

とっとり・グローバルウォッチ

第77号

2013年4月5日発行

目次:

最新の上海 ～現地レポート～ 61	1～2
アンニョンハセヨ KOREAレポート 11	3
現地発! 台湾月刊レポート 70	4～6
平成25年度 海外チャレンジ補助金のご案内	7

世界の祝日<5月>

■中国	4日	青年節
■香港	1日	労働節
	17日	釈迦生誕節
■韓国	1日	労働者の日
	5日	子供の日
	17日	釈迦誕生日
■シカゴ	1日	勤労の日
	24日	ベサックデー
■タイ	1日	メーデー
	6日	国王即位日
	24日	仏誕祭
■米国	27日	戦没者祈念日
■ロシア	1日	陽春と勤労の日
	2,3日	振替休日
	9日	戦勝記念日
	10日	祖国防衛の日の 振替休日

最新の上海 ～現地レポート～ 61

日本食品の輸入を取り巻く現状

■震災後の日本食品輸入について

震災直後に比べると、増えているものの、現在でも、依然として日本食品の中国への輸入量は震災前ほどではない。現在の日本食品輸入手続と条件は、原則として、2011年11月24日に中国国家品質監督検査検疫局から発表された基準が引き続き採用されており、現在もなお福島県や宮城県を含む関東10都県からの食品や飼料については全面的に輸入禁止とされている。

■最近、通関検査が厳しくなっている食品

震災の影響とは別に、昨年末から蒸留酒を中心とした酒類に対する通関検査が厳しくなっている。また、その後、厳格化の対象が酒からジュースな

どの果汁飲料にも拡大されているので注意が必要だ。

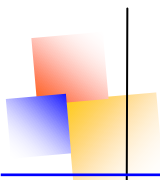
■背景

発端は昨年11月「白酒」の有名銘柄「酒鬼酒」から標準の2.6倍を越える可塑剤が検出された事件がある。ちなみに、可塑剤とは塩化ビニールなどのプラスチック素材に柔軟性を与えたり、加工しやすくするための添加剤で、2008年に中国産粉ミルクによる乳児死亡事件で話題となったメラミンよりも約20倍の毒性があると言われている。白酒は中国独特の蒸留酒で、中国の宴席や贈答品には欠かせず、このニュースは非常に話題となった。これまで明確な管理規定が未整備であった蒸留酒に対する検査の厳格化につながった。

対象地域	対象品目	規則内容
10都県（福島、宮城、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、新潟、長野）	・食品 ・飼料	輸入停止
10都県以外	・野菜及びその製品 ・乳及び乳製品 ・茶葉及びその製品 ・果実及びその製品 ・薬用植物産品	必要書類 ①中国の放射性物質基準に適合することの証明書 ②10都県以外で生産されたことを証明する産地証明
	・水産物	③上記必要書類に加え、産地・輸送経路を記した検疫許可申請書
	その他食品及び飼料	必要書類 ①10都県以外で生産されたことを証明する産地証明

参考：農林水産省HP

〈次頁へ続く〉



当初は、日本にとっては「対岸の火事」だったわけだが、その後、輸入ワインからも基準値を超える可塑剤が検知された余波を受け、今年の春節前後から、海外からの輸入酒においても可塑剤の検査が厳しくなってきたようだ。

■中国政府の対応

国家質検総局輸出入食品安全局からの1月14日付の「リスク預警」（2013年第3号）において、蒸留酒の輸出入における残留可塑剤の検査を強化し、輸出入される蒸留酒については検疫時に可塑剤の検査証明書の提出を求める旨の通達が出され、その後、広州輸出入検疫検疫局では1月22日、2月16日（文書上は2月1日付）の2回にわたり、証明書の提出についての通知を以下ウェブサイトで公表している。通知では、「蒸留酒及び果汁※の輸出入通関時には有資格検査機関による検査証明書を提出する。輸入業者が国外の機関による証明書を提出する場合は、当該機関の資格を証明する資料も提出する必要がある。

※具体的な対象商品のHSコードについては、
下記ウェブサイト②を参照

参考ウェブサイト：

- ① <http://www.gz.gdciq.gov.cn/info.do?infoId=5809>
- ② <http://www.gz.gdciq.gov.cn/info.do?infoId=5869>

■通関現場での対応状況

上記、「検査証明書」とは具体的に発行機関や証明書内容が求められているのかについて、日本食品を取り扱う中国系貿易会社の総経理に伺ったところ、「通関での対応は統一されていないが」という前置きがあった後、これまでのケースを紹介してくれた。

