

「曙光」から「天宮」へ 宇宙に記す次なる一歩

# 月刊中国ニュース

中国新聞週刊 日本版

令和3年8月15日発行(第10巻・第10号通巻114号) 毎月1回15日発行

## いざ、宇宙へ 中国宇宙ステーションの今

世界的なインフレの向かう先は

「五四運動」その後  
若き志士たちの運命を分けた海外留学

70  
2021 Vol.114  
680 定価  
yen



——ビンコウホールディングス株式会社代表取締役・方徳輝氏に聞く

# 大交易時代の復活を目指し、 沖縄版の「伊藤忠」へ

福建出身の方徳輝氏は沖縄に留学していたときから留学生と地元人の交流活動に積極的に関わっていた。卒業後もビジネスマンとしての立場で沖縄を中国にPRし、より多くの沖縄企業と中国との接点を作ってきた。方氏に、自社と沖縄全体の発展から夢の琉球大交易時代の再建に向けた取り組みについてお話をうかがった。

文・構成/孫秀蓮 写真提供/方徳輝

## 留学のきっかけと日本でのキャリア

方徳輝氏が福建教育学院に入学した1992年には鄧小平の「南巡講話」があり、全国的にビジネスや海外進出への意欲が高まっていた。1994年に卒業後、中学校教師として2年間働いた後、福建省と友好姉妹県省である沖縄の沖縄国際大学へ留学することになった。在学中は同大学の学友会会長、沖縄県の中国人留学生協会の副会長として、留学生と地元民との交流に力を入れた。2001年、現在の習近平国家主席が当時福建省省長の代理で沖縄を訪問した折、留学生代表として面会した経験もある。

2003年に卒業後、日本ビクター(JVC)に入社、1年3カ月働いた後、沖縄の会社にヘッドハッティングされた。2006年、中国人の間と当時まだ新しかったEコマースを取り扱う会社を興し、2010年に株式が9倍となったところで売却、その後自身の会社を立ち上げた。子供の頃から経営に興味があり、福建人の持つ勤勉さとチャレンジ精神が強みとなった。起業の傍ら、2007年からは龍谷大学で日本初の日中ビジネスプログラムMBAコースに在籍した。

やがて2011年に方徳輝氏の会社が日本国際貿易促進協会の会員企業となり、同協会に勤める知人の泉川友樹さんの協力で、翌年には同協会

の沖縄窓口として琉球経済戦略研究会を設立した。設立当初は知名度もなく資金面でも苦労したが、大連での日本商品展覧会に沖縄の県産品をPRし、10年が経ったいまでは沖縄を代表する27企業が会員になった。2013年からは尖閣諸島の問題があり、大連でも日本商品の不買運動や展示会に多くの制限があったものの、沖縄企業十数社が参加し、また当時の川上好久副知事や日本国際貿易促進協会の会長・河野洋平氏も駆けつけてくれたおかげで、大連での沖縄認知度向上に大きく貢献することができた。

## 「沖縄白酒」で中国市場開拓にチャレンジ

DIRECT CHINA(株)と琉球経済戦略研究会は、いち早く沖縄県産品の中国での販売・



方徳輝(ほうとくぎ)

福建省出身、中学校教諭を経て1996年から沖縄へ留学、沖縄国際大学を卒業。日本企業で経験を積んだ後に起業し、現在はDIRECT CHINA株式会社、ビンコウホールディングス株式会社の代表取締役、(一社)琉球経済戦略研究会(日本国際貿易促進協会沖縄分会)理事長。





③



①



④



②

①②：2001年、習近平氏(当時福建省省長代理)が沖縄を訪問した際、方徳輝氏が留学生代表として面会した。(①：習近平氏の右側②：一番左が方氏)③：第10回大連日本商品展覧会のブース。④：2018年中国市場に向け、瑞穂酒造と一緒に開発した沖縄白酒「王国貢酒」。写真/瑞穂酒造

展開を目指して活動しており、2014年、2015年には北は大連から大連日報、大連テレビ局、南は上海の第一財經上海テレビ、福建のテレビ局と新聞社などに沖縄に来てもらい、そうした取材によって中国で沖縄が報道された。また、中国の展示会に年3〜5回出展するなど、多方面で沖縄をアピールしてきた。

