

月報

2014 年 12 月号

シンガポール日本商工会議所

MCI(P) NO. 085/03/2014

Japanese Chamber of Commerce & Industry, Singapore

Website: <http://www.jcci.org.sg>





ジャパングリーンメディカルグループ
シンガポール・ロンドン・上海・倉敷

毎日笑顔の 海外生活をサポート



海外生活をサポートする総合医療センター

ジャパン グリーン クリニック

外来診察



予防接種



健康診断・医療検査



理学療法



肩痛・腰痛・足痛
スポーツ障害・リハビリ等に

医療相談



生活習慣病・禁煙・アレルギー
感染症・渡航医療・他

ジャパングリーンクリニック

総合診療の
オーチャード本院

診療科目

外来診察（小児科・内科・外科・耳鼻咽喉科・婦人科*・他一般）、予防接種*、乳幼児健診*、医療検査*、健康診断*、理学療法*（疼痛治療・リハビリ等）、各種医療相談（アレルギー*・禁煙*・他）

受付時間 月～金 9:00～12:00,
14:00～17:30

土 9:00～12:00
（日・祝 休診）

予約 一般診察は予約不要です。
*印は要予約。

所在地 290 Orchard Road
#10-01 Paragon
Singapore 238859

電話 6734-8871

ファックス 6733-1213

Eメール

reception@japan-green.com.sg

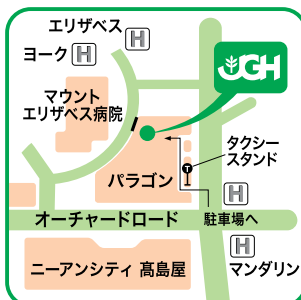
- ◆ MRTオーチャード駅より徒歩10分
- ◆ エレベーターは、1階Tower Lift Lobby1をご利用ください
- ◆ 主要各科医師が在籍し検査機器も揃えた総合クリニックです



パラゴン



健康診断ロビー



ジャパングリーンクリニック シティ分院

オフィス街の
身近なクリニック

診療科目

外来診察（内科・一般）、予防接種、理学療法（疼痛治療・リハビリ等）、健康診断、各種医療相談（アレルギー・禁煙・他）

受付時間 月～金 9:00～12:30,
14:30～17:30
（土・日・祝 休診）

予約 ご予約をお願い致します。

所在地 20 Cecil Street
#07-08 Equity Plaza
Singapore 049705

電話 6532-1788

ファックス 6532-7673

Eメール

citybranch@japan-green.com.sg

- ◆ MRTラッフルズプレイス駅E出口より徒歩1分
- ◆ お越しの際はIDカード（EP等）をご持参ください
- ◆ 待ち時間を最小限にする予約制を採用
- ◆ タクシーでお越しの方は行き先をリパブリックプラザと教えてください（エキイティプラザ前は乗降車できません）



エキイティプラザ



診察室



歯科はJGHデンタルクリニック(本院内) Tel: 6235 7747

www.japan-green.com.sg

月報

2014

Dec

<特集>

- ミャンマーでのM&Aや合併事例において企業が直面した落とし穴 p02
EY UTW (Myanmar) Limited
三木 拓人
- アジアにおけるデジタル技術の普及とそのインパクト p06
Google Asia Pacific Pte. Ltd.
柿原 正郎
- シンガポールのオフィスリーシングマーケット p12
Knight Frank Asia Pacific (seconded from Sumitomo Mitsui Trust Bank)
直井 大輔
- AEC (ASEAN経済共同体) を見据えたメコン地域事業展開のポイント p17
Deloitte Consulting Pte. Ltd.
木下 達也

<業界ぶらす1> 医療

- セルフチェック ⇄ セルフケアを再考する p19
Ko Djeng Dental Centre Pte Ltd
桜井 和郎

<シンガポール協会便り>

- 日本シンガポール協会のイベントをご紹介します p25

<事務局便り>

- 11月の行事報告、12月の予定 p26

月報題字: 麗扇会 青木 麗峰
表紙写真: Panasonic Asia Pacific Pte. Ltd 猪飼 邦保
写真タイトル: 『シンガポール 泣き笑い』

ミャンマーでのM&Aや合併事例において企業が直面した落とし穴

EY UTW (MYANMAR) LIMITED
Senior Manager, Japan Business Services

三木 拓人



1. はじめに

ミャンマーは、チャイナ・プラスワンの進出先として、カンボジア・ラオスなどと並び有力な選択肢である。約5千万人の人口を擁し、ミャンマーをマーケットとして見る企業、周辺国に比べても人件費が低く抑えられることから労働集約的な産業に好適な生産拠点とみる企業もある。また、広い国土から産出される農産物、海産物、そして、天然ガス、石油、鉱物資源といった豊富な天然資源を魅力と感じる向きもあろう。もちろん、そこはフロンティア、魅力だけではなく困難もある。たとえば、一部富裕層・中間層を除けば所得水準はまだ低く、マーケットとして見る場合、少数の富裕層に的を絞るか、大多数の低所得者層をターゲットとするのかは難しい選択となる。また、電気、通信、上下水道、ロジスティクスといったインフラの未整備は、当地を製造拠点とみる場合には乗り越えるべき困難である。さらに、金融制度や法制度の未整備、スキルドワーカーの不足、オフィスビルや住宅の不足といった点は、すべてのビジネスにとって考慮すべきポイントとなる。

