発行：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

とっとり・グローバルウォッチ

第９４号　２０１４年９月１９日発行

目次：

現地発！台湾月刊レポート 87	1～2
アンニョンハセヨ KOREAレポート 28	3
最新的上海～現地レポート～ 78	4
ロシアレポート 15	5
東南アジアビューローレポート 9	6～7

現地発！台湾月刊レポート 87
日本への訪問する外国人の爆発的増加と鳥取県の状況

日本への台湾客数は、新記録を毎月塗り替えている。鳥取県の状況は、いかがであろうか。鳥取にはアニメという武器がある。これを活用し、インバウンド、しいては、アウトバウンドに結びつけることが必要だ。

■訪日外客数、過去最高を記録

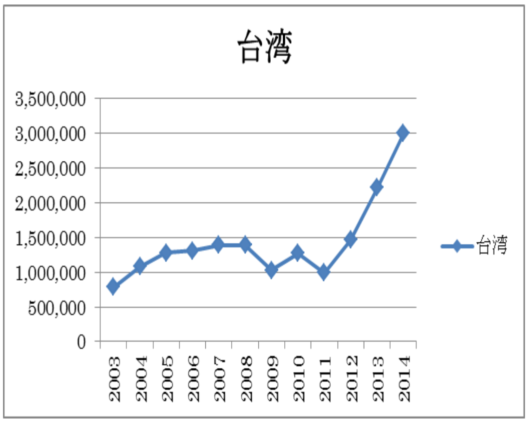
台北では2014年国際旅遊展がはじまり、大変なにぎわいである。台湾の入出国者数は、昨年比15%も伸びた。台湾から日本への旅客数も驚異的な伸びを示している。

現在の訪日外客数を見てみよう。
以下、日本政府観光局(JNTO)の月別推計値(2014年7月推計値)より抜粋。

「2014 年 7 月の訪日外客数は、前年同月比 26.6%増の 127 万人で、これまで 7 月として過去最高であった 2013 年（100 万 3 千人）を 26 万 7 千人上回った。また、2014 年 4月に記録した 123 万 1 千人を上回り、年間を通じた単月としての過去最高も記録した。2014 年 3 月から 5 カ月連続で月間の訪日外客数が 100 万人を超え、7 月までの累計で750 万人を突破した。夏の旅行シーズンに向けた訪日プロモーションが需要を喚起したほか、航空便の増便・チャーター便就航による航空座席供給量の増加、大型クルーズ船の寄港などが、好調な伸びに繋がった。（中略）
　台湾は、前年同月比 17.1%増の 279,300 人で、2013 年 2 月より 18 カ月連続で各月の過去最高を更新している。夏の旅行シーズンとなり、臨時増便やチャーター便就航により座席供給量が拡大している。8 月も引き続き訪日旅行のピークシーズンで、多くのツアーが催行される予定である。」

■県内における旅客傾向

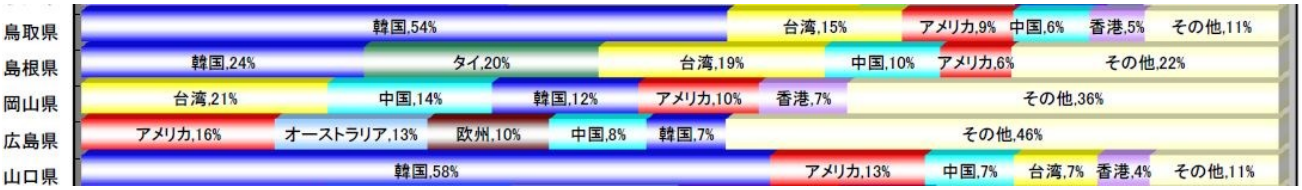
台湾から日本への旅客数グラフを作成した（グラフ１）。本年は、伸び率から見た予測数値であるが300万人に迫る勢いと見られる。



グラフ１：台湾から日本への旅客数の推移

過去には、リーマン・ショック、東日本大震災の影響がみられるが、ここ数年は、旅客数の驚異的な伸びを感じる。中国からの投資も重なり、不動産価格も上昇を続け、台湾人の景気マインドはとても良い。

では、鳥取県を見てみよう。
グラフ２は、観光庁の宿泊旅行統計調査（2014年1月～3月・暫定値）から抽出したもので、鳥取を含む周辺県の国籍別外国人延べ宿泊者数構成比である。鳥取

