



2023年5月号 (第281号)

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

「日本酒の未来へ挑戦」

【賛助会員】藤井酒造株式会社

代表取締役社長 藤井 善文 氏

藤井酒造はお陰様で創業 160 年を迎えることが出来ました。支え応援して頂いております皆様方に改めて心より感謝を申し上げます。

創業からの最も大きな出来事は、明治 40 年に初めて全国の酒を東京に集めて行われた「第 1 回全国清酒品評会」で、我蔵の「龍勢」が日本一の栄誉を頂戴したことです。広島島の酒の評価が全国ではほぼなかった時代に、「灘」や「伏見」を抑えて「広島酒」が 1 位と 2 位を独占するなど多くの広島酒が上位受賞したことは、広島酒の品質の良さを全国に知らしめる契機と成りました。現在の科学的手法の酒造りとは違って、その頃は蔵に存在する酵母を始めとする微生物を活かした方法でしたので、我蔵には昔から優良な微生物たちが存在していることになる訳です。そこで、現代はほとんど行なわれなくなった伝統的な酒造り「生酛造り」を再現し、他の蔵とは違う独自の香味を持つ酒造りに切り替えを行うこととしました。培養した酵母は国内のみでなく世界中に持って行き酒造りは可能ですが、蔵に住み着いている酵母や微生物たちは運ぶことはで



きません。つまり、「龍勢」だけの味わいが可能で、また毎回その味わいも異なる魅力が可能と成ります。毎年、違った(違ってても良く似た酒に成る)味わいが楽しめ、ワインなどのように造った年度でも違いが楽しめるということです。我蔵も海外にも輸出しており、コロナ禍の影響で国内需要は落ち込んだものの輸出は順調に伸びており、ありがたいと感じております。海外の方々には本当の日本酒の魅力と美味しさを広めて参りたいと思います。

この考え方にて後継者育成も順調に進んでおり、次世代は更に夢を語ってもらえるよう導いて参りたいと思います。ひろしま産業振興機構様のご指導ご協力を更に賜り、未来に向けて日本の真の伝統文化を引き継いでまいりたいと思います。

CONTENTS

巻 頭 言	「日本酒の未来へ挑戦」	藤井酒造株式会社 代表取締役社長 藤井 善文 氏	1
海 外 レポ-ト	ジ ャ カ ル タ	自分大好きな人の国	2
	ニ ュ ー ヨ ー ク	アメリカ、ニューヨークの決済事情	3
	台 北	台湾最新コンビニスイーツ事情	4
	ハ ノ イ	お寺を中心としたスピリチュアルリゾート開発と日越外交樹立50周年	5
	上 海	寺院コーヒーが若者の間で人気に	6
	バンコク/チェンナイ	130年続く人気の博覧会/零細商店「キラナ」に見るインド小売業界のDX事情	7
お知らせ	ハッピーからのお知らせ		8-9

自分大好きな人の国

中川 智明

今回は、ずいぶん便利になったジャカルタの公共交通の一つであるトランスジャカルタ*に乗った時に見たもの、その光景から考えたインドネシアについて記載します。

*トランスジャカルタ：ジャカルタの渋滞を解消するために整備された東南アジア初の BRT（バス高速輸送システム）で、専用走行レーンのある路線と一般車と同じレーンを走る路線がある。

<携帯電話の待ち受け画面は・・・>

先日、トランスジャカルタに乗った際に、ふと見た隣の人に驚きました。隣のオジサン（私もオジサンですが、更に年上のオジサンでした）が、アイドルばりのニコニコ笑顔で携帯電話を見ているのですが、それは同じくアイドルばりのニコニコ笑顔のオジサン自身が写った待ち受け画面でした。待ち受け画面のオジサンとリアルオジサンが微笑み合っているのです。私は日本の監査法人勤務をしていた時に毎日電車通勤していましたが、一度もこのような光景を見たことはありませんでしたし、むしろ日本人のオジサン（私も含めて）は、少し不機嫌に感じるが多かったです。

