

都市化がもたらすビジネス機会 -日本企業のチャンスとリスク-

MIZUHO BANK, LTD.
Industry Research Department, Managing Director
吉野 宏



はじめに

本稿は「都市化」や「デジタルイゼーション」「サステナビリティ」をキーワードにそれが日本企業のASEAN事業に対してもたらすものは何かという観点について、筆者が日本企業やASEAN各国の財閥を始めとした有力企業と議論している内容を中心に共有させて頂くものです。

日本企業にとってのチャンス ～都市化がもたらす事業機会

「都市化」とは「産業化による人口の都市への集

中、それに伴って都市型生活様式が形成され、その都市周辺や農村へ拡大していくこと。また、その過程¹とされています。

国際連合のデータによれば単一都市国家であるシンガポールを除くマレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナム全ての国で都市人口の伸びが総人口の伸びを上回り、都市化が進む予測になっています。

また、人口30万人以上の都市の数の推計は下表の通り、インドネシア、フィリピン、ベトナムで特に大きく増加する予測になっています。

【2018年】

	インドネシア	フィリピン	ベトナム	タイ	マレーシア
都市人口	148 百万人	50 百万人	35 百万人	35 百万人	24 百万人
都市化率	55%	47%	38%	50%	76%
総人口	267 百万人	107 百万人	96 百万人	69 百万人	32 百万人

【2030年推計】

	インドネシア	フィリピン	ベトナム	タイ	マレーシア
都市人口	186 百万人	64 百万人	47 百万人	41 百万人	30 百万人
都市化率	63%	51%	45%	58%	82%
総人口	296 百万人	125 百万人	106 百万人	70 百万人	37 百万人

【年平均成長率（2018～2030年）】

	インドネシア	フィリピン	ベトナム	タイ	マレーシア
都市人口	+1.9%	+2.1%	+2.6%	+1.4%	+1.8%
総人口	+0.9%	+1.4%	+0.8%	+0.1%	+1.2%

ASEAN主要国の都市人口・都市化率・総人口²

都市人口	インドネシア		フィリピン		ベトナム		タイ		マレーシア	
	2018	2030	2018	2030	2018	2030	2018	2030	2018	2030
10 百万人以上	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0
5~10 百万人	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1
1~5 百万人	13	18	1	4	4	4	1	0	0	1
0.5~1.0 百万人	10	9	10	14	1	3	1	3	4	5
0.3~0.5 百万人	9	10	19	20	5	14	2	1	6	5
人口 30 万人以上の都市数	33	38	31	39	11	23	4	5	11	12

ASEAN主要国の人口30万人以上の都市数の予測³

	シンガポール	クアラルンプール	バンコク ^注	ジャカルタ	マニラ ^注	ホーチミン
都市の一人当たりGDP(ドル)	66,070	31,317	15,305	18,947	8,468	6,443
国平均GDP(ドル)	66,070	11,228	7,812	4,194	3,512	3,439

