



HAPEE ハッピーメール MAIL

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

Facebook



ハッピーメール
バックナンバー



【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

「不透明な国際情勢に思うこと」

【国際委員】マツダ株式会社

購買本部副本部長 渡部 正友 氏



弊社に対する日ごろの皆様のご支援に心より厚く御礼を申し上げます。

自動車は世界各国で大量に利用されています。その開発は多くの新素材・新技術を生み、その生産は多くの投資と雇用を生み出し、その利用は多くのサービスを生んでいます。したがって、各国は、自国の経済成長のため自動車産業を誘致・育成し、多くの地域で関連産業が発展いたしました。そして、グローバルに生産・販売を行う各自動車メーカーや部品サプライヤーは、多くの地域から素材や部品を調達し、そのサプライチェーンは広く深く進化してまいりました。

しかしながら、昨今は、新型コロナによるロックダウンの多発、半導体や主要資源の供給不足と供給拠点の偏り、米中対立に代表される地域間の人・物資・情報の移動制約を伴うブロック化など、従来の前提が大きく変化

し、今まで構築してきたサプライチェーンが揺らいでおります。反面、これらの変化が、今まで見ていなかったことに気づかせてくれ、多くの学びの機会を提供してくれていることも、事実であります。私どもマツダも、この大きな変化に対応すべく、足元では日々の調整に追われながらも将来への布石を打つべく準備を進めているところでございます。

また、見方を変えれば、この変化は大きなチャンスと捉えることができます。今までの国際的な枠組みが大きく変わろうとしている訳ですから、従来のプレーヤーの活躍の場が限定され、そこには大きな空白の市場が生まれる可能性もあります。変化を前向きに機会として捉え、技術の進化やサプライチェーンの強靱化、販売機会の拡大を目指して、共に進んでまいりましょう。

■ CONTENTS ■

巻 頭 言	「不透明な国際情勢に思うこと」	マツダ株式会社 購買本部副本部長 渡部 正友氏	1
海 外 レポート	大 連	国家レベルのサッカートレーニング施設(北部)が大連に	2
	ホ ー チ ミ ン	テトを祝うホーチミン/プラス8%のGDP成長	3
	シ ン ガ ポ ー ル	着実なリバウンドに入ったシンガポールのMICE産業	4
	バ ン コ ク	民商法典の改正	5
	チ ェ ン ナ イ	越境テレワークEORの仕組みと活用事例	6
	ハ ノ イ	ベトナムの米と食文化	7
	中国ビジネス Q&A	次世代の消費主力層「中国Z世代」について	8
お知らせ	ハッピーからのお知らせ		9-10

国家レベルのサッカートレーニング施設（北部）が大連に

趙 万利

今年の1月10日、中国サッカートレーニング施設（北部）の開所式が行われました。この施設は、各レベルのナショナルチームが季節を問わず1年を通して試合が行えるよう、「中国サッカー改革発展全体計画」に基づき、大連（北部）と南部（海口、2022年6月22日開設）の2カ所に建設されました。



【中国サッカートレーニング施設（北部）の開所式
（参照：腾讯网HP）】

<大連の施設は2カ所で構成>

大連の施設は、ユースと青少年の2つの拠点で構成されています。宿泊、飲食、フィットネス、リハビリ、教育、会議施設などを備え、計50カ所に上る競技会場があり、1日1,500人近くの選手の利用が可能となっています。

先述のとおり、中国には国家レベルのサッカー施設が2カ所開設されており、そのうちの1つが大連となったのは、大連市がこれまで「サッカーの街」としての存在感を対外的に広くアピールしてきた経緯があるからだと推察しています。サッカーは大連市政府や市民の大きな関心事です。多くの熱狂的なファンがいて、有名選手を追いかけて応援しています。現在、大連には2,700以上のサッカーチームがあり、サッカー人口は40万人に達し、毎年7万近くのアマチュアサッカーの試合が開催され、30万人以上が参加しています。このことから大連でサッカーが非常に重要視されていることが分かります。

さらに、大連には、中国サッカーを見ている人なら誰でも知っている国内最強のサッカーチームの1つ「大連実徳チーム」を輩出し、その後は「大連万達

チーム」、「大連一方チーム」等たくさんの優秀なチームが育ってきました。2022年、大連では8つの全国サッカー大会が行われ、10億元（約192億8千万円）以上の売り上げをたたき出し、サッカーは大連経済の発展に大きく貢献してきました。



