

ハッピー メール

HAPEE MAIL

Hiroshima international Access and Promotion center for Economic Exchange

公益財団法人ひろしま産業振興機構
国際ビジネス支援センター

〒730-0052 広島市中区千田町 3-7-47

TEL: 082-248-1400 FAX: 082-242-8628

ホームページ: <https://www.hiwave.or.jp>

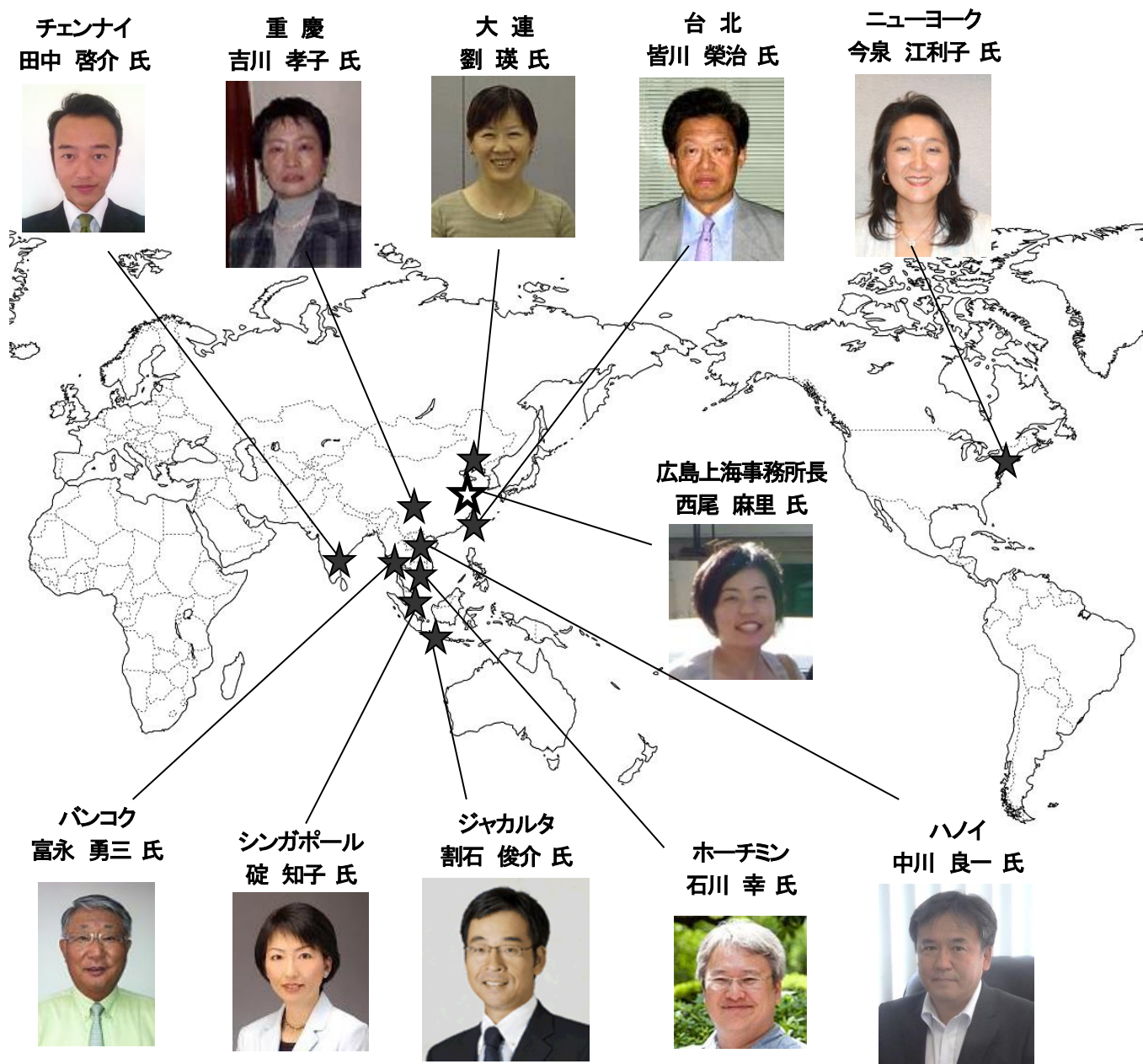
本誌掲載記事・写真の無断転載を禁止します。

ハッピーメールは、回覧して皆様でお読みください。

CONTENTS は2ページにあります。

広島上海事務所長および海外ビジネスサポーターをご紹介します。

今年度も引き続きよろしくお願いいたします。皆様のご利用をお待ちしております。



CONTENTS

平成 28 年度 海外拠点のご紹介…………… 1	
海外レポート	
ホーチミン「ミニ調査の活用」…………… 2	ジャカルタ「国民皆保険への動きと医療分野 規制緩和によるビジネスチャンス」… 6
バンコク「Thailand Special Economic Zones (タイ経済特区)」…………… 3	チェンナイ「2016 年度 インド予算案について」…………… 7
シンガポール「マレーシアの日本食市場」…………… 3	ハノイ「ベトナム自動車市場の最近の動向」…………… 8
ニューヨーク「米大統領選たけなわ」…………… 5	重慶「全人代後の地方政策」…………… 9
上海「上海中心部の アパレルブランド旗艦店比較」…………… 5	大連「第 3 回ジャパンブランド展示会開催」…………… 10
	台北「台湾からの観光客」…………… 10
	ハッピーからのお知らせ…………… 11

