

EHIME TRADE & TREND

えひめトレード&トレンド
●エヒメフォーカス
若手経営者と行く東南アジア
～24回目を迎えたIRC海外研修旅行～

株式会社いよぎん地域経済研究センター 代表取締役社長 山崎正人氏

●ニューストピックス
EHIME RESTAURANT FAIR IN SINGAPORE
えひめ愛フード推進機構
ジェトロの海外ビジネスサポートメニュー！
～海外ビジネスにご関心ある方は是非ご活用ください～
日本貿易振興機構（ジェトロ） 愛媛貿易情報センター 係長 古口裕理

●海外ビジネス
インドネシアの中間所得層について
ジェトロ語学研修生（前ジェトロ愛媛貿易情報センター係長）
山城武伸氏

●『産貿協』からのお知らせ
第23回通常総会と記念講演会の開催報告
えひめプロダクツ海外市場開拓支援事業について

若手経営者と行く東南アジア ～24回目を迎えたIRC海外研修旅行～



株式会社いよぎん地域経済研究センター
代表取締役社長 山崎 正人

去る6月中旬、弊社の若手経営者育成セミナー「IRCニューリーダーセミナー」恒例の海外研修旅行に行ってきました。今回の行き先は、シンガポールとジャカルタ。観察先は、大企業から中小企業、製造業からサービス業まで多岐に渡っており、各地で日系企業の活躍を目の当たりにしてきました。

特にシンガポールでは、五洋建設(株)の手がける高速道路海底トンネルの工事現場を見学し、アジア発展のダイナミズム、そしてその礎作りに貢献する日本人の姿に心を打たれました。セミナー生にとっても、企業規模や業種こそ違え、大いに事業家魂が揺さぶられたのではないかと思います。

そして、お国事情では何と言っても、ジャカルタの聞きしに勝る交通渋滞。インドネシアは、日本の高度成長時代がそうであった以上に、経済発展とインフラ整備のバランスが取れてないように見受けられました。つまり、インフラ整備が経済発展に全く追いついてないということです。

このことは、新興国において固定電話を飛ばして一挙に携帯電話が普及した現象とも相関しています。遠距離輸送において、交通インフラとりわけ道路整備が進む以前に、一挙に空の時代、LCCの時代に突入したのと同じで、これから経済発展が一筋縄ではいかないことを示しています。

さて、このニューリーダーセミナー海外研修も今回で24回目となりました。前回はシンガポールとベトナム、前々回はベトナムと中国に行きましたが、勃興するアジアの国々は、どの国に行っても毎回圧倒されます。そして、セミナー生の皆さんにとっても、エネルギーッシュなアジアの熱風を浴びるとともに、参加者同士の絆を深め合うことで生涯忘れられない旅行になっているようです。

これから日本は、アジアとより緊密に結びついていかなければなりませんが、そうした時に、その紐帶として最も期待されるのが中小企業の役割です。今後国内市場が加速度的に縮小していくことを考えれば、将来のアジア依存は、現時点の想像をはるかに超えたものになっているはずです。

アジアの発展と現地での競争は益々熾烈になっています。したがって、中小企業の経営者に残された時間はあまり多くありません。IRCでは、今後さらに海外研修の内容充実に努め、若手経営者が海外への視野を少しでも拡げられるようなお手伝いをしたいと思っております。

EHIME RESTAURANT FAIR IN SINGAPORE

えひめ愛フード推進機構

(1) えひめ愛フード推進機構の輸出事業

えひめ愛フード推進機構では、柑橘を中心とした果物及び加工品の新たな販路開拓を図るため、台湾・香港をターゲットとして、物産展の開催や国際見本市出展を中心とした輸出促進に取り組んでまいりました。

しかしながら、商流及び県内の輸出体制を構築しないまま行った各種取組は一過性のもので終わってしまい、一時的には取引につながっても、継続的な取引につながってこなかった経験から、テスト輸出による物流体制の構築や、現地商談活動、会長（知事）のトップセールスによる知名度向上とブランド力の強化を図った結果、昨年度、台湾・香港における柑橘類の取扱実績は、約16t、金額ベースで約1,200万円となりました。



台湾における柑橘プロモーション風景

(2) 東南アジアをターゲットとした新たな取組み

このような取組みにより、台湾・香港までの商流構築がひと段落したため、当機構では昨年度より、経済発展により人口の約20%が富裕層といわれるなど、東アジアの中でも所得水準が高く、また、700店もの日本食レストランが集積するなど日本食への関心が高いといえるシンガポールを対象地域とし、柑橘類を中心とした県産農林水産物及びそれらの加工品の輸出促進に取り組んでいるところです。昨年度は、平成25年3月に、会長（知事）によるトップセールスの一環として、シンガポール内の日本食レストランにおいて試食商談会を開催しました。



会長（知事）によるトップセールス



大勢の現地バイヤー等が参加

通常、こうした商談会においては、出展企業によるブースを設け、現地バイヤー等に来場いただき、試食を通じて商談する場合が一般的です。しかし、今回の取組みにおいては、愛媛県産食材を使って日本食文化を知ってもらおうと、出品するすべての产品を現地日本食レストランに調理加工していただき、一つのセットメニューとして現地バイヤーに提供することで、愛媛県産食材、ひいては、日本食そのものをPRすることに努めました。

とりわけ、オープニングイベントにおいては、愛媛県産の「愛育フィッシュ」マグロの解体ショーを行うなど、新たな手法で愛媛県産品のイメージ作りなどを行いました。



マグロの解体ショー風景

この試食商談会で提供した产品は、試食商談会に先立ち県内において実施した、事前のプレ商談会において、現地バイヤーから特に評価が高かった36品です。この事前のプレ商談会に参加した県内企業・団体のうち、12社・団体がシンガポールに渡航しました。今回の商談会では、現地レストランバイヤー等に対する产品のPRを行うとともに、バイヤーから直接ニーズを聞き取ることができるなど、参加した企業がメリットを感じることができるように注力してきたところです。こうした取組みにより、平成25年4月のコンテナ輸送においては、県が実施する输出事業においては過去最高額となる、約500万円の取扱実績となりました。