実はこのように、自分自身を携帯電話の待ち受けにしてその自分に向かって微笑む人を、インドネシアを含めて、タイやフィリピンで複数回見たことがあります。基本的に他人に見せない携帯電話の待ち受け画面を、偶然に見ることになり、自分待ち受けを発見したのですから、潜在的な自分待ち受け画面保有者は、これらの国には少なくないと推察します。

このような行動は、自分大好き度を象徴していると思います。日本人は、写真で自分を見たくない、と言う人も少なくないと思いますので、大きな差だと感じます。

<垣間見える思考回路>

なぜ、彼らは待ち受けにしているキメ顔の自分に向かってキメ返せるのか？誤解を恐れず、日々過ごすなかでの印象、独断と偏見で言わせていただくと、まず、彼らは自分が大好きです。とにかく自分に自信があり、「自分は近い将来、事業で成功して大金持ちになる！！」ぐらいのことは、当然のように思っている人が多いです。

彼らは、何か問題が起こっても、その原因が自分にあるはずはないと考え、徹底的に他人の責任であることを主張します。自分に自信があるので、自分は悪くないと考え、反省や自分を振り返ることはありません。ですから「反省しつつ向上する、または改善する」という行動をする人は多くないと感じます。

一方で、良い面もあります。自分に自信があるので、いろいろな意味で余裕があり、おおらかで優しい人が多いのも事実です。笑顔が基本ですから、他人に対しても優しく良い印象です。

<教育の違い>

なぜこうも考え方が違うのか、と考えると、やはり教育の差が大きいと感じます。公共の場で子どもが大騒ぎしようが、バスの椅子の上に靴で上がろうが、親は日本人ほど子どもを叱りません。とにかくかわいがり、「厳しさが親心」のような発想は全くありません。ですから、日系企業などで「厳しいのが上司の優しさ」という日本的考え方で指導をする日本人がいると、彼らはとても驚き、場合によっては次の日に退職してしまうこともあったりします。

<幸せな日々を生きるには>

厳しさがなければ、反省して向上することができず、精密なモノづくりや本当のプロの仕事は難しいと思います。でも彼らは、「自分はすごい能力を持っているから、怒られるはずがない」と信じていますので、怒られてもそこまで響かない、強い（鈍感な）心があるのです。日本人の私からすると、彼らはかなり自己肯定感が高いように感じます。

彼らは自分が好きで、自分に自信を持って、幸せな日々を生きているのです。



【渋滞の中のトランスジャカルタとその停留所】

「アメリカ、ニューヨークの決済事情」

蟬本 睦

＜一般的ではないQRコード決済＞

アメリカでは元々QRコードの利用が一般的ではありませんでしたが、ようやくQRコードが使用されるようになってきました。例えば、メニューを置いていないレストランで、QRコードをスマホで読み取ってスマホから注文するといった例も最近かなり増えています。一方、日本でも近年普及してきているQRコード決済はどうでしょうか？実は、アメリカではまだまだ普及していない実状があります。

＜クレジットカード会社の牙城＞

雑誌フォーブス誌の電子版の本年3月9日付の記事「Credit Card Statistics And Trends 2023（クレジットカードに関する統計とトレンド）」によれば、米国の成人の84%がクレジットカードを保有しています。米国はアメリカンエクスプレス（Amex）、ビザ、マスター、ディスカバー（ダイナースを傘下に持つ）の本拠地であり、その牙城は今のところは揺るぎないものとなっているのではないのでしょうか。

＜ビジネス取引でも使われるクレジットカード＞

米国では会社同士の取引にもよくクレジットカードを使用します。展示会に出る際にも、ブースの申し込み、レンタル備品や電気の申し込み、全てクレジットカードが必要です。

また、筆者は全米の小売店に商品を卸す商売もしていますが、その取引のほとんどはクレジットカード決済によるものです。理由としては、売り手側として、1）小切手は不渡りになることがままあるのでリスクが高く、小切手は受け取りたくない、2）銀行送金の手数料が高く、お客様に嫌がられる、3）クレジットカードが使える相手はその分、カード会社の与信があるということなので、ある程度信用できるなどが挙げられます。数パーセントの手数料を払ってでもクレジットカードで支払ってもらうメリットがあります。

