

一層のグローバル化に対応する 日本企業と貿易の電子化

岡 本 祥 子

要旨

国内市場の成長が見込めなくなり、海外進出への更なる戦略を迫られている日本企業が、試行錯誤をしながら、己の進むべき道を探っている。まず、企業自体が将来に向け努力していること。つまり、将来に向けた人材育成についての事例を紹介してみた。

さらに将来に向けて、企業の国際取引の在り方を、大きく変えると考えられる貿易の電子化、特に貿易決済の電子化（TSU）について考察してみた。SWIFT のTSUは世界のグローバルスタンダードになりうるもので、今後、様々なデータの融合が図られることが、真のサプライチェーンマネジメントを発展させるために必要である。

また、現在、各国間の生産ネットワークにより生産された商品を「Made in the World」と呼び、新しい貿易ルールの構築を念頭に付加価値貿易の重要性が叫ばれはじめている。これを支援するいみでも、日本企業は、アジア世界で共有・共通分野を整え、それを大きく広げていくことが必要である。

キーワード：

貿易決済の電子化、一層のグローバル化、TSU、付加価値貿易
急務な人材育成

はじめに

2012年の今年は、多くの国で政治的にも激変の様子が見られる。1月の台湾総統選から始まり、3月にロシア、5月にフランス、11月にアメリカ、12月には韓国などそれぞれの国において動きが見られる。もう既に、大統領選が終わった国もあるし、またこれから予定されている国もある。中国でも、秋の共産党人事で、国家主席と首相の後継者決定という政権交代がおこなわれる予定である。

この動きと同様に、世界経済の先行きも見えにくい。欧州債権危機も完全に収束されたわけではなく、各国の政策が保護主義的な政策へ変わるかもしれないこの時期は、不透明と言わざるをえない。このような中で少子高齢化に直面する日本は、中長期的な成長力を高めるためにグローバル市場の成長を十分に取り込み、その利益を国民が幅広く享受する環境を整えることである。

産業競争力の観点からも、電力供給の安定化のためのエネルギー政策やエネルギーミックスのあり方、経済連携協定の締結促進などが、課題として控えている。日本は中長期的視点で国益を考え、将来のFTAAP (Free Trade Area of the Asia-Pacific) [アジア太平洋自由貿易圏] につなげる質の高いルール作りにも関与しなければならない。なぜならば、この自由貿易圏は、アジア太平洋地域において、関税や貿易制限的な措置を取り除くことより、モノ・サービスの自由な貿易や幅広い分野での経済上の連携の強化を目指しているからである。

企業のグローバル化は、外国技術の流入を促して生産性を拡大することにあるとされているが、反面、グローバル化は国内の空洞化を招き、日本の雇用を減少させるという一面もある。さらに、短期的には工場閉鎖に伴う失業者の増加など、雇用に悪影響が出るかもしれない、しかし、長期的には、生産性や競争力が強化され、だんだんと雇用が増えていく可能性も大きい。ただ、競争力強化までの間の失業者へのケアが必然であり、また、高度技術をもった人材への需要シフトが起きることへの配慮も必要である。

では、本社機能も研究部門機能もすべて海外に移ってしまう海外進出の場合は、どのように考えたらいいであろうか。基本的に、日本にはハイテク等に精通している人材が豊富で、海外進出に対して、よい結果を生む分野が多いと判断されるならば、積極的に海外進出をしたほうが良いことになる。日本企業の潜在力からみると、生産性が高いにもかかわらずグローバル化をしていない企業が多数ある。特に、中小企業にはこの傾向が多く見られる。これらの企業は、海外進出の初期コスト、マーケティング、製品の改変などのコストに加え、海外市場の情報が入り難いなどのリスクがあるため、海外進出をさける傾向があった。このように、海外進出に伴うリスクをとらなくても国内で存続していけるという経営環境下にあることが、本格的な海外進出を妨げてきた一つの理由でもある。

ところが、はからずもある分野では、東日本大震災が後押しする形となってしまった「親会社と下請けの関係」や「部品の共通化」等の変化で、いわば、内需的な回転だけでは成り立っていけない中小企業関係社が増えてきた。つまり、このように企業自体の状況が変化せざるを得ないこの状態が、2012年の特徴である。そして、この特徴に対処するために、連携は、これからの中小企業がスムーズにグローバル化へと変換するために必要とするための重要なキーワードの一つとして考えられるのである(1)。

