

## □■ワールド・ビジネス・フェスタ 2019 in バンコク■□

### タイから中国、インド。ASEAN への海外展開

こんにちは。島根・ビジネスサポート・オフィスの神谷です。

2019年1月29日(火)バンコクで開催された日本貿易振興機構（ジェトロ）によるセミナー・個別相談会「ワールド・ビジネス・フェスタ 2019 in バンコク」についてレポートします。

#### 1. 「ワールド・ビジネス・フェスタ 2019 in バンコク」とは

アジアを中心に世界で活躍するジェトロのコーディネーターや職員が、担当する国・地域の最新かつ生のビジネス情報をプレゼンテーションするセミナーです。通算3回目の開催ですが、海外での開催は今回のタイが初めてで、南西アジア、東南アジアを中心として各国からジェトロの専門家が参加しました。

第1部では在タイ日系企業の関心が高いインド、中国（広東省深セン市）をテーマにした講演や、タイから近隣国への販路開拓をテーマにしたパネルディスカッションなどが行われました。

第2部では3つの部屋にわかれ、参加各国・地域の最新ビジネス情報のプレゼンテーションが行われました。主な地域とテーマは下記の通りです。

国・地域名	セミナーテーマ
インド（ムンバイ）	オンライン・ビジネスが変革をもたらすインド小売市場
ベトナム（ハノイ）	「輸出加工企業を中心とした北部ベトナム日系企業の進出動向と調達動向」-営業拠点の設立と販売業務における注意点-
インドネシア（ジャカルタ）	ASEAN 最大国とどう付き合ったらいいの？
ベトナム（ホーチミン）	ベトナム市場の流通構造と取り組むべきポイント
インド（チェンナイ）	販路開拓する際の税務上の留意点と電子化の実態

国・地域名	セミナーテーマ
フィリピン（マニラ）	輸出産業型から内需型産業経済へ
バングラデシュ（ダッカ）	成長し続けるバングラデシュ市場
カンボジア（プノンペン）	中小企業の海外進出トライアル最適の地
ミャンマー（ヤンゴン）	新会社法の施行を受けて広がる投資機会
マレーシア（クアラルンプール）	変革の2019年、政権交代後のビジネスを占う

国・地域名	セミナーテーマ
台湾（台北）	世代を超えた親日国でのビジネスチャンス
中国（北京）	中国 EC 市場への進出について
中国（広州）	広東省のビジネスチャンス
中国（成都）	四川省の投資環境及びビジネスチャンス
中国（上海）	中国での販路開拓における最短の道
香港	グレーターベイエリアの中核都市の 1 つ、香港を活用したビジネス展開

当日はセミナーと並行して個別相談会も行われていました。相談を希望する国（タイを除く）は多い順にベトナム、インド、カンボジア、インドネシアで、第三国展開に関する法制度、市場性に関する相談が多いという報道もありました。

## 2.それぞれの地域でビジネスチャンスがあると期待される分野

島根・ビジネスサポート・オフィスでは ASEAN での事業展開の支援を行っていますので、ASEAN を中心にセミナーの中で紹介されていた各地域のビジネスチャンスがあると期待されている分野をご紹介します。

