No. 4

アルゼンティン国第二次経済開発調査
報　告　書

「東アジアとの経済交流拡大に向けて：
アルゼンティン経済の新たなる飛躍」

（要　約）

平成８年６月

JICA LIBRARY
J 1128508 [7]

国　際　協　力　事　業　団
財団法人　国際開発センター

JICA
701
34
PFS
LIBRARY

基調
J R
96－4

アルゼンティン国第二次経済開発調査
報　告　書

「東アジアとの経済交流拡大に向けて：
アルゼンティン経済の新たなる飛躍」

（要　約）

平成８年６月

国　際　協　力　事　業　団
財団法人　国際開発センター

1128508 [7]

序　文

日本国政府は、アルゼンティン共和国政府の要請に基づき、「第二次経済開発調査」を行うことを決定し、国際協力事業団がこの調査を実施いたしました。

当事業団は、（財）国際開発センター理事長・会長の河合三良氏を団長とする調査団を、平成６年７月から平成８年３月までの間、数次にわたりアルゼンティンに派遣するとともに、第三国調査として南米各国をはじめ東アジア諸国等にも派遣しました。

調査団は、本調査期間中、アルゼンティン及び他の調査国の政府関係者、民間団体等との協議並びに現地調査を行い、日本での国内作業を経て、ここに本報告書完成の運びとなりました。

この報告書が、アルゼンティンと東アジア諸国との経済関係の発展に寄与するとともに、我が国との友好・親善の一層の発展に役立つことを願うものです。

終りに、本調査にご協力とご支援をいただいた関係各位に対し、心より感謝申し上げます。

平成８年６月

藤田公郎

国際協力事業団

総裁

国際協力事業団
総裁　藤田　公郎　殿

伝達状

ここにアルゼンティン国第二次経済開発調査最終報告書を提出致します。この報告書は（財）国際開発センターが貴事業団との契約に基づいて行った2年にわたる調査の結果を取りまとめたものであります。

本調査の目的は、アルゼンティンにおける近年の経済改革によって実現された経済成長を持続的なものにしていくために、同国と急速な経済成長を遂げている東アジア地域との経済関係強化策を検討・提言することでありました。本調査を遂行するにあたり調査団は、アルゼンティン・東アジアの経済動向、及びアルゼンティンの輸出企業、製品に対する東アジア輸入企業の評価を調査し、アルゼンティンが今後右目的を達成する際に必要となるテーマを選定しました。これらのテーマを四つの課題に統合し、さらに詳細な調査を実施いたしました。本調査により、アルゼンティンにとって東アジアは極めて魅力的な市場であること、またアルゼンティンの資源加工型製品は同市場への輸出拡大に高い可能性を有していることが明らかになりました。輸出拡大の実現には官民両部門における輸出戦略の策定、品質の改善、安定供給力の拡充、輸出用インフラストラクチャーの整備、販売促進活動の強化などが必要であります。こうした方策を実現させていくための実用的、かつ具体的な提案を行いました。

調査の遂行にあたっては、貴事業団、外務省、並びに他の関連省庁より多大なるご指導とご支援を頂きました。また、現地調査においてはアルゼンティン国経済公共事業省、他の関連省庁及び民間部門の関係機関、ならびに第三国調査として訪問した南米各国・東アジア諸国などの関係者より種々のご協力を得ることができました。ここに深甚なる謝意を表する次第です。

終わりに、本報告書がアルゼンティン経済の強化、並びにアルゼンティンと東アジアとの経済関係の緊密化への一助になることを念願しつつ、調査期間中に皆様より賜わったご高配に改めて感謝する次第です。

平成8年6月

河合三良

団長　河合三良
アルゼンティン国第二次経済開発調査
財団法人　国際開発センター　会長

序　文

アルゼンティンの官民関係者は、１０年前と同様に、再び日本国政府の貴重な協力を得、ア国経済に関する調査を実施することができました。

ア国の現状につき、豊富な経験を有する優秀な人材を活用し、非常に緻密な分析を行なうことにより、質の高い調査を実施することに尽力して下さった国際協力事業団（ＪＩＣＡ）及び（財）国際開発センター（ＩＤＣＪ）に対し、ここにアルゼンティン共和国政府を代表して、心からお礼申し上げます。

１９８５年、アルゼンティン共和国経済開発調査（第１次調査、通称「大来Ｉ」）は、数多くの知識、提言をア国にもたらし、それら提言の多くは実施に移され、現在のア国の政策の基礎となっています。

１９９４年、世界の大きな潮流のなかで、かつて専門家たちによっても予想だにされなかった経済・社会情勢の変化が生じつつあり、日ア両国は、それぞれの国が存在する地域が、新たな枠組みにより結び付く必要性を確認しました。それは、互いの過去の経験（成功例、失敗例）を糧としつつ、将来に向けてよりよい成果を導き出すための具体的な行動を起こすべきという理念に基づくものです。

一方、１９８９年以降、ア国は経済の安定化、規制緩和及び市場開放に向け、抜本的な改革を実施してきております。経済成長と自由化政策を持続しつつ、ア国政府は対外貿易の活発化、また海外直接投資の促進を目指し、確固たる手段をとることを決定しました。右目的のため、ア国はラテンアメリカ諸国、とくに南米南部共同市場加盟国間の通商関係をより緊密にすると同時に、日本及びその他の東アジア諸国へのアプローチを新たに展開しています。メネム大統領をはじめ、カバーロ経済公共事業大臣、官民関係者の東アジア諸国への度重なる訪問がこれを証明しています。

このような背景のもと、１９９２年、ア国政府は日本政府に対し、国際協力事業団とア国経済公共事業省対外貿易庁が一体となり、「アルゼンティン国第２次経済開発調査」を実施することを要請しました。

本調査の主な内容は、大規模な経済改革が採られた１９８９年以降のア国のマクロ経済状況及びセクターごとの開発状況の分析となっています。また、ア国の日本及び他の東アジア諸国の市場に対する輸出拡大のポテンシャル、同地域からの直接投資の拡大可能性についても調査の対象となっています。

この調査が、日本及び他の東アジア諸国のア国産品に対する認識の改善、及び政府の大規模な改革により変化しつつあるア国経済への理解の深化に結び付くことを期待します。また、現時点でははるかに遠く離れ、しかしア国がその経済・商業のパートナーとして焦点を定めているという点においては非常に近い存在といえる同地域とア国との間の通商政策を確立し、官民関係者の交流を活発化するための一助となることを望むものです。この目的が達成されるまでには容易ならざる長い道のりが続いていますが、ア国として最大限の努力を尽くす所存です。

終りに、上記に述べた目的達成に向け、ア国として現在の政策を継続することを表明するとともに、国際協力事業団及び（財）国際開発センターのご助力に対し、重ねて感謝申し上げます

平成８年６月

アルゼンティン共和国
経済公共事業省
次官　アレハンドロ・マジョラル

目　次

調査の概要

調査の背景 1
調査の目的 1
フェーズＩ調査の内容と手法 2
フェーズＩＩ調査の内容と手法 2
調査の成果物 3

調査結果の要約

序. 5

１．何故東アジアなのか. 6

２．アルゼンティンの産業及び産業基盤評価. 6
～東アジアへの輸出拡大及び同地域からの投資増大の観点から～
２．１　アルゼンティン産業の評価. 6
２．２　アルゼンティンの産業基盤の評価. 8

３．東アジア企業によるアルゼンティンの輸出企業・製品の評価 10
３．１　輸出企業について. 10
３．２　製品について. 10
３．３　生産、納入について. 11

４．東アジアへの輸出拡大を図る上で解決すべきテーマ. 12

５．東アジアへの輸出の拡大、東アジアからの投資の増大に向けた
基本的考え方. 12
５．１　主要品目及び主要市場. 12
５．２　海外直接投資と主要市場. 13
５．３　政府の役割. 13

６．課題別要約と提案. 14
６．１　課題１：東アジア・太平洋諸国の輸出・の投資振興策の
適用可能性. 14
６．２　課題２：東アジア市場への輸出拡大のための競争力強化. . . 17
６．３　課題３：中小企業の強化育成. 28
６．４　課題４：産業振興と輸出拡大のための運輸体系整備. 32

７．提案実施のための示唆. 34

付録

調査の概要

調査の背景

国際協力事業団（JICA）は1985～86年度に実施した「アルゼンティン共和国経済開発調査」において同国のマクロ経済、農業、工業、運輸および輸出にかかる詳細な分析を行い、その上で同国の経済活性化を図るための政策手段を提言した。同調査の報告書は、当時のアルフォンシン政権や学界、経済界によって高い評価を受けた。さらに、1989年に発足したメネム政権においても、同国経済改革の指針として引き続き評価されている。

1992年、アルゼンティン政府は再度日本政府に対し同国における経済開発調査の実施を要請してきた。要請の趣旨は、近年の経済改革の成功によって実現された経済成長を持続的なものにしていくために、急速な成長を遂げている東アジア地域（日本を含む）との経済関係強化策を検討・提言して欲しいというものである。日本政府はこれを受け1994年4月に事前調査を行い、本格調査を同年7月に開始した。以降本調査は1996年6月まで約２年間に渡って実施された。

調査の目的

21世紀へ向けて持続的な経済成長を図るうえで、アルゼンティン政府は世界経済の成長の核である東アジアとの経済関係の強化を長期政策の重要なポイントの一つとして捉えている。その中でも特に東アジアへの輸出と東アジアからの直接投資の拡大を図ろうとしている。本調査の目的は、アルゼンティン経済とそれを取り巻く国際経済の現状を認識したうえで、アルゼンティンが東アジアとの経済関係を強化するためにはいかなる手段を採るべきであるのかを提言することである。その際、ダイナミックに発展する東アジアの市場・投資動向を知悉している日本の専門家の知見を生かし分析及び提言を行うことが求められている。

本調査の目的は、次の三つに整理される。

①アルゼンティンのマクロ経済および各セクターの現状を分析し、持続的な経済成長を図る上での課題を明らかにする。
②持続的な経済成長の実現及びアルゼンティン－東アジア経済関係の強化という視点より選定された産業発展と貿易・投資振興の課題を分析し、具体的提案を作成する。
③調査の実施を通じてアルゼンティン側カウンターパートに対し技術移転を行う。

本調査はフェーズI（1994年度）及びフェーズII（1995、96年度）とに分けて実施された。フェーズIでは①を、フェーズIIでは②をそれぞれ調査の目的とした。

フェーズⅠ調査の内容と手法

アルゼンティンが経済成長を維持していくための主要課題を明らかにするというフェーズⅠ調査の目的に鑑み、主要調査項目を以下のように設定した。

①前回調査報告書のレビュー
②マクロ経済状況および関連政策の分析
③セクター別現況および関連政策の分析
④アルゼンティンをとりまく国際経済および地域経済統合計画との関係の分析
⑤アルゼンティンと東アジアとの経済関係の評価・分析
⑥アルゼンティン経済の成長を維持するための諸方策の提示
⑦フェーズⅡ調査における課題の選定

調査の実施に当たっては、まず日本における事前調査で前回調査のレビュー（①）を行い、その上でアルゼンティンにおける現地調査に臨み、同国のマクロ経済状況（②）、セクター別現況（③）、国際経済動向（④）の分析を行った。国際経済の分析に当たっては近隣諸国であるブラジル、チリ、ウルグアイの経済を調査し、南米におけるメルコスルを中心とする経済統合の動向を把握した。続いて、東アジアとの貿易・投資の動向、ならびに東アジア市場においてアルゼンティンの製品、輸出企業がどのように評価されているのかを調査・分析した。（⑤）

