

EHIME えひめトレード&トレンド TRADE & TREND

●エヒメフォーカス

海外販路開拓における情報収集

日本貿易振興機構（ジェトロ）愛媛貿易情報センター

所長 藤井 寛 氏

●ニューズピックアップス

今治タオル、欧州市場開拓への取組み

～ロンドンでの展示会“100% design” 出展～

愛媛県産業貿易振興協会

台湾での常設展示販売場（アンテナショップ）による

県内企業の海外販路開拓支援について

愛媛県産業貿易振興協会

国際BtoBサイト掲載による県内企業の

海外販路開拓支援について

愛媛県産業貿易振興協会

●海外ビジネス

巨大消費市場の行方

伊予銀行 上海駐在員事務所

代表 岡田 裕之 氏

●『産貿協』からのお知らせ

平成26年度 国際ビジネス支援講座開催のお知らせ

「海外展開促進企業データベース作成事業」の実施について

海外販路開拓における情報収集



日本貿易振興機構(ジェトロ)
愛媛貿易情報センター 所長 藤井 寛

少子高齢化による国内市場の縮小に伴って、海外ビジネスとは無縁だった中小企業も海外展開を図ることが「当たり前」になって来ています。各種報道では、日系企業が集積する中国や経済成長が著しいアセアン諸国の市場などに関する情報が頻繁に提供され、これらの中には中小企業の海外展開に関するものも少なくありません。

ジェトロは、海外ビジネスに関する情報収集・提供や日本企業と海外企業との商談会等を行っていますが、これらの事業を通じて企業等の皆様からお話をお伺いする中で、海外販路開拓における情報収集に関して気になることが3つあります。①早急に海外進出しなければならないのか、②すぐにでも生産拠点を中国等から第三国に移転しなければならないのか、③海外販路先がアセアン諸国などの新興国でなければならないのか、というものです。これらのことを検討するのは「当たり前」と思われる方もいらっしゃるでしょうが、実際にはそうとも言い難いことも多くあるようです。

1つ目については、海外進出では資金のみならず多くの人材が必要になるということです。とりわけ、現地拠点の立ち上げ前後では、優秀な国内人材を長期間派遣する必要があります。それに関わらず、国内体制は後で検討する、検討どころか何とかなるさ、という声が聞かれることすらあります。2つ目は、人件費の高騰が主な要因ですが、例えば、現地に材料を輸出し、加工した製品を日本に輸入するというビジネスモデルの場合、輸送費、生産性、不良品率を考えますと、中国等でしばらく生産を続ける方が結果的に安くなるという可能性もあります。3つ目については、日本からの距離、市場規模・成長性、人件費等の低コスト構造ということがありますが、一方で、法制度の未整備や運用の問題、外資系企業に加え日系企業や民族系企業との価格競争の問題があります。例えば、高付加価値製品の輸出であれば、日本からの距離等でアセアン諸国とは真逆の欧米先進国の方が適正価格での取引の可能性が高く、契約上のトラブルも少ないという傾向にあります。

海外販路開拓に限らず、情報は複数の情報源から入手し、比較・検討することが基本です。例えば、個人で大きな買い物をする場合、関連の情報誌や口コミを含むインターネット情報での確認、また家族、友人や同僚等に相談することも多いでしょう。ただ、海外販路開拓関連情報も他の情報と同様、どの機関が何をしているのかが分かり難いというのも事実です。この点では、分かりやすい情報発信に努めるとともに支援機関同士の更なる連携により、これまで以上に企業等の皆様のお役に立てるようにしたいと考えています。皆様におかれては、ビュッフェのように複数の中から必要なものを選定いただく感覚で我々支援機関にお声掛けいただければ大変幸甚に思います。

今治タオル、欧州市場開拓への取組み

～ロンドンでの展示会 “100% design” 出展～

愛媛県産業貿易振興協会

四国タオル工業組合では、平成21年度から今治タオルのブランド拡大のため、海外展示会への出展を開始し、2009年のフィンランド・ヘルシンキでの“ハビタール”への出展を皮切りに、イタリア・ミラノの“マチュエフ”（Milano International Home Show）には3年連続で出展するなど、その活動は順調に継続しています。

この活動の一環として、今年度は9月に英国・ロンドンで開催された展示会“100% design”に出展しました。

これまで4回出展したヨーロッパでの展示会は、雑貨やギフトをメインとするトレードショーで、そこで販売促進とともに認知度向上を狙ったものでしたが、今回の展示会は生活空間デザインの総合展示会であり、四国タオル工業組合としては、来場者に「今治タオル」を見て、触って、感じてもらって、その高い品質やデザイン性、ファッション性を認知していただくことに主眼を置いた出展でした。

今回の“100% design”出展については、当協会からも同行させていただきましたので、現地での状況についてご紹介させていただきます。

1. “100% design”とは

“100% design”は、毎年秋に英国のロンドンで開催されている展示会ですが、建築やインテリア関係のデザイナーやコーディネーターなどが多く来場して生活空間デザインの情報発信源になっているとともに、メディア関係者も多く訪れる展示会です。

今回で20回目となるこの展示会では、①インテリア関連、②オフィス関連、③キッチン&バスルーム関連、④エコデザイン&建築（設計）関連の4つのテーマごとに、それぞれ異なる装飾が施されたホールが設定され、各ホールに、それぞれのカテゴリーに該当する出展者がブースを設営しています。

この展示会の開催概要は以下のとおりです。

- (1) **開催日時**
2014年9月17日（水）～20日（土）
10：00～18：00
（9月18日（木）は10：00～21：00）
- (2) **開催場所**
英国・ロンドン
Earls Court Exhibition Centre 2
- (3) **出展企業数**
397社（うちバス&キッチン 53社）

