



# スリランカが自動車輸入を再開

---

日本中古車輸出業者が今後注目すべき市場変化と戦略

# 背景

---

2020年に入り、世界経済はパンデミックや地政学的リスク、為替相場の変動、サプライチェーン混乱など様々な課題に直面し、各国の貿易、産業構造に大きな変化をもたらしています。その中で、中古自動車市場も例外ではなく、需要動向や流通体制の再編が進んでいます。

こうした環境下で、中古車輸出に携わる日本の中小企業が大注目すべき特ダネが舞い込んでまいりました。

「スリランカ政府が2025年2月1日から乗用車の輸入を再開する」との発表です。スリランカはここ数年、外貨不足や経済危機への対処として「乗用車を含む多くの輸入品に厳しい制限を課していた為、外国からの車両流入が止まり「閉ざされた市場」となっていました。

# スリランカが輸入再開に至るまでの経緯

---

スリランカは長年インド洋の要衝として貿易に重要な役割を担いつつ、観光や農産品輸出などで外貨を獲得してきました。しかし、世界的観光需要がコロナ禍で急減した事、外貨準備高減少、財政赤字拡大、債務返済問題などが重なり、2022年前後に同国は損濃くな経済・財政危機に直面しました。

この危機対策として、スリランカ政府は多くの輸入品に対し厳格な規制をひき、不要不急品と見なされた乗用車を含む車両輸入は実質的に停止状態が続いていました。外貨の流出を抑え、自国経済の破綻を防ぐ為の緊急措置だったのです。その後、国際通貨基金(IMF)などの国際的支援による緩やかな安定化により、スリランカは経済復興への道を模索しています。その一環として輸入車規制一部緩和や外貨管理の見直しが進められており、その成果として2025年2月からの乗用車輸入再開が決定したと考えられています。

# 輸入再開が意味するもの：新たな需要創出の可能性

---

長期間にわたる輸入停止は、スリランカ国内の自動車市場において新車・中古車共に深刻な供給不足を招きました。乗用車の新規流入が止まれば、既存車両の価格高騰や老朽化が進む一方、消費者は選択肢を失い、不満が高まります。

輸入再開はこうした市場の歪みを是正し、新たな需要を喚起する契機となるでしょう。

次頁では、輸入再開がもたらす可能性の一端をご説明します。

# 需給バランスの回復

---

新たな中古車が市場に流入することで価格が適正化し

消費者はより幅広い選択肢を得ます。

日本製中古車は信頼性と品質面で高評価を得やすい為、競合国からの中古車と比較

して有利に働く場面が多いと考えられます。

# 経済刺激効果

---

自動車流通が活性化すれば、関連部品、整備、金融、保険など自動車周辺産業にも恩恵が波及します。スリランカ政府としても、外貨流出管理と経済刺激のバランスを模索しつつ、適度な輸入を許容することで国民生活の向上と経済活性化を狙っているとみられます。

# 中長期的視点での市場拡大

---

一度輸入が再開されれば、段階的に枠拡大や規制緩和が進む可能性が有ります。

特にスリランカは地理的条件から南アジア地域との結びつきも強く、中古車市場を通じた新たなビジネスチャンスが徐々に拡がる可能性があるでしょう。

# ブランド力を生かした再参入

---

日本車はスリランカ市場で一定のブランド価値を有しています。

長期的な輸入停止後の再開は「日本製中古車が再び買える」と言う消費者期待につながりやすく、初動から一定の販売拡大が見込まれます。

# 幅広い車種選択による需要対応

---

スリランカでは小型車や燃費の良い車、耐久性のあるセダン、コンパクトSUVなどが人気と考えられます。日本国内では様々な中古車が流通しており、消費者の嗜好に合わせたラインナップを迅速に良い出来る点は大きな強みです。

