

2012年10月9日

VOL. 71

とっとり・グローバルウォッチ

とっとり国際ビジネスセンター情報誌

最新上海 ～現地レポート～ 55 尖閣諸島問題が日本企業に与える影響

■はじめに

日本では8月から尖閣諸島（中国名：釣魚島）問題に対する関心が高く、中国で発生したデモの報道などが頻繁に取り上げられていたようだが、その頃中国では、まだそれほどの熱を帯びておらず、こと経済の中心地である上海に至っては、非常に平穏なものだった。ところが、9月11日の尖閣諸島の日本国有化以降、中国メディアでの同問題に対する報道や一般市民の関心度が一変した。ニュースでの報道量が増えただけでなく、中国人芸能人が公共の場やメディアを通じて、尖閣諸島問題に対する意見を述べたり、一般市民が中国版ツイッター「微博（ウェイボー）」で日本批判や反日デモを呼びかけるコメントが急増したのである。加えて、9月18日は満州事変の日として、中国では「918事変」と呼ばれており、上海においてもデモ活動が活発化した。そして、このような両国の政治的亀裂は、現在、経済的損失という段階に至っている。訪日中国人観光客の激減や日本商品の不買活動などは、日本のメディアでも取り上げられているため、今回本誌では、中国メディアで報道されている情報や中国現地の日系企業へのヒアリングを通じて、より現地の状況を反映した情報をレポートしていきたい。また、今回のレポートは中国メディアの報道や企業へのヒアリングなどを元としているものの、筆者の私見や考察によるところも多いことをご了承いただきたい。（9月30日時点）

■訪日観光業界への影響

毎年10月1日からの7日間は、国慶節（建国記念日）連休で、今年には中秋節が重なり、8連休となった。秋旅行シーズンの大型連休に旅行計画を立てる人は非常に多く、特に今年は日中国交正常化40周年記念の年であり、日中両国で様々な交流イベントが開催されるほか、官民を問わず人の往来が多くなっていた。ところが、尖閣諸島問題を巡る日中間の衝突により、日本の観光インバウンド業界は冬の時代を迎えている。康輝、国旅などの海外旅行を扱う大手旅行社のホームページには、北海道や九州、沖縄など日本路線はゼロ。中国康輝旅遊集団は日中国交40周年を記念し、日本へ5万人を送り込む計画だったが、中止としている。同社が関連所属企業220社、店舗5500か所における訪日旅行商品の販売と、訪日団体旅行の販売を停止。同社では国交記念の旅行計画の取消だけではなく、国慶節前には1万人近い団体旅行の取消があった。これによる損害は5億元にも上る。今年全年における団体旅行での旅行者数は4万5000人を計画していたが、実現不可能となっている。

■経済面への影響

今回、中国に拠点をもつ日系企業40社の日本本社に対し、尖閣諸島問題による影響の有無を伺い、更に「影響あり」と回答した企業に対しては、中国現地法人にも具体的な影響についてヒアリングを行った。（下表参照）

《調査対象企業の業種》

業種	製造業				貿易販売業	合計
	繊維・雑貨	自動車関連・機械・電子部品	食品	化学品		
取り扱い製品種類					7	44
企業数	17	14	5	1	3	11
本社で「影響あり」と回答した企業数	2	6	0	0	3	11
現地法人で「影響あり」と回答した企業数	1 ※1	2 ※2			1	

※1 2社への調査のうち、1社については回答なし。よって有効回答数1社。

※2 6社への調査のうち、2社については回答なし。よって有効回答数4社。

目次

最新上海 ～現地レポート～55	P 1 P 2
インドネシアビジネスセミナーのご案内	P 2
現地発！ 台湾月刊レポート 64	P 3 P 4
アンニョンハセヨ KOREAレポート 5	P 5

世界の祝日 11月

- シンガポール 13日 デイ・パバリ
- 米国 12日 退役軍人の日
22日 感謝祭
- ロシア 4日 国民統一の日
5日 国民統一の日
(4日の振替休日)