一方で、お客様側からすれば、1）手数料がなく、ポイント還元のサービスが受けられる、2）支払い明細が来るのが1ヶ月近く先で、後で支払うことができる、3）商品が届かない場合など、クレジットカード会社に苦情を言うことで、支払った代金を取り戻した

りできるのでリスクが低いなど、双方にメリットがあり、普及しているのではないのでしょうか。

＜ようやく普及してきた非接触型決済＞

ニューヨークの地下鉄では、長らくメトロカードという改札を通す磁気カードが使用されていましたが、近年、ようやく非接触型の乗車券が導入されました。これは、クレジットカードのタッチ決済機能を使用するもので、2019年より使用が開始され、パンデミック中にほとんどの地下鉄駅、バスなどに導入が完了しました。



【ニューヨーク地下鉄の公式ページより抜粋】

また、この地下鉄のシステムでも使用できるのが、アップルペイとグーグルペイです。これらは主にクレジットカードと紐づけた 아이폰やアンドロイドのスマートフォンを使用する電子マネー的な決済ですが、徐々にさまざまな商業施設での使用ができるようになってきました。

JR東日本がSuica（スイカ）を導入したのが2001年ですから、日本に遅れること20年、ようやくという感じですが、こうやって見れば、アップル、グーグル、アメックス、ビザ、マスターと全てアメリカの企業、ブランドです。Suica（スイカ）で使用されているFeliCa（フェリカ）などは処理速度も早く、機能としては比較的優位にあるようなので、日本初の決済サービスもここ米国で頑張っ

「台湾最新コンビニスイーツ事情」

歐 元韻

今年の春はコロナ対策が大幅に緩和され、ビジネスや観光目的で多くの台湾人が日本を訪れています。最近では、私の知り合いからも「日本に行ってきた」との話をよく耳にします。私の場合、以前より日本に行った際の楽しみの一つが、日本のコンビニ巡りです。お目当ては多くの台湾女子同様、コンビニデザート、スイーツ買いです。日本のコンビニスイーツの充実ぶりは、台湾人の間でも有名です。要チェック商品を見つけるワクワク感は万国共通の楽しみです。しかし近年では、台湾のコンビニ業界でもデザート、スイーツ類のレベルが一段とアップしています。今回のレポートでは、こうした台湾企業の取り組みを中心にをご紹介します。

<台湾コンビニ市場>

2019 年末時点で台湾政府公平交易委員会が行った調査結果によると、当時、既に台湾のコンビニ密集度は日本を追い抜き、トップの韓国に次いで世界第2位となりました。台北市では、1 平方キロメートルの範囲内に6店舗強ものコンビニが軒を並べた状態です。現在では、その密集度も更に密になっている可能性が十分推測されます。当時の調査では、5大コンビニブランドの総店舗数は計 11,429 店でした。その後 2022 年 3 月時点での集計では、4大コンビニ企業だけでも店舗数は、台湾セブン-イレブン 6,502 店、台湾ファミリーマート 4,024 店、ハイライフ 1,544 店、OK マート 767 店となっており、その他にも台湾タバコ・リッカーコーポレーション、義美食品、大手ネットショッピングサイト Shopee 社等でも、食品類中心のコンビニエンスストアを多店舗展開していることから、市場的には既に飽和状態で、その成長にも限りがあるとの見方が少なくない状況です。

<台湾2大コンビニスイーツ>

台湾コンビニ業界を代表する2大勢力といえば、台湾セブン-イレブンと台湾ファミリーマートです。業界での先発組である台湾セブン-イレブンでは、デザートやスイーツ類についても他社に先駆け、大手外食企業、高級スイーツ専門店、五つ星ホテルや航空会社、大手食材商社等といった有名企業とのコラボ商品を次々と開発、製品化しています。今年はタロイモペーストプリン（約 260 円）、リージェントホテル生クリームロールケーキ（約 350 円/1 カット）など、高級感あふれたものが目につきます。さらに、有名専門店のデザート、スイーツ類のカatalog販売（予約制）にも力を注いでいます。

