ーコリドー（MSC）計画」に基づき外資系IT企業に付与される優遇措置や特典のこと。一定の要件を満たした企業は（1）最長10年間の法人税免除（2）知的人材の労働ビザ無制限発給（3）マルチメディア関連機器の輸入関税免除（4）外資規制の撤廃などの優遇措置を受けられる。このステータスを取得した同社はすでに現地で7人のスタッフを採用、今後は利益を生み出す体制の構築を急ぐ。

「研究開発を行うコストセンターから、製品の販売まで行うプロフィットセンターへいかに転換できるかが課題ですね。現地のシステムインテグレーターに当社製品の説明をしながら、現地に合った売り方を模索している最中です」

現地駐在経験を生かす

もちろん製造拠点として同国を活用する中小企業も多い。日本板硝子を定年退職後に、2枚以上のガラスを接着する「合わせガラス」を製造販売するヘラクレスガラス技研を設立した伊地知正樹社長が海外展開の第一歩として選択したのは、5年間の現地駐在経験があるマレーシアだった。

「会社を退職した直後に1年間。マレーシアのあるガラス加工会社をボランティアで技術指導したことがあります。その企業の経営者と親しくなり、彼が経営する会社に2009年に製造ライセンスを供与することにしました」

合わせガラスの製法は現在「フィルム合わせ」という手法が主流だが、同社は海外の化学メーカーに協力を依頼して開発した原材料「ヘラクレスウレタン樹脂」を使用した「樹脂合わせ」の合わせガラスを取り扱っている。フィルム合わせに比べ①設備投資額が少なくてすむ②省エネ製造③樹脂にさまざまな材料を加えることで高機能ガラスを製造できる――というメリットがあり、とくに防犯性や安全性の求められる建築物で防爆・防弾用に使われることが多いという。伊地知社長は今後の需要見込みについてこう話す。

「現在、マレーシアでは各国の大使館、領事館、ホテル、留置場などの公的建築物などでセキュリティーガラスの引き合いが多くなっています。大手ハウスメーカーがここ数年で、一戸建て住宅やマンション建設など相次ぎ東南アジアで大きなプロジェクトを進めていることもあり、今後も需要が高まることは間違いないでしょう」

（本誌・植松啓介）

◎特集――いまこそASEAN

▼インドネシア――五光発條

世界4位の人口で消費地としての魅力高まる

インドネシアの大きな魅力は、世界4位となる2億5000万人の人口を抱え、豊富な労働力・消費者層が存在するということ。就労人口は毎年2～300万人のペースで拡大しているうえ、賃金も比較的低水準だ。製造業の月額賃金はベトナムよりは高いものの、マレーシアやタイよりは低い。石油や天然ガス、石炭の豊富な埋蔵量があり、エネルギー自給率が高いのも製造業にとってはプラス評価だ。

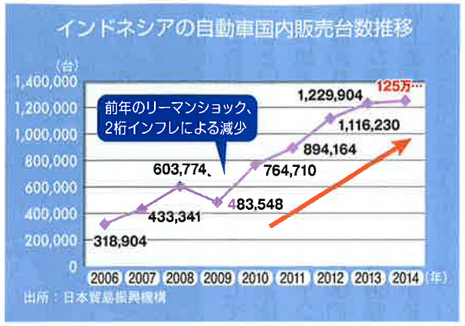
村井秀敏社長

こうした数々のメリットから日本企業の進出も相次いでおり、自動車等の耐久消費財はもちろん一般消費財の分野でも製造業の投資が加速、最近では飲食や教育、小売等サービス産業の進出も目立っているという。国別の直接投資額は2013年にはシンガポールを抜いてトップに躍り出ており、日系企業の数は総人口の6割を占めるジャワ島を中心に1400社を超えているとみられる。

