

NIIGATA GLOBAL BUSINESS

にいがた グローバル・ビジネス

2001・11・30

特集 2001新潟フェア 韓国で開催



C O N T E N T S

特集：2001新潟フェア2～8	海外通信員レポート19～20
ソウル事務所発9	マレーシア、オランダ
ソウル事務所現地スタッフ雑談「タクシー 三振アウト制」、主な活動	海外通信員アドバイス制度の利用実例21
大連経済事務所発10～18	アメリカ工具に関する質問
中国各地の投資環境（营口）、中国現地企業紹介、第90回広州交易会、大連こぼれ話、2001年秋季全国五金商品交易会、現代中国キーワード「考票」	国際展開支援事業レポート22～23
	中国市場調査

特集：2001新潟フェア 韓国で開催

新潟県及び新潟県産業貿易振興協会の主催で、10月19日～28日の10日間、ソウル市江南区狎鷗亭洞のギャラリーデパートにおいて「2001新潟フェア」が開催された。この催しは、昨年6月に同じデパートで実施された「ソウル・新潟フェア（新潟県物産展）」に引き続き行われたもので、新潟県の物産の展示販売をはじめ和太鼓・ポップスなどの芸能公演、写真展・観光展示などの新潟県PRにより来年のワールドカップサッカー開催地である新潟県の多様な側面を韓国の人々にアピールした。

19日午前11時30分に県代表の今井副知事、(株)韓火流通の金正社長、日本大使館の寺田特命全権大使などが開会式とテープカットに参加し、和太鼓の響きとともにフェアが華やかにスタートした。

物産の展示販売では、新潟の食品・ハウスウェア・高級洋食器・作業工具などを展示販売した。食品は、昨年好調だった笹団子・そば・うどん・米菓に加え、要望が強かった日本酒を販売アイテムに入れ、売上増を図った。定番の味噌・醤油もコンスタントに売れた。さらに、やきそば・鯛焼き・甘酒・ぜんざいなど日本のファストフードを実演販売し、好評を博した。伝統工芸品の村上堆朱や佐渡の竹細工なども客の目を引いた。

ハウスウェア等は、昨年同様キッチン用品・テーブル用品が堅実な売れ行きを示したが、今年は特に5階に企画展示ブースを設置しIDS財団のデザイン性に優れた高品質の洋食器や生活用品を展示販売した。ギャラリーデパートの客層に合ったハイクラスの品揃えに、入場客やデパート関係者からも賞賛の声がかけられる企画となった。また、昨年は展示がメインだった工具についても、家庭用工具を取り揃えて販売し、来場客の好評を得た。

今回の参加企業には、単に自社製品をソウルで売るだけでなく、今後ソウルの業者と継続的な取引をすることを狙いとしているところもあり、期間中5～6件の現地業者との面談があったことは、これからの販売ルートの拡大に期待を抱かせるものである。

芸能公演は、伝統の中にも創意と新しさを感じさせる新潟和太鼓研究会と新潟で新進気鋭のポップスシンガー・高岡奈央を招き、ソウルの人々に新潟の持つパワーを伝えることができた。

このフェアもすでに2回目を終え、ソウルの日本人社会から一定の認知を受けるものとなったが、いまだに日本の自治体でこれほどのフェアを単独開催しているところがないことから、ほかの自治体関係者から問合せが相次ぐ先進事例となっている。

(新潟県ソウル事務所長 田中 徹)



オープニングセレモニーでのテープカット



観光ブースの展示

会場が百貨店なので、来場者の多くを占める女性の方をターゲットとした、浴衣の着付け・ポラロイド写真の撮影サービスが盛況であった。

新潟の見どころ紹介

～観光ブースでは浴衣の着付けが大人気

凧、陶芸、鎚起銅器などの伝統工芸品紹介、着物の展示、温泉情緒を味わわせる仕掛け、美しい風景の写真の展示、スキー王国新潟の紹介、W杯の開催地など、魅力いっぱい、2001新潟フェアの観光ブース。訪れた韓国の方には、新潟の魅力を感じていただけたのではと思う。



2001新潟フェアの概要

1. 目的

新潟県の物産のPRと販売

新潟県の物産の継続的な販売ルートの構築と韓国との経済交流の拡大

観光・文化・ワールドカップなど新潟県全般の紹介と観光客誘致

2. 開催時期：2001年10月19日～28日（10日間）

3. 会場：ギャラリアデパート狎鷗亭店（正面広場・地下食品売場・5階売場）

4. 主催：新潟県・新潟県産業貿易振興協会

5. 後援

日本関係：在大韓民国日本国大使館、日本貿易振興会ソウルセンター、日本国際観光振興会ソウル観光宣伝事務所、日本自治体国際化協会ソウル事務所、日本商工会議所ソウル事務所

韓国関係：韓日経済協会、韓日親善協会、ソウル商工会議所、大韓貿易投資振興公社、韓国観光公社、ソウル特別市江南区庁

6. 内容

テーブルカット参加者

日本側：今井康容新潟県副知事、寺田輝介日本国特命全権大使、大久保孝(株)ダイヤモンドコンサルティング社長

韓国側：金正(株)韓火流通社長、権文勇ソウル市江南区庁長、張忠良ソウル市江南区婦人会長、咸泰泳ギャラリア狎鷗亭店長、崔榮玉ミスコリア副会長

物産展示販売

・参加企業等・・・34企業・団体

食品等	山崎醸造(株)・マルタ味噌(株)・阿部幸製菓(株)・(株)港製菓・(株)小嶋屋・(株)新潟ふるさと村・ココス・竹越製作所
ハウスウェア	(協)燕物流センター〔(和平)フレイズ(株)・明道(株)・(株)ショウワメタル〕・相和工業(株)
作業工具	フェニックス・相伍工業(株)・相場産業(株)・トップ工業(株)
企画展	IDS財団〔ネオインターナショナル・本間工芸・富貴堂・イソダ・足立茂久商店・小池ろうそく店・(株)諏訪田製作所・作廣刃研製作所・(株)アイザワ・小千谷織物同業協同組合・(株)青芳製作所・小林工業(株)・山崎金属(株)・川村漆器店・三春・(協)ウッドワーク〕

・商品・展示品等・・・328アイテム

食品73アイテム、金属洋食器・ハウスフェア等191アイテム、工具64アイテム

・売上状況・・・79,968千ウォン（10月29日集計数値）〔1ウォン 0.097円〕

食品 48,117千ウォン

金属洋食器・ハウスフェア等 28,593千ウォン

工具 1,041千ウォン

IDS生活用品（企画展） 2,217千ウォン

合計 79,968千ウォン（昨年売上合計69,901千ウォン）

・商談等の状況・・・食品関係6件（ほかに現地コンサルタントとの面談など）

イベント

・芸能紹介・・・新潟和太鼓研究会の演奏、高岡奈央のポップスコンサート

・観光展示・・・新潟の風景写真展、着物展示、浴衣試着撮影、新潟紹介TV番組ビデオ上映、工具の展示、W杯輪投げイベント、民芸品展示



NIIGATA FAIR

出展者の声

越後十日町小嶋屋長岡川崎店店長 星野英幸

商売の原点を確認 - 創業50年の実績と韓国市場への挑戦

第2回目を迎えたソウルでの「新潟フェア」に当社としては2回目、担当としては初めてこのような海外での物産展に参加させていただきました。その中で感じたことをご報告させていただきます。

2回目の参加ということもあり、昨年の実績、お客様の反応、評価というものが今回はありましたので、準備の段階まではスムーズに行きました。しかし、いざ現地に到着し、驚かされたことは商品の搬入が新潟フェア開催前日の段階になってもまだ間に合っていなかったことです。それは検疫で引っかかっている商品が何点か発生しているということから生まれたものでした。当社におきましては大きな問題へとはなりませんでしたが、共に今回のイベントに参加された方の中には、フェア初日の営業もままならないような現状もあったようです。国が変わるだけで私たちの常識の違いがこれほど違うのかと驚かされ、不安がよぎりました。そんな中にありましても、田中所長を筆頭にソウル事務所の皆様、桐生副参事を筆頭にする国際経済課の皆様の深夜にまで及ぶ懸命なご尽力を頂き、一部商品は間に合いませんでしたが、何とか初日を迎えることができました。

深夜にまで及んだ商品陳列も終わり、ここからが本番です。いざオープンして、不安が的中してしまいました。それは、予想以上のそば、うどんの人気の無さでした。昨年の実績、反応、評価を持って今回は望んだと冒頭申し上げましたが、今回は初日からすべてが無となってしまいました。お恥ずかしいお話ですが、昨年の実績から少なからずの自信というものをもって韓国のお客様に当社のそば、うどんをご紹介しご購入いただいて、喜んで頂きたいという気持ちでこのイベントに望んだだけに正直戸惑いました。