一方の台湾ファミリーマートでは、この春新たなコンビニスイーツブランド「minimore」を立ち上げました。台湾経済部の調査結果によると、台湾のデザート市場は1年間で 150 億台湾元（約 658 億円）以上の市場規模に達しており、約7割近いサラリーマンやOLが、午後の休憩時間にドリンク及びデザート類を飲食することで気分転換を図っているとの消費行動が明らかになり、そこから新規事業「minimore」が生まれました。台湾消費者に人気のある生クリーム入りシュークリーム、レモンタルト、千層ケーキといったスター商品を中心に日本の専門技術を取り入れ、国民的スイーツを創り出すとの企業方針も話題となっています。フランス風千層ケーキ（約 210 円/1 カット）、抹茶千層ケーキ（約 228 円/1 カット）、フランス風レモンタルト（約 184 円/1 個）といった本格的な商品から地元有名ブランドとのコラボ商品まで、多品種に渡っての商品展開を図っています。

<スーパーマーケットスイーツ>

台湾でコンビニスイーツをしのぐほどの存在感を示しているのが、業界最大手のスーパーマーケット、全聯福利中心（2022 年 12 月 1 日時点での店舗数 1,124 店）が手掛けているデザート、スイーツブランド「ウィ・スイーツ」です。全聯スーパーでは家族向けにも対応できるよう、各商品は2個から4個単位包装、ケーキ類は2ピースからホール単位にて各種販売がされています。過去にはシュークリームで有名なピアードパ・ブランドとのコラボ商品で、高級クリームパンなどを販売しました。また、台湾で抹茶の甘味処として有名な日系企業とのコラボ商品も話題となりました。期間限定商品も含め、ティラミス、モンブラン、ショートケーキ、バイクドチーズケーキ、和菓子では大福やわらび餅も手掛けるなど、その商品群でもコンビニ企業を上回っています。

近い将来、台湾のコンビニ、スーパーでも広島スイーツが登場してくれることを願っています。



【多種多様な台湾コンビニスイーツ】

「お寺を中心としたスピリチュアルリゾート開発と 日越外交樹立 50 周年」

中川 良一

＜観光や芸能も堪能できる寺院開発＞

Xuan Truong (ソンチュン) 建設グループの社長グエン・ヴァン・チュオン氏(60歳)は、2000年代から自身の出身地である北部のニンビン省※1にチャンアン・バイディン寺院・リゾート(総投資額 17 兆ベトナムドン、約 952 億円)、ハナム省※2にタムチュック寺院・リゾート(総投資額 10 兆ドン、約 616 億円)を開発しています。

※1 ニンビン省：ハノイ以前、首都が置かれていたことがあり、歴史的建物が数多く残る。ベトナム文化発祥の地とも言われ、世界遺産都市となっている。

※2 ハナム省：日系企業誘致に積極的で、ワンストップ窓口「ジャパンデスク」をハノイサポーターが担っている。

チュオン氏の投資により開発された、539 ha の規模を持つチャンアン・バイディン寺院・リゾートはベトナム国内だけでなく、アジア諸国からも注目されています。バイディン寺はアジアで最多の仏像、東南アジア最大級の銅の仏像、ベトナムで最も重量のある鐘、ベトナム最多の阿羅漢(小乗仏教の悟りに達した仏様) 500 体が並んだ回廊などのある寺院として多くの記録を樹立しました。また、ハナム省にあるタムチュック寺は、陸のハロン湾とも呼ばれており、森と山々に囲まれた湖の真ん中にお寺があります。お寺まで船で行くことができ、お茶にお菓子やフルーツ付きのチケットもあり、壮大な景色を眺めながら、お寺まで行くことができます。現在、世界遺産の登録を目指しています。湖を含む 5,100ha もの敷地には、170 室の三ツ星ホテル、レストランや 1,000 人規模を収容できる会議室のある国際コンベンションセンターが建設されるなど、大規模な周辺開発を行っています。

