駐在員による

海外拠点のクリスマス風景 & 海外リポート特集

Christmas Ver

Overseas Report

▲天神冬の風物詩『 ふくぎんのクリスマスツリー 』(福岡銀行本店広場)
今年は、熊本県のPRキャラクター兼営業部長“くまモン”がクリスマスツリーの点灯式を行いました。

海外トピック
大連……P36

海外進出最前線
上海……P34

海外リポート
香港……P26

バンコク

海外リポート
ニューヨーク…P30

海外進出最前線
シンガポール……P35

福岡銀行駐在員事務所

福岡銀行 ニューヨーク駐在員事務所 (The Bank of Fukuoka,Ltd. New York Representative Office)

写真は、ロックフェラーセンターで11月28日に点灯されたクリスマスツリー「奇跡の木」です。
ロックフェラーセンターにクリスマスツリーが登場してちょうど80年にあたる今年は、ハリケーン「サンディ」の暴風に耐えた樹齢80年の木がツリーに選ばれました。

[所在地]
One Rockefeller Plaza, Suite 1201,
New York, NY 10020-2003
[電話番号]
(国番号 1)212-247-2966
[所長]
藤井 雅博

左から Ms. Jessica Camacho、藤井所長、久保田調査役

福岡銀行 シンガポール駐在員事務所 (The Bank of Fukuoka,Ltd. Singapore Representative Office)

写真は、シンガポールの繁華街「オーチャードロード」のクリスマスイルミネーションです。
日本企業(日立)の協賛によって毎年美しい装飾が施され、とても賑やかになります。常夏のシンガポールのクリスマスイルミネーション!暑いクリスマスはなんだか変な雰囲気です。

[所在地]
One George Street #17-05
Singapore 049145
[電話番号]
(国番号 65)6438-4913
[所長]
酒口 昇

左から 田中調査員、榎本 愛、酒口所長

福岡銀行 バンコク駐在員事務所 (The Bank of Fukuoka,Ltd. Bangkok Representative Office)

写真は、国王陛下の誕生日をお祝いするイルミネーションです。タイでは12月は陛下の誕生日とクリスマスを同時に祝います。この時期は比較的過ごしやすい気候なので、観光シーズンとしても賑わいます。

[所在地]
16th Floor Unit 1606,
Park Ventures Ecoplex,
57 Wireless Road, Lumpini,
Pathumwan,Bangkok 10330,
Thailand
[電話番号]
(国番号 66)2-256-0695
[所長]
貞方 泰徳

左から 貞方所長、Ms.Arisa Hanket

海外拠点のクリスマス風景

福岡銀行 大連駐在員事務所 (The Bank of Fukuoka,Ltd. Dalian Representative Office)

写真は、大連でも買い物客が多く集まる繁華街のクリスマスツリーです。撮影日はとても寒い夜であったため、人通りも若干少なかったですが、休日は人混みでごった返す場所です。

[所在地]
中華人民共和国大連市人民路60号
大連富麗華大酒店622号室

[電話番号]
(国番号 86)411-8282-3643

[所長]
小田 周平

左から　田中副調査役、小田所長、杜 蘭珍

福岡銀行 上海駐在員事務所 (The Bank of Fukuoka,Ltd. Shanghai Representative Office)

写真は、上海浦東地区に所在する中国最大級のショッピングモール「正大広場」の入口とブランドモール「ifcモール」のクリスマスツリーです。上海のランドマーク的存在である「東方明珠塔(テレビ塔)」や「上海環球金融中心(SWFC)」が近隣にあります。

[所在地]
中華人民共和国上海市延安西路2201号
上海国際貿易中心2010号室

[電話番号]
(国番号 86)21-6219-4570

[所長]
安恒 忠紀

左から 章 静晶、長調査役、安恒所長、曽 萍

福岡銀行 香港駐在員事務所 (The Bank of Fukuoka,Ltd. Hong Kong Representative Office)

写真は、巨大ビルをキャンバスに見立てたクリスマスイルミネーションです。香港は高いビルが林立している景観が一つの観光資源となっており、このようなクリスマスイルミネーションがあちらこちらで見られます。

[所在地]
Room 404, 4/F, Far East Finance Centre,
16 Harcourt Road, Hong Kong

[電話番号]
(国番号 852)2524-2169

[所長]
菅 大輔

左から 菅所長、:王 美蓮

海外リポート
Overseas Report

~中国から

香港における飲食店ビジネス

香港の風景

1 食の街香港

香港では、女性が結婚・出産後も仕事を続けることが多く、夫婦共働きの比率が高いという特徴があります。それ故に家事や子供を世話するために、住み込みの外国人家政婦を雇うことが一般的になっています。香港は域内におよそ710万人の人口を抱えていますが、その内の約30万人はフィリピンやインドネシア出身の家政婦です。共働きの家庭が多く、料理をあまりしないというライフスタイルであることから、香港の一般的な家庭では外食への支出割合が高く、このことが外食産業発展の大きな要因の一つになっています。