- (4) **来場者数**
28,354名（2013年 27,088名）



“100% design” 展示会会場内部

※上の写真は、各ホールの中心に設置されたHub（ハブ）コーナーで、各ホールのテーマに応じたデザインやパフォーマンスが考えられていました。

今治タオルは、自身のブースのほかにも、このHubコーナーでもタオルを展示しました。



展示会会場MAPと「今治タオル」ブース

2. 今治タオルブースの出展状況

今回の展示会出展に際しては、四国タオル工業組合の組合員企業14社が出展し、組合スタッフを含めて13名の方が渡航して今治タオルブースの設営と運営に携わられました。

また、今回の“100% design”出展やブースコンセプトは、今治タオルプロジェクトのクリエイティブディレクターである佐藤可士和氏のアドバイスによるものであり、同組合の海外展示会出展では初めて佐藤氏も渡航され今治タオルブースを直接視察のうえ、

ブース設営状況等について助言されておりました。

併せてブースを設計された建築家の窪田茂氏や実際に愛媛ヒノキでブース什器を製作された今治市の曾我部寛氏も今回の展示会に同行され、現場でのブースの設営や管理を支援されていました。

(1) 今治タオルブースのデザイン

今回の今治タオルの出展については、佐藤可士和氏の「ロンドンという発信力のある都市で出展することにより今治タオルブランドを世界にアピールして評価を高めたい」とのアイデアに基づいて、出展タオルもあえて色は白だけ、サイズも3種類だけに限定していました。

また、展示ブースも今治タオルのデザインや品質を実際に体験していただく体験型ブースとし、来場者は「手水舎（ちょうずや）」をイメージして作られた展示棚にたたえた水で手を洗い、その横に置かれた今治タオルで濡れた手を拭いて、その柔らかさや吸水性の良さなど品質の高さを実際に体験していただくというものでした。



「今治タオル」ブースの様子



「手水舎」をイメージしてたたえた水と手洗用ひしゃく



手拭き用に準備したタオル

(2) 今治タオルブースの運営状況

A. ブースの設営

今回の展示会出展のために渡航したメンバーの皆さんは、開催日前日の16日、別途輸送していた什器を組み立てて、ブースを設営しました。

準備された什器はヒノキ製で重量も重く、ブース内での設置位置も細かく決められており、10数名が力を合わせて、夕方になってようやく設計図どおりブースが完成しました。



展示会開催前日、全員で「今治タオル」ブースの設営

また、16日夕方には、佐藤可士和氏がロンドンに到着後、早速会場へ来られてブース設営状況を確認するとともに、翌日の展示会開始を前に近藤理事長ほか出展メンバーと事前打ち合わせを行いました。



佐藤可士和氏によるブースチェック

B. 展示会スタート

9月17日、開催初日には、全員がオープン1時間前に会場に集合して、最終準備と朝礼を行い、現地エージェントのエイクル社スタッフや通訳との手水舎での手洗いと手拭きによる今治タオル体験や、メーカースタッフとの連携体制など来場者対応について綿密な打ち合わせを行いました。



開催日当日の朝、全員朝礼で最終打ち合わせ

C. ブースへの来場者の状況

展示会初日は、展示会オープン後しばらくしてから今治タオルブースにも来場者が訪れ始めました。エイクル社スタッフと通訳が手際よく手洗いから手拭きによる今治タオルの体験デモンストレーションを進め、メーカースタッフも製品説明などでそれを支援する中、来場者にはたいへん評判が良く、口コミで絶え間なく来場者が訪れる状況がほぼ終日続きました。このため事前に準備していた400枚のパンフレットや配布用の手拭きタオルは、初日だけで130枚を配布することとなり、残り3日間は少しセーブしなければならなくなりました。



ブースへの来場者への説明とデモンストレーション

2日目は、会場全体の中央にあるセントラルバーで18:00からパーティが開催され、展示会の終了時刻も21:00になる（パーティナイト）ということで出足は遅くなりましたが、夕方以降は今治タオルも含めて会場全体が混雑する状況でした。

3日目と4日も、今治タオルブースには、来場者がコンスタントに訪れる状況が続き、全日程を通じて予想以上の反応が得られたのではないかと感じます。



ブースへの来場者の様子

また、現地エージェントのエイクル社からは、デザインやトレンドに目の肥えた“100% design”来場者のバイヤーやデザイナー、プレス関係者等の今治タオルに対する高い評価とともに高級タオルブランドとしての今後の英国や欧州での認知度向上について高い可能性を感じることができたとする一方、今回の出展では高品質やデザイン等ブランドとしての認知度向上を主テーマとしていたこともあり、魅力的な来訪者に対しても最終的な商談にまで踏み込めず残念な思いをしたとの意見もありました。

なお、展示会出展期間を通じた今治タオルブース来場者のうち、データを取得した状況は以下のようになっています。

〈今治タオルブースへの来場者概要〉

名刺取得数	スキャン数	計
153	484	637

※スキャン数は、来場者の入場者バッジを専用デバイスでスキャンし、会社情報等を取得した数。

〈今治タオルブースへの職種別来場者〉

職 種	計
トレード関連	245
プレス関連	35
アーティスト	2
デザイナー	142
建築家	50
VIP	29
他の出展者	23
学生	23
その他	88
計	637

(3) 今後の展示会出展計画

今回の英国での展示会出展は、今治タオルの認知度向上を主目的としていましたが、来年2月には、ビジネストレードを主体に開催される英国バーミンガムの国際的にも有数の展示会である“スプリングフェア”にも出展予定です。今回の出展実績を踏まえて、欧州市場での販路開拓に向けた取組みをさらに進めて行く今治タオルに期待したいと思います。

**Imabari Towel Japan's
Next Appearance in the UK**

SPRING FAIR INTERNATIONAL
1st - 5th FEBRUARY 2015
9:00AM - 18:00PM
(close at 16:00 on 5th February)

■ Hall 1 : Home ■ STAND : 1D40

http://www.springfair.com/
@THE NEC Birmingham
National Exhibition Centre Birmingham B40 1NT

For further information please contact :
Ms. Yumiko Turner
imabaritowel@eikuru.com
Tel : +44 (0)1926-886632

