

HAPEE **ハッピーメール** MAIL

Hiroshima international Access and Promotion of Economic Exchange

発行：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

■CONTENTS■		ハッピーメールは、回覧して皆様でお読みください。	
巻頭言	独立行政法人 日本貿易振興機構（ジェトロ） 地域統括センター長（中国地域） 広島貿易情報センター所長 的場 真太郎 氏	7回目を迎える TICAD	1
海外 レポート	台北	台湾経済の縁の下の力持ち？知っておきたい台湾のドラッグストア/コスメ業界事情	2
	ハノイ	10年間で最高の経済成長を記録したベトナム	3
	ニューヨーク	存在感を増し続けるアマゾン	4
	ジャカルタ	インドネシアの人口動態について	5
	上海	中国での春節を迎え	6
お知らせ等	国際ビジネス支援センター事業に関するアンケート結果/セミナーのお知らせ		7

★ バックナンバーは産振構 HP「拠点別レポート」から

7回目を迎える TICAD

独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）

地域統括センター長（中国地域）

広島貿易情報センター所長 **的場 真太郎 氏**



今年8月、横浜で第7回アフリカ開発会議が開かれる。英語名称の Tokyo International Conference on African Development の頭文字を取って TICAD と呼ばれるこの国際会議は、日本政府が主導し 1993 年から始まった。当初は5年に1度の開催だったが、2013 年からは3年に1度となり、かつ日本とアフリカでの交互開催となった。前回の第6回はケニア・ナイロビで 2016 年に開かれたので、今年の第7回は3年振りに日本で開催されるという訳だ。

私は 95 年に南アフリカ（ジェトロ・ヨハネスブルク事務所）勤務を命ぜられ、初めてアフリカの地を踏んだ。悪名高いアパルトヘイト（人種隔離）政策が終わり、新生南アフリカと日本のビジネス拡大に貢献すべく、事務所を増員することになったのだ。とは言えその頃のアフリカは政治不安や貧困問題を抱え、日本企業の関心を引くには程遠い状態で、経済状況も悪かった。「成長しない経済」とも称されたアフリカは、援助・支援の対象でしか無く、ビジネスの対象では無かった。

そうした時代背景の中で始まった TICAD だが、回数を重ねるごとに変化している。ジェトロは第4回の TICAD（2008 年）で官民連携を打ち出し、アフリカとの貿易・投資の重要性を提言した。日本企業のアフリカへの関心も徐々に高まり、前回 TICAD はナイロビでの開催であったにも関わらず、ジェトロ主催のジャパン・フェアに日本企業約 100 社が出展した。今回は日本開催でもあり、さらに多くの企業の参加・出展を期待している。

ところで広島にもアフリカとのビジネスに取り組んでいる企業がある。アフリカもまた、広島企業にとって重要な市場なのだ。世界の中でこれから人口が増えていく地域の代表格はアフリカだ。TICAD が日本で開かれる今年、アフリカにも思いを巡らせていただきたい。故マンデラ大統領の就任式と私の誕生日が重なるのも何かの偶然だが、ビジネスの出会いも案外、偶然から始まるのかもしれない。

海外レポート | 台湾 台北

台湾経済の縁の下の力持ち？

知っておきたい台湾のドラッグストア/コスメ業界事情

歐元韻

台湾でも今やドラッグストアやコスメショップは人々の日常生活には欠かせぬ存在です。2012 年前後より台湾でも日系ドラッグストアの市場参入が話題となり、昨年には日本のドラッグストア業界にて長きに渡り首位に君臨していたマツモトキヨシが 10 月の 1 号店に続き、2 号店も矢継ぎ早にオープンさせ台湾市場の話題となりました。そこで今回は店舗販売以外にもネット販売が加わった、所謂戦国時代の様相を呈してきた台湾のドラッグストア/コスメ業界についてレポートしてみたいと思います。

