



2012年9月7日

VOL. 70

とっとり・グローバルウォッチ

とっとり国際ビジネスセンター情報誌

香港で食品見本市出展＆商談会を開催 県内企業6社が海外市場販路拡大を図る

とっとり国際ビジネスセンターではこのたび、香港において東アジア最大規模の食品見本市「FOOD EXPO（美食博覧）」への出展及び香港で初となる鳥取県単独の食品商談会を開催し、鳥取県から香港へ販路拡大を図る企業の支援を行った。なお、会期中には尖閣諸島を巡った動きがありトラブル等が心配されたが、特に問題なく会期を終えることができた。

FOOD EXPOにおいては、昨年に引き続き鳥取県として2回目の出展であり、黒にんにくの加工品、鳥取和牛のPRなどが行われ、多くの来場者がブースを訪れた。「食のみやこ鳥取県」のイメージを全面に出したブースでは、試食やDVD放映等がバイヤーの目を引き、会期3日間で56件の商談を行うことができた。中でも成約見込みの案件を中心に早急に先方とコンタクトを取るなど、随時フォローを行っていく。

続く商談会においては、午前中の来場バイヤーの出足が遅くなかなか商談件数が伸びなかったが、午後からは、現地の百貨店、高級スーパー、日本食レストラン、日本食専門店等のバイヤー18社が来場され、参加企業6社とビジネスマッチングを行った。参加企業は試食・試飲や見積提示により自社の商品を積極的にPRされ、商談したバイヤーからサンプル発注を頂いたり、前向きな回答を頂くことができた。

今回の見本市・商談会はバイヤーと知り合うきっかけの場であり、当センターでは引き続き有望な案件のフォローを実施し、1件でも多く成果につながるよう支援を行う。

■FOOD EXPO 2012（美食博覧）概要

会 期：2012年8月16日（木）～18日（土）3日間
時 間：16、17日10時～18時、18日10時～22時
会 場：香港コンベンション&エキシビションセンター
主 催：香港貿易発展局
出展者数：222社（日本パビリオンのみ）、1,110社（全体）
来場者数：39万人強（全体）
鳥取県参加企業：エムケイ開発株式会社、株式会社エムコ（2社）

■商談会概要

名 称：鳥取県食品商談会in香港
日 時：2012年8月20日（月）10時～18時
会 場：ノボテルセンチュリー香港ホテル 地下1階
主 催：公益財団法人鳥取県産業振興機構 とっとり国際ビジネスセンター
内 容：鳥取県商談会参加企業と香港バイヤー18社との個別商談を実施
参加企業：有限会社一善や、エムケイ開発株式会社、株式会社エムコ、
株式会社オーク、株式会社越河、農事組合法人広岡農場（6社）
*業務の一部（事前商談会・商談会本番へのバイヤー招聘、会場設定、フォローなど）
を株式会社JTB西日本に委託。



FOOD EXPO 鳥取県ブース



FOOD EXPO 会場の様子



商談会の様子

目次

香港で食品見本市＆商談会を開催	P 1
現地発！ 台湾月刊レポート 63	P 2 P 3
鳥取県経済訪尼団の 参加者募集	P 3
最新の上海 ～現地レポート～54	P 4
アンニョンハセヨ KOREAレポート 4	P 5

世界の祝日 10月

■香港	1日	中秋節の翌日
	1日	国慶節
	2日	国慶節の翌日
	23日	重陽節
■韓国	3日	建国記念日
■タイ	23日	チャロンコン大王祭
	26日	ハリラヤハジ
■米国	8日	コロンブス記念日

現地発！台湾月刊レポート 63

台湾側記事から見た「シャープ鴻海出資問題」

シャープ問題が、結局8月末に決着せず9月にもつれ込んだ。鴻海の郭会長は、関西にいたにもかかわらず、シャープとの会議と記者会見をドタキャンして台湾に帰ってしまった。日本ではほとんど伝えられていない郭会長のインタビュー記事を元に、予測したい。

