

姉妹都市交流を礎に経済戦略を考える！

－ 平成 23 年度国際交流推進セミナー開催結果 －

近年、地方自治体における国際交流は、従来の姉妹都市交流を踏まえ、観光客誘致、地元製品の販路開拓といった経済交流の分野に広がりを見せている。このような背景のもと、多くの自治体が、経済的利益に直結した交流を実施すべく、積極的なプロモーション活動に取り組み始めている。

そこでこの度、姉妹都市交流から新たな国際化施策に結びつけるヒントを探るべく、国際交流推進セミナーを開催した。

セミナーでははじめに、国際関係を利用した地域振興策が専門の山梨県立大学吉田均准教授に、自治体の様々な取り組み事例や今後の展望を講演いただいた。次に事例発表として、姉妹都市交流で築いた相互理解と信頼関係を基盤に、経済交流に果敢に挑む大分市と宮城県の取り組みを紹介いただき、最後は、参加者が日頃抱える課題について、活発な意見が交わされた。

1 開催概要

日時	2011年12月16日（金）午後1時30分から4時30分まで
場所	（財）自治体国際化協会 1階大会議室
テーマ	姉妹交流を礎とした経済交流への試み
内容	1 講演 概論－山梨県立大学准教授 吉田均 氏 2 事例発表 （1）中国湖北省武漢市との取り組み－大分市 （2）米国デラウェア州との取り組み－宮城県 3 意見交換会
主催	（財）自治体国際化協会（交流支援部交流親善課）
参加者	42名



セミナー開会



講師及び事例発表者

2 セミナー内容

（1）講演 「概論」

～ 山梨県立大学准教授 吉田均 氏 ～

【地域での国際交流の潮流】

国民による平和外交のシンボルとして、1955年（日本の国際連合加盟1年前）に長崎市と米国

セントポール市が日本で最初に姉妹都市を提携。

1970年代になると、県レベルでは常設の事務局を日本に置く形で国際会議が創設されはじめる。市レベルでは東西冷戦の背景下、東西での国際交流を目的とした自治体連合が設立されていく。

80年代以降は、政策交流のための国際会議と自治体連合のアイデアが統合され、地理的なブロックで経済・政治・文化圏の形成を目指し地域益を求める、局地交流圏構想が生まれる。

一方、自治体の2地域間における姉妹交流の変化では、大きく3つの段階がある。第1段階は、未知の地域を理解するための国際交流。第2段階は信頼を深めるための国際協力。そして第3段階では双方向の利益を前提とした国際的な共生を図るようになる。特に日本と東アジアの交流では、ほとんどが第3段階に入りつつある。

【2地域間における経済交流事例】

2地域間の経済交流で生まれたものの代表的な成功例を紹介する。1959年に山梨県が台風被害にあった際、その災害復興と産業振興支援のため、姉妹都市の米国アイオワ州から優秀種豚35頭とその餌となるとうもろこし1,500トンが山梨県に寄贈された。この時の優秀種豚が現在、山梨県でフジサクラポークとして、姉妹交流による経済交流の産物として息づいている。フジサクラポークは高級豚としてしゃぶしゃぶや豪快な牧場バーガーに使われ、観光、地産地消の目玉となっている。

この他にも、中国山東省が山口県の市町村への友好交流のために贈った（黄色の）桃が、岡山県で品種改良され、高級な桃として今に至るなど、姉妹交流による産物は意外に身の回りに多く残っている。

【2地域間における観光交流事例】

新しい姉妹都市交流の潮流として、近年、交流分野と交流期限を限定して結ぶパートナーシップ協定と観光分野での経済交流が急速に増加している。分野を限定しなければ具体的成果をあげることができないことから、パートナーシップ協定は90年代後半から見受けられるようになってきた。



講演

観光分野での経済交流例として、山梨県と中国四川省における温泉を利用した観光復興事業を紹介する。これは2008年に四川省で発生した巨大地震後の2010年に開始し、震災復興のため観光開発による雇用の増加を図ることを目的とした事業である。日本風の温泉利用方法及び温泉の経営ノウハウに関する技術移転を内容とし、専門家の派遣と研修生の受入を中心に行われている。

