

# ハッピーメール

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	
<p>【巻頭言】「ひろしま国際センターでの留学生支援の取組」… 1 公益財団法人 ひろしま国際センター 専務理事(兼)事務局長 小林 即典 氏</p> <p>【海外レポート】 1 ビジネスチャンス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大 連「電気自動車を巡る動き」…………… 2</li> <li>・チェンナイ「スリランカの外国企業 進出動向と事業環境」… 3</li> <li>・ジャカルタ「日本トラベルフェアの活況に見る インドネシア人の訪日需要」… 3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ハノイ「ベトナムのプラスチック産業」…………… 4</li> <li>・シンガポール「シンガポールのハラル戦略」 5</li> <li>・上海「中国のウェディング市場」…………… 6</li> <li>・ホーチミン「ベトナム最新 ファッション事情」…………… 7</li> <li>・重慶「酷暑ビジネス」…………… 8</li> <li>・ニューヨーク「NY NOW 本年の特徴」… 9</li> </ul> <p>2 政策・制度</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・バンコク「東部経済回廊 (EEC)」…………… 10</li> <li>・台 北「台湾の防空壕ノウハウ」…………… 11</li> <li>【お知らせ】…………… 12</li> </ul>

## ひろしま国際センターでの留学生支援の取組

公益財団法人ひろしま国際センター  
専務理事(兼)事務局長 小林 即典 氏

広島県は、穏やかな気候や生活費の安さなどから、多くの外国人学生から留学先に選ばれています。こうした留学生を支援するため、2011年4月に広島県留學生生活躍支援センターが設立されました。現在、ひろしま国際センター内に事務局を設け、進学から就職までのトータルサポートを行っています。

具体的には、「ひろしま留学大使」という Facebook などを通じた現役留学生からの広島留学の魅力発信、留学中の学生に対する進学説明会・交流会などのイベントの開催、ボランティアと一対一での日本語学習、さらに、より有意義な留學生生活が過ごせるよう、多数の企業・個人からの御寄附を頂き、全国的にも大規模な奨学金の給付をしており、これら企業と留學生の交流も活発に進めています。

また、日本で就職したい学生に対しては、各種のセミナー、インターンシップ、留學生合同企業説明会、就職活動個別コンサルタントと言った事業を

展開し、より多くの留學生が日本、とりわけ広島で働き、定着してもらえるよう活動しています。



なお、企業の皆様に関係の深い「合同企業説明会」を御紹介すると、開催時期は例年就活シーズン開始の3月と夏季の計2回で、出展料は不要です。毎回、県内外から百数十名の学生が来訪し、多くの企業と留學生の出会いが生まれています。関心のある皆様には、是非とも御連絡頂ければと存じます。

我々は、もっと多くの留學生が広島に来てもらい、充実した留學生生活を送ることができ、そして、日本で学んだ知識を生かして、日本、広島で就職できるように、との考えや思いをもって取り組んでおります。今後も皆さんからの御支援や御協力を頂ければ幸いです。

【連絡先】  
住所：広島市中区中町 8-18 広島クリスタルプラザ 6F  
電話：(082)541-3777 FAX：(082)243-2001

## 1 ビジネスチャンス

### 電気自動車を巡る動き

大連 ビジネスサポーター 劉 瑛

電気自動車が話題になりつつありますが、大連、中国東北地域は、上海などに比べるとまだ関心は薄く、身近で電気自動車への買い替えなどが話題に上ることはまだありません。8月16日大連自動車展示会が開催されましたが、やはり電気自動車の盛り上がりは感じられません。日産と大連にあるニューソフト社が今後電気自動車電池制御部分の協同開発をするというニュースも地元の新聞にはなく、ウェブサイトの日経新聞からの引用として紹介されています。

#### <関連業界の動きなど>

未だ大連で電気自動車への関心が高まらないのは、走行距離が短く、頻繁に充電しなければならない手間が不便で、大連人の性格に合わないといったことに加え、実際充電しようにも充電スタンドの設置があまりにも少なく、街中では極めて困難であることが挙げられます。

しかしながら、電気自動車時代の到来が叫ばれる中、関連業界では様々な対策がとられています。自動車メーカー各社はもちろん将来に向けた電気自動車関連の技術開発に遅れを取ってはならず、市内のガソリンスタンドからは将来に対する不安が聞こえる中、国営企業のガソリンスタンド「中国石油」は全国的に電気自動車への対応を始めており、いずれ大連でも充電スタンドが増えていくと考えられます。

なお、電気以外にも、今年2月に大連の旅順で、ドイツのe.m.t GmbH社と技術提携した水素エネルギー・水素電池プロジェクトの発表も行われています。こちらは具体的な内容は発表されていないことから、その将来性を見越し、まずはプロジェクトの立ち上げを行った感もあります。

#### <電気自動車の普及>

ここ中国では同じ地域の方が携帯で近くにいる自家用車(マイカー)を予約して乗合利用できる「滴滴(ヴィヴィという携帯のメッセージ音が起源)」サービスが全国的に広がり、タクシーのマーケットを奪い、また、ハイヤー・車リースの市場にも影響を与えました。これに対抗して、有力ハイヤー・車リース会社の

「神州リース社」では「神州専用車」システムを構築し配車サービスを開始しました。料金は「滴滴」の倍以上ですが、車種、運転者、運転技能、そのほか安全の保証が全くないマイカーと違い、企業と利用者のBtoCですから、特に女性や子ども達にとっては安心して利用できます。また、大切なお客様をお迎えする場合も、運転手の礼儀正しい対応が可能な「専用車」を予約して送迎するほうが万全で、また、運転手を雇用して自社の車で送迎するより効率も良いです。

