

福岡・九州のアジアビジネス戦略 「アジアにおける福岡ビジネス圏の形成に向けて」

本 編



U R C
Fukuoka Asian
Urban Research Center

2012年3月

2011年度 (財)福岡アジア都市研究所 (URC) 研究報告書

福岡・九州のアジアビジネス戦略 「アジアにおける福岡ビジネス圏の形成に向けて」

本 編

2012年3月

目 次

巻頭言. 都市“福岡”からのアジアビジネスの展開を……………	1
(財) 福岡アジア都市研究所 顧問 樗木 武	
序章. 東アジア経済の変化と「福岡アジアビジネス圏」形成の意義……………	9
(財) 福岡アジア都市研究所 特別研究員 岡田 允	
1. はじめに	
2. 東アジア発展の基礎としての工業化の到達点	
3. 3つの経済予測が示した東アジアの基本問題	
4. 東アジアの地域的特長 ～メガ・シティの集中～	
5. 「福岡アジアビジネス圏」形成の意義	
6. 「福岡アジアビジネス圏」形成のための基礎的課題	
第Ⅰ章. 福岡・九州とアジアの人流、観光……………	35
ー福岡・九州のアジアインバウンド戦略ー	
(財) 福岡アジア都市研究所 研究主査 新井 直樹	
1. はじめに	
2. わが国と福岡・九州におけるアジアインバウンドの動向	
3. 福岡・九州におけるアジアインバウンド旅行者調査からの考察	
4. 福岡・九州のアジアインバウンド戦略の課題と展望	
5. 韓国・済州島の中国インバウンド戦略	
6. おわりに	
第Ⅱ章. 福岡・九州とアジアの物流……………	62
ー国際ロジスティクスマネジメントの視点からみた福岡・九州の役割ー	
(公財) 鉄道総合技術研究所 主任研究員 厲 国権	
1. はじめに	
2. 国際経済産業の変化と国際ロジスティクスマネジメントにおける新たな課題	
3. 東アジア地域における日中間国際ロジスティクスの基本状況	
4. 東アジアビジネス圏の経済発展と輸送システム	
5. 東アジアビジネス圏における新しい日中間貨物輸送システムの構築	

6. 福岡・九州の役割を果たすための課題

7. まとめ

第三章. 福岡・九州からアジアへの企業進出……………88

—福岡・九州企業のグローバル展開と地域—

(財)九州経済調査協会 事業開発部長 八尋 和郎

1. はじめに

2. 地域からの海外進出、再び増加へ

3. 海外進出の日本・地域への影響

4. 多様化する海外進出国

5. 海外進出支援体制も強化へ

6. 海外展開の遅れ ～アジアの活力取り込み不十分～

7. 地域からの海外進出の課題と戦略

8. おわりに

第四章. アジアから福岡への企業誘致……………105

- 福岡市のアジア企業誘致体制構築への提言 -

(財)福岡アジア都市研究所 研究主査 天野 宏欣

1. はじめに

2. アジア諸国の対外直接投資動向

3. 日本に進出しているアジア企業の分析

4. 福岡市に戦略的に誘致すべき企業群とファースト・コンタクトからの示唆

5. 福岡市への提言

6. おわりに

第五章. 福岡・九州とアジアにおける農業ビジネスの展開……………129

中村学園大学学長・教授 甲斐 諭

1. はじめに

2. 農業の現状と今後の課題 ～全国・福岡県・福岡市～

3. 「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」が目指す農業構造

4. 九州のアグリビジネスのグローバル活動による競争力強化

5. 中国に移転されたアグリビジネスの競争力

6. ベトナムの拡大するコメ輸出余力

7. 福岡市における都市型農業の3つの展開方向～市場流通、輸出、産直～
8. むすび

第VI章. 福岡・九州における医療観光展開の可能性……………155

ー医療ツーリズム 中国市場実証分析をもとにー

山口大学大学院経済学研究科教授 羽生 正宗

1. はじめに
2. 中国の富裕層に照準
3. 中国消費者実態調査分析
4. 中国の一般消費者における医療観光の浸透状況
5. 日本意向者分析
6. 医療ツーリズム実施意向度と実施理由の相関関係(重回帰分析)
7. 福岡・九州における医療ツーリズム 導入・拡大の兆し
8. おわりに 福岡・九州における医療ツーリズムの可能性

本報告書のテーマ、「福岡・九州のアジアビジネス戦略」を調査研究の対象とするに当っては、分野、内容が多岐に渡るため、(財)福岡アジア都市研究所の研究員のみならず、外部の専門家、有識者を委員とした「アジアにおける福岡ビジネス圏の形成に向けて」研究会を立ち上げ、各専門分野の担当者・委員が、研究会の報告をもとに、本報告書の担当章を執筆した。研究会、研究体制の詳細については以下の通りである。

(財)福岡アジア都市研究所

「アジアにおける福岡ビジネス圏の形成に向けて」研究会

研究体制

研究会座長

樗木 武 (財)福岡アジア都市研究所顧問(序章)

研究会委員

甲斐 諭 中村学園大学学長・教授(農業ビジネス担当・第Ⅴ章執筆)

厲 国権 (公財)鉄道総合技術研究所 主任研究員(物流担当・第Ⅱ章執筆)

八尋 和郎 (財)九州経済調査協会 事業開発部長(企業進出担当・第Ⅲ章執筆)

羽生 正宗 山口大学大学院経済学研究科教授(医療観光担当・第Ⅵ章執筆)

(財)福岡アジア都市研究所

岡田 充 特別研究員(東アジア経済の構造変化、福岡の都市機能担当・序章執筆)

天野 宏欣 研究主査(企業誘致担当・第Ⅳ章執筆)

新井 直樹 研究主査・研究主担当(人流・観光担当・第Ⅰ章執筆)

巻頭言．都市“福岡”からのアジアビジネスの展開を

(財) 福岡アジア都市研究所

顧問 樗木 武

1. アジア汎国際策展開の最前線に立つ“福岡”

福岡では、その歴史においてアジアの諸地域・諸都市と向き合う中で多くの人々が国境を越えて交流し、さまざまなドラマを演じてきた。古代には稲作の伝来、金印、仏教の伝来、白村江の戦い、遣隋使・遣唐使の派遣が、中世・近世には元寇、日宋・日明貿易、秀吉の朝鮮出兵、陶磁器や織物技術の伝来、朝鮮通信使の往来があった。そして近代では、活発な交流や交易の反面、日清・日露戦争、太平洋戦争など、不幸な争いに巻き込まれたこともある。

これらは、アジアの諸地域・諸都市が福岡にとって「となり」だからであるが、この長いとなりつき合いから食や薬・医術、工芸、信仰、風習など、暮らしにおける多様な文明の伝来と創出があり、福岡発展の原動力になった。あるいは、それらから派生するビジネスの展開に大きく寄与した。

しかしながら、太平洋戦争後の 20 世紀後半は、東西の冷戦構造と朝鮮半島の南北戦争にもてあそばれ、ビジネスのみならず、アジアとの交流そのものが途絶えた。竹のカーテンや李承晩ラインで遮られ、自由主義陣営の隅に追いやられた。福岡からはアジアの諸地域が近くて遠い存在となり、交流したくても、ビジネス展開したくてもできず、境界や国境付近で漁をすれば拿捕されるなど厳しい現実苦しんだ。

ところが近年に至り、朝鮮戦争の終焉、中国の開放策への転換、冷戦構造の瓦解があり、再びアジア諸地域・諸都市との幅広い交流が始まった。このことは、福岡にとって古代から続くアジア諸地域・諸都市との「となり」関係を取り戻すことに他ならない。押し込められてきた極東の地から、再びアジア諸地域との交流やビジネス、そしてそれらにもとづく国際的都市活動の最前線に復帰したことを意味する。

現在、わが国は高齢社会、人口減社会を迎え、合わせて産業経済活動、市民意識がグローバル化し激しい国際競争にさらされている。その下で福岡は、観光客の誘致、産業経済活動、環境問題への対処、生活・文化の向上のいずれにおいても、アジアに目を向けた交流と連携が求められている。つまり、地方都市からアジアにおける様々な地域・分野に向けた国際施策を総合してアジア汎国際策と呼べば、アジアの諸地域・諸都市に直接隣り合う福岡は再びアジア汎国際策展開のときを迎え、九州をリードし、わが国の最前線に立つ必然がある。

本調査は、こうした状況下にある“福岡”からのアジアビジネスの展開を検討するものである。その際、ビジネスの定義が必要であるが、それには狭義、広義さまざまな解釈が

ある。仕事や職業、業務などを意味することあれば、経済活動全般を意味する場合もある。その中で、ここでは広義、狭義が入り混じり使われているが、本章は主として広義の意味で用いている。すなわち、都市における様々な活動主体（事業体や個人など）が、その活動を達成するために、ヒトやモノ、金、情報を活用して行う全般的な事業活動意味する。これは、地方都市の国際ビジネスについて汎国際策展開の中での意義を模索するためである。そのうえで、後述の各章はその中における経済的取引活動に絞ったビジネスを検討している。

2. アジア汎国際時代における国際施策の展開過程

都市からの広義のビジネスに関する汎国際策を考えると、その内容は、活動としての産業・企業活動、経済・投資活動、教育・研究・文化活動の国際化がある。加えて、観光・業務・私用などによる市民の国際的往来がある。これらに関し、活動内容および活動主体に着目すればつぎの6通りが考えられる。

(1) 行政や地域などの諸団体が主体的役割を果たす**姉妹都市の締結や外国機関の設置、交流団体の設立**。これらは、都市の国際化の早い段階から先導的に取り組まれ、訪問団や視察団の相互派遣を主にする交流形態が多い。ビジネスそのものでないが、その後のビジネス展開の礎である。

(2) **輸出入、取引などの交易**。貿易会社や流通業者、商社などによる民間企業の国際的活動であり、また海外資本による土地や建物、観光ビジネスの展開などがある。

(3) **技術交流や研修、工場や企業の海外進出（海外投資）、逆の海外企業の都市への流入による産業の汎国際化**。都市の立場でいえば、都市に存在する企業の海外進出は、工場の一部や本社、開発部門が残り、空洞化でなく当該都市との関係が強化され、保たれることが希求される。また、企業が海外に転出し空洞化するだけでなく、海外からの流入でこれを補い、バランスをとることも望まれる。

(4) **観光や教育・文化交流など市民が主役の国際化**。文化等を介する都市の交流連携が分野的にも空間的にも広がることは、国を意識する国際でなく国境を垣根としない民際交流の活発化である。

(5) **市民自身が海外で、逆に外国人が当該都市に流入し、長期滞在や永住し活動すること**。すなわち、さまざまな活動を通じて都市の中に多民族社会を築き、複数の異文化が混じり融合することである。

(6) **国際的な情報交流の活発化**。情報・通信技術の発達で、あらゆる国際施策の分野の情報交流が活発化するが、いまやそれなくして国際交流および連携はありえない。

アジアの諸地域・諸都市との汎国際策を推進するとはいえ、どういった交流・連携の活動状態を目指すかを明らかにする必要がある。汎国際策の構成要素として、その理念・目的、相手、内容および推進の担い手があげられる。要は、これら諸要素をどのように組み合わせるかで都市の国際戦略、国際ビジネスの展開は異なる。

汎国際策の理念・目的には、人々の交流を活発化し相互理解を図る、交易を盛んにし経済的に発展する、さまざまな交流から文化を融合し都市の発展を図るなどがある。しかし具体的なことは、交流の相手、内容、担い手との関係および進展度合いで定まる。また、都市経営の理念、都市づくりの基本戦略とも深く関わる。

福岡の場合、国際交流の相手は地理的に近接するアジアの諸地域・諸都市が主である。その相手は地域の性格と活動ポテンシャル、移動距離、国際交流・交通基盤の整備状況、市民意識、文化的特性などで異なりこれらの将来を展望しながら可能性を探る必要がある。

内容は、交易・経済、企業・産業、観光・私用、教育・文化、協力・支援、その他がある。交易や観光は広く交流する性格があり、経済や産業は、ある程度の活動ポテンシャルがあり、制度も含めて交流のためのプラットフォームが整備された相手地域との連携や役割分担、交易である。教育、文化は、制度と施設だけでなく、経済支援、生活やコミュニティ活動を含めた暮らしにおける受け入れ体制が求められる。

国際化の担い手は、自治体・諸団体、企業および市民であるが、それぞれの役割や働きは相手と内容にしたがって自ずと定まる。こうした基本要素を踏まえれば、結局は汎国際の目的と理念を明確にし、その内容と相手を選ぶことが肝要である。その上で、課題に応じた交流主体ごとの方策を探り、それら相互の調整を図ることである。

表1は都市の国際施策の展開パターンを示す。前述の4つの基本要素を考慮し、最終的に諸都市との間で親密な「となり」の関係が実現することを目指すことであり、交流と連携の進展過程と担い手の国際化の段階に応じたプロセスがある。

表1. 国際交流連携の理念と施策の展開プロセス

段階	step1	step2	step3	step4	step5	
社会的背景	高齢化、量的拡大社会 企業社会、経済社会 情報技術の革新	高齢、質的充実社会 経済社会、共生社会 情報社会の進展			超高齢・成熟社会、多民族社会 市民による社会貢献社会、文化重視社会 情報ネットワーク社会の形成	
理念	協定中心の国際化	国際交流連携社会の拡充			国際的地域・都市ネットワーク社会の創造	
推進主体と活動内容	市民	留学、交換学生の活発化 観光旅行の多様化 外国住民の受け入れ			留学、交換学生のグローバル化と拡大 観光の質的充実、多頻度化 市民の海外進出の活発化、国際性豊かな市民生活 外国住民の受け入れの積極化とシステム化 相互訪問、文化交流の活性化	
	行政	姉妹締結、情報交換 連絡作事務所開設	姉妹交流・提携の充実 人材交流、支援活動 連絡事務所活動の活発化		提携事業、イベントの活発化・共催 人材交流ネットワークの構築 情報の収集分析のシステム化 連絡事務所の多機能化、充実 諸制度、条例などの国際的標準化	
	経済	貿易先の開拓 交易の活発化	交易の量的拡大、多品種化 国際的投資、国際金融		交易の量的、地域的拡大、高度化 国際投資の一層の活発化 国際金融システムの充実	
	産業	技術研修、交流 工場の海外進出	企業の連携、海外進出 外国企業の受入れ 外国従業員の受入れ		企業の国際ネットワーク化 産業間の水平ネットワーク形成 外国従業員の積極的受入れ 日本人従業員の国際化 知的産業の一層の活発化	
	都市	都市の国際化	都市の国際的活動		国際的活動都市	汎国際時代の国際都市

- ① **step1** : 国際交流の比較的早い段階、揺籃期では先行的な民間や企業ベースの個別交流がある。その上で、ある段階に達すれば、都市間の交流として行政が主になり姉妹都市の締結や交流協定を結び、また先行する民間交流が活発になる。ビジネスでいえば、これらはその後の都市からの国際ビジネス展開の布石となる。
- ② **step2,3** : 交易などの経済交流が活発化し、技術交流が進む段階である。産業面では国際的に地域間の分業体制が進み、経済面では量的拡大と共に多様な内容の取引が進む。加えて、市民レベルで留学や交換学生などの受け入れによる人材交流、観光交流が活発である。図の **step 2、3** が該当し、**step2** は協定から通常の国際策へ移行する段階であり、**step3** は通常の国際策を展開する段階である。
- ③ **step3,4** : 産業面での国際分業が進み、経済面での双方向の連携システムが構築され、また市民は観光面で多様化、多頻度化し、これらを通じて多彩な地域間や都市間のネットワークが構築される。
- ④ **step5 以降** : 交通基盤が十分に発達することで、終局的にビジネス分野はいうに及ばず、生活レベルでの日常的な交流と連携に至る段階がある。この段階では、国内的な地域圏、都市圏に匹敵する国際間の都市相互連携システムが構築される。なお、日常交流自体は広い範囲の全ての都市との交流連携とはならず、旅行時間と交通サービスの充実の面から地域的に限定された交流圏の形成になる。従って、従来までの **step** の成果を深化させつつ、適切な諸地域・諸都市との間で日常的な交流連携が確立されるものが **step5 以降** であり、その進化の度合いに応じた複数のプロセスがある。

以上に加え、各時代の交流連携の枠組みを超えた共通課題による都市間、地域間連携があり、ビジネス展開がある。たとえば、地球環境やエネルギー問題に諸地域が連携して取り組む、災害時に助け合う、医療現場が連携する、学術研究の交流や協同化する、情報を共有しネットワーク化を図るなどである。

3. 福岡からのアジアビジネスの推進

前述のように、福岡は 1980、90 年代に **step1** の国際交流連携策について成果をえた。中国、アメリカ、韓国の諸都市を主に姉妹都市などの協定を活発に結び、また国際交流団体の設立と活動があり、さらに九州における外国の公的機関が福岡を中心に設置された。加えて、経済交流が活発化し、企業の中国や途上国への進出、農業の東南アジア地域への展開、中国や韓国からの農産品の大量の流入がある。また、留学生の受け入れ、観光交流の活発化があり、都市の国際化にともなう交流連携時代を迎えている。

こうした状況を先の国際施策展開の流れの中でみれば、現在は **step1、2** を経て **step 3** の時代にあり、国際交流連携社会の構築をまちづくりの重要な理念とする時代である。その上でこれからを展望すれば、**step3** から **step 4、5** に向かうことであり都市経営の基本戦略である。つまり、国際施策に関し全くの場面転換でなく、従来の各 **step** で積みあげられてきた交流連携策をより充実させ、内容や地域に関しアジア諸地域との間で高度に創

出・発展させる段階になったということである。

ところで、最近、各分野で国際化、国際的活動の推進、国際ビジネスの展開に関するニュースが多く発せられている。その中で都市に関わる主なものを新聞記事からランダムに拾い出し整理すれば表2のとおりである。観光や交通に関するものから、市民生活や安全安心に関わるものまであらゆる分野に及んでいる。それらのうちビジネスに関わり特に目立つ動きを列挙すればつぎのとおりである。(表2参照)

表2. 新聞記事による国際ビジネス関連の事項

項 目	国際関連の最近の状況	
	インバウンド型	アウトバウンド型
観光交流	中国の海外旅行緩和（中間層への拡大） クルーズ船就航の活発化（中国、韓国）	円高に伴う日本人の海外旅行の活発化
交通体系	上海一長崎航路の開設 格安航空機の就航、拡充 近隣地域との国際路線の就航 アジア諸国における高速鉄道の整備促進 進むアジアハイウェイ網の整備 シー&レールによる貨物輸送体系の定着 Ro-Ro船の強化 大深度岸壁の整備と大型コンテナ船の寄港 貨物専用機の就航と強化	
旅客		
交通網		
貨物		
企業	外国人雇用の活発化	円高に伴う企業の海外進出、工場の海外進出 ものづくりの国際化、工業製品の国際的標準化 語学力ある日本人の雇用、企業活動における英語の標準語化
文化	多文化共生社会の推進	食文化の輸出 もてなし、接客法の輸出 キャラクタ商品やアニメの輸出拡大と国際化
交易、流通	TPP交渉への参加 自由貿易協定（FTA）の推進 農産品輸出入の自由化 国際的サプライチェーンシステムの構築と進展	
医療	自由診療の導入 医術の国際化 医療ツーリズム 外国人看護師の受け入れ	
金融、経済	国際的投資活動の活発化、国際的投機活動 投資、金融商品における国際的危険分散の拡大 エネルギー施策の国際的展開 国際的なカード社会の進展	
教育	外国人留学生の受け入れ拡大	大学間交流の活性化 大学制度の国際化、教育の国際的標準化
情報	情報社会の国際化 通信網の国際化 国際的インターネットの普及と情報発信	
災害	大規模自然災害への国際的救活動 地球温暖化、環境問題への国際的対応と連携強化	
安心	食の安全問題の国際化 疫病の国際的伝播（SARS、インフルエンザ、口蹄疫など） 国際的テロや防犯体制の強化	
居住	外国人居住者の増大	

(平成11年1月1日～12月31日発行の西日本新聞朝刊にもとづいて作成した)

- (1) **国際交通体系の革新**：格安航空路線の開設、大型コンテナ船の就航、クルーズ船の活発化などで、運賃や交通モードに関しこれまでと異なる国際交通体系の導入と革新がある。
- (2) **企業活動の汎国際化**：活動内容および範囲の国際化から、特に従業員の国際化（外国人の採用拡大、日本人の外国語能力の採用時必須化）、モノづくりの国際的分業の拡大と標準化がある。
- (3) **文化の国際化**：和食文化の海外進出のみならず、“おもてなし”の輸出もあり、新たなビジネスモデルとして注目される。また、芸術や芸能、スポーツなどの国際事業の展開が進みつつあり、学術研究に関する国際会議も活発で、これらをビジネスとして育み、まちの活動に生かす動きがある。
- (4) **安全・安心に対する国際対応**：食の安全、人の健康、鶏や渡り鳥のインフルエンザ、牛の口蹄疫といった多様な点で安全・安心の問題がある。これらは国境を超える課題であり、最近多発し、油断すればすぐに広範囲に伝搬し、そのことがビジネス展開の支障になることがある。
- (5) **関税障壁の撤廃や海外渡航の自由化など制度面の国際化**：特に最近では、ヒト、モノ、サービスのあらゆる移動を自由にしようという国際協定に向けた動きがあり、その進展は都市活動の様々な分野に多大な影響がある。
- (6) **国際的医療ツーリズムの進展**：治療、リハビリテーション、予防について国境を越えた医療機関の相互利用の活発化が見込まれる。また、このことが今後の保健医療、自由診療といった医療体制や医療ビジネスのあり方に影響するものと推察される。
- (7) **地球的環境問題の深刻化と大災害発生への対応**：経済発展とともに大気汚染など地球規模の環境問題の深刻化がある。あるいは、大災害の発生から国境を越えた救援・救命体制が求められることも多い。同時に、再生可能エネルギーの普及、低炭素や循環型のまちづくり、危険分散の事業体制、環境配慮の商品開発などのビジネス展開がある。

これらの国際活動や体制づくりの動きはニュースとして報じられたもので、必ずしも十分に定着したものでなく萌芽期のものも多い。しかし、その内容は、先の国際交流連携の諸施策でいえば、step4、5に関するもので、その意味で都市の国際施策は、step3を経て着実に step4、5 へ、または都市の国際的活動の時代から国際的活動都市の時代に向かいつつある。特に、企業活動や文化の国際化、医療ツーリズム、TPP などは地域の経済交流の同化であり、汎国際ビジネスの促進である。しかも、それらと国際交通体系の拡充、交通サービスの強化と情報社会の進展があいまって、中央、地方を問わない地域間競争のもとに活発化しつつある。福岡もその渦中にあり、わが国の国際化最前線に立つことは避けられない。

4. 本調査研究の内容について

福岡の国際化は、過去の経緯および実態からしてアジア諸地域・諸都市が主な対象であ

る。地理的要件に加え、冒頭に述べた歴史的蓄積、民族的なつながり、文化の類似性などのバックグラウンドがあることから、アジア諸地域・諸都市と福岡の結びつきは国内他都市に比し有利であり、それだけに国際的活動を促進する責務がある。その意味で、アジア諸地域・諸都市を対象とするビジネスの展開こそ、福岡にふさわしい国際的活動都市への道である。

本調査研究は、上述を踏まえ、今後に展開される step4、5 段階の福岡からの国際策、とりわけ、幅広いビジネス展開のあり方に関し検討したものであり、表1に示した国際施策や様々な国際状況の変化をふまえて、最近のものとして特に注目するビジネス内容を拾い出し検討した。本報告書の具体的な構成は、以下の通りである。

まず、序章においては個別、具体的な分野の福岡・九州とアジアのビジネスの現状や課題、展望を検討するに先立って、その前提となる東アジア地域の経済構造の変化の状況および、福岡市の基本的な都市機能の特徴や位置づけ等を明らかにした。

次に、福岡・九州とアジアのビジネスを展開する上で基盤となる、福岡、九州とアジアの人流、観光（第Ⅰ章）と物流のあり方（第Ⅱ章）について、中国との関係を中心に、近年の動向や課題を明らかにし、今後の展望や対応策を考察した。

さらに、福岡・九州からアジアへの進出企業の動向や課題、展望（第Ⅲ章）とともに、アジアから福岡市への戦略的な企業誘致の可能性（第Ⅳ章）について考察した。

その上で、今後、成長が期待される分野として、福岡・九州とアジアの農業ビジネス（第Ⅴ章）と医療観光（第Ⅵ章）を取り上げ、それらの今後の展開も視野に入れたアジアにおける福岡ビジネス圏の形成に向けたアジアビジネス戦略のあり方について考察した。

要するに、これらの調査研究は、まず、第一に福岡、九州がアジアとのビジネスを展開する上で基盤となる観光・物流ビジネス、次にアジアへの企業の進出、アジアからの企業誘致を中心とした経済活動、その上で、今後、成長が期待される分野として、農業ビジネス、医療観光を、多様なアジアビジネスの中から代表させて調査研究したものである。そして、これらの前提として、主に経済論の観点からアジアビジネス時代をどう見るか、どのように解釈するかについて考察し、福岡・九州のアジアビジネス戦略のあり方を論じている。

国際ビジネスの展開は多様であり、それらは必ずしも共通するものでなく、各々の内容に応じて創意工夫が必要である。また、企業、団体、市民、行政といった担い手は、互いの立場で努力し、情報を交換して継続的に模索することが大切である。これらの意味で、本調査研究が少しでも役に立てば幸いである。

なお、本調査研究では、テーマが広範囲にわたること、今後のことで十分な情報がないことから、研究所だけによる実施は困難であった。したがって、テーマに応じて専門的知識を持つ外部の委員にも参加をいただいて研究会を立ち上げ実施した。十分な調査研究環境を整えることができない中で、研究会の諸氏に多大の労苦と貢献があり心より感謝を申し上げる次第である。

序章. 東アジア経済の変化と「福岡アジアビジネス圏」形成の意義

(財) 福岡アジア都市研究所

特別研究員 岡田 允

1. はじめに

本章では、本報告書の次章からの各章において示す、個別、具体的な産業経済分野の福岡ーアジア間のビジネスの現状や課題、今後の展開の条件や可能性、展望を検討するに先立って、その前提となる東アジア地域の経済構造の変化の状況および、福岡市の基本的な都市機能の特徴や位置づけ等を明らかにしたい。

その上で、「福岡アジアビジネス圏」の形成の意義とそのための基盤的な課題を示し、次章からの各章、各論の産業分野における福岡ーアジア間のビジネスの議論の前提となるビジネス圏形成のための規範的な方向性について基礎的な考察を行いたい。

2. 東アジア発展の基礎としての工業化の到達点

(1) 東アジアの工業化のプロセス

中国を含む東アジア地域の世界経済の牽引車とも言える発展は、言うまでもなく、戦後、「南北問題」として提起された、「北」すなわち先進工業国群と「南」すなわち発展途上国群との経済的格差が縮小するどころか拡大しているという状態が破られ、世界経済の構造が平準化に向かいつつあることを示している。

その主因は、旧先進工業国群の「独占」状態にあった工業力（工業技術）が、1970年代以降、東アジア地域へ波及し、工業化に成功したからである。東アジア地域、具体的には、韓国、台湾、香港、シンガポールが新興工業国・地域（中進国・地域）へと発展し、アセアン諸国のタイ、マレーシア、インドネシア、フィリピンの4カ国がそれに続き、さらに、中国にも波及していった。

現在そして将来の東アジアの発展を展望する前に、東アジアの工業化（あるいは工業化を中心とした近代産業化）の過程を概観し、その変化状況を見ておきたい。

①1990年代までの経緯

第二次世界大戦後、大半の東アジアの発展途上国は、輸入代替型工業化戦略（Import-Substitution Industrialization Strategy、ISI）を採っていたが、1960年代初頭から、台湾（58年）、韓国（63年）そしてシンガポール（68年）などが、より開放的な競争的産業政策へと転換し始め、石油ショック（1973年末）までの世界経済の同時拡大を背景に、労働集約的工業製品の先進国への輸出拡大を通じて、輸出志向工業化戦略（Export-Oriented Industrialization Strategy、EOI）が定着していった。

一方、ASEAN では、フィリピンやインドネシアなどでは、ほぼ 20 年にわたり国内市場優先の工業化政策が採られ、タイでも輸出主導型工業化政策へと移行するのは 1977 年～81 年の「第四次経済計画」以降であった。

ところで、輸出志向工業化戦略は、比較優位に依拠した労働集約的製品を主に輸出する第一段階（EOI-1）と国際分業関係の中での競争優位に依拠した資本集約的、知識・技術集約的製品を輸出する第二段階（EOI-2）に分けられる。第一段階では、単一為替レートを採用や中間財・資本財の輸入数量規制が緩和されるとともに、輸出優遇措置が講じられ、輸出加工区や経済特区の創設などが行われる。第二段階では、残存輸入規制の撤廃や関税の引き下げなど市場自由化措置が講じられる。

開放経済の香港とシンガポールは、1970 年代後半には、この第二段階に入ったと見られ、韓国と台湾は、ほぼ 1980 年代半ばに到達した。これら 4 カ国・地域は、当時「アジアの 4 頭の虎」と呼ばれ世界的な注目を浴びた。

ASEAN 諸国では、1980 年代に入ってから外資の積極的な導入を図り、輸出志向型工業化戦略（EOI）に転換するとともに、1990 年代後半の米国の IT 関連産業の急成長もあいまって、電気・電子機械部門を中心に工業製品輸出の構成の高度化急速に進めていった。

他方、1989 年の天安門事件失墜した投資先としての中国評価を、1992 年の鄧小平「南巡講話」によって払拭した中国が、1990 年代に「積極的かつ選択的な」外資導入による輸出志向工業化戦略（EOI）に成功し、「世界の工場」と称されるほどの高成長を達成する。

このような中国の工業化、投資の吸引によって、同じ労働集約的製品を主に輸出する第一段階（EOI-1）にあると考えられた ASEAN 諸国では、強い競合関係が予想され停滞化の懸念もあったが、1993 年に CEPT（Common Effective Preferential Tariff、共通有効特惠関税）を形成して、域内の「サービス・リンク・コスト」（物流コスト・情報通信コスト）を低減し、集積のメリットを生かすという戦略をとった。その戦略は 2010 年の ASEAN 物品貿易協定（ATIGA）に引き継がれている。

②2000 年以降の経緯

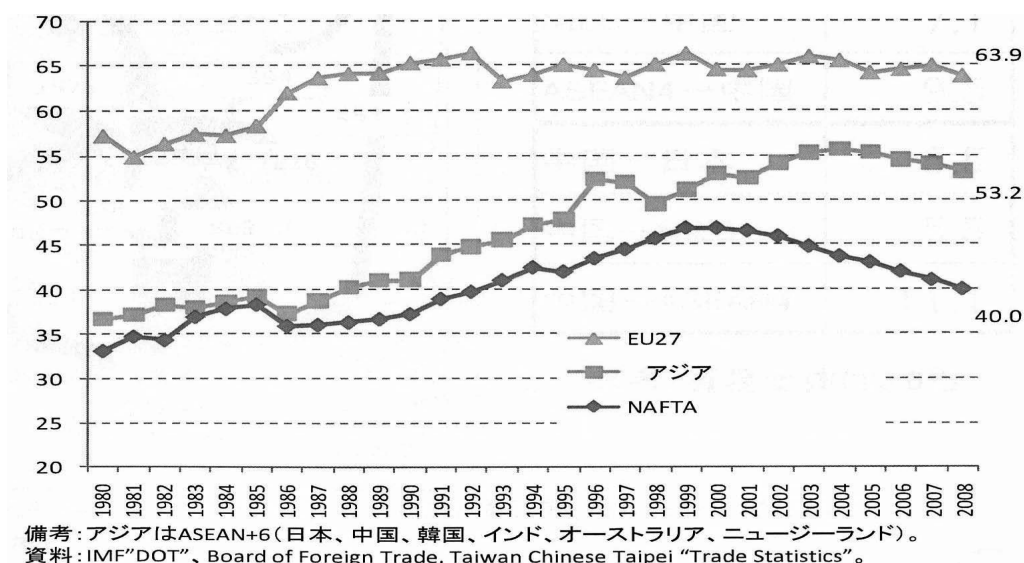
1990 年代初頭、アジア NIEs に続き ASEAN 諸国が外資依存輸出指向型の工業化で続き、さらに、中国の改革・開放政策が定着しつつ急速な経済成長を見せた東アジア経済に対して、課題として挙げられたのが、輸出市場の「米国依存度の大きさ」と、1993 年に世界銀行が発表したレポート『東アジアの奇跡—経済成長と政府の役割』（EAST ASIA MIRACLE: Economic Growth and Public Policy、A World Bank Research Report）に対して、クルーグマン教授が“The Myth of Asia's Miracle”で指摘したように、東アジアの工業発展は、労働投入や資本蓄積による成長であって、技術革新や知識を利用した全要素生産性（TFP: Total Factor Productivity）の向上によるものではなく、いずれに行き詰るだろうという指摘であった。

しかし、1997～98 年のアジア通貨危機、そして 2001 年のアメリカ IT バブル崩壊の影

響を乗り越えた東アジア地域の工業生産は、①デファクト、デジュール双方での経済統合が進み、②貿易自由化およびそれを見込んだ国際的生産配置の再編が起きるとともに、③急速な貧困層の縮小と中間層人口の増大によって貿易財需要の拡大が見られた。

図1に示されるように、アジア（ASEAN+6＝日・中・韓、オーストラリア、ニュージーランド、インド）の域内貿易比率は急速に高まっている。

図1. EU、NAFTA、アジアの域内貿易比率の推移（％）



出所：経済産業省「通商白書」2010年版

そのうち、機械貿易だけを取り出したのは表1であるが、ASEAN4（タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン）、アジア NIEs4（韓国、台湾、香港、シンガポール）ともにアメリカ市場依存度を低下させ、東アジア域内貿易が大きく進展していることがわかる。

表1. 東アジア諸国における機械貿易の域内比率

			(単位：％)							
			中国		ASEAN4		NIEs4		日本	
			2000年	2007年	2000年	2007年	2000年	2007年	2000年	2007年
輸出	部品	東アジア	61	55	58	92	60	73	46	55
		アメリカ	16	14	22	13	19	9	28	18
		EU15	13	14	15	14	13	7	16	14
	完成品	東アジア	36	31	37	36	31	33	24	21
		アメリカ	27	23	28	25	30	18	37	29
		EU15	23	23	21	17	21	19	19	17
輸入	部品	東アジア	70	82	64	71	69	75	54	63
		アメリカ	9	6	21	13	17	12	32	20
		EU15	18	9	10	11	10	9	10	12
	完成品	東アジア	50	56	62	67	66	69	44	55
		アメリカ	19	12	16	9	18	12	27	18
		EU15	26	26	18	18	12	13	22	19

データ：World Trade Atlasの貿易データをもとに筆者作成。

出典：安藤光代「機械貿易の変動から見た世界同時不況と東アジアの生産・流通ネットワーク」

P24 JETRO「世界金融危機後のアジア生産ネットワーク」（2009年）所収

その主因は、工業化と経済成長を達成した中国の発展およびアジア NIEs⇄ASEAN、ア

ジア NIEs⇔中国、中国⇔ASEAN という域内貿易関係の中における中国の拠点化であった。(表2参照)

そればかりではなく、図2のように東アジアの工業付加価値額は、2000年代に入り、EU27、NAFTAを上回っており、「世界の工場」としての地位を確立したといつてよい。

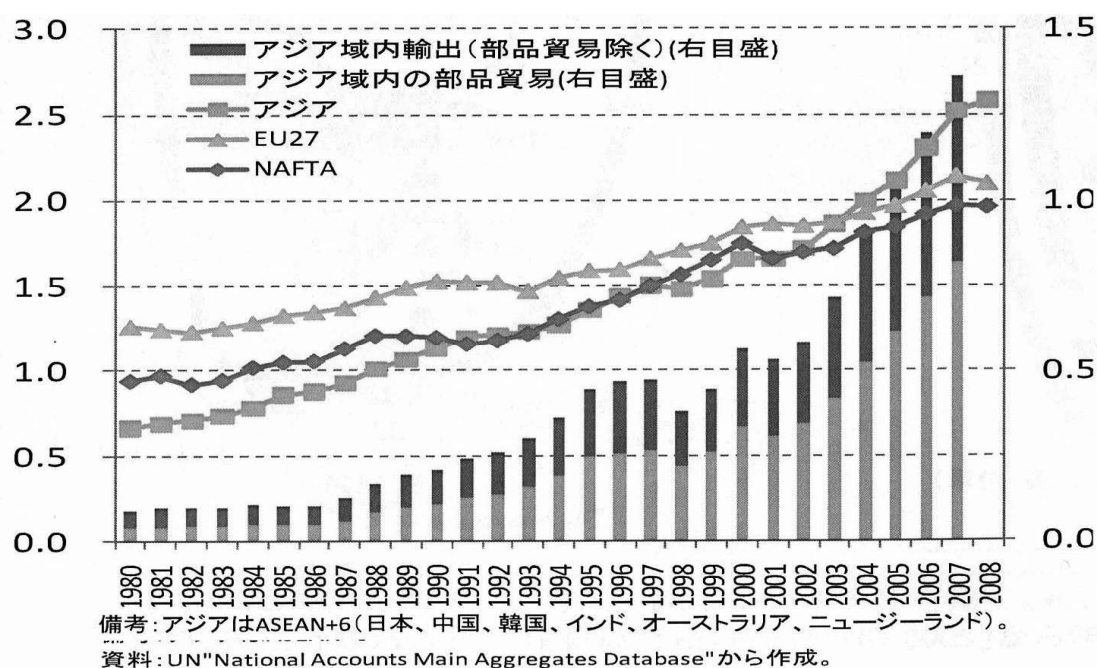
表2. 日本、NIEs、ASEAN4、中国との部品貿易額の変化(1998年～2008年)

(単位: 倍)

日本→中国	4.8	中国→日本	5.5
NIEs→中国	7.1	中国→NIEs	5.5
ASEAN4→中国	9.5	中国→ASEAN4	11.1
貿易全体	3.6		

出所: 経済産業省「通商白書」2010年版

図2. アジア域内輸出額と世界主要国・地域の製造業実質付加価値額の推移



出所: 経済産業省「通商白書」2010年版(額単位: 兆ドル)

ただし、NAFTAやEUなど他のFTA地域に比べて、電機・電子関連中間財に偏り、輸送機械関連(自動車)の貿易が小さい点は、現在までのところ改善に至っておらず、原田泰は、今後、更なる東アジア経済の発展のためには、「…、米国ではなく、域内市場、特に日本市場と中国市場が東アジア域内からの消費財輸出を吸収しなければならない」と指摘している(原田泰「東アジア経済共同体の成立には何が必要か」大和総研 Focus Point 2010年7月)。

（２）「雁行的発展形態」からフラグメンテーション・システムの形成へ

1970年代半ばまでの高度経済成長期を経て、わが国はアジアにおける唯一の「工業中心地」となり、東アジアへの工業化の波の主たる発振者となったと考えられている。1980年代末までは、日本→アジアNIEs→ASEAN4→中国という工業の波及時期の差および業種あるいは工程の段階差が見られ、それはいわゆる「雁行的発展形態」と称されたことは周知の事実である。

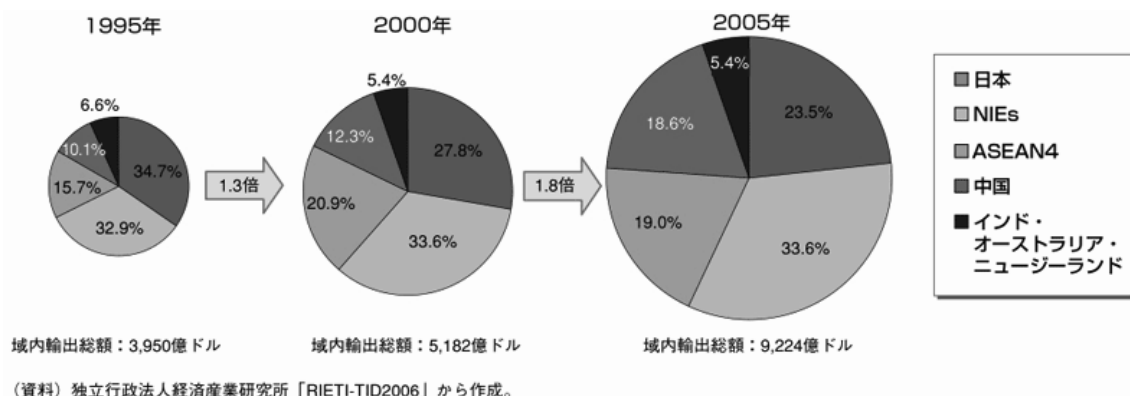
その後の事態の推移を見ると、図3に示されるように、1995年には10.1%に過ぎなかった東アジア域内の中間財輸出における中国のシェアは、2005年には18.6%まで拡大し、アジアNIEsはシェアを維持し、当初、中国にそのシェアを奪われると見られていたASEAN4（タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン）が中国とほぼ同等のシェアを占めていることがわかる。

アジアNIEsとの競合の結果、シェアを落としたのはわが国であった。それは1つは製造業の更なる現地化（海外進出）である。2009年度において、わが国の海外進出企業数は18,000社を超えている。他は、アジアNIEsの技術吸収力の発展によるシェアの争奪であると見られる。

また、大きな人口規模と途上国でもあり先進国の側面も持つ技術力をもった中国の工業化は、2つの「工業中心地」である米・欧の大手企業からの投資を引き寄せ「雁行的発展」の枠外で独自に進展し始めるとともに、社会主義の下における高学歴人口の存在や重工業を中心とした社会主義工業化の遺産が国有企業の中に存在し、輸出志向工業化の第一段階と第二段階を同時に推進することができたため、「雁行的発展」系列は意味を持たなくなった。

その競合相手と考えられたASEAN4は、前述のように、域内の経済統合を推進し、国際間「サービス・リンク・コスト」を低減させることによって、集積メリットの相互享受を可能にし、独自の産業集積力を発揮することになった。こうして「雁行的発展形態」に代わってフラグメンテーションと呼ばれる、最適工程分散形態へと再編成され、かつ、システム化されていった。

図3．東アジア域内における中間財輸出額の国・地域別構成比



木村福成は、東アジア生産ネットワークは、世界金融危機・同時不況に際しても、「…大きな負のショックにもかかわらず、力強い安定性、可逆性を示した。」「部品・中間財貿易における負の『拡大効果』から、若干増幅された形跡が見られたが、下ぶれからの回復も早かった。」と自律的回復力の強さも評価しており、東アジア生産ネットワークは、安定的で、かつ、自律性も高いネットワークとして形成されていると評価しており、経済産業省「通商白書」2010年版においても東アジアは「世界の工場」としての位置づけを確立したと述べられている。

(3) 東アジア「世界の工場」としての確立のその他の要因

以上のような急速な東アジア地域の「世界の工場」としての確立が実現できたのは、上記のような工業技術波及→発展形態の変化だけではなく、次のような条件が重なったためでもあろう。

①情報技術の発展・普及

東アジア地域に「雁行的発展形態」が広まったのには、1970年代に、わが国が、米国、西欧に次ぐ、世界の工業中心地の1つに成長するとともに、戦後賠償の一環としての工業技術の支援、日米貿易摩擦の回避、円高対応など経済環境条件があったが、もう1つ、高度情報技術の発達・普及が深く関わっていることは明らかである。例えば、「日本メーカーが研究開発した技術が、新興国に伝搬するスピードが加速している。技術がマイコンの組み込みソフトや、製造装置の中に蓄積され、新興国に流通するようになったからだ。マイコンを自社のデジタル機器に内蔵したり、工場に外国製の製造装置を設置したりすることで、新興国のメーカーは技術開発に時間をかけることなく、短期間にキャッチアップすることが可能となった。」（「日経ビジネス」2012年4月2日号 57ページ）のである。

②後発「工業中心地」日本の分業（産業）組織

さらに、とりわけ、半導体、液晶パネル、太陽電池セルなどの先端的工業技術のアジアNIEsや中国へ波及の速さには、わが国工業技術発展の組織的な特徴が関わっていると考えられる。すなわち、工作機械メーカーをはじめ生産設備・生産装置メーカーの発達である。日本の工作機械等部門は、世界で最大のシェアを占めている。

技術流出を防ぐために、製造設備をすべて社内で作り、門外不出にするには、莫大なコストが必要であり、多くの日本メーカーは製造装置メーカーと共同で機材を開発している。「太陽電池についてみれば、日本が30年以上かけて蓄積した生産ノウハウが自動化され、製造設備に詰め込まれているが、セルの製造装置メーカーを通じて…」（日経ビジネス同上）流出していくのである。製造装置を購入し、ある程度の技術レベルがあれば、セル生産に容易に乗り出せるのである。「液晶テレビのキーデバイスである液晶パネルでもやはり、製造装置メーカーを通じて技術流出が起きていた。韓国勢は技術の蓄積がなくても、日本か

ら機材を購入することで、短期間でキャッチアップできた。」（日経ビジネス同上）

高度・先端技術の流出は止めることができないであろう。したがって、日本の文化など個性に根ざした、製品の信頼性が重視される医療機器や社会インフラに主力事業を転換していくことが必要であろう。

（４）今後の課題

①強まる資源制約の影響～単体（商品）からサービスを含むシステムへ

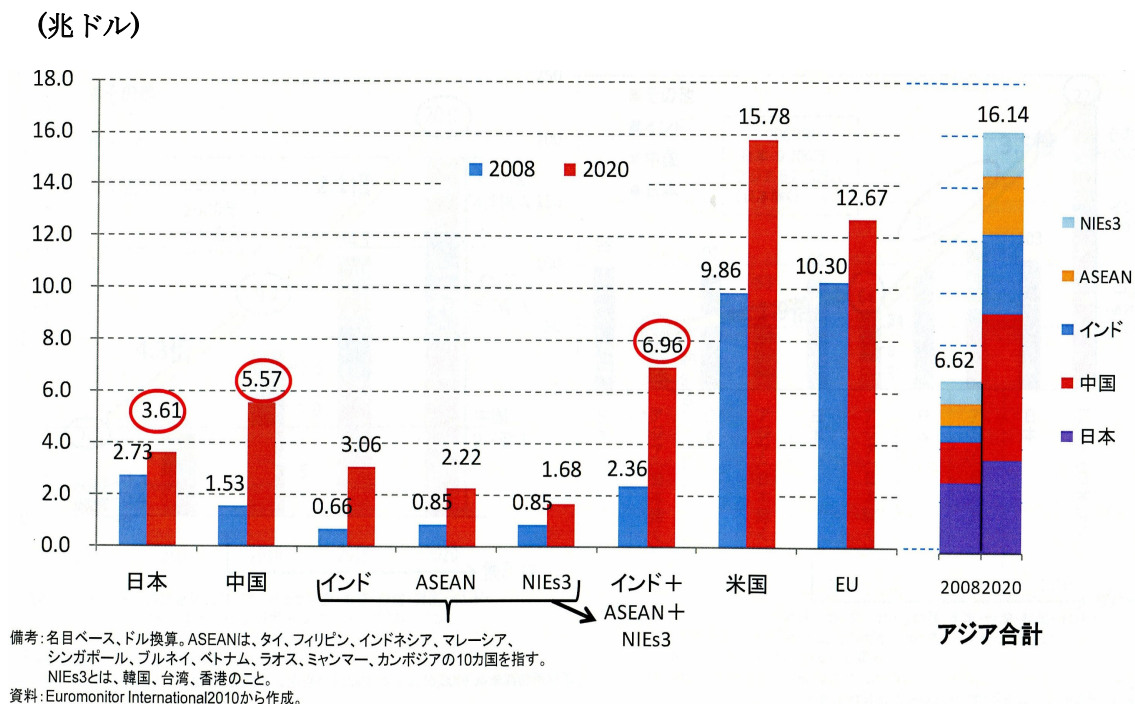
東アジア諸国では上記のような工業化の進展、経済の高度成長を基盤として、個人所得の高まり、中産階級の拡大が進むが、それに連れて社会資本等の整備に対して強い欲求が発生するであろう。

一方、地球環境あるいは資源の制約も急速に高まるはずで、環境や資源浪費を最小限とした効率的なシステムとしての製品や社会設備を追及する方向が強まるであろう。

②「消費中心地」への進展

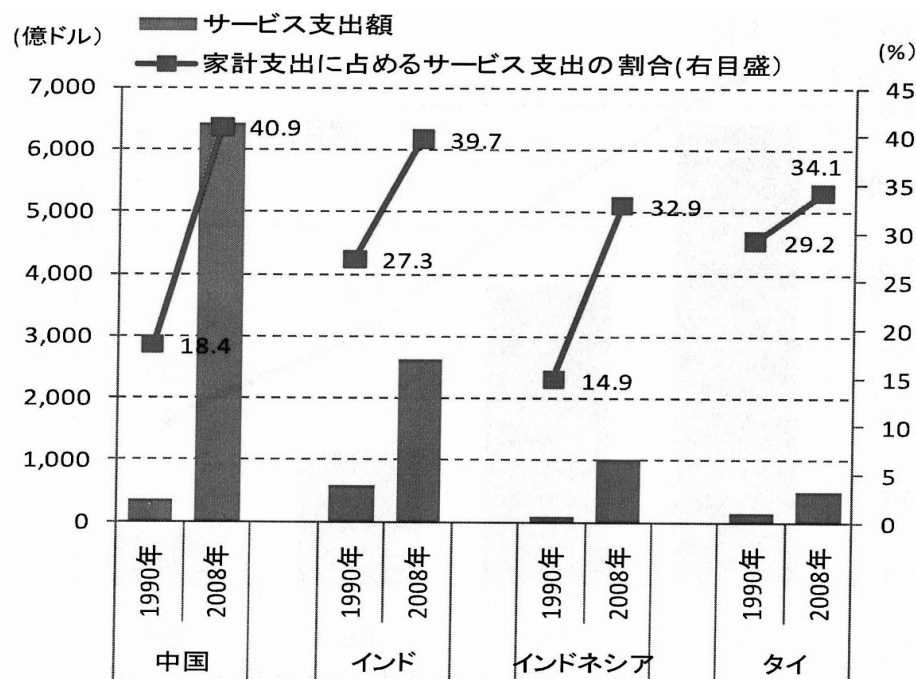
上記のようにほぼ「世界の工場」としての地位を確立した東アジアは、図４のように、2020年までの今後のほぼ10年間のうちに、急速に個人消費が高まっていくものと予測されている。既存先進工業国群の低い経済成長率と相俟って、「消費中心地」といった様相を示すことになろう。図５に示すように、すでにサービス消費の急伸が見られる。

図４ アジア各国・地域の個人消費規模の見通し



出典：経済産業省「2010年通商白書」

図5. アジアのサービス支出及び家計支出に占めるサービス支出の割合



資料：EUROMONITOR「World Consumer Spending 2009/2010」から作成

出典：経済産業省「2010年通商白書」

3. 3つの世界経済予測が示した東アジアの基本問題

1990年代半ば以降、東アジア地域経済の急成長など、かつての発展途上国や中進国経済の進展が顕著になる一方、金融中心の経済成長へとシフトしつつあった主要先進国の経済成長が2008年の米国サブプライム・ローン問題に端を発した4大インベストメント・バンクの破綻に象徴されるように頓挫し、世界経済のバランス変化、平準化が進みつつある。その前後に3つの世界経済の長期予測が発表された。以下、東アジア諸国・地域が、どの様に捉えられているのかを見ていきたい。

① ゴールドマンサックスの2050年の予測

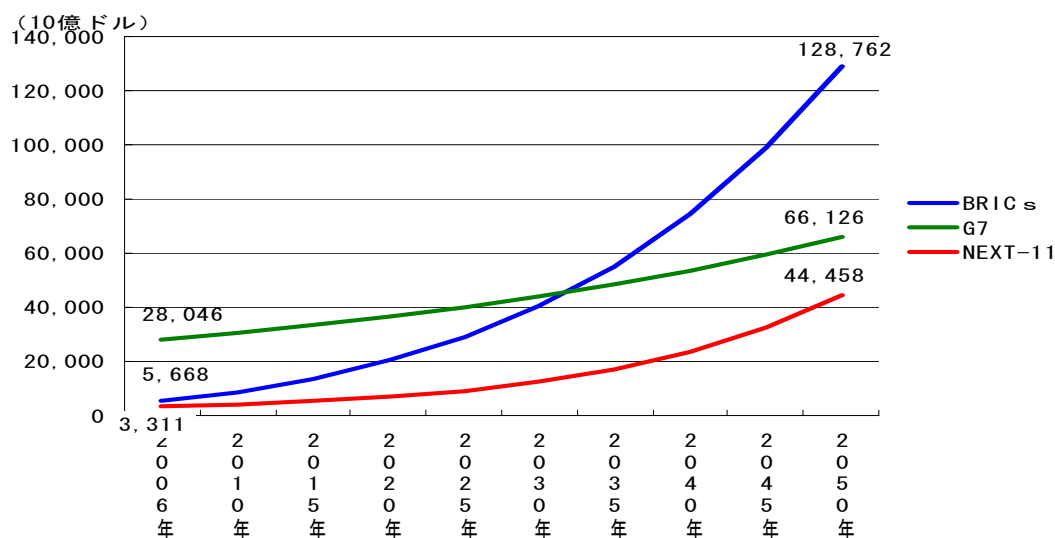
1つは、Dominic Wilson と Roopa Purushothaman によってなされた予測で、Goldman Sachs 社の“Global Economics Paper” No.99 に掲載されたもので、G7 およびブラジル、ロシア、インド、中国経済を取り上げ、この4カ国に BRICs という呼称を与えた。同社はさらに2005年の“Global Economics Paper” No.134 で、メキシコ、韓国、フィリピン、インドネシア、ベトナム、バングラデシュ、パキスタン、イラン、トルコ、エジプト、ナイジェリアの11カ国を取り上げ、Next-11 と称して紹介した。2007年にはそれらをまとめ、レポート“BRICs and Beyond”として発表している。2006年を基準としたG7、BRICs、Next-11 のGDP成長予測結果である。以下にその結果を示しておこう。

米国、日本、独、仏、英、加、イタリアのG7のGDPは、2006年の約2兆8,000億ド

ルから、2050年には約6兆6,000億ドルへと2.36倍に留まるが、BRICsのGDPは約6,000億ドルから約12兆9,000億ドルへと22.7倍へ、Next-11のGDPは約3,300億ドルから約4兆4,500億ドルへと13.4倍に増加するものと予測されている（図6参照）。

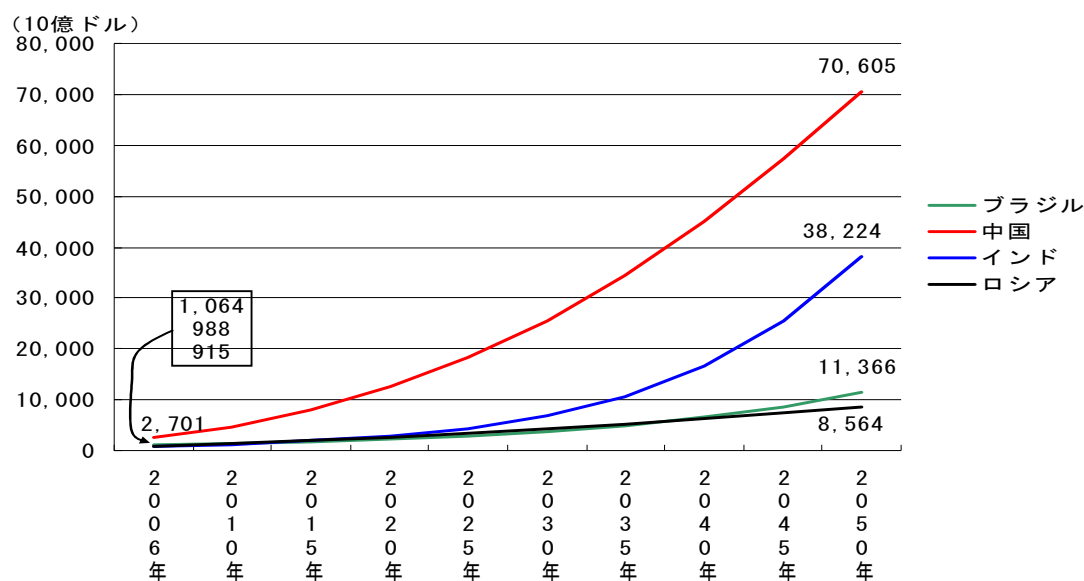
中でも、中国が約26倍、インドが約42倍の成長を遂げるものと予測されている（図7参照）

図6. G7、BRICs、Next-11のGDP成長予測



資料：Goldman Sachs "BRICs and Beyond" p149～150

図7. BRICsのGDP成長予測

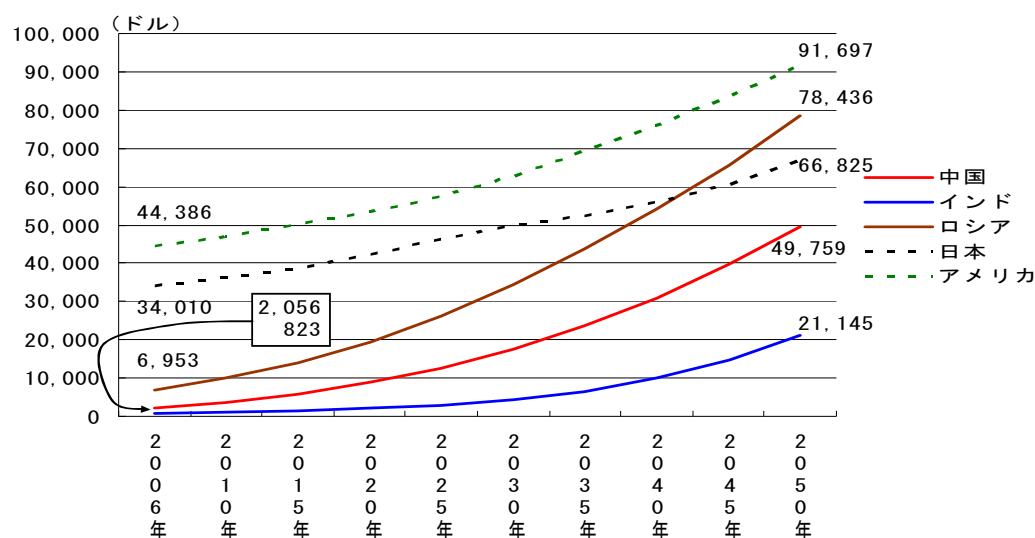


資料：Goldman Sachs "BRICs and Beyond" p149～150

人口1人当たりGDPでは、ロシアが2040年ごろ日本を上回るものの、中国、インドともわが国の水準には達しないものと予測されている（図8参照）。

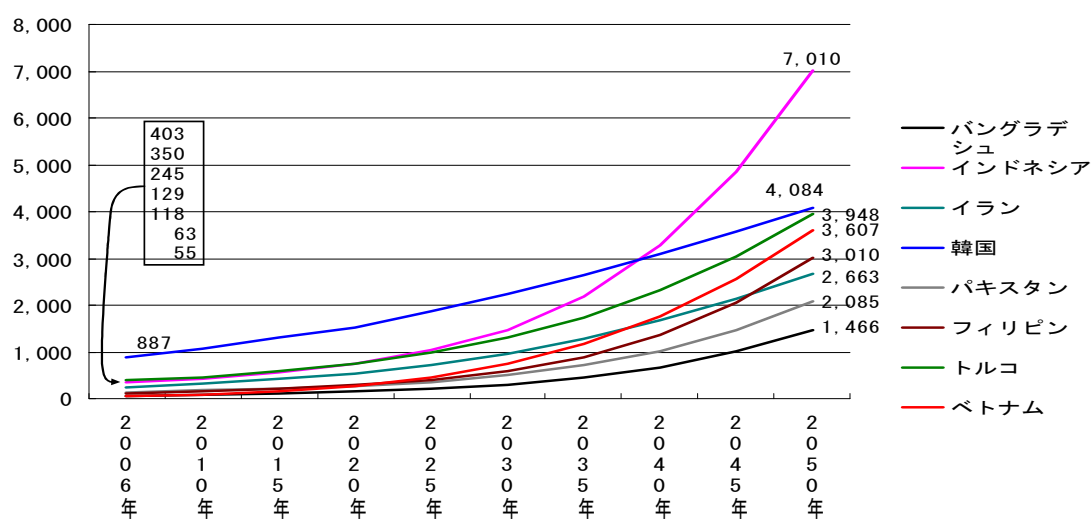
アジアのNext-11のGDP成長予測を見ると、韓国を除き、2030年ごろからの成長が著しい。中でもインドネシアの急成長が著しく、約28.6倍に達すると予測されている。（図9参照）次いで、ベトナムやイランの急成長が見込まれている。なお、韓国は1人当たりGDPで2035年までに日本を追い越すものと予測されている。（表3参照）

図8. 中国、インド、ロシアの1人当たりGDP成長予測



資料：Goldman Sachs “BRICs and Beyond” p149～150

図9. アジアのNext-11のGDP成長予測（単位：10億ドル）



資料：Goldman Sachs “BRICs and Beyond” p149～150

表 3. Next-11 の 1 人当り GDP 成長予測

	(2006年US\$)										
	バング ラデ シュ	エジプ ト	インド ネシア	イラン	韓国	メキシ コ	ナイジ リア	パキス タン	フィリ ピン	トルコ	ベトナ ム
2006年	427	1,281	1,508	3,768	18,159	7,812	919	778	1,314	5,726	655
2010年	510	1,531	1,724	4,652	21,599	8,859	1,087	897	1,691	6,191	1,001
2015年	527	1,880	2,197	5,888	26,010	11,052	1,332	1,050	2,078	7,671	1,707
2020年	790	2,352	2,813	7,345	29,865	13,843	1,665	1,260	2,595	9,526	2,834
2025年	1,027	3,080	3,711	8,328	36,812	17,540	2,161	1,568	3,376	12,002	4,583
2030年	1,384	4,287	5,123	12,139	44,601	22,545	2,944	2,035	4,640	15,465	7,245
2035年	1,917	6,287	7,365	15,979	83,449	29,278	4,191	2,744	6,684	20,325	11,148
2040年	2,698	9,443	10,784	20,746	63,924	38,142	6,117	3,775	9,821	26,854	16,623
2045年	3,767	14,025	15,642	26,231	75,981	49,331	8,934	5,183	14,266	34,156	23,932
2050年	5,235	20,500	22,395	32,676	90,297	63,169	13,014	7,066	20,391	45,658	33,472

資料：Goldman Sachs “BRICs and Beyond” p149～150

Goldman Sachs 社の予測から見てくるのは、先進国市場の飽和という現状に対応して、新しい投資先としての有望性＝経済成長性を評価するという意図の下での予測であり、その中心が需要市場の大きさ＝人口大国、そしてエネルギー等資源保有の大きさ＝資源大国に向けられているということであろう。

② (社) 日本経済研究センターの予測

2つ目は、(社)日本経済研究センターによるもので、2050 年までの世界の主要国の人口と経済(総生産)の予測を行っている ((社)日本経済研究センター「人口が変えるアジア～2050 年の世界の姿～」2007 年刊)。

ここでは、人口予測から経済(総生産)予測し、その結果を人口予測にフィードバックし、再度人口予測を行い、人口と産出量(総生産)とのバランスによって総合判断するという景気予測で用いられる「段階的接近法」という独自の方法で予測を行っている。なお、結果は、購買力平価換算の 2000 年基準のドルで表示されている。

その概要は、以下の通りである。(表 4、5、図 10 参照)

- ・総人口では 2020 年代にインドが中国を追い抜く。中国は 2020 年代以降人口が急減する。
- ・アメリカは、2010 年以降もかなりの成長率を維持していくと見られているのに対して、日本の PPP(購買力平価) GDP の成長は停滞的に終始すると予測される。
- ・一方、中国の PPPGDP は、2000 年以前に、すでに日本を上回っており、2020 年以前にアメリカを上回るという急成長を見せるものの、2020 年代にその勢いは低下し、2050 年には再び米国に抜かれる。
- ・インドの PPPGDP も 2010 年以前に日本を上回り、その後も急成長を遂げるものと見られる。2020 年代に中国の成長が鈍るのに対して、インドの成長の勢いは続き、2050 年には EU に並ぶ。
- ・資源大国のロシアの PPPGDP が比較的高い水準で推移するもの 2050 年までには、日本には及ばないものと見られている。

- ・韓国は 2050 年には 1 人当たり GDP で日本にほぼ並ぶ。
- ・中国とロシアは、1 人当たり GDP では、ロシアが先行するが、2050 年にはほぼ同水準に至る。

表 4. 主要国の 2050 年の GDP 成長予測

(単位：2000年基準 PPP10億ドル)

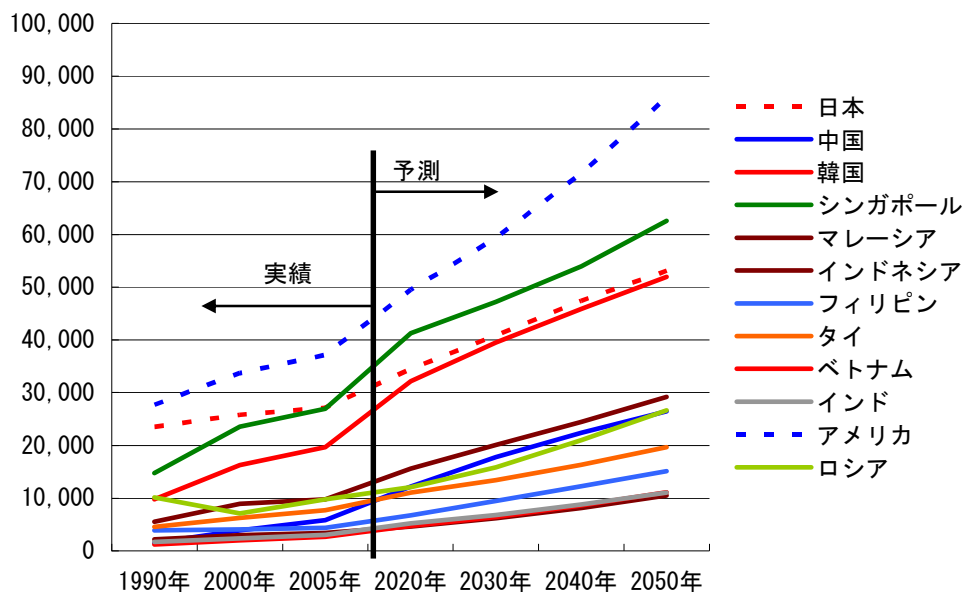
	1990年	2000年	2005年	2020年	2030年	2040年	2050年
日本	2,905	3,272	3,467	4,241	4,706	4,989	4,994
中国	1,812	4,960	7,726	17,334	25,164	30,416	33,385
香港	113	172	209	297	343	394	457
韓国	420	760	942	1,562	1,856	2,009	2,029
シンガポール	44	95	116	205	244	276	305
マレーシア	99	205	247	489	704	929	1,172
インドネシア	404	625	762	1,203	1,733	2,368	2,070
フィリピン	237	305	363	710	1,113	1,573	2,053
タイ	249	386	495	792	999	1,228	1,467
ベトナム	80	158	225	467	669	916	1,174
インド	1,445	2,454	3,380	7,067	10,296	14,402	19,122
アメリカ	7,083	9,587	11,085	16,746	21,414	27,172	33,958
ブラジル	971	1,269	1,411	1,914	2,309	2,862	3,575
EU	8,099	10,260	11,156	14,520	16,312	18,110	19,885
ロシア	1,506	1,038	1,393	1,579	1,891	2,251	2,502

注：EUはスロベニア、エストニア、ラトビア、リトアニア、キプロス、マルタ、ブルガリア、ルーマニアを除く16カ国。1990年実績値にはチェコは含まれていない。

資料：(社) 日本経済研究センター「人口が変えるアジア～2050年の世界の姿」2007年3月

図 10. アジア主要国の 1 人当たり GDP 成長予測

(PPP：ドル)



資料：(社) 日本経済研究センター「人口が変えるアジア～2050年の世界の姿」2007年3月

表 5. 主要国の 2050 年の 1 人当り GDP 成長予測

(単位：2000年基準 PPPドル)

	1990年	2000年	2005年	2020年	2030年	2040年	2050年
日本	23,504	25,781	27,137	34,465	40,851	47,405	53,113
中国	1,569	3,893	5,817	12,235	17,832	22,394	26,445
香港	19,850	25,897	29,740	36,723	39,752	43,942	50,157
韓国	9,793	16,252	19,698	32,195	39,487	45,904	51,964
シンガポール	14,750	23,604	26,950	41,303	47,253	53,962	62,574
マレーシア	5,537	8,927	9,752	15,571	20,085	24,487	29,207
インドネシア	2,228	2,986	3,404	4,597	6,207	8,154	10,484
フィリピン	3,877	4,028	4,360	6,784	9,468	12,289	15,106
タイ	4,552	6,279	7,694	11,069	13,443	16,312	19,695
ベトナム	1,212	2,008	2,683	4,763	6,412	8,575	11,110
インド	1,701	2,403	3,049	5,199	6,822	8,801	11,033
アメリカ	27,719	33,739	37,173	49,483	59,335	71,590	85,976
ブラジル	6,497	7,301	7,551	8,532	9,352	10,751	12,702
EU	18,907	23,191	24,833	31,946	36,320	41,384	47,293
ロシア	10,147	7,083	9,742	12,117	15,860	21,029	26,622

注：EUはスロベニア、エストニア、ラトビア、リトアニア、キプロス、マルタ、ブルガリア
ルーマニアを除く16カ国。1990年実績値にはチェコは含まれていない。

資料：(社) 日本経済研究センター「人口が変えるアジア～2050年の世界の姿」2007年3月

日経センターの予測の特徴は、人口の経済成長及ぼす影響と、逆に経済成長が人口（特に出生率）に及ぼす影響に注目を払っていることである。具体的には「人口ボーナス」の期間から「人口オーナス」の期間へ転換する時期によって成長速度の差が現れると見てその時点を捉えようとしている。(表 6 参照)

表 6. 人口ボーナス期間が終わる年と 1 人当り GDP (PPP：ドル)

	人口ボーナス期間	人口ボーナスが終わる年	1人当り GDP
日本	1950～1990	1990	23,504
タイ	1965～2010	2010	8,740
シンガポール	1965～2010	2010	30,391
香港	1965～2010	2010	32,040
韓国	1965～2015	2015	27,724
中国	1965～2015	2015	9,722
マレーシア	1965～2020	2020	15,571
ベトナム	1970～2020	2020	4,763
インドネシア	1970～2030	2030	6,207
インド	1970～2035	2035	7,758
フィリピン	1965～2040	2040	12,289

注：1. 1人当りGDPは購買力平価(2000年基準ドル) 換算

2. 日本は実績値、それ以外は日経センター予測値。

資料：World Bank, World Development Indicators.

