

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

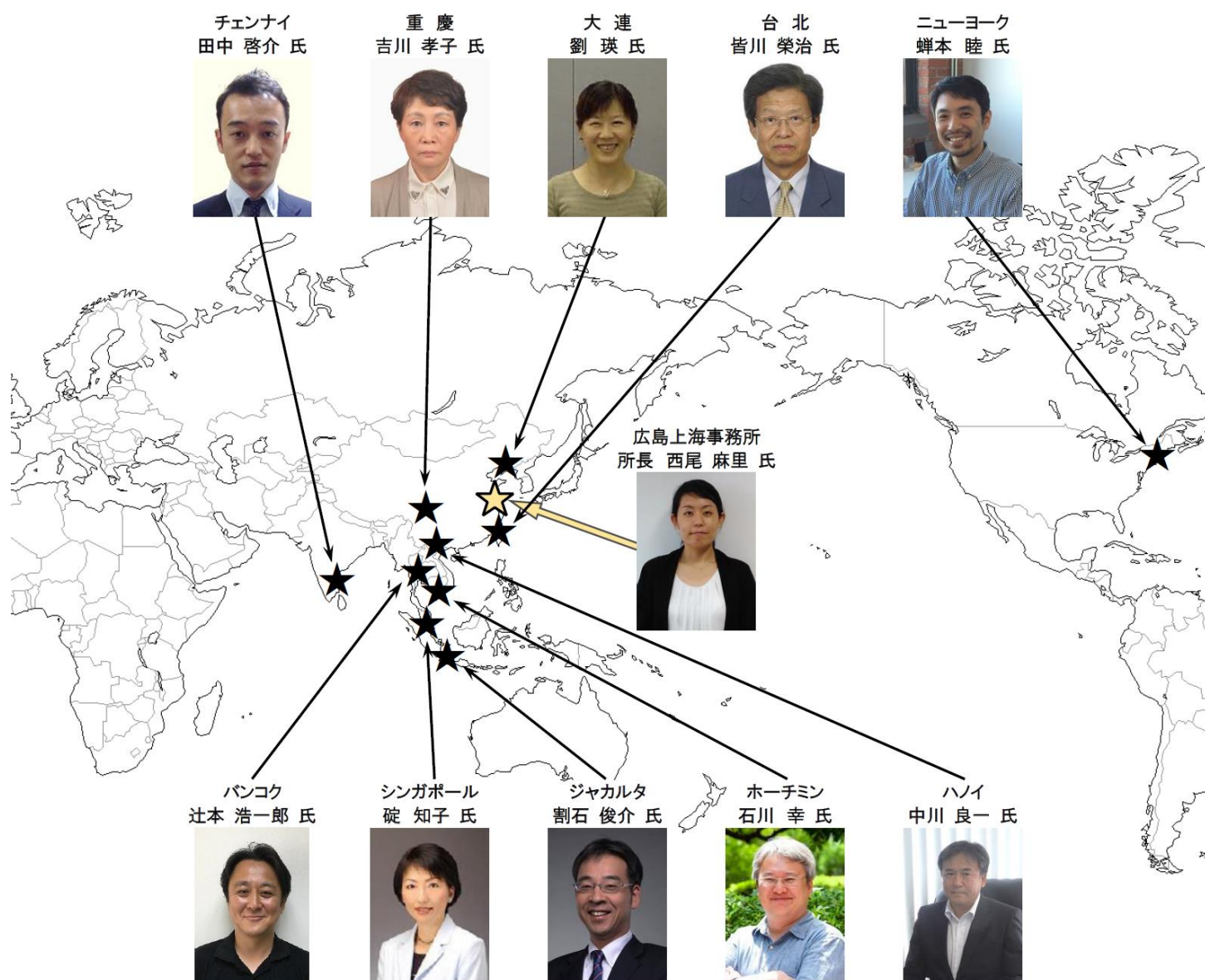
ホームページ: <https://www.hiwave.or.jp>

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。



[新任]

CONTENTS

平成 29 年度 海外拠点のご紹介…………… 1	ジャカルタ「インドネシア自動車販売の回復」…… 6
海外レポート	重慶「環境プロジェクト策」…………… 7
バンコク「三つの“あ”」…………… 2	台北「台湾の食料品輸入規制と 東日本大震災の関係」…………… 7
シンガポール「マラッカ海峡で 相次ぐメガ港計画」…………… 3	チェンナイ「インドから日本への 資金還流方法について」…………… 8
ホーチミン「観光業、 次の主役はベトナム人？」…………… 4	ニューヨーク「ニューヨーク、 グランドセントラル駅にて 『ジャパンウィーク』開催」…………… 9
上海「広島的大学生、 上海で広島ブランドをアピール」… 5	大連「個人旅行増」…………… 10
ハノイ「ベトナム、都市下水処理の現状」…………… 6	ハッピーからのお知らせ…………… 11

★★★★★ 海 外 レ ポ ー ト ★★★★★

三つの“あ”

バンコク ビジネスサポーター 富永 勇三



20 数年前、欧米派と自認していた筆者に、突然タイ国勤務の打診がありました。何故、今頃、自分がタイなのかと悩みましたが、東南アジアには住んだ事が無く、サラリーマンとして、最後の段階を未知の国で過ごすのも良いかと考え、お受けしました。

その折、タイ熟知の先輩より、タイで仕事をするには重要な「三つの“あ”」があると訓示を受けました。その「三つの“あ”」とは、“焦らず”“慌てず”“諦めず”でした。以後、23 年間タイに住んでしまいましたが、絶えず、この「三つの“あ”」は大切にきて来ました。

タイ人によく言われる事ですが、日本人とタイ人を見分けるのは、歩く姿を見ていると判るそうです。即ち、せっかちに速足で歩くのは日本人、のんびりゆっくり歩くのはタイ人というのです。