大連においては、「神州専用車」と同様のサービスである「曹操専用車」が突然の参入を果たし、積極的なPRを行い事業展開しています。料金は先に進出した「神州専用車」よりは安く、タクシーよりはやや高いですが、電気自動車も手掛ける「吉利自動車」が運営しており、使用される車は全部電気自動車の新車です。自動車メーカーの運営ということで車体の安心感もあり、運転手もタクシー運転手よりよほど礼儀正しいですが、「神州専用車」と比べ資金力はやや劣り、参入も遅れをとったこと等が影響し、今のところ、大連・瀋陽など2級都市での展開がメインとなっています。

なお、運営元の「吉利自動車」にとっては、電気自動車の開発に合わせて普及に力を入れていかなければなりません。現段階では、充電インフラが不十分なことから、まだ一般ユーザーへの浸透が低い状況です。そのような状況の中、電気自動車による「専用車」のサービスは、電気自動車のPR、普及につながる戦略ともなっています。

#### <消費者目線では>

この「曹操専用車」の参入で、いつも頭が痛い「瀋陽駅でのタクシー拾い」も携帯と指1本で簡単に解決するようになりました。

「曹操専用車」は、今後北京・上海などにもサービスを拡大すると発表していますが、われわれ消費者としては、多くの企業が参入し、選択肢が増え更に便利になると、「専用車」があれば、自家用車は不要で手放してもよいのではといった声も聞かれました。

南インドのチェンナイは少しずつ暑さも和らいで、当地進出日系企業の駐在員は9月末の4連休、そして、10月中旬のディワリ休暇を利用して、旅行や一時帰国する日本人が増える時期を迎えています。その中でも、旅行先候補としてよく名前が挙がるのが隣国スリランカ。今回はビジネスの観点から見たスリランカの事業環境について、ご紹介したいと思います。

### ＜物流ハブとしての役割＞

スリランカは2009年の内戦終結後、観光産業の発展とともに、内需および海外労働者の増加に伴って消費が大きく拡大し、人口は約2,000万人とそれほど大きくはないものの、一人当たりGDPはベトナムやフィリピンよりも高く、インドの2倍以上と、その他の東南アジア諸国と比較すると一般的に持たれるイメージ以上に高い所得水準にある国と言えます。

また、インドをはじめ、ASEAN諸国や中東、アフリカなどの新興国、さらには欧州にも近い地理的優位性は、中心都市コロンボの優れた港湾インフラと共に「物流ハブ」として、これから大きな成長を遂げようとしています。これは外国企業にとって輸出拠点や物流拠点として大きな意味を持っています。

例えば、インドの港は浅い場所が多く大型船が乗りつけることができない港が多いため、隣国スリランカで一度フィーダー船に荷を積みかえてから、インドへ運ぶ、といった物流網が構築されています。

また、同国の「200 Garment Factories」構想のもと、スウェーデンのH&M社やアメリカのGAP社などは、東南アジアで製造した衣料をコロンボ港に

集約し、当地でタグ付けや検針、出荷までの準備を行い、コロンボで消費地ごとに仕分けしてから出荷する、という商流ハブ拠点としての地位を確立しており、スリランカの港湾事情はさまざまな国へのロジスティックに貢献しています。

### ＜新たな経済構造へ＞

一方で、スリランカ政府としては、既存の紅茶葉産業や発展が続くホテル産業、観光産業、また、上述のようなアパレル産業以外の新たな産業育成を重要な課題と認識しており、昨今、外資誘致のための動きが出てきています。具体的には2016年1月に外国直接投資の窓口を一元化する目的で「One Stop Shop (OSS)」がBOI (Board of Investment) 内に設置されました。BOIは外資誘致や輸出加工区の運営、そして、雇用促進を目的に運営されており、現在では約1,400人ものスタッフを有しています。

インドを含む南アジアとのFTA (自由貿易協定) も施行されており、これまで中国一辺倒だった経済政策が、これからの経済大国であるインドやその他アジア諸国に向けても少しずつ開放されていくのではないかと考えています。



## 日本トラベルフェアの活況に見るインドネシア人の訪日需要

ジャカルタ ビジネスサポーター 割石 俊介

今年も日本トラベルフェアの季節がやって来ました。日本をめぐる国際関係には不安定な要素もありますが、日本旅行の需要は相変わらず旺盛です。2016年の訪日旅行者は27万人ですが、2017年は35万人と予測されています。

### ＜8・9月は日本向けトラベルフェアのシーズン＞

そのような中、8月25～27日に開催された日本政府観光局 (JNTO) 「ジャパン・トラベルフェア (JTF)」では日本行き航空券の販売数は昨年比2倍に。今回は広島、関東地区 (群馬、埼玉、栃木)、沖

縄、和歌山の4エリアを重点地域に設定したとのことです。9月に入ってから7～10日にHIS主催の「クール・ジャパン・トラベル・フェア2017」が開催され、また、同期間中にすぐ隣のショッピングモールでは、クラブメッド・日本航空 (JAL) ・香港上海銀行 (HSBC) によるトラベルフェアが開催されました。

### ＜リピーターの増加と地方旅行の人気＞

「クール・ジャパン・トラベル・フェア2017」の最終日に、会場であるタマン・アンクレック・モール

に行ってみました。開店時間直後にもかかわらず、早くも多くのお客さんで賑わっていました。日光江戸村、愛知県、愛媛県、北海道などのブースに加え、JR西日本、京成スカイライナー、東京メトロなどの鉄道系も出展していたのが印象的でした。インドネシア人の旅行客の中にはリピーターも多く、東京・大阪・京都を一通り回ったあと、二回目以降は地方旅行を楽しむ、という人も増えています。充実した鉄道網が無いインドネシアの人たちにとっては、鉄道を使った旅行がエンターテインメントの一つなのです。

### <休みをきっちりとお国柄>

日本旅行の需要を支える環境として、日本人と比べると「休みをしっかりと取る」という当地の事情があります。日本人が日本で休みをとる時は同僚に対する「申し訳なさ」もあり最長で5営業日の休みしかとらないケースもまだまだ多いと思いますが、イン

