



アフリカ四輪事業説明会

2026年4月15日

スズキ株式会社

常務役員 四輪欧州・中東アフリカ本部長

加藤 祐輔

1. アフリカ市場の現状

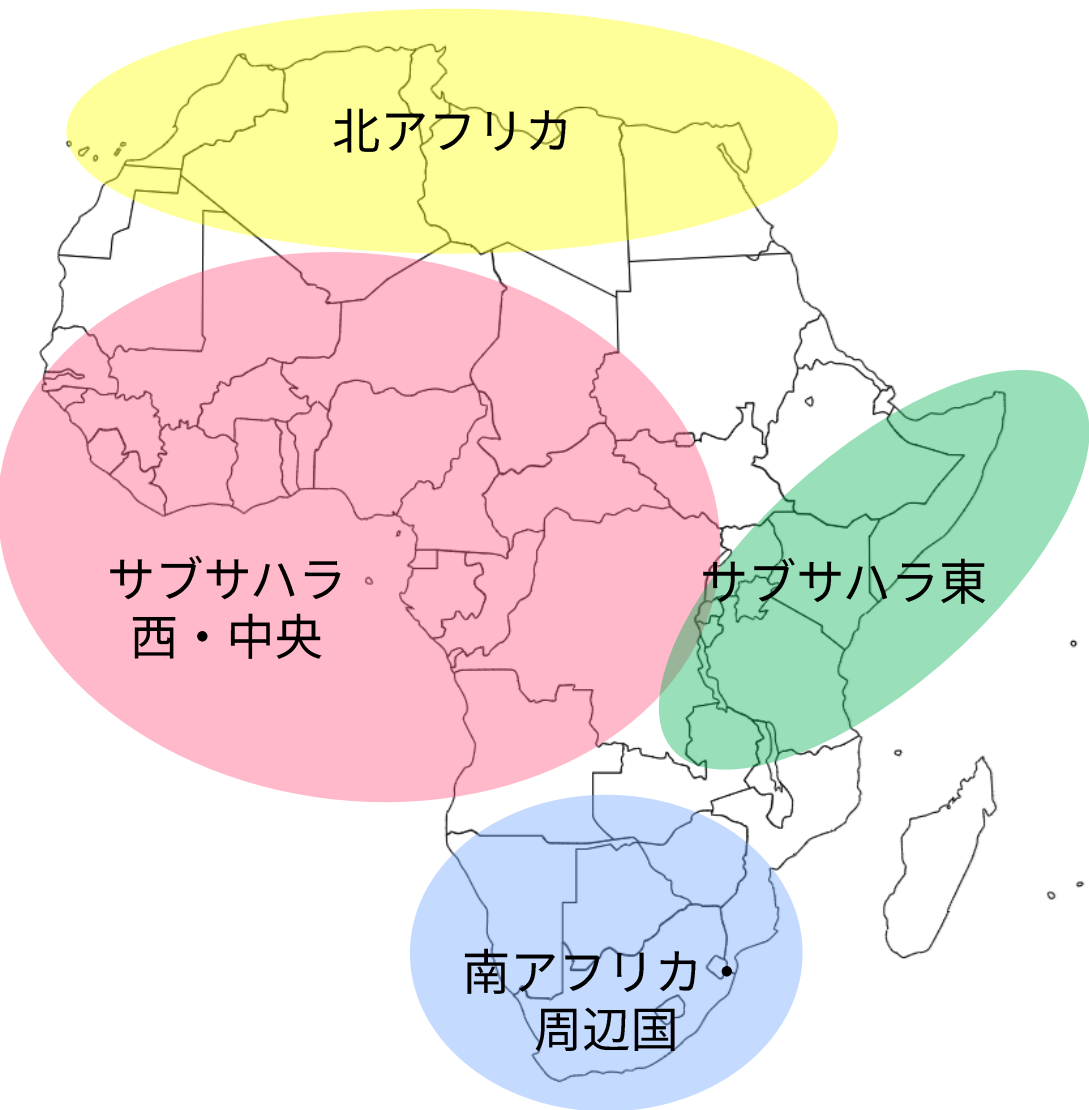
2. アフリカでの販売状況

3. アフリカ事業戦略

4. アフリカ事業戦略 まとめ

1. アフリカ市場の現状

1. アフリカ市場の現状：地域特性



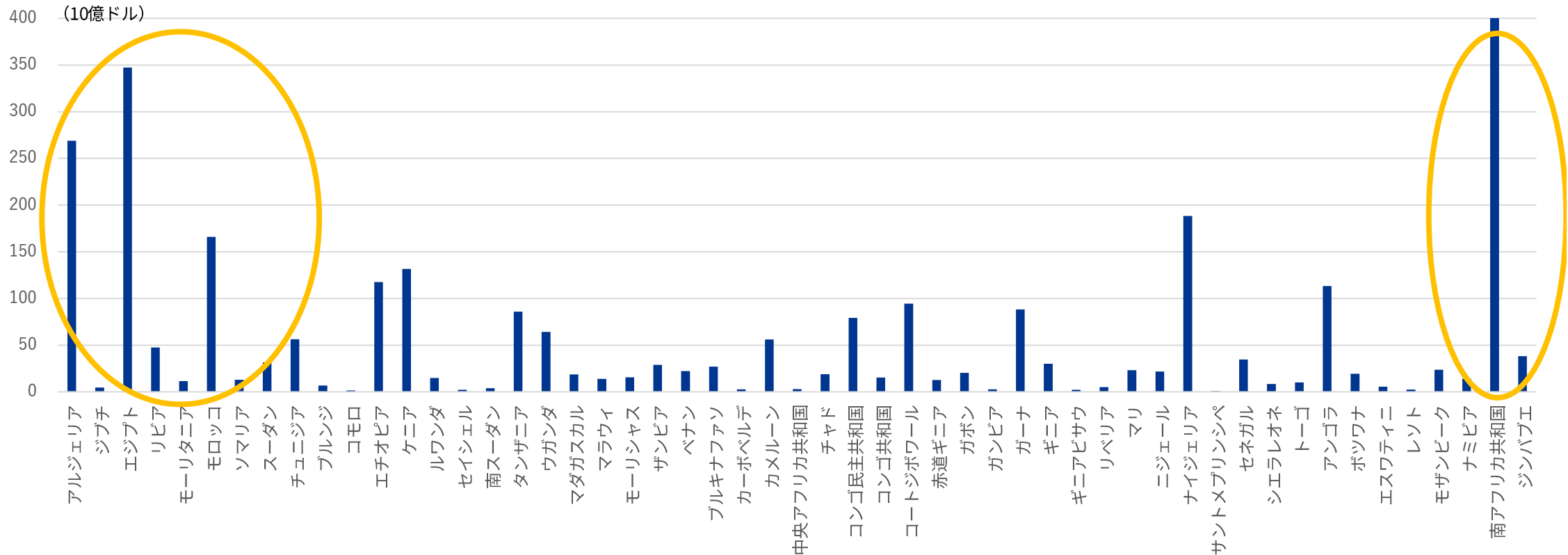
地域	人口	新車市場規模	市場の特性
アフリカ全体	約15.5億人	約140万台/年	中古車市場約500万台/年
北アフリカ	約2.9億人	約60万台/年	資源開発・観光産業で相対的に豊か 現地生産推進、地理的に欧州メーカーが主流
サブサハラ東	約4.0億人	約5万台/年	中古車中心 インフラ整備が鍵、リープフロッグ型発展 右ハンドルの国が多く日本等からの中古車が多い
サブサハラ西・中央	約6.7億人	約15万台/年	中古車中心 人口増加・経済成長の中心地域 タクシー・ライドシェアサービスが台頭 小型車が主流
南アフリカ・周辺国	約1.3億人	約60万台/年	成熟市場 アフリカ経済の中心、自動車産業が発達 個人需要のSUVが人気

※各地域はスズキ区分による
 ※人口はIMFワールドエコノミックデータベース（25年4月）より
 ※新車市場規模、中古車市場規模はスズキ推定

1. アフリカ市場の現状：多様なアフリカ諸国、求められる個別戦略（経済規模）

北アフリカ・南アフリカは経済規模が比較的大きい

アフリカ諸国の2025年の名目国内総生産（GDP）

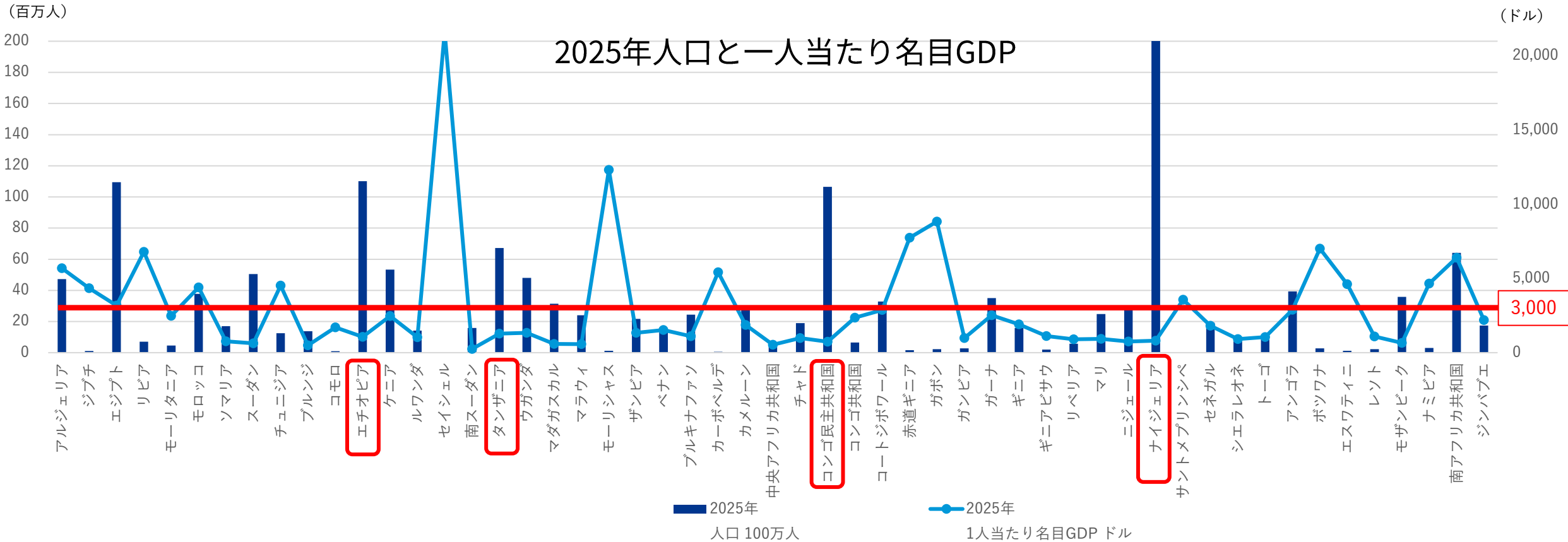


北アフリカ サブサハラ東 サブサハラ西・中央 南アフリカ・周辺国

(注) データはすべて推定値。エリトリアはデータなし。
 (出所) 国際通貨基金 (IMF) ワールドエコノミックアウトLOOKデータベース (2025年4月)。

