

ロシア極東に見る外国関連の消費行動 — 中国旅行と日本産品購買から

ネットメディア「日露ビジネスジャーナル」 主宰 吉村 慎司 氏

1. はじめに

北陸から見たとき、韓国同様、沖縄や北海道北部よりも近いのがロシアである。ロシアは1991年の旧ソビエト連邦崩壊後、物不足等の混乱期を経て、ここ10年は比較的安定した成長を続けている。むろんリーマンショックの影響はあったが、回復ぶりもまた鮮明である。日本に近い極東地域でも、モスクワなどヨーロッパ側に比べて差はあるものの、生活レベルは向上している。

筆者は2011年6月から11月までの約半年間、極東・沿海地方の州都であるウラジオストク市に滞在し、その間にロシア国内6都市、中国の1都市を訪れた。本稿では、極東のロシア人の生活実態を知る上での具体的なエピソードを、中国バスツアーおよび極東都市における日本製品購入の2点からお伝えしたい。

2. 中国バスツアー～中国・琿春市

「モスクワは見たことがない。同じ極東のハバロフスクにも行ったことはない。でも中国には行った」。ウラジオストクでは、こんな人が珍しくなかった。

少しお金の余裕が出てきた極東ロシアの中間層にとって、中国東北部への旅行はポピュラーである。黒竜江省の綏芬河（スイフェンホー）、吉林省の琿春（フンチュン）といった国境付近の街にはバスで数時間で行けるため、手軽な行き先として選ばれている。

むろん近さだけでなく、ロシア人客が快適に過ごせるための受け入れ体制が整っている点も大き

いという。何が起きているのか観察しようと、筆者は11月、ウラジオからのロシア人向けバスツアー（2泊3日）に参加して琿春市を訪ねた。

① 表記、接客、随所にロシア語

車やタクシー、通行客がひっきりなしに行き交う琿春市内中心部。ふと文具店の表看板を見上げると、漢字の店名の下に、キリル文字の店名が大きく書かれている。朝鮮半島出身者も多い地とあって、ハングル表記もある。こうした多国語表記の看板がこの地では普通だ。ざっと見たところ、表通りの看板は7～8割、なんらかのロシア語表記がある。

筆者は、日本語のできる20代のロシア人男性と一緒にツアーに参加した。多くの店で、ロシア人を見た店員が「ズドラーストヴィーチェ（こんにちは）！」と声をかけてくる。中にはこちらが「スコリカ？（いくら？）」とロシア語で言えば、「トリスト（300元）」などとロシア語で返ってくる店員もいる。話をすると、市内の専門学校で言葉を学んだ、あるいはロシアに留学していたという店員も少なくない。琿春ではここ数年でロシア語



多国語の看板が並ぶ琿春市中心部

学習熱が急激に高まっているのだという。

もちろん、誰もがロシア語を上手に話すわけではなく、挨拶だけ、あるいはカタコトであることの方が多い。だが、値段は紙に数字を書いたり電卓を叩いたりすれば問題ない。まずは客の母国語での声掛けはほぼ誰でもできている。

② 日本並みの物価— 3～5割安い中国

物価はロシアに比べて格段に安い。男性のシャツやズボンなら日本円換算で1000円に満たない品も多く、厚手のコートなどでも安ければ5000～8000円ぐらい。ウラジオストックは衣料品の価格は日本とあまり変わらないため、自国よりも全般的に3割から5割安いと映る。筆者が回ったのは主に男性衣料の店だったが、数店眺めた印象では、女性衣料や化粧品、子供向け玩具なども同様に安い。また、レストランでの食事もしロシアの半額程度で済む。

今回のバスツアーの参加費は2泊のホテル代・朝食代込みで約4800ルーブル（1ルーブル2.5円換算で1万2000円強）だ。衣料や化粧品、雑貨などをまとめ買いするなら、ロシア国内で買い物した場合との差額を考えればむしろ得になる場合もある。