また、長い間、英国の統治を受て、世界の中継貿易の拠点として発展してきた歴史的背景から、様々な食文化が交じり合っており、世界中の多種多様な味覚を体験出来ることは、香港の大きな魅力となっています。

今回は、〝食の街〟香港での飲食店ビジネスにおける留意点や動向等についてレポートいたします。

2 日本食の存在感

香港政府の統計によると、現在香港で営業する飲食店の店舗数は約1万1千店。うち日本食は900店と、最大勢力(除く、中華料理)となっています。

香港は中国本土と比較して日本への好感度が高く、「日本文化」が普及する過程で日本食も広く浸透してきています。香港には日本人が経営する日本食レストランだけでなく、「日式」と呼ばれる香港人による香港人のための日本食レストランも存在しており、香港人にとって、日本食レストランで食事をすることは、ごく当たり前のことになっています。現地では、豚かつがトッピング出来るラーメン等、独自に発展した独創的な日本食の世界を垣間見ることが出来ます。

外食習慣及び日本食レストランの浸透度合いを考えると、香港は日本食レストランが展開しやすい市場だと言えますが、進出する立地や食のジャンルによっては競合店も多いことから、勝ち残るためには様々な視点からの検討、そして戦略的な取り組みが必要となります。次項以降でその主なポイントについて説明いたします。

3 主な顧客は香港人

まず、ターゲットとなる顧客について考えてみます。香港は現在も日本人が数多く居住する地域の一つではありますが、駐在員の中国本土華南地域(主に広東省)への

シフト等により、その数は次第に減少しつつあります（外務省の統計によると2011年時点での香港の在留邦人は約2万2千人で、5年前から5千人減）。前述の通り、現在では香港人の間にも日本食が浸透してきていますので、基本的に香港人をメインターゲットとした方が将来的な顧客の広がりを期待出来るでしょう。そのため、「香港人に受け入れられるか否か」という目線が、出店を検討する際に重要になります。

検討に際しては、「高品質な日本食であれば、価格は高くても現地富裕層に受け入れられるはず」という思い込みを持たずに、まずは現地の小売店や他ジャンルの飲食店等で、現地で受け入れられている価格帯や嗜好について体感してみることが重要です。また、自社と同じジャンルで、既に人気店が存在する場合は、その成功の要因について研究してみることも有効でしょう。

4 目立ってきたコストの上昇

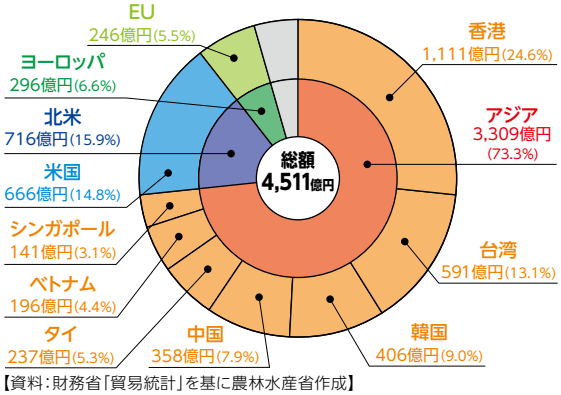
続いて、コストの面についてご説明します。まず、テナントの賃料についてですが、近年は不動産賃貸借料の上昇が顕著となっており、香港でビジネスを展開している誰もがそれを痛感しています。香港政府の発表によると、直近の香港全域での小売店舗カテゴリーの賃借料数値（1999年を100とした指数）は暫定値で157程度にまで上昇してきており、不動産賃貸借料は過去最高水準にあります。これは、香港でビジネスを展開することが、世界的にも非常に高い賃料コストを負担しなければならない状況にあることを意味しており、飲食店を経営する上での一つの課題にもなっています。

不動産の賃貸借に関して、香港では一般的に日本よりも貸主が強い傾向が見られます。貸主がテナントの実情を斟酌して条件を交渉するケースは限られており3～5年に一度行われる契約更改時も「市場実勢の賃料で契約しないのなら、他のテナントに入れ替える」というスタンスで交渉が始まることが多いようです。最近では、足元の不動産価格上昇を反映して、契約更新時に大きく上昇した賃料を申し渡されるケースが多発しています。その結果、賃料の低い地域への移転を余儀なくされる店舗も多く見られ、場合によっては、営業継続自体を断念する事例もあるようです。

