

EHIME えひめトレード&トレンド TRADE & TREND

●エヒメフォーカス

産学連携の成功に必要なこと

●ニューストピックス

中国巨大市場への販路拡大

中国安徽省宣城市の訪日団来訪

トルコへの初渡航雑感

●貿易投資 Q & A

キャッチオール規制について

●会員紹介

(株)ダイニチ

●海外ビジネス

中国大連最新経済事情

●主要通貨為替レート推移

●編集後記

EIBA (社)愛媛県産業貿易振興協会

2009

冬号

VOL.7

産学連携の成功に必要なこと ～米国の事例を知る～

ジェトロ愛媛貿易情報センター 所長 豊永 嘉隆



筆者は2000年から2003年までボストンに駐在したが、この間、地元の大学関係者からお話を伺う機会に恵まれた。ボストンとその周辺には、ハーバード、MIT、ボストン大学等約60の大学院、大学が集積している。米国では大学と経済界との結びつきが強く、産学連携が盛んである。

MITのメディア・ラボの日本の技術系企業ご出身の准教授（当時）にお話を伺ったところ、『米国では「私のアイデア」、「私のプロジェクト」というように個人が前面に出てくるのに対して、日本ではアイデア、プロジェクトは企業に属するという考えが強い。また、アイデアがよければスポンサーを含めて消費者も製品を理解してくれるので、企業はどうすればアイデア、技術を商品化できるかが分かっている。』とのことであった。MIT発企業の一つにスピーカーで知られているボーズ社がある。同社は、64年の設立。MITボーズ教授はスピーカーの測定結果と実際の耳に聞こえる音の違いに疑問を持ち、独自のスピーカー理論を生みだし、この研究が同社設立のきっかけとなっている。まさにアイデアが商品化された一例である。

また、ボストンの郊外にバブソン大学という大学がある。授業にケーススタディを多用することでも知られているが、U.S. News World & Reportによるランキングでは、同大学は、MBAのアントレプレナー部門では1位となっている。同大学は1919年にロジャー・バブソンが設立している。設立当初から他の教育機関とは異なる特色があり、生産、金融、流通の基礎訓練に注力していた。授業と実際のビジネス訓練を取り混ぜたカリキュラムが採用され、また、研究者よりも実務家が教授陣となった。

様々な大学関係者の話の共通点は、いかに他の大学にはない技術やアイデアを生み出すか、人材を集めるか、そのためには大学は独自にどのようなミッションを持つかであった。そして、更に重要なことはそのミッション、アイデア、技術をいかに具体化するかであった。

日本でも産学連携の重要性が言われ、2000年前後に中央官庁は海外の大学における産学連携の実情を調査している。2006年には教育基本法が改正され、社会貢献が盛り込まれた。これまでの研究、教育に加えて社会貢献が加わったのである。これにより、日本の大学でも産学連携の大きな動きが始まった。

産学連携は、大学、企業及び公的機関の一大システムである。大学の企業との連携の視点から見ると、企業の幅広いニーズと大学の最適のセクションをマッチングする産学連携プログラム、技術移転室及び商標移転室を始めとして、多様なシステムが求められる。これらのシステムが機能して初めて、技術移転や共同研究により教授陣に研究の商業化及び起業の機会が与えられ、大学、教授陣にロイヤルティが分配される。また、学生には実務の実地の機会が提供される。成功企業が地元で優秀な人材を集め、その人材を求めて企業の集積が進む。そして、起業家のために大学によるベンチャー基金が設立され、ハイテク企業にエンジェル（投資家）を紹介する。更には、大学が持つ豊富なリソース及び最先端の技術を企業に開放するためのリサーチパークが建設される。このような先進事例を誕生させることが重要だと思う。

中国巨大市場への販路拡大 ～香港の機能を活用する～

愛媛信用金庫

1. 中国巨大市場への期待と不安

日本国内市場は少子高齢化によりこれ以上の拡大が難しくなっていると同時に、米国発金融危機による世界的な不況の影響を受け、今年3月末の決算では軒並み赤字もしくは大幅減益を計上する企業が増加している。こうした状況下、中国、インドといった2つの10億人を超える市場に活路を見出そうとする企業が増加している。

特に、中国は日本から近く、「食」や「漢字」といった文化的な類似点が多いことから、中国市場に興味を持つ人は多い。2001年に中国がWTOに加盟したことにより、順次市場開放が行われ、参入障壁が低くなっている。また、中国経済は米国発金融危機による世界的な不況の影響を受けているものの、中国政府の迅速な景気刺激策が成果を上げており、同国が不況脱出の牽引となることに対する世界各国の期待は大きい。さらに、中国の2007年の1人当たりGDPは2,450米ドルとインドの約3倍と高く、現時点での市場規模に対する期待も大きくなっている。

一方、市場の開放に合わせて、様々な法令の制定・改廃が行われた結果、海外から中国へ輸出することにより市場参入するためには、専門的な知識が必要となっており、WTOに加盟したからといって、単純に市場アクセスが容易になったと考えるわけにはいかない状況にある。最近の当アジア業務室への相談事例では、中国に輸出していた機電製品に安全認証の取得が義務付けられたことにより、認証コストが高く取引採算が見込めず輸出を断念したケース等がある。

また、中国でも日本同様に食の安全に対する消費者の意識は高まっており、日本の食品に対する購買意欲も高まっており、既に中国現地生産の日系食品製造企業への引き合いも多いと聞いている。

2. 中国市場へのアプローチ

すでに、多くの日本企業が13億人の中国巨大市場へのアプローチを始めている。特に、2004年12月の商業型企業（卸売、小売）に対して、独資企業（外

資100%）が認められるようになってからは急速に増加したと言える。最近、当アジア業務室への相談や講演依頼でも、中国国内販売に関連したものが増加している。

では、まだ、中国に進出していない日本の中小企業は、どのように、アプローチしたら良いのだろうか。ここでは、中国への販売経験がほとんどなく、現地に頼れる関係先もない中小企業がどうやって、中国市場へアプローチしていくかについて、整理をしてみたいと思う。

(1) 販売対象と販売商品の絞り込み

まず、販売対象ということでは、直ぐに13億人という巨大な数字に目が行ってしまいが、13億人全てが販売対象となるわけではない。販売対象は、消費者、卸売・貿易業者、メーカー、専門業者、政府機関といった機関別に大別されるとともに、最初から中国全土をターゲットとするのではなく、販売地域を絞っていく必要もある。

また、消費者は購買力（富裕者層・一般大衆）、年齢別（大人・子供・老人・学生）、性別（男性・女性）等により細分化されるとともに、地域により、嗜好も違ってくことも考慮する必要もある。

販売商品を絞り込むにあたっては、主力製品・非主力製品、特殊製品・汎用製品、新製品・定番製品、フルラインナップ・スポットといった大別に加え、上記により絞り込んだ販売対象を加味して、仮決定することとなる。あまり最初から、フルラインナップのような品揃えをする必要はない。むしろ、中国製商品との差別化をはっきり図るべきであり、中途半端な商品ラインナップは受け入れられないと思われる。