中には安い衣料や雑貨を大量に買い、手荷物として無関税でロシアに持ち帰り、市場などで販売するいわゆる「スーツケース貿易」「担ぎ屋貿易」と言われる行為も当然のように存在するという。今回は一目でそれとわかる業者には会わなかったが、観光客が増えるまでは、こうした「ビジネス客」だけだったという指摘も多い。

③ 移動は約半日

ウラジオストックから琿春までは、直線距離にすればわずか130キロ程度しかない。ウラジオが半島にあるため湾を半周する時間がかかるものの、

バスが走っているのは実質的には4時間ほどだった。

ツアーは、まだ真っ暗な朝4時半にウラジオ市内中心部を出発し、市内数カ所で参加客をピックアップしてから国境に向かった。クラスキノという国境の街で出国手続きを済ませて琿春に入る。国境から、琿春市中心部までは20分ほどである。

ちなみに時差は3時間。両国で時間設定が異なるためだが、広島市のほぼ真北にあるウラジオが日本より2時間進んでおり、福岡県の北に位置する琿春が1時間遅いという、日本人から見れば不思議な現象が起こる。

越境手続きは荷物の金属チェックと、パスポート類の提示ぐらいだ。だが待ち時間が合計2時間以上あるため、ウラジオ出発から琿春到着までで言えば7時間前後かかることになる。それでも、到着は現地時間ではまだ午前。ほとんどまる1日行動できる。

④ 女性主役の買い物ツアー

3日目の正午に集合するまで、丸2日間自由行動だった。参加者は思い思いに街を散策し、好きな店に入る。事実上、買い物ツアーと言えた。

主役は女性だ。見た限り参加者の8割は女性で、中年以上が多そうだ。男性は、妻や家族、恋人と一緒に来ている人がほとんどであるように見えた。安い買い物のほか、女性向けマッサージやエステなどリラクゼーションも、日本円で言えば1時間2000円前後で楽しめるという。ちなみにロシア極東では、マッサージやエステの店自体があまり普及しておらず、あっても外国人観光客か一部の富裕層向けサービスのようだ。

筆者と同じグループにいた女子高校生のダーシャさんは、母・マリーナさんに連れられて初めて琿春に来たという。最終日に話を聞くと、「安かったので服や化粧品をたくさん買った。面白くて街を気に入った」と満足そうに言う。母は2年

前に初めて訪れて以来、今回が5回目の来訪という。ほかにも数人に聞いてみたが、初めての人より、2回以上来ている人の方が多い。ロシアの女性客が、家族や友人を誘って琿春にリピート訪問している実態があった。

見逃せないのが、歯の治療を兼ねたツアー参加である。今回筆者が参加したグループにも、そう話していた女性がいた。歯科で価格の確認まではできなかったが、差し歯などの施術費用がロシアに比べ桁1つ安いそうで、例えば1週間の滞在中で歯を治し、合間にリラクゼーションや買い物を楽しんで帰って行くパターンが相当数あるようだ。日本（北海道など）も狙っている「医療観光」そのものである。

病院側は実は、外国人向けには現地中国人より高い価格を設定しているという。それでも安いと感じるロシア人客が次々と訪れる。「上客」獲得のため、看護師はもちろん医師も、ロシア語を話す人が急増しているという。



ロシア人観光客に、ロシア語で商品を売り込む琿春のシルク店

⑤ ロシア客は増加の一途

琿春市は人口約25万人にすぎないが、ロシアや韓国からの旅行客で、とてもその規模とは思えないにぎわいを見せていた。今回のツアー添乗員によれば、筆者が参加したグループが入国した11月3日は、1日だけでロシアから約4000人が琿春入りした。この日が特別に多かったわけではないという。添乗員は2年前から中国旅行に関わってい

るといい、琿春ツアーの参加者は去年に比べても3～4割増えていると話していた。

筆者は今回、琿春に工場を構える日本企業・小島衣料（琿春）服装有限公司を訪ねて現地情勢をお聞きした。村山文夫・常務副総経理によれば、このところ、会社のお客さん向けにホテルを手配しようとしても、ロシア人客で部屋がいっぱいになっていることが増えたという。

