

ハッピーメール

HAPEE MAIL

Hiroshima Industrial Promotion Organization, Global Business Support Center
-Hiroshima international Access and Promotion of 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

国際ビジネス支援センターでは上海事務所のほか海外ビジネスサポーターを9都市に開設し、現地レポート紹介や県内企業の海外ビジネスの支援を行っています。
4月からインドネシア・ジャカルタビジネスサポーターに着任される中川智明さんをご紹介します。

インドネシア ビジネスサポーター 中川 智明

自己紹介 中川 智明

ジャカルタのビジネスサポーターの中川です。

2001年から日本の公認会計士として大手監査法人で業務をスタートし、2012年にインドネシアの大手監査法人へ駐在員として出向してインドネシアに参りました。



その後、2014年にPT. Trans Ocean Consulting をジャカルタで設立しました。

現在は、会計税務を中心とした日常的業務のお手伝いから、新規進出や組織再編、M&Aなど幅広い側面で日系企業を支援しています。

インフラや制度面で改善の余地が大きく、日系企業は様々な課題に直面していますが、若い世代が中心の2億6千万人の市場は中長期的に外せないマーケットであると思います。

これまで数多くの進出事例及び進出後のビジネス拡大事例の経験をもとに、地に足のついた厳しいけれど現実的かつ成功確率の高いアドバイスを心がけたいと思います。

PT. Trans Ocean Consulting

会計税務を中心としたビジネスコンサルティングサービスを提供しています。具体的には、日常的な会計税務のサポートサービスから新規進出や組織再編、M&Aなど幅広い側面で日系企業を支援しています。現在は、事業再編や株式売却及び内部統制の強化など、業務の見直しや足場固めに関係する相談が増えています。

インドネシアは潜在的な魅力にあふれた国だとは思いますが、まだまだ法制度が未成熟です。このような環境において、本当に効率的な会社運営を、優秀なローカル人材を活用しながら提案しサービスすることを目標としています。弊社職員は日本及び日本の文化が好きなのが、皆、誇りを持ってサービスしています。

インドネシア ジャカルタ

こんな国こんな都市

インドネシアは世界第4位の2億6千万人の人口を誇り、かつ平均年齢は29歳で中間層が拡大するこれからの国です。経済的には踊り場といわれた数年を経て、現在インフラ投資をベースに力強い景気回復基調を取り戻しつつあるとされています。

人々は起業や投資に前向きで、将来に対して非常に楽観的で明るい見通しを持っています。時に日本人からすると、危うくも思われるほど楽観的な見通しですが、若さを武器に最終的にはパワーで押し切ってしまう印象です。このようなインドネシアと共に発展してゆく選択を考える日本人及び日本企業にとって、インドネシア人が日本を大好きでいてくれることも非常に有利な事です。近年、受注が競合するインフラ案件等で、価格競争の結果、中国等に日本が負けてしまうこともあります。例えば、日本車が95%以上のシェアを占めるインドネシアにおいては、まだまだ日本及び日本人への信頼感は絶大なものがあります。

以上のように、インドネシアは潜在的な魅力がある日本を好きでいてくれる国ですので、インドネシアという国及び人を謙虚に学び、関係構築することで共に発展できる国と言えるのではないのでしょうか。



弊社からの眺め。大きなビルの合間の空地が次々に開発されるジャカルタの街並み。

CONTENTS

【巻頭言】「ビジネスサポーター 紹介」…………… 1 ジャカルタ 中川 智明 氏	・上海「第一回中国国際輸入博覧会が 2018年11月に上海で開催」… 7
【海外レポート】	・大連「アプリ世代」…………… 8
1 ビジネスチャンス	・重慶「中国西部地区〈重慶〉と広島 の 繋がり」… 8
・チェンナイ「インドにおける 日系外食ビジネスの現状と今後の展望」… 2	2 政策・制度
・シンガポール「自転車シェア、活況」…………… 2	・バンコク「外資規制の事例 その1」…………… 9
・ハノイ「ベトナムのアルミ産業について」…………… 3	・ジャカルタ「日本語学習者の 質の向上へ向けた動き」…………… 10
・ホーチミン「ベトナムの電力事情」…………… 4	【お知らせ】…………… 12
・台北「養殖魚展覧会と花蓮大地震」…………… 5	アンケート調査結果(2017年度)
・ニューヨーク「ニューヨークにて 相次ぎ観光促進イベントが開催」…………… 6	

★★★★★ 海外レポート ★★★★★

1 ビジネスチャンス

インドにおける日系外食ビジネスの現状と今後の展望

チェンナイ ビジネスサポーター 田中 啓介

インドでは2月から3月にかけて2年に1度開催されるオート・エキスポ「Auto Expo 2018」や、毎年チェンナイで開催されるエンジニアリング部品調達展示会「IESS (International Engineering Sourcing Show) 2018」が立て続けに開催され、日本からも多くの出張者がインドに渡印されていたのではないかと思います。さて、今回はインドにおける日系外食ビジネスについての動向をご紹介します。

