



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 TEL082-246-1400

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

上海事務所・世界9都市のビジネスサポーターが、お答えします

オンライン相談にも対応。情報収集や取引先の発掘等、ご活用ください。



サポート内容

- 【相談・情報提供】
- アドバイス・相談
- 情報の収集・提供
- 専門機関の紹介

【コーディネート】

- 取引先の発掘・紹介
- 商談設定・現地同行
- 商談のフォロー

ご利用は無料！！

まずは当センターにご連絡ください。

海外ビジネスサポーターの
紹介はこちらから



<https://www.hiwave.or.jp/purpose1/international/foreignoffice/>

ご相談のお申込みフォーム
はこちらから



<https://ws.formzu.net/fgen/S5529662/>

**** サポート事例 ****

- ・現地の輸入規制について
- ・市場動向について
- ・販路開拓について
- ・訪問/ウェブ面談のアポイント取り

■ CONTENTS ■

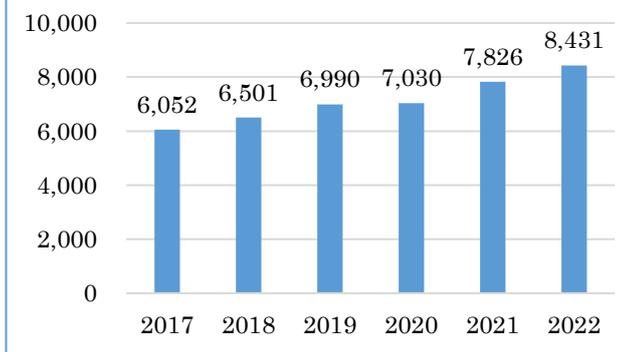
| | | | |
|--------|------------------------------|---------------------------------|---|
| 巻頭言 | ひろしま産業振興機構 国際ビジネス支援センターの海外拠点 | 1 | |
| 海外レポート | 大連 | 2022年の域内総生産 (GRP) が初の8,000億元を突破 | 2 |
| | ホーチミン | 注目されるベトナム国内市場 | 3 |
| | シンガポール | 糖分含有量の新たな表示義務化 | 4 |
| | バンコク | タイで愛されるコンビニ | 5 |
| | チェンナイ | 越境テレワーク EOR 導入の流れと留意点 | 6 |
| | 上海 | 上海市のカフェ店舗数は世界一 | 7 |
| | 中国ビジネス Q&A | オンラインを活用した中国市場の販路開拓方法 | 8 |
| お知らせ | ハッピーからのお知らせ | 9 | |

2022年の域内総生産（GRP）が初の8,000億元を突破

趙 万利

大連市統計局は、2022年の大連市の経済状況について発表しました。2022年の大連市の域内総生産（GRP）は8,430.9億元（1元=19.23円）で、前年比4%の増加、中国の全国平均水準より1%高い結果となりました。第一次産業の付加価値額は563億元で前年比3.2%増、第二次産業の付加価値額は3,712.5億元で前年比4.5%増、第三次産業の付加価値額は4,155.4億元で前年比3.7%増でした。

2017～2022年大連市GRP推移



【参照：中商情報網 (askci.com)】

＜工業生産は安定、ハイテク製造業はより高い成長率＞

2022年における大連市の軽工業の付加価値額は前年比4.7%増、重工業は前年比9.8%増でした。

主要産業のうち、石油化学工業の付加価値額は前年同期比13.3%増、設備製造業の付加価値額は0.5%増、医薬品工業の付加価値額は7%増、農産物加工工業の付加価値額は0.1%減となりました。ハイテク製造業の付加価値額は前年同期比15.4%増加し、全国の8%ポイントを上回りました。

主要なカテゴリーからみると、製造業の付加価値額は前年同期比5.8%増加し、電気・熱・ガス・水の生産および供給業は2.4%減少しました。

企業形態からみると、国営企業の付加価値額が前年同期比7.2%増、株式会社が7.5%増、私営企業が5.8%増、外国及び香港・マカオ・台湾投資企業が1.1%増となりました。

