

## 日本人商工会議所の構成から振り返る 日中平和友好条約からの 40 年 (中国)

今年 (2018 年) は日中平和友好条約締結 40 周年ということで、昨年の日中国交回復 45 周年に続き、様々な記念事業が行われている。中国日本商会でも様々な記念行事を実施・協力している。



日中国交回復 45 周年記念事業として  
開催された合同面接会の様子

この 40 年間で中国日本商会の立場で振り返ってみると、その前身である「北京日本商工クラブ」が発足したのは、条約締結からわずか 2 年の後の 1980 年で、当初の会員数は駐在員事務所を中心に 102 社と記録されている。条約締結から 2 年という短期間で 100 社を超える日本企業の存在は多いように感じるが、当時を知る人の話によると、日中間では国交回復以前から LT 貿易 (廖承志と高碇達之助が取決めた覚書に基づく貿易。LT は二人のイニシャルから取られたと言われる) などの覚書に基づく貿易が行われており、これに従事する一定数の企業は存在していて下地はあったとのことで、条約締結により晴れて組織として発足し活動を始めたものと推察する。

1980 年代の会員名簿をめくると、ほとんどの事業所がホテル内に所在しており、代表者の居住も同じホテルの別室の場合が多い。代表者以外の駐在員も同じホテル内で肩を寄せ合って暮らしていたこと

が想像され、商工会議所の活動も邦人間の親睦が中心であったと思われる。

さて、発足後の会員数であるが、暫くは改革・開放政策の下で順調に伸び、1989 年 4 月には 3 倍の 306 社となっている。その後一時停滞するものの、1992 年の鄧小平による南巡講話や社会主義市場経済の宣布が行われたあたりから再び増加傾向が顕著となり、2008 年の北京オリンピックの頃には 700 社を超えた。この間の 1991 年には外国商会管理臨時規定 (外国商工会議所法) に基づく組織の第 1 号として、中国政府 (民政部) から認可を受け、公式に意見・要望や会合の開催が行えることとなった。

近年の会員数は微減ないし横這い傾向にあり、2018 年 2 月現在では個人や賛助会員を含め 676 となっている。高度経済成長の時代が終わり、新常态の下で第二次産業から第三次産業へと中国経済の産業構造のウェイトが変化する中で、輸出加工型の製造業より中国国内市場をめざした消費財やサービス関連の業種の入会が増えている印象で、倒産や撤退などを理由とする退会は少ないものの、一社当たりの日本人数は徐々に減っており、日本人が常駐しない会員も増えている。経営の現地化が進んでいる表れだろう。

北京の会員数は一進一退だが、日本企業による商工会議所等の活動は中国全土に広がっており、把握する限りでも 44 の組織が存在していて、その会員数を累計すると約 1 万社にのぼる。中でも上海日本商工クラブや大連日本商会は北京よりも会員数も多い。各地の日本人商工会議所は、会員の経済活動の支援ばかりでなく、社会貢献活動の一環として民間の日中交流を行っているところが多い。昨年と本年は各地でも各種の記念行事を開催・協力しているものと思われる。

(中国日本商会 事務局長 渡辺 泰一)

<参考:中国国内の日本人組織>

設立年	日本人組織名	所在	会員数 (法人)
1955年	香港日本人倶楽部	香港	277
1969年	香港日本人商工会議所	香港	664
1973年	澳門日本会	澳門	10
1980年	中国日本商会(旧 北京日本商工クラブ)	北京市	646
1982年	上海日本商工クラブ	上海市	2,314
1983年	大連日本商会	遼寧省	744
1984年	広州日本商工会	広東省	624
1986年	南通日本人会	江蘇省	108
1987年	天津日本人会	天津市	390
1988年	深圳日本商工会	広東省	422
1989年	青島日本人会	山東省	332
	北京日本倶楽部	北京市	
1990年	西安日本人クラブ	陝西省	32
1991年	瀋陽日本人会	遼寧省	130
1994年	蘇州日商倶楽部	江蘇省	610
1995年	東莞長安鎮日商企業会	広東省	52
	無錫日本人会	江蘇省	280
	武漢日本商工クラブ	湖北省	160
1996年	福州市日本企業会	福建省	53
	南京日本商工クラブ	江蘇省	80
	昆山会	江蘇省	353
	成都日本商工クラブ	四川省	130
	寧波市外商投資企業協会日商倶楽部	浙江省	62
1997年	重慶日本商工クラブ	重慶市	92
	珠海日本商工会	広東省	98
	長春日本商工会	吉林省	59
	東莞東部日本人会	広東省	89
1998年	廈門日本商工倶楽部	福建省	102
	中山日本商工会	広東省	141
1999年	恵日会	広東省	60
2000年	汕頭日本商工会	広東省	19
2001年	烟台・威海日本人会	山東省	105
2002年	太倉JP会	江蘇省	85
2003年	雲南日本商工会	雲南省	10
	湖南省日本人会	湖南省	
2004年	平湖市日系企業分会	浙江省	75
2005年	東莞日系企業連絡会	広東省	90
	蕭山日商クラブ	浙江省	35
	杭州商工クラブ	浙江省	110
2006年	黒龍江省日本商工会	黒龍江省	8
	廊坊日本人会	河北省	18
2009年	済南市日本人会	山東省	17
2011年	広西日本人連絡会	広西省	12
2015年	合肥日商倶楽部	安徽省	42

