

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

「時代の変遷と共に110年」

【賛助会員】 長沼商事株式会社
代表取締役社長 長 沼 毅 氏



弊社は明治 45（1912）年に創業した長沼電工部（長沼電業社）を母体としており、その時から数えると本年創業 110 周年を迎えることとなります。長沼電工部は、戊辰戦争に従軍したのち明治時代の広島でいくつかの事業に関わった長沼鷺蔵が設立した電気工事会社で、広島電燈（現中国電力様）の工事代理店としてスタートしました。

長沼商事としての創立は昭和 32（1957）年です。原爆投下によって廃墟と化した広島復興需要、また東洋工業（現マツダ様）が R360 クーペを発売し乗用車生産を開始された時からのワイヤーハーネス（自動車用組電線）納入により、1960 年代のモータリゼーション進展期から 1990 年代にかけ、大きく業績を伸ばすことが出来ました。その後自動車メーカーや自動車部品メーカーの海外進出、また海外部品の調達など国際化が進み、弊社のマーケット

も海外に拡がりました。部品の輸出入に始まり、やがて OUT-OUT のビジネスが伸長し海外拠点設立の必要に迫られることとなりました。

ひろしま産業振興機構国際ビジネス支援センター様には、2012 年の弊社香港法人、2013 年の上海法人設立に際し、設立上の留意点や会社形態等について様々なご指導を賜りました。法人設立後も定期的に現地法令改正や政治経済動向等の情報を頂いており、運営上の参考にさせて頂いています。また、産振構カーテクノロジー革新センター様主催の講演会等に参加し自動車新技術動向を学習、また海外取引の実務研修も毎年受講し円滑な海外ビジネスの遂行に役立たせて頂いております。

自動車産業のみならず国内外の政治経済情勢は大きな変革期を迎えています。今後もより一層のご指導・ご助言、これまで以上のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

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	時代の変遷と共に110年	長沼商事株式会社 代表取締役社長 長 沼 毅 氏	1
海 外 レポ-ト	大 連	中国自動車産業、EV シフトが鮮明に！	2
	シンガポール	ニューノーマルの中で快進撃のクラウドキッチン	3
	チェンナイ	急成長！インドの家具サブスクリプションサービスの動向	4
	ホーチミン	ベトナム労働市場の変化	5
	バンコク	SDGs から見るエビ養殖の取組 ～結のエビ(タイ産バナメイエビ)～	6
	中国ビジネス Q&A	フードロス対策・暴飲暴食の動画配信が禁止に	7
お知らせ	ハッピーからのお知らせ		8

海外レポート 中国 大連

「中国自動車産業、EV シフトが鮮明に！」

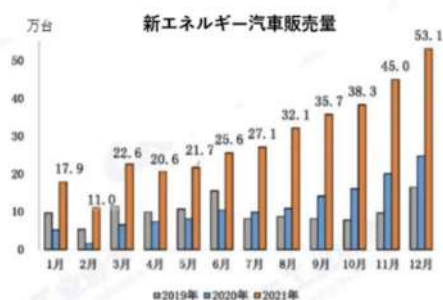
趙 万利

中国汽車工業協会(CAAM)によると、2021 年の中国の自動車販売台数は 2,627 万 5,000 台に達しました。そのような中、中国国産ブランド車の市場シェアは 44%を超え、過去最高水準に近づいたと言われています。2021 年の上位 10 社の自動車販売台数は 2,261 万台で、全自動車販売台数の 86.1%を占めています。昨年の国内自動車市場は、新型コロナウイルスの蔓延、半導体チップ不足、原材料価格の上昇等の影響を受けましたが、自動車市場全体は安定した増加傾向を示しました。中国汽車工業協会は、2022 年の国産自動車の成長は続き、総販売台数は 2,750 万台に達し、5%程度増加するとの見通しを示しました。

＜新エネルギー車(NEV)市場の急成長＞

2021 年、国内自動車市場では新エネルギー車市場は政策主導から市場主導に転換し、市場規模や製品開発が良好でした。中国の新エネルギー車とは、純電気自動車(BEV)、プラグインハイブリッド車(PHEV)、燃料電池自動車(FCV)が含まれ、販売台数の 83%が純電気自動車、残りの 17%がプラグインハイブリッド車で、燃料電池自動車はわずかです。新エネルギー車の販売台数は前年比 2.6 倍の 352 万台を突破、自動車販売台数全体(2,627 万台)に占める割合は 13.5%になりました。