こうしたアルゼンティン、近隣諸国、東アジア諸国等における分析に基づき、アルゼンティンが今後持続的な経済成長を達成していくための諸方策を提示した（⑥）。その上で、カウンターパートとの協議を通じて、フェーズⅡにおいて重点的に調査を行う四課題を選定した（⑦）。選定された四課題は以下のとおりである。

課題１：東アジア・太平洋諸国の輸出・投資振興策の適用可能性
課題２：東アジア市場への輸出拡大のための競争力強化
課題３：中小企業の強化育成
課題４：産業振興と輸出拡大のための運輸体系整備

フェーズⅡ調査の内容と手法

フェーズⅡ調査ではこれら四つの課題につきそれぞれ並行して調査を進めた。

課題１は、東アジア・太平洋諸国における輸出投資振興機関の活動内容を分析し、アルゼンティンにとって有用と考えられるものを探り出し、それらを同国で活用するにはどのような形態・手段が望ましいかを検討し、提言を行った。

課題２は、四品目（牛肉、果物・ジュース、トマトペース製品、イカ加工品）を事例として取り上げ、市場アクセス、市場分析・市場戦略、生産性・品質の三つの観点から、輸出を拡大するにはいかなる手段を取るべきかにつき調査を行った。対象とする市場は日本、韓国、台湾、インドネシアであるが、その中でも市場規模の大きさ、求められる

品質水準の高さなどから日本に焦点をあてた。

課題3は、中小企業の支援策につき金融、技術、品質の3つの観点から調査を行った。また、事例研究として自動車部品産業を取り上げた。調査に当たっては、まずアルゼンティンにおける中小企業の現状分析を行い、問題点・制約要因を明らかにした上で、世界各国で実施されている中小企業支援策を検討し、アルゼンティンに適用可能なものを抽出し、いかにすれば効果的に適用しうるか検討した。

課題4は、東アジアへの輸出拡大という見地からコンテナ輸送を、及びメルコスル域内の運輸体系整備という見地からアルゼンティンとブラジル／チリとを結ぶ幹線輸送体系を調査した。コンテナ輸送についてはアルゼンティンと東アジアとを結ぶ主要航路上の港を調査し、港湾施設及び船会社による投入船の状況を踏まえて、アルゼンティンにおける港湾の拡充方針を提案した。アルゼンティンとブラジル／チリとを結ぶ幹線輸送体系については、現在使用されている三幹線を中心に、交通量拡大に際してのボトルネック解消、及び交通の円滑化の観点から提言を行った。また多国間輸送体系の整備について豊富な経験をもつEUを調査し、メルコスル域内で活用可能な方策の情報収集、分析に努めた。

調査の成果物

本調査の成果物については巻末の付録1を参照されたい。

調査結果の要約

序

アルゼンティン経済はハイパーインフレーションに代表される1980年代の経済的混乱を、

（1）思い切った行財政改革及び民営化・規制緩和による民間セクターの活性化、並びに貿易・投資の自由化といった一連の経済構造改革、

（2）兌換法を柱とする経済安定化政策の導入、

により克服することに成功し、安定成長を実現しつつある。

こうした経済改革の成功を踏まえ、アルゼンティン経済は次なる飛躍の時期、即ち今日の安定成長を持続させかつ一層の経済拡大を図る時期、に来ている。しかし、こうした目標を達成するには輸出の拡大、アルゼンティンへの海外直接投資の増大が不可欠である。輸出・投資の拡大を図る際の有力な市場の一つが東アジアである。本「アルゼンティン国第二次経済開発調査（以下、第二次調査）」は、アルゼンティンが東アジアへの輸出拡大、あるいは東アジアからの投資増大を図るには如何なる輸出・投資拡大策を採るべきかを可能な限り具体的な形で提案することを目的として行なわれた。[1]

アルゼンティン国の経済開発に関しては1985～87年に「アルゼンティン共和国経済開発調査（以下、第一次調査）」を実施しているが、当時はアルゼンティン経済が混乱のさ中にあり、将来の方向性が明確になっていなかったことからアルゼンティン経済が目指すべき方向を指し示すことに調査の主眼が置かれた。

本「第二次調査」は、アルゼンティン経済の持続的経済発展を図るための処方箋を提供するという点では「第一次調査」と共通点があり、その意味では両調査には明確な連続性があるが、両調査の性格には大きな違いがある。即ち、今次調査が行なわれている今日、アルゼンティンは、同国経済が将来進むべき基本方向につき極めて明瞭な考え、方針を持っている。したがって、現在アルゼンティンで求められているのは、アルゼンティン経済の進むべき道筋に関する提案よりは、如何にすれば東アジアでアルゼンティン製品がより多く売れるようになるか、如何にすれば東アジアの企業がアルゼンティンに目を向け投資をしてくれるか、という極めて実用的かつ具体的な提案である。今次調査において分析と提案の実施可能性検討に相当の時間を割き、またさまざまな国における事例調査及び成功事例のアルゼンティンへの適用可能性の検討に重点を置いたのもこうした理由からである。

---

[1] 本調査において東アジアとは、中国、香港、インドネシア、日本、韓国、マレーシア、シンガポール、タイを対象としている。

1．何故東アジアなのか

今日のアルゼンティンと東アジアとの経済的交流は、貿易・投資の両面とも貧弱と言わざるを得ない。現在、東アジアは世界貿易の約20%を吸収しているが、アルゼンティンから東アジアへの輸出はアルゼンティンの全輸出の８％を占めるに過ぎない。東アジアへの輸出額は隣接国であるブラジルやチリの同地域への輸出額と較べても小さい。東アジアからアルゼンティンへの直接投資も殆どない。1990～92年のアルゼンティンに対する直接投資上位10カ国には東アジア諸国は一国も含まれていない。

しかしながら、東アジアはアルゼンティンにとり極めて魅力的かつ、潜在力を有する市場である。第一の理由は市場の大きさである。東アジアの輸入量は1988年から1994年にかけて倍増した。急速な経済成長により2020年には東アジアのGDPは世界のGDPの30%を越え、EU、北米を凌ぐという予想もある。経済規模の拡大は輸入の拡大を招く。第二の理由はビジネスチャンスが大きいことである。急速かつダイナミックな経済発展を遂げつつある市場ではアルゼンティンのような新参の国々でも新規参入、シェア拡大のチャンスは大いにある。第三の理由はアルゼンティンと東アジアの貿易構造に極めて高い補完性があることである。アルゼンティンが強い競争力を有する資源加工型製品は日本、韓国が大いに必要とするものである。他の東アジア諸国でもその輸入は増大している。

2．アルゼンティンの産業及び産業基盤評価
～東アジアへの輸出拡大及び同地域からの投資増大の観点から～

今次調査では、東アジアへの輸出拡大及び同地域からの投資拡大を達成する上で、輸出の主体及び投資の受け皿となるアルゼンティン産業及び投資基盤である産業基盤はどのように評価されるかにつき、総合的に調査した。その要点は以下のとおりである。

2．1　アルゼンティン産業の評価

（1）農水畜産部門

アルゼンティンの農水畜産部門は全輸出の約7割を占めている。過去10年間で一次産品の割合が輸出全体の43%から27%に大きく低下した反面、加工製品の比率が27%から40%に大きく上昇した。

同部門は一般的に国際競争力を保持しているものの、競争力の主たる源泉は良好な自然条件であり、技術水準はそれほど高くはなく、機械設備もそれほど進んだものではない。近年の規制緩和、市場メカニズムの導入により流通コスト、投入財価格が低下した反面、労働力など一部非貿易財についてはその影響がまだ十分に及んでいない。全体と

して穀物、牛肉、酪農などの収益性は改善されつつある。また、新技術を導入しうる大規模農家と導入しえない中小規模農家との格差が拡大しつつある。

アルゼンティン農業の競争力と東アジア諸国一般に見られる小規模農家保護政策とを勘案すると、東アジア市場に対しては粗放的生産に適した主要穀物（小麦、トウモロコシ、こうりゃん、大豆、ひまわり）及び牛肉の輸出に最も大きな可能性がある。漁業資源も豊富であり、1990年代に入り輸出が急増している。

今後、さらに競争力を高めていくための課題としては以下が挙げられる。

1）生産技術の近代化を通じた生産性・品質の向上
2）規制緩和、競争原理の導入を通じた流通コストの更なる削減
3）貯蔵・加工施設、輸送システムなど生産・流通基盤の整備
4）輸出先市場の要求を満たすような衛生管理・検疫体制の確立（特に植物部門）
5）東アジア市場及び主要輸入企業に関する情報ネットワークの拡充
6）水産資源の持続的発展を図るための資源調査・資源管理の実施
7）東アジアへの輸出拡大のための水産物の差別化、ニッチ市場への参入

（2）鉱業・エネルギー部門

原油、天然ガス、リチウム、銅、石材など多くのエネルギー、鉱物資源に恵まれており、それぞれに輸出及び投資の可能性がある。とりわけ天然ガス、リチウム、銅の開発輸出に大きな可能性がある。

（3）製造業部門

素材産業（鉄鋼、石油化学、紙・パルプなど）、組立加工型産業（自動車、金属工作機械など）、生活関連産業（食品、飲料、皮革製品など）の28業種の輸出・投資可能性は次のとおり。

（輸出）鉄鋼製品、アルミ製品、パルプ、金属工作機械、食品加工機械、自動車部品、牛肉、酪農品、ワイン、麦芽、食品、菓子類、たばこ葉、繊維製品、皮革・同製品、履き物、革靴の各品目で可能性あり。
（投資）鉄鋼製品、アルミ製品、紙・パルプ、金属加工機械、食品加工機械、自動車・同部品、麦芽、食品、菓子類、履き物の各産業で可能性あり。

ただ、輸出及び投資を現実のものとするには次の課題の解決が必要である。
1）輸出企業の予備軍たる中小企業の育成
　資金へのアクセスの改善、革新的企業創生の支援、生産性・品質向上への支援が重要である。
2）一層の生産性向上による価格競争力強化

規制緩和促進による非貿易財価格水準の低下、輸出産業と原材料供給産業とのリンケージ強化が重要である。

3）輸出のための生産力強化

競争力のある産業でも輸出企業数及び輸出能力が限定されている場合があるので、輸出企業数及び各企業の生産能力の増強を図る。

4）直接投資導入による先端技術の取得

自動車部品産業が当面の目標。

5）アルゼンティン製造業の競争力の源泉の一つになりうる「製品差別化、特殊化、隙間産業、少発注（スモールバッチ）」概念の精緻化を図る。

6）森林資源加工型産業の輸出拡大

国際競争力を有しながら低迷する森林資源加工型産業の立て直し及び活性化を図る。

7）輸出製品の高付加価値化

資源そのものの輸出に代わり高付加価値製品の輸出を図る。非価格競争力強化が重要である。

8）民間部門による輸出拡大のためのインフラストラクチャー整備。

2．2　アルゼンティンの産業基盤の評価

（1）国際貿易制度

1990年代初めまで黒字を維持してきた貿易収支は1992年以降赤字に変わつた（但し1995年はメキシコ危機による国内経済の停滞を背景に輸入減少、輸出増加で黒字）。経済改革の下での実体経済の回復、成長、それによる投資拡大が背景にあるだけに赤字傾向はしばらくは続こう。その中にあり輸出は非農業関連工業製品、燃料・エネルギーを中心に順調に伸びている。市場別には輸出が拡大しているのはメルコスル（南米南部共同市場）でアジアへの輸出は殆ど伸びがみられない。東アジアへの輸出拡大には制度面で以下の対策が必要である。

