

contents

海を渡ったふぐ、シンガポールで中華に

海外展開における高度外国人材の活用
いかにして外国人を雇うのか？

釜山・青島派遣レポート

ビジネスサポーター

発行 (一財) 山口県国際総合センター
山口県日中経済交流促進協会
日本貿易振興機構(ジェトロ) 山口貿易情報センター

内容についてご意見、ご質問があれば、下記までお問い合わせ下さい。
(一財) 山口県国際総合センター
山口県下関市豊前田町3-3-1
TEL083(231)5778 FAX083(231)5787

メッセ海外通信
INTERNATIONAL NEWS
KAIKYO MESSE SHIMONOSEKI

(一財) 山口県国際総合センター・山口県日中経済交流促進協会・日本貿易振興機構(ジェトロ)山口貿易情報センター

MESSE

海を渡ったふぐ、シンガポールで中華に

昨年(2016年)10月、シンガポールの高級中華レストランで、ふぐ(以下、ふぐで統一する)を食材として用いたプロモーションメニューの提供が実現した。シンガポール国内に3店舗を構える「四川豆花飯荘」である。3カ月間のプロモーション期間中コースメニューだけで500セットのオーダーがあるなど、お客様の反応はますますであったようだ。和食材の最高峰に位置付けられるふぐが、なぜ中華料理の食材として使われるようになったのか?——。世界的な和食ブームの中で、全国各地の食材がアジアを中心にせめぎあう中、「新たな市場」を開拓する取り組みを紹介したい。

■なぜ、中華!?

事の発端は、2015年10月に遡る。山口大学のある教授から、ふぐの市場開拓の可能性を調査するため、ふぐ業界の関係者とともにシンガポールとマレーシアに現地調査に行くので、一緒に来ないかとの誘いを受けた。シンガポールとマレーシアはふぐの輸入を認めている数少ない国である。

少しデータが古いが、両国の1人当たりの名目国内総生産(GDP、2015年)は、シンガポールで52,888米ドルと日本(32,486米ドル)の1.6倍。一方、マレーシア(9,560米ドル)と日本の3分の1程度であるが、他の東南アジア諸国と比べるとその水準は高く、安定した経済成長を続けている国だ。数は限られているが、現地ではとらふぐを提供する高級日本料理店もあり、その伸びしろに期待が高まる。

とはいえ、最高級食材であるとらふぐは輸送費、その他のコストを加えると、一段と高価になる。いくら現地の所得水準が向上したとしても、とらふぐを楽しむことができる層は、日本食通などほんの一握りの富裕層だ。

ふぐを楽しむ消費者層のターゲットを広げるにはどうしたらよいか——。思い浮かんだのは中華料理である。シンガポールは、人口(国民および永住者)の約74%が中華系で占められる。旧正月や誕生日のお祝い事では、家族が中華料理の円卓を囲み、家族の絆を確認する。また、

アジアのビジネスセンターである同国には、世界的に有名な多国籍企業や外資系金融機関などが多数進出しており、会食や接待などで中華料理店が利用されることもしばしばある。食文化として最も大きな比重を占める中華料理を新たな販路として開拓できないだろうか——。考えてもみれば、日本産のホタテ、ナマコ、アワビは海外の高級中華料理店でも用いられている。ふぐを「第4の高級中華食材」にできないか、そう考えたのが出発点であった。

■予想された薄〜い反応

シンガポール等での現地調査に話を戻そう。ジェットロでは、「新たな販路」として高級中華料理を調査テーマに加えてはどうか、と提案した。過去に東京のホテルでふぐを用いた中華料理を提供した事例があったようだが、調査をする価値はあるとの賛同を得て、ジェットロの現地事務所を通じていくつかの高級中華レストランにアプローチした。結果はある程度予想されたことだったが、過去に使用したことがなく、しかも有毒部位を持つふぐの特徴を知っていたか、いずれも反応は薄かった。現地に渡航する直前になって、ようやくシンガポール、マレーシアのそれぞれで1軒ずつ中華レストランとの面談が成立した。