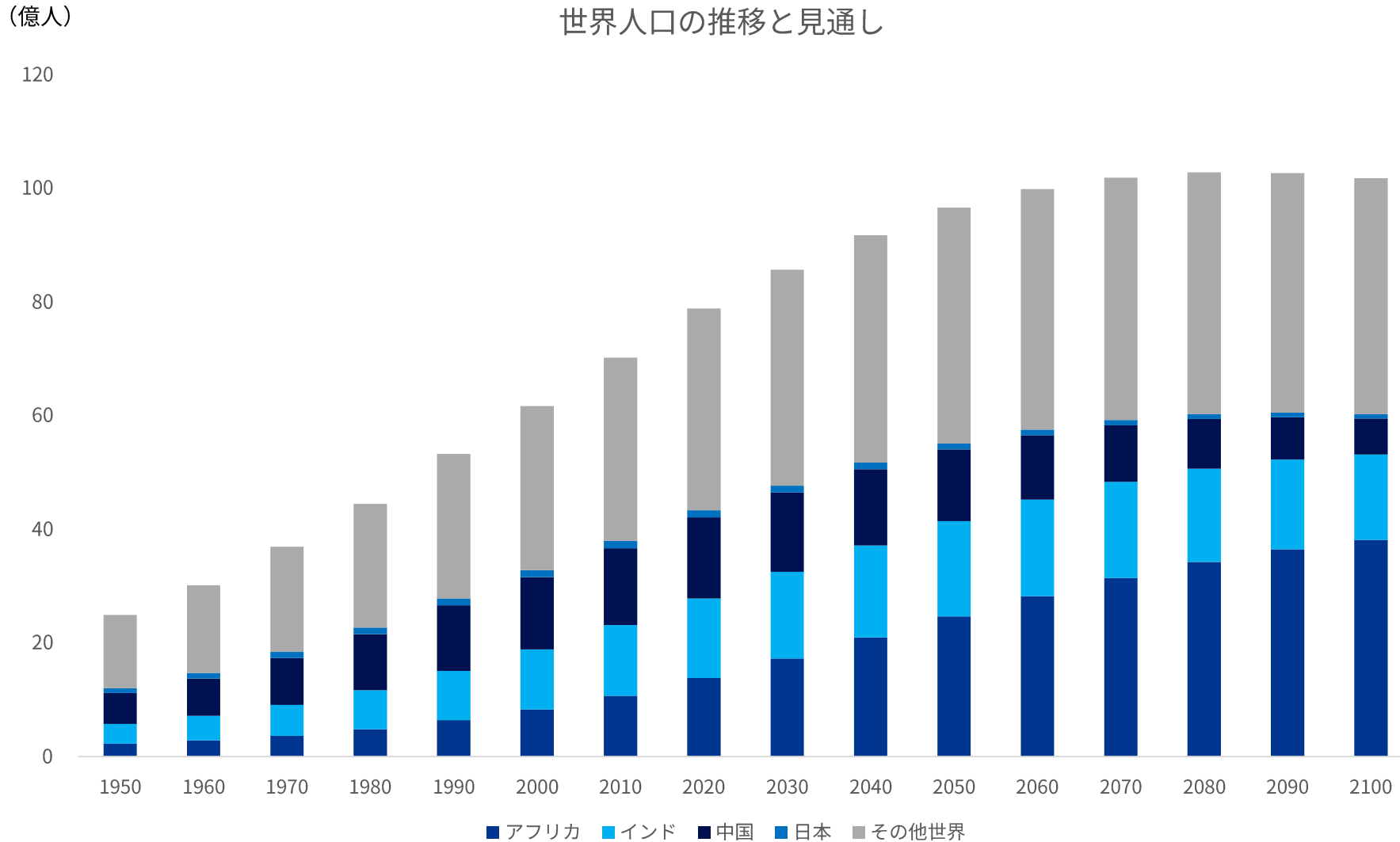
1. アフリカ市場の現状：多様なアフリカ諸国

人口が多く、1人当たりGDPが3,000ドル以下の国々に大きな成長ポテンシャル
エチオピア、ナイジェリア、タンザニア、コンゴ民主共和国など



(注) データはすべて推定値。エリトリアはデータなし。
(出所) 国際通貨基金 (IMF) ワールドエコノミックアウトルックデータベース (2025年4月)。

1. アフリカ市場の現状：人口増加大陸、2022年に中国、インドを上回る



	2025年人口
アフリカ	15.5億人
インド	14.6億人
中国	14.2億人
世界	82.3億人

- 2022年にアフリカの人口は中国、インドを上回った。
- 2050年：世界の4人に1人がアフリカ人
- 2080年：同3人に1人がアフリカ人

サブサハラ人口
 2025年 約11億人
 2030年 約14億人
 2050年 約21億人

(出所) 国際連合社会経済局人口課データポータルのデータを用いて、スズキ株式会社で編集。

1. アフリカ市場の現状：道路事情

南アフリカ



コートジボワール



1. アフリカ市場の現状：道路事情

エジプト



ケニア



セネガル



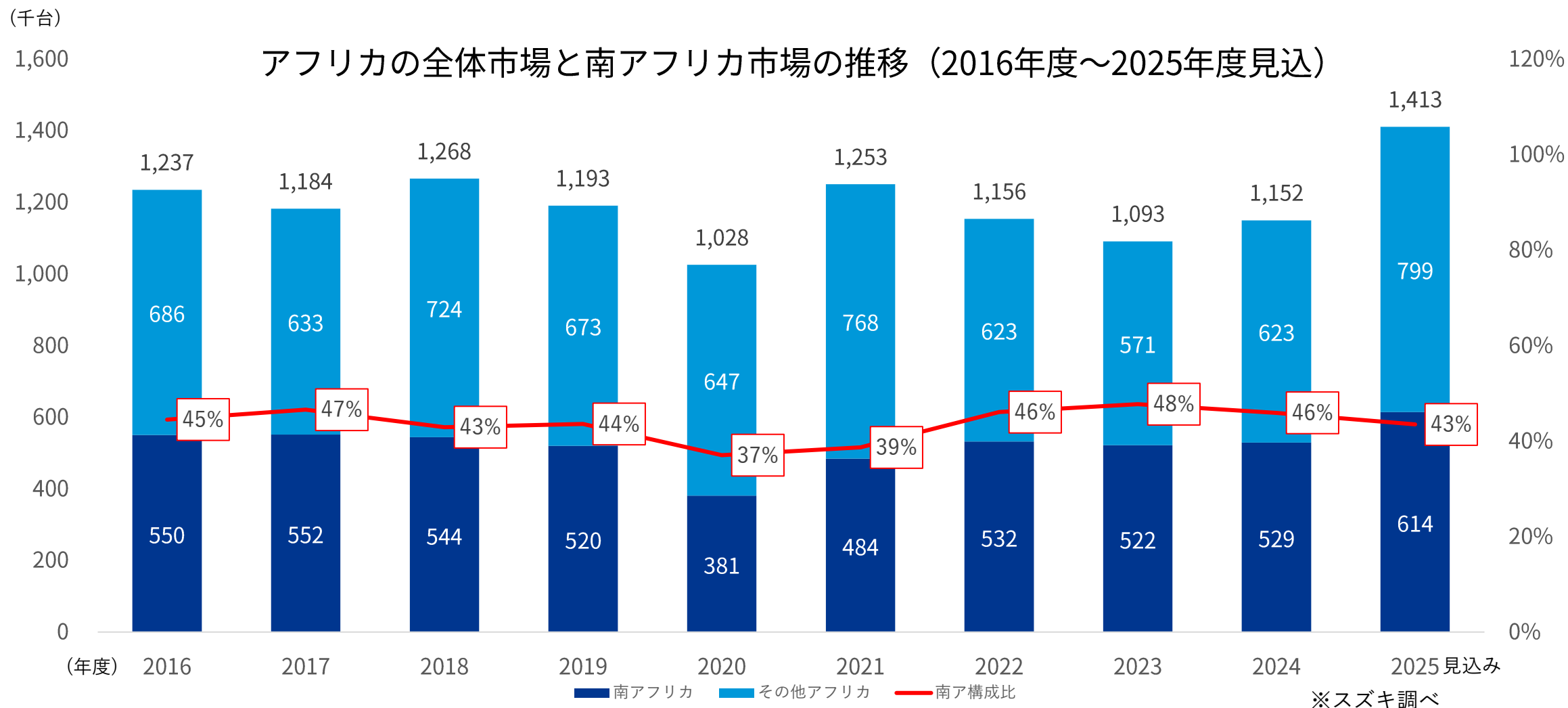
シエラレオネ



2. アフリカでの販売状況

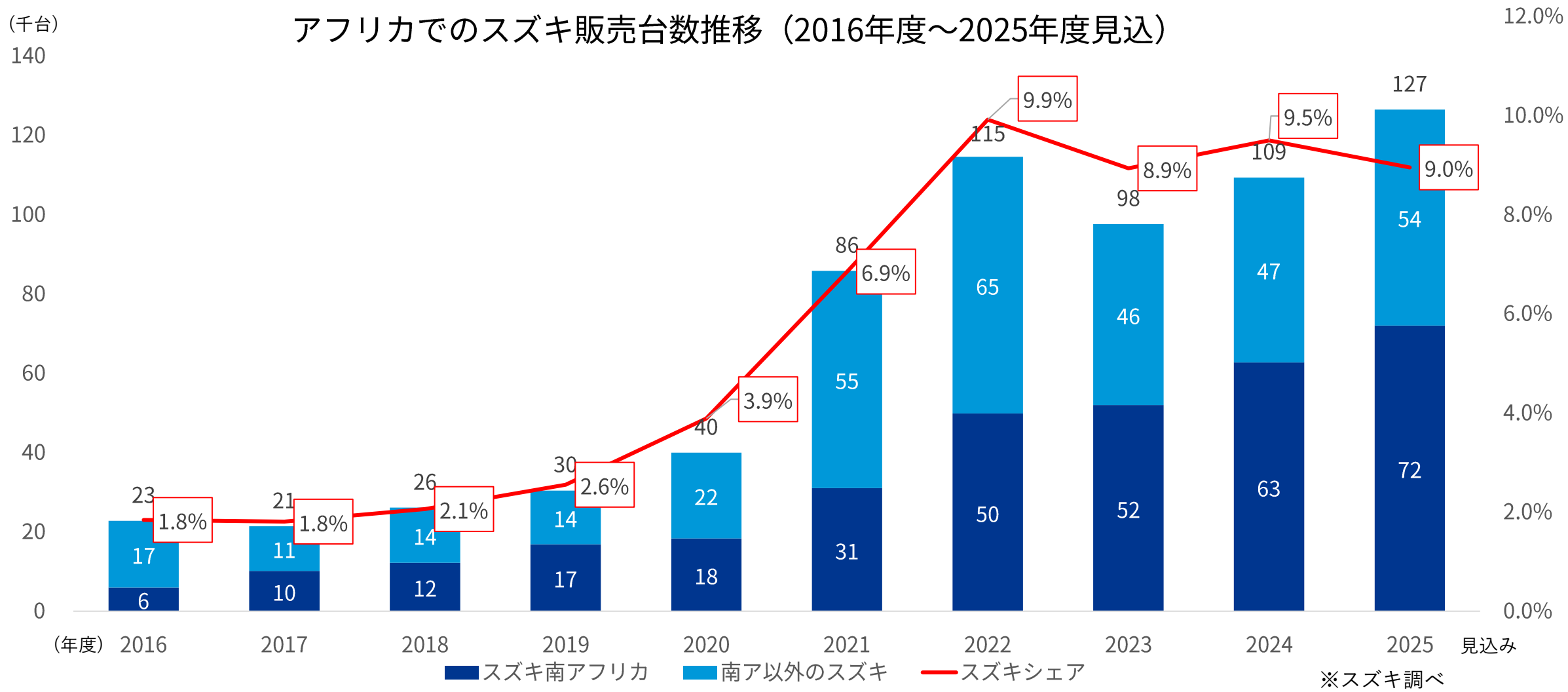
2. アフリカでの販売状況

アフリカ全体市場は過去10年横ばいで推移



2. アフリカでの販売状況

過去10年で全アフリカで5.5倍、南アフリカでは12倍に増加




2. アフリカでの販売状況


アフリカにおけるスズキシェア上位 (2024年度)

