



ERINA

Economic Reserach Institute for Notheast Asia

BUSINESS NEWS

No. 103

2014年5月26日発行

TOPICS

「日ロ地域間ビジネス推進協議会」による極東ビジネス・ミッション派遣報告…………… 1

SERIES

海外ビジネス情報…………… 4
列島ビジネス前線…………… 10
セミナー報告…………… 15
ERINA 日誌…………… 27

ERINA (公益財団法人環日本海経済研究所)

〒950-0078 新潟市中央区万代島5番1号 万代島ビル 13階
Tel: 025-290-5545 Fax: 025-249-7550 E-mail: erdkor@erina.or.jp

<http://www.erina.or.jp>

◆「日ロ地域間ビジネス推進協議会」による極東ビジネス・ミッション派遣報告◆

ERINA 経済交流部長 酒見健之



当研究所では、日本とロシア極東との企業間交流や貿易・経済関係の深化と拡大を図るため、ロシア極東商工会議所と共同して、「日ロ地域間ビジネス推進協議会」を組織し（ERINA Business News No.94 参照）、双方の企業情報の交換や具体的なビジネスに関わる情報交換など経済交流事業を継続的に実施している。2013年度は10月にロシア極東の企業代表より構成される訪日団を新潟に受け入れ、新潟の産業紹介、企業間交流の推進を図った。更に、本年3月10～15日、日本側よりロシア極東にビジネス・ミッションを派遣した（写真）ので、その概要を以下に報告する。

ミッション・メンバー

- ① 福田勝之 新潟県商工会議所連合会会頭
日ロ地域間ビジネス推進協議会会長
- ② 杉本 侃 ERINA 副所長
- ③ 前田奉司 新潟県知事政策局国際ビジネス担当参与
- ④ 井上達也 新潟商工会議所事業部次長
- ⑤ 田中湖雄 愛宕商事(株)取締役
- ⑥ 滝沢 満 愛宕商事(株)SPD 室室長
- ⑦ 鈴木伸作 ERINA 特別研究員
- ⑧ 酒見健之 ERINA 経済交流部部長代理（当時）

訪問・面談先

訪問中、下記のロシア側関係機関や日本の在外機関を訪問し、面談を実施した。

- ① 地方行政（ハバロフスク地方行政政府、ハバロフスク市、沿海地方行政政府）
- ② 中央省庁地方支部（ロシア産業・商務省沿海地方支部）
- ③ 金融機関（極東バイカル地域開発基金、外国貿易銀行）
- ④ 研究機関（ロシア科学アカデミー極東支部経済研究所、極東連邦大学）
- ⑤ ロシアの産業・貿易振興機関（戦略的イニシアティブ・エージェンシー＝ASI、沿海地方輸出振興センター）
- ⑥ ビジネス関係組織（極東商工会議所、極東建設企業連合会）
- ⑦ 日本政府及び関係機関（在ハバロフスク日本国総領事館、在ウラジオストク日本国総領事館、ハバロフスク日本センター、ウラジオストク日本センター）

ミッションの成果総括

今回のミッションの成果は以下のように要約できよう。

- ① 各訪問先において「日ロ地域間ビジネス推進協議会」の福田会長より就任の挨拶を行い、今後の「協議会」の活動の活性化に向けた意思を表明し、ロシア側からも大きな賛同を得た。
- ② 今回の極東訪問は「第6回日露投資フォーラム」（3月19日東京で開催）の開催直前であったことにより、面談したロシア側関係

者の多くから日口の経済関係のさらなる発展に対し強い期待感が表明された。

- ③ ハバロフスク地方、ハバロフスク市、沿海地方の各行政府からは新潟との長い交流の歴史を高く評価するとの共通した発言があり、ミッションは非常な歓迎を受けた。交流のさらなる活性化、そのための手段の一つとして直行航空便の再開に対しても協力していきたいとの希望が表明された。観光分野での協力と交流の強化に対しても強い関心が示された。
- ④ 当該地域の全般的な特徴として、ロシア人へのビザを撤廃した韓国が官民挙げて進出しており、日本企業の存在感が希薄になりつつある。一方で、地元の民間企業の代表やビジネスマンとの直接対話を行う限り、日本への関心や期待は極めて根強い。日ロ双方からの情報発信が不足しており、その改善が課題であると感じられた。
- ⑤ 「日ロ地域間ビジネス推進協議会」の事務局会議において、地域間の実務交流をさらに推進することを確認し、新たな試みの一つとして、日ロ双方の関係企業の要覧（データ・ベース）を共同で作成する作業に着手することも合意した。今後のあるべき交流の形態として、産業・業種別のミッションの相互派遣も検討することとした。同時に、双方の重要課題として、この「協議会」を両国の政府レベルの交流枠組みに格上げするよう働きかけていくことも合意した。
- ⑥ 沿海地方では、「戦略構想機構（ASI）」支部、「沿海地方輸出振興センター」といった新しい組織とも面談し、「協議会」の役割や機能を説明して理解と賛同を得るとともに、今後の協力関係に関する協議を行った。ロシア連邦政府の極東重視政策が鮮明になっている中で、特にウラジオストクにおいてこうした新しい組織の拠点が設置され、若い優秀な人材が投入されていることは注目される。

二つの新しい組織

上記で触れた二つの組織に関し補足しておきたい。

(1) 戦略的イニシアティブ・エージェンシー

正式名称は Agency for Strategic Initiatives (ASI)。2011年8月11日にプーチン首相（当時）の指示により設立された非営利独立法人であり、モスクワに本拠を有する。この組織の監督機関にはプーチン大統領、ペラウーソフ大統領補佐官、グレフ・ズベルバンク会頭、ミニハーノフ・タタルスタン共和国大統領といった要人が名前を連ねる。組織の代表者はアンドレイ・ニキーチン（1979年生まれ）。この組織の設立目的は、「ロシアを世界の先進的位置に高め、人々が生活したい、働きたいと希望する国を造ることができる若いビジネス・リーダーの自己実現のための可能性を創造すること」とされ、以下のような具体的課題を有している。

- ① 急速に成長する中規模ビジネスおよび社会分野におけるプロジェクトとイニシアチブの推進

- ② 中規模ビジネスおよび社会分野の指導者の発展とその数の増加
- ③ ビジネス環境の改善とロシア社会における企業家と企業活動の積極的なイメージの形成
- ④ プロフェッショナリズムの発達のための支援
- ⑤ 社会機関における「新たな」若いマネジメントの形成とサポート
- ⑥ 社会サービス部門、なかんずく公共部門における非営利機関の発展

これらを実現するために以下のような具体的役割を担うとされている。

- ① イニシアチブに対する支援
- ② プロジェクトのマネジメント：起案・調査・選定・実行
- ③ 自身のネットワークの拡充
- ④ 行政障壁の除去
- ⑤ ベスト・プラクティスの普及
- ⑥ 法制変更の管理
- ⑦ 若手プロフェッショナル人材への支援

この組織はモスクワ以外にロシア国内の7都市に代表部を有し（サンクトペテルブルグ、カルーガ、ウリヤノフスク、カザン、エカテリンブルグ、ノヴォシビルスク、ウラジオストク）、各地でロシアの投資環境改善に向けたロードマップの策定、地域の投資ランキング評価といった業務を展開している。特に、ウラジオストク代表部からは若手経営者の教育・育成といった方向での日本との協力に関心が示されている。

(2) 沿海地方輸出振興センター

経済発展省が推進する中小企業支援プログラムの枠組で、ミクルシェフスキー沿海地方知事の主導によって2013年11月に創設された新しい組織である。極東では同種の組織は初めての設置となる。このセンターは、ロシア中小企業支援庁とも緊密な連携を持ち、沿海地方企業のために外国の潜在的な取引相手の調査、オファー・引き合い・ビジネス関連情報に関する情報交換の組織化、地元企業と外国企業の協力関係を発展させるための様々な措置の実施、などを主たる課題としている。このセンターでは、EU諸国が開発した国際的な企業データベースであるEEN（Europe Enterprise Network）に接続するEICC（European Information Consulting Center）システムが稼働している。このシステムはロシアでは既に約40の州で採用されているが、極東では初のケースとなる。

同センターは外国販売市場のマーケティング活動、外国パートナーとの商談アレンジ、通訳の派遣も行うが、全て無償サービスである。これ以外にもロシア及び他諸国の企業活動や外国貿易の関連法規に関するコンサルティング・サービスも請け負うとのことである。沿海地方で輸出できる商品や対応能力を有する企業は約400社あり、現在までに加盟した企業は約150社とのことで、現在これら企業の外国企業向けカタログが作成されつつある。地元企業に紹介すべき日本企業のデータがいまだ乏しく、今後日本とも協力関係を深めていきたいとの希

望が表明されている。

◆海外ビジネス情報◆

ロシア極東

大ウスリー島に競馬場建設計画
(Fuyuan.ru 3月3日、
ハバロフスク版コメルサント・
デイリー 3月6日)

IDA社(中国)の関係者が3日、大ウスリー島に競馬賭博のできるホースパークを建設するプランをハバロフスク地方政府に紹介した。アレクサンドル・レビンタリ第一副知事が5日、このことを伝えた。レビンタリ副知事によると、中国は競馬賭博を禁止しているため、賭博を目当てに中国人観光客が集まるといふ。「これは、大量の観光客の取り込みを可能にするアンカー・プロジェクトとなりうる」とレビンタリ第一副知事は述べた。

IDA社にコンサルティングサポートを提供しているのは、スイスのGeneris社。投資金額はまだ確定していないが、合同作業チームが5月までに試算を出すことができるだろうという。

日口企業がロシア東部での
穀物輸出の拡大で協力
(ベドモスチ 3月19日)

運送会社FESCO、日本の丸紅、統一穀物会社の代表者が、ロシア連邦極東地域の港湾からの穀物輸出量の拡大をめぐる協力に関する覚書を締結した。覚書は、東京での日露投資フォーラム開催中に締結された。