出典：日経センター「人口が変えるアジア」P21

「人口オーナス」状態は、生産年齢人口を従属人口（その中心は高齢人口である）が上回る状態であり、経済成長率が低下し、社会資本整備等の余力が落ちてくることになる。従って、問題はその時点に至るまでに国民 1 人当たり GDP がどの水準に到達しているかが重要になるというのである。表 6 に示されるように、東アジア諸国では人口高齢化のスピー

ドが速く、国民 1 人当たり GDP が、そして社会資本整備等の余力が落ちてくる時期が早く、十分な余力が生じる以前に低成長に転換してしまう国・地域があると見ている。

③アジア開発銀行（ADB）の予測

3 つ目は、アジア開発銀行が 2008 年の世界金融危機・同時不況後の 2011 年に発表した「アジアの 2050 年」と題する報告書である。

報告書は過去 200 年前から 21 世紀を展望し、2010～2050 年は「アジアの世紀」が実現する期間になるだろうとしている。それを主導するアジア経済の成長のエンジンは、「アジア 7」、すなわち中国、インド、インドネシア、日本、韓国、マレーシア、タイの 7 カ国であり、2050 年に世界 GDP の 45% を占め、1 人当たり GDP は 45,800 ドル（PPP）に達し、世界平均の 36,600 ドルを 25% 上回るであろうとしている。

また、アジア全体では、2050 年に世界 GDP の 50.6% を占め、1 人当たり GDP でも 36,600 ドルに達し、世界の 36,600 ドルを上回るものと予測されている。（表 7、8 参照）

しかし、「中所得の罅」に陥ったケースでは、20,000 ドルにとどまる。

簡単に、それ以外の推計結果を示すと、以下の通りである。

- ・「中所得の罅」に陥らないためには、内需の拡大が重要であり、アジアの地域協力、革新、生産性向上などが重要である。
- ・都市人口がほぼ倍増し、かつ、約 30 億人の富裕層が生まれるだろう。
- ・急速な成長を遂げるアジアでは、人口の高齢化も急速に進む。（表 9 参照）

表 7. 2050 年の世界におけるアジア（金額ドル）

	2010年	2020年	2030年	2040年	2050年
世界総生産（MER兆US\$）	62	90	132	195	292
アジアのシェア（%）	27.4	33.5	38.9	44.5	50.6
世界総生産の伸び率（%）		4.0	3.9	3.8	3.6
アジア総生産の伸び率（%）		5.8	5.2	4.8	4.4
アジアのシェア（%）		55.7	59.3	62.8	66.0
1人当たり世界総生産（PPP）	10,700	14,300	19,400	26,600	36,600
1人当たりアジア総生産（PPP）	6,600	10,600	16,500	25,400	38,600

資料：ADB「ASIA2050」

（注）MER は、Market Exchange Rate の略で市場価格表示を意味する。

表 8. アジア 7 の GDP 成長予測

(MER兆ドル)			
	2010年 GDP	2050年 GDP	倍率
中国	5.7	62.9	11.0
インド	1.4	40.4	28.9
インドネシア	0.7	11.4	16.3
日本	5.4	8.2	1.5
韓国	1	3.7	3.7
タイ	0.3	3.2	10.7
マレーシア	0.2	2.6	13.0
アジア 7 計	14.8	132.4	8.9

資料：ADB「ASIA2050」

表 9. アジア主要国の 1 人当り GDP (ドル) 成長と高齢化率

	1人当り GDP (PPP)	65歳以 上人口
ネパール	3,400	10.6
アフガニスタン	2,800	3.6
バングラデシュ	14,200	14.9
ミャンマー	4,900	17.5
タジキスタン	15,900	10.0
ラオス	7,800	9.5
パキスタン	7,900	10.0
フィリピン	22,900	12.7
スリランカ	34,700	21.4
モンゴル	26,900	16.8
イラン	22,800	19.7
カンボジア	22,700	10.4
ヴェトナム	33,800	20.0
アルメニア	35,900	21.5
インド	41,700	13.7
ブータン	48,600	15.0
インドネシア	37,400	18.6
中国	47,800	23.3
アゼルバイジャン	60,300	17.9
カザフスタン	64,700	15.6

資料：ADB「ASIA2050」

アジア開発銀行の予測の特徴は、アジア経済が順調に成長を続けるケースと、「中所得の罠」に陥ったケースとを予測していることである。前者の場合、アジア経済は世界の GDP の 51%を占め、文字通り 21 世紀がアジアの世紀になるが、後者のケースでは 31%にとどまるとしている。特に、「中所得の罠」に陥らないためには、内需拡大型の成長が重要であり、アジアの地域協力、技術革新、生産性向上などが重要であることを指摘している。さらに、都市化について予測していることも特徴である。アジアでは都市人口がほぼ倍増し、かつ、約 30 億人の富裕層が生まれるだろうと予測している。それに伴う旺盛な個人消費需要が見込まれることを示唆している。

「中所得国の罫」については 2007 年に世界銀行から発表された *An East Asian Renaissance: Ideas for Economic Growth* において包括的に取り上げられた考え方であり、

その罫は、例えば、クルーグマン教授が “The Myth of Asia ‘s Miracle” で指摘したように、労働投入や資本蓄積による成長から技術革新や知識を利用した全要素生産性 (TFP: Total Factor Productivity) の向上による成長へ転換できるかどうか、あるいは、そのための基礎的な初等・中等教育の整備から大学や研究機関などの高等教育や研究機関へと教育リソースをシフトすることができるかどうかなどである。

アジア開発銀行のレポートは、アジア諸国経済が成長力を維持していき、21 世紀を「アジアが主導する世紀」とするための基本課題を自律的、内発的な技術を含めた創造力の形成が必要であることを指摘し、そのための課題を提起しているのに対して、日経センターのレポートでは、それを形成、構築していく余力が継続する期間不十分なうちに、条件が失われる可能性を指摘しているといつてよいであろう。

④まとめ

以上 3 つの長期経済予測は、いずれもアジア諸国が極めて高い経済成長を遂げるであろうとしている点で一致している。ADB の予測では、都市化の進行と富裕層の拡大を強調している。他方、日経センターと ADB の予測は、特に、東アジア諸国は人口高齢化のスピードが速いことを注意を促している。特に前者は、「人口オーナス」状態への突入までの期間の社会資本の整備の重要性を、後者は高等教育や研究開発力を高め「成長の罫」を突破する必要があることなどを指摘している。

一般に、生産性の成長要因は、(1)投資による資本財(生産手段)蓄積の増加、(2)教育による人的資本(労働力)の質の向上、(3)低生産部門から高生産部門への資源の再配分による効率性の向上、(4)研究開発による技術進歩などが、考えられるが、(1)を除き、(2)、(4)は高等教育や研究開発であり、(3)は特殊な地域資源や伝統技術などもその基盤となりうるが、(2)、(4)などによる高生産部門の創出が主体になるであろう。

その意味で、教育、医療・福祉などを含めた社会資本整備を急ぐ必要があることを示唆しているといえよう

4. 東アジアの地域的特長 ～メガ・シティの集中～

①リチャード・フロリダの理論

自動車や飛行機、そしてグローバル世界の象徴ともいえるワールド・ワイド・ウェブが発明され、あらゆるテクノロジーが広大な世界を 1 つに結びつけ、地理的な束縛から私たちを解放した。現代のハイテク世界では好きな場所に自由に住むことができる。昨今、こうした見方はひときわ広まっており、住む場所はもはや重要ではないかのようである。

しかし、米国の都市地理学者 R. フロリダは、現代の経済における経済成長の真の原動

力である、才能、イノベーション、クリエイティビティの様な現代の主要な生産要素は均一には分布しておらず、むしろ特定の地域に偏り、集中していると主張する。才能と生産性に満ちた人々が特定の地域に寄り集まって住むことで、新しいアイデアが生まれ、その地域の生産性は増加する。集積化によって生産力が高まり、地域そのものの生産性を高めるのだと考えている（R. フロリダ「クリエイティブ都市論」井口典夫訳 2009 年）。

R.フロリダは、研究協力者とともに、以下のような 4 つの世界地図を作成する。

i. 世界の人口分布（人口密度）、ii. 「夜間光量に基づく地域生産」（当該地域から発せられる光量で経済規模を推定したもので、それを、以下、LRP（Light-based Regional Product）と略称する。）、iii. 特許の数（光量を使って刑事阿智行きの輪郭を決め、そこに特許数データを重ね合わせたもの）、iv. 引用論文数の多い 1,200 人の先端分野の科学者の居住地。

その上で、この 4 つの世界地図を人口密度、経済活動、イノベーション、トップ先端科学者の居住地と地図を一枚ずつ重ねるという方法で、世界における以上 4 つの要素が揃う地域を検出した。これを、彼は世界のメガ・リージョンと名づけた。

②メガ地域の内容

メガ地域は現代の基本的な経済単位であり、グローバル化による世界経済の構造変化を象徴しているものである。人口は 500 万人から 1 億人規模で、経済生産は数千億ドル、時には数兆ドルにもものぼる。世界には、概ね 20 から 30 のメガ地域あり、従来の都市に取って代わり、以前より大規模で競争力があり、グローバル経済の推進力となっている。

これらメガ地域の人口は全世界の 5 分の 1 にも満たないが、経済活動の 3 分の 2 とイノベーションの 8 割を産出しているとしている。

③アジアのメガ地域

日本を含めたアジアのメガ地域について、以下、具体的に述べたい。（図 11 参照）

まず、日本には 4 つのメガ地域があり、そのうち 2 つは世界最大級の規模である。

i. 「広域東京圏」の人口は 5,500 万人、LRP は 2.5 兆ドルで世界ナンバーワンである。ここは金融やデザイン、ハイテクの分野で世界を牽引し、世界最大規模のメガ地域である。

ii. 大阪から名古屋にかけた「大阪=名古屋」で、3,600 万人もの人々が 1.4 兆ドルの LRP を産出する。この地域が得意とするのは、ハイテク関係のイノベーションと製造業で、自動車から最先端のエレクトロニクスまで網羅しており、世界最大規模のメガ地域である。

iii. 「九州北部」は人口が 1,800 万人で、LRP は 4,300 億ドル。

iv. 「広域札幌圏」は、人口が 400 万人で、LRP は 2,000 億ドルである。

次に、日本以外のアジアのメガ地域について述べたい。

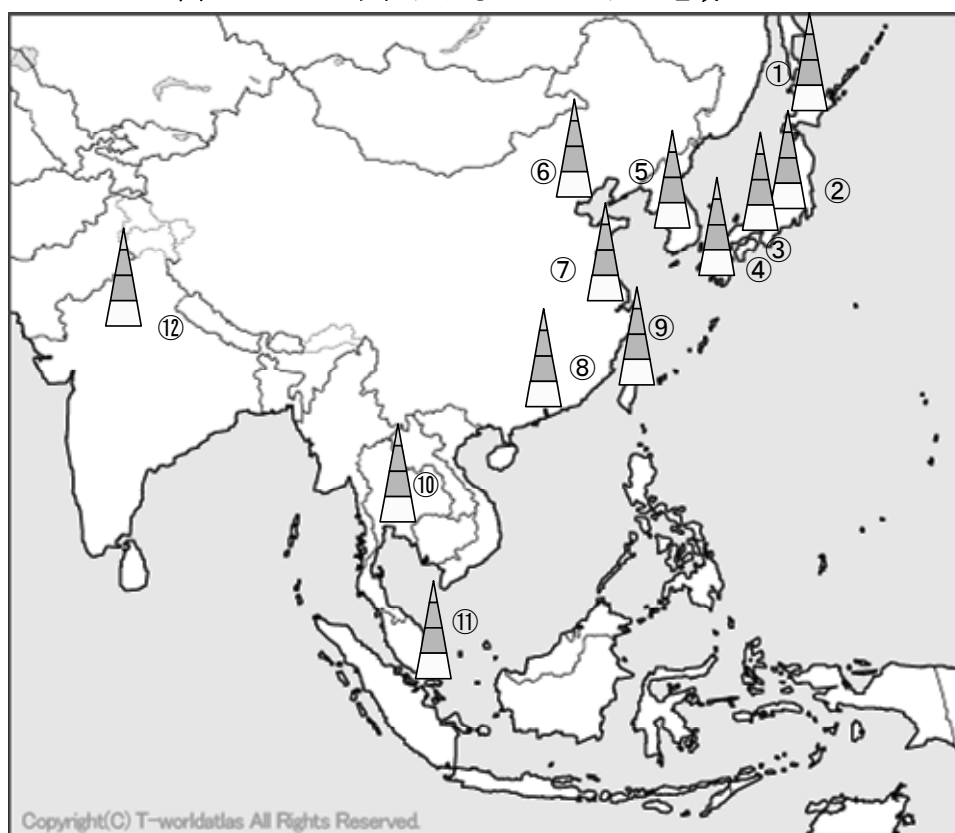
v. 「ソウルから釜山にかけて広がるメガ地域」は、人口が 4,600 万人で、LRP は 5,000 億ドル。エレクトロニクスや通信技術、あるいは半導体や薄膜ディスプレイに至るまであ

らゆる分野において革新的な企業を擁している。

vi. 「台北」は人口が 2,200 万人、LRP 1,300 億ドルの目が地域の中核である。この地域の産業は北の隣国、すなわち中国と重なる部分もあり、世界トップクラスの半導体生産施設を誇っている。

vii. 「シンガポール」は人口 600 万人で、LRP 1,000 億ドルの典型的な都市国家である。ディスク・ドライブの世界的な生産拠点であるとともに、科学分野および IT 関連産業に強く、欧米の一流大学の分校を招致することに成功している。

図 11. R. フロリダによるアジアのメガ地域



①札幌メガ地域 ②東京メガ地域 ③名古屋メガ地域 ④北部九州メガ地域 ⑤ソウル・釜山メガ地域
⑥北京メガ地域 ⑦上海メガ地域 ⑧香港・深センメガ地域 ⑨台湾メガ地域 ⑩バンコックメガ地域
⑪シンガポールメガ地域 ⑫デリー・ラホールメガ地域

viii. 「バンコックのメガ地域」には、1,900 万人の人々が暮らし、1,000 億ドルの LRP を産出している。

ix. 「デリー＝ラホール」は人口が 1 億 2,000 万人で、LRP は 1,100 億ドルである。

そして、中国の経済は東沿岸に位置する、以下、3 つのメガ地域が独占している。

X. 「広域北京圏」は人口 4,300 万人で、LRP 1,100 億ドル。

xi. 「香港と深圳にまたがるメガ地域」があり、その人口は約 4,500 万人、LRP は 2,200

億ドルである。

xii.最大の人口を誇るのは「上海と南京、杭州を結ぶ三角地帯」で、そこには 6,600 万人が住み、1,300 億ドルの LRP を産出している

R.フロリダは、以上のように、アジアでは、経済発展地域で 6、タイ、中国、インドの新興経済地域で 6 の合計 12 のメガ地域を挙げている。そのうち、東シナ海を巡る地域には、8つのメガ地域が集中している。

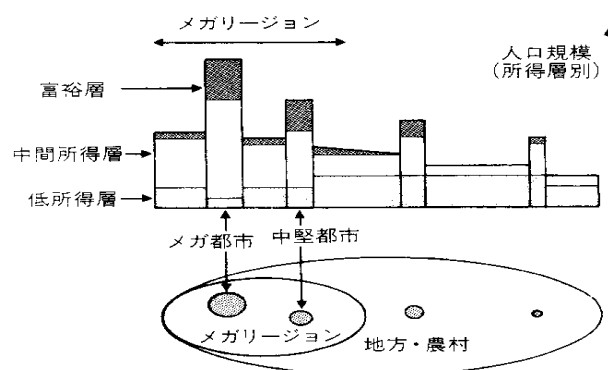
④大泉敬一郎のフォロー

R.フロリダの理論を大泉敬一郎は以下のようにフォローしている（大泉敬一郎「消費するアジア」中央公論社 2011 年）

1人当たり GDP では、日本が 38,000 ドルであるのに対し、中国のそれは 4,000 ドルを超えたところであり、その差は 6 倍である。しかし、上海の 1 人当たり GDP は 2009 年に 10,000 ドルを超えている。この 10,000 ドルという水準は、世界銀行が中所得国と高所得国を分ける基準であり、その意味では上海市場は先進国並みとすることになる。このように、全国レベルでの平均値では、上海などの大都市の繁栄を見逃してしまうことになる。同じようなことが ASEAN 諸国、インドにも当てはまる。つまり、私たちは、アジア新興国の経済を語るとき、どの地域を対象としているのかを明らかにする必要がある。

大泉は、R.フロリダの「メガ地域」という概念を、1 人当たり GDP が 10,000 ドルを超える「メガ・シティ」とその繁栄の領域全体を「メガ・リージョン」と再定義し、中国の 3 つのメガ・リージョンとバンコックメガ・リージョンを分析し、それらは、インフォーマルセクターとスラムの集積に象徴された、かつて「(人口) 過剰都市」と形容されたアジア新興国の大都市が、経済成長とともに、「消費市場として期待される地域」へ、すなわち先進国型都市へと変化していると結論付けている。(図 12 参照)

図 12. 大泉によるメガリージョンの概念



すなわち、このような先進国型すなわち消費型の都市＝メガリージョンが集中していることは、東アジアとりわけ環シナ海地域の大きな特徴である。

5. 「福岡アジアビジネス圏」形成の意義

(1) 円高、国内市場収縮が、サービス産業や独立系中小・零細企業を海外市場へと向かわせている

九州・福岡の企業の海外進出動向については、後続の第Ⅲ章で詳しく取り上げるが、長期的な流れを見ると、1970年代の低賃金労働力を求めて製造業が海外進出した第一段階、80年代後半の海外進出本格化した第二段階、90年代の中堅、中小企業を含む海外進出多様化時代の第三段階の後、撤退の増加も見られ、進出件数は停滞した。しかし、近年、撤退企業が再挑戦するなど、再び増加する気配であるという。また、2005年までは製造業の割合が50%を上回っていたが、2006～2010年上期の実績では、情報通信業や外食産業などを含む、対個人、対事業所サービス業が50%以上を占め、消費関連、サービス関連へのシフトが見られるという。

国内では、人口の減少とりわけ世帯形成期若年人口の減少は国内消費の相対的な縮小の主因となってきたが、少なくとも次世代の出生率の向上によって回復するまでには20～30年を要する。また、「超円高」は、海外生産品の輸入条件を高め、より安価な商品が流入することによって、価格面からも市場の縮小に寄与することになる。

したがって、これまで、国内市場を主としてきた独立系中小・零細企業（メーカー）や基本的に国内市場向けである第三次産業であっても、海外とりわけ成長著しい東アジアの消費・サービス需要の取り込みを図らなければならない状況へと追い込まれつつあると考えられる。

(2) 「福岡アジアビジネス圏」形成の意義

ところで、グローバリゼーション概念の変化が急速に進んでいることにも注目したい。かつては、グローバリゼーション、イコール標準化、均一市場化であり、世界市場でのメガ・コンペティションに晒されるといった側面のみが強調されてきた。しかし、昨今は、グローバリゼーション、イコール多様な個性的な資本主義国民経済の総括として考えられるようになってきた。

このことは、大手の多国籍企業の経営組織編成にも現れている。かつては、母国の本社が世界主要国に進出した事業所や支社・支店を直轄していたが、次第に、北米、西欧、アジアなどのローカル・ヘッドクォーターにおいて管轄（本社機能の移管）するようになり、さらに、近年では大きな市場を有する海外拠点の独自の意思決定権を付与したり、トップに現地国人を登用したり、現地組織や現地人による販売網の構築、さらに研究開発機能を付与して現地人技術者を中心とした現地需要に合った製品開発を行うなど、徹底した「現地化」政策が必要・不可欠となってきた。

今後、東アジアなどで中産階級が拡大してくると、コモディティ商品はともかく、文化性やデザイン性、国民性・地方性など多様性が求められることになろう。

一方、国内消費需要縮小の中にある、日本の中小・零細企業あるいはサービス産業など第

3次産業企業においては、グローバル化に適応し、拡大する新興国や途上国の需要を基盤とした事業展開が望まれているものの、残念ながら、彼らの多くは、大手企業・多国籍企業のように、それを展開する力を養ってこなかった。

彼らの海外市場へのアプローチは、長らく、日本独自の産業形態であると言われる「商社」の発達によって媒介され、直接交渉の経験・体制が必要なかったことも大きな要因でもある。もちろん、サービス産業など第3次産業企業では、個人や会社・組織が相対応する顧客であるが、それは言葉の壁とともに、まさに多様性（個別性）が著しく、日本人・日本企業向けのビジネスモデルがそのままでは通用しない産業分野であることも大きな要因であったであろう。

以上のような中小・零細企業あるいはサービス産業など第3次産業企業が拡大する海外需要を基盤とした事業展開を図ろうとする場合、頻繁な往復に適した空間的に近接し、かつ、言葉やビジネス上の慣行が異なっても、文化的・歴史的な近接性を持った国際的空間を対象としてビジネス圏を設定し、「サービス・リンク・コスト」の低減を図り、ビジネス交流がより容易な状況を作り出すことは、大きな意味を持つであろう。

6. 「福岡アジアビジネス圏」形成のための基礎的課題

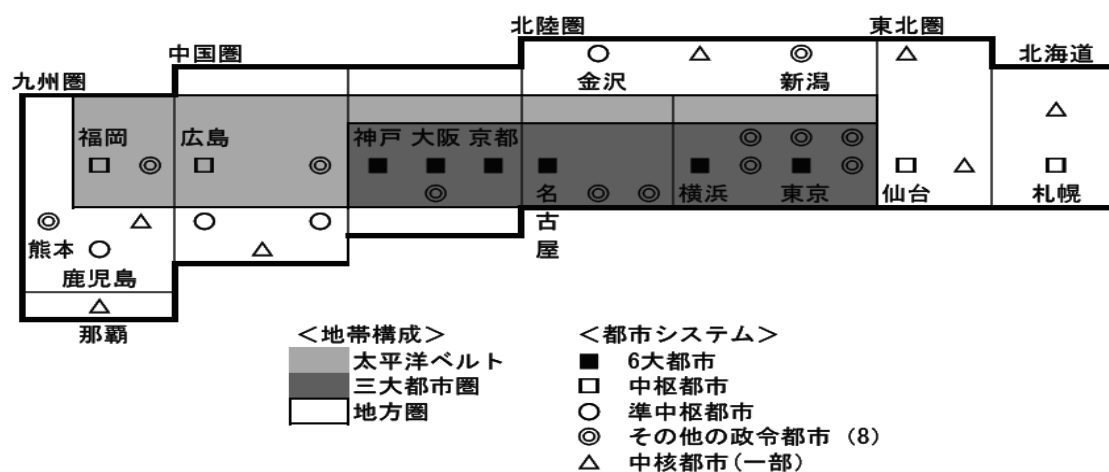
(1) 福岡市の都市機能の特徴

①九州・山口の広域拠点＝中枢都市である

福岡市および福岡都市圏地域は、わが国の経済的国土構造の中で、沖縄県、山口県および九州7県に及ぶ広域地方圏の中核都市である。（図13参照）

わが国の大手民間企業（例えば約2,000社余の株式上場企業）の支社、支店が立地し、主要政府機関の九州地方ブロックの統括出先事務所が集中している。2つの大規模地方銀行の本部も存在している。

図13. 福岡市の国土構造上の位置づけ

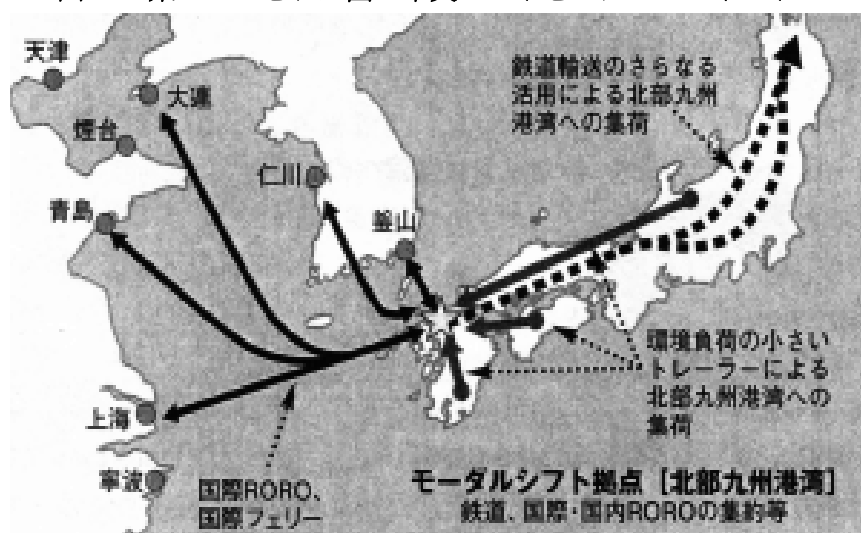


産業構造上も、商業や情報関連産業、サービス業の占める比率が高く、広域的な消費・サービスの中心であるとともに、プロスポーツ団体や美術館・博物館などが集まる文化的中心都市でもある。

②国内幹線と対東アジア交通の結節点（クロス・ポイント）である

さらに、日本列島の西端に位置する大都市であり、歴史的にも朝鮮半島や中国大陆、東南アジア地域への発着点としての機能、すなわち人的、物的、情報・知識（文化）的な交流窓口としての機能を果たしてきた。もちろん、現代においても山陽新幹線・九州新幹線の起・終点であり、博多港は国際重要港湾であり、福岡空港はアジアの主要都市への定期航空路線を集中する拠点的国际空港の1つとなっているが、これら陸、海、空のターミナルが福岡市内で近接しており、相互利用の利便性に優れていることも大きな特長である。（図14 参照）

図 14. 東アジアとわが国の中央ベルトとのクロスポイント



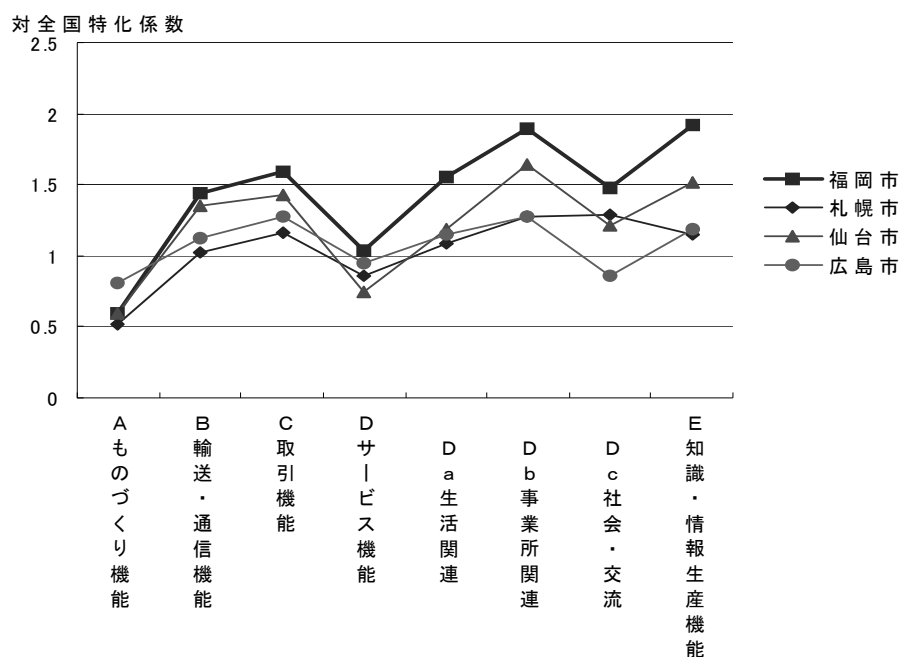
資料：日本港湾協会「港湾」2011. 5 特集第 83 回通常総会記念 11 p

③大学・IT 関連企業の集積地（知識創造都市）である

また、福岡市および福岡都市圏地域には、国立大学法人の九州大学を始め、約 30 に及ぶ大学・短期大学が立地しているとともに、高等専門学校や専修学校も多く、福岡市は、人口当たり学生数が京都市に次ぎ、東京都と肩を並べるほど多く、わが国屈指の大学・学生の街であり、研究と高等教育・研修の拠点でもある。

札幌市、仙台市、広島市および福岡市の 4 つの地方中枢都市の都市機能の高さを比較すると、図 15 に示すように、福岡市はものづくり機能では低い反面、E. 知識・情報生産機能や Db. 対事業所関連サービス機能は非常に高く、東京都、大阪市に次ぎ 3 番目の高さとなっている。

図 15. 4 地方中枢都市の都市機能集積水準の比較



資料：総務省「事業所・企業統計」から(財)福岡アジア都市研究所作成

(注) 総務省「事業所・企業統計」の小分類業種を都市機能ごとにくくり直し、それぞれの就業者数ベースでの対全国特化係数を算出し、表示した。

④アジアで有数の「住みやすい都市」である

海外メディアによる、「住みやすい都市ランキング」などで、つねに高い評価を得ており、「住みやすい都市」という定評がある。事実、JR 線、バス路線、市営地下鉄線が整備されており、かつ、空港や港が都心に近く、都市規模に比して通勤時間などが短く、移動快適性に優れている。

⑤オープンな市民気質を持っている

また、歴史的な経緯もあって、オープンな市民気質が特徴とされている。それは、時に「おせっかい」な気質ともなるが、個性的な若者や、自己を自由に表現し、活動しようとする、クリエイティブな人たちが住みやすい街だともいえよう。

(2)「福岡アジアビジネス圏」形成の基盤的課題

個々の産業経済分野での課題は、以後の各章において取り上げるので、ここではそのための基盤的、基礎的な課題について取り上げたい。

1 つは、言語等文化的（慣行等）差異性の克服のための課題であり、2 つは空間的な隔たりの克服のための課題である。

A. 言語等文化的（慣行等）差異性の克服のための課題

- a. ICT を利用したネットワーク利用によって、「言葉の壁」を超え、グローバル・ディストリビューションを実現し、人口 15 億人の東アジアに統合マーケットを作り出すことを目指すべきであろう。

そのため条件は整っている。1 つは、ソーシャルネットワークの拡大で、大規模な広告・宣伝経費が不要になったこと、2 つは、クラウドの拡大でインフラ経費がほとんど要らなくなったこと、3 つはモバイル・インターネットの普及によってグローバル・ディストリビューション（国境を超える流通）が容易になったこと、などその条件が整いつつある。これらを有効に活かしていくことが求められる。

- b. このためには、これら新しい分野での起業をサポートするベンチャー・キャピタル機能の強化を図ることが必要である。円高という条件や特区制度を活かし、市内約 30 の大学および市内の 2 大金融機関の協力を仰ぎ、国内だけではなく東アジア地域のベンチャー拠点都市を目指す。

- c. 外国人留学生の福岡市内就職支援

2011 年 12 月に九州経済産業局と(社)九経連が「九州グローバル産業人材協議会」を立ち上げ、留学生の就職を橋渡しすることとなったが、福岡市としても、中小企業に外国からの留学生の採用を促すとともに、外国人雇用のための情報交流機会を拡充するなど、そのための支援・サービスを行う。

- d. 企業内外国語スクールの開催に関して、講師の斡旋や講師料のサポートなどを行う。

B. 空間的な隔たりの克服のための課題～東アジア「メガ・リージョン」ネットワークの形成～

①「福岡—アジア・マリン・シャトル・ネットワーク圏」の形成

コンテナ海運での近接利便性の実現および高速貨物船による東アジアのメガ・都市（港）との間のシャトル運航体制の構築を図る。（大連、上海、基隆、高雄、香港など）

- ① ー1. 高次ロディスティックサービス提供体制の整備

特区制度などを活用し、東アジアシームレス物流の構築を目指す必要がある。

- ① ー2. 地域共同物流サービス（ミルクラン（＝巡回集荷）輸送や物流拠点の集約化）

将来的には、全国の適合的な貨物が集まってくることになるとしても、当面は、九州・山口地域の東アジア向け貨物の集約が必要である。このため、ミルクラン輸送網や物流拠点の集約化が必要である。

②「福岡—アジア 1 泊 2 日ビジネス航空圏」の形成

福岡空港発着後実質 4 時間以内で到・発着できる空港を「東アジア 1 泊 2 日ビジネス圏」（1 日目の午後ビジネス＋2 日目の午前ビジネス＝1 泊 2 日圏）と想定し、範囲内の空港との路線の拡充を図る。例えば、図 16 の通りである。

最後に、上記の①、②で述べた福岡ーアジアビジネス圏のイメージを図 17 に示す。

図 16. 「東アジア 1 泊 2 日ビジネス航空圏」

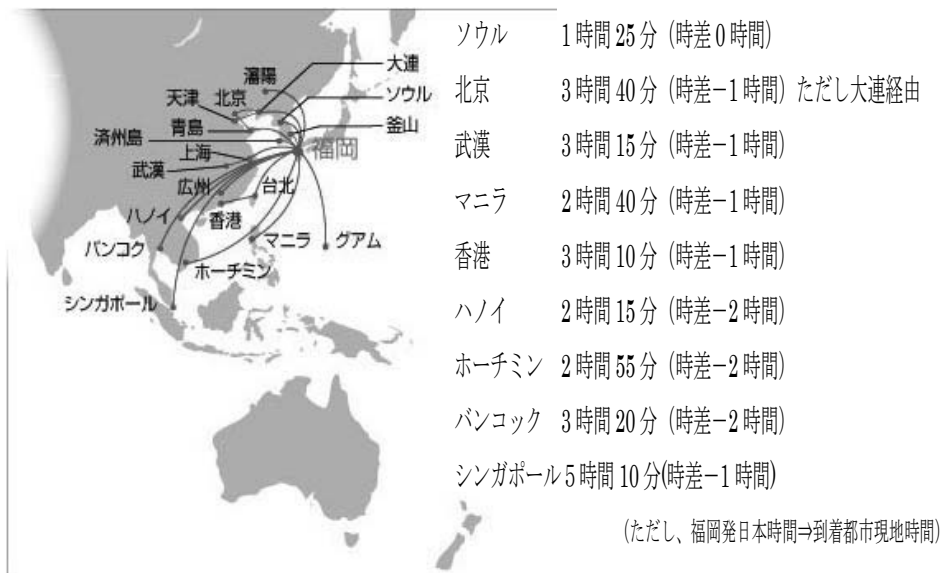
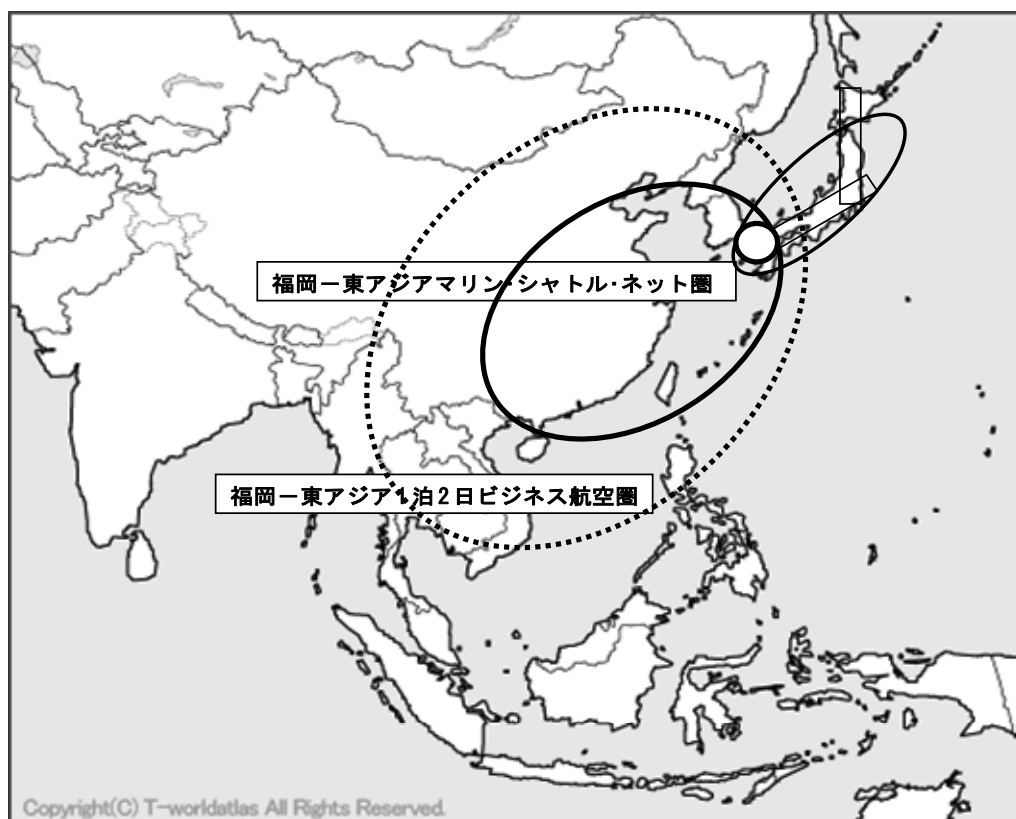


図 17. 福岡ーアジアビジネス圏のイメージ



第Ⅰ章. 福岡・九州とアジアの人流・観光

ー 福岡・九州におけるアジアインバウンド戦略ー

(財) 福岡アジア都市研究所
研究主査 新井 直樹

1. はじめに

本章は、福岡・九州がアジアとの地理的近接性を活かしたビジネスを展開する上で、その基礎となる福岡・九州とアジアの人流・観光について、今後のアジアインバウンド戦略のあり方の視点から考察したものである。

まず、近年のわが国と福岡・九州におけるアジアインバウンドについて、現在、主流をなす韓国インバウンドと、今後、急速に拡大が予測される中国インバウンドの動向を中心に整理した上で、福岡・九州のアジアインバウンドの特徴について指摘する。

次に、(財) 福岡アジア都市研究所（以下、URC）が実施した、福岡・釜山間の高速船を利用して福岡・九州を観光した韓国人旅行者と、中国発着のクルーズ船を利用して博多港に寄港後、福岡を観光した中国人旅行者を対象とした観光動向調査の結果を分析し、両国のインバウンド旅行者の観光動向の特徴や差異を明らかにし、比較考察を行う。

さらに、上述した調査の分析をふまえて、福岡・九州のアジアインバウンドの誘致や受け入れ態勢の課題を析出し、具体的な対応策を示すとともに、国内外の先進的なインバウンドの取り組みの事例研究をもとに、今後の福岡・九州におけるアジアインバウンド戦略のあり方について考察したい⁽¹⁾。

2. わが国と福岡・九州におけるアジアインバウンドの動向

(1) わが国のアジアインバウンドの動向

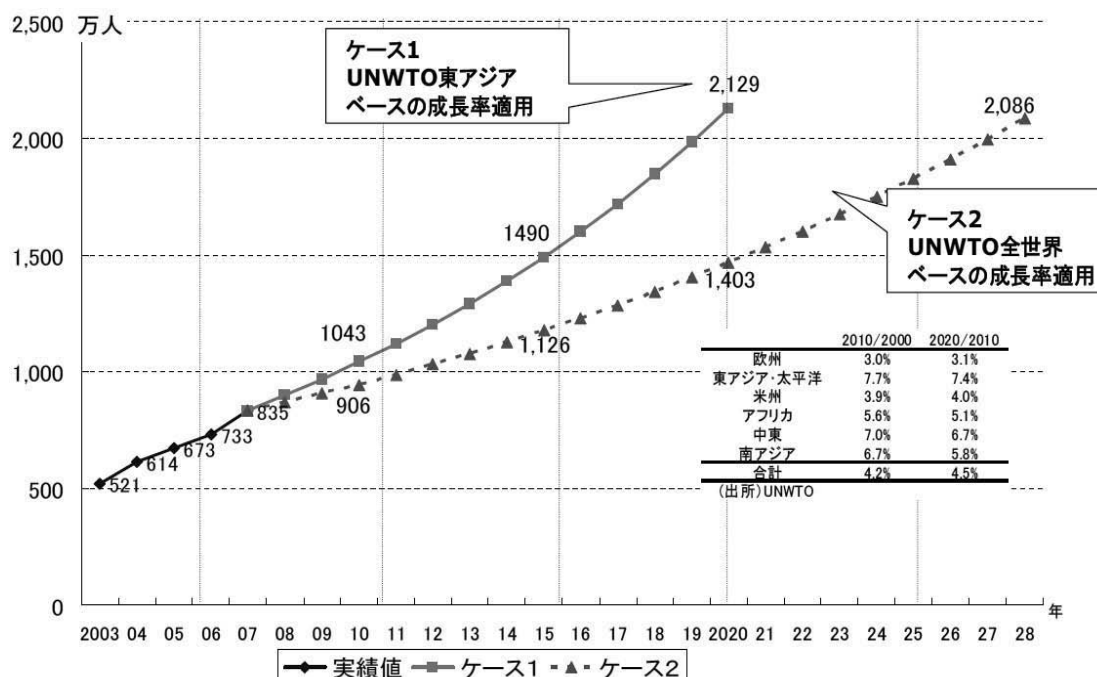
UNTWO（＝世界観光機関）によると、1960年に6,930万人であった世界の国際観光客数は、2000年には6億8,700万人に達し、40年間で約10倍となった。さらに、UNTWOが2000年に発表した「Tourism 2020 Vision」では、2020年の世界の国際観光客数は、15億6,100万人に達すると予測され、グローバル化が進展する世界において地球規模の大交流時代が到来すると言われている。

特に、近年のアジア諸国の著しい経済成長によって、東アジア・太平洋地域の国際観光客数は、2010年から2020年にかけて、年平均7.4%と言う世界で最も高い伸び率（全世界では年平均4.5%の増加）を示し、3億9,700万人に達し、世界の全ての国際観光客の25.4%を占めると予測している。

この様に、わが国を含む東アジア・太平洋地域は、世界の中で最も国際観光の成長が期待される地域と捉えられている。こうした中、観光庁では、上述したUNTWOの予測を

もとに、図表 I. 1 の通り、今後の訪日外客数について、東アジア・太平洋地域ベース（年平均 7.4%増加）の成長率を適用した予測（ケース 1）と全世界ベースの成長率（年平均 4.5%増加）を適用した予測（ケース 2）を試算し、どちらにおいても 2020 年代において訪日外客が、2010 年の倍以上の 2,000 万人に達すると予測している。（図表 I. 1 参照）

図表 I. 1. 観光庁、今後の訪日外客数の予測



（出所）観光庁・観光立国戦略会議（2009）「観光実務に関するワーキンググループ～インバウンドに係わる中長期戦略策定～参考資料」 3 p

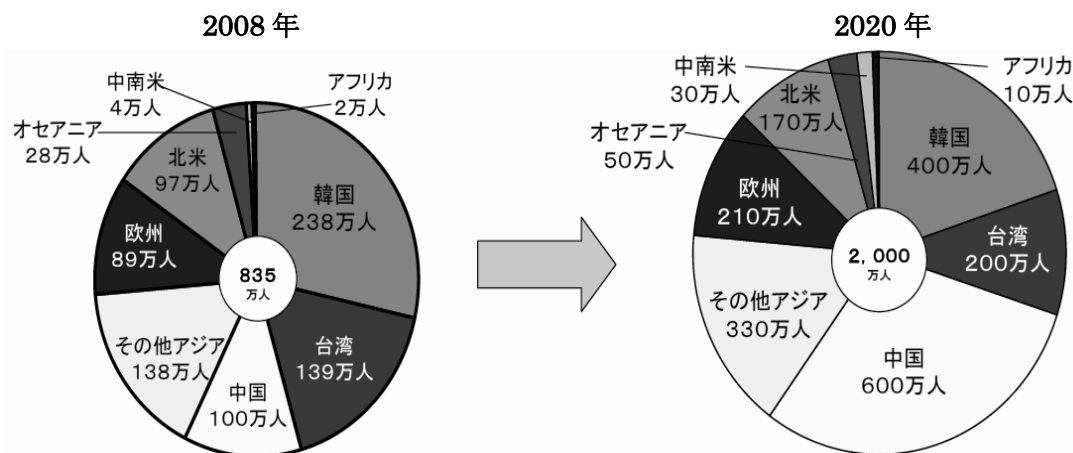
さらに観光庁では、訪日外客 2000 万人時代のインバウンド旅行者の国・地域別の構成について、図表 I. 2 の通り予測している。

図表 I. 2 の通り、2008 年の訪日外客数、約 835 万人の主要な国・地域の構成（比率）においては、韓国が約 238 万人（28.5%）と最も多く、次いで台湾が約 139 万人（16.6%）、中国が 100 万人（12%）の順となっている。しかし、2020 年の訪日外客数、2000 万人の時代の構成（比率）においては、中国が韓国を逆転し、約 600 万人（30%）となり、以下、韓国が約 400 万人（20%）、台湾が約 200 万人（10%）と、中国インバウンドが高い伸びを示し首位となり、2008 年の 6 倍へと急速に拡大することが予測されている。

現実には、訪日中国人旅行者に関しては、世界同時不況後も経済成長が著しく個人所得が増加している上に、VISA の発給要件が段階的に緩和されるのに従って、近年、急速に拡大しており、ここ 10 年ほどで約 3 倍に増加し、一昨年の 2010 年は、過去最高の約 141 万人（16.4%）となり、台湾（14.7%）を抜き、韓国（28.3%）に次いで、わが国、第 2

位のインバウンドとなっている。

図表. I. 2. 訪日外客 2,000 万人時代のインバウンドの状況



（出所）観光庁（2009）「インバウンドの中長期戦略について（観光立国推進戦略会議の提言）」2 p

また、日本政府観光局（JNTO）「訪日外客訪問地調査 2007-2008」によると中国インバウンドに関しては、他国からのインバウンド旅行者と比べて、旅行目的における買い物の割合や、旅行中の土産物等の物品購入の消費金額が極めて高く、旺盛な観光消費意欲が指摘されており、訪問地での観光消費による地域経済への波及効果が期待されている。

この様な、近年のわが国のインバウンドをめぐる動向とともに、バブル経済崩壊後、長期的な国内の観光需要・消費の低迷のみならず、デフレ不況に悩む多くの地域のインバウンド観光振興策において、これまでの主に韓国を対象とした取り組みから、今後、最大の対象市場と予測される中国インバウンドの誘致と受け入れ態勢の整備を推進する取り組みが、全国で活発となっている。

（2）福岡・九州におけるアジアインバウンドの動向

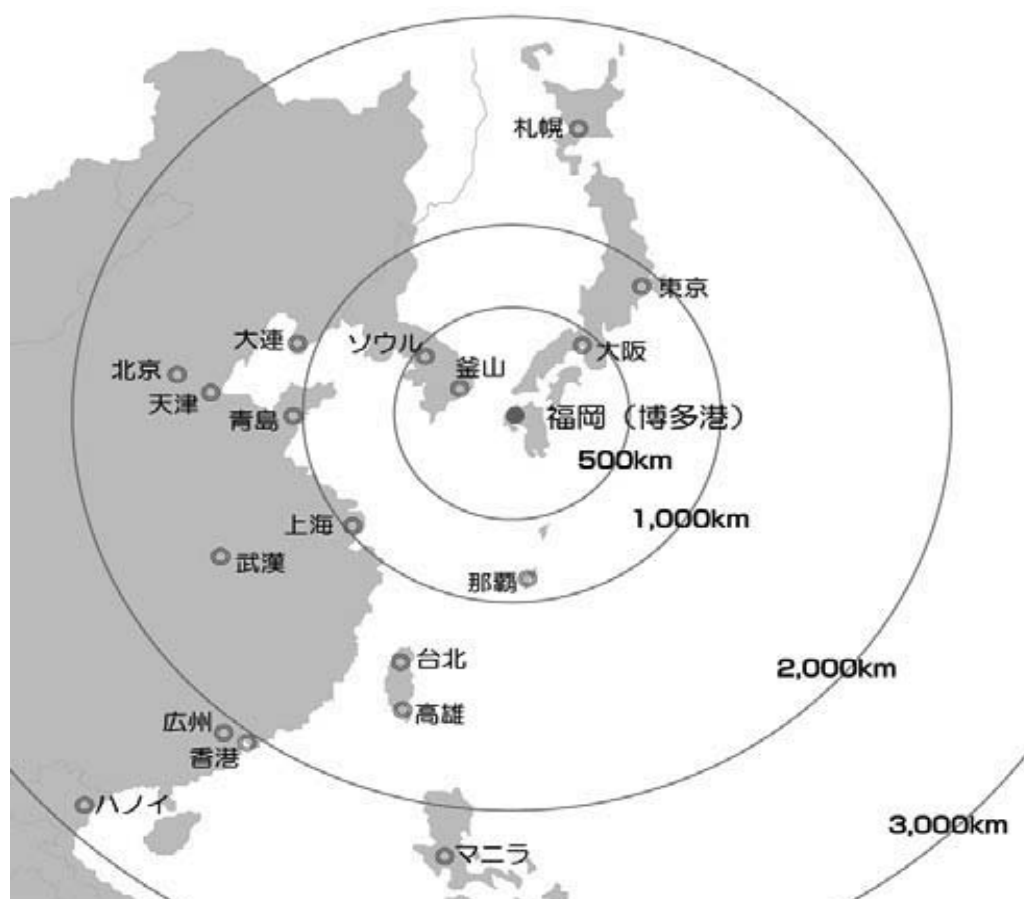
こうした中、わが国の国土の中で、韓国、中国などアジア諸国と最も近くに接する地域の福岡、九州においては、地理的な近接性を活かし、アジアインバウンドを拡大することが期待されている。図表 I. 3 は、九州の中核都市、福岡市を中心起点として韓国、中国などの東アジアの主要都市との距離を示したものである。

福岡市から日韓海峡を挟んで韓国第2の都市、釜山市まで約 200Km は、広島市とほぼ同じ距離であり、韓国の首都、ソウルと大阪市がほぼ同じ距離の約 500Km となっている。

さらに、中国で最も経済発展を遂げている上海市や黄海沿岸地域の大都市の青島市、大連市などが、東京との距離、約 1,000 Km と同程度となっているほか、国内では札幌市までの距離、約 1500 km と、中国の首都、北京市や天津市、武漢市などの主要大都市が、同程

度となっており、福岡・九州と東アジア諸国、地域の地理的近接性が高いことがわかる。

図表 I. 3. 福岡を中心起点とした東アジアの主要都市との距離



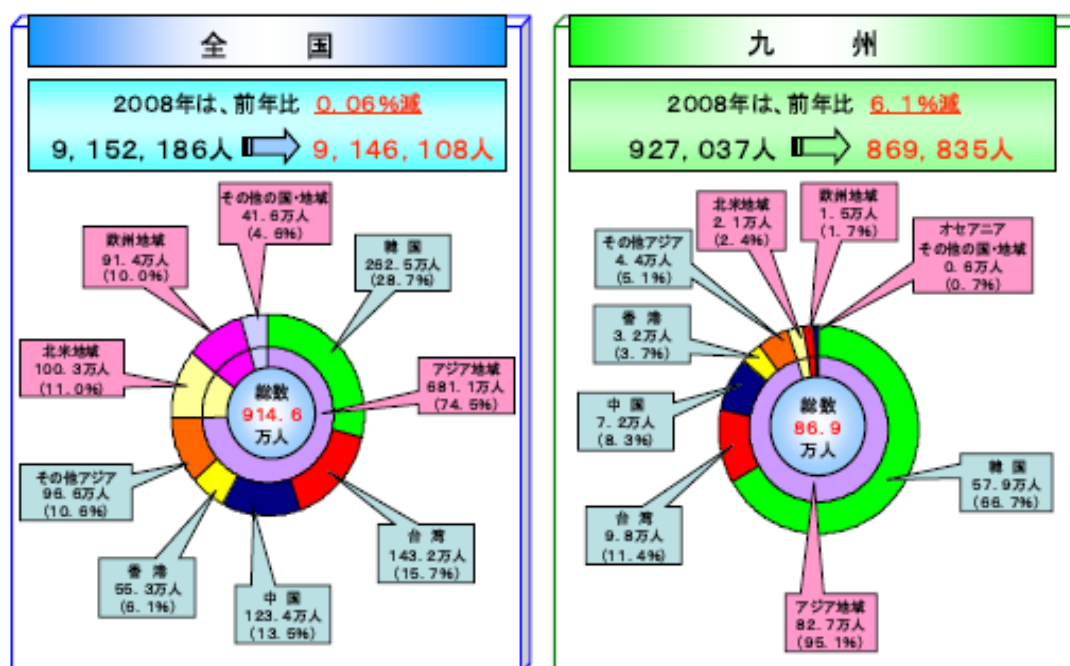
(出所) 福岡市港湾局資料

次に、九州におけるアジアインバウンドの動向について、全国のアジアインバウンドの動向と比較した上で、その特徴とともに、近年、顕著となっている動きについて述べたい。

まず、図表 I. 3 は、2008 年の全国と九州の外国人入国者の国・地域別の人数、割合を示したものである。

2008 年の全国・九州の外国人入国者を国・地域別の割合で見ると、全国のアジア地域からの入国者の比率、74.5%と比べて、九州のアジア地域からの入国者の比率が 95.1%となっており、九州においてアジアインバウンドの割合が、全国と比べて、かなり高いことがわかる。さらに、2008 年の全国と九州のアジアからの外国人入国者のうち、韓国人入国者の割合を比べると、全国の入国者のうちの韓国人の比率が、28.7%になっているのに対して、九州への韓国人入国者の比率は、66.7%と、全体の過半を占め、同入国者数の約 67.9 万人は、わが国全体の韓国人入国者数、約 262.5 万人の約 4 分の 1 に達している。

図表 I. 3. 2008 年の全国・九州の外国人入国者数と国・地域別の割合



(出所) 国土交通省九州運輸局 (2010)「観光立国の実現に向けて」12 p より

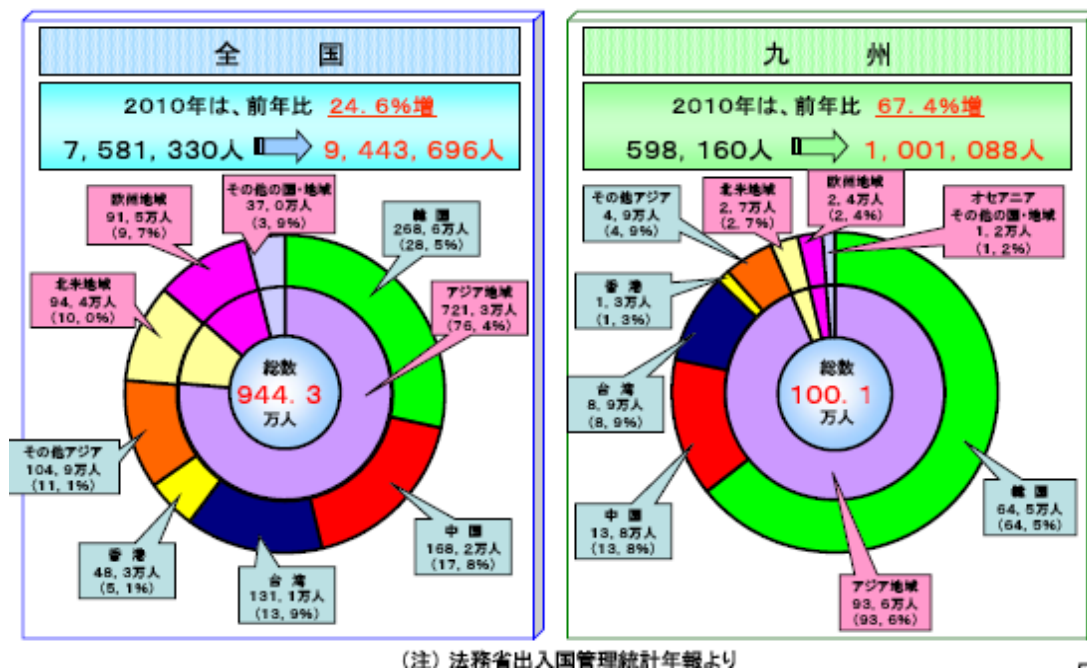
一方で、今後、わが国、最大のインバウンド市場と予測される中国人入国者の比率では、全国が 13.6%であるのに対して、九州においては 8.3%に過ぎず、全国と比較しても、その割合は低くなっている。

これらのことから、2008 年時点の九州におけるインバウンド観光の特徴として、全国と比べてアジア地域からのインバウンドの比率が高いものの、その 7 割を占める韓国人旅行者の比率が突出して高いことがわかる。この様に、九州への韓国インバウンドが増大した理由として、文字通り、九州と韓国と間の地理的な近接性を活かした日韓海峡間を結ぶ船舶定期航路が近年、活発となっていることが、理由として挙げられる

2011 年の東日本大震災後においても、九州と韓国の間を結ぶ、新たな船舶定期航路が開設されるなど、2012 年 3 月の時点では、日韓の船社が共同運航している航路を含めて、九州（山口県下関港を含む）と韓国の海港の間に、7 社 4 区間（高速船 9 隻・フェリー 4 隻）の船舶定期航路が就航している。特に福岡市においては、1991 年に博多港と釜山港を結ぶ JR 九州高速船の「ビートル号」が就航後、九州への韓国インバウンドの主要渡航ルートとなるまで拡大し、2010 年には 21 万人余りの韓国人が博多港から入国するなど、海港としては全国の中で、最も入国する外国人が多くなっている。

一方で、韓国インバウンドを中心とした九州のアジアインバウンドの動向において、近年、変化の兆しが見られる様になった。図表 I. 4 は、2010 年の全国・九州の外国人入国者の国・地域別の割合を示したものである。

図表 I. 4. 2010 年の全国・九州の外国人入国者数と国・地域別の割合



(出所) 国土交通省九州運輸局 (2011) 提供資料より

2008 年と比べて、九州の入国外国人のうち、韓国人入国者の割合が 64.5% (2008 年 66.7%) と過半を占めている状況に変わりはないものの、中国人入国者の割合 (人数) が、2008 年の 8.3% (7.2 万人) から、2010 年の 13.8% (13.8 万人) へと 5.5%増加しており、増加率が、全国の増加率 (4.2%) よりも上回っている。

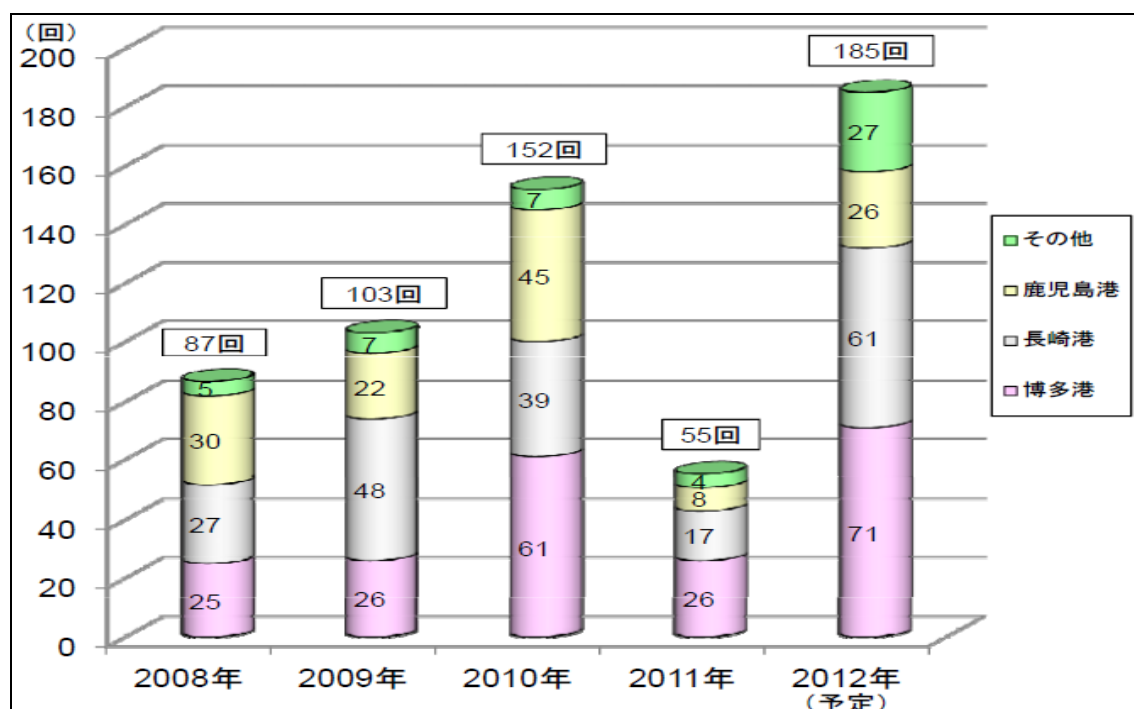
この様に、九州への中国人入国者が、わずか2年で増加した要因として、九州各港への、中国発着を中心とした外国クルーズ船の寄港回数が、近年、急速に増加傾向にあることが挙げられる。

図表 I. 5 は、近年の九州各港への中国発着を中心とした外国クルーズ船の寄港回数の推移を示したものである。

九州各港の 2008 年の中国発着を中心とした外国クルーズ船の寄港回数は 87 回であったが、年毎に増加し、一昨年、2010 年には 152 回を数えた。しかし、2011 年は、同年 3 月に発生した東日本大震災の風評被害が九州にも及び、震災発生後、一時期、九州各港への外国クルーズ船の寄港が全面的にキャンセルされ、同年 8 月から寄港が再開されたものの 55 回に減じた。

今年、2012 年は、震災の風評被害が払拭されたことによって、185 回の外国クルーズ船の寄港が予定 (2012 年 3 月時点) されているのみならず、寄港する予定の中国発着の外国クルーズ船の多くが、これまでの船より大型化し、乗降客の数も増加することから、九州への中国インバウンドの大幅な増加が見込まれている⁽²⁾。

図表 I. 5. 外国クルーズ船の九州への寄港回数の推移（2012 年予定）



（出所）国土交通省九州運輸局（2012）提供資料より

特に、博多港（福岡市）においては、2007 年には無かった外国クルーズ船の寄港が、2008 年に 25 回、2009 年に 26 回、2010 年には 61 回（乗降客約 10 万人）を数え、2011 年には震災の影響で 26 回に減少したものの、2012 年には中国発着の外国クルーズ船を中心に 71 回の寄港が予定されている。

