

## 第5部 日本の高速鉄道輸出を考える

この部では本稿のまとめにあたって、日本の高速鉄道輸出のあり方について当会なりの考えを示したい。

### 1, 高速鉄道輸出のあり方

人口減少社会に伴う国内市場規模の縮小、新幹線計画の頭打ち状態など、日本には海外へ高速鉄道を輸出しようとする動機があることは第一部第二章で述べたとおりである。東海道新幹線開業以来 50 年にわたり蓄積された技術、システムは世界に誇るものであることは確かだ。しかし、いざその素晴らしい技術を輸出しようと思えば海外へ目をやると、実は日本独自の進化を遂げ、ある種「ガラパゴス化」した技術であったことに気付かされる。この日本独自の規格や技術で培われてきた高速鉄道を海外にどのように輸出していけばよいのかという課題とこれまでもこれからも向き合っていかなければいけない。具体的な輸出方法としては、「日本独自」のものを「世界標準」にしていくためのフルパッケージ型輸出という方法もあれば、輸出先の国の規格に合わせるという方法もある。そして、これから高速鉄道の受注競争を勝ち抜いていくためにこのどちらの方法でも輸出できるような体制を整えることが重要になってくる。これまでは主に後者の方法で輸出が行われてきたが、前者の方法についても今後実行できるようにしていかなければならない。

### 2, IHRA とフルパッケージ型輸出

日本の規格を世界標準にしようとする動きは政府を中心に現在推進されている。日本の高速鉄道を世界標準にという考えを実現するために有効な輸出形態が、路線建設から車両、システム構築まで一手に引き受ける「フルパッケージ型」の輸出である。しかし、過去日本が行った高速鉄道輸出の中で、フルパッケージ型に該当するものはなく、中国、台湾、イギリスいずれの事例も現地の鉄道システムに対応させたり、他国の技術と融合させたりすることで輸出してきた。フルパッケージ型輸出を理想として考え

ながらも現実には車両など単体での輸出を行ってきたのだ。しかし、これまで実現できなかったフルパッケージ型輸出は、より規模が大きく、多様な領域に渡りビジネスを展開できるという点においてやはり魅力的であり、輸出形態の選択肢としては無視できない。そこで、フルパッケージ型輸出を目指す新しい組織を作る動きが、日本の鉄道関連企業の間で出てきている。そのひとつが、2014(平成26)年4月1日にJR東日本、JR東海、JR西日本、JR九州の4社共同により設立された一般社団法人国際高速鉄道協会(International High-Speed Rail Association: IHRA)である。平面交差のない専用軌道や、高度な列車自動制御装置など日本の高速鉄道の安全性を全面に押し出し、欧州や中国などとの受注獲得競争に勝ち抜くことを目指した組織である。JR4社の他にも日立製作所や東芝、新日鉄住金、川崎重工業など26の企業や団体が参加しており、フルパッケージ型輸出を行いやすくするために、日本としてまとまったとも考えられる<sup>1</sup>。JRが主導する輸出推進組織であるため、日本の「新幹線」というブランドでの輸出が積極的に行われていくようになる可能性もある。車両メーカーなどの鉄道関連企業にとっても、IHRAに加入することで企業間の連携を緊密化できたり、輸出の機会を増やすことができたりするため、IHRAに参加することの価値そのものが今後高まっていくことが予想される。

日本が長年目指してきたフルパッケージ型輸出を具現化する組織として誕生したIHRAへの期待は大きい。しかし、IHRAがどのように高速鉄道輸出に関与し、どの程度まで企業間の音頭を取るかについて明確にされていないところが多いことも事実である。

IHRAの誕生はフルパッケージ型の高速鉄道輸出を大きく前進させる可能性を秘めている。ただ、現段階ではフルパッケージ型輸出を成功させることは難しく、今後しばらく日本が高速鉄道を輸出するにあたっては過去の輸出事例を参考にして、輸出先国が望む技術、システムを適切な形で輸出することが求められる。