製造品出荷額では、都市鉄道車両が前年同期比224.3%増、工業計器が41.8%増、リチウムイオン電池が28.9%増、CNC金属切断工作機械が6.7%増でした。

＜固定資産投資とハイテク投資の成長力が目立つ＞

年間を通じて、市の固定資産投資（農家を除く）は前年比6.5%増となり、前年より5.3ポイント、全国平均水準より1.4ポイント高くなりました。

部門別では、インフラへの投資が前年比28.4%増、製造業への投資が同43.2%増、不動産開発への投資が同16.5%減でした。

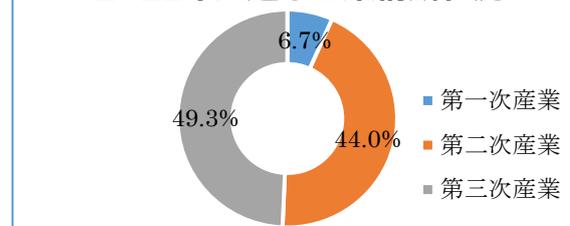
産業別では、第一次産業への投資が前年同期比7.1%減、第二次産業への投資が同10.5%増、第三次産業への投資が同5.1%増。民間投資は前年同期比7.2%増でした。ハイテク産業への投資は前年同期比24%増で、ハイテク製造業への投資は6%増、ハイテクサービス業への投資は97%増でした。

＜消費財市場は順調に回復＞

2022年の大連市年間の消費財小売売上高は1,846億9,000万人民元で、前年比3.3%減となり、減少率は2期連続で縮小しました。消費の種類別では、商品の小売売上高は1,720億5,000万円で前年比3%減、レストランの売上高は126億4,000万円で前年比7%減。次世代型商品のうち、新エネルギー自動車の小売販売台数は1.6倍、エネルギー効率レベル1、2の家庭用電気製品、AV機器の小売販売台数は1.4倍、カメラの小売販売台数は63.3%の増加でした。

ゼロコロナ政策を転換した今年（2023年）は、各種データはさらなる成長が期待されており、特に消費財市場はコロナ禍以前を上回る回復が期待されています。

2022年大連市産業構成状況



【参照：中商情報網 (askci.com)】

第一次産業：農業（林業、畜産業、漁業等を含む。）
 第二次産業：工業（採取産業、製造業、水、電気、蒸気、温水、ガスを含む）、建設業など
 第三次産業：上記の第一次産業および第二次産業以外のすべての産業。

参考資料：（以下中国語記事）

市統計局 2022年の経済状況に関するメディアブリーフィングを開催

大連市が2022年の経済データを発表 GRPが初めて8,000億元を突破

2022年 大連経済の分析

「注目されるベトナム国内市場」

石川 幸

＜日越外交関係樹立 50 周年＞

2023 年は、日本とベトナムの外交関係樹立 50 周年です。様々な認定プロジェクトが開催され、民間主体のイベントも行われています。その代表的な一つとして、日本をベトナムに紹介する「ジャパン・フェスティバル・イン・ベトナム」がホーチミン特別市で 2023 年 2 月に開催されました。



【ジャパン・フェスティバル】

お祭りや縁日のような屋台も多く設置され、オタフクソースを使ったお好み焼きブースもありました。日本人やベトナム人の家族連れ、若者などで賑わいを見せており、伝統的な着物の衣装以外に、コスプレした参加者も散見されたのが印象的でした。

＜引き続き注目されるベトナム市場＞

ホーチミンのタンソンニャット国際空港の出入国審査は、コロナ前と同様の混雑を見せており、出入国には時間を要するため、フライト前後の時間などに注意が必要です。APEC カードの出入国レーン、ビジネスクラス用荷物審査レーンも復活しています。

しかしながら、2022 年度の観光客数は 366 万人強（2019 年の 1,801 万人の約 20%）で、外

国人観光客の本格的な回復にはまだ時間がかかりそうです。また、アセアン域内のマレーシアやタイに比べて、戻りが遅れているとのこと。海外からのベトナム訪問者数の上位は韓国 96.5 万人、米国 31.8 万人、タイ 20.2 万人で、日本は 17.4 万人の 6 位でした（2019 年は日本人 95 万人で全体の 3 位）。