このような時代の流れの中で、国内市場の成長が見込めにくくなり、そして、海外進出への更なる戦略を迫られてきた日本企業がまず手掛けたことは、人材教育である。実例として、まず、将来に向けた社員の国際教育を行っている著しい企業について列挙してみた。また、海外が行っている戦略事例の一つとして、韓国で行われている制度強化について紹介してみた。

そして、日本企業の海外進出に対する更なる戦略として、貿易、特に、貿易決済の電子化の構築について考察してみた。"貿易手続きの電子化"の意味すること、特に、電子化の発達に伴ったアジアカーゴハイウェイ構想はどのようなものか。また、この構築は、60年以上も続いてきた従来の貿易取引形態を根底から変えてしまうことになるかもしれない。この電子化へのシステムの変化に、

注目してみた。

1 迫られる日本企業の海外進出事例

国内市場の成長が見込めなくなり、日本企業は海外での戦略を強化せざるを得なくなった。今日の歴史的な円高水準は海外企業の買収には追い風となっており、その結果、多くの企業は急成長する新興国市場に目を向けることになり、そのため、現地のビジネスを成功させるための人材育成が急務となった。また、その対応如何で、将来、それらの企業の行く末が決まってくる重要な要素の一つとなるだろう。

2011年度には、日本企業による海外企業の合併・買収（M&A）が相次いだ。例えば、キリンホールディングスは、ベトナム、ブラジルの飲料大手スキンカリオールを、武田薬品工業では、スイスの製薬大手のナイコメッドを、デルモは、スウェーデンの精密機器企業のカリディアンBCTを、東芝、産業革新機構はスイスの精密機器のランディス・ギアを、アサヒグループHDはニュージーランドの酒企業、インディペンデント・リカーを、伊藤忠商事は、フランスの小売業、クイック・フィットグループを、第一三共は、アメリカの医薬品業プレキシコンを買収した。また、日本企業は、買収だけでなく輸出や現地生産の拡大などを通じ新興国市場への参入を加速させている。業種は自動車、家電などの製造業から流通や外食などのサービス業にも広がっている(2)。

前述したように、企業のグローバル化は、生産を拡大する反面、生産拠点の海外移転などを通じて国内の雇用減につながる。企業は、これに伴って人事体系をも大きく変えていく可能性が生じる。だからこそ、大企業から仕事を請ける中小企業も、海外に目を向けざるを得なくなっているのである。だが、今のところ、これら企業には、海外に出るやり方がわからない実態もあるようである。だから、これからは、中小企業も一体となったグローバル化への対応が、日本経済の大きな課題となるであろう。

例えば、東日本大震災後、インドネシアにトヨタ自動車が新工場の建設を決めるなど、自動車、電機大手は海外シフトを一段と鮮明にしている。また、パナソニックは現地調達率を高める考えで、中堅・中小は存続のために海外

進出に踏み切らざるを得ない状況にあるようだ。

この状況を補佐するために、大手商社は海外進出する中堅・中小の受け皿として東南アジアで工業団地の造成を手掛け始めた。電力、道路、水処理などのインフラが整う工業団地があれば、資金力の乏しい中堅・中小が進出しやすい。例えば、双日はインドネシアのジャカルタ近郊にある「グリーンランド工業団地」で拡張、これは、同国で最大規模となる。豊田通商もジャカルタ近郊の工業団地で土地を取得。ここには、トヨタ自動車の系列部品メーカーなどが進出を検討している。伊藤忠商事は、インドネシアの「カラワン工業団地」でレンタル工場を始める。粘着テープの寺岡製作所などが進出する。住友商事は、ベトナムの工業団地で日本の中小製造業向けのレンタル工場を始める。

各社の計画を集約すると、今後3年間で東南アジアの工業団地に進出する中堅・中小は訳350社に達する。これは大企業と比べるとかなり低いのが、今後は大企業に近づく可能性もある(3)。

2 一層のグローバル化に向けての日本企業の急務な人材育成とその他

一層のグローバル化に向けて、多くの日本企業では急な人材育成を迫られている。その事例を以下に列挙してみた。

例えば、グローバル化に対応する人材を育てるために、日立製作所では、2011～2012年度、主任クラスまでの社員2,000人を人材育成のために、海外進出を先駆けている。