---

<sup>1</sup> IHRAは「パッケージ型」という言葉こそ使用していないものの、新幹線で培われた安全性に関わる技術やシステムの直接的な輸出を目指しているため、本稿ではIHRAをパッケージ型輸出推進組織と考え、議論している。

### 3, 段階を踏んだ輸出計画の必要性

台湾やイギリスの事例から明らかなのは、車両や部品などの比較的小さな「製品」からまず輸出を目指し、地元政府や住民との信頼関係を構築していくことを通してより大規模な新規高速鉄道路線建設へとステップアップしていくことの重要性である。例えば、台湾では当初高速鉄道車両の受注が中心案件であったが、今日では次の段階として電気設備や駅の整備などに事業を拡大させており、日本が継続的に関与するに至っている。小さな事業で進出し、相手国と信頼関係を醸成するなかでより大きな事業に取り組んでいくということが成功した事例だといえる。フルパッケージ型の輸出を前提とした体制で交渉に臨んでいては、日本の高速鉄道を部分的に輸入したい国との意思疎通に齟齬が生じ、最終的には何も受注することができなかつたなどという状況になりかねない。高速鉄道の輸出はインフラ輸出の一環であるため、相手国との長期的な関係づくりや粘り強い交渉力が求められる。だからこそ、フルパッケージを「押し付ける」姿勢で臨むのではなく、むしろ競合他社や他国との連合をも視野に入れた柔軟で耐久性のある姿勢で臨むべきだと考える。輸出先の国の意向を汲み取ったうえで高速鉄道を輸出していくためには、以上のような姿勢が必要になるであろう。輸出先の国の意向を汲むとは、相手国がどのような目的で、またどのような方法で高速鉄道事業を展開したいのかということを経済の場を通じてあらかじめ十分に理解した上で、高速鉄道輸出計画を考案するということだ。受入国側の意図としては利便性の向上や環境負荷軽減などに加え、高速鉄道事業による雇用創出、経済成長を主眼にしていることが多い。これらの意向に沿う形で輸出する側の国も企業も動かなければいけない。では、相手国の意向を踏まえつつ高速鉄道を輸出するために国と企業は具体的にどのような考えのもと、どのようなことをするべきなのか。次にこの点について述べる。

### 4, 国に求められること

高速鉄道輸出に際して国のもっとも重要な役割は、国家間の信頼関係の構築だ。高速鉄道事業は建設から車両の納入、保守などそれぞれの要素においても長期に渡る事業であるため、長期的に良好な関係が維持されなけ

ればならない。国の役割である首脳のトップセールスでも、それが有効に機能するためには、国家間関係がまず良好でなければいけない。さらに、2 国間で良好な関係が築けているからこそ、高速鉄道事業のように他国の国土の上にインフラを敷設する事が可能になる。

日本政府が高速鉄道輸出の際に意識すべきこととして、日本の国際的影響力の向上が挙げられる。つまり、高速鉄道輸出は日本の国際的な影響力を維持するための外交的な手段としても考えられるということだ。2012(平成 24)年にイギリスの大手銀行 HSBC が発表した 2050(平成 62)年の世界各国の GDP 予測によると、日本の GDP は中国、アメリカ、インドに次ぐ 4 位になっている<sup>2</sup>。GDP がその国の国際的な影響力を測る絶対的な指標とは言えないものの、日本の経済規模は縮小傾向にあり、それに伴い国際的な影響力も低下していくものと考えられる。そこで、これから経済成長をしていく発展途上国や今後も成長を続ける先進国に日本の高速鉄道を輸出していくことで、日本の国際的なプレゼンスを維持・向上させていくことが可能になる。大型インフラ案件である高速鉄道輸出はその影響力の大きさと巨額の費用のために国際的な注目を集めやすく、国際社会の中で日本がプレゼンスを発揮する有効な手段になるのではないだろうか。長期的視野が必要な高速鉄道輸出は今後の日本の外交戦略としてさらに重要視されていくものと思われる。

