



改めてみるミャンマーのポテンシャル

民主化を遂げた国であり、内紛がまだ終わらない国でもあるミャンマー。
多くの企業にとってどう手を付けるべきか難しい市場の一つだ。
あまり日本で報道されない「今のミャンマーの実際」を追った

アジアのラストフロンティアの開花はいつか

アジアのラストフロンティアと言われるミャンマー。日本の約1.8倍の国土に加え、タイと比肩する人口約5千万人の内需市場を持ちながらも一人当たりGDPは最下位。つまりは賃金水準や物価がいまだに低く、まさにこれから発展していく国だ。加えて、中国、インド、タイなど他の成長著しい国々と面した要衝であり、多くの人がこの国の市場ポテンシャルに期待を抱いている。

このような可能性を持ちながらも未だに「ラスト」フロンティアと呼ばれている背景として、政治的要因は無視でき

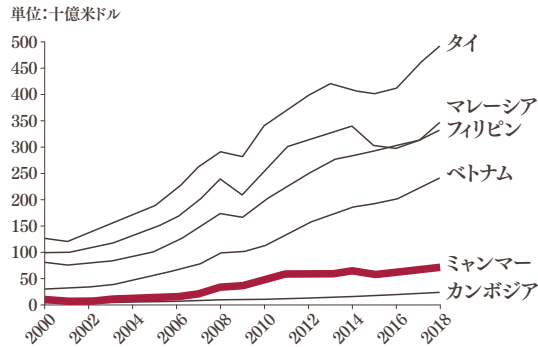
ない。1962年にネ・ウィン将軍が軍事クーデターを起こして以降、長きにわたって軍事政権の社会主義国家となり、実質的な鎖国状態となってしまった。民主化を求める声は継続的にあったが、アウンサンスーチー氏をはじめとする民主化の指導者たちの軟禁や総選挙結果に基づく議会招集の拒否など、弾圧の報道はまだ記憶に新しい。この軍事政権の過激な支配を危険視した欧米諸国から経済制裁が課され、ミャンマーは世界経済から隔絶されてきた。それらの影響もあり、結果として、2000年頃から急成長を遂げたタイやマレーシアなどの国と異なり、飛躍的な成長を遂げることはできなかった(図1参照)。

数字で見るミャンマー

図1

■ ミャンマーのGDP推移

ミャンマーはタイやベトナムなど2000年より成長を見せたアジアの新興国に後れを取った



■ その他の指標

豊富な国土や人口に対し、GDPや賃金はまだ低い水準にあり、伸びしろを持つ国である

<p>人口</p> <p>約5,300万人 (世界:25位 アジア:10位)</p> <p>タイ:約6,910万人</p>	<p>GDP</p> <p>約7.5兆円 (世界:71位 アジア:16位)</p> <p>タイ:約50.3兆円</p>	<p>1人当たりのGDP</p> <p>1人あたり約14万円 (世界:157位 アジア:24位)</p> <p>タイ:1人あたり約72.5万円</p>
<p>国土面積</p> <p>676.578km² (世界:39位 アジア:6位)</p> <p>タイ:513,120km²</p>	<p>失業率</p> <p>4% ※低い順 (世界:88位 アジア:7位)</p> <p>タイ:0.70%</p>	<p>平均賃金</p> <p>8,811円/月 (世界:403,202円/月 アジア:7,178円/月)</p> <p>タイ:31,500円/月</p>

しかしながら、2007年、保守派(軍事政権派)であったソーウィン首相の死去に伴い、政権改革が始まった。後任のテインセイン首相のもと、アウンサンスーチー氏の軟禁解除やミャンマー最大の反政府武装組織、カレン民族同盟との停戦合意など政治的な安定がもたらされたと判断され、徐々に経済制裁が緩和された。2015年にNLD(国民民主党)へ政権が移った後、翌2016年に米国は経済制裁を完全に解除した。