ケース1：通関から検査証明書の提出が求められたが、メーカー自身が可塑剤の含有が基準値以下であることを証明（宣言）した書類に代理通関業者の押印したものを提出することで通関できた。

ケース2：ケース1の対応では許可されないとのことで、日本の検査機関にて検査必須の可塑剤（フタル酸エステル類）の検査証明書を取得し提出しなければならなかった。

以上のように、具体的な運用は地域や利用する代理通関業者によって異なるようで、事前の確認や調査が必要である。

■おわりに

震災以降、日本食品の中国への輸入規制が緩和されたものの、現状でも震災以前ほどではない。震災直後、日本からの食品が全面的に禁止されたことから、従来日本からの輸入食品が並んでいた棚には、韓国・台湾・東南アジアなどからの食品にシフトしていった。2011年末からの規制緩和にともない、日本輸入食品の回帰もあったようだが、何せ日本食品に対する通関基準の厳格化が続いている中で輸入量も伸び悩んでいるため、震災前に比べると輸入日本食品を目にすることが少ない。

現在、日本食品に対する放射性物質による汚染を危惧・倦厭する一般市民は非常に少ないが、中国の食品安全に対する管理監督の厳格化とそれに伴う証明書の発行や通関リスクの増大で、食品の輸入に伴うコストが高くなり、価格に転嫁することで、消費者の購買意欲に影響してくることは懸念の一つだ。

【チャイナワーク 孫 光】

円安ウォン高により、その影響が韓国物価にも本格的に反映され始めた。韓国の大型マートであるE-Martが最初に日本産加工食品の価格を10～20%引き下げるイベントを行っている。韓国の大型マートが取り扱う日本製品及び円安現象による韓国市場の動向を整理した。

■ 6ヶ月間下落する円貨、上昇するウォン貨

日本政府が去る9月に量的緩和政策を広げ、円貨仕入に着手した以来、円貨の価値はずっと下落している。2010年を基準年度として物価上昇率を考慮した実質実効為替レートを発表する国際決済銀行（BIS）によると、去る2月円貨の実質実効為替レートは83.06で昨年8月（102.09）に比べ18.64%下落した。一方、同期間、韓国ウォン貨の実質価値は61カ国の調査対象国のうちで増加率が3位であった。



過去1年間100円当たりのウォン貨価格変動の推移
(資料=ソウル外国為替仲介)

6か月間持続された円貨及びウォン貨価値の相反する動きは韓国産業のみならず韓国の日常生活にも本格的な影響を及ぼし始めた。昨年までは円高によって多くの日本人観光客が韓国を訪れたが、最近の円安によって減少傾向にあると言える。一方、消費者からは日本からの輸入品に対しても円安を商品価格に反映するようにといった要望が出始めている。

■ E-Mart、日本産加工食品の価格を引下げ

和食レストラン及び日本式居酒屋の人気により日本食は韓国人にも慣れ親しんできている。大型マートで大概の日本料理用調味料や食材等を購買することはもはや難しくなく、日本食材を専門販売するオンライン・オフラインモール及びアウトレットも既に落ち着きを取り戻している。

しかし、6ヶ月連続円貨価値の下落により、韓国で販売される日本産加工食品・食材価格に変化が起き始めた。韓国の大型マートチェーンであるE-Martが円貨の影響により日本産加工食品の価格を10～20%引き下げて販売する大規模イベントを始めた。為替レートにより日本産加工食品価格が下

落することは韓国でも稀なケースである。今後いつ為替レートが変化するかも分からず、引き下げた価格を再度引き上げることも難しい。

E-Martは3月26日から1万1790ウォンで販売していたキッコーマン醤油（1.8ℓ）を1万610ウォンに、7450ウォンであった胡麻ドレッシング（300ml）を5960ウォンで販売する等、23種の日本産食品の価格を20%引き下げて販売している。これ以外にもE-Martは総93種の製品の価格を10～20%引き下げて販売するイベントを6月末まで実施する計画である。割引商品には、昨年E-Martでのみ13万個が売れたボノスープ、SBゴールデンカレー等が含まれている。

E-Martで販売される日本加工食品は、昨年1年間で50億ウォンの売上を記録し、毎年売上が約20%上昇するほど人気が高い。関係業界はE-Martの波及力や市場占有率を考慮すると、円安による日本産製品の価格下落が他の産業分野まで影響を及ぼすと予想している。

実際に、韓国の大型マートが取り扱っている日本関連商品は今回のセールイベント商品品目以外にも多様である。アサヒ、恵比寿、札幌ビール等は酒類コーナーでたやすく見られ、Home Plusでは日本で直接製造された丸京製菓のどら焼きや五木鍋焼等も直輸入等を通じて販売している。