★★★★★ 海 外 レ ポ ー ト ★★★★★

ミニ調査の活用

ホーチミン ビジネスサポーター 石川 幸

人口 9,000 万人、平均年齢は 20 代後半、GDP は未だ 2,000US ドルを越えたところです。(ホーチミン市は 5,000US ドル超) これまでは安価な人材を活用した生産拠点としての注目が大きかったですが、ベトナムは市場としても魅力が出てきているようです。2014 年にはイオンモールがオープンし、現在、ベトナム国内で 3 店舗営業、さらに 1 店舗は 2016 年中の開業を目指し準備中と、拡大傾向です。2016 年夏にはホーチミン市に高島屋がオープンします。ホーチミン市内中心地には CHANEL などの高級ブランド店も並んでいます。

そんなベトナムで自社の商品が受入れられるのか、またはどんな競合がいるのかを簡単に調査してみたいと思われる企業様に、本日はミニ調査についてご紹介します。

1. ミニ調査とは

ミニ調査とはインターネットや本で調べることができるような一般的な情報ではなく、実際の市場に出て行う具体的な調査です。例えば、直近で行ったものは「ラーメン専門店」の調査です。あるベトナム未進出の日系ラーメン店から問い合わせがあり、ホーチミン市エリアに「どれくらいラーメン店があるのか、どのような種類のラーメンを取り扱っているのか、値段はいくらくらいかなど」を調査して欲しいという依頼がありました。ここでミニ調査が登場しました。

2. ミニ調査の実行

ミニ調査をする前にまず「調査項目」を検討し

ます。今回は、①日本語店名、②ベトナム語店名、③住所、④電話番号、⑤種類、⑥キャッチコピー、⑦価格、⑧食べた感想、⑨写真(可能な範囲で)と決めました。

次に、お店をリストアップします。元々知っているお店、交友関係からの情報、インターネットの口コミサイトなどから漏れなく対象となるお店を探しました。今回は「ラーメン専門店」のため、居酒屋にあるラーメンは対象外としました。

これらの調査項目とお店を決めて、実際に弊社スタッフの調査員がラーメン店に行き、実際にラーメンを食べて調査を行いました。今回は日本人が調査に行きましたが、ベトナム人が行くことも、日本人&ベトナム人とセットで行くことも可能です。

3. ミニ調査の報告書

すべての調査が完了したら、調査内容を報告書にまとめます。実際の調査結果を報告書として提出します。今回は調査内容をまとめたものに加え、マップも作成しました。ローカル向けラーメン店は閉店しているところも多く、日本人がよく話題にする、または利用しているラーメン店がベンチマークになること、ベトナムではまだブームが来ていないラーメンは、ローカル向けラーメン専門店としては競争が激しく、そのため最初は日本人をターゲットに営業するほうがよい、ということ等がわかりました。

このようにミニ調査を通して、自社の商品の可能性や市場規模などがわかります。短期出張

を繰り返す企業様もいらっしゃると思いますが、現地に根付いた人が調査を行うこのようなサー

ビスを利用することも検討されてみてはいかがでしょうか。

Thailand Special Economic Zones (タイ経済特区)

バンコク ビジネスサポーター 富永 勇三

今般、タイ政府による経済特区（SEZ）の Open House の案内状が来ましたので参加しました。

商務省、財務省、運輸省、BOI 等よりの高官が出席し、趣旨説明に続き、パネルディスカッションが行われました。400 名近い出席者で大盛況でした。



本件は、目下の失業率が 1% を切る状況下で、人材不足、人件費の高騰が重要懸案事項となっていることへの対応策として、現首相の景気浮上策の目玉プロジェクトとして積極的に取り上げられているものです。

これは、タイを取り巻く周辺国、マレーシア、ミャンマー、ラオス、カンボジアの国々の国境線に沿った 10 地域を特別区として指定し、まず、第一段階としてその内の 5 地域（Tak ターク、Sakeo サケオ、Trat トラート、Mukdahan ムックダーハーン、Songkhla ソンクラ）、第二段階として残り 5 地域を開発し、企業を積極的に誘致しようとするものです。

これ等地域への誘致を行うためには、高速道路ならびに鉄道網の整備が最重要課題となるため、既に、種々の対応策が具体的に協議されてい

る事も説明されました。電気、水等のインフラについても、民間企業の参入を促し、順次整備されて行く計画が提示されました。バンコック近郊では人手不足が深刻になっていますが、指定された経済特区に入居の場合、隣接国の単純労働者、熟練労働者それぞれの雇用が認められることになります。さらにタイ人の中でも、故郷の近辺で働きたい人々がかなりいるため、有能な技術者を含め人材の確保には不安の無い事を強調していました。隣接の国々への輸出が簡単になる事、物流もかなり発想の異なる展開となる事も関係者は力説していました。

恩典としては、BOI 企業であることが前提ですが、法人税免除期間 3 年追加、地域ごとに設定された特別業種にあたる場合は法人税免除期間 8 年追加（ただし、いずれの場合も法人税免除期間の合計は 8 年が上限）、さらに法人税免除期間が終わった後 5 年間は 50% の法人税が減税されます。ビザ・ワークパミットの取得が簡素化される、各種認可事項がワンストップで受けられる等々のインセンティブが発表されています。さらに土地代に関しては、バンコック周辺と比較して約半分の額となっています。