この事業における四川省にとっての利益は、大きく3つ挙げられる。1つは、温泉という新しい観光資源を開発することによる中国人観光客の増加。2つ目は、外国人、特に日本人観光客の誘致。四川省はパンダや三国志の舞台としても有名で、日本からの観光客も多いため、現地に延泊してもらうことを期待している。3つ目は、雇用の増加による地域振興。

一方、山梨県にとっての利益は、中国人観光客を誘致するためのノウハウを取得できることと中国内陸部でのプロモーションにある。現在でも山梨県には年間80万人の外国人観光客が訪れているが、そのうち50万人弱が中国、台湾、香港等からの中国語が話せる人たち。山梨県は北京市、

上海市にはエージェント（現地代理人）をおいているが、内陸部にはないことから、内陸部のエージェントとして、この事業で研修した人たちを起用できないか検討をしている。

【2 地域間協力の相互利益】

地域間協力の相互の利益として、国際的な差別化が図られることと共有資源を形成できることが挙げられる。いずれアジアは、1カ国のみでなくヨーロッパのようにラウンドで旅行するような時代がくるであろう。こういった状況の中、国際的な差別化と共有資源の形成が重要となる。上述の山梨県と四川省の例でみると、国際的な差別化は、温泉文化の違い、その利用方法の違いを知ることからはじまる。中国の温泉は、一般に家族で水着を着て入る形態をとり、歌を歌ったり、ご飯を食べたり、麻雀をしながら温泉に入る。こういった中国のものと異なる部分を強調することで、中国人にとって日本の温泉は異国情緒あふれるものとして映り、商品価値が高まる。

また山梨県では、共通資産をつくるために行政や協会レベルで観光協力に関するパートナーシップ協定を結ぶ準備をしている。一般に日本人がつくる観光ホームページは、日本人向けに作られており、中国人が知りたい情報が抜けている可能性があることから、この協定により、中国向けの山梨県の観光ホームページは中国人が作り、同様に日本向けの四川省の観光ホームページは日本人が作ること等、情報媒体の相互作成を検討している。

この他にも、広報手段の相互提供や、これらに関わる人材育成・共有により、新しい経済交流を生み出そうとしている。

【今後の姉妹都市交流】

最後に、姉妹交流は今後も続くのかという点について私の考えを述べる。

衰退する、若しくは消えていくという意見も多いが、これまで紹介してきた事例は全て姉妹都市交流から生まれたものである。姉妹都市交流は今、新しいものを生み出していくための曲がり角にあり、姉妹都市交流を畑仕事に例えるならば、やっと種をまいたところで、相手側との信頼関係がつかられ、これから姉妹都市交流による収穫物を収穫していく時期になるのではないかと。姉妹都市交流を母体としながらパートナーシップ協定が次々に生まれてくる。さらにそのパートナーシップ協定は自治体のみならず業界団体や企業、学校等に広がるのではないかと。これが新たな経済交流を目指すグループを次々に生み出していき、そんな可能性もあるのではないかと。

また、姉妹都市交流で実質的な経済交流は可能かという点について言えば、姉妹都市交流は本来、友好親善を目的に行なわれているため、そのものからそう簡単には経済交流は生まれない。しかしながらパートナーシップ協定などいくつかの方法を使いながら、今後、姉妹都市交流の信頼関係を利用した新しい経済交流が生まれてくるであろう。

その有望分野として、日本への外国人観光客誘致と外資系企業誘致がある。工業分野での経済交流は、ブーメラン効果¹や企業移転を心配する声もあるが、外国人観光客の誘致はこの心配がない。

