



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

「『ひろしま』らしい海外進出」

広島県商工労働局
局長 梅田 泰生 氏



広島県では、「ひろしま」ならではの観光地、特産品、歴史、自然といった多くの地域資産が国内外から広く認知され、選ばれるよう、「元気、美味しい、暮らしやすい」をキーワードとしたブランドステートメントを策定し、また、新たにシンボルマークを作成するなど、「ひろしまブランド」をより一層、強化、発信するための取組を強力に推進しているところ です。

海外展開の促進では、県産品の海外販路拡大や環境・エネルギー分野の海外展開の促進、広島・四川経済交流事務所の運営、県内企業と米国シリコンバレーの企業とのビジネスマッチング等に取り組んでおります。

特に、県産品の海外販路拡大につきましては、令和3年度から「かき」を重点品目と定めて輸出促進とブランド化に取り組んでおり、令和5年2月には、全国初となるEUへの冷凍の殻付きかきの輸出を開始したとこ

ろでございます。

直近の令和3年度の輸出額は10.1億円となり、当初目標としていた7.8億円を大きく上回る成果が発現しております。さらに、この2月には広島空港に「かき」の出荷施設が完成し、多彩で美味しい、本県を代表する海の幸である「かき」を、より新鮮な状態で海外へ提供することが可能になりました。更なる「かき」の輸出拡大に繋がり、広島県の魅力やブランド価値の向上に寄与するものと大いに期待しているところでございます。

本県は、これからも、ひろしま産業振興機構をはじめ、関係機関の皆様と連携しながら、「ひろしま」の素晴らしさ・強みを磨き、発信するための施策を、あらゆる分野において実行してまいります。引き続き、こうした本県の取組に対し、御支援、御協力を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

■ CONTENTS ■

巻 頭 言	「『ひろしま』らしい海外進出」	広島県商工労働局 局長 梅田 泰生 氏	1
海 外 レポート	大 連	オープンイノベーションの都、大連市が世界を招待！	2
	ホーチミン	ベトナムのEC（電子取引）	3
	シンガポール	コスト増で厳しい事業環境のシンガポール	4
	バンコク	タイのお祭り	5
	チェンナイ	インドにおける恋活・婚活マッチングサービス市場	6
	ジャカルタ	ラマダンのインドネシア人	7
	中国ビジネス Q&A	スラムダンクが中国で大人気な理由	8
お知らせ	ハッピーからのお知らせ		9-10

「オープンイノベーションの都、大連市が世界を招待！」

趙 万利

大連市の文化や歴史、観光、科学産業を宣伝する「大連市文化観光産業発展大会」が2023年4月、大連国際会議センターで開催されました。その中で大連市市長は、「魅力ある大連の旅」「ロマンチックな海辺都市の旅」を通じて、より多くの観光客に、独特の文化や生活の雰囲気、幸福感、そして国際性を体験することに期待していると述べました。このイベントは、中国政府の「ゼロコロナ」政策が終わり水際対策が大幅に緩和されたことを受け、国内外から観光客や投資を誘致するのが狙いで、国内外の旅行業者や投資会社、シンクタンクの専門家らが来場しました。



【大会会場の様子】

今回の大会は、「文化と観光を融合する新動力、産業発展の新活力」をテーマにした、大連で初めて開催された文化観光産業大会であり、政策発表・投資誘致・マッチング・展示・交流・プロモーションを統合した産業イベントでもあります。

また、会場では、歴史遺産やリゾート観光地、リハビリ医療施設、IT企業など大連の多様な魅力を展示し、人工知能（AI）を搭載したジンベエザメのロボットも注目されました。

観光振興や資源開発など総額 192 億 6 千万元（約 3,815 億円）に上る、投資を含む計 70 事業の調印もありました。

さらに今大会で、大連市政府は「大連市文化観光産業の質の高い発展を推進する措置」を正式に発表し、通年で 1 億元（19 億 8,000 万円）を拠出して重点文化観光産業プロジェクトと文化観光企業の支援を行うこととしています。主な内容は以下のとおりです。

1. 観光客を大連に誘致することを奨励する。大連へのチャーター機 100 便、観光列車、会議やインセンティブ旅行への補助金を交付する。
2. 観光地入場料の割引プランを打ち出す。年間を通じて「5 割引きの大連旅行」という観光地の入場券優遇政策を行う。イベントに参加した観光地は、すべて