バイヤーとの直接商談風景

(3) 今年度の機構の取組み

機構では、今後も同様の取組みを実施する計画ですが、とりわけ今年度は、昨年度の試食商談会の会場である現地日本食レストランの関係者を新たに输出プロモーターとして起用するとともに、同レストランの料理長を愛媛県内産地・企業に招聘し、料理人目線で可能性の高い食材を発掘していただく予定です。また、昨年に引き続き、現地バイヤーを愛媛県に招聘しての

プレ商談会も開催予定です。この食材発掘・プレ商談会で取り上げられた食材を、現地日本食レストランをはじめとした複数の飲食店においてメニュー展開していただく「愛媛フェア」(仮称)を開催するなど、実需の創出に努めることとしております。

県内企業の皆様で、シンガポールをはじめとした東南アジアにおける販路拡大をご希望される方は、ぜひこの機会に御参加をいただきますようご案内申し上げます。



Product Name	Description	Details
Anone maki salmon	Salmon maki	Choice of salmon maki with rice and nori.
Chirashi sashimi	Sashimi	Choice of sashimi with rice.
Choice up fish (an eel)	Eel	Choice of eel with rice.
Choice up fish (an eel) with rice	Eel	Choice of eel with rice.
Choice up fish (an eel) with rice and nori	Eel	Choice of eel with rice and nori.
Choice up fish (an eel) with rice and nori (with sauce)	Eel	Choice of eel with rice and nori (with sauce).
Choice up fish (an eel) with rice and nori (with sauce) and eel	Eel	Choice of eel with rice and nori (with sauce) and eel.
Prawn Jumbo	Prawn	Jumbo prawn.

March 26 2013
EHIME RESTAURANT FAIR IN SINGAPORE

(上) 会場となるレストラン
(下) 作成したバイヤーズガイド

MENU

Special lunch with the products of Ehime Prefecture.
"Cho-ka-do" is a famous activity today, and now we have a new one called "Cho-ka-do Bento". It's a lunchbox made with local ingredients and traditional cooking methods. It's a great way to introduce the delicious taste of Ehime to the world.

Cho-Ka-Do Bento

01	02	03
04	05	06

01. Inari maki (rice wrapped in bean curd skin)
02. Shio-kara maki (rice wrapped in seaweed)
03. Shio-kara maki (rice wrapped in seaweed)
04. Shio-kara maki (rice wrapped in seaweed)
05. Shio-kara maki (rice wrapped in seaweed)
06. Shio-kara maki (rice wrapped in seaweed)

～シンガポールでの販路拡大に向けた取組みのご案内～



参加企業募集

えひめ愛フード推進機構は、経済成長を背景として高級志向が高まるシンガポールへの県産農林水産品及びそれらの加工品の輸出促進に向け、下記の事業を実施します。

この機会をぜひご活用いただき、東南アジアへの販売戦略の足掛かりにしてください。

下記の①～③の各事業に興味のある方は、えひめ愛フード推進機構事務局（TEL 089-912-2569）にお問い合わせください。

① 現地レストラン料理長等による食材発掘

時 期：平成25年8月下旬（予定）
場 所：アイテムえひめ及び県内企業
内 容：料理長等による食材発掘
県内メーカー視察
招聘者：現地日本食レストラン料理長他1名
参加メリット：現地レストラン料理長からの直接アドバイスや、可能性の高い商品は、③の「愛媛フェア」（仮称）での取扱・PRが可能です。



(左) レストラン匠 白石料理長

② 現地輸入業者との直接商談会の開催

時 期：平成25年11月下旬（予定）
場 所：アイテムえひめ
内 容：現地商社との直接商談
県内メーカー視察
招聘者：現地商社仕入れ担当者2名
参加メリット：現地で250以上の取引先を有する商社との直接の価格交渉が可能です。また、商品に対するアドバイスをもらうことができます。



(左) Ai Food 永野氏
(右) Huan Trading Thomas 氏

③ シンガポールにおける「愛媛フェア」（仮称）の開催

時 期：平成26年1月中旬（予定）
場 所：シンガポール日本食レストラン
内 容：現地食品バイヤー及びマスコミを招いてのPR会（フェア初日）
「レストラン匠」をはじめとした現地飲食店において、①及び②で取扱が決まった商品を活用したメニューを一般消費者に対して提供（フェア初日から1か月間）
渡航者：県内メーカー等
参加メリット：①（食材発掘）及び②（直接商談会）において取扱いが決まった商品を、現地のレストラン等バイヤーに対し提供するとともに、約1か月間、レストランにおいて取り扱っていただくことで、継続的な取扱量の拡大が見込まれます。



試食商談会場風景 (2013.3)



県内企業による PR 風景 (2013.3)



バイヤーへの PR 風景 (2013.3)

【2012年の取組実績と2013年の事業趣旨】

2012年度は、上記②及び③の取組みを実施した結果、500万円以上の輸出実績につながりました（県の輸出関連事業において、1回あたり成約金額としては過去最高）。

2013年度は、昨年度の試食PR会の会場となった「レストラン匠」をはじめ、複数店舗での取扱に向け、さらなる県商品の取扱量拡大を目指します。また、現地商社との直接商談の時間を拡充することで、昨年度より、じっくりと商談をいただく予定です。こうした取組みを現地バイヤーやマスコミ、一般消費者に対してPRすることで、シンガポールにおける実需の創出につなげます。

