

ヤマハ発動機の 新興国ビジネス

2013/11/07

ヤマハ発動機株式会社
海外市場開拓事業部
山際 智

目次

1. ヤマハ発動機の紹介
2. 海外市場開拓事業部概要
3. アフリカ船外機ビジネスの開拓
4. セネガル農業用ポンプ販

目次

1. ヤマハ発動機の紹介
2. 海外市場開拓事業部概要
3. アフリカ船外機ビジネスの開拓
4. セネガル農業用ポンプ販売

ヤマハ発動機の紹介

ヤマハ発動機(株)概要



ヤマハ発動機(株)概要

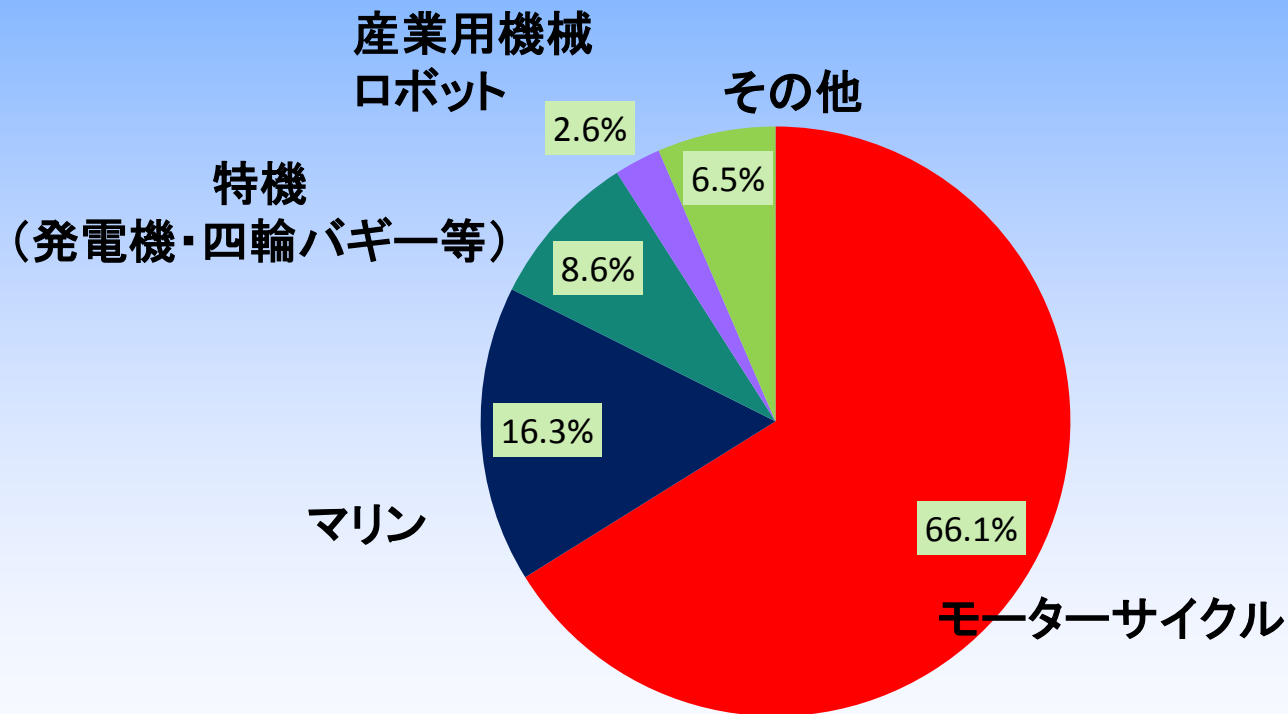
創立	1955年(昭和30年)7月1日
資本金	856億66百万円(2012年12月末現在)
従業員数	単独=10,180人 (2012年12月末現在) 連結=53,958人 (2012年12月末現在)
売上高	単独=4,746億円 (2012年12月期) 連結=1兆2,077億円(2012年12月期)
事業内容	            
関係会社	連結子会社109社(国内24社／海外85社) 持分法適用子会社3社 持分法適用関連会社25社 (2012年12月末現在)

