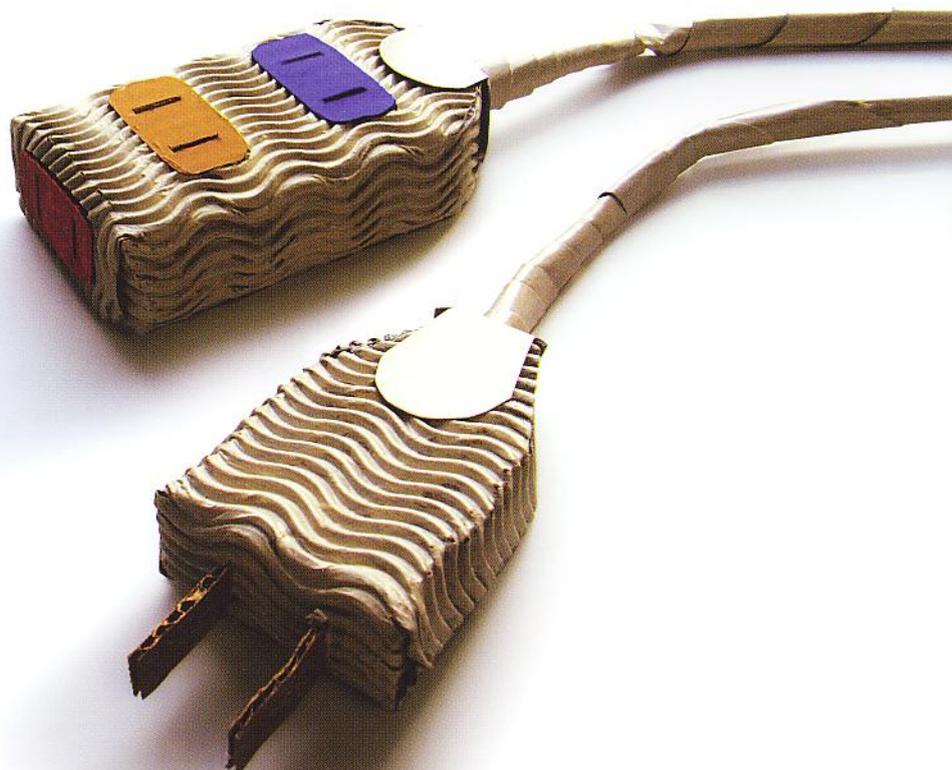


THE JOURNAL FOR DEEPER INSIGHTS INTO BUSINESS

季刊 ビジネス・インサイト

Business Insight

グローバルリーダー育成への 挑戦



NO. **80**
WINTER 2012

第79回 ワークショップ

世界の雑貨卸市場

イー ウー 義烏市場の興隆

日時／2012年9月30日(日) 13:30~16:00

場所／神戸大学 梅田インテリジェントラボラトリ

開会挨拶

プロジェクト全般と
義烏市場のDVDに関する企画趣旨説明

伊藤 宗彦 (神戸大学経済経営研究所 教授)

講演①

「闇市」から「雑貨の殿堂」へ
— 義烏システムの形成とインパクト

伊藤 亜聖氏 (東京大学社会科学研究所 特任助教)

講演②

義烏システムの仕組み
— 公民連携で新シルクロード計画へ

松村 勉氏 (株式会社グローバルトゥエンティワン 代表取締役、
大阪府立大学観光産業戦略研究所所長補佐 客員研究員、
一般社団法人兵庫総合研究所 理事長)

〈コーディネータ〉

伊藤 宗彦



義烏システムの仕組み — 公民連携で新シルクロード計画へ

松村 勉

(株式会社グローバルトゥエンティワン 代表取締役、
大阪府立大学観光産業戦略研究所所長補佐 客員研究員、
一般社団法人兵庫総合研究所 理事長)

Tsutomu Matsumura



はじめに

松村 グローバルトゥエンティワンの松村と申します。よろしくお願いたします。まず自己紹介からです。

私は学生時代、経済は当然、右上がりに成長するものだと信じて起業して、結果、そうならず、「失敗したな」と思いながら今日に至るのですが、もうかれこれ経営者として30年になります。そこで10年ぐらい前から「スモール・ビジネス・インキュベーション」というリスクマネジメント手法で、大きなビジネスは無理だけれども、小さなビジネスをたくさん作っていこうという中で事業を多角化してきました。そうすると、成熟期でもどれかがだめになってもアメンバー的にやっていけると思いました。そのうちの 하나가、実は今日お話しする義烏ビジネスです。インターネットで義烏に興味を持った人を、実際に義烏に案内し、買付けしてもらい貿易手数料として商品購入額の10%をもらうビジネスです。義烏の街の詳細については伊藤先生がお話ししてくださいましたから省きますが、約7年前、この街に始めて行ったときピッとくるものがあり、これから日本人もこの街に行くだろうから、「インターネットで調べた時に、うちの会社のWEBがインターネットの検索エンジンで一番上に来るようにしよう」と考え、いろいろやってきました。おかげさまで、今、内の会社のWEBが検索エンジンで一番上に来ています。これはこれで、どうやれば上位に来るかという戦術があります。WEBというのは、公情報をどんどん提供していけば、多くの人が集まってきて上位になるのです。これだけで1時間ぐらい話せる面白い話なのですが、今日は省いておきます。では、本題の義烏についてやっていきます。