シンガポールで我々との面会を受けてくれたのが「四川豆花飯荘」である。シンガポール国

内に3店舗（17年2月現在で4店舗）、マレーシア、ミャンマー、日本（東京）にそれぞれ1店舗を展開する高級中華レストランだ（四川料理、広東料理）。

我々を迎えてくれたのはレストラン事業の責任者だ。訪問趣旨を説明した後、同氏から出た言葉は、「・・・それで、当社は皆さんに何を差し上げればよいのでしょうか？（What can I do for you?）」だった。

「ふぐを中華食材に！」——アイデア先行の提案に、相手も明らかに困惑していた、と思う。日本を代表する最高級食材であり、高度な技術と資格を持つ職人安全に徐毒処理していることを丁寧に説明したが、やはり「実物」がないと理解はなかなか深まらない。そこで、調査団のメンバーの一人が日本から携行してきた一冊の本（注）を取り出し、あるページを見せた。和・洋・中の著名料理人がそれぞれふぐを用いた料理のレシピを紹介するページだ。日本語で書かれた書籍なので、当然相手には何が書かれているか分からない。しかし、そこに掲載されていた料理（「河豚水煮魚」＝ふくと辣豆腐の沸騰油）の写真を眼にした途端、相手の表情が和らいだ。四川豆花飯荘の責任者は、即座にレストランのスタッフを呼び、何やら中国語で指示を出した。ほどなく運ばれてきたのは、先ほど見せた写真と瓜二つの料理。陶器鍋のふたを開けると、刻んだ真んな唐辛子と山椒が一面に広がり、スープの中に白身魚の切身が沈んでいる。見るからに舌が痺れそうなスープを取り分けながら、その責任者は「あなた方が見せてくれた写真の料理は、多分これだと思う」と笑った。写真1枚でお互いのイメージがようやく共有されたとホッとしたのも束の間、同責任者は言葉を続けた。「でもね、この白身魚の単価はとても安いし、代替材料はいくらでもある。高価なふぐを用いると、その分を価格に転嫁しな

ければならなくなるので営業的には厳しい」と。

一方で、こうも話した。「シンガポールでは高級中華レストランが多数営業しており競争が激しい。新しい食材を用いたメニュー開発で、他社との差別化を図っている」。コストを抑制できれば、新たなメニュー開発には前向きとの印象を持ち、後日、サンプルを送ることにした。

（注）株式会社カザン「永久保存版 ふく 下関ふく文化読本」（2014年）、P18-19

■新しい素材の提供に向けて

ジェットロでは、食材としての検討状況を聞くため、同責任者に連絡を取った。サンプルを用いて実際に調理してみたものの、やはり料理人がふぐを使った調理の経験がなく、ふぐの特性についての理解も乏しかったことから、どのように中華料理として展開できるのか考え方がまとまらなかった、という戸惑いの声だった。

そこでジェットロは、16年3月、ふぐに対する理解を深めてもらおうと、同レストランの責任者と料理人を下関市に招聘することを提案した。ところが、先方からはもう一人同行されてもらえないかとの要望が出された。同社の広報担当者である。

今から思うと、営業のプロ、料理のプロに加えて、広報担当者を迎えたことは正解だった。ふぐに馴染みがないシンガポールにおいて、「有毒部位を持つ魚」であっても、ふぐ処理師によって安全に除毒された可食部位はとても美味しい食材である、という正確な情報と実体験を持った広報担当者がいれば、お客様にも、メディアにも説明しやすくなるためだ。

下関唐戸魚市場仲卸協同組合と下関唐戸魚市場株式会社の協力を得て、彼ら3人は南風泊市場で水揚げされたふぐのセリ場や、仲卸会社で身欠き処理を行う職人の技と徹底した安全管理、

