

第 42 回日本・ASEAN 経営者会議

<2016 年 10 月 10 日～12 日 北海道札幌市>



2016 年 12 月 21 日（水）
公益社団法人 経済同友会

目 次

I. 会議概要	1
II. 会議要旨	3
III. 会議プログラム	28
IV. 会議参加者リスト	33
V. 会議等の様子	42

I. 会議概要

経済同友会では、10月10日～10月12日、北海道札幌市において、第42回日本・ASEAN 経営者会議（ASEAN-Japan Business Meeting：AJBM）を開催した。北海道での初めての AJBM 開催であることから、「ASEAN と日本のつながりの強化～地方の活性化を梃子に～」という全体テーマの下、「観光」「食」「地域資源」の3つの切り口から、日本とASEANの関係強化について議論を行った。また、2014年の第40回会議から3年連続で、日本貿易振興機構（JETRO）が主催する「サービス産業国際シンポジウム」と連携する形でプログラムを構成した。

日本からは、小林喜光 代表幹事、川名浩一・片野坂真哉 アジア・中東委員会委員長（第42回AJBM共同議長）をはじめ、経済同友会会員および関係者48名、北海道経済同友会会員40名、ASEAN10カ国から72名、総勢160名が参加した。

1. 開会式

開会式では、司会の川名浩一 共同議長による導入を受け、小林喜光 代表幹事が開会挨拶を行った。小林代表幹事は、世界経済の統合が加速する一方、欧米では、経済格差や移民問題などに市民の怒りが政治を動かし、英国のEU離脱や米国大統領選挙における「トランプ現象」などの形で顕在化していると指摘した。さらに、そうした中で「ASEAN と日本の経営者は、これまで着実に続いてきた経済統合の動きをさらに深めていくことが務めである」と述べた。

続いて、横内龍三 北海道経済同友会代表幹事が挨拶を行い、「世界的な景気停滞感のもとで、保護主義的な動きが見られる時こそ、ASEAN と日本の経済人が率先して相互理解を深め、国際交流の実をあげることが極めて重要である」と述べた。

来賓の辻泰弘 北海道副知事からは、ASEAN とのつながりをさらに強めていくための方策として、四季折々の変化や自然の豊かさなどの北海道の特徴を活かした取り組みが紹介された。

2. 全体会議 I

全体会議 I の前半では、3名の講師が登壇し、グローバルな生産ネットワークの観点から見たASEAN各国経済の階層構造と日本との連携強化、2015年末に創設されたASEAN経済共同体(AEC)の現状とさらなる連結性(Connectivity)の向上、日本におけるインバウンド観光の現状と持続的な価値創造に向けた課題について、それぞれ基調講演を行った。

後半では、基調講演者を含む4名のパネリストとモデレーターが、「観光」「食」「地域資源」の3分野における日本・ASEAN の関係強化、連携の可能性について、パネルディスカッションを行った。セッションは、日本とASEANが関係を深化させる上で、地方と地方、中小企業と中小企業による、国境を超えた連携が特に重要性を増すという議論で締めくくられた。

3. 昼食懇談会

昼食懇談会では、川名浩一 共同議長の司会の下、波多野隆介 北海道大学教授から、同学におけるグローバル人材育成プログラムについて紹介が行われた。

同学は、世界展開力事業として、Population（人口）、Activity（人間の活動）、Resource（資源）、Environment（環境）によってもたらされる負の連環を転換させるフロンティア人材の育成を目指す「PARE プログラム」を展開している。

実際に同プログラムを受講した学生の生の声を聞くため、日本・タイ・インドネシア出身の学生からも、同プログラムの成果発表をいただいた。

4. 全体会議Ⅱ

全体会議Ⅱでは、片野坂真哉 共同議長の司会の下、3名の講師から、北海道における「観光」「食」「地域資源」分野での特徴的な取り組みが紹介された。

「観光」については、外国人環境客が、旅先での買い物を通じて北海道の暮らしや文化に触れる環境を整え、「お土産」を持ちかえってもらうことを通じて、海外での北海道産品への関心・需要を喚起する取り組みが紹介された。

「食」については、北海道庁による「道産食品 1,000 億円輸出プロジェクト」という意欲的な取り組みが紹介され、その成功の鍵は海外顧客のニーズの把握にあることや、ASEAN との協力を通じて世界市場を獲得することへの意欲が表明された。

「地域資源」では、北海道発の企業が開発したボーカロイド（ソフトウェア）「初音ミク」とその海外での人気ぶり、北海道限定バージョンを通じた観光プロモーションや商品化の取り組みについて説明をいただいた。

5. 分科会

全体会議での包括的な議論を踏まえ、参加者は、3つの分科会に分かれ、意見交換を行った。

分科会1では、「観光」をテーマに、タイ、インドネシア、日本のパネリストが登壇した。日本へのインバウンドという観点では、元々、冬の観光地として有名だった北海道ニセコ地区に、ラフティングなど夏のアクティビティを導入することで、通年で国内外から観光客を呼び寄せることに成功した事例、レンタカーで北海道を周遊するツアー・パッケージをシンガポール市場向けに展開し、同国からの訪日観光客を大幅に拡大させた事例等が紹介された。

分科会2では、「食」をテーマに、インドネシア、ミャンマー、日本のパネリストが登壇した。ASEAN の登壇者からは、技術やノウハウの導入といった協力を日本から得ることで、自国の食品産業の育成・高度化を図ることへの期待が示された。日本側からは、日本産の米や札幌ラーメンの海外展開、道産食品の ASEAN での販路開拓に関する展望や課題が紹介された。JETRO を代表し出席した下村聡 理事からも、JETRO として日・ASEAN 協力を積極的に支援したいというコメントがあった。

分科会3では、マレーシア、フィリピン、ベトナム、日本のパネリストが登壇し、分科会のテーマである「地域資源」、特に、全産業に共通する重要な要素である「人材」について意見交換を行った。日本や一部 ASEAN 諸国からは、人材不足が大きな問題として挙げら

れたが、一方で ASEAN 全体を見渡せば、人材は潤沢だという指摘もあった。これを受けて、人材の確保・活用に関する考え方や枠組みを、国単位、産業単位から拡大し、国境を超えて ASEAN 全体に広げることが課題という意見交換が行われた。

6. 閉会式

閉会式では、各分科会のモデレーターから、それぞれのセッションでの議論・意見交換について、報告が行われた後、司会の片野坂共同議長が閉会挨拶を行った。片野坂共同議長は、今後の日・ASEAN の繋がり強化を考える上での 3 つのキーワードとして、「双方向のコミュニケーション (two way communication)」、「継続的な発展 (never ending development)」、「地方と地方の繋がり (local to local)」の 3 点を挙げて、会議を締めくくった。

次回 AJBM は、2017 年秋にタイで開催予定である。

II. 会議要旨

1. 開会式

導 入：	川名 浩一	第 42 回 AJBM 共同議長
主催挨拶：	小林 喜光	経済同友会 代表幹事
歓迎挨拶：	横内 龍三	北海道経済同友会 代表幹事
来賓挨拶：	辻 泰弘	北海道 副知事

○川名 第 42 回 AJBM 共同議長 導入

これまで AJBM を日本で開催する際は、東京を会場にすることが多かった。今回日本での開催にあたり、ASEAN 側から地方での開催を求める声が多かったのは、日本と ASEAN の関係が双方向で有機的に発展していることの証左ではないか。

今日の会議のテーマは「ASEAN と日本のつながりの強化～地方の活性化を梃子に～」である。一日の議論を通じて、「観光」「食」「地域資源」の活用という 3 つの切り口から、日・ASEAN の関係強化、経済の活性化を図っていくためのヒントや知恵を共有していきたい。北海道、ASEAN そして東京からの参加者、それぞれにとって、有益な気づきと出会いの機会となれば幸いである。

○小林 経済同友会代表幹事 主催挨拶

経済同友会は、今年、創立 70 周年を迎えた。この会議の歴史もすでに 42 年の長きにわたり、AJBM の歴史は、すなわち、日本と ASEAN の歴史と言っても過言ではない。両者は 42 年の歴史の中で、大きく変化を遂げている。開発協力、モノづくりへの投資、貿易、そして、双方向のバリューチェーンと、関係がだんだん広がっている。日本と ASEAN は、ますます、かけがえのないパートナーとなっている。

一方、世界を見ると、私たちは第二次世界大戦以来の歴史の大変な転換期を迎えていると思う。戦後、世界経済は基本的に、統合の方向へと進んできた。特に近年は、グローバル化、デジタル化の進展が、国境を無意味化しつつある。昨年、ASEAN 経済共同体（AEC）が生まれたのも、そうした動きのひとつと言える。

しかしここに来て、欧米を中心に、グローバル化の副作用ともいえる格差や移民などの問題に対する人々の怒りが政治に反映され、英国の欧州連合（European Union）離脱決定や、米国大統領選挙におけるトランプ現象へと表面化している。このような中にあってもこれまで着実に続いてきた経済統合の動きをさらに深めていくのが、ASEAN と日本の経営者の務めの一つではないか。環太平洋パートナーシップ協定（Trans-Pacific Partnership）、東アジア地域包括的経済連携（Regional Comprehensive Economic Partnership）など、アジアにおける経済連携の動きは、世界の将来を占う上での重要なポイントである。

今回の AJBM において、北海道をはじめとする日本の地方都市と ASEAN の国々との間で双方向の交流を促進し、ひいてはお互いの豊かさ、活力、そして経済成長につなげていくための方策について、大いに議論ができればと思う。

○横内 北海道経済同友会代表幹事 歓迎挨拶

経済のグローバル化が大きく進展する中で、昨今、世界的な景気停滞感のもとで、保護主義的な動きも見られる。しかし、こうした時代においてこそ、ASEAN と日本においては、民間の経済人同士が率先して相互理解を深め、国際交流の実をあげることが極めて重要であると思う。今回の会議のテーマは、まさにこの時代の要請に合致するものである。

北海道は、日本の最北に位置し、四季の変化が極めてはっきりしており、美しい風景とおいしい食材とに恵まれた地域である。参加者の皆さまには、会議への積極的な貢献とともに、北海道の「食」や「観光」も存分に楽しんでいただきたい。

○辻 北海道副知事 来賓挨拶

北海道は今、「世界に輝く北海道」を目指して、さまざまな取り組みを進めている。

「観光」に関しては、海外からの観光客は 200 万人を超え、2020 年には 500 万人を目指すという高い目標を掲げている。目標達成に向けて、ASEAN の皆さまの北海道に対する憧れを何とか取り込みたい。北海道は四季の変化が豊かであり、また特徴ある 4 つの地域に分かれている。食べ物も季節や地域によって変わる。北海道を訪れる皆様のそれぞれの思い出作りにぴったりな北海道に出会うことができると思う。

「食」については、北海道の食品 1,000 億円輸出プロジェクトを実施しているので、ぜひ北海道の食品を購入いただきたい。国によりさまざまな規制があって、食品の持ち込みが難しい面があるかもしれない。そこは一つ一つ理解を得ながら、北海道のおいしい食べ物を提供したい。

「人材」という面は、北海道の人材が海外を訪れるケースが少ないのが悩みの一つである。今、新千歳空港を中心に、海外への航空路線が繋がりつつある。特に若い人達にはぜひ海外を経験し、その良さを知って、北海道に還元してもらいたい。そのため、今年度中に、若者の海外での取り組みを応援するファンドの設立を検討している。

2. 全体会議 I

(1) 講演

導 入：川名 浩一 第 42 回 AJBM 共同議長
講師①：木村 福成 慶應義塾大学 経済学部 教授
講師②：Ms. Chian Voen Wong, Director, Mayer Brown Consulting
講師③：中村 好明 ジャパンインバウンドソリューションズ 代表取締役社長

○木村氏

日本や ASEAN は、4 つの階層 (Tier) から構成されるグローバルバリューチェーン (Global Value Chain) により、多くの恩恵を得ている。ASEAN は、他の地域にはない独自の発展モデルで急速に発展を遂げてきた。また、他の地域がこの ASEAN モデルに追いつくことができていない点が、極めて重要である。

ASEAN にとって、製造業ベースの経済成長を行ってきたことが、持続的な経済成長という意味で重要である。製造業とそれを支援するサービス産業の安定した発展による経済成長は、貧困層に雇用の機会を提供することができるからである。そのため、ASEAN では製造業のプレゼンスが、生産拠点としてだけではなく、市場や雇用の創出においても重要性を増している。

