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８９号　２０１４年４月１０日発行

アンニョンハセヨ　KOREAレポート　23

レシピをリメイクする消費者『モディシューマー』

目次：

アンニョンハセヨ KOREAレポート 23	1
東南アジアビューローレポート 4	2~3
現地発！台湾月刊レポート 82	4~5
最新的上海～現地レポート～ 73	6~7
ロシアレポート 10	8~9
編集誤記	9

最近、韓国で新しい食のトレンドとして急浮上している『モディシューマー』の旋風と企業のマーケティングの活用事例を調べてみる。

■ラーメン業界に影響を与えたモディシューマー

去年から若者を中心に「モディシューマー」族が急増している。「モディシューマー」とは、変化を意味する「modify」と消費者「consumer」を合わせた造語。提示されたレシピではなく、自分だけの調理方法で既存製品を混ぜたり、形を変えて楽しむ人々を意味する。消費者が既存食品を好みに合わせてコラボさせることで、新たなレシピを手軽に楽しむことができることが人気の秘訣のようだ。

なかでもインスタントラーメン業界が最も熱い。㈱農心（韓国のラーメン会社）の代表的な商品である‘チャパゲティ’と‘ノグリ’をコラボさせた“チャパグリ”を例に挙げると、レシピ公開後の1ヶ月の出荷量がチャパグリが87%（前年同時期対比）、ノグリが50%（同）伸び、同社は生産ラインをフル稼働して対応している。昨年、韓国で2兆ウォンを超えたラーメン市場の成長には、モディシューマーが偉大なる功績をあげており、単に、麺類だけでなく、おにぎり、飲料、化粧品にまで拡散している。

■インターネット・SNSの影響

モディシューマーが急に浮上した理由は、インターネットとSNSを通じて誰でも簡単に情報を共有することができる環境が大きく影響している。ここで、他人と違う自分だけの個性を示したい消費者の欲望のもと、様々なモディシューマーが登場している。このような現像は、ユーザーの間にとどまることなく、ラーメン市場のように商品売上にも直接的な影響を及ぼしたり、これを活用して共同マーケティングを行ったり、レシピを製品化したりする企業も増えている。実際に、食品会社である「㈱Paldo（韓国のラーメン会社）」は、ブログとフェイスブック等を活用して自社ラーメン製品（ビビン麺）のレシピ対決イベントを開催して、新しい料理法を公開しており、㈱農心は「ヌードル・プードル（Noodlefoodle）」インターネットホームページにモディシューマーのための行事を開いて自社製品の広報に活用している。また、農協（金融会社であるが、韓国内の農産物流通業務も遂行）ではホームページに韓国産農産物を利用した各種調理法を公開して、「自分だけのレシピ」等、モディシューマーに関するページを作ってマーケティングに活用している。

■ベンチャーも注目

創業市場でもモディシューマーが新しいトレンドとして浮上して、「モディシューマー店舗」が登場している。モディシューマー店舗では、消費者が直接調理過程に参加することになる。その過程で、消費者は楽しさを感じ、個人の好みや個性を反映することができるため、高い満足感を得ることができる。

ソウルにあるカフェでは、顧客が直接バリスタとなり、コーヒー豆を焙煎して、ハンドドリップコーヒーを抽出して飲むことができる。カフェ内には多様な輸入豆が用意されており、自分好みにブレンドが可能である。また、専門バリスタによるサポートも充実している。顧客は様々なコーヒー豆の中で自分の好みに合わせて選択し、ブレンディングして自分だけのコーヒーを作ることができる。

時々刻々変わる消費者のニーズを見逃さず、それに基づいて商品化するこのような一連の形態は、新しいトレンドと企業のマーケティングとして持続的に活用され、このような能動的な消費者の登場は多様な分野に影響を及ぼすと予想される。

