

## とっとり・グローバルウォッチ

第85号

2013年12月4日発行

## ロシアレポート 6

## 海外投資家の注目を集める沿海地方農業

ロシア沿海地方は広大なロシア連邦の東南端に位置し、ロシアの他の地域と比較して夏の気温が高いため、米、大豆などの農業も盛んだ。現在ロシア政府は農業の近代化と、生産物に付加価値を加える加工業の育成を進めているが、海外の投資家も沿海地方の農業に注目している。

今年の沿海地方の農業に対する海外からの投資額は既に800万ドルを超えた。その増加ぶりをみると2012年だけで前年に比べ5倍も増加している。主な投資国は、ドイツが75%、韓国13%、中国と日本が3%となっている。

今年の秋には、沿海地方政府のシドレンコ副知事がハサン地区とホロリスキー地区を訪問し、現地の農業経営者や外国人投資家たちから聞き取り調査を行うなど、沿海地方政府の高い関心度がうかがえる。副知事が訪問した企業の一つがホロリスキー地区ヴォズネセンカ村にある韓国資本の「Hyundai Khorol Agro」社だ。大豆とトウモロコシを栽培しているこの企業では、大豆の収穫量はまだそれほど多くはないが、1ヘクタール当たり40キントル（4トン）の収穫を目指し、新種の種を導入し収穫量を大幅に増やす計画だという。

一方、トウモロコシは、1ヘクタールから60キントル（6トン）ほど収穫されている。同社はおよそ5.5ヘクタールの耕地面積を保有しており、収穫分は全て沿

海地方で消費されている。「現時点では海外への輸出も耕地面積の拡大の予定もないが、品質の向上と収穫量のアップに力を入れたい。栽培している作物が遺伝子組み換えではない点をアピールしてブランドの確立を目指す。」とアンドレイ・グビン社長は語る。

沿海地方以外でも同様の動きがある。北海道銀行とアムール州政府は覚書を結んで農業を推進する計画だ。北海道銀行の顧客には、広い耕作地で農作物を栽培するチャンスを探す多くの企業があるという。ある日露合弁企業は、約1,000ヘクタールの農地で、大豆、ソバ、トウモロコシなどを栽培する計画をもっている。今年、日本側はリスクと利益を計算するため、アムール州で日本とロシアの農業関係者により大豆やソバを試験栽培した。来年は播種面積を今年の350ヘクタールから倍増する計画だ。「アムール州に北海道農業のモデルを作ろうと考えている。」と北海道銀行の関係者はコメントしている。

海外からの投資が増えることで、穀物収穫量の増加が見込まれる中、次の段階として海外への輸出も期待されている。沿海地方の港湾インフラは貧弱だが、港でコンテナの積み下ろしを行うためのガントリークレーンの建設について沿海地方政府を中心に議論も始まっている。整備が進めば、将来的には沿海地方の大豆やトウモロコシが鉄道で港まで運ばれ、直接船に積み替えることが可能になり、海外への輸出も容易になるだろう。

## 目次:

ロシアレポート 6	1
現地発! 台湾月刊レポート 78	2~3
アンニョンハセヨ KOREAレポート 19	4
最新の上海 ~現地レポート~ 69	5~6
編集後記	6

## 世界の主な祝日

## &lt;12月&gt;

■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
■米国	25日	クリスマス



「Hyundai Khorol Agro」での大豆収穫作業  
(撮影プリマティ通信社 木村・コスタノフ)

台湾では、とんかつ屋の出店、ラーメンの出店に続き、焼肉店等の出店も相次いでいる。オーナーは、30歳すぎの若い方が多い。台北に新しくできた焼肉店取材してきた。また、台湾の焼肉店状況も概説する。