<マーケット概要>

台湾經濟部統計處の統計結果によりますと台湾も高齢化社会に突入し、薬品及び医療器材に対する需要が年々拡大しております。かつ台湾人女性の龐大な潜在消費力によって支えられた 2017 年のドラッグ&コスメ商品の売上高は 2 千億台湾ドルを突破し、年成長率も約 3%です。因みに台北屈指の観光エリア「西門町」界隈には業界トップ 4 のドラッグストアが揃っていることで有名です。中でもエリア内の成都路には 200mあるかないかの距離に業界トップ 4 のドラッグストアが全て揃って店舗を構えていることでも有名です。また業界二大巨頭のひとつである康是美（コスメド）では 2018 年度の売上は台湾ドル 110 億に達し、年 5%の成長率を維持。その内、化粧品 of 年成長率は 2~3%です。2018 年の 9 月には化粧品、コスメと薬品の割合を 7 対 3 にし、SHNIE ビューティーコスメをコンセプトに新業態店舗をオープンさせています。

【台湾主要ドラッグストア店舗数】

国籍	店舗名	台湾側パートナー	店数	設立年
香港	屈臣氏	(屈臣氏グループ)	550	1987
台湾	康是美	統一グループ	400	1995
台湾	日薬本舗	※	54	2011
日本	Tomod's	三商グループ	44	2012
台湾	86 小舗	※	15	2006
日本	マツモトキヨシ	台隆工業	2	2018

※86 小舗 台湾最大の E コマースショップ

FB 登録者：138 万人 LINE 登録者：1,440 万人

【日系各社それぞれの戦略】

会社名	取材対応者	各社コメント
Tomod's 台湾	足立亮二 総経理	・働く女性を意識した商品提案 ・東南アジア市場も視野に入れたビジネス展開
マツモトキヨシ台湾	林保範 総経理	・商品の多様化 ・会員ポイントの台日共通化 ・フリー化粧サービスの提供
日薬本舗	謝德璋 会長	・同社独占販売のアイテムが最多(➡医療保険品売上が全体の 40%以上を占める) ・日本のピーノス社と提携した IT、ビックデータ戦略 ・一部店舗に日本の昭和レトロ調博物館を設置



<化粧品の生産基地、台湾>

台湾でも日本ブランド商品は相変わらずの人気ですが、台湾の女性達は美容や化粧品に対する意識、関心度が高いので独自のオリジナルブランドもかなり沢山あります。因みに TAITRA (中華民國對外貿易發展協會) によると、2017 年の台湾の化粧品輸出額は前年比 13・2%増の 7・3 億 US ドルで過去最高を記録しております。主要な輸出先は中国、香港、アメリカ、アセアン諸国等です。この様に世界の生産基地として OEM・ODM 工場である台湾は大手化粧品メーカーの製造を担っており、美容コスメ分野でも実力を蓄えてきました。また近年はデザイナーとのコラボにより、オリジナルコスメの製造に力を注いでいます。特に世界 17%のシェアを占めているフェイスパックは台湾に大きなビジネスチャンスをもたらしています。台南では工業研究院の掛け声のもと美容化粧品産業に於ける川上、川中、川下業者が集まり「台湾麗谷創新産業連盟」を結成。フランスの企業と MOU を提携し、MIT (Made in Taiwan) 商品を世界に売り出す試みをスタートさせております。TAITRA 台湾貿易センターのプレジデント兼 CEO の葉明水 (Walter, M. S. Yeh) 氏も今後の展望については「お土産需要から台湾製商品に火がつき、なかでもシートマスクが好調だが、今やアジアのコスメ市場は伸び盛りだから、台湾の化粧品産業のグローバル化をもっと押し進めていきたい。美容と医療を組み合わせた台湾らしい特徴をつくり、国際的に重要な立場になれるように発展させていく」と力強く語っておられます。

10年間で最高の経済成長を記録したベトナム

中川 良一

北朝鮮キム委員長・米国トランプ大統領会談での準備作業等によって、徐々に渋滞が始まってきました。北朝鮮大使館は外壁のペイント工事、主要道路では両国会談を記念する装飾、



またMr.KimとMr.Trumpヘアのカットを無料でサービスする床屋も現れ、市民の米朝会談に対する関心も高まってきています。
(※2月下旬)

ベトナムが東南アジアで最も注目される国家と言われ始めてから早10年が経過しましたが、ベトナム統計総局により、2018年マクロ経済状況について発表されました。2018年の主要経済指標は下記のとおりです。

