

平成 24 年度 エマージング等市場対策事業  
エマージング市場委員会 報告書

# ミャンマーにおける機械産業の市場環境と 日系企業の事業機会

平成 25 年 3 月  
日本機械輸出組合

## はしがき

平成 24 年度の日本機械輸出組合エマージング市場委員会では、ミャンマー市場について、欧米の経済制裁緩和、約 6 千万人の人口を抱える市場の潜在性、豊富でコスト優位のある人的資源等に着目し、消費・生産の両面から我が国企業の事業機会について、(株)大和総研に委託調査を実施することとした。

同国は 2010 年の総選挙以来、軍政から民政への政権交代、テイン・セイン大統領による民主化路線の政治・経済改革、それを受けての欧米による経済制裁緩和と大きな変革の最中にある。2012 年だけでも輸出第一主義の緩和、多重為替の一本化、外国投資法の改正など、各種法制度が変更しており、投資・事業環境は少しずつながら改善している。家電市場においては、日系メーカーが既にシェアを確保していること、所得増加により購買力を増しつつあることなど、ミャンマー市場に魅力がある。一方、電力不足など製造面の課題や、脆弱な国内物流など販売面の課題がある。日系企業の進出事例が少ない中、どのように課題を解決すべきか、上記メリット・デメリットを総合的に如何に判断すべきか、難しいポイントであろう。

ミャンマーの情報が周辺国と比べて少ないことも悩ましい点である。同国の統計情報が限られていることに加え、軍政時代のミャンマーが注目されてこなかったことがその背景にある。さらに、急速な変革の最中にあることから、変化とその影響を注視する必要もある。このような状況の中、投資・事業環境を整理し、日系企業の成功のための対応策を考察すべく、日系企業および現地企業へのヒアリングを含めた調査を実施した。

本報告書では、ミャンマー市場について以下の 4 つの視点から調査・分析を行っている。

- (1) ミャンマー市場の概要  
人口、貿易動向、対内直接投資、産業動向、内政、外交、少数民族問題
- (2) 投資・事業環境分析  
外国投資法と会社設立、税制、金融、労働、貿易制度、インフラ・物流、協業・競合企業
- (3) ミャンマー人の生活実態  
所得、家計消費、物価、電化率、耐久消費財の普及率
- (4) 家電市場の概要と事業戦略分析  
価格、成長性、シェア、商流、代理店の活用、市場開拓に向けた対応策、企業形態

本報告書が今後の同国における我が国機械関連企業の事業戦略の一助となれば幸いである。

平成 25 年 3 月

日本機械輸出組合  
エマージング市場委員会  
委員長 奥住 直明

## 目 次

要旨 .....	4
1. ミャンマー市場の概要 .....	12
1.1. 基礎情報 .....	12
1.1.1. 地勢及び気候 .....	13
1.1.2. 人口 .....	14
1.2. 経済情勢 .....	18
1.2.1. 経済成長率 .....	18
1.2.2. 貿易収支 .....	20
1.2.3. 対内直接投資 .....	23
1.2.4. 産業動向 .....	24
1.3. 政治情勢 .....	30
1.3.1. 政治体制 .....	30
1.3.2. 内政の現状 .....	34
1.3.3. 欧米諸国との関係 .....	36
1.3.4. 周辺諸国との関係 .....	38
1.3.5. 少数民族問題 .....	45
2. ミャンマーの投資・事業環境分析 .....	50
2.1. 投資法制度と会社設立 .....	50
2.1.1. ミャンマー外国投資法 .....	50
2.1.2. ミャンマー経済特区法 .....	52
2.1.3. 外資規制 .....	53
2.1.4. 外国資本の進出形態 .....	56
2.1.5. 会社設立のフロー .....	56
2.2. 各種法制度と労働事情 .....	58
2.2.1. 税制 .....	58
2.2.2. 金融 .....	61
2.2.3. 労働 .....	64
2.2.4. 貿易関連制度 .....	71
2.2.5. 知的財産の保護 .....	80
2.3. インフラ・物流 .....	81
2.3.1. インフラ事情 .....	81
2.3.2. インフラ計画 .....	86
2.3.3. 物流事情 .....	92
2.3.4. 工業団地事情 .....	95

2.4. 競合・協業企業の検討.....	96
2.4.1. 国有企業と民営化.....	97
2.4.2. 財閥.....	98
2.4.3. 民間製造業.....	98
2.4.4. その他民間企業.....	102
2.5. 製造拠点としての魅力と課題.....	103
(コラム) ヤンゴンの治安は東京よりも良い? .....	105
3. ミャンマー人の生活実態.....	106
3.1. 所得水準.....	106
3.2. 家計の消費内訳.....	108
3.3. 消費者の地理的分布.....	109
3.4. 物価水準.....	111
3.5. 電化率.....	113
3.6. 耐久消費財の世帯普及率.....	114
(コラム) 休日の過ごし方.....	116
(コラム) 外国文化の流入.....	117
4. 家電市場調査.....	119
4.1. 市場概況.....	119
4.1.1. 販売台数.....	119
4.1.2. 価格.....	120
4.1.3. 市場の成長性.....	120
4.1.4. ブランドシェア.....	123
4.1.5. 製品の購入場所.....	125
4.1.6. 商流と代理店の強み.....	127
4.1.7. 決済手段.....	128
4.2. 事業戦略分析.....	128
4.2.1. 代理店の活用.....	128
4.2.2. ビジネス戦略分析.....	130
4.2.3. ミャンマー市場開拓に向けた対応策.....	131
4.2.4. 事業戦略と企業形態.....	132
(コラム) 自動車価格と売れ筋.....	134
(コラム) 電力インフラ計画と発電機市場.....	135
(コラム) 医療事情と医療機器市場.....	136
5. 総括.....	138
補足資料.....	142