<カレー文化インドでも、日本食>

「インド人は毎日カレーを食べている」インドの食文化を象徴する有名なフレーズになっていますが、確かにその通りで、ほとんどのインド人が1日3食、週21食、そのすべてがカレーなのでインドに来た当初は本当にびっくりしました。そんなインドで今まさに在留邦人の増加とともに、日本食レストランが少しずつ増え、ベジタリアン向けや味付けを変えてインド人をターゲットにした日本食を提供するレストランも増えてきました。

そして、インドにおける日本食マーケットが昨年あたりから新たな段階へと移行しつつあるようです。現在、北インドのグルガオン地域では約20店舗近くの日本食レストランがオープンしており、その半分以上がここ2~3年の間で急激に増えました。

<日本食の専門職レストラン>

インドでは、いわゆる「総合日本食レストラン」と言われる定食屋や居酒屋スタイルの幅広いジャンルの日本食を提供するレストランが主流で、これまではラーメン屋やうどん屋、寿司屋といった、特定のジャンルに絞った「専門食レストラン」はほぼ皆無でした。しかしながら、昨年あたりから、専門食レストランが増えてきています。

例えば、当地チェンナイではインド初の本格的なラーメン専門店『秋平』がチェンナイ市内に2店舗を構え、また、日本人が多く在住しているグルガオン地域では、焼き鳥専門居酒屋『くふ楽』、インド人向けに鶏や羊でスープを取ったラーメン専門店『Tokyo Table』がオープン。また、日本クオリティの菓子パンの製造・販売を手掛ける『いろは』、日本人向けに有機野菜を手掛ける『Hasora』、南インドから鮮度のいい刺身や水産加工食品を提供する『Sashimi Fresh』インド人自らが日本食を学びオープンしたうどん屋『Makoto Udon』などなど、北インドのグルガオン地域を中心に、日本食レストランが急増しています。一方で、東南アジアに見られる『吉野家』や『丸亀製麺』、『大戸屋』といった日本食チェーン店のインド進出は進んでおらず、インド在留邦人にとってはとても待ち遠しい限りです。

飲食業界に限らず、海外進出には“現地化”がキーワードとなりますが、まさにインドは日本とは全く違う食文化であるため、13億人の人口を誇るインドにおいては州ごとにインド人のニーズを把握し、現地の人に受け入れられるメニュー開発が必要になってくるものと思います。

写真：マトンラーメン（羊のスープ）を提供する新店『Tokyo Table』のメニュー



自転車シェア、活況

わずか1年少し前に始まったシンガポールの自転車シェア市場。地場系のoBikeを皮切りに中国系のofo、Mobikeが参入。1時間あるいは30分1シンガポールドル（約80円）程度で手軽に利用できることあり、瞬く間にシンガポール中に広がりました。この市場の勢いを見て、現在3強の市場にSG BikeとGBikesの2社が乗り込もうとしています。

oBikeは2017年1月に1,000台で事業を開始しましたが、今では14,000台に拡大。同社は既に20カ国に事業を拡大し、総ユーザー数100万人以上を抱えています。上海で事業を立ち上げた中国系のMobikeは200都市で800万台の自転車シェアリングを展開。ofoは250都市で運営台数は1,000万台です。



<政府、自前の自転車シェアリングを棚上げ>

交通渋滞や大気汚染対策の観点から車の台数を制限したい政府も、自転車シェアリングを検討していました。当初は2017年末にサービスを開始する予定でしたが、民間自転車シェアの台頭を見てこれを棚上げ。民間が自己資金でサービスを拡

シンガポール ビジネスサポーター 碓 知子

大しているところに、政府が税金を使って同じサービスを提供する必要はないからです。

一方、政府が検討していたサービスは、駐輪場を設立し、乗った駐輪場に使い終わったら返す仕組みでした。この場合、利用者は駐輪場を探し、同じ駐輪場まで戻ってこなければなりません。しかし民間3社のサービスは「Dockless」と言われる方式で、いわば「乗り捨て」です。自転車がどこにあるかは、モバイルアプリでわかるので、次の利用者は近くにある「乗り捨て」られた自転車を使って行きたい場所に行き、そこに「乗り捨て」ます。駐輪場が定められていると、目的地が駐輪場から数百メートル離れていたなら、その距離は歩かなければなりません。乗り捨てでは目的地に自転車を止めることができます。

<便利、しかし弊害も>

乗り捨てできることは利用者にとっては便利ですが、自転車が他の歩道利用者の邪魔になったり、町の景観を損ねたり、という弊害も出てきています。陸上交通局（LTA）が早速対策に乗り出し、通行の妨げになる自転車は半日以内に撤去するように指示、自主撤去しない場合は没収され、バイクを返してもらうには、撤去費用140Sドルと300Sドルの罰金が科されます。2017年には248台の自転車が没収されました。

