

# ASEAN 経済共同体発足で問われることは何か

## —日本企業の対応を中心として—

調査部

上席主任研究員 大泉 啓一郎

### 要 旨

1. 2015年末にASEAN共同体が発足する。とはいえ、これにより大きな変化が生じるわけではない。むしろ、ASEAN経済が1985年のプラザ合意以降目覚ましい変化を遂げてきた事実に向け、ASEAN共同体発足を新しいビジネスを生み出す契機として捉えるべきである。
2. ASEANの経済規模は名目ベースで日本の6割程度であるものの、購買力平価ベースでは日本の1.4倍に達する。一人当たりGDPで見れば4,000ドル弱にとどまるが、実際の生産面と消費面でのけん引役はメガ都市であり、これら都市の経済水準は高所得地域とみなせるレベルにある。
3. ASEAN経済共同体はEUと比較すると自由化のレベルが低い。ただし、2010年に先発ASEAN 6カ国で域内関税が原則撤廃されており、2018年には後発ASEAN 4カ国の関税も撤廃される計画である。加えて、四半世紀におよぶ外国企業の進出によりASEAN域内の経済統合が事実上進んできた。域内外に分業体制も深化しており、いまやASEANは世界のサプライチェーンで重要なアクターとなっている。
4. 今後、日本企業が持続的な成長を維持するためには、拡大する新興国・途上国市場の開拓が重要となる。ただし日本からの輸出コストは高く、新興国・途上国向け輸出には、多くの日本企業が集まるASEANの生産拠点の活用を考えるべきであろう。さらに、後発ASEANとの新しいサプライチェーンの形成は、一段の競争力強化につながろう。
5. ASEANの消費市場の開拓・確保も日本企業の成長にとって重要な視点である。これまで中間所得層の取り込みに注力してきたが、今後は、日本と同価格帯の製品を購入する高所得層の拡大にも目を向けるべきである。ジニ係数から推計すると、たとえばタイの上位10%の家計（650万人）は日本と同じ所得水準にある。
6. 今後のASEANでのビジネス展開において、生産面では、賃金上昇と学歴社会の浸透により若年労働力の確保が年々困難になっていること、消費面では、ASEANの多様な市場に対応するきめ細かい流通管理が必要になることに注意が必要である。
7. 中長期的には、ASEANとともに成長するという視点が求められる。インフラ整備ではASEAN政府との関係強化が、市場開拓ではASEAN企業との協力形成が、そして生産性の向上にはASEANの人たちの人材育成が要請される。
8. ASEAN経済共同体発足で何がかわるかよりも、日本企業がASEAN経済共同体とどのような新しいビジネス関係を築いていくかという構想力が問われている。

## 目次

## はじめに

1. なぜASEANなのか—変わる日本の立ち位置
2. ASEAN経済共同体—事実上の経済統合が進む地域
3. ASEANの生産体制の未来—新興国・途上国向けの生産拠点への変貌の可能性
4. ASEANの購買力—新興市場をどう開拓するか
5. 今後の課題

## はじめに

2015年末にASEAN共同体が発足する。メディアはこぞって様々な企画を準備しているが、実際にはASEAN共同体発足で何かが大きく変化するわけではない。むしろ、1985年のプラザ合意以降、ASEANの経済環境が目覚ましい変化を遂げている事実を目を向けることが肝要であろう。そして、日本企業にとっては、ASEAN共同体発足を契機にASEANとどのような新しいビジネス関係を築いていくかという構想力が問われる。

本稿では、ASEAN経済の変化を概観したうえで、今後のASEANとの新しいビジネス関係について生産面と消費面から考察したい。

本稿の構成は以下の通りである。

1章ではASEANの経済規模の変化とその推進力であるメガ都市の特徴について述べる。2章では、ASEAN共同体の特徴を記した上で、実質的な経済統合が進んでいることを貿易データから示す。3章ではASEANに日本企業が集積していることを示し、新興国・途上国市場を狙う生産拠点として活用すべきことを指摘する。4章では、ASEANの消費市場の現状を概観し、高所得層の開拓の必要性について述べる。5章では、ASEANにおけるビジネス展開上重要となる視点について述べる。

## 1. なぜ ASEAN なのか—変わる日本の立ち位置

図表1は、日本の経済規模と東アジアの経済規模の変化をみたものである。

ここでいう東アジアは、韓国、台湾、香港、中国、ASEAN加盟10カ国（以下、ASEAN）という多数の国々を含んでいる。にもかかわらず、およそ10年前までは、これらの国のすべてを合算した経済規模よりも日本の方が大きかった。しかし、その後の日本と東アジアのパフォーマンスは対照的である。東アジアの経済規模は2004年に日本に追い付き、2014年には日本の3倍以上になっている。IMFの見通しによれば、2020年にはさらに4倍以上

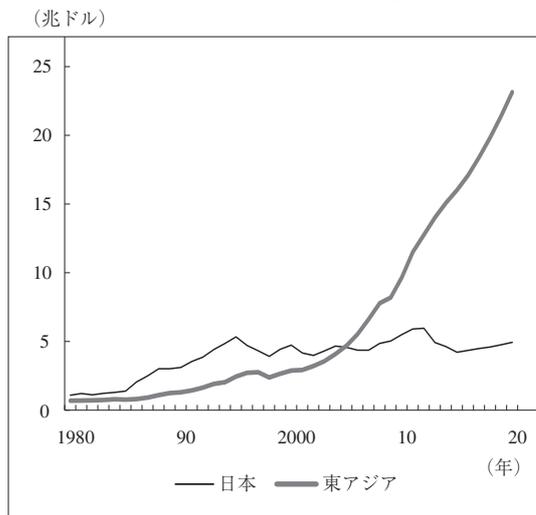
に拡大する。このような状況を考えれば、日本企業のアジア戦略は「日本とアジア」というリーダーシップ的な役割を強調したものから、「アジアのなかの日本」という、国際環境の変化にどう対処していくかを重視したものへとシフトさせる必要がある。

東アジアの成長では、中国に目を奪われがちであるが、ASEANも着実に経済規模を拡大させている。図表2は、日本とASEANの名目ベースと購買力平価ベースでの経済規模を比較したものである。ASEANは2000年以降急速に経済規模を拡大させていることがわかる。2014年時点で名目ベースでは日本の6割程度に過ぎないが、物価の水準を考慮した購買力平価ベースでは、2008年に日本の水準を上回っており、2014年には日本の1.4倍の規模となっている。IMFの見通しによれば、2020年には名目ベースで日本の76%に、購買力平価ベースでは日本の1.8倍の規模になる。

ASEANの年平均実質GDP成長率（1990～2014年）は5.4%であり（注1）、日本の1.1%、先進国（注2）の2.2%を大きく上回っている。この比較的高い成長は主に輸出拡大を通じて実現した。

ASEANの輸出額は、1990年の1,441億ドルから2014年には1兆2,990億ドルと9倍以上に増加した（図表3）。他方、輸入額も同期間に1,623億ドルから1兆2,356億ドルに増加している。貿易収支をみると1990年代は赤字が急拡大し、それが通貨危機の遠因となった