多くの途上国が (労働集約型産業が中心で GVC との繋がりが薄い) Tier 3 の段階に留まっているのに対し、ASEAN の多くの国は (製造業を中心とする工業化が進展し、GVC との同期化が求められる) Tier 2 にステップアップしている。最近ではラオスやカンボジアでも、機械製品の部品生産が行われるようになってきた。ASEAN 以外では、中米や東欧の一部の国が Tier 2 に達しているのみである。

さらに ASEAN の一部の国は、Tier 1a へとステップアップしつつある。Tier 1a では、企業をまたいで垂直的な分業が行われる産業集積が始まり、GVC との繋がりもより濃くなる。産業集積が進むと、地元企業にも GVC に参画するチャンスが多くなる。地元企業の役割がますます重要になるのが Tier 1a である。マレーシア、タイなどがこの段階にある。このような産業集積は、中国やメキシコの自動車産業を除き、他の発展途上の地域ではまだ見ることができない。

中所得国から、さらに完全に発展を遂げた国へとステップアップした形が Tier 1b である。Tier 1b では、新しい商品・サービスを生み出すイノベーションの創出が必要である。そのためには、研究開発の水準を高め、優れた外国の人材を引き付ける必要がある。シンガポールは既にこうした取り組みを行っており、他の ASEAN 各国もこれに倣う必要がある。

ASEAN と日本の関係をより緊密にするための ASEAN 側の課題は、カンボジア、ラオス、ミャンマーなど Tier 2 の段階へまだ達していない国を、早急にステップアップさせることである。Tier 2 から Tier 1a を目指す国は産業集積を進め、Tier 1a から Tier 1b へ進みつつある国は、イノベーションについて考え、優秀な人材をどう引き付けるかを考えることが必要である。

日本の課題としては、アベノミクスにより需要サイドについては刺激的な金利政策やマイナス金利による財政政策が成果を挙げているが、今後は政策を供給サイドへシフトしていくことが必要である。具体的には、少子高齢化の下で潜在的経済成長率を高めるため、

労働力の移動を容易にし、女性が労働市場へ参画することなどが挙げられる。外国人労働者の受け入れも検討すべき時が来ている。ASEAN と日本は、新たな経済関係を築きつつあり、今後も協力していくことができると考える。

○Wong 氏

2015 年末に ASEAN 経済共同体 (ASEAN Economic Community) が創設された。AEC の実現目標に対する達成度合いを示すスコアカードによると、4 つの目標 (①単一市場・生産拠点、②競争力のある経済圏、③均整のとれた経済発展、④世界経済への統合) の内 2 つは 100% の達成度である。しかし、4 つのうち最も重要な目標である「単一市場・生産拠点」の部分で、多くの課題が残っている。

サービス産業は、ASEAN の GDP の 50% を占める重要な分野である。国によりサービス産業への依存度にバラつきはあるものの、モノの自由化と比較して目標の達成に向けた進捗度が遅れており、さらなる努力が必要である。

AEC では、次の 10 年間の目標となる「AEC 2025」を定めた。同目標の主要項目のうち、貿易円滑化においては、通関作業や越境手続きの迅速化を目的とする「ASEAN シングルウィンドウ」の導入が進んでいる。原産地証明の電子化も既に数カ国で実現しているが、早い段階で ASEAN 全域に導入できると思う。ASEAN が GVC の中における生産拠点となるには、投資やサービスが、国境を越えて滑らかに流れるようにすることが課題である。

ASEAN が今後 10 年間発展していくためには、中小企業 (Small and Medium Enterprise) の生産性向上が課題である。そのためには、資金調達、市場アクセス、GVC へのアクセスなど、SME が新技術を導入し、イノベーションを行うためにどのような支援が必要かを考えることが重要である。SME は大企業と比較すると体力が弱いことから、SME にも適合するよう規制等を調整する必要がある。

ASEAN を GVC に組み込む上では、物品移動の簡素化および費用削減も必要である。輸送網の整備では、ASEAN 高速道路ネットワークで主要都市を連結させる計画があり、大規模なネットワークを構築して ASEAN 域内で部品等を輸送することが可能となる。海上ネットワーク構築のための港湾開発も進展中である。

輸送に関しては、ハード面の整備に加えてソフト面での改善も必要である。ASEAN では陸海の輸送においてさまざまなファシリテーション (簡素化) 活動を行っており、コンテナやトラックの移動に際して、越境手続きを簡素化している。このような改善が連結性をさらに高めていく。

○中村氏

2014 年の統計になるが、ASEAN からの訪日者数は 200 万人で、日本から ASEAN への訪問者数 400 万人の半分でしかない。今後 10 年で、日本と ASEAN の間の旅行者数は同程度になっていくと見込まれており、ここに機会がある。

インバウンドツーリズムの力で、ASEAN と日本との間に持続的な関係を構築するために重要な点が 3 つある。一点目は、ソーシャルネットワークサービス (SNS) を活用したマーケティングである。SNS の魅力は、低コストできめ細やかなマーケティングができることにある。日本と ASEAN の地方の魅力をさらに発信していく上で、SNS は大きな可能性を秘

めている。二点目はシェアリングエコノミーである。日本でも 2017 年にも民泊が解禁となる。これは、十分な宿泊設備が整っていない日本の地方に取ってチャンスであるとともに、日本人がホームステイに順応することで、ASEAN への日本人旅行者が増える大きなチャンスとなる可能性がある。三点目が決済の電子化である。日本はこれまで現金決済が中心であり、クレジットカードが決済全体に占める割合は 1 割強しかない。最近ようやく、クレジットカードや電子マネーによる決済が浸透し始めたが、ASEAN では既に電子決済が広く普及している。日本での一層の浸透により、双方の商機が拡大する。

最後に、観光が地方活性化に与える影響について、京都府南丹市の取り組みを紹介する。同市では、古民家を活用して 1 泊 6 万円の宿泊サービスを提供し、海外からの観光客に人気が高い。同市の取り組みで重要な点は、宿泊設備は村民が生活している地区からは離れたところに設け、地元住民が江戸時代から続く暮らしを守っていることである。これに対して、世界遺産に指定され人気の高い白川郷は、世界中の観光客が過度に集中し、地元住民のコミュニティが維持できなくなりつつある。こうした事例を参考に、持続可能なツーリズムに取り組んでいくことが重要である。

(2) パネルディスカッション

パネリスト①：木村 福成 慶應義塾大学 経済学部 教授

パネリスト②：Ms. Chian Voen Wong, Director, Mayer Brown Consulting

パネリスト③：中村 好明 ジャパンインバウンドソリューションズ
代表取締役社長

パネリスト④：Tan Sri Dr. Michael O.K. Yeoh, Co-Founder and CEO,
The Asian Strategy & Leadership Institute

モデレーター：藤川 佳則 一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 准教授

○藤川氏

3 名の講演を踏まえて、日本と ASEAN がさらに連携を強化して、お互いに地方経済をテコ入れすることが、将来の発展に向けた原動力となりえるかを議論したい。経済同友会では仮説として、日本と ASEAN の連携強化がさらに模索できる分野として、「観光」「食」「地域資源（特に人材）」の三本柱を挙げている。

Yeoh 氏には、日本と ASEAN の関係強化につき、①最大のチャンス、②課題、③課題を解決するための方策、についてお話しいただきたい。

○Yeoh 氏

ASEAN では、AEC 創設に際して、連結性マスタープランを策定している。同プランでは、3 つの柱として、①陸・海・空のインフラ整備による「物理的」な連結性、②貿易の円滑化などによる「制度面」の連結性、③自由な移動や観光による「人與人」の連結性、を高めていくことを掲げている。

9 月 7 日に開催された ASEAN 首脳会議では、第二次連結性マスタープランが採択された。同プランの実施には、年間 1,100 億米ドル（約 13 兆円）の費用が必要になる。これは ASEAN

だけでは到底負担できる金額ではなく、この意味でも日本の存在が重要になる。また同プランでは、連結性を高めることで、2025 年までに 1.5 億人の観光客を ASEAN 内に受け入れるという目標も立てている。さらに、プランの進捗状況をモニタリング評価することも盛り込まれており、日本にはキャパシティビルディング、長期のファイナンスなどにおいて高いレベルの協力が期待される。

○Wong 氏

3 つの柱の中でも、物理的なインフラ整備が極めて重要である。ASEAN 諸国がお互いに連結し、さらに対外的にも連結していくことで、GVC への接続をより円滑にすることができる。

人と人の連結も必要である。すでに建築分野等において技能の相互承認制度 (Mutual Recognition Agreement) が採用されており、ASEAN 域内で専門職の流動性が高まっている。これにより、それぞれの国が他国の人材や知識、技術などを活用することが可能になり、自国の不足分を補うことができる。ASEAN 各国が個別で課題に対応するのではなく、連結性を高めて ASEAN 全体で対応していくことが重要である。人の問題は、ASEAN の次の 10 年間で考える上で極めて重要な問題であり、間違いなく日本との連携が必要となる。豊富なノウハウをもった日本企業と協力すべきである。

○木村氏

人は、生きていくための食料だけではなく、より豊かになるため、さまざまな消費も考えている。大都市では豊富な種類の商品を提供できるが、地方の中小都市は、単独で同様の商品を提供することは難しく、そこで中小都市間の連結性が重要となってくる。中小都市では、連結性を利用した新しいビジネスの創造というアプローチが重要になってくる。

○中村氏

日本には約 100 の空港があるが、この全てを ASEAN と繋げることは現実的ではない。例えば、成田空港と関西国際空港の 2 つをハブ空港として、他の空港をハブ空港と連結することが現実的である。

これは日本だけの問題ではないが、地方の人が海外に行く機会が未だ少ない。日本の地方創生にとって最も重要なことは、地方に住む人もパスポートを持つことである。海外からのお客様を一方的に招くだけでは限界があり、日本の地方からも海外に出かける「双方向」のツーリズムを推進していくことが、持続的な発展につながる。人々がグローバルに移動するようになれば、商品の輸出入も増え、企業の海外進出も進む。

○Yeoh 氏

ASEAN 各国の政府は、民間の消費拡大を通じて国内経済をさらに発展させていくことを重視している。特に、人口の 2 割を占めると言われる貧困層に資源を投入し、彼らの生活水準を上げていくことに焦点を当てている。さらに域内の経済統合を進めて、国の経済成長を加速させていく。そのためには、ASEAN 各国による域内の他国に対する投資が重要な役割を果たすことになる。

○Wong 氏

多くの SME は、経済統合やグローバル化の動きの中で、自らの位置づけに悩んでいるか、GVC に入るという意欲に欠けている。今は国内取引だけでビジネスが成り立っているかもしれないが、意識を変えて、GVC の一角を担っていくという自覚を持たなければいけない。

○藤川氏

SME や地方もグローバル化に晒されている。これは、ローカルビジネスがグローバルビジネスに繋がる、あるいはインパクトを及ぼすということでもある。IT 化やシェアリングエコノミーを活かして、日本と ASEAN の地方にどのようなチャンスがあるか。

例えば、スマートフォンのアプリである「ポケモン GO」を活かして、観光客を増やそうとする鳥取県の取り組み、日本の高級食材を利用頻度の少ない夜間便を使って ASEAN に空輸する、農林水産省・イオン・全日本空輸・ヤマト運輸の連携による取り組み、日本のプロサッカーチーム「コンサドーレ札幌」がベトナムの有名選手を加入させ、インバウンド観光客の増加に繋げた事例などがある。問題は、こうした取り組みをより大規模、より持続可能、より広範囲なものにするにはどうすればよいかである。

○中村氏

海外からの観光客の約半分は、初めて日本を訪問する人達である。持続可能性を高めるためには、彼らをリピーターにしていくことが必要である。そのための方策の一つとして、地方の産業を視察する産業ツーリズムが挙げられる。日本の SME には 100 年以上の伝統や優れた環境技術を持つ企業が多く、海外の関心が高いからである。産業ツーリズムに取り組むことで、パートナーシップや投資へも繋がるが、日本はほとんど力を入れていない。日本政府や地方自治体は、日本と ASEAN の地方の企業同士のマッチングに取り組むべきである。ただその際に問題になるのが、日本の縦割り行政である。