＜次頁に続く＞

■「影響あり」と回答した企業へのヒアリング調査

今回の調査を通して分かる中国現地の状況や影響について筆者の私見を交えつつ考察する。

《日本本社と現地法人の間で問題の捉え方に相違》

前表を見て分かるように、日本本社で「影響あり」と回答しているにもかかわらず、現地法人へのヒアリングでは「影響なし」と回答する企業が見られる。この理由は、例えば、「自社の日本人従業員の自宅待機」、「取引先あるいは顧客企業の日本人担当者自宅待機によりアポイントが取れない」というような状況を日本本社では「影響あり」と捉えているが、現地法人では「直接的な影響はなし」と捉えていることによって、回答内容に相違が出ていた。

日本で暮らしメディア報道から尖閣諸島を見ている日本人と中国現地で暮らしている日本人の間に、若干の理解の相違があるように、企業の内部においてもそれが見られる。

《業種や取扱商品によって影響に相違》

現段階では、日本商品全てに不買活動が見られるわけではない。不買活動が見られるのは、中国人エンドユーザーによく知られている「日本ブランド」の商品なのだ。つまり、BtoC（小売販売：Business to Customer）の業界において、日本ブランド倦厭の傾向が強まっている。インターネット上では、知らずして日本製品を買ってしまわぬよう「日本製品リスト」なるものがアップされ、日本製品を買わないように呼びかけられている。一方、自社のブランド名が消費者の目に触れることがないBtoB（卸販売：Business to Business）で商売している企業については、目下、それほどの影響が出ていないようだ。しかしながら、現在の不買活動が長期化

かつ深刻化すれば、必然的に卸販売業界にも影響してくることになる。また、日系企業の取引先や顧客はやはり日系企業、という現状からも卸販売企業といえども、今後の不買活動の動向に注目している企業がほとんどだ。

《貿易通関業務・物流に対する影響》

この問題については、企業により回答が分かれた。それほどの影響は見られないと回答した企業の多くが、例年、国慶節前後は貿易量や物流量が増加するため、通関手続きの遅延や物流の遅れが見られ、例年に比べてそれほど顕著な変化は見られない、と話していた。一方、「影響あり」と回答した企業は、自動車部品メーカーで、不買活動が顕著な日系自動車ブランドへの打撃が部品メーカーにも現れているのだろう。また、今回の調査企業ではないが、大手日系飲料メーカーに勤務する知人によると日本からの輸入品について、新商品の場合は完全に停止状態であると話していた。

■あとがき

中国は日本企業にとって大きな市場であり、特に自動車業界や食品業界などの製造業にとっては、国内を上回る市場且つ供給地となっている。現在は、通関検査や税務査察の厳格化について懸念されているが、商務部による正式かつ公的な「経済制裁」についても示唆されている。国と国との威信をかけた問題である一方、企業やそこに従事する人の死活問題にまで及ぶこの問題は容易に解決できるものでもなく、中国に住む日本人や中国ビジネスに携わっている方は、落ち着いた日々を過ごしている。

【株式会社ナワーク 孫】

インドネシア ビジネスセミナーのご案内

～アジア有数の成長市場の魅力と成功事例～

ジェトロ鳥取では、在大阪インドネシア総領事館よりイブヌ・ハディ総領事を講師に招き、セミナーを開催します。本セミナーではインドネシア市場の魅力について講演いただくとともに、ジェトロ専門家とインドネシアに進出している日本企業の幹部が、同国における進出日系企業の現状と進出時の留意点について、事例を交えてご紹介します。ASEAN最大の2億4千万の人口を誇るインドネシアは、豊富な労働力や安定した政治・社会情勢を背景に、日本企業にとって有望な市場および投資先として注目を集めています。今後のインドネシア・ビジネスご検討の指針として、本年12月に予定しております経済訪問団と併せ、是非本セミナーをお役立て下さい。

