

新興国で存在感を高める ヤマハのモノ創り

加速する新興国の量的・質的拡大戦略

ヤマハ発動機グループでは、新興国事業を成長のための重要戦略ゾーンと位置づけ、底堅い成長を続けるアセアン市場*、需要が拡大するインド市場を中心に量的・質的な拡大戦略を推進しています。モノ創り企業として発揮される独自の製品戦略、販売戦略、開発・調達戦略により、**＜感動創造企業・ヤマハ発動機＞**は新興国で圧倒的なプレゼンスを確立しています。

※アセアン: インドネシア・タイ・ベトナム・フィリピン・マレーシア



Mio J



YZF-R15



インドネシアにおけるヤマハ製品のイメージキャラクター「JKT48」※

※JKT48: AKB48の海外姉妹グループで、ジャカルタを中心に活動している女性アイドルグループ

モノ創り企業としての信頼を紡ぐもの

アセアン市場全機種FI搭載に向けて

アセアン市場においてはガソリン価格の高騰から、燃費性能の向上が顧客支持獲得の大きな鍵となっています。当社グループでは、従来のキャブレター方式から燃費効率の高い独自のフュエルインジェクション(FI/電子制御燃料噴射装置)搭載モデルへの転換を加速しています。特に、同市場で支持の高いスクーターカテゴリーに対しては、スクーター・コミューターバイク用FIシステム「YMJET-FI」[※]搭載モデルの市場投入を積極的に行うことで、2012年には同市場に出荷される約4割のFI化を実現します。次期中期経営計画中にはアセアン市場の全機種にFI搭載を達成することで市場競争力を強化し、ヤマハブランドへの信頼に応えていきます。

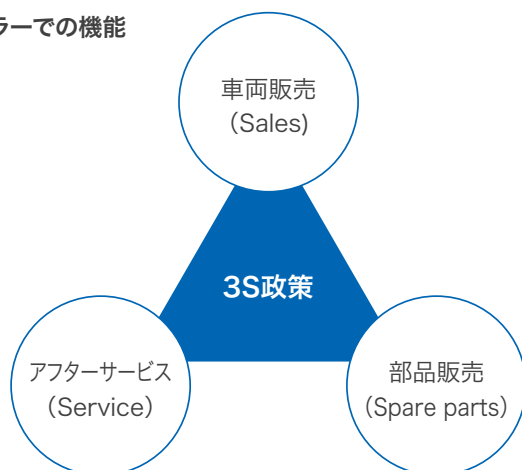


※YMJET-FI=Yamaha Mixture Jet-Fuel Injection。主通路とは別に設けた副通路からのエアアシストを行い噴射燃料と空気を効率的に混合させ、実用域での燃費向上に貢献するFIシステム。

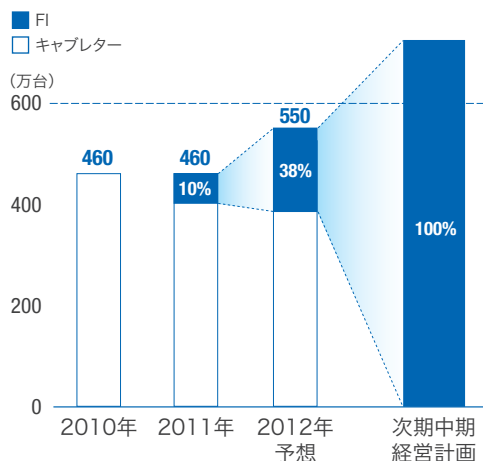
ヤマハブランドへの信頼を培うエリアマーケティングと3S政策

当社グループでは、アセアン市場での販路展開において、車両販売(Sales)、アフターサービス(Service)、部品販売(Spare parts)の3つを、総合的に顧客満足度を向上させるための3S政策として販路に推進しています。またエリアによって文化、嗜好、インフラ、交通環境が異なるため、各エリアを担当するローカル販売スタッフとともに商品のポジショニングや顧客像、訴求ポイントを共有し、常に顧客視点に立ったヤマハ独自のエリアマーケティングを展開するなど、きめ細かい活動を行っています。その成果は、市場のニーズを捉えた最適なモノ創りへとフィードバックされ、ヤマハブランドへの信頼の源となっていきます。