国	ビジネスチャンスがあると期待される分野	背景となる Topics
ベトナム	<p>1.不動産開発事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ハノイ、ハイフォン、ホーチミンで日本のデベロッパーによる大規模開発案件増加</li> </ul> <p>2.E コマース</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2018 年オンラインショッピング人口 4980 万人。うちネットユーザーは約 76%。SNS や APP ではなくネットが主なツール。</li> <li>・ただし支払い方法は代金引換がほとんど。電子決済やネットバンキング、クレジットカードなどは未発達。</li> </ul>	<p><u>2015 年 7 月に施行された改正投資法、改正住宅法では、投資禁止分野の大幅削減や外国人による不動産購入規制の大幅緩和がなされた。</u></p> <p>EC 物流へ新規参入増 ベトナムにおいて EC が成長するためには物流が課題。VN Post などの旧来ある郵送サービス企業に加えて、都市部ではより迅速なサービスを提供する新興企業の参入も相次ぐ。</p>
カンボジア	<p>1.不動産</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都プノンペンへの投資に日本参戦</li> <li>・日本の国土交通省も高度成長期における宅地供給などに注目。日本の官民連携の動き（日本式の駐車場、中産階級向け住宅、団地など）</li> </ul> <p>2.サービス業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中国やカンボジア資本による海外ブランドのフランチャイズ展開や専門店急増</li> <li>・飲食、ランドリー、ミニホテル、動物病院など日本からもオーナー企業</li> </ul>	<p>人口 1600 万人、首都 200 万人</p> <p>大手企業が進出をためらうコンパクトな市場。 中小企業でも先行者利益を得ることができる業種が多い。 GDP 成長率 7%を超える。</p>

	<p>や個人事業主による多様な投資</p> <p>3.人材</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・技能実習生派遣を目的とした日本向け送り出し機関が急増。</li> </ul>	
ミャンマー	<p>1.アパレル系製造工場</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・周辺諸国の賃金上昇に伴う製造業の移管</li> </ul> <p>2. 自社商品の輸入、販売代理店との提携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高額かつ高級なイメージの日本製品</li> </ul> <p>3.IT 系オフショア開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本国内の深刻な SE 不足</li> </ul> <p>4.マイクロファイナンスを含む金融ビジネス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・低所得者向けのサービス</li> </ul>	<p><u>インフラ未整備のため、製造業でも軽工業に偏重</u></p> <p>2018 年 5 月に卸売 (Wholesale)、小売 (Retail) について条件付の 100%外資開放を公表</p> <p>一定の条件（投資金額、売場面積など）のもと承認。 衣料品、化粧品、食料品、日用品など優先品目 24 品目を指定</p>
マレーシア	<p>1.E コマース/Fintec の付随サービス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・キャッシュレスエコノミー</li> <li>・デジタルフリートレードゾーン</li> </ul> <p>2.(TPP 後の参入機会) 日本が得意とする小型小売業の参入機会が増える。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・食専門店</li> <li>・小型スーパー</li> <li>・ドラッグストア</li> <li>・中高級百貨店</li> <li>・コンビニエンスストア など</li> </ul>	<p><u>E コマースの成長</u> 毎年 11%の成長。 電子マネープラットフォームの増加。 オンラインバンキング普及率 85.1%。</p> <p><u>政府による Digital Free Trade Zone 構想(東南アジアの E コマースハブにするための構想)</u></p> <p>＜ネットインフラの整備＞ クアラルンプール・インターネットシティ政策により 1 年以内にブロードバンドのスピードを 2 倍にし、料金を半額に。</p> <p>＜流通インフラの整備＞ 国際空港に広大なロジスティックハブを建設。Alibaba が賛同し、中国以外で初となる流通ハブ拠点をおく。</p>
フィリピン	<p>1.インフラ関連</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・鉄道：南北鉄道、マニラ地下鉄、首都高速</li> <li>・空港、港湾の整備</li> <li>・電力開発：石炭火力、太陽光発電</li> </ul> <p>2.不動産開発事業</p> <p>3.小売業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・衣料、飲食、雑貨（DIY 用）、加工食品</li> <li>・フランチャイズビジネス</li> </ul>	<p><u>Build Build Build 政策の公表</u> 2022 年までの間に総額 1600 億ドルの公共投資を実施予定。</p> <p>内需型産業の法人税漸減 現行 30%の内需型産業の法人税を 2029 年 1 月に 20%となるように漸減。</p>