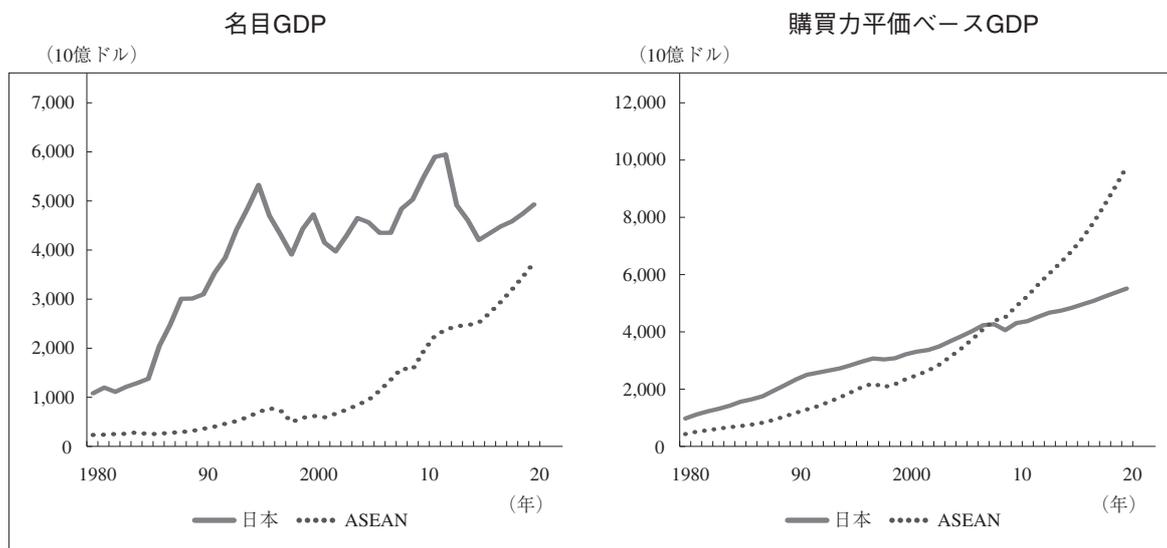
図表1 名目GDPの推移



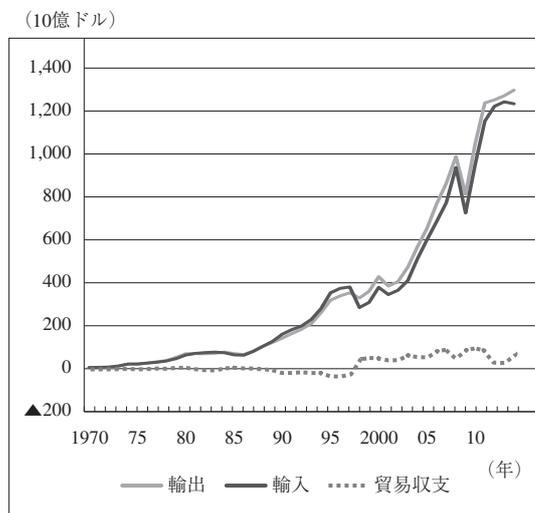
(注) 東アジアは、NIEs (韓国、台湾、香港、シンガポール)、中国、ASEAN加盟10カ国。2015年以降は見通し。

(資料) IMF, *World Economic Outlook*, April 2015

図表2 日本とASEANの経済規模比較



図表3 ASEANの輸出入



が、1998年以降黒字に転換し、2014年の黒字幅は635億ドルとなっている。

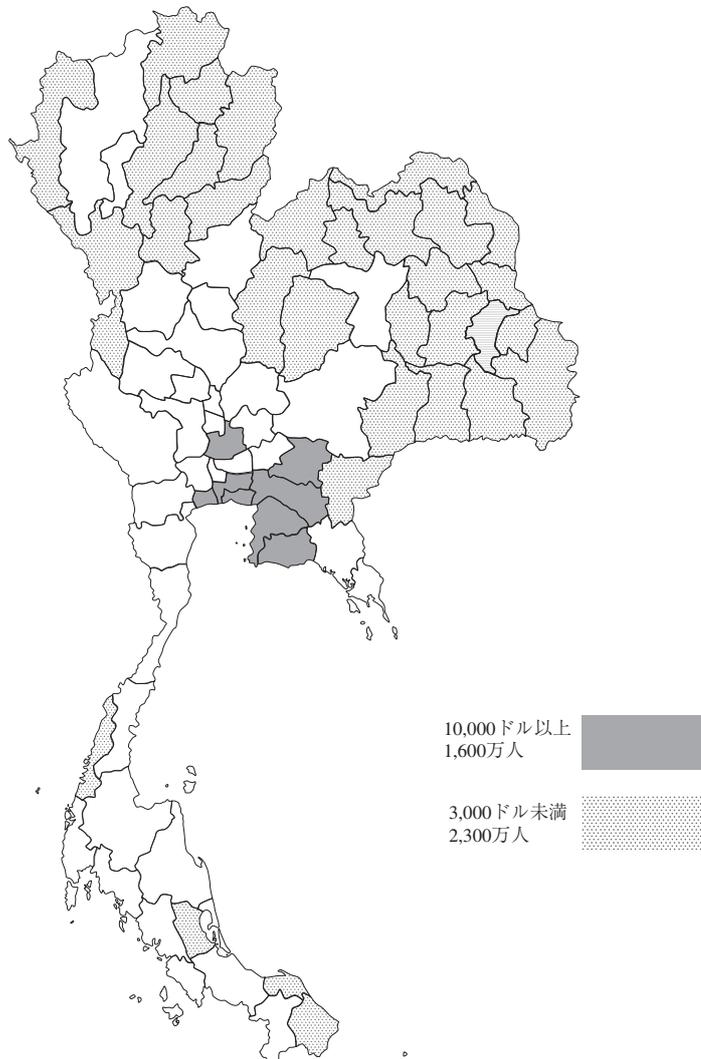
ASEANの人口規模は6億人を超えており、これは日本の5倍に相当する。そのため、一人当たりGDPでは、日本との格差は大きい。2014年の一人当たりGDPは、日本が36,300ドルであるのに対し、ASEANのそれは4,000ドルと、10倍近くの格差がある（注3）。個別にみてもシンガポールとブルネイ、マレーシア以外の国の一人当たりGDPは1万ドルを大きく下回り、全体としてみればASEANは中所得国の集合体といえる（後掲図表7）。

しかし、この見方に依拠し過ぎるとASEANでのビジネスチャンスを見逃してしまうことになりかねない。なぜなら、ASEAN経済を実質的にけん引するのは、先進国さながらの景観を持つメガ都市およびメガリージョンだからである。

たとえば、タイの一人当たりGDPは国レベルは6,000ドル前後で日本の5分の1程度に過ぎないが、2013年の首都バンコクの水準は1万5,000ドルである（NESDB [2014]）。こ

の1万ドルという水準は、世界銀行が高所得国とみなす下限に相当する（注4）。つまり、タイは国ベースで見れば中所得国に区分されるが、バンコクは高所得国に匹敵する地域と

図表4 タイの県別一人当たりGDP（2013年）

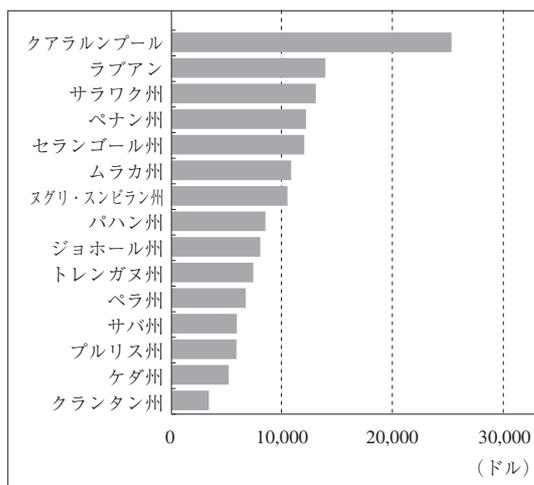


（資料）NESDB（2014）を基に日本総合研究所作成

いえる。なお、タイにおいて1万ドルを超える高所得地域は、バンコクと隣接する7県(ラヨン県、チョンブリ県、アユタヤ県、チャチュンサオ県、サムットプラカン県、サムットサコン県、プラチンブリ県)で、その人口は1,600万人に達する。バンコクは、広域経済圏化(メガリージョン化)している(注5)(図表4)。