ドネシアは比較的そのあたりはおおらかです。もちろん会社や業界によってさまざまですが、多くの休みを持ち越してしまい使用しないまま権利が消滅することがまだまだ多い日本と違い、インドネシア人は権利を行使し休みを取得する人が多いです。

### <リゾート型需要も増加中>

隣のモールで開催されていたクラブメッド・日本航空（JAL）・香港上海銀行（HSBC）によるトラベルフェアにも行ってみました。こちらはクラブメッドだけあって、いろんな日本を見てみたいというより、日本でウィンターリゾートを楽しみたい富裕層向にターゲットを絞ったこぢんまりとしたコーナーになっていました。パウダースノーでスキーを楽しむために毎年のように日本へ行くという富裕層もじわじわと増えており、今後その裾野は広がってくることと思われます。



日本の雰囲気を取り入れた会場



東京メトロも出展



会場直後から目当てのツアー申込みで満席

## ベトナムのプラスチック産業

## ハノイ ビジネスサポーター 中川 良一

ベトナムのプラスチック協会によれば、同国のプラスチック製品は①包装用プラスチック製品②家庭用プラスチック製品③建設用プラスチック製品④工業用プラスチック製品等の4つのカテゴリーに分けることができます。それぞれの製品群の生産額及びその割合は表1の通りで、包装用プラスチック製品のシェアが最も大きく、39%を占めています。

【表1】 単位：億米ドル・%

カテゴリー	具体的な製品	生産額	割合
①包装用製品	プラスチックバッグ、PET 容器等	35	39
②家庭用製品	プラスチック製玩具、食器類、製履物等	29	32
③建設用製品	水道パイプ類等	13	14
④工業用製品	自動車用部品、医療用等	8	9
⑤その他		5	6
合計		90	100

※2015年データ

### <原料・成型機器の多くは国外から>

ベトナム全国のプラスチック製造の会社数は約

2,000社あり、そのなかの約460社は包装プラスチック製品を生産するものです。また、2,000社の84%はホーチミン市及び同市の近隣各省に集中しています。

プラスチックとなる樹脂原料は年間約500万トンを要しますが、ベトナム国内で調達できるのは20%程度で、残りは輸入に依存しています。ベトナム国内で生産できる樹脂の種類及び生産能力は表2の通りです。

2015年及び2016年のベトナムの樹脂原料の輸入量はそれぞれ380万トン及び440万トンです。主な輸入樹脂原料はポリエチレン（PE）、ポリプロピレン（PP）、ポリエチレンテレフタレート（PET）、ポリ塩化ビニル（PVC）等です。輸入先はサウジアラビア、韓国、台湾、タイ、中国となっています。

プラスチック成型設備についてですが、自動車や電子機器等のプラスチック部品の製造に使われるのは射出成型機で、ベトナム全国でおよそ6,000台

を保有していると言われていいます。これらの機械は日本製（三菱重工、新潟鐵工所、東芝、住友重工、日精樹脂工業等）、中国製、韓国製、カナダ製、ドイツ製です。他方 PET 容器等の製造に使われるインジェクションブロー成形機は日本製（日精樹脂工業、ブラコー等）、台湾製、タイ製、中国製、カナダ製、イタリア製、フランス製のもので、パイプ類の製造に使われる押出成型機は日本製（三菱重工、住友重工、日精樹脂工業等）、韓国製、台湾製、中国製、ドイツ製、イタリア製、米国製のもので。

【表2】 単位：万トン

樹脂の種類	メーカー名	生産能力
ポリプロピレン (PP)	ビンソン精油所	15.0
ポリエチレンテレフタレート (PET)	Formosa 社	14.5
ポリ塩化ビニル (PVC)	フーミー樹脂化学品社、TPC Vina 社	34.0
ポリスチレン (PS)	Polystyrene Vietnam 社	4.8

＜内需向けプラスチック製品や関連産業等に注目＞

ハノイ周辺には、2002 年以降、プリンター等の OA 機器メーカーが数多く進出したのを期に、OA 機器用部品を製造する多くの日系プラスチック部品メーカーが進出しました。しかしながら、ベトナム内需向け製品を製造するメーカー進出は少なく、また既存のベトナムメーカーが製造するベトナム家庭用プラスチック製品（入れ物、キッチン用品等）および工業用プラスチック製品（スイッチ、コンセント等）の精度はまだ高くなく、デザインも遅れているため、同分野での日系企業のビジネスチャンスも期待できます。またプラスチック成型の金型や成型機のメンテナンスが必要とされており、それに伴い金型資材、部品等の製作販売及びメンテナンスに使用される薬品類等も必要とされ、今後も注目される分野となっています。

＜ベトナムの大手プラスチックメーカーとその製品＞

- ティエンフォンプラスチック株式会社  
([nhuatienphong.vn/p-tienphong\\_eng](http://nhuatienphong.vn/p-tienphong_eng))  
給排水用プラスチックパイプ等の製造販売  
国内プラスチックパイプシェア 29%
- ビンミンプラスチック株式会社  
([binhminhplastic.com.vn](http://binhminhplastic.com.vn))  
給排水用プラスチックパイプ等の製造販売  
国内プラスチックパイプシェア 25%



- ドンナイプラスチック株式会社  
([nhuadongnai.vn](http://nhuadongnai.vn))  
スーパー用プラスチックバッグ、プラスチックパイプ等の製造販売。
- アンファット環境プラスチック株式会社  
([anphatplastic.com](http://anphatplastic.com))  
スーパー用プラスチックバッグ、ゴミ袋等の製造販売。



(日本向け輸出品：ゴミ袋)

- ゴックギアプラスチック株式会社  
([nnc.com.vn/trang-chu/vi-vn/0000000001.aspx](http://nnc.com.vn/trang-chu/vi-vn/0000000001.aspx))  
PET 容器等の製造販売。