【大連実徳チーム（参照：网易订阅HP）】

また、当施設の開所式では、中国サッカー協会と大連政府が、大連がサッカー発展の重要都市として青少年やスタープレーヤーの育成強化を図ることについての共同協定に調印しました。

【参照：以下中国語記事】

- ・朗報!二つの国家級サッカー基地が大連に定着
- ・中国サッカートレーニング施設（北部）が大連で開設
- ・中国北部のサッカー施設は、なぜ大連にあるのか？
- ・中国における青年サッカーリーグ大会組織計画の発表

「テトを祝うホーチミン／プラス 8%の GDP 成長」

石川 幸

<テトを祝うホーチミン>

「Chúc mừng năm mới (チュック ムン ナム モイ)」とは、ベトナム語で謹賀新年の意味です。ベトナムでは、旧暦での正月(テト)が実質的な新年として社会的に機能しており、2023 年のビジネスカレンダーとしては10連休も多く見られました。

市内では赤色が最も象徴的な飾り付けとして使われる時期です。赤は幸運、金運、繁栄を象徴する色で、黄色も非常に好まれています。みなさまにおかれても、2023 年も良い1年となりますようにホーチミンから祈念しています。



【ホーチミン特別市の7区、テトの飾り付け】

<プラス 8%の GDP 成長>

2022 年を振り返ると、ベトナムの力強い経済成長と回復力が示された1年となりました。

2022 年 12 月 29 日、ベトナム経済総局は 2022 年 1 月～12 月の実質 GDP 成長率(推計値)を前年対比プラス 8.02%と発表しました。これは、まだコロナ禍であった年初の政府目標プラス 6.0～6.5%を上回り、高い成長率となりました。また、ベトナム 1 人当たり GDP は、初めて 4,000 米ドルを突破し、4,110 ドル、前年対比プラス 393 ドル、10.5%の増加となりました。

内訳の特徴として、サービス業と製造業を見ると、

(1) GDP の約 4 割と最大の比重を占めるサービス業(日本：約 7 割)では、新型コロナからの反発もあり、プラス約 10%と最も大きく全体の成長を牽引しました。サービス業に含まれるホテル・飲食部門では、プラス約 40%と大幅な回復を示しました。

(2) GDP の約 4 分の 1 を占める製造業(日本：約 2 割)では、プラス 8.1%でした。ただし、2022 年第 4 四半期では約 3%と成長は鈍化しており、これは世界経済鈍化の影響とみられています(特に欧米からの受託生産型業種の一部ではリストラが実施されたなど、悪影響が散見されました)。

ベトナムのマクロ経済は相対的にはかなり良いと思われますが、構造改革が必要な部分、脆弱な部分などの課題もあります。ただし、それらは悪とは限らず、ある意味チャンスでもあることを、ぜひ知っておいていただきたいです。

<ベトナムの構造改革(魅力と課題)>

ベトナム経済が順調な一因は、好調な輸出にあります。輸出額の GDP 比率は約 92%と高い水準にあります。ちなみに、日本の輸出依存度は約 15%であり、アメリカやブラジルに次いで世界的にも極めて低い水準です。2022 年の総輸出額は前年対比でプラス 10.5%の 3,713 億米ドルと過去最高で、貿易収支はプラス 124 億米ドルでした。

しかしながら、逆を言えば、これから、より一層のベトナム国内の内需拡大をどのように進めるのか、それと並行して、内需主導型の経済モデル(サービス業の GDP に占める率が一段と伸びることなど)への移行をどのように進めるのかという観点にも注目が集まりつつあります。これを障壁・課題・ボトルネックと見る方もいるでしょうし、残された可能性・魅力とも言えるでしょう。

私のいち企業家の観点からは、ベトナム国内市場に着目した日本企業の進出動向はすでに 10 年前から始まっており、今後も持続的に続くものと見ています。もちろん、市場全体が大きくなれば、ベトナムローカル企業との競争、グローバル企業との競争もさらに一段と厳しさを伴ってくるものと思われます。

ベトナムの人口は、ベトナム保健省によると、2023 年 4 月頃に 1 億人を突破すると見られています。また、国連人口基金(UNFPA)によると、現在の人口ボーナス期は 2041 年まで続くとも言われています。一方で、ベトナムは世界でも類を見ないほど急速な高齢化にも直面していることも事実です。