商品一覧



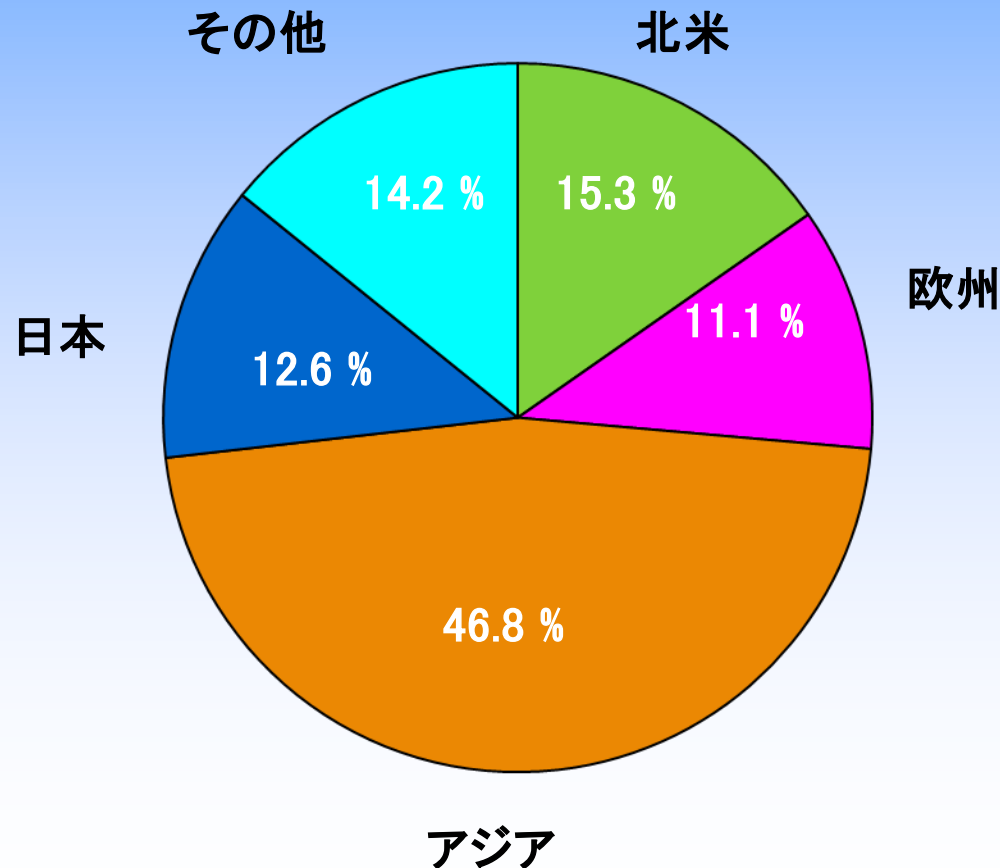
売上高構成比(商品群別)連結ベース(%)

- 連結売上高:1兆2,077億円(2012年12月期)



売上高構成比(エリア別)連結ベース(%)

- 連結売上高:1兆2,077億円(2012年12月期)



目次

1. ヤマハ発動機の紹介
2. 海外市場開拓事業部概要
3. アフリカ船外機ビジネスの開拓
4. セネガル農業用ポンプ販売
5. まとめ

海外市場開拓事業部 事業部概要



海外市場開拓事業部のミッション

『世界の人々に豊かさと喜びを：

Challenge & Dedication for Prosperity』

をモットーに、未開拓・未成熟市場のお客様にヤマハの商品とサービスを提供し、市場を開拓する。 また、事業を通じて、その国の発展のための経済協力を行い、社会に貢献する。



担当テリトリー(国)

- アフリカ、中東、中央アジア、モンゴル、南アジア、東ティモール、中米、カリブ、南太平洋
(140の国・地域を担当)
- 体制：本社・8事務所・185特約店にてエリアマーケティングを展開



発展途上国参入

◆「BOPビジネス」という言葉がない時代から発展途上国へ参入

1958～	それまで先進国企業があまり行かないような場所にまで赴き、 ビジネスの可能性について情報収集を開始 初の海外現地法人「ヤマハ デ メキシコ」設立
1963～	本格的に発展途上国のビジネス開始
1967～	●メキシコで沿岸漁業開発支援 ●セネガル、モーリタニアで漁業開発支援
1977～	海外プロジェクト室発足 ●水産開発に関する出版物創刊 ●南イエメン、ケープベルデ、タンザニア漁業開発支援 ●スーダン、ナイジェリア、マダガスカル漁業開発支援
1979～	●ケープベルデ、タンザニア、スーダン漁業開発支援 ●ナイジェリア、マダガスカル漁業開発支援
1991年10月	30年間の活動成果を集約して、発展途上国市場開拓の為、 海外市場開拓事業部を設立

