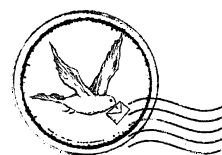


駐在員による



海外レポート特集

Overseas Report



海外トピックス

大連……P33

海外進出最前線

……P44

海外レポート

上海……P34

海外進出最前線

バンコク…P45

海外レポート

シンガポール…P38



大連における日本文化



1 はじめに

大連市(以下、大連)は、中国遼寧省、遼東半島の南端付近に位置し、人口約589万人(2012年3月)と、省都である瀋陽市に次ぐ東北地方第二の都市です。2011年のGDPは約6,150億元(約9兆8,400億円、1元≒16円で計算)で、中国の都市で第8位の経済規模を誇っています。

大連の貿易総額の25%程度を日本が占め、大連への直接投資の10%程度が日本から行われている等、日本と大連は経済的に緊密な関係にあります。その為、日本人駐在員が多く、在留届(外国に住所又は居所を定めて3か月以上滞在する人は、管轄の大使館等への提出義務がある)を提出している日本人だけでも6,000人を数えます。これに、留学生や短期の駐在員を合わせると、およそ1万人もの日本人が生活しています。

今回は、大連における「日本食」と「日本語」を通して、日本と大連の関係についてご紹介します。

2 大連の日本食について

日本人が多い大連には、日本料理店も数多く存在しています。寿司や天ぷらといった、外国人にもよく知られている典型的な日本食から、お好み焼きやもつ鍋等の庶民的な専門店まで、300店近くの日本料理店があります。これらの店には、日本人の他に中国人の料理人が多数いますが、日本での修業経験者も多く、味は

日本の料理店と比べてそれほど遜色ありません。また、日本語を話せる店員が多い為、ほとんどの店で日本語での注文が可能です。

価格は、昼食で20元〜70元(320円〜1,120円)、夕食で50元〜100元(800円〜1,600円)程度と、現地の飲食店よりも高めの価格帯になっているにもかかわらず、多くの中国人が利用しています。経済成長による所得水準の向上や、健康志向の高まりによって、ヘルシーなイメージの強い日本食は、大連の人々にとって身近な食事になっています。

3 日本語について

日系企業が数多く進出している大連では、日本料理店の従業員のように仕事で日本語を使う機会も多く、日本語を話すことが出来る中国人は珍しくありません。また、就職や仕事に役立つことから、現地の学生も日本語を学ぶことに意欲的です。

大連から程近い旅順にある、大連外国語大学の日本語学院(日本でいう学部)は、日本語教育機関として世界一の規模を誇り、毎年800人もが入学しています。大連市内にある



▲日本料理店(居酒屋)



▲遼寧師範大学(執筆者留学大学)

4 終わりに

遼寧師範大学でも、日本語の授業を選択する学生は多く、休憩時間等には、中国人学生が日本人留学生を相手に、日本の文化や観光地等について質問している姿も頻繁に見かけます。また、大連の学生は日本への留学意欲も旺盛です。大連市内では、日本の大学による留学説明会が定期的に開催されており、多くの学生が参加しています。中国全体の日本留学希望者を見ると、経済学部や商学部等への留学を希望する学生が多い中、大連の学生に特徴的なのは、日本語や日本文化に特化した文学部や言語学科等への希望者が多いことです。こうしたことから、他の地域以上に日本文化に対する関心の高さが感じられます。

以上のように、大連では日本の文化が広く浸透しており、現地の人々も日本に対して好意的です。昨年の尖閣諸島問題の際に、中国全土のおよそ100もの都市で発生した反日デモも、大連では発生しませんでした。日本人と接する機会が多く、等身大の日本を身をもって知っている大連の市民が、過熱した報道を冷静に受け止めたからだと考えられます。

日中関係には様々な摩擦もありますが、大連での関係のように、お互いの国を良く理解し、成熟した友好的な関係を築いていくことが期待されます。

(大連駐在員事務所トレーニー

下村 将道)

海外 レポート

Overseas
Report



上海から

九州の地方自治体海外拠点（上海）の取り組み 広域連携「チーム九州」

Shanghai



1 地方自治体の 海外展開の必要性

地方経済が長らく低迷している間、地方自治体は元氣な活力を取り込もうと海外に目を向けてきました。九州は東アジア諸国と地理的に近く、歴史的にも関係が深いということもあり、全ての九州各県及び政令市は、以前から中国国内に海外拠点を設けています。今回は、上海で活動する九州の地方自治体海外拠点の取り組みについて紹介します。

2 上海における九州の 地方自治体海外拠点

上海における九州の地方自治体海外拠点は、「企業の海外進出支援」・「県産品の輸出促進」・

■企業の海外進出支援

「観光誘致」を主要なミッションとしています（佐賀県は県庁内に設置）。但し、各県及び政令市の経済規模・企業数・産業構造には相違がある為、北部九州は「企業の海外進出支援」に、南部九州は「県産品の輸出促進」や「観光誘致」に比重を置く傾向が見られます。

