

アセアン現地レポート 【2014年2月号】

平成26年2月28日

三重県アセアンビジネスサポートデスク

株式会社野村総合研究所（NR I）

[マレーシア]

マレーシアの概況と ASEAN における位置づけ

マレーシアは2012時点の名目GDPが3,030億ドル（約30兆円 1USD=100円）であり経済規模はASEAN10カ国の中でインドネシア、タイに次ぐ水準にある。産業別にGDPを見ると、農林水産・鉱業が25%、製造業が25%、サービス業・その他が残り50%を占める構造になっている。マレーシア政府の長期産業発展計画では、製造業・サービス業の変革・革新により2020年に向けて成長率6.3%を維持し、サービス業のGDP比率を6割程度まで高める方針を打ち出している。製造業では以下を重点産業と設定している（エレクトロニクス、繊維、金属、輸送機械、医療機器、医薬、石油化学、食品加工、木材加工等）。また、サービス業では以下を重点分野と設定している（プロフェッショナルサービス(法律、会計等)、建設、教育、ヘルスケアサービス、観光サービス、流通業、ロジスティクス等）

人口は2011年時点で2,855万人と6番手（インドネシア、フィリピン、ベトナムが上位3各国）と多くはないが、一人当たりGDPが1万ドルを超え所得がシンガポール、ブルネイに次ぎ3番目と高い水準にある。人種はマレー人が5割を、中華系は2割を占める。宗教はムスリムが6割、キリスト教が1割、その他複数の宗教が存在している。公用語はマレー語であるが、中国語、英語も主要言語として会話されている。

マレーシアの国債格付けはムディーズではAa3（投資適格水準）とASEAN諸国ではシンガポールに次ぐ水準であり投資環境としては良好な国である。ジェトロの情報によると日系企業進出数は1,400社程度とタイと同等の水準にあり日本企業にとって参入しやすい国といえる。

マレーシアの消費者動向～高所得水準、相対的に日本プレミアムが訴求しやすい消費者～

前述の通り、マレーシアの一人当たり水準は1万ドルを超えASEAN諸国の中では高い水準にある。世帯可処分所得ベースで見ると、2012年時点で1万ドル以上を超える上位中間層世帯は550万世帯で全世帯の82%を占め、3万5千ドルを超える高所得世帯は150万世帯で全世帯の22%を占めており、一定の所得水準の世帯が存在している。上記高所得者の規模は2012年時点では、シンガポール、インドネシアを上回り最大規模である。

上記所得水準を背景に自動車保有世帯率は既に9割を超えるなど耐久消費財の普及率は高い。また、NRIが2012年度に実施した消費者アンケート調査によると、マレーシアは他

ASEAN 諸国と比較し、先進的な商品の受容性が高い上に、特に日本ブランドに対してプレミアムを払ってでも購入したい消費者が多い傾向にあった。日本企業としては比較的参入しやすい市場といえる。イオン等の小売企業は ASEAN 諸国の中で先進的なマレーシアへまず参入し、その事業経験・ノウハウをインドネシア等他国の事業展開に活用している。マレーシアは ASEAN 諸国の中では、所得水準が高く他国より消費が進んでいる傾向があり、日本ブランドの受容性も高いことからシンガポールと同様に ASEAN 他国へ展開するためのエントリー国として有望な国といえる。