

インドネシア，マレーシア， タイ自動車産業発展比較

藤 井 真 治

要旨：本稿は、70年代以降ほぼ同時期に自動車産業振興策を立ち上げたアセアンの3カ国（インドネシア，マレーシア，タイ）が個別国としていかなる形で自動車産業を発展させてきたかを比較検討することにある。政治，経済，人口，ライフスタイルなど内在する要因の違い，外国メーカーからの技術導入という外的要因，自動車政策によって目指したものの違いなどさまざまな要素が現在の自動車産業の発展度合いや市場構造の違いにつながっていった過程を明らかにしたい。

叙述は第一に現在の3カ国の自動車産業、市場の違いについて概括する。第二に70年代から現在に至るまでそれぞれの国が異なる発展形態を重ねていった要因について検討する。第3に来るべき自由貿易の流れのなかで3カ国自動車産業の将来発展可能性について言及する。最後に要約と残された課題を示す。

はじめに

21世紀に入り10年間の間に世界の自動車市場は、その地域構造が大きく様変わりをしてしまった。2000年当時、世界の自動車市場（新車）は約5,700万台であり、そのうち北米市場と欧州市場がそれぞれ2,000万台、低下傾向であったとはいえ約600万台の日本というほぼ3極で構成されていた。その後中国が凄まじい勢いで市場を伸ばし、2010年は7,500万台の世界自動車市場で北米市場を抜いてしまい、日本に変わって世界の3極の一

つ地位に上り詰めてしまった。2010年の中国自動車市場は1,700万台と国別では世界一、地域で見ても北米を抜き去り、欧州全体市場も抜く勢いである。

中国が本格的に自動車産業を戦略産業として位置付けたのは鄧小平の1994年改革開放路線下で出された「自動車工業産業政策」の発表以降であるが、国有企業の集約化や外資の限定的な導入からスタートしその後僅か15年で世界ナンバーワンの市場／ナンバーワンの生産国にまで発展してしまったということである。

翻って今回のテーマであるインドネシア、タイ、マレーシアのアセアン3カ国を見ると、日本ブランドを中心とする完成車輸入ステージから、ノックダウン／国産化ステージに入ったのは70年代前半であり40年かかってようやく市場、生産ともにそれぞれ100万台そこそこという状況ではある。

しかしながら規模はともあれ、ビッグバンを遂げた中国とは異なりアセアン3国は外国自動車メーカーの協力のもと、自動車産業保護と振興政策を微妙に調整しながら、かつ購買力の伸びと自動車普及を横目で見ながら自動車産業を進展させていったわけで、3カ国の発展過程を比較することは自動車産業の海外展開モデルを理解する上で大変意義があると考ええる。

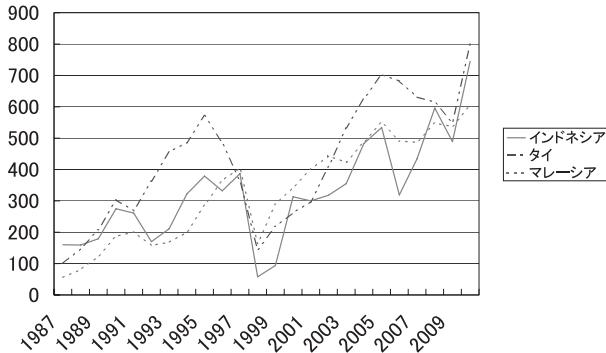
また3カ国のなかでインドネシアはBRICSといわれる新興国の一つとしておおいに期待されており、今後のインドネシアの発展を占う上でも過去の経緯については特に注目したい。

インドネシア、タイ、マレーシアの自動車市場、産業の現状

3カ国の市場推移をみると、ここ四半世紀ほどきわめよく似たトレンドを示していることがわかる〈表1〉。それぞれ人口や政治環境、経済構造の差はあるのだが、2010年の自動車市場はタイ78万台、インドネシア74万2000台、マレーシア60万5000台と似たような市場規模となっている。また世界経済、地域経済の影響を同じように受けて景気の増減、自動車市場