各国主要都市の一人当たりGDP (2019年) と国平均一人当たりGDP (同)⁴

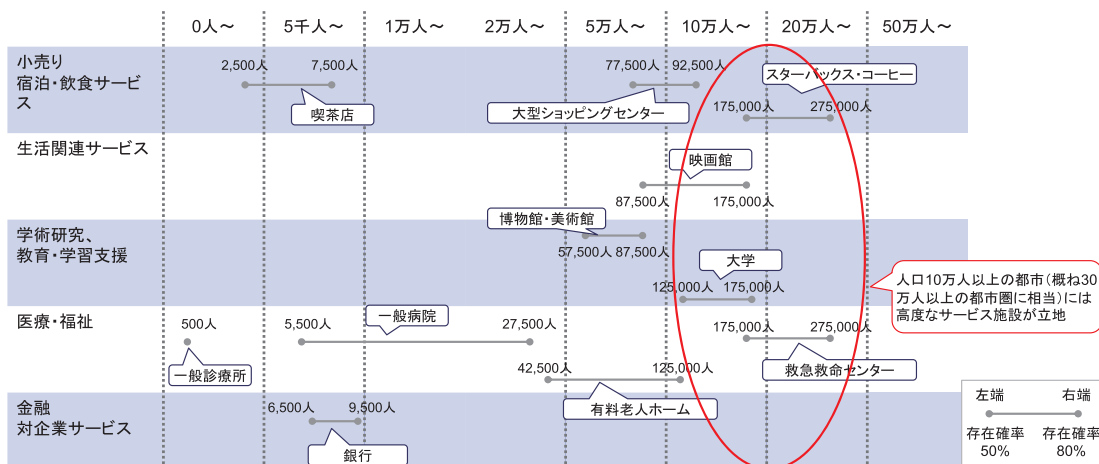
都市化がもたらす事業機会は各産業によって様々考えられます。例えばインフラの観点では、都市が過密化する中での超高層ビル等の土地の高度利用のニーズが拡大すると共に、都市の運用効率や競争力を高めるインフラ（有料道路、MRT、国際空港、データセンター等）、あるいは生活の質を高めるインフラ（公園、文化施設）のニーズが拡大します。また、相応の規模を持つ都市をつなぐ都市間インフラ（有料道路、高速鉄道、空港等）の整備ニーズが拡大します。

また、都市化進展と所得の向上の相関は一般に高いとされ、各国を代表する大都市の一人当たりGDPは国平均のそれを大きく上回っており、大都

市が各国の経済成長をけん引する構図となっています。

相応の規模を持つ都市の増加と都市の人口規模の拡大は、成立するサービス業の範囲の拡大をもたらします。下図は日本のケースになりますが、国土交通省の分析によると日本では概ね30万人以上の都市圏に高度なサービス施設が立地しているとされます。

ASEANは日本と所得水準やインフラの整備状況等が異なるため、この事例をそのままASEANの各都市に当てはめることはできませんが、既存都市の発展に伴い成立するサービス業の範囲拡大と、新たな都市の誕生に伴う展開都市の拡大機会が今後出てくると考えられます。

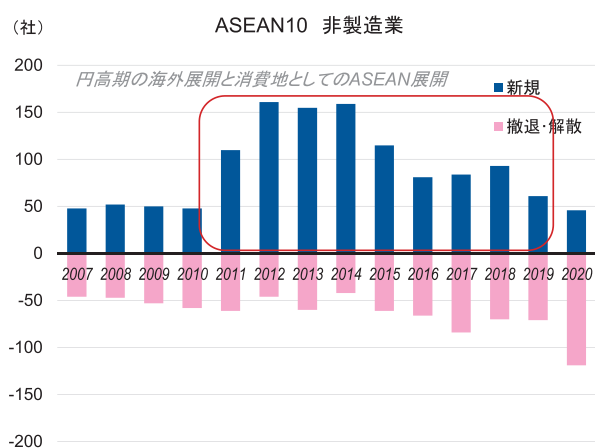
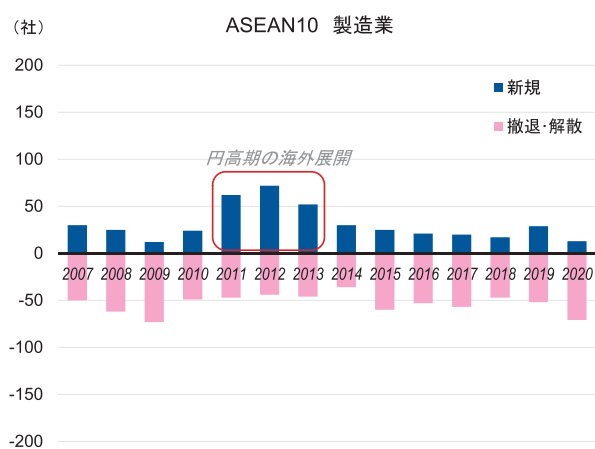