地方自治体は、地元企業の育成の観点から、中小企業を中心に海外進出支援を行っています。福岡県は、2012年1月に開設した「福岡アジアビジネスセンター」（略称：福岡ABC）によって、新たに海外展開を目指す企業の掘り起こしや、情報提供から現地

サポートに至るまで、ワンストップでの支援体制を敷いています。福岡県上海事務所の西岡所長によると、「最近では健康・美容・介護用品に関連したサービスの相談が増加してきており、いかに売れるインフラを持つパートナーとマッチングさせるかが重要になってきている」。また、駐上海北九州市経済事務所の大浦所長からは、「環境分野で国際協力（水道技術交流・エコタウン協力等）を従来から行ってきた経験を基に、環境関連で高い技術を持つ北九州市内企業の進出支援にも力を入れていく」との話が聞かれました。

■県産品の輸出促進

少子高齢化や人口減少で日本

国内市場の消費拡大が見込めない一方で、消費意欲旺盛な中国市場は非常に魅力的です。中国には、輸入規制や時間を要する通関手続といった様々な障害がありますが、各自治体とも物産展への出展支援や現地ディストリビューター（卸売業者や販売代理店）とのマッチング等により、県産品の中国市場への浸透を図っています。全国有数の酒処である福岡県は「日本酒」や「調味料（醤油・ドレッシング等）」、全国2位の漁獲量を誇る長崎県は「鮮魚」や「陶磁器（波佐見焼）」、県を代表する加工食品や工芸品の販路開拓に取り組む佐賀県は「海苔」や「陶磁器（有田焼）」、鹿児島県・宮崎県・大分県・熊本県は「焼酎」や

■ 海外拠点(上海)を中心とした九州・上海間の経済活動イメージ



■ 観光誘致

「調味料(醤油・ドレッシング等)」を主要な県産品としています。

各県の輸出促進の取り組みとして、長崎県は、震災後の放射性物質に伴う中国側の輸入規制に対して、独自に放射性物質検査・証明書の発行体制を構築する等、官民一体となって「鮮魚輸出に取り組んでおり、日本産鮮魚マーケットで確固たる地位を築いています。また大分県は、大分市を中心とした武漢市へのアンテナショップ開設を支援し、湖北省や内陸部への販売促進を目指しています。鹿児島県上海事務所の米盛所長は、「日中FTA(自由貿易協定)の締結に期待しており、今後は県産品のアイテム数を増やす準備をしていかなければならない」と仰っていました。

グラフ「訪日中国人観光客数の推移」を見ても分かるように、訪日中国人観光客数は、2010年の個人観光ビザの発給条件緩和以後、尖閣問題や東日本大震

災の影響を受けましたが、ピークの月で20万人前後、また、反日デモ発生後のボトムでも5万人を超えています。このような状況下、各自治体は観光客数増加による経済効果を期待し、旅行会社へのプロモーション以外にも様々な取り組みを行ってきました。

定期航空便やクルーズ船の誘致・確保は、観光客の交通手段となる以外に、空港・港湾の利用促進に伴う収入増加へと繋がる為、各自治体は本庁を挙げて取り組み、海外拠点はその連絡窓口としての役割を果たしています。佐賀県による、九州唯一の中国LCC「春秋航空」の誘致や、長崎県による「長崎〜上海航路 オアシャンローズ」(現在長期運休中)に対する積極支援等が代表例です。

また、知名度の向上や観光情報の発信等において、各自治体海外拠点は中国版ツイッター「微博(ウェイボー)」を活用しています。中でも福岡市は、上海のランドマーク的存在である「上海環球金融中心」で、「微博」と連動したシ

ティプロモーションを行いました。当日は約35,000名が来場し、アカウントフォロワーの増加数は約2,500名(現在のフォロワー数:約10,000名)に上りました。福岡市上海事務所の榎原所長によると、「最も購買力のある働く若い女性(20代〜30代)をメインターゲットにPRしている」とのことでした。一方、熊本県は、上海をはじめとした各地のイベントで、日本で全国的な知名

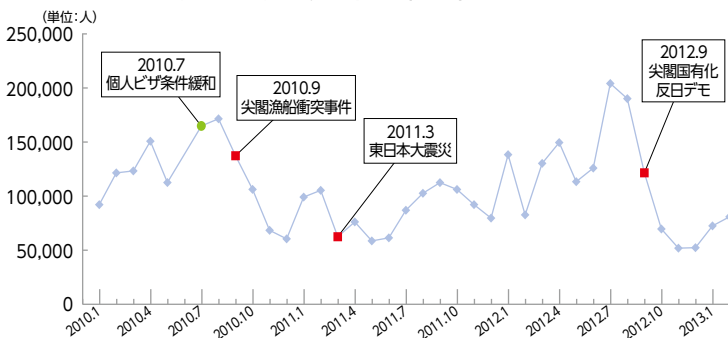
度を誇るゆるキャラ「くまモン」を積極的に活用したPRを行い、現地新聞にも取り上げられました。

3 広域連携「チーム九州」による取り組み

前述の通り、九州の地方自治体は個別に独自色を持った活動を行っていますが、広域連携を組んだ取り組みも行っています。「県産品の輸出促進」の分野で物産展における共同ブース出展といっ