もちろん、電気、通信、上下水道といったインフラの未整備を逆手にとって、インフラ開発などのビジネスの機会を見出される企業もあろう。後発開発途上国として今後急速な経済成長、生活水準の向上が見込まれることから、生活必需品のマーケットとして急速に拡大する可能性もある。各企業の戦略いかんによって、魅力的にもそうでなくも映る国である。

私が2013年11月にヤンゴンに赴任したころには、初期的な調査のためにヤンゴンの当事務所を訪れる方が多かったが、最近では上述のようなこの国の性格を検討したうえで、具体的なビジネスケースについての進出

や、その後の税務・会計などのご相談に来られる方が増加している。

2. ミャンマーへの進出形態

ミャンマーへの外国企業の進出は活発であり、その形態には、支店の設立、独資による現地法人の設立、合弁会社の設立、外国にある持株会社の持分の取得、受け皿会社を設立しての事業譲受などのパターンがある。初期的進出としては、独資による現地法人の設立や支店の設立となる。外国法人がミャンマー国内に支店を設立する場合、支店は非居住外国法人として扱われ、法人税率(源泉税率やキャピタルゲイン税率を含む)という観点で不利となる。一方で、支店はコストセンターとしての性格が強いと解されており、売上や利益が計上されず、税金の納付がしばらくなくても税務当局は寛容に対応している。一方、現地法人の場合、課税所得が長年計上されない現地法人については、営業許可の更新の際に、あらかじめ将来分の税金の前納が求められたケースなども過去に存在しており、現地法人については利益の計上が前提となっていると考えられる。

現地法人については、1) 外国投資法の下でミャンマー投資委員会(Myanmar Investment Commission: MIC)の許可を得て外資会社を設立する方法、2) MIC許可をもたない外資会社を設立する方法とがある。また、本稿執筆時点で一部の会社がティラワ経済特区における、経済特区法の下での会社設立、経済特区管理委員会への許可申請手続きに着手している。いずれも、独資でなく合弁での設立も可能であり、また、一部事業については、内国資本との合弁によってのみ参加が認められることとされているから、日本企業が当地に進出するにあたって合弁を検討する機会は多いと考えられる。

また、ミャンマーでは外資企業による内資企業の株式の取得には制限があるが、受け皿となる会社を独資ないし合併で設立し、ミャンマー内資会社から事業を譲り受ける形などによりM&Aを行う事例もある。外国にある持株会社の持分を取得し、間接的にミャンマー企業の支配を獲得する場合には、当該国の買収取引の慣行に左右されることとなる。

3. 合併・M&Aにあたっての検討事項

外資企業による内資企業株式取得については制限があるため、現地での時間を買うという観点からは合併会社の設立が有望なオプションとなる。

さて、支店や現地法人を独資で設立する場合と異なり、合併による会社設立の場合には、自社のみならず合併先からの払込が必要となる。ミャンマー内資会社との合併のケースでは、ミャンマー内資会社が持分比率に応じた払込に足るだけの手許資金を持たない、あるいは、ミャンマー内資会社が合併会社の事業に適した土地建物その他の資産を有している場合がある。このため、外資会社が現金を払い込む一方、ミャンマー内資会社が土地利用権などの現物出資を行う形で合併会社を設立する事例も多い。ミャンマー内資企業との合併にあたっては、合併会社がパートナーとしてふさわしいビジネス上の能力を有しているか、払込に耐えられる十分な原資を有しているか、現物出資を行う場合には、その資産が出資割合に相応の価値を有しているかを十分に検討する必要がある。

なお、会社設立後における増資について、ミャンマー側パートナーが追加の払込に難色を示すケースも複数みられる。大手ミャンマー企業は、複数の有望な投資プロジェクトを抱えている一方、手許資金には限りがあることから、可能な限り資金の流出を遅らせようとする傾向にあるようである。このため、将来的に増資が必要となるかどうか、必要となる場合には、パートナー企業が十分な払込に足る能力を有しているかどうかを確認し、払込のタイミング・金額についての合意を得ておく必要がある。

買収による場合には、ターゲット企業の有するリソースのうち、何が欲しいのかを慎重に検討する必要がある。

特に、株式の取得(在外持株法人の持分取得を含む)によるM&Aではなく、現金により事業や資産を買収する場合には、必要な部分だけ買い、不要なものを置いてくるという交渉を比較的柔軟に行うことが可能であるため、必要な事業・資産の見極めを行うことが重要であるのは、他国での買収と同様であろう。

さて、買収や合併といった形での進出は、支店や現地法人を設立しゼロからスタートアップを行うケースに比べると未だ事例が少ない。ミャンマーでは、一般に入手可能な情報に基づき買収のターゲットや合併のパートナーを見つけることが難しく、また、仮に魅力的なターゲット、パートナーの目星をつけたとしても、これらに関する情報がきわめて得にくいことがその一因と考えられる。また、目星を付けた後、合併・買収先候補と話していると経営方針等がまったくかみ合わず、合併・買収をあきらめるケースも多い。我々のM&A専門家は、合併・買収等の機会を企業にご紹介する場合、早い段階から対象先と直接話し合うことをお勧めしている。

