

# 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】 「拡大するメキシコ自動車サプライチェーン」…… 1 (株)広島銀行 国際営業部付 (メキシコ駐在) 徳島一裕氏</p> <p>【海外レポート】</p> <p>1 ビジネスチャンス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ハノイ「大きく変わるベトナム自動車生産」…… 2</li> <li>・大連「またダブル 11/独身の日」…… 3</li> <li>・重慶「中国の消費パワー」…… 4</li> <li>・シンガポール「麺の達人、シンガポール Food Japan に初参加」… 5</li> <li>・台北「台湾における日本料理」…… 6</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホーチミン「ベトナムカジノ産業の現在と未来」…… 6</li> <li>・ニューヨーク「米国で進む新たなビジネス」…… 7</li> </ul> <p>2 制度改正等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上海「第13回広島・上海ネットワーク協議会」… 8</li> <li>・ジャカルタ「インドネシアのビジネス環境ランキング ～改善するもまだ道半ば～」… 9</li> <li>・チェンナイ「インド移転価格税制の最新動向」… 10</li> <li>・バンコク「プミボン前国王陛下の火葬の儀 ～前国王の理念「足るを知る経済」～」… 10</li> </ul> <p>【お知らせ】 …… 12</p>

## 拡大するメキシコ自動車サプライチェーン

(株)広島銀行 国際営業部付  
(メキシコ駐在) 徳島一裕氏

米国トランプ大統領が要求するメキシコ国境への壁建設や米国第一主義に基づく NAFTA 再交渉などにより米国とメキシコの関係が冷え込む中、皆様は、メキシコ自動車ビジネスについて非常にネガティブな印象をお持ちではないでしょうか。

確かに、2010年代初頭の日系企業によるメキシコ進出ラッシュはここにきて踊り場を迎えています。これは、既に Tier1 (1次サプライヤー) メーカーの進出が一巡していること、NAFTA 再交渉の結果を進出検討企業が注視していることなどが要因と思われます。

しかしながら、メキシコでの自動車生産は増加傾向であり (2016年の自動車生産は 3,465千台で前年比 2%増)、既存の進出企業の中には、メキシコにおいて限られたプレーヤーでビジネスを行う状況をチャンスと捉える企業も少なからずあります。今、メキシコでは新規進出や新たな投資を見合わせるによって生ずる供給不足を、自社の増産や販路拡大により補おうとする動きが活



発化しています。

詳細に申しますと、日本では特定の完成車メーカーの Tier1 企業が、メキシコでは新たな完成車メーカーの Tier1 となること、また、既存の Tier1 ビジネスを維持しながら、他の完成車メーカーの Tier2 (2次サプライヤー) となる動きが見られます。しかも世界の自動車メーカーが集積するメキシコにおいては欧米系との取引も可能です。

また、日本、メキシコ双方の組織が担い手となり、日系・非日系を問わないメキシコ自動車関連企業同士の商談会が各地で行われており、自動車サプライチェーンが一層拡大している状況です。

このように、メキシコ自動車産業は、NAFTA 再交渉など様々な課題がありながらも、系列同士の垂直的な構造をベースとしながら、日系・非日系を問わない水平的な広がりを見せ始めており、ビジネスの拡大が一層期待できる発展的な段階を迎えています。

## 1 ビジネスチャンス

大きく変わるベトナム自動車生産

ハノイ ビジネスサポーター 中川 良一

### <ビングループが自動車産業に進出>

去る 9 月 2 日にベトナムのビングループ (Vingroup) はビンファスト (VINFAST) という自動車製造コンビナートの建設に着工しました。工場の建設地はベトナム北部の港湾都市ハイフォンにあるディンブー経済区内で、335 ヘクタールの敷地にプレス、車体、塗装、エンジン、組立などの 5 つの工場を建てる予定です。同社の発表によれば、着工 12 ヶ月の後、電動バイクを出荷し、24 ヶ月後乗用車を出荷する予定です。

ビングループはベトナムで不動産業、ホテル・リゾート開発、病院、教育、小売業、農業等の様々な分野で実績を挙げています。同社社長のファム・ニャット・ヴォン氏はフォーブス世界長者番付・億万長者ランキング 2017 年にも入っています (2017 年現在の所有資産 24 億 US ドルと推測)。同グループは自動車の分野においては経験を有していませんが、欧米の自動車技術を導入し、資金力及び国内の販売力等でベトナムの最初の国産車メーカーに育てて行くことを目論んでいます。

ビンファストプロジェクトのためにビングループは、世界最大の金融コングロマリットであるクレディ・スイス AG との間で覚書を締結し、同社より 8 億 US ドルの融資枠を獲得しました。

ビングループは本年 9 月末にビンファスト社の社長としてジェネラルモーターズ (GM) の元重役のジェームズ B. デルカ氏 (James B. DeLuca) を迎えました。ジェームズ B. デルカ氏はジェネラルモーターズに 37 年間在籍し、世界 31 国で 171 の自動車生産工場で自動車の生産指導した経験があります。

ビンファスト社は本年 10 月初めにセダンやスポーツカーの 20 のモデルを発表しました。これらのモデルはいずれも著名なイタリアの設計スタジオのピニンファリーナ (Pininfarina)、ザガート (Zagato)、トリノ (Torino)、イタルデザイン (Ital Design) により設計されたもので、ベトナム国内で注目を集めました。

### <現在のベトナム自動車産業>

ベトナムの自動車分野ではトヨタ、ニッサン、

ホンダ等の日本メーカーと米国のジェネラルモーターズが自社のベトナム現地工場で乗用車の組立・生産を行っています。マツダや韓国の Hyundai、Kia の車は THACO 社 (Truong Hai Auto Corporation: チュオンハイ) などベトナムの組立会社で組み立てられています。ベトナム自動車協会の発表によれば、2016 年のベトナム国内で販売された自動車の数は 304,427 台で 2015 年に比べて 24% 増となっています。車種別販売数は次の通りです。

