

とっせい・グローバルウォッチ

第86号 2014年1月7日発行

東南アジアビューロー レポート 1 バンコク現地で見えるデモの実態

初めまして、鳥取県東南アジアビューローの川南です。今回から、本誌にてタイの情勢を報告いたします。どうぞよろしくお願いたします。

※本レポートは執筆時点(2013年12月)の内容です。あらかじめご了承ください。

日本のテレビでも話題になっているが、タイ、特にバンコクでは、デモ隊が国の施設(官公庁)の建物を占領し問題となっている。タイはご存知の通り、数年前から元首相タクシン氏を指示するタクシン派(通称:赤シャツ)、それに反対する反タクシン派(通称:黄シャツ)グループに分かれており、常にどちらかのグループがデモをおこし、またそれに、軍隊、警察を巻き込み非常に複雑な政府運営をおこなってきた。今回は前回の選挙で勝利を得たタクシン派が数の力で、海外逃亡中の元首相タクシン氏の恩赦の法案を強引に通そうとした結果、反タクシン派は勿論、各界の知識人まで巻き込み、この法案に反対する大きなデモとなった。タクシン派は急いでこの法案を白紙に戻したが、この勢いは収まらず、タクシン氏の妹インラック首相の辞任及び法律の改正を求め11月半ば、ある一定の地域での集会で盛り上がりを見せ、今は政府機関に立てこもり、政府機能の一部がマヒする状態になっている。選挙制度がまだ未熟で、選挙では、金銭授与が頻繁に行われており、選挙結果とは別に、選挙敗者

が起こす反対派のデモなどの実力行為が、世論を動かして正論化されてしまっている。

本来タイ人は、微笑みの国とも呼ばれ、非常に穏やかな性格の国民であるが、この問題に対しては非常に熱くなるようだ。ただ、どちらのグループも死亡者が何人も出る2010年の様な悲劇を起こしてはならないと自覚しており、水面下での交渉が行われているようだ。タイはここ数年、デモや洪水などのマイナス要因を抱えながら、右肩上がりの経済成長を続けており、これらは日本を中心とする外国からの投資、外国からの観光産業に支えられている。このような問題を起こし、長引けば長引くほどいいことは何もない。最近日系企業を中心にタイ プラスワンという言葉が耳にする機会が増えてきた。この言葉どおり、タイに基盤のある企業が、タイの生産拠点としての競争力を高めるために近隣諸国へ工場等に移す動きが見られる。現政府の政策による労働者の賃金上昇も重なり、道路整備も非常によくなりつつある今、ベトナム、カンボジア、ラオス、ミャンマーは次の新しい進出先として、非常に興味を持たれている。とは言っても、タイの市場は無視することができず、この近隣諸国の需要を利用し、タイもまだまだ経済発展していくと言われており、東南アジア経済はタイ抜きでは考えられない。そのため、一日も早くこの事態を治め、タイは東南アジア経済を引っ張っていくリーダー的役割が求められている。2015年のASEAN統合へ動き出している今、タイが本来このような状況を起こしている場合ではないのだが、経済統合に悪影響が出るのではないかと危ぶまれている。

この様に、一見緊迫した状況に見える

目次:

東南アジアビューロー レポート 1	1~2
中国進出 日系企業レポート	3~4
最新の上海 ~現地レポート~ 70	5~6
ロシアレポート 7	6~7
現地発! 台湾月刊レポート 79	8~9
アンニョンハセヨ KOREAレポート 20	10~11
「食品輸出商談会in山陰 2014」のご案内	11
編集後記	11



一般道を占拠する反タクシン派

《次頁に続く...》

が、実はデモ自体はのんびりしたムードで行われており、タイのデモで面白いのは、タイらしく楽しむことを忘れないということである。デモ自体も悲壮感を感じられない。カラオケはやるは、炊き出しはあるは、即席のマッサージ店まで出役しており、一見お祭り騒ぎの様になっている。デモに参加するというよりは、食事が無料で食べられたり、参加者の一部には日当が出るのでデモに参加するという人まで出てきている。それぞれのグループを主張するデザインの入ったTシャツなども露店で販売されており、その他にも身に着けるグッズまで揃え、デモに参加している。政治家の演説はコンサート会場化しており、決して楽しむことは忘れないようだ。

プミポン国王の誕生日12月5日は、タイ国民にとって非常に大事な日でもある。国王は国民に尊敬されており、国王の威厳は昔ほどはないかもしれないが、やはり特別な日を迎え国民も何か気が付くことがあるかもしれない。さすがに国王の誕生日はデモも行われず、祝賀ムード一色だった。国王誕生日を迎え、デモも終息を迎えるのではな

いかと噂されていたが、翌日から再びデモが再開され、地元の事情通の日本人記者によると、ここまでくれば、もう事態の予測不能で、もしインラック首相が次の首相に再任されなければ、タイ経済に悪影響が出るのではないかととも言われ始め、実際この争いは、日本人には知られていない、特権階級の人間同士の争いに進展しており、反タクシン派のステープ元副総理は、あやつり人形化しているとも言われている。今の所、タイの観光産業には、直接的には影響が少ないのだが、タイ国経済に重要な投資には影響が出てくるようだ。タイには、国から認可を得てする事業が多く、その認可がデモの影響で遅れており、投資がかなり鈍るのではないかとされている。