これに、現地までの輸送費、日中双方の通関費用、中国の税金（関税、増値税）、販売経費等を加味して算出された販売予定価格で、販売予定商品が販売対象に受け入れられるかを検討することとなる。

販売対象、販売商品、販売価格は、中国国内販売のみならず、販売において重要な要素であるとともに、相互に大きく関連している。

また、実際には、その時々トレンドや嗜好といったものも、販売の成果に大きな影響を与えるものである。こうした影響を販売商品の絞り込みの段階で反映させるためには、日ごろから中国市場を視察しておくとともに、専門家の意見を取り入れていくことである。

(2) 忘れてはならない事前準備

中国市場を目指すのであれば、まず会社と商品の中国における商標登録および意匠権は輸出を含めて中国進出の数か月前までに完了しておく必要がある。有名商標に見られるように、中国では将来有望と思えば、商標登録をしてしまう人がおり、中小企業といえどもニセモノ排除の観点から避けて通れない。

また、特許等については、将来中国進出が想定されるならば、日本の取得時に中国についても同様に考えるべきと言える。

(3) 中国市場へのアプローチ方法

まだ、中国に進出していない日本の中小企業が中国市場にアプローチするには、主に①現地代理店（中国側パートナー）を通じた販売、②日本でのサイト開設およびそのサイトを通じた通信販売による日本からの中国の個人向け輸出、③中国の通信販売業者を通じた販売（カタログ、電話、インターネット、テレビ）の方法が考えられ、それぞれ、メリット、デメリットがある。

	メリット	デメリット
①現地代理店（中国側パートナー）を通じた販売	<ul style="list-style-type: none"> 企業間取引のため、ロットが大きく、採算が取り易い。 信用状等により、回収までの期間が比較的短期間である。 	<ul style="list-style-type: none"> 良いパートナーを見つけるために、時間と費用が必要である。
②日本でのサイト開設およびそのサイトを通じた通信販売による日本からの中国の個人向け輸出	<ul style="list-style-type: none"> 初期コストが比較的安価である。 撤退がしやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> 中国語によるホームページの開設が必要である。 中国から日本のサイトへのインターネットアクセスがあまり良くない。 販売対象がコンタクトしてくるか、不明である。（広告宣伝費がかかる。）
③中国の通信販売業者を通じた販売（カタログ、電話、インターネット、テレビ）	<ul style="list-style-type: none"> 富裕層等の販売対象にコンタクトしやすい。 中国市場の反応がよくわかる。 企業間取引のため、ロットが大きく、採算が取り易い。 	<ul style="list-style-type: none"> 委託販売となる場合、コスト高となるとともに、回収までの期間が長くなる。

(4) 展示会への出展と香港の機能活用

現地代理店の発掘には、コンサルティング会社を利用した発掘やビジネス・マッチング・サイト（有料もしくは無料）の利用のほか、展示会への出展が考えられる。展示会への出展には、十分な準備期間が必要であるとともに、展示会の期間が数日であるのに対して、輸送費用、出展ブース費用、出展者の渡航費用、パンフレット作成費用等で1～2百万円がかかることを考えれば、割高と考える人は多い。

しかしながら、展示会には現地代理店の発掘のほか、テストマーケティングや社内体制の整備、社内人材の育成等にも大いに役立つことを見逃してはしくない。

また、中国市場で人気が高い日本製食品であるが、中国での植物検疫は香港のそれに比べて、多大な時間がかかるとともに、図表1の品目は、香港では全て植物検疫証明書の添付なしで輸入が認められているが、中国ではほとんどの品目の輸入が認められていない。

図表1：中国へ植物等を輸出する場合の検疫条件

	品 目
日本で検疫を受けて植物検疫証明書を添付すれば輸出可能	緑茶（製茶）
輸出前に相手国の「輸入許可証」を取得すれば輸出可能	日本ナシ、リンゴ
特別な検疫条件（二国間合意、栽培他検査等）を満たしたもののみ輸出可能	米（精米）
原則、輸出禁止	カキ、キウイフルーツ、サクランボ、西洋ナシ、ビワ、ブドウ、ミカン（温州）、モモ、イチゴ、カボチャ、キュウリ、スイカ、トウガラシ、ピーマン、メロン、キャベツ、ネギ、ミョウガ、レタス、ショウガ、ダイコン、タマネギ、ナガイモ、ニンジン、ワサビ
最寄りの植物検疫所に問い合わせ	切り花

（備考）農林水産省「農林水産物等の輸出促進について」（PDF資料、6月版）より作成

さらに、中国では、植物検疫のほか、牛、豚に代表される動物検疫や食品添加剤等によっても、輸入が認められていないケースがある。

中国巨大市場に参入するため、テストマーケティングの初期段階から、中国の展示会に出展することは一つの方法であるが、こうした中国の輸入通関の現状を踏まえると、香港の展示会、物流機能、香港企業の中国企業とのリレーションを活用していくのも一つの方法である。

香港の展示会は欧米、オーストラリアからの出展があるとともに、中国、台湾、東南アジア等周

辺諸国からのバイヤーの参加も多い。図表2のとおり、今年香港で開催される展示会を昨年の実績ベースでみると、バイヤー数は、ブック・フェア(83万人)、フード・エキスポ(32万人)、エレクトロニクス・フェア(9万人)、世界中小企業・イノベーション&デザインエキスポ同時開催(6万人)の順に多い。

また、香港貿易発展局では、展示会開催に向け、出展企業に対するサポート等を行っている。香港貿易発展局は香港当局のほか、世界主要都市41か所に事務所を有し、日本では東京と大阪に事務所がある。日本の事務所では、①視察・商談・調達ミッション派遣、②セミナー・ワークショップの開催、③ビジネス・マッチング、④ビジネス情報サイト(無料、<http://www.hktdc.com/info/ms/jp/Japanese.htm>)等を行っている。

香港(中華人民共和国香港特別行政区)は、1997年7月に英国から中国に返還されたが、返還後50年間は一国二制度に基づく資本主義体制により統治されることとなっている。面積は、1,098km²と東京都の約半分の広さであるが、2007年末の人口は約700万人で、一人当たりGDPが29,914米ド

ルと、アジアではシンガポール、日本に次いで第3位に位置する。香港は、共働きの夫婦が多いため、比較的世帯収入および購買力が高く、消費市場としても魅力があることを忘れてほしくない。

新たな市場開拓というのは、そう簡単なものではない。香港がこれまで中国投資へのゲート・ウェーとしての機能を果たしてきたが、これからは、中国市場へのゲート・ウェーとしての役割に期待がかかる。

(信金中央金庫総合研究所「アジア業務室情報Vol.66」
(2009年7月発行)より転載)

本レポートは、発行時点における情報提供を目的としています。したがって投資等についてはご自身の判断によってください。また、本レポート掲載資料は、信金中央金庫総合研究所が信頼できると考える各種データにもとづき作成していますが、当研究所が正確性および完全性を保証するものではありません。なお、記述されている予測または執筆者の見解は、予告なしに変更することがありますのでご注意ください。

