

～ 海外情報 ～

2012年3月8日 全14頁

ASEAN NOW (Vol. 10)

経済調査部
佐藤 清一郎

アセアンの中小企業振興戦略

[要約]

- 工業化推進における裾野産業の重要性は言うまでもない。裾野産業のほとんどが中小企業であることを考えると、アセアンの更なる発展には中小企業の順調な育成・拡大が大きなポイントになる。アセアン加盟国における中小企業の実態を見ると、勿論、各国で事情が異なるが、いずれの国でも、GDP シェアや雇用吸収という面で重要な役割を果たしている。
- アセアン全体の中小企業振興策の大きな柱は、(1) 中小企業ファイナンス、(2) 中小企業の国際化、(3) 中小企業の人的資源の能力開発、(4) マーケティング能力強化と情報通信技術の活用、(5) 中小企業サービスセンターの設立の5つである。これを基本に、各加盟国は、それぞれの中小企業振興策を推進している。
- インドネシアは、2004年にユドヨノ大統領が就任して以来、経済開放を基本に政策を実施してきている。この根底には、(1) 国の競争力の原点は企業の競争力、(2) 企業競争力向上には外国からの技術移転が不可欠との考え方がある。インドネシアにおける中小企業の実態は、(1) 企業全体の99.9%が中小企業、(2) 雇用全体の97.3%が中小企業による吸収、(3) 実質GDPの58.2%が中小企業によるもの等となっている。
- インドネシアにおける中小企業振興策の主なものは、(1) 中小企業の輸出振興、(2) 中小企業における情報通信技術活用促進、(3) 資本市場へのアクセス改善、(4) 年間1,000人の起業家育成、(5) 一村一品運動の促進等である。
- 一連の施策でアセアンの企業競争力が高まれば、国際的市場で戦える企業も増加し自国内と海外での経済活動が活発となる。そうなれば、アセアン各国の経済成長に弾みがついて、雇用創出、そして、貧困削減への道が見えてくる。結果、域内における重要な問題である域内経済格差問題にも解決の方向性が見えてくるものと思われる。

アセアンにおける中小企業の重要性

工業化推進における裾野産業育成の重要性は言うまでもない。経済発展段階が初期のレベルでは、資本蓄積が不十分で自国での生産が難しく輸入に依存せざるを得ないが、資本蓄積を重ねる中で裾野産業を順調に育成することができれば、自国で生産できる範囲が拡大して輸入を削減していくことが可能となる。結果、自国の経済活動における付加価値の海外への流出が少なくなり、生み出された価値を更なる成長に集中して投入することが可能となり、成長を模索する段階にある国にとっては理想的な展開となる。

裾野産業のほとんどは中小企業

裾野産業における企業は、そのほとんどが中小企業のため、裾野産業の重要性＝中小企業の重要性と言っても過言ではない。アセアンにおける中小企業の状況を見ると、当然ではあるが、加盟国で状況は異なる。

全体の企業に占める中小企業の割合は、いずれの国でも 99%を超えている。一番高いのはインドネシアで 99.9%となっている。低いマレーシアでも 99.0%である。中小企業による雇用吸収割合を見ると加盟国でかなり違う。マレーシアでは 56.0%と低い一方でインドネシアでは 97.0%と極めて高くなっている。中小企業により生み出される GDP(名目)の割合も加盟国で違う。マレーシア、フィリピン、タイは 30%台であるが、一方で、インドネシアは 50%を超えている。この数値で見ると、マレーシア、タイ等では、大企業による活動がメインとなっている一方で、インドネシアでは中小企業の活動がメインとなっているようである。

しかし、いずれにしても、雇用、GDP の観点等からして、日本と同様に、アセアンでも中小企業が重要な役割を担っていることは明らかである。

図表 1 経済に占める中小企業の役割

	中小企業割合 (%)	雇用割合 (%)	名目 GDP 割合 (%)
インドネシア	99.9	97.0	56.5
マレーシア	99.0	56.0	31.0
フィリピン	99.6	61.2	35.7
タイ	99.8	78.2	37.1

出所：アセアン事務局より大和総研作成

大きく5つの中小企業 振興策

工業化における裾野産業の重要性やアセアンの現状を勘案したとき、アセアンが今後更なる発展を目指すには中小企業をいかに順調に育成・拡大させていけるかが重要なポイントになる。勿論、政策担当者はこの点を十分に認識しており、各国で中小企業振興策が進められている。

こうした活動の方向性を示すものとして、アセアン事務局は加盟国全体としての中小企業振興策を策定している。それによれば、振興策の目的としては、2015年までにアセアンがメリットを受けることができるグローバルなサプライチェーンの構築を行うことや中小企業の輸出競争力強化等が挙げられている。

そしてその実現に向けて大きく以下の5つの分野を取り上げてアクションプランを作成している(実施期間は2010-2015年)。

- (1) 中小企業のファイナンスへのアクセス改善
- (2) 中小企業の国際化
- (3) 中小企業の人的資源の能力開発
- (4) マーケティング能力強化と情報通信技術の活用
- (5) 中小企業サービスセンター/サービスデスクの設立

(1) 中小企業のファイナンスへのアクセス推進では、中小企業向け金融機関設立、債務保証制度創設、中小企業開発基金の設立等、(2) 中小企業の国際化については国際市場での中小企業見本市の普及、(3) 人材育成、能力開発に関しては、起業家精神育成の共通プログラム確立、スキルスタッフの交流やインターンシップ制度によるトレーニング、(4) マーケティング能力強化に関しては、域内での競争を促進するためにトップ1,000アセアン企業の選別、技術開発に対する表彰会開催等である。(5) 中小企業サービスセンターには、地域情報、設立事例、貿易や投資に関する情報、自由貿易協定締結の情報などを集める。

アクションプランは 中小企業の課題を反映

アクションプランのそれぞれは、当然のことながらアセアン各国の中小企業が現在抱えている問題を勘案したものである。まず、中小企業が銀行融資を受けることができる体制が整っておらず、運転資金、設備資金ともに、調達に難しいケースが多い。また、有能な人材もまだまだ不足していることで企業拡大のネックになっている。技術面では、競争力強化に不可欠な情報通信技術の活用に関しても不十分と言わざるを得ない。マーケティング能力もまだまだ不足しており、部品調達や部品・製品供給について最適な意思決定を阻害されている。アセアン各国は、この項目を大きな方向性として認識して自国の事情等も勘案しながら、それぞれの戦略を策定して実施している。