先に述べた様に、博多港は韓国との定期船舶航路を中心に、既に海港としては全国の中で、入国する外国人が最も多くなっている港となっているが、2010 年には外国クルーズ船の寄港回数においても全国で最も多い港となり、これまで中心であった韓国インバウンドのみならず、今後、寄港が増加するクルーズ船の中国人乗降客の受け入れ態勢の整備を含め、拡大する中国インバウンドに対応した観光戦略を展開することが、福岡市の大きな課題となっている。

また、2012 年 2 月から、HTB（ハウステンボス）が運航する長崎－上海間の船舶定期航路が就航しており、福岡・九州のアジアインバウンドは、これまでの韓国のみならず、近年は中国インバウンドにおいても、わが国の中で、他に類例のない地理的な近接性を活かした船舶、海路主体の形態が大きな特徴となっている。

3. 福岡・九州におけるアジアインバウンド旅行者観光動向調査からの考察

前節で述べた様に、福岡・九州のアジアインバウンド戦略を展開するに当たっては、現在、その中心である韓国インバウンドに対する取り組みとともに、近年、増加傾向にあり、

今後、最大の市場と予測される中国インバウンドに対応した取り組みが課題となっている。また、福岡・九州のアジアインバウンドの大きな特徴として、アジアとの地理的な近接性から韓国、中国から船舶、海路を利用した渡航形態が主流となっていることを指摘した。

そこで、本節と次節では、URC が、これまでに実施した、船舶、海路を利用して福岡・九州に来訪した韓国人・中国人旅行者を対象とした観光動向調査の結果から、両国旅行者の観光動向の特徴を明らかにした上で、求められるアジアインバウンド戦略のあり方を考察したい。まず、本節では両国旅行者の属性や観光消費行動などの調査結果を比較考察し、それぞれを対象とした具体的な対応策を検討したい。

なお、上述した URC が実施した韓国人・中国人旅行者に対する観光動向調査の全容、詳細な結果に関しては、URC (2010)「福岡・釜山間高速船利用客観公動向調査報告書 本編・資料編」及び、URC (2011)「博多港寄港クルーズ船中国人乗降客観光動向調査報告書 本編・資料編」を参照いただきたい。

(1) 福岡・九州におけるアジアインバウンド（韓国人・中国人）観光動向調査の概要と対象者の属性

①韓国人旅行者観光動向調査の概要

まず、韓国人旅行者の観光動向調査については、韓国と福岡・九州の間において主要渡航ルートとなっている、福岡・釜山間の高速船「ビートル号」に乗船した韓国人旅行者を対象として、2009 年の 11～12 月にかけて実施したものである。

調査方法は、韓国人旅行者が福岡・九州への旅行を終え、博多港から釜山港に向けて帰国する際に高速船内で韓国語アンケート調査票を配布し、乗船中に任意で記入してもらい回収する方式で実施した。

調査実施日は、2009 年 11 月 21 日（日）2 便、29 日（日）1 便、12 月 6 日（日）1 便の船で実施され、配布した 800 部のアンケート調査票の内、321（回収率・40.1%）の回収を得た。なお、調査は高速船の運航会社 JR 九州高速船㈱の協力のもとに実施された。

②中国人旅行者観光動向調査の概要

次に、中国人旅行者の観光動向調査は、近年、博多港を始め九州各港に寄港が急速に増加している、中国発着の外国クルーズ船の中国乗降客を対象として実施したものである。調査を実施したクルーズ船は、2010 年 10 月に博多港に寄港した中国発着の外国クルーズ船のうちの 2 隻で、1 隻は、天津港発着の「Legend of the Seas」（10 月 4 日（月）寄港・2010 年博多港 20 回寄港）、もう 1 隻は、上海港発着の「Costa Classica」（10 月 13 日（金）寄港・2010 年博多港 21 回寄港）である。

調査を実施した 2 隻のクルーズ船は、いずれも中国発着で九州、韓国の各港に立ち寄る外国船社クルーズ船で、船の概要・クルーズツアーの航路、行程等の概容については、図表 I. 6 の通りである。

図表 I. 6. 調査対象のクルーズ船、クルーズツアーの概容

クルーズ船名	「Legend of the Seas」	「Costa Classica」
船籍・船社	アメリカ・ロイヤルカリビアン インターナショナル社	イタリア・コスタクルーズ社
全長・排水量・定員	264m・69,130 t・2,074 人	220m・52,926 t・1,766 名
クルーズツアー期間 ツアー名	2010 年 9 月 30 日～10 月 7 日 九州・釜山クルーズ 7 泊 8 日	2010 年 10 月 11 日～15 日 福岡・済州島クルーズ 4 泊 5 日
クルーズツアーの航 路行程	天津→長崎→鹿児島→博多→釜 山→天津	上海→博多→済州島→上海

調査は、博多港にそれぞれのクルーズ船が寄港後、下船して、福岡の 1 日バスツアーに参加し、福岡タワーや太宰府天満宮等を観光した後、福岡市の繁華街である天神地区に立ち寄り、2～3 時間程度、買い物をして、バスに戻った乗降客に中国語アンケート調査票を配布し、任意で記入してもらい、乗船前に回収する方式で実施した。その結果、2 日間、2 隻のクルーズ船で合わせて 808 の調査票の回収を得た。

クルーズ船別の乗降客に対する配布・回収調査票数、回収率等の状況は、下記、図表 I. 7 の通りである。なお、今回の調査実施に当たっては、福岡市集客交流部・港湾局や、福岡 1 日バスツアー主催会社の中国国際旅行社、H I S などの協力を得た。

図表 I. 7. 調査票配布・回収状況

調査実施日・調査対象者乗船名	配布調査票数	回収調査票数・回収率
2010 年 10/4・「Legend of the Seas」	320	258・80.6%
2010 年 10/13・「Costa Classica」	640	550・85.9%
合 計	960	808・84.2%

(2) 福岡・九州のアジアインバウンド（韓国人・中国人）観光動向調査の対象者属性

①韓国人旅行者観光動向調査の対象者属性

韓国人旅行者観光動向調査の対象者の属性は、性別が男性 43.3%、女性 56.7%、年代は 20 代までが 21.8%、30 代が 24.3%、40 代が 30.6%、50 代が 18.6%、60 代以上が 4.7% となっている。職業は、「会社員」(38.7%) が最も多く、続いて「経営者・自営業者」(21.7%)、「専業主婦」(17.6%)、「学生」(7.0%)、「公務員」(4.8%) が主なものであった。

これまでの訪日経験については、「今回が初めて」が 43.5%、「2 回目」が 21.6%、「3 回目」が 9.7%、「4 回目」が 3.9%、「5 回目以上」も 12.9%となっている。

また、今回の旅行形態の回答結果では、「個人旅行」（高速船チケットと宿泊のみを自己

又は旅行会社で手配) が 50.2%と半数以上で、「団体ツアー」(旅行会社が全てを手配するガイド付きツアー) が 45.7%となっている。

②中国人旅行者観光動向調査の対象者属性

中国人旅行者観光動向調査の対象者の属性は、性別が男性 50.5%、女性 49.5%、年代は 20 代までが 14.3%、30 代が 23.6%、40 代が 31.7%、50 代が 18.6%、60 代以上が 11.9%となっている。職業は、「会社員」(37.3%) が最も多く、続いて「管理職」(17.2%)、「専門・技術職(医師、弁護士、研究者)」(8.7%)、「経営者」(6.9%)、「専業主婦」(5.1%)、「公務員」(4.6%)、「学生」(4.2%) などの順となっている。

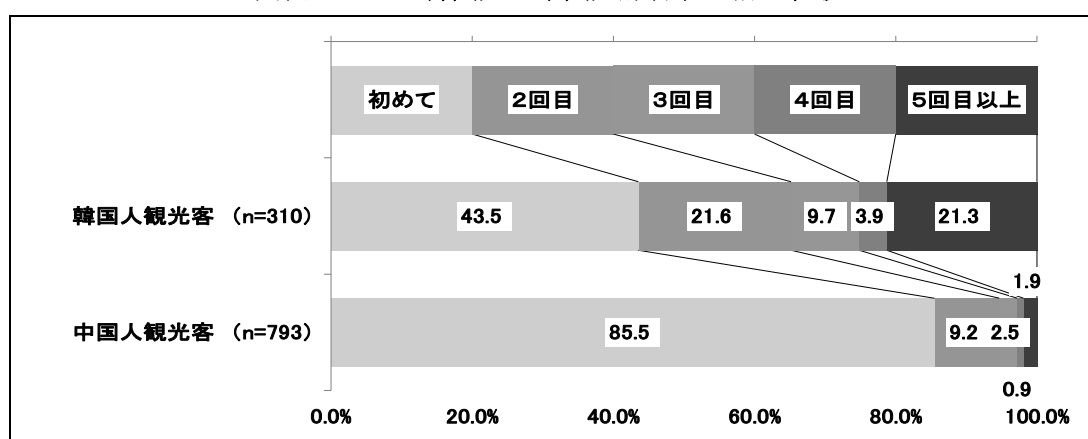
訪日経験については、「今回が初めて」が 85.5%、「2 回目」が 9.2%、「3 回目」が 2.5%、4 回目が 0.9%、「5 回目以上」が 1.9%となっている。

③韓国人・中国人旅行者観光動向調査の対象者属性の比較考察

韓国人・中国人旅行者観光動向調査の対象者属性から両国旅行者の特性等の比較考察を試みると、年代は共通して 30～40 代が過半を占め(韓国人 54.9%・中国人 55.3%)、職業は「会社員」(韓国人 38.7%・中国人 37.3%) が最も多いことは共通していた。

これまでの訪日経験の比較では、図表 I. 8 の通り、韓国人旅行者は 2 回目以上のリピーターが過半を占め(56.5%)、5 回目以上の回答も 12.9%であったのに対して、中国人旅行者は、今回が初めての回答がほとんどで(85.5%)、大きな差異が見られた。

図表 I. 8. 韓国人・中国人旅行者の訪日経験



また、今回の旅行形態においては、韓国人旅行者は個人旅行者が約半数(50.2%)となっている。一方、中国人旅行者の調査対象者は、クルーズ及び上陸地ツアー参加者と言う形態から全てが団体旅行となっている。現在、訪日中国人旅行者に対する個人観光 VISA の発給要件は段階的に緩和されているが、発給には煩雑な手続きのみならず経済力等の制限があり、2010 年の訪日中国人の観光 VISA 発給数のうち、個人観光 VISA 取得者は 7.3%

に止まり、現在の旅行形態は、ほとんどが団体旅行となっているのが現状である⁽³⁾。

これら結果から福岡・九州のアジアインバウンド戦略においては、まず、第一に、現在、主流の韓国インバウンドへの対応においては、リピーター、個人旅行者をターゲットに、今後、最大の市場と予測される中国インバウンドにおいては、現段階では、初訪日する団体ツアーをターゲットとした取り組みを重点的に行うことが必要と見られる。

(3) 福岡・九州のアジアインバウンド（韓国人・中国人）旅行者の旅行目的と観光消費

①韓国人旅行者の旅行目的と観光消費

URC が調査した結果をもとに、韓国人旅行者の旅行行動の特徴をまとめると、博多港到着後、福岡市・県内のみならず、熊本県や大分県など九州内の都市や名所旧跡、温泉などを主な訪問地、宿泊地とする「2泊3日型」(約6割)、平均滞在日数で約3日の九州内周遊観光が主流であることが明らかとなっている⁽⁴⁾。

また、韓国人旅行者の今回の旅行目的についての回答結果（選択・複数回答可）では、「観光」(66.7%)が最も多く、過半を占めたのに比べて、「買い物」(15.5%)や「グルメ」(11.1%)の回答率は低かった。

次に、韓国人旅行者の観光消費に関する調査結果について見ていきたい。まず、今回の旅行で土産等の買い物した場所（選択・複数回答可）の回答では、「ショッピングセンター」(36.7%)、「博多港の免税店」(30.3%)、「観光地のお土産物店」(22.3%)、「スーパーマーケット」(20.2%)、「100円ショップ」(18.6%)「百貨店」(17.0%)、「小売店」(5.3%)、「家電量販店」(1.6%)の順となっている。

また、今回の旅行で購入した品物、土産(選択・複数回答可)の回答では、「化粧品」(33.2%)「菓子」(28.4%)、「その他食品」(20.9%)などの回答が多く、続いて、主なものでは「酒」、「薬、サプリメント」(共に14.2%)、「おもちゃ、キャラクターグッズ」(13.3%)、「和服(着物)、民芸品」(12.8%)、「洋服、かばん、靴等」(12.3%)の順になっている。

さらに、今回の旅行中（旅行日程「2泊3日」(59.9%)、「1泊2日」(22.9%)、「3泊4日」(14.9%)・平均滞在日数約3日）の福岡・九州での買い物の観光消費額の回答結果では、「1～2万円」(27.4%)、「5千円未満」(18.8%)、「5千～1万円未満」「3～5万円」(共に14.5%)、「2～3万円」(12%)、「5～10万円」(7.7%)、「10万円以上」(5.1%)の順となっており、全体的には、2万円未満の割合が、60.7%と過半を占めている。

これら回答結果から、今回の福岡・九州旅行での一人当たりの平均の買い物、土産物の観光消費金額を算出すると、平均で32,230円、平均滞在日数約3日と言う結果から、1日当りの平均観光消費額を割り出すと、約10,740円であった。

②中国人旅行者の旅行目的と観光消費

次に、中国人旅行者の今回の旅行目的についての回答結果（選択・複数回答可）では、

「寄港地での観光、ツアー」（79.3%）と「寄港地での買い物」（58.4%）の回答率が高くなっており、「クルーズ船内での活動」（32.3%）、「寄港地でのグルメ」（28.2%）、「クルーズ船の航海」（23.7%）と比べると、乗降客が「寄港地での観光、ツアー」は旅行本来の目的としてさることながら、「寄港地での買い物」を重視していることがわかる。

次に、中国人旅行者の観光消費に関する調査結果について見ていきたい。まず、中国人旅行者が寄港地の一つである福岡で買い物をした場所の回答結果（選択・複数回答可）では、「百貨店」が 58.0%と最も多く、続いて「スーパーマーケット」（33.4%）、「コンビニエンスストア」（28.4%）、「土産物店」（19.8%）、「家電量販店」（15.3%）、「ドラッグストア」（11.0%）、「地下商店街」（7.1%）、「100 円ショップ」（1.6%）の順となっている。

また、福岡で購入した品物、土産の回答（選択・複数回答可）では、「食料品・飲料品」が 56.5%と最も多く、続いて「化粧品」（35.8%）、「飲食」（33.5%）、「電化製品」（31.9%）、「洋服・バッグ・靴など」「時計」（共に 20.8%）、「和風雑貨」（19.8%）、「玩具・キャラクターグッズ」（19.6%）、「薬品類」「酒」（共に 10.2%）、「貴金属・アクセサリ」（8.3%）の順となっている。

さらに、福岡での、買い物、土産等の観光消費額の回答結果では、「5 千円未満」（19.9%）、「5 千～1 万円」、「1～2 万円」（共に 14.7%）、「3～5 万円」（13.9%）、「2～3 万円」「5 万～10 万円未満」（共に 13.1%）、「10 万円以上」（10.6%）の順となっている。3 万円以上の回答率が3 分の 1 以上（37.1%）、5 万円以上の回答率が、約 4 分の 1（23.5%）となっており、最も高額な回答は、100 万円であった。

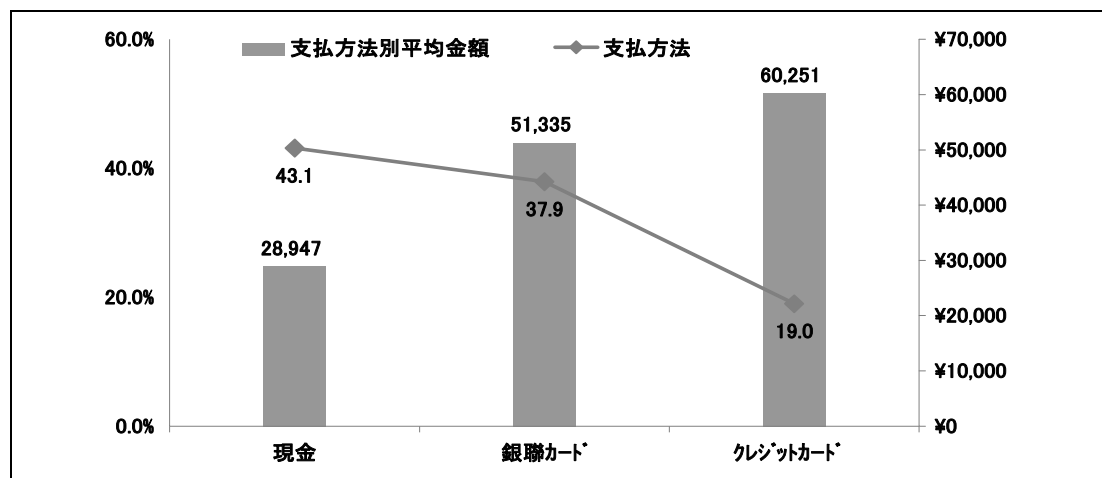
これら回答結果から、福岡での一人当たりの平均観光消費額を算出すると 43,158 円であった。クルーズ船別の旅行者 1 人当たりの平均観光消費金額を算出したところ、上海発着の「Costa Classica」の乗降客が、51,671 円であったのに対して、天津発着の「Legend of the Seas」の乗降客は、34,846 円となっており、上海発着の旅行者の方が、16,000 円余り消費金額が上回っていた。

また、福岡で購入した品目、土産別の 1 人当たりの平均消費金額を算出すると、最も購入率の多かった「食料品・飲料品」が 4,726 円に過ぎなかったのに対して、「電化製品」（32,288 円）、「時計」（28,867 円）、「洋服・バック、靴等」（24,675 円）、「薬品等」（22,714 円）、「化粧品」（22,174 円）などが 2～3 万円余りと高額になっている。

次に、図表 I. 9 は中国人旅行者の買い物の主な支払い方法の比率と支払い方法別の一人当たりの平均消費金額を算出した結果である。

買い物の支払い方法では、「現金」（43.1%）、「銀聯カード」（37.9%）の割合が高く、「クレジットカード」（19%）となっている。一方、支払い方法別の一人当たりの平均消費金額を算出すると、カード利用者の消費金額（銀聯・51,335 円、クレジットカード・60,251 円）の方が、現金利用者（28,947 円）より 2 倍程度、高くなっていることから、小売、飲食店においては中国国内で最も普及する「銀聯カード」に対応した決済端末の設置が、さらなる観光消費の拡大を図る上では必要と思われる。

図表 I. 9. 中国人旅行者の買い物の主な支払い方法の比率と平均消費額



③韓国人・中国人旅行者の旅行目的と観光消費の比較考察

韓国人・中国人旅行者観光の旅行目的と観光消費の調査結果から両国旅行者の特性の比較考察を試みると、まず、旅行目的では、韓国インバウンドは観光が大半を占めるのに対して、中国インバウンドは観光のみならず、買い物に高い関心を示していることが明らかとなった。

また、今回の調査では、韓国人旅行者調査の対象者は、2泊3日九州内周遊観光が主流（平均滞在日数約3日）であるのに対して、中国人旅行者の調査対象者は、福岡1日ツアー参加者に限られ、ツアー行程のうち主に買い物ができるのが、福岡市の中心繁華街、天神地区において2～3時間と限定されているので一概に比較は出来ないが、買い物場所、購入品、消費金額など観光消費行動においてもかなりの差異があることがわかる。

まず、買い物場所に関して差異が目立ったのは、「百貨店」（韓国人 17.0%・中国人 58.0%）、「家電量販店」（韓国人 1.6%・中国人 15.3%）の回答率において、中国人旅行者の回答率が韓国旅行者と比べて、かなり高くなっていることが特徴として挙げられる

また、購入した品目について「食料品（食品、菓子、飲料）」、「化粧品」の購入率が高かったことは両国旅行者に共通したものの、韓国人旅行者の購入品の回答では、ほとんどなかった「電化製品」「時計」の購入率が中国人旅行者では多かったのが目立っている。

さらに、購入した品物、土産物の1人当たり平均観光消費額では、韓国人旅行者の旅行日程中の全ての買い物、土産物の観光消費総額が一人当たり平均、約3万2千円、一日当たりの平均消費金額で、1万円余りだったのに対して、中国人旅行者は、主に天神での2～3時間の買い物だけで、1人当たり平均、約4万3千円と韓国人旅行者の旅行期間中の総額を1万円余り上回り、1日当たりに換算すると約4倍となっており、韓国インバウンドと比べて中国インバウンドの観光消費が極めて活発であることが明らかとなった。

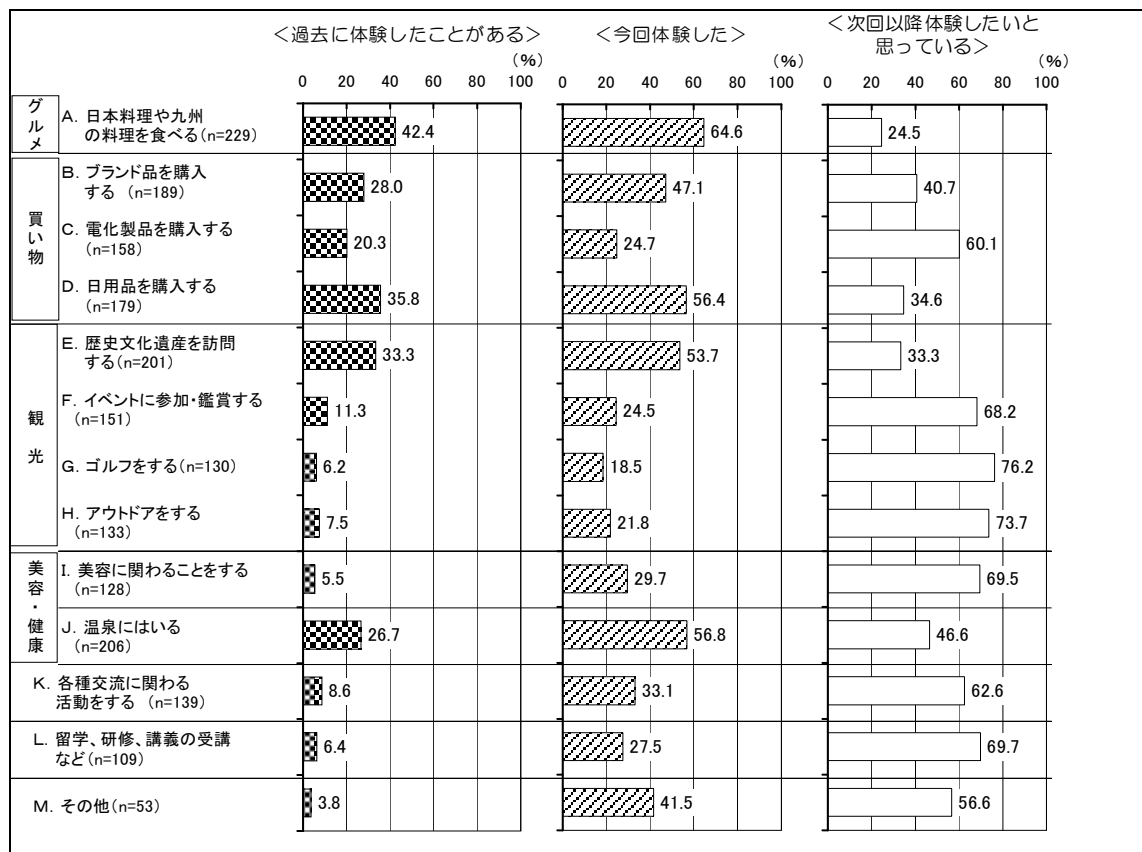
(4) 福岡・九州におけるアジアインバウンド戦略の課題と展望

次に本節では、韓国人・中国人旅行者の福岡・九州での旅行体験や次回以降の訪日旅行で体験したいことなどの調査結果を分析し、福岡・九州における両国インバウンドの誘致や受け入れ態勢の課題や展望を析出するとともに、今後のアジアインバウンド戦略のあり方について考察したい。

①韓国インバウンド戦略の課題と展望

まず、韓国人旅行者の福岡・九州での具体的な観光動向を把握するとともに、今後の観光需要を含めた展望を探るために、過去・今回の旅行で体験したこと及び、次回以降の訪日旅行で体験したいと思っていることについての回答（選択・複数回答可）結果をもとに、現在、主流の韓国インバウンド戦略のあり方について考察したい。（図表 I. 10 参照）

図表 I. 10. 韓国人旅行者の過去・今回・次回以降の旅行体験（選択・複数回答可）



韓国人旅行者の過去・今回を含めた旅行体験内容では「日本や九州の料理」（過去 42.4%・今回 64.6%）、「歴史文化遺産を訪問」（過去 33.3%・今回 56.4%）、「温泉」（過去 26.7%・今回 56.8%）などの回答率が高く、「買い物」では「日用品の購入」（過去 35.8%・今回 56.4%）の回答率が多かった。

次回以降の訪日旅行で体験したいことでは「ゴルフ」(76.2%)、「アウトドア」(73.7%)の回答率が高かったが、体験としてのこれまでの実現率は極めて低かった。これ以外では、「語学・研修・講義の受講」(69.7%)「イベント参加・鑑賞」(68.2%)、「各種交流活動」(62.6%)、など「体験・交流」型の観光を次回以降、体験したいとする回答率が高かった。

これら結果から、福岡・九州の韓国インバウンド戦略を展開するに当たっては「体験・交流」型の観光活動や事業において、韓国語対応を含めた受け入れ態勢の整備や情報発信を図ることが、直近の課題として挙げられる。

「体験・交流」型観光は、バブル経済崩壊後の国内旅行市場の変化や、地方自治体の財政難等に伴いハードからソフト、地域資源を活用した着地型、住民参加型の観光振興策として、近年、全国各地で活発となっている⁽⁵⁾。これら取り組みの多くは、祭り、イベントの参加や地域の自然、生活、農業、伝統文化、地場産業、郷土料理などの体験を通して旅行者と住民の交流を行う、新しい観光の形態であり、地域活性化の有効な手法として成果を収めるところも少なからず見られる。近年、九州各地においても「体験・交流」型観光の取り組みが活発となっているが、外国人旅行者の需要に対応した取り組みは未だ数少ないのが現状である。

こうした中、日韓海峡間に位置する長崎県の対馬では、韓国人旅行者を対象とした、「アリラン祭」「チング音楽祭」「国境マラソン」などの祭りやイベントの開催のほか、対馬の自然や韓国との交流の歴史を辿るトレッキングツアーなど様々な「体験・交流」型の観光に取り組んでいる。この様な対馬の地理的、歴史的近接性を活かした地域主体の取り組みの結果、2008年には対馬への韓国人旅行者が、対馬の人口の約2倍の7万2千人、同旅行者の観光消費による地域経済波及効果が年間約21億円に達しており、釜山との間を結ぶ日韓の運航会社の船舶定期航路も拡充されるなど、韓国インバウンドが拡大傾向にある⁽⁶⁾。

さらに、新しい独自の動きとしては九州各県等で組織する九州観光推進機構が、韓国内の「済州オルレ」⁽⁷⁾に代表されるトレッキングブームを韓国インバウンド拡大に活かそうと、今年、2012年2月、「九州オルレ」と銘打ったコースを選定し、韓国の旅行業界関係者へのプロモーションに取り組んでいることが注目される。現在、「九州オルレ」は佐賀県・武雄、鹿児島県・指宿開聞、熊本県・天草維和島、大分県・奥豊後の4つのコースで、地元の協力の下、温泉や地域の自然景観、歴史を楽しみながら散策が出来る様に韓国語標記のある目印等を設置するなど、10~20kmのトレッキングコースが整備されている。同年3月には大分県・奥豊後コースを加えたツアーに、韓国人旅行者約700人の申し込みがあり、コースの拡充も予定されていることから今後の展開が期待される。

また、同機構の九州旅行ポータルサイト HP「九州の旅」の韓国語サイトにおいては、九州内の地域の祭り、イベントの案内やハイキング、登山の情報のほか農場や果樹園などで行われる「体験・交流型」の観光メニューについて詳細な情報を提供している。このサイトを通して、韓国の旅行会社から「体験・交流」型観光に取り組む地域への問い合わせも数多く寄せられ、個人旅行者のみならず団体旅行者の立ち寄り先となっているところも

少なくないと言う。

さらに、韓国人個人旅行者をターゲットとした先進的な取り組みとしては、「キューデンインフォコム（QIC）」（福岡市）が運営する韓国語の九州観光情報サイト「九州路」が挙げられる。同社は韓国のマーケティング会社と共同企画して、2004年から韓国人個人旅行者向けの九州観光・宿泊サイト「九州路」を開設している。同サイトでは別府、由布院、黒川温泉など九州内の約400の和風旅館を中心とした宿泊施設の案内のみならず、インターネット予約が可能となっており、2010年には約2万件の予約が成立している。また、同サイトには、九州の都市、温泉、観光地などの飲食店、土産物店のほか、二次交通（鉄道、バス）の公共交通機関やレンタカー手配などの個人旅行者向けの詳細な情報が掲載されている。

個人旅行者、リピーターが中心の韓国インバウンドの誘致においては、ホームページを通じた「体験・旅行」型観光の情報や、宿泊、2次交通、飲食・土産物店等の具体的、詳細な観光情報の提供をすることが効果的であるのと同時に、対馬や「九州オルレ」の取り組みに見られる様に、着地側の地域のきめの細かい対応が重要と思われる。

②中国インバウンド戦略の課題と展望

中国人旅行者の観光動向に関しては、調査を実施した対象者が、福岡の1日バスツアーに参加した人たちに限られ、今回の旅行体験については同じ内容となるため、ここでは同ツアーの満足度調査と、今後の訪日旅行で体験したいことの回答結果から、課題や展望を析出し、今後の中国インバウンド戦略のあり方について考察したい。

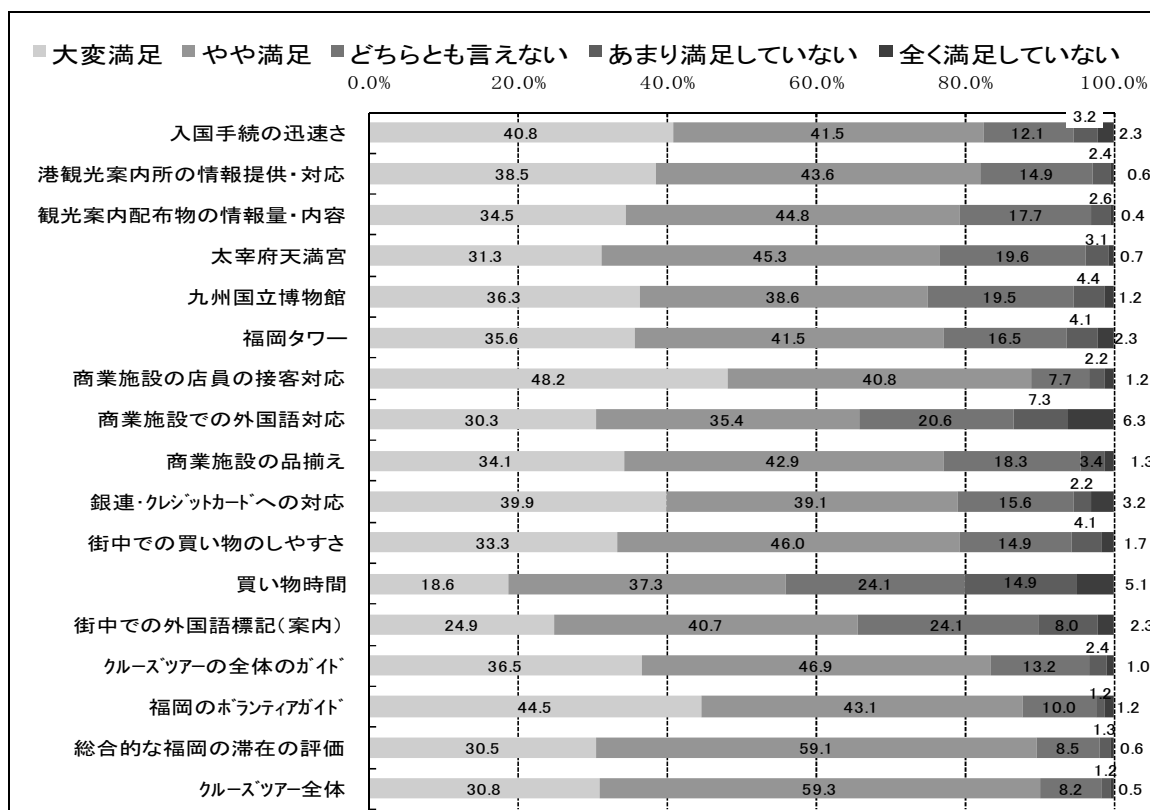
まず、中国人旅行者が参加した福岡1日ツアーの内容に関する満足度調査（5段階選択回答）の結果の中から、着地側の福岡市の受け入れ態勢として留意すべき主要なポイントを今後の課題として析出したい。（図表Ⅰ-11参照）

「大変満足」の回答率が多く、満足度が高かったのは「商業施設の定員の接客対応」（48.2%）、「福岡のボランティアガイド」（44.5%）などであった。一方、「大変満足」の回答率が低かったのは、「買い物時間」（18.6%）、「街中での外国語標記（案内）」（24.9%）などであった。

また、「商業施設の店員の接客対応」（「大変満足」48.2%）については、満足度が高かったのに比べて「商業施設での外国語対応」については「大変満足」が30.3%と、「大変満足」の割合が約18%低くなるなど、「街中での外国語標記（案内）」と合わせて、中国語標記や買い物の際に必要な中国語会話等の言語対応に課題があることが窺える。

「福岡のボランティアガイド」については、「大変満足」が44.5%と満足度の高い回答率となっているが、同ガイドは、（財）福岡コンベンションビューローが、福岡市に来訪する内外からの観光客の受入支援（通訳、案内など）を目的して、ウェルカムサポーターとして公募し、2008年から活動している組織である。

図表 I. 11. 福岡 1 日ツアーの満足度（各項目選択回答）



2011 年には、福岡の大学に通う外国人留学生や日本人、約 250 人がボランティアとして登録し、同コンベンションビューローと天神地区の商業事業者等が協力して、スタッフを商業施設や博多港等に配置し、中国人旅行者に対する通訳、ガイドに、揃いのベストを着て取り組んでいる。博多港へのクルーズ船寄港時の際には、10 人ほどが商業施設等に配置されているが、1 回のクルーズ船寄港時に 1,000 人以上の中国人旅行者客が、天神地区に来訪するため対応に限界がある上に、今後、寄港するクルーズ船が大型化に伴い、さらに中国人旅行者も増加することから、ボランティアスタッフの人員増等、受け入れ態勢の充実が望まれている。

また、「大変満足」の回答が最も低かった「買い物時間」（18.6％）に関しては、「福岡で買いたいものを購入できたか」についての回答結果においても、「一部しか購入できなかった」の回答率が、49.3％と最も多く、約半数となっていることから、買い物時間が十分でないと感じる人が多いことが窺える。また、福岡での買い物に関しては、今回のクルーズ船ツアーの悪かった点、困った点を自由回答記述してもらった結果においても、「買い物時間が短い」が最も多い結果となっている⁽⁸⁾。

クルーズ観光においては、上陸後、乗降客の寄港地での滞在時間が限られることから、出入国手続き（CIQ）を迅速、円滑に実施し、買い物を含めた滞在時間の延長を図ることが、重要である。しかし、一度に 1,000 人以上が下船するクルーズ船の寄港に際して博多

港の CIQ 施設の対応能力には限界があり、現状では、船が着岸後、全ての乗降客の入国手続きが終えて上陸するまで、約 3～4 時間を要している。

わが国へのクルーズ船寄港の入国者に対しては、定員 2,000 人以上の船については、入国管理局職員が外国の前寄港地から乗船し、予め、船内で入国審査を行う海外臨船が行われている。今回、調査を実施した「Legend of the Seas」（定員約 2,074 人）においては、船会社からの要請があれば海外臨船を実施しており、入国手続き時間を省くことが出来ているが、「Costa Classica」を含む定員 2,000 人以下の船においては、海外臨船は行われていないのが現状である。

この様に調査結果から、福岡市におけるクルーズ船寄航の中国人旅行者の受け入れ態勢の問題として、ガイドの充実を含めた「言語対応」と CIQ の迅速、円滑化を含めた「買い物・滞在時間の延長」に課題があることが明らかになった。

これら課題解決のため、既に福岡市は、政府、内閣府の総合特区制度の提案募集を受け、太宰府市と共同して、2011 年 9 月に「“Visit Japan！”外国クルーズ特区」（正式名称・「外国クルーズ客船振興等による訪日外国人受入拠点特区」）を申請している。

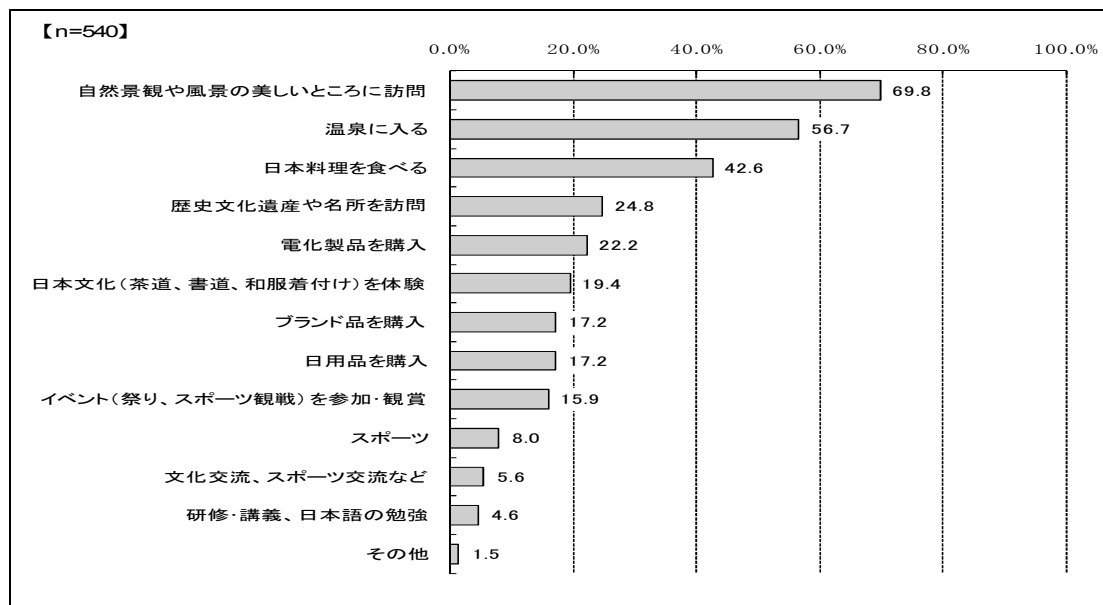
同特区の申請内容では、①定員 1,000 人程度のクルーズ船への海外臨船の実施や、出入国手続きを行う職員、入国審査ブースの増加等の CIQ 体制の整備・充実、②留学生等の在住外国人などが正式な通訳ガイドとなれる新たなガイド制度の創設、③中国人旅行者の買い物、お土産として人気の高い化粧品、薬品、酒類等を免税対象として観光消費の拡大を図ることを特区として実現できる様に要望している。

①の海外臨船、CIQ の現状と課題については先に述べたが、②の新たなガイド制度の創設に関しては、現在、わが国で外国人旅行者に対して報酬を伴う正式なガイドの仕事を行うためには、国土交通省が実施する試験を経て通訳案内士として登録しなければならない。しかし、福岡での 1 日ツアーを実施する旅行会社や天神地区の商業施設等の関係者から、クルーズ船寄港時に福岡での通訳案内士の人数や経費を確保することが困難であることから現行制度の課題が指摘されている。このため福岡市では、前述した様に独自のボランティアガイドを組織し対応しているが、制度的にガイドへの報酬は交通費程度に限られるため、必要なスタッフの確保等、今後、さらなる受け入れ態勢の充実を図るために、ボランティアガイドが正式な通訳、ガイドとして活動出来る様に、現行の通訳案内士法の規制緩和による新たなガイド制度を特区事業として創設できる様にすることを要望している。

しかしながら、同特区提案は 2011 年 12 月の政府、総合特区の第 1 次指定においては不採択とされている⁽⁹⁾。同特区申請内容の CIQ 体制、ガイド制度、免税措置に関しては、自治体の権限では解決出来ない問題であることから、今後、国の支援や地方への抜本的な権限委譲を伴う規制緩和の実施が期待される。

次に、中国人旅行者の今後の訪日旅行で体験したいことについての回答の結果（選択複数回答可）から中国人旅行者の観光動向の今後の展望について探りたい。（図表 I. 12 参照）

図表 I . 12. 今後の訪日旅行で体験してみたいこと（選択回答 5 つまで）



回答結果では、「自然景観や風景の美しいところに訪問」（69.8%）、「温泉に入る」（56.7%）、「日本料理（寿司、刺身、天ぷらなど）を食べる」（42.6%）などの回答率が高く、続いて、「歴史文化遺産や名所（寺社仏閣、博物館等）を訪問」（24.8%）、「電化製品を購入」（22.2%）、「日本文化（茶道、書道、和服着付け）を体験」（19.4%）、「ブランド品を購入」、「日用品を購入」（共に 17.2%）、「イベント（祭り、スポーツ観戦）参加、鑑賞」（15.9%）などが主な回答として挙げられている。

前述した様に、JNTO の調査、今回の調査においても中国人旅行者の訪日旅行動機や観光目的において「買い物」の回答率が高くなっているが、今後の訪日旅行で体験したいことを質問した今回の調査結果では、「電化製品を購入」「ブランド品を購入」、「日用品を購入」などの「買い物」より、「自然景観や風景の美しいところに訪問」、「温泉に入る」、「日本料理を食べる」などの回答率が、かなり高くなっており、これらの分野において、今後、リピーターを含めた中国人旅行者の観光需要やニーズが高いことが窺える。

福岡・九州においては、上述した中国人旅行者が次回以降に希望する訪日旅行目的に見合う、自然景観や風景、温泉、郷土料理など、地域の観光資源が豊富に存在しており、十分な情報提供により周知を行うことによって、福岡・九州への中国インバウンドは、今後、さらに拡大するものと期待される。

しかしながら、近年の福岡・九州の中国インバウンドに関しては、地理的な近接性から中国発着のクルーズ船の寄港が増加するとともに、拡大傾向にあるのは事実ではあるが、全国の中での状況を見ると誘致において課題も残る。

「JNTO 訪日外客訪問地調査 2010」によると訪日中国人旅行者の訪問地は、従来から「ゴールデンルート」と呼ばれる東京～富士山～関西のルートに含まれる都道府県（東京

都、大阪府、神奈川県、京都府、千葉県、愛知県）に集中し、それ以外の地域に目立った動きはなかったが、近年、北海道への訪問率が著しく増加していると言う。

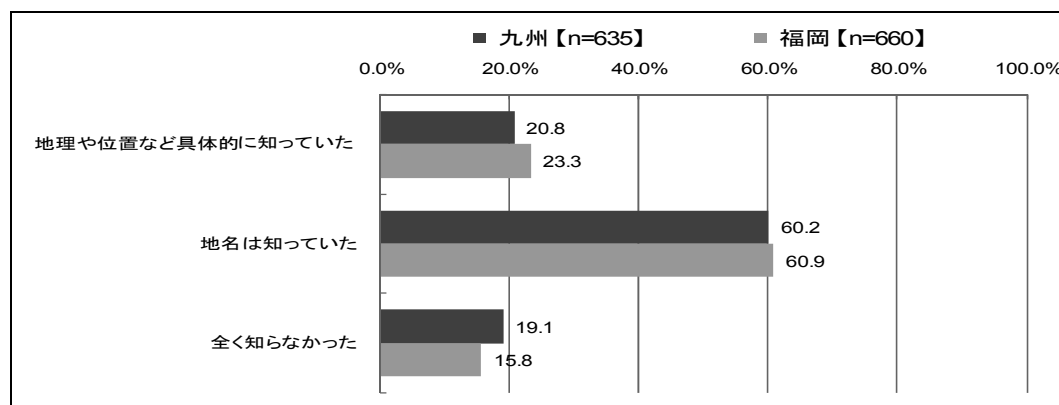
初訪日の割合の高い中国人旅行者が、知名度が高い首都の東京や関西を結ぶ「ゴールデンルート」を旅行地として、まず、第一に選択する傾向は避けられないが、北海道への中国インバウンド増加が著しい理由としては、2008～09 年にかけて北海道を舞台としたラブコメディ映画の「非誠勿擾（フェイチェンウーラオ）」（日本語訳題名「狙った恋の落とし方。」）が、中国で大ヒットした影響とその後の積極的な誘致活動の効果が指摘されている。北海道観光振興機構では映画のヒットによって北海道の認知度が向上したことを受けて、直ちに映画ロケ地を含めた北海道独特の美しい自然景観、風景、温泉地のPRを中国国内で積極的に行い北海道のイメージを定着させるとともに、農林水産物、食、土産等を含めた質の高い地域資源をプロモーションすることによって、北海道のブランド力が高まり、中国人旅行者の日本旅行の選択地として急速に注目を集める様になった⁽¹⁰⁾。

実際に、訪日中国人旅行者の地域別延べ宿泊者数において北海道と九州を比べてみると、北海道が2007年の約6万6千人から、2010年には約29万6千人と、わずか3年間で4倍以上、増加しているのに対して、九州への同宿泊者数は、2007年の約7万4千人から2010年の約11万7千人と、約1.5倍の伸びに留まっている⁽¹¹⁾。

北海道と九州は気象条件の違いはあるものの、上述した様に中国人旅行者が、今後の訪日旅行において体験を希望する自然景観や風景、温泉、日本料理などにおいて共通する観光資源の要素も少なくないが、訪日旅行での選択地としては大きく差が開いてしまっているのが現状である。

今回の調査においても、中国人旅行者に対して九州、福岡の認知度調査を行っているが、クルーズ船ツアーの計画の前から、「九州」、「福岡」のことを知っていたかを「地理や位置など具体的に知っていた」、「地名は知っていた」、「全く知らなかった」の三段階で尋ねた認知度調査の回答結果は、図表Ⅰ．13の通りである。

図表Ⅰ．13. 今回のクルーズツアー計画前の「九州」、「福岡」の認知度（選択回答）



「九州」と「福岡」の認知度について、「地名は知っていた」の回答率が「九州」(60.2%)、「福岡」(60.9%)、約 60%と最も多く、「地理や位置など具体的に知っていた」の回答率は、「九州」(20.8%)、「福岡」(23.3%)と、約 20%に止まり、「全く知らなかった」の回答率も「九州」(19.1%)、「福岡」(15.8%)と、15~20%程度に達している。

こうしたことから、福岡・九州の中国インバウンド戦略の課題として、まず、第一に誘致の段階において、訪日旅行先としての福岡・九州の認知度やイメージを向上させ、旅行を誘発させる情報発信やプロモーションに積極的に取り組むことが重要と思われる。さらに、次の段階として、訪日中国人旅行者の現在の旅行目的として多かった買い物に関する情報や支援のみならず、次回以降の訪日旅行目的として多かった自然景観、風景、温泉、日本料理などに見合った地域独自の観光資源の情報を戦略的、集中的に発信し、他地域との差別化や福岡・九州のブランド力を高めていく取り組みが重要と思われる。

既に、九州観光推進機構などによって中国主要都市での九州観光の説明・商談会や、中国の旅行・メディア関係者の九州への招請旅行を通じた観光情報の PR、発信等を中心に、プロモーション活動が行われているが、こうした取り組み以外では、2010~2011 年にかけて九州の観光地をロケ地とした中国のテレビドラマの撮影が行われたことが注目される。このドラマは、中国の国営中央テレビ(CCTV)が中国全土で放映する連続ラブコメディードラマで、既に、福岡市、北九州市や長崎県の島原半島、佐世保市のハウステンボス、大分県日田市などで、地域の協力の下、撮影が行われ、2011 年後半に中国全土で放映されており、今後の集客効果が期待される⁽¹²⁾。

この様に、福岡・九州においては、現在、地理的近接性から中国発着のクルーズ船の寄港回数が増加し、それに伴い中国インバウンドも拡大しているものの、クルーズ観光中心の寄港地での 1 日上陸ツアーだけでは、滞在時間も短く、観光行動、消費にも限界があるのが現状となっている。今後は、各寄港地においてリピーターの誘発や個人旅行者の誘致も視野に入れた取り組みを行うとともに、九州観光推進機構などを通して九州全体の認知度、イメージ、ブランド力を高める誘致、情報発信などの取り組みの強化が求められる。

5. 韓国・済州島の中国インバウンド戦略

①済州島の概容と特別法の施行

前節では福岡・九州の中国インバウンドの誘致や受け入れ態勢の課題について指摘したが、本節では、福岡・九州が今後の最大の市場と予測される中国インバウンドに対応した取り組みを展開するに当たって、先進事例として参考となる韓国・済州島の中国インバウンド戦略の取り組みを事例として取り上げ、福岡・九州に与える示唆について言及したい。

既に福岡市が、昨年、2011 年、中国発着クルーズ船の寄港の増加に伴った課題の解決や中国インバウンドの観光消費の拡大を図るために、国からの権限委譲を伴う規制緩和を政府に要望した特区提案が不採択となったことについて述べた。現在、わが国では道州制の導入を含め、国から地方への抜本的な権限委譲、地方分権の動きが停滞しているが、福岡・

九州に地理的に近接する韓国の済州島（行政区域：済州特別自治道）においては国からの地方分権、大幅な権限委譲後の規制緩和によって、短期間で中国インバウンド誘致・観光消費の拡大などに大きな成果を上げている。以下、済州島の取り組みについて述べる⁽¹³⁾。

済州島は朝鮮半島の南西、約 100km、福岡市の西方約 300km、中国の上海市の北東約 500 km、九州と中国の間の海上に位置し、面積は約 1,845 km²と九州の約二十分の一、福岡県の 40%にも満たない島である。（図表 I．14 参照）

図表 I．14．済州島の位置



（出所）<http://maps.loco.yahoo.co.jp/>より。

同島はかつては第1次産業が主要産業であったが、現在は観光を中心とした第3次産業が拡大傾向にあり、産業別就業者や地域内総生産の割合では約8割を占める⁽¹²⁾。

済州島は温暖な気候と特有の自然景観、歴史文化を有しており、2007年には世界遺産に登録されるなど韓国内外から多くの観光客（2011年・約874万人）が訪問するリゾート観光地となっており、韓国のハワイとも評されている。しかしながら、島民1人当たりの所得が国内で最も低い地域の一つであり、これまでに中央からの財政支援など格差是正のための取り組みや主に国内観光地としての振興策が講じられてきたものの、抜本的な解決策とはならなかった。

こうした中、韓国政府は1988年、済州島を北東アジアの観光ハブに発展させるための国際自由都市計画を打ち出したが、法・制度等の不備のため成果を生み出せなかった。このため政府は、同計画を実現させるためには、特別な取り組みが必要と認識し、2002年に同島を新たな地方分権のモデルとする「済州特別自治道基本構想案」を策定した。

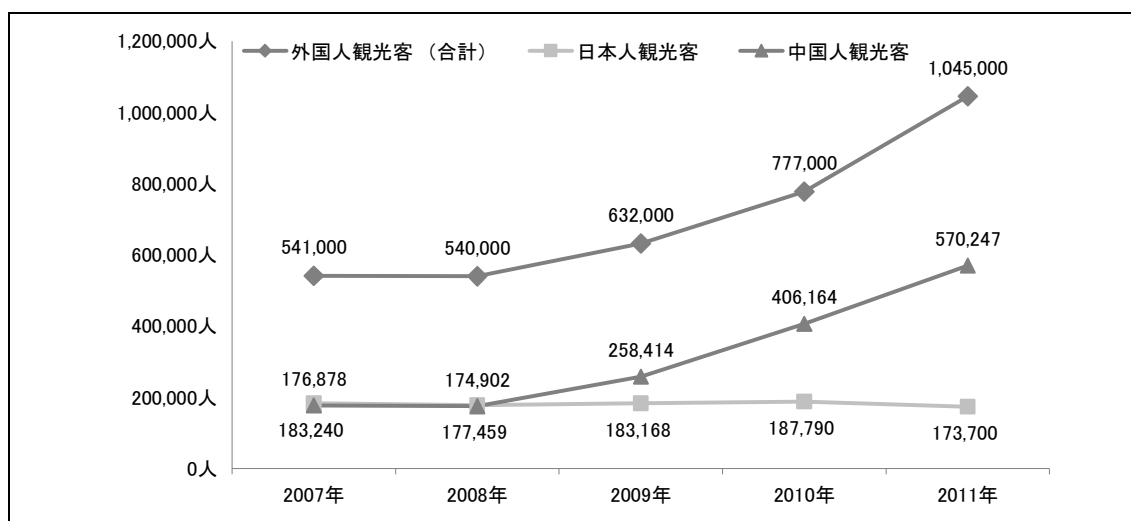
これら経緯と同案をふまえ、政府は2006年に地方分権・地域振興を目的として済州島を国防、外交、司法等国家中枢に関わる権限を除いた高度な自治権を付与した地方分権の

モデル地域とした上で、人、物、資本が自由に移動できる国際自由地域とする「済州特別自治道設置及び国際自由都市造成のための特別法」（以下、特別法）を施行し、韓国、国内唯一の特別自治道が発足した。同特別自治道では特別法施行後、政府の様々な権限、1,700件余りが段階的に委譲されることによって、独自のインバウンド戦略を中心とした地域戦略を推進し、短期間で着実に成果を示している。

②済州島の中国インバウンド戦略の成果

中国インバウンドの拡大において、まず、最大の効果を示したのが、道が委譲された権限をもとに、2008年から中国を含めた無査証入国許可対象国拡大への規制緩和に踏み切ったことである。中国人観光客無査証化とともに、LCCの済州航空の就航や中国発着クルーズ船の寄港誘致を積極的に行ったことにより、2007年には、済州島への外国人観光客は約54万人（日本人約18万3千人、中国人約17万7千人）であったのが、2009年からは中国人が日本人を上回り、2011年には、約104万5千人（中国人約57万人、日本人約17万3千人）に達し、同年の九州全体の外国人入国者数約72万人（中国人約13万8千人）をはるかに上回っている。（図表Ⅰ．15参照）

図表Ⅰ．15．済州島の外国人観光客数の推移



なお、済州島への中国発着を中心としたクルーズ船の寄港回数は、2005年の6回から、2011年には74回と大幅に増加しており、2011年の九州各港全体の寄港回数、55回を上回っている。

また、特別法施行後、特別自治道開発公団が免税店の運営、拡充を支援し、外国人のみならず韓国人観光客も利用できる様に規制緩和したため、観光収入においては、2005年の1兆7千億ウォンから、2010年には約3兆4千億円へと5年間で2倍に増加し、そのうち約四分の一に当たる約8,600億ウォンが中国人観光客を中心とした外国人観光客による消費

となっている。

さらに、国内外からの投資・進出企業を拡大させるために、国からの権限委譲後、様々な規制緩和や制度改革が行われている。代表的なものでは開発事業のワンストップサービスと事業承認期間の大幅な短縮、投資・進出時の出資総額制限の緩和、投資振興地区指定業種の拡大、投資企業に対する各種租税減免措置（法人・所得・取得・登録・財産税）の大規模な拡充など投資優遇措置を推進し国内外企業の投資・進出環境の整備を進めている。

この結果、2008 年までに観光地区への観光関連産業の新たな国内投資・進出が、総額約 1 兆 7 千億ウォン、合計 11 事業決定したほか、特別自治道の発足前には 1 件もなかった海外企業の投資・進出も行われ、2008 年までに、アメリカ、香港、シンガポール、マレーシア、台湾の五カ国・地域からテーマパークなど合計 8 事業に総額約 3 兆 5 千億ウォンの投資・進出が決定し、現在、事業や計画が進行中である。さらに、韓国国内では初となる外国人投資家に対する永住権付与制度の規制緩和によって、2010 年までに中国人を中心に約 200 世帯、金額にして約 1,000 億ウォンの不動産投資誘致に成功している。

現在は、外国人観光客向けに外国人医師や株式会社の病院経営参入を認めるメディカルツーリズムや、介護福祉分野の外国人就労者の許可とともに、アジアの富裕層を取り込んだ要介護高齢者向けタウンの実現に向けて取り組んでおり、権限委譲後の規制緩和によって医療福祉と融合した観光産業の育成を推進している。

この様に済州島においては、2006 年の特別法施行に伴った済州特別自治道の発足と国からの抜本的な権限委譲後の 5 年間の規制改革等の独自の取り組みで、中国インバウンド・投資誘致戦略を中心に著しい成果を挙げている。グローバル化に対応した国際観光・投資誘致戦略や中国中心のアジアビジネスの推進などの地域戦略の展開は、外部環境の変化に伴うリスクが危険視されることは事実である。しかし、わが国においては、かねてから道州制を含めた地方分権の議論はなされているものの、抜本的な権限委譲を伴った分権改革は一向に進展せず、特区制度の導入に代表される地方のグローバル化への対応が、韓国を始めとする周辺のアジア諸国と比べて、大幅に遅滞していることも事実である。こうした状況の中、短期間で著しい成果を示す、済州島の中国インバウンド戦略に代表されるグローバル化に対応した地方分権型の取り組みが、今後の福岡・九州のアジアビジネス戦略の本質的なあり方や前提条件に与える示唆は大きいと思われる。

4. おわりに

本章では福岡・九州とアジアの人流・観光について、まず、近年のアジアインバウンドの動向をもとに、現在の主流である韓国インバウンドのみならず、今後の主流と予測される中国インバウンドにおいても、わが国の中では、他に類例のない地理的近接性を活かした海路、船舶航路主体の渡航形態が大きな特徴となっていることについて述べた。

その上で、韓国、中国インバウンドの主要なゲートウェイとなっている博多港を利用した韓国人・中国人旅行者を対象として、URC が実施した観光動向調査をもとに、両国旅

行者の観光動向の特徴や差異を分析した。

その結果、現在、主流の韓国人旅行者は個人旅行、リピーターの旅行形態が中心となっており、今後の訪日旅行においては「体験・交流」型の観光を希望する回答率が高かった。これら結果から、福岡・九州におけるアジアインバウンド戦略を展開するに当たって、まず、足下の第一段階の取り組みとしては、韓国人旅行者を対象とした「体験・交流」型観光の取り組みを強化するとともに、言語対応含めた宿泊、二次交通等の詳細、具体的な情報発信など、きめの細かいインバウンド戦略が求められていることを指摘した。

さらに、今後の主流と予測される中国人旅行者は、韓国人旅行者と比べて土産物の購入など観光消費が活発であり、福岡市を始めとするクルーズ船寄港地においては、ガイドの充実を含めた言語対応の強化、買い物支援や CIQ の迅速・円滑化を含めた滞在時間の延長を図ることによって、旅行満足度の向上や観光行動・消費の拡大を図ることが課題であることを明らかにした。そして、これら課題の解決は自治体の取り組みだけでは限界があるため、国の支援や中央から地方への抜本的な権限委譲に伴う規制緩和の実施など独自の取り組みが必要であることを指摘した。その上で、地方分権型の規制改革の先進事例として、韓国・済州特別自治道の中国インバウンド戦略の取り組みを紹介し、その成果や成功要因について述べた。

また、調査結果から中国人旅行者は、初訪日、団体旅行の旅行形態が中心となっており、中国インバウンドの誘致戦略においては、まず、第一に福岡・九州の認知度やイメージの向上を図り、旅行を誘発させるための情報発信、プロモーション活動を積極的に行うことが求められていることを指摘した。さらに、今後の展開としては現在の旅行目的として多かった買い物に関する支援や情報発信のみならず、次回以降の訪日旅行目的に見合う自然景観、風景、温泉、郷土料理など、福岡・九州に豊富に存在する独自の地域資源の観光情報を戦略的、集中的に発信し、他地域との差別化を図り、地域のブランド力を高めることが、リピーターや個人旅行者を含めた需要を誘発させるために必要であることを指摘した。

これら求められる取り組みと合わせて、各地域において、韓国・中国、それぞれのインバウンドのニーズに対応し、旅行満足度を高めるとともに、ホスピタリティにあふれた取り組みを継続的に行うことによって、現在、地理的近接性を背景に増加する福岡・九州のアジアインバウンドは、さらなる拡大、発展を着実に遂げて行くであろう。

注

- (1) 本章におけるアジアインバウンドとは、福岡・九州のみならず、わが国において現在、主流をなす韓国インバウンドと、現在、急速に拡大し、今後の主流と予測される中国インバウンドに限定する。
- (2) 2012 年の九州各港寄港予定の主な中国発着外国クルーズ船は、これまでの定員約 1,800～2,000 人、排水量・約 5～7 万 t 程度からアジアでは最大級の「Voyager of the

- seas」(定員 3,838 人、排水量約 13 万 7 千 t、博多港寄港 13 回予定、アメリカ・ロイヤルカリビアンインターナショナル社)や「Costa Victoria」(旅客定員 2,464 人、排水量約 7 万 5 千 t、博多港寄港 25 回予定、イタリア・コスタクルーズ社)に大型化する。
- (3) 外務省 HP「中国人個人観光ビザ発給要件緩和」(2011 年 8 月 10 日プレスリリース)を参照。http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/23/8/0810_01.html
- (4) 韓国人旅行者の観光動向に関しては、福岡アジア都市研究所(2010)「福岡・釜山間高速船航路利用客(日本人・韓国人)観光動向調査報告書 本編」19～24 p に詳しい。
- (5) 「体験・交流」型の観光に関しては、大社充(2008)「体験・交流型ツーリズムの手法」学芸出版に詳しい。
- (6) 対馬の取り組みに関しては、福岡アジア都市研究所(2010)「福岡・釜山間高速船航路利用客(日本人・韓国人)観光動向調査報告書 本編」40～43 p に詳しい。
- (7) 「済州オルレ」は韓国、済州島で人気のトレッキングコースで、2010 年、済州島を訪れた韓国人約 700 万人のうち、約 200 万人がオルレを歩いたと言う。なお、オルレは済州島の方言で通りから民家に至る小さな路地の意味。
- (8) 福岡アジア都市研究所(2011)「博多港寄港クルーズ船中国人乗降客観光動向調査報告書・資料編」98～99 p を参照。
- (9) 政府の総合特区は地域限定で規制緩和や予算税制面を優遇し経済成長や地域活性化を促す。2011 年 12 月の第一次指定においては 88 件の申請に対して 33 件が指定された。
- (10) 「北海道新聞」2008 年 12 月 30 日付記事、「北京週報日本語版」2009 年 2 月 3 日付記事、日本政府観光局(JNTO)(2012)「第 9 回日本政府観光局(JNTO)インバウンド旅行振興フォーラム配布資料」などを参照
- (11) 観光庁「宿泊旅行統計調査」を参照。
- (12) 「西日本新聞」2010 年 11 月 30 日、2011 年 3 月 15 日、19 日付記事などを参照。
- (13) 済州特別自治道の取り組みに関しては、2010 年 10 月の済州特別自治道、2011 年 10 月、2011 年 10 月の済州発展研究院等へのヒアリング、提供資料や(財)九州経済調査会(2011)『九州経済調査月報』15～17 p、(財)自治体国際協会(2009)『新しい自治体「済州特別自治道」の出帆』CLAIR REPORT No.337などを参照してまとめた。

主要参考文献

- ・新井直樹(2010)「九州におけるインバウンド観光と地域活性化」『地域活性研究』第 1 号、地域活性学会
- ・日本政府観光局(2010)「国際観光白書 2010」財団法人国際観光サービスセンター

主要参考 URL

- ・国土交通省九州運輸局 HP <http://www.tb.mlit.go.jp/kyushu/>
- ・日本政府観光局(JNTO) HP <http://www.jnto.go.jp/jpn/>

第Ⅱ章. 福岡・九州とアジアの物流

—国際ロジスティクスマネジメントの視点からみた福岡・九州の役割—

(公財) 鉄道総合技術研究所 主任研究員
厲 国権

1. はじめに

近年、世界範囲における産業経済が激しく変化した結果として、東アジア地域の経済動向が世界の注目を集めている。主な動向の1つは、中国経済の目覚ましい発展である。実際、これは世界の発展潮流の流れと言える。

遡ってみると、2008年にアメリカのリーマンショックを起点にした金融危機が全世界へ蔓延したところに、東アジア地域、とりわけ中国は、世界経済を支える支柱となり、2010年にGDP総額で世界の第2経済体になった。また、30年前は、アジアの第1、世界の第2経済体として世界を傲視した日本の時代であり、全世界の商店に日本製品が溢れた。その時は、中国は改革開放政策そして計画経済から市場経済へ転換していたばかりである。更に歴史的に遡った300年前は、中国が大きな経済規模をもった清朝康乾盛世“といった社会経済の安定期で、日本が江戸時代の国内向きの発展期であった。同時期に欧米では、イギリスの産業革命やアメリカの独立建国などが起こり、欧米型の社会経済体系が近代文明を代表した欧米文明として樹立された。それ以降200年間は、当時の中国清皇朝は“盛世”という盲目的な自信から「閉鎖鎖国」に入り、経済規模の大きな縮小、国全体の発展停滞や列強に虐められる状態に転落した。日本は、「脱亜入欧」という「開国開放」政策を取り、経済発展軌道に乗って近代強国になった。

そして数千年の歴史スパンでは、東洋と西洋との交流は、概ねシルクロードなどの貿易ルートで、日中間は、木造帆船で直行したか、朝鮮半島を経由して行われた。

要するに、世界の発展史を簡単に総括すれば、社会経済の流れは、いずれも「此起彼伏」(意味:一方が下火になれば他方が盛り上がる現象)が現れた。その歴史的流れにおいて、日中両国間そして東アジアビジネス圏の貿易・交流を長く支えてきた九州地域は、アジアへの玄関口として、他に替えられなかった中継拠点そして近代重工業発祥地などの重大な役割を果たしたところである。

以上のようなことがなぜ繰り返されたかは、新たなアジア時代に入っていたところに、少なくとも“脱亜入欧”から“亜州合流”に転換する意識があると考えられる。これに対して九州・福岡地域は、これからどのような役割を担い、東アジア地域の共同的繁栄を導くかということを考えなければならない。

本章は、企業の市場競争が激しくなっている現状において、国際ロジスティクスマネジメントの視点から国際物流における新たな課題を分析し、中国と日本との経済貿易進展そ

してロジスティクスの基本状況と、両国の近隣地域圏における経済発展や交通インフラの整備状況を考察する。そして東アジアビジネス圏の形成にあたって福岡・九州の役割を論じ、国際ロジスティクス拠点として日中間の新しい輸送システムを考案し、今後の課題を討論するものである。