この指標のように順調な経済成長を見せる中、韓国の各分野での突出ぶりが目立っています。韓国と日本の投資件数での過去累計(新規および増資案件)は、韓国7,459件に対し日本は3,996件と1.9倍となります。そして2018年1年間の韓国と日本の新規投資案件数では、韓国1,043件に対し日本は420件と2.5倍の差があり、年々開きが広がっています。

ベトナムでの在留韓国人推定12万人に対し在留邦人約17,000人=約7倍差

ベトナム入国者数は韓国348万人に対し日本82万人=4倍差

ベトナムの輸入額は韓国から479億米ドル、日本193億米ドル=2.5倍差

韓国は国家主導でベトナムとの協力そして民間企業のベトナム進出促進を行っており、私が入関するハノイ近郊自治体においても、韓国政府より人員が派遣され、韓国企業進出促進を行うと同時に韓国地方都市との交流業務も促進させています。

今回の北朝鮮キム委員長訪問においても、北部バクニン省(サムスン本拠地)およびハイフォン市(LG本拠地)への視察が組み込まれており、韓国政府の働きかけが見受けられます。今後、日本企業がベトナムでのプレゼンスを保つためにも、日本政府、日本の地方自治体、そして民間も含めた多方面での交流がさらに促進されることを期待しています。

2018年のGDP伸び率は7.08%で、2008年以来最高の伸び率。産業別の伸び率は農林水産業3.76%、工業・建設業8.85%、サービス業7.03%となりました。2018年のベトナム経済規模は5,535.3兆ドン(約26兆円)で、一人当たりのGDPは5,850万ドン(約28万円)で2017年に比べて約2万2000円増加。

①主な経済指標

■2017年に比べて生産量が著しく増加した工業品生産量(前年比増減率)

ガソリン943万トン(51.2%増)、鋼材1,772万トン(43.8%増)、LPG99万トン(29.8%増)、テレビ1,320万台(24%増)、アルミン131万トン(23.3%増)、合成繊維の織布10.8億m²(18.9%増)、水産養殖用飼料611万トン(17.3%増)

■主な農産物の生産状況(前年比増減率)

米4,398万トン(2.9%増)、トウモロコシ491万トン(4%減)、サツマイモ137万トン(1%増)、キャッサバ芋994万トン(3.2%減)

■水産の水揚げ高775万トン(6.1%増加。内訳、魚類560万トン、エビ類97万トン、その他118万トン)

■貿易：輸出総額：2,447.2億米ドル。前年比13.8%増加(前年比金額増減率)

【主な輸出品及び輸出額】：電話器及び部品500億米ドル(10.5%増)、繊維・縫製品304億米ドル(16.6%増)、電子品・計算機・部品294億米ドル(13.4%増)、機械設備・部品165億米ドル(28%増)、靴類163億米ドル(11%増)、水産品88億米ドル(6.3%増)、野菜38億米ドル(9.2%増)、コーヒー35億米ドル(1.2%増)、カシューナッツ34億米ドル(3.9%減)、米31億米ドル(16%増)、原油23億米ドル(21.2%減)

【主な輸出先】：米国475億米ドル(14.2%増)、EU425億米ドル(11%増)、中国419億米ドル(18.5%増)、アセアン247億米ドル(13.7%増)、日本190億米ドル(12.9%増)、韓国183億米ドル(23.2%増)

■貿易：輸入総額：2,375.1億米ドル。前年比11.5%増加(以下、括弧内：前年比金額増減率)

【主な輸入品】：電子品・計算機・部品425億米ドル(12.5%増)、機械設備・部品337億米ドル(0.5%減)、電話器及び部品160億米ドル(2.6%減)、生地129億米ドル(13.5%増)、鋼材99億米ドル(9%増)、樹脂91億米ドル(20%増)、ガソリン76億米ドル(7.8%増)、金属類73億米ドル(24.9%増)、プラスチック製品59億米ドル(8.1%増)、縫製・製靴付属品57億米ドル(5.7%増)、化学品52億米ドル(25.2%増)