	<p>4.人材活用事業          ・ IT、コールセンター、英会話学校          ・ 英語能力を活用した人材活用事業          ・ 職業訓練事業：国内外の需要へ対応</p> <p>5.コア産業分野の部品          ・ プリンター、自動車産業 Tier2</p> <p>6.コールドチェーン</p>	
インドネシア	<p>1.食品関連事業          2.飲食レストラン事業          3.不動産・不動産管理等の関連事業          4.職業訓練教育          5.調査サービス</p>	<p><u>2019 年はインドネシア大統領選挙があり、その結果によって政策は大きく変わる可能性も。</u></p> <p><u>外国投資規制緩和で新たに 54 業種を 100%外資に開放。</u></p> <p><u>インフラ整備に伴い、人とモノの流れが加速</u></p>

※Jetro 資料を基に島根・ビジネスサポート・オフィス補記・まとめ

### 3. 各マーケットに共通して言えること

#### ①販路開拓時の留意点

国・地域を越えても、本セミナーの中だけに限らずよく耳にする販路開拓時の注意点があります。共通する主なものをまとめました。

#### <最終顧客へ直接営業してから代理店探し>

当初から代理店やインポーター任せの販売を行ってもなかなかうまくいきません。最終顧客のニーズもつかめず、本来の商品・製品の価値もなかなか伝わりません。代理店にしてもインポーターにしても既に数ある製品の中から売れるものを売りたいので、新たな商品・製品に必ずしも積極的に動いてくれるわけではありません。

ある程度ニーズの見通しをつけ、顧客の紹介や希望に応じて代理店やインポーターを決めたほうが安定して商品・製品を供給できる可能性があります。

#### <信頼できる人材・パートナー探し>

相手方の企業規模や保有技術、あるいは営業力など様々な条件はあるものの、ビジネスにおいて目的やビジョンに共感できる相手なのか、意思決定において何を大事にするのか、そのスピードは？ などお互いに尊敬・尊重し合える相手だと思えるかはビジネスの継続において重要なポイントとなることが多いです。

共通の知り合いから紹介された条件のよい相手であったとしても、十分にコミュニケーションを重ねる必要があります。

### <ローカライズするか、売れる商品を見つけるか>

日本での成功体験をそのまま持ち込んでも必ずしも成功するとは限りません。食品であればある程度現地の味覚にあわせてローカライズを求められます。機械などであったとしてもオーバースペックであることもあります。

例えばある国で和食がブームなので味噌を売り込もう、としたとします。しかしその国において和食は家の外で食べるもので家庭では作らない場合、マーケットは想定より小規模なものになります。一方味噌そのものは売れないものの、ビーガン料理店も多く、健康ブームや宗教上の理由でベジタリアンも多く、大豆ミート（大豆からタンパク質を取り出し、繊維状にしてお肉のように加工した食品）が売れるということもあるかもしれません。

### <情報には限界がある、でも可能な限りのフィジビリティスタディを>

ASEAN では日本のようにネット上に多くの公知情報や統計データがあふれているわけではありません。なので市場規模の算出などはかなり大まかなものになります。

しかしデータが不足しているからといってプロジェクトを簡単に前に進めていいことにはなりません。データ不測は実際に足を運んで想定される取引先候補や調査機関を使って丁寧に聞き取り調査を行い、仮説の精度をあげることをお勧めします。

日本でビジネスを展開する際には慎重な方でも「〇〇だろう」で ASEAN で展開して失敗するケースは多くあります。

## ②E コマースの可能性を探る

今後の販路開拓において E コマースは非常に重要なツールの 1 つになりつつあります。ASEAN はまだまだ発展段階ですが、中国・インドは B to B、B to C、C to C 含め隆盛です。中国では越境 EC も盛んになってきて、日本にいながら中国の消費者から EC サイトを通じて受注し、日本から直接発送、もしくは中国国内の保税区の倉庫に在庫し、そこから発送するという商流です。越境 EC 向けの制限（輸入小売 1 回あたりの限度額や 1 個人あたりの年間上限額など）はありますが、税制も整備されています。

