

第3節

新興国それぞれの事情に応じた地域戦略

第1節、第2節では、国・地域によって、経済発展の度合い、我が国企業の進出の程度、他国企業との競争環境等、それぞれ状況が異なることを示してきた。新興国の成長を最大限に取り込んでいくためには、それぞれの新興国の状況を理解した上で、新興国一括りではない戦略的取組を進めていく必要がある。

そこで本節では、各地域の事情を踏まえて、新興国

を次の3グループ、①「中国・ASEAN」、②「南西アジア、中東、ロシア・CIS、中南米」、③「アフリカ」に分類する。こうした地域の分類・考え方の下、海外展開を支援していく上で特に重点となる「日本企業の海外展開支援」、「インフラシステム輸出」、「相手国からの資源供給確保」の3分野についてそれぞれの地域毎に整理する。

1. 新興国市場の3類型

以下では、新興国市場の3つグループについて、現状と課題を整理するとともに、各地域における取組の基本的方針を示す（第Ⅱ-2-3-1表）。

(1) 中国・ASEAN : Full 進出

① 現状と課題

第1グループは、「中国・ASEAN」である。前節でみてきたように、同地域には約3万社の我が国企業が製造業を中心に進出しており、既に現地で相当程度の産業集積、サプライチェーンを形成している。

また、同地域は、特にASEANにおける中間層・富裕層の増加に伴い、生産拠点としてだけでなく、消費市場としての魅力が増加している。高所得層の人口が増加することで、質の高い財・サービスに対するニーズが増大することが見込まれており、一般的に高品質な財・サービスを得意とする我が国企業にとって、ビジネスチャンスは更に拡大するものと考えられる。

ただし、同地域において自動車、家電等の日本製品は一定程度のシェアを獲得しているが、近年、海外の競合企業の追い上げは著しく、競争は激化している。

② 基本的方針

今後は、我が国企業のサプライチェーンの高度化等を通じて「更に深く」、かつ消費市場が拡大してきている中で製造業だけでなく「更に幅広い」産業の進出を促して需要を取り込んでいくことを目指す、いわば『FULL 進出』が求められる。

(2) 南西アジア、中東、ロシア・CIS、中南米 : CRITICAL MASS の到達

① 現状と課題

第2グループは、「南西アジア、中東、ロシア・CIS、中南米」である。同地域は、富裕層・中間層も育ち、市場規模も大きく、成長率も高いが、欧米企業や韓国企業等との比較で、我が国企業の進出は相対的に遅れている。

また、これらの地域には、資源国も多く、資源確保の観点からも幅広い経済関係構築・強化が必要である。

② 基本的方針

同地域は、大成長市場であるものの、文化的要因・地理的要因から我が国企業の進出が相対的に遅れており、いわば逆転を目指さねばならない市場といえる。市場規模、競合状況等の様々な要素を考慮した上で、戦略的に『CRITICAL MASS の到達』を目指す有望分野に絞って、集中的に取り組んでいく必要がある。

(3) アフリカ : 成功事例の創出

① 現状と課題

第3グループは、「アフリカ」である。同地域は、2030年頃にかけて、大幅な人口増が起り、かつ市場も大規模に拡大するであろうとの期待も高いが、我が国企業の進出が進んでおらず、いわば不戦敗状態にある。

