

石川和男(専修大学社会科学研究所所員)

## ASEAN自動車市場におけるマクロ分析

—タイ・マレーシアを中心として—

社会科学年報(専修大学社会科学研究所) No.51  
pp.3~25 2017.3.

本論文の目的は、タイとマレーシアの自動車市場を事例に ASEAN において耐久消費財が生産基盤を確立・整備し、いかに市場を形成し、当該市場を拡大してきたかについて、マクロ的な視点から考察することである。

第1章では、ASEANが日本企業にとって魅力的な地域に発展していること、その中で日系自動車メーカーが強い競争優位を構築していることを指摘している。

第2章では、ASEANにおける自動車市場の拡大について考察している。ASEANにおける自動車市場の発展は一様ではなく、各国ごとに大きな差がある。タイ、インドネシア、マレーシアの3国でASEANの総生産台数の93%を占める一方で、フィリピン、ベトナム、カンボジア、ラオス、ミャンマーの生産台数はわずかにすぎない。生産台数の格差が生じる要因は、自動車市場が小規模であること、部品の現地調達率が低いことの2点を指摘している。また、ASEANにおいて日系自動車メーカーが競争優位を獲得した要因として、1トンピックアップトラック、小型セダンなどのASEAN向けの開発が行われたこと、組立メーカーに加えてサプライヤーも集積していることを指摘している。

第3章では、タイの自動車市場の発展について考察している。タイの自動車産業において、

重要な役割を果たしているのが日系企業である。日系企業は生産拠点の設置だけではなく、販売金融においても重要な役割を果たしてきた。

第4章では、マレーシアの自動車市場の発展について考察している。マレーシアにおいては三菱自動車・三菱商事との合弁によるPROTONが重要な役割を果たしてきた。販売金融の発展においては、イスラム金融方式による割賦販売が重要であった。

本論文の評価すべき点は、生産を中心とした自動車産業の発展だけではなく、販売を中心とした自動車市場の発展にも着目していることである。ASEANの自動車産業を対象とした研究では、自動車メーカーとサプライヤーの集積などの生産をテーマとしたものが多く、販売奨励策を含む市場を対象とした研究は多くない。本論文では生産と販売の両方をバランスよく考察することにより、ASEANの自動車市場の発展を詳細に明らかにしている。

また、販売金融について言及していることも評価できる。自動車は高額な耐久消費財であるため、自動車を普及させるためには販売金融の発達是不可欠である。しかし、販売金融に着目している研究は少なく、産業政策の1つとして販売金融について詳細な検討を行っていることは重要である。

課題としては、インドネシアの自動車市場が対象となっていないことが挙げられる。筆者自身が指摘しているようにASEANにおける自動車生産はタイとインドネシアの2カ国で8割近いシェアを占めている(8頁)。インドネシアも対象とすることによってASEANの自動車市場の発展をより詳細に明らかにすることができると思われる。

(摂南大学経営学部講師 畠山俊宏)