た連携もあります。が、「観光誘致」の分野での連携が顕著です。表1「九州への中国人入国者数の推移」を見てもわかる通り、九州全体の訪日中国人入国者数は、日本全体の6.6%(2011年度)に過ぎない現状である為、まずは各自治体が「チーム九州」として広域連携することで、観光資源に厚みを持たせて中国国内での存在感を高めようとしています。なお、これは九州以外の他地

■ グラフ1 訪日中国人観光客数の推移(月次)



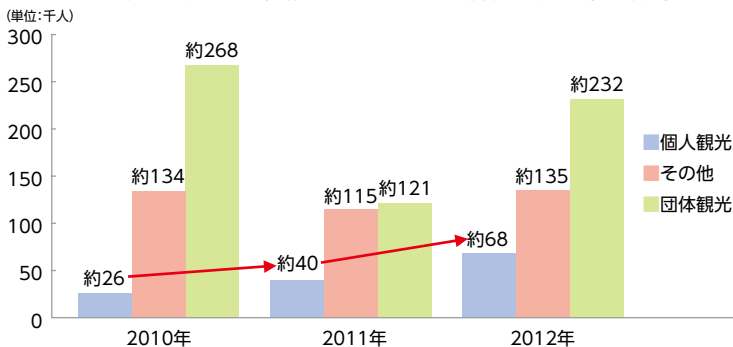
【出所:日本政府観光局(JNTO)統計資料を基に作成】

■ 表1 九州への中国人入国者数の推移(年次)

年	入国者数(九州) A	入国者数(全国) B	九州のシェア (A/B)
2007	66,288	1,148,483	5.8%
2008	72,387	1,234,088	5.9%
2009	80,139	1,253,551	6.4%
2010	138,363	1,682,689	8.2%
2011	88,261	1,346,134	6.6%

【出所:法務省出入国管理統計・九州運輸局報道資料を基に作成】

■ グラフ2 在上海日本国総領事館のビザ発給件数の推移(概算値)



【出所:在上海日本国総領事館へのヒアリングを基に作成】

方では余り見られない先駆的な取り組みです。

また、この分野では、既に上海に進出しているＪＲ九州や西鉄旅行が、九州内での交通事業者及び現地旅行手配会社（ランド旅行社）として自治体を仲介する役割を担っており、共同で中国の旅行会社や一般市場に対してプロモーションを行っています。例えば、中国の旅行会社は自社ではツアー内容を企画せず、販売代理のみ行う傾向が強い為、ＪＲ九州や西鉄旅行が自治体と一緒に頑張って積極的に九州を周遊する旅行商品を企画・提案しています。また、一般市場には、メディアツアーの手法を用いたプロモーション（旅行雑誌やWEBの担当者や九州へ招待し、実際の九州観光の体験を記事にもらう等）によって、観光資源をPRしています。更に、ＪＲ九州が海外からの旅行客向けに設定している「九州レールパス（列車に乗り降り自由のフリーパス）」は、九州内個人旅行のプラットフォームとも言え、九州

各県を周遊する様々な旅行を可能としています。

グラフ2「ビザ発給件数推移」の通り、2010年以降、東日本大震災や反日デモが発生した際に団体観光客は減少しましたが、個人観光客は着実な伸びを見せています。ＪＲ九州上海事務所の相良所長も、「レールパス販売は反日デモ後も好調に推移し、2012年度は約3,000件（前年度比+150%）の販売実績だった。まだ実績は少ないが、地道なプロモーションを積み重ねてきた成果が出てきている」と手応えを感じている様子でした。

4 最後に

現在の九州と中国との間の経済活動は、反日デモ以降も大気汚染や鳥インフルエンザといった問題が発生し、視界不良なのかもしれませんが、中国には「巨大な市場」が、中国から見ると日本には「先進的なサービス・文化的な豊かさ」があ

ることは事実であり、それらを相互に活かす為にも、日中両国の友好関係は間違いなく重要です。また、このような時期だからこそ、中国で文化交流から経済交流まで、裾野の広い活動を行っている地方自治体の重要性は高まっていると言えるでしょう。当事務所も、「チーム九州」と連携して企業の海外進出支援を行うことで、九州経済活性化に少しでも寄与したいと考えています。

（上海駐在員事務所 長 真太郎）



くまモンも参加した物産展（九州ブース）



中国の旅行雑誌

■ 表2 九州の地方自治体海外拠点(上海)