この合意にしたがい、第1段階ではロシア極東からの穀物輸出量は最大で10万トン。統一穀物会社の共同オーナーである「Summa」グループの担当者によると、輸出はFESCO傘下のウラジオストク商業港経由で行われるという。ロシア極東には穀物積替え専用ターミナルがなく、目下、積替え作業は「貨車-船」方式で行われている。将来的に、穀物輸出量はまず100万トンに、さらに500万トンまで拡大されう。穀物の輸出先は日本、韓国、中国、台湾、その他東南アジア諸国になるという。極東のザルビノ港での輸出拡大のために、穀物ターミナルの建設が予定されている。よって、初期の便はウラジオストク経由、その後ザルビノ経由でも輸出されるだろう。SummaグループはFESCOの株式の32.5%、統一穀物会社の50%-1株を所有。

SSJの中国進出なるか
(コメルサント 3月26日、
太平洋の星 3月27日)

中国の地方航空機製造会社「オウベイ(Henan Oberoi Aircraft Company)」(河南省)と(株)スホーイ民間航空機(GSS、統一航空機製造会社の傘下)が3月22日、100機のSSJ-100の購入に関する覚書を締結したことをチャイナデイリーが伝えた。それによると、契約金額は35.4億ドル。地元紙の鄭州日報によれば、取引が順調に進めば、鄭州への航空機輸出は2015年にも始まる。発注の条件のなかに、鄭州空港の専用区域での組立工場とエージェンセンターの設置がある。鄭州日報によれば、プロジェクトには中国から設計会社2社が加わる。プロジェクトへの資金投入額は30億~50億ドルになる見通し。覚書によれば、組立工場は2018年に稼働する予定。「オウベイ」の株主である上海の投資ファンドも、このプロジェクトに関心を示しているという。

中国が極東開発に
50億ドルを出資
(PrimaMedia 4月13日)

国家開発銀行（中国）の鄭之傑・行長は、ロシア極東開発プロジェクトに50億ドルを出すことを確約した。アレクサンドル・ガルシカ極東開発相との会談の結果に基づいて鄭行長がこのように発表したことを、極東開発省広報が伝えた。

協議中に双方は投資協力の優先事項について合意。これは、ロシア極東における先進的経済発展特区の形成、インフラ整備への出資、ロシア極東地域の長期的投資案件の実行だ。双方は定期的な連絡や相互関係の強化についても合意した。

沿海地方の経済特区で
自動車生産
(ロシースカヤ・ガゼータ
4月17日)

6月15日*までに沿海地方に極東初の工業生産型経済特区が形成される。プーチン大統領は前日、これに関する命令書に署名した。

日ロ合弁の「マツダソラーズ」及び「パシフィック・ロジスティック」がこの経済特区の主要出資者となっている。現在稼働中の工場「ソラーズ極東」周辺のエリアが特区形成用地として確保された。このプロジェクトの出資総額は約270億ルーブル。そのうち民間の出資額は約205億ルーブル、連邦の負担は65億ルーブル、沿海地方の負担は3億ルーブルとなっている。

沿海地方政府経済局の発表によると、経済特区の体制をとることによって、自動車の年間生産台数を現在の7万5,000台から10万台に拡大し、最大30%の自動車部品の現地調達率を確保することができる。あらゆるレベルの予算が経済特区及び入居者から得る収入は10年間で323億ルーブルに達することが見込まれ、その主なものは付加価値税、関税・通関料及び間接税だ。税金以外の歳入（賃貸料）は21億ルーブルになる。*その後の報道では「5月27日」に前倒しに。

ロシア極東発展国家プログラム
承認に
(ロシースカヤ・ガゼータ
4月24日)

ロシア連邦政府が「2014～2025年極東・バイカル地方発展」国家プログラムを承認した。関連する決議が24日、政府公式サイトで公表された。

2014～2020年の国家プログラムの事業の実行のための予算支出総額は3,460億ルーブルを超え、そのうち、2014年分は260億ルーブル余りとなっている。

この国家プログラムには二つの連邦特定目的プログラム「2018年までの極東・バイカル地方の経済・社会発展」、「2007～2015年クリル諸島（サハリン州）の社会経済発展」と、サブプログラム「ロシア連邦国家プログラム『極東・バイカル地方の社会経済発展および持続可能な地域発展に係るその他事業』の実行の確保」が含まれている。極東開発省がこの国家プログラムの執行責任者となっている。

北朝鮮とアムール州が
協力協定に調印
(ロシースカヤ・ガゼータ
4月29日)

28日、北朝鮮とアムール州の間で協定書が調印された。この日、ユリー・トルトネフ副首相兼極東連邦管区大統領全権代表を団長とするロシア代表団が平壤に到着した。「ノーボスチ」ロシア通信社が朝鮮中央テレビの報道を伝えたもの。

協定書の当事者は北朝鮮貿易省とアムール州政府。農業、林業、建設業での協力の拡大に関する内容となっている。

朝鮮中央テレビはまた、トルトネフ副首相が北朝鮮の盧斗哲副首相と会談したとも伝えている。それによると、会談中、双方は両国の経済交流の拡大、その他互いに関心のある問題について意見を交換した。2011年にはアムール州と北朝鮮の平安南道が姉妹交流と貿易経済協力に関する協定を締結している。

中国東北

中国・同江～ロシア・ユダヤ
自治州間の鉄道橋が着工
(黒龍江日報 2月27日)

2月26日、中国・黒龍江省同江とロシア・ニジニレニンスコエ村間にかかる鉄道橋の着工式が同江とユダヤ自治州ニジニレニンスコエ村でそれぞれ行われた。着工式により、中口国境河川の黒龍江（アムール川）を横断する鉄道橋が正式に建設段階に入る。この鉄道橋が完成すれば、新たな国際鉄道通路が形成され、中口国境河川を横断する鉄道橋がなかった歴史に幕を閉じる。

中口国境河川・黒龍江を横断する初めての鉄道橋は、中国・同江市とロシア・ニジニレニンスコエ村を結び、全長2,315メートル（中国国境内の長さは1,900メートル）。中国側の投資総額は約26.42億元、工期は2年半、輸送能力は年間2,100万トンを想定している。2013年に中国鉄道会社ハルビン鉄道支局が工事設計図と工事入札・契約を完了し、着工開始の条件を整えた。

ハルビンが国際貿易サービス
プラットフォーム設立へ
企業の国外展開を後押し
(黒龍江日報 3月12日)

中国国家海関総署は、ハルビン市における国際貿易電子商取引サービスの試験運営を正式に許可した。今年3月から、ハルビン市は国際貿易サービスプラットフォームを設立し、年内にプラットフォームシステムのオンライン試験運営を開始する予定だ。試験運営が始まると、効率的でスピーディかつローコストな通関、物流、電子商取引の総合サービスを企業に提供できるという。

ハルビン国際貿易サービスプラットフォーム設立の目標は、ハルビン市の国際電子商取引企業の発展に貢献し、全国規模の電子データ交換、身分認証、電子データ申告、データの整理・統合、データのコントロール・管理、物流と通関状態に関する情報の検索を一体化にする総合サービスプラットフォームを設立することだ。このプラットフォームシステムは、オンライン試験運営期間中、ハルビン市内の指定企業のみサービスを提供するが、試験運営終了後はサービスの提供範囲を他の地区に拡大する予定。

日本の食品企業、
黒龍江企業との協力を探る
(黒龍江日報 3月25日)

3月24日、「黒龍江省食品産業・日系関連産業交流会」がハルビン市で開催された。三菱商事株式会社など10社の日本の食品企業と45社の黒龍江の食品企業が食品加工や商品販売などの協力について交流した。

今回参加した日本企業は大型スーパー、ブランド企業、清酒やサラダ油、インスタントラーメン、肉食品加工などの有名会社。日本企業はかねてから中国東北地域の食品資源に興味をもっており、これまで現地の原料を購入して日本で加工してきた。今回の交流会の目的は日本企業に黒龍江省の食品産業の優勢と協力意向を知ってもらい、食

品の仕上げ加工における協力機会を求め、黒龍江省の食品企業に加工技術、人材育成、経営販売などの面での発展をもたらすことだ。また、協力を通して日本の食品企業の管理理念と食品加工基準を導入することによって、黒龍江企業により迅速な発展を、黒龍江食品の国際市場への進出をもたらしたい考えだ。

中韓「新藍海」国際複合
一貫輸送ルート
初年度輸送ノルマ達成
(吉林日報 4月14日)

先頃、琿春口岸から915個目のコンテナ(20フィート)が運び出された。これにより、吉林省は中韓「新藍海」国際複合一貫輸送ルートの初年度輸送ノルマを達成した。具体的には、運航回数71回、旅客数1.26万人、貨物量6,597トン(3,654万ドル)の成果を上げた。

とりわけ、国際輸送の一環として、税関は「国際税関協力メカニズム」を構築し、ロシアと韓国の両国にサービスが行き渡るようにした。運航会社がロシア国境内で通関トラブルに遭った際、直ちに「長春税関-ロシア極東税関局」、「琿春税関-ロシア・ハサン税関」の二つの協力メカニズムを立ち上げ、それぞれの相互訪問を実施した。

2013年10月の協議を経て、法律執行面における中口税関間の相互信頼は実質的な一歩を踏み出した。すなわち、この輸送ルートにおける対口輸出貨物は、中国の税関で検査を済ませていれば、ロシアの税関では検査せずに通関できることになった。これにより、企業がロシア国境内でロシア税関の検査を受けるときにコンテナから貨物を取り出したり、積み下ろしたりするのにかかる巨額のコストを直接減らし、輸出貨物の通関効率を向上させた。

「吉林省集安-北朝鮮」
観光ルート開通
(吉林日報4月18日)

4月13日、吉林省集安市から北朝鮮に向かう観光ルートが正式に開通した。観光客は観光特別列車に乗って、北朝鮮の平壤、開城、板門店などへの観光ができる。これにより、集安市は遼寧省丹東市に次いで中国で2番目に平壤への観光特別列車を開通させた都市となった。

