

EHIME TRADE & TREND

えひめトレード&トレンド

●エヒメフォーカス

2016年の『産貿協』の活動と2017年の展望

公益社団法人愛媛県産業貿易振興協会

会長 森田 浩治

●ニューストピックス

現地で見る米国大統領選挙と今後の行方

株式会社伊予銀行 ニューヨーク駐在員事務所

所長 高橋 将人

●会員紹介

日本通運株式会社 松山支店

●海外ビジネス

中国消費市場について

株式会社伊予銀行 上海駐在員事務所

所長 栗原 隆

●『産貿協』からのお知らせ

平成28年度国際ビジネス支援講座の実施報告

EIBA 公益社団法人 愛媛県産業貿易振興協会

2017
新春号
VOL.34



2016年の『産貿協』の活動と 2017年の展望



公益社団法人愛媛県産業貿易振興協会

会長 森田 浩治

明けましておめでとうございます。

皆様方におかれましては、健やかに新たな年をお迎えのこととお慶び申し上げます。

さて、昨年の日本経済は、円高の進行と大幅な株価下落から始まり、日銀のマイナス金利導入や長短金利操作付き量的・質的金融緩和といった、本邦史上初となる政策が発動されるなど、個人消費の低迷や外需の不振を背景に総じて回復力に欠ける展開となりました。また、英国の国民投票によるEU離脱決定や米国大統領選挙でのトランプ氏の勝利など、海外の政治経済の不確実性の高まりも、わが国経済に大きな影響を与えるました。

本年につきましても、中国経済の下振れ、米国の出口戦略に伴う金融市場の混乱、欧米での政治リスクの高まりなど、海外の政治経済の先行きに対する不透明感は強く、特にTPPの行方も含めわが国への影響が懸念されますが、人手不足を背景とした雇用・所得の改善や、公共投資による景気下支えなども期待され、緩やかながらも回復基調が続くものと期待しております。

このように、海外情勢は決して楽観できる状況とは言えませんが、当協会では、本年も引き続き「ジェトロ・愛媛産業国際化センター」での貿易投資相談や、「えひめトレード&トレンド」誌などによる各種情報の発信、「国際ビジネス支援講座」による海外ビジネス人材育成などに取り組んでまいります。

また、ジェトロや愛媛県、各種支援機関との連携もより一層強化してまいります。特に、ジェトロが事務局を務め、政府系機関や地域金融機関、商工会議所など国内各地域の企業支援機関が幅広く結集し、海外展開を図る中堅・中小企業等に対して総合的な支援を行う「新輸出大国コンソーシアム」には、当協会も支援機関として参加しておりますので、このスキームを有効に活用して県内企業の海外ビジネス実現に向けた支援を積極的に推進し、地域のグローバル化に貢献してまいりたいと考えております。

皆様方におかれましては、当協会をますます積極的にご活用いただきますとともに、引き続きご支援を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

本年が皆様方にとりまして、幸多き良い年でありますよう、心よりお祈り申し上げます。

現地で見る米国大統領選挙と今後の行方

株式会社伊予銀行 ニューヨーク駐在員事務所
所長 高橋 将人



1. 革新大統領の誕生～米国分断の末の選択～

“多くを与えた者は多くを期待される”――この名言、いや迷言？の通り、昨年の米大統領選挙は、共和党の泡沫大統領候補と見られた実業家ドナルド・特朗普氏が巻き起こした旋風に明け、頑迷で人種差別主義者、煽動的なポピュリスト、ナショナリストと見なされてきた同氏の大逆転当選というかたちで終わりました。

今回の共和党特朗普氏の大統領当選は、基本的に大きな政治的意味を持っています。共和党は米議会上下両院で多数を維持しただけではなく、知事選挙や州議会選挙でも勝利し、知事と州議会の約3分の2を制することとなりました。つまり、共和党はホワイトハウス、連邦議会、知事、州議会の“政治4極”を牛耳る“単独天下”を実現させたのです。



“私はこの国を愛している。ありがとう。”
(11月9日付「THE WALL STREET JOURNAL」1面より)

2. 政治参加の誇り感じるが…

今回の米大統領選挙では、ここニューヨーク市でも、11月8日の投票日は朝6時から夜9時まで、学校や教会、博物館などが投票所となりました。投票所近くでは、コーヒーを片手に出勤する前の人たちや、犬の散歩の途中で寄る人の姿も見られました。選挙を終えた人たちを眺めていると、自由の女神のイラスト入りの“I Voted”というシールを胸に付け、政治に参加した

という誇らしさも感じられ、皆とても明るい表情でした。

ちなみに、ここニューヨーク市全体における投票結果は、民主党のクリントン氏が79%の票を獲得（共和党特朗普氏は19%）し、圧倒的な差で勝利しています。私の周りの投票した人たちに聞いてみると、皆クリントン支持者でした。今回の結果を受け、彼らは皆揃って口々に、“今回の結果はあり得ない、コメディだ！”と嘆いています。

3. 冷めぬ特朗普ショック

ニューヨーク市・マンハッタン区中心部の5番街に位置する「特朗普・タワー」。ここは現在、一大観光名所となっています。周辺には、前代未聞の障壁ともいえる、歩行者や車を規制する鉄柵が置かれ、一部が通行止めになっており、歩行者の荷物チェックを行う事態にまで発展しています。現在でも、自動小銃を手にした治安要員が巡回しており、今年1月20日の大統領就任式までの間は物々しい雰囲気が続きそうです。いえ、就任式後も特朗普氏は週末などは現在の住居であるここ特朗普・タワーで過ごす意向を示していますから、観光客であふれるこの目抜き通りの街並みが一変しそうな気配さえ感じています。



〈今や立派な観光名所だ〉
「TRUMP TOWER」ビルの正面入口

また、例年ならば、歳末のギフト購入客で賑わう5

番街も、通行規制により客足が遠のいている模様です。トランプ・タワーの北側に隣接する宝石店ティファニー旗艦店の店員に話を伺ったところ、来客誘致の特別ディスプレイを施す正面入口を利用するためには荷物チェックを受けなければならず、通行人の数は例年の半分だそうで、歳末商戦を控え、上品に悲鳴を上げています。



