

## 100年に一度の大変革

第11期OB 立松 宗磨

### ◆新天地

昨年のOB・OG会誌にて触れましたが、昨年5月よりインドネシアの三菱自動車販売会社に出向し、自動車販売の業務をしています。日本の本社からは株主という異なる立場で同じ会社を担当していましたが、いざ出向して中に入るとそれはまた違った光景が広がっており、新しい気づき・発見に溢れ、日本とは違った種類・角度の困難に直面する日々です（マネジメントの立場になり、日本の本社に入社する人たちは総じて優秀だなと感じることが増えました...）。日々の業務は泥臭く細かい業務も多く、ここで簡単に説明するのは困難ですが、ざっくりと言うと、お客さんが自動車を購入するディーラー（別資本の会社）へ三菱自動車の製品を卸売する業務をしています。どうすれば三菱自動車の販売台数が増えるか、競合に競り勝てるか、在庫（キャッシュフロー）を適切にコントロールできるか、会社の同僚・部下（インドネシア人）がより熱心を持って仕事してくれるか、そんなことを考えながら日々仕事をしています。

### ◆インドネシアから見た日本

インドネシアでの経験は2019年の語学研修とあわせて2回目、合計しても約2年とそこまで長くはないですが、日本を離れたからこそ見える日本の良さ・課題もあります。今回はせっかくなので、簡単なところで少しだけ触れてみようと思います。

#### ①人口・平均年齢

インドネシアの人口は約2.8億人と日本（約1.3億人）の2倍強ですが、平均年齢は日本の48歳に対してインドネシアは29歳と大変若いです。そのため生産年齢人口が日本より圧倒的に多く、街には子どもを含めた若い人が溢れ、レストランでもセキュリティでも至るところで働く人が潤沢です。人手不足も相まってオペレーションが高度化・効率化された日本とは違ってまだまだマニュアルな部分が多く、この点でストレスを感じることも多いですが、人的資源が豊富で賃金もまだ高くないインドネシアならではの点でしょう。日本のプラスとしては、例えば同じコンビニ（ローソン）一つとっても、日本とインドネシアではレジが進むスピードが体感5倍くらい違うと思います（もちろん速いのは日本です。苦笑）。一方でマイナスとしては、非常に悲しい現実ですが、日本に一時帰国した際は、各種施設で働く人や街ゆく人々の年齢層の高さ、少子高齢化を感じざるを得ません。

#### ②インフラ

電気・水道、道路・公共交通機関、医療、街の清潔さといった基礎インフラの充実度で日本に勝る国は世界

にそうないと思いますし、改めて日本は住みやすい国だなと思います。インドネシアは残念ながら渋滞がひどく到着時間が読みづらい、公共交通機関はあるが張り巡らされておらず、歩道の状態も悪いので結局車・バイクに頼らざるを得ない、医療は信頼できない、川にはゴミが溢れている、などです。中心部は高層ビルが立ち並ぶ大都会の様相を呈しておりますが、一歩道を外れると別世界が広がっております。

### ③経済格差と資本主義

日本でも経済格差が拡大していると言われて久しいですが、インドネシアの経済格差は日本の比ではありません。どちらが良い、どちらが悪いかを論じるものではありませんが、どちらも資本主義を是とする国であるならば、インドネシアの方が資本主義を地で行っていると思います。

### ◆100年に1度の大変革

そんなインドネシアで自動車業界に身を置く私ですが、自動車業界は100年に一度の大変革期にあると言われております。インドネシアではライドシェアの勃興こそあれど、100年に一度と言われるほどの変化を感じておりませんでした。ここ数年で一気に動き始めた感があります。同国の自動車市場は日本車がシェア9割強という特殊な市場であり、担当の三菱もトヨタ、ダイハツ、ホンダに次ぐ市場シェア第4位で日本より高いシェアです。そんな市場に一気に呵成に攻勢を仕掛けているのが中国・韓国の自動車メーカーです。韓国メーカーは現代自動車インドネシアに工場を建設し、電気自動車（BEV）と輸出も含めてガソリン車の販売を急拡大させています。中国メーカーはBEV世界販売台数No.1であるBYDが、昨年に同じASEANで域内最大の自動車製造・輸出国であるタイ市場を席捲、同市場でのプレゼンスを急拡大し、今年域内最大の販売台数を誇るインドネシア市場に殴り込みをかけてくるところです。トヨタを始めとした日本メーカーは、自動車市場のTOP2である中国及びアメリカでのBEV開発・生産に経営資源を割いており、中々ASEANでのBEVには余裕がありません（トヨタはASEANでは、彼らの強みであるハイブリッドで頑張っています）。一方で中国メーカーはといえば、自国の市場成長が頭打ちとなり、アメリカでの市場拡大を米中対立によって阻まれ、EUでも逆風が吹き始めており、日本メーカーが牛耳るASEANを次のターゲットと定めて各社息巻いております。そんな環境において、決して経営資源が豊富とは言えない三菱自動車を担ぐ私の出向先は難しい立場にありますが、こういう時だからこそ、チャレンジ精神を持って業務に取り組んでいきたいと思っております。

今年は例年とは違い、それなりに業務にも触れた真面目な？OB・OG会誌としましたので、この辺りで筆を擱くことにします。



家族（妻・娘）も昨年9月からインドネシアでの新生活をスタートしています。写真はオーストラリア・パースに旅行した時のものです。