2016年12月24日

論壇

沖縄地域産品の海外展開
国際的人材育成が急務

琉球新報
高良　守

今年の「中国独身の日」（11月11日）のアリババの1日の売上額が1兆8600億円を記録し、昨年の3割増となった。

14日付本紙に、県の輸出拡大策として中国・福建省の自由貿易試験区での規制緩和や手続き簡素化に向けた協議を進めている旨の記事が掲載された。

これは、東日本大震災以降の放射能の問題で、特に中国や韓国などの地域にとっては、地域産品を含む日本の加工食品について、貿易相手国が要望する公的・私的な検査や検疫証明書の提出が義務化されたことに対する、歴史的また地の利を生かした本県の差別化戦略と考えてよい。

一方、今年4月、中国で「爆買い禁止令」が施行され、中国内への携帯持ち込み品（お土産）の実質関税率が引き上げられ、入国審査がより厳格化された。そのため、現在「爆買い」は息を潜め、日本全国の地域行政は悲鳴を上げている。

ちなみに、訪日中国人観光客の「爆買い」は、その約8割が上海の出身者であり、残り約2割を他の地域で占めている。それは、地方行政が行う「ハコモノ」に象徴される。

沖縄県産品を例にすると、現在、中国や韓国へ輸出するメーカーや商社は、残念ながらほとんどない。

貿易実務の観点から、現在メーカーが生産する加工食品を含む地域産品でさえも輸出できない。または輸出を担う高度グローバル人材が不在の状態で、特に現段階において複雑な手続きを要する「水産物」の福建省へのアプローチについて、本県がどこへ向かおうとしているのか、何をしたいのかが分からない。

具体的に言えば、本県が日本全国の9割以上の収穫量を占める代表的な地域産品であるモズクでさえ、本土市場への需要に応えられない状態であることは周知のことである。

本県の自立経済のための先の課題を踏まえても、国際ビジネスや国際貿易に対応し得る高度グローバル人材を教育、育成することは必須であると考える。

残念ながら、本県において、公的機関や高等教育機関においても、観光というインバウンド的経済活動に傾注した取り組みが多く、地域産品の海外展開、国際ビジネスや国際貿易に対応し得る高度グローバル人材育成を可能にするアウトバウンド的経済活動のためのソフトインフラはほとんど整備されていない。

「米百俵の精神」を礎に、資源が少ない沖縄だからこそ「ヒト」を教育・育成することで、地域振興および地域活性化を図るべきではなかろうか。

（沖縄国際大学沖縄経済環境研究所特別研究員、48歳）

ことはあまり知られていない。

以上の社会経済状況から、県が行う輸出拡大策は的を射ているのだろうか。同件については、長年「ニワトリが先か、卵が先か」の水掛け論的な課題として挙げられている。