

タイ自動車産業の概要とEV市場の動向 一般調査報告書

タイは歴史的に自動車産業が集積してきた国であり、2022年の自動車生産台数は188.4万台とASEAN10か国の中でも最も多く、世界全体で見ても第10位の生産台数となっています。特にトヨタを始めとする日系自動車メーカーとの歴史は深く、タイでの生産シェア、販売シェアともに約85%を日系自動車メーカーが占めています。本レポートでは、タイの自動車産業の概要をお伝えするとともに、特に最近注目を集めているEV(電気自動車)について、3/22から4/2まで開催されたバンコク国際モーターショーの視察の様子も交えてお伝えしたいと思います。

1 タイ自動車産業の概要

タイの自動車産業は、1960年代からの日系自動車メーカーの進出をきっかけとして始まっています。1962年には、当時のトヨタ自動車工業とトヨタ自動車販売の折半出資によりトヨタ・モーター・タイランドが設立されるとともに、日産自動車もバンコクの特約販売店であったサイアム・モーターと提携して現地生産を開始しています。また、その後も本田技研工業が1965年にタイ・ホンダ・マニュファクチャリングを、いすゞ自動車が1966年にタイいすゞ自動車を設立するなど、1960年代という同時期に複数の日系自動車メーカーが進出しています。

1960年代以降、タイの自動車生産台数は様々な出来事を経験しながら徐々に増加し、年間生産台数は1995年には50万台、2005年には100万台を突破し、2012年には約245万台にまで達しました(図1)。2012年にこれほどの生産台数を記録したのは、タイ政府の「ファーストカーバイヤープログラム(初めて自動車を購入する者を対象に物品税を還付する制度)」による国内販売台数の増加の影響が大きく、この制度が終了した翌年はその反動等によって国内販売が減少しましたが、輸出が健闘し、前年を僅かに上回る過去最高の生産台数を記録しました。

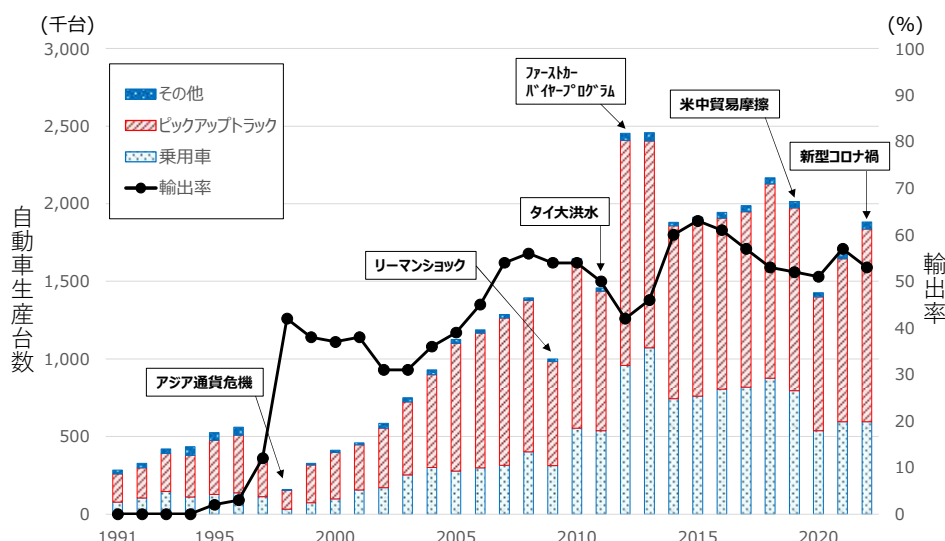


図1 タイにおける自動車生産台数の推移と輸出率(出所:タイ工業連盟(FTI)公表データから作成)

なお、現在日系自動車メーカー以外にも、米国の Ford、ドイツの BMW や Mercedes-Benz、中国の MG や GWM など世界各国の自動車メーカーがタイの各地に生産拠点を設けています。その中でも最近では中国勢の躍進が目覚ましく、BYD が 2024 年に EV の車両生産拠点の竣工を予定しているほか、Dongfeng Motor (東風汽車) と長安汽車が EV の車両生産拠点を建設する計画であると公表しています。近い将来、既に進出している MG、GWM、NETA と合わせると、6 つの中国自動車メーカーの両生産工場がタイに立地することとなり、タイ自動車市場のダイナミクスを感じることができます。

