

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

★ バックナンバーは産振構HP「拠点別レポート」から

【Mail Magazine 知っ得情報】

メルマガでは国、県、市町、産業支援機関等及び産振構の公募イベント助成金情報などのご案内をいち早く皆様にお届け致します（右記のQRコードで閲覧できます。）。

※ 毎週木曜日配信



(公財)ひろしま産業振興機構発行

留学生たちへの新型コロナウイルスの影響



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 西田敏啓氏

新型コロナウイルスの感染拡大により、当センターの事業も縮小を余儀なくされました。緊急事態宣言解除後の6月1日からは、感染防止対策をとった上で開館し、各種サービスやイベントを再開しましたが、県域を越えた移動に加え海外からの入国制限が徐々に緩和されつつある現時点においても、国際関係団体の会合やイベントは軒並み中止となり、関係団体とのつながりが持ちにくくなったり、大規模イベントを自粛したりして、一部オンラインや人数制限を行いながら実施しているのが現状です。

当センターに事務局を置く「広島県留学生活躍支援センター」でも、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を目の当たりにしています。留学生の受入では、海外からの入国制限により新たな留学生の来日ができなくなり、県内の留学生数が約1割（500人）減少しました。

また、一時帰国した留学生の中には海外からオンライン授業を受講している学生もいます。

生活・学業支援では、留学生のアルバイト収入が激減し、生活困窮の留学生が増加する一方、企業奨学金の当センターへの寄附辞退が相次ぎ、留学生への支給人数も約2割減少しました。

就職支援では、2月下旬から合同企業説明会がすべて中止となり、留学生が日本企業の採用情報入手することが困難となったほか、企業の採用意欲が大幅に減退し、内定先がなかなか決まらない留学生も多く出ています。

企業の皆さまには、上記の現状をご理解いただき、引き続き、生活が困窮する留学生への奨学金原資の寄附（1口37万円）や留学生の採用について、ご支援・ご協力をいただければ幸いです。

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	留学生たちへの新型コロナウイルスの影響		(公財)ひろしま国際センター 専務理事(兼)事務局長 西田敏啓氏	1
海外レポート	ニューヨーク	新型コロナウイルス、第三波到来か		2
	台北	台湾でこれから注目される防災用品		3
	ジャカルタ	インドネシア進出失敗の原因を鑑みた進出戦略とは(1)		4
	上海	アリババの会員制大型スーパー「盒馬X会員店」オープン		5
	ハノイ	ベトナムの最近のトピックス		6
お知らせ	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			7
	ハッピーからのお知らせ			8

海外レポート | アメリカ ニューヨーク

「新型コロナウイルス、第三波到来か」

蝉本 睦

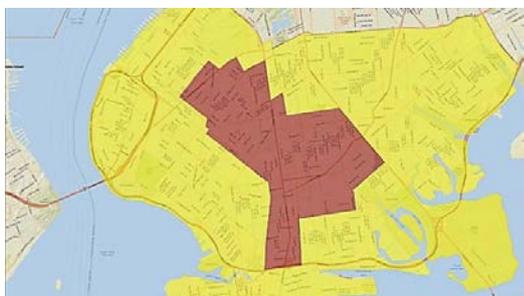
＜9月中旬から再び感染者数が増加へ＞

米国では10月20日現在、830万人を超える新型コロナウイルスの感染者数を記録し、22万人超が亡くなり、いずれも世界最大の数です。9月中旬から再び全米の感染者数が増加に転じ、第三波到来の懸念が高まっています。

感染の第一派はニューヨーク州をはじめとする北東部でした。ニューヨークタイムズ紙によると、全米の第一波のピークは4月9日で、感染者数が3万3千人、その後減少に転じました。6月中旬より西部、南部を中心に全米で増加に転じ、7月16日の1日約7万5千人の新規感染者数をピークとする、4月の第一波より高い山の第二波がきました。その後減少に転じ、9月7日には、新規感染者数は約2万5千人にまで減少しましたが、同日を底に再び増加に転じ、10月20日現在全米で1日6万人の新規感染性者数が確認されました。このまま増加すれば、第三波がすでに到来していることとなります。現在は中西部の諸州の新規感染者数が目立って高く増加傾向です。