そばの試食をすすめる星野さん

「通常の店舗営業の中では決して感じるこのできない」と言い切ってしまうと当社を過剰評価しているような誤解をまねきかねませんが決してそういった意味ではなく、当社もあと3年で創業50年を迎えます。その創業当時の苦労あつての今日があるのだということを考えさせられたということでもあります。私たちは商人であり、商品が売れなければ、お客様の反応が悪ければ、それを克服しお客様のニーズに答えて商品をお買い求め頂き、その商品でお客様に満足して頂かなければ商売として成り立ちません。ある程度お客様の信用を頂いている新潟県内での商売とは明らかに違うということでもあります。そういった商売の原点みたいなものを今回肌で感じる事ができただけでも私、個人としては大収穫といえます（実績を残さずしてこのようなコメントをしてしまいますと社長にお叱りを受けてしまいかねませんが...）

日ごろ店舗内でお客さまを「おもてなしの心」をもってお迎えし、接客することの多い私たちの仕事ではありますが、一歩外に出て、ましてや海外でのお客さまとのふれあいの中で、言葉の壁、文化の違い等での戸惑い、不安もありましたが、終わってしまえばすべてが新鮮で、すべてが自分自身の貴重な体験として今後何かしらの役に立つことと思います。

日韓共同開催のワールドカップまで1年を切りましたが、新潟県と韓国との友好的な橋渡し役として、また各社における韓国企業との継続的な取引と、今後につながるPRとして今後、3回、4回と新潟フェアが継続していくことを期待いたします。

期間中お世話になった皆様、誠にありがとうございました。この場をお借りして御礼申し上げます。また、長岡にお越しの際は当店にお立ち寄り頂けましたら幸いです。

出展者の声

財団法人新潟県生活文化創造産業振興協会 コーディネーター 芳賀 修一

質の高いライフスタイルの提案に韓国の人々の関心高く

今回の「2001新潟フェア」の中で行った「NIIGATA LIFE TOOL COLLECTION」は、私共財団法人新潟県生活文化創造産業振興協会（IDS財団）にとって初の海外でのアピールの機会となりました。これまで、国内でのイベントの経験はありましたが、今回のように言葉の壁があり、また、ライフスタイルも異なる地での実施ということで、まさに手探りの状態で準備がスタートしました。国内でのイベントの場合は、ターゲット（来場者）も明確にでき、きちんとしたマーケティングの元に商品セレクトが可能ですが、今回は、それが難しく、非常に少ない情報から、いわばイメージでの商品セレクトになりました。しかし、質の高い商品群を厳しい目でセレクトした結果、充実したものとすることができました。

今回は、一部を除いての販売という形になりましたが、大きい商品では間伐材を使ったテーブルとイス、テーブルウェアとして、カトラリー、ランチョンマット、村上の漆器、佐渡の陶器、ガラス器、銅製品や曲物など、県内広くから50数種類を持ち込み、エスカレータ脇のスペースにテーブルセッティングを、通路に販売商品をレイアウトイベントに望みました。

韓国では、このところテーブルウェアに関する興味が高いようで、特にテーブルセッティングした商品群について、お客様の反応、デパート側の反応共にすこぶる良く韓国の方々の現在のライフスタイルの傾向などをはじめとした沢山の情報も得ることができました。また、ギャラリアデパート側からは、今後につながるようなお話もいただき、大収穫だったと思います。

最後に、今回このようなチャンスを与えていただいた国際経済課、新潟県ソウル事務所、そのほか多くの方々に厚く御礼申し上げます。ありがとうございました。

次回は、今回の情報を踏まえた完璧なマーケティングを元に商品セレクトを行い、ソウルに乗り込みたいと思います。



販売してほしいという声が多かったテーブルセッティング

〔韓国事情 その1〕

韓国の食品検疫・通関の厳しさ実感

今回のフェアの運営面において、事務局を大いに悩ませた事柄に、韓国における食品検疫・通関の問題があった。

食品検疫の検査が厳しいことは昨年の報告からも承知していたが、今年は更に厳しくなっていた。特に今年から法令が変わったとのことで、原料として使っている大豆の遺伝子組み換えについての詳細な資料を要求された。また、荷物輸出後に日本で発生した「狂牛病」の影響もあり、牛肉や牛肉エキスに関する検査が非常に厳しくなっているとの印象を受けた。

また、荷物が韓国に到着後、申請書類の訂正、追加資料について毎日のように連絡を受けた。それも一括ではなく、要求された資料を準備した頃にまた新たな追加資料を要求されることから、作業効率が悪く出展企業の方々からは不満の声が続出した。現地の担当者との交渉も言葉の壁により不可能であった。

食品検疫に係る手数料やサンプルの抜き取りについても、頭痛の種となった。食品のみならず食器等も対象となり、しかも品目毎に検疫が行われることから、物産展のように小ロット、多品種で輸出する場合には出費が増え、その分が小売価格に転嫁される結果となってしまった。（国際経済課 桑原正広）

NIIGATA FAIR

出展者の声

阿部幸製菓(株)韓国代理店『JINSEONG F.M.』代表 金 鎮洙

日韓の友好関係に大きな役割

私と新潟との出会いは、4年前であります。

新潟の小千谷市で柿の種を専門に生産する阿部幸製菓との韓国代理店契約を結んでからであります。年2回ほど新潟の小千谷市を訪問することになってからは、新潟が遠く感じられたのも段々なくなっていきました。ソウルから済州島(チェジュド)に行く時間より、もう少し時間がかかる新潟は、ワールドカップ開催という日韓両国間の共同の関心の中で私にはより親しく感じる対象になりました。

新潟は、日本一と言われるおいしいお米と温泉、人々の豊かさが感じられる微笑み、それから冬にたくさん雪が降るまちとして知られている美しいところだと聞いています。今回の「2001新潟フェア」は、このような新潟のよいところを韓国の大勢の人々に知らせるいい機会であったと思います。

フェアが始まる前は両国の皆さんの関心を集めた教科書問題や漁業協定問題など日韓関係がそんなにはよくなかった状況の中で主催者側も私自身もちょっと不安を感じました。しかし、そういう状況の中でも期待以上の成果をあげたと思います。これは、主催者側を始めとする関係者の皆さんが一所懸命に頑張ったからだだと思います。

特に、今回の行事の中で、太鼓公演などなかなか見ることのできない日本の新潟の伝統文化を韓国の皆さんに紹介できたことだけでも日韓両国間の善隣友好関係のために大きな役割を果たしたと思います。

来年は、よりいい環境の中で発展された形でフェアを準備し、今年よりもさらに良いフェアになることを期待します。



新潟産米菓は人気が高かった

【韓国事情 その2】

日本語ブームと就職難

「2001新潟フェア」に出展していただいた企業の売場に日本語通訳の補助員を配置させるため、今年は新潟県ソウル事務所で直接面接を行ない選考した。

採用試験には日本語学科に在学している大学生、大学院生を中心として応募があった。採用された人は言うまでもないが、面接で残念ながら採用されなかった人たちでさえ、かなりの日本語能力の持ち主だった。

韓国では就職を控え、中国語や日本語を勉強する大学生が増えてきており、また企業側が求める語学の能力に合わせ、大学や高校時代から英語以外の外国語を勉強しようという学生も多くなっているそうである。実際、ソウル市内にある外国語教室では、中国語と日本語を専攻する人は60%を超え、圧倒的に多いとのこと。

またある就職情報会社の分析では、今年就職を希望する大卒予定者は17万人、これに就職浪人26万人を合わせた計43万人に対し、求人件数はわずか6万人にすぎない。つまり全体の就職競争率は7対1の圧倒的な買い手市場になっている。就職難だった昨年でさえ4対1だったことを考えると、その約2倍も厳しい就職超氷河期が到来していることになる。景気低迷に加え、米テロ事件が重なったことで、企業は採用規模を縮小したり中止したりしている。さらに、企業側の即戦力が欲しいという実情が、新卒者の就職難に拍車をかけている。

いま「2001新潟フェア」の日本語通訳の補助員採用試験を振り返ってみると、確かに応募してくれたどの人たちも日本語の語学力はとて高く、どの人を採用したらよいのか非常に迷ったことを思い出す。

韓国での日本語ブーム、大学新卒者の就職難といった世相が、「2001新潟フェア」からも垣間見えたような気がする。

その日本語通訳の皆さんが10日間という長期間にわたって活躍してくれたおかげで、「2001新潟フェア」が成功したと言っても過言ではないと思う。

(新潟県ソウル事務所 風間雄一)

特別寄稿

～新潟フェアを終えて～

ギャラリア百貨店ファッション館店長 咸 泰泳

他デパートとは差別化されたイベントとして、新たな文化を紹介

2002年ワールドカップの日韓共同開催を前にして、日韓両国は解決していかなければならない問題がたくさんあります。このような問題は、相互間の理解不足から起因するもので、これを解決するためにはお互いの小さな努力が必要な時期であると思います。

それで、今回の「2001新潟フェア」は、日韓両国の民間交流の拡大を通じた理解増進の観点から見ると大きな意味を持つ行事であったと思います。今回のフェアを成功させるため、行事を準備・進行していく過程は、お互いの理解の幅を広げられた貴重な時間でありました。特に、2000年に続き、2年連続開催され、持続的な関係増進に寄与した点も高く評価されるべきものだと思います。

