

科学技術振興機構 アジア・太平洋総合研究センター
第37回アジア・太平洋研究会

ASEANのデジタル化を牽引する中国IT企業

2024年11月20日
(株)日本総合研究所
調査部
岩崎薫里

本日のアジェンダ

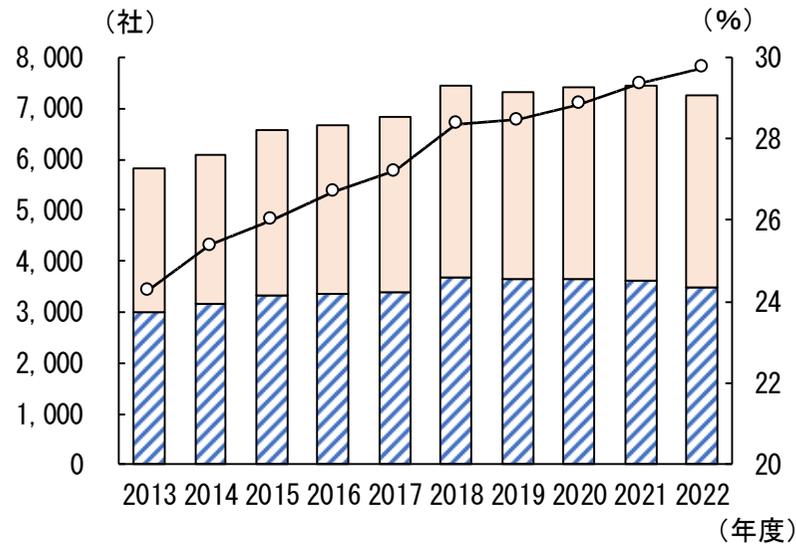
1. ASEANにおける日本の存在感低下
2. 中国IT企業の攻勢
3. 中国政府の動向
4. ASEAN・アメリカの反応
5. 今後の展望

1. ASEANにおける日本の存在感低下
2. 中国IT企業の攻勢
3. 中国政府の動向
4. ASEAN・アメリカの反応
5. 今後の展望

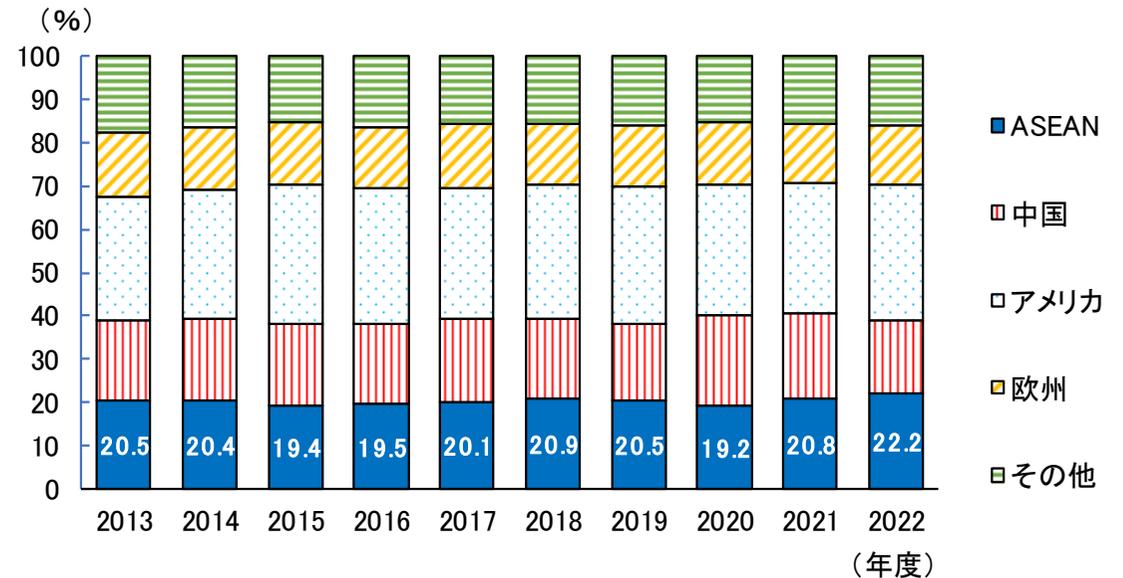
1. ASEANにおける日本の存在感低下

◆ ASEANは日本企業にとって重要な海外展開先

日本企業のASEANにおける現地法人数



日本企業の海外現地法人の売上高：国・地域別シェア



(資料) 経済産業省「海外事業活動基本調査」各年
(注) ASEANは加盟10カ国の合計。

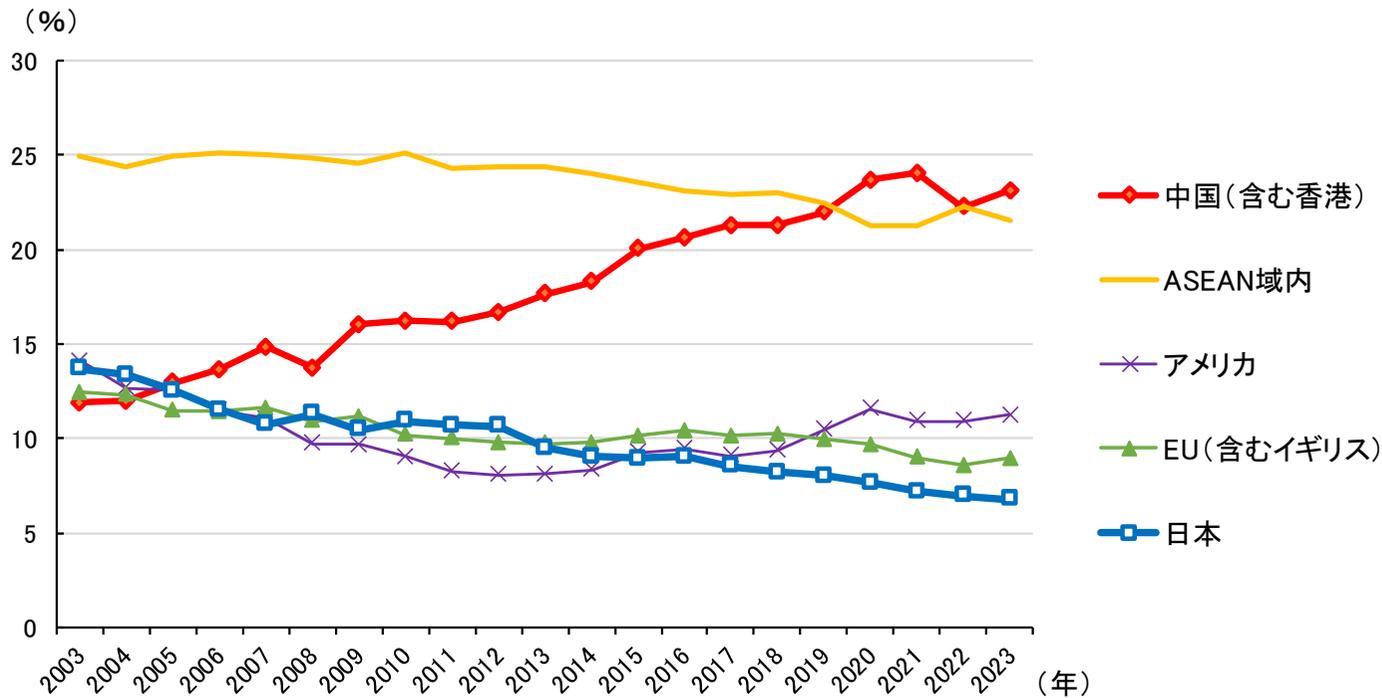
非製造業 (左目盛)
 製造業 (左目盛)
 海外現地法人全体に占めるASEANの割合 (右目盛)