バンコック周辺では、人材が集まらず人件費も高いとお悩みの方や、多くの作業者を必要とする企業、また新規進出をお考えで将来 AEC を一つの市場として捉えようとしている企業等には、一考の価値ある新提案と思います。一方、インフラ、交通網の整備等を考えると、本格始動は 5 年程度後になるとも考察します。

マレーシアの日本食市場

シンガポール ビジネスサポーター 碓 知子

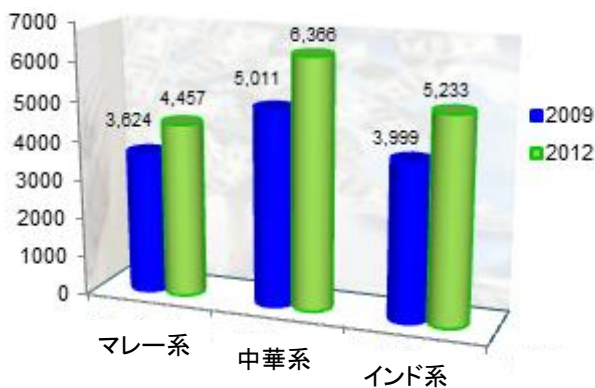
日本では、「アセアン諸国の中間層拡大」への期待が大きく、日本食市場も伸びていることは確かです。ただ、それほどばら色の市場、というわけでもなさそうです。ジェトロのアセアン諸

国で食品市場を担当している方によるセミナーが、クレア（自治体国際化協会）主催で開催されました。そのうち、マレーシアについての情報をシェアします。

中進国、マレーシア

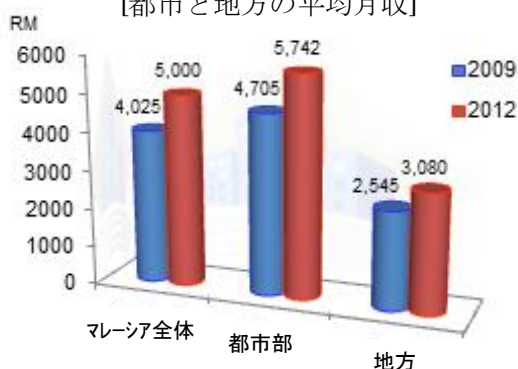
マレーシアは2020年までに先進国入りすることを目標に掲げ、経済を推進しています。2013年の1人あたり国民総所得（GNI）は10,400USドルと、タイ（5,340USドル）やインドネシア（3,580USドル）を大きく引き離しています。特に所得が大きいのは都市部の中華系。統計局のデータによると、中華系の平均月収は2012年時点で1.4倍、都市部の平均月収は地方の1.9倍と格差が大きいことがわかります。そして一般的に中華系が多いのは都市部なのです。勢い、高級な日本の食材は「都市部の中華系」となります。それに、中華系ターゲットならハラルの取得も必要ありません。

【民族別平均月収（単位：リンギ）】



出所：マレーシア統計局

【都市と地方の平均月収】



出所：マレーシア統計局

では、都市部の豊かな中華系は何人くらいいるのでしょうか。マレーシアの人口3,000万人超のうち、中華系はおよそ22%の660万人となります。もちろん、その全員が都市部で豊か、というわけではありません。さらに富裕層に属するのは2014年で65,800人¹。まだまだ、小さな市場なのです。

それでも伸びている日本食市場

そうはいっても日本食の市場は拡大傾向。クアラルンプールには600店もの日本食レストランがあるとされ、特に顕著に増加したのは2000年以降。2005年以降、地元やシンガポール資本の回転寿司チェーンが続々とオープン。人気のねたはサーモンとトビコ。品揃えは日本の回転寿司とはかなり違うようですが、家族で楽しめる価格帯の日本食が人気の背景です。2010年以降は、日本から直接出店やフランチャイズによる出店が増え、ラーメンブームが到来しました。今では天ぷら専門店、とんかつ専門店、うどん専門店など、専門店業態も多く、日本食レストランの種類が増えています。こうしたレストラン向けとして、業務用の水産物や調味料の需要も伸びています。

ハラル認証は必要？

マレーシアといえばイスラム教徒が多く、食事には厳格なハラル規制があることでも知られています。しかし日本食レストランではお酒を出すことも多く、調味料にもみりんなどを使うため、ハラル認証をとるのは困難です。「すき家」はハラル認証をとっていますが、他のお店では「non pork, non lard」（豚肉、ラードを使用していない）ことを掲げて、それでも大丈夫な客層をターゲットにしています。お菓子など、小売でマスマーケットを狙うのであれば、ハラルはあったほうがいいかもしれませんが、ターゲットの中心が都市部の中華系であれば、「non pork, non lard」で十分なのかもしれません。いずれにしても、ターゲットを明確にすることが肝要です。

1

<http://www.thestar.com.my/news/nation/2014/10/23/more-high-net-worth-individuals-in-malaysia/>

日本でも今回の米国の大統領選は大きな話題になっているはずですが。今年の予想外は何といっても共和党指名にほとんど王手がかかりそうな（3月14日時点）不動産王のドナルド・トランプ氏の健闘ぶり。これには共和党内でも面食らっている人が多いのです。