また外資系企業誘致については、現在、多くの日本人は米国や欧州から誘致をしようとしているが、今、活発に海外への直接投資を始めている企業は中国、韓国、東南アジアにある。日本の姉妹都市交流の主要な相手先も東アジア、東南アジアであることから、今後はこれらの国々から日本に企業を誘致するためにこの姉妹都市交流が使えるのではないかと考えている。そのためには日本人はこれらの国々より経済的にみれば進んでいるというプライドを捨てきれぬかが経済交流をうまく作り出していけるかの鍵になるであろう。

(2) 事例発表① 「中国湖北省武漢市との取り組み」

～ 大分市産業振興課長 森哲也 氏 ～

大分市と中国武漢市との 33 年間にわたる幅広い姉妹都市交流を振り返って、経済交流を行うに至ったきっかけや姉妹都市交流で培われた信頼関係が経済交流の推進につながった事例を紹介する。

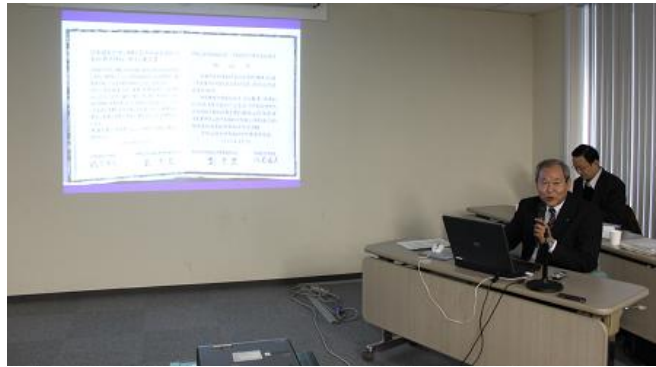
大分市が経済交流を行うに至った 1 つ目の分岐点は、為替、平均株価の急激な変動で産業の空洞化が懸念された 2002 年に、商工会議所と地元地銀研究所が地元製造業を対象に行ったアンケートだった。回答のあった約 3 分の 2 の企業が経済のグローバル化、販路拡大に期待を抱くも、ほとんどの中小企業にその情報やノウハウ、人材を持たないことがわかった。そこで、武漢市との行政と市民間交流で生まれた人脈、信頼関係、情報収集の容易性を武器に、商談会や友好都市ビジネスセミナーを開催し、企業を支援することとした。

2 つめの分岐点は、国際化推進計画を策定する中で行った市民意識調査での回収率の高さとパブリックコメントの反響の高さだった。計画「国際化・大交流時代の活力ある都市をめざして」では、何のために国際交流を行うのかという 4 つの基本政策を明確にしている。基本政策に則り、2006 年には武漢市に文化・経済交流等市民交流を支援する「大分市武漢事務所」を開設し、市民にとってよりビジネスがしやすい環境となった。

企業の代表的な成功例を次に挙げる。大分市内の九州乳業(株)は当時、有機牛乳の認定を目指している武漢市の企業と合弁会社を設立した。工場のマネージメント能力や HACCPⁱⁱ 認証取得実績といった無形資産をお金にかえて出資し、売り上げの 25% が九州乳業に還元されている。

また、大分市内のケーキ屋が、武漢市でシュークリーム専門店の合弁会社を立ち上げているが、この牛乳を使用して製造、販売を行っている。

最後に、当時大国であった楚(武漢地域)が、時代の流れを読み切れず天下統一を果たせなかったことを揶揄する、呂氏春秋の故事「船に刻んで剣を求む」を紹介する。この故事からも、自治体は今、国際交流の変化に対応すべきで、知恵を絞らなければならないと思う。



事例発表(大分市)

(3) 事例発表② 「米国デラウェア州との取り組み」

～ 宮城県国際経済・交流課副参事 千葉章 氏 ～

米国デラウェア州との経済交流方針やデラウェア州で開催した商談会、料理関係者等への売り込み事業の内容、今後の展開について紹介する。

1997 年に姉妹都市提携を結んでから、中高生の派遣など人的交流を中心に友好親善と相互理解を深めてきたが、提携から 10 年目に経済交流を促進することで合意。その後は、外資系企業を誘致するためのビジネスマッチングや経済交流を柱とした合意書の調印を行う等、経済色を強めている。

