

大阪商業大学学術情報リポジトリ

インドネシア自動車産業の現状と課題

メタデータ	言語: ja 出版者: 大阪商業大学比較地域研究所 公開日: 2022-05-16 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 孫, 飛舟, SON, Hishu メールアドレス: 所属:
URL	https://ouc.repo.nii.ac.jp/records/1222

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.



〔論文〕

インドネシア自動車産業の現状と課題

孫 飛 舟

1. はじめに
2. 自動車産業政策の変遷
3. 自動車産業の特徴
4. 自動車産業の課題
5. おわりに

1. はじめに

ASEANの大国インドネシア、2億4千万の人口（世界第4位）を抱え、1997年のアジア通貨危機を機に30年間続いたスハルト政権が1998年に崩壊し、その後しばらく国内政治の混乱が続いた。しかし、2004年にユドヨノ政権が誕生して以降、毎年6%近い経済成長を成し遂げ、今はポストBRICsの新興国として注目を集めている。経済成長の恩恵を受け、インドネシアの自動車産業も近年急成長し、2011年には89万台の販売台数を記録し、ASEANではタイを抜いて最大の自動車市場となっている。急成長を続けているインドネシア自動車市場を目掛けて、近年日本の完成車メーカーをはじめ、部品サプライヤーも大挙にインドネシアへの進出を図っている。本稿では、これまでインドネシアの自動車産業が辿ってきた発展の軌跡を追いながら、産業の現状、市場の状況及び今後さらなる発展を遂げるために克服しなければならない課題について考察する。

2. 自動車産業政策の変遷

インドネシアにおける自動車生産は、1927年にアメリカの自動車大手メーカーであるゼネラル・モーターズ（GM）が組立工場を設立したことから始まったとされている¹⁾。組

1) 三平則夫、佐藤百合編『インドネシアの工業化 フルセット主義工業化の行方』アジア経済研究所、1992年、337ページ。

立工場は現在の首都ジャカルタの北部に位置し、年産能力は6千台、当時のアジアではこのような組立工場を持っている国はインドネシア以外にインドと日本だけであった。しかしその後、インドネシアの自動車生産は外国との合弁による組立生産が長く続いており、自国独自の開発・製造が進まなかった。

スハルト政権時代の自動車産業政策

1968年スハルト政権が誕生して以降、インドネシア政府は自動車産業の育成策を打ち出し、外国メーカーの誘致による現地でのCKD生産を強力に推進し、自動車生産の国産化を図ったのである。国産化を達成するためには、政府は完成車輸入の全面禁止と部品産業の育成を政策の重点に据えた。

まず完成車輸入の規制強化から全面禁止に至るまで、主に以下の政策が打ち出された²⁾。

①総代理店はCKDのみ輸入可能であり、SKDは不可とする(1969年1月)、②ジャワへの商用車の完成車輸入を禁止(1969年4月)、スマトラにも拡大する(同年6月)、③ジャワ、スマトラへの完成中古車の輸入を禁止する(1970年)、④インドネシア全域、すべての車種の完成車輸入を禁止する(1974年1月)。

完成車輸入の禁止を着々と進めると同時に、政府はまた自動車部品の国産化を推進する政策を打ち出した。部品の国産化は商用車を中心に政府が品目と国産化達成時期を指定し、達成しない場合に高関税を課す方法で進められた。1989年時点で、全部品に対する国産化済み部品の割合は64%、国産化政策対象部品に対する国産化済み部品の割合は88%に達した³⁾。しかし、国産化率の上昇に伴い、自動車の価格も次第に高くなっていく問題が顕在化した。その理由については主に以下の点が指摘されている⁴⁾。①限られた国内市場に多数のブランド、車種が存在する多種少量生産による生産コスト高である(規模の経済性が発揮できない)、②素材・部品の輸入によるコストの上昇である。素材産業が未発達のため、原材料は輸入に頼らざるを得ない。③部品の国産化によって輸入コストが減少するものの、それを上回るコスト・ペナルティー(設備投資償却費、高不良率、輸入材料費、多品種小ロット生産、資金コスト高など)が発生する。④高課税である。輸入関税(乗用車部品100%、商用車の場合は国産化済み部品は輸入禁止、国産化計画部品50%、国産化計画なし0~50%)の他に、付加価値税(バスを除き一律10%)と奢侈品販売税(乗用車30%、商用車10%)がプラスされる。⑤閉鎖された国内市場における部品価格の形成メカニズムに問題がある。部品企業数が制限されているため、価格決定権は部品企業側にあり、組立企業は割高な価格で購入せざるを得ない。

国産車計画の頓挫

1996年2月にインドネシア政府は国民車計画を発表し、いわゆる100%インドネシア資本の法人によって3年をかけて国産化率60%の自国製の自動車を育てようという目標を掲

