

北東アジア地域の主役を演じる北海道を目指して

～北海道経済と韓国との連携を模索する～

小樽商科大学商学部商学科教授 李 濟民

はじめに

北海道は、人口が少ない、大企業もない、製造業が育っていないと、無いものづくしという問題を抱えています。そのために東京ばかりみて仕事をせざるを得ない。当然、産業政策や経済の仕組みも東京をみて作ります。その結果、支店、支社経済となり、さらに補助金など官需をあてにせざるを得ない。従って、よく言われることですが、北海道経済はいつまで経っても独り立ちできない脆弱な体質になっています。さらに、北海道は本州から離れているので物流コストがかかり、いろいろな面に高コスト構造があります。

この様な東京一極主義から脱皮して、世界に通用する国際競争力を身につけることはできないものか。そう考えると、「北東アジア」というキーワードが出てきます。北東アジア地域という広い観点でものごとを考えて、そのなかで韓国というパートナーと当面は密なお付き合いをしていくことが大事ではないかと私は考えています¹。

韓国の基礎データ

韓国の面積は9万9,274平方キロメートルで、日本の約1/4です。北海道よりは少し大きい。人口は約4,800万人、日本の約1/3、その中でソウルは1,000万人を超えています。つまり韓国の人口の1/4がソウルに集中しています。

経済規模は、GDPが4,617億ドル（2000年）、日本の約1/10です。一人当たりGDPは9,770ドル（2000年）で、日本の約1/4です。経済成長率は3.0%（2001年）ですが、最新のデータではこれより若干良くなっています。失業率は3.1%（2002年4月）です。おもな産業としては、電子、自動車、機械、造船、鉄鋼などで、日本とよく似ています。

歴史的発展

韓国はどのような産業発展を成し遂げてきたのか。ひとことで言うと輸出を中心とする経済政策で成功してきたということです。つまり「輸出第一主義」で、少数企業へ資源を集中してきた。韓国は日本の植民地から独立したのが1945年で、1950年から53年はいわゆる朝鮮動乱で、北と南に分かれて戦争がありました。ですから、戦後の復興は日本よりも7～8年遅れて始まりました。38度線あたりで北と南に分断されましたが、もともと資源

¹ 本稿は2003年3月17日に北海道貿易経済交流課主催のセミナーで発表したものである。

や工業施設などが集積されていたのは北朝鮮側でした。韓国側にはそういう資源も基盤もほとんどなかった。あったのは農業地帯だけです。そういうところから韓国は経済を立て直してきました。

何もない中で、まず教育に力を入れて、優秀な人材を育てて、少ない資源に集中的に投資してきました。仕組みとしては、日本から原材料やパーツを輸入して、それを加工してアメリカに売る。これが韓国の発展を支えてきました。少数企業とは財閥（Chaebol）のことですが、韓国の財閥（Chaebol）も仕組みとしては日本の旧財閥に近いものです。この財閥が1950年代後半から60年代にかけて韓国経済の柱として急速に成長を始めました。

ただ、当時としてはそれほど力が強いものではなく、1972年の輸出は10億ドル程度の規模でした。業種も木材、合板、繊維など、いわゆる労働集約的な軽工業製品です。これに集中的に特化して、おもにアメリカに輸出することによって、経済発展を遂げてきました。

どこを通じて売っていたかという点、当時はほとんど日本の商社頼りでした。この時期は韓国に商社もなかった。1975年になると、綜（総）合商社指定制度ができて、やっと自前の商社を通じて世界に売ることができるようになりました。産業も軽工業から鉄鋼、電子などに移行してきて、1977年には100億ドル輸出を達成し、80年代になると韓国のプレゼンスは急速に高くなってきました。

1985年には現代自動車の輸出第一号製品 pony がカナダに輸出されました。その後、韓国は自動車や家電で世界と競争ができるようになってきました。

さらにそれから10年後、1995～96年頃は韓国経済に一つのピークが訪れた時期ですが、念願だったOECD加盟が実現したのが1996年暮れのことです。ところがその翌年、1997年にアジアの金融危機が起こって、韓国もこの影響を大きく受けました。つまり、やっとOECDに加盟した翌年に、国の銀行が倒産してしまうような事態に陥ったわけです。

そこでIMFから多額の借款を導入して経済を立て直すことになりました。その時、IMFに約束したことのひとつが、財閥縮小または解体です。これはIMFから強く指示されました。韓国の財閥は、良く言うと少ない資源を少数企業に集中させて世界に通用する巨大企業を作り上げてきたのですが、そういう企業はあまりにも多くの分野に手を伸ばしていた。たとえば自動車も電子も建設も、各財閥が同じようにすべての業種に進出して、過当競争をしていた状況がありました。そこで、各財閥は世界に通用する分野に特化して無駄な投資はやめたほうがいいというのがIMFの指示でした。たとえば、当時できたばかりのサムソン（三星）自動車がありましたが、サムソンは自動車をやめなさいという声が強くて、サムソンはこの部門を現代に譲渡しました。そのかわりサムソンは大宇から電子部門を買収して、さらにサムソン電子を強化しました。

韓国の主要経済指標

97年以降、韓国経済はGDP成長率が一気にマイナスに転落しますが、99年になると10.9%に回復します(図表1)。韓国経済の立ち直りは非常に早かったという点は日本からみると羨ましいことです。失業率も97年の2.6%から98年は6.8%へと一気に悪化しますが、2年後の2000年には4.1%、2001年には3.7%に回復しています。同じように輸出額、輸入額も1~2年で元の水準に回復しています。

図表1 韓国の主要経済指標

(単位：%、100万米ドル)

	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
GDP成長率	6.8	5.0	-6.7	10.9	8.8	1.8
失業率	2.0	2.6	6.8	6.3	4.1	3.7
輸出額	129,715	136,164	132,313	143,686	172,268	150,653
輸入額	150,339	144,616	93,282	119,752	160,481	141,116
外貨準備高	33,201	20,369	51,975	73,987	96,131	102,753
直接投資認可額	3,203	6,971	8,853	15,542	15,697	11,870

