

FINANCIAL FORUM

京都総研四季報

2014. SPRING No.104

Special Interview

製造業から“創造業”へ

グローバル市場で「きらりと光る存在になる」ために

ニチコン株式会社 代表取締役会長 武田 一平氏に聞く



京都総合経済研究所

アジアで存在感を増す 和僑“ネットワーク”

海外を活動の場として、海を渡る人が増えている。とくにアジアに多く、そこから「和僑」という言葉も誕生し、ネットワークが広がっている。



年々増え続ける在留邦人 アジアには約36万人

近年、海外で生活する日本人が増えている。外務省の「平成25年度版海外在留邦人数調査統計」によると、海外で暮らす日本人の数は約125万人と、前年より約7万人、この5年間で約13万人も増加している(図)。

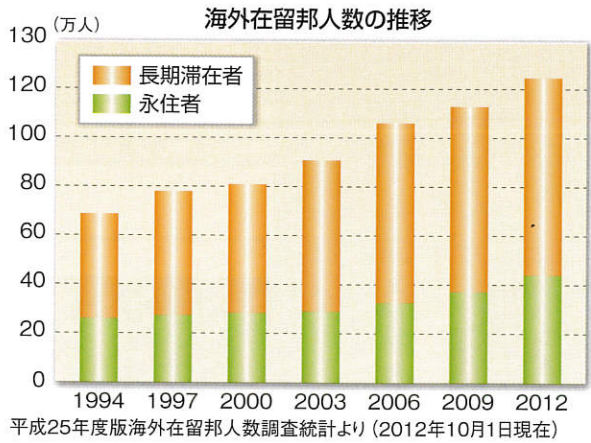
地域別には、北米約47万人、アジア約36万人、西欧約19万人で、南米の一部を除き、全体的に増加傾向にある。

海外在留邦人は、仕事や留学などでそこに滞在する長期滞在者と永住者に分けられる。長期滞在者数は約84万人で、在留邦人全体の約67%にあたる。前年より約5.5万人も増えており、そのうちの約

55%をアジアが占めている。

この長期滞在者の変化を増加率(表)で見ると興味深い。1位から5位がアジアの都市で占められ、9位と10位にはベトナムのホーチミン、ハノイが入っている。いずれも高い増加率で、10位以下にもジャカルタや天津などのアジアの都市が続く。

長期滞在者には企業の駐在員などが多く含まれるが、最近では現地で経営者として活躍する人も増えている。留学してそのまま現地で会社を興したり、仕事で繰り返し訪れた国で新たなビジネスを見出したりとパターンはさまざまで、なかには海外起業を志して海



順位	都市名	前年比
1	クアラルンプール(マレーシア)	+130.6%
2	杭州(中国)	+47.9%
3	蘇州(中国)	+46.7%
4	無錫(中国)	+45.8%
5	ニューデリー(インド)	+34.6%
6	パリ(フランス)	+34.5%
7	アトランタ(アメリカ)	+31.5%
8	トロント(カナダ)	+29.5%
9	ホーチミン(ベトナム)	+28.1%
10	ハノイ(ベトナム)	+24.3%

平成25年度版海外在留邦人数調査統計より(2012年10月1日現在)

を渡る人もいるという。「ボーダレス化」という言葉を地味でよく展開がめづらしいことではなくなっている。いま、こうした人々を「和僑」と呼ぶ。

和僑とは、中国人の「華僑」やインド人の「印僑」のように、海外に進出した日本人を意味する言葉で、造語である。ちなみに、華僑は本籍を中国においたまま海外に居住する中国人を指す言葉で、「僑」は「仮住まい」を意味する。現地国籍をもつ場合は「華人」という。

華僑は長い歴史のなかで形成されてきた、世界最大の人的ネットワークである。その数は約5千万

人。華僑同士のビジネスはもとより、中国人や中国企業が海外でビジネスを行う際、華僑ネットワークが大きな力となることはいうまでもない。

印僑の歴史は19世紀半ばから始まったとされる。華僑よりも歴史は浅いが、現在世界110か国以上の国々に約2千万人以上いるという。

また、近年では韓国人の「韓僑」も増えている。これは政策として海外進出を促した結果で、海外で暮らす韓国人は約700万人。韓国の人口は約4800万人であるから、その14.5%が海外にいることになる。日本の人口が約1億2700万人と韓国の2.5倍であることを考えると、以前よりは増えているとはいえ、日本人の125万人という数はまだまだ少ない。