「着実なリバウンドに入ったシンガポールの MICE 産業」

碓 知子

<2019 年を上回った F1 観客数>

コロナ前は経済の大きな柱の 1 つだった MICE 産業。昨年 4 月に国境を再開してから、徐々に息を吹き返しています。10 月にはフォーミュラ 1 シンガポールグランプリも 2 年ぶりに開催され、3 日間の観客数は 30 万 2,000 人と、2019 年の 26 万 8,000 人を上回る盛況となりました。

<2025 年にはコロナ前の水準へ>

2022 年の MICE イベント数はシンガポール観光局 (STB) のイベントリストに掲載されているだけで 76 件。そのうちオンラインだけだったものは 5 月に開催された医学学術会議のみで、それ以外は対面開催あるいは、対面とオンライン両方のハイブリッド開催でした。このリストに掲載されないイベントも多数あり、年間のイベント件数は公表されていませんが、2022 年 6 月の報道によると、1~3 月だけで 150 のイベントが開催され、3 万 7,000 人が参加しました。2021 年は年間で 200 イベント、参加者は 4 万 9,000 人だったので、力強くリバウンドしていることがわかります。

イベントの参加者数をみると、2~4 月頃の開催のイベントはコロナ前のイベントに比べると参加者数が半分程度ですが、9 月以降になると、コロナ前の 9 割程度まで達しているものもあります。さらに 11 月に開催された Singapore Fintech Festival は 2019 年を上回る参加者数を達成しています。

シンガポール観光局では、MICE 産業は 2025 年にはコロナ前の水準に戻ると予想しています。

<MICE 産業に様々な支援>

STB ではコロナで打撃を受けた MICE 産業を支援するための様々なプログラムを用意しています。Business Event in Singapore (BEIS) プログラムでは、イベントの内容、参加者数や参加者のプロフィール、イベントの規模、期間等を審査したうえで、イベントの一部の費用が補助されます。他に、条件を満たしたイベントについては、アトラクション、チームビルディング、ダイニング等を無料で提供する INSPIRE Global 2.0 (In Singapore Incentives & Rewards 2.0) プログラムや、チャンギ空港グループ、セントーサ開発公社、携帯電話キャリアのスターハブ等のパートナー企業から割引や特別待遇を得られる Singapore MICE Advantage プログラムもあります。

<ネットゼロ (※) を目指す MICE 産業>

また、今後、欠かせないのは、サステナブルな MICE 産業への取り組みです。

シンガポールの MICE 産業はコロナ前からサステナブルを目指してきました。STB は 2013 年に MICE 産業のサステナビリティ・ガイドラインを発表。2017 年からはこのガイドラインを基にした認証制度も実施し、サステナブルな MICE イベント運営を促してきました。

さらにサステナブルな MICE 産業を加速するため、STB と SACEOS (MICE の業界団体) は、2030 年までにアジア太平洋地域の先進的なサステナブル MICE デスティネーションとなり、2050 年までに MICE 産業でネットゼロを達成するためのロードマップを 2022 年 12 月に発表しました。具体的な目標として、①2023 年までに観光産業界が容易に適用できる一連のサステナビリティ基準を策定し、2024 年までに国際的に認知されること、②2025 年までに MICE 会場と SACEOS のメンバー企業の 80% が国際的またはシンガポール国内 (またはその両方) で認められた持続可能性認証を取得すること、③ MICE 業界による 2050 年までのネットゼロの達成を掲げています。

もちろん、サステナブルな MICE 産業を目指してのぎを削る国は多数あり、競争は熾烈です。シンガポールがコロナ前のような活気のある MICE デスティネーションとしての地位を維持できるか、注視していきたいと思います。



【大勢の来場者で賑わう Food and Hotel Asia】

(※) 様々な方法で物理的に温室効果ガスの排出量を削減し、排出量から吸収量と除去量を差し引いた合計を差し引きゼロ、正味ゼロ=ネットゼロにしようとする考え方。2050 年までにネットゼロを目標にする国は日本を含めて多数。

「民商法典の改正」

辻本 浩一郎

タイでの事業運営において重要な法律である民商法典が改正されました。[2022 年 11 月 8 日、タイ民商法 B.E.2565 の改正（以下、「改正」）が官報で公布]