ヤマハ発動機の新興国向けビジネス



アフリカの概況

川での漁船と船外機



NGO使用のトレールバイク



ウガンダ バイクタクシー



コンゴ メカニック 講習会



畑での灌漑用ポンプ



中米・カリブ・南太平洋の概況

パプアニューギニアで製造された和船



南太平洋の漁師



カリブの漁船と船外機



中米のデリバリーバイク



途上国へのODAによる納入例



イラク ポリスバイク



アフガニスタン ポリスバイク



モンゴル ハンドポンプ



スリランカ 訓練漁船

目次

1. ヤマハ発動機の紹介
2. 海外市場開拓事業部概要
3. アフリカ船外機ビジネスの開拓
4. セネガル農業用ポンプ販売

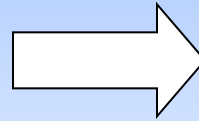
アフリカ船外機ビジネスの開拓

手漕ぎボートから動力ボートへ

◆動力化したことで、漁に出る回数が増え、漁獲量も増える。



手漕ぎ木製ボート使用



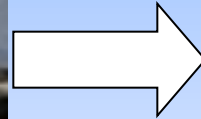
船外機導入(水産無償援助活用)

木製ボートからFRPボートへ

- ◆耐久性が向上し、船を作り換える費用が減る。
- ◆森林伐採の削減に貢献。



木製ボート使用



FRPボート導入(水産無償援助活用)

ボートの大型化と漁法の進化



◆ 小さなボートから大きなボートへ変わる。
より遠くに行けて、広い海域で漁ができる。



◆ 漁法の幅も広がり、
たくさん魚が獲れる。

水産無償援助活用

サービスメカニック教育

◆商品を良い状態で長く使ってもらうために、メンテナンス方法を積極的に指導し、メカニックの育成を図る。(独自展開)