また、ジェトロ（日本貿易振興機構）が毎年行っている海外進出日系企業実態調査によると、ベトナム進出済みの日系企業が、ベトナム事業について良好な見通しを持っているとのこと。特に、回復基調についてアセアン域内でトップ水準であり、市場の成長性や規模など、ベトナム国内市場に強い期待を寄せていることがうかがえることなどが報告されています。

＜小売市場への投資も続く＞

ベトナムの小売市場は、旺盛な国内需要を背景に、拡大が続いています。

タイ小売最大手のセントラルグループは、2023～2027 年の 5 年間でベトナム事業に 14.5 億 USD（135 円換算で 1,957 億円規模）の追加投資を発表しています。狙いは、傘下にある食品小売店や家電量販店（2021 年売上規模は 11.2 億 USD、340 店舗の規模）の拡大です。この 5 年間で、600 店舗まで規模を拡大させる目標を掲げています。

イオンモールは、2025 年までにモール数を約 3 倍の 16 まで拡大させると報道されています。また、グループ内のスーパーであるマックスバリュを同じ 25 年までに 100 ヶ所へ拡大を目指しています。最近では、7 号店となるフエ店（ベトナム中部エリアでは初の出店）の着工を開始し、2024 年下期の開業を目指しています。

筆者も訪れることがあるイオンモール・ビンタン店（ホーチミン特別市 Binh Tan 区に 2016 年開店）では、ユニクロなど日系大手の店舗もありますが、ベトナムローカル店舗の出店が以前より増えてきています。ベトナム人家族が大勢訪れており、モール内は賑わいを見せています。日越の物価水準の差は依然としてあり、モールでは一般的にローカルよりも高いものが売られている傾向にありますが、価格よりも、安心・安全・品質の良さ、消費を楽しむ層も広がっているように感じられます。

ベトナム国内の内需、特に消費市場をリードするホーチミン特別市での動向に注目していきたいと思えます。

「糖分含有量の新たな表示義務化」

碓 知子

〈糖尿病との戦い〉

甘党が多いシンガポール。今でこそスターバックス等のグルメコーヒーも浸透していますが、濃いコーヒーにコンデンスミルクや砂糖たっぷりの甘いコーヒー好きも多いのが現状です。炭水化物が多い食生活にも起因して、糖尿病患者の割合は多く、2010年には18～49歳の9人に1人が糖尿病、18～19歳人口の14%が、糖尿病予備軍でした。こうした中、政府は、何も対策を講じなければ2014年の患者数44万人に対して2050年に100万人になると危機感を募らせ、2016年に「糖尿病との戦い」を宣言し、啓蒙活動等を行ってきました。国民の健康意識も徐々に高まり、メーカーも低糖商品を開発するようになった結果、飲料製品の平均糖分配合率は2017年の7.1%から2021年には4.6%に下がりました。それでも、世界銀行のデータによると糖尿病患者の割合は20～79歳の人口の11.6%（2021年）。日本の6.6%を大きく上回ります。

〈糖分の多い飲料の広告を禁止〉

より健康な食生活を促進するため、さらに一歩踏み出した規制が2022年12月30日から施行されました。糖分や飽和脂肪の含有量が多い飲料商品へのラベル表示を義務づけるニュートリ・グレード制度です。この制度では、飲料を対象に、糖分や飽和脂肪の含有量に応じてAからDの4グレードに分類し、CとDの飲料はパッケージの前面にグレードラベルを表示することが義務付けられました。また、Dに分類された飲料は、広告が禁止されます。グレードA、Bに分類された飲料の表示は任意です。

| | A | B | C | D |
|-------------------------|-------|----------|----------|------|
| 糖分含有量 (100ml当たりg数) | <=1 | >1~5 | >5~10 | >10 |
| 飽和脂肪含有量 (100ml当たりg数) | <=0.7 | >0.7~1.2 | >1.2~2.8 | >2.8 |

← 要表示
← 広告禁止

【ニュートリ・グレード制度の概要】

出典：保健省ウェブサイト

2022年12月30日からこの制度の対象となったのは、瓶、缶、紙パック、パウチ等の容器に入ったプレパック飲料、粉末や濃縮物の飲料等が対象ですが、2023年12月からは搾りたてジュースや淹れたてコーヒーなども対象になります。従って、今年12月30日からはスターバックスのコーヒーにも表示が義務付