LTAは10月にタウンカウンスル（町内会のようなもの）、国家公園庁と自転車シェア企業と、「責任ある自転車シェアサービスを促進」することで、合意しました。これにより、自転車シェア企業は「ジオフェンシング」と呼ばれる技術を使い、自転車が駐輪すべきところでない場所に駐輪された場合にシグナルを送るシステムを導入すること

になりました。しかし技術に頼るのも限界があり、一般ユーザーの教育が重要になります。

さらに、使おうとした自転車が「壊れている」こともよくあります。ユーザーの使い方にも問題があるかもしれませんが、豪雨が多いシンガポールという特異の事情もあります。屋外に置かれた自転車、あるいは屋根がある場所でも豪雨で横殴りの雨に降られた自転車はびしょびしょになります。劣化しない自転車の素材が必要だ、とシンガポールでの自転車シェアの利用状況を調査したシンガ

ポール-MIT アライアンスの Zhang Xiaohu 教授は新聞インタビューに語っています。

今後、強化されるであろう規制への対応、ユーザー教育などを考えた場合、自転車シェア企業の何社が生き残れるか、今後の展開が注目ですが、シェアリングエコノミーは進化し、生活の一部となっていくことは必須。劣化しない自転車の素材などは、日本の技術が活躍できる場かもしれません。

ベトナムのアルミ産業について

ハノイ ビジネスサポーター 中川 良一

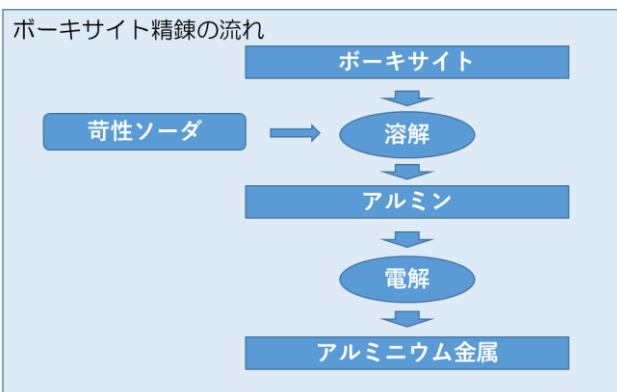
<遅れているベトナムのアルミ精錬>

ラムドン省及びダクノン省など南部の高原地帯には、アルミの鉱物資源であるボーキサイトが豊富にあります。ベトナムのアルミ精錬業は、開始されたばかりの未成熟な産業です。現在ベトナムでの精錬関連事業は、ベトナム石炭鉱物ホールディング会社(石炭鉱物国営公団:略称 Vinacomin)が設立した水酸化アルミニウム(別名アルミナまたはアルミン)製造工場2カ所になります。

製造工場	タンライ工場	ニャンコー工場
所在地	ラムドン省	ダクノン省
稼働開始	2013年10月	2016年12月
生産能力	65万トン/年	65万トン/年



上記2つのアルミン工場で製造された水酸化アルミニウムは、中国、韓国等にアルミニウムの原材料として輸出されています。しかし、近年ベトナム南部ダクノン省に、ベトナム初のアルミニウム精錬電解工場としてベトナム民間資本によるチャンホンクアン金属精錬会社が設立されました。現在建設中ですが、2019年末の稼働後には、アルミニウム生産能力45万トン/年となる予定です。



ベトナムのアルミニウム需要について統計資料はありませんが、月間約6万トンと推定されます(経済産業省の平成27年3月の調査資料「ベトナムにおけるアルミリサイクル事業展開可能性調査」より)。その内、約5万トンは圧延・押出分野で、残り1万トンはアルミ品の鋳造・ダイカスト分野です。

<外国企業の進出状況>

アルミ圧延とは、アルミコイルからビール缶などを製造するもので、この分野では米国のCROWN HOLDINGSが早い段階からベトナムに進出しています。同社は現在ベトナムでホーチミン市、ドンナイ省、ダナン市、ハノイ市でアルミ缶の製造拠点を有しています。日本からは昭和アルミニウムが2014年にベトナムのバクニン省に進出し、現在中部のダナンで第二のアルミ缶の生産拠点を建設中です。

アルミ押出とは、アルミサッシなどを生産するものです。建設ブームとなったベトナムではアルミ押出の需要は旺盛で、この分野では国内企業が多々あります。日本からはLIXIL、和伸工業などが進出しています。