また、日本のデパートの食器コーナー等にある日本産器のセール等も頻繁に行われる。桜など日本伝統柄の様々な用途の器が6000ウォン～10000ウォンの安い価格で販売されている。

韓国の食品会社が日本食品会社MCCと共に2010年頃に発売した日本食インスタントカレーの神戸食堂の場合、E-Mart、Home Plus等の大型マートを通じて販路を広げて占有率を7%程度まで上昇させたことはもちろん、日本のカレーに対する認知度をアップさせたという評価を受けている。

韓国で流通される商品に対する影響力が大きい大型マートが先立って日本商品に対するセールを行うことが、韓国でトヨタ自動車や日本産化粧品に対する価格引下げのプレッシャーとなる世論も登場するほどの状況である。



E-Martが行う
日本加工食品
セールイベント
(出所:連合ニュー
ス/個人ブログ)

鳥取県から台湾へ高校生たちが社会見学に来た。ふと、和僑という言葉が浮かんできた。311、リーマン・ショック以降、女性の海外進出が積極的だと思う。戦前、台湾で建設された台湾賓館とともに考えてみた。

3月20日、鳥取県から高校生たちが台北の弊社を訪問した。私は台湾の概要を説明した。その様子を、まずお知らせしたい。高校生たちは、鳥取県から韓国を訪問し、次に台湾へ来た。台湾では、新竹サイエンスパーク、丸京製菓、弊社を訪問、そして台北の高校と交流を行った。事前に台湾についてのイメージを書いて欲しいとアンケートをお願いした。その内容は、次の通り。

1 台湾のイメージ

- ・にぎやかなイメージ。
- ・にぎやか。
- ・都会！日本の東京や大阪や福岡など大都市が小さい県にぐっと集まったイメージ！でも古い歴史も感じられる。・大きい建物が多そう。
- ・日本に近い文化・雰囲気。・日本に近そう。（ファッションや志向）・日本と似ている。
- ・親日の人が多い。・日本語が上手。
- ・中国であって、中国でない独特の都市。
- ・コンピューター関係がすごい。
- ・勢いがあるイメージ。
- ・世界有数の博物館がある。
- ・比較的あたたかい。
- ・暖かい。
- ・食べ物がおいしい。
- ・おいしい食べ物がいっぱい。（フルーツや肉）
- ・食べ物がすごくおいしそう。
- ・高級食料（食材？）が多そう。
- ・バイク・夜市
- ・すごい頭のいい人が多い。



2 自分のしたいこと

- ・日本が台湾にとってどんな存在なのか知りたい。
- ・台湾から見る日本のイメージが知りたい。
- ・日本と似ているところ、違うところを発見したい。
- ・日本と台湾の違いを発見したい。
- ・日本の流行がどのくらい浸透しているのか知りたい。
- ・製品の流通について学びたい。
- ・工場見学。
- ・台湾の学生と日本の学生の考え方の違いが知りたい。
- ・現地の高校生と交流し、異文化を知る。
- ・現地の人との交流。
- ・台湾の方から見て日本のイメージや好きな日本料理を聞いたり、台湾の文化を学んで、日本との違いを勉強したい。
- ・台湾の文化に触れたい。
- ・文化にふれたい。
- ・歴史も知りたいし、現在も知りたい。
- ・異文化とコミュニケーションする方法を学びたい。
- ・台湾料理が食べたい。
- ・初めての海外だから、知らないことを知りたい。

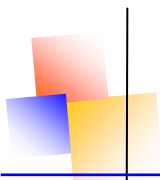
3 鳥取帰国後の感想として

- ・社長さんの話を聞いて、自分の好きなことや、興味あることを追求していく気持ちが強まった。
- ・若いうちに世界をもっとみてみたいと思った。
- ・社長の仕事もやり、芸能人の知り合いや映画出演まで、すごいと思った。
- ・民族のことや、日本との関わりなど大変勉強になった。
- ・中国語で自分たちの名前を覚えていただき、感謝しています。



鳥取県からやって来た高校生

〈次頁へ続く〉



10名の高校生であったが全員「女子」であった。以前なら驚くことであったが、最近は違和感を感じなくなってしまった。台湾にいて感じるのは、国外に積極的に出て行くのは女性ばかり。同じ週に台湾で「女性和僑の会」が開催された。海外の日本人女性経営者たちの集まりである。現場には、同時に台湾女性企業家協会のみなさん、浅草おかみさん会のみなさんも参加していた。私も参加したのだが、そのパワーには圧倒された。とにかく元気である。そしてそれぞれの夢を語る。