〈上品な店のはずが、警備員と鉄柵に包囲されている…〉
「TRUMP TOWER」に隣接する宝石店「ティファニー旗艦店」

トランプ大統領の誕生は、米国内外に衝撃を与えましたが、今後に期待を寄せる多くの人たちがいる一方で、“Not My President”を合言葉に、トランプ氏に反旗を掲げる民主党のリベラル層の抗議デモも依然続いているのが実状です。



〈これから彼らは愛国に何を求めるか?〉
「TRUMP TOWER」前で連日必死に抗議する人たち

ここニューヨーク市でも抗議デモなどが相次ぐなか、マンハッタン区14丁目ユニオンスクエア駅では、選挙結果に気持ちの整理がつかないニューヨーカーたちがその心境を付箋に書き、地下通路の壁に貼るプロジェクト“サブウェー・セラピー”に参加する人たちが後を絶ちません。連日のように集まる人々は、トランプ氏の当選に納得できない気持ちを書き出したり、他人のメッセージに共感しています。ニューヨーク州知事も訪れ、“ニューヨーク州よ、希望を持て！”というメッセージまで残されています。



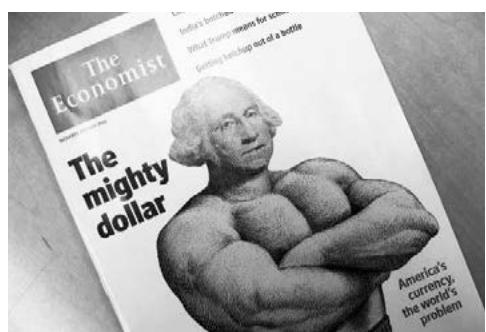
壁一面に溢れる付箋（サブウェー・セラピー）。日に日に増殖している（ニューヨーク市マンハッタン区の「14丁目ユニオンスクエア駅」内地下通路にて）

4. 今後の行方はいかに？

(1) ウォール街にやさしい“実業家”

トランプ氏が大統領選に勝利して1カ月が経過しましたが、トランプ大統領の政権は、移行中から、選挙運動に劣らず、前途多難な様相を呈しています。新政権の陣容に不安と懸念が募っており、政策運営への不信感も解消されていないというのが今の見方です。

そうした中で目立つのが、選挙期間中トランプ大統領誕生に強い警戒感を示していたウォール街が、トランプ氏当選後“トランプ株”を担ぎ出していることです。選挙後2週間で、ダウ工業株30種平均は4.1%上昇、史上最高値を更新して、初めて1万9,000ドル台に乗せました。11月には、ダウ、NASDAQ総合株価指数、S&P500種株価指数の3大指数が揃って最高値を更新し、為替市場でも米ドルは対円、対ユーロともに上昇を続けています。さらに、短期金利を代表する米国2年国債と、長期金利の代表である10年国債の各利回りは、トランプ氏当選後上がり続け、FRB（米連邦準備制度理事会）の利上げに対する憶測も相まって、昨年初めの高い水準に戻しています。その頃は一昨年12月の利上げ直後で、FRBが昨年には4回金利を引き上げると予想されていた時期です。要するに、米金融界では、同氏当選を株、長短金利、米ドルの“トリプル高”でもてはやしていると言えます。



（ドルが強すぎる…）
1 ドル紙幣の肖像「ジョージ・ワシントン米初代大統領」
（The Economist 経済誌（2016年12月3日号）の表紙より）

ウォール街にトランプ大統領歓迎の空気が強いのには、一つに「トランポノミクス（トランプ氏の経済政策）は成長をもたらす」として歓迎しているからです。トランポノミクスは、大幅減税、金融やエネルギー面における規制緩和、そして10年で1兆ドルのインフラ投資が柱で、同政策において政権発足後2年間に2,500万人の雇用を創出し、現在のほぼ2倍の3.5%成長を実現するとしています。2007～2009年の大不況および金融危機により、ウォール街は“冬の時代”を経験しました。それだけに、経済活性化、成長促進を掲げるトランプ大統領の登場に期待を寄せる空気が強いと言えます。

二つ目として、トランポノミクスは“資産と市場に極めてフレンドリーだ”と指摘されています。トランプ氏の提案である大型公共投資による雇用創出や、企業負担が大きいオバマケア法の部分撤廃、企業活動を縛っている規制撤廃、海外で得た企業収益の米国への送金許可、税制改革などについて、クリントン氏の提案よりも巨額の財政出動や思い切った減税、規制の削減・撤廃は、経済活性化や成長促進に願ってもない“政策ミックス”だと歓迎されています。



〈来年はどんな鐘が鳴り響く？〉
ウォール街のニューヨーク証券取引所

三つ目に、“政治（共和党の単独天下）”が追い風となり、トランプ大統領はトランポノミクスを効果的に推進できるとウォール街は踏んでいると言えます。つまり、トランプ大統領は、トランポノミクスをはじめ、主要政策を議会で通しやすくなり、オバマ民主党政権時代とは異なり、トランプの政策は予測可能性が高まって、金融ビジネスもやりやすくなるとの期待です。その他、トランプ氏の金融界との人脈の太さも、ウォール街には追い風とされています。

(2) 一方で懸念も

一方で、トランポノミクスに対しては、持続的な経済成長は期待できず、大型減税による財政赤字拡大で、“インフレ加速”と“長期金利上昇”を招くとの懸念

もささやかれています。

しかも、トランプ氏は保護主義的通商政策を掲げています。例えば、TPP（環太平洋経済連携協定）不参加、NAFTA（北米自由貿易協定）の再交渉ないしは脱退、中国を為替操作国に指定、中国などからの輸入品への高関税課税などを表明しています。こうした反自由貿易、反グローバル化政策が相次ぐと、メキシコへの生産活動を拡充してきた自動車業界や、中国でiPhoneを製造しているアップルをはじめ、多くの米国企業経営に影響が及ぶことは避けられません。