アルミ鋳造、ダイカストの分野ではベトナム国内企業の他に、日本からも多く進出しています。特にベトナム北部には、オートバイシェアの80%以上を占める大手二輪メーカーのホンダ、ヤマハ、ピアッジョ（イタリア）等が集中しているため、その周辺部品メーカーも 2000 年以降急激に増加しており、中にはアルミニウムを利用する部品メーカーである広島アルミニウム工業、ホンダロック（キーシリンダー）、ティラド（ラジエター）など、多数であります。

<今後に期待>

現在、アルミを利用する日系部品メーカー各社は、アルミ原材料を輸入に依存しています。ベトナム初の精錬所がダクノン省で稼働することにより、国内製アルミ材が利用出来、今後輸送費等のコスト削減が期待されています。

また、日本の経済産業省のベトナムにおけるアルミリサイクル事業展開可能性調査においても、各部品メーカーや廃アルミ缶を用いたアルミスクラップの再生について、今後大きなビジネスチャンスになることが期待されています



アルミ押し出しの Tien Dat 社の製品（ベトナム企業）

ベトナムの電力事情

ホーチミン ビジネスサポーター 石川 幸

<はじめに>

皆様もご存知かと思いますが、年々ベトナムは経済成長を遂げています。そこで今回、取り上げたいのは経済成長には切っても切り離すことができない電力についてです。人口増加や生活水準の向上、更には経済の活性化等を見ても電力と言う支え無しに、これ以上のベトナムの経済成長は見込めません。

<発電所の形態>

ベトナムには電力を供給する会社が大きく分けて 2 種類存在しています。1 つ目は、ベトナム電力総公社（EVN）と呼ばれる国営の発電所です。2 つ目は、独立発電事業者（IPP）と呼ばれる EVN に自家発電した電力を販売する発電所です。発電施設の開発は莫大な資金などが必要とすることは明白で、それゆえに、依然として EVN が電力の大半を賄っているのが現状です。ちなみに、2015 年に EVN、IPP を合わせて全国 129 カ所に発電所があるとされています。

発電量に目を向けると、ベトナムの 2015 年の総発電量は 145,540GWh（ギガワット）とされています。各国の同時期の発電量は、日本が 1,053,634GWh、インドネシア 28,550GWh、タイが 177,580GWh であることを鑑みると、ベトナムの発電能力の伸びしろはあるように

思います。

<発電形態>

2015 年のデータによりますと、天然ガス火力発電が 28.9%、石炭火力発電が 34.4%、次いで水力発電が 34.2%を占めており、その大半を火力発電に依存していることが分かります。しかし、一方で水力発電の存在も看過は出来ません。2016 年の日本における水力発電の割合が 7.5%であることを加味すると、ベトナムの数字は非常に大きいです。これは熱帯モンスーン気候に属し、かつ水力発電に適した地形が多く、それゆえに水力発電所が多く点在するためです。また、原子力発電所も現状ではまだ無いため、クリーンエネルギーという点においては優秀であるとも言えます。

<電力不足>

しかし、クリーンエネルギーを大きく利用している点に関しては一方、リスクもあります。特に、水力発電に関しては天候に大きく左右されるため、発電量の予測が立てづらいからです。また、南部は乾季と雨季に分かれているため、通年での水力発電にも限界があります。事実、特にホーチミン市近郊では乾季になると例年、電力不足が嘆かれており、しばしば計画停電が実施されることもあります。経済的損失や国民生活を脅かすこの状況

を改善するためにも、政府は火力発電などに注力することを発表していますが、金銭的な面からも現実的かどうかは疑わしいところではあります。

<今後の展望>

現状として、この状況を悪く捉える見方も出来ませんが、外資企業にとってはある意味、投資のチャンスとして捉えることも出来ます。上記の IPP に関して、近年では日本の総合商社の丸紅が 2016 年に大型石炭火力発電プロジェクトに投資をし、ベトナムの電力業界に参入しようとする動

きがあります。また、未開の土地を有効活用するためにもソーラー発電を開発する企業も近年は増えています。各種プラント・施設に関するコンサルタントを手掛ける日系企業の日揮は南中部高原地方のザライ省に約 75 ヘクタールのメガソーラー発電所を開発予定です。

日本における発電技術は世界でも指折りのものがあり、かつ国外への受注に向けて邁進しています。そのような状況からも、エネルギー事情、殊に電力に関しては今後もベトナムと深い関係を築ける土壌はあるように感じられます。

養殖魚展覧会と花蓮大地震

台北 ビジネスサポーター 皆川 榮治

統計が少し古いですが、2016 年の養殖魚の販売量が、2015 年に比べ 20.36%も減少しました。その要因は温暖化と台風や豪雨、及び冬季の寒波による低温の影響です。台湾で獲れる石斑(ウグイ)虱目魚(サバヒー)蛤(ハマグリ)などの養殖魚が被害を受けました。

