

「デジタル・エコノミーの伸長目覚ましいASEAN」

三井物産戦略研究所 国際情報部

2018/03/08

目次

I. 地域情勢:米中の狭間でバランス外交を模索するASEAN各国	p. 1
II. 経済:デジタル・エコノミーの伸長	p. 2
① 急伸する電子商取引 (EC) 、配車アプリの市場	
② ASEANおよび各国政府の取り組み	
③ 域外プラットフォームの攻勢	
III. 加盟国の政治情勢	p. 3

I. 地域情勢:米中の狭間でバランス外交を模索するASEAN各国

- 東南アジアの地域秩序は、①ASEANを中心とした多国間枠組み、②タイ、フィリピンと米国との二国間同盟——の組み合わせによって維持されてきたが、中国が地域における存在感を高めるのに伴い、ASEAN各国は夫々が米中とのバランスに配慮した外交を模索している。2018年のASEAN諸国は地域における米中のパワーバランスに引き続き影響されるだろう。
- トランプ政権はフィリピン、タイ、シンガポールと関係強化し、2017年12月公表の「国家安全保障戦略 (NSS) 」で、地域の安全保障への米国の関与を再確認した。米政権内では17年末、空席だった米国務次官補 (東アジア太平洋担当) のポストに、スーザン・ソントン氏が指名 (米上院の承認待ち) されるなど対ASEAN外交の陣容も固まりつつある。このためASEANの同盟国サイドでは、米外交に対する一定の安心感も広がっている。
- 一方、中国は18年2月のASEAN・中国国防相会議で、初の合同海洋演習を年内に二度実施することで合意。ASEANとの良好な関係を強調し、南シナ海の領有権問題への日米などの介入を防ぎ、主導権を握る姿勢を鮮明にしている。ASEAN・中国間では18年3月中に、南シナ海の行動規範の条文作成協議が始まる見通し。ただし、中国は法的拘束力のある条文作成を求めるベトナムと対立しており、早期妥結は困難な状況。
- トランプ政権が公表したNSSは、中国とロシアを「米国の国益や価値観と対極にある世界を形成しようとする修正主義勢力」と定義し、中国は強く反発。米日豪印4カ国の軍事協力をベースにした「開かれたインド太平洋戦略」も、中国にとって事実上の対中包囲網であり、米中対立の火種になっている。
- 米中間の貿易摩擦が「貿易戦争」に発展した場合、保護主義が世界的に拡大する懸念があり、ASEAN各国は事態を注視。トランプ大統領は3月1日、鉄鋼に25%、アルミニウムに10%の関税を

課す方針を表明。近く発動する。トランプ政権は18年1月、太陽光発電パネルに最大30%、家庭用大型洗濯機に最大50%の追加関税を課すセーフガードを発動した。

- ASEANは今年、様々な多国間枠組みで中心的役割を果たす「ASEAN中心性（ASEAN Centrality）」の理念に基づき、東アジア地域包括的経済連携（RCEP：ASEAN、豪州、中国、インド、日本、韓国、NZ）の年内妥結に向け交渉を主導するが、インドは自由化に後ろ向きで、難航が予想される。一方、TPP11にはシンガポール、ブルネイ、マレーシア、ベトナムの4か国のみ参加するが、RCEPが停滞した場合、タイやフィリピンなど未加盟国がTPP11に加わり、経済連携の中心となっていくことも予想される。

II. 経済:デジタル・エコノミーの伸長

ASEAN経済は安定した内需の下で堅調な成長を続けており、18年はASEAN5か国平均で5%台前半の成長が見込まれる（図表1）。スマートフォンの普及でインターネット・ユーザーが急増。電子商取引（EC）や配車アプリ市場が急成長し、各国政府はこれらを成長の牽引役と位置付け、振興している。市場の更なる成長を見込み、域外プラットフォーマーの覇権争いが生じている