〈表1〉3ヶ国自動車市場推移

単位千台



の増減が起こっておりグラフのカーブはきわめてよく似ている。中期的に見ると経済発展にともない自動車市場は右肩上がりではあるが、大きな特徴としては3カ国とも97年のアジア通貨危機で市場が大きく落ち込みその回復に時間を要したことである。2008年のリーマンショック時はインドネシアとタイが影響を受けて市場が落ち込んでいる。全体としてはインドネシアが1991年の高金利政策，2005年の補助金削減による石油製品の価格アップという内的要因によって下降局面が他国より多く，自動車市場がセンシティブで不安定であることを示している。

3ヶ国自動車生産を見るとはタイが突出しており2010年は113万台，インドネシアは70万台，マレーシアは56万台でありタイの半分にも満たない。

似た市場規模にも拘わらずタイだけ生産が突出しているということは，タイは既に中近東やアセアン域内，メーカーによっては日本への輸出基地としての位置付けとなっていることに他ならない。アセアン域外への輸出は別枠として，3ヶ国各国で生産される自動車や自動車関連部品は一定の域内国産化率を満たせば，0～5%の低輸入関税で各国が域内へ輸出可能（ASEM協定）であることから，各国の自動車産業の実力や輸出マーケ

ティングの実力が同じであれば車両の域内輸出入量は自由競争下で公平に配分され、輸出比率は似たような数字になるはずだが、タイだけが自国の消費以上にアセアン周辺国に自動車輸出攻勢をかけている姿が顕著である。トヨタの VIGO やいすゞの D-MAX などの一トンプックアップトラックや小型乗用車はタイで生産されたものが他の 2 国だけでなくアセアン各国にかなりの数が輸出されているものの、アセアンの他国からタイへの輸入は極めて少量であるというのが現状である。

生産量だけでなく、自動車産業の成熟度、国産化の度合いという観点からも、タイが他の 2 カ国を凌駕している。タイは国家を挙げて自動車産業誘致／発展を促進したため、日系メーカーや部品メーカーなどにとって投資決断がしやすく、いったん自動車関連投資に弾みがつくと関連部品メーカー、関連産業の投資が起こり一挙に自動車産業が発展してしまったのがタイの状況である。ここ 10 年くらいで日系自動車メーカーはタイでの能力増強投資を続け、部品メーカーも 2 次メーカーはもちろん 3 次、4 次や素材メーカーまでが進出している。他国がほとんど日本からの輸入に頼っている鋼鉄の国産化も検討されつつある。他国と比べ日本からの輸入部品が少ないということで、円高の影響など受けにくいコスト競争力の強い体質であるとも言える。日産や三菱はタイ製の自動車を日本向けに出荷し始めている。また日系メーカーだけでなく、欧米メーカーもアセアンやアジアの地域本部をタイに置く傾向にあり、まさにタイは「アセアンのデトロイト」と言われる所以となっている。

マレーシアは国産ブランド車優遇策（アセアン自由貿易協定のなかでの保護主義）があり、ナショナルカーであるプロトンやプロデュアが市場の 65% を占めている。国家主導の国民車の輸出分とタイからの輸入がほぼ同じであり国内生産と市場がほぼ同じ規模という構造になっている。

インドネシアはタイから相当数のセダンやトラックを輸入しており、また国産化の進度や生産量などタイに遅れをとっているものの、アセアン域内、域外へのミニバン完成車輸出やトヨタの MPV に代表されるアセアン