<質疑応答>

○会場からの質問

日本を訪れる ASEAN の人の 95% は観光客である一方、日本から ASEAN を訪れる人の半分はビジネスマンである。中国や韓国と比べると、日本からの ASEAN への観光客は少ない。特に日本の若者に ASEAN を訪れてもらいたい。

○中村氏

日本は 2003 年に「VISIT JAPAN キャンペーン」を実施し、国の政策として初めて「観光立国」を掲げた。当時、日本を訪れる外国人は、ビジネスマンや VFR (Visit Friends & Relatives) が中心であったが、それから 13 年たった現在、ようやく観光客が 75% を占めるようになった。日本と ASEAN 間の観光旅行は、まだ始まったばかりである。

○会場からの質問

日本はビジネスでも観光でもコストが高く、日本を訪れるインセンティブが働かない。日本政府が補助金を出し、観光にかかるコストを引き下げれば、持続的な動きに繋がると思うがどうか。

○中村氏

日本がコストの高い国であったことは事実だが、日本の長いデフレ、ASEAN の国々の高成長によって、格差は格段に縮小している。また日本は、欧州諸国と比べると、食事のメニューがバラエティに富んでおり、安い値段でも選択肢が広い。

「オープンスカイ」への取り組み、格安航空会社参入、入国管理局の増強、外国人観光客の消費税免税など、さまざまな日本政府の取り組みにより、「爆買い」と呼ばれる大きなショッピングツーリズムが生まれた。

一方、日本に課題が山積しているのも事実であり、その一つが MICE (Meeting、Incentive tour、Convention・Conference、Exhibition) への取り組みの遅れである。MICE の誘致により、多くの人や情報が行き交い、ネットワークが構築され、ビジネスチャンスはさらに拡大するなど、色々な機会が生まれる。食や観光を楽しむこともその機会の一つである。こうした総合的な政策は政府だけで取り組むのは難しく、官民連携が大きな課題である。

○Wong 氏

持続的な経済発展に向けて、日本と ASEAN がこれから目指そうとしている方向に、国内の産業は不安を感じていると思う。例えば、外資系企業の国内市場への参入に、競争力の差がありすぎて地元企業は敵わないのではないか。国内産業、特に SME を持続可能に発展させるには、国境を越えた SME の連携が必要となってくる。

○藤川氏

過去の AJBM では、国と国、大企業と大企業の連携が、議論の中心であったと思う。しかし今日の議論では、ローカルとローカル、小さなプレーヤーと小さなプレーヤー、ローカルプレーヤーとローカルプレーヤーの繋がりが話題になった。IT 化やグローバル化の進展が、これら小さなプレーヤー同士の国境を越えた協働を可能にしている。AJBM としてもこのトピックの議論を広げていくことが時機にかなっているのではないか。

3. 昼食懇談会

司会：川名 浩一 第 42 回 AJBM 共同議長

講演：波多野 隆介 北海道大学 農学研究院 教授および北海道大学の学生・留学生

○波多野氏

2012 年度から北海道大学の「世界展開力事業」として開始した「PARE プログラム」について紹介する。

世界の人口増加の多くは、貧困層から発生している。PARE (Population, Activity,

Resource, Environment) の負の連鎖は、貧困層の人口増加が、都市化を促進し、人間活動の増加が資源の枯渇、環境への負荷を引き起こし、さらに食料問題を助長し、衛生状態の悪化を招き、さらなる貧困層を作り出すという形で進んでいる。このような負の連鎖を正に転換させることが、本プログラムの目的である。

本プログラムでは、北海道大学とタイのカセサート大学、チュラロンコン大学、タマサート大学、インドネシアのボゴール農科大学、バンドン工科大学、ガジャマダ大学と連携して、負から正への転換のための人材育成にあたっている。本プログラムを修了した者は、食料・栄養問題の改善と向上、都市と農村の適正化、化石資源使用の適正化、環境問題の監視と改善に関連する専門家として同窓生ネットワークを形成し、将来、国境を越えて協力し、問題解決にあたることが期待されている。

本プログラムでは、修士課程の学生を主たる対象として、数週間の短期留学、半年から1年間の中長期留学を行っている。これまでの4年間で、北海道大学から72名がタイとインドネシアに留学し、タイ、インドネシアから227名が北海道大学に留学してきている。

平成28年度で文部科学省の支援が終わるため、資金調達を検討中である。日本政府関係の奨学金やタイ、インドネシア独自の資金を検討している。民間からも支援いただけるとありがたい。

4. 全体会議Ⅱ

司 会：	片野坂 真哉	第42回 AJBM 共同議長	
講師①：	吉川 廣司	ジャパンショッピングツーリズム協会	企画本部 本部長
講師②：	三井 真	北海道経済部	食関連産業室長
講師③：	伊藤 博之	クリプトン・フューチャー・メディア	代表取締役

○吉川氏

当会は、旅行と小売の150社の企業群が連携して、海外から日本を訪れた外国人のお客様に旅行の楽しみの一つである「ショッピング」をより一層楽しんでいただき、ショッピングを通して、日本や日本人をさらに理解していただくことを目的に設立された。

具体的な活動としては、日本の魅力ある商品や百貨店催事、バーゲンなどに関する情報をインターネットやSNS、海外の旅行展示会などで発信する「プロモーション事業」と、海外からのお客様を迎える小売店に接客方法、受け入れ環境の整備、免税処理に関するノウハウ提供する「小売り事業者支援事業」を実施している。

当会は、訪日観光客のショッピングに焦点をあてている。観光誘致の目的が、外国人旅行者の消費を吸収して地域の活性化に資するということだとすれば、宿泊や交通にもまして「ショッピング」や「食事」は、より直接的な消費の誘因となる。日本の各地域で、海外の旺盛な購買力を十分に引き付けて、地域の活性化に活かしていくことが重要だと考える。

訪日外国人のショッピングには、「爆買い」で注目を集めた、円安メリットを生かした高額な宝飾品やブランド品の購入や家電製品の大量買いから、地方で自分の嗜好にあった化粧品などの日用品の購入や美容サービス、フルーツ狩りなどの利用体験への変化が見ら

れる。

高額なブランド品や日本製の電化製品も日本のお土産と言えるが、日本各地を旅し、旅先でのショッピングを通じて、その地方の文化や日本人の暮らしに触れ、その思い出とともに持ち帰る地域性の高い「特産品」こそが「旅のお土産」になって欲しい。

当会では、食を楽しみ、人と触れ合うことが、その国の文化や暮らしを感じる最適な方法だと考える。日本と ASEAN 双方の旅行者がお互いの国の地方まで歩き、郷土料理や文化、暮らしを楽しむことが、相互理解やお互いの行き来の増加につながる。

日本には魅力的な地方が多い。北海道にも寒冷地ならではの魅力的な食品が豊富にある。北海道の食品を「食べて」楽しみ、「お土産として持ち帰って」楽しみ、気に入ったら「海外から取り寄せて」さらに楽しんでほしい。

○三井氏

道産品の輸出額は 2011 年度からの 4 年間で倍増した。これに対応し、高橋はるみ知事は 2018 年度までに輸出額を 1,000 億円とする野心的な目標を掲げた。現状、道産品の輸出額の 9 割をホタテやサケなどの水産品が占めるが、産業の規模を考えると、1,000 億円達成の鍵は、農産品と加工食品にある。

農産品輸出拡大のための戦略を 2 つ紹介する。一つ目は、国際的に認証された流通加工施設を増やすことである。二つ目が農業の競争力強化である。北海道は国内で唯一、食ビジネスに関する特区が認められている。「フード特区」として農業生産者とのジョイントビジネスなどを推進し、農業以外で先進技術を持つ、あるいは販売チャネルを持つ企業との連携を促進する。それにより、北海道の農業を世界レベルの産業に進化させ、価値のある農産品を安定的に供給する体制を整えていく。

加工食品の輸出を拡大する上では、スイーツと機能性食品を重視している。スイーツはそのおいしさに加え、牛乳や豆といった原材料の品質のアピールできる上、牧場風景や雪景色などの北海道の典型的な風景をイメージさせることにも役立つ。機能性食品については、世界中で健康志向が高まっている点を活かして、さまざまな製品を開発して海外に売り込み、おいしさ、安全性といった既に認められた特徴に加えて、第 3 の価値として健康機能性をアピールしていきたい。

輸出拡大を長期的に進めていくためには、海外の若者の間で北海道産というブランドを確立していくことが重要である。そのための取り組みの一つとして、テレビ番組や SNS を複合的に活用した「クール北海道プロジェクト」を展開している。2 年前にはフィリピンの大手放送グループと共同で、北海道の食と観光の PR 番組を作成した。北海道庁はこの番組のスポンサーであったが、テレビ番組制作者の要望が実現できるよう、取材先との調整作業を行うなど裏方に徹した。その結果出来上がった番組に衝撃を受けた。除雪車や凍結した湖面での釣りなどは我々には当たり前の光景だが、フィリピンでは旅行番組として過去最高の視聴率を獲得し、賞も得た。番組放映の翌年には、フィリピンから大勢の観光客が北海道を訪れた。この件を通じて、自分が売りたいものを売り込むのではなく、相手に求められているものを売り込むことの重要性を学んだ。

日本の人口が減少する中、北海道が発展していく上では、ASEAN は非常に重要な市場である。しかし、北海道が単独で ASEAN 市場に参入していくのは難しく、ASEAN 側の支援も必要である。ただ一方的に支援を受けるのではなく、計画段階から参画してもらい、共同でビジネスプランを作りたい。そしてそのビジネスプランを元に ASEAN と共同で開発した製品や観光を、欧米諸国や他のアジア各国に対してアピールしていき、共に世界市場を獲得していきたい。

○伊藤氏

「初音ミク」は歌が上手な 16 歳の少女である。持ち歌は 10 万曲を超え、日々新しい曲が増えている。彼女のファンは、日本だけでなく世界中におり、彼女の Facebook には 250 万人ものフォロワーがいる。中国の微博（ウェイボー）でも、フォロワー数は 80 万人になる。世界中に名をはせているが、初音ミクは現実には存在しない。歳も取らない。

初音ミクは、札幌市にある当社が開発した歌声を合成するコンピュータソフトウェアである。初音ミクはソフトウェアであるが、三次元のコンピュータグラフィックス技術を用いて、現実の舞台上でコンサートも行う。

初音ミクは、ASEAN でも人気が高い。2011 年にはシンガポールでコンサートを行い、チケットが完売となった。また、初音ミクのワールドツアー「MIKU EXPO」を開催するに当たり、世界中のファンから開催地に選ばれたのは、欧米の都市を押さえてジャカルタであった。ジャカルタのイベントには、1 万人以上の若者が集まった。

当社は、ビジネスに初音ミクの使用を希望する企業に、キャラクターなどをライセンスしており、ライセンス先は、玩具、アパレル、文房具、書籍、ゲーム会社など多岐に渡る。最近では、グリコ、VISA カード、ユニリーバ、Google、Sony など世界的な企業にも注目いただいている。

当社では、北海道を応援するため、初音ミクの雪バージョン、「SNOW MIKU」を制作した。このキャラクターは、毎年 2 月の札幌雪まつりでの雪像、札幌市内を走る路面電車のラッピングなどを通じて、冬の北海道を盛りあげている。来年開催される「冬季アジア札幌大会」の PR アンバサダーにも就任している。

初音ミクも雪も ASEAN の人々に人気が高い。SNOW MIKU も、必ずや ASEAN の人々が気に入っていただけるはずである。ASEAN の皆さまと、SNOW MIKU の商品化について取り組んで行くことができれば喜ばしい。

5. 分科会

分科会 1 (観光)

モデレーター:

Ms. Carrie Bee Chuabio Hao, Partner, Japan Desk, ROMULO LAW OFFICE

ASEAN 側パネリスト:

- ① Mr. Yuthasak Supasorn, Governor of Tourism Authority of Thailand
- ② Prof Rokhmin Dahuri, Chairman & Economic Advisor on behalf on Ruling party -PDIP Indonesia, for Maritime affairs / Senior Advisor, PT JSB (Jiva Samudera Biru) Indonesia

日本側パネリスト:

- ① ロス フィンドレー NAC 代表取締役
- ② 西村 紘一 プライムインターナショナルジャパン 会長
- ③ 中村 好明 ジャパンインバウンドソリューションズ 代表取締役社長