また、第2グループ同様、資源国も多く、資源開発及び関連インフラ整備の進展が期待されている。

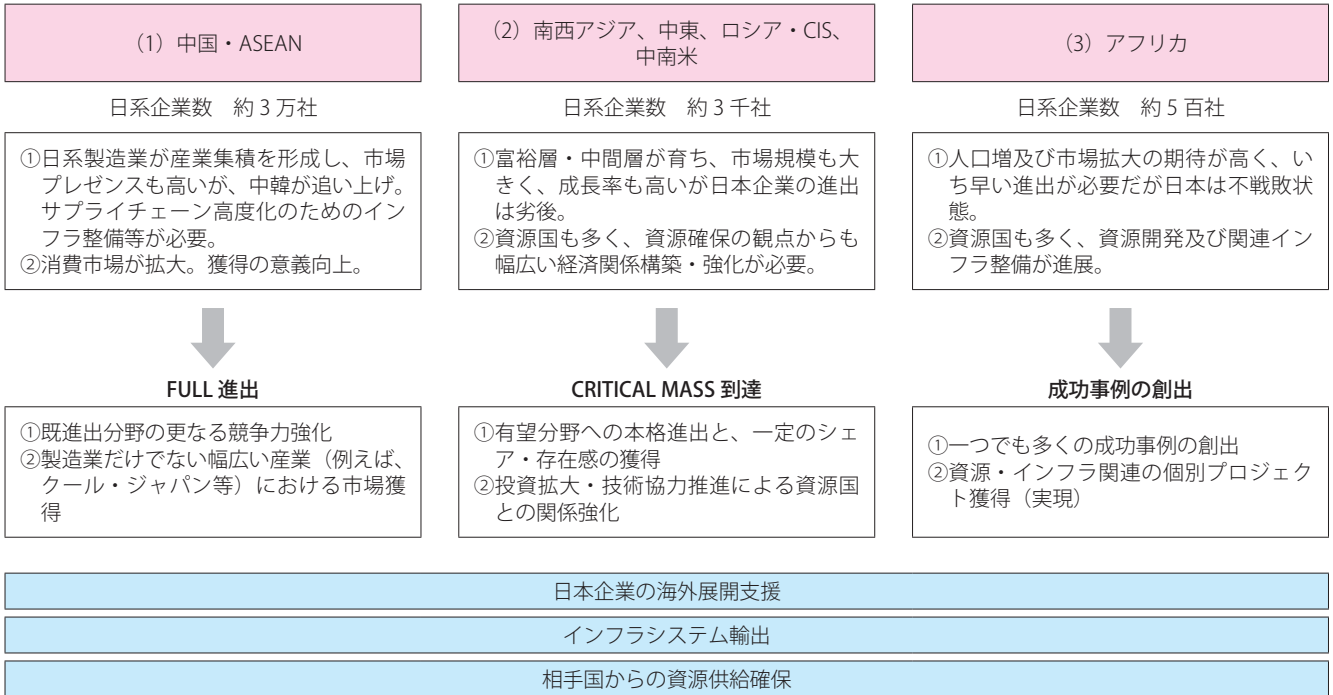
② 基本的方針

今後は、1つでも多くの『成功事例』を創出し、我が国企業の事業展開のフィールドとして1日も早く位置づけられるような状況まで土壌作りを行っていくこ

とが必要である。そのためには、我が国企業が安心して投資できる環境を整備していく必要がある。

また、資源・インフラ関連の個別プロジェクトの実現が重要である。

第II-2-3-1表 新興国市場に対する戦略的取組（全体像）



資料：経済産業省作成。

コラム
6

第5回アフリカ開発会議（TICAD V）

かつて民族紛争や貧困に悩まされたサブサハラアフリカ(サハラ砂漠以南アフリカ)は、IMFによると2013年には5.7%の成長率に達する見通しであり、日本にとってアフリカは、援助先から投資先へと変貌を遂げようとしている。

2013年6月1～3日に、第5回アフリカ開発会議（TICAD V）が横浜で開催された。1993年に始まったTICADは、日本政府主導でアフリカの開発を議論する国際会議で、5年に1度首脳級会合が開催されており、今回が5回目となった。

同会議には、39名の国家元首・首脳級を含むアフリカ51か国のほか、ドナー諸国やアジア諸国、国際・地域機関の代表、民間セクターやNGO等市民社会の代表など、4500名以上が参加した。

