

第41回日本ニュージーランド経済人会議 議長総括

第41回日本ニュージーランド経済人会議は、2014年11月24日（月）から26日（水）まで、ニュージーランド・クライストチャーチ、リッジス・ホテルにおいて3日間にわたり開催された。

開会式は、篠田和久・日本側委員長と Ian Kennedy・NZ側委員長からの開会挨拶の後、来賓の Mark Sinclair・駐日ニュージーランド大使、野川保晶・在ニュージーランド駐箚日本国特命全権大使から祝辞が述べられた。今回の経済人会議における主なテーマは、

- ・2014年7月の安倍首相によるニュージーランド訪問
- ・Education NZによる「Game on English」のようなイニシアティブを通じた教育上のパートナーシップを拡大する重要な機会
- ・TPP 交渉—日本とニュージーランドの政治レベルあるいはハイレベルな経済界の代表どうしの貿易や経済対話に焦点を当てること
- ・両国間の新たな方向性、とりわけ「食品と農業におけるパートナーシップ」そして、
- ・主要イベント、特に2019年に日本で開催されるラグビーワールドカップや2020年の東京オリンピックを通じたコラボレーションの可能性

基調スピーチ：Mr Mike Sang, CEO, Ngai Tahu

プレゼンテーションでは、Iwi（部族）としてのナイトフ（Ngai Tahu）の歴史とナイトフホールディングス社の成長の歩みを説明した。同社は主要な商業組織として漁業や観光（例：Shotover Jet、Kaikoura ホェールウォッチ）、老人介護施設（Ryman Healthcare）、不動産開発そして農業へと投資を行ってきた。ナイトフはワイタング条約を巡る和解に至った最初の部族のひとつであった。

部族は53,000人からなり、家族経営として whakatauki（「ことわざ」または社是）に基づき「自分たちと自分たちの子供のために」という長期的な視点を持っている。ビジネス上の成果は、いかに雇用を創出したか、いかに地域コミュニティの維持に貢献したか、いかに部族の mana（政治的、コミュニティ上の立場）に影響を及ぼしたかで評価される。集団的なニーズが個人的ニーズより優先され家族の絆が重視される。

ナイトフの哲学と日本企業の行動の共通性に着目し、Sang氏はナイトフの Sir Tipene O'Regan 会長と在京の企業家であり篤志家である山田マサシ氏の間形成された個人的つながりについて触れた。彼はナイトフがどのようにワイタング条約を巡る和解に至ったかについて触れ、山田氏が部族に貴重な金融支援を行ったことを説明した。主張が成功裏に受け入れられナイトフのビジネスが軌道に乗った後、Sir Tipene氏が日本へ赴き山田氏に会い感謝とともに融資の最終返済を行おうとしたところ、山田氏は最終支払いを受け取ることを拒否し、その代わりに融資の最初の目的に沿ってその資金をナイトフの若者への奨学基金として使うよう求めた。

ナイトフの日本とのビジネスは多くないが、それをあまり問題視することなく、将来はともに仕事をする機会が訪れることを期待していると Sang氏は締めくくった。

第1回全体会議「両国経済情勢と展望」

議長：Steven Counce氏（Fuji Xerox, Corporate Affairs Manager）

副議長：矢野龍氏（住友林業㈱代表取締役会長）

Stephen Toplis氏（BNZ, BNZ Markets, Head of Research,）はニュージーランド経済の包括的な見通しを説明した。主要メッセージとしては、ニュージーランド経済は他の主要先進国と比べてとても

良好であり過去 10 年でもっとも好調な 4%成長を遂げており、過去 12 ヶ月で 72,000 人の雇用を創出し実質賃金が上昇し物価上昇の兆しがなく、財政黒字を達成しようとしているということである。彼は好調な経済に貢献している要因として、クライストチャーチの復興、ニュージーランドの輸出業者にとって高値のコモディティー価格を反映した強い交易条件、移民の増加、低金利の 4 点を指摘した。

今後の見通しとして、これからの 12 ヶ月間やや景気減速が見込まれる。これは金利上昇、クライストチャーチ復興の減速といったいくつかの要因によるもの。問題は減速の程度である。ニュージーランドの政治情勢についてもふれ、Toplis 氏はグリーン党がビジネス環境やニュージーランド経済そして環境政策に及ぼす影響を注視することが重要と指摘した。