ギャラリアデパートは、顧客に新しい売り場と快適なショッピング環境、顧客を最優先にするサービス、多様で新しい物を提供しようと努力しています。ギャラリアデパートとして、今回の新潟フェアは、他のデパートとの差別化されたプロモーションでいい機会を提供した行事でありました。日本現地の商品、太鼓・女性歌手の公演、新潟県の観光紹介ブースを通じて、ギャラリアデパートを訪れるお客様に新たな文化を紹介し、幅広い顧客からのよい反応がありました。

また、日本の伝統が生きていて、ワールドカップが開催される新潟県をソウル市民の皆さんにいい形で紹介できたいいい機会であったと確信します。新しいものへの可能性を確認したのが2000年のフェアであったとしたら、今回のフェアはその可能性が芽生えた行事であったと思います。

今回の行事で、お互いの文化を理解しようとする努力の中で、我々はより発展した関係を持続して行けると確信しました。

最後に、今回の行事を企画・準備した関係者の皆さまの苦勞に感謝を申し上げます。



団子の実演販売に集まる買物客

新潟の音を韓国へ

今回のフェアの前半に演奏をお願いした「新潟和太鼓研究会」は、伝統的な万代太鼓の演奏技術を応用し、自由な発想で新しい曲作りにも意欲的に取り組んでいる。今回の公演でも、その積極的な姿勢は遺憾なく発揮され、今回の訪韓のために作った、韓国を代表するポピュラーソング「アリラン」と日本の「サクラ」をアレンジした「アリラン・サクラ組曲」を盛り込むなど、その力強い演奏と旺盛なサービス精神で韓国の観客を魅了した。もともと韓国にも、チャンゴ（杖鼓）と呼ばれる韓国太鼓等を用いた、伝統的な農楽芸能が存在しているためか、万代太鼓は国の垣根を越え、韓国の人々に親しみを持って受け入れられ、拍手喝采を浴びることとなった。韓国の子供達は、「ひょっここ」などのお面をつけてユーモラスな動きを交えて演奏する「大黒・ひょっここ太鼓」が大好きになったようである。

一方、後半のイベントには、新潟出身の歌手高岡奈央さんによるライブコンサートを開催した。屋外ステージということもあり天候が心配された日もあったが、関係者の祈りが通じたのか朝には雨が上がり、無事予定通りの公演をすることができた。公演が始まるや街行く韓国の人たちが足を止め、ステージ前には人だかりができるほど。オリジナルの曲「ちょちょら」「ラッセル車」などに加えて韓国のヒット曲「チャンガ」「アルムダウンカンサン」も披露し、会場から数多くの拍手や声援が沸き起こった。公演後は奈央さんを始めバンドのメンバーにサインや写真撮影を求められる姿が見受けられ、帰国後も、奈央さんのホームページに韓国からアクセスがあり、応援のメッセージが届いている。



ライブ後、サインを求められる高岡奈央さん



新潟和太鼓研究会による太鼓公演

（国際経済課 高橋、丸山）

ソウル百貨店事情～江南地区「ギャラリア百貨店というところ」

「2001新潟フェア」の会場となった「ギャラリア百貨店アックジョン店」は、ソウル市内を東西に貫流する漢江の南側、江南地区と呼ばれる地域にある。江南地区は、1960年代までは田んぼだったところを開発した新興住宅地だが、今や、明洞を凌ぐソウルの繁華街で、若いお金持ち層が居住するファッションブルな地域である。1992年開業のギャラリア百貨店は、世界のブランドショップが集まっている「名品館」と、生活用品中心の「ファッション館」の比較的小さな2つの建物が並び、この地域の顔となっている。

春から夏のフェア準備期間中に、教科書問題の影響で青少年の交流などが相次いで中止され、フェアの行方を心配する声もあった。しかし、政治的な問題とは別の次元で、韓国と日本の経済交流と文化のハイブリッド化は想像以上に進展しており、不買運動がフェアに影響を与えるようなことにはならなかった。特に江南地区は、所得・教育水準とも高く、ハイブリッド文化を最も楽しむ人たちのコミュニティであるらしい。

ギャラリアのファッション館がターゲットとしている顧客は、お金持ちの子弟で、いわゆる「オレンジ族」と言われる人たちである。年齢歳位、多くはアメリカ等への留学スタイルを楽しんでいる。彼らに優れたインテリアに囲まこに的を絞ったライフスタイルラリア生活用品売場のコンセであった。大型家具や電化製品よ品なのである。「アレッシ」のおM&DECO」の実用品とがバランスよく売り場を構成している。フェア期間中、有名なデザイナーやアイドルスターの姿もよく見かけた。



にして、20代の終わりから35学を経験しており、独自のライらの好みは、シンプルでデザインされたライフスタイルであり、そ提案型のショップ展開が、ギャプトにもなっているとのことでも、おしゃれな小物が主力商しゃれなデザインと「ROOM

韓国の百貨店は、日本の百貨店といくつかの点で異なっている。まず、日本の百貨店では上層階に必ずある催事場が、韓国の百貨店にはない。したがって、「新潟フェア」を開催するにしても、常設の売り場に入り込むような形で売り場が割り当てられる。これが、最初の戸惑いでもあった。もうひとつ大きく異なる点は、韓国の百貨店は基本的に場所貸し、テナントから売上げの一定率を得るのが本業であって、独自に商品の買取り販売を行わないということである。マクドナルド社の創業者が、自分のビジネスをハンバーガー販売ではなく、不動産業と言ったそうだが、同様の意味で、韓国の百貨店は、いわば不動産業なのである。立地条件とブランド力で商売をし、そのために入居テナントを厳選する。自ら販売をしないということは、企画マーケティング力が必要ないことを意味しない。日本の百貨店は業績不振の中で専門ショップ化をめざしつつあると聞くが、韓国で、「百貨店」という業態の将来はどちらへ向かっているのだろうか。

最後に、食品のブランド化についてちょっと触れたい。日本の百貨店の食品売り場は、全国の銘菓やホテル・レストラン・料亭の味などのブランド品を集め、スーパーマーケットとの差別化を図っている。しかし、ギャラリアの地下の食料品売り場は、日本のスーパーに近いように思えた。高級志向のお客様をターゲットとするギャラリアとして、なぜ、という素朴な疑問をもった。ある人が、韓国では、ブランド化はファッションから始まって、生活雑貨に普及してきたところであり、食品のブランド化はまだである、と言っていた。近い将来、韓国でも、日本と同様な食品のブランド化が急速に進展するとしたら？「食」の新潟県が、そこに進出するチャンスがあるのかどうか、県内の食品業界の方々とお話してみたいものである。(国際経済課 桐生裕子)

ローカルスタッフ雑談～韓国事情～

ソウル事務所で働く現地スタッフの目から見た最新の韓国情報を「ソウル事務所現地スタッフ雑談」としてお知らせします。

相乗りなど年3回の摘発で免許取消、タクシー「三振アウト制」

乗車拒否、相乗り、不当料金などで年3回摘発されたタクシーの事業免許を取り消す「三振アウト制」が導入される。

建設交通部は11月8日、大衆交通料金の相次ぐ引き上げにもかかわらず、サービスが改善されていないという指摘を受け「バス、タクシー、貨物運送サービス改善対策」を発表した。

建設交通部は、運輸事業法施行令を改正し、12カ月間で3回摘発された個人タクシーは事業免許を取り消すことにし、企業タクシーは減車処分にする「三振アウト制」を、遅くとも来年のワールドカップ開催前までに実施することにした。また摘発時の課徴金も、現在の20万ウォンから30万ウォンに値上げすることにした。

建設交通部の関係者は「仁川（インチョン）、金浦（キムポ）空港などで取り締まり班を運営したところ、乗車拒否など不法営業が相変わらず行われていた」とし「特に来年のW杯を控え、処罰を強化する目的でサービス改善対策を立てたものだ」としている。

一方、ソウル警察庁は、最近新村（シンチョン）ロータリー、鍾路（チョンノ）2街、江南（カンナム）駅など、深夜に不法タクシー営業が盛んに行われる58カ所に申告案内表示板を設置し、取り締まりを強化するという。表示板には、タクシーの不法営業類型や申告要領の書かれた案内文とともに、管轄区役所、警察署の連絡先が記されている。

