

このコーナーでは、MYANMAR JAPON代表の永杉が毎回、ミャンマーの最前線で活躍するリーダーと対談し、“現代ミャンマー”の実体に迫ります。

今回のテーマ “ミャンマーは本当にブルーオーシャンなのか”



高原 正樹
日本貿易振興機構 (JETRO)
ヤンゴン事務所 所長

たかはら・まさき○1965年生まれ。1989年、日本貿易振興会(当時)に入会。海外調査部中東アフリカ課、米州課勤務のち、ニューヨーク事務所にて調査を担当(1996年~2000年)。その後は上海事務所次長(04年~09年)、経理課長、機械・環境産業企画課長等を経て、12年5月より現職。

経済改革・民主化により 約束された経済成長

永杉 本日はお忙しい中、お時間を頂戴しましてありがとうございます。まずは、今のミャンマーにおける日本人ビジネス状況を、お聞かせください。

高原 ヤンゴンを訪れる日本人数は、この1年ほどは毎月約4,000人ペースで推

移しています。観光客数はそれほど伸びていないとのことなので、多くはビジネス目的と考えていいでしょう。ミャンマーといえば、労働者賃金が非常に安いので、日本や中国の工場では採算の合わなくなった製造業の移転地とすべく、その情報収集のために訪れる例が大半ではないか、と日本の皆さ

んは考えるかもしれません。

しかし私が昨年5月に着任して感じたのは、製造業もさることながら、6,000万人の消費マーケットを見越した各業界の方々が、「自社製品・サービスを最初に売りたい」との気持で、製造業をはるかにしのぐ勢いでヤンゴンを訪れていることです。よって、相談に来られるお客様の業種には偏りがなく、建設、物流、家電、消費生活用品、小売や広告代理店など、本当に多岐にわたります。

ただミャンマーは現在、年間1人あたりGDP(国内総生産)がUS\$800~\$900クラスの国です。海外の経済発展の例から見ても、US\$1,000を超えればオートバイが売れ始め、車が売れ始めるのはUS\$3,000を超えてからです。その国へ年間1人あたりGDPがUS\$46,000の日本から製品やサービスを持ってきても、時期尚早ではないかと当初は思っていました。

しかし、来訪者は異口同音に言います。「ミャンマーという国はアジアに位置し、6,000万人もの消費人口を抱えている。経済改革・民主化が進み、長期的な経済成長はほぼ約束されている。そこに欧米企業も、日系ライバル他社も出ていない。ならば、我が社が最初に

業の進出はインフラの問題からなかなか進んでいないのが現状だと思います。

路上を走る自動車の 90%以上が日本車

永杉 私は近年「ブルーオーシャン戦略」に強く関心を持っています。競争なきマーケットを作り出そうとする戦略、のことです。血みどろの競争が渦巻く“レッドオーシャン”ではマーケット余地が限られているのに、そこで溺れそうな企業が多すぎるのが現状だと感じています。つまり“ブルーオーシャン”戦略とは、ライバルが少なく高収益の成長の可能性を提起したものです。私は今ミャンマーに暮らしてみて、このマーケットの可能性は“無限のブルーオーシャン”に見えるのですが。

高原 その通りだと思います。ただ現状のマーケットでは、ミャンマーで売られている生活用品は中国製やタイから輸入されたものが多く、日本製品を手にする人はまだ少ない。しかし今後、経済が伸びて所得が増えれば、日本の家電や食品等を買って求める人が多くなるはず。その証拠に、ミャンマーの路上を見ればわかります。90%以上が日本車で、その割合は日本国内よりも

高いです。タクシー運転手らに話を聞くと、「日本の車は品質が良い」と答える。

世界で最も訪問者が多いJETRO海外事務所、 いま一番忙しい所長といっても過言ではない——

やってきて、外資に規制が緩和されたときに一番を狙いたい」と。

ミャンマーでは製造業も含めた日系企業の進出ラッシュが起こっているかのように映るかもしれません。またマーケット志向の企業による、足がかりのための支店・駐在員事務所設立はラッシュと言えそうですが、製造

ミャンマー人が日本製品に対し「品質が良い」「安全性が高い」との評価をしていることはアンケート調査等でも立証済みです。値段は高くても、日本に対する絶対的な信頼感があります。マーケット志向の企業にとっては、欧米企業もまだまだ出て来てない状況であり、数年後を視野に入れれば、ブルー



