

# 変容するインドネシアの自動車産業 ～HEV対BEVと輸出シフト



森・濱田松本法律事務所  
ストラテジック・インテリジェンス・アドバイザー  
本間 久美子

## 1. はじめに

インドネシアでは毎年、独立記念日前日の8月16日に大統領演説が行われる。政治、経済、社会と多岐の分野に言及する演説の中で、今年、ジョコ大統領は「経済トランスフォーメーション」という言葉を繰り返して用いた。製造業の「トランスフォーメーション」は非常に重要な経済政策であること、コネクティビティ・モビリティインフラの促進は「経済トランスフォーメーション」の主要戦略のひとつであること、産業の下流化・高付加価値化による「経済トランスフォーメーション」の実現加速に向けて電気自動車開発を支援してきたことなどが語られ、「経済トランスフォーメーション」はさながら演説全体に通底するキーワードのようであった。

例年、この8月16日の大統領演説は、インドネシアが今後どのような方向に進もうとしているかを自ら表明するものとして重要である。そして、インドネシアの自動車産業・自動車市場は、ジョコ大統領が重視する「経済トランスフォーメーション」の流れの中で、おそらく今、新たなフェーズを迎えようとしている。

本稿では、インドネシア自動車製造者協会（以下、ガイキンド）の最新データを読み解きながら、電気自動車をめぐる動きと自動車業界の「トランスフォーメーション」の一端をとらえてみたい。

## 2. インドネシアの自動車市場概要

### (1) コロナ禍からの回復

2億7千万人の人口を誇るインドネシアは、とりわけ生産年齢人口が豊富で、中間層の増加や旺盛な購買意欲といった要素から、これまでさまざまな産業を魅了してきた。当然、自動車産業にとってもその魅力は高く、インドネシアは一時期、200万台市場として大

いに注目された。

しかしながら、近年のインドネシアの自動車市場を振り返ると、インドネシア国内の販売台数（卸売ベース）は2013年の約123万台をピークにその後は横ばい傾向が続き、右肩上がり200万台に向かうと期待された市場は、当初予測とは異なるラインを描き、いつしか内需の陰りが指摘されるようになった。

そのようななか、追い打ちをかけるようにコロナ禍に突入し、2020年の国内販売台数は53万台まで落ち込んだ。2021年半ば、インドネシアのコロナ感染状況はいっそう深刻さを増し、日本でも連日報じられるほどであったが、その実、現地ではいち早い経済復興を目指して、自動車産業を含む多くの経済活動が再開された。

その結果、2021年の生産台数は前年の69万台から一気に110万台まで回復している。さらに、翌2022年はまさにコロナ禍からの完全復活の年となり、自動車の生産台数は過去最高の147万台を記録するまでとなった。国内販売台数も再び100万台を突破し、内需に活気が戻ってきたことが証明された。

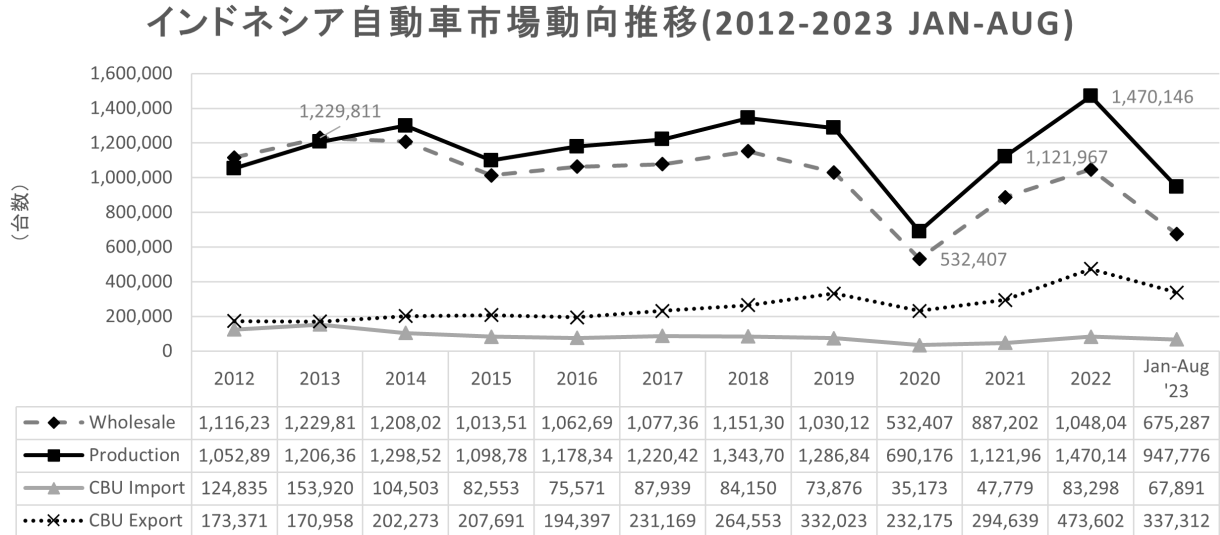
足元の2023年1～8月期も堅調で、生産・販売・輸出・輸入とも前年同期比でプラス成長を続けている。なかでも完成車輸出と完成車輸入は前年同期比で二桁成長を記録しており、以下、もう少し掘り下げてみたい（図表1）。