97年の金融危機では韓国銀行が倒産して、ドル建ての準備預貯金が足りなくなりました。当時、日本のマスコミでいろいろな報道があった中で、特に私が記憶していることは、ドル建て外貨の不足を補うために、たとえば各家庭であまっていた、あるいは使っていない貴金属を銀行に預けてくださいというニュースです。つまり銀行はそういう指輪などの貴金属で不足するドル建て外貨を補うということでした。それほど深刻な状況だったわけですが、その結果98年の外貨準備高は97年よりはるかに高いものとなりました。

韓国的経営の特徴

このように、韓国の経済は日本を上回るスピードで70年代から80年代、急激に伸びてきました。それが90年代後半になって一気にマイナスに転落し、今はかなり回復している状況です。韓国経済の仕組みは日本とはどういう違いがあるのか、いくつかあげてみます。

◇ 血縁、地縁、学縁

まず、3つの縁、すなわち血縁、地縁、学縁が重要視されている。これは古くから指摘されていることです。血縁は日本もヨーロッパもすべて同じだと思います。違うのは地縁です。韓国は三国時代から新羅と百濟の東と西に分かれて、違う文化が発展し、お互いに敵対関係にありました。戦後の急激な経済成長は朴大統領時代のことでした。この朴大統領は軍事クーデターで政権を握り、18年間大統領の座にあった人物です。この時代の弊害として指摘されてきたのが地縁です。朴大統領は東の釜山近くの出身で、西の地域には不利な経済政策をとってきました。たとえば、ソウルから釜山への高速道路は4車線ですが、一

方で光州へ行く道路は狭いし、ほとんど産業も立地されなかった。財閥企業もほとんど浦項、蔚山、釜山などに集中しています。西側の地域は差別されているという被害意識を持っている。これは企業の中でも同じように作用しています。もう、一つは学縁です。一流大学を出ないと企業では出世できないと言われてきました。それも上司の出身校と同じ高校または大学出が優遇される仕組みです。

◇ 儒教、軍隊の影響

日本には兵役の義務はありませんが、韓国には約 3 年の兵役義務があります。つまり、ほぼすべての男子は軍隊経験を持っている。つまり、命令や秩序に慣れています。さらに言うと、「やればできる」とか「なせばなる」という教育を受けてきている。これはおそらく韓国企業の行動様式に影響していると言われています。

その結果、韓国企業の特徴としては積極性があり、スピードがある。たとえば、韓国はブロードバンド普及率が世界一です。何もなくとも果敢に挑むという精神は日本とかなり違う点だと言えます。あるいはプレゼンがうまい。この点はあとから述べたいと思います。

韓国の主力産業

韓国の主力産業は日本とさほど変わりませんが、その中で特に半導体や液晶ディスプレイなどの情報通信機器は最近日本にとって代わって世界一になっている分野です。その主役はサムソン電子です。サムソン電子は半導体の世界市場シェア 21.1%で第 1 位（DRAM の 2000 年）、2 位はアメリカで 18%程度です。情報通信機器でもサムソン電子は CDMA 方式の携帯電話を世界で最初に開発しました。ヨーロッパにも進出していますが、ねらいは中国進出です。中国にはこれから発展する膨大な市場があります。

自動車ではまだまだ日本に力がありますが、最近では現代自動車が日本にも進出してきました。北海道にも現代の代理店があります。韓国の自動車産業は 2000 年の生産台数が 311 万台です。第 1 位はアメリカで、第 2 位が日本の年間 1014 万台、続く独、仏について第 5 位となっています。日本に比べるとまだ 1/3 ですが、進出のスピードはものすごい。おちおちしていると日本市場もかなり席卷されるかもしれません。ただ、これは逆のことも言えます。最近では日本車の韓国進出もかなり規制緩和されてきました。つまり日本と韓国ではお互いに自動車産業が交差していく可能性もあると考えられます。

北東アジアの経済発展と日韓協力の重要性

北海道経済の活性化を考える際、私は「北東アジア地域」がいちばん重要なキーワードだと考えています。北東アジア地域はどこを指すのかというと、狭い定義ではサハリンを含む極東ロシア、中国東北 3 省、韓国・北朝鮮、日本です。日本でも環日本海経済圏という言葉が新潟あたりで盛んに提唱されていますが、それと同じです。ちなみに環日本海という言葉は韓国や中国ではタブーです。なぜ日本海なのかと。中国や韓国からすると、東

側にある海だから日本海ではなく東海です。

いずれにせよ、この地域には今サハリンで開発されている膨大な石油・天然ガス資源がある。中国、北朝鮮には低廉で豊富な労働力がある。これと日本と韓国の資本、技術をうまく組み合わせると、世界地図で見ると狭いこの地域の中に、経済成長をするための要素がすべて揃っている。こういう地域は世界地図を見渡してもそう多くありません。問題は経済発展するための協力の仕組みが、経済とは別の要因によってできなくなっていることです。

もう一つの北東アジア地域の定義は、広義の定義ですが、中国本土、香港、台湾、モンゴルなどを含むものです。やはり中国本土を含めて議論したほうが巨大マーケットを含めて、いろいろなメリットがあるという考え方です。メリットの一つとして NET (Natural Economic Territory) という概念があります。これは国境や政治的な違いを越えて、経済は自然に協力しあうようになると。たとえば、中国の広東省では香港や台湾とのビジネスが密に行われています。これは国境や民族や政治的な違いとは関係なく、放っておいても経済は発展していくものだ。ほかにも、マレーシアのジョホール・バルの例があります。ここはマレーシアとシンガポールの国境地帯にあって、インドネシアの労働力が補給される地域です。こういう地域では政治とは別に経済の論理だけが優先されて、経済協力が進んでいきます。広義の北東アジア地域は、中国本土を含めるとこのような Natural Economic Territory になるというのが議論のポイントです。

北東アジア協力のバリア

北東アジアは経済的にみるとメリットがたくさんある地域ですが、それを妨げるさまざまなバリアも存在しています。たとえば領土問題に代表される歴史的あるいは政治的な立場の違い等。サハリンと日本の経済交流を考える際にも常に問題となるのが北方領土です。これは韓国と日本とのあいだでも、韓国で独島、日本で竹島という島の帰属がまだ解決されていません。中国、台湾とのあいだでも同じような問題があります。