「躍動のアフリカと手を携えて (Hand in Hand with a More Dynamic Africa)」を基本テーマとした同会議で、政府は、アフリカの自助・自立を尊重し、成長を重視する日本のアフリカ支援の基本姿勢を国際社会に示すとともに、最大約3.2兆円の官民による取組でアフリカの成長を支援するアフリカ支援パッケージを発表した。

これを受けて茂木経済産業大臣は、日本とアフリカが「信頼できるビジネスパートナー」として共に発展するための日本らしい協力として4つの取組を打ち出した（コラム第6-1図）。

1つ目は、日本企業のアフリカ進出の促進であり、アフリカに現在5カ所あるジェトロ事務所の倍増、アフリカ19か国を対象とした貿易保険の引受基準の緩和を決めたほか、J-SUMIT(国際資源ビジネス

サミット）やアフリカン・フェアなどを開催し、民間レベルの人的・文化交流促進を図った。また TICAD に先立って開催したアフリカにおける資源開発をテーマとした「日アフリカ資源大臣会合」において、資源分野における 2,000 億円のファイナンス支援を表明した。

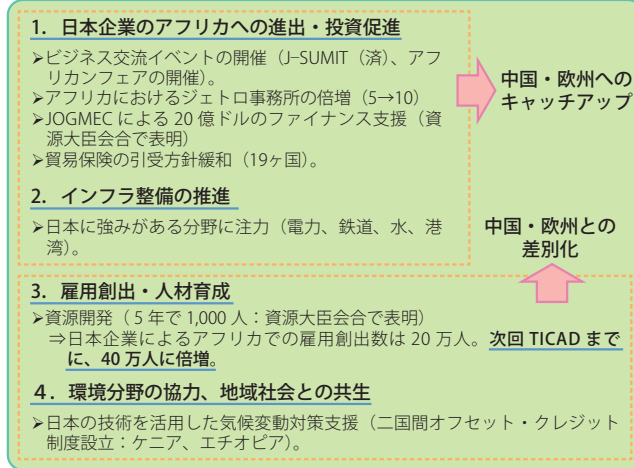
2つ目は、日本に強みのある分野でのインフラ整備の推進であり、3つ目として現地雇用創出・人材育成を取り上げ、現在 20 万人と推定される日本企業による現地雇用者数を今後 5 年間で 40 万人に倍増させ、資源分野において 1,000 人の人材育成を行うことを目標として掲げた。

4つ目は、環境分野の協力や地域社会との共生であり、日本の環境技術の途上国への導入を促す二国間オフセット・クレジット制度について、アフリカの経済発展と地球環境の改善に貢献するものとして、同制度の立ち上げに合意したエチオピアに続き、アフリカ各国と議論を重ねていく意欲を示した。

投資先としてアフリカを見据え、アフリカの自助自立を尊重し、成長を重視する日本らしい貢献策は、アフリカと日本の経済成長に相乗効果を生み出すことが期待される。

コラム第 6-1 図 TICAD V の概要

51 国から 40 人の首脳級が参加。茂木経済産業大臣は、TICAD V テーマ別会合に出席し、日本がアフリカの「信頼できるビジネスパートナー」としての更なる発展に貢献していくため、以下の施策を表明した。



資料：経済産業省作成。

コラム第 6-2 図

TICAD V で講演する茂木経済産業大臣



2. 重点分野と各地域における進め方

今後、海外展開を支援していく上で特に重点分野となるのは、「日本企業の海外展開支援」、「インフラシステム輸出」、「相手国からの資源供給確保」の3分野である。これらの重点分野について、既に分類した地域毎に戦略的に取り組んでいくことが必要である。すなわち、重点分野のそれぞれについて、新興国の3グループの特性・違いに基づき、我が国としての対応を変えていくことが肝要である。

