

なぜEVやESGが世界的に失速する中、東南アジアではイノベーションが起きているのか？

EVとESGの世界的な失速

米国における2023年のEV普及率は約7.6%と、税額控除や規制導入などによる支援策を背景に前年比で増加したものの、予想されていた伸びを大幅に下回る結果となった。政府の補助金によって急成長した中国のEV産業においても、2019年には約500社の登録があったEVメーカーが、景気低迷と競争激化により現在はその半以下にまで淘汰されている。

また、ESGに関してもグローバルな熱意は薄れつつある。特にヨーロッパでは企業によるESG報告の質に対する批判が高まっており、形式的な取り組みが増えていることが指摘されている。

ローカル課題解決型の東南アジアにおけるイノベーション

一方ベトナムでは、Vinグループが展開する複数のスマートシティにおいて、消費者向けにEVを販売するだけでなく、品質の低い公共交通やタクシーをEVに置き換えることで一気に普及させる戦略が取られている。また、2022年時点でEV登録台数が約1,300台だったラオスでは、政府の支援と国際協力により2023年だけで約2,600台のEVが販売された。もともとの自動車普及率の低さ、深刻なガソリン不足、豊富な再生可能エネルギー資源を活用した電力コストの低さなども大きな原動力となっている。

モジュール化が進み製造に必要なパーツ数が大幅に減っているEVの拡販では、グローバルに売っていくよりローカルニーズに応えることが重要となっている。なお、ある国がEVに適しているかどうかは、その国のエネルギーミックスに依存する点を補足しておく。

「創造的統合」による東南アジアでのイノベーション

イノベーションは「創造的破壊」ともいわれ、それまでにあったものを破壊して新たなものを創り出すことだと思われがちだ。実際日本の地方都市では、個人経営店が姿を消し、外食・コンビニチェーンに置き換わっている。結果、社会に存在していた地域コミュニティが破壊されてしまった。

しかし東南アジアでは、デジタル技術の進歩により昔ながらの個人経営店が活性化している。消費者がスマホアプリで商品を注文すればバイクタクシーの運転手が店から家に届けてくれ、店はB2B向けのEコマースで発注も可能だ。デジタル技術を活用し、店やバイクタクシー、消費者を有機的につなげたのだ。

デジタル革命によって個人で実現できることの幅が圧倒的に広がった今の時代には、全世界を相手にするのではなく、より近くの市場で最適なサービスを提供することが大きな意味を持つ。そして、すでに世の中にある技術やサービスを活用し、人や組織が持つ機能を拡張することによって生まれる「創造的統合」型イノベーションは、持続可能な社会へのカギを握っている。



執筆者紹介

株式会社経営共創基盤 (IGPI) 共同経営者
IGPI シンガポール取締役 CEO
坂田 幸樹 Kohki Sakata

シンガポールを拠点として政府機関、グローバル企業、東南アジア企業に対するコンサルティングやM&Aアドバイザリー業務に従事。早稲田大学政治経済学部卒、IEビジネススクール経営学修士 (MBA)
近著に『機能拡張』(クロスメディア・パブリッシング)がある。

IGPIシンガポールについて

株式会社 経営共創基盤 Industrial Growth Platform, Inc. (IGPI) は東京に本社を置き、長期的・持続的な企業価値・事業価値の向上を目的とした『常駐協業(ハンズオン)型成長支援』を軸に、企業や事業の様々な発展段階における経営支援を実施しております。シンガポールでは2013年に設立以来、日本企業に加え、東南アジア各国の政府機関やスタートアップ企業など数多くのクライアントとの長期的な信頼関係を構築してまいりました。 [✉ info_singapore@igpi.co.jp](mailto:info_singapore@igpi.co.jp)

主な支援テーマ

- グローバル拡大
- 新規事業開発・オープンイノベーション
- 海外子会社の収益改善
- 地域統括拠点の機能強化
- 現地パートナーの探索・提携
- クロスボーダー M&A