再起期すカタルーニャ

スペイン北東部、地中海に面したカタルーニャ州が新たな成長軌道に向けて動き出した。交通・物流網に恵まれた点などを背景にスペイン経済をけん引してきたが、世界経済危機による需要減や新興国と比べた人件費上昇といった制約も出てきた。州政府は新産業の育成や投資誘致を強化。芸術や食文化などの伝統的な魅力も武器に、欧州有数の産業拠点としての地位を再構築しようとしている。（国際部 宮下奈緒子）

底堅い見本市需要

「商談都市」高まる存在感

多くの参加者でにぎわう見本市会場

バルセロナは「商談都市」としての顔も持つ。「モンジュイック」と「グランヴィア」という2つの大型見本市会場で、年間約80回開催するイベントには国内外から約350万人が集まる。カタルーニャ州政府、バルセロナ市、バルセロナ商工会議所が出資・運営し、両会場を管轄するフィラ・デ・バルセロナによると、経済効果は年間約25億㌊に達するという。

市の中心部に近い「モンジュイック」の総面積は16万5000平方㍍。芸術やスポーツ、旅行関連など主に消費者向けのイベントに使用する。「グランヴィア」はエル・プラット空港と市内を結ぶ中間地点に位置し、企業同士の商談などに使われるケースが多い。

現在の総面積は20万平方㍍。6つのホールを持つが、来年にはさらに2ホールが加わり、総面積は24万平方㍍に拡大する見通し。グランヴィアの設計に携わったのは日本人建築家の伊東豊雄氏。各展示場や噴水広場の間を、川の流れをモチーフにした空中廊下が結ぶ設計。展示場内の商談などで疲れた訪問者らが気分転換しやすいよう工夫されている。

拡張計画の一環として、伊東氏が設計した、ホテルとオフィスビルで構成するツインタワーも完成。今年2月に開業したホテルは、高層階に行くにつれ広がるユニークな形状の赤い建物。グランヴィアの新たなシンボルとなりそうだ。

2008年からの世界経済危機以降、企業のコスト削減のあおりで見本市などの開催が減った都市も多いが「（バルセロナの2会場は）一回もキャンセルが出なかった」（フィラ・デ・バルセロナのサパテロ営業部長）。今後も参加企業への支援を手厚くするほか、約30ある海外拠点を活用し外国企業の開拓も進める方針。カタルーニャ州政府観光局もビジネス客拡大を重要課題ととらえて様々な支援に乗り出す構えだ。

豊かな食文化

バルセロナ市内 和食店が100店

高級和食店「やしま」はスペイン人が顧客の約9割を占める

バラエティー豊富なタパス（前菜）、パエリアなどで知られる「グルメの都」カタルーニャで、日本食も定着しつつある。5月上旬、バルセロナ中心部の高級和食店「やしま」はすき焼きやお刺身に舌鼓をうつ人々でにぎわっていた。ディナーの平均客単価は60㌊程度。スペイン人が顧客の約9割を占めるという。

「やしま」を経営するヤマシタは市内で5つの和食店を持つ。1977年、第1号店となる「山島」を開店した当初は「日本料理なんて見向きもされなかった」（山下吉澄社長）が、地道な努力が実り、今では地元の食文化に日本食がすっかり定着。今では市内の日本食レストランは100店を超すともいわれる。

今年4月には豆腐店「東風（tofu）」もオープン。自ら豆腐を仕込む店主の清水建宇氏は、日本の新聞社で約40年間記者として仕事をした後、バルセロナに渡った。かつて取材で訪ねたバルセロナの魅力にひかれ、移住先に決めていたという。

最近の日本食ブームを背景に、週3回200㌔ずつ作る豆腐の売れ行きは上々。納豆や豆乳ドーナツ、日本食のお弁当なども人気だ。

低価格・高品質 ワイン輸出好調

バルセロナから南に約30キロメートル離れたカタルーニャ州ペネデス地方はスパークリングワイン「カバ」の一大生産拠点だ。カバは、フランスの「シャンパン」と比べ手ごろな価格と品質を兼ね備えた点が人気。海外への輸出も伸びている。

有機栽培のワインを手がける「アルベット・イ・ノヤ」はドイツやスイスといった欧州各国をはじめ、約20カ国への輸出が好調。今年1～4月の売上高は前年比1割増ペースで推移しているという。

