

エコカー、新興国で競争激化

調達・生産 現地で完結

東南アジア諸国連合(ASEAN)で大手自動車メーカーによる小型車販売競争が激化している。2大市場のタイとインドネシアではトヨタ自動車、日産自動車、ホンダ、ダイハツ工業、スズキなど日本勢が相次いで現地生産を拡大する方針。増産、拡販するのは低燃費・低価格な戦略小型車だ。市場拡大や政府のエコカー優遇策などでASEANの小型車市場が勃興期を迎えるなか、小型車をめぐる激しい競争が幕を開けた。

トヨタ
シェア5割

2011年のタイ市場は洪水の影響で前年比0・8%減の79万台、インドネシア市場は同17%増の89万台。経済発展を背景に市場は拡大しており、近いうちに100万台の台数を確実に超える。両国で4割のトヨタ、ダイハツを合わせたシェアは5割超と独壇場だ。しかも小型車戦略を本格化するのはいずれも新興国向け戦略小型車「エントリ

成長余地
大きい市場

戦略車投入し追撃体制

「ファミリカー(EFC)」。トヨタはこれまで新興国に先進国向けに開発したEFC第1弾の「エタクルマ」を投入してきたが、小型車では多様化する地域ニーズを反映しきれず、販売不振に苦しんだ。この教訓を生かし、EFCは世界戦略車から過剰な性能を引き算する手法をやめ、新興国向けにセロから部品、車両を

「ニコスモールロー」を投入する。戦略車の車台を2種類とするのは「1種類の車台では新興国で地域ごとに異なるニーズに応じきれない」と(幹部)と考

社タイハツでは子会社「タイハツ」が12年末に年産10万台の新工場を建設し、現地生産能力を43万台に引き上げるなど、トヨタ以上のペースで拡

トヨタはインドネシアに第2工場を建設する(昨年開催した現地法人40周年記念式典に出席した豊田章男社長)………張る計画



三菱自動車は12年3月にタイ工場を開設した。三菱自の戦略車「ミライージュ」を生産し日本に輸出している(タイ工場)

小型車へのアプローチはトヨタとは対照的で、ミライージュは先進国と新興国の双方で販売する世界戦略車となる。タイで生産する85%をASEAN域内や日本、欧州に輸出する。13年にはタイの年産能力を現在より6万台多い50万台に引き上げ、ミライージュの車台を活用したセダンタイプの派生車種を追加販売する。スズキは3月にタイに新工場を稼働し、小型車「スイフト」を初年度1万5000台生産する。5年後には年産台数を10万台に増やす計画。インドネシア工場では「ワゴンR」をベースとした新型の3列シートの2車種を生産、販売する。既存車種で両国のエコカー優遇策に対応し、販売を積み上げる。

部品、着々と増産対応

拠点新設
増設相次ぐ

トヨタなどに供給する。

ただ足元では、6月に



ホンダはタイ洪水で生産を中止していた車両工場に4月にフル生産に入った

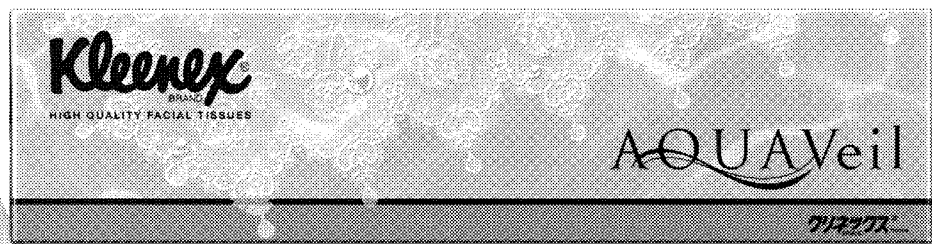
インドネシア市場の拡大をにらみ、部品メーカー各社は生産拠点の新設・増設に相次ぎ乗りだしている。日本やタイから送っていた部品生産を現地化する動きが鮮明だ。デンソーは同国のプカス県にエンジン制御関連製品などの新工場を建設する。エンジン制御ECU(エンジン制御ユニット)、可変カムタイミングなどを生産。14年2月から稼働を始める。投資額は約94億円。東海ゴム工業もプカス県に車用ホース工場を、東海理化学工業もプカス県にシートベルト工場をそれぞれ建設する。いずれも13年の稼働を目指す。主要顧客の

アジアとともに未来を切り拓く日本企業

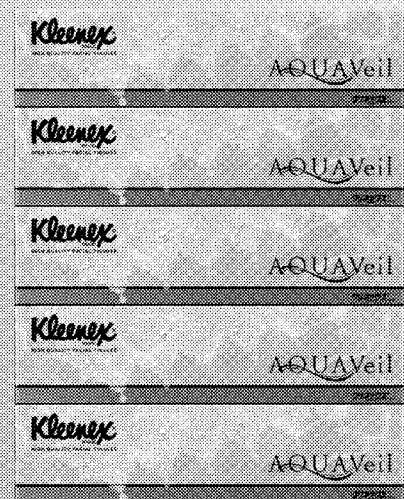
心にあふれるやわらかさを考える。つくる。

Crecia

Kleenex[®]
BRAND
AQUAVEIL



うるおい成分が水分をキープするから
使い心地しなやかで素肌にやさしい。
お肌専用のティッシュです。



クリネックス ティッシュ
アクアヴェール5箱パック

日本製紙グループ
日本製紙クレシア株式会社

<http://www.crecia.co.jp>

©Registered Trademark of Kimberly-Clark Worldwide, Inc. Kimberly-Clark Worldwide, Inc.の登録商標です。