出しあは超党派の動きとなっており、バイデン大統領、トランプ前大統領のいずれが勝利しても、米国のスタンスが大きく変わることは考えにくい。

⁴ BBVA "Mexico | Nearshoring Outlook: Mexico's Industrial Parks Association survey" AMPIP には 2023 年 7 月時点で、メキシコ国内 21 州における 430 の工業団地に拠点を置く 3,800 社が加盟している。(2024 年 6 月 2 日最終閲覧)

⁵ メキシコ経済省 "Más de 31 mil millones de dólares en anuncios de inversión de enero al 15 de marzo de 2024" (2024 年 6 月 7 日最終閲覧)

⁶ 中国国務院 "Xi calls for expanding China-Mexico cooperation in finance, EV" (2024 年 6 月 6 日最終閲覧)

⁷ 在メキシコ中国大使館 "El Embajador de China en México Zhang Run se reunió con la Secretaria de Economía de México Raquel Buenrostro" (2024 年 6 月 6 日最終閲覧)

また、メキシコ、米国、カナダの 3 国は、2026 年に USMCA の見直しを予定している。今年の 11 月の大統領選挙でトランプ大統領が返り咲いた場合、中国メーカーの米国参入障壁を高めることを目的に、例えばメキシコで生産される完成車に対して、中国部品メーカーによる付加価値が高いものについては USMCA を活用できなくなるといった、厳しい規制を提案する可能性も排除できない⁸。

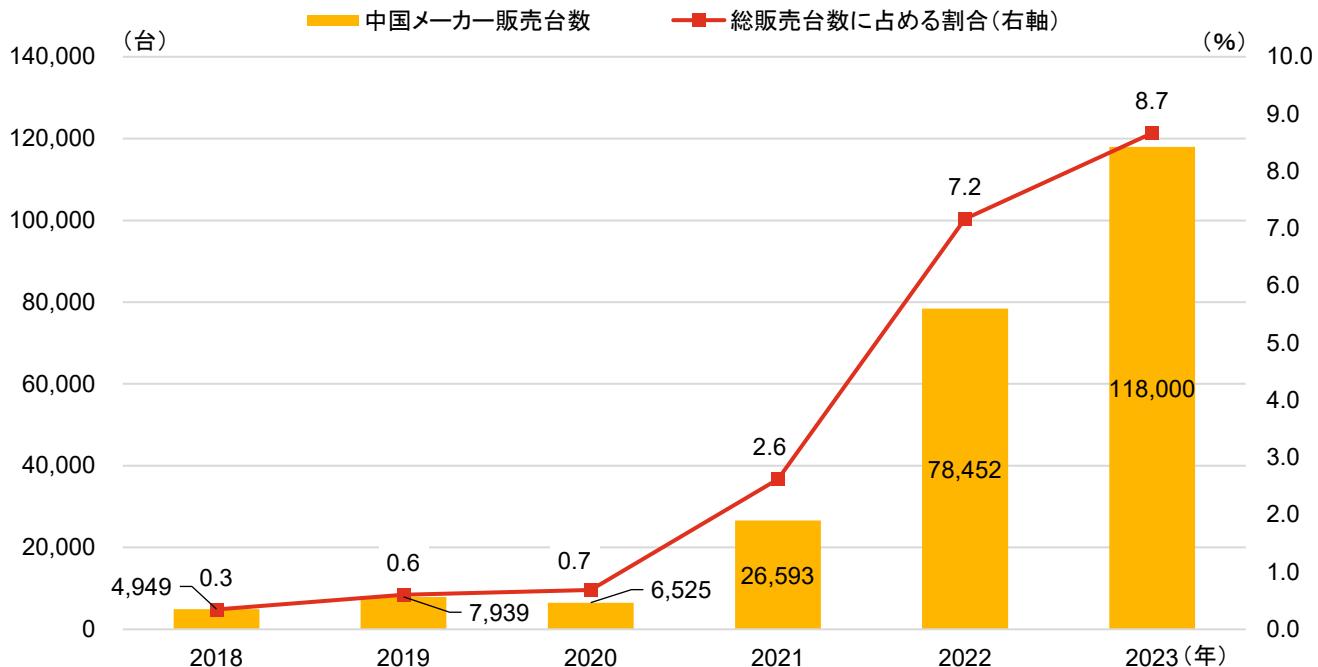
(2) BEV 市場の拡大に伴い、BEV に注力する中国メーカーが勢いを増していく可能性