渡航手続きの簡単さも、ロシア人客増加の背景にある。ロシア人が中国に行く場合、旅行会社主催の団体ツアーであればビザがいらない（滞在時間の制限はある）。現に、筆者に同行したロシア人はビザを取らず、パスポートだけで参加した。バスの座席さえあれば、申し込んだ翌日に中国に行けるのである。

⑥ 平均給与は2万5000ルーブル前後か

こうして、生活にある程度余裕の出た中間層が中国旅行を楽しみ始めているのとは対照的に、日本と韓国は割高と見られ、中国ほどの人気はない様子である。ウラジオで筆者が通っていた大学では、何人もの教師が「極東のロシア人は日本にとってもいいイメージを持っている。ぜひ行ってみたいが、交通手段が高すぎて行けない」と同じことを言っていた。

ところで、極東の労働者はどれぐらいの収入を得ているのだろうか。月給は、様々な人の話を総合するとウラジオストクの場合、平均的には2万5000ルーブル（6万2500円）前後ではないかと思われる。職によってもバラつきが大きく、薄給とされる教職だと1万ルーブル（2万5000円）前後、比較的大きな企業の事務職だと3万ルーブル（7万5000円）前後との話もよく聞いた。夫婦共稼ぎは当たり前で、副業も珍しくないため、世帯収入は日本円換算では10万円台の前半になるのではないかと推測している。

3. 極東都市における日本製品の購入

一般人の暮らし向きが飛躍的に良くなったわけではないが、ちょっとした贅沢ができる人も増えてきた、といった実態のようである。その一端が、高価な日本産品との接点にも表れていた。ここからは、日本の商品とロシア人とのエピソードを紹介したい。

(1) 島根県松江市の牡丹（ウラジオ）

① 開場前から長蛇の列

筆者の滞在中、日本産品に関して最も驚かされたのは、松江市などがウラジオストクで開いた牡丹（ぼたん）の苗木販売会である。2011年10月中旬のことだ。

事前にテレビCMが流れたり、地元新聞に広告が載ったりしたことも背景にあるが、会場の大ホールには開始前から列ができ、数百人が詰めかけたのである。

牡丹は、島根県の中海に浮かぶ「大根島」（松江市八束町）の特産品だ。松江市によれば、しっかり上を向いて咲く姿や、花と葉の大きさのバランスなどで、他地域産・外国産よりも競争力が高いのだという。輸送費など諸経費を上乗せするため価格は1本1000ルーブル（約2500円）と、日本での値段の3倍近い高額だったが、300本弱が数時間で売り切れた。現地で10年以上暮らす日本人が「これほど賑わう販売会も珍しい」とつぶやいていたほどである。

2本買った50代の男性は「自宅用に買った。値段は少し高いが、とても綺麗だから問題ない」と満足そうに話した。母親と一緒に来た男子学生は「母が3本買った。ダーチャ（ロシア特有の、郊外にある菜園付き別荘）で育てる」と説明してくれた。ちなみに、併設したお茶の試飲コーナー、化粧品のコーナーなどにも人だかりができていた。

筆者は、ロシア人は日本人よりも花好きであ

るように感じる。街中で、花束を見かける機会は日本に比べて多い。3月上旬の国際婦人デーには、家庭・職場の女性に花束を贈るのが習慣だ。ダーチャ、ガーデニング関係の雑誌は数多く、栽培への関心も高い。



松江市の牡丹の苗即売会。高額でも会場には熱気があふれた。

② 高すぎると苦戦

ウラジオのみならず、ロシア極東は場所的には完全にアジアである。どの店にも中国・韓国の安価な産品があふれる。それどころかウラジオでは中国マーケットが様々な場所にあって賑わいを見せている。単純な価格競争になれば日本産品の勝ち目はないが、牡丹のように、違いの打ち出せるものなら勝負できるというわけだ。