(資料) 経済産業省「海外事業活動基本調査」各年
(注) ASEAN加盟10カ国の合計

1. ASEANにおける日本の存在感低下

◆ 一方でASEANの貿易における日本企業のシェアは低下傾向

ASEANの財貿易量の国・地域別シェア



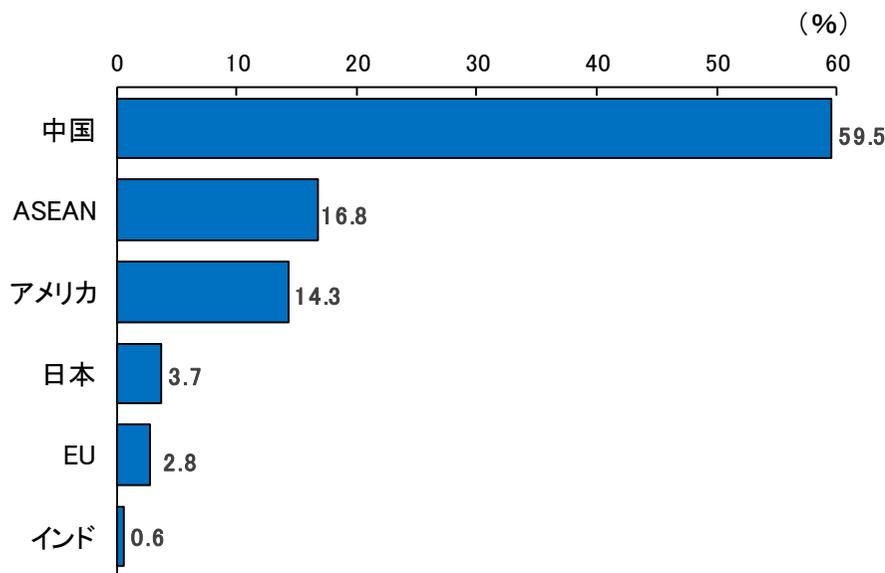
(資料) ASEANstatsデータベース

(注) 財貿易量=財輸出額+財輸入額

1. ASEANにおける日本の存在感低下

◆ 日本はASEANで信頼されているが経済的影響力はいまや限定的

ASEANでの経済的な影響力が最も大きい国・地域(アンケート調査結果)

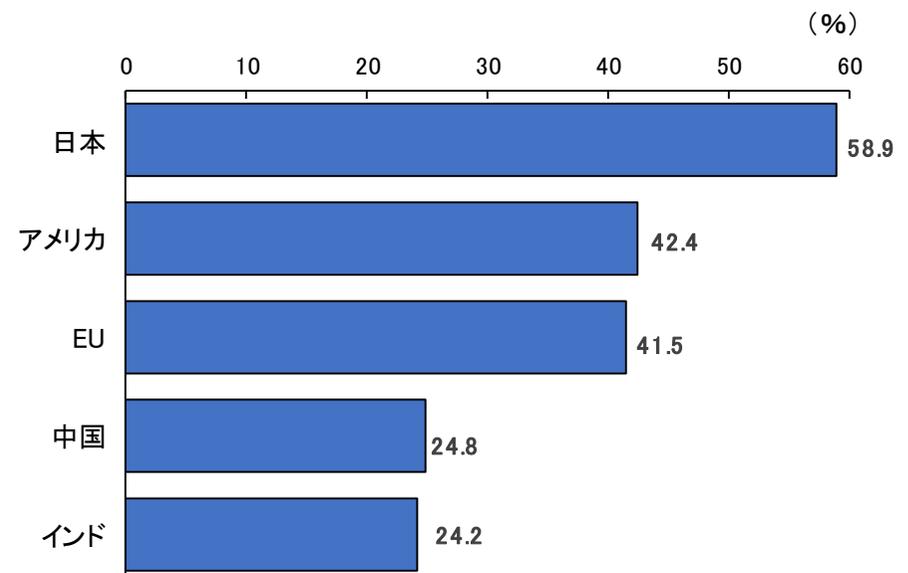


(資料) The ASEAN Studies Centre at ISEAS–Yusof Ishak Institute, “State of Southeast Asia 2024”2024年

(注1) ASEAN加盟10カ国の大学、シンクタンク、政府、政府機関、国際機関、企業などの関係者1,008名を対象に実施。

(注2) 「ASEANにおいて経済的影響力が最も大きいのはどの国・地域か」との設問に対する回答割合。

ASEANでの当該国・地域への信頼度(アンケート調査結果)



(資料) The ASEAN Studies Centre at ISEAS–Yusof Ishak Institute, “State of Southeast Asia 2024”2024年

(注1) ASEAN加盟10カ国の大学、シンクタンク、政府、政府機関、国際機関、企業などの関係者1,008名を対象に実施。

(注2) 「当該国・地域が世界平和・安全・繁栄・統治への貢献において『正しいこと』をすると確信できるか」との設問に対して「とても確信できる」と「確信できる」の割合の合計。

1. ASEANにおける日本の存在感低下

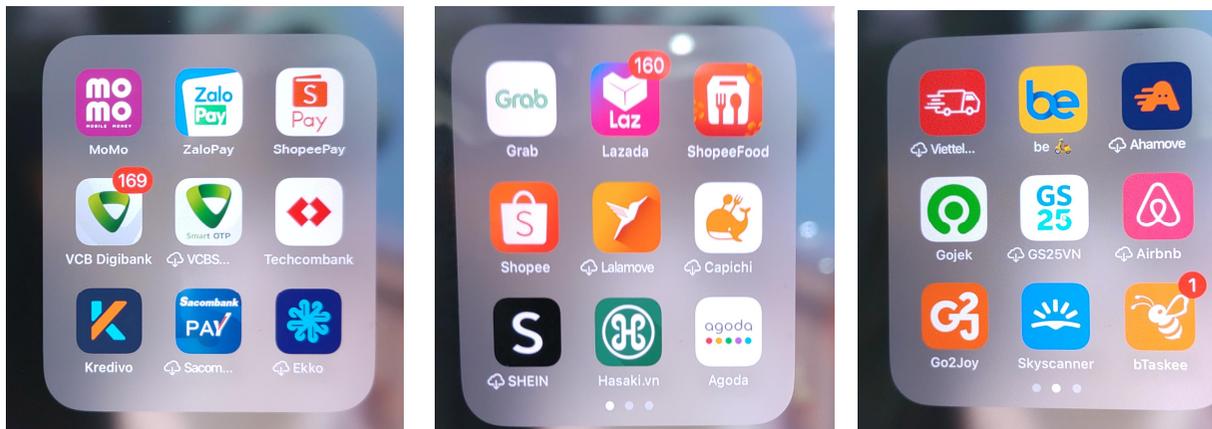
◆ ASEANで日本の存在感が低下している要因

- 貿易シェアが低下
- 日本の長期経済停滞に伴い日本への注目度が低下
- 日本製品を身の回りで見かける機会が低下
- 近年、急速に拡大中のデジタル製品・サービスにおいて日本ブランドが不在

