

フィリピン

投資国へと歩み出す

ジェトロ海外調査部アジア大洋州課 田中 麻理

フィリピンでは、国内市場向け産業を中心とする地場の大手企業グループが近年、欧米、中東、近隣アジア諸国などに積極的な対外投資を行っている。投資受け入れ国として語られることが多い同国だが、対外投資国としての可能性も無視できない規模になり始めた。

対外投資が加速

2016年には6.8%と高成長を達成したフィリピンは、今後も7%前後の成長が期待される。加えて豊富な労働力、高い英語力などが魅力となり、外国投資企業からの注目を集めるようになった。高成長を支えるのは旺盛な個人消費だ。15年には人口が1億人を超え、うち約1割に当たるOFW（海外就労フィリピン人）による本国送金額はGDPの1割を占める。こうしたOFWからの送金が、個人消費をさらに活気づかせている。

一方、タイやマレーシアなど周辺国と比べて比較的安価で豊富な労働力が、外国投資企業にとってのフィリピンの魅力とされ、日系企業は約1,500社が進出している。16年6月に発足したドゥテルテ政権は、外資規制の見直しやインフラ開発をはじめとする投資環境整備に力を入れるとしており、外国投資家の関心を集めている。このように投資受け入れ国としてのイ

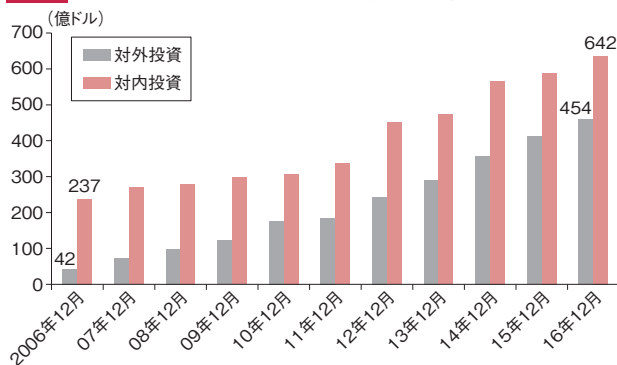
メージが強いフィリピンだが、近年、地場企業による対外直接投資も増加している。海外における経済統合の動きや在外フィリピン人の増加などにより、海外での商機が拡大していることがその要因と考えられる。同国の対外投資を概観し、改めて同国経済の特徴を浮き彫りにする。

フィリピン中央銀行によると、対内直接投資残高は16年12月時点で642億ドル、対外直接投資額は454億ドルとなっている。過去10年の推移を見ると、対内直接投資残高が常に対外直接投資額を上回っているが、06年との比較では、前者の2.7倍に対して後者は10.8倍と大幅に増大している。

フィリピン政府の統計では、対外投資の国別・業種別のデータが公開されていない。そのため、「フィナンシャル・タイムズ」紙の投資データベース（fDi Market）から、同国対外投資の傾向を見ることにする（同データベースは全投資案件を網羅しているわけではない）。03年1月から17年1月までの期間にあったフィリピン企業による対外投資案件は236件。案件数の多い投資先国を順に見ると、最も多いのは中国（28件）で全体の11.9%を占め、次いで米国（24件）、ベトナム（15件）、イタリア（12件）、タイ（11件）が続く。この他、東南アジア諸国ではインドネシア、マレーシア、ミャンマー、シンガポールも上位15カ国に入った。投資先国の傾向としては、地理的に近いアジア諸国のほか、英語が堪能なOFWが渡航する米国や中東などが多いといえる。

次に業種別に件数が多い順に見ると、金融、食品、飲料、不動産、ビジネスサービスなどが上位を占めた。また、上位投資先国別に業種を見ると、シンガポールを除いた東南アジア諸国への投資は、食品や日用品といった分野が多かった。食文化や経済水準などが比較的フィリピンに近いことが影響している。一方、欧米、