＜ニューヨークでも一部再ロックダウン＞

ニューヨーク州クオモ知事は、10月初旬、ニューヨーク市内などで発生しているクラスター（集団感染）に対応するため、発生地域を特定し、感染率に応じたゾーンを設定、当該地域の学校の閉鎖など、規制措置をとることを発表しました。もっとも陽性率の高い地域から順に「レッド（小クラスター発生中）」「オレンジ（警告）」「イエロー（要注意）」に分け、それぞれ規制措置を講じていきます。



【イエローとレッドゾーンに分けられたブルックリン地区】
（出典：<https://forward.ny.gov/>）

クラスターが発生しているレッドゾーンでは、大人数での集会の禁止、必要不可欠と定義された

ビジネス以外の閉鎖、飲食店は持ち帰りのみ可、学校は遠隔授業のみ、礼拝所は十人以下で収容人数の25%以下までと制限され、ロックダウン並みの厳しさです。市内では9月30日ようやく飲食店の屋内での営業が許可されたばかりだったので、落胆が広がりました。

＜迫る大統領選挙＞

2020年は4年に一度の大統領選挙の年です。トランプ大統領やトランプ陣営、ホワイトハウスの幹部などが新型コロナウイルスに感染し、10月15日に予定されていたテレビ討論会の第二回目が中止になるなど、大変混迷を極めています。

このニュースレターが発刊される頃には、選挙が実施されているでしょう。ですが、トランプ大統領が多く州で実施する郵便投票に否定的であること、選挙日当日の消印まで郵便投票を有効とする州もあるので、11月3日の選挙日の当日には、当選者が確定しない可能性もあります。いずれの候補が勝っても、来年の1月下旬には次期大統領として就任しますが、米メディアはそれまでに確定するかどうかさえ懸念しています。このように、大統領選という米国を二分する大きな政治日程に、新型コロナウイルスのパンデミックが起り、また、大統領自身がコロナウイルス感染を公表後も、マスクをはじめとした感染対策を軽視した発言を繰り返し、行政機関幹部はその姿勢を否定しマスクを推奨するなど、非常に混乱した状況にあります。

＜伸びるオンライン（EC）消費＞

コロナ禍にあって、米国オンライン市場の伸張は顕著です。ひろしま産業振興機構のオンデマンド配信ビジネスセミナー「世界9都市サポーター発！“現地は今”」のニューヨーク編でも紹介しましたが、8月に発表された本年度第二四半期の全米小売り額は前年同期比でマイナス約3.9%ですが、EC市場は約45%も増加しています。

また、緩やかながらも、失業者数、失業率も5月以降改善基調であり、小売はこれからホリデー商戦を迎え、1年で最も消費支出が増加する時期です。昨年比でどこまで消費が伸びるのか注目していきたいと思います。

「台湾でこれから注目される防災用品」

歐 元韻

2020年は、1999年9月21日に台湾中部で発生した「921大地震」から20年が経過した節目の年です。政府は「台湾防災元年」のスローガンを掲げ、人々の防災意識向上に取り組んでいます。国家防災日に定められた9月21日には、各地で防災関連イベントが催され、人々の防災に対する関心度向上を図っています。

今回のレポートは、台湾の防事情をお伝えします。

＜台湾の自然環境及び災害可能性＞

台湾は、過去に地震、風水害(台風、洪水等)の自然災害による甚大な被害を被ってきました。二次災害の山崩れ、地滑り、土石流等も発生しやすく、過去には村全体が消滅したこともあります。また四方を海に囲まれているため、津波に襲われる可能性も高いです。その他にも、高齢化社会の到来、都市部への人口集中等は、災害発生時に二次・三次災害を引き起こす要因にもなり、憂慮すべき問題です。

建築物の老朽化問題も深刻です。老朽化した建物内の、古くて傷んだ電源コード等から発火する火災が、大きな社会問題となっています。内政部消防局の発表によると、今年8月に発生した建物火災531件のうち、出火原因の第1位は、電源コード等、電気設備関連のトラブルによるものです。環境の整備も今後の重要な課題です。

＜2020年国家防災日・防災教育PRイベント開催＞

国家防災日の前日の9月20日に、国父記念館中山公園広場にて防災教育PRイベントが開催されました。このイベントは、市民に防災についての考えを見直してもらう場でもあり、国を挙げての防災に対する取り組みを結集させた、画期的な防災イベントでした。会場では、IT技術を駆使したスマートフォンやタブレットのアプリケーションを用いた防災情報の配信等のPRもあり、台湾のシステム開発能力の強みを活かしたものになっていました。