図表2：香港貿易発展局主催の香港開催展示会

2009年日程		展 示 会 名	前回の規模		会場
			出展者	バイヤー	
4月	4/13～4/16	香港エレクトロニクス・フェア(春)	2,469	51,851	H
	4/13～4/16	インターナショナルICTエキスポ	585	27,105	H
	4/13～4/16	香港インターナショナル・ライティング・フェア(春)	188	-	H
	4/20～4/23	香港ハウスウェア・フェア	2,383	29,068	H
	4/20～4/23	ワールド・ベット・サプリーズ	初開催		H
	4/27～4/30	香港ギフト&プレミアム・フェア	3,909	50,497	H
7月	4/27～4/30	香港国際印刷・包装展	377	11,397	A
	7/6～7/9	香港サマー・ギフト・家庭用品・玩具展	610	18,894	H
	7/6～7/9	香港ファッション・ウイーク春/夏	1,154	17,424	H
	7/22～7/24	香港出版版權展	初開催		H
	7/22～7/28	香港ブック・フェア	485	829,967	H
8月	8/13～8/15	香港国際茶展	初開催		H
	8/13～8/17	漢方博覧会 現代漢方&ヘルスケア製品展・国際会議	110	92,373	H
	8/13～8/17	フード・エキスポ	503	323,323	H
9月	9/2～9/6	香港ウォッチ&クロック・フェア	762	17,038	H
10月	10/13～10/16	香港エレクトロニクス・フェア(秋)	2,610	56,219	H
	10/13～10/16	エレクトロニックアジア	562	33,933	H
	10/27～10/30	香港インターナショナル・ライティング・フェア(秋)	1,572	28,210	H
	10/28～10/30	スポーツ用品フェア・アジア	237	7,802	A
	10/28～10/31	香港国際建築資材・装飾資材・機械設備展	291	8,808	A
	10/28～10/31	エコ・エキスポ・アジア — 環境保護関連見本市 —	123	6,034	A
	未定	香港国際家具展	176	9,046	A
11月	11/4～11/6	香港国際ワインフェア	240	18,854	H
	11/4～11/6	香港オブティカル・フェア	523	10,162	H
	11/4～11/6	香港国際医療器具・サプリーズ・フェア	120	6,530	H
12月	12/2～12/4	世界中小企業エキスポ	287	30,000	H
	12/2～12/5	イノベーション&デザイン・エキスポ	327	30,000	H

※ H：香港コンベンション&エキシビジョン・センター
A：アジア・ワールド・エキスポ

中国安徽省宣城市の訪日団来訪

(社)川之江国際交流協会 事務局 森川 隆

7月31日、四国中央市と友好都市協定を結ぶ中国・安徽省宣城市の章鋼副市長を団長とする友好訪日団一行6名が上海・松山便にて到着。愛媛FAZ(株)、愛媛県産業貿易振興協会他の歓迎セレモニーの後、アイテム愛媛の施設、展示場、保税倉庫などを見学、四国中央市に向かいました。四国中央市では、井原市長、川之江国際交流協会の三木会長ほか関係者と交流し、8月1日、2日の同市32回目をむかえた紙まつりを見学いたしました。



四国中央市での歓迎レセプション



アイテムえひめでの歓迎セレモニー

また、江蘇省、浙江省に接する。

- ・人口：274万人
- ・面積：12,340㎡（愛媛県と高知県をあわせた広さ）
- ・気候：温暖 平均気温15.9度、年平均降水量は1,300mm
- ・産業：綿花・茶・タバコ・穀物・石炭。工業製品として、紡績・縫製・機械・医薬品。伝統工芸として、毛筆・墨・すずりの他、宣紙が漉かれています。

1. 宣城市と四国中央市との友好都市協定について

宣城市は、「宣紙」と呼ばれる上質な書画用紙の産地として知られ、同市とは1980年代以来の交流が続いている。

- 1) 1986年 川之江市の紙工業界と安徽省との間で、資源、技術面での交流が始まる。
- 2) 1992年 川之江経済同友会の経済視察団17名が宣州市を視察訪問。同年川之江日中友好協議会を結成。
- 3) 1995年 宣州市と友好都市協定を締結。
- 4) 2001年 合併による宣城市と友好都市協定を締結。
- 5) 2005年 四国中央市誕生により、宣城市と友好都市協定を締結。

2. 宣城市概要

- ・安徽省の東南部に位置し、安徽省の入り口となっている。



安徽省宣城市位置図

3. 四国中央市と宣城市の国際交流が盛んである要因

- 1) 宣城市、四国中央市共に製紙が市の伝統産業であり、今も製紙・紙加工が盛んである。単なる文化面だけでなく、経済交流、技術交流がある。

- 2) 地元の基幹産業である紙の製造・加工業者が同省内に大規模な投資を行っている。
- 3) 国際交流協会を発足させ、事務局を「愛媛県紙パルプ工業会内」に置き、ミッションの受入、機関誌の発行、語学講座の実施他イベントを継続して行っている。
- 4) 経済界・行政共に国際化の必要性を痛感しており、両市の市長他トップが毎年熱心に相互訪問を行っている。
- 5) 海外旅行「市民友好の翼」を毎年実施しており、多数の一般市民を参加させ国際化の必要性を継続的にアピールしている。



章副市長、井原市長

- 6) 市長、経済界のトップなどの主催者が、強いこだわりを持って国際交流に取り組んでいる。

4. 四国中央市国際交流の歴史

年	行 事
1986	紙工業界と安徽省との間で、資源、技術面での交流が始まる
1992	川之江市経済同友会の視察団17名宣州市視察 川之江市日中友好協議会結成
1993	宣州市経済友好視察団、来川 川之江市日中友好訪中団、宣州市を訪問
1994	宣州市経済友好訪日団、来川 川之江市日中友好訪中団、宣州市を訪問 宣州市物産展示即売会開催 宣州市経貿友好訪日団、来川
1995	宣州市副市長他、来川 (社)川之江市国際交流協会設立（会長 三木輝久） 宣州市と友好都市協定締結
1996	浙江省軽紡集团公司教育考察団、来川 外国人ふるさとふれあい事業実施
1997	宣州市農業機械考察訪問団、来川 宣州市研修生候補面接選考訪中 安徽省友好訪問団、来川（季家宏安徽省党委員会秘書長ほか）
1998	川之江市公式訪問団（石津市長ほか17名訪問） 第1次「市民友好の翼」訪中 宣州市研修生8名1年間受入（丸住製紙・三木特種製紙・タック）
1999	初の宣州市公式訪問団受入 第2次「市民友好の翼」訪中（南昌、廬山ほか） 友好都市宣州市水害見舞い（三木輝久会長ほか）