中国汽車工業協会によると、大都市の消費者は新エネルギー車のニーズが高く、Connected(ネットワークへの接続)、Autonomous(自動運転)を合わせて「智能ネット自動車(智能網聯汽車)」と呼び、若い消費者の購買意欲を引きつけていると指摘しています。市場に基づくユーザーの選択は、消費者需要の変化を示しており、自動車市場をけん引し、自動車の EV 化へのシフトを加速させています。



2021 年の新エネルギー車メーカーをみると、BYD(比亞迪自動車)は年間販売台数が前年比 221.3%増の 58 万 4,020 台で 1 位になり、国内自動車メーカーの中で唯一、新エネルギー車販売台数が 50 万台を突破しました。2 位は上汽通用五菱自動車で、43 万 1,130 台となり前年比 177.3%増となりました。注目されているのは同社の「宏光ミニ EV」です。販売台数は 39 万 5,451 台で、前年比 250.7%と飛躍的に伸びています。販売価格が 60 万円ほどの安さで、性能

も満足できるとあって市場を驚かせています。2021 年の販売ランキングの推移を見ると、宏光ミニ EV 販売ランキングは月を追うごとに順位を上げています。上海テスラは 3 位で、年間累計販売台数は 32 万 743 台で前年同期比 133.3%増でした。



小型 EV「宏光 Mini EV」

一方、新興 EV メーカーの、小鹏汽車、蔚来汽車、理想汽車がいずれも販売台数 9 万台を超えました。2021 年の販売台数は、小鹏汽車が前年比 275.2%増の 9 万 8,155 台、蔚来汽車が前年比 109.1%増の 9 万 1,429 台、理想汽車が前年比 177.4%増の 9 万 491 台です。これらの動向は、中国の EV 産業が大きく成長する見込みがあることを示しています。

＜2021 年の日系自動車メーカー販売状況＞

日系自動車メーカーは半導体チップ不足の影響を受け、販売額は 1.8%減少しました。そのような中、日本のホンダの 2021 年の中国での年間販売台数は 156 万 1,500 台で、前年比 4%減でした。また、東風日産は前年比 6.4%減、年間販売台数は 113 万 4,900 台。トヨタだけが増加しており、年間販売台数が前年比 8.2%増の 194 万台でした。

中国自動車市場で新エネルギー車市場が急激に成長する中、日系自動車ブランドの新エネルギー車市場でのシェアはまだ小さく、現在トヨタは中国で 3 つの EV 車種を販売していますが、価格が高い、航続距離が短いなどの理由で、新エネルギー車市場への参入に苦慮しているようです。ただし、ホンダと日産はそれぞれ 2022 年には純電気自動車の SUV を発売し、新エネルギー車市場を切り開く準備を進めています。

中国の自動車市場が新エネルギー車へのシフトを加速する中、日本の自動車メーカーは市場変化に応じるために、新エネルギー車市場の開拓に力を入れることになるでしょう。

※画像出典：百度

※記事参照：sina.com.cn, 百度

- ・2021 年中国汽车销售排行：小鹏超越蔚来、理想
- ・2021 年度工业销量排名出炉 上汽居榜首
- ・中国汽车工业协会：预计 2022 年我国汽车总销量同比增长 5%左右

「ニューノーマルの中で快進撃のクラウドキッチン」

碓 知子

感染発覚から 2 年以上が過ぎた新型コロナウイルス。ワクチン接種率の向上により、行動制限は緩和されていますが、外食産業は引き続き、店内飲食の人数制限、入店者のワクチン接種義務化等で、コロナ前のような売り上げは見込めない状況が続いています。そうした中、オンラインフードデリバリー市場と共に快進撃を続けているのが「クラウドキッチン」です。

＜拡大が続くクラウドキッチン＞

クラウドキッチンとは、主にデリバリー用の料理をつくるために設計された施設で、1 つのレンタルスペースの厨房を複数の店舗オーナー・料理人が共同利用します。ゴーストキッチン、シェアキッチン、バーチャルキッチン、ダークキッチン等と呼ばれることもあります。