2010 年には、日本酒と仙台味噌の製造工程や種類、商品を理解してもらうセミナー、商談会等、県内産品の販路拡大を図るイベントをデラウェア州で開催した。日本と違い米国では味噌を隠し

味として利用するため、レシピをつくって食べ方を示す等の工夫をしながら料理関係者等に売り込みを行った。

デラウェア州との経済交流方針は販路拡大と外資系企業誘致の2本柱。経済交流を確立し裾野を拡大させ相互利益を求める。外資系企業誘致については、デラウェア州の企業が宮城県に進出することよりは、むしろ業務提携と共同研究を想定している。

今後はより一層、2本柱、特に外資系企業誘致に力を入れるべく、宮城県でのデラウェア州企業とのビジネスマッチングイベント開催の計画や研究分野での協力関係の構築を検討している。



事例発表（宮城県）

（4）意見交換会

はじめに、進行を務める自治体国際化協会交流支援部長から下記2点について、事例発表者及び講師に伺った。

○ 経済事業を行うにあたって、これまで積み上げてきた姉妹交流がどのように生きてきたか、姉妹交流があったからこそできたことを、事例発表者の方に伺いたい。吉田先生には、そういった自治体の事例をご存じであれば紹介してほしい。

（大分市）先ほど述べた九州乳業やシュークリーム事例も、姉妹都市交流があったからこそ経済交流が順調に進んだ。それぞれの自治体が積み上げた姉妹都市交流というツールを、今度は使うことを前提に考えていくと、実感がわくのではないか。

（宮城県）信頼関係と知名度の2つ。お互いによく知っているからこそ協力がもらえる。日本酒と味噌は日本全国どこにでもあり、また、一般の米国人からすれば日本酒の風味や違いが厳密にわからない中で、まず宮城県のものだということを先に知ってもらえるというところが大きい。

（吉田氏）先ほど紹介したフジサクラポークの例。姉妹都市交流があったからこそ、当時の米国の最先端、最高級の豚が供与された。姉妹都市交流というと、親善交流が思い浮かび、経済交流とは遠いものだと思われがちだがそんなことはない。こちらから投資するのであれば、受け入れるのであれば、姉妹都市交流のベースにのせてやれば、最もよいものが相手側から出てくるのではないか。姉妹都市交流を使えば経済交流のリスクを抑えることができる。

○ 講演の中で、吉田先生から地域間協力の相互利益という話があったが、事例発表者の交流においては、相手側にとって利益のある交流ができていないのか。できていないとすると相手方の求めるものとのミスマッチがあると思うのだが、その実態について事例発表者の経験を伺いたい。

（大分市）双方にとって利益があるからこそ持続可能な取り組みができる。武漢市のデパートの地下と高級食材を扱うスーパーの棚を恒常的に使わせてもらい、大分市の品を置かせてもらう枠組みがあるが、置く側のバイヤーとしては売れる物でないとは置かない。そこで、バイヤーシートというものを作成し、1アイテムにつき、年に最低2回はやりとりを行い、課題を売り手と買い手で共有する工夫をしている。

（宮城県）職員の人材交流や青少年交流を行う中でデラウェア州の反応が鈍くなった時期があった。デラウェア州はもともと企業誘致に熱心な州であり、宮城県に投資の呼び込みがしたかった

のではないかと考えるようになり、現在、お互いに経済交流に力を入れ始めた。宮城県の提携目的は親善交流だったため、提携当時から求めるもののミスマッチがあったのかもしれない。