義烏商人の精神

スライドを見ながら進行しますが、伊藤先生の話とダブっているところはどんどん流していきます。天秤棒を担いでいる人のことを向こうでは「ボウボウ」というのですが、これがこの義烏の街の象徴なのです。後でも出てきますが、やはり義烏は、貧しい町だったのです。なぜかというところ、おそらく、浙江省は台湾と近いので、政府は国営企業を作っても戦争でつぶされてしまうので、国営企業を作らなかったと思うのです。その中で貧しい農民たちが農業だけではやっていけないので、商売を考えた。びっくりする数字ですが、義烏のGDPは1984年に0.2億元で2011年は722億元ですから、約3,600倍成長しています。ここで注意すべきことは、この分、日本からビジネスを持っていわれているということを私達は認識すべきですね。

改革開放時代、鄧小平は、「全民皆商」と唱え、「豊かになれる者から先に富め」と国民全員に言いました。そして、中国人は皆な商売に走ったのです。地方では役人でもビジネスに詳しいです。彼らの思いは、地元企業を伸ばして役所もインセンティブとして利益を上げようという考えです。公民連携ですね。その中でキーワードが「行商」です。この行商が、実は、義烏の文化であり、義烏が成功した秘訣です。義烏は僻地の田舎ですから、待っていても何も来ない。だから、自分達から全国を回っていくのです。義烏人は、自分の足でモノを売って回り、消費者の生の声を聞いて、売れる商品を見つけました。いわゆるマーケティングですね。今、世界中でなぜ義烏の商品が売れているかというところ、中国全土に限らず、世界中に義烏商人、浙江商人がいるからです。この精神が大事です。これは宋時代から中国で続いている文化でもあります。

これが伊藤(宗彦)先生からご紹介があった212カ国

から毎日20万人訪れるという世界最大の卸売市場「福田市場」の全景です(写真①)。1軒3分かけて回ると1年半かかるビッグスケールです。また、義烏には、卸売市場だけでなく、インテックス大阪を超える展示場もあり、街全体が卸売りの博覧会化しています。これは、国際展示区ですが、最近ではこういう近代的な建物が3期、4期と増設されていて、毎年、何千軒の店が増えています。これは、住宅区のスライドですが、住民生活も、こういう緑に包まれた公園などで風光明媚な中、豊かに暮らせるように政府は開発計画を進めています。

写真①



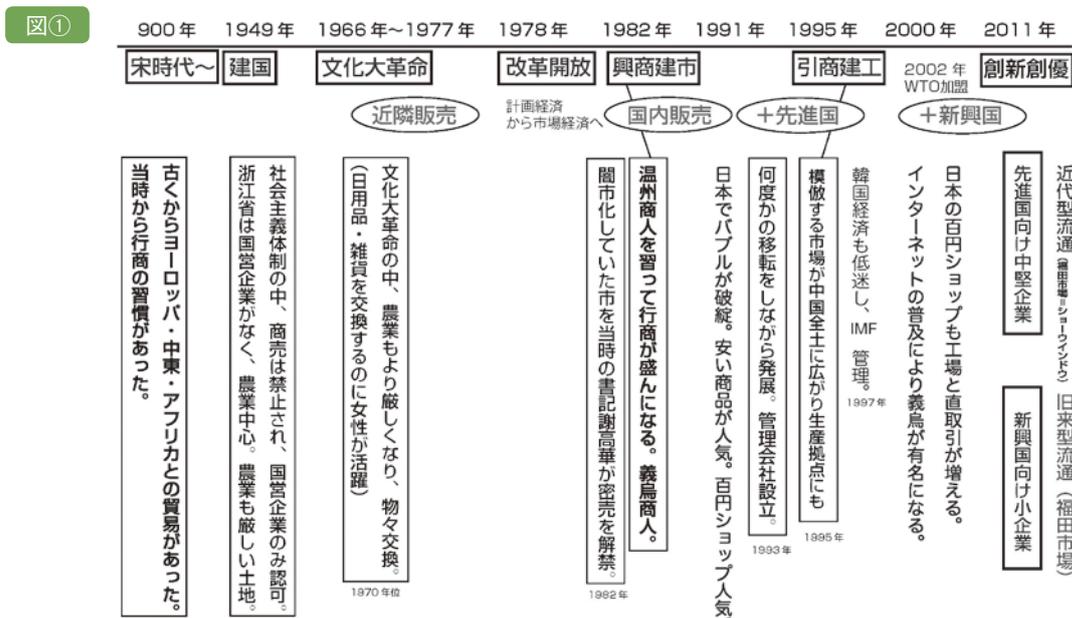
義烏で有名な言葉に「鶏毛換糖」というのがあります。義烏の人々は貧しい生活の中、鳥の羽などを行商で砂糖等にかえて、貧しい農業生活を補ってきました。つい30年前です。

また、義烏の人々が良く言う言葉に、「四千精神」という言葉があります。これは、「至る所を歩き回り、口を酸っぱくして商品を勧め、あらゆる方法を講じる、百万手を

尽くす、ありとあらゆる苦勞をしてやっていくということですね。義烏の地元の人には本当に勤勉で真面目です。しかしながら、先ほどの話にあったように、義烏の商品は不良品などがよくあります。これは経営者の問題ではなくて、手作業でやっていますから、中にはサボる人が出てくるのです。義烏の経営者そのものが、悪意をもってだますようなことはほとんどないです。また、彼らに言わせると、世界中で日本人が一番、商品にうるさく値段も値切ると言います。世界の感覚からすると、日本人の思う不良品は世界では不良品ではありません。

