

アジアにおける日本企業の商機を探る



みずほ総合研究所 アジア調査部
主任研究員 酒 向 浩 二

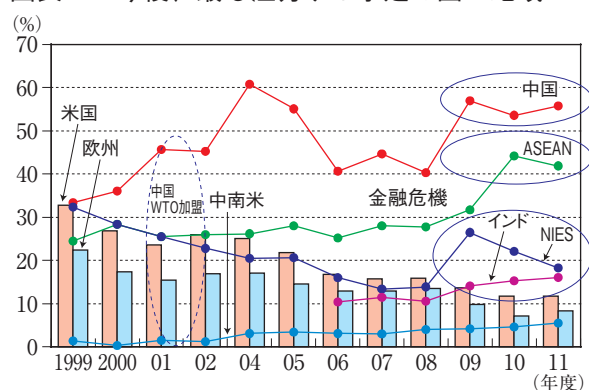
1993年慶應大学経済学部卒、JETRO海外調査部を経て2006年から現職。
アジア全域の経済・企業動向調査を担当。

1. 金融危機以降、 アジア重視の日本企業

みずほ総合研究所では、毎年、会員企業を対象とするビジネスアンケートを実施している。その結果を時系列でみると、2008年以降、日本企業のアジアへの関心が顕著に高まっている様子がうかがえ（図表1）、その最多理由は「現地市場の拡大動向」となっている。

アジアは、先進国に比べると相対的高成長を維持している国・地域が多いうえに、今後

図表1 今後、最も注力する予定の国・地域



(注1) 2003年度については調査未実施

(注2) 2006年度より、インドを追加

(資料) みずほ総合研究所

「アジアビジネスに関するアンケート調査」

も人口増加およびインフラ・設備投資拡大を背景とする内需の拡大が期待できる。そのため日本企業もアジア市場でのビジネスチャンスに対する期待を高めているといえるだろう。

アジアのなかで日本企業が注力する予定の国・地域の筆頭は①2010年にGDP世界2位に浮上した中国である。同国においては、一人当たりGDPが5千ドル台（2011年）から9千ドル台（2017年）まで高まると予想される点が注目される（資料：IMF（Apr2012）「World Economic Outlook Databases」）。「中所得国」から「高所得国」へと向かっていく過程に、日本企業の商機が生まれると考えられる。

ただし、近年、日中関係が度々緊迫化していることから、日本企業が中国への投資集中を避ける動きも加速することが見込まれる。そこで、注目度が高まると考えられるのが、中国ほどではないが比較的高い成長が続くと見込まれ、対日感情も比較的良好なASEAN地域である。

ASEANのなかでは、②同地域のGDP・人口の約4割を占めるインドネシア市場への期待が高まっている。同国の一人当たりGDPは3千ドル台（2011年）から倍増して7千ドル（2017年）に迫る（資料：IMF）とみられ、市場としての存在感は一層高まることが期待できる。

さらに、メコン川流域の5カ国（タイ、カンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナム）への期待も高まっている。5カ国の人口を合算すると2.2億人（2011年）とインドネシアの2.4億人に匹敵する規模となる。経済水準はまだ低い（一人当たりGDP平均は2千ドル台、2011年）が、域内の広域物流インフラ整備によって、一つの経済圏（③通称メコン経済圏）としての形が整いつつある。