台北に11月開店した「大阪焼肉ホルモンふたご台湾店（以下、ふたごと呼ぶ）」が元気である。開店日は、10月28日。開店した日の店頭写真を見ると日本からの芸能人の花が沢山届いている。名前を見ると「浜崎歩」「田村淳」「春菜愛」「湘南の風」等々。AVEXグループが社長の知り合いで出してもらったとのこと。現在、ふたごは日本で次々と出店をしている。ふたごのコンセプトは、1. 厳選牛を半分、値段半分でご提供、2. 料理のご提供はお口まで、3. 焼き肉はご褒美食ではなく日常食、4. 新鮮絶品ホルモンで「お客様のリピーター率120%宣言」、5. 名物黒毛和牛のはみでるカルビ、6. 五感で楽しめる焼肉・ホルモンの形。以上、素晴らしいコンセプト。台湾人にとってもヨダレが出そうな内容だ。この会社の経営は、李さんという在日韓国人双子兄妹。設立は2010年で1980年生まれ。今、日本で話題の80年代生まれである。目標は「5年後に国内100店舗展開と、海外の多数店舗展開を実現します！世界が『肉料理=Yakiniku』となる日を目指し走り続けます。」とのことだ。



大阪焼肉ホルモンふたご台湾店の様子

その国外第一店舗が台北である。ふたご台北の会社登記情報を見ると、香港に登記した会社の支店扱いとなっている。台北責任者は、藤原さん。以前は、新宿歌舞伎町でオールナイト美容室を経営していた異色の方だ。へアーサロンから焼肉専門店の台北責任者への転身である。ふたごのHPを見ると「ふたごのパートナーシステム」というFC展開を行っている。かなり練った企画をみると、推測だがバックで仕掛けている人がいるのではないだろうか。FCの企画書内容もよく出来ていて、収支計算も書いてあり、私も勉強になった。早速、取材をしてきた。

19時30分に店を覗いたが、なかなかの入り。満席である。場所は、台湾一の売上をほこる太平洋SOGO百貨店の真裏にあたる良い立地。ただし、賃貸料も高い。中に入ると従業員が元気である。豊丸こと藤原さんと従業員に話を聞いてみた。現在、従業員数は、日本人6名、台湾人4名の計10名。店の規模の割に従業員数が多い。その理由は、まもなく第二店を出すこと。その訓練を兼ねている。日本人店員が多いことも特徴の一つ。理由は、意思疎通がしやすいことと、台湾人の訓練が短期では難しいことらしい。日本人従業員は、日本のふたごで訓練を受けてきたが、台湾ではワーキングホリデービザでの就業。本ビザは一年間だけ有効なので、新規に正式のビザを取得すると費用や制限がかかり、熟練者継承等の懸念材料になるのではないかと感じた。募集要項を見るとバイト費用は、時間単価150元（500日本円）。台湾コンビニ単価が115元であるから、高い。また正従業員は、月3万元（10万日本円）からの募集である。台湾のレストラン従業員月収平均が2万5千元であるから、相当に高い。人件費コストも気になる。しかし日本人の真面目さや熱心さを感じ、大変心地よい雰囲気であった。また、豊丸さんがオーナーかと思いきや、本当の日本人オーナーが店で皿を洗っていた。実質、FC投資しているのは、この日本人オーナーらしい。登記簿を見ると、資本金は300万元（1,000万日本円）。FC企画書から二店がギリギリで回せる額か。原価率が35%。FCロイヤリティ手数料2.5%を考えると、開店当初はかなり厳しそうである。また台湾では、ホルモンが手に入らない。ホルモンの食習慣が少ないせいか入手が大変な困難であると聞いた。腸等の衛生上の問題があり台湾国内流通がないらしい。もし輸入に頼ると関税が高くペイしない恐れが有ること。「今日は、ホルモンが入っています」とのお勧めは、まだ入手困難なことの証であろう。確かに台湾の焼肉

屋で、ホルモン系を見ることは少ない。先日、台北にて開店し、すぐに閉店した「もつ鍋のやまや」は、料理の値段の高さとともに材料不足も一因だったのかもしれない。余談だが「天ぶらのやまや」は繁盛し続行している。また「もつ鍋のやまや」も場所を替えて巻き直しを図ると聞いている。さて、ふたごの提供する料理は、基本的に店員が美味しい状態になるよう焼いてくれる。量は、思ったより少ない。肉は普通に美味しかった。手の込んだ生きゅうりや、ドライアイスの演出もあり楽しい。日本では、禁止された生ユッケも提供している。