(PET 容器製品)

シンガポールのハラール戦略

すっかり日本でもおなじみになった「ハラール」。イスラム市場に食品を売り込むには欠かせないといわれています。先日、シンガポール日本商工会議所主催のセミナーで、ハラール市場に詳しいハラール・メディア・ジャパン社の講演に出席したのでご紹介します。

＜ハラールフレンドリーNO.1の非イスラム国＞

マレー系が人口の 13%というシンガポール。ハラ

シンガポール ビジネスサポーター 碓 知子

ル食品のことは大抵の人が常識として知っているわけですが、町中ハラール食品ばかり、というわけではありませんでした。しかし、世界的なハラール市場の拡大、イスラム諸国からの観光客誘致などを背景に、ハラール認証を取得した店舗の数は 2010 年の 533 軒から 2016 年には 4,016 軒に拡大。

現在では日本食店でもハラール認証を取得するとこ

ろが出てきています。回転すしチェーン大手のさかえ寿司が、ハラール認証寿司チェーン、ハイ寿司を開設。フランチャイズ契約で中国やマレーシアにも展開している他、本格的な懐石料理店、「三太郎」もハラール認証を取得しました。こうした取り組みもあり、シンガポールは非イスラム国では最もハラールフレンドリーな国にランキングされています。

### <ハラールビジネスの可能性>

ハラール食材企業のビジネスも伸びています。国内市場が小さいシンガポールは、輸出市場の開拓がカギ。ハラールの食肉、ソーセージなどの肉加工品製造の Ellaziq 社ではブルネイ、ミャンマー、インド、オーストラリアに輸出している他、今後は日本、マレーシア、中東にも販路を拡大したいとしています。

(Business Times Singapore, 18 Jan 2016,による)

シンガポールからのイスラム諸国への輸出に強い味方となるのが、ハラール認証の相互認証です。シンガポールは湾岸諸国と自由貿易協定を締結していますが、その中にシンガポール・イスラム教評議会(MUIS)が発行するハラール認証とGCC(湾岸協力理事会)諸国のハラール認証を相互に認め合うという項目が入っているのです。アセアン諸国のブルネイ、マレーシア、インドネシアとも相互認証されています。

日本は人口も減少し、国内市場が縮小する中、輸出に活路を求める企業はますます増えていくでしょう。

また、訪日するムスリム観光客が増えれば、日本国内でのハラール食品の市場も拡大が見込まれます。そうした中、ハラール認証取得をするのも1つの手段ですが、例えば認証取得済みのシンガポール企業への委託生産、輸入なども検討の余地があるでしょう。

### <認証は印籠ならず>

最後に、シンガポールとは直接関係ありませんが、セミナーでお聞きした話をシェアします。認証の話を書いてきましたが、実は、ハラール認証はイスラム教徒にとっては、「ハラールかどうか」と判断する上での一助に過ぎません。つまり、ハラール認証をとっていても、イスラム教徒の人が「これは大丈夫」と判断すれば食べるし、ハラール認証をとっていても「これは信用できない」と思えば食べません。ムスリムの人たちはハラールかどうかは自ら判断しているわけで、ハラール認証マークは印籠にはならないのです。セミナーでは、認証のコストを考えて判断したほうがよいとのアドバイスがありました。

日本では、まだまだハラールのハードルは高いかもしれませんが、2014年に「食」を中心として始まった「ハラール・エキスポ展示会」も今年は11月21-23日に浅草で「食、インバウンド、ファッション、ムスリム人材等」多分野のテーマにまたがり開催されるようです。ハラール取組のスタートとして良い情報収集の場かもしれません。https://halalexpo.jp/

## 中国のウェディング市場

広島上海事務所長 西尾 麻里

この度、中国飯店協会より「2016年ウェディング市場年度報告」が発表されました。同年の市場規模が246億ドルと推定されている中国のウェディング市場を紹介します。

### <結婚登記数の減少>

報告によると、全国における結婚登記数は2013年をピークに年々減少しており、2016年の登記数は1132.9万組で、前年同期比7.5%の減少となりました。減少率が最も多かったのは河南省で、11.1%減となっており、河北省、湖北省、江蘇省と続きます。

現在の結婚主要年代は、「85後(85年~89年生まれ)や「90後(90年~99年生まれ)」ですが、一人っ子政策の時代に生まれた彼らの結婚登記数は、相対的に減少しています。

### <披露宴における消費額は上海が断トツ!!>

結婚登記数が減っているにも関わらず、ウェディ

ング市場規模は年々拡大の一途です。2016年の市場規模は2011年のそれに比べると倍増しています。中でも、披露宴市場規模がウェディング市場全体の約35%を占めるほどの成長です。

中国では、(テーブル料金×台数)+ $\alpha$ で披露宴にかかる費用を計算します。テーブル料金には料理が含まれており、その食材や料理数などで料金が変わります。報告では、北京市や上海市などの一級都市における1テーブルあたりの単価は、2,000元~5,000元(約33,000円~約82,500円)という価格帯が全体の約半分を占め、5,000元以上の割合も含めると、全体の約7割が2,000元以上を消費しています。一方で、長春市や合肥市、ハルビン市といった二級都市では、同2,000元以下が約半分を占め、桂林市や吉林市などの三級都市に至っては、同1,000元(約16,500円)以下が約半分を占めており、大都市との差が歴然としています。

また、都市別のテーブル平均単価は、上海市が

5,201.91 元（約 85,800 円）と断トツの 1 位で、2 位の北京市（2,780.99 元）や 3 位の浙江省（2,767.71 元）を大きく引き離しています。同ランキングの上位には、一級都市や新一級都市（大連、天津、南京、蘇州など）が多く含まれていることから、地域の発展状況や消費水準と大きな関係があると分析されています。