一方インドの EC 市場はまだ外資規制により、在庫を抱えることのできないマーケット・プレイス方のモデルのバーチャル・モールだそうです。2018 年の市場規模は日本の 3 分の 1 程度の 5.6 兆円。（日本は約 15 兆円）。しかし現在インドの人口の半数近い 5 億人が既にオンラインにつながっていることを考えると今後の成長は確かなものだといえます。販売されているトップカテゴリーは電化製品（49%）ですが、都市部では食料品や飲料の売上が伸びているようです。

このように、中国・インドは先行していますが、前述のようにマレーシアやベトナムなどある程度所得が上がった国々でも E コマースは一般的に知られたものになっています。もちろんタイもそうです。今後の販路の 1 つとして ASEAN 進出の際の検討材料に加えていただくことをお勧めします。

## □■タイにおける人材育成■□

### タイに進出した島根県企業の取り組み

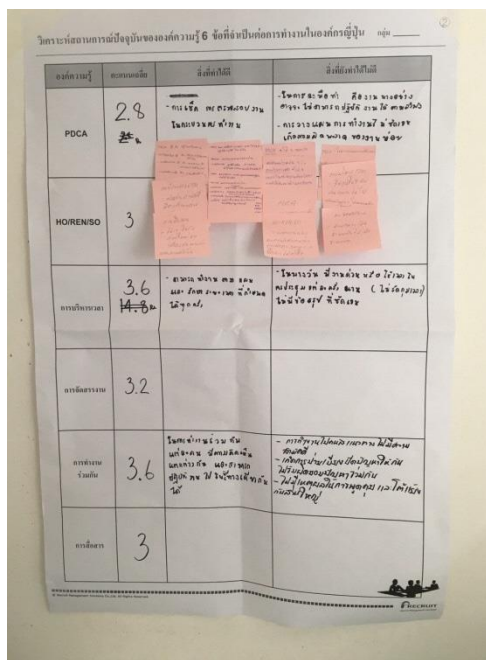
ASEAN においてビジネスを進める上で、悩ましい問題が人材育成です。特に製造業においては5S だったり、安全意識やカイゼンなど日本で当たり前のことが当たり前でなかったりします。以前出張でインドに行ったときに会ったお客様からは「なぜ安全靴をはかなければいけないかを教えることが難しい」というお話を頂いたことがあります。もともと持っていない概念や習慣を定着させることの難しさを強く感じたものでした。

そのようなことはビジネススキルの中にもあります。ひとつは「報告・連絡・相談」です。なぜできないのか、なぜしないのか、という話をタイで働く昔の同僚としていたら「自分から報告にいたり相談したりするのは、他のタイ人スタッフから上司にゴマをすっているように思われるからしない」と聞きました。「え？そんなことってあるの？」と思いましたが、実際私と同じチームのタイ人スタッフに確認するとタイ人は確かにそう思う、だから報告が必要なときは上司から声をかけて欲しいというフィードバックを受けました。

新入社員の時代から「報告・連絡・相談」は当たり前と刷り込まれてきた私には衝撃の出来事でした。

今回ご紹介する事例もまさに「報告・連絡・相談」の改善を目指したものです。昨年も社内の仕事の進め方を改善すべく、タイ人スタッフ 30 名に「ビジネスマナーと報告連絡相談の進め方」のレクチャーを行っていらっしゃいましたが、なかなか期待通りには変わらない、どうしたものかというご相談を島根・ビジネスサポート・オフィスに頂きました。