これは、彼らが、バンコクをゆっくりと流れていくメコン川を見ながら育ったせいでしょうか、それとも暑くて早くは歩けぬ気候環境のせいでしょうか、理由は定かではありません。歴史を紐解くと、この地域はタイを除き、全ての国々が欧州列強の植民地になっているのですが、タイのみは何故か免れているのです。この理由を、多くの方々に聞いてみるのですが、納得の出来る説明は頂けておりません。

タイ人は粘り強く、したたかで、外交に強いのではないかと感じています。しかし、一方においては気候風土に恵まれ、何事にもマイペンライ(気にしない)と、のんびりムードで、こちらの怒りが倍增する事も多々あります。ある事象を捉え、日本にいるトップの方々は、タイに出向している社員に対し、「君、これは絶対に確かか」と聞かれる事がよくあります。筆者は、この様な上司の方には、

「タイには絶対に確かはありません。

しかし絶対に不可もありません。」

とお答えするように進言しています。

タイに「絶対に確かか」を求める経営者は、タイに進出しない方が無難とも思っています。

このような状況下で重要になって来るのが、「三つの“あ”」なのです。タイでは、国税庁とか関税局より、間違いの指摘や疑いをかけられ、多額の罰金の支払いを通知される事例が多々あります。多くは灰色のケースであり、担当官によりその判断が異なる事が多々あるのです。慌て、焦り、早く結論に到達しようと思えば、相手の術中にはまります。大切な事は、諦めないで、ゆっくりと落ち着き、腰を据えて相手と交渉する事なのです。

二年前には、人災とも言える大洪水も起こりました。その折のタイ人の笑顔を思い出して下さい。人々は、慌てず、焦らず、且つ諦めず、見事な対応をしました。せっかちはタイでは問題を起こします。

また、タイでクーデターが起こりました。「君、タイは絶対に安全か？」そんな事はあり得ないのです。自動車事故もあるのです。慌て、焦る事が一番禁物なのです。

タイへの進出は諦める、タイから撤退する、この国はそんなに早急に諦める必要はないのです。この国で何かをしようと思うのであれば、三番目の一番大事な“諦めず”を大切にしてい進出して欲しいと念じています。

4 月からは、海外ビジネスサポーターの後任を弊社の辻本浩一郎に託します。

永年のお付き合い、誠に有難うございました。

厚く御礼申し上げますと共に、益々の皆様のご発展を祈念いたします。

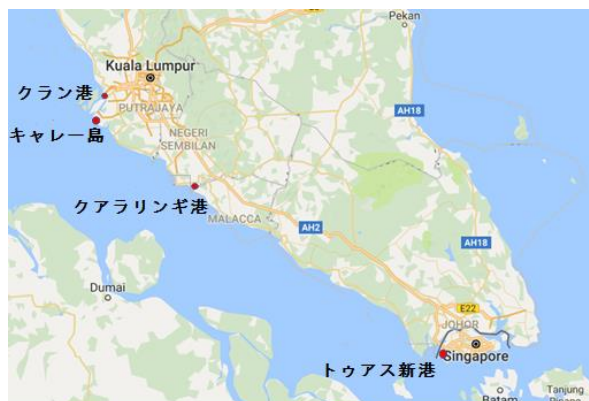
マレー半島とスマトラ島の間のマラッカ海峡。狭い水域を大型タンカーやコンテナ船が行きかい、太平洋とインド洋を結ぶ海上交通上の要衝として知られています。そのマレー半島の先端にあるシンガポールは、古くからマラッカ海峡を通る国際航行船舶が寄港する港として栄えてきました。コンテナ取扱量では2005年から守ってきた世界一の座を2010年に上海に譲って以来、その差は徐々に開いていますが、それでも2016年のコンテナ取扱量は3,090万TEU※¹と世界第2位。日本では京浜港で752万TEU（2015年）、阪神港で493万TEU（2015年）ですので、京浜港と阪神港を合わせた2.5倍くらいの規模になります。

＜クアラルンプール近郊で新港湾計画＞

最新鋭の設備と規模の経済で優位を保ってきたシンガポールの港ですが、昨年からマレーシアで矢継ぎ早にメガ港湾の計画が出てきています。1つは、マレーシア最大のクラン港。クラン港公社では現在のクラン港の南にあるキャレー島に2,000億リンギ（約5.2兆円）を投じて総面積100平方キロメートル（広島市の9分の1）の土地に港湾と関連インフラ、工業団地、自由貿易区、商業施設、住宅などを20年かけて開発する計画です。クラン港の2016年のコンテナ取扱量は1,317万TEUでしたが、キャレー島の新港の取り扱い能力は年間3,000万TEUと既存の港の2倍。船舶修繕、船舶燃料供給などの機能も備える予定で、船舶燃料供給世界1のシンガポールから少しでもシェアを獲りたい意向です。報道によれば、中国がキャレー島開発に関心を示しているようです。

＜シンガポールから車で3時間のマラッカでも＞

さらに、クラン港の南およそ167キロ、シンガポールの北241キロのマラッカにも巨大港湾計画が浮上しています。マラッカのクアラ・リング港を運営するT.A.G マリン社と中国の投資家、及びT.A.G マリン社の関連会社でデベロッパーのリング・ベース社が30億USドルを投じる港湾建設が2016年11月に開始しました。大型石油タンカーの修繕施設や石油製品の貯蔵インフラも建設する他、燃料補給サービスも提供する計画です。



＜シンガポールでは西部の巨大新港への移転開始＞

対するシンガポールも手をこまねているわけではありません。長年かけて築き上げた優位性、そう簡単に他港が追随できるものでもありませんが、さらに優位性を高めるために、シンガポール西部のトゥアス地区に年間取扱能力6,500万TEUの新港を開発中です。都心部に近い立地のターミナルの移転が2017年1月に開始。2027年には全てのターミナルをトゥアス一か所に集中させる計画です。これによりターミナル間の移動時間などのロスを減らし、さらに生産性を上げることができると、最新鋭の機器を揃えた世界でも最大規模の港湾が誕生することになります。