(参考) 日本における中小企業支援策概要

ここで参考のために、日本における中小企業への支援策について見てみよう。今後のアセアンの中小企業振興の参考になるところが多い。

日本における中小企業への経営サポートは様々な視点で行われている。主な項目としては、(1) 創業・ベンチャー支援：ベンチャー企業の創業やベンチャー企業

の円滑な事業活動を、資金調達、情報提供等でサポート、(2)経営革新支援：経営革新に取り組む中小企業を、資金調達、税制、販路開拓等でサポート、(3)連携支援：連携により新たな事業活動にチャレンジする中小企業を、補助金、資金調達、アドバイス等でサポート、(4)再生支援：中小企業の再生に向けた取り組みを、中小企業再生支援協議会がサポート、(5)雇用・人材支援：中小企業の人材育成、経営課題解決を、中小企業診断士制度や研修・人材派遣等でサポート、(6)海外展開支援：中小企業の海外展開を総合的にサポート、(7)取引・官公需支援：下請取引の適正化及び下請中小企業の振興を図り中小企業者の受注機会の増大を推進するためのサポート、(8)経営安定支援：地震や新型インフルエンザなどの自然災害及び倒産対策等で中小企業の経営の安定をサポート、(9)共済制度：小規模企業者の廃業・引退、中小企業者の取引先の倒産に対する備えをサポート、(10)小規模企業支援：従業員20人以下（商業・サービス業は5人以下）等の小規模事業者を対象に経営面や資金面でサポート、(11)ものづくり中小企業支援：モノ作り基盤技術を有する中小企業の研究開発、人材育成等でサポート、また、「元気なモノ作り中小企業300社」の選定、(12)技術革新・IT化支援・省エネ対策：技術開発、IT化や省エネ対策に取り組む企業に対して、補助金、資金調達、情報提供等のサポート、(13)知的財産支援：知的財産に関する取組みや模倣品被害の対策など中小企業の知的財産戦略をサポート、(14)中小企業支援ネットワーク：中小企業支援機関のネットワークによる様々な相談等がある。

アセアンの中小企業振興策は、方向性としては、日本の政策と同じと思われるが、サポートの細かさという点では、まだ、検討の余地が多くあると思われるので、今後、中小企業の発展とともに、更なる対策強化が望まれる。

インドネシアにおける中小企業振興策

ここで、アセアンの約 4 割の経済規模を占めるインドネシアにおける中小企業振興策に関して見てみる。前述のように、インドネシアは、アセアン加盟国の中で、中小企業が吸収している雇用割合や実質 GDP シェアが高い部類に属しており経済活動における中小企業の重要性が相対的に高い国である。

インドネシアは、2004 年にユドヨノ大統領が就任して以来、経済開放を基本に政策を実施してきている。この根底には、(1) 国の競争力の原点は企業の競争力にあり、(2) 企業競争力の向上には自国のみでは限界があり外国からの技術移転が不可欠との考え方がある。

企業規模の定義

企業は規模別で大きく 4 つに分類される

インドネシアにおける企業規模は、(1) 零細企業、(2) 小企業、(3) 中企業、(4) 大企業の大きく 4 つに分かれている。それぞれの定義は、零細企業が資産 5,000 万ルピア未満で年間売上高が 3 億ルピア未満、小企業が資産 5,000 万ルピア以上 5 億ルピア未満で年間売上高が 3 億ルピア以上 25 億ルピア未満、中企業が資産 5 億ルピア以上 100 億ルピア未満で年間売上高が 25 億ルピア以上 500 億ルピア未満、大企業が資産 100 億ルピア以上で年間売上高が 500 億ルピア以上となっている。1 ルピア=0.0088 円程度だとして、5,000 万ルピアは 44 万円程度なので、その規模は極めて小さいことがわかる。また、大企業の資産 100 億ルピアでも 8,800 万円程度なので、こちらも、それ程大きいとは言えない。このように、インドネシアの企業は、日本の基準で見た場合には、極めて小規模ということになる。

図表 2 インドネシアにおける企業規模の定義

	資産	年間売上高
零細企業	0.5億ルピア未満	3億ルピア未満
小企業	0.5億ルピア以上 5億ルピア未満	3億ルピア以上 25億ルピア未満
中企業	5億ルピア以上 100億ルピア未満	25億ルピア以上 500億ルピア未満
大企業	100億ルピア以上	500億ルピア以上

出所：アセアン事務局より大和総研作成

企業規模別に見た企業数、雇用者数、実質 GDP、輸出

企業のほとんどは零細企業

インドネシアにおける企業数は、約 5,300 万社ある。その内、零細企業に分類される企業が約 5,200 万社あり全体の 98.9%を占めている。これを含めていわゆる中小企業に分類される企業の割合は全体の 99.9%となっており、日本の 99.7%より高くなっている。ちなみに、大企業に分類される企業は 4,700 社程度であり、

全体から見ると極めて少ない。

雇用も零細企業中心

次に、中小企業における雇用吸収割合を見てみると、零細企業が全体の 91.0% を占めており約 9,000 万人、一方で大企業は、全体の 2.7% で約 260 万人となっている。日本の場合は、中小企業での雇用吸収割合は 65% 程度なので、それとの比較でも、インドネシアは中小企業における雇用吸収割合が極めて高いことがわかる。この点からすると、雇用政策を考える場合、中小企業を振興するという視点は極めて重要とすることになる。

中小企業の生み出す 実質GDPシェアは 58.2%

実質GDP 全体の内、中小企業が生み出すものは 58.2% と半分以上を占めており、この意味では、その重要性は高い。ただし、輸出に関して見ると 17.0% を占めるにすぎず、この意味では輸出は大企業を中心としたものとなっている。この点、中小企業が輸出競争力をいかに向上させていくかは課題となっている。

図表 3 インドネシアの規模別に見た企業数、雇用者数、実質 GDP、輸出 (2005 年、2009 年)

	規模別状況		規模別割合 (%)	
	2005	2009	2005	2009
企業数 (社)	47,022,084	52,769,280	100.0	100.0
零細企業	45,217,567	52,176,795	96.2	98.9
小企業	1,694,008	546,675	3.6	1.0
中企業	105,487	41,133	0.2	0.1
大企業	5,022	4,677	0.0	0.0
雇用者数 (人)	86,305,825	98,886,003	100.0	100.0
零細企業	69,966,508	90,012,694	81.1	91.0
小企業	9,204,786	3,521,073	10.7	3.6
中企業	4,415,322	2,677,565	5.1	2.7
大企業	2,719,209	2,674,671	3.2	2.7
実質GDP (10億ルピア)	1,750,816	2,088,292	100.0	100.0
零細企業	-	682,462	-	32.7
小企業	688,160	225,478	39.3	10.8
中企業	291,342	306,785	16.6	14.7
大企業	771,314	873,567	44.1	41.8
輸出額 (10億ルピア)	544,202	953,090	100.0	100.0
零細企業	-	14,375	-	1.5
小企業	28,048	36,840	5.2	3.9
中企業	82,290	111,040	15.1	11.7
大企業	433,864	790,835	79.7	83.0