また、パナソニックは、世界5箇所に採用センター設置している。2012年度の採用は、7.5割が外国人である。彼らを、約3ヶ月間海外の事業所や工場に派遣することになっている。

楽天は、2012年7月から社内公用語を英語に移行することになっている。また、管理職への昇格条件にTOEICの点数を追加することも決めている。

三井住友銀行は、2010年度4月から本社内に英会話学校によるミニ英語教室を開設して、社員の英語力を伸ばす努力をしている。

NECは2008年から、入社2年目の社員約30名が、約2年ぐらい海外現地法人で研修することになっている。

クボタは、2008年度から総合職の新入社員全員を一ヶ月間、アメリカ、中国などの語学学校に派遣している。

三井物産は、ハーバード・ビジネススクールと提携し、独自の研修制度を2011年度から、40歳前後の幹部候補生約30人を対象として開始している。

三菱商事は、海外現地法人などは若手の海外派遣数を2010年度から2割増しとし、期間も倍にし、入社8年目までに全員が海外を経験するようになっている。

アサヒグループHDは、2010年度から、社員7人を中国、インドなどに派遣し、現地で暮らしながら、市場調査をおこなっている。

資生堂は2007年から、スイスのビジネススクールなどで日本人社員、現地法人社員共通の研修を実施している(4)。

また、より一層のグローバル化に対する日本人社員の育成とは逆に、国際研修協力機構(JITCO) (Japan Int'l Training Cooperation Organization) (5) では、アセアン・中国の現地社員を効果的に育成する方法として、外国人技能実習制度・研修制度の仕組みと活用事例の紹介を行っている。これは以下に、制度活用のポイントと各国別の実習・研修プログラムの作成する際の留意点についての概要を参考にして紹介してみた。①海外進出—現地法人や合併企業の新規設立、既存の海外拠点での新製品の生産開始など、海外進出に伴う「ヒト・モノ・カネ」に関する詳細事項を検証。②海外拠点〔海外の支店、子会社、合併企業、取引先など〕の現地社員の中から、日本で技能実習もしくは研修をさせる現地社員を選抜する。そして選抜した現地社員を技能実習生や研修生として日本に招聘し、日本の本社工場などで日本人社員から直接教育や訓練をおこなう。(技能など習得、日本語習得、企業風土体得、日本文化体感など)

③日本で様々な技術などを習得した技能実習生や研修生を海外拠点に帰国させ、海外拠点のキーマンとして活用する。例えば、「生産現場の監督者や一般行員を対象社員。実習目的は、技能など習得を通じ、高レベルの品質管理や生産管理を実現させる。滞在期間は1年とする。」

この活用効果として、日本国内で日本人の熟練工から直接教育や訓練をおこなうことで、短期間で、より専門的な技術を習得させることが出来、即戦力と

なる人材育成が出来る。また、品質管理、特に労働規律・倫理・時間管理を日本の現場で教育することが出来る。日本人社員を海外に派遣するよりも中長期的な展望にたった効果的な人材育成が出来る。

また、「生産現場の管理職を対象社員。研修目的は、海外合弁企業における新製品の生産を開始させる。滞在期間は半年とする。」

この活用効果として、日本と海外拠点の連絡調整が円滑におこなわれるようになり、海外拠点との関係を強化することが出来る。また、日本の主要工場から海外拠点に円滑に生産ラインを移管することが出来る。日本企業風土などに触れることで、自社のビジネスを理解した人材を育成することが出来る(6)。このように、日本以外のスタッフに対応させる育成を考えている。

又、海外での育成強化に関する動きの事例のひとつとして、韓国を紹介してみた。海外における強化戦略として韓国政府は、国内物流企業の海外市場進出を活性化し、DHL〔独〕、UPS〔米国〕、FedEx〔米国〕のような世界水準のグローバル物流企業を育成するための支援強化策を打ち出した。2020年までに、韓国から世界トップ10物流企業のうち1～2社のランクインを目指している。強化策としては、グローバル物流企業選定育成制度を設け、①グローバルインターとして物流企業が採用予定者〔2012年約60人〕を海外現地に派遣する場合、教育費・滞在費を支援する。②物流企業が海外現地で採用した人材を本社で教育する場合のカリキュラム開発や教育費を拠出③輸出入銀行と協力し、物流企業に海外現地、事務所開設、物流センター開発投資、M&Aなどを推進する場合に必要な資金を融資、金利を最大0.5%優遇する。④海外の荷主に対する物流サービス提供時のリスク軽減策として、関連保険の料率引き下げ、などで支援する計画である。