さらに大きな問題は安保問題です。国際的な協力、ネットワークが強くなるにつれて、世界の唯一のリーダーであるアメリカが北東アジアのうま味から外れている。政治的には彼らのうま味をこの地域にどうやって盛り込むかが重要です。アメリカとしては、この地域の経済統合は別なかたちで、たとえば APEC とか ASEAN など、アメリカやオーストラリアをつなぐ連合のほうが良いと主張しています。

また、中国やロシアを考えると、日本と比べて経済発展段階の格差はあまりにも大きい。サハリンにビジネスチャンスがあるとしても日本式のビジネスは通用しません。インフラもないし、法律も人もどんどん替わるような状況で、日本のビジネスマンが向こうで成功するわけがないと言われます。そのとおりだと思います。今の段階では、ロシアのサハリン地域と日本が同じ目線でビジネスをすることは難しいと思います。

最大の問題は北朝鮮です。今はテポドンがいつ飛んでくるのかという話題で持ちきりで

すが、去年、小泉総理が訪朝して金正日と握手して、両国の国交正常化が明日にもできるような報道がありました。韓国でも北朝鮮に対する夢はまだまだ捨てていません。たとえば北と鉄道をつないで、さらにシベリア鉄道につなぐことにより、釜山からヨーロッパまで陸路で輸送できるようになる。そうすると、今までの輸送コストは 1/3 になるという話があります。あるいは、北朝鮮の特定地域にある工業団地を韓国が中心となって開発してはどうかと。これはすでにある程度資本が投資されています。北朝鮮問題は政治的にどうなるのか予想しにくいですが、ある意味では諸刃の剣のような面があり、うまく北朝鮮をこの地域の一員として認め、彼らにも役割を与えて経済協力を進める方法も残されていると私は考えています。

しかしながら、経済以外の要素がたくさん残されているので、この問題の解決には時間がかかると思います。従って中長期的に考えると、この地域の経済発展を成し遂げるための最大のポイントは、やはりまず日本と韓国が強力なパートナー関係を構築すること。これに尽きると思います。

日韓新時代と FTA

幸いなことに、1998 年、韓国で初めて日本の大衆文化が開放されて、映画「ラブレター」が上演されて大ヒットしました。韓国ではこの「ラブレター」のおかげで、北海道は知らなくても小樽を知っている若者がたくさんいます。小樽から来たというと羨ましがられます。ただ、彼らのイメージの半分は、北海道には熊しかいなくて、人が住んでいるのは一部の地域だけというもので、それは訂正しなければと思っています。

さらに、2002 年にはワールドカップ・サッカーが共催されました。韓国と日本との関係は今、戦前・戦後すべての時期を通して、もっとも近い関係になっていると思います。まさに近くて（地理的距離）、近い（心理的距離）国になっている。ただ、お互いがほんとうにどこまで知っているのか。経済的な手助けになっているのか。そう考えるとまだ十分ではないと思います。特に北海道は韓国におけるプレゼンスが弱くて、観光以外ではなかなか認識されていないのが現実です。

日韓 FTA 締結の可能性とその影響（その 1）

日本と韓国とのあいだで自由貿易協定（FTA）を締結する必要があることを最初に提唱したのは実は日本です。これは日本ではあまり議論されていませんが、日本の大使が最初に提案したのは 1997 年のことです。この話し合いは今も進んでいますが、問題もかなり残されています。日本はこれまで二国間の自由貿易協定を結んだ経験がなくて、初めて締結したのはシンガポールとの FTA（2002 年 4 月から発効）です。これによって、日本からシンガポールへの輸出に関わる関税はすべて撤廃され、シンガポールから日本への輸入も約 94%が関税率ゼロとなりました。

一方、韓国は同じ時期にチリと FTA 締結（2002 年 2 月署名）をしています。この協定

が発効になれば、電気銅を除いたすべての工業製品の関税が直ちに撤廃され、農産物は初年度に 224 品目の関税が撤廃されます。チリは自動車・携帯電話・コンピュータなど韓国からの輸出品目の 66%にあたる 2300 品目に対する関税を撤廃することになります。

日本と韓国の FTA はどのような内容にすべきか、いろいろな角度から議論されていますが、すでに両国が実際に取り組んでいる FTA をみると、ある程度は推測できると思います。

日韓 FTA 締結の可能性とその影響（その 2）

まず、日本側がいちばん心配しているのは農産物です。一方、韓国側は製造業、特に自動車や半導体、情報通信機器などへの打撃を憂慮しています。一部の企業は日本を上回って世界に通用するレベルになっているとはいえ、ほとんどの製造業はやはり日本のほうが上回っています。そうすると、特に韓国の中小企業は一気にダメージを受けて、産業の基盤がつぶれるおそれがあります。この点は韓国のマスコミでも報道されています。

一方、中国と競争するためにはやはり日韓 FTA 締結が必要だという声もあります。日本と韓国がタッグを組まないと中国にかなわなくなると。中国における貿易のナンバーワンパートナーは日本です。逆にいうと日本にとっても中国はナンバーワンのパートナーです。これは韓国においても同様で、最大の輸出相手国は中国です。中国について考えると、やはり日韓の FTA は必要ではないか。お互いに犠牲になる部分はあったとしても、やはり日本と韓国がタッグを組まないと、この地域の経済発展はすべて中国に取られてしまうという心配があります。

そこで現在、両国は FTA 共同研究会を立ち上げて、問題になっている農産物の非関税障壁の解決策を模索しています。

日本と韓国との関わり

現在も日韓関係はお互いにとって非常に重要なパートナーであり、その重要性は益々増えています。

現在、韓国に住んでいる日本人は 1 万 7,613 人、一方日本に住んでいる韓国人は 63 万 6,000 人、この中には在日朝鮮人も含まれます（図表 2）。

図表 2 日本と韓国との関わり

在留邦人数	1 万 7,613 人（2001 年 10 月 1 日現在）
在日韓国人数	63 万 6,000 人（2000 年 12 月。在日朝鮮人も含む）
総貿易額（2000 年、韓国側統計）	①輸出（韓国→日本）161.61 億ドル ②輸入（日本→韓国）260.10 億ドル
進出企業数	425 社（2000 年 10 月現在）
現地法人数	482 社（2000 年 10 月現在）