年	行 事
2000	宣州市友城訪問団受入 柔道親善訪中団派遣（柔道選手ら21名） 第3次「市民友好の翼」訪中（大連、旅順、瀋陽ほか）
2001	宣城市誕生 川之江市公式訪中団派遣 友好都市協定調印 第4次「市民友好の翼」訪中（西安、敦煌ほか）
2002	宣城市友好訪日団受入（方寧市長ほか13名） 気功・太極拳川之江市体育交流訪中団派遣（合肥・宣城市へ）23名 第5次「市民友好の翼」訪中（昆明・桂林ほか）
2003	第6次「市民友好の翼」（ケアム） SARSが流行、交流事業が中断
2004	四国中央市発足 宣城市友好訪日団受入 第7次「市民友好の翼」（長江三峡下り）
2005	四国中央市公式訪中団派遣（四国中央市と宣城市との友好都市協定再調印） 宣城市友好訪日団受入 第8次「市民友好の翼」（トルファン・ウルムチ） 浙江省造紙学会訪日団受入
2006	宣城市友好訪日団受入 宣城市友好訪問団派遣 宣城市友好訪日団受入 第9次「市民友好の翼」（九寨溝・黄竜）
2007	宣城市友好訪日団受入 宣城市少年書画交流訪日団受入 第10次「市民友好の翼」（海南島）
2008	第11次「市民友好の翼」（内モンゴル・大同）
2009	宣城市友好訪日団受入 「紙まつり」参加



四国中央紙まつり参加



展示品を見学する章副市長

トルコへの初渡航雑感

(社)愛媛県産業貿易振興協会 前専務理事 中西 皓

今年5月、トルコの首都アンカラ、世界遺産が集積するカッパドキア、アジアとヨーロッパにまたがり歴史と文化・観光・商業都市イスタンブールなどへ2週間の渡航をした。これは、フレンドシップ フォース 愛媛クラブのメンバーとして、家庭でのもてなしという手段を通して、同じ屋根の下で数日間ともに暮らし、食事をともにし、お互いの考え方や趣味を話し合い、個人的レベル、家族ぐるみで友人になれるホームステイによる交流である。したがって本稿は経済や事業経営の観点からのレポートではないが、それらの基盤になるトルコの人達への私自身の信頼感が高まった旅となった。

トルコは欧州、アジア、中東、北アフリカに接し、重層的な産業基盤を持つとされるが、なお発展途上にある。日系企業の進出も製造業、商社等も含め未だ50社程度に過ぎない。JETROの調査によると、トルコ人労働者についての日系企業の評価は中東欧を含む欧州の生産拠点と比較しても労働生産性は最も高く、勤勉、欠勤率が低い、有給休暇を残す、企業が求める品質の維持・向上、効率化への理解度が高く作業の細かい部分まで目配りが出来る、仕事やし易いなど極めて良好とされている。



イスタンブール・ガラタ塔から、金角湾、旧市街を望む。
左はボスボラス海峡



イスタンブールのシンボル、ブルーモスク

◎トルコ共和国は世界で最も親日的な国の一つ

この理由は中央アジアモンゴル高原の騎馬民族の一部が西へ移動したのがトルコ人、東へ移動したのが日本人で兄弟民族とされ、言語もトルコ・日本語ともウラル・アルタイ語系で類似していて、理解・習得も容易らしい。歴史的事実として、1890年オスマントルコの総督率いる使節団が木造巡洋艦「エルトゥールル号」で来日、明治天皇に謁見、帰途紀伊半島串本町沖で暴風雨により座礁沈没した事件（遭難者約580人、救助生存者69人）で地元大島住民の懸命な活動、皇室を始め国民挙げての対応にトルコ国民は感動、同国小学校教科書でも取り上げられた。そして95年後、トルコは1985年イランイラク戦争真只中、フセインのイラン上空飛行機狙撃声明の開始タイムリミット寸前、2機の航空機をテヘラン空港に急派、トルコ人乗客に加えパニック状態の友好国日本人215人全員を救出し、成田まで送ってくれた。また、20世紀初頭からトルコが長年苦しめられてきた帝政ロシアに、日本が日露戦争に勝利したことは、アジアで近代化に成功した国として認められる契機となった。「トルコ共和国建国（1923年）の父」として今も絶対的な崇敬の念を集めるムスタファ ケマル アタチュルクが、明治維新を研究「日本に学べ」をスローガンにした話もよく知られているという。

こうしたことからトルコの人達の親日感が芽生えたのかも知れない。

◎トルコの人々のおもてなしは手厚く、家族内には強いきずな

2年半前にアンカラからヤヴズ & フェルハン スエル夫妻とイスタンブールからフェルハン夫人の姉フィゲン グヴェンの3人がわが家にホームステイされた。初対面なのに会ったその瞬間から、3人とも身内か昔からの親しい友人のように笑顔で挨拶し、私達に馴染み、親しんで交歓した。今回のリターン訪問でも私達はトルコ人の天性的な行き届いたおもてなしを受けた。初顔合わせで孫のような20歳の次女サラさんのホスピタリティの流儀も思いやりにあふれたものだった。

今回訪問したアンカラ クラブはわれわれアンバサダー用に立派な「歓迎の葉」(A4、35頁)を作成、手渡してくれた。心からの歓迎の挨拶の次頁に、民族と物の考え方 (People and Mentality) という解説があった。中央アジアでテント生活をしていた遊牧民の一部がコーカサスやアナトリア地域へ移住したが、この移住という特異な経験がトルコ民族の「可能な最高のおもてなし」と「家族の強い絆」という二つの特性を生み出したという。おもてなしの精神は宗教、国籍、言語等々の如何を問わず、ゲストのあなたは<神のお客>なので最高の方法で歓迎されるに値するとされる。家族内の強い関係は長幼の序を基本に尊敬と思いやりの心で、生涯、物心両面にわたり支え合うという。

私自身、体調不良の時、その行き届いた気配りには心から感謝した。



アンカラ市内新築モスクの見学

◎トルコの人々の社会生活・家庭生活は日本と類似…あまり違和感なし

トルコのホストの方々、特に女性は積極的でよくしゃべり、笑い、活発に行動し、行き届いたおもてなしをして下さった。2年半前受入れの時、イスラム教徒なので食事は豚肉とそのエキ스는食べないということ以外、われわれの日常生活どおりで特に問題は生じなかった。しかし、国民の99%はイスラム教徒(スンニー派)で、世俗主義とはいえ、礼拝等の宗教的生活上の慣行や衣服その他は本国でも同じなのだろうかという疑問があった。それは欧米先進諸国となんら変わらないように思えた。

トルコ共和国建国の父アタチュルクにより1923年に共和国憲法が公布、翌年施行制定され、法のもと、国民も外国人も基本的人権と自由、平等を保障され、宗教、宗派、人種、性別、政治思想、信条等による差別を受けていない。一夫多妻制の禁止や女性の離婚の権利も認められている。コーランでも妊娠、出産、育児で苦勞する母親は尊敬され特に優しくされるべきだと教えている。

この様な恵まれた社会的環境と大型リゾートホテル経営者ヤヴズ氏の寛容な家庭環境が相まって、スエル家の女性達も明るく伸び伸びとした賢い働き者だった。



ホストの歓迎ホーム・パーティー

◎トルコ料理は多彩で味もすばらしい

前回わが家にホームステイされた時、ゲストの皆さんには日本料理、西洋料理、中国料理などいろいろ食べて戴いた。もちろん豚肉は除外。刺身、味噌汁、うどん、てんぷら、炊き込みご飯等も余り好き嫌いなく、とても賑やかに食べて下さり安心した記憶がある。