シェア1位：5か国

シェア10%以上：8か国

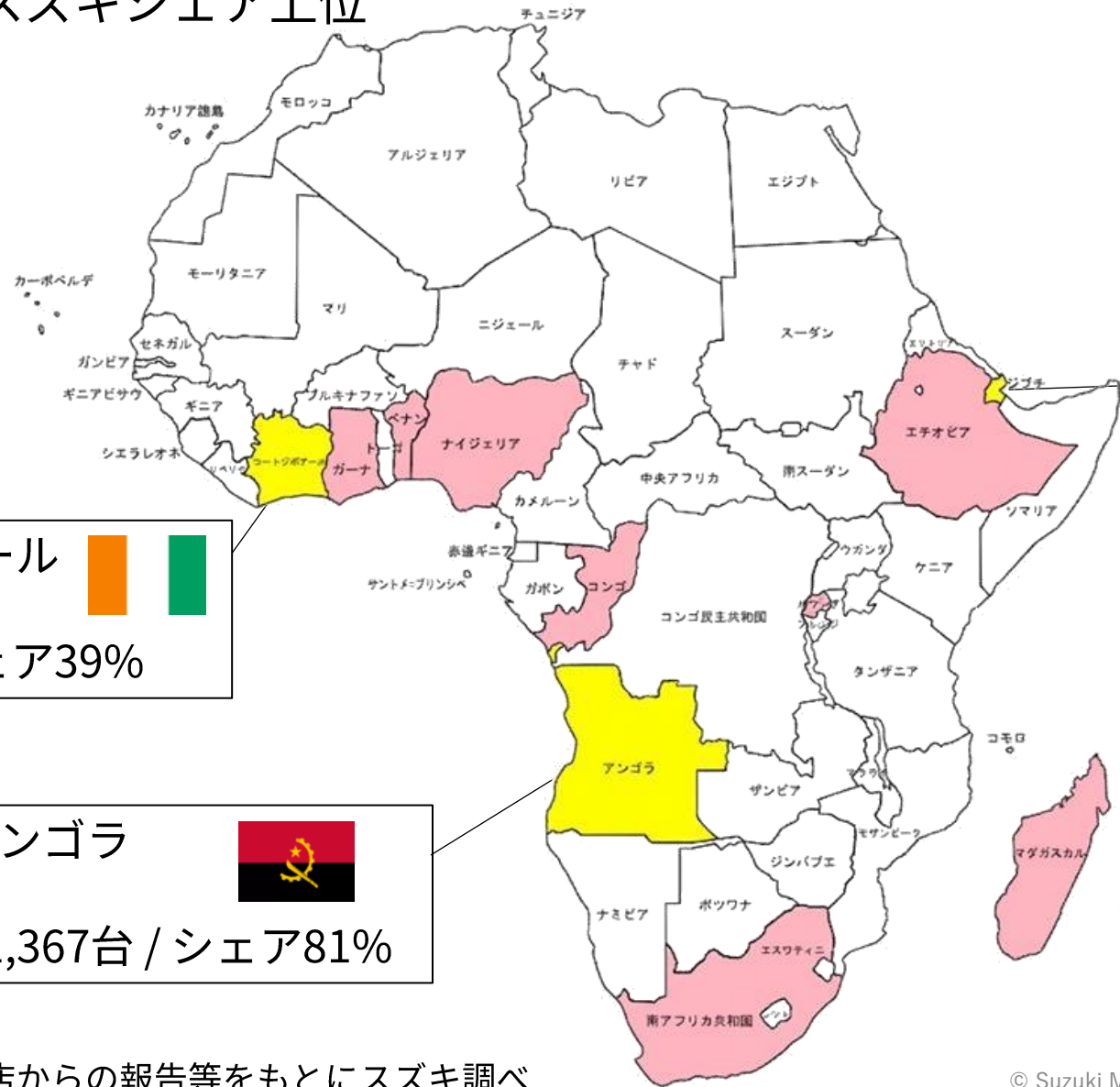
コートジボワール 
10,174台 / シェア39%

アンゴラ 
11,367台 / シェア81%

ジブチ 
523台 / シェア15%

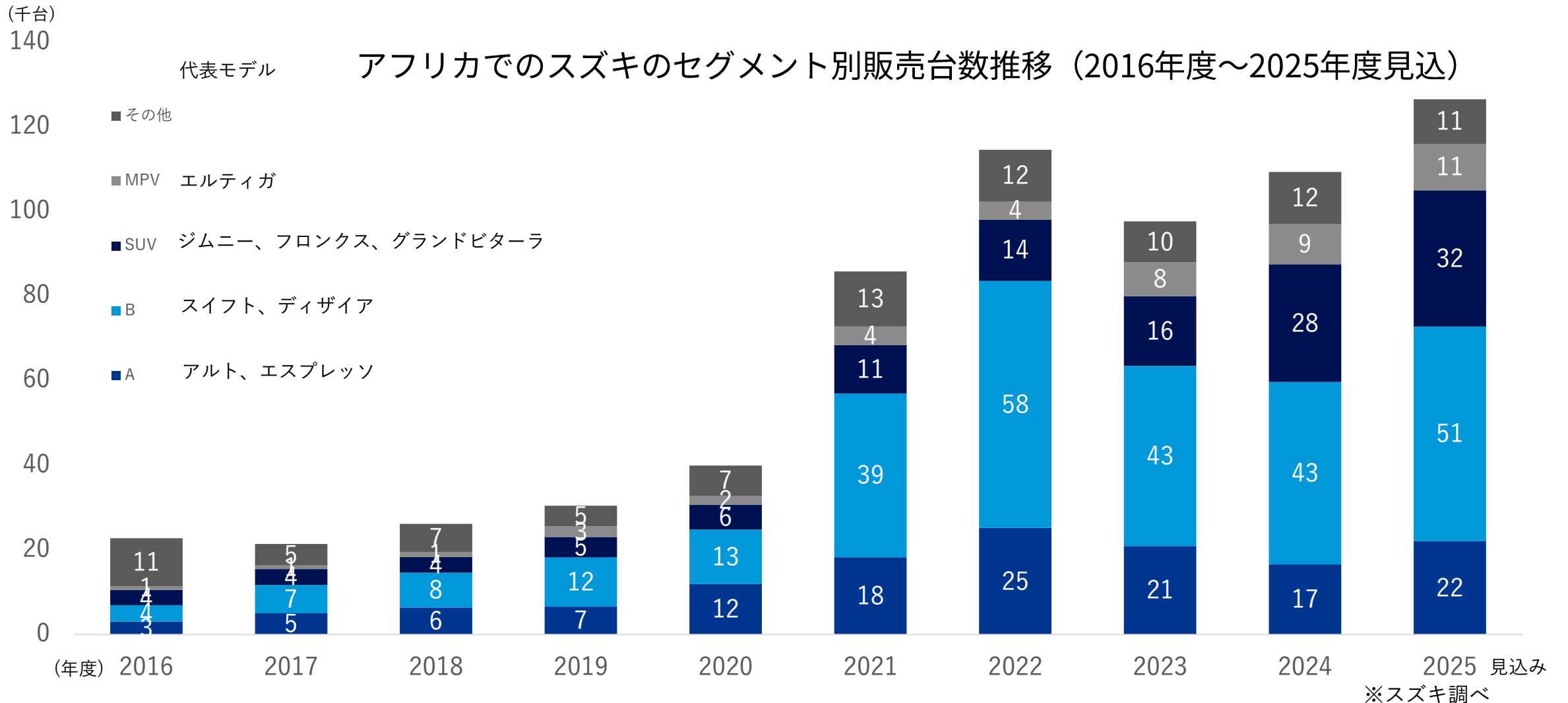
セーシェル 
915台 / シェア32%

モーリシャス 
4,736台 / シェア26%



2. アフリカでの販売状況

A/Bセグメント拡販で土台固め→SUVセグメントの拡販



2. アフリカでの販売状況

アフリカで好まれるスズキ車

- ①低燃費・耐久性の良い小型車
タクシー・ライドシェアを通じて人々の移動を支援、雇用創出にも貢献
代表機種：エスプレッソ、ディザイア



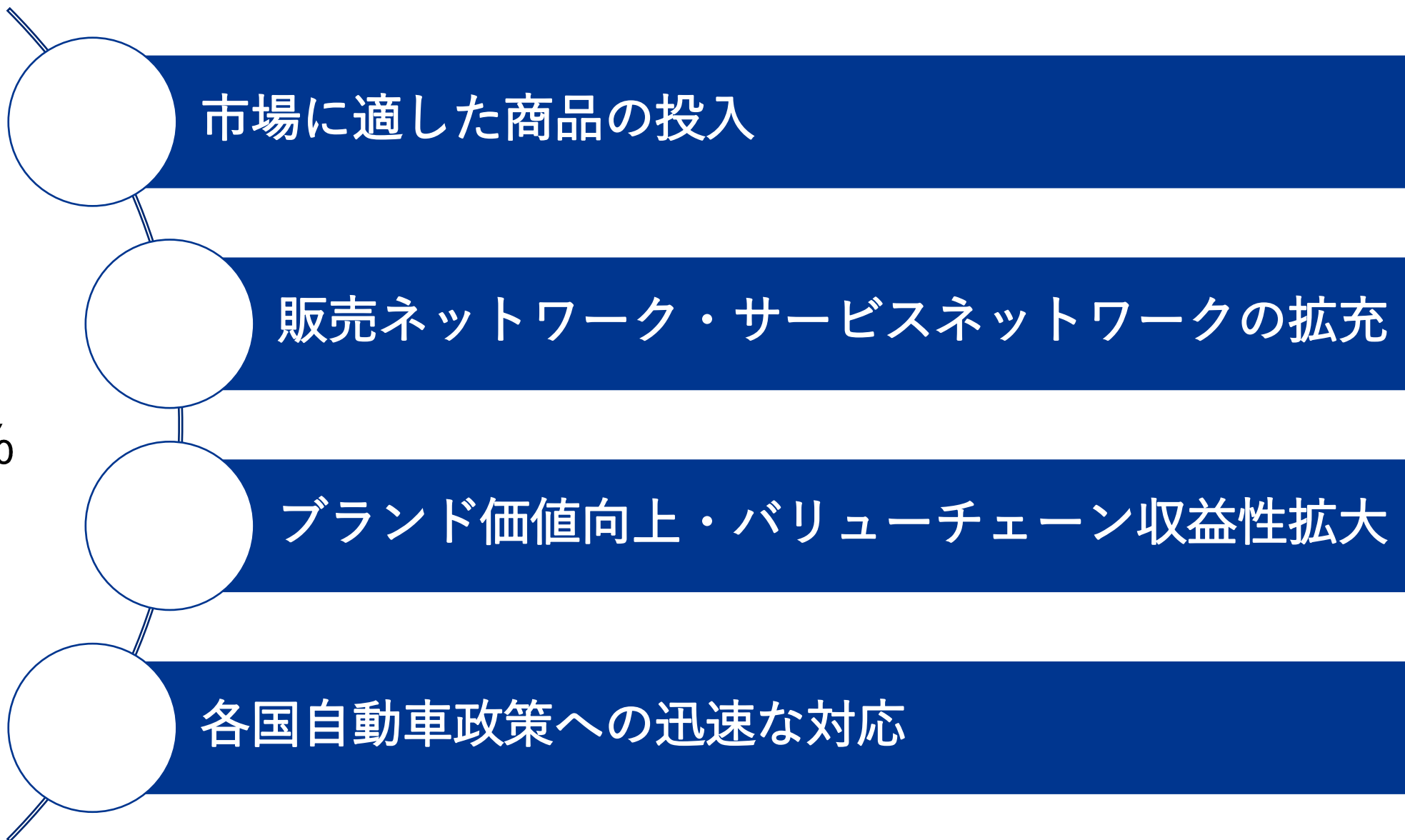
- ②小型／中型SUVモデル
所得拡大に伴い個人需要が増加
走破性、最低地上高等が道路事情に合致
代表機種：ジムニー、フロンクス等