車種	販売台数(台)	前年比
乗用車	182,347	27%増
商用車	106,347	25%増
特殊車両	15,733	33%増
合計	304,427	24%増

販売された 304,427 台のうち、国内で組立てられたものが約 75% (228,964 台) を占め、残りは輸入完成車です。2025 年には各種自動車のベトナム国内の需要は計 60 万台になると予測されています。

自動車のベトナム国内部品調達率は車種によりさまざまです。例えば 7 トントラックの国内部品調達率は 55% に達し、10 席以上のバスは 45% ~ 55% です (THACO 社実績)。乗用車の中でも現地で最も人気のあるトヨタ・イノーバの国内部品調達率は 37% に達していますが、乗用車の国内平均調達率は 7% ~ 10% 程度で低水準です。

### <今後の動向>

ベトナム政府は引き続き、自動車の裾野産業の振興に今後も力を入れていきます。具体例として、ベトナム北部にあるハナム省 (ハノイから約 40 キロ) に首相の承認を得て、ドンバンⅢ裾野工業団地 (裾野産業指定工業団地として認可) が造成されました。自動車部品製造で同団地に進出した場合、法人所得税 15 年間 10% の税率 (一般税率 20%) が適用されます。さらに減免措置として 15 年間のうち、4 年間で 100% 免税、9 年間で 50%

減税の特別優遇が受けられます。また土地の使用期間は 70 年までと認められます（一般使用期間 50 年）。同工業団地はハノイ近郊で土地使用料が最も低く、55US ドル/1 m<sup>2</sup>/70 年と設定されています。



(THACO 社で現地生産されたマツダ乗用車)

THACO 社の概要：1997 年設立（ベトナム資本）／工場群の敷地 600 ヘクタール（ベトナムの中部クアンナム省）  
乗用車（マツダ、キア、フジョー）、トラック、バスの組立、生産及び販売  
ベトナム国内に 93 ショールーム、59 代理店



(THACO 社による現地生産大型バス)

ベトナムで生産される自動車部品はベトナム国内だけではなく、アセアン各国や TPP 加盟国にも輸出できます。2018 年 1 月からアセアン経済共同体（AEC）の関税が撤廃されることにより、ベトナムの輸入車価格が安くなることが見込まれており、今後自動車の普及率が一段と加速されることが予測され、ベトナム国内での低価格車両生産にも大きな期待が寄せられております。

## またダブル11「独身の日」

大連 ビジネスサポーター 劉 瑛

### <全体売上今年もアップも・・・>

9年目のダブル11の11月11日「独身の日」、大々的なセールへの疲れか、値下げへの麻痺か、安から買うという情熱は全然なくなっていました。周りの方々にヒアリングしたところでも、爆買いした人はあまりおらず、どうしても必要なものを少し購入しただけのケースが普通で、このような人は他にも多いと思います。

しかしながらタオバオ（Taobao）が28秒で売上10億人民元、3分01秒で100億人民元と、やはり11日0時からセールを目指した方も多かったようです。お祭りのようなセールに誘導されるまま、本当は買わなくてもよいものを買わされ、決して得した方ばかりではないかもしれませんが、過去最高の売上となりました。

ある専門家のネガティブな予測では、インターネットでの買い物にあまりにも夢中になり、他のことへの意欲は徐々になくなり、仕事への意欲も失せて、大部分の方の購買力が低下し、顧客の減少によって、国の消費市場が全面的に冷え込むとの将来図を描きましたが、今の皆さんにはまだ想像できないでしょう。しかしながら、最近の状況を見ると、皆、生活圏にある観光名所などにはあまり行かず、ショッピングや外食なども確かに減っていると感じます。

### <セールの変化>

9年目を数え、売り上げは年々増大する一方、冒

頭に記載した通り熱の冷めた人も増えてきております。

では、売り上げ大幅アップは誰が何を買っているからでしょうか。

セールで販売される品目を見ると、当初の少品目、低額の消費品の品ぞろえから、現在では家電、家具、ブランド品から自動車、ボートなど的高額商品までもセール品に加わりました。一つにはこのような高額商品を含めた多様な商品が買われているということがあると思います。

またそれ以外には、海外からの購買の広がりといったことも考えられます。実際タオバオが販売店に呼びかけ、海外向けの販売促進活動を実施したところ、まずは華僑が中心と考えられますが、関心がかなり高かったようです。海外からの反響や、過去の購買データに基づき、海外での売れ筋商品の在庫を確保し、さらなる販促を実施する等で売り上を積み上げていると考えられます。

### <ネット+実店舗>

また、これまで実店舗は家賃・人件費など販売コストの高さがネックとされてきましたが、ここに来て、自社商品をインターネット+実店舗の形で展開する社も増えてきました。実店舗で、実際の商品をあれこれ吟味（色や材質、服のサイズ等）し、安心してネットで注文してもらい受注を増やす場合もありますし、ユニクロなどは、ネットで注文した服をどの店舗でも受け取れ、その場でサイズ交

換や別の商品への交換にも応じるサービスを展開し、遠くに住む人への贈答用にも利用され、今回のセールでも躍進しています。

「ネット+実店舗」は、それぞれの販売を補う良い組み合わせと考えられます。

### <物流の課題>

毎年ダブル 11 の集中・大量購買では物流の崩壊が問題となっています。これを回避するため、様々な取組がなされています。過去の購買状況や、11 日に向けた「商品購入用の前金預け入れ額」とその「顧客情報」から利便性のよい倉庫・店舗等に商品を事前準備する取組などが行われています。

(前金を預け入ると、11 日には例えば倍額として使用が可能といった特典の付与あり)