の観光客の入場料が 5 割引きになる。

3. 重点文化観光産業プロジェクトの建設を支援する。大連市の観光産業の発展方針に合致する重点プロジェクトに対し、期間が 3 年を超えない貸付利息の補助を行う。

4. クルーズ船・遊覧船観光プロジェクトを支援する。大連を訪問港や始発港とするクルーズ船企業に集客補助を行う。遊覧船を購入して航路経営を展開し、「海上観光大連」プロジェクトに従事する企業に対して補助金を支給したり、融資の利子を補填する。

5. 優秀な映画・テレビ作品の制作・放映を支援する。国家や省級の重大テーマ、重点演目、作品リストに入選となった作品（プロジェクト）、特定チャンネルの重要な時間帯に放送された映画、ドラマ、ドキュメンタリー、アニメーションなど、全国都市の映画館で上映され、かつ興行収入が 1,500 万元（2,970 万円）以上に達した映画に対して、それぞれ奨励金を交付する。

6. 特色ある観光イベントや文化観光の新業態プロジェクトを奨励する。大連で特色ある観光イベントを開催したり、大連でモデル的なけん引効果を持つ文化観光新業態プロジェクトに投資した企業に対し、奨励金を交付する。



【会場内の様子】

参照：（以下中国語記事）

[「大連市文化観光産業発展大会」が盛大に開催](#)

[「大連市文化観光産業の質の高い発展を推進する措置」を正式に発表](#)

[「大連市文化観光産業発展大会」が盛大に開催](#)

「ベトナムのEC（電子取引）」

石川 幸

＜コロナ禍で伸びていた EC＞

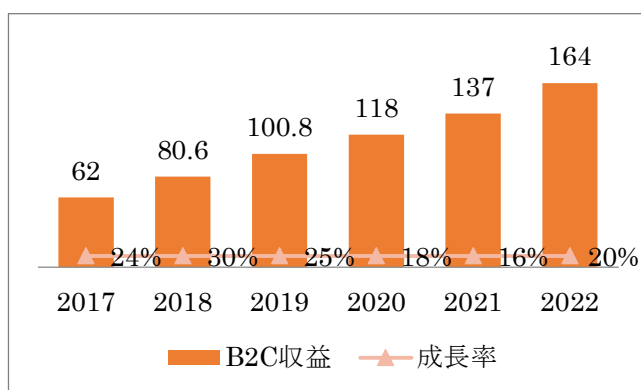
2023 年現在のベトナムにおいて、伝統的な商流（昔ながらの市場など）は引き続き街中で見ることができますが、モダントレードの典型例であるモール（例えば、日系の代表格としては、イオンモール）も進展しています。

一方、最も日本との差がなくなっているように思われるのは、EC の業界です。こちらは日本以上に伸びているように見受けられます。若手の購買者などを中心に、年々こちらの比重が大きくなっていくと思われます。今回はコロナ禍で伸びた EC の特徴をコンパクトにお伝えします。

＜20%以上の成長率＞

下図のとおり、ベトナム電子商取引協会（VECOM）などの調査によると、市場規模は少なくとも 2022 年が 164 億 US ドル（135 円換算で、約 2.2 兆円）規模で、2025 年には 300 億ドルに達するとも言われています。

注目すべきは成長率で、2022 年は対前年比 20%以上拡大しています。東南アジアにおける EC はインドネシアの 1,000 億ドル、タイの 430 億ドルに次いで 3 位ですが、まもなく 2 位になると思われます。



【EC 市場規模と成長率】

＜EC プラットフォーマー＞

次に、EC 市場のプラットフォーム（日本でいえば楽天市場のようなところ）は、上位 3 社が Shopee、Lazada、TikTok Shop ですが、Shopee（ショッピー）が約 70%前後の市場シェアを占めているとみられています。バイク便宅配に最も強いのが現状 Shopee であることがシェアの大きな要因であると筆者は考えています。

取り扱われている商品の特徴としては、金額ベースで、食品・飲料が圧倒的に大きなシェアを占めており、特にファストフードが多くなっています。逆に、食品・飲料以外の分野はまだまだチャンスが残っていると言えるでしょう。