五光発條（神奈川県横浜市）もこうしたインドネシアに進出を決断した企業の1社である。家電製品や事務機器、自動車向けばね製品を手がける同社はすでに1991年から海外での生産拠点構築に着手、今ではタイ3拠点、ベトナム1拠点を持つグローバル展開企業だが、ジャカルタ近郊の工業団地に昨年新工場を建設、現地スタッフの募集を終え2月から操業を開始した。アジア進出3カ国目をなぜインドネシアにしたのか。村井秀敏社長はその理由をこう語る。

「取引先から進出してくれという要望があり、フィリピンかインドネシアどちらにするか悩んでいたのです。しかし2012～2013年に現地で視察を行いすぐに『ここだ』と思いました。なんといってもその人口の多さに市場としての大きな可能性を感じたのです。自動車やバイク向けを中心として現地での強い需要は今後も続く見込みで、ベトナム拠点の売上高（約6億円）を3年以内に超える計画を立てています」

実際インドネシアは内需の堅調な伸びを背景に、安定的な経済成長を維持している。日本貿易振興機構（ジェトロ）海外調査部アジア大洋州課によると、2014年は5％に減速したものの、経済成長率は2017年には6％台後半～7％の成長を目指すペースで緩やかに回復する見込みだという。2020年には国民の7割超が中間所得層を形成するとの予測もあり、この市場規模は積極的な販路開拓を目指している経営者にとって抗しがたい魅力だろう。



圧倒的な日本車シェア

同社はもともとデジタルカメラやプリンターなど精密機器に使用するばねの生産に強みを持っていた。しかし大手メーカーが生産拠点を海外に移す一方、中小下請け企業に対するコスト削減要求が強まるなどものづくりの基盤が崩れつつある国内市場の行く末は厳しい。そこで同社は納入先の大手光学機器メーカーが海外移転したのをきっかけにタイに進出することを決断。その後ベトナムにも拠点を設立し、グローバルでの事業展開を積極的に進めてきた。しかも「中国やインドでビジネスする姿が思い浮かばない」とそのまなざしは終始東南アジアに向けられており、とりわけ今回のインドネシア工場新設には並々ならぬ決意を示している。そこには日本が得意とするある産業の存在があった。

「精密機械の機構部品には不可欠といってもよい金属製のばねですが、スマホに代表されるようにタッチパネルディスプレー全盛期に突入すれば、家電製品や事務機器向けに搭載されるばねの点数の削減は避けられないでしょう。ただしインドネシアで今後も確実に需要増が見込める自動車向けは別です。物価高を敬遠する日本企業もありますが、それは同時に所得水準の向上を意味します。今まで持っていなかった人が一度車を買えば、そう簡単に乗るのをやめることは考えづらく、買い換え需要も拡大するでしょう。また自社の経営努力ではどうにもできない為替変動などで赤字になってしまうリスクもできるだけ減らしたかった。そうした事柄を総合的に考え、日本車の需要増が見込めるうえその規模も大きなインドネシアへの進出を決めたのです」

インドネシアの2013年の自動車国内販売台数は123万台を記録しており、日本車シェアは95・5％と圧倒的な強さだ。2014年は121万台にとどまったが、「故障が少なく耐用年数が長いなど日本車への信頼感は高く、消費者のニーズにマッチした車作りも人気」（ジェトロアジア大洋州課）と需要の高さは変わらないとみられる。さらにインドネシア工業省は諸条件を達成した車（燃費が良く価格が安い「ローコスト・アンド・グリーンカー＝LCGC」）に対して税を減免する制度を導入しており、小排気量の高効率型車種に強い日本車の需要はさらに高まると予想されている。

ジェトロアジア大洋州課によると、インドネシアは「世界有数の親日国家」。就任したばかりのジョコ大統領も日本・インドネシア関係の重要性を強調しており、さらなる両国関係の発展に意欲を示しているという。自動車産業だけでなく、ハイテク産業や高付加価値産業、あるいは電力等のエネルギー分野、港湾や鉄道などのインフラ分野など、成長の可能性は無限に広がっている。

（本誌・植松啓介）