ジェトロの海外ビジネスサポートメニュー！

～海外ビジネスにご関心ある方は是非ご活用ください～

日本貿易振興機構（ジェトロ） 愛媛貿易情報センター 係長 古口 裕理

ジェトロの海外ビジネス支援サービスについては本誌2012年新春号にて一度ご紹介しましたが、今般、ジェトロでは新しい海外ビジネス支援サービスを開始しました。今回はその新しいサービスと、海外展開に活用いただけるジェトロのサービスを事業ステップに沿ってご紹介します。

〈NEW〉新興国進出個別支援サービス

ジェトロは、アジア・中南米をはじめとする新興国への進出を個別に支援するサービス（中堅・中小・小規模事業者新興国進出支援専門家派遣事業）を新たに開始しました（審査有り）。

本サービスでは、新興国への進出に取り組もうとする中堅・中小企業に対し、新興国でのビジネス経験が豊富な企業OB等を専門家として派遣し、個別に支援するものです。ジェトロでは2年間で中堅・中小企業約1,000社の支援を行う予定であり、愛媛県では現在3社が採択されています（6月末現在）。

本事業では、海外投資の検討段階から投資の決定、拠点の立ち上げ、操業まで各企業の状況に応じた支援を行います。

具体的な支援内容例：

- 専門家による新興国進出に係わるコンサルティング、海外視察等への同行支援
- ジェトロ本部、国内事務所における投資相談
- ジェトロ海外事務所における現地事情等のブリーフィング
- 海外出張時の関係先（パートナー候補、許認可当局、業界関係者等）の紹介と面談アレンジ
- 拠点設立に関する現地の会計事務所、法律事務所、労務コンサルティング等の紹介
- 進出検討・予定国に関する市場・規制・税務・法務情報等の提供

〈申込企業条件〉

- 製造業、サービス業、その他（農業等）海外進出（拠点の設立）を検討する日本登記法人の企業であること
- 中堅・中小・小規模企業であること
- 海外進出予定もしくは検討国が新興国等であること
- 海外進出に意欲的であること

現在第2回目の企業募集を行っています。

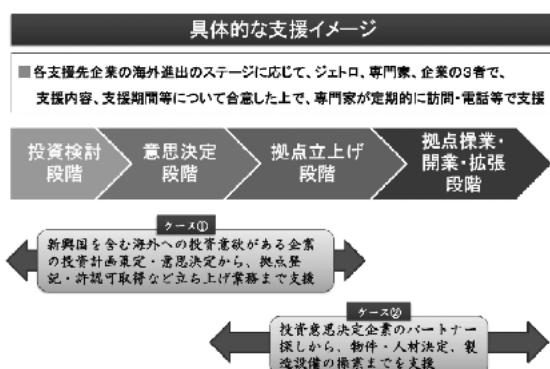
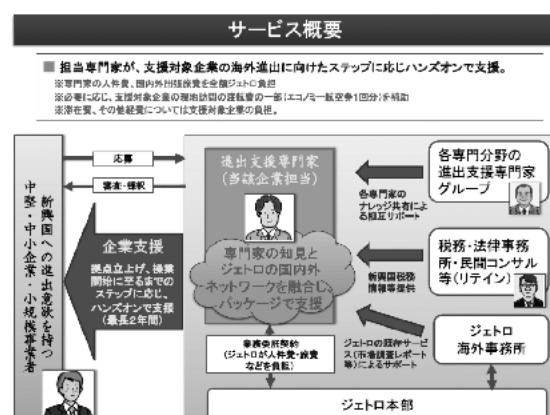
【応募受付期間】

2013年12月10日（火）12:00必着
(郵送、持参、Email)

※事業詳細URL：

<http://www.jetro.go.jp/services/expert/>

本サービスに係る専門家の海外出張費等、派遣に係る費用はジェトロが負担します。海外進出に関心のある企業のみなさま、ぜひご活用ください。



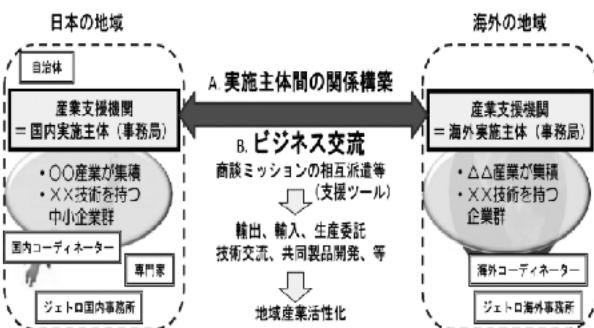
地域間交流支援（RIT）事業

RIT (Regional Industry Tie-Up) 事業とは、国内と海外間とのビジネス交流を団体単位で支援するものです。海外への輸出や投資という一方向だけではなく、日本↔海外という双方向での技術提携、共同製品開発等を行い、地域間での産業活性化に資することを目的としています。ビジネス段階に応じ、研究会、海外現地調査、海外バイヤー招聘、海外ミッション派遣等、各種支援サービスを組み合わせ、最長3年間、具体的なビジネス成果に結びつけるための支援を行います。

＜申込団体条件＞

1. 地域に集積する産業を代表できる組織（業界団体、協議会、商工会・商工会議所、自治体、またはそれらが一緒になったコンソーシアム等を指します）。
2. 5社以上の参加およびメンバーの $\frac{2}{3}$ 以上が中小企業であること。1企業では申請不可。

※RIT事業費は実施主体（=申請者）への直接的補助金ではありません。実施主体および参加企業に負担いただく総額が事業実施総予算の $\frac{1}{3}$ 以上になるよう予算を確保し、支出計画を立てることが必要となります。



