

2013年12月19日

グローバルレポート

インドネシア－新車販売120万台到達目前

コンサルティング・国際事業本部 国際本部 グローバルコンサルティング部 チーフコンサルタント 池上 一希

2012年に新車市場が初の100万台を超えとなったインドネシア。13年は目玉車種である各社のエコカー（ローコスト・アンド・グリーンカー、LCGC）の販売好調もあり、120万台前後が見込まれる。昨年同様、タイ（13年見込みは130万台レベル）と並び、アセアンの中核市場としての重要性を益々増している。中間層向けのLCGCが、フタを空けてみれば富裕層の増車目的として購入されるケースが大半であるなど、中間層の裾野の広がりににはもう少し時間を要するが、市場の有望性を見込んだ完成車メーカー各社の投資も活発だ。足元の生産能力は16年には約200万台と11年実績比で倍増となる見込みである。

部品サプライヤーの積極的な投資も続く。トヨタグループでは10年以降、既に28社のサプライヤーが新規進出している。従来と異なるのは、2次、3次部品サプライヤーの進出も近年急速に進んでいる点である。

一方で、250万台レベルの生産能力をもったタイと比較すると進出サプライヤーの数が5分の1程度と見劣りするものが実態である。特に内燃系部品、金属・樹脂などの素材分野で高度な技術をもったメーカーは完成車メーカー側のニーズが高く、事業ポテンシャルは大きいと考えられる。

一方で、この5年間で約3倍増となった最低賃金が象徴するように、労務問題は同国での最大の課題の一つ。自動車部品の中堅メーカーの場合、毎年の賃上げが年5—10%程度のコストアップに直結するといわれ、経営上深刻な問題となっている。繊維など労働集約産業では、地方やバングラデシュなどの他国へのシフトの検討を進めている企業も一部で見られる。

他国と比較してもインドネシアは最低賃金水準ではマレーシア、タイなどとほぼ同等の水準となりつつある。各社とも、正社員比率の見直しや一部工程の自動化促進などの施策を採る一方、近年はアフターパーツ市場での拡販を狙った地場流通大手などとの提携を模索する事例も目立つ。従来の安価な労働力の活用という側面から、高付加価値化、多角化がキーワードとなりつつある点にも留意が必要である。

（『日刊工業新聞』ASEAN マーケット③ 2013年12月19日付より転載）

－ ご利用に際して－

- 本資料は、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡下さい。