

とっとい・グローバルウォッチ

第92号 2014年7月9日発行

現地発！ 台湾月刊レポート 85 2014年Food台北概況と北海道物産展

2014年のFood台北が閉幕した。入場者数は過去最高を記録。台湾では、食の安全性に疑いが出た昨今の状況をうけて、安全安心を主題にした展示が多かった。一方、日本は、女性市場をターゲットにした展開。また、これとは別に民間主導で頑張っている北海道物産展の模様をお知らせする。

■Food台北について

6月25日から始まったFood台北が閉幕した。主催のTaitra（台湾貿易センター）によると、併設展覧会を含め入場者数は6万5千人、昨年比7,400人増え、13.4%増加の新記録を達成した。出展社数は、1,592社。出展ブース数は、3,947ブース。参加国は、アメリカ、日本、フィリピン、中国、韓国等々。総成約金額は、4,000万米ドルにものぼり、台湾の元気の良さを印象づけるものとなった。

目立った内容としては、16億人市場とも言われるイスラム・ハラル食品認証の強化で、参加社数は昨年の73社から288社に増加したこと。8.3億米ドルの商機と見られている。また台湾では、食品安全性が問われる事件が多発したため、GMP（Good Manufacturing Practice：適正製造基準）専門ブースが設置され、安全・安心をうたったスローガンも目立った。

各国の様子を見てみると、台湾は「地産地消」、タイは「米、果物、野菜、香料」。そして日本館のテーマは「女性偏

好的日本製食品」、訳すと「女性が好きな日本製食品」というスローガン。大使館にあたる交流協会とJETROによる共同出展は、90ブースであった。

台湾でも女性の「美」と「健康」を追求した市場は、大きな広がりを見せている。テレビでは、これでもかとCMを流しており、タイムリーで良いテーマだと感じた。

出展商品は、現在、台湾で流行している梅酒、調味料、お菓子、サラダ、コラーゲン、食物繊維を含むごぼう茶などで、台湾女性が好む食品展示であった。

■北海道物産展について

台北阪急百貨店で、民間業者主体の物産展「とっておき北海道 in 台北」が開かれた。



次頁へ続く...

目次：

現地発！ 台湾月刊レポート 85	1～2
最新の上海 ～現地レポート～ 76	3～4
ロシアレポート 13	5
アンニョンハセヨ KOREAレポート 26	6
東南アジアビューロー レポート 7	7～8
募集案内	9

主催は、北海道旭川空港で免税店売店を開いているリラ・コーポレーションの佐藤社長。開会の挨拶で「台北 - 旭川間では、週五便の直行便が飛んでいる。この物産展をきっかけに、ぜひ旭川に来てほしい」と語った。

今回の目玉商品は生鮮野菜で、アスパラガス、ブロッコリー、人参、大根、春菊、長芋、メロン、スイカ等を販売した。しかし、それらは開催前日に会場に届かず、陳列は開催当日の朝にずれ込んでしまった。事前に想定していた以上に、検疫・税関で時間がかかってしまったとのこと。



今回、この物流支援を行ったのが「梅光軒」ラーメンの井上社長と台湾側運営窓口である台中で高級スーパーマーケットを経営している倉田氏。倉田氏は、以前、私がリポートを書いた寿スピリッツ株式会社のグループ会社である株式会社ケイシイシイ（小樽洋菓子舗ルタオ LeTAO）が台北に展開した「カフェ粉雪」の物流支援を行っている。北海道からの物流に慣れているとはいえ、生鮮食品物流には手こずったようだ。事前準備では、かなり入念に書類整備等を行ったようだが、想定以上の検疫がかかったようである。台湾の検疫は厳しく、虫一匹がいても全量廃棄、残留農薬が見つかったも廃棄、更には放射能検査も行われている。今回、最終的には問題がなく、なんとか間に合ったとのこと。実際にやってみないと経験値が高くないことを証明した形となった。

農産物は、日本現地価格の4倍ほど。特にスイカは3,500円で販売されていたが、今回出品した約5倍の大きさのものが、台湾では数百円で売られている。10倍の価格付けだ。数個まとめ買いをした客もいたようだ、芳