こうした事情はタイだけでない。マレーシアも同様で、2013年の一人当たりGDPは約1万ドルであるが、クアラルンプールは2万5,000ドルを超えている(図表5)。このようなメガ都市やメガリージョンにおける産業構造は、中心部では金融やIT関連などのサービス化が進み、郊外に工業団地を抱えるという形態を持ち、工業団地では技術集約的・資本

図表5 マレーシアの行政区別一人当たりGDP



(注) 全国平均10,387ドル。  
(資料) CEIC

集約的な生産が中心になってきた。また、メガ都市の中心部は、日本と同じ価格帯の財・サービスの購入層が増加し、消費市場としての魅力も年々高まっている。

このようなメガ都市やメガリージョンが連結して形成される新しい経済圏、それがASEAN経済共同体の本質であり、ASEANを中所得国の集合体と考えていると、ビジネスチャンスを見誤ることになる。このメガ都市とそれを中心とするメガリージョンが、ASEAN経済共同体発足後の、わが国のライバルであり、パートナーであり、カスタマーである。

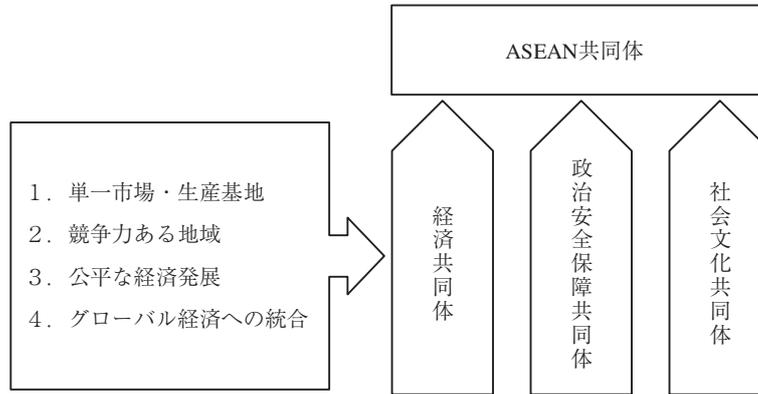
- (注1) ASEANの成長率は、ミャンマーを除く加盟9カ国の成長率の単純平均。データはIMF [2015]。  
(注2) 先進国に含まれる国はIMF [2015] の定義にしたがった。  
(注3) 購買力平価ベースの一人当たりGDPでみるとASEANは10,355ドルとなるが、日本の37,390ドルに比べてやはり格差が大きい。IMF [2015]。  
(注4) 正確には、一人当たり国内総所得(GNI)が12,746ドル以上。World Bank [2015]。  
(注5) ここでいうメガリージョンとは、メガ都市と中堅都市から構成される広域経済圏のこと。たとえば、リチャード・フロリダ [2009]、Richard Florida, Tim Gulden and Charlotta Mellander [2008]、大泉 [2011]などを参照。

## 2. ASEAN 経済共同体—事実上の経済統合が進む地域

ここで2015年に発足するASEAN共同体を簡単に俯瞰しておこう。

ASEAN共同体は、経済、政治、社会の3つの共同体から構成される(図表6)。そのひとつである経済共同体は、「単一市場・生

図表6 ASEAN共同体



(資料) 日本総合研究所作成

図表7 ASEAN加盟国の加盟年月日、人口、経済状況

	加盟年月日	人口 (100万人)	経済規模 (10億ドル)	一人当たり GDP (ドル)	農業部門 就業者比率 (%)	都市化率 (%)
<b>先発ASEAN</b>						
ブルネイ	1984年1月8日	0.4	15.1	36,829	-	76.0
シンガポール	1967年8月8日	5.5	308.1	56,316	0.1	100.0
マレーシア	1967年8月8日	30.3	326.9	10,804	12.9	73.0
タイ	1967年8月8日	68.7	373.8	5,444	41.2	44.5
インドネシア	1967年8月8日	251.5	888.7	3,534	32.9	50.1
フィリピン	1984年1月8日	99.4	284.9	2,866	28.9	49.1
<b>後発ASEAN</b>						
ベトナム	1995年7月28日	90.6	186.1	2,053	45.9	32.2
ラオス	1997年7月23日	6.9	11.7	1,693	67.0	35.3
ミャンマー	1997年7月23日	51.4	62.8	1,221	-	30.8
カンボジア	1999年4月30日	15.3	16.6	1,081	62.8	21.4

(注) データは2013年もしくは2014年の最新値、ラオスの農業部門就業人口比率は2010年。

(資料) ADB, *Key Indicators*. IMF, *World Economic Outlook, April 2015*

産基地]、「競争力ある地域]、「公平な経済発展]、「グローバル経済への統合」の4つの目標に支えられている(注6)。

ASEAN経済共同体はEUと比較すれば、制度面で共同体というには不十分である。通貨統合は予定されていないし、人の移動にも多くの制限がある(注7)。制度面での統合が

難しいのは、図表7が示すように、ASEANが、一人当たりGDPが5万ドルを超えるシンガポールからようやく1,000ドルを超えたばかりのカンボジアまで、大きな格差を有する国々により構成されているからである。

もっとも、ASEAN経済共同体が目標とする「単一市場・生産基地」については共同体

発足を契機に誕生するわけではなく、事実上形成されつつある。

図表8が示すようにASEANの自由貿易地域（AFTA）形成に向けたプロジェクトは1993年にスタートした。当初は、その実現に対して懐疑的な見方が強かったが、各国は段階的に関税の引き下げを断行し、2010年には先発ASEANの間で例外品目を除くすべての品目の関税が撤廃された（注8）。また、後発ASEAN 4カ国についても2015年に大幅に関税が引き下げられ、2018年には原則撤廃が達成される計画である（注9）。

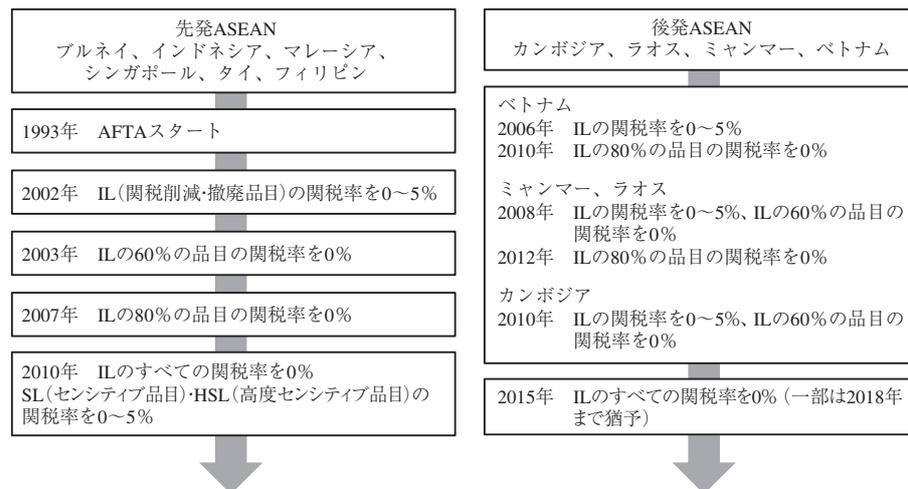
このようななかASEANの域内貿易は、1995年の780億ドルから2014年には3,290億ドルと4倍以上に増加した。とくに中間財（部品・加工品）の取引が増加し、輸入全体の約7割を占めている（注10）。これは、ASEAN

