

2009年3月17日

VOL. 28

とっとり・グローバルウォッチ

とっとり貿易支援センター情報誌

日本食市場調査inソウル

貨客船航路を活用した食品販路開拓の可能性を探る

境港と韓国東海市、ロシアウラジオストクを結ぶ新規貨客船航路の就航を控え、今後韓国・ロシア極東との経済交流が活発化されることを睨み、ソウルで日本食市場の海外展開の市場調査を行った。

昨年からの世界経済の停滞に伴い、1年前に比べて自国通貨の価値が約2分の1になった韓国では大手自動車の破綻や若者の失業率増加など明るいニュースがないものの、ソウル中心街ではウォン安に乗じて日本人を始めとする外国人観光客で賑わい、また再開発が以前にも増して進んで新しいソウルの姿を見せるなど、不景気を感じさせない「勢い」があった。

■韓国における日本食材事情

韓国のスーパーや百貨店などにおける日本食材の取り扱いがごく限られており、また、日本でいう卸機能が発達していないため、企業は個別の商品を直接小売業者や食堂へ売っている。例えば百貨店への参入は百貨店内に店舗を持つ小売業者に直接売り込むこととなる。

高級デパートの地下では贈答用として日本の練り菓子や焼き菓子などが扱われており、これは中身だけでなくパッケージも高級感があるものがよいとの話だった。



高級感のあるパッケージが目をひく

なお、キャラクター菓子は韓国ではあまりないようで、アニメ「名探偵コナン」は

一般的に知られているものの、最近韓国のケーブルテレビで放映された「ゲゲの鬼太郎」についてはなじみが薄いとのことである。

市内にある日本食専門のスーパーは、お菓子から冷凍食品、日本酒などが所狭しと並んでおり、業務用も扱っていた。日本人のみならず韓国人の客も見受けられた。



様々な日本食品が棚に並ぶ

一部商品を下に紹介するが、日本での価格とそれほど変わらない。これはウォン安が進んだことが影響である。ウォン安に伴い食品、日本酒などは昨年12月から価格が2～3割値上がりしているとのことであった。

品名	韓国販売額 ※1	日本販売額 ※2
せんべい 500g	572円	500円
マルコメみそ	534円	422円
こんにやく 250g	103円	—
カニクリーム コロケ 184g	317円	260円

※1：100ウォン＝6.22円で計算。

※2：希望小売価格を掲載。

目次

日本食市場調査 inソウル	P 1 P 2
中国経済セミナー 参加報告	P 2
現地発！ 台湾月刊レポート	P 3 21 P 4
最新の上海 ～現地レポート～	P 5 12 P 6

世界の祝日～4月～

- 中国 4日 清明節
- 香港 4日 清明節
- 10日 聖金曜日
- 11日 聖金曜日の翌日
- 13日 復活祭月曜日
- シガポール 10日 聖金曜日
- ベトナム 6日 フン王(雄王)の命日
- 30日 南部ベトナム解放記念日
- タイ 6日 チャクリ朝記念日
- フィリピン 6日 戦争記念日
- アメリカ 10日 キリスト受難日

出所：ジェットロ通商弘報
 「世界の祝祭日2009年版」から

■日本食品、日本酒のマーケットの可能性

【日本酒について】

ワインブームの次に来るのは日本酒といわれるが、全体の市場からすればまだ少なく、百貨店内における日本酒の扱いはないのが現状である。先日、倉吉市の中井酒造(株)が新世界百貨店の旧正月の贈答用として取扱われたのは百貨店の新しい試みとして注目された。新世界百貨店は、今後も他の百貨店と差別化をはかるべく日本酒を取り扱う方針である。

関税の関係もあり、韓国での日本酒の販売価格は日本での定価から約4倍と高価だが、売れる商品として日本酒を扱う商社が増えているとのことであった。一方で最近ではウォン安が進み、以前の勢いはなくなっているという話も聞かれた。

【練り物製品、水産加工品について】

韓国の練り物製品は質が悪いが安価、日本の練り物製品は質が良いが高価といわれる。韓国では魚肉の練り物がほとんどである「おでん」が屋台で売られており、練り物は韓国人に人気がある。韓国では、賞味期限ではなく流通期限の表示が義務付けられているため、冷凍で輸