総貿易額は、韓国から日本への輸出が 161 億ドル、日本から韓国への輸入は 260 億ドルで、韓国側からみると約 100 億ドルの輸入超過です。進出企業数は 425 社、現地法人数は 482 社となっています。

北海道と韓国との貿易状況

そういう中で北海道のプレゼンスは先ほど述べたように関わりが薄い。北海道から韓国への輸出は 2001 年で 138 億円、これは日本全体の 0.4%です。一方、輸入は 380 億円で、日本全体の 1.8%です。北海道は人口比から日本全体の 4%経済とか 5%経済だとよくいわれますが、それにしてもこの数字は低い。主な輸出品目としてはクラフト紙、鉄くず、鉄棒など、輸入は灯油（6 割程度）、軽油、鉄などです。しかし、これらはお互いの産業構造として得意分野ではない。かなりマイナーな部分だけで貿易が行われており、しかも金額が少ないという状況になっています。

北海道の代表的産業と韓国との連携

北東アジアの経済発展を考える際、北海道が韓国とタッグを組む可能性はどのような分野にあるのか。3つの分野を考えてみました。

(1) 観光

北海道の代表的な産業として観光は重要です。観光を国際化し、韓国とのアライアンスを考えるとできないのかという観点で、韓国からのインバウンド観光客をいかに増加させるかというテーマで調査をしたことがあります。

現在、海外から北海道を訪れる観光客全体の 6 割が台湾です。次に香港と韓国はほぼ同じ割合で、そのあとに中国が続きます。しかし、韓国からの観光客は台湾とは違います。台湾観光客のピークは 1 月、2 月の冬で、札幌であれば雪祭りのころです。ところが、韓国からの観光客はこの時期には来ません。7 月、8 月がピークで冬は極端に減ります。なぜかという韓国は冬の寒い。ソウルの 1 月の平均気温は小樽よりも寒い。雪は多くないけど寒い。つまり、寒いところからあえてお金を払って寒いところへ行こうとは思いません。そこで夏にゴルフ・温泉パッケージがメインの商品となっています。温泉は登別がブランドです。温泉ならどこでもいいというわけではなく、登別でないと満足しない。

つまり、韓国からの観光客はゴルフ・温泉・グルメがワンセットになって、これが北海道ということになっています。ただ、この年齢層は 40 代後半から 50 代が中心で、男性が多い。オールエージという観点でみると若者が抜けています。韓国で北海道に最もあこがれている年齢層は若者です。彼らは「ラブレター」など北海道関連の映画を観て、北海道に対していいイメージを抱いています。

韓国に曹誠慕（チョ・ソンモ）という歌手がいます。彼のプロモーションビデオは冬の小樽でロケをしています。雪の降る運河で撮影をして、数年前に韓国で大ヒットしました。

韓国の若者がカラオケで彼の歌を唄うたびに、バックに小樽運河と冬の雪景色が流れる。これは強い。なぜかという、詩があってメロディーがあって風景が流れる。どんなプロモーションビデオよりも効果があります。韓国の若者にとって北海道の小樽は憧れの地です。ところがこの年齢層はゴルフ・温泉パッケージから外れている。やはり、いろいろな商品を開発して、特に若者にターゲットを絞った北海道観光を売り込んでいく必要があります。

北海道だけではなく九州も含めて、日本全体で韓国に対する観光の目玉商品はゴルフ・温泉・グルメです。しかし同じゴルフ・温泉・グルメなら、北海道より九州のほうが安い。北海道は距離も遠いしアクセスも不便です。北海道には大韓航空が週 5 便、千歳ー仁川間を飛んでいます。九州では 3 種類のアクセス方法があります。ヒアリングしたところ、1 万円コース、2 万円コース、3 万円コースと言われています。すなわち、関釜フェリーが 1 万円コース、福岡から釜山までの海上を浮いて走るビートルという船が 2 万円コース、飛行機が 3 万円コースです。しかし、仁川ー千歳間の正規運賃は 10 万円を超えます。割引で買っても 5~6 万円です。つまり、飛航空運賃は九州の 2 倍以上です。しかも、今は韓国からゴルフで海外へ行くとなると、タイあたりは非常に人気がありますが、3 日間ゴルフをやり放題で 5 万円台です。ところが同じようなツアーで北海道へ来ると 15 万円かかります。登別に泊まって 3 日間ゴルフして、札幌・小樽で半日観光をして帰る。これは去年いちばん人気だったツアーの価格です。ですから、プラスアルファがないと、このゴルフ・温泉パッケージも競争できません。やはり、いろいろな観光商品を開発していくべきです。また、こちらから見せる観光ではなく、むしろ「見たい」観光を開発することが重要です。

ひとつエピソードを紹介すると、私の友人や知人がたくさん小樽へ遊びに来ます。当然、運河や北一ガラスなど観光名所を一通り歩きます。その後、韓国で彼らと再会して「どこが良かったの？」と聞くと、たまに想像もしていなかった答えが返ってきます。たとえば、札幌から小樽へ来る途中の電車の窓から見た海の景色が素晴らしかったと。私のように頻りに利用していると、海が見えただけで興奮することはありません。しかし、北海道を初めて訪れる観光客はそういう意外なところに感動を覚えるかもしれない。海の間近に線路があって、そこを電車が走って、夏の風の強いときはそこに波しぶきがかかる。これはよく考えるととても感動的なシーンかもしれません。しかし、残念ながらこれは観光商品には入っていません。北海道にはこういうものがたくさんあると思います。小樽といえば運河、寿司、...と言われていますが、それだけではないということです。