【安進会計法人　キム･ミョンギュ】

東南アジアビューロー レポート ４

今一番、HOTな町 シラチャー

タイの有名な地名としては、バンコク、チェンマイ、プーケット、アユタヤ、パタヤとおそらく思い浮かべるが、タイに住んでいる方に聞くと、シラチャーという地名が必ず出てくる。

在タイ日本国大使館によると、タイに在留届を提出している日本人は約６万人でその中の約１０％の６千人がシラチャーに住んでいる。あくまでも任意での届出なので、実数は在留届出しない方を合わすとタイ全土で約１０万人、シラチャー在住者は約１万人とも言われている。

バンコクから南南東へ１６５キロ。バンコクのエカマイターミナルからバスで約２時間半、日本人に人気のパタヤの北にシラチャーという港町がある。ほんの５～６年前まではのどかな漁村という風情だったのが、あれあれよという間に人口が約２０万人の立派な市となった。

なぜ、多くの方がシラチャーに住んでいるのか。
それにはいくつか要因がある。

■２００９年にシラチャー日本人学校ができた

開校当初は、約８０人の生徒であったが、現在は３００人を超える生徒数となり、今後も増加を見越して、昨年校舎が増設され更に多くの生徒を受け入れる体制が整った。

タイの現状だが、日本人学校が所在するのは、バンコクとシラチャーのみで、もしお子さんを日本人学校に入れるとなると、バンコクかシラチャー近辺に住まざるを得ない状況だ。

それに加え、バンコクに住んでいても、父親の働く場所が指定された区域でなければ、バンコクの日本人学校に入れないという新しいルールが決められ、困った駐在員の方はどっとシラチャーに流れてきている。

（写真：続々と建築される、
日本人が多く住むコンドミニアム）

■近辺に大きな工業団地がある

２０１１年にバンコク中部を中心に発生した洪水により、アユタヤ県を中心とした工業団地が被害を受け、比較的安全なチョンブリー県（シラチャー近辺）に移ってきた。この辺りは、「東洋のデトロイト」とも呼ばれ、自動車製造の巨大拠点である。

最近では、スズキが新しく進出。三菱自動車も従業員を2倍に増やすなど日本車メーカーの増産ラッシュが続く。トヨタ自動車も近くにあるゲートウエー工場を大幅に拡張した。

こうした工業団地へ通勤するには、バンコクからだと時間的に無理なこともあり、のどかな漁村が一変してしまった。

シラチャーとパタヤの中間にはタイ最大の貿易港、レムチャバン港がある。タイで生産した自動車などはその大半がこの港を経由して世界に輸出されるので、今後もシラチャー近辺には工業団地が続々と開発されていくようだ。

■日本食レストラン、病院等の施設が充実

日本人が住み着いた事から便利な環境が整い、バンコク市内の大病院がシラチャーに支店を出し、同様にバンコクの有名居酒屋やラーメン店がそろって支店を出し始め、日本語の看板も目に付く様になった。それに伴いフリーペーパーなども発行され、日本人にとって不自由のない環境となっているようだ。

《次頁に続く…》

（写真：ｼﾗﾁｬｰ郊外にある複合施設　J-PARK）

（写真：町の中心街 多く見られる日本語の看板）

これらの要因から、どんどんシラチャーという町は日本人向けに開発されていくはずだ。日系企業のサービス業、ホテル業、不動産業などが、多くのビジネスチャンスを求めて進出を試みるが、そこはタイならではの、利権を離そうとしない地元タイ人とのいざこざも聞こえてくる。しかし、すでにシラチャーを中心に、日本人に好都合の条件が整っており、注目の町であることは間違いないようだ。

話は変わるが、タイの情勢について触れておく。３月１９日に非常事態宣言が解除され、落ち着きを取り戻したように思ったのだが、直後の３月２１日には、２月２日に行われた下院選を、投票が反政府派の妨害によりタイ全土で行われなかったことを理由に裁判所が無効と判断した為、その判断を世論的に認めるのか、認めないのかの主張を訴えるデモが、政府派、反政府派に両派共に行われている。憲法解釈が未成熟な部分もあるとしても、司法の判断に対してのデモなので解決方法がより一層難しくなってきた。国軍の実質的最高実力者であるプラユット陸軍司令官が仲裁に入るというきな臭い話も流れている。

