

2013 年 12 月 17 日

# Mizuho Industry Focus Vol. 144

## アジア販売金融市場の現状と 日系企業の事業展開余地に関する考察

杵田 綾子

[ayako.sugita@mizuho-cb.com](mailto:ayako.sugita@mizuho-cb.com)

堀 加奈子

[kanako.hori@mizuho-cb.co.jp](mailto:kanako.hori@mizuho-cb.co.jp)

### 要 旨

- 現在、日本のノンバンク事業者は、法改正や国内マーケットの成熟に伴い、日本国内における更なる成長が期待出来ず、厳しい状況が続いている。斯かる中、各社は新たな収益の柱の確立に向けて、海外展開を重要な戦略として捉えるようになっており、ノンバンク業界は海外進出ブームを迎えている。特に、今後大きな経済成長が見込まれるアジア諸国の販売金融市場は、企業の成長ドライバーとして有望視されている。
- しかしながら、アジア諸国の自動車・二輪車の販売金融市場においては、既に消費者によるファイナンスの利用が進んでおり、コスト競争力の高い地場銀行が積極的にファイナンスを提供していることが多い。ノンバンクとしての事業展開を狙うには、銀行がターゲットとしていない低クレジット層までを対象として事業を展開することや審査のスピードアップなど、差別化の方法を探る必要がある。
- オペレーション、特に審査においては、信用情報が未整備であることから、日本企業が得意とするシステムティックな審査ではなく、人海戦術にて顧客の住居などを実際に確認する『現場確認モデル』によるスクリーニングが主流である。そのためアジア諸国での事業展開には、地元に着した審査ネットワークを如何に構築していくかが課題となる。
- また、ファイナンス利用が進んでいる他のアジア諸国において、既存プレーヤーと同等のリソースを揃えるには、単独での事業展開ではかなりの時間を要す可能性があることから、出資や提携のようなアライアンス戦略が有効な手段となることが想定される。

## 目 次

### アジア販売金融市場の現状と日系企業の事業展開余地に関する考察

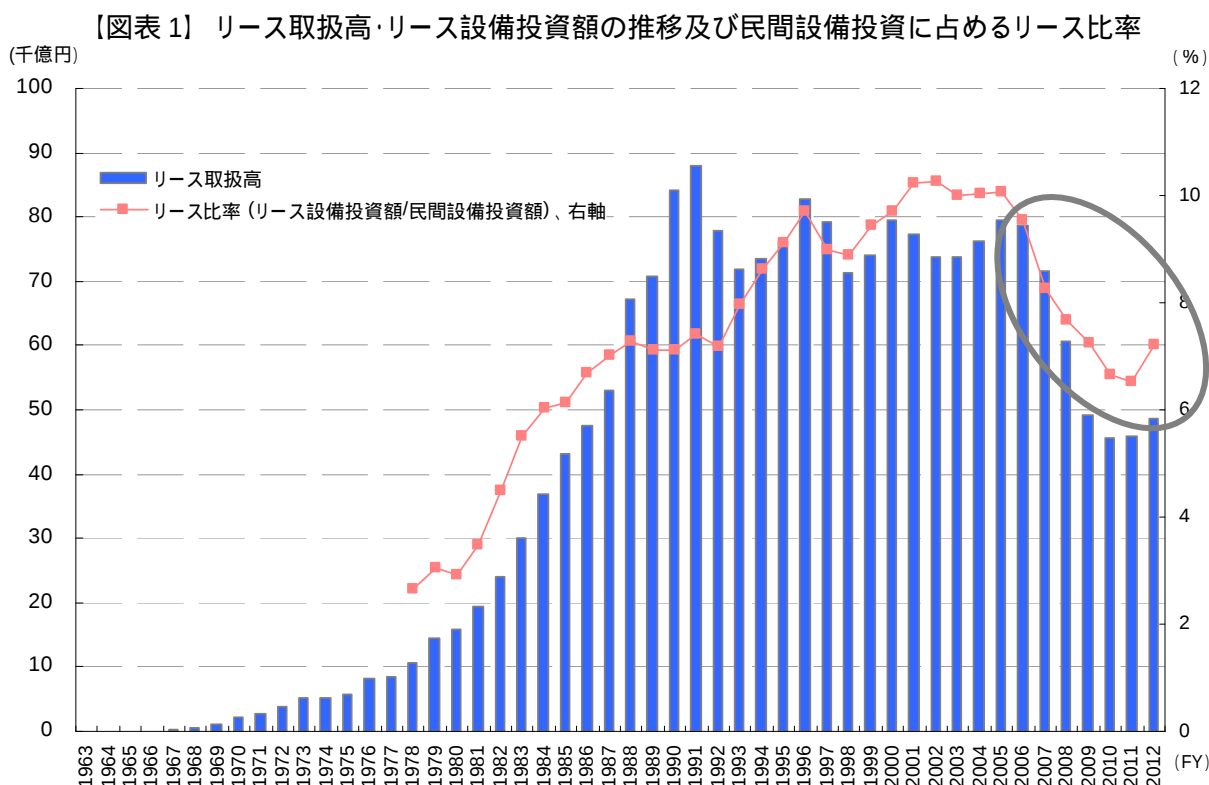
|                                   |       |    |
|-----------------------------------|-------|----|
| ． はじめに ～ 国内販売金融事業者(ノンバンク)を取り巻く環境～ | ..... | 2  |
| ． 日本の販売金融市場の歴史                    | ..... | 6  |
| ． アジア各国における販売金融市場環境と事業展開余地        |       |    |
| 1. タイ                             | ..... | 10 |
| 2. インドネシア                         | ..... | 21 |
| 3. フィリピン                          | ..... | 30 |
| 4. インド                            | ..... | 39 |
| 5. ベトナム                           | ..... | 47 |
| 6. ミャンマー                          | ..... | 55 |
| ． 最後に                             | ..... | 62 |

## はじめに ～国内販売金融事業者(ノンバンク)を取り巻く環境～

## 1. リース業界動向

市場規模はピーク時の半分近くに縮小し、苦しいリース業界

近年の日本におけるリース取扱高は、リーマンショックを契機とした世界不況の影響に加え、リース会計・税務制度の変更を受け、ピーク時の約半分に近い5兆円程度にまで落ち込んでいる。2010年以降のリース取扱高は前年比微増傾向にあり、底打ち感が出ているものの、会計・税務処理方法の変更によるリースメリットの剥落は、特に大企業を中心にリース離れをもたらし、今後も以前の水準にまで市場規模が回復することは困難な状況にあると見られている。



(出所)リース事業協会 HP よりみずほ銀行産業調査部作成

再編は一段落したものの、ダンピング競争は継続

リース会社各社は、リーマンショック以前より、市場規模の伸び悩みからダンピング競争を繰り広げており、少しずつ体力を消耗していった。斯かる中のリース取扱高の激減は各社の収益を圧迫し、2006年以降には、親会社の統合なども契機に、大手リース会社間の合併による業界再編が開始された。2007年にはダイヤモンドリースとUFJ セントラルリースが合併し、三菱UFJリースが誕生した他、2009年には東京リースとセンチュリーリーシングシステムの合併により東京センチュリーリースが誕生するなど、リース会社の淘汰と寡占化が進行した。現在においては、業界再編は一段落したものの、競争激化によるダンピング競争は未だ続いており、日本のリース市場は長いトンネルから抜け出せないままである。

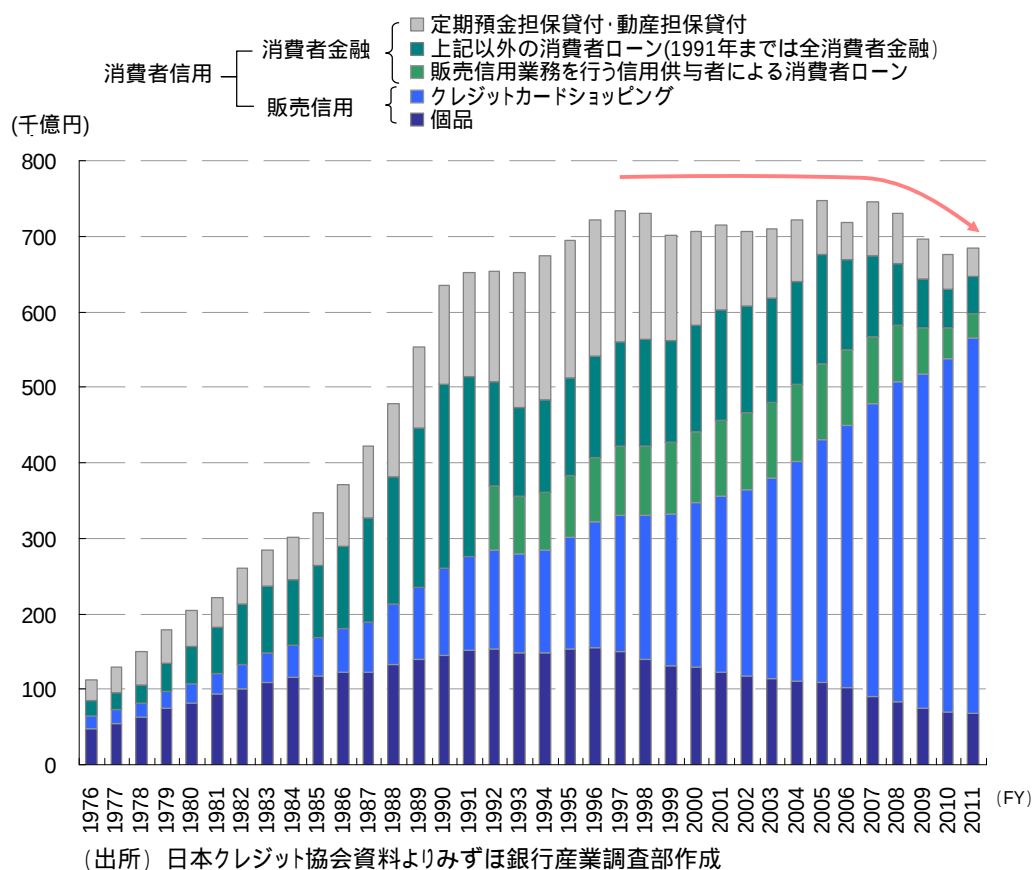
## 2. 消費者信用業界動向

クレジットカードの成長が消費者金融・販売信用の縮小をカバーしきれず市場は停滞

リース市場と同様に、消費者信用市場も2008年以降、市場縮小傾向にあり、信販・カード会社の再編が進んだ。

日本の消費者信用市場は、1990年頃まで急速な成長を遂げ、その後も特にクレジットカードショッピングの成長に牽引され、2007年頃まで緩やかに成長を続けた。しかし、2008年以降はリーマンショックを発端とした世界不況による個人消費の落ち込み、更には改正貸金業法の煽りを受け、貸出金額・貸出残高に大きく規制が加わった消費者金融部門において、特に落ち込みが激しくなっていた。その結果、唯一成長分野であったクレジットカードショッピングでカバーしきれなくなり、消費者信用市場全体が縮小した。2010年以降は、少しずつ持ち直しており、消費者信用市場の縮小にも底打ち感が出ているものの、人口減少というマクロの大きな問題を前に、今後の大きな成長は期待できない状況である。

【図表 2】 新規信用供与額推移



キャッシング依存の事業構造から脱却を目指すカード会社各社

信販・カード会社各社は、市場が成熟し始める前から、個品割賦、クレジットカード事業やキャッシングを含む無担保ローンなど、事業の多角化を進め、営業収益の規模を維持してきた。しかし、キャッシング以外の事業の収益率は低く、収益の多くをキャッシングに依存する構造から抜け出せない状態に陥っていた。そして2006年度の改正貸金業法などの規制強化の影響により、

利益の多くを依存していたキャッシング部門が落ち込み、利益率が大きく低下する中、利息返還請求による過払返還額の増加や利息返還損失引当金の見直しを迫られ、財務体質が大幅に悪化する企業も出てきた。信販・カード会社各社は、大手銀行グループの傘下に入り財務体質の強化を図ると共に、旧来のキャッシング依存の事業構造からの脱却を図る方針をとった。2008年、ジャックスが三菱UFJフィナンシャルグループに、セントラルファイナンス、オーエムシーカードが三井住友フィナンシャルグループに、オリエントコーポレーションがみずほフィナンシャルグループに参画した。この一連の再編を終えた信販・カード会社各社は、キャッシング依存の事業構造からの脱却を目指し、新たな収益源の確立に向けて模索している状態である。

### 3. 成長著しいアジアとノンバンクのアジア進出

ノンバンクのアジア進出ブームの到来

このような厳しい国内市場環境を踏まえ、日系ノンバンク各社は新たに収益の柱となる事業の確立に向けて、海外展開を重要な戦略として捉えるようになってきている。特に、今後大きな経済成長が見込まれるアジア各国においては、所得水準がまだ低く、消費財を購入する際、販売金融が大きな役割を果たす可能性が高いことから、有望な事業展開先として各社の熱い視線が送られている。実際に、2012年度だけで少なくとも販金事業者9社が11件のアジア進出を果たしており、ノンバンクのアジア進出ブームが起きつつあるといえよう。

【図表3】 2012年度の販売金融事業者のアジア進出実績例

| 会社名             | 進出国          | 事業内容               | 進出形態    |          |          |            |
|-----------------|--------------|--------------------|---------|----------|----------|------------|
|                 |              |                    | 現法・JV設立 | 地場企業資本参入 | 駐在員事務所設立 | 地場企業との業務提携 |
| 三菱UFJリース        | 中国           | 中小型建機リース<br>(日立建機) | ○       |          |          |            |
| 東京センチュリーリース     | インド          | リース業全般             |         |          |          | ○          |
| NECキャピタルソリューション | シンガポール<br>香港 | リース・割賦・ローン         | ○       |          |          |            |
| オリックス           | 中国           | 自動車リース             | ○       |          |          |            |
| 日立キャピタル         | ベトナム         | ー                  |         |          | ○        |            |
| イオンクレジット        | 中国/天津        | クレジット              | ○       |          |          |            |
|                 | インド          | 割賦販売               | ○       |          |          |            |
| ジャックス           | インドネシア       | 二輪販売金融             |         | ○        |          |            |
| クレディセゾン         | ベトナム         | ー                  |         |          | ○        |            |
| 丸紅              | インドネシア       | 二輪販売金融             |         | ○        |          |            |
|                 | 中国           | 自動車リース             |         | ○        |          |            |

(出所) 各社HP、報道資料よりみずほ銀行産業調査部作成

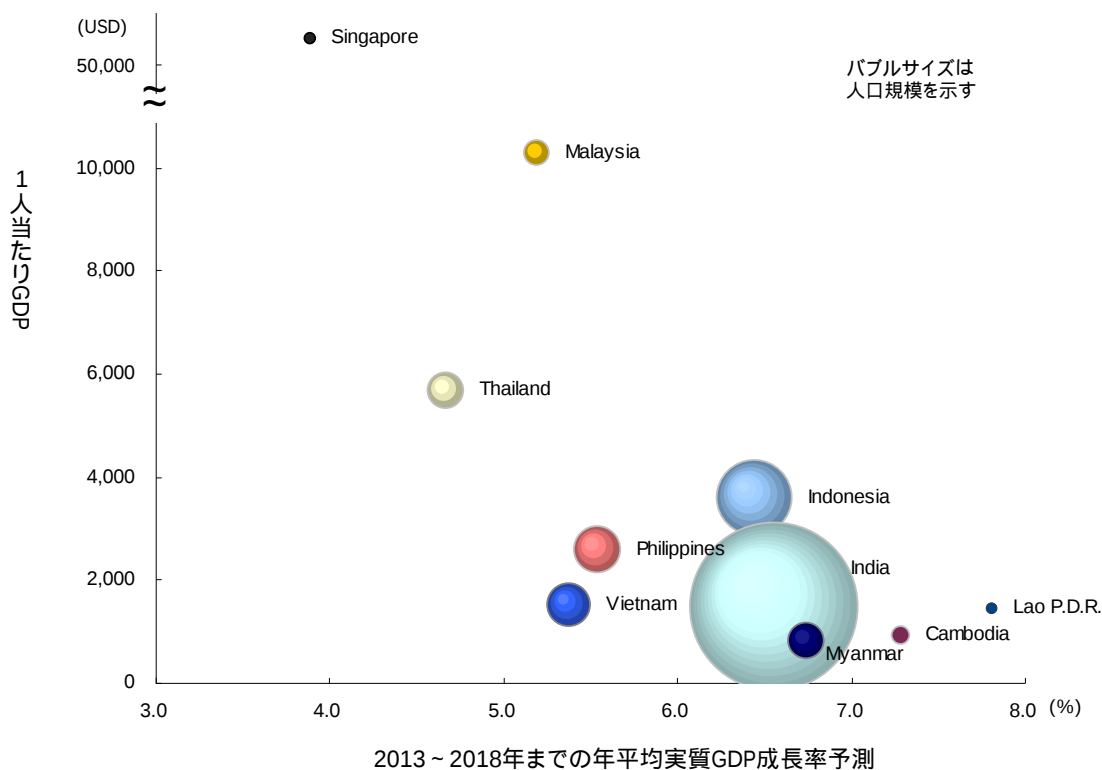
みずほと経産省は、アジア販売金融に関する調査を実施

このような環境下、みずほ銀行産業調査部は、新興国の販売金融市場における日系企業の事業展開の可能性を探るため、アジア販売金融市場環境につき調査を実施してきた。本稿においては、一連の調査を踏まえ、アジア各国の販売金融市場において、どのプレーヤーがどのようなオペレーションを現在実施しているのか、そして日系事業者にとって今後の事業展開余地が

あるのか、について考察していきたい。本稿の構成については、まずアジア各国の販売金融市場が今後どのように発展していくのかを考える材料とすべく、日本の自動車販売金融市場の歴史を振り返った上で、タイ インドネシア フィリピン インド ベトナム ミャンマー<sup>1</sup>の乗用車および二輪車の販売金融市場環境と事業展開余地に関する考察を順に述べていきたい。

尚、経済産業省も日系販売金融事業者の海外進出の後押し及びアジア経済への貢献を目指し、平成 22 年度より『我が国販売金融事業者の国際展開に関する調査』を実施した。みずほ銀行産業調査部はみずほ総合研究所と共に本調査に携わっており、本稿は当時の調査結果<sup>2</sup>を出来る限りアップデートしたものに当行の独自調査結果を加えた内容となっている。

【図表 4】 アジア各国マクロ経済比較



(出所)IMF「World Economic Outlook Database 2013 April」よりみずほ銀行産業調査部作成

<sup>1</sup> ASEAN 及びインドの 10 カ国から人口規模を勘案し、選定

<sup>2</sup> インドネシア・インド・ベトナムは 2011 年度、フィリピン・ミャンマーは 2012 年度に調査を実施。

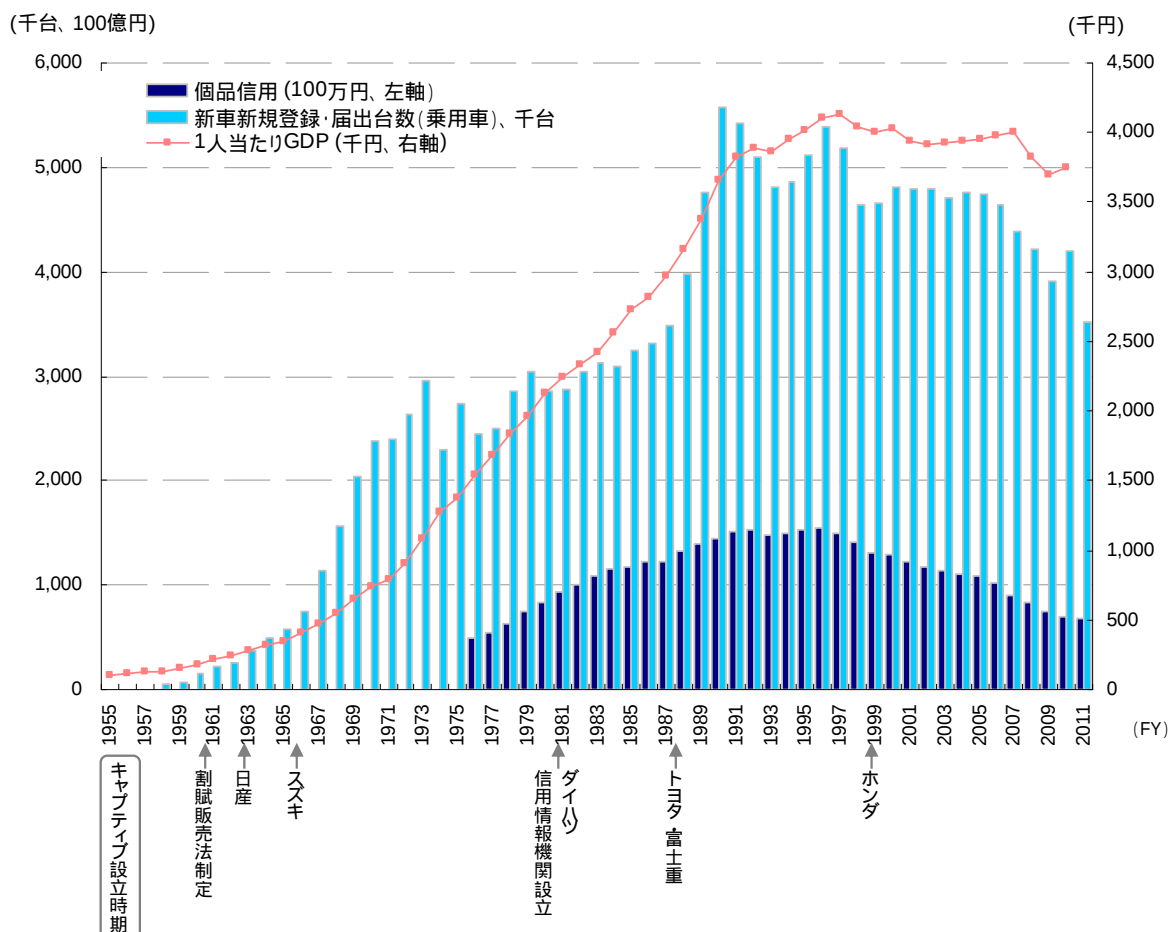
## 日本の販売金融市場の歴史

日本においてもかつては広く利用された販売金融

日本の販売金融は、かつて通商産業省が、日本の経済成長を達成するために、販売金融を広く利用できる環境を整え、国内製品の売上げを押し上げる国策を取ったことに加え、メーカー及び流通が自社製品の販売拡大のために自ら金融を担うという販売施策により、自動車を始め、家電・呉服・ふとん・宝石・家具等の購入において広く利用されてきた。

自動車販売においては既に 1963 年時点において自動車新車販売にしろ販売金融利用率が平均で 80%前後に到達したとされ、日本における自動車の爆発的な普及は、所得の向上のみならず、販売金融が支えていたと言える。

【図表 5】 日本の 1 人当たり GDP 及び新車登録台数、販売信用(個品)額推移



(出所)内閣府経済長期統計、日本クレジット協会及び各社 HP よりみずほ銀行産業調査部作成

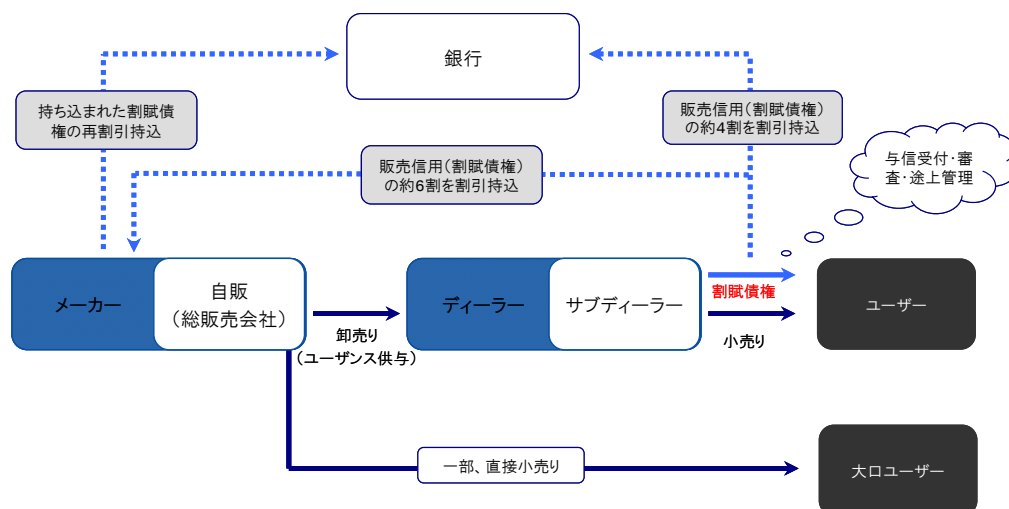
販売金融の担い手がディーラーから販売金融会社へ移行

上述の通り、1960 年頃には自動車を購入する際に販売金融を利用する割合(以下、ファイナンス利用率)は既に 80%前後と高かったが、その時点では、

まだ販売金融会社設立の先駆けの時代であり、自動車販売金融の主な担い手はディーラーであった。

当時は、生産・販売・金融が渾然一体として展開されており、メーカーがディーラーの信用を保管しつつ、ディーラーが販売促進のため、割賦販売方式を導入しており、与信受付・審査・途上管理、貸倒れ対応等の販売金融業務を一手にディーラーが担っていたため、延滞が発生するとディーラー自身で取立を行う等非効率な運営であった。

【図表 6】日本におけるディーラーを中心とした販売金融の仕組み



(出所) 各種資料よりみずほ銀行産業調査部作成

銀行の役割は、裏方として割賦債権の割引にほぼ限定

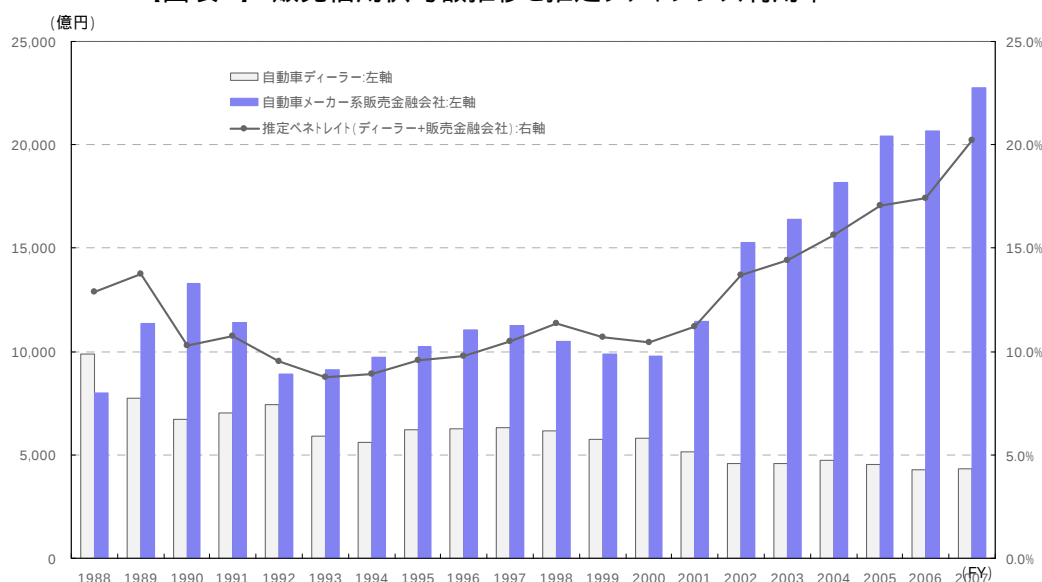
尚、日本の自動車販売金融市場において、銀行の主な役割は、ディーラーやメーカーに持ち込まれた割賦債権の割引であった。個人向けの直接的な販売金融も実施していたものの、申し込みの際にディーラーを介さない方法をとっていたため、顧客との接点が少なく、その結果審査のハードルが高くなり、顧客数を思うように伸ばせていなかった。その頃の日本の都市銀行は、より収益効率の高い法人業務に経営資源を投下し、自動車販売金融を含むリテール業務には積極的に取り組んでこなかったということも背景にあらう。このように、日本の販売金融市場初期においては銀行が割賦債券を割引く形で裏で支え、ディーラーが中心となって事業を展開していた。

1980 年以降、自動車メーカーや信販会社の時代が始まる

しかし、1980 年以降は、自動車メーカーによる販売金融会社設立や新たな信販会社設立の動きが少しずつ始まっていく。特に信販会社はそれまでのディーラーにおける顧客の申し込み手続きの簡便化をディーラーにアピールすることで、日立クレジット(現在:日立キャピタル)を皮切りに、オリエンコーポレーション(1978 年にオートローン市場参入)やジャックス、ライフ等の信販会社がオートローン市場に参入しシェアを伸ばしていった。更に、1980 年代後半以降の自動車市場成熟に伴い中古車市場が拡大すると、中古車向けローンの取扱を通じ、信販会社は独立系ディーラーや中古車ディーラーと提携しながら市場を牽引していった。こうして、ディーラーによる信用供与額は

1988年の約1兆円をピークに下落しつつあった一方、販売金融会社による信用供与額は2000年以降拡大し、販売金融の担い手の交代が起きていった。これは、国内の自動車販売台数が頭打ちになっていることから、自動車メーカーが販売金融事業を新たな収益源として強化しようという戦略をとったことも一因となっている。