出が可能な日本製品の練り物も売れる可能性があるが、課題は価格となるであろう。

また、韓国には水産加工品が少なく、生ものを直接調理している。また、近年の日本酒ブームからお酒に合う料理としてモズクやなまこなどの水産加工品はこれから需要が増えることも考えられる。

■最後に

韓国では、ナショナルブランドは既に大手輸入業者が利権を押さえており、ブランド志向が強い国民性の為、今まで地方特産品はあまり韓国で流通していなかった。加えて、中国と同じく商標問題もあるので為替問題や通関同様存在する色々な課題をクリアしなければならない。

しかし、日本食の安全・安心さに加えて、日本に対する嫌悪感とは裏腹に羨望があるのも事実である。良いパートナー探し、韓国の国民性や趣向、日本酒に人気が出始めるなどといった流行を早く押さえることで、韓国ではまだ流通していない日本食品や加工品などが今後韓国市場に参入できる可能性が期待できる。

【鳥取県商工労働部通商物流チーム 能登】

中国経済セミナー参加報告

リスクはチャンス！

2月20日(金)大阪市北区のANAクラウンプラザホテル大阪にて、ジェトロ大阪本部が主催で、ジェトロ緊急海外ビジネス支援セミナー「2009中国経済にみる危(リスク)と機(チャンス)」が開催された。

■高品質食品に対する需用は都市部を中心に増加

第一部では、ジェトロ海外調査部 中国北アジア課 課長(前北京センター次長・調査担当) 真家氏が『中国経済の見通しと日本企業の市場開拓戦略』と題し、詳細なデータを基に中国経済の現状と今後の見通しについて講演。真家氏は、現在中国国内においては、チルド物流がまだ整備されておらず企業にとってネックとなっていること、都市部の消費者を中心に食の安全安心への関心が高まっており高品質食品に対する需用が増加していることなどについて紹介し、「今後は社会的貢献など優れたミッションを持つ企業を認める消費者が増えるだろう」と説いた。また、「日本の最新技術を直接中国に導入するのは難しく、中国企業とのアライアンスを模索する動きが増加傾向にあるが、中国企業と組んだ場合の利点欠点の見極めも肝心である」と中国ビジネスを展開する企業へアドバイスをした。

■中国全土ヘルートが広がる可能性を持つ広州

第二部では、ジェトロ広州事務所 次長 池部氏が『広東省経済を読み解く新発想～経済危機は飛躍のきっかけ～』と題し、中国で最も金融危機の影響を受けると言われる広東省の現状について報告した。その中で

池部氏は、集散地である広州に入り込めれば中国全土ヘルートが広がる可能性があること、珠江デルタの最大の強みは、“点”ではなく“面”で展開していること、広東省は民需主導の消費率が高いことなどを例に挙げ、雇用不安が大きく報じられる広東省であるが消費市場としては依然として大きな市場であることについて説明。また、日系企業にとっては代金回収が以前にも増して大きな不安要素となっている現状については、「内需最大のネックであるが、この問題は外資企業に限ったことではない」と話し、「危(リスク)は機(チャンス)でもあり、経済危機をチャンスと捉える新しい視点を持つことが重要である」と来場者に希望の光を与えた。

《開催概要》

日時：2009年2月20日(金) 13:15～16:15

会場：ANAクラウンプラザホテル大阪「万葉の間」

講師：

1. 「中国経済の見通しと日本企業の市場開拓戦略」
ジェトロ中国北アジア課 課長
(前北京センター次長・調査担当) 真家 陽一
2. 「広東省経済を読み解く新発想
～経済危機は飛躍のきっかけ～」
ジェトロ広州事務所次長 池部 亮

主催：日本貿易振興機構(ジェトロ)大阪本部

【(財)鳥取県産業振興機構海外支援グループ 早川】

現地発！台湾月刊レポート 21

台湾食品関連法規について

今回から数回にわたり台湾への食品輸出の問題、ヒントについて書きたい。第一回目は、台湾への食品輸入にあたり基本的な法律を理解しておきたい。固い内容であるが、ご理解いただきたい。第二回以降に健康食品関連法案、食品別の問題、輸出成功へのヒントを記す。