オーシャンと言ってもいいかもしれません。

永杉 ヤンゴンのホテルでは、毎日数多くの日本人ビジネスマンを見受けます。しかし日本の企業は視察には来るが、ビジネスには参画しない、とも聞いております。日系企業のミャンマー進出事情はいかがですか。また問い合わせは1年前と比較してどのように推移していますか。

人口ボリュームと低い平均年齢が競争力の源泉

高原 ヤンゴン日本商工会議所のデータから推移を説明しますと、1996年時は61社でした。第1次ミャンマーブームがあり、その後98年に86社とピークを迎えます。97年のアジア通貨危機の影響と2003年からアメリカのミャンマー経済制裁を発動する動きが見えて

から、減少傾向になり、ここ数年は50社台です。昨年3月末までの段階で53社、それが今年3月末には85社へ急速に増えました。今年4月の入会企業は12社で、計97社まで増えています(表1)。

また現在、毎月500人から800人の日本人が、投資関連の情報収集のために当事務所を来訪しています(表2)。増加の要因の1つとして、今までの視察ミッション派遣は中央の経団連や商工会議所等が中心でしたが、昨年度後半からは、それが地方の自治体・商工会議所、経済団体や銀行にまで広がったことが挙げられると思います。また、最近の傾向として、企業の幹部が次々と訪問する背景に「ミャンマーに行ったことがないとビジネス上、恥ずかしい」「海外事業やアジア・東南アジアを担当する人間として、一度は見ておくべき」という感覚があり、今の訪問者の増加に拍

車をかけているようにも思います。

永杉 まだ数多くの問題を内包しながらも、現代のグローバルマーケットの中においてミャンマーは「ブルーオーシャン」であり、今後もますます発展する余地があるとお考えでしょうか。

高原 発展の余地はとても大きいと言えるでしょう。その理由は「人口のボリューム」「平均年齢の若さ」の2つです。これから所得を増やし、中間層を担う人たちが控えているため、今後、日本製品を購入する可能性は秘めています。期待できると思いますね。

また、日本ではミャンマーの民族間の紛争や宗教間の対立のニュースがよく流れ、事件はミャンマー全国土に広がっているように受け止められがちですが、それは一部の地域での話です。ヤンゴン市内での影響はほぼ皆無で、治安に特に問題はありません。また国民性が日本人との親和性が高く親日的なのは、進出する我々にとっては大きな財産と言ってもいいと思います。慎重に計画することはもちろん重要ですが、ビジネスチャンスを見つけたなら、ひるむことなく行動に移すぐらいの気概を持ってもいいのかもしれないですね。

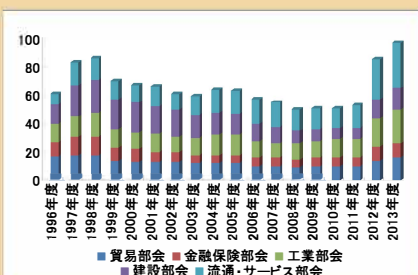
永杉 心強いお言葉を頂きました。ありがとうございます。これからも日緬友好と経済推進のためのご活躍を祈念しております。



永杉 豊
国際ビジネスアドバイザー

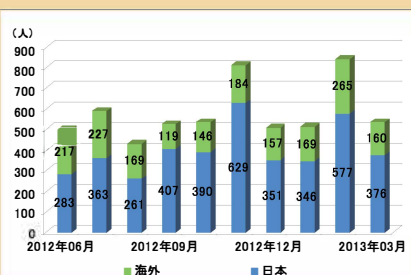
ながすぎ・ゆたか〇学生時代に起業、その後ソウル・香港・ニューヨークに現地貿易事務所を開設する。米国永住権取得後、米国・中国に自ら移住し現地法人や事務所を設立。各事業のM&Aを経て現在はヤンゴン在住、MYANMAR JAPON ほか複数の企業の代表を務める。ビジネス信条は土着と迎合。[ご意見、ご質問は nagasugi@myanmarjapon.com まで]

表1 ヤンゴン日本商工会議所会員数の推移



会社の業種5分野のうち、現在多いのは流通・サービス分野。マーケット志向の人が、次々とヤンゴンにてビジネス展開していることがわかる。

表2 JETROヤンゴン事務所訪問者数の推移



一番多いのは今年2月の830人。今一番忙しいJETRO事務所と言われる理由である。