

特集：地域の力——沖縄に学ぶ地域活性化のヒント

第3章 沖縄からアジアへ



前川 晃廣
沖縄県中小企業診断士協会

1. 診断士に常に必要な「新しい視点」

日頃の診断士活動において閉塞感を感じたときには、これまでほかの人が思いつかなかったであろう「新しい視点」に立って思考を巡らせてみることで、解決策への糸口が見えてくることもあれば、それが診断先やクライアントへの有益な新提案につながることもある。

「新しい視点」の典型的な事例が「国際化」であろう。多くの中小企業にとって、国際取引はまだ未開拓の分野と考えられることから、「国際化」を検討することで、これまでになかった視点が浮かんでくる契機となりやすい。

しかし国際取引には、商習慣・言語・関税・検疫・為替などの多くの壁があり、貿易を行うだけでもリスクやコストなど考えなければならない要素が噴出する。ましてや、出資して現地法人を設立・運営するなど、大企業か、もしくはよほど儲かっている一部の企業がやることだ、と尻込みしてしまう中小企業が多いのも無理はない。

2. 「ダイキン・オーキッド・レディス・ゴルフ・トーナメント」から学ぶもの

ここで『企業診断ニュース』をお読みにな

っている全国の診断士の皆さんにお聞きしたいのだが、「沖縄懇話会」をご存じであろうか？ では「沖縄大交易会」は？ ご存じないなら「ダイキン・オーキッド・レディス」（以下、オーキッド）は？

ゴルフ好きな方なら、3つ目のオーキッドはテレビで見たことがあるかもしれない。毎年3月に沖縄で開催される女子プロゴルフのトーナメントで、今年で30回目を迎えた伝統ある試合である。

3月でも暖かい沖縄で開催されるこの大会は、スポーツイベントとして日本全土から注目を集めているばかりでなく、前夜祭やプロアマ戦なども行われることで、本土と沖縄の両財界が交流する恒例の行事としても定着している。

30数年前に、このオーキッドの開催を発案したのが、沖縄が抱える諸問題を積極的に取り上げ、文化や地域社会の発展を図るために、本土と沖縄の経済人の交流の場として1990年に発足した「沖縄懇話会」の立役者である中山素平氏（2005年没）で、「沖縄に財界交流の核を作ろう」と、大阪のダイキン工業（エアコンとフッ素塗料製造の大手）にスポンサーとなるよう依頼したことが縁となっている。

中山氏は、私が新卒で就職した日本興業銀行の「中興の祖」でもある元頭取で、産業金融界のトップでもありながら、一方で、「富士製鐵と八幡製鐵の合併 → 新日本製鐵の設立」など、系列やグループとは関係なく日本

の産業界をつなげる役目も果たしてきた方である。

また、本土と沖縄の大手企業で構成される「沖縄懇話会」が、県とともに主催者として2014年に始めた「沖縄大交易会」は、毎年11月に開催されており、アジアに最も隣接している県という優位性を生かしながら、毎回多くの商談を成立させている。

目下沖縄では、那覇空港の新滑走路や新ターミナル建設など、国際交流と国際物流のハブ事業化を官民挙げて推進中である。人口150万人前後の他県の空港と比べると、那覇空港は島ということもあり、かなり立派な空港ではあるが、それだけ需要があるということでもあるし、さらに拡大して行ってほしいと願ってやまない。

このような特殊性を持つ沖縄であるからこそ、全国の診断士が「国際化」を考える際に、何がしかの「発想のヒント」を提供できるポジションにいるのではないかと思う。

3. 「国際化」って、何？

ということで、ここまでが沖縄の宣伝である。

さて、皆さんが普段議論する「国際化」とは、異文化である外国や外国人をビジネス相手とすること、と定義したうえで考えているのではないだろうか？

しかし、難しい外国まで行かなくても、皆さんがまだご存じない日本はたくさんあるはずである。たとえば、観光で来たことはあっても、沖縄について深いことはほとんどご存じない人が多いのではないだろうか？ そうであれば、一度沖縄まで現状を見に来ていただきたい。

3月のオーキッドはもう終わったので、次のチャンスは11月の大交易会であろうか？ いえいえ、夏のビーチもあるので、よければ夏休みにご家族連れで来ていただきたい。幸い、LCC（格安航空会社）の台頭で飛行機の運賃も安くなり、たとえば東京からだと、新

幹線で大阪に行くよりも安く那覇空港まで飛べるチケットもあるくらいである。

アジアを語るなら、その前にまずは沖縄を知る、そして、沖縄をうまく使って、アジアへ打って出るというのはいかがであろうか？

たとえば、言うまでもなく沖縄は中国に近い。距離が近いということは、輸送時間が短いということであり、輸送コストが安いということでもある。いくらITが発達しても、貨物をインターネットで送ることはできないから、船や飛行機に乗せざるを得ない。近いという優位性は、21世紀になった今でも変わることはない。

そうであれば、中国や台湾・香港に売る商品を沖縄にストックしておき、必要に応じて船積みする、というオペレーションも考えられる。また、中国では陸揚げしても関税と付加価値税がかからない「保税区」という場所があるので、そこに陸揚げしておくという方策も考えられる。

「国際化」という言葉にとらわれすぎて一足飛びに外国と取引をしようとするよりも、沖縄にワンクッションを置いて、アジアと取引するという新しい発想や視点を今一度検討していただきたい。