こうした近年の中国自動車メーカーのタイでの動きについては後述しますが、まずはタイ自動車産業の大きな特徴から見ていきましょう。

(1) 日系自動車メーカーの圧倒的シェア

前述のように日系自動車メーカーは 1960 年代にタイへの進出を果たし、現在に至るまでタイの自動車市場で生産シェア、販売シェアともに約 85% 以上という圧倒的なシェアを誇っています。こうした状況となっている背景には何があるのでしょうか。そこには日系自動車メーカーが早期からタイへ進出し、タイローカル自動車部品メーカーとともにタイ国内の産業形成を支えてきたという歴史がありました。

1960 年代に日系自動車メーカーの進出により本格的に動き出したタイの自動車産業は、当初組み立て部品を輸入して現地で完成車を組み立てる、いわゆるノックダウン生産を主として実施していました。こうした流れの中で、タイ政府は自国ブランドの完成車メーカーを育成するのではなく、日系自動車メーカーの進出をうまく活用してタイローカル自動車部品メーカーの育成を図る方針を採ったことから、1970 年代から完成車の製造においてタイの国産部品の使用を義務付ける、いわゆるローカルコンテント要求を開始することになります。一方、日本国内の各社系列サプライヤーのタイへの進出も進んだことで、現地でタイローカル企業への技術移転も起こっています。

その結果、日系自動車メーカーの要求水準に応えられるタイローカル自動車部品メーカーが増加し、タイ国内に一定水準の技術力をもつ自動車部品メーカーが数多く誕生することになったのです。

このように 1960～1980 年代のタイ自動車産業は、タイを ASEAN の自動車生産拠点としたい日系自動車メーカーと、その動きを活用して国内の自動車産業を育成したいタイ政府の方針の思惑が噛み合って発展してきました。一方、欧州自動車メーカーがタイに進出したのは 1990 年代であるため、その頃には既に優れた技術や人材を持つタイローカル自動車部品メーカーを含む日系自動車メーカーのサプライチェーンが構築されており、タイ自動車市場における日系自動車メーカーの地位は確固たるものとなっていました。

こうした歴史的な流れによって、現在に至るまでタイ自動車市場における日系自動車メーカーの存在感は大きなものとなっています。しかしながら、100 年の一度と言われる自動車の大変革期を迎え、今後もこうした状態が継続できるかどうかは不透明な状況となっています。

(2) タイ自動車産業の二つの特徴

また、図 1 からはタイ自動車産業における二つの大きな特徴が読み取れます。それは自動車生産量全体に占めるピックアップトラックの割合の高さと、自動車の輸出率の高さです。

○ピックアップトラックについて

ピックアップトラックとは、セダンのように車体前方にボンネットを持ち、車体後方に屋根のない貨物用の荷台を持つ貨物自動車的一种です (図 2)。日本国内ではあまり見かけることがないかもしれませんが、タイでは高い人気を誇り、2022 年では実に自動車生産量のうち 66% がピックアップトラックとなっています。



図2 ピックアップトラックの一例（当センタースタッフ撮影）

ピックアップトラックがタイで人気の理由として、主に以下の理由が考えられます。

①悪路に強い

タイの地方では舗装されていない道や、いわゆる悪路が多いとともに、バンコク都内でも大きなひび割れ等が改修されないまま放置されている部分が多くなっています。また、雨季には短時間に多量の雨が降るため、冠水も度々発生しています。ピックアップトラックは車両重量が重く、地上からの高さがある車種が多いため、状態の悪い道路や雨季の冠水が多いタイの交通事情に適していると考えられます。

②価格が安い

乗用車と比べ、ピックアップトラックの方が自動車購入時の物品税や自動車税が低いというのも、タイの人々がピックアップトラックを選ぶ理由の一つといえます。タイの乗用車の物品税は排気量と二酸化炭素排出量によって細分化されていますが、ピックアップトラックの税率は主にキャブの数と二酸化炭素排出量によって変わり、どの条件でも乗用車より低い税率となっています（エコカーなどは除く）。また、商用車として登録すると、自動車税についてもほとんどの場合乗用車よりも安くなる計算となっています。

③乗用、商用の兼用が可能で使い勝手がよい

タイではピックアップトラックの荷台部分に農作物や建築資材等を載せて運搬していたり、場合によっては人や屋台を運搬している光景を見かけることがあります（屋台の店員も一緒に荷台に乗せ、停車中に販売を行っているという場面にも遭遇することがあります）。こうした商業用途で利用できる一方、都市部においてはSUVのような乗用車としての使い方も可能という使い勝手の良さも人気の理由といえます。

○自動車輸出率の高さ

2022年におけるタイの自動車販売台数は88.7万台であり、ASEAN10か国の中ではインドネシアの104.8万台に次いで第2位となっています。すなわち、生産した自動車188.4万台のうち100万台以上を海外に輸出しており、ASEANにおける輸出拠点の地位を確立しているといえます。