しくなかったようだ。台湾の金持ちと一般市民の感覚の落差は、実際に販売してみないと分からない。

出店した会社は、生鮮野菜の他に、北海道特産の米、LeTAOや株式会社壺屋総本店のケーキ、有限会社藤井牧場のアイスクリーム、福吉カフェのパフェ等々。日曜日には氷の彫刻も行い、大勢の消費者を集めた。同時に観光の案内もしている。7月9日までの開催であるので、現時点で結果をお伝えできないが、追って実績を聞き取り、お知らせしたい。

人任せにせず、自分で積極的に動かないと経験値は、増えないと感じた次第である。



最新上海 ～現地レポート～ 76

上海自由貿易試験区における通関制度の利便化

■はじめに

先日、スイスと中国が自由貿易協定（F T A）を結んだことにより、スイスから中国への輸入について、約 8 5 % の製品は関税フリー、その他についても減税となるようだ。もちろん、中国の物価上昇、メーカーの値上げなどとの関連もあることから、すぐにスイス製輸入品の販売価格値下げとなるわけではない。ただ、巷では、この F T A によって、スイスの高級時計ブランド「ロレックス」が、今後、中国国内の販売価格を値下げするのでは、と話題になっている。

中国政府が掲げる「持続可能な経済成長」には、中国国内の消費拡大が必須であり、そのために、対外的には海外の国や地域との間で、F T A などの経済協定を締結していくとともに、国内においては、昨年上海にオープンした「上海自由貿易試験区（以下、試験区と略記）」を始め、今後中国全土に同様の試験区を設ける予定である。

試験区が昨年 9 月 2 9 日にオープンして以降も、政策や具体的運用に関する法令が発表されている。先日も 2 0 1 4 年度版のネガティブリストが発表され、昨年度のよりも「禁止・制限項目」に挙げられている業種が約 3 0 % 減少し、試験区における更なる政府のスマート化を強調していた。そして、試験区の税関制度の利便化に関する 1 4 の政策が、今年 4 月から 6 月末にかけて試行開始した。

以下、その 1 4 の政策内容について紹介する。

■通関効率アップ及び貿易・物流コストダウンを目的とした政策

①試験区への入区後に通関申告

貨物が国外から試験区に入る際、まずは簡単な申告書を提出し、一定の期限内に税関に正式な入国申告手続きを行う方法の実施。

②試験区内での自前輸送が可能に

従来、企業が試験区内で輸送が必要な場合、税関が認可する輸送企業及び登録車両に利用が限られていたが、今後は輸送にかかわる資格を有する輸送企業およびその車両の利用も認められ、試験区内で自ら貨物輸送を行うことが可能になった。

③加工貿易のチケット式審査許可制度

税関と企業のデータ管理を統一化することで、チケットデータが毎日自動的に提出され更新されるネットワークシステムの実施。

■試験区の機能拡大を目的とした政策

④保税展示取引制度

試験区内の企業が保税商品を区外で展示する場合、通関申告を必要とせず、区の出入り状況を登録するようになった。展示に際しては、一定の税金担保が必要となるが、販売した場合は、販売後に一括申告を行えばよい。

⑤国内外におけるメンテナンス事業の開放

従来、試験区内で製造した輸向け製品に対してのみ、区内でのメンテナンスが認められていたが、今後は「高技術、高付加価値、無汚染」であれば関連規程に基づき、国内外でのメンテナンスサービス提供が認められることになった。

次頁へ続く…



⑥先物保税引渡制度

以前は保税状態の先物商品に関する現物引渡について、洋山保税港区での銅及びアルミニウムに限られていたが、今後は上海先物取引所で上場する全ての商品について認められる。

⑦ファイナンスリース制度の開放

税関が確定したリース料に基づき関税及び増徴税を分割で支払うということで、試験区内における同事業の展開が可能となった。

■通関の利便性向上を目的とした政策

⑧一定期限内での集中通関申告手続実施へ

ロットごとの通関申告を廃止。貨物の出入りの際には「通過許可書」という簡易申告を行った後、一定の期限内に集中的に通関申告手続を行えばよいとする制度。これにより企業の通関申告回数を減らし、物流や通関面におけるコスト削減を目的としている。