1）市場情報、提供における制度的支援の強化、拡充

東アジア市場関連情報のアルゼンティン企業への提供及びアルゼンティン産業・企業情報の東アジアへの提供、市場調査支援、輸出フェア支援が主たる内容

2）輸出金融、輸出保険、投資保険、各制度の整備、拡充

（2）海外直接投資環境

アルゼンティンに対する海外直接投資は良好なマクロ経済環境、民営化計画及び債務の証券化計画の実施、メルコスルの形成などを背景に急増している。投資国としては米国、イタリア、ドイツ、フランスなど欧米国が圧倒的に多くアジア諸国からの投資は極めて少ない。業種別には民営化、債務の証券化がらみでエネルギー資源、通信分野が金

額的には大きいが、自動車、飲料、食品、紙パルプ、アルミ製品、石油化学など製造業分野にも広がっている。アルゼンティンに対する投資には1）経済の安定化、2）海外投資に対する規制がない、3）資源が極めて豊富、4）国内市場の成長性大、5）メルコスル市場形成による地域経済圏の活性化、6）質の良い労働力、などのメリットがあるものの、東アジアからの投資誘致には以下の対策、工夫が必要である。

1）現在の安定経済の堅持
2）民営化、債務の証券化計画の継続
3）裾野産業の育成、強化
4）労働市場に柔軟性をもたらし生産性向上を可能にする労働法の更なる改革
5）投資財団(Fundacion Invertir)の機能強化による正確かつタイムリーな投資情報の提供

（3）金融制度

アルゼンティン経済改革の成功、実体経済の回復、投資家のアルゼンティン経済に対する信認の回復により資本の流入に顕著な復活がみられ、国内金融市場においても預金の増大による貸し出し能力の拡大、インフレーションの収束による金利低下という企業金融にとり好ましい環境が醸成されつつある。しかし、輸出を担うアルゼンティン産業が設備投資を十分に行い、国際競争力を持つためには、以下の対策が必要である。

1）国内貯蓄の奨励
社会保障制度改革に次ぐ改革の実施
2）資金へのアクセスが限られ、かつ借り入れコストも高い中小企業に対する制度融資の充実
3）民営化による競争激化の過程で倒産に追い込まれる金融機関に対する預金者保護のための預金保険制度の検討
4）資金調達手段の多様化による資金へのアクセス問題の解決

（4）輸送インフラストラクチャー

民営化、規制緩和、地方分権化により、運輸サービスの向上、輸送コストの削減が実現しつつある。アルゼンティンにおける輸送にかかる第1の特徴は、水運においては河川輸送の割合が高いことであり、海上輸送と並ぶ約50%を占めている。陸運では道路が全貨物輸送の90%以上を占めており、鉄道は10%以下に過ぎない。第2の特徴は輸送体系がブエノスアイレスを中心としていることであり、地方間の輸送システムが脆弱である。東アジアへの輸出拡大を図るという観点からは、以下のような諸策が必要であると考えられる。

1）現行の運輸モード別組織の改編とモード間の連携強化
2）全国運輸調査を実施し、均衡のとれた中・長期開発計画を策定
3）河川輸送の不備が穀物のコストを高める主因となっているので、河川港の整備、浚渫サービスの徹底を通じて、大型船の利用を可能にする
4）ブエノスアイレス港を中心としたコンテナ港、関連施設・サービスの改善を図り、世界（特にアジア）のコンテナ化の流れに乗り遅れないようにする
5）太平洋へのゲートウェーとしてのアンデス越えルートの整備
6）メルコスル諸国間の円滑な輸送を図るための輸送システムの統合

3．東アジア企業によるアルゼンティンの輸出企業・製品の評価

経済的交流が少ないことから容易に予想出来ることではあるが、東アジアの輸入企業によるアルゼンティン輸出企業・製品に対する評価は概して厳しい。彼等の評価には誇張もあり、またビジネスを有利に進めようとの考えから一方的な指摘も目につくが、参考となる部分もある。いくつかの製品を除けば彼等にはアルゼンティンは限界的供給者としてしか映っておらず、仮にアルゼンティン製品が市場から消えたとしてもあまり痛痒を感じない。東アジアの輸入企業はアルゼンティンの輸出企業・製品を次のように見ている。

3．1　輸出企業について

販売促進活動の欠如　東アジアの輸入業者の多くは、アルゼンティンの輸出企業からアプローチを受けたことがなく、製品の見本が送られてきたこともない。アプローチを行わなければ、輸出につながる可能性もない。

低い知名度　アルゼンティン製品は知名度がないので低価格での販売を強いられている。例えば、シンガポールの輸入企業はアルゼンティン牛肉の品質を良好と評価しているものの、オーストラリア牛肉よりも低級の肉として販売している。何故なら、アルゼンティン牛肉には確立されたブランド・イメージがないからである。

安定供給への信頼不足　東アジア、特に日本の輸入業者は安定供給を大いに重視するが、アルゼンティンの輸出業者は安定供給先との評判を確立しえていない。インドネシアでも、ある鋼板輸入企業はアルゼンティンの輸出企業は国内市場が活況を呈すると輸出品を国内市場に回してしまうので安定的供給が期待出来ないと指摘している。

3．2　製品について

劣後する品質競争力　同じ水域のイカでも、アルゼンティン漁船によって捕獲されたものは日本漁船によって捕獲されたものに比べて鮮度及びチューブにしたときの歩留ま

りが低い。これはアルゼンティン船上でのイカの取り扱いが悪いためである。その結果、アルゼンティン漁船によって捕獲されたものは、日本漁船に捕獲されたものよりも低品質品として取り扱われている。

市場ニーズへの適合努力の不足　アルゼンティンの大豆はライバル国のものより安価であるが、蛋白質の含有率が低いため日本には殆ど輸出されていない。日本の輸入業社は高品質の大豆をアメリカやブラジルから輸入している。

3．3　生産、納入について

弱体な輸出供給力　アルゼンティンには輸出供給力がないとの指摘が多く聞かれた。インドネシアのパルプの輸入業者はアルゼンティンからの輸入にあまり信頼をおいていないと言う。何故ならばアルゼンティンにはマーケット・パルプの輸出企業が一社しかなく、業界としての厚みにかけるからである。

不十分なインフラストラクチャー　インドネシアの穀物輸入業者は、アルゼンティン小麦の輸出拡大の制約要因は不十分なインフラストラクチャーにあると指摘した。この輸入業者によるとアルゼンティンの競合国であるオーストラリアやカナダは一年を通して小麦を輸出できるが、アルゼンティンは１２月から４月の期間しか輸出できない。アルゼンティンの小麦の積み出し港が５月から11月は他の産品に使用されるからである。

長距離による納入体制の難しさ　東アジアはアルゼンティンから長距離にあるのでタイムリーな納入が難しく輸出拡大の制約要因となっていると、インドネシアのパルプ、皮革製品の輸入企業は指摘している。

販売条件での劣後　アルゼンティン製品の販売条件の中には競争力に欠けるものがある。例えば、インドネシアにおける皮革の輸入企業は、アルゼンティン製品の品質には満足しているものの韓国製品より低い総合評価を下している。その理由は韓国企業は納入した製品の品質に問題があったことが加工後判明した場合でも返品を受け入れるが、アルゼンティンは受け入れないからである。更に、韓国企業は６ヵ月間の金融をつけてくれるが、アルゼンティン企業は現金決済が原則となっているとのことである。

弱体なビジネス・ネットワーク　東アジア、特に中国、香港、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシアでは華僑との緊密なネットワークの確立が重要であるが、アルゼンティンの輸出企業はそうしたネットワークを未だ確立しえていないようである。

以上のように、アルゼンティンは東アジアへの輸出拡大を阻む様々な問題を抱えているが、輸出の拡大が不可能ということでは決してない。実際、東アジアで大きなシェアを確立しているアルゼンティンの輸出企業も存在する。適切な手段が講ぜられればアル

ゼンティン製品は十分に東アジア市場に浸透しうる。現に多くの東アジアの輸入企業はアルゼンティンが価格、品質両面で国際競争力のある製品を供給しうる体制をとるならば何時でも商談に乗るとコメントしている。

なめし革がその一例である。タイによるなめし革輸入について、アルゼンティンはタイの総輸入の７％のシェアを確保している。これは韓国（23%）、米国（9%）に次ぐ大きさで、台湾（7%）と同じである。この良好な輸出実績はアルゼンティン輸出企業による積極的な輸入業者へのコンタクト、高品質原皮の入手が容易なこと、香港に倉庫を確保することによる納期の短縮により可能となっている。

４．東アジアへの輸出拡大を図る上で解決すべきテーマ

アルゼンティンの産業及び産業基盤の現状並びに東アジア企業によるアルゼンティンの輸出企業・製品の評価を踏まえ、アルゼンティンが東アジアへの輸出拡大を図る上で解決を図らねばならないテーマを整理すれば以下のようになる。

- 官民双方による販売促進活動の強化
- 東アジア市場への浸透のための輸出戦略の確立
- 東アジア市場を意識した価格・品質競争力の強化
- 輸出のための供給力の強化
- 産業金融の強化
- 制度的インフラストラクチャーの整備、物理的インフラストラクチャーの開発

５．東アジアへの輸出の拡大、東アジアからの投資の増大に向けた基本的考え方

５．１　主要品目及び主要市場

輸出の主要品目は二つに分けられる。第一は鉄鋼製品、パルプ、肉加工製品、酪農品、ワイン、食料品、なめし革、皮革製品などの資源加工型品目である。こうした品目について、アルゼンティン製品は既に国際競争力を保有しているため、直ちに東アジア市場へ向けた輸出戦略が練られるべきである。

第二は金属・木材加工、食品加工機械、自動車部品などの組立加工型品目である。これらの品目の多くは現在国際競争力を保有するに至っておらず、海外直接投資を媒介としての生産性向上が重要である。かかる品目についてはまず第一にメルコスル市場を目指すべきである。規模の経済や競争の激化による品質の改善を通じて競争力の強化が図られるからである。その上で、東アジア市場への輸出を図るべきである。

5．2　海外直接投資と主要市場

東アジア、特に日本からの直接投資は次の三分野で可能性が期待される。第一はメルコスル市場をターゲットとする組立加工型産業による投資である。既にトヨタが進出している実績にみられるように、自動車産業の可能性が一番高い。組立企業が進出すれば、そこに部品を納入する裾野産業への投資も期待される。

第二は東アジア市場に向けた食料品開発輸入のための投資である。日本企業による食料品の開発輸入は急増している。アルゼンティンは気候・地形的条件に恵まれているだけでなく南半球に位置しており、日本からの開発輸入投資の対象となる可能性が高い。日本とは逆の季節にある点を活かしてアルゼンティン同様南半球に位置するオーストラリアやニュージーランドへの日本企業による開発輸入投資が活発化していることが可能性を裏ずけている。

第三は東アジア市場に資源を持ち込むための資源開発型投資である。東アジアの中でも特に日本、韓国は天然資源に恵まれていないので、世界各国で活発に資源開発を展開している。銅などの鉱物資源や天然ガスなどのエネルギー部門だけでなく森林資源も投資分野として高い可能性がある。

