

北陸地域における 対ロビジネスの動向と展望・課題

環日本海経済交流センター 貿易・投資アドバイザー 野村 允

はじめに

ロシア政治・経済の安定という大きな流れの中で、ロシア経済はGDPがこの8年連続して成長を維持している。2007年のGDPは7.6%、外貨・金準備高は4,000億ドルに達し世界第3位と見られている。この好調持続の背景として、石油を中心とした資源関連輸出品の価格高騰、個人消費、固定資本形成の増加が挙げられている(表1)。

今後、ポストプーチン政権の下、ロシアは内外政策ともプーチン路線を継続するものと見られ、当面ロシア経済は成長を持続するであろう。一方、ロシア政府はこれまでの成長の影に残されてきた経済・産業構造改革問題、人口減少、福祉などの社会問題へ前向きに取り組むとともに、中央との格差が拡大しつつある極東地域の開発に本格的に着手することになる。

これまで対ロビジネスに対して動きの鈍かった北陸地域が、近年のロシアの動きにどのような反応を示し、対ロビジネスに向けて具体的行動を起こしつつあるのかをキャッチするため、2007年末

から2008年初にかけて、関連機関、企業へのヒアリングを行った。

本稿は、ヒアリングと既存資料を中心に最近の対ロビジネスの動向と今後の課題について、貿易取引、企業展開を中心に、簡単にまとめたものである。

1. 北陸地域における対ロビジネスの動向

(1) 貿易取引

A 現状

2006(平成18年)年の北陸地域の貿易総額は、8,507億円(前年比19.4%増)で、このうち対岸貿易額が3,996億円(同24.9%増)と大きく伸びた。対岸貿易額の貿易総額に占める構成比は46.9%(前年44.9%)と依然高く、国別では中国、ロシア、韓国の順である(表2)。

対ロ貿易の特徴は以下のとおりである。

①対岸貿易に占める対ロ貿易の構成比は33.1%とシェアアップが続いている。特に輸出増(前年比50.4%増)、輸入増(同48.0%増)となり、輸出超過型の貿易構造(全国と同型)を示した。

表1 2007年1～6月のロシア経済

(単位：前年同期比実質増減率、%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007 1～6月
国内総生産(GDP)	10.0	5.1	4.7	7.3	7.2	6.4	6.7	9.1 ⁴⁾
鉱工業生産	8.7	2.9	3.1	8.9	8.3	4.0	3.9	7.7
農業生産	7.7	7.5	1.5	1.3	3.0	2.4	2.8	2.5
固定資本投資	17.4	10.0	2.8	12.5	11.7	10.7	13.5	22.3
商品小売販売高	9.0	11.0	9.3	8.8	13.3	12.8	13.0	14.2
実質可処分所得	12.0	8.7	11.1	15.0	10.4	11.1	10.0	11.2
輸出 ¹⁾	39.0	▲3.0	5.3	26.7	34.8	33.1	24.7	9.8 ⁵⁾
輸入 ¹⁾	13.5	19.8	13.4	24.8	28.0	28.8	31.3	39.4 ⁵⁾
インフレ率(%) ²⁾	20.2	18.6	15.1	12.0	11.7	10.9	9.0	8.5
失業率(%) ³⁾	10.0	9.0	8.7	8.0	8.1	7.3	6.9	6.7

注：1) 国際収支ベース。

2) 消費者物価。12月の前年同月比。2007年のみ6月の前期比。

3) ILO方式。各期末現在。

4) 基幹経済部門生産指数。

5) 1～5月前年同期比。

資料：「ロシアNIS経済速報」2007/12 No.1417

表2 北陸地域の対岸諸国貿易(2006年)

(単位：億円)

県別	貿易総額	対岸貿易				
		合計	ロシア	中国	韓国	北朝鮮
富山	5,289	2,684	1,110	945	629	-
	(2,093)	(1,571)	(657)	(423)	(491)	(-)
	(3,196)	(1,113)	(453)	(522)	(138)	(-)
石川	1,783	538	91	311	136	-
	(782)	(238)	(47)	(138)	(53)	(-)
	(1,001)	(300)	(44)	(173)	(83)	(-)
福井	1,435	774	120	419	235	0.6
	(694)	(415)	(53)	(176)	(185)	(0.4)
	(741)	(359)	(67)	(243)	(49)	(0.2)
合計	8,507	3,996	1,321	1,675	1,000	0.6
	(3,569)	(2,224)	(757)	(737)	(730)	(0.4)
	(4,938)	(1,772)	(564)	(938)	(270)	(0.2)