出所：インドネシア協同組合・中小企業省より大和総研作成

中小企業振興策

中小企業育成の重要性

インドネシアの企業規模別の動きを 2005 年と 2009 年で比較すると、輸出の部分を除けば、企業数、雇用者数、実質 GDP とともに、大企業より中小企業の方の割合が増加しているのがわかる。ただ、中小企業の中身を見てみると、増加率が高いのは零細企業となっている。零細企業は、財務基盤やビジネス展開力という点からすると、どうしても、体質が弱く競争力が劣るので、理想的には、小企業や中企業が増加して全体として中小企業の割合が増加するというのが望ましい。また、輸出割合に関しては、大企業が増加しているというのも問題であろう。将来的には、中小企業の輸出競争力が向上して輸出割合が高まっていくことが理想である。ここに、インドネシアが中小企業振興を行う重要な意義がある。

輸出振興、情報通信技術、ファイナンス、起業家育成

インドネシアにおける中小企業振興策の主なものは、(1) 中小企業の輸出振興と輸出額の 20% 増加、(2) 中小企業が情報通信技術を活用できるようなサポートを行う、(3) 中小企業の資本市場へのアクセスを改善する、(4) 年間 1,000 人の起業家を育成する、(5) 一村一品運動の促進等である。いずれも 2014 年を目標年として設定している。

これらの政策は、インドネシアの中小企業にとって重要な意味を持っている。新たな企業を生み出す起業家精神にあふれた人材が増加すれば企業活性化が進み、情報通信技術をフルに活用することができれば生産性を向上させていくことができる。結果、国際市場でも競争に耐えうる製品がどんどん生産可能となれば輸出は増加していく。また、それらの活動をファイナンス面からサポートできる体制ができていれば、タイムリーに資金調達が可能となり安心である。一村一品運動は地域の活性化に寄与していくことが期待される。

いずれにしても、これらの政策が相互に作用していくことで、インドネシアの中小企業は、着実に競争力ある形で育っていくものと思われる。

まとめ

工業化を推進して経済発展を目指していく国にとって、競争力ある裾野産業の育成は不可欠である。裾野産業のほとんどが中小企業であることを考えると、アセアンにおける中小企業振興の意義は極めて大きい。

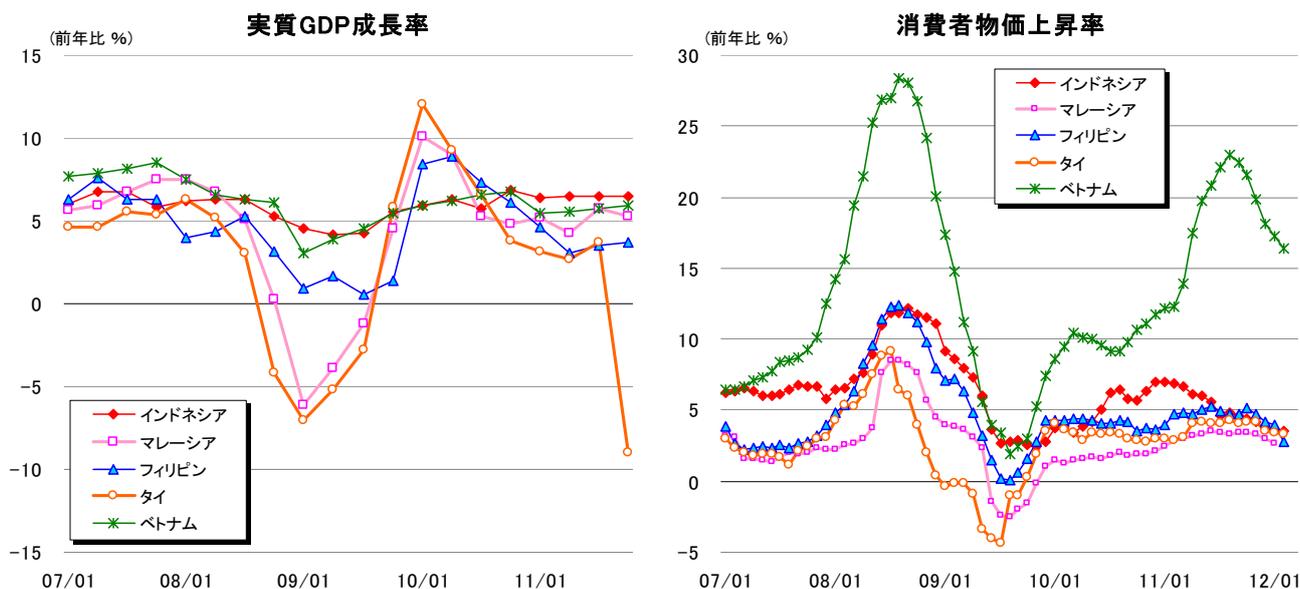
中小企業の資本市場へのアクセスが改善すればタイムリーに資金を得ることができるようになるであろうし、起業家精神にあふれた人々が増えてくれば企業の活性化につながる。また、情報通信技術は企業の生産性を向上させることが実証されているので、この技術をフルに活用することができれば中小企業は競争力を高めていくことが期待される。

中小企業振興策は域内経済格差是正にもつながる

一連の施策により、アセアンにおける企業競争力が高まれば、国際的市場で戦える企業も増加して、自国内と海外での経済活動が活発となるであろう。そうなれば、アセアン各国の経済成長に弾みがついて、雇用創出、そして、貧困削減への道が見えてくる。結果、域内における重要な問題である域内経済格差問題にも解決の方向性が見えてくるものと思われる。