この改正は、**2023 年 2 月 7 日**に発効し、タイの民商法典に基づいて登録するすべての企業およびパートナーシップに対して有効となります。

改正の目的は、より業務効率を図り、柔軟性をもたせることにあります。

今回の法改正は、発起人・株主の人数、取締役会の開催、株主総会の通知方法、合併の形態など、様々な点において変更を加えており、重要な改正といえます。

注意すべきは、会社の付属定款が別段の指定をしている場合は、自社の付属定款に準拠し、かつ、当該の付属定款が民商法典に抵触してはならないという点です。

民商法典の主な改正点は次のとおりです。

条項	現行	改正後
発起人及び株主の最低人数	3 人	2 人
基本定款(MOA)の有効期限	MOA の登録日から 10 年間	MOA の登録日から 3 年間
株券	取締役 1 名以上の署名	取締役 1 名以上の署名 及び社印（もしあれば）の押印
取締役会の電子会議	適用無し	取締役会は電子会議で行うことができる。
株主総会の招集通知	総会の 7 日前までに、または特別決議を含む総会の場合には同 14 日前までに配達証明付き郵便によって、株主名簿に氏名の記載がある株主に通知し、地元の新聞に少なくとも 1 回公告する。	1. 記名式株券を発行している会社 ：総会の 7 日前までに、または特別決議を含む総会の場合には同 14 日前までに配達証明付き郵便によって、株主名簿に氏名の記載がある株主に通知する。 2. 無記名式株券を発行している会社 ：総会の 7 日前までに、または特別決議を含む総会の場合には同 14 日前までに配達証明付き郵便によって、株主名簿に氏名の記載がある株主に通知し、地元の新聞または電子媒体に少なくとも 1 回公告する。
総会の定足数	株式資本の 25%以上を代表する株主	株主は 2 名以上で、株主は株式資本の 25%以上を代表していなければならない。
配当金	配当金の支払いは、年次株主総会の承認した日または取締役会が承認した日から 1 カ月以内に行われるものとする。	配当金の支払いは、年次株主総会の承認した日または取締役会が承認した日から 1 カ月以内に 完了しなくてはならない 。
裁判所の命令による会社の解散	株主数が 3 名より少なくなる場合	株主が 1 名だけになる場合
合併の種類	合併は 2 社以上に よってのみ 行うことができ、新会社を設立し、合併する元の会社は全て解散する（新設合併）。	2 つの選択肢 で行える。 1. 2 社以上の会社が新会社を設立し、合併する元の会社は全て解散する。 2. 2 社以上の会社が統合し、内 1 社が存続し、それ以外の会社は解散する（吸収合併）。

※株主総会の招集通知について、2023 年 2 月 7 日以前に商務省で登記された会社の付属定款（AOA）において新聞への広告掲載を規定している場合でも、2023 年 2 月 8 日以降は民商法典の改正内容が優先されます。

「越境テレワーク EOR の仕組みと活用事例」

田中 啓介

＜越境テレワーク EOR の仕組み＞

今注目が集まっている EOR（Employer Of Record）とは、「代替雇用」と呼ばれ、EOR サービス提供企業の海外現地法人が海外人材の法的な雇用主となり、税務・労務・法務・福利厚生等のバックオフィス業務を代行する仕組みです。インド IT 人材の起用に際し、この仕組みも注目されており、弊社でも EOR 導入支援サービスの提供を開始しました。こうした仕組みにより、現地法人が雇用契約の締結を代行するだけでなく、給与計算や税務対応・労務管理・福利厚生管理などの人事部門としての業務も代行することで、国境をまたいで人材を獲得しようとする企業がビジネスに集中できる環境の整備を後押しします。海外に現地法人を設立したり、海外人材を日本に呼び寄せることなく、トライアルで海外進出や海外人材との協働が可能になります。

＜EOR の活用事例とは？＞

(1) 海外新卒人材の内定辞退を防ぎたい

日本と海外では大学卒業の時期が異なるため、海外新卒人材は、日本の企業に入社するまでの間に空白の期間があります。そこで 4 月の入社時期まで期間限定で EOR を活用することで、入社時期を待たないで一緒に働く事が可能になります。海外人材も日本の企業で働くことに不安を抱えており、当社では、このようなケースの場合、現地でのランチ会の開催や日本文化を伝える機会を設け、日本で働くための精神的な準備ができるようにサポートしています。