注：(上段)輸出、(下段)輸入

資料：各県税関支署

②北陸3県では、富山県が3県の84%を占め突出している。3県共通した特徴として、輸出入とも前年に比べ増加したが中でも福井県の増加が目立った。

③輸出入品目別に見ると、輸出品は、輸送機器（中古自動車・同部品など）に特化し、輸入品はアルミインゴット、木材、同製品、石炭に集約される（表3）。

ちなみに、2007年上期の対口貿易は885億円（前年同期比62.9%増）となり、中古自動車を主体とした輸出増（同119%増）が目立ったが、輸入は微増（同12%増）に留まった。

B 新しい動きと今後の展望

輸出品では、好調なロシア経済を背景に、極東地域でも都市開発が進むとともに市民生活の向上も反映して、中古の建設機械、ブルドーザーおよび二輪車、紙おむつ、レジャー用品などの増加が目立つ。輸入品では特に目立った動きは見られない。

今後「極東ザバイカル発展連邦目的プログラム2013年まで」およびそのサブプログラムである「ウラジオストク市発展プラン」が着手（特に、2012年APEC首脳会議のウラジオストク市開催へ向け同市のインフラ整備）されると、建設機械などの機械・機器、ダンプカー、トラックおよびセメントなどインフラ整備関連の輸出増が期待出来る。また、市民生活のさらなる向上に伴い日常生活品のほか化粧品、食品（富山県のリンゴ、米など）などのニーズも高まるであろう。輸入品では非鉄金属、製材品の増加が見込まれる。

C 事例紹介—中古自動車の輸出について—

a 現状

中古自動車輸出は対口輸出の大宗をなしている。2006年の富山県の中古自動車輸出台数は12万6,092台（前年比8.7%増）、輸出額は621億円（同35.5%増）となり、富山県の対口輸出額の94.5%を占めている。ちなみに、2007年上期は6万6,625台（前年同期比72.5%増）、輸出額は約402億円（同94.2%増）となり、ロシア市民の日本製中古自動車に対するニーズが依然強いことが窺われる。

なお、富山県以外の石川・福井両県の港湾からも対口向け中古自動車輸出は見られるが、富山県が91%を占め突出している。

b 新しい動き

①積出港分散化の変化—全国の中古自動車オークション市場を結ぶインターネットの普及によって、市場の広域化が加速化し、積出港分散化が強まっていた。最近、中古自動車専用の大型専用船の定期的運航（伏木富山港）が実現し、再び富山県への集中度が高まっている。

②取扱い業者の2極化—現地（ウラジオストク市など）のロシア企業と富山県に立地しているロシア企業（本支店関係のケースもあるが）との間でインターネットを通し、車種（年式も含め）、価格を取り決めオークション市場に入札→落札→輸出するロシア人企業の業績は良いと言うことである。こうしたケースに対して、多くのパキスタン人の取扱い業者が行っている伏木富山港周辺地区に点在する中古自動車マーケットで即売している従来からの商買は苦戦を強いられているとみられている。前者のロシア人経営者の場合、自社船を所有し、事務所敷地内には中古自動車解体工場（自動車部品の輸出）を有している。現在、中古自動車取扱い業者は地元富山県企業（約15）の

表3 北陸地域の対岸諸国向け主要輸出入品（2006年）

国別 県別	区分	ロシア	中国	韓国	北朝鮮
富山	輸出品	中古品・同部品、人造黒鉛電極	一般機械、非鉄金属、電気機器	プラスチック、電気機器、非鉄金属	-
	輸入品	アルミインゴット、木材、原油・粗油	非鉄金属、化学品、雑製品	一般機械、電気機器	-
石川	輸出品	中古車・同部品	一般機械、電気機器、繊維関連品	繊維関連品、金属加工機	-
	輸入品	木材・製材	建機、原糸、石炭、雑製品	石油製品、原糸、一般機械	-
福井	輸出品	中古車	電気機器、織物	プラスチック、ガラス、光学機器	中古車
	輸入品	非鉄金属、木材、石炭	非鉄金属、石炭、光学機器	化学品、原糸、一般機械	水産品

資料：各県税関支署

ほかパキスタン系（約150）、ロシア人、インド人、バングラデシュ人の取扱い業者が散在していると言われている。

③中古自動車の高級化（高額化）－ロシア市民の生活向上を反映して、中古自動車へのニーズも漸次年式の新しい車への人気が高まっている。2008年1月からは2003年以降の年式車が主体となると言われている。

④中古自動車専用RO-RO船の来往－既述したように、北陸3県では伏木富山港に大型のRO-RO船が定期的に来往しているが、舞鶴、浜田両港にも頻度は少ないが来往しているということである。