同ルートを運営している集安市国際旅行社の劉俊副社長によると、4月13日に最初に出発した団体の観光客は32人で、吉林省や遼寧省、安徽省から訪れたという。

集安市は中国国民の北朝鮮への観光に便利な条件を作り出した。身分証を持つ中国国民であれば、パスポートまたは国境通行許可証により、集安市で北朝鮮への入国手続きを直接行うことができる。

モンゴル

北朝鮮への石炭輸出が
今年第3四半期に開始
(InfoMongolia3月6日)

鉄道協力機構(OSJD)が3日、「トランジット・モンゴリア2014」をウランバートル市で開催し、ロシア、中国、ベトナム、韓国、モンゴルから代表者90名以上が出席した。

会議では、北朝鮮・羅先経済特区向けの2万トンの石炭のロシア経由の輸送について話し合われた。ロシア・モンゴル合弁のウランバートル鉄道社運輸部のエルデネブルガン副部長は、「第3四半期から2万トンの石炭を北朝鮮に輸送する実験を行う。これは、50両編成の貨物列車4本に相当する」と述べた。

西部最大の亜鉛・銅選鉱場が稼働
(InfoMongolia 3月18日)

ガンホヤグ鉱業大臣は3月10～12日、バヤン・ウルギー県ドゥラールンハル亜鉛・銅選鉱場の開所式に出席した。これは西部最大の最新のプラントだ。事業化調査によると、ドゥラールンハル亜鉛・銅鉱山はノゴンヌール郡に位置し、16年間の予定で開発された。この間、トータルで9,843,300トンの鉱石が選鉱される見込みで、鉛128,060トン、亜鉛456,810トン、銀0.083トンが生産される。開所式には在モンゴル中国大使館、新疆ウイグル自治区アルタイ地区、バヤン・ウルギー県、中国企業の関係者らが出席した。

UBの高層ビルの設計を日本企業が受注
(InfoMongolia 3月20日)

毎年3月にフランスのカンヌで開催されているMIPIM（不動産プロフェッショナル国際マーケット会議）の会期中の11日、モンゴルのモン・ウラン社は日建設計と、「タワー」という高層ビルプロジェクトの設計に関する契約を結んだ。締結式には日建設計の中村光男会長、モン・ウラン社のバツフ・オユンチメグCEO、バツフ・ナランフー国会議員が出席した。

タワーは耐震技術を使い、68階建て、高さ約250メートルに及び、最上階の展望台、居住エリア、高級賃貸マンション、五つ星ホテル、オフィス、商業エリア、屋外・屋内公園を備え、最高のマネジメントチームのもとで国際規格にしたがって建設される。このプロジェクトは年内に始まり、2018年12月までに完了することになっている。

モンゴル商議所とジェットロが協力
(InfoMongolia 3月31日)

モンゴル国商工会議所（MNCCI）のS.デンベレル会頭は、日本貿易振興機構（JETRO）の田端祥久・北京事務所長をウランバートル市内の事務所に迎え、パートナーシップ拡大と以下の分野での協力について協議した。

・日本・モンゴル間の自由貿易に関する政府間協定の加速化の一環で、JETROとMNCCIは日本及びその他の国々の自由貿易の経験を学ぶ合同講習会やセミナーを主催する。

・JETROは輸出に適した製品の選定のための製品開発プログラムをアシストする。

・JETROは北海道とのパートナーシップの整備でMNCCIをサポートする。

・JETROとMNCCIの間の情報交換と広報協力を寄与すべく、MNCCIは、今年第2四半期から、すべてのサポート情報を日本語で提供する。

UB市内を高速鉄道が走る
(InfoMongolia 4月4日)

ウランバートル市のバトゥール市長は4月4日、合弁会社「ウランバートル鉄道」のセレーネンドルジ代表取締役、その他政府要人と、公共交通機関の一部として市内を走る「レールバス」プロジェクトとその現在の進捗状況について協議した。セレーネンドルジ代表取締役はさらに、ウランバートル鉄道が認可した136席の高速電車PA-2が350～400人の観光客を乗せてアムガラン駅～トルゴイト駅区間（ウランバートル市の東と西の終点）を走ることを伝えた。全17キロ、4回停車で所要時間は45分とみられている。当初、レールバスは3

両編成で、今年6月6日から1日3回運行する。このプロジェクトの第2フェーズでは、複線を敷き、運行回数を1日6回にする。

中モのエネルギー系企業が
合併の鉄道会社を設立
(InfoMongolia 4月8日)

モンゴルのエルデネス・タバントルゴイ社、エナジー・リソース社、タバントルゴイ社、中国の神華能源による合併会社「ガシューンスハイト鉄道」設立文書調印式が7日、ウランバートル市内のEliteセンターで行われた。

ガシューンスハイト（モンゴル、ウムヌゴビ県）とガンツモド（中国）を狭い軌間の線路で結ぶという今年3月21日付政府決議にしたがい、この新会社は、モンゴルの石炭輸出と貿易高の拡大を目的としている。契約によると、モンゴルの3社の出資率は51%、神華能源は49%で、出資率に応じた権益を取得する。ガシューンスハイト鉄道社の管理運営のもとで、契約企業はガシューンスハイトとガンツモドを結ぶ18キロの線路を年内に敷設し、2015年から年間2,400万~2,700万トンの石炭を中国へ運ぶ。

首都の廃水で発電
(InfoMongolia 4月10日)

トゥールソングノ貯水施設の開発に関するモリト・インペクス社との利権協定の締結をバトバヤル経済開発大臣に指示した2013年12月7日付政府決議にしたがい、協定調印式が4月10日に行われ、政府を代表してバトバヤル大臣が、モリト・インペクス社からガンバト社長が出席した。同プロジェクトの一環で、水処理の見地から廃水で発電することができ、利権会社は設備を自費で建設する義務を負う。

プロジェクトの第1フェーズでは、ウランバートル中央排水処理施設から入ってくる汚水の処理プラントを建設する。第2フェーズでは100メガワットの揚水発電所が回収水を使って稼働する。利権協定は、建設・運転・引渡しの条件で、23年間有効。権利の譲受人は施設を3年以内に完成させ、残り20年間は施設を稼働させる。

モンゴルと中国の金融面の
関係強化へ
(InfoMongolia 4月29日)

中国国務院財政部の楼継偉部長が、モンゴルのウラン財務大臣の招請で4月28~29日、モンゴルを訪問している。この訪問の枠内で、両財務大臣はアジアインフラ投資銀行（AIIB）の設立、互恵的協力の拡大、情報及び経験の交換での協力に関する4月28日付の覚書に調印した。

アジアインフラ投資銀行は、中国の習近平国家主席が昨年、経済インフラへの投資を目的として設立を提唱し、中国政府は近い将来の同銀行の開設に向けて積極的に動いている。このところ、モンゴルと中国を含む15のメンバー国が、AIIBの設立について協議を進めている。

楼部長は29日、モンゴルのアルタンホヤグ首相と会談した。アルタンホヤグ首相は、インフラ整備は内陸国の経済協力にとって極めて重要であり、モンゴル政府は中国のイニシアチブに賛同し、AIIBの共同設立者になることを決定した、と述べた。

◆列島ビジネス前線◆

北海道

サハリン氷上釣りに「サビキ」
「ブラー」日本製仕掛け 大人気
(北海道新聞3月2日)

ロシア・サハリン州では今、湖沼や海岸で氷上釣りが真っ盛り。週末にはニシン、コマイ、キュウリウオを狙う釣り人でにぎわう。釣果を支えているのが日本メーカー製の釣り具。特に仕掛け類は「よく釣れる」と、釣りが大好きなロシア人に圧倒的な人気だ。進出した道内釣り具チェーンの系列店と、自社製品を輸出する道内メーカーも快調に売り上げを伸ばしている。

道銀、ウラジオ事務所開設
(北海道新聞3月19日)

北海道銀行(札幌)は18日、ロシア極東のウラジオストクに駐在員事務所を開設した。ロシアの駐在員事務所は2009年設置のサハリン州ユジノサハリンスクに次いで2カ所目。ロシア極東の大陸方面のビジネス情報を収集し、道内企業の進出や取引拡大の支援を行う。

ユジノー成田を週2往復
(北海道新聞3月28日)

ロシア極東を地盤とするオーロラ航空は今年5月をめどに、サハリン州ユジノサハリンスクー成田線を開設する。同社が従来運航してきたユジノサハリンスクー新千歳線の週2往復(水、土曜)の定期直航便の運航に変更はない。

同社がネット上の公式サイトでこのほど発表した。ユジノサハリンスクー成田線は週2往復を運航予定だが、曜日は未定という。

「語学バッジ」利用好調
(北海道新聞3月28日)

札幌商工会議所(札幌)などが制作した「語学バッジ」を利用する企業が増えている。企業や団体への配布数は1,500個を超えた。企業側は外国人観光客の受け入れ態勢を整え、売上増につなげたい考え。

語学バッジは、札商と札幌観光協会が協力し昨年9月、「英語」、「韓国語」、「中国語」の3種類を製作。語学力を試す試験などは行わないが、語学検定2級以上で、バッジの言語で簡単な商品紹介、メニューの説明、観光案内ができることが目安。観光関連の団体、ホテル、旅行会社、百貨店、飲食関係、タクシー会社などでの利用が目立つ。

中国の企業と特許使用契約
(北海道新聞3月28日)

住宅建築販売のホーム企画センター(札幌)は27日、炭を使った同社独自の換気システムの特許技術について、中国遼寧省大連市の不動産会社「大連昊東不動産」と特許使用契約を締結した。ホーム企画センターが海外企業に特許使用を認めるのは初めてで、青木雅典社長は「大気汚染が深刻な中国に、健康に過ごせる住宅を広める足がかりとしたい」と期待を込めた。

同不動産はこの技術を、大連市内に来年9月完成予定の9階建てマンション(36戸)に採用する。

青森県

県「拡大戦略」策定
18年農林水産物輸出210億円
(東奥日報3月27日)

県観光国際戦略推進本部(本部長・三村申吾知事)は26日、青森市のホテルで総会を開き、県産農林水産物の輸出拡大や本県企業の海外展開支援を定めた「県輸出拡大戦略」を策定した。同戦略は2014~2018年度を取り組み期間とし、県全体の農林水産物輸出額について