こうして新興国としての発展の軌道に乗るかに思えたが、いまだ多くの問題を抱えている。ロヒンギャ問題(ロヒンギャと呼ばれるイスラム系少数民族に対する迫害)の過激化とその鎮静化が図られていないと指摘され、2018年8月に米国は軍幹部4個人と2団体に経済制裁を科すことを発表。さらにEUも同年10月に経済制裁を再度科すことを検討していると発表している。このように欧米諸国とのビジネスが再び閉ざされつつある中、ミャンマーは飛躍的な成長を見せ、「ラスト」フロンティアから脱却できるのだろうか。改めてそのポテンシャルと今捉えるべき事業機会を検証した。

■ ミャンマーは真に有望国なのか

秘めたる可能性は極めて高い

図1の指標が示す通り、ミャンマーは人口、国土の点では世界の中でも上位国であり、内需のポテンシャルは非

常に高い。インドネシアがASEANの中でも頭一つ抜きん出たように、内需の大きさは経済成長のブースターだろう。

また、治安と人柄の良さも東南アジアの中では高い位置付けにある。人口の約90%が仏教徒であり、男性の大半は一度出家するほどの敬虔な信者が多い。悪事を働くと自分に返ってくると信じているため、人口に対する犯罪率はタイよりも低いと言われている。

加えて、ミャンマーは天然ガス資源を豊富に保有している。総量は約1.2兆立方フィートと推定されており、世界で24位、アジアでは4位だ。近年生産量に落ち込みが見られるものの、隣国であるタイの総需要の約15～20%を占めており、重要な産業の一つだ。

すぐに稼げる国ではない
～未だ不安定な政治とインフラ～

単刀直入に言えば、ミャンマーは今すぐに億単位のビジネスが成り立つ国ではないかもしれない。2018年10月に世界銀行が発表した、「ビジネス環境ランキング^{※1}」では171位と昨年度からポイントは上昇したものの、順位は変わらず東南アジアの中では東ティモールに次いでワースト2位だ。その大きな理由は社会インフラの未整備だ。同国最大の都市、ヤンゴンでも未だ日中停電が起きるなど、電力供給が不安定だ。また、道路整備が確立しておらず、物流インフラもまだ発展途上だ。現地のAyeyar

※1 世界190か国の各国のビジネスのしやすさをランキング化したもの。指標は以下10点。事業設立の容易性、建設許可取得の容易性、電力事情、不動産登記の容易性、資金調達環境、少数株主保護、納税環境、貿易環境、契約執行状況、破綻処理

Hinthar財閥やKanbawza銀行などの主要企業の多くは、「ミャンマーはベトナムよりも20年遅れている」と口を揃えて語っており、インフラという意味では今しばらく辛抱する必要があるようだ。

また、内政の安定も大きな課題だ。先に述べたロヒンギャ問題を抑えきれずにいるとしてアウンサンスーチー氏にも国際社会から非難が集まりつつあるという見方もある。長年ミャンマーの民主化に向けて活動してきた象徴的存在であるがゆえに、落胆の声も大きいのだろう。未だ一定の政治的権力を持つ軍と、民主化の均衡を取る術はまだ明確になっていないとの指摘もあり、しばらくはビジネス上のリスクとして認識する必要があるだろう。しかし一方で、ミャンマーの特徴や直近の動きから浮かび上がる、複数の注目すべき市場もある。

ミャンマーの特徴を踏まえた ビジネス機会と戦略

① 渋滞緩和に向けた規制強化

～自動車ビジネスの行く末は～

アジアの新興国が発展していく過程の中で、渋滞は必ずと言っていいほど通る問題だ。一部の発展した都市に膨大な人口が集中し、その移動量をカバーできる土地やインフラが不足しがちだ。そうした状況を緩和するべく、ミャンマー政府は2018年6月に右ハンドル車の輸入禁止を発表した。日本とは異なり、ミャンマーは右側車線であるため、走りづらいとされる右ハンドル車が規制の対象となったのだ。これによって、日本からの中古車輸入は不可能となったと言える。日本車はこれまで耐久性やブランドで高い人気を誇っていただけに、中古購入ができなくなって現地の落胆の声も大きいようだ。加えて、ヤンゴンではCBU(完成車輸入)では事業登録ができなくなり、最低でもSKD(セミノックダウン。完成品に近い状態で部材を輸送し、現地で組み立てる方式)でなくてはならなくなった。そうした状況下で、スズキ社とトヨタ社が前年比の新車ビジネスにシフトし、ビジネスを拡大させている。ス