各国での組み立て用 CKD キット輸出拠点として機能しているため，生産台数と市場の差は僅かである。〈表 2〉

奇しくも 2010 年現在の自動車市場は 3 カ国とも似たようなレベルではあるものの，人口の違いから普及率という意味では 3 カ国とも大きな開きがある。人口 1000 人あたりの乗用車の保有台数をみると，マレーシアは他国と比べて人口が少ないこと（2800 万人），国産車優遇策によって車両普及を進めたことが要因で 1000 人あたり 298 台と普及率は先進国並になっている。タイは 134 人。インドネシアは世界 4 位の 2 億 3000 万という人口で割るため僅か 43 人であり中国，インドなどと同じく普及途上国と言える。マレーシアと比較するとインドネシアは貧富の差が大きくクルマという高額商品は一握りのお金持ちのモノという姿が浮き彫りになってくる。経済成長下においても富の再配分はうまく進んでいないため，「富める者はさらに富み，貧しい者はさらに貧しく」といった基本構造はかわらない。従って，現在の自動車購買層は既にクルマを持っている人たちであり，経済成長下で新たにミドル層になった人たちが猛烈な勢いでクルマを買っている中国などの需要構造とは趣を異にする。

売れ筋商品を見てみると，〈表 3〉タイは一時アメリカで普及した一トン

〈表 2〉各国自動車生産台数と市場

単位 千台

	①生産台数			②自動車市場			2010
	2005	2010	成長率	2005	2010	成長率	②/①
インドネシア	501	703	140.3%	534	742	139.0%	106.6%
タイ	1,125	1,645	146.2%	701	780	111.3%	62.3%
マレーシア	564	568	100.7%	551	605	109.8%	97.7%
フィリピン	45	66	146.7%	97	168	173.2%	215.6%
インド	1,631	3,545	217.4%	1,440	3,040	211.1%	88.3%
中国	5,708	18,265	320.0%	5,758	18,062	313.7%	100.9%
韓国	3,699	4,272	115.5%	1,143	1,465	128.2%	30.9%
日本	10,800	9,626	89.1%	5,842	4,953	84.8%	54.1%

〈表3〉各国セグメント別市場

2010年小売	タ イ 比率		マレーシア				インドネシア	
			国民車	非国民車	比率		比率	
4 ドアセダン	277,750	34.7%	129,575	115,808	245,383	40.5%	31,776	4.3%
ハッチバック	68,894	8.6%	157,970	10,962	168,932	27.9%	73,400	9.8%
ミニバン, MPV	13,902	1.7%	71,310	37,787	109,097	18.0%	341,339	45.8%
SUV	15,925	2.0%	485	15,319	15,804	2.6%	84,537	11.3%
1 トンピックアップ トラック	387,793	48.5%	314	40,071	40,385	6.7%	114,203	15.3%
その他商用車	65,920	8.2%	5,687	19,867	25,554	4.2%	100,135	13.4%
合 計	800,357	100.0%	365,341	239,814	605,155	100.0%	745,390	100.0%

ピックアップトラックが市場の約半数を占めており、ついでセダン型乗用車が市場の約40%を占める。この背景であるが、先ず農村部での貨客乗用車用途としてスタートしたピックアップトラックが国産化によって普及し、時代を経るに従ってキングキャブやダブルキャブ、荷台を屋根で囲った特装車など派生モデルを生みながらマーケットを拡大していった。その後で都市部でのタクシーやデイリーユースのセダン需要が顕在化、各メーカーがセダン型乗用車を国産化していったことが理由である。

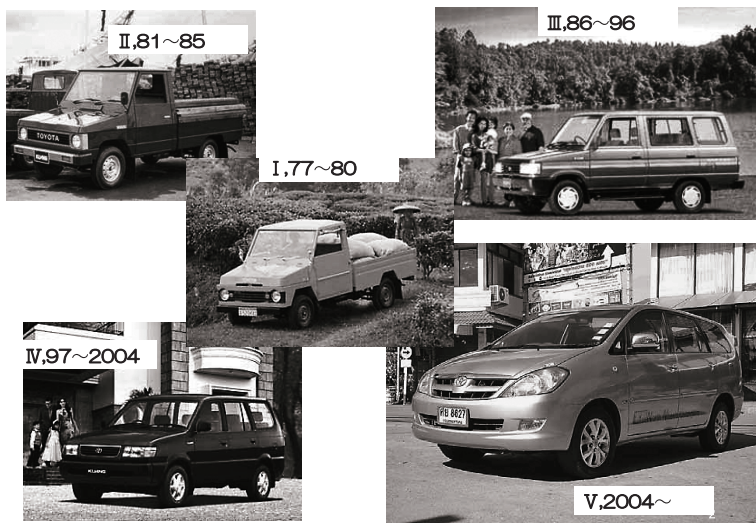
マレーシアは、圧倒的に乗用車の市場であり、これは確かに道路インフラの整備が比較的早く進むことにより、トラックよりも都市型の乗用用途車が市場のニーズだったこともあるが、諸所の恩典に守られた国産ブランド車であるプロトンやプロデュアが他のクルマよりも圧倒的に安い価格によって市場を席巻してしまったことが背景といえよう。現在の国民車の比率は市場の65%を占めている。