### (2) 完成車輸出と完成車輸入の最新動向

輸出・輸入の過去10年のトレンドとしては、完成車輸出が年々増加傾向であるのに対し、完成車輸入は緩やかな減少傾向を示していた。この傾向は、輸入を減らして輸出を増やす（言い換えれば、外貨の流出を防いで外貨をより稼ぐ）というインドネシア政府の基本方針とも軌を一にする。

インドネシア国内での現地生産が進んだ結果、2022

図表1 インドネシア自動車市場動向推移（製造・販売・輸出・輸入）



出所：ガイキンド

年の完成車輸出台数は過去最高の47万台に達し、2023年1～8月期においても前年同期比18.0%増を記録するなど、輸出の盛り上がりはますます顕著である。

他方、完成車の輸入に関しては、これまでの減少傾向はいったん底打ちしたかのように、増加に転じつつある。2023年1～8月期の完成車輸入は前年同期比34.8%増であり、完成車輸出の成長率18.0%を大きく上回っている。現地生産車の輸出が増えると同時に、完成車輸入も増えているのである。

完成車輸入の増加の背景を知るために、今期の輸入トップ10モデルからそのトレンドを確認すると、ピックアップトラックのように業務用途を備えたタイプが多いことや、乗用車については高価格帯モデルであるといった傾向がみえてくる。前者についてはインドネシアの経済活動の活発化を示すものであり、後者については高所得層の消費意欲の高まりを示唆するものといえよう。

輸入トップ10モデルのうち9つを日本車が占めているが、タイを中心とした域内拠点からの輸入も目立つ（図表2）。日本以外の製造拠点からの輸入傾向は、果たして何を表しているのだろうか。

おそらく近年の輸入増は、インドネシアで製造できないがゆえの輸入とは異なり、日本車メーカーがおのおのの海外拠点間で生産モデルのデマケーションをしつつ、互いのニーズを補完

する戦略に由来しているのではないだろうか。そしてその場合、インドネシアでの現地生産が進めば自ずと輸入依存はなくなるというインドネシア政府の想定と、現実の市場動向とのギャップは徐々に明白化することだろう。

今、インドネシアに求められるのは、輸入削減を最大のゴールとするよりも、輸出と輸入の相関関係を適切にアップデートし、域内経済のエコシステムをいかに有効に構築するかという、ひとつ上の戦略的視点ではないだろうか。

### 3. 変動を始めたマーケットシェア

ここからはマーケットシェアに焦点を当てよう。イ

図表2 完成車輸入モデルトップ10（2023年1～8月期）

No	製造業者	輸入トップ10 (2023 Jan-Aug)	輸入元国	台数
1	TOYOTA	Hilux 2.4 P/U Dcab G 4X4	Thailand	11,066
2	MITSUBISHI	L300 D P/U FLD	Phillipines	5,508
3	SUZUKI	S-Presso At	India	3,338
4	TOYOTA	Alphard 2.5 G	Japan	2,808
5	MITSUBISHI	Triton 2.5L Dc GLS (4X4) MT	Thailand	2,501
6	HYUNDAI	Santa Fe D2.2 8DCT Signature	Korea	2,465
7	TOYOTA	HILUX 2.4 P/U DCAB V 4x4	Thailand	2,015
8	TOYOTA	Hi-Ace Commuter Hi Grade	Thailand	1,763
9	TOYOTA	Voxy 2.0 A/T	Japan	1,722
10	SUZUKI	New Baleno AT	India	1,522

出所：ガイキンド

インドネシアの自動車市場において、日本車は長年95%超の国内販売シェアを維持してきた。特に2016年から2017年にかけては、98%を超える驚異的なシェアを記録している。また、コロナ禍で市場が冷え込んだ2020年も、日本車のシェアは96.7%と高い。