ズキ社は小型ミニバン「エルティガ」が中所得者層に好評で、今年1～6月の累計販売台数は前年の約3.3倍の約3,600台、市場シェアの52%の獲得に至った。一方で、トヨタ社もインドネシアで生産している若いファミリー向けの「アバンザ」が好評で市場シェア20%を獲得した。興味深いのは好調な両社の戦略が異なる点だ。スズキ社は現地生産でコストを抑え、他社と比較し約2割安い価格帯で提供する一方で、トヨタ社は同クラスの現地生産車よりは高価であるが、ブランド力などで顧客を獲得している。ASEAN自動車連盟によると、ミャンマーの新車販売台数は2018年度初の1万台を超える見立てだ。タイの100万台と比べるとまだ小規模ではあるが、早期に現地ブランドの確立と市場戦略の策定をしておくことはより重要になるだろう。

規制の背景はEVへのダイナミックな移行か

こうした中古車から新車へのシフトに加えて、電気自動車への舵も大きく切られている。2018年11月にミャンマーの工業省はGreen Power Myanmar社と共同で電気自動車(EV)の普及に向け、電気バスの生産と充電スタンドの設置を進める事業推進に合意した。Green Power Myanmar社はハンガリーと提携しており、同国の技術を活用しながら普及を目指していく方針だ。

また、9月には中国の自動車メーカーYue Diと地場のカイン・カイン・サンダ・モーターカー(KSD)は、合弁で電気自動車(EV)をヤンゴン管区内で組立生産することを明らかにしており、この2社のEVが現在登録されている。2019年から電気バスの組み立て生産を開始することも発表されており、加速度的にEVシフトが進みそうだ。少し強引なトップダウンにも感じられるやり方ではあるが、こうした先進技術を取り込むには様々な障壁を素早く取り払う必要があり、旗振り役として政府が関与しているメリットは大きい。後述するように電力の供給に不安はあるが、EV対応を推し進めることもミャンマーで自動車ビジネスが拡大する上では今後重要な要素となることは間違いない。

実はミャンマーを含む東南アジアでは先進国以上に

EVへの関心度は高い。その大きな要因の一つが大気汚染だ。ミャンマーでも自動車排ガス対策は大きな関心事であることに加え、近隣の諸国、例えばインドネシアでは2030年までにGHG(温室効果ガス)の3割削減などを議定書で定めており「クリーン」であることはいまや重要な国家的課題だ。ただ、インドネシアやタイなどの国々はミャンマーと比較し、インフラ整備や自動車普及が一巡しており、急速にEVへ改革することは容易ではないだろう。将来のEVシフトを見据え、東南アジア域内のEVビジネスを一手に獲得することを狙い、ミャンマーの大きな戦略に相乗りすることも一案だ。

②電力インフラへの不安

ミャンマーの長年の課題の1つは電力の安定供給だ。主要都市であるヤンゴンやマンダレーであっても、平均1日1~2回は停電が発生するという。原因の一つは水力発電への依存(総生産の約6割)だ。乾季の時期にはその能力が低下し停電が多く発生するのだ。現在電化率は約4割と言われているが、年々向上しており、ミャンマー政府は新たにLNG受け入れ基地を備えたガス火力発電所を3ヶ所設立する予定だ。これで国内の電力量を倍にする計画だが、完成は3~4年後だという。

喫緊の解決に向けては天然ガスを用いた火力発電の強化が考えられるが、ミャンマーのガス田の8割はタイや中国へ輸出することが前提となっており、国内へ配給するためには抜本的な改革が必要であり、現実的ではない。まだ我慢の時期は続きそうだ。