また、来日前のメールで、トルコ料理を作るから、

ホワイトビーンズ（大きい目）とマトン適量を準備するようにとの連絡があり購入しておいた。料理当日、材料：ホワイトビーンズ、マトン、マーガリン、玉葱、トマト（または、ペースト）、肉ストック（または、水）、グリーントゥガラシ、塩／豆を水に浸す時間：8－10時間／調理時間：1時間30分余でトルコ姉妹共作の肉入り白豆煮込みが出来上がった。同時にトルコスープも供された。この時、トルコ料理のスープからオードブル、魚・肉料理、お米料理、デザート、飲み物に至るまで材料、調理手順付きカラー写真本（英文版、128ページ）を戴き大切にしている。偶にはこってりしたトルコ料理も良い。

今回のホームステイ中の朝、夕食でもポットラックパーティー、レストランの食事でもまず例外なく手の込んだ美味しい料理を食べさせて戴いたと思う。

われわれ全員が戴いたトルコ通信社発行、同首相府報道出版情報総局監修のガイドブック「トルコ2007」によれば、「料理専門家によると、世界三大料理はトルコ料理、フランス料理、中国料理である。理由として、食材が豊富で多様、歴史のなかで数多くの他民族とともに生き、飲み物や食べ物の交流をしてきたことがあげられる」としている。日本料理は別格として、上記に異論はない。



アンカラ城塞から市内展望、近くは庶民街

◎親日国トルコへの新たな思い

アジア、ヨーロッパ、アフリカを結び、中東の最も北西部に位置し、面積は日本の2倍強、人口は6割弱、初めてのトルコへの渡航でアンカラとカッパドキアに1週間、イスタンブールに3日間滞在した。首都アンカラではアタチュルク廟、アンカラ城塞、アナトリア文明博物館など新旧の歴史と都市の拡張ぶりに、また、カッパドキアでは洞窟、岩山、奇岩等の世界遺産に目を見張る思いがした。ホストの方々とは今回一層絆が深まり、機会があれば何らかの交流が続くような気がしている。

トルコは共和国として近代化の基盤は出来ているが、EU加盟問題を始め国内外とも問題を抱えており、それはどの国も同じではあるが、着実に展望を開いて欲しい。

最後に、イスラム教については不勉強であるが、トルコとの2回の交流を通じて、信仰の自由とお互いの宗教を尊重し合うという基盤が確立されており、一神教も多神教も友好的な交流や経済活動の妨げにはならないことが確信できた。



カッパドキアの奇岩群と筆者夫妻

貿易投資



Q. 機械式交通信号用機器を輸出する計画ですが、キャッチオール規制の対象になるでしょうか。また、この制度の概要を教えてください。

- A.
1. 「安全保障輸出管理」とは、国際的な平和及び安全の維持の観点から、大量破壊兵器等の拡散防止や通常兵器の過剰な蓄積を防止するために、国際条約や「ワッセナー・アレンジメント」などの国際的輸出管理レジームに基づき、輸出を管理・規制するものです。日本では、「外国為替及び外国貿易法」(外為法)を根拠法と定め、貨物の輸出については「輸出貿易管理令」(輸出令)で、役務(技術)については「外国為替令」(外為令)で規制品目を規定し、さらに具体的な規制値や仕様等を省令や通達などで規定しています。また、規制方法には大別して「リスト規制」と「キャッチオール規制(補完的輸出規制)」の2つがあります。
2. 「リスト規制」とは、輸出しようとする貨物または提供しようとする技術(役務)が、「輸出令別表第1」の1～15の項または「外為令別表」の1～15の項に該当する場合であって、全地域向けを対象として、仕様で該当するものは必ず経済産業大臣の許可が必要となる制度です。
- 一方、「キャッチオール規制(補完的輸出規制)」とは、リスト規制品目以外のものであっても、(1)大量破壊兵器等の開発等(=核兵器、生物・化学兵器、ミサイル等の開発・製造・使用または貯蔵)に用いられるおそれのある場合や、(2)通常兵器の開発・製造または使用に用いられるおそれのある場合には、貨物の輸出や技術の提供に際して、経済産業大臣の許可(「輸出許可」、「役務取引許可」)が必要になる制度です。リスト規制が貨物や技術に着目するのに対し、キャッチオール規制は、用途や需要者に着目する規制です。
- (1)の「大量破壊兵器キャッチオール規制」は、日本では2002年4月から本格的に施行され、(2)の「通常兵器の補完的輸出規制」は2008年11月に新たに導入されました。ここでは、従来からの「大量破壊兵器キャッチオール規制」を中心に述べます。
- 「キャッチオール」とは、「輸出令別表第1」の16の項(1)、(2)に該当するすべての貨物(ただし、食料品・木材等は除く)(※)、または「外為令別表」の16の項(1)、(2)に該当する技術について、輸出管理を厳格に実施している26ヵ国(ホワイト国)を除く全地域が対象になります。キャッチオール制度では、輸出者自身が輸出品が大量破壊兵器等の開発等に用いられるおそれがあるか否かを判断し、必要に応じ手続きをとる必要があります。輸入先等で、大量破壊兵器の開発等に転用されるおそれの強い貨物(=懸念貨物)については、輸出者は特に慎重な審査を行う必要があります。
- [注](※) 従来、キャッチオール規制の対象は「16の項」に掲げる品目でしたが、2008年11月の「通常兵器キャッチオール規制」の施行とともに、「16の項(1)」として32の特定品目が新設され、また「16の項(2)」には、従来からの「関税定率法別表品目」が規定されています(すなわち、「関税定率法別表」の第25類から第40類まで、第54類から第59類まで、第63類、第68類から第93類までまたは第95類に該当する貨物)。
- お問い合わせの「機械式交通信号用機器」は、「輸出令別表第1」の「16の項(2)」の輸出規制対象貨物(第86類)に該当するので、キャッチオール規制の対象となります。(第86類:鉄道用又は軌道用の機関車及び車両並びにこれらの部分品、鉄道又は軌道の線路用装備品及びその部分品並びに機械式交通信号用機器(電気機械式のものを含む。))
3. キャッチオール規制により、以下の場合には経済産業大臣の許可が必要となります。
- (1) 客観要件:
- 1) <用途要件> 輸入先等において、大量破壊兵器等の開発等に用いられるかどうか、または用途が「別表に掲げる行為」(例:重水の製造等のおそれの有無)に該当するか(輸出者が入手した文書、契約書等による判断)。
- 2) <需要者要件> 輸入者・需要者が大量破壊兵器等の開発等を行う(または行った)おそれがあるか(経済産業省の「外国ユーザーリスト」等による判断)。
- (2) インフォーム要件:
- 大量破壊兵器等の開発等のおそれがあるものとして、経済産業大臣から許可の申請をすべき旨の通知を受けたとき。
- * 「輸出令別表第1」の16の項(1)、(2)に規定する貨物の設計、製造または使用に係る技術の提供について、外国為替令でも同様な規制が行われます。
- なお、輸出する貨物・技術が機械設備類の場合には、たとえ中古のものであっても(海外子会社への移設を含む)リスト規制、キャッチオール規制の両方の規制対象となりますので注意が必要です。また、いったん輸出された機械設備が修理のために日本に送り返され、これを修理後に再輸出する場合も同様です。
- 根拠法: 外国為替及び外国貿易法、輸出貿易管理令、外国為替令、ほか。
- 出所: 「貿易・投資相談Q&A」『ジェトロのビジネス情報』より転載
(まとめ: 堀元敏勝/愛媛県産業貿易振興協会)

