



2013年海外流通視察セミナー第一弾
アジア自動車関連流通視察
with
Bangkok Auto Salon

AAALオートアフターマーケット活性化連合

アジア自動車関連流通視察 報告書

- 企画／主催 オートアフターマーケット活性化連合 (AAAL)
 ■旅行企画実施 近畿日本ツーリスト(株) ECC 営業本部 第2 営業支店

■期間／旅程 2013年6月26日(水)～7月2日(火) 7日間

1日目	6月26日(水)	移動日	バンコクへ
2日目	6月27日(木)	バンコク市内視察(自動車部品集積街、ハイパーマーケット) 「バンコク・インターナショナル・オートサロン2013」視察	
3日目	6月28日(金)	「オートボックス サトン店」視察 「日立化成 タイ工場」視察 移動 ホーチミンへ	
4日目	6月29日(土)	ホーチミン市内視察(自動車部品集積街)	
5日目	6月30日(日)	移動	ハノイへ
		ハノイ市内視察(自動車部品集積街)	
6日目	7月1日(月)	移動日	成田へ

■参加者(20名)

①堀江 康生	(株)イエローハット	代表取締役社長
②経森 康弘	(株)オートボックスセブン	取締役 副社長執行役員 チェン副本部長
③貴堂 郁	(株)オートボックスセブン	経営企画部
④朝原 満博	日立化成(株)	部長
⑤西脇 保彦	(株)ボンフォーム	代表取締役社長
⑥早馬 義光	エイケン工業(株)	代表取締役社長
⑦白神 博	(株)クレトム	代表取締役社長
⑧田邊 貴幸	(株)セイワ	専務取締役
⑨佐久間由治	錦産業(株)	常務取締役
⑩西脇 崇史	(株)ボンフォーム	取締役
⑪棚橋 公三	エステーオート(株)	代表取締役社長
⑫廣瀬 徳蔵	(株)プロスタッフ	代表取締役社長
⑬田中 毅	(株)ワーク	代表取締役社長
⑭志村 静雄	(株)アクレ	代表取締役社長
⑮人見 隆作	(株)エイチ.ピー.アイ	代表取締役社長
⑯長瀬 努	(株)キャロッセ	代表取締役社長
⑰山口 聡	(株)ブリッツ	代表取締役社長
⑱高瀬 峰雄	ブリッド(株)	代表取締役社長
⑲植草 正拓	日本自動車用品・部品アフターマーケット振興会	事務局長
⑳中小路俊康	自動車用品小売業協会	事業推進部長
(添乗員 近畿日本ツーリスト 宮城和加子)		

——バンコク・インターナショナル・オートサロン 2013——

会 期	2013年6月20日(木)～30日(日) 11日間 6月20日(木) プレス&ビジネスデー 6月21日(金)～6月30日(日) 一般公開
開催時間	月～金 12:00～21:30 土・日 11:00～21:30
会 場	インパクト・チャレンジャー ホール2-3 (ムアントンタニ)
展示規模	4万㎡ (昨年のほぼ倍)
主 催	インスパイヤ社 (タイ)
出展社数	400社以上
入 場 料	100バーツ (約300円)



自動車メーカーも多数出展し、展示規模倍増。本家サロンに近い内容で開催

今回で2回目を迎えた同ショーは、本格化するタイのモータリゼーションを象徴するように出展スペースは前回の倍に当たる4万㎡で開催した。

展示品はチューニングパーツやドレスアップパーツだけでなく、近年の東京オートサロンのように、大手自動車メーカーが最新のカスタムカーを展示。今年1月の東京オートサロンに出品されたショーモデルも42台が貸し出されるなど、会場内のムードは本家(東京オートサロン)に近いものとなった。

自動車メーカーはトヨタ、日産、ホンダ、マツダ、スバル、光岡自動車に加え、東京ショーには出展していない、いすゞやヤマハも参加した。

タイの自動車市場は従来からピックアップトラックのニーズが高く、同ジャンルはトヨタ、いすゞが人気を二分する市場。日本では見られなくなったいすゞの巨大ブースが見られるのはタイ市場ならではの。またヤマハは多数の二輪車を出展し、同国の巨大な二輪車市場に向けてPRを行った。