けられることとなります。ただし、小規模事業者については、表示の義務が一定期間免除されることになっています。

〈日本からの輸入品の表示〉

ニュートリ・グレードの表示は輸入品にも適用されます。ドンドンドンキで販売されている日本の飲料品を見ると、グレードCのものが多く見受けられました。無糖のブラックコーヒーなどはA、ミルク無しの紅茶はBですが、ミルクティー、果汁飲料等はC、オリジナルレシピのヤクルトやカルピスはD分類です。



【日本の飲料品のニュートリ・グレード表示例】

〈低糖ドリンクの需要拡大の見込み〉

低糖タイプの飲料は、商品数が増えています。かつては缶やパック入りの「グリーンティー」飲料は、砂糖入りのジャスミンティーが定番でしたが、今では無糖のお茶も出回っています。コカ・コーラももちろん、オリジナルレシピとは別に、コカ・コーラライト、コカ・コーラゼロがあり、地元飲料大手のYeo Hiep Seng（ヨー・ヒャップセン）のソフトドリンクも、低糖バージョンが販売されています。

規則の導入を受け、商品のレシピを変更するメーカーもあります。人気のスポーツドリンクブランド、100プラスは制度の導入に先立ち、商品がBランクに入るよう、商品のレシピを糖分配合率が5%以下になるように変更しました。一方、ライバルの大塚製薬「ポカリスエット」はC分類と判定されました。オリジナルレシピの商品がDに分類されたヤクルトは、低糖のヤクルト・ゴールドを開発して、2023年3月6日から販売を開始しています。

ニュートリ・グレード制度を受け、低糖ドリンクへのニーズはますます加速すると思われます。日本には低糖でもおいしい飲料品がたくさんあるはずですが、今が商機ではないでしょうか。

「タイで愛されるコンビニ」

辻本 浩一郎

＜驚きのコンビニ店舗数＞

タイを初めて訪れる人にとって、驚くポイントの1つが、コンビニの多さだと思います。駅や商業施設、街中、マンションの中などいたるところに店舗があります。

ローカル系では 108Shop、Mini Big C や CJ Express があり、日系はセブン-イレブン、ファミリーマート、ローソン等が進出しています。

路面店や複合型マンションの店舗の多くが 24 時間営業で、日常生活に関わるあらゆる商品を取り扱い、ATM も設置されており、タイでの生活を支える強い味方です。

中でも突出しているのがセブン-イレブンで、タイのセブン-イレブンは日本の 21,402 店舗(2023 年 2 月末現在) に次いで 13,134 店舗と店舗数世界第 2 位となっています。ビジネスや観光の中心となる首都バンコクにおいては、5,000 を越える店舗が出店しています。東京都内の店舗数が 2,881 店舗であることを考えると、その店舗網の拡大ぶりがイメージできるかと思います。

1989 年にセブン-イレブンが進出するまで、24 時間営業のお店はなく、その利便性と店舗拡大スピードによって、タイでは圧倒的な人気を誇るコンビニとして地位を確立しました。

(参考) タイで展開する日系コンビニ

| 日系コンビニ | 現地運営会社 | 店舗数 |
|------------|---------------------------------|--------|
| セブン-イレブン | Thai Seven-Eleven Co., Ltd. | 13,134 |
| ファミリーマート | FamilyMart (Thailand) Co., Ltd. | 805 |
| LAWSON 108 | Saha Lawson Co., Ltd. | 94 |

(2023 年 3 月調べ)

＜充実のメニュー＞

タイのセブン-イレブンは日本と同様に食料品、日用品、生活雑貨、青果品などを取り扱っています。1

つ異なる点があるとすれば、カフェメニューの充実さにあります。写真のカフェメニューからお分かりいただけると思います。

メニュー数は店舗により異なりますが、近所の店舗ではコーヒーが 8 種類、スムージーが 5 種類など全 24 種類。さらに軽食メニューのラインナップも充実しており、喫茶店など専門店を凌ぐメニュー数があります。

今回購入したのはコンデンスミルクをたっぷり使ったタイ式アイスミルクティーのラージサイズで 45 バーツ (約 180 円) です。たっぷりの氷と大きな容器に注がれたタイ式ミルクティーは、甘く、バニラやオレンジなど風味豊かです。タイではこのサイズの飲み物を口にしている人をいたるところで目にします。