これを受け 2018 年の台湾養殖魚業界では産官学の協力を結集して技術革新、環境改善、永続発展(台湾特有の表現)を目指して新種養殖魚の開発、水質改善、飼料改善、疫病監視機材の開発、気候環境観測技術の向上、自動養殖設備、インテリジェント養殖サービスなどの分野で、養殖業者及び飼料業者が魚種間の境を越えて相互協力しあい研鑽を重ねてきた成果を、2018 年の展覧会で発揮しようと企画しています。それが専門研究会及び業者間交流会、ビジネス融合により、業界の交流発展を目指そうとする 2018 年養殖魚展覧会です。会期は 2018 年 7 月 26 日から 28 日の 3 日間で、場所は台北貿易センター 1 号館です。昨年は農業畜産、漁業の 3 団体が協力し、展覧会を開催し、36 カ国 12,089 名の参加者を得ることができました。

本年は 25 か国、300 社から世界の最新技術を持ち寄り、養殖魚展覧会を開催しますが、これに

は東南アジア、中国、インド、中東などから昨年を上回る 40 か国、20,000 名の参観者が来場の予定です。日本からの参観も歓迎しています。今回は日本からの出展はありませんが、主催者に聞いて見ますと、来年は日本からの出展も期待できそうです。

<花蓮での大地震>

さて続いて先日の花蓮での大地震ですが、2 月 6 日午後 11 時 50 分に発生。マグニチュード 6.4 の大地震でした。私も眠り際の 12 時前でしたが、目覚めて揺れに気づきました。17 人死亡、7 階建てホテル及び 12 階建てホテルのほか、民家 41 棟も倒壊する大きな災害になりました。安倍総理は直ちに手書きのメッセージを送り、翌日には国際緊急援助隊専門家チームを派遣しました。

2 月 12 日の台湾での世論調査では、台湾に最も思いを寄せた国は日本が 1 位で、75.8%、2 位が中国で 1.8%であったと報道しています。また中国は救援の申し出を行いましたが、高度な機材がある日本以外は受け入れない、との姿勢で台湾政府は一貫しました。

今回の事例を通して日台の絆の深さが刻まれた地震であったと言えます。

ニューヨークにて相次ぎ観光促進イベントが開催

ニューヨーク ビジネスサポーター 蟬本 陸

<欧米向けグローバルキャンペーンの発表>

3 月 13 日(火)、タイムズスクエアのロイター通信本社、30 階の大ホールにて、日本政府観光局(JNTO)は、今年より欧米各国で開始したグローバルキャンペーン「Enjoy my Japan」の発

表会を開催しました。同キャンペーンは、JNTO によれば、欧米豪(欧州、北米、豪州)市場を中心に存在する「海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認知・意識していない層」をターゲットに、「日本が、誰もが楽しむことができる旅行目

的地」であることを2020年に向けて複数年にわたり、アピールしていくというものだそうです。登壇された、JNTOの松山理事長は2020年に向けて現在約2,900万人の訪日外国人数を、4,000万人にすることを目標とする、と力強く宣言され、新しく制作され全世界で流される「Enjoy my Japan」の動画を来場者に向けて紹介されました。



＜訪日外国人としてはまだまだ少ない米国人＞

JNTOの発表資料によれば、2012年に836万人だった訪日外国人旅行者数は、5年間で約3.5倍に増え、2017年は過去最高の2,869万人を記録、また、訪日外国人旅行消費額も4.4兆円となり、初めて4兆円を突破したとのこと。一方で、2017年の訪日外国人旅行者数のエリア別内訳は、近隣のアジアが全体の85%を占め、所得水準が高く成熟した観光市場を擁する欧米豪諸国からの旅行者の割合は限られている、とのこと。

アメリカからの訪日は、2015年に初めて100万人を超え、2017年には、約137万人となりましたが、まだまだ圧倒的な近隣アジア諸国から

の訪日に比べればわずかなシェアにすぎません。そこで、政府としても欧米諸国向けの特別なキャンペーンを立ち上げたということのようです。

＜グランドセントラルターミナル駅でも

訪日促進イベント、ジャパンウィークが開催＞

また、上記発表会の翌日、3月14日（水）には、グランドセントラルターミナル駅において、ジャパンウィークが開催されました。17日（土）までの4日間、多くのニューヨーカーにお披露目されました。今年で第7回目、例年異なるテーマですが、今年は3Dトリックアートがテーマとなり、会場のあちこちに置かれた絵の前で写真を取ると、あたかもラーメンの中に自分が入ったり、人力車を持ち上げたりといった写真が撮れるというような仕掛けでした。いわゆる「インスタ映え」を狙った仕掛けですが、正面のメインの最大の写真が、広島の大厳島神社の風景を使ったトリックアートでした。

グランドセントラルはニューヨーク随一の交通の要衝、1日75万人が利用すると言われております。多くの来場者が、広島風景の前で写真を撮っていましたので、このイベントに参加された方の多くが、広島を訪れてくれるといいですね。