域内での分業体制（サプライチェーン）が深化していることを示すものである。

同時にASEANは中国との間でも貿易関係を深めてきた。

ASEANの対中国輸出は2000年の165億ドルから2014年には1,610億ドルと10倍近く増加した。これに伴いASEANの輸出に占める中国のシェアは2.7%から12.4%に上昇し、中国は最大の輸出相手国となった（第2位がアメリカの1,250億ドル、第3位が日本の1,210億ドル）。対中国輸出のうち電気機械の部品は2000年の45億ドルから2013年には563億ドルに増加した（注11）。つまり中国から世界中に輸出される電子製品には、ASEANから輸入した電子部品を多く含んでいる。ASEANの分業体制は域内だけでなく中国との間で深化しているのである。

図表8 ASEAN自由貿易地域への歩み



（資料）日本総合研究所作成

図表9は、2014年の中国のASEANからの輸入上位20品目をみたものである。第1位(集積回路)、第3位(コンピュータ関連製品)、第5位(半導体デバイス)、第6位(コンピュータ関連部品)が電子製品・部品であり、いずれもASEANに強く依存している。

そして、ASEANの現在の関心は、域内外

の一層の経済統合に向けられている。

図表10は、2014年11月に発表されたネドラー宣言で示されたポスト2015ビジョン(2025年に向けた目標)を、ASEAN経済共同体の目標と比較したものである(福永[2015])。

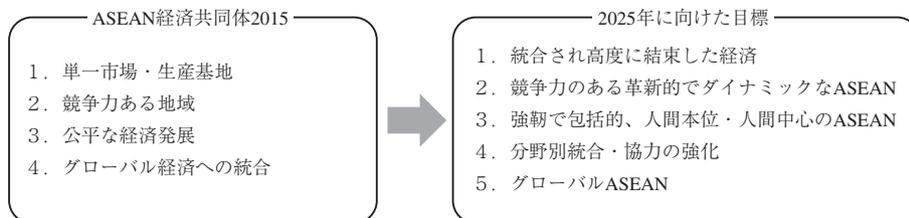
2025年に向けた目標の第1には「統合され

図表9 中国の対ASEAN輸入上位20品目(2014年)

	HSコード	品目名	金額 (100万ドル)	ASEAN依存度 (%)	ASEANの上位2カ国 ( )は金額(100万ドル)	
1	8542	集積回路	43,447	22.3	マレーシア (24,935)	フィリピン (5,988)
2	7103	ルビーなど貴石	12,594	48.9	ミャンマー (11,793)	タイ (800)
3	8471	コンピュータ関連製品	10,348	54.4	タイ (4,216)	フィリピン (2,398)
4	2710	石油精製品	6,431	27.4	シンガポール (3,687)	マレーシア (2,010)
5	8541	半導体デバイス	5,543	23.5	マレーシア (3,195)	フィリピン (998)
6	8473	コンピュータ関連部品	4,911	42.4	フィリピン (2,413)	タイ (1,631)
7	4001	天然ゴム	4,902	99.0	タイ (3,047)	インドネシア (713)
8	1511	パーム油	4,383	100.0	マレーシア (2,368)	インドネシア (2,015)
9	2604	ニッケル鉱	3,819	83.4	フィリピン (2,964)	インドネシア (760)
10	2711	軽油	3,793	12.6	マレーシア (1,408)	ミャンマー (1,323)
11	2701	石炭	3,716	19.7	インドネシア (3,241)	ベトナム (441)
12	3901	エチレン重合体	3,657	22.1	タイ (1,649)	シンガポール (1,616)
13	2702	亜炭	3,332	99.5	インドネシア (3,071)	フィリピン (256)
14	2902	環式炭化水素	3,181	14.7	シンガポール (1,417)	タイ (963)
15	8517	携帯電話を含む通信機器	2,947	15.0	マレーシア (891)	ベトナム (815)
16	4005	配合ゴム(未加硫)	2,939	90.2	タイ (1,528)	マレーシア (985)
17	8525	デジタルカメラなど記録媒体	2,529	37.8	タイ (544)	タイ (544)
18	2715	鉱物タール	2,401	99.1	マレーシア (1,972)	インドネシア (370)
19	3902	プロピレン重合体	2,113	24.5	シンガポール (1,340)	タイ (521)
20	714	カッサバ	2,113	100.0	タイ (1,717)	ベトナム (341)

(資料) UN, Comtrade

図表10 2025年に向けた新しいビジョン



(資料) 福永佳史 [2015] より作成

高度に結束した経済」が掲げられているが、これはASEAN経済共同体の目標である「単一市場・生産基地」に対応したもので、今後の物流インフラの整備を梃子にASEAN域内の経済をさらに統合していく意気込みを示したものである。

ちなみに、日本政府は、2015年7月4日に東京で開催された日本メコン首脳会談において、「新東京戦略2015」の名の下に、大陸ASEAN地域に、今後3年間に7,500億円の支援を行うことを発表した（外務省 [2015]）。日本政府は、これまでもラオスのビエンチャンの国際空港や国道9号線、ベトナムのハノイ・ノイバイ国際空港の整備、そしてカンボジアのネアックル橋の建設などを支援してきた。なかでもネアックル橋の完成により、南部経済回廊に位置するベトナムのホーチミン、カンボジアのプノンペン、タイのバンコクの3つの都市が陸路で結ばれた意義は大きい。そして今回の新東京戦略2015では、ミャンマーのダウエイ港湾の開発支援が示された。タイのバンコクからミャンマーのダウエイが連結されれば、南部経済回廊はインド、中東との経済関係を強めることが出来る。

また、2025年に向けた目標の第5に挙げられた「グローバルASEAN」は、ASEAN経済共同体2015の「グローバル経済への統合」に対応するもので、ASEANがグローバル経済をけん引する存在になろうとの意図を示したものである。

図表11 ASEANの域外FTA

相手国	交渉の推移
中国	交渉開始：2002年4月 署名：2004年11月 発効：2005年7月
インド	交渉開始：2004年3月 署名：2009年8月 発効：2010年1月
韓国	交渉開始：2005年2月 署名：2006年8月 発効：2007年6月
豪州・ニュージーランド	交渉開始：2005年2月 署名：2009年2月 発効：2010年1月
日本	交渉開始：2005年4月 署名：2008年4月 発効：2008年12月

（資料）各種資料より日本総合研究所作成

実際に1997年に第1回ASEAN+3（日中韓）の首脳会議が開催され、さらに2005年にはインド、豪州、ニュージーランドを加えたASEAN+6の枠組みが作られた。そのほかASEAN拡大外相会議、ASEAN地域フォーラムなど、東アジアの広域な地域問題を議論する場が提供されるようになっている。

また、経済統合についてもASEANは、日本、中国、韓国、インド、豪州・ニュージーランドとFTAをすでに発効している（図表11）。さらに2011年にはASEAN+6を対象にRCEP（東アジア地域包括的経済連携）の構想を提示した。

（注6）具体的な内容として「単一市場・生産基地」は、さらに①物品の自由な移動、②サービスの自由な移動、③投資の自由な移動、④資本のより自由な移動、⑤熟練労働者の自由な移動、⑥優先統合分野、⑦食料・農業・林業に区分され、同様に、「競争力ある地域」は、①競争政策、②消費者保護、③知的所有権、④インフラ開発、⑤税制、⑥電子取引に、「公平な経済発展」は、①中小企業、②ASEAN統合イニシアティブに、「グローバル経済への統合」は、①対外経済関係、②グロー

