

JICA北海道は、北海道大学スラブ・ユーラシア研究センターの共催で11月8日、シンポジウム「中央アジア諸国とのビジネスの可能性」を開催しました（参加者63名）。



(左から、田邊所長、根本所長、高坂所長、下社主幹)

クローズアップ②

シンポジウム

「中央アジア諸国とのビジネスの可能性」の開催(実施報告)

独立行政法人国際協力機構（JICA）北海道センター 中野 智

中央アジア諸国とは、1991年のソ連解体に伴い独立したカザフスタン、ウズベキスタン、キルギス、タジキスタン、トルクメニスタンの5か国のことですが、わが国は中央アジア諸国と政府開発援助（ODA）を中心に協力関係を深めてきました。近年、人的往来も増え、中央アジア諸国では日本企業からの投資や貿易を望む声が強まっています。

JICAでは、2012年から日本企業の有する開発途上国の課題解決に資する製品や技術の海外展開を支援する事業を開始しており、北海道との関係が少なくない中央アジアへの関心や認知度を高めるために、このシンポジウムを企画しました。

開会挨拶を行ったJICA北海道 齊藤顕生所長は、「シンポジウムを契機により多くの道内企業が中央アジア諸国とのビジネスを検討することを期待している」と述べました。

基調講演

「日本にとっての中央アジア」

北海道大学スラブ・ユーラシア研究センター教授 宇山 智彦 氏



「豊かな多文化地域である中央アジアは、日本から距離的に遠いイメージがあるものの、中国やロシアに隣接する「隣の隣」の地域であり、日本との時差は3～4時間しかない。しかしながら、直行便も少なく、現地に行くのには一苦労である状況は変わっていない。日本人が巻き込まれた事件が影響して中央アジアは「危険な地域」という印象を持たれてしまったが、それは誤解であり、現地での滞在は快適なものになっている。

近代に入って日本と中央アジアが相互に“発見”するという歴史的な経緯を経て、ソ連時代に旧日本兵などが中央アジアでも抑留されたことや、1960年代末からの日本でのシルクロード・ブーム等で相互のイメージが形成されていった。

独立後の中央アジア諸国との関係において、日本は最大の援助国として経済協力をしてきた実績がある。1997年、当時の橋本首相が「ユーラシア外交」演説の中で「シルクロード外交」の基本方針を示した。2004年にわが国のイニシアティブにより「中央アジア+日本」対話が発足し、中央アジアが開かれた地域として発展するため、日本が触媒の役割を果たしていくことを目指してきた。

独立後の中央アジア諸国との関係において、日本は最大の援助国として経済協力をしてきた実績がある。1997年、当時の橋本首相が「ユーラシア外交」演説の中で「シルクロード外交」の基本方針を示した。2004年にわが国のイニシアティブにより「中央アジア+日本」対話が発足し、中央アジアが開かれた地域として発展するため、日本が触媒の役割を果たしていくことを目指してきた。



文化交流や人的交流も発展してきている。現地での日本語教育も盛んである。JICA青年海外協力隊の派遣や研修員の日本への受入れに加え、中央アジアからの留学生も増えてきている。地域研究としても近現代中央アジア研究が急速に発展してきた。

一方、日本が中央アジア地域に投入するリソースは限られ、存在感を大きく高めるに至っていない。日本が目玉としていたインフラ整備では、近年、中国が物量で圧倒している。また、なぜ中央アジアが重要なのかということが政府部内でも国民の間でも共有されていない。

中央アジア地域には切迫した日本の国益がないとの指摘もあるが、中国とロシアという巨大な隣国を隔てた地域で日本が存在感を持つことの重要性を認識すべきである。「牽制」や「封じ込め」ではなく、日本が国際社会で独立のプレーヤーであることを示し、中央アジア諸国が中国・ロシアのみに頼らないためのパートナーになることが、中国・ロシアに対する日本の立場を強めるために有効なのではないか。大国と正面から対抗するのではなく、中小国の利益のために国際協調を進めるミドルパワー路線が、複雑化する世界で日本の生存戦略となるはずである。」

パネルディスカッション

「中央アジア諸国とのビジネスの可能性」

パネルディスカッションでは、各パネリストから話題提供のためのプレゼンテーションが行われました。最初に、二度タシケント事務所長として通算11年間の中央アジア勤務がある**ジェトロ企画部海外地域戦略主幹 下社学氏**から「中央アジア諸国の経済概況とビジネス事情」について以下の説明がありました。

「中央アジア諸国は独立後、市場経済化を進める中で約30年経過したが、資源を持てる国と持たざる国で経済成長に差が生じてきた。大統領の強力なリーダーシップの下、経済運営が行われてきている。内陸国であるために物流がネックになっており、日系企業の進出は遅れている。

カザフスタンが外国直接投資の主要な受入先になっ

ており、カスピ海での油田開発が行われている。ビジネスのしやすさを示すランキングでは、カリモフ大統領の死後、経済改革を進めつつあるウズベキスタンが急上昇しつつある。

中央アジアにおけるビジネスのプラス要素としては、①市場経済化の進展に伴い、個人・企業の所得が向上している、②若い世代が多く、人口ボーナス期を迎えつつある、③法体系・ビジネス環境が整備されつつある、④先駆者利益の機会が得られる可能性がある、⑤公的資金案件への参画の可能性がある、⑥膨大なインフラ更新需要が見込まれる、⑦親日国であり、日本語人材が得られる。