さらに弊社にて台湾から日本への日本語研修生を送り出しているのだが、100人送り出すと97人が台湾人女性である。年齢も20代から60代まで。ほとんどすべて女性である。台湾に語学留学に来ている日本人も、たいていは女性。311で見切りをつけて台湾へ避難してきた日本人もほとんどは女性である。台湾のニュースを見てみると、日本から来て話題になるのは、佐々木希などのモデル系、台湾連ドラに出演している等のAV女優たち、歌手も小林幸子、安室奈美恵、ついには宝塚歌劇団までやってくる。圧倒的に日本女性の話題が多い。日本も台湾もオトコはどこへいってしまったのだろう。

■動き出せ、日本人

3月29日付の日経新聞に豊島氏が面白い文章を書いていた。「日米中韓4カ国の高校生を対象に実施した調査で、将来の仕事で「起業したい」と考える日本の高校生は4カ国中最低の6%、という記事が27日付の日本経済新聞朝刊に載っていた。憂慮すべき数字だ。トップは中国で31%。次いで米国の19%、そして韓国が12%となっているので、日本は群を抜いて低い。しかも、希望する仕事のトップが、中国は起業家、米国は医師、韓国は建築家やデザイナー、そして日本は公務員。「安定志向」ともいえるが、要は、リスク回避の巣ごもり心理のあらわれだ。フェイスブックの最高執行責任者（COO）シェリル・サンドバーグ氏の新著にも書かれていることだが、キャリアは「はしご」ではなく「ジャングルジム」の時代だ。アベノミクスの成長戦略の中で、ベンチャー企業への新たなファイナンスの道が色々検討されているようだが、同時に起業家精神育成のための教育も重要だろう。「丸暗記」型の受験教育から、ディ

ベート（議論）を通じて創造力を養うような教育だ。日本人は、受験問題を解くテクニックにはたけているが、「自分で受験問題をつくってみろ」と言うとうろたえる。-略-日本人の起業家たちが海外に散り、日本企業との有機的な協調活動を通じて、成長国の需要を取り込む努力が欠かせない。「華僑」「印僑」にならない「和僑」を養成することも「成長戦略」として望まれる。」と起稿している。しかし私が感じるに、実は先端を走る日本女性たちは既に動いており、それを見たフォロアーたちが動きはじめている状況だ。

リーマン・ショック、その後の311大地震以降流れが変わったのだ。石橋を叩いていまだに動かずいるのは、オトコたち。旧来の日本型企业システムを未だに信奉している。オンナたちは、新しいムーブメントを直感で感じ取り既に泳ぎ始めたと思う。ここに面白い情報を得た。2011年度までの台湾への進出企業は、毎年200社程度であった。しかし2012年度（2012年4月から2013年3月）について、日本からの台湾進出企業が、600社近くになったというのだ。これは凄い数字である。聞くところによると、ほとんどが小企業。また台湾で仕事を探しているという日本人に話を聞くと、尖閣問題で共産党政府から仕事を妨害されたり、仕事を干されたりして、大陸からの避難民も多い。まだ分析をしていないが、台湾で新規開業する案件も多いようだ。日本では家電系大企業が崩壊する中、大木が倒れた後に小さな芽がでてくるように、ここ台北にいと、小さな力強い息吹を感じる。いままで見えなかった太陽の光を浴び初めて、自分の力で開業をしようと考えているようにも感じる。

先ほどの女子高校生たちの、事前イメージと帰国後感想をみると、ぼんやりした光、抽象的なイメージであったものが、海外に来て現実を自分の五感で体験したことによって、具体的な未来像を結び付けはじめていように感じる。実際に来てみて、やってみないと分からないのである。商売のタネや創造する力は、外部とぶつかり合わないでスパークしない。

〈次頁へ続く〉

■戦前に日本のオトコたちが残したもの

さて、台北賓館に行ってきた。台北賓館とは、台湾で迎賓館としての役割を果たしてきた（旧台湾総督官邸）建物。日本統治時代の1901（明治34）年に台湾総督官邸として完成したバロック様式の2階建て洋館で、歴代総督19名のうち、4代目の児玉源太郎から19代目の安藤利吉まで計16名が使用した。これを設計し作ったのは日本の男たちである。設計は当初福田東吾と野村一郎が担当し、後に森山松之助も設計に携わった。素晴らしい建物である。日本人のオトコたちは、戦前に外地で凄いものを作ったものだ、とグッと感じるものがあった。しかし最近修復作業が行われたのだが、実に雑な内装である。予算が足りなかったのだろうか。ちょっと残念であったが、見る価値は十分にある。時々、一般公開を行なっているの、台湾に行かれる方は、HPをチェックしていただきたい。