<貸料高騰の影響>
賃料更改を機に移転を余儀なくされた和食レストラン

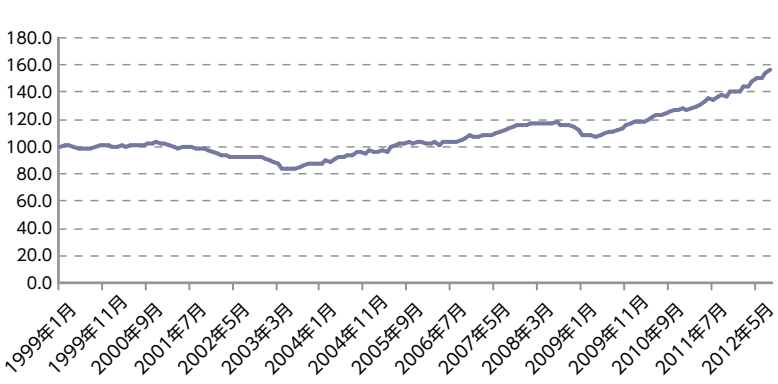
■ 農林水産物・食品の輸出額の国・地域別内訳

（平成23年）※カッコ内は輸出額に占める割合



【資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成】

■ 香港全域の小売店舗カテゴリーの賃借料（1999年=100）



【出展：香港政府、1999年を100とした指数グラフ】

次に、人件費についてですが、香港では昨年、労働者の最低賃金を定める法令が施行され、1時間28香港ドル（約300円）という最低賃金制度がスタートしました。現地での飲食店従業員は賃金水準の比較的低い労働者が多いことから、メディアでも同制度が飲食業へ及ぼす影響を懸念するニュースが伝えられており、地場大手ファーストフードチェーンが、法令の施行を一因としたメニューの値上げを行ったこと等が話題となっています。今後は賃料コストだけでなく、賃金水準の動向にも目配りする必要があると言えるでしょう。

5 事業計画の重要性

以上のように、賃料や人件費といったコストの上昇が著しく、更に円高の影響等により日本から調達する食材の原価が高くなりやすい状況でもあることから、原価上昇を賄うだけの売上を計上し続けることが可能かどうか、事前に入念に検討し事業計画を策定することが非常に重要となります。

一般的に、コストの中で最も大きな割合を占めるのは材料費で、その比率は30％前後だと言われています。しかし、素材の味で勝負する高級寿司店等では、日本から空輸等で新鮮な材料を取り寄せることにより、材料費が40～50％程度にまで上昇することもあります。輸送コストに最近の円高の影響も加味すると、日本からの輸入は原価がかさむ大きな要因となりますので、メイン食材以外は現地調達で代替する等の工夫が必要になります。

また、人件費、店舗の賃料は、それぞれ20％程度と見ておくのが一般的でしょう。店舗に関しては、特に繁華街の路面店は賃料水準が非常に高く、採算を確保すること自体が困難であるのが実情です。したがって、高い知名度を有し場所を問わず多くの来店客を見込める高級店等であれば、人通りが比較的少ない場所もしくは商業ビル内等に出店することで賃料を抑えることも、採算を確保する上での1つの方法となります。また、香港の法令では店舗形態に応じて最低限確保しなければいけない調理スペースの広さが定められていますが、その規制の下で「稼ぐスペース」をいかに広くするか、という工夫も必要となるでしょう。例えば、一箇所に数店舗のチェーンを組んで出店し、セントラルキッチン方式で食品を供給することで、店舗内での調理スペースを可能な限り小さくする、といった工夫が挙げられます。

6 現地パートナー

香港への進出にあたっての重要な検討事項の一つに「現地パートナーの有無」が挙げられます。

香港に出店する場合、ショッピングモールへの出店を希望するケースが多く見られます。しかし、香港への出店が初めてで、現地での実績が無い様な場合は、モールを運営するディベロッパーの承認を得ることは、余程強いブランド力が無ければ困難なケースが多い様です。一般流通物件であっても、満足いく物件の確保はかなり難しいのが実態です。そのため、物件確保を一つの目的として、実績を有する現地の企業グループと提携するケースが見られます。加えて、前述の通り材料コスト削減の観点から現地での食材調達ルートの構築も重要であるため、現地企業が有する既存サプライチェーンからの食材提供を受けるという目的で、パートナーを模索する等のケースも見られます。

店舗運営については、現地企業に対して単に店舗の看板をライセンス付与するのみでメニューは比較的自由に任せるケースや、看板に加えて日本で開発したメニュー・材料・物流等をパッケージ化して提供するフランチャイズ方式等、様々なケースがあります。

現地パートナーと提携する上で一番大事なポイントは、「パートナーシップを組むことでお互いにメリットを感じられる相手を見つける」ことですが、自分自身が相手に魅力を感じてもらえる存在でなければパートナー探しは難しくなる、という点は間違いなさそうです。

一方、単独での進出であれば、自己の判断により自由に物事を進めることができ、現地パートナーとの間で起

こりがちな揉め事の心配はありません。ただし、基本的に独力で事業を行う必要があり、どちらのケースが良いかは状況により異なります。

7 出店ライセンス

各種のライセンスについても、検討しておく必要があります。飲食店の新規出店の際は、レストランライセンス取得が必要で、酒類を提供する場合にはリカーライセンス等の取得も必須です。また、衛生面に加え、消防の観点等についても基準を満たす必要があり（内装や通路の広さの様な設計も審査の対象となる）、ライセンス取得までには相応の手間と時間を要することには留意が必要です。現地には出店をサポートする専門のコンサルティング会社が存在していますので、通常はそのような企業に依頼して手続きを進めることになります。