義烏市場の発展のプロセス

義烏の場所は、台湾から近い浙江省。義烏はこの浙江省の省都杭州から奥地にあります。浙江省はほとんど山なのです。だから、農作物もそう豊かにできません。そうした中、昔から山と山とを渡る行商があり、昔は、シルクロードの一端を担っていたかもしれません。後ほど話しますが、浙江省では、宋時代から行商や貿易の歴史が確認されています。このスライド(図①)は、大まかな中国の近代歴史の流れですが、1949年に建国されて、1966年に文化大革命が始まって国民の生活は厳しく貧しくなります。この頃から物々交換が義烏でも活発化してきます。1978年に改革開放があって、先ほど伊藤(聖聖)先生からお話がありましたように、その街の書記さん、謝高華氏がこの場所で商品の物々交換や売買しても良い



と認め、そこから義烏の街が急激に発展していきます。まず、中国国内の卸売市場へと発展するのですが、何度かのターニングポイントがありました。日本では1991年にバブルが破綻してしまいます。日本人はそれまで高級品志向でしたが、急に安くて良いものがないと言い始めました。100円ショップが生まれたのがちょうどこの1991年です。そこからダイソーさん等、いろいろな会社が100円ショップを展開して、1991年から最初の5年、10年ぐらいはこの義烏の街もそういう日本の100円ショップの仕入れでかなり賑わっていました。その段階で、中国政府も、さらなる可能性を感じて大きな投資をしています。

ただ、1995年ぐらいになりますと、中国各地で義烏市場の模倣が始まります。義烏と同じような市場が各地に出てきて、そこで、義烏市人民政府は危機を感じ、自分たちもモノづくりをすべきだと思い始めました。もう一つは、やはり自分たちでモノを作った方が安いからです、商売人も自然にそういう流れの中で、義烏はだんだん生産拠点にもなりました。この流れが起こった1995年ぐらいにできた民間会社が義烏には多く、今では、何千人規模になって、億万長者になっている人がたくさんいます。ちなみに義烏は、ベンツやBMWの人口あたりの販売台数ナンバー1です。中国一ということ是世界一ですね。そして、そこに、1997年にIMFがあつたりして、2000年ぐらいになるとインターネットも普及して、政府はICT戦略の前面に乗り出し、さらにいろいろなバイヤーが来るようになりました。

義烏のGDPが自然とうなぎ登りになったというよりも、常に国内や世界経済を見ながら政府が、積極的に施策を練っていき、それらが成功して今の義烏があるのです。義烏市人民政府が掲げる人民向けのスローガンを見ると、その流れが如実にわかります。「興商建市」とか「引商建工」です。いわゆる「商売」で発展させる時期、その次は「工業」で発展させる時期など。今は「創新創優」というスローガンでやっています。国内市場で成長を遂げ、日本のような先進国を狙って成長をとげる。そして100円ショップの商品は、中々、壊れませんから、あまり売れなくなってきました。そして、今、「新興国市場」狙いです。だから、義烏には、今、アフリカ人や中東の人がたくさんいます。これは、BOPビジネス「Base of the Pyramid」といいます。福田市場は多くの零細卸売店と中堅企業に分かれています。中堅企業になった所は、多くは大手デパートやスーパーなどを販売店とする近代型流通ビジネスに流れていっています。しかし、福田市場は、先ほど申しましたように、世界中でまだたくさんある二次卸売市場に卸していくという機能、市

場の問屋市場の機能を呈しています。このように大きく義烏の商売人は二分化していきました。また、政府がそういうふうには誘導していることもよくわかります。

写真②



これが「貨郎図」というものです(写真②)。行商人を800年代、900年代から書いている絵がたくさんありますが、義烏の商人は伝統的な「天秤棒」を持って回っているのです。昔から、華僑が唐人街というチャイナタウンをアジアやアフリカなどその辺に作って回っている文化があったことがわかりますね。

繰り返しますが、義烏モデルの特徴は政府の強い力による公民連携による発展誘因が大きいのです。日本の政府とは違って、中国には、選挙も議会もないですから、政府は絶対的な力を持っている。その中で政府が次は何が儲かるか、どうあるべきかを的確に判断し民を引っ張ってきています。そして、それらを後押しするような政策も多く仕掛けています。この流れをもって、農民から露商へ、露商から市場へ、市場から工場へと民が成長してきました。もちろん、そこに勤勉な義烏人の気質があったことも発展の要因です。

政策の一例では、一流ホテルなども高い水準なものを建設し、安い料金で泊まらせるような政府指導が行われています。高速道路や空港も国と義烏人民政府の力で急ピッチで実現しました。さらに、鉄道は来年にはさらに高速化し、1時間強で上海から1,000円ぐらいで行けるようになります。政府は、教育面でも国際商業サービス都市としての人民教育を行ってきました。大学も設立しました。さらに、コンベンションセンター、展示会開催、税関や物流施設の整備、ICTといったものも政府が行っている政策です。6万軒の福田市場を管理する中国小商品城集団も義烏市人民政府が設立し、今や上場まで果たしています。そして、何より、優秀な経営者を個別に育てあげています。企業の人たちと話をしたら、全員が政府の人と仲がいいのです。なぜ商売を始めたのかと聞くと、政府の人が「支援してくれる」と言ったからだ。それが手取り足取りで、成功した。私が世界中に取引先があるのは、市