海外ブランドではランボルギーニ、ロータス、ベンツ、BMWなどの欧州勢が参加。さながらモーターショーのような華やかさも加わり、アジア各国で開催されているカスタマイズカーショーとは一線を画すイベントとなった。



86を中心に展開したトヨタ自動車



NAPAC ブース

一方、日本のアフターマーケット関連企業で、単独もしくは現地代理店を通じて出展していたのが、ワーク、キャロッセ、ブリッド、エンドレス、エンケイ、テイン、5ZIGEN、パイオニア、ソフト 99 コーポレーション、エネオスなど。それに加え、NAPAC ブース、JETRO パビリオンの共同出展ブースに多数の日本メーカーが出展した。

NAPAC ブースにはアルミホイールやスポーティングパーツなどを扱う会員企業 31 社の製品を展示。また今年から企画された JETRO パビリオンには、ボンフォーム、セイワなど JAAMA 会員企業 18 社が共同出展（出展料は 1 社 20 万円）した。なお JETRO パビリオンは、アジア諸国で開催される自動車関連見本市にも共同出展していく計画。



18 社が参加した JETRO パビリオン

日本の出展企業がなじみにくい「会期」と「開場時間」

本家サロンとの最も大きな違いは会期と開場時間——会期は東京の場合週末の 3 日間だが、タイは 11 日間もの長丁場となる。また開場時間は東京が 9 時～18 時であるのに対し、タイは平日 12 時～21 時 30 分と夜間が中心となる。会期については「タイの大きな展示会は土日 を 2 回入れるのが通例」、開場時間については「平日、仕事が終わってから来場する顧客のための措置」とする。日本からの出展者は「東京とあまり変わらない高い出展料に加え、11 日間スタッフを配置するのが困難」とする。ただ、タイではオートサロンに限らず、展示会場で商品を販売するのが一般的。来場者もそれを目的にしているという。同ショーの場合も車両、タイヤ & ホイール、各種パーツ類は来場者に販売することが出来る。

「会期の長さは馴染みにくいがかかる出展費用は物販で埋め合わせ出来る。帰りの輸送コストも浮く」と、物販については歓迎するという声が聞かれた。

主催者について

バンコク・インターナショナル・オートサロンの主催者であるインスパイヤ社は、タイのスポーツメディア企業 Siam Sport Syndicate Public Co., Ltd のエンターテイメント部門で、日本の三栄書房（東京モーターショー主催者）と出版事業においてライセンス契約を締結、2010 年 5 月から「OPTION」の現地版として「OPTION Thailand」を発行している。

——タイ バンコク市内視察——

●「オートボックス サトン店」視察

オートボックスのタイ事業は、1999 年 6 月にオートボックス（タイランド）Co., Ltd 設立後スタートした。一号店は 2000 年 6 月の「オートボックスサトン店」。以降「パタナカン店」「チェーンワッタナ店」「シラシャ店」をオープンし、現在 4 店舗を展開する。2006 年には現在のサイアムオートボックス Co., Ltd に社名変更。今回訪問したサトン店はバンコクの中心部に立地する基幹店。タイヤ、オイル、バッテリーの売上構成比は 60%以上。タイヤ、オイル、バッテリーは現地で仕入れ、カーアクセサリーは日本から輸入している。面談者はサイアムオートボックス Co., Ltd 社長の西田敏正氏。



●「日立化成 タイ工場」視察

日立の自動車用バッテリーを製造する工場。創業は 2010 年 8 月。資本金は 10 億円。新神戸電機の 100% 出資会社で投資額は 20 億円。従業員は 130 名のうち 6 名が日本人。ロケーションはバンコクから東に 100km 離れた工業団地で、近隣にトヨタ、日産、三菱の自動車製造工場がある。敷地面積は 5 万 1000 m²で、建屋は 1 万 1000 m²。バッテリーの生産能力は年間 100 万個だが、現在は約 60 万個を生産、今期末よりフル生産体制に入る。現地では日産マーチ、三菱ミラージュにバッテリーを供給している。そのほか高機能バッテリーとなる ISS 車用バッテリー（従来品に比べ充電受入れ性能は 1.5 倍、寿命は 2 倍）もここで生産している。なおタイ進出に際しては、法人税が 7 年間免除、製造装置を輸入する場合は関税が免除される。