シンガポール、マレーシア2カ所の港湾開発、必要な機器や資材の中には先進国からの輸入に頼らざるを得ない物も多くあります。競争が増えることはシンガポールにとっては厳しいかもしれませんが、港湾の生産性向上に資する機器などをつくっている関連業界にとっては大きなビジネスチャンスとなるかもしれません。

¹ twenty-foot equivalent unit の略で、20フィートコンテナ換算の意味。

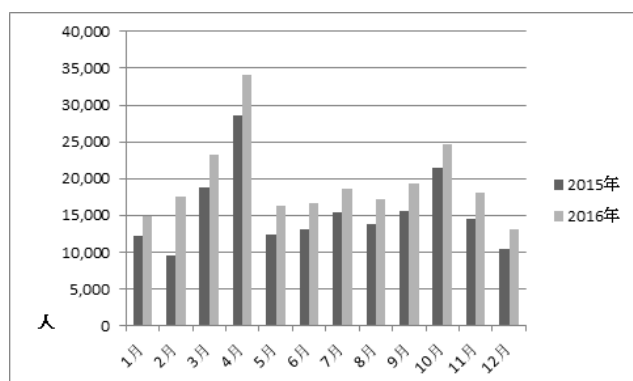
コンテナ船の積載能力やコンテナターミナルの貨物取扱数などを示すために使われる、貨物の容量のおおよそを表す単位。

ここ数年、外国人観光客が急増したと感じませんか？

日本の観光庁の訪日外国人消費動向調査によると、2016年通年の訪日ベトナム人数は、前年(18万5,395人)比で26.1%増の23万3,800人と初めて20万人超、過去最高を更新しました。参考までに10年前の2006年では約10分の1の2万5,637人でした。

ベトナム人が最も多く訪日する時期は、突出して4月です(下記表をご参照)。これは、桜のお花見を目的としていると考えられます。ベトナム各地でも桜祭りと呼ばれる日本を題材にしたお祭りが開催されるなど、日本イコール桜と言っても過言ではないぐらい、ベトナムでは有名です。桜に次いで人気なのは紅葉で、10月に訪日するベトナム人も多いです。

《ベトナム人訪日者数の月別の推移(2015年、2016年)》



出所：日本政府観光局(JNTO)

上記表のように年々増加傾向にあるベトナム人訪日客に日本側が期待することは、経済効果です。2016年の訪日ベトナム人1人当たりの旅行支出額は、全国籍・地域(平均は15万5,896円)の中で7番目に多い18万6,133円でした。最多は、オーストラリアの24万6,886円、2番目は中国の23万1,504円でした。しかし、飲食費の支出はベトナム人が1位(3万4,690円)、買い物代は4位(5万8,883円)でした。

このように日本で大量消費するベトナム人訪日客を増やそうという努力を官民共にしておりますが、今後の追い風となるポイントがあります。主に、考えられるのは下記3点です。

①航空券代

ホーチミンから日本への往復航空券代は一般的

に約4万円からです。ベトナム人の大卒初任給が約3万円からのベトナム人にとって日本への航空券は高嶺の花です。しかし、昨年からLCC(格安航空会社)のバニラエアがホーチミン～成田空港間で就航し、最安の片道航空券はなんと8,500円からのため、ベトナム人にも手の届く範囲の値段になりました。このようにベトナムからの訪日客増加は、LCCの増便が1つ目の鍵になります。

②物価

ベトナム人にとって、日本の物価は非常に高いです。ホーチミンだとベトナム麺のフォーは1杯約200円、バスの初乗りは約25円と一部を除き、ほとんどの物が日本と比較し安価です。上述したように、ベトナム人の大卒初任給が約3万円からのため、日本を含め先進国の物価は全体的に割高に感じます。ただ、ベトナム人の賃金が昨年比7%上昇するなど、中間層や富裕層の割合が一昔前と比較し日を追うごとに増加しています。このように所得の上昇が2つ目の鍵になります。

③ビザ(査証)

一番の問題かもしれないのが、ビザ取得のハードルです。日本人にとって、外国に旅行する際に事前にビザを取るという概念はほとんどないと思います。一方、ベトナム人が日本に入国する際は、例えば観光でもハノイの大使館かホーチミンの総領事館に赴きビザを取得する必要がありました。しかし、昨年12月からその制度も変更になり、大使館や総領事館だけでなくベトナム国内の旅行代理店窓口でのビザの取得が可能になりました。それでも、ビザ取得のための預金残高証明書など提出書類が多数ある等、残されているハードルは低くはありません。そして、渡航者の条件によってはビザが発行されない場合もあります。

その一方で、ベトナムと同じ東南アジアのタイ、マレーシアは2013年7月からビザなしで日本へ入国することができるようになりました。これを受けタイ、マレーシアからの訪日者数が2014年上半期は前年同時期と比べそれぞれ60%以上増加しました。

このようにビザの緩和が3つ目の、そして最大の鍵になるかもしれません。

上記のように、訪日に有利な条件になれば、ベトナム人の訪日者数が増加するのは間違いありません。現在ベトナム人に人気の観光地は東京、北海道、

京都、大阪などですが、訪日ベトナム人が増加するにつれ、その他の地域も注目されるでしょう。そんな中、広島にはベトナム人にも有名な原爆ドーム

をはじめ、景色好きのベトナム人が喜ぶと思われる宮島など魅力がたくさんあるため、今後ベトナム人に人気の観光地になるかもしれません。

広島的大学生、上海で広島ブランドをアピール

広島上海事務所長 西尾 麻里

3月8日から8日間の日程で、広島修道大学及び広島市立大学の学生が上海を訪れ、海外現地研修を実施しました。広島県の補助事業として、「グローバル人材育成と地域企業」と呼ばれる両校の連携プログラムがあります。その一環で、上海高島屋で開催された「四国・中国地方物産展」（3月4日～14日開催）において広島ブランド製品の販売会を開催しました。