船外機のメンテナンス指導



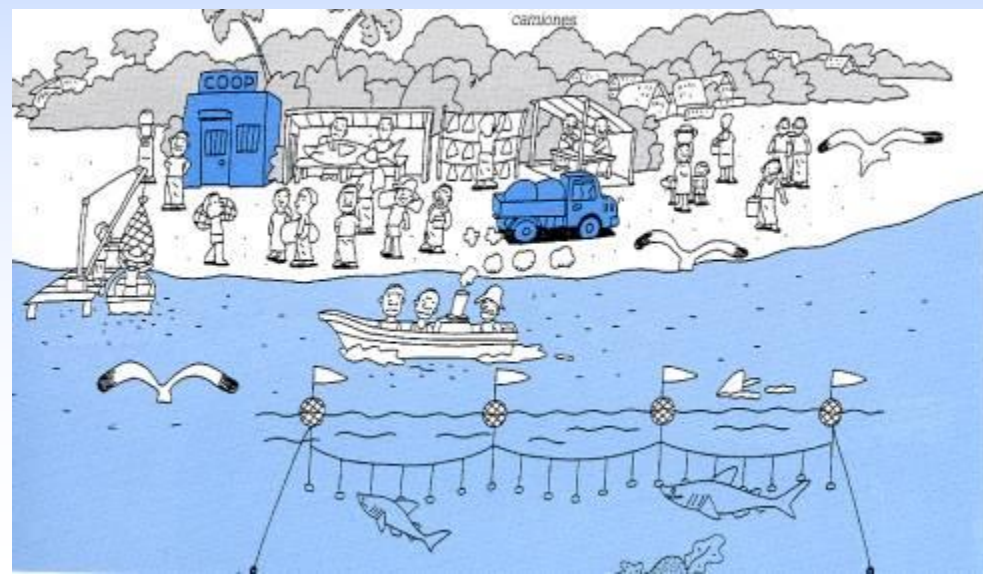
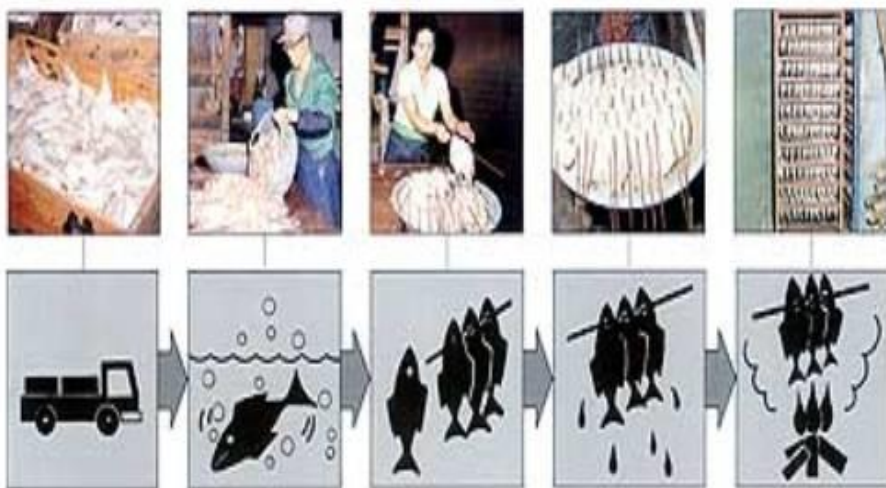
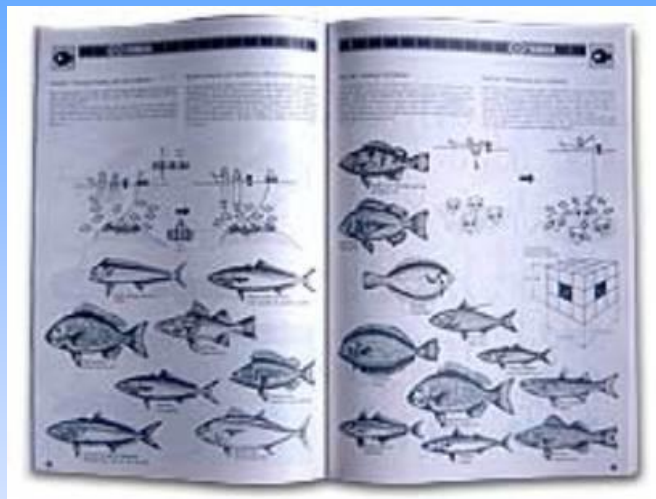
FRPボートのメンテナンス指導