■「シャープ株、一時10%安 鴻海との交渉懸念、CBはストップ安。」（2012/8/31日本経済新聞）

シャープが存亡の危機に立っている。自主再建がほぼ不可能になっている。会社更生法適用か、ファンド傘下で切り売りか、台湾企業鴻海の軍門に下るのか。私が購入したシャープ液晶テレビには「亀山製」というシールが誇らしげに貼ってある。私もこのキャッチでテレビを選択した。それはたった数年前のこと。誰が優良企業の将来、現状を予測していただろうか。経営判断、時代の流れを読むことはつくづく難しい。しかし歴史を見ると消えいくものが多数を占める一方で、勃興する勢力が必ずある。だから目前のこと目先のことで悲観することはない。時流に乗っている勢力をよく研究すればよい。日本人からは、馬鹿にされ、下に見られていた電子機器組立ての台湾企業鴻海が表舞台に出てきた。そして今では一台湾企業ではない。全世界で従業員数130万人。ちなみにシャープは、連結でも5万人強。世界十カ国に進出。2011年の営業収入は日本円で10兆円。台湾でのGDP占有率は24%にも及ぶ。2012年第1四半期には中国大陸貿易出荷額の6.7%を占める。台湾株式市場では、8,893億台湾元の時価総額を持ち市場価値の4.5%を占めるモンスター企業だ。

冒頭の問題の経緯を簡単に説明すると「シャープと鴻海は今年3月27日に資本提携で基本合意した。鴻海は7月までに約660億円を投じ、堺工場の運営会社である堺ディスプレイプロダクト（SDP、旧シャープディスプレイプロダクト）に約37.6%を出資した。SDPへの出資比率はシャープと同じ。さらに来年3月までにシャープ株の約9.9%を約670億円で取得し、筆頭株主になる計画。ただ、最近のシャープの株価は取得予定価格（1株550円）を大きく下回って推移し、両社で取得価格や出資比率の見直しを協議している。」（日経新聞8/30）9/3現在のシャープの株価は200円を割っている。合意後、大きく株価が下回った状態で、550円で買うお人好しはいない。台湾政府がシャープ投資に対して外資規制をかけたのも、裏では出来工作で合意の白紙撤回をさせたのではないかと勘ぐってしまう。詳細については、各種ニュースでとりあげられていると思うのでそちらをご覧頂きたい。ちなみに8/30付けWall Street Journal誌では「郭氏は29日夜、車両内での記者との短い雑談で「100年続いたと言える企業がどれだけあるだろうか？それほど長く続くことは一つの財産だ」と述べ、その上で、「しかし、情報技術（IT）が極めて急速に動く最近では、それは難しい」と指摘した。これは、注目を集めたこの日本滞在中に、郭氏が救済投資で再交渉するシャープについて語った数少ない発言だ。」

■マスコミに対して語ることが少ない鴻海会長 郭台銘 董事長(英名:テリー)のインタビュー記事(商業週刊6月号特集)を翻訳、解説

日本では報道されない彼の考え方を知ることができると思う。まず郭台銘三大予言。

予言一、「電子業は景気に敏感である。ヨーロッパの状況は、本当に悪い」なぜならドイツ家電量販店であるMetroと合作しているので、情報が入ってくる。世界景気は、更に悪くなるので準備する必要がある。

予言二、「2013年のアメリカ景気は間違いなくよくなる。」アメリカでは大統領選挙がある。問題は選挙後だ。選挙前には景気対策を打ち出すが、選挙後は、間違いなくその反動が来て悪くなる。また早かれ遅かれQE3（*）が実施されるであろう。もしオバマ氏が大統領候補に再選されたら、共和党の対抗馬であるロムニー氏を見る必要がある。もしロムニー氏が強い候補であれば、間違いなくQE3を実施する。もし弱ければ、実行は遅くなる。しかし必ず実行する必要性に迫り込まれる。私の予言を見てなさいよ。