商業ビルに入居している日本の飲食店

8 最後に

日本では高齢化が進んでおり、以前から食品マーケットの縮小が懸念されています。そのような中で、成長著しい海外に活路を求めて香港への進出を検討している企業も多く存在するのではないでしょうか。しかし、前述のように、日本での実績やネームバリューが乏しい場合、提携したいと考えるパートナーを見つけるのは、相当な困難を伴う場合が多いようです。また、仮に提携先が見つかったとしても、提携内容が不利になる可能性は否めません。そのため、海外で成功する近道は、逆説的ではありますが、日本国内で実績を積み、ブランド力の向上を目指すことであるようにも感じます。

九州は、距離的にも香港に近く、その点で日本の他地域と比べて優位であると言えます。２００４年以降、香港人はビザ無しで日本への渡航が可能となったことから、本物の日本食の味を知る香港人も増えてきています。海外で飲食店ビジネスを始める際、「まずは香港」と考える企業も多いでしょう。香港進出を契機としてアジアへ進出した企業も多数ありますが、お伝えしてきたように、現地の状況、リスク等を事前にリサーチした上で進出を検討することは、非常に重要であると言えます。

当事務所では、今後も現地に進出している企業などとのネットワークを充実させ、情報提供や進出をサポートして参りますので、最寄りの営業店を通じていつでもご相談ください。

（香港駐在員事務所　菅　大輔）

海外リポート
Overseas Report

~ニューヨークから

米国の日本食市場と食品輸入規制

1 はじめに

自由の女神像

ニューヨーク事務所が開設されて1年が経ち、様々な業界の方々とお会いする中で、多くの食品関連企業が米国市場への進出に興味を示し、積極的に販売促進活動を行われていると感じます。

そもそも多国籍国家である米国には、異国の食品が受け入れられやすい素地があり、特に人口の約36％が米国外生まれで170もの言語が話されるというニューヨーク市内（マンハッタン、ブロンクス、クイーンズ、ブルックリン、スタッテンアイランドの5区、人口約817万人）では、様々な国の伝統料理が一般的に食されています。日本食についてもかなり普及しており、米国人も抵抗なく受け入れています。更に、まだ紹介されていない日本料理や食材がたくさんある為、米国市場における拡大が期待される有望な分野だと考えられます。

今回は、米国における日本食市場の動向と米国への食品輸入規制についてレポートいたします。

2 米国の日本食市場

米国市場の魅力

日本食ブームと言われて久しい米国ですが、依然成長市場としての大きな魅力があります。世界一のGDPを誇る米国は高い購買力を有し、3億人を突破した人口は、今でも年率1％近くのペースで増加する巨大市場です。更に大都市では新しいものを取り入れる受容性が高く、東海岸のニューヨークや西海岸のロサンゼルスに出店し成功すれば、その情報が世界中に伝わる発信力の強さも魅力です。

日本食フードトラック

日本食は、最近の健康志向の高まりを受けて「ヘルシー食」という面からも人気があります。「しらたきダイエット」が雑誌に掲載されるとしらたきが大ヒットし、米系大手高級スーパーの棚に堂々と陳列されたという例もあります。

福岡から進出したラーメン店

米国における日本食の歴史

１９８０年代に、健康志向の高まりや日本企業進出の増加等から、米国で「Ｓｕｓｈｉ」、「Ｔｅｍｐｒａ」、「Ｔｅｒｉｙａｋｉ」といった日本食がブームとなりました。巻き寿司を米国風にアレンジしたカリフォルニアロールが流行したのもこの頃です。

１９９０年代は、韓国人や中国人オーナーの日本食レストランが急増し、更に日本食の認知度が向上しました。２０００年代になるとフュージョン（融合）と言われるフレンチやイタリアンとのコラボレーションも多く見られるようになりました。そして現在、しゃぶしゃぶ、焼き鳥、ラーメンといった、より大衆化された専門店が人気を集め、米国人をはじめアジア人にも大いに受け入れられています。

日本食レストランは、東海岸ではニューヨーク、特にマンハッタンに集中しています。これは食の多様性が受け入れられやすいことやメディア効果が高いこと、そして高所得者層が多く高級店が出店しやすいこと等の理由が挙げられます。また、西海岸ではロサンゼルス、サンフランシスコに多く、カリフォルニア州には全米の約30％の日本食レストランがあります。これは、古くから続く日系社会があり日系スーパーも多いという歴史的背景と、日本からの輸送日数が少なく大手商社が本拠地を置いていること等、物流面での利便性が高いという地理的要因に基づくものと考えられます。

中西部や南部ではそれ程普及していませんが、全米での日本食レストラン数の増加ペース（２０１０年までの10年間で2・3倍）を見ると、将来的な市場拡大の余地が大きいと考えることもできます。