世界のクラウドキッチンの市場規模は年平均 11.5% の伸びを示し、2020 年の 501 億米ドルから 2027 年には 1,073 億米ドル市場までに拡大するとの予測もあります。シンガポールのクラウドキッチン市場規模のデータは発表されていませんが、オンラインフードデリバリー市場は 2019 年で既に 2 億 5,300 万米ドルから 2025 年には 9 億 4,700 万米ドルになると見込まれています。2020 年 10 月時点で、シンガポールのクラウドキッチンのオペレーターは 10 社程度でしたが、2021 年は既存のクラウドキッチンの拡張、新規参入もあり、確実に成長しています。

例えば、シンガポールで最大手の Smart City Kitchens は、Uber Technologies Inc. の CEO だったトラビス・カラニック氏が投資する CloudKitchens® 社が展開するクラウドキッチンです。2022 年 1 月に 14 の厨房を備えた 8 カ所目のクラウドキッチンを開設し、現在厨房数は 200 近くです。外食やケータリングの Select Group は 2021 年 3 月に今後 5 年間で 20 カ所のクラウドキッチンの開設を発表し、2022 年 1 月の時点で 4 カ所開設しています。オンラインフードデリバリー大手の foodpanda, Deliveroo, GrabFood のいずれも、クラウドキッチンに参入しています。

＜バーチャルブランドでインドと提携＞

クラウドキッチンの台頭で、「バーチャルブランド」というコンセプトも出てきています。調理する側のテナントがメニュー等を考えるのでは

なく、食のコンセプトやメニューもクラウドキッチンが提供し、「テナントは料理をするだけ」というモデルです。デリバリー大手の foodpanda は、このバーチャルブランドで成功している企業の 1 つであるインドの Rebel Foods と提携し、今後 5 年間で 10 のバーチャルブランドで 2,000 軒のインターネットレストランをアジア各国で展開する計画です。シンガポールでもバーチャルブランド会社が立ち上がっており、2019 年創業の TiffinLabs が 20 以上のバーチャルブランドと、100 軒のインターネットレストランを展開し将来的には 1,000 軒に増やす計画です。

＜シェフの独立、新規参入、既存店の多角化を後押し＞

クラウドキッチンのオペレーターは、自ら料理をするわけではありません。ではどんな人や会社がクラウドキッチンを利用するのでしょうか。次のようなユーザーが考えられます。

1 既存の F&B (Food and Beverage) オペレーター

コロナ対策による営業規制で売り上げが落ち込む中、デリバリービジネスの拡大が重要になりますが、既存の厨房だけではデリバリー地域が限定されます。いくらシンガポールが小さくても、都心から郊外に配達すれば 40~50 分はかかります。クラウドキッチンの厨房を消費者の近くに持つことで顧客へのリーチが広がります。

2 F&B 新規参入者

クラウドキッチンは初期投資を抑えて、素早く F&B ビジネスを立ち上げることが可能です。コロナ禍で閉鎖したレストランのシェフが独立して利用するケースもあります。

3 高級レストランの手ごろな価格の新ブランド展開

高価なコース料理のデリバリーを頼む人は少ないですが、手ごろな価格の第 2 ブランド（セカンドライン）を展開することで売上増が期待できます。例えば、高級イタリアンの Garibaldi や Da Paolo Group が、デリバリーのための第 2 ブランドを、クラウドキッチンとして展開しています。

人手不足が続く外食業界。最小限の人員でビジネスを始められるクラウドキッチンの利用は、これからシンガポール進出を考える日本の飲食業にとっても、一考の価値あるオプションだと思われます。

「急成長！インドの家具サブスクリプションサービスの動向」

田中 啓介

＜インド国内家具の需要動向＞

インドの家具市場総額は、2020 年には約 2,000 億米ドルと推定されており、2030 年には約 7,500～8,000 億米ドルに達すると予想されています。因みに、帝国データバンクの調査では、同年の日本の家具市場規模は 1 兆 5,000 億円、米ドルに換算すると約 13.5 億米ドルです。インドの家具市場が急成長している主な理由は、中流階級人口の急激な増加により、住宅や商業施設の建設が活発であることに加え、労働人口の都市間の移住の増加のため核家族化が進んでいることから、家具へのニーズが高まっているものと考えられます。