日本: サービス施設の立地する確率が50%及び80%となる自治体の人口規模 (三大都市圏除く)⁵

一方で、日本においては人口減少が進展することが確実となっており、これは成立するサービス業の縮小につながります。これを受けて日本ではコンパクトシティ化の推進等を通じ人口密度を高めることでまちの機能を維持する取り組みが進んでいるところではありますが、企業にとっては成長戦略の一環として、都市人口の拡大と所得の向上が進み、日本に対する物理的・心理的距離感の近いASEAN各国を含めた海外に事業展開を拡大させることが重要になってくると言えます。

日本企業にとってのリスク ～生産地・消費地としてのASEANの位置付けの変化

都市部への人口集積は様々な機会をもたらすと申し上げましたが、一方でそれがもたらす効果を必ずしも日本企業が享受できるとは限らないことも申し上げたいと思います。

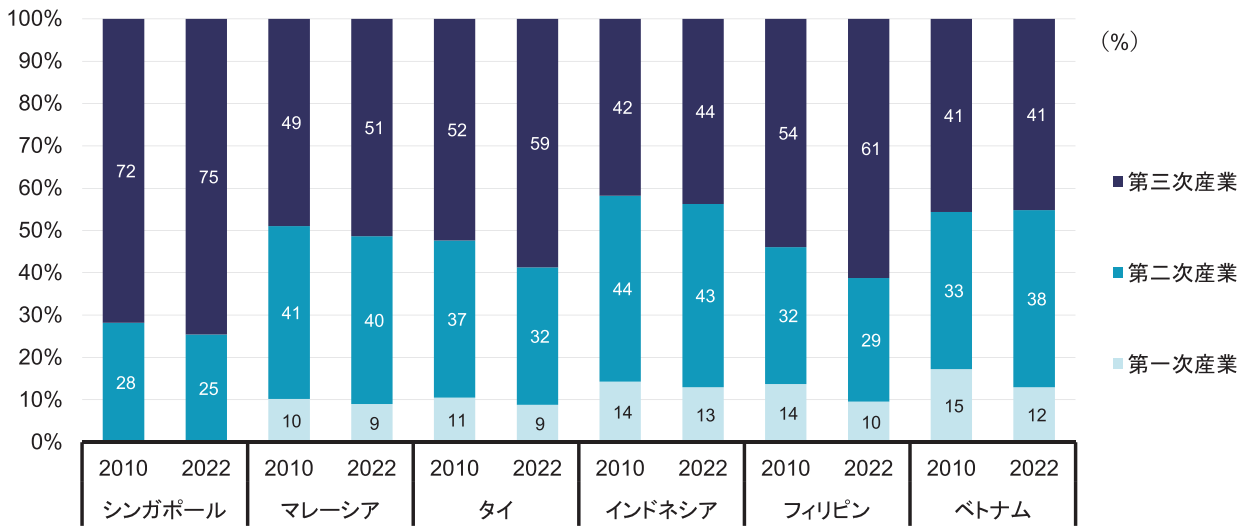


ASEAN10 各国における日本企業の現地法人新規設立数と撤退・解散数の推移⁶

業種や企業によってASEAN拠点の位置付けは異なりますが、今後、生産地としてのASEANという位置付けに加え、消費地としてのASEANの位置付けがより高まると考えられます。下図はASEAN10 各国における日本企業による現地法人の新規設立数と撤退・解散数の推移を表します。製造業においては2011年から2013年の円高期に新規設立が増加したものの、全体としてみれば撤退・解散の方が多いトレンドとなっています。一方で、非製造業においては円高期以降も新規進出数は製造業に比べ多いトレンドを維持しており、非製造業にとって消費地としてのASEANの成長を取り込もうとする動きと言えるでしょう。