国家に求められるもう一つの大きな役割は、輸出先に対する財政的な支援である。高速鉄道事業は概して高額な事業であり、受入国にとっても受注企業にとっても財政的に大きな負担になる。現在進行している東南アジア諸国での高速鉄道建設交渉が行き詰まっている大きな要因の一つが財政負担の重さであることは事例研究で述べたとおりだ。そうした財政負担への不安を取り除くために日本政府が期待される役割は大きい。政府系金融機関などからの経済支援を活用することで、財政的な負担を軽減させ相手国に日本の高速鉄道を選択するインセンティブを与えることができる。例えばイギリスの事例では高速鉄道受注交渉が行き詰まった時に日本政

---

<sup>2</sup> 日本経済新聞 2012 年 1 月 13 日

[http://www.nikkei.com/article/DGXNASGM1207X\\_T10C12A1EB2000/](http://www.nikkei.com/article/DGXNASGM1207X_T10C12A1EB2000/)

府は英国政府への働きかけとともに政府系金融機関を利用して日本企業  
の高速鉄道輸出を支えた。日本政府が他国のインフラ建設に財政支援を行  
う背景としては、日本企業の海外進出の後押しということに加えて、既述  
の外交的な戦略もあると思われる。

## 5, 企業が求められること

つづいて、海外に高速鉄道を輸出するために今後企業が求められること  
について述べる。

企業は実際にインフラの建設や車両の納入など、輸出における最前線  
の役割を期待される。その役割とは現地を理解するとともに現地に理解し  
てもらふ長期的な活動を行うことである。具体的には現地の意向、習慣、  
人間を理解するとともに、日本の高速鉄道について現地の企業や住民に理  
解してもらふということだ。また、高速鉄道輸出のビジネスはすぐに利益  
が生まれにくいいため、受注を獲得するまで耐えられるだけの財政的な余裕  
と人材的な余裕がなければいけない。そのためには企業規模が大きいほう  
が有利であるし、場合によっては国からの支援も必要になる。海外市場の  
分析でも見たように高速鉄道市場における日本の競合相手はどれも政府  
の支援を受けた巨大な企業であり、現地企業との協力や合併など耐久性の  
高い柔軟な輸出戦略を採ってきた。さらに世界各地に工場を作ることで価  
格競争力の強化や地元住民の雇用創設による住民理解を引き出してきた。  
従って日本企業も高速鉄道輸出ビジネスに長期的に取り組むことができ  
るだけの規模になり、現地の鉄道に精通する従業員の雇用、現地での工場  
建設などの「現地化」を行うことが求められる。グローバルな企業になる  
と同時に、よりローカルな(現地に密着した)ビジネスをしなければいけ  
ないということだ。

そうしたグローバルかつローカルな視点で高速鉄道輸出を進めていく  
中で、「日本ブランド」(日本で生まれ培われた技術をベースにしている  
ということのアピール)を日本企業にとっての強みとして効果的に使うこ  
とができるかもしれない。ただ、「日本ブランド」を強く打ち出しすぎるあ  
まり地元からの反発が起きてしまえば、強みが弱みになってしまいかね  
ない。そこで、「日本ブランド」を外国のモノとしてのイメージではなく、

安全で高品質なモノとしてのイメージで用いることができればいいのではないだろうか。もちろん「日本ブランド」が良いイメージとして受け取られるかどうかは、あくまで輸出先の国の人々に委ねられている側面が大きく、日本企業や日本政府が良いイメージとしての「日本ブランド」をつくり出せるとは必ずしも言い切れない。こうした国際的に認知されるその国の「イメージ」は、国際政治学者ジョセフ・ナイが提唱するソフト・パワー<sup>3</sup>に通じるところがある。ナイも著書の中でソフト・パワーを意識的に行使することの難しさについて言及する一方、ソフト・パワーが国際社会の中で今後さらに無視できないほどの重要な力になると主張している<sup>4</sup>。実績や信頼性などと密接に関わる「日本ブランド」として特定のイメージを人々に持ってもらうようになるには時間がかかるし、「日本ブランド」というイメージを政府や企業が管理することは難しい。しかし、地道な広報戦略や国家間関係の緊密化などを通して「日本ブランド」のイメージをつくりあげていく努力を続けていくことで、将来日本の高速鉄道輸出にとって有利な状況を生むことができるはずだ。