⑨通関に必要な提出資料及び証明書の簡素化

⑩試験区内の4つのエリア※における登録リストの申告事項を統一化

※外高橋保税物流園区、外高橋保税區、浦東空港総合保税區、洋山保税港区

⑪国内販売における選択的な課税制度

試験区内企業が製造加工した製品について、国内市場で販売する場合、その輸入関税について、輸入原料価格をもとに納税するか、あるいは実際の製品価格をもとに納税するかについて企業が自由に選択できる制度。

⑫納税の一括集中制度

一定の担保の必要が前提となるが、保税商品について販売後の追徴納税によって納税コストを削減に繋がる。

⑬保税物流倉庫管理企業と税関のネットワークシステム連結によるリアルタイム在庫チェック

⑭試験区の出入管理を行う検査ゲートの手続簡素化

■今後の展望

今回の改革制度の中で、特に注目したいのは、保税商品について、一定の税金担保を支払っていれば、試験区内外の指定された場所において、保税展示取引を行えるようになった点だ。まず販売し、後から税金を支払い、売れなかった商品は区内に戻したり輸出したりすることができる。これは販売できるか否か不明な時点での販売業者における関税というコストの削減にも繋がる。この政策により、とりわけ保税区で輸出向け製品を製造している企業にとっては、国内販売に取り組みやすくなるだろう。

中国では毎度、政策の概要と実施期限が発表され、細かな問題や不具合については、実施細則で調整されていくので、今回も貿易実務の現場では、多くの疑問と不明点が残されたままであるようだ。例えば、「これまで試験区内のいずれかにエリアに登録していた企業が、試験区スタートに伴い、その他のエリアでも保税業務を実施できるようになるのか」、また、試験区に入る際には、簡単な申告を行って一定期間内に複数のロットをまとめて通関申告するように利便化が図られているが、「入区後に品質などの問題で質量監督検査検疫局でトラブルが発生した場合、どのような対応になるのか」などなど。引き続き、動向と実施状況に注目しなくてはならないだろう。

ロシアレポート 13

日本の製品 in 沿海地方

■沿海地方における日本製品のイメージ

沿海地方では、2006年ごろから日本からの輸入品が増えはじめ、それまでの中古車や部品などの車関連製品に加え、化粧品や食品なども見られるようになった。現在、ウラジオストク市内では、化粧品、エアコンやカメラなどの電化製品、包丁、薬、スポーツ用品など様々な日本製品が販売され、日本料理レストランも多々ある。



(写真：ロシア全土に展開する日本製品専門店)

日本製品は、他国製品より高額であるにもかかわらず人気がある。その理由としては、日本を訪れたことがある人が大勢いることや、日本製品は質が良く、健康に良いというイメージがあることなどが挙げられる。

沿海地方以外の地域では、中国及び韓国と、日本の製品との見分けがつかないため、あまり人気がないのも事実ではあるが、沿海地方においては、日本製品に対するイメージはかなり良い。

■日本製品を扱っている企業2社を訪問してみた

「エイラン社」は2000年に創業、極東では海外製品を扱う大きい会社の一つである。主に韓国と日本から輸入しており、日本製品は取引先6社から仕入を行っている。同社は、スーパーに対して卸売をするだけでなく、ウラジオストク市内で直営の販売店を2店舗営業している。店舗では食品・贈答品・家庭用品を販売している。

エイラン社の社長エレーナ・ドブラジャンスカヤによると、お菓子、飲み物（夏場）、調味料が人気とのこと。お菓子といっても、和菓子ではな

く、チョコレートやゼリーなどの洋風菓子が好まれている。餅や饅頭などは賞味期限が短いうえ、ロシア人にはあまり馴染みがない。調味料であれば、ドレッシングが良く売れる。ロシア製のドレッシングは種類が少なく、味のバリエーションがないが、日本製品は種類が多く、野菜だけではなく肉や魚などの味付けにも適しているため人気が高い。