なぜこれほどまでに輸出が多いのでしょうか。その理由として、1997年のアジア通貨危機が挙げられます。

アジア通貨危機はタイパーツの大幅な下落を契機として起こったアジア各国の自国通貨の大幅な下

落及び経済危機で、アジア各国に大きな不況をもたらしました。もちろんタイの自動車産業もこの影響を受けており、1997年の自動車生産台数は1996年の約56万台を大幅に下回る約36万台となり、1998年には約15.8万台まで落ち込みました。とはいえ、1960年代からタイローカル自動車部品メーカーへの技術移転や現地でのサプライチェーンの構築に尽力してきた日系自動車メーカーは、これをきっかけにタイから撤退するという選択肢を採らず、外需を求めてタイ国外に新たな販路を拡大するという形で活路を見出しました。これに加え、タイ政府が国内産業を保護するために完成車の輸入関税率を引き上げた結果、タイ国内での自動車生産台数は1999年には約32.7万台に急速に回復し、各社の輸出志向の高まりも相まって自動車の輸出率が急激に増加しました。ここを契機とし、タイは現在に至るまで、ASEANの自動車生産及び輸出拠点としての地位を確立していくことになりました。

2 タイ自動車産業の近年の動き

タイ自動車産業の大きな特徴についてはここまで述べてきたとおりですが、近年の動きはどのような状況でしょうか。

(1) 各自動車メーカーの生産台数及び販売台数

タイにおける2022年の各自動車メーカーの生産台数、販売台数及び各社のシェアは以下の表のとおりです(表1及び2)。

メーカー	本社所在地	生産台数(台)	シェア(%)
トヨタ	日本	665,986	35.4
いすゞ	日本	371,830	19.7
三菱	日本	278,584	14.8
Ford	米国	184,014	9.8
ホンダ	日本	125,292	6.7
日産	日本	85,205	4.5
マツダ	日本	83,752	4.4
MG	中国	35,001	1.9
スズキ	日本	15,579	0.8
BMW	ドイツ	13,399	0.7
Mercedes-Benz	ドイツ	12,351	0.7
GWM	中国	7,977	0.4
UDトラックス	日本	4,339	0.2
VOLVO	スウェーデン	206	0.0
合計		1,883,515	100.0

表1 各自動車メーカーの自動車生産台数(2022年)
(出所: MarkLines から作成)

メーカー	本社所在地	販売台数(台)	シェア(%)
トヨタ	日本	289,646	32.7
いすゞ	日本	215,702	24.3
ホンダ	日本	88,864	10.0
三菱	日本	53,138	6.0
マツダ	日本	36,777	4.1
Ford	米国	36,453	4.1
MG	中国	30,502	3.4
日産	日本	26,386	3.0
スズキ	日本	22,354	2.5
BMW	ドイツ	13,572	1.5
Mercedes-Benz	ドイツ	13,129	1.5
日野	日本	12,906	1.5
GWM	中国	10,872	1.2
その他	-	36,534	4.1
合計		886,835	100.0

表2 各自動車メーカーの自動車販売台数(2022年)
(出所: MarkLines から作成)

「1(1)日系自動車メーカーの圧倒的なシェア」で述べたとおり、最新年次データである2022年の自動車生産・販売台数において、日系自動車メーカーはシェア約85%を誇ります。生産台数では米国が9.8%、中国勢が2.3%、ドイツが1.4%、販売台数では中国勢が4.6%、米国が4.1%、ドイツが3.6%(その他にPorsche等が0.6%含まれているため表のBMWとMercedes-Benzの合計とは一致しない)であることを踏まえると、圧倒的といってよいでしょう。

この表で特徴的なのは、日本ではトラックで知られているいすゞ自動車もタイでは生産・販売台数ともにトヨタ自動車に次いで2位のシェアを得ているという点ではないでしょうか。いすゞ自動車はタイではD-MAXというピックアップトラックを生産・販売しており、タイのピックアップトラック市場ではトヨタのHiluxと人気をほぼ二分する車種となっています(表3)。各自動車メーカーとも、国によって市場に合わせたモデルを生産・販売していますが、ここタイではやはりピックアップトラックの人気が高いという点が重要なポイントとなっているようです。