「カバ」の存在感は日本でも高まっている。カバの輸入量は世界第5位で、2009年は500万本に達した。カバの生産者らで構成する「カバ振興協会サン・サドゥルニ」の代表団がこのほど来日、講演や試飲会を開催した。会長のペドロ・ボネット・フェラー氏は「日本市場はアジアへの登竜門としても非常に重要」と述べ、日本での一段の普及に取り組む構えだ。

カタルーニャ特集

日本企業の一大進出先

交通インフラ充実

モンテッサ・ホンダ社長
前原 孝次氏

――最近の経営環境は。

「今年3月に二輪の完成車の生産をやめ、二輪車向け部品製造に特化した。この影響で、2011年3月期は約4割の減収となる見通しだ。二輪車の生産は年産3万～4万台で推移していたが、経済危機後に1万台程度に減少したまま回復せず、イタリアの工場に全面的に移管することにした」

――今後の戦略は。

「景気後退の影響で欧州市場では安価なスクーターが人気を集めており、台湾勢がシェアを伸ばしている。対抗策として、タイで生産したスクーターの販売を始めた。価格面で遜色（そんしょく）なくなるうえ、日本製品への信頼の高さを武器に巻き返したい。中国やインドで生産した商品も投入していく方針だ」

モンテッサ・ホンダ 二輪車向け部品の製造・販売と二輪車販売。1986年設立。売上高は約1億7800万㌊（約197億円、10年3月期）、従業員数は約160人。

「地元の中学生などを対象に無料の二輪車体験講習会を実施しており、これまでに約3千人が参加した。知名度向上や顧客開拓につながればと期待している」

――カタルーニャに拠点を置く利点は。

「気候が温暖で二輪車に適した気候のスペインは西欧に比べ成長余地がある。消費市場に拠点を置くことで、消費者の嗜好（しこう）の変化に迅速に対応できる。港湾や空港といった交通インフラが完備されている利点もある」

――人件費の高騰などでカタルーニャの優位性は薄れていないか。

「中国やインドといった新興国の労働力の質が上がっている半面、人件費は格段に安く、カタルーニャの競争力が以前と比べ下がっている面は否めない。労働組合の力が強く、経営環境の変化に機敏に対応しにくい面もある。州政府は投資誘致の段階だけでなく、進出後の支援も強化してほしい」

勤勉な人材が多い

大塚ファーマシューティカル（スペイン）プレジデント
アントーニ・ヴィジャロー氏

――どうしてバルセロナを拠点に選んだか。

「スペインの他の地域と比べ勤勉な人材が多く、仕事に真剣に取り組む傾向が強い。昔からバイオ産業が盛んな土地柄ということもあり、バルセロナに拠点を構える欧米のメガ・ファーマも多いようだ」

――金融危機の影響は。

「医薬品事業は景気の影響を受けにくい。主力の抗精神病薬『エビリファイ』を2005年に投入して以来、スペイン国内で『OTSUKA』の知名度が向上し全体の販売増につながっている。09年の売上高は前年比1割強伸び、約5700万㌊だった」

大塚ファーマシューティカル（スペイン） 医療用医薬品、医療機器の販売。1998年設立。売上高は約5700万㌊（約63億円）、従業員数は66人。

「質の高い販売要員が強みだ。ベテランをヘッドハンティングするのではなく、あえて若い人材を採用し充実した研修プログラムで育てることを重視する。商品ごとに専門チームを組織し、医療機関の要望にきめ細かく対応できる体制を敷いている」

――スペインの医薬品市場の見通しは。

「市場規模は世界第7位で年間200億㌊程度といわれる。今後、政府による医療費削減の動きが予想されるものの、がんや精神病の治療薬の需要拡大が見込め、潜在成長率は高い」

――今後の経営戦略は。

「早ければ数年後にも予想されるエビリファイの特許切れにそなえ、収益基盤を強化していく。新薬候補（パイプライン）を増やす努力はもちろん、医療機器の販売を拡充するなど、収益源の多様化を進める。健康食品事業に乗り出す可能性もある。ポルトガルなど近隣諸国への進出も選択肢の一つだ」