このほか、地域別の披露宴一回当たりの平均テーブル数が調査されているのですが、全国平均が 24 卓とされる中、トップは河北省、江蘇省、重慶市の 30 卓、上海市や北京市では、全国平均以下の 20 卓となっています。河北省のテーブル単価が 1,170.63 元（約 19,300 円）であることから、披露宴全体では 35,118.9 元（約 57 万 9,500 円）を消費していることとなります。上海では、20 卓で 104,038.2 元（約 171 万 6,600 円）もかかり、同市在住の新郎新婦の苦勞が計り知れます。

### <新郎新婦の目線は海外へ>

最近、海外ウェディングやウェディングフォトを海外で撮影するカップルも増えています。中国ではウェディングフォトに注力する人が多く、披露宴では 2 冊以上のフォトアルバムが展示され、等身大に拡大された新郎新婦の写真が入り口でゲストを迎えます。結婚費用の四分の一を注ぎ込むカップルもいるようです。

筆者が出展サポートで参加した「上海世界旅行博覧会」でも、日本を含めた様々な国のブースがウェディングフォトの撮影旅行を紹介していました。地理的優位性もあって、日本への撮影旅行は人気があるようです。

また、中国には「婚博会」というウェディング関連

の博覧会があり、上海を含む全国 5 箇所で年 4 回も同時開催されています。ここでは、ウェディングフォト撮影や、披露宴会場となるホテル、レストランの他、ジュエリー、披露宴で配るお菓子、送迎用のレンタカーなど、ウェディングに関するありとあらゆる商品が博覧会特価で提供され、結婚を控えたカップルやその両親、親戚など多くの来場者で賑わいます。実は筆者も興味本位で足を運んだことがあります。大勢の来場者でごった返す中を進んでいると、各ブースから争うように声がかかり、手を引いて連れて行こうとするブーススタッフが現れます。物見遊山程度で訪れてはいけない場所であることを痛感しました。

辛うじて見学できた会場で印象に残ったのは、ウェディングフォト撮影を扱うブースの数々でした。特に韓国系の企業がとても多く、衣装やメイクなど韓国の技術をそのまま取り入れている部分と中国文化を応用させた部分がうまく融合された印象を受けました。日系企業のブースは少なく、ジュエリーのエリア、エステ等美容関連のエリアで数社見られただけだったのが寂しく感じました。最近結婚を控え、「婚博会」に数回通う知人によると、併設されている「家博会」（家具の展示会）には、家具・インテリアのニトリや日系家電メーカーが多数出展しているようです。

今後は、飽和状態になった一級都市から二、三級都市への市場拡大が加速し、披露宴単価も更なる上昇が見込まれます。個性的な披露宴への要求も広がり、市場は益々の盛り上がりを見せるでしょう。会場装飾や衣装、ウェディングプランニングなど、日本のセンスが入り込む隙間はまだまだあると感じました。

## ベトナム最新ファッション事情

皆様はベトナムでは人々が普段どのような服を着ているか、ご存知でしょうか？

ベトナムにまだお越しにならなかったことのない日本人の方の中には、「ベトナム人は伝統的なアオザイを日常的に着ているのでは？」といったイメージを持たれている方も、いらっしゃるかもしれません。確かに、未だにアオザイは大半のベトナム人が所有し着ることはありますが、それは冠婚葬祭や学校の制服、もしくはドレスコードが規定されている銀行や高級ホテル等に限った話であり、日常的にアオザイを着る人は非常に少ないと言えます。一昔前までは道行く女性の大半がアオザイを着ていたベトナムですが、

## ホーチミン ビジネスサポーター 石川 幸

現在は日常的でなく、特別な時にのみ着用されるようになった理由の一つとして、海外のファッション文化が急速にベトナムに流入してきたことが挙げられます。

### <ホーチミン市の人気のファッション街>

発展著しい新興国らしく、現在ホーチミン市には外資・地場系を問わず多くのアパレルショップが存在しており、ファッション好きの若者を中心に大きな賑わいをみせております。

下記は、ホーチミン市の代表的なファッション街になります。

### ①グエンチャイ通り

ホーチミン市の竹下通り(原宿)と呼ばれており、地場系の個人店を中心に100軒以上のアパレルショップが軒を連ねています。

### ②サイゴンスクエア

大型の低層建物内に2㎡前後の店舗が所せましと出店しています。商品の価格も安いので、旅行者やベトナム人学生などで常に混雑しています。大半の衣服がブランドの類似品であるため、購入には注意が必要です。

### ③イオンモール

ホーチミン市近郊に3店舗を構えるお馴染みの日系ショッピングモールです。店内には日本でも販売されているトップバリュ(イオンのプライベートブランド)商品も販売されており、中間層以上のベトナム人から支持を得ています。その他、若者でも手が届きやすい中価格帯のアパレルショップも多数出店しています。

### ④サイゴンセンター

ホーチミン市中心地に位置しており、ベトナム人、旅行客を問わず多くの買い物客が訪れています。価格帯も市内では上位に位置し、イタリアのアルマーニ エクスチェンジ(Armani Exchange)やフランスのケンゾー(Kenzo)などといった高級ブランドも軒を連ねます。

### ⑤ピンコムセンター

ホーチミン市内で最も有名な商業施設です。スペインのマンゴー(Mango)やザラ(Zara)、ストラ

ディバリウス(Stradivarius)、アメリカのギャップ(Gap)やオールドネイビー(Old navy)、イギリスのマークスアンドスパンサー(Marks & Spencer)など、世界各国のブランドが出店しており、名実ともにホーチミンのファッション文化の中心地と言えます。

2017年9月9日には売上高世界第2位のスウェーデンのH&Mが同施設内にベトナム初出店を果たしており、開店初日には1万人余りもの客が殺到したことでベトナムで大きな話題となりました。

