

ロシア

東を向くロシアとの付き合い方

ジェトロ海外調査部主幹 梅津 哲也

経済面を中心に、ロシアと中国の関係が緊密化している。エネルギー資源開発をはじめとする大型案件から日常レベルの経済交流まで、その裾野は広がる。一方、日本ではロシアとのビジネスを語る文脈で、「ロシアは潜在的に中国に対して警戒心を持っている。故に相対的に日本が有利」との論調が散見される。しかしそれは必ずしも正しくない。日本企業としてロシアとのビジネスを考える場合、ロシアが中国に対し期待するものとそこに足りないものを見だし、それにどう対処するかを考えることが肝要である。

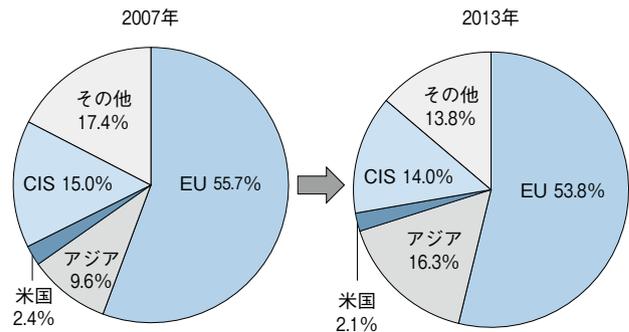
東方に目を向けよ！

ウラジオストク——ロシア極東の玄関口。帝政時代につくられたこの街の名の語源は、「東方（ヴォストーク）を征服せよ（ヴラジェイ）」に由来するという。帝政ロシアの南下・東方拡大政策を象徴する街。そのウラジオストクで2012年9月、アジア太平洋経済協力会議（APEC）首脳会議が開催された。ロシアにとって初の議長国となったこの会合でプーチン大統領は、「アジア太平洋地域との幅広い協力はロシアの対外政策の優先事項の一つ」と述べた。21世紀、ロシアは「征服」ではなく各国との協力によって、国力の強化とロシア極東の地域経済発展を目指す。

その後もこの動きは続く。13年12月の大統領年次教書では、ロシア極東・シベリアの開発を「21世紀を通じての国家的課題」と位置付けて重視する姿勢を明らかにした。その具体策は税制優遇措置の導入や経済特区の設置などで、これらを通じて外国企業を含む投資と技術の導入を図るのが狙い。その背景にあるのはロシアの貿易構造の変化だ。

ロシアはこれまで伝統的に欧州との経済関係が強かったが、近年ではアジアの比重が増大している（図）。

図 ロシアの国・地域別輸出割合の比較 (2007、2013年)



資料：ロシア貿易統計を基に作成

とりわけ目立つのは、日本、中国、韓国向けのエネルギー資源輸出だ。08年のリーマン・ショック以降の輸出の回復過程で、これら3カ国向けのエネルギー資源（原油、石油製品、天然ガス）輸出は、全世界向けの伸びを大きく上回った。現在でもこれらの主な輸出先が欧州であることに変わりはない。だが、日本、中国、韓国向け輸出が全体に占める割合は、07年の7.1%から13年には13.7%へと倍増しており、増勢は今後も続きそうだ。ロシアのエネルギー資源供給先としてアジアの重要度が増していくことは必至だ。

エネルギー資源協力では中国との関係強化が目立つ。09年には東シベリア原油を東に輸送する東シベリア・太平洋（ESPO）パイプラインが中国と国境を接するアムール州スコヴォロジノまで開通。中国の大慶に向けたパイプラインによる原油輸送が始まった（中国向け原油の鉄道輸送は1999年に開始）。

天然ガス分野では、14年5月に上海で開催された口首脳会談に合わせて、ガスプロムと中国石油天然ガス集団（CNPC）の間で18年をめどに東シベリア産天然ガスを輸送する契約が締結された。