香港からアジア各地へ 日本人のネットワーク

和僑という言葉は香港で誕生した。香港で貿易などの事業を営む筒井修氏(和僑会創設者)が若い日本人経営者たちを集めて勉強会を行っていた。圧倒的なネットワークと経済力を誇る華僑の強さに学びたいという思いから、その勉強会に「和僑会」という名がつけられたという。2006年のことである。

若くて意欲的な経営者にとって、縮小する国内市場に比べ、年々成長を続け、大きなリターンが期待できる海外市場は魅力的だ。加えて、日本と異なり、起業に対して

法人税を免除するなどの優遇政策をとる国もある。たとえば、シンガポールの場合、法人税は17%だが、業種や会社の規模によって異なるものの創業から3年間は法人税が5~10%にまで優遇されているという。

とはいえ、それだけで事業が軌道に乗るわけではなく、実際に継続していくことはとても難しい。夢破れ、撤退する例もめずらしくない。筒井氏は日本人同士が情報交換したり、助け合ったりするネットワークの必要性を痛感したというのが和僑会である。

その後、和僑会のネットワークは賛同者によってアジアの各都市に拡大。現在、会員数約2千人。会



上海和僑会代表者会議(2014年2月)



プノンペン交流会(2013年9月)

員の多くは経営者で、業種は飲食店などのサービス業が多いが、最近では製造業が増える傾向にあるという。拠点は、アジアに12(香港、深圳、広州、大連、東莞、上海、北京、シンガポール、タイ、ヤンゴン、ホーチ

ミン、プノンペン)、国内に8(北海道、東北、東京、名古屋、関西、岡山、九州、沖縄)の計20拠点。香港にすべての和僑会をまとめる「和僑総会」が置かれている。加えて、東京和僑会直轄の学生組織「和僑EGG(エッグ)」や、海外2か所(ハノイ、ジョホールバル)と国内4か所(京浜多摩、長野、石川、新潟)に和僑会の設立をめざす準備室がある。

最近では、パリなどの欧州の日本人からも和僑会をつくりたいという声がある。拡大のスピードは増す一方で、ここ数年で50地域以上に拡大するのではないかといい、和僑会は海外でビジネスを展開する日本人のネットワークを指す呼称として認知されるようになってきた。

交流とビジネスチャンスを 提供する和僑世界大会

ところで、海外にある日本人の組織というところに「日本人会」が思い浮かぶ。和僑会は、日本人会とどこが違うのだろうか。日本人会は海外に長期滞在する日本人の交流会で、親睦や現地社会との交流などを主な目的とする。それに対し、和僑会は海外でビジネスを展開する日本人同士が助け



第5回和僑世界大会(タイ)の物産展

合い、また、これから起業しようとする人をサポートする、共存共栄・相互扶助を目的とした会である。日本を一步出れば、世界中のどこにいても日本人はマイノリティである。言葉の壁や文化・制度の違いに直面したとき、すでにその国で多くの経験や知識をもつ日本人ネットワークがあれば、どれほど心強く感じるか想像に難くない。和僑会が急速に拠点を増やし、ネットワークを拡大した背景には、国内からは見えない厳しさがあるからだという。

和僑会は拠点ごとに任意で活動し、定期的に講演会や勉強会、起業や経営の相談などを行っている。これまで海外進出といえど大企業を中心だった。国内市場が大きく、そこで十分な利益が得られる時代が長く続いたため、個人や中小企業には海外進出のノウハウも、そ