予言三、「中国大陸の貿易出荷額の衰退は、今後規模を拡大する」鴻海では中国において、去年一月から三月までの貿易出荷額は5.8%、今年は6.7%を占めた。鴻海たった一社で。中国での第1四半期の貿易出荷総額は4,300億米ドルにも及ぶ。しかし占有率は、どんどん高まっている。中国全体は悪くなっているが、鴻海自体は、そんなに悪くなっていない。中国景気に対しては樂觀視している。中国の経済発展は、12個の漢字で表すことができる。「稳增长、促民生、調結構、拓内需」。最近、中国の景気は後退している。建築費がどんどん下がっている。だからチャンスなのだ。安くなった今、新しい工場を建てるのだ。また再び高くなる前に！

iPhoneを中国で作っている鴻海（現地ではfoxconn）で飛び降り自殺事件が続いた事件を覚えている方も多いと思う。それ以降、鴻海は、中国大陸の工場を臨海部から内陸部、更に内陸奥部に移している。内陸部環境を誰もが悪いと言ったが、実際は異なっている。やってみて初めて分かる。誰もやらないから分からないんだ。「製造業にとって環境費用、中国は全世界で最も優秀である。中国政府のバックアップは世界一である。そして米国、欧州は、製造業にとって不適合。米国はソフトウェア、ドイツは技術、日本は製造業。これが歴史だ。今では中国での製造は問題ない。オバマ大統領がアップルのスティーブ・ジョブズに聞いた。iPhone製造を米国でやってくれないか？その答えは簡単だった。もちろん出来ず。利益も出せません。しかし問題が…。米国には、組立製造メーカーがないんですよ。」

（*）QE3
アメリカの連邦準備制度理事会（FRB）による実施が予測されている量的金融緩和政策の第3弾のこと

＜次頁に続く＞

■今後、鴻海はどう動くのか

趨勢一、中国での賃金は更に上る。たぶん台湾と同程度になるであろう。趨勢二、中国中産階級の勃興。今までは給与を貰えば働いていた中国人が満足しなくなっている。穏健な管理、コントロール、さらなる自動化も必要になる。賃金の上昇を意味する。つまり中産階級が更に増えてくる。趨勢三、手工業生産から生産機械自動化をはかる。鴻海では100万台のロボットが働いている。自動車は以前、機械製品だったが、今では電子製品となっている。鴻海では、研究開発センターを設け電子製品となる機械を研究する。趨勢四、製造の鴻海から技術の鴻海、そして商業物流の鴻海へ発展させる。鴻海は、近代化した電子商物流に参戦する。

世界的な物流インフラを構築していく。既に苦労した経験もある。現在の注目地点は、インドネシアとミャンマーである。過去、ベトナムの投資は大きい。しかしインド投資は、失敗した。ブラジルもダメだ。関税特区を除けば。やはり中国、中国に限る。

さらに日本人から見て驚くことも言っている。「サムソンに対抗せねばならない。敵はサムソンだ。連合艦隊を作って朝鮮野郎(原文:朝鮮棒子)をぶちのめす必要がある」と強烈な事を言った。「だから日本と、シャープ

と組む必要があるのだ。連合するのだ。白物家電も連合艦隊を作る必要がある。とにかく日本連合艦隊と組んで、韓国のサムソン、LGをぶっ叩くぞ。乾杯!!」これを今後の本心、戦略中心として見ていくと、分かりやすいかもしれない。彼の思想真髄はこの言葉にある。「聯陽、禦韓、進中、望独」。皆さんなら分かるでしょう。敵を潰す、今後、注力するのは「液晶パネル、半導体製造、メモリー」。彼の根源は「日本に対しての愛」。子供が親を救う。