2. 国際経済産業の変化と国際ロジスティクスマネジメントにおける新たな課題

(1) 国際経済産業の変化

過去約 30 年余りに渡り、世界の経済産業が激しく変化してきた。20 世紀後半は、「日本製」というブランド製品が世界のマーケットへと送り入れ、当時の産業主流であった。

1990 年代からは、日本企業は、バブル崩壊、円高などの国内諸事情と国際市場の成長に伴い、海外進出を更に積極的に行之、グローバル・カンパニーとして各国で生産基盤を構築し、製品を生産するというグローバル化の風潮に乗ってきた。

21 世紀に入ると、従前の米欧日を中心にした国際貿易が構造的に変化した。中国をはじめとする東アジア地域は最も活発な貿易地域となった。日本の第一位貿易相手は、アメリカから中国にシフトした。国際ビジネス活動は、単に商品の輸出入のみでなく、社会インフラや生産ライナーを海外に進出し、製品に関わった原材料や部品等を多国・地域から調達され、製品を組立・生産し、各地のマーケットに向けて完成品を送り出すなど、産業の国際分業も含まれている。企業の海外進出そして工場を立ち上げた主な基本理由は、生産コストの削減による企業の利益追求と、各地域の需要に合わせた製品の生産である。また、近年、経済産業の国際分業が急速に広がってきた重大な影響要因は、新興国の経済高度成長による新しいマーケットにおける需要の増大や WTO 体制下での国際貿易自由化であった。その一方、貿易障壁の減少と国際輸送インフラ整備の進展に伴い、企業間の国際競争がさらなる激化している。

このような新しい国際ビジネス環境に対して、企業は、市場競争の優位性を維持するために、技術革新や生産の合理化、在庫の集中化によるコストの削減への努力を一層高めている。その中に、生産ターゲットを絞って工場拠点のリストラによる生産合理化と、広範囲の地域をカバーするロジスティクス拠点 (RDC) の統合による在庫集中化があり、生産コストと在庫コストの削減に対する重要な手段として採用されている。しかし、こうした動向には、適切な場に立地しなければ、製品の長距離輸送による顧客への供給リードタイムの延長と輸送コストの上昇等の問題が発生する可能性が高い。

また、製品が世界のどこでも生産できる現在は、企業の差別化できるブランド製品を如何に維持するかが、企業競争の重要な内容となる。ブランド製品は、機能・効用等の一般化された商品と違い、差別化された特有なもの作り方、ノウハウ、企業文化と生産地の人文的特徴そして特有なサービスなどをも含んでいる。例えば、ある製品の生産場所を A 地域から B 地域に移すと、Made in A を Made in B に変える。製品の機能、効用、品質がま

まったく同じでも、A 地域にある特有な人文的特徴とサービスは、B 地域にはない。このような感覚は、グローバル化の進展により一時薄くなったかもしれないが、実際、ブランド製品の効果は社会において依然根強く存在している。

さらに、リーマンショックに始まる欧米諸国の金融危機、ドル安・元高・円高により、単純な製品作りそして商品としての輸出を行うことが一段厳しなり、これに直面する企業は、商品の「一方通行」のような輸出指向から、海外企業と合流して多国籍企業になることによるリストラクチャリングを選択することもある。

以上から、企業は、これまでの異なった経済産業の国際化に対して生産やロジスティクス拠点の再配置を行う可能性および必要性がある。

2.2 国際ロジスティクスマネジメントにおける新たな課題

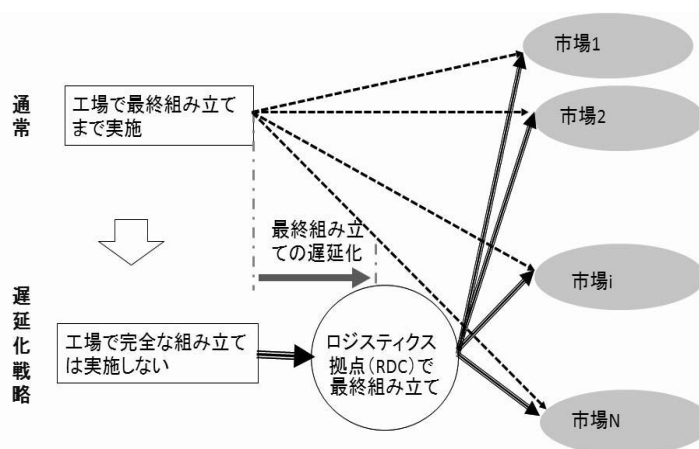
国際ロジスティクスマネジメントにおける主な基本理念は、企業の全体物流に対して、カスタマーへのサービスが失われない限り、調達コスト、生産コスト、販売流通コストそして国境障壁コストをできるだけ削減することである。その中で重要な課題は、調達・生産そして販売活動を行う最も適した地域に立地することで概ね4つのパターンがあることである。①グローバル集中型生産、②進出先市場型生産、③世界市場・地域市場向け製品別生産、④国境を越えた統合。

これまでの東アジア地域への立地は、製品の大量生産を指向するパターン①、②、③が多かった。これは、途上国における低廉な労働力などの人口ボーナスの利用と安価な原材料の調達により製品生産コストダウンを追求したことや、生産現地における新しいマーケットの拡大そして途上国にある輸出指向を巧妙に活用したことであるといえる。このような背景に基づいて、大量製品を輸送する大型コンテナ船の導入や精密機器、部品などを迅速に提供できる航空輸送などの国際物流が発展してきた。

一方、前に述べたように激しい企業間の競争のなかで、途上国が新興国に転換したことや、これまでの先進国は様々な事情を抱えたことがあったため、企業は、既存の機能を抜本的に見直さなければならない。これは、国境を越えて工程別、部品別そして専門別などによる企業内の統合、アウトソーシングそして連携などにより企業競争力を向上する努力である。また、新興国でも地域差異があるため、国際企業は、これまでのような先進国から途上国へ一方的な進出を行うだけでなく、国際企業の統合により逆進出することもある。

こういう動きの中に、製品特性（ライフサイクル、価額、ブランド性そして保存及び保持など）、生産特性（生産規模や産業分業の可能性など）および市場特性（需要の多様性や不確実性など）の3つ内容が含まれている。国際ロジスティクスマネジメントには、3つの特性にあるモノの流れを統括し、リードタイムの短縮や在庫保有の削減を行うため、図1に示すように最終的な製品組立をロジスティクス拠点（RDC）で行う遅延化戦略（製品の最終工程を遅らせること）が活用されてきた。

図1 ロジスティクスマネジメントにおける製品生産の遅延化戦略

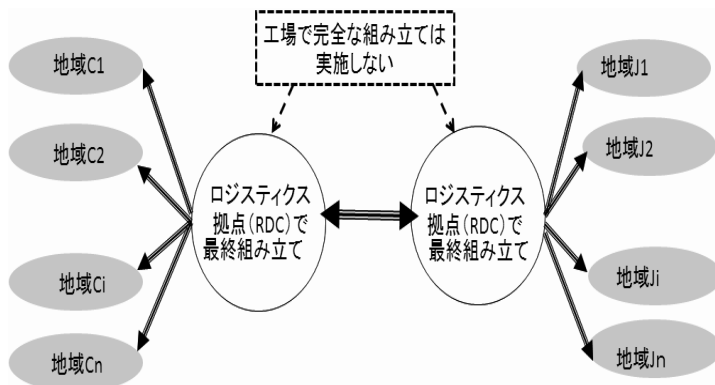


遅延化戦略は、カスタマーの実需要の情報を製品の生産と流通に反映し、市場の多様性や不確実性に対して柔軟に対応できるが、小ロット、小口・多頻度流通、ジャストインタイム輸送などにより地域ロジスティクスコストが増加する可能性がある。

市場の成熟化に伴って国際ロジスティクスマネジメントにおける製品生産の遅延化戦略は、国際企業にとってますます有効になるが、東アジア地域の場合には、図1に示したように、一方的遅延化戦略だけでなく、今後、最終消費市場に向けて相互的な遅延化戦略(図2)が必要になる。

こういう相互的な遅延化戦略に対する新たな国際ロジスティクス課題は、適切なロジスティクス拠点がどこで配置して、最終的な製品組み立てを行うかということである。国際貨物輸送の視点からは、モノの流れの中に、最適な立地における輸送の結節点を整備することによって国際ロジスティクス拠点を含み新しい輸送システムを構築することを考えなければならない。

図2 国際ロジスティクスマネジメントにおける相互的な遅延化戦略



3. 東アジア地域における日中間国際ロジスティクスの基本状況

日中間国際ロジスティクス拠点の最適な立地を考察するため、まず両国間におけるロジスティクスの基本状況を分析する。

(1) 日中間国際貿易の変化

日本と中国間の国際貿易は、1990 年以來、輸出・輸入の両方とも激しく成長し、2007 年に 28 兆円に達し、2000 年の同貿易額の 3 倍である。あるいは、香港行政特区を含めれば、日本と中国との貿易額は 2007 年で 32 兆円以上である。2004 年から日中間の貿易額が世界全体国際貿易額の 2 割以上を占めている。対中国の日本貿易額は対米貿易額を超え、中国が日本の第 1 貿易相手国になった。それに伴った日中間国際貨物は、20 年間大きく増加してきた。同時に、経済産業の国際分業と企業グローバル化の進展により日中間国際貨物の品目内容及び種類数そして量などにも大きな変化があった。

まず日本から中国への輸出したものを分析してみる。1980 年代では、日本から中国への輸出は、鉄鋼などの原料別製品、テレビ受像機等の家電を含む電気機器製品、一般機械製品が圧倒的に多く、対中国輸出に 7～8 割以上を占めていた。1990 年代後半では、中国国内で製品生産を行ったため、電気回路用品、繊維機械、金属加工機械を含む機械類が中国へ輸出したものの約半分を占めた。2000 年以降は、機械・電気・電子類の輸出が勿論多いが、その内容は加工機械類から部品類に変化しつつあり、電気回路用品、集積回路、コンピュータ部品等の部品や精密機器が多くなっている。

また中国から輸入したものは、1980 年代では原料、石油・石炭などの資源類が圧倒的に多く、1990 年では衣類や魚介類等の生活消費品、次に機械類が多かったが、2000 年以降では家電・電子・コンピュータを含む電気・電子類製品、次に衣類等を含む生活用品などの割合が高くなった。

以上、明かにしたように、日中間の貿易内容は質的に変化している。これは、経済産業の国際分業がもたらした結果の 1 つである。すなわち、国際企業が、様々な部品や原材料を世界の各地から中国における製品工場へと調達し、組み立てた製品を日本に逆輸入し、または第三国へ輸出するものである。

これによって日中間の国際貨物輸送は、従前の資源類の大量調達や製品生産地から消費者の所在地への大量輸出入貨物に加え、部品工場から製品工場までの生産工程間の部品調達のための輸送需要があることがわかる。これは、国境を越えた工場間のモノの流れであるため、生産ラインのスケジュールや生産の季節性に合わせた輸送の確実性を要求することになる。

また、中国では、社会経済の高度な成長が続いた結果として、「中間層」の市民が急速に増加してきた。今後、市民から生活の高度化を追求され、多様性・個性化の商品及びブランド製品の需要をさらなる求められることに間違いはない。それによって、世界の第 2、3 経済体そして最大貿易相手の間には、国際貨物の輸送需要がさらなる増加し変化すると予

測できる。

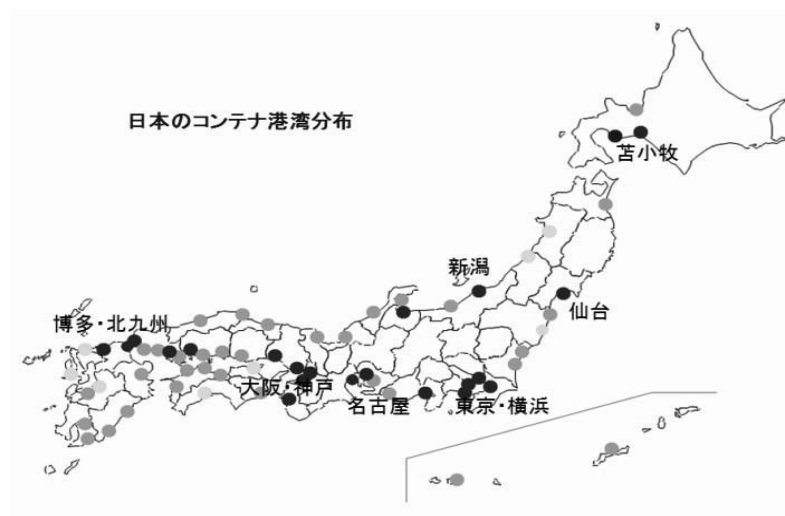
さらに、企業間の激化した国際競争に対して、部品・製品在庫の削減やリードタイムの短縮などの物流効率化、モノの新鮮味と質の保存・保持を目指す国際ロジスティクスマネジメントが強く求められている。

以上のような地理的空間的に近隣する中国の社会経済変化に合わせた日本の国際ロジスティクスシステムには、国際ロジスティクス拠点の再配置と新たな需要に対応できる輸送システムの構築が重大な課題となる。

（２）国際貨物輸送インフラの整備

国際貿易の成長を支えるのは、国際海上輸送であろう。日本では、国土地理条件の優位性により、特定重要港湾 23、重要港湾 105、地方港湾 942 があり、総数約 1,070 港湾(漁港除く)が整備されている。また各地域から自らの地元に国際航路を目指したため、図 3 に示すように、数多くの国際コンテナ港が全国の海岸に分散し整備されている。

図 3 日本におけるコンテナ港分布



一方、中国の港湾は、80 年代以降、それぞれ対外的に開放されてきた。つまり、当時は、港湾の近代化が大変遅れていたため、港湾の取り扱い能力不足が深刻であった。しかし、これまでの 30 年間に多くの近代化港が急速に整備され、2010 年までに全国沿海部における深水バース数は約 1,774 に達している。1990 年以降は、港湾建設のラッシュを迎え、多くのコンテナ港の整備が展開された。図 4 に示したように、コンテナ港は、沿海部の地域だけでなく、長江流域にも分布している。

図 4 中国における主要コンテナ港湾分布



表 1 港湾以外の交通インフラの基本状況

交通インフラ	中国	日本
鉄道営業キロ (千 km)	93	27
うち、1)時速 200km 以上の高速鉄道 (千 km)	9.676	2.388
2)都市地下鉄などの軌道交通(千 km)	1.774	0.6917
道路延長 (千 km)	3984	1193
うち、高速道路 (千 km)	74	8
空港数 (個)	175	97
河川航路キロ(千 km)	10	—
パイプラインキロ数(千 km)	77	—

注：①中国インフラ情報は、第 20 回日中間運輸経済技術交流会議資料により整理したもの、②日本インフラ情報は、数字で見る鉄道及び航空、交通経済統計要覧により整理したもの

同様に、近年、中国では高速鉄道、高速道路などの陸上輸送、空港などの航空輸送、パイプラインなど天然ガス・石油輸送などに関する施設整備が時代を超えて行われている。これらは、交通インフラの整備ムードを高め、「跨越式」（意味：非常に短期間での発展）という時代を跨いだ発展となっている。

表 1 は、日本と中国における港湾以外の交通インフラの整備状況である。これによると、日本では、完全交通インフラが十分に整備されたことがわかる。一方、国土と人口の規模が日本よりそれぞれ 26 倍と 10 倍ある中国は、近年で大規模な建設により基本インフラが大きく整備されたが、今後は、輸送サービスの向上などのための総合交通運輸体制の整備が必要となっている。

(3) 日中間国際海上貨物と航空貨物

①輸送機関別における国際貨物量の変化

国際貿易の成長と内容の変化そして交通インフラの整備展開、とくに中国国際コンテナ港湾などの整備により、日中間国際コンテナ貨物の輸送量は、2007年に往復合計で約316万TEU以上に達し、2003年(約220万TEU)からの3年間で43.6%増加した。

また日本の輸出入コンテナ貨物に占める中国の割合は、2008年にトンベースでそれぞれ約30%と50.6%、金額ベースで28.0%と46.7%である。また港湾別トンベースシェアをみると、輸出の場合、2008年に香港12.6%、上海港9.5%で、輸入の場合は、上海港18.8%、香港9.6%、青島港4.8%、大連港3.8%である。日中間国際コンテナ貨物の大部は、上海港、青島港、大連港と天津港に集中しており、特に上海港に関係した貨物は対中国大陆の全体コンテナ貨物の約45%を占める。また、中国へ輸出したコンテナ貨物と比較すると、2008年に中国から輸入したコンテナ貨物は、トンベースで輸出貨物の2.755倍、金額ベースで輸出貨物の1.582倍である。

一方、前に述べたように、産業の国際分業、市民生活の多様化・個性化への進展によって、季節、時期、そしてスケジュールに合わせた輸送サービスが求められ、輸送費用より時間の短縮や到着の正確性などの要求が強まっている。その結果、近年では航空貨物が激しく成長している。

日本の国際航空貨物は、1990年の60万トン強から2007年には137.6万トンまで2.3倍増加している。その中で、対中国の割合は2003年の14.8%から2007年の21.1%に伸び、両国間の国際航空貨物が1.58倍増加した。また、2008年に起こったリーマンショックの影響で国際貿易量がやや後退したが、対中国の国際航空貨物は2006年よりも多くなっている。

②海上貨物と航空貨物の比較

東アジア地域、特に中国華東地域と日本の九州地域間の国際輸送は、地理的な空間距離がせいぜい1,000kmで近海航路として取り扱っている。

一方、東アジア地域の社会経済発展や国際分業による国際企業が目覚ましく成長した。同時に、国民の生活レベル向上により新たな需要が発生している。これは、海上貨物とともに航空貨物も大きく増加したことが理由である。ここでは、コンテナ貨物に限らず海上貨物と航空貨物の内容と単位価額について、主要な貨物を対象にして考察し比較する。

図5は、中国から日本に輸入した海上貨物における1キロ当たりの品別価額(円/kg)を示したものである。電気製品をはじめとして幅広い製品を中国から船舶輸送で輸入していたことがわかる。また、航空輸入貨物は海上貨物の価額より高いが、品別で見ると、再輸入品や元素化合物などの高額商品から魚介類などの農水産品まで多くの貨物が含まれている(図6)。

図5 海上輸入貨物における主な品類別価額

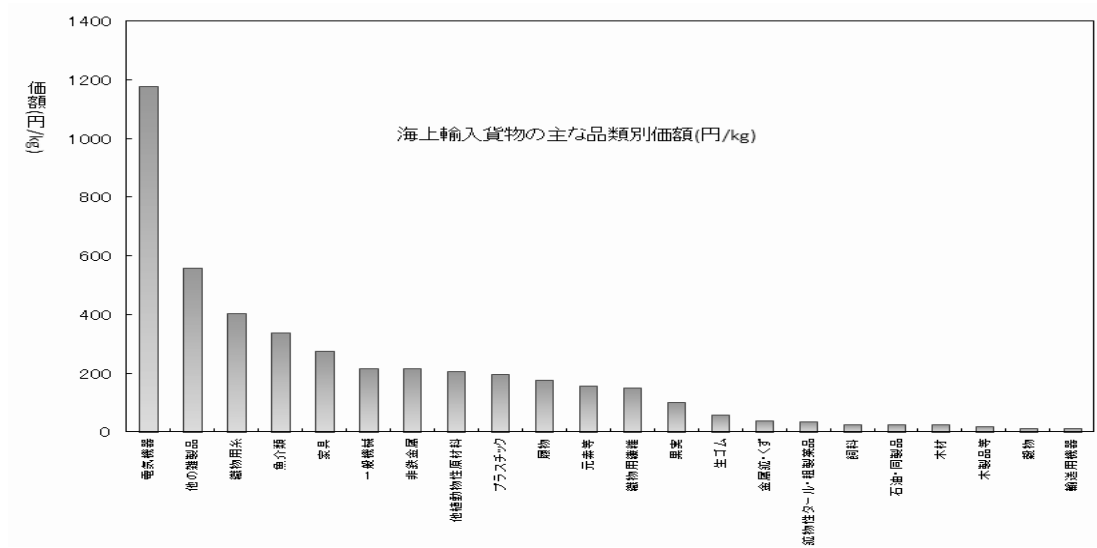
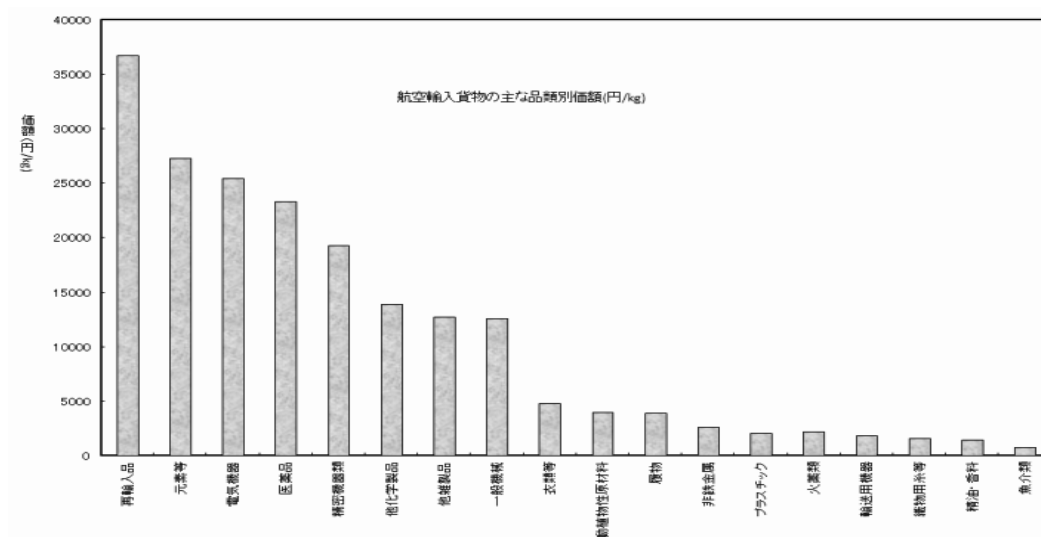


図6 航空輸入貨物における主な品類別価額



また、図5では、中国から日本に輸入した海上貨物における1キロ当たりの品類別価額(円/kg)を示している。電気製品を始めとして幅広い製品を中国から船舶輸送していたことがわかる。また、航空輸入貨物は海上輸送より価額が高いが、品別で見ると、再輸入品や元素化合物などの高額商品から魚介類などの農水産品まで多くの貨物が含まれている(図6)。

一般的に、高価額位の貨物は、航空輸送の競争力が強いが、図5、6によると、輸入貨物における同品類の商品、例えば元素化合物、電気製品、精密機器、化学製品、雑貨製品、一般機械、衣類、非金属製品、プラスチック、輸送機器、織物用糸、精油、魚介類、果実

野菜、その他などの品類貨物は、航空と海上輸送とも多く存在していることがわかる。

図 7 海上輸入貨物の価額分布

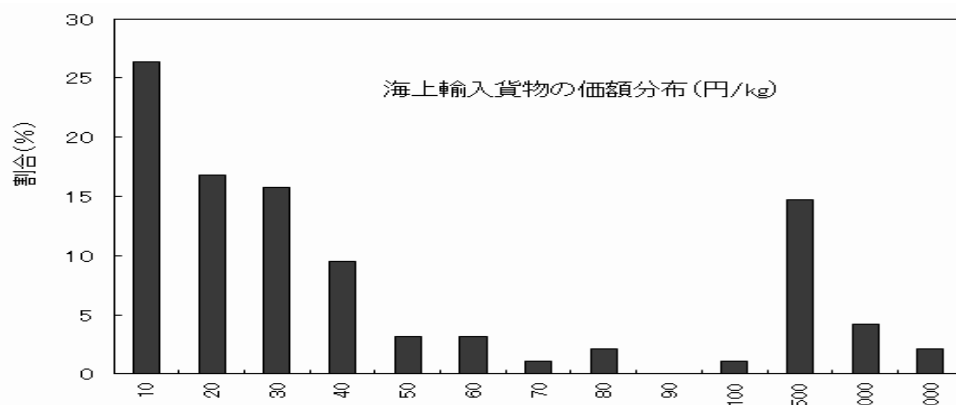
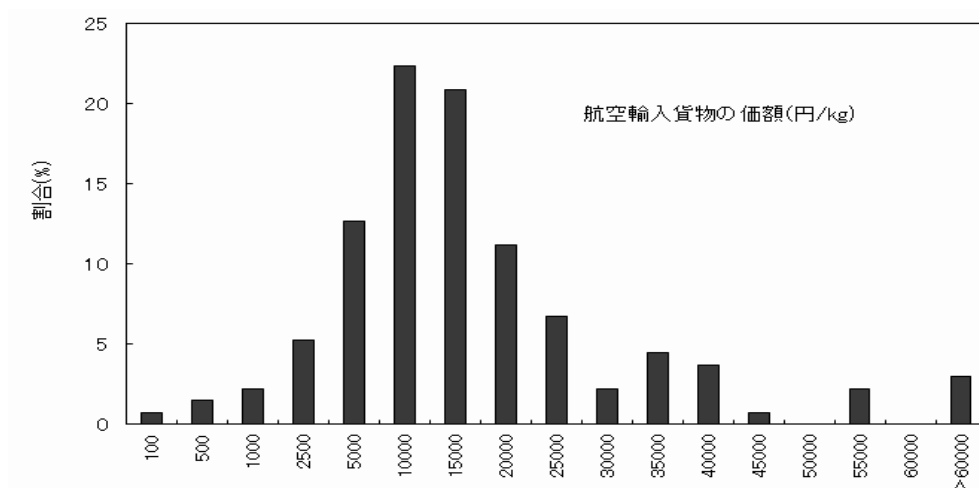


図 8 航空輸入貨物の価額分布



また、輸入貨物の価額分布から見ると、図 7 に示すように、海上輸入貨物には低価額位の貨物が多いが、価額 100 円/kg 以上の貨物が約 20%を占める。一方、航空輸入貨物は、価額高位の商品が多いが、価額 5,000 円/kg 以下の貨物が約 20%存在する (図 8)。

同様に、日本から輸出した海上貨物は、図 9 に示すように、精密機器類や電気部品そして内容不明な他雑製品など、価額高位の貨物が多く存在している。また日本から輸出した航空貨物は、統計上で余りにも意味の不明な再輸出品や元素化合物などの高い価額の貨物をはじめとして、電気製品・部品や精密機器類などの商品が多い(図 10)。実際、日本から輸出した貨物は、品類別でみると、海上貨物と航空貨物の内容がほぼ同じである。

図 9 海上輸出貨物における主な品類別価額

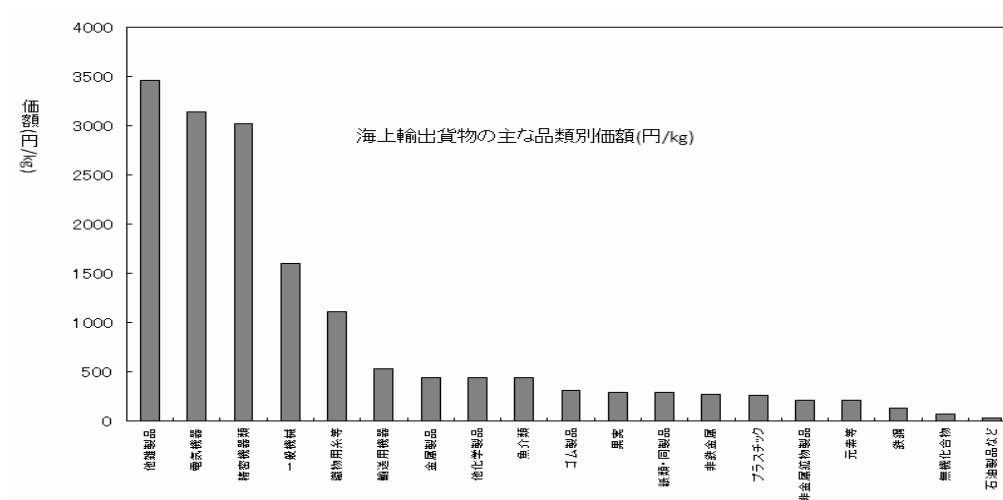


図 10 航空輸出貨物における主な品類別価額

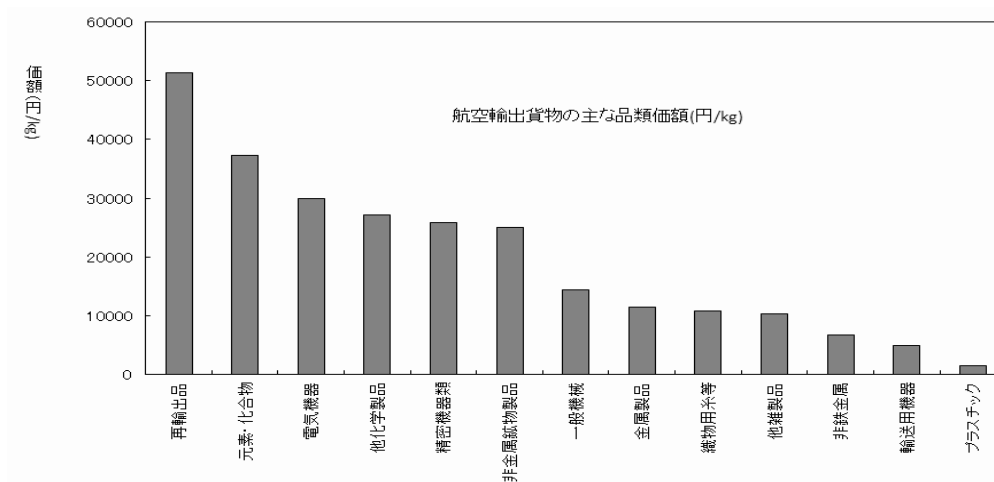


図 11 海上輸出貨物の価額分布

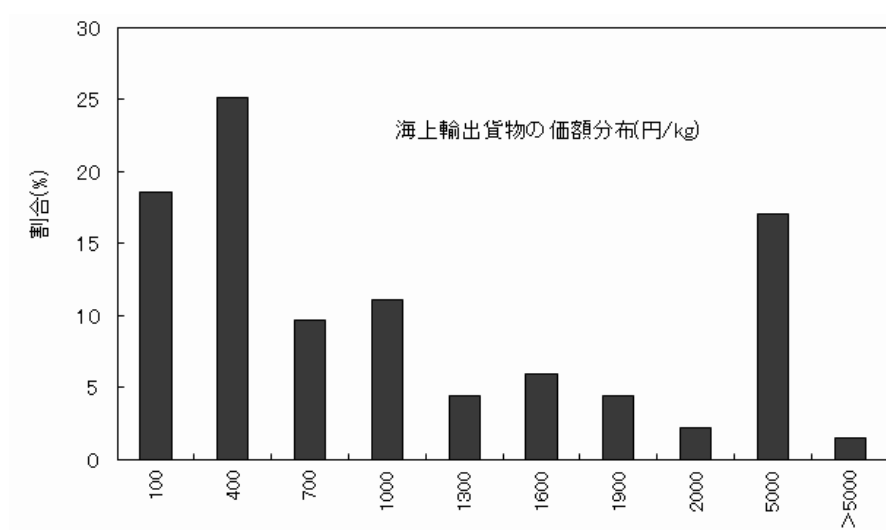
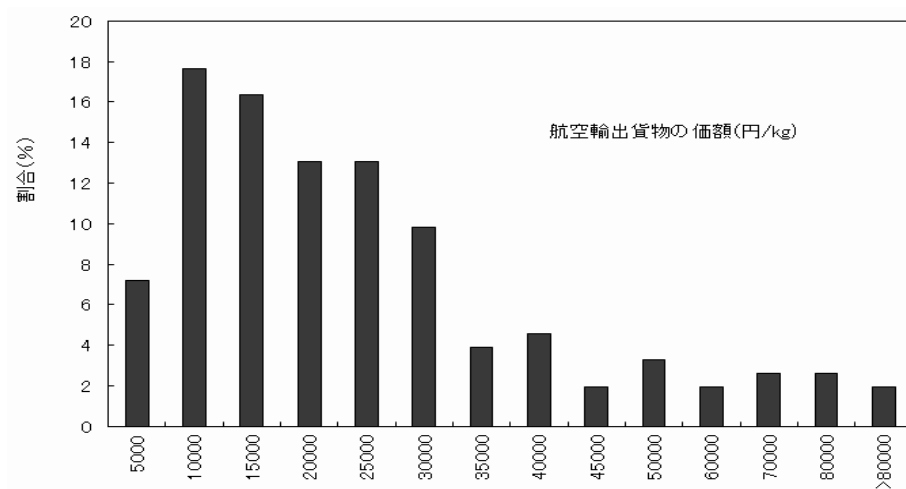


図 12 航空輸出貨物の価額分布



また、輸出貨物の価額分布から見ると、海上輸出貨物は、価額 1,000 円/kg 以上の貨物が約 50% 占める (図 11)。一方、図 12 に示すように、輸出航空貨物に、価額 10,000 円/kg 以下の貨物が約 25% を占める。

こうしたことから貨物の価額が高いほど、運賃負担力が高くなるため、高価額の貨物に対して航空輸送の競争力が強いが、海上貨物と航空貨物との比較結果として、輸出入貨物の中に、価額位と貨物品類の両方でも現在の海上輸送と航空輸送の間にある「中間層」のニッチ需要が多く存在していることが判明した。

4. 東アジアビジネス圏の経済発展と輸送システム

(1) 東アジアビジネス圏における華東・九州地域の地理空間

図 13 九州地域と華東地域の地理的空間



東アジアビジネス地域圏において、日本と中国における最も優れた地理的空間条件をもっているのは、九州地域と華東地域である。九州地域から華東地域、例えば博多港から青島港、連運港、上海港、寧波港などすべての中国東沿岸にある港までの距離は、600 海里以内である（図 13）。この距離は、九州から東京まで、東京から苫小牧までの距離とほぼ同じであるため、この地域は、近海近隣地域と定義できる。

（２）近海近隣地域の経済発展

①日本と中国の経済発展比較

ここでは、東アジアビジネス地域圏における日本と中国との経済状況を比較するとともに九州地域を中心にして東と西の両側のある国内地域と華東地域の状況を分析し考察する。

1950 年代から約半世紀、一貫した高度経済成長が続き、GDP 総量で 1968 年から 2010 年まで「世界第 2 の経済大国」の座を占めてきた日本は、1 人当たりの実質 GDP が 4 万ドル以上になり、1990 年代には、世界平均水準の 3.6 倍強に達した。しかし、前にも述べたように、1990 年代以降の日本は、高度成長から低成長に転換し、「失われた 10 年、20 年」と言われる時期となった。それにも関わらず、日本は、今も概ね 5.5 兆ドル前後の経済規模を維持し続けている。

日本に比べると、中国は、近代の経済発展がかなり遅れたが、1980 年代から改革開放と市場経済の政策が採択され、経済成長が軌道に乗ってきた。中国の GDP は、平均 9.7% の成長率で、30 年余り続いている。現状の中国経済は、1 人当たりの GDP 水準では日本の 10 分の 1 前後であるが、全体の経済規模は、6 兆ドル(2010 年)に近づき、2007 にドイツを抜いて世界第 3 位と、2010 年に日本に代わって世界第 2 位となった。

長いスパンで見ると、東アジアビジネス地域圏に、世界第 2 位と第 3 位の経済体が隣接して誕生した意味が大きく、かつ深いものがあるといえよう。それに韓国を加えれば、東アジアビジネス圏は、確かに世界の中心的な役割を担うことは明らかである。

その一方で、中国では地域によって大きな発展格差が現れている。2010 年 GDP の約 40 兆 1513 億元に占めた沿海地域十数省の割合が 60%以上を占める状況である。

②九州地域に隣接した地域の経済状況

九州地域 7 県の経済規模として、2008 年の GDP が 44 兆 2,020 億円に達する。また、隣接地域である中国地域と四国地域を加えれば、86 兆 1,920 億円の経済規模がある。さらに、九州地域を起点にして本州へ拡大するならば、関西地域までの経済規模は約 166 兆円となり、東海地域まででは約 231 兆円に達する。

東シナ海をはさんで九州地域に対面している華東地域は、狭義で 1 市 2 省（上海市、江蘇省、浙江省）であり、広義で 1 市 6 省（上海市、江蘇省、浙江省、山東省、福建省、安徽省、江西省）が含まれる。この地域は、中国で経済活動が最も活発なところの 1 区域であり、1 市 2 省（上海市、江蘇省、浙江省）の GDP は 2010 年で 118 兆円（当時レート：

1 元＝14 円で換算）あり、これは、九州地域と関西地域の合計 GDP に相当する。その中にある江蘇省と浙江省の GDP は 95 兆円で東京都の約 90 兆円を上回る。

また、九州地域から 600 海里以内にある上海市、江蘇省、浙江省そして山東省の合計 GDP は 174 兆円で、関東地域 GDP の 188 兆円よりやや少ないが、首都圏における 1 都 3 県の 161 兆円よりはるかに大きかったことがわかる。

さらに、1 市 6 省（上海市、江蘇省、浙江省、山東省、福建省、安徽省、江西省）の経済規模は、223 兆円で、九州地域から東海地域までの合計 GDP に近づいている。

実際、九州地域は、華東地域に直面しているだけでなく、環黄海地域圏も重なっている。そこで、華東地域（1 市 6 省）に天津市、河北省そして遼寧省を加えると、合計 GDP は約 290 兆円に達する。これは、九州地域から東海地域までの合計 GDP に神奈川県、千葉県そして群馬県の GDP を加えた合計 GDP に相当するものである。

以上の各地域にある経済規模に対して、力学の均衡条件における「てこの原理」（Leverage principle）を利用して、九州地域の役割を考察してみる。

ここでは、「てこ」において、「おもりの重さ」×「支点から作用点までの距離」は、「地域 i の GDP」×「九州地域から地域 i までの距離」を式（1）で表し、経済輸送の均衡原理（Leverage Principle for Economy Transport）を定義する。

$$\text{LGDP}_i = \text{距離 } i \times \text{GDP}_i \quad (1)$$

式（1）を利用して、九州地域の東側にある中国地域、四国地域、関西地域、東海地域そして関東地域の各 LGDP_i と九州地域 LGDP の合計は、約 342,986.6 兆円・km である。

一方、九州地域の西側にある華東地域の 1 市 6 省（上海市、江蘇省、浙江省、山東省、福建省、安徽省と江西省）の LGDP_i の合計は、約 343,042.3 兆円・km である。九州地域は、ちょうど中国の華東地域と日本の関東地域までとの経済輸送の均衡支点になっている。

以上より、経済規模そして経済輸送の均衡条件から見ると、九州地域は、中国の最も発展した華東地域と日本内国の大部分地域との最も理想的なバランス支点であることが判明する。これは、東アジアビジネス圏にとって、九州地域が地理空間、経済実態そして経済輸送の視点から最も優位性をもつ国際ロジスティクスの最適な地域であるということの意味する。

③現状の輸送システムと課題

前に述べたように、近年中国は多くの近代化港が整備された。日本は、従前の対米欧貿易指向による太平洋沿岸を中心にスーパー港湾がますます高度化されている。それらに基づいて現状の日中間国際貨物輸送システムは、従前の海上コンテナ航路と国際航空航路が主要な方式になっている。海上コンテナ航路は、基本的には数千 TEU の大型コンテナ船を利用して大量貨物輸送パターンで、以下のような種類がある。

①ハブ港間の輸送、②ハブ港と主要港間の輸送、③台湾の港を経由しながらハブ港→主要港→ハブ港の輸送、④地方港→ハブ港→主要港→地方港などを回るコンテナ輸送、⑤地方港→地方港→地方港…など複数の地方港に迂回寄港する両国間の輸送、⑥地方港から釜山港へ輸送し、釜山港でトランシップによって日中間を輸送。

また、2000年以降は、フェリーや RORO 船で国際貨物輸送が出現している。例えば、上海－大阪・神戸間のフェリー航路、天津新港と神戸間のフェリー航路、下関－青島間のフェリー航路、上海－博多間の RORO 船等の輸送がある。

従前の製造業に関わった国際物流は主な日本と米欧間で行われたため、国際ロジスティクスコストは、輸送距離及び所要時間が長く、輸送コストや輸送中の在庫コストは国内ロジスティクスに比べて高いものであった。従って、大型コンテナ船輸送、或いは釜山港経由の貨物輸送は、特に輸送距離の長いアジア・米欧航路に対して大きな輸送費用の削減効果を大きく果たしている。しかし、東アジアビジネス地域圏の輸送は輸送距離と輸送時間だけで見ると、内航輸送と殆ど変わらない近海輸送であるため、すべての貨物輸送が大型コンテナ船で行うことが適切であるかどうかとの疑問がある。その理由の1つは、貨物の輸送距離が短い、大型コンテナ船の複数寄港のために輸送時間が長くなることである。すなわち、日中間産業分業そして貿易変化に対して相応しくなっているといえない。特に工場の日常生産工程に合わせた部品調達や住民の日常生活に必要な新鮮果物及び野菜などの日中間貨物輸送に対してもっと速やかな輸送サービスが求められる。実際、輸送モード間で互いに変更した荷主が多く存在しており、その中に約3～4割で海上から航空へ変更したことがあるものである。

日中間国際貨物輸送は、近海輸送として取り扱っているため、海上貨物と航空貨物の間に十分なニッチ需要が存在していると考えられる。

また、地理空間の優位性が十分利用されていないため日本の地方港から近海・東アジアに向ける航路の60%は釜山港で中継する実態である。

以上より、日中間貨物輸送は、国際ロジスティクスマネジメントの視点から見直される必要が切迫しているといえよう。

九州地域は、華東地域と日本他の地域との経済輸送のバランスを取る支点であるため、さらなる地理上の優位性を発揮する潜在力がある。これは、今後、どのような輸送システムを構築するべきであるかを考えさせられる。

5. 東アジアビジネス圏における新しい日中間貨物輸送システムの構築

国際ロジスティクスマネジメントにおける新たな課題の分析と現状の海上貨物と航空貨物との国際輸送比較で明らかにしたように、日中間国際貨物輸送は、少なくとも2つの需要に対応すべきである。1つは価額の近いかつ同じ品類の貨物に対する海上と航空輸送の間に存在しているニッチ需要である。もう1つは経済産業の国際分業に対してコスト効果かつリードタイム及び在庫管理の効率がある国際ロジスティクスシステムの需要である。

前述で分析したように、近隣で多くの優位性をもっている九州地域は、如何に活用するかという考えが必要である。地域の発展状況に相応しい国際ロジスティクスシステム、その中に新しい輸送システムを構築することが、東アジア地域、特に福岡におけるアジアビジネス圏の形成にあたって必要不可欠な課題として認識されなければならない。

(1) 既存輸送技術の活用

実際、近海輸送という視点で、既存の輸送技術が十分に活用できる。

図 14 は、既存の内航コンテナ船に対して輸送距離(海里数：1 海里＝1852m)と所要時間(日数)の関係を表した結果である。内航コンテナ船は、1 日当たりの巡航距離が概ね 350 海里であり、2 日で約 800 海里の範囲をカバーできる。

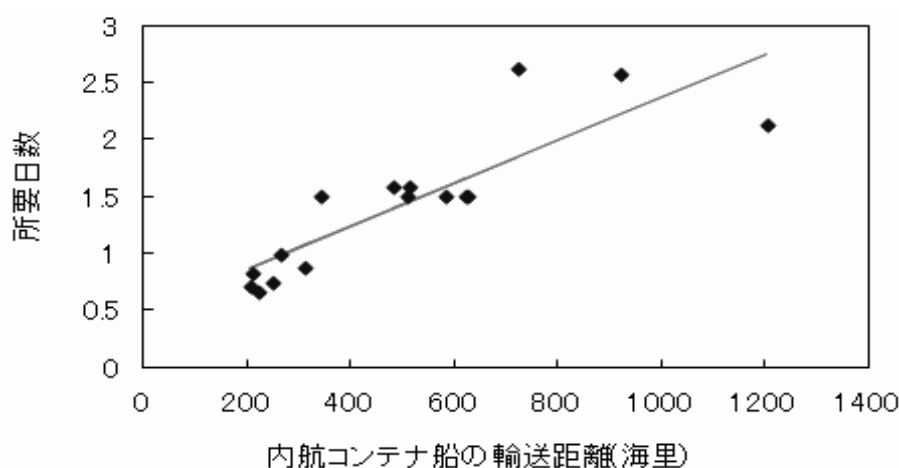
また、内航 RORO 船の場合は、図 15 に示すように、輸送距離が 550 海里以内の貨物が既存の輸送技術で 1 日以内に輸送できる。

同様に、図 16 は、内航フェリーの輸送距離と所要日数との関係を示すものである。既存の内航フェリーは、1 日当たりの巡航距離が 600 海里に対して、2 日間あれば 1,100 海里の範囲をカバーできることが分かる。

また、内航輸送では、近年多くの新技術の導入による高速 RORO 船(巡航速度 30 ノット)は、巡航距離が約 570 海里ある東京港と苫小牧港を約 20 時間で結ぶことができる。

これらの内航輸送のある既存輸送技術を近海地域に活用すれば、東アジアビジネス地域圏の国際輸送はさらに効果を期待することができると考えられる。

図 14 輸送距離に対する内航コンテナ船の所要日数



国際輸送の場合は、既存の事例を列举すると、博多港と釜山港間の国際フェリーであるカメラライン(巡航速度 23.5 ノット、115 海里で所要時間 5 時間半)、および、神戸—天津間の航路、大阪—上海間の航路、下関—青島間の航路などがある。これらの航路は、あくまで旅客を中心にした航路で、それら国際フェリーの輸送空間の一部を有効的に活用

して国際物流に対応する貨物輸送が行われている。

図 15 輸送距離に対する国内 RORO 船の所要日数

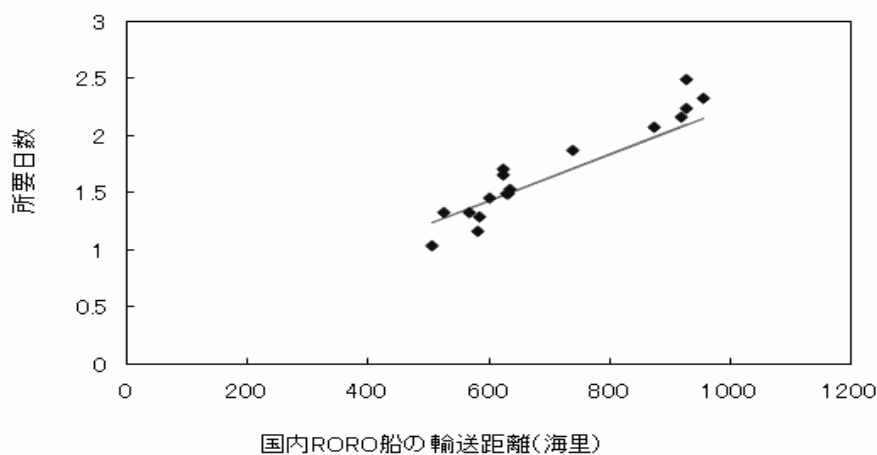
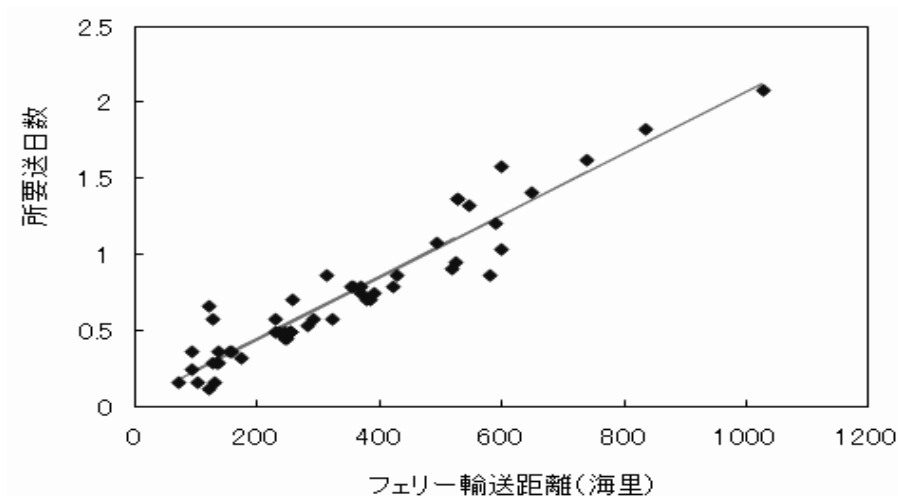


図 16 輸送距離に対するフェリーの所要日数



国際貨物輸送のための既存航路は、上海スーパーエクスプレス（SSE）RORO 船で、28 時間で上海港と博多港を結ぶものである。従って、東アジアビジネス圏には 既存の輸送技術を十分に活用する余地が未だ多くあると考えられる。

特に、博多港をはじめとする九州地域から中国の華東地域までの日中間輸送距離は、せいぜい 600 海里以内であり、最大速力 30 ノットの RORO 船を導入すれば、海上輸送のデイリー・サービスが実現可能である。

（２）内陸輸送を含む輸送ルートの設定

これまで分析したように、九州地域は、日本と中国との地理的条件および経済規模の面

から輸送経済の均衡支点である。さらに、既存の輸送技術をも活用すれば国際海上デیلیー・サービスが実現可能である。従って、九州地域にとっては、アジア時代を実現する玄関口、そして経済輸送支点及び国際ロジスティクス拠点としての役割を考えなければならない。また、その役割を果たすことが日本経済発展の再出発点であろう。

図 17 博多港を起点とする内国の輸送ルート
九州地域と華東地域との輸送ルートの設定

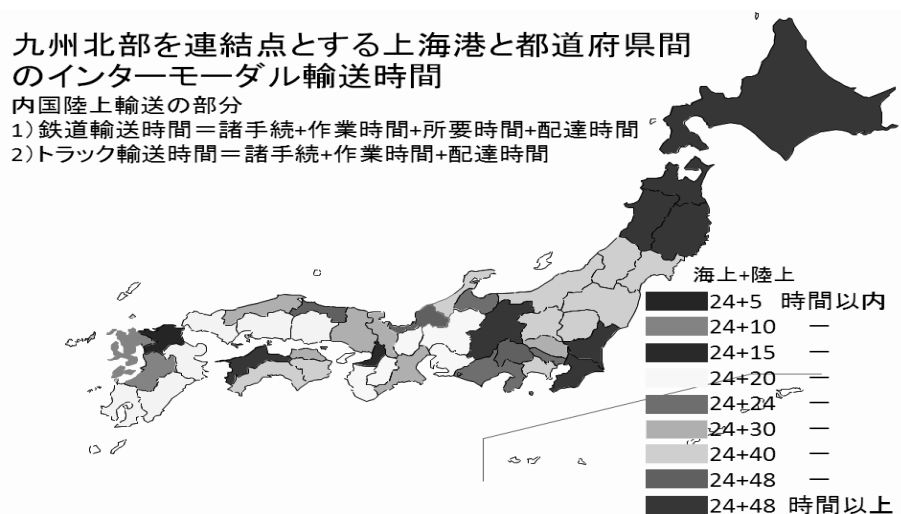


以上より、日中間国際貨物における新しい輸送システムの構築には、まず九州地域を起点として国内輸送ルートの設定が不可欠である。九州北部で多数の港が整備されてきたが、それらを客観的に対比分析することが必要である。ここでは、とりあえず、図 17 に示すように以下の優位性のある博多港を起点に取り上げる。

- ①博多港と上海港間のコンテナ船航路（3 日）と RORO 船航路（28 時間）が存在
- ②IT 技術の活用
- ③鉄道駅と高速道路 IC が港に近い一方、国道や臨海道路などのアクセスが便利
- ④商業都市としての福岡に本州から着貨物が発貨物よりかなり多かったため、華東地域からの貨物はちょうど有効な輸送空間の利用
- ⑤現状の RORO 船（SSE）の運行ノウハウの活用

この新しい日中間国際貨物輸送システムは、単なるコンテナ船シャトル便や RORO 船及びフェリーによる海上輸送だけでなく、国内陸上輸送や内航輸送をも有機的に一括したインターモーダル輸送であると定義する。博多港を連結点とした場合に、中長距離で鉄道輸送または内航輸送、短距離でトラック輸送などの内陸輸送を活用すれば、上海港を出発する貨物は、図 18 に示したように 72 時間以内にすべての地域に届けることができる。

図 18 上海港を出発する貨物の各地域に届くインターモーダル輸送時間



(3)新しい輸送システムの輸送便数の設定

①新しい輸送システムの設定条件

新しい輸送システムについて、これまで内外海上輸送技術と内陸輸送ルートそして国際貨物輸送時間に関する考察が行ったが、ここでは国際航路の輸送便数の設定について検討する。

設定条件は以下のとおりである。

- ①最高速力 30 ノットの RORO 船（600 海里以内に、24 時間）
- ②日本側において博多港を内陸輸送起点とすること
- ③中国側において上海港を内陸輸送起点とすること
- ④中長距離貨物は、既存の鉄道輸送を基準として最速ダイヤ利用や内航輸送
- ⑤近距離貨物はトラック輸送
- ⑥海上運賃と諸料金、及び陸上輸送料金は実勢運賃と料金を参考にして設定
- ⑦各地域から上海港に関係した輸送量は、全国輸出入貨物に基づいて海上貨物から新しい輸送システムへの転換
- ⑧各地域の海上貨物におけるコンテナ化の比率は、各地域の輸出入貨物調査データにより設定（平均で 20～25%）
- ⑨上海港に関連したコンテナ貨物の比率は、各地域の状況によって差異があるが、平均で 45～50%を設定

②新しい輸送システムにおける海上便数の設定

まず新しい輸送システムに対する可能な需要量の算出が必要である。この可能な需要量は、あくまで既存の海上貨物から転換されたものであると考える。

本研究では、汎用な非集計ロジットモデル式（2）を利用して新しい輸送システムの選

択率を推定する。

$$P_k = \exp(W_k) / \sum \exp(W_k) \quad (2)$$

ここで、 P_k は、輸送機関 k の選択率。

W_k は、輸送機関 k の非効用関数で、式 (3) で算出することができる。

$$W_k = \alpha + \beta_1 \times \text{輸送時間} + \beta_2 \times \text{輸送費用} \quad (3)$$

表 2 輸送機関選択モデル

説明変数	パラメータ	パラメータ値	t-値
定数項	α	-2.1224	-4.0059
輸送時間(時間)	β_1	-4.2929×10^{-2}	-5.7676
輸送費用(円/TEU)	β_2	-6.5246×10^{-5}	-2.6715

出所：旧運輸省海上技術安全局H12年：「国際海上輸送を取り巻く現状とTSL利用可能性について」より作成

本研究では、たまたまデータが入手できた 2000 年に行った TSL 利用の輸送機関選択モデル式 (2) を活用する。すなわち、各パラメータは表 2 のとおりであるが、この基本構図は現在もあてはまるものとして提案する。

モデル式 (2) は、荷主の選択意思に関する調査データに基づいて、輸送時間と輸送費用を非効用関数の説明変数にして推定されたものである。このモデルは、新しい輸送システムによる貨物輸送と既存海上輸送を選択肢として、各地域から上海港までの輸送時間および輸送費用を説明変数として代入すれば、新しい輸送システムに対する選択率が算出できる。

地域 i と上海港まで新しい輸送システムのインターモーダル輸送の可能な需要量は、式 (4) で計算できる。

$$F_{si} = FC_{si} \times P_{ki} \quad (4)$$

ここに、 F_{si} ：地域 i の新しい輸送システムにおける可能な需要量 (トン)

FC_{si} ：地域 i における既存の海上輸送量によりコンテナ化かつ上海港に関係した貨物 ($FC_{si} = \text{海上輸送量} \times \text{コンテナ化率} \times \text{上海港関係率}$)

P_{ki} ：地域 i の新しい輸送システムに対する選択率

また、表 2 に示した輸送機関モデルは、荷主の意識選択から推定されたため、あくまでも意識的に可能な貨物として認識するべきである。これら推定した貨物輸送をすべて新しい輸送システムで達成できることは考え難い。従って、ここでは、推定値に対しどれぐらいの目標を目指すかという達成率を導入して式 (5) の新しい輸送システムの達成可能な需要量を推定することにする。このとき、

$$F_{si} = FC_{si} \times P_{ki} \times \gamma_{ki} \quad (5)$$

ここで、 γ_{ki} ：地域 i の新しい輸送システムの可能な需要に対する達成率
 ($\gamma_{ki} = 0.3, 0.35, 0.4, \dots$)

従って、新しい輸送システムが達成可能な輸送量は、各地域における達成可能な需要量の合計（式（6））である。

$$F_s = \sum (FC_{si} \times P_{ki} \times \gamma_{ki}) \quad (6)$$

ここで、 F_s ：新輸送システムの達成可能な需要量

以上より、新しい輸送システムの達成可能な需要量は、全国輸出入貨物調査データを利用して試算した。図 19、20 は、上海港と博多港を輸送連結点とした輸出入貨物における新しい輸送システムの達成可能な需要量の推定値を示すものである。この結果から、既存の海上輸出入貨物の数パーセントが転換されれば、新しい輸送システムに十分な輸送需要があると判断できる。

図 19 輸出貨物における新しい輸送システムの需要

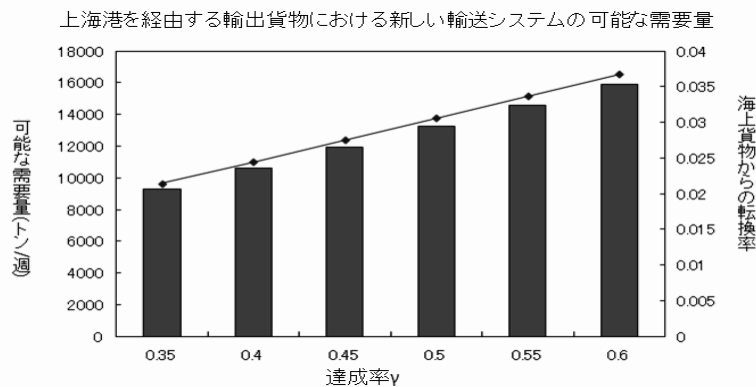


図 20 輸入貨物における新しい輸送システムの需要

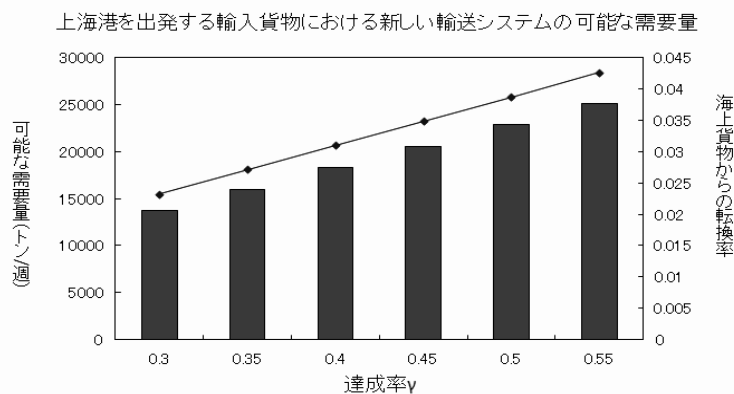


図 19、20 に示す新しい輸送システムの達成可能な需要量に対して海上便数の設定が可

能である。前に述べた海上輸送技術をベースにして、内航輸送と同じ仕様で小ロット、多頻度定時制などの特徴をもつ新しい輸送システムの船舶（コンテナ船のシャトル便、フェリー船、RORO 船など）に対し、搭載のシャーシ数を 200 個、1 シャーシ当たりの荷重を 15 トン、そして輸出貨物の積載率を 80%に、輸入貨物の積載率を 90%と仮定する。

表 3、4 は、この仮定のもとに達成率に対応した輸出入貨物に対して海上輸送便数を推定したものである。日中間国際貨物の実状に類するように、新しい輸送システムにおいても、輸入貨物の需要量に対しては海上輸送便数が多くなる。従って、輸出入貨物のバランスを考慮すれば、この新しい輸送システムは、週 7 便つまり完全にデیلیーサービスの海上輸送が可能であることが推測されるものである。

表3 輸出貨物における海上便数の設定

達成率	35%	40%	45%	50%	55%	60%
便数/週	4	5	5	6	7	7

表4 輸入貨物における海上便数の設定

達成率	30%	35%	40%	45%	50%	55%
便数/週	6	6	7	8	9	10

6. 福岡・九州の役割を果たすための課題

これまでの分析を通して、福岡・九州地域は、経済産業の流れ、そして国際ロジスティクスマネジメントの視点から、東アジアビジネス圏の形成において、以下のような多くの優位性を有するとともに新しい輸送システムを実現する可能性が高いことが明らかである。

- ①日本にとって地理上のアジアへの玄関口からアジア合流への経済一体化として経済産業発展の最前線
- ②環東シナ海圏、環黄海圏及び環日本海を重なるっている世界の有数な最適ビジネス立地
- ③東アジアビジネス圏に構成された中核的な一翼
- ④世界の第 2、3 経済体に対する経済輸送の均衡支点
- ⑤日中間国際ロジスティクス拠点としての最適立地
- ⑥近海輸送と内陸輸送を結合する新しい輸送システムの結節点

以上より、東アジアビジネス圏の形成、そして今後の日本産業経済の更なる発展にとっては、福岡・九州地域の役割が大きいと考えられる。

これら役割を果たすためには、多くの課題が存在している。まずは国際とアジアの変化に基づいて意識チェンジそして改革である。これは、世界産業経済の流れに対して自身もつ優位性を再確認することである。

周辺の経済成長がもたらした大きな貨物輸送や人間の流動は、近隣地域にとっては巨大なビジネスチャンスそして新しい市場需要を喚起することである。例えば香港に隣接した

中国シンセン市は、30年前の当時の開放改革の最前線であり、今日の中国における重大な商業・産業都市の1つである。九州地域に近隣した中国の華東地域と韓国の釜山地域における経済活動は、九州地域に与える大きなメリットがあるという認識がなければならない。

次は、地域間の競争と協調との健全な関係を構築することである。これは、「WIN-WIN」のビジネス哲学に基づいて内外において協調が必要である。地域間の健全な関係は、各地域の特徴と優位性を最大に発揮できる競争的な協調、或いは協調しながら競争するという意味である。九州地域と華東地域間に構築される新しい輸送システムは、単なる二地域間の海上輸送だけでなく、各地域に及ぼすメリットとインパクトが存在する。

例えば、商業を中心とする都市は着貨物が多く、製造業を中心とする都市は発貨物が多い。そして農水産業を中心とする地域は、季節制が強い貨物が多量である。それらの特徴に対して、数十キロ範囲の地域間では、激しい競争よりも協調の余地が多く存在している。

また九州地域は、本州から到着した貨物が本州に出発した貨物より圧倒的に多くなったため、新しい輸送システムができる場合、既存の国内輸送施設を活用し、国内物流の効率化に大きく寄与するものと推定される。これに対して東アジアビジネス圏の形成にあたって既存の各種国内の輸送施設の機能そして役割分担を検討するべきである。

第3は、「知彼知己」（彼を知り己を知れば）に基づいて互いに長所・短所を確認することが必要なことである。これは、量的なものだけでなく、付加価値の高い質的なものを考えるべきである。まず、九州地域の港湾に取り扱われた年間コンテナ貨物が合計2百万TEU/年未満であったのに対して、華東地域の上海港約3000万TEU/年、寧波港1300万TEU/年以上、青島港1200万TEU/年以上、連雲港約400万TEU/年である。また、釜山港は約1400万TEU/年以上である。

このような状況に対して、量的な競争は明らかに不可能である。しかし質的な競争は十分な可能性がある。その1つは、「日本製」というブランドや日本から発した細かいサービスの活用である。もう1つは、これまで育った地方産業や企業のノウハウを優位性を活かすことである。これまで、日本の経済産業に関しては製造業、農業水産業、サービス業そして文化の特徴がブランド化されている（ここでのブランドは、特定の製品というものでなく、差別できた日本制或いは九州制ということでもある）。ただ、近年、輸出指向そして他の地域にある人口ボーナス及び廉価な資源により利潤を追求するために、企業の国際進出が数多い。その結果、国内製に関する生産スキル、ノウハウ、人文的な特徴などを含むブランドが失われる恐れがある。従って、「日本製」というブランドを如何に維持続けるかが大きな課題である。

解決の基本方法は、やはり優位性をもっている福岡・九州地域に国際ロジスティクス拠点を整備して輸出入の直前に市場ニーズに合わせて生産することによる。これは東アジアビジネス圏における競争相手の成長に対する心理的な障害を乗り越える課題であり、方向であるといえよう。実際、数字は怖くないが失己（自身の本物が失うこと）は本当に怖い。

円高・元高・ドル安の進行により、企業の海外進出や国内産業の空洞化が一層加速化さ

れるという恐れがあるが、自己への再認識ができれば、近い時期に高い品質そして高付加価値のある分野は、必ず回帰するはずである。これは、国際ロジスティクスマネジメントにおける差別できる製品とブランドの価値であり、最適な立地が国際企業に求められる。この意味でも、最近では、産業界から福岡・九州地域が重視され、期待されている動きがある。

第4には、近隣地域の経済成長に融合する政策と対策が必要である。例えば、中国では、2011年から「第12回5年」社会経済発展計画が実施されている。この計画がうまく実現できれば、中国の国内消費需要や国際貿易などが、この5年間にさらに一段と拡大される。これは、東アジアビジネス圏の形成に対して絶好な時期ともいえ、同ビジネス圏の一員である九州地域にとっては、国際ロジスティクス拠点としての特区整備・発展の“千載一遇”のチャンスである。

さらに、日中間そして東アジアビジネス圏の形成における国際ロジスティクスシステムでは、荷主の輸送ニーズに合わせた新しい輸送システムが求められる。これまでの分析結果から見ても大きな可能性がある。これは、「鶏が先か、卵が先か」という問題である。計算した輸送便数の前提条件は1フレートトリップを対象とする輸送時間と費用であるため、便数が1週間1便になる場合は、工場から出荷した貨物が当日の便に間に合わなかったら、24時間の輸送時間を設定しても実際のリードタイムにとっては、全く意味がないと考えられる。輸送便数が少なくなると、輸送サービスが悪くなり、荷主の輸送ニーズも失われる。そのような悪循環に入ると、すべての優位性がなくなる。

従って、合理的な輸送便数の設定は、荷主にとっては、信頼性、定時制、正確性、柔軟性、多頻度そして低費用・短時間という高度な輸送サービスを提供するという意味である。近隣地域としての九州地域と華東地域の間は、大型・大量輸送の指向のみでなく、小口多頻度などの高度な輸送も大きな方向である。

