



マレーシア経済及び市場の最新動向

～ マレーシア市場進出に関する資料(抄録版) ～

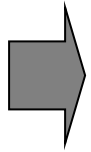


SCS Global Holdings, Pte. Ltd.

株式会社ピー・アンド・イー・ディレクションズ

2011年11月

Strictly Confidential



I. マレーシア市場の現状と今後の成長性

II. マレーシア進出の魅力と難しさ

- i. 生産拠点としてのマレーシア進出
- ii. 消費マーケットとしてのマレーシア進出

マレーシア概要



面積

329,735km²

人口

2,825万人(2010年上半期)

民族

マレー系(65.7%)、中国系(25.4%)、インド系(7.6%)

首都

クアラルンプール(人口165万5,000人)

政府

立憲君主制

行政構造

半島(西マレーシア)11州、東マレーシア2州の13州と三つの連邦直轄地(首都、ラブアン島及びトラジャヤ)からなる。

国家目標

プミトラ政策(マレー系優遇政策)を維持しながら、2020年までに先進国入りを目指す

GDP

実質GDP:1,738億米ドル
(出所:2010年世界銀行推計)

通貨

リンギ(リンギット)(MYR)
1リンギ=24.97円(2011年9月14日時点)

言語

マレー語、英語、中国語、タミール語(公用語はマレー語)

宗教

イスラム教(約6割)、仏教、ヒンドゥー教、キリスト教など

標準時間帯

GMT +8

税制

法人税(実効):25%
・普通株式による払込資本金250万リンギ以下のSMEは、課税所得のうち初めての50万リンギに対しては税率20%

カントリー
リスク

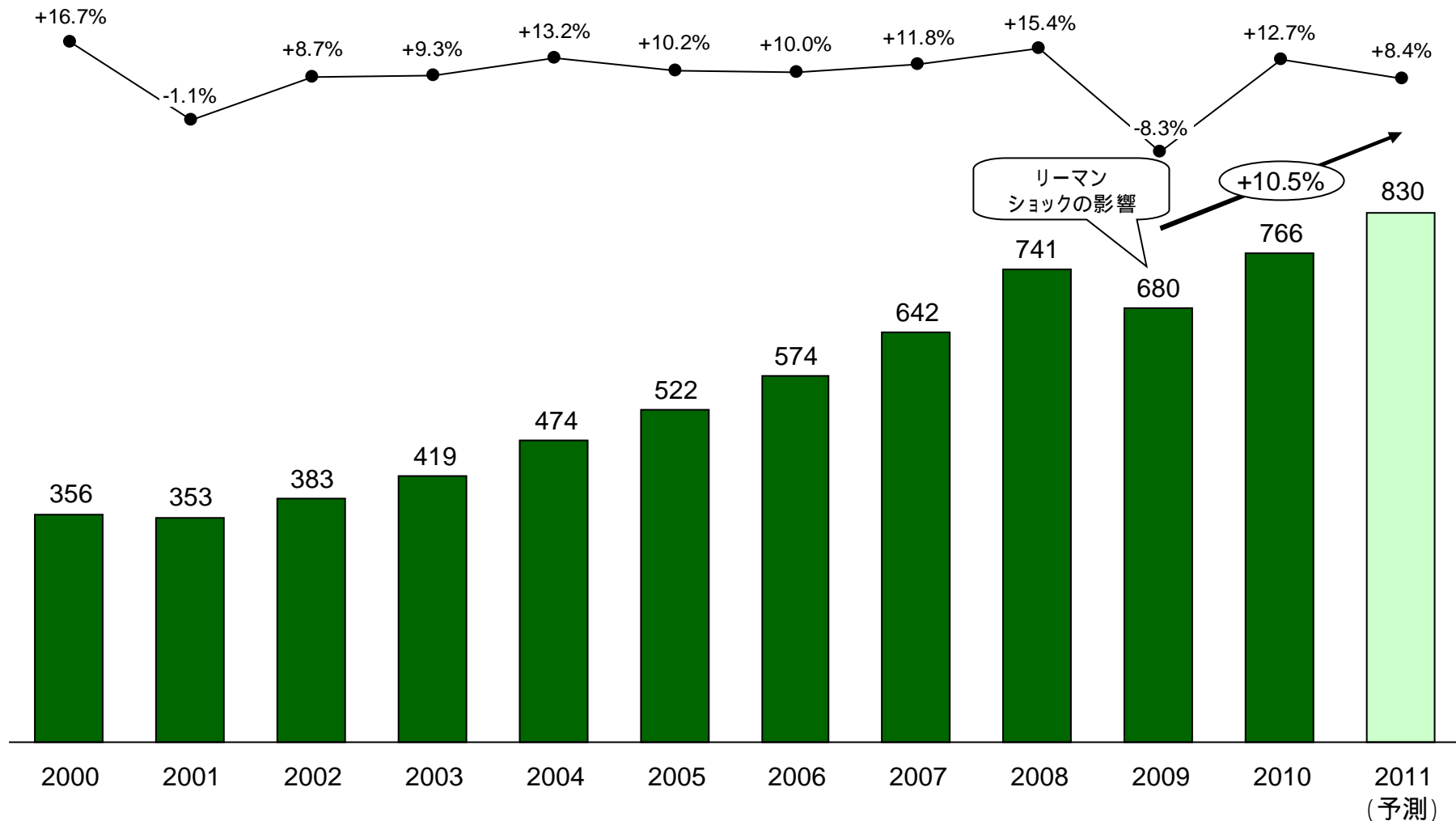
S&P信用格付け: A(長期)、B(短期)
Fitch格付け: BB+(長期)、B(短期)