私はシャープが鴻海に買収されたら良いと思っている。時代が変わったことを明確に知るべき時代、新たな黒船が来たことを現実の形で知る必要がある。一方、摩擦も次第に具現化するであろう。スピード経営の台湾勢と合議制の日本。そして彼の考えには屈折したものも感じる。たぶん、日本人従業員は、台湾人経営者に厳しく舐(しつけ)られるだろう。私達日本人は、土俵が変わったことに覚醒し、新たなステージで演技することが求められるであろう。歴史的に見れば、日本と大中華圏関係に於いてエポックメイキング、象徴的な年になる。鴻海は、どのようなことがあってもシャープを、日本企業を獲りに行く。鬼月開けに。そう確信している。

【(株)スナーク 富田】

鳥取県経済訪尼（インドネシア）団の参加者募集 現地の日系工業団地等を視察します！

インドネシアは世界第4位の人口を擁し内需が高く経済的に安定成長してきているなど、「現在アセアンの注目株で旬を迎えている」と言われています。このたびは同国との技術交流や共同生産、部品輸出等取引の可能性を探るため、日系進出企業や同国最大級の総合工作機械の展示会を視察する訪尼団への参加者を募集します。

■日程

- 12/4（火）関空→ジャカルタ
- 12/5（水）インドネシア政府経済担当部署表敬 Manufacturing Indonesia視察
- 12/6（木）ジャカルタ東部の日系工業団地視察
- 12/7（金）〇〇経済視察（経済視察先は調整中）
- 12/8（土）ジャカルタ→関空



■参加申し込み

- ・とっとり国際ビジネスセンターHPから「参加申込書」をダウンロード、必要事項をご記入の上、同センターまでお申込みください。
- ・申込み期限は9月28日（金）で、定員30名になりしだい締切とさせていただきます。
- ・なお、申込み資格は鳥取県内に本社、支社、工場など関連施設がある企業、団体等であることとします。

■参加費用

- ・往復航空賃、宿泊費、現地食費で合計お一人様177,000円程度（関空～ジャカルタの往復航空賃97,500円、宿泊費16,500円×3泊、食費30,000円ほか。現在旅行社と調整中です。）
- ・なお、現地における全団同一行動時のバス代、ガイド代は主催者側が負担いたします。

■申し込み先

公益財団法人鳥取県産業振興機構 とっとり国際ビジネスセンター

本 部（境港市） TEL:0859-30-3161 FAX:0859-30-3162 E-mail:kaigai@toriton.or.jp

東部窓口（鳥取市） TEL:0857-52-6757 FAX:0857-52-6782 E-mail:kaigai@toriton.or.jp

【とっとり国際ビジネスセンター 中江】

最新上海 ～現地レポート～ 54

月餅経済

■百花繚乱、様々な月餅

まだまだ暑い日が続いているが、お盆を過ぎ9月に入った頃から、時折、夏から秋に移り変わっていくのを感じる。朝夕少し涼しくなったとき、日の入りが早くなったとき、そして、スーパーに月餅（げっぺい）が並び始めたとき。

月餅とは、中国で中秋節（旧暦の8月15日で、今年は新暦の9月30日）の際に食べるお菓子で、月に見立てた丸く平たい形をしており、小麦粉で作った薄く柔らかい生地のお饅頭のようなものである。中身の餡はあんこ、胡桃や松の実などのナッツなどのほか、肉やアヒルの卵の塩漬け等もある。伝統的な月餅は非常に甘く脂っこいもので、月餅の味そのものが好きではない人も多いが、最近では、ハーゲンダッツ、スターバックス、その他のパンやケーキの販売店も独自の月餅を売り出すなど、現在の消費者の嗜好にあわせた月餅が登場している。

【杏花楼】4～13個入りで、定価72元（約900円）～688元（約8600円）の10種類以上。最も伝統的な月餅を提供する老舗であり、あんこや胡桃などのオーソドックスなものから、近年はチョコレートや抹茶などの新商品も販売している。



【スターバックス】参考：<http://www.starbucks.com.cn/promotion/mooncake.html>
6～8個入りで、定価228元（約2850円）、368元（約4600円）、568元（約7100円）の三種類。チョコレート味、コーヒー味、イチゴ味、抹茶味など洋菓子テイストの月餅。