実際 11 日 0 時 12 分に既に顧客に物が届いたとの事例もあり、物流にもかなり力を入れています。

また、Taobao 所属の「菜鳥物流」(菜鳥とは雛鳥で、経験のない新人で役立たずの意味)が商品の

倉庫の出入りを機械で自動管理し、一貫去人化(店員のいないスーパーや、ガソリンスタンド、駐車場など、機械が人を代替するような形態への転化の意味)を図り、物流の効率化とコストダウンを実現しています。

しかしながら、このような取組にもかかわらず、既にネット販売が生活上不可欠になっており、膨大な荷物が動く中国では、ネット販売における物流の課題はまだ多くあります。また今後についても、現在、配達員は 1 貨物 2 元というきわめて安い料金で、一日数十個の貨物の配達で収入を確保している状況ですが、人件費の高騰などで、物流コストは今後上昇するものと思われます。

商品に対し物流コストが高くなると、消費者はやはりネット販売を敬遠することもあるでしょう。このダブル 11 も配達に忙しすぎなのか、態度が悪い配達員が増えてよいサービスとは言えません。ネットでの買い物に直面する問題の一つは物流のようによ見えます。

## 中国の消費パワー

## 重慶 ビジネスサポーター 吉川 孝子

### <11月11日の喧騒>

11月11日「独身の日」の国民消費パワーによって、メディアで報道されているようにアリババグループのセールでは過去最速の約3分でセールの売上額100億元を超えたとの事。

毎年、「独身の日 11・11」が商戦日として定着して EC 業界の書き入れ時となって来ている事は感じておりましたが EC 業界の消費に関してのみと思ひ、呑気に 11 日(土)午後スーパーにいつもの感覚で食材を購入に行き、食材選びに 30 分、カートに入れレジに向かった所、どこがどのレジの最後尾が判らない程の行列。ここ数年は、この日の EC 商戦の盛り上がりを受け、実店舗でもセール行方ところが増えているようです。

行列に並んでいるのは夫か子供で、主婦は各コーナーを廻って次々と追加の日用品をカートに運んで来ます。どうやら一家総勢でカート 2~3 台分の日用品(洗剤・油・お酒・シャンプー・リンス etc)を購入する模様です。列は進まず、苛立つ人が続出で、夫婦喧嘩や、並んでいる人を無視して割り込んで来る人達の喧嘩で騒然とする中、「暴動」の二文字が頭の中を過ぎりました。

こちらも一週間分の食材、ちなみに野菜や果物・肉類等の食品類は別段通常価格と変わらないか少々お安い程度でしたが、購入のため列に並んだ

ものの、放棄して帰る訳にも行かず結局 140 元程の購入の為に 1 時間半カートにもたれて並んでおりました。

### <中高年手切族>

ネット通販にはまっている人を「手切族」と呼びますが、これは「買い物をやめるには、スマホなどを操作する手を切り落とすしかない」と自嘲する言葉で流行語にもなっています。

最近の庶民の消費意欲はスマホなどで、EC を操作できる若者に集中していると思っておりましたが、旅行会社などが共同で調査を行い、この度発表された「手切族」データによると、この「手切族」中高年にも大きく広がっているようです。過去 9 ヶ月間の 50 歳以上のネット通販での平均消費額は一人あたり 5 千元に上っており、世代では 50~60 歳の退職を控えた年代がこの「中高年手切族」の 75%と大半を占めているとの事。

高齢者は若者のライフスタイルを理解せず、受け入れもしない、スマホも使いこなせず、インターネットは若者の特典で有るだろうと予想していただけに予想に反する結果に驚いておりますが、本年 9 月に広島県もブース出展をした成都での「輸入博覧会」会場に会場した旺盛な高齢者を思い出し、現地の中高年消費意欲の状況や、それを支える

資金の出どころをリサーチしたくなるのは私のみならず日本企業の方々も同様ではないかと。

### ＜中高年の消費市場＞

スマホやネット通販は勿論のこと、若者、子供対象だけではなく「中高年者のより良い生活に対するますます高まる需要」を満たすための需要をリサーチして見るのが不可欠なようです。

重慶市の中心地のホテルに住んでいます、周

辺の五つ星ホテルを含め解放碑（中心地）の全ホテルは連日高齢者のツアー客で満室となっています。こういった高齢者のツアーは「渡り鳥旅行」と称されていますが、子世代が親の為に「老人ツアー」を厳選し温暖な地を巡るパックツアーやクルーズ旅行が大盛況となっています。

刻々と変化する中国の消費生活から目が離せません。

### 麺の達人、シンガポール「Food Japan」に初参加

シンガポール ビジネスサポーター 碓 知子

日本で80種類以上の麺を製造し、ラーメン店ごとに異なるスープに最も適した麺づくりを探求する麺の達人、広島県福山市が本社のクラタ食品有限会社の倉田安彦社長。欧米から豪州、中国、アジアと手広く海外事業を手掛けています。海外には麺の輸出だけでなく、ラーメン店も出店。中国では13年前から「味之蔵」と「麺蔵」ブランドのラーメン店を大連や廈門で株式会社シンコーと共同参画で展開。シンガポールでも当地で「味千」など複数のラーメンチェーンを持つジャパン・フーズ・ホールディングスと取引があり、シンガポールでの製麺などをサポートする他、「麺蔵豚王」というFCラーメン店をサポートしています。



### ＜小売り、近隣諸国展開のためFood Japanに参加＞

これだけ海外事業の経験がある倉田社長、これまでシンガポールの展示会への参加は考えていませんでした。しかし今回、同じ広島県のマルト製菓株式会社がFood Japan（会期：平成29年10月26～28日 旧 Oishii Japan）に出展することから、ブースをシェアする形で共同出展しました。目的はシンガポールへの小売進出と近隣諸国へのビジネス拡大です。Food Japanではシンガポールの大手スーパーも同社ブースを訪れたとのこと。業務用に比べてロットは少ないものの、小売りにも意欲的です。

中国でも、「所変われば嗜好も変わる」ことを実感。日本の麺は製造の際にコシを出すため塩を入れますが、中国ではほとんどの麺は塩を使いません。日本のように麺を湯がいてから汁に入