来年2月の英国バーミンガムでの
“スプリングフェア” 出展告知

以下の今治タオル公式サイトもご参照ください。
〈今治タオル公式サイト〉

<http://www.stia.jp/>

台湾での常設展示販売場(アンテナショップ)による県内企業の海外販路開拓支援について

愛媛県産業貿易振興協会

愛媛県産業貿易振興協会では、昨年度から公益財団法人えひめ産業振興財団の助成事業として、県内中小企業等の海外販路開拓を支援するため、「えひめプロダクツ海外市場開拓支援事業」を実施しています。

今年度は、この事業の一環として、台湾の高級百貨店やスーパーマーケット、ショッピングモール等の中に常設展示販売場（アンテナショップ）を設置して、愛媛県内企業の商品を台湾に紹介するとともに、現地の消費者向けの定番商品として継続的な輸出入取引に発展させていきたいと考えています。

当面以下の2か所で併行的にスタートすることを決定し、台湾への販路開拓を希望する県内企業（加工食品中心）から展示販売参加希望者の募集を開始しています。

1. 台湾での常設展示販売場（アンテナショップ）と参加者募集の概要

【設置場所および設置期間】

本事業は平成26年度事業として実施しており、平成27年3月31日まで実施予定ですが、当面の常設展示販売場（アンテナショップ）の設置場所および期間は以下のとおりです。

以下の日程での開催終了後は、同一会場または新たな会場で継続して実施する予定であり、今後の常設展示販売場（アンテナショップ）設置場所や設置日程等については、決定のつど、参加者や参加希望者に連絡いたします。

(1) 太平洋SOGO 天母店（41日間）

A. 7階催事場（日本物産展内）

平成26年10月21日～11月2日（13日間）

B. 地下食料品売場（特設売場）

平成26年11月3日～11月30日（28日間）

(2) 遠東百貨 板橋新駅店（27日間）

A. 地下展示場（日本物産展内）

平成26年10月25日～11月6日（13日間）

B. 地下展示場（臨時特設売場）

平成26年11月7日～11月20日（14日間）



展示販売場設置予定の遠東百貨 板橋新駅店



遠東百貨 板橋新駅店内の展示販売場予定場所

【常設展示販売に関する取引概要】

展示販売商品は、原則として、愛媛県から地域商社として業務委託を受けて県産品の輸出支援を行っている輸出商社（芙蓉海運株式会社、新居浜市）が参加企業から買い取り後、常設展示販売場（アンテナショップ）の運営・管理を委託している台湾側パートナー（友士股份有限公司、台北市）に輸出販売します。

【参加対象者】

- (1) 中小企業基本法に該当する中小企業
- (2) 会員数の3分の2以上が中小企業から構成される組合、協会、団体
- (3) 個人

【対象商品】

原則として、加工食品

（常温、賞味期限6か月程度以上）

※軽工業品、工芸品等も一部検討可。（個別相談）

【申込方法】

参加希望者は、当協会にご連絡いただきますと、当協会から申込書（エントリーシート）を送付します。で、それに必要事項記入のうえ、申込書に記載している送付先（取引仲介商社、芙蓉海運株式会社）まで、E-mailにてご送付いただきます。

また、当協会ホームページの案内記事にリンクしている申込書（エントリーシート）を利用して同様に申し込むこともできます。

公益社団法人愛媛県産業貿易振興協会 行 き 送付先：芙蓉海運株式会社 貿易部（担当：藤原） E-mail: fujisawa@fuyoh.co.jp			
台湾アンテナショップ参加申込書（エントリーシート） No.1			
えひめプロダクツ海外市場開拓支援事業の台湾アンテナショップへの参加について、下記のとおり申込みます。			
貴社名			
ご担当者名			
郵便番号 住所			
電話番号			
FAX番号			
E-mailアドレス			
ホームページ URL			
見積もり有効期限			
商品名(日本語)			
JANコード			
商品画像	<商品画像を添付してください。> (必須)		<商品画像を添付してください。> (必須)
原材料	※全ての原材料(添加物を含む)を記載してください。		
賞状			
期	国内販売開始時期	ヶ月	ヶ月
1	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
2	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
3	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
4	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
5	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
6	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
7	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
8	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
9	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
10	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
11	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
12	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
13	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
14	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
15	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
16	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
17	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
18	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
19	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
20	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
21	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
22	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
23	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
24	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
25	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
26	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
27	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
28	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
29	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
30	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
31	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
32	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
33	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
34	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
35	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
36	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
37	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
38	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
39	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
40	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
41	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
42	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
43	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
44	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
45	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
46	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
47	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
48	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
49	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
50	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
51	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
52	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
53	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
54	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
55	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
56	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
57	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
58	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
59	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
60	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
61	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
62	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
63	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
64	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
65	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
66	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
67	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
68	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
69	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
70	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
71	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
72	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
73	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
74	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
75	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
76	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
77	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
78	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
79	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
80	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
81	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
82	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
83	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
84	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
85	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
86	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
87	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
88	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
89	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
90	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
91	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
92	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
93	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
94	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
95	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
96	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
97	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
98	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
99	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円
100	国内販売事業(通関税送料別) 円	円	円

台湾アンテナショップ参加申込書（エントリーシート）

【申込締切】

事業実施期間中は申込みを受け付けますが、常設展示販売場（アンテナショップ）での商品展示状況により、出展できない場合もあります。

【参加企業と商品の選定】

参加企業と商品の選定は、当協会のほか、台湾側パートナー（現地輸入商社）と取引を仲介する県内商社で審査を行い、決定します。

【選定結果の通知】

参加企業と商品の選定結果については、当協会または輸出を仲介する県内商社からE-mail等により通知します。

2. 参加申込み状況

本事業の開始に伴い、台湾への販路開拓への取り組みを考えておられる多くの県内企業からお申込みをいただき、当面10月下旬から11月に実施する常設展示販売について、最初の商品選定を行いました。

現状、県内企業32社から156アイテムのお申込みをいただき、その中から11社、41アイテムを選定して、1回目の輸出を行いました。

今後、アンテナショップでの販売状況や現地消費者の反応の状況等を勘案のうえ、現地での輸入窓口となるパートナー企業との協議によりすでにお申込みいただいている商品や新たにお申込みいただく商品の中から、適宜2回目以降の商品選定を行い、展示販売商品を随時入れ替えていく予定であり、より多くの商品に展示販売のチャンスを提供したいと考えています。