サービスマカニク教育（1970年頃）

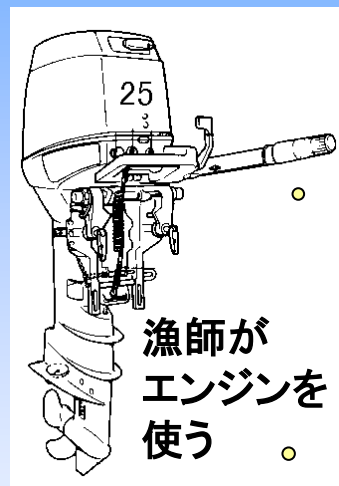


漁法、加工方法までも指導

- ◆「フィッシャリージャーナル」を独自で発行
～ 魚の採り方や保存方法などを紹介した隠れたベストセラー ～



プライベートメカニックスの誕生



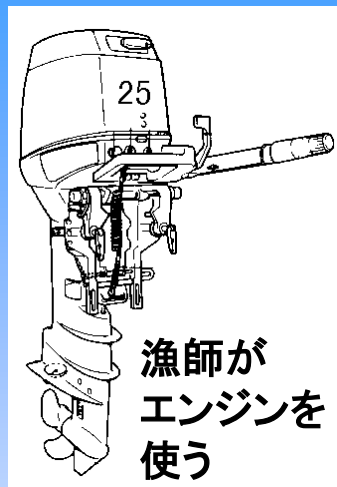
点検してほしい

修理が必要



プライベートメカニックス誕生

販売店・代理店の誕生



部品がほしい

新しい船がほしい



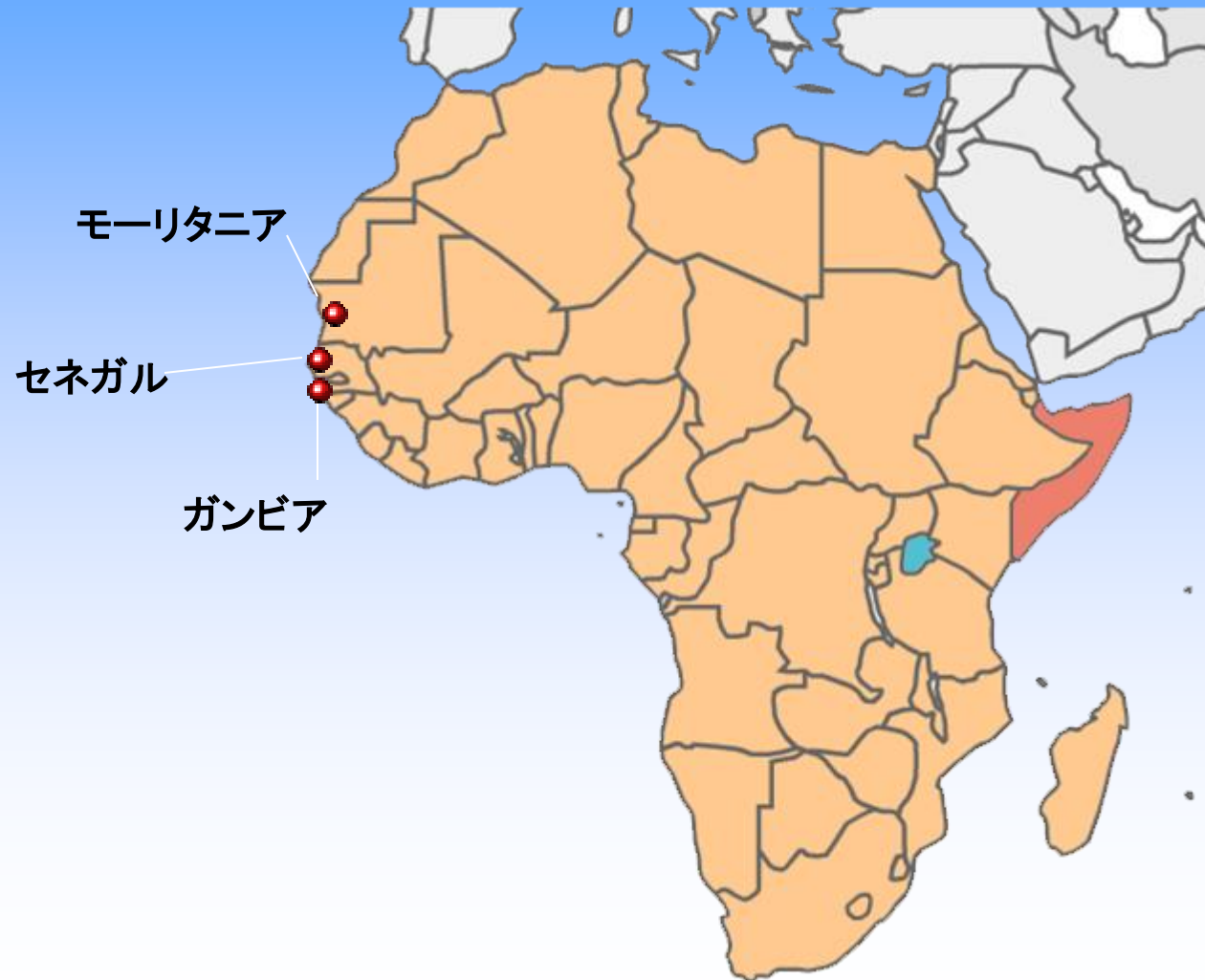
プライベートメカニック

ヤマハ発動機

販売店・代理店誕生



アフリカ進出当時の販売網



アフリカにおける現在の販売網

◆ソマリア以外の全ての国・地域に、販売網構築



アフリカ船外機ビジネスのまとめ

- ◆ODA無償資金を活用することにより、未開拓であった市場へ進出する足がかりとなった。
- ◆商品導入を通じて、市場に進出しアフリカでの船外機ビジネスの基盤を構築することができた。
- ◆現在ではヤマハ全商品が取り扱われるようになり、あわせてブランドイメージの向上を図ることができた。
- ◆アフリカでの経験を生かして、他の途上国エリアでも市場開拓を進め現在に至っている。