出所: Jetro資料

マレーシアは高い経済成長が予測される成長市場

マレーシア:実質GDP推移及び昨対比

(十億リンギ)

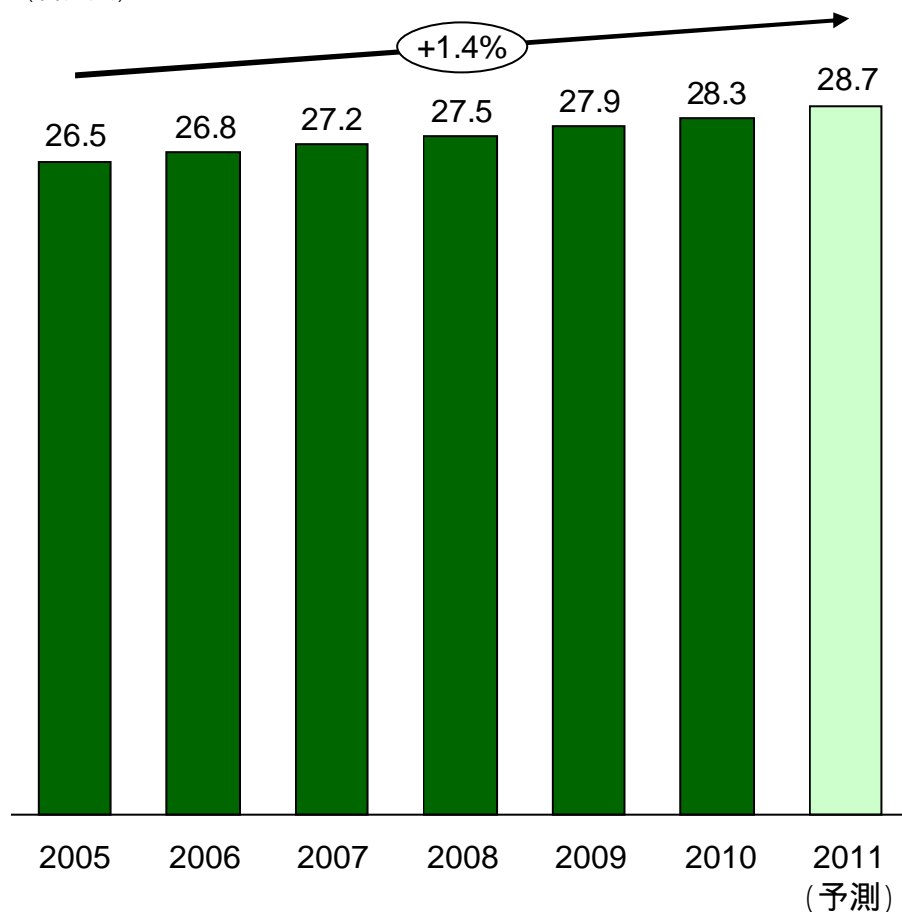


出所: IMF's World Economic Outlook Database, April 2011 Edition

人口は着実に伸びており、若年人口比率が高い

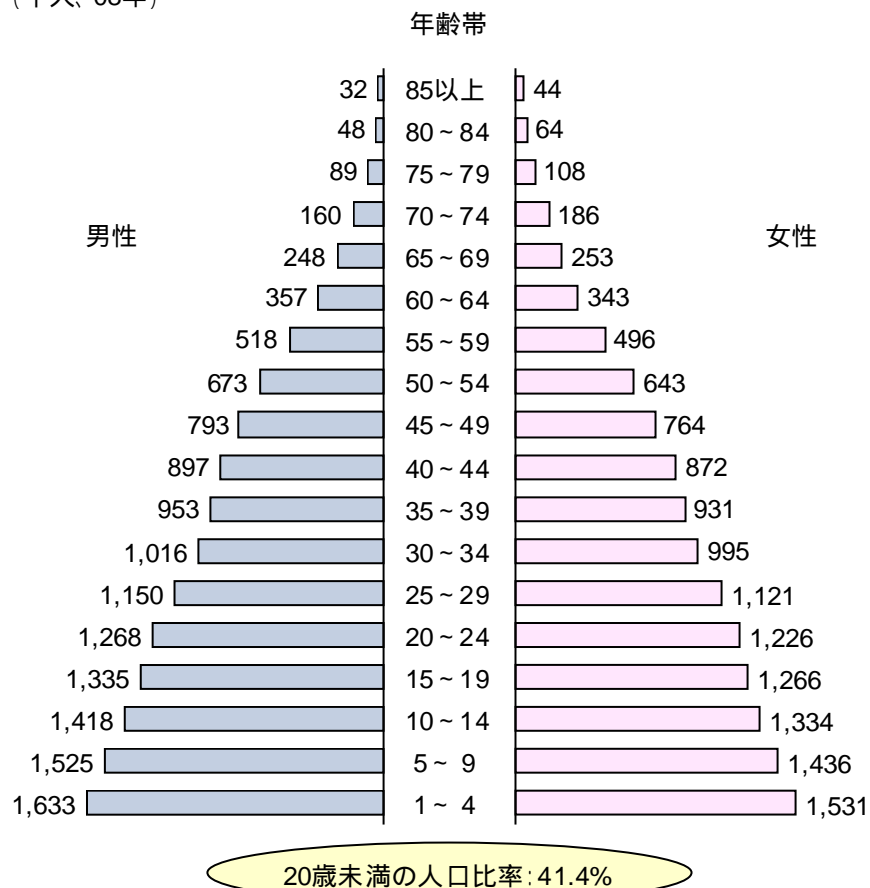
人口は年々伸びてきており、3,000万人に達する勢い

(百万人)



若年層比率は40%超と高い

(千人、08年)



国家政策として、2020年までに先進国を入りを目指す

マレーシアが掲げるビジョン2020およびその理念

■ ビジョン2020とは…

- 2020年までにマレーシアがあらゆる側面(経済、政治、社会、精神的、心理的、文化)において**先進国の仲間入りをする**ことを目標とした、30年にわたる展望を示したもの

■ ビジョン2020に基づく第十次計画が立脚する理念

- 1) 内発的かつ外向きに
- 2) 民族多様性の国際的活用
- 3) 専門化を通じた高所得国への転換
- 4) 生産力先導型の成長とイノベーションの発揮
- 5) 有能な人材の育成、誘引、保持
- 6) 機会均等の確保と弱者の保護
- 7) 集中的成長と全ての人々が恩恵を受ける開発
- 8) 効果的で円滑な連携の支援
- 9) 環境資源の価値評価
- 10) 競争力の高い団体としての政府

政府が掲げる具体的な目標

中所得国の罫からの脱却
(「高所得」、「国民全体の発展」及び「持続可能な発展」の達成)