3. アフリカ事業戦略

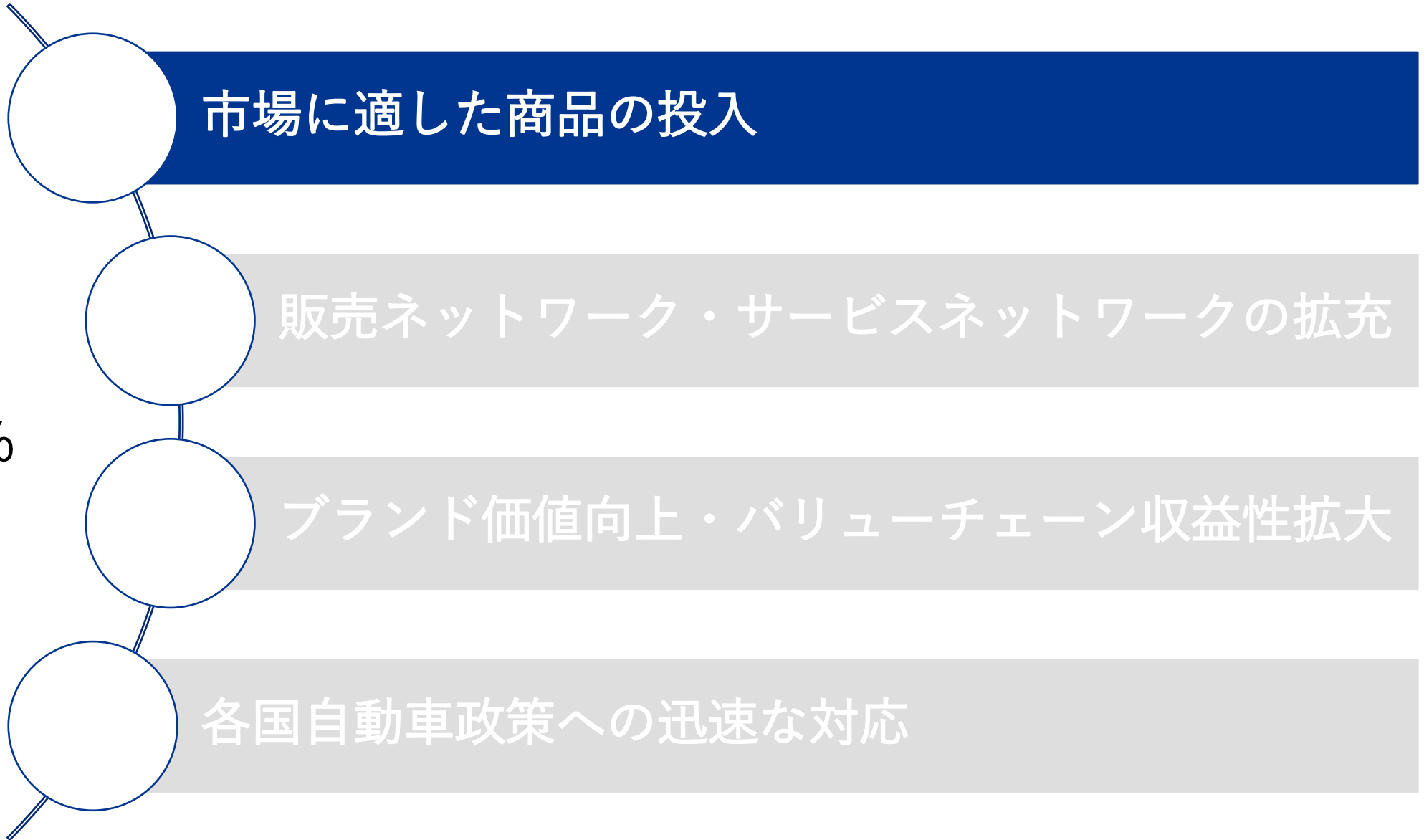
3. アフリカ事業戦略

2030年度
アフリカ
シェア10%
達成

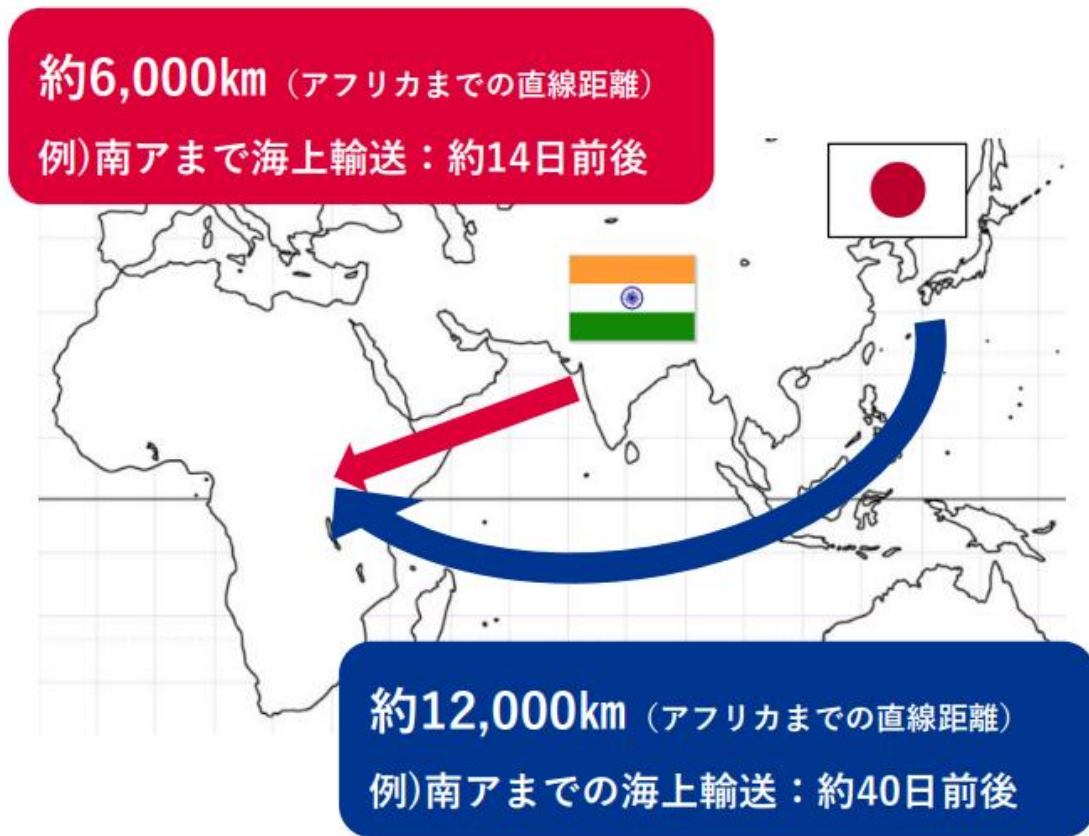
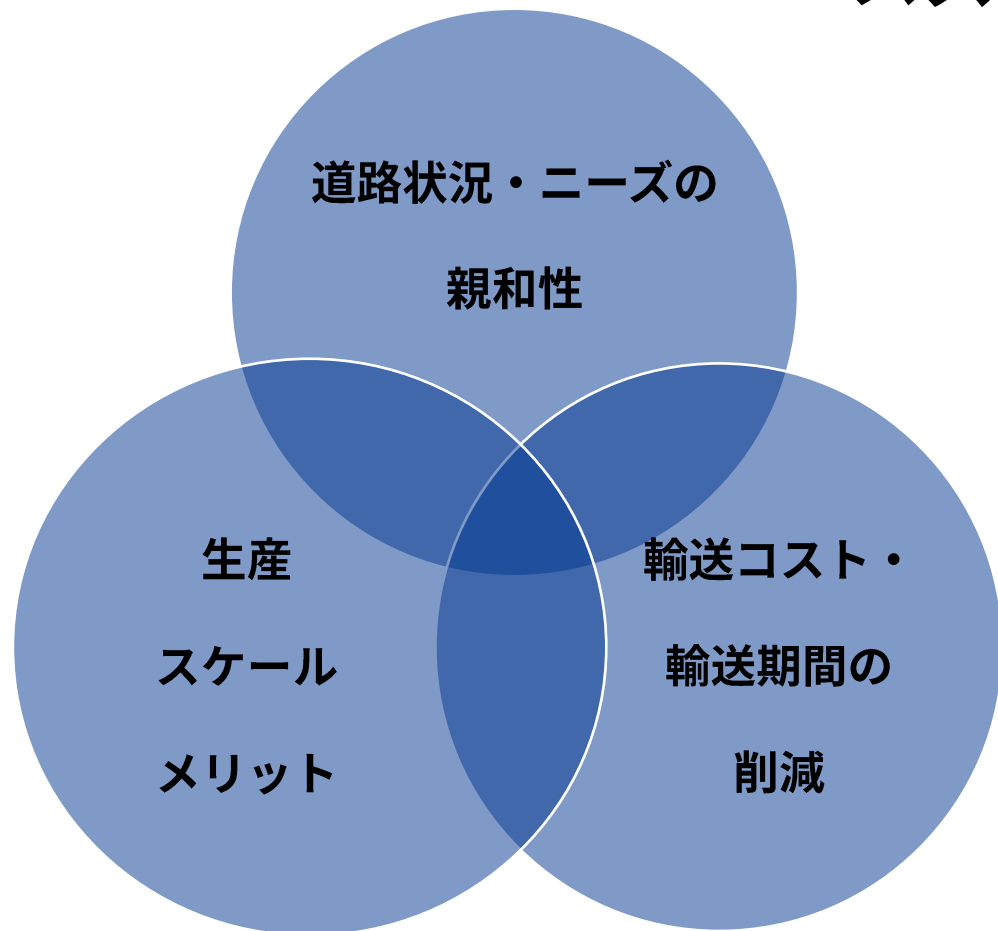


3. アフリカ事業戦略 市場に適した商品の投入

2030年度
アフリカ
シェア10%
達成

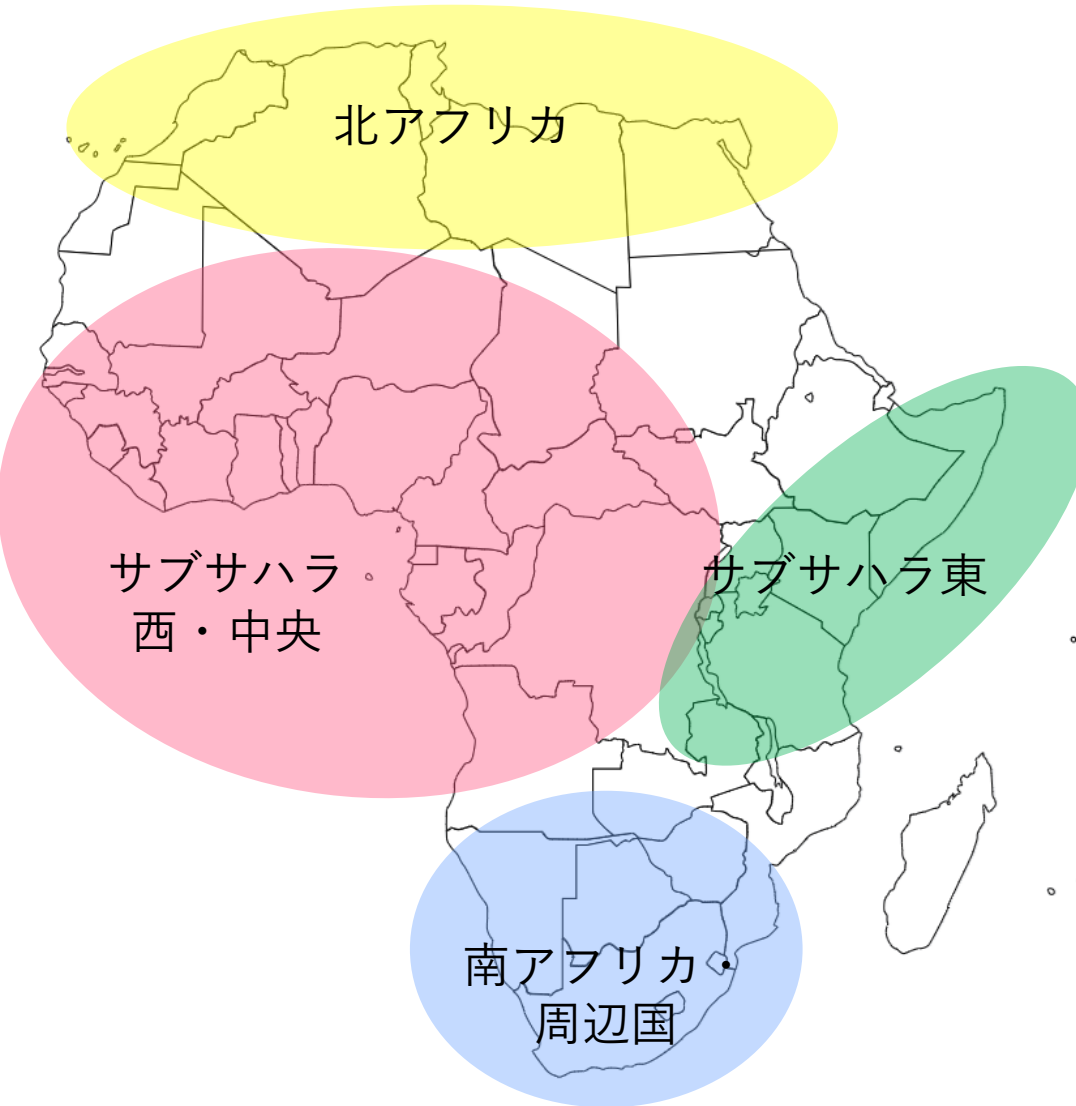


アフリカで求められる車（耐久性・低燃費・高品質・価格） →スズキの車が合致



3. アフリカ事業戦略 市場に適した商品の投入

各地域での主力販売モデル



北アフリカ	SUV (Bセグメント) 	商用車 
サブサハラ東	SUV (Bセグメント) 	SUV (Cセグメント) 
サブサハラ 西・中央	Aセグメント 	Bセグメント 
南アフリカ・ 周辺国	Bセグメント 	SUV (Bセグメント) 

3. アフリカ事業戦略 市場に適した商品の投入



北アフリカ：

欧州との経済的接点を活かし、都市型小型車・SUVで安定的な事業基盤を構築、現地生産拠点を活用した供給体制を確立

- モロッコ：アフリカ第2位市場。
乗用車主軸、欧州法規仕様対応車を投入。
- エジプト：アフリカ第3位市場。
商用車・乗用車は現地生産を最大限活用。
完成車輸入は需要の高いSUVを拡販。