タイでは夏季に入り、これから一番暑い時期を迎える、ソンクラーン（タイのお正月）間近である。デモ隊も体力勝負の面が出始めてきており、ますます予断を許さない状況だ。タイ国民みんなが穏やかな正月を過ごしたいと思っており、「もういい加減にしてよ」という思いが強いようだ。

（写真上：踏切内でデモンストレーションを行う反政府派）
（写真左：プミポン国王皇居前を練り歩く反政府派）

【鳥取県東南アジアビューロー　川南】

現地発！　台湾月刊レポート　82

台湾大ヒット中、戦前甲子園映画KANOからみる日台関係

台湾では戦前甲子園映画「ＫＡＮＯ」が大ヒット中である。セリフのほとんどが日本語という異色台湾映画。戦前の日本人の台湾に対する考え方、現代の日本人の考え方という視点から見てみると学ぶべき点が浮かんでくる。

キーワードは、「交流と教育」だ 。

■甲子園大会で準優勝した台湾の高校

台湾嘉義(かぎ)農林高校をご存知だろうか。この高校を知っている方は、余程の台湾好きか、野球好きであろう。以下、嘉義農林高校を略して嘉農(かのう)と呼ぶ。

嘉農は、日本統治時代の１９１９年(大正八年)に台湾南部、嘉義という場所に作られた農林学校。現在の国立嘉義大学の礎となる学校である。この嘉農が、台湾で一大ブームを巻き起こしている。嘉農は、戦前、日本の高校野球甲子園大会で準優勝した学校なのだ。

映画の宣伝を訳してみよう。

「まったく気力がなかった野球少年たちの奮起、そして夢に向かって前進する熱血ストーリー！ 物語は、1929年(昭和四年)に台湾で誕生した野球チーム、それも漢民族、日本大和民族、そして台湾原住民族（日本で言う高砂族。ちなみに原住民という名称は、台湾では誇り高い呼び名）混成による嘉農野球部が創設された。野球部の日本人監督は「進軍甲子園」のスローガンを掲げ、日本型スパルタ方式にて厳しい訓練をした。最初は、ダラダラとした野球部員たちであったが、何回も何回も他校に負け続けたが、悔しさをバネにして鬼のような練習をこなし、一年を経て勝つ意思を持つ野球部、甲子園出場を決心する野球部に生まれ変わった。1931年、嘉農野球部は、新しい道を切り拓いた。台湾での常勝軍団であり、オンリー日本人チームの台北商業高校を打ち負かしたのである。台湾代表チームとして、また台湾南部の高校として、初めて日本の甲子園に遠征することになったのであった。甲子園では、整備された草地グラウンドの向こうに見える55,000人にものぼる観衆。嘉農野球部員のどこまでも負けないと思う強い心、そして決してあきらめようとしない精神力に、観衆は、勝ち負けに関係なく大変な感動に打ち震えた。嘉農は、歴史を創ったのだ。勇敢に挑戦する自己精神力、そして勝ち取った本当の勝利。台湾から遠い、日本の甲子園。そこで響き渡ったのは「英雄…戦場…天下…嘉農」のコールの嵐であった」

【参考】映画「KANO」日本語を含む予告編。
https://www.youtube.com/watch?v=PvBvkp-r4C4

これは、実話を元にした映画である。

数年前に日本でも有名になった「海角七号」の魏監督が撮影。そして、この映画の題名は「ＫＡＮＯ」。そう嘉農の日本語読みである。台湾映画で有るにもかかわらずセリフの８０％が日本語。台湾人は、台湾映画であるにもかかわらず、字幕を見ながら鑑賞している。