（課長代理 文 鍾賢）

ソウル事務所の主な活動（8月～10月）

新潟県ソウル事務所では

新潟と韓国との企業間の経済交流、技術交流の支援

新潟県の観光資源の紹介と案内

学校、地域、各種団体などの交流の支援

などの分野において様々な活動と情報発信を幅広く行っています。ここでは、最近の事務所の活動から主だったものをお知らせいたします。

《8月》

（19日以前の分は前号に掲載）

県内企業から韓国経済・企業等について照会があり回答（1件）

新潟県青年リーダー養成海外派遣団一行14名来韓（20日～22日）

県議会議員・新潟みらい一行6名、韓国視察のため来韓（20日～22日）

県議会議員一行14名来韓、韓国視察のため来韓（28日～30日）

ギャラリーデパート創立10周年記念レセプション出席（31日）

《9月》

韓日内政関係者交流会議（3日）

ソウル新潟フェア準備のためギャラリーデパートと打合せ（5日、12日、20日）

日本大使館広報文化院と新潟和太鼓の公演打合せ

（7日）

岩船JA来所（6日）し、アパート建設現場視察アテンド（8日）

日韓文化交流会参加のため県議会議員3名が来韓

（10日～12日）

秋田県担当者がソウル事務所の設置状況について視察のため来所（18日）

韓火ツアー社、新潟フェア販売用旅行商品企画打合せのため来所（18日）

ロッテ観光の湯沢ツアー（25日～）に情報を提供。100人送客。

県内市町村への韓国事情説明会出席（27日）

新潟フェア参加業者説明会（於・新潟県庁）出席（27日）

《10月》

C L A I R 安本次長ほか1名、地域活性化セミナー参加依頼のため来所（11日）

J E T R O での労務関係業務打合せ会議出席（12日）

全州ソリ祝祭開幕式参加（13日）

新潟フェア出展業者と韓国業者との商談設定（22日）

白根風合戦協会一行、韓国での交流事業のため来韓（27日）

ソウルのギャラリーデパートで新潟県物産展を実施（19日～28日）

（29日以降の分は次号に掲載）



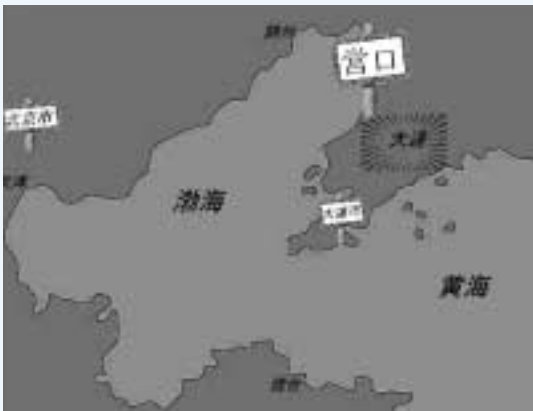
新潟県青年リーダー養成海外派遣団来韓

<特集：中国各地の投資環境 营口>

今回は、ここ大連市より北に180 ほどの遼寧省
营口市にある「营口経済技術開発区」を紹介します。

<营口経済技術開発区の概要>

营口経済技術開発区は、1992年に国務院により指
定された国家級経済技術開発区である。この開発区
は、大連市と沈陽市を結ぶ沈大高速道路の中間地
点：鮭魚圈区にあり、营口市内から南に約50 離れ
た場所に位置している。また、大連市内からも約
180 、車で約 2 時間と比較的近距離にある（省都
沈陽より200 ）。



国家級経済技術開発区とは、中国沿海港湾都市に
合計35ヶ所あり、代表的なものとして、大連、天津、
青島、寧波、広州、アモイ等が挙げられる。この制
度は、1984年に外資の積極的利用、先進技術の導入、
輸出入拡大などの対外経済活動を目的として制定さ
れたもので、進出企業に対しては各種優遇政策が適
用されている。

この营口開発区には外貿港（营口港）が隣接し、
日本、韓国等との定期コンテナ港路を有している。
コンテナ取扱量も年々増加傾向にあり、将来的に大
連港のライバル港となってゆくものと思料される。

外資系企業は現在160社ほどが進出してきてい
るとのこと、多
い順から、韓国、
日系（約20社）
台湾、香港企業
となっている。



開発区市内

（現状等）

開 発 面 積	計画面積	183
	開発済面積	25
土地購入費	工業用	210～280元/
	商業用	220～280元/
工 場 家 賃	50～100元/	
人 件 費	労働者	400～600元/月
	管理職	800～1,500元/月
外資系企業	約160社（うち日系約20社）	

「グリーン工業団地（綠色工業園）」

最近、この開発区内に「グリーン工業団地（綠色
工業園）」が新たに新設された。

この工業団地は、WTO加盟を見据えた工業の更
なる発展のため、また、新たな投資を呼び込み、同
開発区が今後一層の発展を遂げるために計画された
ものである。同開発区管理委員会の話によると、今
年は中国17都市において、大々的に投資説明会を行
ってきたとのこと。

そもそもグリーン（綠色）とは、中国語で「無農
薬・有機栽培、環境保護」等を意味する。ここでは
環境保護の意味で名付けられており、このような取
り組みは中国でも初めてとのこと。このことから工
場建設に際し、環境保護に対する若干の制限が課せ
られている。

開発面積は、約2 で、産業別にA地区は総合工
業区、B地区は専門産業加工区、C地区はハイテク
科学技術区、D
地区はIT産業
および帰国留学
生のためのベン
チャービジネス
区といったよう
に区画整理さ
れ、現在、建設



グリーン工業団地

工事が急ピッチで進んでいる。

<優位性>

同工業団地内に進出した場合の優位性、メリットは、
・工場労働者の平均賃金が400～600元程度と比較的
労働コストが低く（大連の 8 割程度）、労働力も
豊富で、かつ定着率も良い。

- ・同工業団地への進出した場合、税制面等において各種優遇政策が適用される。
- ・他地域に比べ土地価格が安いことも特徴（US \$ 15 / 平米）
- ・高速道路や港、中国内陸部に通じる鉄道路線もあり、交通インフラが整っている。
- ・大連のような渇水は起こらない。また、火力発電所もあり、電力にも問題ない。
- ・団地内に管理運営会社を設立させ、会社設立手続きや通関業務、従業員の雇用等の代行を行うことも可能。また、進出後に問題等が発生した場合、解決に向けて協力してくれるとのこと。

等が挙げられる。

< 現地日系企業訪問 >

現地日系企業3社を訪問し、営口開発区における実状等を聴取した。

- ・ここ営口は穴場である。多くの日系企業は、コストより環境を重視するあまり、大連等の便利で生活環境の整った地域を選定するが、本当にコスト削減に取り組むのであれば、これほどの場所は他には無いだろう。
- ・従業員は、1年契約ということもあるだろうが、真面目に働いてくれる。定着率もいい。但し、こちら側（会社）で、如何に人的効率をアップさせるか等について、社員教育をする必要がある。日本と同じやり方ではダメ。
- ・原材料等は、全量日本より輸入している。通関に際し、以前は多くの問題が生じたが、市政府等の協力により、最近はスムーズになった。
- ・納期まで時間がない場合等でも、大連まで陸送し航空便等で日本向けの輸出対応が可能。また、営口からの直行コンテナ航路が無い寄港地向け輸出の場合でも、大連港を利用すれば問題ない。
- ・日本人の駐在員は約20名。ここでは残念ながら日本食や日本の生活物資等は手に入らない。故に土日を利用し、大連まで買い出しに行く。
- ・この地に進出を考える日系企業には、空き工場が沢山あるので、これを利用する事をお勧めする。当社も最初は空き工場からのスタートであった。

< 参考：現地訪問企業 >

- ・ A 社
設 立：1990年
形 態：独資
従業員：約330名
事業内容：日本向け化粧品道具（パフ）生産
- ・ B 社
設 立：今年9月、新規工場立ち上げ
形 態：独資
従業員：400名
事業内容：日本向け化粧品用プラスチック容器製造
- ・ C 社
設 立：1997年
形 態：独資
従業員：約400名
工 場：敷地面積 4万平米
事業内容：日本向け家具製造

「営口港」

< 概要 >

営口港は、旧営口港と鱈魚圏新港の二つの港からなり、1861年に開港以来、140年もの歴史を誇る。北方の不凍港、「北方の貿易良港」としても内外に有名な港である。



コンテナバース

両港区併せて、利用可能バース27、万ト級バース10、3～5万ト級バース6、コンテナバース2、多目的バース1の計46バースが整備されている。

2000年度の貨物取扱量は約2,200万トン、コンテナ取扱量は約16万TEUであった。2001年度の総取扱量は2,500万トン、コンテナ取扱量は20万TEUに達する見込み。ここ5年間の貨物取扱量は毎年急増しており、平均約20%の増加率を記録している。

主要取扱貨物は雑貨、石炭、鉱石（マグネサイト、タルク石）、穀物などである。

DALIAN

<コンテナ航路>

営口港の主なコンテナ航路は以下のとおり。

寄港地	頻度等
営口 - 東京 - 横浜 - 名古屋	週 1 便
営口 - 青島 - 大阪 - 神戸	週 1 便
営口 - 香港	週 1 便
営口 - 釜山 (韓国)	週 1 便
営口 - 大連 (内貿線)	週 2 便
- 上海	月10便

韓国航路があることから、韓国・釜山でトランシップすれば新潟へもコンテナ輸送が可能である。

「営口経済技術開発区」および「グリーン工業団地」に関心のある県内企業の皆様は、お気軽に県庁国際経済課または新潟県大連経済事務所までお問い合わせください。

(代表 村山典隆)