2月には選挙が行われる予定だが、それもまた怪しくなってきた。どの様な収束を迎えるか分からないが、タイは国民自身も愛国心があり、国家を転覆させたりするようなデモでもない。この事態が一日も早く治まり、次回からもタイの楽しい一面をお伝えできるよう、穏やかなタイに戻って頂きたいと思う。



デモの合間にマッサージを受ける人々



ライブ化する反タクシン派の演説



一般のOLも普通にデモに参加する
(VTT Nippon スタッフ撮影)

中国進出日系企業レポート

「希格瑪精密機械(江蘇)有限公司」浜先総経理イヘインタビュー

拡大する新興国の自動車需要に伴い、国内の自動車産業のサプライヤーチェーンは大きく変化している。完成メーカーだけでなく大手の部品メーカーも現地調達の動きを進める中、モノづくり企業はどのように対応すべきであろうか。海外に進出して海外需要の取り込みを目指すか、国内に残って新興国に負けないモノづくりを目指すか、その決断は避けて通れない状況にある。

今回、金属・樹脂の成形技術のコアテクノロジーを武器に、アジアでの生産拠点サプライチェーンの構築に取り組んでおられるシグマ株式会社の中国生産拠点である希格瑪精密機械(江蘇)有限公司の浜先総経理にお話を伺ってきた。

★希格瑪精密機械(江蘇)有限公司

シグマ株式会社(広島県呉市)は、金属・樹脂の成形技術をコアテクノロジーに、自動車部品や産業・農業機械向けの精密部品を開発・生産している。当社の初の海外生産拠点として、2007年、中国の上海市と南京市の間に位置する江蘇省丹陽市に、エアバッグ用部品の生産拠点として設立(生産開始2008年3月)。従業員は約130名で、うち日本人は2名。



浜先総経理

■御社が中国で行っている事業について教えてください。

エアバック用システム部品(ハウジング、ボトル)、エンジン用部品(スプロケット)、ワイパーシステム用部品(シャフト、ボールピン)の製造、販売を行っています。

■日本の本社及び中国の分公司との関係を教えてください。

シグマ株の100%独資になります。

■なぜ、独資を選択されたのですか。

やはり自由な経営環境を確保しておきたかったからです。

■江蘇省(丹陽市)に進出された理由について教えてください。

丹陽市の開発区に進出した理由は、ダイセル様がここ江蘇省に進出されていたからです。また、丹陽市政府からも熱心な誘致があったこと、高速鉄道の駅が建設予定であった点も考慮しました。

■中国での販路についてお聞かせください。

進出当時は、エアバック用インフレーター部品が当工場での主な生産品で、その全てをダイセル様に納入していました。先ほども申しましたが、独資で中国工場を立ち上げたため中国側パートナーの販路を利用することができなかったため、それまで当社の製品を納入させていただいていた日系企業を中心に販路を開拓する必要がありました。その後、ワイパーシステム用部品やエンジン用部品のスプロケットの生産を開始していますが、主な販路先は現在でも日系の自動車部品メーカーになります。

■製品は全て中国向けに納入されているのですか。

天津、広州、寧波の日系、欧米系自動車部品メーカーの工場の他、チェコ、北米にも輸出しております。

■御社では、品質・納期・コストにおいて最適な品物をグローバル調達するため、アジア市場でのサプライチェーンに取り組んでおられますが、中国工場での取り組みについてお聞かせください。

顧客企業様の要求に見合う品質を確保しつつ、現地調達率を高めコストを削減していく必要があります。中国での具体的な事例を挙げますと、中国鉄鋼メーカーから部材を調達するに当たり、双方で材料の作りこみを徹底的に行い、顧客メーカー様の要求に見合う品質を確保した上で大幅なコスト削減に成功しました。また、ローカル企業へ外注し最終検査を当社で行うなど、品質を確保した上でコスト削減にも取り組んでいます。外注先に対しては、日本本社から生産技術から品質管理の担当者を送り込み、徹底した指導を実施しています。サプライチェーンを海外に構築していくためには、生産技術、品質管理など本社の関連部門と連携し、新規調達先との連携を強化する必要があると考えています。

■御社での現地調達率についてお聞かせください。

時期によって変動もありますが、メッキ加工分も含めると20%程度になります。現在、中国工場の主要製品はエアバック用システム部品ですが、日本工場で冷間鍛造されたものを輸入し当社工場で切削加工しています。今後は、中国でも鍛造過程が行える生産ラインを整備し、現地調達率を高めることで、コスト競争力を身につけていく計画です。

