

インドネシア自動車販売の回復

割石 俊介

インドネシアは景気が全体的に改善傾向にあり、自動車販売も上向いてきました。今年1-2月の販売台数は18万台、前年同期比5.8%増ですが、2月だけでみると前年比約1割増の9万台となり、勢いが増えています。

中でも好調さが目立つのはLCGC（低価格グリーン車）の販売を伸ばしたトヨタで、2月の販売台数3.8万台は前年比49%増、1-2月の同社の市場シェアは38.4%にも上ります。トヨタとダイハツを合わせると56.7%の市場占有率です。

2016年の通年の自動車販売台数は2015年比4.6%増の106万台で、今年に入り増加ペースがあがっていることがわかります。インフレも抑制され、ルピア相場も安定をしており、マクロ経済の状況は悪くありません。昨年度は商用車市場が落ち込んでいましたが、2月は日野自動車が2,250台の41%増（前年度比）、いすゞが1,247台で21%増（同）と好調です。資源価格の回復傾向もあり、株価も今年に入り過去最高値水準で推移しています。そうした中、商用車の需要も回復している状況にあります。年初にあたりAIKINDO（インドネシア自動車製造業者協会）は、2017年通年の自動車販売台数が110万台を超えると予測していますが、このペースで改善が続くと、それ以上の台数になることが期待されます。

インドネシアでは、自動車を購入できるのはアッパーミドル層あるいは富裕層であり、多くの場合、運転は自分でなく運転手がしますが、LCGCの普及とともに自分でハンドルを握る人たちが増えています。自分で運転をするようになると、カー用品やアクセサリーの需要も増えていくと思われませんが、そうした中、2月にオートボックスがジャカルタ4店舗目を南ジャカルタの高級住宅エリアのショッピングモール内にオープンしました。ジャカルタ各所で開催されるバイクのヘルメット展示販売会はいつも大変な賑わいです。今後は、自動車が「自分の乗り物」になるにつれ、中長期的にカー用品市場が拡大していくことと思われます。