最近は日本製品を取り扱う会社も多くなったため、現状は厳しい。そのため、新製品を売り始める前には、本当に需要があるかどうかを確認するために試食会が行われる。試食会ではアンケートを行ない、味の評価や購入意欲などを調査している。

税金加算による値段の影響も考慮しなければいけない。展示会や試食会では、税金などを加算しないで販売するケースが多いため、その場ではよく売れる。しかし、実際の販売時には税金が加算され、価格が高くなり、ほとんど売れないというケースが多々あるのだ。エレーナ社長は、今後の展開としてまだウラジオストクで取り扱っていないキノコや洗剤に興味を持っている。

「オール・ジャパン社」は日本から食品や家庭品を輸入販売している。貿易マネージャーのダリア・エロフェエヴァによると、売れ筋商品はカップラーメン、飲料水、味噌汁、ソース、ドレッシング、コーヒー、お菓子、シチューなどである。コーヒーは、個包装ドリップパックが人気である。コーヒー好きのロシア人に、その淹れ方の珍しさと味の両面で評価されている。

最近は、食器や弁当の容器などの100円ショップ製品が好評だ。日用品であることや食品と違って賞味期限がないなど、売る側にとってリスクが小さいことが利点とのこと。

■最後に

極東税関統計によると、2014年3月時点の極東貿易（輸出入）は、対中国31.7%、対韓国24.4%であるのに対し、対日本は20.5%で、昨年比で6.8%も減少している。日本との貿易は、積極的に行なわれていないのが現状である。

【鳥取県ウラジオストクビジネスサポートセンター
シリシワ・クセーニヤ】

アンニョンハセヨ KOREAレポート 26

コーヒー旋風に続くお茶ブーム

過去、韓国内で爆発的に増えたコーヒーの消費に比べて、お茶の消費は多少低迷していた。しかし、最近になって消費者の好みが多様化し、コーヒーに続き、お茶を求める人が増え始めている。

■カフェ文化の定着

1999年韓国にスターバックスが初めてオープンして以降、現在、その店舗数は642店までになり、世界6位になるほど韓国のコーヒー市場はここ数年で非常に拡大した。7大大型フランチャイズコーヒー専門店（Starbucks、Caffebene、Angel in us、Coffee Bean、EDIYA、TOM N TOMS、Hollys）の新規開店店舗数は、2013年の1年間で約750店にのぼり、中小型のコーヒー専門店を加えると、その増加傾向は著しい。

コーヒーを楽しむ人の増加とともに、韓国にカフェ文化が定着した。

■紅茶を中心に多様化するお茶

今までの飲料消費はコーヒーが中心だったが、最近その市場の飽和と消費者の嗜好が多様化したことに伴い、お茶の消費が増えている。関税庁が発表した資料によると、2013年の茶の輸入量は、2009年に比べて約2倍に増加した。消費者の健康に対する関心が、お茶の消費を後押ししていると思われる。

特に紅茶を中心にお茶を求める人が増えて、お茶を専門として取扱うティーカフェも所々でオープンしている。最近、若者を中心にアフタヌーン・ティーが流行り、昼食と夕食の間にティーフードと一緒に紅茶を飲むイギリスの文化が定着し始めたところである。

このようなティーカフェでは、お茶に初めて接する初心者から、細かい趣向を持つマニアまで満足させるように多様なメニューを提供している。

また、消費者が求める茶の種類も多様になっている。ひとつの例として、紅茶にタピオカパールを入れたバブルティーが流行している。代表的なバブルティー専門店であ

るGONG CHA（貢茶）の場合、韓国に2011年初オープンして以来、現在180店の売場を運営しており、その増加速度はコーヒー市場に並ぶほどである。低カロリーで高カルシウムと知られているタピオカパールが入っていることで、単に飲料ではなく、食事の代用として求める人が増えているようだ。

最近、ブラジルワールドカップ等により南米に対する関心が高くなり、マテ茶の消費も増えている。マテ茶に含まれるクロロゲン酸という成分が、体脂肪分解の活性化及び食欲抑制へ効果があるとされ、ダイエットをする人たちを中心に人気が高い。2013年1年間のマテ茶輸入量は、2009年に比べて8.5倍ほど増えて大幅の成長を見せた。