分類	メーカー(車種)	2018		2019		2020		2021		2022	
		台数(台)	シェア	台数(台)	シェア	台数(台)	シェア	台数(台)	シェア	台数(台)	シェア
生産	トヨタ(Hilux)	349,987	32.8%	356,028	34.7%	299,432	39.3%	334,481	36.3%	438,520	40.4%
	いすゞ(D-MAX)	209,320	19.6%	215,964	21.1%	201,297	26.4%	232,568	25.2%	309,632	28.6%
	その他	508,992	47.6%	453,349	44.2%	261,189	34.3%	355,211	38.5%	336,072	31.0%
	合計	1,068,299	100.0%	1,025,341	100.0%	761,918	100.0%	922,260	100.0%	1,084,224	100.0%
販売	トヨタ(Hilux)	137,608	32.6%	154,847	35.9%	125,078	35.4%	130,829	38.0%	145,435	37.2%
	いすゞ(D-MAX)	143,226	33.9%	148,236	34.4%	146,412	41.5%	149,113	43.3%	181,384	46.4%
	その他	141,316	33.5%	128,154	29.7%	81,660	23.1%	64,681	18.7%	64,109	16.4%
	合計	422,150	100.0%	431,237	100.0%	353,150	100.0%	344,623	100.0%	390,928	100.0%

表3 トヨタ Hilux、いすゞD-MAXの生産台数及び販売台数の推移(出所: Mark Lines から作成)

(2) タイから海外への自動車輸出の傾向

タイで生産された自動車の輸出状況はどのようになっているのでしょうか。下図は、2022年にタイから輸出された乗用車及びピックアップトラックの台数と割合をまとめたものです(図3)。

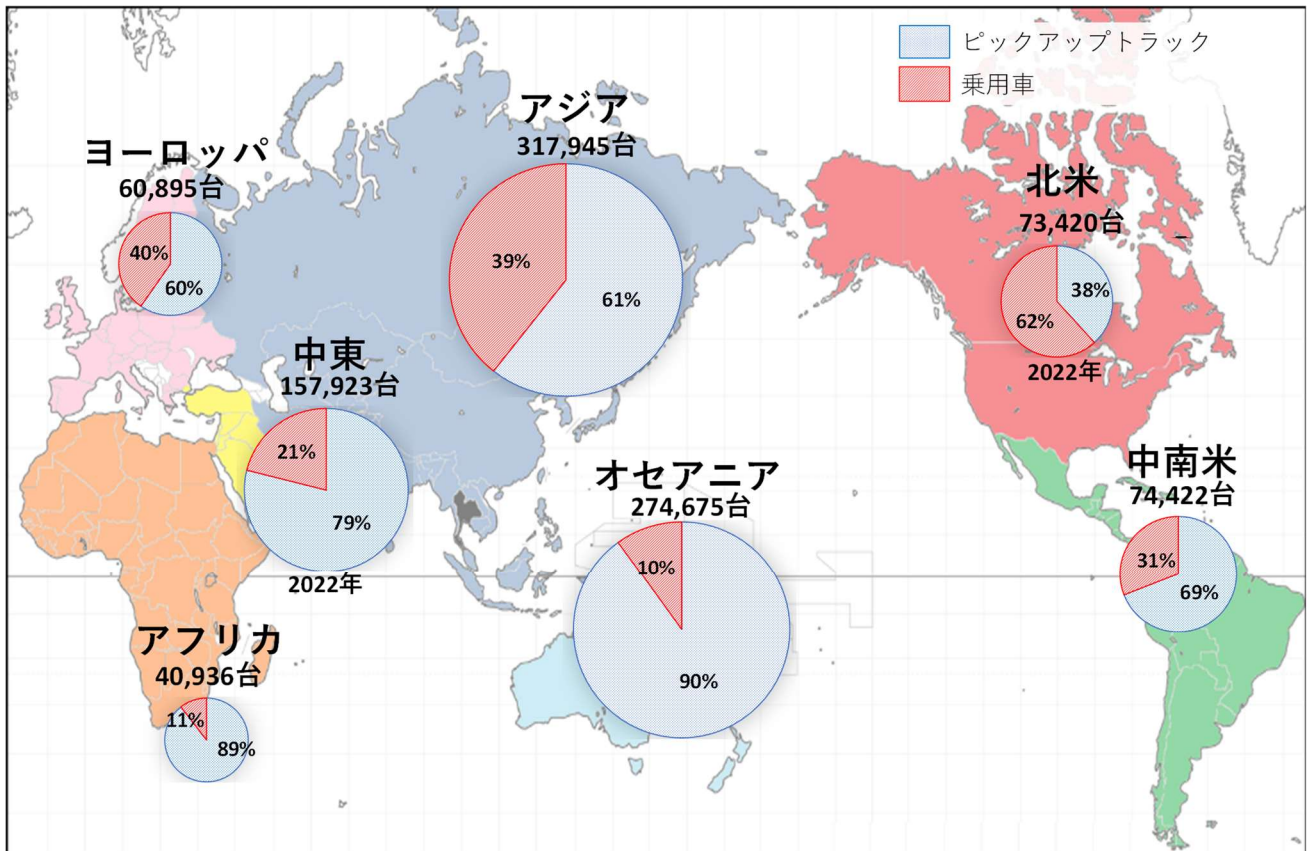


図3 タイから輸出された自動車台数及びその割合(出所: バンコク日本人商工会議所データから作成)