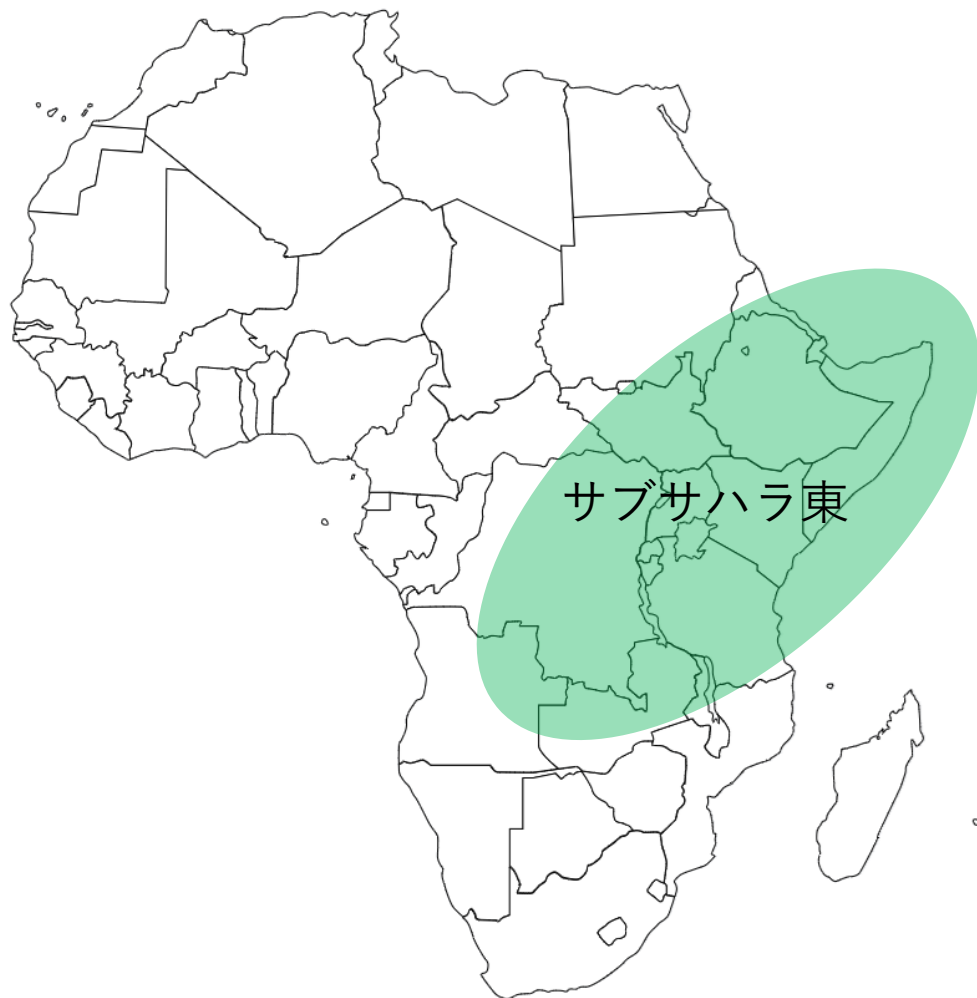
※モロッコ・エジプトの市場規模はスズキ調べ

3. アフリカ事業戦略 市場に適した商品の投入

サブサハラ東：

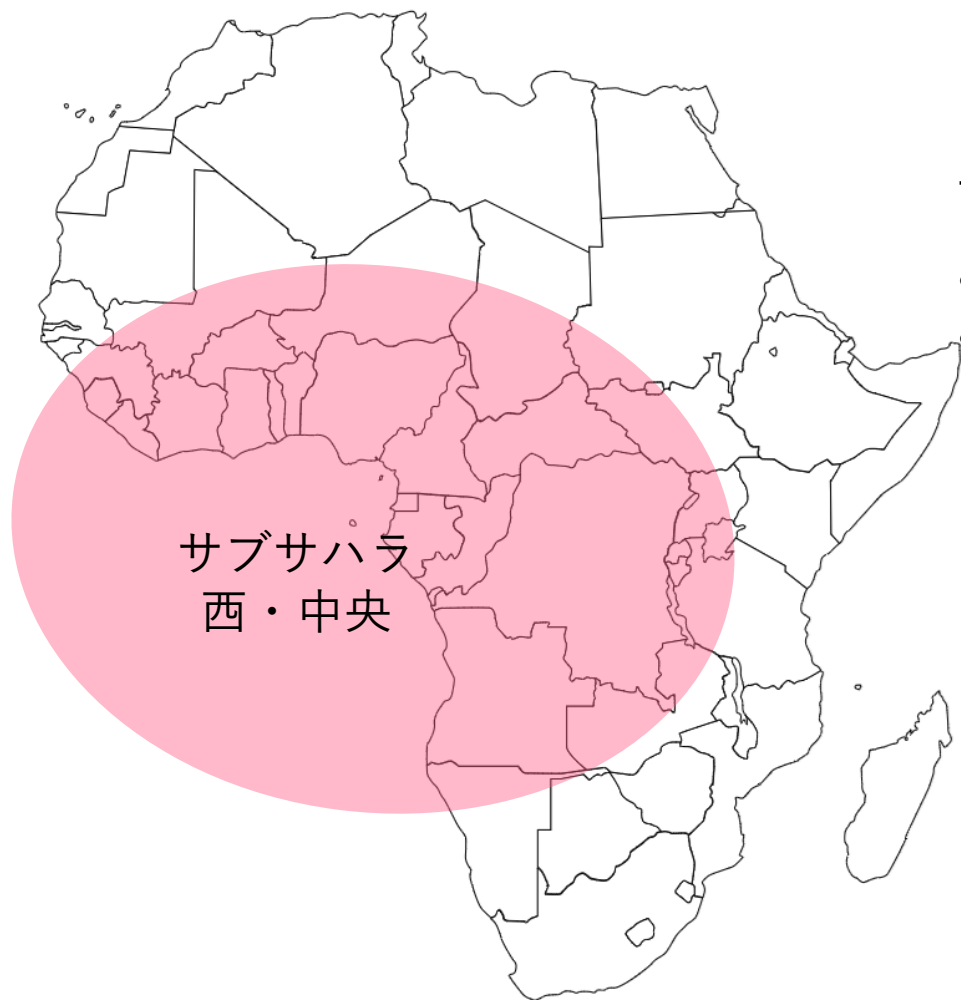
右ハンドル国が多く、日本から多くの安価な中古車が流入。
中古車市場規模は新車市場の約10倍 ※スズキ推定

- 個人顧客のSUV需要を開拓
- 中古車車齢規制等のロビー活動を強化



グランドビターラ

3. アフリカ事業戦略 市場に適した商品の投入



サブサハラ西・中央：

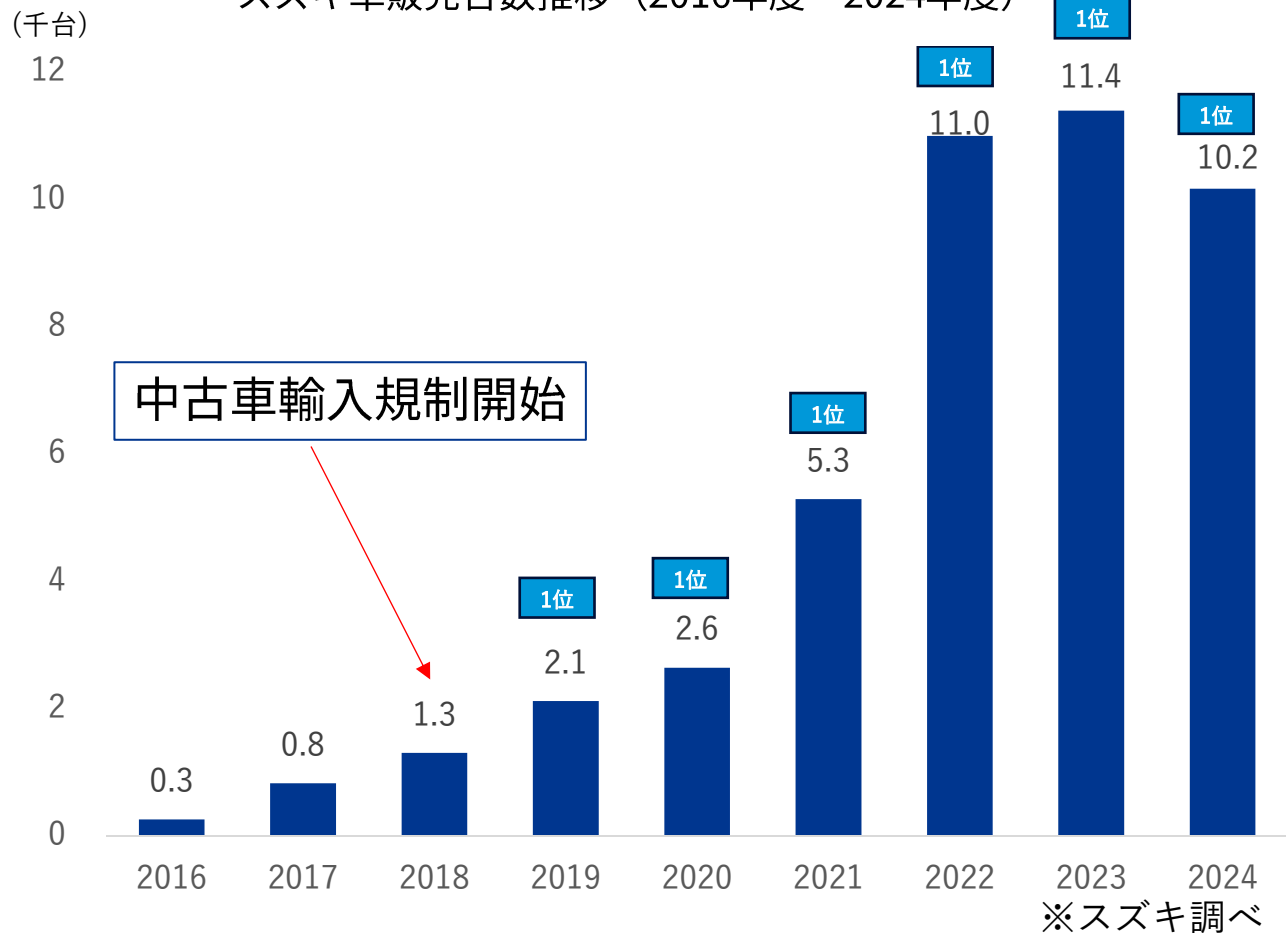
公共交通が脆弱で、タクシーやライドシェアなどが市民の足替わり。タクシー・ライドシェアサービス需要を捉え、コートジボワール（シェア39%）、アンゴラ（シェア81%）で圧倒的ポジションを確立。これにより雇用創出に貢献。

- タクシー・ライドシェアに適した商品。
- 低燃費・高耐久・低価格な小型乗用車、エスプレッソ、ディザイアが主力。



3. アフリカ事業戦略 市場に適した商品の投入：好事例 コートジボワール

スズキ車販売台数推移（2016年度～2024年度）



- 2018年4月より中古車輸入規制（車齢5年以上の中古車禁止）が敷かれ、以降、新車販売市場が拡大。
- タクシー、ライドシェアサービスの需要が急増。エスプレッソ・ディザイア等の車種が販売をけん引。



3. アフリカ事業戦略 市場に適した商品の投入



南アフリカ共和国・周辺国:

アフリカ最大の成熟市場。

スズキの販売台数は2016年度比11倍に伸長、2025年度はシェア2位（11.7%）にランクアップ。販売・サービスネットワーク拡充とSUV展開により継続して成長。

- 個人需要向けスイフト・エルティガ・フロンクスが主力。
- SUVを中心に、ファミリー・レジャー用途の商品ラインナップを強化。

スイフト



ジムニー 週末のレジャー



3. アフリカ事業戦略 市場に適した商品の投入：新型SUVアクロスの導入（南アフリカ）

メディア向け発表会

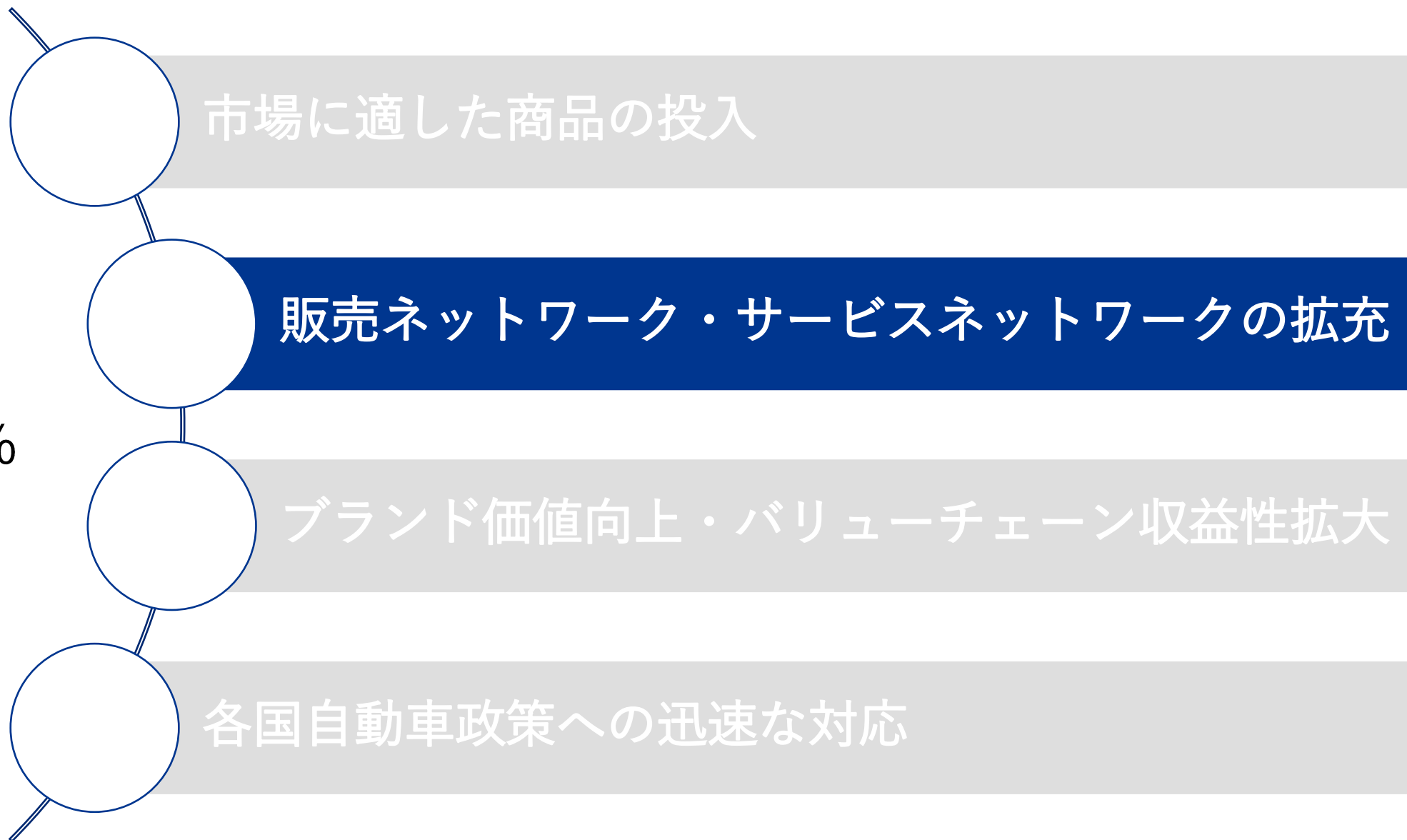


販売店向け勉強会・試乗会



3. アフリカ事業戦略 ネットワーク拡充

2030年度
アフリカ
シェア10%
達成



3. アフリカ事業戦略 ネットワーク拡充

販売・サービスネットワークの継続的拡大、各国での事業基盤強化

アフリカ全体		54カ国
スズキネットワーク	代理店	51カ国
	販売	259拠点
	サービス	379拠点

(2026年3月時点)