衛生管理の現場を視察した。また、下関市役所ではシンガポール向けの衛生証明書の発行体制などについて学んだ。

さらに唐戸市場に隣接するカモンワークにある中国料理「敦煌」の協力を得て、まふぐを使ったフルコースを試作していただき、ふぐと中華料理の相性の良さを味わい、ふぐ業界の関係者と意見を交わした。

こうした実体験を通じてふぐについての理解を深めた彼らは、ふぐを用いたプロモーションメニューの開発に本格的に取り組むことになったのである。

■異文化の消費者をターゲットとした新たな食材提案のポイント

同レストランでのメニューの試作、検討は数カ月に及んだが、6月になって、16年10月から3カ月間、ふぐを用いたプロモーションメニューを展開するとの決定が届いた。最初に面談してから8カ月が経っていた。日本オリジナルの食材を用いて、異文化の消費者に提供するというビジネスモデルを考える上で参考になる示唆があると思われるので、そのポイントを列挙したい。

①安全性を客観的に示す情報の提供

ふぐの実体験がない外国人に対して、有毒部位が安全に除去され、安心して食べられる食材であることをどのように理解してもらうかが、最大の課題であった。ふぐを初めて扱うレストランにとって漠然とした不安もあったようで、検討段階では、現地の衛生当局や医師などにお客様が食事中に具合が悪くなった場合の応急処置方法などについて助言を求めているようだ。

ふぐ処理師免許制度の下、職人の手によって有毒部位が完全に除去される様子などを視察する機会を設けたことが、食の安全・安心の実感につながったと言える。

また、①日本ではふぐが未処理のままでの流通が禁止されていること、②ふぐ処理師試験に合格し、山口県知事から免許の交付を受けたふぐ処理師あるいはふぐ処理師の監督の下でしか除毒作業ができないこと、③保健当局により衛生証明書が発行されなければ、シンガポールへの輸出ができないこと、④1988年以降、毎年、宮家に身欠きふぐが献上されていることなど、安全管理体制の高さ、ブランド力の高さについての説明も有効であった。

②コスト検討

高級店とはいえ、レストラン側にとっても初めて試みだったことから、ふぐに馴染みがないお客様にもオーダーをしていただけるようメニュー価格の抑制もポイントであった。とらふぐでは採算が合わないとの判断から、プロモーションメニューではまふぐを使用することになった。

また、材料は冷凍品が用いられたが、半面、高級レストランとしては冷凍品を材料として用いることへの抵抗感があったようだ。加工直後の急速冷凍によって万全な鮮度管理が図られていることが強調されていた。

③関連情報・実体験の共有

レストラン側の営業、料理、広報の専門家が同じ情報を持ち、同じ実体験を共有する機会を設けたことがプラスに働いたと思われる。

また、ふぐは味が淡白であり、多様な香辛料などによって、ふぐ本来の風味が失われるという懸念もあったが、ふぐの特性を熟知した日本人中華料理人によるふぐを用いた中華フルコースメニューを実際に味わい、その料理法の説明を受けたことで新たなメニュー開発の意欲につながったと思われる。実際に、同レストランでは四川料理、広東料理、点心など各分野の料理人が、それぞれの経験と技術によって多様なメニューを次々と考案したという。

④メディアへの効果的な情報発信・教育

プロモーションメニューの提供に先駆けて、現地のテレビ局、新聞・雑誌社、ブロガーなどを招待しての試食会が開かれた。実際の料理を試食しながらの質疑応答形式であったため、記者からはふぐの特性や有毒部位の除去方法、ふぐ食の歴史などに加えて、個々の料理についての質問などが活発に出され、記者自身がふぐについての知識や理解を深める機会となった。

レストラン側は「シンガポールの中華料理レストランとして初めての試み」、「ふく＝福」など、印象に残るキーワードを入れて分かりやすく説明していた。

⑤メニューを盛り上げるさまざまな提案

レストラン側にはふぐを用いたプロモーションメニューの提供にとどまらず、店内全体の雰囲気をも盛り上げたいとの思いからさまざまな工夫も凝らした。レストランのロビーに下関市内の仲卸会社から借り受けた芸術的なふぐ刺しの盛り付けを写した写真パネル5点を展示した。絵画のように壁面に飾るのではなく、画家がキャンバスを載せる三脚台のような独立した展示台を用意して、モダンな装飾を行った。また、コースメニューでは、中華料理でありながら、各料理との取り合わせがよい日本酒とのマリアージュを楽しめるプランも用意した。