は18年時点で210億円、リンゴ輸出は3万トンとする二つの数値目標を設定。12年実績の農林水産品輸出102億円、12年産リンゴ輸出量1.5万トンと比べ、ともに倍増を目指す。

基本方針として、農林水産品を重点戦略分野に、工業製品や、伝統工芸品などのクールジャパン関連製品を重点戦略分野に位置づけた。

秋田県

ロシアに日本酒輸出
大仙市の秋田清酒
(秋田魁新報4月23日)

大仙市の秋田清酒(伊藤洋平社長)は、ロシアへの日本酒の輸出を始めた。現地資本の高級日本料理店向けに「刈穂」を年間約2.5キロリットル出荷する予定。手続きが煩雑で輸出が難しいとされるロシアに、県内からこれだけまとまった量の日本酒が出荷されるのは初めてとなる。

ロシアへの日本酒の輸出は税関や各種登録手続きが複雑なことがネックとなり、大手酒造メーカーなど一部の動きにとどまっている。秋田清酒は、国際教養大学東アジア調査研究センターの支援でこぎつけた。センターの竹村豊特任教授が、モスクワの「レストラン誠司」の経営に携わる草野誠司シェフを紹介し、輸出に関する手続き書類の作成にも協力した。

山形県

県産花卉のプロモーション
口極東市場に手応え
(山形新聞3月14日)

県国際経済振興機構とJA庄内みどり(酒田市)は、ロシア極東の主要都市・ハバロフスクで、県産花卉類のプロモーションを展開した。用意した啓翁桜とストックは完売。関係者は高い注目度に市場開拓への手応えをつかんだ一方、海外展開で求められる検疫対応の難しさも課題として浮かび上がった。

プロモーションは7、8日の両日、現地の百貨店エンカシティで開催。啓翁桜650本、ストック1,050本を売り込んだ。啓翁桜とストックは1本450~600円で販売。広く流通するオランダ産チューリップ(240円)と比べ高値設定だったが、売れ行きは好調だった。プロモーションは現地の貿易商社ポータル・セゾノフの協力を得て、昨年引き続き開催した。

中国で大規模商談会
県内参加希望を募集
(山形新聞4月3日)

中国・黒龍江省のハルビン市で6~7月にかけて「中国-ロシア博覧会」が開かれる。従来の国際経済貿易商談会をリニューアルした大規模イベントで、県国際経済振興機構は県内企業向けにブースを確保し、出展を希望する企業を4月18日まで募っている。

これまでは中国商務部や黒龍江省人民政府などが主催。昨年は世界各国の企業・団体が約3,000ブースを開設。本県から17企業・団体が参加した。今回から中国とロシアの国家プロジェクトとなり、ロシア経済発展省なども主催に名を連ねる。6月30日~7月4日に開かれる。同機構は県内から10社程度の参加を見込む。

新潟県

新潟農商、コメ 1,000 トン輸出
14 年度、アジア市場開拓狙う
(新潟日報 3 月 4 日)

新潟クボタ（新潟市中央区）子会社の新潟農商（同）は、2014 年県産米の輸出量を前年比 2.6 倍の 1 千トンに増やす。農政改革が 14 年度に始まり、米価動向が不透明な中、安定的な販売先確保に向けた生産者の期待は高まる。

新潟農商はグループ親会社のクボタ（大阪市）と連携し、11 年に香港向け輸出を開始。新潟港から玄米で送り出し、現地の工場で精米したコメを日本料理店などに販売する仕組みを確立した。新潟農商は独自に昨年 12 月、モンゴルの機械商社と合併で精米工場を建設。現地では中国産米が主流だが、富裕層を中心にシェア開拓を目指す。またクボタが 2 月、香港に続いて 2 カ所目の精米工場をシンガポールに開設したことを機に、同国内だけでなくマレーシアやインドネシアの市場も狙う。

新潟ーロシア極東空路
県、定期便復活に力
(新潟日報 3 月 27 日)

2011 年以降運休している新潟空港とロシア極東を結ぶ定期便の復活に向け、県は 14 年度、取り組みを強化する。今夏、極東線のチャーター便数が前年比 4 倍に増えることを契機に、極東線を利用してツアーを組む旅行代理店に対する助成金支給の条件を緩和。利用実績を上げて復活につなげたい考えだ。26 日は旅行代理店向けの説明会を開き、魅力的な商品開発による集客に協力を求めた。

昨夏は 7～8 月に新潟空港とハバ、ウラジオを結ぶチャーター便が計 9 便運航され、搭乗率は約 7 割に上った。今夏は 7～9 月に期間を広げ、便数も 38 便と 4 倍に増える。

農業特区に新潟市
提案の採用は限定的
(新潟日報 3 月 29 日)

政府は 28 日、地域を絞って規制を大胆に緩和する国家戦略特区の第 1 弾として、新潟市など 6 地域を指定することを決めた。新潟市は「大規模農業の改革拠点」として、農地集約や企業参入の拡大による経営基盤の強化、農産物の生産から加工、販売まで手掛ける 6 次産業化などを進める。政府は今後、特区ごとに地元自治体や民間事業者との会議を設け、具体的な規制緩和策などを策定。早ければ今夏から特区を順次スタートさせる。

農業特区に指定された新潟市が今回の政府方針で認められた規制緩和項目は、市が提案してきたうちの一部に限定された。今回認められたのは、農用地での農家レストラン開設や、農業生産法人の役員要件緩和など。食品工場などへの総合保税地域の拡大などは見送られた。

富山県

田島木材、合併のロシア株取得
日本全額出資、初の民営化
(北日本新聞 4 月 8 日)

北洋材大手の田島木材（富山市、黒田貢社長）は、ロシア・イルクーツクの合併会社「TM パイカル」について、ロシア政府が保有していた発行済み株式 51%を取得した。取得額は約 8 億 5 千万円。出資比率は田島木材 86%、三井物産 14%となり、田島木材によると日本企業が出資するロシアの木材関連会社のうち、日本側の全額出資による民営化が実現したのは初めて。経営に関する意思決定の迅速化が期待される。

TM バイカルは田島木材と三井物産、ロシア企業の合弁で、1991年に設立した製材会社。製品・半製品の全量を日本に輸出している。昨年の輸出量は約10万3千立方メートルと、日本向け北洋材供給会社として最大規模という。

サンエツ金属 中国事業を縮小、
砺波移管
(北日本新聞 4月18日)

CK サンエツの主要子会社であるサンエツ金属(砺波市、釣谷宏行社長)は、中国・大連市で行っている住宅設備の水栓金具製造事業を約1年間かけて半分に縮小し、砺波市の本社敷地にある多目的施設「インキュベーション工房」やプレジジョン(精密部品)工場に移管する。

サンエツ金属は1994年に現地法人「大連三越精密部件工業有限公司」を設立。黄金棒を日本から輸入し、鍛造や切削加工をして水栓金具を月200万個を目標に生産し、日系の現地企業に納品してきた。しかし近年は人件費が年約15%高騰し、円安基調もあってコスト競争力が低下し、最近4年間は赤字が続いている。生産減少に伴って期間従業員を中心に半分に減らす予定。

外国人客増に向け連携
航空12社会議、県誘致で初開催
(北日本新聞4月19日)

世界最大の航空連合「スターアライアンス」に加盟する12社の日本支社長らが18日、黒部市宇奈月温泉での支社長会議のため来県した。県庁で石井知事と懇談し、羽田空港経由で多くの外国人観光客を県内に送客するため、連携していくことを確認した。

支社長会議は年2回各地で開いており、県の誘致により県内での初開催が実現した。来県したのは全日空、エア・カナダ、エアチャイナ、アジアナ航空、オーストリア航空、ルフトハンザ航空、スカンジナビア航空、シンガポール航空、南アフリカ航空、スイスインターナショナルエアラインズ、タイ航空、ユナイテッド航空の12社20人。

石川県

レンタカー観光、
外国人客に提案
金沢の企業、英語版ガイド作製
(北陸中日新聞4月16日)

デザイン会社のアーテックス(金沢市)は、来春の北陸新幹線金沢開業で増加が期待される外国人観光客向けに金沢発着のレンタカードライブを提案するガイドブックを創刊した。市内外の観光案内所やホテルで無償配布。内容を変えて年2回(3月と9月)発行し、車を使った北陸の奥深い旅の魅力をアピールする。

同社は6年前から外国人観光客向けに英語版フリーペーパー「アイ・オン・カナザワ」を年2回発行。石川など「北陸」は、世界で親しまれる旅行ガイドブック「ロンリープラネット」で2014年の旅行先として第4位に選出されるなど「世界から注目が集まる」(担当者)とみて、「姉妹版」として出していく。

福井県

鯖江・丹生消防
救急車、モンゴルに贈る
(福井新聞3月6日)

鯖江・丹生消防組合は5日、救急車1台をモンゴルの国立病院に贈った。同国へは昨年の消防ポンプ車に続く2台目の贈呈で、同じく大相撲の横綱日馬富士(同国出身)が仲介役を務めた。

昨年2月、同組合が消防ポンプ車を贈った際、日馬富士が牧野百男・

鯖江市長に「モンゴルの人々の命を救うために、もし救急車があればいただけないか」と打診。越前町の朝日分遣所に配備していた1999年式、走行距離約88,000キロの救急車が今年2月に更新時期を迎えたため、贈ることにした。首都ウランバートル市の国立サスティン記念病院で使われる。

鳥取県

韓国・江原道テクノパーク
医療機器で連携模索
(山陰中央新報3月6日)

韓国の医療機器産業集積地である江原道の江原テクノパークから、経済交流団8人が4日から4日間の日程で鳥取県を訪問。医療機関の視察や県産業振興機構との意見交換を通じ、県内企業の医療機器分野進出や韓国企業との連携を探っている。

同テクノパークは、2003年、地域革新新拠点として、バイオ産業や医療機器産業関連企業の育成を目的に江原道が設置。同機構とは10年に協力協定を締結し、交流を続けている。同テクノパークの金仁教(キム・インキョ)院長は「鳥取県内の企業から部品や材料の供給を受けたり、製品を鳥取で製造ができないか、県内企業とマッチングを図りたい」と話した。