○Supasorn 氏

タイでは、2015 年の GDP の 16%を占めるなど、観光の位置づけが重要である。今年も 9 月までの累計で約 2,500 万人の観光客がタイを訪れた。これは対前年比 25%増であり、観光収入は約 13 兆タイバーツ (約 38 兆円) となった。このままいけば、年間目標の 23 兆タイバーツが達成できる見通しである。タイにとって日本は、中国、マレーシアに次ぐ第 3 の市場であり、毎年 100 万人以上の観光客がタイを訪れる。タイ観光庁では、日本からの観光客が質の高いサービスを求めていると考え、それに応えるべくさまざまな分野でプログラムを実施している。

その一つが「医療・健康」である。タイはスパ (温泉) で世界一と評されている。治療や心身のリフレッシュを目的とする観光客のために、多くの製品・サービスを用意している。タイは「食」に関してもパラダイスと言える。屋台から高級レストランまでさまざまな美味しい食べ物があり、世界で多くの賞を受けている。「スポーツ」も重要である。タイはアジアにおけるスポーツのハブになりたいと考えており、全国各地に、プロ選手からアマチュア向けまで多様な施設を揃えている。2018 年には、日タイ友好 130 周年を記念して、相撲を催す予定である。最後は「学生および女性」である。家族旅行では、女性が意思決定に関わる部分が多い。タイ観光庁では、女性向けの特別なプログラムも用意している。学生について言えば、子供が最良の体験ができるように、親が修学旅行への出費を惜しまない。こうした需要を満たすサービスも設けている。

タイは、観光産業における日本と ASEAN の架け橋になりたいと考える。AEC の進展によりインフラ整備が進み、日本から ASEAN の主要都市へタイ経由で行くことができる。日本から多くの観光客が ASEAN を訪れ、多様な文化や伝統に触れてもらいたい。これは ASEAN 全体の景気向上に貢献する。

タイ国内の課題としては、観光客の受け入れをいかに国内経済の発展に繋げるかにある。タイ国内の観光業の競争力を高めることで、特に地方への富の移転を行いたい。そのためには、外国人観光客の訪問数の大幅増に成功している日本から、さらに多くを学びたい。

○Rokhmin 氏

インドネシアは、観光業で高いポテンシャルを持つ国と自負している。インドネシアは世界最大の島嶼国で、島の数 は 17,000 以上におよぶ。天然資源が豊富で、豊かな文化もある。インドネシアには 10 のサンゴ礁の生態系があり、ダイビングやシュノーケリングの場所としても世界的な人気がある。ジョコ政権では、7つの重点開発政策を掲げており、観光業はその一つである。

インドネシア政府は、現在 900 万人の外国人観光客を、2019 年までに 2,000 万人に増加させる計画を策定した。そのため政府は、10 の観光特区を設け、それを支える空港、駅、港湾などのインフラの開発を進めている。また“Wonderful Indonesia”と名付けたプロモーション活動や、一部の国に対するビザ免除プログラムも実施している。

○フィンドレー氏

北海道ニセコ地区は、元々人気のあるスキー場である。しかし、1991 年頃から日本経済が下降し始め、それに伴いスキー客も減少、ペンションやホテルのオーナーが窮していた。そこで夏も集客すべきとの話になり、ラフティング（ゴムボートを使った急流下り）の導入を提案した。

自分としては、ラフティングの導入により、乗馬やカフェなどのさまざまなビジネスが波及的に立ち上がり、ニセコ地区を短期滞在型から長期滞在型のリゾートへと発展させることが望ましいと考えている。

アウトドア活動をさらに進める上で、地元や行政がその動きについてこられていないという問題がある。現在、自然の樹木を利用したアドベンチャーパークの建設を考えているが、行政から許可が下りない。これができれば、観光客がもう一日長くニセコに滞在し、さらにお金を落としてくれることになるのだが、行政と民間の考えがかみ合っていないと思う。

ニセコ地区では、米国でのテロ事件やイラク戦争もあって、冬も欧米からのスキー客が集まり、満室の状況が続くようになった。スキーバブル崩壊後は、不動産が売れない状況が続いたが、今は外国人が飛ぶように買っていく。人件費も上昇し、アルバイトの時給は札幌を大きく上回り、日本でも最も高い地区の一つだと思う。アベノミクスは 2%の経済成長を目標に掲げているが、ニセコではすでにこの数字を達成している。

自分が住む倶知安町は、人口が 15,000 人であるが、そこに年間 10,000 人の観光客が訪れる。彼らは長期に滞在することから、町の生活にも入ってくることになり、住民数が大きく増加したのと同じ効果がある。それにより、大人は新しいビジネスを考え、子供も英語を学び海外に関心を持つようになった。長期滞在による経済効果が、ホテル経営者だけではなく、住民全てに波及する。給料が上がり、裕福な海外観光客が来ることで、新たなビジネスを考えるという、経済の正のスパイラルに入っている。

ニセコ地区の将来には課題が 2 つある。一つ目は、ニセコ全体に将来ビジョンが無いことである。ビジョンが無いところには、投資を呼び込むことができない。誰がビジョンを作るのか。少なくとも行政の役割ではない。二つ目は、英語を話す日本人スタッフが足りないことである。外国人のスタッフの採用には就労ビザが必要となるが、ビザの要件にあてはまる人が少なく採用が難しい。また外国人のスタッフが多すぎると、海外からのお客

様が日本に來た気分を味わうことができなくなる。

○西村氏

2004年に北海道開発局から、米国のシーニックバイウェイ法を参考に、北海道内でも外国人観光客を招いて道内をドライブさせたいとの相談を受けた。当時の北海道経済の現状を知り、その実現を決意した。

当時、シンガポールから北海道への観光客は年間1,800人程度で、雪まつり観光がメインであったため、観光客が少ない夏をターゲットとした。まずは行政に相談にいったが、「事故が発生した時に、警察官の言葉が通じない」と、取り合ってもらえなかった。しかしこれでさらに決意を強くした。

損失を覚悟で、自社でレンタカーとチャーター便を用意し、シンガポールから観光客162名を北海道に連れてきて、50台のレンタカーで8日間、道内を駆け巡った。これを年3～4回、毎年続けた。鳥インフルエンザが原因で日本への渡航制限が出た時も、少数の顧客のためにチャーター機を飛ばした。こうした努力を続けた結果、今では、北海道でのドライブ旅行が、年間約27万台規模にまで増加している。

日本政府は、2030年には訪日観光客を8,000万人にする計画を立てているが、フランスやシンガポールとの人口比で考えれば、必ず達成できる目標である。特にASEANでの日本人気は一番高く、訪日客数が大きく伸びている。世界中でも日本ブームが起きている。日本は観光客受け入れのための準備が必要である。

○中村氏

日本は、1990年から生産年齢人口が減り始め、今では毎年100万人以上が減っている。日本の「失われた20年」の原因は、政府でも産業界でもなく、生産年齢人口が減り始め、そこから一度も上向きになっていないことにある。長寿のおかげで総人口は増加傾向を保ったが、それもここ数年減り始めている。

一方、アジアは人口増加が続いているが、これは主に高齢層によるもので、生産年齢人口を見ると、昨年の時点で既にピークアウトしている。つまりアジアの人口はこれからも増加していくが、15～20年後には、高齢化が進みいずれ日本と同じ状態になる。その時になって慌てるのではなく、今から一緒に高齢化への対応を研究していく必要がある。

各国の人口10万人あたりの訪日者数を見ると、香港や台湾が12,000人台で最も高いのに対して、ASEAN各国は1,000人未満と非常に小さい。逆に言えば、ここに大きなポテンシャルがある。世界におけるアジアの観光市場は、これから数十年間は成長し続けるので、これを取り込んでいく必要がある。ただし、one wayではなく、two wayのツーリズムが必要である。

<質疑応答>

○会場からの質問

日本とのパートナーシップのため、また人材不足に悩む日本を支援するため、インドネシアを始めとするASEAN各国が、自国の人間を日本に派遣することを検討している。日本

側がこれを受け入れるためには、入国管理法や労働派遣法の改正が必要である。ASEAN には、日本のニーズに対応できるキャパシティがある。

○中村氏

日本でも、移民受け入れのための法改正が必要と思う。しかし今はまだその前段階である。まずは観光客や留学生の受け入れを増やし、就労など外国人に対するさまざまな機会を設けていくのが先決である。いずれ移民は必要となるが、その前に国を開いていくことが重要である。政府とも議論をしていきたい。

○会場からの質問

2020 年に東京オリンピック・パラリンピックが開催される予定であり、それに伴って海外からの観光客も増えていくと思うが、その後の観光客誘致について、具体的なアイデアがあるのかを聞きたい。

○フィンドレー氏

日本で海外からの観光客が増加し始めたのは、近年である。したがって日本政府は、その持続性を高めるために、長期計画を考える必要がある。地方においても、観光は経済に大きな影響を及ぼすことから、観光客誘致のためのノウハウを身に付け、戦略を立てる必要がある。

ただ、海外からの観光客が日本を訪れる理由が、オリンピック・パラリンピックの開催とは思わない。日本に関心を持ち、訪れたいと思うから来るのではないか。個人的には、東京でのオリンピック・パラリンピック開催は、観光客数に影響しないと思う。

○会場からの意見

中小企業の二代目オーナーである。日本の同じような経営者達と国境を越えた協力を行い、SME の真のポテンシャルを追求したい。AJBM の場を活用して、若い世代を代表して議論のイニシアティブを取り、ビジネスリーダーやシニアの世代にも働きかけていきたい。

○中村氏

観光業で最も重要なのは、若者が主体となることである。日本が年老いた国になったのは、年配の方々が主導権を握りすぎたことが原因である。ASEAN もこれから年老いていくが、そうした中でも若者が主体となることが最も重要である。

分科会 2（食）

モデレーター：

Ms. Ooi Suan Kim, Chairman, Builders Biomass

ASEAN 側パネリスト：

- ① Mr. Yuichi Narita, President & CEO, NIPPON ACCESS HOKKAIDO Inc.
- ② Mr. Abdul Kadir, Director, PT TRIPINDO PATRIA
- ③ Mr. Myint Wai, Founder and Patron, Wa Minn Group of Companies

日本側パネリスト：

- ① 西山 隆司 西山製麺 代表取締役社長
- ② 出口 友洋 Wakka Japan 代表取締役

コメンテーター：

下村 聡 日本貿易振興機構 理事

○Narita 氏

当社は、伊藤忠商事傘下の総合食品卸売企業である日本アクセスグループに属しており、主に北海道内の食品流通に携わっている。伊藤忠商事は、2006 年に北海道と包括提携協定を結び、北海道の産業振興に向けた取り組みを共同で展開している。当社はその枠組みの中で、さまざまな事業へ参画している。日本アクセス全体の取扱高 100 億円の内、当社が直接取り扱っているのは、1/4 の 25 億円である。北海道の農水産物や畜産物、加工食品、スイーツを「道産品フェア」などを通じて道外に紹介している。

北海道では、道産品輸出額を 2018 年に 1,000 億円とする計画を持っている。海外市場への販路を開拓し、成長する海外市場の活力を取り込むことによって、地域を支える農水産業と食品加工業の発展と力強い地域経済を構築することが眼目となっている。

北海道から輸出される食品の総額は 772 億円、うち ASEAN 向けは、14% の 110 億円である。日本アクセスグループ全体の輸出実績は 9 億 2,000 万円、うち道産品の輸出は 2,200 万円と少ない。当社の道産品輸出額は 270 万円でしかないが、主たる輸出先は中国である。

輸出増加に向けた課題としては、急増するインバウンド客に商品を認識してもらい、海外市場での浸透や小売向けの供給の拡大に繋げることがある。最近力を入れている電子商取引を通じて、リピート需要のフォローアップや新規需要の開拓を行うことも重要である。10 月に開設したシンガポールと札幌の定期航空路などの活用も、重要なテーマである。

事業を行う上での問題点として、北海道では梱包済み商品の輸出を扱う業者の数が限られていることが挙げられる。一方輸出先においても、受け皿となる業者が限定されており、流通・販売ルートの拡大が進みにくく、コスト増の要因となることも挙げられる。

○Kadir 氏

日本の技術を活用したコメの生産・流通について紹介する。欧米ではなく日本の技術を使うのは、ASEAN と日本の共通点としてコメを食べる文化があり、食・料理・地形・気候とも似ているためである。同じコメ文化を持つ中国・韓国の技術を使わないのは、日本が食品産業において最先端の技術を持つからである。加えて、日本の技術は、機械をコンパクトに製造することに長けていることも、理由として挙げられる。