＜その他の特徴＞

（1）都市部に集中

現在の EC 市場は、首都ハノイ特別市の周辺、南部ホーチミン特別市の近郊（首都ハノイよりも市場規模は大きい）、この二つの地域にほぼ集中していると言われています。行政区画全体では 5 特別市と 58 省がありますが、ホーチミン市は最大の人口集積地で約 900 万人、全人口の 10%弱を占めています。今後、地方部に伝播していくことで購買人数は徐々に増えていくものと思われます。

（2）ソーシャル・メディア

ベトナムで主に使われているソーシャル・メディアがそのまま EC に直結していると思われます。主な媒体として、Facebook、Instagram、TikTok、Youtube、Zalo（日本の LINE のようなベトナム発のアプリ）などがあります。これら SNS のオンライン上で製品やサービスが販売・購入できるプロセスになっており、いわゆる SNS と EC を組み合わせたソーシャルコマースです。

（3）現金取引

まだクレジットカードが普及していないため、購入手続きが完了したのち、代引きが一般的に行われています。それぞれの取引ではスマートフォンの電話番号がユニーク番号となり、その番号へ商品発送・商品到着などのメッセージが届きます。バイク宅配業者は宅配料金も含めた金額を購入者から受け取り（宅配料金が無料の場合も多い）、商品を引き渡します。

E コマースショッピングの習慣がひとたび形成されると、人は商品を購入するためだけにリアルな距離を移動しなくなると言われています。多様な商品を提供するだけでなく、楽しい購入体験、魅力的な割引、送料無料なども具備していることから、買い手はますます EC での購入を優先するようになっていくでしょう。

「コスト増で厳しい事業環境のシンガポール」

碓 知子

3年間続いたコロナ禍もようやく収束し、日々の生活はほぼコロナ前に戻りました。しかし昨年来のインフレが事業コストを押し上げ、企業や在シンガポール外国人を悩ませています。シンガポールの場合、特に高騰が激しいのが、賃貸住宅と人件費です。

＜家賃 4 割、5 割増は当たり前＞

シンガポールでは多くの外国人が働いていますが、彼らの多くは住宅を購入せずに賃借りしています。その住宅家賃が、2021 年以降、上昇。特に 2022 年に入ってから新型コロナウイルスの流行が沈静化し経済活動が再開する中で、過去最高の水準まで高騰しているのです。シンガポール金融管理庁 (MAS) によると、21 年から 22 年にかけて、家賃は民間住宅で 43%、公営住宅で 38% 上昇しました。昨年来、賃貸契約の更新があった友人たちの中には家賃が 70% の値上げになったというケースもあり、皆、住宅探しと引っ越しに大忙しです。中には、隣のマレーシアのジョホール州に移住した人もいました。家賃高騰の主因は、コロナ禍での建設工事の遅れでした。MAS は、住宅の供給量は増え、需給の窮迫が解消されるので、家賃上昇は向こう数四半期で緩和するとしています。上昇率は緩和されても高騰した家賃が下がるかどうかはわかりません。

＜コスト増で移転も視野に＞

欧州商工会議所が実施した調査によると、回答 268 社のうち 7 割がコスト増により事業の維持が難しくなっている、事態が深刻化すれば移転も考えていると回答しました。懸念材料として最も大きいのは住宅費の高騰で、最近では駐在の場合でも家賃が会社負担ではないケースや、現地採用の外国人スタッフが aumentando いるので、家賃高騰が直接会社の経費に響くとは限りませんが、給与に占める家賃の割合があまりにも上がってしまえば、社員の心理的ストレスにもなります。また、企業が家賃を負担していない場合でも、あまりの高騰に従業員からの要請で、家賃補助を導入したり、補助額を引き上げたりするケースもあり、住宅とはいえ、企業経営には大きな負担となります。

シンガポールの地場企業も影響を受けています。シンガポール製造業者連盟によると、家賃増により給与

の引き上げを求める従業員が増加しており、近隣諸国やインド、中国への移転を検討する会員企業も出てきているといえます。

一方、シンガポールの教育、インフラ、安全、法制度など、他の近隣諸国では得難いメリットもあり、特に地域統括本部の立地条件としては、高コストであっても抜きこんでいるという意見もあります。