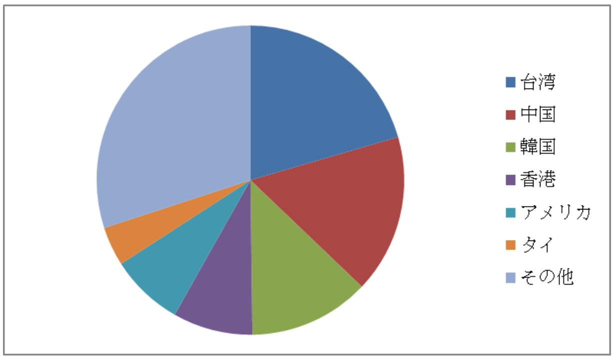


グラフ２：国籍別外国人延べ宿泊者数構成比（中国５県）

次頁へ続く…

県は、韓国直行便の関係で、韓国人(54%)観光客の割合が突出して高いことがわかる。第二位が台湾人(15%)。

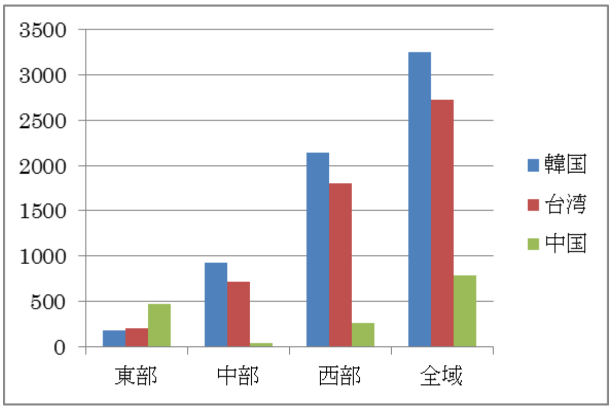
日本全国の国籍別外国人延べ宿泊者数構成比は次のとおりで、台湾(20.5%)、中国(16.6%)、韓国(12.7%)の順となっている（グラフ３）。日本全体から判断すると、鳥取県訪問観光客については、まだまだ台湾人及び中国人の伸びしろがあることがわかる。



グラフ3:　国籍別外国人延べ宿泊者数構成比（全国）

グラフ２より、島根県ではタイ人が第二位であるが、鳥取県には観光に来ていないことも興味深い。タイ、マレーシア等の東南アジアは、日本への観光ビザが免除になったことに伴い伸び数が著しい。

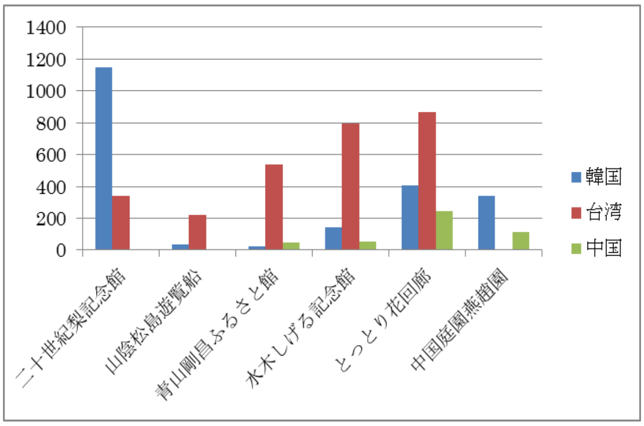
鳥取県内地域の外国人観光客を鳥取県ＨＰのデータを利用して抽出した（グラフ４）。



グラフ4：地域別観光客(鳥取県)

鳥取県では、本年度より外国人観光客数統計を取り始めたようで、４−６月期のデータのみとなる。グラフ４は、上位３カ国（韓国、中国、台湾）の観光客がどの地域に宿泊したかを示している。旅行会社のルートの取り方、エージェントの問題もあると思われるが、嗜好がはっきり別れていて面白い。

更に面白いのが各国別訪問場所（グラフ５）。台湾人のアニメ好きがはっきりと分かる。一方、中国庭園燕趙園については０人で、中国大陸からの観光客の多くが訪問しているのと対照的だ。



グラフ５：各国別訪問場所集計（鳥取県）

■インバウンド観光への期待

台湾セブンイレブンを創りあげたにもかかわらず報われなかった徐重仁氏が、セブンイレブンと商圏を対抗することになる全聯(ぜんれん)という大手スーパーマーケットの総裁に就任した。いままで低迷していた全聯スーパー経営をIBMと提携することにより、セブンイレブンで培った詳細なPOS（Point of Sales：販売時点）データ分析を行い、台湾にスーパー革命を起こすと復活宣言をした。