目次

1. ヤマハ発動機の紹介
2. 海外市場開拓事業部概要
3. アフリカ船外機ビジネスの開拓
4. セネガル農業用ポンプ販売

セネガル 農業用ポンプ販売

ウォーターポンプ販売店 (ナイジェリア) 1



中国製の価格の安い製品や日本ブランドの類似品が多い。

ウォーターポンプ販売店 (ナイジェリア) 2



伝統的水遣り方法

◆1区画あたりバケツ2杯の水を、井戸から汲んで撒く。

(この畑では3人雇用)



朝から晩まで行う水撒き
作業は大変な重労働



ポンプ使用による新農法(ドリップシステム)を指導

◆全て1人で対応可能。



①ポンプを回す(朝夕)



②送水確認

③余った時間、畑を耕す



④雑草を取り除く



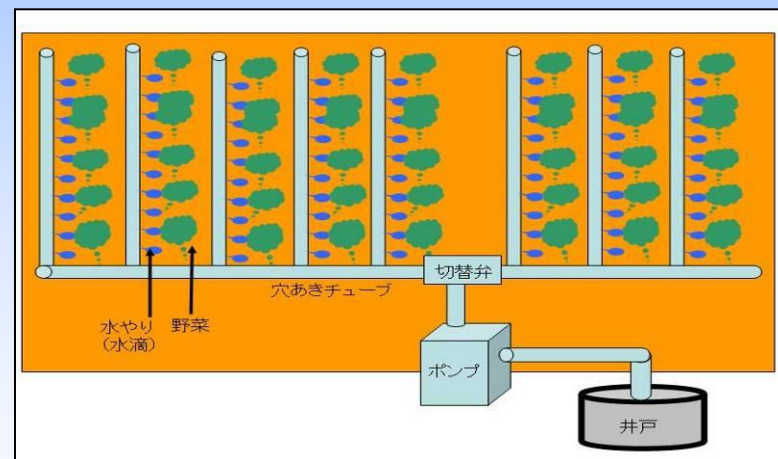
NGO・他企業との連携

◆NGOの役割 : 代金の回収(玉ねぎ収穫後に回収)や、村落の指導育成。

◆他企業の役割: 自社にない商品や技術を相互補完。



NGO (MECZOP)



農業用機材メーカー

住民説明会 (ヤマハ、NGO、州政府共催)



ポンプの説明をする現地ヤマハスタッフ

本格的にシステムを普及することで合意

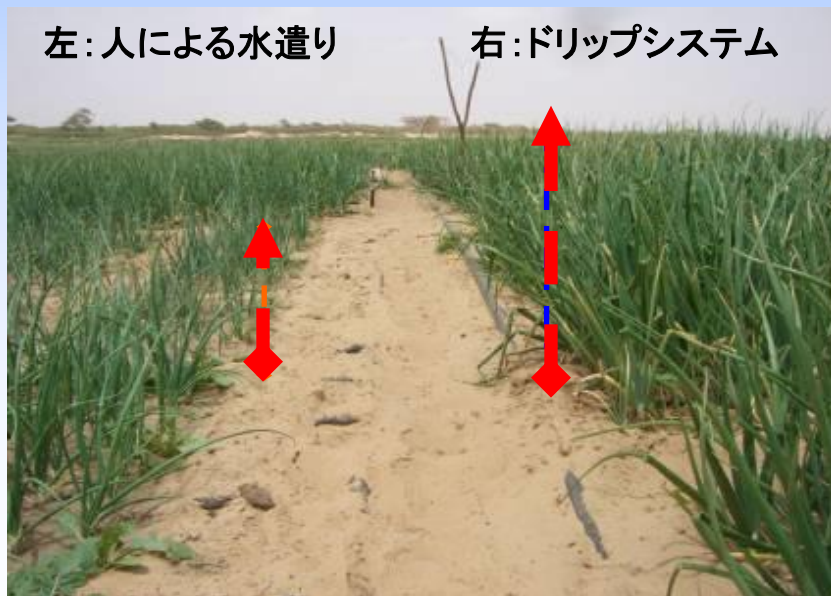
コスト削減と生産効率向上

◆コスト削減

- ・ポンプ導入によりイニシャルコストはかかるが、長期的にはトータルコスト削減。

◆生産効率向上

- ・大人： 余った時間を新たな作付けに配分。
- ・子供： 学校に行ける。



作物の成長の違い



手撒きの場合、成長にバラツキ

ヤマハのポンプ市場の誕生

◆ポンプ活用による農業の活性化



ポンプを運んだ馬車が、玉ねぎを積んで市場へ