

特集

日系自動車メーカーの選択

ASEANの成長市場

ASEANの中でも自動車販売が伸びるベトナムとフィリピンは生産拠点であり続けるのか。ベトナムでは、域内の完成車の関税が2018年に撤廃される。一方で既に関税をゼロ化したフィリピンでは政府が現地生産の振興策を打ち出した。両国で自動車を製造する日系大手2社の動きを追った。

車種絞り台数維持、市場拡大に備える

トヨタ・ベトナムの選択

ASEAN 域内で完成車の関税が完全に撤廃される 2018 年を前にトヨタ・ベトナム (TMV) が注目されている。タイなどの周辺国に比べ市場規模が小さいベトナムから撤退するのではないかと。同社はそんなうわさを否定するとともに、生産車種を絞りながら台数を維持し、市場の拡大に備える構えを打ち出している。

Point 1

コスト競争力で優位に立てる

「タイで生産している車は右ハンドルが多く、ベトナム向けに左ハンドルにする工程を必要とし、これにタイからの輸送コストが加わる。これらを合わせたコスト（現着コスト）を考えると、ベトナム国内で一定の規模を生産できれば、その方が安く済む可能性が高まる」

Point 2

TMVの生き残り策

生産モデルの選択と集中を進めつつ、年産5万台の生産能力をフルに活用しコスト競争力を高めていくことが、当面はTMVにとっての生き残り策。16年の販売数が1万台以上だったフォーチュナーの穴埋めは簡単ではないが、数年かけてこれを5万台に近づける努力を続ける。

Point 3

商機大きい日系メーカー

木下社長は「原価次第ではあるが、日本の企業がベトナムに進出すれば、競争優位に立てるだろう」と予想する。一般的に言って、タイや台湾企業の技術やマネジメントの力量は、ベトナムの地場企業を上回るとされる。それでも日本企業には及ばない点は多く、進出すれば、勝機は大きい。



トヨタ・ベトナム 木下徹社長

Webマガジンで記事を読む

三菱自の現地生産、今年は倍増へ 越の先例となるフィリピン



Point 1

ゼロ関税後も
現地生産を推進、
日系2社が参加

ベトナムの先行指標とされるのがフィリピンで、ASEAN域内における輸入完成車関税を2010年に撤廃。自動車販売は好調だが、その需要は主に輸入車で賄われている。ただ、15年には現地生産を後押しする政府の「包括的自動車産業振興戦略 (CARS)」プログラムが公表され、トヨタ自動車と三菱自動車が参加している。

Point 2

三菱自が
「ミラージュ」2モデル
を生産

三菱自は今年2月、フィリピンで初めて同プログラムの認定車として小型セダン「ミラージュ G4」の生産を開始した。5月にはハッチバック「ミラージュ」の生産も始める。今年はこの2モデルを計2万台生産し、現地生産台数を合計で前年比約2倍で過去最高となる4万2,000台に引き上げる計画だ。



“部品産業の厚みが出て、
良い循環ができてくる”

ミツビシ・モーターズ・フィリピンズ・コーポレーション
加藤 芳明 社長

—今後フィリピンを生産拠点としてどうみるか

CARSプログラムによって生産台数が増え、部品産業の厚みも出てくるでしょう。そうなれば、部品メーカーの進出もあり得ますし、産業にとって良い循環ができてきます。

info

包括的自動車産業振興戦略 (CARS)

自動車の現地生産を後押しするフィリピンの政策。3社・3車種を対象に、承認されれば6年間で計270億ペソ（約600億円）の税優遇が付与される。認定車種は6年間で20万台以上の生産と一定規模以上の投資が求められる。生産台数の条件が厳しいことから、残り1枠が空いている状況となっている。

Webマガジンで記事を読む

このトピック、こう読みます

2022年には主要6カ国の新車販売規模が日本を上回ることも予測されるASEAN。NNAが日々伝える自動車関連のニュースを基に日本政策投資銀行、フロスト&サリバンの専門家が分析した。