＜2023 年 日越外交樹立 50 周年＞

1964 年 8 月 2 日、アメリカがベトナム戦争に参加し、本格的な全面戦争に突入、1973 年 1 月のパリ協定後、アメリカ軍が撤退、8 月 15 日の米議会の決議により、米軍の直接的関与は正式に終了しました。間髪をおかず、同年 9 月 21 日、日本とベトナムは外交関係を樹立し、政治や経済、文化、スポーツなど幅広い分野において、また、首脳から草の根レベルに至るまで、日越間の友好・協力関係は現在まで発展し続

けています。

今年は、日越外交樹立 50 周年に当たり、「手と手を取って 未来へ世界へ」をキャッチフレーズに、多くの記念事業が行われることになっています。

＜狂言とお囃子の夕べが開催＞

その記念行事の一つとして、日本から狂言師の小笠原由祠氏・弘晃氏とお囃子の演奏者を含め 12 名が来越し、5 月 14 日、ハナム省のタムチュック寺で狂言公演が予定されています。2 回公演で約 5,000 人の来場者が見込まれており、夜には盛大な花火大会も行われます。ベトナム北部には狂言に似た「チェオ」

という古典芸能があり、多くのベトナム人が楽しみにしています。本公演が成功し、両国のさらなる友好協力関係がますます深まることが期待されています。



【日越外交樹立 50 周年記念行事ポスター】



【過去・現在・未来を表現している黒銅製の仏像。
1 体約 200 トン】

「寺院コーヒーが若者の間で人気に」

洲澤 輝

中国では年齢を問わず常日頃からコーヒーがよく飲まれています。また、上海市にはカフェが 8,000 店舗あり、スターバックスも昨年、1,000 店舗を超えました。都市別で見ると、カフェ店舗数は世界一です。そんな中国ですが、最近は若者の間で変わったブームが起こっています。それは「寺院コーヒー」です。「寺院コーヒー」とはその名の通り、お寺の中や付近で販売されているコーヒーのことを言います。聞き慣れない言葉に違和感があるかもしれませんが、ニュースサイトで取り上げられたり、小紅書（RED）などの SNS で盛り上がったりしています。なぜ若者は寺院コーヒーを好んでいるのか、その理由を考えてみました。

理由①：斬新さでインパクト大

伝統的な寺院文化と現代コーヒー文化の融合による独特な異空間でコーヒーが提供されており、その雰囲気若者の興味の対象となっている。

理由②：若者が求めるスローライフや禅への憧れ

ハイスピードな生活リズムと現代のストレス社会において、若者は様々な悩みや問題に直面しており、日頃から心が落ち着く場所や方法を探している。ゆったりとした時間が流れる寺院で芳醇なコーヒーを味わうことにより、心に安らぎと喜びを感じることができる。

理由③：仏教要素を取り入れたコーヒー

多くの寺院カフェでは、カカオパウダーを使用してコーヒーアートで「禅」の文字を書いたり、「心想事成（＝願いが叶う）」と書かれたストローを付けるなど、提供するコーヒーに仏教要素を取り入れている。若者はこれらのサービスに温かみを感じ、仏様のご加護を受けているような気分になる。

上海在住の多くの若者は仕事のストレスに加え、子育てや金銭面など生活のストレスも重くのしかかっています。また、人や車、バイクの多さや自然の少なさなどの生活環境によるストレスも存在しています。そんな彼らにとって、寺院は新たなリラックスできる場所として認知され始めているようです。

＜上海の寺院カフェに行く＞

先日、地下鉄 12 号線「龍華駅」横の龍華寺にある寺院カフェに実際に行ってきました。そこには、「龍華仏茶」という茶館があり、ここで寺院コーヒーを購

入できます。寺院の中はとても静かで、にぎやかな上海とは異なる雰囲気があります。コーヒーは 1 杯 18 元（約 348 円＝1 元 19 円）、カップには「龍華古寺」の文字と寺院のイラストが描かれています。SNS には、寺院を背景に、寺院コーヒーを片手にカップのイラストが見えるようにした写真が多くアップされています。また、「龍華寺」でしか購入できない真っ赤で SNS 映えする限定ボトルも販売されています。