ディーラーでの機能



二輪車出荷台数(インドネシア・タイ・ベトナム)





アセアン統合開発センターの設置による開発機能の現地化

事業競争力の強化と収益性向上を視野にモノ創り機能のグローバル化を促進するべく、2012年2月から「アセアン統合開発センター」を稼働させています。

同センターは、将来成長に向けたコア技術・先行技術を本社で担当する一方で、市場において現地のユーザーニーズに沿った製造・購買・技術一体の開発拠点として、市場現場で商品開発を行っていくものです。タイで二輪車の開発・部品調達などを行っているヤマハ・モーター・アジアン・センター(YMAC)の開発技術・調達機能を強化する形で設置されました。今後、アセアン市場全域をカバーする開発拠点への育成を図り、同様の統合開発センターを台湾・中国などにも展開し、グローバル最適な商品開発を行ってまいります。

PRODUCTS



インドネシア Mio J(ミオ ジェイ)

クラス最高レベルの優れた経済性を実現

ATモデルの比率が約50%を占めるインドネシア市場に向けては、その牽引役を果たした『Mio』の燃費をさらに約30%向上させた『Mio J』を市場投入し、燃費性能ニーズに応えました。

新開発の115ccエンジンに「YMJET-FI」を組み合わせることで達成したクラス最高レベルの優れた経済性は、流れるようなデザインや優れた収納性とともにも同市場のユーザーを魅了しています。



ベトナム Nozza(ノザ)

女性向けに快適でスタイリッシュな新商品

女性の社会進出が活発化するベトナム市場に向けては、女性のお客さまをターゲットにした『Nozza』を2011年秋に発表しました。「YMJET-FI」採用により燃費性能に優れた115ccの空冷4ストロークエンジンをスマートなボディで包んだ同モデルは、スタイリッシュかつハンディで快適な愛車として、都市部の学生やOLを中心に支持されています。

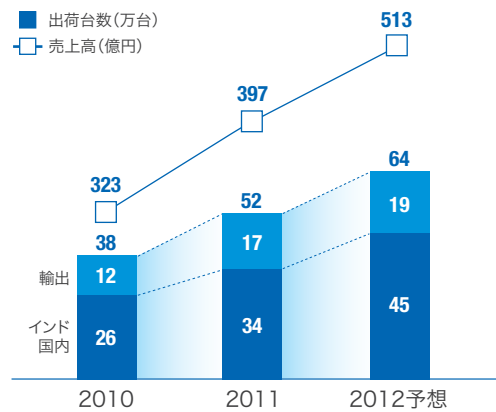
モノ創りの拠点として成長を加速するインド市場

国内外での需要を捉えて成長を加速するインド市場

コストダウン生産・調達モデルの拠点として国外に向けての輸出事業も展開するインドは、国内でも二輪車総需要が年間1,200万台を超える規模で推移する成長市場です。2011年度は当社が注力する高級価格帯（デラックスセグメント）にニューモデルを投入し、マーケットシェアを9.7%から13.4%まで拡大させることで、インド国内出荷台数34万台、国外輸出台数17万台規模への成長を果たすことができました。

2012年度は、国内販売網の拡大を図り、高級価格帯でのシェア拡大と併せてボリュームゾーンであるスクーターカテゴリーへの市場参入を図るとともに、120億円の設備投資を行い生産能力を100万台に高めることで国内出荷台数45万台、国外輸出台数19万台への規模拡大を実現していきます。

インド(IYM)における二輪車販売状況



インド YZF-R15(150ccモーターサイクル)

市場を進化させる本格的なスポーツモデル

世界第2位の潜在需要を持ちながらも未だ移動手段としてのバイクが主流のインド市場に対しては、“走りを楽しむ”という全く新しい価値観を提起しました。『YZF-R15』は150cc水冷・FI・4ストロークエンジンを搭載し、好評の『YZF-R』シリーズから受け継ぐデザイン、スポーティーな走行性と快適な乗り心地が若い世代の支持を集め、高級価格帯でのシェアを拡大しました。