2) 同上書、340~341ページ。

3) 同上書、343ページ。

4) 同上書、344~345ページ。

げた。この計画は、マレーシアの国民車「プロトン」の計画から刺激を受けたとされている⁵⁾。

同計画の中には、①インドネシア企業、またはインドネシア人が100%株式を保有する法人の設備を使い、インドネシア国内で生産すること、②インドネシア企業・個人が保有するインドネシア独自の新しいブランドを使用すること、③一定の国産化率を充足すること(1年目20%、2年目40%、3年目60%)、④段階的に実現される国産技術を使用し、開発することなどが盛り込まれている。また、それを推進するためのインセンティブとして、輸入関税率(最高65%)の免除や完成車への奢侈税(最高35%)の政府による肩代わりなどの特典も付けられている⁶⁾。この計画の制定を受け、インドネシア側100%の法人として、「フトモ・マンダラ・プトラ社」1社だけが認定を受け、そして、韓国の自動車メーカー「起亜」と提携して「Kia-Timor Motors」を設立し、「TIMOR」というブランドの国民車を開発、生産することとなった。

しかし、国民車計画に対してインドネシアの国内外から批判が相次いだ。まず、指定を受けた「フトモ・マンダラ・プトラ社」は当時のスハルト大統領の三男が所有する会社で、この1社だけが指定を受けることに対しては国民の中から不満の声が上っていた。そして、国産化率の数値目標を明確に掲げたことはWTOの「TRIM協定⁷⁾」に違反すると、日米欧が提訴した。結局、1998年7月にWTOの紛争処理委員会はインドネシアの敗訴を正式に決定し、インドネシアの国民車計画は断念されたのである⁸⁾。

新自動車産業政策

1997年のアジア通貨危機以降、インドネシアはIMFによる支援と指導のもとで経済の立て直しを図ることとなった。自動車産業政策についても大幅な見直しが迫られ、それまでの保護主義から自由主義への転換が図られることとなった。

1999年6月、インドネシア政府は新自動車産業政策を発表した。その主な骨子は以下の4点である⁹⁾。①部品国産化率によるCKD輸入インセンティブ制度を廃止する。②車種、排気量、車重量によるCKD輸入関税率を導入する。③CKD輸入関税率変更に伴い奢侈税も変更する。④完成車の輸入自動車と関税率を大幅に引き下げる。具体的には、国産化率20%以下の乗用車のCKD用部品の輸入関税(65%)を排気量の違いにより35~50%に引き下げられた。国産化できない部品については輸入関税を15%に引き下げ、コンポーネントの原材料を非課税とした。完成車輸入については、最大関税率が200%から

5) 大和銀行総合研究所「インドネシアの自動車産業」(報告書) 2ページ。

6) 山下協子「インドネシアの自動車産業と二輪産業 中国の影響と分業再編の展望」(大原盛樹編『中国の台頭とアジア諸国の機械関連産業 新たなビジネスチャンスと分業再編への対応』アジア経済研究所、2003年所収) 336ページ。

7) Agreement on Trade-Related Investment Measures (貿易に関連する投資措置に関する協定)の略である。外国企業と国内企業を差別的に扱ってはいけない、現地調達率を要求してはいけないなどのことを規定している。

8) 大和銀行総合研究所、前掲稿。

9) 同上稿。

80%に引き下げられた。

同政策は、外国メーカーにとってかなり追い風となっている。CKD 部品関税の引き下げによって日系メーカーを中心に日本やタイから部品を輸入して大幅なコストダウンを図ることができた。逆に、それまでに保護されてきたインドネシア国内の部品メーカーの多くは関税の引き下げに伴って大量に流入する安い外国製の部品に太刀打ちできず、操業停止に追い込まれた。

さらに、2002年1月、インドネシア政府は他の ASEAN 諸国に先駆け、CEPT (Common Effective Preferential Tariff、共通特惠関税) スケジュールを前倒して実施し、完成車、CKD 部品の輸入関税率を5%に引き下げた¹⁰⁾。今後、特に ASEAN 域内において他国の生産、販売の状況と調整しながら、自動車の完成車のみならず部品を含めた相互補完的な調達・生産体制が構築されていくと思われる。その調整役を果たすのは、後に詳述するが、実は日系メーカーである。インドネシアは今、ASEAN 最大の自動車市場となっており、今後、インドネシアの国内需要をどのように賄うのか、そして、グローバルな調達・生産においてインドネシアがどのような役割を担うのかなどについて、トヨタ、日産、ホンダをはじめとする自動車メーカーがより具体的なビジョンや戦略の策定が迫られている。

3. 自動車産業の特徴

2004年、ユドヨノ政権誕生当初のインドネシアの自動車生産は約41万台で、ASEAN 諸国の中でタイ(同約93万台)、マレーシア(同約47万台)に次ぐ第3位であった。一方、販売の方では約48万台で、マレーシアとの差は僅か4千台ほどであった。ユドヨノ政権の安定、経済全体の好調に支えられ、2011年のインドネシアの自動車生産は約84万台に拡大、2004年の倍以上となっている。販売の方も89万台を超え、ASEAN 諸国の中で第1位となっている(図表-1参照)。