中国現地企業紹介：広州広重精工有限公司

中国現地企業（地場、日系など）の生の声をお届けするコーナー、今第4回目は広東省広州市の日系企業をご紹介します。

<広州広重精工有限公司 企業概要>

本社：埼玉県川口市 広重産業(株)

川口本社のほか米沢市、福島市、三重県に工場

住所：広州経済技術開発区（国家級開発区）

設立：1995年9月設立、96年に現在地へ移転。

資本金：US \$ 3,250,000-

出資比率：広重グループ各社 55%

住友グループ各社 35%

中国方デベロッパー 10%

従業員数：日本人常駐 2 名及び非常勤技術指導 1 名、中国人290名

不動産：土地10,300㎡、建物1,800㎡×3棟

主要生産品目及び年間加工能力：

エアコン用バルブ加工及び組立て 400万組

VTR・業務用DATドラム加工 600万組

CD・VCD用ピックアップ組立て 4800万個



広州広重精工有限公司丸山武彦総経理

丸山武彦さん（総経理）にお話を伺いました。

Q. 広州市の住み心地はいかがですか？

A. 進出当時にくらべると道路事情や買い物がずいぶん便利になりました。マンションの治安も良くなってきましたし、日本人学校・日本人幼稚園もありますのでご家族連れの方にも適しているのではないかと思います。

Q. 中国進出の動機はなんですか？

A. 得意先のひとつである松下万宝の要請によるもので、住友商事から紹介していただきました。

そのほか当社はマレーシアにも工場があり、こちらは設立から10年経過、現在従業員が1000名ほどおります。

Q. 広州の日系企業はどのような状況でしょうか？

A. 広州日本商工会には200社近くの日系企業が名を連ねています。また開発区の日系企業メンバーが20社ほど集まって月1回くらい開発区管理委員会と意見交換するなど会合を持っています。

Q. こちらの開発区はどのような特徴がありますか？

A. 広州経済技術開発区は広州市中心部から東へ32km、3地区に分かれており総面積は30。国別の投資総額で見ると1位香港・マカオ、2位台湾、3位に日本が入ります。

当社は開発区西区に位置していますが、ここから5分のところに貨物専用港とこれに併設する税関があり、さらに旅客フェリーターミナルから香港へ1日2往復客船が出ています。片道所要時間は1時間40分。これで香港から通勤する人もいま

すよ。結局香港に近いということがこの開発区の最大のメリットではないでしょうか。

Q．得意先は中国国内の日系メーカーがほとんどのことですが、原材料はどのように調達されていますか？

A．エアコン用バルブの原材料現地調達率は97%です。ロー付け材料以外はすべて中国国内から調達しています。

VTR用ドラムの原材料は日本やマレーシアから、CD・VCD用ピックアップの原材料はすべて日本から調達しています。特にピックアップ用のプラスチックレンズはまだ中国では製造していないようです。



視力が良く手先が器用な従業員が完成品の全量検査を実施する

Q．雇用面では如何ですか？

A．手取り給与は平均して1人あたり約850~900人民元、平均年齢は20歳前後です。(筆者注：社会保険など込み込みの人員費は普通手取りの約1.6倍になる)。やはり女性がほとんどですね。

学校と契約し、卒業前の高校生をアルバイトとして半年ほど雇用することも可能です。もちろん給与は直接従業員に支払わず学校に支払うわけですが。

Q．苦労される点は？

A．まず中国メーカーとの競争ですね。中国メーカーの技術的な追従が速いんです。エアコン用バルブなんかあっという間に真似されてしまいます。VTR用ドラム加工は微妙な部分が多いのでまだ真似できないようですが安住はできないですね。更に今後は三重工場にノウハウのある液晶部門も中国に移転しなければローカルメーカーとの競争

に勝てません。

価格的にも厳しいですね。ローカルメーカーと受注の獲得競争です。発注する側は最初から中国企業の相場で見積もりを要求してくる。その後こちらが見積もりを出すと更に値下げを要求してくるんです。

それほど日系アセンブリメーカーは苦戦しています。ある日系の大手家電メーカーは反セーフガード措置の影響もあって8月から日本でのエアコン生産を停止したといます。電子レンジと抱き合わせ販売で3千元まで値下げしても中国メーカーにかなわないんです。海尔(Haier)、美的(Midea)、TCL、康佳(Konka)などが代表的なローカルメーカーですが、彼らは配管工事込みで1,800円で売り込んでいますから。品質がしっかりしていてもまず価格が安くなければダメなようです。中国では「壊れない製品を作るメーカーが良い」のではなくて「壊れてもすぐ修理してくれるメーカー」が良いのです。

もう一つは税関の対応ですね。部品を輸入するときなんか担当者が休暇という理由だけで1週間も通関が切れないことがあります。急ぐ部品に限ってそうなんです。逆にどうでもいいような部品に限って直ぐに工場に届けられる。まったく嫌がらせしていると思えないようなことが多々ありますね。

それだけじゃない。税関職員が輸出品検査の際に完成品を素手で触るんです。ドラムなんかそれで使えなくなっちゃいますから困ったものです。



微妙な調整が要求される部品加工。日本製の機械を多数導入している。

Q．御社今後の課題は？

A．当社は新潟県の機械メーカーさんをはじめ日本製の機械を多数導入しているのですが、そのメン

テナンスや設備管理のノウハウを身に付けていかなければならないと思っています。機械の技術者を日本から呼び寄せるまで生産がストップしてしまうことがありますから。特にVTRドラムの機械は難しいですね。



ビデオ部品の測定台。VTR用ドラム加工は微妙な部分が多いので中国ではまだ真似できないようだが安住はできない。

Q.これから日本の産業はどのようになっていくとお考えですか。

A.日本の産業空洞化は避けられないでしょう。今や中国に工場を持っていないと仕事をくれない時代になってしまいました。1年前私が当地へ赴任した頃は早く日本へ帰りたいなあと感じていたのですが、今になっては日本へ帰っても仕事が無いんじゃないかと不安になりますよ。

.....ありがとうございました。

.....広州市は珠海デルタ地帯の一角に位置し、「世界の工場」中国のなかでも「集積が集積を呼ぶ」地域である。「草木もなびく華南」と揶揄されるほど部品調達や流通・情報が集中しやすい分、逆に競争も激しい。

当日は10月下旬にもかかわらず日中の最高気温が30にまで上がるなか、中国華南地方に根付く日系企業の情熱を垣間見た。.....

(代表 西澤成世)

「第90回広州交易会」が開催

10月15日から26日までの12日間の日程で、広東省広州市において「第90回中国輸出商品交易会」、通称「広州交易会」が開催されました。今回、視察する機会を得ましたので、その概要をご紹介します。

(広州交易会とは)

この広州交易会は1957年に第1回が開催されて以来、今年までの44年間一度も中断することなく毎年春と秋の2回開催され、今回で90回目を迎えました。この間、世界各国から延べ240万人のバイヤーを集め、日本のバイヤーも毎回3千名程度参加しています。この交易会は全国的な総合商品見本市であり、出展するのは対外貿易権を有する中国全土の有力企業で、あらゆる商品が並べられ、中国商品の品質や品揃えを知る上で絶好の機会を提供しています。また、通常の商談のほか投資商談や情報収集の場として活用されています。



広州交易会展覧館正面

(巨大な展示会場)

今回初めて交易会を視察しましたが、会場は巨大(総面積15万㎡)で、また、複数の展示棟を渡り廊下で繋いでいるため、初心者にとっては分かりにくい構造になっています。全てのブースをぐるりと一回りするだけで優に半日は必要と思われる。入口で会場案内パンフレットを配布していますが、これだけ広い会場を把握することは至難の技です。会場内の数ヶ所にコンピューター端末が備え付けられており、画面を見ながらクリックすることで、行きたいブースがどこにあるのかを瞬時に検索することができるようになってはいますが、なかなか目的のブースに辿り着けませんでした。



コンピュータ端末によるブース検索

会場では、歯ブラシから自動車まで、文字どおり「世界の工場」となった中国のありとあらゆる製品を一度に見ることができます。その種類の多さ、製品分野の広がりには圧倒されます。会場には、欧米人、アフリカ人バイヤーの姿が非常に多く見られ、長い歴史を持つ老舗の交易会として世界的に定着していることが窺われました。



とりあえず何でも揃う金属洋食器

出展概要は次のとおりです。

- 食品土畜館（食品、農作物、煙草、茶、絨毯、皮革、木工品など）
- 軽工芸館（日用品、工芸品、靴、鞆、文房具、オフィス用品、家具類など）
- 紡織服装館（各種紡織品、アパレル、服装、衣料品、シルク製品など）
- 五鉱化工館（金属鉱産物製品、化工原料・製品、石材、非鉄金属製品など）
- 医療保健館（薬剤・漢方薬、医療保健機器など）
- 機電産品館（家電、コンピューター関連機器、電子機器、工作機会、工具類など）