《次頁に続く…》

■今後は鍛造行程を中国工場に進めていかれるとのことですが、現地調達によるコスト削減以外にどのようなメリットがありますか。

冷間鍛造の場合、切削に比較して必要な材料を大幅に節約でき、1つの部品を生産する時間も大幅に短縮することにも繋がりますのでさらなるコスト削減を期待できます。また、母材の調達から生産まで中国工場で行うこととなりますので在庫管理もし易くなります。ただし、鍛造加工の場合、材質の変形やクラックが生じやすくなりますので品質管理がこれまで以上に重要になります。現在、中国工場の日本人スタッフは私を含めて2名ですが、日本工場から品質管理の人間を配置することも検討しています。

■日本から仕入れている部品、日本に輸出している部品の輸送経路について教えてください。

広島港、神戸港～上海の船便を利用しています。急ぎの場合は航空便を利用する場合もあります。

■中国で事業を展開する上で、現在苦勞されている点について教えてください。

色々ありますが、設備投資の問題でしょうか。設備投資抑制のため、日本製ではなく中国製の設備の導入も検討する必要があります。日本から設備を輸入した場合、もともと高額な機械ですので多額の関税が発生します。また、日本製以外の設備を導入した場合、品質や操作の問題も考慮する必要があります。台湾から輸入した場合、関税は日本から輸入した場合よりも低く抑えることができますので、コスト、品質、操作性等を総合的に考慮して設備投資の計画を考えていく必要があります。

■賃金について。

毎年10%以上のペースで上昇しています。当社では一律に基本給を上げるのではなく、社員の能力に応じた昇級制を取り入れています。

■人事面において苦勞されている点は。

人事に関しては、中国人スタッフを担当にし、採用、賃金などについてもある程度一任しております。また、管理職レベルでの離職はほとんどありませんが、工員では平均で月に5%前後が離職しています。

■人材教育の取り組みについて教えてください。

毎年、日本工場へ研修員を派遣しています。以前は3年間でしたが、現在は1年間に短縮しました。今年、第1期生として5名が日本から戻ってきましたが、即戦力として活躍しています。

■尖閣諸島を巡っての日中間の緊張について。大規模な反日デモの直後は日本車の販売が減少しましたが当時の状況と現在の状況について教えてください。

昨年9月の反日デモ直後は、同年同月比で3割程度の売り上げの落ち込みがありました。現在は反日デモ以前の水準を上回っており、フル操業が続いており

ます。第7期（2013.1～2013.12）の売上高は前期の倍増を見込んでいます。

■今後の中国の自動車市場について。

年々、着実に拡大していくことは間違いありません。生産を開始した2008年の秋に金融危機が発生し当初は厳しい状況に直面しましたが、中国市場の自動車市場の拡大に伴って、中国工場の売り上げも大きく伸びています。現在、同じ開発区内に新工場を建設する計画を進めています。規模は現工場の4倍、現工場はレンタル工場ですが、新工場は全て自前で建設する予定です。広島の本社工場では、24時間365日無人化工場を実現すべく、ロボット開発、検査やメンテナンスの自動化などにも取り組んでいますが、新設する工場でもロボットを導入し、製造ラインの自動化も進めていく計画です。

■中国以外で注目されている市場についてお考えをお聞かせください。

アジアは成長市場と考えています。当社では現在、中国に加えてインド、タイにも生産拠点を設けてサプライチェーンを構築する準備を進めています。インドには既に現地法人を設立しており、2015年の生産に向けて準備を進めています。また、自動車産業の集積が進んでいるタイですが、切削加工が大半ですので、当社の冷間鍛造技術をもとにタイでも生産拠点、サプライチェーンを構築していきたいと考えています。

■中国へこれから進出しようと思う企業にメッセージ、アドバイスがあればご教示願います。

2007年の中国工場立ち上げ時から中国事業に携わり続け、今年の3月から中国工場のトップとして赴任し、調達先企業の見直しから人事の刷新等、大きな改革を進めてきました。その中で感じたことは、中国に限ったことではありませんが、社員に敬意を払うこと、コミュニケーションをしっかりと取ることの必要性です。中国に進出された日本企業の方からは、中国人社員の生産性の低さを指摘されますが、日本人だから、日本人ならという先入観はないでしょうか。トップが社員に対して目的を明確化した上で手段を教え、モチベーションをしっかりと維持してあげれば、しっかりとした成果を挙げてくれます。

■本日はお忙しい中、どうもありがとうございました。

(取材日：2013年11月26日)

シグマ株式会社 <http://www.sigma-k.co.jp/>



希格瑪精密機械
(江蘇)有限公司
中国工場

【鳥取県文化観光局交流推進課 安達(吉林省留学中)】

最新上海 ～現地レポート～ 70

2013年中国流行語トップ10

明けましておめでとうございます。

年末恒例の流行語大賞。日本では、テレビドラマやCMの決め台詞、2020年東京オリンピック開催決定によって4つもの流行語大賞が生まれた。中国でも有名中国語学雑誌『咬文嚼字』が2013年の10流行語を発表している。流行語はその年の経済や風潮を象徴するもので興味深い。今回は、中国の2013年流行語をランキング順にご紹介する。