もう一つは、若者にターゲットをおく場合のプロモーションです。韓国ではインターネットユーザーが非常に広がっています。彼らは毎日のようにインターネットを見ます。彼らにアピールするためには、やはりハングルで情報を流す必要があります。英語ではまず見ません。どういう情報を流すべきかという、たとえば、安い宿泊施設、スキーをするのであればどういうペンションがあるとか。こういう情報がハングルで発信できると問い合わせの頻度も違って来るでしょう。

そして、北海道と韓国を結ぶアクセスの充実が必要です。現在、週 5 便飛んでいる大韓航空機は 270 人乗りですが、ほぼ満席の黒字路線です。これをさらに充実させて、できれば複数エアラインで結ばれると、さらに観光客を誘致できるようになると思います。そのほか、九州のようにフェリーの就航も考えるべきです。私は北海道に韓国からの観光客を一気に増やすために最も有効な手段はカーフェリーの導入だと思います。たとえば、北海道の中だけは韓国の運転免許が使えるようになったら、かなり大きなインパクトがあると思います。韓国は国土が狭いので観光地が限られていて、どこへ行っても混雑しています。つまり、楽しくドライブして行けるところが少ない。オートキャンプも含めて、いろいろな北海道の素晴らしい自然環境を楽しんでもらうことができれば、これは素晴らしい商品になると思います。

(2) IT 産業

観光以外の分野では IT 産業があります。

札幌バレーと韓国の IT ベンチャー集積地とのアライアンスができないのか。これも 2 年前に経済産業局の委員会で調査したことがあります。韓国にはテヘランバレー、または大徳バレーがあります。テヘランバレーはソウルの江南に位置し、ネットビジネス展開の拠点として、固有のソリューション提示を売りにするマーケティング的ベンチャーの集積地です。ソウルの江南はソウルを流れる漢江の南側にあるビジネス街で、銀行や証券会社、財閥系企業のオフィス街として発展している地域です。97 年に金融危機が起きて、IMF 体制のもとで財閥が解体された結果、多数の人がリストラされました。特に韓国ではエリートといわれる財閥系企業でリストラされた若い人達が、ここに自然発生的に集まって雑居ビルにオフィスを構えました。自分たちが持っていた情報や得意分野を生かしてベンチャー企業を立ち上げました。その多くは IT 関係で、ここはテヘランバレーと命名されています。もともと財閥系企業で働いていたばかりのビジネスマンですから、彼らは固有のソリューションを持っています。

一方、大徳バレーは大田市に立地をおく技術系ベンチャーが集積しています。大田はソウルと釜山の間あたりに位置します。ソウルから大田を経由して釜山へ行く、あるいは大田を経由して光州へ行く。ちょうど東と西に分かれる分岐点にあります。古くからこの大田に第二のソウルをつくろうという構想がありました。なぜならば、やはり北朝鮮の脅威はまだ残っています。ソウルはあまりにも北に近い。何かあったらソウルは火の海になってしまうと。もっと南に首都機能を移転したほうが良いという議論がありました。そういう観点から政府系研究機関は大田に移されています。たとえば、電子情報通信研究院 (ETRI)、あるいは韓国科学技術研究院 (KAIST) などです。日本の筑波と似ている地域です。サムソン電子など民間研究所も数多く立地しています。ここでも研究所をやめた人がベンチャー企業を起こして、大徳バレーといわれる地域に集積しています。こちらはソウルのテヘランバレーとは違って、技術的に優れたベンチャーが多数あります。

こういうベンチャー企業が札幌バレーの企業と連携できないかということで調査をしました。何ができるかというと、一つは日本市場向けのカスタマイズが考えられます。札幌バレーの企業も実は札幌でビジネスをしているわけではない。日本全国、東京や大阪を相手に仕事をしています。そこに向けて、札幌バレーの企業が韓国の技術を日本市場向けにカスタマイズする。もう一つは逆に韓国へ進出する際、コンテンツの共同開発です。北海道にはハドソンのような高い水準のゲームソフト企業があります。これは競争力のあるパートナーになりうると思います。韓国にはPC房という店があります。日本でいうとインターネット・カフェと訳せるでしょう。これは韓国全国に膨大な数があります。何をするとこるかということ、最新型のコンピュータがあって、若い人がチャットやゲームをしています。ですからビジネスカフェではありません。多くの人は高速で対戦型のゲームを楽しんでいます。こういう店へ行くと大々的なイベントをやっていて、プロのゲーマーがいます。彼らは英雄扱いです。登場すると大きな拍手が起きて、サイン会が行われたりします。こういう状況の中で、ソフトが追いついていない現状があります。そこで、日本のソフト業界やアニメ業界が ADSL 並みの高速で動くゲームを開発して、そこに組み込んでいける可能性はあると思います。

(3) 物流

物流については、私が最も時間をかけて今でも調査しているテーマです。これは難しいことですが、考え方としては北東アジア地域の中で北海道はまさにセンターです。東京からみると北の果てで、物流コストが高い「厄介道」扱いをされてきましたが、人的交流やモノの流れの中心地になれます。サハリンへ行くにしても、大連へ行くにしても、北海道はいちばんアクセスしやすい立地条件にある。

たとえば、サハリンの石油天然ガス開発ではいろいろな動きがかなり早まっています。ところが、サハリンはインフラも整備されていないし、金融も法律も日本とはあまりにも隔たりがあるため、ビジネスとして盛り上がりませんが、5年後か10年後には先進地域になっている可能性が大きいと思います。確かに今、北海道企業がサハリンへ進出するのはリスクであって、日本のビジネスの常識を捨てないと、まともな商売はできないということは承知しています。しかし、10年後のサハリンがアラスカ並みの先進地域になったとき、はたして北海道企業にどれだけサハリン進出のチャンスが残されているだろうか考えると、ほとんどないかもしれません。今のような状況のサハリンであればこそ、北海道企業も大手を振って入って行ける可能性があるのではないかと。そういう考え方に変えないと難しいと思います。しかし単独でリスクを負うのは無謀だということも確かです。