（伸び悩んだ成約額）

出展ブースの業種別の比率は、電子・機械23%、軽工業49.5%、紡績・アパレル13.1%、医療・保健2.8%、食品6.2%などとなっており、ブース数は前

回より約110ヶ所多い8,153ブースで過去最大規模でした。

しかし、成約額、来場者数ともに前を下回り、25日までの総取引額は前回比15.4%減の133億6,700千万、来場者は10万1,382人で9.4%の減となりました。とりわけ米国や中東諸国との取引額の減少が顕しく、これは、世界経済の低迷のほか米国同時多発テロの影響が現れたものと見られています。

また、米国テロの影響とのことですが、会場周辺はもちろんのこと、広州市全体が非常に厳しい警備がなされており、街の至るところに警官の姿が見られました。



3階から5階まで全て靴

（次回開催）

今年12月に実現する中国のWTO加入に対応するため、展示面積を更に広げ、展示品の種類を増やすことを目的に、来年春の交易会から前期、後期の2期に分けて開催する予定になっています。これにより、次回開催は来年4月15～20日（第1期）及び同月25～30日（第2期）となります。中間の21～24日は会場再設営期間となり、会場は閉鎖されます。第1期には 原材料、機械・工具、電子電器、紡織服装、食品土畜・医薬保健の5種類が、また、第2期には、家具・家庭用品、ギフト・装飾、事務・スポーツ用品の3種類がそれぞれ期間を分けて展示される予定です。

当日有効入場券（110人民元）を現地で購入すれば事前手続なしでも入場は可能ですが、予め所定の申し込みをしておけば無料で入場できます。事前に当事務所にご連絡をいただければ、当事務所で参観手続を行うことも可能ですのでご関心のある方はご連絡下さい。（所長 橋本一浩）

大連こぼれ話

～内装～

現在、中国において住宅内装業が活況だ。中国人の生活レベル向上に伴い、生活の質に対するニーズも徐々に高まってきた。人々は、ベッド、机、鍋釜等があるだけでは満足せず、もっとリラックスできる、もっと綺麗な、もっと趣がある家を求める傾向にあり、最近では簡潔で都会的なスタイルが流行っている。



大連のマンション

中国では、マンションや一戸建を購入する際、自分で内装業者を手配し工事を行わなければならない。家を購入しただけでは風呂・トイレも無く、床はコンクリートのままである。つまり中国では、建物と内装は全く別ということである。内装工事着工後一ヶ月もすると、当初空っぽで味気なかった部屋が全く別の個性溢れる温かな家になる。これは業者にとってもやりがいのある仕事であろう。

住宅購入者にとって、内装は建物を買うときよりも更に時間と労力が必要だ。内装業者は購入者が少しでも油断すると直ぐに手抜きをしようとする。例えば、安価な材質の部品や接着剤の使用による床板の変形、台所やスチーム暖房配管等における水漏れなどは要注意ポイントだ。



内装中の部屋

ここ数年、大連の不動産業は好調で、マンション、

高層ビルが絶えず竣工され、それに誘われるように各地方から多くの内装会社が次々と大連に進出してきている。住宅1件あたりの工事価格が少なくとも20万元という内装業は、他の業種と比べても利益率が比較的高いため、新規参入も活発であり受注競争も激しさを増している。

最近の国家統計局の発表によると、改革開放初期の1978年に比べ都市住民一人あたりの住居面積は、平均3.5平米から9.3平米に増加、都市インフラの投資は39億元から4310億元と100倍以上増加した。内装業は、部品・材料業者など多くの業界と密接な関係があり、現在、大きな経済効果をもたらしているともいえる。

今後WTO加盟、2008年北京五輪の開催等による順調な経済発展が、更に中国の不動産業界に勢いを与えることであろう。

(主事 蘇 暢)

現代中国キーワード「考票」

最近、若者を中心に「考票(カオ ピャオ)」という言葉が流行している。日本語に訳すと自動車運転免許の取得を意味する。

中国が改革開放政策を実施する以前は、全ての車は会社所有資産であり、マイカーなどは存在しなかった。当時、運転免許を取得する場合は、必ず会社、工場などの公的な部門からの推薦が必要で、その後公安局、交通局などの各管理部門の審査を受け、審査に合格した人だけが交通局内の免許取得特別訓練を受講することができた。また、運転免許を取得するまでは約1年もかかったという。当然、個人で運転免許を取ることは不可能であり、ごく一部の人のみ取得可能であったことから、自動車学校も設立されることはなかった。

90年以後、政府が運転免許証取得に関する各種規制を緩和したことにより、運転免許申請者が急増。これに伴い、自動車学校も現れた。近年、中国経済が成長するにつれ、国民の生活も豊かになってきており、庶民がマイカーを所有することも夢ではなくなりつつある。今では、個人で運転免許の申請が可能で、自動車学校の窓口で身分証明証および申請表

を提出し、健康診断を受け問題がなければ、誰でも学課講習が受けられる。中国でも日本同様に学課と実技講習がある。学課講習は約1週間必要で、講習終了時の試験に合格後、いよいよ実技講習が始まる。約3週間の実技講習の後、日本でいう卒業検定があり、これに合格すれば晴れて運転免許証がポケットに入ることになる。



教習所の風景



検定試験中

中国でも運転免許証には各種類があり、AからQまで15種類に分けられる。一般的なのは、A、B、Cの3種類だ。A免許はバスや大型・小型トラック、乗用車。B免許は大型・小型トラック、乗用車。C免許は、小型トラックと乗用車等といったように、免許の種類によって運転可能な車種が限定されている。

最近、中央政府が個人のマイカー所有推進の一環として、車両管理政策を改善した。しかし、中国における自動車市場がまだ対外開放されていないため、先進各国と比べ自動車の値段が依然として高い。中国のWTO加盟後に、自動車の値段が下がり、マイカーの夢が一日も早く実現できるよう、皆が期待している。

(所長助理 魏 純勇)

「2001年秋季全国五金商品交易会」

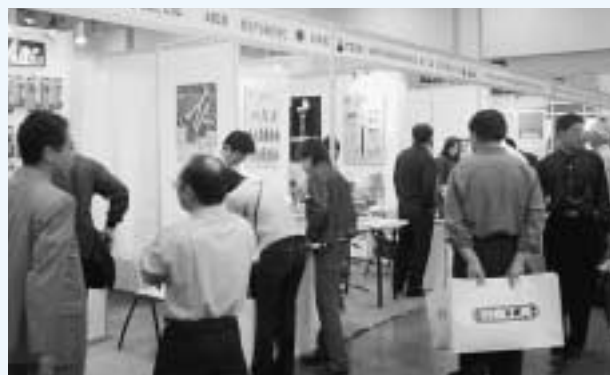
本交易会は、1952年から毎年春と秋の2回開催され、今回で丁度100回目を数える。ここ数年間、北京(春季)と上海(秋季)で交互に開催されてきたが、今回は10月中旬に上海で開催されたAPECと時期が重なったため青島市での開催となった。

会場は、市内より車で10分ほどの「青島国际会展中心」で、敷地面積約8万㎡。会場は比較的新しく(筑後2年)、中国の他地域のものと比較すると各種設備も整っており、照明類も明るいといった印象を受けた。近隣はまだ区画整理中であり、今後開発が進んで行くものと思料される。



会場

本交易会には、毎回県内企業が出展しており、今回も三条市貿易振興会から4社が出展し、品質の良い日本製品は、多くのバイヤーから注目を集めていた。県内企業関係者に取材したところ、「現在、確かに日本製品と中国製品には価格面で大きな格差がある。しかしながら、今後中国マーケットにおける日本製品の需要は必ずあるはず。如何にして、この大きなマーケットに食い込むか、食い込めるかがキーワードだと考えている。」と中国でのビジネス展開について話していた。



県内企業ブース

具体的な展示品は、一般作業工具のほか、電動・油圧工具、小型工作機械、インテリア金属、金属製品等が主で、現在中国における最大規模のハードウェア専門見本市と言われている。主催者側の発表では、今年も中国内外から830社が1400ブースに出展し（うち外資企業約300社、外国からの参加企業20社）、3日間の会期の入場者数は6万人であったとのこと。

次回は来年4月に北京、10月は昆明で開催される予定とのこと。

（代表 村山典隆）

新潟県大連経済事務所サポートサービスについて

当事務所では企業間交流促進に向けたより具体的な支援を行うため、「新潟県海外通信員アドバイス制度」による情報提供に加え、以下のサービスを実施しておりますので、御活用をお願いします。

地域・都市情報FAXサービス

大連を中心とした中国の都市、地域等の状況が掲載された総合情報を整理し、FAXにより無料で情報（地域限定）を提供いたします。

〔内容〕1項目についてA4、1～3ページ程度

契約ホテル優待利用サービス

当事務所と契約を交わしている大連を中心とした中国各地のホテルの価格等優待サービスが受けられます。予約は当事務所で代行いたしますが、契約外のホテルや航空機等交通機関の御手配などはお受けかねますので御注意願います。