《次頁に続く…》

ネタバレするが、嘉農は、結局甲子園では、準優勝に終わった。しかし当時、台湾の漢民族、更に台湾原住民は、日本人から下に見られていた。その混成チームが、日本人に小馬鹿にされながらも、挫けず、高みに登っていくさまは、私達日本人の心の中にも爽快さとともに、自分たち日本人が持つ優越意識にちょっとした痛みを与える。近代日本人のアジア人蔑視から、平等・協力主義へ変革時期に映画考えさせられる映画となっている。

御存知の通り、日本人の技術者が日本国内のリストラ・配置転換に伴い、海外へ流出している。ちょうど、この光景をＮＨＫの特番で放映していた。シャープや日立の液晶技術者が会社を辞め、行き着いた先は、シャープ買収に名を馳せた台湾企業「鴻海（フォックスコ）」。

放映内容は、以下のとおり。

「地方発 ドキュメンタリー」 － 技術者達の二回戦 メイド・イン・ジャパン 危機の中で －

「奈良県天理市のシャープ総合開発センター。日本の液晶産業はここから花開き、長く世界をリードしてきた。開発を支えてきたのは1人1人の技術者。しかし、2年前にシャープの経営は苦境に陥り60年ぶりのリストラが行われた。メイド・イン・ジャパンが世界を席巻した時代は過ぎ去った。そんな中、活躍を失った技術者が集まり再び開発に挑もうと動き始めた。率いるのは、元シャープ技術者。新たに身を置くことにしたのは台湾の企業。次の戦いに挑む技術者たちの二回戦を追った。鴻海が日本人に求めるのは、技術のアドバイザーとしての役割。しかしそこに留まっていてはものづくりを本当の意味で担うことはできない。目指すのは鴻海を動かす存在になること。」

【参考】NHK「地方発ドキュメンタリー」技術者達の二回戦メイド・イン・ジャパン危機の中で
http://tvtopic.goo.ne.jp/program/info/695705/index.html

鳥取のかたも、身につまされる内容だと思う。ぜひ見ていただきたい。そしてこの技術者たちと重なるのが、映画の中で活躍する野球部コーチ近藤兵太郎（役者は永瀬正敏さん。主演である）。日本から落ちのびてきて、台湾に流れ着く。もがきながらも、自分の技術を惜しげも無く台湾人学生に教えこむ。つまり教育である。そして、その果実として「チーム嘉義、チーム近藤」として日本の甲子園に凱旋帰国を果たす。

野球視点ではなく、日本から捨てられた技術者視点で映画を見ると、今の日本そのもの、古い自分を捨て、考え方を変え、未来を創造する姿そのものである。ちなみに嘉農は、その後も春１回、夏４回甲子園に出場し、監督の指導力、技術力が、まぐれではなく確立したものであったことを歴史が証明している。

この映画の日本での上映は来年２０１５年、残念ながら遅い。台湾旅行の際には、ぜひ見ていただきたい。元気づけられる映画である。

余談であるが、この映画の中で重要なカギを握る嘉農校長役は、私が演技をするはずであった。スケジュールが合わず断念したのだが、残念と思う一方、映画を汚さなくてよかったとホッとしている。

私が、出演した同監督の前作「セデック・バレ」。蜂起に破れ日本人に皆殺しにされ台湾原住民セデック族。３月中旬、その残党が幽閉された川中島への文化支援のための訪問を行った。そこでは、映画の主人公モナさんの孫(現村長)にお会いし、日本人と台湾原住民の友好を誓い合った。驚いたことは、彼の奥さんが京都大学在学中の日本人であったこと。まさか、日台交流が、ここまで深まっているとは。自分の浅さを感じた瞬間でもあった。交流で生まれる知恵、知識、そして新しい未来。映画ひとつからも様々な交流が産まれる。