選ばれたCAVA、セグラヴューダス。

スペイン・カタルーニャより上陸。

スペイン原産のブドウにこだわり、瓶内で長期熟成。
1本1本丁寧に造り上げたスパークリングワイン、CAVA（カバ）ーセグラヴューダス。
ハッとするほどの輝き。ベビーパールの泡立ち。長い歴史が生み出した深い味わい。
世界が認めたそのすべてを、あなたに。カタルーニャの名門ワイナリーより。

セグラヴューダス
ブルートレゼルバ

飲酒は20歳をすぎてから。飲酒運転は法律で禁止されています。お酒は適量を。妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。

世界最優秀ワイナリー賞受賞など世界が認めるその実力。

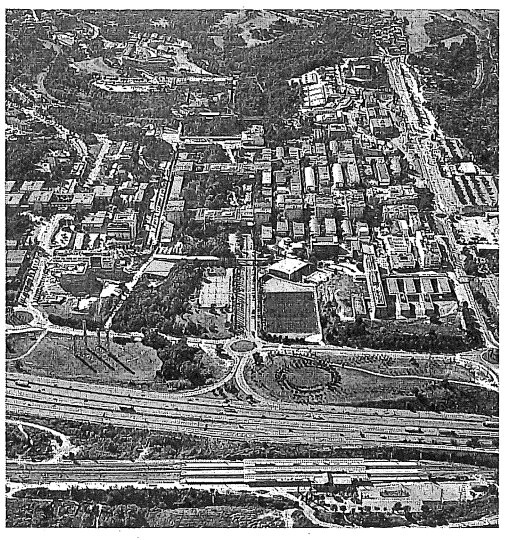
2006年4月、ワイン見本市「ヴィニタリー」で開催された世界最大級のワインコンテスト「第14回インターナショナル・ワイン・コンベンション」においてスペインワインとして初めて最高峰の"グラン・ヴィニタリー・スペシャル・アワード"を獲得するなどその品質は世界的に高い評価を得ています。

【CAVA】
カバは、産地とブドウ品種が厳しく規定された、最低9カ月以上瓶内2次発酵・熟成を行なっている伝統的製法のスペイン産スパークリングワインです。フランスの「シャンパーニュ」と同じ製法を採用しています。

輸入発売元 リョーショクリカー
株式会社リョーショクリカー
東京都大田区平和島6-1-1 東京流通センタービル
TEL.03-3767-4850

新産業育成へ力結集

最先端の研究施設



広大な敷地を持つバルセロナ自治大学のキャンパス

バルセロナの北西約10キロに位置するバルセロナ自治大学（UAB）の広大な敷地。この一角に同大とカタルーニャ州政府・スペイン政府系の機関が共同で立ち上げた最先端の研究施設「UABリサーチパーク」がある。次世代の産業育成に力を入れており、ナノテクの集積地としてはスペイン随一といわれる。

開設したばかりの約16000平方メートルのインキュベーション施設は、20～25ほどのベンチャー企業用オフィススペースが既に予約でいっぱいだ。大企業とベンチャー、大学の共同研究を実施。今後は海外企業からの委託研究も積極的に受注していく計画だ。「知」の融合が進む同パークは、カタルーニャ州での次代の産業育成の拠点となっている。

パーク内で2004年に産声を上げた「ABビオティクス」はUABの卒業生2人と教授が共同で設立。バイオテクノロジーを医薬品に活用する技術などに強みを持つ。ミケル・アンヘル・ボナチェラ最高経営責任者（CEO）は「UABの知名度で企業の信頼が得やすいほか、充実した実験施設を使えたり、企業ニーズについて助言を受けられたりとパーク内に拠点を置く利点は数多い」と話す。

産学官が連携 有望VB続々

09年の売上高は200万ユーロ強。今後は感染症や鉄欠乏症の治療に役立つ技術のライセンス供与やがん治療法の開発を進める計画で、5年以内に売上高を300万ユーロに伸ばすのが目標だ。年内にも新規株式公開（IPO）する見通し。