しかし、それでも中国での展開が大きできなかったのには3つの原因があると方徳輝氏は言う。1つ目は認知度。北海道であれば映画の影響で「白い恋人」がロングヒット商品となっているが、沖縄にはそういった国外に通用するブランドがまだなかった。2つ目は、沖縄は島であるため大きな工場がなく、小規模の工場の中で生産するとコストが高くなること。3つ目は、沖縄が物流的に不便であり、当時の1コンテナの輸送価格が沖縄→上海は高く、東京→上海と比べると3倍以上だったこと。

いずれにせよ、認知度、付加価値があればコストが掛かっても消費者は喜んで購入してくれると考え、2018年、ピンコウHD(株)、南島酒販(株)、瑞穂酒造(株)の3社が共同企業体として連携し、53度の泡盛原酒を用いて中国市場&インバウンド展開に向けた商品「沖縄白酒『王国貢酒』」を開発した。中国への輸出を実現できたのは2019年3月の1回



ただだが、中国市場での実際の効果についてこれからもチャレンジしていこうと考えている。

**沖縄は官民一体となり、  
中国ともっと関わっていくべき**

方徳輝氏は卒業論文に『在沖縄福建人一考察』というテーマを選んだ。古くから様々な国と貿易を通して交流してきた沖縄だからこそ、沖縄方言「チャンプルー文化」、即ちごちゃまぜ

の。沖縄と福建は古来から深い交流があり、福建

と関係する文化が沖縄に数多く残されている。文化的背景としてはかなり類似点が多い沖縄と中国だが、ビジネス交流を深めていくためには「正しい認識」が必要だ。より多くの人に中国の正しい情報を知ってもらうには、双方向の経済交流も重要な手段の1つと言える。あるいは訪中する若者の育成や交流促進も考えられる。

逆に中国側の経営者から見ると、人口146万人の沖縄について、単独で見たとときのマーケットの小ささから進出を諦めるのではなく、日本進出するための中継地として試し、その後に日本本土展開するという発想を持つことが大事だ。沖縄の発展にとっては中国がかげがえのないチャンスとなる。官民一体となって、沖縄の行政が積極的・戦略的に中国と関わるべきだと方徳輝氏は考えている。

### 将来の夢、大交易時代の復活を

2002年、沖縄のRBCテレビ局から取材を受けたときに、「将来の夢は？」と尋ねられた方徳輝氏は「琉球大交易時代を再び実現したい」と宣言した。

琉球大交易時代の中心となったのは朝貢貿易、それによって琉球時代の繁栄と独自の文化は開花した。方氏は沖縄が世界の経済大国トッ

プ3に名を連ねる、アメリカ、中国、日本の通貨を使ったことがある世界唯一の地域であるという点を指摘した。さらに、沖縄県は「日本21世紀ビジョン」の中で日本のアジア進出ゲートウェイになる、という位置付けが打ち出されているので、琉球大交易時代の歴史に学び、日中関係が悪化した際にも沖縄が中継地点となる独自のポジションを確立することが大事だと言う。

方徳輝氏の考えでは、現在沖縄県内の企業の商品は沖縄県内のみで消費されているが、全国の製品を沖縄経由で海外に売ることができれば、よりビジネスは広がる。こういった広い視野を持ち、海外向けの拠点となって海外と連携しながら、双方向性・多方向性のビジネスをしていくことが大切だと考えている。実際、ピンコウHDは食品や製造業だけでなく、昨年からは毎月日本の古着10コンテナ分を東南アジアに輸出している。また、日本は花粉症で困っているわけで、間伐した杉の木を中国と東南アジアへ運んで製品化してから米国へ輸出している。「大交易時代を再び実現するのがピンコウHDの使命だ。例えるなら沖縄版の伊藤忠商事のような存在となることです。そのために一番大切なのは、諦めず、信念を持って、努力していくことだ」と方徳輝氏は抱負を語った。



⑤：大貿易時代の再建を語る方氏。