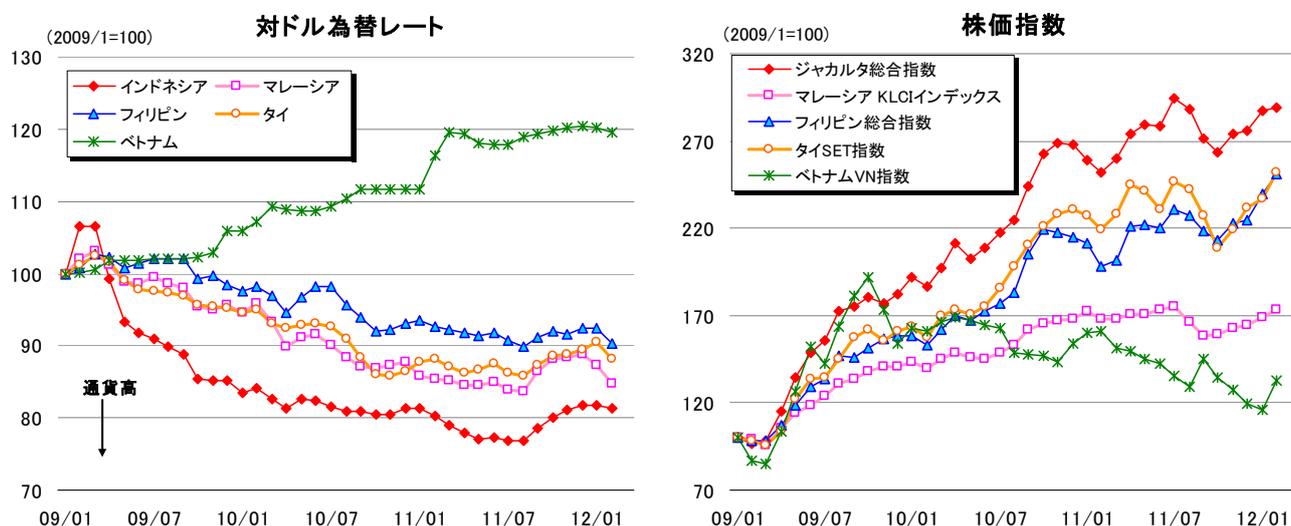
【チャート集】

チャート1 アセアン主要国の実質 GDP 成長率と消費者物価上昇率



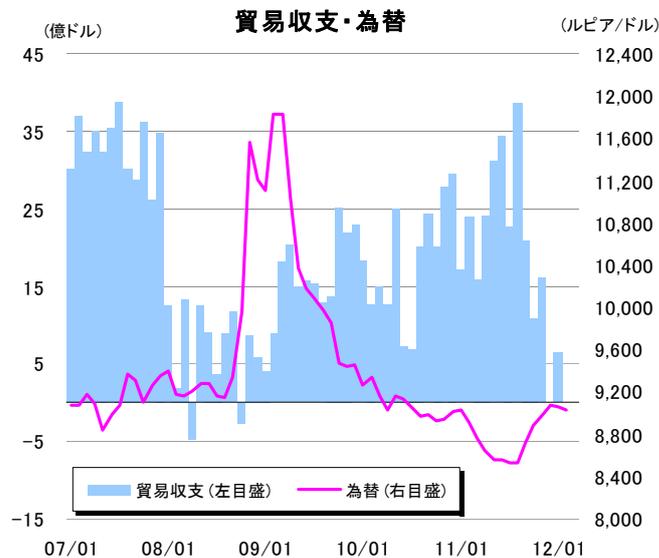
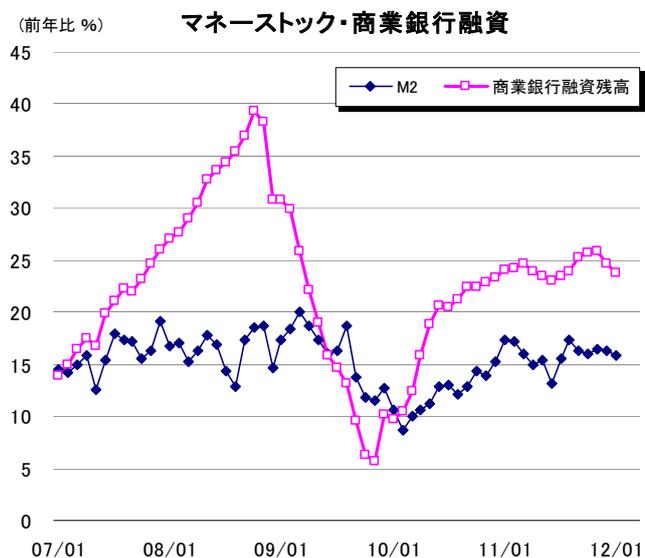
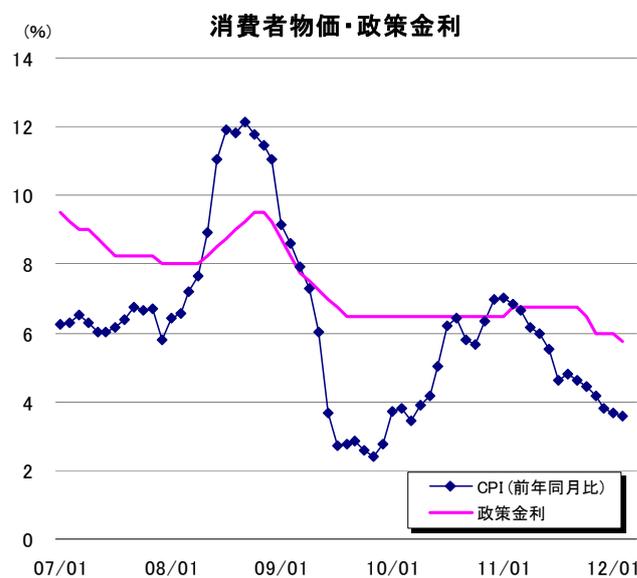
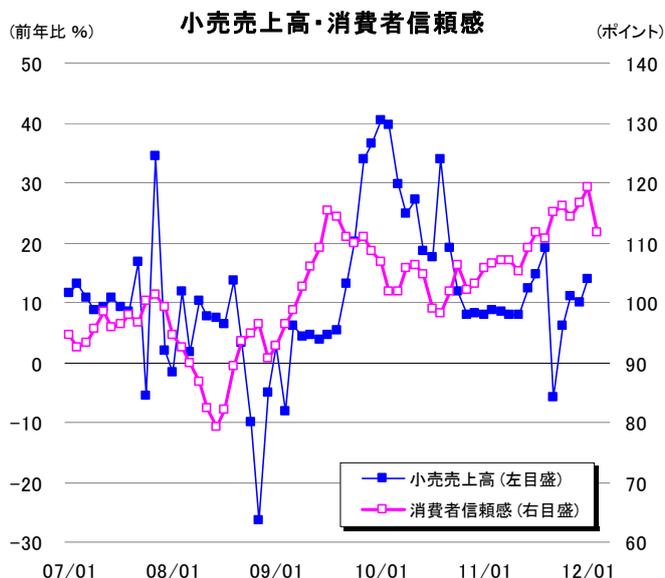
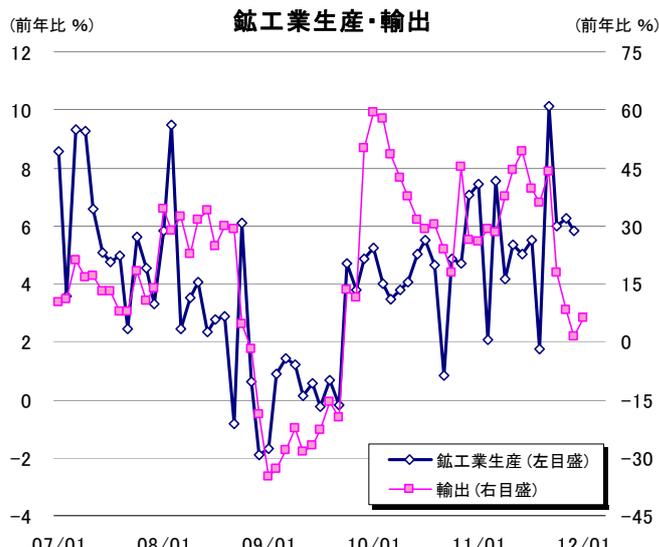
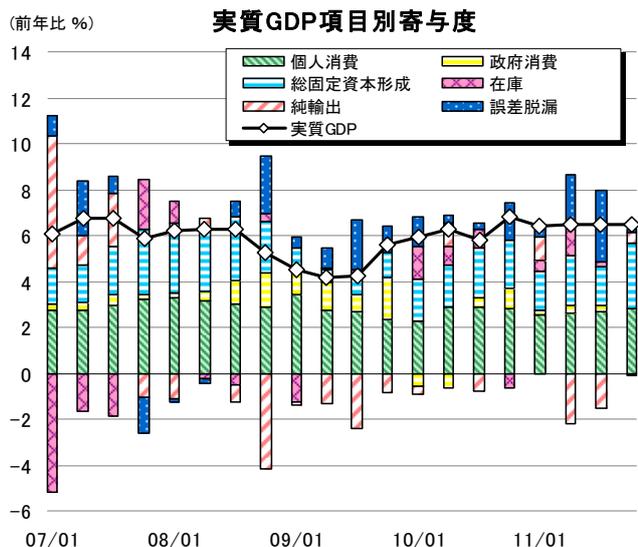
出所 : Haver Analytics より大和総研作成