このように、トランポノミクスには“光と影”があり、トランプ大統領の政治は選挙と同様、“水物”と見なされています。その上で、ウォール街は、金融危機以来8年間、泣かず飛ばずで来たうっぷんを晴らし、金融ビジネスを活気付けるべく、目下トランポノミクスの“光”に賭けているようです。

5. 日米の経済や産業に与える影響

さて、日本にとって、米国は重要な投資先であり、また貿易相手国です。日本の直接投資に占める米国の割合は、対内外ともに全体の約3割を占めています。また、日本の貿易においても、米国の位置付けは高く、特に輸出では全体の2割と、最大の相手国となっています。

米国に進出する日系企業への影響としては、次の四つが考えられると思います。一つ目は、“為替による影響”です。現在はドル高で進行していますが、トランプ新政権発足以降は、先行き不透明感から、短期的にはドル安圧力が強まるとの見方もあります。仮にドル安となった場合、対米輸出においてはマイナスの影響、対米投資には割安感が生じます。

次に、“中国拠点にもマイナスの影響”が出てきます。トランプ氏は、中国を「為替操作国」に指定する可能性を秘めていますので、反ダンピング関税が課されるようになった場合には、日系企業の中国拠点にもマイナスの影響をもたらします。

三つ目は、“TPP（環太平洋経済連携協定）の実現性が低下したことに伴う影響”です。すでに現時点でTPP発効の実現性は低いと言われていますが、自動車や繊維、建設業界などでは、想定されていた影響が実現しないことになります。例えば自動車業界ですが、日本から米国へ輸出を行う完成車や部品メーカーは、関税の削減や撤廃によって価格競争力が向上するというメリットを享受できなくなります。また、メキシコ

で現地生産を行う完成車メーカーも、サプライチェーンの選択肢が拡大する予定でしたが、その恩恵も受けられることができません。

最後の四つ目として、“政策転換による影響”が挙げられます。建設や建材業界は、大規模なインフラ投資が実施されることで公共投資が増加し、米国での需要が拡大することにより米国での事業拡大を狙う日系建設会社や建材メーカーなどにはプラスの影響が見込まれます。しかし一方で、自動車業界では、NAFTA（北米自由貿易協定）の見直しにより、もし関税率が

上昇した場合、メキシコへの進出や投資意欲が減退し、完成車メーカーにおいても調達コストが上昇するなど、悪影響を及ぼすことが想定されます。特にこのNAFTA見直しは、米国とメキシコとの貿易に関税が課せられる可能性があります（参考までに、メキシコの自動車輸出の80%以上が北米向けです）。

このように、特朗普氏は大型減税を打ち出しており、実現すれば全産業へプラスの影響が期待されますが、一方で、各産業へ与える影響も一長一短だといえます。

【米国における各産業への影響（一部）】

分野	トランプ次期大統領が打ち出す政策	影響を受ける主な産業	影響	影響の内容
通商	○TPP（環太平洋経済連携協定）への不参加 ○NAFTA（北米自由貿易協定）の再交渉ないし脱退	自動車 農業	マイナス	・自動車生産がメキシコから米国に回帰する。 ・日本などTPP参加国の市場開放が遅れる。
移民	○移民への規制強化	自動車	マイナス	・高い技術やスキルを有するエンジニア（移民）の受入に制限が生じる。
雇用	○連邦最低賃金の引き上げ	小売・外食	マイナス	・賃金の引き上げにより人件費が増加する。
税制	○法人税率の引き下げ	全産業	プラス	・法人税引き下げにより税負担が軽減される。
インフラ	○インフラ投資規模の拡大	建設 機械	プラス	・公共投資の増加により、建設需要が増加する。 ・建設需要が増加することにより、機械需要も増加する。

6. おわりに

一票を使って、既成社会に“No!”を突き付けたトランプ支持者。そして、今後それに応えていくべきトランプ大統領。未来の新しい何かを大いに期待し、たとえそれが常に素晴らしいものとは限らないとしても、飽和状態で閉塞し、内側からはどうすることもできないこの米国社会を、外側から壊す必要があったんだ — 大統領選挙が終わって、ひとまず一息ついた今、

私の周囲の声は少しづつではありますが、変化しているように感じています。

最後に、米国に駐在する立場として、そして一人の日本人として、今回の“米大統領選挙”という大きな節目を目の当たりにしたこと、これからも愛媛で活躍される皆さまに、多方面から多くの情報を発信していく責務があると考えていますので、どうぞ引き続きよろしくお願いします。



（“今年の人”にもなれるか!?）
2016年12月19日号「TIME」誌表紙を飾る
“2016年の人”に選ばれたトランプ“the Divided States of America”大統領

会員紹介

日本通運株式会社 松山支店



北川 和男
松山支店長

1. 概要

所 在 地：【本 社】

東京都港区東新橋 1-9-3

【松山支店】

松山市大手町二丁目26番3

設 立：1937（昭和12）年10月1日

事 業 内 容：貨物自動車運送事業、利用航空運送事業、船舶利用運送事業、内航海運業、鉄道利用運送事業、倉庫業、警備業、重量物の運搬・仮設・設置およびこれに付随する事業、建設業、旅行業、通関業 ほか

松山支店長：北川 和男

従業員数：32,094人（全国）【2016年3月31日現在】



日本通運株式会社松山支店（JR松山駅横）

2. 沿革

- ・1937年 日本通運株式会社を創設
- ・1957年 国際航空貨物混載業務を開始
- ・1958年 ニューヨーク初代駐在員を派遣
- ・1962年 米国日通を設立
- ・1973年 シンガポール日通を設立
- ・1977年 オランダ日通を設立
- ・1979年 香港日通を設立
- ・1981年 英国日通、ドイツ日通を設立
- ・1994年 上海日通を設立
- ・2006年 サンクト・ペテルブルク日通を設立
- ・2007年 インド日通を設立
- ・2012年 シンガポールに南アジア・オセアニア日通を設立