れるのではなく、中国ではスープに直接麺を入れてしまいますので、麺に塩が入っているとスープの味が変わってしまうのです。また、中国では麺のコシはあまり重視されません。同社が開発した「無塩ソーメン」「無塩野菜素麺」は、今では安全なものを子供に、と考える30代のお母さんなどから支持を受け、市場が拡大中だそうです。

### ＜市場ニーズに合わせた柔軟な商品開発でヒット続々＞

さらに同社が開発した海外市場向け商品が乾麺のラーメンです。クラタ食品で自社生産しているのは生麺ですが、冷蔵輸送が発達していないアジアでは生麺の輸送が難しいからです。乾麺の生産は、長年委託製造している同じ福山市の高橋製麺株式会社が担います。

また、ラーメンといえば、肉エキスが必須と思われるがちですが、ムスリム人口比率が高いマレーシア向けには、魚介と野菜でだしをとった「ポークフリー」ラーメンを、北米やオーストラリア向けには「ミートフリー」ラーメンを開発しています。今後はハラル認定のラーメンの開発も目指し、ハラル認定工場を持つ現地の会社との提携を模索していたところ、Food Japanで提携先候補とも面談することができ、初出展はまずまずの成果だったとのこと



です。「日本と同じ味、同じ製法」にこだわるのも一つの戦略ですが、クラタ食品のよう

に、市場に合わせて柔軟な戦略を練っていくことも海外事業成功の秘訣です。近い将来、地元のスーパーで広島ラーメン、尾道ラーメンなどが買えるようになる日が楽しみです。

### ＜日本食の広がり＞

最近日本料理が世界の多くの国民に受け入れられ好まれています。世界の料理と言えば昔からフランス料理、中華料理が有名でした。しかし最近では日本料理の良さが世界中に広がって人気を博しています。

台湾での日本料理が始まったのは、もちろん今から122年前の日本統治時代に遡ります。1895年4月に台湾の日本統治が始まり、日本人が入って来て以来、日本料理が広がります。元来、台湾には固有の台湾料理がありましたが、日本の統治時代には徐々に日本人料理を好む人が出てきました。同時に日本人や高所得の台湾人を対象とする日本料理店が市民権を得るようになります。1897年には台湾に根付いた人気の日本料理店「紀州庵」が開業しました。太平洋戦争で閉店を余儀なくされましたが、現在も修復され台北市にその姿を残しています。

### ＜台湾の日本料理＞

日本時代を経て台湾でも日本料理が普及しましたが、庶民にまで広がるのは民主化された後のことです。今では台湾人にとっても日本料理は大変人気のある料理で、油や肉をあまり使わないところが健康志向だと言うのが最も大きな理由です。また台湾では普通食事にはスープを飲む習慣があり、必ずスープが付きますが、その影響からラーメンスープは飲み干す人が多く、その為スープの味は比較的薄めが標準です。

ところで台湾の日本料理ですが、2種類あります。一つは「日式料理」と言い、台湾人経営の日本料理店で提供されますが「少しちがう」のです。台湾式の甘いマヨネーズを使ったり、醤油も台湾製で味に深みがなかったりするのです。聞くところによればねかせ方が違うそうです。

もう一つは日本人や日本から技術を学んで帰っ

た台湾人の経営する店で提供する「日本料理」です。

この「日本料理」店の台湾第1号が29年前台湾の民主化が始まった時代に入って来たトンカツの「知多家」です。それまでの日本料理店は全て「日式料理」店でしたので、このトンカツ屋さんの登場を我々日本人は歓迎したものです。ただ、台湾居住の日本人がいくら食べてもせいぜい1週間に1度ですから客数が多いわけではありません。トンカツ自体を食べ慣れない台湾人ですから、このお店に入る人は少数でした。当初は気の毒なくらい客数の少ない日が続いていました。それが3年くらい経って、少しずつ顧客が増え始め、5年経った頃には盛況になりました。やっと市民権を獲得したのです。苦節5年です。既に30年近くになりますがいまだに続いています。この「知多家」は台湾の日本料理の開拓者です。

今ではその他多くの「日本料理」店が来台し花盛りです。台湾人にも益々日本料理が馴染んできました。最近ではチェーン店も増え人気を博しています。吉野家、すき家、やよい軒、くら寿司、一風堂、丸亀製麺などが人気です。台湾をステップにして第三国に、という構想もあるようです。

飲酒について言えば、台湾人もビールを飲む人は結構いますが食事時にお酒類を飲む人は極めて少数で、これは台湾の特徴です。但し居酒屋・ビアガーデンでは飲酒する姿が見られます。また、さしみ、寿司、天ぷら、さつま揚げ、おでんなどは台湾に根付いた日本の味覚ですが、これらを食べるときもお酒類はありません。

最後にもう一つ台湾での食習慣で特徴的なのは多くの台湾人は朝食を外で摂る人が多いことです。午前中のみ営業する屋台の様なお店がたくさんあります。50元(220円)から100元くらいの朝食を買って事務所で食べています。共働きの多いのがその理由でしょう。日本と近い台湾ですが、食習慣は随分異なるものです。

### ベトナムカジノ産業の現在と未来

### ホーチミン ビジネスサポーター 石川 幸

ホーチミン市内をガイドブックを持って歩いている観光客の姿を数年前よりも多く見かけるようになりました。食事、買い物、観光地巡りなど人によってベトナム観光の目的は様々ですが、中にはカジノを目的にお越しになる方もいらっしゃるかと思います。事実、ベトナムも外国人観光客誘致の

ためにカジノを併設したホテルが建設されており、ここホーチミン市では5つ星ホテルを中心にカジノが併設されており、手軽に楽しむことが出来るほか、ホーチミン市から約100km離れた港町のプンタウ市にはホーチャム(Ho Tram)というカジノ・リゾートもあります。また、ホーチミ