中国メーカー自身は米国市場への(内燃機関車、電動車にかかわらず)自動車輸出が厳しい点は織り込み済みと見られる。これまで中国から米国への自動車輸出は主に米国メーカーによる輸出が中心であるし、メキシコに生産拠点を構える中国メーカーも米国にはほとんど輸出していない。

中国大手 BEV メーカーの米州事業の経営責任者は 2024 年 5 月、メキシコに生産拠点を設置する姿勢を明らかにした上で、当面はメキシコ国内市場、将来的には同国以南の中南米市場を目指しており、米国市場に進出していくことは考えていないと発言している⁹。同様に、自動車メーカーが集積する中部ハリスコ州の企業誘致担当部門のトップも 4 月、現地メディアに対して、中国メーカーのメキシコ進出は、メキシコ国内と、ゆくゆくは中南米市場への展開を念頭に置いたものだと発言している¹⁰。

こうした中国メーカーの意図を念頭に、まずメキシコ自動車市場における動きを見ていく。中国メーカーによる内燃機関車を含む自動車販売台数は、2018 年の 4,949 台から 2023 年に 11.8 万台と急増している。国内の総自動車販売台数に占める割合は、2018 年の 0.3% から 2023 年に 8.7% に拡大している(図表 5)。

図表 5 中国メーカー販売台数と、総販売台数に占める割合



(出所) 国立統計地理情報院(INEGI)のデータから、筆者作成

⁸ The Inter-American Dialogue "Will the USMCA Accord Survive an Upcoming Review?" (2024 年 6 月 6 日最終閲覧)

⁹ El País Mexico "BYD lanza mundialmente su nueva camioneta híbrida en México" (2024 年 6 月 3 日最終閲覧)

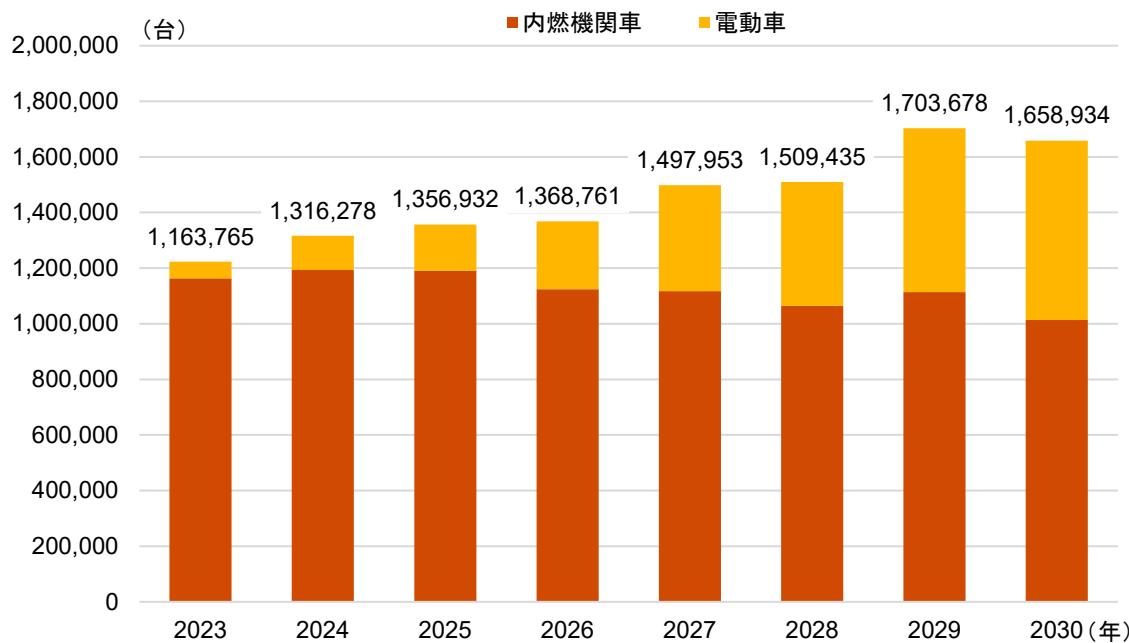
¹⁰ El Economista "Jalisco estaría entre los dos estados finalistas para atraer planta BYD" (2024 年 5 月 29 日最終閲覧)