5．3　政府の役割

東アジアとの経済交流の拡大に向けて政府はいくつかの重要な役割を担っている。第一に政府は東アジアとの経済交流拡大についての方向性を明確にし、官民共通の認識とすべきである。政府の方向性自体は当然ながら民間とのコンセンサスの下で形成されるべきものであるが、政府のコミットメントが明確になれば民間企業の戦略の決定も容易になる。第二に経済交流拡大を図る際に必要とされる諸情報の提供である。例えば東アジアに提供する投資に関する規制、アルゼンティン市場及びアルゼンティン産業並びにアルゼンティン企業団体・個別企業に関する第一次的情報である。こうした情報は公共財的性格を持っているので政府が用意するのが効率的である。

輸出振興における政府の役割は対象となる企業の大きさ、国際競争力、輸出実績、ブランド力の有無などによって異なる。一般的に言って大企業の場合には、政府は側面支援に徹すべきである。市場情報の収集などの輸出振興活動は企業が先導して行うべきであり、またそれが可能である。他方、輸出企業が中小企業で構成されている場合は、すでに国際競争力を有し輸出実績がありブランドイメージも浸透している場合を別として、輸出促進には政府のイニシアティブが不可欠である。中小企業には貿易促進活動やビジネス交流の拡充を図る上での人的資源、資金に制約があるからである。

6．課題別要約と提案

東アジアへの輸出促進及び東アジアからの投資振興を図るためのより具体的な対策、方策を明らかにすべく、4．で抽出されたテーマを四課題にまとめ直し、各課題につき詳細を検討した。四課題は東アジアへの輸出拡大という観点からは次表のような関連にある。

	課題1 輸出・投資拡大のための制度的支援	課題2 生産性・品質の向上による競争力強化	課題3 中小企業の強化育成	課題4 運輸体系の整備
市場へのアクセス	貿易振興機関	官民による市場アクセス		
市場戦略		市場戦略		
生産性・品質		資源加工型産業	自動車部品産業	
インフラストラクチャー			中小企業の金融、技術、品質	コンテナ輸送システム、ブラジル・チリとの幹線輸送路

各課題における主要な現状認識、提案は以下のとおりである。

6．1　課題1：東アジア・太平洋諸国の輸出・投資振興策の適用可能性

東アジアへの輸出拡大を図るためにアルゼンティン政府は民間との協力により業種（製品）別、市場別海外戦略（Targeted Market Intelligence Strategy: TAMIS）を設定することを提案する。TAMISとは輸出振興を図る市場及び品目グループを民間とのコンセンサスの下に国家として特定し、さまざまな輸出振興プログラムを統合させつつ決められた戦略を効率的に実現していくことである。TAMISの主要な受益者は中小輸出企業である。アルゼンティン政府は東アジアへの輸出拡大に国をもって取り組むことを宣言し、官民間のコンセンサスづくりを図るべきである。下表はアルゼンティン産業の業種（製品）別、市場別輸出実績及び輸出拡大の可能性評価の下に、TAMIS対象業種・市場を一案として示したものである。

Argentine Export Goods and Products	JPN	KOR	CHN	IND	THA	HKG	SIN	MAL
1. Resource-based products								
(1) Foodstuffs								
Beef including bovine animals	Δ	Δ	Δ	Δ	Δ	○	Δ	○
Other meat (meat of horse, mutton, chicken etc)	◎	Δ				◎		
Fish and shellfish	◎	◎	◎			○		
Dairy products (milk, butter, cheese, etc)	Δ		Δ			Δ	Δ	
Fresh fruits and fruit juice	○	Δ					○	
Wine and grape must					Δ			
Vegetables, vegetable oil and fats							◎	◎
Others (sugar, tobacco, alcohol, beer malt, beverage, confectionery, honey, pasta, etc)	○		Δ		Δ		○	
Wheat	Δ	Δ	◎	◎	Δ			Δ
Maize	◎	Δ						○
Sorghum	◎		Δ	Δ				
Soybean, soybean oil and soybean cake	◎	○	◎	◎				◎
Animal (compound) feed	Δ		Δ	Δ				
(2) Raw materials								
Leather (tanned leather, hide & shin, shoes and other leather products)	○	◎	○	○	◎	◎	○	
Wool	○		○			○		
Cotton			○			◎		
Pulp and wood chips or particles	○			◎	Δ		○	
(3) Mineral fuels								
Petroleum and diesel fuel			◎			◎	○	○
Copper	Δ		Δ					
Others (gold etc)							○	
(4) Manufactured goods								
Seamless pipe			◎	○			○	○
Flat-rolled iron and steel products			◎	Δ	◎			○
Aluminum ingot and alloy	◎			Δ				
Chemical and plastics		○				○		○
Textile fibers		○						
2. Assembly products								
Food processing machine			Δ	Δ	Δ	Δ	Δ	○
Office machine	○		Δ			○	Δ	Δ
Vehicles and transport equipment			○				Δ	○

Note: JPN: Japan, KOR: Korea, CHN: China, IND: Indonesia, THA: Thailand, HKG: Hong Kong, SIN: Singapore, MAL: Malaysia.

◎ Argentine export goods and products in 1993 or 1994 (Export amount over US$10 million per year)
○ Argentine export goods and products in 1993 or 1994 (Export amount under US$10 million per year)
Δ Argentine exportable goods and products in future. (Not yet penetrated into the market due to the reasons of sanitary problem, less competitiveness in price, quality, productivity, etc.)

[ ] Economies and industries surrounded by bold lines are recommended with priority for Argentina's TAMIS.

TAMISの効果的な実施のために、コーディネーション・ユニット(Coodinadra de politicas de Fomento a las Exportaciones)は輸出財団(Fundacion Exportar)及び投資財団との協力を強化すべきである。中小企業の輸出促進には輸出財団と企業との関係強化が特に重要である。アルゼンティンはTAMISの下、東アジアへの輸出拡大、東アジアからの投資増大を図るために以下の手段を講ずることを提案する。

（1）情報システムの改善・統合

まず第一に、アルゼンティン政府内で実施されているさまざま輸出促進プログラムに

関する情報を相互に共有し、重複を避けることにより効率的な実施を図る。州政府により実施されている地域開発に関する情報を中央政府が取りまとめることも重要である。第二に、海外市場、貿易に関する問い合わせ、貿易統計、関税、各国の展示会、投資関連規則などの基本的情報を、アルゼンティン輸出企業並びに海外輸入企業、投資企業が容易にアクセス出来るようにする。輸出促進のために、政府はアルゼンティンの輸出企業リスト(輸出潜在力のあるものを含む)を作成し、東アジア諸国における在外公館を通じて、各国の輸入企業に提供することも一案である。

（2）在外公館商務部門の強化

東アジア市場の情報収集、アルゼンティン経済・産業に関する情報の普及を図るために、まず第一段階として在外公館商務部門の機能を強化し、東アジアの輸入企業、投資企業との関係を綿密にする。商務官が任務につく国の言葉を修得することも重要である。第二段階、即ちアルゼンティンと東アジアとの経済交流がある程度拡充した段階で、香港、シンガポール、東京、大阪の各地に輸出財団の事務所を設立することを検討する。

（3）輸出貢献企業表彰

輸出拡大に貢献した企業を政府が公に表彰することにより当該企業のイメージアップを図る制度を設け、企業に対する輸出拡大のインセンティブの一助とする。

（4）イメージアップ戦略

製品の価格や品質に競争力があったとしても、輸出業者の信頼性が欠如していれば輸入企業は取引を躊躇してしまう場合が多い。アルゼンティン国のイメージ向上は輸入業者が抱くアルゼンティン産業についての認識の改善にも役立つ。他の国における貿易・投資促進機関の多くは自国のイメージアップに大変熱心である。アルゼンティンとしても東アジアにおけるアルゼンティンのイメージ向上を図っていくことが必要である。

（5）教育の場を通じた輸出促進の重要性認識の浸透

輸出拡大が社会福祉や生活水準向上の一源泉であること、したがつて輸出拡大が社会全体にとって重要であることが広く認識される必要がある。そうした認識が教育を通じ確立されれば、輸出振興政策の継続に対する国民の支持も確固としたものになる。

また、以下のような制度面での強化を図ることを提案する。

（1）輸出・投資振興スキームの策定

TAMISを受け農水産加工品などの東アジアへの輸出振興スキームを策定する。スキームとしては特定の品目を対象としたグラント・輸出金融などがある。現在、コーディネーション・ユニットが政府各部局で実施されている輸出振興スキームの取りまとめを行なっているが、その過程で対東アジア市場振興スキームを策定することが望ましい。

（2）輸出・投資振興機関の評価システム確立

輸出・投資振興機関の効率的運営を確保するためには、同機関の運営が適切になされているかどうかを常に評価する必要がある。評価基準としては輸出・投資振興機関を通して実現し、締結された輸出・投資契約数、顧客からの評判などが挙げられる。

（3）中小輸出企業の支援体制の確立

中小企業には輸出に必要な人的資源・資金に不足しているところが多い。そこで、少なくとも輸出の初期の段階では中小企業に対して資金支援を行うことが必要である。海外市場調査、海外市場での宣伝活動、生産性向上のための設備投資などが支援の対象となりうる。

（4）投資誘致活動、機能の強化

アルゼンティンへの投資に関するさまざまな情報（法律、規制、手続き、投資環境など）は東アジアの在外公館で常に入手可能な状態になっていなければならない。用意すべき情報は企業が投資収益性に関する一次的検討を行なうことができる程度のレベルであることが必要である。さらに、各在外公館の商務官は企業に対しアルゼンティンにおける投資環境につき一通りの説明をしうるよう研修を受けるべきである。

（5）輸出金融、保険、保証制度の強化

輸出金融、保険、保証制度は効果的に実施されれば輸出拡大に大きな威力を発揮する。同制度は輸出・投資振興策と一貫性を保持せねばならない。効率的運用のために、政府の管轄下で例えば(株)アルゼンティン輸出保険会社(Compania Argentina de Seguros de Credito a la Exportacion S.A.)などの民間企業が運用を行なう手法を検討する。また同制度運用の最大の問題である資金不足に対応するため次の手法を検討する。

- 世界銀行、米州開発銀行、その他二国間融資機関から直接融資を受ける。
- 市場・業種に優先順位を設定し、それに応じて予算を配分する。

6．2　課題2：東アジア市場への輸出拡大のための競争力強化

東アジアに対し、輸出拡大を図るにはいかなる対策が講ぜられるべきかにつき、牛肉、果物・果実ジュース、トマト製品、イカ製品の四つの資源加工型製品を事例として取り上げ調査・検討した。調査に当たっては東アジア諸国のうち日本、韓国、台湾、インドネシアを取り上げた。また、市場アクセス、市場戦略、生産性並びに品質の三分野に焦点を当て調査した。まず初めに事例調査の対象となった四製品に共通する分析結果、提言を述べる。続いて製品別の現状分析、提言について記述する。

（1）四製品に共通する分析結果、提言

市場アクセス

アルゼンティンは日本、韓国、台湾、インドネシアのみならず、東アジアの他の国とも市場アクセス問題を抱えている。市場アクセス問題の解決には、まず初めにそれが輸入禁止や輸入割当といった政府による直接的な輸入規制であるのか、あるいは衛生、検疫といった間接的に輸入制限措置となる技術的問題であるのかを理解することが重要である。前者は国益に直接リンクした政治的問題であることが多く解決は容易ではない。他方、後者は技術的問題であるがゆえに、技術面での制約要因をクリアーしさえすれば解決は十分に可能である。