鳥取の商品、ロシアに
米子で販路拡大へPR
(山陰中央新報3月8日)

ロシア企業と鳥取県内企業との商談会が7日、米子市内であった。県内から食品加工業など6社が参加し、ロシアでの販路拡大を目指して、自社製品をアピールした。

境港とロシア・ウラジオストクを結ぶ日韓口定期貨客船の貨物量増加を目的に鳥取県が企画。米子市内のホテルであった商談会には、ウラジオストク市周辺に加え、ロシア西部のサンクトペテルブルク市からの参加を含む食品販売業など8社が出席。日本製の食品販売などを手掛けるTOKUMO社(ハバロフスク地方)のタラセンコ社長は「日本の商品は品質がいい。取引の可能性はある」と評価した。

島根県

松江のRC社とマックス社
大連に飲食店開設へ
(山陰中央新報3月5日)

飲食業のRC・クリエイティブグループ(松江市、中村善次社長)と、対中貿易コンサルティングなどのマックスパワーグループ(松江市、石橋修CEO)が3月下旬、中国遼寧省・大連市に飲食店をオープンさせる。RC社の店舗運営と、マックス社の食材調達や税関通関といったコンサル事業のノウハウを融合し、開設する初の店舗。今後、同様の方式で、中国国内で多店舗展開を目指す。

大連市東部の中山区にある中山広場近くに位置する複合ビル2階に入居。鉄板焼きや居酒屋メニューなどを取りそろえた「こてこて大連店」とし、富裕層の中国人や日本人駐在員の来店を見込む。今後、RC社が展開する「主水」や「丸善水産」といった海鮮系ブランド店舗で、四川省成都市などでの新店舗開設も目指していくという。

海外留学生誘致へ基金
島根大、県内企業に協賛募り
(山陰中央新報4月23日)

島根大学(松江市)は、海外からの留学生の誘致促進に向けた基金を創設する方針を決めた。奨学金として活用し、留学生の数を増やすとともに優秀な人材を集め、国際色豊かな大学運営を一層促進する。さらに卒業後は、海外展開を考える島根県内企業に入って、母国との懸け橋となってもらうことを狙う。

計画では、県内企業に協賛を募るなどし、500万円程度の基金を設立。海外からの留学生に25万円程度の奨学金を給付する。島根大は、協賛企業から事前に国籍や専門分野など、期待する留学生像についての要望を聞き、該当する人材を優先的に紹介。在学中のインターンシップや卒業後の就職に結びつける。

九州

九州の緑茶 ロシア照準
(西日本新聞3月4日)

世界最大の茶の輸入国ロシアで緑茶人気が高まり、日本の茶どころが熱い視線を送っている。モスクワで2月に開催されたロシア最大級の食品見本市には島根、福岡、鹿児島3県の4業者が緑茶を出展、昨年、本格的な対ロ輸出が始まった静岡茶を追い越す構え。安い中国産が席卷するロシア市場で、富裕層や中間層に「高いが一味違う一服」を根付かせようと懸命だ。

九州で働きませんか
釜山で企業合同面接会
(西日本新聞3月31日)

韓国貿易センター(KOTRA)福岡と釜山市は20日、釜山市役所で九州の企業の合同就職面接会を開き、釜山地域の大学生と既卒者の計22人が参加した。

面接会は、釜山に近い九州の企業で韓国人の活用を図ろうと、KOTRAが初めて企画。九州経済産業局のメールマガジンを通じて企業を募り、福岡市と長崎県大村市のコンピューターソフトウェアや食品関係など3社が参加した。

学生の多くは日本語を学んでいて、熱心に人事担当者の説明を聞いていた。

◆セミナー報告◆

平成25年度第6回賛助会セミナー



テーマ：新潟清酒の国際展開

日時：平成26年3月13日(木)

場所：ANAクラウンプラザホテル新潟3階「阿賀」

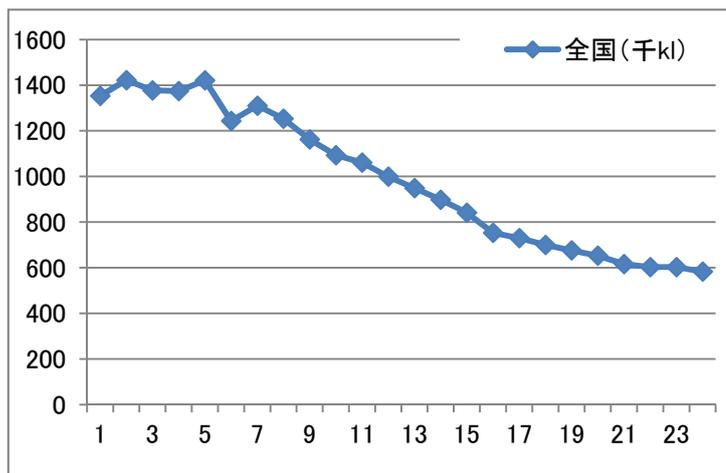
講師：新潟県酒造組合・需要振興委員

尾畑酒造(株) 代表取締役 平島 健氏

私は、新潟県酒造組合の需要振興委員会で、海外戦略をかれこれ4年ほど担当させていただいています。新潟の出身ではありませんが、1995年に佐渡に行き、今年の秋で19年になります。2010年に尾畑酒造の社長に就任し、現在に至ります。

日本酒国内出荷事情

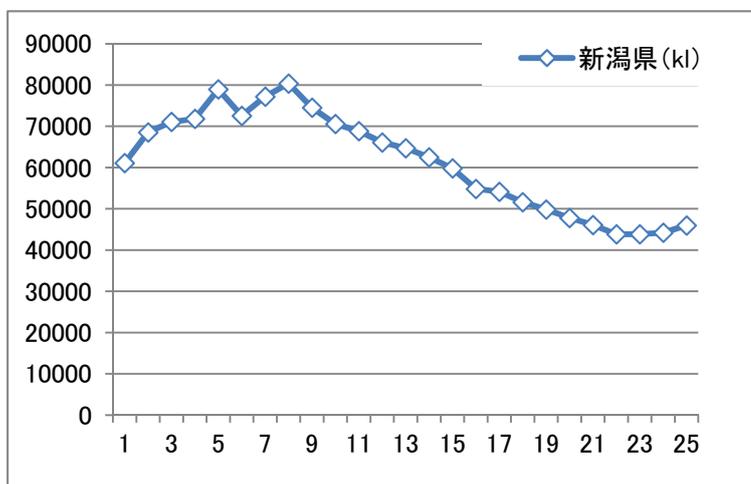
全国の日本酒の出荷数量は1973年がピーク（176万6,000kl）で、平成25年はその3分の1をちょっと割るぐらいまで（57万4,000kl）出荷数量が落ちてきているのが現状です。ただ、あまり悲観的には見ていません。平成21、22年ぐらいから減り方が少し緩やかになってきています。ただ、日本ではこれからどんどん人口が減っていき、また、飲酒人口はさらに早く減っていくということもあり、国内において販売数量を伸ばしていくのはそんなに簡単ではないといわれています。



(出典：国税庁)

新潟清酒の現況

一方、新潟県は平成8年までは右肩上がり、いわゆる「独り勝ち状態」で売り上げを伸ばしてきましたが、平成9年以降、なだらかに落ちていきます。ただ、近年、下げ止まり傾向があつて、新潟に関しては、ここに来て右肩上がりに転じています。速報値ですが、平成25年は前年比で104%という数字になっています。全国的にはまだ少し落ちているので、新潟のお酒の強さというのが表れているのかなと、自負しているところです。



(出典：国税庁)

新潟清酒の位置

新潟県は清酒の出荷数量では全国第3位（1位＝兵庫県、2位＝京都府）です。シェアは毎年増えていて、現在、8%までできました。新潟の酒の強さはどこかという、純米吟醸酒（大吟醸・純米大吟醸含む）の出荷数量は全国1位です。つまり、プレミアムクラス、いわゆる「高い、いいお酒」に関して非常に強いというのが新潟県の特徴です。こちらのシェアは約24%で、他を圧倒する力を持っていると考えています。また、蔵元の数も全国第1位で、新潟県酒造組合に登録している蔵元は今、92社です。

清酒の一人当たりの年間消費量が全国第1位というのも新潟県です。つまり、新潟の方々がたくさん飲んでくれているので、我々の業界は成り立っているということです。金額ベースでも、都道府県庁所在地の中で新潟市が最も日本酒に対してお金を使っており、ここでも新潟県は際立っています。ちなみに、一人当たりの飲んでいる量は、年間14.4リットル。2番目が秋田県で10.1リットル。2桁を超えるのはこの2県だけです。

新潟清酒の優位性

～気象条件が最適

新潟県は酒造りに最適の場所だといわれています。夏に日照が長く、気温が高めで、米作りに最適です。酒造期である冬は日照が短く、降雪量が多いため、昼夜の寒暖差が少なく、安定した低温環境を得ることができます。昔から、日本酒は寒仕込みといい、微生物の関係で、低い温度で安定していることが発酵条件としてとても大事なのです。また、新潟の酒は、こうした環境を利用した低温長期発酵という、低い温度でなるべく時間をかけて造るということの特徴としており、これがきめ細かい新潟清酒の味わい、いわゆる「淡麗」な味わいを出している要因になっているといわれています。

～良質な酒米産地

日本一の米どころといわれ、酒米に関しても良い品質のものを作り続けています。有名な米に「五百万石」があります。五百万石は50年前ぐらいに新潟県で開発されたお米で、もう一つ有名な「山田錦」と人気を二分し、両者を合計すると、使われている酒米の6割くらいになるといわれています。また、新潟の酒造りは、米をたくさん磨いて造るのが特徴です。平均精米歩合が昨年は58.5%で、全国平均よりも約8%余分に磨いています。米の周りにある部分が雑味になる成分なので、削れば削るほど一般的には淡麗、きれいな酒ができるといわれています。