＜人件費の高騰＞

人件費も企業にとっては悩みの種です。人材開発庁のデータによると、シンガポール在住者（国民及び永住権所持者）の月収の中央値は 2022 年で 5,070 シンガポールドル（1 シンガポールドル＝約 102 円）。コロナ前の 2019 年（4,563S ドル）に比べて 11.1% の上昇です。2012 年には 3,480S ドルだったので、この 10 年で 46% 上昇したことになります。外国人雇用のハードルも上がり、雇用ビザ新規申請の最低給与は月収 5,000S ドル（23 歳程度を想定、年齢によって上昇し、45 歳では 10,500S ドル）です。コロナ禍前は最低給与 3,600S ドルだったのですが、この 3 年で段階的に引き上げられ、40% 近く上昇したことになります。外食、小売り産業等で重宝される S パスという就労ビザも、最低月収は 2019 年の 2,000S ドルから新規申請は現在 3,000S ドル、今年 9 月からは 3,150S ドル、2025 年 9 月からは 3,300S ドルへの引き上げが予定されています。

＜人材確保にも苦労＞

人件費高騰だけでなく、人材確保も大変です。大手総合人材サービス会社 Manpower が実施した調査によると、世界平均では回答企業の 77% が人材確保は困難と指摘。シンガポールではその割合が 83% でした。特に、シンガポールの場合、外食・ホテルでは 94%、小売り・卸売りでは 87% が人材確保は困難だとしています。一般的に日系企業は昇進や昇給の面で、他の外資系企業に比べて魅力が低いと言われてます。日本国内で人件費がなかなか上がっていない中、シンガポールだけ突出して雇用条件を改善するわけにはいかないかもしれませんが、ますます厳しくなる人材獲得競争に取り残されないよう、工夫・対策を練る必要があるでしょう。

「タイのお祭り」

辻本 浩一郎

2023 年 4 月、新型コロナウイルスが収束したタイでは、「ソンクラン水かけ祭り」が 2019 年以來 4 年ぶりにタイ全土で開催されました。

＜ソンクラン＞

ソンクランとはタイの旧正月を祝う伝統的な正月行事です。現在は政府により、4 月 13 日から 15 日がソンクラン休暇として祝日に指定されています。元來ソンクランは、仏像や仏塔、年長者などの手に水を掛けてお浄めをするという伝統的な風習として受け継がれてきました。近年ではそれが転じ、街中で見知らぬ人同士も水を掛け合う「水かけ祭り」として世界的に知られるようになり、タイ全土において大通りや商業施設で大々的にイベントが開催されています。タイ各地で水鉄砲を持った人々が街を闊歩し、全身ずぶ濡れになるまで水を掛け合う非常にユニークなお祭りです。



【バンコクの大型デパート「セントラル・ワールド」前の水かけ祭りの様子】

ソンクランは、長期休暇を利用して国内外へ旅行に出掛けたり、里帰りをする期間でもあるため人々の移動が大変活発になります。タイ主要銀行であるカシコン銀行・カシコンリサーチセンターの発表によると、2023 年ソンクラン期間の国内観光経済効果は 230 億バーツ（約 915 億円）で、国内旅行客は 510 万人と推計されています。またタイ国政府観光庁の発表によれば外国人観光客による経済効果は 50.3 億バーツ（約 200 億円）、往来する外国人観光客は 30.5 万人と推計され、ソンクランが経済的に重要な立ち位置であることがわかります。

今後、さまざまなイベントが平年通りに開催され、経済的な刺激を与えていくことが期待されています。そこで、ソンクラン水かけ祭り以外のタイの有名な祭りをいくつか簡単にご紹介します。

＜ベジタリアン・フェスティバル＞

●開催時期 9～10 月ごろ

タイ全土で毎年旧暦の 9 月 1 日から始まり、主に中華系の人々が 9 日間にわたってお肉などの動物性食品やアルコール、香りの強い野菜を避け、菜食を基本とした精進料理中心の生活をする事で自身の身を清め、神様や先祖に祈りを捧げ、悪事をお祓いするためのお祭りです。