南アフリカ販売子会社本社社屋



3. アフリカ事業戦略 ネットワーク拡充

南アフリカ 都市部の大規模店



3. アフリカ事業戦略 ネットワーク拡充

将来の有望市場の小規模店



セーシェル



リベリア



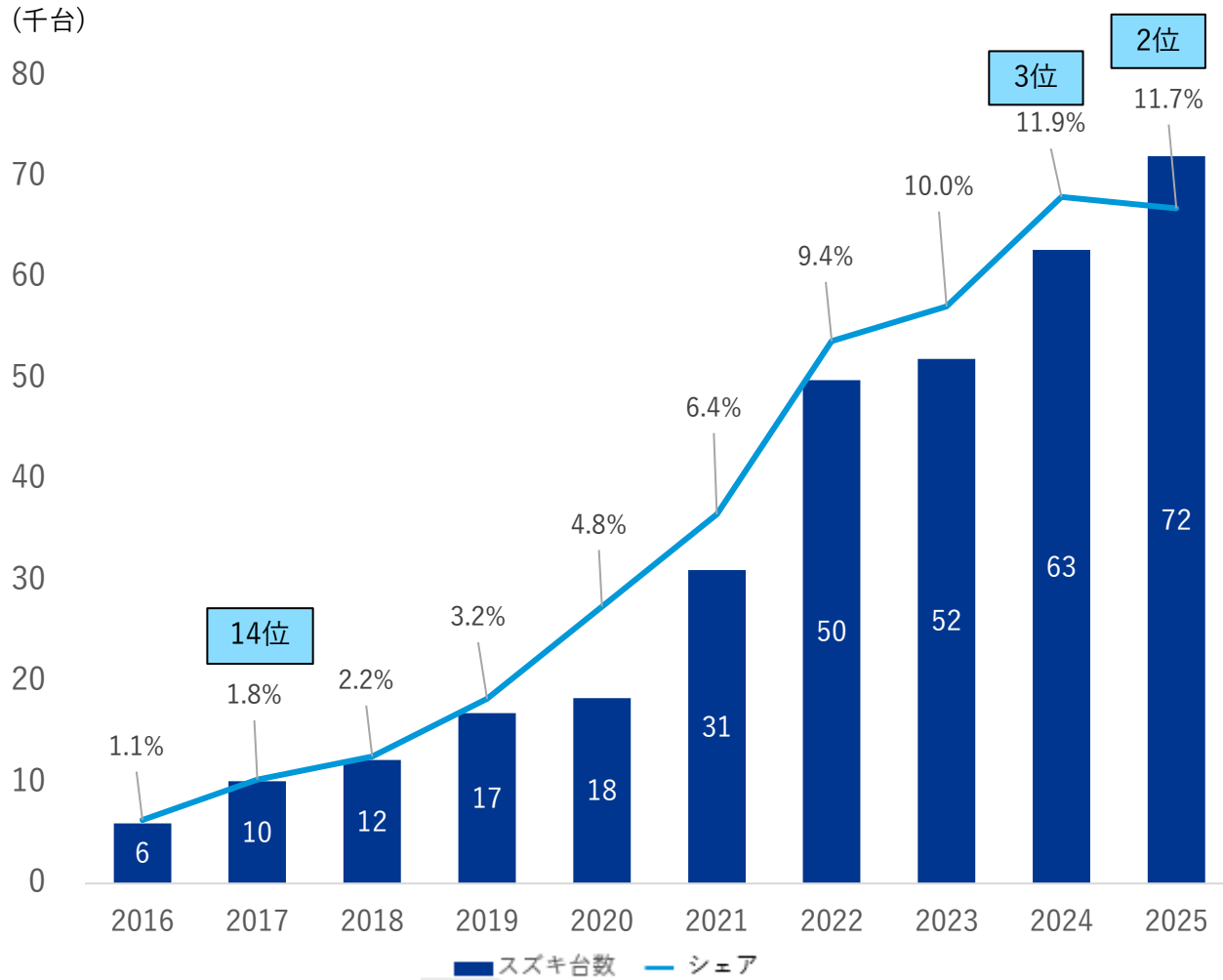
 SUZUKI ベナン



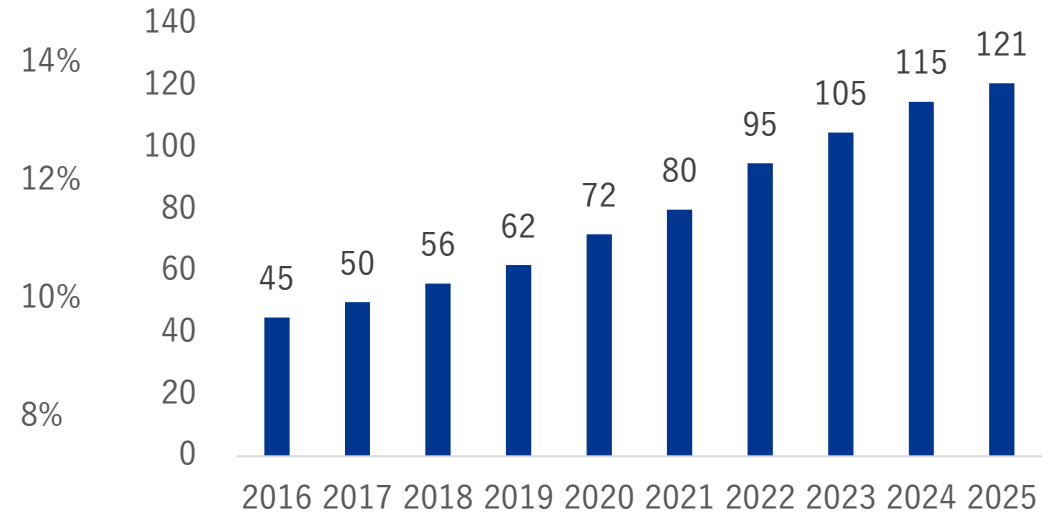
モザンビーク

3. アフリカ事業戦略 ネットワーク拡充：好事例 南アフリカ 販売店増加

スズキ車販売台数推移（2016年度～2025年度見込）



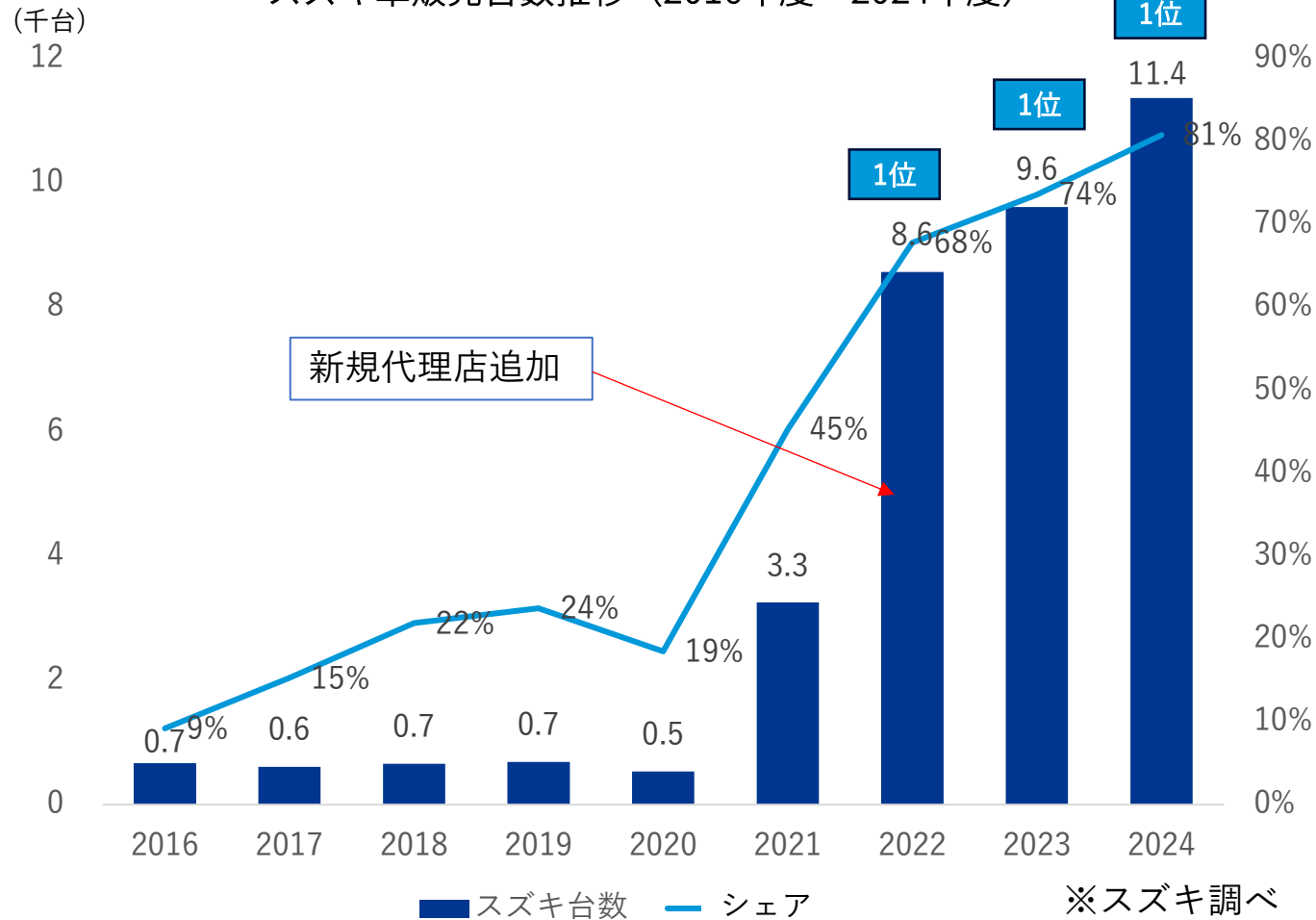
販売拠点数推移



※市場占拠率、順位はNAMMSA（南アフリカ自動車工業会）データ等からスズキ調べ

3. アフリカ事業戦略 ネットワーク拡充：好事例 アンゴラ 複数代理店任命

スズキ車販売台数推移（2016年度～2024年度）



2022年に新規代理店を追加→3代理店体制、シナジー効果で販売急増。
配車サービス（Uber等）需要と個人向けSUVモデルの需要が急増。



アフリカ最大級のショールーム(約1,800平方メートル)