台湾への食品販売については、食品衛生のための法律がある。これについてまとめた小雑誌がある。中国語版のみで、残念ながら日本語版がない。そのため法令遵守のための必須部分を理解したい。食品衛生(関連法規)本については、以下の目次がある。(一部意訳)

食品衛生管理法
食品衛生管理法施行細則
健康食品管理法
健康食品管理法施行細則
商品良好衛生規範
食品広告標示詞句涉及虚偽、誇張或医薬効能之認定表
健康食品標準図案
市販売包装食品栄養標示規範
市販売包装食品栄養宣伝名称規範

【食品衛生管理法と食品衛生管理法施行細則】

第一条

食品の衛生安全及び品質を管理し国民の健康を保護するため本法を定める。本法に規定されていない場合は、その他の関係法律の規定を適用する。

第二条

本法でいう食品とは、人が飲食あるいは咀嚼に供する物品及びその原料を指す。

第三条

本法でいう食品添加物とは、食品の製造、加工、調合、包装、運送、貯蔵などの過程で、着色、調味、防腐、漂白、乳化、香りの増加、品質安定、発酵促進、密度増加、栄養増加、酸化防止、またはその他の用途のために食品に添加または接触する物質を指す。

第十一条

食品または食品添加物に下記の状況のいずれかがある場合は、製造、加工、調合、包装、運送、貯蔵、販売、輸入、輸出、贈与、公開陳列を行ってはならない。

- 一、変質または腐敗している場合。
- 二、未成熟で人体の健康に有害な場合。
- 三、有毒である、または人体の健康に有害な物質または異物を含有している場合。
- 四、病原菌に汚染している場合。
- 五、残留農薬含有量が中央主管機関が定める安全許容量を超えている場合。
- 六、原子塵または放射能の汚染を受け、その含有量について中央主管機関が定める安全許容量を超えている場合。
- 七、偽造または成りすましがあつた場合。
- 八、有効期限を超えている場合。
- 九、今まで飲食に提供されたことがなく、かつ人体の健康に無害であることが証明されていない場合。

【食品標示及び広告管理】

第十七条

容器または包装を有する食品、食品添加物は、中国語及び通常記号によって下記の事項を容器または包装に明確に標示しなければならない。

- 一、品名(食品の名前は台湾の基準で定められた名前を用いるものとし、基準がないときは独自の名前を付けてもよい。食品添加物の名称は、中央主管機関が定めた名称を付けること。食品衛生法施行規則第9条)。
- 二、内容物の名称および重量、容量または数量。それが二つ以上の混合物である場合は、分別表示しなければならない。(輸出品を除き次の通りとする。重量容量はメートル法で表示、液体と固体が混合したものはそれぞれの内容物を表示、食品の性質によって、内容物は最低・最高量またはその両方を表示してもよい。内容物が二つ以上の混合物である場合は、容量の大きいものの順序で表示すること。食品衛生法施行規則第10条)。
- 三、食品添加物の名称。(食品添加物の名称は食品衛生法第12条の規定に従って公示された名称、または一般に知られている名称であること。人工甘味料、シュガーおよびカフェインを除く調味料、乳化剤、醗酵剤、酵素、豆腐の凝固剤、光沢剤などは用途を示した名称で表示することができる。天然香料は天然香料と表示することができる。防腐剤、酸化防止剤、人工甘味料は用途名と製品名または一般に知られている名前を表示すること。食品衛生法施行規則第11条)。
- 四、製造会社の名称、電話番号、住所。輸入会社については、台湾国内の会社名称、電話番号、住所を付け加えなければならない。
- 五、有効年月日について。中央主管機関の公告指定によって製造年月日、保存期間または保存条件を表示すべきものは、それを併記しなければならない。(日付は容器または包装に印刷すること。年月日は通常判読できるように標示すること。賞味期限が3ヵ月以上のもは保存期間を年・月のみ表示すればよい。日付は月末となるという前提で表示する。食品衛生法施行規則第12条)。
- 六、その他中央主管機関が公告指定した表示事項。事前に包装された食品あるいは食品添加物のラベル表示について食品衛生法施行規則第13条には次の規定がある。1)ラベルの漢字の縦横の大きさは2ミリ未満であつてはならない。包装表面の最大面積が10平方センチメートル未満のときは、製品名、会社名、賞味期限以外の表示の文字の大きさは2ミリ未満でもよい。2)輸入製品の場合は、食品衛生法第17条の規定に従い中国語の表示がなされてから、輸入が許可される。