そこでは、ゲゲゲの鬼太郎をメインキャラクターに据えて、新たな店舗展開を開始した。下の漫画は、全聯Facebookのトップに飾られていたものである。

このように台湾で認知度の高いアニメを中心に、台湾人のインバウンド観光客を増やし、鳥取県の美食、風景、人情を実際に体験してもらうこと、また、旅行会社や各種スーパーに地道に売り込みことが、台湾での物産展を始め、アウトバウンド振興にも役立つことであろう。このように爆発的に増えている日本を訪問する台湾人を、鳥取へ誘客することが、必要なことであろう。

【スナーク　富田　恭敏】

アンニョンハセヨ KOREAレポート 28
増えるキダルト、大きくなるキダルト市場

最近になって急増しているキダルト消費者について調べ、企業のマーケティング活用事例及び注意点について調べる。

■童心を持つ大人たち『キダルト』

『キダルト(Kidult)』とは、子供を意味するキッド(Kid)と大人を意味するアダルト(Adult)の合成語として、大人になったにもかかわらず「子供のような感性と趣味を持つ大人」を意味する。1990年代半ばから浮上し始め、ハリー・ポッターシリーズを通じてキダルトは爆発的に増加し、最近にはレゴやガンダムプラスチックモデル、バービー人形等のおもちゃを収集するギダルトが増えている。

わずか数年前までは、「大人げない」と否定的に認識されていたが、最近になって「大人の日常に余裕と楽しみを与える」という面で、キダルト文化は非常に肯定的に評価されている。

このような文化は韓国だけで発展しているわけではない。現在、シンガポールと日本では、二十歳以上の成人を対象としたおもちゃの生産比率が、全体の20%を越えるほどであり、市場規模は日本は6兆ウォン、日本より更に発達したアメリカは12～13兆ウォンに至るという。また、フランスの場合、彼らを対象としたフェスティバルもあり、韓国でも8月に彼らを対象とした「ソウル・キダルト・フェア」を開催し、盛況を呈した。

ソウルCOEXで開催されたソウル・キダルト・フェアの現場

■キダルト・マーケティング

キダルトの一部を、消費欲求が最も高い20～30代が占めているため、企業側の関心も高く、韓国の市場規模も年5千億ウォンほどに成長した。当初はプラモデル、アニメーション・キャラクター製品等が主なキダルト商品であったが、最近には衣類や化粧品等グにも利用されている。

代表的な例として、SPA(speciality store retailer of private label apparel :製造小売業)ブランドである「LAP」は、2014年2月にロッテ百貨店の本店に「LAP+ミッキー」のポップアップストアをオープンした。そこでは、Tシャツ、バックパック、運動靴等のミッキーマウス・コラボレーション製品を販売している。また、「ユニクロ」もディズニーやスヌーピー等の人気アニメーション・キャラクターとのコラボレーション製品を2014年春の主力製品として発売した。また、化粧品ブランドである「エチュードハウス」は2013年10月にミニーマウス・キャラクターをデザインに適用した「XOXOミニー」コレクションを限定に発売し、一日で一部売店で品切となり、「アナスイ」はミニーマウスをテーマとした限定商品を発売し、販売2週間で一部製品が品切れとなった。

韓国でのキダルト文化とそれに伴う消費トレンドは、今後一定期間持続されると予想される。

■キダルト・マーケティングに関する留意点

企業が、キダルト・マーケティングをする際に、留意すべき点がある。第一に、キダルト文化の本質を理解すべきである。企業は単純に、独特なアイデア製品を開発すれば、成功できると判断しがちだ。しかし、キダルト消費者のニーズの本質をみてみると、むしろ幼い時の楽しかった記憶や思い出が根底にあり、それを刺激することが効果的であることが分かる。第二に、情報収集に力を入れ、ウェブサイトやコミュニティーを通じ、トレンドとニーズを積極的に理解する必要がある。

以上を留意し、新事業創出の機会を模索する必要があるだろう。

【安進会計法人 キム・ミョンギュ】

最新的上海　～現地レポート～　78
注目したい輸入品販売の制作とニューストピック

■上海自由貿易試験区に進出したアマゾンが狙う「海淘市場」

先月、米国のインターネット通販大手アマゾンが上海自由貿易試験区（以下、上海FTZという。）に拠点を新設し、輸入品販売を強化することで中国でのシェア拡大に動き出したと発表された。いわゆる「海淘※」市場を狙っての進出だ。