一方、マイナス要素としては、①物流（通関コストを含む）、②民間セクターが未発達ゆえの政治リスク、③韓国や中国の競合品との価格競争、④コンプライアンス・リスク、⑤現地の情報の不足、といったことが挙げられる。」

続いて、**JICAウズベキスタン事務所 高坂宗夫所長**から「ミルジヨエフ新政権発足後、改革・開放が進む」ウズベキスタンについて以下の説明がありました。

「2017年9月に外貨交換の自由化が実施され、公定レートと市場レートの二重為替が解消。2018年2月には日本人の査証取得が免除された。国営企業が分割され、政府によるモノポリー経済から脱却しつつある。ビジネス機会としては、農業資材、農産品加工、ホテル事業、観光人材育成、特産品開発、医薬品・医療機材、教育機関設立、教員養成、教材開発等がある。」

次に、**JICAキルギス共和国事務所 根本直幸所長**から「親日的な国民性による人材の可能性は無限大」であるキルギスについて以下の説明がありました。

「キルギスへの投資の魅力として、①民主的な社会であり、ビジネスがしやすい、②ユーラシア経済連合に加盟しており、ロシア市場を狙いやすい、③教育水準が高く、優秀な人材や日本語学習者が多い、④住みやすい生活環境がある。また、キルギスの恵まれた農業環境を活かした特産品（蜂蜜・果樹加工品、野菜種子、薬草）の開発が有望ではないか。日本に期待されている技術や製品は、農業・農産品加工、医療、イン

フラ整備、観光、IT等である。」

最後に、JICAタジキスタン事務所長 田邊秀樹所長から「シルクロードのフロンティア」であるタジキスタンについて以下の説明がありました。

「タジキスタンには日本企業の合弁企業が1社（薬草加工）しかなく、2社目を渴望している。タジキスタンには若く優秀な人材が多く、自然資源も豊富である。ビジネス機会としては、農産物加工、防災技術、観光開発、繊維・テキスタイルがあり、外資に対する各種の優遇措置や経済特区が整備されつつある。」

3人のJICA事務所長は、現地のJICA事務所が日本企業に対して各種の便宜供与（情報提供、帰国研修員とのネットワーク、現地政府・企業とのマッチング、視察のアレンジ、JICA事業活用の相談等）を行うことが可能であり、ウズベキスタンとキルギスに設置されている日本センターでも各種のビジネスサポート（現地事情紹介、ビジネスコース修了者の企業の紹介、現地従業員への日本語教育等。一部有料サービス）を提供できるので、ぜひ活用してほしいと力説していました。



以上のプレゼンテーションを受けて、**（一社）地域研究工房 小磯修二代表理事**のコーディネーションの下、パネルディスカッションが行われました。

冒頭、小磯代表理事から「人口減少で伸び悩む日本経済にとって、国内の需要が縮小する中で海外に需要を求めていくことは日本経済の大きな命題になっている。これまで経済協力の対象だった地域も日本にとって市場になりうる。その意味で国際協力と地域活性化は結びついている」との問題意識が示されました^{*}。続いて、北海道の企業が中央アジアでどのようなビジネス展開が可能かとの問いが各パネリストに出されました。

高坂所長からは、「ウズベキスタンでは観光開発が大きな政策課題になっている。北海道がインバウンド観光で培ったホテル経営や観光人材育成、商品開発で北海道の知見が活かせるのではないかな。また、ソ連時

代の綿花栽培一辺倒から果樹や野菜栽培、酪農に力を入れつつある中、ウズベキスタンと作物や営農形態が似ている北海道の技術や経験が役立つと思う。さらに、ウズベキスタンも冬期はマイナス10℃になるので、北海道の寒冷地土木技術がインフラ整備に有効なのではないか。加えて、ウズベキスタンでは200万人もの人々がロシアに出稼ぎに出ているが、ウズベク人をはじめ、中央アジアの人びとは日本語の習得が比較的容易なので、日本で活躍できるポテンシャルは大きい」とのコメントがありました。

次に、根本所長からは、「北海道で行われている産官学連携での商品開発の取り組みや、「道の駅」という制度で消費者にアプローチするというノウハウは参考になるのではないかな。実際にキルギスの政策当局者は「道の駅」を導入したいと言っていた」とのコメントがありました。

そして、田邊所長からは、「北海道は本州に比べロシアやロシア語に対する違和感が少ないのではないかな。北海道はロシアのサハリンからシベリアやモンゴルを経て中央アジアにつながっている。それらの地域では旧ソ連圏のバックグラウンドは共通しているので、ロシアでのビジネスの経験が中央アジアでも活かせるのではないかな」との指摘がありました。

最後に、下社主幹からは、「大手商社が狙うような大きなビジネスではなく、ニッチなマーケットを狙うというのがビジネスモデルとしてフィットする可能性がある。例えば、乳製品や農作物の生産・加工を行い、生産物を陸続きの中国の巨大マーケットで販売していくというアイデアがあるかもしれない。また、日本食レストランが少ないので、富裕層を相手にした外食ビジネスは有望ではないかな」とのコメントがありました。

現在、北海道では輸出先や人材確保先としてベトナムをはじめとした東南アジア諸国に注目が集まっています。一方で、中央アジア諸国は道内企業にとって馴染みのない地域ですが、先駆者利益の得られるフロンティア市場として大きな可能性があるのではないかなでしょうか。

^{*}『マルシェノルド』2019年9月号「巻頭エッセイ」参照