### <アパレル市場としての今後>

ベトナムは縫製業を得意としており、H&Mやユニクロ、ギャップ、ザラ等の製造を手掛けていたが、価格水準的にも、そして文化的にもマッチングがされていなかったのか、今まで販売にまでは至りませんでした。しかし、経済発展に伴いベトナム人の生活水準が向上し、かつ海外の文化の流入もここ数年の外資企業の進出により促されたためか、徐々にではありますが世界的なアパレルブランドが市場としてのベトナムへの進出を検討しています。

広島に1号店を出店したユニクロもベトナムでの販売事業展開を進めているようで、親日ベトナム人から大きな期待を集めています。

今後も、ベトナムは高い成長率を維持したまま経済発展を続けていく事が予想されますが、これらを通じて人々の生活水準が向上し、今よりも衣服などにもお金を割ける時代が来ることが予想されます。そのような意味では、ベトナムのアパレル業界の未来は大いに期待できるものなのかもしれません。

## 酷暑ビジネス

## 重慶 ビジネスサポーター 吉川 孝子

盆地である重慶市の夏は「4大かまど」と称される灼熱の夏であり、今年も40度に達した区・県が続出してあります。

重慶市では毎年、夏(5月~10月)になりますと高原や農村への避暑地ツアーが売れ出され、経済効果をもたらしております。

市観光局の発表によりますと、市内には避暑、納涼のリゾート地が285ヶ所あり、今夏は、外地(重慶市以外)から例年の数倍の観光客が涼を求めて訪れ、道は渋滞し、避暑地内のプールは身動き出来ない混雑であったとの事でした。

### <暑くて外出したくないときは>

酷暑は避暑地などの観光地域にのみに影響をもたらしたわけではありません。暑くて外食に出かけた

くない、スーパーに行きたくない庶民により、この暑さの中、飲食のネット出前サービスの利用が急増しています。出前サービスアプリを考案、運営している「餓了嗎」ではアプリを経由した出前の売上は、2017年4月~6月の売り上げ459.5億元、昨年同期比で81.8%増とのこと。

店舗においては、従来はメニューチラシを通行人に配布して注文してもらう人海戦術でコストも相当必要でしたが、今では、注文はアプリから入るため、営業コストが下がっているほか、今夏の一日の注文数は数ヶ月前の2~3日分にも相当するとのこと、歩合制の配達員の収入も倍増しています。

この出前サービスアプリ「餓了嗎」の2017年6月の利用者数は3,402.2万人。うちビジネスマンの

利用は83%（出前代金ベース）、学生は10.1%とのこと。また、「餓了嗎」と同様の出前アプリの同月の利用者数は「百度外売」1,748.9万人、「美团外売」では2,989.7万人と相当な数の出前アプリ利用となっています。



「餓了嗎」の  
配達バイク

また、この酷暑の中、大手家電量販店のエアコンも一日に20~30台の売り上げとなり、前年同期比40%増。ここが稼ぎ時と各家電量販店は客の呼び込

みに冷たい飲み物はもちろん、避暑観光地のチケットまでサービスしていました。

ちなみに、これら出前サービスやエアコンの代金も、また街角で喉が渇いたときに買う冷たい飲み物等も、支払には90%以上は電子マネーが使われます。私も最近は電子マネーを使用していますが、最大のメリットはお財布に入れたくない、汚い紙幣に触れなくても良かったことです。

### <暑いビジネス>

さて、この酷暑ですが、重慶大学経済・工商管理学院の教授曰く「『気象現象』が人々の生活に影響を与え、『暑いビジネス』が消費を促進して経済成長を牽引している」との事で、経済には良い影響を及ぼしているようです。

## NY NOW 本年の特徴

## ニューヨーク ビジネスサポーター 蝉本 陸

2017年8月20日(日)~23日(水)、ジャピッツセンター展示場にて、ギフト・ホームの展示会、NY NOW が開催されました。概要については、今年の10月号でも詳しくレポートしていますので、主に今年の動向について報告させていただきます。

### <開催概況>

主催者発表によれば、2,400社が出展しました。来場者数は未公表ですが、これまでの発表数字からの推計では25,000人程度かと考えます。

日本貿易振興機構（ジェトロ）が27社からなるジャパンパビリオンを設けていたほか、メイドインジャパンプロジェクト、アクセントオンジャパン、リアルジャパンと様々な日本からのグループ出展もありました。他には、クリンスイブランドの三菱化学、石川県から弁当箱の株式会社竹中、奈良県から山崎実業株式会社などが出展していました。山崎実業は、主催者からアクセント・オン・デザインというもっとも華やかなカテゴリーにおいて、「Best Overall Collection（総合的に最も良いコレクション）」という賞を受賞するなど、日本企業は総じて、高い評価を得ていたと思います。

### <トレンド>

NY NOWは2月、8月と年に2回開催されますが、前回の2月は出展者の減少が目につきましたが、今回は出展者、来場者数ともに戻ったのではないかと感じました。今振り返れば、2月はトランプ政権が立ち上がってすぐの、非常に先行き不透明感が漂う中での展示会ということもあり、「様子見」となっ

てしまったのではないかと、というトランプ大統領就任による負の影響というのが勝手な筆者の見立てです。その後、株価も順調に高値を追求する展開で推移しており、それほどひどくはならないという楽観的なムードが広がってきたのではないかと考えています。弊社のお客様である多くの小売店さまも夏頃から悪くないという感触を得ているようです。

### <会期中に日食も>

会期中の8月21日、アメリカの西海岸から東海岸にかけて皆既日食が観測されました。展示会場を訪れるお客様や出展者の間でもこの話題でもちきりでした。ニューヨークは部分日食で、皆既日食ではありませんでしたが多くの来場者が外に出てしまい、展示会場が一時ひっそりとしてしまうほどでした。私も10年近く、NY NOWには参加していますが、一時とはいえ、これほど来場者が消えてしまったのは、数年前の大雪の時以来でした。