事務所名	所長	設置時期	住所	電話番号
福岡県上海事務所	西岡貴弘	H15.8	上海市淮海中路398号博銀大廈7階C室	86-21-6385-5580
福岡市上海事務所	榊原英明	H17.7	上海市淮海中路398号博銀大廈9階B2室	86-21-6385-8815
駐上海北九州市経済事務所	大浦太九馬	H17.7	上海市淮海中路398号博銀大廈9階B1室	86-21-6385-8821
長崎県上海事務所	宮崎大誠	H3.7	上海市延安西路2201号上海国際貿易中心2002室	86-21-6275-0696
大分県上海事務所	八坂悦朗	H18.4	上海市延安西路2201号上海国際貿易中心1601室	86-21-6275-0088
熊本上海事務所	吉田二浩/杉本幸生	H24.1	上海市南京西路1038号梅龍鎮広場1509室	86-21-6218-6901
宮崎県上海事務所	大生翔太郎	H14.3	上海市黄陂北路227号中区広場1711室	86-21-6329-5192
鹿児島県上海事務所	米盛幸一	H9.7	上海市遵義路100号虹橋上海城A棟1903号室	86-21-6237-2233
佐賀県上海デスク	北村志帆	H23.8	佐賀県佐賀市城内1丁目1番59号	0952-25-7146

※熊本上海事務所は熊本県・熊本市・熊本大学による合同事務所

海外 レポート

Overseas
Report



シンガポールから

「ハラールビジネス」のマーケットと進め方



Singapore

はじめに

「ハラール(HALAL)」については、本誌2012年9月号でその概要を紹介しました。「ハラール」とはイスラム教の戒律で「許されたもの」を意味し、「ハラール認証」とは、イスラム教の禁忌品(豚肉やアルコール類)を含まない安全な食品等の規格を定め、それに従って原材料や製造過程、商品の品質を厳格に審査し、基準に適合した商品を「認証」して、認証機関が認める「ハラールマーク」を表示させることです。とりわけ敬虔なイスラムの国々でのビジネスでは、この「ハラール」に対応しておくことが不可欠となっています。

品輸出や海外への技術提供といった、いわゆる「アウトバウンド」と、観光客や留学生あるいは医療ツーリズムの受け入れといった、いわゆる「インバウンド」の二つに大別されます。一言にハラールといっても、その関わる分野は食品だけでなく、旅行会社、病院、学校、自治体にまで広がっており、ハラールビジネスの裾野の広さをイメージすることが出来るでしょう。

1 「ハラールビジネスのマーケット」
変化
世界のイスラム教徒(以下、ムスリム)人口は約20億人で、総人口約70億人の28%程度を占めており、毎年1・8%ずつ増加しています。元来ムスリムの多いインドネシアやマレーシア、中東諸国、北アフリカ諸国以外にも、中国やロシア等のイスラム圏外の国々でもムスリム人口が増え続けており、フランスではパリ都市圏人口の15%がムスリムと言われています。

ムスリムに見られる最近の特徴として、中間層の増加、ライフスタイルの変化、女性の社会進出が挙げられます。インドネシアやマレーシアには、外国資本の大型ショッピングセンターやブランドショップが次々に進出し、服飾店や化粧品店は現地の中間層や富裕層で大きな賑わいを見せており、街中ではムスリム旅行者の団体ツアーもよく見かるようになりました。

2 世界のハラールビジネス 市場の可能性

ハラール製品のマーケットは、食料品・飲料(以下、飲食品)が67%、医薬品が22%、化粧品等が10%と見られています。その中で、ハラール飲食品マーケットは表1の通り約6,500億ドルに

■ 表1 世界のハラル飲食品マーケット(単位:10億USDドル)

地 域	2004(A)	2005	2009	2010(B)	B/A(伸び率)
世界全体	587.2	596.1	634.5	651.5	11.0%
1. アフリカ	136.9	139.5	150.3	153.4	12.1%
2. アジア	369.6	375.8	400.1	416.1	12.6%
インドネシア	72.9	73.9	77.6	78.5	7.7%
中東諸国	38.4	39.5	43.8	44.7	16.4%
インド	21.8	22.1	23.6	24.0	10.1%
中国	18.5	18.9	20.8	21.2	14.6%
マレーシア	6.6	6.9	8.2	8.4	27.3%
3. 欧州	64.3	64.4	66.6	67.0	4.2%
ロシア	20.7	20.8	21.7	21.9	5.8%
フランス	16.4	16.5	17.4	17.6	7.3%
英国	3.4	3.5	4.1	4.2	23.5%
4. オーストラリア	1.1	1.1	1.5	1.6	45.5%
5. 北アメリカ	15.3	15.5	16.1	16.2	5.9%
米国	12.3	12.5	12.9	13.1	6.5%
カナダ	1.4	1.5	1.8	1.9	35.7%

【出所：World Halal Forum】

上ると推定されており、世界の飲食品マーケット(4兆ドル)の16%を占めています。また、旅行分野においても、ムスリム旅行者の消費額は年間10億ドルを超え、世界の旅行者消費額の12%を占めています。

この巨大な市場を目指して、世界でハラル製品を製造している企業は千社を越えており、その商品は数万品目を数えます。2009年後半から2年間で発売されたハラル飲食品だけでも12,000品目以上あり、発売

数1位はタイで約2,000品、2位がマレーシアで約1,700品、3位が南アフリカで約1,600品です。1位のタイや3位の南アフリカをはじめ、非イスラム国が上位10カ国中8カ国を占め、競ってハラル飲食品を世に送り出しています。

これらの商品に関心を持つ人々はムスリムだけではなく、とりわけ欧州の人々は、ハラルをオーガニックと同じように「安心、安全、健康」ととらえる傾向にあり、中・高所得者層を中心に