※2013年度の募集は終了していますが、次年度事業として是非ご検討下さい。

※事業詳細URL：

<http://www.jetro.go.jp/jetro/activities/support/rit/>

海外販路開拓ステップ別サービス

ジェトロでは、各企業の事業ステップに応じたサービスを多数用意しています。今回は輸出をお考えの方に有用なサービスを一部ご紹介します。

ステップ別にジェトロのサポートメニューを紹介します

▼ STEP1 事前調査

▼ STEP2 取引相手探し

▼ STEP3 商談・契約

STEP 1：事前調査／情報収集

▶セミナー

貿易実務、各国・地域情報をテーマに月1～2回程度開催（一部有料）。開催情報についてはメルマガ等で発信中。

▶海外ミニ調査サービス（統計・小売）

輸出したい候補国・地域の輸出入統計や小売価格について、ジェトロの海外事務所が調査（有料）。

▶Email相談サービス

商品に纏わる質問に対し、ジェトロ海外事務所のコーディネーターが直接回答（レポート形式）および現地情報を提供。

▶J-FILE（各国・地域別データベース）

ジェトロホームページにて各国・地域別情報（基礎データ、制度規制等）を公開。

▶海外ブリーフィングサービス

現地渡航の際、ジェトロの海外事務所にて、現地経済事情・産業動向・現地商習慣等の情報を提供。

STEP 2：取引先探し

▶引き合い案件データベース（TPPP）

取引（輸入業者）候補企業をデータベースで検索し、ジェトロのホームページ経由でコンタクト。また、信用調査等のサポートサービスが利用可能。

▶海外ミニ調査サービス（企業照会）

国内で取引先が見つからない場合は、海外事務所で取引先候補をリストアップ。日本語対応可否等のヒアリング調査も可能（有料）。

▶国内外展示会・商談会（参加・出展）

効率的に取引先を見つけるため、国内外の見本市・商談会への参加・出展を募集・サポート（有料）。

STEP 3：商談・契約

▶ビジネスアポイントメント取得サービス

取引先候補企業との商談アレンジの代行（ビジネスアポイントメントの取得）。

《STEP 1～3トータルサポート》

ジェトロでは、事前調査、輸出戦略策定から契約締結までを総合的に支援するサービスをご用意しています。

▶輸出有望案件支援サービス

農林水産・食品、機械・部品等、各分野の専門家が製品や会社の状況に合わせて戦略を策定し、バイヤー情報の収集や海外見本市への随行、商談の立会い、最終的には契約締結までをサポート（事前審査有り）。

▶サービス産業個別支援

サービス産業に特化した個別企業の海外進出を検討段階から海外での出店に至るまで、原則2年間、パートナー探しや現地視察・調査等をサポート。

※支援企業の募集は年数回実施

以上のとおり、ジェトロでは各企業のステップに応じたサービスを用意しています。なお、一部有料サービスがありますが「ジェトロメンバーズ」に入会いただけますとお得にご利用いただけます。

ジェトロメンバーズ（JM）

ジェトロが収集した海外の最新情報を定期的にお届けします。また、ジェトロの各種サービスを無料もしくは割引料金で利用可能。

- ・「日刊通商弘報」「月刊ジェトロセンサー」などを配信。有料セミナー／サービスの割引価格で利用可能、等。
- ・年会費：73,500円

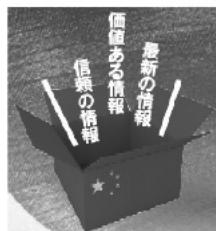
ジェトロメンバーズ（JM）の他、各分野に特化した会員制度もあります。



農林水産情報研究会

ジェトロが持つ農林水産・食品関係の豊富な情報をお届けします。

- ・週刊「Food & Agriculture」、年刊「アグロトレード・ハンドブック」、調査報告書を郵送。
- ・農林水産・食品関係の海外見本市出品料、ミッション参加料、セミナー受講料が10%割引。
- ・年会費：52,500円（JMは47,250円）



中国経済情報研究会

中国における各種制度の背景や運用実態、進出日系企業への影響や、中国で起こっている事柄をどのように捉え、どう対応すべきかなど、中国をより良く理解するためのヒントとなる情報をお届けします。

- ・月刊「中国経済」電子版を毎月配信
- ・「中国データ・ファイル」プレゼント
- ・会員限定講演会に招待

※JMのオプションサービスとなります。
JM会費+31,500円で入会いただけます。

また、セミナーや国内外商談会等、各種イベントの開催情報はメールマガジンで定期的に発信しています。まず始めの情報収集ツールとして、メールマガジンをご登録してはいかがでしょうか。

メールマガジン「いよマガ」は以下URLから登録できます。

<http://www.jetro.go.jp/jetro/japan/ehime/mail/>

- ・どのサービスを利用すればよいか
- ・何から始めたらよいか分からない
- ・貿易とはどのようなものか
- ・関税はどう調べたらよいか

昨今、「このような簡単なことを質問して良いのだろうか」というご相談を受けます。

貿易の入口から海外取引まで、海外ビジネスに関することであれば、まずジェトロ愛媛までお気軽にお問い合わせください。弊所には貿易投資相談アドバイザーが月曜から金曜の9：00～15：00まで在席しており個別相談もお受けしています。

日本貿易振興機構（ジェトロ）

愛媛貿易情報センター

TEL : 089-952-0015

Email : EHI@jetro.go.jp

URL : <http://www.jetro.go.jp/jetro/japan/ehime/>

貿易投資相談窓口

（ジェトロ・愛媛産業国際化センター）

TEL : 089-952-6055

海外ビジネス

インドネシアの中間所得層について

ジェトロ語学研修生

山城 武伸

(前ジェトロ愛媛貿易情報センター係長)



