

中国カーナビ/PND市場に関する調査結果 2008

— 独自進化を遂げる中国ナビ市場で、日本製カーナビの可能性大 —

【調査要綱】

矢野経済研究所では、大きく動き出した中国カーナビ/PND市場の動向を調査し、2015年までの市場推移を予測した。

1. 調査対象：中国におけるカーナビ、PND(Personal Navigation Device)、PDA(Personal Data Assistance) ナビ、ナビ地図、ITSインフラ、テレマティクスサービス
2. 調査期間：2007年10月～2008年6月
3. 調査方法：当社専門調査員による中国における現地面接調査及び電話・メール取材。当社蓄積データ、および各種文献調査を併用。

【調査結果サマリー】

◆ 2007年の中国PND市場（出荷台数ベース）は120万台。前年比300%の急成長。

中国PND(Personal Navigation Device)市場は、2015年には820万台に達すると予測する。2015年までには、PNDが市販とディーラオプションにおいて中国ナビ市場を牽引していく。

◆ 2007年の中国フルマップナビ市場（出荷台数ベース）は34万台。

2007年の中国フルマップナビ市場は34万台で、内訳はメーカオプションで25万台、ディーラオプションと市販で9万台であった。2015年には260万台に達すると予測する。

◆ 日本メーカの技術力を活かしたPND、フルマップナビの可能性大。

中国版PNDは、欧米タイプの「カーナビの廉価版」ではなく、「何か目新しい情報機器」として進化していく。またディーラオプションにおいては、低価格なメモリ型カーナビが代替する可能性もある。

中国版フルマップナビは、高級車向けにはハイエンドなHDDカーナビが搭載されていく。10万円の以下の小型車向けには低価格なメモリ型カーナビが搭載されていく。どちらも日本メーカのもつ技術力が活かせる市場になる可能性がある。

◆ 資料体裁

資料名：「2008～09年版 中国カーナビ/テレマティクス市場」
発刊日：2008年6月25日
体裁：A4判378頁
定価：220,500円（本体価格210,000円 消費税等10,500円）

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝

設立：1958年3月 年間レポート発刊：約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先（当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>）

（株）矢野経済研究所 管理本部 広報室 TEL：03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報室迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 中国乗用車市場とテレマティクス需要

1-1. 中国乗用車市場概況

- 2007年の中国乗用車市場（販売台数ベース）は527万台で前年比124%と伸びた。これは中国自動車販売台数全体の60%に相当する。中国では乗用車が自動車市場を牽引しているといえる。
- 中国乗用車市場は100社以上の参入メーカーが細かくシェアを分け合っている。日本メーカーはトヨタ、ホンダ、日産とともにシェアを増加させ、VW、GM、現代などとの激しいトップ争いを繰り広げている。
- 中国乗用車市場は2015年で1,030万台と予測するが、都市部を中心とした総量規制やガソリン価格高騰による買い控えなどの阻害要因によっては1,000万台に到達しないことも考えられる。

1-2. 中国テレマティクスサービス需要

- オリンピックを控えた北京市をはじめ、上海市、浙江省など湾岸エリアの都市部の道路は渋滞がひどく、その結果、環境悪化の助長や、経済発展の阻害要因にもなりうる。こうしたエリアでは、特に渋滞情報をはじめとする交通情報／テレマティクスサービスの需要が見込まれる。
- こうした中国において、将来は交通情報／テレマティクスサービス搭載の有無がカーナビの売れ行きを左右し、ひいては乗用車購入時の決定要因にもなりうる。現在、激しい販売競争を繰り広げているメーカー各社は、2007年から各地でテレマティクスサービスの実験を繰り返している。トヨタ「G-BOOK」、日産「スターウィングス」、GM「オンスター」などのテレマティクスサービスが2009年以降に本格的にスタートする予定である。

2. 中国PND市場

2-1. 市場概況

- 2007年の中国PND市場（出荷台数ベース）は120万台となり、前年比300%と大きく伸びた。これは2007年中国ナビ台数全体の78%に相当する。
- 中国のPND参入メーカーは200社を超え、特に広州、深セン、香港、台湾からの参入が多く、まだ市場は黎明期であるにもかかわらず、競争は激化している。現在は低価格競争であるが、やがて多様な高付加価値競争にシフトしていくと予測する。
- 現在のところ、主にPNDは家電量販店やPCショップなどの市販チャネルでの販売であるが、今後はディーラオプションとして自動車メーカーが新チャネル設定を行うことも考えられる。