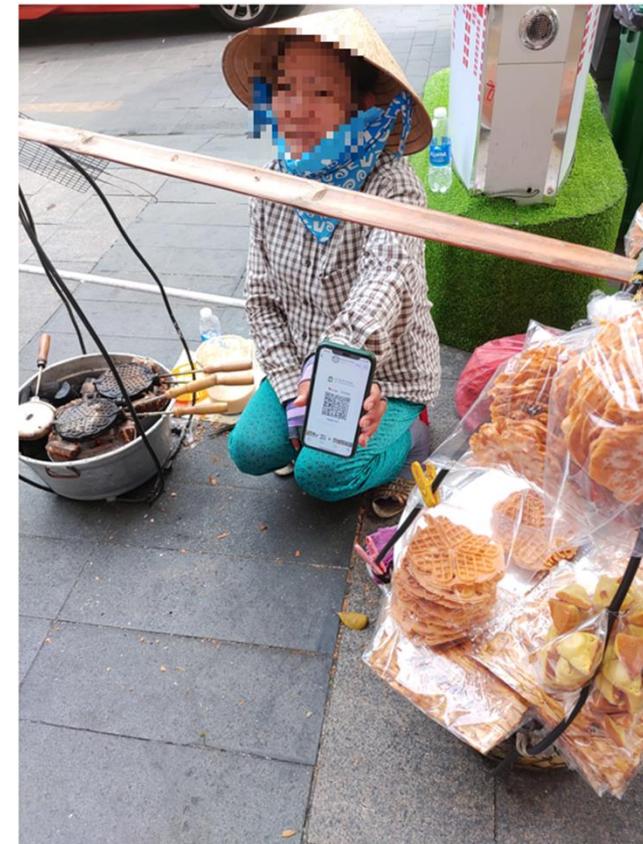
1. ASEANにおける日本の存在感低下

◆ ASEANではデジタルが日常生活に急速に浸透

タオさん(ホーチミン在住、29歳独身女性)の
スマホに搭載されたアプリ



ホーチミンの行商のおばあさん



すべて岩崎撮影
(2024年5月)

1. ASEANにおける日本の存在感低下

- ◆ IT関連で日本発の世界的企業が不在
- ◆ 加えて、日本の新興IT企業の多くはASEANに未進出

世界のIT関連企業(広義): 時価総額上位20社(2024年11月1日)

順位	企業名	本社	時価総額 (10億米ドル)
1	Apple	アメリカ	3,389
2	NVIDIA	アメリカ	3,321
3	Microsoft	アメリカ	3,051
4	Alphabet (Google)	アメリカ	2,102
5	Amazon	アメリカ	2,077
6	Meta Platforms (Facebook)	アメリカ	1,431
7	TSMC	台湾	1,000
8	Broadcom	アメリカ	789
9	Tencent	中国	492
10	Oracle	アメリカ	471

(資料) 各社ウェブサイト、CompaniesMarketCap.com, "Largest Companies by Market Cap" (<https://companiesmarketcap.com>)

順位	企業名	本社	時価総額 (10億米ドル)
11	Netflix	アメリカ	323
12	Salesforce	アメリカ	282
13	Samsung	韓国	280
14	SAP	ドイツ	276
15	ASML	オランダ	271
16	T-Mobile US	アメリカ	259
17	Alibaba	中国	234
18	AMD	アメリカ	230
19	Cisco	アメリカ	221
20	Adobe	アメリカ	213
—	ソニー	日本	108
—	ソフトバンクグループ	日本	90
—	NTT	日本	81

1. ASEANにおける日本の存在感低下
- 2. 中国IT企業の攻勢**
3. 中国政府の動向
4. ASEAN・アメリカの反応
5. 今後の展望

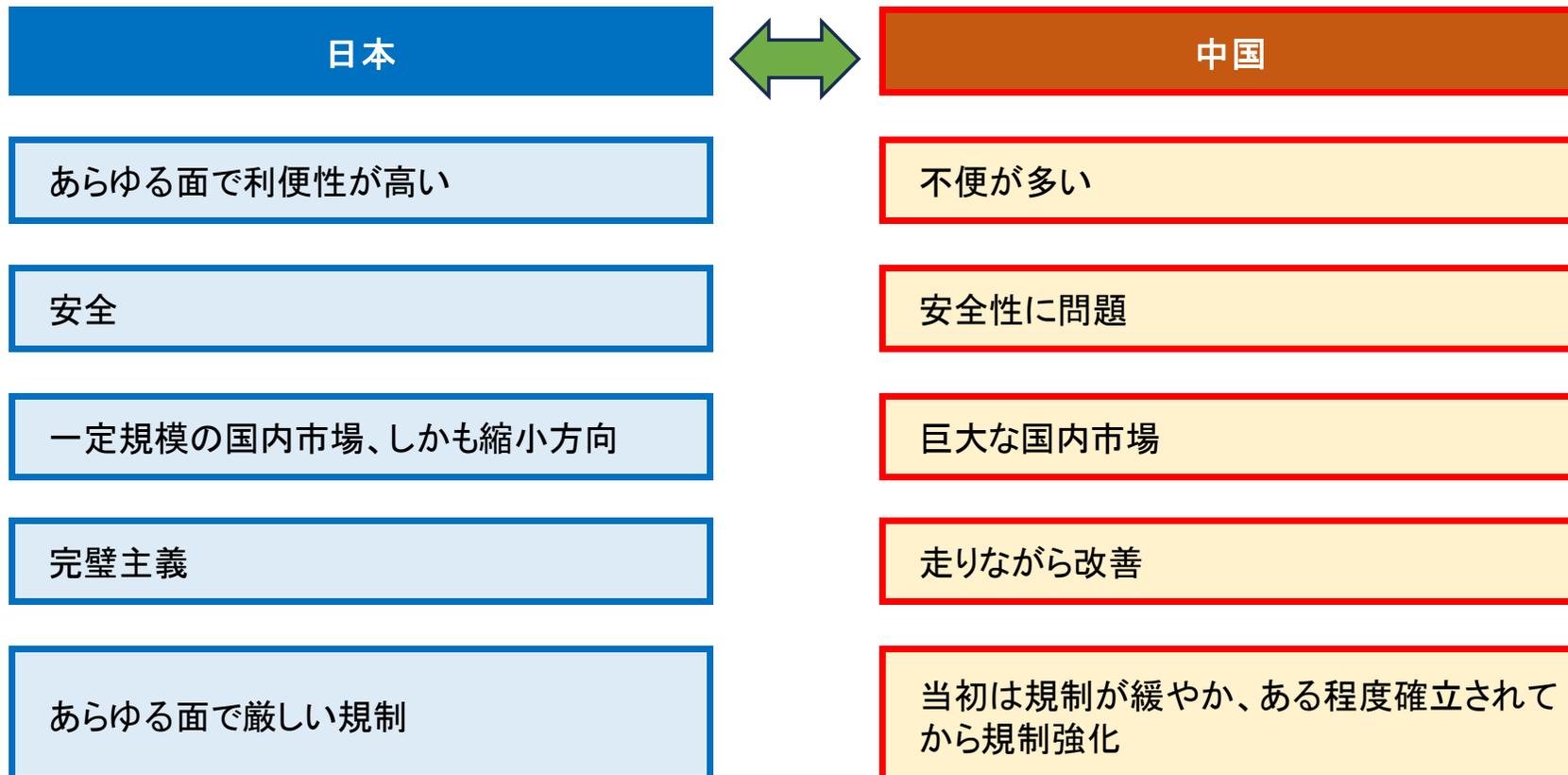
2. 中国IT企業の攻勢

◆ ASEANのデジタル分野に中国IT企業が積極的に進出

- スマートフォン
- Eコマース
- 電子決済
- デジタル・インフラ
 - 通信ケーブル
 - データセンター
 - 5G
 - スマートシティ
 - サイバーセキュリティ
- デジタル人材の育成