次頁以降、これらのアジアの有望国・地域における注目点をみえる。

2. アジアの有望国・地域 における注目点

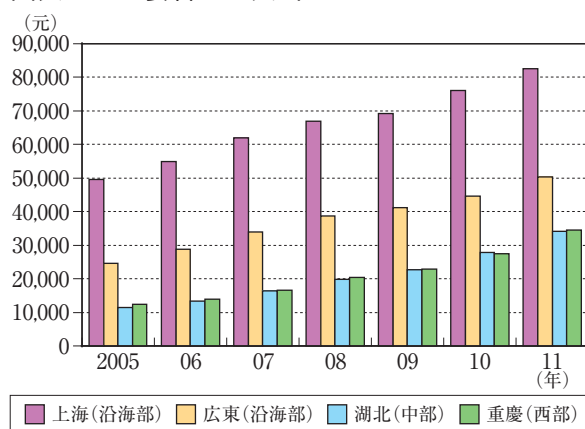
① 中国～「沿海部富裕層」と「内陸部中間層」の二兎を追う戦略構築が可能に～

中国は、新興国のなかでも存在感が突出しており、日本企業の海外展開上の重点市場に位置づけられるようになっている。新車販売台数を例に挙げると、2009年に1,360万台となって、リーマンショックで落ち込んだ米国（1,060万台）を上回って世界最大の市場となり、その後も2010年1,800万台（米国1,180万台）、2011年1,850万台（米国1,300万台）と拡

大を続け、2012年は2,000万台に迫ると見込まれるなど、世界最大の自動車市場の座を固めつつある。

ただし、中国国内には、経済発展の進んだ沿海部と後れた内陸部の間に大きな経済格差がある（図表2）。従来の経済発展は主に沿海部の成長に牽引されたものであった。特に2008年の北京オリンピックまでは、中国政府が沿海部を優先して高速交通網などのインフラを整備してきたことも、沿海部の成長を後押ししたといえよう。日本企業の市場開拓も、従来、発展の進んだ沿海部における市場開拓にウェイトが置かれてきたのが実情である。

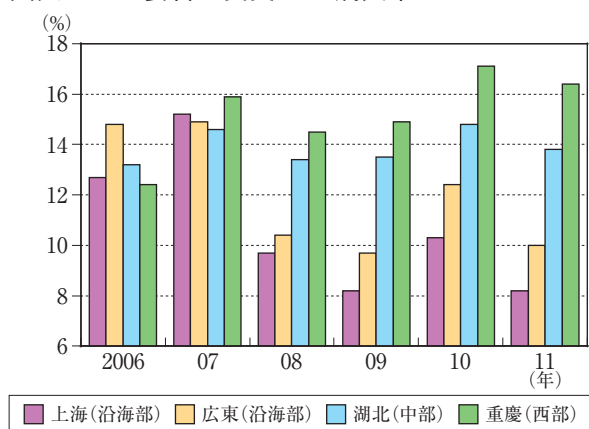
図表2 主要省の一人当たりGDP



（資料）CEICデータ

ところが、北京オリンピック以降は、日本企業の内陸部に対する関心が高まっている。金融危機以降、沿海部の成長率が1桁に落ち込む中、内陸部は2桁を維持しているためである（図表3）。その背景には、主要輸出先である米欧の景気減速で輸出が伸び悩むなか、内需主導の経済成長を目指し始めた中国政府が、内陸部の物流インフラ整備・都市開発などに本腰を入れていることがある。

図表3 主要省の実質GDP成長率



(資料) CEICデータ

実際、内陸部においては、高速道路、高速鉄道、航空網が急ピッチで整備されており、沿海部から内陸部へのアクセスも急速に改善しつつある。例えば、中国大陸のほぼ中間に位置する中部の武漢（湖北省・省都）から沿海部の主要都市（北京、上海、広州など）までの間はオリンピック以降に順次高速鉄道が開通し、すでに3～4時間で連結路である。

このように、豊かになった沿海部に加えて、内陸部も新たに魅力的な市場に変貌しつつある。日本企業にとっては、沿海部の「富裕層」に加え、新たに内陸部の「中間層」を販売ターゲットに入れる「二兎を追う」事業戦略の構築が可能となっており、沿海部に加えて内陸部における販路拡大も進むだろう。

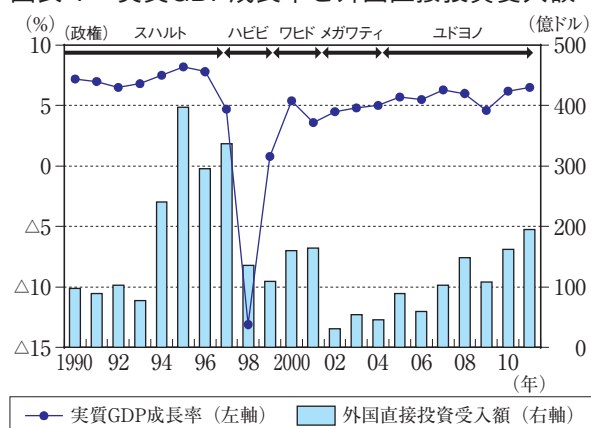
② インドネシア～1990年代後半の通貨危機

以降の停滞を経て、近年再び注目される～

ただし、中国への投資集中は、同国のカントリートリスクを過分に抱えることにも繋がる。そこで投資分散先としても注目を集めているのがASEANの地域大国インドネシアである。