3 日本企業のハラルビジネスの可能性

関心が高まっています。

こうした中で日本企業に目を向けると、マレーシアでハラル肉を使った焼肉チェーン店が店舗展開を始め、化粧品製造会社のシンガポール子会社がハラル化粧品の製造を進めています。また、最近になって、北海道や京都、沖縄の一部の企業がハラル対応によってムスリム旅行者の受け入れに成功しています。しかしながら、これらは稀な例であり、日本企業でハラル認証を取得して、ハラルビジネスに取り組んでいるのは、全国でもごく僅かな企業のみです。そもそもハラルという言葉すら知らない日本人が多いのも事実で、世界中で日本製品を見かけるようになった今日でも、ハラルビジネスの分野で日本製品を目にすることはほとんどありません。

それでは、日本企業はハラルビジネスに今後どのように取り組めば良いのでしょうか。

① アウトバウンド (商品輸出、技術提供)

最もイメージしやすいのは、ハラル認証を取得した製品を日本で製造し、それを海外へ輸出するという方法でしょう。

次に技術提供や業務提携ですが、例えばマレーシア国内でハラル認証を取得している企業と提携し、自社製品の製造から販売までを同企業に委託するといった手法です。この場合、既に販売ルートは確保されていますので、販路開拓に費やす手間暇は比較的少なくて済むでしょう。また、業務提携等をきっかけとした現地企業によるM&Aに発展する可能性もある為、高度な技術や製法を持ちながら、事業承継に悩んでいる日本企業にとっても、検討の価値があるかもしれません。東南アジアの企業経営者は、日本の中小企業の技術に対して憧れと敬意を抱いているケースが多い為、意外とチャンスはあると思います。

② インバウンド（観光客誘致、医療ツーリズム誘致）

日本の観光庁は、現在、海外から日本への観光客誘致活動を推進しており、東南アジアにおいても訪日プロモーションが活発に行われています。東日本大震災以降も東南アジアからの訪日客は増加していて、2013年3月単月では東南アジア6ヶ国（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）合計の訪日人数は10万人を超え、中国からの訪日人数を上回っています。

一方で、ムスリム旅行者のアンケートでは、人気の旅行先はマレーシア、トルコ、UAE、シンガポール、ロシアの順になっています。また、行き先を決める上でのポイントは、「ハラル食品の充実」（67%）、「旅行代金」（53%）、「祈

ア、インドネシアからの2013年3月の訪日人数は前年同月比1.4倍程度と増加しているものの、2万7,000人程度（全訪日外国人の3%）で、決して多くはありません。確かに、マレーシアで現地の富裕層ムスリムに「日本へ旅行したいですか？」と尋ねると、「したいけれど食事が心配」という声が多く聞かれます。多くのムスリム旅行者に日本を訪れてもらうためには、ハラル食品やレストランの確保、祈禱室の設置等、ハード面でのおもてなしも重要であることが理解出来るでしょう。

また、医療ツーリズムについても基本的な考え方は同様です。富裕層ムスリムの多くは、先進的な医療技術とハラル食品対応の双方が充実しているタイやマレーシア、シンガポール、インド等に向かっているのが実情です。

このような状況を考慮すると、日本において、飲食店や旅館、旅行会社が連携して、ハラル食品の提供や祈禱室の確保等、ムスリ

ムフレンドリーな対応が行われたとすれば、世界のムスリムにとって憧れの日本旅行が現実味を帯び、その情報がインターネット等を介して世界中のムスリムに広まることは容易に想像出来ます。

2 「ハラル見本市」 現地視察の報告

マレーシア政府は自国をハラルの「ハブ」にしようと力を入れており、毎年大規模なハラル商談会等が開催されています。2013年4月に4日間の日程で開催された「第10回マレーシア国際ハラル見本市(MIHAS)」(クアラルンプール)の紹介を通して、ハラルマーケットの魅力を感じて頂きたいと思います。

① 第10回マレーシアハラル国際見本市(MIHAS)の概要

バスケットボールコート20面以

上もある会場で開催された同イベントには、マレーシアの他、インドネシアやシンガポール、サウジアラビア、中国、台湾、韓国等から合計518ブースもの出展があり、飲食品を中心に、ホテルやケータリングサービス、化粧品、洗剤、包装設備等、幅広い製品やサービスが展示されました。4日間の来場者数は、ビジネス商談、一般来場者を合わせて2万人に達し、東南アジアで開催される各種イベントの中でも、最も盛況な見本市だと感じました。

また、この見本市に先立って開催された個別商談会での成約額の合計は、日本円で約133億円に達し、国別シェアでは中国企業が52%、韓国が7.6%、台湾が7.1%と続き、非イスラム国の台頭が目立ちました。