※第22回全国日本人交流会(2017年7月21日)資料を元に作成

# 平昌オリンピック・パラリンピック後の韓国経済（韓国）

＜大幅に引き上げられた最低賃金＞

2月9日に開幕した平昌オリンピックは2月25日に幕を閉じた。だが、約2週間のインターバルを置いて、すぐに3月9日からはパラリンピックが開催した。オリンピック・パラリンピックの間中は、米韓軍事演習が延期されたこともあり、北朝鮮情勢は「一休み」といったところだ。しかし、経済はそうもいかない。徐々にではあるが、2017年に実施に移された施策の影響がさまざまなところに出始めているようだ。

文在寅（ムン・ジェイン）政権はいわゆる「所得主導型成長」を志向し、「所得」と「雇用」を増加させていくことで、個人消費を促していくという絵を描いている。その中の一つに1時間あたりの最低賃金を2020年までに1万ウォン（約1,000円）まで引き上げというものがある。実際、今年1月1日から最低賃金は昨年と比べ、16.4%の7,530ウォン（753円）まで引き上げられた。これは例年に比べ、非常に大きな増額だったといえるだろう。

（図表1）韓国の最低賃金の推移  
（単位：%、ウォン）

適用年	上昇率	1時間あたりの最低賃金
2014	7.2	5,210
2015	7.1	5,580
2016	8.1	6,030
2017	7.3	6,470
2018	16.4	7,530
2019	15~16?	8700?
2020	15~16?	10000?

※報道等より作成。仮に文在寅政権の公約通りに2020年までに時間あたりの最低賃金を1万ウォンにしようとする、2019年、2020年も15%以上の引き上げが必要になる

＜どこに、どのような影響が出てくるか？＞

この急激な最低賃金の引き上げは、労働だけでなく、韓国経済のさまざまな分野に影響を及ぼし始めているようだ。例えば、ファーストフード店等では店頭で無人の注文機が設置されている店舗が増えてきたように感じる。実際に昼食時に足を運んでみると、注文機の前行列ができていた。これは注文機を導入した方が人を雇うよりも安いという判断

だろう。2月に発表された失業率の統計には大きな影響は出ていないようだが、今後の動向が注目される。

また、物価の上昇も肌で感じる。例えば、ソウル中心部のビル賃料は最低賃金の上昇を理由にして例年より大きな引き上げがされているし、筆者の子どもが通う幼稚園（日本語クラスのある現地幼稚園）の料金も月額で2万ウォンも値上げされた。もちろん交通費など、日本に比べて割安なものはあるが、韓国の物価は、現在でも日本人駐在員が「日本で買い物をした方が割安に感じる」という位である。

（図表2）韓国の失業率の推移

（単位：%）

年月	失業率	
	全体	若年者
2012	3.2	7.5
2013	3.1	8.0
2014	3.5	9.0
2015	3.6	9.2
2016	3.7	9.8
2017 10	3.2	8.6
11	3.2	9.2
12	3.3	9.2
2018 1	3.7	8.7

※韓国統計庁資料、World Economic Outlook (IMF)、報道等より作成。2018年1月の若年者失業率は8.7%とやや低下する一方で、全年代の失業率は3.7%と上昇した

＜オリ・パラ後は？＞

こうした中、2018年は文政権の執る政策の影響が徐々に目に見えてくる1年になるかもしれない。雇用の増加や国民所得の上昇によって、経済に好循環が生まれる1年となるのか、（企業にとってのビジネス環境の悪化等により）政権の思惑と異なる結果が出る1年になるのか、要注目だ。また、今月末にはパラリンピックが終幕する。現在、小康状態となっている北朝鮮情勢がオリンピック・パラリンピック後に、どう展開するのかについても注意深く見守る必要があるようだ。