タイで生産された自動車は世界中へ輸出されており、2022年の輸出台数としては乗用車が約28万台、ピックアップトラックが約72万台と、国内生産量同様にピックアップトラックのほうが多くなっています。

輸出先地域としては、やはりアジアが最も多くなっていますが、同程度の台数がオーストラリアなどのオセアニアへ輸出されています。実は金額ベースで見た場合、タイの乗用車、ピックアップトラックの輸出先国で最も多いのは、近隣アジア諸国ではなくオーストラリアです。その主な理由としては、2005年1月に発効したタイ・オーストラリア自由貿易協定(TAFTA)の影響が挙げられます。2022年のタイからの輸出における自由貿易協定(FTA)の中では、ASEAN自由貿易協定、ASEAN中国自由貿易協定、日本タイ経済連携協定に次ぐ4番目に大きな利用額を誇るこのFTAには、タイからの小型自動車やピックアップトラック輸入関税が0%となる内容が含まれており、これによりタイによるオーストラリアへの自動車輸出が加速したと考えられます。

前述したように、現在ではタイはASEANの自動車輸出拠点としての地位を確立していますが、その背景にはこうした自由貿易協定の影響もあったようです。

(3) 各自動車メーカーのエコカー販売台数

さて、先ほど示した表2は全ての自動車が含まれた数字となっていました。近年市場に投入されたEVではこの表はどのように変わるでしょうか。下表に、EVの2022年及び2023年第一四半期の乗用車及びSUV(Sport Utility Vehicle)の新車登録台数の上位5社を整理しました(表4)。

EV新車登録台数(2022年)			EV新車登録台数(2023年第一四半期)		
メーカー・ブランド	本社所在地	登録台数(台)	メーカー・ブランド	本社所在地	登録台数(台)
GMW	中国	3,828	BYD	中国	5,578
MG	中国	3,166	NETA	中国	2,502
Volvo	ドイツ	1,261	MG	中国	2,391
Tesla	米国	422	TESLA	米国	2,264
BYD	中国	404	GWM	中国	990
その他	-	1,189	その他	-	968
合計		10,270	合計		14,693

表4 EV新車登録台数(左:2022年 右:2023年第一四半期) 出所:タイ陸運局データから作成

表4のとおり、タイの自動車市場で圧倒的シェアを誇っている日本勢は、2022年及び2023年の第一四半期ともにEVでは上位5社にはランクインしていません。日本勢で最も多い登録台数となっているのは日産自動車のLEAFで、2022年で130台、2023年第一四半期で17台となっています。また、トヨタ自動車のSUVのEVであるbZ4Xが2023年第一四半期に7台登録されていますが、こちらは2022年11月に予約開始したところ予約が殺到し、受付を締め切ってしまうというほどの人気を見せたため、今後2023年の上位に食い込んでくるかもしれません。

日系自動車メーカーはガソリン車やエンジンとモーターを組み合わせたHV等を得意とし、タイでこれまで構築してきたサプライチェーンを活用してタイ市場において圧倒的なシェアを確保してきました。一方、EVの登場により自動車産業への参入障壁が下がり、中国系自動車メーカーの素早い攻勢も相まって、現在のタイ市場ではEVの販売台数が着実に増加しています。現時点でタイのEV市場で主導権を握っているのは中国勢であることは疑いようがありません。次に、そんな中国勢の動きも合わせて、タイEV市場の動向を見ていきたいと思います。

(4) タイ EV 市場の動向について

①タイの EV 政策

2021 年、タイ政府は 2030 年までにタイで生産される自動車の 30%を EV にする目標を掲げた「30/30 政策」を掲げ、様々な施策を通じてタイ国内の EV 普及に乗り出しています。また、この動きに合わせ、海外からタイ国内への投資振興のために投資に対する優遇措置を与える権限を持つタイ投資委員会(BOI: Board of Investment)も、EV 投資に関する投資恩典を設定しています(表 5)。

項目	対象	200万THB以下		200万THB超え700万THB未満	
		出力<30kWh	30kWh≤出力	出力<30kWh	30kWh≤出力
補助金 (2022~2025)	乗用車	7万THB	15万THB	-	-
	ピックアップ			-	-
物品税の減免 (2022~2025)	乗用車	8% → 2%			
	ピックアップ	3~12% → 0%			
輸入関税引き下げ (2022~2023)	乗用車	最大40%引き下げ		-	20%引き下げ
	ピックアップ	-	-	-	-