このトレンドは、日本企業の海外展開に伴う事業機会を狙う業種・企業にとって、機会の縮小につながります。例えば建設業は、自動車業界やエレクトロニクス業界の日本企業の海外展開に伴う工場建設等を獲得することで海外事業を拡大させてきましたが、今後、日本企業向けの事業という点で大きな拡大は難しくなると考えられます。また、非製造業の主な活動場所は都市内であり、各国の都市内で存在感を持つ企業は財閥を代表する地場の有力企業であることから、建設業にとって日本の非製造業の海外展開増を自社の事業機会とすることは容易ではないと考えられます。ここでは建設業を例にしたリスクについて触れましたが、海外事業に占める日本企業との取引割合が高い業種や企業は、日本の産業構造の変化とそれらを踏まえた企業の海外展開動向によっては、マイナス影響を受けやすいと言えます。

各国の産業構造の変化も日本企業の海外事業に影響を与えます。ASEANでも国によって状況は異なりますが、産業構造は基本的に第一次産業→第二次産業→第三次産業の流れで変化します。下図は2010年と2022年の各国のGDPの構成を示しますが、全ての国において第一次及び第二次産業の比率が低下し、第三次産業の比率が増加していることを確認できます。今後もこの傾向は継続し、経済活動の中心は都市部となり、主な担い手である地場企業がよりその存在感を高めていくことになるでしょう。これは日本企業にとっては、各国の経済成長をサービス業がけん引するという外部環境の中で、既



各国の産業構造の変化 (2010年と2022年の産業別GDP構成比)⁷

存事業の延長では各国の成長をそのまま自社の成長につなげることが難しくなる事業環境になると言い換えることもできるでしょう。日本企業はこのような環境を踏まえれば、差別化やローカル化を通じた成長戦略を描く必要があり、その中で財閥を含む地場企業との連携が不可欠になってくると考えられます。

デジタルイノベーションとサステナビリティの潮流

ここまでは、都市化というメガトレンドが日本企業に与える影響について考察してきました。ここからは、近年特に意識が高まっているデジタルイノベーションとサステナビリティについて簡単に見てみたいと思います。

まずはデジタルイノベーションについてです。

東南アジアで生活していると、日本に比べデジタル化が進んでいる側面が多くあることを感じる人も多いと思います。代表的なものがGrab、Gojekといった配

車サービスや、各種電子決済サービスの普及、あるいはソーシャルメディア (SNS) のユーザーの多さですが、この背景には高い携帯電話 (スマートフォン) の普及があげられます。下表が示す通り、各国の所得水準と携帯電話契約数には相関関係は見られず、いわゆるリープフロッグ現象⁸が起きる背景になっています。

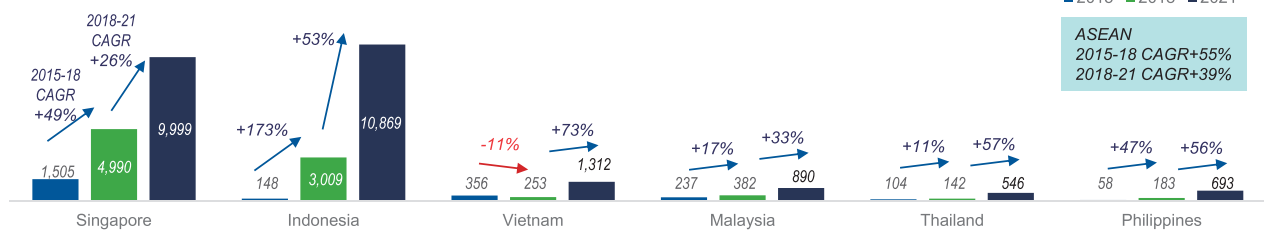
デジタル化が進む一方で、ASEAN各国には依然として口座を持っていない人の多さや、住環境、あるいは渋滞等、様々な都市課題が存在しています。そして域内にはデジタル技術を活用してそれらの課題解決を目指すスタートアップ企業が多く誕生しています。

下図はASEAN主要6か国のベンチャーキャピタル (VC) による投資ですが、地域のハブとしてヒト・モノ・カネを引き付けるシンガポールと、域内最大の人口と様々な課題を抱えるインドネシアがスタートアップ投資の中心となっています。また、近年、ベトナム企業への投資が増加しており、いわゆるユニコーン呼ばれる企業も誕生しています。一方で、日本のプレゼ