会場には73のブースがあり、防災関連グッズ等の紹介の他、人名救助活動用設備、装備の紹介コーナー、レスキュー部隊用大型車も展示されており、子供達が消防車の遊具を通じて防災活動に触れるなど、楽しみながら「防災」を身近に感じ

ることのできる工夫が随所に見受けられました。

＜災害時の備蓄用食料品＞

台湾で現在注目されている防災グッズは、備蓄用食料品です。女性向けファッション雑誌「マリー・クレール(美麗佳人)台湾版」でも、日本の防災食品特集が組まれ、従来の防災食品に対するイメージを払拭するものでした。特に一部の製品は、非常食として実際に店頭やネットでも販売されており、わかめご飯、五目ご飯、ドライカレー、えびピラフなどは175元(約650円=1台湾元3.7円)から、三角おにぎりは165元(約610円)で販売されています。

その他、今回の防災イベント期間中の目立った動きとしては、台湾防災産業協会が、「防災リュック」や、あらかじめ準備・備蓄すべき各種防災用品を宣伝していました。

＜台湾での防災用品に対する見方、考え方＞

台湾は、現在防災対策の過渡期にあります。特に今年は、台湾で開発したアプリ等がコロナ禍で大変注目されたこともあり、その高い技術力を自然災害にも応用できないかと注目が集まっています。現在、人々の防災意識を高める環境や資源は徐々に整いつつありますが、いざ防災関連商品を購入するとなると、身近なスーパーやホームセンター、雑貨店などでは、専門コーナーは皆無に近い状態です。今回の防災週間をきっかけに、防災用品コーナーを設置するところも出てきましたが、商品構成はまだまだ貧弱です。

数々の災害を経験した日本製の防災商品は、強力なブランド力があります。一方、非常食の分野では、安い韓国製が市場に出回っており、80元(約300円)前後で販売されています。

欲張りな台湾の一消費者としては、安くても良い防災商品は積極的に試してみたいところです。



【防災用品コーナー】

「インドネシア進出失敗の原因を鑑みた進出戦略とは（１）」 中川 智明

＜失敗例から学ぶ！インドネシア進出失敗の原因＞

今号からシリーズで、日本企業の進出失敗事例についてレポートします。失敗事例の要因を知り、ビジネスでの成功確率を高めることが目的です。もっとも失敗事例なので、決して愉快な話ではなく、むしろ耳の痛い話かもしれません。しかし、多少耳の痛い話を聞いて、「うちの会社は同じ轍を踏まないぞ！」と気をつけて頂ければ、私としては非常に嬉しく思います。

また、日経新聞にも掲載された、ひろしま産業振興機構のオンデマンド配信ビジネスセミナー「世界9都市サポーター発！“現地は今”」のジャカルタ編「インドネシア進出失敗の原因を鑑みた進出戦略」（12月3日配信予定）でも詳しく説明しますので、ぜひ併せてご覧ください。

＜原因：日本企業のメンタリティや思い込み＞

すべての日本企業及び日本人がそうではないのですが、特に日本本社の方と、インドネシア進出時の計画の話をする時、どうもインドネシア及びインドネシア人に対して「上から目線になっているのではないか」と思われるケースに出会います。「上から目線」といってもそれほど悪意があるわけではなく、「インドネシアは発展途上だから、弊社製品は売れるであろう」とか、「物価水準が低いので、各種コストは同等に低くなるだろう」といったものです。インドネシア市場に対する単純な思い込みからくる調査・理解不足や、本来進出時に行うべき「相手を謙虚に知る、調べる」という姿勢を忘れていていると思います。

例えば「進出の検討をしている時に、投資規制法の一部が新しくなった」としましょう。その時に、次の注意事項を意識していなければ、調査・理解の「深さ」は残念ながら不十分だと言えます。

【インドネシアの法律等ルール解釈時の注意事項】

- ① 日本語訳、英語訳を鵜呑みにしない！
- ② 市販の日本語の本に頼り切らない！特に重要な情報は、インドネシアの役所からの情報収集を怠らない！

- ③ 文章の論理性や、定義については、インドネシア式の解釈が必要！
- ④ 規定間で矛盾がある、一度公表されたルールが突如変更または撤回されることは日常的！
- ⑤ インドネシア人弁護士の法律の解釈は、日本と大きく異なる！
- ⑥ 日本在住のトップマネジメントに決定権があり、日本式を無理やり持ち込むのは問題あり！