常夏の国タイで暮らす人々にとって、冷たく甘い飲み物は生活に欠かせないものです。セブン-イレブン等のコンビニ各社はタイ国内において出店数を増やし、その利便性とタイ国民の生活に合わせた商品展開をすることで日々の暮らしに欠かせない存在となっています。



【セブン-イレブンのカフェメニュー】



【セブン-イレブンのタイ式アイスミルクティー】

「越境テレワーク EOR 導入の流れと留意点」

田中 啓介

<注目される越境テレワーク EOR>

前回ハッピーメール 2 月号でご紹介した EOR (Employer Of Record)、つまり、「IT X 海外人材雇用」の新たな形として越境テレワークの導入を検討されている日本企業が増えています。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ことで、日本企業が低コストで海外にトライアル進出できるメリットは非常に大きいと感じています。一方で、この EOR のスキームと相性の良い職種とそうではない職種があるため留意が必要です。つまり、EOR を活用して雇用する海外人材が、どのような業務を、どのような勤務体制で、どれぐらいの期間にわたって業務を行うか、という点を事前に評価しておくことが極めて重要となります。

<インドにおける EOR 導入の流れ>

EOR のスキームを導入してインド人材を代替雇用する場合には、主に、次の5つの流れで手続きを進めることになります。

- (1) 対象となる人材の適性を弊社が開発したチェックリストに基づき事前評価
- (2) インド人材の候補者向けに発行するオファーレターの作成
- (3) インドの労働法に則った雇用契約書の作成
- (4) インドの所得税法・労働法及び商習慣に則った給与計算・労務管理・社会保障の提供
- (5) インド人材からの各種給与や所得税・社会保障に関する問い合わせ対応

<EOR 導入時に注意すべきポイント>

ここで最も重要なのが上記(1)「対象となる人材の適性」の把握です。具体的には次の3つのポイントからチェックリストに基づき事前評価を実施していくことになります。

(a). どのような業務を実施するか?

最も相性の良い業務は、インドの市場調査、バックオフィス系業務やデータ分析、業務管理システムの開発など、主に本社の利益への直接的な貢献度が低い業務が該当します。一方で、税務 (PE 課税) リスクの

観点から推奨されない業務は、インド国内企業と直接商談をし、契約の受注まで取ってくる営業活動 (本社の利益への貢献度合いが大きい業務) です。

(b). どのような勤務体制で業務を実施するか?

上述の PE 課税 (Permanent Establishment の略。恒久的施設) とは継続的な事業活動によって創出される一定の場所や代理人やサービス等が該当する国際課税ですが、インド国内に恒常的なオフィス・拠点を有するかどうか、指定した場所における勤務が必要かどうか、その拠点に会社名やロゴが記載された看板等を設置するかどうか等を勘案して PE を創出する要素がどの程度あるかを評価します。

(c). どれぐらいの期間に渡って業務を実施するか?

PE 課税が「継続的な事業活動」に基づくものであることから、対象となる人材がどれぐらいの期間に渡って業務を実施する予定であるかも重要な指標の 1 つとなります。1 つの目安として6カ月以内であれば基本的に PE 課税リスクはゼロもしくは極めて低いと言えますが、6カ月超の場合には上記 (a) 及び (b) に基づいて総合的に評価することとなります。



「上海市のカフェ店舗数は世界一」

洲澤 輝

中国ではコーヒーブームが続いており、中国国内には10万店舗以上のカフェがあるとされています。その中でも上海市のカフェは圧倒的に多く、2022年時点では約8,000店舗あります。上海市は中国国内で最もカフェが多い都市ですが、実は全世界から見ても東京都やロンドン、ニューヨークなどを上回り、カフェ店舗数は世界一となっています。米国発祥のコーヒーチェーン「スターバックス (Starbucks)」の店舗数を上海市と東京都で比較してみると、東京都が389店(2023年1月時点)なのに対し上海市が約1,000店(2022年9月時点)となっており、その差は歴然です。

