

**ポイント**  
 。日本とアジア諸国の結びつきは意外と弱い  
 。アジア市場は国や地域ごとの対応策が重要  
 。技術、規格、制度などインフラ標準化も課題

柳川 範之 東京大学教授

アジア諸国の新興市場を  
 集めていく。新聞紙面でも「  
 シン進出」「アジア市場」と  
 いふ言葉が連日飛び交い、ア  
 ジア市場への意欲の露骨な  
 感じられる。しかしアジア諸  
 国に注目してこその日本  
 だではないか。欧州経済が  
 停滞している中、世界各  
 国がアジア市場を重点的に考  
 えている。その中で日本がア  
 ジア諸国や地域の国際競争  
 力向上に果たすべき役割を  
 果たす必要がある。

# 経済教室

EA(N)の資料によれば、2  
 010年の欧州連合(EU)  
 諸国からASEAN域内への  
 直接投資額は約170億ユー  
 ーであるのに対し、日本からは約  
 80億ユーロにすぎない。EUは  
 諸国の合計なので単純な比較  
 はできないが、物理的距離が  
 はるかに近いEU諸国とA  
 SEAN各国の結びつきは、日  
 本が考えている以上に強い。  
 同様の傾向は人の移動につ  
 いても当てはまる。国際的に  
 十分な移民データはないが、  
 アジア諸国への長期滞在者も  
 含めた移民数は、EU諸国が  
 日本の5倍、韓国が同約の倍  
 というデータもある。日本は  
 アジア諸国の市場を重点的に  
 考えているつもりだが、海外  
 圏を拡大する上でまだ遠く  
 まで伸びていない。  
 またアジアという、規模  
 と成長率の高さから中国市場

## 海外市場開拓の条件① アジア圏を真の「内需」に



全体を十分に把握できない場  
 合もある。各企業がアジア向  
 けの戦略を策定するに当たっ  
 ては、具体的な経済実態の把  
 握が必要であり、各国のセミ  
 マンロの行情報をどれだけ収  
 集し蓄積できるかが一つの鍵  
 となるだろう。  
 筆者が注意すべき点と考  
 えるのは、各国の所得分布の構  
 造である。インドネシアとマ  
 レーシアを比較してみよう。  
 インドネシアのGDPはマ  
 レーシアの約3倍あるが、1人

世帯年収5,000ユーロ以上の人  
 口は約800万人に上る。  
 これに対して、マレーシアは  
 約2,000万人だ。一方、世  
 帯年収5,000ユーロ以上の  
 人口を比べると、インドネ  
 シアの約200万人に対して、  
 マレーシアは約300万人に達  
 する。つまり規模感では、1  
 人あたりのGDPは韓国をた  
 けで把握できる。  
 もちろん所得分布について  
 は十分な統計データが存在し  
 ない。上記の結果も推計値で  
 あり、誤差がかなり含まれて  
 いる可能性もある。大事な  
 は、現地において積極的情  
 報収集や分析をして、所得分  
 布動向などのセミマンロ情報  
 を把握する戦略である。  
 このようにアジア諸国の市  
 場規模の成長は著しいが、単  
 純にアジア市場への販売を拡  
 大していくという姿勢では、  
 今後のさらなる進展は望めな  
 い。

で強めていくべきではあるが  
 近年は、多くの企業  
 が積極的にアジア各国に進出  
 し、進出国に根をすくした活  
 動を続けていながら、その動  
 向を官民ともにしっかりと把握  
 していなければならない。  
 内需を喚ぶべきには  
 は、アジア市場のさらなる  
 考えの1つは、日本市場  
 をより一層開放して、アジア  
 が必要だ。日本製が日本の  
 サービスを海外に提供し、  
 さらには、きめ細かな対応が  
 求められる。多くの人が  
 日本の製品を購入し、日本の  
 サービスを対等に享受する  
 アジア諸国の人が増える  
 ことで、日本製がサービス  
 に対する評価がより高まる。  
 アジア市場が今後、段々重要  
 になるのを考える、日本  
 市場をアジア諸国に対して開  
 く姿勢が大切である。  
 そのためには、さらなる人の

### 実態把握きめ細かく 市場開放、人の交流促進を

あたりGDPはインドネシア  
 が約3,000億ユーロ、マ  
 レーシアは約800億ユーロと考  
 える。この数字だけをみると、年  
 収5,000ユーロ以上の中間所  
 得層で需要が急増すると考  
 えられる。これに耐久消費財  
 も、インドネシアでは十分な  
 購買力がないように見える。  
 しかし、所得分布を調べる  
 と、実態は大きく異なってい  
 る(表参照)。インドネシア  
 は総人口が多いため、マ  
 レーシアを比較する