チャート2 アセアン主要国の為替、株価指数



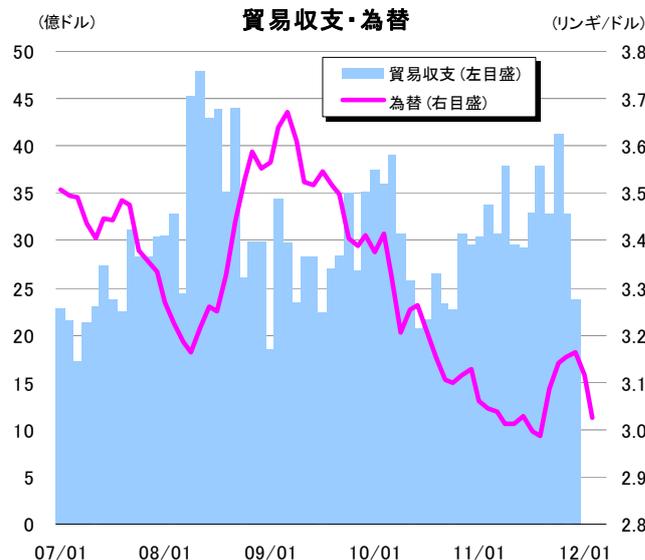
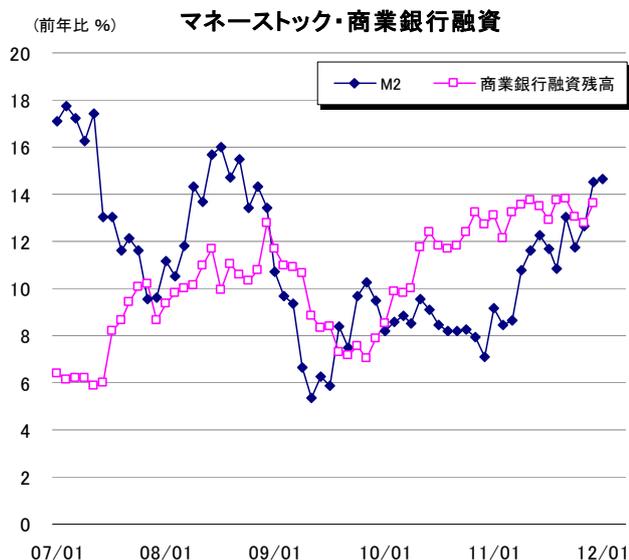
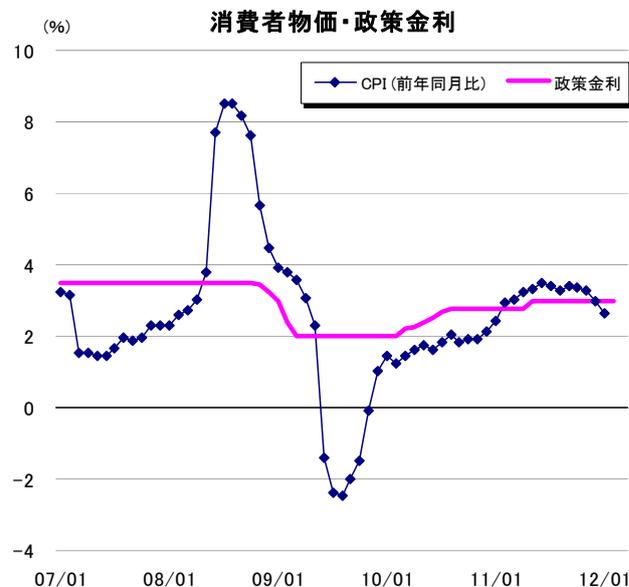
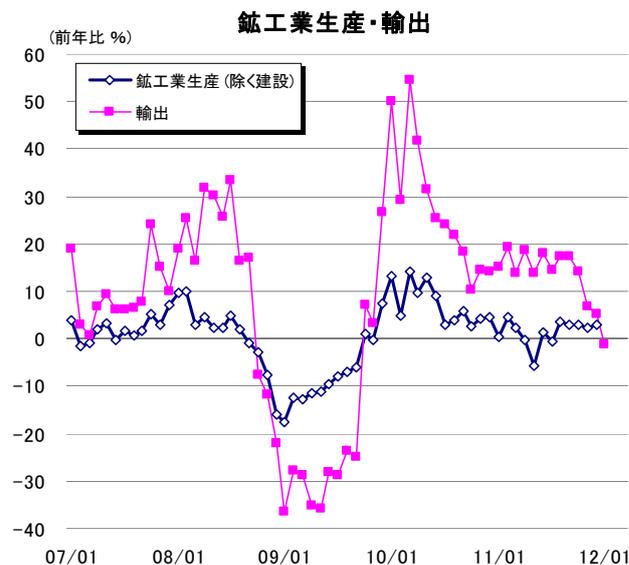
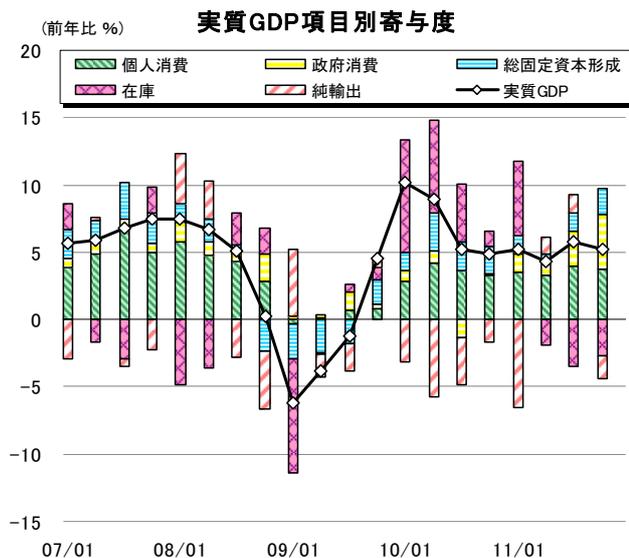
出所 : Haver Analytics より大和総研作成