日本で他県へ進出する際には、当該県の関連条例等を日本語で確認しますが、インドネシア進出時にもインドネシアの条例を、原文からではなく市販の日本語の解説本を読んで終わりにしていませんか？ すべてのルールに必要なではないのですが、自社にとって重要な条例等は、あえてコストをかけてでも、より「深く」確認する必要があるのです。

＜結果：現場感覚のなさによる市場からの乖離＞

前述の注意を怠ると、企業の日本人駐在員やその本社の人々は、いつまでたってもインドネシアの現場感覚が養えないので、現実から乖離していきます。注意すべきは、一つ一つは小さくても、「ちり」も積もると大変なことになるということです。

ではどうするか。答えは「法令の変更等も多く、その解釈が難しいインドネシアのような国では、会社に関係する法令等を解釈するためのコストの予算を、日本より多く予算を積んでおく」ことです。インドネシアは「発展途上国だから何でも安い」で済ませるのではなく、発展途上国だからこそ、関連する法令を把握し、理解するためのコストを、あらかじめ計上しておかないといけません。

今回は2021年1月号につづきます。

「アリババの会員制大型スーパー「盒馬X会員店」オープン」 洲澤 輝

＜上海で注目を集める会員制大型スーパー＞

上海市では、サムズクラブ（Sam's Club: 米国ウォルマートが1983年に設立）や、コストコなどの会員制大型スーパーが立て続けにオープンしています。2019年6月に上海2号店となるサムズクラブ青浦店が、同年8月には上海市閔行区にコストコ1号店がオープンしました。

会員制の大型スーパーが注目される理由には、中国国内の経済的な要素が関係しています。中国では国内の都市は、経済規模ごとにレベル分けされており、北京、上海、広州、深センなどは「一線都市」、成都、重慶、杭州、蘇州、南京などは「準一線都市」として分けられています。それ以外の「二線都市」でも、経済的に裕福な家庭が増えたので、会員制スーパーが受け入れられつつあります。

中国のネット通販最大手アリババが手掛ける盒馬鮮生（フォーマフレッシュ）は、今年10月、上海市浦東地区に会員制大型スーパーの「盒馬X（フォーマエックス）会員店」をオープンしました。

今月号のハッピーメールでは、この盒馬X会員店について取り上げます。



【盒馬X会員店 入口】

＜競争を意識した店舗と購買情報を活かした品揃え＞

盒馬X会員店の敷地面積は、サムズクラブ青浦店が1.8万㎡、コストコが1.4万㎡、そして盒馬X会員店が1.8万㎡となっており、立地条件のよい浦東地区にある盒馬X会員店の敷地面積は、サムズクラブと同程度の敷地面積となっています。

会員価格は、サムズクラブは年間260元（約4,160円＝1元16円）、コストコは年間299

元（約4,800円）、そして盒馬X会員店は258元（約4,128円）と、他の2店と比べて少しくなっています。

そして、盒馬X会員店の最大の特長は、中国国内に200店舗以上を展開する盒馬鮮生（フォーマフレッシュ）が持つ購買情報を活かした品揃えにあります。そのため、陳列されている商品の多くは、中国人客好みの商品です。

＜プライベートブランドも充実＞

盒馬X会員店では、菓子や飲料、冷凍食品、海鮮、野菜、果物、油、調味料などに加え、化粧品や小型家電なども販売しています。また、盒馬鮮生のプライベートブランドの「盒馬MAX（フォーママックス）」の商品が、全体の40%を占めています。

一方、一部の盒馬MAXの商品は、コストコのような大容量の販売ではなく、中国家庭の食習慣や消費習慣に合わせた適切な量に小分けされて販売しています。また、店内の海鮮コーナーでは、会員制大型スーパーとしては珍しく生きた魚介類を販売しており、好調な売れ行きで、販売量は当初の予想を超えています。



【盒馬X会員店の活魚売場】

今後、大型スーパーに限らず、会員制カフェや会員制化粧品販売店、会員制コンビニなど、「会員制」を前面に押し出したサービスが次々と誕生するものと思われます。

中国人消費者が求める「他人とは違う差別化されたサービス」の一つとして「会員制」があります。

今後、これが上海市場を攻略するうえで大きなキーワードとなるかもしれません。

「ベトナムの最近のトピックス」

中川 良一

＜今年は2016年から始まった5か年計画最終年＞

ベトナムにとって2020年は、2016年から始まった5か年計画の最終年です。2021年から始まる次期5か年計画の制定と指導部の人事調整に向けて、さまざまな政治的な動きがあります。