インドネシアは、かつては日本企業の有望事業展開先であった。1990年代前半は、開発独裁との異名を取ったスハルト政権下で資本投入が進んで7～8%台の経済成長を遂げ、多くの日本企業が事業拡大を計画していた。しかし、1997～98年のアジア通貨危機によって通貨ルピアの対ドル為替レートが約5分の1まで下落すると、対外債務負担の急増と輸入物価の高騰などで98年の成長率はマイナス13.1%まで落ち込み（図表4）、スハルト政権は崩壊して国内は混乱に陥った。

図表4 実質GDP成長率と外国直接投資受入額



(注) 外国直接投資受入額は1990～2001年までは認可ベース、2002年以降は実行ベース。

(資料) インドネシア投資調整庁、IMF (Apr2012)
「World Economic Outlook Databases」

その後、天然資源・自動車などの一部業種を除き、日本企業は同国に対するネガティブイメージを長らく払拭できなかった。港湾や道路が整備されて輸出拠点としての投資環境に優れた中国やタイ、さらには後発国として注目を高めるベトナムに日本企業の関心は移っていった。

スハルト退陣後、ハビビ、ワビド、メガワティと短命政権が続いたが、2004年に初の直接選挙によってユドヨノ大統領が就任すると

ようやく政治的に安定し、経済成長率も消費主導で5%を上回るようになり、外国直接投資受入額も徐々に拡大するようになった。それでも、インドネシアに対する国際社会の信頼が完全に回復したとは言い難かった。

その潜在力が見直される契機となったのは、2008年の世界金融危機であった。危機後に世界経済が同時不況に陥ったため、輸出依存度が50%を上回るタイやマレーシアといったASEAN近隣諸国はマイナス成長に陥ったが、インドネシアは同比率が20%台と低かったうえに、2.4億の人口が国内消費を支えてプラス成長を維持した。この人口を基盤とする消費市場の成長性が、インドネシアが再度注目されるようになった主因といえよう。

人口の多さと安定した経済成長があいまって、消費の中核を担う「中間層」が着実に育っている。通商白書（2011年版）によると、インドネシアの中間層（世帯可処分所得5千ドル以上3万5千ドル未満）は、アジア通貨危機前の95年の2千万人から2010年には1億1千万人にまで拡大したとされる。さらに、2020年には、2億人まで拡大することが見込まれており、インドネシアへの日本企業の期待は、今回は揺るぎのないものとなりそうだ。

③ メコン経済圏～ミャンマーの対外開放で、タイを中核とする新経済圏が浮上～

さらに、ASEAN地域において、インドネシアに次いで注目されているのが、メコン川流域の5カ国（タイ、カンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナム）から成るメコン経済

圏である。5カ国のなかでは、タイは1980年代（本格化は1990年代）、ベトナムは1990年代（本格化は2000年代）から、日本を含む外資系企業の直接投資が拡大し、他の3カ国に対して工業化で先行している。

さらに、2000年代に入って、メコン川流域を横断的に開発する広域物流インフラプロジェクト（東西回廊、南部回廊と称される高速道路や港湾開発など）が日本政府やアジア開発銀行の支援で進められる中で、タイとベトナムがラオス（東西回廊）およびカンボジア（南部回廊）経由で2000年代後半に連結された。これらの結果、メコン川流域が陸路で繋がった一つの経済圏としての形が整ってきた（図表5）。

ただし、5カ国のなかでミャンマーだけは軍事政権による非民主的な統治が長らく続き、これに対して米欧が経済制裁を敷いてきたため、外資系企業の投資が低迷して工業化が大幅に後れてきた。東西回廊、南部回廊におい