【主な輸入先】：中国658億米ドル(12.3%増)、韓国479億米ドル(2%増)、アセアン320億米ドル(13%増)、日本193億米ドル(13.4%増)、EU138億米ドル(13.1%増)、米国128億米ドル(36.7%増)

②その他

■外国直接投資(2018年の始めから同年12月20日まで)：新規投資件数3,046件、登録投資額179億7620万米ドル。2017年に比投資件数が17.6%増加しましたが、投資額は15.5%減少しました。

【外国直接投資の主な業種(新規投資額ベース)】：製造業50.5%、不動産業29%、その他20.5%
投資国別では日本が首位であり、①日本65億9210万米ドル ②韓国36億5760万米ドル ③シンガポール14億2360万米ドル ④中国12億1710万米ドル ⑤香港11億2890万米ドル ⑥タイ8億9860万米ドル ⑦仏5億2360万米ドル

【進出先/54都市・省 上位の進出地方(外国新規投資額ベース)】：ハノイ28%、バリア・フンタウ10%、ピンズオン省6.8%、ドンナイ5.5%、ホーチミン市4.4%、ハイフォン4%、タイニン2.5%、バクニン2.2%、ニントアン2.2%

■外国人の入国者数は1,549.8万人で最高。空路、陸路及び海路別で入国した外国人の数はそれぞれ1,248.5万人(14.4%増)、279.8万人(59.6%増)及び21.5万(16.8%減)となっています。(前年比増減率)

アジア各国からの訪問者が最も多く約78%を占める。国別では中国496万人(23.9%増)、韓国348万人(44.3%増)、日本82万人(3.6%増)、台湾71万人(15.9%増)、マレーシア54万人(12.4%増)、タイ35万人(15.8%増)、シンガポール28万人(3.1%増)

■2018年の平均人口は約9,466.6万人(推定)で、2017年に比べて98万8400人増加。都市部人口3,383万人(総人口の35.7%)で、農村人口6,083.6万人(総人口の64.3%)。15歳以上の労働人口5,540万人(男性52%、女性48%)

存在感を増し続けるアマゾン

蟬本 睦

＜第二本社計画は白紙に＞

「もうアマゾン来ないのは確定？」そんな会話がニューヨークで多く語られました。2月14日、アマゾンは第二本社の進出先として決定していたニューヨークへの進出を断念すると発表しました。ニューヨーク市クィーンズ区のロングアイランドシティエリアに進出が決まっていたのですが、どうも地元住民や一部政治家などの反対運動により進出を断念したとのこと。アマゾンが受け取る予定であった30億ドルともされた税控除や優遇措置が反発を生んだと報道されています。進出すれば2万5千人の雇用を産むとされていただけに、インパクトの大きな話です。クィーンズの不動産価格もアマゾン進出を折込み、かなり上がっていたと聞いていました。

＜変わるホールフーズ、

小売実店舗へのアマゾンの進出＞

高級スーパーマーケットの代名詞かつ最大手のホールフーズマーケットは、ニューヨークでも人気です。オーガニックブームの火付け役ともされ、健康ブームにも乗り、現在で約470店舗全米に展開しますが、2017年、アマゾンに買収されました。買収当時は、あのホールフーズがとびっきりしたのですが、現在店舗を見ると、アマゾンプライム会員への割引や、より低価格のプライベートブランド(PB)商品である365シリーズの強化など、高級路線を少し修正しつつ、アマゾンの姿が堂々と店内でも見受けられるようになってきました。また、マンハッタンには、アマゾンブックストアが複数店舗オープンし、ソーホー地区には、アマゾンでの星の評価が4つ以上の商品のみを集めた、Amazon Four Star Store (www.amazon.com/amazon-4-star/b/?node=17988552011)が昨年オープンしました。アメリカ最大の小売業者であるウォールマートなど、もともとの小売事業者がオンライン事業を強化し、オンライン専業で始まったアマゾンが逆に実店舗に力をいれていて、両者がお互いの領域に挑んでいる形となっています。