【図表7】販売信用供与額推移と推定ファイナンス利用率



(出所) 日本クレジット協会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

(注) 推定ローン利用率は、年度販売信用与信供与額 ÷ 国内四輪車販売台数(乗用車・軽自動車・貨物車・バスの合計) × 推定単価(2.5百万円)で試算

尚、日本には、現在3つの信用情報機関が存在するが、いずれも1980年台に設立されており、その後の消費者信用市場の成長に大きく貢献した。

【図表8】日本における信用情報機関

|                | 設立                      | 概要                                                                                                                                                                                      |
|----------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 全国銀行信用情報センター   | 1981年:三大都市圏<br>1988年:全国 | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 全国銀行協会(全銀協)が運営する信用情報機関</li> <li>✓ 銀行の他、銀行と同視される金融機関、政府関係金融機関、信用保証協会、銀行系クレジットカード会社等が加盟</li> </ul>                                               |
| シー・アイ・シー(CIC)  | 1984年                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 経済産業省所管の(社)日本クレジット産業協会と(社)全国信販協会が母体(現在は(社)日本クレジット協会に統合)</li> <li>✓ 各クレジット発行企業(含む信販会社)と信用保証会社、自動車・機械等のローン・リース会社、小売店等と一部の大手消費者金融会社が加盟</li> </ul> |
| 日本信用情報機関(JICC) | 1986年                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 全国信用情報センター連合会(全情連)の制約により加盟できないクレジットカード会社が全情連に登録されている情報を参照できるように、2000年に運用が開始された信用情報機関</li> <li>✓ 消費者金融専門者と商工ローンの各社が出資</li> </ul>                |

(出所) 各種資料よりみずほ銀行産業調査部作成

日本の販売金融  
市場は成熟期に

現在の日本における自動車の販売金融利用率は、メーカー・車種によって異なるものの、平均して 25%程度と言われている。また、自動車販売市場自体も 2012 年で 537 万台(乗用車では 457 万台)規模に低下しており、販売金融市場も縮小傾向にある。

【図表 9】 日本における購入資金の割合

|                   | 自己資金   | 自動車ローン   | 備考                                       |
|-------------------|--------|----------|------------------------------------------|
| A社(国内メーカー系ディーラー)  | 60%    | 20%台前半   | 中古車販売時のキャブ<br>ティブローン活用は35%<br>程度         |
| B社(国内メーカー系ディーラー)  | -      | 23～24%程度 | 中古車販売時のキャブ<br>ティブローン活用割合は<br>新車より高い      |
| C社(国内メーカー系ディーラー)  | 60～73% | 23～24%程度 | -                                        |
| D社(海外メーカー系ファイナンス) | -      | 40%程度    | 超高額車種の購入者の<br>ローン活用割合は略ゼロ                |
| E社(海外メーカー系ファイナンス) | -      | 40%程度    | 特別金利キャンペーンを<br>展開した場合、ローン活<br>用割合は増加する傾向 |

(出所)各種資料よりみずほ銀行産業調査部作成

このように日本の販売金融は、ディーラーからメーカー系販売金融会社もしくは信販会社へ担い手を変化させながら発展し自動車市場の成長を支えてきたが、日本国民の購買力が向上し、また自動車市場自体が成熟した現在、販売金融市場は成熟期に入ったと言えよう。

## アジア各国における販売金融市場環境と事業展開余地

### 1. タイ

#### タイの販売金融の特徴

日系企業進出の歴史古く、キャプティブを中心に日系企業が活躍

タイの1人当りGDPは、5,678ドル(2012年)と今次対象国の中で最も高く、自動車の普及においても1,000人当りの保有台数は178台に達している。またタイは歴史的に、外資、特に日本の自動車産業を誘致しながら経済発展を遂げた国であり、自動車関連を始めとした日系企業の進出の歴史も古い。ノンバンクも例外ではなく、多くの日系販売金融事業者が自動車・二輪のハイパーチェス、オペレーティングリース事業等を既に展開をしている。タイの販売金融市場においては、一つの自動車メーカーに独占的ファイナンスを供給するキャプティブを中心とした日系事業者に加え、地場銀行も積極的な事業展開をしており、競争の厳しさも今次対象国の中で最も高いレベルにあると言える。タイの大きな特徴としては、自動車販売金融を手掛けている地場銀行の前身はノンバンクであり、リスク許容度が比較的高いということが挙げられる。このように既に多くの日系企業が進出しており、また競争環境も厳しいことから、今後改めて新しい事業展開を検討する国として、タイが選択される可能性は高くはないと考えられるものの、将来の他のASEANの販売金融市場の姿を想像するヒントとすべく、ASEANの中で販売金融が発達した事例として、タイの販売金融の状況を見ていきたい。

#### 乗用車

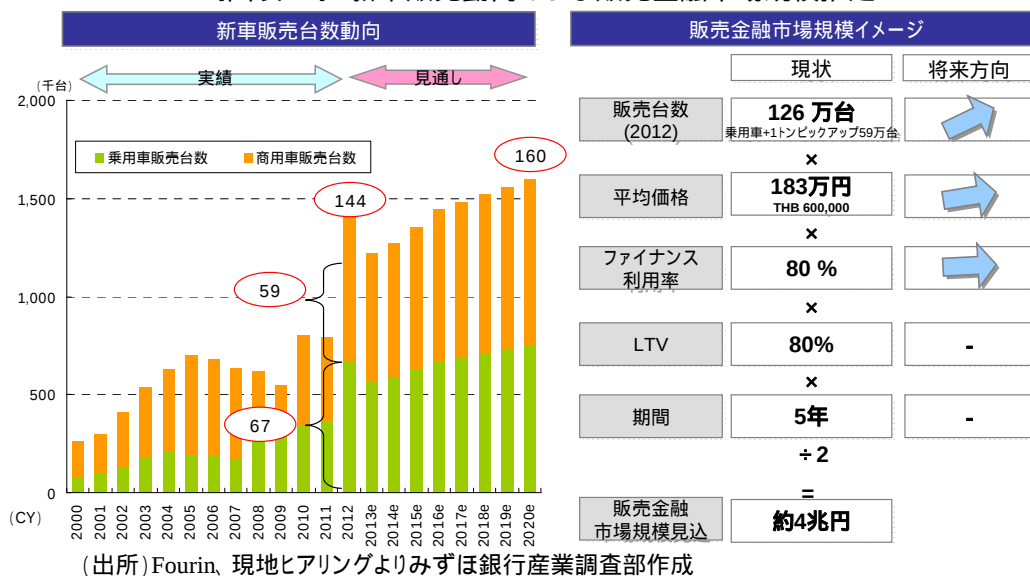
##### (ア) 市場規模

自動車販売台数は144万台、ファイナンス利用率の高さも相俟って、アジア随一の販売金融市場を形成

2012年のタイの自動車販売台数は、2011年のタイの洪水影響からの反動と、政府による優遇税制であるFirst Car Programによる需要高上げにより、144万台と過去最高を記録した。主に個人向けの販売金融を取り上げるため、市場規模推計の対象とする車種を乗用車及び大多数が個人利用であるとされる1tピックアップトラックに絞っても126.5万台に達している。また、自動車購入時の販売金融の利用割合(以下、ファイナンス利用率)が80%と高く、ファイナンス期間も5年と長いため、販売金融市場は約4兆円の大きな市場であると推計される<sup>3</sup>。

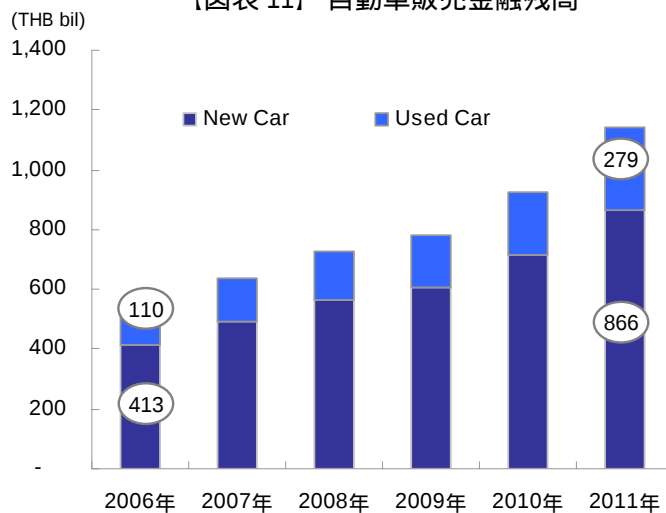
<sup>3</sup> 販売金融市場規模の推計は、統計が入手困難なアジア各国を横比較するために、本稿においては、販売台数に大よその自動車平均価格を掛け合わせ、更にどの程度の消費者が販売金融を活用するのかを表すファイナンス利用率、車輛価格に対するファイナンス金額割合を示すLoan to Value:LTV、ファイナンス期間を掛け合わせ、平均残高を算出するためにさらに2で除した額としたい。

【図表 10】 新車販売動向および販売金融市場規模推定



主要な販売金融事業者が加盟するタイ・ハイヤーパース協会によると、2011 年時点における商用車等も含んだ自動車販売金融残高は新車で 8,660 億バーツ (2.9 兆円程度)<sup>4</sup>、中古車で 2,800 億バーツ (9,240 億円程度) である。過去の推移を見ると、新車の自動車販売台数は、2005 年以降、一時落ち込んだにも関わらず、販売金融の残高は順調に伸びてきたことが分かる。

【図表 11】 自動車販売金融残高



(出所) タイ・ハイヤーパース協会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

(注) 協会加盟企業の事業のみを反映

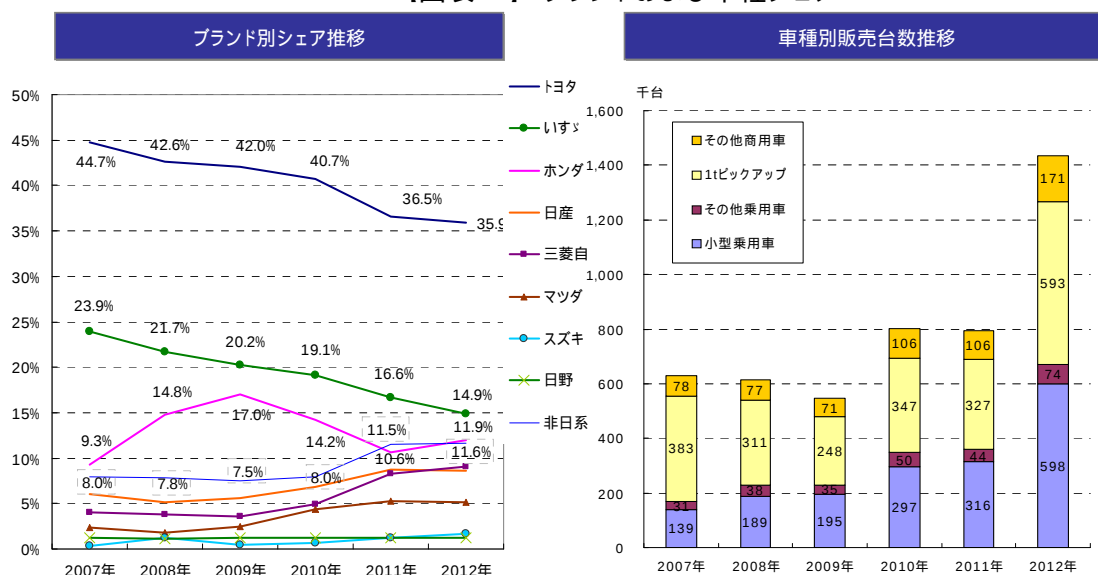
<sup>4</sup> 協会加盟企業 (1. Amanah Leasing, 2. Asia Sermkij Leasing, 3. Ayudhya Capital Auto Lease, 4. BMW Leasing, 5. Center Auto Lease, 6. Chayapak Co, 7. Citicorp Leasing, 8. Eastern Commercial Leasing, 9. Honda Leasing, 10. ICBC Thai Leasing, 11. Islamic Bank of Thailand, 12. Kasikorn Factory and Equipment Co, 13. Kasikorn Leasing, 14. Kiatnakin Bank, 15. KlangSetagarn, 16. Krung Thai Auto Lease, 17. KTB Leasing, 18. Mercedes-Benz Leasing, 19. Metropolis Leasing, 20. Nissan Leasing, 21. PhraNakorn Automobile, 22. Ratchthani Leasing, 23. Siam Commercial Bank, 24. Siam Panich Leasing, 25. Summit Capital Leasing, 26. Thai Life Insurance, 27. Thanachart Bank, 28. The Siam Industrial Credit, 29. The Thai Credit Retail Bank, 30. Tisco Bank, 31. Toyota Leasing, 32. Tri Petch Isuzu Leasing, 33. United Leasing)

今後の販売金融市場は、自動車市場の成長に牽引され、成長が見込まれる

今後のタイの販売金融市場規模の成長という観点で考えると、既にファイナンス利用率と LTV(車輛価格に対するファイナンス金額割合を示す Loan to Value)が相応に高く、ファイナンス期間も長いことから、基本的には自動車販売台数の成長に支えられるところが大きい。タイの自動車市場は、ASEAN 諸国の中では比較的規模が大きいと言えるが、日本や欧米諸先進国と比較すると、まだまだ成長余地は大きい。前述の通り、2012 年は、洪水影響の反動と優遇税制という二つの大きな特殊要因により 144 万台を記録した。2013 年以降については、その双方の剥落及び優遇税制による需要先食いの影響を受け、2012 年の水準よりは大きく下回るものの、その後は堅調に増加していくことが見込まれている。

尚、メーカー別のシェアを見てみると、日系ブランド車のシェアが非常に高く、トヨタが約 36%、いすゞが約 15%、ホンダ 約 12%、日産 約 12%と、日系シェア合計で約 90%となっている。

【図表 12】 ブランドおよび車種シェア



(出所)Fourin よりみずほ銀行産業調査部作成

#### (イ) プレーヤー

日系キャプティブと地場銀行が市場を独占

タイの新車の販売金融市場におけるプレーヤーは日系キャプティブと地場銀行に二分される。タイの自動車シェアの大部分を占める日系メーカーのほとんどが自社でキャプティブを保有し、一定のシェアを確保している一方、タイの地場銀行も、地場ディーラーと協働でキャンペーンを実施するなどして、営業攻勢をかけている。

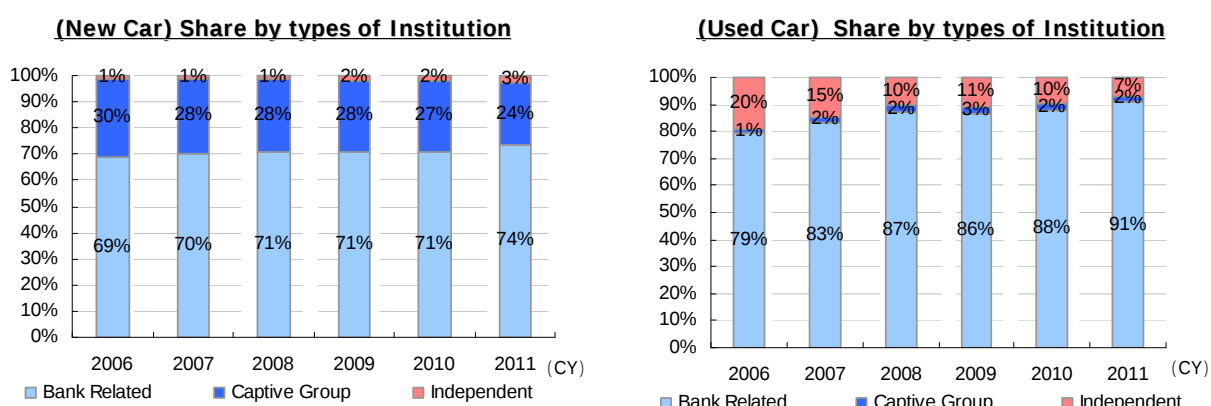
【図表 13】 主要プレーヤー

|                          | Toyota                                       | Isuzu                            | Honda                  | Nissan                   | Mitsubishi | Mazda           |
|--------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------|------------------------|--------------------------|------------|-----------------|
| Car sales (Market Share) | 35.9%                                        | 14.9%                            | 11.9%                  | 8.6%                     | 9.0%       | 5.1%            |
| Captive                  | TOYOTA<br>Toyota Leasing                     | ISUZU<br>Tri Petch Isuzu Leasing | HONDA<br>Honda Leasing | NISSAN<br>Nissan Leasing |            | Tisco Bankが独占契約 |
| Bank                     | Thanachart Bank                              |                                  |                        |                          |            |                 |
|                          | Bank of Ayudhya + Ayudhya Capital Auto Lease |                                  |                        |                          |            |                 |
|                          | SCB<br>Siam Commercial Bank                  |                                  |                        |                          |            |                 |
|                          | TISCO Bank (マツダとフォード提携)                      |                                  |                        |                          |            |                 |
|                          | Kasikorn Leasing                             |                                  |                        |                          |            |                 |

(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

主要完成車メーカーは、ディーラーに対し、自社キャプティブの利用割合を3割程度とすることを指導しているようである。自社キャプティブによるファイナンスはグループにとっての収益源となる他、自動車販売のマーケティング活動においてより協働し易く、且つ安定的にファイナンスしてくれるという利点がある。一方、銀行は調達コストが有利であり、金利がノンバンクに比べて低いという利点がある。自動車メーカーは、こうした異なる利点のあるキャプティブと銀行の二つのバランスを上手く保つ戦略をとっているのである。

【図表 14】 販売金融プレーヤーカテゴリー別シェア

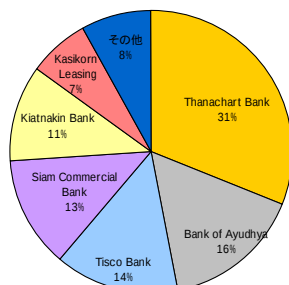


(出所) タイランド・ハイヤーパーチェス協会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

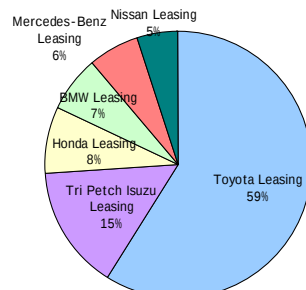
(注) 同協会加盟企業の事業のみ反映

【図表 15】 主要プレーヤーシェア

銀行のハイヤーパーチェス残高シェア(2011)



メーカー系のハイヤーパーチェス残高シェア(2011)



(出所) タイランド・ハイヤーパーチェス協会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

(注) 同協会加盟企業の事業のみ反映

地場銀行は、リスク許容度が比較的高く、より利幅の大きい中古車市場へ注力

近年、地場銀行はより利幅の大きい中古車の販売金融に注力をし始めている。中古車の販売金融の主要プレーヤーは、自動車ファイナンス部門において No.1 を保つことを目標として掲げている Thanachart 銀行や Siam Commercial 銀行、Kiatnakin 銀行であり、15 年落ち程度の中古車にまでファイナンスを実施している。

一方、独立系のノンバンクは中古車市場を中心に事業展開をしているものの、シェアは縮小トレンドにある。地場銀行が、新車市場の競争激化に伴い、より大きな利幅を求めて中古車販売金融市場を強化しているためである。

タイの自動車販売金融の主要な銀行プレーヤーである Thanachart 銀行や Tisco 銀行の前身はノンバンクであり、リスク許容度合いが高い。また両行の貸付残高の半分程度が自動車の販売金融となっており、販売金融事業への依存度がかなり高いといえる。

【図表 16】 主要プレーヤー概要

| 銀行プレーヤー |                                                   | 残高   | 新車・中古車 | その他                                                 |
|---------|---------------------------------------------------|------|--------|-----------------------------------------------------|
| Bank    | Thanachart Bank                                   | 377M | 67:33  | ✓2000年に自動車HP市場に参入、2004年から当市場銀行でトップ                  |
|         | Bank of Ayudhya<br>+ Ayudhya Capital Auto Leasing | 182M | 50:50  | ✓利益率の高い中古に強い<br>✓銀行本体ではなくAyudhya Capital Autoでの取り扱い |
|         | Siam Commercial Bank                              | 171M | -      | ✓近年新車に注力<br>✓北の地域に強く、アセットをのぼしている                    |
|         | Tisco Bank                                        | 155  | 73:27  | ✓以前までNo.2だったが転落<br>✓マツダ、FordはTISCO一社契約              |
|         | Kasikorn Leasing                                  | 128M | -      | ✓ハイヤーパーチェス参入は他社に比べて遅いものの、最近残高を伸ばしている                |

(出所) 現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

## (ウ) オペレーション

信用情報と現場  
確認を併用した  
審査で効率化

販売金融事業者が顧客を獲得する方法はディーラーからの紹介によるものが圧倒的に多いため、特に銀行は低金利キャンペーンやディーラーへの融資を提供するなどしながらディーラーとの関係強化を図っている。前述の通り、主要な完成車メーカーはキャプティブを利用する割合について指導をしていることも多く、キャプティブ取り分の残りを銀行間で奪い合いをしている状況にある。

審査については、信用情報機関である National Credit Bureau (NCB) に他国に比べて比較的情報が蓄積してきており(ヒット率は 50%程)、NCB を使いながら審査の効率化を図ることが出来ている様子である。但し、顧客から収集した情報及び NCB の情報のみで審査を十分とされる顧客の割合は低く、少なくとも本人と面談を実施したり、顧客の住居や職場を訪問する現場確認も併せて実施している。顧客から必要な資料が提出されるまでの時間を除けば、審査は数時間で完了する。その他のアジア諸国で見られる、銀行とノンバンクの審査に要する時間の大きな差異や必要書類の違い等は見られなかった。尚、銀行に対しては、中銀からスコアリングにて与信管理を行うよう指導があり、ノンバンクを含め各社独自のスコアリングシステムにて与信管理を実施している。

【図表 17】 オペレーション概要

|         |    | キャプティブ                                                                        | 銀行   |
|---------|----|-------------------------------------------------------------------------------|------|
| 顧客獲得    | 時間 | ✓基本的にデスクは設置せず<br>✓ディーラーの販売員に案件を紹介してもらうことが多いため、 <b>ディーラーとの関係構築が重要</b>          |      |
|         | 方法 | ✓NCBの活用のみ(半数以上)<br>✓NCBの結果や職業によってはField Check(訪問、預金通帳等調査)も行う<br>✓自社のスコアリングも活用 |      |
| 承認率     |    | 95%                                                                           | —    |
| 金利      |    | 6%弱程度                                                                         | 5%程度 |
| 30日以上延滞 |    | 3%未満                                                                          | 2%程度 |
| NPL     |    | 1.2%前後                                                                        |      |

(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

(注) NPL : non-performing loan

金利は、車のメーカー・車種によって変動。不良債権比率は 1.2%程度と低い。

金利については、顧客の信用力の違いによってではなく、車のブランド・車種によって若干変動しており、2013 年 7 月時点の実効金利は銀行で 5%強とスプレッドは小さい。

業界全体の 2012 年時点の不良債権比率(90 日以上遅延債権の割合)は、1.2%程度と低い。2011 年の自動車販売台数の急増に伴い、販売金融事業者の顧客のクレジット層が低下したことにより、不良債権比率は、今後増加していく可能性が高いと見られている。その動向によっては、銀行群の販売金融への積極姿勢は若干方向転換される可能性もある。尚、タイにおいては、差し押さえ業務等を請け負うサービサーが比較的充実しており、販売金融事業者の多くがサービサーを上手く活用している。

中古車の価格落ち他アジア諸国に比較すると大きい、5年以降は変動幅小

中古価格は4年落ちで新車の4割程度と、他アジア諸国に比較すると価格落ち幅は大きい、その後は価格が崩れない傾向がある。従って、中古車ファイナンスは、車の差し押さえが出来れば比較的安全なビジネスであると言える。他のアジア諸国では、主要銀行が中古車にまでファイナンスするケースはあまり多くはないが、タイにおいて銀行がより大きな利幅を求めて中古車ファイナンスを積極的に展開しているのは、新車市場における競争の激しさに加え、年式の古い中古車の価格の高さもあるのであろう。

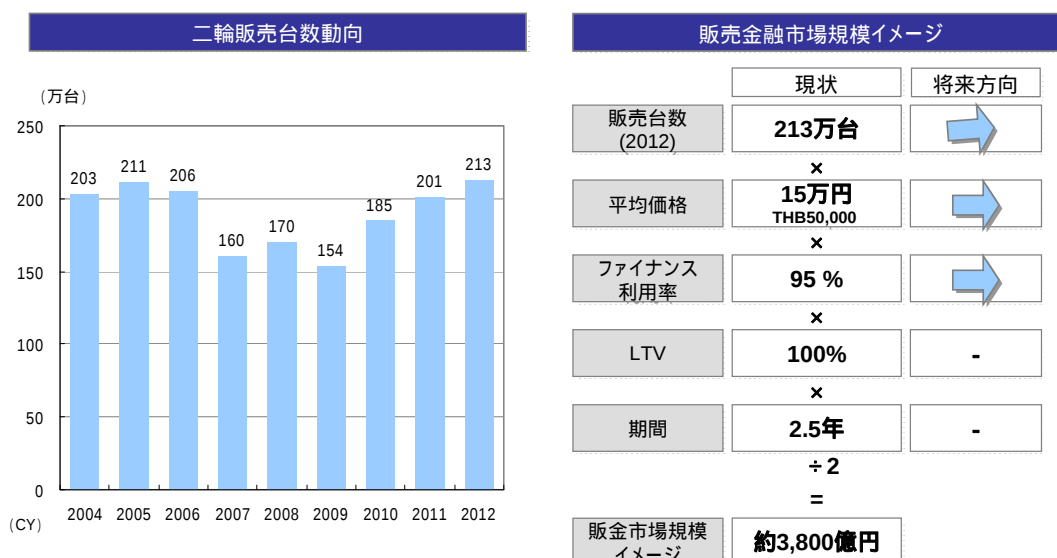
## 二輪車

### (ア) 市場規模

ファイナンス利用率 95%、平均 LTV100%とファイナンス供与度かなり高い

近年のタイの二輪車販売は好調であり、2012年の販売台数は213万台と、7年ぶりに過去最高を記録した。二輪車購入におけるファイナンス利用率は95%と非常に高い上に、LTVは100%、期間は2.5年程度であるため、二輪の販売金融市場は3,800億円程度と推計できる。

【図表 18】 新車販売動向と販売金融市場規模推定



(出所) Fourin、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

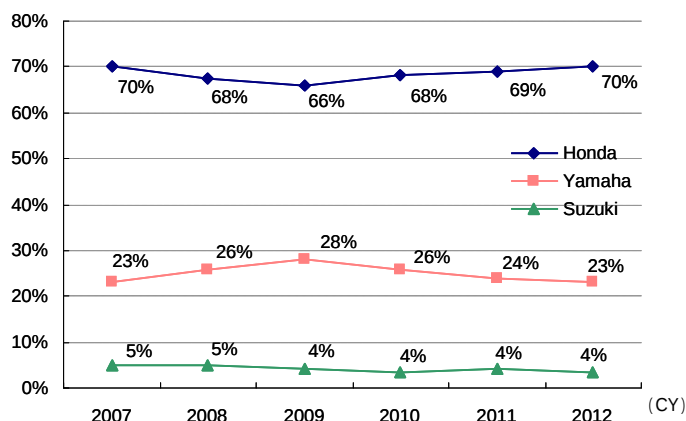
販売金融を利用すると小売価格が現金購入時よりも高くなるという特殊な商習慣あり

ファイナンス利用率がこれだけ高い理由の一つに、顧客がファイナンスを利用して購入すると小売価格が上がり、ディーラーの-marginが大きくなるという特殊な商習慣がある。例えば、ディーラーの仕入れ値となる卸価格を100とすると、顧客が現金購入をする場合は小売価格が105程度である一方、ファイナンスとセットで販売された場合は、小売価格が110-120程度になる。従って、ファイナンスとセットで販売された場合の方がディーラーの-margin(顧客負担のキックバック)が増えるためディーラーは顧客にファイナンスを推奨するという構造になっている。LTVについては、ブランドによって一部頭金を設定しているものの、現金購入の場合と比較すると小売価格が上昇しているため、車輛価格を現金購入時の小売価格として考えると、頭金を勘案しても平均して100%程度になっている。

今後の二輪販売金融市場の成長性という観点では、ファイナンス期間のみ若干の長期化の余地はあるものの、ファイナンス利用率・LTV が既に非常に高い水準にあるうえ、タイの二輪市場は既に成熟段階に入っているため、今後の大きな市場規模拡大は期待できない。

尚、タイ二輪市場のメーカー別シェアではホンダが約70%、ヤマハ23%、スズキ4%と日系で100%近いシェアを誇っている。

【図表 19】 ブランド別シェア推移



(出所) Fourin 資料よりみずほ銀行産業調査部作成

## (イ) プレーヤー

地場ノンバンク、  
銀行、日系商社  
が展開

二輪販売金融のプレーヤーは地場ノンバンク、銀行、日系商社である。この中でも、Thitikorn という地場系の上場ノンバンクが資産規模で圧倒的に大きい。Thitikorn は Suzuki の二輪代理店を経営する Pornprapa 一族の経営である。他には、Tisco 銀行 100%子会社である Hi-way、住友商事の子会社である Summit Capital Leasing、三井物産によるヤマハキャプティブの BAF、2007 年に日系企業からの出資を受け入れた Group Lease 等が展開をしている。