なお、2007年行政院衛生署より、「容器或いは包装入りの食品は、個別包装上に原産地表示をしなければならない」旨が公布され、2008年1月1日より実施された(根拠法:食品衛生管理法第17条第1項第6款)。公告事項

<次頁へ続く>

は次の通りである。

- (1) 容器あるいは包装入りの食品は、その原産地は、その原産地或いは原産国を中国語で表示しなければならない。ただし、表示されている製造業者とその住所から一目で原産地（国）が明らかな場合は、この限りでない。
- (2) 原産地表示の字の大きさは、タテ・ヨコともに2mm以下であってはならない。
- (3) 輸入食品の原産地は、財政部と經濟部が発表した我が国の「輸入貨物原産地認定標準」で認定されていなければならない。

第十八条

中央主管機関が公告指定した食品器具、食品容器、包装は、中国語および通常の記号で、次の事項を表示しなければならない。（第18条）

- 一、製造した会社の名称、電話番号、住所。輸入品はその輸入をした国内責任業者名、電話番号及び住所を明記しなければならない。
- 二、その他中央主管機関が公告指定した標示事項。

第十九条

食品、食品添加物または食品用洗剤のための標示、宣伝または広告については、不実、誇張または誤解を生み易い状況があってはならない。食品には医療効能の標示、宣伝または広告をしてはならない。委託を受けて放送する出版放送業者は、広告の日から2ヶ月は広告委託者の氏名（名称）、住所、電話、身分証明書または事業登記証番号などの資料を保存し、かつ主管機関が提供を要求した場合には、回避、妨害、拒絶してはならない。

第三十一条

台湾ドル4万元以上20万元以下の罰金を科す。1年以内に再度違反した場合は、その営業または工場登記証を廃止することができる。

- 一、第十一条の第一号から第七号までの規定に違反する場合。

【市販包装食品栄養標示規範】

三、市販包装食品栄養標示方式は、以下の標示内容に従い、包装容器の外側に明確にわかるようにしなければならない。

(一) 標示項目

1. 「栄養標示」の標題、2. 熱量、3. タンパク質、脂肪、炭水化合物、ナトリウム、飽和脂肪酸とトランス脂肪酸の量、4. その他栄養標示中に出現する栄養素含量、5. 業者が自分で標示したいその他の栄養素含量。

(二) 固体、半固体は、100gあたりの含有量、液体は、100mlあたりの含有量を標示。

(三) 熱量については、キロカロリー、タンパク質、脂肪、飽和脂肪酸、炭水化合物、トランス脂肪酸などの栄養素は、グラム表示、ナトリウムについては、ミリグラム標示、その他については、グラム表示、ミリグラム標示を行う。

(四) 一日摂取する基準量は、以下のとおり（表1）。百分率標示をする場合には、この基準値を使用する。

(五) 標示数字の丸めは、小数点第一位とする。（略）

(六) 「0」標示は、基準表に基づいておこなう。（略）
たとえば熱量については、4キロカロリー以下であれば、0表示が可能。

■漢字、有効期限、原材料に注意！

台湾では、原材料標示と栄養標示が必須である。ここで注意することは、「中国語」表示ということだ。日本語と台湾は、同じ漢字圏であるため大きな誤解が生まれやすい。多分通じるであろうという翻訳をしてしまい通関できないことが実際に発生している。原材料名称については、一つ一つを貿易業者などに確認し、ラベル印刷をしたい。台湾は、日本と同様に食品に対して検査が厳しい。また罰金も高い。