＜オンラインでは一人勝ち＞

日本では、アマゾンのみならず、楽天やヤフーショッピングなど様々なインターネット通販が競合していると思いますが、アメリカ

はアマゾンの一人勝ちの状況ではないかと思えます。同社は2018年度で約25兆円の売り上げを上げる企業となり、時価総額でもアップルやマイクロソフト、グーグル(の親会社のアルファベット)を抑えて堂々の1位となりました。報道では2018年度、アマゾンはアメリカの全Eコマースのシェアの49%を獲得し、2019年には過半数を超えるだろうとされています。

余談ですが、ある州立大学を訪問した際、昔ながらの売店の横に、アマゾンセンターのようなお店というスペースがありました。聞くと、都市部から離れ、ほぼ大学だけで成り立っている小売店が皆無のキャンパスにおいて、学生たちはアマゾンを利用し、様々な物品を取り寄せるようですが、その配達・受け取り場所として機能しているようでした。そして、大学から付与されるメールアドレスでアマゾンに登録すれば、有料のアマゾン会員プライムのメンバー料金年間119ドルが無料になるそうです。こうやって、大学生のころから、いわばアマゾンの利用を促し、ロイヤルティーの高い消費者を育て、またプライム会員数を増やす努力を行なっているのだなあと感心し、また恐ろしくなりました。くだんのアマゾンフォスターやホールフーズの店頭でもプライム会員向けのサービスを宣伝し、その場で会員になることもできるようです。現在、報道では約9000万人のプライム会員がいるそうで、アメリカの人口が赤ん坊や高齢者も含めて3億人とちょっとと考えると、凄まじい数字です。

以上のようにアマゾンの成長は著しく、もはやアメリカの小売ではアマゾン抜きには語れなくなってきました。既存の小売、卸売といった流通を変えて久しく、まさに無視できない存在となってきています。弊社でもアマゾンでの販売を手がけていますが、日本の商品を米国アマゾンで売るのは日本から越境して出品している日本企業が多く、まさに日本の会社と競争になり、国境があまり関係なくなっています。そういう意味では広島企業がいきなり挑戦できる環境ともいえますので、消費財を売る企業におかれては、活用を検討されても良いと思いますので、良く研究されてはと思います。

インドネシアの人口動態について

中川 智明

今回はインドネシアの人口動態について、よく言われる事と私の肌感覚をコメントしてみます。客観的な数値は他の情報源で入手可能と思われるので、ここでは私見やジャカルタで生活して感じる事を記載させていただきます。

(インドネシアの人口動態)

2030年、インドネシアの人口は2017年比12%増の2億9600万人に達し、2017~2030年の間、引き続き世界で4番目に人口が多い国であることを維持するといわれています。平均年齢は2017年の28.5歳から2030年には31.9歳になるといわれています。

(日本との比較論)

上記の人口動態だけを見てもお分かりのように、インドネシアでは「高齢化」、「労働人口の問題」などは全く聞こえてきません。日本のコンビニエンスストアやファーストフード店の店員がことごとく外国人になっている現状からすると、かなりの違いがあります。日本人の私から見ると、インドネシア人は日本人のように「高齢化」による漠然とした不安感は全く感じておらず、それよりは将来に対する期待が大きく、希望に満ちているという印象です。具体的には「自分の給料は確実に増加してゆく」というのは当然のことで、多くの若者が「将来は独立して経営者になりたい」と言います。「独立して一人前になるために何十年修行をして、、、」というような、浪花節の世界は全くなく、皆が独立を夢見て、簡単に、いやむしろ安易に独立にチャレンジしてゆくような世界です。このような日本人からすると「安易」と思われるチャレンジでも、やはり社会全体としては結果的には上手くゆく事業も生まれたりして、経済の活性化に繋がっているのも事実であろうと感じます。

<社会の変化の早さ>

上記のような流れの影響を受けているかは不明ですが、インドネシアでは新しい事業があっという間に社会を変えて行きます。例えば、固定電話が流行る前に携帯が出回り、パソコンが流行る前にスマホが出てきましたし、今はカードが流行る前に電子マネーが広まろうとしています。日本のように、既存の事業が固まってしまい岩盤規制と一緒に抵抗勢力化することもないので、新しい事業(流行)があっという間に世の中を変えて行く印象です。