ちなみに、海外拠点などグローバルネットワークは、DHLが220カ国854箇所、UPSが200カ国、1,801箇所に対し、韓国のPantos Logisticsが36カ国133箇所、CJ GLSが11カ国24箇所、大韓通運が7カ国・10箇所など先進物流企業と比べると少なく、三星電子も物流全体の半分をDHLなどの外国企業に委託しているという。これは外国語が堪能な物流専門家、現地情報の収集、投資資金不足などを容認に海外ネットワーク拡張が難しかったからだと、新たにグローバル物流企業選定育成制度を設けた(7)。

3 貿易手続きの電子化

3. 1 アジアカーゴハイウェイ構想

日本企業の海外進出への更なる戦略の一つとして、貿易の電子化の構築があげられる。これは将来に向けて、企業の国際取引のあり方を大きく変化させるものであると考えられている。そして、この第一の目標が、貿易の電子化の進展のなかで貿易関連手続きの一層の円滑化を図るということである。貿易手続きの中で際立って煩雑な部分は、国際貨物の通関業務と貿易決済である。

国際貨物の通関業務で特に注目する点は、保税搬入原則の見直しのため、保税地域外に蔵置された貨物の輸出申告を2011年10月より認めることになったことである。これまで保税地域外での輸出申告は、認定事業者AEO (Authorized Economic Operator) 制度(8) の特定輸出者の貨物など一部に認められていたが、今後は全ての貨物で可能になる。申告後の許可は従来どおり貨物が保税地域に搬入された後となるため、輸出通関業務の大きな流れは変わらない。しかし、海上貨物では混載貨物も保税地域以外での申告が可能になるなど、国際物流業者の業務に一定の変化が見込まれるほか、リードタイム短縮を目指す一般荷主も高い関心を寄せている(9)。

また、これに伴って輸出申告場所及び申告官署の選択性の自由化がなされることとなった。輸出者は貨物がどこにあらうと、そのまま、税関の通関情報処理システムNACCS (Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System 輸出入・港湾関連情報センター) に申告することが出来るようになったわけである。この場合、AEO認定通関業者ならば、成田・羽田両空港にかかわる税関は、①東京税関本関②羽田税関支署③東京航空貨物出張所④成田航空貨物出張所⑤成田南部航空貨物出張所と5官署があるわけである(10)。

2011年のアジア開発銀行総会で、当時の野田佳彦財務相が表明したが、①貿易システムとして、2020年までに日本とASEAN〔東南アジア諸国連合〕の貿易手続きを事実上共通化する。それに伴う手続きの簡素化として、②一定の基準を満たす企業の輸出入手続きを大幅に簡素化する。③貿易を迅速に進めることで、日本企業がアジアに張り巡らせたサプライチェーンの基盤強化を目指す

すということである。

このアジアカーゴハイウェイ構想(11)は、日本がアジア開銀に拠出した2,500万ドルの財源を活用し、ASEAN諸国の輸出入手続きの効率化を支援することである。日本とASEANの輸出入額は、2010年度は18.7兆円〔日本にとって国・地域別で貿易相手国2位〕である。

今回の構想では、日本と東南アジアを結ぶ地域に切れ目のない物流網の実現をはかっている。そのために、2012年中にASEAN諸国の貿易手続きの電子化を進める。輸出入には通関や入国管理、入出港など様々な手続きが必要であるが、日本では、すでに一回の入力・送信で全ての手続きを済ませる官民共同の貿易システムもある。だから、このようなシステムやノウハウの導入を支援し、ASEANの域内や、ASEANと日本との間の貿易システムの接続・連携を目指すことを容易にする。連携した国の間では、輸出許可や原産地名などの情報を瞬時に共有し、利用できるようになる。