- ・2013年 カンボジア日通を設立
- ・2014年 ベトナム日通エンジニアリングを設立
ミャンマー日通を設立
- ・2015年 日通ロジスティクスミャンマーを設立
- ・2016年 シンガポールにNEXグローバルエンジニアリングを設立

2. 国際関連業務内容（松山支店）

当松山支店は三津浜事業所を中心として国際海上輸送サービスを行っております。

(1) コンテナ航路代理店業務

興亜海運（Heung-A Shipping）、高麗海運（KMTC）、OOCL（Orient Overseas Container Line）他の船会社運行代理店業務を行い、松山港発全世界に向けての輸出入業務を行っております。もちろん他の船会社を利用しての海上利用運送もお引き受けできます。



松山港コンテナヤードとガントリークレーン

(2) 通関業務

当支店はAEO（Authorized Economic Operator）認定業者（物流のサプライチェーンにおいて安全基準を守っているとして税関当局等が認定）として、迅速、丁寧な輸出入通関を行っております。

(3) 保管拠点

松山港コンテナターミナルから半径3km以内に保税地域・倉庫を構えております。

- A. アイロット（総合保税地域）
- B. 海運倉庫（保税蔵置場）
- C. 大可賀倉庫（保税蔵置場）
- D. 3号倉庫（大量蔵置貨物用に用意。保税地域ではありません。）

保管拠点紹介(位置図)



松山市内の保税拠点位置図



アイロット（総合保税地域）内の保税倉庫

4. 今後の展開

- 私たち日本通運グループは、
- 創業以来、ものを運ぶことを通して、人、企業、地域を結び、社会の発展を支えてきました。
- この変わらぬ使命を果たすため、社会の変化をとらえ、自らを進化させ続けます。
- 安全に徹し、環境に配慮し、世界の舞台にすべての力を結集して、物流から新たな価値を創造することに挑戦していきます。
- いつの時代にも、社会から求められ、信頼されることを誇りに行動します。



日本通運 NIPPON EXPRESS With Your Life

(4) 海外拠点

世界42カ国 260都市 611拠点

(海外子会社：18社、海外孫会社：86社、海外関連会社：11社、海外駐在員事務所4カ所、海外従業員総数：20,662人) 【2016年3月31日現在】

松山支店から上記のすべての拠点に現地情報を直接問合せすることができます。

3. WORLDWIDE SERVICES

グローバル・フォワーディング力と各国の現地戦力(42カ国／257都市)の活用により、日々膨大な国際業務を取り扱っております。海上輸送では「アロー・インターナショナル」を基幹商品として、お客様のニーズに合致した様々な輸送を提供しております。一方、特徴あるサービスは個別名称を付し、皆様に御案内しています。

【アロー・インターナショナル】

小口貨物から海上コンテナ単位、設備輸送等の大型案件まで、多種多様なお客様ニーズに合った輸送を提案できます。

また、松山支店においては、古くは三津浜において齐明天皇の新羅討伐のため、九州に向かう途中、従っていた額田王が「熟田津に船乗りせむと月待てば潮もかないぬ今はこぎいでな」と詠われたように船出の拠点となっています。今後もさまざまな提案をお客様に新しい船出となるように邁進していきます。



額田王歌碑（三津浜）

海外ビジネス

中国消費市場について

株式会社伊予銀行 上海駐在員事務所
所長 栗原 隆

1. 11月11日

11月11日は中国の「独身の日」です。もともとの由来は婚活が厳しくなりはじめた1990年代以降、独身者を励ますため「1 = 独身者」が4つ並ぶ同日を独身者の記念日としたことにあるようです。当初の趣旨は「交際相手が居ない人が集まりお互いを慰めあう日にしよう」というものでしたが、2009年にインターネット通販最大手のアリババが「独り身で時間がある非リア充^(注)の皆様、折角なので買い物を楽しんでください」という戦略を展開したこと、現在はネット通販各社による大規模バーゲンセールデーとなっています。この日は外国製品も含めた各社の高価格帯商品も大幅値下げで販売され、また目玉商品も頻繁に更新されることから仕事そっちのけで買い物サイトを逐次チェックするという人も多く、労働生産性が著しく低下する日でもあります。

私も当地では高額のユニクロ（日本の1.5倍程度）製品入手するため、当日の朝に購入を試みたところ殆ど売り切れであり結局なにも買えずじまいでした。買い物好きの知り合いによると彼は10日の深夜からパソコン前に待機し、11になると同時に購入を開始したにもかかわらず5分後に決済画面に移った際には、その殆どが在庫なし、となっていました、とのこと。報道によると0時3分の時点で既に売上げは1億元（約16億円）を超え、最終的にはアリババだけで1日の売上げが1,207億元（約2兆円）に達したようで、改めて中国におけるネット市場における購買力の凄まじさを見せ付けられた思いがしました。



11/11（独身の日）のサイト写真

2. 中国人は金持ちなのか？

これほどの旺盛な購買意欲を有する中国人、その資力はどこから出てきているのでしょうか？

給与水準の高い上海においても新卒の初任給は5,000元程度（約8万円）に過ぎません。であるにもかかわらず、1日だけで2兆円を売上げ、長期休暇時における海外旅行も一般的となり、更には安くはない日本料理店で普通のOLがランチを楽しむ、という状況は不思議でなりませんが、これまでの見聞を総合すると次のような背景に支えられているものと思われます。

(1) 不動産収入

上海をはじめとした都市部においては、一般人であっても高額不動産を有している方はさほど珍しくありません。分配制度の時代に国家から住宅使用権を与えられた都市住民は、経済発展に伴い都市開発が激化し立ち退きを迫られる一方で巨額の補償金を取得した人が多数存在しています。彼らはその資金で新たに住宅を購入、それがまた収用にあい更に補償金を…、といった好循環を享受できたことで、市内に複数の不動産を有する資産家となりました。そのため資産だけでなく、毎月一定の家賃収入も得ることができ経済的に余裕がある、という要因があるようです。