株式会社ダイニチ

本 社：宇和島市寄松甲1385

設 立：昭和57年3月

事業内容：水産養殖用飼料の製造販売、
鮮魚類販売他

代 表 者：代表取締役会長 玉留克典 代表取締役社長
代表取締役社長 玉留 一

資 本 金：1億7,200万円

売 上 高：123億円（21年1月期）経常利益71百万円

従業員数：127名（うち海南シーフードセンター；34名）



玉留 一

代表取締役社長



八十八鯛・八十八鰯

1. 業務内容

1) 飼料事業

○養殖用飼料の製造販売

・モイスペレット ・固形飼料 ・魚粉・魚油

○養殖用資材販売

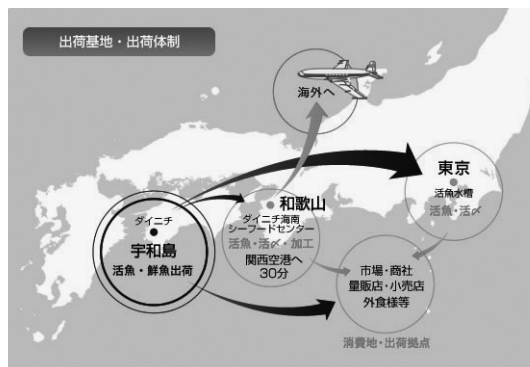
・プラスチック生け簀 ・その他養殖用資材

2) 水産事業

○鮮魚類販売、水産加工品の製造販売

・タイ、ハマチ、カンパチ、ヒラメ他
・流通システム

日本・世界へと広がる流通ネットワーク



出荷基地・出荷体制

○マグロ試験養殖

クロマグロの養殖を2007年より開始し、初出荷は2009年を予定している。今後マグロ養殖は伸びてゆくものと期待されている。また、配合飼料の開発および種苗生産の取り組みを予定している。

○冷凍鮮魚事業

近隣の漁港で水揚げされる天然魚を冷凍保存し、自社の飼料原料への使用並びに外販を行っており、2008年10月に完成した冷凍設備及び冷凍保管倉庫にて、年間4,300トンの生産を目標としている。食用としての販売も視野にしている。

○ギフト商品

ハマチ・ヒラメ・タイ等のギフト用鮮魚、タイの塩釜、味噌漬け製品、ちりめん、じゃこ天をギフト用として販売している。

2. 国際化の現状

1) 現在米国アトランタに営業拠点をもち、カナダのEWOS社からの固形飼料、チリーからの魚粉等の輸入を行っている。また、米国内日本食レスト

ラン向けのフィーレほかの輸出を行っている。輸入は、養殖飼料の約10%を占めるが、輸出の売上に占める割合は、アジア他の地域向けを含めてすべて直接貿易であるが、全売上高の1%程度にとどまるとのことである。

2) 輸入はすべて海外から直接輸入している。主な輸入品は、(1)飼料の輸入が、南米からの魚粉・魚油、(2)カナダからの固形ペレット、(3)アジアからの生餌、(4)オーストラリアからの生簀、網等の養殖用資材となっている。「オーストラリアは養殖漁業の先進国であり、生簀や養殖資材について素晴らしい物がたくさんあり、日本に輸入販売したい。」との担当者の話が印象的であった。

3) 同社の輸出はすべて、米国、タイ、香港等における日本食レストラン等への直接輸出であり、商社を通じた間接輸出ではなく最終ユーザー向けであることが強みとなっている。

3. 国際化戦略

海南シーフードセンターは、大阪、東京等大都市圏向け加工場であると共に、関西空港に近く、外国向け輸出基地の役割を担っている。宇和島、九州、香川で養殖された、活魚がここに運ばれ、24時間体制で製品に仕上げられ、輸送されている。

4. 経営理念（モットー）

玉留会長の「生餌の投与による海の汚れを回避する方法」の研究からモイスペレットが生まれた。ここに当社の原点があると考えられる。

経営理念

私たちは、「良品に国境なし」を合言葉に、「自然と社会と共生し、ダイニチブランドこそが、安心と信頼の証である」と認知され続けるよう、発展し続けます。

企業姿勢

澄んだ海がオラの顔

私たちは、養殖業が持続的に発展するために、環境保持を最優先にした最適な飼料および資材を提供し、成魚を流通させることで養殖業をトータルサポートします。モイスペレットの発売開始時には、飛ぶように売れた、という社内での言い伝えがあるが、これは宇和島の養殖業者の良心でもあると思う。

（インタビュー：柴尾義弘／愛媛県産業貿易振興協会）

海外ビジネス

中国大連最新経済事情

(社)愛媛県産業貿易振興協会

9月25日から28日まで、松山商工会議所主催、当協会、ジェトロ愛媛貿易情報センター後援による「大連経済視察団」22名の一人として大連市を訪問いたしました。主要訪問先は、ジェトロ大連事務所、ソフトウェア・パーク、大連市鍋炉压力容器検閲研究所、(株)KEINS（県内企業）、三島食品(株)、三洋電機(株)、他の日系企業でした。また、大連愛媛県人会メンバーと交流をいたしました。

I. 大連市概要

- (1) 位 置：中国東北部、遼東半島の南端に位置する。
日本の仙台市と同じ緯度にある。
- (2) 気 候：大陸性モンスーン気候で、四季がはっきりしている。
年間平均気温：12.3度、最高：8月31.0度、最低：マイナス17.0度
- (3) 人 口：613万人（2008年）94.6%が漢族
その他満族、モンゴル族他
- (4) 主要経済指標：（2008年）
一人当たりGDP：9,099米ドル（日本の約4分の1）
GDP伸び率：28.8%
- (5) 主要産業：ソフトウェア・情報サービス、一般設備製造、船舶製造、石油化学
電子情報製品製造（2007年9月インテルの製造工場進出）
- (6) その他経済：中国で日系企業の投資が最も多い地域。
外国系企業13,168社のうち、約3割に当たる3,882社が日系企業（2008年現在）。



II. 大連市と日本の関係

- (1) 日本との経済係数（2008年）
 - ・対日輸出：72.78米億ドル 前年同期比+20.8%
（第1位 シェア率31%）
 - ・対日輸入：42.39億米ドル 前年同期比+15.9%
（第2位 シェア率20%）
第1位は中東からの輸入（原油類）
 - ・大連への投資：契約ベース171件 14.01米億ドル
（シェア率第1位）
 - ・観光客数：46.8万人（外国人総数85.6万人）
（54.7%を占める）
 - ・在留邦人：約5,000人（東北3省合計11,300人）