2-2. 市場予測

- 2008年は220万台、2009年は350万台、2015年には820万台に達すると予測する。2015年まではPNDが中国ナビ市場を牽引していく。
- 中国PND市場は、数量的には成長傾向にあると予測したが、概して、中国PNDの将来は混沌としているといわざるを得ない。例えば、中国PNDは欧米における「カーナビの廉価版」をそのまま受け入れてしまうのか、あるいは中国独自のPNDを開発できるのか、また、日本の得意とするメモリ型フルマップナビにシフトしていくのか、GPSスマートフォンにシフトしていくのか等の状況があると推測する。
- 中国独自開発のPNDについては、デジタル放送、MP4、リアカメラ、ハンズフリー、Bluetooth、ゲーム、オフィスツール等のモジュールを組み込んでいく方向性もある。それは「自動車ですら使うもの」という範疇を超えて、「何かカッコイイ目新しい情報機器」という製品イメージである。中国の豊かな大衆層はそうした情報ツールを求めている。しかも、求められる目新しさは地域によって異なる。一例では、とにかく新しいものに飛びつく華南（広州など）ユーザのニーズと、保守的な北京ユーザのニーズとは違ったものになるということである。したがって、中国版PNDには多種多様な製品の魅力が求められる。

- 中国市場のこうした特性は、世界標準を念頭に置いた欧米ナビメーカ（PNDメーカ）にとって非常にやりづらい市場になると考えられる。

3. 中国カーナビ(=フルマップナビ)市場

3-1.市場概況

- 2007年の中国フルマップナビ（日本で一般的なDIN*^注に組込むタイプのカーナビ）市場は、メーカオプションで25万台、ディーラオプションと市販合わせて9万台、合計34万台で、2007年中国ナビ市場全体の22%にあたる。
- 今後の中国フルマップナビ市場は、2008年63万台、2009年87万台、2015年には260万台に達すると予測する。
- 日本のカーナビ（=フルマップナビ）市場について、「市販から純正（メーカオプションやディーラオプション）へ」と推移し、成長してきた経緯がある。一方、中国では、急増する自動車市場に合わせて、最初からメーカオプションのカーナビが市場をリードしている。市販市場はもはやPNDに席卷されているのが現状である。

3-2.市場予測（1）メーカオプションのハイエンドなフルマップナビ

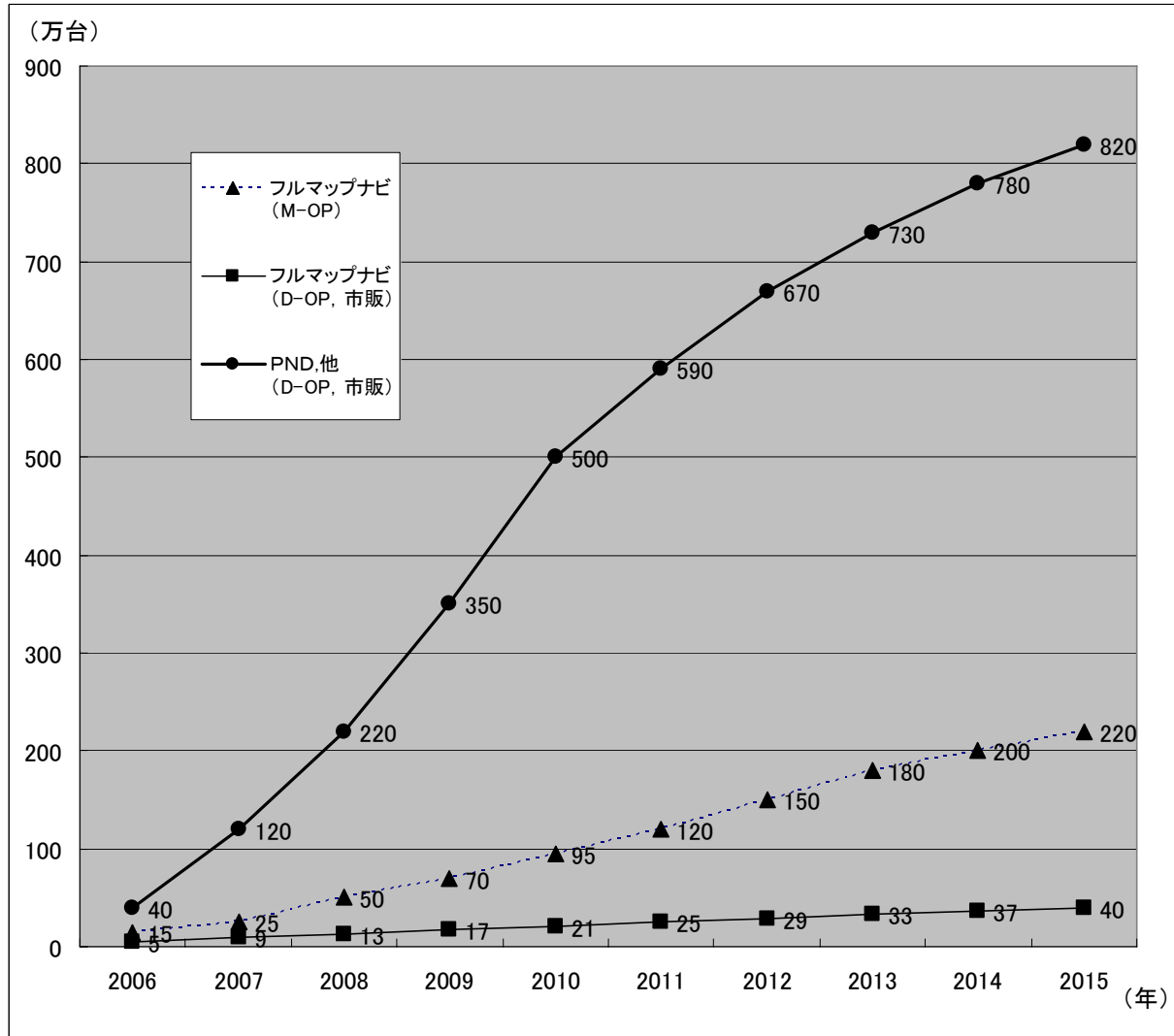
- フルマップナビ市場はPNDのように急増することはないが、今後も確実に成長していく。中国における乗用車の購入者は、特に富裕層であり、そこに搭載されるカーナビは人目を引く高級品でなければならないからである。低価格が魅力のPNDは求められない。
- 中国には「高価格品=最高級品」という根強い考え方があり、「最高のものを持っている人の周囲には人が多勢集まってくる。人が集まれば集まる程、その人には多くのチャンスが訪れる。だから人を魅了するために最高のものを身につけておくのだ」という考え方である。人の関心をひきつけて人間関係を築くことこそが将来への蓄財だとする哲学が育ったといわれている。
- こうした背景もあり、日本メーカが得意とする高級車向けメーカオプションのハイエンドなフルマップナビは、今後も中国において一定の需要層を確保し続け、確実に成長できると考えられる。