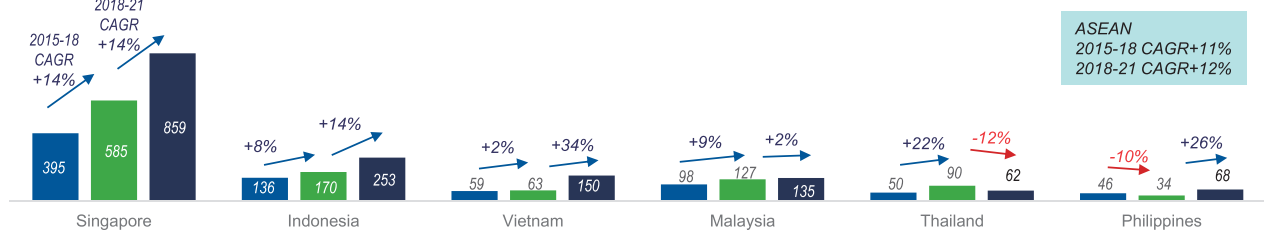
	一人当たり GDP (USD)	携帯電話契約数		TikTok ユーザー数
		百万件	100人当たり	
シンガポール	66,070	8	136.8	-
マレーシア	11,228	44	137.5	27 百万人 (世界 14 位)
タイ	7,812	116	165.7	39 百万人 (世界 9 位)
インドネシア	4,194	356	129.9	106 百万人 (世界 2 位)
フィリピン	3,512	150	136.5	40 百万人 (世界 8 位)
ベトナム	3,439	139	143.3	63 百万人 (世界 5 位)

通信関連の主な指標⁹

国別VC投資額(百万ドル)



国別VC投資件数



ASEANのベンチャー投資¹⁰

ンスが高いタイと、高い英語力を持つフィリピンの投資額はベトナムの半分程度となっています。両国は有力財閥の存在感が高く、優秀な人材がその様な大手安定企業を好む傾向が見られるため、起業家が少ないという指摘もあり、各国ごとに特徴が出ていると言えます。日本企業もオープンイノベーションの中でスタートアップ連携・投資を加速させていますが、それらを進める上ではこのような特徴を踏まえた戦略が求められます。また、多くのスタートアップ企業から日本企業意思決定の遅さに対する不満の声を耳にします。スタートアップ連携・投資に限った話ではありませんが、思い切った権限移譲や失敗を許容するカルチャーの醸成も求められます。

次にサステナビリティですが、関連する分野が幅広いいため、ここでは主に脱炭素の動向について触れたいと思います。

日米欧といった先進国のみならず、現在、ASEAN主要6か国のうちフィリピン以外は何かのかたちで脱炭素宣言を出しています。しかしながら、人口増加に伴うエネルギー需要の増加が見込まれ、またASEAN各国各国は依然として化石燃料に依存せざるを得ない状況でもあります。増加するエネルギー需要への対応と同時に脱炭素を進めるという困難な舵取りが求められており、この目標達成は容易なものではありません。

国のみならず企業でも脱炭素の動きが加速しています。政府系のエネルギー会社が多い傾向があるものの、近年は例えばマレーシアではサンウェイ、タイではCPグループ、セントラルグループ、フィリピンではアヤラなど、各国を代表する財閥が脱炭素を打ち出しており、関わる業種も多様化してきています。

	シンガポール	タイ	インドネシア	マレーシア	ベトナム	フィリピン
宣言・目標	○ (LT-LEDS提出)	○ (LT-LEDS提出)	○ (LT-LEDS提出)	△ (首相表明)	△ (首相表明)	— (削減目標のみ)
脱炭素目標	2050年までに ネットゼロを 目指す (20年3月提出、22年11月更新)	2050年カーボン ニュートラル、 2065年ネットゼロ を目指す (21年11月提出、 22年11月更新)	2060年までに ネットゼロを 目指す (21年7月提出)	2050年までに カーボンニュート ラルを目指す (21年9月表明)	2050年までに ネットゼロを 目指す (21年11月表明)	—