日時：2012年10月10日（水） 13時30分～16時30分

場所：ホテルセントパレス倉吉 チェルシー・ルーム（倉吉市上井1-9-2）

主催・共催：ジェトロ鳥取、鳥取県産業振興機構とっとり国際ビジネスセンター

後援：在大阪インドネシア総領事館

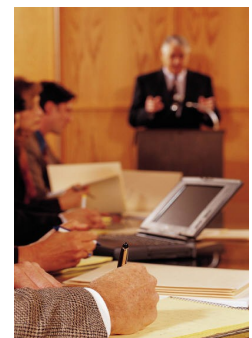
参加費：無料

定員：50名（先着順）

詳細・申込方法：<http://www.jetro.go.jp/jetro/japan/tottori/>（ジェトロ鳥取HP）

問合せ先：ジェトロ鳥取（担当：細田）

TEL：0857-52-4335 FAX：0857-52-4336 E-mail：ttr@jetro.go.jp



【ジェトロ鳥取 細田】

現地発！台湾月刊レポート 64

台湾における尖閣諸島問題の深層

台湾は、現在（10月3日）のところ安全である。これを冒頭、皆様にお伝えしたい。

■ 6年前の出来事

尖閣諸島を巡り、日本の海上保安庁 対 台湾漁船+海巡(海上保安庁にあたる)の激しい攻防戦を見て、台湾側の強硬な態度に驚いたとともに台湾での反日感情の高まりを懸念した方も多と思う。私は6年前に今回攻防を繰り広げた台湾海巡艦艇に乗船したことがある。先方は、船長を含め10名ほど。澎湖という島周辺の無人島探検の後、港に停泊していた艦艇に、帰港した漁船で横付けして乗り込んだ。目的はなんとシャワーのためである。今でも経緯が全くもってわからない。暇なので艦上で船長たちと酒を飲もうということになった。用意が出来る間、艦艇を案内してもらった。エンジンは、メルセデス製。そして銃器類。どちらもピカピカに磨いてあった。なるほどこれで防衛監視行動をしているのだ、と妙に感心したことを覚えている。船内で酒盛りが始まると棚の中から大きなミラーボールが出てきて驚いた。船員が手慣れた様子で天井にセッティング。クルクルと光が回転する中で日台歌合戦。ビール、高粱酒を合わせて100本以上も飲み異常な盛り上がりとなった。すると、お決まりの質問が…。「釣魚台(尖閣諸島魚釣島のこと)は、台湾のものだろう？ははははっ。」私も日本男児。尖閣諸島は、日本のものと言わなければならない。しかし酔っ払った海の荒くれ船員に絞められるかもしれない、と思った。「釣魚台は、台湾のものだ。」と言ってしまった。朦朧とした頭で一生懸命考えた。そして「しかし魚釣島は日本の領土である。」と大声で言ってみた。場が凍ったのも一瞬、船長が「上手い事を言うな。」と破顔。また猛烈な宴会になった。中国語は「動詞+名詞」、日本語だと「名詞+動詞」の文法になる。中国語だと「釣る魚を」。日本語だと「魚を釣る」。同じ事を表す場合でも、名称が異なれば異なる解釈ができる。咄嗟のジョークだったが、船長は理解してくれた。日台友好がより緊密になり合唱し宴会が延々と続いたのであった。おおらかな時代であった。

さて、前置きが長くなったが、台湾における尖閣諸島問題を見てみたい。今後、台湾で尖閣諸島問題が発生した時の参考にされたい。

■ 第一に場所軸から

台湾でデモが行われた場所は、二ヶ所。この二ヶ所で行われたデモは、意味が違う。一ヶ所は首都台北。もう一ヶ所は宜蘭県である。台北は当然として、なぜ宜蘭県で「一千人930保釣大遊行(千人で魚釣島を守るデモ行進)」が行われたのか。それは尖閣諸島が宜蘭県に属しているからだ。住所は「臺灣省宜蘭県頭城鎮大溪里釣魚台」。台湾郵政のHPからも郵便番号を検索できる。