2021 年のインドの世帯年収の平均値は 3,168 米ドルと推定されており、家具の購入に使える可処分所得はそれほど高くありません。主に都市部の人口を対象とした場合、単身者の 1 ヶ月の生活費は約 326.5 米ドル、4 人家族の場合は 1,138.1 米ドルです。そのため、信頼性が高く、長く使えて、見た目も美しい、つまり高価な家具を購入できるのは、一部の裕福な家庭か、ローンを組んで購入する人に限られています。一方で、インドの GDP 年間成長率は 2022 年に 7.0%、2023 年には 6.5%と予測されており、急速な経済成長でスタートアップ企業も数多く生まれ、それに伴うオフィススペースの確保と家具の需要も高まっています。

＜家具サブスクリプションサービスの出現＞

家具のサブスクリプション(※1)サービスをインドで恐らく初めて提供した Furlenco は、2011 年に創業されました。レンタル家具には、さまざまなメリットがあります。ユーザー側の視点では、コストが低いことに加え、スマートフォンのアプリで簡単にアクセスできることや、組み立て・分解の手間が少ないことなどがあります。サブスクリプションは必要な時にすぐに始められて、不要になったらすぐに止めることができます。さらに、これらのサービスでは、引っ越しに伴う移動サービスや、急に家具を交換したりするオプションも提供されており、分散型社会から都市圏への人口や経済活動の移動が進むインドにとっては非常に便利なサービスです。

世界的なコロナ禍により自宅にリモートワーク環境やオフィスとしての機能が突然必要となったことで、この市場の成長はさらに加速しています。また、リモートワークを今後も継続するかどうか分からないが、今だけ机と椅子が欲しいといった時に使用できるレンタル家具を選ぶ人も増えています。一方、商業施設でもコスト削減のために、購入ではなくレンタル家具を採用するケースが増えています。また、レンタル家具スタートアップは業界全体の順調な成長により Tier2、Tier 3(※2)の都市にも進出し始めています。

※1 定額料金を支払い、一定期間決められたサービスを利用すること。

※2 Tier 1 は人口 400 万人以上の大都市、Tier 2 は 400 万人未満 100 万人以上の都市、Tier 3 は 100 万人未満の都市を指す。

＜スタートアップ企業 Furlenco の紹介＞

Furlenco の創業者の Ajith Mohan Karimpana 氏は、アメリカでゴールドマン・サックスに 5 年以上勤務した後、アメリカを離れてインドに戻るときに自身の家具の処分でかなりの損失を出したことから、家具のサブスクリプションサービスを思いついたそうです。2021 年 7 月、南アジア・海外市場への事業拡大のために 1 億 4,000 万米ドルの資金を調達し、今なお事業を積極的に拡大し続けています。まさに上述のとおり、インドの主要都市圏のみならず、Tier2、Tier3 の都市へも進出をしており、現時点でインド国内 15 都市にてサービスを展開しています。



(<https://www.furlenco.com/about-us>
(出典：Furlenco 社のホームページより))

「ベトナム労働市場の変化」

石川 幸

＜労働力不足が続く＞

ホーチミン市を中心とするベトナム南部では、2021年7月初旬から9月末まで続いた社会的ロックダウン政策もあり、休業する企業が多くみられました。

ベトナム統計局によると、この期間に130万人以上の労働者が故郷に戻った（離職した）とされており、昨年10月以降に帰省した人数も含めると、累計約200万人前後の労働者が離職したと言われています。ホーチミン市工業団地管理委員会の報告では、昨年11月時点でホーチミン市の工業団地において復職した従業員数は21万人強でしたが、コロナ前対比で見るとまだ約75%の回復水準です。また、ホーチミン市郊外における企業の再開率（中小・零細企業も含まれる点に注意）は平均約25%、従業員の復職率は、50%以下とも言われています。その他に国内で深刻な労働力不足が起きている代表的な地域としては、ホーチミンに隣接するビンズン省やビンフック省、ホーチミン市があげられています。

業種別では、電子・コンピュータ光学製品関連、皮革製品関連、アパレル関連での労働力不足が指摘されており、これらの業種では昨年11月時点で、約50%の労働者が不足していると報道されています。

【ベトナム全土の企業を対象とした調査】

- ・ 皮革・履物関連：51.7%の不足
- ・ 衣料品関連：49.2%の不足
- ・ 電気機器関連：44.5%の不足
- ・ 繊維関連：39.5%の不足

＜今後の見通し＞

ホーチミン市内における労働力不足については、テト(旧正月)休暇期間(2022年1月29日～2月6日)の後には、ロックダウン以前の生産能力を取り戻すことができると考えられています。また、ホーチミン市内では昨年12月中旬時点で、約85%の労働者が回復したのではないかと報告されています。