【ハーゲンダッツ】参考：http://www.haagendazs.com.cn/news/news_2012_mooncake.htm
4～9個入りで、定価238元（約2975円）～798元（約9975円）の6種類。チョコレートでコーティングした月餅型のアイスクリームで、中国独特の伝統文化と西洋のアイスクリームを組み合わせるといった独創的なアイデアでアイスクリーム月餅の先駆けとなり大成功を収めた。ハーゲンダッツに続き、イタリアのiceason（中国



名：愛茜茜里）が低カロリーを売りとしたアイスクリーム月餅を、またアメリカのコールド・ストーン・クリーマリー（中国名：酷聖石）も販売し始めている。

■月餅市場規模

月餅は、親族や親しい友人の間での個人的な贈呈もあるが、むしろこれよりも福利の一種として会社が従業員に送ったり、顧客や取引先への贈呈などビジネス上の需要が大きく、中国では大きなビジネス市場を形成している。ちなみに、今年の中国における月餅売上額は昨年に比べ約6%伸びると見られており、13億元（約162.5億円）以上に達すると予測されている。個人的な贈呈では、月餅そのものを購入するケースが多く、政府や企業などによる購入の際は、月餅券を購入するのが一般的となっている。そして、この月餅券による販売には巧妙なビジネスモデルが隠れているのだ。

■月餅経済のからくり

前述の通り、月餅販売の大部分が政府や企業などによる団体購入で、実際の商品の販売ではなく、月餅券という形で定価の約7割程度で販売される。月餅券は従業員や顧客に配られるため、中秋節の時期になると、あちらこちらから月餅券をもらう人も多い。そこで、中国にはこの月餅券を引き取り換金する業者が存在している。彼らは、一般的に定価の4割で買取り、月餅製造販売元に5割の値段で引き取ってもらうのだ。つまり、月餅製造販売元は2割の儲け、月餅券換金業者は1割の儲け、月餅券を換金してもらった消費者は、元々タダでもらったものなので、換金金額分の現金が手に入り、奇妙なウィンウィンの仕組みが構築されている。勿論、そもそも月餅券を購入した団体にとって利益はないが、彼らは会社の福利制度や顧客への儀礼の意味が大きいため、贈呈することそのものに意味があり、贈呈された後の上記のような転売行為に対し、異議を唱えることはほとんどない。むしろ、月餅券という形態がなければ、人員を使って、月餅を従業員や取引先に配らなければならない、余計なコストを投入しなければならないのだ。

上記のとおり、中秋節という限定的かつ短期間に発生する130億元を超える需要に対応するためには、製造計画が必要で、過剰生産や品不足といったリスクがあるが、月餅券はこれにも大変重要な役割を果たしている。月餅券でいざ月餅を買おうとした際、「売り切れ」などの原因で、他の商品に引き換えられることがある。実際には、他の商品の在庫処分という役割も果たしているという。前述の通り、伝統的な月餅を好まない人も多く、月餅以外の商品への引き換えについてもそれほどの抵抗はないのかもしれない。ただ、この販売モデルには二重徴収利益に対する所得税や増値税の脱税という違法性もある。また、月餅券を買い取って転売している業者についてもその販売行為の違法性が疑わしい。

以上のように、月餅製造業者だけでなく、販売業者もこの巨大市場をつかむべく様々な手を尽くしているのだ。

【株式会社チャイナワーク 孫】

アンニョンハセヨ KOREAレポート 4

キア自動車の成長戦略について

内需市場の沈滞及びヨーロッパ発の財政危機、北朝鮮及び中東地域の国際情勢の不安等の難しい経済環境の中でも史上最大の経営成果を更新しているキア自動車の成長戦略を調べる。