■中国流行語トップ10

1	中国夢	習近平政権が唱える中華民族の復興と繁栄を唱えた政治スローガン。2020年までにGDPと所得を2010年比で倍増し、国力と国民の生活レベルの向上を強調した政策によって、多くの中国人を惹きつけた。中国における習近平政権への支持率と期待の高さが伺える。
2	光盘	「光盘」は直訳すると、皿を空っぽにするという意。ある北京の民間公益組織が始めた「光盘（食べ残し禁止）運動」から生まれた流行語。この運動は、CCTV（中国中央電視台）の看板ニュース番組で取り上げられたことで、一躍全国的に広まった。中国では「食べ残す＝満腹」とみなされ、宴席では食べ残すことが礼儀とされているが、この運動により、有名人や飲食関係業界の中国版ツイッターの微博（ウェイボー）で、きれいに食べつくしたお皿や食べ残した料理を持ち帰る写真がアップされるなどの社会現象を巻き起こした。
3	倒逼	「逆から迫る」という意。元々、中国経済用語で、国有企業や地方政府による金融機関への融資要求圧力によって、ひいては人民銀行の資金供給が拡大するという中国の貨幣供給システムの現象を表すことが多い。一般的には、外部からの何らかの圧力によって変革が起こる現象を意味し、正攻法にこだわらず、逆の発想や外堀から攻める必要もあると意が込められている。中国社会の改革の激しさを表す言葉だ。
4	逆袭	元々、中国語に逆袭という言葉はなく、日本からの外来語。日本語では、恨みや仕返しといったマイナスイメージで捉えられることもあるが、中国では、「形勢逆転」や「不屈の精神」を表すエネルギーで前向きな言葉として使用されている。
5	微〇〇	「ミニ〇〇」という意味で使用され、「微電影（ショートムービー）」、「微新聞（ミニニュース）」、「微博（ツイッター）」、「微信（携帯版ツイッター）」など「微」の付く名称が次々と登場している。
6	大V	ツイッターで50万人以上のフォロワーを獲得したアカウントを指す。ネットやSNSサイトでの情報発信や影響力の大きさが増している。
7	女漢字	中国語で「漢字」には文字と言う意のほか、「男らしい男」という意もある。男らしい女性という意味の流行語。女性の社会進出と晩婚化が進み、女性の男性化を揶揄する言葉が増えている。類似した流行語として、結婚に行き遅れた女性を揶揄する「剩女（直訳：余った女性）」という言葉もある。
8	土豪	成金の意。本来は悪徳地主を表し、不動産価格の高騰により成り上がった人を指す。経済的には豊かだが、文化素養が低く、品位にかけている様子を蔑視する意が込められている。現代の中国における急激な経済成長とそれに伴わない中国人のマナー意識の欠如を反映した言葉だったが、昨年9月にアップル社から発売された金色カバーのiPhone「土豪ゴールド」が発売されたことで、頻発ワードとなった。
9	奇葩	元々、「非常に珍しい美しい花」を意味し、文学作品でも使用されている言葉だが、ネット上では、奇妙で風変わりな人や事柄を指す。また愛着を込めた「お馬鹿な人」という意もある。
10	点赞	中国版ツイッターの微博や微信で、フォロワーが「いいね！」をクリックすること。スマートフォンの普及とともに、SNSサイトの利用者数が増え、通信手段としてだけでなく、情報発信や情報収集、幅広い社交のツールとして利用者数を急増させた。

《次頁に続く…》

■惜しくも落選した注目ワード「中国のおばさん」

以上トップ10には惜しくも入選しなかったが、注目度の高かった流行語に「大媽（おばさん）」が挙げられている。昨年4月の国際金相場暴落を受けて、大量の中国人顧客が金の購入に殺到した際、顧客の多くが「中国のおばさん」達による金のアクセサリ製品の購入だったためこのように名づけられた。わずか10日間のうちに300トン（約1兆5700億円相当）が買い占められ、金相場の価格上昇にも影響を及ぼしたことで、『ウォールストリートジャーナル』では、大媽の読み方である「dama」として紹介された。金の次は、韓国・済州島の不動産に狙いを定めている、などと世界経済に影響を及ぼすファクターとして注目を集めた。

■流行語で振り返る2013年

2013年の流行語には、習近平政権が目指す経済大国への道、改革や逆転への希望、世界経済にも影響を及ぼす中国人の消費力、など前向きな言葉がずらりと並んでいる。GDP成長率の減少によって、中国経済も以前に比べて不景気になったと懸念されがちだが、中国人による将来への期待度は依然として強いと言えるだろう。

また、ネットから火がついた流行語やネット用語が多いことから、いかにネット上での情報発信やPRの効果が大きいかわかる。

【チャイナワーク 孫 光】

ロシアレポート 7 ロシア人の年末年始の過ごし方

ウラジオストクは普段でも人々の生活のペースが非常に早い町と言われているが、12月になるとこのペースはもっと早くなる。住民はあわただしく外出し、町全体の道路が毎日渋滞している。このような状況はウラジオストクを訪れる旅行者は驚かれるかもしれないが、住民にとっては12月のこの状況はごく一般的なものである。