3. 今後の計画

(1) 新たな会場での継続実施

当面、上記2か所で11月末までの常設展示販売を予定していますが、12月以降も継続して同一会場または異なる会場での常設展示販売の継続を計画しており、新たな会場候補先を検討のうえ、今後順次決定していきます。

また、本事業では、展示販売商品の見直しを行いながら、来年3月末まで継続実施する予定です。

(2) 定番化商品への移行

本事業では、アンテナショップで展示販売する県内企業商品は、県内の地域商社「芙蓉海運株式会社」を通じて、台湾側パートナーである「友士股份有限公司」によって台湾に輸入されますが、この「友士股份有限公司」は台湾内の百貨店や高級スーパーマーケット、ショッピングモール等を販売先として取引を行っていますので、最終的な目的としては、展示販売商品を同社の販売先への定番商品として通常取引ベースに移行し、継続的な輸出取引に発展させていくことにあります。

このためにも、より多くの県内企業商品に展示販売の機会を提供し、より多くの台湾の消費者やバイヤーに見ていただけるようにしたいと考えています。

(3) 現地消費者の反応情報の還元

現地パートナー企業から定期的に報告される現地消費者の反応等に関する情報について海外向けの新たな商品開発やパッケージ等の改良などに活用できるよう、また県内企業のこれからの海外展開への参考とできるよう、参加企業に提供したいと考えています。

国際BtoBサイト掲載による県内企業の海外販路開拓支援について

愛媛県産業貿易振興協会

当協会では、公益財団法人えひめ産業振興財団の助成事業として、海外販路の開拓・拡大を意図する県内中小企業等の海外取引実現を目的として現在「えひめプロダクツ海外市場開拓支援事業」を実施していますが、今般この事業の一環として下記要領により、インターネット上の国際BtoBマッチングサイトに開設している県内輸出商社の出展ページに、県内中小企業等の商品を掲載することにより当該中小企業等の海外販路開拓を支援することとし、参加企業を募集しています。

1. 国際BtoBマッチングサイトへの掲載と参加者募集の概要

(1) 国際BtoBマッチングサイト掲載の概要

本事業は、平成26年度事業として平成27年3月31日まで実施予定ですが、現在国際BtoBマッチングサイトに自社の掲載ページを開設している株式会社グローカル（四国中央市）の出展ページに、①同社の取扱商品として、県内の参加希望企業等の商品を掲載するとともに、②海外からの引き合いへの対応や、③輸出取引が発生する場合の対応を同社が行うことにより、参加企業等の海外販路開拓拡大を支援し、県内中小企業等の輸出取引の実現を図ります。

※「国際BtoBマッチングサイト」とは、

本件での「国際BtoBマッチングサイト」とは、インターネット上における「Business to Business」（企業対企業）のマッチングサイトであり、実際に国内外で開催される展示会や商談会と同様に企業間のビジネスマッチングをインターネット上で行うものです。一般的に、メーカーや商社等が自社製品や自社の取扱商品をサイト上に掲載し、バイヤーが当該サイトから自身のニーズに合致する製品を探してメーカーや取扱商社等と別途商談を行うものです。

このようなサイトは、基本的には、取引の仲介を行うサイトではなく、単に商品を紹介する（バーチャル上の）「場」を提供するだけであり、（リアルでの）「展示会」と同様です。

また、あくまで企業間取引が前提であり、いわゆる、BtoC「Business to Consumer」（企業対消費者）取引を前提とした、所謂通販サイトとは異なります。

(2) 掲載ページおよび掲載期間

A. 掲載ページ

株式会社グローカルが管理運営している国際BtoBマッチングサイト上のページ



株式会社グローカルの国際BtoBサイトの展示ページ

B. 掲載期間

平成26年10月1日～平成27年3月31日

ただし、申込書受領後に審査を行い、選定された商品について、株式会社グローカルが随時作業を行って掲載しますので、掲載時期は特定できません。

なお、来年度以降も株式会社グローカルと協議のうえ、希望に応じて掲載継続する場合があります。

(3) 海外からの引き合い対応および輸出取引

海外からの引き合い等がある場合は、株式会社グローバルがこれに対応するとともに、実際に輸出取引が発生する場合には、原則として同社が買取りのうえ輸出します。

(4) 参加対象者

- A. 中小企業基本法に該当する中小企業
- B. 会員数の3分の2以上が中小企業から構成される組合、協会、団体
- C. 個人

(5) 対象商品

軽工業品、機械、紙製品、生活用品等

※食品等上記以外のものについては、掲載の可否について、個別に相談のうえ決定しますので、別途ご連絡ください。

(6) 申込方法

参加ご希望の方は、当協会（以下の【問い合わせ・申込先】）までご連絡のうえ、以下の要領での申込みとなります。

なお、申込みに際しては、下記「インターネット国際BtoBサイト掲載申込書（エントリーシート）」に必要事項等を記載のうえ、お申込みいただきます。

- ① 当協会へ申込み希望の旨を連絡。
(Tel、Fax、E-mail 等)
 - ② 当協会から「申込書(エントリーシート)」を送付。
 - ③ 送付された「申込書（エントリーシート）」に必要事項を記入のうえ、**当協会まで、E-mail**にて送付。
- または、
- ③ 当協会サイト（以下の本事業関連記事）にリンクの「申込書（エントリーシート）」を出力して、必要事項記入のうえ、**当協会まで、E-mail**にて送付。
(産貿協HP「お知らせ・イベント」ページ)
<http://www.ehime-sanbokyo.jp/topics/trade/?p=2421>

【問い合わせ・申込先】

公益社団法人愛媛県産業貿易振興協会
(担当：合田、和田、白石)
〒791-8057 愛媛県松山市大可賀2-1-28
T E L：089-953-3313
F A X：089-953-3883
E-Mail：kanri@ehime-sanbokyo.jp