読者の皆様は、ハッジあるいはメッカ巡礼という言葉をご存知でしょうか。ハッジとは、巡礼月にムスリムがサウジアラビアの聖地メッカに巡礼する宗教行事を指します。巡礼者数は、サウジアラビア政府から「ムスリム約1,000人に一人」の割合で各国に割り当てられていますが、インドネシアは、毎年22万1,000人の巡礼者を輩出する世界最大のイスラム国です。インドネシアにおけるハッジ希望者は年々増加しており、2012年7月には190万人に達しました。2012年ジャカルタ出発のハッジ旅費は3,617ドルであるため、決して安価ではありませんが、ジャカルタではハッジへの出発待ちの期間が、すでに8年にまで達しています。こうしたハッジ希望者の増加は、インドネシアの中間所得層の増大を表す一例と言えます。本稿では、インドネシアにおける中間所得層の増大について、筆者のインドネシアでの滞在体験を基にお伝えしたいと思います。



インドネシア大学の構内

筆者は、2012年7月末より西ジャワ州デポック市に赴任し、インドネシア大学にて語学研修を行っています。インドネシアの首都ジャカルタは、デポック市などの周辺都市を含め、広大な首都圏を形成しています。現在のジャカルタは人口約960万人ですが、地元

紙によると首都圏からジャカルタに通勤する人の数は約2,070万人、そのうち56.8%が自家用車あるいは二輪車を利用するとされています。本格化したモータリゼーションに対して、公共交通機関や道路など交通インフラが追いつかず、日々激しい交通渋滞が発生しています。ジャカルタは政治・経済の中心都市であり、インドネシアの人口約2億3,800万人のうち、約10%が首都圏に居住していると言われています。2012年のインドネシアの名目GDPは8,780億ドルで、これはASEAN域内で最も大きい経済規模を有しています。また名目GDPのうち55.08%が民間消費によるもので、堅調な民間消費が経済成長の一因となっています。同年の一人当たりのGDPは3,592ドルですが、インドネシア中央統計庁のデータによると、ジャカルタの一人当たりGDPは1億1,040万ルピア(100ルピア=約1円)となっています。



ジャカルタ市内の交通状況

経済成長が進むインドネシアでは、中間所得層が消費の牽引役として注目を集めています。中間所得層とは、年間の世帯可処分所得が5,000ドル~35,000ドルの人々を指し、2010年時点ではインドネシアの3,322万世帯が中間所得層にあたるとされています。また、2020年には、国民の7割超が中間所得層になると予測もあり、大きな市場性が見込まれています。こうした中間所得層による消費拡大を表すかのように、都市には次々に新しいショッピングモールが建設されています。ショッピングセンター経営協会(APPBI)のウェブサイトには181店舗のショッピングモールが登録されていますが、そのうち81.7%がジャワ島に立地しており、54.1%がジャカルタ首都圏です。これは、ジャカルタ首都圏を中心とするジャワ島が、近代的な消費の中心地であることを指しています。例えば今年6月後半に南ジャカルタにオープンしたショッピングモールには、日本の有名衣料品店が入居していますが、開

店当初に行ったところ、店内は大変な人だかりで、人を避けながら買い物する状態でした。また、デポック市にあるショッピングモールでも、週末はモールの前で交通渋滞が起こるほど、多くの買い物客で賑わっています。



ショッピングモール内のスケートリンク



ショッピングモール内のユニクロ店内

さて、インドネシアの中間所得層は、どのような生活を送っているのでしょうか。現地の若者の生活実態を知るために、筆者はインドネシア大学の学生45名を対象に、アンケート調査を行いました。このアンケート結果によると、大学生がショッピングモールに行く回数は、平均で週に1.4回、家族や友人とレストランで食事をする回数は、1ヶ月に1回～5回で一回当たり5万～20万ルピア（100ルピア＝約1円）という結果でした。また、家賃は月に20万ルピア～110万ルピア、一回当たりの食費は8,000～2万5,000ルピア、携帯電話使用料は1ヶ月に2万5,000～20万ルピアでした。いずれの項目も支出金額に幅があり、学生間でも生活スタイルが異なっていることが分かります。彼らの生活費は親からの仕送りが基本ですので、これらの傾向は親の経済状況を反映していると言えます。また、今

まで一番大きな買い物は何ですか、という質問に対しては、多くの学生がノート型パソコン（平均値530万ルピア）や携帯電話（平均値300万ルピア）と回答しました。また、1000万ルピア（約10万円）あれば何に使いたいですか、という質問に対しても、新機種の携帯電話やノートパソコン、タブレットという回答が多く、新しい通信機器やパソコンへの関心が強く見られる結果となりました。

ところで、冒頭で少し述べましたが、インドネシアは世界最大のイスラム国で、人口のうち約88.1%がイスラム教徒です。筆者は、一般家庭の生活を知るために、2週間ほどホームステイをしましたが、その際も生活全般にイスラム教の影響を感じられました。例えば、食品はハラル（戒律を守った食べ物）である必要があります。そのため、ホームステイ先の家庭では、外国製の食品については、必ず酒や豚肉の成分が含まれていないかどうかチェックするようにしていました。また、家族のうち2名がハッジ（メッカ巡礼）を経験していましたが、海外旅行の経験はこのハッジのみでした。その他、アラビア語の塾に通ってコーランの理解を深めたり、近隣の片親の子どもの養育費を補助したりするなど、宗教上の善行を積むことに所得を支出していることが特徴的でした。一方、家庭における日本製品については、バイク、冷蔵庫、テレビのほか、一般消費財としてヤクルトが日常的に飲まれていました。携帯電話は、インドネシアで主流のBlackberryが使われており、50代後半の母親が日常的にメールで娘とやり取りをするなど、携帯を使ったコミュニケーションが一般化していました。なお、日常の買い物については、まず伝統的な市場や商店で購入し、そこで売っていないものをスーパーマーケットで購入するといった、伝統的な市場と近代的なサービスの両方を使い分けていることが印象的でした。