【龍華寺の入口】



【寺院コーヒー】



【限定ボトル】



【精進料理の麺（参照：大衆点評）】

茶館では、BGM にお経が流れていて、コーヒー以外にも、肉や魚などを用いない精進料理も販売されています。周囲を見渡すと、たくさんの人が精進料理の麺を食べていました。「龍華寺」の麺料理は特に有名で、麺を食べることを目的として来ている人も多いようです。今後は、このような身体に優しい精進料理も、若者の間で流行するのではないかと思います。

「130 年続く人気の博覧会」

辻本 浩一郎

タイ赤十字博覧会は毎年多くのタイ人の注目を集めています。11 月下旬から 12 月上旬にかけて、タイ・バンコクのルンピニ公園で開かれ、約 10 日間にわたって多彩な催しが繰り広げられます。

中でも大きな催しは“クンラブット・クンラティダー”（良き息子良き娘）コンテストです。リーダーシップや道徳性などを身につけた知識豊富で信頼できる若者を募集し、主催者による投票が行われます。大人に成長した若者をたたえる意味合いもあります。

豪華な景品が当たるソイダオゲームも人気です。つるした星形の紙やリボンの中に景品が隠れており、星を選んで大型テレビや冷蔵庫、自動車、バイク、自転車から、バッグ、本、インスタントラーメンなどさまざまな景品を手に入れるというものです。このほか、毎回開かれるのがたこ揚げ大会です。数少ない昔の娯楽を後世に伝える目的で続いています。ほかにも健康診断サービス、宝くじの販売、巨大おけの中を走り回るオートバイのショーもあります。また 300 を超えるブース出展があり、食品、消費財、手づくり製品や地方の特産品が通常よりも安価で販売されます。

開催期間中、参加者からはタイ赤十字社への寄付や献血なども行われますが、それは「タンブン」の一種とされています。タンブンとは、より良い自分や

自分の家族、そして後世のために善行を行い、徳を積むことです。仏教徒が多いタイ社会に深く根付き、タイの人々がとても大切にしている観念です。

この赤十字博覧会の歴史は 1893 年にさかのぼります。タイ赤十字社は、ラーマ5世の時代にメコン川左岸の国境を巡って争っていたタイとフランスの戦闘で負傷した兵士の苦しみを癒やすために設立されました。のちに運営資金を集めるため年 1 バーツの会費で会員を募り、この博覧会が始まりました。

第 1 回当時は衛生や看護を象徴した車や馬車、自転車、陸軍吹奏楽団のパレードなどが行われ、これが赤十字博覧会の原点となっています。

博覧会のアクティビティは時代によって変化してきました。そして長きに渡ってタイ社会と共にある素晴らしいチャリティーイベントなのです。



【景品が当たるソイダオゲーム】

零細商店「キラナ」に見るインド小売業界の DX 事情

田中 啓介

「インドのコンビニ」とも言われるキラナショップ。個人経営の小さなお店のことで、田舎にも都市部にも、インド全土あらゆる場所で見られます。アナログで昔ながらの個人商店に見えますが、実はそこにビジネスチャンスを見出す企業も少なくありません。地域に根づくインフラとしての役割に注目して、「E コマースのデリバリーネットワークとしての利用」という面でキラナショップのデジタル化を図るスタートアップや、ロジスティクスの一部としてキラナショップとの協業を進める大手 E コマース企業が増えています。

E コマースの売上高の 30%以上は米 Amazon とインド大手の Flipkart の 2 社が占めています。これら大型プラットフォームに対抗するため、スタートアップの技術やサービスを利用して顧客がウェブやアプリを通じて注文できる仕組みを導入するキラナショップも増えました。新型コロナ対策による非接触型ショッピングへのニーズを受けて、オンラインデリバリーへの対応も進んでいます。

大手との協業も進んでいます。大手 E コマース事業者にとって、キラナショップのネットワークは非常に魅力的なのです。例えば、Flipkart は、キラナ

ショップを配達パートナーとして支援するプログラム「Kirana Delivery Program」を 2019 年に開始しました。初年度は 27,000 人のキラナパートナーが登録し、2020 年には 5 万人、2021 年には 10 万人、2022 年は 20 万人と、年々増えています。