(2) サイフが多い

一人っ子政策により成人後も生活面・経済面で親に依存している若年層が多いことや、共働きが一般的であることから自由になる資金が多く、給与=小遣い、となり消費に回せる資金が多いという側面もあります。また、一部においては給与以外の収入（アルバイト

ト・賄賂?)を得ている人もいるようなので、所得水準は公表されている数字以上にあると考えたほうが良いかもしれません。

(3) カネを使うことに抵抗がない

上記のような資産や頼れる親がいない層であっても消費意欲は旺盛です。先般、ある日系企業に勤める中国人の方（地方出身で資産なし）にその資金の出所を聞いてみたところ、「クレジットカード」との回答でした（彼だけではなく周囲の人も似たようなものだ、とのこと）。

中国人の貯蓄率（GDPに対する総貯蓄額の比率）は高い（2015年で47%）ものの若年層においては限定的でしょうし、また政策的に賃金の引き上げは継続されてはいるものの、高額消費をカバーするほどのものではないことから彼らの支出能力はさほど高いとは思われません。彼も将来に対する不安がないわけではないようでしたが、それ以上に使いたいものにお金を使う方が重要、という考え方のようでした。ということは、中国の消費能力は必ずしも実態に裏づけされたものではなく、案外と危うい面も有しているのでは、という気もします。

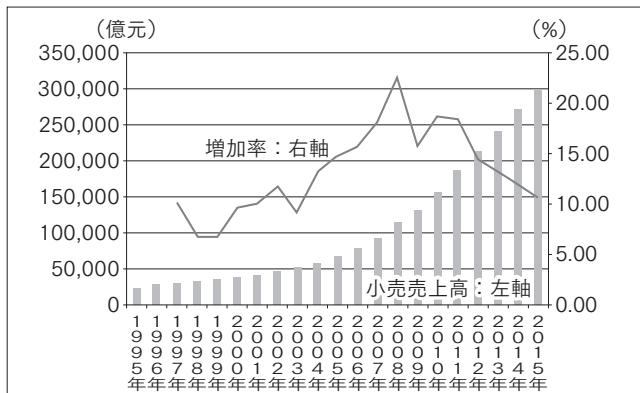


混雑する日系人気店舗

3. 消費の内容の変化

このような若干の不安はあるものの、中国の個人消費は減速傾向が喧伝される中国経済において依然として力強さを維持しており、以下のとおり小売売上高は毎年10%以上の成長を続けています（因みに増加率は下落していますが分母が増大しているため「減速」という表現は当てはまらないと考えます。）。

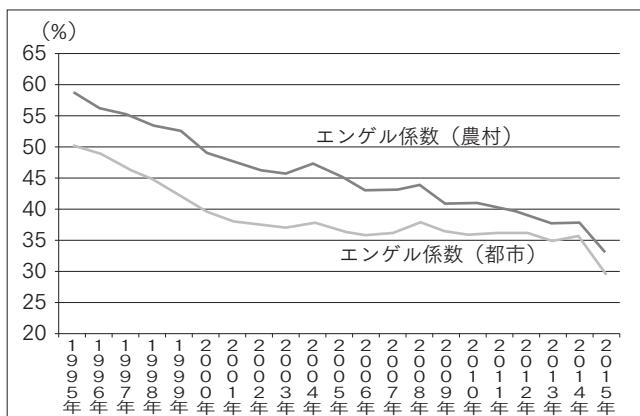
(グラフ1) 中国小売売上高と増加率の推移



(出典：中国国家統計局)

消費の内容にも変化が見られます。かつての中国における個人消費の中心は生活必需品関連でしたが、個人の収入が大幅に上昇するのに伴い生活水準が向上し、エンゲル係数は90年代の50%程度から2015年には都市部において29.7%と、国連の定める先進国の基準（30%）にまで至っています。

(グラフ2) 個人消費に占める食品支出総額の割合



(出典：中国国家統計局など)

また、家計の可処分所得が2015年は前年比で8.2%増加していますが、日用品関連支出の伸びは前年比0.8%増、衣服などの消費品への支出の占める割合も2005年の55%程度から2015年には48%まで下落、と生活関連費用の伸びは鈍化しており、支出の方向が生活必需関連ではない方向に向かっていることを示しています。

その一方で医療・教育・娯楽・旅行などのサービス消費に対する支出は2005年の45%から52%まで上昇しており、中国人の消費構造は生活中心から娯楽中心に移行しつつあることが見て取れます。



繁盛する日系温泉施設

このような消費性向だけでなく、小売現場における消費の質も以前とは様変わりしています。一昔前の中国の小売店舗市場は高級品か低価格か、という両極端の市場により構成されており、また販売スタイルも「モノを売るだけ」という店舗が殆どという状況でした。現在においても低価格の店（いわゆる市場）は依然として一般庶民には必要不可欠な存在であることから、従来同様に存在価値が認められますが、高級店舗は軒並み不振の模様です。実際、高級百貨店などを訪れてみても高級ブランド店が並んでいるだけのところには殆ど客が入っているように見受けられません。そのような状況でも百貨店業界全体における販売総額は伸びてはいるようですが、賃料をはじめとした諸経費の上昇により利益は大幅に減少している先が多く、昨年度には上海繁華街の老舗店舗も閉鎖に追い込まれてしましました。



巨大な高級百貨店

その一方で自由度・体験度が高いショッピングモールは概ね活況を呈しています。これら店舗では施設内に親子で楽しめる遊び場や、ゆったりとくつろげる空間を構築することにより、消費者の滞在時間を延ばし満足度を向上させるべく取り組んでおり、また商品に

ついで多様なブランドと提携しリーズナブルなものを提供する、といった差別化を図ることにより、顧客目線を重視した店舗作りを進めています。これらの状況から鑑みると、中国も日本同様に小売店業界の再編が進んでいくことが予想されます。