【図表 20】 ブランド別主要プレーヤー

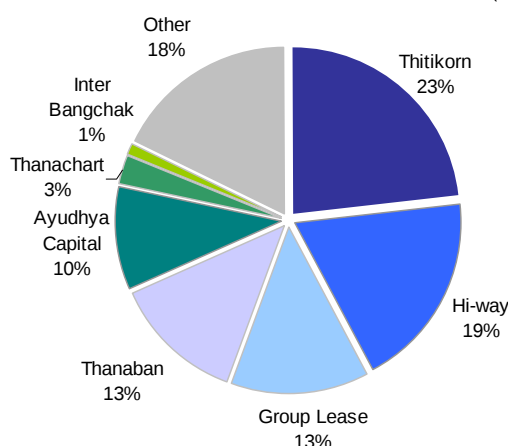
|                                 |             | Honda                                         | Yamaha | Suzuki         |
|---------------------------------|-------------|-----------------------------------------------|--------|----------------|
| Motorcycle Sales (Market Share) |             | 69%                                           | 24%    | 4%             |
| Captive                         |             |                                               | BAF    | Suzuki Leasing |
| Non-Captive                     | Bank        | Hi-Way<br>(Tisco Bank 100%)                   |        |                |
|                                 | Independent | Thitikorn<br>Thitikorn Public Company Limited |        |                |
|                                 |             | Group Lease                                   |        |                |
|                                 |             | Summit Capital Leasing                        |        |                |
|                                 |             | Thanaban                                      |        |                |

(出所) 現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

都市部では販売金融事業者、地方部ではディーラーが主なファイナンス供給者

タイにおいては地域によって販売金融の担い手が異なっており、バンコクを中心とした都市部・郊外エリアではノンバンクが中心的なプレーヤーとなっているが、地方部においては、ディーラーが販売金融の基本的な担い手となっている。バンコクエリアでのバイクの販売台数は 20%程度に留まるため、その他の地方部での販売台数が 80%であることに鑑みれば、全国レベルに見る販売金融におけるディーラーの役割は相応に大きいことが推察される。また、プレーヤーの中で全国展開をしているのは、Thitikorn と BAF のみである。

【図表 21】 バンコク首都圏の二輪車販売金融シェア (2011 年、台数ベース)



(出所) タイランド・オートバイ・ハイヤーパース協会資料よりみずほ銀行産業調査部作成

#### (ウ) オペレーション

金利は 40% 程度、差し押さえは 30%程度とハイリスク・ハイリターンモデル

二輪車販売金融における顧客獲得もディーラーからいかに紹介してもらえるかが重要となっており、ディーラーは ファイナンス金額の大きさ(ディーラーへのマージン厚さ)、審査の早さ、金利の順で販売金融事業者を選定することが多い模様である。

審査は、信用情報照会機関である NCB を使う事業者もいるが、最も多くのデータ数を抱える Thitikorn が加入していないという課題を抱えており、審査の主軸は顧客の住居や周辺情報を確認する現場確認が主流となっている。審査時間はディーラーからの強いプレッシャーにより 2~3 時間と早い。

前述の通り、頭金についてはほとんどなしでファイナンスを実施しているため、もともと支払い能力が低かった顧客が実際に支払い不能になったり、新モデルに移りし顧客自ら返却する場合もあり、差し押さえになる割合は、年間で 3 割程度と高い。金利設定は 40%程度と差し押さえ、貸倒れを見込んだ高水準となっている。中古価格は、1 年落ちで半分程度に下落してしまうが、各社オークションを利用するなどして、中古車の販売は問題なくできる。また、車輛の差し押さえを行うサービサーは四輪車同様充実している。

尚、タイと同様、二輪販売金融事業者の競争が激しいインドネシアでは頭金規制が導入されたものの、タイでは規制導入の議論が行われるに留まり、実

際に規制が導入された過去はなく、今後も、暫くはその見込みはないと考えられる。

## 規制

販売金融に関する規制・監督官庁は存在せず、事業展開のハードルは低い

タイにおいて自動車・二輪車の販売金融(ハイヤーパーチェス事業)に関する規制・監督官庁は存在せず、販売金融事業を展開するにあたりライセンスの取得は必要がないため、規制の観点からの参入障壁はあまり高くないと言える。また、最低資本金も小さいため、小さく事業を開始することが可能である。パーソナルローンやクレジットカードとは異なり、貸出金利制限もない。

但し、タイにおいては外国人事業法にて、外資の出資比率が51%以上である企業を外資企業と定義し、外資企業のサービス業への参入を原則禁じている。従って、販売金融事業においては、商務省より許可を取得して外資企業として事業を展開するか、タイ企業のパートナーを見つけて、タイ企業として事業を実施するか選択する必要がある。<sup>5</sup>

【図表 22】 タイにおける規制

|       | リース                                                                                                                                                                                                                                                                     | ハイヤーバッチェス                              | パーソナルローン                                     | クレジットカード   |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------------|------------|
| 所有権   | 契約により                                                                                                                                                                                                                                                                   | 全割賦弁済後に借主に移転                           | 利用者                                          |            |
|       | <div>← 緩い<span style="display: inline-block; width: 100%; height: 10px; background: linear-gradient(to right, #f08080, #0000ff);"></span>規制<span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background: #0000ff; border-radius: 50%;"></span> 厳しい →</div> |                                        |                                              |            |
| 監督機関  | 商務省<br>(特定の規制、監督機関はなし)                                                                                                                                                                                                                                                  |                                        | 財務省/タイ中央銀行                                   |            |
| 関連法   | なし                                                                                                                                                                                                                                                                      | ✓タイ国民商法典<br>572～574条<br>✓消費者保護委員会事務所告示 | クレジットカード事業規制に関する財務省布告<br>消費者ローン事業規制に関する財務省布告 |            |
| ライセンス | 必要なし                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                        | タイ中央銀行の許可                                    |            |
| 最低資本金 | 3Mバーツ以上 (外国法人として)                                                                                                                                                                                                                                                       |                                        | 50 Mバーツ以上                                    | 100 Mバーツ以上 |
| 上限金利  | なし                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                        | 28%                                          | 20%        |
| 借入限度  | 7倍 (外国法人として)                                                                                                                                                                                                                                                            |                                        |                                              |            |

(出所)現地ヒアリング、財務省、タイ中銀行通達等よりみずほ銀行産業調査部作成

## タイ販売金融市場事業展開の余地

地場銀行の取り組み姿勢の変化が出易い中古車であれば若干の事業展開余地あり

これまで説明してきた通り、自動車の販売金融は、日系キャプティブ及びノンバンクが前身である地場銀行が積極的に販売金融を提供しており、新車市場における事業展開余地は極めて限定的であると言える。中古車市場においても、より大きい利幅を求めて銀行が参入してきており、かなり年式の古い自動車にまでファイナンスを実施しているため、事業展開余地は大きいとは言えない。また、中古車市場の値崩れが起きていることも留意が必要である。但し、銀行はその時々の方針や業績により、販売金融への取り組み姿勢を変化させるが、中古車には、新車のように銀行群が信用供与に消極姿勢となっ

<sup>5</sup> 外資として事業を実施するには、商務省から許可を取得する必要があるが、キャプティブであれ事業展開領域が限定されるため、ライセンスの取得が比較的容易である。タイ企業として事業展開をする際には、出資会社とのJVストラクチャーが利用されるケースが多い。

た際に穴埋めするキャプティブがないため、独立系ノンバンクにとって隙間はでき易く事業展開余地が発生する可能性がある。

二輪については、シェア 70%を占めるホンダにはキャプティブが存在せず、有力なノンバンクも一部地域に限り営業をしているという観点からは、一部地域を除けば、販売金融事業者間の競争環境はそこまで厳しくない印象である。しかし、その場合はディーラーが金融を抱え込んでいるケースが多いため、ディーラーから金融事業を任せてもらえるか否かということがポイントとなる。

タイの二輪車市場は既に成熟しつつあるため、今後の加速度的な成長は期待出来ない。したがって、販売台数増加に伴い、ディーラー自身のバランスシートが追いつかなくなり金融を手放すというシナリオは想定されず、経済環境などの影響によりディーラーのバランスシートが悪化した場合を除けば、ディーラーから金融事業を任せてもらうことはそう容易ではないだろう。また、金利 40%、引き揚比率 30%のハイリスク・ハイリターンモデルの中で、どこまで回収コストを低く抑え、サービサーを上手く活用しながら回収率を上げられるかが課題となる。

## 2. インドネシア

## インドネシアの販売金融市場の特徴

日系事業者が古くから進出し、成功を収めてきたインドネシア販売金融市場

インドネシアは、人口約 2.4 億人を擁する世界四位の人口大国である。また、リーマンショック後も、活発な内需に支えられて経済が堅調であったことや、ムーディーズが 2012 年 1 月に格付けを投資適格に引き上げたことなどにより、世界から大きな注目を集めてきた。現在の 1 人あたり GDP は、モータリゼーションを迎えるとされる 3,000 ドルを超え、自動車販売台数は 2012 年に初めて 100 万台の大会を超えた。インドネシアは現在自動車市場およびその販売金融市場においてアジアの中でも注目度が最も高い国の一つといえよう。

インドネシアの販売金融市場は、日系事業者が古くから進出し、成功を収めてきたマーケットであり、ASEAN で唯一日系独立系ノンバンク事業者が主要プレーヤーとして名前を連ねている。特に日本の商社はアジア通貨危機が発生する前からインドネシアの販売金融市場に参入し、市場を開拓してきた。今となってはインドネシアの自動車市場と二輪市場は日系メーカーが 90%以上を占めており、自動車メーカー・ディーラーとの関係性から日系販売金融事業者にとって有利なマーケットであるが、これはまだインドネシアの人々がファイナンスに抵抗感を持ち、必要に応じてディーラーが顧客にファイナンスをつけていた時代から、市場に参入、販売台数の増加に伴って市場を開拓してきた結果であろう。近年は、地場銀行の攻勢により、インドネシア販売金融市場の競争環境が厳しくなりつつあるが、本市場は日系企業のアジア展開の成功モデルとして捉えることが出来る。さらに、インドネシア自動車市場は今後も強い伸びが期待されることから、日系販売金融事業者の今後の事業展開候補先として有望と見られている。上記を踏まえながら、プロダクト毎の販売金融の状況につき見ていきたい。

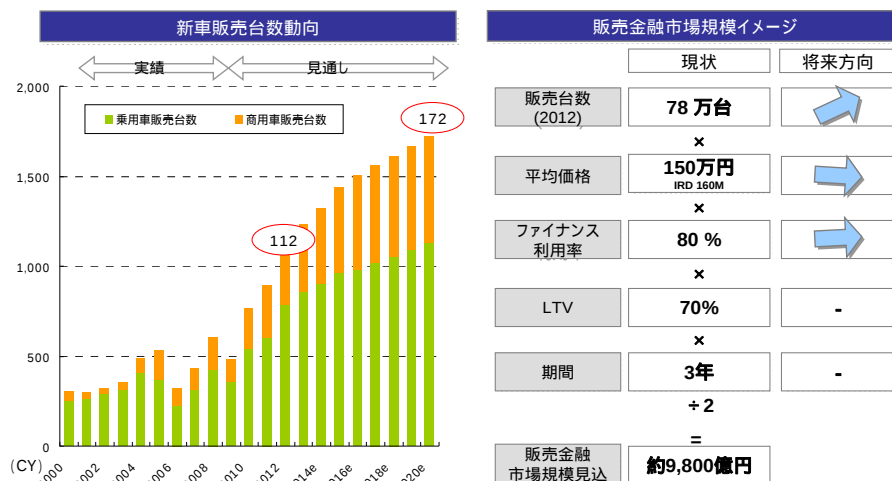
## 乗用車

## (ア) 市場規模

乗用車 78 万台、ファイナンス利用率は 80%と高く、販金市場は 1 兆円超え

乗用車(セダン、ハッチバック、MPV、SUV)の販売金融市場規模、乗用車販売台数 78 万台とファイナンス利用率の高さ(80%)が相俟って、9,800 億円程度にまで成長している。

【図表 23】 新車販売動向および販売金融市場規模推定



(出所) Fourin、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

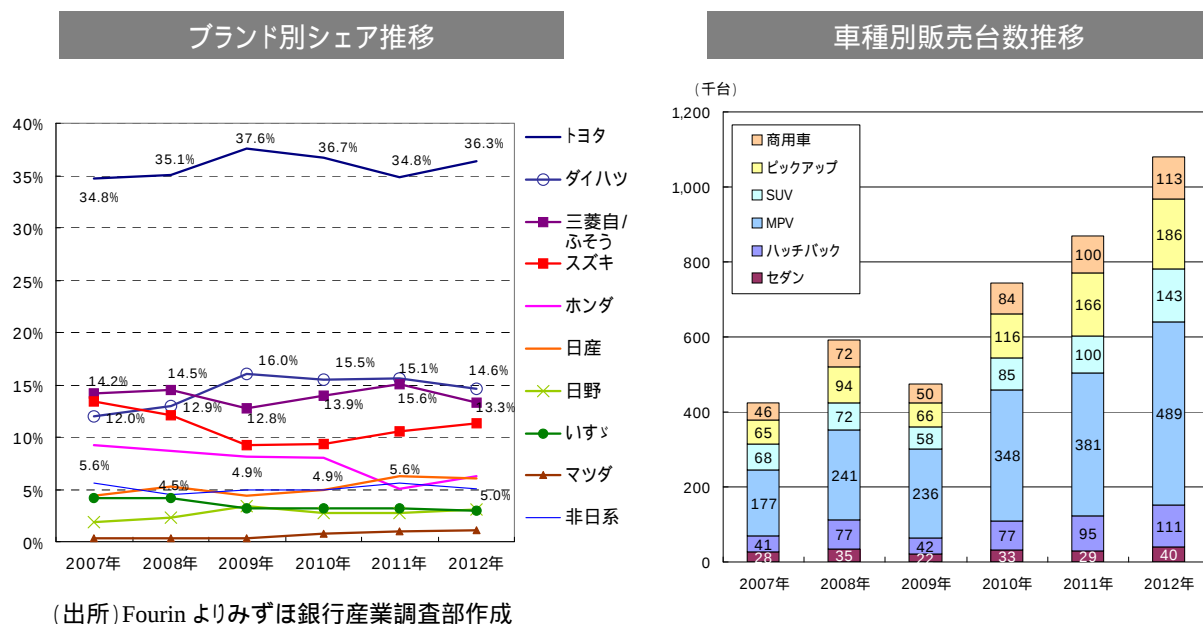
今後の自動車市場の強い成長に牽引され、販売金融市場も成長することが期待

今後の販売金融市場の伸びについては、ファイナンス利用率が 80%と既に高いことから、乗用車販売台数の伸びに期待するところが大きい。ファイナンス期間の長期化による販売金融市場拡大の余地もある。

インドネシアの自動車市場は、好調な国内経済成長を背景に、2012 年 100 万台の万台を突破し、112 万台を記録した(うち乗用車の販売台数は 78 万台)。しかしインドネシアにおける自動車普及率(人口 1,000 人当りの自動車保有台数)は 70 台とタイの 178 台と比較しても依然として低い水準に留まっており、今後の経済成長に伴う普及率の上昇のポテンシャルは非常に高い。

2013 年 6 月より、これまでの販売台数増加を支えていた補助金付き燃料が十分に値上げされ、一部では消費者の新車買い控えの懸念があったものの、自動車に対する需要は根強く、影響は限定的となるとの見方が強い。また、インドネシア政府が導入を予定している LCGC 政策(Low Cost & Green Car : 燃費・価格・排気量・現地調達率で基準を満たす新車を購入する際に税制優遇が適用されるエントリーカー優遇政策)が導入されており、乗用車を中心に更に需要が押し上げられる見込みである。従って、乗用車の販売台数の伸びにしたがって、販売金融市場についても大きな成長が見込まれる。

【図表 24】 メーカー別、車種別シェア



#### (イ) プレーヤー

日系商社・キャプティブのプレゼンスが高いが、近年地場銀行が攻勢中

インドネシアの乗用車販売金融市場は、日系事業者のプレゼンスが高い。自動車市場の 36%を占めるトヨタ自動車のキャプティブである Toyota Astra Finance の他、三菱自動車のキャプティブで、三菱商事による Dipo star、住友商事による Oto Multiartha や丸紅と地場銀行による Kita Finance が主要プレーヤーとして挙げられる。地場系では、トヨタ自動車やダイハツ、いすゞのパートナーであるインドネシア大財閥のアストラグループによる Astra Sedaya Finance (ACC) が資産規模で販売金融関連のノンバンクで総資産においてト

ップとして君臨するほか、地場銀行系の BCA Finance やマレーシアの CIMB 銀行が昨今攻勢を強めている。こうした地場銀行は、低利キャンペーンや通常より期間の長いプランを提供し、金利の低下及びローン期間の長期化を主導している。

【図表 25】 主要プレーヤー

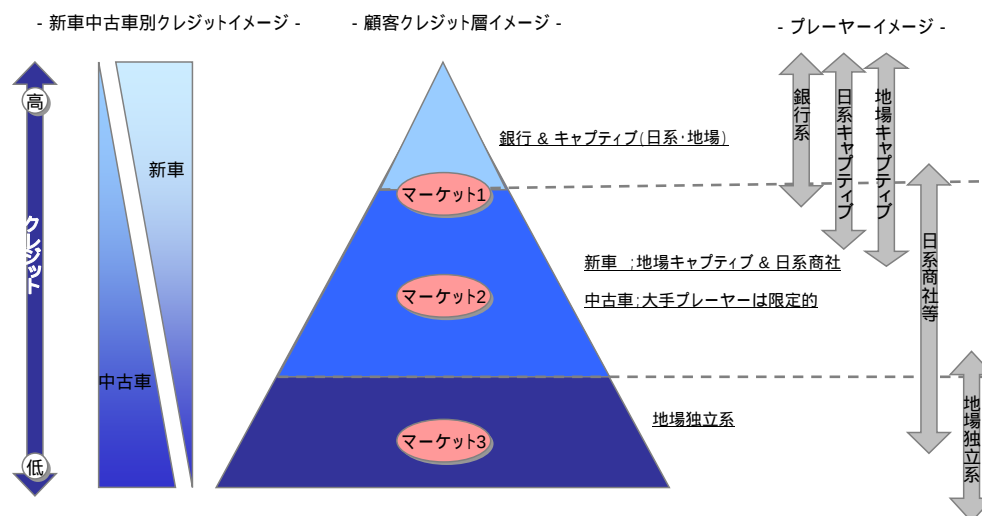
| 新車                                                       |  |  |  |  |  | 中古車 |
|----------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|-----|
|                                                          |  |  |  |  |  |     |
| Toyota                                                   |  |  |  |  |  |     |
| Daihatsu                                                 |  |  |  |  |  |     |
| Mitsubishi                                               |  |  |  |  |  |     |
| Suzuki                                                   |  |  |  |  |  |     |
| Honda                                                    |  |  |  |  |  |     |
| 四輪市場シェア                                                  |  |  |  |  |  |     |
| 37%                                                      |  |  |  |  |  |     |
| 16%                                                      |  |  |  |  |  |     |
| 14%                                                      |  |  |  |  |  |     |
| 9%                                                       |  |  |  |  |  |     |
| 8%                                                       |  |  |  |  |  |     |
| キャプティブ                                                   |  |  |  |  |  |     |
| Toyota Astra Finance<br>(Toyota, Astra International)    |  |  |  |  |  |     |
| Astra Auto Finance<br>(Astra Sedaya Finance 25%他)        |  |  |  |  |  |     |
| Dipo Star<br>(三菱商事85%他)                                  |  |  |  |  |  |     |
| Astra Sedaya Finance (ACC)<br>(Astra International 100%) |  |  |  |  |  |     |
| Toyota車については<br>ATF及びACCがほぼ<br>独占                        |  |  |  |  |  |     |
| BCA Finance 他<br>(Bank Central Asia 99.9%)               |  |  |  |  |  |     |
| kita Finance 他<br>(丸紅49%、Bank CIMB Niaga)                |  |  |  |  |  |     |
| Oto Multiartha 他<br>(住友商事83.68%、他)                       |  |  |  |  |  |     |
| Mitsui leasing<br>(JA三井85%他)                             |  |  |  |  |  |     |
| Orix 他<br>(オリックス85%他)                                    |  |  |  |  |  |     |

(出所) 現地ヒアリング、各社資料よりみずほ銀行産業調査部作成

高クレジット層が  
激戦区。ノンバン  
クはターゲットク  
レジット層を低下  
させている

上述の主要プレーヤーを、対象とする顧客クレジット層別にみると、【図表 26】となる。顧客クレジットが一番上であるマーケット 1 においては日系・地場キャプティブ及び銀行が攻勢を強めており、競争がかなり激しくなっているが、中間のマーケット 2 以下であれば、比較的競争環境は良い。従って、近年キャプティブ以外のプレーヤーは顧客クレジット層を下げてきている傾向にある。

【図表 26】 顧客クレジット別主要プレーヤー



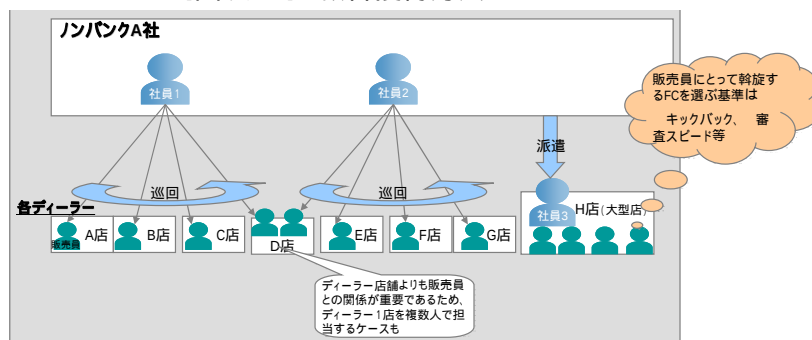
(出所) 現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

## (ウ) オペレーション

ディーラー販売  
員との関係構築  
により、案件確保

最も重要な項目の一つである顧客獲得においては、ディーラーにおける販売員との関係構築が最も重要となる。インドネシアにおいては、顧客が自らファイナンス会社を選定するケースはまだ少なく、ディーラーの販売員が顧客をノンバンクに紹介することが大半を占める。また、ディーラー販売員は店舗としてではなく個人として、ノンバンクに顧客紹介する対価としてキックバックを受ける慣習があるため、ディーラー販売員との関係構築が重要となるわけである。

【図表 27】 顧客獲得方法

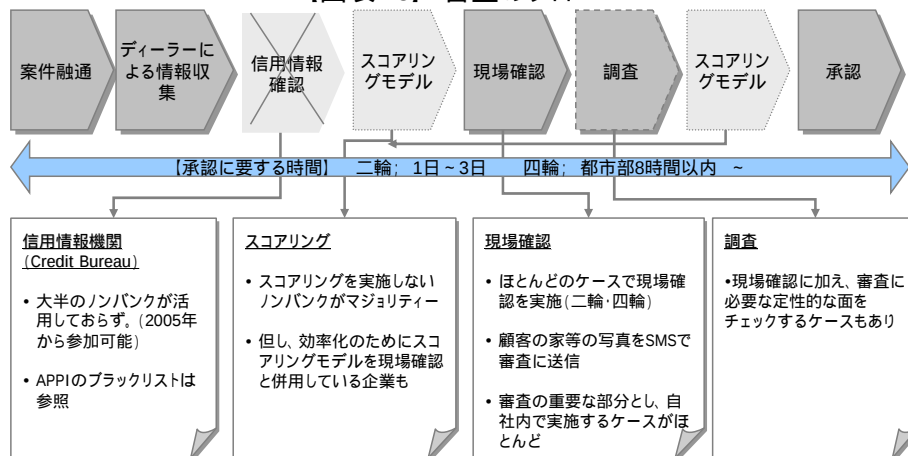


(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

人海戦術による  
現場確認が審査  
の中心。一部スコアリングを導入  
する企業も

審査においては、インドネシアにはノンバンク・銀行が共通で使うことの出来る有効な信用情報機関がないため<sup>6</sup>、人海戦術にて顧客の住居等を確認する現場確認審査を実施するのが通常の方法となっている。審査に要する時間は都心では現場確認を含め、最短 8 時間程度とかなり早い。また、この現場確認はアウトソースせず、自社内で実施しているケースが多い模様である。従って、ノンバンク各社は自社内に多くの審査人員を抱えており、新規参入の際には、このネットワークを築く必要がある。尚、大きなプレーヤーは自社内に情報が蓄積されており、スコアリングモデルを活用して効率的な審査を開始している事業者も出てきている。

【図表 28】 審査のフロー



(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

<sup>6</sup> 現在経済産業省が、インドネシア中央銀行と信用情報機関の役割と金融サービス向上への貢献へ向けた取り組みを実施  
<http://www.meti.go.jp/press/2012/03/20130301002/20130301002.pdf>

差し押さえフェーズではサービスを活用

一方、回収、特に差し押さえのフェーズにおいては、外部の業者が積極的に活用されている。しかし、近年の販売金融市場の競争激化を受け、各事業者が対象顧客層を広げたところ、デフォルト率が上昇し、それに伴い回収を厳格化せざるを得なくなった。結果、過度な回収行為が社会問題化し、2011年に回収のアウトソースに対する規制が導入されるに至った。

金利は 10-15%、競争激化に伴い低下傾向

インドネシア金融会社協会 (APPI) では、健全な消費者向け融資 (住宅ローンも含む) の不良債権比率を 3% 以下と設定しているが、2012 年 10 月末時点では、1.6%<sup>7</sup>であり、低水準に留まっている。

乗用車ファイナンス金利は新車で 10-15% (政策金利 5.75%) 程度、中古車で 11-17% と新車と中古車の金利差があまりない。

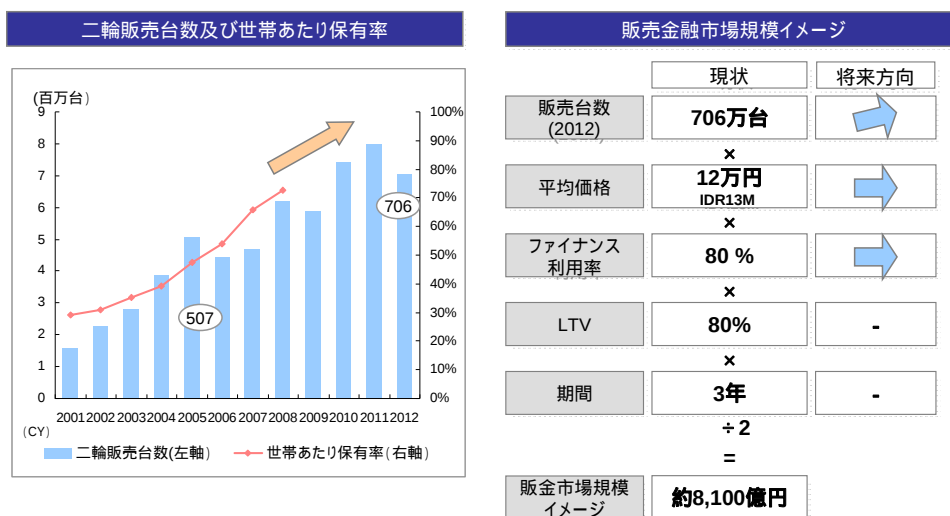
## 二輪

### (ア) 市場規模

二輪販売金融市場ではアジア随一の規模

インドネシアにおける 2012 年の二輪販売台数は 706 万台であり、その販売金融市場は、二輪でアジア随一の規模となる 8,100 億円程度と推計される。自動車同様、ファイナンス利用率が 80% と既に高いことから、販売金融市場の伸びは、二輪販売台数の伸びに期待するところが大い。

【図表 29】 新車販売台数動向および販売金融市場規模推定



(出所) Fourin、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

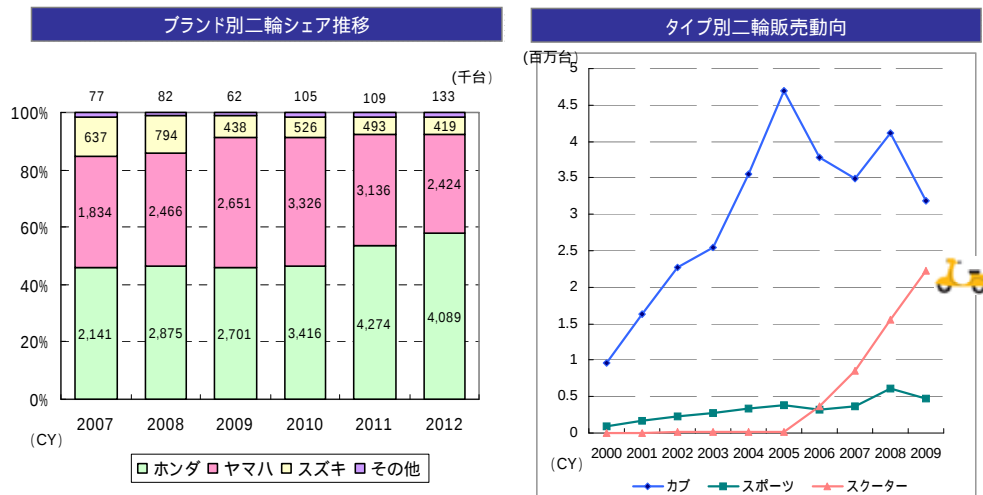
二輪市場は頭金規制の影響を受け、減少。今後も市場成熟化により、市場成長性は限定的か