ビジュアル日本経済

GDP統計等からみた日本の景気

——基調としては緩やかな回復が続いている

わが国経済は緩やかな回復が続いているが、足元では消費税率引上げ前の駆け込み需要が顕在化。

まず、物価変動の影響を除いた実質GDPの動きを見ると、2013年10-12月期は前期比

+0.7%（年率）と前期（+0.9%）とほぼ同じ伸び率にとどまり、4四半期連続のプラス成長となった（図1）。もっとも月次の実質GDPは4月に

予定されている消費税率引上げを見越して大幅に増加した。

このうちGDPの約6割を占める実質消費支出は増加を続けており、住宅投資も10-12月期は前期比年率+17.6%と高い伸びを示し、月次指標も増加を

続けている（図2）。また、実質公共投資や民間企

業設備も増加しているが、月次で見ると、公共工事出来高が高い伸びを続けているほか、資本財出荷指数もこのところ大幅に増加（図3）。

一方、実質輸出はタイ、香港、韓国、台湾向けの落ち込みを主にこのところ横ばい圏内にある。この間、GDPの控除項目である実質輸入は国内景気の回復を背景に増加を続けている（図4）。月次で見ても、実質輸入は情報関連機器を中心に増加を続けている。

（京都総合経済研究所 東京経済調査部 小堀 潔）

図1 実質GDP（四半期、月次）

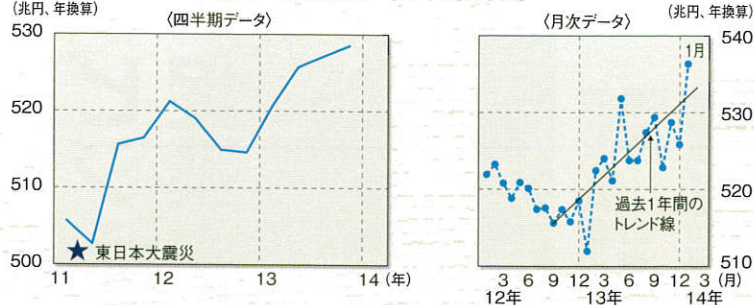


図2 実質消費支出・住宅投資（四半期）等

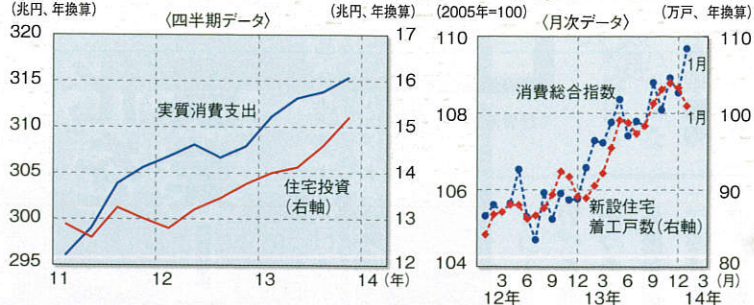


図3 実質公共投資・民間企業設備（四半期）等

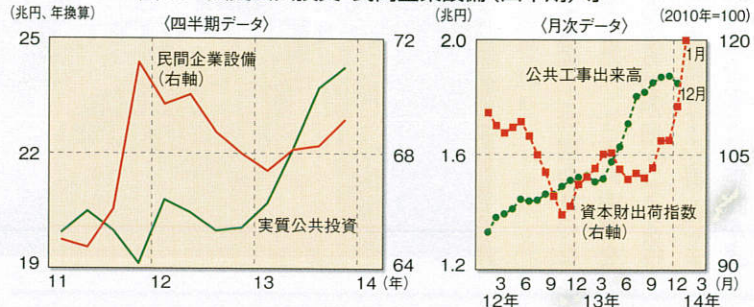
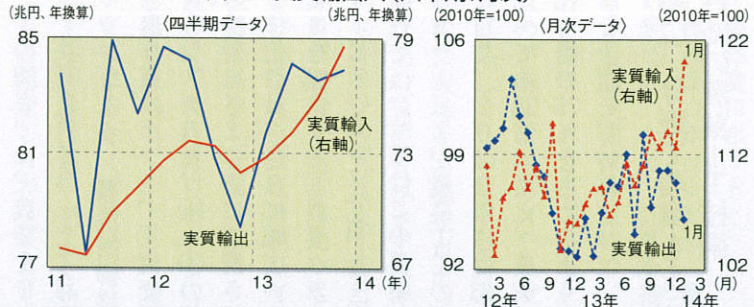