ASEANの脱炭素宣言(2023年6月時点)¹¹

脱炭素の実現には時間とコストがかかり、また、企業単独でなし得るものでもない中、多くの企業が日本企業が持つ技術やノウハウに対して高い期待を持っています。韓国企業や中国企業、あるいは地場企業の台頭で日本企業の競争力が低下してきている中、日本企業にとって脱炭素を含めたサステナビリティの領域が新たな事業機会になりうると考えられます。具体的には、日本企業が技術的優位性があるとされる省エネ・電化の設備導入や、また、それを日本政府の政策サポートも活用し推進するなど、域内地場企業等への脱炭素に向けたアプローチ戦略が一層重要になってきます。

おわりに

本稿では都市化というメガトレンドが日本企業にもたらしうるチャンスとリスクを中心にしつつ、昨今のデジタル化やサステナビリティの動向も踏まえた日本企業の方向性について考察しました。筆者は多くの財閥企業等と様々なディスカッション行う中で、依然として多くの企業が日本の技術やサービスに高い関心を持ち、連携機会を模索していることを感じています。一方でライバルである韓国企業や中国企業、あるいは欧米企業も様々な領域でASEAN各国にアプローチしており、日本企業の優位性が発揮できる領域が少なくなっていることも感じております。

みずほ銀行産業調査部アジア室では、日本企業のみならず、経済産業省等の官公庁や、各国政府、国営企業、財閥等との議論を通じ、各社の成長に貢献できるよう活動しております。今後のご支援の賜りたくお願い申し上げます。

<訳注>

- 1 「デジタル大辞泉」 小学館、コトバンクより <https://kotobank.jp/word/%E9%83%BD%E5%B8%82%E5%8C%96-105097>
- 2 国連公表資料より、みずほ銀行産業調査部作成
- 3 国連公表資料より、みずほ銀行産業調査部作成
- 4 バンコクはバンコク及びその周辺地域、マニラはマニラ首都圏。CEIC Dataより、みずほ銀行産業調査部作成
- 5 国土交通省公表資料より、みずほ銀行産業調査部作成
- 6 経済産業省「海外事業活動基本調査」より、みずほ銀行産業調査部作成
- 7 ADB Key Economic Indicatorsより、みずほ銀行産業調査部作成
- 8 「新興国で特定の技術やインフラが先進国よりも速いスピードで整備、浸透する現象。既存の制度やインフラとの摩擦がないために生じる。」IT用語辞典e-Wordsより https://e-words.jp/w/%E3%83%AA%E3%83%BC%E3%83%97%E3%83%95%E3%83%AD%E3%83%83%E3%82%B0%E7%8F%BE%E8%B1%A1.html#google_vignette
- 9 KPMG/HSBC, Emerging Giants in Asia Pacific, statista 等公開情報より、みずほ銀行産業調査部作成
- 10 PitchBook Data, Inc. より、みずほ銀行産業調査部作成
Data has not been reviewed by PitchBook analysts.”
- 11 LT-LEDS（長期低排出発展戦略）

執筆者氏名

吉野 宏（よしの ひろし）

経歴

1999年慶応義塾大学卒業後、みずほ銀行入社。以降、主に国内外大企業営業、投資銀行業務（M&A関連）に携わる。2020年から産業調査部資源エネルギーチームにてエネルギー関連リサーチ統括に従事。2023年に来星し、産業調査部アジア室にてアジアにおけるリサーチ統括を担当。アジアでは、インド（ムンバイ）、ミャンマーでの勤務経験あり。シンガポール国立大学ビジネススクール卒業（MBA）。石川県 加賀温泉郷（山代温泉）出身であり、無類の温泉好き。

hiroshi.yoshino@mizuho-cb.com