表 5 タイの EV 振興策の概要(オートバイに関しては割愛)

これらの制度を活用する場合、各自動車メーカーは生産・販売計画等を申請し、それらに対して承認が下りた後、タイ政府との基本合意書(MOU)を締結することになります。事実上、タイで EV を生産・販売していくためにはこの制度の活用は必須であるといえ、現在日系自動車メーカーではトヨタ 1 社、中国勢では MG を始め 5 社、タイ及び欧州勢各 1 社が MOU を締結しています。なお、これらの制度を申請し EV を輸入した企業は、2022~2023 年の輸入台数と同じ台数を 2024 年に国内で生産するか、2025 年にその 1.5 倍の台数を生産しなければならないという条件が付されています。こうした条件付けにより、タイ政府は国内生産 EV の利用促進を目指しています。

②タイ EV 市場における中国の動き

国として EV の振興を進めるタイにおいて、中国系自動車メーカーはその動きを活発にしています。

前述のように、現在設立が予定されている BYD と Dongfeng Motor、長安汽車の製造拠点を合わせると、近い将来 6 つの製造拠点がタイへ進出することになります。このほかにも EVトラック製造の CP-Foton (タイ財閥 CP グループと中国の福田汽車の合弁会社)の建設も予定されており、中国系自動車メーカーの動きの早さからは、タイの EV 市場での主導権をなんとしても勝ち取ろうという強い意志を感じ取ることができます。実際、中国系の EV はタイ EV 市場で既にかかなりのシェアを誇っており、タイで EV といえば中国というところまで来ていると感じます。

中国系 EV の一つの特徴は価格の低さです。販売価格は 80~100 万 THB (約 320~400 万円)と中間所得層でも手が届きやすい価格帯であり、航続距離も都市部での移動であれば十分なスペックを持つものが多い印象です。また、中国系 EV の中でも棲み分けができていていると感じられ、例えば NETA の NETA V はシンプルなデザインと装備で約 55 万 THB とかなりの低価格で販売されていますが、日本でも販売されている BYD の ATTO3 は約 110 万 THB となっています。なお、タイでも最も売れた GWM の ORA Good Cat は約 80 万 THB と、中国系自動車メーカー全体で見ると、バランスのよい価格展開ができていないのでしょうか。また、価格以外の部分でもそれぞれ特色が出ていることから、複数のメーカーが EV を開発し市場に展開することで、多様なタイの消費者ニーズを的確に捉えることができているのかもしれない。

なお、タイにおける 2023 年第一四半期の中国系 EV の販売台数(乗用車及び SUV)は、MG:7,200 台、BYD:5,542 台、GWM:3,515 台、NETA:2,502 台となっており、2022 年の販売台数を早くも超えている企業も出てきています。さらにこの 4 月には中国の GAC(広州汽車)が傘下の AION(広汽埃安新能源汽车)を通じ、年間 10 万台の EV 工場の建設を検討しているという報道もあり、今後も中国系自動車メーカーのこうした動きが続くかもしれません。

3 第 44 回バンコク国際モーターショー

2023 年 3 月 22 日から 4 月 2 日まで、バンコク郊外の大型展示場 IMPACT にて、第 44 回バンコク国際モーターショーが開催されました。タイで展開される最新の車種などが見られる貴重な機会であり、会場に足を運んできましたので、その様子を簡単にお伝えします。

タイのモーターショーは日本のモーターショーとは異なり、その場で予約販売も行いうわゆる「展示即売会」という色合いが強いです。ですので、来場者の多くは車を購入するつもりで来場し、中には会期の前半に一度来場し説明を聞き、一旦帰宅して検討、後半に再度来場し車を購入するという場合もあるようです。

