

2012年11月8日

VOL. 72

# 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

## 「鳥取ブランド展inロシア2012」を開催 県内企業7社がロシア市場への販路拡大を図る

とっとり国際ビジネスセンターでは、ロシアビジネスサポートセンター及び現地日本料理店等と連携し、ロシアのWTO加盟やAPEC開催により注目が集まるロシア極東ウラジオストク市において「鳥取ブランド展inロシア2012」を開催した。

「鳥取ブランド展inロシア」では、県内企業7社の参加を得た「第16回極東食品展示会DALAGRO & FOODPRODUCTS」への鳥取県ブース出展を中核事業とした現地での販路拡大の取組みに併せ、環日本海定期貨客船航路や本県観光PR等を実施し鳥取県の知名度向上を図った。

環日本海定期貨客船航路の運航や今回の「鳥取ブランド展inロシア」開催並びに現地に設置している鳥取県ウラジオストクロシアビジネスサポートセンターの活動等により、在ウラジオストク日本国総領事館伊藤総領事から「鳥取県は現地で東京の次によく知られた日本の都市」と言われるほど、鳥取県は日本海対岸のウラジオストクにおいて認知されつつある。

### ■ロシア市場への足掛かり

ロシアでの商材販売に際しては、ロシア側でのGOST-R、適合申告書等の事前取得が不可欠であり、輸入者が未確定の場合や許認可取得されていない商材はロシア国内での販売ができない。このため、これまで現地展示会に出展・販売したくても商材の

輸出及び販売手続きができなかったり、ロシア側が関心を示しても市場性が見えない商材の許認可取得経費負担等がネックとなり、商談成立に結び付かない状況が継続していた。

このため、今回の鳥取ブランド展開催に際しては、小ロットでも実際に輸出・販売し市場性確認ができる体制構築を目標とし、ロシアビジネスサポートセンターを受託するセンコン物流株式会社の協力も得て、5月末の事前商談会開催を経た商材選定、ロシア側での輸入、許認可取得手続きを経て実施した。

### ■鳥取ブランド展での効果的な情報発信

とっとり国際ビジネスセンターは、「鳥取ブランド展inロシア」を主に以下の4項目で構成、実施した。

①DALAGROへの鳥取県ブース出展（県内商材の販売、PR、商談実施）  
⇒鳥取県ブースとして3小間出展。県内企業食品6社、化粧品1社による販促、商談を実施

②DALAGROでのステージPR（鳥取県の観光及び商材PR）  
⇒会場内ステージにて鳥取県の観光及び商材等をPR。併せて公郵料理人及び現地ロシア人料理人による県産商材を使った調理デモンストレーションを実施。

## 目次

「鳥取ブランド展inロシア2012」を開催	P 1 P 2
アンニョンハセヨ KOREAレポート 6	P 3
現地発！ 台湾月刊レポート 65	P 4 P 5
最新の上海～現地レポート～56	P 6
初めての海外進出勉強会のご案内	P 7

## 世界の祝日 12月

■香港	25日	クリスマス
	26日	クリスマス後の最初の平日
■韓国	25日	クリスマス
■タイ	5日	国王誕生日
	10日	憲法記念日
	31日	年末休暇
■ソガポール	25日	クリスマス
■米国	25日	クリスマス
■ロシア	31日	29日を労働日とする代わりに休日



鳥取県ブースの賑わい



公郵料理人デモンストレーションの様子

＜次頁に続く＞

- ③現地店舗提携料理教室  
⇒日本料理店3店舗の協力により料理教室を開催。
- ④鳥取食材フェア（現地企業等と連携した県産商材の情報発信、販促連携）  
⇒現地飲食店で鳥取県商材を利用したメニュー提供。食した方に記念品贈呈のスタンプラリー実施。

DALAGROには期間中約1万2千人が来場し、特に鳥取県ブースは立錫の余地もないほど継続的に来訪者があり、ステージでのPRや県産食材を利用した調理デモンストレーションも含め、海外出展ブースにおけるプレゼンスは圧倒的に高かった。実際、来場者が特に高所得者に限らないごく一般的な中間所得者層であったにも拘わらず、試食した各来場者が高い割合で商品を購入していく姿が多く見られ、県内商材の市場性も強く感じられた。