中国メーカーがさらに存在感を増すために注力しているのが BEV 市場である。メキシコの統計局に当たる国立統計地理情報院(INEGI)は、2023 年の BEV 販売台数について 1.4 万台とするものの、メーカー別の内訳を公表していない。そのため実態は測りかねるが、複数の現地メディアは、BEV 販売台数に占める中国メーカーの割合が約 25%を占めると報じている。中国メーカーはメキシコの大手デパートや銀行との協業で、融資やリースの仕組みを提供している¹¹。また、車種のグレードによるものの、価格差が大きいものでは欧米・日本メーカーの 4 割程度の価格で BEV を販売している。このような積極的な販売促進活動によって、中国メーカーの BEV はメキシコ国内市場で受け入れられていっているようだ。

確かに、内燃機関車を含む全自動車販売市場(136 万台)に占める BEV の割合は 2023 年で約 1%と、現状では小さい。しかし今後、世界的な脱炭素の流れが強まる中で、メキシコの電動車市場も拡大が見込まれる。メキシコ自動車工業会(AMIA)によると、メキシコ国内における電動車も含めた自動車販売市場は、2030 年に 2023 年比 42.5%増の 166 万台に成長すると見込まれる(図表 6)。そのうち BEV の販売台数は、政府が消費税免除やインフラ整備等の政策支援を取った場合、2023 年比 25 倍の 35 万台にまで成長する見通しだ¹²。つまり、全自動車の 21%を BEV が占めることになる。

なお、10 月に発足するシェインバウム次期政権は、電動車の普及に意欲的な姿勢を見せている。次期政権において何かしらの政策支援が取られることが予想される。政策の後押しも受けて、BEV 市場が順調に拡大していくれば、BEV に注力する中国メーカーに有利な状況になることが考えられる。

図表 6 メキシコ自動車市場の見通し(政策支援がある場合)



(出所)メキシコ自動車工業会(AMIA)のデータから、筆者作成

(3) ゆくゆくはメキシコ以南の中南米市場も視野に入る

市場の成長見通しもあり、中国メーカーは引き続きメキシコ国内市場の開拓に取り組んでいくと見られている。さらに、先に紹介した中国メーカーなどの発言を踏まえると、将来的には、中国メーカーがメキシコで生産した BEV を同国以南の中南米諸国にも輸出していく動きも予想される。

¹¹ JETRO「中国系 EV が市場で市民権を獲得(メキシコ)」(2024 年 5 月 29 日最終閲覧)