(2) 海外中途採用人材のパフォーマンスを見極める

海外人材を中途で雇用する場合には、日本側の受け入れ準備と合わせて、雇用リスクも同時に負うことになります。そこで EOR を活用し、トライアルで中途人材を採用し、日本に渡航をする前にリモートで協働することで、事前に候補者のパフォーマンスを評価することができます。また、正式に入社をする前から双方十分なコミュニケーションを取ることができるため、日本で働くための精神的な準備ができ、日本に移住後もスムーズにオンボーディング（※1）を進めることができるわけです。

（※1）オンボーディング：新卒や中途採用の人材が早期に活躍できるように、知識や技術の提供、サポートなどを行う一連の取り組みのこと。

(3) 配偶者の海外転勤に帯同しテレワークで働く

社員が配偶者の海外転勤で海外移住を余儀なくされるケースにも EOR は活用できます。海外の移住先から継続的にリモートワークで働いてもらえば良いと安易に考えがちですが、そこには先述のとおり、税務、労務上の困難が伴います。このような場合にも、日本に帰国されるまでの間、EOR を活用することでスムーズに越境テレワークをすることが可能になります。

(4) 海外人材が帰国後もテレワークで働く

自社で雇用していた海外人材が、結婚や家庭の事情で、また、残念ながら日本での生活が合わずに母国に帰国するケースも少なくありません。このような場合にも、EOR を活用することで当該国に現地法人がなくても継続的に一緒に働くことが可能になります。

(5) 海外現地法人の設立を待たずに海外に進出したい

海外現地法人の設立の検討や手続きには時間もかかります。しかし、EOR を活用することで海外現地法人を設立せずにトライアルで海外進出をしたり、海外現地法人の設立完了までの期間だけを EOR を活用し、海外現地法人の設立後に速やかに転籍させることでスピーディーに海外拠点を立ち上げたりすることが可能になります。



＜EOR の可能性＞

このように EOR は、企業がグローバル化に向けて小さく一歩を踏み出す場合はもちろん、すでにグローバル化を進めている企業の越境テレワークにまつわる細かな困りごとの対応にも有効です。何より私は海外人材との協働を通じて生まれる多様性の力に大きな価値を感じています。

「ベトナムの米と食文化」

中川 良一

2021 年ベトナムの米の輸出量は 620 万トンで、輸出総額は 32 億米ドル、インドそしてタイに次いで世界第 3 位の米輸出国で、世界の米輸出量の約 12.5% を占めています。

これまで栽培された米の品種は 600 以上あり、最近では、ベトナムで開発された品種「ST24」は、2017 年国際コメコンクールで第 2 位を獲得し、2019 年には「ST25」がベトナム初の国際コンクールで最優秀賞を獲得しました。これによりベトナム米は、「世界で一番おいしい米」と評価されるようになりました。

＜米を利用した伝統料理＞

ベトナムはご存じのように南北に長く、面積は九州を除いた日本の面積に等しく、54 の民族が暮らす人口 9,800 万人の国家です。稲作は、南部は三期作、北部は二期作中心に行われています。そのため各地には、米を利用した伝統料理が数多くあります。

例えば、毎年お正月には欠かせない米料理は、パイチュン(Banh Chung)と呼ばれるもち米料理です。豚肉と緑豆あんこを、緑に着色されたもち米で包んだ四角い形の正月料理です。またホーチミン市を含む南部都市では、同様の料理をバンテト(Banh Tet)と呼びますが、最後にバナナ葉で包みます。

麺類なら、ベトナムの代表料理の 1 つであるフォーです。豚骨、鶏骨、牛骨を長時間煮詰めたスープに、肉や鶏肉と一緒に盛られています。通常 3 万～15 万ドン（約 176 円～881 円）で食べることができ、最もポピュラーなベトナムフードです。