ASEAN 諸国が必要とする技術としては、一つ目は種子に関する技術である。味の良さや作柄に加え、安全性も重要であり、その点では日本の技術が世界一番である。二つ目が農業機械に関する技術であり、小型の機械はアジアでも利便性が高い。三つ目の水産業に関して、浄水、低温流通、養殖業などに関する技術へのニーズが多い。四つ目は食品加工技術である。これは加工機械の技術のみならず、質の高い冷凍食品の技術も含まれる。最後は酪農に関する技術である。質の高い生乳を作ることで、チーズやヨーグルトその他の乳製品をも作ることができる。

インドネシアにおけるコメの精米および流通ルートを見ると、消費者に届く時まで、大きく3つの段階を経るため、鮮度が落ちてしまうという問題がある。これを解決するため、日本の技術を活用した新しいコンセプトを提案したい。具体的には、3つの段階に分かれる全ての工程を一カ所に集約する。従来の設備では、広いスペースと高額な機械購入費用が必要となるが、日本の技術により機械を小型化・安価にすることで、住宅にも置けるサイズとし、少額の資本でも事業を始められる。これにより工程が短くなり、コメの価格を抑え、消費者が新鮮なコメを食べることができる。インドネシアでは、コメの生産・流通工程が一部不透明であり、消費者から安全性が不安視されている。しかし新しいコンセプトでは、一カ所で全ての工程を見ることができるため、消費者の不安も解消する。

○Wai 氏

ミャンマーの企業を規模別に見ると、その大半を家族経営のSMEが占める。そのSMEを業種別に見ると、食品・飲料産業が全体の63%を占める。食品の国内消費量は、国内製造量を上回っており、不足分のほとんどをタイからの輸入に頼っている。

ミャンマーの食品産業の強みとして、天然資源、人的資源、政府支援の豊富さ、ローカル市場の大きさ、海外市場へのアクセスの容易さが挙げられる。日本とASEANは今後、お互いに協力し、助け合い、WIN-WINの関係を築くことが重要である。これはASEAN加盟国同士でも同じことが言える。

ミャンマーには広大な土地があり、日本やタイでは高価なパプリカを、その1/20のコストで生産することができる。ミャンマーのみならず、カンボジア、ラオスにも広大な土地があるが、これらを利用するには、技術と莫大な資本が必要である。日本とASEANが共に成長していくためには、AJBMのような場を通じた協力の醸成が必要である。

○西山氏

当社は、札幌ラーメンを食品としてだけではなく、歴史、伝統を含めて海外に展開しているメーカーである。西山製麺の海外展開は1983年の香港に始まり、その後ドイツ、米国に事務所を設立した。特徴は、メーカーではあるが、麺やタレの販売だけでなく、札幌ラーメンの作り方を含めた開業支援を無償で行っていることだ。もう一つの特徴は、海外に生産拠点を持たず、札幌で作った製品を、専用のコンテナ船を仕立てて、日本から輸出していることである。

日本の国内市場は少子高齢化により大きな伸びは期待できない。その点、海外では日本の食を味わうアッパー層のお客様がいたので、ニッチな市場かもしれないが、そこに焦点を当てて展開している。海外でラーメンは、寿司と並ぶ創作できる日本食として認識され

ている。ラーメンをすすって食べることが、アップー層や若者世代でステータスとなっている。また海外では、麺をワインセラーに保管して、麺を熟成させて旨みを増すような食べ方もある。最近ではミラノ万博に出展したり、ハラル対応のラーメンを作ったりもしている。

海外法人の設立にあたっては、売上の大きさよりも価値を共有できるパートナーと組み、お互いに補完し合える WIN-WIN のパートナーとなることに焦点を当てている。またコンサルタントに頼らず、現地で自ら情報収集し、考えることにしている。海外進出にあたっては、農林水産省、経済産業省など国内の行政機関に加え、進出先の行政機関からも、雇用増加が見込まれるとして支援を得た。

さらなる拡大に向けての課題を3点挙げる。1点目は、日本の飲食業はSME、特に個人事業が多い。そのためパートナー選びが特に重要となる。当社では夢やビジョンが共有でき、強みと弱みを補完できる相手をパートナーにしている。その際には、言葉の壁が問題となるので、その克服も課題である。2点目が各国の検疫・規制や国際規格が日本と異なることである。当社では既に HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point : 危害要因分析重要管理点) を導入しており、来年より国際認証である FSSC22000 (食品安全管理システム) の取得に向けた取り組みを始める。3点目として飲食、サービスにおいては、「匠の技」のような技術の伝承は、知的財産の保護が難しい。パートナー選びも一歩間違えると、技術を全て乗っ取られるというリスクもある。こうした課題もあり、日本の飲食業が海外展開を躊躇しているというのが現状である。

○出口氏

当社は「三代目俵屋玄兵衛」、「the rice factory」という2つのブランド名を掲げ、日本産米に特化した米屋として海外に展開している。当社では共通のブランド理念として、①海外に世界一のお米である日本産米を広め、日本食文化の普及に貢献すること、②海外で頑張る日本人を応援すべく、故郷の味である日本産米を、適正価格でたくさん食べてもらうこと、の2つを掲げている。

2009年に香港で会社を設立し、その後、海外初の日本産米専門店として、シンガポール、台北、ホノルルと精米所を増やしている。100%日本産米のみを取り扱い、全拠点に日本人のコメの食味鑑定士(コメのソムリエ)を配置し、精米にあたっている。一番の特徴とも言えるのが、海外で最も新鮮な日本米を提供すべく、玄米を日本から輸出し、海外各地に精米所を構えている点だ。これにより、お客様からのオーダーを受けてから精米し、直接届けるシステムを取り入れている。また、こだわりの玄米を生産者から直接購入し、冷蔵コンテナで適正な環境を保って輸出し、自前の倉庫で保管している。2015年で日本米の全輸出量7,000トンの内、11%のシェアを担っている。

海外展開のポイントとして3点挙げられる。1点目は専門店化である。ASEAN、特にシンガポールでは日本食市場が成熟化しており、専門化へのニーズが高まっている。総合的な日本料理屋よりも、例えば豚丼、天丼などの専門業態が多く進出している。そうした専門店のニーズに応えていかなければならない。個人の顧客も舌が肥えてきており、ピンポイントでコメの銘柄を指定してくることも増えている。2点目は啓蒙活動である。東南アジアもコメ文化ではあるが、我々のような長粒米とはまったく異なる食文化だという認識

を持つべきである。メディアを通じて、正しい日本米の炊き方などを情報発信していく。三点目が適正価格である。我々の他にも日本産米を扱う業者はあるが、地元の方々には手の届かない価格帯だった。当社としては、日常品として毎日のように日本産米を食べてもらいたいということで適正価格にこだわっている。ただし安売りではなく、日本産米のブランドを守りつつ、100%日本産の価値に見合う価格での販売できるよう企業努力を行っている。玄米の購入から消費者の手元に届けるまでを、一貫して当社で手掛けているのも、そうした努力の一環である。

今後の当社が考える方向性として、より多くの方に日本産米を楽しんでいただけるよう、2つを紹介する。一つ目が新市場の開拓である。来年のタイを皮切りに、今後10年間で欧米アジアに10拠点を展開したいと考えている。二つ目は、現在の日本のコメ作りは、農家が日本人向けにコメを作り、余ったコメを海外に輸出するような構造になっている。この状況では、海外のお客様のニーズを十分に満たしているとは言えない。国毎の要望に合うピンポイントのコメ作りで、各国のお客様に満足していただければ、と考えている。

○下村氏

成田氏から紹介のあったインバウンドとの好循環や電子商取引については、JETROとしても今後力を入れていく。Kadir氏からは、日本技術について高い評価を受けた。我々もインドネシアの食産業の発展に支援できればと考えている。Wai氏からは、ミャンマーの最新状況を紹介いただいた。西山氏の「北海道ならでは」という部分を軸にして海外に発信していく点は勉強になる。現地進出にあたっては我々の海外事務所を活用いただきたい。出口氏から紹介があったコメは、国内で生産調整を行っている状況であり、海外で売れることは皆の願いであるが、加工食品などと比べて味が繊細であり、商材としては難しいと考えている。そのコメを文化と絡めて広げていくことは、我々が日本食品を海外に展開していく上で、大変参考になる。

<質疑応答>

○Kim氏

共通するテーマとして「市場アクセス」が挙げられる。日本の製品・サービスをASEANに展開するにあたり、国毎に異なる非関税障壁などがあるのか。Narita氏の企業（日本アクセス北海道）は、ASEANの中でも輸出実績がない国もあるとのことだが、何か理由はあるのか。

○Narita氏

マレーシア、インドネシア、ミャンマーにはまだ実績がない。この3カ国については、我々の努力が足りない部分もあり、今後はぜひ輸出していきたい。3カ国と既に輸出実績のある国との間で、非関税障壁などで、大きな差があるとは思わない。

ASEANの国々では、消費者の手に商品が届けることが最も重要な課題である。そのため、ロジスティクスがこれから非常に重要になる。梱包済み商品の輸出について問題提起したが、解決の一案として「流通加工」なども考えられる。

○会場からの質問

ミャンマーには多くのチャンスがあると皆が期待するが、個人的な印象としては、海外からの投資はさほど伸びていない。コメの輸出国としての高いポテンシャルがあるにも関わらず、それも実現していない。ミャンマーはどのような支援を必要としているのか。

○Wai 氏

我々は、50 年前から変わらず、コメを輸出したいと考えている。我が国には資源が豊富にあり、コメを増産する余地もある。ミャンマーに限らずラオス、カンボジアにもあてはまることだが、それには投資や技術的なノウハウが必要である。日本には商品だけではなく、技術やノウハウを売って欲しい。さらに投資も促進してもらえば、我々も日本のように経済成長することができる。我々が原材料を生産し、日本が製品に加工して、我々の国で販売することが可能になる。この質問は、ミャンマーだけではなく、他の ASEAN 諸国についてもあてはまる大変貴重なものである。

○Kim 氏

繁栄の共有、共助、技術の活用などがキーワードであった。もう 1 点の重要なメッセージは、食を輸出することにより、その国の文化や経験も海外に届けることができるということである。

分科会 3（地域資源）

モデレーター：

藤川 佳則 一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 准教授

ASEAN 側パネリスト：

- ① Mr. Yeonhang Chuah, Managing Director, Inter-Asia Links Co., Ltd.
- ② Mr. Gerard Bustos Sanvictores, Chairman & President, QRD INVESTORS INC

日本側パネリスト

- ① 小沼 大地 クロスフィールズ 代表理事
- ② チュオン・ザー・ビン FPT コーポレーション 取締役会長
- ③ 辻本 のぼる ティプラン 代表取締役

○Chuah 氏

マレーシアは ASEAN の中心に位置し、多様な民族が暮らす人種のるつぼのような国である。日本が ASEAN10 カ国への進出を狙うのであれば、シンガポールよりコストが安く、イスラム教徒が多いという面から、中東へのアクセスが容易であるマレーシアに拠点を設けることを勧める。

日本企業と ASEAN 企業の提携で、残念ながら成功に至らなかったケースを紹介する。2011 年、全日本空輸とエア・アジアの合弁企業であるエア・アジアジャパン設立に携わった。全日本空輸の支援もあり、エア・アジアジャパンは 3 ヶ月で航空運送事業の経営に関する

許可申請（Air Operator's Certificate）を取得し、2012年に就航を開始した。しかしわずか10ヵ月で、両社は合併を解消することとなった。エア・アジアは同時期に、タイ、フィリピン、インドネシアにもビジネスを展開しており、日本ともそれと同じ手法で成功すると考えていた。それに対し全日本空輸は、日本市場を理解しようとし、同社との連携を解消する判断を行った。その後、エア・アジアジャパンはバニラ・エアへと名称を変更し、ANAホールディングスの元で順調に運航を続けている。一方エア・アジアは、2014年に再度エア・アジアジャパンを立ち上げたが、3年経った今も就航できていない。

○ビン氏

日本では過去10年間、経済が伸び悩むとともに高齢化が進み、IT産業の生産性はそれほど高まっていない。第4次産業革命の時代に入り、古いビジネスは消え、UberやAirbnbなどの新しいビジネスが次々と誕生している。これまでITはツールであったが、現在ではITそのものがビジネスとなる時代になってきた。