実は、台湾の起業では、30代のオトコたちの姿も見られるようになってきている。主にラーメン、バーなどで、開業資金が少ないものではあるが、自分たちの趣向を凝らし、一生懸命に頑張っている。先日、鳥取に伺って感じたのもこの流れである。女性たちは、既に動き始めた。オトコたちもどんどん台湾や外国に来て欲しいと思う。



台北賓館の外観

話は変わるが、先日フランスとイタリアへ視察に行ってきた。ヨーロッパ経済は、キプロス問題に代表されるように、良くない。全く良くない。イタリアも選挙後、混迷を深めている。フランスもレストランはガラガラで、ミシュラン星付きレストランを貸しきってしまった。なぜなら他に、お客がいないのである。更には、高級品が売れていない。定点調査をパリでしているのだが、中国人が全くモノを買わなくなっているとのこと。これは驚きである。贅沢禁止令が出ていることもある。しかし中国の実体経済が、だいぶ蝕まれてきているのではないかと。日本は、株高で、高所得者層が動き始めていると聞く。しかし実際は、アメリカ経済頼み、そして円安期待である。私から見るとアベノミクスは、虚像にしか見えない。要注意であろう。こういう中、新しいサービスを創造し始めるには、面白い時代になったと思う。鳥取県の皆様も女子高校生のように、新鮮な気持ちでいろいろと感じていただきたいと思う。

〈参考〉

<http://www.mofa.gov.tw/TGH>

台北賓館HPの開放参観質訊で公開している日時が分かります。



事前に問合せれば、日本語ガイドさんが紹介してくれる

【スナーク 富田 恭敏】

平成25年度 海外チャレンジ補助金のご案内

公益財団法人鳥取県産業振興機構では、県内企業の海外見本市等出展、サンプル輸入事業などの海外展開活動を支援するため「とっとり県内企業海外チャレンジ支援事業補助金」を設け、平成25年度の補助対象事業の募集を以下のとおり行っております。

1 名 称	とっとり県内企業海外チャレンジ支援事業補助金
2 補助金の目的	県内企業が行う海外展開活動に対し、その経費の一部を助成することで、海外との経済交流の活性化に貢献する。
3 補助対象者	県内の中小企業または中小企業等で構成する県内の事業組合等若しくは任意のグループ（2社以上）であり、海外との経済交流に積極的に取り組む者
4 対象事業	①海外見本市・商談会・物産展出展事業 ②県内港湾を活用したサンプル輸入事業 ③商品の輸出入に伴い法制度上必要な各種検査及び証明書等認証関係書類作成事業 ※ただし、補助対象経費の総額が20万円以上の事業とする。
5 対象経費	展示品等輸送経費（海外輸送費、保険料、通関費用、検査料、証明書手数料等） 海外の見本市・商談会・物産展出展経費（会場使用料・装飾費、補助員費） 外部専門家に対する謝金及び旅費 外国語版資料作成、翻訳・通訳経費 サンプル輸入経費（サンプル本体の購入経費は含まない） サンプル開発・試験経費（輸入サンプルを日本市場に合わせるための開発・試験経費） 商品の輸出入に伴い法制度上必要な検査料、衛生証明書等取得経費 事業に必要な旅費（原則2名を上限とし、海外渡航は日本発着の一連日程1回のみ）
6 補助金の額	補助対象経費の1／2以内（1社あたり上限100万円／年間）
7 募集期間	随時 ただし、補助金予算額（計800万円）が満額になり次第、締切ります。
8 募集件数	8件相当
9 注意事項	補助対象経費、回数制限など各条件がございますので、詳細はホームページより交付要領をご確認いただくと共に、事務局までお問い合わせください。
10お問合せ先	とっとり国際ビジネスセンターホームページより交付要領を確認の上、応募用紙に必要事項を記入、資料を適宜添付して以下の担当まで提出して下さい。（郵送可） 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 TEL：0859-30-3161／ FAX：0859-30-3162

編集後記

桜の開花とともに新年度が始まりました！

とっとり国際ビジネスセンターでは、昨年度に引き続き、海外見本市出展や商談会開催等を通して海外ビジネス創出に挑戦する県内企業の支援を行います。

また、本頁でご紹介している「海外チャレンジ補助金」は、海外初心者企業の海外展開に必要な経費の一部を助成する制度で、先日第1回審査会を開催したところ、5件が採択となりました。

この他にも様々な支援メニューがございますので、お困りごとがございましたら、まずは当センターへお気軽にご相談ください。

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

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。