③物流整備の先に見えるポテンシャル

世界で1位、2位の人口を抱える中国・インドと陸で国境を接しており、物流の要衝としてポテンシャルの高さには注目が集まっていた。Research and Markets社によると物流市場の時価総額は2023年に約8,000億円となるそうだが、陸路物流の整備は喫緊の課題だ。現状、ヤンゴンへの物流は主に水路が中心。ヤンゴン川から内陸に入り、主要な工業団地や、そこから各地への物流へと

つながっていた。しかし、このヤンゴン川は干潮時、大型の船が入れるほどの深さがなく、物流効率が悪いため、総合的な物流費はあまり日本と変わらない。今後ミャンマーが発展を加速させる上で、港湾物流だけでは限界を迎えており、陸路の整備は必須要件だ。

短期視点での課題解決に向けて

物流改革に向けた陸路の整備は総額約4~6兆円の投資が必要と言われており、なかなか一朝一夕ではいかない。そんな中、技術や工夫で物流改革に挑んでいる企業が存在する。例えば、福島発の老舗物流会社である、大善社の子会社である、Daizen Myanmar社だ。彼らはタイとミャンマー間の法律や税関の無駄を訴求し、効率化を図ろうとしている。現在、例えばミャンマーからタイへ持ち込もうとする際、トラックに積んだコンテナをすべて、ミャンマーのトラックからタイのトラックへ移しなおさなくてはならず、大きなコストが発生している。同社はコンテナを積む、トラックのシャーシ部分はそのままとし、トラックのヘッド部分だけを付け替えることで、のコスト効率を訴求し、物流の仕組みを変えるよう運輸省へ働き掛けている。

インフラ整備は長い時間がかかるだろうが、こうした通関などは技術やアイデアによって改革余地があると言える。現地のプレゼンスを高めるためにも今から物流改革に携わり始める必要があるのではないか。

④ミャンマー家庭の実態を踏まえた家電ビジネス

富裕層を除き、ミャンマーのほとんどの家庭が共働きだ。にもかかわらず、健康を考え、外食率はあまり高くない。近年、一人当たりGDP増加に伴い、外食チェーンも増えつつあるが、以前家庭の多くの消費は食料品に充てられている状況だ。裕福になるにつれ、人々の関心が高まる対象が家電だが、特にミャンマーでは電子レンジに注目的になりつつある。

導入が進んでいるのは主に中流家庭以上だ。ミャンマーの代表的な食事スタイルは日本と似ており、米を主食におかずが1~2品あるもの。同国のおかずはヒンと呼ば

れる肉や魚をスパイスと油で煮込んだ料理が中心だ。温暖な気候ゆえ、なかなか常温での保管は困難だ。しかし、煮込み料理は当然ながら冷えてはおいしくない。これまでは冷蔵庫から取り出したものをフライパンで温めなおすか、都度作る必要があったそうだ。共働き、特に女性進出が進んでいるミャンマーにおいて、この手間を解消すべく、電子レンジへの注目が集まっているというわけだ。

また、電子レンジを新たな調理器具として期待する声もある。健康を意識してはいるものの、実はミャンマーは新興国の中でも糖尿病患者数が多い傾向にある。同国の保健省によると、270万人の患者に加え、予備軍が500万人いると発表している。その背景の一つにはミャンマー料理の多くが大量の油を使用することがあげられる。代表料理の一つであるカレーは油戻し煮という、具材とスパイスを入れた鍋に大量の油を投入し、水分が完全に飛ぶまで煮込む調理法で作られている。このような油が多く、味の濃いおかずとともにたくさんの白米を食べるミャンマーの食習慣が糖尿病を引き起こしているという。そうした実情に対し、肉や魚をヘルシーに仕上げる近代的な電子レンジの噂を聞き、導入を希望する家庭も増加しつつあるようだ。現在電子レンジを購入できるだけの収入を持つ家庭は多くないものの、健康な食生活に関心を持つ人は多い。電子レンジなどの健康志向の調理機器を現地の価格感に近づけることができれば、勝機は高まるといえるのではないだろうか。