図表5 メコン経済圏地図



（資料）みずほ総合研究所作成

ても、西の起点となるミャンマー国内の開発が遅れてきたのが実情である。

そのミャンマーで2010年10月に20年ぶりとなる総選挙が実施され、2011年3月に軍事政権から民主政権へ移管するという歴史的な変化があった。米欧の経済制裁は緩和の方向に向かっており、停止されていた日本政府の円借款も早々に再開される見通しである。

ASEAN加盟10カ国の間では、2015年に市場統合(関税撤廃)が行われる予定で、統合後は工業化で先行するタイやベトナムの製品がミャンマー国内市場を席巻する可能性があった。統合前に外資系企業の受け入れ体制を整えて経済の建て直しを図りたいという強い意向が、今般の政権交代の一因と考えられる。

ミャンマーを隣国のタイと比べると、人口規模は同等ながら、GDP(2011年)では6分の1以下、ベトナムと比べても2分の1以下にとどまっており、今後、対外経済開放を円滑に軌道に乗せることができれば、キャッチアップの余地は大きい。

また、メコン経済圏は、広域物流インフラの整備が進めば、中国およびASEANに次いで日本企業の関心の高まっているインドとも陸海路で繋がり、両国向け輸出拠点として地の利を活かせる条件が整う。その点からも、中印両国に接するミャンマーの対外経済開放および同国内の開発がカギになるといえそうだ。

3. アジア市場開拓のポイントとは

最後に、日本企業によるアジア有望市場の開拓のポイントに言及して結びとしたい。

① 先手必勝のアジア市場

アジア市場をみていくと、先行して浸透した企業の優位性が容易に揺るがない傾向が浮かび上がる。例えば、中国の自動車市場では市場開拓で先行したフォルクスワーゲン(独)、タイ・インドネシアの自動車市場やインドネシア・ベトナムのオートバイ市場では同様に先行した日本車、インドネシアのスマートフォン市場では先行したRIM(加)のブラックベリーが最大シェアを維持している。

これらのことは、先進国に比べて産業基盤が脆弱で、販路の構築なども時間と労力を要するアジアにおいては、先に販売および生産体制を確立した企業のメリットが大きい「先手必勝」の傾向が色濃いことを示唆している。

先進国の経済制裁が緩和される見通しのミャンマーの内需を狙って、日本企業を含めた世界各国の企業がこぞって市場参入の名乗りを挙げ始めているのは、現在の経済水準は低いものの、早い段階で一定のシェアを確保できれば、将来長期に亘って市場プレゼンスを確保できると見込んでいるためであろう。

② サービス市場に新たな商機

ただし、成長市場であるアジアには世界が注目しており、競争激化が見込まれる。そこで、財(モノ)市場だけでは、先行者利益が

得られにくい場合には、サービス市場にまで視野を広げると、先行者利益を獲得できる余地がある。今後、アジアの消費市場は、所得水準の向上と共に「生活必需型(衣食住中心)」から「サービス型(通信、医療、教育、旅行などへの支出)」へと進化することが見込まれる。サービス消費市場は、アジアにおいてはまだ新分野であり、日本企業が、先行者利益を得られる可能性は十分あるだろう。

③ 政策課題も商機となる

消費市場の拡大への期待が高いアジアだが、とりわけインドネシアやメコン経済圏において必要なのは基礎的インフラの整備であり、電力、港湾、道路、工業団地などを整備・拡張し、外国直接投資の受け入れ態勢を整えることが優先度の高い政策課題となっている。

日本は、官民一体となって、インドネシアの首都圏開発やミャンマーの工業団地開発の支援に取り組み始めている。これらのインフラ整備は、それ自体が日系インフラ関連企業にとっての商機となると共に、日本企業全体のASEAN市場開拓を後押しすることにも繋がるだろう。

アジアにおいて日本企業は、技術力のみならず、品質管理力、組織管理力、マネジメント力、マーケティング力などが総合的に高く評価されている。日本企業が、変化の速いアジア情勢を見極めながら、新分野における先駆者となり、政策課題の解決にも寄与しながら、市場開拓に注力することに期待したい。