器は小さいながらも既に世界を舞台に活躍するベンチャー企業もある。01年にバルセロナで創業した「デジタル・レジェンド・エンターテイメント」だ。携帯電話や携帯ゲーム機向けのゲーム制作が主力。各国の携帯電話会社やコンテンツ会社と組んで、世界約140の国で事業を展開している。創業当初、スペインではまだ携帯ゲーム市場がそれほど大きくなく「必然的に最初から世界市場を見据えていた」（チャビエール・カリーリョCEO）。

高機能携帯電話（スマートフォン）や多機能携帯端末「iPad（アイパッド）」の市場拡大に伴い、携帯端末でのゲームの需要はますます伸びるとみる。今後はアジアや南米での事業強化を目指す。

会社設立の翌年、カタルーニャ政府系のベンチャーキャピタルが30万ユーロを出資。営業網開拓も含め「州政府からは手厚い支援を受けてきた」というカリーリョ氏。バルセロナから世界に羽ばたくベンチャーが次々と誕生するかもしれない。

モンティーリャ州政府首相に聞く

バイオ分野 伝統的に強い

――カタルーニャ州経済の現状をどう見ているか。

「スペインはフランスやイタリアなど欧州のほかの国々と同様に経済危機の影響を受けたが、ギリシャと同一視する見方は正しくない。スペインの今年1～3月期の実質国内総生産（GDP）成長率は、7四半期ぶりにマイナス成長を脱却するなど回復基調にある」

「なかでもカタルーニャ州は、製造業やハイテク、サービス業、農業、観光、ファッションなど多種多様な産業が発達しているうえ、危機で大きな痛手を受けた不動産業の比重は低く、スペインのほかの地域と比べても打撃が小さかった。1～3月期のスペイン全体の失業率が20%を超えているのに対し、カタルーニャ州では約18%にとどまっている」

――外国企業にとってのカタルーニャの魅力は。

「もともと地中海に面しているという地理的な好条件に加え、ここ数年、空港や港湾、鉄道といった交通インフラに積極的に投資してきた。エル・プラット空港に新ターミナルを開設したほか、港の拡張も実施した。将来的には高速鉄道をオランダ・ロッテルダムまで結ぶ構想もあり、物流面で外国企業にとっての利点は大きいはずだ」

「人件費は中・東欧諸国と比べると高いが、ドイツやフランスと比べると依然として安く、専門技能に優れた人材も多い。企業は単純に人件費の安さだけで進出先を決めるわけではない。生活環境の良さも含め、総合的に勘案すれば、まだまだ競争力は高い」

――外国からの投資は。

「総じて厳しいと言わざるを得ないが、一部で好転の兆しがある。ドイツ、フランス米国などから化学、製薬といった業種の企業が進出してきたほか、日本企業が投資を増やすケースも出てきた」

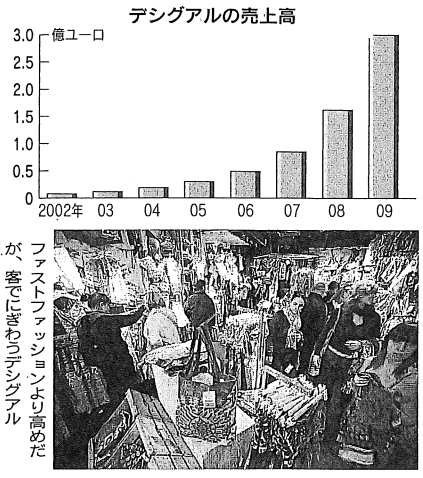
「スペインに進出している日本企業の約6割がカタルーニャ州に集中していることが示すように、長期にわたる協力関係が築かれている。州政府としても日本企業の要望には積極的に耳を傾けており、もっと多くの企業に進出してほしい」

――新産業として重視している分野は。

「数年前から州経済の生産性向上を目標としており、その一環としてバイオ産業の育成に力を入れている。バルセロナは伝統的に研究・開発（R&D）が盛んで研究者の数も多い。水力、風力、太陽光発電などの次代のエネルギー育成にも積極的に取り組んでいる」

元気なファッション業界

ユニークさ武器に世界へ



ファストファッションより高めだが、客でにぎわうデシグアル

スペイン経済への懐疑論もどこ吹く風、バルセロナの繁華街は買い物に興じる地元の人や観光客でいつもにぎやかだ。勢いを増す消費産業の中でもひときわ元気なのがファッション業界。スペインのカジュアルブランドといえば、日本では「ZARA（ザラ）」が代名詞的存在だが、バルセロナでは地元発の「Desigual（デシグアル）」が快進撃を続けている。