日本食文化の浸透

先述のように、米国における日本食市場は１９８０年代以降徐々に拡大を続け、現在ではより大衆向けの日本食、日本固有の食材に人気が集まっています。

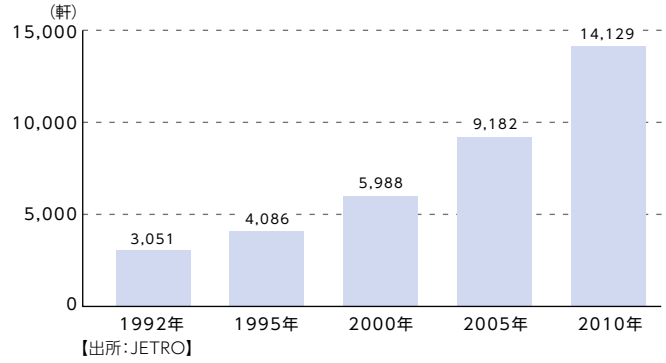
大都市では、大ブームのラーメンをはじめ、うどん、そばといった麺類、回転寿司、居酒屋、炉端焼き等、より専門化したレストランまで多岐にわたる日本食を米国人が楽しんでいます。当事務所の付近でも、屋台でお好み焼きやたこ焼きを売るトラックを目にするようになりました。

また、豆腐、味噌、わさび等に加えて、柚子、柚子こしょうの人気も出てきており、それらを取り入れた有名なフレンチレストランもあります。最近開催された日本食展示販売会では、今流行りの塩麹のブースで多くの外国人が熱心に話を聞いていました。一般の米国人以上に、レストランシェフは新しいものへの受容性が高く、良いものはすぐに取り入れられて広がっていきます。

お酒については、日本酒の認知度は従来から高かったのですが、最近は焼酎にも注目が集まっています。酒造業者と当地商社が一体となって販売促進に力を入れており、これからの輸出増加が期待されます。

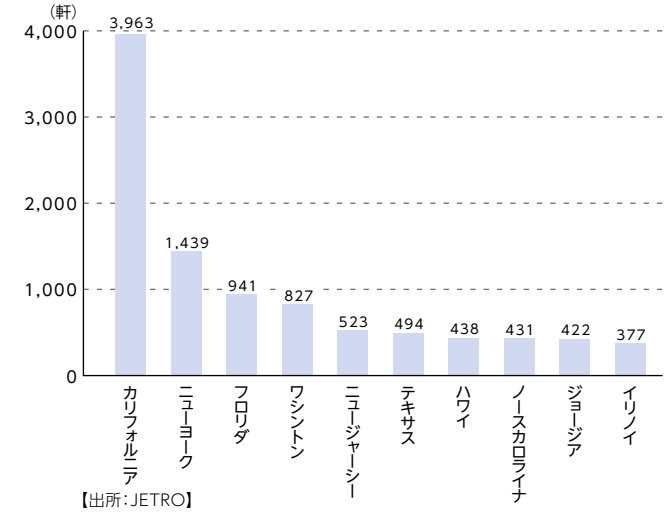
このように日本食は、今や誰もが親しむ食の一大カテゴリーとして広く浸透しています。米国にはない日本の料理や食材はまだたくさんありますので、それら未開拓の分野で進出するチャンスは十分にありますし、

■ 米国の日本食レストラン軒数推移



【出所：JETRO】

■ 日本食レストラン軒数トップ10州（2010年）



【出所：JETRO】

既存の分野でも新たなコンセプトを提案しうまく伝えることができれば、市場開拓の余地は大きいと思われます。

3 食品輸入規制

これまで述べてきましたように、米国における日本食市場は今後更に拡大することが期待されますが、様々な規制があり注意も必要です。

日本食
レストラン内の様子

すし屋のメニュー表

(1) 米国バイオテロ法

規制に関する法律としてまず挙げられるのが、2001年9月11日の米同時多発テロを契機として、食品分野における危機管理の強化を図るために2002年に制定された、米国バイオテロ法（公衆の健康安全保障ならびにバイオテロへの準備および対策法、以下「バイオテロ法」）です。

バイオテロ法での主なルールとして、「食品関連施設の登録」や「輸入時の事前通告」等が挙げられます。

「食品関連施設の登録」は、米国内で流通、消費される食品を製造、加工、包装、保管する施設に関してFDA（米国食品医薬品局）への登録を義務付けるものです。外国施設についても、米国における代理人（米国における関連会社や米国側の輸入企業等が多い）を通じて登録することになります。

「輸入時の事前通告」は、米国に食品が輸入される際、米国側の輸入業者等に対して、事前のFDAへの通告を義務付けるものです。国境に到着する5日前から到着日までに食品の内容物、製造業者、生産者等の情報を通告する必要があり（輸送手段により到着の何時間前までに通告しなければならないかは異なる）、怠った場合にはその食品はFDAにより留置され、輸出業者は輸入業者への引き渡し等が出来なくなります。