平塚大祐氏（日本貿易振興機構理事）は、日本経済がアベノミクス下の 3 本の矢—金融政策、財政政策そして構造改革—により復活を遂げたとコメントした。しかし 2014 年の第 2 そして第 3 四半期は、2014 年の 5%から 8%への消費税率引き上げの影響もあり景気後退に逆戻りした。そのため安倍首相は 2015 年 10 月に予定されていた 8%から 10%への引き上げを 2017 年 4 月へと 18 ヶ月先送りすることとした。日本経済の復活は未だ道半ばであるが日本経済の見通しは総じて「悪くない」。

日本とニュージーランドの二国間関係に目を転ずると、平塚氏によればニュージーランドの対日輸出の 3 分の 1 は日本企業によるもの。同時に平塚氏は日本経済の構造変化についても触れた。最終製品を製造して輸出する形から、海外とりわけアジア（ASEAN と中国）での最終製品の組み立てに部品や中間財を提供する形へと変化している。同様のトレンドがニュージーランドでビジネスを行っている日本企業にも当てはまり、第 3 国市場とりわけ中国へと輸出を多様化している。このようにニュージーランドと日本の関係を正確に把握するには単に両国の貿易統計を見るだけでは難しくなっている。

第 2 回全体会議「投資とインフラ機会」

議長：**Peter Townsend 氏 (Canterbury Employers' Chamber of Commerce, Chief Executive)**
副議長：**草刈隆郎氏 (日本郵船㈱相談役)**

Murray Cleverley 氏（CERA, Greater Christchurch Investment Strategy, General Manager）は、クライストチャーチの復興ビジョンの概要を説明し、同市をダイナミックでクリエイティブで個性的で環境に配慮されコンパクトで活気あるモダンな都市にするとした。多くの新築ビルが完成し、あるいは建築途上にあり、2015 年に建設予定のものもあり、復興は約 25%進捗している。クリケット競技場のような主要プロジェクトはすでに完了した。クライストチャーチは「ビジネスに対して開かれた町」である。

鎌田和彦氏（王子木材緑化㈱ 代表取締役社長）は、1971 年の Pan Pac 社に始まるニュージーランドへの関心について説明した。同社への投資は日本の全国ブランドとなったテッシュペーパー「ネピア」の誕生をもたらした。これはネイピア市という地名に由来するもの。最近の投資は Carter Holt Harvey と Southern Cross Forest Products に対するもの。最初にニュージーランドに着目し、その後も投資を継続している理由として鎌田氏は、豊富な森林資源、信頼性、政治的安定性をキーファクターとして指摘し、これが長期にわたって成功をおさめ輸出志向で付加価値の高いニュージーランドと日本の協働に貢献していると述べた。

第 3 回全体会議「第一次産業と食品」

議長：**Doug Ducker 氏 (Pan Pac Forest Products Ltd, Managing Director)**
副議長：**市川晃氏 (住友林業㈱代表取締役社長)**

Jen Scoular 氏（New Zealand Avocado, CEO）は、ニュージーランドのアボカド産業の歩みについて説明した。現在、ニュージーランドのアボカドにとって豪州が最大の市場である。しかし調査によるとアジア（韓国、マレーシア、タイ、日本）には、今後、需要が著しく伸びる潜在性がある。

「Amazing Anytime」というブランドのもとでニュージーランドのアボカド業界は日本で数々のマーケティングイベントを成功させてきた。例えば東京のニュージーランド大使館でのファンクションであり、ニュージーランドのアボカドが健康や美容に良く食の安全にも資することに焦点を当てたライブトークショーである。これは日本でのアボカドの認知度を高めることになった。

高橋康志氏（三井物産株式会社常務執行役員）は、建築資材、食品や化学品を含むコモディティー貿易に長く関わってきた三井物産の歴史について説明した。三井物産は世界 66 カ国、140 を超える拠点をもち、国際ビジネスを結びつけることで「ワンストップショップ」を形成するべくその活動を多様化してきた。1984 年にウエリントンに事務所を開設してから今や 80 年目を迎え、三井物産はオークランドハーバーブリッジに鉄鋼製品を供給し、Kupe ガス開発や Taharoa 砂鉄開発にも関わってきた。つい最近では三井物産の活動は、コモディティー貿易を超え Lanzatech や Synlait のような企業への投資へと活動の幅を広げている。同社がニュージーランドをビジネスパートナーとする理由として高橋氏はニュージーランドが安全な食品の信頼できる供給源であること、そのグローバルな需要は常に供給を上回っていることを指摘した。高橋氏はさらにニュージーランドでの新たなビジネス機会を探し続けており、農業におけるマオリ族との協働や地熱開発に取り組んでいる。