どうしてトランプ氏がここまで大きな人気を博したか。民族や女性に対して差別をあおるような発言、暴力を支持するような発言を繰り返し、貿易も国内政策も保護主義者。大きな政府に戻ることを標榜し、軍隊を強く、国境を堅固に守り、環境保護には目もくれず、火力発電、原子力発電に戻ることで雇用が守られるとする。弁護士上がりのほかの候補者に比べて、歯に衣を着せず好きなことを好きなように語る態度が胸をすくようだ、と生まれてから一度も投票をしたことがないというような40代や50代、若者の浮動票を味方につけての大躍進。生粋の共和党支持者は頭を抱えてトランプ氏が大統領になったら海外逃亡する、と海外の不動産を買おうとしている人も周りには出てきています。まるで、第2次世界大戦前にヒットラーを選んだドイツのようだ、変化のない政府や金太郎あめの

ような同じ経歴を持つ弁護士出身の大統領創出への不満がトランプ氏を応援する土台になっているという人もいます。

しかしながら、現実には共和党前大統領候補のロムニー氏も出馬を蹴り、無所属派のブルームバーグ氏も今となっては遅すぎるとひいてしまった今、共和党はトランプ氏、民主党はクリントン氏かサンダース氏が指名争いして、後半のレースに突入するのは確実です。

実は私は米系証券会社時代、トランプ氏と何度かミーティングで会ったことがあるのですが、ビジネスでのトランプ氏は非常に思慮深く、言葉を選び、部下を気遣い、バランスが取れている人だと感じたものです。確かにプレゼンテーションになるとテンションが上がって声も大きくなりましたが、重みのある説得力は、長年厳しいビジネス界で何度もたたかれながらものし上がってきた歴史を物語っていると思ったものです。とは言え、私が応援しているのは庶民の味方のサンダース氏です。1975年から大統領選挙の予想が外れたことがない西イリノイ大学の今回の大統領選の予想もサンダース氏とでました。さて、結果はいかになりますことか。

上海中心部のアパレルブランド旗艦店比較

広島上海事務所長 西尾 麻里

中国各都市の様々なデータを紹介するサイトで、「無印とユニクロ、H&Mが好きな人の違い」について多角的に比較されていましたので、その一部をご紹介します。

今回比較されていたのは、上海市のメインストリートである『淮海路』にある、H&Mの中国第1号店、2013年にオープンしたユニクロ旗艦店、2015年12月にオープンしたばかりの無印旗艦店の3店舗です。『淮海路』は古くからの繁華街でしたが、空き物件が増えるなど、陰りが見えた時期を乗り越え、現在は高級ブランドストリートとして復活してきている商業エリ

アです。

週末、平日共に、3店舗を中心に人の流れができます。ユニクロの西側にはオフィスビルが集中していますが、週末と平日を比較しても同等の客量があることから、サラリーマンから一般消費者に客層が変化しても、常に人の流れがあるエリアです。

次に、各ブランドの来客構成、及び客層が比較されていました。

価格敏感度が低いということは、良いものであれば値段に関係なく購入する傾向にあることです。

来客構成	無印	ユニクロ	H&M
ファミリー	10%	60%	10%
カップル	40%	15%	20%
女性同士	30%	20%	20%
一人	20%	5%	50%

客 層	無印	ユニクロ	H&M
年齢構成	18-35	35-45	25-35
性別比例	女=男	女>男	女>男
教育レベル	大卒	高卒及び専門	専門及び大卒
価格敏感度	低い	高い	普通
購買頻度	高い	普通	高い

最後にご紹介するのは、ネット店舗と実店舗の消費比較です。どのブランドもネット店舗を展開していますが、ネット店舗対実店舗の消費比率は、無印が 20%：80%、ユニクロが 40%：60%、H&M が 30%：70%となっています。最近では、インターネットの普及によりネット販売が注目されがちですが、実際はまだ実店舗での購入が大部分を占めています。今後は、ユニクロのようにネットと実店舗との相互利用が

理想的となるかもしれません。

店舗で手に取ってみて、ネットで購入するという方も多いでしょう。しかし、実店舗での消費割合が高いということは、店頭で手にとって、見て、試着して、時間をかけて商品を選んでいる消費者が多いことになります。そんな多くの消費者に自分達の商品を選んでもらう、購入に時間を注いでもらえるような商品作りが必要な気がします。

国民皆保険への動きと医療分野規制緩和によるビジネスチャンス

ジャカルタ ビジネスサポーター 割石 俊介

インドネシアでは例年 10～3 月が雨季ですが、特に雨季の終わりにになると、さまざまな病気が流行ります。特に今年はデング熱、チフスなどが流行っており、2 月にはニラ・ムルック保健大臣はデング熱の流行を受けて非常事態宣言を出しました。筆者の周囲の日本人でもデング熱にかかってしまった方がおり、非常に身近な脅威です。

インドネシアではデング熱は特別な病気ではなく、保健省によると 2015 年は年間 10 万人が罹患し、うち 907 名が亡くなったとされています。2007 年には過去最高である 1,599 名が亡くなられたとのことでした。

現地の方が重篤化してしまう理由の一つが、適切な医療サービスへのアクセスがまだまだ難しいという事情があります。インドネシアではつい最近まで医療保険の加入者は軍人・公務員・教師などが中心で、殆どの庶民は保険に未加入でした。2014 年に大統領に就任したジョコ・ウィドド氏は 2019 年までの国民皆保険達成を目指して JKN と呼ばれる公的健康保険制度への加入を推進しています。すでに 1 億人以上が加入手続きを済ませたとされています。