役所の何々さんのおかげだと言うのです。こういった政府の支援で、義烏の企業は商品開発、流通開拓など、大きく成長してきました。義烏の成功は、このように政府のきめ細かな動きが導いてきたのです。

義烏市場の構造

義烏の会社が捉える流通系統は、前述しましたが大きく二つに分かれています。一つが福田市場を代表する市場です。取引先は、中国国内の2次市場、あるいは中国国外の2次市場です。義烏の人、浙江省の人が各地に行って2次の卸売市場をつくってきたのです。それでどんどん広げていっているという流れがあります。旧来型市場流通ですね。義烏に日本人が少ないというのは、商品が主にこうした旧来型市場流通、新興国向けだと言う事ですね。もう一つが、中堅企業による近代型流通です。工場と直接取引していますから、なかなか福田市場ではビジネスになりにくい。だから、福田市場は、ショールーム的に福田市場に出店しています。この二つの中の他、最近、福田市場で、ニッチマーケットに目をつけ成功している日本人も増えてきています。義烏では、人件費が大体月1~2万円ぐらいです。福田市場での仕入れは、最低3万円ぐらいから誰でも仕入ができます。前金3割、納品時7割です。3割で材料を買って、田舎の方に行って自分たちで内職で作って納品時に7割もらうというのは福田市場のもともとのスタイルです。

旧来型流通で伸びている優秀な経営者が、政府が大きな流通とのパイプをつないでくれたりします。そして、スーパーや百貨店などに卸すことができた会社は大きな工場になっていき、中堅企業となり、近代型流通ビジネスになっています。最近では、こうした中堅企業取引を目的に、カルフルやウォルマートなどの世界的スーパーも義烏に仕入れ拠点を作っています。

そうした中で、最近、面白い傾向も出てきました。先日、来日していた義烏の社長はこう言っていました。「今までは中国に旧来型市場流通で、近代型流通がなかった。でも私たちが中国国内でその近代型流通のルートはこの二十年で作ったから、それは外国企業にとってもこれから大きな市場になる。日本企業が今まで売ろうと思っても売れなかったけれど、私の会社を通してくれたら中国全土の近代型流通、すなわち、デパート、百貨店、スーパー等に卸すことができる」ということを言い出しました。日本の企業が中国で物売ろうと思ってもなかなか近

代型流通ルートがなかったのですが、こういった義烏の中堅メーカーは最近、中国全土の大手に流通ルートを持ちます。このルートを利用して、世界の商品を流通させることも、今、義烏市人民政府が支援しているらしいのです。中国の新たな国際物流のハブづくりです。

次は、教育に関してですが、政府はサービス業教育にも非常に力を入れている育成してきました。商売や工業の商工学院という大学を市政府が経営しています。インフラ整備も、やはり1949年ぐらいから常にインフラ投資を政府が継続的に実施してきているのです。いわゆる1992年ぐらいまでは中国国内の改革開放ブームにのり、日本のバブルが崩壊すると、日本や韓国の100円ショップで日用品、雑貨が飛ぶように売れて、これはいけるという中で鄧小平氏が義烏に来て、一気にものすごいお金を投資して、1993年から2002年まで大きな成長を実現しています。その後、2003年ぐらいから少し引いたりして、今、切磋琢磨しながら、再び、拡大路線に走っています。

物流拠点についても面白いのですが、内陸部で税関がある街は恐らく義烏だけだと思います。政府は内陸部に輸出用の税関まで建設しました。物流のワンストップサービスです。面白いのは、たとえばEMSというのは国際宅急便です。大体、向こうで買うと2日ぐらいで4,000~5,000円ぐらいで段ボール1箱が日本に届きます。義烏から送ると上海、北京の半額ぐらいなのです。これは義烏商人が大量輸送をもとに価格交渉しているから実現しています。だから、上海や杭州の人は日本に近いのにわざわざ義烏までに持って行って輸出するという話もあります。弊社では、タオバオという楽天ショップみたいないろいろな商品を買う代行商売もやっています。検索の通訳で日本語の好きな言葉を入れておいて、それを翻訳で中国語に入れ替えて、それをタオバオに入ると山ほど商品が出てきます。値段は恐らく日本の10分の1ぐらいです。でも、それを日本からでは送金もできないし送ってもらうこともできませんから買えません。そういったものを商品代の5%の代行手数料で、国際宅急便で2~3日で送りますというビジネスです。義烏では、そういったビジネスモデルも増えていて、これも物流が安くできることによる集積効果だと思います。弊社もこのビジネスを強化しています。

義烏の交通についてですが、飛行場ができたり、新幹線を走らせたり、来年には、さらに高速化し、上海から義烏へ1時間強、どんどん利便性も高まっています。また、雑貨、日用品の国際ハブ政策を強化するため、大型博覧会(展示会)も年数回やって、自家用ジェット