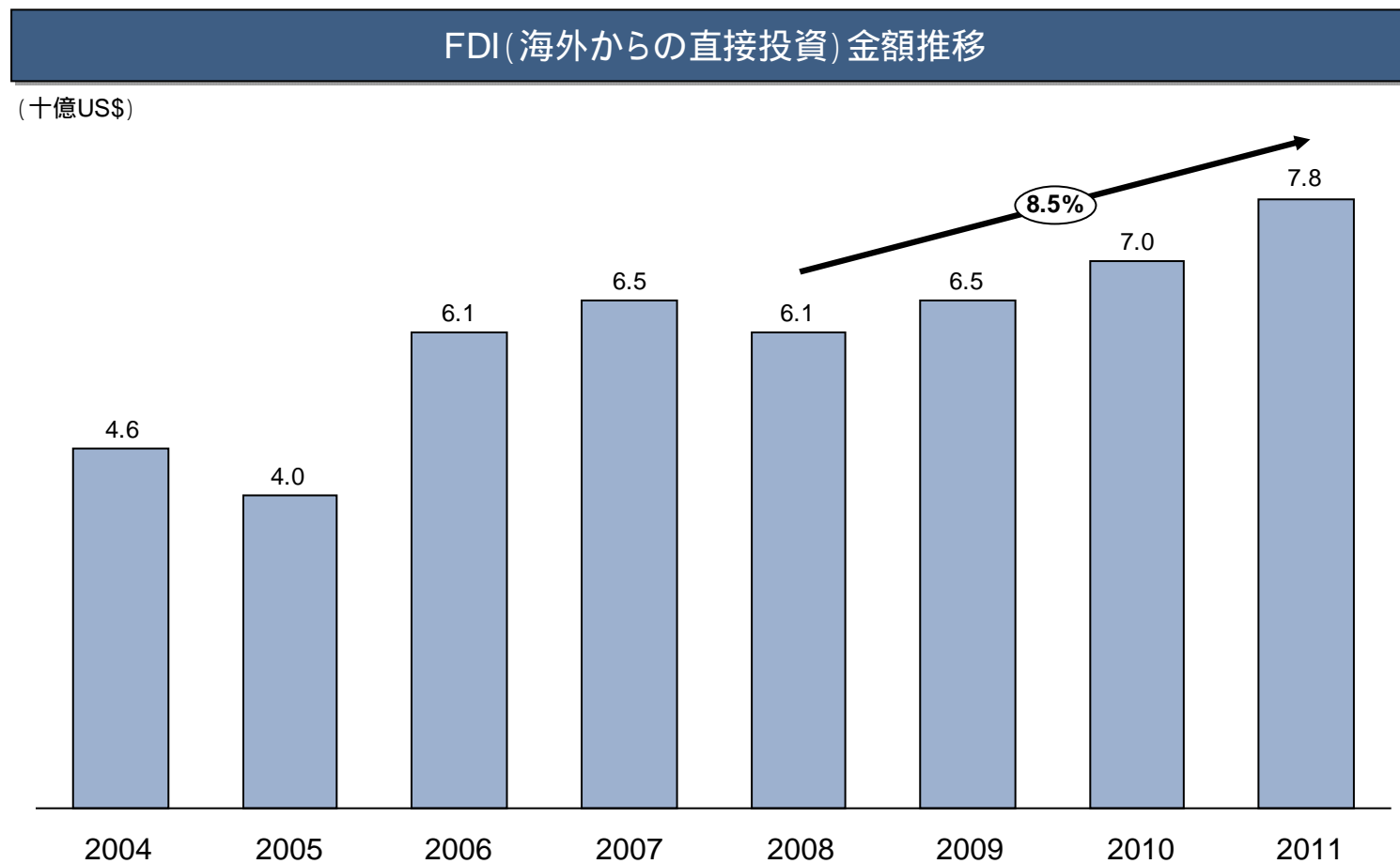
年率6%のGDP成長

民間投資の増加率年率12.8%

政府の財政赤字削減

⋮

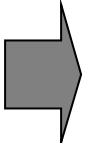
外国からの投資も活発になっており、世界から注目を集めている市場



出所: World investment prospects to 2011