2022年、こうした状況に変化が訪れる。コロナ禍からの回復で販売台数が再び100万台を突破するなか、日本車はそのシェアをわずかに落とした。同年の日本車シェアは92.5%で、それ自体なおも圧倒的な数字であることに議論の余地はない。ただ、95%を割り込んだという事実は、自動車業界の内外に少なからず衝撃を与えた。これが一時的なものか否かがデータ公表時は関心を集めたが、2023年1～8月期のシェアは92.7%と、現時点では昨年同様の数字となっている。

では、その分のマーケットを掴んだのは誰なのか。自動車業界に生じたこの小さな構造の変化を数字から読み解いていく。

ガイキンドのデータによると、2022年以降に日本が失った数パーセントのシェアは、おおむね韓国車や中国車へと流れている。特筆すべきはやはり韓国車の飛躍だろう。これまで1%に満たなかったシェアを2022年に3.2%へ伸ばすと、2023年1～8月期にはさらに3.6%まで拡大させた。無論、シェアそれ自体は依然小さいが、韓国勢にとっては躍進である。

勢いに乗る韓国勢に対して中国勢は、2021年の3.4%をピークにやや減速の感がある。2022年、中国車のシェアは3.2%で韓国と並び、2023年1～8月期は2.6%に縮小して韓国に逆転されている（図表3）。

図表3 インドネシア国内販売マーケットシェア推移

	2018	2019	2020	2021	2022	"2023 JAN-AUG"
JAPAN	97.5%	96.3%	96.7%	95.0%	92.5%	92.7%
CHINA	1.6%	2.6%	1.7%	3.4%	3.2%	2.6%
KOREA	0.1%	0.1%	0.3%	0.7%	3.2%	3.6%
OTHERS	0.7%	1.0%	1.3%	0.9%	1.0%	1.1%

出所：ガイキンド

さて、韓国や中国がマーケットシェアを拡大したという、総じて電気自動車（以下、EV）と関連づけられやすい。果たしてガイキンドのデータはどのような事実をみせてくれるだろうか。続いては、インドネシアのEV市場について、ハイブリッド車（以下、HEV）とバッテリーEV（以下、BEV）それぞれの動向を掘り下げていく。

## 4. インドネシアにおけるHEV市場とBEV市場

2022年はマーケットシェアの変動に加えて、HEV市場とBEV市場にも大きな動きがみられた。この年、HEVとBEVはともに初の国内販売1万台を突破したのである。

HEVは2020年の国内販売台数が1114台、2021年が2508台、2022年が10354台であり、一方のBEVは2020年が120台、2021年が685台、そして2022年が10327台となっている。2022年はまさにHEV元年でありBEV元年であるといえよう。このように同じタイミングで飛躍の年を迎えたインドネシアのHEV市場とBEV市場であるが、2023年に入るとそれぞれ独自の展開を見せ始める。

2023年1～8月期のHEVの販売台数は、前年の同年台数の3倍に近い29129台を記録し、ガソリン車を含む自動車販売総数に占めるHEVの割合も、2022年の1.0%から4.3%まで拡大した。こうした急成長をみて、政府のEV補助金がHEV購入を後押ししたと想像されるかもしれないが、実は、HEVはEV補助金の対象ではない。にもかかわらず、HEV市場の加速は止まらず、そしてそこは日本車の独壇場である。2023年8月現在、インドネシアのHEV市場における日本車シェアは99.5%で、残りの0.5%は中国だが、その他の国の参入はほとんどみられない。

他方のBEV市場はどうだろうか。2023年1～8月期のBEVの販売台数は8252台で、仮にこのペースが続けば年末には前年を超えると予想されるものの、その勢いはHEVには及ばない。