アマゾンは、２００４年に中国進出しており、中国での知名度は高いものの、中国電子商務研究センターが発表した「２０１３年中国電子商務市場データ観測報告」によると、現在の業界シェアは2.7%で第５位と低迷している。中国では、アリババグループ傘下「天猫商城（Tmall.com）」が50.1%という圧倒的シェアを掌握し、２位は「京東(JD.com)」で22.4%、３位は蘇寧電器が運営する「蘇寧易購（Suning.com）」で4.9%という結果だ。

シェアが低迷している理由としては、これまでは中国国内の商品を中心に取り扱っており、アリババグループや京東などとの差別化がなく、外資としての強みを発揮していなかった上、コストパフォーマンスや公告の面で競争力が無かったためだ。

今後は、米国や日本などの海外からの輸入品販売を強化拡大していくことで、シェア拡大に期待しているところだろう。

※本誌第93号（2014年8月8日発行）参照

■税関が違法輸入品を取締強化、海淘市場にも影響

先月、国家税関総局から『クロスボーダー貿易電子商務出入境貨物、物品に関する監督管理事項の公告』（総書公告［２０１４］５６号）が公布され、電子商務取引企業（以下、ＥＣ企業という。）は毎月定期的に、前月決済した貨物数・売上金額・件数などを税関に申告しなければならなくなった。

海淘市場の拡大とともに、大手ＥＣ企業が運営する海淘サイトなどが増えているが、もともとは留学生など海外に暮らす中国人が、タオバオなどのＣ２Ｃサイトにネットショップを開き、代理購入した商品を国際郵便で中国国内の消費者に送るという法律上のグレーゾーンである個人対個人の間の取引から生まれた市場である。このように個人輸入された商品に対して課税漏れを問題視していた税関が、このたびＥＣ企業を監督管理下に置くことを発表した。

今後の海淘市場は、とりわけ個人の代理購入及び個人輸入は、大きな打撃を受けることは間違いない。

■買い物客が長蛇の列をなす「輸入商品直売センター」

昨年末、外高橋保税区内にオープンした「外高橋輸入商品直売センター」。上海市内郊外にあり、オープン以来半年間、目立った様子がなかったが、今年８月になって、中国版ツイッター「Ｗｅｃｈａｔ（中国名：微信）」において発信した宣伝広告から人気の火が付き、最近、ニュースでその盛況振りがよく取り上げられている。その人気ぶりといえば、朝１０時開店にもかかわらず、６時には行列ができ始め、８時半には駐車場が満車状態、もちろんレジでの会計では数十分間並ぶ必要があり、夕方５時半の閉店まで絶え間なく買い物客が出入りしているというほど。

これほどの人気となった理由は、まず、中間流通マージンを削減し直販することで、市内のスーパーに比べ平均して２割程度安く販売されていること。ちなみに、免税ではない。勘違いされがちだが、上海ＦＴＺで販売されたとしても、販売された時点で課税対象となる。他の理由としては、全ての商品が輸入品でありニセモノの心配がないこと。しかもここで販売されている商品のほとんどが食品であり、鮮度が重要視される果物や水産品が安く購入できることも挙げられる。ちなみに、中国では事実上、ハンドキャリーや密輸など様々なルートから安価な商品が溢れており、こういった商品との価格面での競争は厳しいところだが、食品とりわけ生鮮食品については、価格だけでなく鮮度や信頼性が求められるため、ここでは商品を手にとって確認してから購入できることも人気の理由だろう。

予定では、今月及び年末に、上海市内に同様の輸入商品直売センターをオープンするとのことだ。

コスト高になってしまった中国において、引き続き外資を引きつけておくための目玉政策である上海ＦＴＺで、外資企業や海外商品が参入するチャンスが生まれている。

【チャイナワーク　孫　光】

ロシアレポート　15
ロシアビジネスをスタートするにあたって

ロシアでのビジネスは難しい。外国投資家も現地ロシア側も双方同じだけのリスクを負う。成功すれば大きいな利益が得られるが、失敗した時の損失も大きい。特にロシア極東はリスクの高い市場である。そのような中でも、多くの企業がビジネスをスタートさせている。現在、ウラジオストク市には、「Direct Japan」という加湿器や空気清浄機を製造する会社の駐在員事務所、チョコレートの「Royce」、「Shinzi Katoh Design」の土産店、貿易会社である「センコン（ロシア）有限責任会社」、「株式会社エルアイビー」や「東海運株式会社」などがある。

