

## アジア太平洋研究科 博士学位論文要旨

### タイの自動車ディーラーの総合的研究

#### —タイ日野自動車販売株式会社のケース—

国際関係学専攻 4005S032-6 Sennosuke Yoshida 吉田千之輔 主指導教員 村嶋英治教授

**Keywords:** タイの自動車ディーラー, 割賦販売, タイ日野自動車販売株式会社

[本論文の目的]

タイの自動車産業は、今日タイに於ける最も重要な産業に成長した。そのタイ市場に於いては、日系自動車企業が市場シェアの90%前後を占め、そのうち、トラック部門では日野自動車が40%のシェアを占めている。本論文の研究テーマは、なぜ、どのようにして海外子会社である**タイ日野自動車販売株式会社**（以下**タイ日野自販**と略す）が、タイ市場に於いて、このような強力な地位を確立したのか、ここでは、その「車両造り」より「車両の売り方」、即ち、「ソフト部門」に焦点を合わせ、また地位の確立過程で、タイ経済にどのような貢献を果たしたか、これらの点を明らかにすることである。

[先行研究]

タイの自動車販売業界に関する研究はほとんどない。その理由の一つには、これら自動車の販売を担う企業は全てタイの地場中小流通企業であるため、海外を含めても、研究者の対象となりにくい、第二点として、販売部門の持つ、**after service** 機能の重要性が、正当に評価されていないため、と筆者は考えている。

[分析の枠組み]

分析の枠組みとしては、タイの自動車産業史を概括する形となる。1960年代のタイには産業や経営のノウハウが蓄積されていなかったため、政府やタイに進出した外国企業による組織的な育成によって、タイの自動車産業は始まった。1962年に進出した日野自動車（日本）を例にとっても、まず部品などの裾野産業を育成し、販売店にセールス手法や修理技術について教育し、国産化達成のために、タイ人経営者や技術者を養成し、そして割賦販売資金の確保もまた重要な要件となった。したがって、企業別や機能別に自動車産業の発展過程史を書くことは、夫々の時代の政府の施策と民間の対応を、その発展過程毎にフォローすることでもあった。

[なぜ、日野自動車か]

本論では、多くの日系メーカーの中から、大型トラック専門の**タイ日野自販**を採り上げた。その理由は、シェアが高く、成功企業であることも、大切な要件ではあるが、以下の3点を特に考慮した。

第一に、**タイ日野自販**は、大型トラック専門メーカーで、トラックは耐久消費財というより資本財であり、タイの生産者達がトラックを所有することに、どのような意味があったのか興味を惹かれた。乗用車中心のメーカーより生産者行動、産業金融といった面で参考になった。第二に、1960年代、**タイ日野自販**の進出期の企業史には、タイ国の産業発展の始まりを論じる際に、実に貴重な経験を有している。そこで、その事跡を辿り、資本進出のパターンの分析を検証した。第三に、著者自身、1970年代前半、銀行員として当社と深い関係にあり、その後も多くの関係者から貴重な経営関係情報を得ており、資料収集に便利であるためである。

[主要プレイヤー]

自動車産業は、製品の設計、部品の製造・調達、完成車の組み立て、販売、アフタサービス、といった長いバリューチェーンから成立し、この長いバリューチェーンを、自動車メーカー（組立会社）が中核になって支えている。タイ国の自動車産業の発展の歴史は、これらバリューチェーンの各環を担当するプレイヤーが活躍した歴史でもある。日野自動車（日本）の場合、その主要プレイヤーは以下の6者である。

- ① 組立メーカー（タイ日野自動車工業）
- ② 組立メーカー傘下にある部品企業及び車体の架装会社
- ③ 総販売会社（**タイ日野自動車販売**、略して**タイ日野自販**）
- ④ 全国各地の**自動車販売ディーラー**
- ⑤ **割賦販売**資金を供給する銀行・ファイナンス会社

⑥ これらの企業に勤める日本からの派遣社員及び現地従業員

本論ではそのうち、①と②については、「車両造り」より「車両の売り方」、即ち、「ソフト部門」に注力するため、各論の展開はしていない。主に、③**タイ日野自販**、④全国各地の**販売ディーラー**、⑤**割賦販売**資金を供給する銀行・ファイナンス会社、を中心に記述した。

そして「ソフト部門」の中にも、①日本からの各種の販売ノウハウと言う「ソフト」の技術移転、②人材の育成、③タイ国ディーラーの**割賦販売**による車両販売を通じた資本蓄積、などタイ国の産業界へ大きな貢献があったことを、夫々の産業史の中で論じることにした。

[時期毎の区分と重点を置いたポイント]

本論の中核となる、**タイ日野自販**の歴史を眺めると、① 代理店によるタイへの進出期（1950年代）② **タイ日野自販**設立による販売組織の整備と確立期（60、70年代）③ 大量販売への組織形成期（80、90年代）④ 金融危機の時代（1997～2000年）⑤ 輸出化に備えた経営と品質の高度化時代（2001年以降）の大きく5つの時期に分けられる。そして各期に於ける、政府の政策、国内市場の状況、競争力、金融環境などを述べ、その上で、タイの車両販売に於ける問題点とそれらをどう解決したか、に重点を置いた。

[本論の構成]

- ① タイ国自動車産業小史（第1章）
- ② **タイ日野自販**の歴史（第2章、3章）
- ③ **タイ日野自販**のディーラー網の変遷と考察（第7章）
- ④ タイにおける自動車**割賦販売金融**の歴史（第4章、5章、6章）。
- ⑤ タイ国におけるファイナンス・カンパニーの歴史（第8章、9章）。

これら5編の通史の組み合わせによって、当初意図した、**タイ日野自販**が、その50年の事業活動の歴史を通じて、「タイに貢献したもの」が具体的に分かるよう努力した。

このうち第7章は、本論文の中核である。**タイ日野自販**のタイ全土のディーラー75拠点（2012年現在）が、どういう「原理」で展開されたかについては、資料が無く、主に関係者へのヒヤリングを中心に纏めた。そして、本論文で新たに提示できる知見は以下の4点。

①75拠点（本店38、支店37）も、実際は大手10ファミリーグループが全体の70%近くを占める寡占にある。②ディーラーは80年代以降、自社で**割賦販売金融**を行い、主に金融収益で資本を蓄積した。③経営者達はほとんど華人系で、ファミリー経営の持つ「人、もの、金」の成長の限界を、日野自動車の傘下に入ることで、限界を押し上げ各地の中堅企業に成長した。④最近では、保有台数水準の増加で、ディーラーは部品と補修サービス売上が営業経費を上廻り、経営が安定した。

[結果]

本論文では、**タイ日野自販**による「販売ネットワーク網の形成」と言う概念を提示し、その形成過程における「人、もの、金」の多方面に亘るソフト面の貢献とそのディーラー網の経済的な自立性の高さ、個々のディーラー企業の健全性、将来性の高さを実証した。

[主要参考文献]

- 小林英夫、柴田善雄、吉田千之輔編著『戦後アジアにおける日本人団体』ゆまに書房、2008年。
- タイ日野自販『30周年史』（1992年）、『50周年史』（2012年）。
- 遠藤元著、『新興国の流通革命』日本評論社、2010年。
- 末廣昭・南原真著、『タイの財閥—ファミリービジネスと経営改革—』同文館出版、1991年。
- 末廣昭著『ファミリービジネス論』名古屋大学出版会、2006年。