バル・サプライチェーンへの参加に区分される（石川 [2015]）。

- (注7) ASEAN経済共同体に向けた具体的な項目は、2008年に公表された「ASEAN経済共同体ブループリント（ASEAN Economic Community Blueprint）」を参照。ASEAN Secretariat [2008]
- (注8) 2010年以降はASEAN物品貿易協定（ATIGA：ASEAN Trade in Goods Agreement）に沿って進められている。
- (注9) 2013年の時点で、先発ASEAN6カ国の平均関税率は0.0%、無関税品目の割合は99.2%、後発ASEAN4カ国は、それぞれ1.4%、72.6%となっている。
- (注10) 中間財（加工品と部品の合算）の比率は1985年の49.4%から2013年には67.3%に上昇した（独立行政法人経済産業研究所（RIETI）[2015]）。
- (注11) 中国からASEANへの電子関連部品の輸出は2000年の21億ドルから2013年には281億ドルに増加している。

### 3. ASEANの生産体制の未来 —新興国・途上国向けの生産拠点への変貌の可能性

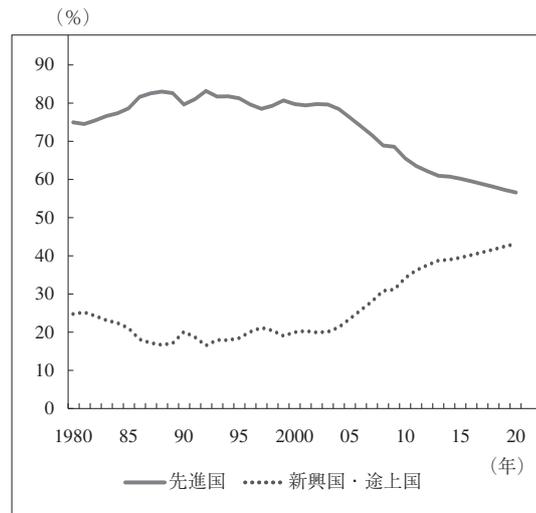
日本企業は、これまでみてきたようなASEANの変化を持続的な成長に結び付けるべきである。とくに、日本とASEANとの経済連携は、世界経済の変化に適応していくうえでの利点があると考えられる。

図表12は、先進国と新興国・途上国の名目GDPのシェアの推移をみたものである。かつて世界の富の80%を占めていた先進国のシェアは60%に低下し、新興国・途上国のシェアが20%から40%に上昇している。このトレンドを延長すると、新興国・途上国の経済規模は、2030年前後に先進国を上回ることになる。現在は、世界経済の成長が先進国主導から新興国・途上国主導に変わる過渡期にある。

このような世界経済の構造変化を考えれば、

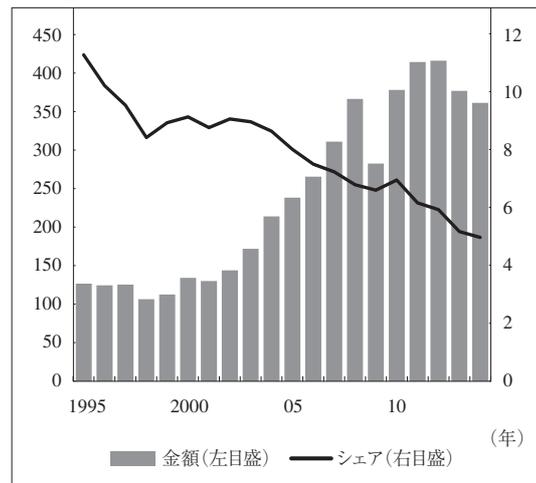
日本企業の持続的な成長戦略において、新興国・途上国市場の開拓・確保がますます

図表12 名目GDPのシェア



(注) 2015年以降は見通し。  
(資料) IMF, *World Economic Outlook*, April 2015

図表13 新興国・途上国における対日本輸入  
(10億ドル) (%)



(資料) UNCTAD

重要になる。しかし、労働コストの高い日本から新興国・途上国に輸出出来るものはそう多くない。実際に、新興国・途上国の輸入における日本のシェアは一貫して減少傾向にある（図表13）。

ただし、これは日本に限った話ではない。いずれの先進国にも共通している。新興国・途上国の輸入先を先進国と新興国・途上国に区分すると、先進国のシェアが低下し、新興国・途上国のシェアが上昇していることがわかる（図表14）。つまり新興国・途上国市場を開拓・確保するためには、新興国・途上国の生産拠点からの輸出が重要になる。

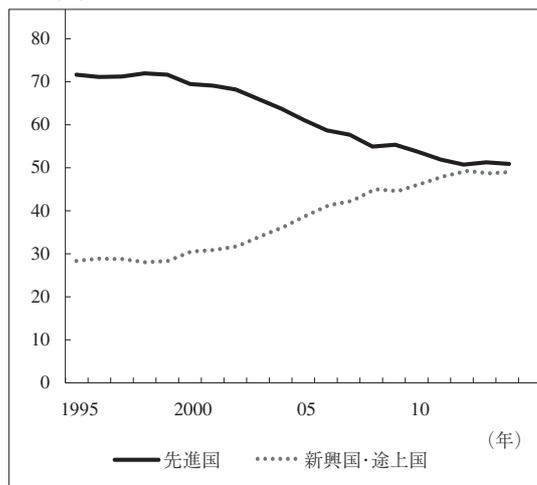
日本企業にとって新興国・途上国向けのサプライチェーンを別途構築する必要があり、ここに日本企業がASEANの生産拠点を活用

するという戦略が浮上する。なぜなら日本企業は巨大な生産拠点をASEANにすでに持っているからである。

図表15は、日本からASEANへの直接投資の推移をみたものであるが、1985年のプラザ合意以降の円高のなかで総じて増加傾向をたどってきたことがわかる。参考までに中国向け直接投資の推移も示しておいたが、ASEAN向けが中国向けを上回る年が多い。

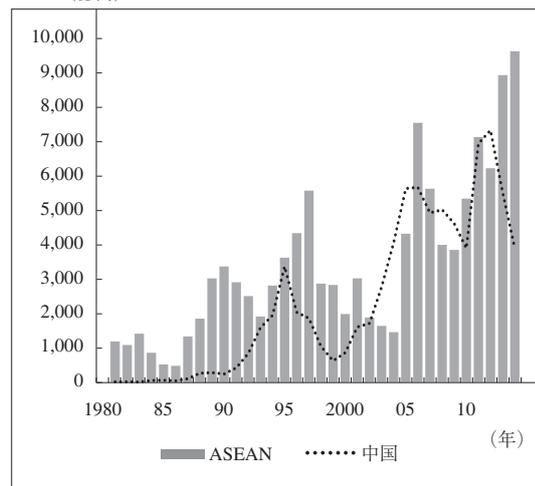
その結果、製造業の投資累計額は、中国向けが8兆5,000億円であるのに対し、ASEAN向けは10兆4,000億円と中国の水準を2割ほど上回っている（図表16）。そして、中国向けの投資が北京や天津、上海や広州、武漢や重慶など広く分布しているのに対して、ASEANの投資は首都近辺に集中しているの

図表14 新興国・途上国の輸入におけるシェア (%)