2022 年期間中におけるバンコク市内における経済効果は 32 億バーツ（約 127 億円）と推計されています（カシコンリサーチセンター調査）。

＜ロイクラトン＞

●開催時期 11 月ごろ

ロイクラトンは古くから続いている風習で、灯籠（クラトン）を川に流し神への信仰や人と川の深い関わりを現す「水の祭典」です。

2022 年の期間中の経済効果は 96.8 億バーツ（約 385 億円）と推計されています（タイ商工会議所大学調査）。

＜アユタヤ世界遺産祭り＞

●開催時期 12～1 月ごろ

アユタヤ遺跡群が世界文化遺産に指定されたことをきっかけに始まりました。遺跡群のライトアップや花火、歴史劇などさまざまなイベントが期間中に実施されます。

「インドにおける恋活・婚活マッチングサービス市場」

田中 啓介

＜米マッチグループと印 Shaadi 社の戦略的協議＞

2023 年 2 月 23 日、米系大手マッチグループ社（日本のマッチングアプリ Pairs（ペアーズ）を運営するエウレカ社や米 Tinder（ティンダー）の株主としても有名）が、インドの婚活プラットフォーム大手 Shaadi.com への戦略的投資に関する継続的協議について、現在最終段階にあることをインドの経済紙 The Economic Times が報じました。

Shaadi.com は非常に業績が良く、2023 年下半期に上場を目指していると創業者が発言したことが昨年報じられましたが、その直後の今回のニュースは大きな話題を呼ぶこととなりました。

＜マッチングサービス市場規模＞

インドの婚活マッチングサービス市場は、2023 年に 2 億 9,210 万米ドルの売上規模に達するまでに成長を果たし、今後も 2027 年まで年間 0.91% の率で成長し続け、3 億 290 万米ドルになるものと予想されています。また、ユーザー数においては 2027 年には 2,942 万人に達すると予測されています。

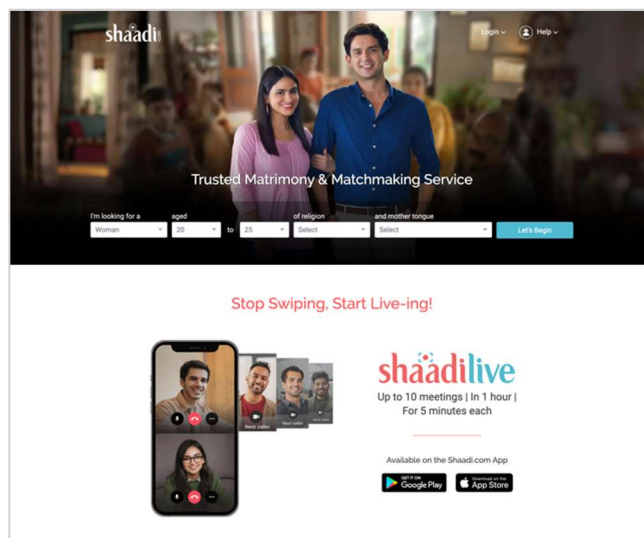
さらに、恋活マッチングサービスを含むインドの出会い系サービス市場全体は、2027 年にその市場規模が 4 億 310 万米ドルになると予測されており、インドのオンラインマッチングサービス登録者数は世界第 2 位で、全世界の 23% を占めているという調査もあります。

＜インドの婚活・恋活事情＞

インドにおける恋愛結婚は現代でもまだ珍しく、いまだに伝統的な親族の社会的・経済的なステータスを維持するためのお見合い結婚が主流です。カースト制度が根強く残る社会において、結婚で重要視されるポイントとして、相手も自身と同じカーストに属することが挙げられます（インドの憲法においてカーストを理由とする差別行為が禁止されていますが、カースト制度そのものは引き続きインド社会の中で脈々と受け継がれています）。BBC の記事によると、とある調査では所属カースト外の配偶者がいると回答したインド人は 10% 未満でした。さらに、既婚のインド人の 93% が、お見合い結婚であり、恋愛結婚をしたと回答した人はわずか 3% でした。

インドでは、親が自分の子どもにふさわしい相手を見つけるために、結婚相談所、婚活 Web サイト、新聞のお見合い相手募集広告、親族のつてや所属コミュニティ・カースト内のサービスを利用して婚活をするのが一般的です。インドで人気のサービスは、前述の Shaadi.com、Jeevansaathi、Bharat Matrimony など、どのサイトでも年齢や職業のほか、言語や宗教、カーストなどのフィルターでプロフィールの検索ができます。Bharat Matrimony においては、再婚者専用の Divorce Matrimony、海外在住者専用の NRI Matrimony などのサービスも用意しています。このような婚活サイトは両親が登録して使うことが一般的で、本人が知らない間にプロフィールが登録されていたという話もよくあります。