ビジネス文書翻訳支援・転送サービス

本県と中国の企業間における引合書や依頼文などの文書を無料で翻訳し、中国側に対するものについては転送までをフォローいたします。

ただし、原則として原文がA4用紙で2枚までとし、内容によっては翻訳の対象外とさせていただくこともあります。また、翻訳内容に関するトラブルにつきましては、その責を負うものではないことを御留意願います。

出張者用スペース提供サービス

短・中期で大連に出張してきたビジネスマンに対して事務所内の専用机、椅子を無償で貸与します。また事務所内の新聞、書籍等の閲覧、打合せスペースや会議室等の御利用も可能です。

以上のサービスにつきましては、新産貿事務局または当事務所に御希望内容をお伝え下さい。内容に基づいたサービス利用の御案内をお送りします。

新潟県大連経済事務所 / 大連市西岗区中山路

147号 森茂大厦13階

郵便番号:116011

TEL: +86 (411) 3695458、3695459

FAX: +86 (411) 3695470

ホームページ: <http://niigata.dalian-info.com/japanese/index.htm>

メールアドレス: niigatao@mail.dlptt.ln.cn

マレーシア通信員

飛田野 順一 (YANO ELECTRONICS (M) SDN BHD社長)
「投資環境」

マレーシアへの投資及び貿易は大変厳しい状況下にある。

最初に近々の経済状況を表す数字の一つとして、GDPの伸び率のデータを取上げた。

8月の鉱工業生産指数(出所:統計局)

	2001年8月 (ポイント)	前年同月比 (%)	前月比 (%)
全体	176.9	7.3	3.5
製造業	190.5	10.5	3.9
鉱業	118.1	0.8	4.8
電力	222.8	12.3	1.5

2001年全体としてはかろうじてプラス成長を確保出来る見込みとなっているが、特に日系企業が集中している製造業の部分の下げ率が非常に大きくなっている。この原因は最大の輸出先である米国の景気の下降局面によるものと構造的に労働集約型の製造業がより安い人件費/豊富な人材を求めて中国へ移動しているのが最大の原因と思われる。イスラム国であるマレーシアは、米国同時多発テロ/炭疽菌事件などの際に度々名前が出て来るが、米国政府との決定の中で一連の問題によって投資計画に変化の無いことを確認しているが、日系企業は慎重に対応を検討している。日本国内の大手企業の数多くは、イスラム国への出張を60日経過した今も禁止している。

実際に首都であるクアラルンプルで生活していて、同時多発テロの前と後での変化を考えてみたが殆んど無い。強いて上げれば空港でのチェックが厳しくなった事と米国大使館付近は迂回する(半数以上の赴任者は自分で車を運転している)。この事は投資に対してはマイナスのイメージと成っていると思われる。

基本的な投資環境

マレーシアの輸出と言えばゴム/錫のイメージが強いが、経済構造の変化が90年代前半から始まり、

それまでは第1次産業が中心であったが、輸出型製造業へと変化して行き、現在ではGDPに占める製造業の割合は37%になっていると同時に



現在も使用している連邦事務局ビル

輸出に対して見ると80%がこの製造業によって占められている。その主なものとして半導体と、日系企業が得意とする家電製品(エアコン/ビデオ/カラーテレビ/オーディオ製品)となっている。

マレーシアのセールスポイント

1. 直接輸出比率が80%以上の場合原則100%の外資保有が出来る。現在は通貨危機対策として期限付きで更に緩和されている。
2. 電気、水道、道路、港湾、空港などインフラ整備が高いレベルで行われている。
3. 5年から10年間法人税の減税を受けられるパイオニアステータス、投資税額控除(JTA)、再投資控除(RA)などの税制上の優遇措置がある。
4. 直接・間接輸出を問わず80%以上の輸出比率があれば、自由地域(FZ)あるいは保税工場(LMW)の指定を受ける事で、輸出製品を作るために必要な設備/原材料を無税で輸入し、無税で輸出する事が出来る。
5. 製造業の場合、外国投資額に応じてキーポストと呼ばれる外国人就労枠が認められると共に、技術関係者などに対してはタイムポストと呼ばれる3年から5年の期限付き就労枠が認められる。



クアラルンプルの都市交通KTM

マレーシアでの問題点

1. 基本的に総人口が少ない事もあって、労働者不足の状態であり、特に日本では3Kと言われる労働に従事する者はインドネシア/バングラディシュなどからの出稼ぎ労働者を多く使っている。
2. マレーシアの日系企業1400社の約半数の650社が非製造業に従事している。内容としては、商社/銀行/証券/リース/金融/保険/建設/陸運/海運/航空/百貨店/スーパーマーケット/レストラン/ホテルなど多岐に渡るが、製造業に比較して税制上の優遇措置がほとんど無く、外国人就労枠も制限されている。また外資100%保有が1~2年の短期では認められても長期的には認められにくい。

オランダ通信員

荒井 文男(Shin-Etsu PVC B.V. ジェネラルマネージャー)
「投資・貿易の可能性」

オランダの投資環境

オランダの事業環境のクオリティーの高さは有名で、先日行われたThe Economist Intelligence Unit Limited (EIU) のビジネス環境ランキングでは、総合評点で1996 - 2000年は2位、2001 - 2005年の予想は1位になっています。特に評点が高かった分野は政治環境、マクロ経済的環境、外国からの投資に対する政策、開放的で自由な貿易及び為替制度、ファイナンスの多様な可能性です。さらに、オランダ政府は、外国企業の誘致に力を入れており、日本には東京と大阪にオランダ経済省企業誘致局駐日代表部(NFIA)を置いています。このホームページで色々な情報が入手できます。

(<http://www.nfia-japan.com/>)

現在、オランダの日本商工会に通常会員259社が入っていることを考えると、オランダは日本企業にとってかなり投資しやすい国と言えると思います。

市場規模で言えば、ドイツ、フランス、イタリア、イギリスの各国はオランダの数倍の規模を持っており(例えば、塩ビの場合、年間消費量はドイツ120万トン、フランス65万トン、イタリア65万トン、イギリス60万トン、オランダ20万トン)、これを考えると市場規模の大きな所に投資するのが得と思われるのですが、その他の事業環境を考えて、オランダに生産または販売の拠点を置き、製品を全ヨーロッパに販売するという企業が多いのが実情です。

オランダ人を雇うということ

信越化学は、2000年にアクゾノーベル及びシェルケミカルからVCM55万トン、PVC40万トンのビジネスを2億6千万ドイツマルク(約130億円)で買収し、現在、オランダ人従業員は160人います。この買収及び日々の経営を通して私が感じた雇用面のオランダと日本の違いで特に差がある2点について簡単に触れたいと思います。

) Union (労働組合) 及びWorks Council (W/C)

オランダでは日本のように企業内組合ではなく、各従業員が自分の考えで属したい組合を選びます。

その中には組合に入らないという選択もあります。当社の場合、従業員が所属している組合の数は4つあり、労働条件を交渉する際にはこの4つの組合全ての合意が必要です。しかも、交渉に出てくる人たちは、いわゆる専従で、従業員は直接は参加しません。交渉人は組合員に成果を認められないと交代させられるので、交渉人も必死になって企業と交渉します。この交渉に企業は膨大な時間を取られます。

Works Councilは日本の企業内組合のようなものですが、権限が全く違います。W/Cには監査権が認められています。従って、労働条件の変更、企業買収、収益及び投資計画等重要案件については、W/Cの事前了解が必要で、これを取らずに行った行為は無効になる可能性があります。

) パートタイム

日本でも最近ワークシェアリングという言葉が聞かれるようになりましたが、オランダでは1992年から一般化されています。日本ではパートタイムという正社員に比べ賃金が安いとの意識があると思いますが、オランダでは同じ職場で正社員とパートタイムの待遇に差をつけることは法律で禁止されています。又、他社からの出向社員に対しても同様です。パートタイムは40時間/週の労働時間のうち、32時間/週(8時間×4日)労働で会社と合意すると、賃金の単価は正社員と同額で、受け取る金額が32/40になり、また、年休も32/40になりますが、その他の労働条件は正社員と全く同じです。従って、パートタイムを増やしても賃金の合理化にはならず、むしろ人数が増え、賃金総額も増えます。

最後に

ヨーロッパでのビジネスでよく「1年を10ヶ月と思って経営しろ」と言われます。これは、夏休み(3 - 4週間)及び、クリスマス/年始(3週間)の間は極端に経済活動が落ち込むからです。冬が近づいて来るとオランダ人は「寒い冬」(運河が凍ってその上でスケートを楽しむ)を、私は「暖かい冬」(マイナス5度以下では外で作業することが法律で禁止されているので、建材の売行きが悪い)を期待します。今年はどうようになるか楽しみです。

海外特派員アドバイス制度利用例の紹介

照会内容 アメリカの工具専門店の場所、規模、販売方法、日本製の工具に対する印象を調べてください。

回答 アメリカ特派員 岩田賢太郎

(有限会社ブリーズ顧問・BIGRUN CORPORATION 代表取締役)