2. 中国IT企業の攻勢

◆ なぜ中国がIT大国になったか



(資料) 日本総合研究所作成

2. 中国IT企業の攻勢

◆ スマートフォンの出荷シェアの2～5位はすべて中国ブランド

ASEAN8カ国におけるスマートフォンの出荷シェア（2024年4～6月）

ブランド	シェア (%)	
	本社	
Samsung	韓国	18
Oppo	中国	17
Xiaomi	中国	17
Vivo	中国	14
Transsion	中国	14
その他	—	19

（資料）“Southeast Asia smartphone shipments surge 14% Y-o-Y, outperforming global growth”, Canalys, August 12, 2024

（注）シンガポール、マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナム、カンボジア、ラオスの8カ国での出荷台数の合計。

2. 中国IT企業の攻勢

◆ 5G網整備において中国のHuaweiとZTEが大きな存在感

ASEAN主要国において5G網整備に取り組む主な通信事業者と機器提供事業者

	通信事業者		5G関連製品・サービス提供事業者
		備考	
シンガポール	Singtel	シェア第1位	Ericsson, Qualcomm
	Antina	5Gの共同整備を目的とするStarHub(シェア第2位)とM1(シェア第3位)の合併会社	Nokia
マレーシア	Digital Nasional Berhad (DNB)	5Gインフラ整備のために設立された国有企業	Ericsson
	Maxis	シェア第1位	Huawei
	U Mobile	シェア第4位	Huawei, ZTE
タイ	TRUE	シェア第1位、China Mobile出資(18%)	Ericsson, Nokia, ZTE
	AIS	シェア第2位	Qualcomm, ZTE
インドネシア	Telkomsel	シェア第1位	Ericsson, ZTE
	Indosat Ooredoo Hutchison	シェア第2位	Ericsson, Huawei, IBM, Nokia, ZTE
	XL Axiata	シェア第3位	Ericsson, Huawei

	通信事業者		5G関連製品・サービス提供事業者
		備考	
フィリピン	Globe Telecom	シェア第1位	Hewlett Packard Enterprise, Huawei, Nokia
	PLDT	シェア第2位	Cisco Systems, Huawei, Nokia
ベトナム	Viettel	シェア第1位	AMD, Infinera, Samsung, Qualcomm, Ericsson,
	VinaPhone	シェア第2位	Casa Systems, Nokia
	MobiFone	シェア第3位	Nokia, Samsung
カンボジア	Smart Axiata	シェア第1位、Axiata Group(マレーシア)傘下	Huawei
	Metfone	シェア第2位、Viettel(ベトナム)傘下	Huawei
	Cellcard	シェア第3位	Huawei, Nokia, ZTE

(資料)各種報道記事を基に日本総合研究所作成

(注1)通信事業者が略称の場合の正式名は以下の通り。

Singtel: Singapore Telecommunications, TRUE: True Corporation, AIS: Advanced Info Service, Telkomsel: Telekomunikasi Selular, PLDT: Philippine Long Distance Telephone, Viettel: Viettel Telecom Corporation, VinaPhone: Vietnam Telecom Services Company, Mobifone: Mobifone Telecommunications Corporation, Cellcard: CamGSM

(注2)5G関連製品・サービス提供事業者の本社は以下の通り。

Ericsson: スウェーデン、Qualcomm: アメリカ、Nokia: フィンランド、ZTE: 中国、Huawei: 中国、IBM: アメリカ、Hewlett Packard Enterprise: アメリカ、Cisco Systems: アメリカ、AMD: アメリカ、Infinera: アメリカ、Samsung: 韓国、Casa Systems: アメリカ

2. 中国IT企業の攻勢

◆ Eコマースで中国勢が大きな存在感

ASEAN6カ国におけるEコマース・シェア上位(2023年)

	シンガポール	マレーシア	タイ	インドネシア	フィリピン	ベトナム
1位	Shopee	Shopee	Shopee	Shopee	Shopee	Shopee
2位	Lazada	Lazada	Lazada	Tokopedia	Lazada	TikTok Shop
3位	Amazon	TikTok Shop	TikTok Shop	Bukalapak	TikTok Shop	Lazada
4位	TikTok Shop			TikTok Shop		Tiki
5位				Lazada		
6位				Blibli		

(資料) Momentum Works, "Ecommerce in Southeast Asia 2023" 2024

(<https://momentum.asia/product/ecommerce-in-southeast-asia-2024/>)

(注1) GMV(流通取引総額)ベース。

(注2) Shopee: 消費者向けインターネットサービス、Sea(本社シンガポール)傘下。Lazada: Alibaba(本社中国)傘下。

TikTok Shop: TikTokに搭載されたEC機能。TikTokはByteDance(本社中国)が運営。Bukalapak: 本社インドネシア。

2021年インドネシア証券取引所上場。Blibli: たばこを中心とするコングロマリット、Djarumグループ(本社インドネシア)

傘下のGlobal Digital Niagaが運営。Tiki: 本社ベトナム。2010年設立の独立系。

(注3) シャドー(LazadaおよびTikTok Shop)は中国系。

2. 中国IT企業の攻勢

◆ ASEANの人気16デジタル・ブランドのうち4ブランドが中国発

ASEANにおける消費者向け人気ブランド・トップ50のうちデジタル関連の16ブランド

総合順位	ブランド名	主な事業内容	企業・親企業	本社	設立年
1	Samsung	家電、スマートフォン	Samsung Electronics	韓国	1938年
2	Shopee	Eコマース	Sea	シンガポール	2015年
3	Apple	IT機器、スマートフォン	Apple	アメリカ	1976年
4	Grab	配車アプリ	Grab Holdings	シンガポール	2012年
6	Lazada	Eコマース	Alibaba	中国	2012年
8	Netflix	ストリーミングメディア	Netflix	アメリカ	1997年
10	YouTube	ソーシャルメディア	Google	アメリカ	2005年
17	TikTok	ソーシャルメディア	ByteDance	中国	2016年
19	Gojek	配車アプリ	GoTo	インドネシア	2010年
22	Traveloka	オンライン旅行予約	Traveloka	インドネシア	2012年
24	foodpanda	フードデリバリー	Delivery Hero	ドイツ	2012年
35	Klook	オンライン旅行予約	Klook Travel Technology	香港	2014年
40	Booking.com	オンライン旅行予約	Booking Holdings	アメリカ	1996年
43	Agoda	オンライン旅行予約	Booking Holdings	アメリカ	2005年
48	Xiaomi	スマートフォン	Xiaomi Corporation	中国	2010年
50	Tesla	電気自動車	Tesla	アメリカ	2003年

(資料) Campaign Asia-Pacific, Milieu Insight, "Top 50 Brands in Customer Experience", 2024を基に日本総合研究所作成

(注1) 調査対象はシンガポール、マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナムにおける16歳以上の消費者。集計方法は、