⑤「知識への飢え」に注目が集まる

長年の軍事政権の影響もあり、ミャンマーでは諸外国の書物に触れる機会が非常に少なかった。出版物への検閲が廃止されたのは2014年の3月と僅か数年前のことだ。その影響からか、「知識への飢え」が街の情景にも映し出されているように思える。ヤンゴン市内を歩くとたくさんの露店本屋が立ち並ぶ。本屋通りと呼ばれるエリアには一時170店舗が存在したほどだ。

こうした状況を受けてか、2018年4月には教育サービス分野で外資資本100%での市場参入が認可され、例

えば外国人による私立学校や職業訓練学校の運営が可能となった。Oxford Business Groupも「アメリカ政府は投資家に最も見通しの良い産業部門としてミャンマーの教育分野を分類している」と述べており、注目すべき市場である。しかし、実は既にミャンマー国内には600校近い私立学校が存在しており、競争環境にあるともいえる。

また、現在の教育市場を単なるビジネス機会としてだけでなく、いずれ到来するミャンマー市場攻略に向けた人材プールとしても意識することが重要だ。新市場において現地に精通した人材やパートナーを持つことは必要不可欠。現在多くのローカル社員を自社に抱えることは難しくとも、市場がさらに活性化し、ビジネスに取り組む際に集ってきってくれるような人材を育成し、関係作りをしておくことを忘れてはならない。

追隨的参入で十分か

～新興国でのビジネス参入ポイントは～

「ベトナムよりも20年遅れている」と言われると、ならば成長後に進出すればよいかと思ってしまうが、新興国においてフォロワービジネスは困難となる傾向にある。

東南アジアでUber社がGrab社に退けられたように、最初に定着化したサービスを覆すことは容易ではない、インドにおけるスズキ社の圧倒的シェアや、ゼロックスと言えばコピー機を指すようなイメージ定着など、早期に国の発展過程で苦楽を共にした企業こそ、発展後に最大の恩恵を享受できることを歴史が証明していると言える。

実は難しい新興国でのマーケティング

二次参入が難しい背景には、消費者に対するマーケティングが難しいことがあげられる。例えば日本であれば、TVや新聞、ネットニュースなど消費者への接点が多いが、新興国ではそれらに接点を持つ家庭は多くない。特に、国民の過半数を占める低所得層となると、さらに普及率は低く、多くの国民へ網羅的にアプローチすることが非常に困難だ。

次に注目されるのはSNSやメッセージツールだが、これ

も国や世代によって利用するものが異なることを注意しなくてはならない。日本ではLINEの利用率が高いが、ミャンマーではViberやBeetalkが人気である。Facebookの利用率も高い一方で、2018年9月にリリースされたMM Socialはミャンマー国内初のSNSとして注目を集め、リリース後2週間でユーザー数1万人を突破している。

従来のマスマーケティングが容易ではない以上、いち早くローカルの流行にのり、メッセージを発信していく必要がある。Grabのように配車アプリから始めつつも、フードデリバリーや決済機能を持ち、ユーザーの依存度が高まってくると、競合他社はより一層覆しがたくなる。フォロワーとして苦勞するよりも、今サービスを浸透させていくことに労を費やす方が賢いと言えるだろう。

終わりに

ラストフロンティアと言われるミャンマーだけに、早期のリターンを期待して現地法人を設立した企業も多いただろう。政治的リスクもあり、期待していたほどスムーズな成長をたどっていない実情もあるが、そのポテンシャルが大きいことに変わりはない。

一時、日本の多くの企業が現地調査に乗り出した際、現地で日系企業はNATO(No Action Talk Only)と揶揄されていた。つまり、調査だけして、しり込みして帰ってしまう企業が多かったのだ。今改めて注目を集め始めている同国は、具体的なアクションを求めている。すぐに投資回収は難しくとも、長期視点で行動を取りはじめなくては、東南アジアビジネスをとらえることはできない。

Mitsuki Nishino:

ベイクレント・コンサルティング・シンガポールオフィス所属シニアマネージャ

Copyright © 2019 BayCurrent Consulting Inc. All rights reserved.