同時に貿易手続きそのものの簡素化も進めている。AEO制度は簡素化の大きな一歩であり、日本では、トヨタ自動車、ソニーなど400社ぐらいを認定企業としている。一般の海上貨物の通関は3時間かかるのに対して、認定企業なら約4分で済む。更に、日本主導で2018年までに日本とASEAN諸国の間でAEO制度を相互に承認する枠組みを広げ、貿易システムの導入と合わせ、実質的に無審査/無検査で輸出入出来る企業が増えることになる。

3. 2 貿易決済の電子化

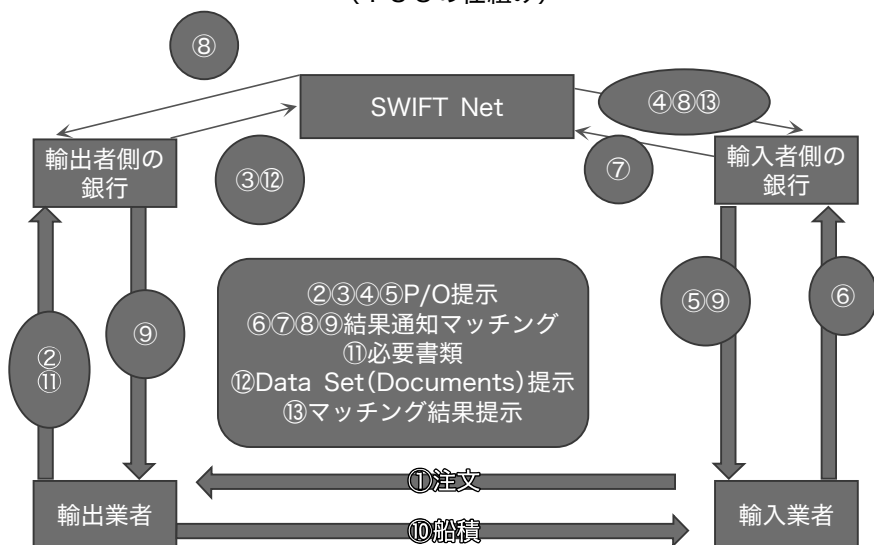
従来の煩雑な貿易決済方法のマイナス面を改善した形で、TSU (Trade Service Utility) の重要性が顕著となってきた。

TSU利用の銀行と企業の共通メリットとしては、①貿易の実態がTSUによってコンファームでき、偽造・架空の貿易取引や条件を防ぐことが可能となる。②輸出・輸入とも、TSUを活用することにより、銀行にとってのリスクも小さくなることから、銀行からの貿易ファイナンスを受けやすくなる。③貿易の決済スピードが電子化により早くなり、資金コストの軽減や貨物の引取早期化が図れる。④TSUを本格的に活用することにより、顧客のSupply Chain Management の合理化進展に寄与することである(12)。

TSUにおける決済は新しい流れを作る。輸出入L/Cベースに使用されるL/Cは、TSUのような電子取引ではLite L/Cまたはe-L/Cと呼ばれる。SWIFT (The Society for Worldwide Inter-bank Financial Telecommunication) は、従来、貿易情報の自動マッチングシステムTSUの利用普及を進めてきた。そして、続いて貿易決済の利用普及を2008年11月からスタートさせた。そして2011年にはいってBPO (Bank Payment Obligation) という銀行の支払い確約機能を付与した新サービスを開始することを複数の銀行が表明した。これによって従来のL/Cの保証機能がTSUにおいても成されたことになり、貿易当事者が安心して利用しやすくなった。日本では、TSUのユーザーであったイトーヨーカ堂がBPOの利用開始を始めた。三菱東京UFJ銀行など国際的金融機関がこれに対応し普及を後押しすることになった。

ITインフラ、サービスなどの環境が整備され、大手輸出入業者による利用実績、導入の検討が本格化してきたことで、貿易決済の電子化がますます加速することになるだろう(13)。

(TSUの仕組み)



〈筆者作成〉

SWIFT のTSUは、貿易書類のチェックを電子的に行い自動マッチングさせるサービスである。特に貿易書類と決済の流れが連動したL/C取引では、合理化の効果が高く、船積から決済までの期間を大幅に短縮できる。特に書類の作成やチェックでの膨大なコスト・業務負担、ディスクレ・リスクに悩まされてきた輸出者側にとって、メリットが大きい。輸入者も煩雑なL/C管理の負担が軽減される。銀行にとっても書類チェックの負担・リスクは大きく、要員の教育コストまで含めて大幅に合理化できるのはメリットである。また、顧客への利便性向上により、関係強化や取引規模・業務の拡大が期待できる。