①消費者に顧客体験が最も良いと思うブランド名を挙げてもらう、②名前が挙げたなかから、調査対象6カ国中最低3カ国で事業展開しているブランドを抽出、③各ブランドについて消費者に品質、購入体験、顧客サービス、アドボカシー(支持、擁護)、ブランドのタッチポイントの五つの評価軸で評価してもらう、の3段階を経て集計し順位付け。

(注2) 設立年に関し、買収・統合が行われた場合は、買収・統合年でなく元来の設立年を記載。

(注3) シャドーは中国企業(香港を含む)。

2. 中国IT企業の攻勢

◆ 中国の人気デジタル・ブランドはすべて2010年代設立

ASEANにおける消費者向け人気ブランド・トップ50の本社所在国・地域別内訳

(社)

設立時期	社数	地域別						
		アメリカ	欧州	中国	ASEAN	日本	韓国	その他
合計	50	16	14	5	6	5	2	2
<うちデジタル>	<16>	<6>	<1>	<4>	<4>	<0>	<1>	<0>
1980年代以前設立	35	11	13	1	1	5	2	2
<うちデジタル>	<2>	<1>	<0>	<0>	<0>	<0>	<1>	<0>
1990年代設立	2	2	0	0	0	0	0	0
<うちデジタル>	<2>	<2>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>
2000年代設立	3	3	0	0	0	0	0	0
<うちデジタル>	<3>	<3>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>
2010年代設立	10	0	1	4	5	0	0	0
<うちデジタル>	<9>	<0>	<1>	<4>	<4>	<0>	<0>	<0>

(資料) Campaign Asia-Pacific, Milieu Insight, “Top 50 Brands in Customer Experience”, 2024を基に日本総合研究所作成

(注1) 各ブランドの企業もしくは親企業の本社所在国について社数を集計。

(注2) <うちデジタル>とは、デジタル関連製品・サービスの提供企業。

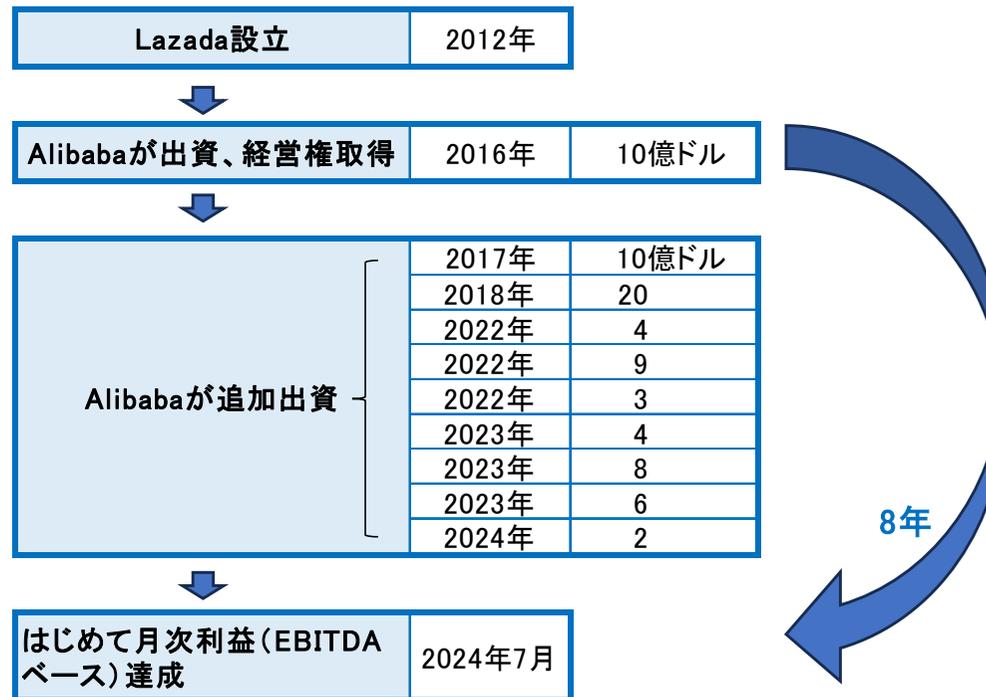
(注3) 中国には香港も含まれる。

(注4) 買収・統合が行われた場合は、買収・統合年でなく元来の設立年を採用。

2. 中国IT企業の攻勢

- ◆ ASEANにおける中国IT企業の強み
 - 価格面だけでなく品質面でも高い競争力
 - 豊富な資金力

AlibabaによるLazadaへの投資



(資料)各種報道記事を基に日本総合研究所作成
 (注)EBITDA: 利払い前・税引き前・減価償却前利益

2. 中国IT企業の攻勢

◆ 中国IT企業はASEANのスタートアップに積極投資

ASEANのEXIT済みユニコーン

企業名	本社	祖業	設立年	ユニコーン入り年	エグジット年(方法)	中国IT企業による投資
Razer	シンガポール	オンラインゲーム	2005年	2014年	2017年(IPO、香港)	—
Lazada	シンガポール	Eコマース	2012年	2014年	2016年(Alibabaが買収)	(Alibaba)
Grab	シンガポール	配車サービス	2012年	2014年	2021年(IPO <SPAC>、アメリカ)	Didi Chuxing, Tencent
Garena (現Sea Limited)	シンガポール	オンラインゲーム	2009年	2015年	2017年(IPO、アメリカ)	Tencent
Gojek (現GoTo Group)	インドネシア	配車サービス	2010年	2016年	2021年(Tokopediaと合併)	Tencent
Bukalapak	インドネシア	Eコマース	2010年	2017年	2021年(IPO、インドネシア)	Ant Financial
Tokopedia (現TikTok傘下)	インドネシア	Eコマース	2009年	2018年	2021年(Gojekと合併)→TikTok	Alibaba
OVO	インドネシア	電子決済	2017年	2019年	2021年(Grabが買収)	—
J&T Express	インドネシア	物流	2015年	2021年	2023年(IPO、香港)	Tencent

(資料) CB Insights (<https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>) および各社ウェブサイトなどを基に日本総合研究所作成

(注1) ユニコーン: 推定評価額10億ドル以上の未上場企業。

(注2) GoTo Groupは2022年にインドネシア証券取引所に上場。

(注3) TokopediaはGoTo Group傘下に入った後、2023年にTikTokに買収された。

2. 中国IT企業の攻勢

◆ Huaweiは現地の公的機関と積極的に連携

Huaweiのマレーシアの公的セクターなどとの連携事例

公表年	マレーシアでの連携先		主な連携内容
2014年	Ministry of Higher Education	政府機関	大学生のデジタルスキル向上のための「Seeds for the Future」プログラム開始
2017年	Sarawak州	自治体	DX支援に向けたMOU締結
2019年	Malaysia Airports Holdings	飛行場運営企業	飛行場のDX支援に向けたMOU締結
2020年	Sunway, Celcom Axiata	不動産建設企業、通信事業者	スマートタウン「Sunway City Kuala Lumpur」の実現に向けてMOU締結
	SME Association of Malaysia	業界団体	会員のDX促進のためのプラットフォーム「eService Hub」導入でMOU締結
2021年	Asia-Europe Institute of Universiti Malaya	大学	2030年までに先進デジタル経済になることを実現するために提携
	SME Association of Malaysia, Malaysian National Technology Association	業界団体	1年間で中小企業1万社にデジタルスキルの訓練を提供
	Sarawak Multimedia Authority, Sarawak Information Systems, Sarawak Digital Economy Corporation, Centre of Technical Excellence Sarawak	自治体機関	サラワク州クチンのデジタル化促進のための「Kuching Smart City Masterplan」に基づき4件のMOU締結
	Women Leadership Foundation	非政府組織	女性のデジタルスキル向上にむけてMOU締結
	Celcom Axiata, CyberSecurity Malaysia	通信事業者、政府機関	サイバーセキュリティ強化のための「5G Cyber Security Test Lab (My5G)」設立
2024年	Malaysian Communications and Multimedia Comission	独立規制機関	DX人材育成のための「Digital Leadership Excellence Programme」を共同で提供開始