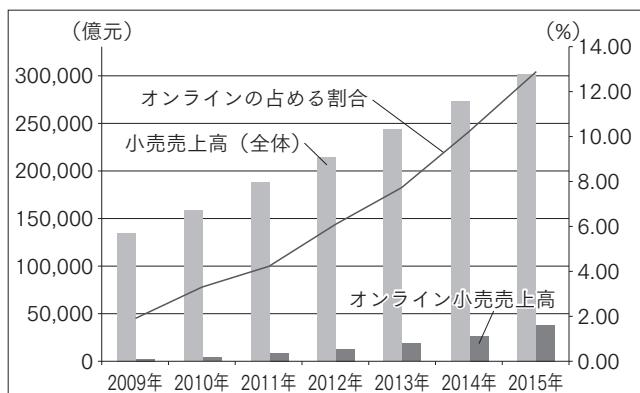
4. インターネット小売市場

前述のとおり小売店舗も頑張ってはいますが、その利便性から今後も小売市場はネットが牽引していく状況に変化はないものと思われます。

(1) ネット小売の規模と拡大の背景

ネットにおける売上高は急拡大を続けており、2016年には5兆元（約80兆円）を超えることは確実と言われています（日本の6倍程度の規模）。中国ネットユーザー6億人超の7割はネット通販を利用していることから、小売全体に占める割合も急増しており2014年には10%を超えました（米国6%、日本4%程度）。そのニーズを取り込むべく販売サイドも増加を続けており、ネット店舗は8万店以上、うち売上規模が1億元（約16億円）以上の店舗が5千店超、と世界でも突出した存在感を示しています。

（グラフ3）オンライン小売売上高が全体に占める割合



（出典：中国電子商務研究中心）

このようにここ数年で中国におけるネット市場が発展した要因は「物流体制の整備」と「電子決済サービスの普及」にあります。

そもそも中国は広すぎるため、数年前まではネットとは言えど中国各地に共通のサービスを提供することは困難でしたが、高速道路などのインフラが整備され、また物流業者において倉庫の拡張やビッグデータの活用による配達体制が急ピッチで整備されたことに

より消費者ニーズに迅速に対応できる体制が構築されつつあります。その結果、かつては地方都市において商品が届くまで1週間かかっていたところが、最近では早ければその日の夕方に届くケースもあるとのこと。また、当地の電子決済サービスは日本を凌ぐほど普及しており、銀行を通さず手数料もかからずに決済できることから、商品購入のハードルが低く、消費者にとって容易に買い物ができる環境が整っていると言えます。

(2) 販売者側にとっての利便性

消費者サイドだけではなく販売者サイドにおいても、ネット小売は従来にない中国ビジネスの可能性を広げているように感じられます。中国の小売市場は規模が大きいとはいえ、数多くの競争相手・日本とは異なる商習慣・日中の趣味嗜好の相違等、日系企業にとって障壁も多く、参入しても成果を得ることは容易ではありません。成功のためには粘り強く当地の展示会等に出展し、信頼できる代理店等との関係を構築する、といった不断の努力が必要になりますが、利益が出るかどうか先行きも見えないものに対し、継続的に経費をかけ続けることができる企業は一握りと思われます。

そのような中、ネットを活用することで売上を伸ばしている日系企業も存在しています。同社は従来、店頭での試食キャンペーン等を通じ、中国内で販促活動に取り組んでいましたが、買ってくれるのは同社製品の利用方法がわかる（中国になじみのない食品であるため）日本人駐在員や一部の親日家に限られ、経費ばかりがかさみ、目立った売上を上げることもできない状況となっていました。そこで店頭販売に見切りをつけ、交流のある仲介業者を通じてネット販売を開始したところ、目に見て売上が増加するようになったとのことです。同社総経理によると、ネットの場合、販売に際して大きな足かせとなっていた商品説明が画面でわかりやすく説明できる点が大きい、とのこと。また、ネットならではの利点として、他社製品画面に相乗効果のある自社製品が表示される仕様であることから、当初は自社製品に興味がない層であっても購入してもらえる機会が増加する、店頭ではカバーできない遠隔地の顧客も購入してくれる、といった点もあげて

おられました。店頭販売に割く人員も不要となることから、同社にとってネット販売は労少なく功多し、という結果につながっているようです。

(3) これからの市場参入の可能性

とはいものの上記の成功事例も当地において信頼できる仲介業者との関係が構築できていたからこそ成し得たものであり、当地に地盤のない新規参入企業にとってハードルが高いことは否めません。そのような中、注目されているのが越境ECです。爆買いにより日本のモノは良い、という認識は中国において更に広がっています。また、中国人は日本人以上に中国製品を信用していないため、多少高くても下手な中国製品をつかまされるよりは、若干割高でも日本製品を越境ECで購入したほうが良い、と考える傾向にあるようです。越境ECの税制が改悪される動きも出ていましたが、悪影響が大きいことから延期される見通しであり、中国政府としても前向きに取り組む姿勢を見せ始めています。

ただ、肝心な日本企業側に中国市場を開拓しようという意識が若干乏しくなっているのではないか、という点が気になるところです。政治的・経済的な不安を過度に意識しそぎており、「中国」と聞いただけで「不景気だから」とシャットアウトしてしまっているように思われます。

日本での商機が限定されている現状において、業容拡大を志向するのであれば、特に小売業界においては中国をスルーするという選択肢はもったいないことです。越境ECの一般化等により、以前と比べ中国市場への進出の壁も低くなっています。伊予銀行では進出の足がかりとしての各種商談会サポートをはじめ、仲介業者の紹介等も積極的に行ってまいりますので、ご興味のある方はお気軽にご相談ください。

(注)【当協会注記】

非リア充：恋愛や仕事などの現実生活（リアル生活）が充実していない人間のこと。または、非リアル生活が充実している人間のこと。

（インターネット：ニコニコ大百科より）

平成28年度国際ビジネス支援講座の実施報告

愛媛県産業貿易振興協会

『産貿協』では、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、平成28年度『国際ビジネス支援講座』を開催しました。