⑤問題点－伏木富山港周辺地区には、多くのパキスタン系中古自動車取扱い業者が点在している。その殆んどが、空コンテナを事務所（住居も含め）として利用している。最近、空コンテナ事務所が建造物なのかどうかで論議をよんでいる。ともかく、一地区における外国人との共生をめぐる問題は単に地元のみならず中古自動車の輸出を指向しようとしている日本海沿岸諸県の関心を集めているようである。

2. 企業展開

A 現状

2000年に入り、ロシアの政治・経済は安定したものの、ロシアの投資環境にはまだ不透明なものが存在するという意識が強く、北陸企業の対ロビジネス（特に、企業進出）に対するスタンスにはまだ逡巡が見られる（表4）。今回の企業動向を通じてトヨタなど日本の自動車メーカーのロシア

進出および大手建機メーカーの現地生産発表を機に、北陸地域の中堅・中小企業の中でもロシア市場に対する動意が窺われた。現に、2007年には、ハバロフスク市への進出（合弁）を果たした中堅企業があった。

B 事例紹介－最近の変化－

a 木材・製材業

－T社（合弁）－

T社は、1991年イルクーツク州に合弁形式で進出したが、近況について以下のようにまとめてみた。

①ロシア側の現地での加工化を目的の原木輸出に対する課税率アップ（現行－20%、2008年4月－25%、2009年1月－80%）から見て、同社は今後日本市場への北洋材輸入が難しくなる可能性があると予想し、仮に現実化すれば自社（本社）の製材加工設備の合弁工場へ一部シフトあるいは廃棄を検討することになると述べたことは注目される。

②イルクーツク州では、大手ロシア企業（例えば原木供給先）の製材部門への参入（グループ化）が見られる。

③近年、地元ロシア木材関連企業の日本市場への関心が薄れてきており、合弁工場の労働者の意識にも変化（大国主義的な尊大観）が窺える。

－E社（加工委託）－

E社はこれまで北洋材の輸入を行う中で、大手商社の協力の下、ロシア企業へ製材技術の指導を続けながら地元ロシア企業とのコミュニケーション

表4 北陸企業の対岸諸国への進出状況

（単位：件）

国名	県名				主な進出企業		
	富山	石川	福井	北陸計	富山県	石川県	福井県
ロシア	5	2	1	8	伏木海陸運送 田島木材 YKK	奥野自動車商会	アロック・サンワ (竹田材木店)
中国	164	93	126	383	タカギセイコー 日平トヤマ 富士メリヤス YKK	ヤギコーポレーション コマニー	井上プリーツ 日華化学 サンリーブ
韓国	13	9	7	29	不二越 北陸電気工業 YKK	アサヒ装設 高山リード エフ・イーシー	日華化学 セーレン タケダレース
計	182	104	134	420			

資料：ジェトロ富山（2006/4）、ジェトロ金沢（2007/6）、福井商工会議所（2006/3）

ン（協力工業化）を図ってきた。以下、最近の変化をまとめてみた。

①E社の場合、当初からロシア企業との合弁を狙わず、2002年に開設したナホトカ工場（ロシア企業で加工した原板を最終製品化→輸出）を核に、ロシア企業へ加工委託している。

②その間、委託先（協力工場）の加工レベルの優劣から委託先を集約化し、現在3先の協力工場を有している。うち1協力先は、最近大手ロシア企業（原木供給先として最大手のSELグループ）の製材分野への参入に伴うその傘下工場である。

③最近の外資動向として、欧州企業、ロシア中央の大手企業の東シベリア・沿海地方における製材設備増強の動きの活発化とともに中国企業が沿海地方にあるロシア企業へ一部株式参加の形で参入しているケースが散見される。

④今後、富山県の北洋材業界が原木の入手難に陥れば、業界を構成している各業者はそれぞれロシアから製材品を購入し、各社固有の商流に乗せて販売することになる。その場合、各社が昨年前半に原木高、製品安による市場混乱を体験しただけに、各社が抱えている加工設備過剰を抑制し、在庫調整を促すためにも、お互いが協力し合い対応していくことが求められる。そのことは伏木富山港がロシア製材品の輸入拠点基地としての地位を確たるものにするようになる。

b 自動車販売業

—O社（直販、合弁）—

O社は、約30年余、ロシア市場向けに新・中古乗用車、各種トラック、および各種自動車部品の販売を手掛けてきた。以下最近の変化をまとめてみた。

（直販方式）

①O社の場合、直販が売上げ全体の90%を占め、販売エリアは東西シベリア、極東、モスクワ近郊など広域に及んでいる。

②ロシアの7地区の販売拠点には、それぞれ永年取引しているパートナー（仕入れ情報、販売、代金回収など担当のロシア企業）を有し、深い信頼関係に基づいて事業活動を行い、相当の成果を収めてきた。現在、パートナーとは、年数回家庭