【お正月に欠かせない米料理
「パイチュン」】



【ベトナムの代表料理「フォー」】

＜さまざまな商品開発が進行中＞

米はベトナムで最もポピュラーな食材ですが、現在さまざまな商品開発が行われています。一例として、2019 年に米粉を用いて作られた、使い捨てストローです。

ストロー開発を行った村は、元来米粉から様々な麺類を生産する 100 年以上の歴史がある村です。この米粉ストローは、他の環境に配慮した紙や竹ストローと比較し、大きな優位性があります。EC サイトで販売価格を比較すると、竹は 1 本あたり 5 千ドン（約 30 円）ですが、米粉ストローは 550 ドン（1 本約 3 円）と手ごろな価格で販売されています。18 か月間も保存可能だそうです。利用後は、食べるのもよし。廃棄しても数カ月後には分解され土に戻ります。400 年以上分解されないプラスチックストローと比較しても、環境に配慮された優れた材料であることがわかります。少し硬めですが、紙のストローのように味が移ることもなく、使用感は抜群です。

また抗がん剤の原料として、薬効性の高い稲の品種改良も進んでいます。医療分野にベトナム米が使われる日もそんなに遠くないかもしれません。



【最優秀賞を獲得した「ST25」】



【米粉ストロー】

こちらの記事は、昨年 11 月末に執筆し、中国新聞 SELECT
「最前線ビジネスサポーター発」にも一部、掲載されました。

Q

「中国の Z 世代は、普段どのような生活を送り、どのような事に興味・関心を抱いているのか、詳しく教えてください。」

A

■中国の Z 世代とは

中国の Z 世代は、一般的に 1995 年から 2010 年の間に生まれた若年層を指します。人口は約 2 億 8,000 万人（日本の Z 世代の人口は約 1,800 万人）と、中国総人口の 18.1%を占め、市場規模は約 4 兆元（約 78 兆円＝1 元約 19 円）と言われています。この世代は「かつてない世代」とも言われ、全体的に良質な教育を受けて育ち、生活環境は良く、文化的素養も高く、独立性や自信を持ち、自分達の個性を大切にしています。また、生まれた時から IT 技術が普及しており、成長過程でパソコン、スマートフォン、SNS 等に触れ、愛国心もあります。中国では、この Z 世代が新たな消費勢力となり、今後の国内の消費に関する主力層になると言われています。

■Z 世代の興味・関心について

中国の多くの企業は Z 世代が何に興味・関心を持っているのかを探り、マーケティングに活かすことが重要となっています。この世代は「写真世代」とも言われており、SNS 投稿を前提に、見映えがよく、高級感のあるものを求めているため、企業は、商品のパッケージを工夫しています。また、この世代の娯楽として大人数なのが、殺人事件を題材にした体験型の推理ゲーム「マードーミステリー」（中文：劇本殺）や「脱出ゲーム」（中文：密室逃脱）、「演劇」（中文：話劇）などで、主に体験型の娯楽に関心があり、他にもコスプレやペットとの触れ合い・飼育なども人気です。さらに、自分の個性を大事にしており、衣服やカバン、靴などのファッションアイテムや書籍など、他人とは違った個性を表現する商品に関心を持っています。

生まれてすぐに中国の高度経済成長を享受し、多くは一人っ子で、昔から両親や親戚に溺愛されて育ってきたため消費力が高く、消費願望も旺盛です。毎月自由に使えるお金が平均で約 3,500 元（約 6 万 8 千円＝1 元約 19 円）あると言われており、今後の消費力も着実に向上してくと予想されています。彼らの収入源を見ると、全体の 65%が家族から生活費を提供してもらっており、残りの 35%がアルバイトや中古品の転売、奨学金などで収入を得ています。



【若者に人気の漢服
（参照：百度 HP）】

■支払い方法も独特

中国 Z 世代の買物時の支払い方法の特徴は、「花呗」や「白条」と言われる「分割払い」を可能とした「個人向けクレジット」を利用することで、自分の欲しい物は「分割払い」にしてでも購入するという強い購買意欲があることが分かります。一方で「儉約」も重視しており、時間と労力をかけて最低限のコストで「最高の価値」と「サービス」を見つけ出す事に喜びを感じています。例えば、支払い前にスマホアプリでクーポンや割引情報を探して少しでも安く購入したり、購入時に複数の EC サイトを検索して手元にある商品との価格比較を行い、少しでも安い店舗で購入するなど、デジタルを駆使したその儉約ぶりは徹底しています。

■食（調味料）のトレンド

Z 世代は、自宅で楽しみを見つける傾向があり、料理をすることも人気になっています。彼らの注目を集めているキーワードが「養生」で、健康な食生活を求める傾向があります。そうした若者の心理を考慮し、多くの人気食品には「0 糖」「低カロリー」「無添加」といったラベルが貼られています。仕事のため時間がなかったり、料理を苦手と感じたりする若者が少なくないため、味、食感を豊かにでき、調理時間と難易度を一気に減らすことができるオールインワンソース、調理済み食品（ミールキット）、冷凍野菜などが好まれています。