① 急伸する電子商取引（EC）、配車アプリの市場

- 2000年に1,144万人だったASEANのインターネット・ユーザーは、17年末時点で3.9億人と34倍に増大、世界全体の伸び率（10倍）を大幅に上回る勢いで伸長している。17年末のフェイスブック登録者は3.4億人。国別で最大はインドネシアで、インターネット・ユーザー1.4億人、フェイスブック登録者1.3億人。ASEANのデジタル・エコノミー市場規模（EC、オンライン・トラベル、オンライン・メディア、配車アプリ総売上）は15年の2,323億ドルから、25年には4,068億ドルへと倍増の見通し。特にECは55億ドル（15年）が881億ドル（25年）へと約16倍、配車アプリは25億ドル（15年）から201億ドル（25年）へと約8倍に急伸する見込み。
- デジタル・エコノミー伸長の背景は主に次の3点。①インターネットへのアクセス手段としてスマートフォンが普及（ASEANのインターネット・ユーザーの9割以上はモバイル・ユーザー）。②デジタル技術の利用に長けた若年層中心の人口構成により、SNS等デジタル・プラットフォームが浸透（25歳未満の人口比はフィリピン52%、インドネシア45%、マレーシア45%、ベトナム40%）。③脆弱な金融・交通インフラの代替手段として、スマホを使ったオンライン決済や配車サービスが普及。

② ASEANおよび各国政府の取り組み

- 【ASEAN】18年の議長国シンガポールは、外部環境に左右されない強靱でイノベーションあふれるASEANを目指し、ResilienceとInnovationをキーワードにECを中心にしたデジタル・コネクティビティを推進している（図表2）。具体的には、クロスボーダーECのルール整備、各国の法制度・商習慣の調整、ASEAN共通の消費者保護原則にECに関する条項を追加——などを推進。また、貿易手続きを一括電子申請できる各国のNational Single Window (NSW) を相互接続するASEAN Single Window (ASW) 導入を進める。インドネシア、マレーシア、シンガポール、

タイ、ベトナムがASWを通じて電子版の原産地証明書のやり取りを始めており、他の加盟国も18～19年に参加の見通し。貿易手続きの迅速化、透明化が期待される。

- 【シンガポール】 Smart Financial Centerを目指し、フィンテックのエコシステムを積極的に整備。フィンテック系スタートアップ企業は400社を超え、既存の金融サービスをほぼカバー。出稼ぎ労働者向け国際送金のニーズが大きい。また、2017年2月に発表した新成長戦略に、中小企業向けデジタル技術活用支援策を盛り込んだ。中小小売業によるEC導入への支援、データ分析やECマーケティングを学ぶ大学院修士コース設置などが柱。同国のEC系スタートアップ企業は、プラットフォームよりも、サイト構築やマーケティングなどの支援サービス企業が成長している。
- 【インドネシア】 「Go Digital 2020戦略」「国家ECロードマップ」を打ち出し、20年までにデジタル系スタートアップ1,000社の育成を目標とする。
- 【マレーシア】 マレーシア政府は、中国Alibabaグループと共同で、クアラルンプール国際空港の近接地に「デジタル自由貿易区（DFTZ）」を建設、中小企業のEC拠点化を目指している。