これと比較してインドネシアは、いわゆるミニバンと言われる多人数用途のガソリン車が市場の約半数を占めている。もともとタイと同じくピックアップトラック市場からスタートしたのだが、それベースにした乗用用途のバン架装車（7～9人乗り）がインドネシアの大家族社会にマッチした

ため市場を拡大し、メーカーが追随するかたちで80年代から発売したミニバンセグメントが市場を席巻してしまったわけである。現在は全体としての自動車の普及は進まないものの富の偏在によって自動車を保有しているユーザーは半分が複数保有という状況下、一代目のセダンに加えて二台目、三台目のクルマとしても好評である。セダン市場はタイと比べ販売税が相対的に高いこともあって普及が進まないが、ミニバンと同じ税制恩典カテゴリーに5人乗りのハッチバックやSUVが含まれたこともあって、乗用車派性のハッチバックが都市部のユーザーにじわじわと売れ始めている。〈写真1〉

アセアンという域内の近隣国であり、市場規模もよく似ているにもかかわらず自動車市場の形態が著しくことなっているのは、市場のニーズやライフスタイルの違いというよりも歴史的に国産化規制、輸入車規制によってモデルの選択が限られているなかで、当面手に入るクルマが市場のデファクトスタンダードになったと考えられる。〈写真2〉

〈写真1〉 インドネシア トヨタキジャン（国産車）の歴史



〈写真2〉 タイ、マレーシア、インドネシアの売れ筋モデル

タイ



マレーシア



インドネシア



インドネシア、タイ、マレーシアの自動車産業発展政策の推移
(概括)

第二次世界大戦後アセアン各国は顕在化していく輸送需要の高まりに外国からトラックなど商用車を輸入するという形で対応していった。50年代から60年代にかけて欧米系メーカーや日系メーカーがバンコク等に支店を構えたり、商社や現地代理店を使ったりしながら完成車の輸入／販売ビジネスが花盛りとなった。

しかしながら自動車の輸入には膨大な外貨が必要でありまた自動車製造業は膨大な雇用を生むこと気がつき、各国とも60年代に入ってから完成車輸入規制を行う一方で自国での自動車生産を育成するという方針のもと国産化規制に入っていく、その手始めがノックダウン方式の奨励という政策であった。日本で生産された部品をほぼ必要分輸入し現地の組み立て会

社で車両を生産し販売するという方式である。これに呼応する形で60～70年代に入ってトヨタや三菱など主要メーカーがタイ、インドネシアでは合弁会社方式で現地進出を果たす。マレーシアは完成車輸入時代の商社勢力が強く、メーカー直接投資をしないがCKDを現地企業に委託するという方式が取られた。インドネシアやタイではこの間、乗用車や四輪駆動車、小型トラックのノックダウン生産が行われ、それぞれの国の自動車需要を満たしていった。

ノックダウン方式は組み立てラインを必要とするため、ある程度の雇用を創出することができるが、自動車産業全体の発展への寄与という意味では限定的な貢献であり、各国とも自動車産業の更なる育成策へと舵を切り始める。すなわち、完成輸入車の実質輸入禁止を行うとともに自国の自動車産業の発展の為に、クルマを構成する部品を国産化していこうとする国産化規制である。実はこのときの3国の国産化規制や方針の違いが今日の自動車産業の発展の差になった。