合併会社を新設して新たに事業をスタートする場合には、いわゆる財務デューデリジェンスや税務デューデリジェンスが必要ないことも多い。従前より取引関係があったディストリビューターや提携先、あるいは、これらのオーナーが所有していた会社などを合併先として選び、デューデリジェンスの手続きを全く行わない事例もある。しかし、ミャンマー側パートナーから資産や事業の全部または一部を譲り受ける場合には、デューデリジェンスや資産・事業価値の評価を検討する必要がある。

4. デューデリジェンスや資産・事業価値評価

ミャンマーには、他国と比較しても遜色のない会計基準が存在し、すべての会社に財務諸表の監査が求められている。とはいえ、誤解を恐れずストレートにいうならば、これは制度の話であって、実務上運用されているとは限らない。さらに、払うべき税金を支払っていないか、いわゆる二重帳簿を作成して課税を逃れたりという内資企業も多いようである。このような状況では、合併先や買収ターゲットから提供される財務情報をその

まま信用することは賢明でない。また、買収にあたっては、必要なもの、置いてくるべきものの洗い出しと、それにいくら払ってよいのかを評価する必要がある。

当地での財務・税務デューデリジェンスによる検出事項には、例えば以下のようなものがある。

(1) 財務情報のクオリティ

対象会社は会計基準(MFRSないしMFRS for SMEs)に従って財務諸表を作成していると主張していても、多くの場合、大幅な修正が必要となる。財務情報全体の見直しが必要となる場合、デューデリジェンスの範囲を絞ることが困難となるため、デューデリジェンス自体に時間とコストが必要となることがある。また、財務情報に大幅な修正が必要となる場合、経理部門あるいは、その上流にある各部門(営業、購買、生産、倉庫部門など)のどこかにプロセス上の欠陥ないし内部統制上の欠陥がある。これらを立て直すコストは将来事業計画に織り込む必要があり、買収価格の算定にも影響を与え得る。

(2) 税務申告書と会計記録との相違

税務申告書に記載されている売上高や利益と、会計記録のそれとが異なる事例がある。すなわち、合弁相手ないし買い手に提示する会計記録と、租税回避用に作られた数字との差を示す場合がある。特に買収の場合は将来的な徴税・ペナルティのリスクがあるため、買収対象から一切の租税債務を切り離すことが可能かどうか検討する、あるいは補償条項によるリスクの軽減が可能であるかを検討する必要がある。

(3) 関連当事者取引

ミャンマーでは、オーナー(やその一族)が所有・経営する複数の会社が有機的に連動して事業を展開していることは少なくない。ある会社の費用の支払いを他の兄弟会社が行っていたり、ある会社に属しているはずの従業員が他の会社のために無償で働いていたりする。このような関係がある場合には、買収の前提となる財務情報や将来事業計画にどのように反映するかを検討する必要がある。なお、ミャンマーでは連結財務諸表の作成は一般的ではなく、グループの全体像を見ることは難しい。

5. 合弁・M&A後の事業運営

内資会社との合弁やM&Aでは、すでにミャンマーに存在するリソースを活用することができるという利点があるが、この利点がともすると落とし穴になる場合がある。我々会計事務所が接する機会の多い経理周りで、企業が直面した落とし穴には以下のようなものがある。

(1) 過去の業務プロセス

ミャンマーでの経理人員のリクルートは難しいため、合弁パートナーや被買収会社で業務に従事していた人員が、そのまま経理業務にあたってくれるのは心強い限りである。しかし、ミャンマー内資会社が会計基準に準拠した財務諸表・会計帳簿を作成していないケースは少なくない。このような環境での「経験者」にそのまま経理を任せた結果、経営や外部報告に有用な経理情報が作成されないという事例がある。また、いわゆる現金収支のようなもののみ作成し、仕訳(複式簿記)による会計記録の作成経験がなかった方もおられ、親会社・本店への会計報告がままならない事例もある。また、経理部門のみならず、会計情報の上流部門(営業、購買、生産、倉庫など)が適切な記録をしておらず、経理部門に適切な情報が流れていない事例もある。

このような落とし穴を避けるためには、重要なプロセスについては、取引記録や証憑がどのようなフローで各部門から経理につながるのかを理解しておく方が無難である。また、スムーズな経理・税務実務を実現している会社の成功例を見ると、親会社や他国から経理規程・マニュアルを移植している。また、CFOといったハイレベルな役職者のみならず、日ごろの業務を直接指揮するマネージャークラスに他国での経験者を配置して、仕組みの徹底を図っている企業は比較的うまくいっているようである。

(2) 税務申告・納付

合弁先や買収先の経理人員がそのまま業務を担当する場合、税務については、ミャンマーにおける実務経験があるという理由で外部税務専門家への業務の委託を見合わせる事が比較的多いようである。しかし、ミャンマー企業の多くは適切な税金の申告・納付や源泉徴収の実務がなかったため、実務経験に頼った結果と

して、税法を無視して進んでいる事例が複数あった。幸い、現在のところ税務当局は積極的にペナルティを課しておらず、課税所得水準も小規模(ないし赤字)であることが多いため、大事に至ることは少ないようであるが、コンプライアンスの観点からは留意が必要である。