(資料) 各種報道記事を基に日本総合研究所作成。

2. 中国IT企業の攻勢

◆ Huaweiは現地の公的機関と積極的に連携（続）

Huaweiのタイの公的セクターなどとの連携事例

公表年	タイでの連携先		主な連携内容
2017年	—	—	新商品開発、IT人材育成などを目的に、世界で7番目となるオープンラボをバンコクに開 高齢化社会、農業、観光におけるデジタル技術活用のための白書「Insights on Digitalization of Thailand Industry」公表
	Ministry of Digital Economy and Society, Ministry of Science and Technology	政府機関	
	National Science and Technology Development Agency, National Innovation	政府機関	
2018年	—	—	EEC内にパブリッククラウドサービスの提供開始（注2）
2019年	Ministry of Digital Economy and Society, Digital Economy Promotion Agency	政府機関	プーケットでのスマートシティ実現に向けた白書「Smart City Framework and Guidance for Thailand」公表
	—	—	
2020年	Digital Economy Promotion Agency	政府機関	IT人材を5年間で10万人以上育成する「Huawei ASEAN Digital Academy (Thailand)」設 デジタル経済振興公社内に「5Gエコシステム・イノベーション・センター」開設
	Siriraj Hospital	病院	5Gシステムを活用した病院のスマート化についてMOU締結
	Chiang Mai University	大学	学生向けICTコースの設置に向けてMOU締結
2021年	Chiang Mai University	大学	5Gなど最新デジタル技術を活用したスマート大学の実現に向けて5年間のMOU締結
	Department of Medical Services	政府機関	National Cancer InstituteとRajavithi Hospitalの2病院で5G、AI、ビッグデータ、クラウドコ ンピューティングを活用した医療サービスの促進に向けて2年間のMOU締結
	National Broadcasting and Telecommunications Commission, Siriraj	政府機関、病院	病院に5G、クラウド、AIなどの技術を導入する「Siriraj World Class 5G Smart Hospital」プ ロジェクト始動
2022年	Khon Kaen University	大学	学生と教員のデジタルスキル向上に向けたMOU締結
	Banpu	石炭生産・採掘企業	ラヨーン県に水上フロート式太陽光発電所建設時に、ファーウェイが設備提供と技術支援
	National Cyber Security Agency	政府機関	タイのIT人材向けサイバーセキュリティのスキル向上に向けてMOU締結
	Digital Economy Promotion Agency	政府機関	スタートアップ向けアクセラレータ・コンテスト「Spark Ignite 2022」開催
	Ministry of Digital Economy and Society, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation	政府機関	デジタル人材育成白書「Thailand Digital Talent Development」公表
2023年	複数の政府省庁、大学、産業界	—	IT人材開発政策の構築に向けて提携
	UBP Energy Development	電力	PVシステムの完全デジタル化に向けてMOU締結（注3）
	Khon Kaen University	大学	IT人材育成のためのHuawei ICT Academy Support Center設立でMOU締結

（資料）各種報道記事を基に日本総合研究所作成。

2. 中国IT企業の攻勢

◆ Huaweiは現地の公的機関と積極的に連携（続）

Huaweiのインドネシアの公的セクターなどとの連携事例

公表年	インドネシアでの連携先		主な連携内容
2019年	National Cyber and Crypto Agency	政府機関	サイバーセキュリティ強化のための人材育成でMOU締結
2020年	Directorate General of Higher Education, Research, and Technology	政府機関	大学でのEラーニングのプラットフォーム提供でMOU締結
	Agency for the Assessment and Application of Technology	政府機関	AI、クラウドコンピューティング、5Gネットワークの3分野での技術移転でMOU締結
	—	—	5年間で10万人のデジタル人材を育成する「I Do Contribute」プログラムを表明(注2)
2021年	—	—	Huawei ASEAN Academy Engineering Instituteをジャカルタに新設。ICT人材育成が目的
	National Cyber and Crypto Agency	政府機関	サイバーセキュリティ人材育成に関する2019年のMOUを更新
	Ministry of Education, Culture, Research and Technology	政府機関	教育でのAIおよびクラウドサービスの活用に向けて連携

(資料) 各種報道記事を基に日本総合研究所作成。

1. ASEANにおける日本の存在感低下
2. 中国IT企業の攻勢
- 3. 中国政府の動向**
4. ASEAN・アメリカの反応
5. 今後の展望

3. 中国政府の動向

◆ 「デジタルシルクロード」

- 一帯一路沿線国を中心とする海外諸国のデジタル化を主導する構想
- 大きな特徴は民主導
 - 中国政府は掛け声
 - 実際に動いているのはビジネスチャンスを見出した民間企業

◆ 最近になって政府も関与する方向

- 背景：一部中国IT企業の米欧からの排除などに対抗

3. 中国政府の動向

◆ 中国政府はASEANとデジタル分野で各種連携を実施

デジタル関連の主なASEAN・中国政府間連携の動き

デジタル経済の構築

- Initiative on Building ASEAN-China Partnership on Digital Economy (2020年)
- Action Plan on Implementing the ASEAN-China Partnership on Digital Economy Cooperation (2021-2025)(2022年)

Eコマース

- ASEAN-China Initiative on Enhancing Cooperation on E-Commerce (2023年)

スマートシティ

- ASEAN-China Smart City Cooperation Initiative (2019年)

サイバーセキュリティ

- ASEAN-China Cyber Dialogue Mechanism (2020年)

デジタル人材の育成

- ASEAN-China Digital Talent Training Plan (2022年)

(資料)各種報道記事を基に日本総合研究所作成

3. 中国政府の動向

◆ ACFTA3.0では新たに「デジタル経済」が追加

ACFTA3.0(ASEAN中国自由貿易地域3.0)の概要

ACFTA <ul style="list-style-type: none"> ASEAN China Free Trade Areaの略 ASEANと中国の包括的経済協力枠組協定 ASEANと中国の自由貿易地域を目指す 3つの主協定で構成 <ol style="list-style-type: none"> ①物品貿易協定(2005年発効、同年関税引き下げ開始) ②サービス貿易協定(2007年発効) ③投資協定(2010年発効) ASEAN・中国間貿易の拡大に寄与
ACFTA2.0 <ul style="list-style-type: none"> ACFTAの高度化 2019年、変更議定書発効
ACFTA3.0 <ul style="list-style-type: none"> ACFTAのさらなる高度化 2024年10月、交渉が実質妥結 5分野が協定に新たに盛り込まれる <ol style="list-style-type: none"> ①デジタル経済 ②グリーン経済 ③サプライチェーン連結性 ④競争と消費者保護 ⑤零細・中小企業