お勘定は、男性二人で3,500元（1万日本円）で、コンセプトほどの安さは感じなかった。問題は、夕方の第一弾客が帰った21時過ぎに、客足がぼったり途絶えたこと。24時まで営業とのことだが、私達以外の客が一人も来なかった。月曜日という問題もあったようだが、大きく宣伝しないFacebookやLineによる口コミ戦略に頼っているとのことだが、改善の余地がありそう。今後、また訪問し状況を観察したい。若い世代に頑張ってもらいたいと感じた。

台湾では、「乾杯」という焼肉チェーンが鉄板である。これも台湾の大学生たちが作った焼肉専門店である。現在では、ローコスト店から高級店まで展開している。ちなみに乾杯社長のお姉さんは、元日本航空CAで現在は日本酒の世界普及教員をつとめている。台北でも、弟の乾杯店と組んで

日本酒の蔵元を招聘し、日本酒勉強会を開催している。

話を元に戻すが、台湾は焼肉王国である。中国語では「焼肉」とは言わず「烤肉」という。若い台湾人に肉と魚どちらが好き？と聞くと、たいていは、肉が好きと言う。日本の食ベログにあたる「愛評」サイトを見てみよう。「焼Kao類」というカテゴリーがあり、その下部カテゴリーが、以下のようになっている。「炭烤串焼 2311店舗」「鉄板焼 764店舗」「モンゴル烤肉 4店舗」「日本式焼肉 126店舗」「韓国式焼肉 6店舗」。ちなみに「日本式ラーメン 827店舗」「日本式とんかつ 234店舗」であるから、焼肉カテゴリーの店がいかに多いか理解できると思う。一般的に、一番値段が高いカテゴリーは「鉄板焼」。一人3000元（1万日本円）が普通だが、廉価な鉄板焼きも百貨店のフードコートに入っている。実店舗で多いのは「炭烤串焼」。これは、台湾の町のどこでもよく見る。安い店が多いのだが、後発店は、高級志向に伴い店構えも立派になってきた。日本式焼肉は、以前は日本人向けに営業をしており、中高級店クラスが多かった。あまり特徴がなかったこの激戦区に新しいタイプの日本式焼肉が入ってきたことは新鮮である。今までの隙をついた形に見える。ぜひ頑張ってもらいたい。

参考:

大阪焼肉ホルモンふたごHP

<http://www.yakiniku-futago.com/pc.php>

台湾大阪焼肉雙子FutagoのFacebook

<https://www.facebook.com/futagotaiwan>

場所: 大安區大安路一段52巷25號

台湾給与情報

<http://www.104.com.tw/jb/104i/wage/view>



ドライアイスの演出や手の込んだ生きゅうりなど



【スナーク 富田 恭敏】

「エンジェル産業」は、乳幼児及び小学生（0～14歳）を対象とした産業を総称する用語である。王子や姫のように優遇される一人っ子を意味する「ゴールドキッズ（Gold Kids）」、一人の子供に父母、祖父母、外祖父母の6名が支出する「シックス・ポケット・ワン・マウス（6 Pocket 1 Mouth）」等の用語の登場と共にエンジェル産業は景気不況にもかかわらず、成長し続けている。

過去、衣類、玩具等に限られていたエンジェル産業はアニメーション・キャラクター、キッズカフェ及び幼児専門写真館、教育、食品、エンターテインメント、金融等の多様な分野に拡大している。これは低出産による乳幼児人口の減少、初婚年齢の上昇による経済力のある父母の増加、共働き世帯及び家計所得の増加等により幼児用品の高級化、専門家傾向によるものである。

### ■エンジェル産業別の現況

衣類及びベビーカー等の有名ブランド製品の輸入増加と共に輸入ベビーカーが徐々に大衆化されている。幼児用品の輸入は2005年に7,500万ドルから2012年には2億6,400万ドルと3.5倍増加しており、ベビーカー、おむつ、幼児用衣類等の輸入量は大きく増加した。2006年、韓国国内に進出した高級ベビーカー市場の成長に大きな影響を及ぼした「ストッケ」は2012年に韓国支社を設立して幼児用品市場に積極的に進出した。特に、海外旅行及び留学経験のある若い世帯を中心に海外有名幼児用品ブランドを国内より安い価格で購入する海外直接購買も増加している。