NNA POWER ASIA 2月1日付、タイ

17年新車市場は80万台に回復へ

トヨタ自動車のタイ法人、タイ国トヨタ自動車 (TMT) は1月31日、首都バンコクで年初恒例の記者会見を開き、同国の2017年の新車市場が前年比4.1%増の80万台になるとの予測を発表した。16年は年初と年末の低迷が響き、3.9%減の76万8,788台と4年連続の縮小だった。トヨタは、今年の乗用車市場が回復すると見込み、5年越しの販売上乗せを狙う。



視点

タイの新車販売は5年ぶり増加への期待が高まる。初めて自動車を購入する人を対象にした11~12年のファーストカー減税措置で購入した車両の転売禁止期間が終わり更新需要が出てくること、日系の完成車各社が相次いで新モデルを投入することが後押しする見込み。

日本政策投資銀行 産業調査部課長 塙賢治

➡ 続きはWebマガジンでご覧になれます



NNA POWER ASIA 2月1日付、インドネシア

日系大手3社、16年通年は いずれも2桁成長に

Webマガジンで
ご覧になれます

フロスト&サリバンの ジャパン モビリティ部門リサーチアナリスト 林更紗



NNA POWER ASIA 2月20日付、フィリピン

初の政府優遇認定車、 三菱自が生産開始

Webマガジンで
ご覧になれます

フロスト&サリバンの モビリティ部門シニアコンサルタント モド・ラージー

Webマガジンで記事を読む

NNA NEWS TOP 5

あのトピック、この話題、アジアを網羅するNNAが発信する自動車関連ニュースは各国駐在員らの重要な情報源ともなっている。1~3月に読まれた記事をランキング。

ASEAN

① 3年ぶりのプラス、315万台に
2016年ASEAN新車販売

タイ

② ホンダ、四輪生産の体制再編
新シティなど3車種は第2工場

インド

③ 商用車に販売機会逸失の懸念
排ガス基準強化、制限前倒しで

ミャンマー

④ 日産とタンチョン
ヤンゴンで現地生産開始

インドネシア

⑤ 乗用車市場
中間層台頭で年11%の成長予測

Webで6~10位も読めます

Webマガジンで記事を読む



アジア
取材ノート

マレーシアゲーム業界の現況と展望について語ったMDECのハスヌル・ディレクター

多文化受け入れる土壌強みにマレーシアのゲーム業界

石油やパーム油、天然ゴムなど労働集約型の一次産品への依存から脱却するため、産業の高付加価値化を急ぐマレーシア政府が、昨今注力しているのがゲーム産業の育成だ。東南アジアのゲーム開発拠点としては、長らくシンガポールが先頭に立っていたが、コストの上昇で周辺国への移転が進んでいる。多文化・多民族国家であるマレーシアは、欧米・アジア双方のコンテンツを受け入れる土壌を持つことを強みに、産業の発展を目指す。

降旗愛子=文・写真

マレーシア国内のデジタル産業の育成を支援するデジタル経済公社（MDEC）のディレクターで、長年国内のゲーム業界に関わってきたハスヌル・サムスディン氏によると、マレーシアのゲーム産業は20年以上の歴史を持つ。2015年の同国ゲーム産業の規模は3億1,300万リンギ（約84億円）に達し、5年前の11年と比較すると39.9%もの成長を遂げた。国内のゲーム関連事業者は現在約50社。うち、65.8%がゲームを開発するデベロッパー、8%がゲームを販売するパブリッシャー、残りは双方を兼ねた事業者だ。ハスヌル氏は「スマホ上でプレーするアプリゲームの広がりもあり、若い小規模スタジオでの開発が容易になっている」と指摘する。

マレーシアのゲーム産業で現在、主流となっているのが、ゲーム開発の受託ビジネスだ。ハスヌル氏によると、現在マレーシア国内では約700人がゲーム産業に従事しているが、開発受託の大手3社だけでその半数以上を占める。

東南アジアの他国では、欧米圏の英語ゲームが人気タイトルの上位を占めるが、華人系が消費の主流を占めるマレーシアでは、中国語ゲームと英語ゲームが人気を二分する。ハスヌル氏は「洋の東西を問わずコンテンツを理解し、共感できる文化的背景が、開発を請け負う際の強みになる」と話す。