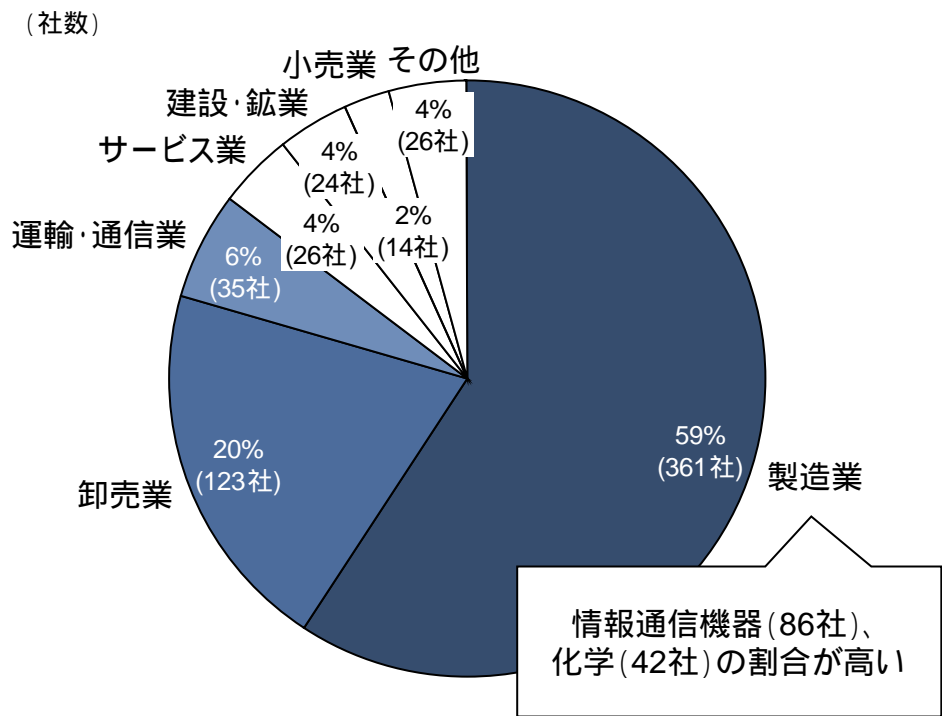
I. マレーシア市場の現状と今後の成長性

II. マレーシア進出の魅力と難しさ

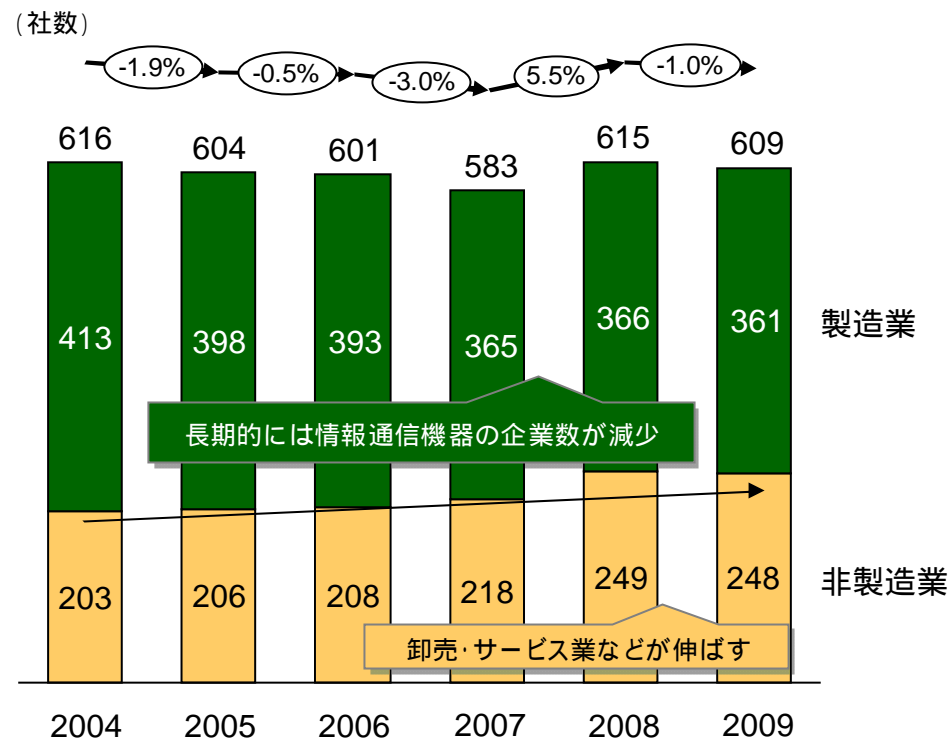
- 
- i. 生産拠点としてのマレーシア進出
 - ii. 消費マーケットとしてのマレーシア進出