技術的な市場アクセス問題については、交渉相手国の意見をよく聞き、問題点を正確に把握することが最も重要である。こうした問題については技官が中心となって問題解決に当たるべきである。なぜなら、技官は技術的問題に精通しており交渉相手国の担当官と同じ言語を用いて、容易に意志の疎通を図ることができるからである。

関係各省庁の横断的な特別チームを組織するのも一案である。特別チームの役割は市場アクセス問題をできるだけ効率的にまた迅速に解決することである。特別チームの維持コストを最小限に保つために、メンバー数は最少に留めるべきである。

技術的な市場アクセス問題は国毎の特異性もあるが、各国に共通する面も多い。従って、複数の国に同時にアプローチすることにより、交渉期間を短縮することができる。ある国に対して行った実験結果を他の国にも適用しうるからである。実際、多くの国が自国の衛生・検疫基準を設定する際に、他国の基準を参考にしている。

非技術的市場アクセス問題についてはパッケージ・ディール手法の適用が考えられる。通常、二国間の貿易交渉は一つのセクターに留まらず、複数のセクターで行われる。かかる場合、パッケージ・ディールには二つの利点があるように考えられる。第一は貿易促進効果である。例えば、二国間交渉がセクター別に行われるなら、輸入国が輸出国に対して譲歩するインセンティブはなかなか生じない。しかし、交渉が複数のセクターを同時にカバーしていれば、ある国は一つのセクターで譲歩する代わりに、他のセクターで譲歩を受け得る可能性がある。これは貿易の拡大につながる。第二は交渉の早期解決効果である。パッケージ・ディールに基づいて交渉がなされれば、一つのセクターで交渉が手詰まりになることもなく、交渉が迅速に進展する可能性がある。交渉が複雑化するなどパッケージ・ディールには弊害がないわけではないが、パッケージ・ディールに基づく交渉はセクター別の交渉に比較して優れている点があると考えられる。アルゼンティン政府に対しては、パッケージ・ディールの考え方を取り入れるよう提言したい。勿論、その場合には、現在の貿易交渉体制を再検討する必要があるかもしれない。

市場戦略

急速に拡大しつつある東アジア市場の中でも日本市場は最も重要である。日本は輸入量が最大であることに加えて、品質に極めて厳格であるので、日本市場が要求する製品を生産できるようになれば、他の東アジア市場への輸出も容易となると考えられるからである。日本市場への輸出拡大には、「ホール・プロダクト」の概念を重要視すべきである。これは価格、品質に加えて、輸出企業の健全なビジネス哲学、信頼性、安定供給力、技術力などの輸出企業の信頼性を競争力の源泉とする考えである。価格、品質といった伝統的な要素がどちらかと言えば静的な競争力を規定するものであるのに対し信頼性は動態的な競争力に影響を与えるものである。日本の輸入業者はサプライヤーとの長期的な関係を重視するので、この「ホール・プロダクト」の概念は日本にとり極めて重要である。

アルゼンティン産業は東アジア市場に対し強いコミットメントを有することを同地域の輸入業者に知らしめるとともに、安定供給を実践し輸入業者の信頼をかち得なくてはならない。安定供給を怠ればサプライヤーの評判は大きく損われる。安定供給を確保するためにサプライヤーは世界の輸出市場各々につき経営資本の配分及び輸出戦略を折り込んだ長期輸出計画を作成するべきである。また、工場における生産性・品質向上に必要な資本投資にも十分に耐えうるよう、良好な財務状況を常に維持することも肝要である。

アルゼンティン産業は東アジア市場においては限界的サプライヤーあるいは新規参入者であるため、輸出拡大を図るには製品の差別化が必要となる。差別化の一つの手法としてアルゼンティン製品が持つ真の価値を売り込むことが挙げられる。アルゼンティンの食品は「健康、安全、環境に優しい」という特徴を持っており、これらはアルゼンティン食品の真の価値であると言える。販売活動においてはこうした点を特に強調すべきである。また、その他の製品差別化として、日本の消費者が品質に厳格であることを考慮し、政府機関により品質保証を行うことが考えられる。市場近辺に営業倉庫を設け、顧客からの受注を短期間にかつ柔軟に対応しうるシステムを整備することも製品差別化の一手法である。

販売促進活動においては、製品そのものだけでなく、アルゼンティン文化も一緒に売り込むことが重要である。牛肉の場合、ワイン、果物、パスタなど他の食品も合わせて、アルゼンティン文化として売り込めばいっそうの販売促進効果が期待できる。

アルゼンティン産業は日本市場の情報収集及び輸入企業に対するアルゼンティン産業関連情報の伝達を目的として、日本市場に事務所を開設し、職員を派遣するべきである。具体的には、主要輸出企業のプロフィール、ビジネス哲学、健全な財務状況、業界とし

ての力強さである。こうした情報収集・情報伝達は、本来各輸出企業がそれぞれ実施するものであるが、スタート時点では、輸出企業がコンソーシアムを組んで行うことが望ましい。事務所の維持、職員の派遣には相当な費用がかかるが、複数企業で分担することにより一社あたりのコスト負担が軽減されるからである。また、必要とされる情報は個別企業に固有なものではなく、コンソーシアム加盟企業に共通するものだからである。さらに、事務所維持コストを最小限に押さえるために開設後数年以内に、事務所継続の可否を検討すべきである。また、職員派遣コストを削減するべく、日本のコンサルタントと契約し業務を委託することも検討されるべきである。

生産性、品質の向上

アルゼンティンの多くの資源加工型製品は生産性、品質とも国際競争力を有している。しかし、一層の競争力向上を図るには、良質な原材料を確保することが重要である。原材料の品質が悪ければ、加工部門で如何に品質管理工程を改善しても、良質な加工製品を製造することができないからである。

良質な原材料を確保するために加工部門は原材料の生産者と良好な関係を構築することが肝要である。ある穀物メジャーは種、肥料、農薬の契約農家への貸与、生産物の固定価格での買入保証を通じて農家との良好な関係の構築を図っている。この場合穀物生産、価格のリスクは一義的には同メジャーが負うが、価格リスクは先物市場でヘッジされ、また生産リスクの一部は同メジャーの主要取引銀行に移転されている。また、ある牛肉輸出加工企業は有力な生産者団体を株主として受け入れた。団体に加盟する農家は生体牛を同加工企業に納入し対価を受ける。加工企業は利益の一部も株主としての団体に支払う。こうして生産者部門は良質な原材料を生産し、加工企業に販売するインセンティブが制度化される。関連会社やジョイントベンチャーの設立を通して下流部門（加工企業）が上流部門（原材料生産：農業）へ進出するのも原材料部門と加工部門との間に良好な関係を築く手段である。どの手法がアルゼンティンにおいて最も適しているかについては多くの経験の中で答えが出されていくことになろう。

加工部門の生産性は世界的には標準レベルにあるが、日本市場への輸出を考える場合、改善の余地はある。加工工場のパッキング・ラインや保管倉庫はあまり機能的ではない。品質管理に関してはハザード・アナリシス・クリティカル・コントロール・ポイント・システムを導入し、加工プロセス毎に厳格なリスク管理を実施すべきである。とりわけ、食品加工企業は生産部門、パッキング部門、倉庫部門、管理部門など工場内のすべての部門を常に清潔に保つ配慮が重要である。

アルゼンティン企業が保有する技術・ノウハウをどのようにして他の企業に普及させていくかについても検討されるべきである。アルゼンティンにも高い技術水準、マネジメント・ノウハウを保有している企業がある。外国からの支援を仰ぐ前に、国内に存在

する技術・ノウハウの移転を図るべきである。

調査を実施した四製品については、いわゆる「アルゼンティン・コスト」が競争力をそいでいるという事例は見られなかった。しかし規制緩和がこれで十分だということではない。例えば、電力の配電は未だ規制下にあり電力の高コストの一因となっている。規制緩和が進めば電力コストの低下が期待できる。運輸部門も同様である。トラック輸入が自由化されればトラックの輸入価格が下がり、減価消却費用及び修繕費拡大をもたらし、輸送費用が低下するであろう。

輸出拡大のための基礎的条件

第一次産業の競争力の一層の強化がアルゼンティン農産物加工品の輸出拡大にとって肝要である。この点、トマト産業においてはアグロエンジニアが出現しつつあり、これは極めて望ましい兆候であると言える。アグロエンジニアは、農業生産にマネジメントの概念を導入し、最新の技術を用いてトマトを生産する、新しいタイプの農民である。こうしたアグロエンジニアの育成を奨励するような政策が採られるべきであろう。

東アジアという新市場への進出に際しては、輸出企業はある程度のリスクをとる覚悟が必要である。その場合、リスクを最小限に抑えることが重要であるが、それには長期計画の策定、企業が取りうるリスク範囲の検討などを行うべきである。また、アルゼンティン企業は輸出・国内市場とも長期戦略の立案はあまり得意でないようだが、東アジアへの輸出には戦略を持ってこれに当たるべきである。

加工企業における製造部門の重要性が十分に認識されるべきである。ハイパー・インフレーション、閉鎖経済下では財務部長の役割が最重要視され、営業部長がその次にきていた。現在の価格安定、開放経済下においては、財務・営業部長の役割はもちろん重要であるが、製造部長の役割も同様に重要である。安定経済下では良質の製品の製造、生産性の向上こそが利潤の源泉だからである。

（2）製品別の現状分析並びに提言

（ア）牛肉

日本及び韓国市場へのアクセスの現状、日本の牛肉市場の現状及び将来展望、アルゼンティン牛肉産業の現状については、以下のように要約できる

1）日本は1995年1月1日付けWTOにおける動物・植物検疫に関する合意を受け、ゼロ・リスク国からミニマム・リスク国に移行したが、口蹄疫清浄国からのみ輸入可能との姿勢を今なお堅持している、また韓国も同様の姿勢である。
2）アルゼンティン牛肉は牧草肥育肉であり、日本とアルゼンティンとの輸送距離及

び当面の輸送手段を考えると輸出も冷凍状態となるが、日本における牧草肥育・冷凍牛肉の市場規模は1994年で90,000トンとあまり大きくなく、かつ同牛肉の市場価格も低い。

3）アルゼンティン牛肉は既に輸出されている世界市場では価格・品質とも国際競争力を有するものの、日本市場への輸出には一層の生産性向上による価格競争力強化、品質管理面での改善による品質維持が必要である。

4）輸出指向型ミートパッカー業界の財政基盤は必ずしも強固ではなく、生産能力増大、生産性向上のための大規模投資が可能な企業は数社に限定される。

以上の現状を踏まえ、次のような対策を講ずることを提案する。

市場アクセス問題

1）日本への牛肉輸出実現の近道は清浄国となることであるため、口蹄疫の撲滅に最大限の努力を行なう。

2）しかし、同時に骨なし牛肉の米国向け輸出実現がもたらすであろう東アジア市場への波及効果の大きさを勘案し、その実現に全力で取り組むべきである。

3）また骨なし牛肉に係るリスク分析に関する国際基準の整備が進み、同基準が成熟化していけば日本政府もそのリスク分析に取り組むことになるのでアルゼンティン政府としては骨なし牛肉の輸出に関心ある旨を常に表明し続ける。

4）韓国は衛生基準の設定にあたって日本の動向を大いに参考にしていると窺われるので、日本、韓国については同時並行で対策を検討する。

市場戦略

1）アルゼンティンの牧草肥育・冷凍牛肉の参入が容易な加工用・外食市場への進出を当面の目標とする。

2）流通チャネルとしては新商品開発力のあるミートパッカー及び広範な販売網を有する商社を活用し、牧草肥育牛肉の需要拡大を図る。

3）アルゼンティン・ミートパッカーの持つビジネス哲学、健全な事業基盤、業界としての信頼性、東アジア市場へのコミットメント、長期的戦略を強く訴え、日本の輸入業者に安定供給源としての信頼感を植えつける。

