

# 中東

## Middle East

### 関係強化の時は来たり

ジェトロ海外調査部中東アフリカ課 若林 利昭

中東・北アフリカ（MENA）は、経済・社会両面で大きな変化に直面している。だが、旺盛な消費意欲は健在で、引き続き魅力的な市場であることには変わりはない。そんな中、この MENA との包括的な関係構築に向けて、安倍首相が中東諸国を相次いで訪問。官民が連携し、MENA 地域の成長市場を取り込む時機が到来しているといえそうだ。

#### 二極化と不安定化

過日、湾岸地域出張時にトランジットで立ち寄ったアラブ首長国連邦（UAE）のドバイ国際空港で、この地の魅力である「多様性」にあらためて気付かされた。国籍、年齢、性別問わず出発ロビーには人があふれ、早朝にもかかわらずブランドショップはにぎわっていた。ファストフード店では席の確保が難しいほど。カタールでは、ネパール人のタクシー運転手が「カタールは成長中のこれからの国」と興奮気味に語り、出国審査のカタール人女性職員は、「出入国者が多くて毎日大忙しよ」とほほ笑んだ。2000年代半ば以降、安定したエネルギー収入の恩恵を享受したこの地域は好調な経済成長を遂げた。“人”が集まる新興地域としてわが世の春を謳歌<sup>おうか</sup>してきた。ところが10年代に入り、事態は大きく変化しつつある。変化のキーワードは「二極化」と「不安定化」の二つだ。

MENA では、11年と12年に特に経済面での二極化が鮮明となった。同地域の00年から07年の実質GDP（国内総生産）成長率（平均、IMF）は5.9%。産油・産ガス国で構成される湾岸協力会議（GCC）諸国は6.1%、一方、石油

輸入諸国（トルコとイスラエルは対象外）は5.0%—という具合に域内全体が高成長を記録した。しかし域内の複数国で長期政権が崩壊した11年は、GCC諸国が7.9%、一方の石油輸入諸国は1.6%と急減速。12年も前者の高成長（6.0%）と後者の低成長（1.9%）という傾向が続いた<sup>注</sup>。

「不安定化」は、10年末ごろから各地に広まった民主化運動の波によって顕在化した。13年7月、エジプトでは事実上のクーデターが発生、暫定政権が運営を担う。イランの新大統領は核開発の継続を表明。2年半以上内戦状態にあるシリアでは、死者・難民が増加の一途をたどる。既に沈静化しているが、トルコ、サウジアラビアだけでなく、バーレーン、クウェート、オマーンなどGCC諸国にもデモは波及した。

こうした「二極化」と「不安定化」という状況は、MENA市場の魅力が奪いつつあるのか。答えは「No」である。この地域の魅力の根拠は、「人口」「消費」「所得」にある。

#### MENA市場の魅力とは

国連によると、MENA（IMF定義からジブチ、モーリタニアを除きトルコ、イスラエル、パレスチナ、西サハラを加えた地域）の12年の人口は5億639万人。堅調な経済成長を続けるASEANの6億1,042万人を視野に入れる。54年にはMENA 7億9,215万人（世界人口の8.2%）、ASEAN 7億9,048万人と、逆転が予測されている。

次が消費と所得だ。この地域の家計消費支出は、GDPの半分程度（国連、11年）を占める。「消



好評だった北海道産「らいでんメロン」

費」が旺盛なことも、MENA 地域の特徴だ。家計消費支出の規模（国連、12年）は ASEAN を上回り、リーマン・ショックが発生した 08 年までは、中国のそれをも上回っていた。国別可処分所得を見よう。ユーロモニターによれば 1 万 5,000 ドル以上の世帯数を比較すると、トルコはインドネシアを、イランとサウジアラビアはタイとマレーシアを、エジプトとイスラエルと UAE はシンガポールを上回っている（12年）。経済成長に伴い、自由に使えるお金を持つ市民の数が増え市場が拡大。MENA 地域は持続的に拡大する可能性を秘めた市場といえそうだ。