図 フィリピンの対外対内直接投資残高



出所：フィリピン中央銀行（BSP）

中東、日本向けの投資では、金融やビジネスサービスがほとんどを占めるといった特徴が見られた。

地場大手企業による投資が主

では、こうした対外投資はどのような企業が担っているのか。投資件数が多かった銀行、不動産、電力、小売り、外食などの業種で国内でも大きな存在感を示しているのが、フィリピンの大手企業グループである。中でも、特にいわゆるフィリピン華僑が興した企業が目立つ。これら地場の大手企業が、国内で得意とする内需対応型産業において海外進出を果たしているというのが実態だ。海外進出に積極的な、主な企業グループの動きを見ると――。

まずは不動産分野。フィリピン財閥として有名なアヤラグループと SM グループの案件が多い。両者とも国内では不動産開発やショッピングモール運営のほか、近年はインフラ開発なども手掛ける、フィリピンでも 1、2 位を争う企業グループだ。アヤラグループは、米国、香港、中東などの高所得国に、フィリピンの不動産を販売するためのセールスオフィスを設立している。今後は東南アジア地域でのショッピングモールや住宅開発を視野に入れる。これに対し SM グループは、01 年以降、中国福建省アモイ市のショッピングモール建設を皮切りに、中国各地に「SM シティー」と呼ばれるショッピングモールを 7 カ所建設し、運営している。16 年 12 月に天津市にオープンした SM シティーは、床面積でアジア最大規模のショッピングモールだという。同社ウェブサイトによれば、17 年以降も国内外でショッピングモール開発を加速していく方針だ。

食品・飲料・外食分野では、多くのフィリピン企業が広範な海外展開を行っている。飲料大手のサンミゲルは、近隣国の中国、タイ、ベトナム、インドネシアなどに事業展開している。「Oishi」ブランドで有名な菓子大手のリワイワイは、中国、ベトナム、タイ、インドネシア、カンボジア、ミャンマー、インドなどに製造拠点を持つ。同社はアジア地域を中心に輸出を行い、販売が好調な国や地域に積極的に進出し工場を建設している。食品・飲料分野における対外投資は、食文化や生活水準が比較的フィリピンに近いアジア諸国向けが多いようだ。

一方、外食大手のジョリビー・フーズの海外展開は、



昼夜問わず混み合う「ジョリビー」の店内

OFW が鍵を握る。赤いミツバチをモデルにしたマスコットキャラクターが目印の、同社ファストフードチェーン「ジョリビー」は、15 年末時点で、国内で 915 店舗、海外では 140 店舗を展開している。進出先国は、米国、サウジアラビア、カタール、クウェート、アラブ首長国連邦、バーレーン、シンガポール、ベトナム、ブルネイ、香港の 10 カ国・地域だ。これらの国・地域に居住するフィリピン人は、計 630 万人に上る。「ジョリビー」はフィリピンの国民食提供店ともいわれる。中でもフライドチキンは、同国民が好む甘い味付けで、主食のご飯とのセットは OFW にとっては“ふるさとの味”として人気が根強い。ジョリビー・フーズのウェブサイトによれば、今後、OFW が多く居住する欧州や日本への出店も検討しているという。報道によると、欧州 1 号店はイタリアの予定だ。

他方、OFW が多い国・地域では本国送金の需要も大きい。そのため銀行の進出も目立っている。フィリピンの大手企業グループ傘下の銀行を中心に、欧米、中東などの各国・地域には、フィリピン系銀行の支店が設立されている。

こうした事例から見てきたフィリピン企業による対外投資の特徴を以下にまとめてみる。

進出先国・地域については、華僑・華人ネットワークがある中国などの近隣アジア諸国が中心で、OFW が多い欧米や中東諸国、香港なども多かった。対外投資の担い手については内需対応型の大手地場企業、ということになる。好調な国内経済を背景に、成長著しい地場大手企業と、華人や OFW ネットワークが有機的に結び付き、それを最大限生かしつつ海外で商機を生み出している。さらなる拡大が予想されることから、今後もフィリピン企業の動きから目が離せない。 