インドの財閥 Reliance グループが展開する JioMart も、すでに 6 万店近くのキラナショップ及びメッセージングアプリの Whatsapp（米 Meta 傘下）と業務提携をし、JioMart の番号に“Hi”とメッセージすることで、日用品や食料品をメッセージ感覚で買えるようになっています。

ユニクロや無印良品、ダイソーなどの日本の大手小売業のインド進出が加速する中、13 億人の市場をターゲットとするインド小売業界に日本企業がいかにか、これからの動向が注目されます。



【デジタル化が進むキラナショップ】

令和5年度 国際取引実務研修

貿易業務の初任者、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。

貿易情報の電子化

についても解説します！

■ 研修内容

【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)
- ・国際取引のカギとなる3つの要素
- ・貿易実務はモノ カネ 情報(価格条件の考え方)
- ・貿易条件とインコタームズ、インコタームズ2020概要
- ・貿易保険
- ・外国為替と支払条件
- ・輸出コスト計算
- ・船積書類(インボイス、パッキングリスト、船積依頼書、原産地証明書、貨物海上保険証、船荷証券)
- ・輸出入業務(規制、売契約書、買契約書)と輸出入通関
- ・入門演習

【基礎知識編】

- ・輸出(海外営業)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)
- ・海外営業商談の準備と開始およびサンプル出荷まで(見積り作成重要テクニック5項目、サンプル・仕様書提示前の注意点)
- ・海外営業交渉と実践(決済条件の考え方、理不尽なクレーム予防策)
- ・輸入(海外調達)のトラブル(品質、突然の値上げ)
- ・海外調達商談の準備(輸入交渉重要テクニック5項目、日本の輸入通関システムと関税)
- ・海外調達の実践(調達先の発掘、サンプル入手、輸入貨物到着・受領時の事務処理)
- ・事例演習

毎年好評の講座です！
お申込みはお早めに！



■ 開催日時・場所

両会場とも各日 9:30~16:00(昼休憩1時間)、1日5.5時間

会 場	日 時	場 所	定 員
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	35名 程度
	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	35名 程度
	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)	※広島会場の講義を オンライン配信	20名 程度
	② 基礎知識編 7月19日(水)		

※ ①入門編と②基礎知識編のセット受講になります。

■ 講師 国際法務株式会社 代表取締役 中矢 一虎 氏

■ 対象 原則、広島県内事業者、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

■ 受講料 (お一人) 入門編・基礎知識編(セット受講) 会員 10,000円 一般 14,000円

■ お申込 オンラインフォームからお一人づつお申込ください。

<https://ws.formzu.net/dist/S38093779/>

- ・定員になり次第、締め切ります。
- ・受講料の振込先等については、お申込後にご案内します。
- ・振込期限：6月9日(金)
- ・案内HP：<https://www.hiwave.or.jp/event/37009/>



広島県信用保証協会をご利用の皆様へ

無料

企業経営改善サポート のご案内

課題解決、経営改善をお手伝い!!

こんな悩みはありませんか??



- 売上が思うように伸びない...
- 収益が悪化している...
- 身近に相談相手がいない...
- どんな経営環境にあるのか知りたい...



「企業経営改善サポート」とは、

当協会をご利用の方を対象に、専門的な知識と経験を有する専門家である中小企業診断士※を無料で派遣し、課題解決に向けたお手伝いをする事業です。

※国家資格を有する経営コンサルタント。

4

日間

経営診断

4日間の診断を通じて、現状分析及び経営改善計画の作成を支援します。

OR

2

日間

簡易診断

2日間の診断を通じて、現状分析及び課題解決に向けたアドバイスを実施します。

1

日間 フォローアップ診断

経営改善の進捗状況や新たな課題の聴取を行い、アドバイスを実施します。

お申込み・お問合せ先



広島県信用保証協会
HIROSHIMA GUARANTEE

082-222-8406

(経営支援課)

<http://hiroshima-shinpo.or.jp>