ところで、日本は MENA 市場を取り込めているのか。MENA（IMF 定義から、ジブチ、モリタニアを除きトルコ、イスラエルを加えた地域）の輸入額は、リーマン・ショックで落ち込んだ 09 年を底に 10 年以降毎年増加している。12 年は前年比 7.4% 増の 1 兆 2,313 億 1,000 万ドル（ASEAN は、1 兆 2,360 億 100 万ドル）に達した。だが輸入相手先としての日本の存在感は小さい。12 年の各国統計によると、中国からの輸入（1,239 億 2,479 万ドル）は日本（337 億 7,030 万ドル）の 3 倍以上、韓国からの輸入（411 億 5,281 万ドル）も日本を上回った。この地域の対日輸入品目は、自動車をはじめとした機械類に偏っており、日本企業がさらに市場を開拓しようとするれば、輸出品目を多様化していくことが今後の検討課題だろう。

## トップセールスが追い風

どんな分野を目指せばよいのか。そのヒントを日本政府の動きから探ってみよう。


政府は 13 年 6 月に閣議決定した「日本再興戦略 - JAPAN is BACK -」の中で、コンテンツや日本食、医療システムなどが圧倒的な競争力を有するにもかかわらず世界市場への参入が遅れていると指摘。トップセールスを含め官民一体で戦略的に市場を獲得するとの方針を打ち出した。中東地域については、「有望分野を絞り、当該分野で一定のシェア・存在感を獲得することを目指す」「20 年までに『輸出額および現地法人売上高』の 11 年比 2 倍を目指す」という目標を掲げる。

現にこの閣議決定の前後に安倍首相は、4~5 月にかけて、サウジアラビア、UAE、トルコを、8 月にバ

レーン、クウェート、カタールを歴訪した。トルコとは「戦略的パートナーシップの構築」を、その他諸国とはあらゆる分野における「包括的パートナーシップ強化」に関する共同声明を発表した。政治、安全保障などと並び、「医療」協力、「食」文化の相互理解の促進などもうたわれた。

うち「医療」分野では、官民一体で医療サービスや医療機器の海外展開を推進するメディカル・エクセレンス・ジャパン（MEJ）を活用し、日本の医療技術・サービスの国際展開を推進する。日本の医療拠点で 20 年までに 10 カ所程度創設、30 年までに 5 兆円の市場規模を目指すとしている。同技術・サービスの国際展開に関する取り組みを関係府省庁が連携して推進する医療国際展開タスクフォースによれば、MENA では UAE（先端医療研究センター）で案件組成中、カタール（再生医療・細胞シートセンター）で案件検討中であり、さらに 13 年秋以降イラク、クウェート、サウジアラビア、トルコでの案件も検討する予定だ。高い医療レベルの技術・サービスを官民一体で MENA に売り込む素地が固まりつつある。

「食」関連では、20 年に農林水産物・食品の輸出額を、現在の 4,500 億円から 1 兆円に増やすことを目指す。農林水産省は 8 月に「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」を発表。「中東」は重点地域の一つである。調味料類、レトルト食品類、米菓、青果物、牛肉（UAE のみ）の輸出先の新興市場に位置付けられている。安倍首相の中東歴訪中にも、マグロ、牛肉、果物などの日本食が振る舞われ各地で好評を得た。

MENA には高度医療の導入から 1 次医療機関の拡充という需要が存在する。また豊かな食生活を求めるとともに健康志向の意識も芽生え、食への関心も高まっている。“売れる”商品を持ちながら、MENA の需要を十分に取り込めていなかったとすれば、今般の“トップセールス”は、「日本企業は自信を持って、MENA 市場を開拓していこう」という力強いメッセージだろう。多様化する MENA には未開拓の需要が眠る。MENA との包括的な関係強化への追い風が吹く今、ビジネス関係拡大と多様化に向けた絶好の機会が到来しているのではないだろうか。 

注：13、14 年は GCC 諸国の成長の鈍化（4.0%、4.0%）と石油輸入諸国の回復（2.7%、3.7%）が予測されている。