社会人受講生を含む22名の学生は、“中国上海をターゲットに広島ブランド製品の海外販売戦略を練る！”をテーマに、広島での座学を経て上海での現地研修に至るまで、様々な準備をしてきました。その講義は昨年9月から12月の間、全15回に渡って開講されました。輸出入や通関など貿易に関わる実務についての授業や、海外販売戦略などを学ぶカリキュラムが組みられ、座学を基にグループごとで販売戦略を練るグループワークにも多くの時間を割いてきました。

そして訪れた上海の地。まずは上海高島屋を訪れ、販売会を行う会場を見学しました。その後は、上海高島屋の担当者へ向けてグループ毎に販売会の進行についてのプレゼンテーションを行いました。上海高島屋担当者からは、グループそれぞれのテーマに沿って、現地消費者の好みや傾向などに応じて的確なアドバイスをもらいました。そのアドバイスを基に、販売会までの2日間を使って準備を行い、当日に備えたのです。

22名の学生はそれぞれ、「祭り」チーム、「和装」チーム、「ホワイトデイ」チーム、「制服」チームという4つのグループに分けられました。そして、広島ブランド製品のPRだけでなく、日本文化の紹介を組み込んだ内容で、中国の消費者へアピールしていきました。

日本の伝統文化である祭と広島日本酒を組み合わせた「祭り」チームは、法被を纏って縁日の雰囲気演出し、着付けの専門家を帯同して準備した「和装」チームは、男性も和装で着飾り、その佇まいだけで来場者の目を引き付けていました。和服



と日本酒の組み合わせは、日本文化の紹介に効果があったようです。

「ホワイトデイ」チームは、まだ中国に馴染みのない「ホワイトデイ」を、手書きのポップやハート形の風船などの装飾に工夫を加えて紹介しました。このような演出の効果もあってか、カステラやチーズケーキ、チョコレートケーキを買い物かごに山積みになっている来場者が見られました。

中国の若者に人気のある制服を着た「制服」チームは、けん玉やヨーヨー、折り紙などを体験するコーナーを用意して、子供たちの注目を集めていました。

上海高島屋では、2日間にわたって販売会を開催しました。しかし学生たちが日本で準備していた演出がうまく中国人消費者に伝わらなかったこともあります。その際は、経験豊富な現地販売員などのアドバイスを聞き、2日目にはうまく対応していたようです。

学生たちに話を聞くと、中国人消費者と直接触れ合うことで、中国人に抱いていたイメージが大きく変わったといいます。日本の食品や文化に対して深い興味を持っていることにも大変驚いた、と話していました。自分たちが考えてきた演出がうまくいかなくても、ちょっとした工夫で興味を惹けること、言葉が分からなくても伝わる気持ちがあることなど、実りの多い現地研修となったようです。そんな学生たちに、当事務所が事前の情報収集や現地でのサポートなどでお役に立てたことは大変光栄でした。このような機会を経て、中国ビジネスに携わる人が増えていけばと願っています。

ベトナムの建設省によれば、全国に 37 の集中下水処理場があります。これらの下水処理場の合計処理能力は 89 万 m^3 /日です。下水発生量の 12%程度（下水処理率）しか処理できません。政府は都市部の下水処理率を 2020 年までに 20%、2025 年までに 50%まで引き上げる目標を設定しています。

都市部の下水網はさまざまな時期にわたって建設されたので一貫性がなく、かなり劣化しています。家庭排水が殆ど未処理のまま排出されている状況です。そのためハノイ、ホーチミン市等の大都市の河川や湖沼の水質は、酷く悪化しています。都市人口は 2020 年までに全人口の 45%となる 4,400 万人、2025 年に 5,200 万人になると予測されていますが、都市部における下水網の整備及び下水処理場の増設は、ベトナム政府をはじめハノイ及びホーチミン市などの各人民委員会にとり大きな課題となっています。

ベトナム政府は下水処理分野を優先分野として、ODA 資金による下水処理場の建設に注力するとともに民間による投資も奨励しています。政府ベースでは 2013 年 3 月にハノイのエンサ下水道整備事業について円借款契約（284 億円）を締結しました。同計画は 4 つのパッケージからなっています。パッケージ 1：活性汚泥法による下水処理施設建設（処理能力 27 万 m^3 /日）、パッケージ 2：トリック川遮集管工事（約 24.5km）、パッケージ 3：ルー川遮集管工事（約 7.6km）、パッケージ 4：ハードン地区・新都市区下水管工事（約 13km）。2016 年に下水処理場の建設がスタートし、2020 年に完成する予定です（人材育成研修・技術移転を経て 2022 年事業終了）。

また、近年ハノイで 20 万 m^3 /日のエンサ下水処理場が BT（Build and Transfer／建設・譲渡）方式で建設されました。建設業者はマレーシア企業（Gamuda Land 社）です。同下水処理場は 2013 年に稼働し、ハノイの下水量の半分を処理しています。また同処理場は、ベトナムの民間企業

に施設運転の委託をしています。この運転委託企業は、フクディエン建設投資貿易会社で、ベトナムで排水処理分野において多くの運転実績を持っています。同社が BT 方式で実施した主な下水処理施設は、以下のとおりです。