～質量ともに豊かな水

酒造りに大切な部分として水があります。雪がすごく降るので水量が多く、良い水がたくさん採れるのが、新潟県の特徴といわれます。日本はほとんど軟水ですが、そのなかでも新潟は口当たりの柔らかい水といわれ、それゆえに、先ほどの米と相まって柔らかい酒質になります。

～人材育成システム

「米」、「水」ときて、次は「人」です。実はこれが、他県にない新潟県の強さだろうと思っています。越後杜氏は非常に数の多い集団で

すが、それを支えているのが、次の二つです。一つは、全国で唯一の県立の研究機関である新潟県醸造試験場です。これは清酒を専門とした試験場です。他の県にも食品センター等があり、そのなかに試験場を持っているところもありますが、酒だけに特化したものは新潟にしかありません。ここでいろいろな研究がされ、あるいは、人材育成を行うことによって、今の新潟清酒があるのだろろうと思います。第二に、新潟県醸造試験場と新潟県酒造組合が共に運営させていただいている新潟清酒学校があります。若手の技術者の育成を行う公に近い学校というのは、全国を探しても新潟県にしかありません。昨今、特に20年ぐらい前から杜氏さんたちの高齢化が問題となり、技術屋が育たないといわれてきた業界ですが、これによって若い技術者がどんどん育成されてきています。既に400名以上の卒業生を出し、優秀な杜氏となって酒造りを行っているところです。3年間にわたって、スクーリング、座学、実習も含めていろんなことを学んでいます。ここで技術者同士の横のつながりができ、分からないことをお互いに聞き合ったりしています。そうすることによって切磋琢磨し、ますますよい酒をつくろうというのが、新潟の人材育成システムなのです。

清酒の海外輸出の現況

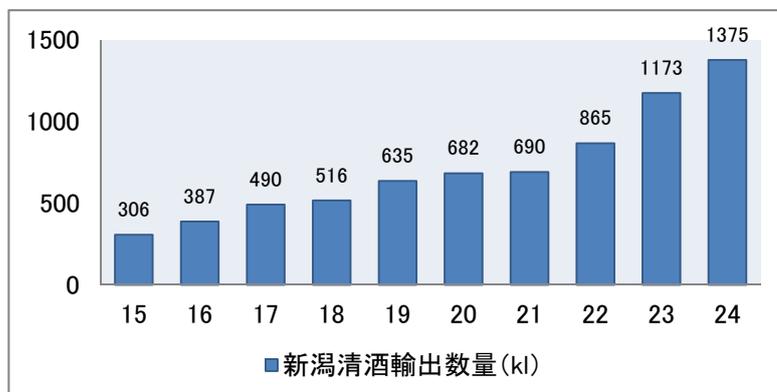
全国清酒輸出量は右肩上がりできており、平成25年は1万6,202kl、国内の出荷量に対して輸出は2.8%です。金額ベースですと、25年の速報値で105億2,400万円です。これは前年比117.6%で、「少し伸びは穏やかになった」と言われていたものが25年にまた大きく増えました。ただし、フランスワインの輸出量は約7,700億円といわれており、規模が全然違います。余談ですが、日本でワインを輸入している金額は800億円を超えるといわれ、ようやく100億円くらい輸出して返しているというところでは、逆に言うと、伸び代もあると期待するところでは、日本が輸入している酒類全体は2,000億円以上になります。



新潟清酒の海外輸出

新潟については、特に平成21年から大きく伸びてきています。24年の段階で前年比117.3%、1,375klを輸出しています。国内出荷数量対比では3.1%で、全国よりは少し輸出比率が高くなっています。10

年間で約4.5倍に伸ばしてきましたが、全国ベースですと、10年間で2倍弱ぐらいの伸びです。



全国の輸出先の上位3カ国はアメリカ、韓国、台湾の順ですが、新潟県は23年でアメリカ、韓国、香港でした。24年はアメリカを韓国が抜きました。なぜ韓国がこんなに増えたのかとよく聞かれますが、「近いから」ということがあるのかと思われ、韓国の方は新潟のことをよく知っていらっしゃると思います。韓国の方々にはブランドに対して非常に敏感で、新潟ブランドに敏感に反応してくれているとは思っています。ただ、出荷数量では韓国はアメリカよりも多いですが、金額ベースですとアメリカ、香港、台湾、韓国と、順番が入れ替わってきます。つまり、韓国では比較的安価なものが強いようですし、アメリカと香港では高いものが売れていると感じています。

なお、輸出における新潟清酒の全国シェアは9.7%で、上位の国に関してはシェアが10%を超えているのが現状です。また、アメリカ、韓国、台湾、香港の四つのエリアが、おそらく輸出量の7割ぐらいを占めます。残り3割ぐらいはヨーロッパを含む他の国々ということになります。

| | 全国の輸出量上位3か国 | | 新潟県の輸出量上位3か国 | |
|-------|-------------|------------|--------------|----------|
| 平成23年 | アメリカ | 4,070,871ℓ | アメリカ | 351,238ℓ |
| | 韓国 | 2,828,223ℓ | 韓国 | 348,993ℓ |
| | 台湾 | 1,680,081ℓ | 香港・マカオ | 172,492ℓ |
| 平成24年 | アメリカ | 3,952,113ℓ | 韓国 | 444,983ℓ |
| | 韓国 | 2,904,088ℓ | アメリカ | 421,232ℓ |
| | 台湾 | 1,603,450ℓ | 香港・マカオ | 168,160ℓ |

清酒輸出増大の理由

清酒の輸出が増えてきたのは、海外で和食が好まれるようになり、そこに日本酒がくっついていったというのが大きな理由だと思います。日本酒はもともと原価が高い商品の上、海外では3倍もの値段で売られるものですから、富裕層が形成されている場所以外ではなかなか売れません。急速な経済発展に伴って、富裕層が特にアジア圏において形成されたことによって「飲める」状況になってきたことも、大きな要素だと思います。

味わいに関して、ワインは「酸味」が特徴、ビールは「苦み」が特徴といわれますが、日本酒の場合は「甘味と旨味」です。この「甘味と旨味」はどんな料理にも合わせやすく、食中酒として非常によいといわれます。また、和食と同じように「ヘルシー」ともいわれます。日本酒のマーケットとして特にニューヨークの状況は非常に面白く、いろんな料理屋さんのワインリストの中に酒が入ってきています。そのために、アメリカのマーケットがどんどん大きくなっていると実感しているところです。

輸出への追い風

民主党政権下の2012年に「國酒プロジェクト」が始まりました。日本産の酒をどんどん海外に売っていこうというプロジェクトです。自民政権に代わり、昨年、「日本産酒類の輸出促進連絡会議」が内閣府に設置されました。内閣府、総務省、外務省、国税庁、文化庁、農水省、経産省、観光庁という省庁が入っています。特に外務省では、大使館等で日本酒を積極的に出そうとしています。これまでは、大使公邸等で食事会を開くと、ほとんどの場合、シャンパンやワインを使っていたのですが、昨今は日本酒を積極的に出そうということで、使っていただいています。また、最近では外交官が海外に赴任する前に日本酒に関するレクチャーを行っています。

農水省からは海外のイベントでPRをしていただいています。大きなコンベンション等で農水省が日本ブースを出すのですが、最近では酒が本当に多いです。そして観光庁では、「酒蔵ツーリズム」というものがあります。酒を外国人誘致、インバウンドのフックにしてみようという動きです。ジェトロにはいろんなコンベンションに日本酒を出していただいています。少しずつですが実際に成果を得ているようですし、これからますます期待できるだろうといわれています。

和食の世界無形文化遺産登録が2013年12月に決まりました。日本酒の輸出が増えた大きな要素としての和食の世界進出がありました。これを機に一層進むだろうと思われます。こうした政府の後押し等、業界としては、期待とともに注目しているところです。

輸出の阻害要因

いちばん大きなものは、外国産清酒の存在だと考えています。日本国外で造られている日本酒、日本酒もどきというものです。この存在を、実は多くの方が知りません。国外で飲まれている清酒の過半数は外国産です。一説には、7割ぐらいといわれています。アメリカ産、中国産、韓国産、カナダ産、ベトナム産、ブラジル産、タイや台湾、オーストラリアでも造っています。中には十分に日本酒たるものがある一方、品質に難のある、粗製乱造されているものもあります。外国産清酒を飲むことによって、たまたまフレーバーが付いていたり、あるいは粗悪品だったりして、日本酒はこんなものか、もう飲まなくていいと思われたりすると、我々がコツコツと造って広めていこうとしてきたものが、そこで終わってしまうこととなります。これは本当に危険なことだと思っています。ちなみに、外国でいちばんたくさん造っているメーカーは韓国のロッテ酒類で、12万石(1石=180リットル)

以上ということです。新潟県にこんなに大きな酒造メーカーはありません。アメリカにおける日本酒のシェアは、アメリカ産が78%、日本から輸入しているものが20%、韓国等から輸入しているものが2%ぐらいといわれています。また、韓国は中国に1,218石輸出しています。これは2011年のデータです。同じく2011年に日本は韓国に2,080石輸出しています。

次に、取り扱う人の知識不足です。インポーター、ディストリビューター、飲食店等を含め、往々にして知識が不足していて、取り扱い方、保存方法など、良くない状況が散見されます。特に、始まったばかりの市場によくあるパターンです。

それから、良質な原料米の安定供給ができるかどうか、輸出を増やしていこうというときに大きな要素になるかと思えます。日本の農家に健全に頑張ってもらい、良いお米をきっちり作っていただいて我々の業界は成り立っているのだろう、と思っています。

業界としての課題

ますます日本酒を世界中の方々に飲んでいただくというとき、課題がいくつもあります。まず日本酒とはどんなものか、しっかり知ってもらうための啓蒙活動が最も重要になるだろうと思われます。本来の味わいを知ってもらう試飲会等をやり、これが本当の日本酒です、ということ伝えていく。また、製法や種類を伝えるセミナー等をやり、プロを育てていかねばならないと思っています。