ン市から約 300km 離れたリゾート地のフーコック島には、約 40 億 US ドル (約 4,520 億円) の大型カジノ施設の建設が予定されています。

そのような意味では、カジノも来越目的の一つとして魅力的に映るかもしれません。そこで、今回はベトナムのカジノに関してご案内していきます。

### <ベトナムカジノの特徴>

まず、ベトナムカジノの特徴を 5 点ご紹介します。

1. 「**服装**」 モナコやアメリカなど他国のカジノと比較してドレスコードなどが無く、サンダルに短パンといったカジュアルな服装でも入場が可能です。
2. 「**ディーラーが不在**」 スロットなどのゲームマシンだけでなく、ルーレットやブラックジャックなどテーブルゲームでさえディーラーはおらず、ゲームマシンです。
3. 「**ベトナム人の利用は禁止**」 ベトナム人のカジノ利用は法律で禁止されているため、入場の際、必ず外国パスポート保持を確認されます。
4. 「**ベトナムの通貨ドンが使えない**」 ベトナム国内にもかかわらず、ベトナムドンが使えず、アメリカドルが使われています。
5. 「**勝ちすぎない**」 どういうことかと思われたでしょうが、ベトナムから外国への貨幣持ち出しは 5,000US ドル (約 56 万 5,000 円) までと法律で定められているため、カジノで大勝ちされた観光客の方は注意が必要です。また、ベトナムから海外への送金は規制が厳しく、カジノの賞金のような元手不明金と解されるものの海外送金も非常に難しいと思われます。

### <カジノの台所事情>

カジノ産業といえば華やかなイメージがあるため、膨大な利益を上げているように感じますが、意外にもベトナムのカジノ産業は経営不振という苦境に立たされています。

西北部地方ラオカイ省でアリストインターナショナルホテルを経営するオーストラリアのドナコインターナショナル (Donaco International) は、



(フンタウ市の大型カジノ・リゾート)

2016 年のカジノ事業の売上が 2,300 万 US ドル (約 26 億円)、税引前利益は 400 万 US ドル (約 4 億 5,100 万円) でしたが、同社のカンボジアでの利益の 6% 相当に過ぎません。※1

この大きな原因の 1 つが、前述したようにベトナム人のカジノへの入場が禁止されており、外国人のみに限定されている点です。

カジノを楽しみにカンボジアやシンガポールなどに遠出をするベトナム人も少なくはないようで、ベトナム社会科学研究所の調査によれば、1 日平均 200 人のベトナム人がカジノ目的で隣国のカンボジアに渡航をしているようです。そのため、現在、「ベトナム人のカジノ入場規制の解禁」(通達第 102 号/2017/TT-BTC を参照) ※2 に関する法令草案が大きな注目を集めており、隣国に流れる潜在的な顧客層であるベトナム人を国内に留める事で、現状のカジノの経営不振を改善しようという目論見もあるようです。

### <今後の成長に期待>

今後、カジノがベトナム人にも開放された場合、カジノ業界の成長が見込まれる可能性があります。日本でも地方活性化の一環として観光客誘致のためのカジノ運営を検討されている地方公共団体があると伺いますが、そのような意味では、これから発展するであろう、現在のベトナムのカジノ産業も要注目かもしれません。

ご興味のある方は、是非ともベトナムに足を運んでいただき、ご自分の目で確かめていただければと思います。

※1 [www.viet-jo.com/news/economy/170203081114.html](http://www.viet-jo.com/news/economy/170203081114.html)

※2 [www.viet-jo.com/news/law/171103082320.html](http://www.viet-jo.com/news/law/171103082320.html)

## 米国で進む新たなビジネス

## ニューヨーク ビジネスサポーター 蟬本 陸

### <勃興市場を狙う>

11 月 15 日 (水) ~ 17 日 (金) の 3 日間、ラスベガス・コンベンションセンターにて、「Marijuana Business Conference & Expo」

が開催されました。主催者は MJBizDaily というマリファナ関係の情報誌。2012 年に第一回を開催、現在では 678 社が出展、2 万人が来場する大きな展示会となりました。

背景として、アメリカでは大麻の合法化が相次いでいることがあります。会場となったラスベガスのネバダ州も例外ではなく、昨年 11 月の住民投票によって、合法化法案が可決され、今年の 7 月より嗜好用の大麻販売が解禁となり、販売が開始されました。

### <合法化の動き>

現在 21 の州で医療用の大麻が合法化され、7 つの州（ワシントン、オレゴン、カリフォルニア、ネバダ、アラスカ、コロラド、メイン、マサチューセッツ）とワシントン DC において、嗜好用途を含めた大麻が合法化されています。全米 50 州のうち、29 州・地区において何らかの形で合法化されているわけで、DC を除いてもすでに 56 パーセントと過半数の州が合法化したこととなります。

ニューヨークタイムズ紙の電子版では、「Marijuana and Medical Marijuana（マリファナと医療用マリファナ）」と題したコーナーが設けられ、11 月だけでも 6 本の記事が執筆されています。ウォールストリートジャーナルやワシントンポストも見てみましたが、同様にマリファナ記事が見当たりました。まさに、マリファナの解禁やビジネスの動向は、全国紙や地方紙も堂々と報じている、といった状況になっています。

### <幅広いビジネスの裾野>

マリファナビジネスは、研究開発、栽培、精製、製品化、ディストリビューション、小売り、周辺機械、機器、パッケージ、マーケティング、金融・投資と多くの裾野に広がります。また、マリファナの主要成分を含有した、飲料や菓子など EDIBLE（可

食）商品分野も含めた広がりを見せています。Forbes 誌によれば、コロラド州の 2017 年の販売額が 10 億ドル（約 1,130 億円）を超え、また同誌は、今後は来年からいよいよ販売が解禁されるカルフォルニア州、なかでもロサンゼルスが全米のマリファナ販売の中心になっていくだろうと予想しています。