Philip Turner 氏（Fonterra, Dairy Development, Director）は、ニュージーランドは小国なので国際市場へと目を向けざるを得ないと述べた。世界最大の酪農製品の加工・輸出者としてフォンテラはグローバルな関与を維持するため製品販売に焦点を当てるだけでは不十分であることを理解している。販売先である地元の人々の暮らしぶりの違いを知りコミュニティを理解することが大事である。Fonterra のこの分野の仕事は「Dairy Development team」が主導している。そのチームは海外の各地コミュニティと協働して農業コミュニティの生活を改善すべく持続可能な生産システムを築く支援を行っている。ニュージーランドは Grassland Farming School を通じて北海道と長期にわたる関係を築いてきた。Fonterra は牧草地の牧草管理について技術支援を行いこの関係を深化させようとしている。中国、ミャンマー、フィリピンでもプロジェクトを実施しており、MFAT の国際開発グループと国際酪農開発分野で協定を結び、産業界と政府がいかに上手く共同できるかを示す好例を提供している。

大内孝雄氏（Champion Flour Milling Limited, CEO）は、Champion Flour 社の事業活動について概説した。同社（1856 年に設立）はニュージーランド最大の製粉会社であり、同国の穀物商品中 55% のマーケットシェアを持つ。Champion Flour 社は、オークランドの本社のほかクライストチャーチとマウンガヌイに 2 つの製粉工場を持っている。同社は小麦、穀物、ひき割り粉、パン、ケーキミックス、衣、他のベーキング材料など多岐にわたる革新的な食品を生産している。ニュージーランドの小麦の多くはカンタベリー地方で栽培されている。小麦は豪州からも輸入されている。日清製粉（日本最大の製粉会社で 9 つの工場をもつ）が 2013 年 2 月に Champion Flour を買収した。この買収は（日本の人口動態変化の結果である）国内需要の逡減に対する同社の中期的な戦略を反映しており、合併、買収、アライアンス、ニュージーランドのみならず米国やベトナムそしてトルコでの事業買収を行っている。

第 4 回全体会議「クリエイティブ産業」

議長：Annette Azuma 氏（Staples Rodway Ltd. Business Advisory Services, Director）

副議長：多田宏氏（タスマン株式会社代表取締役社長）

Peri Drysdale 氏（Snowy Peak Ltd & Untouched World, Founder）は、1995 年に伊勢丹と流通契約を結んだことから日本市場への参入を始めた。翌年、広範囲にわたる調査・研究の後、日本でファイン・メリノ・ブランド Merinomink を立ち上げた。1999 年オークランドで開催された APEC リーダーズ会合において、米国のクリントン大統領は Untouched World 社の衣類を「7 年間の大統領

就任期間中（彼が受け取った）最も賢明な衣類」とのお墨付きを与えた。最近では安倍首相夫妻が Untouched World 社によるポッサムとカシミアとシルクを混合した「Kapua」を贈呈されている。持続可能性に関する教育分野への同社の貢献、特に Untouched World Charitable Trust を通じた貢献が認められ、2007 年 Untouched World 社はラベルに「国連持続可能な開発のための教育の 10 年 (UNDESD)」のロゴ掲載を認められた最初のファッション企業となった。

関川正義氏（サクラテレビジョンネットワーク会社代表）は、ニュージーランドにおけるアジアの多言語テレビに対する需要増に対応して 1999 年に発足した World TV の設立経緯を説明した。World TV の成功を元に、2004 年に Sakura TV を設立し NHK World の日本の番組を英語で放送した。インターネットとスマート TV の普及によりテレビ番組の輸出が容易になった。同時に 2013 年 12 月からニュージーランドのテレビ放送が完全にデジタル化された。K ポップを含め全てのニュージーランド人に対してマルチチャンネルのテレビ番組へのアクセスが開かれるようになった。しかしこれが英語による日本の TV コンテンツが不足していることを露呈することとなった。Sakura TV は日本の番組を再放送する技術はあるが、英語放送のコンテンツを確保することが難しい。関川氏は著作権、価格体系、違法なウェブ放送、放送法制等の問題解決の必要性を指摘した。

Malcolm Rands 氏 (Ecostore, Chief Executive) は、1993 年にメールオーダーを扱う小規模店としてスタートしたエコストアーについて説明した。洗剤製品の小売市場を分析した後、同社は「静かな」戦略で競争すると決め、白黒の、ニュージーランドのアーティストによるイメージを使ったパッケージを使用した。2006 年同社はニュージーランドのスーパーマーケットで家庭用洗剤、ボディケア、ベビーケア製品の販売を始めた。2009 年には米国での流通を開始。同社の製品は数量を最小限に抑え輸送に伴うカーボンフットプリントを削減するため濃縮して販売されている。ブランドは当初、環境を念頭においてデザインされたが、健康にも重要な恩恵をもたらすことが判明した。スキンケア商品は消費者の健康志向と化学物質の副作用への懸念を反映し同社の売れ筋商品となっている。