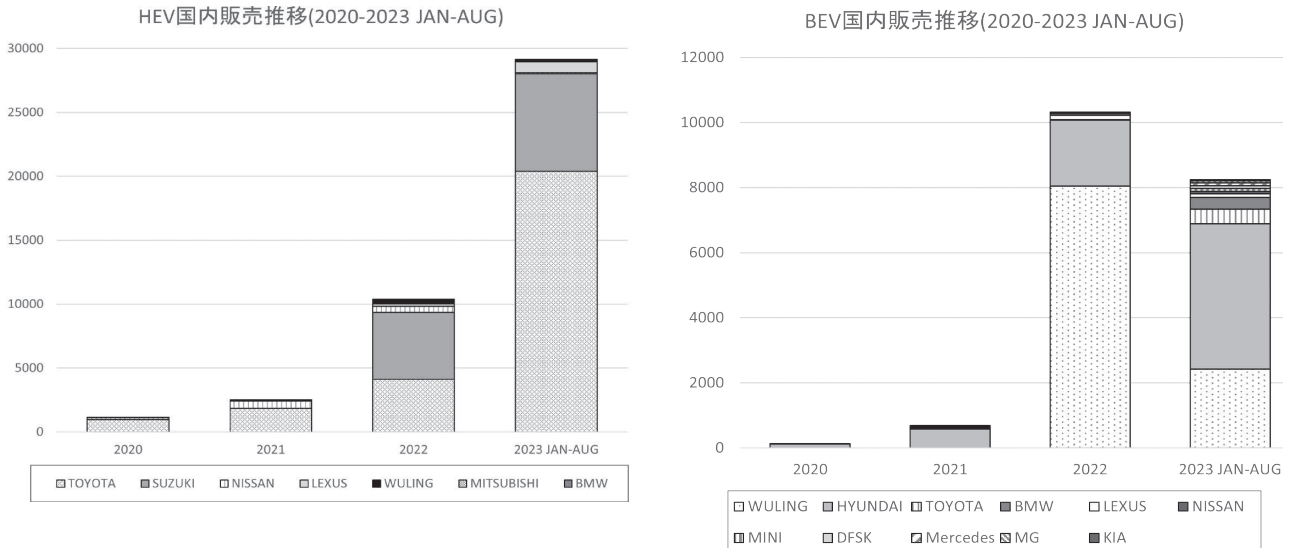
BEVはHEVと異なり、EV補助金の対象であるにもかかわらず、である。このように販売台数においてはHEVに劣後しているBEVだが、その実、参入しているプレイヤーはHEV以上に多様である。2020年以来、インドネシアのBEV市場は韓国と中国がけん引してきた

感があるが、2023年に入り、日本やドイツの存在感も徐々に高まっている（図表4）。

ここで、インドネシアのEV補助金制度を簡単に紹介する。インドネシア財務大臣令2023年第38号において、国産化率40%を満たすBEVおよびEVバスの購入に際し、本来は11%の付加価値税のうち10%を政府補助とし、残りの1%を消費者負担とする制度が定めら



図表4 HEV・BEV国内販売台数推移（2020年～2023年1～8月期）



出所：ガイキンド

れた。同補助金の適用期間は2023年4月から12月までで、すでに終了時期が迫りつつある状況だが、その利用率は高くないと報じられている。なお、政府はこれについて公表していない。

補助金対象車すなわち国産化率40%を満たすBEVは、現時点では、中国の上汽通用五菱汽車（以下、ウーリン）社の「Air EV」と、韓国ヒュンダイ社の「Ioniq 5」の二種となっている。対象車が少ない理由として、国産化率が足かせとなっているという声も聞かれるが、BEVの国産化率の算定方法を定めた工業大臣令2022年第6号では、自動車の主要部品の算定比重を50としつつも、R&Dや人件費といった項目も相応に算定比重を有している。来年以降の補助金制度のゆくえは要注視だが、国産化率40%要件に関しては、戦略的なポイントの稼ぎ方をシミュレーションしてみるのもひとつの策かもしれない。

## 5. 韓国・中国企業の足元の動向

### （1）韓国ヒュンダイ社の近年の動向

続いては、他国企業の動向について具体的な数字とともに検証したい。はじめに、韓国のヒュンダイ社を取り上げる。

ヒュンダイ社のインドネシア市場での飛躍は2022年に始まるが、まずは前年の2021年の状況を確認しよう。2021年の同社の国内販売台数3164台のうち、売れ筋モデルは韓国からの輸入車である。BEVも二種が販売されているが、この時点ではいずれも輸入車である。なお、2021年時点の同社の現地生産台数は770台と少

量で、これらは主に輸出用として製造されている。これが飛躍前夜の状況である。

2022年、ヒュンダイ社の販売台数は前年の10倍を超える31966台を記録する。ここで注目すべきは、2022年の国内販売トップモデルはもはや韓国からの輸入車ではなく、メイド・イン・インドネシアの現地生産車に置き換わっている点だ。同社の販売台数1位と2位はともに現地生産のガソリン車であり、この二種こそが同年の韓国車全体のマーケットシェアを前年の0.7%から3.2%まで引き上げた立役者にほかならない。

2023年1～8月期も前年と同じガソリン車が上位だが、続く3位のBEV「Ioniq 5」は昨年の現地生産開始から好調に伸びており、今年7月にはセダン型の「Ioniq 6」の輸入販売も開始された。そして、ヒュンダイ社が牽引する韓国車のマーケットシェアは、昨年よりさらに拡大し、現在3.6%である。このように、ヒュンダイ社の国内販売は近年急速に成長しているが、これに加えてもうひとつ、興味深い動きがある。同社の輸出動向である。