乗用車生産と販売の急拡大

特に注目したいのは、2004年時点で国内の乗用車生産が約26万台であるのに対して国内の乗用車販売は僅か8万台ほどであった。逆に、商用車生産は約15万台であるのに対して商用車販売は40万台に上っていた。つまり、単純に供給と需要のバランスを考えると、乗用車生産が供給過剰、商用車生産が供給不足という歪な形であった。2011年時点でこの状況がかなり改善され、乗用車と商用車の供給と需要がほぼバランスが取れた状態になった。その背景には、やはり商用車偏重の生産体制が改められ、乗用車生産へとシフトしていったこと、国内の乗用車需要が爆発的に増え(2011年は2004年の約9倍)、国内で生産された乗用車が国内市場で消化しきれなくなったことが挙げられる。

10) 山下協子、前掲稿、337ページ。

図表一 1 ASEAN 主要 4 カ国の自動車生産・販売状況 (2004~2011年)

単位：上段は「台」

下段は対前年比

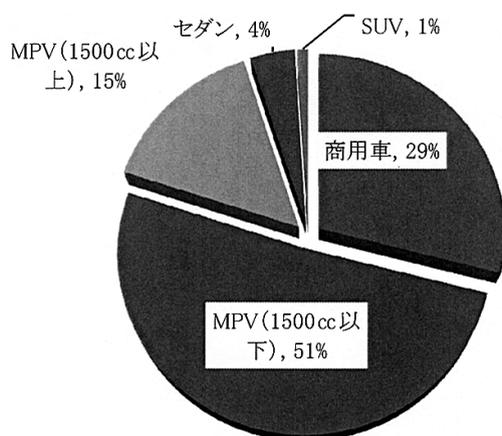
		2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	
タイ	生産	乗用車	299,439 19.78%	277,562 -7.31%	298,819 7.66%	315,444 5.56%	401,309 27.22%	313,442 -21.90%	554,387 76.87%	537,987 -2.96%
		商用車	628,542 27.74%	845,150 34.46%	895,084 5.91%	971,902 8.58%	992,433 2.11%	685,936 -30.88%	1,090,126 58.93%	919,811 -15.62%
		合計	927,981 25.05%	1,122,712 20.98%	1,193,903 6.34%	1,287,346 7.83%	1,393,742 8.26%	999,378 -28.30%	1,644,513 64.55%	1,457,798 -11.35%
	販売	乗用車	209,110 16.82%	188,211 -9.99%	195,458 3.85%	182,767 -6.49%	238,990 30.76%	238,773 -0.09%	362,561 51.84%	360,441 -0.58%
		商用車	419,155 18.35%	515,050 22.88%	486,705 -5.50%	448,484 -7.85%	375,088 -16.37%	310,098 -17.33%	437,796 41.18%	433,640 -0.95%
		合計	628,265 17.83%	703,261 11.94%	682,163 -3.00%	631,251 -7.46%	614,078 -2.72%	548,871 -10.62%	800,357 45.82%	794,081 -0.78%
マレーシア	生産	乗用車	364,852 12.29%	404,571 10.89%	377,952 -6.58%	347,971 -7.93%	484,512 39.24%	447,002 -7.74%	522,568 16.91%	488,441 -6.53%
		商用車	107,123 452.95%	158,837 48.28%	125,021 -21.29%	93,690 -25.06%	46,298 -50.58%	42,267 -8.71%	45,147 6.81%	45,254 0.24%
		合計	471,975 36.80%	563,408 19.37%	502,973 -10.73%	441,661 -12.19%	530,810 20.18%	489,269 -7.83%	567,715 16.03%	533,695 -5.99%
	販売	乗用車	380,568 13.80%	416,692 9.49%	446,172 7.07%	442,885 -0.74%	497,459 12.32%	486,342 -2.23%	543,594 11.77%	417,990 -23.11%
		商用車	107,037 51.62%	135,624 26.71%	44,596 -67.12%	44,291 -0.68%	50,656 14.37%	50,563 -0.18%	61,562 21.75%	181,770 195.26%
		合計	487,605 20.39%	552,316 13.27%	490,768 -11.14%	487,176 -0.73%	548,115 12.51%	536,905 -2.05%	605,156 12.71%	599,760 -0.89%
インドネシア	生産	乗用車	262,752 29.31%	332,590 26.58%	256,285 -22.94%	309,208 20.65%	431,423 39.53%	352,172 -18.37%	528,200 49.98%	561,863 6.37%
		商用車	145,559 22.47%	168,120 15.50%	40,777 -75.75%	102,430 151.20%	169,205 65.19%	112,644 -33.43%	176,515 56.70%	276,085 56.41%
		合計	408,311 36.33%	500,710 10.54%	297,062 -40.17%	411,638 35.63%	600,628 40.26%	464,816 -22.61%	704,715 57.32%	837,948 16.77%
	販売	乗用車	79,321 105.00%	82,000 3.38%	53,319 -34.98%	70,100 31.47%	429,294 512.40%	361,907 -15.70%	541,475 49.62%	601,045 11.00%
		商用車	403,747 27.91%	452,000 11.95%	266,194 -41.11%	363,241 36.46%	178,507 -50.86%	124,181 -30.43%	223,235 79.77%	291,874 30.75%
		合計	483,068 36.33%	534,000 10.54%	319,513 -40.17%	433,341 35.63%	607,801 40.26%	486,088 -20.03%	764,710 57.32%	892,919 16.77%
フィリピン	生産	乗用車	61,070 57.96%	36,236 -40.66%	33,012 -8.90%	38,923 17.91%	46,458 19.36%	43,558 -6.24%	56,580 29.90%	-
		商用車	9,658 -36.11%	9,075 -6.04%	8,591 -5.33%	10,569 23.02%	7,976 -24.53%	6,861 -13.98%	6,950 1.30%	
		合計	70,728 31.52%	45,311 -35.94%	41,603 -8.18%	49,492 18.96%	54,434 9.99%	50,419 -7.38%	63,530 26.00%	
	販売	乗用車	33,327 37.03%	35,414 6.26%	38,304 8.16%	41,107 7.32%	44,426 8.07%	46,228 4.06%	59,698 29.14%	44,861 -24.85%
		商用車	54,748 -19.51%	61,649 12.61%	61,237 -0.67%	76,796 25.41%	80,023 4.20%	86,216 7.74%	110,957 28.70%	96,755 -12.80%
		合計	88,075 -4.61%	97,063 10.20%	99,541 2.55%	117,903 18.45%	124,449 5.55%	132,444 6.42%	170,655 28.85%	141,616 -17.02%