マレーシアへは、2009年度末時点で609社の日系企業が進出している

マレーシア進出を行った日系企業の業種別構成



日系企業のマレーシア進出企業数推移



企業数で見ると、製造業が多いが、近年は非製造業の伸びが大きい

出所: 経済産業省 海外事業活動基本調査

海外子会社(日本側出資比率が10%以上の外国法人)と海外孫会社(日本側出資比率が50%超の海外子会社が50%超の出資を行っている外国法人、金融・保険業、不動産業を除く)

*「操業中」と回答した企業の集計

マレーシアは外資企業にとって、進出しやすい国の一つ

マレーシアはアジアの中でもビジネスを行いやすい国

Rankings on the ease of doing business(2011年)	
Rank	国/地域
1	シンガポール
2	香港
3	ニュージーランド
4	イギリス
5	米国
6	デンマーク
7	カナダ
8	ノルウェー
9	アイルランド
10	オーストラリア
11	サウジアラビア
12	グルジア
13	フィンランド
14	スウェーデン
15	アイスランド
16	韓国
17	エストニア
18	日本
19	タイ
20	モーリシャス
21	マレーシア
22	ドイツ
23	リトアニア
24	ラトビア
25	ベルギー

*参考: 台湾38位、ベトナム78位、中国79位、バングラデシュ107位
インドネシア121位、インド134位

Rankings on the ease of doing businessとは、世界銀行が9の指標
(事業立ち上げ、建設許可、登記、クレジット、税金、投資家保護、貿易、
契約の強制力、事業撤退)からビジネス環境を国ごとにランキングしたもの

英語を話せる人材も多く、コミュニケーションも容易

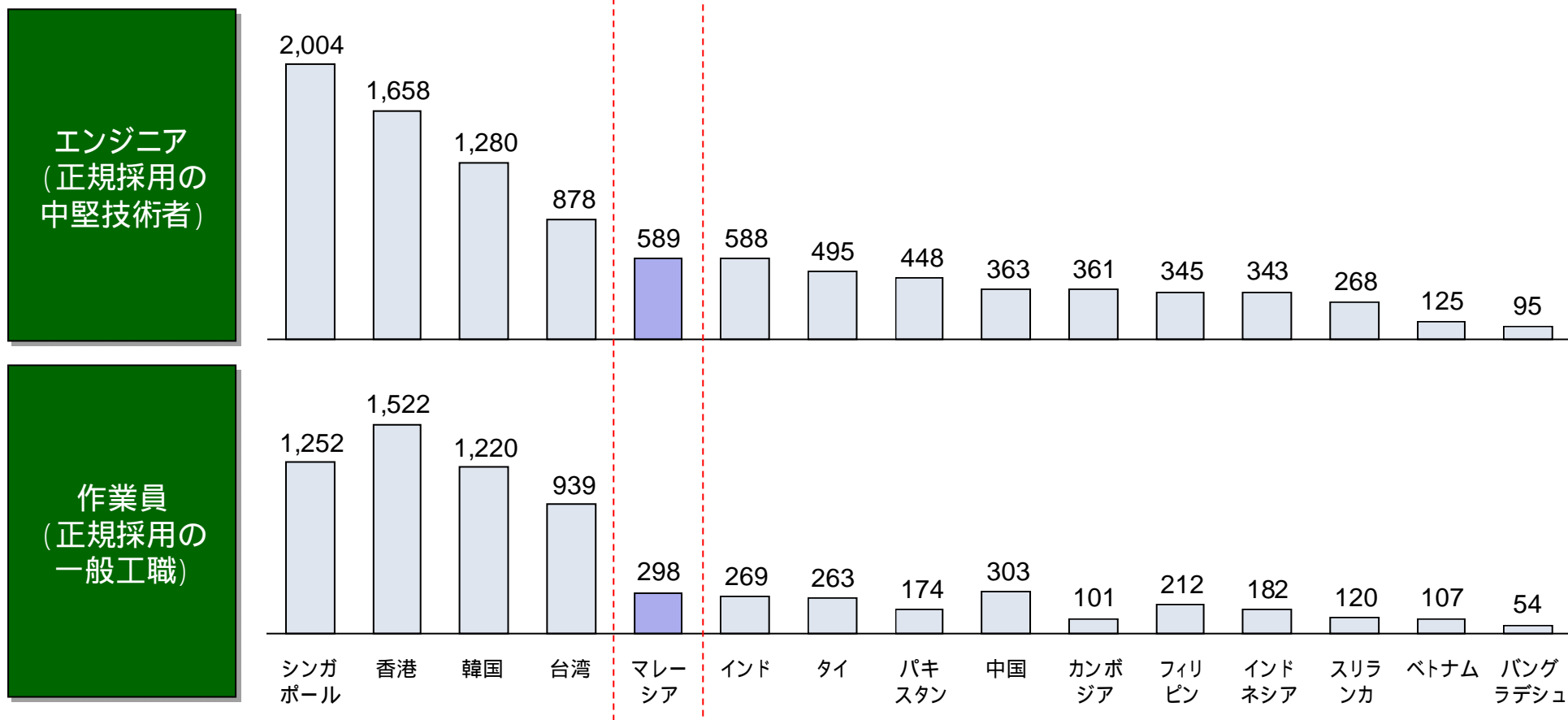
国旗	国名	各国の公用語
	インドネシア	インドネシア語
	タイ	タイ語
	マレーシア	マレー語・ 英語
	シンガポール	英語 ・中国語・マレー語・タミル語
	フィリピン	タガログ語・ 英語
	ベトナム	ベトナム語
	ミャンマー	ミャンマー語・ 英語
	カンボジア	カンボジア語