多くのロシア人はロシア正教の習慣にしたがって年末の祭日を祝う。お正月は1月1日、クリスマスは1月7日、ロシア古暦のお正月は1月14日である。これらの祭日に合わせ毎年まとまった休みを取得する。中には休暇が終わって帰国してもすぐに仕事に注力することができない人（ロシア人の性格でしょうか？）もいるようで、休暇までに全ての用事を終わらせようとするため、余計あわただしくなる。

新年の過ごし方であるが、ロシアの冬の気候は厳しく寒いので、この時期に多くのロシア人は暖かい国に旅行へ行く。モスクワなど西部のロシア人はトルコ、エジプト等を選ぶが、ウラジオストクなどの人々の大半は、タイに向かう。タイはロシア人がビザ無しで旅行できる数少ない国の一つである（タイは30日間までの滞在であればビザが不要）。年末はタイまでのチャーター便も増え、より便利に安く行くことが出来る。

仕事を終わらせる以外に、皆で祝う準備も必要である。多くの国と同じようにロシアにもお正月プレゼントの習慣がある。友達や親類だけではなく、同僚やビジネス相手等にもプレゼントをする。お菓子、お酒、果物、洋服、香水など様々な物を贈る。それ以外にも忘年会の準備や、お正月の夕食会の準備もしなければならない。お正月の



写真左：外国産の果物の棚
（スーパー「ギーバ」）
写真右：市内スーパーの外国の
商品の棚（スーパー「5+」）

《次頁に続く…》

プレゼントや料理、衣装に対してロシア人は出費を惜しまない。そのため、年末には外国からの様々な輸入品がスーパーに並ぶ。ロシアの冬の気候は果物や野菜の栽培に合わないため、特に農産物が多く輸入される。

日本から輸入される果物や野菜は高価だが、韓国、エクアドル、モロッコ、ハンガリー、アメリカ、ウズベキスタン等から比較的価格の安いものが輸入されている。「今、人気がある農産物は韓国産のもの。中国産より質が良く、日本産より値段が安いので多くのお客さんが購入している。」とウラジオストクの大型スーパー「V-LAZER・ギーパ」の店員は言う。例えば、韓国産の新高梨の単価（1キロ）は200ルーブル（約600円）だが、日本からの愛宕梨の単価（1キロ）は459ルーブル（約1377円）もする。また、韓国産の柿の単価（1キロ）は200ルーブル（約600円）だが、日本からの富有柿の単価（1キロ）は433ルーブル（約1299円）だ。同様に、韓国の富士リンゴの単価（1キロ）は334ルーブル（約1002円）だが、日本の富士リンゴの単価（1キロ）は565ルー

ブル（約1695円）だ。

ロシアには、「新年の迎え方によって、その年が決まる」という古くからの言い伝えがあり、多くのロシア人がこの考えに従って新年を迎える。年が明けると一番お洒落な洋服を着て、親類や友達に一番素晴らしいプレゼントを贈り、一番豪華で美味しい料理を作り、みんなでお祝いするのが恒例となっている。

日本の皆様も、機会があれば新年をウラジオストクで迎えてみてはいかがでしょうか？



ウラジオストク市内の渋滞

☆各国から輸入される農産品

国名	商品
アメリカ	りんご、梨、グレープフルーツ、ぶどう、ざくろ、ポテト
エクアドル	バナナ
モロッコ	オレンジ
中国	りんご、梨、みかん、イチゴ、グレープフルーツ、オレンジ、ぶどう、きゅうり、キャベツ、にんじん、ポテト、パプリカ、トマト、たまねぎ、茄子、メロン、ズッキーニ、にんにく、キンカン、きのこ、ブロッコリー、レモン、たまねぎ
スペイン	イチゴ、柿、白ねぎ、梅、トマト
イスラエル	デーツ（ナツメヤシの実）、マッシュルーム、グレープフルーツ、アボカド、スイカ
日本（鳥取県、岡山県、広島県、熊本県、北海道、島根県）	キャベツ、にんじん、ブロッコリー、白ねぎ、長芋、トマト、みかん、梨、りんご、ぶどう、レモン、みかん、白菜、さつまいも、スイカ、メロン、たまねぎ、米、ラッキョ
オランダ	レズベリー、ラディッシュ、ポテト、フサスグリ（赤スグリ）、ブルーベリー、ミニトマト
メキシコ	ブラックベリー、ブルーベリー、フサスグリ（赤スグリ）
オーストラリア	あんず
イタリア	コールラビ（キャベツ類）
タイ	マンゴー
アフリカ（ケニア、南アフリカ共和国）	アボカド、ココナッツ、オレンジ
コロンビア	ホオズキベリー
フランス	トマト
ハンガリー	りんご
韓国	りんご、梨、柿、イチゴ、スイカ
ウズベキスタン	ぶどう
エジプト	イチゴ
ニュージーランド	キウイ
フィリピン	パイナップル
トルコ	レモン
ブラジル	メロン