今回は、今年新たにウラジオストク市に進出した日本企業を２社紹介する。

■北海道銀行　ウラジオストク事務所

北海道銀行ウラジオストク駐在員事務所の天間幸生所長にお話しを伺った。

北海道銀行は２００９年３月２４日、サハリンに駐在員事務所を開設し、ロシアへ進出。その経験を活かし、２０１４年３月１８日、ウラジオストクにロシアでは２店舗目を開設し、進出希望企業のサポートや海外の経済・投資状況の情報収集をおこなっている。ロシア側のパートナーは、極東の「スベルバンク(ロシア貯蓄銀行)」、「VTB ２４」、「VTB」などの銀行だ。

北海道の企業は、開拓者精神が強い。通常は、日本の商品を外国で販売したいと考えるが、道内企業は、自分たちがその地に飛び込み何かを生み出そうと考える。そういった案件を提案できることを強みに、北海道にとって一番近い国であるロシアへの進出を支援している。

ロシアでのビジネスの難しさは、法律や通関にあり、日本の商品をロシアへ輸出した場合、輸送費・関税などで多くの商品が３～４倍の価格になってしまう。加えて、言葉の違い、文化や生活面における情報不足も挙げられる。

ビジネススタイルにおいても、日本とは異なる点が多い。例えば、ロシアでは、担当者によって解釈が異なることが多く、同じ商品でも提出書類が異なるのは日常茶飯事である。また、社長が全権限を持ち、社長の意思のみで会社の方針が決定されることも多い。このような情報提供も含め、ロシア進出の手助けを今後とも行なっていきたいとのとこであった。

■Home Tech Logos Rus

次に「Home Tech Logos Rus」（以下、HTLRという。）を紹介する。池田英希社長にお話を伺った。

同社は、日本住宅建材を使って内装工事を施工する会社で、設立は２０１４年６月２６日、現地ショールームを８月２６日にオープンした。

ロシアでは内装工事をしていない状態で、部屋を販売するのが一般的だ。内装工事をする場合、床・壁・水周りと全て別々に業者を見つけ、依頼しなければならない。HTLRでは、それら全てを１社で請負い、施工するというビジネススタイルを取り入れている。また、ショールームもロシアでは珍しく、実際に見て触って体感できることで、完成のイメージを持ってもらえるとのこと。

また他業種にも言えると思うが、今の極東は２０年前の日本の生活環境にあり、最新の日本技術をそのまま持ってくれば十分ビジネスになるのではないかということである。

ロシアでは法律が頻繁に変わり、ビジネス上の難しさはあるが、日本スタイルの快適環境を極東ロシアから発信し、ハバロフスクやイルクーツクにも事務所を増やして、５年以内にモスクワまで進出したいと意気込みを語ってくれた。

■終わりに

世界銀行の「Doing business」というプロジェクトでは、各国のビジネス環境のランキングを発表している。それにおけるロシアの順位は、２０１４年９２位で、昨年の１１１位より上がっている。

２０１３年、「ロシア企業・営業者の連合」が、外国出資企業を対象に行ったアンケート結果は次のとおり。

ビジネス状態に対しては：
- ４４％　よくなってきた
- ４８％　変わりない
- ８％　悪くなってきた

ビジネス上、障害と感じることは：
- ４９％　連邦関税局
- ４１％　ライセンスの組織

ビジネス状況が良くなってきたという意見も多い中、まだまだ税金やライセンスについての不満も多いようだ。

【鳥取県ウラジオストクビジネスサポートセンター
シリンセワ･クセーニヤ】

東南アジアビューロー　レポート　９
意外な人気？真面目な軍事政権

５月２２日のクーデターから約３ヶ月。タイの軍事政権、通称コーソーチョー（国家平和秩序維持評議会：National Council for Peace and Order(NCPO)）陸軍総司令官プラユット議長による、国の見直しが行われている。軍政は、新憲法などを約１年かけて制定した上で民政移行の総選挙を実施する方針で、立法議会は８月２１日、プラユット議長を暫定首相に選出した。連日ローカルメディアでは、軍部、警察などの汚職問題を改善し、国民の幸福を取り戻すために様々な政策を発表している。その取り組みを身近な面でまとめてみた。

プラッユット陸軍司令官首相就任式

■観光の促進

状況の正常化を国際社会に示すため、国内観光客、外国人観光客をさらに増やし、小売業や観光業の促進に力を注いでいる。具体的には、外国人が安全に国内を旅行できる観光プロモーションや、外国人向けに与えられるショッピング特典、タイブランド製品の競争力の強化のためファッション製品の材料の輸入税の減税、など。