ベトナムは、国際的にIT産業のアウトソーシング先として魅力的であり、人材も豊富である。日本の人材不足問題に対して解決策を提供し、日本とベトナムの協力を促進することができると考えている。ASEANの国々には、第4次産業革命に向けて、日本の人材を補完することができる豊富な人材がいる。

当社では社内に日本の顧客向けのエンジニア育成プログラムを設けている。同プログラムでは、3ヶ月間ベトナムで研修を受けたエンジニアを日本に1年派遣し、IT技術だけでなく、日本語や日本の慣習に関して学んでいる。昨年1,021名が同プログラムを卒業した。

○辻本氏

当社は2002年に設立され、縫製工場、布団リース事業、リネンサプライ事業を国内外で展開している。

当社がカンボジアへの進出を検討したのは、国内市場の縮小が続く中、将来性に富み、国民性も良く、手先が器用なASEAN諸国に注目したためである。特にカンボジアには、良いクリーニング店がないことからチャンスがあると考えた。

2014年6月、プノンペンにあるイオンモール内にクリーニング店と工場を出店した。カンボジア進出の決め手となったのは、①イオンモールの開業、②国民性や市場を見て、採算が取れると確信が持てたこと、③独資で開業ができる見通しが立ったことである。

出店に際しては、現地建設業者にクリーニング工場の建設の経験が無く、工期が長期化したことや想定外の出費など、さまざまな問題が発生した。開業後も日本では想定しないトラブルが発生しており、現地の日本人スタッフが問題解決にあたる毎日である。

開業当初はB to B中心のビジネスを考えていたものの、途中からB to C中心に方針を変え、プノンペンで最高の品質・サービスを目指すことに集中した。今では日本人などの外国人に加えて、現地の顧客が増え、ホテルからの依頼も増加している。現在、イオンモール内だけでなく、街中に単独や併設の取次店を展開しており、順次拡大していく計画である。将来的には現地従業員を取次店のオーナーとして独立させ、彼らの生活向上につなげたい。

○Sanvictores 氏

日本の人材不足のニーズに応えるため、人材の共有の例として、相互承認協定（MRA）を紹介する。AEC では4本柱のうち、「単一市場・生産拠点」が実現していない。その原因として、ASEAN 域内で専門性の高いサービスの流動性が低かったことが挙げられる。その解決策として、ASEAN ではサービスに関する枠組み協定に合意した。同協定では、サービス業に関するライセンスや証明を、ASEAN 加盟国の間で相互承認することを定めている。さらに ASEAN では、2005 年から 2014 年にかけて、エンジニアや看護師、測量技師、建築、歯科医師、薬剤師、会計の資格を対象とした、7つの MRA が締結された。

問題は、日本が ASEAN との間で、ライセンスや証明に関する MRA の議論をする準備ができていくかである。また、人材の共有にあたっての一番の課題は、言語の問題である。

○小沼氏

日本企業には、ASEAN の国々と一緒になってビジネスや社会課題の解決に取り組む潜在能力があると思う。しかし現実には、特に大企業を中心に、ASEAN の国々に入り込んでいくことができなくなっている。潜在能力と現実のギャップに差がある理由としては、一つは若い世代の起業家精神やグローバルなリーダーシップの欠如がある。もう一つは ASEAN・日本双方の文化について、草の根レベルでの理解が進んでいないことが挙げられる。

当法人は、起業家精神の育成や文化の相互理解のために、「留職プログラム」を実施している。具体的には、日本企業の社員を、ASEAN を中心としたアジアの国々の NGO や社会課題の解決に取り組む企業に派遣し、社員の持つスキルを使って、現地社会に貢献していくプログラムである。例えばパナソニックの社員をインドネシアで水力発電に取り組む NGO に派遣し、一緒になって課題解決を行ってもらい取り組みをコーディネートしている。これまでこのような国際協力は、国の助成で行われており、持続可能性の面で問題があった。当法人は、国際協力が企業の人材育成や社内の活性化などのメリットに繋がると考え、対価をいただきながらプログラムを実施している。取り組みを始めて6年目になり、これまで30社から100名を派遣した。

当法人は「社会の未来と組織の未来を切り開くリーダーを作る」をミッションとしている。元々ビジネスは、単純に利益追求のためだけに存在するのではなく、社会の課題を解決することとつながっていた。だからこそ、多くの日本企業は ASEAN の国々から尊敬されてきたのではないかな。

<パネルディスカッション>

○藤川氏

それぞれのプレゼンテーションを聞き、他の方の問題意識や経験等が、自社の問題解決に繋がる、反対に自分の問題意識や経験が他社の問題解決に役立つ、と感じられた点はあっただろうか。

○Sanvictores 氏

人材交流やノウハウの共有にあたって一番のポイントは、移転の容易さである。これは技術と言語に関する教育によって可能になる。特に ASEAN と日本の関係であれば、英語と日本語、ASEAN 諸国の現地語の教育が必要になる。それが実現すれば、国境を越えて人を移転することができる。

○ビン氏

Sanvictores 氏に同感で、日本語が鍵になると考えている。ベトナムには IT と日本語の両方を教える大学がなかったことから、当社はその解決策として、企業による大学設立の許可を政府から得た。今では日本語を話せる IT エンジニアを 6,000 名、輩出している。

○Chuah 氏

正反対の意見である。ASEAN の人に日本語を仕事で使える水準にまで教えるのは、時間の無駄である。ASEAN 全域において、基本は現地の言葉で事業展開すべきである。現地の社員を育成し、現地展開を行うのが正解であると思う。

○小沼氏

視点を変えて、技術の進化をもっと重視すべきである。これからの 5～10 年で、言語の壁は技術によって乗り越えられていく。現在でも一部の業務については、IT によって実施可能である。言語を日本と ASEAN の間の壁と考えるのは古い考えのように思える。

○ビン氏

デジタル革命の中で 4～5 年というのは、時間がかかりすぎる。言語を学んでいる間に革命が終わってしまう。当社は 6,000 名も日本語ができる IT エンジニアを輩出しており、その多くが日本のトップ IT 企業にて業務に励んでいるが何も問題ない。教育に要する時間を短縮する必要がある。

○Sanvictores 氏

日本語教育について、誤解を招いたかもしれない。特にグローバルなビジネスに係わる職場では、仕事の専門性が高く、高度なレベルの日本語は必要にならない。

○辻本氏

カンボジアにある日本語学校には、言葉以外に作法なども教えている所もある。そうした学校から社員を採用するように努めたが、それでも言葉が壁となり、辞めて行った者もいる。今はこちらがカンボジアの習慣を学んで、同じ目線に立つようにしている。言葉の壁もあるが、習慣の壁の方がより高いと感じている。

<質疑応答>

○会場からの質問

日本企業と ASEAN 企業の連携の成功例をぜひ聞きたい。また、海外の人材は知識や技術を得ると、すぐに日本企業から転職してしまうのだ。これについて示唆をいただきたい。

○Chuah 氏

ヤマト運輸の事例を紹介する。同社は東南アジアで事業を展開しており、5年前からマレーシアに進出しているが、マーケットシェアが一向に増えなかった。その理由はシンプルで、日本の宅配サービスでは社員が荷物を盗むとは考えないが、マレーシアでは、隙があれば荷物やトラックさえも盗まれることがある。そこで同社は、マレーシアで2位のシェアを誇る現地の企業に150億円の出資を行ない、ヤマト運輸の業務も一部任せることとした。ヤマト運輸は、日本のやり方がASEANでは通じないことを学び、マレーシアの企業を核にASEAN展開を進めていくこととした。これが今後成功していく事例である。こうした事例は非常に少ない。

○辻本氏

カンボジアの従業員は昼休みに食堂で、お互いの月給の額を話し合っている。こういった慣習があることを理解し、個人的にコミュニケーションをとり、なるべく望みをかなえられるように努めている。どうしても離職はあるが、自社は少ない方だと思う。

○Sanvictores 氏

転職に関して別の視点から見れば、現地の人々や産業、新しいビジネスを育てていると捉えることもできる。転職者がいつか競合相手になるかもしれないが、同時にその国の経済発展に貢献をしていることから、必ずしも悪いことではない。一種の企業による社会的貢献とも言えるかもしれない。

○藤川氏

ASEAN にも日本にも、豊富な「資源」がある。ただし、地域や産業により偏りがあることが問題である。グローバル化や技術の発展によって、偏りの問題は解決されると感じた。

6. 閉会式

司 会：片野坂 真哉 第 42 回 AJBM 共同議長
分科会報告：Ms. Carrie Bee Chuabio Hao（分科会 1 モデレーター）
Ms. Ooi Suan Kim（分科会 2 モデレーター）
藤川 佳則 氏（分科会 3 モデレーター）
閉会挨拶：片野坂 真哉 第 42 回 AJBM 共同議長
第 43 回 AJBM について：Dr. Thanong Bidaya AJBM タイ国内委員会 代表

※分科会報告は省略

○片野坂 第 42 回 AJBM 共同議長 閉会挨拶

今、安倍政権では、経済再生の一環として地方創生に取り組んでいる。地方経済がよりしっかりと元気を取り戻すためには、政府のコミットメントが必要である。しかしそれぞれの地域は、異なる課題と異なる強みを持っている。その意味において地方再生は、その地方を一番分かっている方々の熱意と理解があってこそ実現する。

今日の分科会を通じて、3つのキーワードを見つけることができたように思う。一つ目は「two way communication」、二つ目は「never ending development」、三つ目は「local to local」である。

今回、AJBM を北海道で開催したことで、観光、食、資源の3つの分野で、地域の役に立つことができたのであれば幸いである。本日紹介された成功事例や取り組みが、北海道から海外に向けて広がりのある絆を作るためのあと押しになれば良いと思う。ASEAN からの参加者には、日本と ASEAN の共同の取り組みや双方向の交流により、成熟した豊かさを享受することの重要性を感じていただけたのではないかと。

○Bidaya AJBM タイ国内委員会 代表

地元経済の創生や活性化において、札幌と北海道が大変な模範であり、我々全てに希望を与えてくれた。北海道と札幌が、台風などの災害にも負けず成功を収めているのであれば、我々も成功できるという希望をもらった。

AJBM タイ国内委員会を代表して、第 43 回 AJBM をタイで開催することが発表できて光栄である。日本と ASEAN は双方にとって、努力すべきことが山積している。さらに相互の利益になるような努力を双方で行っていけるようにしたい。

以 上

（文責：経済同友会事務局）

【事務局注】

※役職などについては、会議開催時（2016 年 10 月 10 日～12 日）のものを使用している。

Ⅲ. 会議プログラム

第 42 回日本・ASEAN 経営者会議 (AJBM)

2016 年 10 月 10 日 (月・祝) ～12 日 (水)
北海道 札幌市 (会場：札幌パークホテル)

テーマ：ASEAN と日本のつながりの強化 ～地方の活性化を梃子に～

第 1 日目：10 月 10 日 (月・祝)

@ 3 階 パークホール C

17：00～18：00 AJBM 推進委員会議 (各国代表者会議)

- 司会：第 42 回 AJBM 共同議長
✓ AJBM 各国委員会のメンバー確認
✓ 第 42 回 AJBM の最終確認

@ 3 階 パークホール C

18：10～18：40 登壇者事前打ち合わせ

@ 3 階 エメラルド

19：00～21：00 歓迎夕食会

- 19：05～19：05 開会の挨拶：小林 喜光 経済同友会 代表幹事
19：05～19：10 歓迎の挨拶：秋元 克広 札幌市長
19：10～19：15 乾杯：横内 龍三 北海道経済同友会 代表幹事
19：50～20：30 アトラクション：ジャンベ太鼓 (オフィスモロ)

第 2 日目：10 月 11 日 (火)

08：30～ 09：00 受付

@ 3 階 パークホール A B

09：00～09：30 開会式

- 09：00～09：05 導 入：川名 浩一 第 42 回 AJBM 共同議長
09：05～09：10 主催挨拶：小林 喜光 経済同友会 代表幹事
09：10～09：20 歓迎挨拶：横内 龍三 北海道経済同友会 代表幹事
09：20～09：30 来賓挨拶：辻 泰弘 北海道 副知事