4. 中国ビジネスを沖縄から

私は現在、中国在住で、中国に進出している日系企業のサポートを中国で行うことを主業務としている。

同時に、沖縄県中小企業診断士協会に所属し、中国と日本を往復する途中で沖縄に降機する形で、毎月沖縄に滞在し、診断士活動を展開している。

中国人観光客の「爆買い」は、2015年がピークであり、今後は「観光客の大量のお土産」という形態で再び増えることはないと思われる。また、2015年は大きな円安＝人民元高だったが、今後数年間は、中国経済の成長鈍化に加えて、中国からの輸出減退を緩和するために人民元の安値誘導が行われると考え

図表1 訪日外国人数

	中国	台湾	香港	韓国
2012	143万人	147万人	48万人	204万人
2013	131万人	221万人	75万人	246万人
2014	241万人	283万人	93万人	276万人
2015	499万人	368万人	152万人	400万人
2016	637万人	417万人	184万人	509万人

出典：日本政府観光局（JNTO）訪日外客数統計より筆者作成

られるため、為替は円高傾向で変わらないだろう。

2015年に日本を訪れた中国人は499万人であったが、2016年は637万人へと、28%も増えた（図表1）。637万人の訪日客は、日本にとっては「最大のお客様」ではあるものの、人口14億人の中国から見れば0.5%以下にすぎないともいえる。

訪日者は中国においてはまだまだ少数派ではあるのだが、この0.5%が中国でかなりの富裕層であることは十分に想像できる。日本を体験した彼らのうち、一定比率が再訪日してくれるであろうし、「日本製品は良い！」と体感した人は、帰国した後も気に入った商品を何とかして継続的に入手したいと考えるであろう。

彼らに、今後もスムーズに継続購買してもらうためには、インターネットを使った告知活動と、商品の安定供給、そして安全確実な代金回収が必要である。中小企業が単独で中国に商社を設立することは、法的には可能なものの、現実にはコストや人材の面でいくつもの難関がある。

そこで、経済産業省や中小企業庁、各自治体にもご協力いただき、中小企業が安心して中国ビジネス（主として日本から中国への販売）ができるプラットフォームを作成し、各社がその上で事業を行う、また、まだ中国に慣れていない企業はそのプラットフォームの上に設置したインキュベーションシステムを使って中国ビジネスを学ぶ、という仕組みの構築が急務ではないかと考える。いかがだろうか？

それらを行うベース地は、中国に最も近い沖縄がベストであり、沖縄にストックした商品を中国の「保税区」に陸揚げし、中国からオーダーがあった商品を必要な数量だけ通関して中国全土に発送する、というスキームを提唱したい。

そして、その先には中国が提唱する「一带一路」政策によってつながる中央アジアやヨーロッパがあると考え、夢はさらに広がっていく。

5. 台湾も香港も、重要なお客様

メディアでは、中国人の「爆買い」が強調して報じられているが、2016年訪日客は、台湾人が417万人・香港人が184万人で、合計すると601万人と大陸中国からの訪日客数に引けを取らない（図表1）。

台湾・香港では、有線契約をすれば一般家庭でも日本のTV番組を見ることができるため、日本からの宣伝告知活動は比較的容易である。また、台湾人・香港人は、メンタリティや市場への感応度が大陸の中国人とはかなり異なるため、アプローチを中国とは分けて考える必要がある。

そう考えると台湾人・香港人は、日本にとって中国人と同規模の重要顧客群であり、かつ、洗練された眼と経済力を有しているのであるから、大切な存在であることに間違いない。

この先、たとえ日中関係に何らかの支障が生じたとしても、教育水準が高く、西側諸国の価値観を共有できる台湾・香港の人々は、比較的鷹揚な「大人の対応」をしてくれることから、中国一辺倒でビジネスを考えるのではなく、進出ポートフォリオの中におけるリスクヘッジ先としても、キープしておきたい先である。

ちなみに、沖縄からは台湾にも香港にもLCCが飛んでおり、往来も非常に便利である。台湾までは、船でも行き来できる距離でもある。

6. 診断士力はネットワーク力

人は、一人では何もできない生き物であり、特に大きな仕事は一人ではできない。しかし、診断士には、全国のネットワークがある。同じような悩みを持った中小企業をサポートする診断士が、情報を集約して事業運営の効率化を図れば、リスクを極小化しつつ近隣アジアへ打って出ることができるのだ。また、診断士が中小企業からさらに感謝される存在となり、日本の産業を支える基礎を強固とすることができるのである。

「発想のヒント」を得るためにも、皆さんには、一度沖縄へ来ていただきたい。また、この誌面を借りて、改めて協働のお声がけをさせていただきたい。

7. 「めんそーれ」は「来てください！」

沖縄方言には元来、「ようこそいらっしゃいました」に相当する短い言葉がなかったため、やむなく観光用に「めんそーれ沖縄」と書いて「沖縄へようこそ」の意味で使っている。本来「めんそーれ」の語源は「参り」+「候へ」である。沖縄に着いた人に対して言う「Welcome!」ではなく、沖縄以外にいる人に「来てくださいね～」と呼びかける言葉である。

そういうことで「皆さん、今年はぜひ、沖縄へ、めんそーれ！」

前川 晃廣

(まえかわ あきひろ)

四国・松山出身。17歳で初訪中。慶應義塾大学在学中に上海復旦大学国際政治学部にて1年間の国費留学。卒業後、日本興業銀行に入行。大阪支店・中国委員会・外国為替部等に勤務した後、上海支店課長・広州事務所首席代表を務めた。2008年に銀行を退職し、中国全土および日本各地で経営指導・セミナーを展開。2016年に独立し、IBJコンサルティング(株)および愛碧界諮詢有限公司(上海・広州)を設立。中国在住。

URL : <http://ibj.tokyo>

問合せ : <http://ibj.tokyo/contact>