コンサルティング会社のローランドベルガー

によると、こうした皆保険制度の動きもあり、医療市場は 2010 年の 200 億ドル（約 2 兆 2 千億円）から 2025 年には 3,630 億ドル（約 40 兆円）になると推測されています。実に約 20% 増のペースで毎年市場が拡大していくことが期待されており、日本企業にとっても多くのビジネスチャンスがあると思われます。

日本の感覚ではピンときませんが、インドネシアでは病院は上場することができます。しかも病院経営は 67% まで外国企業による出資が認められています。先進的な医療技術・設備や経営を外資の力で導入しようという政府の姿勢の表れと言えるでしょう。これは一方で高度医療の国外流出を巻き返したいということでもあります。シンガポールやマレーシアで治療を受けるインドネシア人は年間 120 万人に上ると推計されています。高度医療は海外で、というのはインドネシア人の富裕層にとって普通の感覚ですが、もし国内で同じ水準の治療が受けられるなら当然国内で済ませたいはずであり、ここに大きな商機があります。

医療機器の 97% は輸入であり、2018 年の市場規模は 10 億ドルと推計されています。医療機器のレンタルも今回の規制緩和で 100%

外資が認められるようになるかとされています（現在、規則が正式に発表されるのを待っている状態）。その他ラボラトリーや健康診断のためのクリニックも 100%外資が認められるとされています。製薬分野も大きな商機があります。現在、原料の 9 割以上が輸入であり、政府は国内での製造を奨励するため原料製造について 100%外資による経営を認める予定です。

他方で多くの課題があります。保険財政はまだ苦しく、BPJS（社会保障機関）は 2015 年には 5.9 兆ルピア（約 590 億円）の赤字であり、保険料引き上げなど財政状態の改善に取り組んでいます。財政的に持続可能な制度設計としなければ制度が定着する前に破たんしてしまいます。インドネシア政府の着実な取り組みが期待されるところです。

2016 年度インド予算案について

チェンナイ ビジネスサポーター 田中 啓介

南インド・チェンナイは 2016 年 3 月下旬になり昼間は 35 度を超える暑い日々が続いており、これから 5 月のピークに向けて日に日に暑さが増していきます。さて、インドでは毎年 2 月末にインド予算案が発表されますが、今年度も 2016 年度インド予算案（Indian Union Budget 2016）としてインドの税制改正を含む各種政策が発表されました。今回のインド予算案の重点政策としては、大きく分けて（1）農村支援、（2）雇用創出、（3）インフラ整備の 3 つの分野において大きな予算割当がなされており、それに伴って関連する税制改正も発表されています。今回は、今年度の税制改正の中から特に日系企業に影響を与え、重要と思われる改正について「直接税」と「間接税」に分けてご紹介させていただきます。

（1）直接税

個人所得税で日本人駐在員に影響を与えるのは、所得が 1,000 万ルピーを超える場合に課せられるサーチャージの増税です。サーチャージの税率が 12%から 15%に上がるため、最大で実効税率は 35.535%になります。

法人税で日系企業に特に影響を与える改正は、2016 年 3 月 1 日以降に新規で設立される法人で、かつ、一定の要件を満たす製造業者の法人税率の軽減で、法人税率が 30%から 25%に下がります。また、既存法人であっても年間売上高が 5,000 万ルピー未満の小規模会社の法人税率の軽減もあり、この場合には法人税率が 30%から 29%に下がります。

また、これまでは製造業のみが対象となっていたインセンティブ（人件費の 30%特別追加所

得控除）の年間勤務日数や従業員数の前年比増加率等における条件が緩和され、かつ、製造業だけではなくすべての会社が適用できるようになり、新たな雇用創出を期待する大きな優遇税制が発表されています。

また、これまでは予定納税の納税期限は個人所得税と法人税では別のスケジュールが採用されていましたが、今後は以下のとおり法人税の納税スケジュールに統一されることになりました。

納税期限	納税金額
6 月 15 日	年間予定納税額の 15% を下回らない金額
9 月 15 日	年間予定納税額の 45% を下回らない金額から以前 に納付した金額を控除した 金額
12 月 15 日	年間予定納税額の 75% を下回らない金額から以前 に納付した金額を控除した 金額
翌 3 月 15 日	年間予定納税額の 100% の金額から以前に納付した 金額を控除した金額

（2）間接税

関税については、Make-in-India 推進のための関税率の変更がなされています。具体的には、例えば、携帯電話の製造のために使用されるアダプターやバッテリー、スピーカー等の製品は、インドでの製造を推進するための、当該製品の輸入障壁を高くするため関税免除が廃止されま

す。その代わりに、これらの製品を製造するために必要な部品については輸入関税が免除される、という変更内容です。つまり、部品はどんどん輸入していいから、インド国内で製造してくださいね、という関税率の変更です。また、大気汚染の改善のための特定の部品にかかる関税も免除および通減税率が適用できることが発表されました。

物品税については、インフラ整備を目的として、EV、HVなどのエコカーを除く、ガソリン車、LPG（液化石油ガス）車等の四輪車に対してインフラストラクチャーCess（特別目的税）