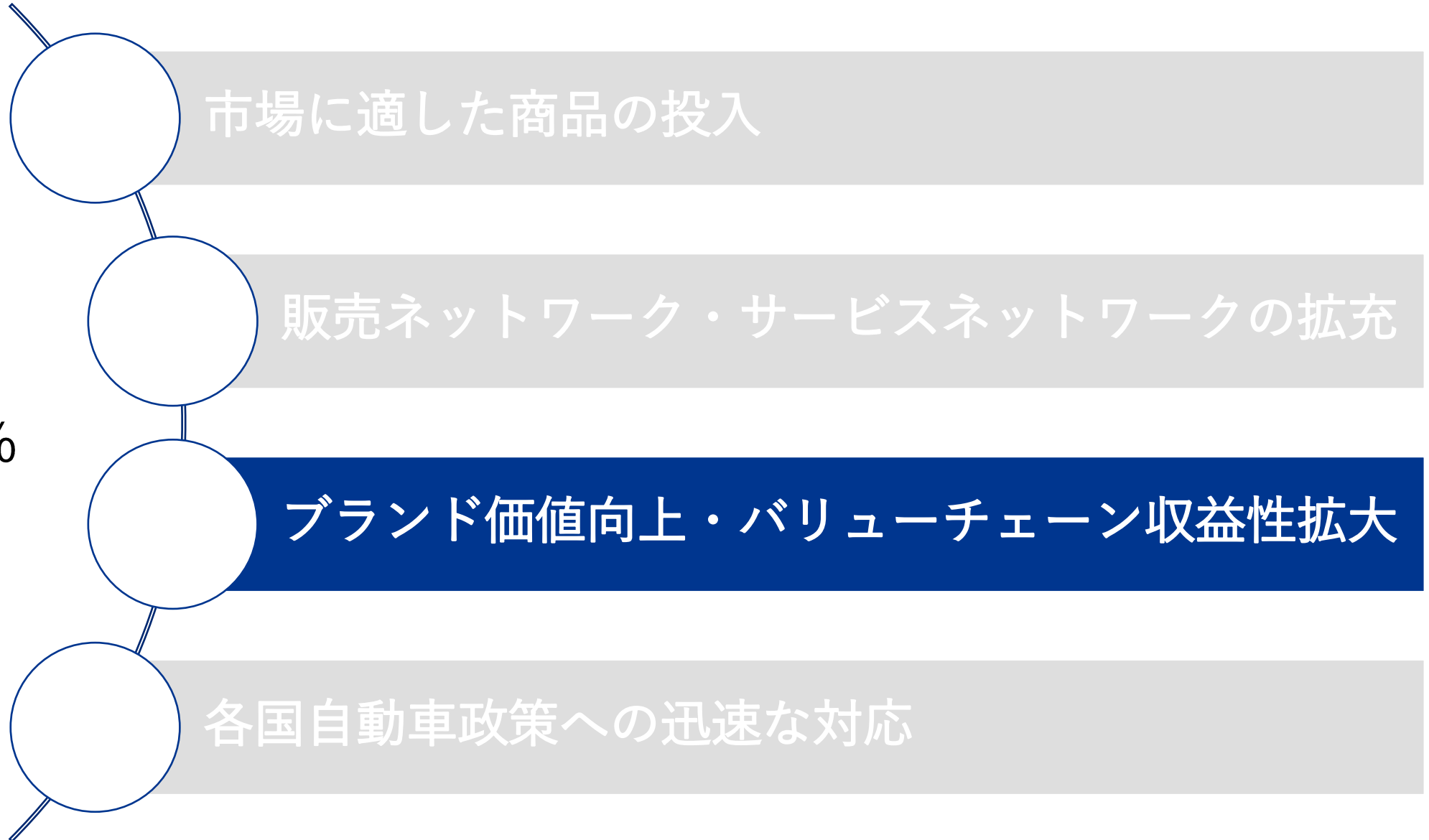
3. アフリカ事業戦略 ネットワーク拡充：好事例 アンゴラ



ショールームとサービス工場

3. アフリカ事業戦略 ブランド価値向上・バリューチェーン

2030年度
アフリカ
シェア10%
達成



3. アフリカ事業戦略 ブランド価値向上・バリューチェーン

アフリカでのブランド価値向上：アフリカサッカー連盟（CAF）への協賛



3. アフリカ事業戦略 ブランド価値向上・バリューチェーン：好事例 南アフリカ

南アフリカでの様々なブランド価値向上活動の成果

2024 SAVRALA Manufacturer of the Year



2025 Cars.co.za Budget Car of the Year (スイフト)



3. アフリカ事業戦略 ブランド価値向上・バリューチェーン：好事例 南アフリカ・チュニジア

南アフリカ Jimny Gathering



チュニジア Jimny Raid (サハラ砂漠)



ギネス世界記録認定

<南アフリカ Jimny Gathering>

- 2023年/2025年、ブランド価値向上のためにファンイベントを開催。
- ギネス世界記録挑戦を通じてスズキオーナーとの絆を強化。

<チュニジア Jimny Raid>

- 2022年から毎年、サハラ砂漠をジムニーで走破するオーナーイベントを開催。砂漠走行はお客様からも好評。

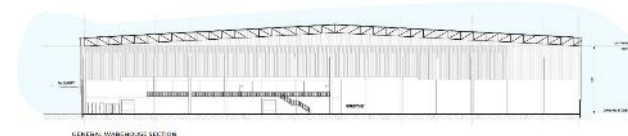
→ファンイベントによって、スズキのSUVブランド力を訴求、口コミを通じて販売を促進している。

3. アフリカ事業戦略 ブランド価値向上・バリューチェーン

南アフリカ販売子会社の本社・部品倉庫を拡張移転、部品供給能力を向上
26年度中に稼働開始予定



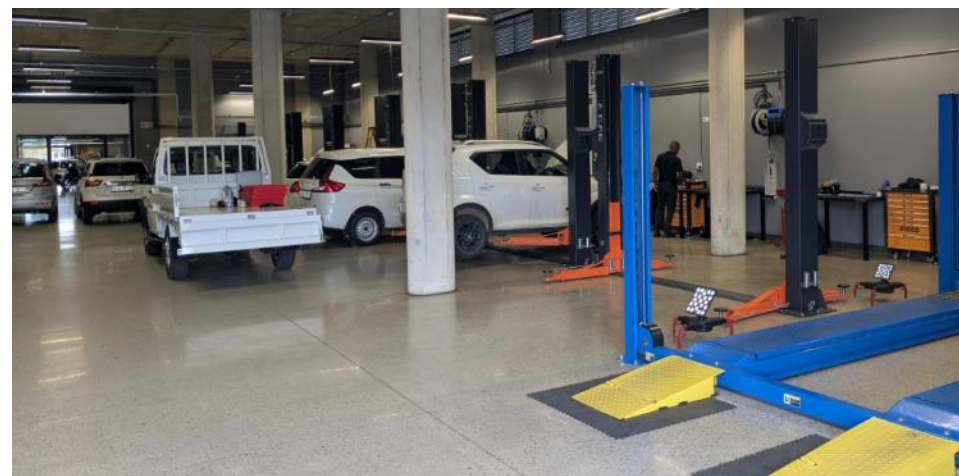
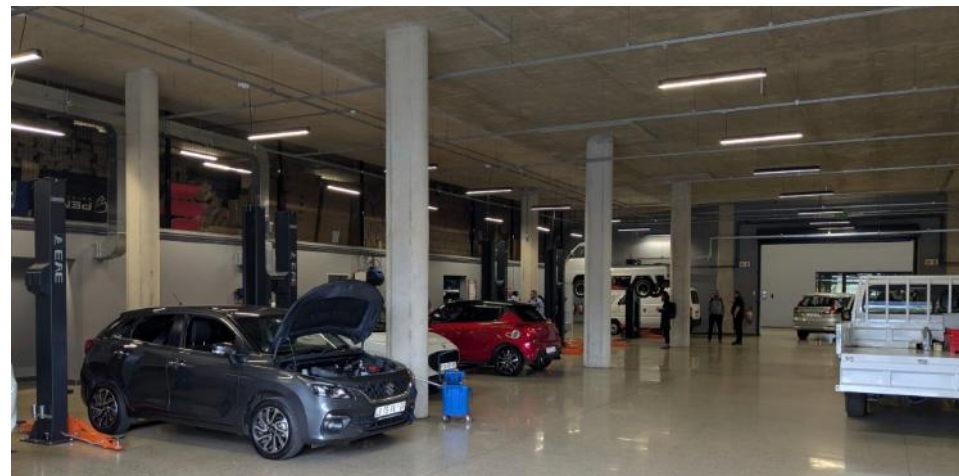
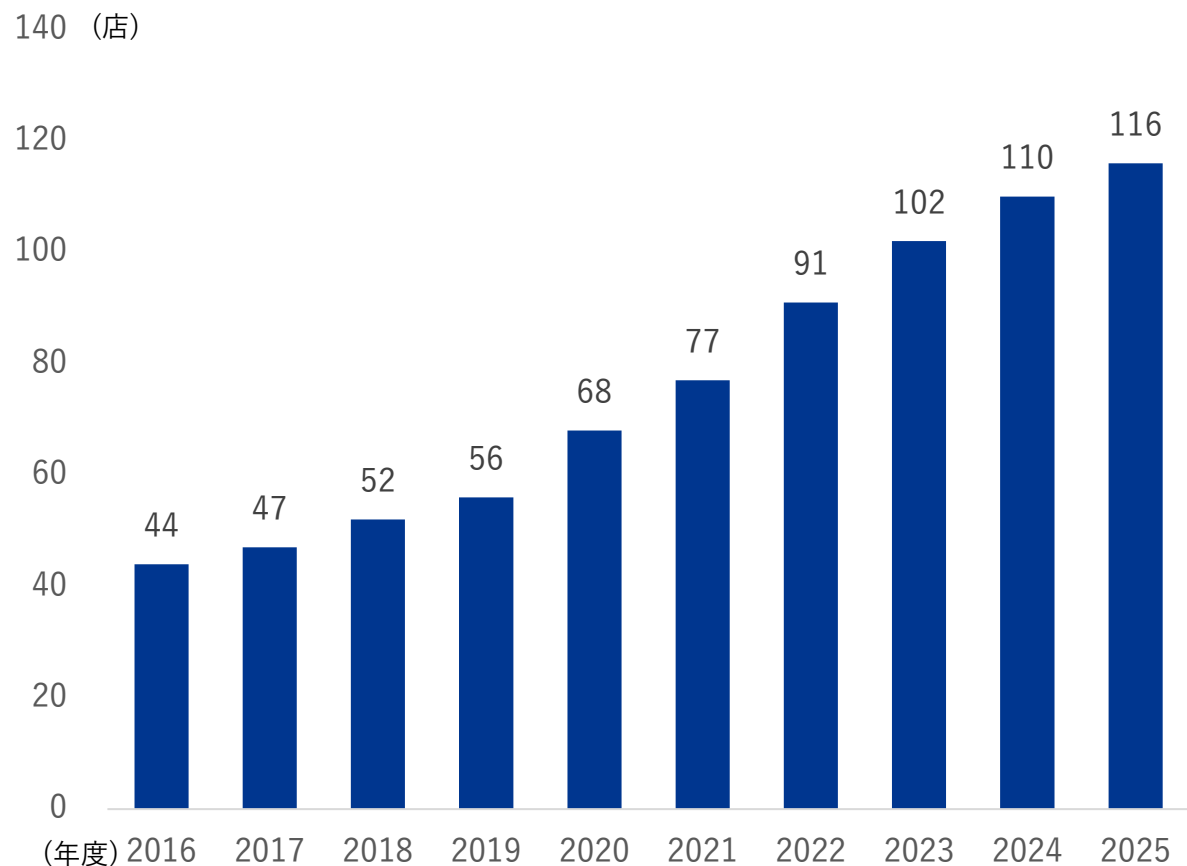
南アフリカ販売子会社新社屋イメージ



3. アフリカ事業戦略 ブランド価値向上・バリューチェーン

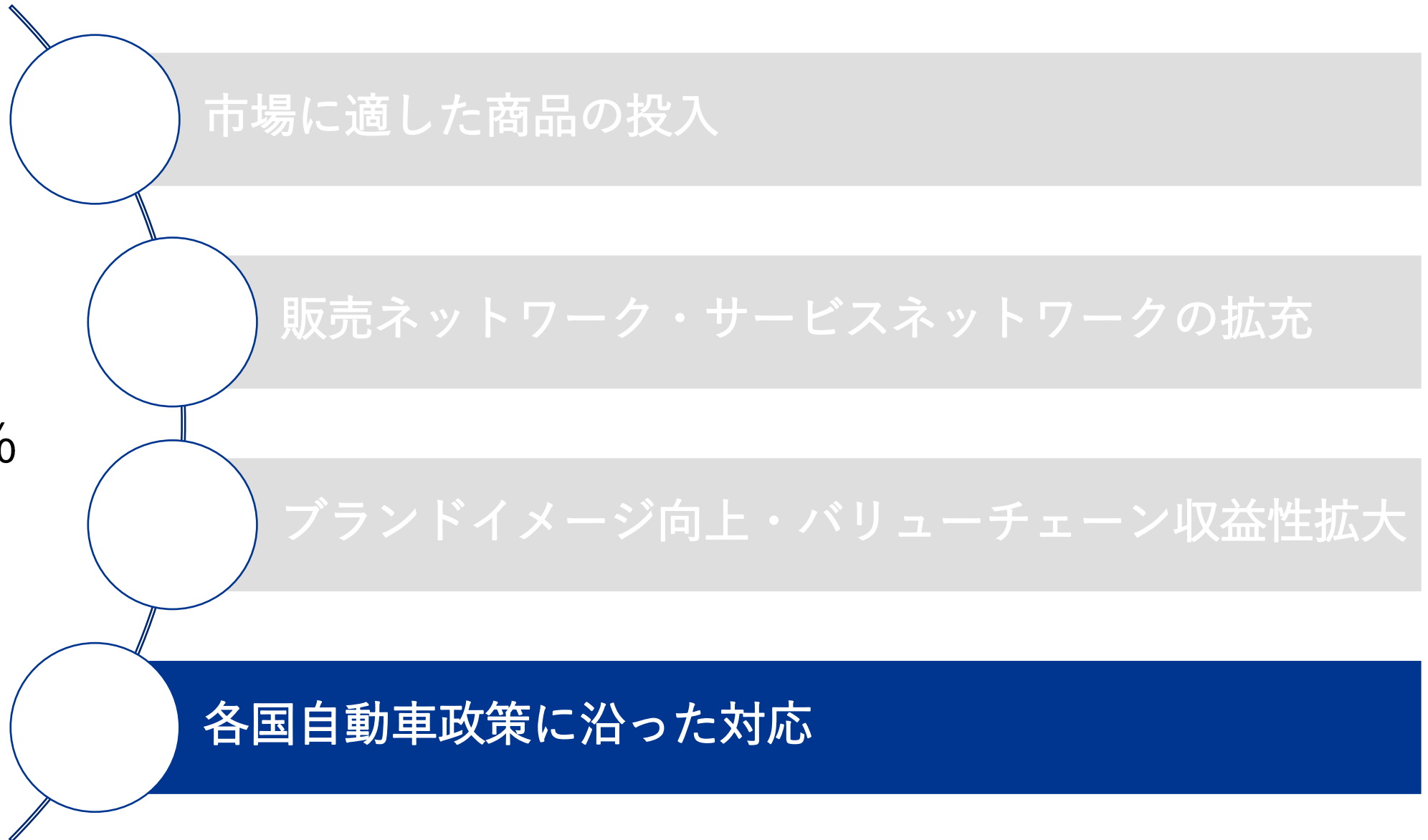
販売台数増、管理顧客台数増加に伴いサービス拠点数を拡充

南アフリカ・サービス拠点数推移 (2016年～2025年度)