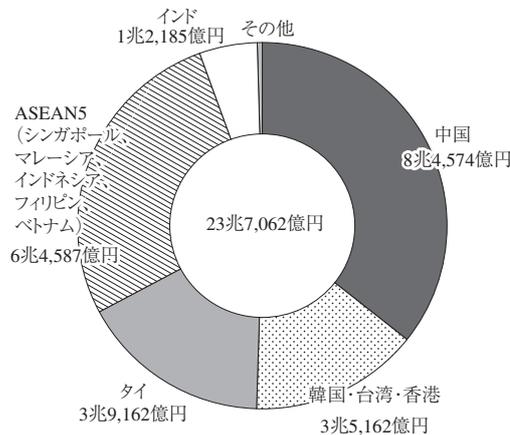
(資料) UNCTAD

図表15 日本の対ASEAN直接投資（製造業） (億円)



(資料) 財務省『対外及び対内直接投資状況』、日本銀行『国際収支統計』

図表16 日本のアジアにおける直接投資累計額  
(製造業：2014年末)



が特徴である。つまり、日本のASEAN投資は、特定地域への集積度が高い。

このことを、タイを例にみておこう。日本の対タイ直接投資の累計額は3兆9,000億円と中国の46%であるが、その90%以上がバンコク周辺に集中している(図表17)。つまり日本は、タイにもう一つの工業地帯を持っているともいえる状況にある(注12)。加えて、生産拠点が密集していることだけではない。その生産拠点は集積化し、すでに相当の競争力を有している。このことは、2011年にタイを襲った大洪水で世界のサプライチェーンが一時停止を余儀なくされたことから明らかであろう(注13)。

さらに、先に示したようにASEANは域外の国ともすでにFTAを発効しており、ここにASEANから新興国・途上国、なかでも

ASEANの生産拠点から中国向け、インド向け輸出を強化するという視点が浮上してくる。ASEANの対中国向け輸出が急増していることは前述の通りであるが、インド向けも2000年の67億ドルから2014年には443億ドルに増加した(注14)。その他の新興国・途上国とはFTAを締結していないものの、日本から輸出する場合と比較して価格競争力が強いことはいうまでもない。

ASEANから新興国・途上国向け輸出を促進するためには、さらにサプライチェーンを強化する必要がある。そこで注目されるのがASEAN域内での新しい連携である。たとえば、そのひとつのビジネスモデルとしてタイプラスワンがある。これはタイの集積地にある生産拠点は維持したままで、その生産工程から労働集約的な工程のみを近隣諸国へ移転するという新しい工程間分業のことである(注15)。

すでにラオスのサバナケットやカンボジアのポイペト、コッコンなどの国境地域と新しい工程間分業が稼働している(図表18)(注16)。さらに今後道路インフラの整備と通関手続きの改善が進めば、カンボジアのプノンペン、ベトナムのホーチミン、ミャンマーのヤンゴンという大都市とのサプライチェーンも強化されよう。

図表17 タイにおける日本企業の進出地域



	1960-69	1970-79	1980-89	1990-99	2000-09	2010-13	合計
① バンコク	15	31	62	120	122	70	420
② サムットプラカーン	11	9	35	42	41	6	144
③ パトゥムタニ	3	7	31	17	18	3	79
④ アユタヤ	0	0	4	62	31	13	110
⑤ チョンブリ	2	3	13	61	69	22	170
⑥ ラヨーン	1	0	2	49	46	27	125
⑦ チャチュンサオ	0	2	12	22	18	8	62
⑧ その他	1	1	6	47	35	9	99
	33	53	165	420	380	158	1,209

(社)

(資料) 東洋経済新報社『海外進出企業総覧2014(会社別編)』より日本総合研究所作成

(注12) JETRO [2015] によれば、タイ商務省事業開発局の管理する企業データベース8,890社のうち活動が確認された日本企業は4,567社であった。製造業が2,147社、サービス業が2,261社、その他が159社であった。

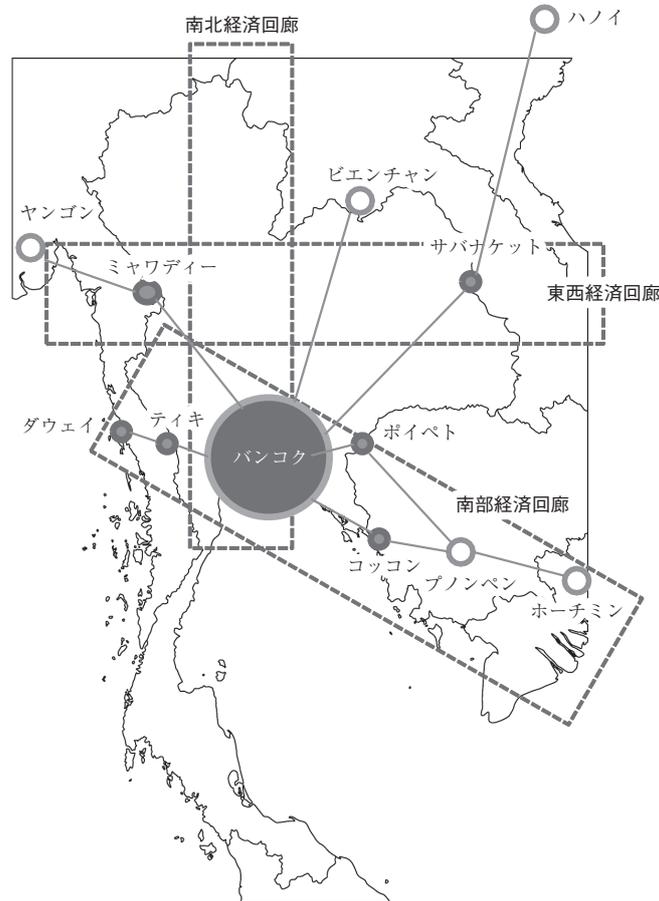
(注13) タイにおける日本企業の集積と競争力については大泉 [2012] を参照。

(注14) 2014年の日本の対インド輸出は80億ドルとASEANの5分の1にも満たない。

(注15) タイプラスワンについては大泉 [2013]、大泉・副島 [2014] を参照。

(注16) カンボジア・コッコンでは矢崎総業が、カンボジア・ポイベトでは日本電産が、ラオス・サバナケットでは、ニコンや豊田紡織が工場を操業している。

図表18 タイプラスワン



(注) ◎は人口規模の多い都市を示す。  
 (資料) 日本総合研究所作成

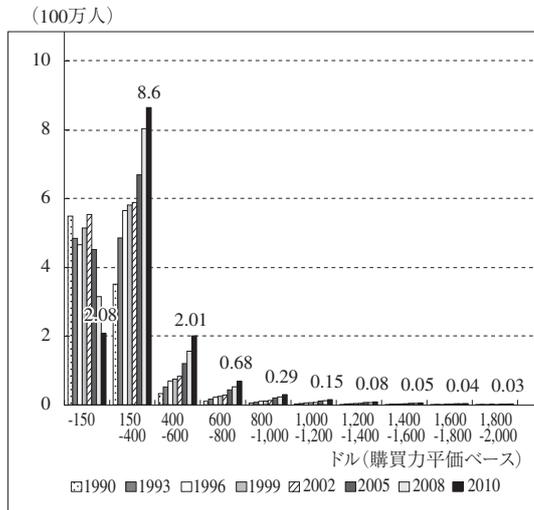
#### 4. ASEAN の購買力—新興市場をどう開拓するか

さて、ASEANの魅力はその旺盛な購買力にもある。これまで、拡大する中間所得層の開拓が強調されてきた。ただし、メディアが取り上げる中間所得層は、日本からみるとかなり所得水準が低い購買層である。そして、