インドネシアは74年より完成車輸入を全面禁止し76年より商用車優遇税制とその商用車への国産化部品義務付け政策を発表した。これは、主として産業の足となるべき商用車の販売税を下げ普及を促進する一方で、国産部品の使用を義務付け、それによって更なる雇用創出と部品産業の育成／自動車産業の育成をはかるものである。義務付けの方法であるが同時期に出たタイの国産化規制が一定の国産化率を満たせばよいというきわめて柔軟性のあるものであったのに対し、インドネシアはその後の追加法規とも相まって、ボディーパネルからエンジン、トランスミッションの各部位について国産化スケジュールが義務付けられるという極めて厳しいものであった。国家が決めた部品国産化スケジュールは生産量、投資額などからはじき出されるコストによって国産品を決めるという経済原則とはほど遠く、全体として高コスト体質になっていった。ただこの厳しい政策によって、80年代に自動車メーカーがプレス工場、エンジン工場、ユニット工場をつくるという当時の販売量から考えると大胆な投資に踏みきらざる

をえなくなり、その後の紆余曲折はあったものの、資産や人材が今日の成長のために「すでにある資産」として現在活用可能となっていることは否めない。ちなみにその後インドネシアは国産化政策を80年代後半より緩和する方向に入り今日にいたっているが、前述のとおり当初の商用車優遇路線の結果、商用車派生のミニバンが市場の大半を占めるという状況をつくってしまったといえよう。

タイは国産品目、商用車にこだわらない国産化規制の柔軟性や、現実路線を模索するためのメーカーとの対話政策によって、結果「東洋のデトロイト」といわれるほど自動車産業、部品産業が発展し今や各メーカーとも中近東や日本向けの輸出基地と位置づけている。ある意味でライバルであったインドネシアが98年に崩壊したスハルト体制から安定的政治体制を作るのに10年間ほどもたついたため外国投資が敬遠されたことも要因である。

一方マレーシアではこの時期に自動車産業育成のための外国パートナーを一社に決める方式が採られた。国産ブランドのクルマを国有企業で作るという強い意志のもと、各メーカーにアプローチが行われ、韓国で似たような相手ブランド前提の部品ビジネス経験のあった三菱が商社主導でこのプロジェクトに参画することになった。プロトンという国産車は当初三菱製乗用車のデザインをベースとしながら部品の国産化を進め、補完が必要な部品を日本から輸入するという方式が採られた。プロトン以外の外国ブランドはノックダウンが義務づけられたが、高い税金が課せられたため販売価格は高くなってしまい、少量のプレミアムブランドとして生き残った。国民車プロトンとそれ以外の明確な差別化によって、安価なプロトンは市場を席卷し自動車の普及促進に貢献はしたものの、国産ブランドに固守したためメーカーの技術導入がどこまで行われかは疑問であり、部品メーカーや自動車産業全体の実力はタイやインドネシアと比較すると見劣りするのが実態ではないだろうか。その後ノンプロトンブランドの規制緩和策で国産車の販売比率は減少傾向にあるものの今でも市場の過半数を占めて

〈図1〉 タイ、マレーシア、インドネシアの自動車産業発展の経緯

	経緯(70年代末～2000年前半ごろ)	現在の自動車産業/市場の姿
タイ	<p>自動車国産化推進政策</p> <p>外国ブランドの容認</p> <p>外資導入推進</p> <p>産業の足＝トラック国産化推進</p> <p>メーカー自由度高い国産化規定</p> <p>道路インフラ整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出も含めたアジアの生産拠点として育成 ・国内市場は、トラックとセダンがバランスよく成長 ・所得水準、地域、ライフスタイルによる乗商住み分け。
マレーシア	<p>自動車国産化推進政策</p> <p>ナショナルブランド国特(プロトン)</p> <p>乗用車国産化推進</p> <p>ゆるやかな外資規制</p> <p>外国ブランドに緩やかな国産化規制と税制のハンディ</p> <p>道路インフラ整備</p> <p>人口の少なさ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車産業の国際競争力は今ひとつ。 ・国産ブランド車(プロトン、プロデュア)が60%以上。 ・国民への自動車保有は先進国なみに進展。
インドネシア	<p>自動車国産化推進政策</p> <p>外国ブランドの容認</p> <p>外資規制</p> <p>産業の足＝トラック国産化推進</p> <p>乗用車への高い販売税</p> <p>道路インフラの未整備</p> <p>国産化の高いハードル(品目、車種)</p> <p>人口の多さ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車製造拠点としての成熟度はタイに後塵を塵す。 ・7～8人乗りのミニバスが市場を席捲。 ・輸出拠点としてタイとの住み分け ・自動車普及は進まず