私教育産業においても教育関連企業が乳幼児対象の読書教材、教育プログラム及び教材等を競って発売している。スマートフォン等の電子機器に慣れている子供を対象に電子ブック及びアニメーションを利用した教育教材等を発売する等、多様なコンテンツの開発に力を入れている。

現在、韓国内玩具市場は約1兆ウォンで、レゴ等の輸入玩具が90%を占めており、韓国内玩具企業はアニメーション企業との協業を通じて多様な商品を発売するために努力している。2012年の輸入玩具は4億7,000万ドルの規模で、1990年以来成長し続けている。体験型玩具の専門店である「トイザラス」の2012年の売上高は2011年に比べて50%以上増加の1,500億ウォンという水準であり、5万ウォン以上的高级玩具の売上も10%以上増加した。面白さと共に創造性を育てるサウンドブック、多様な質感のトイブック、マグネットブロック、砂遊び等のエデュテインメント玩具に対する関心度も高まっている。

それだけではなく、「ポロロ」、「ロボカーポリ」等で代表されるアニメーション・キャラクター産業は、キッズカフェやテーマパーク等と結合して体験型空間に発展し高付加価値市場として注目されており、銀行、保険会社、カード会社等の全ての金融機関で貯蓄、ファンド、保険、カード等の乳幼児及び小学生に関する金融商品が発売されており、子供金融教育等のサービスも活発に行われている。

### ■エンジェル産業の発展可能性

韓国の合計出生率（可妊女性が生涯産める子供数）は1.4名で、189ヶ国のうち、175位で最下位圏にある。このような傾向が続くと、2050年に韓国内乳幼児人口は全体人口の約10%になると予想されている。

なお、エコやウェルビーイングの傾向に製品のニーズが変わり、韓国内幼児用品産業は年平均12%の成長を見せている。有名ブランド製品に対する高い選好度、安定性と品質、機能を重要視する父母及び競争力を持つ高齢人口（祖父母）の増加によってエンジェル産業は更に成長すると予想される。

【安進会計法人 キム・ミョンギョ】

11月11日は中国のネットショッピング界でも重要な日だ。日本では「ポッキーとプリッツの日」などと言われるが、中国では1990年代頃から「独身の日（中国語：光棍節）」と呼ばれるようになった。そして、2009年から、大手ネットショッピングサイト数社が、この記念日に格好つけた大規模なバーゲンセールを行ったことから、現在ではEC（電子商取引）業界の大売出しイベントの日と化している。かくいう筆者も他聞に漏れず、このセールで携帯電話と洋服を約5万円ほど購入してしまった。

#### ■中国ネットショッピング業界

さて、中国ネットショッピングという、ヤフーとの業務提携でも有名となったアリババグループが展開する「淘宝网（タオバオ）」が最も有名かと思うが、現在、五大ネットショッピングサイトと呼ばれているのは、タオバオの他に「京東商城」、「suning（蘇寧易購）」、テンセントグループの「QQネット網」と「イーシュン（易迅網）」、「アマゾン中国」だ。イーシュンは2010年から、中国版ツイッターなどのSNSサイトを展開するテンセントグループの傘下に入ったことを機に、顕著な成長を見せている。

中国電子商務研究センターのデータによると、今年上半期のネットショッピングBtoC市場におけるシェアランキングでは、タオバオが50.4%、次いで京東商城が20.7%、suningが5.7%となっている。

タオバオの独壇場と言える状況だが、ここ数年で新たなネットショッピングサイトの台頭が目立っている。また、各社が自社の強みを生かした販売戦略をとっていることから、アパレル製品、電気製品、食品など分野によって消費者はサイトを使い分けるようになっている。

最近注目されているのが、「一号店」というサイト。一号店には「一号店ネットスーパー」と「一号商城」の2種類あり、前者は一号店の

筆頭株主でもあるアメリカ系小売大手のウォールマートが運営するネットスーパーで、食品の販売が好調となっている。食品の偽造や安全性の問題が絶えない中国において、実体店も有するウォールマートのブランドと信用が人気の理由だ。