インドネシアの伝統的な市場



インドネシアの個人商店

現在、インドネシアでは中間所得層を対象とした、様々なビジネスが展開されています。日本の代表的な例は、二輪車と自動車です。二輪車における日本車のシェアは99.8%、四輪車は94.9%であり、道を走るほとんどの車が日本製です。一般消費財の例では、紙おむつ、ヘアワックス、防虫剤、歯磨き粉、食品、飲料等がありますが、これらは主に東南アジアで生産され、かつ現地のニーズに応じて改良されています。これら消費財のなかには、ショッピングモールのみならず、ワルンと呼ばれる小型商店にも販売ネットワークが築かれているものがあり、インドネシア人に親しみ深い製品となっています。また、日系のコンビニも進出を進めています。筆者の暮らすデポック市にも、数軒の日系コンビニがありますが、こうしたコンビニでは、日本のお弁当やおでんと言ったテイクアウト商品を販売するなど、インドネシアにこれまでなかった新しい商品の提案を試みています。コンビニ以外にもサービス産業分野での進出は多く、レストランや学習塾、保険、金融サービス等で進出が進んでいます。



ローソンで売られている化粧品

こうした中間所得層を対象としたビジネスを行うためには、彼らの生活習慣やニーズを細かく把握する必要があります。2012年12月末時点で、愛媛県には203

人のインドネシア人が外国人登録されていますが、そのなかには、愛媛大学に留学中の学生および研究者が含まれています。彼らは、愛媛大学がインドネシア3大学と締結している交流協定をもとに、愛媛に留学していますが、筆者は、こうした人的交流から、インドネシアでビジネスを行う上で有用な人材が育成されているように感じます。筆者は、スラウェシ島マカッサルにあるハサヌディン大学を訪問したことがあります。その際、愛媛大学への留学経験者が何人もおり、特に農学部の学生の間で愛媛が非常に有名だったため、驚いた経験があります。筆者の知人は、ハサヌディン大学在学中に愛媛大学へ2ヶ月間留学し、卒業後に留学経験を活かして企業への就職活動を行った結果、現在はジャカルタで日系の大手企業に勤めています。彼にとって、愛媛への留学は、キャリア形成の重要な契機になっており、彼は愛媛が育てた人材の一人と言えます。



日本語を学ぶインドネシアの学生達

こうした愛媛が育てた人材を、インドネシアでのビジネスに活かすことが、愛媛にとってのビジネスチャンスになりえると思われます。例えば、彼らから現地の生活やニーズについてヒアリングして、中間所得層の一般的な消費性向を把握したり、宗教や慣習についてヒアリングして、現地進出にあたる注意点を知ったりすることが考えられます。また留学生のなかには日本語人材として優秀な人物もいるほか、すでに博士課程で優れた専門性を持っている人物もいます。筆者自身も、赴任前に愛媛に暮らすインドネシア人家族から語学を含め、インドネシアの文化や生活一般について学び、赴任の準備を行いました。彼らは、インドネシアの経済成長を担う人々でありながら、愛媛に暮らし、愛媛の魅力を知っている人々です。インドネシアでのビジネスを検討されている皆様は、まずは彼らとの交流から、ビジネスの可能性を探されてみてはいかがでしょうか。

第23回通常総会と記念講演会の開催報告

愛媛県産業貿易振興協会

去る6月7日（金）、愛媛国際貿易センター（アイテムえひめ）において、当協会の第23回通常総会を開催いたしました。

当協会は、平成23年4月の移行認定後、今回が公益社団法人として2回目の通常総会でした。

当日は、まず森田会長よりご出席の会員の方々への挨拶の後、愛媛県知事中村時広様の代理としてご出席いただきました愛媛県経済労働部産業支援局長の石川靖様ならびに松山市長野志克仁様の代理としてご出席いただきました松山市産業経済部長矢野大二様より、ご来賓の祝辞をいただきました。

その後、議事に入りましたが、本総会は当協会の正会員215名のうち、ご本人または代理人によるご出席が56名、委任状によるご出席が140名と、過半数のご出席をいただき、有効に成立することを確認・報告の後、森田会長が議長となり、議事が進行されました。

議案は以下のとおりでしたが、順調に進行し、すべての議案について承認されました。

〈議案〉

- 第1号議案 平成24年度事業報告について
- 第2号議案 平成24年度決算報告について
- 第3号議案 平成25年度事業計画（案）について
- 第4号議案 平成25年度収支予算（案）について
- 第5号議案 役員の任期満了に伴う改選について



森田議長による議事運営



通常総会会場の様子



当日ご出席の理事の方々

最後に、議長よりご出席の方々に対して円滑な議事進行へのご協力に対してお礼を申し上げた後、本総会を閉会いたしました。

なお、今回の総会終了をもって理事および監事の全員が任期満了となるため、役員の改選が行われ、第5号議案として審議・決議され、新たな理事および監事が選任されました。

新しい理事および監事は別表のとおりですが、総会後、新たに選任された理事および監事による理事会決議（書面による決議）により、代表理事ならびに当協会役職として会長・副会長も別表のとおり選定されております。

理事および監事

(平成25年6月7日現在)