公益社団法人愛媛県産業貿易振興協会 行き			
＜えひめプロダクツ海外市場開拓支援事業＞			
インターネット国際BtoBサイト掲載申込書（エントリーシート）			
えひめプロダクツ海外市場開拓支援事業のインターネットBtoBサイトへの掲載について、下記のとおり申込みます。			
会 社 情 報			
貴社名		住 所	
担当部署		担当者名	
電話番号		FAX番号	
E-mail		URL	
商 品 情 報			
品目・商品名		ブランド名	
製造国		自社商品コード	
供給能力	／月	JANコード	
出荷可能日		品質保証期間 （※別途）	製造日より数えて 日以内
ケース内入数	個／段ボールケース	最少販売ロット	ケース（＝ 個分）
ケース寸法(mm)	X X	ケース重量(g)	／個 (通貨税別)
単品寸法(mm)	X X	単品重量(g)	／個 (通貨税別)
商品の原材料・材質		商品PR・商品特徴（100文字以内）	
商品の詳細説明（使い方・使用上の注意事項・各種データ等）			
商 品 画 像			
メイン・イメージ（商品そのもの）	サブ（パッケージ等）	サブ（その他）	
そ の 他			
同商品を販売してみたい国・地域			
同商品を明確に表現するキーワード			
過去に同商品を輸出販売した国		無償サンプル提供の有無	
備 考			

インターネット国際BtoBサイト掲載申込書（エントリーシート）

(7) 参加費用

無料

(8) 申込締切

平成26年12月26日で、いったん申込みを締め切りますが、来年度以降も掲載可能となる可能性もありますので、同日以降の申込みについては、別途個別に協議いたします。

なお、サイト掲載状況等によっては、選定されても掲載出来ない場合もあります。

(9) 参加企業と商品の選定

参加企業および掲載製品の選定は、当協会および株式会社グローバルにより審査を行い、決定します。

(10) 選定結果の通知

参加企業と掲載製品の選定結果については、当協会よりE-mail等により通知します。

※掲載申込書（エントリーシート）にご記入いただきますお客様の個人情報、適切に管理するとともに、本事業の実施にのみ使用し、その他の目的での使用および第三者への提供はいたしません。

巨大消費市場の行方

伊予銀行 上海駐在員事務所
代表 岡田 裕之



はじめに

世界の工場として経済成長を続けてきた中国は、今や巨大な消費市場として日本を含め世界各国の企業から注目が寄せられています。中国政府においても、輸出主導による外需依存型の経済成長から国内消費主導の内需型による安定的成長へと方向転換を図ろうとしています。しかし近年、国内消費の牽引役を担うべき富裕層の海外移住に拍車がかかっており、国内消費の拡大に悪影響を及ぼすことが懸念されています。

そこで、中国人の海外移住の歴史を振り返り、現在の富裕層の海外移住と国内消費との関連性について考えてみたいと思います。

1. 中国人の海外移住の歴史

(1) ～1949年（貧困からの脱却）

1842年8月に終結したアヘン戦争から1949年10月の中華人民共和国建国に至るまで約100年間、中国は数多くの移住者を世界に送り出してきました。その多くは沿岸地域の広東省及び福建省出身者であり、移住先はタイ・マレーシア・シンガポール・インドネシア・ベトナム等の東南アジア諸国が95%以上を占めていました。主な移住目的が「貧困からの脱却」であったこともあり、移住先ではハングリー精神と持ち前の商売気質を武器に起業する人が多く、その奮闘ぶりは目覚ましいものだったようです。こうして起業した移住者の下で働く同じく移住者達が知識・技術の習得後にのれん分けのような形

で独立する、ということが繰り返された結果、同業者集団のようなものが移住先各国において次々と出来上がり、さらに、その事業で得た財力を武器に政界に進出する人も現れ始めました。現在に至ってもその地位は確固たるものであり、タイのタクシン・チナワット元首相、同妹のインラック・シナワトラ首相、フィリピンのコラソン・アキノ元大統領、ミャンマーのネ・ウィン元首相、ミャンマーのテイン・セイン大統領等は、当時の中国人移住者の子孫であると言われています。これら移住者の多くは、中国国籍を離脱し移住先の国籍を取得しており、「華人」と呼ばれます（なお、移住先の永住権取得や二重国籍状態等何らかの方法により、中国籍を保有している場合は「華僑」と呼ばれます）。

当時の移住者も今では5世・6世の世代となっており、一部には現地の人々との混血が進んでいるケースも見られますが、未だ多くの人が「華僑・華人コミュニティ」の中だけで生活しているようです。以前、私が上海の大学へ留学中に会った東南アジア諸国からの留学生は、その大部分が「華人」であり、彼らによると、「基本的に華人は高級住宅街に住んでおり、現地の人々からの盗難被害に悩まされている。」「華人以外の人との結婚は親から許されていない。」「車を運転している際には、華人だと分かると強盗に襲われやすいので、赤信号でも停まってはいけない。」等々、華人は現地の人々より経済的に裕福な場合も多いこともあってか、必ずしも現地の人々との関係が良好だとは言えないことを窺い知りました。

(2) 1949年～1978年（海外移住の一時停止）

1949年の中華人民共和国建国から1978年の改革开放政策開始までの間は、国民の海外への移動が禁止されており、文化大革命時の亡命者等を除いて、海外移住者はほぼ見られませんでした。

(3) 1978年～2005年頃（留学・就労）

鄧小平体制下で実施された改革開放政策以降は、国民の海外への留学・就労・親族訪問等の渡航規制が緩和され、再び海外移住者が増加し始めました。しかし、主な移住目的は、従来の「貧困からの脱却」ではなく、「先進的教育と生活環境の向上」へと変化し、アメリカ・カナダ・オーストラリア・ヨーロッパ・日本等の先進諸国への留学・就労に代わってきました。中には、国費留学制度によって海外の大学に留学した優秀な人材が、中国に帰国せずそのまま留学先に移住するというケースも見られました。