機やクルーザーなどの販売もされています。

このスライドは義烏商人が中国全土でやっている2次卸売市場です(図②)。少し古いデータですが、数十カ所。1990年のデータでもこれだけの義烏の卸売市場があり、義烏で仕入れたものを行商で売りに行って、そこに2次市場を作って展開しているということがわかります。義烏の会社は女性社長が多いです。そして、ご主人が工場長です。これは、行商に回って何が売れるか考え、商品を作る感性が豊かなのは女性が優れていたということでしょうか。また、日用雑貨分野という理由もあったのでしょうか。そして、ご主人は工場を守って、その商品製造や労務管理をしたりしていました。その名残があるから、義烏では、今も女性社長が多く、ご主人は工場長で、奥さんの社長が日本やヨーロッパなど世界に売りに回っているというパターンをよく見かけます。

世界における義烏市場を見てみると、中国人は、ヨーロッパに六十数万人、北米で三十数万人、アジアで十数万人、アフリカに1万人、東アフリカだけでも中国全体から10万~15万人が貿易や商売に行き世界で市場を建設し、商売をしています。これらの多くが、行商文化がある「浙江商人」です。いろいろな地縁、血縁のネットワークを駆使して、世界で商売をしていることがわかります。温州商人に代表される華僑もそうです。

義烏には韓国村やイスラム村などのエリアがあります。イスラム寺院、モスクもあります。義烏には、3万5,000人もイスラム教徒が住んでいるのです。これも実は義烏市人民政府の政策なのです。イスラム商人がポイントですね。ドバイも一つのキーワードです。中国からドバイまで商品を持っていき、ドバイからダウ船という帆船でアフリカの各地に商品を輸出しています。だから、いったんドバイに行くのです。その商売をやっているのが中東商人です。これは、宋時代も広州に多くのイスラム人がいて、多くのイスラエル人が住んで、その時代から中東貿易をやっていました。それを広州から義烏に持ってこようという中で、中国最大のイスラム寺院を義烏市人民政府が支援して建設したのです。義烏にイスラエル人が多く移住しています。これも

図②



1990年のデータで、約7,000人の義烏商人が中国全土で商売

一つの政策ですね。義烏市人民政府はいかに街を発展させるかの具体的政策を掲げる人民会議を年1回開催しています。

では、義烏市人民政府というのはどんな所かと思いますが、立派な市役所が市内8カ所にありまして、市長さんも書記さんも40歳代でとても若いのです。たとえば女性の外事弁の主任、日本で言う局長のケースですが、彼女は20年前国際課に1人しか市職員がいなかった時代から、義烏の企業の商品を世界中で売って回ったのです。彼女は「私があの子の商品を世界に紹介し、売上を100倍の100億にしたのだ」と平気で言っている。彼女は、市内高層マンションの最上階に住んで、ご主人はビジネスチェーンを運営していますが、そういう役所の勝ち組が多く出て、どんどん若い人がそれを目指して頑張っています。

これは福田市場の「義烏インデックス」です(写真③)。

写真③



中国人は「世界一」が好きです。物価など日用品の指数を中国から世界へ発信しようという中で、中国政府と共同で作っています。これが上がれば景気がいいし、これが下がれば景気が悪いとかいった世界経済の指標を中国政府が動かしています。また、福田市場の日用雑貨市場の健康診断にもなります。福田市場がきっちり利益が出ているかを出展主の人が知るためにも、この「義烏インデックス」は機能しています。新たな市場が拡大した時に、成り立つかの指標にもなっています。

福田市場でたくさんの商品が売れたら、その商品の部品を創るエリアも義烏の街中にあります。加工工場も山ほどあって、特に女性の力を生かそうという中で、内職も多いですが、義烏市人民政府の訓練基地政策によってもこれらが成長してきた歴史があります。近くの金華市がプラスチックの金型などを作れる街であったので物が作り易かったといこともあったかと思えます。

話が少しそれますが、福田市場の中では日本製品も実はたくさん売られています。富裕層が出てきて、高くても日本製の方が安心だという中で、大阪のアクリル関係の会社が出店したり、あるいは日本製のコーラ飲料やジュースなども売られています。コーラ飲料は中国製は15円ぐらいですが、日本製は300円です。向こうの富裕層は300円でそれを買って、私は15円の中国製コーラ飲

料を喜んで買うという不思議な空間になっています。

証券市場も、山谷はありますが、基本的に多くの中国人が夢中です。勢いに乗っています。昔の日本人経営者が、経営者は、本業、株、不動産の3本柱と言っていました。まさに、同じ状況です。

ここまでの話をまとめますと、とにかく、何をしてもスケールが違いますね。中国人は普段から世界を見て商売しています。生真面目で平凡な毎日を送りがちな日本人とは違うということです。大陸的なダイナミックさ。義烏には、まさに今から成功を掴むぞというエネルギーがあります。義烏人の富裕層の生活はというと、家には豪華な家具がありますし、市役所のある次長さんのマンションは高層階にあって、13、14、15、16階と階段で4階までつながって600平米です。そして、屋上は街を見下ろせるテラスがあります。しかも、それは平日のマンションで、週末には郊外に家があると言っていました。非常に優雅な生活です。街には外車もたくさん走り、ブランドショップもあるし、外資のスーパーもあります。このスライドは、夜、市役所の人が連れていってくれたクラブ等、義烏の人々の生活の様子が見える写真です(写真④)。若い人が言うクラブの方ですよ。昔の、日本でいうディスコです。スライドのように日本のバブル期のマハラジャ状態で、朝まで満員で踊りまくる感じです。本当に活気があります。