(2) 日本との経済関係

大連市の貿易に占める日本のシェアは輸入が2割、輸出が3割を占め大連進出企業ベスト50社のうち24社が日系企業である。大連経済開発区には、日本人商工会会員企業が約350社あり、その雇用総数は14万人に達しており、開発区人口の約25%を占めている。

(3) 金融危機の影響

昨年秋の金融危機を発火点とする世界的な景気後退のなかで、輸出志向の強い大連進出日系企業ではその影響をまともに受け、軒並み30%から40%の受注減となった。受注減のために各社とも在庫調整や生産調整を余儀なくされ、従業員の一時帰休や年休消化を実施した（日系進出企業）。なお、5月以降は在庫調整がほぼ一段落した模様。

(4) 生産拠点・販売市場としての取り組み

進出企業は、生産拠点、販売拠点として中国を高く評価しており、厳しい環境下においても、事業継続を念頭に経営に取り組んでいる状況である。（ジェトロ大連所長）

また、訪問先食品会社総経理が次の様に述べていたのが印象的であった。「当社の2008年度日本向け売上高は、中国食品の安全性に関する風評被害もあり、前年比7割程度に落ち込んだが、国内販売がほぼ同額伸び、全社の売上高は2007年を維持できた。」

このように、中国進出企業は、製造拠点であると共に、販売拠点としての役割を併せ持つようになって来ており、次第に中国国内販売に軸足を移しつつある。



60回目の国慶節を祝う看板（左前）

III. 訪問先企業他

○大連ソフトウェア・パーク有限公司

設 立：1998年

所 在 地：高等研究文化区と高新技术産業区に立地
国家級ソフトウェア・パーク：

中国初の「ソフトウェア産業国際化モデル都市」に認定され、東北アジアのアウトソーシングセンターを志向している。

入居企業数：340社超 4万人が勤務するソフトウェア・パーク

外資系企業が全体の41%を占めるが、そのうち半数以上が日本向けソフトウェア開発と情報サービス提供業務を行っている。

○大連市鍋炉压力容器検閲研究所

設 立：1978年5月

所 在 地：大連市西崗区

資 本 金：1,500万人民币

従業員：98名

大連市質量技術監督局所管

同研究所は、平成20年11月、三浦工業(株)と「工業用ボイラーの省エネルギーと環境保護に関する技術協力協定」を調印。その内容の主なものは次の通り。

(1) 工業用ボイラーの遠隔管理装置を開発、普及させることにより、ボイラーの安全、省エネ・環境改善に関する施策、技術法規、管理方法等の策定に資する技術データの提供を行う。

(2) また、大連市における工業用ボイラーにおける水処理の実態調査を行い、水分分析技術やデータ管理技術の向上をめざす。また、三浦工業はボイラーの改造、省エネ実験施設及び教育訓練の実施においても協力を行う。

中国のボイラーは石炭仕様が80%、重油・ガス仕様が20%となっている。ボイラー設置台数は全国で約300万台あり、重油・ガス仕様が6万台となっている。三浦工業のシェアは後者の約3.3%であるところから、今後、環境汚染・省エネ対策問題が、強いフォローの風となり、売上げ増加が期待される。また、同研究所の国内メーカーとの省エネ比較実験結果によれば、三浦工業製品95%に対し、国内メーカー製品80%のエネルギー効率とされその優位は歴然としていた。



大連鍋炉圧力研究所で挨拶する白石団長

○ケインズ・ソフトウェア（大連）有限公司

総 経 理：樋口 健

設立年月：2003年 5 月

資 本 金：750万円（100%日本側出資）

住 所：大連市高新園區

従業員数：3 名

事業内容：Javaによるコンピューター・ソフトウェアの研究開発。

(株)KEINS（本社松山市）の子会社

1. 中国大連への進出理由

- ・先進国から、学ぶべきところを上手に取り入れ発展している国であり、かつ製造コストが安い。
- ・日本との歴史的つながりが深く、気候が良く、住環境が整っており働きやすい。日本語を話す中国人も多い。
- ・市内から交通至便なソフトウェア・パーク（高新園區）が整っており、進出が容易であった。

2. 企業進出の秘訣

- ・人脈は絶対必要。一人のキーマンから派生する人脈を重視する。“狭く深く”が理想で“広く浅く”

はロスが多い。

- ・人材は最低限で。事務員2名（会計係、出納係）、管理者1名程度で良い。
 - ・オフィス 最低限の面積、設備でスタートすること。事務所の片隅を借りる方法もある。
 - ・日本人社員の常駐はコスト高となる。ODAを利用した技術専門家の制度を活用。この制度を利用すれば、2、3年間にわたり日本人技術者の派遣コストが補助されることとなる。
3. 現地法人の運営について
- ・信頼できる中国人パートナーが必要。文化習慣・国民性の違いで、日本人が中国人を雇用し育成することは、困難が伴う。
 - ・中国人は中国人に教育させ管理させる。日本人はそのお手伝いをするスタンスで臨むことが理想である。
4. 中国企業との協業について
- ・取引先の選定 信頼できる中国人からの紹介を受ける。
 - ・事前評価 パイロット業務で評価を行う。
 - ・仕様 日本語仕様は発注側で作成。言葉の壁は厚くコミュニケーションをまめにする必要がある。
 - ・品質管理 発注側の品質ポリシーが必要であり、おまかせは通用しない。発注側で管理する必要がある。
 - ・契約は自社の発注形態に合わせてくれるパートナーを選ぶ。
 - ・プロジェクト管理については、日本国内でのプロジェクト管理手法を適用。
 - ・意志疎通には粘りが必要。何度も同じことをくり返すことが必要。



(株)KEINSコンピューター入居ビル

○大連三島食品有限公司

総 経 理：福田 亨

設 立：1992年 1 月

資 本 金：18億米ドル（100%日本側出資）

住 所：大連経済技術開発区

従業員数：100名（2交代制）日本人3名で運営

敷地面積：20,888㎡

業務内容：レトルト食品、冷凍食品、乾燥食品、塩蔵食品製造他

三島食品(株)（本社広島）100%出資

1. 大連進出の理由

労働集約型産業の典型であり、20年前人件費の安さに着目し進出。徐々に人件費高、人民元高に向かいつつあるが、まだメリットは十分にある。

2. 中国市場への参入

現在、日本向け輸出60%、中国国内向け35%、東南アジア向け5%程度となっているが、将来的には、中国国内向け比率を50%まで高める計画。昨年は、リーマンショックによる金融危機、中国製食品の安全性に対する風評被害により、前年比70%程度まで日本向けは落ち込んだが、中国国内向けの売上増加により売上高を維持できた。