このように韓国ではお茶が余暇のひとつとして定着しはじめ、商品も多様化している。健康に対する関心が、お茶の消費量並びに消費層拡大に貢献しているようだ。



写真：アフタヌーンティーセット
（資料出所：インターコンチネンタルホテル）

東南アジアビューロー レポート 7 『アジア最後のフロンティア』ミャンマー

正式名はミャンマー連邦共和国、通商名はミャンマー（1989年までの名称はビルマ）。北東に中華人民共和国、東にラオス、南東にタイ、西にバングラデシュ、北東にインドと国境を接し、首都はネピドー（旧首都はヤンゴン）。多民族国家で、ビルマ族が人口の6割を占め、カレン族、モン族などの少数民族で構成される。

人口は6,367万人、面積は日本の約1.8倍、仏教国で、国民性は非常に穏やかだ。



ミャンマーの経済成長率は6%後半～7%。2012年、24年ぶりに外国投資法が改正され、投資環境が整うと外資の進出が増え、英語が喋れるホワイトカラー層などは、収入も飛躍的に上がった。彼ら中間層を取り込むためのサービス業などの進出も増えている。

日本からの投資状況については、直近の資料によると、投資認可額は9位、認可件数では5位に入る。特徴としては、他国が大規模なエネルギー事業や不動産投資に集中しているのに対し、日本は比較的小規模な製造業投資が多く、シンガポール、香港、韓国、香港、中国に先を越されている。

月間5,000～6,000人の日本人が出張に訪れるが、直接のビジネスというより、視察目的で留まっているようで、安い労働賃金を求めた製造業ではなく、サービス業の市場を目指しているのが特徴だ。ミャンマー人の所得は低く、一人当たりのGDPは日

本の50分の1である。1度でも視察に訪れると分かるが、人はいるが、どこでも見かけるマクドナルドやスターバックス等のチェーン店は全くない。欧米系も日系も進出されていない市場は、非常に魅力的で、まだまだ発展の可能性があると感じられるはずだ。

通常、海外進出の流れは、労働集約型産業から高付加価値産業へ、最後にサービス産業へと段階的に移動していくものだが、ミャンマーの場合、今まで閉鎖されていた市場が急に開かれ、よーいドンの一斉スタートになったため、すべての産業にチャンスがあるようだ。

インフラが整っていない状態での製造業の進出は未だ難しく、日系企業では縫製企業の進出が若干見られる程度だ。その中で、大きな阻害要因となっているのが、電力不足である。水力発電で電気を賄っているこの国では、乾季には計画停電が余儀なくされ、作業を止める事の出来ない製造業は自家発電の併用も考えなければならない。この状況を何とかして変えなければ更なる経済発展は望めないだろう。

湾岸付近の経済特区が注目されているが、河川港であるヤンゴン港は水深が浅く、入港できる船も制限されているため、湾岸の開発とともに、陸路の物流が重要視されている。この陸路について実際に行った視察状況も含め説明したい。

タイとの隣国であるミャンマーは、空路では比較的自由に出入りできるが、陸路での入国は、タイ北部メーサイ、タイ西部メーソット、サンクラブリー、タイ南部のラノーンの4カ所のみが認められており、今回は最も物量が多く重要視されているメーソットからミャワダイに入った。

ここでの陸路輸送は、まだ整備がされておらず渡し船を使つてのピストン輸送がメインになっている。タイ側のメーソットでは、のんびりした田舎町を過ぎて、ミャンマーとの国境近辺に入ると途端に騒がしくなる。そこでは、中古自転車の山ができており、川を挟んで20カ所の渡し場から船で運ばれている中古の自動車部品やパソコンなどの日常中古品のほとんどが日本から運ばれている。実はタイは、中古品の輸入の規制が厳しく、これだけの数の中古品は輸入できないはずだが、ミャンマーに運ぶのを条件に輸入が特別に認めら