写真④



義烏市場の多様な企業

次は、義烏の企業の紹介です。先にお話したように、政府の政策で1995年ぐらいにできた企業が多いです。中堅の工場は大手流通等に流しているところが多いですが、義烏市人民政府が営業して大手の流通に流しています。もともと中国のデパートやスーパーなども国営でしたから、政治力を通じて入っていけるということもあります。

新光飾品はアクセサリーメーカーで、もともとスワロフスキーのOEMをやっていたのですが、その技術をもって自社で展開して、歌姫として有名なセリーヌ・ディオーンと契約の上、商品開発して世界に販売展開を始めています。女性社長周さんは、ロールスロイスに乗って千棟規模のマンション開発にも乗り出し、95年から世界で1,600店舗作って展開されています。最近では、義烏の特区申請を自ら温家宝首相に出し、義烏が特別発展市に認可されました。彼女は、人民代表、日本でいう参議院議員の立場でもあります。

工場についてですが、これも先ほど話がありましたように、実際多くの工場は内職みたいな感じで、決して近代的には見えません。人がやっていますから、サボる人がいて、たまに不良品が出てきます。でも、検品にも力を入れ、品質が高い会社と評価されています。悩みは、雇用の問題です。労働者が、いったん2月に帰ると3月の旧正月明けには帰ってこないというようなことがよくあり、その繰り返しが悩みでもあります。

次は、伊藤(亜聖)先生のお話にもありましたが、この義烏の市場や義烏でどれぐらいの額が動いているかということです。先ほどのインデックスの実数値や政府発表のGDPにも実は私は疑問を持っています。なぜかという、義烏では、多くの店が裏で取引もしているので領収書を切らないケースも多いのです。また、まだ、政府の未登録で商売している事業者も多いです。義烏市人民政府も実はそれをわかっていると思います。でも、厳しい税務調査はありません。だから、多くの人が集まってきます。人口は70万人ですが、実際には210万人ぐらいいるというのはそういう背景もあるのです。日本で言う「楽市楽座」ですね。そこで、私は換算したのですが、コンテナの輸出量というのは確実に伝票を切っているからまともな数字です。政府の発表では、それが日に1,600個で、年間57万6,000個出ているのです。うちの会社で40フィートの商品を扱うときに、コンテナにいろいろ入れますから300~400万円ぐらいの費用分です。300万円×57万6,000個とすれば、1兆8,000

億円ぐらいです。だから、公表されている5千数百億円と比べますと、3分の2ぐらいは多分裏取引になってしまいます。これが輸出ですから、この分だけ同じだけ輸入もありますから、おそらく義烏の貿易量総額は実際は3兆円ぐらいだと私は考えています。

この山積みのネクタイのスライドを見てください(写真⑤)。一般的な商品で大体60円前後のネクタイを、うちの会社のような代行会社が案内して、買い付けや検品をして、総額の10%をくださいというように、代行会社が10%、20%もらって、輸送費と通関費用があって、日本に300円、400円ぐらいで入ってきて、デパートで700円、800円で並んでいます。よくある700円、800円のネクタイは向こうでは50円とか60円とか70円で山積みのように置かれているものが日本に入ってきているわけです。日本のネクタイ産業が衰退していった理由がわかりますね。

写真⑤



インターネットも、Wi-Fi 拠点に公衆電話のようなボックスがあって、そこでWi-Fiがつながるのです。それで商品を見ながらうちのスタッフが写真を撮ってそれをお客さんに送るというようなことをやっています。高速インターネットも沿岸部ではかなり普及しています。

ここからが面白いところです。先ほどありましたように、アフリカ人やイスラム人などがホテルでもたくさんいますから、なぜだろうとずっと考えていたのです。式典に出てもそういう各国の大使などがたくさん来ています。彼らが、義烏の人からコーラ飲料の話聞いて、コーラ飲料というのは実は義烏などの商売をまねしているのだと言うのです。他のメーカーで世界中に流通しているところは少ないと思いますが、コーラ飲料は世界中どこに行ってもあります。それはなぜかという、コーラ飲料は新興国ではこういう行商をやっているとのこと。どこかの集落に行って、「卸してあげるから、商売をなさい」と言って、未開発地域にも回らせて世界中に入っていく。

これが義烏商法と同じだと言うのです。同じことを、義烏の人は、アフリカでもやっています、私は「商品の質をもっと上げろ」と義烏の書記や市長にいつも言うのですが、彼らは「貧しい人の生活の成長もこれから大きなビジネスになる。世界の貧しい人たちも義烏の製品で豊かにするのだ。コーラ飲料も世界のすみずみまで入って行って、人々に満足を与えている。われわれも昔は貧しかったが、義烏人が作った商品で豊かになってきた」と言います。というのは、少し話はそれますが、世界中で26億人がトイレのない生活をしています。インドでは13億人のうち半分が家にトイレがありません。そういった人々に生活用品を安く卸してあげる。これが市場や行商による旧来型流通なのです。そういったことが義烏人によって行われているのです。余談の笑い話ですが、インドの新聞によると、最近のインドでは結婚するにはまずトイレのある人と結婚することが夢だというのが話題になっています。私たちは、あたり前の近代的な生活だけで社会を見ているが、もっと世界の人々の生活を見るように視野を広げなければなりませんね。