(吉田氏) 外務省にいたる際に感じた、中国の企業誘致に係るミスマッチを紹介する。1つ目は、中国側から日本側企業の中国への投資について話があった時に、日本側はそれを冗談と誤ってしまふこと。中国側は本気で呼びかけているが、日本側はそれほど本気でない。中国側の職員の中には企業での代表者の経験がある人たちも多い。中国の行政が日本の行政と大きく違ふ点は、自治体が公営企業をたくさんもっていること。企業の社長や部長を経験した人たちがたくさんいる。こういう人たちが政府に戻った時に、日本側の代表団に投資はいかがですかと言う話をもってくるのだが、こういったことを日本側は知らない。2つ目は、日本側が中国側企業を本気で誘致しようとは思っていないこと。自治体国際化協会北京事務所が行ったアンケートによると、日本への直接投資をしたいという中国の企業は、工場を日本につくりたいというのではなく、多くが日本で高級品を買い付けるためのマーケティングオフィスを日本につくりたいという要望であった。マーケティングオフィスこそ誘致すべき中国系企業でないかと思う。

参加者からの質問概要は下記のとおり。

○ 観光分野で相手方とのスピード感の違い、予算年度の違いがある。こういった課題をどう解決しているか。

(大分市) 貿易にしても投資にしてもスピード感が違ふ。発注時期と予算年度の違いもある。ビジネスであれば、ビジネスサポート協議会を別に立ち上げており、観光については観光協会を含めて対応している。

(宮城県) 少額だが大きく分けて、派遣と受け入れの予算がある。海外から本県に行くといつても来ないことも多い。こういう部分を流用しているのが実態。また、観光協会や県職員が派遣されている別団体が運営しているところの予算で急なことに対応することもある。

(吉田氏) 大分市、宮城県が述べたとおり、スピード感は埋めようがない。一つ注意すべきは、日本人と違ひ中国人の中には、5割できればできるという人もいる。中国側の話は50%のできるだと思つて仕事を組んでいく。

○ 経済交流の失敗事例をきかせてほしい。

(大分市) 以前、武漢市からマーケティングオフィスの市内進出提案が2社あった。先方から空きビルを全部買うということで、契約額が内装工事含めて1億4千万円くらいの投資話がでてきた。中国でもネット販売がある程度進んでおり、向こうで注文を受けて、入金確認後にこちらで出荷することになっていたが、中国では1億2千万円を超えるとマネーロンダリングの検査が特にきびしくなり、先方から白紙に戻したいと言つてきた。当時は、我々がそういったことに精通していなかったこと、また日本貿易振興機構には情報があったはずだが、情報の存在を知らなかったこともあり、こういうことが起こってしまった。専門知識だとか素材は手元まできていたが、それを使いこなすまで至っていなかった。

(宮城県) 2月にデラウェア州でイベントを開催した際に、宮城県の日本酒を持っていった。当



意見交換会

然、販路をうまくつくりたいところだが、州内に扱えるディストリビューター（卸業者、商社）がおらず、他の州のディストリビューターを使わざるを得ない状況だった。デラウェア州にとっても好ましいことではない上、米国ではこういった手続きについて厳しく、会場のホテルも日本酒の銘柄やルートが違えば、手続きを取り直さないとならず、すぐには販売を始めることができないといったことが出てきた。

○ 中国の都市と姉妹交流をやっているが、相手方からの経済交流の提案に苦労したことがあれば紹介してほしい。本県の場合だと、（工場長では最終判断ができないので）企業の本社を訪問したがりが苦労をした。また友好交流をしていても先方に関心のある分野がないと本県に寄らずに帰ってしまうということもあった。先方が経済交流に求めるものが何であるのかを知りたい。

（大分市）製造業に限らず農業だとかサービス業だとか幅広い分野で、自分たちのニーズに合っているものややっていく。最近は何でもよいからではなく先方も選んでくる。環境に優しいといったコンセプトのフォーカスが絞られてきて、今後、ますます地元の状況と合わないところが出てくるのだと思うが、それは問題ではなく、自分の都市、地域でこれが良いのだというものをプロモーションしていく、あるいは食であれば文化も含めて買っていただくというような組み立てをすればどうか。

（宮城県）中国の州とも友好関係があるが、本県に寄らず東京だけ訪問し帰られた経験がある。ここを見たいと要望されることもあるが、こちらからも提案をしていっている。中国からトップに会いたいという話があればこちらからトップが来てほしいと話をしている。先方もよく知っているので断っても失礼だと思われぬ。