デシグアルとはスペイン語で「同じではない」。ほかの店にないような特徴ある商品で勝負しようという意味が込められている。30を超える国籍の社員で構成するデザインチームが生み出す商品は、大胆かつ鮮やかな色柄やユニークな形状が特徴。

価格はワンピースが60～70ユーロ程度、Tシャツが40ユーロ前後。ザラに代表されるファストファッション・ブランドと比べると総じて高めだが「価格ではなく『ほかにはないユニークさ』で勝負している」（アデル最高経営責任者）。

1984年に創業したデシグアルはここ数年、海外展開を一気に加速した。今ではフランス、ドイツ、米国、日本など世界約70カ国で販売。2009年の売上高は4年前の10倍の3億ユーロに達し、初めて海外の売上高が国内を上回った。今後、日本での販売も拡大する方針だ。

日本発の雑貨店「MUJI（無印良品）」も躍進している。バルセロナ中心部のランブラ・カタルーニャ通りに06年にオープンしたスペイン1号店の成功を受け、現在、店舗網はマドリードとあわせ全部で4店に拡大した。インターネット販売にも乗り出した。

人気商品はボールペン（1・5ユーロ）や旅行用ドライヤー（17・5ユーロ）など。シンプルかつ実用的な点、日本ブランドゆえの品質への信頼で支持を集めている。スペインでの店舗展開に関するライセンス契約を結んだオップロインベストメント（バルセロナ）のデ・トカ・アンドリュー社長は「旅行客が多いバルセロナ中心部の店舗は景気変動の影響を受けにくい」と指摘。向こう5年間で4店程度を新設する計画だ。

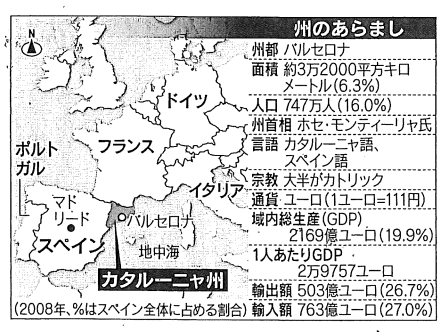
カタルーニャ特集

住みやすい都市

バルセロナ 14年連続1位

「欧州ビジネスマンにとって住みやすい都市ランキング」（米系不動産大手クッシュマン・ウェイクフィールド調べ）で、14年連続して1位になったバルセロナ。温暖な気候、豊かな食文化だけでなく、サグラダ・ファミリア教会やカサ・ミラ、カサ・バトリョといったアントニオ・ガウディの建築物など芸術の魅力にも事欠かない。

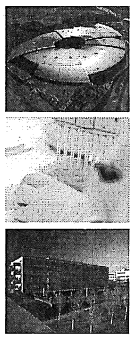
町の中心部には、スペインを代表する歌劇場「リセウ大劇場」や世界遺産に登録された「カタルーニャ音楽堂」など音楽関連施設もあり、外国企業駐在員は仕事の傍ら、良質のオペラやクラシック音楽を気軽に楽しむことができる。



European entrepreneurial region award 2010
欧州地域委員会より受賞

Southern Region ranking 第一位
FDIマガジンによるヨーロッパ未来型都市及び地域2010/11

Ready to invest?



イノベーションを可能にする
10の産業ハブがここにあります。

もし、貴社が創造的で革新的な事業を展開しようと思うなら、それにふさわしい場所を選ぼうとしているはずです。カタルーニャは10の戦略的クラスターを形成、そのすべてが大学や研究機関に隣接した卓越したインフラ、豊富な事業スペース、最高の物流アクセス、充実したサポーティング・インダストリーを備えており、新たな産業の立地として最適な場所となっています。

ACCIÓ
Competitiveness for Catalonia
Generalitat de Catalunya
Government of Catalonia

invest
IN CATALONIA
www.investincatalonia.com

カタルーニャ州政府
ACCIÓ 投資促進局
〒106-0041
東京都港区麻布台1-11-9
CR神谷町ビル3F
Tel: 03-5575-8635
info@cidemtokyo.com
www.cidemtokyo.com