今回出展したDALAGROは第16回を数える現地で定着した食の展示会であるほか、主催者による事前広報、APEC期間前後の現地TVでの鳥取県スポットCM等により効果的な広報が実施でき、現地報道関係者の関心も高く、テレビ、新聞などで多くの時間と紙面を割いて報道された。その中でも鳥取県の現地での活発な取組みは大きく報道されていた。

今回出展した県内企業には商品販売を行った企業、商品PRのみを行った企業があったが、何れも出展に対する満足度は高く、引き続きロシア展開に向けた活動を継続していきたいとの反応であった。

#### ■今後の課題と展望

今回のような試食等の販促を実施しながらのスポット的な販売においては、現地市場価格より高い日本製品でも高品質、安全性、味覚などへの高評価により、ある程度の販売が期待されることが確認できた。

他方、現地小売店等で価格が日本製品の1/2、1/5などの韓国、中国産品と並んだ際に、実際に県内商材を選択してもらうまでには、製品の品質、食べ方、食味などに対する認知度が十分に高まる必要があるとあり、まだ時間を要することも感じられた（日清カップヌードルなどは既に認知度が高く、価格が高くても品質や味を考慮して消費者に購入してもらえらる商材になりつつある）。

今回、ロシアビジネスサポートセンターの連携協力により現地で販売可能な環境形成ができたことは大きな成果であるが、その環境を活かして販売量の拡大につなげて行くためには、今後各出展企業が継続的な試食や広報戦略によるブランドづくり等、明確な販売戦略を立てて向かっていく事が必要である。

今回の「鳥取ブランド展inロシア」の開催においては、現地の日本料理店等とも良好な関係をもって連携しつつ食文化定着や鳥取ブランド形成に向けた足がかりができた。県内企業には、日本海対岸のウラジオストクにおいて鳥取県が認知されつつある現状を活かし、今こそ鳥取ブランドとして現地への市場拡大を図っていただきたい。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件でも多くの成果に繋がるよう支援を行っていく。



現地シェフのデモンストレーションの様子

#### 「鳥取ブランド展inロシア2012」の開催概要

期 間：平成24年10月3日（水）～5日（金）  
場 所：スポーツコンプレックス「チャンピオン」（ウラジオストク市内）  
主 催：DALEXPOCENTER（協力：沿海地方行政政府農業食品産業局）  
来場者数：12,150人（主催者発表）  
出展企業：(株)エムコ（黒にんにく関連商材）、(有)かのや（粉末スープ）、(株)澤井珈琲（珈琲）、シャルビー化粧品（化粧品）、全国農業協同組合鳥取県本部（梨等）、鳥取グリコ（カレールー）、農事組合法人福成（米）

#### ウラジオストク情報

名 称：ウラジオストク（ロシア語表記：Владивосток）  
特 徴：ロシア連邦沿海地方の州都であり極東沿海地区最大の都市  
人 口：578,800人（2008年）  
面 積：561.54km<sup>2</sup>  
共通言語：ロシア語  
一人当たりGDP（名目）：\$10,437（2010年）  
時 差：日本よりプラス2時間



ウラジオストク全景

# アンニョンハセヨ KOREAレポート 6

## 人気トレンドの一つである日本食

ソウルの主要商圈の一つである弘益大学の周辺は他の大学の商圈とは違って遊興とファッションを同時に楽しめる場所として、20代の大学生と30代の若いサラリーマンが主に利用している。このようなホット・スポットには必ず日本飲食店が急増している。

### ■ソウルの主要大学の商圈、弘益大学の周辺

弘益大学を中心に半径600~700メートル内の弘大入口駅、合井駅、上水駅に囲まれている弘益大学の周辺地域は最近のトレンドを知ることができる衣類店及びアクセサリ専門店、色々な飲食店、そして週末になると様々な芸術品直取引市場が開かれるなど、20~30代が好む多様な要素を備えている地域である。最近では仁川航空鉄道の開通の影響によりアクセスがより向上されて、この地域を訪ねる外国人も急増した。