# 付帯サービスでの付加価値提供

---

他の輸出国との競争を勝ち抜くためには単なる車両販売だけでなく、アフターサービスやパーツ供給、保証制度、遠隔サポートなどの付加価値が効果的です。中小企業であっても、ローカルディーラーとの提携やオンラインサポート体制の構築で顧客満足度を高められます。

# 将来需要を見据えた戦略的対応

---

環境意識の高まりや燃料価格変動を背景に、将来的にはハイブリッドカーや一部EV車への需要が拡大する可能性も有ります。

日本はハイブリッド車の中古車市場が熟成しており、長期的な視点でこうしたニッチ需要を取り込むことも考えられます。

一方で、スリランカ市場でビジネスを展開する際には課題・リスクも念頭におくべきです。

# 政策・規制の流動性

---

今回の輸入再開決定は状況好転の兆しですが、将来にわたり政策が安定的とは限りません。外貨管理や関税、輸入枠などが再び厳格化される可能性も考えられます。常に最新情報を入手し、リスク分散を図る事が大切です。

# 為替・決済リスク

---

スリランカの通貨は近年変動が激しく、外貨払いを巡る混乱や、遅延が起こる可能性があります。

信用状(L/C)の活用や信頼できる決裁パートナー選定など、慎重な金融戦略が求められます。

# 物流・サプライチェーン管理

---

車両輸出には船積みから通関、現地での輸送まで多段階プロセスがあります。

港湾インフラや国内輸送網の問題、関税手続き上の手間などを考慮し

コストとリードタイムを管理する事が重要です。

# 競合国からの参入

---

スリランカ市場は日本だけでなく、他の中古車輸出国も狙っています。

価格競争力を持つプレイヤーや新興国メーカーも参入する可能性が有り  
品質以外の強み(コスト削減策、現地生産、現地顧客サポートなど)を  
確立して差別化を図る必要があります。

スリランカ市場は今まさに再開発段階にあり「一気呵成に攻める」よりも  
段階的なアプローチが現実的でしょう。

# テストマーケティングからスタート

---

まずは小規模出荷で現地バイヤーやディーラーとの反応を確認します。

顧客ニーズや価格許容度をつかみ、その上で本格的な投入計画を練り直すことで在庫リスクや価格競争リスクを軽減できるでしょう。

# ローカルパートナーの活用

---

信頼できる現地ディーラーや代理店、サービス工場とのパートナーシップは

顧客満足度向上や迅速なトラブル対応を可能にします。

中小企業でも人脈形成や現地訪問、オンライン商談などを駆使して信頼関係を築く

事が可能です。

# 柔軟なビジネスモデル選定

---

市場状況や規制変更に素早く対応する為、輸出契約条件やか買う設定、取引通貨などを柔軟に見直せる体制を整えます。

多様な取引条件を用意し、顧客やパートナーごとにカスタマイズできるモデルが有効的です。

# まとめ：長期的ビジョンで新市場開拓

---

スリランカの乗用車輸入再開のニュースは、日本の中古車輸出業者にて長く閉ざされていた市場が再び動き出す合図です。経済危機を経たスリランカは今後自動車市場を慎重に整え、需要拡大と経済再建を目指すと考えられます。日本の中古車はブランド力と品質面で優位性があり、適切な戦略を立てればこの新たな潮流をビジネス拡大のチャンスに変えることが可能です。

政策リスクや為替問題、物流上の課題など、不確定要素は多く存在します。段階的な参入戦略、現地パートナー活用、柔軟なビジネスモデル設計など、リスクを最小化する工夫が不可欠です。

# まとめ：長期的ビジョンで新市場開拓

---

スリランカ市場は今後、外部環境の変化や国内政策の修正を経ながら徐々に整備されていくでしょう。日本の中小企業はこうした動きを的確にとらえ自社に適した時期、形態で参入することで、海外市場への新たな活路を開くことが出来るはずです。

我々IAA大阪も、関西エリアの車両輸出のハブ港である以上、その特性を生かしまた親会社の商社機能を巻込み業界の発展を目指してまいります。