3. 市場開拓方法

中国国内向け売上増加対策として、現地日本食レストラン起業予定者に、開業ノウハウの提供、日本食調理方法の講習等を行い、同社製品の購入先を開拓している。



経済技術開発区内の高層マンションと高架鉄道

○大連三洋空調機有限公司

形態：三洋電機側60%、現地側40%出資の合弁企業

副総経理：和田 圭司（総経理 中国側）

設立年月：1992年

設備：土地35,600㎡ 建物19,000㎡

住所：大連経済技術開発区

従業員：351名

業務内容：パッケージ型エアコン、家庭用エアコンの製造

1. 大連進出の背景

同社は、中国東北部を重点地域と位置付けており、中国国内子会社8社の内、6社を大連に設立している。現在でも人件費が安いと、人海戦術となっているが、検査もカメラより人の方が確実にかつ安い。人件費は日本の10分の1程度で済んでいる。

2. 日本は少子高齢化でマーケットは縮小しているが、中国ではマンションブームもあり需要も旺盛で業績は順調に推移している。

3. これからは、大連の市場、中国全体の市場をねらって行く。エアコンの市場浸透率も低く、有望な市場であると考えている。

○大連愛媛県人会

会長：(株)ダイキアクシス 高岡総経理

会員数：14名

県人会交流会参加企業は、ダイキアクシス、三浦工業、一広、ケインズ・ソフトウエア他10数名であった。それぞれ自己紹介に始まり、製造拠点、販売拠点としての、大連に対する熱い思いを披露していただいた。なお、大連進出県内企業は、約20社に

上っている。

Ⅳ. 中国と日本の関係について

(1) 10年振りの大連訪問であったが、中心部の高層ビル群には驚嘆し圧倒された。当時ホテルは香港系の「フラマ・ホテル」が最高級であったが、今では、あれがそうですと言われないと分らないほど、高層ビル群の中に埋没している。住宅地においてもまだ使えそうな築後20年程度のマンションが、惜しげもなく解体され新しく造り直されているのが目を引いた。これは、住民が新築マンションを積極的に購入していることを示しているものと思われる。



大連市内ロータリーから見る高層ビル群

(2) 大連は山と坂が多く、町並みも美しいところから、かつて「北の香港」といわれたが、街中の高層ビル群、高層マンション群は、香港を凌いでいるように思われる。

(3) 日本が経済的に長期低迷する中、中国は確実に経済成長と発展をとげており、中国に飲み込まれてしまいそうな、圧迫感と恐怖感を感じたのは私だけではないものと思われる。

(4) 中国は今年10月1日に建国60年を迎え、米国と共に世界のG2に向けて発展を続けている。

(5) 中国の本年のGDPは日本を抜き、世界第2位となるのが確実になっているが、一人当たりのGDPでは、まだ約4倍の差がある。



取壊しが予定されている住居

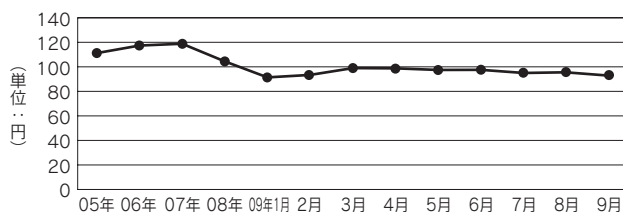
(6) 日本成長の道筋

どうすれば、日本は発展できるのか。これからの日本は、知的財産権等の活用により、中国、インド、東南アジア諸国等の中間層をターゲットに、市場を開拓して行く以外に道筋はないものと思われる。

主要通貨為替レート推移

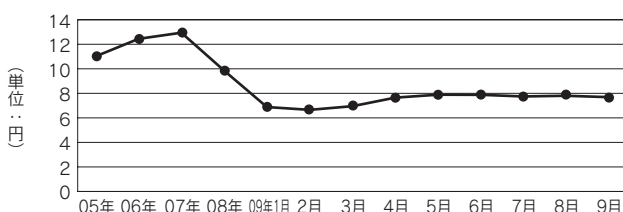
■円・ドル (TTS平均)

05年	111.21
06年	117.38
07年	118.84
08年	104.45
2009年1月	91.41
2月	93.43
3月	98.98
4月	98.78
5月	97.48
6月	97.57
7月	95.51
8月	95.91
9月	92.53



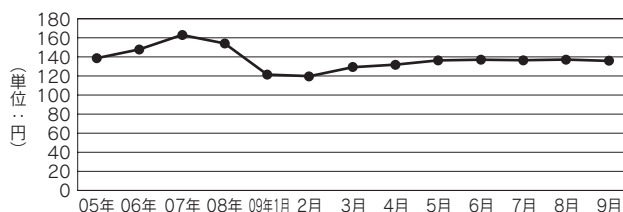
■円・100ウォン (TTS平均)

05年	11.02
06年	12.45
07年	12.95
08年	9.85
2009年1月	6.87
2月	6.64
3月	6.94
4月	7.64
5月	7.88
6月	7.87
7月	7.70
8月	7.88
9月	7.72



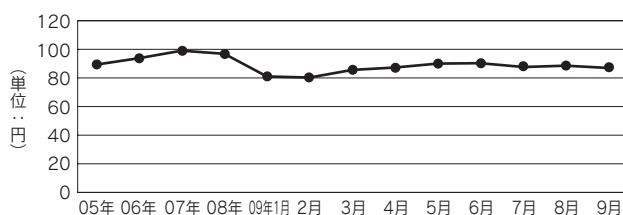
■円・ユーロ (TTS平均)

05年	138.42
06年	147.64
07年	162.74
08年	153.94
2009年1月	121.26
2月	119.66
3月	129.02
4月	131.68
5月	136.15
6月	136.87
7月	134.46
8月	136.88
9月	134.37



■円・SFr (TTS平均)

05年	89.34
06年	93.80
07年	99.03
08年	96.83
2009年1月	81.05
2月	80.30
3月	85.61
4月	87.28
5月	90.01
6月	90.31
7月	88.43
8月	89.74
9月	88.64



編集後記

「エヒメ・フォーカス」では、新しく赴任されたジェトロ愛媛貿易情報センター所長 豊永嘉隆氏に「産学連携の成功に必要なこと～米国の事例を知る～」と題してご寄稿をいただきました。また、「ニュース・トピックス」では、「中国巨大市場への販路拡大～香港の機能を活用する～」と題して、愛媛信用金庫様にご投稿いただきました。

松山市が友好都市協定を結ぶ、フライブルク市との経済交流については、松山市産業経済部がコーディネート事業を行っており、見本市出展費用他3分の2まで（最高15万円まで）の経費補助を行っています。この機会を活用し輸出・輸入先の開拓ほかにご利用ください。

発行

EIBA (社)愛媛県産業貿易振興協会

内容についてご意見、ご質問があれば、下記までお問い合わせ下さい。

〒791-8057 松山市大可賀2-1-28 アイテムえひめ3階

TEL 089-953-3313 FAX 089-953-3883

ホームページ：http://iyocom.jp/eibassn/

メールアドレス：eibassn@smile.ocn.ne.jp

印刷：セキ株式会社

〒790-8686 松山市湊町7丁目7-1

TEL 089-945-0111 FAX 089-932-0860