### ■日本飲食店の密集地域

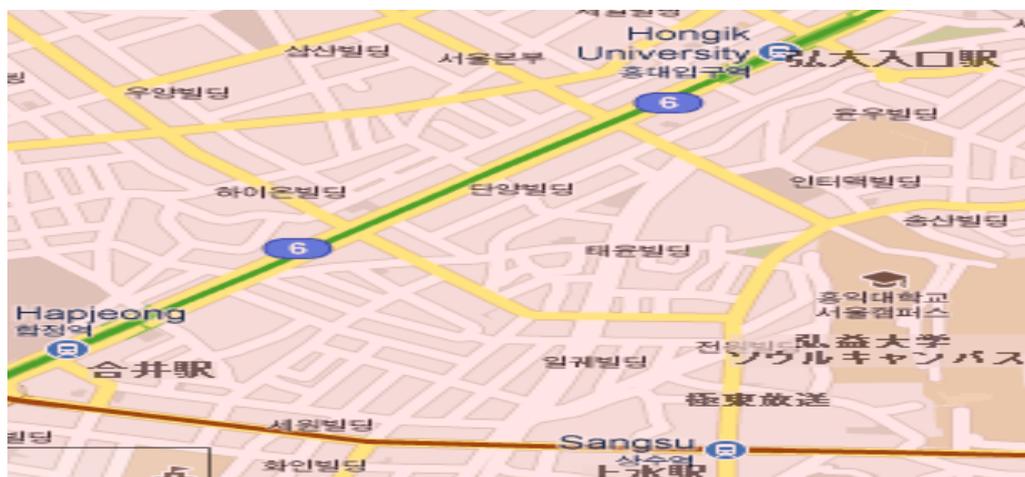
小商工人の育成のための事業を効率的に行う目的で設立された公共機関「小商工振興院」は商圈情報システムを通じて多様な商圈、情報を一般に提供している。同システムから弘益大学の周辺を照会した結果、他の主要商圈より約1.6倍の日本飲食店が密集されていると確認された。



弘益大学の人気居酒屋「てっぺん」



九州ラーメンの「和 (ナゴミ)」



弘益大学を中心に半径600~700メートル内の地図

このようなトレンドは統計庁資料を通じても確認できる。統計庁の調査によると、弘益大学を含む麻浦区の飲食店及び居酒屋の数は5,405カ所（2010年基準）で10年前に比べ大きい変動はないが、日本飲食店のみを見ると170カ所（2010年基準）で10年前に比べ50%以上増加したことが分かる。

弘大入口駅の一日本平均利用客数が14万名に至るほど、流動人口が多いこの地域に日本飲食店が急増して密集しているのは、最近の人気を代弁することであると考えられる。

### ■現在も進行中

回転寿司チェーン店であるスシロー、カップ寿司、がっぺん寿司などが韓国市場に既に進出しており、多様な居酒屋及びラーメン屋が営業しているが、彼らも未だ韓国市場内で展開中であり、多くの日本企業が進出を打診しているほど韓国市場は成長可能性な魅力的な市場であると考えられる。

日本ではポピュラーなトンカツやラーメンを高級化して雰囲気のあるレストランで販売するか、既に韓国人が慣れている食べ物であっても素晴らしい雰囲気味わえるように差別化した空間で提供できたなら韓国の顧客を十分満足させられるだろう。

# 現地発！台湾月刊レポート 65

## 第20回台北旅行展覧会1012

台北旅行展覧会1012に行き、観光状況を調査してきた。日本のブースは、かなり大きい。しかしもう一工夫がないと、現在以上の集客に結びつかないとも感じた。その中で北海道は、台湾人にとっても、日本人にとっても商機のチャンスとなっていることを感じた。

### ■尖閣諸島問題による影響、その後

台湾は、今日も安全である。先月から一度デモが行われたが、何も問題は発生していない。最近では、尖閣諸島を話題にする人もいない。10月10日の台湾建国記念日にて、馬総統が「尖閣諸島の主権は中華民国に属し守りぬく」と演説した。このため一部報道では日本から参加した国会議員が出席しなかったとの報道があったものの、大きな反応はなかった。ちなみにこの件については、与党国民党、野党民進党も賛成しており、尖閣諸島は、日本固有の領土であるとする台湾政党がほぼ無いことに注目してほしい。

一方、中国上海で行われる旅行展覧会への日本からの参加が中国側からの要請により中止となった。「日中関係の悪化で日本を訪れる中国人観光客が減るなか、観光庁は今年（11月）15日から中国・上海で開かれる旅行博覧会に参加し、訪日旅行を呼びかける予定でしたが、（中国側）博覧会の実行委員会から参加を見合わせてほしいという連絡が入り、参加しないことを決めました。中国・上海では今年（11月）15日から18日にかけて、10万人以上の来場が見込まれるアジア最大規模の旅行博覧会が開かれる予定です。観光庁は、日中関係の悪化に伴って減少している中国人観光客を呼び戻そうと、地方自治体など29の団体と共にこの旅行博覧会に参加し、日本をアピールするコーナーを設けて訪日旅行を積極的に呼びかける予定でした。」（NHKニュース、一部注釈追加）