いである。前述のように世界  
 各国の日本以上にアジアの  
 結びつきを強めている。日本  
 も「リーマン・ショック」後、  
 ヨン(深い統合)と呼ばれ  
 るようになった。この結  
 合を「リーマン・ショック」を  
 契機として必要がある。

深い結びつきを強める必要  
 のも、一つのポイント。ア  
 ジア市場の標準化度合いを高め  
 ていくことが、社会的イン  
 フラが共通のものになること  
 によって、人々は共通の基礎の上  
 で存在するようになる。具  
 体的には、アジア域内技術  
 や規格などの標準化を進めて  
 いくことが必要である。  
 現在、日本ではインフラ輸  
 出の機運が高まっている。し  
 かしそれを個別の動きに終わ  
 らせるのではなく、そのイン  
 フラに関連した技術

や規格の標準化、あるいはIT  
 (情報技術)を利活用した  
 高度なインフラ技術の標準  
 化を推進し、アジア全体と  
 しての動きにつなげていく必  
 要がある。様々な面でア  
 ジア市場が確立すれば、アジアで  
 活動する人たちがより大  
 幅なコスト節約につながる。  
 技術に関連した面では、  
 制度や法律などについても、  
 標準化を進めていくこと  
 が望ましい。制度や法律が  
 違えば、グローバルで  
 シネスを展開する企業にと  
 って大きなコストである。そ  
 してコストを政策によって低  
 減できれば、アジア市場を活性  
 化させるうえでプラスだ。  
 もちろん制度や法律につ  
 いては、まったく同じものに統一  
 することは不可能である。  
 ただ、ハーモナイゼーション  
 (調和)という形で、ある程  
 度の統一性を持たせれば、  
 も利便性は高まる。  
 例えば、競争政策や出店規  
 制などの規制ルールにつ  
 いても、完全に統一させること  
 は困難だし、それが望ましいと  
 は限らない。しかしある程度  
 合わせれば、アジア域内の結  
 びつきはより強固になるであ  
 りう。  
 また、日本が進んでいる民法  
 や社会法の改正作業などにつ  
 いても、その議論や知見をア  
 ジアで共有し、部分的に付  
 合調整させていくことが可  
 能ならば、単に結びつきが強ま  
 るだけでなく、アジア全体の制  
 度基盤の強化につながる。  
 さらに、様々な手続の上  
 に必要な書類をできるだけ共通  
 のフォーマットにして、多言語  
 に対応できるようにすれば、  
 グローバルに展開する日本企  
 業およびアジア諸国の企業に  
 どれだけのメリットがあ  
 るのか、アジアを真の「内需」に  
 するために、日本政府にも  
 した広い見地に立った政策立  
 案や国際的な政策連携を期待  
 したい。

インドネシアとマレーシアの  
 所得階層別人口(2009年)

世帯あたり可処分所得	インドネシア	マレーシア
1,000ドル未満	902万人	38万人
1,000~4,999ドル	1億4,252万人	494万人
5,000~14,999ドル	7,288万人	1,289万人
15,000~34,999ドル	463万人	778万人
35,000~54,999ドル	93万人	162万人
55,000ドル以上	139万人	130万人

(出所)Euromonitor Internationalの資料をもとにNIRA推計

海外の国をみる場合、国内  
 総生産(GDP)の規模ある  
 いは1人あたりGDPの規模  
 をもとに、その国の市場の大  
 きさや購買力を判断しがちで  
 ある。だが、こうしたマクロ  
 的な数字だけでは、実際の  
 は具体的な実態を見誤る。そ  
 の一方で、あまりに個別の取引  
 事例だけをみていたのでは、

筆者は数年前、総合研究  
 開発機構(NIRA)からア  
 ジアを比較する「アジアの  
 シン」を出版した。単純にア  
 ジアの需要をマ  
 ーケットにす  
 るだけでは、  
 それを内需と  
 呼ぶことが  
 できない。筆  
 者の主張は、  
 内需を喚ぶ  
 ためには、  
 企業や政府  
 などが、  
 様々なイン  
 フラ

やなわ・のりゆき 63年  
 生まれ、東京大学専門は制  
 度の経済学、金融システム論

11月6日 東京大学経済学部の柳川範之教授が講演中。