しかしながら、ホーチミン市都市部から少し離れた地域での労働力回復は遅れていると思われる、各企業では、万全な新型コロナウイルス対策や福利厚生充実といった課題にも直面しています。例えば、ドンナイ省(ベトナム南部のホーチミン市、ビンズン省に隣接)では、ベトナムの南西部・中部高地・北部地方から戻ってくる労働者を誘致して生産能力を回復させるために、彼らの移動や

通勤の支援に加え、宿泊施設の提供などを行っているそうです。ある木材加工企業では、休業による労働者の収入を補うために、企業の収益は悪化しているものの、給与とテト賞与に加え、新たな報酬を用意して支援しています。また日系部品メーカーでは、従業員の宿泊場所として、広々とした宿泊スペースを用意し、従業員の仕事への意欲を高めるために、全従業員へ米、食用油、調味料などのギフトバッグと健康状態を把握する体温計を支給しました。

＜法定最低賃金＞

2021年(2021年7月～2022年6月)の最低賃金は、2020年と同じ水準でした。例えば、エリア1(ホーチミン市、ハノイ市、ハイフォン市など)の最低賃金は、442万ベトナムドン(日本円で約22,100円、1円=200ドン換算)でした。この最低賃金の改定時期は、従来は1月1日でしたが、2021年から7月1日に変更されました。2021年の最低賃金については、新型コロナウイルスの影響もあり、2020年の水準で据え置かれました。

2022年7月の改定予想については、4～6%引き上げられるのではないかとという見解もあります。

これら労働市場を取り巻く環境は、前回レポート(2021年10月号・12月号)に続き、コスト上昇要因と思われる動きになっています。

＜社会的隔離規制が徐々に緩和へ＞

2021年12月下旬時点のホーチミン市では、新規感染者数がやや減少し、テト休暇までに3回目のワクチン接種目標が発表されました。

ベトナム入国時の隔離場所と期間短縮も発表され、1月1日から適用されています(ベトナム保健省通達10688/BYT-MT)。11の地域からの入国(東京、台北、バンコク、シンガポール、ピエンチャン、プノンペンなど)の場合、ワクチン2回接種完了者や回復者を対象に、強制隔離期間が3日間(自宅・ホテル・社員寮等で外出不可。3日目のPCR検査が陰性の場合には14日目まで健康観察が必要。)に短縮され、1月実施事例も散見されます。ただ、同時に定期航空便への開始はやや遅れて、2月開始の模様です。なお、入国制限そのものの緩和ではなく、許可に必要な手続き期間等で不確かな面もあるので引き続き注意が必要です。

「SDGs から見るエビ養殖の取組～結のエビ（タイ産バナメイエビ）～」

辻本 浩一郎

＜エビ養殖における問題点＞

タイはエビの養殖生産量で世界第6位(2019年)ですが、エビ養殖においては、マングローブ伐採などの自然破壊、水環境・土壌環境汚染、抗生物質や化学薬品投与による食の安全問題が指摘されています。

SDGsの観点から指摘される現在のエビ養殖における問題点とその影響は下記のとおりです。

- ・ 養殖池を作るためのマングローブ伐採による自然破壊
 - ー 熱帯雨林をしのぐCO2吸収能力をもつマングローブ林の荒廃によるCO2排出量の増加
- ・ 排泄物などが混じった汚水・汚泥による水環境・土壌環境の汚染
 - ー 汚染された養殖池の放棄により、次の新しい養殖池が作られる悪循環
- ・ エビの成長を促し、ストレスや病気を抑制するための化学薬品や抗生物質の投与
 - ー 化学物質を大量に投与された養殖エビによる環境破壊と食品安全に対する不安

＜新たなエビ養殖の取組＞

環境に負荷をかけず、資源を循環させ、より安心安全で高品質なエビ養殖の取組の研究が進められています。今回はタイにおける新しいエビ養殖の取組みの一つの「結（ゆい）のエビ」についてご紹介します。