(4) 2005年～現在（国内資産移出）

近年においては、急速な経済成長を背景に、事業で築き上げた資金、住居立退きによる補償金、不動産の価格高騰を受けた転売益等により、数年間で一気に莫大な現金資産を保有する人が急増、その資産を海外へ移出しようという動きが顕著になっています。一般的なパターンとしては、海外の不動産・企業・政府等に資産投資を行い、その対価として投資対象国の永住権を取得する、「投資移民」というものです。投資移民の主な理由は、政治体制の変動とともに資産が搾取されてきた歴史があるため伝統的に自国政府を信用していないこと、子供の将来のために良い環境で教育を受けさせたいという親心等が考えられます。

こうした動きに対し、中国政府や経済界からは、「投資移民の増加は国内消費の拡大に悪影響を及ぼすだけでなく、将来を担う優秀な人材の流出という副次的被害をもたらすことになる。」として強い懸念の声が上がっています。しかし一方で、当の中国政府高官や経済界幹部が、自身の子息を欧米諸国へ留学をさせたり、海外の不動産投資によって投資国の永住権を獲得したりと、先陣を切っているため、国民の動きを止められるはずありません。

投資移民の受入国側の反応としては、イギリス、

オーストラリア等のように自国への投資を促進する立場から、中国人投資移民を歓迎している国もありますが、カナダ等のように最近、投資移民制度を廃止した国もあります。従来、カナダ政府が実施していた投資移民制度は、「80万カナダドルを現地政府に無利子で5年間融資した外国人に対して永住権の付与を行う」という内容のものでした。しかしながら、中国人投資移民が急増していることで自分達の生活環境が悪化しているというカナダ人からの抗議活動が活発化したことを受け同制度の廃止を行ったカナダ政府は、差別的待遇であることを理由として1,000名以上の中国人から損害賠償訴訟を受ける等広く物議を醸しました。なお、カナダに限らず、その他の投資移民の受入国においても移住者と現地の人々との倫理・マナーに対する考え方の違い、急激な人口増加に伴う公共施設の利用難等の諸問題が発生しており、国民レベルでの反応は総じて反対派が多い模様です。

2. 中国人の日本移住の歴史

それでは、中国人が海外移住を検討する際、日本はどのような位置付けとして認識されているのでしょうか。

(1) ～1972年（日中国交正常化以前）

日中両国の間では古くから人的な往来・交流がありました。1950年代から1970年代初頭の間に両方向での人口移動は、政治及び経済の交流断絶とともにほぼ途絶えました。

(2) 1972年～1985年（日中国交正常化後）

1972年の日中国交正常化、1978年の改革開放政策開始に伴い、日中貿易・文化交流が徐々に再開され始め、1980年代の急速な円高で加速した日本経済の国際化及び日本社会の高齢少子化等日本側の事情も相まって、日本側の外国人出入国管理が緩和されるようになりました。当時は、日本のドラマ、アニメ

等のテレビ番組が中国でも放映される等、日中双方において友好ムードが高まっており、日中双方間で人口の移動が増加していきました。

(3) 1985年～1990年

この時期からは日本への流入がさらに増加し、留学・就労・研修・親族知人訪問・永住等の目的による中国人の日本在留資格者数が、1986年時点では84,397人であったのに対し、1990年には150,339人と2倍近く増加、その内訳は所得水準の高い北京・上海の2大都市出身者が他地域出身者を圧倒的にリードしていました。

(4) 1990年～2000年

引続き中国人の日本在留資格者数は増加を続け、2001年時点では381,225人と1990年からは約2.5倍増加しました。しかし、従来の大都市出身者ではなく、東北三省（遼寧省、吉林省、黒龍江省）等の日本と縁の深い地方都市出身者の占める割合が増加し始めました。

(5) 2000年以降

2000年以降になると、中国人の所得水準向上及び日本の景気低迷を背景に、日本よりも欧米諸国への留学を選択する傾向が大都市圏の富裕層を中心に広まりました。反対に、現在日本を移住先として選択するのは、費用をあまりかけられない中間所得層や、労働力の供給人員としての地方都市からの就労者が多いようです。

一方、在留目的ではなく旅行目的での中国人訪日者は年々増加しており、今や日本の観光産業にとって欠かせない存在となっています。日本においても、中国人観光客を誘致するため、家電量販店や高級百貨店では店員に対し中国語研修が実施されたり、銀聯カード（多数の中国人が利用するデビット兼クレジットカード）への加盟店が増加する等、さまざまな取り組みが行われています。こうした努力もあってか、在上海日本国総領事館が発給した訪日ビザ件

数は、2014年7月には11万7千件（前年同月比約2.4倍）と、1カ月あたりの発給件数としては過去最多を記録しています。訪日経験が複数回ある人のビザ申請書には、「中国人の少ないところを旅行してみたい」と書かれていること等もあり、現在の中国人にとっては、「欧米諸国＝仕事・生活・子供のために移住したい場所」、「日本＝旅行に訪れたい場所」という位置付けなのかもしれません。

おわりに

巨大な人口を有する中国においては、一部の富裕層の消費など気にしなくていいのではないかと思われるかもしれませんが、「現在の中国は、上位1%の富裕層が全国の30%以上の資産を保有する一方、下位25%の貧困層は全国のわずか1%の資産しか保有していない。」と言われており、日本では想像できないほどの格差社会になっています。この状況を見れば、富裕層の消費力が中国経済にいかに影響を与えるかがお分かりいただけると思います。さらに、中国にとって「富裕層の海外移住」とは、「国内消費の減速」を表すだけでなく、「優秀人材の流出」という国家を構成する最も重要な「人財」を失っているといえる危機的状況にあるのです。

名実ともに世界の超大国となるには、国民から愛され、誇りを持たれる国づくりが必要だと思います。現政府においては、官僚への厳しい汚職取り締まりや、経済成長率のコントロール、金融自由化等各方面での抜本的改革に取り組まれておりますが、この改革が現状を打開する真の改革となり、中国の人々が安心して生活することのできる環境へと変化することを期待します。