《次頁に続く…》

れているようだ。



（写真：輸出待ちの山積みされる日本製の中古品）

ミャンマー側の道路整備が追い付いていない状態での商用利用は、まだまだ難しいと思われる。ただそうはいつても、ミャンマー側の需要があるため、繊維関連や食品関連に限って、比較的道路状況が悪い中でも耐えうることのできる物流は、現在も行われており、もし将来この道が整備されれば、市場としても期待感は大い。

タイ側のメーソットから入った荷物は、通関を経てミャンマー側カイン州ミャワデイに入る。ミャワデイからカイン州の州都バアンを通るのだが、この山越え道路がまだ整備されておらず大変険しい。ここは一車線通行のみ許されているため、偶数日がタイ→ミャンマー方面、奇数日がミャンマー→タイ方面と1日おき置き的一方通行となっている。この10数キロの山越え道路は、雨季などには封鎖されることもあるらしく、最大の難関だ。

通関を待つ荷物は、鍵のかかっていない倉庫

に、パレットも使用されておらず地面に置かれている状態なので、明らかに改善が必要だ。国境を越えての荷物だが、納期、輸送費用とも不確定な部分が多く、通関システムや道路状況等考えなければいけないことは多い。その点は、日本やタイ等の援助で整備されいく予定だ。



（写真：通関待ちの倉庫で置いたままの食料品）

現在のタイ⇄ミャンマー間の国際越境の輸送ルートは、海上輸送が主流である。しかし、陸路越境輸送が将来現実的になれば、中国、インドと国境を接するミャンマーは重要拠点として間違いなく発展していくはずだ。

舗装工事、荷役整備、山岳道路の拡張等の物流インフラ整備、両国車両の総合通関の許可、外国人入境制限の解除など問題は山積みだが、これらの問題が改善され、タイ側⇄ミャンマー側の双方の物流量が安定してくると（現在はミャンマー側からの物量が少ない為、非常にアンバランスで輸送コストが高くなっている）、この陸上輸送の需要は高まっていくはずだ。

次号では、ヤンゴンを含めた、ミャンマー内陸部の様子を説明したい。

2014 GTI国際貿易・投資博覧会への出展企業募集

昨年に引き続き、本年10月に韓国江原道でGTI関連地域及び企業が参加するGTI国際貿易・投資博覧会が開催されます。博覧会では、韓国をはじめ、中国、ロシア、モンゴル、日本、中央アジアなどの企業による出展や貿易商談会が行われます。今年も博覧会に鳥取県ブースを出展することとし、出展企業を募集します。

■期 間■ 2014年10月23日（木）～26日（日）

10月23日（木） 開幕式、ブース出展、貿易・投資相談

10月24日（金） ブース出展、貿易商談・投資相談

10月25日（土） ブース出展、貿易商談・投資相談

10月26日（日） ブース出展、貿易商談・投資相談、博覧会優秀商品表彰式、閉幕

■テーマ■ 新北東アジア時代ー協力、発展、共生！

■会 場■ 韓国江原道江陵市（室内総合体育館一帯）

■規 模■ 企業数約500社、バイヤー約1万人

■主 催■ 江原道、GTI事務局（主管：江原道産業経済振興院）

■出展分野■

先端技術、バイオ、健康医療機器、農業食品、工業製品、出展地域の広報（観光・投資環境）など

※出展品の内容により出展できないこともありますので事前にお問い合わせください。

★出展のメリット★

安価な負担で出展が可能です（鳥取県の友好交流先である江原道が主催）。

1億8千万人の消費人口を持ち、今後の経済発展が期待されるGTI地域から多数の参加が見込まれます。

■応募期間■ 平成26年7月28日（月）まで

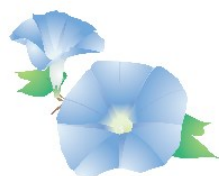
■申込・問い合わせ先■ まずは下記までお問合せください。

鳥取県商工労働部通商物流室 担当：竹中

電話：0857-26-7660 FAX：0857-26-8117

URL：<http://www.pref.tottori.lg.jp/214319.htm>

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。



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/>