有効期限に対しては、日本の平成表示をしてしまい罰金をとられた例もある。西暦表示か、台湾民国表示が必須である。ちなみに日本人が台湾でお土産を買った時、すでに有効期限が切れた標示を見て騙された!と怒ったケースがある。実は有効期限が「98.04.01」と書いてある場合は、西暦ではないのだ。民国98年であり、11足すと西暦になる。つまり2009年4月1日ということ。

原材料に関しても十分注意されたい。日本で使用できるものでも台湾では使用できないものもある。実際に私が経験した例としては、「桜のまんじゅう」事件があった。餡にさくら葉粉末を使用していたのだが、この安全証明を求められた。桜餅で普通に食べる桜葉。日本では当たり前の桜葉の安全証明をとることは難航した。しかし調査し、驚くことが判明したのだ。桜葉には、肝臓の毒性があることを。日本でも添加物として毒性があることが厚生省により発表されていた。結果、通関で全量廃棄した。もし台湾にて輸入販売していたら回収業務、罰金など発生したはずで、背筋が寒くなった。法令を遵守し、あいまいまことを一切避けて安全な日本食品を輸出していただきたい。

参考:台湾における食品等の品質表示について
(JETRO、誤訳があるので修正掲載)

台湾食品関連法規一覧<http://law.moj.gov.tw/fl1.asp>

【表1】大卡:kcal、公克:g、毫克:mg、微克:μg、毫升:ml

中国語標示	一日摂取量	参考:日本語
熱量	2000大卡	熱量
蛋白質	60公克	たんぱく質
脂肪	55公克	脂肪
碳水化合物	320公克	炭水化合物
鈉	2400毫克	ナトリウム
飽和脂肪	18公克	飽和脂肪酸
膽固醇	300毫克	コレステロール
膳食纖維	20公克	食物繊維
維生素A	600微克	ビタミンA
維生素B1	1.4毫克	ビタミン B1
維生素B2	1.6毫克	ビタミン B2
維生素C	60毫克	ビタミンC
維生素E	12毫克	ビタミンE
鈣	800毫克	カルシウム
鐵	15毫克	鉄

【(株)スナーク 富田】

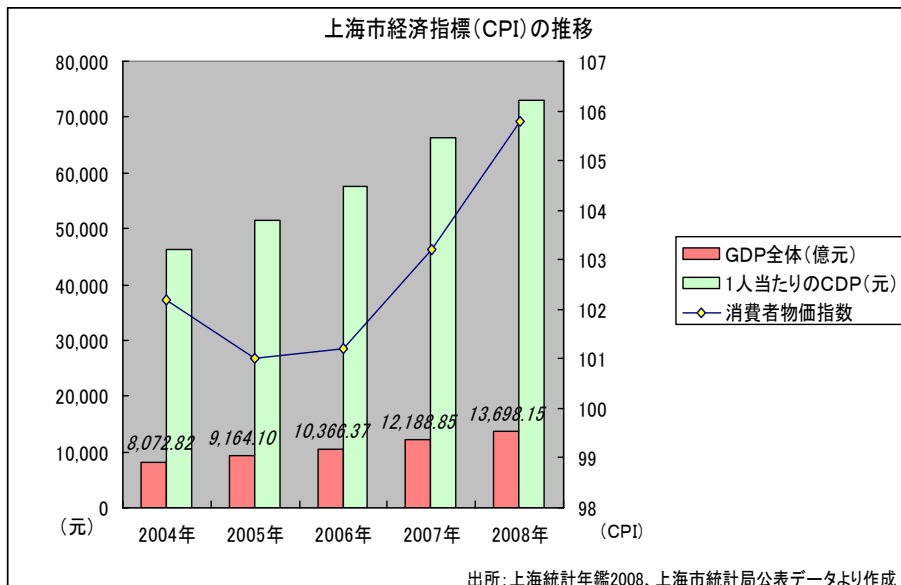
最新上海 ～現地レポート～ 12

上海の経済指標と消費の現場

100年に1度の金融危機だとか、未曾有の不景気などと言われ始めて久しいが、果たして全業界においていえることなのだろうか？デパートには買い物カゴいっぱい食品を詰め込む女性の姿があり、洋服売り場には買い物紙袋を携えた男性を従え歩く女性の姿があり、貴金属売り場にはブランド品のバッグを片手に商品ケースを覗きこむ女性の姿がある。財布の紐を締めるのは女性であるが、消費の主体となるのも女性である。今回は上海の経済指標と消費現場について紹介していきたい。