インドネシアの二輪市場は、2011年に導入された頭金規制の影響を受けて低迷しており、2012年の販売台数は706万台と、前年比▲12%であった。頭金規制が廃止されれば、再度一時的に販売台数が上昇することが期待されるが、一世帯あたりの二輪車保有台数は80%と高くなってきており、今後数年で市場が成熟することが見込まれている。また、2005年を境に、実用的なカブタイプではなく、スクーターが急拡大しており、二輪車の位置づけが嗜好

<sup>7</sup> Bapepam-LK 発表値

品へ変化しつつあることが伺える。更に、二輪車の中古価格の値崩れも起きていることから、これまでのような高成長は期待しづらい。

【図表 30】 ブランド別、タイプ別シェア



(出所) Fourin 等よりみずほ銀行産業調査部作成

## (イ) プレーヤー

全主要プレーヤーがキャプティブを保有、且つ銀行・ノンバンクも市場に参入しており競争は厳しい

インドネシアの二輪車市場のシェアはホンダが 60%弱、ヤマハが 35%程度、スズキが6%程度であり、それぞれがキャプティブを保有している。シェアが圧倒的に高く、他国においては通常キャプティブを保有していないホンダについてもインドネシアにおける大財閥であるアストラグループがキャプティブを展開している。キャプティブ以外では、住友商事による Summit Oto の他、銀行系の Wom Finance、Adira Finance、BCA Finance が二輪車販売金融市場に参入してきており、競争が激しい。競争激化は、頭金の引き下げ競争をもたらし、前述の通り、頭金引き下げ競争により販売金融事業者の財務悪化を招いたため、当局が頭金規制を導入に至った経緯がある。

【図表 31】 主要プレーヤー

|           |              | Honda                                                      | Yamaha                       | Suzuki                         |
|-----------|--------------|------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| 販売金融プレーヤー | シェア (2011見込) | 53%超                                                       | 40%未満                        | 6%                             |
|           | キャプティブ       | FIF (Astraグループ)                                            | Bussan Auto (三井物産90%、ヤマハ10%) | Suzuki Finance (伊藤忠86%、スズキ14%) |
|           | 銀行系          | WOM (Bank International Indonesia 50%超、ホンダディーラーWahana16%超) |                              |                                |
|           |              | Adira (Bank Danamon95%)                                    |                              |                                |
|           |              | BCA (Bank Central Asia 99%)                                |                              |                                |
|           | 日系           | Summit Oto (住商99%超)                                        |                              |                                |

(出所) 現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

## (ウ) オペレーション

人海戦術にて、  
現場確認・回収  
作業を実施。  
金利は 30-35%と  
高め

乗用車と同様、ノンバンク各社はディーラーの販売員に顧客を紹介してもらうケースがほとんどであるため、ディーラー販売員との関係が重要となる。二輪車市場においては、販売金融事業者を顧客自身で選ばず、ディーラーに実質選択権があるという傾向がより強い。

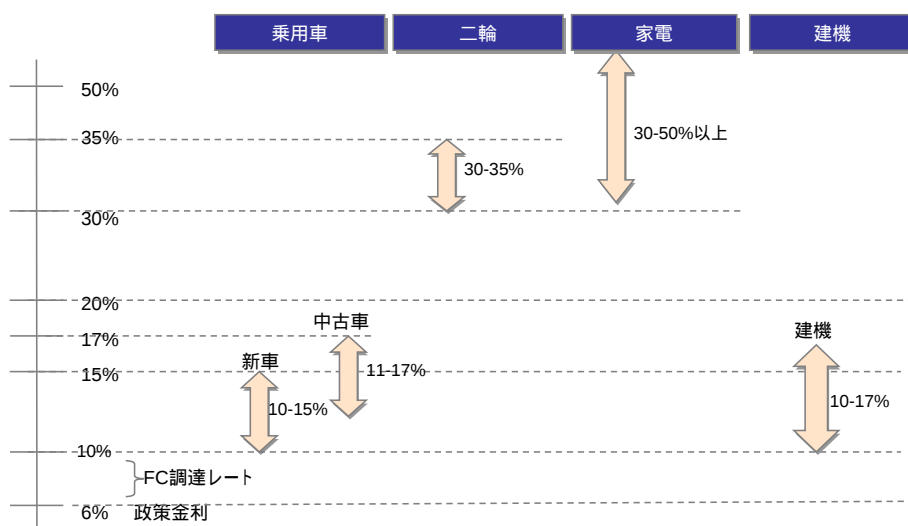
審査は、乗用車と同様、ほぼ全てのケースで現場確認を実施するため、乗用車と同様に参入の際は、現場確認ネットワークをいかに構築するかが課題となる。また審査に要する時間 1 日～3 日程度である。

顧客からの返済方法は、乗用車よりも現金による支払いの割合が高く、事業者によっては自ら回収に出向く場合もあり、かなりの数の回収人員を抱えている事業者も多い。

二輪車ファイナンスの金利は 30%-35% (政策金利 5.75%) と高いが、顧客に対しては金利表示ではなく、頭金金額と月々の支払額が表示されており、金利への感応度はあまり高くないことが推察される。多くの顧客は、月毎の支払い額が自分で払える範囲であると判断すれば必要な頭金金額を用意し、二輪車を購入するのである。

資金調達については、国内銀行借入で賄うケースが多いようであるが、グループ間ローンを含む海外借入に係る大きな障害はない(銀行以外からの借入れは期間一年以上、金額は 10 億ルピア以上との規定あり)。Toyota Astra Finance や Summit Oto finance など社債発行の実績もある。

【図表 32】 金利イメージ



(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

## 規制

ノンバンクの進出要件は、外資出資比率上限：100%、最低資本金は10億円

アジアにおける金融業への参入規制は、タイを除けば総じて厳しい傾向にあり、インドネシアも同様に容易ではない。しかしながら、ライセンス取得の難易度・これまでの実績、最低資本金額に鑑みれば、今次対象国の中では厳しいものではない。【図表33】の通り、最低資本金は1,000億ルピア（約10億円程度）であり、出資比率上限は外国企業85%となっているが、残りの15%もインドネシアで設立された外資企業からの出資であっても問題ないため、実質は外資出資比率100%まで認められている。

現在、金融監督の当局の再編中であり、今後の動向には留意する必要がある。これまで銀行の監督官庁は、Bank Indonesia（中央銀行）であり、ノンバンクの監督官庁は財務省傘下のBapepam-LK（The Capital Market and Financial Institutions Supervisory Board）であったが、2013年に金融サービス庁傘下に統一された。今後、ノンバンクに対する規制も改定される可能性がある。

最近の日系企業による進出は既存会社への出資にて

実際の参入にあたっては、ここ数年でインドネシアの販売金融市場に参入する日系企業の事例を見ると、そのほとんどが既存会社への出資という方法をとっている。

【図表33】近年の日系企業参入事例

| 企業名     | 時期       | 概要                                                                     |
|---------|----------|------------------------------------------------------------------------|
| みずほ銀行   | 2011年08月 | PT Balimor Finance の51%の株式を引き受け<br>四輪販売金融事業へ参入                         |
| 日立キャピタル | 2011年11月 | PT Artha Asia Financeの株式 75%取得<br>中古商用車ファイナンス、保険代理店事業に参入               |
| 丸紅      | 2012年08月 | PT Mega Central Finance 社（CTグループ、旧 PARA グループ）の株式30%取得決定<br>二輪販売金融事業へ参入 |
| JACCS   | 2012年12月 | PT Sasana Artha Finance 社の株式 40%を取得合意<br>二輪販売金融事業へ参入                   |

（出所）各社 IR 資料よりみずほ銀行産業調査部作成

## インドネシア販売金融市場における事業展開余地

市場は拡大しており、魅力的な競争は日々激化

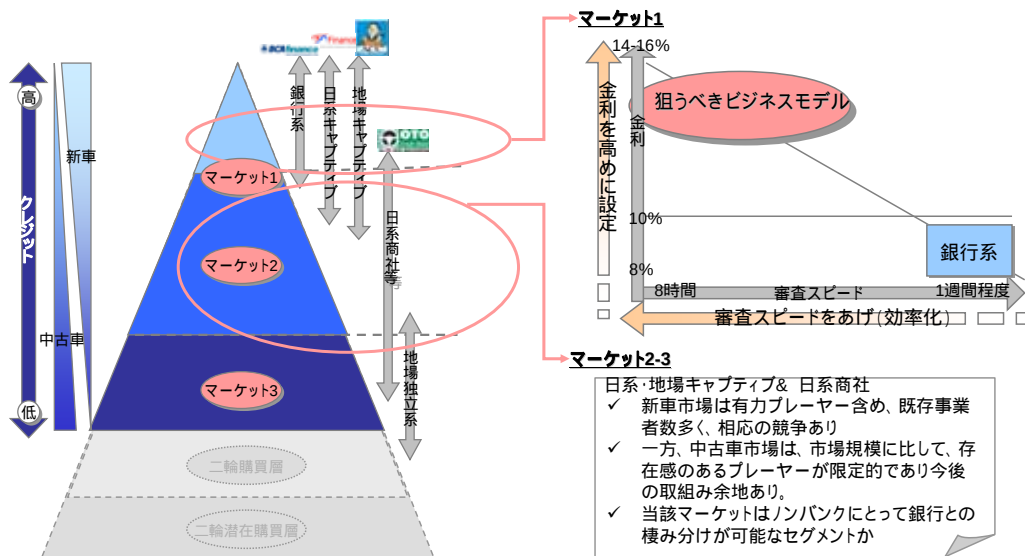
インドネシアの乗用車市場の拡大に伴い、その販売金融市場は今後も拡大が見込まれるため、規模のみを捉えれば非常に魅力的な市場であろう。但し、進出するマーケットによっては競争環境がかなり厳しくなっているため留意する必要がある。

中程度以下の顧客クレジット層が有力ターゲットも

【図表34】の通り、金利引き下げ攻勢を強める銀行と競合するマーケット1に参入する場合は、銀行に比較し、金利を高め設定する一方、審査スピードを上げてディーラー販売員、ひいては顧客にアピールする必要がある。一方、マーケット2以下、特に中古車市場であれば、新車市場の2～3倍といわれる市場規模に比して、高いプレゼンスを持つプレイヤーは限定的であるため、今後の取り組み余地はあると考えられる。またインドネシアの中古車の価格落ちは小幅であり、人気車であれば3年落ちでも新車同様の価格（インフレ勘案前）、5年落ちでも7割程度も残る。中古価格落ちが小幅であるため、償

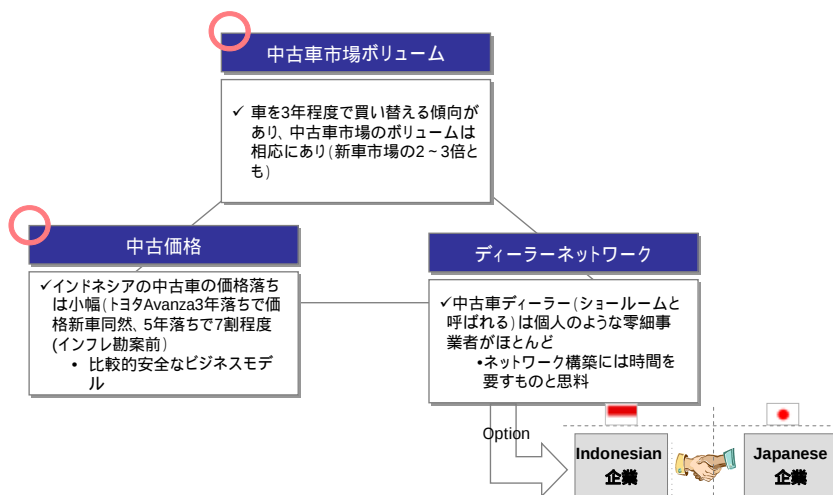
権の保全は比較的図り易い。但し、留意点として、インドネシアの中古車ディーラーは、個人事業者のような零細事業者がほとんどであり、ディーラーとのネットワーク構築には時間を要するものと考えられることが挙げられる。

【図表 34】 クレジットセグメントと事業展開余地について



(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

【図表 35】 インドネシア中古車市場について



(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

### 3. フィリピン

#### フィリピンの販売金融の特徴

近年浮上中のフィリピン。市場は限定的なも、ファイナンス供与度は高い

フィリピンは、人口約 1 億人弱と、東南アジアの中ではインドネシアに次ぐ人口の規模を誇っているが、これまで、製造拠点としても、消費市場としても日系企業の注目度は高くなかった。しかし、欧州経済危機でアジア各国の経済が鈍化する中、インドネシアと同様に、フィリピンは堅調な国内消費に支えられ、国内経済が順調に推移したことなどから、昨今、消費市場としても見直されつつある。一方、1 人当り GDP は 2,500 ドル弱と 3,000 ドルに近づきつつあるものの、2012 年の自動車販売台数は 18.4 万台、二輪車販売台数は 100 万台と未だ限定的である。

フィリピンの消費スタイルの特徴として、一般的に貯蓄性向が低く、欲しいものがあれば多少の無理をしても買ってしまうことが指摘されるが、それを反映し、乗用車・二輪の購入の際にもファイナンスを利用することが一般的である。そしてフィリピンの消費者がファイナンスに抵抗がないのと同時に、ファイナンス提供者も他国に比べてリスク許容度が高い。乗用車も二輪もファイナンス利用率が 7 割以上と高く、頭金は二輪に限っては 10%以下と非常に低い。またファイナンスの期間も乗用車で 5 年、二輪で 3 年とアジア各国の中で最も長い国の一つである。このようにファイナンス利用及び供給それ自体は広く浸透しているものの、特に二輪車の販売金融におけるファイナンス手法については必ずしも洗練されたものとは言えず、今後は販売金融市場の成長とともにファイナンスノウハウを含めた販売金融業界の発展が期待される。

#### 乗用車

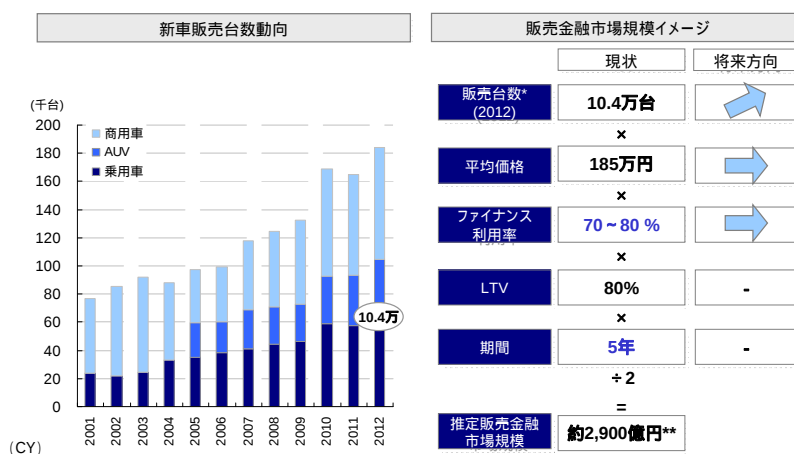
##### (ア) 市場規模

ファイナンス利用率の高さ、期間の長さにより自動車市場規模比、大きな販売金融市場を形成

フィリピンの 2012 年の自動車販売台数は 18.4 万台であり、うち乗用車は、完成車メーカーがアジア戦略車種として開発したアジア・ユーティリティークルを入れても 10.4 万台<sup>8</sup>と市場規模は非常に小さい。但し、販売金融市場については、平均車両価格が約 185 万円と高く、また、ファイナンス利用率も 70-80%と高いことに加え、Loan to Value が 80%(頭金 20%)、ローン期間が 5 年と販売台数以外の全ての要素の水準が高いことにより、推定される販売金融市場規模は約 2,900 億円と自動車販売台数の水準と比較すると大きい。

<sup>8</sup> CAMPI 及び AVID 発表値。本稿においては、データの制約上により乗用車に AUV を加えた台数を市場規模試算の対象とした。SUV、MPV は商用車に含まれている。

【図表 36】 新車販売動向と販売金融市場規模推定

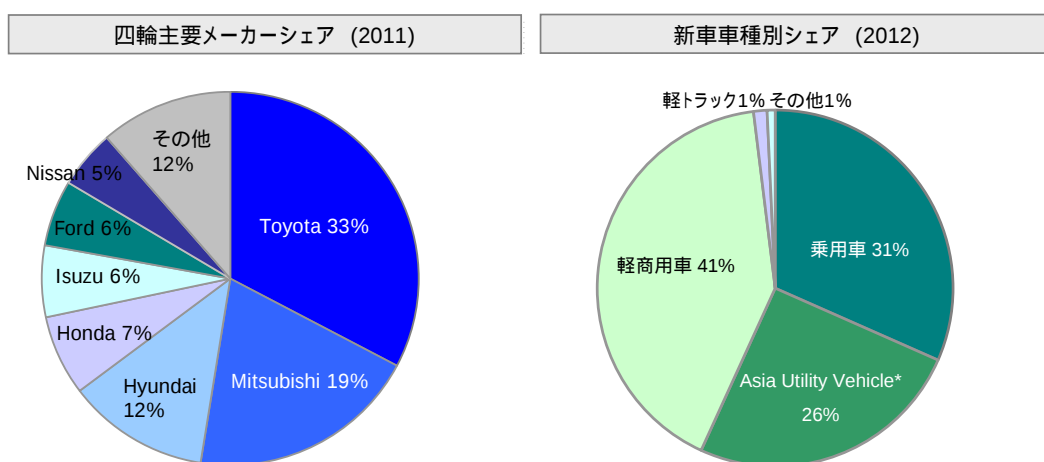


(出所)Fourin、CAMPI、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

今後の市場規模拡大は、自動車市場の拡大により牽引

今後の販売金融市場の伸びは、販売台数以外の水準がいずれも高いことから、一重に自動車市場の拡大に依存する。フィリピンの自動車市場はアジア通貨危機以降、長らく低迷していたものの、2010年についてアジア通貨危機前の水準に戻り、今後の成長が期待されている。また、フィリピンの1人当たりGDPも2,500ドル弱とモータリゼーションが到来されると言われる3,000ドルに迫ってきている。これまで新車市場育成に有効な政策を打ち出してこなかったフィリピン政府は2006年から中古車輸入規制の導入・強化、2010年には『新自動車産業発展対策(MDP)』を公布し、新車市場の成長促進のための政策に乗り出しており、フィリピンの新車需要の押し上げが期待される。

【図表 37】 メーカー別および車種別シェア



\*ミニバンとSUVの中間的仕様でアジア市場向けに開発された車種

(出所)Fourin、CAMPIよりみずほ銀行産業調査部作成

(注)CAMPIを脱退したGM、Vovlo、長安汽車、第一汽車は含まない。軽商用車にMPV/SUVを含む

(イ) プレーヤー

地場銀行が積極的にファイナンス。主要ノンバンクはトヨタファイナンスのみ

フィリピンの乗用車販売金融プレーヤーは銀行である。フィリピンの3メガ銀行である、BDO Unibank(BDO)、Metropolitan Bank(Metro)、Bank of the Philippine Islands(BPI)を中心とした地場銀行が販売金融市場の大部分を占めている。フィリピンにおいては財閥が強い力をもっており、こうした地場銀行は全て財閥グループに属している他、一部の財閥では傘下企業で車の販売も手掛け、自動車販売で小売と金融の両方を握っている。現在、顧客の6割程度がローン申請を直接銀行で実施している模様であり、いかに銀行が顧客を囲い込んでいるかが窺える。一方、目立ったノンバンクはトヨタファイナンスのみであるが、外資出資比率が上限60%までであることもあり、地場Metro銀行との合併会社にて事業を行っている。中古車市場については、上記のメガ銀行はほとんど手掛けてないものの、AMA銀行等の小規模な銀行が一部積極的にファイナンスを実施している。

【図表 38】主要プレーヤー

|         |                                                                                     |                                                                                                             |                                                                                                                                                  |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地場3メガ銀行 | 新車                                                                                  | <br>(Ty財閥)                 | <br>国内資産規模で第2位の民間銀行グループである、Metro Bankの子会社 (SME, リテールバンキング部門を担当) |
|         |                                                                                     | <br>(TFSC 60%, Metro 40%)  | 主要ノンバンクプレーヤー。トヨタディーラー店舗での捕捉は6割程度の模様                                                                                                              |
|         |                                                                                     | <br>(流通大手Shoe Martグループ系) | 資産規模で国内第1位の銀行                                                                                                                                    |
|         |                                                                                     | <br>(アヤラ財閥)              | 資産規模で国内第3位の銀行<br>所属するアヤラ財閥はホンダ及びいすゞディーラーにも従事                                                                                                     |
|         |                                                                                     |                          | 2012年にユニバーサル銀行のライセンスを取得<br>頭金を引き下げ、積極的な営業を展開                                                                                                     |
|         |                                                                                     | ⋮                                                                                                           |                                                                                                                                                  |
| 中古車     |  | 中古車ファイナンスを中心に従事する貯蓄銀行                                                                                       |                                                                                                                                                  |

(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

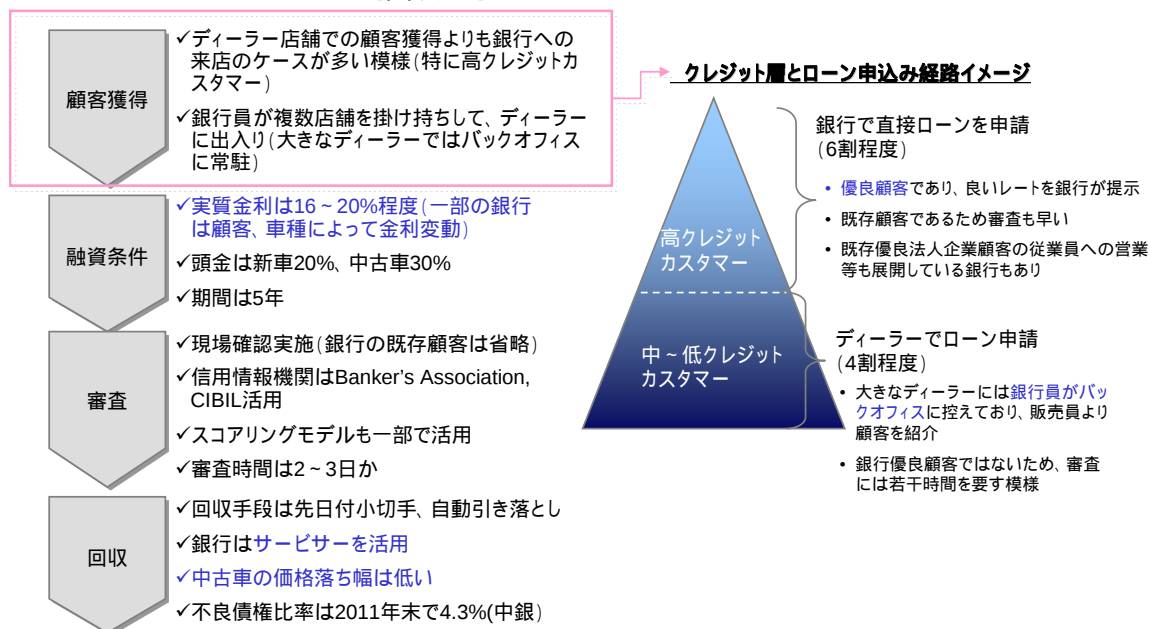
(ウ) オペレーション

地場銀行が、顧客のクレジット層別の営業戦略を展開

顧客獲得については、銀行は、顧客のクレジットセグメント毎に営業方法を変え、銀行で既に囲い込んでいる高クレジット層とそれ以外の双方を捕捉している。クレジット層が高い顧客については、銀行の既存優良顧客である可能性が高く、そういった顧客に対しては、優遇レートを提示、審査についても非常に簡易となるのでスピードも速いため、取引銀行にて直接ローンを申請するケースが多い。一方、若干クレジット層が低くなると、銀行が顧客を捕捉しきれていない場合も多く、ディーラー店舗にてローンを申し込む。地場の銀行は大きなディーラーに従業員を派遣することにより、こうした新規の顧客を捕捉しようとしている。この場合、現場確認を実施するため、審査に若干の時間を要しており、2~3日程度かかっている模様である。尚、一部の銀行ではス

コアリングモデルを活用しながら効率化を図っている

【図表 39】 オペレーション



(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

ノンバンクは、動産担保設定費用なしで顧客に訴求

尚、唯一のノンバンクであるトヨタファイナンスはリーススキームも顧客に提供している。リースは、銀行からファイナンスを受ける際に設定する動産担保権設定費用がかからず、初期費用の引き下げが可能である。【図表 40】における動産担保設定費用は、3万ペソ程度(約6万円)かかるが、リースであれば不必要である。

【図表 40】 動産担保設定費用

|                     |           |
|---------------------|-----------|
| Unit Price          | 1,068,000 |
| Insurance           | 43,298    |
| LTO Registration    | 9,970     |
| Total Cash Purchase | 1,121,268 |

|                        |           |
|------------------------|-----------|
| Unit Price             | 1,066,000 |
| Down Payment           | 213,600   |
| Balance to be Financed | 854,400   |

| Monthly Installments |        |
|----------------------|--------|
| 24 months            | 43,752 |
| 36 months            | 30,991 |
| 48 months            | 24,728 |
| 60 months            | 21,141 |

| Terms                        | 24Months | 36Months | 48Months | 60Months |
|------------------------------|----------|----------|----------|----------|
| Down Payment                 | 213,600  | 213,600  | 213,600  | 213,600  |
| Insurance(Comprehensive Fee) | 43,298   | 43,298   | 43,298   | 43,298   |
| Registration Fee             | 9,970    | 9,970    | 9,970    | 9,970    |
| Chattel Mortgage Fee         | 28,794   | 30,281   | 31,896   | 33,743   |
|                              | 295,662  | 297,149  | 298,764  | 300,611  |
| Others                       | 0        | 0        | 0        | 0        |
| Total Down Payment           | 295,662  | 297,149  | 298,764  | 300,611  |

ローンの場合、動産担保権設定費用が必要(リースは必要なし)

(出所)現地ヒアリング、現地販売金融事業者提供資料よりみずほ銀行産業調査部作成

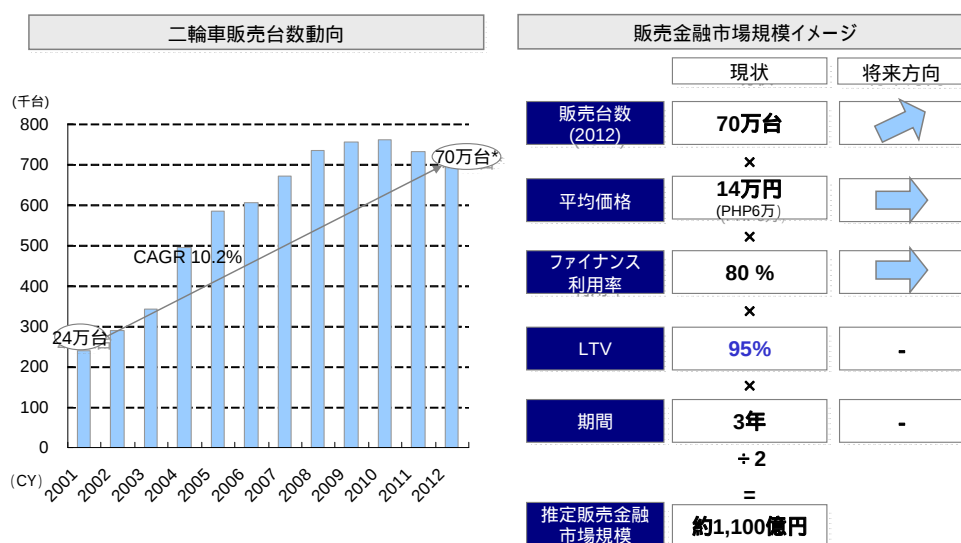
## 二輪車

## (ア) 市場規模

LTVは95%。二輪販売台数に比して大きな販売金融市場規模

フィリピンの2012年の二輪車販売台数は70～100万台<sup>9</sup>程度と限定的であるものの、その販売金融市場は、ファイナンス利用率が高く、またLTVが95%と異常に高いうえ、ファイナンス期間も3年と長いことから約1,100億円程度と相応の規模となっている。

【図表 41】 新車販売動向および販売金融市場規模推定



(出所) Fouin、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

フィリピンの二輪車市場は、1人当たりGDPの水準や人口に鑑みれば、アジア諸国の中で大きいとは言えない。フィリピンで二輪がそこまで売れない理由としては、二輪車文化のもととなる自転車文化が根付いていなかったことや、二輪車以外に安価で便利な交通手段(ジブニー)が存在すること等と言われる。しかし、過去数年間はGDPが約5%の伸びに対し、中国車を含めた二輪車の販売台数は平均8%の成長を示しており、2013年以降もGDPが5%程度成長すると仮定すれば約8%の成長を持続する見込みであり、今後フィリピン二輪車市場は拡大していく可能性が高い。

