

SUZUKI

萩原健介 川島翔太 田口晴久

前回までのおさらい

スズキの国内での特徴

- ◆ 国内市場シェア 4位
- ◆ 国内軽自動車販売 2位
- ◆ 資本金 トヨタの1/3



インド国内市場シェア 1位

なぜ?

目次

1. インドの自動車産業
 2. スズキのインド戦略
 3. スズキのインド戦略における課題
 4. まとめ
-

インドの自動車産業

《インドの自動車産業の歴史》

1950 自動車生産の国産化を目指し、産業ライセンス制度により外資規制

1960,70 外国為替規制法により外資規制

↓

外資が参入困難&自動車の国産化も軌道に乗らない→国内自動車産業停滞

↓

1980 ライセンス制度緩和化 → 資本提携&技術提携承認

1982 マルチ・スズキ誕生

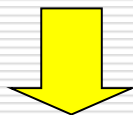
1991 新産業政策により外資規制撤廃→多数の外資参入&自動車産業成長

インドの自動車産業

《秘めたる国内市場》

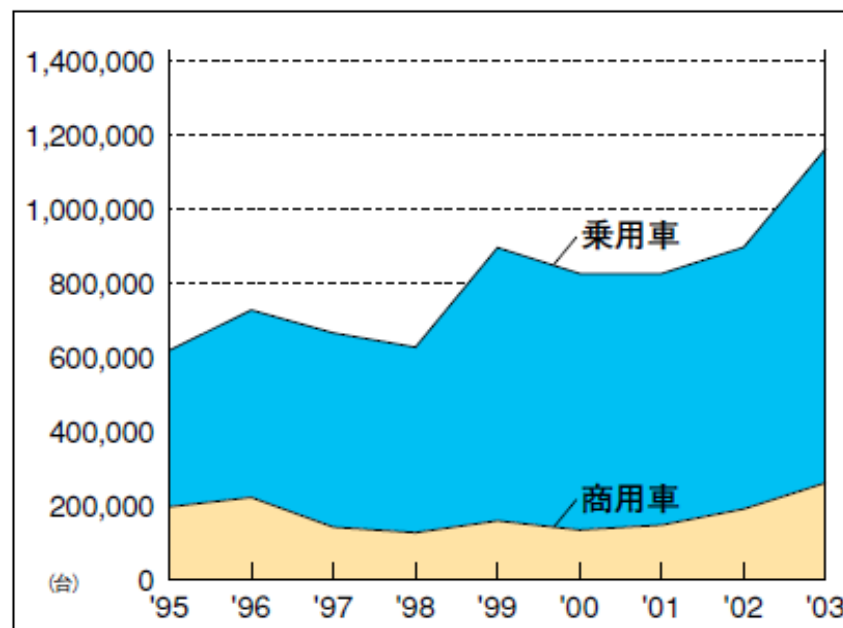
国民自動車保有台数 840万台(05年)