10月は、中国では大型連休により、どこの観光スポットも大変な人出となった。台湾も日本をキャンセルしたと思われる大陸旅行客で溢れ、思わぬ漁夫の利を得た形だ。まさに尖閣諸島問題特需である。

### ■観光展覧会では目立ったもの勝ち！

こういう環境下において、第二十回台北旅行展覧会が10月26日から4日間開催された。総観覧者数は、26万人あまり。昨年が25万人で4.5%あまり増え、最高人数を記録したとのこと。参加国は60カ国、850ブースが出演した。「最佳表演團體獎」という団体が踊る賞には韓国観光公社“Jump Show”、ニュージーランドのマオリ文化表演、日本山陰山陽推進協議会“IWAMI KAGURA(石見神楽)等が選出された。最も美しいブース賞には、日本観光局や日本へ活動を広げている復興航空等が選ばれた。日本からのブースは、各国最高の106ブース。中国と日本のブース面積はとても広く、特に日本は観光に対して大震災後の補助金による観光誘致が活発であることを意味している。私は、第一日目の業者参加時間に行ったのだが、日本ブースのパワーを感じなかった。あれだけたくさんブースが出ているにもかかわらず、興味をそそるブースがなかった。ヤル気、元気、覇気が無い。日本人の特性なのかも知れないが、観光展覧会は、たくさんの人、陶醉感の中、売り込むことが必要である。台湾の旅行会社は、この日の売上のために全力を注ぐ。最も人気だったのが「タイの正統的なオカマショー」のお姉さまたち。どこにいても目立ち、一緒に写真を撮りたい人たちで溢れかえっていた。正直な意見、展覧会で一人勝ち。私だけかと思ったら、Twitterでも同じ意見が目立っていた。観光展覧会では目立ったもの勝ちである。マオリ族の踊りも人気を集めていた。それに比べると日本は影が薄かった。もう少しアピール方法を変えて欲しい。個別内容については、面白い旅の誘導、興味別の旅行設計など細かい工夫がされている。しかし台湾消費者に届いている感じがしない。

### ■日本ブースの概況

さて、弊社に柴野という日本人が入社した。以下、彼の観光展報告書を抜粋する。

日本のブースは大きくとられており、その中で地域ごと（関東、北海道、関西など）で分けられており、その



台北旅行展 会場入り口の様子



ニューハーフが大勢で迎えるタイのブース

中で更に県ごと、観光地ごと、ホテルごと等でPRしている。北海道のブースは「社団法人 北海道観光振興機構」で管理しており、今回は北海道全体のブース（4社の旅行会社の小ブースがあり直接交渉できる場所と、北海道の様々な観光地のパンフレットが置いてある）と、函館市、かに本家、トマムなどのブースが配置されていた。旅行の説明を最後まで聞いてくれたお客様に景品をプレゼントする、フェイスブックでチェックインしたらプレゼントを渡す、というのが最近の主流だそう。函館市観光コンベンション部ブランド振興課の話では、今回は函館市の全体のPRの為にブースを設置。費用は4日間で15～20万円くらい（ブースは北海道観光振興機構で管理）函館はすでに復興航空が就航し、更に10月28日からエバー航空が週2便、10～12月は週3便で運航するという事で、やや大がかりにPRしている。今回の函館のように町が単独でPRをすることはあまりないし、効果があるか今回は実験である。北海道観光振興機構の話では、今回は広告代理店からの提案でブース内に北海道旅行を取り扱う旅行会社の小ブースを設置してみた。観光地のPRと共に、その場所に行けるツアーをその場で申し込めるようにすると、PRしながら実際の申し込みにつなげられ

るというメリットがある。また道銀と台湾銀行が提携し、台湾の銀行のキャッシュカードが使える専用ATMが札幌市内などに設置してある事（専用ATMに台湾の銀行カードを差すと、台湾の銀行口座から日本円で現金が引き出せる）、台湾の金融カードが北海道で使える事をPR。これは便利。来年2013年は、10月18日から開始。登録は、2013年3月からである。

話は変わるが、シャープの格付けが「BBB-」から投機等級の「B-」へ6段階引き下げられた。正念場である。前からお伝えしているが、本誌読者は、台湾鴻海の動きをよく観察していただきたい。熟れた果実は、落ちる前がオイシイ。我々、日本人にとっても土壇場である。