そこで、私が提案するのは、たとえばサハリンにも朝鮮族がかなりの割合で住んでいます。今のサハリンでは衣類関係は中国製が圧倒的に多く、食品関係は韓国製がほとんどです。これはコストが大きな要因ですが、朝鮮族が多数住んでいることも影響していると思われます。さらに考えると、彼らの積極性があげられます。実は韓国でヒアリングす

ると、サハリンはすでに日本がやっているのではないかと思われています。韓国が興味のあるロシアは、油田開発でもシベリアであったり、あるいはヨーロッパ・ロシアがターゲットなのだと話す専門家がたくさんいます。つまり、世界的にみると北海道だから有利に展開できると思われていても、現実にはそうならないということです。

そこで、私は北海道とサハリンだけではなく、北東アジアのいろいろな地域とネットワークを結ぶべきだと考えます。物流では、この地域で最も機能している港は釜山港です。やはり、なんらかの形で釜山港を巻き込む必要があります。たとえば釜山－石狩－コルサコフというルートを将来的に開発して、北海道を通してモノや人が流れるようにすべきです。すでに、釜山と北海道のあいだにはコンテナ航路があります。苫小牧、石狩湾新港、室蘭に船が入っています。これに関わっている韓国の船社は高麗海運、興亜海運、南星海運の3社です。ところが韓国へヒアリングに行くと、みんな不満を言います。石狩はガントリークレーンもない、24時間体制になっていない、コストがかかってしょうがないと。しかも片荷で、積んで帰ってくるものがないと。紙以外に積んでこられるような製造業を北海道に作ってくださいと。しかし、彼らはそうは言っても撤退しません。最初に航路を開設したのは興亜海運ですが、南星海運も入って興亜海運は週2便に増やしました。積んで帰るものがない赤字路線なのに、なぜ便数を増やすのかというと、彼らは戦略的に考えています。つまり、釜山－北海道だけではなく、将来的にそこからどこへ行くのかを考えたとで先行投資していると思います。石狩からコルサコフやホルムスクへつなげたらどうですかと聞くと、当然それは日本がすることであって、自分たちには権限がないのでできないと言います。しかし、自分たちの船はサハリンへ行く余裕があるので、北海道へ帰ったらそれを提案してくださいと私に言います。

従って、北海道が中心となって、北海道－サハリン－韓国間の物流ネットワークを作り出すことが重要になってくると思います。

(4) その他の有望産業

そのほか、北海道には食品産業があります。韓国への水産物・食品の輸出に関して、日本側に法規制はありません。しかし、韓国側では一般的に食品、特に水産物に関しては厳しい規制があり、高い関税率が設定されています。

日本のすべての品目を単純に計算した平均関税率は4.4%です。これは99年頃のやや古いデータです。ところが、韓国は同じ計算をすると8.9%と倍になっています。お互いに関税率が10%を切る品目を並べると全体の9割近くはそうになっていますが、食品や水産物は軒並み10%を越えています。品目によっては数百%という関税率もあります。ですから、現在のところ、北海道のタマネギやジャガイモが韓国へ売られる可能性はコスト的に考えるとかなり低いと思います。そのほかにも、食品衛生法、セーフガード、輸入先多角化制度、原産地表示細則などの非関税障壁が多数存在します。

しかし、こういう高い関税率や非関税障壁が撤廃されると状況は変わってきます。FTA

締結の見通しはまだ不透明ですが、そのチャンスは高いと思います。北海道の農産物、乳製品等は質的に高いものがありますから、競争力は十分にあると思います。

最近、テレビにテツ&トモという若手コメディアンが出ています。彼らは「なんでだろう」というギャグを韓国に行ってハングルで披露したときのエピソードです。「コンブは海のなかでダシが出ないのはなんでだろう」と言ったとき、誰も笑わず、全くウケなかったそうです。なぜかという、韓国ではダシをとるときにコンブは使いません。しかし一方で、ジェットロが数年前に韓国で主催した物産展があって、北海道からも 5 つのブースに出展しました。そこでコンブのお菓子を無料で配るサービスがありましたが、ものすごい数の韓国人が並んでいました。ですから、コンブも可能性はあると思います。

結びに替えて

韓国と北海道は、今までお互いに情報が不足していました。幸いに昨年 11 月、北東北 3 県と北海道の合同事務所がソウルにオープンしましたので、今後は情報発信（収集）基地として期待できると思います。

北海道が観光や IT 産業、物流などで韓国とのアライアンスを組む必要性について述べてきました。アライアンスとは日本語で連携あるいは提携とありますが、基本的にアライアンスはギブ&テイクです。つまり、パートナーは当然見返りを期待します。私は韓国から得られる話を多くしましたが、問題は北海道から何を提供できるかであります。よく言われることは、北海道企業は寒冷地技術に長けていると。小樽であれば光合金製作所のような水回り技術とか、海鱗丸ビールの冷凍寿司の技術も、おそらく北海道の寒冷地技術の産物だろうと思います。これらは今まで北海道のローカルだけでやってきたかもしれませんが、北東アジア全体で考えると世界的に通用するレベルに達していると思います。

韓国が高度成長期にどうやって飛躍的な成長を遂げたかということ、一つのきっかけがありました。日本であれば、戦後の高度成長のきっかけは朝鮮動乱でした。韓国はなにかというと実は中東でした。オイルショックで中東にオイルマネーが集まったとき、建設ブームとなりました。そこに手を挙げたのが韓国です。砂漠の暑い地域で建設作業をするのは大変です。そこへ出て行って橋を造ったり病院を造ったりしたのが韓国人です。これが現代やサムソンが伸びてきたきっかけです。ですから、もともと韓国が得意な分野は寒冷地ではなくて、むしろ暑いところでした。寒いところはあまり経験がありません。従って、北海道と韓国との連携を考えると、一つは北海道が持っている寒冷地特有の技術、ノウハウです。これをうまく韓国にアピールできるとチャンスは増えると思います。

先日、ロシア領事と対談する機会がありました。日本のビジネスマンはサハリンに対する不満をたくさん言いますが、逆にサハリン側の言い分は違うそうです。彼らが言うことは、いざ契約しようとなると日本人は待ってくれと。自分だけでは判断できないので本国へ持ち帰って上司と相談して、あとから返事をしますと。さらに、そう言って再びサハリンへ来た日本人は誰もいないと。これは好意的に解釈すると、日本人ビジネスマンは本国