「29041」がその郵便番号。ハガキを出してみるのも一興だ。ちなみに宜蘭といえど205日本海軍航空隊特攻基地があった場所。台湾の北東部に位置する。島根県に属

する竹島と考えればわかりやすい。宜蘭のデモには台湾与党国民党議員と共に野党第一党の民進党議員も参加している。台湾通の方であれば、民進党は、台湾独立派で親日と考えていると思う。しかしそうではない。今回は、与党国民党に対し生ぬるい対応だと民進党も声を上げている。宜蘭でのデモは「尖閣諸島での漁業権の保護」を求めた漁民たちの動きである。尖閣諸島まで行ったのは、大型漁船を持つ蘇澳漁民。行けない小型漁船を持つ頭城の漁民たちは、陸でデモ抗議活動を行った。主に漁民主体漁業権確立を求めた地場発起型デモと考えればよいだろう。台湾漁船が尖閣諸島に侵入した晩、私は台湾人経営者たちと晩餐会であった。台湾人いわく、お互い放水の仕方が上手だったでしょ、とにやにや話していた。一部には台湾海巡と日本海上保安庁と事前に連絡をし合い連携プレーを行ったので事故がおきなかったとの憶測も流れている。実際、立法院(日本の国会にあたる)にて海岸巡防署の鄭樟雄副署長が、尖閣防衛行動での漁船護衛の際、日本側と事前の申し合わせがあったとの報道を否定する場面もあった。さて台北の「923保釣大遊行(デモ行進)」についてはどうか。主体は政治団体である。親民党(台湾第三党)、中国統一連盟、労働党、中華保釣協会、大陸からの工作員など約1000人が国父紀念館をスタートし、日本大使館にあたる交流協会まで行進を行った。交流協会では、ものものしい警備も行われたが、暴動は発生していない。沿道の台湾人は冷静であった。こちらは、一言で言えば、中国大陸との統一を望む政治団体が主体と考えてよいだろう。「魚釣島は台湾のものだ!」とスローガンを掲げているが、実際は、尖閣諸島を共通の保護対象として、中国大陸と台湾人の融和統一を目指す動きである。ある意味これもわかりやすい。



台北デモ行進の路線がテレビで知らされる。

■ 第二に経済の軸について

こちらは理解し難い部分が多いようだが、シンプル。まず、本誌前月号の台湾鴻海とシャープの関係について鴻海会長の考えを読み理解して欲しい。今回は、尖閣諸島侵犯をした宜蘭出港漁船に対し「旺旺集团」という会社グループが500万台湾ドル(1500万日本円)もの支援を

した。もともと旺旺は台湾宜蘭県発祥の食品会社であり日本の新潟の「岩塚製菓」から技術支援を受け倒産を免れ、その後、旺旺という会社を大陸に設立。大陸では商売が爆発的にうまく行き、単体で年商3000億円を売り上げる巨大会社に成長している。岩塚製菓も出資し上海本社には岩塚製菓元社長の銅像も建っている。これほど日本人を敬愛尊敬している「旺旺集団」の蔡衍明会長が、日本に対し敵対的とも言える尖閣侵犯支援を行ったのか。寝返りとか、反日とか様々な憶測が日本で飛んでいる。



台北松山空港でお世話になるカート
広告が話題の旺旺グループ

しかし先月号に私が書いた鴻海と同じ状況と私は見る。「旺旺集団」は、台湾の大新聞「中国時報」を買収し、今回の尖閣侵犯には、メディアの記者を乗せ実況中継を行った。メディアミックスで視聴率を稼ぐ戦法を取っている。第一に宜蘭出身ということで、宜蘭住民漁民への恩返し。第二に買収した自社メディアを更に有名にするため尖閣侵犯を利用した

ということ。ちなみに最近は親大陸よりの報道を行なっており一部台湾人には不興をかっている。第三に大陸への忠誠を示すことで、グループの売上、知名度をのばすと共に、大陸での商売を安全に執行するための免罪符を得ること。そして第四の問題。なぜ親日家が、反日活动支援に出たのか。まさにここが鴻海と同じ構図である。市場としても生産拠点としても大陸抜きには、行えない状況になっている。問題の本質は「カネ」と共に自社帝国拡大への欲求であるように思う。しかし、実際は彼の心中に日本人への敵対心はないだろう。このメンタリティが日本人とは根本的に異なり理解し難い部分だろう。同居できるのだ。中華圏ビジネスや深化した中華圏人との交流を行なっていると、こう思える。それほどビジネスは厳しいものだと私達も考えるべき時代なのだろう。さて、台湾と日本間の現実解としては、まず漁業権交渉をしっかりとすること。そして日本側は、その上で気長に肅々と国内法に基づいて処理を行い、基本的には冒頭に私が行ったように棚上げしておくことが良いと思う。