規定項目 <ul style="list-style-type: none"> 電子インボイス デジタルID 電子決済 デジタル貿易の標準化 貿易にかかわる文書の電子化 デジタルインフラの接続
義務化 <ul style="list-style-type: none"> 以下におけるデータガバナンス <ul style="list-style-type: none"> オンライン個人データの保護 電子取引の枠組み クロスボーダーでのデータ流通
協力分野 <ul style="list-style-type: none"> サイバーセキュリティ AI フィンテック デジタルデバйдへの対応

(資料)Ministry of Trade and Industry Singapore, "Singapore substantially concludes the ASEAN-China Free Trade Area 3.0 upgrade negotiations", October 10, 2024を基に日本総合研究所作成

1. ASEANにおける日本の存在感低下
2. 中国IT企業の攻勢
3. 中国政府の動向
- 4. ASEAN・アメリカの反応**
5. 今後の展望

4. ASEAN・アメリカの反応

◆ ASEAN諸国の反応

- ASEAN諸国は米中対立からは距離を置く姿勢
 - デジタル化は経済発展に不可欠として推進中
 - 自国の利益になるのであれば海外企業の進出や外国政府からの協力は積極的に受け入れ
 - このため、中国IT企業・政府からの協力も基本的に歓迎

- ただし、国によって温度差
 - 中国の親密先:ラオス、カンボジア、(最近では)ミャンマー →積極受け入れ
 - 南シナ海の領有権問題:フィリピン、ベトナム →ときとして慎重
 - インドネシア→ 自国利益の優先が前面
 - ✓ 政府がTikTok Shopのサービス閉鎖(2023年)、TikTokはインドネシア企業(Tokopedia)の買収で対応
 - ✓ 政府がPDD(ピンドウオドウオ)の「Temu」の進出阻止

4. ASEAN・アメリカの反応

◆ ASEAN諸国の反応

- 米欧日は中国の監視システム輸出やインターネット管理方法指南による権威主義拡大を懸念
- しかし、ASEAN諸国の多くはすでに権威主義かそれに近い政治体制

EIU民主主義指数(2023年、全167カ国)

<指数と順位>

国	指数	順位
ノルウェー	9.81	1
日本	8.40	16
アメリカ	7.85	29
マレーシア	7.29	40
フィリピン	6.66	53
インドネシア	6.53	56
タイ	6.35	63
シンガポール	6.18	69
カンボジア	3.05	121
ベトナム	2.62	136
中国	2.12	148
ラオス	1.71	159
ミャンマー	0.85	166

完全民主主義
 欠陥民主主義
 権威主義

<世界全体に対する割合>

政治体制	国数	国数 割合(%)	人口 割合(%)
完全民主主義	24	14.4	7.8
欠陥民主主義	50	29.9	37.6
混合政治体制	34	20.4	15.2
権威主義	59	35.3	39.4

(資料) The Economist Intelligent Unit, "Democracy Index 2023", February 2024

(注1) ①選挙過程と多元性、②政府機能、③政治参加、④政治文化、⑤市民の自由度、の5つの指標それぞれについて評価したうえで総合し順位付け。

(注2) 政治体制は指数から決定。
 完全民主主義: 8~10
 欠陥民主主義: 6~8
 混合政治体制: 4~6
 権威主義: 0~4

4. ASEAN・アメリカの反応

◆ アメリカ勢の動向

- **ビッグテックはASEANで積極展開**
 - Google: データセンター(シンガポールに4カ所、マレーシアに建設計画)、AIを中心とするデジタル人材育成(ベトナム、マレーシア)
 - Microsoft: データセンター建設(インドネシア)、AI人材育成(ASEAN)
 - Apple: デジタル人材育成(インドネシア)

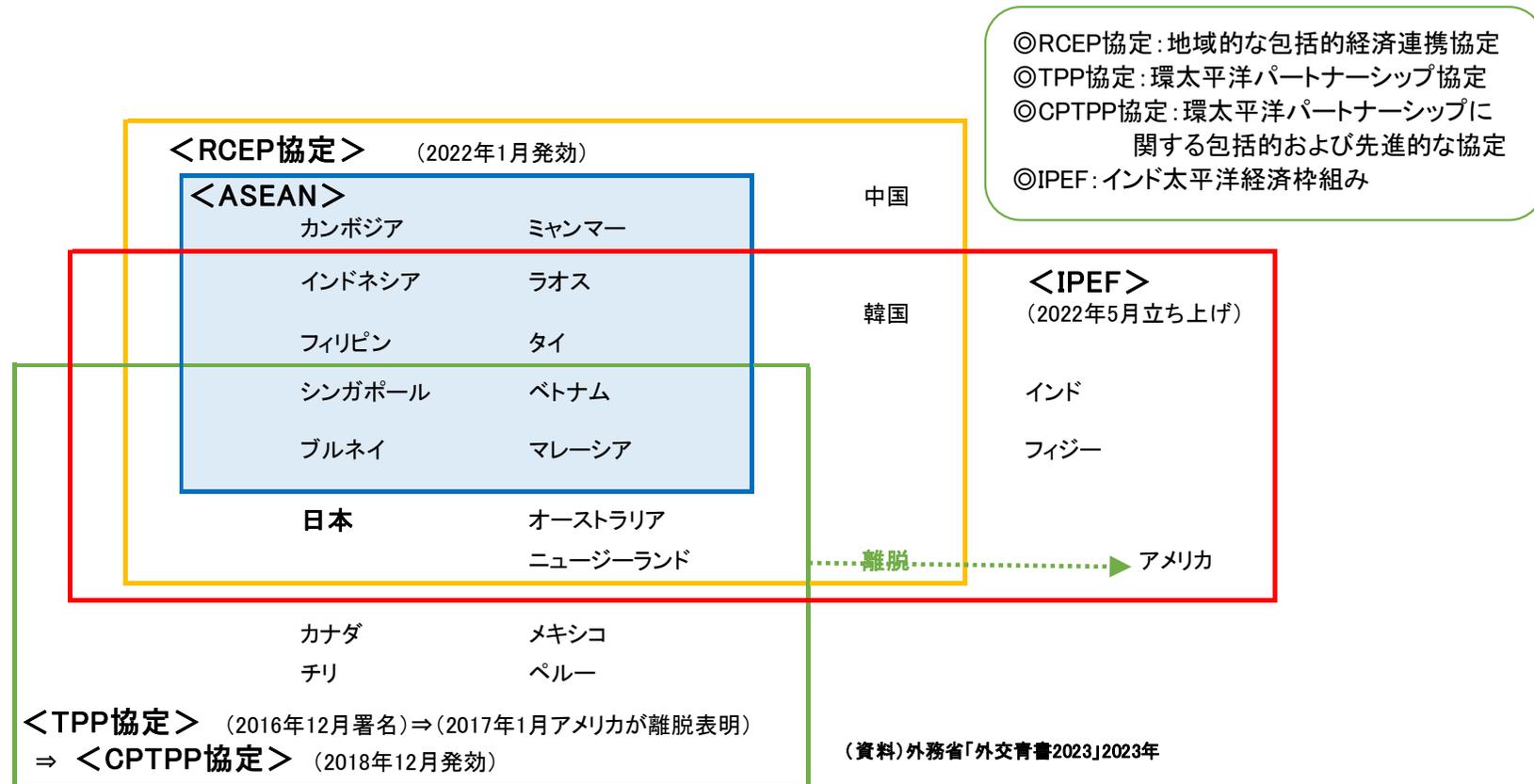
- **一方、アメリカ政府はベトナム政府に対し、海底ケーブル建設計画から中国企業を排除するよう働きかけ**