③ 域外プラットフォームの攻勢

- ASEANのデジタル・エコノミー市場では、市場特性に合った地場スタートアップ企業が続々誕生し、その中からユニコーン（企業価値10億ドル超の未上場企業）が多数出現している（**図表3**）。こうした状況下、更なる市場拡大を見込んだ域外プラットフォームが攻勢をかけている。Amazon、Googleなど米ITジャイアントに先んじた動きで注目されるのが、中国のAlibabaと傘下のAnt Financial、Alibabaの筆頭株主SoftBankグループ（**図表4**）。SoftBankは世界の配車アプリ事業者を次々買収し、傘下に星Grabと米Uberを保有。東南アジアでの両社のシェア争いの軍配はGrabに上がりつつあり、Uberは東南アジア事業をGrabに売却する見通し。このほか二輪タクシー配車アプリの尼GO-JEKは中国Tencentが買収している。
- ECプラットフォームはAlibabaが星Lazadaを買収、AlibabaとSoftBankが共同で尼Tokopediaを傘下に収めている。また、Ant Financialは各国の有力財閥と提携してASEAN主要国の決済プラットフォームを掌握し、Alipayの普及を図ろうとしている。一方、シンガポールは大手銀行が連携し、個人・中小企業向けの決済・送金プラットフォームを構築して対抗している。
- 15年にインドネシアに進出したGrabは、同国政府の戦略に沿って「Grab 4 Indonesia 2020マスタープラン」を打ち出した。17～20年の4年間で7億米ドルを投入し、R&D拠点の設置、現地エンジニア育成、モバイル決済プラットフォーム開発、テック系スタートアップの投資基金を設立する。

Ⅲ. 加盟国の政治情勢

- 【マレーシア】 18年8月22日までに総選挙を実施。野党は一枚岩ではなく、「統一マレー国民組織（UMNO）」を中心とする与党連合「国民戦線（BN）」が勝利する見通し。前回選挙（13年）で躍進した野党連合は、最大野党の離脱、野党関係者の拘束などで弱体化。ただし、16年に「マレーシア統一プリブミ党（PPBM）」を結成したマハティール元首相（92）が18年1月、野党候補としての出馬を表明。農村の与党票がPPBMに流れる可能性や、ナジブ首相の汚職疑

惑に対する国民の不満もあり、与党の苦戦もあり得る。

- 【カンボジア】 18年7月29日に総選挙の予定。フン・セン首相率いる与党「人民党」の勝利が確実。前回選挙（13年）での人民党の議席減に危機感を抱いた首相は弾圧を強化し、最大野党「救国党」は17年11月、国家反逆の疑いで解党。サム・レンシー党首は国外亡命、ケム・ソカ副党首は逮捕された。米欧は人権問題を懸念するものの、対カンボジア経済制裁の強化はフン・セン政権の中国への更なる接近を促すため、限定的制裁にとどまっている。
- 【タイ】 14年5月成立のプラユット暫定首相率いる軍事政権が総選挙を再三延期。軍政が設置した暫定議会は1月、選挙関連法施行を遅らせる決定を下し、18年11月に実施予定だった総選挙は19年2月に先送りされた。国民の間では、軍事政権が対立するタクシン元首相派の選挙での勝利を警戒して延期を繰り返しているとの見方が広がり、抗議行動が活発化している。
- 【ミャンマー】 アウン・サン・スー・チー国家顧問への権限集中、与党NLDの人材不足による改革の遅延、少数民族との和平交渉停滞、約69万人に及ぶロヒンギャ難民の帰還プログラムの遅れなど課題が山積。同国に対する国際社会の評価は悪化している。
- 【インドネシア】 高い人気を集めるジョコ大統領の下、安定した政権運営が続く。18年6月に全国171自治体で地方首長選挙が実施される予定で、19年大統領選挙の前哨戦として結果が注目される。

(図表 1) ASEAN 各国の実質 GDP 成長率見通し

	(%)			
	2016 実績	2017 実績	2017 IMF予測(17年10月)	2018
シンガポール	2.4	3.6	2.5	2.6
インドネシア	5.0	5.1	5.2	5.3
マレーシア	4.2	5.9	5.4	4.8
フィリピン	6.9	6.7	6.6	6.7
タイ	3.3	3.9	3.7	3.5
ベトナム	6.2	6.8	6.3	6.3
ミャンマー	6.1	-	7.2	7.6
ラオス	7.0	-	6.9	6.9
カンボジア	7.0	-	6.9	6.8
ブルネイ	-2.5	-	-1.3	0.6
ASEAN5平均	4.9		IMF予測(18年1月)	
			5.3	5.3