（写真:KANO、海角七号の魏監督と）

【参考】映画 セデック・バレ 公式日本サイト
http://www.u-picc.com/seediqbale/

【スナーク 富田 恭敏】

最新的上海　～現地レポート～　73

中国マーケットの開拓に向けて

～広島県食品の中国販路拡大支援を通じて感じたこと～

■はじめに

毎年11月に上海で開催される東アジア最大規模の国際食品見本市「FHC　China」。鳥取県産業振興機構として、2008年から2010年にかけて3年連続ブース出展支援をしており、ご存知の鳥取県企業の方も多いだろう。しかし、震災による日本食品の中国輸入規制や日中関係問題に端を発する日本製品へのバッシングで、中国市場での日本食品販売が一時厳しい状況になったことから、中国への売り込みに消極的になった企業もいるだろう。

さて昨年、弊社は広島県から委託を受けた（公財）ひろしま産業振興機構からの依頼により、広島県食品企業の中国販路拡大支援を行った。

具体的業務としては、昨年11月のFHC出展と食品商談会開催にともなう運営コーディネートで、販路開拓の要となるバイヤーの発掘と紹介も担当した。日本酒、ソースや酢などの調味料、寿司用食品、牡蠣、洋菓子、ふりかけなどを取り扱う広島県の食品企業13社が参加し、「高品質で安全な広島ブランド」をテーマに売り込んだ。

参加企業からは好評を頂き、終了後に行なった参加企業へのフォローアップやバイヤーへのヒアリングから、2月末時点で26件の成約案件があり、商談を継続をしている企業も多い。

今回、鳥取県内企業の皆様への参考になればと思い、紹介させていただく。

■商談会について

商談会はFHC会期前日の11月12日に開催。35社47名のバイヤーを招致して、111件の商談が行われた。来場バイヤーの業種は、日系スーパー・百貨店などの小売店と貿易会社がメインで、飲食店経営者なども訪れた。

（写真：商談会の様子①）

参加企業の中でも、既に中国で販売している企業は、業者の間での認知度と人気が高く、商談待ちをしているバイヤーも見受けられた。

（写真：商談会の様子②）

■FHC（国際食品見本市）について

ジェトロのジャパンパビリオンには広島企業13社のほか、21社の日系食品を取り扱う企業が出展していた。FHC前日に開催した商談会を訪れたバイヤーが、上司や部下を連れて再度来場したり、日程の都合会に来られないバイヤーをFHCに招致したことが功を奏し、予想以上のバイヤー来場があったと好評だった。ジャパンパビリオンの3分の1が広島県ブースだったため、ひときわ存在感があり、一致団結している印象を受けた。

（写真：FHCの様子①）

《次頁に続く…》

■商談会とFHCを終えて

参加企業の目的やターゲットが明確に感じられた。そのことが、商談会やFHC終了後の成約や商談継続に繋がっているのではないかと思う。

例えば、参加企業13社のうち9社は、中国に自社の拠点あるいは代理商があり、商品を気に入ったバイヤーがいれば、すぐに代理商につなげるなど、継続的な商談につなげる体制を持っていた。その他の4社については、来場バイヤーから中国消費者のニーズを聞きながら代理商を探し、まずは中国に商品を輸入するための情報収集を行っていた。

商談会や展示会という単発のイベントで得た情報を受注や商流につなげるためには、イベント後のバイヤーに対する継続的なコミュニケーションが不可欠だ。弊社でもバイヤーへのヒアリングなどを行い、フォローアップを行っている。

ある企業は、11月から12月にかけて、同社の中国総代理業者が大幅な受注金額アップという成果があったということで、FHCと商談会の反響の大きさを感じていた。また、これまで輸出実績のない企業も、商談会に来場した貿易会社との間で、現在も輸入に向けて商談を継続しているほか、中国への輸送面での課題について、ひろしま産業振興機構や広島県庁海外ビジネス課にも相談しながら、中国への輸出に向けて検討しているようだ。