@3階 パークホールA B

09 : 30~12 : 00 全体会議 I	
09 : 30~09 : 35	導 入 : 川名 浩一 第42回 AJBM 共同議長
09 : 35~09 : 50	講師① : 木村 福成 慶應義塾大学 経済学部 教授
09 : 50~10 : 05	講師② : Ms. Chian Voen Wong, Director, Mayer Brown Consulting (シンガポール)
10 : 05~10 : 20	講師③ : 中村 好明 ジャパンインバウンドソリューションズ 代表取締役社長
10 : 20~10 : 40	コーヒーブレイク
10 : 40~11 : 40	パネルディスカッション パネリスト① : 木村 福成 慶應義塾大学 経済学部 教授 パネリスト② : Ms. Chian Voen Wong, Director, Mayer Brown Consulting (シンガポール) パネリスト③ : 中村 好明 ジャパンインバウンドソリューションズ 代表取締役社長 パネリスト④ : Tan Sri Dr. Michael O.K. Yeoh, Co-Founder and CEO, The Asian Strategy & Leadership Institute (マレーシア) モデレーター : 藤川 佳則 一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 准教授
11 : 40~12 : 00	質疑応答

移動 (12 : 00~12 : 15)

@3階 エメラルド

12 : 15~13 : 30 昼食懇談会	
12 : 50~13 : 30	司会 : 川名 浩一 第42回 AJBM 共同議長 講演 : 波多野 隆介 北海道大学 農学研究院 教授および北海道 大学の学生・留学生 (PARE プログラムの紹介)

移動 (13 : 30~13 : 45)

@3階 パークホールA B

13 : 45~14 : 30 全体会議 II	
13 : 45~13 : 48	司 会 : 片野坂 真哉 第42回 AJBM 共同議長
13 : 48~13 : 58	講師① : 吉川 廣司 ジャパンショッピングツーリズム協会 企画本部 本部長
13 : 58~14 : 08	講師② : 三井 真 北海道経済部 食関連産業室長
14 : 08~14 : 18	講師③ : 伊藤 博之 クリプトン・フューチャー・メディア 代表取締役
14 : 18~14 : 30	質疑応答

移動 (14 : 30~14 : 45)

14 : 45~17 : 00 分科会	
分科会 1 : 観光	@ 1階 ザ・テラスルーム
	モデレーター : Ms. Carrie Bee Chuabio Hao, Partner, Japan Desk, ROMULO LAW OFFICE (フィリピン) ASEAN 側パネリスト ①Mr. Yuthasak Supasorn, Governor of Tourism Authority of Thailand (タイ) ②Prof Rokhmin Dahuri, Chairman & Economic Advisor on behalf on Ruling party -PDIP Indonesia, for Maritime affairs. Senior Advisor, PT JSB (Jiva Samudera Biru) Indonesia (インドネシア) 日本側パネリスト ①ロス フィンドレー NAC 代表取締役 ②西村 紘一 プライムインターナショナルジャパン 会長 ③中村 好明 ジャパンインバウンドソリューションズ 代表取締役社長
	コーヒーブレイク
	意見交換 モデレーターによるまとめ
分科会 2 : 食	@地下2階 パークプラザA
	モデレーター : Ms. Ooi Suan Kim, Chairman, Builders Biomass (マレーシア) ASEAN 側パネリスト ①Mr. Yuichi Narita, President & CEO, NIPPON ACCESS HOKKAIDO Inc. (シンガポール) ②Mr. Abdul Kadir, Director, PT TRIPINDO PATRIA (インドネシア) ③Mr. Myint Wai, Founder and Patron, Wa Minn Group of Companies (ミャンマー) 日本側パネリスト ①西山 隆司 西山製麺 代表取締役社長 ②出口 友洋 Wakka Japan 代表取締役 コメンテーター 下村 聡 日本貿易振興機構 理事
	コーヒーブレイク
	意見交換 モデレーターによるまとめ

分科会3：地域資源（人材・サービス等） @地下2階 パークプラザD	
	モデレーター：藤川 佳則 一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 准教授 ASEAN 側パネリスト ①Mr. Yeonhang Chuah, Managing Director, Inter-Asia Links Co., Ltd. (マレーシア) ②Mr. Gerard Bustos Sanvictores, Chairman & President, QRD INVESTORS INC (フィリピン) 日本側パネリスト ①小沼 大地 クロスフィールズ 代表理事 ②チュオン・ザー・ビン FPT コーポレーション 取締役会長 ③辻本 のぼる ティプラン 代表取締役
	コーヒーブレイク
	意見交換 まとめ

移動（17：00～17：15）

@3階 パークホールAB

17：15～18：00 閉会式	
17：15～17：20	司 会：片野坂 真哉 第42回 AJBM 共同議長
17：20～17：30	分科会報告：Ms. Carrie Bee Chuabio Hao（分科会1）
17：30～17：40	Ms. Ooi Suan Kim（分科会2）
17：40～17：50	藤川 佳則 氏（分科会3）
17：50～17：55	閉会挨拶：片野坂 真哉 第42回 AJBM 共同議長
17：55～18：00	第43回 AJBM について：Dr. Thanong Bidaya AJBM タイ国内委員会 代表

移動（18：00～18：15）

@3階 エメラルド

18：15～20：15 共催夕食会	
18：15～18：20	共催挨拶：下村 聡 日本貿易振興機構 理事
18：20～18：25	共催挨拶：片野坂 真哉 第42回 AJBM 共同議長
18：25～18：30	乾 杯：檜森 聖一 北海道経済同友会 副代表幹事
19：00～19：05	来賓挨拶：Mr. Yuthasak Supasorn, Governor of Tourism Authority of Thailand
19：05～19：10	来賓挨拶：阿部 啓二 北海道 経済部長

第3日目：10月12日（水）	
@3階 パークホールA B	
09：00 - 14：00 ジェトロ主催 第4回サービス産業国際シンポジウム	
@1階 ザ・テラスルーム	
14：00 - 14：45 AJBM 推進委員会議（各国代表者会議）	
	司会：第42回 AJBM 共同議長 ✓ 第42回 AJBM の総括 ✓ 第43回 AJBM に向けて

以 上

IV. 会議参加者リスト

1. 経済同友会

※敬称略、順不同

	氏名	企業名	役職
代表幹事			
1	小 林 喜 光	三菱ケミカルホールディングス	取締役会長
副代表幹事／専務理事			
2	横 尾 敬 介	経済同友会	副代表幹事・専務理事
アジア・中東委員会委員長			
3	川 名 浩 一	日揮	取締役社長
4	片野坂 真 哉	ANAホールディングス	取締役社長
アジア・中東委員会副委員長			
5	上 原 忠 春	日本貿易保険	理事
6	海 堀 周 造	横河電機	取締役 取締役会議長
7	中 村 公 一	山九	取締役会長
8	野 田 由美子	PwCアドバイザリー	パートナー、インフラ・PPP 部門総括、 都市ソリューションセンター長
9	橋 本 圭一郎	塩屋土地	取締役副社長
10	山 添 茂	丸紅	取締役副社長執行役員
監査役			
11	斎 藤 敏 一	ルネサンス	取締役会長
会員			
12	浅 沼 章 之	浅沼組	執行役員
13	飯 村 慎 一	光陽電気工事	取締役社長
14	稲 木 歳 明	共同印刷	取締役会長
15	上 原 治 也	三菱UFJ信託銀行	最高顧問
16	大久保 和 孝	新日本有限責任監査法人	経営専務理事
17	小笠原 範 之	シンプレクス・アセット・ マネジメント	取締役会長
18	奥 村 洋 治	フジタ	取締役社長
19	小野寺 優	ニフコ	顧問
20	腰 高 博	コシダカホールディングス	取締役社長
21	越 村 敏 昭	東京急行電鉄	取締役相談役
22	五 嶋 賢 二	富士電機	執行役員
23	清 水 新一郎	日本航空	常務執行役員
24	杉 本 伸	乃村工藝社	執行役員
25	高 木 真 也	クニエ	取締役社長

26	筒 井 博	日新	取締役会長
27	手 納 美 枝	アカシアジャパン・デルタポイント	代表取締役
28	徳 田 隆	ゲンバカンリシステムズ	代表取締役
29	成 川 哲 夫	新日鉄興和不動産	相談役
30	林 明 夫	開倫塾	取締役社長
31	藤 島 安 之	互助会保証	取締役社長
32	降 旗 洋 平	日本信号	取締役会長
33	森 哲 也	日栄国際特許事務所	弁理士・学術博士・所長
34	安 田 育 生	ピナクル	取締役会長兼社長兼CEO
35	伊 藤 清 彦	経済同友会	常務理事
36	岡 野 貞 彦	経済同友会	常務理事
随 行			
37	小 島 雅 子	開倫塾	調査部長
38	熊 本 光 男	フジタ	国際支社営業部 部長
39	三 尾 豪	フジタ	国際支社シンガポール事務所 次長
40	高 橋 康 宏	富士電機	執行役員 食品流通事業本部／副本部長
41	中 村 誠	富士電機	食品流通事業本部営業統括部 営業第六部 ／担当部長
42	原 田 義 久	三菱UFJ信託銀行	執行役員 シンガポール支店長
43	藤 井 正 浩	日新	執行役員
44	金 久 孝 志	ゲンバカンリシステムズ	社長室 執行役員 室長
45	藤 本 淳	ANAホールディングス	秘書部 マネジャー
アジア・中東委員会ワーキンググループ (WG)			
46	岡 村 仁	丸紅	課長
47	有 馬 俊 明	山九	執行役員 ビジネス・ソリューション事業 本部 副本部長
48	入 谷 剛	日揮	プロジェクトマネージャー
通 訳			
49	一之瀬 彩	サイマル・インターナショナル	会議通訳者
50	大 野 理 恵	サイマル・インターナショナル	会議通訳者
51	佐 藤 雅 子	サイマル・インターナショナル	会議通訳者
52	西 田 直 子	サイマル・インターナショナル	会議通訳者
53	福 田 純 子	サイマル・インターナショナル	会議通訳者
54	矢 島 えり子	サイマル・インターナショナル	会議通訳者
事務局			
55	樋 口 麻紀子	経済同友会	政策調査部 次長
56	南 哲 也	経済同友会	政策調査部 マネジャー
57	大 川 理 子	経済同友会	政策調査部 スタッフ

58	田 中 耕 平	経済同友会	政策調査部 マネジャー
59	木 下 潤 一	経済同友会	総務部 マネジャー
60	高 橋 佳奈子	経済同友会	企画部 マネジャー
61	丹 野 恒 平	経済同友会	政策調査部 スタッフ
62	山 内 佳 悟	経済同友会	政策調査部 スタッフ

2. 北海道経済同友会

※敬称略、順不同

	氏名	所属	役職
代表幹事			
1	横 内 龍 三	北洋銀行	取締役会長
副代表幹事			
2	相 馬 道 広	北海道電力	取締役副社長 副社長執行役員
3	田 原 米 起	つうけん	相談役
4	檜 森 聖 一	北海道二十一世紀総合研究所	代表取締役会長
5	吉 田 松 雄	吉田学園	理事長
会計幹事			
6	恩 村 裕 之	北電興業	取締役社長
会員（代理含む）			
7	赤 松 清 司	商工組合中央金庫札幌支店	次長
8	阿 部 学	商工組合中央金庫札幌支店	支店長
9	池 田 映 子	三菱電機	事業推進部企画課 課長
10	石 見 誠 嗣	JR 北海道ホテルズ	代表取締役社長
11	伊 藤 彰 浩	北海道銀行	主任
12	犬 嶋 ユカリ	井上技研	専務取締役
13	上 杉 真	北海道銀行	取締役常務執行役員
14	落 合 周 次	日本旅行北海道	代表取締役社長
15	神 林 達 也	プレミアム北海道	専務取締役
16	小 林 正	全日本空輸	販売部 課長
17	斉 藤 博 之	北海道物流開発	代表取締役
18	杉 本 芳 浩	日本銀行札幌支店	支店長
19	高 橋 一 之	北海道テレビ放送	国際メディア事業部長
20	高 橋 一 史	日興美装工業	代表取締役会長
21	滝 川 徹 也	全日本空輸	販売部 マネジャー
22	田 辺 俊 一	グランビスタ ホテル&リゾート 札幌パークホテル	執行役員総支配人
23	樋 泉 実	北海道テレビ放送	代表取締役社長
24	富 山 睦 浩	サツドラホールディングス	代表取締役会長