へ帰って上司と相談して、多段階の意志決定を経て、いろいろな問題点を整理して、裏も解釈したうえで、それならばやってみようかとなった時、その話はすでに終わっているということです。

北海道企業だけではなく日本企業全体にとって、最大の問題点は、世界のスピードについていけないということです。これがビジネスチャンスを逸することにつながっている場面は多々あると思います。特に国際舞台では日本企業のプレゼンスは低い。技術的にあるいは特定の産業でのブランド力は高いものがありますが、一般的にいうと欧米や韓国の企業のほうがプレゼンスは高いと思います。たとえば、韓国のITベンチャーの説明会へ行くと、ものすごい会社だと思わせるプレゼンテーションをしますが、あとからよく聞くと社員がたった3人しかいなくて、まだ一度も商品開発をしていないケースに結構出会います。一方、日本人は真面目ですから、自分が10持っていて7か5しか表現しない。それを美德だと思っていますが、国際舞台では通用しません。むしろ、韓国のように5しか持っていなくても10か20を表現するほうが勝ちです。

つまり、北海道企業が韓国とアライアンスを組む大きな目的の一つは、韓国が持っているスピードやプレゼン能力を利用できることです。一方、韓国企業は北海道が持っている寒冷地技術、ノウハウを利用できます。あるいは緻密で手堅い経営手法を身につけることができます。日本企業のブランド力とは、地道に努力をして、地に足のついた経営をしながら、堅実に手堅く積み上げたものです。これは韓国企業には少ないかもしれない。ですから、緻密で手堅い経営手法があって、さらにスピーディに展開する事が可能になると、これは鬼に金棒です。

韓国語で「ぱりぱり」とは「はやく、はやく」という意味です。韓国人自ら「ぱりぱり精神」と言いますが、あえて日本語にすると「せっかち」ということです。一つの例をあげると、最近韓国が東南アジアへの輸出にかなり力を入れている分野にテレビドラマがあります。たとえば、日本に住んでいる韓国人駐在員の奥さんたちが日本で暮らしているちばん不満に感じることは、韓国のテレビドラマを見られないことだそうです。そこで、多くの家庭では高い料金を払ってスカイパーフェクTVで韓国の有料チャンネルを見ている。韓国のテレビドラマには視聴率50%を超えるような人気ドラマがあります。これを国策として東南アジアへ輸出しようとしています。韓国と日本のテレビドラマの決定的な違いは途中でコマーシャルが入らないことです。なぜかという、韓国人はせっかちです。日本では、みのもんたが司会をしているクイズ番組のように、すごいタメを作っておいて、いよいよというところでコマーシャルになって、正解はそのあとに出る。これを韓国でやったら苦情電話が殺到します。せっかちで待ってられない。ですから、ドラマだけではなく、すべての番組では一段落するまでコマーシャルが入りません。この点はおそらくブロードバンド普及率の高さと関係していると思います。韓国のインターネットはともかくスピーディに画面が切り替わらないと見てくれない。クリックしてから画面が替わるまでじっと待ってられないわけです。

「IMF ジョーク」というものもあります。97年10月に金融危機が起こった時、日本でいろいろな報道に接していましたから、韓国は大変だろうと思って行ってみると、状況は少し違いました。「IMF」の「F」は大学の成績評価でA・B・C・D・E・Fの落第点です。つまり、「I am F」で「私は落第生」ということです。このジョークにはいろいろなバリエーションがあって、IMFのおかげで「私はクビになったよ」というのは「I am fired」、あるいは逆に「私は大丈夫だよ」というのは「I am fine」と。そういう大変な時代でも笑い飛ばせる勇気があるのだなと思いました。一方、日本では「失われた十年」などと言われて、みんな暗い雰囲気になっています。しかし、そういう時こそ、笑い飛ばせる勇気とか前向きな積極性が必要ではないかと思います。

従って、韓国と日本がタッグを組むことは、そういう点も含めてお互いのいいところ取りをして、韓国と日本が北東アジアの主役として中国に対抗できる力を作り上げていくことが、この地域の活性化につながると考えています。

はじめに

問題提起

北海道は人口も少ない、大企業も無い、製造業が育っていない、無いものづくし。そのため東京ばかりみて産業政策や経済仕組みを作ってきた。その結果、支社・支店経済への転落、補助金など官需要頼りの脆弱体質。さらに本州から離れているので物流コストがかかり、高コスト構造。この東京一極主義から脱皮し、世界に通用する国際競争力を身につけるためには「北東アジア」という広い視野にたって、アライアンスを通じて日韓新時代を構築していく必要がある。

韓国経済の現住所

- 韓国の基礎データ
- 面積: 9万9, 274平方キロメートル(日本の約1/4)
- 人口: 約4, 8000万(日本の1/3)
- GDP: 4, 617億ドル(2000年)《日本の約1/10》
- 一人当たりGDP: 9, 770ドル(2000年)《日本の約1/4》
- 経済成長率: 3. 0%(2001年)
- 失業率: 3. 1%(2002年4月)
- 主要産業: 電子、自動車、機械、造船、鉄鋼

歴史的発展

- 輸出第1主義、少数企業へ資源集中
- 1972年(10億ドル輸出)
- 木材、合板、繊維など
- 1975年:総合商社指定制度
- 鉄鋼、電子など
- 1977年(100億ドル輸出)
- 1985年:現代pony輸出
- 1996年:OECD加盟
- 1997年:金融危機、IMF体制へ
- 財閥縮小または解体(大宇)

韓国の主要経済指標

単位:%, 100万米ドル

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
GDP成長率	6.8	5.0	-6.7	10.9	8.8	1.8
失業率	2.0	2.6	6.8	6.3	4.1	3.7
輸出額	129,715	136,164	132,313	143,686	172,268	150,653
輸入額	150,339	144,616	93,282	119,752	160,481	141,116
外貨準備高	33,201	20,369	51,975	73,987	96,131	102,753
直接投資認可額	3,203	6,971	8,853	15,542	15,697	11,870