## 6. 「輸出」という概念の限界

これまでの議論を踏まえて、高速鉄道の輸出と言った際の「輸出」に対する考え方について議論する。

前節では、高速鉄道を受け入れる国のニーズに合わせて工場を現地に建設したり、現地で従業員を雇用したりするなどの日本企業の「現地化」が日本の高速鉄道輸出を実現するために必要だと述べた。しかしこのように生産から従業員まで「現地化すること」が本当に輸出といえるのかという批判が出てくるかもしれない。たしかに日本の工場で日本人の手により生産されたものを海外へ出荷することを輸出というのならば、以上で述べてきた受入国のニーズに合わせた高速鉄道輸出が本当の意味での「輸出」とは言えない場合も出てくる。イギリスの事例で取り上げた日立製作所は日

---

<sup>3</sup> ソフト・パワーとは、「人びとの好みを形作る能力」であり、他人をひきつける魅力のようなものである。(ナイ, 26)

<sup>4</sup> ナイは日本について「アジア各国のなかで、ソフト・パワーの源泉になりうるものとくに大量にもっている」(ナイ, 139)

本の企業としてというよりもむしろヨーロッパの企業(さらに言えばグローバル企業)として高速鉄道事業に取り組もうとしている。鉄道車両をヨーロッパの新工場で生産するようになれば、日本から車両を運ばずに「輸出」できるようになる。日本企業が海外で行うビジネスすべてを輸出と呼べなくなってきたことは鉄道以外の製品分野においても明らかだ。いわば企業の「脱国家化」とも呼べるこの事象は、今後さらに進んでいくものと思われる。

アメリカの著名な政治経済学者ロバート・B・ライシュは国境を超えた活動が頻繁に行われるようになった現代に、企業の国籍に注目するのは無意味だと主張している<sup>5</sup>。ライシュによると、アメリカ生まれの企業であっても、実際には企業を存続させるためにグローバルなネットワークを使い、世界各地に生産設備を持ち、従業員を雇用しているため、アメリカの企業の成功がアメリカ経済の成功と必ずしも結びつかない時代を迎えている。ライシュがモデルにしている 1980~90 年代のアメリカ企業に向けられたこの議論は、今日の日本企業にも適用できる。つまり、日本企業は自社の存続のために市場を求めて海外へ進出し、「日本の」企業としての側面を希薄化させて、脱国家化している。海外で人材を雇用し海外で製品を生産し、海外に向けて売り出していくという形態を取る「日本」企業が多くなるに伴い、日本企業の輸出成功が日本の経済的な利益とは一致なくなってきた。相手国の意向に沿い現地化することで達成される高速鉄道の輸出を目指していくのであれば、その「輸出」はもはや単なる現地生産と同義の意味しかもちえない場合も考えられる。ここに現代における「輸出」という概念そのものの限界をみてとれる。

では輸出概念の限界は高速鉄道輸出にもあてはまるのであろうか。高速鉄道輸出という議論自体が脱国家化する企業の存在によって無意味なものになってしまうのであろうか。答えは否である。なぜなら高速鉄道ビジネスは脱国家化する企業だけでは行えず、国家の支援や国家との連携が不可欠なビジネスであるからである。政治的な後押しや財政的な支援などで国家が関与する以上、国として「輸出」していると捉えられる。輸出先の

---

<sup>5</sup> ライシュ, 1991

国からすれば、日本政府が関わっている高速鉄道事業計画は「日本からの輸出」と考えるはずである。

これまでは経済的(金銭的)利益を追求する企業主体で「輸出」を捉えており(=従来の輸出概念)、企業の国籍が無意味化する中で、輸出概念に限界が生じてしまっていた。しかし、高速鉄道輸出と言う際の「輸出」は限界が生じている輸出概念とは性格が大きく異なる。高速鉄道輸出の「輸出」とは「脱国家化する企業と国家そのものが主体となり、経済・政治外交的利益をともに追求していく」(=新たな輸出概念)ということの意味している。脱国家化した企業と国家の両方が主体になる高速鉄道事業にはこの新たな輸出概念を適用させて考えていく必要があると思われる。