BPO は、BPO発行銀行が輸入者の依頼に基づいてTSU上で支払い確約をおこなうものである。電子L/C取引だけでなく従来、輸入者の支払いリスクをとりつつ輸出者が利用していた一部の送金取引も取り込みの対象となる。

業務負担・コスト負担が大幅に抑制できることが、具体的な合理化効果となる。前述したように、日本のTSU利用企業として、イトーヨーカ堂が2010年4月から実利用を開始している。同社のような多品種・小ロットの貿易でも効果は出ているが、資源や鉄鋼、自動車、部品など取引のボリュームが大きく經常的なL/C取引が数多く残る、商流のある企業に対しては、より大きな導入効果が見込めるものとして関心が高い。

また、韓国では、日本の部品企業とも多くの取引がある、現代自動車が韓国外換銀行と連携し、L/Cベースの韓国向け輸入で一部商流をTSUに切り替えていく方針を打ち出している。

BPO対応表明銀行は、三菱東京UFJ銀行、ドイツ銀行、JPモルガンなど欧米の有力機関中国銀行、中信銀行、民生銀行、華南銀行、スタンダード銀行などがある。また、SWIFTと国際商業会議所は、BPO普及促進へ協力する意図で、ICC国際ルールUCPと同様の国際ルールに則った決済代替手段として動く方向性を打ち出している(14)。

SWIFTのTSUは世界のグローバルスタンダードになりうるもので、銀行間のメッセージ電子化から入ったものであるため、浸透力は十分にある。このTSUを活用することで、企業のSupply Chain Managementや船会社、通関業者の電子化ネットワークは同じ土俵に上げられるようになった。

銀行はTSUを活用し、伝統的なL/C決済と送金決済に加えて、第3の貿易

決済としてのTSU決済を創出し、ファイナンスや各種貿易サービスの強化につなげていくことが大事である。

これからの決済関係の展望として、物流の合理化や、仕入れ、生産、販売の効率化・迅速化を全体で捉えるSupply Chain Management へのすばやい対応が必要である。そして、輸入者、輸出者、船会社、通関業者などの貿易当事者・関連者との連結した電子化に向けてすでに動き始めている。アジアカーゴハイウェイ構想を進展させるためにも、今後、銀行間の貿易データの電子化であるTSUとアジアの荷主と税関の間の貿易データの融合が図られることが、真のSupply Chain Management を発展させるために必要である。

前述したように、電子決済の国際基準づくりは銀行間決済を運営するSWIFTがおこない、それに併せて、三菱東京UFJ銀行や韓国外換銀行、中国の中国銀行、ドイツ銀行、米JPモルガン、英スタンダードチャータード銀行、主要銀行など17行が電子決済への参入を表明している。とりわけ貿易取引が拡大するアジアでは電子決済に対する企業の需要が多い。三菱東京UFJ銀行は、マレーシアや上海などアジア5拠点で電子化対応の体制を整え、各国の銀行と連携して国際基準づくりを主導する構えである。同行は、一つの動向として、セブン&アイ・ホールディングスが中国からの輸入代金支払を保証するやり取りを、中国銀行と共同で電子化しているし、別の企業の電子化で韓国外換銀行とも協議に入っているようである(15)。

おわりに

今、財の物理的な移動の記録をベースとした従来の貿易収支概念に対し、新たな面から光を当てる「付加価値貿易」による分析が力説されている。「付加価値貿易」とは、財が生産される工程ごとに付加価値の源泉を明らかにし、それにより貿易収支の輸出国・輸入国の関係を再構築する分析枠組みである。

ジェトロ・アジア経済研究所とWTOは、アジア国際産業連関表を用いて、東アジアの貿易構造を「付加価値貿易」の枠組みで分析した成果を共同研究として公表している(16)。

現代の生産活動では、一つの最終財が生産されるまでの過程で、様々な国で

生産された財やサービスが投入されている。「Made in the World」とは、各国間の生産ネットワークにより生産された商品の原産国を示す言葉である。現在、最終財の(原産地)の概念の有用性が薄れている状況を踏まえ、新しい貿易ルールの構築を念頭に付加価値貿易の必要性が叫ばれ始めている。