「恐」中から「協」中へ

日本では、ロシアには中国に対する潜在的な警戒感・恐怖心・嫌悪感が今でも存在するとの見方が根強い。この見方には一面で正しい部分もある。だが、それを強調しすぎると事の本質を見誤る。国際関係や中国を含む北東アジア情勢に詳しいロシア人専門家の声を総合すると、ロシアは中国に対し胸襟を開くとまではいかないが、過度な恐怖心は抱いていない。

ロシアの対中警戒心の源泉として指摘されるのは、中国からの労働移民だ。ソ連解体後の90年代、中国からの移民の中には、半ば違法な状態で労働に従事する人々もいたとされる。ロシア極東と中国東北部の人口差もあって、中国人の「入植」を警戒する声が聞かれるなど、中国人に対するロシア人の感情は必ずしもよいものではなかった。他方、ロシアでも中国製品は安価だが品質がよくないとの認識があり、そんなものしか買えないとの屈折感情とも相まって、当時は中国に対して複雑な気持ちもあったようだ。

現在では中国からの労働移民を見かけることは、少なくともウラジオストクやハバロフスクなどの大都市では稀まれになった。極東を代表する口中関係研究の第一人者である科学アカデミー極東歴史研究所ヴィクトル・ラリン所長は、「中国東北部の生活環境が向上しロシアへの出稼ぎにくる必要がなくなった」とその要因を分析する。現在の労働移民の主力は、むしろモスクワなどと同様、中央アジア諸国からだ。

経済面で見るとロシアと中国の関係は、エネルギー資源などの大規模プロジェクトが目立つ。一方、極東においては日常生活に根を下ろした草の根レベルの関係が浸透しつつある。製品ばかりではない。地域によっ



対岸は中国・黒河市（ブラゴベシチェンスク）

ては生活そのものに中国が入り込むことが「日常風景」の一部と化している。例えば、アムール川を挟んで中国・黒竜江省の黒河たいじと対峙するアムール州ブラゴベシチェンスク。対中貿易の最前線の街だ。同市にある生活用品市場では中国製品がひしめく。市場のカフェでは中国人オーナーに雇われたロシア人従業員が店を切り盛りする光景も珍しくない。既に中国との関係抜きに経済活動は考えられない。このような状況も、ロシア人の中国（あるいは中国人）に対する意識の変化を促す一因だ。

日本の武器は高付加価値化

では、ロシア側は全面的に中国との間の経済関係を肯定的に捉えているのだろうか。必ずしもそうではない。そこが日本企業にとっての商機となり得る。その際のキーワードは「高付加価値」だ。中国企業が主として活動する分野は不動産関連サービスや建設業などが多い。加工業分野への直接投資残高は日本のその3分の1にとどまる。ロシア政府は「モデルニザツィヤ（現代化）」をスローガンに産業の高度化・高付加価値化、あるいは効率化を推進している。そこで求められるのは生産性の向上や省エネにつながる技術。ここは日本が中国よりも一日の長がある分野だ。技術を持ち込む直接投資を行わない場合でも、機械設備の更新需要などへの対応もまた、日本企業にとっての商機として考えられる。

事例をもう一つ——。極東では冬季に野菜がほとんどとれない。現状は葉物野菜を中心に中国東北部からの輸入に頼っている。他方、ロシア人消費者の食の安全に対する意識の高まりにより、できれば中国産野菜は避けたいという声が聞かれる。経済水準の向上とともに「一段上の生活」を求める層が増えているのだ。これらの需要を狙い、日本企業がハバロフスク地方で野菜の温室栽培事業に取り組んでいる。

ロシアを市場として見た場合、極東に限らず中国の存在感は大きい。しかし、その中でも日本ならではの商機は潜んでいる。中国の存在に気後れすることなく、またロシア人の対中感情に根拠なく依拠することなく、ロシア市場での需要と自社の強みを見比べた正攻法が肝要である。それが適切なビジネス機会を見いだす鍵となる。