を以下のとおり賦課することが発表されました。

●前長 4 メートル・排気量 1200 cc 未満の車両：1.0%

●前長 4 メートル・排気量 1500 cc 未満のディーゼル車：2.5%

●上記または免除された自動車以外：4.0%

サービス税については、農業支援を目的として、Krishi Kalyan Cess（特別目的税）を 2016 年 6 月 1 日から 0.5% 追加的に賦課することが発表され、これに伴い、サービス税の税率は 6 月から 15.0%になります。

ベトナム自動車市場の最近の動向

ハノイ ビジネスサポーター 中川 良一

ベトナムでは 2015 年の自動車販売台数が前年比 55%増の 244,914 台となりました。本年 1 月の販売台数は 23,165 台で、前年同期比 16%増加となりました。車種別では乗用車 14,090 台、商用車 8,200 台、特殊車 875 台となっています。販売された 23,165 台の内、国内で組立されたものは 17,379 台で約 75%を占めています。残りの 25%の 5,786 台は輸入完成車です。メーカー別では、ベトナム国内企業である THACO 社がトップで、次いで外資系企業である Toyota、Ford、GM の順に続きます。さて本年 1 月トップとなったベトナム地場自動車会社 THACO 社の概要は、下記の通りです。

会社名：TRUONG HAI AUTO CORPRATION

生産品目：乗用車（日本マツダ、韓国 KIA 及びフランス Peugeot ブランドの自動車組立）

商用車（バス、トラック）

2015 年の販売台数：80,000 台

（内訳：乗用車 42,000 台、商用車 38,000 台）

従業員：13,700 人

所在地：ベトナム中部のクアンナム省

（THACO 自動車工業団地）

THACO 社の発表によれば、マツダブランド自動車組立ラインの生産能力は、第一段階 5 万台／年でしたが、最終的には 10 万台／年まで拡張する予定であるそうです。2015 年にはマツダブランド自動車販売実績は 20,359 台とな

り、本年 2 月にマツダ自動車部品メーカー 47 社によるミッションが THACO 工業団地（クアンナム省）に視察に来られたそうです。

次いで販売数が多いのがトヨタブランドですが、ベトナムトヨタでの売れ筋車種である 7 人乗りの Innova（イノーバ）が最も多く販売され、過去 10 年間で合計 77,000 台が販売されたそうです。トヨタベトナムが 1996 年にベトナムで生産販売をスタートして以来、2015 年 4 月までの総販売台数は 305,779 台で、Innova が生産車種の中でトップとなっています。

アセアン域内関税撤廃のロードマップでは、アセアンから輸入する乗用車のベトナム関税率が年々減少し 2018 年にはゼロとなります。乗用車のベトナム輸入関税率：50%（2015 年）→ 40%（2016 年）→ 30%（2017 年）→ 0%（2018 年）です。そのため、既存の車両組み立て企業は、現在の国内販売数量では輸入自動車にコスト面で対抗できないため、救済措置を取るよう要求しています。

このような状況の中、ベトナム政府は、国内での自動車部品メーカーの発展を最優先として、新たに進出する自動車部品メーカーに対し、非常に大きな恩典を与えることを決定しています。法人税を 15 年間 10%、4 年間免税、9 年間 50%減税、そして自動車部品製造等に特化した裾野産業工業団地においては、70 年間（通常は 50 年間）の土地使用权が認可される等の大きな

優遇政策を発表し、本年 1 月より適用となっています。

これはベトナムが TPP、そして昨年 EU との FTA についても基本合意をしており、今後世界に車両部品を輸出する東南アジアの自動車部品拠点として発展させることを目指しているためです。今後は TPP を利用し、ベトナム製部品を

メキシコに送り、そこで北米向けの自動車組立が行われるなどベトナム製の部品にも大きな注目が集まることが予測されています。

そして数十年後には、ベトナム国民 1 億人の収入が上昇し、タイ以上の車両需要が必ずやってくるであろうと、進出される部品メーカーの皆様も期待されています。

ドンバン3工業団地-ハナム省

ドンバン3工業団地は、政府認定の裾野産業指定工業団地として認可されており、2015年7月29日付オフィシャルレター5938/VPCP-KITH号に定める特別優遇措置を受けることが出来ます。

- 土地使用期間:70年間
(通常の工業団地は 50年間)
- 土地使用税の最大免除期間:20年間
- 企業営業開始後15年10%の優遇税率が適用され、また利益発生後4年間免税、引続9年間50%減税措置を受けることが出来る。(製造品が裾野指定該当の場合)
- 輸入固定資の輸入関税が免除される。



BTO JAPAN

ハノイ近郊(車で 40 分)には、裾野産業専用工業団地であるドンバン 3 工業団地が開発され、本年 7 月より部分的に稼働を開始する予定です。既に数社の日系自動車部品企業が進出を決定しており、今後さらにベトナムの自動車部品産業が発展することが期待されています。

全人代後の地方政策

中国の第 12 期全国人民代表大会(全人代)も閉幕して各地方の代表者達も地元に戻り、本格的な地方政府による景気下押しする構造改革への調整取り組みが開始されます。

重慶では全人代前に「ゾンビ企業」200 社を整理するとの表明がなされ、「どこの企業だろうか?」「弊社だろうな!」といった会話が飛び交っているのを耳にします。

重慶市では、このように中国経済に対する危機感がある中にも拘らず、日立(自動車部品)、パナソニック(断熱材)の製造工場が進出して来ています。

失業するかもしれないと心配する半面、新しく製造工場が進出しつづける地であるため、賃金アップを求めて浮き足し立ち、転職先を求めて応募して来る人材も多く、そういった人たちに暗さはないようです。