○台北旅行展覧会(ITF) 2012のHP

<http://www.taipeiitf.org.tw/>

○台北旅行展覧会2012についての結果発表はこちら

<http://www.taipeiitf.org.tw/Content/article.aspx?Lang=1&SNO=02000003&UID=1929>



青い部分が日本関係ブース。大きな面積



ニュージーランド マオリ族のダンス



日本ブースの様子



日本ブースの様子



台湾の一番人気キャラクター OPENちゃん

# 最新的上海 ～現地レポート～ 56

## 日系自動車メーカーが直面する中国での販売不振

同誌第71号（2012年10月9日掲載）では、尖閣諸島問題が日系企業に与える影響についてレポートし、業種や取扱商品によって影響に相違が出ていることをお伝えした。消費者の目に触れることがないBtoB（卸販売：Business to Business）取引がメインの企業については、目下、それほどの影響が出ていないようだが、BtoC（小売販売：Business to Customer）の業界において、日本ブランド倦厭の傾向が強まっている。ただし、BtoB取引を行う企業の中でも、自動車や食品などの一般市民をエンドユーザーとする業界では、エンドユーザーの不買活動による販売量の減少により必然的に影響を被っている。

### ■データからみる尖閣諸島問題による影響

日本商品の不買活動において、最も打撃を受けているのが自動車業界である。中国のテレビや新聞、及びその他メディアにおいても尖閣諸島問題が引き起こした日本経済への打撃として、度々報道されている。

#### ★日系自動車の9～10月度における自動車販売台数減少率

メーカー	前年同期比販売台数減少率	
	9月	10月
日産	35.3%	40.7%
トヨタ	48.9%	44.1%
ホンダ	40.5%	53.5%

情報源：人民ネット10月10日付け記事  
新華ネット11月4日付け記事

不買活動の要因としては、反日感情もあるが、日本車を買いたいと思っている人でも被害を受けるのが怖いと考える消費者が多く、そのような消費者を取り戻すため、日産、トヨタ、ホンダは10月から尖閣諸島問題の「被害車」については、無料修理を提供するサービスを発表した。



技術日産 人車生活

### 我们有一份放心要给你

东风日产“安全保障承诺”致谢400万车主

无忧安全：车辆的意外风险\*，东风日产为你一力担当  
无限关爱：400万个你和更多新车主，安心保障一路随行

“尊享加免购车季”连城启动

东风日产向所有车主郑重承诺：在特定意外事件背景下，由第三方恶意造成的车辆损失东风日产将全额承担。

安全无忧，关爱无限，来自东风日产



日産による反日デモによる被害車に対する無料修理サービスPR

### ■日系自動車サプライヤーへの影響

10月初旬に、日系自動車部品サプライヤー企業の上海現地法人に訪問し総経理とお話した際、やはり尖閣諸

島問題の話題になった。同社は、日系の全自動車メーカーと取引しており、やはり顧客にしめる日系の割合は非常に高いとのこと。上海現地法人では、日本やアメリカ向けの製品も製造しているが、やはり、中国国内の日系自動車メーカーへ販売が売上の柱となっている。その時、同社総経理は次のように予想していた。「日系自動車の販売減少は8月から見られていたが、9月中旬に中国各地で大規模かつ多発したデモにより急激な減少幅を見せた。9月前半はそれほどの減少を見せていなかったにもかかわらず、軒並み40～60%の減少率となった。10月度の減少幅は9月を上回る可能性もある。先行きも見えぬ状況の中で、受注量の減少、最悪の場合、受注ストップも避けられないだろう」と。その後、総経理と電話で話したところによると、既に受注量に減少がみられるとのこと。

### ■中国自動車販売市場も低迷傾向

そもそも中国での自動車販売市場を取り巻く環境は去年からそれほど好調ではなかった。2009年から2010年にかけて、排気量1600cc以下の小型車購入に対する減税や農村部における自動車普及を目的とした補助金交付、エコカー購入に伴う補助金交付など、次々と自動車購入に関する政策が発表され、新車販売市場は急成長してきたが、支援政策の終了に伴い、昨年からの伸び率の低下が見られ、今年9月の新車販売台数は前年同期比1.75%減となっている。