このような方向を実現するために。物流の根本である「物暢其流」（意味：モノの流れが川上から川下までスムーズに進むこと、或いはモノが川上から川下まで円滑に流れること）を徹底化しなければならない。既存輸送ネットワークを有効的に利用することや、異なる輸送機関間の結節点（効率性・正確性・環境やさしい）にあって、港・駅ターミナルそしてロジスティクス拠点との統合的な整備政策を形成することが必要である。

7. まとめ

本研究は、経済産業の変化と国際ロジスティクスマネジメントの視点から、東アジアビジネス地域圏における日中間ロジスティクスの基本状況を分析し、現状の貨物輸送問題を考察した。また、隣接地域の経済発展状況の比較や経済輸送の均衡条件などから、福岡・九州地域は、多くの優位性を有することが判明し、将来、担うべき役割を論じた。

それに基づいて東アジアビジネス圏の形成に対して、博多港を起点とした新しい輸送システムの構築に対して海上と陸上のインターモーダル輸送により海上便数の設定などを検

討した。その結果として、現状の日中間海上貨物から数パーセントが転換されれば、十分な輸送需要があり、新しい輸送システムの導入が可能であると考ええる。

最後に、福岡・九州が役割を果たすための課題を論じたが、その具体化に向けて展開するべきであると考えられる。

参考文献

- 1)国際輸送ハンドブック、オーシャンコマース、東京
- 2)旧運輸省海上技術安全局（H12）：国際海上輸送を取り巻く現状と TSL 利用可能性について、2000
- 3)輸出入貨物物流動向研究会：輸出入貨物に係る物流動向調査、日本関税協会発行
- 4)財務省：貿易統計資料、日本貿易統計
- 5)米国商務省：U.S. Foreign Trade statistics
- 6)中国商務部：進出口商品国家（地区）統計広報、<http://www.mofcom.gov.cn/>
- 7)中国新华社：中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要，北京，2011 年 3 月 16 日
- 8) 中国統計局：統計広報，<http://www.stats.gov.cn/>
- 9)(社)日本船主協会：海運統計要覧
- 10)交通新聞：JR 貨物「シー&レール」が好調、07/9/27
- 11)博多港湾統計、<http://www.port-of-hakata.or.jp>
- 12)(財)日中経済協会：日中経済交流 2009
- 13)経済産業省：通商白書，<http://www.meti.go.jp/>
- 14)総務省統計局：統計データ、<http://www.stat.go.jp>
- 15)P. ディッケン：多国籍企業の生産拠点の地域的組織化のための手法による類型化，グローバル・シフト（宮町良広訳），古今書院，2001
- 16)Martin Christopher: Logistics and Supply Chain Management, Pearson Education Limited, London,
- 17)Carlos F. Daganzo: Logistics Systems Analysis, Springer, New York
- 18)林克彦：グローバルロジスティクス事業再編とその背景、運輸と経済、Vol.68、No.9、2008
- 19)厲国権：インターモーダル貨物輸送のための鉄道整備—RIFT-システムの概念と具体化へのアプローチ，運輸政策研究，Vol.5、No.4、14-23、2003
- 20)厲国権：国際海上コンテナ貨物の陸上インターモーダル輸送システムの構築—国内陸上貨物における鉄道の活用に関する検討—、運輸政策研究、Vol.8、No.2、2-14、2005
- 21)厲国権：インターモーダル貨物輸送、Railway Research Review, Vol.66、No.3、30-33、2009

第Ⅲ章. 福岡・九州からアジアへの企業進出 ー福岡・九州企業のグローバル展開と地域ー

(財)九州経済調査協会
事業開発部長 八尋 和郎

1. はじめに

東アジアが世界最大規模の経済圏に発展をとげていく中、福岡・九州とアジアのヒト、モノ、資本、情報の交流は拡大、深化してきた。

九州企業の海外展開の発展過程をみると、先進的な企業が 1970 年代から海外展開をはじめ、1985 年のプラザ合意後の円高後に本格化した。大企業から中堅中小企業の進出がみられるようになり、業種も製造業から、スーパーや百貨店などの流通業界に及び、海外に駐在員事務所や合弁企業が設立された。また、海外進出を支援するために金融機関の事務所なども設立された。1992 年から始まる中国の対外開放政策や 1994～95 年の急速な円高は企業の海外進出をさらに後押し、1990 年代半ばには九州から年間 100 件を超える海外進出がみられた。

1990 年代の後半には、アジアの通貨危機、中国での経済引き締め政策や外資優遇の見直しなどで、海外進出件数は一旦減少するが、2000 年代に入ると、海外進出は再び増加し、多くの企業が進出を果たしていったが、2008 年の世界同時不況によって海外への直接投資は再び落ち込みをみせた。しかし、2010 年以降、企業の海外進出は、再び増加の基調となり、新たな動きがみられ始めた。新たな動きとは、アジアの消費市場を目指した企業の進出段階であり、地方企業のフランチャイズ展開や大手デベロッパーとの共同出店といった進出モデルもみられる。また、撤退した企業が再びアジアを目指すなど、福岡・九州企業の新たな挑戦が始まった。

この様に企業の福岡・九州企業のアジア、海外進出は、世界経済、日本経済の波の中で増減を繰り返しながらも、深化、拡大し、海外進出のためのノウハウも蓄積されてきた。さらに、近年、国や地方自治体も、企業の海外進出に力を入れるようになった。アジアの活力導入が地方経済だけでなく、日本経済の発展にとっても重要な課題になってきたからである。

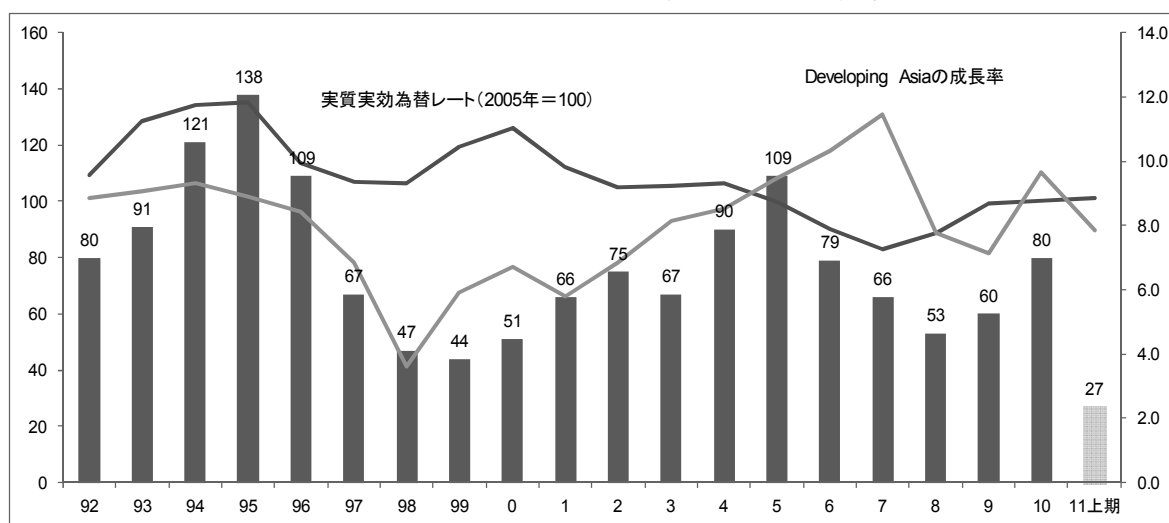
本章では、近年の福岡・九州企業のアジア、海外進出の動向や特徴を分析すると同時に、福岡・九州からアジアへの企業進出の方向性や支援のあり方について検討したい。

2. 地域からの海外進出、再び増加へ

九州・山口企業の海外進出動向をみると、2008 年を底に再び増加基調にある。1990 年代以降の海外進出の動きをみると（図表Ⅲ. 2. 1 参照）、1995 年、2005 年に海外進出のピークがあり、2008 年を底に増加し始め、現在、第 3 番目の山を迎えようとしている。

海外進出件数の推移を実質実効為替レート、アジアの成長率とあわせてみると、1995年は、円高の進行によって、2000年代の前半は世界経済の拡大、特にアジアの成長によって、海外進出は拡大したことがわかる。リーマンショック後、アジアの成長率は鈍化するが、円高も進行しており、2008年を底に再び企業の海外進出が増加する傾向がみられた。円高も定着し、実質実効為替レートも上昇基調にあることや、中国、インドをはじめアジア各国の成長が期待されるなか、今後も海外進出の増加が期待されよう。

図表Ⅲ. 2. 1 九州・山口企業の海外進出件数



注) 1. 小売、個人サービスの店舗は除く

2. 後に撤退した拠点は除く

3. Developing Asia: 中国、インド、インドネシア、マレーシア、などアジア 23 カ国

資料) 九経調「九州・山口企業の海外進出 2011」、日本銀行、IMF 資料

(1) 市場開拓目指す九州企業

近年の九州・山口企業の海外進出企業の増加の特徴は、対個人向け業種の増加である。

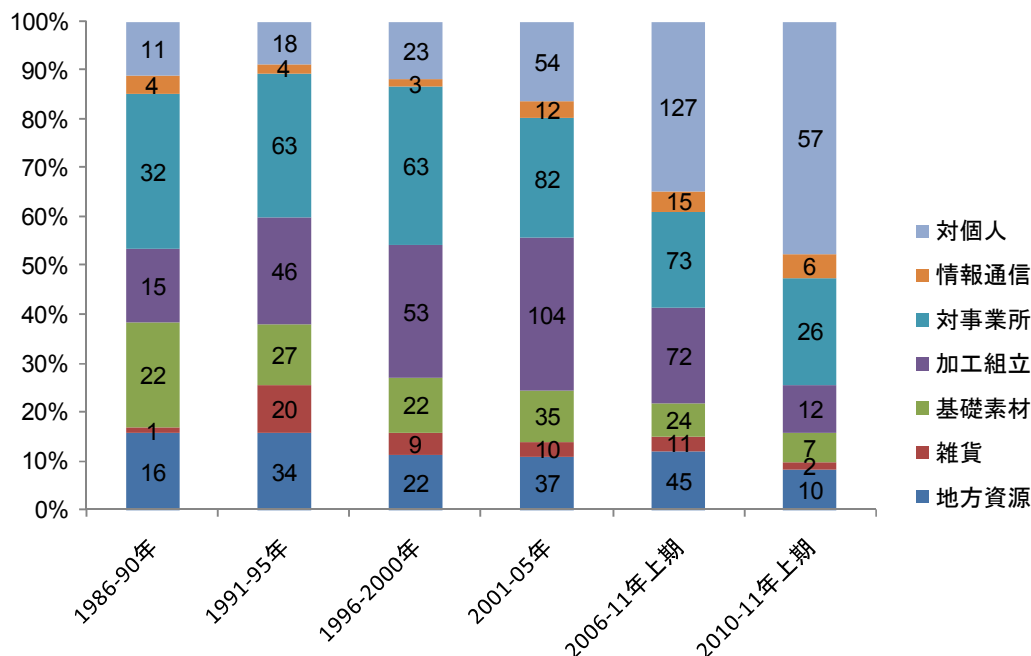
(図表Ⅲ. 2. 2 参照)

2008年のリーマンショック以降、製造大手とそれに追随する形での海外進出は減少する一方で、現地の労働者の所得が増加したことによって、アジア市場の魅力が増している。そのため対個人向け業種の海外進出が増加してきた。アジアの大都市部では、クリーニング業や写真現像などの生活密着型のサービス、ラーメン店、寿司チェーン、ファーストフードなどの外食産業や小売業の進出も活発化している。日本の国内市場が成熟化し、低迷する中において、日本で磨いた技術やサービスで市場を開拓する動きが強まっている。

製造大手においては、現地で生産だけでなく、販売に力を入れる現地生産・現地販売のパターンが強まっている。かつては、衣料や食品加工などの低廉な労働力をもとに製造し、日本に輸入するという開発輸入のパターンが一般的であったが、現地市場の開拓を目指す進出へと変わってきた。

図表Ⅲ. 2. 2. 九州・山口企業の海外進出企業の業種別構成比

図2 海外進出企業の業種別構成比



注) 1. 対個人には小売りの店舗を含む
 2. 撤退した企業、事業所は含まない
 3. その他の業種は除く
 資料) 九経調「九州・山口企業の海外進出2011」

住宅設備機器大手のTOTO(株) (北九州市) は1979年から中国市場に参入し、最初は北京の釣魚台迎賓館に商品(衛生陶器)を納入し、1990年代の半ばには中国各地に工場を設立した。高品質な製品を現地で生産、現地で販売することによって、中国市場でトップブランドを確立した。TOTO(株)の2011年度の国内住設事業の売上高は3,859億円(前期比4.1%増)に対し、海外住設事業は816億円(前期比11.7%増)となっており、そのうち中国の売上高は434億円(前期比20.2%増)であった(平成24年3月期 決算短信)。

この様に、TOTO(株)中国市場の売上げ比率は高まっており、中国の工場の増設など積極的な生産・供給体制の強化がはかられている。

(2) 福岡からも進出強化・飲食店が増加

福岡市に本社をかまえる企業のアジア、海外進出も増えている。福岡市から海外に進出した2010～2011年上期の43件のうち40件が非製造業、そのうち飲食店は10件と、飲食店や小売をはじめとする対個人向けの業種の進出が特徴となっている。(図表Ⅲ. 2. 3. 参照)

福岡市の産業構造は、飲食店、卸・小売業などの第三次産業の割合が高く、アジア市場の成長とともに海外展開が増えていることが考えられる。

図表Ⅲ. 2. 3 福岡市企業の海外における飲食店事業の展開（2010、11 年）

進出会社	進出形態	進出国	進出年	進出地域	事業内容
九州旅客鉄道(株)	支店・事務所 単独	中国 中国	2010 2011	上海 上海	飲食事業展開に向けた情報収集 「うまや」出店準備など
ロイヤルホールディングス(株)	合併	中国	2010	上海	「ロイヤルホスト」の出店と運営
(株)リンガーハット	合併	タイ	2010	バンコク都	タイ国内における「長崎ちゃんぽんリンガーハット」の出店と運営
	FC	アメリカ	2011	カリフォルニア	レストラン運営
トリゼンフーズ(株)	単独	中国	2010	大連	水たき、鶏料理の飲食店
(株)力の源カンパニー	合併	香港	2011		「博多一風堂」の店舗展開
	FC	韓国	2011	ソウル	「博多一風堂」の店舗展開
(株)プレナス	合併	中国	2010	北京	持ち帰り弁当店「ほっともっと」の出店
	合併	シンガポール	2011		「やよい軒」などの飲食事業展開

資料) 九経調「九州・山口企業の海外進出 2011」

(3) フランチャイズ展開も増加

对个人向け企業の海外展開としては、F C（フランチャイズ）展開が増えている。図表Ⅲ. 2. 1 の海外進出件数には、現地法人、支店、営業所および現地法人が管轄・営業する支店や営業所は含まれるが、F Cによる多店舗展開は含まれていない。しかし、現実には小売や飲食店は、フランチャイズにより多店舗展開するケースが多く、海外での活動領域はさらに広がっていることになる。

福岡企業のF Cビジネスの事例としては、家電販売のベスト電器（福岡市）や弁当のプレナス、レストラン営業のリンガーハット（福岡市）、カレー店のアジアンブリッジ(株)（福岡市）などがある。

ベスト電器は、1980 年代半ばからヤオハンと提携し、アジアへの出店を本格化させた。1985 年にはシンガポール支店を開設し、海外におけるF C方式によるチェーン店展開を開始している。ヤオハンの破綻に伴って、一時、海外戦略を見直さざるをえなかったが、2004 年以降、海外事業部を福岡からシンガポールに移し、2005 年には、台湾の大手家電量販店の株式を取得し、台湾市場に参入するなど海外店舗は 57 店に拡大している。

リンガーハットは、フランチャイズ店としてタイに 2 店舗、アメリカに 1 店舗を出店しており、2012 年 3 月には台湾に 1 店舗を出店した。台湾での店舗の運営は日本食レストランを展開するヒロマサイインターナショナル（台北市）とフランチャイズ契約を結んでいる。

また、カレー専門店「亜橋」を展開するアジアンブリッジ(株)では、F C契約を結んだ日本人オーナーが、中国大連に出店している。

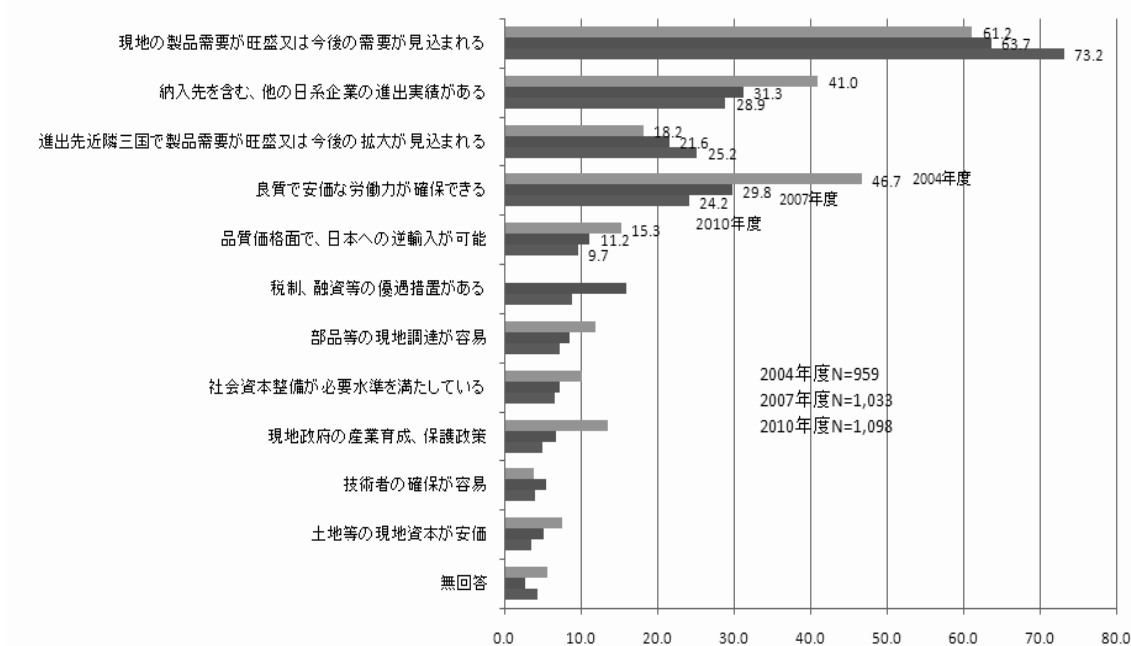
F Cで進出すると、自社で従業員を採用する必要がないことや、食材、広報などのルートを新たに確保する必要がなく、急速に店舗を拡大しやすいというメリットがある。さらに、海外投資のリスクも少ない。拡大するアジア市場の中で、日本で磨かれたフランチャイズによる展開のノウハウが生きている。

（４）現地の需用を目指して進出

経済産業省の「海外事業活動基本調査結果」においても、現地の需用の拡大にともなって、海外への直接投資の目的にも変化があらわれている。海外市場を展開する企業に聞いた「投資決定のポイント」（2004、2007、2010 年度）をみると（図表Ⅲ．２．４参照）、「現地製品需要が旺盛又は今後の需用が見込まれる」「進出先近隣三国で製品需要が旺盛又は今後の拡大が見込まれる」の2つが大きく上昇している。

特に「現地製品需要が旺盛又は今後の需用が見込まれる」（73.2%）が最も多く、現地の需用を取り込むための進出が伸びている。一方で、「良質で安価な労働力が確保できる」は、2004 年度の 46.7%から大幅に減少しており、24.2%となっている。アジアの低廉な労働力の利用を目的とした進出から市場への参入を目指した動きへと変化してきている。中国における中間層、富裕層の拡大によって、日本の高品質なモノやサービスの購入者が拡大している。

図表Ⅲ．２．４ 投資決定のポイント（全国・アンケート）



注) 投資を決定した際のポイントについて、該当するものを3つまで選択
資料) 経済産業省「海外事業活動基本調査」

（５）教育機関も相次ぎ進出

さらに、もう1つ、2000年代になって増加したのは、大学や塾などの教育機関のアジア、海外進出であった。大学の海外拠点が増えた理由は、「研究」「学術交流」を目的にしたアジア、海外展開は少ない。主な目的は、留学生への対応であった。大学や教育機関は、少子化の影響から学生の確保に対して危機感を抱いており、優秀な学生を確保するために、

アジア、海外への拠点設立を増やしている。

九州における大学等の教育機関の海外進出は、2000 年以降、43 件にのぼる。福岡市内の大学では、九州大学が 2004 年からアメリカ、イギリス、ドイツに、アジアでは、韓国、中国、タイ、ベトナム、台湾にも拠点を設けている。福岡大学は 2009 年に中国に、福岡工業大学も 2008 年に中国に進出している。

こうした相次ぐ、大学の海外進出によって、アジアを中心に海外からの留学生が増えている。福岡県では 2005 年の 5,731 人が、2010 年には 9,665 人に急増している（日本学生支援機構「外国人留学生在籍状況調査結果」）。こうした留学生の増加は、企業の海外進出に短期的には影響しなくとも、近い将来には企業の海外進出時における重要なキープソンとなることが期待され、海外進出に拍車がかかることが考えられる。

3. 海外進出の日本・地域への影響

（1）海外進出の地域への影響

海外進出による国内生産への影響が懸念される場所であるが、一般的には、進出の影響は 3 つある。1 つ目は、輸出誘発効果と呼ばれるものである。現地生産に必要な原材料、部品等を日本から調達することにより、日本の輸出を増加させる効果である。2 つ目は輸出代替効果である。現地法人による現地販売及び第三国向け輸出により、日本の輸出を減少させる効果である。3 つ目は、逆輸入効果であり、日本からの現地生産品の輸入を増加させる効果である。

経済産業省によると、海外現地生産による国内生産への影響額としては、この 3 つの効果の合計で、2009 年度はマイナス 36.0 兆円 と推計している。業種別でみると現地で仕入れ額が大きく、現地調達率が高い輸送用機械や電気機械の影響が大きかった。こうした製造分野においては、グローバル大手企業の企業活動が日本経済、地域経済に大きな影響を及ぼしている。既に、電気機械企業などに地方での工場の閉鎖、撤退なども相次いでいることに如実に現れている。

業種によって、海外進出による地域への影響はマイナスに働くことも間違いない。しかし、現在、生じている地場企業の海外進出は、国内市場が縮小し、新たな需要を求めての進出であり、日本国内のリストラを伴っていない。特に、福岡市内の進出企業は、先にみたように非製造業、特に卸売・小売業、飲食業が多く、海外に進出したからといって、国内の店舗や雇用を削減するということは起こっていない。もちろん、厳しい国内競争の中で、縮小や撤退はおこなわれても、軸足は九州や地域においている。図表Ⅲ. 1. 3 にみるように、日本全体でみると日本への逆輸入を目的にした海外進出も減っており、日本経済への影響は軽微と考えられる。

神奈川県調査（県内企業海外事業展開実態調査結果・2011（平成 23）年）ではあるが、それによると海外展開している企業は、売上、利益、販路開拓で「良い」が 4 割を超えるなど、概ね良好であった。さらに、国内の雇用については、「変わらない」（約 74%）が最

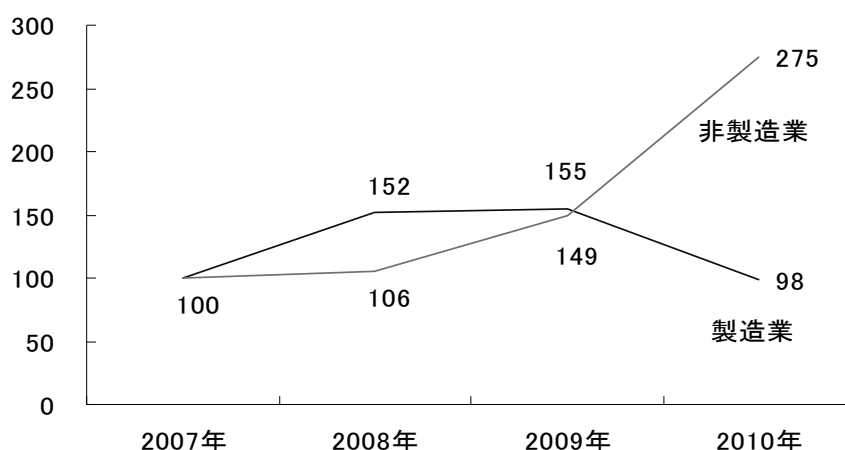
も多く、「増加した」(約 17%)が「減少した」(約 9%)を上回っており、全体的には好影響をもたらしていることが示されている。

(2) 海外からの受取収益、非製造業の伸び顕著

海外進出が一般化する中、海外での利益を国内に還元することが重要になってくる。全国データではあるが、海外事業活動基本調査をもとに、海外からの受取収益(配当金とロイヤリティ)の動向をみると、近年の受取収益は約 3 兆円程度でトータルでみると、ここ数年、ほとんど変わっていないが、業種でみると、「非製造業」の伸びが顕著になっている。

図表Ⅲ. 3. 1 の通り、2007 年を 100 にして現地法人からの受取収益を「製造業」と「非製造業」でみると、「製造業」については 2010 年に減少しているが、「非製造業」は 2010 年には 275 まで拡大している。これは、「非製造業」の海外進出が増えたことを反映している。

図表Ⅲ. 3. 1 現地法人からの受取収益 (2007 年=100)



資料) 経済産業省「海外事業活動基本調査」

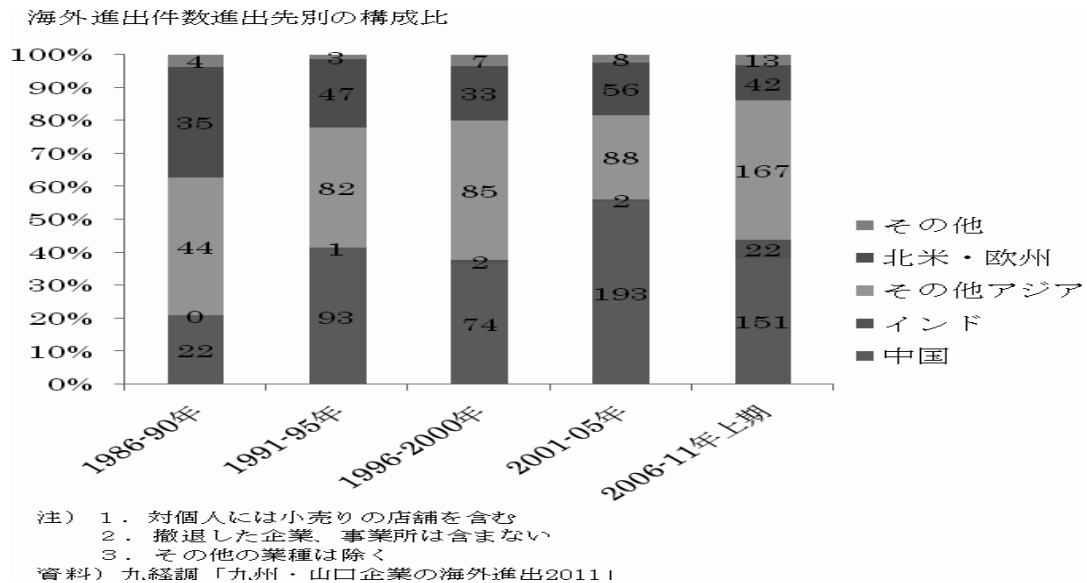
4. 多様化する海外進出国

(1) 中国比率は減少

図表Ⅲ. 2. 1 にみたように、2000 年以降、九州・山口企業の海外進出は再び拡大し、3 番目の山を迎えようとしているが、この 3 番目の山の特徴の一つは、アジア比率、特に、中国以外のアジアの進出が増加基調にあることである。

図表Ⅲ. 4. 1 の通り、九州・山口企業の中国への進出比率は、2001～2005 年の 193 件・55.6%から、2006 年～2011 年上期には、151 件・38.2%まで低下している。進出した企業は既に足がかりを中国に持つ企業が多く、その次の進出地として中国以外に進出している。

図表Ⅲ. 4. 1. 海外進出件数進出先の構成比



(2) シンガポール・香港を足がかりに

アジア進出に際して、シンガポールや香港への進出が増えている。これはアジアの中で1人あたりの所得が高く、購買力があることが要因である。さらに、アジアの全体に航空ネットワークを持ち、情報収集拠点となっており、ASEAN 周辺国へのアクセスが容易であることなどからアジア戦略の橋頭堡としての位置づけが強まっている。また、シンガポールや香港には、地元の金融機関、物流会社の拠点が立地し、アジア展開の足がかりにしやすいこと、英語が使えること、特にシンガポールは、多民族、多国籍市場であり、飲食やファッションにおいてアジア進出へのテスト市場として最適なことなどが要因となっている。

博多ラーメン一風堂を展開する力の源カンパニー（福岡市）は、2004年に上海に進出したが、合弁相手との人材面での考え方の違いから、一旦、撤退している。しかし2008年にアメリカに進出した後、2009年にはシンガポールを足がかりに、2011年に香港、韓国とアジアでの出店を強化している。香港では、外食企業最大手のマキシムグループと合弁会社を設立し、中国本国への展開を目指している。

(3) インドの時代へ

近年、増えつつあるのがインドへの進出である。在インド日本大使館資料によると、日系企業のインド進出は、2000年代の後半に急速に拡大し、2004年7月の276件だった進出件数は、2010年には1,236件と6年間に4.5倍にまで拡大している。インドへの進出は、1990年代にスズキやホンダなどの自動車メーカーや食料品の大手メーカーの進出から始まり、これらの企業の生産拡大に合わせて、関連企業が進出していった。

当時、九州企業のインド進出は、アパレルや雑貨を扱う企業などに限られ、まだまだ進出の機運は高まっていなかった。しかし 2002 年に、TOTO(株)、2005 年に、(株)安川電機（北九州市）が進出し、2000 年代後半に黒崎播磨(株)（北九州市）が、複数の拠点を設けた。

2002 年に進出した TOTO(株)は、初めは市場情報の収集が主目的であり本格的なインド展開は、2011 年、現地法人 TOTO インドをムンバイに設立してからで、水回り商品の製造から販売チャネル、物流網の構築までを整備し、インド市場に浸透しようとしている。

(株)安川電機（北九州市）は 2010 年に「インド安川電機」をバンガロールに設立し、2011 年から現地工場でのインバータ生産を開始した。2012 年度末には約 100 名の従業員を配置し、生産能力を年間 4 万台まで拡大する予定であり、インドでの事業を本格化させている。

黒崎播磨(株)は、製鉄所の高炉に使われる耐火物を中心に製造、販売しており、アジアとくに中国に 1995 年から進出を強化し、12 か所で製造・販売を行っている。2011 年 5 月には、インド最大手の耐火物企業を子会社化し、インドに製造、販売を強化している。

九州企業の中では、TOTO(株)、(株)安川電機、黒崎播磨(株)は、世界数カ国に拠点を持つグローバル企業であり、九州企業のインドへの進出もようやく動き出した。さらに、日系企業の進出の増加とともに、物流部門の進出がみられた。2006 年に西日本鉄道(福岡市)が航空貨物部門の現地会社をグルガオンに設立し、その後、インド国内 5 か所に拠点を設けている。また、山九(株)（北九州市）も 2010 年にグルガオンに拠点を設立し、その後、急速に物流のネットワークを広げている（図表Ⅲ. 4. 2 参照）。

図表Ⅲ. 4. 2 九州・山口企業のインド展開事例

進出年	企業名	業種	本社所在地	進出地域	事業内容
1994	アドヴェンチャーインターナショナル	卸売	福岡市	デリー州	アパレル用品製造の斡旋、日本への輸出
1998	大川金型設計事務所	生産用機械	日出町(大分)	カルナータカ州	ソフト開発事業、情報収集
2002	TOTO	窯業・土石	北九州市	マハーラーシュトラ州	製品の販売
2005	安川電機	生産用機械	北九州市	ハリヤーナー州	ロボットシステムの販売、サービス
2006	西日本鉄道	運輸	福岡市	ハリヤーナー州	国際物流事業
2006	西日本鉄道	運輸	福岡市	カルナータカ州	国際物流事業
2006	合志技研工業	輸送用機械	合志市	ハリヤーナー州	メタルキャタライザー二輪車排気浄化装置
2007	旭製作所	窯業・土石	荒尾市	グジャラート州	化学プラント用ガラス機器および理化学用ガラス機器の販売
2008	西日本鉄道	運輸	福岡市	マハーラーシュトラ州	国際物流事業
2008	西日本鉄道	運輸	福岡市	タミル・ナードゥ州	国際物流事業
2008	宮崎大学	学校教育	宮崎市	ウッタール・プラデーシュ州	砒素汚染防止の技術移転に関する研究
2009	不二輸送機工業	輸送用機械	山陽小野田市	マハーラーシュトラ州	ロボット販売
2010	九州電力	電気	福岡市	合併	再生可能エネルギー発電事業
2010	西日本環境エネルギー	技術サービス	福岡市	タミル・ナードゥ州	バイオマス発電事業
2010	黒崎播磨	窯業・土石	北九州市	西ベンガル州	耐火物製品の製造・販売
2010	黒崎播磨	窯業・土石	北九州市	西ベンガル州	耐火物製品の製造・販売
2010	山九	貨物運送	北九州市	ハリヤーナー州	FWDG、倉庫・輸送、設備据付、工場構内作業
2010	山九	貨物運送	北九州市	タミル・ナードゥ州	国際物流拠点
2010	山九	貨物運送	北九州市	ラジャスタン州	国際物流拠点
2010	山九	貨物運送	北九州市	カルナータカ州	国際物流拠点
2010	山九	貨物運送	北九州市	マハーラーシュトラ州	国際物流拠点
2010	山九	貨物運送	北九州市	西ベンガル州	国際物流拠点
2010	安川電機	生産用機械	北九州市	カルナータカ州	インド市場向けインバーターの製造・販売
2011	西日本鉄道	運輸	福岡市	西ベンガル州	国際物流事業
2011	黒崎播磨	窯業・土石	北九州市	西ベンガル州	耐火物製品の製造・販売
2011	ゼンリン	情報サービス	北九州市	デリー	地図データ、各種サービスの販売

出典) 九経調「九州・山口企業の海外進出 2011」 注) 2011 年は上期のみ

インドは、人口 10 億人を超え、年間経済成長率も 7～10%の高水準を維持する魅力的な市場である。さらに、日印 EPA の発効により、より一層の経済交流が進むことが考えられ、今後も海外進出が進むものと考えられる。

5. 海外進出支援体制も強化へ

(1) 国も海外進出強化に舵をきる

海外進出が一般化する中にあって、「官民」の支援体制も充実してきた。行政も、これまでの企業の海外進出が産業空洞化に直結するという考え方から、企業の海外の収益を安定的に国内に還元することで、国内での事業継続や雇用の維持に役立てたいという考え方に変わってきている。

今年、2012 年、経済産業省はアジアを中心に、中小企業の海外進出を支援する方針を固め、まず自動車や機械メーカーを中心に大手企業の進出が増えているインド南部を重点地域と位置付け、インフラの支援を要請している。

さらに経済産業省は製造業だけでなく、その他の業種への支援策を打ち出そうとしている。2012 年 6 月をめどに、飲食や衣料品の小売りなどサービス産業の新興国への展開を支援し、新興国で中間層の需要を獲得するための戦略をまとめる方針である。

また、2012 年 4 月にクール・ジャパン施策の一環として、「クール・ジャパン大会議（流通・ディベロッパー・商業施設編）」が開催される予定である。企業の決めたターゲット国に対し、コンソーシアム組成、海外展開を国としても後押しする考えである。食、ファッション・アパレル、ライフスタイル雑貨等中小テナント企業と流通・物流・商業拠点企業が参加し、企業間のビジネスマッチングが行われる予定である。

(2) 金融機関も支援内容を高度化へ

地域企業の海外進出が増える中、地域の金融機関でも海外進出に対する支援を強化してきた。地域の金融機関は、1990 年代初頭に海外事業を展開し、整備してきたが、1990 年代末には海外事業の撤退もしくは縮小が続いた。ところが、ここきて再び海外業務の拡大に乗り出している。この背景には、アジアの成長とともに、地場企業が海外への興味を示していることがある。金融機関や支援機関には、福岡市内の卸売業者から、アジアに売れないかとの問い合わせが、特に 2005 年以降に増え、この傾向は強まっているおり、その要望に答えるために、金融機関は再び海外戦略の構築を急いでいる。

ふくおかフィナンシャルグループ（福岡市）は、福岡銀行など傘下 3 銀行の店舗の 3 割に当たる 88 店に専用の相談窓口を設置し、問い合わせの案件によっては本部が対応する仕組みになっている。ふくおかフィナンシャルグループは、1990 年代後半には一旦、海外業務を縮小したものの、再び、強化に動いている。それまでの大連・上海・香港・ニューヨークに加え、2011 年 12 月にシンガポール、3 月にタイ・バンコクに駐在員事務所を開設した。

西日本シティ銀行（福岡市）は、1990 年代からソウル、上海、香港に進出してきたが、今年、2012 年には子会社のNCBリサーチ&コンサルティングに「国際コンサルティング室」を開設した。同室には海外勤務の経験がある行員 2 人を配し、海外進出を目指す取引先の相談を受け付け、海外の企業や弁護士、会計士の紹介などを行う。その他の九州の金融機関でも、海外ビジネスを支援する動きが強まっている。

こうした地域金融機関の動きの特徴は、これまでの情報収集やビジネスマッチングに加え、現地でも資金調達を支援する仕組みづくりが強化されている点である。ふくおかフィナンシャルグループは、5 つの海外銀行と提携しているし、西日本シティ銀行も 6 つの海外銀行と提携し、資金面でのサポートを行うことになっている。

（３）動き出す官民の支援

福岡・九州企業のアジア進出が増える中、福岡県は、海外展開を目指す中小企業に対してワンストップで支援を行う「福岡アジアビジネスセンター」を今年、2012 年 1 月に開設した。さらに、同年 7 月には「九経連アジアビジネスセンター（ABC）」が九経連内部に設置される。各国・地域とのMOU締結拡大を生かし、海外でのビジネス交流を希望する地場企業に現地の提携先や進出先を紹介する方針である。

昨年、2011 年 11 月には「九州グローバル産業人材協議会（九州コンソーシアム）」が設立され、企業ニーズに即したインターンシップや九州企業とのグローバル産業人材との交流会を柱とする「グローバル産業人材活用プログラム」の実施等が予定されている。

金融機関をはじめ、官民の進出支援窓口が設置されることで、進出を希望する企業にとって相談窓口が増えることになり、企業の進出意欲をさらに喚起することは間違いない。

6. 海外展開の遅れ ～アジアの活力取り込み不十分～

（１）海外支所を持つ法人数 全国の 3 %程度

福岡・九州において地場企業の海外展開も一般化し、インドへの進出もみられ始めたが、全国と比較した場合、まだまだ遅れた状況にある。「平成 21 年経済センサス-基礎調査」（図表Ⅲ. 5. 1）によると、海外に支所を持つ法人数をみても、九州が全国比 3.6%、福岡が 2.1%しかない。

海外直接投資の大小を表す海外常用雇用者数は、九州が 1.05%程度で、福岡は 0.36%にとどまっている。九州の常用雇用者数は全国比 7.05%（福岡 3.16%）であることを考えると、福岡・九州企業の海外進出がまだまだ遅れていることがわかる。

海外に支所を持つ法人について業種別にみると、数としては全国同様に製造業と卸・小売業が多いが、それでも九州は全国比で 3%程度にとどまっている。「情報通信業」「建設業」「金融保険業」も少ない。九州では、企業の本社機能が少ないことや中小零細企業の割合が高いことに起因していることが考えられる。

建設業は、公共事業の縮小に伴い、農業や林業などの他分野、他地域への進出を模索し

ており、その選択肢の一つとして海外が選択される場合がある。しかし、実際には全国的な大手以外で海外に展開することは難しく、大手ゼネコンが受注した海外の大型工事についても失敗の例が指摘されている。日本流の工事契約や工事管理の仕方が、違うからである。九州でも建設業は6法人（福岡3法人）にとどまっており、海外進出の難しさをあらわしている。

図表Ⅲ. 6. 1 海外に支所を持つ法人

	全国	九州		福岡	
			全国比(%)		全国比(%)
法人数	287,715	28,220	9.8	11,130	3.9
海外に支所を持つ法人	3,370	123	3.6	70	2.1
製造業	1,320	39	3.0	20	1.5
卸売業小売業	1,034	34	3.3	19	1.8
情報通信業	158	4	2.5	4	2.5
建設業	111	6	5.4	3	2.7
金融保険業	76	5	6.6	2	2.6
その他	671	35	5.2	22	3.3

資料)「平成21年経済センサス-基礎調査」

日本全体としても増える傾向にあるインドへの進出についてみると、日系企業のインドへの進出件数が1,236件（在インド大使館資料）ほどであるとされ、九州は27件（九経調「九州・山口企業の海外進出」）であり、今のところ、わずか2.2%に過ぎない。福岡市内の企業でインドに展開している企業は、西日本鉄道、九州電力など大手の数社に止まっているのが実情である。

（2）少ない九州企業による海外企業のM&A

日本企業の中には、M&Aを利用した海外進出、展開なども進みつつあるが、九州では、これも、ほとんどみられない。円高の進行にともなって、外国企業の資産価格は目減りし、M&Aをできる環境は整っている。また、市場に一举に打って出ることができるという強みがある。国内大手企業の中には、積極的にM&Aを展開する企業も出ている。しかし、九州企業によるM&Aは年数件にとどまっている。㈱レコフデータによると、2006年1件、2007年2件、2008年3件、2009年4件、2010年3件と、ほとんど1ケタ台である。

その中では、黒崎播磨㈱（北九州市）が2008年以降、インドやブラジルで3件、11年にもインドで資本参加によるM&Aを成立させた。黒崎播磨㈱は、新興国市場において事業拡大するための手法としてM&Aを採用しており、積極姿勢である。

福岡市に本社を持つ企業も、図表Ⅲ. 5. 2のように7件程度にとどまる。日本企業は欧米企業ほどM&Aを活用することが少ないが、地方ではさらに、そのノウハウが十分に備わっていないことなどが要因として考えられる。

図表Ⅲ. 6. 2 福岡市企業による海外 M&A の事例 (2006 年～2010 年)

年	企業	所在地	M&A	国名	形態
2006	(株)シノケン(現 (株)シノケングループ)	不動産	BETTER HOUSE HOLDING LIMITED	中国	資本参加
2008	(株)ジパング	鉱業	アポロゴールド	アメリカ	資本参加
2009	(株)福岡クライスラー(株)ウイルプラスホールディングス(東京))	小売	クライスラー日本(クライスラー日本法人)	アメリカ	買収
	(株)シノケングループ、NSグループ(大阪)	不動産	●勝(香港)(康仲房産経記<上海>持株会社)	香港	買収
2010	日本タングステン	電機	上海電化電工材料(上海大衆連合発展、日本タングステンなど合弁会社)	中国	買収
	九州電力(株)	電力	ジェブロン・オーストラリア、ジェブロン TAPL	アメリカ、オーストラリア	事業譲渡
	西日本環境エネルギー(株)(九州電力(株))	電力	オリエント・エコ・エナジー	インド	資本参加

資料) (株)レコフデータ「日本企業の M&A データブック 3.M&A データ編」「MARR2009～2011」

出典) 九州経済調査協会「九州経済白書 2012 円高と九州経済～強まる生産の拠点性」

この様に企業の海外展開の点からみると、九州企業がアジア経済、世界経済の発展を受けとめる力は不十分といえ、アジアの地理的な近接性を活かしてきていないことになる。今後、福岡・九州からアジアとの関係を構築する上で、いかに海外への進出を図っていくかが重要な課題といえる。特にアジアの活力を導入するためには、中堅・中小企業の海外展開をいかに進めていくかが、カギとなってくる。

7. 地域からの海外進出の課題と戦略

福岡・九州の企業がアジア経済成長の活力を取り込むことができていないのは、これまで指摘した通りであるが、今後の海外進出促進のための方策と課題として以下のことが考えられる。特に九州企業の場合、まだまだ限られた企業の進出にとどまっており、そういった意味では海外進出のノウハウをいかに確立するか、普及させるかが重要なポイントになる。

(1) コンソーシアム(共同体)での進出計画の促進

中小企業が海外進出をするためには、技術があっても、進出のためのノウハウの不足やリスクが大きすぎるといった課題が存在する。そのためリスクを軽減し、進出の効果を最大限に発揮させるために、コンソーシアムによる進出の促進が考えられる。すでに、他地域では同業者組合が共同で海外進出を目指す動きがみられ始めている。

群馬県や富山県の金型メーカー、東京都大田区や浜松市では、同じエリアに立地する企業群が海外進出を模索している。富山県内で金型メーカーなど 18 社が集まる「富山県金型協同組合」(砺波市)は、インドネシアの首都ジャカルタ近郊で 2 月に、新工場を稼働した。投資額は約 1 億 5000 万円で、会員各社が投資額を負担した。中小零細企業による海外進出

は、国内生産は続けながらリスクを軽減し、海外進出する際のモデルケースになりうる。今後、九州でも中小企業がまとまって海外進出するケースが十分に起こりうるだろう。

2011年11月に、北九州市が海外水ビジネス進出のために官民一体で組織した「北九州市海外水ビジネス推進協議会」が設立された。この会には市関係局、関係機関、地元大学に加え民間企業（公募）がメンバーとなり、共同での研究や事業を実施しており、ベトナム・ハイフォン市の上下水道調査などに関する厚生労働省の事業が採択された。（株）松尾設計（北九州市）、（株）東芝及び北九州市水道局の3社は、コンソーシアム（事業実施共同体）を形成し、ベトナム・ハイフォン市における、「配水ブロック整備案件に係る初期調査」を実施することになっている。

福岡の場合、中小の卸売業者や飲食店が多いことから、数社が連合体を組み「JAPAN村」などの現地消費者向けに日本・福岡のファッションや食の提供が考えられる。実際に「博多一幸舎」を展開する（株）ウインズジャパン（福岡市）は、シンガポールのショッピングセンター内に日本のラーメン店6社が集合した「ラーメンチャンピオン」を開業している。コンソーシアムの旗振り役となる企業や業界団体に対するアジア、海外進出の情報の提供、ノウハウの支援が求められる。

（2）企業への専門家の派遣事業

福岡・九州では、官民が共同してアジア、海外進出を後押しする組織も立ち上がっており、1つでも多くの成功事例を作り、海外進出のモデル化・マニュアル化していくことが重要である。さらに、海外進出をアドバイスできる人材のデータベースをつくることも検討されている。

海外進出は、制度の調査、言葉の問題、書類のチェック、特許の確認など多くの事務や、解決すべき課題がある。海外進出を果たす企業も、自力で東京のコンサルや弁護士事務所などの専門家を頼っているのが現状である。地域には、国際的な業務をアドバイスできるノウハウが蓄積されていない。海外進出の難題に対してアドバイスできる人材を養成する必要がある。行政機関では福岡・九州企業、特に資金力、人材に乏しい企業を支援するために、専門的な立場からアドバイスをすることができる専門家の派遣事業なども検討する必要がある。

また、成功事例だけでなく、これまでの失敗事例なども検証し、海外進出する際の参考とする必要がある。

（3）海外、外国人とのネットワークが必要

福岡・九州の企業が、アジア、海外進出をしたくても出来ないのは、アジア、海外進出のコーディネーターや信頼できるパートナーの不足にある。信頼できるパートナーについては、公的な機関もしくは金融機関などがお墨付きを与えることなども重要となるだろう。

また、海外との架け橋となる留学生との関係の構築が重要である。卒業した留学生は、

言葉だけでなく、日本の習慣や日本事情を理解しており、実際に海外ビジネス・進出に際して重要な役割を果たすようになっている。福岡市内には大学が集中し、アジアからの留学生の比率も高く、卒業した留学生との関係を維持することなども必要である。また、日本での留学生の雇用を促進することも重要である。九州・山口の留学生数は 2010 年が 1 万 9451 人（福岡県が 9665 人）であり、全国の 13.7%を占めている。一方、2010 年の留学生の就職者数では九州・山口が 476 人と全国の 6.1%しかない。福岡県の留学生の就職者数は 274 人とどまっている。留学生の就職先としては東京や大阪に集中しており、地域での雇用は極めて少ないのが現状である。外国人の就職希望者は増えており、少なくとも、日本人との同等の能力・業務・待遇での雇用を増やす必要がある。

アジア・海外進出に際し、パートナーやコーディネーターを見つけるためには、海外展開している日本企業や個人とのネットワークの強化をはかるべきである。ここ数年、和僑会なども各地につくられている。和僑会とはアジアを拠点に世界で活躍する日本人企業家（和僑）からなる組織である。国内（北海道、東北、東京、名古屋、関西、九州、沖縄）に 7、海外（香港、上海、北京、深セン、シンガポール、タイ、インドネシア）に 7 存在する。このような和僑会の活動も始まったばかりであるが、地場中小企業の海外進出の促進に寄与することが考えられる。こうした組織、個人とのネットワークを、強化していく必要がある。

8. おわりに

本章では、近年の福岡・九州企業の海外進出の動向を分析し、一口にアジアと言っても中国以外の香港・シンガポールを初め、インドにまで広がっていることや、業種は製造業から非製造業が加わり、多様化をしてきたことを指摘した。

特に福岡市からは、小売りや飲食店のフランチャイズによる進出もみられる。しかし、一方で、全国の比率と比べた福岡・九州企業のアジア、海外進出は少なく、地理的に近いアジアの活力を十分に取り込むことに成功していないことも事実であり、今後、アジアへの進出を促進する必要がある。企業の連合体を組織した上でのアジア進出や海外ネットワークの構築が必要であろう。

今回、アジア、海外進出からの撤退については、触れることができなかった。進出企業は、こうした撤退から学ぶことも少ない。以前の調査（「九州経済調査月報」2004.7）では、進出企業のうち「5 年以内に撤退」が過半数を占めていた。業種では卸売・小売の撤退が全体の 4 割近くを占め、撤退理由としては現地パートナーとのトラブルが最も多かった。その他、現地の労務管理の失敗や労働賃金の上昇などがあげられた。

進出企業には「再挑戦」組も増えており、こうした以前の撤退の経験を糧に、自社内の管理システムや海外パートナー探しが行われる様になり、企業経営の面からも海外進出の高度化が進んでいる。

繰り返しになるが、アジア、海外への進出において、福岡・九州企業は決して進んでい

るわけではない。今のところ、グローバルに展開するだけの体力のある先進的な企業に限られ、全般的には出遅れているのが現状である。

しかし、日本国内の市場が縮小する中であっては、日本で磨いた技術やサービスをもとに海外に活動の場を広げることは当然のことと言える。今後、アジアの成長、需要の取り込みは、地方経済にとって、さらに日本経済の将来にとって極めて重要な課題であり、さらに拡大、深化させていく必要がある。

参考文献

- ・加峯隆義(2012)「九州経済白書 2012 年版 円高と九州経済～強まる生産と拠点性」九州経済調査協会
- ・片山礼二郎 (2010) 「本格化する海外個人消費市場の開拓」九州経済調査月報 通巻 772 号
- ・岡田祥伸(2011)「増加する九州・山口企業の海外進出」九州経済調査月報 通巻 785 号
- ・大谷友男、岡田祥伸(2011)「本格化する九州とインドの経済交流」九州経済調査月報 通巻 785 号
- ・「データ九州 九州・山口の海外進出 2011」九州経済調査月報 通巻 785 号付録
- ・松嶋慶祐 (2004) 「九州・山口地場企業の海外事業所の撤退状況」九州経済調査月報
- ・神奈川県「県内企業海外事業展開実態調査結果 平成 23 年」

第Ⅳ章．アジアから福岡への企業誘致

― 福岡市のアジア企業誘致体制構築への提言 ―

(財) 福岡アジア都市研究所
研究主査 天野 宏欣

1. はじめに

(1) 背景認識

日本企業のアジア事業は成長傾向にあり、2009年度の税制改正により、海外事業の利益の日本への還流も大幅に増加している。生産拠点の進出に従って、アジアへの生産財（原材料、部品、機械設備など）の輸出も増加している。一方、アジアからの直接投資はまだまだ少ないのが現状である。2010年のアジア諸国の対日直接投資は2,628億円（対2009年比152%増）であったが、日本の対アジア直接投資約2兆円のわずか5%に過ぎず、アジア新興国企業の対日投資はまだ緒に就いたばかりである。

直近では日本の中央官庁や自治体によるアジア企業の投資やアジア人材を呼び込む動きが活発化している。例えば国際戦略総合特区の第一次指定対象区域において、「北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区」（北海道、札幌市、函館市、他）、「つくば国際戦略総合特区」（つくば市）、「アジアヘッドクォーター特区」（東京都）、「京浜臨海部ライフイノベーション国際戦略総合特区」（神奈川県、横浜市、川崎市）、「アジア No.1 航空宇宙産業クラスター形成特区」（岐阜県、愛知県、名古屋市、他）、「関西イノベーション国際戦略総合特区」（京都府市、大阪府市、兵庫県、神戸市）、「グリーンアジア国際戦略総合特区」（福岡県、福岡市、北九州市）など、それぞれがアジアマーケットやアジアとのつながりを意識したものになっている。今後、日本国内の地域間でアジア投資を呼び込む競争が始まることが予想できる。

福岡市においても、アジアの成長を取り込む方策としてアジア企業を誘致する取り組みが重要になってくるが、どのような企業に対して、どのようなインセンティブを設けることで福岡市に進出する可能性が高まるか等の基礎調査は不可欠である。

そのため、本研究では、①福岡市が誘致ターゲットにしようとするアジアの産業を、アジア企業の対外投資動向から絞り込みを行い、②ターゲットとなりうるアジア企業リストを作成し、③ニーズ把握のため、日本未進出の代表的な企業へのファースト・コンタクトを行った。この一連の活動を通して、福岡市のアジア企業誘致活動への示唆をまとめた。

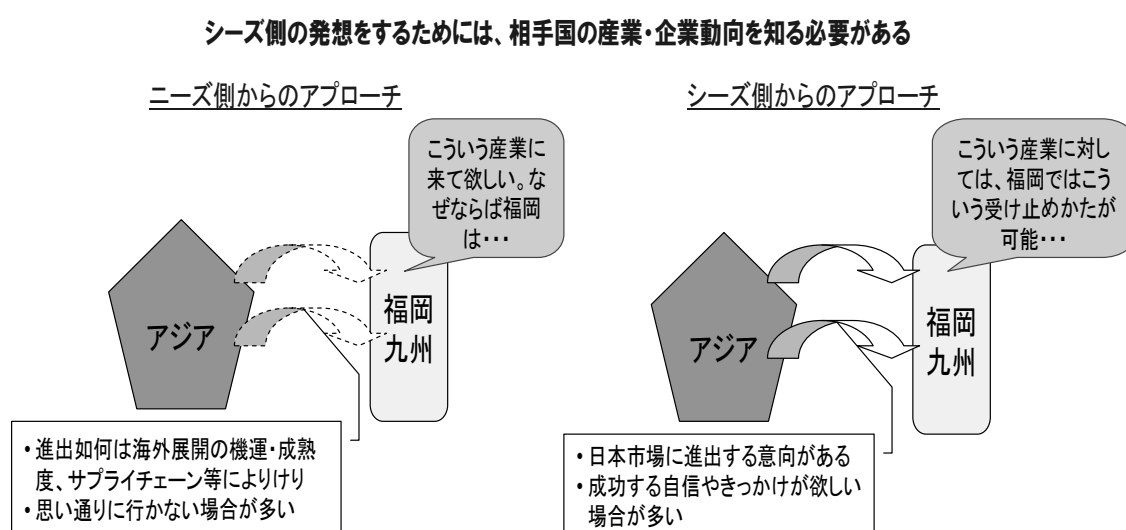
(2) 調査研究の視点

企業誘致の対象を決めるにあたって、誘致側のニーズに従って、例えば福岡市の強みや九州の経済産業構造から、対象を絞り込むのは一つの重要な方策であるが、先進国企業と

違って、アジア企業の海外進出は一部まだ始まったばかりの地域もあるため、誘致側のニーズに合致する企業が多数進出意向を持っている状態にはないと考えられる。

そのため、本調査研究では、アジア諸国の産業構造や海外進出動向から、これから海外展開が進む産業や機能を選び、そこに福岡ならではのストーリーを付加することを念頭に、アジアのシーズ側からのアプローチを実践した（図1）。

図 1. アジア企業の動向を把握した誘致アプローチのイメージ



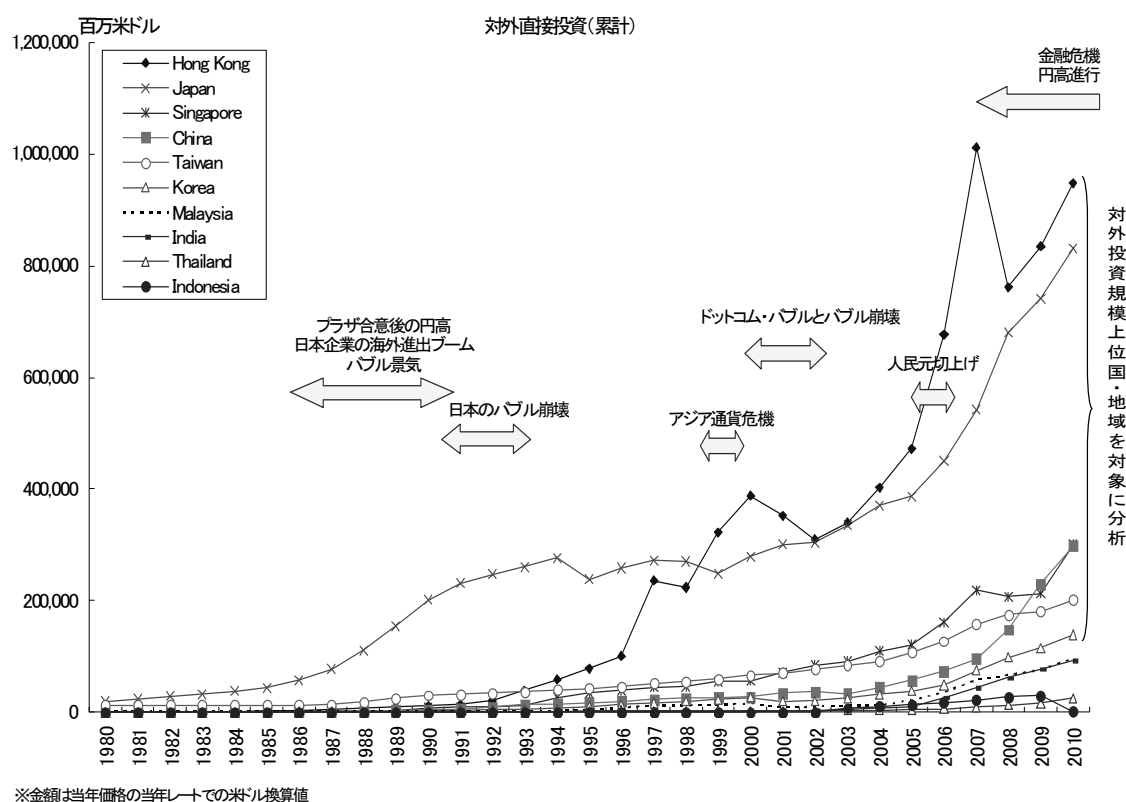
また、アジアには多くの優れた未上場企業やベンチャー企業が存在することを理解しつつ、企業情報収集の制約から、ターゲットとなりうるアジア企業は上場企業に絞ることにした。その上で、企業の海外進出の動き、日本進出の状況、福岡が受け止められる機能等を検討しながら、リストに絞り込んだ。

2. アジア諸国の対外直接投資動向

(1) マクロ動向

企業による海外への直接投資（拠点設立、合併買収等）は、景気動向や通貨の強弱等によって、各年に変化が現れる。日本企業は 1985 年のプラザ合意後の円高によって、急速に对外投资規模が拡大した。バブル景気崩壊後の停滞はあったものの、東アジア域の対外直接投資を牽引している。中国も 2005 年の人民元切上げ以降、対外直接投資の規模は急速に増えてきている。図 2 に示しているように、東アジアの対外直接投資の主役は日本と香港で、シンガポール、中台韓がそれに次いでいる。

図 2 アジア各国の対外直接投資累計額の推移



(出所) UNCTAD World Investment Report

(2) 国・地域別動向

アジアにおける対外直接投資の上位国・地域（日本を除いて、シンガポール、韓国、香港、台湾、中国）を対象に、各国・地域の対外投資の内訳（業種と投資先）を整理すると、表 1 になるが、以下のような特徴が見られる。

1. 香港の対外投資の多くは投資・不動産・商業サービス業であり、中国向けが 6 割を占めている。

2. 中国はリース・ビジネスサービス業と金融業が急伸しており、香港向けが6割を超す。
3. シンガポールは金融・保険と製造業中心で、投資先は分散されている。
4. 台湾は製造業が強く、次いで金融保険、卸・小売業。中国がメインフィールドとなっている。
5. 韓国も製造業が強く、卸・小売、鉱業、金融保険も伸びている。韓国企業の投資先も各地域に分散されている。

表 1 アジア各国の対外直接投資累計額の推移

	香港	中国	シンガポール	台湾	韓国
対外直接投資上位業種	1. 投資持ち株会社・不動産・商業サービス 2. 銀行・信託 3. 運輸・関連サービス 4. 卸・小売・貿易 5. 保険 6. 製造業 7. 建設 8. 飲食・ホテル 9. 通信 10. その他金融機関	1. リース業、ビジネスサービス業 2. 金融業 3. 卸・小売業 4. 鉱業 5. 運輸・倉庫・郵便業 6. 製造業 7. 電力・ガス・水生産供給業 8. 建設業 9. 不動産業 10. 情報・ITサービス、ソフトウェア業	1. 金融・保険サービス 2. 製造業 3. 卸・小売・貿易 4. 情報通信 5. 不動産、レンタル・リースサービス 6. 運輸・倉庫 7. 専門サービス・技術サービス 8. 飲食・ホテル 9. 建設業	1. 製造業 2. 金融保険業 3. 卸・小売業 4. 情報通信放送業 5. 専門サービス、科学・技術サービス業 6. 運輸・倉庫業 7. サポートサービス業 8. 飲食・ホテル 9. 建設業 10. 不動産業 11. 医療・保健・社会福祉サービス業	1. 製造業 2. 卸売・小売業 3. 鉱業 4. 金融・保険業 5. 専門・科学・技術サービス業 6. 不動産・賃貸業 7. 建設業 8. 出版・映像・放送通信・情報サービス業 9. 運送業 10. 宿泊・飲食店業
投資先	● 中国向け6割 ● タックスヘイブン3割	● 香港向け6割強 ● タックスヘイブン2割	● 地域分散(上位8ヶ国で約8割)	● 中国向け7割 ● タックスヘイブン1割強	● 地域分散(上位6ヶ国で約6割)

(出所) 香港特別行政区政府・政府統計処、中国統計年鑑各年、SINGAPORE'S INVESTMENT ABROAD 2008 (SINGAPORE DEPARTMENT OF STATISTICS) April 2010、経済部投資審議委員会資料、韓国輸出入銀行のデータをもとに筆者整理

3. 日本に進出しているアジア企業の分析

(1) マクロ動向

次に、アジア各国企業の日本への産業別の投資動向を見てみる（表 2）。

アジアから日本への直接投資は、流通、金融・保険、サービス業等に集中しており、前節で示した製造業進出が盛んな韓国・台湾も含めて、対日では非製造業向けの投資が多い。また、各国・地域とも流通業（卸・小売）にコンスタントに投資をしていることが投資額の推移から見て取れる。

国・地域別の特徴では、韓国は通信業への継続的投資が実施されており、シンガポールの特徴は不動産業への大規模な投資が見られること、香港、シンガポールは金融・保険業への投資規模が大きいことも特徴である。

表 2 各国・地域の業種別の対日直接投資推移

	中国					香港					台湾					韓国					シンガポール				
	'05	'06	'07	'08	'09	'05	'06	'07	'08	'09	'05	'06	'07	'08	'09	'05	'06	'07	'08	'09	'05	'06	'07	'08	'09
製造業（計）	-12	-6	-6	-1	12	11	22	-5	-83	175	-74	35	21	-9	-23	11	-15	13	37	11	49	41	-130	-2	6
食料品	X	X	.	.	.	X	X	.	X	X	.	.	.	X	.	.	.	.	.	X	13	X	X	X	X
繊維	-2	.	X	.	.	.	-3	X	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	X	.	.
木材・パルプ	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	0	X	X	X	X
化学・医薬	.	.	X	.	.	X	X	.	.	193	4	X	X	X	X	7	X	X	.	.	0	-3	X	X	X
石油	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
ゴム・皮革	.	.	.	.	.	.	-2	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	2	X	X	X	X
ガラス・土石	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	-3	X	18	X	X	.	.	.	.	.	.	.	.	.	X
鉄・非鉄・金属	-4	.	.	.	X	X	X	.	X	.	X	X	.	X	X	X	X	X	X	.	X	.	.	.	.
一般機械器具	-4	-10	-5	X	X	1	.	.	.	.	X	4	X	2	.	.	X	X	.	X	2	-23	X	-4	.
電気機械器具	.	3	X	X	.	X	6	-8	.	.	-114	31	2	-20	-10	-11	X	X	0	5	-16	3	2	0	2
輸送機械器具	-2	X	X	.	.	X	.	.	.	.	.	.	.	.	.	X	.	.	X	.	X	.	X	.	.
精密機械器具	X	2	X	.	14	.	X	.	X	X	6	3	X	X	.	X	X	.	X	-2	X	X	-146	.	.
非製造業（計）	25	20	23	39	-147	1118	-2489	205	329	-234	40	93	23	76	77	21	141	241	255	231	630	1225	1652	2842	704
農・林業	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
漁・水産業	.	X	.	.	.	X	X	.	.	.	.	X	X	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
鉱業	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
建設業	.	.	.	.	.	.	X	.	.	.	X	.	.	.	.	X	.	.	X	.	.	.	.	X	X
運輸業	.	X	X	.	X	X	-0	1	X	.	.	.	.	X	X	X	X	X	X	7	-0	1	0	24	6
通信業	X	.	X	3	X	-7	5	-2	2	.	.	.	X	X	.	17	87	158	47	-13	8	-4	14	-20	2
卸売・小売業	17	9	8	11	-148	30	13	59	70	79	8	63	10	15	8	-11	25	26	125	76	20	25	23	49	128
金融・保険業	.	.	.	.	.	1041	-2537	40	244	-394	.	.	.	.	.	X	X	X	27	165	572	1142	634	2141	537
不動産業	.	.	.	6	.	10	1	-6	8	5	-1	X	-9	X	X	-4	X	3	-9	-2	-2	56	883	231	-1
サービス業	-1	0	1	-2	X	14	18	32	-54	9	12	4	0	3	-1	19	21	35	43	-9	8	-38	66	38	19
合計	13	14	17	38	-135	1129	-2467	200	247	-59	-34	128	43	67	54	32	126	254	293	242	679	1265	1522	2840	710