次に、飲み方や料理とのペアリングです。ワインは徹底的にこれをやりました。日本酒は良くも悪くも、どんな料理にも合ってしまうということがあり、料理とのペアリングに対してあまり力を入れてきませんでした。当り前に合うものだけでなく、意外性があるものも含めて、もっと伝えていくことが必要になると思えます。さらに、管理方法などプロ向きの情報、飲んでいただくときの器等いろいろなものに対してこだわりを持って伝えていくような啓蒙活動が必要になると思われます。

それから、輸出への環境整備、関税撤廃などがあります。香港は今、ゼロ関税ということもあって、高級酒含めたくさん売れているといわれます。これは香港の国策で、ワインの集積地にしようとして関税を止めたということです。それによって取りそこなった税金も多かったと聞いていますが、その分ワイン産業がらみで4万人ぐらいの雇用が生まれたそうです。それから、何とかしてほしいのが、中国の禁輸措置の解消です。いまだに、新潟の酒は中国向けに出せません。市場として中国本土は大きくはありませんが、可能性は非常に大きいといわれています。ぜひ行政の方々の協力を得て、早いうちに禁輸措置が解消されるようになってほしいと思っています。

これから海外では外国産清酒との戦いになっていくと思われます。日本酒の国際的な定義づけができず、何でも日本酒と書かれては困ります。「日本産清酒」と明記したものを輸出していこうという動きが今、出ているそうです。

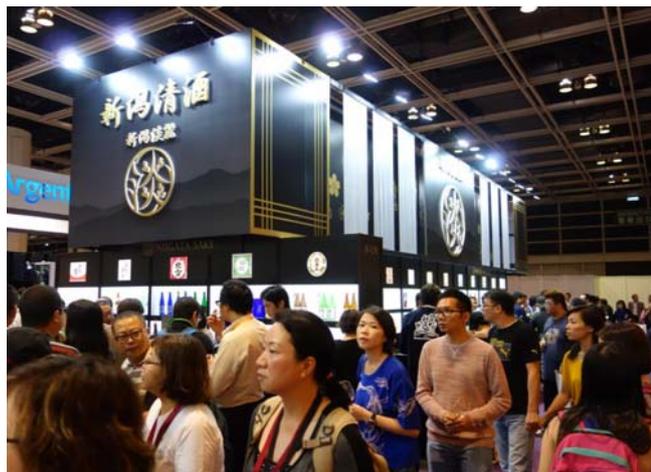
組合の取り組み事例

2003年10月にミラノで試飲会を行いました。チーズなどイタリア産の食材と日本酒を合わせてみようという試みでした。現地のレストランやソムリエに来てもらい、ペアリングを楽しいただきました。たいへん好評で、リップサービスもあるとは思いますが、いろいろな可能性を感じて帰ってきました。

その後しばらく、海外戦略は実はあまりしていませんでした。「酒の陣」(2004年～)があまりにも評判が良く、新潟県酒造組合の主たるイベントが酒の陣に集約されたのです。2011年に久しぶりにやったのが、ロンドンでの酒セミナーです。これは啓蒙活動の一つです。ロンドンはワインの集積地で、ワインの専門家が非常に多いところです。そういう方々に日本酒をしっかりと伝え、知っていただく機会を設けました。

順序が前後しますが、2010年11月にソウルで行われた試飲会は、新潟県ソウル事務所20周年記念の企画でした。ソウル事務所の方から、「新潟の酒で乾杯したいので、試飲会もやりましょう」という話を頂戴しました。セミナーで流通関係者やブロガーのようなマニアに近い方々に新潟の酒の良さを伝え、それからテイastingをしていただいたという形です。ソウルでは新潟のことを知っている方が非常に多く、驚きました。

新潟県酒造組合としては2012年から本格的に海外へのアプローチを強めていこうということで、最初に行ったのがシンガポール・イベントです。「おいしいJAPAN」というイベントがあり、日本食を専門とした海外のコンベンションとしては大規模なものでした。新潟県酒造組合のブースを出し、B to Bのビジネスマッチングをして、夜の部として酒パーティーのようなものをさせていただきました。全部で90銘柄以上を持って行って味わっていただきました。



2013年は、「香港インターナショナルワイン&スピリッツフェア」というコンベンションに参加しました。アジアではおそらく最大級のアルコール飲料のコンベンションだと思います。新潟県酒造組合もブースを出し、29社・蔵が参加して、B to B等を行いました。この商談会は非常にうまくいきました。もともと香港に出荷していた蔵元もたくさんありましたが、出荷したことのない蔵元も参加し、かなりの

成約率があつて、輸出が始まった、もしくはこれから始まるという形になっています。これはB to Bですが、酒造組合としてはB to Cも啓蒙活動として大事にしたいということで、約250人の一般の方にチケットを買っていただき、ミニ酒の陣も開きました。

ちょっと変わったこともしています。2月に六本木ヒルズで行った「新潟清酒×アメリカンビーフ新たなる出会い」というイベントです。和食と日本酒の関係はこれからも大事にしていかなければならないと思っていますが、一方で日本酒は多くの料理に合う可能性を持った飲料であり、アメリカンビーフと実際に合うかどうかを多くの方から評価してもらい、可能性を見出してみようというものでした。

一週間前には、新潟県の国際交流員（CIR）の方と交流会を行いました。酒造組合の会議室で5人のCIRの方々へ新潟の酒について40分ぐらいの講習を受けてもらったあと、実際に新潟の食と新潟の酒を召し上がってもらったという企画です。彼らには海外から来たお客様等に通訳をしてもらう機会が非常に多いのですが、日本酒は専門的なことも多く、それを事前にしっかりと頭に入れ、間違いなく伝えてもらおうというのが最大の目的でした。我々酒造組合員としても、日本酒を話すときの表現を海外のネイティブの方から聞ける機会でもあり、本当にいい機会を得たと思っています。

各蔵における課題

いちばん大きいのは、外国語の対応、特に英語です。海外からメールが来ることがありますが、英語で書いてあつた時点で迷惑メールにしてしまつて対応しない、という蔵が多いです。ホームページに外国語、特に英語でしっかりとした情報を提供しておく反応がありますので、ホームページを多言語化することはとても大事です。それと同時に、連絡があつたとき、ちゃんと返す。返さないと始まりません。大きい会社には専門の方がいたりしますが、酒造組合は小さなメーカーの集まりで、外国語に対応する人がいるとは限りません。海外にたくさん出している蔵を見ると、外国語が上手にできる場所が多く、ここは何とかしたい部分の一つです。

次に、市場の選択をどう考えるかが一つの課題になります。売りたいものと売れる物は違うわけで、市場性があるかないかにもよりますし、タイミングもあります。国によっては法律や制度が違います。これはしっかりと勉強しないと分かりません。簡単に出そうと思つても、アメリカではラベル登録に半年はかかります。ロシアは最も難しい国の一つといわれています。我々の場合、登録に1年近くかかりました。それぞれ難しさがあり、どこの国で売るかも考えながらやらなければなりません。

それから、リスクの回避です。当たり前ですが、商売相手は外国になります。特に直接取引をする場合、貿易保険やLC、海外PL保険など、とにかくリスクを回避しておかなければなりません。後入金になって入ってこないときどうするのか。保険に入っていたり、LCを切ったりしていないと、お金を払ってもらいにその国まで行くのかということも含め、かなり大変です。

各蔵の取り組み事例

当社のホームページの外国語対応は英語、フランス語、中国語、ロシア語、韓国語、スペイン語というところまで来ています。最低、英語はあった方がいいと思いますし、できれば多言語化していくことによって、多くの方に知っていただけます。ホームページは翻訳料とページを作るだけで、それほどお金がかかるわけではないので、どんどんやっていった方がいいだろうと思います。

2月に、アメリカ、ブラジル、オーストラリア等からの15名で新潟の蔵を4軒回るSAKEツアーが、日本酒造組合中央会の補助事業の実験的試みとして、新潟県と岡山県で行われました。お酒を飲んでもらい酒蔵をみせるだけでなく、その背景にあるものをきちんと伝えていくことで、啓蒙活動ができると思っています。

当社では今、4年前に廃校になった西三川小学校を利用して酒造りをする学校蔵のプロジェクトを進めており、今年の5月に始める予定です。もともと学校ですから、酒造りを学べるような場所にしたいと思っています。そこに1週間滞在して、麴を造って、三段仕込みをやって、すべての作業に立ち会って、自ら造っていただくプロジェクトを進めようとしています。ここに、外国人の方々、ディストリビューター等、当社の酒を売っているの方々にも来ていただき、実際に体験してもらうことによって、日本酒あるいは我々のブランドを深く知っていただき、そこからさらに発信していこうと考えています。

国際展開の先にあるもの

日本酒輸出から始まる地域振興が我々の目指すところですが、日本酒の輸出や国内需要が増えると、必然的に米をたくさん使うこととなります。酒米の需要が高まることによって、農業が振興され、農家の安定収入に繋がります。日本酒が海外に浸透していくことによって日本料理の振興がなされ、そこで日本食材が使われます。さらに、酒はその土地の文化と強く結びついているため、地域の文化の発展にも寄与できるだろうと思われれます。酒蔵ツーリズムでは、観光産業が酒の生産地の周辺で活性化されていきます。

「酒の陣」は今回10回目になります。最初は新潟市内、県内の方がほとんどでしたが、年々口コミで広まり、最近では関東を中心に県外の方が非常に多くなっています。バイヤーの方もいらっしゃれば、観光の方もいらっしゃいます。実際、昨年の香港のイベントで「酒の陣に行った」という方が何人かいて、ちょっと驚きました。「酒の陣というイベントがあるんです」と言うと、「すぐに予約する」とも言っていました。新潟県酒造組合は酒の陣で英語のセミナーを一つ用意しています。新潟県、新潟市の協力を得て、英語、韓国語、中国語を中心とした対応もしています。ぜひ、国外の方にもお声掛けいただき、お越しいただければと思います。

最後に、お願いします。新潟のお酒を飲んでください。新潟のお酒を飲むと、新潟の農家が潤います。農業所得が上がると、新潟は農業県なので、経済が回るようになります。また、酒には水資源が非常に大事なので、酒蔵は豊かな環境が守るように努めています。このように、新潟の酒を飲むと新潟の未来が明るくなっていきます。ぜひ、輸出に