もともとその習慣も仕事を進める上で重要な概念だという意識の無いところへ、知識を提供してもなかなか癖付けできないのは想像に難くありません。

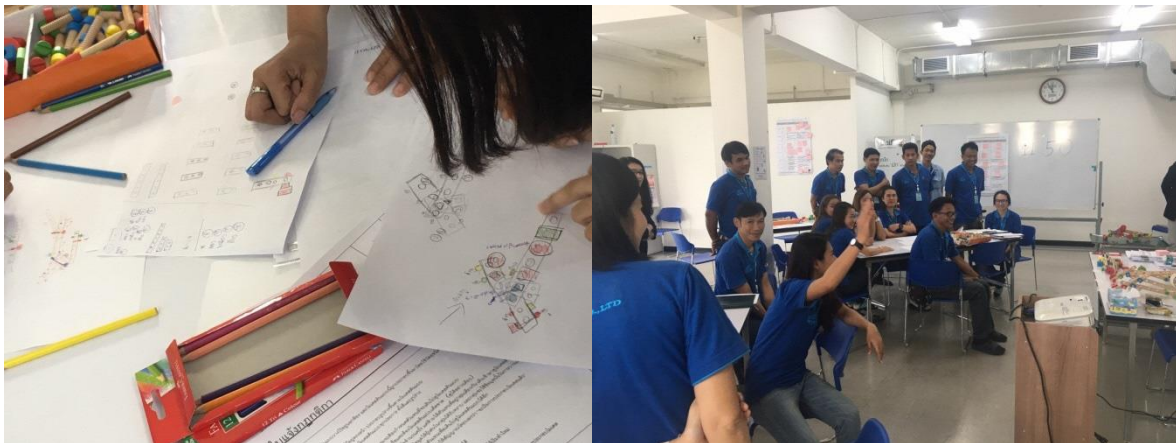


事前にタイ人マネジャーの皆さんにインタビューしたところ、やはりできていないという意識はありませんでした。このギャップを埋めるためには「できていない現実と向き合う」

「改善する方法を考える」「やってみて成功体験を持つ」「チーム共通の認識にする」ということが重要です。

そこでブロックゲームを使った体験型のセミナーを実施することになりました。各チームから離れた席からは見えない場所に複雑に組み立てたブロックをおき、それと同じものを手元にあるパーツを使ってチームで作り上げるというある種の仕事体験です。ステップとしてはシンプルに4つだけです。

1. 作戦会議（制限時間の使い方や役割分担）を行い、実際に作ってみる
2. 1回目では成果が出ない→改善方法を考える
3. もう一度トライ
4. 振り返り



座学ではないので当日は1日の研修でしたが飽きることなく取り組んでいただけました。また最初に失敗するため、仕事において計画と途中の報告・連絡・相談が重要だということを感じていただくこともできました。

各チームのマネジャーはゲームには参加せず、オブザーブと気がついたことをメモしていましたが、おそらく彼らは普段彼らの上司が味わっている気持ちを味わうことになったと思います。（なぜそこで相談しないのか？早めに報告に来ないのか？）

言語や価値観の異なる国で人を育成したり、日本企業の当たり前や大事にしている価値観を共有するのはなかなか困難なことだと思います。でもあきらめずにこうした取り組みを続けることで、共通の認識が出来上がっていくのではないのでしょうか？

言葉を尽くして説明するだけでは伝わらないものが、体験を通して共有できたように感じました。

☆☆タイから便り☆☆

～バンコクの中華街・ヤワラート通り～



こんにちは。島根ビジネスサポートオフィスのタイ人スタッフ、グラフと申します。今年の春節（2019年2月5日）に横浜中華街は賑やかになっていたと思いますが、みなさんはタイの一番大きくて、有名な中華街である「ヤワラート通り」のことをご存じですか？春節のときにも色々なイベントがあり、観光客も現地の人もヤワラート通りに集まっていて、とても賑やかになりました。

ヤワラート通りはバンコク中心部の西側にあります。この通りは1.51kmの長さの蛇行道ですので、ドラゴンロードというニックネームもあります。ヤワラート通りはラーマ5世時代の1891年から作られましたが、現地に住んでいる国民たちの反対など色々な問題があって、この道路を作るのに8年間がかかりました。