3. アフリカ事業戦略 各国自動車政策に沿った対応

2030年度
アフリカ
シェア10%
達成



3. アフリカ事業戦略 各国自動車政策に沿った対応

各国の自動車政策（中古車輸入規制、電動車促進、現地生産促進）に即した迅速な事業展開により、市場機会を確実に捉える



豊田通商のガーナ子会社生産工場
スズキスイフトを生産

アクロス (MHEV車)

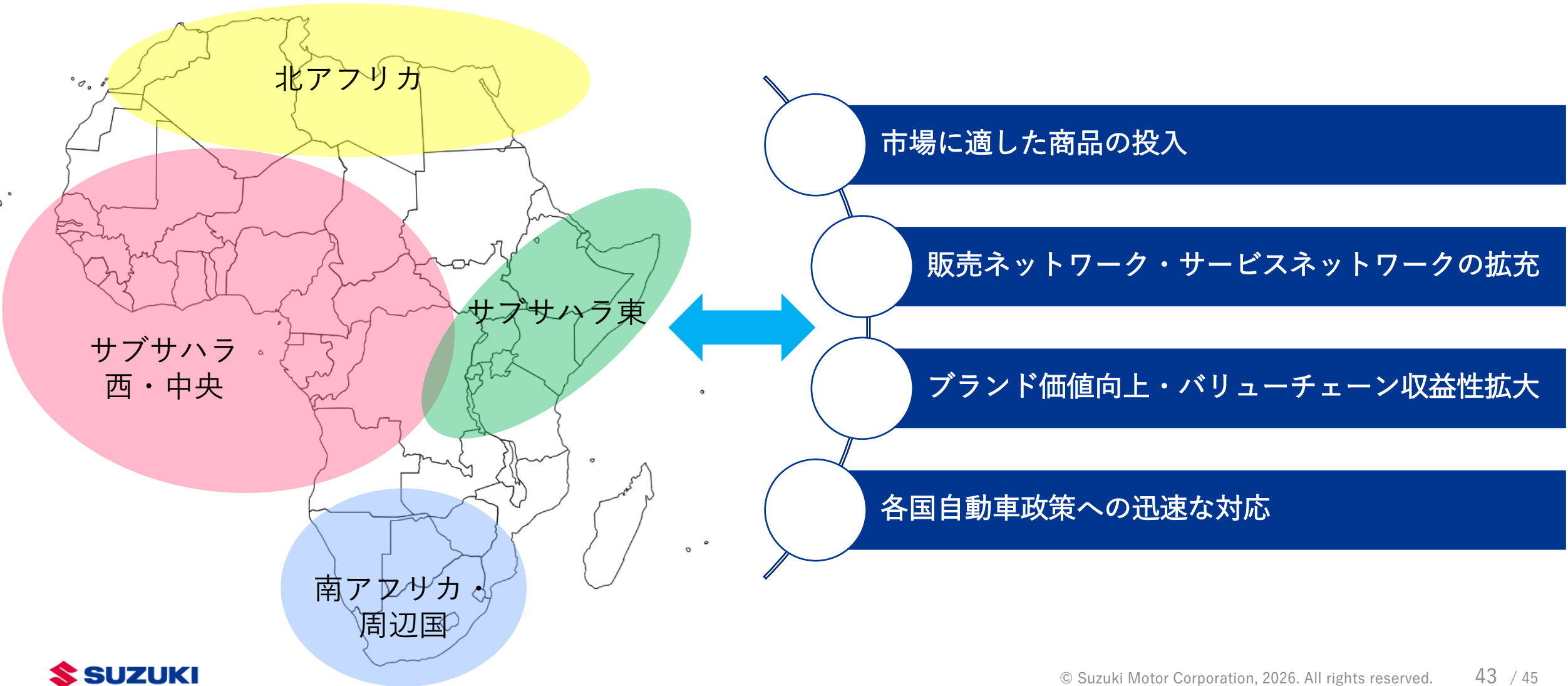


電動車（EV・ハイブリッド）優遇政策への対応
ハイブリッドのラインアップ拡大

4. アフリカ事業戦略 まとめ

4. アフリカ事業戦略 まとめ

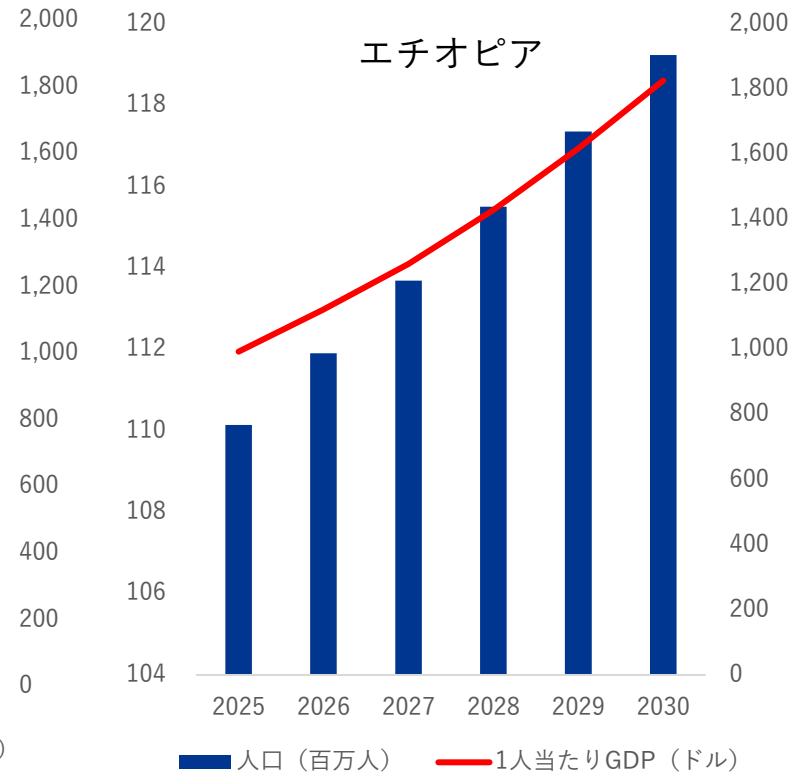
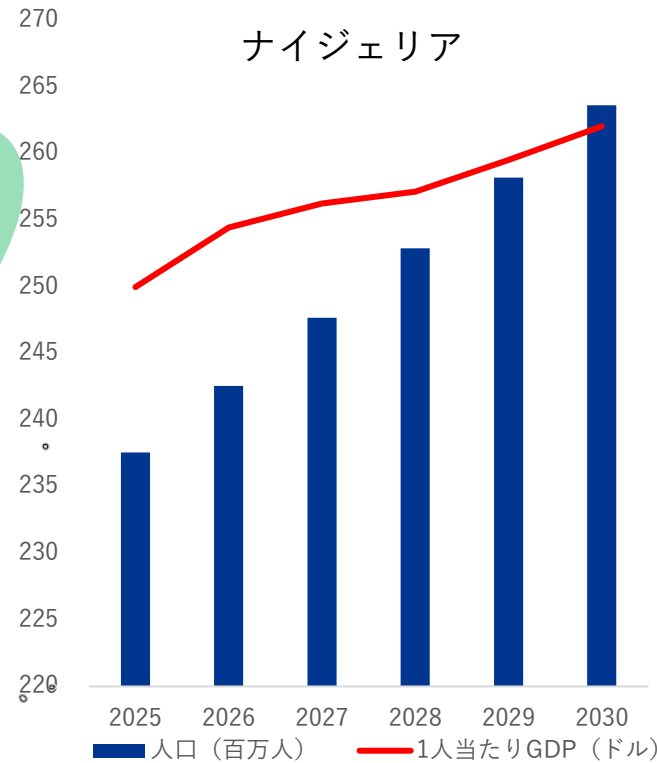
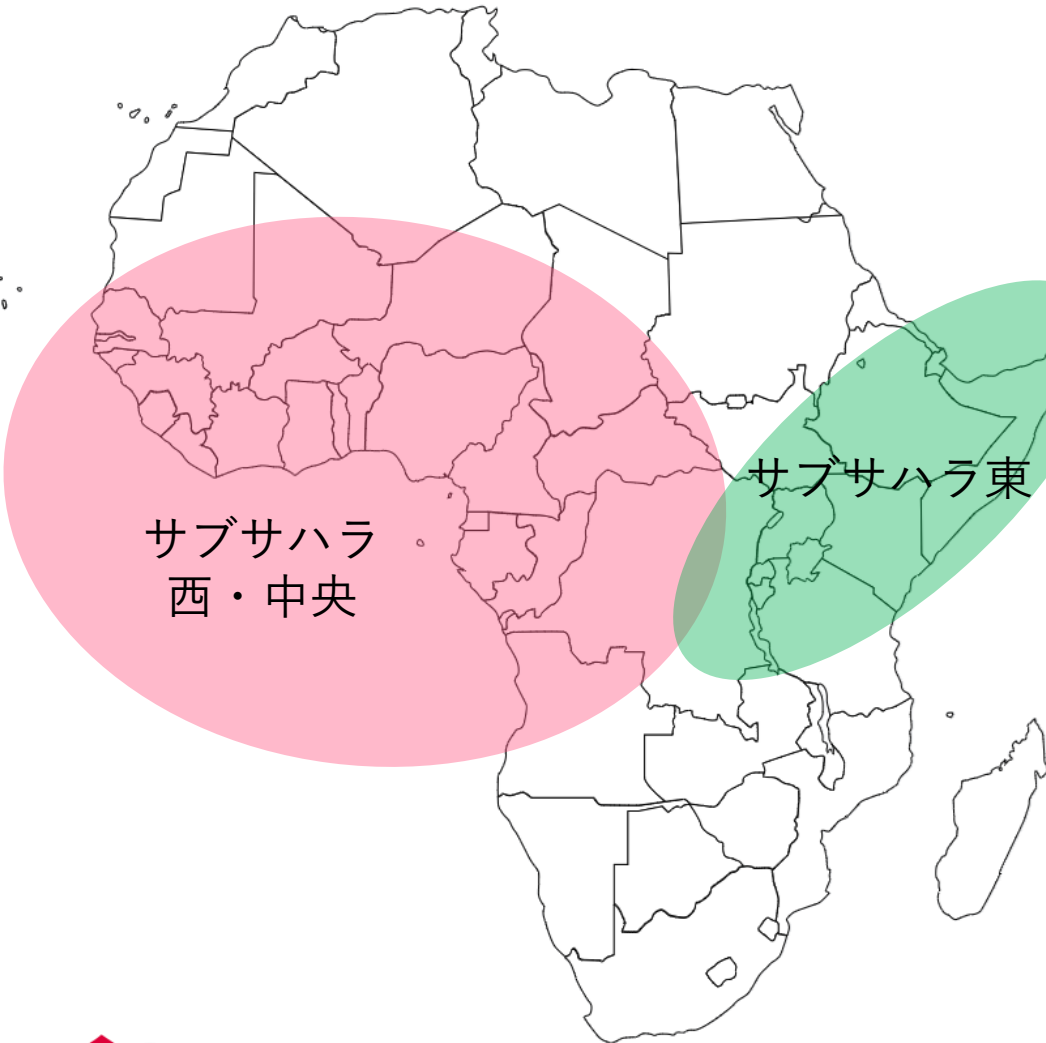
各地域の成長に沿った4つの柱の戦略の組み合わせ



4. アフリカ事業戦略 まとめ

人口増加・経済成長ポテンシャルが高いサブサハラ地域を重点的に攻める。

人口増加 × 経済成長が見込まれる国：
ナイジェリア・エチオピア・コートジボワール・アンゴラ



※IMFワールドエコノミックデータベースよりスズキ調べ

4. アフリカ事業戦略 まとめ

2030年度アフリカ販売目標15万台シェア10%

1. 市場に適した商品の投入
2. 販売ネットワーク・サービスネットワークの拡充
3. ブランドイメージ向上・バリューチェーン収益性拡大
4. 各国自動車政策に沿った対応

(千台)