この講座は、海外との事業活動がさらに活発化、多様化しているなか、県内企業が国際ビジネスを展開していくうえで必要な海外事業担当者の育成を目的としています。

特定テーマでは、インターネットを活用した海外販路開拓術として「誰でもできる英文ウェブサイト作成・活用講座」を設定しました。経営者コースにおきましては、経済連携協定の概要と活用術についての講座を設けるとともに、例年ご好評をいただいている輸出実例報告や海外進出実例報告に加え、各機関からの海外事業支援についても充実を図ってまいりました。

おかげさまで貿易実務の初心者や海外事業部門の実務担当者から管理者・経営者の方々に幅広くご参加いただき、より充実した講座を開催することができました。

以下、本講座の実施状況について、ご報告します。

1. 開催講座の内容

講座は、貿易取引の〈基礎〉コース、〈輸出入実務者〉コース、特定テーマとして〈誰でもできる英文ウェブサイト作成・活用講座〉コース、および海外取引〈経営者〉コースの4コースで構成いたしました。

I. 貿易取引〈基礎〉コース

開催日時	平成28年11月2日(水) 9:30~17:00
講座内容	第1講座 貿易取引の仕組と基礎知識 第2講座 取引申込みから契約締結 第3講座 決済と金融 第4講座 輸送と通関
講 師	(株)グローバル・ビズ・ゲート 代表取締役 池田 隆行氏

主に初心者を対象とした貿易取引〈基礎〉コースは、株式会社グローバル・ビズ・ゲート代表取締役池田隆行氏に講師をお願いしました。

朝9:30から夕方17:00まで、貿易に関する基礎用語から仕組み、各種規制や貿易制度、貿易に関する費用、輸送、通関、決済、金融に至るまで、貿易を行っていくうえで必要な基礎知識全般にわたって、具体的で分かりやすいご説明がありました。

一日コースの長丁場ではありましたが、貿易取引の初心者の方から実務担当者および管理・経営者に至る多

くの方々がご参加され、貿易取引の基礎知識や実務面での理解が一層深まったとのご好評をいただきました。



〈基礎〉コースの講座風景

II. 貿易取引〈輸出入実務者〉コース

開催日時	平成28年11月16日(水) 13:30~16:40
講座内容	第1講座 取引先開拓と各種規制への対応 第2講座 取引成約に向けた取組み
講 師	愛媛エフ・エー・ゼット(株) アイロット事業部 課長 山本 恵資氏
開催日時	平成28年11月18日(金) 13:30~16:40
講座内容	第3講座 物流、通関手続き 第4講座 運送業者への委託と船積書類
講 師	日本通運(株) 松山支店 営業推進センター 通関士 高市 浩氏
開催日時	平成28年11月22日(火) 13:30~16:40
講座内容	第5講座 輸出入決済と貿易金融
講 師	(株)伊予銀行 国際部 池内 克氏
講座内容	第6講座 輸入信用状開設と輸出信用状接受
講 師	(株)愛媛銀行 国際部 主任 三浦 泰樹氏

貿易取引〈輸出入実務者〉コースは、実際に貿易実務を担当しておられる方やこれから担当される方が中心に受講されました。講師の方も地元企業等で貿易業務や通関業務に携わっていますので、一般的な実務レベルの説明にとどまらず、輸送・通関手続きの実態やトラブル事例の解説など、より実践的で興味深い内容でした。

今回の各講座内容は、以下のとおりです。

第1、第2講座は、実際に国際物流ターミナルの管理運営等、地元の地域商社事業を担当しておられる講師から、海外の取引先開拓と各種規制への対応、取引交渉に際しての留意点等、取引制約に向けた取組みについての解りやすい説明がありました。



〈輸出入実務者〉コースの講座風景

第3、第4講座では、通関士の方を講師に迎え、物流面からの視点で、実務担当者でも比較的知識の薄いコンテナの種類、梱包方法、通関手続きとその留意点について説明がありました。また、運送業者への委託と連携、船積書類の具体例解説、輸出・入通関時のトラブル事例とクレーム処理等、具体的で興味深いお話をいただきました。

第5、第6講座におきましては、地元金融機関で貿易業務に携わっておられる方から、貿易代金の決済方法と仕組み、貿易関連金融の種類、為替相場変動要因および輸入信用状開設や輸出信用状接受の際の実務や留意点について具体的な事例に基づいて解説いただきました。

III. 貿易取引〈誰でもできる英文ウェブサイト作成・活用講座〉コース

開催日時	平成28年11月28日(月) 9:30~17:30
講座内容	第1講座 ウェブサイトの構築とメンテナンス 第2講座 インターネット通販の実践的な対応
講 師	グローバル・ビジネスマッチング・アドバイザー GBM&A 山本 雅暁氏

貿易取引〈誰でもできる英文ウェブサイト作成・活用講座〉コースは、経営コンサルタントとして、マーケティングリサーチや経営戦略等のアドバイスを専門とされている、GBM&Aの山本雅暁氏に、インターネットを活用した海外販路開拓術、インターネット通販の実践的対応という二部構成によりご講義いただきました。

中小企業が海外事業を展開する時の課題から、海外向けネット通販の仕組み、ウェブサイト構築のポイント、SEO対策を含むメンテナンスのワークショップ作業実習など、実践的で分かりやすい説明でした。また、講座終了後におきまして、ご希望の方に個別相談の時間をお持ちいただきました。

IV. 海外取引〈経営者〉コース

開催日時	平成28年12月7日(水) 13:00~17:00
講座内容	第1講座 経済連携協定の概要と活用術
講 師	日本貿易振興機構(ジェトロ) 国際経済課 課長代理 米山 洋氏
講座内容	第2講座 輸出実例報告
講 師	愛媛県地域貿易振興協議会 貿易アドバイザー 塩田 靖浩氏
講座内容	第3講座 海外進出実例報告
講 師	(株)アテックス 執行役員 貿易部長 加藤 正和氏
講座内容	第4講座 各種機関の海外事業支援
講 師	・日本貿易振興機構(ジェトロ愛媛) ・国際協力機構(JICA四国) ・日本政策金融公庫 ・中小基盤整備機構 ・愛媛県発明協会、えひめ産業振興財団