マレーシアは英語が公用語に指定されており、
英語を話せる人材層が厚い

ただし、マレーシアの人件費はアジアの中では決して安くない

製造業における人件費(基本月給)比較

(単位:米ドル)



2010年8月時点の調査結果

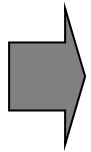
出所: 在アジア・オセアニア日系企業活動実態調査 (Jetro)

I. マレーシア市場の現状と今後の成長性

II. マレーシア進出の魅力と難しさ

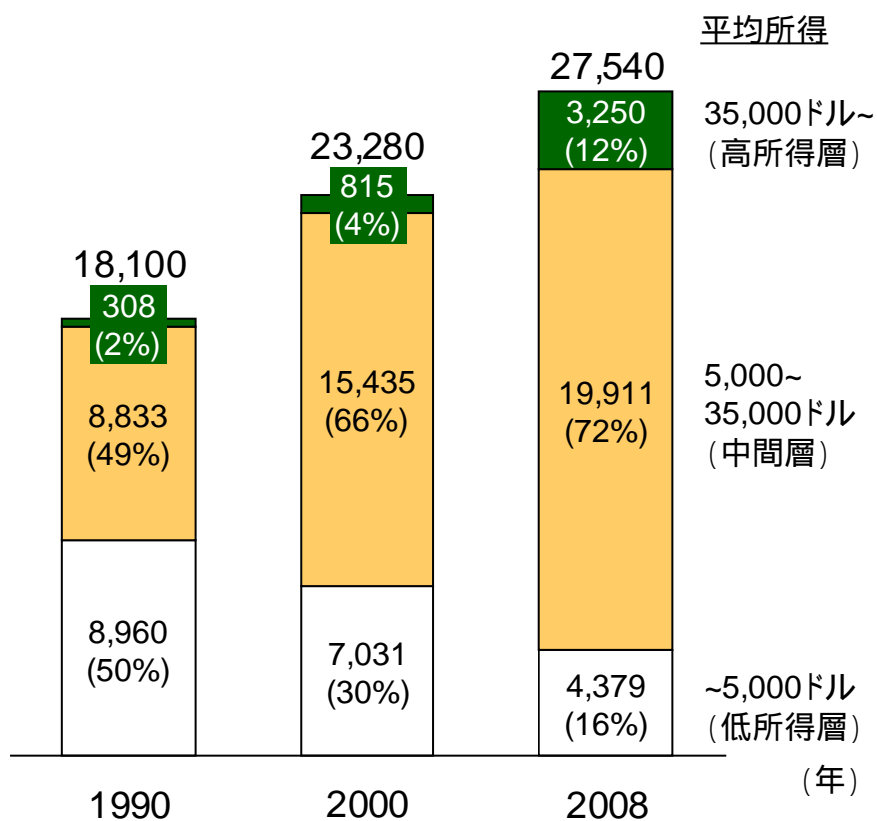
i. 生産拠点としてのマレーシア進出

ii. 消費マーケットとしてのマレーシア進出



中間層は増えてきており、購買力が上がってきている

所得水準別人口割合*(1990、2000、2008年)