〈ホーチミン市〉

タムルオン・ベンカット下水処理場（処理能力 25 万 m^3 /日）、スイニャム下水処理場（処理能力 65,000 m^3 /日）

〈ハノイ〉

西湖の下水処理場（処理能力 32,640 m^3 /日）、ページン 3 の排水網及び下水処理場（処理能力 184,000 m^3 /日）

〈ゲーアン省〉

クアロー下水処理場（処理能力 3,700 m^3 /日）

〈バクニン省〉

ツソン下水処理場（処理能力 33,000 m^3 /日）

その他多くの下水処理場の建設及び運営、メンテナンスの請負の実績を持っています。

広島県には、環境分野で優れた技術を持つ企業が数多くあります。今後、広島県企業がベトナムでの環境関連ビジネスに、数多く参入出来ることを期待しております。



（円借款で建設されたエンサ下水処理場の完成図）

インドネシアは景気が全体的に改善傾向にあり、自動車販売も上向いてきました。今年 1-2 月の販売台数は 18 万台、前年同期比 5.8%増ですが、2 月だけでみると前年比約 1 割増の 9 万台となり、勢いが増えています。

中でも好調さが目立つのは LCGC（低価格グリーン車）の販売を伸ばしたトヨタで、2 月の販売台

数 3.8 万台は前年比 49%増、1-2 月の同社の市場シェアは 38.4%にも上ります。トヨタとダイハツを合わせると 56.7%の市場占有率です。

2016 年の通年の自動車販売台数は 2015 年比 4.6%増の 106 万台で、今年に入り増加ペースがあがっていることが分かります。インフレも抑制され、ルピア相場も安定をしており、マクロ経済

の状況は悪くありません。昨年度は商用車市場が落ち込んでいましたが、2月は日野自動車が2,250台の41%増(前年度比)、いすゞが1,247台で21%増(同)と好調です。資源価格の回復傾向もあり、株価も今年に入り過去最高値水準で推移しています。そうした中、商用車の需要も回復している状況にあります。年初にあたり AIKINDO(インドネシア自動車製造業者協会)は、2017年通年の自動車販売台数が110万台を超えると予測していますが、このペースで改善が続くと、それ以上の台数になることが期待されます。

インドネシアでは、自動車を購入できるのはア

ッパーミドル層あるいは富裕層であり、多くの場合、運転は自分でなく運転手がしますが、LCGCの普及とともに自分でハンドルを握る人たちが増えています。自分で運転をするようになると、カー用品やアクセサリーの需要も増えていくと思われますが、そうした中、2月にオートバックスがジャカルタ4店舗目を南ジャカルタの高級住宅エリアのショッピングモール内にオープンしました。ジャカルタ各所で開催されるバイクのヘルメット展示販売会はいつも大変な賑わいです。今後は、自動車が「自分の乗り物」になるにつれ、中長期的にカー用品市場が拡大していくことと思われます。

環境プロジェクト策

重慶 ビジネスサポーター 吉川 孝子

毎年冬の季節になると、北京ではPM2.5で汚染された黒い霧に覆われた風景が映し出されておりますが、北京と同様の空気値指標が毎日の天気予報で発表されているのが四川省成都市です。

一般的に西部地区では、四川省よりも重工業都市である重慶市の方が街の空気が汚染されているのではないかとされていますが、成都市の大気汚染は重慶市の数倍もPM2.5値が高くなっております。成都市の大気汚染の原因はいくつかあるのですが、何が原因なのか判らないと言った行政の声も聞こえております。

大気汚染の要因として1つ挙げられるのが自動車保有台数の急激な増加ともいわれ環境保護局関連記事としても掲載されております。

自動車保有台数は、重慶市、成都市共に毎年17%前後が増加しているといわれていますが、例えば2015年では重慶市総人口3,370万人に対して12人に一台、成都市総人口1,220万人に対して3.4人に一台の保有となっており、これを2016年と比較した場合、重慶の自動車保有台数増加率が全国一位の17.6%増で49万台増、成都是12.7%増の45万台増となっております。

車の保有台数が大気汚染の要因の一つであると

いわれるのは「排ガス規制が追いつかない」のか、「ガソリンの品質が劣悪なのか」と問われる課題ですが、先月の全人大代表団では、参加した重慶市や四川省からの代表団が、今後早急に解決しなければならない課題として取り上げております。

重慶市、四川省では、この数年、毎年2回は環境博覧会が開催され、テーマとして「污水处理」「大気汚染処理」「廃棄物処理」などが掲げられております。本年も4月13日から15日まで、中国西部地区で最も規模と影響力の大きい環境分野専門の「環境保護展」が予定されておりますが、まだ、これといった改善策は聞こえて来ません。

この「環境保護展」には環境分野において広島との経済交流と協力の強化、双方の産業発展のため広島県が招待されており、広島四川経済交流促進事務連絡室が参加予定です。

しかしながら中国の環境改善プロジェクトは対象範囲が広く大規模であり、日本の1社の中小企業ではとうてい賄うことが難しい現状です。

プロジェクトの実現には企業数社がチームを組み、中国対日本の地域間プロジェクトとして双方が協力し、成功を目指すことが必要です。

台湾の食料品輸入規制と東日本大震災の関係

台北 ビジネスサポーター 皆川 榮治

ハッピーメール3月号に台湾からの訪日客数急増をご報告し、遂に2016年度には430万人を超えた旨レポートしましたが、同年の台湾人の世界への海外旅行客数が1,069万人であることから、実にその内の40%を超える台湾人観光客が日本に来たことになります。ところが4年前の2012年度ではこれが20.1%であったことから

見ると、この数字が倍に増えていることになり過去5年間の台湾人の日本観光への高まりの凄さが分かります。更に2012年度の20.1%を実数で見ますと、台湾人の全海外旅行者数731万人に対し、日本への観光客数が147万人になります。安倍内閣の4,000万人海外旅行客増加構想が、台湾からの観光客増加で着実な成果を表していること

が分かります。

ただ日台間の旅行者数に見るこの数字は、民間レベルでの旅行者数増加に過ぎませんが、国家間の経済収支から言えば、元来台湾は対日貿易赤字国であり、上記対日旅行者が増加することによって、更なる赤字増加の要因につながるわけです。