この中間所得層の拡大には貧困削減が大きく寄与していることに注意が必要である。

貧困削減は、日常品の新しい市場を拡大させる。たとえば、カンボジアではこの10年で貧困率が20%低下したが、その結果、図表19が示すように月所得が150ドル未満の所得層が減り、その上の同150～400ドルの所得層、同400～600ドルの所得層が増加しており、

図表19 カンボジアの消費人口  
(世帯当たり月支出)



(注) 数値は2010年。

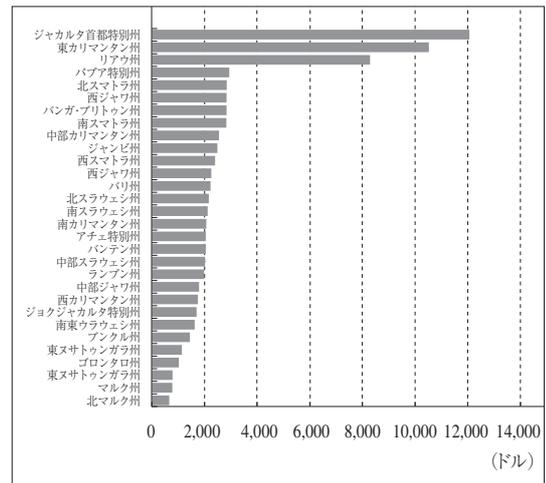
(資料) World Bank, PovcalNetより日本総合研究所試算

これが日常品市場を拡大させる原動力になった。

ただし、このような中間所得層の市場を対象としたビジネスは、地場企業がもっとも強く、その参入には相当な工夫を要する。また貧困率の低下速度が鈍化傾向にあり、安価な耐久消費財の需要が今後伸び悩みリスクにも注意が必要である。

今後は、この中間所得層の開拓に加えて、メガ都市に存在する高所得層の開拓・確保を重視していくべきである。すでに述べた通り、ASEANにおいてメガ都市であるバンコクやクアラルンプールは高所得国とみなしてよい地域である。インドネシアのジャカルタも同様である。インドネシアは一人当たりGDPが

図表20 インドネシアの州別一人当たりGDP  
(2013年)

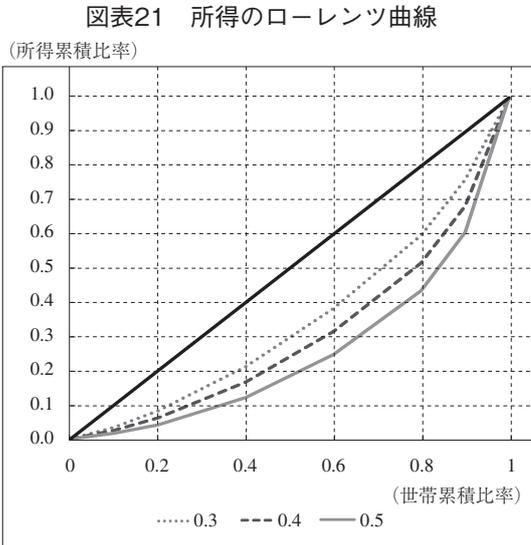


(資料) CEICより日本総合研究所作成

3,000ドル強と低位中所得国に過ぎないが、ジャカルタの一人当たりGDPは、やはり1万ドルを超えている(図表20)。

当然のことながら、メガ都市全域が一様に高所得であるわけではない。新興国・途上国のメガ都市における市場は重層的である。たとえば、まず目抜き通りでは日本と変わらない複合商業施設があるものの、少し内側に入ると、中間層向けの地場のコンビニエンスストアがあり、さらに足を踏み入れるとローカルな小売店に出会う。つまり、それぞれに狙う市場によって異なった流通システムを開拓する必要がある。

それでも、ASEANのいずれの国においても所得格差は大きく、日本と同じ価格帯の製品を購入出来る所得層が想像以上に拡大して



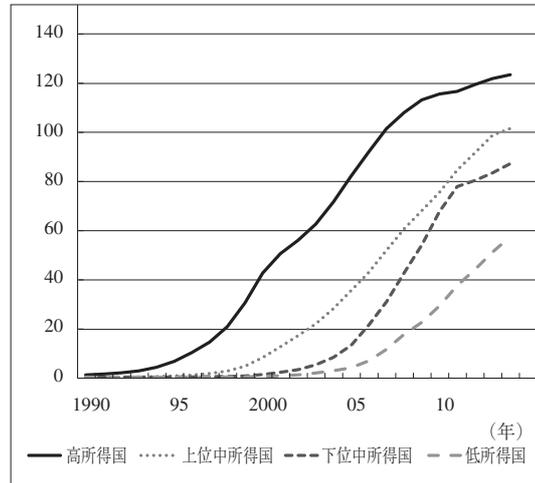
いる。この上位所得層の規模を把握するには当該国の家計調査をみるのが基本作業になるが、ここでは、所得格差の程度を示す指標であるジニ係数から規模を推計してみよう。

ジニ係数とは、図表21のように縦軸に所得累積比率を、横軸に世帯累積比率を取り、左側から所得の低い世帯を順に並べ、それにより描かれた曲線（ローレンツ曲線）と45度線との面積比率をいう。格差が大きいほど曲線は下に大きく膨らんだ曲線となり、その面積比率も大きくなる。値は0～1で示され、格差が大きいほど1に近づく。

ASEAN諸国のジニ係数は0.4付近にある。

このジニ係数が0.4という社会は、上位20%の人口が全所得の半分、上位10%の人口が全所得の30%を占めるといような社会で

図表22 携帯電話の契約件数（100人当たり）  
(件)



ある。いいかえれば上位10%の所得水準は全国平均の3倍である。

たとえばタイの2013年の家計の月平均所得は4万バーツ、およそ15万円である（NSO [2014]）。単純にその3倍は45万円となる。つまり、年間約500万円以上の所得層が人口の10%に相当する650万人存在する計算になる。このように考えると、なぜバンコクにあれば高価格帯のスターバックスが多くあるのか、日本と変わらない価格帯の日本食レストランがタイの人たちで賑わうのかが理解出来よう。

そしてこのような購買力はインターネットや携帯電話・スマホによって掻き立てられる傾向にあることにも注意したい。図表22が示すように、新興国・途上国でも携帯電話が急

速に普及している。ASEANではネット販売も急速に拡大している。今後ASEANの市場開拓のうえでは、流通システムをどう確保するかとともに、ソーシャルネットワークにおいて自社の製品がどう位置付けられているかについて絶えず気を配る必要がある。

## 5. 今後の課題

最後にASEANでビジネスを行ううえでの注意点を生産面と消費面に分けて、2点挙げておきたい。

第1に、生産面では適切な労働力をいかに確保するかということである。ASEANは、経済成長により所得水準が上昇している(注17)。これは消費市場を拡大させるという点では好ましいことであるが、他方で、コスト競争力の高い労働力の確保が年々困難になっていることを示す。今後、生産拠点の立地を考える際に、労働力の確保について、消費市場と同様に進出先・地域の調査を入念に行う必要がある。また、将来的な人件費の上昇を見込んだ柔軟な計画を作成しておくことも必要となる。

第2に、消費面については、多様な市場のどこを狙うのかというセグメンテーションの徹底と、現実に即した見通しの作成である。所得水準の高いメガ都市といえども消費市場は重層的であり、それぞれの流通経路は異なる。また小売りの場合には、大都市内部でも

どこに店舗を構えるかという立地条件が重要になる。カンボジアのプノンペンにおけるイオンモールが成功した背景には、徹底した地理的な調査があった(注18)。そして、対象とする市場の潜在力・将来性がどのようなかをしっかり把握していく必要がある。これまでのトレンドを単純に伸ばした右肩上がりの計画は危険であり、不断の実地調査が必要となる。