韓国的経営の特徴

- 血縁、地縁、学縁
- 儒教、軍隊の影響
- 積極性(risk-taking)
- スピード(ブロードバンド普及率世界1)
- プレゼンがうまい

韓国の主力産業

- 半導体
三星(サムソン)電子が世界市場シェア21.1%
で第1位(DRAMの2000年)
- 情報通信機器
サムソン電子がCDMA方式の携帯電話を世界
初開発。中国進出に標準
- 自動車
2000年の生産台数が311万台で米、日(101
4万台)、独、仏についで第5位。特に現代

北東アジアの経済発展と日韓協力の重要性

北東アジア地域の定義

(狭義) 極東ロシア、中国東北3省、韓国・北朝鮮、日本、ロシアの資源、中国・北朝鮮の労働力、日本・韓国の資本、技術など経済成長の潜在力が極めて高い。

(広義) 中国本土、香港、台湾、モンゴルなどが含まれる。

NET(Natural Economic Territory)

北東アジア協力のバリア

歴史的・政治的立場の違い

(例: 領土問題)

安保問題(アメリカの不在)

経済発展段階の違い(極東ロシア)

北朝鮮問題(両刃の剣)

*このような問題を乗り越えてこの地域の経済協力を進展させるためには・・・

日韓で強力なパートナー関係を構築

日韓新時代とFTA

- 1998年:韓国で日本の大衆文化開放
(ラブレターが上演)
- 2002年:ワールドカップ・サッカー共催
- 近くて(地理的距離)、近い(心理的距離)国

日韓FTA締結の可能性とその影響(その1)

- 2国間の自由貿易協定(FTA)締結
- 日本:シンガポールとのFTA(2002年4月から発効)
- 日本からシンガポールへの輸出に関わる関税はすべて撤廃
- シンガポールから日本への輸入も約94%が関税率ゼロとなる
- 韓国:チリとFTA締結(2002年2月署名)協定が発効になれば電気銅を除いたすべての工業製品の関税が直ちに撤廃。農産物は初年に224品目の関税が撤廃。
- チリは自動車・携帯電話・コンピューターなど韓国輸出品目の66%にあたる2300品目に対する関税を撤廃。

日韓FTA締結の可能性とその影響(その2)

- 日韓FTAの影響
- 日本側: 農産物
- 韓国側: 製造業(特に中小企業)分野での打撃が憂慮される
- しかし中国との競争するためには日韓FTA締結が必要
- 現在両国はFTA共同研究会(第4回会合)で締結の大きな障害となっている非関税障壁の問題解決を協議中。
- 一方、金融、電気通信、運輸、教育など両国が互いのニーズに応じた市場開放を目指す分野では話し合いがかなり進展。

日本と韓国との関わり

在留邦人数	1万7,613人 (2001年10月1日現在)
在日韓国人数	63万6,000人 (2000年12月。在日朝鮮人をも含む)
総貿易額 (2000年、韓国側統計)	①輸出(韓国～日本)161.61億ドル ②輸入(日本～韓国)260.10億ドル
進出企業数	425社(2000年10月)
現地法人数	482社(2000年10月)

北海道と韓国との貿易状況

- 輸出(2001年)
- 138億円(日本全体の0.4%)
- 主な品目:キシロール、クラフト紙、合金網の棒、鉄くずなど
- 輸入(2001年)
- 380億円(日本全体の1.8%)
- 主要品目:灯油(6割程度)、軽油、鉄

北海道の代表的産業と韓国との連携

- (1)観光
- 韓国からのインバウンド観光客増進
 - 台湾観光客との違い(厳しく寒い冬)
 - ゴルフ・温泉パッケージ
 - オールエージ、オールシーズンへの広がりのためには、より多様な観光商品(体験型)開発。
 - 見せる観光ではなく、「みたい」観光
 - 若者にターゲット。インターネットでハンゲル情報(例えば、安い宿泊施設)
 - アクセスの充実化

北海道の代表的産業と韓国との連携

(2) IT産業

- 札幌バレーと韓国のテヘランバレーまたは大徳バレーの連携
- テヘランバレーはソウルの江南に位置し、ネットビジネス展開の拠点として固有のソリューション提示を売りにするマーケティング的ベンチャー集積
- 一方、大徳バレーは大田市に立地をおく技術系ベンチャーが集積。周りに電子情報通信研究院(ETRI)、韓国科学技術研究院(KAIST)、サムソン電子など民間研究所が数多く立地。
- 連携の狙い
- 日本市場向けのカスタマイズ
- コンテンツ(ゲームの共同開発)で韓国進出

北海道の代表的産業と韓国との連携

(3) 物流

北東アジア地域の中で北海道はまさにセンター(今まで東京からだとな北の果てで、物流コストが高い厄介道扱いをされてきたが)、人的交流やものの流れの中心地になれる。そこで...

- 北海道、サハリン、韓国間の物流ネットワークを形成
- 釜山港を巻き込む
- 現在、釜山ー北海道(苫小牧、石狩湾新港、室蘭)にコンテナ航路。これをコルサコフーマガダン航路につなぐ

その他の有望産業

- 水産物・食品
- 韓国への水産物・食品輸出に関して、日本側に法規制はない。しかし、
- 韓国側、一般的に高い関税率が設定されている。
- その他にも、食品衛生法、セーフガード、輸入先多角化制度、原産地表示細則などの非関税障壁が多数存在
- FTA締結後がチャンス

結びに替えて

- 北海道企業(日本企業全体)は韓国とのアライアンスを通して、国際舞台でのプレゼンスを高めて、なおかつスピーディに展開する事が可能になる。
- 一方、韓国企業は北海道企業が有する寒冷地技術、緻密で手堅い経営手法を身につけることができる。
- ぱりぱり(せっかち)精神
- IMFジョーク
- お互いの情報不足(北東北3県・北海道の合同事務所が昨年11月にソウルにオープン):情報発信(収集)基地として期待