良い面悪い面はあるのですが、その変化のスピードは驚くほどです。特に若者やチャレンジしようとする外資の進出企業には、この点は好ましい環境であると言えます。

上記のような相違がある日本とインドネシアですが、幸いにも、日本人の先輩方の努力のお陰でもありますが、インドネシア人の多くは日本が好きで、リスペクトしてくれています。双方の違いを生かしながら、日本とインドネシアで連携して発展できればと、いつもいつも、願ってやみません。



【ジャカルタの街中の人混み】

「中国での春節を迎え」

洲澤 輝

＜中国の春節について＞

今年、中国では2月4日から2月10日まで旧正月・春節の大型連休を迎えました。今年は2月5日が春節なので2月4日が大晦日に当たります。中国では大晦日がとても大事な日であり、この日は家族揃って一緒に食事をする習慣があります。

上海には地方から出稼ぎに来ている方達が沢山いますが、この日は故郷へ戻り家族との時間を大切にします。春節期間中は家族や親戚と集まり、食事やお酒を共にし、一緒にテレビを見るなど日本の正月とほとんど変わらない過ごし方を送っている人が多いようです。

大晦日は私も自宅でテレビを見ていたのですが、日本の安倍首相が中国に対して“新年の挨拶”をしているのを見ましたが、これを見ていた中国人の友人は、「日本の総理大臣が中国の春節に中国人に対してメッセージを送るのを初めてみた」と驚いていました。安倍首相は中国語を用いて「皆さん、新年おめでとう」と挨拶するなど、現在の日中関係が良い方向に向かっていると感じ取ることが出来ました。

＜春節に海外旅行＞

冒頭では、春節は一般的に故郷へ戻り家族との時間を大切にすると述べましたが、一方で同期間中に海外旅行をする人達も近年増加しています。日本はその旅行先として人気の一つです。

先日、日本のニュースを見ていると、中国人に人気のある大衆薬や日用品、化粧品などを置く日本のドラッグストアが春節期間中には多くの中国人買い物客で賑わったとの記事が掲載されていました。

記事によると、メーカーによっては春節に合わせ、中国人が好む金色のパッケージの商品を限定販売し、中国語表示の商品説明を増やし販売強化を行ったとの事です。

また、あるメーカーにとっては中華圏が海外売り上げの9割以上を占めているとの事から、春節に合わせ自社商品を中国人観光客にPRし、ブランドイメージ向上や需要拡大を狙ったものと解説されていました。

＜私の春節の過ごし方＞

私も春節休みを使って中国の安徽省へ旅行に行ってきました。安徽省は上海の北西に位置し、上海から高速鉄道を使い約4時間で到着します。安徽省の大自然が広がる観光スポットを巡り、上海では普段体験できない乗馬体験やヤギの群れを見ることができました。

安徽省は中国の内陸部ですが、意外にも観光地には日本語表記の案内板が設置されており、日本人観光客の誘致を図っていることが分かりました。ですが、中には翻訳が上手くされておらず、意味がよく分からない日本語もありました。

現地では、夕方から夜にかけて道路沿いに沢山の屋台が店を開きます。春節期間中にも関わらず、沢山の屋台が営業をしていることにも驚きました。



【安徽省屋台 支払いはスマートフォン】

屋台には、地元の名物を始め、海鮮を炒めたもの、鶏肉を揚げたもの、焼きそば、臭豆腐、独特な飲料など、どれも私の興味を引くものばかりでした。また価格も安く、ほとんどが5元から10元で購入する事が出来ます。私も初めて食べるモノばかりでしたが、味はどれも美味しく、満足できました。中国の国土面積は日本の約26倍とされています。地方ごとに特色もあり、それぞれの文化、言葉、習慣も異なります。旅先ではいつも私に様々な発見を与えてくれます。ここ中国には、まだまだ沢山の魅力が詰まっています。それはビジネスの地としても観光地としてもどちらの意味も含まれています。そのような意味から、やはり中国は特別な魅力を持った国であると感じています。