(2) 米国食品安全強化法

以上バイオテロ法は対テロ対策の観点から制定されたものですが、その後、食中毒等食品に由来する事故が多発したことを受けて、FDAの権限規定の抜本的な改正、強化を図る為に2011年1月、米国食品安全強化法（Food Safety Modernization Act、以下「食品安全強化法」）が成立しました。バイオテロ法からの主な相違点としては下記の2点が挙げられます。「事後的対応から予防的措置へのシフト」と、「検査の強化」です。なお本法では、多くの規制において具体的な内容やスケジュールが未公表であり、今後変更がありえるので注意が必要です。

事後的対応から予防的措置へのシフト

まず、バイオテロ法で義務付けられた食品関連施設の登録について、従来は一度登録すれば更新の必要はありませんでしたが、食品安全強化法では2年毎の更新が義務化されました。あわせて本法では、健康への甚大な脅威や致命的な危険を及ぼす可能性がある場合に、施設の登録を一時停止する権限がFDAに付与されており、登録が停止されれば輸入が不可能になるという点で、FDA

の権限が強化されています。

バイオテロ法登録施設は、偶数年の10月1日から12月末までに、その登録を更新しなければならないことになりました。法律上、初回の更新は2012年10月1日から12月31日とされていますが、FDAは10月22日から、登録更新手続きを開始しました。期限までに登録出来なければ、輸入品が通関で留め置かれることになる可能性があるので注意が必要です。

更に、食品安全強化法は登録された食品関連施設に対して、HACCP手法（※）を取り入れた措置を義務付けています。

ただし、これはあくまでHACCPの「考え方」を取り入れた管理手法の導入を義務付けたものであり、HACCPの認証取得は有効だと考えられますが、取得自体が義務付けられてはおらず、また取得するだけでこの規定をクリア出来るものではないことに注意が必要です。

本管理手法を義務付ける規則については詳細が未だ公表されておらず、具体的にどのように対応すればよいのか身動きが取れないのが現状です。しかし、中国、韓国の食品業者はいち早くHACCP手法に対応しているようであり、当地の日系食品商社の中にはHACCP手法を取り入れた輸出先との取引に重点を置いているところもあります。

※HACCP手法：食品を製造する際に工程上の危害を起こす要因［ハザード：Hazard］を分析し、それを最も効率よく管理できる部分［CCP：必須管理点］を連続的に管理して安全を確保する管理手法

検査の強化

本法では、検査件数を2011年の600件から2015年までに件へと増加させることが決定しており、外国施設への検査頻度が高まることが予想されます。2011年末頃から日本の食品関連施設に対しても検査通知が始まっているようで、当地で日本食材を取り扱う日系商社によると、確かにそのような例を耳にすることがあるそうです。検査の強化という権限は議会によって認められたものの、必要な予算は手当されておらず、このままでは予定通りの件数の検査を実施できないのではないかという専門家の見方もあります。しかし、検査強化の流れにあることは間違いなく、実際に少しずつですが、検査件数も増加しており注意が必要です。

塩麹セミナーの様子

4 最後に

米国における日本食市場は、今後も拡大する余地があり、大きな可能性を秘めています。日本政府も日本の食文化の輸出に力を入れており、何より当地で販売促進を行う日本の方々の精力的な活動には驚かされます。進出にあたって越えるべきハードルはありますが、それを差し引いてもなお巨大な市場は魅力的です。

米国食品安全強化法の規制については、詳細が今後定められる予定になっていますが、実際の規制がどの程度の厳格さを伴うのか、どのようなスケジュールで進められるのかは公表されておらず、具体的な対応策を講じることができないのが現状です。今後FDAが詳細を明らかにしていくと思われますが、その対応には現地動向を把握した輸入業者との連携が不可欠です。輸入業者に対する食品安全管理も課されており、協力して対応する必要性が高まっています。

当事務所では今後も更にネットワークを広げ情報収集に努めてまいりますので、米国市場に関して必要な情報がございましたら、お取引店を通じてお尋ねください。

（ニューヨーク駐在員事務所　久保田　雅人）

海外進出最前線

海外進出されている福岡銀行瀬高支店のお取引先企業グループのご紹介

上海編

株式会社ヤスナガ ～常州永正機械有限公司～

1 はじめに

常州永正機械有限公司様（以下、同社）は、福岡県柳川市に本社を構える株式会社ヤスナガ様をはじめとした日本企業5社の共同出資によって、中国江蘇省常州市に設立されました。株式会社ヤスナガ様は、主に板金加工全般（鋼板切断・曲げ加工・精密板金加工他）を手掛けておられますが、同社（現地従業員約60名）は他の共同出資企業の事業も加えて、機械加工まで事業領域を広げておられます。

鉄・アルミ・ステンレスを使った同社の加工製品は、タイヤ製造装置・農機具・印刷機等の幅広い分野の機械部品として使用されています。なお、同社では中国を消費市場と捉えて営業活動に取り組んでおられ、同社の売上の内約9割は中国国内向けの販売が占めています。