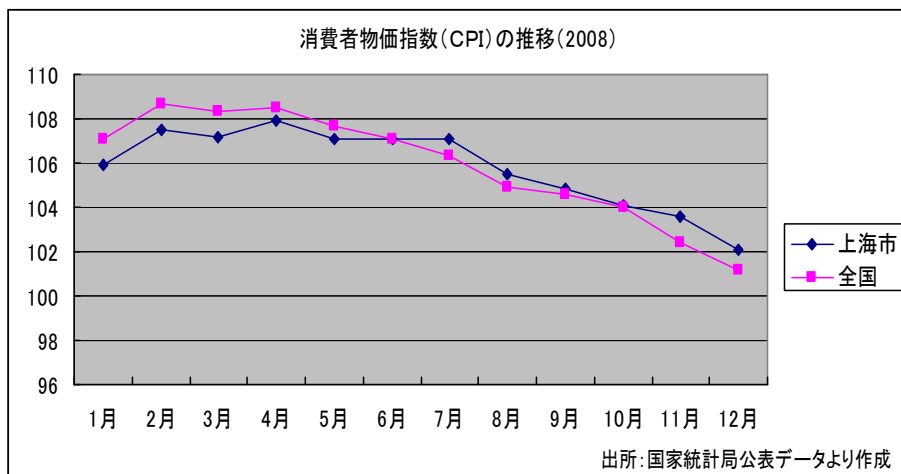
■依然増加傾向にある上海市GDP

2月26日中国国家統計局より発表されたデータによると、2008年中国全体のGDPは初歩の概算で300,670億元、これまでの二ケタ成長から一ケタ台の9.0%増(前年比)となった。1992年より二ケタ成長を続けてきた上海市全市のGDPも、前年比9.7%増の13,698.15億元(上海市統計局ウェブサイト 2月13日発表)に留まった。とはいえ依然として増加傾向であり、上海市の一人当たりのGDPは73,124元(≒1,060,000円)とドル換算では初の1万ドルを突破。個人の消費力に期待がかかる。



■中国全土に広がる金融危機の影響

続いて消費者物価指数についても紹介しておきたい。総務省統計局ホームページによると、日本における消費者物価指数とは『全国の世帯が購入する家計にかかる財及びサービスの価格等を総合した物価の変動を時系列的に測定するもの。家計の消費構造を一定のものに固定し、これに要する費用が物価の変動によってどう変化するかを数値で示したもの』とされている。日常購入する食料品や衣類、電化製品や化粧品などの価格の動きのほか、家賃、電話通信費、授業料、理髪料などのサービス業の価格の動きも含まれる。中国においてもほぼ同様で、食料品やたばこ・酒、衣類、家庭用設備及び付随するサービス、医療保険、交通及び通信費など8つに分類され、価格の変動を示している。右のグラフを見ると、アメリカ発の金融危機が始まったと言われる秋口から指数が下降し、上海市だけに限らず全国規模でも影響が出ていることが分かる。



■消費現場ヘインタビュー

日本のみならず各方面で不景気の長期化が心配されているが、実際の消費現場ではどうなのだろうか。上海市内に2店舗を構え、日本人スタイリストが常駐するヘアサロン『Hair Lounge Pinky & Dianne (上海缤琦美容有限公司)』久光店の瀬戸氏に話を伺った。

- ・07年1月から営業を始め丸2年が過ぎた久光店だが、利用客はどのように変化しているか？

<瀬戸氏>

07年4月から上海で勤務をしているが、中国人の利用者数が多くなっている。営業開始当初は日本人6割・中国人4割だったが、最近では日本人4割・中国人6割であり、圧倒的に女性の利用者が多い。中国人利用客の一人当たりの消費単価は平均して500元(≒7,250円)前後、20歳台～30歳台の既婚者がほとんどで、久光百貨への買い物客が多い。