一方、恋活・出会い系サービス市場は、急速な変化を遂げており、前述の通り、婚活市場よりも規模が大きいものと推測されています。性別や宗教を超えた関係が社会的に認められていないこの国で、結婚を目的としない若者たちも、スマートフォンの普及により、マッチングアプリを利用して交際相手を探すようになっているようです。



【参照：Shaadi.com 社ホームページ】

「ラマダンのインドネシア人」

中川 智明

本記事を執筆している本日は、ラマダン（断食月）の真っ最中です。インドネシアは87%程度がイスラム教徒で、ラマダンの時期（2023.3.22～4.20）は街の雰囲気は全く変わります。ラマダン中は会社の勤務時間帯も変更され、業務の開始、終了時刻も早まります。夕暮れとともに断食が解かれ、家族みんなで食事をする事が一番の楽しみなので、午後6時くらいには街から人がいなくなります。モール内のレストランでは大人数でテーブルを囲む家族の姿が見られます。日本と違って面白いのは、午後5時半くらいから何もオーダーせずにレストランのテーブルを占拠し、食事が許される午後6時までの30分程度、家族みんなで顔を見合わせながら待つのです。このような日々が家族の絆になっているようで微笑ましいです。断食中の時間帯は、イスラム教徒には見えないように幕のような物を張ってあるレストランもあります。

「断食なんて、すごいな」と言うとすごい顔で「ヘヘ」と返してきます。その表情からは、断食をするのは良いこと、素晴らしいこと、誇らしいこと、との認識であることが分かります。深いことは知らないのですが、断食は「飢餓の苦しみを理解し、欲望を抑える」という意味で重要視されているようです。

皆さんイスラム教の教えに従順であり、そのことに誇りを持っているので、イスラム教やその関連をばかにするような発言はしてはいけません。いけないどころか、信仰心が大変強い人もいますので、こちらの想像できない強い反発を受けることもあります。暴力どころか殺人事件になることもあります。このような感情は、なかなか日本人には理解しにくいと思いますが、インドネシアに来られた時は要注意です。

一方で、インドネシアは宗教の自由を重んじており、他の宗教も許容していますので、私のような日本人でイスラム教徒以外の人間も、生活しにくいほどではありません。先述のように気を付けるポイントさえ外さなければ、問題なく毎日過ごせます。このように、違いや多様性を受け入れるところも、インドネシアの良いところと感じます。ちなみに先日社内の食事会で宗教の話になり、「私は無宗教だよ、日本人にはそういう人が多いよ。でも、クリスマスやバレンタインデーがあって、お盆は仏様にお祈りするよ。」と言ったら、

大笑いされました。毎日お祈りする彼らからすると、おそらくすごくいいかげんな宗教観だと思いますが、多様性を受け入れるインドネシア人だからこそ、その違いを面白がってくれたのだと思いました。



【多くの信者が祈りに訪れたモスク】

こちらの記事は、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 「日本の人気アニメ漫画「スラムダンク」の映画「The First Slam Dunk」が、いま中国で大人気だとニュースで知りました。なぜここまで人気があるのか、現地の様子を詳しく教えてください。」

A いま中国では日本の人気アニメ漫画「スラムダンク」の映画「The First Slam Dunk」が爆発的な人気を集めています。中国語でスラムダンクは「灌籃高手（グアンランガオショウ）」といいます。今回上映された映画「The First Slam Dunk」は、日本では2022年12月3日に公開、それから約4か月後の今年4月20日に中国大陸で初めて上映されました。驚くことに、翌21日時点での興行収入は1億1,500万元（約22億円＝1元19円）を突破しています。