注1: ASEAN5はインドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム

注2: ミャンマーは年度(4月～翌3月)ベース

注3: 2017年実績は各国政府発表の速報値

(出所) IMF, World Economic Outlook (2017年10月、2018年1月(Update)) 及び
各国政府発表より三井物産戦略研究所作成

(図表 2) 2018年 ASEAN 議長国シンガポールが掲げるイニシアティブ

1. デジタル・コネクティビティの推進 ◎クロスボーダーな電子商取引(EC)の推進によるサプライチェーンの変革、 物・サービスの貿易取引拡大 ◎ASEAN Smart Cities Networkの創設
2. 国際犯罪、テロ、サイバーテロなど共通の脅威への対応 ◎犯罪人引渡しモデル条約締結 ◎サイバーセキュリティ協力の強化
3. ニューエコノミーに必要な人材育成 ◎特に、35歳以下の若年人口の教育訓練
4. 域内経済統合の促進と域外パートナーとの貿易拡大 ◎東アジア地域包括的経済連携(RCEP)合意に向けた交渉推進 ◎ASEAN Single Window(電子通関の相互接続)、原産地証明書の 自己証明制度の導入による貿易円滑化

(出所) ISEAS Yusof Ishak Institute, ASEAN Focus, December 2017へのVivian Balakrishnanシン
ガポール外相の寄稿より三井物産戦略研究所作成

(図表 3) ASEAN のユニコーン企業

Tokopedia	2009年インドネシア設立。インドネシア最大のEC(C2C)サイト
SEA (旧 Garena)	2009年シンガポール設立。ゲーム配信、EC、電子決済
GO-JEK	2010年インドネシア設立。インドネシア最大のバイクタクシー配車
Grab	2012年マレーシア設立。本社シンガポール。ASEAN最大の配車アプリ
Lazada	2012年シンガポール設立。ASEAN最大のECサイト
Traveloka	2012年インドネシア設立。ASEAN最大手オンライン航空券・ホテル予約サイト

(出所) 各社資料より三井物産戦略研究所作成

(図表 4) アジアにおけるソフトバンクとアリババの動向
(配車アプリ、EC、決済) (赤字: ASEAN 企業)

	事業	出資時期	出資先	本社所在国
SoftBank	配車アプリ	2014.1	Ola	インド
		2014.12	Grab	シンガポール
		2015.1	Kuaidi Dache	中国
		2015.9	Didi Chuxing(滴滴出行)	中国
	EC	2014.1	Snapdeal	インド
		2014.1	Tokopedia	インドネシア
		2015.6	Coupang	韓国
決済	2017.8	Flipkart	インド	
Alibaba	EC	2016.4	Lazada	シンガポール
		2017.8	Tokopedia	インドネシア
	オンラインチケット販売	2016.7	TicketNew	インド
	オンラインスーパー	2018.2	BigBasket	インド
Ant Financial	決済	2015.9	Paytm	インド
		2016.11	Ascend Money(CP Group傘下)	タイ
		2017.2	Mynt(Ayala Corp傘下)	フィリピン
		2017.2	Kakao Pay	韓国
		2017.4	Emtek	インドネシア
		2017.4	hellopay(Lazada傘下)	インドネシア
		2017.7	Touch'n Go(CIMB傘下)	マレーシア

(出所) 各社資料より三井物産戦略研究所作成

■当レポートに掲載されているあらゆる内容は無断転載・複製を禁じます。当レポートは信頼できると思われる情報ソースから入手した情報・データに基づき作成していますが、当社はその正確性、完全性、信頼性等を保証するものではありません。当レポートは執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社及び三井物産グループの統一した見解を示すものではありません。また、当レポートのご利用により、直接的あるいは間接的な不利益・損害が発生したとしても、当社及び三井物産グループは一切責任を負いません。レポートに掲載された内容は予告なしに変更することがあります。