税金の申告・納付については、税務専門家に一度スケジュールや手順のアドバイスを求め、社内の認識と一致しているかどうかを再確認したほうが良い。

(3) ERPシステム・会計システム

ミャンマーでは、ERPシステムや会計システムを使わず、マニュアル(表計算ソフトなどを使っている場合を含む)で取引記録を残している場合がまだ少なくない。事業規模が小さいうちは、ERPや会計システムは不要、という日本企業も少なくないが、経験の少ない人員に、自由度の高いマニュアルでの取引記録を任せると、そのチェックの工数が多大に発生する。チェックをしないと、記録自体が到底信頼できないレベルとなる可能性があり、最悪、法定監査すら不能となる場合もある。逆に、買収後に高度なERPを導入したものの、その運用方法についてトレーニング期間を十分にとらなかった企業では、従来のプロセスとERP導入後のプロセスの違いについていけないという事例もある。この事例では、一部の既存人員が今までのやり方(マニュアルでの記帳)を使用し続け、ERPに情報を入力しなかった結果、一部は紙の帳簿、一部はERPと取引記録が複数に分散してしまい、結果として取引記録がまったく意味不明となってしまった。

必要な範囲でシステム・ソフトウェアの導入を行うとともに、その運用方法について十分な指導を行うことが、経営上必要な正確な情報を担保するうえで重要である。なお、導入時には、変更前の帳簿類(マニュアルでの記帳なり、もともとの企業が使っていたシステムなり)が適切に新システムに移行されているかどうかの検証は最低限必要である。

6. 終わりに

ミャンマーは市場として、あるいは輸送拠点、製造拠点として魅力的な国であると考えられる企業は多い。しかしながら、国際的なレベルの実務へのキャッチアップは、まだスタートしたばかりである。このため、これまで述べてきたような企業が直面することの多い課題を踏まえ、合併・M&A計画のフィージビリティスタディやデューデリジェンスを通じて、通常以上に事業開始前後における要整備項目や要改善点の洗い出しと、これに対処するアクションプランの策定に重点を置く必要がある。

執筆者氏名

三木 拓人 (みき たくと)

経歴

2002年 慶應義塾大学経済学部卒

2002年 新日本監査法人(現 新日本有限責任監査法人)に入所。多国籍に展開する日本企業を中心に監査業務等に従事

2008年 米国EY San Joseオフィスに赴任、シリコンバレー進出日本企業や、米国企業に対するサービスを提供

2011年 日本に帰任。グローバル展開する日本企業の監査、アドバイザリー、日本企業の海外上場支援等のサービスに従事

2013年 ミャンマー・ヤンゴンのUTW Consulting Limited(現 EY UTW (Myanmar) Limited)に赴任。ミャンマー進出日本企業を中心に、会社設立、監査、税務、その他アドバイザリー業務に従事

日本国公認会計士・米国公認会計士(カリフォルニア州)

趣味はスノーボード、最近始めたゴルフ

アジアにおけるデジタル技術の普及と そのインパクト

Google Asia Pacific Pte. Ltd.
Senior Research Manager, Market Insights

柿原 正郎



はじめに：世界で一番多様な地域、アジア

いま本稿を手にとってお読みになっている皆さんのほとんどは、机の上、もしくはポケットや鞆のなかにスマートフォンをお持ちになっているのではないかと思います。そして、さらに皆さんのなかの多くはアイパッド (iPad) やキンドル (Kindle) のようなタブレット端末も個人でお持ちになって、自宅のリビングで動画を見たり電子書籍を読んだりしている人もいらっしゃるのではないかと思います。パソコンだけでなく、こうした様々なモバイル端末をプライベートでも仕事でも使うことは、今ではそれほどめづらしいことではなくなりました。

ただ、いま少し振り返ってみれば、実はスマートフォンがはじめて登場したのは、今は亡きアップルのスティーブ・ジョブズが 아이폰 (iPhone) を発表した2007年6月、いまからたった7年前でしかありません。グーグルがアンドロイド (Android) というスマートフォン用の基本システムを無償提供し始めたのも2007年11月です。そこから、世界中で怒涛のスマートフォン普及の流れが生まれ、たった7年で我々の日常生活を大きく変容させました。スマートフォンが我々の生活にどれほど深く浸透し欠かせないものになっているかを考えるには、「もしそれがなかったら」と考えるだけで十分でしょう。

しかし、こうしていま我々の目の前に見えているデジタル技術の普及は、世界のなかで均一的に進んでいるわけではありません。デジタルに限らず、技術の普及というものは、国や地域ごとのさまざまな社会経済的な要因によって、そのスピード

や広がりかたが異なります。そして、その普及パターンの多様性において、アジアはきわめてユニークな地域といえます。一方の極に、日本やシンガポールのようなデジタル先進国があり、また逆の極にはインドやインドネシアなどの巨大なデジタル発展途上国もあり、それらがひとつの「アジア」という巨大な地域に含まれているのは、アメリカやヨーロッパにも見られない特徴です。

本稿では、こうしたアジアにおけるデジタル技術の普及状況を考察するために、弊社で2014年2月に世界約60ヶ国で実施した調査「Connected Consumer Study」¹から、特に各国のインターネットの普及率とスマートフォンの利用動向に絞ってデータを紹介しながら、今後のアジアにおけるデジタル技術普及の展開とその含意を考えてみたいと思います。