今回のプロジェクトは、日本を代表する高級食材であるふぐを、海外の消費者の食文化に合わせて提供するという新たな取り組みであった。既述のとおり、さまざまな課題があり、簡単にことが運ばないかもしれないが、今後も、ジェトロでは中華料理、その他の外国料理をターゲットに置き、山口県産食材の新たな販路開拓の可能性を探っていきたいと考えている。こうした取り組みに興味のある方は是非ご連絡をいただきたい。

■「下関ふく」（とらふぐ）の海外ブランド構築に向けたサポートも

ジェトロでは、日本が育んできた本来の食文化を海外に発信し、販路開拓していく活動も行っている。ふぐについて言えば、16年度、ジェトロは下関唐戸魚市場仲卸協同組合が商標、地域団体商標として登録している「下関ふく」（トラフグの身欠き）の海外展開をサポートしている。16年10月、シンガポールでの「下関ふく」PRイベントを実施したほか、山口県が在マレーシア日本国大使公邸で開催した「やまぐちの「食&観光」と「元気な企業」情報発信会」に参加し、ふぐ刺しなどをPRした。

ふぐは多くの国で輸入が禁止されており、海外での販路拡大（輸出）には困難が伴う。このため、海外の富裕層が下関に来て、本格的なふぐ料理を堪能してもらえよう、インバウンド促進に軸足を置いた海外向けの「下関ふく」PR動画も作成した。

（ジェトロ山口／岩上 勝一）



ふくと松茸のスープ



ふくとおこげの鉄板焼き

海外展開における高度外国人材の活用 いかにして外国人を雇うのか？

ジェトロ山口では、2016年11月25日に新輸出大国コンソーシアム事業の一環として、「海外展開における高度外国人材の活用」ワークショップを開催しました（主催：ジェトロ山口、共催：山口県、（株）日本政策金融公庫、（株）商工組合中央金庫、後援：（公財）やまぐち産業振興財団、（一財）山口県国際総合センター）。

海外展開のためのブリッジ役となる、高度外国人材の採用・定着を検討、導入している中堅・中小企業様をサポートしている2名の専門家（エキスパート）を迎え、「外国人材の採用について」、「外国人材の育成・定着について」（講師：綾戸高志氏）、「在留資格変更手続きについて」（講師：小口隆夫氏）の3つのテーマを設け、参加者が実際にワークシートに自社の状況を書き出しながら講義を進めて行きました。今回はこれらの講演内容の中で、特に外国人材の採用と育成・定着について報告します。

「外国人材の育成・定着について」

講師：綾戸 高志 氏
新輸出大国エキスパート
（高度外国人材活用分野）



◆外国人材の採用について

今回のワークショップで想定した「外国人材」とは、外国人技能実習生ではなく、自社の社員として雇用する人材であり、特に留学生を雇用するケースを対象にしました。

（独）日本学生支援機構が発表している「平成27年度外国人留学生在籍状況調査結果」によると、山口県の平成27年度の留学生数は1,832人でした。隣県と比較すると、広島県では3,129人、福岡県は全国3位の13,666人、全国では208,379人であり、その数は年々右肩上がりです。国別では、最も多い中国が全体の45.2%、次いで18.7%がベトナム、7.8%がネパールⁱと続きます。

では、どれくらいの留学生が日本で就職したのでしょうか？平成27年3月までの1年間に卒業し、日本国内で就職した留学生は、わずか10,687名（平成26年度）ⁱⁱです。そこには、日本で就職したい留学生と採用したい企業との間に、大きなミスマッチングの壁が存在していました。

