

プミポン国王、逝去

2016年10月13日、タイのプミポン・アドゥンヤデート国王(ラマ9世)が88歳で逝去した。1946年6月の即位以降、実に70年の長きにわたって国を指導してきた。

プミポン国王は積極的に各地を視察し、地方の農村の開発と発展に取り組んだ。一方で度重なる政治対立の際には調停役を務めタイを安定に導いた。また、民主化運動が起こるたびに民衆側に立って裁定を行った。1997年の通貨危機の際は「足るを知る経済」を提唱し、投機的な経済活動を戒め、道徳心の大切さを説いて、国民の不安を払拭した。

国民に寄り添う姿勢を貫き、国民も国王の言動一つ一つを注視した。国の羅針盤のような存在であった。1932年の立憲革命で絶対王政は崩壊したが、知性と教養を備え情勢判断に優れた国王のもと、政治の安定化を図り、経済を大きく発展させた。しかし2009年頃から国王は体調を崩し始め、入院を繰り返した。

タイ社会は、逝去後の混乱を深刻に捉え相当に準備をしてきた。2014年のクーデターやその後の軍事政権の政策、国民投票による新憲法制定によって、当面は軍部主導で治安は維持され、政治混乱を生じさせないような仕組みができてきた。また、軍出身の政治家で1980年から88年まで首相を務めた後、枢密院議長として政財界や国軍に対し絶大な影響力を維持しているプレム氏が、国王不在の間、職務を代行する摂政に就任した。タイはこれから新たな国づくりが始まる。

精神的な支柱を失った国民の喪失感はいま以上に深く、その悲しみは「実の父を亡くすことと同じだ」とタイ人の知人は話した。訃報以降、黒一色となったバンコク市内の風景からもその悲しみが伝わってくる。この国で働かせてもらっている私たちができることは、まずはタイの国民とともに喪に服し、祈りを捧げることだ。

「しがぎんアジア月報」10月号より
バンコク駐在員事務所長 河村 正弘



道で遺体搬送を見守る人々



フード・エキスポ2016のジャパン・パビリオンでの風景。香港のみならず、中国、アジア、欧米などからの多くのバイヤーでにぎわった

はJETROのジャパンプースだけでも250超となり、盛況のうちに幕を閉じた。ひいきめなしに、日本企業ブースへの来場者は他国企業ブースと比較して圧倒的に多いと感じた。2013年に「和食:日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録されて以降、各国で日本食の認知度が向上するにつれ、より本物に近い味が求められている。香港の日本食のレベルは極めて高く、同時に「安心・安全」の代名詞となっている日本食材へのニーズも高まっている。

日本の文化を売り込む

15年ほど前は、香港ローカルの食堂でカツカレー定食を食べると、豚カツは骨付き肉のまま揚げられており、セットのみそ汁にはだしではなくラーメンが入っていたりした。今では、当時の「なんちゃって日

本食」は姿を消した。程度の差はあるにせよ日本食を理解した料理人が調理する時代になったのだ。今や世界一の長寿を誇る香港。長寿の秘訣は「医食同源」にあるとも言われているが、その香港の人々にも認められる日本食文化には計り知れぬ底力を感じる。

だが残念なことに、ここで使われている食器、お箸、お茶などが、必ずしも料理のレベルに見合ったものばかりとは言えないのだ。今、在香港日本国総領事館ではこれらを日本の文化とセットで紹介しようという取り組みがされている。本物志向の香港の人々にはきつと受け入れられるはずである。香港の人々にとって、日本は「憧れ」から「身近な存在」に変わった。本物の日本を知り、その楽しみ方まで理解してくれた香港の人々。「世界一の日本好き」を自負する香港でのビジネスチャンスは、意外と身近なところにあるのかもしれない。

表1 2015年 訪日外客数(上位5カ国・地域) (単位:千人)