参照：“Z 世代”とはどの世代？（百度）[中国語記事]

中国 Z 世代の調味料に対する新たなニーズは？ | 中国トレンド調査 | [マナミナ] まなべるみんなのデータマーケティング・マガジン (valuesccg.com)

■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、もしく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

予告

中国ビジネスセミナー

「2023 年のウィズコロナ政策転換と中国ビジネス最前線」

ゼロコロナからウィズコロナへの大胆な政策転換で、中国が世界を揺すぶっています。ビジネスの現場からの視点で中国情勢を読み解き、中国市場や各種産業（EV、自動運転、半導体、配膳ロボット、小売りや飲食）でイノベーションが進む実態に迫り、日本企業のビジネスチャンスを探ります。

【申込・配信期間】2023 年 2 月 21 日（火）～3 月 20 日（月）

【開催方法】オンデマンド配信

【参加費】無料

【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

（30 年以上にわたり、主に対中投資及び中国ビジネス展開等に関する
コンサルティング活動に従事。桜葉コンサルティング(株)代表取締役社長。）



※申込等の詳細は当センターのホームページに掲載します。

報告

香港の日本食品専門店でのテスト販売実施

昨年 12 月から 1 カ月間、香港島最大のオフィス街クォーリーベイに位置する日本食品専門店「花鳥」にて広島県産品のテスト販売を実施しました。今回のテスト販売は、農林水産品・飲料等を取り扱い、香港への新たな輸出を目指す事業者等を対象とし、販売商品について、事前に香港店舗等で選定を行ったうえで実施しました。

広島名産の牡蠣や日本酒、ワイン、おつまみ等幅広い商品を取り揃え、広島フェアとして一体となり PR を行いました。特に牡蠣は、香港においても牡蠣好きな方が多く、現地でも知名度があることから、大変好評でした。また、実施時期が旧正月前ということもあり、可愛いもの、見栄えが良いものが売れたようです。

現地香港では、「花鳥」での販売のほか、インフルエンサーによる店舗呼び込みや EC サイトへの掲載を行い、幅広い情報発信を行いました。

販売の期間前後には、参加企業と現地バイヤー・販売店舗とのウェブ面談を行い、商品のニーズやパッケージデザインへのアドバイス、販売結果からの適正価格など、多くの情報を還元しました。



広島県及び広島広域都市圏等の食品・酒類の海外販路拡大を目的に、広島市・呉市・ジェトロ広島と共催で、1月27日（金）国内商社との商談を開催しました。

当日は広島県内及び広島広域都市圏内の企業6社にご参加いただき、各社とも、40分という限られた商談時間の中で、新たな海外販路開拓に向け、熱心に自社商品をアピールされていました。



3年ぶりに対面でのリアル商談となり、カメラ越しのオンライン商談では難しかった試食も行いました。参加者からは、「直接顔を合わせることでコミュニケーションがとれやすく、商談会の雰囲気を久しぶりに感じる事ができた。」という声がありました。バイヤーからは、「東南アジアはまだ価格にこだわる傾向があるが、日本産の“こだわりのあるもの”“新しいもの”を深掘りしたいという声があるので、今後販売先に提案してきたい。」というコメントがありました。

今月は海外バイヤーとの商談会をオンラインで随時開催する予定です。

世界9都市 海外ビジネスサポーター&上海事務所から

再配信！

世界9都市 海外ビジネスサポーター & 上海事務所 から発信！



GLOBAL
BUSINESS
SEMINAR
2022

オンデマンド配信

事例から学ぶ、 イマドキの海外展開。

当センターの海外ビジネスサポーターと上海事務所から、中小企業や小規模事業者が海外でビジネス展開する上で参考となる最新（ニイマドキ）の情報を、成功・失敗事例を交えてお届けするオンデマンドセミナーを昨年7月から5回に渡り配信しましたが、再配信しております。

前回見逃された方、もう一度ご覧になりたい方は是非ご視聴ください。
（セミナー内容は録画時点の情報に基づくものです。）

【配信期間】2月28日（火）まで

【申込先】<https://www.hiwave.or.jp/event/36053/>