いる。さらにプロトンは海外への輸出も始まっており、これまで培った自動車産業の実力（プロトンという自動車会社の実力）が今後国際的に問われることになる。〈図1〉

自由貿易の流れの中での生き残り

これまで各国とも自動車保護主義の下自国の自動車産業を発展させてきたわけで、アセアン間の輸入関税協定（ASEM）下でも、タイやマレーシアなどは微妙に非関税障壁を設けて他国の完成車輸入が国産車市場を脅かさないよう対策をとってきた。しかしながら韓国や日本との自動車輸入関税の自由化はもう秒読みに入っており、遅ればせながら中国も政治プレッシャーによってアセアン各国に対し同様の動きを取っている。輸入車が関税ゼロで入ってくる時代がもうすぐ到来する。インドネシアやタイでの日

本車は国産車も輸入車も日本ブランドであり日本の本社主導でモデル調整、導入国調整、再輸出調整が行なわれ自由化のなかでも国産車を意図的に生き残らせることができる。しかしながら新規参入者である韓国メーカーなどは3カ国での国産化の出遅れによる劣勢を韓国からの完成車の輸出という手段で一機に挽回できるチャンスが来るわけで、各国側から見るとこれまで育ててきた自動車産業は国際的に競争力があるのかどうか問われるわけである。

1ドル70円台という昨今の円高下、国産化部品が少なく日本からの部品輸入に頼っている自動車産業はコスト高で苦しい局面を迎えるであろう。その意味では、国産化の進展が著しいタイは来るべき国際競争力に勝ち抜いていくためのベースを持っているといえよう。インドネシアは世界4番目の人口を抱えるだけに富みの再配分が起こって、中間層が拡大し自動車の普及が進んでくれば間違いなく自動車の大市場になるわけで、自国における販売量/生産量の拡大が今後の競争力のつながることは間違いのない。既に二輪車は世界3位の市場であり、自動車が爆発的に増える鍵は国家による富の分配策にあると思われる。マレーシアは、国有企業という体制で保護され育成されてきた、商品を武器にある程度競争に持ちこたえることは可能かと思われる。

本国から遠いという状況下、アジア戦略の中心を中国に据えていた欧米メーカーもタイやインドネシアに橋頭堡を築きつつある。彼らがアセアン3カ国を供給のベースとみるか単なる市場と見るかによってアジアの勢力図は変わってくるが、GMのようにタイとインドネシアに工場を持って、アセアン域内での事業を拡大するという方針を明確にしたところもあり、自由貿易の流れのなかでの現地生産の動向には注目したい。

まとめ

本稿ではそれぞれの国の自動車産業保護政策、国産化規制、輸入車規制

の方向の違いによって生まれた今日の自動車産業の実力差と自動車市場の差違について概括を行った。今後規制緩和や自由貿易の動きの加速によってユーザーの商品選択がより自由になり，さらに内国税による特定モデルのハンディがなくなり，各国の市場の差違は長期的にはなくなっていくことが想定される。自動車産業の実力はやはりタイが突出していることは否めず，今後アセアンで先駆者利益を取った日本メーカーが，自由貿易の動きのなかタイ以外の各国の生産ベースをどう活用（または維持，または改廃）していくかが注目点となるであろう。次回以降，本稿では十分に分析できなかった各国の自動車産業の実力（コスト，品質，部品メーカー成熟度など）や，その実力が来るべき貿易自由化の中でいかに顕在化していくかを明らかにしていきたい。