ちなみに牡丹の試験輸出は2010年、県産品の販路開拓を狙う県と日本貿易振興機構（JETRO）が、輸入主体となるウラジオの花愛好家グループと交渉して始まったそうだ。同年夏、このグループの代表を受け側に、J Aくにびきを輸出者として、境港（鳥取県）から苗500本強を運び出したのが最初。このときにウラジオで販売会を開いて完売したことが、翌年につながったという。

しかし筆者は、単純に日本産なら高くても売れるわけではないことも痛感した。鳥取県が2011年7月にウラジオのスーパーで実施した県産品試験販売では、スイカ1玉（約8kg）が2400ルーブル（約6000円）、タカミメロン1個（約1kg）が840ルーブル（約2100円）、プリンスメロン1個（約

600g)が480ルーブル(約1200円)という高値が付いていた。特にスイカは一般のロシア人なら1個100ルーブル前後(250円前後)で買うため、苦戦を強いられたようだ。販売開始から1週間して筆者が同じ売り場を訪れたとき、スイカはほとんど減っていなかった。

(2) 北海道のタレ・麺類(サハリン)

サハリン州の州都・ユジノサハリンスクで取材した、北海道産品の即売会も賑わっていた。

サハリンはその近さゆえに日本語学習者が多く、また、稚内との季節フェリー航路、成田や新千歳との航空路があるため来日経験のある住民も多い。ロシア国内でも、日本製品に親しみを感じる人がとりわけ多い地域だと言えるだろう。そして、石油・天然ガス採掘の国際事業「サハリン・プロジェクト」に参加する米国系やイギリス系企業が立地しており、こうした外資の従業員や下請け業者には収入の高い人が増えているようだ。

ユジノは人口20万人に満たない小さな市だが、平均給与は3万ルーブル台後半(9万円前後)とされ、ロシア国内でも最上位クラス。ベンツやレクサスなどの高級車が頻繁に行き来している。ブランドショップも増えており、購買力は日本の過疎地域を遙かに上回る。

即売会があったのは9月中旬。ユジノ市内の大型商業施設内にブースを設け、菓子類、麺類、タレ類、コメなど28品目を3日間、朝から夜まで販売する予定だった。フタを開けてみれば、客がひっきりなしに訪れ、レジに長蛇の列を作る大盛況だった。どの日も、夕方にはその日の予定分を完売した。道は前年にウラジオストクで展示即売会を開いており、当時売れた総量と同じだけの商品数をサハリンでも用意したが、想定を大幅に上回ったそうだ。

菓子の精算を済ませた40代の男性に聞くと「日

本の食べ物はおいしい。高価かって?いや、そんなに高いと思わない」と笑顔だった。レジの日本人スタッフは「値段を気にせず買っていく人がほとんど」と話していた。

売れ行き好調だった理由の一つは、行政によるPR事業のため採算を度外視でき、通常の半分から3分の1の価格設定だったから、という話も聞いた。実際、多くが100ルーブル台(おおむね300円前後)で並んでいたが、それでも多くのロシア産品や中国産品よりは高い。



日本に最も近いサハリン。北海道の産品即売会も賑わった。

4. むすび

当然、ウラジオもユジノも極東の中では相対的に恵まれた都市である。少し郊外に行けば掘っ立て小屋が並んでいるようにしか見えない集落もまだまだ多く、貧富の差は歴然とある。それでも、10年前に比べれば全体の購買力が上がっているのは事実だ。モノは確実に増え、少しずつではあるが目や舌が肥え始めている。「時期尚早」と見られがちなロシア極東であるが、ここでビジネスチャンスを探すことは、日本企業にとって現実的な選択肢になってきていると感ずるのである。

(以上)

(参考)

「日露ビジネスジャーナル」について:

ブログの仕組みで記事を公開する、ネット限定メディア(原則週2回更新)。

URL: <http://www.nrbj.info/>