今後予測される消費トレンド

- 自動車などの“買い替え”需要
 - 自動車の普及率は現在60%超と他のASEAN諸国より高い水準にあり、今後は買い替え需要が見込まれる

- ハイエンドな製品の普及
 - まだ普及率が少ない、エアコン、パソコンなどの普及が見込まれる

日本・韓国・台湾などの過去の事例から見ると、今後は上記のようなトレンドが予想される

中間層以上が8割を超えてくるため、
ハイエンドな商品の需要も見込まれる

出所: 所得水準別世帯割合よりP&E試算、Euromonitor
経済産業省の通商白書による中間層の定義を使用

購買力の向上に伴い、クアラルンプール市内には大型ショッピングモールが複数建設

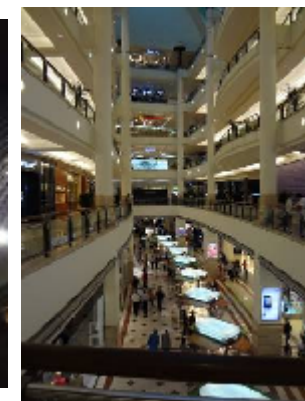
パビリオン(ブキッ・ビンタンエリア)



Lot10(ブキッ・ビンタンエリア)



スリア KLCC(KLCCエリア)



各ショッピングセンターには高級ブランド店や日本の飲食店など、多数のテナントが入居している

マレーシアはイスラム経済との関係も深い

アジア及び中東、北アフリカにはイスラム国家が広がる



- イスラム教徒は世界の全人口の20%以上を占める大きな市場

マレーシアにおけるイスラム経済との接点

- マレーシア政府はハラール食品産業など、イスラム経済のハブを目指している
- イスラム金融についてもアジアにおける中心地
 - 中東系のイスラム専門銀行が3行あり、積極的に展開
 - イスラム債発行の世界シェア50%
- イスラム教国であるため、中東企業が進出しやすい
 - 他国にとっては、中東資本との連携が行いやすい市場

日系企業にとって、マレーシアはイスラム市場への入り口になる

イスラム諸国に大きな影響力を持つ国際組織：OIC(イスラム協力機構)



OICの概要

正式名称	イスラム協力機構 (Organization of the Islamic Cooperation)
創立日	1969年9月25日
加盟国	<ul style="list-style-type: none"> •57カ国 •5カ国、8団体(国連等)のオブザーバー
目的	<ul style="list-style-type: none"> • イスラム世界の声の反映 • 国際平和と世界の人々の強調を促進するという精神の下、イスラム世界全体の利益を保護
特色	<ul style="list-style-type: none"> • 国連に次いで世界で2番目に大きい政府間組織 • 世界16億人のムスリムの大部分を代表 • イスラム諸国への強い影響力 • 加盟国の全てが途上国 • 多数決に依らない決議方法 • 産油国の強い影響力 (サウジアラビア、UAE、クウェート等) • トルコやマレーシアのような工業の発達した国も存在

マレーシアはOICの中でも有力国の一角である

OICの初代事務総長はマレーシア人	<p>アブドゥル・ラーマン氏 (マレーシア初代首相。ASEAN提唱者の1人で、OICの設立に尽力した。)</p> 
近年、マレーシアはOICにおいて重要な役割を担う	2003年 OIC首脳会合の議長国に就任
	Elyas Bin Omar 氏がOIC International Business Centreの初代議長に就任
	OIC首脳会合を主催
	2006年 OIC緊急首脳会議を主催
	2009年 トルコと共同でOIC向けハラル(イスラム教の戒律に則った)商品・サービスの標準化に関する枠組みの策定を開始

“イスラム諸国会議機構(OIC)メンバーとしてイスラム諸国との連帯を強化しつつ、穏健かつ経済的に成功したイスラム教国として存在感を高めている。” (外務省)

免責事項

本資料は当社で作成した資料の抄録版です。本資料は公表情報に基づいて作成しており、正確性・最新性など一切の事項に関して当社が保証をするものではありません。

また当資料に掲載している情報によって万一閲覧者が損害を被ったとしても当社は一切の責任を負いません。