### <合法化も厳しい管理>

販売が合法化された州でも、実際は厳しい管理がなされています。例えばコロラド州でも、販売は許可制で誰もが販売できるわけではありません。入店、購入できる対象を 21 歳以上に限定する他、1 度には買える限度があり、また公共の場での使用は硬く禁じられ、プライベートな場所（自宅等）以外での使用は高額な罰金の対象となります。また、マリファナを服用しての自動車の運転も禁止されています。また、連邦法ではまだ違法状態で、州法との矛盾も指摘されています。

### <今後のビジネス見通し>

おそらく、大麻の合法化の動きはますます加速していくものと思います。現状、合法地域とはいえ企業のこの分野への参画はまだまだでしょうが、技術分野は多岐に及びます。

日本に大麻取り締まりの規制を持ち込んだのは、戦後直後のアメリカを主体とする連合軍司令部（GHQ）と言われていますが、そのアメリカにおいて広がる大麻の合法化の流れを受けて、今後どのような方向に関連ビジネスが進むのか注目したいと思います。

## 2 制度改正等

### 第 13 回「広島・上海ネットワーク協議会」

広島上海事務所長 西尾 麻里

11 月 16 日、当上海事務所が主催する「広島・上海ネットワーク協議会」を上海市内の飲食店で開催しました。同協議会は、中国に進出した広島県企業に有益なビジネス情報の収集や意見交換、企業同士の懇親を目的として、年 1 回の頻度で開催しています。今回は 8 社 9 名のご参加をいただき、とても有意義な交流を持つことができました。

### <セミナー「現地リスクへの対策」>

同協議会は、セミナーと懇親会の 2 部構成で進行します。セミナーでは、「上海ウェルビー医療諮詢有限公司」の倪曉婷様、瞿認様を講師にお迎えし、

「事故例を参考とした現地リスクと生活習慣病への対策」と題して、講演いただきました。同社は、海外における駐在員の事故や病気に対する予防や緊急対応等の総合リスクマネジメント会社として、グローバルに進出している日系企業をサポートしています。

講演は事故例を元に構成されていましたが「出張が多い」、「飲酒・外食の機会が多い」、「運動する機会が少ない」、「ストレスが大きい」といった、誰もが身に覚えのある状況に起因する危機事例ばかり。きっと緊張感を持って聞いていた人も



多かったのではないのでしょうか。日本と中国の救急車事情や、医療機関の違いなどが分かりやすく説明していただきました。また、上海市内の各病院の紹介まであり、これからの上海生活でもたいへん役立つ情報が盛り沢山でした。



#### <意見交換会>

セミナー終了後は、セミナー内容に基づいた意見交換が活発に交わされました。具体的な質問内容としては、「保険会社との契約内容について」、「上海市とその他都市との医療サービス体制の違いについて」、「現地で亡くなった際の遺体搬送にかかる時間」など、身近な話題であるからこそその踏み込んだ質疑応答がなされました。また、講師であ

る「上海ウェルビー医療諮詢有限公司」のサービスを実際に利用している出席者が、自身の経験を基に同社の業務をさらに詳しく紹介する場面も見られ、白熱した時間となりました。

#### <懇親会>

セミナー及び意見交換会のあとは、席を移して懇親会を開催しました。講師を囲んだ席では、セミナー内容を深く掘り下げる話題で盛り上がり、別の席では上海や中国の経済について話し込む出席者が見られ、また別の席では故郷・広島の話に華を咲かせ、その場で同窓であることが分かるなど、様々な話題で盛り上がりました。

広島・上海ネットワーク協議会は不定期開催で、その時期に応じた最新のテーマを掲げてこのような交流の場を設けております。上海の駐在者だけでなく、他地域からの参加、もちろん、日本から参加いただくことも大歓迎です。

中国へ事業展開している広島県企業からの情報収集の場として、ぜひともご利用ください。

### インドネシアのビジネス環境ランキング ～改善するもまだ道半ば～

ジャカルタ ビジネスサポーター 割石 俊介

#### <ランキングは改善するもライバルに劣後>

世界銀行が毎年行う世界各国の投資環境ランキングレポートである「Doing Business 2018」が10月31日に発表され、インドネシアは前年度比で19位上昇し72位となりました。ジョコ・ウィド大統領はこのランキングの順位引き上げを政策目標の一つとして掲げており、2014年の就任時114位であったものを2019年度（5年間の任期終了時）に40位にすることを目指しています。

ASEAN諸国と比べてみますと、シンガポール2位、マレーシア24位、タイ26位、ベトナム68位、フィリピン113位、カンボジア135位、ミャンマー171位となっています。日本企業の東南アジアにおける進出先としてはベトナムは元気がいいという話を最近よく耳にしますが、世銀の評価でもインドネシアはベトナムの後塵を拝しています。

#### <特に課題の残る分野は>

インドネシアについて、評価10項目のうち100位以下の低位に甘んじているものは、登記（106位）、建設許可取得（108位）、越境貿易

（112位）、納税（114位）、起業のしやすさ（144位）、契約履行（145位）となっており、改善している項目も見られますが、これらの分野でまだ多くの課題を残していることが伺えます。

世界銀行のインドネシア・カントリー・ディレクターであるロドリゴ・チャベス氏は、コメントの中で必要な課題の一つとして、規制の予測可能性が低いことを挙げていますが、ビジネスの現場の立場からは、規制の変更が頻繁にあることと、規制の運用に一貫性がなく、法的安定性が低いことが大きな問題です。

#### <今後の持続性成長の基盤の拡大へ向けて>

114位から3年間で72位まで改善したこと自体はジョコウィ政権の成果として評価されるべきですが、インフラ開発だけで5,000億USドルの投資が向こう5年間で必要とされるインドネシアですので、今後更なる投資環境改善を実施し、周辺国と比べても魅力ある投資先であるよう、努力を継続する必要があります。