そこで出てきたのが、ハッピーメール2月号でレポートした東日本大震災後の日本食料品輸入規制問題です。既報の通り2011年3月の大震災時の福島原発事故はすでに6年がたち、残留放射能の影響は東北5県にすら残っていません。しかし、昨年末の12月に台湾政府（衛生福利部）の発令で、日本からの輸出食料品の最少包装単位で製造地都道府県名（日本語で良い）を記載するよう求め、記載のない商品には販売前に「中文ラベル」を貼り付けるよう求めました。

製造地が一体どこを指すのかも問題で、最終完成品輸出地（本社）であったり、製造工場出荷地であったり、子会社の製造工場であったり各企業によ

って異なりますが、これに対する台湾側の定義は不明確で、むしろ日本側としては製造地の意義を明確にするなどが却って問題を複雑にさせる可能性があり、当局に質すこともせず、独自の考え方で進めています。

これに対して台湾にある日本工商会は、1月23日意見書を提出し、最少包装単位での製造地記載や中文ラベルの貼り付けなど、大変手間のかかる作業を取り消すよう意見書を提出しましたが、3月2日付での回答では、工商会の意見は考慮されないまま製造地表記を継続要求しています。

いずれにしろ現状では、大地震による放射能汚染の問題とは全く別次元の問題となっており、台湾から日本への旅行者数が年間430万人にまで膨らむ現状から貿易収支の対日赤字額が益々増加する背景を考慮すると、台湾側に歩み寄り、日本食品業界各社が輸出食料品の最少包装単位での製造地表記など、速やかに手を打つことが解決策ではないかと判断されます。

インドから日本への資金還流方法について

チェンナイ ビジネスサポーター 田中 啓介

南インドのチェンナイは3月中旬ごろから急に暑くなってきました。年度末の決算や監査で忙しい4月から5月にかけてこれから急激に気温が上昇しますが、一年で最もマンゴーが美味しい季節に突入するため楽しみにしているチェンナイ在住の日本人も多いと思います。

さて、インドに進出している日系企業にとって、インド法人が得た利益をいかに日本の親会社（＝株主）に還元するか、つまり、インドから日本への資金還流方法については多くの日系企業が頭を悩ましています。もちろん、日本の親会社が何らかのサービス等を提供している場合には、その対価として管理報酬や技術上の役務提供報酬、ロイヤリティなどを契約書等に基づいて支払うケースは多く、この場合にはサービス税や源泉所得税（TDS）、また、移転価格税制における税負担や税務リスクを合わせて取引スキームを検討することとなります。今回は、サービス等の対価としての支払ではなく、株主との関係性において資本や税引後の利益剰余金の資金還流方法について、一般的な配当以外の方法として「自社株買い（Buy Back Shares）」についてご紹介させていただきます。

「自社株買い」とは、既存の株主から自己株式を買い取り、当該株式を消滅させる手続きのことで

す。つまり、既存株主全員が自社株買いに応じる場合に限り、各株主の持ち分比率（＝会社に対する株主の影響力）を維持したまま株主へ資金を還元できます。なお、特定の株主のみが自社株買いに応じない場合には、当該株主の保有株式数が減少しないため、相対的に株式持ち分比率が高くなり、逆にその他の株主の株式持ち分比率は低くなります。自社株買いは、原則、付属定款（AOA：Article of Association）における当該規定の定めがあり、かつ、株主総会の特別決議で承認されれば実施可能ですが、以下のような条件を満たす必要があります。

- 自己株式の取得日から7日以内に消却
- 自己株式の取得日から30日以内にROCに登記
- 自己株式の取得金額が自己資本の25%を超えない
- 自己株式取得後の自己資本が負債金額の50%未満にならない
- 過去3年間に下記3つのいずれかの債務不履行がない
 1. 預り金、利息の支払
 2. 社債の償還、優先株式の償還
 3. 借入金の返済

ちなみに、一般的には自己株式の買い取り価格が額面株価を上回る場合には、株式譲渡益(＝キャピタルゲイン)に対する課税がなされ、原則、株主は株式売却に伴って得た利益に対して税金を納税する必要があります。しかしながら、2013年度の税制改正において、インドにおいては非公開会社が額面株価を上回る価格にて自己株式を買い取る場合には、株主が納税をする代わりに、株式を買い取る会社側が「利益分配税(Tax on Distributed Income)」という税金を納税する必要があるという少し不可解な規定が発表されました(※インド所得税法第115QA条)。つまり、自社株買いにお

いて株式譲渡益が発生する限りにおいては、支払企業側は配当時に納税義務が発生する「配当分配税(Dividend Distribution Tax)」に似たような「利益分配税」を結局は株主の代わりに払わなければならないことになったため留意が必要です。

いずれにしても、保有株式を額面価格で売却することに対して全株主からの異論がなければ、会社が自己株式を買い戻すことで、株式持ち分比率を維持したまま、理論上は課税されることなく資金を株主に還流させることができるため、インド進出日系企業にとっては資金還流のひとつの選択肢として利用できる可能性はあろうかと思います。

ニューヨーク、グランドセントラル駅にて「ジャパンウィーク」開催

ニューヨーク ビジネスサポーター 蟬本 睦

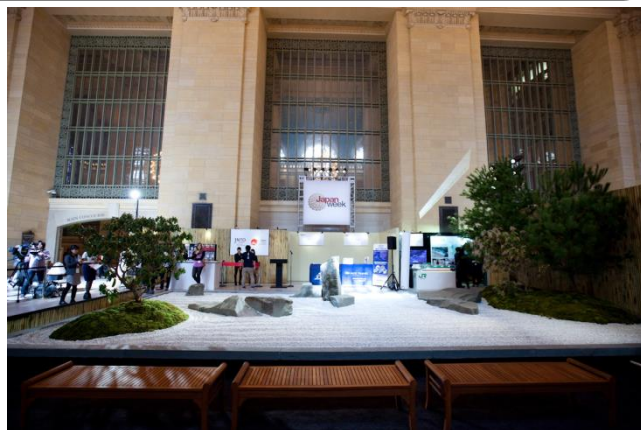
3月8日(水)～10日(金)の3日間、ニューヨーク市の交通の要衝、グランドセントラル駅にて「ジャパンウィーク」が開催されました。日本政府観光局が主催で、今年で6年目となりますが、弊社が初めて、企画、実施・運営の全てを担当させていただきました。