- （備考） 1.報告件数が3件に満たない項目は、個別データ保護の観点から「X」と表示している。
- 2.該当データが存在しない項目は、ピリオド（「.」）で表示している。
- 3.「製造業（計）」、「非製造業（計）」は、各内訳項目、Xに、それぞれ「その他製造業」、「その他非製造業」を加えた合計であり、表上の各業種の合計と必ずしも一致しない。

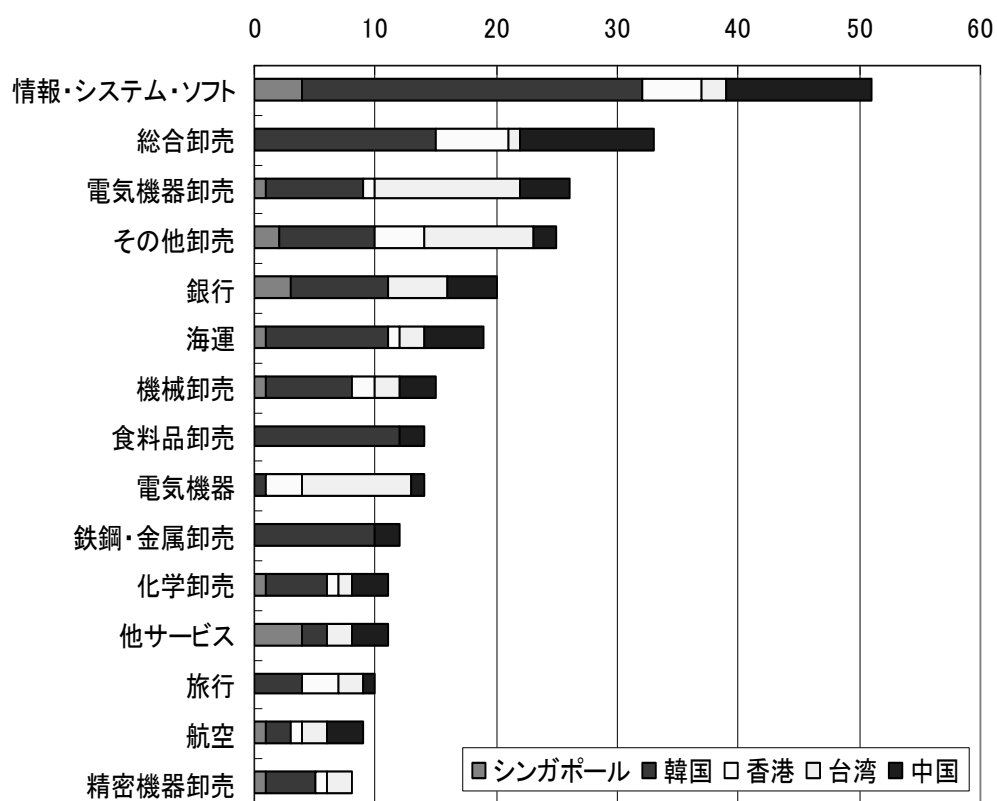
（出所）財務省国際収支状況

(2) アジア企業の日本拠点動向

既に日本に拠点を設けているアジア企業の業種構造を次に整理する（図 3）。

主要な在日アジア系企業は、前述のマクロ動向からも分かるように、非製造業が中心となっているが、細かく上位業種をみると、情報・システム・ソフトが最多、次いで総合卸売、電気機器卸売、その他卸売と卸売業が続く。その後に、銀行、海運、機械卸売等が上位にランクされている。

図 3 主要在日アジア系企業の上位業種



(注)「外資系企業総覧」における定義による。

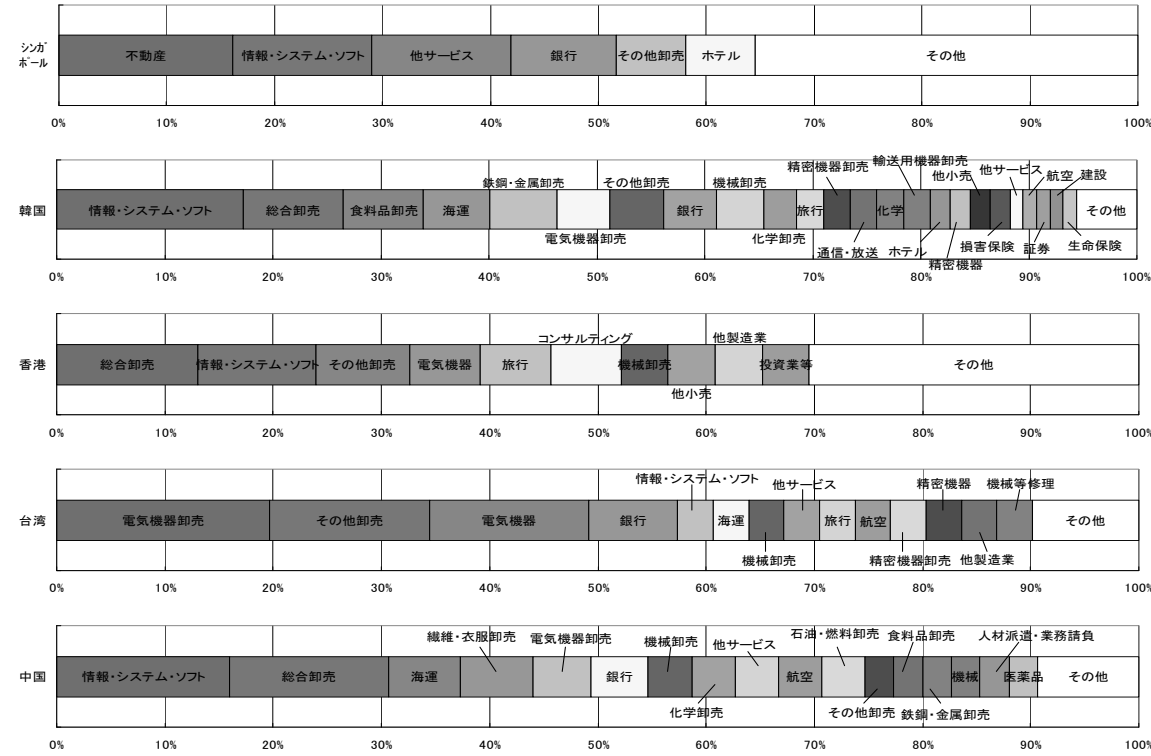
「外資系企業総覧 2010」では、シンガポール企業 31 社、韓国企業 162 社、香港企業 46 社、台湾企業 61 社、中国企業 75 社が掲載されている。

(出所)「外資系企業総覧 2010」東洋経済新報社より筆者加工

投資元の国や地域により日本での業種は変化するが、流通業は総じて上位を占めることが分かる（図 4）。

これは、アジア企業の日本でのメインビジネスは、アジアで作られた製品を日本で流通することにあることの証左でもある。

図 4 国・地域別在日アジア系企業の業種構成

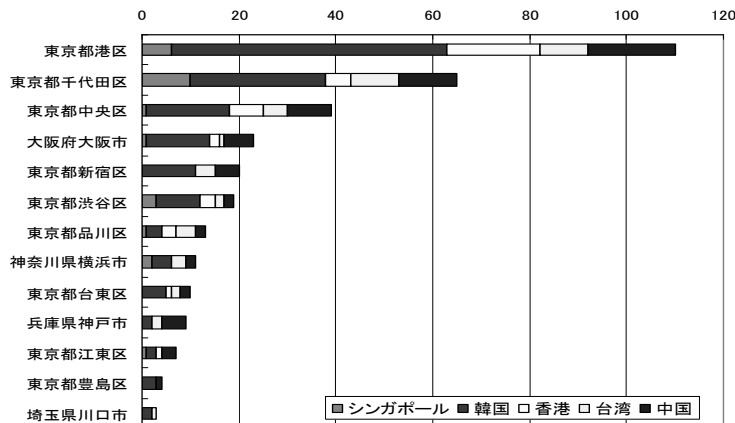


(注)「その他」は当該業種内の企業が 1 社のみのものの合計

(出所)「外資系企業総覧 2010」東洋経済新報社より筆者加工

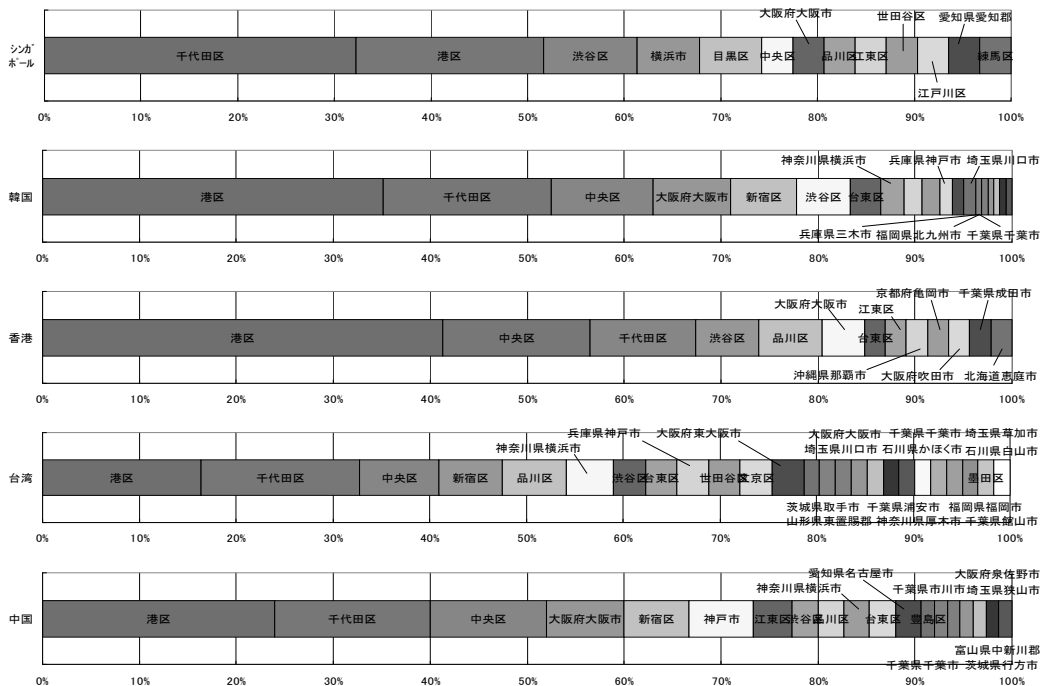
アジア系企業の日本での立地は東京に集中しており、東京都港区が最多で、東京以外では、大阪市、横浜市、神戸市が多い（図 5）。東京中心であることに国籍別の差はないが、台湾系・中国系企業は立地の多様性に比較的富んでいる（図 6）。

図 5 主要在日アジア系企業の立地



(出所)「外資系企業総覧 2010」東洋経済新報社より筆者加工

図 6 国・地域別在日アジア系企業の立地



(注) 東京都は区名のみ表示。引出線をつけてない地域は地域に1企業のみ地域。一部明示されていない地域は東京都内。

(出所)「外資系企業総覧 2010」東洋経済新報社より筆者加工

(3) アジア企業日本拠点の機能

アジア系企業が、事業活動のバリューチェーンのどの部分を日本に位置づけているかを機能別に分類した。設定したバリューチェーン機能は以下（図 7）の通りである。

1. 企画：マーケティングデータ等を分析して商品やサービス等を企画する機能
2. 研究開発：商品やサービス等に関連する各種研究を行い、技術等の開発を行う機能
3. 設計・製造：商品やサービスを具現化するための設計や制作、加工、製造を行う機能
4. 調達・輸出入：完成品や必要な材料等を輸出入する機能
5. 物流・保管：商品や貨物等を運搬したり、保管する機能
6. 営業・マーケティング：顧客や潜在顧客に関する動向把握や広告宣伝をする機能
7. 物の販売：物としての商品を消費者や流通業者に販売する機能
8. サービスの提供：サービスを顧客に提供する機能
9. リエゾン：情報収集や調査、関連企業・機関との交流や協力等を行うサポート機能

また、在日アジア系企業拠点全体で分類すると（図 8）、サービス提供機能、販売機能、調達・輸出入機能が圧倒的に多い。

図 7 日本拠点の機能整理のため設定したバリューチェーンの各機能

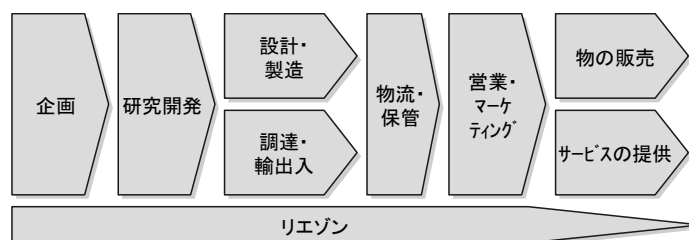
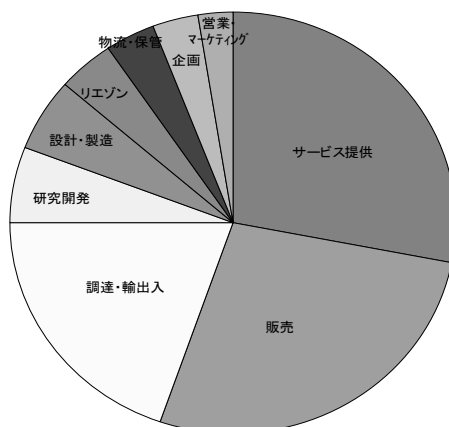


図 8 在日アジア系企業が持つ機能の割合



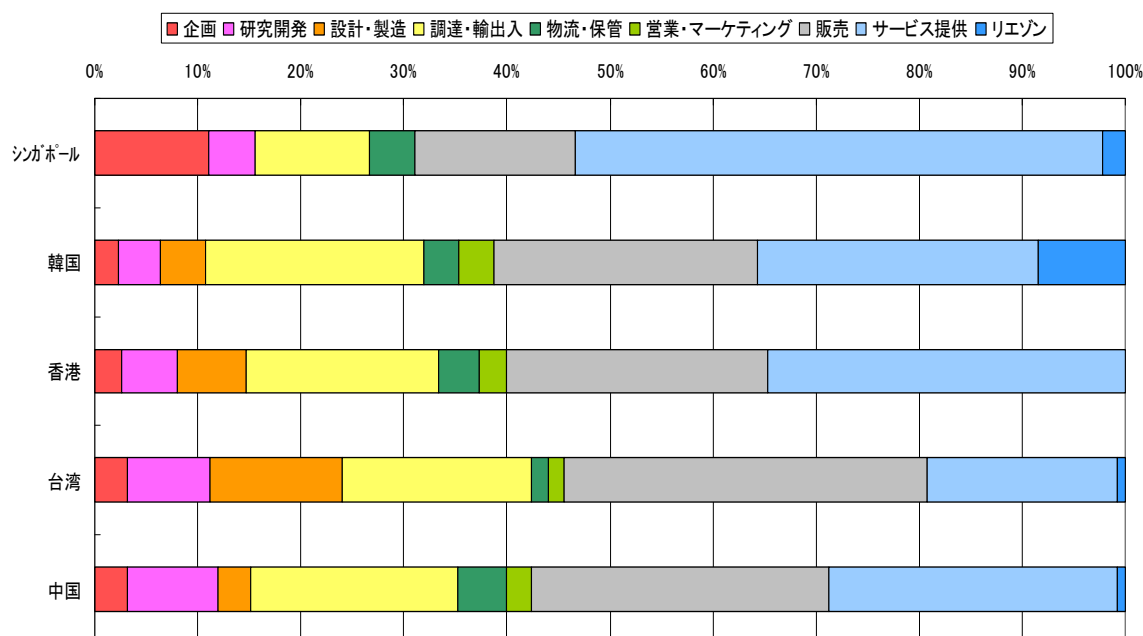
(注) 「外資系企業総覧 2010」での各企業の「特色や近況」「単独事業」の内容から筆者が独自で分類。1 拠点の機能は1 つに限らない。

(出所) 「外資系企業総覧 2010」東洋経済新報社より筆者加工

国・地域別に拠点の機能を見ると（図 9）、各国・地域ともバリューチェーン上流（企画、研究開発等）の機能を拠点にもたせていることが分かる。地域別の特徴では、シンガポール企業は物品販売よりサービス提供機能を持つ拠点多いのに対して、台湾企業は逆にサービスより物販の機能が強い。韓国企業はリエゾン機能を持つ拠点多いのに対して、中国・台湾企業は研究開発機能を持つ拠点が相対的に多い。

業種別の機能構成を見ると（図 10）、製造業、情報システム業だけでなく、卸売業（販社）も上流機能を立地しており、日本を製品販売・サービス提供マーケットと位置づけているアジア企業にとって、市場に近い場所での企画や研究開発も経営戦略として重視していることが理解できる。

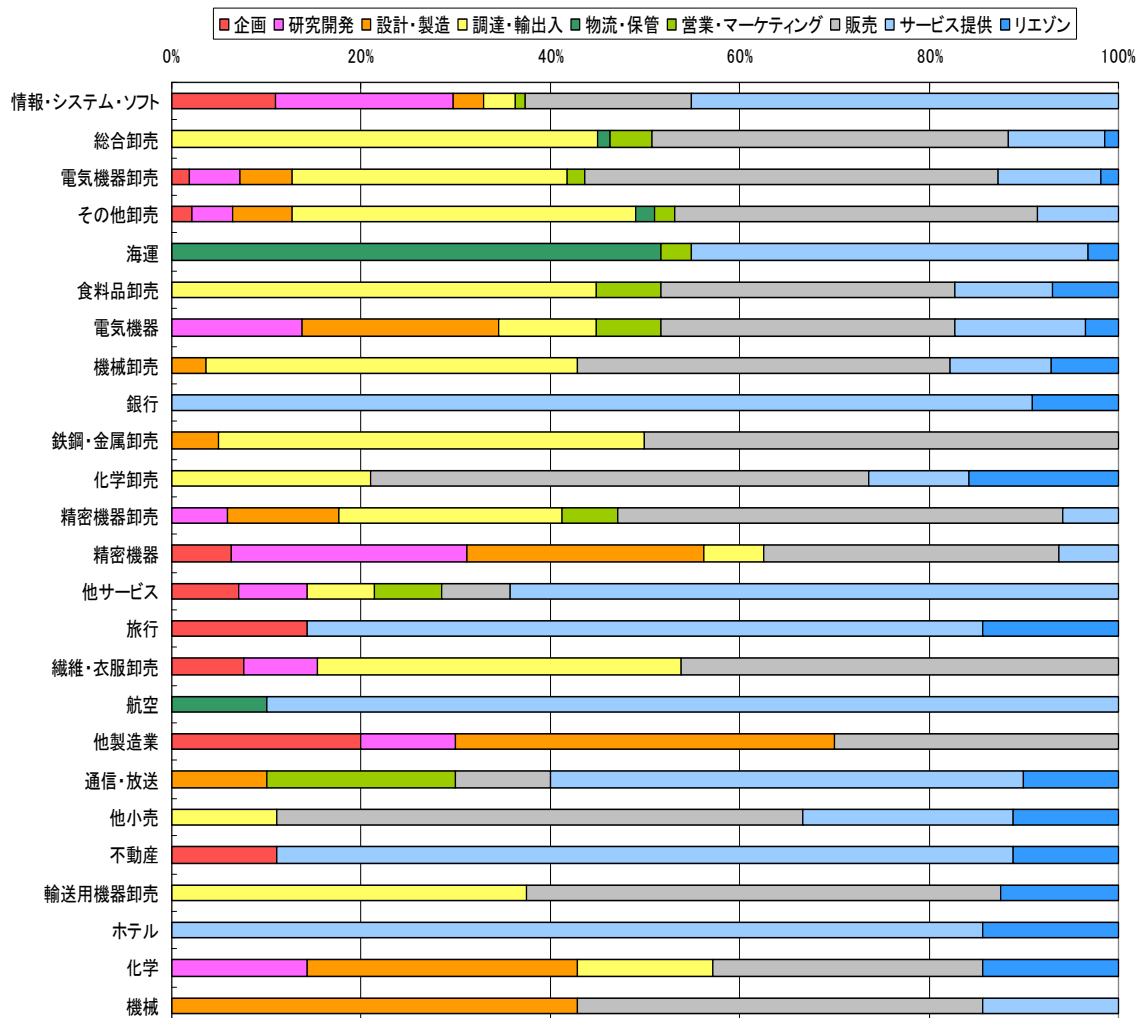
図 9 主な在日アジア系企業の国・地域別拠点機能



（注）「外資系企業総覧 2010」での各企業の「特色や近況」「単独事業」の内容から筆者が独自で分類。1 拠点の機能は 1 つに限らない。

（出所）「外資系企業総覧 2010」東洋経済新報社より筆者加工

図 10 主な在日アジア系企業の業種別拠点機能



(注)『外資系企業総覧 2010』での各企業の「特色や近況」「単独事業」の内容から筆者が独自で分類。1 拠点の機能は 1 つに限らない。

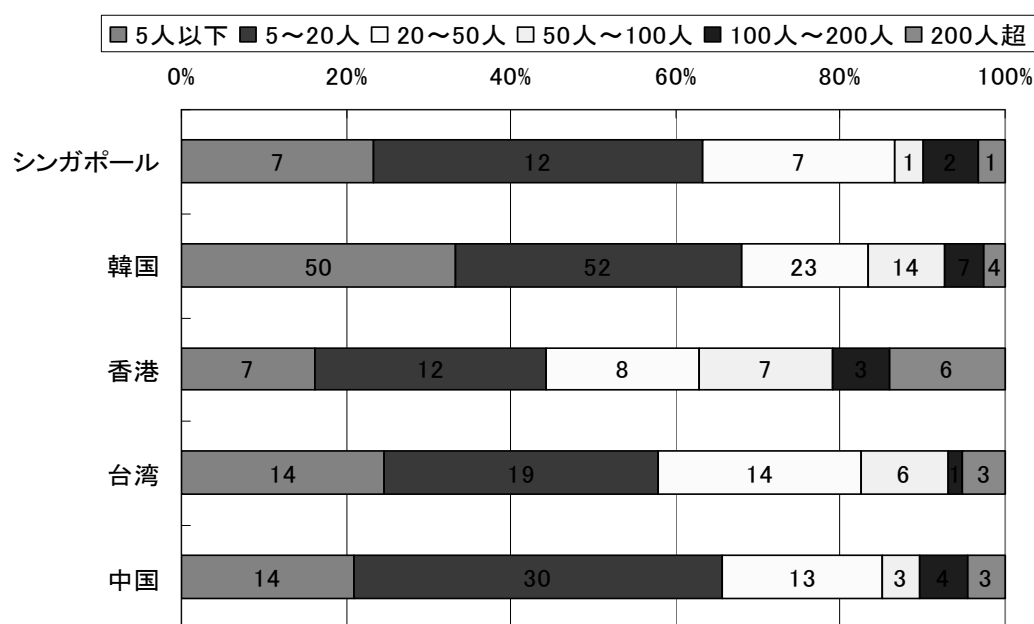
(出所) 外資系企業総覧 2010 (東洋経済新報社) より筆者加工

(4) 規模の大きいアジア企業日本拠点

アジア系企業の日本拠点は従業員数 50 人以下が大多数で、基本的に中小型であるが、200 人超の従業員を抱える拠点もみられる (図 11)。

中でも香港系企業は相対的に規模が大きい拠点が多い。業種別では、香港系は高級品流通・ホテル・小売等、対消費者サービス業の規模が大きく、中国系は情報システムサービス業の規模が大きい。また、台湾系は半導体製造業が大きく、韓国系は財閥系企業とゲーム会社の規模が大きい (図 12)。

図 11 主要在日アジア系企業の従業員規模別企業数



(出所) 外資系企業総覧 2010 (東洋経済新報社) より筆者加工

表 3 200 人超の従業員を抱える在日アジア系企業

企業名	業種	国籍	所在地	設立年	外資比率	従業員数
ロッテ建設(日本支社)	建設	韓国	東京都渋谷区	1957	－	3,266
(株)SJI	情報・システム・ソフト	中国	東京都品川区	1989	30.6%	1,046
ASEジャパン(株)	電気機器	台湾	山形県東置賜郡	2004	100.0%	665
ウェスティンホテル東京 登記社名:(株)三田ホールディングス	ホテル	シンガポール	東京都目黒区	1992	－	636
レノボ・ジャパン(株)	電気機器	香港	東京都港区	2005	100.0%	600
ユー・エム・シー・ジャパン(株)	電気機器	台湾	千葉県館山市	1984	100.0%	587
日本サムスン(株)	総合卸売	韓国	東京都港区	1975	100.0%	546
NHN Japan(株)	情報・システム・ソフト	韓国	東京都品川区	2000	100.0%	484
ブルーベル・ジャパン(株)	総合卸売	香港	東京都港区	1976	100.0%	482
(株)ペニンシュラ東京	ホテル	香港	東京都千代田区	1989	100.0%	450
キャセイ関西ターミナルサービス(株)	航空	香港	大阪府大阪市	1990	31.9%	350
コーンズ・アンド・カンパニー・リミテッド	総合卸売	香港	東京都港区	1947	－	330
(株)サムスン横浜研究所	他サービス	韓国	神奈川県横浜市	1992	100.0%	290
NEUSOFT Japan(株)	情報・システム・ソフト	中国	東京都江東区	2001	100.0%	270
チャイナエアライン 東京支店	航空	台湾	東京都千代田区	1966	－	250
沖縄ディーエフエス(株)	他小売	香港	沖縄県那覇市	2001	100.0%	212
方正(株)	情報・システム・ソフト	中国	東京都品川区	1996	100.0%	204

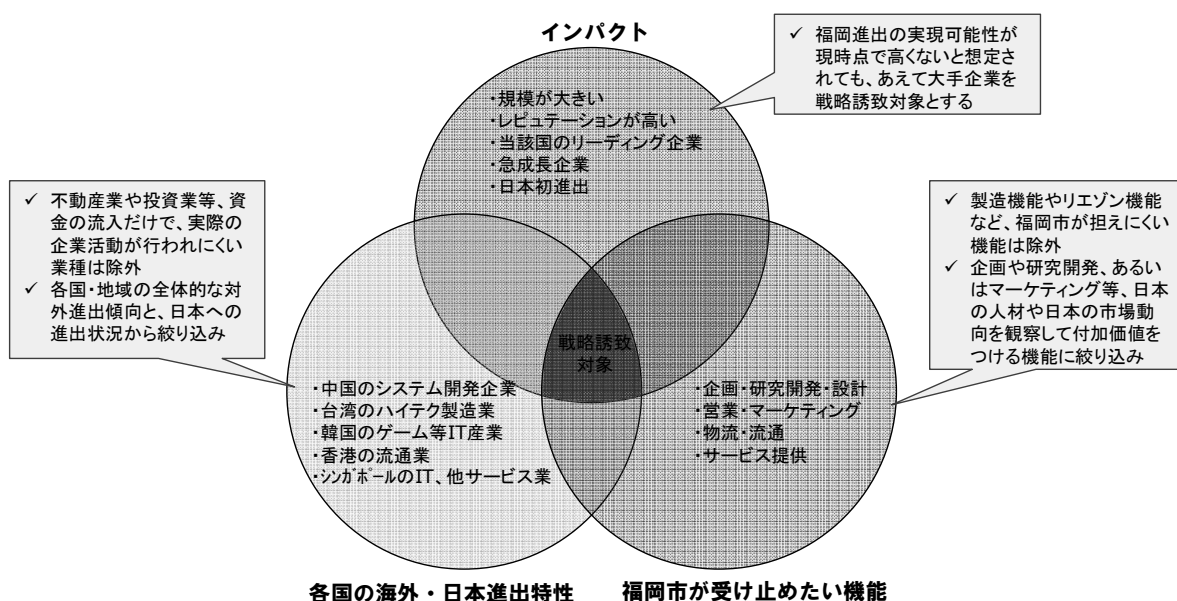
(出所)「外資系企業総覧 2010」東洋経済新報社より筆者加工

4. 福岡市に戦略的に誘致すべき企業群とファースト・コンタクトからの示唆

(1) 企業絞り込みの視点

前章のアジア企業の進出動向の整理から、福岡市が戦略的に誘致する企業の絞り込みを行う。本調査研究では、福岡市の「アジアのリーダー都市」というイメージ発信、企業誘致による市民の雇用の創出、福岡・九州一円の裾野産業に影響を与える等の福岡側のニーズも鑑み、以下、3つの視点からアジア各国・地域のポテンシャル企業リストを絞り込んだ。

1. 福岡進出の実現可能性が現時点で高くないと想定されても、インパクトのある大手企業を戦略誘致対象とする。かつ、日本未進出の企業を対象にする。
2. 不動産業や投資業等、資金の流入だけで、実際の企業活動が行われにくい業種は除外して、雇用を生み出す実業を対象とする。
3. 製造機能やリエゾン機能など、福岡市が担えにくい機能は除外して、企画や研究開発、あるいはマーケティング等、日本の人材や日本の市場動向を観察して付加価値をつける機能を対象とする。



(2) ポテンシャル企業リスト

関税がなく地域が狭く、世界でも小売業の参入障壁が低いため、流通業が熾烈な競争環境にある香港については、その中でも上場を果たしている大手流通業で、日本に未進出の企業をリストアップした。

シンガポールも香港同様のビジネス環境にあるが、金融不動産ではなく、海外進出が盛んなサービス業を中心に日本未進出の大手サービス業をリストアップした。また、医療機関、エネルギー供給、通信サービス等、日本国内でのビジネスハードルが高いサービス業は除外した。

台湾証券取引所上場の大手ハイテク製造業で日本に拠点を設けていない企業、及びデロイト社の「Technology Fast500™ Asia Pacific 2010」のランクトップとなった碩禾社をリストアップした。台湾の製造業の誘致機能は製造機能ではなく、企画、研究開発、マーケティング等を想定した。

韓国企業は概ね日本に既に拠点を設けているが、韓国証券取引所上場の情報通信業で日本未進出の企業を、時価総額の高い順にリストアップした。ただし、日本で通信サービスを行うハードルが高いため、SK テレコム等の通信業は除外した。

中国企業は大規模システムインテグレーター及び新興ネット企業を対象に、中国工業と情報化部が発表した「2010 情報通信業トップ 100 社」内の企業で、すでに進出している企業（方正、浪潮等）を除いたものから上位を選出。また、ニューヨーク証券取引所上場を果たした代表的ネット企業を加えた。

表 4 ポテンシャル企業リスト

候補企業名	概要
【香港】 利豊有限公司 (Li & Fung Ltd.)	1937 年設立、1992 年 7 月上場。欧米小売業者向けにアクセサリ、家具、衣類、贈答品、スポーツ用品、玩具などを調達する貿易流通会社。世界中の 40 以上 80 以上の広範なグローバル調達ネットワークを有する。e コマース分野にも注力。日本では 2007 年に兼松繊維と提携して市場開拓。 - グループ会社に IDS グループ (利和経銷集团有限公司) : アジア大手の統合流通サービスプロバイダ コンビニエンス・リテール・アジア社 (利亜零售有限公司) : サークル K のブランド名で香港でコンビニ運営
【香港】 思捷環球控股有限公司 (Esprit Holdings Ltd.)	1993 年 12 月上場。「ESPRIT」のブランド名で、アパレル製品の卸売、小売、ライセンス供与を行う。 - 営業エリアはヨーロッパ (83.06%)、アジア太平洋 (13.74%)、北米 (3.2%)
【香港】 Joyce Boutique Holdings Ltd.	1990 年 10 月上場。ブランド衣料品、化粧品、アクセサリ、家庭用品の卸・販売。 - 地域別売上高は、香港 (85.77%)、中国 (14.2%)、その他 (0.03%)
【香港】 莎莎國際控股有限公司 (Sa Sa International Holdings Ltd.)	1997 年 6 月上場。ブランド化粧品の卸・販売。香港、マカオ、中国本土、台湾、マレーシア、シンガポールで事業を展開するアジアの大手化粧品チェーン。 100 を超える世界有名ブランド化粧品の独占販売をはじめとしてブランドは 400 超 15000 種類以上の商品を販売。マレーシア、シンガポール、タイではビューティーサロンも展開。
【香港】 卓悦控股有限公司 (Bonjour Holdings Ltd.)	2003 年 7 月上場。化粧品、ヘルスケア用品の卸・販売。香港、マカオで化粧品、ヘルスケア用品の卸・小売を手がける。そのほかビューティーサロンなどの運営。日本の化粧品やスキンケア製品が香港で広く喜ばれることに着目、1996 年以降大々的に小売ネットワークを拡大した。

候補企業名	概要
【シンガポール】 Hyflux Ltd.	1989年にハイドロケムとして設立されたアジアの水処理大手。シンガポールだけでなく、中国や中東など飲み水や工業用水が足りない地域で、下水の再生や海水の淡水化などに取り組む。 2010年8月に三井物産と中国で大規模な水事業を展開するために合弁契約を締結。JBICはハイフラックスの海外プロジェクトにおいてファイナンスを行う業務協力も締結している。
【シンガポール】 Cityneon Holdings Ltd.	- 既に日本に進出している Kingsmen 社同様、アジア、欧米、中東でイベント企画、展示・会議サービスを行う大手。アジアではシンガポール以外に、マレーシア、中国、フィリピンに拠点。 - 直近の大型案件としては上海万博のインドネシアパビリオンを手がけた。
【シンガポール】 Informatics Education Ltd.	- アジアでの教育・トレーニングサービス最大手。IT、経営、財務、語学教育プログラムを提供。独自で22カ国113のセンターを持つほか、100%子会社にした英 NCC Education は45ヶ国300センターを持つ。 - ネットワークは主に英国、米国、オセアニアの高等教育機関と構築
【シンガポール】 ECS Holdings Ltd.	- 情報システム業大手。2009年シンガポールの情報通信業売上1位。企業内システム構築、ITサービス提供、機器の販売等を手がける。 - 中国、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピンに拠点。
【シンガポール】 Noble Design Holdings Ltd.	- 住宅や商業プロジェクトのインテリアと空間計画のコンサルティング・デザインを手がける他、ヨーロッパ家具のブランド輸入・小売も行う。グループ内に複数の家具・インテリアブランドを持つ。 - マレーシア、インドネシア、ブルネイにリージョナルデザインセンターを持つ。
【台湾】 仁宝電腦股份有限公司 (Compal Electronics)	- デル、東芝、エイサーなど世界中のメーカーからパソコンのOEM・ODM生産を受けており、特にノートパソコンの市場規模は同じくOEM・ODM生産を行っているクアンタ・コンピュータと世界のトップを争っている。また東芝へは液晶テレビも供給、同社のテレビ生産量の9割が東芝によるものである。 - スマートフォン含む携帯電話をOEM・ODM生産する華寶通訊(コンパルコミュニケーションズ)を子会社として持つ。同社の生産する携帯電話はその9割以上がモトローラへ供給される。
【台湾】 大立光電股份有限公司 (Largan Precision)	- 携帯電話用カメラレンズモジュール最大手。2011年第1四半期末に発売がうわさされるアップルのタブレットPC「iPad」の第2世代に搭載されるカメラレンズを独占受注したと報じられている。 - 台中を本拠地に、東莞、蘇州に工場を持つ。2002年3月上場。
【台湾】 欣興電子股份有限公司 (Unimicron Technology)	- 世界最大のPCBメーカー。2009年に中国昆山工場内に大日本印刷の開発したビルドアップ基板の製造ラインを新設した他、両社は合弁会社を作るなど関係が親密。 - 桃園を本拠地に昆山、蘇州、深センに工場。2002年8月上場。

候補企業名	概要
【台湾】 晶元光電股份有限公司 (EPISTAR)	- 発光ダイオード(LED)ベアチップメーカー台湾最大手で、世界でも有数の高輝度 LED サプライヤー。日本を始め、台湾、韓国、中国、欧米へ製品を供給。新竹を本拠地に中国に工場。韓国は代理店制度。 - 豊田合成との提携関係強化を図る見通しで、ノート PC 用 LED チップから液晶 TV のバックライトに使用される LED まで、受託生産品目を拡大すると報じられている。
【台湾】 碩禾電子材料股份有限公司 (Giga Solar Materials)	台湾で初めて太陽電池用電極ペーストの生産に参入した企業。昱晶能源科技(GINTECH)を始めとして、茂迪 (Motech)、益通光能科技(E-TON)、昇陽光電科技 (Solartech Energy) などの台湾の太陽電池メーカーが顧客となり、2008 年の営業収入は前年比 14 倍、2009 年は 15 倍と、急成長を継続。
【韓国】 Comtec Systems	1983 年設立の老舗情報システムベンダー。スイッチングハブなどのデバイスビジネスから開始して、現在ではネットワーク環境構築、金融業のファイナンス端末、くじ引き (ロト) 端末からトータルなシステムソリューションを提供。 - 韓国国内各地に支店、ソウルに研究開発センターを持つ
【韓国】 Shinsegae I&C	- 韓国の流通最大手 Shinsegae (新世界：シンセゲ) グループのシステムベンダー 2010 年 9 月に金融機関向けに IT ソリューションを提供する株式会社インテリジェントウェイブ (東京都中央区) が提携、日本のクレジットカード不正検知システムが初めての韓国進出したパートナー先
【韓国】 Telcoware	- 携帯電話インフラ企業であり、音声通信、データ通信等モバイルコミュニケーションソリューションを提供すると同時に、必要なアプリケーション環境もサービス提供 - コンサルティング、システム開発事業も手がける
【韓国】 SK C & C	- ITS や公共輸送セクター、郵政等公共部門を中心に手がけるシステムベンダー大手 - 中国、インド、ドバイ、米国に拠点を持つ。ウランバートルの ITS システム、カザフスタン郵便物流システム等、海外事業にも積極的に参加
【韓国】 HANSOL PNS	- ハンソルテレコムが前身。米インターネットサービスプロバイダーの P S I ネットと技術提携を結び、97 年にインターネットの全国サービスを構築。2001 年にハンソルグループから分離したが、2005 年に再度編入 - I Tアウトソーシングとシステム統合、I Tソリューションを主力事業とする。
【中国】 北京華勝天成股份有限公司 (TEAMSUN)	98 年設立の大手 IT サービス業。中国で最も早く米 Sun Microsystems とパートナーシップを構築した企業。中国国内の通信サービス業、金融業、製造業、エネルギーサービス業、交通機関や教育機関での案件を多く手がける。 - 米国、香港に子会社を持つ。2004 年上海証券取引所上場。近年はクラウドコンピューティングサービスに注力。

候補企業名	概要
【中国】 浙大網新科技股份有限公司 (INSIGMA)	• 浙江大学系列の網新グループにおいて IT 事業を担当し、中国ソフトウェア企業として第 5 位、中国アウトソーシング企業として第 2 位にランクされる • 中国国内市場向けは、中国政府、金融、通信、電力などを主な領域とし、アウトソーシングサービスでは、金融、証券、製造、物流を主な領域とし、日米大手金融機関への専用施設によるサービスを提供
【中国】 紫光軟件集團有限公司 (UNIS)	• 北京清華大学発のベンチャーである清華紫光グループは 88 年に設立、99 年に上場。PC を含む小型電気機器デバイスの開発・製造を行うことを主体としていたが、ソフトウェア開発、システムインテグレーションサービスを行う当社を 2007 年に設立。 • 政府、企業向けの SI サービス、海外市場向けのサービスも行なっている。
【中国】 優酷網 (YOUKU.com)	• 中国版 YouTube (中国の動画共有サイト) • 2009 年中国国内シェアトップ。2010 年 12 月 8 日ニューヨーク証券取引所 (ナスダック) 上場。
【中国】 当当網 (DANGDANG.com)	• 中国版 Amazon であり、世界最大の中国語ネットショッピングモール。 • 1999 年設立後から急成長を続け、2010 年 12 月 8 日ニューヨーク証券取引所 (ナスダック) 上場。

(3) 企業へのファースト・コンタクト

リストアップされた企業の中から、今後の通貨高が想定され、対外投資が急速に伸びている中国を最優先のターゲットとして、中国の IT 企業のうち、2 社に直接ヒアリングを行った。両社とも「福岡市の紹介と進出意向をうかがいたい」と広報部門経由でヒアリングの申し込みを行い、快諾をいただいたうえ、日本マーケット責任者（副社長、本部長）に対応いただいた。ヒアリングのポイントを表 5 に記す。

表 5 企業ヒアリングのポイント

【システムインテグレーター】

福岡市に関して特に興味を持って質問したこと	• 福岡市と東京のコストの違いは、人件費、賃借料の別にどれだけか？ • 福岡市に立地する企業で、中国をフィールドに大規模なビジネスを行なっている企業はどこか？ • ソフトウェア開発に関連して、福岡市はどのようなサポートを行っているのか？
SI 業界の対日進出について	• 中国企業の対日進出は、華為等のハードベンダーが先行しており、ソフトウェアはようやく進みつつある段階にある。 • また、関東圏以外の日本の地方は、人材不足やマーケットが小さいことから、進出が遅れていると認識している。 • さらに、IT 業界は日本企業の対中進出で苦戦していると同様に、中国企業の対日進出は苦戦するものと考えられる。これは、マーケットの特性（顧客の要求水準、様々な規制の違い）から生じる障壁だ

	と理解している。
日本の地方への進出可能性について	上記の状況であるが、これから徐々に進出する可能性はでてくる。その理由は以下のとおり： • これまで中国企業が付き合ってきた日本のパートナーは関東を拠点とする大企業を中心であった。 • これら日本の大手企業は、中国企業との付き合い方をコスト削減だと認識してきた。 • オフショア市場はその典型的な例で、コスト下げという、日本企業側がメリットを享受する一方通行的な関係である。 • この関係は、日中企業間の対等なパートナーシップへ変えることを難しくしている。 • これから中国マーケットを日本企業が狙うなら、中国企業を活用するニーズが高まるが、それは、対等なパートナーシップを構築する企業から先行するものと考えられる。 • すなわち、例えば福岡市に当社と対等なパートナーシップを構築し、それぞれが単独では上手くいかない市場に対して、協力して開拓する意向があるのであれば、地方の企業のほうがよりスムーズに進む可能性がある。 • また、資金困難に面している日本企業に出資・融資するのも一つの流れになる可能性がある。
今後日本事業で期待できそうな機能・分野について	• 今後日中間の IT 関連分野では、ゲーム産業と医療福祉産業が成長すると考えられる。 • 日本のゲームは中国でも人気が高い • 医療福祉は日本でマーケットサイズが大きくなる数少ない分野。システムだけでなく、医療福祉そのものにも興味がある。

【デジタルコンテンツプロバイダー】

福岡市の認知度	• 日本企業とのビジネスがあるので、東京出張も多く、日本についてある程度情報をもっているが、福岡市については全く知らない。具体的な場所も分からない。五島列島の近くか？
日本との事業について	• 日本での事業は、マーケティングパートナーを介して、主にコンテンツの流通機能を担ってもらっている。 • 金融危機後の不景気の中でも、劇場や制作のレベルで日本のマーケットは衰えていないと認識している。 • 一方、映画に関する投資の力は非常に弱いので、中国資本がこれからも参入していくことは十分考えられる。 • 日本企業とは、まずは日本国内のマーケティングをカバーしてくれることを最優先にパートナーシップを考えている。A 社も B 社もマーケティングに関して機能してくれている。
今後日本事業で期待できそうな機能・分野について	• 中期的には日本企業と共に欧米向けのコンテンツ開発やその後のマーケティングもできればと思っている。 • 現在中国市場ではチャイナモバイルやチャイナテレコム向けに、ショートムービー（アニメ）を中心としたコンテンツを提供している。 • まだゲームには参入していないが、例えば携帯ゲームに関して日本企業と交流できると嬉しい。 • 中国の携帯は9億人市場と言われており、日本の携帯コンテンツプ

	ロバイダーが今後日本の1億人市場で生存していくためにも、この市場を取り入れる必要が出てくると思う。
日本の地方への進出可能性について	福岡市の同業と協働できる分野があり、そういう意向のある企業がいるのであれば、いつでも交流することが可能である。

以上のように、ファースト・コンタクトは中国の2社に限られたが、いくつかの示唆が得られた。

- ① 日本企業のアジア進出の目的がコスト削減・市場開拓を中心に行っているのとは違って、アジア企業が日本に進出する目的は、パートナーシップに重点があると見られる。
- ② アジア企業がその所在地の市場を攻略する上で、日本企業の様々なノウハウや技術を活用したい意向があるものと考えられる。
- ③ 資金困難に面している日本企業への出資や買収も、上記のノウハウや技術の取得に目的があるものと考えられる。
- ④ パートナーシップで重視されているのは対等であることと、機能の補完ができること。

以上のような示唆は得られたが、具体的に進出が進むかどうかはかなりの部分、技術やノウハウを持つ日本企業の意向によるものであると受け取ることもできる。

そのため、誘致戦略策定にあたっては、サービスやインセンティブの設計をする以前に、日本企業の考えやスタンスをきちんと把握する必要があると考え、福岡市に本社を置くゲームメーカーに話を伺ったところ、以下のような回答であった。

- ・ 福岡とアジアの近接性を活かしたビジネスをする企業も少なくないが、当社はアジア展開を積極的にしない。
- ・ 中国や韓国などの国ではコンテンツ文化、コンテンツ産業保護がやや未成熟で、力を入れづらいということがある。
- ・ コンテンツ文化やコンテンツ産業保護が成熟した国や地域へは、当社の日本語製品をきちんと翻訳して出すが、そうでない国や地域へは、海賊版が出ることを避けるためにも日本語のままで輸出、販売する。
- ・ 本当にそのゲームが好きで欲しいと思う人であれば、日本語のままでいち早く手に入れようと購入する。
- ・ こうした状況は悲しいが、企業努力で何とかなるようなことではない。

これまでの一連の企業分析と訪問活動を通して、対中国企業では戦略的な企業誘致対象を中堅、中小に広げて訪問を繰り返して、マッチング可能な企業を探したり、東京等他地域の企業を対象に、福岡での事業の可能性を探ったり、ゲーム分野はペンディングにして、その他 IT サービス業に業界を移したりする選択肢が明らかになった。

5. 福岡市への提言

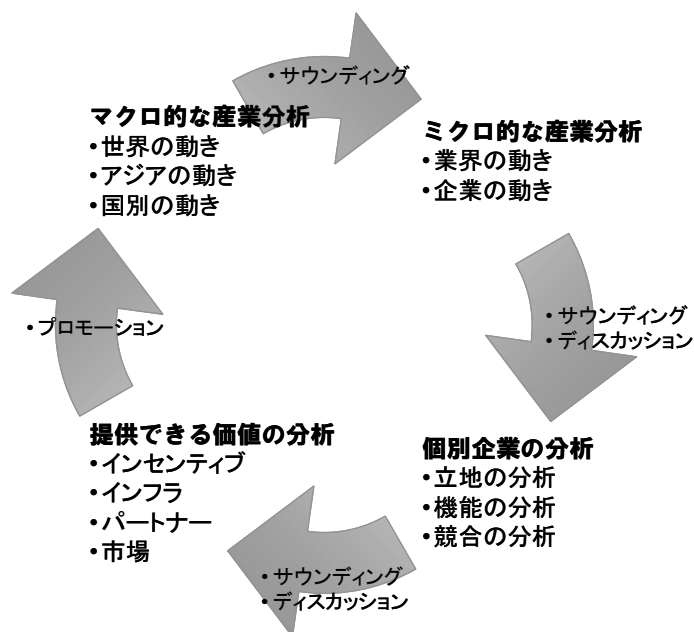
(1) 戦略的企業誘致の位置付け

企業誘致には、ルーチン的な誘致業務と、戦略的誘致業務がある。ルーチン的な誘致業務とは、企業に進出意向があり、担当窓口に相談に来た際の対応やアフターフォロー、立地までのサポートをしっかりと行う業務や、常日頃から情報発信をする業務である。

一方、戦略的誘致業務は、本調査研究が行ったプロセスのように、自治体にメリットが生まれる条件設定をした上で、ターゲット企業を先に明確にして、企業に進出意向がなくても、ニーズを把握を繰り返した上で試行錯誤してメリットが生まれるように誘致を進める活動である。この戦略的誘致活動は、プロモーションやネットワークに重点があるのではなく、徹底した産業・企業分析により、企業のビヘイビアを理解する機能を強化することが、組織的に誘致の成功確率を上げる要諦になる。

福岡市が自らの意志で、都市のブランドを形成する企業をうまく誘致して定着させるためには、この戦略的な企業誘致業務をしっかりと位置づける必要があるのではないか(図 12)。

図 12 戦略的誘致業務のプロセスイメージ



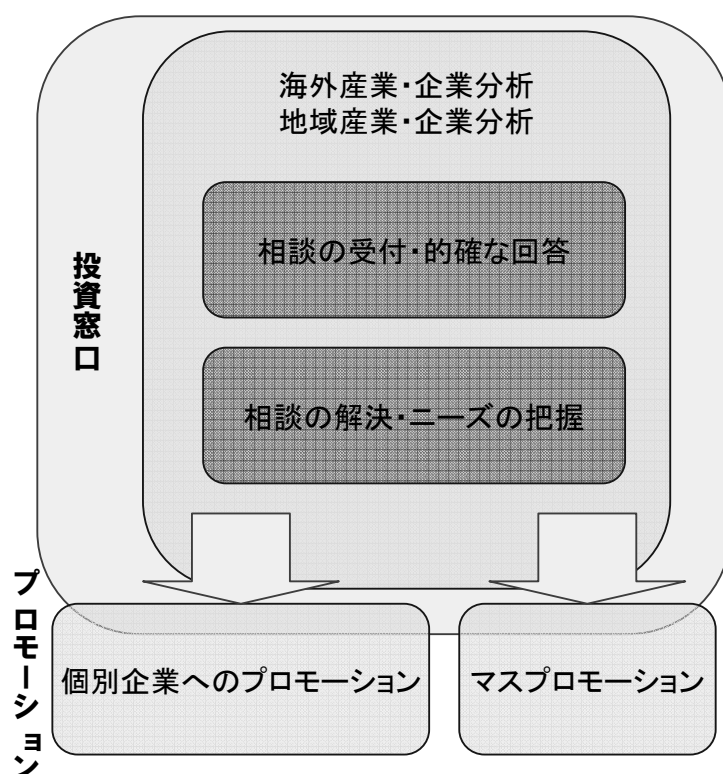
(2) 産業・企業分析を基礎とする誘致体制への転換

日本の産業・企業のグローバル化は、自治体のグローバル化を遥かにしのいでいる状況にあるが、福岡市が今後アジア企業に限らず、日本中・世界中から企業を誘致することを考えるのであれば、世界中の産業・企業動向をしっかりと分析して把握しなければ、生き残れる個々の企業のビヘイビアを理解することは不可能であろう。

産業・企業分析、投資窓口、プロモーション、戦略的誘致は連続した業務でもあるため、

ルーチン的な誘致業務は、戦略的誘致業務の延長に位置づけることが効率的でもあり、プロモーションやネットワーク形成に重きを置いているきらいがある自治体の誘致体制は、産業・企業分析に重きを置いたものに転換する必要がある。福岡市が、これから他の自治体との誘致競争に勝ち残るため、一步先んじてこのような体制を整備することが重要になるのではないか（図 13）。

図 13 産業・企業分析をベースとする企業誘致体制イメージ



（３）自治体外部への企業誘致機能の移転

産業・企業分析をベースとする業務は、専門人材を育成する必要があるので、頻繁に人事異動が発生する自治体内部では育ちにくいと考えられる。また、誘致業務は長期的営業色彩の強い、成果報酬がフィットする業務であり、逆に極めて行政組織にフィットしない業務であるとも言える。

つまり、誘致業務は誘致に関する計画と行動を実施することよりも、誘致成果そのものが自治体にとっては重要で、成果をしっかりと達成するためのモチベーションを持続させるアメやムチが必要であり、公務員の管理体系ではこのような仕組みを作りにくいと考えられる。

そのため、福岡市の企業誘致機能は、行政の監督のもと、地方銀行や証券、コンサルティングファーム等の民間に委託して進めることが相応しいと考えられる。もちろん、とに

かく成果にこだわるような誘致手法では長期的に持続可能ではないため、行政側は誘致計画と行動の実施をしっかりと管理すること、民間企業側は企業・産業分析の質を高め、誘致の成果を着実にするための確率を上げていく活動を工夫することが求められる（図 14）。アメとムチのメカニズムを作るのに、行政はフレキシブルな予算設定も検討していいのではないだろうか（図 15）。

図 14 持続可能な誘致活動を行う運営上の工夫イメージ

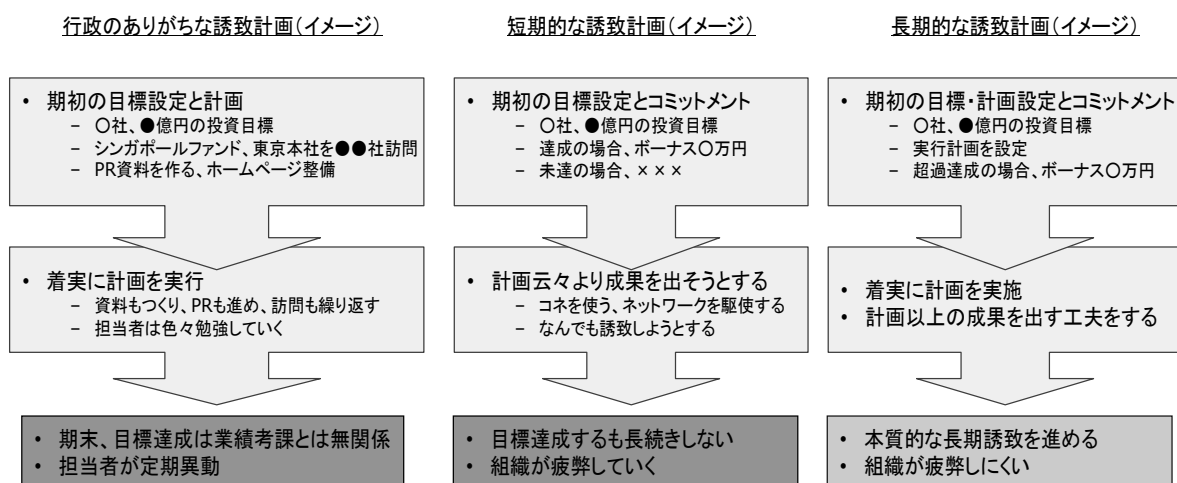
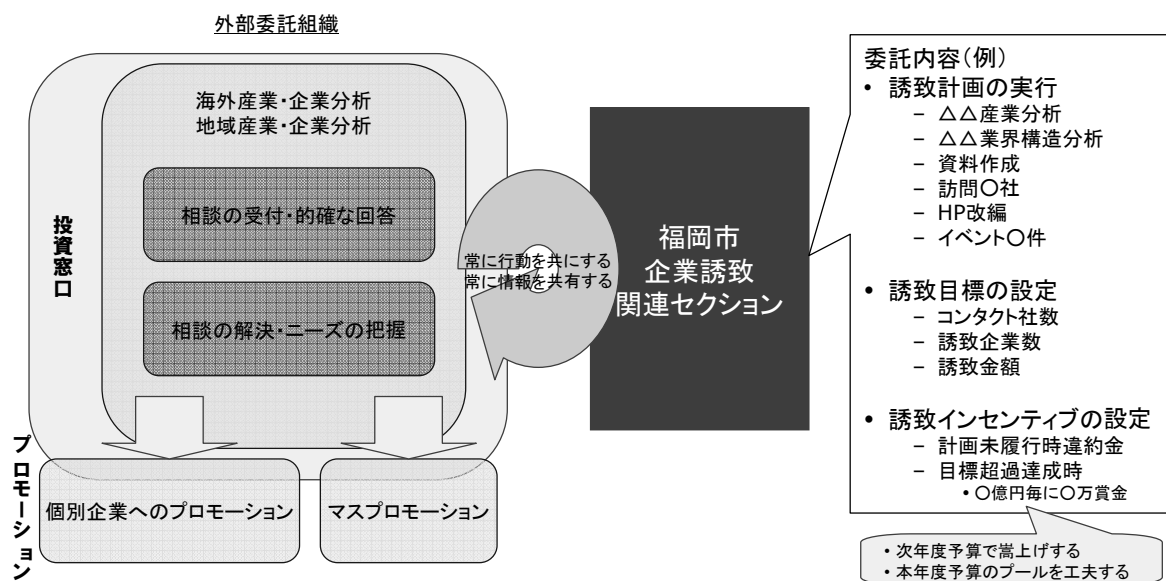


図 15 外部による運営と予算の工夫イメージ



6. おわりに

国内外企業に限らず、拠点立地に関する企業のビヘイビアは、企業がグローバル競争の中で、マーケットの所在、人材の確保、インフラの整備状況、立地場所の技術基盤、インセンティブ、物流の効率性、人件費等諸経費などの諸条件を検討しながら決まっていく。企業を誘致しようとする主体は、これら企業の競合状況、市場環境、抱えている課題や将来展望等を知らずして誘致の成功確率を上げることは不可能である。そのため、福岡市には是非本調査研究で提案しているような産業・企業分析を基礎とする誘致体制へ転換することを強く願いたい。

誘致体制の転換が簡単に進まないのであれば、ワンストップサービス、言語別担当者、海外事務所の積極営業、フレキシブルなインセンティブ、プッシュ型の情報提供、トップ誘致活動参加等のコミットメント、などといったアジアの諸都市諸地域が行なっている誘致手法と同様なことが、まずは出来る様にならないといけないだろう。

第V章. 福岡・九州とアジアにおける農業ビジネスの展開

中村学園大学学長・教授

甲斐 諭

1. はじめに

本章では、まず、わが国と福岡県、福岡市の農業構造について概観し、農業が直面している課題を整理する。さらに昨年秋に政府が公表した「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」を吟味して、政府が目指している農業構造像を明確にする。

それらを念頭に筆者が実施した国内とアジアの実態調査を踏まえて、九州のアグリビジネスのグローバル（グローバル＋ローカル）活動による競争力強化の実態を分析し、加えて中国とベトナムのアグリビジネスについても言及する。それらの内外の情勢と現地調査を考慮して、福岡市における都市型農業の3つの展開方向について提案する。

2. 農業の現状と今後の課題 ～全国・福岡県・福岡市～

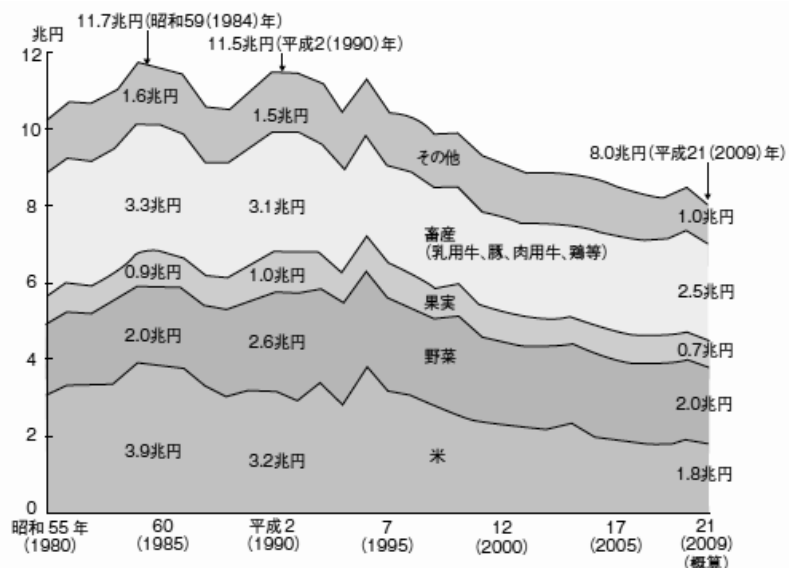
わが国の農業総産出額は、昭和60（1985）年には11.7兆円であったが、平成21（2009）年には8兆円となっている。

同期間に、特に米は3.9兆円から1.8兆円に半減している。同様に畜産も3.3兆円から2.5兆円に減少している（図表V. 2. 1 参照）。

その背景には農業就業者の減少と高齢化が影響している。農業就業者は平成12（2000）年の389万人から平成22（2010）年には261万人に減少し、65歳以上の高齢者が52.9%から61.6%に増加して、生産力を失っている。

また、農産物の輸入も急増しており、平成2（1990）年の約4.5兆円から平成20（2008）年には約6兆円になっている。そのため食料自給率（カロリーベース、以下同様）は昭和

図表V. 2. 1 わが国の農業総産出額の推移



資料：農林水産省『食料・農業・農村白書』2011年より

55 (1980) 年の 48%から平成 22 (2010) 年には 39%になっている。

同様に、福岡県の農業総産出額も平成 17 (2005) 年の 2,236 億円から平成 21 (2009) 年には 2,098 億円に減少している (図表 V. 2. 2 参照)。福岡県の場合は、園芸が盛んであるので、農業総産出額のうち最も多いのは野菜 (643 億円) であり、米 (424 億円) と畜産 (371 億円) が続いている。

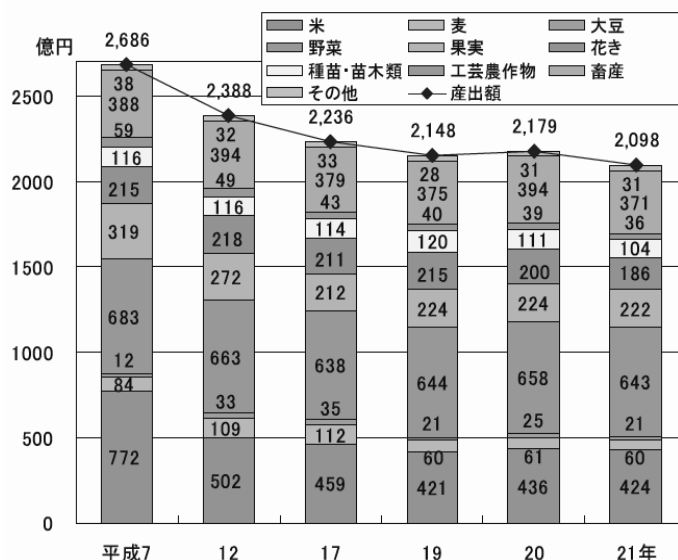
福岡県の販売農家数は平成 17 (2005) 年の 54,515 戸から平成 22 (2010) 年には 41,727 戸に 23.5%減少している。農業就業人口は同期間に 95,023 人から 68,091 人に 28.3%減少した。これは主に農業従事者の高齢化によるものである。耕地面積は同期間に 69,800 ヘクタールから 67,900 ヘクタールに 2.7%減少している。

福岡市の農業総産出額も平成 17 (2005) 年の 112 億円から平成 22 (2010) 年には 107 億円に減少している (図表 V. 2. 3 参照)。

福岡市の場合は、園芸が特に盛んであるので、農業総産出額のうちの 42%が野菜 (45 億円) であり、24%の花 (26 億円) と 20%の畜産 (22 億円) が続いている。

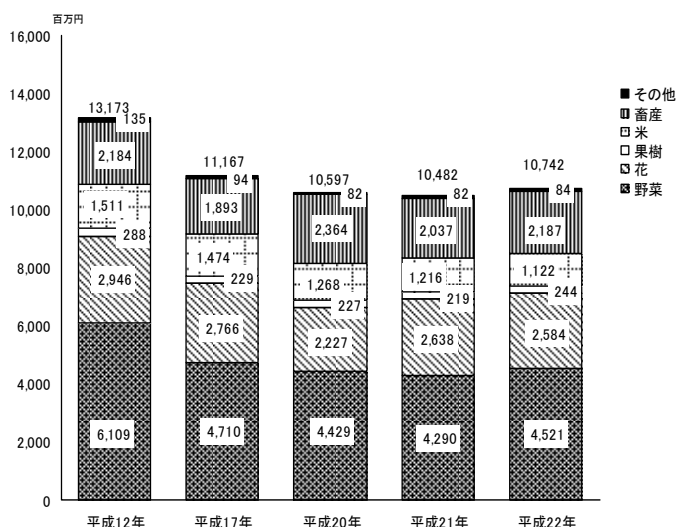
福岡市の農家数は平成 17 (2005) 年の 2,898 戸から平成 22 (2010) 年には 2,566 戸に 11.5%減少している。農業従事者数は同期間に 5,736 人から 4,563 人に 20.4%減少した。60 歳以上の農業従事者が 66%を占めている。耕地面積は同期間に 3,014 ヘクタールから 2,872 ヘクタールに 4.7%減少している。

図表 V. 2. 2 福岡県の農業総産出額の推移



資料：福岡県『食料・農業・農村白書』2011 年

図表 V. 2. 3 福岡市の農業総産出額の推移



資料：福岡市提供資料より作成。

以上のようにわが国の農業は販売額、農家数、就業者数、耕地面積とも減少し、就業者の高齢化が進展している。福岡県や福岡市も同様である。そこで農林水産省では構造改善を図ろうと起死回生の農業政策を最近打ち出した。その内容を批判的に検討しよう。

3. 「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」が目指す農業構造

(1) 日本農政50年史からみた市場開放と持続可能な農業の両立困難性

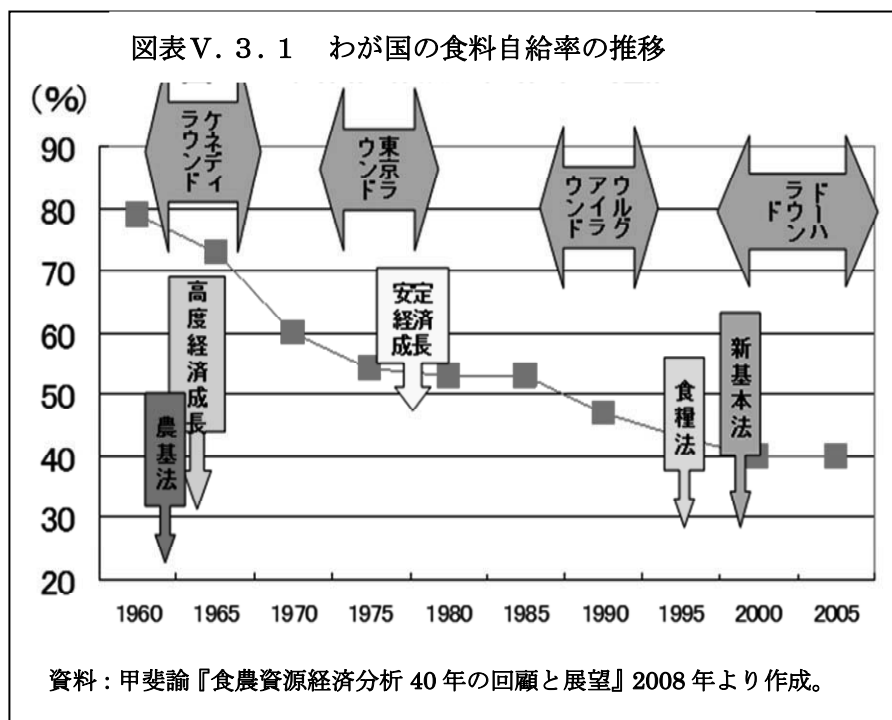
農林水産省の「食と農林漁業の再生推進本部」の決定（平成23（2011）年10月25日）である「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」によれば、「高いレベルの経済連携と両立しうる持続可能な農林漁業を実現する。」とある。