## (イ) プレーヤー

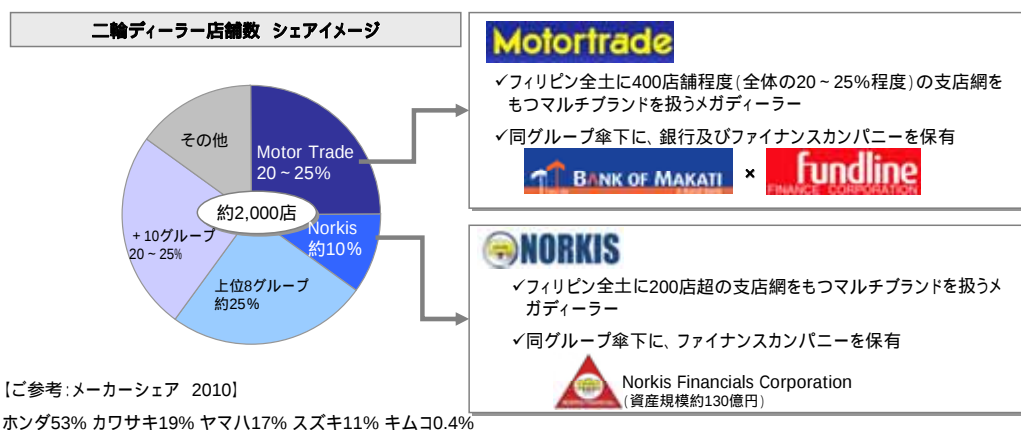
二輪販売金融の主なプレーヤーはディーラー。ノンバンクは日系商社1社のみ

フィリピンの二輪車販売金融市場においては、ファイナンス自体は広く普及しているものの、ファイナンス提供者が高度な販売金融ノウハウを持つ金融事業者ではなく、ディーラーであるケースが多い。フィリピンの二輪車市場では、フィリピン全土でマルチブランドを取り扱う規模の大きいディーラーが影響力を持っており、彼らが金融の役割も担っている。その中でも Motor Trade や Norkis 等とりわけ規模の大きいディーラーは、傘下に銀行やファイナンス会社を設立し、ファイナンスを提供している。また、グループ内にファイナンス会社を抱えるほどの規模がなくとも、自社割賦を提供しているのが通常であり、

<sup>9</sup> 中国車を除いた台数が70万台。近年中国車が増えてきており、中国車を入れると100万台程度

小売と金融が一体運営されている。二輪販売金融市場のプレーヤーで、ディーラーと独立したプレーヤーは、2008 年に参入した住友商事による Sumisho Motor Finance のみである。

【図表 42】二輪ディーラー店舗数シェアイメージとノンバンク



(出所)現地報道、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

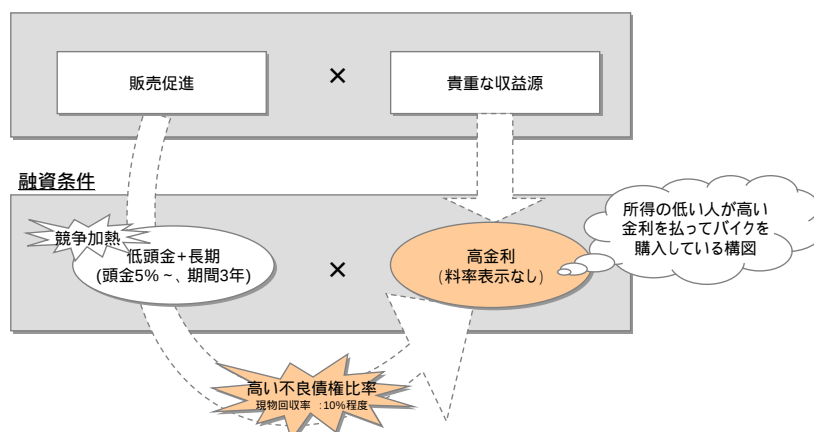
#### (ウ) オペレーション

小売と金融が一体となっているがために高金利に

二輪ファイナンスの金利は 30-45%程度とかなりの高利である。ディーラーにとって、金融が販促手段となっているため、頭金を極力引き下げ、ファイナンス期間を極力長くすることによって顧客層を拡大しているが、結果としてリスク(貸倒れ)が高くなっており、このリスクをカバーするため、金利が非常に高く設定されているのである。

前述の通り、頭金は5%と非常に低く、消費者の負担が軽いため、新しいモデルが出るとすぐに乗り換えてしまう等により自ら現物を返却するケースも後を絶たない。販金供給者がバイクを現物回収する割合は、全体の 10%程度に上る模様であるが、回収した二輪車を現金化する中古市場は未発達であり、本市場の課題となっている。また、高度な与信管理ノウハウを持たないディーラーがファイナンスをしているため、余分な与信コストがかかっているという点も高金利の一因になっている可能性がある。

【図表 43】二輪オペレーションの課題

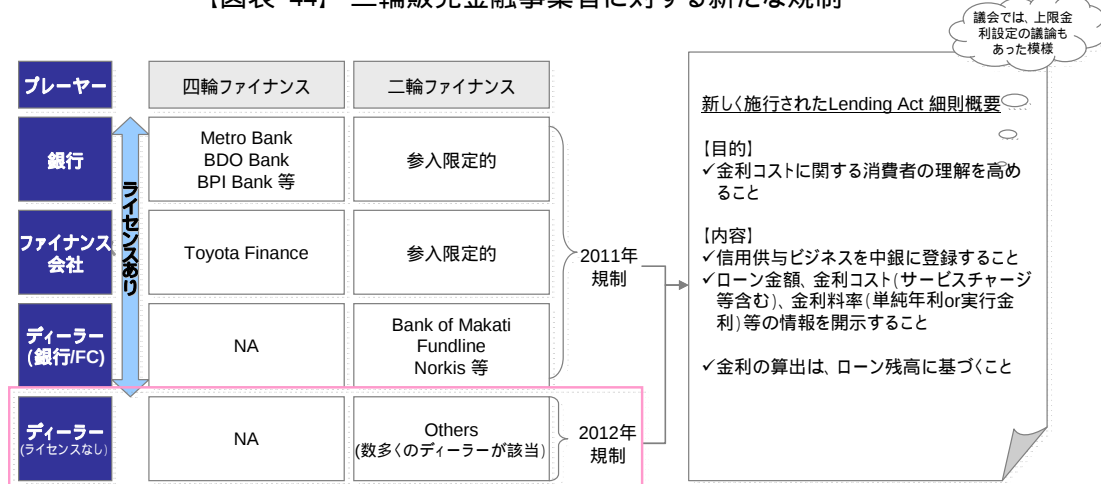


(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

二輪販売金融については少しずつ規制が強化中

こうした小売と金融の一体化による弊害(高金利)については当局でも議論になっており、金利コストを認識していない消費者が大部分を占めることから、2012年7月、消費者保護を目的に金融機関として登録をしていないディーラーについてもローン・割賦サービスを提供する場合は、中銀に登録し、消費者に対し、金利を明示することなどを求める法律が施行された。

【図表 44】 二輪販売金融事業者に対する新たな規制



(出所) Lending Act、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

## 規制

外資出資比率上限は 60%、地場パートナーが必須

フィリピンにおけるノンバンクには、準銀行ライセンスとファイナンスカンパニーの2種類あるが、いずれも外資出資比率の上限が原則 60%であることに留意する必要がある。日系企業がフィリピンで金融事業を行うには、最低 40%を出資してくれるパートナーが必要となるわけである。

【図表 45】 二輪販売金融事業者に対する新たな規制

|                 | 準銀行ライセンス                                                                                                 | ファイナンスカンパニーライセンス                                                                        | ライセンスなし<br>(小売業態がライセンスを取得せずファイナンスする場合)     |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 当局              | 中央銀行(BSP)からの<br>ライセンス取得                                                                                  | 証券取引委員会(SEC)*からの<br>ライセンス取得                                                             | 証券取引委員会(SEC)*への<br>登記のみ                    |
| 外資<br>出資比率制限    | 外資 60%まで<br>(議決権の40%以上はフィリピン人によって保有される必要あり)                                                              |                                                                                         | 外資100%まで                                   |
| 外資にかかる<br>最低資本金 | 約10億円<br>(PHP300 M)                                                                                      | 第1級都市(マニラ等): 約2,300万円(PHP10M)<br>その他: 約1,200万円(PHP 5M)<br>自治区: 約 600万円(PHP 2.5M)        | 約2.3億円超(250万ドル超)<br>(1店舗あたりの投資は約7,500万円以上) |
| 自己資本比率          | 10%以上                                                                                                    | 現状なし<br>(株主、レンダー数は19以下に限定)                                                              | NA                                         |
| 業務範囲            | 預金代替、ローン(対個人、対法人)、<br>リース、信託業務 等                                                                         | ローン(対個人、対法人)、リース 等                                                                      | ローン・割賦                                     |
| 取締役             | 取締役の過半数はフィリピン居住者である必要あり                                                                                  |                                                                                         |                                            |
| 企業事例            | Toyota Financial Services<br>Orix Metro Leasing & Finance<br>BPI Leasing<br>* 97年以降の新規ライセンス発行なし(申請がないため) | BDO Leasing,<br>Norkis Finance, Fundline,<br>Japan-PNB Leasing<br>Sumisho Motor Finance | 特に二輪ファイナンスに多い                              |

\*フィリピンにおいては、上場会社以外についても証券取引委員会への登録が必要(個人事業主の監督官庁は貿易産業省(DTI))

(出所) Lending Act、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

既に進出をしている日系企業の事業形態を見ると、ほとんどの企業が地場銀行との合併で進出している。フィリピンにおいては、独立系のノンバンクはほとんど存在しないため、銀行がパートナーとして選ばれ易い模様である。

また、フィリピンにおいては、国外からのグループ間ローンについては実質設備資金を用途とした借入れのみ認められている現状があるため、海外のグループ内資金を有効活用するには制限があることに留意する必要がある。

【図表 46】 既進出日系ノンバンク事業者及びパートナー

| 会社名                                       | 進出年度  | 主要業務           | 株主構成                                                           |
|-------------------------------------------|-------|----------------|----------------------------------------------------------------|
| ORIX METRO Leasing & Finance Corporation  | 1977年 | リース業、自動車リース、融資 | オリックスG 40%<br>Metro Bank Group 60%                             |
| ORIX Auto Leasing Philippines Corporation | 1989年 | 自動車リース         | オリックスG 40%<br>Metro Bank Group 60%                             |
| BOT LEASING AND FINANCE PHILIPPINES       | 1995年 | リース業           | 東銀リース 40%<br>アクラ投資会社関連会社 60% (設立時)                             |
| Japan-PNB Leasing & Finance Corporation   | 1998年 | リース業           | 興銀リース 10%<br>Philippine National Bank 90%                      |
| Toyota Financial Services                 | 2002年 | 自動車販売金融        | Toyota Financial Services 60%<br>Metro Bank Group 40%          |
| Sumisho Motor Finance                     | 2009年 | 二輪販売金融         | 住友商事G 50%<br>Philippine Savings Bank 50%<br>(Metro Bank Group) |
| Maxima Machineries Inc                    | 2011年 | 建機販売金融         | 丸紅 40%<br>Security Bank 60%                                    |

(出所) 各社 IR 資料等によりみずほ銀行産業調査部作成

#### フィリピンにおける販売金融市場事業展開余地

乗用車の事業展開は、顧客セグメントは中以下、初期費用を抑えたリースオプション提示、メーカー・ディーラーとのアライアンスを

フィリピンの自動車販売金融市場は、上述のとおり、フィリピン地場銀行が顧客を上手く囲い込んでいるため、ノンバンクの事業展開余地は限定的である。しかし、まだトヨタ以外の自動車メーカーはキャプティブを保有していないため、メーカー・ディーラーとの関係を上手く築き、動産担保設定費用のかからないリースオプションを上手く使いながら顧客に訴求することが出来れば、チャンスがあるかもしれない。

【図表 47】 事業展開可能性

| 1                                                                                                               | 顧客セグメント |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| ✓銀行の囲い込みがまだ完全にはできていない低~中クレジット層顧客(中古車)に対し、銀行よりも早い審査を実施(金利は若干高め)することにより顧客を獲得                                      |         |
| 2                                                                                                               | 手法      |
| ✓ローンでは、動産担保設定費用が必要だがリースでは必要なし。初期費用を抑えたリースオプションの提示で訴求できる可能性あり。さらに保険やメンテ等で付加価値向上可。                                |         |
| 3                                                                                                               | アライアンス  |
| ✓フィリピンの自動車マーケットにおける日系シェアは約75%程度*。キャブタイプのあるトヨタを除いても40%程度。<br>メーカーの販売戦略と密接に連動した販売キャンペーンを実施するなどメーカー・ディーラーとのアライアンスを |         |

\*商用車含む

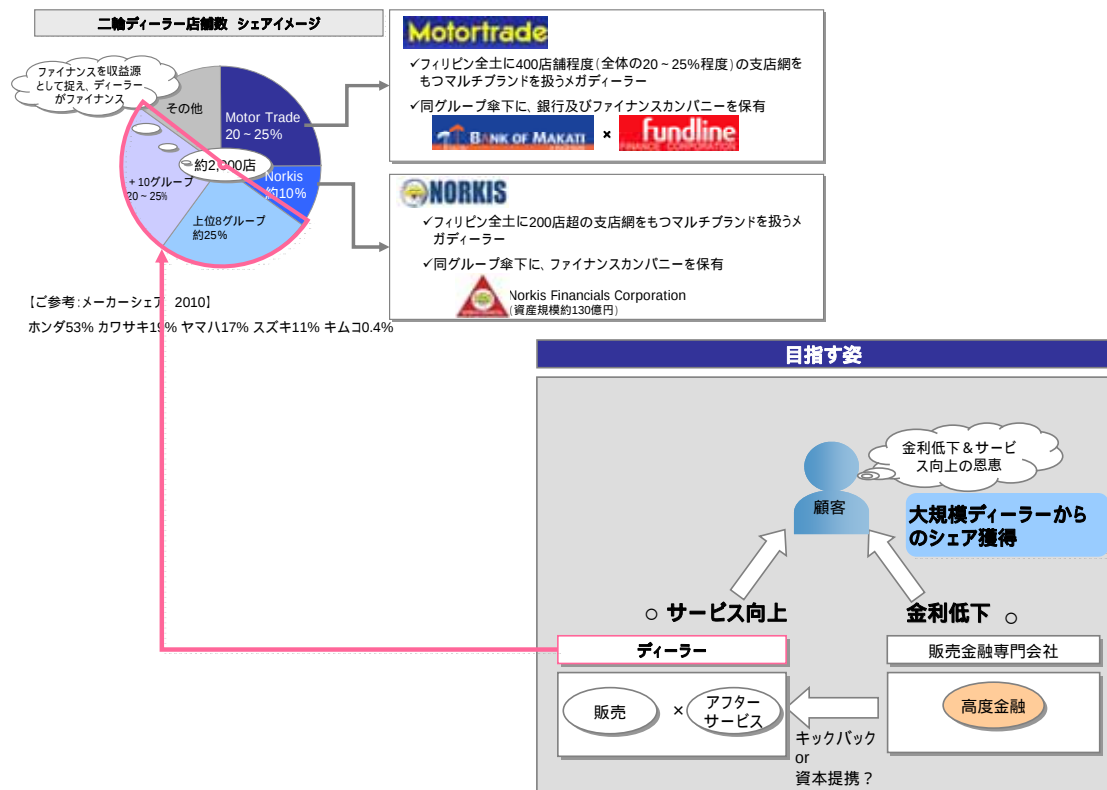
(出所)現地ヒアリング等よりみずほ銀行産業調査部作成

二輪車の販売金融は、中堅以下の資金余力に限界のあるディーラーから案件獲得を

二輪市場については、上述の通り、ディーラーがファイナンスを握っている状態であり、小売と金融が一体化している状況にある。現在のタイやインドネシアにおいては、ノンバンクが主たるファイナンスの提供者となっているが、30年程度前までは現在のフィリピンと同様にディーラーがファイナンスを提供していた。二輪車の販売台数が増加すると、ディーラーの資金が金融に回らなくなり、次第にディーラーは金融業務を手放していった。

今後、フィリピンでも同様に販売台数が増加してくると、中堅以下のディーラーは自身のバランスシートの拡大余力に限りがあるため、金融事業を手放す可能性も出てくるであろう。メーカーとしても、現状ディーラーの資金が金融に回っていることから十分なアフターサービスを提供できる状態ではないため、ディーラーが金融業務ではなく、アフターサービスの充実に注力するよう促したいと考えているようである。また、消費者の観点からも、不十分な審査・与信管理ノウハウに起因する金利高は好ましい状況でなく、先述の通り、金融機関を監督官庁である SEC 及び中銀は、こうした二輪販金市場の状況に懸念を示しており、2012 年にはディーラーによるファイナンスにもルールを設けたが、今後規制をより強化する可能性がある。

【図表 48】 二輪事業展開モデル



(出所)現地ヒアリング等よりみずほ銀行産業調査部作成

## 4. インド

## インドの販売金融市場の特徴

巨大市場のインド、ASEAN 各国と比較し、金利に敏感

インドは、約 12.5 億の世界第二位の人口を抱え、名目 GDP は既に世界第 10 位と ASEAN 諸国に比較して桁違いに大きく、ASEAN で最大のインドネシアの 2 倍以上になっている。1 人当たり GDP は未だ 1,500 ドル程度であるものの、2012 年の自動車販売台数は既に 370 万台、二輪は 1,380 万台に達しており、インド市場の潜在力はまさに莫大である。

インドの販売金融市場の特徴は、アジア諸国の中でも最も金利コストに対して敏感であるということであり、特に都市部においては地場銀行同士が激しい競争を繰り広げている。また、銀行があまり参入していない地域・顧客層においても、比較的規模の大きいノンバンクが存在し、独自の市場を形成している。

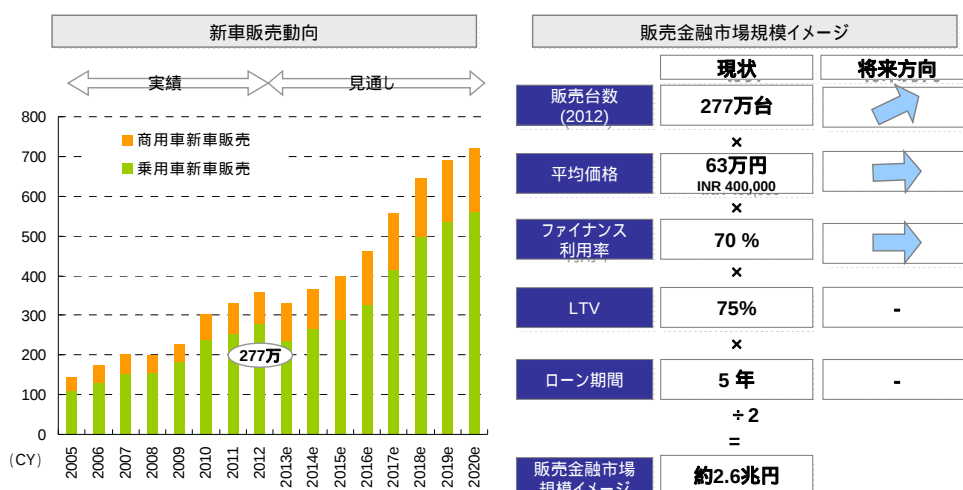
## 乗用車

## (ア) 市場規模

巨大な自動車市場なるも、自動車平均価格が低く、販売金融市場は、約 2.6 兆円

2012 年のインド自動車販売台数は約 370 万台に達し、うち乗用車は 277 万台と巨大な市場となっている。しかしながら、乗用車の平均価格は約 70 万円と極めて低く、アジア諸国の平均約 1/3 から半分程度である。したがって、ファイナンス利用率・LTV とともに高く、ファイナンス期間の平均も約 5 年と長いものの、販売金融市場は約 2.6 兆円と推計される。

【図表 49】 新車販売動向および販売金融市場規模推定



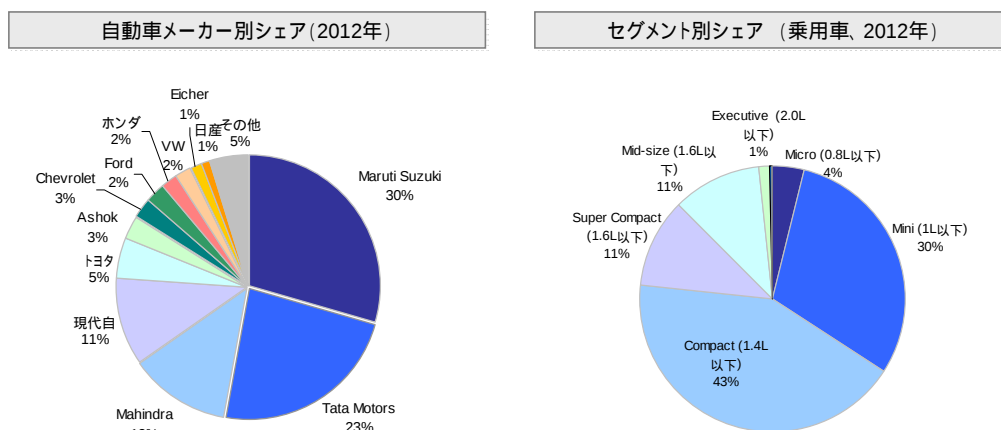
(出所) Fourin、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

現在不調の自動車市場も長期的な視点で見れば、強い成長が期待

2012 年以降、インドの経済成長は鈍化しており、これまでの 9%成長は達成できないとされているが、それでも今後 5 年間の GDP 成長率は 6%程度を維持する見込みである。インドの自動車市場も成長のスピードは鈍化すれども、高い成長を続ける見込みであり、販売金融市場の潜在成長性は高い。

また、インド自動車市場のメーカー別シェアを見ると、マルチスズキがトップで1/3のシェアを占めている一方、マルチスズキを除いた日系メーカーのプレゼンスは低い。セグメント別に見ると、小型車が約75%を占めており、乗用車平均価格が低い要因の一つとなっている。

【図表 50】 メーカー別およびセグメント別シェア



(出所)Fourin よりみずほ銀行産業調査部作成

#### (イ) プレーヤー

都市部では地場銀行が激しい競争。キャプティブの存在感はあまりなし

インドの自動車販売金融市場においては、特に都市部で地場銀行が激しい競争を繰り広げている。国営 State Bank of India、州立銀行、民間銀行がディーラー店舗に銀行員を送り込み、顧客獲得に励んでいる。特にその中でもプレゼンスの高さを誇っているのは国営 SBI や民間銀行の HDFC である。準都市部まで範囲を広げてみると、都市部に比べて銀行の存在感は薄れ、ノンバンクも一部事業展開しているものの、事業者数は限定的である。

尚、キャプティブも一応存在するが、積極的な事業展開はしていない模様である。トヨタ自動車など、グローバルに販売金融に力を入れているメーカーのシェアがあまり高くないことや、競争力のある金利を提示する銀行が十分に存在することが要因であろう。

【図表 51】 乗用車販売プレイヤー



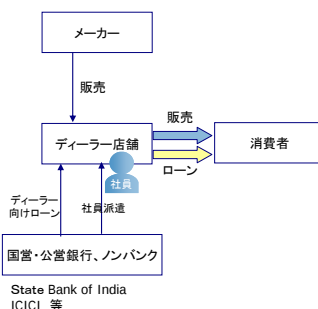
(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

(ウ) オペレーション

地場銀行がディーラーに従業員を送りこみ、顧客確保。金利は 12～15%とスプレッドは他国比小さい

上述の通り、都市部のディーラーでは銀行員がディーラーにカウンターを構える、もしくはバックオフィスに常駐して積極的な営業を展開している。審査においては、現場確認も為されるが、信用情報機関(CIBIL)も比較的積極的に活用されているようである。一部有力プレーヤーではスコアリングモデルを活用して効率化が図られている。また、現場確認においては、その他アジア諸国には見られなかった特徴としてアウトソースするケースが散見された。さらに差押さえにおいても原則サービサーが活用されるようであり、オペレーションの過程で比較的外注が活用されている。但し、地方部を中心としたプレーヤーはアウトソースをせずに自社内で現場確認及び回収を実施する事業者もあり、都市部と地方部にオペレーションに差異がある模様である。調査当時に政策金利が 6%で、提供金利は 12%から 15%であった。

【図表 52】 都市部銀行による顧客獲得方法



(出所) 現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

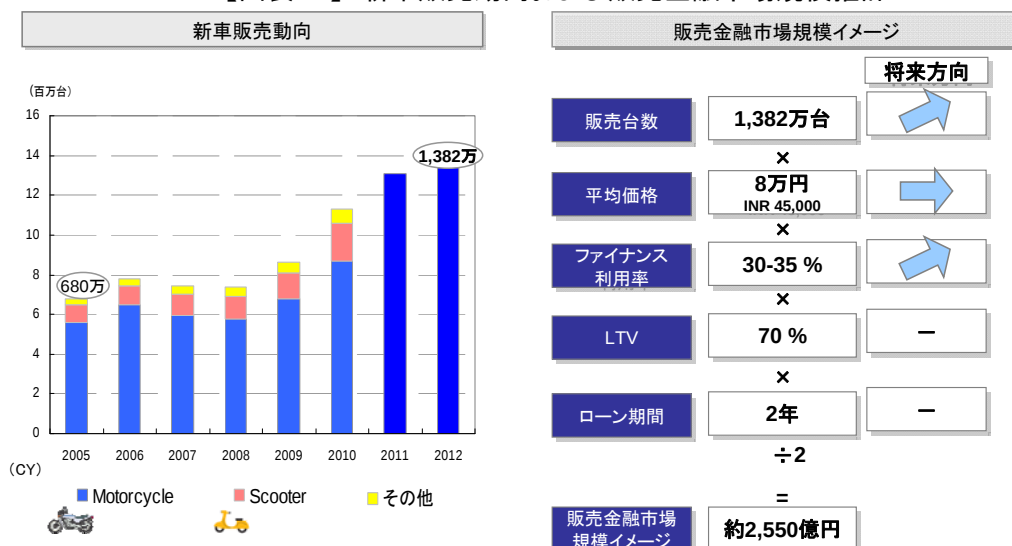
③ 二輪車

(ア) 市場規模

インド二輪車市場は巨大なるもファイナンス利用率低く、販売金融市場は約 2,600 億円

インドの二輪車市場は 2012 年に 1,380 万台の販売台数を記録し、ついに中国を抜き、世界最大の市場となった。しかし、平均価格は約 8 万円程度と低く、ファイナンス利用率は 30-35%程度と低いため販売金融市場規模は約 2,600 億円と中規模に留まっている。

【図表 53】 新車販売動向および販売金融市場規模推計



(出所) Fourin、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

メーカーシェアは、合併解消後、ホンダが猛追

インドの二輪車市場をメーカー別に見てみると、1984年にホンダが地場ヒーローと組んで設立したヒーローが非常に強く、43%のシェアを握っている。ホンダは2011年にヒーローとの合併を解消しており、1999年設立の全額出資子会社の2012年販売台数は約250万台、シェア18.3%と現在は第3位である。しかし、ホンダはシェア1位獲得に向け、猛追している状況であり、2011年にはシェア4位であったが、2012年3月から2013年3月までの1年間でみれば、バジャジョートを抜いてシェア2位に浮上した。尚、スズキとヤマハのシェアは現在それぞれ3%、2.5%に留まっている。

二輪車市場は農村部を中心に強い成長が期待。ファイナンス利用率も上昇余地あり

これまで急拡大を続けてきたインドの二輪車販売市場は、農村部の公共交通網の整備の遅れから、農村部を中心に今後も拡大していく見込みであり、ホンダは2020年頃には3,000万台に伸びる可能性があるとして予測している。また現在のファイナンス利用率は30-35%であるが、過去にICICI銀行が積極的に二輪車にファイナンスを提供していた頃は、利用率が60%あり、今後もう少し上昇する可能性があるとしている。

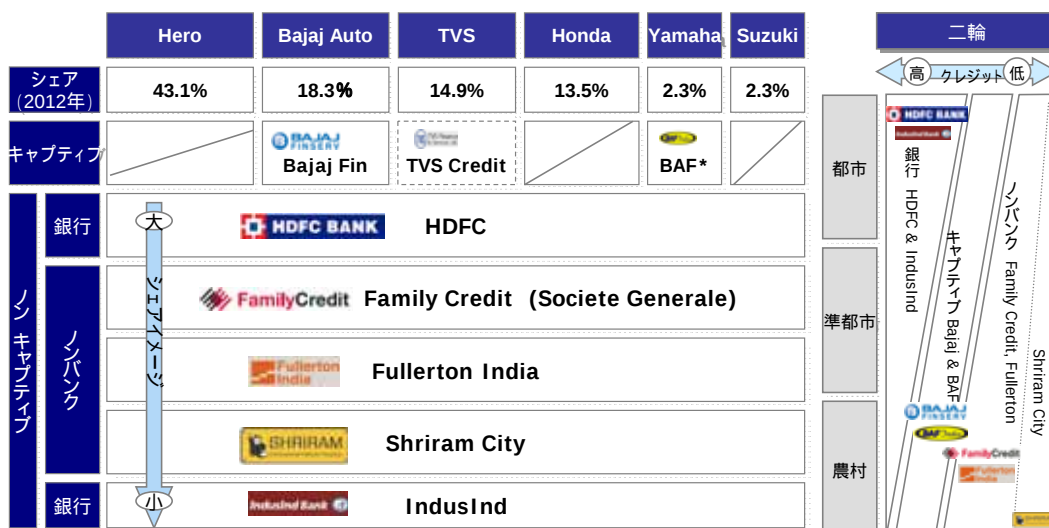
#### (イ) プレーヤー

銀行・キャプティブ、ノンバンクが展開。銀行は、都市部を中心とした展開

二輪車販売金融市場の主要事業者は二輪車市場シェア3位のBajajのキャプティブであるBajaj Finance、地場銀行のHDFCやSociete Generaleのノンバンク子会社であるFamily Credit、Fullerton India、Shriram City等である。うち銀行は基本的に都市部を中心とした展開であり、今後の二輪車販売の伸びが農村部中心であることに鑑みると、今後シェアを伸ばすのは銀行ではなく、農村部に強みのあるShriramのようなノンバンクである可能性が高い。

