

ウズベキスタン

勘所は外貨決済管理

ジェットロ タシケント事務所長 下社 学

「外貨決済をいかに管理するか」。ウズベキスタンとのビジネスの勘所はこの一点に尽きる。総人口に占める生産年齢人口比率の上昇が続く人口ボーナス期を迎え、今後は消費拡大が見込まれる。市場の魅力は確実に高まりつつある。一方、依然として厳しい外貨規制が続き、これが参入の障壁となっているのも事実だ。しかし、工夫次第では難攻不落の市場も攻略できよう。

市場としての魅力高まる

筆者は2014年夏から首都タシケントに駐在している。00～06年に続き2度目。この10年間の変化を肌で感じる日々だ。当地の変化は大きく絞って次の三つ。一つ目は人口の増加。2000年代初頭、2,500万人前後だった人口が15年初には3,100万人を超えた。50年に3,600万人というピークを迎えるとみられ、21世紀中は3,000万人台をキープする見込み。まさに人口ボーナス期の真っただ中にある。

二つ目は中間層の台頭と消費拡大。道路を走る国産車のラインアップは高価格帯へとシフトした。ブランド品を扱うショップや大型スーパーが増え、おしゃれなレストランは地元の顧客でにぎわう。可処分所得比率は住宅ローンや保険、貯蓄、各種公租公課などが大きなウエートを占める日本よりも圧倒的に大きい。モノの形で資産を作り、運用しようとする国民性が購買意欲を一層加速させている。現地通貨スム建て所得は、対ドルで見るとその価値がどんどん下がっていくからだ。

三つ目は私企業の興隆。10年前までは地場企業からジェットロへ寄せられる問い合わせといえば、繊維機械購入に当たって円借款や輸出信用をどうやって引き出すかという相談が多かった。最近では自己資金で設備一式の導入を検討するウズベキスタン人が相談しに

やってくる。ソ連時代を知らない、西側スタンダードと英語というビジネスの共通言語を身に付けた若い起業家も育ちつつある。

厳しい外貨規制は今なお

このように市場としての魅力と潜在性の高まりを実感させられるウズベキスタンではあるのだが、頑迷なまでの外貨規制が相変わらず日本企業参入の大きなボトルネックとなっている。例えば、日本のサプライヤーが支払い条件として要求する100%前払いは、この地では制度上、履行不可能だ。L/C（信用状）も機能しない。商材とともに税関に到着したWay bill（運送状）に、税関の確認の押印がなされたものを輸入者が銀行に持ち込んで、初めて決済手続きが行われるからだ。リスクはサプライヤーが負わざるを得ない。

さらに、輸入者が決済に必要な外貨を調達できるかという問題が立ちはだかる。銀行での外貨購入はクオータ（交換枠）が存在する。クオータがあったとしても履行されるとは限らない。数万ドル規模の外貨購入に数カ月を要するといった話はいまだ普通に聞かれる。詰まるところ、支払いの必要に迫られた輸入者は闇市場での外貨購入を余儀なくされる。レート差額は当然、国内価格に転嫁されるわけだ。無駄な消費財の購入に貴重な外貨は充てられないといった、政府のブレない方針は一理ある。しかし、1991年の新生独立後、四半世紀が経過しようとしている。基礎的な経済基盤が立ち上がって久しい今日、硬直的すぎる印象は否めない。

では、この新興市場を傍観する以外にすべはないのか。そうではない。手段はあるのだ。参入に成功している企業に共通するのは、外貨決済の上手なマネジメントである。



T-SOD は外貨収入で持続的発展が可能なビジネスモデルを構築

外貨獲得が可能な輸出を視野に

まずはウズベキスタン原産の原材料を加工し輸出する、「輸出型」ビジネスモデル。王道である。輸出で得られた外貨収入の一部は強制的に通貨スミに交換しなくてはならない。だが、残った外貨は設備更新や国内では調達できない原材料、中間財の購入に充てられ、事業の持続的発展が可能となる。女性用・幼児用下着の製造を手掛けるトルコ系のメーカー、T-SODは07年、ロシア向け輸出拠点としてウズベキスタンへ進出した。原材料はウズベキスタン産綿花。設備は台湾やトルコから、レースやファスナーなどのアクセサリはトルコや中国からそれぞれ調達している。10年からは国内販売を開始した。スミ建ての売り上げは電気、水道などのユーティリティー（基本工業インフラ）や従業員の賃金支払いに充てる。軽工業部門の高付加価値化は政府の喫緊の課題であり、各種優遇措置が受けられるのも大きなメリットだ。

単独での進出は外貨繰りのリスクが大きい、「合弁型」によりヘッジが可能となる。製造業の代表格ともいえるGM（ゼネラル・モーターズ）ウズベキスタンによる自動車生産がこの型に当てはまる。前身のウズ大宇オート時代からウズベク自動車公社との合弁事業で発展してきた。主要な仕向け地であるロシア向け輸出は国の貴重な外貨獲得にも大きく貢献。日本勢ではサマルカンド・オートモビル・ファクトリー（SAF）でのいすゞブランドの中型バス・トラック組み立て事業が健闘している。これは日本の商社が出資する案件だ。

その他、「第三国経由型」で為替リスクを回避する例もある。日本のある食品関連メーカーは、包装材を中国企業経由でウズベキスタンに出荷している。契約と決済は日中間で行う。中国企業とウズベキスタン側クライアント間の取引条件は明らかではないが、パートナー貿易の可能性が高い。ウズベキスタン側はクライアントの協力企業が綿花などの原材料を中国に供給し、決済に充てているとみられる。第三国経由で実績を重ね、取引相手の信用が确实だと判断できれば、サプライヤー側の与信で回していく直接取引への移行も検討できるだろう。当地でヒアリングしたところ、高級ウイスキーやワイン、文房具などで実績のある大手輸入卸業者は90～120日のユーザンス（支払い猶予）を得ているようだ。なお、取引相手はウズベキスタン企業だが、第三国銀行を経由する決済は脱税行為とみなされるリスクがあるので心得ておきたい。

また従来、日本企業が存在感を発揮してきたのは円借款や無償資金協力といった「政府開発援助（ODA）スキーム」による案件だ。地方通信網整備、地方空港近代化、鉄道新線敷設などの大型案件から、学校教育、医療機関への機材納入といった比較的小規模の案件まで幅広い。入札が不可避で案件形成には時間がかかるが、決済のリスクとは基本的に無縁である。アジア開発銀行（ADB）や世界銀行のプロジェクトも同類項である。各団体の調達公示情報をチェックした方がよい。目下、電力セクター近代化が日ウ協力分野の最優先課題。日本企業各社のプレゼンテーションにも熱がこもる。

一般的な消費財の輸出については、日本貿易保険（NEXI）の活用を提案したい。例えば日本酒。日本から船積みシラトビアのリガ港で陸揚げした場合、陸上輸送でタシケントに到着し決済に至るまでのサプライヤーが負うリスクをカバーする。当事務所でも酒類輸入卸業者の情報を収集し、信用調査の側面協力を行っている。パートナーとして実績のある業者と組むのがポイントだ。酒以外にも、日本食品、健康関連器具、美容・化粧品、日用品、建材など、目の肥えた富裕層に訴求する商材は多い。工場向けの大型生産設備の輸出も貿易保険のメニューでリスクを軽減できる。 