●自動車部品街「バタコーン」視察

バンコク市内の自動車部品集積地区。店舗は約 50～60 店舗。タイヤ、ホイール、シートのほか中古のエンジンパーツを取り扱うショップが軒を連ねている。取り付け作業を行うピットはなく、作業は路上で行われている。NAPAC メンバーによれば「ホイールは中国製のコピー商品が大半」とのこと。



●ハイパーマーケット「TESCO Lotus」

テスコ ロータスはタイと中国に展開するスーパーマーケットチェーン。設立は 1998 年で、本社はバンコクにある。タイの CP グループとイギリスのスーパーマーケットチェーン店のテスコのジョイント・ベンチャーとして設立。タイ国内の店舗数は 55 店舗、うち 24 店舗がバンコク市内にある。オイル、車内小物、洗車関連用品などカー用品部門も充実しており、訪問した店舗では Gondola 本数で 60 本程度を割り当てていた。



——ベトナム ホーチミン市内視察——

●ホーチミンの自動車部品集積街「アンジュンブン」

ホーチミン市内の自動車部品集積街。店舗は市内の目抜き通り沿いに広がっており、店舗は 100 店舗以上。歩道はおびただしい数の二輪車の駐輪場になっており、歩行者は車道に降りながら歩かざるを得ないほど。その歩道および店舗前の車道はショップの作業場になっており、段ボールやシートの切れ端などが散乱している。その集積地の一部に新車ディーラーがあるがピットはない。10 数年前の中国の都市部の自動車部品街を思わせる。



●ハノイの自動車部品集積街「ハイパーツン」

ベトナムの市民の足は車よりもバイク。ハノイの自動車部品集積街はそうした需要もカバーするため、二輪車用、四輪車用部品の店が軒を連ねている。新品はほとんどなく、各種パーツは中古品がほとんど。団員からは「タイに比べ数年は遅れている」という声が多かった。



——視察団員のコメント——

株式会社イエローハット 代表取締役社長 堀江 康生氏

「タイは（ビジネスをしていくには）まだ早いという印象。台湾の修理工場をもう少し水準を落としたような感じ。中国人がからんでいるためか、新興国の自動車部品の集積地はどこも同じように見える。タイはまだ発展途上だが、いずれ台湾のようになる。ただ現在はまだ商売になるとは思えない。将来的な出店についてはパートナー次第。「知恵を貸して欲しい」そういう支援であれば考えたい。ただ当社が出資して云々ということは現段階では考えていない」

株式会社オートバックスセブン 取締役 副社長執行役員 チェン副本部長 経森 康弘氏

「タイの日本車の販売比率は 8 割以上。右ハンドルなものも日本車の普及を後押ししている。そうした点からもアフターマーケットのポテンシャルはむしろ中国よりもタイの方がいる。ただアジア諸国は、なんとなく日本人と顔も似ていて受け入れられそうな気がするが、実際には商慣習、消費者ニーズ等様々な違いがある。基本的には日本に対して好意的な感情を持っている親日国でないとは商売はしにくい。その意味でもタイは可能性がある。ベトナムはまだ早い」

株式会社ボンフォーム 代表取締役社長 西脇保彦氏（ベトナムから参加）

「（ベトナムは）いずれ中国と同じような発展をたどっていくだろう。ベトナム市民の足はバイク。中国がそうであったように自転車からバイク、バイクから自動車になっていく。ASEAN 諸国は日本車のシェアが高く、アフターマーケットの可能性はある。街には高級車も走っている、だが本当のモータリゼーションは大衆車が売れた時から。いずれにしろ我々のビジネスは日本のようなカーショップが出来てからでないと難しい」

エステーオート株式会社 代表取締役社長 棚橋 公三氏

「バンコクのオートサロンはグレードが高く驚いた。カーメーカーも同国を投資対象として見ている。その傾向はさらに加速していくだろう。当社は ASEAN に生産拠点を 2 カ所設けている。販売はどこも手を組むかに掛かっている。一方ベトナムは販売という形ではまだ読めない状況。市民の足はバイクが中心。だがいずれクルマにシフトしていく。ただ、現在も交通渋滞が深刻。あまりに一気にシフトしていけば、未整備なインフラが普及の足かせになる」