以上の考えに基づき、地域毎に各重点ビジネス分野の取組の方向性を整理していく。

(1) 日本企業の海外展開支援

日本企業の海外展開支援にあたっては、第II-2-3-2

表の基本方針の下、中堅・中小企業／サービス業の海外展開支援、クール・ジャパンを活用した支援、有望分野への支援をそれぞれ組み合わせることで実施していくことが効果的だと考えられる（第II-2-3-3表）。

第I部で分析した通り、潜在力がありながら大企業に比べて海外展開が進んでこなかった中堅・中小企業、製造業に比べて海外展開が遅れてきたサービス業に対して集中的に支援していくことが効果的だと考えられる。

また、日本の魅力を今後の成長産業として海外に事業展開していく「クール・ジャパン」の取組みについては、第1グループにおいては消費財の売り込みを更に加速させる手段として、第2グループ、第3グルー

プにおいては、日本ブランドの認知度向上の手段として効果を発揮することが期待される。
更に、課題解決型産業分野として、海外展開の可能

性も含めて着目されている医療機器／サービスについても、有望市場を見定めて新興国市場開拓を進めていくべきである。

第Ⅱ-2-3-2表 日本企業の海外展開支援（基本方針）

(1) 中国・ASEAN	(2) 南西アジア、中東、ロシア・CIS、中南米	(3) アフリカ
<ul style="list-style-type: none"> ○サプライチェーンの強化による日本企業の生産体制強化 <ul style="list-style-type: none"> ・RCEPの実現による関税削減・貿易円滑化 ・ERIAによる地域統合の課題の分析、提言 ・主要な物流ルートや電力網の整備（ASEAN全体） ・物流・税関手続きの円滑化支援（ASEAN全体） ・工業団地（ミャンマー）、首都圏開発（インドネシア）への関与 ・域内後発国における裾野産業育成支援（工業化戦略への協力等） 	<ul style="list-style-type: none"> ○国ごとに有望分野（自動車、日用品等）を特定し、本格的な現地進出の支援 <ul style="list-style-type: none"> ・現地産業界とのネットワーク強化等 	<ul style="list-style-type: none"> ○企業の関心喚起と進出機会の創出・支援 <ul style="list-style-type: none"> ・JETROの現地体制強化 ・個別プロジェクトをハンズオン支援
<ul style="list-style-type: none"> ○省エネ基準導入等による日本企業の市場獲得促進 <ul style="list-style-type: none"> ・エコカー・エコ家電等の基準・制度策定支援（ベトナム、インドネシア等） ・販売金融に関する法制度整備支援 	<ul style="list-style-type: none"> ○開発計画やエネルギー分野への協力を通じた経済関係の強化、進出の後押し <ul style="list-style-type: none"> ・地域開発計画への協力、工業団地整備（例：インド） ・エネルギーフォーラムの実施（例：インド） 	<ul style="list-style-type: none"> ○安心して投資できる環境の整備 <ul style="list-style-type: none"> ・投資協定の締結（既締結国：エジプト1か国）
<ul style="list-style-type: none"> ○ビジネス環境整備 <ul style="list-style-type: none"> ・労働問題、知財問題への対応、サイバーセキュリティ環境整備 	<ul style="list-style-type: none"> ○経済連携協定の締結等によるビジネス環境整備 <ul style="list-style-type: none"> ・経済連携協定締結（トルコ、コロンビア） 	