4）アルゼンティン牛肉の持つ真の価値、即ち「安全、健康、環境への配慮の下での生産」を強く打ち出す。

5）日本による輸入解禁の目処がたった時点で業界団体の強化を図り、日本市場の情報収集及び同市場への販売促進を積極的におしすすめる。

生産性・品質向上

（短期で可能な対策として）

1）屠畜工場におけるカッティングラインとパッキングラインの整備及び再編成、倉庫のより効率的な活用。

2）カッティング及びパッキング工程における包装並びに保管工程における温度管理に関する品質管理の改善。
3）高品質生牛の安定確保のためにミートパッカーと肉牛生産者は両者間の関係改善に努力、そのための方策を探る。
（中長期でなされるべき対策として）
4）最新のレイアウトを持つ新工場を建設する。
5）輸送コスト及びコマーシャリゼーションコスト低減並びに生体牛輸送事故率低減を目的として屠畜工場を牛の肥育地域に移転する。政府は再配置計画作成面で協力する。

生産体制
1）日本からの発注は少量多品種となることも予想されるため、正確かつ迅速な生産、配送システムを構築、そのためにコンピューター化の徹底及び従業員の訓練も合わせて実施。
2）カッティング及びパッキング工程におけるボックス・ビーフの増加に対応した能力増強。

（イ）果物

日本及び韓国市場へのアクセスの現状及び日本の果物市場の現状については以下のように要約できる。
1）日本及び韓国政府は柑橘類についてはアルゼンティン政府がコールド・トリートメント手法を完成させその有効性を証明しさえすれば、輸入を許可する方針である。
2）アルゼンティン政府による従来のコールド・トリートメント手法開発が不成功に終わった要因として、アルゼンティン政府の日本政府との意思疎通の進め方に不備があったこと及びアルゼンティン政府関係者間でも十分な意思疎通がなされてこなかったことがあげられる。

以上の現状を踏まえ、次のような対策を講ずることを提案する。

市場アクセス問題
1）コールド・トリートメント手法は既に世界の多くの国で開発され普遍的なものになりつつあるため、その確立を急ぐ。
2）コールド・トリートメント手法開発のための実験開始にあたっては詳細な実験計画を作成の上、技術者を日本の農林水産省に派遣し実験計画が妥当であるかどうか指示を仰ぐ。実験の各段階では実験結果を日本側に報告し実験の進め方が正しいかどうか農林水産省のチェックを受ける。
3）交渉過程及び実験方法をマニュアルとして残し、将来他の品目で類似の問題が発

生した場合の参考とする、

4）コールド・トリートメント手法開発のための各種実験は日本、韓国共通と思われるので両国向けの実験を同時並行で進める。

市場戦略

1）市場アクセス問題が解決したとしても、日本人の味覚にあった果物の生産に成功しない限り輸出拡大は困難であるため、日本の果物市場の特色、とりわけ日本人の味覚について詳細な調査を実施する。

2）上記調査に基づき、日本人の味覚に合うような品種改良あるいは新品種開発を図る。

（ウ）果実ジュース

日本市場へのアクセスの現状、日本におけるジュース市場の現状及び将来展望、アルゼンティン果実ジュース産業の現状については以下のように要約できる。

1）アルゼンティン産業は生産性・品質両面で国際的競争力を保有している。

2）しかし、アルゼンティンは日本市場では限界的供給者に過ぎず、日本のバイヤーはアルゼンティン産ジュースが市場から消えても何の不都合も感じない。

3）アルゼンティン産業が日本市場で市場シェアを拡大するためには日本・アルゼンティン産業双方での相互理解の促進及び製品の差別化が必要である。

4）アルゼンティンは南半球諸国の中で有機栽培の可能な数少ない国の一つであり、日本のジュース最終製品製造業者の中にはアルゼンティンの有機栽培ジュースに関心を示す企業もある。

5）アルゼンティン産業の経営基盤は一品目一事業に起因する事業の不安定性から強固とは言えない

以上の現状を踏まえ、次のような対策を講ずることを提案する。

市場戦略、生産性・品質向上

1）アルゼンティン業界は日本及びアルゼンティン業界間での相互理解を促進する目的で輸出コンソーシアムを設立し日本にその情報センターを設置し、両国企業の概要、技術水準、新製品開発動向に関する情報交換を活発化する。

2）製品の差別化のために、

ア）アルゼンティン政府機関がアルゼンティン産ジュースの安全性及び品質に関し証明書を発行することを内容とした安全性保証システムを確立する。

イ）有機栽培りんご及びぶどうジュースの商品化を図る。

ウ）日本に営業倉庫を確保し、品薄時期での迅速な納入体制を構築する。

3）次の手段により多品種の果物・野菜を手掛け一つの果実に特化することから生ずる事業リスクを軽減する。

ア）日本における果実・野菜ジュース関連市場情報の収集強化。

イ）政府機関との共同による、アルゼンティン産果実・野菜の健康、病気予防面での有効成分分析の実施、新製品の開発。

4）日本の輸入業者から見て改善余地があると思われる以下の衛生・品質管理・操業管理面での水準を向上する。

ア）ジュースの充填工程の環境衛生改善及びハザダス・アナリシス・クリティカル・コントロール・ポイントシステムの導入。

イ）工場における操業状況を常に記録するシステム、及び事故発生の際、直に原因究明、対処が可能になる体制の確立。

（エ）トマト製品

日本市場へのアクセスの現状、日本におけるトマト加工品市場の現状及び将来展望、アルゼンティントマト加工産業の現状については以下のように要約できる。

1）トマト加工品の中でも最も貿易量の多い製品はトマト・ペーストであるが、アルゼンティン産トマト・ペーストは、価格競争力が弱く、日本への輸出は困難である。

2）弱い価格競争力はその原料である工業用トマトの高生産コストに起因する。

3）高生産コストはトマト農家における反収の低さ、及び機械化の進展を阻む農家の経営規模が小さいことに起因する。

4）最適種子はトマト加工品により異なるが、アルゼンティンではホール・トマト用種子がペースト用にも使われペースト専用に特化されていない。

5）目下、トマト加工産業は競争力を欠いているが、アルゼンティンの風土は生態学的にトマト生産に適しており、またトマト加工業者が原料のトマト生産に直接関与することで原料トマトの生産性向上の兆しも顕著になりつつある。

6）今後のトマト加工産業の再生、競争力強化においてイニシアティブを握るのは加工業者であり、原料トマトの生産性向上の担い手は加工業者の直営農場及び加工業者の契約栽培農家並びに新たに出現しつつあるアグロエンジニアである。

以上の現状を踏まえ、次のような対策を講ずることを提案する。

<u>トマト加工産業の再生</u>

1）アルゼンティン・トマト加工産業の再生が必要であり、また再生が可能であるとのコンセンサスを政府、原料トマト生産農家、加工業者の三者間で形成し、再生に向けた目標及びその達成に向けたプロセスをまとめる。

2）再生における各当事者の役割を明確にする。

<u>原料トマトの反収増大</u>

（トマト加工業界）

1）自前の農業技術者を増やし、直営農場及び契約栽培農家におけるトマト生産に関する指導（適切な種子の選択・開発及び実験農場における技術開発並びに技術普及）を強化する。
2）雹に強くかつ収穫時期の分散を可能にする特殊な種子の導入により、悪天候によるトマト収穫の変動リスク低減及び工場の年間を通じた安定稼働を確保する。
（政府）
3）工業用トマトに生産特化した農家が、それぞれの農地に最適な種子を選択できるよう支援する。

高生産性農家・農場による一層の農地の拡大
（加工業者）
1）直営農場の成功例に関する情報を広く普及し、直営農場の拡大を図る。
2）低生産性農家保有農地及び未利用農地を買い上げ、契約栽培農家に貸与する。
（政府）
3）廃棄されたままになっているトマト生産適地及びトマト以外の農産物生産には適さぬ農地の利用を次の手法により促進する。
ア）トマト生産適地地図の作成。
イ）未利用地の利用促進のための税制面でのインセンティブ供与。
ウ）不稼働灌漑用水活用のための新しい料金システムの設定。

販売市場の確保が加工業者による原料トマト生産事業へ進出する最大のインセンティブであるので、下記の対策を通じて販売市場の確保を図る。
1）市場情報収集能力の強化。
2）輸出販売力の強化（長期的に世界市場を目標とするも、短期的にはメルコスル市場を目標とする）。

最後に、アルゼンティン・トマト加工業界が輸出競争力を回復させ日本市場に対して輸出を再開するまでには多少時間がかかることから、加工業界は当面は以下の対策を採る。
1）日本のトマト加工業界に対し、アルゼンティンのトマト加工業界が再生のきっかけを得たこと、近い将来強い競争力をもって世界市場に再登場することをアピールする。
2）ミートソースなどトマトを製品の一部として用いる製造企業で、原料の海外調達に強い関心を持つ企業との接触を強化する。

（オ）イカ加工品

日本市場へのアクセスの現状、日本におけるイカ加工品市場の現状及び将来展望、アルゼンティンにおけるイカの漁獲及び水産加工業の現状については以下のように要約で

きる。

1）日本におけるイカの総供給量に占めるアルゼンティン産イカの割合は約17%であるが、輸入割当の中でのアルゼンティン産イカの比率は5%にすぎない。

2）輸入割当に占めるアルゼンティン産の輸入が少ない主要因は、捕獲したイカの船上処理に日本船とアルゼンティン船とで違いがあることである、

3）日本における主たるイカ加工品はサキイカであり、その市場規模は年間2億9000万ドル、イカの消費量ベースで106,000トンである。

4）サキイカの中間製品であるダルマの調達企業（サキイカの製造業者）は、価格・品質が見合えばどこの国からでも輸入する方針である。但し、ダルマの価格は日本製に較べ少なくとも20%安いことが条件となっている。

5）アルゼンティンで加工したダルマを日本に輸出するプロジェクトの経済性を調査したところ、ダルマの日本CIF価格は日本で生産されるダルマに較べて20%安くなるので、プロジェクトの経済性は認められる。

6）上記プロジェクトの感度分析によれば、生イカの価格上昇幅如何で上記20%の価格差が縮まる。

7）アルゼンティンの水産加工企業の中には、数は限られているものの、漁獲、加工に関して進んだ技術を保有しているところがある。

以上の現状を踏まえ、次のような対策を講ずることを提案する。

<u>市場アクセス問題</u>

1）政府機関のリーダーシップ・指導の下に次の鮮魚品質向上2年プログラムを計画、実施する。

a）第1年目は日本船及びアルゼンティン船で捕獲・船上処理されたイカの品質の違いを記録する。

b）品質の違いを生じせしめる源泉・原因を分析し、改善策を考案する。

c）第2年目に改善策を導入する。

2）品質が改善されたことを確認した後、政府及び業界は日本の輸入業者に上記2年プログラムの成果を報告する。

<u>ダルマの経済性プロジェクト</u>

1）収益性を高め、プロジェクト・リスクを可能な限り削減する。そのために、

a）資本比率（Debt-Equity-Ratio)を出来るだけ高める。

b）不稼働工場及び機械並びに冷蔵庫などの有効活用により資本費を削減する。

c）日本市場だけでなく、市場の大きい韓国・台湾も輸出市場として視野に入れる。

d）副産物の使用率を高める。

2）日本の輸入業者が要求する生産性・品質水準を確保するために、日本の輸入業者による技術指導が次の分野で不可欠である。

－船上におけるイカの鮮度の保存方法。

－船上での保管時における水質管理。
－加工時の温度管理。
－常に記録を採り、問題が発生した時に原因を究明しうる体制の整備。

技術指導のためにも、当プロジェクトがアルゼンティン企業と日本企業（または韓国／台湾企業）とのJVにより手掛けられ、同JVにおいてOJTにより行なうのが望ましい。

アルゼンティン水産加工業の発展

（政府）

1）高品質の水産加工品製造には良質な原料の確保が不可欠ゆえ、漁撈技術修得を主目的とする国立漁業学校においても鮮魚の品質管理の重要性を教えるカリキュラムの拡充を図る。