■キア自動車について

キア自動車は1944年自転車部品の製造を始めとし、1962年日本のマツダ自動車との技術提携で三輪貨物車を生産し始め、1980年代に中小型貨物車及びバス専門生産企業として韓国内で小型乗合車の市場を主導したが、1990年代に経営悪化等を理由として急激に下り坂になった。この後、1997年法定管理をへて1998年4月に会社整理手続に着手し、この後、現代自動車グループに引受されて回生の転機を備え、約10年間の努力でKシリーズを発表してglobal playerとして活躍するようになった。

■グローバル主要完成車企業別の年間営業利益率の推移及び展望

OPM	Hyundai	Kia	BMW	Daimler	VW	Toyota	Nissan	Honda	GM	Ford
FY10A	8.8%	7.0%	8.6%	7.3%	5.2%	2.5%	6.1%	6.4%	3.7%	6.8%
FY11A	10.4%	8.2%	11.6%	8.1%	6.9%	1.9%	5.8%	2.9%	4.6%	6.0%
FY12E	11.3%	9.6%	11.1%	8.0%	6.6%	5.1%	7.2%	6.6%	4.0%	5.5%
FY13E	11.9%	10.1%	10.9%	8.8%	7.3%	6.2%	8.0%	7.3%	5.1%	6.2%

資料: Bloomberg、ミレアセット証券

現代車、キア車はミレアセット証券の見積値であり、他の企業の展望値はBloomberg consensus基準である。

■品格のあるデザインでブランドを差別化する

2006年、キア自動車は累積赤字により困難な状況であり、現代自動車の引受により韓国市場内で‘現代自動車にマークのみ変更して付着した車’という認識が強かった。このような認識を払拭させるためキア自動車のブランドイメージの高揚及び革新的デザインに注目して世界3台自動車デザイナーとして選ばれるドイツのAUDIの主席デザイナーであるPeter Schreyerを迎え入れて自動車デザインに関する強力な権限を付与した。これにより最高経営陣のデザインへの関与を一切排除させ、技術及び性能の全てをデザインに合わせるデザイン中心の組織運営を実施した結果、一目でキア自動車であることを把握できるキア自動車だけの差別化されたデザインとブランドアイデンティティの確立ができ、2010年には韓国市場で同種モデル不動の1位であった現代自動車のSONATAを追い越した。

■スピードと実行力基盤の企業文化でキャッチ・アップする

核心案件中心の報告及び簡単な報告体系、至急の懸案に対しては企画調整室が随時報告するように定めて経営層が迅速に意思決定できるようにした。方向の決定後には意思決定内容が下部に即時伝達されるようにし、担当役員が進捗事項及びフィードバックを徹底に管理するようにした。そして、目標達成のための全社的な力量を集中するため職員の成果評価と昇進基準等も全社的な目標達成に集中して調整した。これを通じて自動車業界では他の追従を許さないほどのスピード経営ができた。

一方、最高経営層が随時に生産工場と海外営業本部等を訪問して現況を把握する等の現場経営を実施し、過度な事前計画よりはまず実行した後に調整する実行中心の組織文化を造成し、破格的権限付与を通じて責任経営体系を構築した。

既得権を維持し、現実に安住しようとする1位を乗り越えるため2位は1位ができない差別化戦略を通じて1位が逃したニッチ市場を攻略し、市場変化を主導しなければならない。キア自動車は差別化のポイントで革新的なデザインとブランドイメージにフォーカシングし、職員がオーナーシップをもって仕事できる環境造成に注力した結果、一段階跳躍して1位に追い付くのができたと考えられる。

【デロイト安進会計法人 金明奎（キム・ミンギョ）】

本誌「とっとり・グローバルウォッチ」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のでお気軽にお寄せください。

お問い合わせ：公益財団法人鳥取県産業振興機構 とっとり国際ビジネスセンター

《本 部》境港市竹内団地255-3

TEL：0859-30-3161 FAX：0859-30-3162 E-mail：kaigai@toriton.or.jp

《東部窓口》鳥取市若葉台南7-5-1

TEL：0857-52-6757 FAX：0857-52-6782 E-mail：kaigai@toriton.or.jp