重慶市は重工業のイメージ感が強く、政府も外資製造業誘致に力を入れています。

失業するかもしれない、賃金カットされるかもしれないという状況でも、個人消費への影響はさほどみられず、格安チケット(往復 2,000 元)が売りの春秋航空が就航(重慶-大阪、重慶

重慶 ビジネスサポーター 吉川 孝子

一成田)しましたが、全便中国人団体客で満席とのことです。

彼らが日本で購入してきた商品は、購入価格の 2~3 割アップで知人に転売されております。重慶市内で店頭販売されている日本製品は、庶民にとってはサンプル品でしかなく、実際に購入するのは日本で購入された信用できる商品だけという社会のようです。

実際、重慶市内の五商圈区内には保税商品展示取引センターが次々に展開され、寸灘の(港)保税商品展示取引センターと保税商品プラットフォーム、クロスボーダー電子取引商が連動して消費者に自宅まで正真正銘の輸入品を届けることができるようになりました。しかし、市場価格より 20~30%安いことをうたい文句に消費者に来館を呼びかけているものの、ほとんど見向きもされていないようで閑散としております。来館しているのは、ここで下見を行ったものを日本で購入する爆買いの達人くらいなのではないでしょうか。

全人代閉会后、重慶市政府が内陸地区の経済改革にどのような強行政策を投じるのか、注視が必要でしょう。



3月19日(土)、20日(日)の2日間、大連万達広場において「第3回ジャパブランド展示会」が開催されました。在瀋陽日本国総領事館在大連領事事務所による特別協力、日本観光局北京事務所、ジェットロ大連事務所の後援のもと、日本企業・日系企業が出展し、商品のPRや販売、日本観光の宣伝などが行われました。

万達広場は中心部から少し離れたハイテクパーク内にあり、周辺にはIT関係の若者が多く住んでいます。市内からは、海の中に建てられ、今年完成したばかりの「跨海大橋」を渡るとすぐのところにあります。やはり現場から見れば、周辺からの利用者がメインのようです。地下2階に1,000台以上止められる駐車場がありますが、順番待ちの列もでき、ほぼ満杯でした。

この展示会は広場の1階の催事場で行われましたが、会場にはステージも造られ、日本からアイドルグループ「LinQ」のメンバー3人が来場

し、歌って踊って、人気を集めていました。食品がメインの展示会なのかと思っていましたが、文房具や、先述の観光PRなどのブースもあり、特に観光PRには人が集まって、パンフレットを手にし興味津々に読んでいる方が何人も見られました。外国人向けのレールパスの紹介もあり、中国語でPRを行っていました。ただし、やはり日本のことがあまり分からない方にとっては、それをどう利用すればよいのかがはっきりしておらず、地域の観光案内も「きれい」、「美味しい」、「楽しい」とは紹介されていますが、どうやってアクセスすればよいかとか、大まかにどのようなスケジュールで行くことができるかなどの具体的な例がなく、これでは「行けばいいね」で終わってしまうかもしれません。

もちろん、やはり食品が最も目を引きやすく、ケーキや飲み物、缶詰などが販売されていました。ケーキは安くはないですが、試食があって、美味しいから買ってしまったというケースもあれば、缶詰がスーパーでの価格の半額以下になっているから買っているようにも見えます。まだ中国で販売されていない、テスト販売とも見られる商品が、これからは「WeChat」で連絡して購入できるようになるなど、市民向けに広く宣伝できるという意味では、来場者以上に出展者の皆さんが満足されている様子でした。

台湾からの観光客

台北 ビジネスサポーター 皆川 榮治

去る2月18日(木)日本政府観光局(JNTO)から松山理事長が来台され、台湾の日本人会事務局を訪れ、台湾から日本への観光客の拡大について要請に來られました。交流協会台北事務所(台湾での日本大使館に当たる)からも経済部主任が同行され日本政府からの要請を伝達されました。

周知のとおり日本政府は安倍内閣の主導で年間2,000万人の外国人観光客増加の計画を発表していますが、この努力が実を結び、2015年にはすでに1,973万人の外国人旅行客が来日し、2010年には861万人であった観光客数

が5年間で急激に膨らんでいます。

この日松山理事長からは、2020年の東京オリンピックに向け、安倍首相の意向を伝えると共に、政府として日本への観光客受け入れを飛躍的に高める取り組みについて、説明がありました。特に日本人会、日僑工商会(商工会議所)への要請としては、会員企業に対し、日系企業内の台湾人社員の旅行先として日本の紹介を積極的をお願いしたい。また、台湾から日本への修学旅行先の拡大について、現地学校へのアプローチをご支援願いたいとの依頼がなされました。

台湾から日本への旅行客数はこの数年、次のようになっています。(2011 年は東日本大震災の影響で 99 万人と前年比 28 万人の減少となっています)

(単位: 万人)

(年)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
台湾	127	99	146	221	282	367
世界	861	622	835	1,036	1,341	1,973

2020 年の東京オリンピックに向け、政府も来日外国人観光客の増加を進めていますが、これはアベノミックスの一環として安定的経済成長を実現する為に、外国人旅行者の拡大もその視野に入っているわけです。上の数字から見える外国人旅行客の急拡大からその成果が進んで