現地発！台湾月刊レポート 79

2013年台湾概況

明けましておめでとうございます。本年も台湾からホットな話題を届けたいと思います。よろしくお願ひします。今回は、2013年の台湾を総括してみたいと思います。

■2013年、選ばれた漢字は「假」

2013年の台湾世相を表す漢字が決定した。「假」である。假屋崎省吾さんの「假」。日本語新字体では「仮」となる。日本語で「仮」の意味は「本物・本式ではなく一時的な間に合わせ。一時的な見せかけ」であるが、台湾では、もう少し意味が重く「嘘つき」に近い。

2013年は、食品偽装に揺れた一年であった。工業用原料による偽デンプン問題、オリーブ油に他の安いオイルを混ぜた表示偽装問題、有名パン屋で無香料を売りにしていたが実は化学物質香料を添加していることが判明したり、日本からの輸入米に台湾米を混ぜあわせて日本米として偽装販売をしたり。食の安全が疑われる一年であった。ちなみに二位以下の漢字は、次の通り。黒、毒、亂、慌、悶、混、真、醒、安、食。食に対する台湾民衆の気持ちが伝わってくると思う。

2014年になり、馬英九総統の新年演説が行われた。今年の重点目標を「皆が協力する経済」とした。「今年は、台湾経済突破の年、各国と交流する年とする」と述べた。台湾・中国の市場開放を進めるとともに、TPP並びにRCEP交渉へ積極関与を行う予定がある。そのためには、野党の協力が欠かせず、共同で貿易の自由化を推進していくことが台湾の競争力を増すことだ、と訴えた。

■他国間の動き

さて、2013年の日台間のビジネス交流の動きを見てみたい。一昨年ラーメン店ラッシュに引き続き、昨年は、うどん、そばと麺類の出店が目立った。また、小規模レストランが増えたことが印象的であった。年末には、新たに新光三越の中に博多串焼の店「八兵衛」、六本木鍋屋「黒毛屋」が開店し、焼き物系・肉系の店の開店ラッシュ年となった。また、カフェ等の開店も目立った。主に小規模資本で、飲食サービス系の開店が目立った年であった。

台湾への進出・交流は、日本だけではない。12月31日に台湾交通部観光局は、台湾を訪問した旅客数が、800万人に達する見込みであると発表した。前年比では、9.4%の伸び率。770万人が目標値であったので、大きく上回ったことになる。第一位は中国。そして日本、香港、マカオの順。日本からの旅客数は、円安の影響があるが、昨年と同じ140万人に達する見込み。大陸において日本人ビジネスの厳しい締め付けがあり、台湾にやってくる日本人の姿も目についた。また、震災後の次の地震不安、放射能問題とBCP（事業継続計画）を考え計画的に台湾に来るケースも有った。

余談だが、香港から台湾への移住も増えている。中国経済に不安を持った香港の中産階級層が、台湾へやってくる。台湾と香港の親和性は高く、台湾の民主主義、そして食文化の相似、香港の異常とも思える不動産等物価の高騰ぶりから比べると台湾の物価水準はまだ低く、ツンとすました香港人に比べ人情味があふれているところが人気とのこと。中国との関係不安は、日本だけではなく香港にまで溢れだしたようだ。ちなみに香港ニュースによると、9月に台湾へ移民した数は通常月の6倍に達した。「Evacuation Taiwan (台湾疎開)」が合言葉になっているという。最近の台湾は、自由安全地帯となっている事を感じる。金融面を見ると、台湾ドルは、強含みの米ドルに対しても高値をつけている。人民ドルの値上がりを見越した投資家が、台湾ドルに対してもシンパシーを感じているとのこと。以前には無かった動きである。台中経済が同一視されつつあるということであろう。

その一方、日本円は台湾ドルに対して最安値を更新し続けた。一昨年末から、15%もの下落。そして台湾の株式指数は鰻のぼり。一昨年末の7,700ポイントから、年末には8,500ポイントに値を上げてきた。不動産価格も然り。台北市の公定価格は昨年より13.2%上昇した。台湾の不動産価格最高値は「台北101ビル」で、1坪(3.3平米) 502万台湾ドル(1,800万円、1平米あたり550万円)。東京・銀座「鳩居堂」前が1平米あたり2,152万円であるから、日本の四分之一で有るとはいえ、いかに高いかお分かりだろう。ちなみに鳥取県の最高路線価は、鳥取市栄町の若桜街道通りで1平米あたり13万円である。人件費、物価が日本と相対的に安いとはいえ、台湾進出には、賃貸料等も考慮すべきである。