■空港タクシーの利便性の向上

外国人はもちろん、タイ人の目から見てもそのサービスの質の低さや安全性に不満が多いタクシー。

空港のタクシー利権の摘発や、運転手の教育、管理などに乗り出した。今までは到着階１階の専用タクシー乗り場から通常の運賃に５０バーツ上乗せした料金での乗車を義務付けられていた。待たされることも多く評判は悪かった。しかし、原則禁止ではあるが、客を乗せて出発ロビーに到着したタクシーに限り、空港からの客が乗り込むことを容認している。

■バイクタクシーの料金表記の義務付け

日本人にとってあまり耳慣れないバイクタクシーだが、タイ人にとっては欠かすことのできない身近な交通手段である。

今まで運賃が交渉制で不透明だったことにより、トラブルが絶えないバイクタクシーだったが、ライセンスの転売、無免許運転などによる不正、利権に群がるマフィアを徹底的に取り締まり、オレンジ色等のベストの着用を義務付けるなど、秩序の改善に取り組んでいる。明確な値段表記の看板の義務付けは、面倒な運賃交渉がなくなり利用者としてはありがたい。外国人出張者には縁の薄いことだが、身近な改善として実感できる者も多いだろう。

バイクタクシー乗り場に掲示された価格表

次頁へ続く…

■外国人の入国取り締まり強化

日本、米国等の一部の国籍者に対して、目的が観光である場合に限りビザ無しで３０日の滞在が許可され、申請すると更に３０日の延長が可能となった。一方でタイ国入国管理局は、ビザ免除措置を使い、出入国を繰り返す長期滞在者の増加を指摘し、その取り締まりを強化している。

タイにいる長期滞在者のなかでも「外こもり」と呼ばれるリピーター外国人を締め出す対策を打ち出している。「外こもり」とは、日本などでアルバイトなど短期間集中的に稼いだ金を持って、物価の安い国に行き、長期滞在して生活することをいう。

タイには陸路で国境を接する国が多くあり、以前は国境まで行って陸路で国境を超え、その日のうちにタイ国内に戻ると、再び一定期間の滞在許可を得ることができた。これをビザランと言うが、これも８月１２日を境に厳しく取り締まっているので、タイ入国の際は、短期旅行者を除けば入国審査時に目的に合ったビザ取得をしなくてはならない。

■道路横断の取り締まり強化

日本では見かけることが少ないが、タイでは一般道路を当たり前のように横切る歩行者をよく見かける。渋滞や事故の原因になるため、９月１日より横断歩道を利用せずに道路を渡る市民の取り締まりを強化した。

特に違反が多く見られるアソーク地区を重点的に、歩行者が横断歩道を利用せずに道路を渡った場合は、２００バーツの罰金、車が横断歩道で減速しない場合は５００バーツの罰金を課せられるようだ。

■空港への持ち込み物の輸入税徴収

タイでは、国外で安く購入した高級ブランド品や化粧品を、税金を払わず国内に持ち込んで転売するケースが多く、その商店もよく目にする。

今回、タイの空港に持ち込まれる高級ブランド品や高級食材に対して、輸入税の徴収を厳格化することを発表。国内に持ち込まれる物の合計額が１万バーツ（約30,000円）を超える場合は、必ず自己申告しなくてはならない。違反が見つかった場合、商品の没収及び罰金を科せられる。これらは一般乗客のみなでなく、航空会社のスタッフも適応されるとのこと。関税当局では、国際空港などでの荷物検査の機器の増加、係員のチェック態勢を強化しているので注意が必要だ。

「タイ国民の約９割が、軍事政権後国内が安定したと回答」とのデータがあり、国民は現在の軍の統治に満足し、平和が戻ってきたと感じているようだ。また、軍による様々な政策も決断と実行が早く、あらゆる方面からも高く評価されているようだ。今まで曖昧だったルールが厳しく規制され、それらが守られるようになると、今までとはかなり変わるかもしれない。

タイの軍事政権に対する他の国々の意見は賛否両論だが、暫定首相もやっと決まり、これからタイ国内の生活面及び経済面の向上、また、タイ国民のみならずタイに進出している外国企業関係者にとっても、良い変化が実感できるようになることを期待する。

【鳥取県東南アジアビューロー　川南】

本誌は、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。

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/