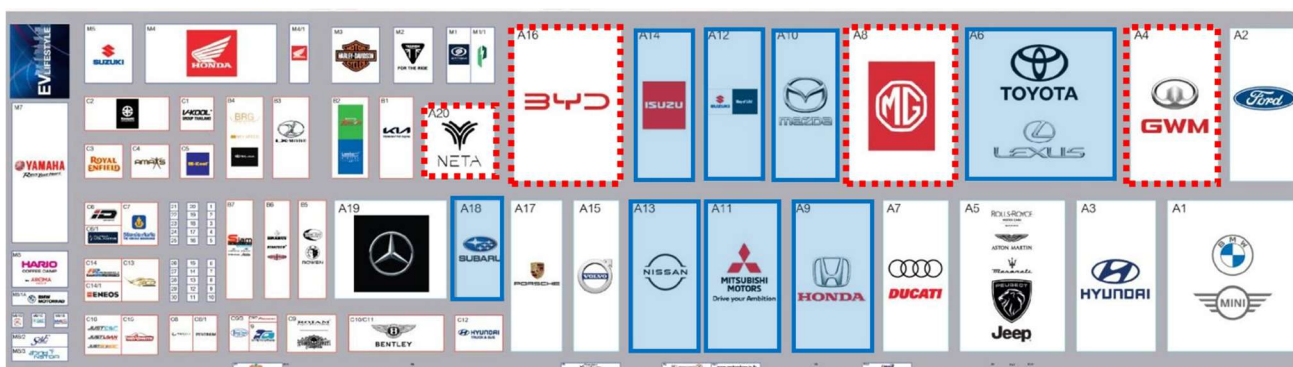


図 4 第 44 回バンコク国際モーターショーの会場レイアウト

(出所:主催者ウェブページより ※日系メーカーを実線、中国系メーカーを点線で囲んでいます。)

会場レイアウトを図 4 に示します。タイ自動車市場は日系メーカーの独壇場であるという話を本レポートの前半でお伝えしたとおり、やはりモーターショーにおいても最も広いブース面積を確保しているのは日系自動車メーカーです。一方で、中国系メーカーも負けておらず、日系メーカーの次に広いブース面積を確保しており、多くの来場者が訪れていました(図 5、6)。BYD ブースのスタッフに話を伺ったところ、Dolphin の納車は 2023 年 7 月 1 日からということで 3 か月以上先だったのですが、多くの来場者が購入予約する様子を見ることができました。



図 5 MG ブースの様子(筆者撮影)



図 6 今回発表された BYD Dolphin(筆者撮影)

今回のバンコク国際モーターショーには前年度並みの約 162 万人が来場しました。前述のとおり、本イベントではその場で購入予約をすることができ、会期中の予約台数は大きな関心事となっています。主催者発表によると、自動車の予約台数は前年比+34.5%と大幅な伸びを見せ、約 4.3 万台となりました(表 6)。このうち、EV は 9,200 台余りとなり、本イベントの予約台数だけで 2022 年の年間 EV 販売台数に迫る勢いとなっています(表 7)。

メーカー	2023年	2022年	増加台数
トヨタ	6,042	5,128	914
ホンダ	4,304	3,019	1,285
MG	3,929	2,324	1,605
スズキ	3,887	2,204	1,683
GWM	3,117	1,520	1,597
いすゞ	3,064	2,594	470
マツダ	2,989	2,906	83
日産	2,808	1,620	1,188
BYD	2,737	0	2,737
Ford	1,630	1,797	-167
Mercedes-Benz	1,580	2,102	-522
NETA	1,300	0	1,300
三菱	1,208	2,553	-1,345
BMW	1,111	1,022	89
Hyundai	1,048	608	440
その他	2,131	2,499	-368
合計	42,885	31,896	10,989

メーカー	2023年
MG	2,750
BYD	2,737
GMW	1,678
NETA	1,300
Volvo	185
Mercedes-Benz	165
Hyundai	128
Lexus	74
Porsche	54
Audi	10
その他	153
合計	9,234

表 7 各メーカーのEV予約台数

表 6 各メーカーの予約台数(出所:AUTOLIFE THAILAND.TV データから作成)

前述の補助金や物品税の減免により、EV は定価と比較して割安感があり、多くの来場者が EV に関心を示していました。一方で、まだまだ日系メーカーを筆頭にガソリン車や HV、PHV の人気も陰りを見せておらず、トヨタやホンダのブースには多くの来場者が集まっていました。EV が安くなったといえど、小型車であればまだまだガソリン車のほうが安い車種が多く、航続距離の心配もないため、ファーストカーとしてはガソリン車を選ぶといった来場者が多いような印象でした。また、トヨタのブースでは、2022 年 12 月に発表され注目を集めた EV ピックアップトラックの「Hilux Revo BEV Concept」や前述の bZ4X、LPG 対応の HEV タクシーも展示され、特に来場者の注目を集めていたように思えます(図 7、8)。



図 7 トヨタ bZ4X(筆者撮影)



図 8 トヨタ LPG 対応 HEV タクシー(筆者撮影)

欧州系メーカーは明らかに中国系や日系メーカーとは異なり、最低でも 200 万 THB からといった高級路線を進んでいますが、今回の予約台数はそれほど伸びていません。BMW や Mercedes-Benz のブースには多くの来場者が訪れていた印象でしたが、購入予約するというよりは、普段見ないような高級車を見て触ってみようという層が多かったのかもしれません。