資料：経済産業省作成。

第Ⅱ-2-3-3表 日本企業の海外展開支援（具体的産業における市場獲得）

(1) 中国・ASEAN	(2) 南西アジア、中東、ロシア・CIS、中南米	(3) アフリカ
中堅・中小企業／サービス業		
<ul style="list-style-type: none"> ・競争力あるグローバル・ニッチ・トップ型企業の未進出地域への進出を後押し。 ・既に相当程度の企業が現地進出。アジア全体の最適配置の観点からさらに第三国に展開する部品メーカー等を支援。 ・日本のライフスタイルが浸透し、外食等のサービス業に事業機会大。先行投資の意味も大きい（ミャンマー等）。 ・政策対話を通じた規制緩和及び現地人材育成を進め、流通業の進出を支援。 	<ul style="list-style-type: none"> ・競争力あるグローバル・ニッチ・トップ型企業の未進出地域への進出を後押し。 ・日系セットメーカーの進出が進みつつある国を中心に、部品メーカー等の事業展開を支援（例：インド・ブラジル・メキシコ等）。 ・高所得者層・中間層が育っている国（ロシア・インド・ブラジル等）には、外食等の日系サービス業の展開の可能性。 	<ul style="list-style-type: none"> ・中堅・中小企業であっても、圧倒的強みを持つグローバル・ニッチ・トップ企業等には、アフリカで需要を開拓出来る可能性がある。
クール・ジャパン		
<ul style="list-style-type: none"> ・日本文化の土台を活かし、テレビ番組の放映やショッピングモール開発と消費財の売りこみを組み合わせ、大きく稼ぐ。 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本文化の土台作りのため、映画ロケの誘致、現地でのイベント開催等、様々な手段で富裕層や大衆にリーチする。 	<ul style="list-style-type: none"> ・先行投資として、在外公館との連携や、『Japan Fair』開催により日本の認知度向上から着手。
医療機器・サービス		
<ul style="list-style-type: none"> ・基本的な医療体制は概ね構築済み。生活習慣病対策・予防対策が今後の有望市場。 ・日本への医学留学生の拡大・ネットワーク化等を通じた先行投資も積極的に実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・先進医療未整備地域で画像診断センター等の建設を推進。 ・病院新築・改築需要の大きい地域で医療機器・サービス・システムを一体展開。 	

資料：経済産業省作成。

(2) インフラシステム輸出

インフラシステム輸出については、新興国の地域3分類のそれぞれにおいて、以下の3つのプロジェクトについて官民一体で取り組み、政府全体として支援していくことが重要である（第Ⅱ-2-3-4表）。

- ①「面」的開発の取組として、都市や地域開発の上流段階から相手国と連携し、我が国企業の進出拠点整備と現地市場獲得という形で、明確なコミッ

トメントの上で長期間かかることもやりきり、大きく成果を出すことを狙うプロジェクト

- ②相手国政府との政策対話等を通じて後続案件の地域展開の布石となる先導的な事例を創出するようなプロジェクト
- ③原発や高速鉄道等、熾烈な競争を勝ち抜くべき個別案件

第Ⅱ-2-3-4表 インフラシステム輸出

(1) 中国・ASEAN	(2) 南西アジア、中東、ロシア・CIS、中南米	(3) アフリカ
「面」的開発		
①交通・物流・電力など進出日系企業のインフラ・ボトルネックを解消する。 ・MPA(ジャカルタ首都圏投資促進地域) (インドネシア) ②進出拠点整備によりサプライチェーンを強化する。 ・ティラワ経済特別区開発 (ミャンマー)	①中国・ASEANで講じてきた進出拠点整備の取組みを横展開する。 ・デリー=ムンバイ間産業大動脈 (インド)	
先導的事例の創出		
・ラックフェン港・ロンタイン空港 (ベトナム) ・ASEAN 衛星防災システム (インドネシア、タイ等)	・極東開発 (ロシア) ・上下水道 (サウジアラビア)	・地熱発電 (ケニア)
熾烈な競争のある個別案件の追求		
・ベトナム原発建設	・トルコ原発建設 ・インド高速鉄道	・一般貨物用電気機関車 (南ア)

<基本的考え方>

開発の上流段階から関与して「面」的に開発し、日本企業の進出拠点整備・現地市場獲得につなげる。地域展開できる先導的事例の創出や、新幹線・原発等、熾烈な競争があるものに焦点を当てる。