出所：『自動車年鑑』及び『FOURIN 世界自動車調査月報』より作成。

MPV 主流の市場

図表－2の示すように、インドネシアの自動車市場でMPV¹¹⁾はマーケット・シェアの6割以上を占め、商用車を除く個人用車の中で最も購買される車種となっている。一方、セダン型の乗用車は僅か4%のシェアしかない。しかも、インドネシア市場で売れているMPVのほとんどは排気量1500cc以下、3列シート、7人乗りのタイプである。このような車種が好まれる背景として、インドネシアの家族構成人数が多いことが挙げられる。2009年時点で、家族構成人数が5人以上の家族の割合は日本が8.4%であるのに対して、インドネシアは28.0%である¹²⁾。そして、図表－3の示すように、インドネシアでは自動車の普及率が家族構成人数の増加とともに高まっていく現象が見られる。また、インドネシアでは専属運転手とメイドが同乗するケースが非常に多い¹³⁾。

図表－2 インドネシア自動車市場の車種構成



出所：みずほ総合研究所「拡大が続くインドネシア自動車市場」(報告書)5ページ参照のもと、作成。

図表－3 家族構成人数別自動車普及率

		自動車普及率 (%)		
		05年	06年	07年
家族構成人数	1人	0.7	0.9	0.7
	2人	2.6	2.9	2.9
	3人	3.5	3.8	4.5
	4人	8.8	10	8.4
	5人	11.2	10.9	10.3
	6人以上	14.5	15.1	15.9

出所：図表－2と同じ、但し元資料はEuromonitor。

さらに、車種間における奢侈税の違いによる影響も大きい。エンジン排気量1500cc以下クラスの車種において、セダンの奢侈税が30%であるのに対して非セダンの奢侈税率は10%しかなく、両者の開きは20%もある。単純に同じ排気量クラスで車両価格も同じ150～200万円のセダンと非セダンでは、奢侈税だけで約30～40万円の差が生じることになる¹⁴⁾。

11) Multi Purpose Vehicle (多目的自動車)の略、日本では俗で「ミニバン」と呼んでいるワンボックスタイプの自動車である。

12) みずほ総合研究所「拡大が続くインドネシア自動車市場」(報告書)4ページ。

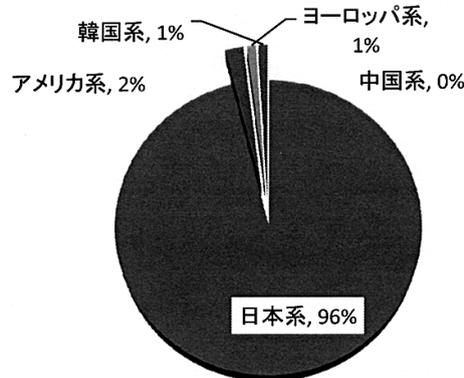
13) HPM (PT. Honda Prospect Motor)社の社内資料に基づく。

14) 同上資料。

9割以上が日系車

インドネシアの自動車市場では日系車が96%のシェアを占めている（図表－4 参照）。この数字は実は日本国内よりも高い¹⁵⁾。ASEAN 諸国において日系車のシェアが全体的に高く、平均的には78%となっている¹⁶⁾。それでも、インドネシア市場における日系車シェアの高さはずば抜けている。

図表－4 インドネシアにおける各国メーカーのマーケット・シェア



出所：Indonesian Motorcycle Industry Association のデータに基づいて作成。

なぜ日系車のシェアが高いかについて次の幾つかの原因が考えられる。

まず、日本メーカーは非常に早い段階からインドネシア進出を図ってきた。「スハルト時代初期の国内組立体制の形成期に日本車が著しい台頭をみせた¹⁷⁾」のである。1975年時点インドネシア国内で組み立てられた日本車のシェアは既に72.4%に達している。完成車メーカーだけでなく、部品メーカーもインドネシアへの進出に積極的で、同国の部品国産化の基盤を作ったと言われている。Indonesian Motorcycle Industry Association のデータによれば、2012年時点でインドネシア自動車産業における主要部品メーカーの企業数は284社の内、日系部品メーカーの企業数は131社に上り、現地資本の部品メーカーの企業数123社を上回っている状況にある。