Webマガジンで記事を読む



注目国基本マニュアル フィリピン編

6年に一度の大統領選挙があった2016年のフィリピンは、政権交代という大きな変化がある中で好調な経済が続いた。国内総生産（GDP）成長率は6.8%に加速し、中国（6.7%）やベトナム（6.2%）を超える水準となった。かつて「アジアの病人」と揶揄（やゆ）されたフィリピンは、いまアジアで最も元気な国と言えそうだ。

フィリピンを知るためのキーワード

OFW

フィリピン人海外出稼ぎ労働者。OFWから本国への送金額はGDPの約1割に達し、経常黒字に貢献している

ジョリビー

最大手地場ファストフードチェーン店。バナナケチャップを使った甘めのスパゲティなど、フィリピン人の味覚に合った定番メニューが提供され、断トツのシェアを握る



Webマガジンで記事を読む



アジアに行くならこれを読め!



将来に向け成長気運の強い新興国ほど、夢を強く抱いている
(本書より)

『世界でトヨタを売ってきた。』

岡部聡 開拓社

2016年8月発行 1,500円+税

Webマガジンで記事を読む

NNAカンパサールダイジェスト

2017年4月号

NNAカンパサールダイジェストは、『NNAカンパサール』のダイジェスト版です。

各記事の原文は、下記URLのWebマガジン版から御覧ください。
<http://www.nna.jp/nnakanpasar/>

◎発行元

共同通信グループ

株式会社エヌ・エヌ・エー

NNA JAPAN CO.,LTD.



Copyright(C) NNA All rights reserved. 記事の無断転載・複製・転送を禁じます

NIPPON no WAZA
日本の技

食文化の違いを見極める
オークラガーデンホテル上海 和食堂「山里」

1962年の開業以来、レストランやバーを直営し、「食のオークラ」としての地位を築き上げてきたホテルオークラ東京。和食料理店「山里」は、その代表的なレストランの一つだ。連載「日本の技」では今回、中国・上海の山里で料理長を務める大森朗弘氏に話を聞いた。

本来の和食では、味や量など全体的なバランスを考え、最後にお腹をいっぱいにして満足させるところまで計算する。一方、円卓を囲む中華料理は品数が多いのが特徴で、全てを食べなくてもよいとされる。大森料理長は「この食文化の違いを見極めて、お客様に合った出し方で料理を仕上げる必要性を感じます」と話す。

Webマガジンで記事を読む

お知らせ

info

NNA 倶楽部主催 共同通信イメージズ協賛 『アジアを感じるフォトコンテスト』開催

「アジアで働くあるある川柳」(2015年)に続く、アジアにまつわるコンテスト企画の第2弾。「川柳」では、アジアならではのユニークな作品を数多くお寄せいただきました。今回は、ニュースで話題の現場や観光地、日常風景など NNA 倶楽部会員の皆さまの視点で切りとられた「アジアを感じる」写真を募集いたします。

応募期間：2017年5月1日（月）～6月9日（金）

詳細は次号の NNA カンパサールダイジェストにてお知らせいたします

info

新しくなった『NNAカンパサール』に 広告を掲載しませんか？

沸騰するアジアの今を伝える NNA カンパサールは、日本国内からアジア各国の駐在員まで、アジアに関わるビジネスパーソンに届く、フリーペーパーです。アジアでの販路拡大にご活用ください。

🌀 媒体概要

- ・発行：年4回（1月、4月、7月、10月）
- ・発行部数：80,000部
- ・サイズ：タブロイド判（24ページ前後）
- ※ Web マガジンとしても毎月更新します。

🌀 過去の広告出稿企業（一部・順不同）

東洋ビジネスエンジニアリング／日鉄住金物産／三菱電機
NEC／豊田通商／伊藤忠商事／双日／レオパレス 21
スターツ／マリモ／キヤノンITソリューションズ
アスプローバ／岩崎電気／日産自動車／富士ゼロックス
富士通／NTTコミュニケーションズ など

🌀 広告掲載に関するお問い合わせ

株式会社エヌ・エヌ・エー 本社営業部 広告担当 大江

Tel：+81-3-6218-4332 E-mail：crossmedia@nna.asia