資料：経済産業省作成。

(3) 相手国からの資源供給確保

資源の安定的かつ安価な供給確保は、我が国経済・産業にとっての生命線である。現在、原油・LPガスともに8割以上を情勢の不安定な中東に依存し、レアアース、タングステン、アンチモンなどのレアメタルは8割以上を中国に依存しているなど地域偏在性がある。その地域偏在性を踏まえ、どの資源が、どこから調達可能かという点を踏まえた資源戦略が必要となる。

資源国の現状や地域特性、資源国のニーズ等を踏ま

えた技術協力や人材育成、ODAの活用等の政府一体となった資源外交の積極的な展開、LNG産消会議等の国際会議の開催を通じた資源国・消費国の関係強化、(独)石油天然ガス・金属鉱物資源機構(JOGMEC)によるリスクマネー供給等を通じた我が国企業の権益獲得・供給源の多角化の支援など、あらゆる政策ツールを導入して資源の「安定的」かつ「安価」な供給確保を行うことが重要である（第Ⅱ-2-3-5表）。

第II-2-3-5表 資源・エネルギーの供給確保

(1) 中国・ASEAN	(2) 南西アジア、中東、ロシア・CIS、中南米	(3) アフリカ
石油・天然ガス		
供給源の多角化と自主権益の確保・主要供給国との関係維持		
<ul style="list-style-type: none"> ・インドネシアとの関係強化〈自主権益の確保〉 	<ul style="list-style-type: none"> ・ロシアとのエネルギー分野等における関係強化〈供給源の多角化〉 ・UAEとの幅広い分野での関係強化〈自主権益の確保〉 ・サウジアラビアとの幅広い分野での関係強化〈最大の産油国〉 	<ul style="list-style-type: none"> ・モザンビークとのエネルギー分野における関係強化〈供給源の多角化〉
鉱物資源		
供給源の多角化〈特にレアアース・レアメタル〉、最後のフロンティアであるアフリカからの供給確保		
<ul style="list-style-type: none"> ・ベトナム、ミャンマー等との鉱物資源分野における関係強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・カザフスタン等との鉱物資源分野における関係強化〈供給源の多角化〉 	<ul style="list-style-type: none"> ・「日アフリカ資源大臣会合」(本年5月)におけるアフリカ各国との関係強化
石炭		
供給源の多角化〈特に、優良な原料炭の確保〉		
<ul style="list-style-type: none"> ・モンゴルとの石炭分野における関係強化、インフラ確保 	<ul style="list-style-type: none"> ・ロシアとのエネルギー分野等における関係強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・モザンビークとの石炭分野における関係強化、インフラ確保

資料：経済産業省作成。

コラム 7

ユニ・チャーム株式会社の取組

ユニ・チャームは、ベビー用紙おむつでアジア第1位のシェア、全世界第3位のシェアを有する衛生用品メーカーである。

1984年に台湾で現地法人を設立して以来、アジアを中心に海外展開を進めており、それに伴い売上・利益を拡大させてきた(1985年度の売上高は688億円。2012年度の売上高は4,957億円)。現在、東アジア・東南アジア・オセアニア・中東、北アフリカなど世界80か国以上に展開している。

海外進出に当たっては、市場の規模、市場の発展がまだ成長前期かどうか、同業他社との競争環境等を勘案して戦略的に進出地域を判断している。

現地市場でのおむつの商品化にあたっては、長期間に渡り、消費者の生活に密着・観察するなど徹底した生活研究を行い、現地の生活実態に根ざした商品を企画している。また、2011年にはベトナムで第2位の地場メーカーを買収するなど、より現地との融合を図っている。

更にインドネシアでは、給料の支払い形態として週払いが採用されている場合も珍しくなく、手元にまとまったお金を持っていない家計も多いことから、小分けのパックにして販売することで好評を得ている。

このように、ユニ・チャームは、国ごとに異なる生活スタイルや商習慣に合わせて海外事業を展開している(コラム第7-1図)。

コラム第7-1図 ユニ・チャームの海外向け商品



写真：ユニ・チャーム HP より抜粋。