インターネットの普及：

日本、オセアニアは世界有数のネット普及国

先進国では、インターネットが電気や水道と並ぶ重要な生活インフラであるとの認識は既に広がり、1990年代から積極的に商用ブロードバンドインターネットの整備が進められてきました。日本においても、2001年に政府において策定された「e-Japan戦略」によって、ブロードバンドインターネットが急速に普及しました。同時に、モバイル・インターネット環境の整備も積極的に進められ、2001年にNTTドコモが世界に先駆けて第三代 (3G) のモバイル通信システムを市場に導入しました。2014年第一四半期の時点で、日本のインターネット普及率は86%にまで上がりました。ア

アジアでは、他にオーストラリアやニュージーランドにおいても90%近くまで普及しています。

一方で、アジアの他の国のインターネット普及率を見てみると、調査対象の57ヶ国のなかで上位から下位まで満遍なく広がっています(図1)。台湾、韓国、シンガポールは80%前後、そして中国、香港が70%前後に位置づけているなか、フィリピン、マレーシア、ベトナム、タイなどの東南アジア諸国のインターネット普及率は依然50%前後と低い水準に留まっており、さらにインドは国民の3割にも満たない人しかインターネットを利用しておらず、調査対象国のなかでもっとも低い普及率となっています。いま、東欧や中南米、さらにはアフリカ諸国においてもインターネットが急速に広がっているなか、特にインド、タイ、インドネシアのインターネット普及の遅れは顕著になってきています。これらがすべて「アジア」に含まれるというだけで、いかにアジアが多様な地域であるかは一目瞭然と言えましょう。

こうしたインターネット普及のバラつきは、単に技術的な要因によってのみ生まれるわけではなく、各国特有の社会経済要因に応じて多様な普及パターンを生み出します。特に政府施策や規制の状況や、民間企業による事業状況が各国ごとにすべて異なるわけですが、やはり政官財が一体となった社会投資がインターネットの普及を加速させるためには必要になります。

スマートフォンの普及： 世界をリードするシンガポールと韓国

冒頭にも書いたように、スマートフォンは2007年の登場以降、瞬く間に我々の毎日の生活のなかに浸透していきました。スマートフォンは、もはや「ケータイ電話」という括りでは捉えきれず、音声通話機能だけでなく、インターネット利用、ゲーム、音楽、メッセージング等、多種多様な機能を包含した汎用型複合情報端末＝「スマートデバイス」とでも言えるものに進化を遂げました。

このスマートフォンの普及も世界各国で様々な様相を呈しています(図2)。2014年第一四半期の調査において、世界のスマートフォン普及において、トップ2をアジアの国が獲りました。1位は85%のシンガポール、そして2位は80%の韓国です。いま、シンガポールでは、店舗内だろうが電車の中だろうが、どこにいてもたくさんの人たちがスマホを片手にゲームをしたり動画を見ていたりする光景を皆さんもよく目にすると思います。

一方、かつてモバイル先進国と呼ばれた日本のスマートフォン普及は依然46%に留まって、調査対象国57ヶ国の平均(49%)よりも低い水準にあります。日本の周辺では、南アフリカ(47%)、クロアチア(46%)、ロシア(45%)などがあり、2014年現在において、お世辞にも日本のことをモバイル先進国とはいえない状況にあります。これはやはり、

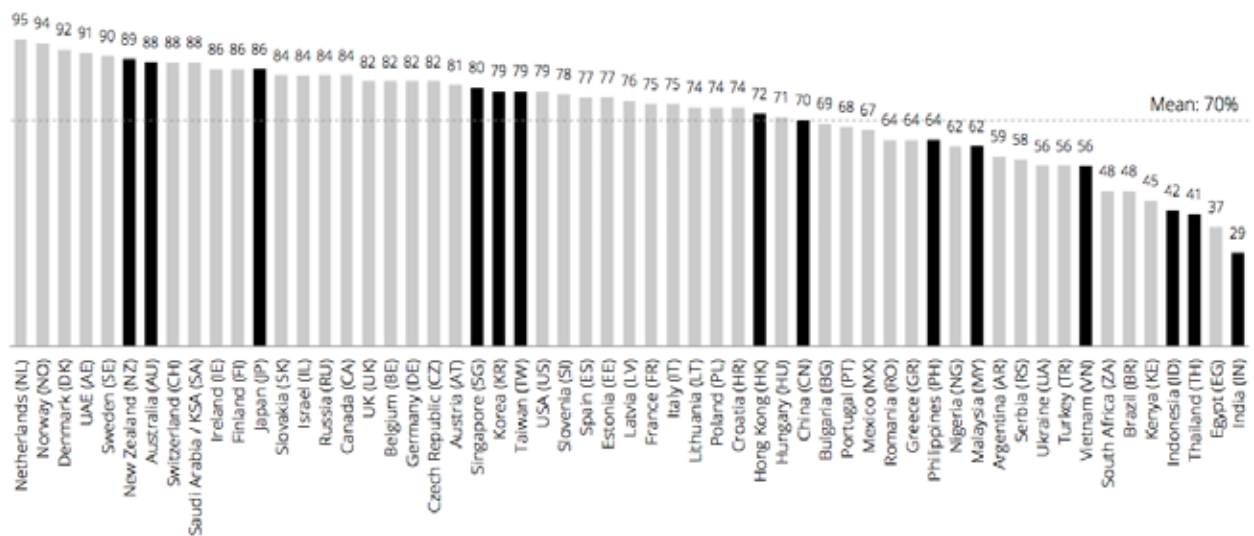


図1：インターネット普及率(%)、個人利用、Q1 2014)