そんな上海市のカフェ市場ですが、以前はスターバックスや中国の「ラッキンコーヒー (Luckin coffee)」、英国の「コスタコーヒー (Costa Coffee)」、カナダの「ティム・ホートンズ (Tim Hortons)」など、大手カフェチェーン店が目立っていました。しかしここ最近では大手チェーン店ではなく、個人で営んでいるような小型店舗が増加しています。小さなカフェであっても1日に数百杯近くのコーヒーを販売している店舗もあり、その内60%~70%の注文が「餓了么」や「美团」などの宅配サービスからの注文です。

この背景には、上海市の充実した宅配サービスがあります。スマートフォンでアプリを通じて簡単に注文でき、会社や自宅など指定場所に配送してもらえます。オフィスビルや地下鉄の駅構内には保温機能も備わった宅配サービス専用の受け取りボックスもあります。こうした機能が充実しているため、小さなカフェであっても売り上げを伸ばすことができるのです。



【地下鉄の駅構内に設置された宅配受け取りボックス】

上海でコーヒーが好まれている理由は、昔から国際都市として発展しており、多くの外国商人が現地で商売をしてきた歴史が関係しているといわれています。その時に外国のコーヒー文化を含む飲食文化が普及し、それらが長い年月をかけて市民に浸透していきました。また、近年の経済発展により、中国消費者の経済力と生活水準も上昇しており、コーヒーを含む嗜好品への消費が活発になっていることも理由だといわれています。

上海市では、現在も国内外ブランドのカフェが続々とオープンしており、今後もまだまだブームは続くと思います。



【ラッキンコーヒーの店舗】

※中国全体ではラッキンコーヒーの店舗数がスターバックスを上回っている。

こちらの記事は、1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 「弊社は広島県で食品の製造販売を手掛けています。自社商品を中国市場へ売り込みたいのですが、今まで経験が無いので、何から手を付けていいのかわかりません。取り組み方について詳しく教えてください。」

A 当機構は中国の流行発信地と言われる上海市に事務所を構え、広島県産品の中国市場販路開拓支援を行っています。新型コロナウイルス（以下、新型コロナ）発生以前は上海市の花園飯店（オークラガーデンホテル）にて定期的に広島食品商談会を開催していました。コロナ禍においては現地でのイベント開催が困難となったことから Zoom 等のオンライン会議システムを活用した「オンライン商談事業」を行っています。今月号のハッピーメールでは、その「オンライン」を活用した販路開拓方法について説明します。取り組み方は大きく①～⑥まであります。

■①生産地など商品情報の確認・整理

中国は日本産食品に対して厳しい輸入規制を設けています。例えば、肉エキスを使用した商品や禁止 10 都県（注）で製造された商品は輸入不可となっています。そのため、まずは原材料に肉エキスが使用されていないか、生産地が禁止 10 都県に含まれていないかを確認する必要があります。

（注）：東京電力福島第一原子力発電所事故の影響により、中国は日本の 10 都県で製造された食品を輸入停止しています。禁止 10 都県とは、宮城県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、新潟県（米を除く）、長野県を指します。

■②販路開拓支援を行っている支援機関・企業等へ相談

商品情報の確認・整理を終えた後、続いて中国販路開拓支援を行っている支援機関や企業等を探します。初めての中国進出の場合は中国バイヤーとの接点が無く、また最新輸出規制などの情報も把握できていない可能性があるため、早い段階から当機構や関連企業に相談されることをお勧めします。そこではアドバイスをもらうことができ、中国バイヤーも紹介してもらうことができます。

■③商品資料の作成

資料は中国語があればベストです。また、商品ができるまでの物語をまとめた動画や商品の食べ方・飲み方が紹介されている動画があれば、なおさら良いです。そして、資料作成と同時にバイヤーに提供する商品サンプルを事前に中国側へ送る必要があります。商品サンプルの有無では商品に対する印象が全く異なります。また、商談時に試食・試飲をしてもらうことができるので成約率を高めることができます。

■④Zoom などの会議システムを理解

オンライン商談を実施する場合、当日までの準備として Zoom など会議システムの操作方法を理解しておくことが重要です。商談は基本的に 1 回勝負であるため当日の商談をスムーズに行うには事前に「資料共有」や「動画共有」の操作方法、「名刺データの送り方」などを理解しておく必要があります。商談当日になって資料や動画の共有方法が分からないとなると商談がスムーズにいきません。また、現地バイヤーが中国語のみ対応可能な場合は事前に通訳の手配が必要です。



