

# 中東経済セミナー

## 福田 一郎 グループ・社長 講演



県はドバイなど中東地域への佐賀牛の売り込みを検討している。発展が著しいドバイをテーマにした「中東経済セミナー」（県貿易協会など主催）が十日、佐賀市のホテルニューオータニ佐賀であった。ドバイはアラブ首長国連邦（UAE）を構成する首長国の一つ。ドバイで初の日系コンサルタント会社を設立したミラーシユ・グループ会長兼CEOの福田一郎氏が発展の軌跡をなぞり、「高級な特産品を持つ佐賀にも商機はある」と語った。

### 講演要旨

佐賀牛、佐賀錦、有田焼・伊万里焼といった佐賀県の特産品とドバイの結びつきを考えると「高級」がキーワードだ。ドバイも高級リゾートとしてのイメージがある。だから安い物よりも高い物が売れる。佐賀にもビジネスチャンスはある。

どのようにしてドバイは発展していったのか。中東のオイルマネーを思い浮かべるだろうが、ドバイはほとんど石油が出ない。「石油がないからこそどうしよう」が原点だ。

一九七〇、八〇年代に企業誘致を試みたが、砂漠の不毛地帯に進出する企業はなかった。そこで政府はインフラ整備を考え、世界最大の人工港を造った。一帯を関税を含ま

## キーワードは「高級」

# ドバイ 佐賀牛に商機

めた税金が一切ない免税特区とし、世界の一流企業が集まってきた。

次に第二ステーションとして個人、観光客を集めようとした。観光資源は何もなかった。一九九九年に世界初の七つ星ホテルを造った。「泊まってみたい」「見てみたい」と今ではドバイの吸引力になっている。ホテル単体では採算に合わないが、ドバイ全体での利益を見通している。現在建設中の世界一高いビルなど常識では考えられないプロジェクトが進行している。

第三ステーションでは世界中の投資資金を集めた。二〇〇二年に一部の地域で外国人でも土地を売買できるようにした。株式市場も開放し、世界の投資マネーがドバイに入るようになった。

ドバイの魅力は、中東のハブとして近隣諸国への販売拠点になる。税金がない。富裕層が住民、観光客に多い。人口（約百五十万人）の八割が外国人で、外国人・外国企業への差別や規制がない。だからビジネスチャンスがある。

現状では、すでにドバイにも和牛はある。オーストラリア産の和牛だ。海外のグルメな人なら固有名詞として「和牛」は知られている。日本人なら佐賀牛や松坂牛の違いは分かるだろうが、外国人はそこまでの違いが分からない。佐賀牛も「和牛」としてブランド化するのが最初のステップだろう。やはり「高級」がポイント。毎年、五つ星の高級ホテルが建設されている。直接、これらのホテルに卸し、ホテルのメニューに位置付けするのがある。

ドバイの魅力は、中東のハブとして近隣諸国への販売拠点になる。税金がない。富裕層が住民、観光客に多い。人口（約百五十万人）の八割が外国人で、外国人・外国企業への差別や規制がない。だからビジネスチャンスがある。