今回は、株式会社ヤスナガ代表取締役社長でもある同社の董事長（代表者）安永修氏にお話しを伺いました。

2 進出にあたって

中国に進出された大きな理由は、２００６年頃に日本での主要取引先のグローバル化といった業界の変化に危機感を持ち、「これからのモノづくり企業は海外を知らなければならない」という思いを強く抱かれたことだそうです。その後、協力会社の縁もあって、板金加工・機械加工・ソフト制作・制御盤製作等の多様な企業による共同出資での海外進出という話が進み、同社設立に至りました。

同社は、出資企業経営者同士の意思疎通・連携により、一つの工場を複数の企業が共有して活用する「シェアリングファクトリー」としてうまく機能しています。同じベクトルを向いた経営者同士が巡りあったということもありますが、小資本で効果的な海外進出を果たした成功事例であり、中小企業にとって非常に参考になるものと考えます。

3 今後に向けて

中国は一般的に、人件費が上昇し続けており、製造コストの優位性が薄れつつあると言われています。しかし、競争環境が厳しくなってきている状況下でも、同社は以下の2つの方針で業容を更に拡大していく計画です。

(1)付加価値の向上

同社は、少量多品種生産はもとより、板金加工後の機械加工といった複合的な業務にも対応できるという付加価値で、中国において他社との差別化を図っておられます。将来的には対応できる領域を機械組立にまで広げることで、更に幅広く顧客ニーズへ応えていく予定であり、工場増設・移転も検討されています。

(2)新規受注の拡大

現在同社は、季節要因等により主要取引先からの業務受注の変動が大きくなっている為、従業員を安定的に雇用し、継続的に育成を図ることが困難になっています。そこで、新規受注による業務平準化を目指して、中国で最大規模の日中製造業者向け商談会「日中ものづくり商談会@上海」（ＦＦＧ共催）へ参加し、新規受注先を獲得する等、継続的に新規営業に注力しておられます。

4 最後に

２０１２年10月に同社を訪問しましたが、同年９月の反日デモの影響もなく、工場は通常通り稼働していました。また、取引先からの受注動向等にも大きな変化はないそうです。

工場内を安永董事長自らご案内頂きましたが、各工程の特徴を分かりやすく、熱心に説明される姿が非常に印象に残りました。この安永董事長の熱意や真摯さが、現地の従業員にも深く浸透していることで、幅広い顧客ニーズに対応したモノづくりを可能にしているのだと実感しました。

（上海駐在員事務所　長 真太郎）

▲常州永正機械有限公司の皆様

PROFILE

現地法人名：常州永正機械有限公司
住　　所：江蘇省常州市武進高進区新輝路8号
　　岡熱機械（常州）有限公司内
ＴＥＬ：+86-519-8622-2555
ＦＡＸ：+86-519-8622-2555
親会社：株式会社ヤスナガ
住　　所：福岡県柳川市三橋町中山310
ＴＥＬ：0944-63-2141
ＦＡＸ：0944-63-6557

海外進出最前線

海外進出されている福岡銀行黒崎支店のお取引先企業グループのご紹介

シンガポール編

株式会社高田工業所 ～Singapore Takada Ind.Pte.Ltd.～

1 シンガポール進出のきっかけ

株式会社高田工業所様は、北九州市八幡西区に本拠地を置き、様々な産業分野における設備の設計、調達、製作、建設、メンテナンスを一貫して手掛けるトータルエンジニアリング企業です。国内に14の支社や事業所、営業拠点および6つの工場を有し、また海外にもシンガポールとマレーシアに現地法人を構える等、世界経済の成長を担う多くの大手企業を支える存在として、発展を続けておられます。このうちシンガポールの現地法人Singapore Takada Ind. Pte.Ltd.（以下、同社）は、1971年に株式会社高田工業所様の初の海外拠点として設立されました。

シンガポールへの進出は、当時の専務と常務自らが東南アジアやヨーロッパを現地視察した上で、「地域性及び税の優遇や日系を含む企業の積極的進出等」を目の当たりにして総合的に判断されたと伺いました。

2 シンガポールでの実績

シンガポールの産業構造は、第1次産業がほとんどなく、製造業等の第2次産業がGDPの約3割、運輸・通信業、金融業および飲食業等の第3次産業が約7割を占めており、特にエレクトロニクス、石油化学、エンジニアリングといった付加価値の高い製造業が中心となって国の産業を支えています。シンガポール、そして東南アジアにおける代表的な工業団地である「ジュロン工業団地」には、エクソンモービルや住友化学、旭化成といった大企業の製造拠点が集積しており、同社はこうした企業の配管設備の施工やメンテナンスを数多く受注されています。昨今では、韓国企業等の進出により一層競争が激しくなっていますが、同社がこれまで培ってこられた安全第一、工期厳守のノウハウや、数々のハイレベルな工事の実績等により、取引先企業から圧倒的な信頼と支持を得ておられます。そして今日に至るまで、同社が設備工事等で受賞したアワード（賞）は40件を超える等、同社はシンガポールの基幹製造業にとって欠かせない存在として、同国の発展に貢献されてきました。