海外取引〈経営者〉コースは、経営者や管理者を対象にしておりますが、今回は円卓形式の会場設置とし、各企業間および海外事業支援機関との間で活発な情報交換がおこなわれました。米国次期大統領トランプ氏の発言により、環太平洋経済連携協定(TPP)の発効に不透明感が残るなか、ジェトロ国際経済課 米山洋氏より「経済連携協定の概要と活用術」という時を得たテーマでのお話があり、また各講師の方から実体験に基づいた輸出実例報告および海外進出実例報告等、中小企業の海外戦略(販路開拓、生産拠点設立等)に関しまして貴重なお話をいただきました。内容は以下のとおりです。



〈経営者〉コースの海外進出実例報告講座風景

第1講座は、ジェトロ国際経済課 米山氏による経済連携協定の概要と活用術に関しては、世界と日本のFTA、企業のFTA利用状況、および実践的なFTAやEPAの活用方法について講義がありました。

第2、3講座では、愛媛県地域貿易振興協議会貿易アドバイザー 塩田靖浩氏による、農林水産物の輸出取引を中心に輸出の実務と商談の留意点から輸出成功者の傾向について。また、(株)アテックス執行役員 加藤正和氏より、海外進出のきっかけ、進出先選出方法、

進出時の留意点について、当社が中国に進出した時に体験された貴重なお話がありました。

第4講座におきましては、各機関から順次、海外事業支援についてのご説明がありました。

ジェトロ愛媛、JICA四国、日本政策金融公庫、中小基盤整備機構から海外展開支援サービスの内容や新輸出大国コンソーシアム等についての説明がありました。また、今回より新たに愛媛県発明協会、えひめ産業振興財団にご参加いただき、それぞれ発明協会＆知財総合支援窓口活用のご案内、および中小企業等外国出願支援事業についてご説明いただきました。

2. 受講者の状況

本講座にご出席いただきました受講者の方々。

	基礎コース	輸出入実務者コース	ウェブサイト作成・活用コース	経営者コース
受講申込者数	20名	18名	16名	14名
うち男性	14名	11名	9名	11名
うち女性	6名	7名	7名	3名
出席者数(注1)	19名	16名	13名	9名
出席率(注2)	95.0%	88.9%	81.3%	64.3%

(注1)〈輸出入実務者〉コースは3コースの平均出席者数

(注2)「出席者数」÷「受講申込者数」

4コース全体で68名（延べ105名）の受講申込みがありましたが、当日になって参加できない人もあり、最終的には57名（出席率は約84%）の方にご出席いただきました。

貿易取引の初心者向けである〈基礎〉コースは、欠席者1名を除き19名の方が受講されました。〈輸出入実務者〉コースは、前回より若干減少しておりますが、このコースは、講座を3日間に分けて行いましたことから、皆様の仕事のご都合もあり、残念ながら2名の方が欠席されていました。

特定テーマの〈誰でもできる英文ウェブサイト作成・活用講座〉コースでは、東南アジアを中心とする新興国市場は日本や欧米と同じようにインターネットの普及と利用が急速に進んできており、今後ウェブサイトの作成・活用を計画されている13名の方が真剣に聴講されていました。

最後に、〈経営者〉コースにつきましては、専門家による時を得た経済連携協定の概要と活用術についての講義や、地元企業の経営者や管理者の方からは具体的な体験に基づいた輸出・海外進出実例報告があり、いずれも好評でした。今回は14名の方からお申込みいただきましたが、仕事上でのやむを得ぬ欠席もあり、9名の方にご出席いただきました。今回は、経営者の方々との情報交換の場として、円卓形式での会場設置としましたが、今後も、講座テーマや運営方法などについて充実を図り、より多くの方にご出席いただける内容

にしていきたいと考えております。

3. 受講者のご感想、ご意見

各コースの終了時に、受講者の方にアンケート調査へのご協力ををお願いし、率直なご意見やご感想をいただきました。主な結果は、以下のとおりです。

(1) 総合的評価

	基礎コース	輸出入実務者コース	ウェブサイト作成・活用コース	経営者コース
大変良い	5名	13名	8名	3名
まあ良い	8名	14名	1名	2名
普通	2名	6名	0名	2名
あまり良くない	0名	1名	0名	0名
良くない	0名	1名	0名	0名
計	15名	35名	9名	7名

(注)〈輸出入実務者〉コースは、3日間の各講座の合計。

(2) 受講目的

	基礎コース	輸出入実務者コース	ウェブサイト作成・活用コース	経営者コース
現在、業務に必要	3名	8名	3名	2名
今後、業務に必要	7名	17名	4名	4名
一般的な知識として	4名	3名	2名	0名
計	14名	28名	9名	6名

(注)〈輸出入実務者〉コースは、3日間の各講座の合計。

(3) 講義内容や運営に関するご感想、ご意見

- ・具体例で理解しやすかった、用語が理解できた
- ・輸出・入の両面から解説があり理解しやすかった
- ・初心者にとって分かりやすい流れだった
- ・実際に使用している書類で実践的だった
- ・各種支援機関など公的機関の活用方法が理解できた
- ・専門的な言葉が解らず、難しそう
- ・少し詰め込みすぎで、余裕がほしい
- ・添付資料の字が小さい

(4) 今後の講座で希望するジャンルやテーマ

- ・ASEAN諸国の輸入規制・通関業務に関する情報
- ・インドネシア等のムスリム市場について
- ・中国・台湾の医療関連情報について
- ・欧州の貿易全般、商習慣について
- ・アラログ（皮付きラタン）を利用した商品開発について

ご参加いただいた皆様の、ご感想やご意見を次回以降の講座実施の課題として、さらに改善を図って参りますので、今後とも本講座の活用をよろしくお願ひいたします。

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