人事に関しては、9月に各地方で党大会が開催され、各地の党大会で発展方針の制定及び省の党書記及び指導部が選出されました。首都ハノイの党大会は10月11日～13日に、南部最大都市であるホーチミン市の党大会は10月14日～18日に開催されました。今後の重要な政治日程は次のとおりです。

- 来年1月 共産党全国大会にて指導部・中央委員選出
- 来年5月：国会で議長・首相の選出、地方議会選挙

5か年計画に関しては、計画投資省より現在の計画の実績と次期計画の目標の説明が次のとおりありました。

- 2016～2019年の年平均GDP成長率：6.8%、ただし、新型コロナ禍の影響で2020年の成長率は2%程度の見通し。2016～2020年の平均成長率は5.8%前後の見込。2020年の国内総生産(GDP)の規模約2,690億USD(約28兆2,450億円)。国民1人当たりのGDP約2,750USD(約29万円)
- 2021～2025年計画での5年間の年平均GDP成長率(目標)：6.5～7%
- 2025年の1人当たりGDP(目標)：4,700～5,000USD(約493,500～520,500円)

＜オンライン診断網の導入開始＞

医療省は9月25日、全国約1千か所の地方診療所と約30の病院との間でオンライン診断網「テレヘルス(Telehealth)」を導入し、完成式典が行われました。ベトナムでは医療機関は中央・省・郡・村の4つに分けられており、このオンライン診断システムは、中央レベルの比較的大きい病院から郡レベルの医療施設の診断治療を支援します。

＜9月から全土で新学期はじまる＞

9月5日に2020～2021年の入学式・始業式が開催され、幼稚園児から高校生までの約2,300万人が新学年を迎えました。

全国生徒数2,300万人のうち、園児538万人、小学生870万人、中学生600万人、高校生280万人です。8月に高卒全国統一試験が行われ、同試験を受けた学生(高卒)の人数は約90万人でした。



【チャンフー高等学校(ハイフォン市)の入学式]
(出典 ハイフォン市ホームページより)
※ハイフォン市：ベトナム北部の中央直轄市

＜行政は手続きの一層の簡素化を目指す＞

ベトナムでは2007年より行政手続きが簡素化され、その結果、世界銀行による経営環境ランキング("Ease of Doing Business 2020")で、ベトナムは一挙に20ランクもアップし、190か国中70位にランキングされました。(※ちなみに1位はニュージーランド、日本は29位です)

10月1日に、この行政手続き簡素化の指揮をとる官房長官は、記者会見で今後の行政手続き簡素化を一層徹底するという方針を発表しました。行政手続き簡素化の方針は次のとおりです。

- 企業の経営環境改善を重視する。
- 対象となるのは全ての業種。全ての現行規定が見直しの対象となる。
- IT技術の導入により行政手続きの簡素化を図る。
- 国民及び企業の意見を反映させる。

来年1月には新投資法が施行され、さらにベトナムの投資環境の改善される予定です。ベトナム政府は、幅広い分野で日本からの投資が行われることを期待しています。

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

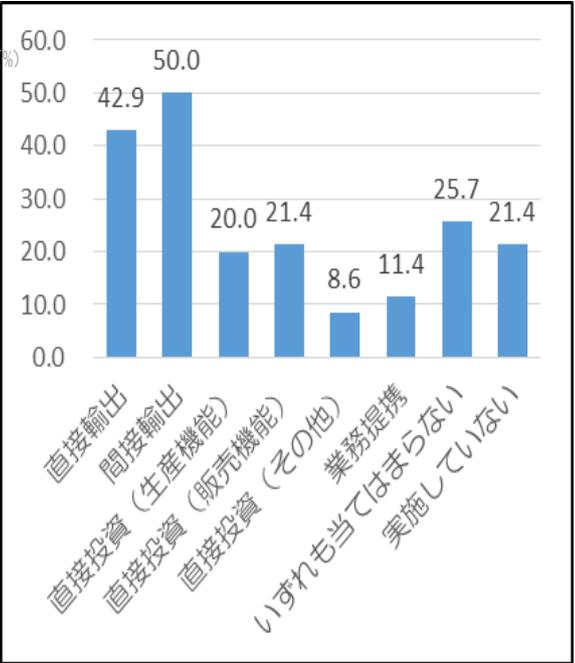
- 実施時期：令和2年7月
- 実施対象：国際賛助会員企業 202社
- 回答数：70社（回答率34.65%）