チャート3 インドネシアの主要経済指標



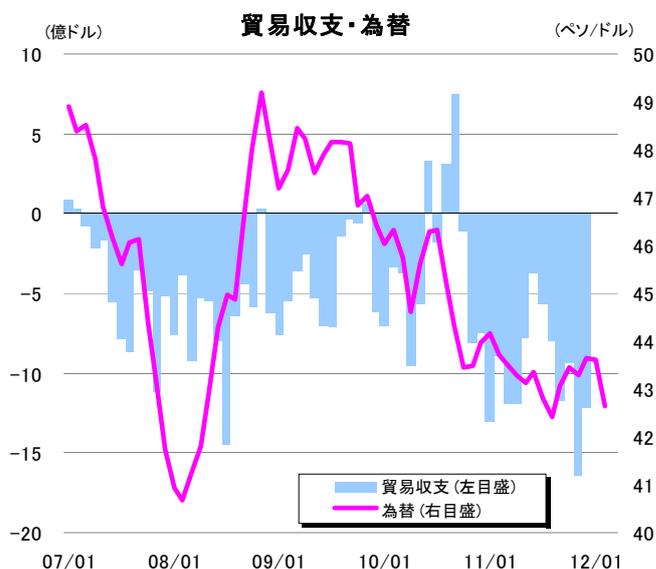
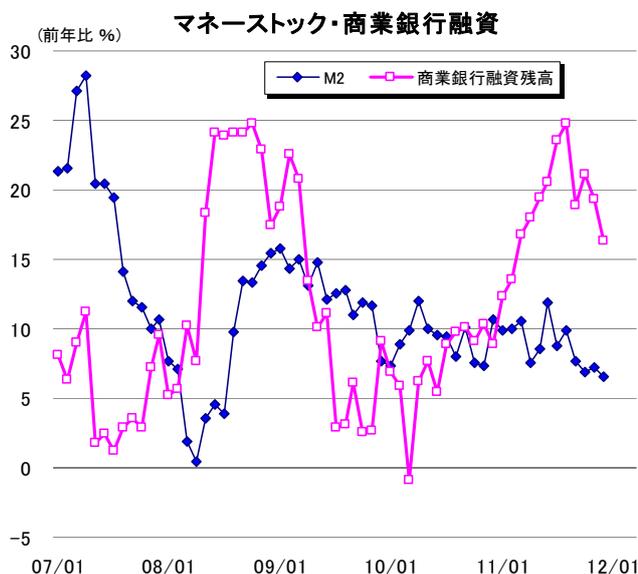
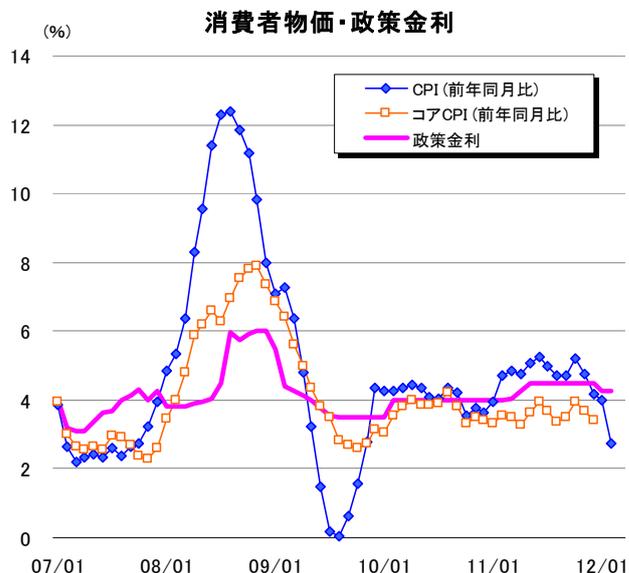
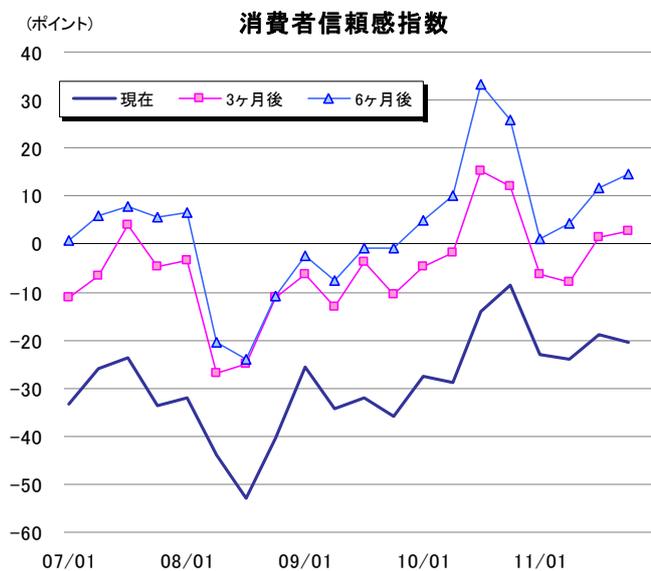
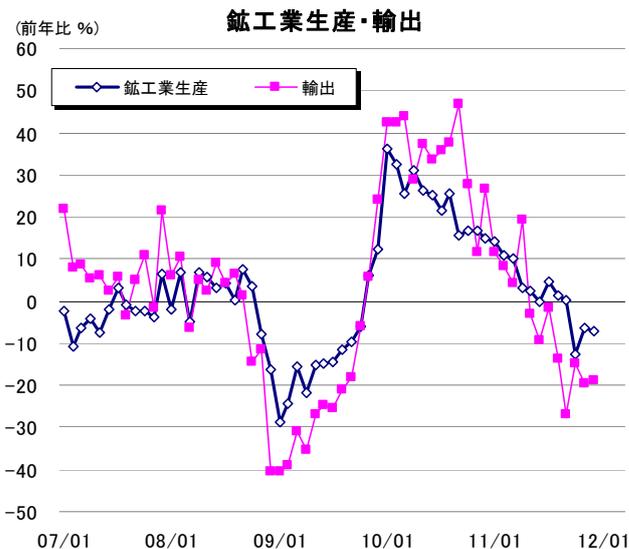
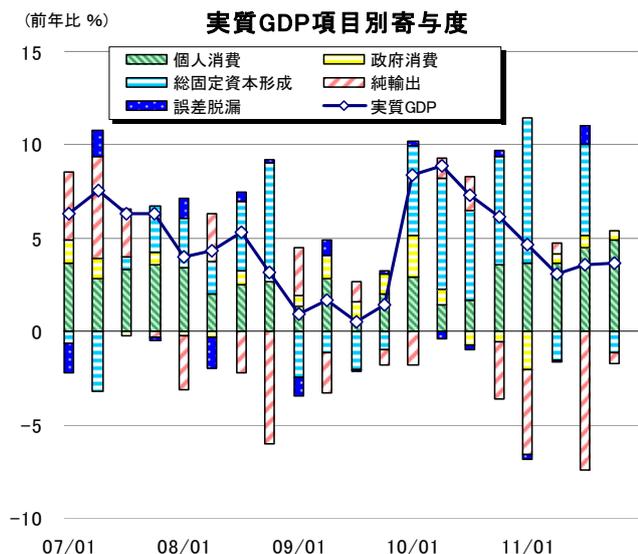
出所 : Haver Analytics より大和総研作成