そして、日本メーカーは現地の消費者ニーズを捉え、対応する車種を積極的に提供したことも大きい。前述のように、インドネシアではMPV が好まれる傾向が強い。それをうまく捉えて、トヨタが現地に「Kijang」、「Avanza」などの車種を投入し、今ではインドネシア消費者の憧れの的となっている。その他に、ダイハツは「Taruna」、「Zebra」、三菱は「Kuda」、日産は「Grand Livina」、「Evalia」などの現地向け車種を出している。

15) 2011年度、日本の輸入車登録台数は223,272台（外国メーカー車のみ、日本メーカーの輸入車を含まない）、当該年度国内新車登録台数（登録車と軽自動車を含む）4,210,219台の5.3%である（日本自動車輸入組合及び『自動車年鑑2012～2013』のデータに基づく）。

16) Indonesian Motorcycle Industry Association のデータに基づく。

17) 三平、佐藤、前掲書、347ページ。

さらに、販売網構築の面においても日本メーカーはいち早く現地の有力資本と手を結んで、彼らによるディーラー拠点の設置を任せてきた。インドネシアでは自動車流通業は基本的に現地資本が握っており、ディーラーの設立は主に現地の有力資本によって行われている。例えば、トヨタの現地販売統括会社である「Toyota Astra Motor (TAM) 社」は現地資本の Astra International 社側が51%、トヨタ側が49%出資して設立されたものである。TAM はインドネシア全国に5つのディーラー・グループにディーラー拠点の設置を任せている(図表-5参照)。この5つのディーラー・グループはすべて現地の有力資本で、中華系資本が3つを占めている。最大の Auto2000社は、傘下には77の支社と80の独立系ディーラー(サブ・ディーラー)を有し、トヨタ車の78%が同社経由で販売されている。

図表-5 インドネシアにおけるトヨタの販売網状況(2012年8月時点)

ディーラー名	支店数	スタッフ数	独立系ディーラー数	ディーラー拠点合計	販売構成比
Auto2000(中華系)	77	3350	80	157	78%
New Ratna Motor(中華系)	16	300	1	17	7%
Agung Automall(インドネシア系)	13	226	0	13	7%
Hasjrat Abadi(中華系)	13	129	2	15	3%
Hafji Kalla(インドネシア系)	17	274	0	17	5%
合計	136	4279	83	219	100%

出所：PT,ToyotaAstraMotor の社内資料に基づく。

4. 自動車産業の課題

インドネシアの自動車産業は高度成長が続いている反面、また多くの問題点も抱えている。今後、さらなる成長を続けていくためには、これらの諸問題への取り組みが必要不可欠である。本稿では、①CKD生産からグローバル生産拠点への脱皮、②限定された購入者層、③インフラ不足、この3つの課題に絞ってその状況を考察する。

CKD生産からグローバル生産拠点への脱皮

図表-6の示すように、インドネシアの完成車組立は外国の自動車メーカーに依存しており、CKD生産が中心である。部品の現地調達率が低い水準にあると言わざるを得ない。ダイハツやトヨタのようなインドネシアに進出して約40年の企業でさえ、現地調達率が約7割程度しかない。特に乗用車の分野において、ホンダ、スズキ、トヨタがインドネシアで生産開始して既に30年以上経ったにもかかわらず、現地調達率は20%以下の極めて低水準にある。日系メーカーの場合、現地調達できる素材や部品が少ないため、本国からインドネシアへの輸出で賄うしかない。貿易統計にはその点がはっきりと反映されてい

る。日本からインドネシア向けの製品輸出において、自動車部品が上位を占めている（図表－7 参照）

図表－6 車種別現地調達率

車種	現地調達率	組立メーカー	生産開始時期
MPV、 ピックアップ・トラック	>70%	ダイハツ、いすゞ、三菱、スズキ、 トヨタ	1974
	～40%	日産	1982
	～20%	シボレー、現代	1999
		起亜	2001
		奇瑞、長城、福田	2007
商用車（5～9トン）	～60%	日野、いすゞ、三菱、トヨタ	1980
商用車（9～24トン）	～55%	日野、いすゞ、日産、メルセデス、 三菱	1980
乗用車	～20%	ホンダ、メルセデス、スズキ、トヨタ	1980
		BMW	2000
		アウディ、フォルクスワーゲン	2009

出所：図表－4 と同じ。

自国の自動車産業を育成する一般的なパターンとして、輸入代替のCKD生産から始まって、徐々に上流部分の素材、部品産業を自国内に育て、やがて自国独自の完成車の開発から組立に至るまでの全製造過程を確立することが考えられる。しかし、これまで考察してきたように、インドネシアはかつてスハルト政権下でその試みがなされたけれども、結局、失敗に終わった。インドネシアの隣国、マレーシアも独自の国民車構想を打ち出し、長年にわたって産業の育成を図ってきたにもかかわらず、未だに外国の自動車製品と互角に競争できる製品が産み出されていない。