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、
 企業ニーズにお応えしてまいります。

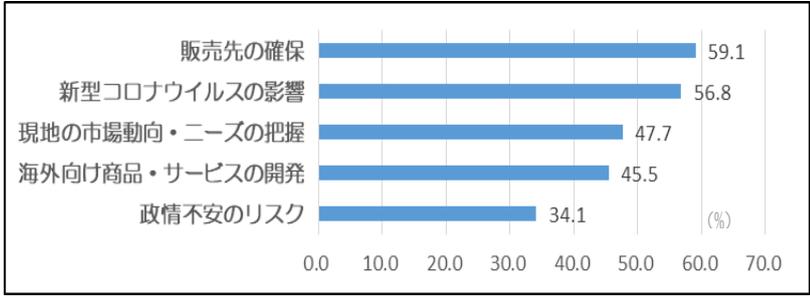
- 回答企業の約8割(78.6%)の企業が海外展開を行っている。
- 現在直面する輸出における課題は、「販売先の確保」が最も多く、次いで「新型コロナウイルスの影響」を課題にあげる企業が多かった。また「政情不安のリスク」が、昨年より増加した。
- 現在直面する直接投資における課題は、「新型コロナウイルスの影響」を課題として挙げた企業が最も多く、次いで「販売先の確保」「現地人員の確保・育成・管理」となっている。
- 輸出に取り組む企業が「現在主力」「今後重視」として挙げる国・地域（2か国）は、共に中国、アメリカが昨年に続き上位を占めた。今後重視する国として、アメリカが中国に代わって1位となった。
- 今後必要とされる支援策や情報として「海外販路開拓」や「海外現地情報収集」が上位を占めた。
- 新型コロナウイルスによる影響については、将来影響がある企業を含めると約9割このほった。

【主なアンケート結果】（「海外展開」・「輸出」・「直接投資」及び「その他」についての設問より抜粋）

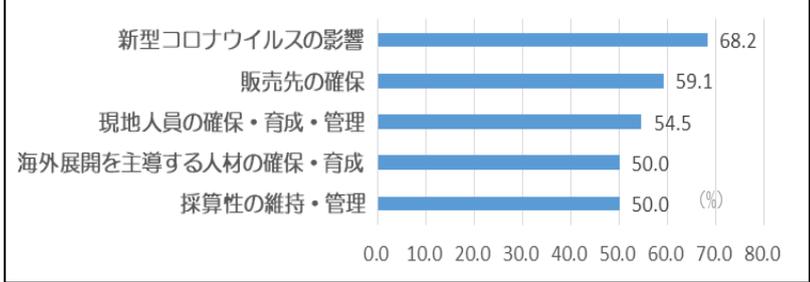
●現在の海外展開の状況 (n=70)



●現在直面している輸出における課題（上位5位） (n=44)



●現在直面している直接投資における課題（上位5位） (n=22)

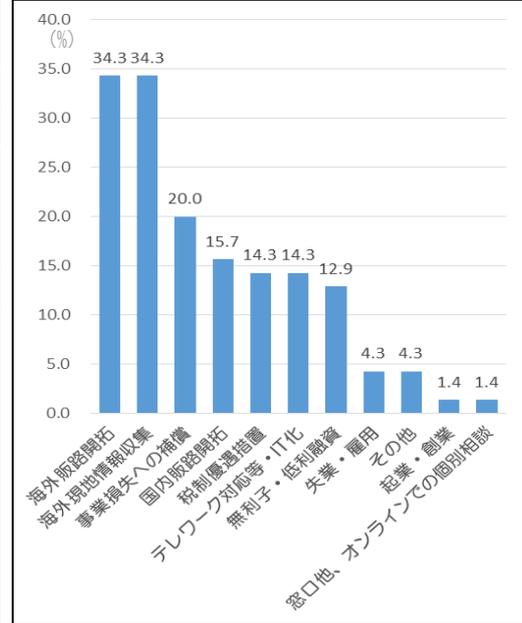


●輸出先（現在主力、今後重視の国・地域） (n=70)