《次頁に続く…》

■日本企業にとって台湾市場とは？

さて、Financial Times (FT) の記事が、台湾進出を行う日本企業の状況を書いていたので要約してみたい。

「中国への架け橋として台湾進出をする日本企業」台湾当局の統計によると、2012年に台湾進出した日本企業は、600社にのぼる。前年比40%の増加。2013年は9月までに既に500社の投資があった。ほとんどの投資は、レストラン等のスモールビジネスである。これらの企業には、台湾が大変魅力的な市場と映っている。中国、韓国と違い、日本の植民地として好ましい関係にあった台湾。その後も電子機器ビジネス生産拠点として日本との関係は強化され続けてきた。一方、日本と中国は、反日感情から暴動まで発生し、中国ビジネスの大きな障害となっている。しかし台湾と中国は緊密な関係を保ち続けており、台湾は中国進出に対して日本の助けとなりうる。台湾人は、中国に住み、工場を作り、上海でのレストラン経営までうまくやっている。中国は、台湾の最大の貿易相手国となり、輸出の40%も占めているのである。日本企業は、中国人向けの舌に合わせた味をテストする市場として台湾を機能させようとしてきた。これは実際にうまくいっている。しかし、台湾が日本企業の万能薬市場であると考えことはあまり考えだ。台湾の経済成長率は、期待目標値よりも低く1.58%にとどまっている。日本より早く、そして高い成長をしているとは言えない。更

に台北は、大変に競争が激しい都市である。台湾に進出した日本の小企業は、凄く成功しているわけでもなく、凄くミジメなわけでもなく、そこそこのビジネスに留まっているのが現状である。最近はこのような台湾投資をやめて、消費量が増加しコストが安い東南アジアに進出する大企業が多い、とPwC（会計事務所）の担当者は語る。また、台北にカフェ&ブティックを起業した日本人は、日本市場より「多少マシ」と割り切り台湾起業を考えるべきであろう、と言う。台湾は、官僚的な面があるが、日本で狭い熾烈な競争を行うより、台湾でニッチ市場さえ見つけさえすれば、コストも低く、うまくいく、と語る。以上、FT紙を簡単に翻訳してみた。

日本の商売の再定義、再発見を第一に行うこと。次に、ニッチかどうか台湾にて市場調査を事前に現地で行うこと。これらを行えば、まだまだおもしろい台湾市場であると思う。今年も皆様のお手伝いをしていきたいと思えます。よろしくおねがいします。

《参考》

FT 'Japanese companies see Taiwan as bridge to China'
By Sarah Mishkin in Taipei
<http://ow.ly/shj8L>



台湾株式指数



台湾ドル日本円 為替レートは一方的な円安

【スナーク 富田 恭敏】

アンニョンハセヨ KOREAレポート 20

韓国百貨店はデザート戦争中、モンシュシュの大活躍。

韓国のデザート市場の成長傾向は驚くべきものである。既に飽和状態と言われるコーヒーとは違い、デザートだけで一つの市場が形成されている。特に、韓国百貨店がデザート熱風に積極的に加担しており、市場の成長傾向は更に加速している。韓国で成功したブランドの秘訣と留意点についてまとめた。

■デザート売り場を増やす百貨店

最近、韓国の百貨店が熱を上げている分野が一つある。それは、食品店のリニューアルである。リニューアルの中心にはデザートがある。

新世界百貨店によると、百貨店の全体デザート売上は2008年の466億ウォンから2012年に975億ウォンに、4年ぶりに約2倍増加した。取り扱うブランドは約100種にもなり、その種類もケーキからチュロス、タルト等、多様になった。

百貨店がおいしい店、それもデザートに熱を上げている理由は、連関購買率増加のためである。食品を購入しに行ったついでに化粧品や衣類等他の商品も買う比率は65%で、連関購買率が最も高いと分析されたためである。このため、韓国の百貨店は街頭店舗からロコミで広がったデザートを百貨店の食品館に導くことは勿論、全世界で人気のあるデザート探しに血眼になっている。

現代百貨店は2013年5月、貿易センター店の食品館をリニューアルし、「ベーカリー専門館」を作った。既存の食品館においてデザートブランドが占める割合は約10%程度であったが、リニューアルの後には約30店のデザートブランドが入店してデザートの割合が全体食品館の3分の1程度に大幅増加した。また、有名ブランド品で韓国富裕層のトレンドを主導しているギャラリア百貨店もリニューアルを通じてデザートブランドの面積を約25%拡張した。また、「ポップアップストア」を運営し、毎月新しい最新デザートを紹介するマーケティングを行っている。

■日本デザート・トレンドの中心に… モンシュシュ、大ヒット！

このような中で、大ヒットする製品が続々登場している。そのうちの 하나가、日本産ロールケーキ専門店の「モンシュシュ」である。

2003年、大阪に在日韓国人がオープンしたモンシュシュ製品の中でも最も売れているものは、日本の代表酪農地である北海道から直接空輸した生

クリームを沢山入れた「堂島ロール」。この製品は1人あたり2個までと販売制限する上、待ち札まで登場したが、それでも午後になると全て売り切れるくらい人気である。1ロール当たり1万8千ウォンという安くはない価格にもかかわらず、毎日のようにいわゆる江南おばさんが列を並んでおり、2013年8月にオープンした新世界百貨店の江南店だけで一日1千万ウォン以上の売上高を上げている。11月以後は販売量を増やして一日の売上が2千万ウォンに至り、韓国のマスコミでも数回紹介された。