リーマンショック以降の貿易収支の悪化や台頭著しい韓国の米国とのFTA（自由貿易協定）

を考慮すれば、上記のような表現、政策決定にならざるを得ないのであろう。しかし、TPP（環太平洋経済連携協定）などの市場開放と農林漁業の持続可能性は両立困難である。少なくとも過去の市場開放の歴史と食料自給率の推移をみると、そう判断せざるを得ない。

図表V. 3. 1は、我が国の約50年間のケネディラウンド、東京ラウンド、ウルグアイラウンド、ドーハラウンドと食料自給率の推移を鳥瞰したものである。ラウンドという市場開放の国際協議が成立する毎に、食料自給率は低下している。この図をみると、市場開放と農林漁業は両立困難と判断せざるを得ない。

図表V. 3. 2は、実際に日本が市場開放してきた品目を示している。昭和46（1971）年に豚肉を、平成3（1991）年に牛肉をそれぞれ市場開放してきているのである。いまや残存輸入制限品目は水産品の5品目であり、全ての農産物は貿易自由化しているのである。



図表V. 3. 2 わが国の農林水産物の輸入制限品目数の推移

(単位: 品目数)

年次	輸入制限品目数	当該年に輸入割当度を廃止した品目
1962	103	
1962	81	羊、鳥卵、卵黄、蕨、生糸、食パン、真珠など
1963	76	はちみつ、落花生の粉、バナナ(生鮮)など
1966	73	ココアの粉
1970	58	豚の脂身、マーガリン、ショートニング、コーヒーなど
1971	28	豚肉、ぶどう、グレープフルーツ、ソーセージ(生鮮)など
1972	24	ハム、ベーコン、トマトピューレ、配合飼料など
1974	22	麦芽
1989	20	プロセスチーズ、トマトケチャップソース
1990	17	牛肉調製品、果汁(りんご、ぶどう)など
1991	14	牛肉、オレンジ(生鮮)など
1992	12	オレンジジュースなど
1995	5	ミルククリーム、無糖れん乳など、乾燥した豆、でんぷん粉など

資料: 農林水産省大臣官房国際部資料より作成。

(2) 英国農政250年史からみた市場開放と持続可能な農業の両立困難性

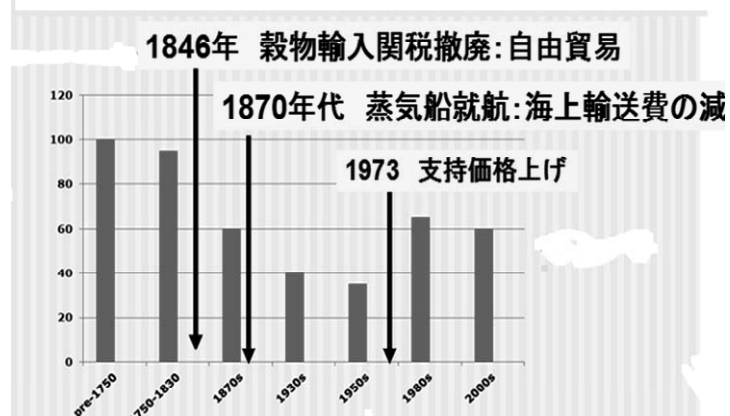
図表V. 3. 3に英国の食料自給率の変遷とそれに影響した要因を示す。英国は1846年に穀物輸入関税を撤廃し、自由貿易にしたので、米国などから穀物が大量に流入し、食料自給率は大幅に低下した。

1870年代には大西洋航路に蒸気船が就航し、海上輸送費が削減されると更に穀物が英国に流入し、一段と食料自給率が低下している。1930年の

大不況、第2次大戦を経て、さらに食料自給率は低下した。だが、1973年に支持価格が引き上げられると、大幅に食料自給率は向上している。

以上のように日本と英国の農政の展開をみて明らかなことは、市場開放すると食料自給率は低下するということである。

図表V. 3. 3 英国の食料自給率の変遷



資料: Colman, D, Food Security in Great Britain,九州大学『TPPと台所の安心・安全』2011, PP.22-30より作成。

(3) 5年間で10倍の規模拡大(平地で20~30ha・中山間地で10~20ha)の困難性

上記の「食と農林漁業の再生推進本部決定」によれば、「今後5年間に高齢化等で大量の農業者が急速にリタイアすることが見込まれる中、徹底的な話し合いを通じた合意形成により実質的な規模拡大を図り、平地で20～30ha、中山間地域で10～20haの規模の経営体が大宗を占める構造を目指す。」とあるが、それは実現困難であろう。現状で2haの規模を5年間で10倍に拡大などできない。

昭和36（1961）年に「農業基本法」が制定され、大規模経営の育成を目指したが、農民は離農をせず、兼業化や出稼ぎを選択して、結局、規模拡大は成功しなかった。結局その後、50年経過しても約1haが約2haに約2倍に拡大したに過ぎない。

その背景には、高度成長による転用農地価格上昇に触発された農地の資産としての保有志向、米価上昇による農地価値の上昇などが影響していた。兼業機会も少なくなり、米価も急落した現在と高度成長期では、全く農家や農地を巡る経済環境が異なり、農地に対する農民の志向も違ってきているので、過去の経験が直接参考にはならないであろうが、農地の所有権と使用権を短期間に移転するのは簡単ではない。

「食と農林漁業の再生推進本部」は、「世界各国の農林漁業従事者の経営ノウハウ、技術や農林水産政策から学びつつ、高い目標を掲げて、優秀な人材を呼び込む。」と指摘するが、今後、海外から安い農産物が流入して生産物価格が急落することが自明である中では、「優秀な人材」はリスクを恐れて農業に寄り付かないであろう。

呼び込んだ「優秀な人材」、非農業に嫌気して農業に新規参入した者でも施設園芸など、集落とは無関係な分野や集団的農地利用を伴わない分野では、就農可能であろう。しかし、施設園芸はT P Pとは直接的に関係ない。

水稻生産用の水田に関わる水利用や肉用牛生産に必要な飼料栽培用の畑の購入や借地に際しては、集落の方々との関係や話し合いが必要であり、集落に定住する必要もあろう。日本の農村の集落排水施設やその他の道路やインターネットなどのインフラは整備が遅れている。さらに小中学校も廃校になっているので、呼び込んだ「優秀な人材」の妻や子供は農山村に定住しないであろう。

「食と農林漁業の再生推進本部」は、ごく一部の例外的成功事例を参考にして、それを一般化しようとしているのではなかろうか。地方の窮状をみると上記の「基本方針・行動計画」は楽観的と言わざるを得ない。

（４）農家の大型6次産業化に伴う企業との厳しい競争

「食と農林漁業の再生推進本部」は、「農山漁村に存在する豊富な資源を有効に活用し、6次産業化を推進することにより、付加価値を向上させ、雇用と所得を生み出し、農林漁業を更に成長産業化する。」と意気込む。

だが、農家は以前から農産物を生産し（1次産業化）、漬物や味噌・醤油・ジャムなどを作り（2次産業化）、農家レストランや焼肉民宿、農産物直売所を開く（3次産業化）など、各戸で、あるいはグループで、または集落や農協の婦人部などで、それぞれに生産物を加工

し、消費者にサービス提供するなどの付加価値化、換言すれば6次産業化の努力をしてきた。

農家などが以前から細々とやってきたことを、「食と農林漁業の再生推進本部」は大々的に支援して事業化しようとしているのであろう。しかし、それには疑問がある。農業の6次産業化政策により、例えば、味噌・醤油などを大々的に製造しようとする、既存の味噌・醤油企業と競争することになる。既存の食品企業は安い海外原料を利用して規模の経済性を利用して、大規模に低コストで食品を製造している。

農家やグループが、自家生産物の高付加価値化を目指して、大型6次産業化しようすると、海外原材料に比較して、高い国産材料を大量に利用せざるを得ず、しかも資本金や経営能力の関係で、規模の経済性が発揮するほどには大規模化できないので、高コストの製造になり、高価な製品になるであろう。結局は既存の食品企業との厳しい競争に負けるであろう。

農家による零細6次産業は生存できても、大型6次産業は成立しないであろう。それが各地の食品産業をみて歩いた結論である。

（５）戸別所得補償制度の適切な推進と農林漁業者へのセーフティネットの提供

「食と農林漁業の再生推進本部」が指摘する「戸別所得補償制度の適切な推進やほ場の大区画化と相まって、幅広い関係者による徹底した話し合いや相続等の際に担い手へ農地の集積を促す仕組み等により農地集積を加速化し、農業の競争力・体質強化を図る。」ことに異論はないし、「農林漁業者にセーフティネットを提供する。これによって、農林漁業の多面的機能等を維持する。」ことには大賛成である。

従前、戸別所得補償制度や農林漁業者にセーフティネットが提供されなかったことが問題であり、日本農業の衰退の主因である。今後は、これらの施策を強力に推進してほしいと思う。しかし、現在、日本政府は財政難に直面しており、戸別所得補償制度の財源をいかに確保するかが今後の課題である。

（６）対案と過去研究からの示唆～美しい農村を残す欧州農政をモデルに～

過去に米国、豪州、ニュージーランド、欧州各国、中国、韓国などの農業・農家を訪問する機会を得た。それらの過去研究で得られた日本農業の将来モデルは欧州の農業である。豪州や米国の農業は、農場が広大過ぎて、また資本金が巨大過ぎて、地形や自然条件、さらには経済条件からみても日本の農業モデルにはできず、欧州農業の方がモデルになるのではなかろうか。

例えば、数年前に視察したスイスの農家は、搾乳牛40頭程度の酪農ではあるが、直接所得補償により農家の収入が補償され、ある意味ではセーフティネットが提供されていた。しかし、農家は草地を綺麗に維持管理する義務を負っていた。農家の草地管理が、綺麗なスイス国土の景観を支えており、スイス観光の基盤になっていた。

「食と農林漁業の再生推進本部」の基本的考え方には、「「美味しい」、「安全」、「環境にやさしい」という持ち味を再構築する取組を推進し、需要に応じた農業を実現する。」とあるが、「美しい農村を維持し、それを観光資源としても利用する」との視点が欠けている。

我が国には多くの中国・韓国からの観光客が来るが、大都市から来た富裕な彼らは、小さな都市である我が国の地方都市の繁華街には興味を示さない。むしろ我が国の中山間地の農村の美しい景観に感動を示す。セーフティネットを作り、農家の食料生産を通して、山紫水明の農村、白砂青松の漁村を残すことが最も重要であり、景観に家畜を利用した観光などを取り入れた日本農業モデルの建設が、今後の農業の新たな展開方向であるように思う。

以上のように短期間で農業構造を転換するのは容易ではないが、時間をかけて徐々に大規模化し、全国屈指の農業経営に発展している畜産経営もあるので、次に、それを概観し、普遍化できるか検証しよう。

4. 九州のアグリビジネスのグローバル活動による競争力強化

(1) 徐々に拡大してきた全国屈指の大規模畜産経営

農林水産省が平成 22 (2010) 年 3 月に公表した「食料・農業・農村基本計画」によれば、供給熱量ベースの総合食料自給率は平成 20 (2008) 年度の 41%から平成 32 (2020) 年度には 50%に引き上げる計画である。そのためには飼料自給率 (TDN ベース) を、同期間に 26%から 38%に引き上げる必要があると指摘している。さらに、同年 7 月に公表された「酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針」によれば、輸入飼料への依存体質から脱却して、自給飼料を有効活用し、食料自給率の向上と環境負荷を低減させるような酪農及び肉用牛生産に転換することが重要で、しかも地域や経営における生産条件、生産者の創意工夫や主体性を活かした多様な経営の実現を図らなければならないことなどが強調されている。

かつて英国の肥育牛経営を調査したとき、ジャガイモ、落ちたリンゴ、食品工場から持ち込んだビスケットの屑、パンの耳などが飼料として給与されていた。スイスのエメンタールチーズ用の生乳を生産している酪農家を訪問したときも同様の光景を見た。また、アメリカの繁殖牛農家ではトウモロコシを収穫したあとの畑に牛を放牧して落ち葉拾いをさせていたし、フィードロットではバイオエタノールを生産した後のトウモロコシ粕を飼料に利用していた。彼等の畜産形態の違い、発想の違いを痛感した。国土から乖離した我が国の畜産の在り方に疑問を感じてきた。

そもそも畜産がなければ捨てられていた資源を有効利用し、人のためになる畜産物に転換する機能を持っているのが家畜である。そのような飼養方式が本来的な家畜の飼い方であろう。だが、日本では高度経済成長過程で、諸外国から飼料穀物を輸入し、それを給与して「近代的」な畜産経営を展開し、畜産は「発展」してきた。だが、その飼養方式が日本の食料自給率を引き下げる主因の一つになっていると広く認識されるようになり、いま、その転換が強く迫られている。

とは言え、長く続けてきた輸入飼料依存型畜産経営を転換するには時間が必要であろう。果たして現在の日本の大規模畜産経営は、上記の反省に立った飼養方式、経営形態に移行しようとしているのであろうか、実態調査を通して何が本来的な畜産の在り方の阻害要因であるのか、展開条件は何かを検証してみる必要がある。そのような思い、問題意識を持って日本を代表する約5千頭弱の乳用牛を擁する酪農経営のホンカワグループを再訪した。

（２）ローカル・エコフィードを活かすためにグローバル資源を輸入して発展したホンカワグループの沿革

現在、大分県日田市に本部を置くホンカワグループは①有限会社本川牧場、②株式会社ホンカワ、③J-アグリ株式会社、④J-AGRI CORPORATION、⑤有限会社本川牧場/天瀬、⑥HONKAWA VINA., CO. LTD から構成されている。本グループは55年の歴史を持つ。その小史を振り返ってみよう。現社長の父親が昭和30（1955）年に乳用牛を導入したのが本グループの出発点である。昭和49（1974）年までは、日田市内の住宅地で30頭のつなぎ牛舎で経営していた。昭和50（1975）年に農業構造改善事業により半額補助を受け、農地の取得と農業機械の購入のために5,000万円の借金により、同市内の誠和町美濃台に移転し、同年5月に60頭の搾乳牛用のフリーストール・ミルキングパーラー併設牛舎を建設した。農地取得資金は20年間で返済する計画で借りて近隣農地を購入し、乳用牛は徐々に100頭まで増頭した。

昭和54（1979）年有限会社本川牧場を設立し、法人経営にした（資本金200万円）。昭和61（1986）年に代表取締役を現社長の本川角重氏に変更している。翌年に後述の発酵TMR（Total Mixed Rations、完全混合飼料）を製造販売する株式会社ホンカワを設立（資本金1,000万円）し、平成元（1989）年にはTMR工場を建設している。また、平成4（1992）年には畜産環境対策事業により堆肥舎を建設している。

平成8年に農業経営基盤強化事業により牛舎（4割補助）・パーラー（搾乳）棟（2割補助）を新築した（経産牛（出産を経験した牛）355頭規模）。平成10（1998）年には有限会社本川牧場の資本金を1,000万円に増資、社員寮を新築している。平成11（1999）年には育成牛300頭の牛舎を新築し、平成14（2002）年には海外から牧草などを輸入販売するJ-アグリ株式会社を資本金1,000万円で設立するとともに畜産経営活性化事業で和牛繁殖・育成牛舎を新築し、さらに隣県の熊本県阿蘇の草地で初妊牛放牧を開始している。

平成12（2000）年に経営者夫妻が米国の酪農経営を研修する機会があり、ロータリーパーラー（回転する円盤上で搾乳ができる大規模ファーム用機器）を見て、これの導入を決意した。しかし、ロータリーパーラーの導入設置には約1億4,000万を要すると知ったので、更なる多頭化が必要になり、牛舎を新築して規模拡大を図った。再び認定農業者制度を活用してロータリーパーラー導入を具体化し、平成15（2003）年には約1,500頭になった搾乳牛を新設したロータリーパーラーで搾乳できるようにした。

同年には米国のカリフォルニア州に関連会社 J-AGRICORPORATION を設立し、牧草の買い付けと日本への輸出を本格化した。また、堆肥処理施設も新築している。平成 18（2006）年には大分県日田市天瀬町塚田に農地を購入し、翌年には放牧と白ネギの栽培を開始した。さらに平成 21（2009）年にはベトナムのビタン市に HONKAWA・VINA を設立し、ドライバカス（サトウキビを搾汁した後の残渣を乾燥させた家畜飼料）、バカスサイレージ（サトウキビを搾汁した後の残渣を発酵させた家畜飼料）などを製造し、日本に輸出を開始している。

（３）有限会社本川牧場の特長的な取組み

①畜産公害対策

牛舎の設計段階より、糞尿が場外や地下に漏出しないように牛床の施工を行なっている。牧場の牛舎は、汚水（尿）が牛舎から外に出ることが無いよう掃除はもちろんのこと、適度に乾燥した状態を作るように管理している。これは牛の蹄の病をはじめ様々な疾病の予防につながっている。搾乳では、衛生のために洗浄を行なうが、搾乳機をはじめ生乳が通る配管から貯蔵タンク、搾乳室の全てを衛生的に維持、管理する為に洗浄を行なっている。この時の洗浄排水は全て場内に設置している浄化槽に送り、処理後放流している。牛舎内の糞や尿で汚れた敷き料は、併設している堆肥舎に搬入し、発酵させ完熟堆肥（肥料）にしている。

②生乳の衛生管理

生乳を貯蔵するタンクと生乳が通る配管を設置している部屋は、必要以上に人の出入りが無いよう設計段階から配慮して建造されている。搾乳時の牛の乳頭の洗浄をはじめとする搾乳技術の徹底、搾乳機器の徹底した洗浄、生乳の急速冷蔵や出荷までの衛生管理を行ない、食品衛生基準 HACCP（Hazard Analysis and Critical Control Point：危害分析重要管理点）方式を取り入れた設備と管理を行なっている。また、牛の疾病予防と牧場内の衛生管理のため、場内の見学は一部制限している。

③品質方針と環境方針

牛に愛情をもって接し、衛生的であるべき生乳の生産に携わっている事を念頭におき作業に取り組んでいる。

人が食料として利用出来ない植物性残さを主体とした飼料を家畜に与え、人が必要とする食料を生産する農業の仕組みをさらに強化している。家畜の糞尿や、植物性残さを効率的に発酵させ地域の耕種農家に有機堆肥として供給し、地力改善と生産性向上に貢献している。持続可能な社会の実現の為に、自主的改善を継続し、法規制を守り、環境汚染を未然に予防し、環境負荷の低減に努めている。その実現のため環境目的と環境目標を定め１年に１度環境方針とともに見直すことにより、環境改善活動を継続的に行い、環境汚染の予防を図っている。

環境方針を全従業員が認識し、自主的に環境方針に沿った行動を行うように、従業員教育の周知徹底を図っている。「環境汚染を未然に防止し、環境負荷の低減に努める」をスローガンに全社的に環境安全に取り組んでいる。スタッフ全員が一丸となった結果 ISO 9001・14001 の認証を取得している。

（４）ホンカワグループを成長させた要因

以上のようにホンカワグループは、昭和 35（1960）年から現在に至っては、乳用牛約 5 千頭の日本を代表する大規模酪農経営に発展してきている。その要因を考察すると次の 4 点が指摘できる。

①ローカル・エコフィードを取り入れた生乳生産のコストダウン

ホンカワグループの母体である有限会社本川牧場の最大の特長は、立地条件が飼料基盤に恵まれていないこともあり、その初期の段階から地域資源であるミカンや焼酎の搾り粕などを飼料として利活用して、コストダウンを図ってきたことである。

生乳は、牛肉のように品質を高め付加価値を付けて高価格を追及することができない農産物であるので、酪農経営はエコフィード（食品残渣を再利用した家畜飼料）を利活用して生乳生産のコストダウンを図ることが有力な経営戦略になる。近年、エコフィードの用語が用いられる以前から未利用資源の有効利用を実践したローカル・エコフィード利用の先駆者である。

②多頭化・多角化による経営規模拡大への強い意志

酪農経営は多頭化による生乳生産のコストダウンが可能であることもあり、常に本川夫妻は多頭化を追求してきている。パイプライン方式から多頭化によりロータリーパーラー方式に搾乳方式を進化させ、生乳生産のコストダウンを図っている。

生乳生産のみならず、経営の多角化も追求している。受精卵移植を利用した和子牛生産、自ら開発したローカル・エコフィード活用技術による TMR 飼料製造会社の設立、TMR 飼料の販売会社の設立、TMR 製造に不可欠な乾牧草の海外買付け会社の米国での設立、バカスなどを製造販売する会社のベトナムでの設立、自家堆肥を利用した白ネギの栽培などの経営多角化を展開している。本川夫妻の英知と勇気には感動させられる。

③緻密な計画と補助金の活用

多頭化や多角化には巨額の資金が必要であるが、公的補助金を上手に活用している。それも大きな能力である。過去に農業構造改善事業、畜産環境対策事業、農業経営基盤強化事業、畜産経営活性化事業を活用し、適切な運用により、また順調な資金の返済により公的機関から信頼を得て、それが更に次の補助金の受け入れに繋がったものと推察される。

緻密な計画を策定する必要があったのは、一般銀行を介しての事業の展開があったことが指摘される。県や市町村役場職員、農協職員だけに計画策定を委ねるのではなく、一般銀行と相談しつつ自ら計画を策定してきたことが経営者としての能力を涵養したものと推察される。

④グローバル・エコフィードの製造販売

地域から排出される焼酎の搾り粕などを利用した TMR 製造には大量の乾牧草が必要であるが、我が国では大量の乾牧草を入手することが困難である。そこで米国とカナダから乾牧草を、ベトナムからバカスなどを輸入している。

地域から排出される焼酎の搾り粕などを資源化するために、不足する乾牧草を輸入し、グローバル商品を製造販売している。ローカル資源を有効活用するには、グローバル資源との融合が必要であることをこの事例は示唆している。

(5) 大規模経営分析からの示唆

グローバルに活躍する大規模畜産経営を分析した。ホンカワグループは、地元の焼酎メーカーの搾り粕などを有効利用し、生乳生産のコストダウンを強みとして大規模化を図ってきた。しかし、大規模化に伴い地元の焼酎メーカーの搾り粕などを用いて TMR を製造するには海外の乾牧草が大量に必要になり、北米に進出して、直接乾牧草を輸入している。さらにベトナムに進出してバカスなどを調達している。地元のローカル資源であるエコフィードを有効活用するには、グローバルに行動し、海外の副資材の直接調達が必要になったのである。

酪農業はミルクプラントで各経営の生乳が合乳されるために、各経営は生乳生産において付加価値をつけにくい。大規模酪農経営にとっては生乳生産におけるコストダウンが有力な戦略になる。そのためにはグローバルに行動し、国内資源と国際資源を有効活用することが必要になっていることを本事例は示している。

5. 中国に移転されたアグリビジネスの競争力

(1) 日本産農産物輸出の課題

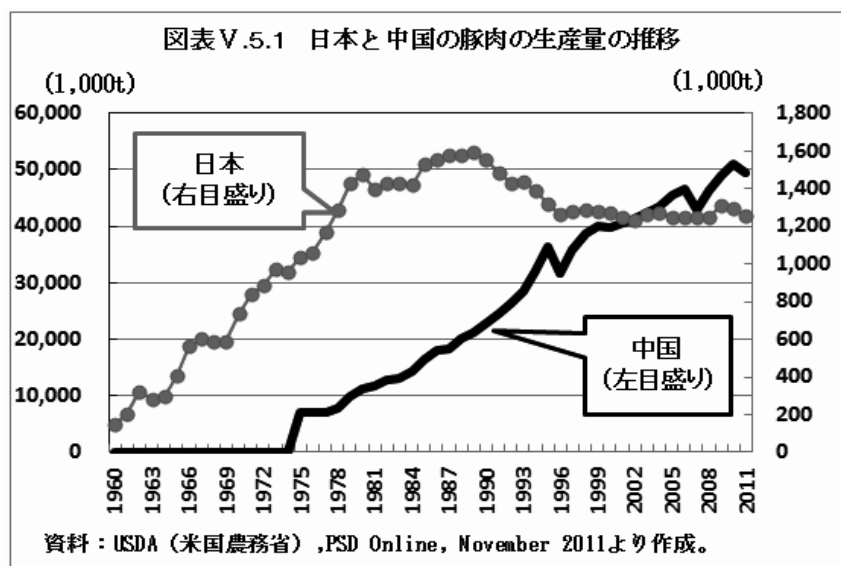
市場開放論者の論拠の一つは日本産農産物の海外輸出である。確かに日本産農産物の海外輸出は増えてきてはいるが、平成 21 (2009) 年度時点で我が国の全農産物生産量 5,580 万トンのうちの 105 万トンで 1.9%に過ぎない。しかも最近福島原発の風評被害や円高で農産物輸出は苦戦しているのが実態である。そこで、香港、マカオ、中東などへの輸出を増やしている牛肉についてみると最大の輸出ターゲットは中国である。

しかし、現状では、わが国と中国との間には口蹄疫などの動物検疫上の制度的問題があり、貿易はなされていない。では動物検疫上の問題が解決されたら中国への牛肉の輸出は可能であろうか。既に中国において高級和牛系統牛肉の生産が拡大しており、日本からの

和牛肉の輸出は非常に困難であるように思える。否むしろ、動物検疫上の問題が解決したら、中国から高級和牛系統牛肉が輸出されてくるのではないかと危惧される。中国における高級和牛系統牛肉の生産と流通の実態を平成 23（2011）年、夏の調査を踏まえて検討するが、その前に中国の豚肉と牛肉の生産と消費の状況を確認しておこう。

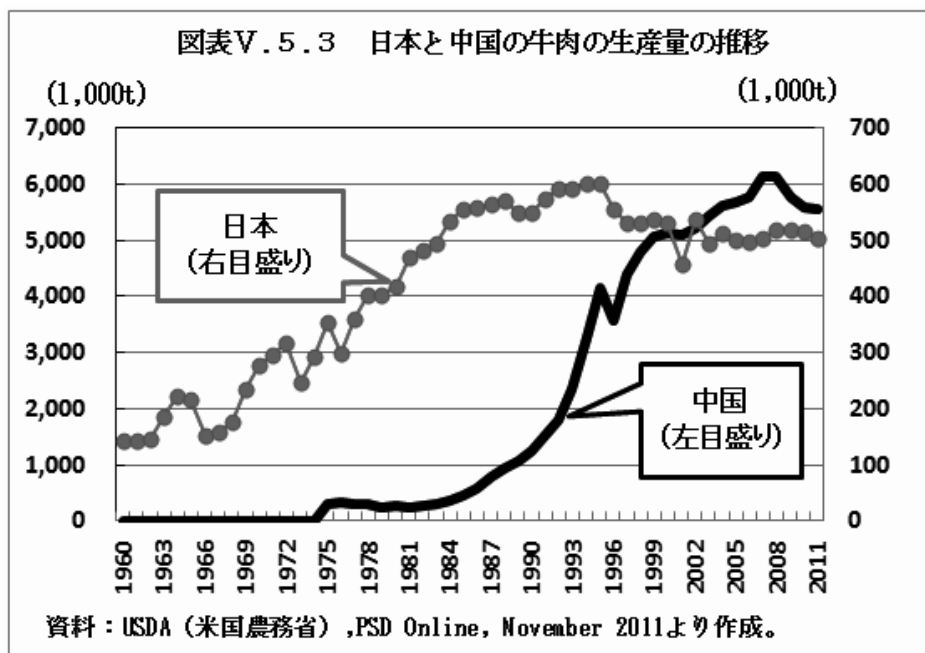
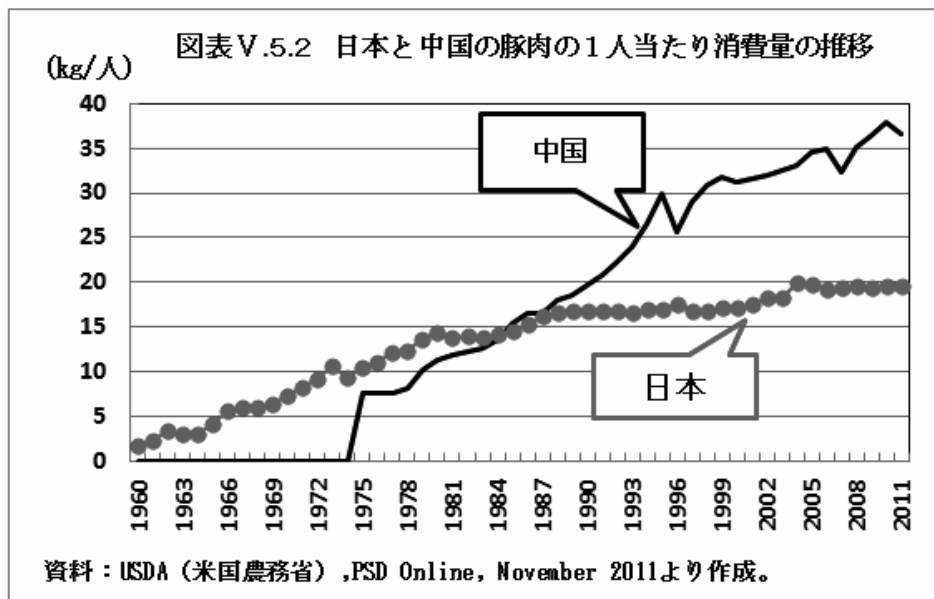
（２）中国における豚肉と牛肉の生産と消費の動向

従来、中国は豚肉生産が非常に多い国である。図表 V. 5. 1 に示すように中国では 1978 年の改革開放後、急速に豚肉の生産が進展した。日本のそれは 1960 年代であったので、約 20 年遅れの生産拡大であった。日本は 1990 年代に入り畜産環境問題（糞尿公害）などの影響により豚肉の生産は減少を始めている。



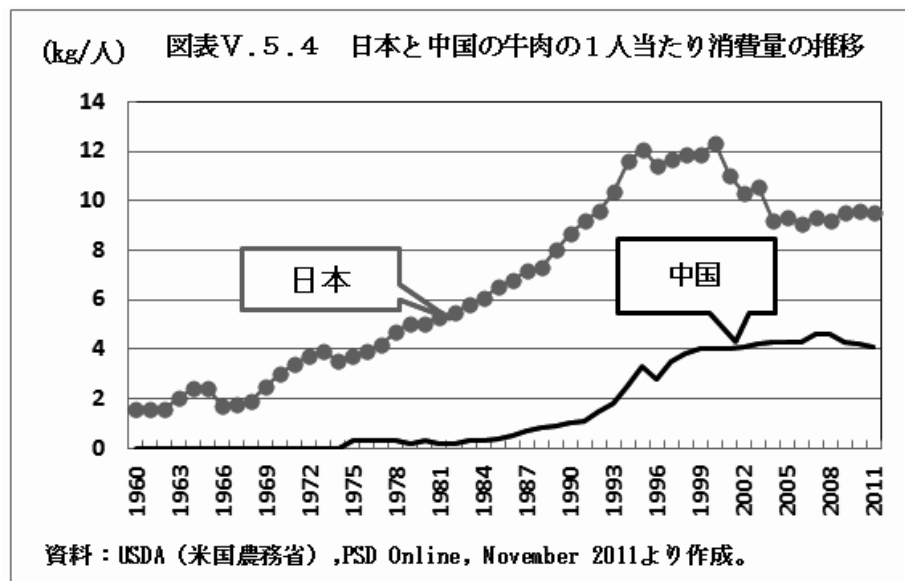
2011 年の中国の豚肉の生産は約 4,950 万トンであり、日本の約 126 万トンの約 39 倍である。中国の人口は日本の約 10 倍であるが、豚肉の生産は約 39 倍である。世界の豚肉の生産量は約 1 億トンであるので、中国は世界の約 50%の豚肉を生産する世界最大の豚肉生産国であることが分かる。ちなみに中国の人口は世界の 19%である。世界人口の 19%の中国が世界の 50%の豚肉を生産し、消費していることが分かる。ちなみに、1 人当たりの豚肉の年間消費量を図表 V. 5. 2 からみると中国は 36.7kg であるが、日本は 19.5kg である（世界平均は 14.6kg である）。

図表 V. 5. 3 から中国における牛肉の生産量の推移をみると、1988 年頃から拡大していることが分かる。中国の豚肉の生産拡大は 1978 年頃からであったので、牛肉の生産拡大は 10 年遅れであったが、90 年代に急拡大している。2011 年の中国の牛肉生産量は 550 万トンであり、日本のそれは 50.5 万トンであったので、約 11 倍の格差である。



日本の牛肉の生産は 1991 年の牛肉の輸入自由化頃から停滞し、1996 年頃から減少に転じているが、中国における牛肉生産量の減少は 2009 年頃からである。ちなみに、1 人当たりの牛肉の年間消費量を図表V. 5. 4 からみると中国は 4. 1kg であるが、日本は 9. 5kg である（世界平均は 8. 1kg である）。1 人当たりの牛肉の消費量をみると、その減少は日本では 2001 年の BSE（牛海綿状脳症）発症牛の発見以降であり、中国では 2009 年以降である。中国の 1 人当たりの牛肉消費量は減少しているが、高級化しているも事実である。

以下、中国の高級牛肉の生産状況について検討しよう。

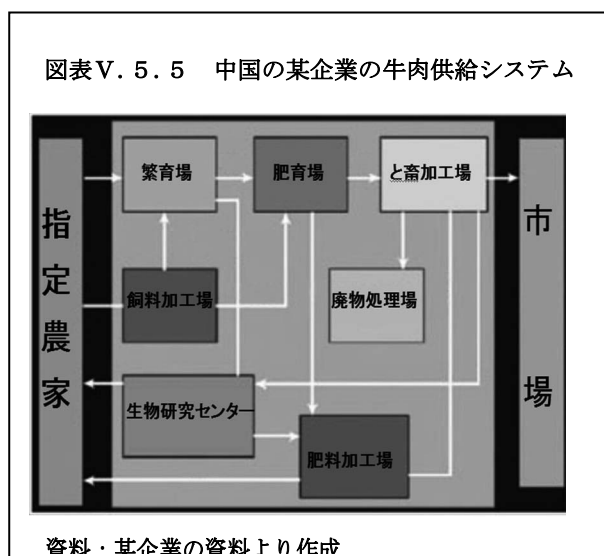


(3) 中国における高級和牛の純牛の生産と流通

平成 23 (2011) 年 6 月に中国の遼寧省大連市にある畜産企業を訪問した。和牛の生産と流通を調査するためである。驚いたことに 1 社の中国企業によって和牛系統牛が 2 か所で計約 3 万頭飼養されていた。豪州経由で和牛系統種牛を入手し、それを生産拡大している。今後、5 万頭増頭し、将来は 8 万頭にする計画である。ちなみに、福岡県の平成 23 (2011) 年 2 月の和牛肥育頭数は約 1.3 万頭である。

日本式牛舎で、日本式飼養方法で見た目にも素晴らしい A4 や A5 クラスの牛肉が生産されていた。その企業の日本式焼肉店で試食する機会を得たが、非常に美味であった。霜降ロースが 180 g 当たり 428 元であった。日本円では 5,500 円以上である。牛肉 1 枚が中国庶民の 10 日分の労賃に匹敵する価格である。それが良く売れているのには驚かされた。

この企業は現在約 1 万戸の繁殖牛農家と肥育もと牛供給の契約をしており、各農家では増頭意欲が高まっている。この企業では牛の繁殖から衛生的な、と畜加工場を経て市場に出荷するまでの全ての過程を自社内で完成している。肥育牛には熟成した有機飼料を給与し、排出物は肥料加工場に運ばれ、一般農家に販売されている。さらにこの企業では、生物研究センターを持ちクローン牛も生産していた。(図表 V.5.5 参照)。



生産した高級牛肉を全国に販売する計画であるが、現在は主要都市でしか販売できていない実情である。それは中国では地方都市までコールドチェーンが整備されておらず、チルドでの物流が困難であるからである。今後、中国でコールドチェーンが整備され、さらに冷蔵宅配までが整備されれば、さらに高級牛肉の生産販売は拡大するであろう。

日本の農村で農業研修を受け、日本語が非常に堪能で親日的な社長は、この高級牛肉を日本に輸出したいと希望していた。日中間で動物検疫上の問題が解決され、牛肉の貿易が開始されれば、日本から中国に輸出するより、中国から日本へ輸出する量が多くなるであろう。これぞ「後門の狼」と恐れるべきであろう。TPP 賛成論者の多くの研究者は、ベトナムのコメ、米国や豪州それに中国の牛肉、ニュージーランドの乳製品の生産規模や生産費、輸出体制などの情報をお持ちなのであるだろうか。一般論としての自由貿易が、輸出国と輸入国に与える経済厚生を増大だけに目を奪われているのではあるまいか。

6. ベトナムの拡大するコメ輸出余力

(1) 世界のコメの生産量と輸出量に占めるベトナムの地位

国際連合食糧農業機関（FAO）の資料を用いて、2009年現在の世界のコメの生産量と輸出量に占めるベトナムの地位を検討しよう。図表V. 6. 1によれば、ベトナムの世界のコメ生産量（モミ）に占めるシェアは5.7%であり、世界第5位であり、またコメ輸出量（精米）に占めるシェアは16.1%で世界第2位であることがわかる。

図表V. 6. 1 世界のコメの生産量と輸出量の国別数量とシェア

(単位: 100万トン、%)

生産量(モミ)				輸出量(精米)			
順位	国名	量	シェア	順位	国名	量	シェア
1	中国	196.7	28.7	1	タイ	6.90	32.6
2	インド	133.7	19.5	2	ベトナム	3.41	16.1
3	インドネシア	64.4	9.4	3	パキスタン	2.52	11.9
4	バングラデシュ	47.7	7.0	4	インド	2.13	10.1
5	ベトナム	38.9	5.7	5	米国	1.71	8.1
6	マレーシア	32.7	4.8	6	ウルグアイ	0.71	3.4
7	タイ	31.5	4.6	7	中国	0.62	2.9
8	フィリピン	16.3	2.4	8	イタリア	0.58	2.7
9	ブラジル	12.7	1.9	9	エジプト	0.56	2.6
10	日本	10.6	1.5	10	アラブ首長国連邦	0.52	2.5
	その他	100.0	14.6		その他	1.51	7.1
	合計	685.2	100.0		合計	21.17	100.0

資料: FAO(国際連合食糧農業機関)、FAOSTAT Online、2011年11月より作成。

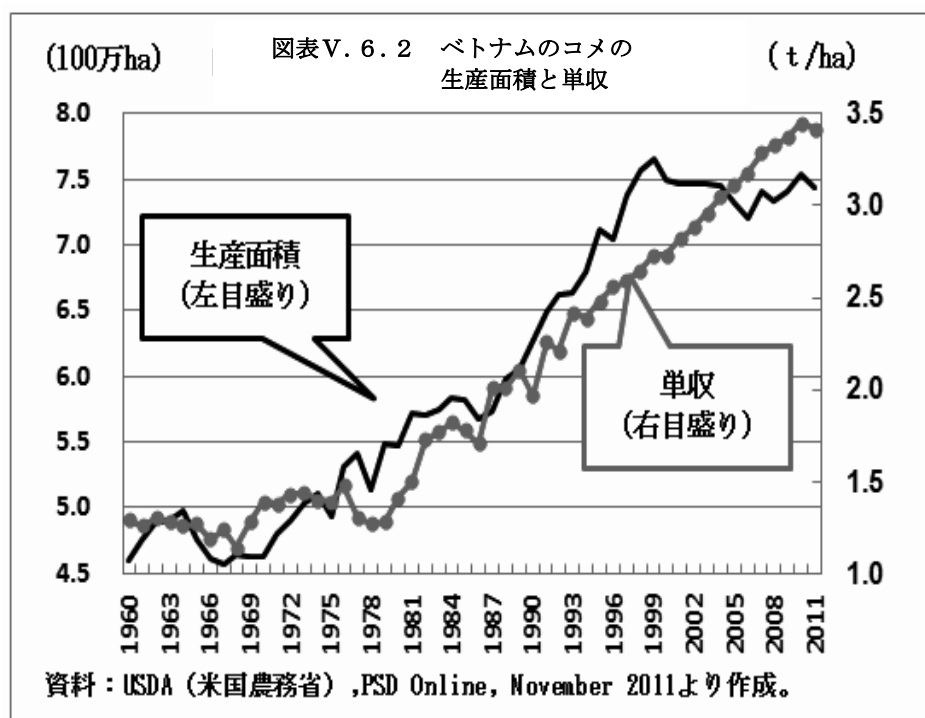
ベトナム農業にとって最も重要なコメは、主に紅河デルタ地域とメコン河デルタ地域で生産されているが、もちろん全国各地で生産されている。ベトナム政府は、2000年6月15日に新たな農業発展戦略を打ち出し、従前の市場経済化によるコメの量的拡大政策から海外市場への販売を前提にしたコメの高品質化へと転換し、2005年6月には、首相決定によってこの路線が補強された。

(2) ベトナムのコメの生産面積と単収

図表V. 6. 2にベトナムのコメの生産面積と単収を示す。コメの生産面積は 1960 年の 460 万 ha から 2011 年には 744 万 ha に、約 50 年間に 1.6 倍に拡大している。

その間の動向をみると、2000 年に従前の量的拡大政策から輸出を前提とした生産効率化政策への転換により、非効率水田の転用が図られた結果、水田面積は 1999 年の 766 万 ha をピークに減少し始めた。しかし、2006 年の 720 万 ha を底に徐々に増加している。その背景には 2008 年の世界的な食料危機と米価の高騰を背景とした 2009 年の水田の転用規制政策が有効に機能しつつあることを物語っている。

単収は、1960 年の 1.29 トン/ha から 2011 年には 3.42 トン/ha に、約 50 年間に 2.7 倍に増加している。特に、農家の生産意欲を刺激した 1986 年の経済自由化政策（ドイモイ政策）と 1988 年の集団農業生産体制の実質的な解体は、単収の増加を誘発した政策であったと評価される。



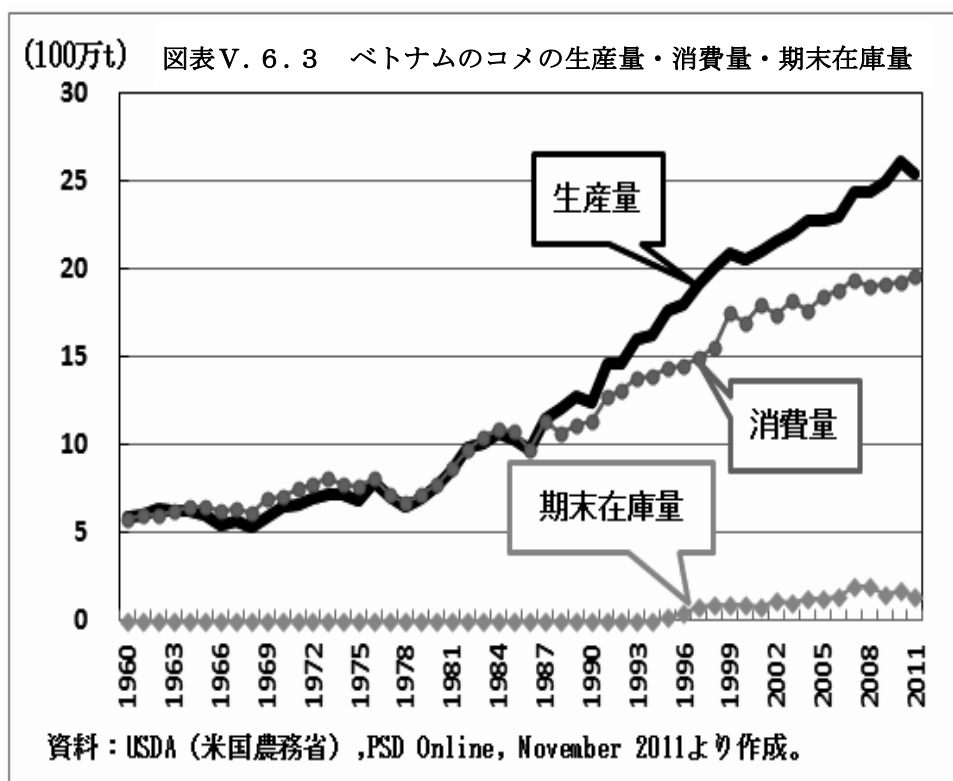
（3）ベトナムのコメの生産量と消費量および期末在庫量

上述の2つの政策は、農家のコメ生産意欲を刺激し、生産面積拡大と単収向上を誘発し、その結果、コメの生産量は図表V. 6. 3のように1980年代の終わりに急速に増加している。

コメの消費量も徐々に増加したが、生産量の増加ほどではなかったため、消費量と生産量との乖離が発生し、それが期末在庫を増やしている。

いまでもベトナムは世界第2位のコメ輸出国になり、期末在庫もあるような状況になったが、同図が示すように生産量が消費量を上回ったのは、ドイモイ政策が採用された

1986 年からである。それ以前の旧ソ連型の統制経済体制の下ではコメ不足とコメ輸入が長く続き、多い年（1969 年）には約 100 万トンのコメを輸入していた。しかし、1986 年の経済自由化直後から在庫が発生したことは、ベトナムの農民が自由経済体制に敏感に反応したことを物語っている。



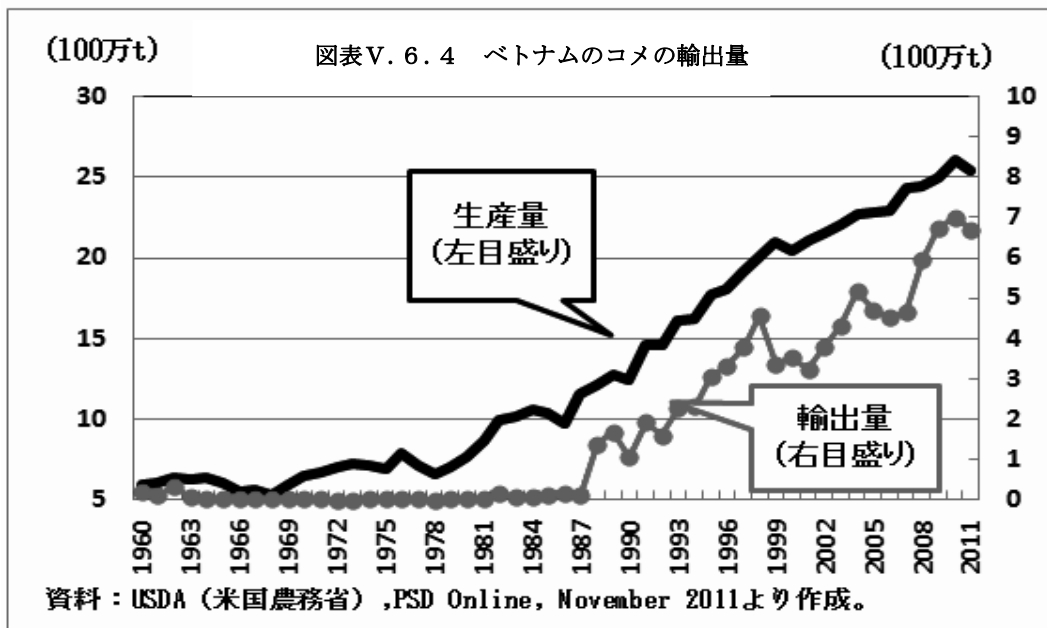
（４）ベトナムのコメの輸出量

ベトナムのコメの輸出量を図表 V. 6. 4 に示す。1988 年の集団農業生産体制の実質的な解体後から増加しはじめ、急速に拡大してきた。現在では生産量の 26% を輸出している。

この間、2 回のコメ輸出減少期がある。第 1 回目は 1999 年から 2001 年であり、1998 年の 456 万トンから、330 万トン前後に減少している。また、第 2 回目は 2005 年から 2007 年であり、2004 年の 517 万トンから、460 万トン前後に減少している。

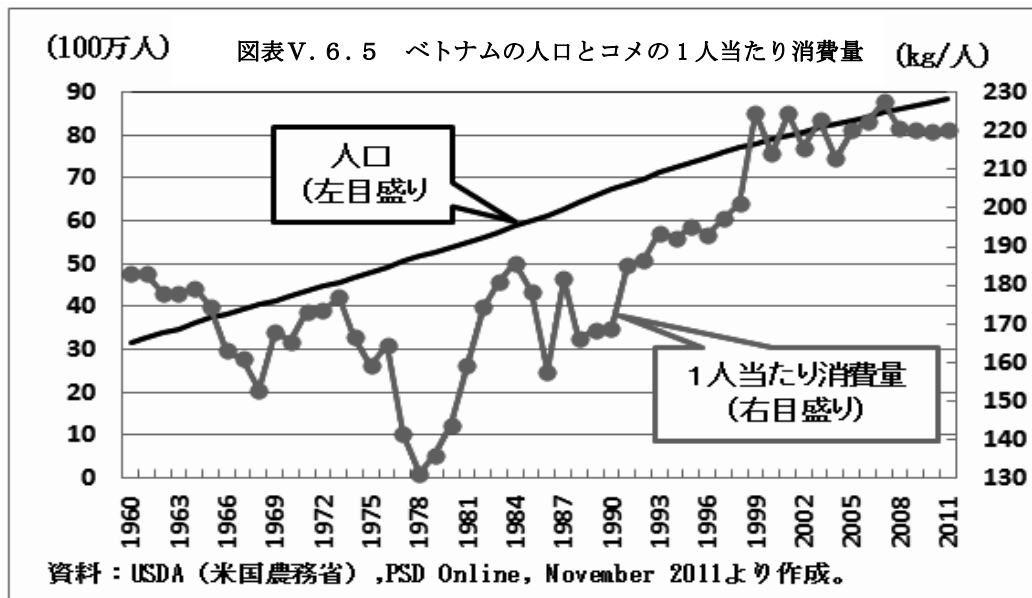
第 2 回の輸出減少期の直後の 2008 年には、ベトナム国内のコメ価格が上昇するとともに、世界的なコメをはじめとする穀物価格上昇が発生した。そのためベトナム政府は、2008 年 3 月には新たなコメ輸出契約の一時停止を発表し、同 8 月には臨時の輸出税も課した。

しかし、ベトナムの農民が高価格に敏感に反応し、特にメコン河デルタでの増産が契機になって 2008 年のコメの輸出量は 600 万トン程度に拡大した。



(5) ベトナムの人口とコメの1人当たりの消費量

ベトナムの人口は、図表V. 6. 5に示すように1960年の3千万人から最近では約9千万人に、50年間に約3倍に増加している。世界の人口が前述のように同期間に約2.3倍に増加しているだけであるが、ベトナムでは約3倍に増加している。



ベトナムでは農村労働力の都市への移動によるコメ生産力の低下が懸念される一方で、人口の膨張がコメ消費の増加をもたらし、将来ともコメ輸出大国の地位を維持できるか懸

コメの1人当たりの消費量は、コメの生産量に応じてかなりの変動を繰り返してきたが、最近では220kgで推移している。

(6) ベトナムのコメの流通と貿易

図表V. 6. 6はベトナム国内のコメ流通について単純化して図示したものである。

図表 V. 6. 6 ベトナムのコメ流通

```
graph TD
    subgraph A [A. 農村内流通]
        A1[農民] --> A2[集荷商人]
        A2 --> A3[精米業者]
    end
    subgraph B [B. 輸米流通]
        B1[仕上げ加工業者] --> B2[輸出業者]
        B2 --> B3[外国]
    end
    subgraph C [C. 国内消費米流通]
        C1[卸売業者] --> C2[小売業者]
        C2 --> C3[国内消費者]
    end
    A3 --> B1
    A3 --> C1
    A3 --> M[仲買人]
    M --> B1
    M --> C1
```

資料：岡江恭史「カンントリーレポート：ベトナム—世界的な穀物価格高騰の背景となったコメ輸出大国の動向—」農林水産政策研究所『行政対応特別研究「二国間」研究資料』第5号、2009年、P.64より作成。

図中のCは、国内消費米の流通経路を示す。卸売業者が仕上げ加工業者から加工米を仕入れ、都市の小売業へ販売する。この段階の流通は、政府の価格統制もなく市場原理によって

営まれている。高品質米は輸出にまわされる傾向が強かったので、国内米価は輸出価格より低い傾向にあった。また政策的にも1999年までコメに輸出税が課せられ、国内米価が国際価格を下回るように誘導されていた。だが近年都市住民の所得向上によって、国内でも高品質なコメが出荷・流通されるようになった。

②ベトナムのコメの貿易

ベトナムでは、コメの年間需給計画が策定され、それに基づき輸出量が決定される。ベトナムのコメ年度は暦と同じで1月から12月期である。年度当初に商務省、農業省、ベトナムコメ輸出協会がそれぞれにデータを持ち寄って当年度の需給計画を検討する。

農業省は全国各地に存在する事務所（主に農業生産部局と統計部局）を通じて生産コストや収量などのデータを収集する。商務省は輸出量や市場価格などのデータを、また、ベトナムコメ輸出協会は農業地帯に散在するコメ輸出業者から収集した情報を持ち寄る。この中で、ベトナムコメ輸出協会は、メンバー企業がコメ生産現地に最も近いところに存在し、農村地帯の情報をよく集め、また、海外の情報も豊富に入手している。従って、この3者会合は民間ながら重要な位置を占めている。

7. 福岡市における都市型農業の3つの展開方向～市場流通、輸出、産直～

（1）ブランド化による市場流通支援

物やサービスは図表V. 7. 1のように4つの市場で供給され販売される。その市場を形成する要因は①生産者の数、②参入の難易度、③製品差別化（ブランド化）の3要因である。

市場の第1は完全競争市場である。一般の農産物のように生産者が多数で、誰でも生産に参加でき、その生産物は同一であり、ブランド化されていない農産物の市場である。魚沼産コシヒカリなどのような一部のブランド化された米を除いた一般の米などの市場がそれに該当する。完全競争市場の場合、個々の生産者（産地）が直面する需要曲線は水平であり、長期的には価格は図表V. 7. 2の平均費用曲線（ATC）の最低点に落ち着き、ブランド化されず、超過利潤は発生しない。

図表V. 7. 1 4つの市場と市場形成要因

市場	生産者の数	参入の難易度	製品差別化	例
完全競争市場	多数	容易	なし	一般の農産物など
独占的競争市場	多数	容易	あり	牛肉、高級レストランなど
寡占市場	少数	困難	あり	自動車、ビールなど
独占市場	一社	非常に困難	なし	電気、ガスなど

資料：甲斐論「わが国の産地銘柄牛肉ブランド化の現状と課題」日本食肉消費総合センター
『わが国の産地銘柄牛肉ブランド化の現状と課題』2011年より作成。

市場の第2は独占的競争市場である。神戸牛などのようにブランド化された農産物の個々の生産者（産地）の直面する需要曲線は右下がりになっている。「右下がりになっている」と言うより、ブランド化により需要曲線を「右下がりにした」と言う方が適切である。個々の生産者（産地）の直面する需要曲線を右下がりにしたので、一面では「独占的」と言われるが、他方完全な独占でないので生産者（産地）が多く、参入も容易であるので「競争」が激しい。そのため独占的競争市場と呼ばれる。

市場の第3は寡占市場である。生産者は少数で、参入は困難で、製品はブランド化されている。自動車業界やビール業界がそれであり、寡占企業はトヨタなど少数である。

市場の第4は独占市場である。生産者は一社で、参入は非常に困難で、製品には比較対象がないので、ブランド化される必要がない。電気業界やガス業界がそれである。牛肉をブランド化し、競争者が少ないときは独占的競争市場で販売することになるので、

生産者（産地）は図V. 7. 2のように利潤を獲得することができる。

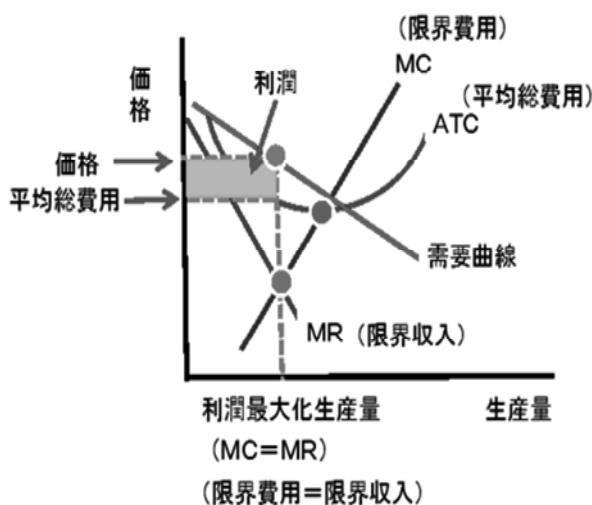
もし、わが国がTPPに加入すれば、米国や豪州から牛肉が、ベトナムから米が輸入されてくるが、それに対抗するにはわが国の牛肉や米をより強くブランド化し、輸入牛肉とは明確に差別化する戦略を強力に展開していくことが重要である。「前門の虎」、「後門の狼」に対抗するために、わが国の牛肉や米をより明確にブランド化し、競争力を強化する必要がある。

（2）農産物の輸出促進支援

農林水産省は、農林水産物の輸出を促進し、平成29（2017）年までに1兆円水準を目指してきたが、リーマンショック以降、減少に転じた。

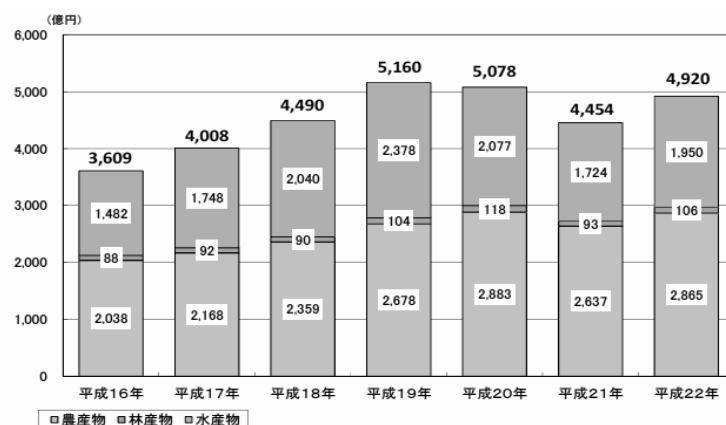
しかし、平成21年（2009）年秋以降、増加傾向に回復し、平成22（2010）年には4,920億円になった（図表V. 7. 3）。

図表V. 7. 2 ブランド化による競争力強化



資料：甲斐論「わが国の産地銘柄牛肉ブランド化の現状と課題」日本食肉消費総合センター『わが国の産地銘柄牛肉ブランド化の現状と課題』2011年より作成

図表V. 7. 3 わが国の農林水産物輸出動向



資料：農林水産省農産物輸出入統計より。

だが、平成23（2011）年には東京電力福島第一原子力発電所の事故を受けて、多くの輸出する先国が各種規制を採用したため、大幅に輸出が減少した（図表V. 7. 4）。

総輸出額は2.7%の減少であったが、農林水産物は8.3%減少し、特に畜産品は21.9%も減少した。畜産品減少の主因は中国が輸入していた粉乳等の酪農品であり、逆に牛肉だけは2.4%の増加しており、高級和牛などは海外で強い需要があることが判明した。九州には佐賀牛、宮崎牛などブランド和牛があるが、近年、博多和牛も脚光を浴びており、これの輸出促進を支援すべきであろう。

図表V. 7. 4 東日本大震災前後の農林水産物輸出の変化

(単位：億円、%)

	平成22年	平成23年	前年増減率
総輸出額	673,996	655,551	△2.7
うち農林水産物計	4,920	4,513	△8.3
うち農産物計	2,865	2,652	△7.4
うち畜産品	395	309	△21.9
うち牛肉	34	35	2.4
うち酪農品	154	56	△63.4
うち農産品	2,467	2,341	△5.1
うち林産物計	106	123	16.5
うち水産物計	1,950	1,737	△10.9

資料：農林水産省農産物輸出入統計より作成。

海外の規制措置緩和による輸出拡大には、海外のメディア等を活用した情報発信に加え、輸出先国・地域の一般消費者等に対しても直接働きかけることが重要である。特に、東日本大震災後も輸入を増加させているベトナム、タイ、豪州、フィリピンにおいて、一般消費者等に対し、試飲食や料理デモ、実演販売等による直接的なプロモーションを実施し、

需要を喚起することが重要である（図表V.7.5）。

図表V.7.5 農林水産物の輸出先（2011年）
（単位：億円、％）

輸出先国	輸出額	割合	前年増減率
香港	1,111.4	24.6	△8.1
米国	665.8	14.8	△2.9
台湾	590.7	13.1	△3.0
韓国	406.0	9.0	△12.0
中国	358.6	7.9	△35.4
EU(27カ国)	246.2	5.5	△0.4
タイ	237.7	5.3	12.3
ベトナム	196.8	4.4	27.0
シンガポール	140.9	3.1	2.1
フィリピン	61.8	1.4	3.7
豪州	59.3	1.3	11.2
マレーシア	49.8	1.1	4.8
オランダ	48.6	1.1	3.3
ドイツ	44.2	1.0	△2.3
インドネシア	40.3	0.9	△10.1
ガーナ	9.6	0.2	1,295.8

資料：農林水産省農産物輸出入統計より作成。

福岡県では、早くから農産物の輸出に取組み、平成4（1992）年から13（2001）年度までは香港でアンテナショップを展開し、平成14（2002）年度から、香港で商談会を開催し、台湾では量販店で試食販売などを実施した。さらに平成16（2004）年度～19（2007）年度には、香港、台湾で販路拡大努力をし、シンガポール、タイ、米国、欧州などで販路拡大を図り、平成20（2008）年度には農林水産部内で輸出促進室を開設するなど、福岡県は他の自治体に比較して早くから農産物の輸出に取り組んできた。

平成22（2010）年の農産物の輸出を20億円にする目的を持って施策が展開されて来たが、現実には輸出額は伸び悩みの状態である（図表V.7.6）。

その中であって、イチゴのあまおうは輸出数量を伸ばしてきており、平成15年の1.4トンから平成22年度には74.2トンに増加している。今後ともブランド品である、あまおうを中心としたイチゴの輸出を、円高の状況ではあるが、促進していくことが重要で、そのための支援が必要である。

図表V.7.6 福岡県における農産物輸出金額の推移

（単位：億円、t、％）

	平成15年度	16	17	18	19	20	21	22	前年度増減率
農産物：金額	2.0	4.2	6.1	8.2	10.4	10.5	10.8	10.5	△3.0
あまおう：数量	1.4	23.4	40.0	51.7	70.4	65.2	72.8	74.2	1.9

資料：福岡県提供資料より作成。

（３）農産物直売所の活性化支援

平成 22（2010）年 3 月現在、福岡県内には 215 カ所の直売所があり、総販売額は 317 億円と推計されている。そのうち、1 億円以上の販売額がある直売所は、75 カ所である。農産物直売所には、①販売額向上による地域経済活性化機能、②生産者と消費者の直接交流機能～情報の非対称性解消～、③食料の自給率向上機能、④フードマイレージ短縮機能（物流エネルギーと CO2 の削減機能）、⑤新鮮さを防波堤にしたセーフガード機能、⑥社会化されなかった資源の社会化機能、⑦グリーンツーリズムのための都市農村交流センター機能、⑧食育推進機能、⑨生産者の身体的健康増進機能（医療費削減機能）、⑩生産者の精神的健康増進機能、⑪消費者をもてなす機能がある。

農産物直売所には多くの消費者が朝早くから来ており、特に週末の農産物直売所は賑わっている。筆者の実施した消費者アンケート分析によれば、次式のように、県内のある農産物直売所で販売されている野菜の総合評価は、価格、品揃え、品質などが要因となって、高い評価を得ていた。

$$\begin{aligned} \text{野菜の総合評価} = & 0.2675 + 0.1518 \text{鮮度} + 0.1855 \text{品質} + 0.1836 \text{品揃え} + 0.2799 \text{価格} + 0.1345 \text{安全} \\ & (2.5492) \quad (3.3322) \quad (5.6069) \quad (10.3476) \quad (3.7867) \\ & R^2 = 0.7364 \end{aligned}$$

また、筆者の実施した生産者のアンケート調査によれば、生産者が、農産物直売所に自分の生産物を出荷して、「人生を楽しい」と感じる割合が高いことが計量的に判明したが、これは農産物直売所への出荷が、経済的に豊かになるだけでなく、人とのふれあいや自分の生産物に自分で価格を決めて出荷できるという自己実現を実感できるからであろう。直売所の隆盛の一因として、生産者が感じる非価格要素の重要性を認識すべきである。

福岡市内にも 5 カ所の福岡市農業協同組合が運営する農産物直売所（博多じょうもんさん）があり、また量販店内で販売するインショップが 3 カ所あり、いずれも活況を呈している。今後とも消費者と生産者に対してホスピタリティ機能がある農産物直売所の開設、運営を支援して行くことが必要である。

8. むすび

本章では、わが国と福岡県、福岡市の農業構造について概観し、政府が今後展開しようとしている農政を批判的に検証して、5 年間で農業経営規模を 10～15 倍に拡大することは困難であるが、現在、グローカルに経営している先行事例を参考に大規模経営の展開条件を吟味することの重要性を指摘した。

さらに日本の技術移転を受けて中国で高級牛肉を生産している企業を分析し、中国から高級牛肉が輸出される可能性もあることを明らかにした。また、TPP に加入しているベトナムからジャポニカ米が輸入されてくる可能性も指摘した。

そのような内憂外患の状況の中で、福岡県、福岡市の農業支援としては、農産物のブランド化による市場流通の活性化、農産物の輸出、農産物直売所の支援の 3 つが重要である