ちなみに前回、鴻海問題を書いたが、まだアクションが起こされていない。果物は、落ちる瞬間が一番美味しいのである。尖閣諸島問題も中華ビジネスと同じ。日本の国力をしっかりとさせることが肝要である。絶対に弱らせてはいけない。その上で、発言をはっきり世界にアピールし、かつ相手のメンツをたてる落とし所を用意しておくことである。再び書くが、台湾旅行は安全である。日本に行かない中国人と中国に行かない日本人、どちらもが台湾に来る。漁夫の利で台湾旅行業界は、ほくそ笑んでいる。



新聞には「海戦」の
センセーショナルな文字も



尖閣諸島侵犯翌日の新聞一面



日本と台湾の艦船陣形図

台湾郵政の郵便番号検索 (中文)
http://www.post.gov.tw/post/internet/f_searchzone/index.jsp?ID=190102

台湾海巡の釣魚台説明 (中文)
<http://www.cga.gov.tw/GipOpen/wSite/ct?xItem=55407&ctNode=657&mp=999>

旺旺の情報 香港上場 (中文)
<http://hk.finance.yahoo.com/q/pr?s=0151.HK>

アンニョンハセヨ KOREAレポート 5

急増している日本飲食店

若い顧客層を中心にラーメン、カレー、どんぶり等の日本食べ物が人気を博してソウルの主要商圈に日本飲食店が急増した。この人気の原因と今後の方向性について調べる。

■どこでも良く見られる日本飲食店

当社が入居しているソウル国際金融センターの地下ショッピングモールが8月末にオープンした。地下1～2階には主に衣類店が入店しており、地下3階は世界各国の食べ物を味わえるレストランと大型映画館が入店している。ここにはカフェを除いた飲食店19カ所のうち、3カ所が日本飲食店であるほど最近韓国での日本食べ物は人気が多い。

特に、20～30代が集まるソウルの主要商圈地域である江南駅の周辺はラーメン屋のみ10カ所に至るほどであり、街を歩くと日本式の居酒屋も良く見られる。

ある創業案内サイトでは一定期間のサイト内の検索数を分析した結果、一般飲食店のうち、日本食べ物専門店が3位を占め、飲み屋の場合も居酒屋が3位を占めるほど、創業を準備している者にも日本食べ物は主な興味分野になっている。

■日本文化を経験できる

日本飲食店の特徴は多様なメニューと異色的な味以外にも日本文化を経験できるインテリアや雰囲気等を通じて、日本現地で食べているような錯覚を起こし、

このような部分が日本文化に興味を持っている20～30代の消費層にアピールしていると考えられる。

日本から直接空輸した食材を使用する飲食店、日本から直接教育を受けた専門コックが料理を示現する飲食店、韓国人スタッフが日本語で顧客を応対する飲食店も多い。

■競争が深化

日本文化及び食べ物に対する興味により日本飲食店が増加しており、特にフランチャイズブランドが大衆化を主導しており、日本チェーン店が韓国に直接進出するケースも増加している。このようなフランチャイズは本社のレシピに基づいて複雑な技術とノウハウなしに簡単な調理システムを構築してどの売場でも美味しい料理を味わえることが特徴である。

しかし、日本飲食店の間の競争が激しくなり、日本食に対する消費者の期待水準が高くなっているため、もっと高い品質の料理を提供しようとする努力と共に韓国現地化戦略が必要であると考えられる。即ち、日本固有の味は維持しながら、韓国人が好きなメニューを追加するか、日本システムのベンチマーキングに止まらず、新技術の開発を通じて顧客を魅了する努力が必要であると考えられる。又、最近の韓国社会のウェルビーイングトレンドに合わせて健康に良い食べ物というイメージをアピールすることも重要であると考えられる。



韓国で人気のあるラーメン屋と回転寿司

【デロイト安進会計法人 金明奎 (キム・ミンギョ)】

本誌「とっとり・グローバルウォッチ」は、皆様から内容のご提案や掲載されている情報へのご意見・ご感想をお待ちしておりますのでお気軽にお寄せください。

お問い合わせ：公益財団法人鳥取県産業振興機構 とっとり国際ビジネスセンター

《本 部》境港市竹内団地255-3

TEL：0859-30-3161 FAX：0859-30-3162 E-mail：kaigai@toriton.or.jp

《東部窓口》鳥取市若葉台南7-5-1

TEL：0857-52-6757 FAX：0857-52-6782 E-mail：kaigai@toriton.or.jp