チャート4 マレーシアの主要経済指標



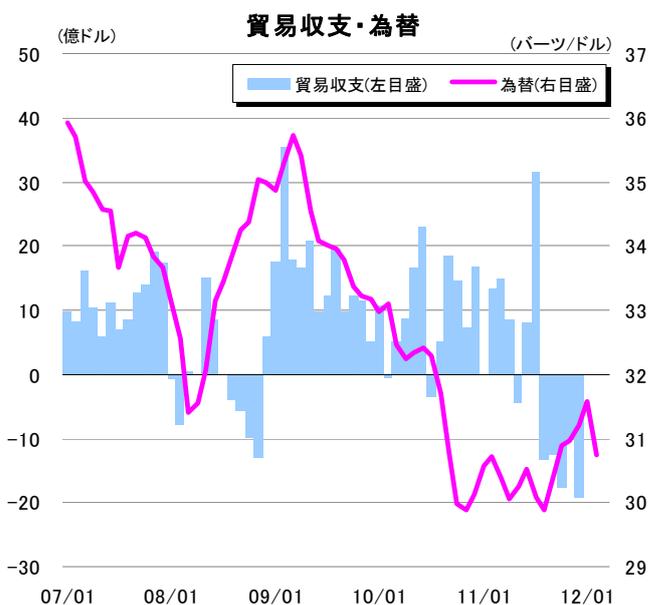
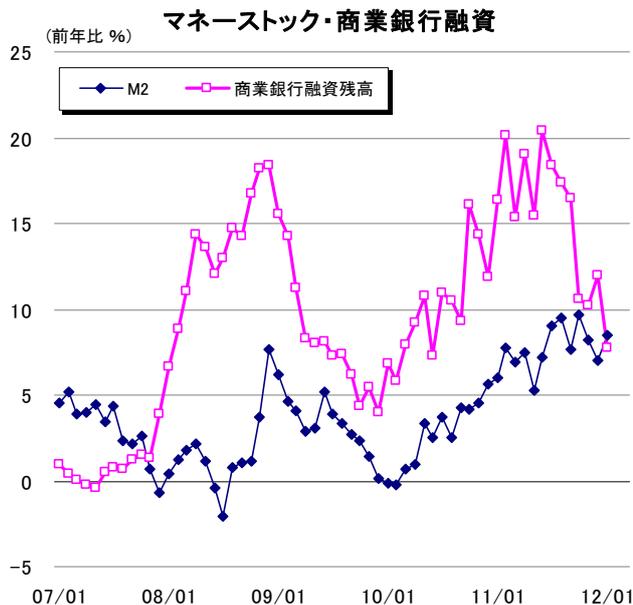
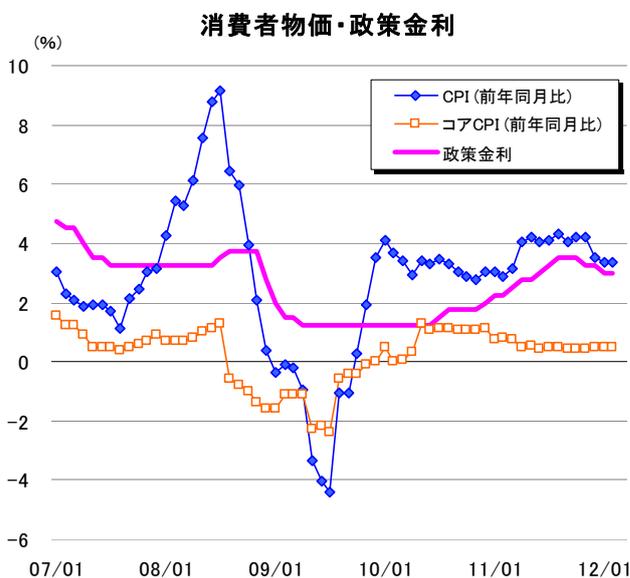
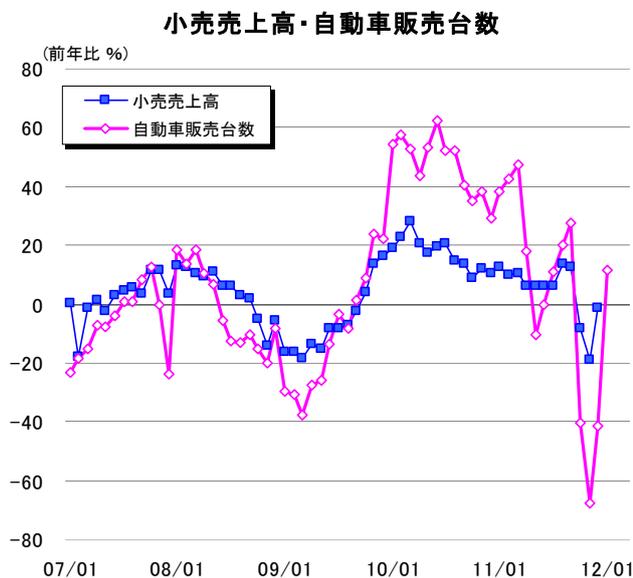
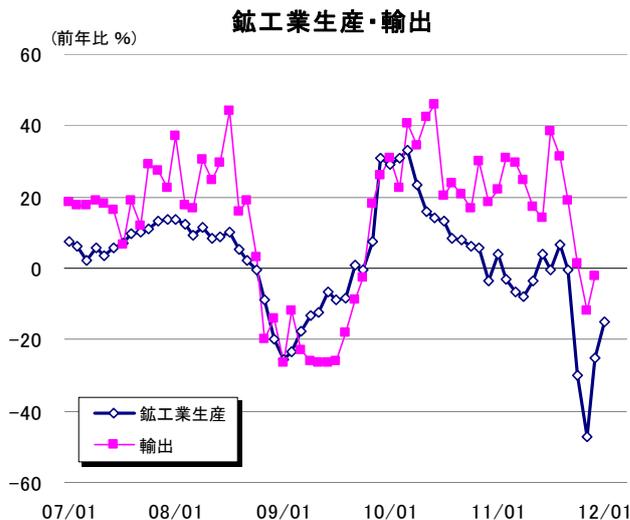
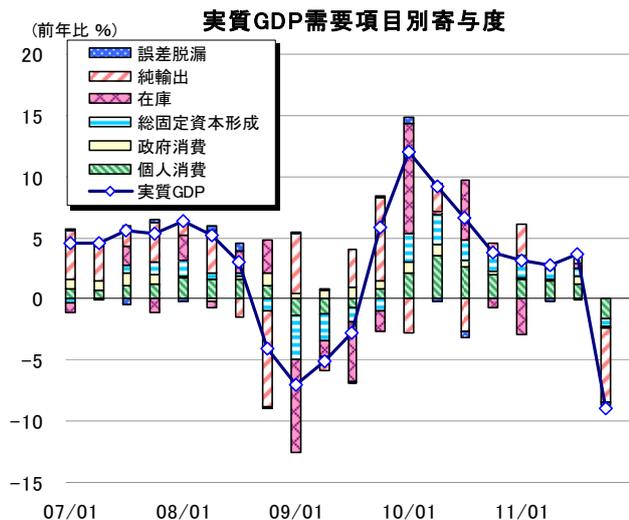
出所：Haver Analytics より大和総研作成