国・地域名	訪日外客数	伸び率	人口	訪日外客割合
中国	4,993	107.3%	1,370,840	0.4%
韓国	4,002	45.3%	50,633	7.9%
台湾	3,677	29.9%	23,463	15.7%
香港	1,524	64.6%	7,297	20.9%
米国	1,033	15.9%	321,191	0.3%

資料: 日本政府観光局、世界銀行

表2 2015年 農水産物輸出実績(上位5カ国・地域) (単位:百万円)

国・地域名	農産物		水産物		農水産物合計	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比
香港	84,307	22.2%	55,367	22.9%	139,674	22.5%
米国	56,214	14.8%	35,596	14.7%	91,810	14.8%
台湾	56,274	14.8%	19,063	7.9%	75,337	12.1%
韓国	33,113	8.7%	38,053	15.7%	71,166	11.4%
中国	24,512	6.4%	14,037	5.8%	38,549	6.2%

資料: 農林水産省

「世界一の日本好き」香港

text by 滋賀銀行 香港支店長 粕淵 琢也

昨年は、45年ぶりに訪日外国人旅行者数が出国日本人数を上回った。一方、世界中で日本食ブームが起こり、日本の農水産物の輸出は「安心・安全」を売りに順調に伸びている。日本ブランドの食品・食材を海外に発信・展開するには絶好の追い風が吹いている。「世界一の日本好き」を自負する香港で、今何が起きているかをレポートしたい。

香港の5人に1人が日本を訪問!

日本政府観光局の発表によれば、昨年1年間に日本を訪れた外国人旅行者数(訪日外客数)は1,973万7千人、前年比較47.1%の大きな伸びとなった。上位5カ国・地域を見ると、中国、韓国、台湾、香港、米国の順となっている(表1参照)。特に中国は伸び率107.3%と前年の2倍以上となり、ついに1位になった。

では、この訪日外客数を各国・地域の人口で割った訪日外客割合比率を見てみよう。何と香港は20.9%となり、計算の上では昨年1年間に香港の5人に1人が日本を訪問したことになる。実際には、リピーターが多いとのデータが出ているが、驚きの数字である。訪日目的も、「大阪の美容院で髪を切る」「歯の治療」など、

我々がイメージする「海外旅行」とは随分自身が変わってきたのも事実だ。

日本の食品があふれる香港

農林水産省が発表した昨年の農水産物の輸出相手国・地域別のデータでは、第1位が香港となっている(表2参照)。実に日本の農水産物の輸出額全体の22%を占める最大の輸出先なのだ。上位5カ国・地域を見てみると、順位こそ異なるが顔ぶれは訪日外客数の上位5カ国・地域と見事に一致する。日本との関係の強さが見て取れる。実際に、香港の街中には農水産物に限らず、日本の製品・商品があふれている。10年ほど前は、日系のスーパーや高級百貨店でしか手に入らなかった日用雑貨や化粧品、食材などが、いたるところで手に入る時代になった。香港の人々

の「日本」へのニーズが高まった証しと言える。この背景には多数の日系企業の努力があることを忘れてはいけぬ。朝、福岡で水揚げされた魚が夕方には香港の食卓に並ぶほど、高度な物流網が発達していることも、その一例である。

日本の食材への期待

毎年8月上旬に、食に関する国際見本市「フード・エキスポ」が開催される。今年も同時開催の「香港国際茶展」と合算すれば開催期間5日間で、世界各国からのバイヤーと地元の一般消費者あわせて49万人が来場した。アジア最大級の見本市だ。世界の食文化の融合地である香港市場を通じて、世界中のマーケットに販路を求める多数の企業が各国から出展している。今年度の日本企業の出展ブース数



高層ビルが立ち並ぶ香港の金融街。このエリアにも小さな日本食レストランが多数営業しており、ランチ・タイムにはさまざまな国の人々で行列ができる



香港を代表する「トラム」は庶民の足であると同時に走る広告塔。日本の企業や都道府県のラッピング広告を目にする機会も多い