② 「ハラル商品」の数々

会場に展示されたおよそ1,000種類もの商品には、ユニークなものも多く、ノンアルコールシヤンパン(フランス)、除菌

第10回マレーシアハラル国際見本市の様子



女性来場者で満席のハラル化粧品のブース



日本語を表示して来場者にアピールする海外企業



ハラルに対応したノンアルコールシャンパン



大いにはざわ会場内

スプレーと洗剤(マレーシア)、物流拠点(マレーシア・フランス)、海苔・インスタントごはん・漬物(韓国)、餃子(中国)等々、多様な展示が来場者の関心を集めていました。また、中国企業等が商品パッケージやポスターに、戦略的に日本語を表示して消費者の気を引こうとしていました。日本の商品は世界において、「安心、高品質、健康」というイメージが浸透している為、これを利用して市場にアプローチしているのです。

③ 視察を終えての感想

これほど大きな見本市であれば、通常たくさんの日本企業が出展し、視察や商談にもたくさん日本人が訪れることが多いのですが、出展企業は日系とマレーシアの合弁会社が1社のみで、視察する日本人の数も少なく、日本企業のハラルビジネスに対する関心の薄さを実感しました。一方で、日本と同じ非イスラム国であっても、韓国、台湾、中国、フランス、タイ等の企業は、

競うように自社の商品をPRし、販路を拡大しようと必死でした。その熱気を目の当たりにし、日本企業との意識のギャップの大きさに私はショックを受け、残念でなりませんでした。



「ハラルビジネス」の進め方

このように、ハラルビジネスは今や世界中が注目する分野の一つとなっています。ここでは、リスクを抑えながら効果的にハラルビジネスに取り組む為のプロセスについてご提案します。

① イスラム教の理解とハラルの知識の習得

まず、イスラム教について、あるいはムスリムの生活についてよく知ることが必要です。誤解や先入観をなくし正しい知識を得る為には、関連書籍の精読、ハラルに関するセミナーへの積極的な参加、専門家へのヒアリング等により、情報入手、整理、蓄積していくことが欠かせません。

②現地視察の重要性

次に、実際に現地(例えばマレーシア)のスーパーや工場を訪れ、五感を使って見学することが必要です。インターネット等の情報よりもずっと、「ハラル」についての理解を深めることが出来るでしょう。また、視察の際に、信頼出来る現地のビジネスガイドを帯同すれば、今後の人脈構築のきっかけにも繋がります。

③「ハラル認証」の取得

本誌2012年9月号でも触れましたが、世界には100を超えるハラル認証機関・団体があります。中でもマレーシアの「マレーシア政府ハラル認証機関(JAKIM)」は、政府が支援する、世界でも最も権威のある認証機関だと言われています。JAKIMは他のハラル認証の追認も行っており、JAKIMが認めたハラル認証であれば一定の評価を得られ、少なくともマレーシアでは輸入が許可されるの

が一般的なようです。2013年4月現在、JAKIMが認めている日本のハラル認証機関は、東京の「日本ムスリム協会」と、大阪の「日本ハラル協会」の2団体です。日本には他にもいくつかの認証機関があり、それらのハラル認証も、敬虔なイスラム国を除けば今のところ問題なく通用しているようです。消費者が商品を受け入れ、購入するかどうかは、消費者自身の判断によるのです。ただし、偽造ハラル商品が出回ることを防ぐ為に、JAKIMが中心となって世界のハラル認証の厳格化を進め、ハラル認証の国際標準化を図っているという事実もあります。(JAKIMが認めている機関はwww.halal.gov.myで確認可能)

次に申請方法と費用等について、JAKIMを管轄しているHDC (Halal Industry Development Corporation・ハラル産業開発公社)の資料からご紹介します。

認証費用は中小規模企業(従業員数50〜150人等の条件)の場合、年間400リンギット(12,800円、1リンギット≒約32円で計算)、レストランやホテルの施設は施設ごとに年間100リンギット(3,200円)です。ただし、日本からは国際申請となる為、追加費用として、1申請あたり認証費用が1,000USD、認証可決後の登録費用が年間100USD必要です(金額や要件は変更となる場合がありますので、都度ご確認下さい)。また、マレーシアから審査の為に来日する担当者の渡航費用や日当の負担も必要です。

申請はHDCのホームページ(www.halal.gov.my)からインターネットで行います。現地審査等を経た後、ハラル認証がなされ、ロゴ使用が可能となります。申請から認証完了までの期間は、通常3ヶ月〜6ヶ月程度ですが、内容によってそれ以上の時間がかかることもあります。

日本のハラル認証機関の諸費用については、具体的には開示されていませんので、各機関へ直接お尋ねください。その他不明な点は、福岡銀行シンガポール駐在員事務所をご活用ください。

④商談会への出席、個別商談・フェアへの参加

ハラル認証の取得はあくまで入口にすぎません。成果を出すには世界の商談会やフェア(別表2参照)に参加したり、現地視察時に構築した人脈等を通じてバイヤーやサプライヤーと直接面談したりすることが欠かせません。また、インバウンド促進の為に、現地の旅行代理店等と連携した仕組み作りも有効と思われます。

セミナーや視察時のアテンドについては、福岡銀行シンガポール駐在員事務所の人脈や情報ソースからご紹介することも可能です。また、ハラル認証に関しても、中立的な立場で、いくつかの視点からアドバイスさせていただきます。