このように、義烏市人民政府もアフリカなど、新興国市場に非常に力を入れて、毎年、各国の大使も博覧会に多く招いていて、去年も展示会でアフリカから非常に多くの出展者が出展し、次の時代のビッグマーケットと言われるアフリカとのパイプを広げています。

最近では、義烏市の市長が「新シルクロード構想」について言っています。これは、今申しあげましたように、中国から中東、アフリカへいろいろなもの売っていき、新ユーラシア圏を作って再び巨大な経済圏を創造していくという構想です。宋時代の文献を見ると、その当時でも乗組員100人とか200人ぐらいの船が毎日行き来して、中国からアフリカや中東に物を運んでいま

た。今、義烏の商品はドバイに行き、ドバイからダウ船でアフリカの各地に流れています。だから、中東の人は義烏にたくさんいますし、アフリカ人も義烏に多くいます。また、ドバイにも市場があり、ここでも売っています。ドバイ経由で、アフリカの各地域に輸出しているのです。クリークというドバイの街にダウ船という物流船が多くあって、大体このダウ船でアフリカ各地にイスラム商人らが物流させています。そういう歴史が今も続いているのです(写真⑥)。

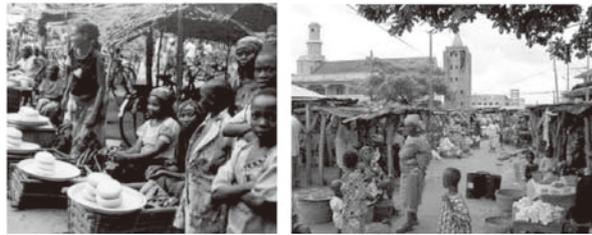
私は、主にビジネス世界の間人ですが、研究活動も進めるにあたり、義烏について色々、調べています。今日、義烏を研究する研究者は少ないです。しかし、アフリカの日用品とかアフリカの雑貨の流れを調べたら、義烏の情報が多く出てくるのです。アフリカの研究をしている人は多くの中国の雑貨輸入の街、義烏のことはよく知っています。2000～2011年の間にアフリカと中国の貿易総額は100億ドルあった貿易が、今、なんと1,600億ドルになっています。それは、中国政府がアフリカへパイプを広げているからです。それを詳しく見たとき、アフリカから中国は「原油や資源」、中国からアフリカへは「日用品や雑貨」、ほぼこれらが同じ額で、この10年間、伸び続けています。中国からの輸入商品が雑貨・日用品。すなわち義烏からなのです。中国は、アフリカから資源を輸入して、ほぼ同じ額、日用品、雑貨を輸出しています。中国としては政策として貿易は大事ですから、あのような「義烏インデックス」も作って常に経済状況をチェックしています。明らかに新興国への展開は「国家戦略・都市戦略」であることがわかりますね。

アフリカでも、一部大都市などでは近代的流通も広がっていますが、このスライドは一般的なアフリカの市場の写真です(写真⑦)。やはり、「近代的流通」ではない

写真⑥



ですね。昔ながらの市場です。だから、いかにこういう町の市場へ卸して売るか、それは市場から市場への旧



来型流通です。日本でも、戦前などは、近代型流通がなかったと思うのですが、同じよう旧来型の行商や市場から市場の流れで商品が流れているのです。また、これが世界の商品流通の約半分以上、70億人のうちの40億人ぐらいの生活という現実です。グローバルに流通を考えたとき、近代型流通だけでなく、旧来型流通も考える必要がありますね。このスライドが、義烏の人たちや中国の人たちがアフリカの進出しているデータです(表①)。丁可先生の論文からの引用です。義烏商人は、アフリカのこれだけ多くの街で卸売市場を作り活動しています。最近、アフリカでは「中国はアフリカのためではない、中国のためにアフリカで活動している」と言われたりします。つまり、あまりよくは思われていない一面もあるようです。アフリカ人に言わせると、日本製品の方が良いけれ

ど日本人で売りに来る人は少ないし、日本の良いものはなかなかアフリカに入ってこないと言います。だから、今日の講演で、皆さんに言いたいことですが、日本人も大きな視野を持ち、日本人が、中国で商品を製造しても良いのですから、アフリカで商品を売っていくなど、グローバルにビジネスに取り組んでいくべきです。

最近、うちのお客様で、ある若い起業家の方に同じ話をしました。大学を卒業した彼は、実際に、中国で日本のデザインで日用品を製造し、ケニアで売っています。これらが、まさにこれからの日本の勝ち組のあり方です。日本人だから日本に持ってくるのがビジネスという発想が間違っていて、日本人も「日本商人」あるいは「関西商人」という形で、世界で仕入れて、世界で売ようなビジネスを考えていかなければいけません。狭い日本だけで物事を考えるから、暗闇にいるのです。世界を見ればチャンスはたくさんあります。まさに、新興国もそうです。視野の転換が大切です。私も友人に「アフリカにチャンスがある。早くアフリカに來い」と言われ、この前、ネットで航空券を調べたら、今ケニアまでたった5万円で、往復で行けるのです。アフリカとは遠く感じますが、5万円と聞くと、近く感じませんか。やはり発想を変えなければいけないと思います。いつのまにか、私たちは自分の、あるいは、会社の視野を狭め、自分たちで隅に追いやっています。