中国の映画チケット販売アプリ「猫眼」の販売データによると、5月15日時点で、既に1,700万人が映画を見終え、その内19.7万人（男性61.3%、女性38.7%）が10点満点中9.4点の高評価を付けています。現在、「The First Slam Dunk」は2023年4月度の中国大陸映画興行収入ランキングで第1位となっており、興行収入は5月1日時点で約5.22億元（約101億円）となっています（ちなみに、新海誠監督の「すずめの戸締り」は2023年4月度の中国大陸映画興行収入ランキングで第2位、5月1日時点の興行収入は3.52億元（約68億円））。

■なぜここまで大人気なのか？

スラムダンクは95年に中国大陸で初めてテレビ放送され、当時の青少年、現在の80後（バーリンHOW＝「80年代生まれ」）に大きな影響を与えました。80後は昔から日本アニメを見て育っている人が多く、スラムダンク以外にも「花の子ルンルン」や「鉄腕アトム」、「一休さん」、「ドラえもん」、「聖闘士星矢」なども人気がありました。その中でも特にスラムダンクは80後にとって、青春時代を回帰させる一種の神話であるとも言われています。80後の青少年時代は、毎日勉強に励み、自身の青春というものが無い人たちもいました。その代わりにテレビ越しにスラムダンクを見て、主人公たちが体験する恋愛や喧嘩、熱血さに共感し、自分達も主人公たちと同じ青春時代を過ごしているような気分になっていました。そのため、80後の人たちは今でもスラムダンクを見ると当時の青春を懐かしむことができると言われています。今回上映された映画「The First Slam Dunk」は多くの80後の人たちが劇場に押し寄せたことで話題となりました。なかには上映中に涙を流す人もおり、それぞれ当時の青春を懐かしんでいる様子が見て取れました。



■上映に合わせたイベントの開催

今回の上映に合わせて中国では各地でバスケットボールに関連するイベントが開催されています。例えば私の家の近所のショッピングセンターでは、1階の広場にバスケットコートが設置され、青少年による練習試合が開催されていました。ショッピングセンターの1階から5階まで大勢の若者で溢れ、シュートが入るたびにものすごい歓声が館内に沸き起こります。私は今までこのような光景を見たことが無く、スラムダンクがこれほどまで中国の青少年に影響を与えていることに大きな驚きを感じると同時に、日本映画がここまで中国で愛されているのを見ると、一人の日本人として何だかとてもうれしくなりました。

【上映に合わせてバスケットイベントを開催】

■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。

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 of 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

締切まであとわずか！
お申込みはお早めに！

【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

■ 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)		

定員
間近

※ 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。
- ・案内 HP: <https://www.hiwave.or.jp/event/37009/>



海外ビジネスに関するご相談は、ひろしま産業振興機構の
上海事務所・海外ビジネスサポーターをご利用ください！
(利用無料)

＜ご相談の流れ＞

1. 利用申込フォームに
相談内容の概略を
入力する

2. センターから連絡、
相談内容の
詳細を詰める

3. 海外サポーター
からの回答

【相談事例】

- ・ 自社製品分野の海外での市場動向を知りたい。
- ・ 取引先を発掘したい。
- ・ 現地のビジネス最新情報、法規制、進出手続きなどの情報を知りたい。

WEB での相談にも対応します



ご相談の
利用申込フォームは
こちらから



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

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/>

【お問合先】ひろしま産業振興機構 国際ビジネス支援センター

TEL：082-248-1400 Email：s-kokusai@hiwave.or.jp

上海事務所と世界 9 都市のビジネスサポーター

- 海外事務所：上海（中国）
- 海外ビジネスサポーター
大連（中国）、台北（台湾）、バンコク（タイ）、ハノイ（ベトナム）、
ホーチミン（ベトナム）、シンガポール、ジャカルタ（インドネシア）、
チェンナイ（インド）、ニューヨーク（アメリカ）

ハッピーメールの広告掲載を募集しています

御社の事業紹介や新たなビジネスの開拓と国際賛助会員同士の連携を図るため、国際賛助会員の広告を募集しています。この機会に御社の事業紹介をしませんか。

- 広告料 A4 サイズ：20,000 円
A4 の 1/2：15,000 円
A4 の 1/4：10,000 円
- 掲載数 1 か月に 1 社
- 掲載場所 ハッピーメール最終ページ
- 発行部数 約 600 部／月

【お問い合わせ先】

公益財団法人ひろしま産業振興機構 国際ビジネス支援センター

電話：082-248-1400 FAX：082-242-8628