第 5 回全体会議「イノベーションとテクノロジー」

議長：Mr Andrew Hamilton 氏 (The Icehouse, CEO)

副議長：草刈隆郎氏 (日本郵船㈱相談役)

John Morgan 氏 (New Zealand Food Innovation Network, South Island Manager) は、ニュージーランドの食品飲料の成長を促し付加価値を高めるというフード・イノベーション・ネットワーク (NZFIN) の役割を説明した。NZFIN はニュージーランド全国に 5 つのオフィスをもつ。産業界に科学や技術、インフラストラクチャーや設備へのアクセスを提供し、コンセプト作りから商品化に至るプロセスを迅速化し、ニュージーランドの加工食品の生産と輸出を増強する。

風尾幸彦氏 (㈱東芝 電力システム社電力・社会システム技術開発センター長 執行役常務) は、東芝の効率的な発電とエネルギー利用分野での専門技術を説明した。現在、焦点を当てているのは、最先端の省エネルギー技術、潮流発電技術、スマートグリッド技術、スマートビルディングエネルギーマネージメントシステムである。

Andrew Riddle 氏 (Allied Telesis, Managing Director) は、IP/イーサネットのソリューション提供企業としてグローバル市場のなかでリーディングカンパニーの地位を占めている Allied Telesis 社について説明した。1998 年に Allied Telesis KK によって買収された際に Riddell 氏は同社の社長が全スタッフと個人レベルで接点を築こうとしていることに印象付けられた。彼は買収後、期待とのミス

マッチがあることにも気が付いた。ニュージーランド企業は日本がとても高度な製品の信頼度やサービスの質を求めていることを学び、その親企業である日本企業はニュージーランド企業が製品に関わる問題に機敏に対応することを学んだ。両者の関係が成功し相互信頼の度合いが深いという証は Allied Telesis 社が日本からニュージーランドにマネージャーを派遣しなかったことに現れている。日本の親企業とニュージーランドの子会社の関係が上手くいく秘訣はお互いがパートナーという意識とお互いの尊敬であり、これはコンセンサスを重視し信頼関係を持ち、合意にもとづく行動を順守しあうことなく改善を続けていくことにより育まれるものである。

フロアからの発言として、Shuttlerocksy 社 CEO の Jonny Hendriksen 氏は同趣旨のアドバイスとして「日本で成功するには物事を完璧に行うことが大事」と述べ、そのために同氏はニュージーランドから直接マーケティングを行うよりも実績ある日本企業と組んで日本市場に参入した。このように日本と組むことでグローバル化を学んでいったのである。

第 6 回全体会議「観光と主要競技大会」

議長： Mr Norm Thompson 氏 (Golf Tourism New Zealand, Chairman; BMW New Zealand Open Organising Committee, Member; New Zealand Tourism Board, Member; Auckland Tourism, Events and Economic Development (ATEED), Deputy Chair)

副議長： 坪田秀治氏 ((有)石垣サービス代表取締役社長/日本商工会議所参与)

Thompson 氏はセッションの冒頭で、王子ホールディングスが 2015 年 BMW ニュージーランドオープンゴルフチャンピオンシップの新たな主要スポンサーであり、住友林業もスポンサーであることを紹介した。続けて Thompson 氏は、JTB と、ザ・ヒルズゴルフクラブで唯一の日本人メンバーである古内氏が所有する「古内亀治朗商店」もまたスポンサーとなる事を発表した。ニュージーランドが拠点である日本企業「アサヒビール」「Frucor」の子会社の協賛によっても支えられている。この大規模なスポーツイベントを通じて日本とニュージーランド間に強固な関係があることが示された。

Richard Thomson 氏 (Air New Zealand, General Manager Networks) は、遠隔地への日本人観光客が横ばいもしくは減少傾向にあるなかで、ニュージーランドへのそれが 2014 年の第 3 四半期に 6% 増加したことを紹介した。ニュージーランド航空もまた日本へのニュージーランド観光客が増加していると見ている。企業の今後の計画によると 2015 年のニュージーランド発日本行き路線の座席数は 23% 増になると見ている。新型 787 Dreamliner の導入によりニュージーランド航空は日本からニュージーランドへの観光客数を 2020 年までに倍増し 150,000 にするという野心的だが達成可能な目標を設定している。