尚、上述の通り、一時期大手銀行であるICICIが積極的に二輪車ローンを提供していたが、過度の貸倒れ比率を理由に撤退した経緯がある。

【図表 54】 主要プレーヤー

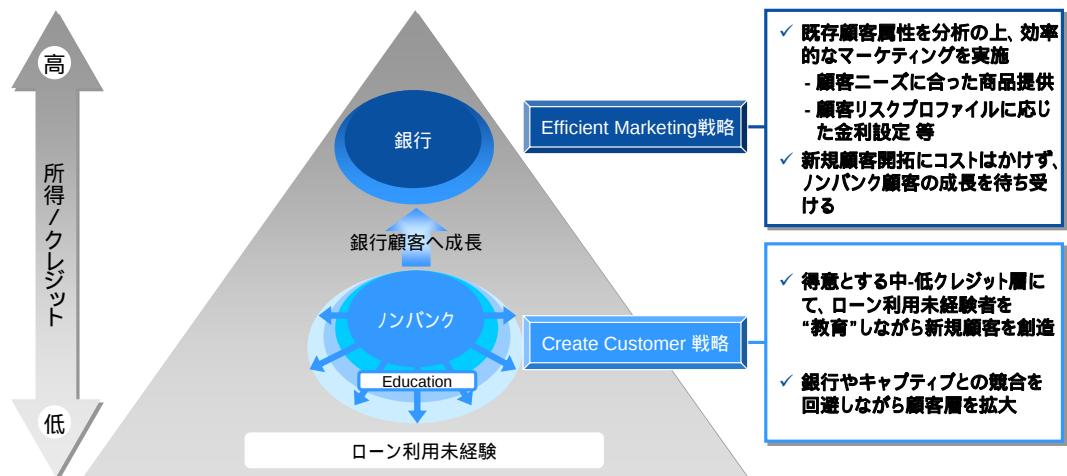


(ウ) オペレーション

銀行は既存顧客に直接アプローチする一方、ノンバンクは、金融教育を顧客に施しながら営業

顧客獲得方法については、銀行は既存顧客に直接アプローチする一方でディーラーにローンを提供することにより、ディーラーと良好な関係を構築し、顧客を紹介してもらっている。一方、ノンバンクについてはディーラーに自社カウンターを設置して顧客獲得に励む事業者もいれば、ローン未経験者に対してローン教育をしながら地道に顧客獲得をする事業者もいる。審査については乗用車と同様に信用情報機関(CIBIL)を活用しながら、現場確認をアウトソースする方法が一般的(銀行の既存顧客は除く)であり、審査にかかる時間は1日~2日といったところである。差し押さえについては都市部を中心としたプレーヤーはアウトソースすることが多く、準都市部から農村部を中心としたプレーヤーはアウトソースせずに自社で実施している模様である。

【図表 55】 オペレーションの差異



(出所) 現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

金利は 23-27%と ASEAN 諸国比低い。  
インドは国外借入の制限が厳しく、国外調達は困難

金利は 23%-27%程度と、自動車の金利との差を比較すると他のアジア諸国比最も金利差が小さい。

またインドの為替管理規制は厳しく、親子ローンを含む国外借入に規制があり、製造業の設備投資・インフラ投資以外海外借入は不可能であるため、ノンバンクは親会社等からの借入れが出来ない点に留意する必要がある。

## 規制

ノンバンクの規制は強化中。新規ライセンスの取得は容易ではない。パートナーなしでは最低資本金の負担も大きい。

インドで販売金融事業を展開するには、ノンバンクライセンスの取得が必要となる。外資出資比率は上限 100%まで認められているが、出資比率に応じて最低資本金が規定されており、出資比率 75%以上であると USD5,000 万と資金負担は重い。一方、外資が出資する場合の最低出資比率も 15%と規定されている。ノンバンクの監督官庁はインド中央銀行である RBI であり、現在ノンバンクに対する規制は強化の方向にある。RBI に登録されているノンバンクの社数は 2002 年以降減少傾向であり、新たなライセンス取得は容易でないとされる。

【図表 56】 ノンバンク最低資本金とノンバンク数推移

## ◆最低資本金

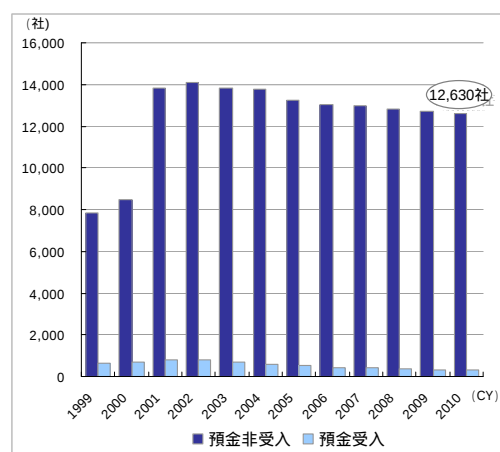
外資出資比率100%まで認可されるものの、以下出資比率にもとづく最低資本金要件を満たす必要あり

| 出資比率       | 最低資本金                                     |
|------------|-------------------------------------------|
| 51%以下      | USD 50万 (即時一括)                            |
| 51%超～75%以下 | USD 500万 (即時一括)                           |
| 75%超       | USD 5,000万<br>(750万ドル; 即時一括、全額を24ヶ月以内に投資) |

## ◆最低自己資本比率

| カテゴリー | 自己資本比率 |
|-------|--------|
| NBFC  | 15%    |

## インドノンバンク社数



(出所)インド中央銀行資料よりみずほ銀行産業調査部作成

## インドにおける事業展開余地

巨大なインド市場は今後も強い市場が期待。銀行の攻勢が激しく、ノンバンクにとっては準都市部・農村部が主戦場か

インドは世界第2位の人口を抱え、1人当たりGDPが1,300ドル程度しかない。現在も自動車販売台数は370万台、二輪車は1,380万台に達し、その販売金融市場もそれぞれ2.6兆円、2,600億円となっている。2012年以降、インドの経済成長は鈍化しており、これまでの9%成長は達成できないと言われていたが、それでも今後5年間の成長率は6%程度が見込まれており、それぞれ乗用車市場・二輪車市場の高い伸びも期待されている。

但し、これまで見てきたとおり、特に都市部は銀行の攻勢が激しく、ノンバンクとして事業展開余地があるのは、準都市部から農村部であると考えられる。どのアジアの国にも言えることではあるが、特にインドにおける特徴として、都市部を中心としたプレーヤーと地方を中心としたプレーヤーでオペレーションに差異がある。都市部では、銀行を中心とした事業者が、顧客獲得、審査、差し押さえでアウトソースを比較的積極的に使っている一方、準都市部・農村部では、ノンバンクがより地元に着目しながら全てをインハウスで実施する

傾向が見てとれた。従って、市場参入のポイントとして、都市部では銀行との熾烈な競争が想定されるため、調達コストがポイントとなる一方、準都市部・農村部では地方へのネットワーク、独自の審査・回収ノウハウが重要となるため、リスクの低減が課題となり、ノウハウを持つパートナーとの提携が重要になってくるものと考えられる。

【図表 57】 都市地方型のオペレーション差異

|         |            | 都市型                            | 地方型                                                                   |
|---------|------------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| オペレーション | 顧客獲得       | ディーラ網/DSA (Direct Sales Agent) | 顧客コミュニティ密着                                                            |
|         | 審査         | 定量モデルチェック/CIBIL活用              | 風評・定性判断                                                               |
|         | 債権管理       | 延滞管理 (日数ベース)                   | 顧客訪問による定性チェック                                                         |
|         | 回収 (返済)    | ECS/ Post Dated Check*         | 現金                                                                    |
|         | 差押え        | アウトソース (地域毎のサービサー)             | 自社従業員 (一部アウトソース)                                                      |
|         | 市場参入時のポイント | 銀行との熾烈な競争<br>→ 調達コストがポイントに     | 地方へのネットワーク、独自の審査・回収ノウハウがポイント<br>→ リスクの低減が課題に<br>→ ノウハウを持つパートナーとの提携が重要 |

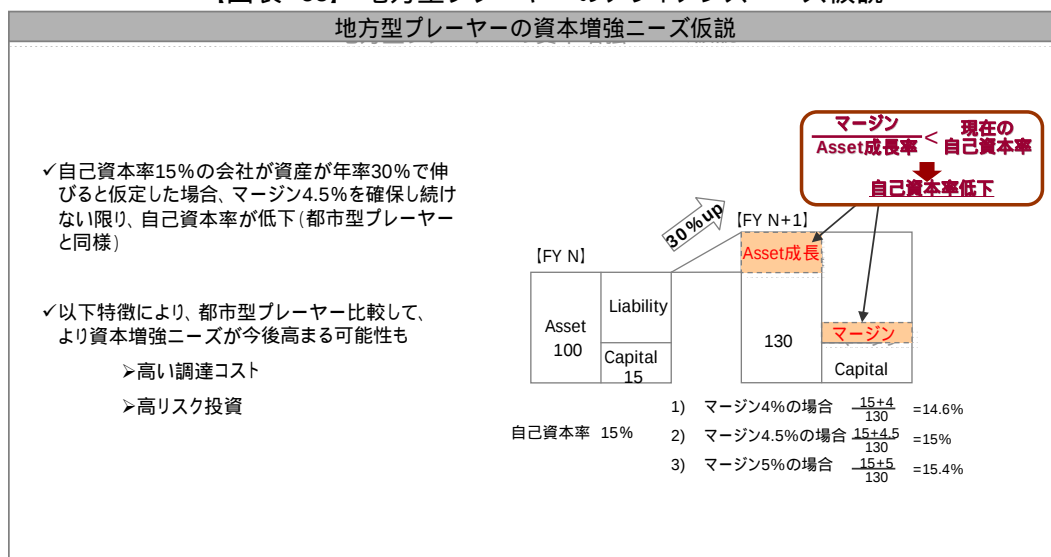
(出所) 現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

(注) 先日付小切手

日系企業の資本力と低い調達コストを武器にアライアンス戦略を

上述の通り、インドにおいては地場事業者との提携がポイントとなる可能性が高く、パートナーを見つける必要がある。インドのノンバンクのアセットは、販売金融のニーズ拡大に伴い、成長中であり、それに伴い、最低自己資本率を保持するためにも資本増強ニーズがあるプレーヤーがいる可能性がある。また、日系企業の信用力を活用した調達コストの低さを武器に既存ノンバンクプレーヤーに対しアライアンスを提案していくことになるであろう。

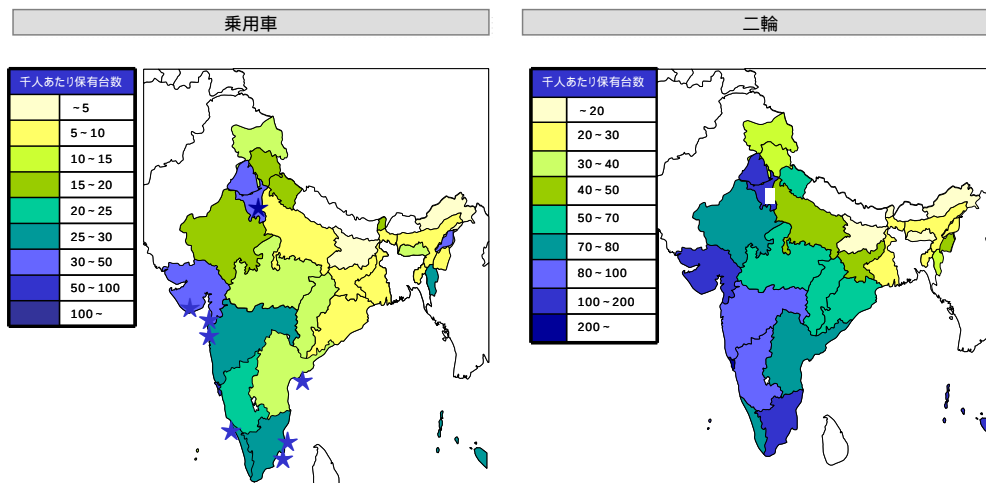
【図表 58】 地方型プレーヤーのアライアンスニーズ仮説



(出所) 現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

また、インドへの事業展開においてどの業種にも共通する課題となるのが、国土の広いインドのどの地域から攻めるべきかということであるが、まずはインドの乗用車・二輪車の保有率の高い西部から事業展開をするのが現実的な選択肢となるのであろう。

【図表 59】 州別自動車保有率



(出所) Road Transport Book, インド統計局データよりみずほ銀行産業調査部作成

(注) 保有台数は 2009 年、人口は 2010 年のデータを使用

## 5. ベトナム

## ① ベトナムの販売金融市場の特徴

経済不調が続くベトナム。但し、販売金融は黎明期であり、長期的には成長が見込まれる

ベトナムは 2008 年の世界金融危機以降、米欧への輸出落ち込みと国内の深刻なインフレと経常赤字抑制のための金融引き締めが続いたこと等により、経済の不調が続いている。特に 2011 年、2012 年には国内金融機関からの貸出を規制する総量規制が導入され、ノンバンク事業者を含む地場の金融機関に大きな影響を及ぼした。2013 年現在においても、経済回復の兆しは弱く、また新規のノンバンクライセンス取得は非常に困難なのが現状である。

しかしながら、ベトナムは、約 8,500 万人の人口を抱え、1 人当り GDP はまだ 1,300 ドルと低く、今後の成長が期待されている。現状のベトナムの販売金融は、まだ黎明期にある。消費財を購入する際にファイナンスを利用する習慣が根付いておらず、ファイナンス利用率は乗用車で 30%程度、二輪車で 15%程度とかなり低く、市場は確立されていない。先行者として市場に参入することが出来るチャンスがまだ残っていると考えられる。

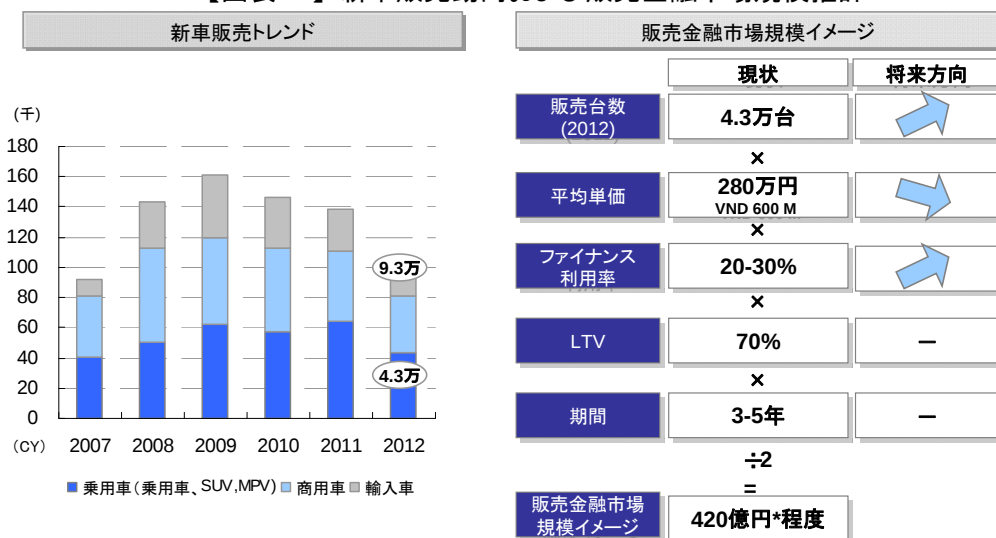
## ② 乗用車

## (ア) 市場規模

自動車販売台数は 10 万台未満、ファイナンス利用率も低く、市場規模は 500 億円未満

ベトナムにおける 2012 年の自動車販売台数は約 9.3 万台、うち乗用車は 4.3 万台に留まった。乗用車の平均価格は約 280 万円と非常に高い一方、ファイナンス利用率が 30%程度と低く、またファイナンス期間も短いため、販売金融市場規模は約 420 億円程度と推計される。ノンバンクは規制上、ライセンス申請時に業務の対象を個人顧客か法人顧客かのいずれかに絞る必要があり、法人・個人の双方を顧客とすることが出来ない。一方、ベトナムにおいては法人名義での乗用車購入が現在半数程度を占めるため、個人顧客を業務対象とするノンバンクにとって実質の市場規模は約半分になってしまう点に留意する必要がある。

【図表 60】新車販売動向および販売金融市場規模推計



(出所) VAMA 資料、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

(注) 乗用車の半分程度は法人名義であるため、規制上の制約によりノンバンクにとっての市場規模は約半分に

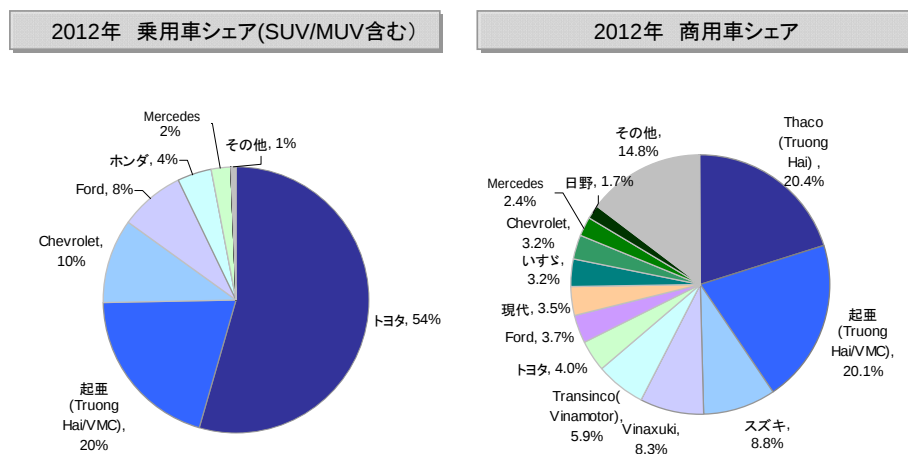
現在のベトナムの乗用車販売金融市場規模は約 420 億円程度と非常に小さいが、今後の乗用車市場の成長性に加え、ファイナンス利用率及びファイナンス期間、LTV の上昇余地もあるため、ベトナム販売金融市場の成長の潜在性は高い。

政府は、構造的な貿易赤字の問題で、具体的な自動車産業育成計画を打ち出せずにいるが、育成の意欲を見せ始めている

過去数年間、ベトナムの新車販売台数は 14 万台程度で推移してきたが、2012 年の自動車販売台数は、景気後退の影響及び政府が渋滞・環境対策のために打ち出した自動車登録料等の引き上げの影響を受け、前年比 37% 減の 9.3 万台と大幅に落ち込んだ。しかし、国内業界団体の要請を受け、ベトナム商工省は、自動車登録料の引き下げを決定し、自動車販売動向は既に回復の兆しを見せている。ベトナム政府は、構造的な貿易赤字の問題などから、具体的な自動車産業育成計画を打ち出せないでいるものの、2013 年 1 月～3 月に政府は「2020 年までの自動車産業発展戦略及びマスタープラン」を作成し、国内自動車産業の育成の意欲を示している。車輛保有台数に関する計画についても発表しており、2020 年までに現在約 150 万台の保有台数を 2 倍以上の 320～350 万台程度にすることを目標としている。また、現在ベトナムにおける乗用車の平均価格は 280 万円度とかなり高く、その理由の一つとして輸入関税の高さが挙げられるが、ベトナムは AFTA に加盟しており、2018 年までに AFTA 内の関税はゼロになる予定である。予定通りに行けば、ベトナムにおける自動車価格が引き下がる可能性もある。

メーカー別シェアを見てみると、SUV/MUV を含む乗用車ではトヨタが圧倒的に強く、シェアの半数を占めているが、その他日系メーカーの存在感は大きくない。

【図表 61】 メーカー別シェア



(出所) Fourin よりみずほ銀行産業調査部作成

#### (イ) プレーヤー

複数の地場銀行が、主要プレーヤーに

乗用車の販売金融の利用率は 30%程度と低い中、そのうち多くは銀行が供給主体となっている。供給銀行は、民間銀行に加えて、国営銀行、外資系銀行と事業者数は多いが、Tier 1 とされる Techcombank、Sacombank もマーケットシェアの 10%も確保できていない。ノンバンク事業者についてはトヨタファイナンスの 1 社である。規制上、ノンバンクは法人顧客もしくは個人顧客の片

方にしかサービスを提供できないため、トヨタファイナンスは個人顧客にのみ販売金融を提供している。

【図表 62】 主要プレイヤー

|    |                                                                                                   |                                                                                                                                       |                                                                                               |                            |                     |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------|
| 銀行 | 民間                                                                                                |  <b>Techcombank</b>                                  | Tier 1                                                                                        | 約20社以上<br>がプレイヤー<br>として存在。 |                     |
|    |                                                                                                   |  <b>SacomBank</b>                                    |                                                                                               |                            |                     |
|    |                                                                                                   |  <b>VP Bank</b>                                      |                                                                                               |                            |                     |
|    |                                                                                                   |  <b>Military Bank</b>                                | Tier 2                                                                                        |                            |                     |
|    |  <b>BIDV</b>     |                                                                                                                                       |                                                                                               |                            |                     |
|    |  <b>Agribank</b> |                                                                                                                                       |                                                                                               |                            |                     |
|    | 国営                                                                                                | :                                                                                                                                     |                                                                                               |                            |                     |
|    |                                                                                                   | 外資                                                                                                                                    |  <b>ANZ</b>  |                            | 高クレジット客が主な<br>ターゲット |
|    |                                                                                                   |                                                                                                                                       |  <b>HSBC</b> |                            |                     |
|    | ノンバンク                                                                                             |  <b>Toyota Financial Services</b><br>(トヨタファイナンス100%) | トヨタキャブティブ<br>但し、個人客のみ                                                                         |                            |                     |

(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

## (ウ) オペレーション

審査方法は確立されておらず、現場確認もケースバイケースでの実施。但し、貸倒れはほとんどなし

銀行群はディーラーに従業員を派遣することはほとんどなく、基本的にはディーラー販売員からの紹介に応じて都度顧客獲得をしている。

審査方法は確立されておらず、現場確認を実施せずに個人的な人脈により判断されるケースが多い模様であり、審査時間は数時間から1週間程度と差が大きい。ベトナムには中銀傘下に信用情報機関(CIC)が存在し、全ての信用機関の加盟が義務付けられているものの、CICの信頼はあまり高くなく、利用は進んでいない。

しかし、不良債権化する比率は低く、各行差押えまで実施した実績がほとんどないようである。ベトナムにおいては中古車の値崩れが小さく<sup>10</sup>、顧客が、支払い継続は不可能であると判断した場合は、自ら車を売却して現金にて支払いを実施するようである。

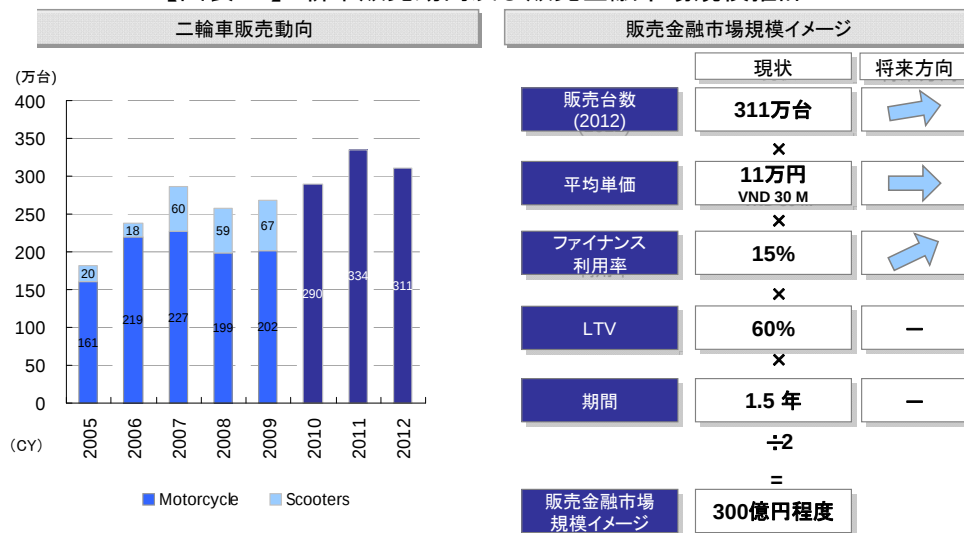
<sup>10</sup> ドン安効果を除いたUSD建てでも3年落ちで10%から20%程度下落である。中古車市場は確立されておらず、現在は新聞の広告欄を通じ相対取引が主流である様子だ。従って、如何に高く売れるかは、売り手のモチベーションに因るところも大きく、銀行が差し押えをして売却するよりも、ユーザーの方が高く売却できると考えられている。

③ 二輪車  
(ア) 市場規模

300 万台超の販売台数も、ファイナンス利用率低く、市場規模は 300 億円程度

ベトナムの 2012 年の二輪車販売台数は前年比 7%減の 311 万台であった。ファイナンス利用率は乗用車以上に低く、15%-30%程度である。LTV も 60%と低い上に期間も 1.5 年<sup>11</sup>と短いことから、推計販売金融市場は約 300 億円程度と非常に小さい。

【図表 63】新車販売動向及び販売金融市場規模推計

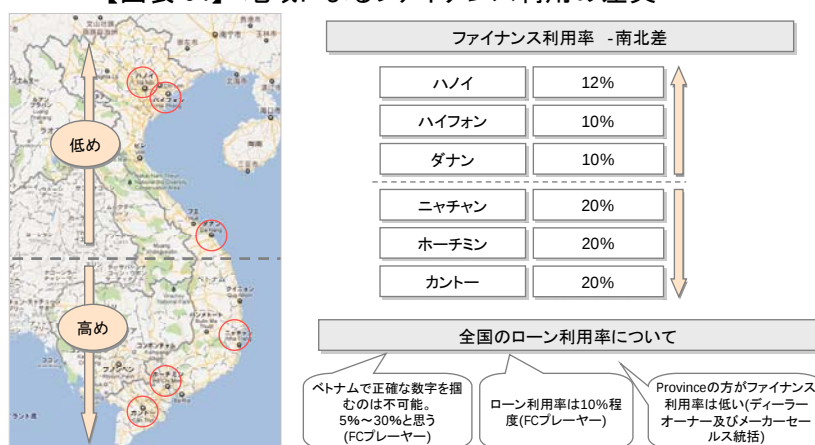


(出所)Fourin、NNA、現地報道、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

ファイナンス利用率、ファイナンス期間の上昇による市場拡大が期待

現在の市場規模は非常に小さいが、ファイナンス利用率及びファイナンス期間、LTV の上昇余地を考慮すれば、ベトナム販売金融市場の成長の潜在性はある。二輪車市場そのものの普及率は 3 人に 1 台とかなり高くなっており、市場の成熟化が議論され始めているものの、ベトナムはバイクが好まれる特殊な市場とされており(インドネシアより二輪と四輪の価格差もかなり大きい)地方を中心にまだ成長の余地があると見られている。

【図表 64】地域によるファイナンス利用の差異



(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

<sup>11</sup> 2012 年 2 月の現地調査時点の数値を利用

## (イ) プレーヤー

外資ノンバンクや地場銀行が主要プレーヤー。近年、その他地場銀行も参入している模様

二輪車の販売金融供給者は外資ノンバンクと地場銀行などである。数年前までは外資ノンバンクのみが二輪ファイナンスを供給していたが、近年地場銀行 VP Bank が参入してシェアを伸ばす一方、主要プレーヤーであった Societe Generale が実質撤退するなど事業者の入れ替わりが激しい。直近2年間では、以下プレーヤーに加え、多くの地場銀行が参入している模様である。

【図表 65】 主要プレーヤー

|             |            | ホンダ                   | ヤマハ                 | スズキ            |
|-------------|------------|-----------------------|---------------------|----------------|
| マーケット規模     | 販売台数(2010) | 200万台程度<br>(シェア65%)   | 100万台程度<br>(シェア33%) | 3万台<br>(シェア2%) |
|             | ディーラー      | 600店程度                | 500店程度              | 120店程度         |
| ファイナンスプレーヤー | Tier 1     | PPF                   |                     |                |
|             |            | VP Bank               |                     |                |
|             | Tier 2     | Viet Money            |                     |                |
|             |            | Prudential            |                     |                |
|             | 撤退決定?      | SGVF Societe Generale |                     |                |

(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

## (ウ) オペレーション

無審査的審査で金利は40%超

二輪車販売金融のオペレーションの特徴は、審査が簡易で金利が非常に高いことである。当然ながら個人の信用力を審査出来るような給与証明を入手することは、ほとんどのケースで困難であり、他国で見られた現場確認も原則ない。審査時間は15分から半日と極端に短く、実質審査をしていないも同然の状況である。一方、支払い遅延・貸倒れが多いためか、金利は非常に高く実質金利は45%から70%<sup>12</sup>となっている。回収においてはサービサーが活用され、過度な取立てが問題になることもある。