平成26年度 国際ビジネス支援講座開催のお知らせ

愛媛県産業貿易振興協会

『産貿協』では、県内企業が国際ビジネスを展開するうえでの課題となる経営幹部や海外事業担当者の育成のため、例年『国際ビジネス支援講座』を開催していますが、海外との事業活動がさらに活発化、多様化する中、今年度は、松山商工会議所およびジェトロ愛媛貿易情報センターと提携して、新たに特定のテーマを絞り込んだコースと経営者の方を対象としたコースの2コースを追加し、従来にも増して充実した講座として開催しています。

どなたでも受講できるとともに、ご興味あるコースだけを選択しての受講や全コースセット受講（全コース受講）など、ご希望に沿ってお申込みいただけます。

貿易実務の初心者や海外事業部門の実務ご担当者から管理者や経営者の方まで、ご関心をお持ちの多くの方々に、広く受講・ご活用いただきたいと考えています。

すでに、〈基礎〉コースと〈輸出入実務者〉コースは、開催されていますが、今後〈英文契約書・入門〉コースと〈経営者〉コースが開催されますので、ぜひ参加をご検討ください。

各コースの概要については以下のとおりです。ぜひ、本講座の活用をご検討ください。

I. 貿易取引〈基礎〉コース

I. 貿易取引〈基礎〉コース	
開催日時	平成26年10月6日(月) 9:30~17:00
コースのポイント	貿易に関する基本用語から仕組み、輸出入取引の流れ、貿易に関する費用、輸送、通関、決済、金融に至るまでを分かり易く解説
受講対象者	初心者
講師	(株)グローバル・ビズ・ゲート 代表取締役 池田 隆行氏
第1講座 9:30 ~10:50	○貿易取引の仕組みと基礎知識 ・貿易取引の仕組みと輸出入取引の流れ ・重要な専門用語の解説 ・貿易の三大リスク ・貿易に関する各種規制や貿易制度 ・貿易建値等に関する国際的商慣行
第2講座 11:00 ~12:00	○取引申込みから契約締結 ・貿易に関する費用構造 ・貿易決済方法の概要 ・取引申込から見積り、契約へ ・契約締結上の留意点
第3講座 13:00 ~14:50	○輸送と通関 ・各種輸送方法と概要 ・関税制度と通関手続き ・主要船積書類の概要 ・貿易に関する各種保険
第4講座 15:00 ~17:00	○決済と金融 ・適用為替相場と各種決済方法 ・信用状と信用状統一規則 ・各種貿易金融に関する仕組みと留意点 ・為替リスク対策

II. 貿易取引〈輸出入実務者〉コース

II. 貿易取引〈輸出入実務者〉コース	
開催日時	平成26年10月10日(金) 13:30~16:40 平成26年10月22日(水) 13:30~16:40 平成26年10月29日(水) 13:30~16:40
コースのポイント	輸出・輸入に関して、取引先開拓から成約、物流、通関、決済までを事例、演習も含め実務に即して解説
受講対象者	貿易実務担当者、管理者
講師	各講座欄に記載
平成26年10月10日(金) 13:30~16:40	
講師：三浦工業(株) 主任 高井 康之氏	
第1講座 13:30 ~15:00	○取引先開拓と各種規制への対応 ・市場調査、取引相手の具体的発掘方法 ・相手方信用調査と選定 ・輸出入に関する規制の確認と対応 ・HSコードと輸入国の関税率調査方法
第2講座 15:10 ~16:40	○取引成約に向けた取組 ・インコタームズ（費用と危険負担）留意点 ・コスト構造と取引価格の決定 ・決済方法の決定 ・取引交渉に際しての留意点
平成26年10月22日(水) 13:30~16:40	
講師：(株)伊予銀行 国際部 池内 亮氏	
第1講座 13:30 ~15:00	○輸出入決済と貿易金融 ・輸出代金回収と輸入代金支払方法 ・適用為替相場 ・貿易金融活用方法 ・為替リスクヘッジ活用方法
第2講座 15:10 ~16:40	○輸入信用状の開設と輸出信用状接受 ・信用状統一規則の概要と実務上の留意点 ・輸入信用状の開設と留意点 ・輸出信用状接受時の留意点 ・信用状に伴うトラブル事例
平成26年10月29日(水) 13:30~16:40	
講師：日本通運(株) 松山支店 営業推進センター課長 土田 泰弘氏	
第1講座 13:30 ~15:00	○物流、通関手続き ・輸出に伴う梱包から運送、通関、船積まで ・輸入に伴う貨物到着から通関、引取りまで ・通関手続き（関税、消費税）と留意点 ・輸送方法（海上、航空、温度管理等）選択 ・コンテナ輸送の実務
第2講座 15:10 ~16:40	○運送業者への委託と船積書類 ・輸出入者と運送業者との連携 ・輸出入者が行うべき準備 ・輸出入申告書と主要船積書類の具体例解説 ・輸送に伴うトラブル事例

Ⅲ. 貿易取引〈英文契約書・入門〉コース

Ⅲ. 貿易取引〈英文契約書・入門編〉コース	
開催日時	平成26年11月5日(水) 9:30~16:30
コースのポイント	輸出・輸入・販売店契約に関する契約の事例概要、ポイント、演習等を実務に即して解説
受講対象者	初心者、貿易実務担当者、管理者、経営者
講 師	中矢一虎法務事務所代表 大阪市立大学商学部講師 中矢 一虎氏 (司法書士、行政書士)
第1講座 9:30 ~12:30	○契約交渉の流れ ○契約交渉の基本五条件 <ul style="list-style-type: none"> 商品及び品質条件 価格条件 数量条件 支払条件 船積条件 ○貿易条件とインコタームズ <ul style="list-style-type: none"> 貿易条件 インコタームズ
第2講座 13:30 ~16:30	○入門演習 ~簡単な(スポット)輸出契約書の作成~ <ul style="list-style-type: none"> 定型的(スポット)輸出契約書について 売契約書の作成 ○各種英文契約の要点 <ul style="list-style-type: none"> 輸出契約 輸入契約(I) 輸入契約(II) 販売店契約