第一回中国国際輸入博覧会が2018年11月に上海で開催

広島上海事務所長 洲澤 輝

2018年11月5日～10日の計6日間、第1回目となる中国国際輸入博覧会が上海市で開催されます。この博覧会は2017年5月に習近平中国国家主席が「一帯一路」国際協力サミットフォーラムにて開催を発表しました。中国政府が世界へ向けた積極的な市場開放を主導する一大イベントです。

(博覧会の概要は次の表参照)

＜出展状況＞

同博覧会は、世界各国との経済交流・協力の強化、世界の貿易と経済成長を促し、開放型の世界経済発展を促進するという目的で大いに注目されており、運営機関である中国国際輸入博覧局の統計によると、すでに米誌フォーチュンが毎年発表している世界トップ企業500社にランクインする約100社を含む、約120ヶ国・地域の企業1,000社以上が出展を申請しているそうです。

<日本の対応>

日本では、日本貿易振興機構（ジェトロ）が日本側のコンベンション推進組織として関連業務を展開し、すでに1万平方メートルの出展面積を日本企業と関連団体のブースとして使用する計画であることを申請しており、今後出展募集が開始される予定です。出展企業の商品は必ず日本国内で製

造された Made in JAPAN の商品に限り、他国の工場で製造した商品を出品することは出来ませんが、本博覧会は、県内企業にとっても中国の巨大市場に参入できる大きな第一歩となるのではないのでしょうか。また、出展ではなく視察として参加するだけでも中国経済の勢いを感じ取る事が出来ると思います。

【中国国際輸入博覧会の概要】

展示会名	第一回 中国国際輸入博覧会	
会 期	2018年11月5日（月）～10日（土）	
開催場所	国家エキシビション・コンベンションセンター（上海市）	
主 催	中華人民共和国商務部、上海市人民政府	
出 展 エリア	貨物貿易 部門	総面積：約18万平方メートル 展示分野：AI、IoT、工業ロボット、材料加工、産業部品、自動車関連、デジタル化工場、その他生活と密接な関係があるアパレル、日用消費品、食品・農産品、医療機器 等
	サービス 貿易部門	総面積：約3万平方メートル 展示エリア：観光サービス、省エネ・環境保護、文化・教育、イノベーションデザイン、アウトソーシング 等
併設イベント	当博覧会開催中に虹橋国際貿易フォーラムや、各種セミナー、新商品の発表など副次的なイベントも多数開催されます。	

アプリ世代

大連 ビジネスサポーター 劉 瑛

<余暇の過ごし方>

ある投資会社が20～30代の若い世代2,000人程度を対象に、毎年、ヒアリング調査を実施しており、これからの消費傾向を探っています。最近の調査では、帰宅後何をするかという質問に対し、90%の男性が携帯ゲーム、90%の子どものいない女性はネットでドラマを見るとの回答が集まりました。ついでに言えば携帯アプリで外食を注文し、自炊をすることも殆どないようです。子ども連れなら、週末にショッピングモールにあるスケート場やら児童遊園地に預け、余暇を過ごす人も多くあります。インターネットでの買い物が増える中、ショッピングモールもその中のレスト

ランも子どもの遊園地で集客を図っています。この場合、モール内での食事になりますが、20も30もある選択肢のうち、どれを選ぶかということ、目の前にあるレストランを自分の目で確認するのではなく、アプリでまず評価とメニューを見てから選びます。自分の判断よりアプリの信頼度が高いように見え、おかしくもありますが、現実の姿です。

<アプリの活用>

現在、大部分の中国ユーザーが毎日平均3.5時間も携帯などを通じてインターネットと繋がっており、すべての判断、決定はアプリの情報に依存

しているといっても過言ではありません。情報についても、以前はキーワードを検索して情報を探していましたが、今はアプリがAI技術を利用して過去の購買・消費習慣を分析してお勧め商品等を次から次に送ってくるので、別に検索しなくても、与えられた情報からお勧めから選ぶことが普通となっています。

よって、利用者の多いアプリがビジネス上ますます重要になります。前にも紹介した外食配達アプリの「美团」が2013年11月に設立してから、わずか4年間で、一日あたりの平均注文数が最初2014年の140万食から2015年末の300万食、2017年末の1,800万食を達成し、今年年末には2,500万食を目標にするまでになっています。アプリで扱うサービスを外食配達の注文のみならず、衣料や家電、生鮮食品の販売などにも

拡大しており、今後もこれらの充実を図る計画であることから、まだまだ増えていくように予測されています。個人、一人一人では頻繁に使うアプリは最高20個で、通常は12個との調査結果もあり、それ以上新たなアプリをダウンロードすることは少ないようですので、他に先んじて展開することが、ユーザーを集める上では特に重要になっています。