少子高齢化の急速な進展等、日本国内には先行き不透明な点がありますが、世界に目を向けるとまだまだ可能性が大きい分野もあります。こういった分野で花を咲かせるには、ご自身でセミナー等に参加して「正しい情報を入手し」、ご自身の足で現地を視察し「目と耳で確かめ理解を深める」ことがとても大切だと思います。そして、自社の商品やサービスと新しいビジネスの融合が期待出来れば、いよいよ商談会等のイベントに出展し、新たな販路を開拓するチャンスを得ることとなるでしょう。特にハラルビジネスに取り組む場合には、このプロセスが最も効果的ではないでしょうか。

日本国内のみならず、世界の動きに対して感度を高めて、新たなビジネスモデルの構築にチャレンジしていくことが、我々日本企業が生き残る唯一の方法だと思います。

(シンガポール駐在員事務所

酒口 昇)



入口にハラルマークが表示されている店舗(マレーシア)



ハラル表示があるマレーシアのコンビニで買った商品



ハラル食品以外の食材を乗せた食器は使用不可となる為、食材同様、食器についても区別する必要があります

■ 表2 今後開催予定のハラル商談会やフェアの情報

NO.	イベント名	開催日	開催国	会場
1	Moscow International Halal Exhibition	2013年 6 月13日～16日	ロシア	All-Russian Exhibition Center
2	Taiwan International Halal Expo	2013年 6 月26日～29日	台湾	Taipei World Trade Center
3	Halal Food & Eid Festival	2013年 8 月17日～23日	アメリカ	NewPark Mall
4	Halal & Healthy Products Fair	2013年 9 月 5 日～ 8 日	トルコ	CNR Expo
5	Kazanhala 2013	2013年10月 3 日～ 6 日	ロシア	Kazan
6	International Halal Expo	2013年10月10日～12日	カザフスタン	Almaty Towers Business Center
7	Halal Food Asia Exhibition & Conference	2013年12月13日～15日	パキスタン	Karachi Expo Centre
8	Halal Expo Chile	2013年12月13日～15日	チリ	Sheraton Convention Center
9	OIC Halal Middle East Exhibition & Congress	2013年12月16日～18日	アラブ首長国連邦	Expo Centre Sharjah
10	International Halal And Oriental Products Trade Fair	2014年 4 月 8 日～ 9 日	フランス	Porte De Versailles

【出所：各イベントHPより抽出】

海外進出最前線

大連編



北九州市 駐大連北九州市経済事務所

海外進出されている地元地方自治体の現地事務所のご紹介

1 はじめに

1979年5月（今から34年前）、北九州市と大連市は友好都市の提携を行いました。北九州市の門司港と大連港とは明治時代の頃から航路で結ばれていた他、鉄鋼業が盛んな港湾都市として都市形態が類似していたこともあり、1972年の日中共同声明を契機に、北九州市から大連市に働きかけたことで、この友好都市の提携が実現したそうです。友好都市の提携以降、両市は文化・経済・環境等の分野において、様々な交流を重ねてきました。

その中で中心的な役割を果たしてきたのが、1991年7月に設立された「駐大連北九州市経済事務所（以降、北九州市経済事務所）」です。今回は、北九州市と大連市のこれまでの共同事業や、その結果として構築した強固な信頼関係、現在の活動内容等についてご紹介致します。

2 北九州市の環境改善協力

北九州市は、1960年代に深刻化した公害問題を市民・行政・企業が協力して克服した歴史があります。その経験を活かし、北九州市は長年に亘り、大連市の環境改善に様々な形で協力してきました。

中でも特徴的なのは、単なる技術協力に留まらず、①環境改善事業の提案、②各分野の専門家の現地派遣・実地調査、及び③実地調査に基づく各種環境保全対策の実現可能性の検証等を経て、2000年3月の「環境保全基本計画」作成まで、北九州市が主体的に

行動したことです。そして、この北九州市と大連市という自治体レベルの国際協力による環境事業は、国家レベルの本格的な環境ODA（政府開発援助）案件として採択されるに至りました。大幅な環境改善を実現した大連市は、2001年に国連の環境関連機関「国連環境計画（UNEP）」より、環境の保護・改善に功績のあった団体に贈られる「グローバル500賞」を受賞する等、国際的にもその環境改善が評価されています。

また、習近平・国家主席は3年半前の訪日の際、地方都市では唯一北九州市を訪問しました。これは、大連市との長年の交流実績や、北九州市が国際的な環境先進都市であること等が、中国政府により評価され、視察先として選ばれたものです。

現在、北九州市では、市内外の企業等と連携し、環境・水ビジネスに関する技術を単体ではなく、インフラの運営管理ノウハウや関連製品等とパッケージ化して、積極的に海外に売り込んでいます。

3 大連市政府との関係

この様な北九州市と大連市の長年に亘る協力関係の積み重ねから、経済交流等の分野においても北九州市経済事務所の存在感は圧倒的です。特に、中国でのビジネスに欠かせない「人脈と情報」において、強固な関係を構築しています。