日食を見る展示会参加者

## <ホリデー商戦に向けて>

ニューヨークはテニスの US オープン、ファッションのニューヨークコレクションが9月の頭に終え、現在、国連総会の真っ只中です。国連総会が終われば、一気に気温も下がり、秋を通り越して初冬の気候となります。店舗はすでにハロウィンのデコレーション、一気に年末のホリデー商戦を迎えます。

米国は11月第3週のサンクスギビングそしてクリスマスといわゆるホリデーシーズンに消費のピークを迎えます。今年中の小売店への売り込みはこのNY NOWの8月がほぼラストチャンスとなります。これは、NY NOWに買い付けにくる小売店もそうで、バイヤーの買い付けも真剣そのものでした。

## 2 政策・制度

### 東部経済回廊 (EEC)

タイ政府が目下、力を入れている政策/構想が「東部経済回廊 “Eastern Economic Corridor (以下、EEC)”」です。

EECとは、バンコク東部のチョンブリー、ラヨン、チャチェンサオの3県にまたがり、電気自動車 (EV) やプラグインハイブリッド車 (PHV) といった次世代自動車をはじめ、医療、航空、ロボットなどのハイテク産業の特定業種の投資促進と陸海空インフラなどを一体的に開発する構想です。

元々、30年ほど前からタイ湾東部地域は開発が進んでおり、現在、石油化学産業や自動車産業が集積しています。自動車産業が集積したチョンブリー県のレムチャバン港を中心とした地域は「東洋のデトロイト」と呼ばれています。

タイ政府は今後5年間で、同地域に1兆6,558億バーツ (約470億米ドル、約5兆3,000億円、1バーツ=約3.2円) の投資を官民で行い (下記参照)、地域のさらなる発展を図っていきます。

【EEC 陸海空インフラ整備プロジェクトへの投資】

ウタパオ国際空港	2,000億バーツ (6,400億円)
レムチャバン港	880億バーツ (2,816億円)
マフタブット港	101億5千バーツ (325億円)
高速鉄道	1,580億バーツ (5,056億円)
複線鉄道	643億バーツ (2,058億円)
高速道路	353億バーツ (1,130億円)
新都市・病院	4,000億バーツ (1兆2,800億円)
工業	5,000億バーツ (1兆6,000億円)
観光	2,000億バーツ (6,400億円)

### バンコク ビジネスサポーター 辻本 浩一郎

タイ政府みずからも、チャチェンサオ県で、首都圏機能の一部の移管に関する計画を「社会経済発展事務所」に指示し、計画を練ることになり、その本気度がうかがえます。

EECが付与する恩典としては、中でも、EVの組み立てや重要部品の製造に対しては最長10年間の法人税を免除。PHVは同最長6年間を免除するほか、輸入機械の関税が3年間免除の対象となります。さらに、重要部品に対しては、法人税の8年間の免除に加え、さらに5年間、法人税を50%減税とする恩典が受けられます。

### <BOIも恩典付与>

また、BOI (タイ国投資委員会) も、同地域をさらに発展させることを目的としてEECとは別に、

- 高度技術を使用する特定産業
- インフラ整備やロジスティクス整備事業
- 観光地開発事業
- 研究開発事業と技術分野をサポートするサービス業

への投資を重点的に誘致する方針で、これら対象企業に付与される4種類の恩典は以下の通りとなっております。

- ① 既にBOIから法人所得税を免除されたグループA (法人税を3~8年間免除) の企業について、EEC地区に立地している場合は、さらに5年間の法人税50%減税の権利を付与。ただし、2017年中に投資申請書を提出する必要あり
- ② EECの特別促進地区で実施する戦略的プロジェクトの場合、特定産業競争力強化法により、最長15年の法人税免除と、補助金を付与
- ③ 重要性の高い投資プロジェクト実現のため、各組織の支援を統合するとともに、障壁となる規制を緩和。地域内の利便性向上のためのワンストップサービスも提供

- ④ 財務省の恩典として、EEC 内に本社と施設を有する対象業種の企業の経営者、投資家、専門家に対して、個人所得税を 17%に軽減する可能性あり

まだまだ総論が先行している感は否めませんが、該当すると思われる産業や事業については、タイ政府は各論ベースで、すでに申請を受付けたり、アドバイスや情報の提供、相談に応じたりするなど、具体的に動き始めています。先日には、EEC に興味を持つ日系企業約 450 社からなる代表団が、タイ政府主催の EEC に関するセミナーやシンポジウムへの参加や、大視察団として EEC 各所の視察を行いました。日立は、EEC におけるビックデータの分析／解析し、そのデータをタイ政府や民間企業へ提供するデータサービスや、その他メディカルセクターへの投資に興味を示しています。三菱自動車は、EEC における電気自動車（EV）へのさらなる投資を計画しており、また、味の素は、食品だけでなくバイオケミカル分野への投資計画を策定しています。

### <タイランド 4.0 と EEC>

EEC の優位点 については下記のように定義されています。

- ① 世界的に広く認知された投資先
- ② 産業クラスターが既に確立
- ③ 適切な公共設備が利用可能であり、初期投資コストが節約可能

- ④ 農・工・サービス・観光業の卓越したコンピネーション
- ⑤ 現地の人々は、投資家や専門職従業員として工業に熟知
- ⑥ 市の基準取得に向け、産業界はコミュニティと共同で環境問題への取組を実施
- ⑦ 海外との連結（タイ-中国、タイ-日本）  
中国の「一帯一路」政策と密接に結びつけられる開発プロジェクト-「東部経済回廊」

この度、持続可能な開発を目的とした長期的な国家指針「20 年国策」の策定のための関連法が官報で公布されましたが、その中で、「タイランド 4.0」なるものが、その国家戦略のビジョンを示したものであるとして位置づけられています。