おけるサポートも含めて、お願いできればと思います。

<質疑応答>

Q. 海外進出の際の（個別の）マーケティングとプロモーション（文化的イベントへの便乗）について、考えをお聞かせください。

A. 新潟県酒造組合 92 社でまとまって海外に展開していこうという動きは、先ほどお話しした通りです。もう少し個別的な動きとしては、SENA ジャパンという、新潟県の酒に特化してアメリカで売ろうという動きがあります。県からは、新潟の酒を振興するためにどんどん力を入れていきたいという力強い言葉を頂戴しているので、当局と話をしながら海外展開のマーケティングにもっと力を入れていきたいと思っています。文化的な試みに関しては、地酒には文化的背景があり、その文化とともに外に出ていくということは非常に大事だと思っています。国もクールジャパンの一環で日本酒を売っていきたいということがあるようです。いろんな機会で、お互いに協力できるようにしていければと思っています。

Q. ロッテ酒類やアメリカ産の酒の話がありましたが、これらはライセンスによる生産でしょうか。品質管理は日本から専門家が行っているのでしょうか。日本の酒造メーカーで現地生産をしているところはあるでしょうか。

A. 海外で生産されている酒に関しては、様々です。ロッテ酒類の場合は現地資本だと思えますが、日本資本でやっている方が多いと思います。日本資本で現地生産しているところは、日本酒の 카테고리からはみ出したものを造ることはないのか、比較的技術が安定しているかと思っています。一方、完全な外資については、日本酒として出せるところまでの落とし込みをどのぐらいしているのか、定かではありません。最近の動きとして、個人の酒マニアたちがマイクロブルワリーを立ち上げたりしています。これは世界各国で出始めています。そういう動きは注視していきたいと思っています。

Q. 近々に国家戦略特区が指定される予定ですが、新潟も有力ということですか。その中で、新潟清酒の世界展開の可能性について考えがあれば聞きたい。また、世界における日本酒の味わい方について、常温、冷酒が主なのでしょうか。あるいは料理によっては燗付けもあるのでしょうか。

A. 6次産業化等の部分で、日本酒がどれだけ貢献できるか定かではありませんが、純粋に酒米の需要振興という部分では間違いなくできるとしています。一方で、酒米を作ると非常に有利だということで粗製乱造されると、品質が落ちるといってもあります。必要な量を確実に、しかも良い品質で作ってもらうことが必要で、とても繊細な問題かと思っています。飲用温度に関しては、日本酒はもともと「温めて飲む変わったアルコール飲料」といわれてきました。ヨーロッパの一部では今もそう思われています。それが、冷やして召し上がっていただくようになって、だいぶイメージが変わってきました。ただし、酒文化が深まってくると、温めて飲む方が実はおいしいということに気が始めます。なので、親近感によって順番があると思います。最初は単純に温めて出されていた。それが、冷やして飲むとおいしいとだんだん分かってきて、さらに良く知っている人は、また温めてみる、というのが現状かと思っています。

Q. 酒が世界に普及するためには、「SAKE」ブランドで世界に打って出なければ。ドイツビールは「ビール」、フランスワインは、「ワイン」ですから。大衆に普及させるには現地生産が必要で、日本のノウハウを相手に教えなければ。蔵元単位では力量の問題もあり、各県の組合がホールディング会社ようになって打って出るような総合力をつけることをお願いしたい。

Q. 「新潟清酒×アメリカンビーフ」のようなイベントの反応はどうでしたか？このようなイベントはこれからも続くのですか？

Q. 政府の成長戦略等の中で日本酒の海外への売り込みが謳われていますが、そうすると、ワイン等との競争のほかに、日本酒の中での競争が予想されてきます。その辺りの取り組みや工夫について考えをお聞かせください。

Q. 日本酒を海外に輸出するときの輸送形態を教えてください。

A. 一酒造メーカーの経営者として言わせていただければ、海外で生産が行われることによって、世界規模の市場ができていくのは決して悪いことではありません。ただし、きちんとしたものが造られれば、です。「SAKE」の定義を作り、それを広く世界中の方に知っていただき、酒でないものに「SAKE」と書かれないようにすることがまず、重要かと思います。それから、酒造組合の係わり方では、行政の方に入っただきながら、輸出をサポートする仕組みができた方がいいだろうとは思っています。現状ではそこまでのノウハウが酒造組合にないので、多くの方から力を借りなければならないと思います。また、個別の取引に酒造組があまりにコミットしてしまうと、何かあったときに責任が取れるのかという話になってしまうので、今後、検討していければと思っています。

A. アメリカンビーフ・イベントのアンケートの結果、多くの方は「よく合う」と言っています。このような試みをこれからもしていこうとは思っていますが、新潟清酒にとっていちばん大事なのは新潟の食なので、それをしっかりとやりながら、各国の料理にも合わせたいと思います。いちばんいいのは、日本国内の和食店以外にしっかりと日本酒を置いていただくことです。残念ながら、日本の食卓で和食を食する機会が減り、それで選ばれなくなったということもあるので、日本酒はいろんなものに合うということを我々自身が勉強してしっかりと伝えていきたいと思っています。

A. 日本酒同士の競合という状況はもう始まっています。日本酒の仮想敵として、ワインやビールを当初は考えていたわけですが、市場が成熟化していくなかでは、日本酒同士でかち合います。例えば、ニューヨークでは蔵元同士が異常に遭遇します。そのぐらいニューヨークには皆、売り込みに行っていて、そのなかでどうやって市場を獲っていくかということになります。新潟県酒造組合であれば、「新潟の酒」だということを宣伝していくことになります。自社ブランドについては、きちんと差別化要因を見つけてしっかりと伝えることによって市場を切り開いていくことになろうかと思っています。市場に関しては二つあって、日本食料理屋等の市場には日系の商社を通して輸出し、その商社の現地法人に流してもらうのが一般的。もう一つは、現地のワインディストリビューターが日本酒を輸入して販売するケース。そうすると、和食屋ではなく、リカーショップや洋食系のところに回っていきます。ボトル、ラベル等は国によって好き嫌いがあり、それに合わせてメーカーがデザインを変えるかどうか判断します。

A. 輸送形態はさまざまですが、空輸すると高くなるので、一般的にはコンテナです。コンテナもドライ（常温）とリーファー（冷蔵）があります。できればリーファーにしたいのですが、リーファーコンテナでは原則、混載ができません。20 フィート1本、40 フィート1本というような輸出形態になるので、商社でまとまった数量の酒を輸出

する場合に使っている例が多いようです。場所にもよります。韓国やウラジオストクに出す場合は、真夏でない限りはほとんどドライでも問題ないようです。すぐに着くし、温度も高くないですから。一方、ヨーロッパに出すときは赤道を越える上、日数も長いので、ドライでは危険だったりします。最終的には蔵元が判断することになります。

Q. 他県との競合、戦略の違いについて伺いたい。

A. 新潟県の試みとしては、海外において新潟の酒だということをきちんと伝えていこうと、昨年からは少なくとも年1回は海外でイベントをしています。ラベルに「新潟」と書いてあるかということ、小さく生産地として、住所が書いてあるだけで、あまり分からないですね。特に海外向けに関しては、統一して新潟の酒と分かるようにしていくことが重要なので、前向きに進めていきたいと思っています。

◆ERINA 日誌◆ (3月1日～4月30日)

- 3月6日 平成25年度第2回新潟県モンゴル国中小都市の中小企業等への技術協力実行委員会
(中村企画・広報部長)
- 3月10～15日 ロシア極東ビジネス・ミッション派遣(ハバロフスク、ウラジオストク、杉本副所長ほか)
- 3月11日 第3回韓国経済システム研究会(東京、中島主任研究員)
- 3月13日 平成25年度第6回賛助会セミナー「日本酒の国際展開」
(ANAクラウンプラザホテル新潟、尾畑酒造株式会社代表取締役社長 平島健)
- 3月18日 The Northeast Asian Economic Review Vol. 2 No. 1 発行
- 3月19日 第6回日露投資フォーラム参加・発表(東京、杉本副所長)
- 3月20日 ERINA 北東アジア研究叢書3巻「韓国経済システムの研究—高パフォーマンスの光と影」
中島朋義編著発行(日本評論社)
- 3月25日 平成25年度第2回理事会
- 3月26日 平成25年度群馬県国際戦略に係る有識者懇談会(前橋市、佐藤経済交流部長)
- 3月27日 ロシア科学アカデミーシベリア支部メレンティエフエネルギーシステム研究所との研究
協力推進に関する協定書調印式(東京、西村代表理事ほか)
- 3月28日 ERINA BUSINESS NEWS No.102 発行
- 4月9日 南魚沼市議会議員来訪(杉本副所長ほか)
- 4月12日 第1回韓国経済システム研究会(東京、中島主任研究員)
- 4月15日 ERINA REPORT No.117 発行
- 4月18日 2014 ERINA Policy Proposal Seminar「北東アジアにおける新局面への対応—現場の視点
から」(東京、西村代表理事ほか)

編集後記

目的は経費節減。平成 26 年度を迎え、今号から ERINA BUSINESS NEWS は研究所内のコピーマシンで印刷し、発行することになりました。▼その効果は経費節減だけでなく、カラーコピーもわずかに交えることができました。表紙も従来のものに似せた手作りです。なんとか様になったでしょうか。▼ERINA のドゥタンク部門を担う経済交流部長も替り、酒見部長が今号の巻頭の報告を行っています。これからよろしく願います。▼編集作業陣は、相変わらずの企画・広報部です。これまで同様、よろしく願います。

ERINA BUSINESS NEWS No.103

発行人 西村可明
編集責任 中村俊彦
編集者 丸山美法
発行 公益財団法人環日本海経済研究所
〒950-0078 新潟市中央区万代島5番1号
万代島ビル13階
TEL 025-290-5545
FAX 025-249-7550
URL <http://www.erina.or.jp>
E-mail erdkor@erina.or.jp

禁無断転載