例えば、東アジア地域では、高い技術を要する財を日本や韓国が生産し、労働集約的な生産工程を中国やベトナムが担うことで、工程ごとに各国が比較優位を発揮する相互補完的な生産体制を確立してきている。

日本の製造業は、ここ20年間、価格競争力に終始してきた。コスト削減をすると、コストの安い国と競争力で負けてしまうし、更なるコスト削減は、ブランド力の弱体化や社員のモチベーションの低下を招く。企業は、コストを削減するのではなく「最適化」し、価格、品質、サービスのバランスの取れた戦略を展開すべきである。これからの日本企業のセールスポイントを考えるにあたって、プラス方向への戦略転換が必要となる(17)。つまり、従来の機能・性能の重視の方針に加え、ブランド・ステータスの工場とサービスの充実を図り、グレードアップしていくような努力をする必要があるのである。

新しく変化していく時代に、商取引の電子化に伴って、今まで特別の範疇に置かれていた貿易取引は、大きな商取引の流れの中に取り込まれていく。国境というものを考えたばあい、貿易取引の中心課題は、各国の法的規制をどのように共通概念に限りなく近づけるかということになる。また、全ての国が電子化されたと仮定した場合、従来の貿易取引の中心課題は、金融、情報と物流の3点へと集約されていくだろう。

だが、電子化への動向については、各国とも経済水準が異なるためにインフラのための高額投資をどこまでできるかになると、高度な技術をもった国とそうでない国の際立った二極分解が起こり得る。そうなると、書類取引と電子取引はしばらくの間は併存していかなければならないだろう。

だが、将来的には、あまたの問題点を乗り越えていくことで、世界各国で、特に、アジア世界で一つずつ共有・共通する分野が広がっていくことになるであろうし、また期待されることでもある。

(この論文は、2012年3月30日に行われた、日韓経営研究交流会で発表されたものをまとめたものである。)

脚注

- (1) 戸堂康之著 「日本経済の底力」 日本貿易会月報 1月号 2011年 pp.37～41
- (2) 2011年11月2日 読売新聞
- (3) 2011年9月18日 日本経済新聞
- (4) 前掲新聞 読売新聞
- (5) 1991年に設立される。法務省外務省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省の5省で作られた公益法人
- (6) Channel to Discoveryみずほ銀行 財団法人国際研修協力機構 2012年2月15日
- (7) Cyber Shipping Guide 2011年12月21日
- (8) 日本など法令順守や内部統制など一定の基準を満たす企業を政府が認定し、輸出入手続きの大幅な省略を認めるAEO: Authorized Economic Operator〔認定事業者〕制度が普及してきている。
- (9) 日刊CARGO 2011年9月30日
- (10) SPACE 2011年9月pp. 4～10
- (11) 日本経済新聞2011年5月1日
- (12) 佐藤武男著〔貿易の電子化の動きと銀行の対応 GLOBAL ANGLE 2007年5月三菱東京UFJ リサーチ&コンサルティング〕p.13
- (13) 日刊CARGO 2011年10月26日
- (14) 日本経済新聞 2011年10月26日
- (15) 日本経済新聞 2011年9月18日
- (16) (<http://www.jetro.go.jp/world/japan/stats/fdi/>) p.15
- (17) 柯隆著〔中国経済の行方と日本企業の投資戦略〕日本貿易会月報 2012年1月号 p.36

参考資料 及び 文献

- ・ JETRO貿易投資白書2008
- 2009
- 2010
- 2011

- ・日本貿易会月報 2011年～2012年
- ・日本海事新聞社 2009年～2012年
- ・日本経済新聞 2009年～2012年
- ・GLOBAL Angle 2007年
- ・SPACE 2011年
- ・日刊CARGO 2011年
- ・社団法人日本貿易会『日本貿易の現状』2010～2011
- ・井上能行著『電子決済システムの仕組み』日本実業出版社2000
- ・高橋秀雄著『電子商取引の動向と展望』税務経理協会2001
- ・www.bolero.net
(<http://www.jetro.go.jp/world/japan/stats/fdi/>)