世銀関係で最近あったもう一つの動きは、11月に入り税制・財政改革のためのローン3億USドルが承認されたことです。インドネシアでは一般

歳入の対 GDP 比が 10%前後しかなくアセアン域内で最低となっていますが、税収基盤を拡大・強化しなければ、経済成長が歳入増加に結びつかず、持続的な成長のための必要な公共投資・政府支出を行うことができません。政府は 2019 年までに同比率の 16%への引き上げを目標としています。

来年 2 月 5 日（広島）、6 日（福山）、インドネシアビジネスに関する個別相談会を行います。インドネシアビジネスに関心のある企業、課題をお持ちの企業のみならず、是非ご利用ください。

## インド移転価格税制の最新動向

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、11 月に入り雨の日が続いていましたが、下旬になってようやく天候も少しずつ回復し、かなり過ごしやすい季節になってきました。さて、今回は 2016 年財政法において導入が発表された移転価格税制におけるマスターファイル（MF：Master）および国別報告書（CbCR：Country by Country Report）について、先月、2017 年 10 月 31 日に最終ルール（Rule 10DA、10DB）が発表され、移転価格税制のコンプライアンスが明確になりました。本日はその概要についてご紹介したいと思います。

### <移転価格税制>

移転価格税制とは、海外の関連企業との取引による所得移転を防止する観点から導入されたものです。つまり、海外の関連企業と行う取引は、それらの取引が通常取引で行われたものと同様に課税されるものです。

インドでの移転価格税制は、2001 年の導入以降 OECD のガイドラインに準拠した形で運営がなされており、昨今に至っては国際的な観点を積極的に取り入れた実務へと移行しつつあるものの、一方で、今回発表された最終ルールのように対象会社の拡大や詳細な報告内容など他国よりも厳しい制度対応が求められる状況にもなっています。

MF や CbCR については、日本やその他 EU 加盟国等でもすでに導入されていますが、適用対象や申告すべき内容が国によって異なるため注意が必要です。具体的には、MF 関連の規定である「Rule10DA」と、CbCR 関連規定である「Rule10DB」の 2 つが主な根拠規定となり、以下のような会社が適用対象となり、従来の移転価格税制に規定される申告期限 11 月 30 日までに下記のような内容を通告・申告する必要があります。

### 1. マスターファイル（MF / Rule10DA）

区分	適応対象会社（申告等義務のある会社）	申告等の内容
PartA	全ての会社	構成会社等の基本情報
PartB	国籍企業グループの構成会社等で、グループの直前会計年度について連結グループ売上が 50 億ルピー超（日本は連結売上 1 千億円以上が対象）であり、かつ 国際取引金額（年度合計）が 5 億ルピー超、または、1 億ルピー超の無形資産関連取引がある場合 ※会計年度最終日（3 月 31 日）の State Bank of India の TTB レートを適用	多国籍企業グループの詳細情報 組織構造や事業内容 保有する無形資産 グループ内の金融活動 財務状況と納税状況など

### 2. 国別報告書（CbCR / Rule10DB）

適応対象会社（申告等義務のある会社）	申告等の内容
インド居住者であり、かつ多国籍企業グループの前会計年度の連結グループ売上が 550 億ルピー超の場合	該当会社の損益状況の詳細 納税額、繰越利益剰余金、 従業員数、現預金残高、 有形固定資産など

## プミボン前国王陛下の火葬の儀

～前国王の理念「足るを知る経済」～

バンコク ビジネスサポーター 辻本 浩一郎

先月に引き続き、タイ国民にとって重要な、前国王を偲ぶ葬儀についてお伝えします。連日連夜の雨が嘘であるかのような快晴でした。

10月25日よりプミボン前国王陛下の葬儀がはじまりましたが、翌 26 日は、中心的な儀式となる火葬の儀が執り行われました。

### ＜参列の儀式＞

前国王のひつぎは、兵士らが担いだ輿に乗せられて午前 9 時すぎに王宮を出発し、王宮近くのラチャダムヌンノイ通りで、高さ 11 メートル、長さ 18 メートルの豪華装飾の山車のような車に移され、200 名以上の兵士によって引かれ、5,000 名以上の兵士らと共に王宮周辺をゆっくり廻り、午後 3 時前に高さ約 50 メートルの火葬壇の上部に安置されました。ワチラロンコン国王陛下やシリントーン王女らも一緒に葬進されました。

葬列の儀式は、タイ王室の伝統に則り執り行われ、厳かで洗練され庄巻そのものでありました。沿道には 15 万人ものタイ国民が葬列を見送り、国民のプミポン前国王陛下への深い敬愛と尊敬と感謝がそこにありました。

### ＜火葬の儀式＞

火葬壇は須弥山をイメージしたもので、基部が 60 メートル四方、高さが 50.49 メートルに達します。守護神や神獣などの彫像 70 体以上が配され、金色に輝き壮麗です。

同日午後 4 時半頃より執り行われた火葬の儀式は、40 カ国以上から王族・皇族や国家元首ら要人が参列し、ひつぎに献花されました。日本からは秋篠宮ご夫妻が参列されました。その後、火葬の前に奉納されるタイの伝統仮面舞踏（コン）やタイ最古の伝統人形といわれるフンルアンの上演もあり、とても華やかで壮大で芸術的でした。

同日午後 10 時に火葬され、プミポン前国王陛下は天使となり天国に召されていきました。火葬は、王族のみで執り行い、そこには、一連の儀式では拝見できなかったシリキット王妃もおられたと思われます。

その後、プミポン前国王陛下を想い讃えるコンサートが火葬の隣の隣接会場で翌日朝まで開かれ、楽器演奏者、歌い手、踊り手、聴衆が一体となってプミポン前国王陛下を見送りました。