田代尚義氏 (JTB ニュージーランド会社社長) はニュージーランドと日本間の観光客の流れについて概観した。要点は、ニュージーランドへの日本人観光客はクライストチャーチ地震後の落ち込み以来、徐々に増加しているということ。JTB による旅行者の希望目的地調査によるとニュージーランドは 10 位以内 (第 9 位) であり、2012/13 年の 17 位から大幅に上昇した。このランキングはニュージーランドが目的地の上位にあることを示しているが旅行に伴うコストの高さが抑制要因となっている。旅行先を決める際に、36.8% の日本人はパンフレットを見る。一方で 19% がインターネットで検索している。良質パンフレットは依然として特に長距離観光客を掘り起こすうえで重要なツールであるが、潜在的な少数の旅行客を掘り起こすには高価なツールになってしまう。このため旅行会社はオーストラリアと一緒に「オセアニア」のパンフレットを作成することになり、明確なニュージーランドのイメージが薄らいでしまう。大規模なスポーツイベントは主催国への関心を高めるうえで大きなインパクトがある。例えば 2011 年ラグビーワールドカップは日本人のニュ

ーギーランドに対する認識を 17%向上させることとなった。それはクィーンズタウンでの 2015 年 BMW ニュージーランドオープン、日本での 2019 年ラグビーワールドカップ、2020 年東京オリンピックへとつながりニュージーランドと日本の観光客増加の大きなチャンスをもたらす。

Malcolm Johns 氏 (Chief Executive, Christchurch Airport) は日本での観光振興にかかるコストは高いがリピート率 (1 観光客あたり 2.7 回) が高く、日本市場への投資は元が取れると説明した。

第 7 回全体会議「教育」

議長 : Jason Reeves 氏 (Japan, New Zealand Trade and Enterprise, Trade Commissioner)

副議長 : 多田宏氏 (タスマン㈱代表取締役社長)

Grant McPherson 氏 (Education New Zealand, CEO) はニュージーランドにおける日本人留学生数は第 3 位であり、日本がニュージーランドにとって重要な教育上のパートナーであることを強調した。さらに喜ばしいことに留学生数は増加していることも付け加えた。日本人がニュージーランドを留学先として選ぶ理由は、大学の国際的な評判の高さや国としての安全性である。ニュージーランド政府は国際教育の経済への貢献度を高めたがっている。これを念頭に、また関係構築のために、Education New Zealand は、2019 年ラグビーワールドカップや 2020 年東京オリンピックの前にニュージーランドへ日本からの英語学習者を増加させる画期的なプログラムを開発している。「Game On English」はそのようなイニシアティブの一つであり英語授業ともう一つの訓練を組み合わせる試みである。ニュージーランド政府はより多くの学生を日本留学させることも望んでいる。

前中ひろみ氏 (国際教養大学 国際教養学部グローバル・スタディズ課程 教授・課程長グローバル人材育成推進事業実施本部長、国際教養教育推進センター長) は、(大学卒の) グローバル人材を育成するための日本政府の国際教育に関する政策について 2 つの大きな原動力を説明した。一つは英語力と多文化スキルを身に着けた人材に対する日本企業の要請。もう一つは日本の若者の内向き志向、外貨買いを敬遠する志向を反転させようということ。

第 8 回全体会議「オープンディスカッション」

議長 : Ian Kennedy 委員長

副議長 : 篠田和久委員長

パネリスト : David McConnell 氏 (Hawkins Group, Director)、

” : Norm Thompson 氏 (Golf Tourism New Zealand, Chairman; BMW New Zealand Open Organising Committee Member; New Zealand Tourism Board Member; Auckland Tourism, Events and Economic Development (ATEED) Deputy Chair)

” : 市川晃氏 (住友林業㈱代表取締役社長)

” : 河村守康氏 (㈱虎ノ門実業会館代表取締役社長)

パネルディスカッションあるいはフロアからの発言のポイントは :

- ・ 両国の貿易や経済の結びつきを人的レベルでも強化すること。
- ・ 長期にわたり進化し続ける両国の大企業間のビジネス関係の重要性と多様性
- ・ 単に二国間にとどまらず第三国市場にも広がっていく貿易の状況
- ・ このようなトレンドが公的な貿易統計にもメディアにも認識されずにいるということ
- ・ これに関連して、両国の貿易関係の価値を適切に認識しそれを知らしめる必要性
- ・ TPP 合意へと至る道を探ることが両国に潜在的な恩恵をもたらすこと

以上