こうした新興国ビジネスをBOPビジネスと言います。ミンガン大学のC・K・プラハラード教授が「ネクストマーケット」という著書の中で、年間3,000ドルで生活している人が40億人いる、そういった人々が次のマーケットになるという発表をされています。義烏の人々がプラハラード教授の研究を知っているかどうかかわからないですが、義烏の人は実際にBOPビジネスを展開しています。また、義烏には、新興国のバイヤーが多く来ているので、そのル

ートを通じて商品を売りに行けばチャンネルになります。私は義烏はBOPビジネスのハブであると思っています。BOPと言われる40億人の8割ぐらいが中国、インド、アジア、アフリカの人です。だから、義烏を押さえることがBOPビジネス成功につながるのです。

浙江省の専門市場についてご紹介します。浙江省には専門市場がたくさんあり、いろいろな政策が行われています。その省都の杭州は観光地で杭州は、

表① 中国人により開設されたアフリカの「市場」

地域	国	都市	市場名	開設者
西アフリカ	ガーナ	アクラ	ガーナ中国友好商品城	福建商人
			中国商城	義烏商人
	ナイジェリア	ラゴス	中華門商業センター	義烏商人
	ギニア	コナクリ	中国温州商貿城	温州商人
中部アフリカ	カメルーン	不明	温州商城	温州商人
南部アフリカ	南アフリカ	ヨハネスブルグ	中国温州商城	温州商人と香港商人の共同出資
			中華門商業センター	義烏商人
			香港城	香港商人
	ナミビア	ウィンドフック	中国城	不明

丁可 調べ

西湖など静かな景観の他、文化的にも素晴らしいところですが、浙江省には、紹興、諸暨、金華、温州、台州など、專業集積市場として成功した地域が多くあります。貧しい農民が努力の中、この2～30年で大成功を治めたエリアです。日本の一村一品運動を参考にした素晴らしい地域振興で成功を治めました。

こちらは、今私が日本に誘致しようとしてやっているナンバーバルのショーですが、これもまた、予想を超えるダイナミックなショーです(写真⑧)。西湖のほとりやテーマパーク内の劇場で、何百人の舞踊団がこういうレーザーや特殊効果を使って、また、劇場内では、時にはステージが滝となって水が流れ、杭州の歴史や恋愛ドラマを演出したロングランのショーです。毎日行われています。なんと600万人の来場者数です。一人3,000円の入場料としても興行収入180億円なのです。本当に想像を絶するショーです。毎日、公演があり、中国全土の人、世界の人が見に来ています。日本もこういったスケールのあるものやっぺいかないとだめです。中途半端では、世界の観光客には通用しません。日本は何でもスケール感が貧弱です。先日、杭州に連れて行った専門家は「こんなものは日本でもできる」と言っていました。私はそうではないと思いました。様々な技術は確かに日本が高いです。しかし、こうした世界を相手に180億円もの興行を行える人、リスクを負える人は、なかなか日本にはいません。そこが問題なのです。だから、小さいコソコソしたことをして悪循環を繰り返しています。

これは横店映画村ですが、これも何と総工費21兆円で1,500ヘクタール、甲子園球場の1,500倍の大きさの映画村を建設しています。全て、実在サイズ。本当、スケールが大きいですね(写真⑨)。

本題に戻りますが、義烏で日本人が、どんな商売の人が儲けているかの疑問ですね。うちのお客さんの中で最近の傾向です。守秘義務があるので詳しくは言えま

せんが、最近、レーザーやハエを取る電気ラケットなど、アイデア商品は売れていますね。テレビ番組「シルシルミシル」でも取り上げられていたサン宝石という会社は、もともと山梨県の宝石業だったのですが、小学生・中学生向けの安いビーズなどの会社をインターネットで作って、子どもたちの間で有名になりました。義烏にも工場を作り、年商何十億円までなったそうです。あるいはUFOキャッチャーを発明した大阪の会社は、義烏で景品用のぬいぐるみを仕入れ急成長しました。また、最近では携帯などのデコレーションや、美容関係の美肌ローラーもヒットしました。ある会社は、1アイテムで200万個売れたらしいです。そうすると、200万個×1個あたりの利益200円で、幾らになるかわかりますね。4億円。いずれにしても、ニッチマーケットですね。毎月釣り竿を買いに義烏に来て、ネットで販売し、月に百万円以上利益を出している若者もいます。義烏の福田市場の魅力は個人でも、先見の明があれば、一気に億万長者になれる可能性を秘めています。

まさに、「義烏ドリーム」。義烏は今、新たに創造商品開発研究センターを建設するなど、新たなステップに向けて進んでいます。最近では、日本人の技術者を雇い始めた企業もあります。また、五つ星ホテルもできまして、さらにリゾート、あるいは国際金融街というのを作ろうとしています。来年にはできていでしょう。本当にすごい行動力です。もちろん、政府には絶対的な力があるので、許認可手続きなど敏速なるスピードで、できるという利点もあります。でも、わずか数時間で日本から行けるこの義烏。費用も数万円ぐらいで行けます。この近いすごい義烏のことも、知らない日本人が多いことに危機を感じています。今こそ、私たちも「グレートリセット」。新しい挑戦をしていかなければなりません。皆さん、これを機会に是非、義烏に行ってみてください。ご清聴、ありがとうございました。

写真⑧



写真⑨



Business Insight

季刊 ビジネス・インサイト

共同編集



現代経営学研究所 / 神戸大学大学院経営学研究科

ISSN 0919-4118