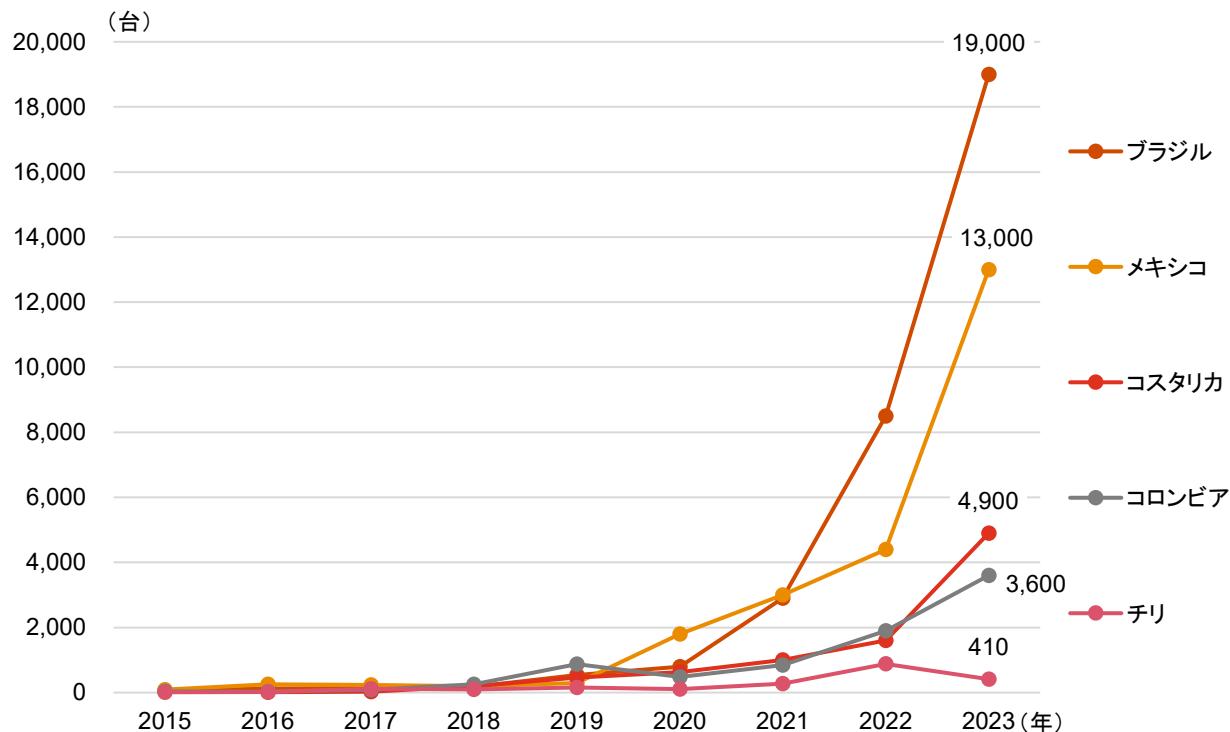
¹² AMIA は、政府による消費税免除等の政策支援がない現状のままでも、BEV を含む電動車の販売台数は 2030 年に 2023 年比 5.3 倍の 32 万台に達すると見通す。そのうち BEV は、約 12 万台と電動車全体の 37%を占め、内燃機関車を含む全自動車販売台数においては、2030 年に現在の 1%から 7%に拡大する計算だ。

中南米の BEV 市場は、主要国における全自動車販売台数に占める割合が 4%と、メキシコと同様にまだ規模が小さい¹³。しかし、中南米の BEV 市場も今後拡大が見込まれている。各国では 2021 年以降、充電スタンドの設置と、補助金等の政策支援の導入が進むことで、BEV の販売台数が大幅に伸びてきた(図表 7)。このような状況下で、中国メーカーは既に存在感を示していると見られ、域内 BEV 販売台数に占める中国メーカーの割合は 4 割に上るとの調査会社の試算もある¹⁴。中国メーカーは、メキシコに加えて、ブラジルでも BEV の生産拠点を設置する動きを見せている。メキシコとブラジルの 2 力所で BEV を生産し、南北から中南米諸国の市場へ BEV を供給していくことも考えられる。

メキシコはこれまで、中南米へ輸出することを目的とした製品の生産拠点として機能してきた。例えば、冷蔵庫やエアコンを含む白物家電が挙げられる。メキシコでは 2000 年代以降、欧米・アジアの家電メーカーが生産拠点を設置してきた。白物家電の中で最も輸出額の大きい冷蔵庫は、中南米諸国への輸出額が、2006 年の 7,865 万米ドルから、2023 年に 3.2 億米ドルへ約 4 倍増加した¹⁵。輸出先国としては、パナマ、グアテマラ、エルサルバドルといった中米諸国が多く、次いでコロンビア、ペルー、チリなど南米諸国が続く。白物家電と同じく、BEV を巡っても、同じような流れが今後起こることも考えられるだろう。

なお、メキシコを含む中南米では、日本や米国と比べ中国に対してネガティブな印象を持つ人が少なく、中国メーカーの BEV を受け入れる地盤が整っていると言える。先で述べた通り、先進国を中心に中国メーカーを締め出す動きが強まる中で、中国メーカーにとって中南米は比較的入りやすい市場であると考えられる。

図表 7 中南米 BEV 主要国における BEV 販売台数の推移



(出所)国際エネルギー機関(IEA)のデータから、筆者作成

¹³ 国際エネルギー機関(IEA)によると、中南米において BEV 販売台数上位 5 力国の BEV 販売台数は 2023 年、ブラジル 19,000 台、メキシコ 13,000 台、コスタリカ 4,900 台、コロンビア 3,600 台、チリ 410 台の、計 40,910 台であった(図表 7)。内燃機関車を含む全自動車販売台数に占める割合は、コスタリカが 12%と 10%超となったものの、平均すると 4.1%と、5%に満たない。