- **ただし、アメリカ政府のASEANへの優先度自体は低下傾向**
 - 第1次トランプ政権、TPPから離脱(2017年)
 - バイデン政権下で中国に対抗するためにインド太平洋経済枠組み(IPEF)を立ち上げ(2022年)、しかしASEAN諸国では実益がほとんどないとの認識("Only sticks, no carrots")
 - バイデン大統領、ASEANサミットを2年連続欠席(2023年、2024年)

4. ASEAN・アメリカの反応

- ◆ RCEP協定は中国とASEANの関係強化に追い風
- ◆ 一方、IPEFはASEANの脱中国策としては力不足

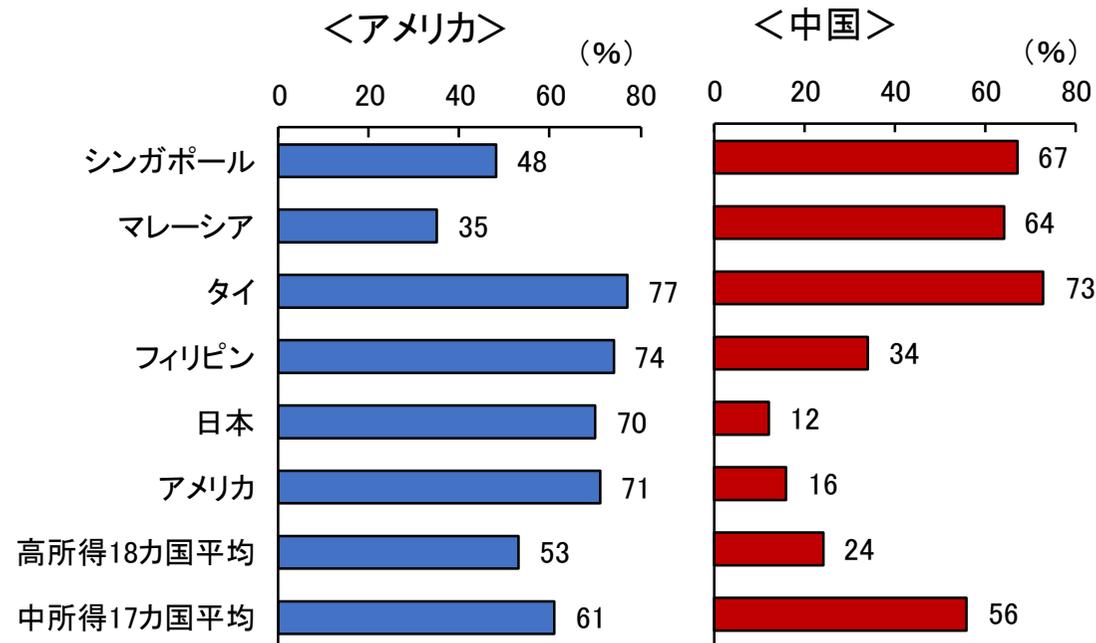
インド太平洋地域の多国間経済協定



4. ASEAN・アメリカの反応

- ◆ **留意点：アメリカ勢が中国勢対比で有利なわけではない**
 - 日本ではみえづらいが、中国への悪感情は世界で共有されていない
 - ASEAN諸国は米中両方から最大限の利益を引き出したい

米中に対する好感度(アンケート調査結果)：当該国に好感をもつ人の割合



(資料) Pew Research Center, "More people view the U.S. positively than China across 35 surveyed countries", July 9, 2024

(注) 実施時期：2024年1月～5月。対象：35カ国の成人合計40,566人。

1. ASEANにおける日本の存在感低下
2. 中国IT企業の攻勢
3. 中国政府の動向
4. ASEAN・アメリカの反応
5. 今後の展望

5. 今後の展望

- ◆ **日本企業：多様なデジタル分野でASEANに関与**
- ◆ **日本政府：長期にわたりデジタル分野でASEANと協力、一定の存在感**
 - 2008年：「日本とASEANの情報通信分野における作業計画2008-2009」採択
 - ↓
 - 2024年：「日ASEANデジタルワークプラン2024」：安全・安心なAI普及、Open RAN推進、サイバーセキュリティ分野での能力構築支援など
- ◆ **しかし、高い国際競争力を有する日本企業の不在がネック**
 - 株式時価総額で世界のトップ100に入る日本のIT企業はゼロ
 - 世界で活躍する日本のスタートアップもゼロ
 - ASEANの人気デジタル・ブランド16に日本からは1社も入らず
 - デジタルでは日本よりもASEANのほうが進んでいる面も

5. 今後の展望

- ◆ 米第2次トランプ政権が対中強硬姿勢を強める可能性大:
 - ↓
 - ◆ 中国政府は対抗措置の一環としてデジタルシルクロードに積極化
 - これまでの民主導から、政府主導でより主体的・組織的に関与
 - ↓
 - ◆ 米政権の中国への警戒心が増幅、米中摩擦が一段と激化する材料になる恐れ

5. 今後の展望

◆ 日本企業の挽回策その1： 中国企業のカウンターバランス

- ASEAN諸国は中国勢を含め一国・一企業への過度の依存は回避したい
- ↓
- 日本のIT企業が現地のニーズに合致したデジタル製品・サービスを提供できれば、受け入れられる余地あり
- 日本勢の武器である「高い信頼感」を追い風に、安全保障関連分野を中心に挽回するチャンスあり

5. 今後の展望

◆ 日本企業の挽回策その2: 現地法人の積極活用

- 現地法人がASEANの抱える課題を、デジタル技術、自社ネットワークを活用しながら解決
 - ASEAN10カ国における日本企業の現地法人数は7,400社余り
 - 製造業と非製造業がほぼ同数、現地の多様な課題に対応可能
 - 現地法人の強み
 - ✓ 日々の業務のなかで自社や取引先の直面する課題を抽出可能
 - ✓ 日本の経験・ノウハウを動員しつつ、現地の事情に合致した適切な解決策を見出しやすい
 - ✓ 現地市場に受け入れられるには何が必要か判断可能

- ただし、これを実現するには現地法人の役割の見直しが必要
 - 日本本社主導で新規事業を創出しやすい体制づくり
現地法人の権限と予算の拡大、挑戦意欲に旺盛な人材を充当、挑戦を奨励する評価制度など

5. 今後の展望

◆ 日本企業にとっての一つの理想像: J&T Express

- OPPOインドネシア法人トップであった中国出身のJet Lee(李傑)氏が設立
 - OPPO業務を通じて感じた物流の課題にビジネスチャンス
 - OPPO業務で培ったネットワークを活用
- ASEAN内で瞬く間にシェアを拡大
- 2020年には中国に進出
- 2021年にユニコーン、2023年に香港で上場

J&T Expressの宅配事業

	2022年	2023年	
	取扱件数 (百万件)	取扱件数 (百万件)	市場シェア (%)
ASEAN	2,513	3,240	25.4
中国	12,026	15,341	11.6
その他	49	230	—

(資料) J&T Express, "Annual Report 2023" 2024

ご清聴ありがとうございました

(株)日本総合研究所 調査部
上席主任研究員 岩崎薫里
iwasaki.kaori@jri.co.jp