【安徽省屋台グルメ】
海鮮・野菜・肉等
種類は豊富

1本5元から

国際ビジネス支援センター事業に関するアンケート結果

- 実施時期：平成30年12月
- 実施対象：国際賛助会員企業 199社
- 回答数：70社（回答率35.18%）

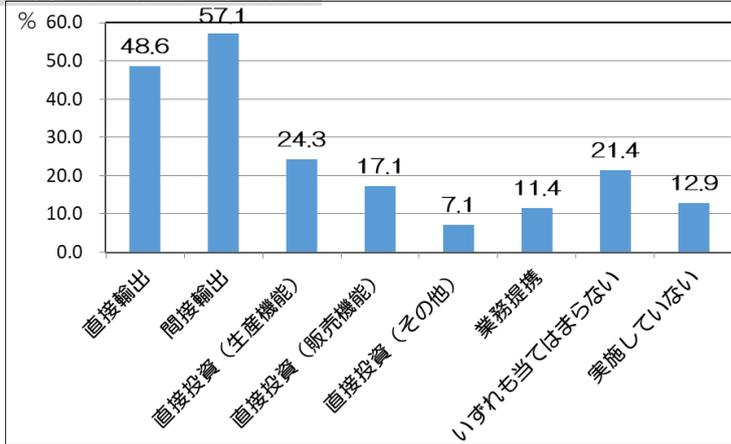
アンケートへのご協力ありがとうございました。
いただいたご意見は今後の事業の参考とし、
皆様のニーズにお応えして参ります。

【まとめ】

- 昨年度の調査結果と比較すると、輸出や直接投資を行っているという回答した数が増加しており、多くの企業が海外展開を実施していることがうかがわれる。
- 輸出については、企業の約6割が今後も「拡大・開始したい」「維持したい」と考えており、「縮小・撤退したい」という企業はおらず、多くの企業が輸出に一定の手応えと将来性を感じていることが推測される。
- 輸出に取り組む企業が「現在主力」、「今後重視」として挙げる国・地域は、昨年度調査結果と同じく、ともに中国、アメリカ、台湾が上位を占めた。
- 生産機能も販売機能も直接投資先として「現在重要な国・地域」は中国と回答する企業が多く、「今後重視する国・地域」では、中国、アメリカと回答する企業が若干減少し、生産機能ではベトナムと回答する企業が増加した。
- 米中貿易摩擦について「影響がある」と「将来影響がでる可能性がある」の回答を合わせると6割を占めた。

■ 主なアンケート結果（海外展開・輸出についての設問より抜粋したもの）

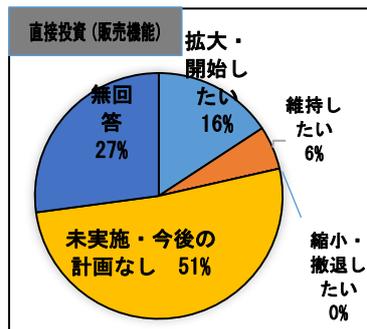
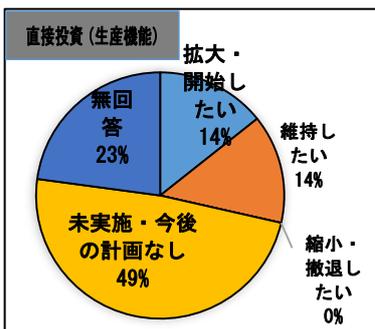
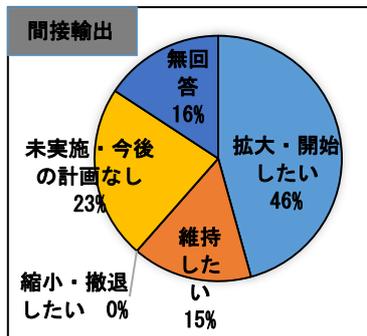
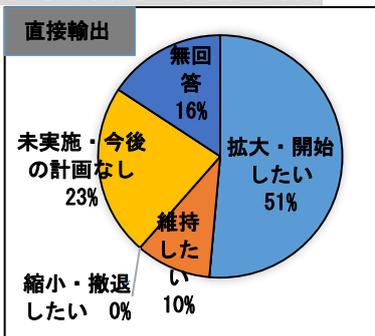
◎現在の海外展開の状況 (n=70)



◎輸出先(現在主力、今後重視の国・地域) (n=49)