3-3.市場予測（2）ディーラオプションのメモリ型カーナビ

- 中国では、次第に10万元（150万円）以下の小型車が売れるようになっていくケースが考えられるが、通常、ナビの価格は搭載車両価格の約5~7%といわれているため、150万円の乗用車であれば搭載されるナビは10万円を下回る価格であると推測できる。現状では、この価格を下回るナビはPNDだけであり、同ユーザ層はPNDを購入している。
- 一方で、今後メモリ型カーナビ（HDDやDVDの代わりに安いメモリカードを記憶媒体とするDIN*に組み込まれるカーナビ）のさらなる低価格化が進むと、それがディーラオプションやメーカオプションで設定されるようになっていく可能性がある。
- その場合、現在のPND購買層の何割かは、市販のPNDを買わず、ディーラオプションのメモリ型カーナビを買うようになる可能性がある。その要因としては、メモリ型カーナビはDIN*に組み込まれるカーナビであるため、走行系との連携についても可能性が広がる一方で、デザイン性からみても、スマート性を追求できる。
- 今後の中国市場は、PNDの低価格性を武器に急成長をとげた欧米ナビメーカにとって非常にやりにくい市場になる一方で、低価格性よりもユーザの使いやすさや魅力を重視してきた日本のナビメーカの高付加価値路線が同市場において優位性をもつと考えられる。

*注：DINとはドイツ規格協会の工業規格であり、一般にはオーディオやカーナビを取り付けるコンソールの規格サイズのことを意味する。

図1：中国カーナビ/PND市場推移と予測（出荷台数ベース）



矢野経済研究所推計

表1：中国乗用車市場と中国カーナビ/PND市場推移と予測

単位：万台

年	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
中国乗用車販売台数	424	527	630	705	780	850	915	970	1,008	1,030
対前年比	—	124.3%	119.5%	111.9%	110.6%	109.0%	107.6%	106.0%	103.9%	102.2%
中国ナビ総出荷台数(A)	60	154	283	437	616	735	849	943	1,017	1,080
フルマップナビ (M-OP)	15	25	50	70	95	120	150	180	200	220
フルマップナビ (D-OP, 市販)	5	9	13	17	21	25	29	33	37	40
PND, 他 (D-OP, 市販)	40	120	220	350	500	590	670	730	780	820
(A)前年比	—	256.7%	183.8%	154.4%	141.0%	119.3%	115.5%	111.1%	107.8%	106.2%

矢野経済研究所推計

注1：「フルマップナビ」とは、日本で普及しているDIN組込み型の詳細な地図カーナビである。M-OPはメーカーオプション、D-OPはディーラーオプションの略。

注2：「PND、他」にはPDAナビが含まれる。GPS搭載携帯電話は含まない。

注3：中国ナビ総出荷台数が乗用車年間販売台数を上回り、2015年108%の比率に達するのは新車における買換え需要、及び中古車への搭載が進むためである。またPNDは二輪車などでの利用も増えるためである。