「結のエビ」の故郷は、中部ペッチャブリー県バンクロック村にあります。ペッチャブリー県は首都バンコクから南西に約250km離れた由緒ある歴史公園や古代寺院がある都市で、観光地としても栄えています。豊かな自然が広がる農村地帯のバンクロック村は、稲作や果樹栽培はもとより、海沿いの地域では塩づくりや漁業が盛んです。

結のエビは、稚エビの頃からナーセリーと呼ばれる水槽の中で大切に育てられます。餌にはEM(Effective Microorganisms)と呼ばれる有用微生物群を混ぜたものを与えることで、

腸内環境が整った健康なエビへと成長させることができ、生育期間を通して抗生物質を使用する必要がありません。また、結のエビの養殖場ではEM技術と砂ろ過装置を活用し、養殖池の水を浄化・循環させ、水を100%再利用しています。その結果、外からの環境汚染の侵入を防ぎ、養殖排水による水環境や土壌の汚染がありません。また、養殖場では、生育状況の確認の他に、水質検査、腸内環境など様々な角度から見たエビの健康維持のためのチェックを日々欠かさずに行っています。

＜環境を守る目線＞

EM技術を使ったこの環境と食を守る持続可能なエビ養殖事業は、専門的な知識を持った経験豊かな日本人指導者を現地に駐在させ、生産から加工までノウハウを活かしたきめ細やかな品質管理を行い、「環境を守る目線」で指導・運営しています。

また、新鮮なエビをより良い状態で市場に提供するため、ISO9001取得の冷凍会社と協力し、水揚げしたその日のうちに瞬間冷凍し、輸出しています。



【エビの養殖池】



【水揚げされた養殖エビ】

Q 「SDGsにおいて、食品ロスの減少が掲げられていますが、最近、中国では暴飲暴食の動画配信が禁止になったと聞きました。また、賞味期限間近の食品を激安で販売している店舗が人気を集めているとも聞いています。これらの食品浪費対策に関わる情報について詳しく教えてください。」

A 昨年12月17日、国家発展改革委員会は「反食品浪費工作方案」を発表しました。「食品の浪費」に関する情報監督管理を厳格にするもので、具体的には、国内のテレビ局や動画共有サイト等が暴飲暴食などによる食品を浪費する番組や動画の制作、発表、宣伝の禁止です。もし改善を拒否した場合、罰金刑や番組の放送停止になり、また責任者は責任を問われます。

この影響で最近、中国のインターネット上では大食いの動画を見かけなくなり、中国動画共有サイトの抖音(Douyin)や快手(kuaishou)で、「大食い」と検索しても関連動画が出てこなくなりました。その代わり検索画面に「食糧を大切にし、合理的に食事をしよう」という言葉が現れます。

[参照：国家発改委等4部門：禁止制作発布暴飲暴食視頻]

<https://my.mbd.baidu.com/r/zcgCWKHL7O?f=cp&u=349dc5d65847e755>

[参照：中華人民共和国国家発展和改革委員会：反食品浪費工作方案]

<https://www.ndrc.gov.cn/xxgk/jd/zctj/202112/t202112211308877.html?code=&state=123>

<大食い動画の人気理由>

一時期日本でも大食い番組が流行りましたが、大食い系の動画は中国でも人気があります。どんな人が大食い動画を見ているのかを調べたところ、以下のような理由※がありました。

[※出典：「年輕人愛看喫播的原因，就在這280萬條弹幕裏」 搜狐网 (smartapps.cn)]

- ・ 食欲が無い時に食欲をわかせるために見ている。
- ・ ダイエット中の食欲を抑えるために見て、満腹感を得ている。
- ・ 大食い動画を見ながら自分も食事を取ることで一緒にご飯を食べている気分になり、孤独感を解消できる。
- ・ どうして?どんな人が?どんな食べ方を?何を食べたのか?などといった好奇心から見てしまう。

私も時々、動画共有サイトで大食い動画を視聴するのですが、その豪快さに爽快感を感じます。特に「激辛系」は「何でそんなに辛いものを食べられるのか?」という好奇心から、その人の動画に夢中になったこともあります。