25	中 野 豊	阿部建設	代表取締役社長
26	中 島 喜 一	日本航空	北海道地区支配人
27	中 村 栄 作	北海道二十一世紀総合研究所	代表取締役社長
28	西 恒 孝	北海道新聞社	広告局営業推進部次長
29	野 口 秀 夫	野口観光	代表取締役社長
30	浜 本 悦 子	アルール	代表取締役社長
31	平 池 暁	北海道電力	企画部部長
32	伏 木 淳	北電力設備工事	代表取締役
33	藤 井 創	アミノアップ化学	代表取締役社長
34	藤 田 勲	ホリ	執行役員管理部長
35	堀 田 昌 資	イメージワーク	代表取締役
36	松 尾 章	雪印種苗	取締役経営企画室長
37	南 収	三菱商事	北海道支社総務業務グループリーダー
38	三 宅 英 夫	全日本空輸	執行役員北海道支社長
39	村 上 則 好	北海道観光振興機構	専務理事
常務理事・事務局長			
40	寺 澤 重 成	北海道経済同友会	常務理事・事務局長
事務局			
41	久保木 眞	北海道経済同友会	事務局次長
42	高 畠 俊 弥	北海道経済同友会	事務局次長
43	豊 木 久 美	北海道経済同友会	事務局員

3. ASEAN

※アルファベット順

	Title	Name	Company Title	Company
Brunei				
1	Mrs.	Sarinah Masri		KPMG
2	Mr.	Shazali Sulaiman	Partner	KPMG
Cambodia				
3	Mrs.	Phu Cherlin	Managing Director	Crown Resort Co., Ltd
Indonesia				
4	Mr.	Hari Nugraha Sigit	Business Development	PT Catur Yasa
5	Mr.	Heru Adiputranto Hardono	Director	PT Tujuhbelas MN
6	Mr.	Irwan Sumarlin	Director	PT Sinar Mega Sakti
7	Mr.	Kusumo Abujono Martorejo	Chairman	PT Catur Yasa

8	Mr.	Masashige Urata	Assistant	Mosaique Jive One Sky /Sky Bridge Associate / OneSky Holding Incorporated
9	Mrs.	Miranti Kusumo Martoredjo		PT Catur Yasa
10	Mr.	Mitsunori Yasuda	President	Mosaique Jive One Sky /Sky Bridge Associate / OneSky Holding Incorporated
11	Mr.	Mohd Ilyas Bhat	President Director	Mosaique Jive One Sky / PT Jiva Samudra Biru
Laos				
12	Mrs.	Singsavanh Philaphandeth		LAO STANLEY COMPANY LIMITED
13	Mr.	Virachith Philaphandeth	President	LAO STANLEY COMPANY LIMITED
Malaysia				
14	Datuk	Jason Hee Tai	Managing Director	PANSAR BERHAD
15	Mr.	Yai Sin Lee	General Director	Massda Land Company Limited
16	Ms.	Su Fun Ng	Executive Secretary	Malaysia-Japan Economic Association (MAJECA)
17	Mr.	Zakri Kuah	President & CEO	BUILDERS BIOMASS SDN BHD
Myanmar				
18	Mr.	Myo Myint Aung	Managing Director	Zaluck Pwint Real estate Service Co., Ltd
19	Mr.	So Hlaing	President	Shwe Ywet Hla Mfg Co.Ltd
20	Dr.	Tun Tun Thwe	Doctor	TTT Dental Care
Philippines				
21	Mrs.	Alicia Alfonso Jose		VSO Group
22	Mr.	Aniceto Galdo Saludo, Jr.	FOUNDING & MANAGING PARTNER	SALUDO FERNANDEZ TALEON & ASSOCIATES
23	Mrs.	Bernadette Alonso Sanvictores	Director	QRD INVESTORS INC
24	Mr.	Cesar Enrique Aguinaldo Virata	Director & Coporate Vice Chairman	Rizal Commercial Banking Corporation
25	Mr.	Edwin Llana Umali	President & COO	Mabuhay Vinyl Corporation
26	Mr.	Egmidio Cesar De Silva Jose	Chairman	VSO GROUP
27	Mrs.	Elizabeth Claudio Umali		c/o Mabuhay Vinyl Corporation
28	Mrs.	Elvira Enriquez Castillo	Exec. VP & GM	Philippine World Travel

29	Mr.	Eusebio Valdez Tan	Senior Partner	Angara Abello Conception Regala & Cruz Law Offices
30	Mr.	Feliciano Laurena Torres	President and General Manager	Yazaki-Torres Manufacturing, INC
31	Mr.	Francis Castillo Laurel	President	Philippines-Japan Society, INC
32	Mr.	Francisco Dayon Varua	Executive Director	Philippines Sugar Millers Assn.
33	Mrs.	Glenda Toral Ferma	Coordinator	PHILJEC
34	Mr.	Herbert Dy Yu	Director	Alliance Software, Inc
35	Mr.	Hiroo Katsuta	Senior General Manager	Toyo Kanetsu K.K.
36	Mr.	JJ Samuel Alday Soriano	Chairman / Secretary General	Soriano Projects & Ventures Group/PHILJEC
37	Mr.	Jose Vicente Espino Jimenez	Trustee	PHILJEC
38	Mrs.	Katherine Ko Cheng		Alliance Software, Inc.
39	Mrs.	Ma Elena Laurel Loinaz	Assistant Treasurer	PHILJEC
40	Mrs.	Madeleine Sophie B. Tan		
41	Mrs.	Maria Marlene Asuncion Varua		Philippines Sugar Millers Assn.
42	Ms.	Maria Salvacion Duarte Saludo	President	RURU GLOBAL RECRUITMENT SERVICES, INC.
43	Mrs.	Milwida Jimenez		PHILJEC
44	Mrs.	Minette Cruz Soriano	Business Development & Governance Projects Director	Soriano Projects & Ventures Group
45	Mr.	Robert Jose Lariago Castillo	President & CEO	EEI Corporation
46	Mr.	Robert Juantong Cheng	CEO	Alliance Software, Inc.
47	Mr.	Rodolfo Mendoza Olan	Corporate and legal officer	Yazaki-Torres Manufacturing, INC
48	Mr.	Sherwin Dy Yu	COO	Alliance Software, Inc.
49	Mr.	Steven Cesar Gamboa Virata	President & COO	Omni Aviation Corporation
50	Ms.	Valerie Sonia Lyn Granada Agrava		Philippines-Japan Society, INC
Singapore				
51	Mr.	Cecil Leong	CEO	MAYER BROWN CONSULTING (SINGAPORE) PTE LTD

52	Mr.	David Harrison	Partner	MAYER BROWN LLP
53	Mr.	Kerry Mok	Deputy CEO	GOODPACK (IBC) SINGAPORE PTE LTD
Thailand				
54	Mr.	Apichart Lee-issaranukul	Executive Chairman	Thai Stanley Electric Public Company Limited
55	Dr.	Bunluasak Pussarungsri	Vice Chairman, Committee on International Trade Negotiation	The Thai Chamber of Commerce
56	Ms.	Ong-Orn Pruthikosit	Director	Results Plus International
57	Mr.	Sittichai Kunanantakul	General Manager	Siam Steel International PLC.
58	Mr.	Supong Chayutsahakij	Executive Director	Bangkok Expressway and Metro Public Co., Ltd.
59	Mr.	Wanchai Kunanantakul	President	Siam Steel International PLC.
Vietnam				
60	Mr.	Long The Bui	General Director	Saigon - Haiphong Industrial Park Corporation

4. 来賓／登壇者

※敬称略、順不同

氏名	所属	役職
来賓		
秋 元 克 広	札幌市	市長
辻 泰 弘	北海道	副知事
阿 部 啓 二	北海道	経済部長
登壇者		
木 村 福 成	慶應義塾大学	経済学部 教授
Ms. Chian Voen Wong	Mayer Brown Consulting	Director
中 村 好 明	ジャパンインバウンド ソリューションズ	代表取締役社長
Tan Sri Dr. Michael Oon Kheng Yeoh	Asian Strategy & Leadership Institute /MAJECA	CEO / EXCO Member
藤 川 佳 則	一橋大学大学院	国際企業戦略研究科 准教授
波多野 隆 介	北海道大学	農学部研究院 教授
松 尾 知 章	北海道大学	大学院生
クスワンドラ ベッキー ディー	北海道大学	大学院生
アピラダ パドロム	北海道大学	大学院生

吉 川 廣 司	ジャパンショッピング ツーリズム協会	企画本部 本部長
三 井 真	北海道	経済部 食関連産業室長
伊 藤 博 之	クリプトン・フューチャー・ メディア	代表取締役
Ms. Carrie Bee Chuabio Hao	Romulo Law Office	Partner, Japan Desk
Mr. Yuthasak Supasorn	Tourism Authority of Thailand	Governor
Prof. Dahuri Rokhmin Ismail	Mosaique Jive One Sky / PT Jiva Samudra Biru	Senior Advisor
ロス フィンドレー	NAC	代表取締役
西 村 紘 一	プライムインターナショナル ジャパン	代表取締役社長
Mr. Yuichi Narita	NIPPON ACCESS HOKKAIDO Inc.	President & CEO
Ms. Suan Kim Ooi	BUILDERS BIOMASS SDN BHD	Chairman
Mr. Abdul Kadir	PT TRIPINDO PATRIA	Director
Mr. U Myint Wai	Wa Minn Group of Compaines	Founder and Patron
西 山 隆 司	西山製麺	代表取締役社長
出 口 友 洋	Wakka Japan	代表取締役
下 村 聡	日本貿易振興機構	理事
Mr. Yeonhang Chuah	Inter-Asia Links Co., Ltd.	Managing Director
Mr. Gerard Bustos Sanvictores	QRD INVESTORS INC	Chairman & President
小 沼 大 地	クロスフィールズ	代表理事
チュオン・ザー・ビン	FPT コーポレーション	取締役会長
辻 本 のぼる	ティプラン	代表取締役社長
Dr. Thanong Bidaya	TTW Public Company Limited	Chairman of the Board of Directors
講師随伴		
金 森 宏 太	ドン・キホーテ 北海道支社	インバウンドプロジェクトチーム プロジェクトリーダー兼北海道支社 運営サポート部 インバウンド推進課
吉 田 純 子	北海道大学	学術専門職
鈴 木 蘭	クリプトン・フューチャー・ メディア	海外マーケティングマネージャー
Ms. Juthaporn Padungsak	Tourism Authority of Thailand	Secretary of Governor
Ms. Pattaraanong Na	Tourism Authority of	Director

Chiangmai	Thailand, Tokyo office	
西 村 理 沙	Follow Me Japan	代表取締役社長
飛驒野 一朗	日本アクセス北海道	経営企画部
安 形 滋 之	西山製麺	管理部 テクニカルチームリーダー
伊 藤 聡	Wakka Japan	取締役
チャン・ダン・ホア	FPT ジャパン	社長
グエン・ヴェット・ヴォン	FPT ジャパン	副社長

V. 会議の様子



AJBM 代表者会議（10 月 10 日）



開会式（10 月 11 日）
川名 浩一 第 42 回 AJBM 共同議長



開会式（10 月 11 日）
小林 喜光 経済同友会代表幹事



開会式（10 月 11 日）
横内 龍三 北海道経済同友会代表幹事



全体会議 I（10 月 11 日）
木村 福成 氏



全体会議 I（10 月 11 日）
Ms. Chian Voan Wong



全体会議Ⅰ（10月11日）
中村 好明 氏



全体会議Ⅰ（10月11日）
Dr. Michael O.K. Yeoh



全体会議Ⅰ（10月11日）
パネルディスカッション



昼食懇談会（10月11日）
波多野 隆介 氏



全体会議Ⅱ（10月11日）
吉川 廣司 氏



全体会議Ⅱ（10月11日）
三井 真 氏



全体会議Ⅱ（10月11日）
伊藤 博之 氏



分科会1「観光」（10月11日）
パネルディスカッション



分科会2「食」（10月11日）
パネルディスカッション



分科会3「地域資源」（10月11日）
パネルディスカッション



閉会式（10月11日）
片野坂 真哉 第42回AJBM共同議長



閉会式（10月11日）
檀上の様子



AJBM 代表者会議（10 月 12 日）
会場の様子



歓迎夕食会（10 月 10 日）
ジャンベ太鼓



歓迎夕食会（10 月 10 日）
ジャンベ太鼓 参加者による体験



共催夕食会（10 月 11 日）
檜森 聖一 北海道経済同友会副代表幹事



共催夕食会（10 月 11 日）
下村 聡 氏



共催夕食会（10 月 11 日）
会場の様子