ドラゴンのシルエットがあるヤワラート通りの地図



ヤワラート通りは、中華系タイ人が多く暮らしている所です。中華アクセサリやツバメの巣、フカヒレのような中華料理調理用の食材、ハーブのお店があり、道の横に中国語の看板がたくさん並んでいることなどはヤワラートならではの雰囲気です。



そしてタイ人の皆さんにとっては、ヤワラートといえば金行がたくさん並んでいるところ、と知られて「タイで金を買うのならヤワラートで」というくらい有名なところですよ。



また、ただ買い物や食事するための場所ではなくて、ヤワラートは中華街でありながら、現地の人にも観光客にも人気がある「Wat Traimit」、「Wat Mangkon Kamalawat」のような仏教の寺院が沢山あるところですよ。



どんな時期でもヤワラート通りはとても賑やかな場所ですが、春節祭や採食祭の時期になると、もっと賑やかになります。特に春節祭（2019年の春節は2月5日になります）は立派な太鼓ショーや獅子舞（東アジアおよび東南アジアで見られる伝統芸能の一つで、祭囃子にあわせて獅子が舞い踊るもの）をはじめ色々なイベントがあってヤワラート通り全体が盛り上がります。



ヤワラートは東南アジアの中でもかなり大きいチャイナタウンであり、もしタイに来る機会があれば、是非ヤワラートに遊びに来てください。

★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★

## 【展示会情報】

※別紙に、年内に開催予定のタイ・インドネシア・ベトナムの展示会情報をまとめました。

サポートオフィスでは、現地で開催される展示会へのアテンドも行っております。

関心のある展示会がございましたら、お気軽にご連絡ください。

担当；神谷 靖子 Yasuko Kamiya

Address :1 Glas Haus Building, 12 FL., Room 1202/D,Soi Sukhumvit 25,  
Sukhumvit Rd.,Klongtoey-Nua,Wattana,Bangkok 10110

Tel :+66-(0)-2-261-1058

Mobile :+66-(0)-89-200-7763

Mail : shimane-bizsup@aaph.com

➤ タイ経済指標

項目	単位	2015	2016	2017	2018
GDP 成長率	前年比ベ(%)	2.8	3.2	3.9	4.3(1~9月)
人口*	千人	67,293	67,506	67,697	67,857(11月)
労働者の数*	千人	39,165	37,792	37,716	38,353(12月)
失業率**	%	0.89	0.99	1.18	1.06(12月)
最低賃金*	バンコク	300	300	310	325(19年1月)
	チョンブリー	300	300	308	330(19年1月)
	アユタヤー	300	300	308	320(19年1月)
	ラヨーン	300	300	308	330(19年1月)
賃金:全国製造業の平均	バーツ	12,305	12,402	12,473	12,831(12月)
インフレ率**	前年比ベ(%)	▲0.90	0.19	0.67	1.06(12月)
中央銀行政策金利*	%	1.50	1.50	1.50	1.75(19年1月)
普通貯金率**	%	0.56	0.47	0.47	0.47(19年1月)
ローン金利(MLR) **	%	6.75	6.47	6.35	6.32(19年1月)
SET 指数*	1975年:100	1,288.0	1,542.9	1,753.71	1,641.7(19年1月)
バーツ/100円**	バーツ	28.31	32.53	30.27	29.21(19年1月)
バーツ/米ドル**	バーツ	34.25	35.30	33.9	31.81(19年1月)
円/米ドル**	円	121.0	108.8	112.2	109(19年1月)
車販売台数(1月からの累計)	台数	795,905	765,593	869,763	1,041,311(12月)
BOI 認可プロジェクト	件数	2,237	1,688	1,227	1,118(1~9月)
BOI 認可プロジェクト金額	10億バーツ	809.4	861.3	625.08	466.51(1~9月)

\*期末、\*\*平均