自動車産業は一国の工業化水準を示すバロメーターと言われ、鉄鋼、ゴム、石油化学、工作機械、加工技術などの工業基盤に大きく左右される。インドネシアのような、川上産業、特に工業基盤が弱い国では自国独自の自動車産業を育てることはかなり難しい局面がある。たとえそのような工業基盤を国の育成政策で確立し、自国独自の自動車製品を出したとしても、それを受け入れてくれる市場の確保も必要不可欠である。新興国の中国やインドでは、自国の自動車製品を製造できたけれども、市場レベルで見た場合まだ競争力のある製品とは言えない。

今後インドネシアの自動車産業にとって、外国メーカー（グローバル・メーカー）の生産拠点を目指すことも採りうる選択肢の1つである。つまりタイやメキシコのように、自国独自の自動車産業を目指すよりはグローバル・メーカーの生産拠点としての優位性を構築していく。その場合、グローバル・メーカーの生産ネットワークにおける独自の優位性をどのように構築していくかが重要となってくる。FTAをはじめとする自由貿易の枠組みに積極的に参加していくと同時に、他のグローバル生産拠点、特にASEANではタイ

図表ー7 日本の対インドネシア向け輸出上位30品目

単位：100万円、%

	2007年	2008年	2009年
1 再輸出品	35,834	34,969	29,133
2 その他の自動車用部品	28,248	28,925	19,768
3 乗用車（ガソリンエンジン、1500cc超3000cc以下）	25,710	23,197	18,630
4 その他のガソリンエンジンの部品	22,030	28,427	18,124
5 陰極銅・その切断片	17,428	18,343	17,474
6 ダンプカー	9,586	18,446	15,840
7 ギヤボックス及びその部分品	13,601	22,257	15,206
8 メカニカルショベル等（上部構造が360度回転するもの）	17,624	34,594	14,439
9 その他のIC・LSI	26,403	19,327	13,716
10 貨物自動車（ディーゼルエンジン、20トン超）	13,247	24,328	12,843
11 車輛用ディーゼルエンジン	13,700	19,841	12,826
12 トレッド無し建設業車両用ゴム製タイヤ（新品・径61cm超）	9,820	12,386	12,695
13 プリンタ・複写機・ファクシミリの部分品・付属品	12,176	13,751	12,380
14 蒸気タービンの部品	403	1,244	9,259
15 冷間圧延鉄コイル幅600mm以上厚さ0.5～1mm以下	10,000	16,083	8,631
16 その他のクレーン・コンベア等の部品	16,413	21,216	7,886
17 その他の車体の部分品	6,502	9,232	7,590
18 電動機・発動機の部品	7,379	7,737	6,891
19 その他の電気回路の開閉器、保護・接続用の機器（1kV以下）	7,859	8,307	6,839
20 貨物自動車（ディーゼルエンジン、5トン超20トン以下）	9,737	16,580	6,749
21 その他のガスタービンの部品	1,904	9,989	6,550
22 その他の機械 固有の機能を有するもの）	8,797	10,772	6,496
23 その他のディーゼルエンジンの部品	6,757	9,728	6,098
24 その他の電気制御・配電盤等の部品	7,790	8,250	5,911
25 伝動軸	5,906	7,302	5,838
26 モーターサイクルの部品（除サドル）	8,052	9,600	5,791
27 歯車、歯車伝動機、ボールスクリュウ等	8,724	10,006	5,749
28 無限軌道式ブルドーザー・アングルドーザー	4,562	11,191	5,728
29 ブレーキ及びサーボブレーキ並びにこれらの部分品	5,994	7,906	5,452
30 蒸気発生ボイラー・過熱水ボイラーの部品	74	201	5,217

出所：ARC 国別情勢研究会『ARC レポート インドネシア 2010/11』、83ページ。

との棲み分けや差別化を図っていく必要がある。インドネシアには膨大な人口と広い国土を有し、今後さらなる経済発展に伴い、国内需要を開拓する余地は十分にある。これは他のASEAN諸国に比べて大いに優位性を発揮できる部分と言える。つまり、膨大な国内需要を梃子にグローバル・メーカー及び関連産業を自国に誘引することを通じて、コスト

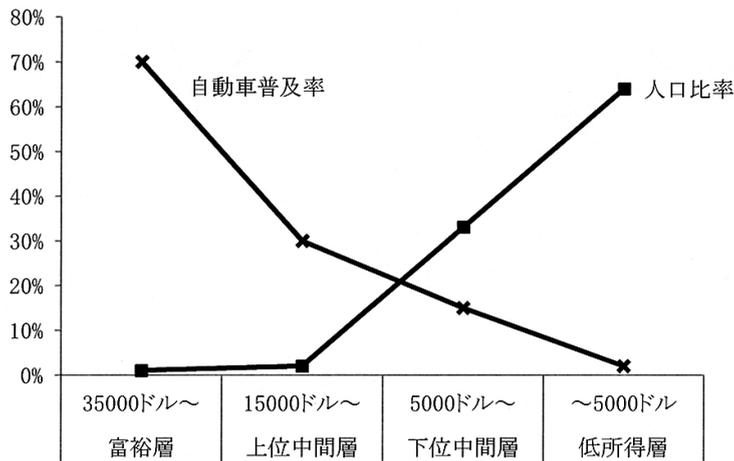
優位性の構築及び自国産業の高度化を図っていくのである。

限定された購入者層

近年、インドネシアの自動車販売台数は着実に増加し、市場需要は堅調に推移している。しかし、現状としては、富裕層及び上位中間層による需要がほとんどで、人口の大部分を占める下位中間層や低所得者層の掘り起こしはまだ不十分である。