北九州市経済事務所では、「民間企業の方々ビジネスしやすい環境整備を行うこと」を使命とし、前述のような大連市政府との強固な関係を背景に「北九州の

4 最後に

地元企業への情報発信」に積極的に取り組んでいます。福岡・大連間は、航空機が毎日1便往復、飛行時間は1時間半程度であり、福岡・北九州からの交通の利便性が高く、北九州からの企業の来訪や中国ビジネスに関する相談は非常に多いそうです。相談を受けた企業への情報提供や企業のマッチングも丁寧に行っており、その活動内容はまるで商社マンのようです。

北九州市経済事務所の田代所長は、「公務員らしくない」と評されることが自身への最大の褒め言葉であると言われる等、気さくなお人柄が印象的です。

我々、福岡銀行大連駐在員事務所も、北九州市経済事務所と連携しながら、積極的にお客様の中国ビジネスをサポートさせて頂いております。お気軽にご相談下さい。（大連駐在員事務所 小田 周平）



▲右端が田代所長
左端が古賀副所長（福岡銀行からの出向）

PROFILE

現地事務所名：駐大連北九州市経済事務所
住 所：中国大連市西岗区中山路147号 森茂大厦5階
T E L：+86-411-8360-7298
E-mail：yumeiyasu4411@yahoo.co.jp(田代所長)
kod_fusuochang@yahoo.co.jp(古賀副所長)
母 体：北九州市役所(公益社団法人北九州貿易協会)
T E L：093-541-1969
F A X：093-522-5120

海外進出最前線

海外進出されている福岡銀行本店営業部のお取引先企業グループのご紹介



日本タングステン株式会社
~SV NITTAN CO., LTD.

1 はじめに

日本タングステン株式会社は福岡市博多区に本社を置く、金属製品製造企業です。1931年の創業以来、粉末冶金技術（粉末から硬い金属を作る技術）をベースに、レアメタル製品やファインセラミックス製品等、あらゆる産業分野で必要とされる付加価値の高い製品を手掛けています。日本国内に3工場と7営業拠点、そして海外に6現地法人を有し、このうちタイの現地法人SV NITTAN CO., LTD.は、1979年に日本タングステン株式会社の初の海外拠点として、タイ有数の鉄鋼メーカーであるサハビリヤグループとの合併により設立されました。

今回は、SV NITTAN CO., LTD.の製造部門責任者である田中副社長と、営業部門責任者の矢野部長にお話を伺いました。

2 タイ進出の理由とタイでの事業概要

日本タングステン株式会社は、日本での主要取引先である製造業者がタイへ進出したことをきっかけに、タイのSV NITTAN CO., LTD.を設立しました。SV NITTAN CO., LTD.は、1980年に東南アジアで初となる、粉末冶金技術による超硬工具の製造を開始した後、精密金型加工、精密工具加工分野へと事業範囲を広げ、あらゆる企業の金属加工ニーズに応え続けることで、着実に取引先数を増やしました。現在は、主に現地の日系自動車メーカー、半導体メーカーやゼネコン等に対して金属製品等を供給

3 今後の展開

し、日系企業のタイでの部品・工具等の調達を支えています。SV NITTAN CO., LTD.の歴史が30年を越えた現在、取引先数は450社を超え、従業員数は製造部門（工場）260名、営業部門20名の合計280名となっています（3月末時点）。

現在、SV NITTAN CO., LTD.はASEAN地域での販売を強化しています。営業部門責任者の矢野部長は昨年10月の赴任直後から半年間かけて市場調査を実施し、その結果、タイを含むASEAN諸国のマーケットに高いポテンシャルが存在するとの判断に至り、積極的な拡張活動を展開しています。

また、製造部門責任者である田中副社長は、「日系同業他社との競合が激しくなっており、技術サービス拡充による差別化が必須」との判断から、今年4月から日本人技術担当者を1名増員し、顧客からの要望が多い超硬工具の再研磨等の新分野への取り組みに着手しています。

4 最後に

タイは、日系の製造業者が世界で最も事業が行いやすい国の一つと言われています。しかしながら、それだけに競争も厳しく、先行企業として築いた有利なポジションを維持する為には「新たなマーケットの開拓」、「新分野へのチャレンジ」を続ける必要があるということをお二人の話を通して改めて実感しました。



▲営業所前（後列右側 矢野部長）



▲工場前（後列右端 田中副社長）

PROFILE

現地法人名：SV NITTAN CO., LTD.

住所：898/29-30 SV CITY TOWER 2, 18th Floor, Rama III Road, Bangpongpan, Yannawa Bangkok 10120 Thailand.

T E L : +66 (0) 2-682-8191

F A X : +66 (0) 2-682-8191

親会社：日本タングステン株式会社

住所：福岡市博多区美野島1丁目2番8号

T E L : 092-415-5500

F A X : 092-415-5511

今後も、超硬製品のパイオニアであるSV NITTAN CO., LTD.が、新たなマーケットや新分野の開拓を通して、タイやASEANにおける日系企業の活躍を支え続けられることを期待いたします。（バンコク駐在員事務所 貞方 泰徳）