2）いくつかの技術先進企業が保有する鮮魚の品質管理に関する技術、トレーニング・管理手法を他の企業に移転するプログラムを開発する。（外国技術・ノウハウの移転を図る前に、国内技術・ノウハウの積極的活用を図るべきである。）

3）水産加工品に関する新製品・高付加価値製品の開発、副産物の活用を促進すべくかかる機能を有する政府機関の機能を拡充・強化する。

（業界団体）

4）業界団体のメンバーが定期的に水産加工業先進国たる日本を訪問し、日本市場の情報収集及び最新加工技術の修得並びに相互理解に努める。

6．3　課題3：中小企業の強化育成

アルゼンチン中小企業の現状及び他国における官民による中小企業支援の事例を踏まえ、中小企業の資金調達、新技術獲得、品質改善を促進する支援／改善策について調査・検討した。また、事例研究として自動車部品産業を取り上げ、同中小企業の支援策についても調査・検討した。

（1）中小企業に対する金融支援

アルゼンティンでは一連の経済改革により金融システム・資本市場の整備が進みつつある。メキシコ経済危機にもかかわらず、産業再編成・民営化等を通じて金融制度の効率性、金融機関の競争力は向上しつつある。しかしながら、中小企業の資金へのアクセスは以下の理由から依然として困難である。

－　高水準の借入金利
－　金融機関の資金不足（特に長期ローン）
－　厳しい担保及び保証要求
－　融資に係る手続き及び形式の複雑さ

－　外国投資貿易銀行(Banco de Invercion y Comercio Exterior: BICE)、アルゼンティン国立銀行(Banco de la Nacion: BNA)による中小企業への特別融資プログラムの宣伝不足

こうした状況を打開し中小企業の資金アクセスを改善すべく、以下の対策を提案する。

1）自己資本の充実、資金調達力の強化、直接金融の拡大などを通じて、公的金融機関（BICE、BNA）による中小企業金融を強化する。加えて、中小企業向けの特別融資プログラムの内容と条件をわかりやすい形で一般に広く公表する。
2）融資の際の制度的保証システムを構築する。それには政府が中心となるべきであるが、民間部門の参加も可能である。財源の関係から対象とする融資の使途を機械の購入に限定することも可能であろう。
3）CASH FLOWベースのファイナンスを促進し、個人資産が不足していたり保証を提供しえない場合でも厳正な審査によりプロジェクトに収益性が見込まれるならば融資を実施する道を作る。審査には中小企業専門コンサルタント企業及び金融機関のファイナンシャル・コンサルタントを活用する。
4）資金調達や税務面での政府支援のもと、Development Fundプログラム、Small Business Investment Companyプログラムを創設し、Equity Financeを促進する。
5）投資先を求める投資家（個人、機関投資家）と投資資金を求める中小企業とのマッチングプログラムを創設する。
6）法制度・税制などを再検討することにより、リース、ファクタリング取引など中小企業の資金調達方法の多様化に道を開く。
7）定期的に中小企業関連の金融調査を実施し、中小企業が抱える問題を把握し政策に随時反映させる。

（2）中小企業への技術支援

アルゼンティンの中小企業は、技術開発の制約要因として、資金、人材、技術情報、外部支援の不足を挙げている。そして、資金、技術研修、新技術情報、加工技術開発、新製品開発の各分野における支援を強く希望している。かかる問題に対処すべく、政府は1992年より「中小企業支援三ヶ年計画」の下でさまざまな技術支援プログラムを実施している。しかし、これらの技術支援が広く普及していくためには、更なる工夫と改善が必要である。中小企業がこうしたプログラムを容易に利用し得るよう、またプログラム自身を改善し得るよう、以下の対策を提案する。

1）公的支援プログラムにおける情報提供の方法を、中小企業が理解しやすく、かつ関心を抱きやすい形態に改める。例えば公的プログラムに参加し成功した企業の成功事例を紹介する。
2）公的支援プログラムの中小企業への円滑な伝達を図るために、地方政府、公的研

究機関、民間企業団体に対し地元中小企業との窓口機能を委嘱する。

3）中小企業による新技術開発を促進するために、R&Dの技術開発費用にかかる減税の可能性を検討する。

4）公的セクターにおける技術支援担当者の資質向上を図るためにトレーニング制度の設立を検討する。具体策として、海外から経験豊かな専門家を講師として招聘し、同時にアルゼンティンの技術支援担当者を海外に派遣する制度を設立する。

5）中小企業に対する技術支援が可能な研究機関、大学、団体などを取り込んだ技術支援ネットワークを作り上げる。

6）民間企業も巻き込んで中小企業の技術支援のためのコンピューター通信情報ネットワークを創設する。

（3）中小企業における品質改善

中小企業における品質改善活動の主要な障害としては、資金不足、旧態依然とした中小企業体質、制度的支援の不足が挙げられる。1990年以降、グループ生産方式、ポカ・ヨケ方式などを導入し品質改善に積極的に取り組み始めた企業もある。しかし大半の中小企業は今だに最終製品の品質管理を肉眼や簡単な計測機による初歩的なチェックに頼っているのが現状である。これらの企業が品質改善を図るには、経営者の熱意とリーダーシップ、品質改善専門機関及びコンサルタントによる適切な支援が必要である。そこで、以下の対策を提案する。

1）中小企業セミナー、トレーニングコースのレベルアップ

多くの中小企業がより実用的なセミナー、トレーニングコースの実施を要望しているので、アルゼンティンの品質改善機関はそうしたプログラムの開発を図る。その際、中小企業における改善の成功例を組み入れる。仮にアルゼンティン国内での同プログラムの開発が困難であるならば、海外機関と提携する。

2）品質改善支援機関の全国的ネットワークの構築

アルゼンティンは国土面積が広く中小企業は全国に点在しているが、地方所在の企業は地方レベルでの支援を希望しているので、中央政府は地方レベルでの支援機関を設立しかつ各州におけるそうした機関をつなぐ品質改善サービスネットワークを構築する。

3）品質改善プロジェクトへの資金補助

多くの中小企業は品質改善に必要な資金の不足に直面している。チリ、オーストラリア、マレーシアでは品質改善に係るコンサルタント費用、研修費用への政府による補助制度が設けられている。アルゼンティンにおいても同様の制度の導入につき検討を行う。

4）低利資金供給システムの整備

欠陥品の比率を低下させるために、現行の品質管理システムの拡充強化及び旧式機械設備の更新が必要である。そこで、政府は外国投資貿易銀行、アルゼンティン国

立銀行の特別融資プログラムにより低利長期資金の供給を拡大する。同様の効果を持つ投資減税、加速償却などの導入も検討する。

（4）自動車部品産業の育成

アルゼンティンの自動車部品メーカーは、実績・能力等から以下のように3分類される。

ランクAの企業：外国の技術、新しい機械の導入を積極的に行なっており、ISO 9000の認定も取得済み、あるいは取得間近な企業
ランクBの企業：品質改善の意識は十分あるものの資金不足から新しい生産設備の導入に踏み切れないでいる企業
ランクCの企業：貿易自由化の流れについていけず、特定のアセンブラーに全面的に依存し、品質改善努力にも欠ける企業（家族経営の企業に多い）

上記の分類を踏まえて、自動車部品産業の今後の育成につき以下のとおり提案する。

1）メルコスル共同市場への移行及び他国（特にブラジル）における自動車令を念頭に置き、アルゼンティンにおける自動車令及び二国間協定を継続的に調整する。
2）国産化率の引き下げを前倒しすることによりこれまでの欧米車中心の自動車市場への新規アセンブラーの進出を促進し、既存のアセンブラーと部品メーカーとの関係に新たな風を送り部品工業の活性化を図る。
3）自動車部品産業の育成においてアセンブラーの果たす役割は極めて重要で、現在実施されているサプライヤー育成計画もこうした視点で作られておりその点では評価できるが、部品メーカーのグレードに応じた柔軟な運用が必要である。

－ランクA企業は特に支援策を必要としない。
－ランクB企業に対しては制度金融を充実させ、それをもってアセンブラーによる技術支援促進及びや同企業の品質改善努力促進のインセンティブとする。
－ランクC企業は2次下請け、あるいは補修品メーカーに転換せざるを得ない。公的資金を注入する前に洗練された技術・管理手法を教育する。また、広い視野に立った市場・技術情報を提供することも重要である。

4）国立工業技術院(Instituto Nacional de Tecnologia Industrial: INTI)には部品メーカーが直面した技術品質上の問題点を現場に即して解決する能力の強化が必要とされているが、それを実現するために何らかの資金面でのインセンティブ（例えば国立工業技術院に対する財政支出をコンサルティング、共同開発案件数にリンクさせる）を検討する。

6．4　課題4：産業振興と輸出拡大のための運輸体系整備

アルゼンティンにおける国際運輸体系の整備を図るため、アルゼンティンの運輸インフラの現状、及び東アジア諸国を中心とする他国での運輸インフラ整備状況の事例を踏まえ、アルゼンティンのコンテナ輸送システムの整備、並びにアルゼンティンとブラジル／チリ間の幹線輸送路整備につき調査・検討した。

（1）コンテナ輸送システム整備

ブエノスアイレス港は1994年に54万TEU（20フィートコンテナ換算量）の貨物量を取り扱っている。今後のアルゼンティンにおけるコンテナ需要は2000年に88万4,000TEU、2010年には160万TEUに達すると予測される。こうした需要を満たすために、アルゼンティンにおけるコンテナ輸送システムの整備につき、以下のとおり提案する。

1）現在のブエノスアイレス港の施設を最大限効率的に利用する。以下の諸策が講ぜられれば、現在の施設で最大120万TEUまでの処理が可能である。

- 鉄道マーシャリング・ヤードのコンテナ・ヤードへの転換
- コンテナ内陸輸送への鉄道の活用
- コンテナ取り扱い機器の近代化及びコンテナ取り扱いの効率性向上
- 隣接地域の埋立など既存の港湾地区土地利用計画の見直し
- 情報システムの改善

上記の諸策が講ぜられたとしても、ブエノスアイレス港は2005年頃にはコンテナ処理数が限界に達すると予想される。そこで、第二のステップとして「全国コンテナ輸送計画調査」を早急に実施し、長期的な全国コンテナ港湾開発計画を策定する。同計画の策定に当たっては、以下のオプションを考慮する。

- バイアブランカ港、ケケン港、ロサリオ港の一つあるいはいくつかでコンテナターミナルを建設しブエノスアイレス港の補完港とする。
- サントス港、リオグランデ港、モンテビデオ港など隣接国の深海港を最大限に利用する。
- 大西洋側に人工島を作り深海港とする。