2022年に主要モデルの現地生産化が進むと、ヒュンダイ社は国内販売向けと並行して、第三国への輸出にも積極的な姿勢をみせる。国内販売トップモデルのガソリン車「Creta」は中東やアセアン諸国、中南米等に輸出されている。同モデルの2022年の輸出台数は37439台で、その国内販売台数15930台を大きく凌いでいる。ヒュンダイ社の輸出は2023年1～8月期もとどまるところを知らず、完成車輸出台数は36343台を数える。これはすなわち自動車輸出全体の10.8%をヒュンダイ社一社が担っていることになる。

以上のように、ガイキンドのデータを詳細にみていくと、ヒュンダイ社のインドネシア戦略をも垣間見ることができる。インドネシアでの現地生産化を進め、ガソリン車に関しては内需を狙いつつも輸出用の主力モデルとして位置づけ、これによりインドネシア拠点を近隣諸国のハブとして機能させる。また、BEV市場への積極参入の姿勢をみせ、BEV補助金を獲得しながら、必ずしも「ヒュンダイ社=BEV」を標榜しているわけではないことは、上述のデータからも明らかであろう。

## (2) 中国ウーリン社の近年の動向

では、中国勢の動きはどうだろうか。つづいては、中国のウーリン社の動向について、同じく2021年以降のデータをもとに紐解いてみたい。

2021年時点のウーリン社の国内販売モデルは四種でいずれもガソリン車だが、着目点はインドネシアで販売されている四種すべてがメイド・イン・インドネシアである点だ。ウーリン社は完成車輸入を一切行っていない。

2022年になると、BEVとHEVの現地生産および国内販売がスタートする。BEVの「Air EV」は8053台を売り上げ、同年のBEVの国内販売全体の実に78.0%を占めている。ところが、2023年1～8月期になると状況は一転し、「Air EV」の販売は2424台へと減速している。EV補助金の対象車である同モデルの失速は、インドネシア政府にとってもいささか想定外だったのではなかろうか。

次に、ウーリン社の輸出動向を確認しよう。同社は2021年から完成車輸出を開始しているが、その数量はごくわずかで、2022年の輸出台数は18台を数えるのみであった。ところが、2023年1～8月期の完成車の輸出台数は774台に急増している。うち753台がBEVの「Air EV」で、その9割以上がタイに輸出されている。「Air EV」の国内販売失速の裏にはタイ向け輸出の加速が隠れていたのである。ただし、この輸出が国内販売の減速を調整するために行われているのか、あるいはこれまで内需狙いとみられていたウーリン社も輸出強化へとシフトし始めたのかは、もうしばらくデータの定点観測が必要だろう。

## 6. おわりに

ジョコ大統領が掲げるインドネシアの「経済トランスフォーメーション」は、自動車産業においては、ニアリーイコールBEV促進であることは、上述のEV補

助金の対象がBEVに限定されていることから容易に想像できる。その一方、足元の市場で急速に伸びているのはHEVであり、政策と市場ニーズの間のこの距離をどう調整するかが今後の課題となろう。そしておそらくこの課題は、政府もしくは企業のどちらか一方が奮闘して解決するというより、互いにもう一步も二歩も踏み込んだコミュニケーションを経ることで、政策としてもビジネスとしてもより現実的な解に近づけるのではないだろうか。

2024年の大統領選挙を間近に控えるインドネシアだが、この「経済トランスフォーメーション」は次期政権にどう引き継がれるのか。グローバルな潮流も踏まえながら、各業界とも十分な分析と早めの備えが求められる。

(筆者略歴)

2023年8月よりインドネシアにおけるストラテジック・インテリジェンス・アドバイザーとして森・濱田松本法律事務所に参画。2008年より4年半に渡るインドネシアのバンドン工科大学留学及び共同研究を経て博士号(比較文明学)を取得。その後、在インドネシア日本国大使館のマクロ経済担当専門調査員、在ジャカルタ日本人商工会議所の政府渉外担当次長を経て、2023年7月までインドネシア投資省投資政策アドバイザー(JICA専門家)を務める。インドネシア政府に対する経済政策支援を専門とし、主に当地の投資規制/FDI動向、自動車市場動向、首都移転動向等を扱い、JICA専門家として日本企業向けの講演実績多数。日本・インドネシア双方の官公庁との連携も多い。目下、法務チームと共にインドネシアの最新脱炭素事情に注目し、一次情報の収集分析を担っている。