図4 実質輸出入（四半期、月次）



（出所）四半期データは内閣府「GDP統計」、月次データは下の枠内参照。

（図1）～（図4）の右の、月次データに使用した指標
 図1右に示した月次の実質GDPは、四半期でしか得られないGDP統計（内閣府作成）を補完するため、当研究所が統計的手法を用いて作成したものである。
 図2右に示した消費総合指数は、月次で個人消費の動きを把握するため、内閣府が作成、公表しているもの。新設住宅着工戸数は国土交通省発表のもの。
 図3右に示した公共工事出来高は国土交通省発表のもの。資本財出荷指数は経済産業省発表のもの。
 図4右に示した実質輸出入は日本銀行発表のもの。

れをサポートする受け皿もほとんどなかった。和僑会はその受け皿として機能し始めているといえるだろう。

昨年11月には、タイの首都バンコクで「第5回和僑世界大会」が開催された。これは、年に1度、各国の和僑会が持ち回りでやっているもので、分科会・講演会や交流会、物産展などが2日間にわたって行われ、のべ2300人もの人が参加したという。

経営コンサルタントの大前研一氏がゲストスピーカーとして招かれ、「ポードレス時代に日本人は対応できるか？」と題して講演。グローバル化の重要性から、内向きな日本の現状などを語り、海外で戦う和僑たちに激励のメッセージとアドバイスを送った。



海外の和僑メンバーが参加し、現地の情報や経験などを語る、東京和僑会の会員交流サロン

また、商談スペースを兼ねた物産展には、タイでも近年人気の高い日本の食品や化粧品・文具などの雑貨、旅館・観光地などのサービス関連の日本企業が出店した。国内の和僑会のメンバーには、「これから海外に進出したい」という中小企業が多い。海外の和僑ネットワークと、海外進出を志す国内企業との貴重な接点となっている。

会長の三浦忠氏は、「これまで任意で運営してきました。東京



東京和僑会会長の三浦忠氏。台湾をはじめとした幅広いネットワークをもつ

和僑会の設立から5年経ち、法人化して、公器の団体としていっその責任をもって運営することが必要と考えました」と語る。会員数は150人、東京圏だけでなく日本全国に広がっている。

海外進出や海外販路の開拓を目指す会員が多く、海外ビジネスに関する情報提供や各種勉強会の実施、海外視察・海外イベントへの参画などが行われている。また、和僑会に関心ある人を対象とした説明会を定期的に開催し、ネットワークの拡大に力を入れている。

国内にある和僑会は、これから海外に進出しようとする人や企業にとって、そのファーストステップと位置づけられる。海外和僑会との連携によって、国内では知ることのできない、生きた現地情報を得られるからだ。

「海外に目を向けなければ生き残れない時代になったことに多くの方が気づいています。気づいているにもかかわらず、まだ内向きを続けている。それが、日本の現状です。しかし、その気づきをステップにして行動する人にのみ未来があると確信しています。」

海外の和僑会と東京和僑会は役割が多少異なるが三浦氏は考えている。世界に通用する「和僑の育

成」と、より強固な「和僑ネットワークの形成」が東京和僑会の役割であるという。そのために、学生組織「和僑EGG」をつくり、グローバルな人材の育成にも取り組んでいる。これは、次世代を担う若者に和僑ネットワークを使って海外インターンシップや交流の機会を提供する活動である。また、国内の企業や他の団体とも積極的に交流し、その連携も視野に入れている。

「華僑のような強い和僑になるためには、まだまだ時間がかかります。50年、100年という時間が必要かもしれない。いまは、海外に目を向け、直に海外を知ることとDNAを形成している段階。完成されるのは孫の世代かもしれない。そのときには、華僑・印僑に次ぐ存在に和僑がなっていないといけない。その思いで活動を続けています。」

「日本人としての誇り」と「グローバルマインド」をもって世界で活躍する和僑を育てる、そのためのプラットフォームが東京和僑会であるという。海外進出や販路開拓など新たな挑戦の志をもたれる方は、一度参加されてみてはいかがだろうか。

（レポーター／宮内 朔）