2）コンテナ港の物理的側面の開発に加えて、ソフト面における開発も進める。アルゼンティンにおいては「ポート・セールス」の概念が未だ十分に認識されていないので、港湾庁のなかに営業局を設け、港湾の利用者に対する港湾施設・港湾サービス・港湾統計等の情報、並びに複合輸送のための関係機関間の連絡調整サービスの提供を行う。

3）港は都市の経済社会活動と「共存」する必要があり、そのためにコンベンション・センター、ホテル、ビジネス・センター、ショッピング・センター、レクリエーション・センターなどを、ウォーターフロントに整備する。

（2）アルゼンティンとブラジル／チリ間の幹線輸送路整備

現在、アルゼンティンとブラジル／チリとを結ぶ回廊は三つある。第一は北回廊でありこれはイキケ・アントファガスタとサンパウロをフフイ・サルタを経由して結んでいる。第二はバルパライソからサンパウロまでメンドーサ、ブエノスアイレスを経由して結ぶ中央回廊である。第三は南回廊であり、コンセプシオンからバイアブランカまでネウケンを経由して結んでいる。三国間の幹線輸送路整備につき、以下のとおり提案する。

1）各回廊はそれぞれ異なった地域間輸送の役割及び異なった沿線条件を持つので、それぞれの相違に応じた位置づけによって取り扱われる必要がある。従って、長期的には三回廊とも開発を進める。

三回廊の開発にあたっては、技術的なフィージビリティーのみならず回廊整備がもたらす地域経済振興の可能性についての分析を重視する。とりわけメルコスルの形成による新しい経済機会創出の可能性、アルゼンティンにとっての太平洋へのゲートウェーとしての役割を考慮に入れる。三回廊それぞれにつき詳細な地域開発調査を実施することが望ましいがその際、次の観点を重視する。

- 回廊沿いの地域における農業、林業、工業、鉱業、観光、その他の生産部門の開発可能性分析
- 上記部門主要産品についての国内・海外市場分析及び輸出競争力分析

2）現在の貨物輸送量、特にアルゼンティン－ブラジル間の輸送量の伸びからみて、メルコスル諸国間輸送のボトルネックを防ぐために、以下の橋梁建設プロジェクトが計画されており、早急の整備実施が望ましい。

- ロサリオ－ビクトリア橋
- サントトメ－サンボルジャ橋
- コロニア－ブエノスアイレス橋

3）メルコスル諸国では運輸施設に関する一貫性のあるインベントリー及び輸送量データが欠如しているので、「メルコスル総合運輸調査」を早急に実施する。同調査には、メルコスル四カ国のみならず、チリ、ボリヴィア、ペルーも組み込む。

4）円滑な貨物輸送を図るため異なるゲージの鉄道路線間及び鉄道／道路間の貨物積み替え設備を整備する。また、既存の貨物積み替え施設のレイアウトプランを策定し、それに基ずき改善を図る。国境を越える貨物輸送に関しては、EUにおける輸送制度整備の経験に参考となる事例が多い。

7．提案実施のための示唆

以上述べた諸提案の実施にあたってはまずアクションプラン（提案の実施計画）を作成することを薦めたい。その理由は三つある。第一にそれぞれの提案に優先順位をつける必要があるからである。提案は極めて広範な分野にわたっているが、人的・資金的制約は如何なる組織にも存在するものであり、実施には自ずと順序がありうる。第二に民間部門の積極的参加が不可欠だからである。東アジアとの経済交流の拡大の主役はあくまでも民間部門である。民間部門とどう連携し提案を実施していくかにつきその計画を策定する必要がある。第三に提案は実行するためにあるが、実行は目標、期限、実施責任者、実施のためのモニター機関を明確化することで初めて担保されるからである。

アクションプランは特別のチームを組織し作成されるべきであるが、その作成に先立ち、次により今次調査結果につき出来るだけ多くの関係者に報告し、理解を求めることを薦めたい。

（1）アルゼンティンにおけるセミナーの開催

必要であれば関係機関を招いてセミナーを開催する。セミナーの主目的は本調査の分析及び提案をアルゼンティン関係者が周知し、共通認識を醸成することにある。

（2）東アジア各国、特に日本におけるセミナーの開催

セミナーの主目的は現在のアルゼンティン経済・産業の現状を紹介し、アルゼンティンが東アジアへの輸出拡大、東アジアからの投資拡大に強い決意を持ち臨んでいることを示すことにある。

アクションプランには次の点が含まれるべきである。

（1）提案実施の優先順位
（2）実施のタイム・スケジュール
（3）実施機関
（4）人的資源・資金の出所及びその配分
（5）東アジアにおける連絡事務所

東アジア各国でその国の主要民間企業と密接なかかわりを持つ機関（例えば、日本については大来財団）を有効活用する。

付　録

付録１　調査報告書等一覧

１．報告書

（１）着手報告書（１９９４年７月）

（２）進展報告書（１９９４年１０月）

（３）中間報告書（１９９５年６月）

（４）最終報告書（１９９６年６月）

要約**

第１巻　東アジアとの経済交流拡大に向けて：
　　アルゼンティン経済の新たなる飛躍*

第２巻　アルゼンティン経済の分析

第３巻　東アジア経済の分析

第４巻　東アジア・太平洋諸国の輸出・投資振興策の適用可能性

第５巻　東アジア市場への輸出拡大のための競争力強化

第６巻　中小企業の強化育成

第７巻　産業振興と輸出拡大のための運輸体系整備

２．セミナー資料

（１）セミナーパンフレット*

（２）セミナー・ペーパー*

第１部　東アジアとの経済交流拡大に向けて：
　　アルゼンティン経済の新たなる飛躍

第２部　東アジア・太平洋諸国の輸出・投資振興策の適用可能性

第３部　東アジア市場への輸出拡大のための競争力強化

第４部　中小企業の強化育成

第５部　産業振興と輸出拡大のための運輸体系整備

注：すべての報告書、セミナー資料は英文にて作成した。
　*印のあるものは西文にて、**印のあるものは西文、和文にても作成した。

付録２：調査関係者

フェーズI（１９９４年７月～１９９５年３月）

１．国際協力事業団

松田教男	課長	基礎調査部基礎調査第二課
岩切敏	課長代理	基礎調査部基礎調査第二課
花谷厚	職員	基礎調査部基礎調査第二課
仁田知樹	職員	基礎調査部基礎調査第二課
山下雅弘	国際協力専門員	国際協力総合研修所
石田滋雄	国際協力専門員	国際協力総合研修所
福田省三	事務所長	アルゼンティン事務所
永野征一	業務第二課長	アルゼンティン事務所
山本フアン	職員	アルゼンティン事務所

２．調査団

河合三良	総括、会長・理事長	（財）国際開発センター
小浜裕久	アドバイザー／マクロ経済	静岡県立大学
細野昭雄	アドバイザー／ラ米経済	筑波大学
堀坂浩太郎	アドバイザー／国際経済	上智大学
永松紀義	副総括／セクター分析／運輸計画／マレーシア	（財）国際開発センター
高橋基樹	マクロ経済	（財）国際開発センター
鹿内埈一	投資・資本市場分析／産業金融政策・制度／日本、シンガポール	（財）国際開発センター
小林志郎	国際通商分析／日本、タイ、オーストラリア	日本貿易振興会
斉木茂治	貿易政策、制度／日本、中国	（財）国際開発センター
佐藤宏子	農牧水産開発	（財）国際開発センター
渡辺里子	コーディネーター／農業経済分析／オーストラリア、カナダ	（財）国際開発センター
建部直也	工業開発I／日本、インドネシア、タイ	（財）国際開発センター
藤原弘通	工業開発II／香港	（株）エーゼット計画グループ
新井義男	産業技術分析	（株）三菱総合研究所
堀尾堅吉	鉱業・エネルギー分析	大手開発（株）
佐藤淳	物流計画	（株）パシフィックコンサルタンツインターナショナル
金津崇志	サブコーディネーター	（財）国際開発センター

3．アドバイザリーグループ

小浜裕久	マクロ経済	静岡県立大学
細野昭雄	ラ米経済	筑波大学
堀坂浩太郎	国際経済	上智大学
浦田秀次郎	貿易政策・直接投資分析	早稲田大学
奥田英信	金融政策・制度	一橋大学
木村福成	貿易政策・国際通商分析	慶應大学
長岡貞男	工業開発	成蹊大学
柳原透	マクロ経済、ラ米経済	法政大学
渡辺真知子	マクロ経済、アジア経済	嘉悦女子短期大学

4．支援スタッフ

川戸康暢	支援スタッフ総括	(財) 国際開発センター
チェン克美	国際貿易分析	(財) 国際開発センター
陶冬	マクロ経済	(財) 国際開発センター
古賀雅人	東アジア市場分析	
阿部民子	調査団事務総括	(財) 国際開発センター
上野嘉司江	調査団事務	(財) 国際開発センター
吉澤玲子	調査団事務	(財) 国際開発センター
六本木栄二	通訳	
沢田エリーナ	通訳	
沢田ビクトル	通訳	
関口ホルヘ	通訳	
持永美佐	タイピスト	

フェーズII（１９９５年６月～１９９６年７月）

1．国際協力事業団

松田教男	課長	基礎調査部基礎調査第二課
岩切敏	課長代理	基礎調査部基礎調査第二課
小田亜紀子	職員	基礎調査部基礎調査第二課
山下雅弘	国際協力専門員	国際協力総合研修所
石田滋雄	国際協力専門員	国際協力総合研修所
福田省三	事務所長	アルゼンティン事務所
野末雅彦	業務第二課長	アルゼンティン事務所
山木ファン	職員	アルゼンティン事務所

2．調査団

河合三良	総括、会長・理事長	(財) 国際開発センター
薮田仁一郎	副総括／国際経済	(財) 国際開発センター
斉木茂治	課題1総括、輸出投資促進政策・制度	(財) 国際開発センター
武部昇	輸出投資振興機関分析	(財) 国際開発センター
小林志郎	情報システム	日本貿易振興会
建部直也	課題2総括、アジア市場・輸出競争力分析	(財) 国際開発センター
渡辺道雄	コーディネーター／牛肉・同製品分析	(財) 国際開発センター
原泰雄	果物・ジュース分析	日本経営システム (株)
清水久大	トマトペース製品分析	日本経営システム (株)
堀江淳治	イカ加工品分析	日本経営システム (株)
鹿内竣一	課題3総括、中小企業金融制度	(財) 国際開発センター
杉浦恵志	サブコーディネーター／自動車部品産業支援制度	(財) 国際開発センター
藤原弘通	中小企業技術開発	(株) エーゼット計画グループ
鈴木健	中小企業品質改善	(株) 三菱総合研究所
永松紀義	課題4総括、運輸政策	(財) 国際開発センター
佐藤淳	コンテナ港整備計画	(株) パシフィックコンサルタンツインターナショナル
久恒仰平	コンテナ港運営	ナビテコ (株)
渡辺里子	サブコーディネーター	(財) 国際開発センター

3．支援スタッフ

久留島亨	アドバイザー、牛肉	日本ハム (株)
林邦広	アドバイザー、ジュース	ゴールドパック (株)
山田範一	アドバイザー、トマトペース製品	(株) ナガノトマト
阿部民子	調査団事務総括	(財) 国際開発センター
吉澤玲子	調査団事務	(財) 国際開発センター
六本木栄二	通訳	
沢田エリーナ	通訳	
沢田ビクトル	通訳	
関口ホルヘ	通訳	
持永美佐	通訳、タイピスト	
盛小根ラウラ	タイピスト	

JICA