企業側の要因としては、求める人材がこない、日本語能力に不安がある、明確なキャリアを伝えられないといった点があります。一方で、留学生側の大きな要因は、「採用情報に到達できない」ことです。留学生は、日本人学生が行う「日本独特の就職活動」をそもそも知りません。留学生に採用情報をインプットするには、「外

国人材を採用する」とはっきりと打ち出した募集要項の作成など、彼らの手に届く情報発信が必要です。「自社は●●を××するために、外国人材を採用する予定です」と明示することが必須なのです。

また、外国人材を採用する準備として、自社の社内調整を行わなければなりません。どの程度の日本語能力・英語能力が必要か、保有資格や専攻などの「スペック」と、留学生自身の人柄、価値観等の「タイプ」について、組織として求める人材要件を具体的に設定します。実際に採用活動をする担当者に、どのような人材が欲しいかの共有も必要です。また、社長が採用を決めたはいいものの、実際に外国人材を受け入れる現場のマネージャーと情報共有が出来ていないために、雇用しても長く続かないといった事例もあります。求める外国人材像を意識しながら、様々な告知手法を組み合わせ、自社から積極的にアプローチしていくことが重要です。

次なるミスマッチは採用試験です。流暢に日本語を話す学生でも、文章の読解は別です。漢字・平仮名・カタカナが入り混じる日本語の筆記試験は、彼らの実力が発揮されにくい環境です。外国人材に求める仕事は何なのかを明確にし、本当に日本人と同じ筆記試験や適性検査が必要なのか、場合によっては筆記試験に英訳を付与する、入社後、日本語学習を補助するなど一定の配慮も必要となります。

いざ採用する場合も、事前のミスマッチの回避に留意しましょう。給与額、各種税金の認識があるか、本人の滞在期間の希望、自社の社内ルール（掃除、朝礼、飲み会など）は、日本人には当たり前でも、留学生は認識が無いケースがほとんどです。事前にしっかりと説明することで、採用後すぐに退職することを防ぐことができます。

◆外国人材の育成・定着について

日本企業の多くは、外国人材を雇用する際もできるだけ長い勤続を望みます。一方で、留学生出身の外国人社員の平均勤続年数は約70%が5年以内ⁱⁱⁱという現状があります。日本ではまだまだ終身雇用的な考えが根強くありますが、外国では、自身のキャリアアップのため、身に付けたノウハウを持って積極的に転職を行うのが一般的です。外国人材の多くは、終身雇用を望んでいるわけではない点をまずは理解し、長くても10年程度と想定し、その中で自社のためにどのような働きを期待するのかを考えます。

外国人材管理のポイントとして最も重要な点は、コミュニケーションの促進と周囲の理解です。日本独特の「行間を読む」と言った感覚は、彼らにはありません。何をどうしてほしいのか、明瞭に分かり易く伝えることがミスコミュニケーションを回避します。併せて、彼らの日本語理解力に合わせた対応を行うことも重要です。例えば、外来語や擬音語に注意する、主語を略さない、ポイントを強調し繰り返すなど、伝え方を少し変えるだけでミスコミュニケーションは解消します。そして、「会話」と「読み・書き」は全く異なるという認識も持たなければなりません。日本語は問題なくともビジネスメールが書けない日本の若者と同様に、流暢に日本語を操る外国人材でも、日本語の「読み・書き」能力が想定より低かったという話はよく聞きます。外国人社員向けの日本語講座を用意したり、日本人社員と外国人社員がお互いに教えあう場を設けたりするなど、日本語学習の場を提供してあげることが重要です。

また、対外国人材だけではなく、組織内の理解を深め、周囲の理解を得る環境を整備することも定着の第一歩です。職場全体でのコミュニケーショントレーニングや、朝会など話す場を提供する仕組み作りをするのも効果的です。特

に最初のうちは、「おせっかい過ぎるほどのケア」を準備し、相談できるメンターのような存在を上司以外に設置するなど、孤独を感じさせない環境で、積極的にコミュニケーションを図ることが大切です。特に管理者のマネジメントとして、違いを認める、互いを理解する、お互いに歩み寄るというのは、外国人材に限らず求められる力量でしょう。