最後に中長期的にASEANでのビジネスを拡大するにあたっての3つの視点を挙げておきたい。

第1が、現地政府と歩むという視点である。ASEANの生産性の向上にはインフラ整備が必要である。インフラ建設ビジネスには、まず国際機関と現地政府の動きを十分に把握することに加えて、現地政府や現地企業と頻繁にコンタクトし、ネットワークを太くしておくことが肝要である。現地政府にとって、効果的なインフラ建設は、持続的な経済成長を維持し、少ない予算を効率よく使い、借入を滞りなく返済することが、重要な視点である。現地政府は、そのためのノウハウが不足しており、計画段階から協力し、良好なパートナーシップを形成しておくことが、ビジネスを広げる基盤となる。

日本政府はハードなインフラ整備だけでなく、インフラを活用するノウハウ(ソフトのインフラ整備)についても支援をしていくべきである。その際には、企業の働きかけも重要

である。たとえば税関手続きの効率化などについては、現地日本企業の商工会議所やEPA（経済連携協定）を通じた働きかけが効果的である。その際にはこちらの言い分だけを強調するのではなく、相手方政府にも利益が見える提案が必要となるのはいうまでもない。

第2が、現地企業と歩むという視点である。ASEANが経済発展するなかで、ASEAN企業も順調に育ってきている。シンガポールに次いでマレーシア、タイが直接投資の出し手へと変化している。国内市場をきめ細かく把握するためには、流通面での地場企業との関係形成が不可欠であることに加え、今後はASEAN域内の活動でも同様にASEAN地場企業との協力関係が重要になる。たとえばタイの企業は、すでにカンボジアやミャンマーでの活動を進めており、日本企業のなかには、これらの企業と一緒に活動している企業も少なくない（注19）。さらに、ASEANの企業と連携して中国市場を開拓する企業も出てきた（注20）。今後は、インドや中東市場開拓においても地場企業との協力が有効な手段となるだろう。

第3が、現地の人たちと歩むという視点である。これまでASEANの進出といえば工場の立ち上げや拡大などが主要取組課題であったため、技術者の派遣が大半であった。しかし、ASEANの工場が労働集約的なものから技術集約的な製品の生産へシフトしていることを考えると、現地技術者の人材育成を支え

る研修制度、昇進・昇給制度、福利厚生制度などに力点を移す時期に来ている。すなわち、総務的な仕事が要求されている。

本稿でみてきたように、ASEANは経済共同体発足以降日本企業にとってより一層重要なパートナーとなる可能性が高い。ASEAN共同体で何が変わるかよりもASEAN共同体の発足を契機に、ASEANとのビジネス関係をいかに発展的なものへと変えていくかという構想力が求められている。

（注17）2013年と2015年のワーカー（一般工職）の月額基本給は、クアラルンプールで31.7%増、バンコクで7.0%増、ジャカルタで10.0%増、ハノイで19.3%増となっている。JETRO [2013:2015]

（注18）イオンはモール開設場所の選定に際して、約14万世帯の家計調査を行った（大泉 [2014]）。

（注19）タイからカンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナムへの投資は、2010年の4億ドルから2014年には12億ドルに増加した（2015年1～6月は8億ドル）。

（注20）伊藤忠商事はタイ食品大手のCPグループ（Charoen Pokphand Group Company Ltd.）と資本提携し、中国でのビジネスの拡大を目指している（伊藤忠 [2014]）。

#### 参考文献

1. 石川幸一 [2015]「ASEAN経済共同体構築の進捗状況と課題—関税率撤廃は順調、非関税障壁は進まず」浦田・牛山・可部 [2015]
2. 石川幸一・清水一史・助川成也 [2013]『ASEAN経済共同体と日本』文真堂
3. 石川幸一・朽木昭文・清水一史 [2015]『現代ASEAN経済論』文真堂
4. 伊藤忠商事 [2014]「Charoen Pokphand（チャロン・ポカパン）グループとの業務提携について」（[http://www.itochu.co.jp/ja/ir/calendar/files/ITC140724\\_presentation\\_j.pdf](http://www.itochu.co.jp/ja/ir/calendar/files/ITC140724_presentation_j.pdf) 2015年9月28日アクセス）
5. 浦田秀次郎・牛山隆一・可部繁三郎 [2015]『ASEAN経済統合の実態』文真堂
6. 大泉啓一郎 [2011]『消費するアジア』中公新書
7. 大泉啓一郎 [2012]「タイの洪水をどう捉えるか—サプライチェーンの自然災害リスクをいかに軽減するか—」日本総合研究所『環太平洋ビジネス情報 RIM』2012 Vol.12 No.44

8. 大泉啓一郎 [2013] 「「タイプラスワン」の可能性を考える—東アジアにおける新しい工程間分業」日本総合研究所『環太平洋ビジネス情報 RIM』2013 Vol.13 No.51
9. 大泉啓一郎 [2014] 三井住友銀行『マンスリー・レビュー』2014年12月号
10. 大泉啓一郎・副島功寛 [2014] 「ASEAN経済共同体発足を見据えた域内サプライチェーンの拡充—タイにおけるサイエンスシティの構築の意義と可能性」日本総合研究所『環太平洋ビジネス情報 RIM』2014 Vol.15 No.56
11. 外務省 [2015] 『日・メコン協力のための新東京戦略2015』 ([http://www.mofa.go.jp/mofaj/s\\_sa/seal/page1\\_000117.html](http://www.mofa.go.jp/mofaj/s_sa/seal/page1_000117.html) 2015年9月14日アクセス)
12. 独立行政法人経済産業研究所 (RIETI) [2015] 『RIETI-TID2013』 (<http://www.rieti.go.jp/jp/projects/rieti-tid/> 2015年9月14日アクセス)
13. 深沢淳一・助川成也 [2014] 『ASEAN大市場統合と日本 TPP時代を日本企業が生き抜くには』文真堂
14. 福永佳史 [2015] 「ASEAN経済統合の将来展望」石川幸一・朽木昭文・清水一史 [2015]
15. リチャード・フロリダ [2009] 『クリエイティブ都市論—創造性は居心地のよい場所を求める』ダイヤモンド社
16. ASEAN Secretariat [2008] ASEAN Economic Community Blueprint, (<http://www.asean.org/archive/5187-10.pdf> 2015年9月14日アクセス)
17. JETRO [2013:2015] 「アジア・オセアニア主要都市・地域の投資関連コスト比較 (2013年5月、2015年6月)」 (<http://www.jetro.go.jp/world/reports/2014/07001125.html> 2015年9月28日アクセス)
18. JETRO [2015] 「「タイ日系企業進出動向調査2014年」調査結果について」 ([http://www.jetro.go.jp/ext\\_images/\\_Reports/01/fe4bde99ff9eb75e/20150044.pdf](http://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/01/fe4bde99ff9eb75e/20150044.pdf) 2015年9月11日アクセス)
19. IMF [2015] *World Economic Outlook, April 2015*, (<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/01/weodata/index.aspx> 2015年9月14日アクセス)
20. Richard Florida, Tim Gulden and Charlotta Mellander [2008] "The rise of the mega-region", *Cambridge journal of Region, Economy and Society*, Volume 1 Issue 3 November 2008
21. NSO [2014] *The 2013 Household Socio - Economic Survey*
22. NESDB [2014] Gross Regional and Provincial Product, (<http://eng.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=96> 2015年9月14日アクセス)
23. World Bank [2015] *World Development Indicators*