ぐるみの交際（訪日、訪ロ）を続けている。

③最近、ロシアの地方中核都市（人口100万人前後）でも、市民生活の向上に伴ない高額な乗用車のニーズは高い。昨年6月、ノボシビルスク市で開催された“モーターショー”には大勢の人が押し掛けた。ただ、会場では、若きロシア人に混って中国人、韓国人の若手ビジネスマンの姿を多く見掛けたが、日本人の姿はほとんど見られなかったということである。

（合弁事業）

O社は、イルクーツク州に2つの合弁企業（経営はパートナーに委任）を有しているが、引続き現地に即した経営を続けており合弁企業を当初計画通りパートナーに国際ビジネスを学んでもらうための教育の場と位置づけている。

c 日常生活品販売業

—S社（合弁）—

S社は、2007年、ハバロフスク市に“ショールーム”を開設、日常生活品の展示・販売活動を始めた。合弁のパートナーは、地元貿易業者である。

①S社は、ハバロフスク市郊外にある巨大な建物（ホームセンター）の一部を借用し、“ショールーム”を開設した。主な展示品はシステムキッチン、ユニットバス、洗面・化粧台、ウォシュレット、建具類（ドア、床材など）である。

②目下、ハバロフスク市はマンションブームで、既に日常生活品は欧州製品（富裕層向け）、中国・韓国製品（庶民層向け）が出回っている。S社の“ショールーム”開設を機に、キッチンセット、洗面・化粧台を中心に日本製品への関心が高まってきている。

C 新しい動き

a 建設機械メーカー

—K社（独資）—

K社は、2006年にロシア国内販売の現地法人（モスクワ）を設立したが、2008年3月（予定）モスクワ近郊ヤロスラヴリ（人口約50万人の工業都市）に生産工場（独資）を設立、2010年に生産稼働（一貫生産体制）見込みである。

①K社が現地生産（中型油圧ショベル、フォー

クリフト)に踏み切った背景は、今後ロシア経済の好調持続を予測する中で、インフラ整備と資源開発に支えられてきた建設・鉱山機械の需要が一層拡大することを確信し、生産拠点を設置することによって物流コストの低減、在庫調整、さらにユーザーへのサポート体制をさらに充実させることを狙ったものと言えよう。

②ロシア国内での販路については、従来の大手商社ルートからモスクワの販売現地法人から代理店(ロシアの7地区に設置)販売方式へシフトすることになる。

b K社の協力工場

—M社—

M社は、建設機械のアタッチメント(ロボット式)の専門メーカーである。2007年6月、モスクワで開かれた“建設機械展示会”に同社のモデルをいくつか出品し、4モデルが即売された。今後、建設機械の需要拡大に伴って、同社製品の受注増が見込まれる。

c その他の動き

北陸地域では、最近、中堅・中小企業の中に、欧州で開かれる国際展示会への出展を通じ、直接ロシア企業と代理店契約を締結し、販売を始動した企業(工作機械、FA関連機器製造業など)が散見される。

3. 北陸地域における対ロビジネスの展望と課題

(1) ロシア経済の発展方向と北陸

近年、冒頭で触れたように、プーチン路線を

踏襲していくであろうロシアの前向きなスタンスを受けて、日ロ関係はさらなる進展が期待されている。具体的には、トヨタの現地生産に次いで日産、スズキ、いすゞ、三菱自動車が進出している。また都市開発などインフラ整備を中心に建設機械の需要が高まり、業界大手メーカーが現地生産に踏み切り、今後の取引拡大が期待される。そのほか通信分野でも、光通信の具体化の動きなど、日本産業界のロシア展開が確固たるものとなる。

日ロ貿易は、200億ドルを超える見込みの中で、「サハリン2」のLNGが初出荷され、「サハリン2」の原油が通年生産、「サハリン1」の原油とあわせて日本の対ロ輸入構造が大きく変わることになるものと予測される。

こうしたロシア状況の動きが予想される中で、北陸地域は自動車、建設機械メーカーの進出に伴う波及効果とともに、昨年発表された「極東ザバイカル発展プログラム」、および2012年開催のAPEC首脳会議に向けての「ウラジオストク市発展プラン」(図1)に対する関心も漸次高まってくるものと思われる。