1 アメリカの工具専門店の場所と規模

米国内での自動車工具を扱う専門量販店（各店舗面積3000sqf = 約90坪弱）は1600店舗程度あり、40～50の業者同士の激しい競合が国内各都市で観られます。各店舗に入った印象としては業態確立やMD（商品構成）がマンネリ化しており、カテゴリーやジャンルが拡がりすぎて整合性がなく、ホームセンターとの区別がなくなりつつあるような印象です。

他方、量販流通販売とは一線を画した戦略を持つメーカーは、チューンナップ・ショップやワークショップという個人店舗向けに直接セールスを行い売場を確保しています。業態の表現としては新鮮味があり、今後の新しい販売市場の開発へと繋がっていくような気がします。また、WATER LOO社などのように専門誌やカタログ販売などを主力にプロモーションしている業者は、こだわりを持った消費者から支持を受けて手強いビジネスを継続しています。

2 アメリカの工具専門店の販売方法

米国内での自動車整備工具販売市場では、米国製を含め世界各国から輸入される商材を数多く観ることができます。ごくわずかなメーカー・ブランドを除いて知名度のない商材の売場確保には、それらとの調整機能を持つサプライヤーを通じた間接的な取引が不可欠になります。

ラスベガスの工具ショーや主要都市で催される専門展示会では彼等との取り次ぎ交渉を熱心に行う海外出展業者をよく見かけることがあります。

自動車整備を趣味としての行為で楽しむファンが増えている米国市場の現状から観る将来的な業界市場動向の予知・予測としては、趣向性や付加価値を持ったランクが一つ上のツールやグッズが現れてよりセレクトティブなプロショップみたいな専門業態が登場してくると思われれます。

廉価で消耗的な修理工具から付加価値が高く収集品の対象になり得る高額商品の登場を市場マニアは望んでいる気配が感じられます。

既存の流通とは違うマーケットで発売され、例えば関連する著名ブランドのOEMなどを使用した誘発的な販売戦略が充分考慮・検討されれば、大きなビジネスチャンスの掘り起こしに繋がるように思います。

米国内でチューン・ナップがホビーとして広がっている大きなバック・グランドには、各家庭にある車庫が個人のワーク・ショップとして大きな消費現場になっていることは特筆すべき大きなポイントであります。

そのほかにも車両整備・改造等に伴う法的な規制も日米両国の市場を比較する注目点として留意すべき事例です。

3 日本製の工具に対する印象

米国内の自動車整備工具の販売市場は大型小売店から専門店までを含めて大変な競争状態にあり、このようなマス・マーケットでの競合も限界に近づいてきているような閉塞感が市場からは感じられます。もし米国市場への進出を考えておられるのなら、前述したような付加価値の高い高額商品で選択的な販売戦略を考案して準備されることをお勧めします。

日本人の物造りに対する姿勢は、用途や機能に対して妥協しない職人の意地に通じた見事な考えと技術を持っています。

しかし米国社会の市場メカニズムは良い品物が必ず売れるという単純な構造ではありません。確かに日本のツールは廉価で品質が良く頑固一徹なドイツ製にはない市場への適合力が評価されていますが、今日世界ブランドとして成功を遂げた複数の日本企業も、優れた技術や廉価格を武器に米国進出した当初、狭い日本国内通用した経済原則だけの手法に加えて文化的にマスコミとの関わりをしたたかに計算する米国企業的手法には欠けていたために、長期の消耗戦を経験し、高い出費を伴いました。

市場を独り歩きできるブランドとして消費や企業名を演出するためには、商材を介在して市民生活に対する文化的、且つ具体的な戦略を持てなければ、例えどんな優秀な商材でも米国市場で大きく評価されるのは困難なことです。

中国市場調査に参加して

日本金属洋食器工業組合 専務理事 大橋 清

日本金属洋食器工業組合中国調査団（団長は当組合副理事長田中正勝）は、平成13年10月19日から同月26日までの7泊8日の日程で、中国の広州、南海、順徳、新会、陽江及び香港の各都市の金属洋食器を主体とした金属製品について、広州で開催の広州交易会、香港で開催の香港インターナショナル玩具&ギフト並びにアジアギフトプレミアム&ハウスウエア―と香港市内の百貨店及び量販店の家庭用品売場（5店）での調査、そして、南海、順徳、新会、陽江の各都市において7工場公司を訪問して、生産、技術、品質、賃金、生産コスト、企画、管理、公害環境、安全衛生等を具に調査した結果、次の通りでありました。

中国の現状

まず、広州交易会及び香港ショー（香港市場を含む。）については、中国、香港の業者を中心とした出展であり、来場者は世界のバイヤーとの商談が目立ち、中国、香港の品質の向上が日進月歩的に表面化してきたように思う。従って、中国は今後製品作りの国として、各種の製品製造として展開し挑戦していく時機に入っているように思う。同国の生産技術、品質面を見ても一部分を除いて日本と殆ど変わらず、逆に良い面がある。そして、生産コストは日本の半値以下で太刀打ち不可能の面もある。次に生産工場については、原材料や副資材の調達、金型、成形、研磨、検品、管理、デザイン企画、販売活動、労働雇用、公害環境、安全衛生等が完璧に整備されつつあり、工程別には専用機の活用、加工精度の向上、技術の進歩（日進月歩）で製品仕上がりが良好で、品位も向上しているが、今回訪問した工場公司の生産ラインのレイアウトは今後検討すべき箇所かと思える。

今後、中国は労働賃金（現在月額900～1,500元 1元 15円15銭）の上昇、公害環境設備、安全衛生面に法的規制を受けての生産コストや管理費に影響を受けることや世界貿易機構（WTO）への加盟（台湾も含む。）によって、多国間の自由貿易体制は大幅に強化され、同国のWTO加盟後の市場開放への期待が高まっている。従って、これからの輸出入の関係がどのように影響されてくるかが課題となっている。また、世界経済が急減速する中で同国の人口は約13億人、国内生産も前年比7パーセントの伸長率で、今後も世界各国から受注を受ける生産基地からなる生産販売体制（洋食器の工場数約500軒で洋食器、キッチンウエア―、キッチンカトラリー等の金属製品の混合ラインで事業を営んでいる工場公司が多い。）となっている。このような状況の中で、同国は向う1～2年でコスト高や生産過剰による価格の過当競争の時期が到来してくるのではないかと思う。

関係者情報によると日本と中国の各種経費項目別比較値は下表の通りである。

項目	日本	中国	備考
賃金（工員）	150千円	15千円	
平均年令（同上）	45才以上	20才前半	
稼働時間（設備）	8時間	24時間（場合によっては三交替制実施）	
就業年間日数（工員）	260日	360日	
輸送費	150千円	110千円	40フィートコンテナ
電気料	20円	10円	キロワット
水道料	37円	18円	立方メートル
法人税	37パーセント	15パーセント	

他にステンレススチール材料の格差

中国の輸入価格（日本からの輸出価格を含む。）

中国の電気炉製品、リロール製品の低価格

日本産地としての対応

多品種少量生産に対応

企画力、技術力、管理能力を発揮して、特にデザインや商品企画のそれぞれのアイデアを出し合って、機能、デザイン、品質の高級化に向けた多品種少量生産体制を確立して、国内外向けの製造販売に努力したい。

品種別品質別専門化、協業化の確立

企業間で得意・不得意の技術や情報を持ち合って、企画や生産に係る協業活動を推進するため、品種別品質別に受注体制を整備したい。

生産方式の改善

新技術の導入によって工程の改善、品質の管理を図って品位ある品質向上を図りたい。

輸出対策

中国経済貿易関係政府を通じ、同国ホテル・レストラン向けの受発注に力を傾注したい。

委託加工（日中取引事業）

中国の生産機能や生産費、品質等で輸入品の必要があれば、同国の技術を活用した製品の見積りまたは製作図面や見本を提示して取引の対応を確認したい。

また、同国企業と提携してオリジナル品の開発と開拓、生産ルートを含め共存共栄となる検討が必要である。そして、新分野品についても同様になりたい。



広州交易会

新潟県海外通信員制度の御案内

県では、海外の経済情報をタイムリーに提供し、県内企業・団体の皆様の貿易振興・海外展開等を支援するため「新潟県海外通信員」を設置しています。

現地の企業情報や産業情報等の提供、海外展開に関するアドバイスをを行います。当制度の利用を御希望の方は、巻末の様式により新潟県国際経済課までご連絡下さい。

新潟県海外通信員

ロシア（極東）/ 有限会社ジャパンシーネットワーク 中国（陝西省）/ 明和工業株式会社
アメリカ/ 有限会社ブリーズ オランダ/ 信越PVC株式会社 マレーシア/ 紫雲電機株式会社

中国と韓国につきましては、各々、新潟県大連経済事務所と新潟県ソウル事務所で同様に対応します。

期間：平成13年4月11日～平成14年3月22日（期間外についてはお問い合わせください。）

（御注意）

内容が複雑で、多大な費用や長期間を要する御相談は受け付けできません。

「新潟県海外通信員」委託先企業の営業活動とは無関係です。

「新潟県海外通信員」は、アテンド、アポイントメント等の業務を行いません。