（吉田氏）中国はできないものはできないと言う。日本も言ってよい。100%やらなくても失礼ではない。

○ 相手の求めているものが把握できれば事業の進展も早いと思う。相手が求めているものを引き出す秘訣、本音に迫る方法について助言いただきたい。吉田先生の話の中で、日本がプライドを下げるができるかが鍵になるという話があったが、少し掘り下げて教えていただきたい。



意見交換会

（大分市）中国の場合だと、省長や副省長、市長や副市長が同席する場を利用する。メ

ンツを大切にす国なので、その場でトップが言ったことを部下がやらなければトップのメンツがたたない。こういう場を逆手にとり局長や担当といった事務方を味方に引き入れる。このことで、こちらが希望するレベルの優良企業を推薦してくれる。またシート票だとか新たなシステムをつくり、売れば双方にとって利益のある理屈付けと合わせていくともっとスムーズに進むのではないかと。

（宮城県）トップでなくとも課長級なりの事務方でやりとりを続けていたら本音を言い出す。米国ではなかなかそうはいかないかもしれないが、中国であればそれが先方の本音だろうと考えている。

（吉田氏）プライドを捨てるということについて、環日本海経済研究所で勤務していた際の自分

の失敗談を紹介する。先方は日本に出てくる気のある中国の企業。1社は日本にかつらの工場をつくりたいというもの、2社目は餃子のチェーン店。先方はトップに会わせてほしいと言ってきたが慣例から部長が対応した。ここでトップに会わせていたら先方もこちらの本気度を信じたと思う。

○ 大分市に伺いたい。武漢市の人口は980万、一方、大分市は47万人。このことに対する武漢市の受け止め方は？また大分市はさらにその関係を広域的にやっていく気があるか？

(大分市) 都市規模はかなり違うが、当初、武漢市の合併前で、10対1ならばよいのではという反応だった。大分に製鉄所があり、当時、中国の製鉄の近代化のため、200名規模で3年間連続して派遣しており、市民レベルで交流が始まった。広域的に行っていくことについては、県市連携して武漢市と湖北省とやっていこうということで進めている。

○ 武漢事務所の職員の構成や業務内容を紹介してほしい。

(大分市) 武漢事務所は業務委託をしており、スタッフは3名。人件費は出来高制にしている。当初、市から職員を派遣するという検討もあったが、派遣となると、職員の海外手当は組合交渉を経ないとできないことからスピード感が合わない。また、その当時の規則で中国では地方自治体の事務所はできないということになっていた。それぞれの都市に経営できる第3セクターのような組織があり、現地で人材を雇い、人件費の支払いは上限金額という形で契約し、出来高払いにしている。達成できなければ半額の支払いとなる。このことでモチベーションが高いまま維持でき、さらには、我々行政に多くの情報が入ってくる。市民協働という話になれば、文化芸術交流は市が主体にならず、市はただその環境をつくっていく。市民からこういう交流がしたいと要望があれば、我々が武漢市の外事弁公室と話をするのではなく、市民が直接、武漢事務所とやりとりをしているため、市は職員を増やしていない。ただ一つポイントを言えば、最初は武漢市に依頼をし、キーになる人をヘッドハンティングしてもらった。

○ 吉田先生にまとめをお願いしたい。

(吉田氏) 姉妹交流は一般市民から見ると友好親善、悪ければ無駄なものと思われがち。しかし方法さえ正しければ結果は出るものということをあらためて確認させてもらった。経済交流こそがこれからの刈り入れになる新しい姉妹都市交流の成果だと思う。是非、経済交流を姉妹都市交流の中で活かし、大きくして行ってほしい。

ⁱ 発展途上国に移転した生産技術がそれを供与した先進国の市場を脅かす結果となる現象。

ⁱⁱ ハサップ。食品の原料の受け入れから製造・出荷までの全ての工程において、危害の発生を防止するための重要ポイントを継続的に監視・記録する衛生管理手法。