3 多国籍の社員教育

同社ではおよそ180名の社員が勤務しており、その国籍は日本やシンガポールをはじめ、マレーシア、フィリピン、バングラデシュ、ミャンマー、インド等様々です。同社は社員教育にも熱心に取り組んでおり、外国人労働者を毎年数名ずつ北九州の本社へ研修派遣されています。このような取り組みを通して、習慣も文化も異なる社員が同社の技術力を一層高め、かつ安定して取引先に製品を供給できるように、たゆまぬ努力を続けておられます。

▲同社工場の入口にて 長谷川社長と佐藤GM

4 最後に

今回お話を伺った同社の長谷川社長と佐藤GMは、シンガポールの福岡県人会等でも常にイニシアティブをとって福岡県出身者や企業をサポートされています。こうした、言わば人脈構築と結束は海外でビジネスを行う上では重要な要素であり、今後海外で活躍する日系企業の財産となっていくものと考えます。

最後に、高い技術力により信用・信頼を得ておられる同社は、世界の主要な企業が集積するここシンガポールにおいて、今後も重要な役割を果たされるものと期待されます。

（シンガポール駐在員事務所　酒口 昇）

PROFILE

現地法人名：Singapore Takada Ind.Pte.Ltd.
住　　所：51 GUL ROAD, SINGAPORE 629352
T E L：+65-6861-3666
親 会 社：株式会社　高田工業所
住　　所：福岡県北九州市八幡西区築地町1番1号
T E L：093-632-2631
F A X：093-632-2713

「大連ソフトウェアパーク」

～日本を含めたグローバルサポート、アウトソーシングサービスの一大拠点に

1 はじめに

大連市は、中国東北地区において早くから経済発展が始まり、1980年代以降は加工貿易の拠点として、目覚しい成長を遂げてきた都市の一つです。近年は同市の産業戦略により、IT（情報技術）関連企業の進出が活発化する等、ソフトウェア・情報サービス業も急成長しています。今回は、大連市において、国内外からIT関連企業が集まる「大連ソフトウェアパーク」についてご紹介致します。

2 大連ソフトウェアパークについて

大連ソフトウェアパーク（以下「パーク」）は、1998年に中国で初めてのモデルとなる「官助・民弁（政府支援・民間運営）」で開発されました。大連市中心部より車で約30分の距離に位置する当パークは、中国国内に11ヵ所ある「中国ソフトウェア産業基地」の一つに、また6ヵ所ある「国家ソフトウェア輸出基地」の一つにも指定されています。

総面積3㎢の敷地には24棟のオフィスビルを構える他、商業施設や住居用マンション、教育、娯楽施設等も一体化した国際的サイエンスパークとなっており、約20万人が生活し、パーク内の就業人口は約6・5万人を超えます。

パーク内は、グローバル企業が事業展開する上で必要なビジネスインフラ（大容量の通信システム、安定した電力供給システム、24時間体制のセキュリティシステム等）が整備されています。また、パークの周辺には20余の全国でも著名な大学等の高等教育機関があり、優秀な人材の確保という点から優位性があることも当パークの強みと言えます。

3 進出企業の特徴

パーク内には、ソニーやIBMといった世界的に有名なグローバル企業をはじめ、顧客企業から事務処理等を請け負うビジネス・プロセス・アウトソーシング（BPO）の受託企業やソフトウェア開発等を手掛けるIT関連企業等、国内外の企業約500余が入居しています。中でも日系企業は全体の24％を占め、中国系企業を含めた全体の8割の企業が日本向けの業務を扱っています。この数字を見ても、当パークが、日本企業向けアウトソーシングサービスの一大拠点として重要な役割を担っていることが分かります。

大連市は、ソフトウェア・情報サービス業を基幹産業として位置付けており、当パークを中心に企業誘致を積極的に行ってきた結果、大連市のIT関連企業の売上高は近年順調に増加しています（表）。

（表）大連におけるソフトウェア・情報サービス業の総売上高

	2007年	2008年	2009年	2010年
総売上高（億元）	215.0	306.2	402.7	506.7
（円換算：億円）※	(2,752.0)	(3,919.4)	(5,154.6)	(6,485.8)

出所：工業信息化部HP　※1元=12.8円にて換算

▲大連ソフトウェアパークの風景

4 最後に

今日、企業においては国内はもとよりグローバルに競争が激化する中、顧客に対して適切なソリューションとサービスを、コスト競争力を持って提供していくことが重要になっています。こうした中、企業の業務アウトソースの受け皿として積極的に企業誘致を進めてきた中国は、今やIT分野でも世界の重要な拠点の一つとなりました。今後も中国は、世界各国のビジネスパートナーとして重要性を増していくものと思われます。

（大連駐在員事務所トレーニー　田中　慎也）