### ■日系自動車メーカーの一人負け、今後の行方はいかに？

中国での自動車販売市場が落ち込みを見せているとはいえ、日系自動車の急激な販売の落ち込みはやはり尖閣諸島問題に端を発するものである。10月23日付けの人民ネットの記事によると、9月の前年同期比販売台数は韓国系自動車が増加、ドイツ系自動車が増加、フランス系自動車が増加となっており、アメリカ系自動車は減少している。日系自動車の一人負け状態となった。

さて、国慶節（中国の建国記念）を目前にした9月28日、中国共産党中央政治局は、第18回中国共産党全国代表大会（下記、党代表大会と略記）を11月8日から開催すると発表した。党代表大会では、重大問題の討議や決議、党規約の修正、共産党幹部人事の選出などが行われ、5年に1度、1週間の会期で開催される。今回は、共産党総書記・胡錦濤氏と首相・温家宝の両氏ともに交代となることが確実で、今年に入ってから新体制での幹部候補と目視されていた薄熙来氏のスキャンダルな失脚などがあり、注目度が高い。指導層の人事が交代する時期というのは、何かと内政の不安定を招きやすい時期であり、日中ともに政権が不安定な時期に表面化した尖閣諸島問題であるが、先行きの見えないこの問題の突破口として、党代表大会の行方に注目している方も多だろう。

【株チャイナワーク 孫】

## 「初めての海外進出」勉強会のご案内

ジェトロ鳥取では、初めての海外現地法人設立をめざす中小企業（主に製造業）を対象として、全2回シリーズで、海外進出にあたって必要となる知識・情報を提供する勉強会を開催します。

専用テキストを基に、海外経験豊富なジェトロ大阪の貿易投資アドバイザーが解説する本勉強会は、海外進出の実務を体系立てて習得する絶好の機会です。皆さまのご参加をお待ちしています。

日時：2012年12月12日（水）、18日（火曜） 14時00分～16時15分

場所：とりぎん文化会館 2階第4会議室（鳥取市尚徳町101-5）

内容：

<前編（12月12日）>

「事前準備」（目的の明確化、事前調査、進出形態の選択、F/S策定、外貨規制）

講師：ジェトロ大阪本部アドバイザー 伊東 孝之

「工場設立」（工場立地の選定、法人設立、工場建設、役員の派遣、人員採用計画）

講師：ジェトロ大阪本部アドバイザー 竹本 伸生

<後編（12月18日）>

「工場運営」（生産管理・品質管理の現地導入、人事制度、離職防止、人材育成）

講師：ジェトロ大阪本部アドバイザー 石本 和夫

「販売体制」（販売体制整備、販路開拓方法、販売代金回収、価格決定）

講師：ジェトロ大阪本部アドバイザー 堤 章



主催・共催：ジェトロ鳥取、日本政策金融公庫 鳥取支店・米子支店、とっとり国際ビジネスセンター

後援：鳥取商工会議所

参加費：一般：10,000円、会員：6,000円（ジェトロ・メンバーズ、農水産情報研究会、中国経済情報研究会）

※前編、後編どちらか一方のお申込みも可能です。その場合の参加費は、一般5,000円、会員3,000円となります。

定員：30名（先着順）

お申し込み方法：<http://www.jetro.go.jp/jetro/japan/tottori/>

お申し込み締め切り：2012年12月10日（月）

お問い合わせ先：ジェトロ鳥取（担当：田口、桑村）

TEL：0857-52-4335 FAX：0857-52-4336 E-mail：ttr@jetro.go.jp

### 編集後記

カナダ東部を旅行した際、事前に日本で国外運転免許証を取得し現地でレンタカーを借りて各地を回った。道路を走ってみて最初に驚いたことは、日本車がとても多いということである。欧州メーカーの車もよく見かけたが、ホンダ、トヨタ、日産、スズキなどの日本車がよく目についた。

カナダと日本の交通事情が大きく違う点は、日中でもライトの点灯が義務付けられており、エンジンを始動した際に自動的にライトが点灯すること、また、カナダは左ハンドル右側通行で、赤信号であっても安全が確認できれば右折ができることである。始めはワイパーとウィンカーを何度も間違えたが、すぐに慣れた。

また、各地を移動する際に利用した高速道路は時速130～140キロが当たり前で、普段山陰自動車道しか走っていない私は緊張で疲労困憊。しかし、都市部を除けば道路は広いし景色も良いので大自然を楽しみながら長距離を走破することができた。レンタカーでカナダを回る旅、おすすめです。【Z】

**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