タイランド 4.0 とは、ドイツのインダストリー 4.0 の影響を受けており、先進技術を外国企業の誘致を通じて導入し、産業構造の高度化と先進国入りを実現するというものです。その投資対象地域として EEC が指定されているのです。

ブラユット首相も、「タイランド 4.0」の実現には、経済・環境・天然資源のバランスによる持続的な経済発展、地域格差の是正、インフラ整備、タイ近隣国との連結、人材育成と、さまざまな課題があることを踏まえた上で、産業高度化を推進するタイ政府の中核事業「EEC」が経済発展の中心地になることを強調しています。

EEC にご興味がある方は、国際ビジネス支援センターまでお問合せください。

## 台湾の防空壕ノウハウ

## 台北 ビジネスサポーター 皆川 榮治

9 月 15 日(金)午前 6 時 57 分北朝鮮が弾道ミサイルを発射したと発表しました。

日本政府はこれを受けて「容認できない」旨発表すると共に、北海道、青森、岩手、秋田各県の住民に対し警報を鳴らし、「建物の中、又は地下」に避難するよう注意喚起しました。

しかし、実際住民はどこに隠れて良いのかも分からず、ただじっとしていたと言うのが大方の行動だったようです。事実日本には地下壕とか防空壕と言うものはなく、せいぜい商店やデパートの地下または地下鉄程度しか地下壕らしいものはありません。

これは平和主義の日本ですから戦後そのような防空危機を経験したことがないので、「どこに隠れて良いのかわからない」と言うのが多くの住民の姿だったと言えます。

### <防空ビジネス>

これを受けて日本では核危機に備えてシェルターを用意する必要がある、との発言がありこれを販売する業者も出てきました。1 台 3~4,000 万円もするものもあり、家が 1 軒建ちそうですが、日本では販売されているようです。

台湾では北朝鮮からの攻撃に曝されていませんので、危機感はありませんが、元来 1949 年の対中国危機以来、兩岸危機が叫ばれるようになり国防には力を入れて来ていました。最近の中国は兩岸貿易を盛んに行うようになり、兩岸危機は大きく取り上げられなくなっていますが、実際はそうではなく、今も中国は「台湾をいずれ実力で支配する」と公言していますから、台湾侵攻も「非現実」とばかり言えない状況にあります。

台湾に居住していると分かるのですが、年に一度は必ず防空演習があります。演習日は予告され、その時間帯は車も人も屋外に出ることを禁止されます。従わない場合、3万～15万円の罰金が科せられます。

今年は2月21日から5月24日まで全国7か所で午後1時半から30分間実施されました。5月18日(木)は台北にいましたが、事務所のある24階から地上を見ると、車も人も全く動きが止まり音もなく、まるでゴーストタウンの様でした。

さて、シェルターですが、台湾ではこの種の商売は成り立ちません。何故なら台湾には1949年以来、対共産中国防衛が叫ばれ、全国の公的場所には必ず地下壕を用意することが義務付けられるようになりました。

シェルターの世界の普及状況が最近報道されましたが日本の少なさに目を見張ります。1位スイス、イスラエル100% 2位ノルウェー98% 3位アメリカ82% 4位ロシア78% 5位シンガポール54%、日本は僅か0.02%だそうです(全人口あた

りの収容人数比率)。台湾は国際統計には入っていませんが100%です。

日本は平和憲法と日米安全保障条約の保護のもと国防を外国にゆだねて来ましたから、シェルターなど想定外で済まされたのでしょうか。しかしここにきて防災公報で「地下に逃げて下さい」と言ったものですから、国民も関心が出始めたのでしょうか。

#### <台湾の敷設状況>

さて台湾の地下壕ですが、民間アパート以外の建築物地下室は、普段は通常業務に使用していても必要時には防空壕として使用する旨、法規により決められています。政府の規定では①防空地下室、②防空洞、③防空壕、④防空堤防、⑤避難所、⑥その他が政府指定の防空設備となっています。台湾には多くの地下防空壕ノウハウがあります。

日本でも今回のような防空危機に対して、シェルターの準備はともかく、建築基準法を改正して建築物には「地下防空壕」の敷設を考える時期に来ていると思っています。

## お知らせ

### 食品輸出マーケティング戦略セミナー（無料）

食品輸出に求められる「マーケティング」「ブランディング」「現地市場の調査」「輸出商社などの商流の確保」等について、具体的な事例を交え、わかりやすく解説するセミナーを開催します。食品輸出に関するマーケティングの基本を知り、輸出戦略の立案を学んでいただく良い機会であり、商談会や見本市参加の際の参考にもなりますので、奮ってご参加ください。

【日時・内容】 平成29年11月14日(火)

お申し込みは別紙にて!

<b>【午前の部】 マーケティング手法を活用した食品輸出の考え方</b>	
9:30~10:50	食品輸出におけるマーケティングの基本
11:00~12:30	海外市場でのブランディング、パッケージング戦略
<b>【午後の部】 食品輸出に必要な現地調査と商流確保のポイント</b>	
13:30~14:50	各種規制と市場環境の調査方法、プライシング
15:00~16:30	商流の確保と商談のポイント

【場 所】 広島県情報プラザ2階「視聴覚研修室」(広島市中区千田町三丁目7-47)

【講 師】 (公財) 流通経済研究所 主任研究員 加藤 弘之氏

### 国際賛助会員の集いを開催しました!

今回、第10回目となる「賛助会員の集い」を福山市(9月4日)、広島市(9月5日)において開催いたしました。

昨年に引き続き、多くのベトナム等の「外国人留学生」の皆様や、産振構ホーチミン海外ビジネスサポーターの石川氏にご参加いただき、会員相互の情報交換やビジネスネットワークの場として大変賑やかな会となりました。

多数のご参加有難うございました。是非来年の「賛助会員の集い」でお会いしましょう。