

【全体】

二輪車普及率について、他のASEAN諸国が3-4人/台に対して、フィリピンはどのくらい普及しているのか？

GDPは3,000ドル水準だが、ギャップがあり中央値は2,000ドル程度。二輪車から四輪車の普及には時間がかかる。二輪車の普及率は16人/台。過去に二輪車が普及しなかったのは、二輪車は危険と認識され四輪車が先に普及したことと、路線バス・ジプニー・トライシクル等、自分の家に帰る交通手段が確立されていたからである。現在は、交通渋滞が悪化し二輪車の利便性が高いと認識されてきている。

インドネシアやインドでは女性向けのスクーターの販売が伸びてきている。フィリピンはいかがか？

フィリピンでも女性向けスクーターは伸びている。総需要が伸びるなかで、女性ライダーの比率もスクーターを中心に2013年当時の6%から2017年には13%に伸長。他アジア諸国に比べ、女性比率はまだ低いので伸びる余地は大きいと考えている。

排気量別に免許制度は変わるのか？

免許制度は1つしかなく、誰でも簡単に取れる。事故が増えないようメーカーとして安全啓蒙を実施している。

排ガス規制やFI対応について教えていただきたい。

現在EU3に対応している。EU4については、具体的なスケジュールは確定していない。

収益構造について、他のASEAN諸国と比較して教えていただきたい。

他のASEAN拠点との違いは、スクーターにおいては小売価格が比較的高く、製造人件費等、製造コストを比較的圧縮できているという点がある。

新興国通貨安の影響について教えていただきたい。他社含めて値上げを検討しているのか？

対ドルだけではなく、インドネシアやインドからエンジンを輸入しているので、他のアジア通貨も含めて考える必要がある。為替に振れない体制づくりを進めている。値上げは各メーカーの判断になる。

【営業・アフターサービス】

フィリピンのお客様はどのようにスクーターの情報を取っているのか？

街中で走っている車を見て購入するケースが多い。シェアが高い方がお客様に選ばれる率が上がるので、Mioの先駆者利益はプラスに働く。また、昨今はSNSで情報を取ることが増えているので、SNSでのコミュニケーションを強化している。

新車販売の利益は他市場より大きいのか？

他市場よりも、販売価格が比較的高い。一度落ち込んで再び成長したベトナムのイメージ。

専売店の割合について教えていただきたい。

ヤマハモーターフィリピンでは、約 60 のディーラーが全国に約 2,500 店舗展開している。地域単位で展開している他の ASEAN 諸国と異なり、流通が非常に強い。各ディーラーが各メーカーの専売店や併売店を持っている。売上台数ベースで、弊社の専売店と併売店の比率は半々くらいである。

ファイナンスについて、現金での購入比率が上がっている背景について教えていただきたい。また、競合他社と差別化している点について教えていただきたい。

現金比率は上がっているが、絶対量は変わっていない。主力ディーラーは銀行を経営しており、ローンで購入する人に比較的高い金利をつけて販売している。ファイナンスはディーラーの収益源なので、弊社はファイナンスを行っていない。ディーラーに対しては、お客様を大切にして再来店してもらうよう働きかけている。サービスを強化し、サービスで稼いでもらう活動を進めている。

競合環境について、他の ASEAN 諸国と異なる点があれば教えていただきたい。他市場に比べて、攻勢を受けにくい要素は何か？

競合他社の攻勢はあると思うが、スクーター＝ヤマハというイメージが根付いている。先駆者利益やブランド力が他の ASEAN 諸国と異なる。お客様が買ってくれるかということが重要であり、弊社はお客様から選ばれる No.1 ブランドを目指している。大きな支持を受けている Mio Sporty は唯一のキャブレター仕様であり、お客様の多様なニーズに対応している。

【製造】

当面はCKD生産を続けるということだったが、CBU生産への移行の目安となる台数はあるのか？

エンジンは他国から継続的に輸入していくが、車体の自製化を推進し物流費の削減を推進していく。エンジン生産については、市場の成長性とリスクを見極めながら投資判断をする。

以上