また、アプリのヘビーユーザーである若い世代はますます短気で、例えば、長いドラマよりは短い数分間の動画を好み、動画を自由に載せられ自由に見られるアプリが急速に成長しています。

やはり各世代によって考え、やインターネットとのかかわり方がずいぶん違い、商習慣もそれにあわせてこれから変わっていくとも予測されます。

中国西部地区 “重慶” と広島との繋がり

重慶 ビジネスサポーター 吉川 孝子

<友好都市として>

1984年9月に広島県と四川省、1986年10月に広島市と重慶市が友好都市締結してから、どちらも30周年を過ぎてまもなく35周年がやってまいります。

また、重慶に在重慶日本国総領事館が建館されて本年は20周年を迎えていることから、重慶市では領事館の20周年及び「日中平和友好条約締結40周年」を機に本年、領事館主催のイベントが重慶や成都で多数行われます。

これらのイベントでは広島と重慶とのこれまでの交流を鑑み、「広島」を前面に打ち出していただけることになりました。重慶市民には広島を、広島の皆様には重慶を知って頂き、双方の経済、文化、特に経済の交流を深めて行きましようと呼びかけるイベントとなっています。

<改めて交流を>

広島市と重慶市は友好都市締結を行って以来、文化、教育、環境、医療、経済等様々な分野で長きにわたり交流を積み重ねているものの残念ながら、国情から一部分の方による交流にとどまっているのが現状であります。

現在でも、友好交流の強化を図るため、毎年青少年の交流等が推進されていますが、中国側の若者は日本や広島に対する理解を深め、日本企業と

の関わりを希望しており、日本への留学や観光が増えているものの、片や日本の若者達を見ると中国との関わりが減っており、「友好の架け橋」のスローガンが現実的に危うくなっているように感じられます。

中国側では実際、四川・重慶の学校などから、日本青少年の礼儀正しさ、集団活動の秩序を守る意識の高いことが取り上げられ、私学などの教師からは日本視察の要望が昨年より増えております。

ちなみに重慶市では大規模な中学校が修学旅行先として広島コース、京都コースを選んでおり、生徒、教師、保護者達も広島に行った人が多くいることから、重慶では広島が観光良地としてよく知られています。

重慶は中国西部地区の経済、重工業製造拠点、また消費大国でもあります。また、一方では中国西部地区としてみると、沿岸部と違い文化のみならず、経済及び農業関連、環境関連分野は非常に遅れており、日本企業さんの協力が必要とされる地域でもあります。

是非、他国特に欧米の企業同様に、隣国である中国の西部地区「重慶」に再度目を向けて頂ければと願っております。

2 政策・制度

外資規制の事例 その1

バンコク ビジネスサポーター 辻本 浩一郎

昨今、タイで登記した外国企業(外資 50%以上)が、タイ当地において事業を行う際に、外国人事業法(外資規制法)に抵触するかどうかの問合せが増えています。外国企業が、タイにおいて、外資規制を受けない製造行為だけでなく、製造業以外の事業、例えば各種サービス業や貿易業、研究開発等々の事業を拡大している背景があると言えるでしょう。

今回は、外資規制、つまり外国人事業ライセンスの取得が必要か否かの事例について、Q&A 形式にてご紹介させていただきます。

<事例1：利益を得ない事業活動>

Q:タイで登記した外国企業ですが、いくつかタイ政府機関と、米、サトウキビ、キャッサバ、とうもろこし等の穀物栽培の研究開発について共同プロジェクトを行っています。当社はこのプロジェクトを運営する為に、約 200 ライ(1 ライ=1,600 m²)の土地に穀物研究区画、農民の知識移転区画、水源、建物、貯蔵及び駐車スペースからなる研究開発(R&D)センターを設立することを計画しています。この R&D センターは、

①栽培全工程の R&D、コスト削減や生産高向上、栽培品質の向上の新知識の探求。

②農民への栽培の知識の実演及び移転に重点を置いている。

R&D センターで生産される農産物は 2 つに分けられ、

①研究区域の世話をした農民に報酬として与えられる。

②県の農業拡大事務所に与えられ、それをその農業事務所が着手したプロジェクトに参加した農民または農協に渡す。 となっています。

この会社は、この事業を行うために外国人事業ライセンスを取得する必要があるのでしょうか？

A: その会社が研究区画で生産された農産物を研究区画の世話をした報酬として農民に与える場合、またはその会社がその農産物を販売して収入または利益を得る場合、そのような業務は、外国人事業法 B.E.2542 付表 4 に記載される定義により事業を行うと見なされ、且つ外国人事業法の付表 1(2)農業、穀物栽培、園芸による事業を行う