役職	氏名	所属・役職	
会長	森田 浩治	(株)伊予銀行 代表取締役会長	重任
副会長	白石 省三	愛媛県商工会議所連合会 会頭	重任
副会長	村上 友則	愛媛県商工会連合会 会長	重任
副会長	檜垣 俊幸	今治造船(株) 代表取締役会長	重任
副会長	森本 悅	愛媛エフ・エー・ゼット(株) 代表取締役社長	重任
副会長	一宮 捷宏	日泉化学(株) 代表取締役社長	重任
専務理事	合田 謙司	愛媛県産業貿易振興協会 専務理事	重任
理事	薬師神 繢	愛媛経済同友会 代表幹事	新任
理事	太田 範夫	愛媛県中小企業団体中央会 専務理事	重任
理事	山下精一郎	愛媛県経営者協会 専務理事	重任
理事	服部 正	(社)愛媛県紙パルプ工業会 会長	重任
理事	近藤 聖司	四国タオル工業組合 理事長	新任
理事	伊藤 剛吉	西条商工会議所 会頭	重任
理事	廣瀬 了	宇和島商工会議所 会頭	重任
理事	本田 元広	(株)愛媛銀行 代表取締役頭取	新任
理事	大沢 哲也	日本食研ホールディングス(株) 代表取締役社長	新任
理事	尾崎 英雄	(株)フジ 代表取締役社長	重任
理事	明関 和雄	マルトモ(株) 代表取締役会長	重任
理事	城戸 善浩	ヤマキ(株) 代表取締役社長	重任
理事	菊池 元宏	丸三産業(株) 代表取締役社長	重任
監事	山崎 正人	株いよぎん地域経済研究センター 代表取締役社長	新任
監事	弓山 慎也	愛媛信用金庫 理事長	新任

なお、今回ご退任されました理事、監事の方々は以下の皆さまですが、これまで『産貿協』に賜りましたご支援・ご協力に対して、改めて厚くお礼申し上げます。

【ご退任理事】

鈴木欽次郎様 愛媛経済同友会前代表幹事
平尾浩一郎様 四国タオル工業組合前理事長
中山紘治郎様 株式会社愛媛銀行代表取締役会長
大沢 一彦様 日本食研ホールディングス株式会社
代表取締役会長

【ご退任監事】

原 正恒様 前いよぎん地域経済研究センター取締
役社長
山本 泰正様 愛媛信用金庫 会長

また、当たは、通常総会に引き続いて、恒例の記念講演会を開催しました。

今回の記念講演会は、今治タオルのブランド化を推進し、すでに日本国内においては、広く知られるようになっていますが、さらに海外にも今治タオルのブランド認知度を高めるとともに、広く海外への販路開拓を目指して活動されている四国タオル工業組合前理事長で、日本タオル工業組合連合会の現理事長でもある平尾浩一郎様に『今治タオルのブランディングと海外展開の現状』と題して、ご講演いただきました。



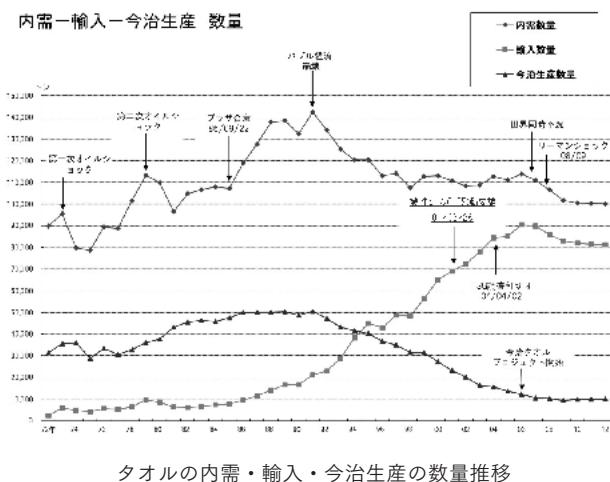
平尾講師による講演



講演会会場の様子

ご講演では、バブル経済の崩壊以降、内需減少と中国等からの低価格品の輸入増加の影響により今治でのタオル生産数量は減少傾向が続いている状況から、2001年には纖維セーフガード発動要請など、四国タオル工業組合では打開のための努力を重ねたとのことでした。

その後も厳しい状況は続きましたが、2006年に経済産業省の「JAPANブランド育成支援事業」を活用する形で今治商工会議所、今治市とともに「今治タオルプロジェクト」がスタートし、今治タオルのブランディングに向けた取り組みを始められました。

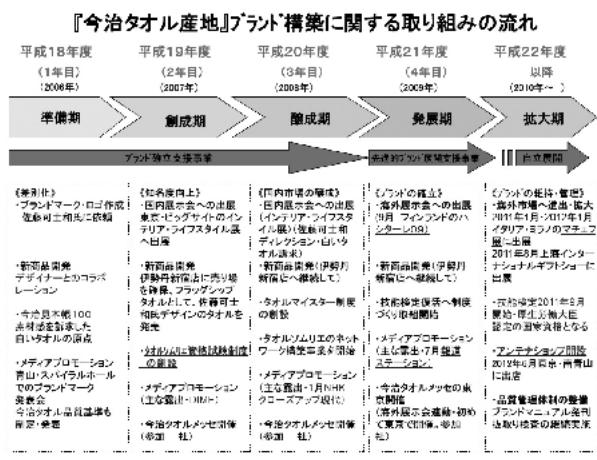


また、今治タオルのブランディングについては、以前にも試みが行われたものの、なかなか良い結果が得られなかつたそうで、今回の今治タオルプロジェクトにおいても、当初は、決して全員が高い期待を抱いてスタートしたということではなかつたそうです。

しかし、アートディレクターの佐藤可士和氏を総合プロデューサーとして起用したことが、今回の大きな成功に繋がったということです。

同氏は、今治タオルの優れた吸水性や安全性等今治タオルの品質の高さに直接触れたことにより単にブランドマークやロゴのデザインということだけではなく、ブランディング全体のコーディネートを任せるとの条件で引き受けられ、その手法やアドバイスは非常に有効であったとのことです。