株式会社ワーク 代表取締役社長 田中 毅氏

「オートサロンは期間が長く、日本からの直接出展社がその期間待機した場合、時間の無駄が発生する。今後、現地オーナーカーの出展が増えれば現地の好みが解り、商材の開発に役立つ。ただタイのマーケットの実力からすれば展示物の内容が非現実的な先端商材の展示が目立った。先端技術を披露することは自社の良い宣伝にはなるが商売の幅は狭い。タイでの現地製造については 1 ピースに関してはコスト、仕上げ、デリバリー等全て半端な状態。全ての面で中国製が勝っている。現地販売に関しては、組立品（2 及び 3 ピース）は原則オーダーリブン（受注後、スペックが決まり次第製造する）システムなので社員教育と販売本数次第では現

地化の可能性はある（完成品と部品との関税の差にもよるが）。一方ベトナムは、現地製造はタイよりコスト面で有利と思われるが、中国事情が変化（コストアップ）しない限りアフター専売では無理。現地販売に関してはタイよりもまだ時間がかかる。現状はまだバイクの普及が先で自家用車の普及には時間がかかる。当然、当社の出番は無い。問題、課題は山積しているが、両国に共通している強みは若者が多く、人口が増えつつあること。車販売も道路整備を促進すればもっと売れる、空港の拡大、近代化と同じで最新設備の空港が出来れば人は来る。道路整備と販売時の金融を充実すれば新車の拡販は可能。タイの変化は実に素晴らしい。ベトナムも後追いで直ぐにタイのようになる。タイやベトナムとビジネスをしようと思うなら頻繁に両国の事情を採取して手を打たないと状況の変化に遅れる」

株式会社キャロッセ 代表取締役社長 長瀬 努氏

「タイに代理店を作って 4 年。国内レースにも参戦している。当社製品のトラブルは取り付け段階で起きやすい。だからラリーをやっているところと手を組んだ。バンコクオートサロンは 2 回とも出展した。予想以上に反応が良く、商品もよく売れる。出展ブースでの物販は収益面だけでなく、ダイレクトに顧客の反応が得られるというメリットがある。一方、ベトナムは中国の 10 年前のイメージ。ベトナムは左ハンドルなので市場開拓は簡単ではないが、コンパクトカーが売れ始めれば当社の市場になっていく」

ブリッド株式会社 代表取締役社長 高瀬 峰雄氏

「バンコクオートサロンはカーメーカーの出展が目についた。これはカーカスタマイズが有望視されている証拠。タイにはサーキットが数カ所あり、市街地レースやドリフトも開催されている。レースの安全基準も驚くほど高く、ドリフトのレースは日本より高い FIA の規格を採用している。当社にとって海外進出の基準はモータースポーツの土壌があるかどうか。その点タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシアは有望。台湾は土壌がないので輸出基地。タイは日本からの輸出に 30% の関税がかかるが、高くても売れる」

（参考資料）

——タイの自動車生産販売について——

〈生産台数が初めて 200 万台を突破し 245 万台に〉 タイの 2012 年の自動車生産台数は 245 万 4000 台となった。2012 年 11 月 30 日には初めて 200 万台を突破したことを祝う記念式典が開かれた。2011 年の大洪水の影響で先送りされていた新車需要のほか、初回の新車購入に対する物品税の還付措置が需要を押し上げた。

〈世界 10 位の自動車生産国に〉 タイ工業連盟（FTI）自動車部会は、2012 年の自動車生産台数が前年比 68% 増の 245 万 4000 台に達し、自動車生産国として世界 10 位になったと発表した。東日本大震災と大洪水に直撃された 2011 年を 100 万台近く上回った。2011 年 12 月から回復を続け、2012 年 2 月に大洪水後初めて前年同月を上回り、3 月には月間生産台数として過去最高を記録。5 月以降は 8 カ月連続して月間 20 万台以上の生産となり、10、11 月はいずれも 25 万台超の生産となった。11 月 30 日には初めて 200 万台を突破したことを祝う記念式典がバンコク郊外で開かれた。