図表一 8 の示すように、インドネシアの富裕層（年間可処分所得35,000US ドル以上）と上位中間層（年間可処分所得15,000US ドル以上）は全人口の 3 % ほどしか占めていないものの、自動車普及率は30%以上に達している。逆に人口の約97%を占めている下位中間層（年間可処分所得5,000US ドル以上）と低所得層（年間可処分所得5,000US ドル以下）における自動車の普及率は極めて低い状況にある。

図表一 8 所得階層別自動車普及率



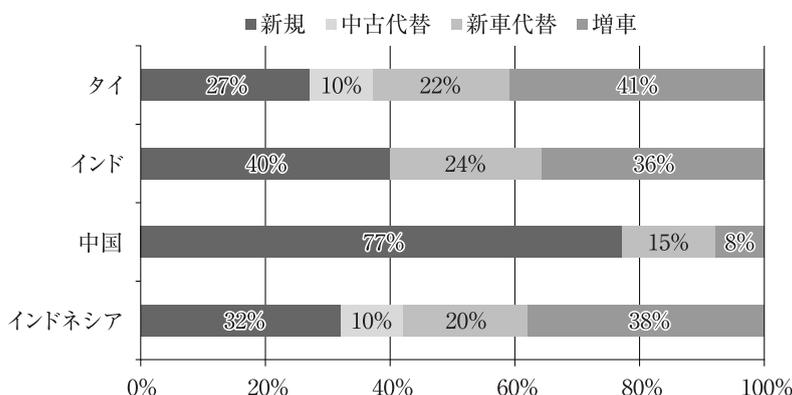
出所：三菱東京 UFJ 銀行ジャカルタ支店「インドネシアのマクロ環境と日系企業動向（報告書）」及びみずほ総合研究所報告書（図表一 2 と同じ）参照のもと作成。

一般的に、新興国において経済が持続的に発展すると1人当たりの GDP が増え、大体1人当たりの GDP が3,000US ドルを超えると、自動車が一般家庭に入り始め、モータリゼーションが到来すると言われている。インドネシアの場合、いわゆる新興国でいう「中間層」については実に「多層性」を持っていることに注意しなければならない¹⁸⁾。1人当たりの GDP 規模では2011年時点でインドネシアは既に3,400US ドルを超えている。しかし、それは低所得層全体の底上げよりは、一部のエリート層の所得増加によってもたらされている面はむしろ大きいのである。

実際、他の新興国と比較した自動車市場の需要構造を見ると、インドネシアでは新規需

18) 佐藤百合『経済大国インドネシア 21世紀の成長条件』中公新書、2011年、44ページ。

図表一 9 各国自動車市場の需要構造（09年時点）



出所：藤井真治「インドネシア自動車市場の展望 永遠に期待される国から本当に期待される国へ」（京都大学上海センター2010年7月12日研究会報告資料）

要（生まれて初めて車を買う層）は32%しかなく、約7割の需要は既に車を持っている層によるものであることが分かる（図表一9参照）。ちなみに、インドやタイも同じような傾向が見られる。タイは千人当たりの普及率は既に150台を超えており、モータリゼーションは既に一巡している状況にある。インドネシア、中国とインドは千人当たりの保有台数はまだ数十台規模である。新規需要の割合が多ければ多いほどその国の自動車市場の成長性があると言える。インドとインドネシアは同じく、国内市場の底上げは不十分という問題を抱えている。今後、経済成長の恩恵をいかに社会全体に広げていくかが大きな課題となっている。それを解決しない限り、自動車市場の本格的な拡大は難しいと言わざるを得ない。