¹⁴ JETRO「EVを中心とした中南米エネルギー転換ビジネスの行方(全体概観)」

¹⁵ Data Mexico(メキシコ経済省と国立統計地理情報院(INEGI)が共同開発するオープンデータサイト)(2024 年 5 月 7 日最終閲覧)

3. BEV 普及に向けた課題と示唆

(1) BEV 普及に向けた課題

本稿では、中国メーカーがメキシコ国内、そして中南米諸国の BEV 市場に注力する可能性について論じてきた。しかし、メキシコや同国以南の中南米諸国は、BEV の普及に向けて共通の課題を抱える。まず、充電スタンド設置台数が近年増加している旨上述したが、BEV が内燃機関車に取って代わるには依然として不十分と言える。例えば、メキシコの国土は日本の約 5.2 倍に当たり、ゆえに全国に BEV の充電インフラを整備するには時間を要すると見られている。特に、首都圏等の大都市圏と地方都市の充電スタンド設置数には、大きなギャップが存在する。そのため、現在メキシコにおける BEV 購入は、充電インフラの整う大都市圏でのセカンドカー利用を目的としたものが多い。地方への移動の際などに使用するファーストカーとしては、近年では HEV も増えてきているが、依然として内燃機関車が主流となっている。

また、治安の問題も、メキシコと同国以南の中南米に共通する課題である。例えばメキシコでは、都市間を結ぶ高速道路上において強盗犯罪が起こりやすいため、道路上でバッテリー切れになることは大きなリスクとなる。BEV は、航続距離や充電インフラの観点から内燃機関車よりも動力切れになりやすい。そのため、犯罪に遭うリスクを考慮して BEV を選ばないという意見も多い。

ただこういった課題は、将来的には、充電インフラが拡充されるとともに、一回の充電当たりの走行距離を伸ばすバッテリー技術が向上することである程度は解消されることが期待される。そうなったときに、市場規模が小さい現時点から、中南米の BEV 市場に進出しようとしている中国企業が、欧米・日本メーカーに対して優位な立場に立つというシナリオが考えらえる。

(2) 多角的な視点をもってリスクシナリオを描くことが重要

日本では、メキシコでの企業活動を語る際に、米国への輸出を念頭に説明することが通常である。ゆえにメキシコ国内や、メキシコ以南に目を向けることは少ない。本稿では、そんな日本であまりフォーカスされることのない、中国メーカーの南向きの視点を取り上げた。中南米における BEV 市場の規模は依然として小さい。しかし今後、脱炭素というグローバルな流れの中で、メキシコや同国以南の中南米においても、自動車市場の主軸が、内燃機関車から BEV を含む電動車に移行していくことが予想される。中国メーカーは、BEV 黎明期の現在から、メキシコ国内や同国以南の中南米諸国で徐々に BEV 販売台数を伸ばしている。そうすることで、各国で BEV 市場が本格的に拡大してきた際に、早期参入していた中国メーカーが有利な立場に立っていく可能性がある、という一つの見方を提供した。

日本では、欧米企業の視点からビジネスの流れを捉え解釈することが通常だが、ゆえに解釈が一様になりがちである。例えば本稿で挙げた中国企業の動向など、多角的な視点をもって、自社を取り巻く外部環境が今後どのように変化していくのか分析し、リスクシナリオを描くことが今後さらに重要となってくるのではないだろうか。

吉武 希恵

シニアアソシエイト

PwC Intelligence

PwC コンサルティング合同会社

PwC Intelligence 統合知を提供するシンクタンク

<https://www.pwc.com/jp/ja/services/consulting/intelligence.html>

PwC コンサルティング合同会社

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-2-1 Otemachi One タワー Tel:03-6257-0700

©2024 PwC Consulting LLC. All rights reserved. PwC refers to the PwC network member firms and/or their specified subsidiaries in Japan, and may sometimes refer to the PwC network. Each of such firms and subsidiaries is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details. This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.