### ＜全国各地で献花＞

一方、葬儀会場を訪れることができない市民のため、全国各地に追悼施設が設置され、多くの国民が献花に訪れ、プミポン前国王陛下と最後のお別れをしました。献花では、まず花を渡され、誘導員の指示に従って並びます。献花台の前で係員から

花を置くよう指示され、一礼をしてから花を台に置き、もう一度礼をして出口に向かうという形式でした。「花をささげることが、私がプミポン前国王陛下にできる最後のことです。大きな喪失感を感じていますが私たちは団結して、国を支えていかなければいけないと思います。」という国民の声がありました。そしてまた、黄色のスカーフをした大勢のボランティアの方々の献身的な働きぶりにも感銘を受けました。

### ＜プミポン前国王陛下への深い敬愛＞

プミポン前国王陛下は、「国家の安定と繁栄を導き、国民の暮らしの安定を心から配慮され、社会に貢献する国王」を実践してこられました。国民の暮らしを支え続けるそのお姿が「王室開発プロジェクト」などを通じて、国民ひとり一人と心の絆により結ばれているからこそ、国民が深い敬愛の念を抱き続けています。また、実質、立憲君主制であるにも関わらず軍事政権が長く続く国家の中において、司法や行政、軍部の調停役としての権威強化にも努められました。

### ＜足るを知る経済＞

プミポン前国王陛下が提唱し続けてこられた理念・哲学に「足るを知る経済（Sufficiency Economy）」があります。自らが推進、指導されてこられた「王室開発プロジェクト」は、1952 年以降その数 3,000 を超えますが、それらプロジェクトは「足るを知る経済」理念・哲学に基づき、「人間の自立のための開発」を目的とし、地理的・社会的条件を合わせ活かした開発及び持続性を原則として、今も実践され、そして脈々と引き継がれています。

昨今の国家分断危機については、直接、裁定をされることはありませんでしたが、これは、「国民が国家の危機を、自分達で考え、協力、一致団結して乗り越えていきなさい。そしてより良い国家を自分達の手で築いていきなさい。」とのプミポン前国王陛下からのメッセージ、と受け止めている国民が大勢います。目下のところ、全ては政府による良質な統制下にあり、そしてプミポン前国王陛下が望まれたように、タイ国に平和と安定が続けていくものと信じています。あらためて、プミポン前国王陛下のご冥福を心よりお祈り申し上げます。

## 「平成 29 年度スリランカ視察研修」事業を実施

海外への投資可能性、消費市場のポテンシャルなどを調査するため毎年度、海外視察研修を実施しています。今年度は、「スリランカ」を訪問し、現地企業への訪問等を通じ、経済、物流、人材、産業などスリランカが持つ多くの可能性を確認し、また輸出加工区（EPZ）の製造拠点、港湾施設（コロンボ港）や商業施設等を視察しビジネス環境実態を体感、さらに進出日系企業等との交流を通じて人脈を構築し「生の声」を聴取することができました。

また、今回は、経済担当大臣の表敬や個人家庭への訪問も組入れ、幅広い視察とすることができました。

- 日程：平成 29 年 8 月 27 日（日）～31 日（木）
- 参加者数：12 社・団体、16 人
- ：スリランカ（コロンボおよび近郊）
- 主催：ひろしま産業振興機構  
日本貿易振興機構広島貿易情報センター
- 視察先等：
  - ・ジェットロコロンボ事務所（ブリーフィング）
  - ・日系進出企業（製造、物流、飲食、サービス等）
  - ・現地系企業（アパレル製造業）
  - ・高齢者ケア施設 ・コロンボ港
  - ・大型商業施設、ローカル小売等
  - ・現地進出日系企業との交流レセプション
  - ・経済担当大臣表敬 ・個人家庭宅訪問



（コロンボ市内）

### <スリランカ>

インド洋の要所に位置する島国で、2009 年の内戦終結後は治安が大幅に改善し、堅実な経済成長を遂げる。主要産業は、アパレル製品、紅茶、サービス業など。海外からの投資誘致も積極的。人口は約 2 千万人と一定規模の市場があり、一人当たり GDP は 3,849 米ドルと高く、市場としても期待ができる国です。

### 《スリランカ視察のポイント／参加者の声》

【ポテンシャルの確認】 現地企業への訪問等を通じ、経済、物流、人材、産業などスリランカが持つ多くのポテンシャルを確認

#### ❖参加者の声

- ・製造業として最も大切な、人的教育水準の高さ・勤勉性、安定性を確認できた。
- ・スーパーでの豊富な品揃えに、食文化の豊かさと生活水準の高さを感じた。一方、他の製品、商品は不足しているようで、市場の将来性に期待できる。
- ・日本車が非常に多く走り、建築ラッシュもあり、大きな経済成長が確認できた。
- ・高齢者ケア施設では、高所得者層の入居や高齢化の実態を見ることができた。
- ・日系の進出理由が地理的な優位性、安価な人件費、人材の質、中間層以上の市場規模だと分かった。

【ビジネス環境の体感】 輸出加工区（EPZ）の製造拠点、港湾施設（コロンボ港）や商業施設等の視察、一般家庭への訪問でビジネス環境を体感

#### ❖参加者の声

- ・欧州との親和性の高さ、インドとの距離感、中華圏の影響などもあり、国際間の活動拠点としてダイナミックな可能性を感じた。
- ・紅茶の国の認識であったが、ヨーロッパ、中東、アフリカなども視野に入れた多品目の輸出や物流の拠点として、また FTA を結んでいるインドへの輸出拠点として重要な国であると感じた。
- ・一般家庭を訪問することで、生活環境、食事情など身近な情報を得ることができた。

【ネットワーク等の獲得】 進出日系企業やスリランカ経済担当大臣との交流を通じて人脈を構築し「生の声」を聴取

#### ❖参加者の声

- ・経済担当大臣に面会し、国の経済トップの意気込みに感銘を受けた。
- ・現地ビジネス交流会で、現地の駐在事情、日系企業の活躍状況について広い情報交換ができた。