インフラ不足

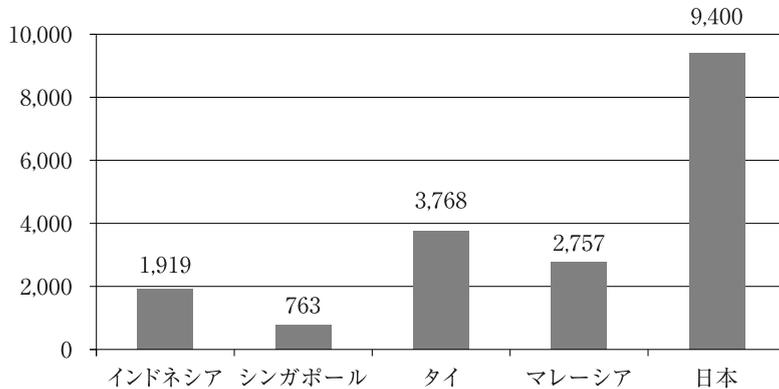
インドネシアの首都ジャカルタを訪れたことがある人は、最も嫌な経験はその交通渋滞の酷さであろう。「一日の三分の一はベッドの上、三分の一は職場、残りの三分の一は道路の上¹⁹⁾」と、ジャカルタの住民は交通渋滞をこのように揶揄している。アメリカの調査会社フロスト&サリバソ社が行った調査によれば、交通満足度において、ジャカルタが対象23都市の中で最下位となっている。また、現地の新聞報道によれば、ジャカルタでは、二輪車と乗用車の道路占有面積が道路の総面積を超え、交通が完全に麻痺する「グリッドロック」状態となり、渋滞に伴う経済損失は年間500億円程度にもなると言われている²⁰⁾。

図表一10の示すように、他国に比べ、インドネシアの人口当たりの道路総延長が短く、

19) 同上書、102ページ。

20) 三菱東京UFJ銀行ジャカルタ支店「インドネシアのマクロ環境と日系企業動向」（報告書）、5ページ。

図表-10 各国の道路状況比較 (km/100万人)



出所：図表-8掲載の三菱東京 UFG 銀行報告書、5ページ。

道路の整備状況が非常に遅れている。実際、1999年～2009年、インドネシア政府によるインフラへの投資は平均で GDP の 3% しかない。なぜインフラ投資がこんなに少ないのか。その理由はインフラ投資の主体に変化が生じたことにある。

スハルト政権時代、政府は毎年 GDP 比で約 9% の「開発歳出」と呼ばれる財政投資を行い、その大部分はインフラ開発に向けられていた。この「開発歳出」の内、約 4 割は外国による援助で、残りは石油ガスの輸出収入で賄われていた。1990年代末、スハルト政権が倒され、新たに登場した政府はそれまでのやり方を改め、外国による援助を最小限に減らしていく方針を打ち出した。その主だった理由は「政府債務の削減」であるが、実際は IMF や世界銀行などの指図を受け続けることへの屈辱感があったとされる。結果的に、外国援助を削減した結果、インフラ整備に回せる財政投資の余裕がなくなったのである²¹⁾。

5. おわりに

以上で考察してきたように、近年インドネシアの経済成長とともに自動車産業も大きく成長してきた。政府が打ち出した新自動車産業政策によってそれまで鎖国状態にあった自動車産業に対する外国投資、とりわけ日本からの投資が急増し、国内需要の好調に支えられ、MPV を中心とする車種の販売が非常に好調であった。しかし、今後さらなる発展を遂げるために、工業基盤の強化やグローバルな部品調達に伴うインドネシア独自の競争優位の確立、そして、ボリューム・ゾーンである下位中間層や低所得層の需要の掘り起こし、道路インフラの整備などの課題に対する取り組みも必要不可欠となってくる。さらに、現在同国市場で 9 割以上のシェアを持つ日系メーカーにとっても、欧米韓メーカーに

21) 佐藤、前掲書、104ページ。

よるインドネシア市場への本格的な進出に備える必要がある。GM はジャカルタ郊外で 1 億 5 千万ドルを投じた新工場を 2013 年 4 月に稼働し、量販車種のミニバンを売り出す予定である。また、フォード・モーターもインドネシアの販売店を拡充するために最大 1600 億ルピア（約 15 億円）程度を投じる予定である²²⁾。日系メーカーにとって、東南アジア市場は 2012 年に合計販売台数が 273 万台に達し、中国市場に匹敵するほどの規模となっている²³⁾。いかにこの市場でこれまで構築してきた競争優位を維持していくかが今後のグローバル競争に勝ち抜く鍵と言えよう。

謝辞：筆者は、平成 24 年度大阪商業大学比較地域研究所の研究助成費を受け、同年 8 月にインドネシアに対する現地調査を行った。本稿は、その現地調査を通じて収集した資料をもとに著されたものである。この場を借りて関係者の皆様に御礼を申し上げる。

【参考文献】

※脚注の参考文献に加えて

大石芳裕、桑名義晴、田端昌平、安室憲一監修／多国籍企業学会著『多国籍企業と新興国市場』文真堂、2012年。

高橋吉輝『ヤマハインドネシアモーターを大成功に導いた男』東京図書出版、2012年。

日本自動車工業会『JAMAGAZINE』（月刊誌）2011年 9月号。

根元敏則、橋本雅隆編著『自動車部品調達システムの中国・ASEAN 展開 トヨタのグローバル・ロジスティクス』中央経済社、2010年。

野村総合研究所『BoP ビジネス戦略 新興国・途上国市場で何が起きているか』東洋経済新報社、2011年。

水本達也『インドネシア 多民族国家という宿命』中公新書、2006年。

宮本謙介『概説インドネシア経済史』有斐閣、2008年。

久野康成監修『インドネシアの投資・会社法・会計税務・労務』TCG 出版、2011年。

22) 『日本経済新聞』2013年 3月 4日付。

23) 同上。