【図表 66】 他国とのオペレーション比較

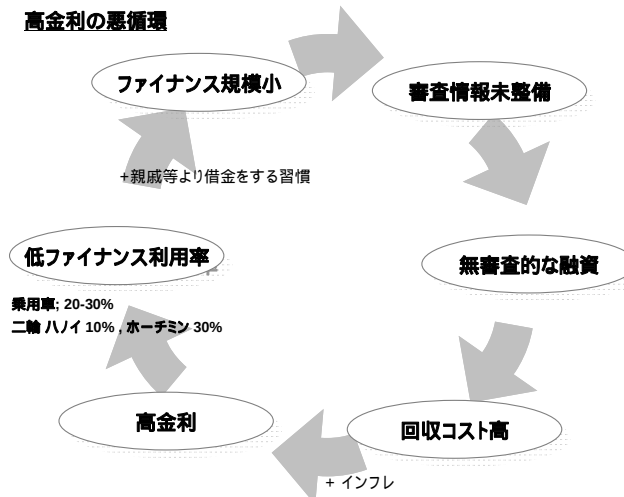
|          | ベトナム                 | インドネシア             | インド                  | ベトナム四輪                      |
|----------|----------------------|--------------------|----------------------|-----------------------------|
| 主要プレーヤー  | 外資系ファイナンス会社<br>+地場銀行 | 外資ノンバンク<br>地場ノンバンク | 地場銀行<br>ノンバンク外資ノンバンク | 地場銀行                        |
| 単価       | 11万円程度               | 11.5万円程度           | 7.5万円程度              | 225万円程度                     |
| 営業       | ディーラー店舗へのカウンター設置     | ディーラーからの電話         | ディーラーからの電話           | ディーラーからの電話<br>(TFSはカウンター設置) |
| 信用情報機関照会 | 無                    | 無                  | あり                   | 一部あり                        |
| 現場確認     | 無                    | あり                 | あり                   | 一部あり                        |
| 審査時間     | 15分 - 半日             | 1~3日               | 1日 - 2日              | 数時間-3日程度                    |
| 金利       | 45%-70%              | 30%-35%            | 23%-27%              | 22%程度<br>(18%-25%)          |
| 乗用車との金利差 | 20%-52%              | 15%-25%            | 10% - 15%            |                             |

(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

<sup>12</sup> 2012 年時点

ベトナムにおいては信用情報機関等審査に必要な情報インフラが未整備であることから、ほぼ無審査で融資が実行されているため、コストが高くなり、その結果として高金利になっている。このように金利が高止まりしていることもファイナンス利用率が低い大きな要因になっており、販売金融市場規模が小さく、審査情報の整備は進まないという悪循環になっていると推測される。

【図表 67】 高金利の悪循環



(出所) 現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

## 規制

ライセンス取得は条件が厳しくかなり困難

ベトナムにおける販売金融事業者の監督官庁は中央銀行 (SBV) であるが、販売金融事業者としてのライセンス取得は困難とされている。数多くのライセンス申請者が存在するとされているが、近年の新規発行実績はほぼゼロであり、ベトナム進出を検討している日系ノンバンク事業者もまずは駐在員事務所やその他の形態で拠点を設立するケースが出てきている。

【図表 68】 近年の日系企業による拠点設立の動向

| 企業名     | 時期       | 概要                 |
|---------|----------|--------------------|
| クレディセゾン | 2012年06月 | ハノイに駐在員事務所設立       |
|         | 2012年04月 | コンサルティング事業の現地法人を設立 |
| 日立キャピタル | 2012年11月 | ホーチミンに駐在員事務所設立     |

(出所) 各社報道資料よりみずほ銀行産業調査部作成

販売金融事業者としてのライセンスの種類は原則、対個人の Finance Company と対法人の Finance Leasing Company のいずれかを選ぶ必要があり、最低資本金等の条件は異なる。

Finance Company においては、規定上の最低資本金は約 20 億円程度と負担が重く、また実際の申請時には更なる上乗せを求められるケースがあるようである。最低資本金に関する条件以外にも、親会社についても本国で金融ライセンスを保有していることや、申請の前年度の総資産が 100 億ドル以上であることと等の規定があり、条件は厳しい。

【図表 69】 規制概要

|         | ファイナンス会社<br>(Finance Company)                                                                                                                                                                                                             | リース会社<br>(Financial Leasing Company) | 小売事業者/小売ライセンス<br>(Sales Company) |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| 監督当局    | ベトナム国家銀行(SBV)                                                                                                                                                                                                                             |                                      | 産業・貿易省(MOIT)                     |
| 主たる根拠法  | 金融機関法                                                                                                                                                                                                                                     | 金融機関法                                | 商法                               |
| 許可される業務 | 消費者向けファイナンス<br>(B to Bは不可)                                                                                                                                                                                                                | ファイナンスリース・オペレーティングリース                | ●(小売業による) 割賦販売<br>●仕入・販売業        |
| 最低資本金   | 5,000億ドン(約20億円)<br>2010年末3,000億ドンから引上                                                                                                                                                                                                     | 1,500億ドン(約6億円)<br>2010年末1,000億ドンから引上 |                                  |
| 外資規制    | <ul style="list-style-type: none"> <li>●100%外資での設立可能。母国でライセンス取得していること</li> <li>●ベトナムでのファイナンスリース事業を本国の当局から認可されていること</li> <li>●設立申請書類を提出する前年度の総資産が100億ドル以上であること(ベトナムと本国間の協定に別段の規定がある場合を除く)</li> <li>●法人からの預金受入(期間1年以上の定期預金に限り)可能</li> </ul> |                                      |                                  |
| その他     | <ul style="list-style-type: none"> <li>●担保登録; 四輪、二輪共に担保登録制度あり。但し、担保を取得する場合、中銀への報告義務が発生する他、実務的にも執行がスムーズにいかないケースも多い模様</li> <li>●金利を制限する法律は現在なし(実質機能せず同規制は撤廃された経緯あり)</li> <li>●現在総量規制により、総資産の成長に規制あり</li> </ul>                              |                                      |                                  |

(出所)JETRO、ベトナム中央銀行資料、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

## ベトナムにおける事業展開余地

金融サービス自体が普及するにつれ、販売金融の利用も上昇することが見込まれる

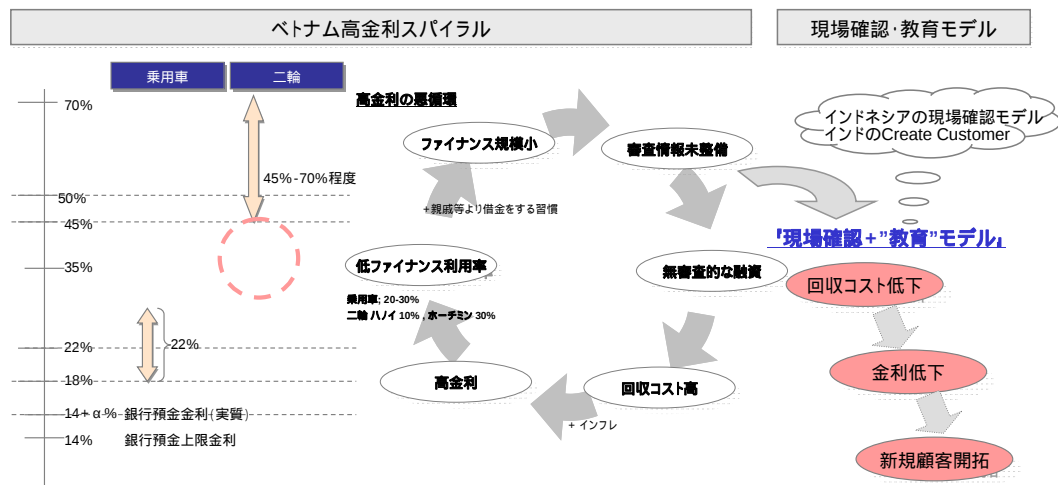
ベトナムにおいては、金融サービスが普及しておらず、販売金融の利用率が低く、現状販売金融市場は非常に小さい。ベトナムの人々は銀行や自国通貨を信頼しておらず、銀行口座保有比率は17%程度と低い。但し、ハノイやホーチミンでは貯蓄手段として預金を利用する人の比率が10年で倍増するなど金融サービスの普及は確実に進んでおり、今後販売金融の利用率も徐々に上昇していくものと思われる。

乗用車市場については、現状市場規模が非常に小さいという課題がある。そもそもの乗用車販売台数が伸び悩んでいる上、前述の通り、ノンバンクは原則個人顧客のみが事業対象となる規制上のハンデを負っているため、販売金融の対象となる市場規模は更に小さくなる。それにもかかわらず、このマーケットの中に民間・国営・外資系銀行と多くの競合が存在している状況にあり、現状の事業展開余地は限定的であると言わざるを得ないであろう。但し、ノンバンクは現状トヨタファイナンスのみであるため、今後の銀行群の動向によっては、市場規模拡大に伴い、事業展開余地が大きくなる可能性はある。

二輪市場は、現場確認モデルと教育をモデルの導入を

二輪市場については、市場規模は小さく、現状無審査・高金利のオペレーションを実施しているため、販売金融の利用が進んでいない。しかし、インドネシア型の現場確認とインド型の教育モデルを組み合わせたビジネスモデルを新たに展開することにより、自ら市場を開拓し、販売金融の利用率を上げていくことが可能かもしれない。現在、二輪の販売金融事業者は審査を実施していないも同然であり、回収コストが高くなっているが、同じく審査に必要な情報が乏しいインドネシアにおいては現場確認を中心とした審査を実施しており、金利が抑えられている。ベトナムにおいては、そもそもファイナンスに関する知識が一般的に低いいため、ファイナンス利用のメリットと金利コストに関する教育をしながら現場確認モデルに移行させていければ、自ら市場を切り拓くことが出来る可能性がある。

【図表 70】 事業展開モデル



一方、上述の通り、ベトナムにおいて新規ノンバンクライセンスの取得は非常に困難とされており、既に展開を計画している複数企業が苦勞をしているという点については留意する必要がある。

増加する銀行への出資の機会も検討の俎上へ

尚、ベトナムにおいては、現在政府が銀行再編に乗り出しており、2015 年には現行の約半数の 20 行程度にスリム化させる計画がある。実際に、外資による出資を募る銀行も複数出てきており、日系企業による出資機会も増加している。こうした銀行への出資を通じ、ベトナム市場における事業展開を図るのも一手であろう。銀行への出資比率は最大で 20%であるものの、出資により関係を深めた上で合併会社を新たに設立し、日系企業がコントロールを取る形で新たな事業を開始することも出来る。

## 6. ミャンマー

### ミャンマーの販売金融の特徴

ラストフロンティアとして注目されるミャンマー

ミャンマーでは、2011年3月のテイン・セイン新政権誕生を契機に民主化・経済改革が急速に進展しており、世界中から注目を集めている。特に2012年5月の米国の経済制裁の緩和以降は、『アジアのラストフロンティア』としてミャンマーへの進出を本格検討する企業が増えてきた。

現在、ミャンマーの経済規模は、人口約6,000万人、1人あたりGDPはアジア最低レベルの824ドルとまだ小規模であるが、今後順調に経済改革が進めばその経済成長の潜在性は非常に高い。

地場銀行には個人と信の審査ノウハウはなし

ミャンマーの金融は未発達であり、GDPに占める民間融資額は10%程度と非常に低く、カンボジアの約30%と比較すると、その低さが目立つ。販売金融について言えば、現在は、地場銀行には個人の与信を審査するノウハウがないということに加え、中央銀行の規制が厳しく、地場銀行は自動車ディーラーから預金担保を取得する等、ディーラーにリスクを転嫁してファイナンスを供与するスキームしかない状況である。また、金融機関の外資参入については、現状マイクロファイナンスを除き認められておらず、外資系プレーヤーは存在しない。但し、銀行部門については外資開放の議論が進んでいることから、その動向を注視していく必要がある。ミャンマーについては、規制動向を中心に販売金融を取り巻く環境を確認したい。

### 金融機関への参入に関する規制

金融事業は、中央銀行の裁量により民間企業の参入をコントロール

ミャンマーにおける金融事業(銀行・保険業等)は、国营企業法にて地場資本を含む民間企業の参入が規制されている。国营企業法ではノンバンクについての記述はないが、これとは別に定められている金融機関法において、ノンバンクを含む金融機関設立に必要なライセンスの付与権限は、ミャンマー中央銀行が持つと定められている。ミャンマー中央銀行は、銀行・ノンバンクのライセンス取得に必要な基準等を公表しておらず、これまで中央銀行の裁量によって地場資本を含む民間企業の参入をコントロールしてきた。

【図表 71】 金融機関規制

| 国营企業法                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 外資を含めた民間企業の事業参入が規制されている業種を記載(外資のみに対する規制ではない)</li> <li>✓ 指定業種に銀行業・保険業が該当(ノンバンク等のその他は記載なし)</li> </ul>                       |
| 金融機関法                                                                                                                                                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 銀行・ノンバンク等金融機関の設立、ライセンス付与、オペレーションにつき規定</li> <li>✓ 中央銀行がライセンス付与権限を有しており、外資企業を含めた中央銀行の裁量により実質的に金融機関への参入事業者をコントロール</li> </ul> |

(出所) 国营企業法および金融機関法よりみずほ銀行産業調査部作成

ノンバンクは1社  
しか存在せず

現状、ミャンマーにおける金融機関は国営銀行4行と民間銀行19行、ノンバンク(ファイナンスカンパニー)に至ってはたった1社である。民間企業のライセンス取得時期を見てみると時期に偏りがあることが分かるが、2010年には新たに4行にライセンスが与えられている。これら新興銀行は、後述の自動車販売金融の主要な事業者として名前が挙がっており、今後の民間金融部門を主導していく立場にもなり得ると考える。

【図表 72】ミャンマーにおける金融機関一覧

| 国営銀行 |                                          | ライセンス<br>取得 | ファイナンス会社 |                              | ライセンス<br>取得 |
|------|------------------------------------------|-------------|----------|------------------------------|-------------|
| 1    | Myanmar Foreign Trade                    | -           | 1        | Oriental Leasing Company Ltd | 1996/1      |
| 2    | Myanmar Investment and Commercial Bank   | -           |          |                              |             |
| 3    | Myanmar Economic Bank                    | -           |          |                              |             |
| 4    | Myanmar Agriculture and Development Bank | -           |          |                              |             |

| 民間銀行 |                                                 | ライセンス<br>取得 |
|------|-------------------------------------------------|-------------|
| 1    | Myanmar Citizens Bank Ltd                       | 1992/5      |
| 2    | First Private Bank Ltd                          | 1992/5      |
| 3    | Yadanabon Bank Ltd                              | 1992/8      |
| 4    | Myawaddy Bank Ltd                               | 1993/1      |
| 5    | Yangon City Bank Ltd                            | 1993/3      |
| 6    | Yoma Bank Ltd                                   | 1993/7      |
| 7    | Myanmar Oriental Bank Ltd                       | 1993/7      |
| 8    | Asia-Yangon Bank Ltd                            | 1994/3      |
| 9    | Tun Foundation Bank Ltd                         | 1994/6      |
| 10   | Kanbawza Bank Ltd                               | 1994/6      |
| 11   | Myanmar Industrial Development Bank             | 1996/1      |
| 12   | Myanmar Livestock and Fisheries Development Ltd | 1996/2      |
| 13   | Sibin Tharyar Yay Bank Ltd                      | 1996/6      |
| 14   | Innwa Bank Ltd                                  | 1996/5      |
| 15   | Co-operative Bank Ltd                           | 1992/8      |
| 16   | Asia Green Development Bank Ltd                 | 2010/7      |
| 17   | Ayeyarwaddy Bank Ltd                            | 2010/7      |
| 18   | United Amara Bank Ltd                           | 2010/7      |
| 19   | Myanmar Apex Bank Ltd                           | 2010/7      |

(出所)中央銀行 HP よりみずほ銀行産業調査部作成

近年マイクロファイ  
ナンス会社とし  
ての外資参入が  
可能に。ノンバン  
クも近く開放か

外資企業が参入可能であるミャンマーの金融セクターは、現時点においては特別立法にて近年認められたマイクロファイナンスのみである。しかし、現在銀行についても2013年内にはJVでの参入、2015年には独資での参入を認めようという議論が中央銀行内でなされている。ノンバンクに関しては優先度が高くなく、具体的な議論は進んでいないようであるが、銀行に準じて開放となると見る現地専門家もいる。

【図表 73】ミャンマーへの参入方法

|               | 銀行                                                                                                                           | ノンバンク                                                                                                                                   | マイクロファイナンス                                               |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 現状の外資<br>開放状況 | ×                                                                                                                            | ×                                                                                                                                       | ○                                                        |
| 根拠法           | 金融機関法<br>Financial Institution of Myanmar Law (1990年7月)                                                                      |                                                                                                                                         | マイクロファイナンス法<br>Myanmar Micro Finance Law<br>(2011年11月)   |
| 所管            | 中央銀行                                                                                                                         |                                                                                                                                         | Microfinance Supervisory<br>Enterprise                   |
| 開放スケ<br>ジュール等 | ✓以下スケジュール感にて中銀<br>内で議論されている模様<br><br>2013年 外資JVへの開放<br>2015年 外資100%で開放<br><br>✓JVのパートナーは地場銀行を<br>想定しているため、パートナー<br>候補は非常に限定的 | ✓ノンバンクの外資開放につい<br>ては優先度が低く、あまり議論さ<br>れていない模様であるものの、<br>銀行セクターの開放に準ずると<br>考えもあり、JVからの開放が想<br>定される<br><br>✓時期は早ければ2015年とも言<br>われるものの、詳細不明 | ✓外資にも開放<br><br>✓2013年イオンクレジットがマイ<br>クロファイナンスライセンスを取<br>得 |

(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

マクロファイナンスビジネスの定義は一部曖昧な部分が残る

現時点で既に開放されているマイクロファイナンスにおいては、日系企業ではイオンクレジットサービスがライセンスを取得したと報じられており、今後も外資系企業の参入が見込まれる。但し、マイクロファイナンスビジネスの定義には『低所得層(Basic Class)に対する小口融資』との記載があるが、低所得層及び小口融資の定義がなく、可能な事業範囲が曖昧になっており、今後定義が明確化された場合、事業範囲が狭められる可能性がある。また、年利30%以下という金利制限がある他、曖昧な点もあり、販売金融事業をマイクロファイナンスライセンスで実施するには、留意が必要である。

【図表 74】 マイクロファイナンス事業法概要

|                |                                                                                                                                                                                                                        |                                     |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 法律             | The Micro Finance Business Law<br>(The Pyidaungsu Hluttaw Law No.13/2011)                                                                                                                                              |                                     |
| 監督官庁           | Microfinance Supervisory Enterprise (MSE)                                                                                                                                                                              |                                     |
| マイクロファイナンス機関定義 | ✓マイクロファイナンスビジネスとは、 <b>低所得層(Basic Class)に対し、小口融資</b> 、預金、送金、保険事業、国内外からの資金調達等を行う機関<br>✓ <b>低所得層及び小口融資についての定義・金額上限は現状なし</b><br>✓ <b>都心及び農村部のどちらを対象としても可</b>                                                               |                                     |
| 最低資本金          | 預金ありの場合                                                                                                                                                                                                                | 預金なしの場合                             |
|                | Kyat 30 mil<br>(approx. USD 35,000)                                                                                                                                                                                    | Kyat 15 mil<br>(approx. USD 18,000) |
| 金利制限           | 預金                                                                                                                                                                                                                     | 年利 15% 以上                           |
|                | 融資                                                                                                                                                                                                                     | 年利 30% 以下                           |
| ライセンス申請        | ✓ <b>外資企業の申請方法につき、明記</b><br>✓企業によるマイクロファイナンスライセンス申請の場合、MSEに申請すると同時にDirectorate of Investment and Company Administration:DICAに登記する必要あり<br>✓現在、6国際NGO、12国内NGO、62組合、 <b>企業50社</b> にライセンスを付与<br>✓ <b>イオンクレジットがライセンス取得済</b> |                                     |

(出所) The Micro Finance Business Law 及び現地とアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

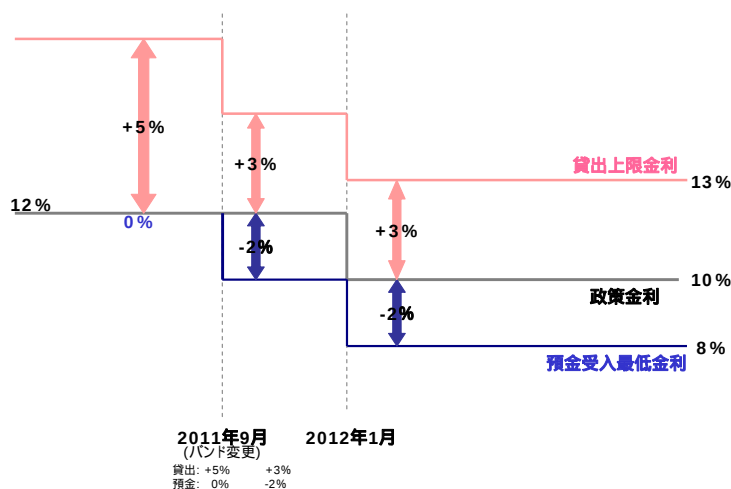
## 融資・資金調達に関する規制

中央銀行は地場銀行にリスクテイクさせることに慎重姿勢

ミャンマーの中央銀行は、過去の金融危機の経験から、自国の銀行にリスクテイクさせることに対して非常に慎重であり、様々な規制を課してきた。現在は徐々に中央銀行の規制を緩めているが、2013 年 1 月時点においても、USD 4.3 万ドル(50 mil Kyat)を超える金額の融資においては、土地・預金・ゴールドのいずれかを担保として取得する必要がある。従って、当然ながら銀行の融資額も伸び悩んでおり、GDP に占める民間融資額は 10%程度と非常に低い。また、ノンバンクとしてライセンスが取得できたとしても地場銀行から地場通貨を調達する選択肢は原則なく、オフショア親子ローンにて調達することが一番現実的な選択肢となるのである。

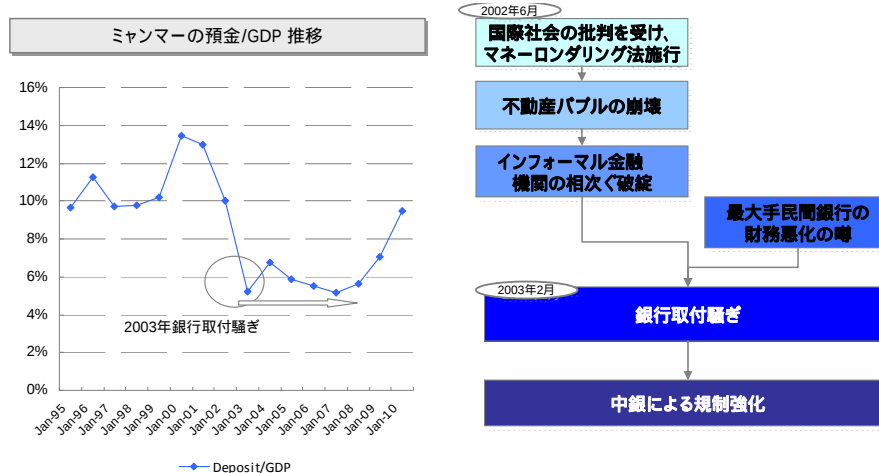
また、金利についても、銀行による貸出上限金利に加え、最低預金金利が設定されている。

【図表 75】 ミャンマー金利体系



(出所) 現地ヒアリングおよび中央銀行レポートよりみずほ銀行産業調査部作成

【図表 76】 ミャンマーにおける金融機関規制強化背景



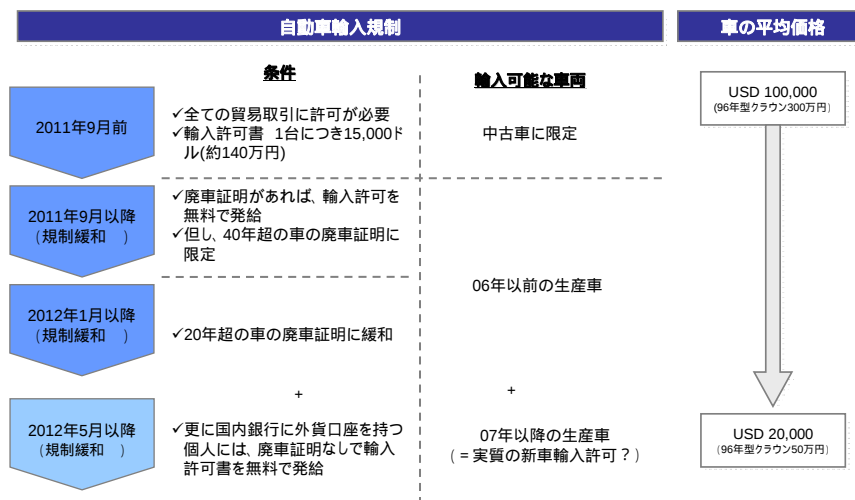
(出所) IMF、MIRAC 資料よりみずほ銀行産業調査部作成

## 自動車販売動向及び販売金融市場について

規制緩和が相次ぎ、激変するミャンマー自動車販売環境

ミャンマーにおける自動車販売環境は2011年9月以降の相次ぐ規制緩和により激変している。2011年9月前までは、自動車輸入に際しては、1台につき15,000ドルを支払い、輸入許可書を取得する必要があった。しかし2011年9月に政府が古い車の入れ替えを図り、40年超の車の廃車証明があれば、輸入許可書を無料で発給することにした。また、2012年1月以降には、その条件が20年超の車の廃車証明にまで引き下がり、さらに2012年5月には国内に外貨口座をもつ個人は、廃車証明なしで輸入許可書を無料で発給することにしたのである。この規制緩和にあわせ、自動車輸入台数が急増し、また車両価格が暴落した。

【図表 77】 自動車輸入規制動向

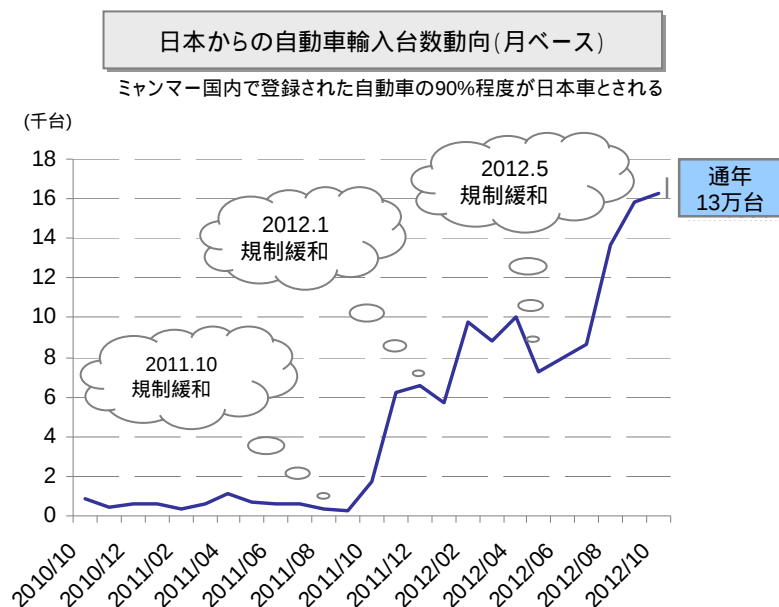


(出所)現地ヒアリング、各種資料よりみずほ銀行産業調査部作成

急増する自動車販売台数に、急落する自動車価格

自動車輸入台数でみると、2011年9月の規制緩和前には毎月約1万台の水準で推移してきたが、2011年以降、規制緩和のたびに台数が増え、2012年には年ベースで約13万台<sup>13</sup>になった。また車の価格は96年型のクラウンが2011年9月前には300万円程度したものが、現在では約50万円となっている。

【図表 78】 日本からの自動車輸入動向



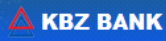
(出所)Goonet よりみずほ銀行産業調査部作成

<sup>13</sup> ミャンマーにおける自動車の約90%が日本車であることから、日本からの自動車輸入台数で代替

規制緩和に応じて販売金融に近いスキームが誕生

自動車購入にあたってのファイナンスについても状況が変化しており、2011年度末頃より Kanbawza 銀行やその他新興銀行を中心に提供が始まった。

【図表 79】 販売金融提供者

|   |                                                                                   | ライセンス<br>取得時期 | 支店数 | 総資産<br>(10億円) | 所属グループ                       |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----|---------------|------------------------------|
| a |  | 1994          | 72  | 236           | Kanbawza Group<br>民間最大手銀行    |
| b |  | 2010          | 26  | 36            | MAX Myanmar グループ             |
| c |  | 2010          | 22  | 30            | トゥートレーディンググループ               |
| d |  | 2010          | 10  | 15            | IGEグループ                      |
| e | Myanmar Apex Bank                                                                 | 2010          | 18  | 38            | エデングループ                      |
| f | Myanmar Oriental Bank                                                             | 1993          | 19  | 14            | 唯一のノンバンクであるMOB<br>leasingを保有 |