（日本商工会議所 ソウル事務所長 関口 正俊）



# 成長するオーストラリアの外出産業（オーストラリア）

オーストラリアの外出産業はレストラン、カフェ、ファストフードの3つの分野に分類することができる。最近では、料理番組や健康志向の高まりからファストフードよりもプレミアムダイニングといった高級志向レストランや日本食レストランの人気が高まっており、嗜好も単なる外出から文化的なレジャーとしての意味合いを強めている。

一方、オーストラリアのレストラン経営は個人や家族経営の小規模店舗が多く、市場を寡占化するような大きなレストランチェーンは多くないことが特徴であり、近年の外資系レストラン企業の進出はミドルクラス及び低価格ダイニング市場に集中している。外資系資本の特徴的な進出例としては台湾系資本の小籠包チェーンのディン・タイ・フォン（Din Tai Fung）、マレーシア大衆料理のパパリッチ（PappaRich）、イスラエルのチョコレートカフェブランドであるマックス・ブレナー（Max Brenner）の進出が挙げられる。

日本食についてみると、最近の日本食のトレンドは本格的な高級和食レストランからスシロール（巻き寿司）、回転寿司に続いて、居酒屋、ラーメン店、焼き肉など細分化が進んでいる。麺類は、豚骨ラーメンだけでも様々な店が出来ている。人気店舗では日々行列ができる店舗もあり、今後も専門店化は進む見込み。一方で、日本人以外（主に中国人・韓国人）が経営する店舗も多く、本格的な日本の味や、日本のようなきめ細かなサービスを提供している店舗は多くない。

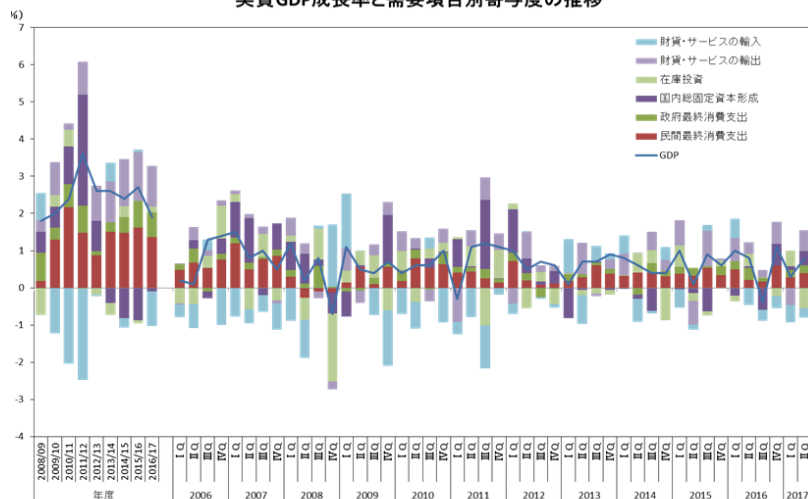
人口の約 28.5%が外国生まれの多民族国家であるオーストラリアには多様な嗜好の消費者が存在し、彼らの嗜好は料理の味のみならず、レストランの空間デザインやカスタマーサービスのタイプに至るまで多岐にわたる。こういった中において外資系のレストランチェーンは自社のブランド力や差別化を図ることによりオーストラリア市場での位置を確保している。また、近年はスマートフォンやタブレットを使ったオンラインによる注文配達サービス（Deliveroo, UberEATS 等）が増加傾向にある。

2017年3月29日付の2016 Australian Multi-Screen Reportによれば、オーストラリアのスマートフォンの普及率は84%、タブレットの普及率も50%となっていることから、オンラインマーケティングやソーシャルネットワークを通じた情報発信も重要な要素となっており、どのようなツールを用いて自社のブランド力を高め、差別化を図るかが重要なカギとなっている。

オーストラリア経済は、実質 GDP 成長率が1991年7-9月期から2017年4-6月期まで104四半期連続で景気後退(2四半期連続のマイナス成長)がなく、オランダを抜いて世界最長記録を更新するなど、成長を維持している。また、今後も長期的に自然増と移民流入の両面から人口増加が見込まれている。成長を続けるオーストラリアの外出市場に進出を検討してみてはどうか。

（シドニー日本商工会議所 事務局長 原田 芳明）

実質GDP成長率と需要項目別寄与度の推移



オーストラリアの人口予測(単位:千人)

年	人口
2026	27,739~29,327
2036	30,723~34,443
2046	33,370~39,733
2056	35,720~45,349

（出所：オーストラリア統計局）