また、育成に関して、外国人材は日本人に比べてより明確な評価を求めます。自社の理念・ビジョンの共有は勿論のこと、彼らに期待する目標を提示し、その結果として仕事に対する評価をフィードバックし、更にはその評価が彼らの処遇と明確に連動することが、外国人材のモチベーションに繋がります。

勿論、実際に外国人材を雇用した場合には、他にも、宗教的・文化的な違いによって、配慮すべき点、日本式に合わせてもらう点は様々出てくるでしょう。現行制度を一義的に行うのではなく、その中でどのような柔軟な対応が出来るかを考え、過程で生じる数々の問題について、社員である外国人と一緒にコミュニケーションを取りながら解決していくことが、育成・定着の最も重要なカギとなるのではないのでしょうか。

(ジェトロ山口／若林靖子)

新輸出大国コンソーシアム事業について

ジェトロ山口では、「新輸出大国コンソーシアム事業」による専門家支援を希望する企業を随時お受けしております。

本事業の専門家支援は、その機能に応じて「パートナー」と「エキスパート」に分かれています。(1)「パートナー」支援は現地法人の立ち上げ、操業支援まで一貫したサポート（ハンズオン支援）を行う専門家です。(2)「エキスパート」支援は、事業者の課題やケースに応じた支援を、産業分野や特定分野に精通した専門家が随時個別支援を行います。特定テーマでは、基準認証、外国人材活用、貿易実務指導、eコマースなどの経験豊富な専門家が配置されており、今回のような外国人材についてのご相談も承っています。

新輸出大国コンソーシアム事業をご利用いただくにあたり、ご不明な点がございましたら、ジェトロ山口（TEL：083-231-5022）までお気軽にお問い合わせください。

ⁱ「平成27年度外国人留学生在籍状況調査結果」独立行政法人日本学生支援機構

ⁱⁱ 講師作成資料より抜粋

ⁱⁱⁱ「外国人留学生の就職及び定着状況に関する調査」2014年度 新日本有限責任監査法人

釜山・青島派遣レポート

下関市総合政策部国際課
(釜山広域市派遣職員)

主任 阿 部 さおり

～下関市と釜山広域市の交流について～

アンニョンハセヨ！

今回は、姉妹都市締結40周年のフィナーレとして、両市の姉妹都市交流の歴史について触れたいと思います。

下関市と釜山広域市との姉妹都市締結の最初のきっかけとなったのは、1965年（昭和40年）の日韓基本条約締結による国交正常化でした。翌年の1966年（昭和41年）には、駐下関韓国領事館が設置されると共に、高校生の親善訪問が始まり、若い世代の交流がスタートしました。そして、1970年（昭和45年）には、下関市と釜山広域市の交流の懸け橋である「フェリー関釜」が就航し、その翌年の1971年（昭和46年）には、映画「チルソクの夏」の舞台にもなった関釜親善陸上競技大会が開催されました。フェリー関釜が就航して以来、各種民間団体における姉妹提携や文化・経済面での交流も活発化し、姉妹都市提携の機運が高まり、1976年（昭和51年）10月11日、「下関・釜山姉妹都市結縁共同宣言書」が署名され、姉妹都市締結が実現しました。

締結から10年間は、市民レベルでの活発な「草の根交流」が展開され、各種団体及び学校の姉妹提携、スポーツ団体の相互訪問交流等が繰り広げられ始めた時期でした。1984年（昭和59年）からは、両市で相互に観光名所を紹介し合う「観光展」が始まり、1986年（昭和61年）に下関市で締結10周年の記念式典を開催しました。また、相互間の交流の活発化に伴い、玄関口となる現在の下関港国際ターミナルが1988年（昭和63年）にオープンしました。