今後の日本国内の消費規模の行方を考えれば、今から中国マーケットへの糸口を探すことは、将来的にも必要だろう。もちろん、中国は香港やシンガポールに比べて、税金面や通関面でのハードルが高い上、競争相手も多いため、安定的な販売ルートを構築するまでの道のりは険しい。

先日、この商談会にも来場したバイヤーと話す機会があった。そのバイヤー曰く、「初めての展示会や商談会の参加で、すぐに成約につながることはとても稀。」また、こうも言っていた。「初めての参加の場合、中国バイヤーと面識作りと考えた方がよく、重要なのは、後日、入手した名刺の担当者に対して継続してコンタクトを取り、フォローアップしていくことだ」という。

中国のバイヤーは特にレスポンスの速さが重要で、そのためには、中国現地に自社の営業マンがいる、あるいは信頼できる代理商が手足となって営業する体制が必要となってくる。

展示会や商談会の出展の費用対効果を上げるために、出展の目的を明確にし、一歩ずつ長い目で中国市場に取り組んで頂きたい。

（写真：FHCの様子②）

【チャイナワーク　孫　光】

ロシアレポート　10
沿海地方の投資政策

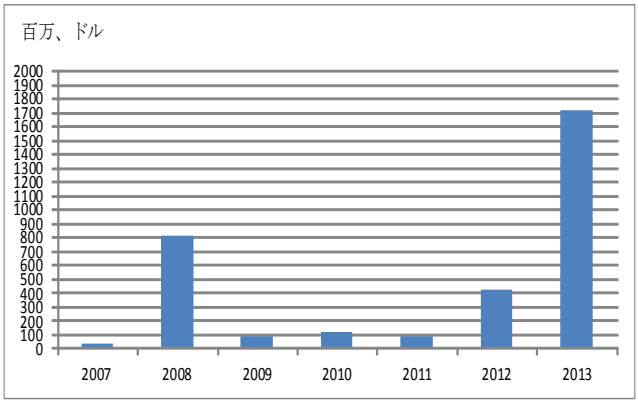
３月に東京で第６回日露投資フォーラムが開催された。本フォーラムには日・露政府の関係者及びビジネスに関係する多くの企業・団体が参加。出席者はウクライナ問題に代表される政治問題は日露文化・経済交流の支障にならないという認識で一致し、フォーラムではロシア投資情勢の改善、両国間の将来性のある協力開始に関する課題が協議された。

（写真：プリマメディア通信 ）

フォーラムでは、経済協力に関して１０以上の協定書と覚書が調印され、物流、エネルギー分野、農業分野で協力する予定である。その一つとして、ＦＥＳＣＯ社（ロシア）、丸紅（株）、合同穀物会社（ロシア）が、ロシア極東管区港経由の穀物輸入量の増加協力に関する覚書に調印された 。

沿海地方への海外からの投資は年々増加しており、２０１２年の海外から沿海地方の向けの投資額は４億１７３０万ドルだったが、２０１３年の投資額は１７億１２７０万ドルで４倍以上増加した。同地方行政府は、投資だけで沿海地方の経済は発展できると予測し、投資家にとって、物流やエネルギーなどの産業分野はとても魅力的にうつっている。

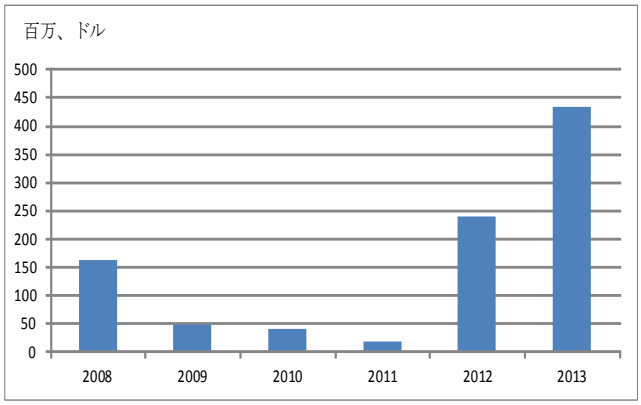
大規模な投資家としては「ロスネフチ」（ロシア）、「トランスネフチ」（ロシア）、「ガスプロム」（ロシア）、「シーメンス」（ドイツ）、「コトラ」（韓国投資貿易振興公社）、「ロッテ」（韓国）、「コマツ」（日本）、「SKF」（スウェーデン）等が挙げられる。