日本で通称「ガラケー」と呼ばれるフィーチャーフォンが依然として広く使われており、その日本国内特有のフィーチャーフォン市場の発達により、他の国に比べてスマートフォンの普及が遅れているという背景があります。事実、日本のフィーチャーフォンは非常に高性能で、ネット接続、高性能カメラ、ゲーム機能等、極めて多彩な機能が搭載されており、敢えてスマートフォンに切り替える必要がないと感じる人がまだまだ多くいるのも事実です。

東南アジアに目を向けると、フィリピン(41%)やタイ(40%)ではある程度スマートフォン普及が進んできてはいますが、総じてまだまだ初期の普及段階にあるといえます。さらに、インターネットそのものの普及が遅れているインドでは、スマートフォンに関しても22%と調査対象国中最下位となっていますが、インド全体の人口(12.5億人)を鑑みれば、たった22%でも2.75億人という日本の人口の二倍以上のスマートフォン利用者がいることになり、現時点でも世界最大級のスマートフォン市場であることは間違いありません。

「モバイル・ファースト」が顕著なアジア

本稿では紙幅の関係で、調査結果から紹介できるデータの数に限りがありますが²、これまでインターネット普及とスマートフォン普及という基本的

なふたつの指標を見ただけでも、アジアのデジタル技術普及のユニークな状況が見えてきました。

まず明らかなのは、このアジアという地域は、デジタル技術の普及度合いに関しては、成熟した先進国から普及初期段階の発展途上国まで、さまざまなステージの国が入り乱れており、「アジア」全体を一括りにして語る意味はないと言えます。このようなアジアのデジタル技術普及における多様性は、世界の他の地域にはまったく見られないものです。しかも、アジアには中国、インド、インドネシアという巨大な市場が存在しており、その国土の大部分(特に非都市圏)ではインターネット接続環境がまだまだ十分に整備されておらず、そうした未開拓市場の規模の大きさもアジアの特徴と言えます。

さらに、アジアに特徴的な点として挙げられるのは、PCの普及よりも、スマートフォンの普及が先に進んでいる、いわゆる「モバイル・ファースト(Mobile First)」の状況が発生している国が多数存在することです(図3)。今回の調査対象のアジア14ヶ国のなかで、スマートフォン利用率がPC利用率(デスクトップPC、ラップトップPC、ノートブック、ウェブブック含む)を上回っている国は、なんと9ヶ国もありました。これが意味することは、人々のインターネット利用において、もはやPCではなく、スマートフォンがインターネット利用のプライマリーデバイス(主要なネットアクセス端末)になっているという事実です。いまインターネット利用の

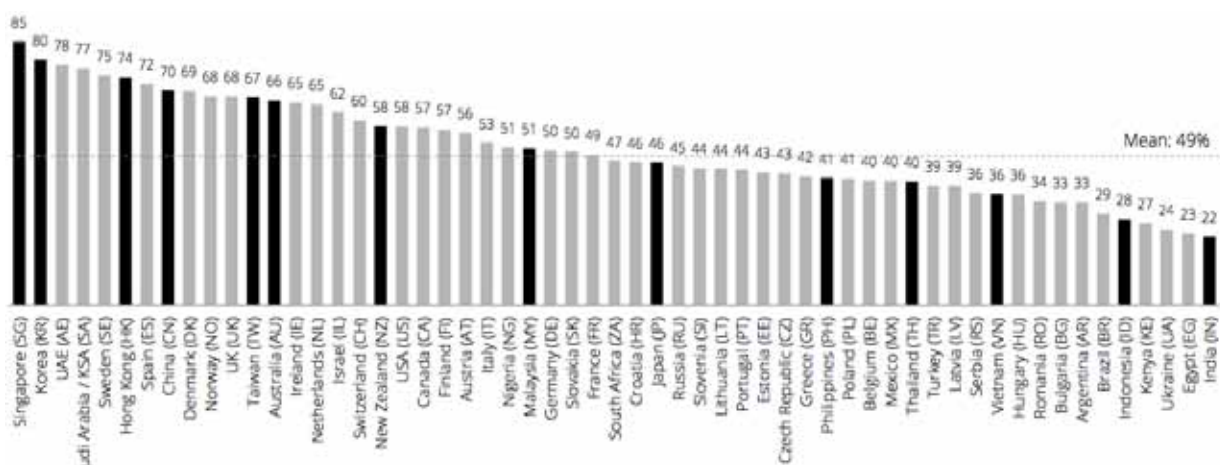


図2: スマートフォン利用率 (%、Q1 2014)