(2) 対ロビジネスの課題

A アンケート調査から

国際協力銀行(JBIC)のアンケート調査「わが国製造企業の海外事業展開に関する調査報告」(2007年11月)によると、ロシアは前回調査と比較すると1ランクアップし、第5位になっている(表5)。有望視する理由の第1位は「市場の成長

図1 ウラジオストク;主要インフラ整備計画

①	ウラジオストク空港改修
②	空港-ウラジオストク市街間 43kmの道路改修・拡幅
③	金角湾横断橋
④	ルースキー島への連絡橋
⑤	ホテル7,500室建設
⑥	ヨットハーバー
⑦	6~7千人収容会議場
⑧	医療センター
⑨	展示場

資料:日ロ経済委員会資料から

表5 中期的(今後3年程度)有望事業展開先国・地域

順位	本年度調査	(社) 503	得票率 (%)	06年度調査	(社) 484	得票率 (%)
1位	中国	342	68	中国	372	77
2位	インド	254	50	インド	229	47
3位	ベトナム	178	35	ベトナム	159	33
4位	タイ	132	26	タイ	142	29
5位	ロシア	114	23	米国	104	21
6位	米国	93	18	ロシア	98	20
7位	ブラジル	47	9	ブラジル	45	9
8位	インドネシア	46	9	韓国	44	9
9位	韓国	32	6	インドネシア	39	8
10位	台湾	24	5	台湾	27	6

資料:「わが国製造企業の海外事業展開に関する調査報告」

2007/11 国際協力銀行(JBIC)

性」、今後の課題のトップが「法制の運用が不透明」である。傾向としては、「法制が未整備」と見ている企業が減少する一方で、「同運用の不透明さ」に対する指摘が根強いように思われる。

B 北陸地域としての対応

今、BRICsの動向が注目されている中で、ロシアが資源ナショナリズム的な動きも窺われる側面を外観する時、19世紀のロシア詩人チュッチェルの言葉「ロシアは頭では判断出来ない。共通の尺度では測れない」がまだ消えていないようにも思われる。したがって、対ロビジネスの留意点として、大別すれば①十分な事前調査（政治・経済状況、地方政府の動きも要確認など）、②投資の場合は、出口論を事前に準備することが肝要となろう。

a 多面的交流の促進

単に経済交流のみにとらわれることなく文化・スポーツ交流、学术交流、市民レベルの草の根交流など多面的な交流を積み重ねていくことが交流の原点であり、日ロ相互間の信頼関係を醸成することになろう。

b 地元商社機能の充実

かつて、北陸地域には対ロビジネスの専門商社が存在し、ビジネスを積極的に主導してきたが、現在対ロ専門商社は存在しない。今後、日ロ双方の情報交換、輸出入品の開発、対ロビジネスのアドバイスなどを手掛ける組織づくりが必要となろう。

c 人材の育成

現在、ロシア主要都市で活躍している若手のロシア・中国・韓国ビジネスマンたちと堂々と語り合い、ビジネスアライアンスをリード出来る若き国際ビジネスマン（人材）の育成（ロシア人の採用・教育も含め）が必要となろう。

C 北陸企業としての戦略

a 幅広い国際的視野の保持

BRICsを中心に世界経済の目まぐるしい変化の中で、企業は、1国、1地域のみにとらわれるこ

となく、常に幅広い国際的視野を保持するとともに、欧州企業の対ロビジネス手法を参考にするなど、対ロビジネスを冷静に検討し、行動することが求められている。

b 情報・人的ネットワークの活用

今後、対ロビジネスを検討するため、まず現地の情報をキャッチし、また北陸地域の産業事情、自社のPRをするためにも情報・人的ネットワークを形成しておくことが必要であろう。例えば、国内であればジェトロ、ロシアNIS貿易会など、ロシアでは日本センターなどを十分活用することが望まれる。

c 現地視察の実施

今後、ますます加速化することが予想されるロシアの経済・社会事情の変化を正確に、スピーディーに体感し、現地のニーズを把握するためにも、企業自ら（出来得れば経営者自身）定期的に現地を視察することが望まれる。

d 良きパートナーの確保

長年、対ロビジネスに携わり成果を収めてきた企業の多くは、成功要因として、「良きパートナーの存在」を挙げている。中でも、「良きパートナーを探し出すことよりも、長年の交流の過程で、彼等を良きパートナーに育てるとともに、自身も彼等に育てられるよう、根気と努力の積み重ねが必要である」という言葉が印象に残った。

以上

参考・引用資料

「ジェトロ貿易投資白書 2007年版」2007年9月
「ロシアNIS経済速報」2007年12月No. 1417

主なヒアリング先

北陸3県税関支署、富山県立地通商課、北陸3県ジェトロ、北陸企業-など