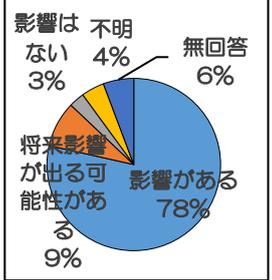
現在主力の国・地域	割合%	昨年度順位
1 中国	48	1
2 アメリカ	39	2
3 台湾	23	4
4 タイ	16	5
4 フランス	16	5
4 香港	16	3
7 韓国	14	5
7 シンガポール	14	8
9 インド	7	14
9 メキシコ	7	12
9 ドイツ	7	14
9 ベトナム	7	8
9 スイス	7	17

今後重視する国・地域	割合%	昨年度順位
1 アメリカ	48	2
2 中国	36	1
3 ベトナム	27	3
4 台湾	23	5
5 フランス	14	15
6 オーストラリア	11	5
6 タイ	11	5
6 インド	11	5
9 シンガポール	9	10
10 インドネシア	7	3
10 ドイツ	7	12
10 香港	7	10
10 アラブ首長国連邦	7	21
10 マレーシア	7	5

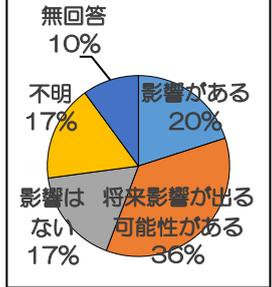
●今後、必要とされる支援策や情報 (n=70)



●その他 (n=70) 【新型コロナウイルス】



【米中貿易摩擦】



ハッピーからのお知らせ

詳細は同封のチラシや
HP をご覧ください。

第2弾！ホーチミン発！シンガポール発！台北発！ “現地は今” ビジネスセミナー と個別相談

オンデマンド配信

コロナ禍の中、世界各都市の経済状況や今後の見通しなど、サポーターからお届けします！

【申込期間・視聴可能期間】

令和2年10月22日(木)～11月10日(火)

【内 容】

- ・ホーチミンビジネスサポーター
ABC(株)代表取締役、AGSグループ代表 石川 幸
AGSホーチミン事務所ビジネスマッチング担当 草野 航平
「ベトナムとCovid-19」
- ・シンガポールビジネスサポーター
Attisse Pte Ltd 代表 碓 知子
「建国以来の危機に立ち向かうシンガポール」
- ・台北ビジネスサポーター
丸虎国際顧問有限公司総経理 歐 元韻
「コロナ禍における台湾経済と人材事情のアレコレ」



第3弾！は

ハノイ・チェンナイ

11/12～12/1

配信予定！

第4弾！は

バンコク・ジャカルタ

12/3～12/21

配信予定！

HPで随時お知らせ
していきます！

英文ビジネス Eメール講座 ～福山と広島の2会場で実施！～

【会 場】■福山会場 令和2年11月25日(水) 9:30～16:30

(福山市西町2-10-1 福山商工会議所ビル9階)

■広島会場 令和2年11月26日(木) 09:30～16:30

(広島市中区千田町3-7-47 広島県情報プラザ2階)

広島会場
残席僅か

【講 師】峯 愛氏 (みね事務所 代表、中矢一虎法律事務所 シニアマネジャー)

【内 容】・ビジネス英文レターとEメールのフォーマット

・貿易基本取引のストーリーに沿った英文ライティング演習

【定 員】各会場とも30名

【参加料】・ひろしま産業振興機構 国際賛助会員/福山商工会議所会員は 1社2名様まで無料
です。3人目からはお一人5,500円です。

・一般の方は、お一人7,500円です。

※状況により、会場変更、オンラインセミナーへの変更をさせていただくことがあります。

HACCP 理解講座(オンライン・ライブ講座)

【日 時】■令和2年12月2日(水)、3日(木) 10:00～16:00 (各日)

【講 師】ペリージョンソンホールディングス(株) ペリージョンソンコンサルティング

篠田 鎮嗣(しのだ やすじ)氏

【実施方法】オンライン (Zoomによる配信)

【内 容】①HACCP システム

②HACCP7 原則 12 手順

③HACCP 構築のポイント

④日本発の食品安全管理規格 (JFS - B 規格) の概要

⑤輸出に向けた更なる取り組みの必要性 など

【定 員】35名 【参加料】無料

【主 催】(公財) ひろしま産業振興機構、広島市、Agri & Foods Export Frontier, Hiroshima

「生産現場の方はもちろん、
営業の方から経営層の方まで
知識を深めていただく絶好の
機会です」