チャート5 フィリピンの主要経済指標



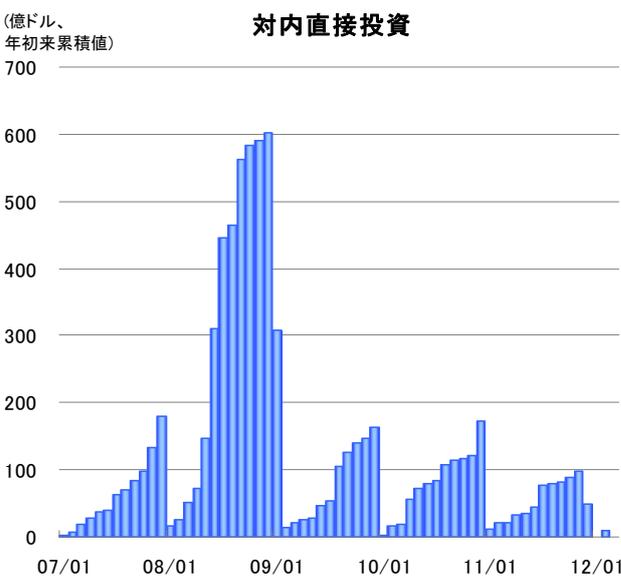
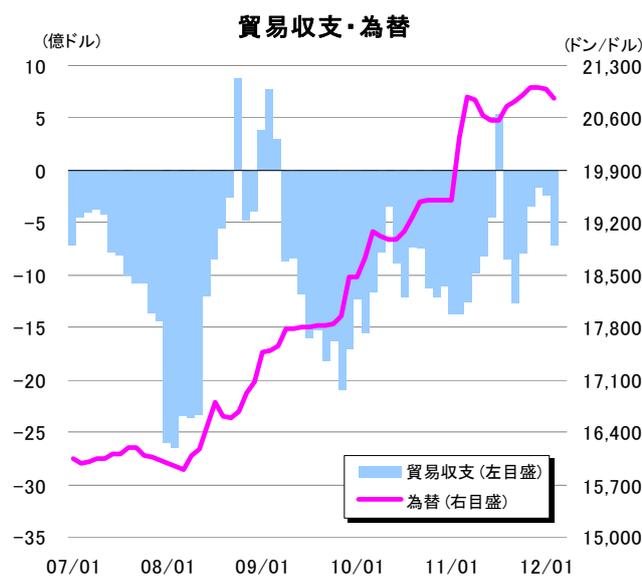
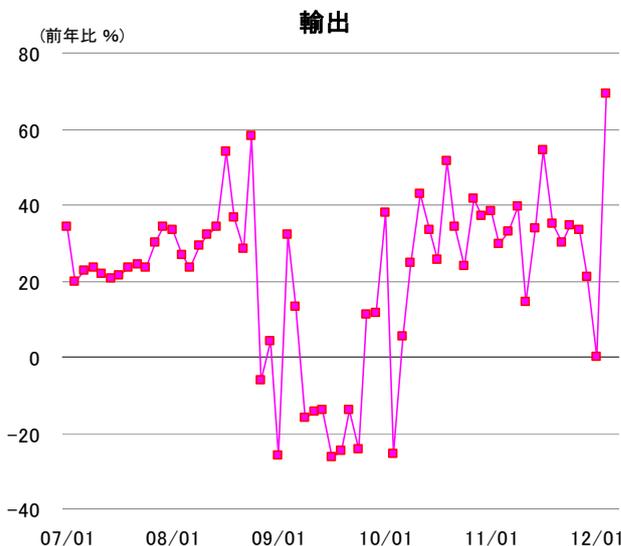
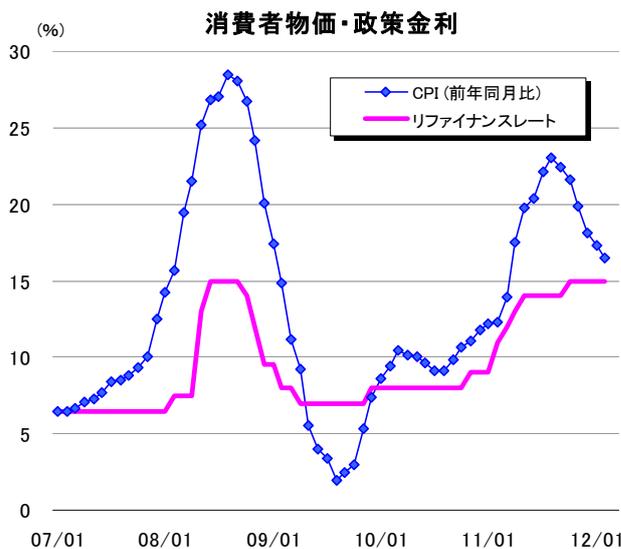
出所:Haver Analytics より大和総研作成

チャート6 タイの主要経済指標



出所 : Haver Analytics より大和総研作成

チャート7 ベトナムの主要経済指標



出所 : Haver Analytics より大和総研作成