

日本・ASEANのパートナーシップと 新たなビジネスチャンス

みずほリサーチ&テクノロジーズ理事長
前アジア開発銀行総裁

中尾武彦
なかお たけひこ



ASEAN(東南アジア諸国連合)と 日本の歴史的なパートナーシップ

ASEAN諸国は、歴史的にも、現在も、そしてこれからも、日本にとって重要なパートナーだ。筆者は、2013年4月から2020年1月までアジア開発銀行(ADB)の総裁として家族とともにマニラに赴任して7年間を過ごし、そこからASEAN各国を頻繁に訪問したので、とりわけ親近感を持っている。東南アジアとくくりにされがちである各国が、それぞれの長い歴史と文化を持っていることにも気付かされてきた。

戦後の日本は、第2次世界大戦の反省もあって、賠償や援助を含めて、東南アジアの発展をサポートするという気持ちが強かった。

1966年に発足したADBも、最初からASEAN諸国への支援を念頭に置いていた。1977年のマニラ訪問時に福田赳夫首相が発表した「福田ドクトリン」は、日本が軍事大国にならず、東南アジアの平和で対等なパートナーとなるというもので、今考えてみると当たり前のようだが、日本への信頼が確立していない時期には外交上、大きな意味を持っていた。

かつて日本とASEAN諸国の間には、大きな経済格差があり、日本はASEAN諸国に高度な工業製品を輸出し、資源や労働集約的な製品を輸入するという関係であった。日本からの直接投資や援助もASEAN諸国の工業化、開発を助けた。しかし、今やASEAN諸国は成長が著しく、所得や技術のレベ

ルも上がっていることから、その関係は双方向に大きく発展している。

ASEANのポテンシャル

ASEANは、全体でGDPが3兆ドルを超えて日本の6割、中国の4分の1以上に達し、人口も6億7千万人の巨大な経済圏だ(2019年のデータ)。今後の成長の大きなポテンシャルを持っている。各国で中間層が拡大しており、電化製品などの耐久消費財から化粧品や衣料などの非耐久消費財まで消費意欲が非常に強い。生産設備、都市インフラを含めてさらなる投資のニーズも大きい。

ASEAN10カ国は多様性に富んでいる。人口は、2億7千万の大国インドネシアから人口40万の王国であるブルネイまで、また1

人当たりのGDPも、シンガポールの6万5千ドル(日本は4万ドル)に対し、ミャンマーは1300ドルと大きな差がある。宗教や元の宗主国も異なる。このような10カ国が、1つのグループに属して、市場志向の政策を進めてきたことに大きな意義がある。財務大臣会合などに出ると、多くの大臣が英語で自由に会話し、親密な関係を築いていることを感じる。

2020年11月15日に、ASEAN10カ国、日本、中国、韓国、オーストラリア、ニュージーランドの計15カ国は「地域的な包括的経済連携(RCEP)」の署名にこぎ着けた。RCEPは、人口、経済、貿易のいずれも世界の3割をカバーする世界最大規模のメガFTAであり、サービスや電子商取引も対象としている。ASEANが主体的に準備し、日本も実現に向けて努力してきたものだ。

喫緊の課題はミャンマーだ。同国は、2008年に自らが始めた民主化、経済改革によって米国などからの制裁解除に繋げ、国際社会との関与を復活させた。日本をはじめ各国、ADBや世界銀行からの資金支援、直接投資、貿易の拡大で最近の高い成長を遂げてきた。それだけに、これまでの進展を逆転させるような軍部の暴挙はショクだ。ASEANという連合体にとって、ミャンマーの状況にどう対応するかは大きなチャレンジを投げ掛けている。ミャンマーへの最大の援助国であり、企業による投資を拡大してきた日本も積極的な役割を果たす必要がある。

新たなビジネスチャンス

ASEANの多くの国でかつて日本は最大の輸出先であったが、現在は中国が置き換わっている。それでも日本はASEANの輸出の8%(2019年)を占め、中国、米国に次ぐ輸出先だ。今はむしろ日本がASEAN諸国から活力をもらう立場だ。ASEANは日本の輸出先(2019年)として15%を占め、米国の20%、中国の19%に次ぐ。これからも市場としての価値は高まっていく。

ASEAN諸国は、コロナ禍で大きな被害を受けているが、新たな成長の芽も育てている。デジタル技術を活用したフードデリバリー、ネットメディア、配車サービスなどの新しいビジネスモデルが次々に生まれている。世界的なデジタル化の進捗は、電子・電機製品の製造拠点が集積するASEANの財輸出を押し上げている。フィリピンではデジタル技術を活用したビジネス・プロセス・アウトソーシング(BPO)のGDPに占める比率が10%と言われているが、各国にとってソフトの輸出も成長分野だ。

日本とASEANが官民で協力できる分野は、デジタル技術の活用、サプライチェーンの再構築、社会的課題への取り組みなど、たくさんある。日本の企業は、デジタル関係の製品を含め、チャイナ+1などの考え方に基づき、ASEAN諸国への生産地、調達先の移転を進めている。日本のスタートアップの中にも、フィンテックやモビリティの分野で

ASEANに進出する企業が増えている。人の行き来にもさらなるチャンスがある。

ASEAN5(インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム)とシンガポールからの訪日客は2019年には380万人で10年前の58万人から6・5倍に増えており、全体の3190万人の12%を占めている。また、日本への外国人留学生は2009年の13万3千人から2019年には、31万2千人に増えたが、そのうちASEAN諸国からの学生は全体の55%となっている。

東南アジアの人々から見ると、文化や自然が豊かで、四季があり、安全で食事がおいしい日本は、極めて魅力的な観光地となっている。フィリピンのドミンゲス財務大臣は、遠藤周作などの日本の小説を愛好する知日派だが、年に何度も日本を訪問していて、伊万里焼に惚れ込んで佐賀県の観光大使にまで任命された。ADB総裁として初めての出張ではタイに行ったが、その際に夕食会を催してくれたキティラット財務大臣が、日本の都市ほど清潔で美しい街はないと言ったのが印象に残っている。ASEAN諸国にとって、今や日本は信頼されるパートナーだ。

成長センターとしての役割に加えて、中国の存在感が大きくなる中で、アジアの安定と繁栄へのASEANの役割はますます高まっている。日本としても、官民を問わず、ASEAN諸国とのパートナーシップはさらに強化していく必要がある。