同駅は、ニューヨーク市の北部に広がる全米屈指の富裕エリア、ウェストチェスター郡からコネチカット州までを含めて路線をもつメトロノース鉄道の始発駅、また市営地下鉄も、7番線、シャトル線、4、5、6番線が乗り入れる市内というより全米屈指のターミナルとなっており、1日75万人が乗降するとされています。

そんな多くの人が行き来する同駅のバンダービルトホール(約600平米)において、日本への観光を促進する目的で開催された「ジャパンウィーク」は、日本政府観光局が音頭をとり、日本企業・団体も18社が参加する大きなイベントとなりました。

グランドセントラル駅は、交通のハブということもあって、テロを始めとする安全への警戒、対策が最も厳しい建物の一つと言えます。事務局を仰せつかった弊社ですが、鉄道警察や消防当局なども含めて駅側と幾度となく、まるで審査、尋問のようなミーティングを重ねて本番を迎えました。出展者が持ち込む物品には爆発物探知犬まで動員されるような始末でした。

さて、弊社の企画ですが、喧騒あふれるグランドセントラル駅に日本ならではの静寂な雰囲気を作り出したいと考え、日本の石庭を中心に据えるこ



グランドセントラル駅に出現した石庭(開催前)



訪れた多くの来場者

とにしました。京都から庭師の方々に来てもらい、本場さながらの石庭をつくったのですが、石はニュージャージー、木々はニューヨーク州、苔はペンシルベニア州まで行って見つけてきたものです。グランドセントラルに石庭?という意外性とその精緻な美しさで多くのニューヨーカーを魅了できたのではないかと思います。

また、グランドセントラル駅は、富裕層が通勤で使うメトロノース鉄道の他に、庶民の足である地下鉄の利用者の他、駅の建物自体が歴史的な建造物であり、多くの観光客も訪れます。そういった、地元ニューヨークの人のみならず、多くの人々が押し寄せましたが、とくに、福岡の出汁メーカーである久原本家さん、千葉特産物のピーナッツ菓子などを出品された、やますさんなどの食品ブースの人气が高かったほか、旅行情報を扱う旅行代理店、鉄道、エアラインのブース、また日本のインテリアグッズ、手ぬぐい、デジタルカメラなど、伝統からモダンなものまで、幅広く関心が寄せられ、今の日本が紹介できたのではないかと思います。

初めて「ジャパンウィーク」に参加し、物販を行った A 社さんは普段、卸売を中心にされているのですが、「ものすごい数の人が来られるのでとても良かった。また売れるもの、売れないもの、反応がビビットにわかって大変面白い。」。消費者との直

接の対話、反応に「面白い、興味深い」を連発されていました。やはり、バイヤーは棚の構成など、店舗とその店舗がもつ顧客層や物流など、総合的に考慮したうえで仕入れますが、消費者がその場で気に入れば買ってもらえると、反応がとてもシンプルなのが良かったのだと思います。今年は準備期間も少なく、幅広くお願いはできなかったのですが、来年はぜひ広島企業の企業・団体も参加されてはと思いました。

最後に余談ですが、関西・瀬戸内をフィーチャーするように、というお題が政府観光局から出ていたのもあるのですが、「ジャパンウィーク」のホームページでは、こっそり（さりげなく）広島の宣伝をさせていただきました。平和公園の鶴、宮島の厳島神社がトップページのスライダー画像に出てきますので、よければご覧になってください。

<http://japanweek.org/>

個人旅行増

大連 ビジネスサポーター 劉 瑛

JNTO 北京事務所が大連で開催したセミナーで、中国人の訪日旅行状況が紹介されました。2015 年の個人旅行と団体旅行の比率は 43.8% 対 56.2% であったところ、翌年 2016 年の 1~3 月期は 52.1% 対 47.9% と逆転し、10~12 月期では 61.8% 対 38.2% となりました。

中国観光客の訪日時の興味関心トップ 5 は日本食、ショッピング、自然・景勝地、繁華街、温泉となっていますが、昨年のリピーター率は 33.7% と一昨年より更に 6.2% 増えたことから、関心は四季の体感、スキー・スノーボ、歴史・文化体験、自然・農漁村体験、日常生活体験と幅広くなっています。桜はもちろん有名ですが、冬の「雪、温泉、美味しい食べ物」が目的というのも少なくありません。冬休みに家族で北海道に旅行したところ、温泉では本当に多くの中国語が聞こえてきました。また翌朝、ホテルから函館の朝市への道中では、同じホテルだった中国の若い男女 4 人が同じバス、同じ列車と函館までずっと一緒でした。彼らによると「日本語は分からないが、日本は何度も来ている。あらかじめインターネットで情報を調べ、旅行エリアを決め、ホテル、食事、経路等全部インターネットで調べて予約している。中国を出発する前に Wi-Fi や携帯 SIM カードを借りて、マップやその他のア

プリを見ながら、事前に決めたレストランへたどり着き、ネットの口コミ通りに名物を注文して体験する。」とのことでした。ただし、函館の朝市では、隣の若い男 2 人が海鮮丼を食べながら、「全然おいしくない」とがっかりして中国語で呟いていましたが、生ものを食べない地域の方にとって、生が大好きな方の口コミを参考にして失敗するような例もあります。