〈販売台数は前年比 80% 増〉 タイ国トヨタ自動車が発表した 2012 年の国内新車販売台数は、前年比 80.9% 増の 143 万 6000 台。大洪水の影響で先送りされていた新車需要のほか、初回の新車購入者に対する物品税還付が新車需要を刺激した。物品税の還付措置は、1500cc 以下の乗用車またはピックアップトラックを初めて購入する人に対して 10 万バーツ（約 30 万円）を上限に物品税を還付するというもので、80 万台分の自動車購入者が還付を申請したもよう。

〈タイの自動車輸出、世界 7 位に〉 FTI 自動車部会の発表によれば、2012 年の自動車完成車の

輸出台数は102万3371台を記録し、1988年に輸出を開始してから初めて年間100万台を突破した。前年を40%上回り、タイは世界7位の自動車輸出国となったという。

〈タイ、2013年は250万台の生産を見込む〉

2013年の国内販売について日系各社は、政府の新車購入スキームが将来の需要を先食いしたため、反動減が予想されるとして、約120万台と見込んでいる。タイに生産拠点を持つ主要メーカーはタイを輸出拠点としても活用している。2012年は輸出生産を犠牲にして国内販売用の生産を強化してきたが、2013年は正常な水準に戻す考えで、輸出台数は堅調に伸びると予想している。また2013年のタイの自動車生産についてはFTI自動車部会では前年比5%増となる250万台と見ている。

「2012年 世界主要国の自動車生産販売動向」（2013年4月発行 JETRO 海外調査部）

——ベトナムの自動車販売について——

〈2012年の販売台数、5年ぶり10万台割れ〉 ベトナム自動車工業会（VAMA）は、2012年の新車販売台数（輸入車含む）が前年比33%減の9万2584台になったと発表した。5年ぶりに10万台を割り込んだ。国内景気減速に加え、関連費用などの値上げが響いた。ハノイ市やホーチミン市が昨年1月に乗用車登録料を引き上げたことから、購入を手控える個人消費者が増加。乗用車の販売台数は44%減に落ち込んだ。自動車にかかる税金も近隣国より高く、自動車販売が好調な東南アジアで唯一、市場縮小が起きている。ベトナム政府は1月から、自動車やバイクの保有者を対象に道路使用料の徴収を始めた。「再び販売不振を招く」（日系自動車メーカー）との懸念が広がっている。（2013年1月19日 日本経済新聞）

〈新車販売、5月は41.6%増の9,731台〉 ベトナム自動車工業会（VAMA）が発表した現地組立メーカー19社による2013年5月の新車販売台数は、前年同月比43.5%増の8201台となった。車種別では、乗用車（SUV/MPV/クロスオーバーを含む）が71.3%増の4705台、商用車が17.8%増の3496台。1～5月累計は前年同期比16.8%増の3万4893台で、乗用車が36.2%増、商用車が2.8%減となっている。VAMAでは、自動車登録料が15%から10%に引き下げられたことがプラス要因であるとし、登録料が同水準で維持される前提で、2013年通年の販売予測を10万台から10.8万台に上方修正した。輸入車およびVAMA未加盟メーカーを含む総販売台数は、5月単月が41.6%増の9731台で、このうち、ノックダウン（CKD）生産車は1%増の7478台にとどまり、完成車（CBU）が61%増の2253台と伸びている。1～5月累計の総販売台数は10.4%増の4万145台。メーカー別では、首位のトヨタが73.9%増の2786台で、総販売台数に対する市場シェアは28.6%。売れ筋モデルは「フォーチュナー」が681台、「カローラ」が536台、「イノーバ」が504台など。2位のチュオンハイは23.2%増の2338台でシェアは24.0%。自社ブランドのトラックが1540台、バスが60台、起亜モデルが738台（うち「ピカント」が385台）となっている。このほか、フォードは「フォーカス」が159台、「ランジット」が138台、「レンジャー」が134台などと好調。スズキは小型トラック「キャリイ」シリーズを328台、ホンダは「CR-V」を198台売り上げている。マツダは「Mazda2」（デミオ）が52台、「Mazda3」（アクセラ）が46台などと伸びている。（2013年6月13日 マークラインズ(株)自動車産業ポータル）

以上

報告者：株式会社オートバックスセブン
貴堂 郁