インド総人口 10.6億人



8台／1000人

国内自動車販売台数



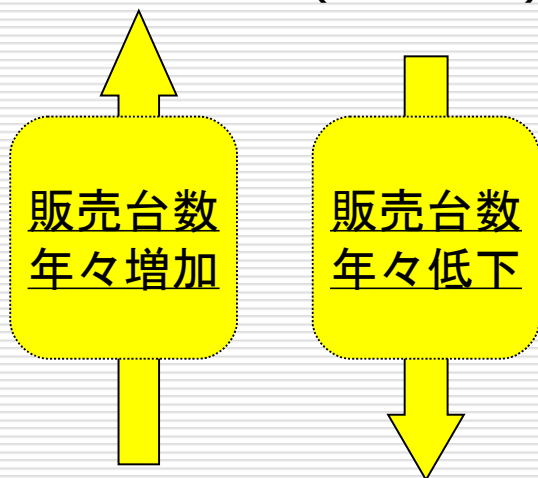
SIAMより作成

05年 1,576,000台達成

インドの自動車産業

《3強の熾烈な競争》

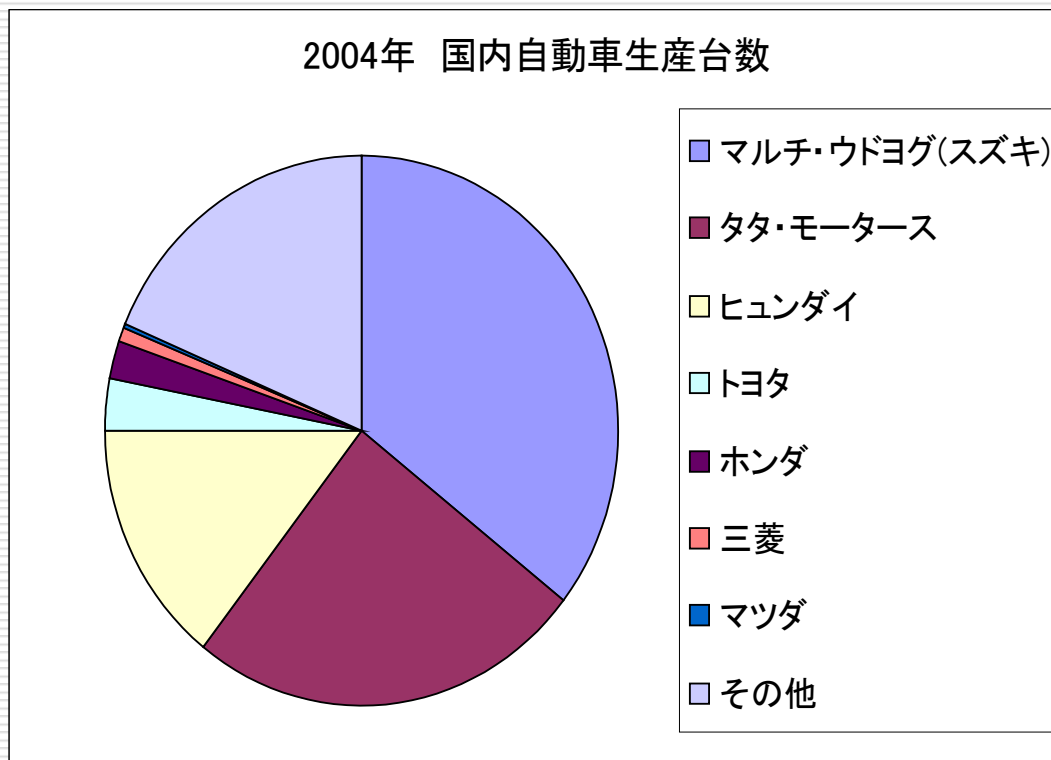
1位 マルチ社(日印合併)



2位 タタ社(印)

3位 ヒュンダイ社(韓)

2004年 国内自動車生産台数



インドの自動車産業

～近年のインドの自動車産業の特徴～

- 物品税の引き下げ
 - 金利の低下
 - 販売の激化
-

スズキのインド戦略 —進出までの経緯—

《インド政府》

- 1948 産業政策決議
- 1951 産業法改正(産業ライセンス制度導入)
- 1973 外国為替規制法(外資出資比率は40%まで)

過度の自動車生産の国産化への強いこだわり&自国企業への信頼&保護



1954外資(GM&フォード)撤退→実際は強制的に閉め出した
官僚主義的な統制&支配の長期継続(外資との細々とした技術提携)

国内自動車産業停滞

インドは当時低所得層が大半を占めたことから、二輪車の需要の方が多かった&輸送手段の主流も鉄道であり、この要因も停滞を後押しした

スズキのインド戦略 —進出までの経緯—

《インド政府》

自動車産業停滞を踏まえて・・・

1980年代 外資規制&産業ライセンス制度の緩和化

小型国民車構想発表（低燃費国産自動車の生産を模索）

訪日し、日本の自動車メーカーと交渉

《日本自動車メーカー》

当時のインドのイメージ・・・

貧困&不衛生&インフラの未整備&多言語&多宗教国家



多くの企業が進出をためらう

スズキのインド戦略 —進出までの経緯—

《スズキ》

「他社が進出していない国で勝負する」の経営方針

&

当時の鈴木修社長がインドの将来性に着目→インド政府と熱心に交渉



1982 マルチ・ウドヨグ合併会社 設立



《インド政府》

鈴木社長の誠意&スズキの小型車「アルト」の性能を高く評価

スズキのインド戦略 —80年代—

- もっとも廉価である自動車の20%下回る価格
- 燃費・走行性・乗り心地・操縦性も優秀



インドの自動車産業に旋風を巻き起こす

※インドの自動車市場に参入できたのはスズキのみ

スズキのインド戦略 —90年代—

- インドで最初のセダンをMaruti1000を発売
- 1994年に累計100万台を販売
- 1998年に累計200万台を販売



スズキのシェアは83.4%に達する(1998年)

スズキのインド戦略 —2000年—

- 独占状態だった市場に他社が参入
- 高級車戦略によりシェアを奪われる



しかし、現在でも**35.6%**のシェアを誇る

スズキのインド戦略の課題

- これから富裕層が増えてくるインドに低価格戦略を取っていたスズキは今後どう展開していくか。

現在までの戦略としては・・・

スズキ＝低価格戦略

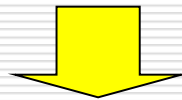
ヒュンダイ・ホンダ＝高価格戦略

まとめ

「他社が進出していない国で勝負する」の経営方針→先見的な目

1980年代インドの低所得層にも購入しやすい軽自動車のノウハウ

インド政府の強い結びつきを得ることで、80年代に独占的な地位を獲得



インド国内市場シェア 1位

次回は・・・

インドだけではなく、欧州での戦略も交えてスズキのグローバル戦略とその課題を、提示したいと思います

おわり

ご静聴ありがとうございました