一号店での「独身の日」セールPR：輸入商品の半額セール

#### ■圧倒的存在感のタオバオ、独身の日セールもダントツの売上高

上述の通り、五大サイトの中でも圧倒的な存在感を保持しているのがタオバオだ。タオバオの今年11月11日の売上高は350億元（約5635億円）を突破した。日本の全国百貨店において、夏や歳末などの繁忙時期の月間売上が約6000億円前後。つまり、タオバオ1日の売上高が日本の百貨店月間売上高に匹敵する規模なのだ。他社の同様のセール売上高と比較しても、京東商城は25億元、suningは40億元なので桁違いだ。ちなみに、タオバオのこれまでの実績を見ると初年度となる2009年の同セールでは5000万元（約6.5億円）だったが、その後の売上成長は目を見張るもので、2010年は約9億元（約117億円）、2011年は52億元（約676億円）、昨年は191億元（約2483億円）、そして今年も昨年比80%超の売上成長となった。2011年は「1」が6つも並ぶ百年に一度の日であるからと、事前プロモーションにも気合を入れた結果、前年

〈次頁へ続く〉

比から5倍以上もの伸びを見せてたが、その後の勢いも止まることを知らない。



2013年「独身の日」セール350億元突破を祝うプレスリリース  
引用：アリペイ（支付宝）のウェイボーより

### ■売れ筋商品とは？

オンライン決済サイトのアリペイ（中国名：支付宝）が発表したTモールに出展しているフラッグシップショップ売上ベスト10をもとに、売れ筋製品を考察すると、最も多いのはアパレル製品、携帯電話やパソコンなどの電子電気製品、家具、カーテンやシーツなどの日用アパレル製品のような。9位には、1.2億元（約19億円）を売り上げたユニクロがランクインしている。

販売される商品は、独身者が買うものとは限らない。紙おむつや粉ミルクなどのベビー用品の人気も高い。もはや「独身の日」という本来の意味からかけ離れた万民のバーゲンセールイベントであることが分かるだろう。

### ■今後の動向

昨今、この独身の日だけでなく、七夕やバレンタインデーなど、記念日の本来の意義から離れた商機としての盛り上がりが目立っている。そして、11月11日の次は12月12日の「ネットショッピングの日」のセールイベントに向けたPRが行われている。11月11日のセールイベントに比べると参加企業が少なく、値下げ率も低いようなので、売上高も下回ることが予想されているが、これまでのような何かの記念日に格好つけたセールイベントではなく、ネットショッピングを記念したネットショッピングの記念日まで誕生したことに中国EC市場の勢いを感じる。

現在、中国の小売市場全体に占めるEC市場規模は約10%ほどだが、アリババグループCEOの馬雲氏は、2020年には50%にまで成長すると述べている。中国での小売ビジネスにおけるネット販売の重要性はますます大きくなっている。

【チャイナワーク 孫 光】

## 編集後記

インドに住んでいる日本人の友人が、ある日現地のATMで1万ルピー（約16,000円）を引き出そうとしたところ、お金が出てこないトラブルが発生。しかも、通帳を確認すると、口座からはしっかり引き落とされていると言う。友人は、「また銀行との戦いが始まる」と嘆いていた。初めてのことでないらしい。

お金にまつわる海外でのトラブルと言え、数ヶ月前に中国へ行った時、5元札（約80円）の偽札を数枚つかまされた。過去に100元札の偽札を見かけたことはあるが、まさか5元札にも偽札が存在するとは思わなかった。悔しいというよりも驚いた。

海外ではこのようなトラブルに遭遇することがしばしばある。また、大都市や観光客が多い場所では、日本人をターゲットとした強盗やスリも多く発生している。

今回の年末年始は日の並びが良く、海外旅行を計画している方もおられると思う。とかく休暇中は気が緩みがち。楽しい思い出が台無しにならないよう気持ちを引き締め、良い年を迎えましょう。



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/>

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。