ことを指摘した。

参考文献

- ・ 甲斐論（2008）『食農資源の経済分析』農林統計協会。
- ・ 甲斐論編著（2011）『食品流通のフロンティア』農林統計出版。
- ・ 甲斐論（2012）「T P P と肉用牛産業」『週刊農林』第 2139 号。
- ・ 甲斐論（2012）「ベトナムにおけるコメ需給の現状と課題」『中村学園大学流通科学研究所報』第 6 号。

第Ⅵ章. 福岡・九州における医療観光展開の可能性

ー医療ツーリズム 中国市場実証分析をもとにー

山口大学大学院経済学研究科教授

羽生 正宗

1. はじめに

世界的にみてアジアは有数の医療ツーリズムの目的地である。

我が国でも、2010 年、政府の「新成長戦略」において医療ツーリズムが国家戦略プロジェクトの一つとして位置付けられ、戦略的な医療ツーリズム関連産業の育成ならびに医療ツーリストの誘致に向けた取組が進められている。

そのような中、我が国においてインバウンド医療サービスの提供を考えた場合、アジアへの玄関口に位置する福岡・九州は、アクセス、医療資源、観光資源などすべての面で国内最有力地域と言える。

医療ツーリズムの潜在的な需要としては、特に中国、ロシア、中近東の富裕層が多く、彼らは、我が国の最先端の MRI、エックス線装置、内視鏡の治療、人間ドッグといった医療サービスを望んでいる。

中でも、中国では経済発展に伴う所得水準の向上により、富裕層を中心として、海外での「医療観光」に対するニーズが高まりを見せていることから、今後の我が国への誘客にも期待がもてる。

そこで、本章では、上述した背景や現状をふまえた上で、2010 年度に山口大学大学院経済学研究科 羽生研究室において実施した、「医療ツーリズム中国市場実証分析」の調査結果をもとに、福岡・九州における医療ツーリズムの導入・拡大の可能性を検証し、今後の方向性について検討、考察し、提示を行う。

2. 中国の富裕層に照準

観光庁では、観光立国推進戦略会議の提言において 2020 年代に年間訪日外客 2,000 万人の実現を目指すとしている。訪日外客 2,000 万人時代のイメージとして、中国人が 2008 年の 100 万人から 600 万人へと約 6 倍に増加。その他アジアも 138 万人から 330 万人に 2.4 倍程度増加することを想定するなど、アジアが重要なターゲットと認識されており、特に中国人の訪日に期待している。（図表 1 参照）

日本の医療・健診等をアピールできれば、訪日のきっかけづくりになる。インバウンド医療ツーリズムの試みとしては、中国人を意識するのは当然の流れであり、医療のみで完結するのではなく、観光とセットで考えるような視点が重要になると見ている。

図表 1. 訪日外客 2,000 万人時代の訪日客の状況（単位：万人）観光庁資料より作成

対象国・地域	2008 年実績	%	2020 年想定	%
韓国	238	28.5	400	20.0
台湾	139	16.6	200	10.0
中国	100	12.0	600	30.0
その他アジア	138	16.5	330	16.5
欧州	89	10.7	210	10.5
北米	97	11.6	170	8.5
オセアニア	28	3.4	50	2.5
中南米	4	0.5	30	1.5
アフリカ	2	0.2	10	0.5
計	835	100.0	2,000	100.0

中国側で医療観光をあっせんする「優翔国際」（本社・北京市）は「日本が中国人の個人旅行の条件を緩和することで、北京や上海などに限らず、より多くの人々が日本の先進医療を受けられるようにしてほしい」としている。

3. 中国消費者実態調査分析

2010 年 11 月、山口大学大学院経済学研究科 羽生研究室では、政府による医療ツーリズムの中国をターゲットとした推進を視野に入れ、より実践的に、我が国のインバウンド医療サービスの利用者となる中国の富裕層を対象とし、我が国における医療観光、医療サービスの利用意向度・ニーズ・課題や利用の条件などの調査を実施した。

本調査分析では「1.わが国の医療観光の方向付け」を行うと共に、調査の中で、対象者が想定する支出額も聴取し、それを原単位とした「2.わが国経済への波及効果のシミュレーション」を行うことにより、中国における拡大の課題・必要度の関係から、医療ツーリズムの促進要因を探り、今後の我が国の医療ツーリズムの導入に役立たせることを目的としている。

調査概要

調査目的：中国の医療観光認知者において、海外への医療観光の実施意向の程度と意向理由を明らかにし、更に、意向者において、実際に実施した場合の、想定する内容や滞在国での医療サービス以外の想定消費金額を明らかにする。

また、上記消費金額を原単位として需要推計・経済波及効果の試算を行う。

調査対象：北京市・上海市・広州市・重慶市に居住する 20 歳～59 歳、個人年収 3 万元以上の男女個人。（2011/01/26 レート・1 元=12.48 円）

条件：医療ツーリズムの認知者（スクリーニング設問に対して「医療ツーリズムを知らなかった」と回答した人は対象外とした。）

サンプル設計（回収）： サンプル数は 4 都市それぞれ 20 代～50 代の男女より、合計 1,000 人である。

なお、下記、図表 3 の Q2～Q14 の医療観光実施時の想定設問は、医療観光非意向者を除外しているため、集計対象は 928 名に絞られている。

図表 2. 中国 WEB 調査サンプル数 （単位：人）

	計	20 代	30 代	40 代	50 代
合計	1,000	351	365	224	60
北京・男性	150	45	40	48	17
北京・女性	100	30	24	32	14
上海・男性	96	30	34	24	8
上海・女性	154	46	82	21	5
広州・男性	109	53	33	19	4
広州・女性	141	41	49	49	2
重慶・男性	164	70	71	16	7
重慶・女性	86	36	32	15	3

調査方法： WEB 調査

調査実施時期（実査期間）： 2010 年 11 月 18 日～11 月 24 日

集 計： 本調査で回収したサンプルの都市別・性別・年代別構成は、母集団人口でのそれとは異なり、加えて、本調査は医療観光認知者（名称認知以上）を調査対象としているため、本調査結果の合計値が医療観光認知母集団での数値として推測可能なように重み付き集計（ウェイトバック集計）を行う。

図表 3. 調査項目：調査項目は以下の 17 問

Q1	医療観光の認知の有無
Q2	医療観光の利用意向
Q3	医療観光の利用目的
Q4	医療観光の最も大きな目的
Q5	医療観光で行きたい国
Q6	医療観光で最も行きたい国
Q7	医療観光を行う期待や理由として同意される気持ちの程度
Q8	医療観光を利用する場合の日程
Q9	医療観光をする場合の同行者
Q10	滞在期間中の一日当りの一人分の滞在費
Q11	滞在費の各項目（宿泊・食事・移動交通・入場料等）への振り分け
Q12	想定されるお土産代
Q13	医療観光をする方法

Q14	医療観光を実施する場合の時期
Q15	医療観光が普及するための課題として同意される気持ちの程度
Q16	日本へ観光旅行をする場合にしたいこと
Q17	日本の中で行ってみたいエリア

4. 中国の一般消費者における医療観光の浸透状況

(1) 医療観光の実施意向国

まず、もし、医療観光を実施する場合、何処に行きたいかについて尋ねた結果、第1位が「シンガポール（64%）」であり、次いで「日本（60%）」「米国（53%）」であった。4位の「韓国（45%）」までの国では、4割以上の利用意向を持っているのに対し、5位以下は1～2割程度に留まっているのが分かる。（図表4参照）

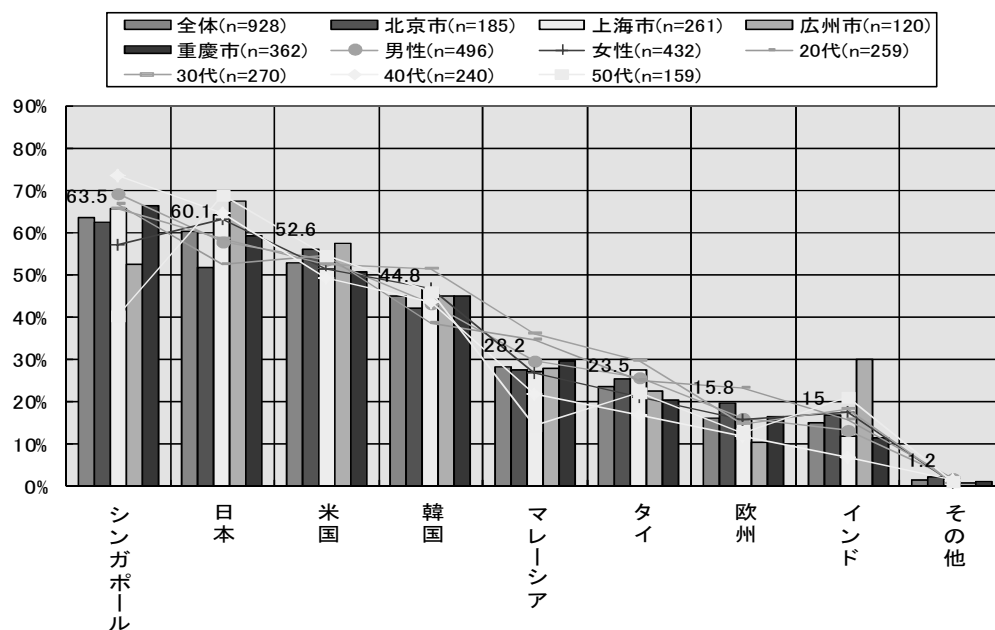
また、基本属性別の傾向を見てみると、まず、都市別では、上位3カ国は、北京市では、「シンガポール」「米国」「日本」の順に、また広州市では「日本」「米国」「シンガポール」の順に、上海市と重慶市では、全体と同じ順位となっている。

性別で見ると、男性は全体と同じだが、女性の場合「日本」を最も行きたい所として選択しており、次いで「シンガポール」「米国」の順となっている。

さらに年代別では、20代では、「シンガポール」「米国」「日本」だが、「韓国」の割合が低く、「マレーシア」「欧州」が高い。30代では、全体と同じだが、「韓国」「マレーシア」「タイ」が高い。40代は、全体と同じだが、「マレーシア」「タイ」「インド」が低い。50代は「日本」「米国」「韓国」がトップ3で、「インド」が高く、「シンガポール」「マレーシア」が低くなっている。

図表4. 医療観光で行きたい国

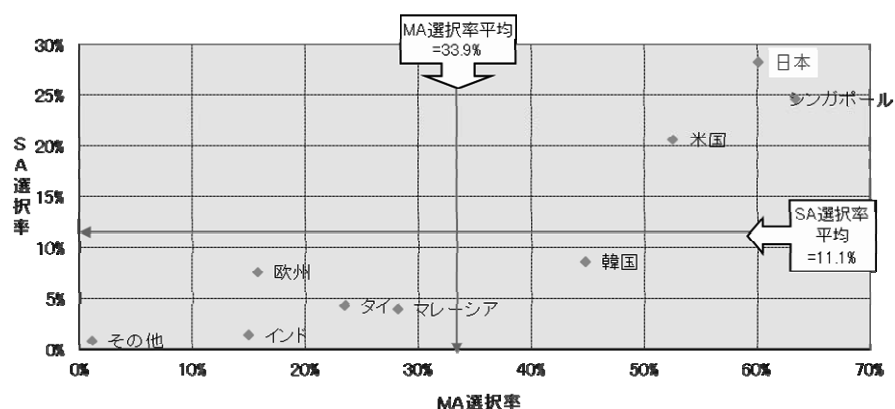
Q5. 医療観光で行きたい国



（２）医療観光意向先としての日本の位置づけ

医療観光を非常に利用したい意向者の意向国については複数回答（MA・行きたい国）ではシンガポールに次ぐ２位であり、単数回答（SA・最も行きたい国）ではトップの位置にある。シンガポールと拮抗するものの、そのポテンシャルの高さが窺える。（図表５参照）

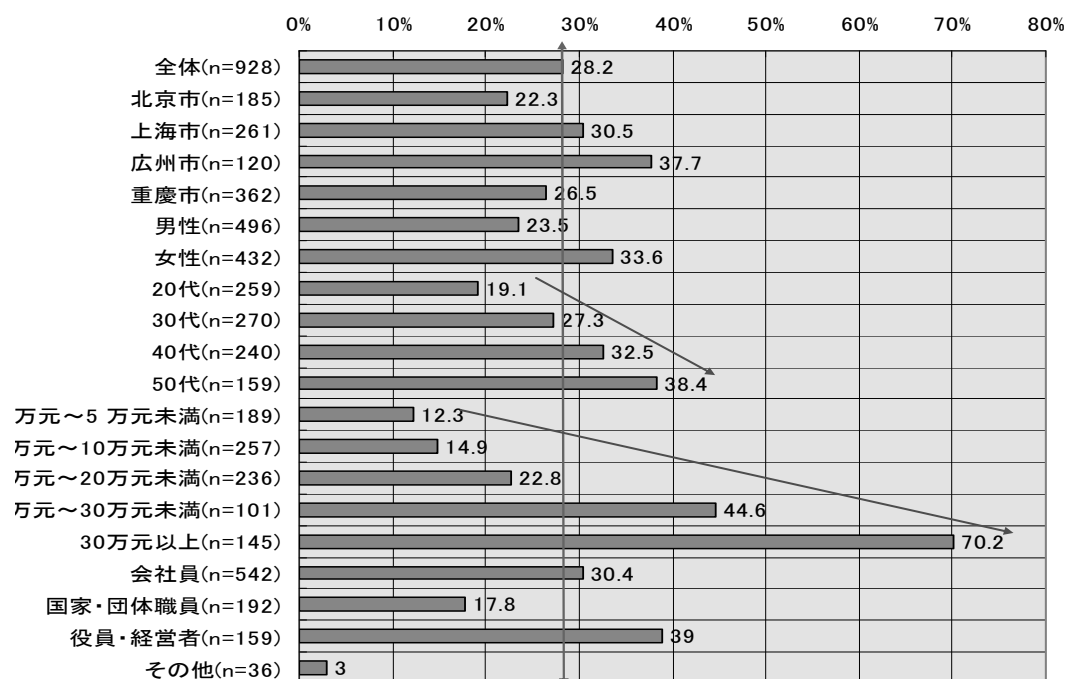
図表５．Q5.医療観光意向先としての日本の位置づけ



また、最も行きたい国として日本を選択した率は、「広州市」であり、年代は 50 代と
いった「高齢層」、また所得については 30 万元以上の「高所得層」で「役員・経営」層
において高い値を示している。（図表 6 参照）

このように日本に好感を持つ層を中心とした誘引施策の展開の必要性が窺える。

図表 6．Q6.医療観光で最も行きたい国・日本選択率



（３）医療観光実施時の想定滞在費（１日・一人）総額

医療観光を実施した場合の想定滞在費用を尋ねたところ、「１ 千元～１.５ 千元（１２,４８０～１８,７２０ 円）」がトップであり、上位４ 位が「５００～１ 千元（６,２４０～１２,４８０ 円）」から「２ 千～２.５ 千元（２４,９６０～３１,２００ 円）」までとバラツキが大きかった。（２０１１/０１/２６ レート・１ 元＝１２.４８ 円）

医療観光の想定滞在費用についてその平均で見ると、約 ２ 千元（２４,９６０ 円）となっており、所得階層による差異や、「役員・経営者」ではやや突出して高いものの、都市間や年代、性差などに大きな格差は見られず、比較的穏やかである。（図表 ７ 参照）

図表 ７． Q10.滞在期間中の一日当り一人分の滞在費

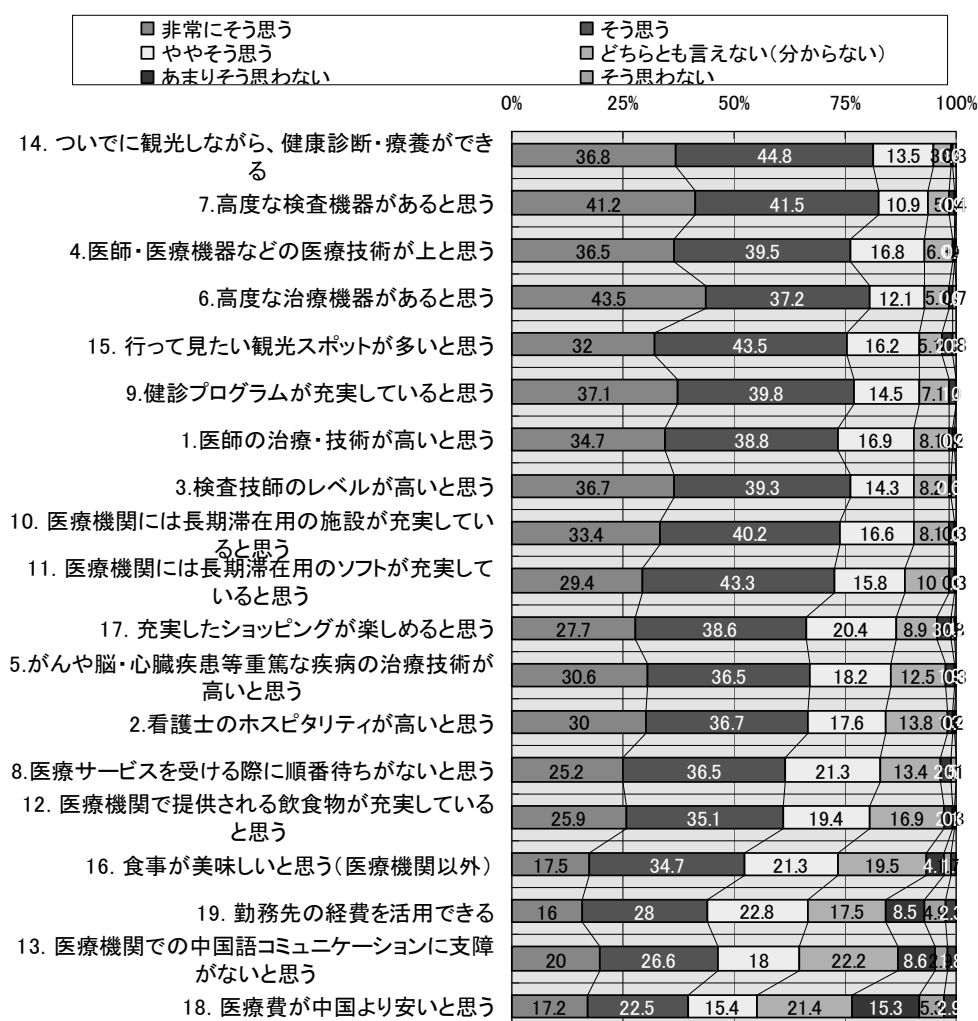


（４）医療観光実施の理由と課題

実施理由

医療観光実施の理由について、「１．医師の治療・技術が高いと思う」「２．看護師のホスピタリティが高いと思う」などといった １９ 項目より選択回答してもらった結果、最も高い支持を得た実施理由は、「７．高度な検査機器があると思う」といった自国以上の先進性への期待が窺われ、次いで「１４．ついでに観光しながら、健康診断・療養ができる」という、気軽なものであり、医療観光実施該当者の裾野の広さが窺える。（図表 ８ 参照）

図表 8. Q7.医療観光を行う期待や理由として同意される気持ちの程度(n=928)

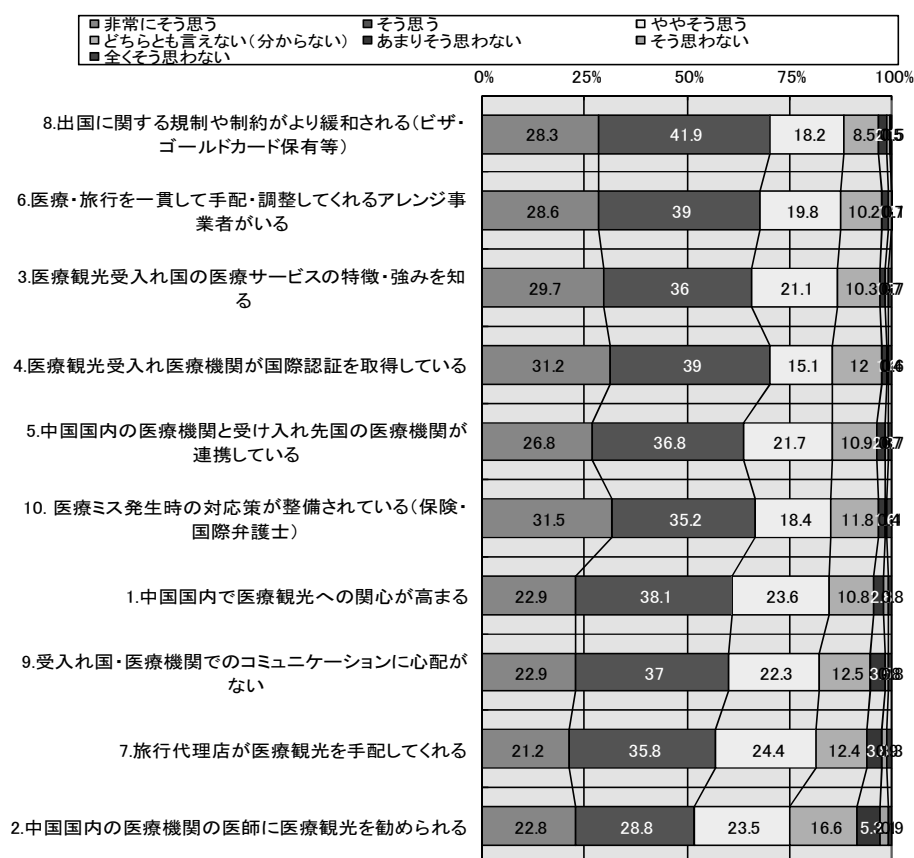


(5)医療観光利用促進の課題

医療観光の利用促進課題として最も上位に挙げたものは「8. 出国に関する規制や制約がより緩和される（ビザ・ゴールドカード保有等）」であり、次いで「6.医療・旅行を一貫して手配・調整してくれるアレンジ事業者がいる」となっており、いずれも中国の国内における問題である。（図表 9 参照）

一方、非常にそう思うと応えた層に着目すると、「10.医療ミス発生時の対応策が整備されている（保険・国際弁護士）」や、「4.医療観光受入れ医療機関が国際認証を取得している」といった受入れ国側の問題であり、医療観光の需要拡大に向けては、中国国内・外両方の課題解決の必要性が窺える。

図表 9. Q15.医療観光が普及するための課題として同意される気持ちの程 (n=1,000)



5. 日本意向者分析

上記中国医療観光調査では、全体で 1,000S、内医療観光意向者 928S の回収を得たが、この中には意向国として、日本を意向しないサンプルも含まれているため、本分析では、日本を最も行きたい国と回答した「日本意向者」262S に着目し、日本意向者の特徴を抽出することを目的として分析を実施した。

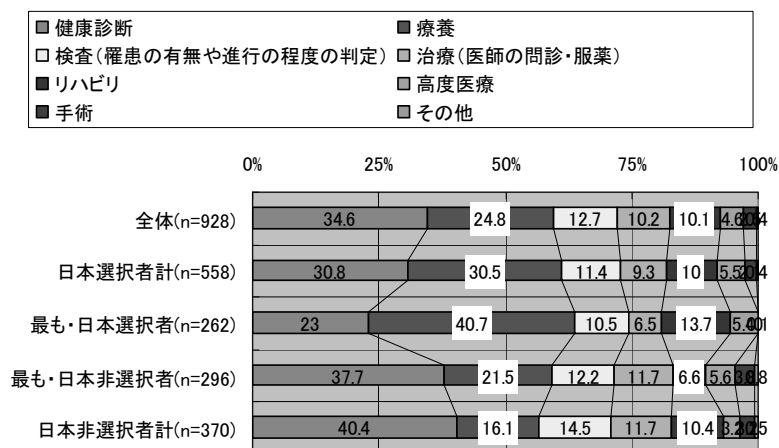
属性

「最も日本に聞きたい」選択者の属性上の特徴は、性別では「女性」であり、年代では「40・50代」、所得では「10 万元～40 万元」の割合が高く、また、就業状況では「会社員」が最も多く「国家・団体職員」の割合は極めて低いものであった。

(1) 医療観光の意向度

日本選択者の医療観光の利用意向度については、「最も日本へ行きたい」選択者の利用意向度は「非常に利用したい」「利用したい」で約 75%を占め他層に比べて顕著に高かったが、その利用目的について見てみると、「最も日本へ行きたい」日本選択者の利用目的は「健診」よりも「療養」の方が高く他層とは異なる傾向であった。(図表 10 参照)

図表 10. Q3.医療観光の利用目的

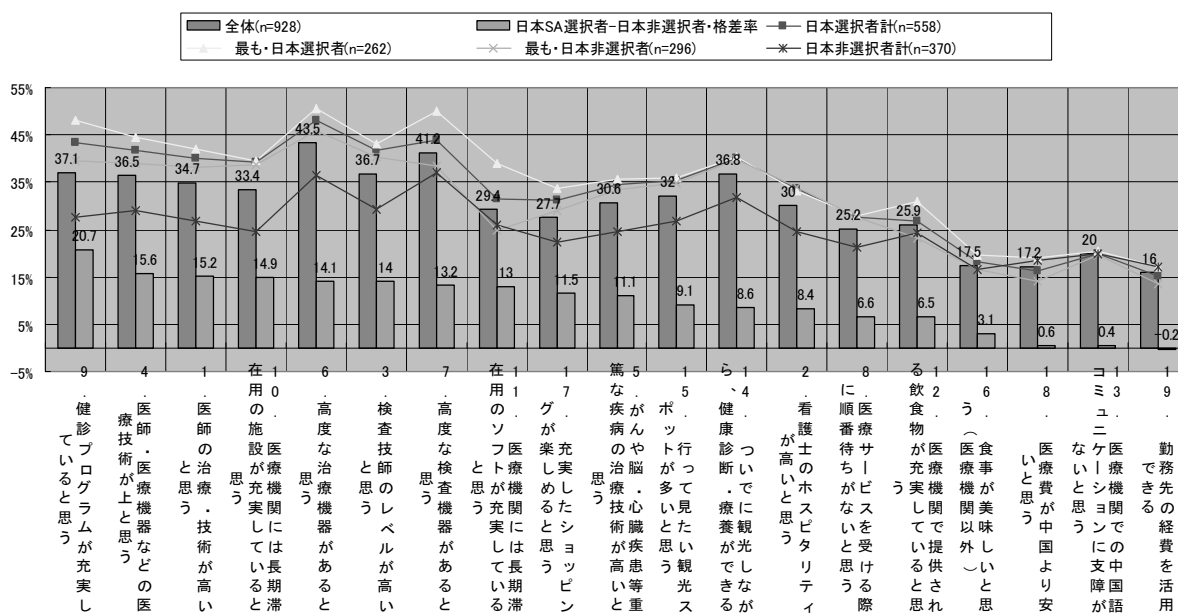


(2) 医療観光実施理由

「最も日本へ行きたい」という日本選択者の医療観光実施理由について見てみると、その意向理由は、「6.高度な治療機器があると思う」「7.高度な検査機器があると思う」が上位2項目であり、また、日本非選択者との格差で見ると、「9 健診プログラムの充実していると思う」が最も高く、以下「4.医師・医療機器などの医療技術が上と思う」「1.医師の治療技術が高いと思う」「10.医療機関には長期滞在用の施設が充実していると思う」は日本非選択層に比べ15%程度高くなっている。(図表 11 参照)

また、全般的傾向として、日本選択者の回答率が(n=558)であるのに対し、非選択者の回答率が(n=370)と日本選択者の回答率が高くなっている。

図表 11. Q7.医療観光を行う期待や理由として同意される気持ちの程度

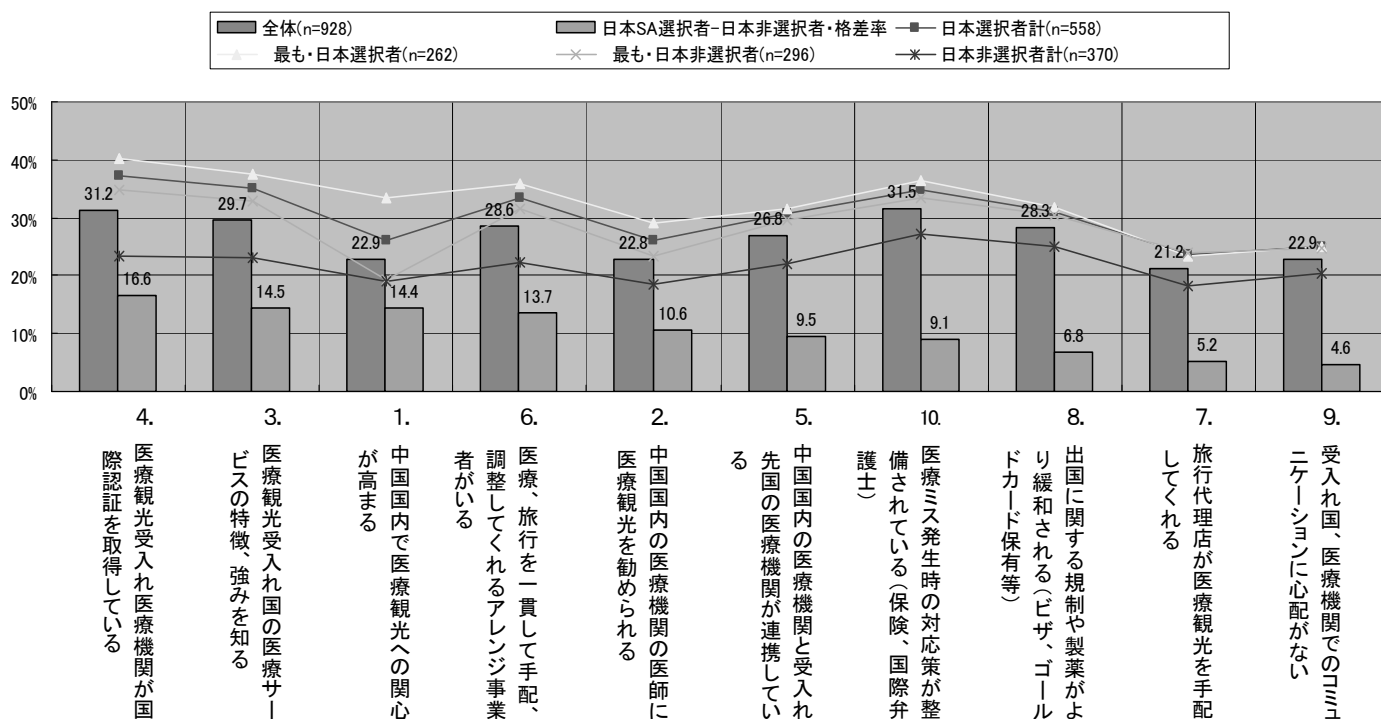


(3) 医療観光普及課題

「最も日本へ行きたい」日本選択者の医療観光普及課題について見てみると、最も日本を選択した人の意向理由の第1位は「10.医療ミス発生時の対応策が整備されている」であり、次いで「4.医療観光受入れ医療機関が国際認証を取得している」「3.医療観光受入れ国の医療サービスの特徴、強みを知る」「6.医療・旅行を一貫して手配・調整してくれるアレンジ事業者がいる」が上位課題となっている。（図表12参照）

また、日本非選択者との格差率を見てみると、「4.医療観光受入れ医療機関が国際認証を取得している」が最も高く、以下「3.医療観光受入れ国の医療サービスの特徴、強みを知る」「1.中国国内で医療観光への関心が高まる」「6.医療・旅行を一貫して手配・調整してくれるアレンジ事業者がいる」「2.中国国内の医療機関の医師に医療観光を勧められる」は日本非選択層に比べ10%を超える高い結果となっている。

図表12. 医療観光が普及するための課題として同意される気持ちの程度



考 察

医療観光意向者において、最も行きたい国として日本を選択した層とそれ以外の層とを比較した結果、以下のことが明らかとなった。

- ① 日本意向者の属性上の特徴としては、「女性」「相対的高齢層」「高所得層」の割合が高い。
- ② 医療観光意向度は、日本意向層の方が他国意向層よりも高い。
- ③ 医療観光の目的は、日本意向層では「療養」が最も高いのに対し、他国意向層では「健診」の方が高い。

- ④ 医療観光実施理由は、日本意向層は他国意向層全般的に回答率が高く、且つ、治療・検査の技術・機器の高度さが強く支持されている
- ⑤ 医療観光普及課題認識は、上記実施理由同様、日本意向層は他国意向層全般的に回答率が高く、且つ、「国際認証」「医療サービスの特徴」「医療観光の認知拡大」「アレンジ事業者」が課題となっている。

以上の結果から、今後、中国からの日本への医療観光誘客に向けては、日本への医療観光誘引のコアターゲットとして「40・50代、女性、年収20万元超、民間会社役員・経営層」が該当し、医療観光意向度は、他国意向層よりも日本意向層の方が高く、日本意向層の実施に向けた真剣度はより高いと考えられ、そうした現状の有利なポジションを生かすべく、早期に誘客に向けた施策の展開が必要である。

また、日本意向層の医療観光の目的は、「健診」よりも「療養」にあり、療養プログラムの開発・整備（例 疾患別・グレード別等）が必要となる。

さらに、日本意向層の医療観光の実施理由は、「治療・検査の技術・機器の高度さ」に関するものが上位理由に挙げられており、療養の中で、そうした高度技術・機器へのニーズへ対応したプログラムの整備が必要である。「健診よりも療養」「高度技術・機器の提供」の実現は結果的に日本の医療観光の特徴の明確化にも寄与するものと考えられる。

したがって、今後、我が国における中国からの医療ツーリズム インバウンドの本格的な導入促進に向けては、日本意向層から、中国人向けには、「高度医療」「先進医療」を日本の強みとして訴求・対応すべきであり、さらに導入を推進するためには、安心・安全の保障である国際認証の取得やアレンジ事業者の整備が必要である。

6. 医療ツーリズム実施意向度と実施理由の相関関係(重回帰分析)

(1) 調査概要

中国における医療観光の実施意向度と実施理由の相関関係を見るために、目的編集を「医療観光実施意向度」、説明変数を「医療観光の実施理由」として、日本への医療観光意向者と非意向者の2層間比較を行った。

(2) 投入変数の概要

■ 目的変数： 医療観光実施意向度

- ・日本意向層と非意向層を比較すると、日本意向層の方が医療観光実施意向が高い。

■ 説明変数： 医療観光実施理由

- ・日本意向層と非意向層を比較すると、日本意向層の方が全般的に回答率が高く、上記実施意向レベルの高さを反映しているものの、評価傾向（パターン）には顕著な差はない。

■ 解析方法： 重回帰分析（ステップワイズ法）

(3) 総当たり法による目的変数と説明変数の関係把握

目的変数と説明変数の関係を把握するために、総当たり法による分析を行った結果、日本意向者では、「Q7.6 高度な治療機器があると思う」「Q7.7 高度な検査機器があると思う」「Q7.15 行ってみたい観光スポットが多いと思う」が欠落し、また、日本非意向者では「Q7.1 医師の治療・技術が高いと思う」「Q7.3 検査技師のレベルが高いと思う」「Q7.4 医師・医療機器などの医療技術が上と思う」が欠落しており、意向層・非意向層間には差異があることが分かった。

また、相関係数上位を占める要因についても、日本意向者においては、「Q7.2 看護師のホスピタリティが高いと思う」「Q7.16 食事が美味しいと思う（医療機関以外）」「Q7.5 がんや脳・心臓疾患等重篤な疾病の治療技術が高いと思う」である一方、日本非意向者では、「Q7.10 医療機関には長期滞在用の施設が充実していると思う」「Q7.17 充実したショッピングが楽しめると思う」「Q7.9 健診プログラムが充実していると思う」が上位を占めており、意向層・非意向層間には差異があることが分かった。（図表 13 参照）

図表 13. 総当たり法による目的変数と説明変数の関係把握

	日本意向者 (n=263)	日本非意向者 (n=559)
Q7.1 医師の治療・技術が高いと思う	8	×
Q7.2 看護師のホスピタリティが高いと思う	1	11
Q7.3 検査技師のレベルが高いと思う	6	×
Q7.4 医師・医療機器などの医療技術が上と思う	12	×
Q7.5 がんや脳・心臓疾患等重篤な疾病の治療技術が高いと思う	3	8
Q7.6 高度な治療機器があると思う	×	13
Q7.7 高度な検査機器があると思う	×	6
Q7.8 医療サービスを受ける際に順番待ちがないと思う	×	×
Q7.9 健診プログラムが充実していると思う	15	3
Q7.10 医療機関には長期滞在用の施設が充実していると思う	5	1
Q7.11 医療機関には長期滞在用のソフトが充実していると思う	14	10
Q7.12 医療機関で提供される飲食物が充実していると思う	9	4
Q7.13 医療機関での中国語コミュニケーションに支障がないと思う	11	9
Q7.14 ついでに観光しながら、健康診断・療養ができる	10	7
Q7.15 行ってみたい観光スポットが多いと思う	×	12
Q7.16 食事が美味しいと思う（医療機関以外）	2	14
Q7.17 充実したショッピングが楽しめると思う	7	2
Q7.18 医療費が中国より安いと思う	4	15
Q7.19 勤務先の経費を活用できる	13	5

(4) ステップワイズ法による目的変数と説明変数の関係把握

上記の結果から、さらに問題のある相関や、検定値の低い変数を落とし、特に課題認識の高く促進要因となり得る有意な変数を選択するために増減法（ステップワイズ法）を用いた重回帰分析を行った。その結果、日本意向者については「Q7.8 医療サービスを受ける際に順番待ちがないと思う」、また、非意向者については「Q7.1 医師の治療・技術が高いと思う」といった符号条件を満たさない要因が存在し、更なる変数選択の必要性があることが分かった。（図表 14、15 参照）

図表 14. 日本意向者 (n=263) [重回帰式] 目的編集 QQ2Mdcl-T 利用意向

説明変数名	偏回帰 係数	標準偏 回帰係数	F 値	P 値	判定	符号 チェック
Q7.2 看護師のホスピタリティが高いと思う	0.1346	0.1864	7.0163	0.0086	[**]	×
Q7.18 医療費が中国より安いと思う	0.0780	0.1616	6.7983	0.0097	[**]	
Q7.5 がんや脳・心臓疾患等重篤な疾病に治療技術が高いと思う	0.1173	0.1507	5.5020	0.0198	[*]	
Q7.19 勤務先の経費を活用できる	0.0606	0.1242	4.5087	0.0347	[*]	
Q7.10 医療機器には長期滞在用の施設が充実していると思う	0.0972	0.1111	3.2002	0.0748	[]	
Q7.8 医療サービスを受ける際に順番待ちがないと思う	-0.0932	-0.1346	4.0485	0.0453	[*]	
Q7.16 食事が美味しいと思う (医療機関以外)	0.0723	0.1075	2.3470	0.1268	[]	
定数項	3.4068					
		0.4667	0.7068			

図表 15. 日本非意向者 (n=559) [重回帰式] 目的編集 QQ2Mdcl-T 利用意向

説明変数名	偏回帰 係数	標準偏 回帰係数	F 値	P 値	判定	符号 チェック
Q7.10 医療機器には長期滞在用の施設が充実していると思う	0.1197	0.1507	7.8387	0.0053	[**]	×
Q7.17 充実したショッピングが楽しめると思う	0.1236	0.1728	14.6702	0.0001	[**]	
Q7.19 勤務先の経費を活用できる	0.0766	0.1409	10.9625	0.0010	[**]	
Q7.9 健診プログラムが充実していると思う	0.1111	0.1321	5.7765	0.0166	[*]	
Q7.1 医師の治療・技術が高いと思う	-0.0806	-0.1009	3.5945	0.0585	[]	
定数項	3.9648					
		0.3503	0.4956			

(5) 符号条件未達変数除外&ステップワイズ法による目的変数と説明変数の関係把握

そこで、日本意向者・非意向者とも、前述の符号条件を満たさない要因を除外し、改めてステップワイズ法で解析した結果、重回帰分析の基礎的要件を満たす良好な結果が得られた。

■ 日本意向者の解析結果評価

5 変数での目的変数に対する影響力は、概ね 70%を超え、「Q7.2 看護師のホスピタリティが高いと思う」と「Q7.18 医療費が中国より安いと思う」が 2 大要因となっていることが明らかとなった。解析精度は重相関係数で 0.48 であり、中程度の関係性があるといえる。(図表 16 参照)

図表 16. 日本意向者 (n=263) [重回帰式]目的編集 QQ2Mdcl-T 利用意向

説明変数名	偏回帰 係数	標準偏 回帰係数	F 値	P 値	判定	符号 チェック
Q7.2 看護師のホスピタリティが高いと思う	0.1252	0.1734	7.0559	0.0084	[**]	
Q7.18 医療費が中国より安いと思う	0.0791	0.1639	7.6863	0.0060	[**]	
Q7.5 がんや脳・心臓疾患等重篤な疾病に治療技術が高いと思う	0.1148	0.1475	5.3087	0.0220	[*]	
Q7.19 勤務先の経費を活用できる	0.0625	0.1281	4.8032	0.0293	[*]	
Q7.10 医療機器には長期滞在用の施設が充実していると思う	0.1020	0.1166	3.5590	0.0604	[]	
定数項	3.2985					
		0.4836	0.7295			

■日本非意向者の解析結果評価

3変数での目的変数に対する影響力は、40%を若干上回る程度で、「Q7.17 充実したショッピングが楽しめると思う」が最大要因となっており、「Q7.10 医療機器には長期滞在用の施設が充実していると思う」にも有意な判定が得られた。（図表 17 参照）

解析精度は重相関係数で 0.33 であり、弱い関係性があるといえる。

図表 17. 日本非意向者（n=559）[重回帰式] 目的編集 QQ2Mdc1-T 利用意向

説明変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	P 値	判定	符号チェック
Q7.17 充実したショッピングが楽しめると思う	0.1248	0.1813	8.1870	0.0046	[**]	
Q7.10 医療機器には長期滞在用の施設が充実していると思う	0.1413	0.1627	6.3454	0.0124	[**]	
Q7.19 勤務先の経費を活用できる	0.0585	0.1025	2.4310	0.1202	[]	
定数項	4.1473					
	0.3246	0.4465				

考 察

重回帰分析実施にあたり、投入変数（医療観光実施意向度・医療観光実施理由）を日本意向層及び非意向層で 2 層間比較した際には、実施意向度において日本意向層の高さが明らかとなったが、実施理由については、2 層間で回答率水準には顕著な違いが明らかとなったものの、回答傾向の違い（2 層間での実施理由の違いの意）は見出せなかった。

しかし、日本意向層・非意向層各々に分けて重回帰分析を行った結果、医療観光実施理由には両層間に顕著な違いがあることが明らかとなった。

日本意向層では、「Q7.2 看護師のホスピタリティが高いと思う」「Q7.18 医療費が中国より安いと思う」「Q7.5 がんや脳・心臓疾患等重篤な疾病に治療技術が高いと思う」の寄与度が強いのにに対して、非意向者では「Q7.17 充実したショッピングが楽しめると思う」の寄与度が強い結果であった。

一方、両層に共通した要因として「Q7.10 医療機関には長期滞在用の施設が充実していると思う」「Q7.19 勤務先の経費を活用できる」が上げられる。

以上の結果から、日本意向層では、医療観光の中で特に医療技術の高さを評価し軸足を置いているのに対し、日本以外の国を意向する層では、観光ツアーの要因に軸足が置かれていることが窺える。

アジア主要国の中でわが国の医療観光は、未だ発展途上ではあるが、日本が他国より「メディカル」イメージを強く持たれていることは評価すべき状況と言える。

日本意向層からは、「重篤疾病の治療技術」が評価されていることから、中国人向けには、「高度医療」「先進医療」を日本の強みとして訴求・対応すべきものと推察される。

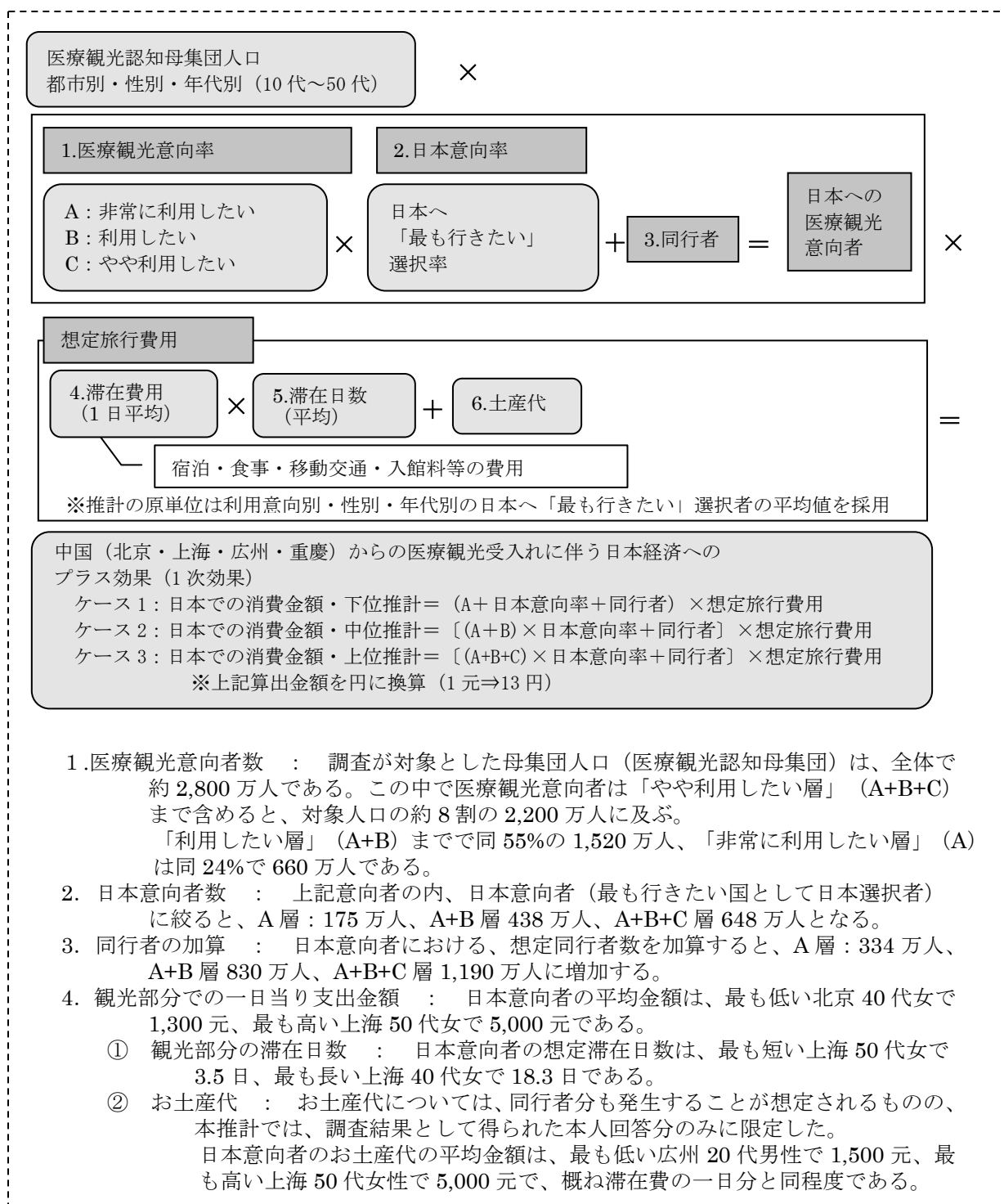
また、「看護師のホスピタリティの高さ」は上記の要因以上に評価されており、質の高い医療と質の高い医療サービスを両輪とすることが他国との差別化となり、中国人に対する医療観光拡大に寄与するものと推察される。

6. 我が国への経済効果分析

産業連関分析による経済波及効果分析（推計）

■推計値の算出方法

上記中国消費者への調査結果より日本への医療観光意向者の滞在期間中の支出金額（医療関係支出以外）を以下のフレームにより算出した。



さらに、上記で算出した中国人の医療観光実施に伴う日本での消費金額

- ・ ケース 1 : 19 億円
- ・ ケース 2 : 48 億円
- ・ ケース 3 : 70 億円

を消費費目別に産業連関表（34 部門・2005 年確報版）に投入することにより、その総合効果について以下のような結果が得られた。

ケース 1

波及効果総括表 (A×a意向者、全国連関表)

需要金額 : 1,991

(単位:百万円、人)

	生 誘 発	産 額	粗 付 加 価 値	誘 発 就 業 者 数
直接効果		3,393	1,665	392
直接+1次波及効果		5,383	2,635	688
2次波及効果		1,562	847	104
総合効果		6,945	3,482	792

ケース 2

波及効果総括表 ((A+B)×a意向者、全国連関表)

需要金額 : 4,781

(単位:百万円、人)

	生 誘 発	産 額	粗 付 加 価 値	誘 発 就 業 者 数
直接効果		8,147	4,013	960
直接+1次波及効果		12,927	6,339	1,672
2次波及効果		3,749	2,053	264
総合効果		16,676	8,392	1,936

ケース 3

波及効果総括表 ((A+B+C)×a意向者、全国連関表)

需要金額 : 6,994

(単位:百万円、人)

	生 誘 発	産 額	粗 付 加 価 値	誘 発 就 業 者 数
直接効果		11,920	5,886	1,409
直接+1次波及効果		18,913	9,291	2,452
2次波及効果		5,488	3,017	394
総合効果		24,401	12,308	2,846

経済波及効果分析結果

北京・上海・広州・重慶 4 市からの医療観光誘引による観光需要について、産業連関による経済波及効果分析を行った結果、それぞれのケースの総合効果は以下のとおりであった。

- ケース 1 の場合の総合効果は約 70 億円である。
- ケース 2 の場合の総合効果は約 167 億円である。
- ケース 3 の場合の総合効果は約 244 億円である。

上記 4 市から得られた結果から、さらに母集団人口を中国全土に引きなおし算定を行った。

	母集団人口	A × a 意向者	(A+B) × a 意向者	(A+B+C) × a 意向者
調査対象サンプル	1,000	63	157	232
本調査対象 4 市を対象とした場合	27,875,000	1,754,000	4,378,000	6,480,000
中国全体を対象とした場合	687,700,000	43,270,000	108,005,000	159,864,000

その結果中国からの医療観光受入れに伴う日本経済へのプラス効果（1 次効果）は、

- ケース 1 の場合の総合効果は 1,713 億円

波及効果総括表

需要金額： 49,106 (単位: 百万円、人)

	生 誘 発 額	産 付 加 価 値 額	誘 発 就 業 者 数
直接効果	83,692	41,413	9,967
直接+1次波及効果	132,798	65,312	17,287
2次波及効果	38,521	21,257	2,871
総合効果	171,319	86,569	20,158

- ケース 2 の場合で 4,276 億円

波及効果総括表

需要金額： 122,572 (単位: 百万円、人)

	生 誘 発 額	産 付 加 価 値 額	誘 発 就 業 者 数
直接効果	208,901	103,393	24,902
直接+1次波及効果	331,473	163,044	43,170
2次波及効果	96,151	53,082	7,194
総合効果	427,624	216,126	50,364

■ ケース 3 の場合で 6,329 億円

波及効果総括表

需要金額 : 181,426

(単位: 百万円、人)

	生 産 額	付 加 価 値 額	誘 発 就 業 者 数
直接効果	309,206	153,048	36,871
直接+1次波及効果	490,631	241,342	63,910
2次波及効果	142,318	78,577	10,653
総合効果	632,949	319,919	74,563

の経済効果が見込まれるものとなった。

今後我が国への中国からの医療ツーリズムの導入は、医療産業のイノベーションに大きく貢献するものであり、今後の新たな医療政策として大いに期待されるものであると考える。

中国の医療は伝統的な漢方医療が主なため、西洋医学的な医療の進歩している日本に比べ、手術後に長期の入院を要するといった事も考えられる。そのため、入院日数短縮を目的として訪日する患者も期待できる。

ただし、国際間での競争となると、医療の提供側としても、質の良い医療行為を安価で提供する事が必要であり、患者などが来日しやすい入国条件や滞在環境等を用意できるかどうかという点が大きな課題である。

7. 福岡・九州における医療ツーリズム 導入・拡大の兆し

我が国の他国に対する圧倒的な強みは、(1)がん治療、(2)心臓外科、(3)消化器系の治療分野であり、先述の分析においても「高度医療」「先進医療」を日本の強みとして訴求・対応すべき結果が得られた。我が国も積極的に自国への外国人患者獲得の動きを強める必要がある。

福岡・九州で先端医療が育つには医療機関や大学間、産学官の連携が重要なカギを握っていると言える。福岡県には大学病院が4カ所あり、大きな基幹病院も多い。また、全国的にも有名な子ども病院・感染症センターがある。佐賀県鳥栖市には「九州国際重粒子線がん治療センター」の開設が予定されるなど、医療機関の数も質も非常に高いレベルの環境が整っている。

それぞれの地域の病院がその特徴を出しながら、最先端医療ネットワークを形成していくことが出来れば、統合的ながん治療、難病治療など最先端医療のクラスターを九州、福岡に構築するきっかけとなる。また、連携により世界の注目に値するような医療技術の成果が挙げられれば、国内だけでなくアジア諸国、さらには世界からも多くの人が九州、福岡での治療を求めてやって来ることが期待される。

九州各県においては、既に地方自治体レベルでの医療ツーリズムへの取り組みが活発化してきている。以下は各県の取り組み状況をまとめたものである。

県名	取り組みの状況
福岡県	・福岡県の「福岡・アジア新時代創造特区」では、福岡を「アジアの高度医療、健康、癒し拠点」と位置付け、医療の国際化という視点から検討が進められている。 - 推進委員は6大学（2歯科大含む）の病院長、医師会、病院団体等である。 ・東南アジアを含め世界中から患者を受け入れている北九州市の小倉記念病院は、国内だけでなく海外の富裕層の患者にも対応できる約200㎡の特別室も備えている。 ・福岡県が提唱している「福岡・アジア国際戦略特区」では、アジア健康拠点の形成として、 ・中国富裕層をはじめアジアの人々に本県医療を提供するため、多言語で対応する高度医療機関の整備を行う ・アジアの高齢化に対応する「ふくおか健康未来都市構想」（福岡市・アイランドシティ）を推進する。 と謳っており、これまで、 ・多言語対応高度医療機関整備のため官民による検討会を発足させ、アジアに提供する高度な医療分野や受入体制について検討 ・NPO 法人「アジアン・エイジング・ビジネスセンター」を設立し、急速に高齢化するアジアに対して、日本の経験を活かした高齢化対応人材育成・ビジネス展開を推進 ・海外からの高齢者関連施設視察の積極的な受入（平成 21 年度 265 人）を行っている。 ・高度医療を求める中国の富裕層らを積極的に受け入れるため、受け入れ窓口として「アジア医療サポートセンター」を設置。国が来日しやすい病気治療目的の医療滞在査証（医療ビザ）を新設したことを受け、アジアに近い立地を生かそうとの考えである。 ・福岡市と釜山市で超広域経済圏の実現を目指し、両市間の医療観光や高度医療などの相互協力体制の構築に関する申し合わせを行っている。

佐賀県	・佐賀県鳥栖市に2013年春の開設が予定されている「九州国際重粒子線がん治療センター」は九州各県の大学病院や医療機関が連携し、患者の治験を通して医療技術を高めていく施設を目指している。新鳥栖駅前に兵庫以西で初めて炭素線治療する「九州国際重粒子線がん治療センター」ができ、他国からも来患できるような仕掛けを考えるプロジェクトが進んでいる。
長崎県	・長崎市が2008年度から、がん検診を目玉とした観光誘致の実証実験としてナガサキ・ウェルネス・ポート推進協議会のもと、主に中国人を受け入れる等の事業を実施していたが、2009年度で事業が終了したことに伴い、その受け皿として「メディカルツーリズム推進協議会」を発足。 2010年5月16日に設立総会が開催され、10月23日に第2回協議会が開催、 「中国人観光客の現状について」、「中国観光ビザの動向と代理店の動き」、「具体例の提示」、「韓国におけるメディカルツーリズムの取り組み」、「県内における医療提供についてのアンケート報告」等の報告がなされた。 ・長崎市では2010年1月29日－2月1日、検診に観光を組み合わせたツアーの実証実験を行い、上海から9人が参加した。 事業の推進役を担ったのは、市や国際観光コンベンション協会、市商工会議所、医療系ベンチャー「アンドメンタル」などで構成する「ナガサキ・ウェルネス・ポート協議会」。 ツアー参加者からの評価は前向きなものが多く、実証事業を受けて同市では、検診ツアーを本格的にスタートさせ、今後、九州地方の他県の医療機関にも連携を呼び掛けることも検討している。 ターゲットは、個人ビザが昨年解禁された中国の中堅ビジネスマンや富裕層。参加費には50万－60万円程度を想定している。ほかの検診ツアーとの差別化を図るため、日本の経済や金融の最新事情を学ぶ「ビジネス研修」をプランに組み込むという。 ・長崎県佐世保市の大型リゾート施設ハウステンボスが2010年、滞在型の医療観光施設「ホリスティックセンター ザ・ソアラ」をスタート。提供するの西洋医学による一般的な現代医療ではなく、西洋医学と東洋医学などを組み合わせた「統合医療」である。
熊本県	・2010年3月に「医療観光」について、医療関係者や旅行業者等による検討会が設置された。 ・医療観光の推進については、医療関係者や旅行業者等と専門用語に対応

	できる通訳の確保や検診後のフォローアップ体制の課題について精力的に検討中。モニターツアーの実施などにより受け入れ体制を進め、本格的な医療観光の確立を目指している。 また、医療の専門用語に対応できる通訳の確保も大きな課題として認識しており、当面は、医療観光ツアーを運営する旅行会社の人的ネットワークを活用し、医療分野や大学等の関係機関との連携による対応などを検討し、適切に対応するものとしている。 ・ 本県の県議会・行政は、医療観光を推進する姿勢であり、医療観光に向けた体制の整備などを促進する方向である。 熊本が持つ充実した医療体制や観光ニーズの高まりを背景に、医療関係者や旅行業者等による検討会を設置し、モニターツアーの実施に向け専門用語に対応できる通訳の確保や検診後のフォロー体制などの課題について精力的に検討を行っている状況である。
大分県	・ アジアの医療拠点として大分県・宮崎県による産官学連携構想案が県知事より公表された。「研究開発」の産学官の連携と「医療産業」の産業研究会の立ち上げ、その後「医療技術人材育成」のトレーニングセンターの設置、そして「医療」の拠点づくりの順に進行する予定としている。 ・ 2011年11月6日東九州地域医療産業拠点構想推進大会を別府市で開催。（宮崎では既に11月3日に延岡市で開催済み。）日本全国、アジアにむけて情報発信する。 ・ 2012年12月に大分県・宮崎県の申請した「東九州メディカルバレー構想特区」が政府の総合特区に認定され医療産業の拠点化を推進している。
宮崎県	・ 宮崎県は上記同様だが、産官学連携構想案宮崎県では県別研究会に宮崎県医師会や宮崎県福祉保健部医療薬務課・健康増進課が加わっているが、大分県は産業振興のかたちで進んでいる。医師会が入っていないが、県医療政策課も薬務室がオブザーバーとしての参加となっている。 ・ 2012年12月に大分県と共同申請した「東九州メディカルバレー構想特区」が政府の総合特区に認定され医療産業の拠点化を推進している。

鹿児島県	・2010年、指宿市のメディポリス医学研究財団が同市東方のメディポリス指宿内に建設を進めていたがん粒子線治療研究センターが完成。同センターは、粒子線を使い、がんを切らずに治療する九州で初の施設である。施設には回転しながら患者に陽子線を照射する回転カントリー3基が設置され、地下1階地上2階建て延べ床面積約6千平方メートル。今後、「医療と癒しの一大拠点」として国内客はもとよりアジア地域からの客誘致を強く働きかける。 ・鹿児島県指宿市では地元ホテルの経営者が中心となり、健康をキーワードに砂むし温泉と食事、運動による新しいビジネスモデルの実証実験に取り組んでいる。また、行政をはじめ、鹿児島大学医学部や鹿屋体育大学、医師会、栄養士会など健康増進に取り組む産学官を巻き込み、鹿児島県健康保養地域活性化協議会を立ち上げて内閣府の「地方の元気再生事業」に「平成版IT湯治」として応募、2008年7月に採択された。ビジネスモデル特許も取得し、市内10件のホテル・旅館が参加、砂むしを中心とした保養滞在型観光地として発展を目指している。 その仕組みは、ホテル・旅館でベルト型の小型心電モニターを借り、胸部につけて保養滞在を楽しむ。行動中のストレス変化が30分間隔で記録され、インターネットでIT湯治データセンターに送信される。その変化はパソコンの画面で見ることができし、専門家のアドバイスも受けられる。 このIT湯治に、「がん粒子線治療研究センター」が加わる。鳥栖市の重粒子線がん治療に対し、こちらは陽子線を活用した治療施設である。標準的な陽子線の照射回数に伴う治療期間は1週間から5週間であり、健康増進サービスに加え、医療ツーリズムの可能性は大きい。
沖縄県	・沖縄県観光商工部が実施主体となり、医療ツーリズム促進事業を展開。事業期間は平成22年度～24年度の3ヶ年（平成22年度事業費：48,306千円）。沖縄の多様な観光資源と検診や健康増進サービス、治療等を組み合わせた特色ある医療ツーリズムのあり方を明らかにするとともに、その実現戦略を構築することを目的としている。 ・2010年度、医療ツーリズム戦略検討委員会を設置し、下記の取り組み等を行いつつ、そのあり方の検討を進めている。 ・国内外の政策や先進地の取り組み、市場状況等の整理 ・国外からの医療等を目的とする旅行者の受入体制を検討 ・モニターツアーの発地候補地の選定、当該市場の特性を踏まえたモデルプランの検討 ・現地キーマン招聘によるモデルプラン検証

	沖縄観光の新たな独自性のある旅行メニューとして確立することにより、観光客の多様化に貢献するとともに、健康保養サービスの活性化や県内医療サービスの多様性の確保を目指している。 ・沖縄県福祉保健部との連絡会議の中で、県は新たな沖縄振興に向けた制度提言として「医療特区制度の導入」も考えている。 ・医療と観光の融合で新産業創出を目指す産学官連携の万国医療津梁協議会は、医療や観光関係者でつくるミッション団を中国・北京市に派遣し、沖縄の医療観光を現地メディアや観光関係機関に売り込んだ。 ・政府は沖縄県を訪問する中国人個人観光客向けに、最大90日以内なら何度でも訪日できる「数次ビザ」を2011年7月から発給している。数次ビザは、これまで商用目的や医療滞在ビザで発給されていたが、観光ビザでは初めての取組みである。沖縄振興とともに、東日本大震災後に激減した中国人観光客の呼び戻しをはかることを目的としている。対象は十分な経済力を有する富裕層やその家族を念頭に置いている。
--	--

8. おわりに 福岡・九州における医療ツーリズムの可能性

2010年12月に小倉駅新幹線口北側に移転開業した小倉記念病院（北九州市）は、アジア(特に中国)、アラブ諸国の富裕層をターゲットに、658床のうち個室を278室確保しており、しかも、1病室200㎡(普通のマンションの2戸分位)で1泊数十万円の個室まで用意し、年間4,000例の心臓疾患手術のうち半分は外国人を対象にしている。手術を受けた外国人患者は、手術後数時間で外出もでき、したがって、手術の後には観光での外出も可能である。

移転により新幹線口という好立地を得て、利便性が増し、既に各国から多くの患者が来院している。

高度医療の症例数が確保されることにより、優れた医療システムや医療機器の認知、利用拡大につながる。さらに、受け入れ窓口や通訳、帰国後のアフターフォロー等、患者と医療機関の橋渡しを行うアレンジ事業者やコンサルティングするサービス産業の創出も始まっている。

医療ツーリズムの推進はもちろんだが、海外との国際医療交流により、医療分野を中心に産業全体に対して大きな波及効果を生み出す契機として捉え、福岡・九州の医療及び関連産業の市場拡大を目指す視点が重要である。

そのためには行政の後押しが必要なことはいうまでもない。今後インバウンドを増やすには、制度やインフラの面でも整備を進めなければならない点はたくさんある。査証や出入国管理の改善、インバウンド業法の整備も求められる。クレジットカードの使用できる

施設やキャッシュディスペンサーの設置も不十分である。

さらに、立派な設備を十分に活かすためには国際会議やセミナーにも力を入れる必要がある。

中国では医療保険はあるものの、受診できる病院は限られており、待ち時間が長いことも少なくない。このため富裕層の間では、保険の対象外であっても私立病院などを選ぶケースも多く、高度医療を売りにする病院の治療費も高額となっている。高度医療で体質改善や減量、癌の予防などが可能であれば充分競争力はある。

我が国でも国民皆保険制度の良さを生かしながら、検診分野などの競争力を持つ分野で門戸を一部開放していくことは、医療システムの活性化や国際的な医療水準への引き上げなどに寄与していくのではないだろうか。福岡・九州でも医療集積をはじめとした地域資産を活用した、これからの戦略とビジョンが求められる。

医療ツーリズムは単に海外の患者を獲得することだけではなく、医療あるいは当該病院の国際化につながる。すなわち病院のレベルアップひいては当該病院の医師のレベルアップにつながり、そして観光を通してその地域の活性化につながるのである。

参考文献

- ・観光庁「観光立国の実現に向けた取り組み」平成 22 年 11 月
- ・観光庁国際観光政策課「医療観光に関する取組み」平成 22 年 11 月
- ・経済産業省「サービス・ツーリズム（高度健診医療分野）研究会とりまとめ」平成 21 年 7 月
- ・経済産業省「平成 20 年度サービスイノベーション創出支援事業（サービス産業能力評価システム構築支援事業）」
- ・羽生正宗「アジア諸国のメディカルツーリズム促進要因分析」山口大学経済学会『山口経済学雑誌』第 59 巻第 3 号、平成 22 年 9 月
- ・羽生正宗「医療ツーリズム 実証分析ー日本への導入可能性ー」慶應義塾大学出版会、平成 23 年 12 月

福岡・九州のアジアビジネス戦略
2011 年度（財）福岡アジア都市研究所（URC）
「アジアにおける福岡ビジネス圏の形成に向けて」研究報告書
本 編

2012 年 3 月
発行：財団法人 福岡アジア都市研究所
〒810-0001 福岡市中央区天神 1 丁目 10-1
T E L : 092-733-5686
E-mail : info@urc.or.jp
URL <http://www.urc.or.jp>

※本報告書本編・要旨の全文は（財）福岡アジア都市研究所ホームページ
（<http://www.urc.or.jp>）でご覧いただけます。

※本報告書に関する問い合わせは、上記、（財）福岡アジア都市研究所・研究主査・
新井直樹（研究主担当）まで。



U R C

Fukuoka Asian
Urban Research Center