やはり自由に行動ができる若い世代にとっては、団体旅行はつまらなくて堪らないそうです。子どもの時から親につれられて、全世界を回ってきた若い世代は外国へ行くのも躊躇はないですし、何もかもインターネットで口コミを調べてさっさとコースを決めるのが逆に普通です。こういう若者はもちろん旅先で事前に調べてリストアップした化粧品や食品などを自分や友達用に購入しますが、例えば大連では保税区内に EC 総合試験区が設置されており、インターネットで海外から商品を注文しても、この総合試験区からすぐさま出荷となることが多く、国内で便利に海外商品の買い物ができる今、ますます「食と体験」、要するに現地に行かなければ味わえない事が旅の目的のメインとして置かれるでしょう。

ハッピーからのお知らせ

平成29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する入門編研修、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基礎知識編研修を開催します。入門・基礎知識編を受講された方、すでに貿易業務経験のある方を対象に、新たに応用編も設けましたので、奮ってご参加ください。

● 研修内容

① 入門編 ② 基礎知識編 ③ 応用編（新設）

※①入門編と②基礎知識編はセット受講です。

近日、募集開始！

「応用編」新設！

● 開催日時・場所

※両会場とも各日 9:30～16:30（昼休憩）、1日6時間

会 場	日	時	場 所
広島会場 (定員 40 名)	① 入門編	6 月 14 日 (水)	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)
	② 基礎知識編	7 月 5 日 (水)	
	③ 応用編	9 月 6 日 (水)	
福山会場 (定員 40 名)	① 入門編	6 月 15 日 (木)	福山商工会議所 9 階「会議室」 (福山市西町 2-10-1)
	② 基礎知識編	7 月 6 日 (木)	
	③ 応用編	9 月 7 日 (木)	

● 講 師

国際法務株式会社 代表取締役 中矢 一虎氏

● 詳細は、近日、ご案内をお送りするとともにウェブサイトに掲載します。

「平成 29 年度海外視察研修」のご案内（予定）

ひろしま産業振興機構とジェトロ広島では、毎年、これからのビジネスチャンスの高い国・地域に、県内企業の皆様による視察研修団を派遣しており、平成 29 年度はスリランカを予定しています。スリランカは、インドを初めとする南アジアの巨大市場に近く、またアジアと中東、アフリカの間に位置する地理的拠点として注目を集めています。皆様のご参加をお待ちしています。

■日程 平成 29 年 8 月下旬（予定）

■視察先 コロンボ周辺 日系進出企業等

※5 月頃募集開始予定です

「スリランカセミナー」を開催します

スリランカ視察研修に先立ち、ジェトロの現地コロンボ事務所長 小濱氏をお迎えし、スリランカの今とその魅力を紹介していただきます。
視察研修にご関心のある方、またスリランカ・ビジネスにご関心のある方、ぜひご参加ください。

テーマ 「スリランカのビジネス環境と知られざる魅力」

講 師 ジェトロ・コロンボ事務所 所長 小濱 和彦 氏

日 時 平成 29 年 4 月 25 日（火） 午後 2 時～3 時 30 分

場 所 広島県情報プラザ 2 階第二研修室（広島市中区千田町 3-7-47）

※詳細・お申込は別添チラシをご覧ください

GLOBAL BUSINESS SUPPORT CENTER

国際ビジネス支援センター 4つの事業

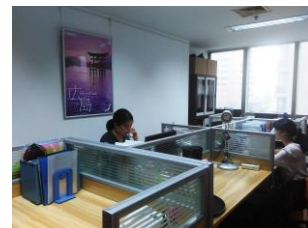
国際ビジネス支援センターでは、海外拠点として広島上海事務所と海外ビジネスサポーターを10都市に設置し、現地情報の収集や企業調査、ビジネスマッチングなど、皆様の海外展開の支援を行うと共に、国内においては、貿易実務研修、各種セミナーの開催など、各種事業を行っています。

1 海外事務所等の運営

上海事務所の運営

海外ビジネスサポーターの設置

- ・経済情報の収集、提供
- ・ビジネスマッチング
- ・県内企業等の現地経済活動のサポート
- ・観光インバウンド振興（上海事務所）
- ・現地企業等の調査
- ・各種相談への回答
- など



2 ビジネスマッチングの促進

視察派遣事業

海外販路開拓・拡大支援事業

商談・視察受入事業

広島日本香港協会を通じた事業展開

- ・企業の関心の高い国・地域への視察研修団派遣
日系及び現地企業等への訪問等を通じて、経済環境調査やビジネスマッチングを推進
- ・輸出商談会の開催や見本市への出展支援
ビジネスマッチングの機会の提供
- ・輸出体制強化等支援
国際認証取得等海外販路開拓・拡大のための勉強会開催
- ・海外からの経済交流団等の受け入れ
意見交換等を通して現地情報の収集を行うとともに、ネットワーク形成やビジネスマッチングの機会を提供
- ・広島日本香港協会を通じた、ビジネス支援
香港・中国を中心とするアジア地域とのビジネスマッチングなどを支援



3 コンサルティング・人材育成

コンサルティング

国際取引実務研修事業

- ・海外展開に関する相談
貿易・海外投資等の各種照会や相談に対し、海外事務所や海外ビジネスサポーターのネットワーク等を活用し、調査、回答、情報提供を実施
- ・企業の貿易実務者養成の支援
輸出入実務、国際取引契約等、海外取引の入門的な知識と専門知識実務、さらに貿易実務経験者のための応用編まで、幅広い内容の貿易実務研修を実施する。



4 情報調査・収集提供

セミナー開催等事業

海外情勢報告等事業

情報誌等発行事業

国内ネットワーク事業

- ・県内企業の関心の高い経済分野についてセミナーを開催
専門家や経済団体の職員等を招き、各種分野の最新情報を提供
【テーマ】各国の最新政治経済状況、法律改正、既進出企業の状況、輸出ノウハウ その他
- ・海外事務所やビジネスサポーターによる海外の最新情報の報告や相談会等を開催
- ・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
- ・国内の公的機関、外国政府機関及び各支援機関、金融機関等との連携による情報収集、事業推進
- ・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