一方、バンコク国際モーターショーには自動車だけではなく、二輪車メーカーも出展しています(図 4 の左側エリア)。二輪車にも EV 化の波は押し寄せており、数多くの電動バイクが展示販売されていました。

電動バイクの歴史自体は古く、10 年以上前から市場には登場しています。しかしながら、バッテリー価格の高さや充電環境の不足などが理由で当時は広く浸透しませんでした。それがここに来て、四輪 EV の登場によりバッテリーの低価格化や充電環境の整備などが進んだことにより、再度盛り上がってきたようです。今回のバンコク国際モーターショーでは、電動バイクはもとより、手動で簡単にバッテリーを交換できるバッテリー交換システムの展示も行われており、来場者が興味深そうにバッテリー交換を実施していました(図 9)。また、ヤマハではハイブリッドバイクの展示も行われており、電動バイクのみならず様々な選択肢を来場者に提供している様子が印象的でした(図 10)。



図 9 ホンダ SWAP STATION(筆者撮影)



図 10 ヤマハ ハイブリッド二輪 Fazzio(筆者撮影)

四輪 EV がフォーカスされがちですが、こうした電動バイクでも激しい競争が起こっており、2022 年の電動バイク販売台数 1 位は台湾の LAIKE (来克電能) とタイ企業 MTW の合弁会社 Deco Green Energy の「DECO」で 1,190 台、2 位は中国の Niu Technologies (小牛電動) の「Niu」で 990 台、3 位はタイ企業の H SEM MOTOR で 738 台となっています。電動バイクも含めたバイク全体の販売台数ではホンダとヤマハなどの日本勢が合計約 166 万台と全体の 9 割を超えるシェアを誇っており、両社とも将来に向けて電動バイクや燃料電池バイクの販売比率を高める計画を発表していますが、まだまだ電動バイク市場ではプレゼンスを示すことができていない現状です。

タイにおいてバイクはフードデリバリーやバイクタクシーなどで活躍しており、2022 年には新たに約 180 万台が登録されています。街中を歩いていると、大量のバイクが信号待ちしている様子やバイクタクシーで出勤するタイの人々の様子を頻繁に見ることができ、まさに市民生活の足といえます。こうした市民生活に浸透したバイク市場において日系企業がどのように存在感を出していくのかも、今後注目していきたいと考えています。

4 あとがき

タイでは下院の解散に伴い、2023年5月14日に総選挙が行われます。現在のプラユット政権は2014年5月22日に軍事クーデターにより誕生したもので、今回の選挙では約9年続いた政権が交代になるのか、交代になるのであればどの政党になるのか、タイ国民の注目が集まっています。

街中では各候補者の看板が街灯や街路樹など括りつけられ、街宣車は歌を流しながら道路を駆け巡るなど、日本の選挙の様子とは随分と違ってしています。特にこの看板はサイズや設置数にルールがあるものの、設置場所については指定されたエリア内であれば、視界を遮ったり、通行の妨げにならない場所であれば掲示できるため、路上の空いている括りつけられそうなポールや街路樹には全てどこかの候補者の看板が括りつけられているような状況です。日本のように、選挙ポスターは指定された場所のみに掲示するという状況に慣れていると、少し違和感を覚えます。

写真中央下部にもあるように、固定が外れて倒れているものもありますが、割とそのまま放置されているといった状況であり、選挙後にきちんと撤去されるのか気になってしまいます。

また、タイでは選挙の投票日とその前日には酒類の販売が禁止となります。パーティーなどによる有権者の買収の防止、投票ミス防止、暴動の抑止などが理由のようですが、この点も日本と違って面白いです。

ちなみにタイではお酒を買うことができる時間帯が法律で定められており、11時から14時、17時から24時までしか買うことができません。さらに、仏教関係の祝日は終日買うことができないので、旅行などで来られた際にはお気を付けください。私もいまだに休日の夕方買い物でお酒を買おうとし、レジで断られるといったことがよく起こっています。何事にもおおらかな印象の強いタイですが、この点だけはともしっかりしていますので、買えるときに買い溜めしておくことが重要です。



図11 街中に掲示される選挙看板(筆者撮影)

本資料は、参考資料として情報提供を目的に作成したものです。

バンコク産業情報センターは資料作成にはできる限り正確に記載するよう努力しておりますが、その正確性を保証するものではありません。

本情報の採否は読者の判断で行ってください。

また、万一不利益を被る事態が生じても当センター及び愛知県等は責任を負うことができませんのでご了承ください。