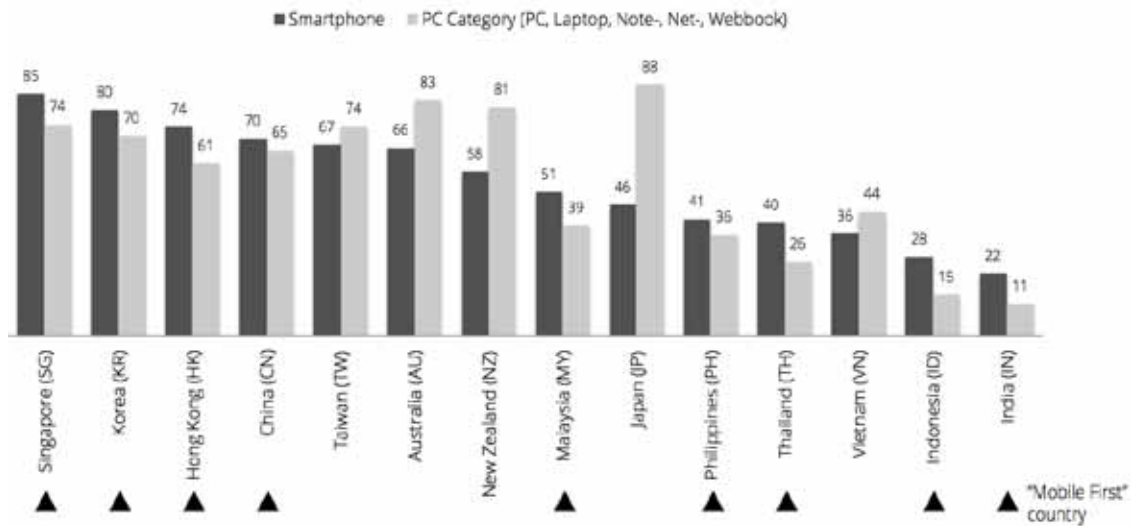


図3：PC-スマートフォン利用率比較（%、Q1 2014）

「当たり前」は、時間や場所にとらわれず、すぐにポケットの中からスマホを取り出し、メッセージングアプリを立ち上げて友達とコミュニケーションしたり、ニュースアプリを立ち上げて毎日の出来事を追いかけたり、マップアプリを使って予約を入れたレストランの場所を確認したりすることであり、家に帰ってPCの前に座り、ウェブブラウザを立ち上げ、ポータルサイトでニュースを見たり検索をしたりするインターネットの利用の仕方は、今後ますます「不自然」なものにさえ映ようになってくると思います。

こうした「モバイル・ファースト」の動きが世界でもっとも急速にまた大きなスケールで広がっているのがアジアです。アメリカやヨーロッパの先進国、さらには日本のような成熟市場しか見えないと、このような「モバイル・ファースト」のインパクトはなかなか見えてこないのですが、この動きが既に起こっているシンガポールや韓国や中国だけでなく、今後早晩インドネシアやインドにも広がり、モバイル端末からしかインターネットを利用しない人々がインターネットユーザーの大部分を占めるようになるのは間違いありません。

デジタル時代の事業設計における要諦

こうしたアジアにおける大きなデジタル技術の普及のうねりを目の前にして、事業者サイドの課題としては、どのようなことに留意すべきなのでしょうか。いま、業種・業界に関係なく、今後のアジアにおける事業展開における重要な視座を2つほど提示しておきたいと思います。

(1) アジア各国の生活者の情報行動の理解

上で見てきたように、いまアジアにおけるデジタル技術の普及は、ざっくりと一括りで捉えられるような単純な状況にはありません。日本やオーストラリアに見られるようなPCベースのインターネット利用が中心のデジタル先進国のほうがアジア全体で見れば特殊な事例とも言え、逆に東南アジアやインドに見られるモバイル・ファーストのデジタル技術の普及やインターネット利用がアジアの主流であると言っても過言ではない状況です。

こうしたデジタル技術の普及により、いま大きく変わりつつあるのは、生活者の情報行動のプロセスです。広義の情報行動とは、情報への接触、取得、利用、共有などが含まれますが、デジタル技術の普及は、こうした人々の情報行動にダイレクトに変化をもたらします。これまで、テレビや新聞で世の中の動きを把握していた人が、インターネット

を通じてニュース記事を読んだりソーシャルメディアで流れてくる情報に触れたりすることが増える。これまで実際の店舗で本や音楽CDを買っていた人が、eコマースサイトで商品を購入するようになる。こうした情報行動が、いまPCからモバイルに急速に移っていくことにより、「いつでも・どこでも」できるようになる。いま、本稿をお読みの皆さんが「もうスマホ無しの生活なんて考えられない」と感じるような現実が、今後数年のうちに、東南アジアとインドで怒涛の勢いで広がっていきます。その際、そのデジタル技術の社会的受容とそれによる人々の生活の変化は、それぞれの国の社会経済状況や制度・規範の違いによって、多種多様なプロセスを経ることになります。こうしたアジア各国の人々の情報行動の急速な変容は、目の前の実体経済にリアルな変化が見えてきた頃には既に大方の趨勢は決まってしまうことでしょう。アジア各国の生活者の情報行動について、いま一度正確に理解する努力を惜しまない姿勢がいま非常に重要になってきていると思います。

(2) モバイルへの積極投資

いまアジアで急速に広がっている「モバイル・ファースト」のトレンドについては既に上で触れました。この「モバイル・ファースト」という捉え方も、実は、PCベースのインターネット利用が主流であると当然のように思っている筆者も含めたデジタル先進国の人間のものの捉え方でしかなく、インドやインドネシアやマレーシアの人にしてみれば、敢えて「モバイル」という言葉を付ける必要もなく、モバイルベースのインターネット利用がその人々にとっての「当たり前」であることでしょう。そのような新しい現実としての「モバイル・ファースト」環境が、既存ビジネスにもたらす影響は甚大です。新規顧客の開拓、既存顧客の関係維持、様々なマーケティング施策の実施など、対外的な事業展開において、当然ながらこの「モバイル・ファースト」の生活者行動を前提にしなければなりません。