<激安輸入食品スーパー>

最近の中国では、食品浪費の助け役として激安輸入食品スーパー「ホット・マックス」が人気を集めています。現地の販売会社やメーカーなどが抱える過剰在庫や賞味期限切れ間近の食品を3~5割引で販売しており、北京や上海に次々とオープンしています。特に若者たちに大人気で中国国内に200店舗を展開しています。「賞味期限が近いことは気にしない」のであれば、「ホット・マックスの店内は宝(激安商品)で溢れており、100元あればカゴ一杯買い物ができる」ので、「コストパのいい商品を売る店」として若者に支持されています。しかし一方で、値段が安いからといって大量に購入してしまうと、賞味期限が間近のため、食べきる前に期限が過ぎてしまうので、購入をためらう人もいます。

ホット・マックスは上海にも多数の店舗があり、先日視察に行ってきました。販売価格は安く、商品によっては8割引、9割引の商品もありました。店内は高校生や大学生などの若い人たちが多く、学生にとってはお小遣いやアルバイト代でカゴ一杯に買い物ができるため、支持されています。また、賞味期限切れで廃棄処分にするより低価格で販売すれば喜ぶ消費者もあり、またゴミの廃棄量も削減できるので環境にも良いと思われます。

中国では新たな政策が実施されると、それに見合う新たな商売(市場)が出てきます。今回の「暴飲暴食の動画が禁止」や「食品浪費の禁止」は、食べ物や食品を大事にしてフードロスを減らそうという意味ですが、ホット・マックスは、そこに上手く当てはまっているように見えました。中国で商売をしていくには中国政府の政策を事前に察知し、よく研究し、それに見合うようなビジネスモデルを考えることも必要かもしれません。



若者に人気の
「ホット・マックス」

■ 本質問について詳しく知りたい方、具体的なご相談があれば、ひろしま産業振興機構 国際ビジネス支援センターまたは、広島上海事務所までお問い合わせください。

ハッピーからのお知らせ

「カーボンニュートラルオンデマンドセミナー」

配信中

～中国・東南アジア編～

世界各国が「脱炭素化」の取組を進める中、日本国内においても、様々な業界で環境対策への対応がより一層求められることとなり、それは地域の企業においても例外ではありません。今回は、中国と東南アジアに関する現在の状況や今後の展望を、研究者の視点から詳しく解説します。

■ 申込期間：2022年2月1日（火）～2月21日（月）

■ 視聴可能期間：2022年2月1日（火）～2月28日（月）

■ 参加費：無料（ただし、通信費などは自己負担）

■ テーマ・講師

○ 中国編

「中国脱炭素発展戦略の背景とそのインパクト」

公益財団法人地球環境戦略研究機関（IGES）

気候変動とエネルギー領域 主任研究員 金 振 氏

○ 東南アジア編

「ASEAN 共同体と主要国のカーボンニュートラル化に向けた取組みの動向」

公益財団法人地球環境戦略研究機関（IGES）

気候変動とエネルギー領域 戦略マネジメントオフィス研究員 有野 洋輔 氏

■ 申込方法：QR コードもしくはひろしま産業振興機構 HP からお申込ください。

URL: <https://ws.formzu.net/dist/S66727890/>

■ 詳しくは同封のチラシをご確認ください。



配信中

「中国ビジネスセミナー」

ビジネス環境の変化が著しく、その動きに世界の注目が集まる巨大市場・中国を徹底解説！

■ 申込・視聴可能期間：2022年2月1日（火）～2月21日（月）

■ 視聴方法：オンデマンド配信

■ 参加費：無料（ただし、通信費などは受講者負担）

■ テーマ：「2022年の中国市場とビジネス最前線

ー北京冬季五輪後の中国ビジネス新機軸を見通す！」

■ 講師：ひろしま産業振興機構広島上海事務所 総括コーディネーター 遠藤 誠 氏

■ 申込方法：QR コードもしくはひろしま産業振興機構 HP からお申込ください。

<https://www.hiwave.or.jp/event/31489/>



中四国発!こだわり良品発掘メッセ

来場者
募集



第20回ビジネスフェア 中四国2022

20th BUSINESS FAIR CHUGOKU & SHIKOKU

開催日時：令和4年2月2日（水）10:00～17:00、3日（木）10:00～16:00

会 場：広島県立総合体育館 大アリーナ（広島市中区基町4-1）

出 展 者：178社・団体（202小間） ※令和3年12月28日時点

問 合 先：ビジネスフェア中四国実行委員会 事務局（〒105-8522 東京都港区芝公園3-1-22）

TEL03-5825-4486 FAX 03-6740-7621 MAIL info@business-fair.net