この他、日本のデザートブランドの活躍も遅れを取っていない。長崎カステラ専門店の「文明堂」は爆発的な人気により、街頭店舗の開設も検討中であると言われている。逆に、街頭店舗から百貨店の売り場に進出した福岡の製菓店「コートドル」のような事例もある。

日本産デザートだけではない。スペインのバルセロナから始まった手作りキャンディーブランドの「パパブレ」が既に韓国百貨店に入ったことは勿論、日本のキャンディーショップである「榮太樓」も韓国市場に進出すると言われている。更に、百貨店の関係者が過去には見向きもしなかったフランスや香港等のデザートブランド店の最高経営者（CEO）も韓国を直接訪問して、進出の機会をうかがっているようである。

■人気の秘訣は差別性

海外から入ったデザートが全て成功するとは限らない。消費者の関心を引いた製品には差別性がある。問題は、消費者の関心はすぐになくなってしまふことだ。韓国百貨店に高級デザートの熱風



新世界百貨店のソウル江南店の地下1階に位置したモンシュシュ売店からロールケーキを買うために並んでいる人々。(資料=新世界百貨店)

を引き起こしたというドイツ伝統お菓子の‘シュネーバレン’の場合、ハンマーで割って食べるというエンターテインメント的な要素を備えてヒットした。しかし、約1年余りで人気絶頂となった後、売上が下落している。

また、韓国人が最近、日本産食品に敏感になっていることも障害となっている。モンシュシュは

北海道産のクリームを使用するが、生クリームの通関時に放射線精密検査を行うことは勿論、百貨店でも自主的に放射線測定を行って安全性の広報に力を入れている。韓国への進出を図っている企業がどのような点に留意して準備すべきであるか、このような前例を通じてヒントを得ることができるのではないかと考えられる。

【安進会計法人 キム・ミョンギョ】

「食品輸出商談会in山陰2014」のご案内 3月10日(月)米子で開催!

近年、世界的な日本食ブームや、食の安全に対する関心の高まりを背景に、海外のバイヤーから、高品質な日本産の農林水産物・食品へ熱い視線が注がれています。ジェトロでは鳥取県産業振興機構と共催し、日本産農林水産物・食品の海外への輸出促進に向けた活動の一環として、海外の主要バイヤーを招き、商談会を実施します。自社で海外の見本市に出展するのに比べ、はるかに安いコストで世界各国のバイヤーと商談を行える貴重な機会ですので、是非ご参加ください。

- ◆日時：2014年3月10日（月）10:00～17:30（予定）
- ◆場所：米子全日空ホテル（鳥取県米子市久米町53-2）
- ◆参加バイヤー情報：
 - シンガポール、中国、米国、ブラジル、ドイツ、ポーランド、ロシアの日本食関心企業8社
 - 1. 米国 SOGO TRADING INC.（輸入・卸売）
 - 2. 米国 H-E-B Grocery Company, LP（輸入・小売）
 - 3. ブラジル KITTOBRAS（輸入・小売）
 - 4. ドイツ AgroDirect（輸入・卸売）
 - 5. ポーランド De Care Group（輸入・卸売）
 - 6. ロシア UMay LLC（輸入・卸売）
 - 7. 中国 广州市川吉进出口有限公司上海分公司（輸入・卸売）
 - 8. シンガポール Imei (Exim) Pte Ltd（卸売・卸売）
- ◆参加費：無料
- ◆定員：30社程度
- ◆申込み条件、申込方法等については、ジェトロ鳥取・松江のウェブサイトをご覧ください。
- ◆申込締切：2014年1月17日（金）17:00
- ◆お問い合わせ：
 - ジェトロ鳥取 TEL：0857-52-4335 FAX：0857-52-4336 E-mail：ttr@jetro.go.jp
 - ジェトロ松江 TEL：0852-27-3121 FAX：0852-22-4196 E-mail：mat@jetro.go.jp

編集後記

あけましておめでとうございます。

2014年は、午年(うまどし)。馬にちなんだ諺はたくさんある。「馬が合う」「生き馬の目を抜く」「馬の耳に念仏」「竹馬の友」など、日常生活で耳にする諺も多い。

私自身は、「人間万事塞翁が馬」という諺をよく思い出す。この諺は、人生における幸せや不幸は予測しがたく、いつなるとき、幸せが不幸に、不幸が幸せに転じるか分からないという意味だ。つまり、ピンチはチャンス！である。不利な状況に陥っても、考え次第では良い方向に転換できるかもしれないと楽観的に考えたいと思うが、ちょっとしたことで喜んだり落ち込んだり、なかなか思うようにはならない。

しかし、「馬には乗ってみよ、人には添うてみよ」というように、何事もやってみないと本当のところは分からない。失敗を恐れず、今年もたくさんのごことにチャレンジしていきたいと思う。



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

住所 境港市竹内団地255-3

Tel 0859-30-3161

Fax 0859-30-3162

Email kaigai@toriton.or.jp

URL <http://www.tottori-kaigai.com/>

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。