【実際のオンライン商談の様子】

■⑤商談成約・不成立

オンライン商談が順調に進み成約となった場合はバイヤーが要求する「輸出に必要な書類」を準備します。基本的に必要書類はバイヤーから指定されるので、その書類を準備すればよいです。また、現地店舗での販売が始まり店舗での販促イベントが開催される場合にはバイヤーから POP や動画、その他アイテムを要求される場合が多いです。販促アイテムがあると売り上げアップに繋がる可能性が高いため、これらの販促アイテムはできるだけ提供されることをお勧めします。

商談が不成立となった場合にはその原因を聞き出し、今後の中国向け商品開発の参考にしていけることができます。

■⑥中国バイヤーとの連携

中国販路開拓は大きく分けて 2 段階あります。1 つは「中国市場に入るまでの段階（B to B）」、そしてもう 1 つは「中国市場に入った後の段階（B to C）」です。後者の場合、B to C 向けの販促イベントが必要になるため関連費用の発生や人員も必要になります。多くの日本企業は現地販促活動を全てバイヤー任せにしている場合が多いですが、せっかく苦労して導入した商品の売れ行きが悪いと、また 1 からの出戻りになります。そのため、できるだけバイヤーと連携して二人三脚で中国市場を開拓されることをお勧めします。

■本質問についてさらに詳しく知りたい方は、ひろしま産業振興機構国際ビジネス支援センターまでお問い合わせください。

ハッピーからのお知らせ

配信中

インド（チェンナイ）オンデマンドセミナー

配信期間 **3/27日～4/30日**
開催方法 **オンデマンド配信**

オンデマンドセミナー
**インド国内テック業界の
最新動向および
インドIT人材を活用した
グローバル戦略**

講師
ひろしま産業振興機構
チェンナイ(インド)ビジネスサポーター
田中 啓介氏

インドのスタートアップによる主なDX事例をピックアップし、最新のインド市場動向をご紹介します。また、スタートアップの成長を支えるインドIT人材を日本企業がいかにビジネスで協働し、共に成長ができるグローバル戦略とは何かを考察します。

【視聴方法】下記URLまたは、右のQRコードからご視聴ください。

<https://ws.formzu.net/fgen/S53495312/>



募集告知

令和5年度「国際実務取引研修」

貿易業務の初任者の方、担当者の方、これから習得される方やもう一度体系的に基本を学びたい方を対象に、貿易実務の基本体系と輸出入における重要なルールの解説と、貿易書類の読み方やトラブル対処法など、実践的で広範囲な実力を養う基礎研修を開催します。

広島会場日程については、会場受講・オンライン受講のいずれかを選択できるハイブリッド方式で実施します。

■ 開催日時・場所 ※各日、9:30～16:00（昼休憩 12:30～13:30）

| 会場 | 日時 | 場所 |
|-------|------------------|----------------------------------|
| 広島会場 | ① 入門編 6月21日（水） | 広島県情報プラザ （広島市中区千田町3-7-47） |
| | ② 基礎知識編 7月19日（水） | |
| 福山会場 | ① 入門編 6月22日（木） | 福山商工会議所 （福山市西町2-10-1） |
| | ② 基礎知識編 7月20日（木） | |
| オンライン | ① 入門編 6月21日（水） | ZOOMによるライブ配信。ビデオオンでご参加可能な方に限ります。 |
| | ② 基礎知識編 7月19日（水） | |

■ 研修内容

- ① 入門編：貿易実務全体の入門理解(EPAの現状、貿易手続きのデジタル化、電子原産地証明書(e-CO)、船荷証券の電子化)、貿易条件とインコタームズ、船積書類と輸出入通関など
- ② 基礎知識編：輸出(海外営業)・輸入(海外調達)のトラブル、企業商習慣の差異、輸出代金回収リスク回避方法(貿易保険、信用状)など

《 4月中旬にウェブサイトにて募集開始します 》

<https://www.hiwave.or.jp/purpose1/international/>