- ・スタイリストの数は？

<瀬戸氏>

日本人3名、中国人4名の計7名が待機しているが中国人利用客はどちらかのスタイリストに人気があることはない。中国人スタイリストであっても、日系ヘアサロンということもあり安心して利用できることが理由のようだ。

・中国人利用客の対応は通訳を介しているのか？

<瀬戸氏>

業務を開始して10ヶ月程度は通訳を通してコミュニケーションを取っていたが、現在は通訳を介することなく業務を行っている。コミュニケーション不足などから生じるクレームはほぼない。クレーム内容としては、事前の入念なカウンセリングにも関わらず、想像と異なる出来上がりだったというものが多い。対処法として、現地美容室のようなネゴシエーションに応じることはせず、毅然とした態度で対応している。

・業務を通じ、中国人(上海人)の美容の変化についてどう感じているか？

<瀬戸氏>

上海に来て2年が経とうとしているが、徐々に女性が綺麗になっているのが分かる。日系ヘアサロンであるため特にそう感じるのかもしれないが、日本人女性らしい美しさに近づいているような気がする。

・今後の中国人(上海人)の美容に対する要求はどうなっていくと感じているか？

<瀬戸氏>

美容のために更に費用と時間をかけていくだろう。

海外駐在員の帰国を耳にするため不況を感じたりもするが、一般的に美容業界と不況は密接には結びつかない。中国人の利用者数が増加していることから、今後も中国人の美容市場への貢献度には期待が持てる。

■中国の女性が市場の牽引役に

20年近く前にこのような映画があった。年齢による衰えに悩んでいた2人の女性が高価な秘薬を飲み、永遠の美しさと若さを手に入れるが、人間の姿をした血の通わぬロボットに変化。生身の人間でなくなったことから人工的なメンテナンスを一生続けていかなければならない、という女性の心理を飛躍させ、表現したコメディ映画である。この映画の内容は極端ではあるが、若く美しくいたいと思うのはどの国の女性でも同じこと。生活にゆとりが生まれた中国の女性が輝く時代は、すでに始まっている。中国の成長が女性を美しくさせ、また日本をはじめとした外国企業をも潤わせる。中国の女性には更に美しさに磨きをかけてもらい、そして市場の牽引役となってもらいたい。

(文書中、1元≒14.5円にて計算)



ヘアサロン『Hair Lounge Pinky & Dianne』

【株式会社ナワーク 孫】

編集後記

3月初旬に幕張メッセで開催された「FOODEX JAPAN2009」(国際食品・飲料展)に参加してきました。アジアで最大規模とのこと、県内企業さんも15社が出展で大変盛況でした。

当海外支援グループとして、このたびの参加目的は海外販路開拓における未開拓ルートの発掘、既存ルートの充実でした。最大の収穫は、このたびの参加を通じて初歩的ではありますが大連市場などへの新たな貿易流通ルートが構築できたことです。早速FOODEX会場で県内出展企業さんへ紹介させていただきました。

新年度は、フード台北(6月)やFHC上海(11月)での出展を予定していますが、これら以外での食品や電気機械の販路開拓についても積極的にお手伝いさせていただきますので、お気軽に当機構へご連絡いただきますようお願い申し上げます。【江】

『とっとり・グローバルウォッチ』では、皆様から、内容のご提案や掲載されている情報へのご意見・ご感想をお待ちしております。メールでお気軽にお寄せください。また、受信希望(無料)の方は下記までご連絡ください。

お問い合わせ：(財)鳥取県産業振興機構企業支援部
海外支援グループ(担当：早川)

E-mail: kaigai@toriton.or.jp
TEL: 0857-52-6703 FAX: 0857-52-6782

とっとり貿易支援センター 貿易に関する相談はこちらの窓口へ

【東部窓口】

■(財)鳥取県産業振興機構企業支援部
海外支援グループ
TEL 0857-52-6703

■JETRO鳥取貿易情報センター
TEL 0857-52-4335

【西部窓口】

■樹さかいみなと貿易センター
TEL 0859-47-3900

■境港貿易振興会
TEL 0859-47-3905

【その他関係機関】

■境港管理組合港湾管理委員会事務局
TEL 0859-42-3705

■JETRO貿易相談デスク
TEL 0859-45-2203