グラフ１：外国からの沿海地方向け投資額
（沿海地方統計局より）

フォーラムで、沿海地方行政府経済部のニコライ・デゥビニン部長は、沿海地方の成長可能性を説明し、「２０１３年の沿海地方向けの外国からの投資額は１７億ドル以上であり、その内の１１億７千万ドルは日本からの投資で、６８％を占める。」と発言した。

しかし、上記の日本からの投資額は融資込みの投資額であり、融資額を除いた場合、４億３千百５十万ドルとなり、前年と比較して２倍の増加となる。



グラフ２：日本から沿海地方向け累積投資額
（沿海地方統計局より）

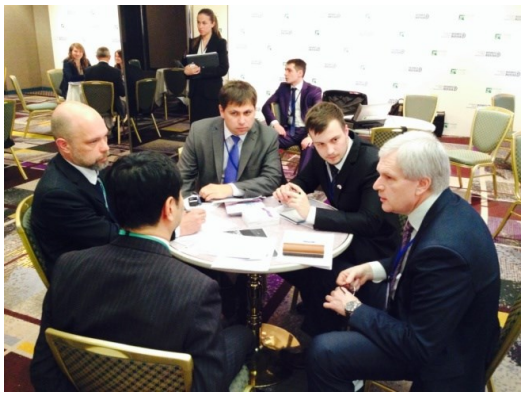
《次頁に続く…》

本フォーラムの際に、ウラジーミル・ミクルシェフスキー沿海地方知事の代理として出席した、沿海地方行政府経済部のニコライ・デゥビニン部長は、日本の投資家に沿海地方の７つの主要プロジェクトへの参加を呼びかけた。７つの主要プロジェクトとは、娯楽分野、自動組立の生産式の経済特区、石油化学クラスタ、魚類クラスタ、工業エリア、農工業エリア、在ヴォストチニイ港経済特区である。

沿海地方行政府は、投資の勧誘のため有利な環境に向けた取り組みも行っている。例えば、ウラジーミル・ミクルシェフスキー沿海地方知事の発案で、税制に関する新しい法律が制定され、大型投資家のために所得税及び固定資産税の減免が規定された。さらに外国投資家の技術とノウハウが使用できる新工業エリアが計画されている。

さらに、海外からの投資を増やすために、いくつかの機関が設立され、沿海地方投資委員会もそのひとつである。本委員会の主な目的は、沿海地方の経済発展と、新しい投資家を勧誘することである。

また、沿海地方輸出支援センターは、外国投資家や外国企業と協力し、沿海地方への投資の受入れの代理人として中小企業のサポートを行う。



（写真：プリマメディア通信 ）

沿海地方投資委員会及び沿海地方輸出支援センターは、日本の投資家と協力した経験がある。沿海地方輸出支援センターのグルシャク・ロマン所長は「鳥取県の平井知事が、日露交流及び沿海地方と鳥取県の間の将来性について説明されたことが印象的だった。」と述べた。

今後も沿海地方行政府は、投資家勧誘に向けた取り組みを行っていく予定である。

【鳥取県ウラジオストクビジネスサポートセンター
ユルキナ･ヴィオレッタ】

ごあいさつ

はじめまして。

このたび、とっとりグローバルウォッチの編集を担当させていただくことになりました井上と申します。

３月の終わりに引っ越しをし、４月１日から「とっとり国際ビジネスセンター」での仕事がスタートしました。住環境も仕事も新しくなり、まだまだ落ち着きませんが、頑張ってまいりたいと思います。

宜しくお願いいたします。

井上

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/