現在主力の国・地域		割合%	今後重視する国・地域		割合%
1	中国	59.2	1	中国	57.1
2	アメリカ	42.9	2	アメリカ	32.7
3	台湾	30.6	3	台湾	32.7
4	香港	30.6	4	ベトナム	32.7
5	タイ	30.6	5	タイ	24.5
6	韓国	20.4	6	インド	20.4
7	オーストラリア	20.4	7	インドネシア	20.4
8	インド	18.4	8	韓国	18.4
9	フランス	16.3	9	香港	16.3
10	ベトナム	14.3	10	イギリス	16.3
11	シンガポール	12.2	11	シンガポール	16.3
12	メキシコ	12.2	12	ロシア	12.2
13	インドネシア	10.2	13	メキシコ	10.2

◎海外展開の今後の方針 (n=70)

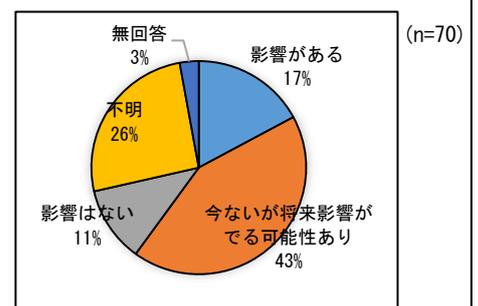


◎直接投資先（生産機能）

(現在主力、今後重視の国・地域) (n=23)

現在主力の国・地域		割合%	今後重視する国・地域		割合%
1	中国	60.9	1	中国	26.1
2	タイ	17.4	2	ベトナム	21.7
3	インド	17.4	3	タイ	13.0
4	アメリカ	13.0	4	インド	13.0
5	メキシコ	13.0	5	アメリカ	8.7
6	ベトナム	8.7	6	メキシコ	8.7
7	インドネシア	8.7	7	台湾	8.7
8	台湾	8.7	8	インドネシア	8.7

◎その他 米中貿易摩擦について



HACCP 制度化まで1年半足らず…付加価値を高め、生き残るためには

HACCP 制度化対応&販路拡大セミナー

- 【日 時】 平成31年3月14日(木) 13:30~16:30
【場 所】 広島県情報プラザ2階「第2研修室」(広島市中区千田町三丁目7-47)
【講 師】 ペリージョンソンホールディング(株)
取締役営業本部長 あらや まさとし 新谷 雅年 氏
【参加費】 無料
【対 象】 HACCP 取得により販路拡大をめざす食品等製造事業者等

同封チラシ
参照

- 内 容
- ・HACCP 制度化への対応
 - ・各種 HACCP と GFSI 等の認証規格の違い
 - ・JFS 規格認証制度について
 - ・世界の動向と国際認証規格 (FSSC22000 等) など
 - ・各種食品規格の選び方
 - ・食品輸出について

第2回「中国ビジネスセミナー」

同封チラシ
参照

～日中関係改善と新たなビジネスチャンス～

- 日 時 平成31年3月12日(火) 13:30 ~ 16:00
■場 所 広島県情報プラザ (広島市中区千田町3丁目7-47) 2階 第2研修室
■定 員 40名 ■参加料 無 料

第1部 「中国におけるビジネス展開について ～食品商談会に見る中国食品動向～」

講 師 田中食品(株) 海外事業部部長 鄭 譚進氏

【会社概要】 1901年創業、創業118年を迎えたふりかけを専業とする食品メーカー。2016年に生誕100周年を迎えた「旅行の友」は多くの方々に親しまれているロングセラー商品。日本で生まれた“ふりかけ文化”を世界へ広めるため、海外にも販路を拡大しており、食品商談会・展示会等を通じ海外へのPRも積極的に行っている。

第2部 「米中貿易戦争と日中関係の好転」

講 師 桜葉コンサルティング(株) 会長 孫 光 氏
[元(株)チャイナワーク]



◎ 個別相談会

桜葉コンサルティング(株) 孫氏による個別相談会をセミナー後に開催

■お問合せ先

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丁目7-47 広島県情報プラザ4階
TEL: 082-248-1400 FAX: 082-242-8628