2012年8月時点

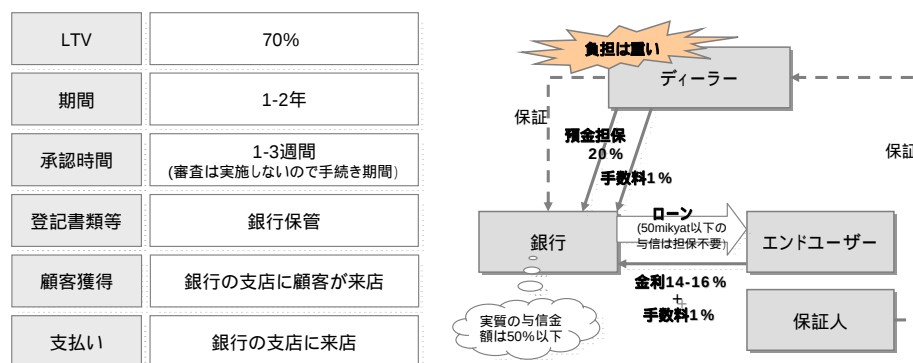
(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作

その当時は、前述の通り、銀行借入において土地を担保として差し出す必要があったため、ファイナンス利用は進まなかった。現在は規制が緩和され、USD 4.3 万ドル(50 mil Kyat) 以内の金額であれば担保がなくなったため、少しずつファイナンス利用が進み出したようであるが、現在のファイナンス利用の割合は 3%-15%程度と非常に限定的である。

ディーラーリスクでエンドユーザーにファイナンスを提供するスキームでの販売金融

販売金融のスキームは通常のエンドユーザーのリスクをとったファイナンスではなく、民間銀行はディーラーからの保証を取得し、ディーラーリスクでエンドユーザーにファイナンスを提供している点に留意する必要がある。また、顧客から支払いを受ける頭金 30%に加え、ディーラーからも車両価格の 20%の預金担保を取得しているため、実質の与信額は、車両価格の半分である。

【図表 80】 ミャンマーにおける販売金融の仕組み



(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

ディーラーが自社割賦を実施する事例も

自動車販売金融にあたっては、銀行による販売金融の他、ディーラーがファイナンスを実施する自社割賦も一部見られた。但し、自社割賦に関するライセンスは特段存在しない模様であるため、自動車の販売許可が取得できれば、自社割賦を通しての販売金融提供も可能になる可能性がある。但し、ミャンマーにおいては、外資企業が卸売・小売のライセンス取得も引き続き困難であることが予想される。

従って、ミャンマーへの進出においては、前述のノンバンクライセンス、マイクロファイナンスライセンスに加え、商業・小売ライセンスを取得して進出する3つの方法が考えうる。しかし、いずれの方法においてもライセンスの取得可否や事業範囲が不明確な点が残るとというのが現状である。

【図表 81】 ミャンマー進出方法まとめ

|              | ノンバンク                                                                                                                                                                                              | マイクロファイナンス                                                                                                       | 商業(割賦等)                                                                                                                                                                                       |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ミャンマー企業の事業展開 | Oriental Leasing<br>(リースは実施してあらず)                                                                                                                                                                  | 企業50社がライセンス保有                                                                                                    | 一部ディーラーが割賦販売を実施                                                                                                                                                                               |
| 現状の外資開放状況    | ×                                                                                                                                                                                                  | ○                                                                                                                | ×                                                                                                                                                                                             |
| 根拠法          | Financial Institution of Myanmar Law                                                                                                                                                               | Myanmar Microfinance Law                                                                                         | Company act<br>Foreign Investment Law                                                                                                                                                         |
| 所管           | 中央銀行                                                                                                                                                                                               | Microfinance Supervisory Enterprise                                                                              | DICA<br>ミャンマー投資委員会+商務省                                                                                                                                                                        |
| 規制状況/開放見込み   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓現状中央銀行からの許可は与えられてない</li> <li>✓ノンバンクの外資開放については優先度が低く、あまり議論されていない模様であるものの、銀行セクターの開放に準ずるとの考えもあり、JVからの開放が想定される</li> <li>✓時期は早ければ2015年とも言われるものの、詳細不明</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓外資にも開放済</li> <li>✓但し、現在外資企業によるライセンス取得は未だ事例なし(当局担当者によればまだ申請なし)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓会社法上、会社設立に必要な営業許可(商業:Trading)が外資には与えられていない状況</li> <li>✓一方、別法の外国投資法細則(2013年1月発表)において、卸売については、商務省の許可が必要と明記。但し、これをもって商務省の許可及び会社法上の営業許可が出るかは不明</li> </ul> |
| 参入ルートの評価     | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓2015年以降開放される可能性があるも、詳細は不明</li> <li>✓銀行セクター開放に関する議論の動向に注視</li> </ul>                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓現在既に開放されているものの、事業範囲(対象顧客・金額等)にかかる定義なく、今後事業に係る制約が増える可能性あり</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓商業:Tradingにかかる営業許可が与えられるかは不明</li> </ul>                                                                                                               |

(出所)現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

(注)新外国投資法が2012年、施行細則が2013年に発表されるも、不明点が多いため、留意要

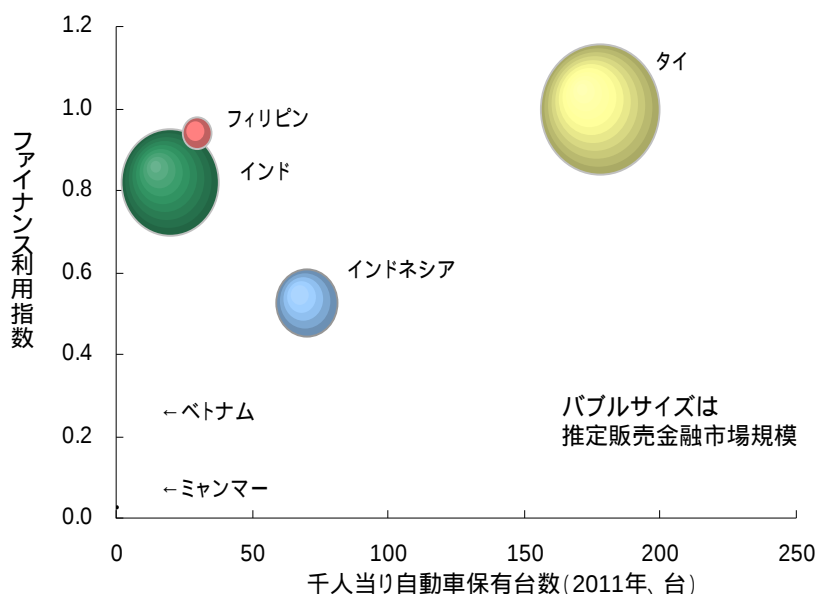
## 最後に

各国における販売金融市場の成長の余地を比較

ここまで、タイ、インドネシア、フィリピン、インド、ベトナム、ミャンマー6カ国における販売金融市場の状況と日系事業者の事業展開余地について各国毎にみてきたが、各国の販売金融市場の発展を横比較してみたい。

以下【図表 82】では、ファイナンス利用指数<sup>14</sup>(縦軸)にて、各国でどの程度ファイナンスが供与されているかを指数化した、現状のファイナンス供与度合いを示している。一方、横軸においては、千人当り自動車保有台数を示しており、製品市場の発展可能性を見ることが出来る。

【図表 82】販売金融市場規模及びファイナンス利用指数(供与度合い)比較



(出所)JAMA 資料、Fourin、現地ヒアリングよりみずほ銀行産業調査部作成

インドネシア、ベトナム、ミャンマーにおいてはファイナンス供与度合いが上昇する余地あり

ファイナンス利用指数(縦軸)の観点から言えば、タイ、フィリピン、インドにおいては総じて高く、今後の上昇期待は限定的である一方、インドネシアでは0.6程度であり、まだ上昇の余地がある。これはファイナンス期間が3年程度であるため、期間長期化に余地が残っているためである。また、更に下位のベトナム、ミャンマーにおいては、特にファイナンス利用率の低さから、ファイナンス利用指数は極めて低い水準に留まっており、拡大の余地が大きい。ファイナンス利用率は、所得の水準に必ずしも相関する訳ではなく、文化の違い、供給サイドの条件、メーカー・ディーラーの販売戦略等も大きく影響するため、今後確実に上昇するとは言いきれるものではないが、上昇の可能性は高いといえよう。

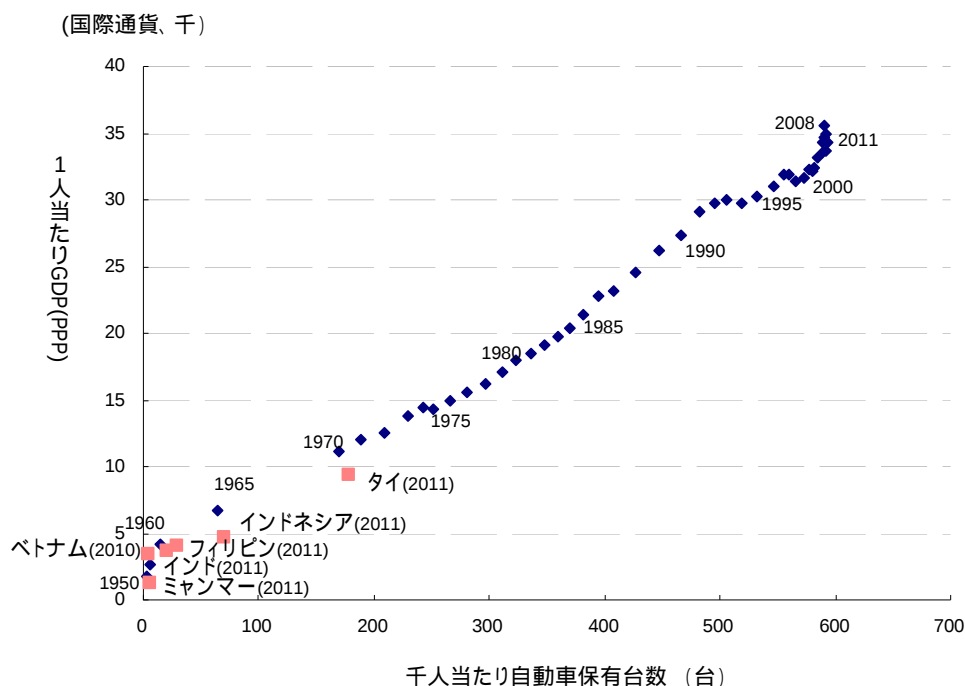
<sup>14</sup> ファイナンス利用率 80%、LTV80%、ファイナンス期間 5 年を掛け合わせた数値を 1 として、同様に各国のファイナンス利用指数を算出

製品市場は最も高いタイにおいてもまだ低水準であり今後拡大の余地は大きい

また、製品市場の発達度合いを示す千人当たり自動車保有台数(横軸)については、最も高いタイにおいても 180 台程度に留まっており<sup>15</sup>、今回対象としたいずれの国においても今後所得水準の上昇と共に更なる拡大が見込まれるため、販売金融市場規模もそれに牽引される見込みである。

過去の日本の 1 人当たり GDP (PPP ベース)<sup>16</sup>と千人当たりの自動車保有台数の推移と、現時点の ASEAN 諸国を比較してみると、最も発達しているタイにおいても日本の 1970 年頃の水準に過ぎないことが分かる。

【図表 83】 日本の 1 人当たり GDP と自動車保有台数推移との比較



(出所) JAMA 資料、IMF データベース、総務省統計局資料よりみずほ銀行産業調査部

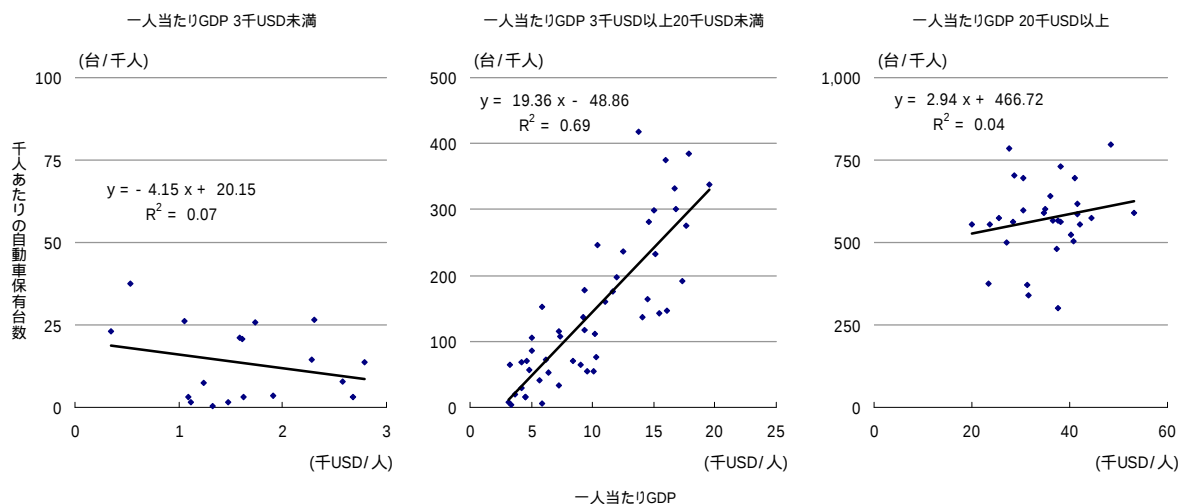
1 人当たり GDP が 3 万ドルに到達するまでは自動車市場は高い成長が見込まれる可能性が高い

今後、アジア諸国が日本と同じような形跡をたどり発展していくとは限らないが、現在の世界各国の 1 人当たり GDP と自動車保有台数の関係を見てみると、一人当たり GDP が 3,000 ドルから 20,000 ドルを超えるまでは自動車保有台数が急激に上昇していることが分かる。これに従えば、アジア各国の自動車市場も 1 人当たり GDP 20,000 ドルを超えるまでは高い成長が見込まれ、販売金融市場についても今後の拡大が大いに期待される。

<sup>15</sup> 日本における 1 人当たり保有台数は 590 台 (2011 年)。

<sup>16</sup> 2011 年時点の PPP ベースの 1 人当たり GDP を実質 GDP で割り戻して、過去の数値を算出。

【図表 84】 1人当り GDP 水準別の自動車保有台数の相関関係

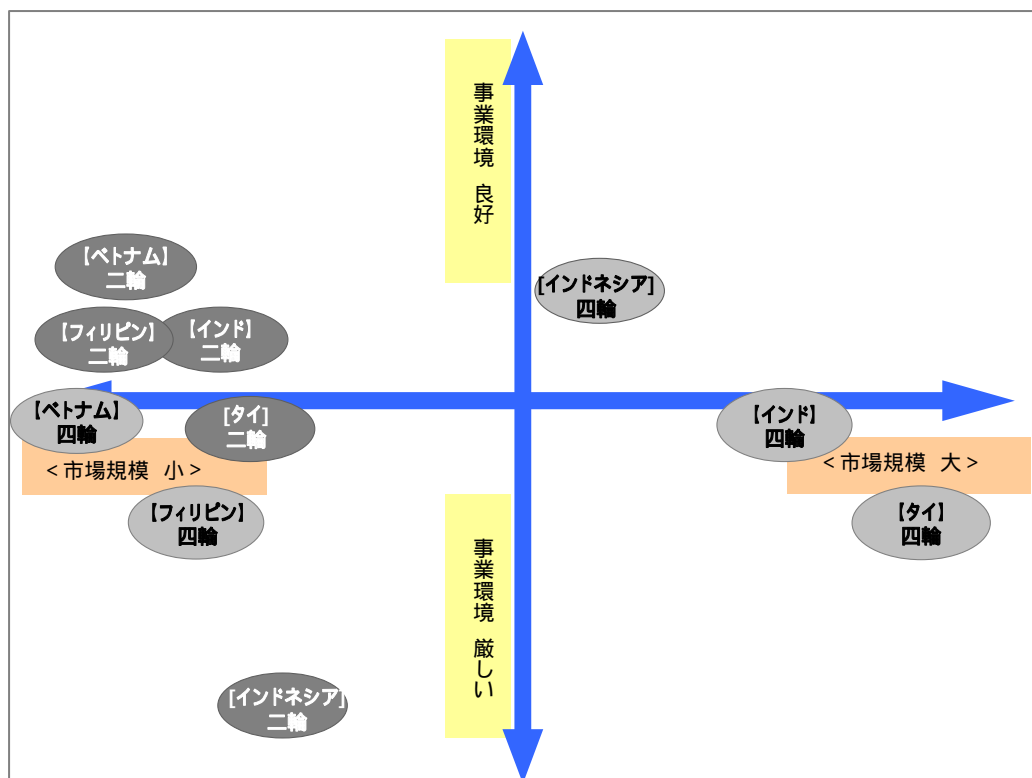


(出所) JAMA 資料、IMF データベースよりみずほ銀行産業調査部作成

アジア各国販売  
市場環境ととりう  
べき戦略を要約

そこで、この魅力的なアジアの販売市場にどのように参入してすべきか、既に述べた各国の市場規模と事業環境について比較感を含め改めて整理し、日系企業のとりうる戦略について以下の通り考察した。なお、ここではライセンス取得に向けたハードルの高さを除き、競争環境、オペレーション構築を事業環境の主な評価項目としている。

【図表 85】 市場規模・事業環境の評価イメージ及びとりうる戦略



|        |     | 市場規模と事業環境のポイント                                                                                                                                                             | とりうるべき戦略                                                                                                                                                               |
|--------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| タイ     | 乗用車 | <ul style="list-style-type: none"> <li>販売台数144万台、ファイナンス利用率80%と規模感はあるも、銀行もしくはキャプティブが市場を独占。審査においては、信用情報機関と現場確認が併用され効率化</li> <li>ノンバンク出身の銀行が中古車においても積極展開</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>規制は比較的緩く、進出自体の障壁は低い</li> <li>経済環境により銀行の取組み姿勢が変化しやすい中古車において小さくオペレーションをするのも一手か</li> </ul>                                         |
|        | 二輪  | <ul style="list-style-type: none"> <li>市場は既に成熟。都市部ではノンバンク、銀行、キャプティブがハイリスク・ハイリターンモデル(金利40%)にて展開する一方、地方部ではディーラーが販金提供しており、ノンバンクは限定的</li> </ul>                                |                                                                                                                                                                        |
| インドネシア | 乗用車 | <ul style="list-style-type: none"> <li>販売台数は100万台を越し、更なる拡大が期待</li> <li>日系企業が主要プレーヤーとして活躍。近年、新車市場では銀行が金利引下げて攻勢</li> <li>大量の現場確認・回収要員を抱えたオペレーション</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>中古車等、中～低クレジット層に照準を</li> <li>銀行の審査には時間を要するため、審査期間をより短く、そして金利は若干高めに設定</li> <li>現場確認・回収要因のネットワーク確立要</li> </ul>                     |
|        | 二輪  | <ul style="list-style-type: none"> <li>既に市場が成熟化、市場成長は今後鈍化へ</li> <li>銀行・キャプティブ・ノンバンクが激しい競争を繰り広げ頭金引き下げ競争が発生した経緯あり</li> <li>大量の現場確認・回収要員を抱えてオペレーション</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>事業展開余地は限定的なるとも、事業展開の中心はまだ成長世余力のある地方部へ</li> </ul>                                                                                |
| フィリピン  | 乗用車 | <ul style="list-style-type: none"> <li>自動車販売台数17万台程度と規模小、小さな市場を現在銀行が独占。キャプティブはトヨタのみ</li> <li>原則現場確認</li> <li>外資規制によりパートナー要</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>中堅の地場銀行をパートナーとし、大手銀行がまだ囲込んでいない中クレジット層(中古車等)への展開を</li> <li>キャプティブはトヨタのみ。メーカーと緊密な連携を</li> <li>初期費用を抑えるリースオプションの提示を</li> </ul>     |
|        | 二輪  | <ul style="list-style-type: none"> <li>約100万台と経済規模の割りに販売台数限定的であり、販売金融事業者はまだ限定的。</li> <li>ディーラーが金融を収益源として認識、積極的にファイナンス</li> </ul>                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>ディーラー以外のプレーヤーはかなり限定的。資金に限りのある中堅ディーラーから少しずつ販売金融案件の獲得を狙う</li> </ul>                                                               |
| ベトナム   | 乗用車 | <ul style="list-style-type: none"> <li>2012年販売台数は、9万台と小さい上、ファイナンス利用率も低く市場規模は限定的多くの地場・外資銀行の銀行が展開。ノンバンクはトヨタのみ</li> <li>審査は簡易(人脈による審査もあり)</li> <li>ライセンス取得は困難な可能性大</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>現在キャプティブはトヨタファイナンスのみであり、メーカー・ディーラーとの関係強化による顧客獲得を狙う(但し、トヨタ以外の日系完成車のシェアは高くない)</li> <li>但し、ライセンスを取得する必要があることを踏まえると現状困難か</li> </ul> |
|        | 二輪  | <ul style="list-style-type: none"> <li>ファイナンス利用率低く、今後拡大が期待。プレーヤーは存在するものの、無審査的審査をしており、オペレーションに工夫の余地あり</li> <li>ライセンス取得は困難な可能性大</li> </ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ベトナムでは導入されていない現場確認モデル及び顧客教育モデルの導入により、自らファイナンス利用率を引き上げて新たなマーケット創出へ</li> <li>但し、ライセンスを取得する必要があることを踏まえると現状困難か</li> </ul>           |
| インド    | 乗用車 | <ul style="list-style-type: none"> <li>自動車販売台数は370万台に達する巨大市場であり、今後も強い成長が期待</li> <li>特に都市部においては銀行間の激しい競争</li> <li>現場確認と一部信用情報機関を併用</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>都市部は銀行の攻勢激しく、事業展開余地は準都市部・農村部に。</li> <li>日系企業の資本金・調達コストを武器にパートナーとの事業展開を</li> </ul>                                               |
|        | 二輪  | <ul style="list-style-type: none"> <li>販売台数1,400万台の巨大市場、今後も強い拡大が期待</li> <li>ノンバンクに加え、銀行系も一部積極展開</li> </ul>                                                                 |                                                                                                                                                                        |
| ミャンマー  |     | <ul style="list-style-type: none"> <li>現在はマイクロファイナンスライセンス(可能事業範囲は不明な箇所あり)のみ取得可。今後、銀行・ノンバンクも外資開放の見込みなるも詳細の時期は不明</li> </ul>                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>一部業務内容が不明確であるマイクロファイナンスライセンスでの進出もしくは、調査を進めながら2013年中の銀行開放(ノンバンク開放?)を様子見か。</li> </ul>                                             |

(出所)現地ヒアリング等よりみずほ銀行産業調査部作成

地場銀行が主要プレーヤーとなっている国、セグメントが多い

審査手法は、現場確認が主流であり、ネットワーク構築が必要に

地場パートナーのノウハウ・ネットワーク構築力を借りての協業が現実的か。日系企業は資本力とファンディングコストが武器に

こうしてみると、アジア各国における販売金融のプレーヤーは、一昔前の日本のようにディーラーが担うという訳ではなく、総じてコスト競争力の高い地場銀行が有力なプレーヤーとして積極的な展開を実施しており、ノンバンクにとって事業展開が容易である環境ではないということが分かる。一方、ディーラーとのコネクションが強固なキャプティブについてはタイ・インドネシアを除き、現状展開しているのは、トヨタのみの状況である。従って、キャプティブとして、ディーラーとのコネクションを築くことが出来れば事業を展開する余地がある可能性と考えられる。また、中古車については、タイを除くと、あまり地場の銀行は積極的に実施していないようであり、ノンバンクとして展開するのであれば、より有望な分野といえる。但し、往々にして中古車市場は未発達であり、営業ネットワークの開拓にはコストと時間がかかる。

また、オペレーションについては、基本的に審査情報が未整備であり、人海戦術にて顧客の住居等をチェックする『現場確認』という手法が主流である。従って、事業展開をする際には、現場確認ネットワークを構築する必要がある。日本のように顧客のリスクプロファイルによって金利を変えているような国はほとんどなく、今後審査情報が蓄積してきた折には、日本で培ったスコアリングを活かせる時代がやってくる可能性があるが、現段階では、金利感応度があまり高くない上、そもそも所得を証明することすら困難である国が多いため、そのようなステージでは現在実施されているように『現場確認』を実施するほうがより効果的であり、そのノウハウが重要となっているのである。ベトナムやミャンマーなど、まだ販売金融が発展していない国においては、その他の国において実施されている『現場確認』を横展開することによる新たなマーケット創出が可能であるかもしれない。しかし、いずれの国においても、日系企業に強みのあるシステムティックな審査・途上管理ノウハウの重要性があまり認識されず、効果もさほどないと思われる状況である。

こうした状況に鑑みれば、やはり独資で一から事業を立ち上げるよりも、既存企業(地場ノンバンク、地場銀行、ディーラー等)への出資や合併設立などで各国の事情に精通する地場パートナーのノウハウ・ネットワークを借りて事業を始める方が現実的といえよう。確かに、独資であれば、自社の思うとおりの経営が可能である可能性が高く、パートナーと事業戦略等の観点で意見の相違もない。しかし、独自でライセンスを取得し、アジアのビジネスモデルに合った事業を展開、ネットワークを構築させ、従業員を上手に管理しながら事業を黒字化していくには、かなりの時間を要すると考えられる。現地でビジネスを既に実施しており、ノウハウを持っているパートナーとの協業であれば、事業を軌道に乗せるまでの時間軸は短くなる。少しでも協業をし易いパートナーをじっくり選定した上での事業展開が、最も理想的であろうと言える。

インドネシア、インドなど比較的ノンバンクへの出資案件が存在する国においては、日系企業の資本力、資金調達力を強みとして地場ノンバンクとの出資交渉が可能である。一方、フィリピン、ベトナムではそもそもノンバンクの数が少なく、出資案件の話もあまり聞かない。しかしフィリピンにおいては外資規制上パートナーが必要となるため、既に進出済みの日系企業の多くが地場銀行との合併設立での参入を果たしており、地場銀行が外資とのパートナーシップを受け入れる素地はある。従って、フィリピンにおいて未だ販売金融事業に積極参入していない銀行に対して、日系企業が他国で培ったオペレーションノウハウをアピールすることによりパートナーシップ実現を目指すことが

考えられよう。一方ベトナムにおいては、ノンバンクへの出資案件は少ないものの、資本増強の必要性から地場銀行への出資案件が散見される。ベトナムの銀行への出資を通じて、銀行との信頼関係・情報ネットワーク・その他ノウハウを獲得した上で、日系企業の資本力・他国における実績をアピールすることで、販売金融事業を合併会社に切り出して実施するというのも一手であろう。

なお、時間を買うという観点から出資・買収という手段で事業展開を開始したとしても、出資・買収先とのシナジー効果の創出や、マネジメントを定着させるには相応の時間を要することを覚悟する必要がある。また、ファイナンスの利用が浸透していない国においてそれを広めていくには、人々の考え方を変化させていくことが必要であるため、当然ながら時間を要す。

しかしながら、リスクが大きく、時間を要するという理由で事業展開に二の足を踏むということは、今後拡大が約束されているアジア販売市場の成長を取り込む機会損失も大きくなっていくということである。今後の長期的な各社の成長のためにも是非アジア販売金融市場における事業展開をじっくりと検討してみていただきたい。

以上

(本稿に関するお問い合わせ先)  
みずほ銀行産業調査部  
アジア室  
杵田 綾子  
ayako.sugita@mizuho-cb.com  
メディア・サービスチーム  
堀 加奈子  
kanako.hori@mizuho-cb.co.jp

<参考文献>

1. 資料等

日本自動車販売協会連合会、日本小型自動車販売協会編(1963)、『自動車の流通革命』

水上宏明(2007)『クレジットカードの知識』、日経文庫

宮内義彦(2008)『リースの知識』、日経文庫

農林中金総合研究所(2006)『自動車ローンの現状と課題』『農林金融』

FOURIN、アジア自動車調査月報

みずほコンサルティングタイランド、みずほタイ月報

インドネシアみずほコーポレート銀行、Monthly Indonesia

日本自動車工業会(2013)『世界自動車統計年報 2013 年版』

岡 紳一郎(2013)『ASEAN の自動車事情』

JETRO(2011)アジアにおけるリテール金融調査

みずほ総合研究所(2011)『我が国販売金融事業者の国際展開に関する調査』

みずほ総合研究所(2012)『我が国販売金融事業者の国際展開に関する調査』

野村総合研究所(2010)『販売金融事業者のアジア展開に関する調査』

みずほ総合研究所(2006)『アジア金融リテールビジネス調査』

久保公二・福井龍・三重野文晴(1999)移行経済下ミャンマーの金融セクター

久保公二(2011)『通貨・金融システムと制度』『東南アジア移行経済の経済政策と経済構造』

Bank Indonesia (2009) Annual Report

森濱田松本法律事務所(2012)『ミャンマー投資法制の基本とアップデート』

Central Bank of Myanmar(2012)『Annual Report 2011-2012』

2. Web サイト

日本クレジット協会 (<http://www.j-credit.or.jp/information/statistics/>)

リース事業協会 (<http://www.leasing.or.jp/>)

©2013 株式会社みずほ銀行

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。

本資料の一部または全部を、複製、写真複製、あるいはその他如何なる手段において複製すること、弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。