と見なされるので、外国人/外国企業がこの付表による事業を行うことは認められません。

一方において、その会社が研究区画からの農産物を県の農業拡張事務所の利益となるように事務所に与え、会社がその行為から直接または間接を問わず収入や利益を得ない場合、このような業務は、外国人事業法 B.E.2542 付表 4 に記載される定義では事業を行うとは見なされず、外国人事業ライセンスを取得する必要はありません。

<事例2：新たなサービスの提供>

Q:タイで登記した外国企業で 2 億バーツの登記資本金を有し、外国人事業ライセンスを取得する必要がない自動車メーカー B 社の車を販売する小売事業及び卸売事業を運営しています。当社は、車の所有者が他のアプリ機能を有償または無償でダウンロードできるように、B 社が開発した「コネクテッド・ドライブ」アプリを車に無償で搭載することを計画しています。そのアプリ関連事業を運営することは小売事業を行うと見なされるのでしょうか？

A: 「コネクテッド・ドライブ」アプリは、B 社が独占的に開発、所有しており、車の所有者にそのアプリと連動する追加のソフトウェアをダウンロードする権利を許可することは、外国人事業法 B.E.2542 の付表 3(21)の事業によるサービス事業を行うと見なされるので、実施する前に商務省より係る外国人事業ライセンスを取得しなければなりません。

【外国人事業法】

規制業種を 3 種類 43 業種に分け、それらの業種への外国企業(外国資本 50%以上)の参入を規制している。

第1表	外国人企業の参入が禁止されている(9 業種)
第2表	国家安全保障、文化伝統、地場工芸、天然資源、環境に影響を及ぼす業種(13 業種)※1
第3表	外国人企業に対して競争力が不十分な業種として外国人企業の参入が禁止されている業種(21 業種)※2

※1 内閣の承認により商務大臣が許可した場合は可能。

※2 外国人事業員会の承認により、商務省事業開発局長が許可した場合は可能

<神田外国語大学が日本語教育の拠点を設置>

最近の日本・インドネシア関連ニュースで目を引いたものの一つが、神田外国語大学がインドネシアのアトマジャヤ大学に日本語教育を中心した交流拠点を開設した、というものです。アトマジャヤ大学はインドネシアの有名私立大学のひとつで、カトリック系ということもあり多くの中華系のインドネシア人が学んでいます。

学生向けの日本語教育にとどまらず、教員向けの日本語教授法、ビジネスマン向けの日本語教育も行う計画とのことでした。

インドネシアにおいてビジネスを展開する上で言葉は大きな課題の一つですが、日本語学習者のレベルがあまり高くないのがビジネス環境としては悩ましいところで、こうした動きは大いに歓迎すべきと言えるでしょう。

<世界第二位の日本語学習者>

実は、インドネシアは世界第二位の日本語学習者を誇り、その数は75万人（2015年、国際橋交流基金調べ）にもものぼります。日本語学習者が多いのは、2006年に高校での第二外国語が必修になったのがきっかけとされています。その後、第二外国語は必修ではなくなりましたが、多くの高校で日本語教育が行われています。子供のころから日本のアニメや日本企業の製品が身の周りにあり身近な存在であるためか、日本語に興味をもつ生徒が多いようです。

<上級日本語人材のプレミアム>

日本語に関心をもっただけなのは大変嬉しいですが、多くの方が「ちょっと、かじってみる」というレベルにとどまっている現状を、もう少しなんとかしたいところです。日本語能力試験の受

験者数はインドネシアでは14,000人しかおらず、学習者の数から比べて受験者は非常に少なく、ベトナムの58,000人、タイの23,000人（各国における受験者数）と比べても低い水準です（2016年、国際交流基金調べ）。

仕事で使えるレベルは日本語能力検定3級以上とされますが、即戦力として必要な2級以上の保有者はインドネシアでは少なく、限られた頭数に多くの求人が寄せられます。職種・勤務地・職務経験にもよりますが、日本留学を終えたばかりの新卒でも800万ルピア（約6万円）、場合によっては1,000万ルピア（約7.4万円）といった水準になることがあり、一般人材より3~5割のプレミアム付で評価されます。インドネシアの労働市場は流動性が高いため、需給を反映した市場価格（給与）が形成されますが、このプレミアムは日本企業ならではのコストということでもあります。

現状ではインドネシアの日本語教師の殆どは日本語能力検定3~4級レベルとされていますが、日本語人材の裾野の拡大と質の向上を図るには、学生・教員・ビジネスマンの全てにトレーニングの機会を提供する、神田外国語大学のような事例が一層拡大することが望まれます。

<サポーター最後のご挨拶>

業務の都合により、今回を持ちまして最後の投稿となりました。ビジネスサポーターとしての活動は、広島出身の私にとって故郷との繋がりを感ぜられる貴重な機会でもありました。引き続き、ジャカルタにて日本とインドネシアの架け橋として活動して参りますのでよろしくお願いいたします。末筆ながら、皆様のご健康とご多幸をお祈りいたします。