続いて、締結20周年の記念式典が釜山広域市で開催され、多くの下関市民が釜山広域市を訪れました。この20周年から次の30周年までの間に、毎年11月23日に開催されている「リトル釜山フェスタ」、そして馬関まつりでの「朝鮮通信使行列再現」がスタートしました。

そして、締結30周年の記念式典は、馬関まつりの朝鮮通信使行列の再現に併せて下関で開催しました。35周年の節目には、「関釜友好イベント」として、下関市民応援団120名によるプロ野球「釜山ロッテジャイアンツ」観戦ツアーが行われ、球場の内外での下関市の観光PRブースの設置や、馬関奇兵隊による「よさこい」などが公演されました。

今回ここでご紹介したもの以外にも下関市小学生韓国派遣事業、大学生のインターンシップ相互派遣など、数多くの交流事業が行われています。

皆さんがご参加いただける交流事業は市報等でもお知らせしていますので、ぜひ一度足を運んでみて下さい。そして、姉妹都市である釜山広域市をもっと身近に感じていただけると幸いです。



1976年10月11日姉妹都市締結



リトル釜山フェスタ

下関市総合政策部国際課
(青島市派遣職員)

主事 和木田 真 功

地下鉄3号線開通に伴う生活の変化

今回のテーマは、昨年末に開通した地下鉄3号線についてです。開通に伴う生活の変化や実際に乗車した際の様子などをご紹介します。

1. 青島の地下鉄の開通状況

まず初めに、現在の青島の地下鉄の開通状況からご説明します。昨年末に青島空港付近の青島北駅から旧市街地付近の青島駅まで、青島を北から南へ縦断するような地下鉄3号線が開通しました。2017年末には青島の中心地を横断する2号線と、北東へ延びる11号線が開通予定です。中心地以外にも各地で地下鉄工事が進められており、完成後の路線予想図を見ると青島全体を網羅する、その壮大な計画に驚かされます。路線は1号線から16号線まであり、2020年までには市内を網羅する主要路線が開通予定です。



▲地下鉄3号線と2号線路線図

2. 地下鉄乗車体験

地下鉄に乗車する際に、日本と大きく違う点は手荷物のX線検査が必要なことです。人が少ない時にはいいですが、ラッシュ時にはこの手荷物検査で時間を取られ、乗車予定の便に乘れないといった事態も生じます。ですので、ラッシュ時に地下鉄を利用する際は、時間に余裕をもって駅に着く必要があります。なお、乗車の際は、普段使用しているバスカードが利用可能で、また駅の券売機でチャージもできます。金額は移動距離によって決められ、現在乗車可能区間の最高額は5元（約85円 元／17円で計算）です。



▲手荷物検査の様子

さて、車内の様子ですが、座席シートはプラスチック製で少し硬く感じました。私が乗車した車両は普通のデザインでしたが、中には青島らしく海中にいるかのようなデザインや、八大関の紅葉などでデザインされた車両もあります。

3. 開通に伴う生活の変化

地下鉄開通に伴い、大いに期待されるのが「渋滞の緩和」です。青島日報の報道によると、開通から1か月で440万人余りの人が地下鉄を利用し、朝のラッシュ時の交通指数（渋滞指数もしくは運行指数とも言われ、1～10までの数値で5段階に分け渋滞のレベルを示す。）の平均値は開通前と比べ1.9%下降、夜は1.1%下降したと報じられました。実際に、私が地下鉄開通後のラッシュ時にバスに乗車した際の感覚も、開通前と比べ車の流れがよくなったように感じます。あくまで、3号線の開通のみですので、渋滞が大幅に改善されたというわけではないですが、今後、他の路線の開通に伴い、徐々に渋滞が緩和されていくことが期待されます。

地下鉄の魅力は、バスなどと異なり渋滞に巻き込まれる心配がなく、時間通りに到着できることであり、また、これまでバスで行くには不便だった場所も、地下鉄ができたことによりアクセスがよくなりました。加えて、観光客にとって、地下鉄はバスなどと比べ利用しやすい交通手段の一つであり、今後さらに青島観光が便利になることは間違いありません。