## 7. 日本の利益をどう考えるか

こうした新たな輸出概念のもとで「高速鉄道輸出による日本の利益」について最後に考えたい。

日本にもたらされる「利益」については輸出概念をどのように考えるかによって答えが変わってくる。脱国家化する日本企業の経済的な視点のみ(従来の輸出概念)で考えるのならば、日本の高速鉄道輸出は日本の国民経済には必ずしも直接的に寄与しないかもしれない。しかし、インフラ輸出としての高速鉄道輸出は国家の関与なしでは進めることができない領域であることを忘れてはならない。脱国家化した企業であっても高速鉄道輸出のためには国家との緊密な連携が必要になる。高速鉄道の輸出には国家の関与や後押しが重視されるからこそ、高速鉄道の輸出の主体はあくまで「日本」だという意識が生まれやすいといえる。裏を返せば、高速鉄道の輸出は国家が関与する以上、政治的要素の強い影響力がはたらくということだ。

まとめると、高速鉄道輸出は脱国家化する企業が主体であると同時に国家そのものも主体になる輸出(新しい輸出概念)である。この新たな輸出概念を踏まえた場合に考えられる利益とは、企業目線の経済的利益だけではないことが分かる。注目しなければいけないのはむしろ国家が関与することにより生み出される政治・外交面での利益である。既述のように政治・外交面で日本にもたらされる利益とは、日本の国際的な影響力向上や、相

手国との良好な 2 国間関係構築などである。つまり日本としては、高速鉄道輸出にあたり経済的な利益ばかり期待するのではなく、政治・外交的な利益も期待し重視していかなければいけない。

最近では安倍総理大臣が外遊先で高速鉄道を始めとしたインフラ輸出のトップセールスを積極的に行っている姿勢がうかがえるものの、日本のインフラ輸出は 2005(平成 17)年前後からすでに韓国、中国の後塵を拝しており、その差は現在も広がっている<sup>6</sup>。日本の国際的な影響力の低下が危惧されている状況において、今後日本が国際的な影響力を発揮していくひとつの手段として高速鉄道の輸出が考えられるのだ。

これまで、高速鉄道輸出によって得られる利益というものが、慎重に検討されずにきている。高速鉄道輸出に際しては上で述べた経済的利益、政治・外交的利益に加え、短期的利益、長期的利益など多種多様な利益が存在している。どのタイミングでどのような利益がほしいのか、そのためにはどこで妥協しどこは譲らないのかといったことを一度整理して再考する必要がある。そこで、今年新たに設立された国際高速鉄道協会(IHRA)に期待するところは大きい。IHRA が複数ある鉄道関連企業間での利益調整の役割を担うかもしれないからだ。IHRA に参画することで利益を得られることもあれば、企業間で妥協することで損失が出ることもありえる。そうした利益や損失を IHRA 内で相互扶助の原理などを用いて調整していくことが必要になる。したがって IHRA は輸出という最終的な目標の達成のみを考えて行動するのではなく、参加企業間の個別の利益、日本全体にとっての利益の双方に目を配り、それらを調整・統括していくような役割を求められるべきだ。

また、IHRA は JR 側とメーカー側との調整の場として機能も期待できる。これまでは輸出の場面で JR とメーカー企業との足並みを揃えることが難しかった。実際、中国、台湾、イギリスの事例からもわかるように、高速鉄道の輸出についてはメーカーが先行して行ってきた経緯がある。しかし、フルパッケージ型の輸出にも本格的に対応していくためには JR と共同しての輸出が必要になってくるため、IHRA を介しての協力体制づく

---

<sup>6</sup> 三菱経済研究所, 2014

りは今後ますます進めていかなければいけなくなるであろう。

大切なのはフルパッケージ型でも部品や車両・システム単体でも対応することができる輸出体制づくりである。多様な需要に丁寧に対応していくことで輸出を伸ばしていくことが目標といえるのではないだろうか。