Ⅳ. 海外取引〈経営者〉コース

Ⅳ. 海外取引〈経営者〉コース	
開催日時	平成26年11月12日(水) 13:00~17:30
コースのポイント	<ul style="list-style-type: none"> EPA、FTAの活用と企業戦略 愛媛県内企業による輸出取引事例 愛媛県内企業による海外進出事例 各種機関の海外事業支援策
受講対象者	管理者、経営者
講 師	各講座欄に記載
第1講座 13:00 ~14:00	講 師：大阪商工会議所 専門相談員 麻野 良二氏 ○EPA、FTAの活用と企業戦略 —メガFTA時代を生き抜くための秘訣— <ul style="list-style-type: none"> メガFTA時代とは：EPA、FTAの最新動向 海外市場確保のためのEPA、FTAの活用法とメリット 原産地規則とその対応
第2講座 14:00 ~15:00	講 師：(株)横崎製作所 代表取締役会長 横崎 安弘氏 ○輸出実例報告 <ul style="list-style-type: none"> 輸出取引のきっかけ 輸出先選定方法 輸出取引開始時の留意点 質疑応答
第3講座 15:00 ~16:00	講 師：(株)ヒカリ FA事業部 取締役 副事業部長 味村 昭二氏 ○海外進出実例報告 <ul style="list-style-type: none"> 海外進出のきっかけ 進出先選定方法 海外進出の際の留意点 質疑応答

Ⅳ. 海外取引〈経営者〉コース

第4講座 16:00 ~17:30	講 師：各支援機関担当者 <ul style="list-style-type: none"> ジェトロ愛媛 中小基盤整備機構 JICA 日本政策金融公庫 愛媛県産業貿易振興協会 ○各種機関の海外事業支援 <ul style="list-style-type: none"> ジェトロの支援 中小機構の支援 JICAの支援 日本政策金融公庫の支援 愛媛県産業貿易振興協会の支援 質疑応答
-------------------------	--



貿易取引〈基礎〉コースの講座風景

なお、本講座の実施要領は、以下のとおりです。
 実 施 日：平成26年10月~11月
 (上記の各コース概要のとおり)
 会 場：松山商工会議所 5階 大ホール
 (松山市大手町2丁目5番地7)
 申込期限：各コース開始日の3日前
 定 員：各コース40名程度
 申込方法：受講申込書により、当協会にお申込み。
 受 講 料：下表のとおり
 (主催団体会員の方は優遇料金となります。)

コース名(講座名)	会 員	非会員
I. 貿易取引〈基礎〉コース	各コース ¥2,000	各コース ¥6,000
Ⅲ. 貿易取引〈英文契約書・入門編〉コース		
Ⅳ. 海外取引〈経営者〉コース	¥3,000	¥9,000
Ⅱ. 貿易取引〈輸出入実務者〉コース		
セットコース(全コース受講) (法人でのお申込みは、各コースで受講者が異なっても可)	¥6,000	¥18,000

(注) 松山市内の中小企業者等の方は、受講料の一部に対して補助を受けることが出来る「松山市人材育成事業補助金制度」の対象となる場合があります。

「海外展開促進企業データベース作成事業」の実施について

愛媛県産業貿易振興協会

当協会は、愛媛県から委託を受けて「海外展開促進企業データベース作成事業」を実施することとなりました。

当該事業の概要は、以下のとおりですが、今後県内企業の海外展開に関する愛媛県等の支援策が有効に機能するためのデータベースとして、的確な情報収集、取りまとめに努めたいと考えておりますので、皆様のご理解とご協力をお願いいたします。

1. 事業の目的

愛媛県が厚生労働省の補助事業の採択を受け産業政策と一体となった雇用政策の推進を図る「えひめ戦略産業雇用創造プロジェクト」事業を実施するにあたり、海外でのビジネス展開に取り組む県内企業を掘り起こし、海外展開促進のため、県内の食品加工メーカーを中心とする企業の基本情報や海外展開の状況、商品特性等を調査し、データベースを作成するものです。

2. 事業の内容

当協会では、訪問調査員として、新たに職員2名を採用して、以下の業務を行います。

(1) 県内の食品加工業者等の訪問調査

訪問調査員2名が県内の食品加工業者を中心とする企業を訪問し、情報収集します。

(2) 収集情報のデータベース化

情報収集した内容を一覧表等にまとめて、データベースを作成のうえ、愛媛県に提出します。

(3) 訪問時の海外関連情報等の提供

訪問調査員が訪問調査する際に、訪問先の企業等に対して海外関連の各種情報を提供します。

(4) その他、上記業務に付随する必要な業務

本事業の目的を達成するため、上記業務に付随する必要な業務があれば、併せて実施します。

3. 業務実施期間

本調査事業の実施期間は、平成26年9月から平成27年3月31日までの予定ですが、状況に応じて、平成27年度上半期も継続する可能性があります。

4. 訪問調査の進め方

現在、当協会では新たに雇用した「海外展開促進企業調査員」を中心に、県内の調査対象となる食品加工業者を中心とする企業の抽出作業を行い、訪問候補企業をリストアップし、今後は、以下の要領で調査を進める予定です。

(1) 訪問対象先

訪問対象先は、海外展開の有無等に関わらず、県内の食品加工業者を対象としています。

訪問対象先には、訪問調査の可否について事前に確認するとともに、海外ビジネス関連情報や各種支援策の必要性などについて、事前にお伺いしたうえで訪問します。

(2) 調査員による訪問調査実施

訪問調査の協力先に対して「海外展開促進企業調査員」が訪問し、各企業の様々な情報を聞き取り調査します。

かなり詳細なデータに関して聞き取り調査を行う予定ですが、これらのデータは、今後、愛媛県の海外ビジネスに関する各種支援策のために活用されることになります。

(3) 海外ビジネス関連情報の提供と相談対応

当協会の調査員が訪問する際には、当該企業が必要としている海外関連情報等があれば提供するとともに、海外ビジネス関連のご相談等にも当協会が調査のうえ回答いたします。

(4) データベース作成

本件調査結果を基に、データベースを作成し、愛媛県に提出します。愛媛県は、このデータベースを、今後の県内企業支援策に活用する予定です。

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