いることが見て取れます。

2013 年の実績を受け、安倍総理が提示していた 2020 年 2,000 万人の目標も、すでに昨年ほぼこれを達成したわけで、更に今では 3,000 万人の目標を超えて行く勢いにあります。

但しこれを後押しする為の海外での広報活動や国内旅行業者の支援活動が欠かせないと共に、日本国内でのホテルや観光業者の充実、建築・インフラ等の拡充が一層求められます。

従って広島県への外国人観光客の増加をはかるには、県内のホテルをはじめとするインフラの拡充と共に旅行業者のみならず、外国人旅行者を受け入れるための一般市民も含めたコミュニケーション力の強化、特に英語以外の中国語をはじめとする語学力の拡充に力を入れることが大切だと言えるものと考えられます。

ハッピーからのお知らせ

平成28年度「国際取引実務研修」の開催日程が決まりました！

主催：公益財団法人ひろしま産業振興機構・福山商工会議所

貿易業務初任者や担当者の方、これから貿易実務を習得される方を対象に、貿易実務の基本体系を理解するとともに、輸出入における重要なルールや貿易書類の読み方など貿易取引に必須の知識を習得し、習得した知識をベースに各種貿易書類の作成演習などを通し、より実践的で広範囲な実力を養う研修を開催します。奮ってご参加ください。

● 研修内容

- ① 入門編
- ② 基礎知識編

※①入門編と②基礎知識編のセット受講です。

近日、
募集開始！

● 開催日時・場所 ※両会場とも2日間計12時間

会 場	日 時	場 所
広島会場 (定員 40 名)	6 月 1 日 (水) 9:30~16:30 9 月 1 5 日 (木) 9:30~16:30	広島県情報プラザ 2 階「第 2 研修室」 (広島市中区千田町 3-7-47)
福山会場 (定員 40 名)	6 月 2 日 (木) 9:30~16:30 9 月 1 6 日 (金) 9:30~16:30	福山商工会議所 9 階「会議室」 (福山市西町 2-10-1)

● 講 師

国際法務株式会社 代表取締役 中矢 一虎氏

● 詳細・申込方法等につきましては、近日、ご案内をお送りします。

GLOBAL BUSINESS SUPPORT CENTER

国際ビジネス支援センター 4つの事業

国際ビジネス支援センターでは、海外拠点として広島上海事務所のほか海外ビジネスサポーターを10か所設置して皆様方の支援を行うほか、東南アジアへの視察研修団派遣、海外への見本市等への出展等を通じたビジネスマッチング、貿易実務研修、セミナー開催など、各種事業を行っています。

1 海外事務所等の運営

上海事務所の運営

- ・現地経済関連情報の収集・提供、ネットワーク形成、宣伝・紹介
- ・ビジネスマッチング及び便宜供与
- ・県産品の販路開拓、観光インバウンド振興
- ・県内企業に対する中国ビジネスのノウハウ提供等

海外ビジネスサポーターの設置

- ・県内企業と現地企業とのビジネスマッチング事業の支援
- ・「海外ビジネスサポーター報告」の作成
- ・「現地企業情報」の作成

2 ビジネスマッチングの促進

視察派遣事業

企業の関心の高い国・地域に視察研修団を派遣し、日系及び現地企業等への訪問等を通じて、ビジネスマッチングの促進を図る。

海外販路開拓・拡大支援事業

JETRO との連携による海外のバイヤーとの商談会の開催や、Agri 協議会事業による海外の見本市等への出展等を通じて、ビジネスマッチングの機会を提供し、県内企業の海外販路開拓・拡大を支援する。

商談・視察受入事業

海外からの経済交流団等を受け入れ、意見交換等を通して現地情報の収集を行うとともに、当該交流団の国・地域とのネットワーク形成や県内企業とのビジネスマッチングの機会を提供する。

広島日本香港協会を通じた事業展開

国際ビジネス支援センターが事務局を務める広島日本香港協会を通じて、香港・中国を中心とする成長著しいアジア地域とのビジネス支援や相互の投資拡大・経済交流を促進する。

3 コンサルティング・人材育成

コンサルティング

出張相談会・海外商談会サポート

国際取引実務研修事業

県内企業の貿易実務者の養成を支援するため、輸出入実務、国際取引契約等、海外取引の入門的な知識から実務に必要な専門知識まで、幅広い内容の貿易実務研修を実施する。（広島・福山各2日間程度）

4 情報調査・収集提供

セミナー開催等事業

県内企業の関心の高い経済分野について、専門家や経済団体の職員等を招き、広島及び福山で各種セミナー等を適宜実施する。また国際賛助会員の相互交流や情報交換を目的とした交流会を開催する。

海外情勢報告等事業

関係機関と連携し、中国をはじめとするアジアのネットワークを中心に、海外事務所委託先職員や海外ビジネスサポーターにより海外進出・海外取引の最新情報等を紹介する報告会等を開催する。

情報誌等発行事業

- ・情報誌「HAPEE MAIL」の発行
- ・「海外進出企業ダイレクトリー」の更新発行

国内ネットワーク事業

- ・国内の公的支援サービス機関等との連携
- ・賛助会員企業への訪問及びアンケート調査等の実施

国際ビジネス支援センターは海外へのビジネス展開をより一層支援していきます