「今治タオルプロジェクト」は、以下の取組みの流れに沿って3年間行われ、各年度を「準備期」「創成期」「醸成期」として活動されています。



「準備期」には、ブランドマークやロゴの作成、新商品開発、メディアへのプロモーション、今治タオルの品質基準制定などを行い、「創成期」には、国内展示会への出展、伊勢丹新宿店で壱り場開設のほか、今

ではおなじみとなったタオルソムリエ資格試験制度が創設されています。「醸成期」には、国内展示会への出展や新商品開発の継続とともに生産者側のタオルマイスター制度も創設しました。そして、この時期にはNHKの“クローズアップ現代”で紹介されるなど、中央メディアにも取り上げられる機会が増えています。

そして、3年間の取組みの結果、「JAPANブランド育成支援事業」の中で優秀と評価された事業として、「先進的ブランド展開支援事業」に選ばれ、それまでの国内での活動から、さらにブランド力を基盤とした海外展開事業として、1年間支援を受けることになりました。

これにより、「今治タオルプロジェクト」では、2009年から海外展示会へ出展を開始し、今治タオルの海外展開がスタートしました。

これまで、以下の海外展示会に出展しています。

これまで、以下の海外展示会に出展してきました。

- 2009年9月 フィンランド（ヘルシンキ）ハビターレ展
- 2011年1月 イタリア（ミラノ）マチエフ展
- 2011年8月 中国（上海）上海国際ギフト展
- 2012年1月 イタリア（ミラノ）マチエフ展（2回目）
- 2013年1月 イタリア（ミラノ）マチエフ展（3回目）

（注）2012年10月に中国（深圳）の深圳国際ギフト展に出展予定

定でしたが、尖閣問題により中止。

2010年以降は、「拡大期」として自立展開活動が行われており、海外展示会に出演する中で、今治タオルとしてのブランドは海外でも認知され始めています。今年のミラノのマチエフでは現地業者と代理店契約を締結し、今後のヨーロッパでの展開が期待されています。



講演に聞き入る聴講の方々

(注) 本稿に掲載している記念講演会の講演内容に関する記述は、聴講に基づいて当協会が作成したものであり、文責は当協会にあります。

えひめプロダクト海外市場開拓支援事業について

愛媛県産業貿易振興協会

『産貿協』は、公益財団法人えひめ産業振興財団の助成事業、えひめ中小企業応援ファンド活力創出産業育成事業助成金の「えひめプロダクト市場開拓支援事業（海外チャレンジ枠）」産業支援機関として採択されました。

このため、当協会は、以下の要領により県内企業の輸出実現に向けた個別支援を実施いたします。

【事業名称】えひめプロダクト海外市場開拓支援事業

【事業概要】海外への販路開拓・拡大を検討する県内中小企業等から支援対象企業を選定し、市場調査から展示会（見本市）や商談会への出展・参加、個別商談・取引交渉、契約締結から輸出実現まで、経験豊富なコンサルタントとともに個別支援する。

【支援期間】平成25年5月～平成26年2月

【支援内容】
○市場開拓・拡大対象国の市場調査支援
○国内外の展示会（見本市）・商談会への出展・参加費用の一部負担
○国内外の展示会（見本市）・商談会への出展・参加時の運営支援
○展示会（見本市）や商談会で発掘した特定バイヤーのフォローアップ支援
○契約締結、実際の輸出実施時の支援

【支援対象】
○中小企業基本法に該当の県内中小企業
○会員数の3分の2が中小企業によって構成される組合、協会、団体
○個人

【募集者数】2社

先般、上記内容で申込み募集を行いましたところ、7社からご応募いただきました。その後、当協会および関連機関等にも協力いただいて審査を行った結果、2社（食品関係）を選定し、現在、対象商品の選定や市場開拓対象とする国・地域の特定など、今後の活動に関する打ち合わせなど具体的な活動に入っております。

また、各社と打ち合わせをする中で、国内外の展示会（見本市）・商談会への出展に先立って、愛媛県が支援する地域商社との協力も模索し、当該商社を通じてアジア地区のバイヤーへの商品情報提供、現地物産展等への参加の可否等について調査しています。



「えひめプロダクト海外市場開拓支援事業」パンフレット

今後の活動計画の概要は以下のとおり。

①市場開拓対象先のバイヤー調査・発掘

支援企業の開拓対象国・地域のバイヤーを調査のうえ、対象商品に関する情報を提供し、興味を持つバイヤーを発掘する。（平成25年7～9月）

②出展対象展示会（見本市）・商談会等の調査・決定

支援企業の開拓対象国・地域で開催される展示会（見本市）・商談会を調査のうえ、出展可否について検討・決定する。（平成25年7～9月）

③出展対象展示会（見本市）・商談会等への出展

出展を決定した展示会（見本市）・商談会等に実際に出展し、コンサルタントの支援を受けて現地での反応を調査するとともに、適宜バイヤーとの交渉を行う。（平成25年9月～平成26年1月）

④商談と輸出の実施

展示会（見本市）・商談会等での引き合い、特定のバイヤーとの商談・交渉等についてコンサルタントとともに支援し、契約締結、輸出の実施を図る。（平成25年10月～平成26年2月）

発行

EIBA 公益社団法人 愛媛県産業貿易振興協会

内容についてご意見、ご質問があれば、下記までお問い合わせ下さい。

〒791-8057 松山市大可賀2-1-28 アイテムえひめ3階
TEL 089-953-3313 FAX 089-953-3883

ホームページ : <http://www.ehime-sanbokyo.jp>

メールアドレス : eibassn@smile.ocn.ne.jp

印刷 : セキ株式会社

〒790-8686 松山市湊町7丁目7-1

TEL 089-945-0111 FAX 089-932-0860