しかしながら、実際に多くの企業がとっている活動は、依然としてテレビや新聞のような伝統的

メディアを使ったマスマーケティングやPCベースのデジタル施策でしかなかったりします。今年2014年に大手コンサルティング会社のボストン・コンサルティング・グループ (BCG) が様々な業界のトップ企業1500社を対象に実施した「Global Innovators Surveys 2014」³によれば、その戦略的重要性を高く評価しているにもかかわらず、現時点においてそこから十分な成果をうみだせていない領域として、ビッグデータと並んであがったのがモバイルでした。生活者サイドでこれだけ顕著に進んでいる「モバイル・ファースト」の流れに対して、事業者サイドは依然として自社の事業活動の「モバイル・ファースト」対応に苦戦している様子がうかがえます。これは一概に企業側の怠慢というわけではなく、頻繁に登場する新型スマートフォン端末やOSのアップデートなどで、自社の施策を迅速にモバイル対応させていくことが難しいという技術的要因や、事業活動のモバイル対応のベストプラクティスと言えるものが業界内でまだ十分に蓄積・共有されていないという経験的な問題もあると思います。

とはいえ、これほどまでにたくさんのアジアの生活者が「モバイル・ファースト」化しているなか、業界を問わず、いまモバイル領域への果敢な投資と事業活動の抜本的なモバイルシフトを進めていかないといけないことは明らかでしょう。まずは、基本的な事業設計と意思決定における「マインドセットのモバイル・ファースト化」が喫緊の課題だと思います。

さいごに：「すでに起こった未来」に 乗り遅れないために

本稿では、インターネットとスマートフォンという基本的なデジタル技術の普及状況を実際の調査データを引用しながら概観し、アジアにおけるその社会経済的なインパクトについて考察しました。

インターネットの商用利用が世界各地で始まったのが1980年代後半。日本で最初の本格的なモバイルIP接続サービスであるNTTドコモのi-mode

が登場したのが1999年。そして、その後のスマートフォン の原型となるiPhoneが市場に投入されたのが2007年。これらのデジタル技術が世の中に広まっていった、まだ四半世紀ほどしか経っていませんが、その間に引き起こされた様々な社会変容の規模は、まさに現代社会における地殻変動ともいえるほどの大きなものでした。インターネットの普及により、市井の人々が世の中に散在する膨大な量の情報へのアクセス手段を手に入れ、経済価値の創出や知識創造の仕組みが大きく変わり、そして今、その力が手の中に収まるほどの小さなスマートフォン端末に凝縮され、いつでもどこからでも地球規模の膨大な知識にアクセスすることができるようになりました。

いまアジアでは、こうしたデジタル技術の普及が、それぞれの国によって異なるステージで同時多発的に進んでいます。こうした複雑かつ本質的な社会変容を的確に理解するために重要な視座について、社会生態学者のピーター・ドラッカーは次のように説いています。「重要なことは、すでに起こった未来を確認することである。すでに起こり元に戻ることはない変化、しかも重大な影響をもつことになる変化でありながら、未だ認識されていないものを知覚し、かつ分析することである」⁴。いま、アジアのデジタル技術の「すでに起こった未来」も、皆さんのすぐそばで気づかないうちに日々の生活の奥深くにじわじわと染みこんでいるはずです。

¹ Googleが2011年から毎年実施しているインターネットとデジタル技術の普及状況に関するグローバル調査。世界57ヶ国において統一的な調査設計と実査にもとづいて実施。サンプルベースは、全国代表性を担保するウェイト補正をした各国1,000サンプル(インドのみ4,000サンプル)。調査手法は電話および対面インタビュー方式。

² 本稿で紹介した「Connected Consumer Survey」のデータも含め、世界各国の生活者のメディア行動調査の結果をウェブサイト「Consumer Barometer」(<http://www.consumerbarometer.com/>)にて公開している。さらに詳しいデータにご関心のある方はぜひアクセスして頂きたい。

³ BCG “Most Innovation Companies 2014”, BCG Perspectives, 最終アクセス:2014年10月30日. https://www.bcgperspectives.com/content/articles/innovation_growth_digital_economy_innovation_in_2014/

⁴ P.F.ドラッカー「すでに起こった未来—変化を読む眼」(ダイヤモンド社、1994年)

執筆者氏名

柿原 正郎 (かきはら まさお)

経 歴

1973年兵庫県生まれ。関西学院大学経済学部卒業、ロンドン・スクール・オブ・エコノミクス博士課程修了(Ph.D.)。関西学院大学商学部准教授、Yahoo! JAPAN研究所研究員等を経て、2011年より現職。2013年3月来星。現在シンガポールオフィスにて、主に東南アジア市場のデジタル産業、メディアビジネス等に関する各種調査分析を担当。

シンガポールのオフィスリーシングマーケット

Knight Frank Asia Pacific
(seconded from Sumitomo Mitsui Trust Bank)

Manager

直井 大輔



1. 昨今のオフィス賃貸マーケット動向

直近のシンガポールのオフィス賃貸マーケットは引き続き堅調に推移している。2013年の第2四半期以降、上昇を続けており、特にグレードA+及びグレードAクラスのオフィスビルの賃料がマーケットを牽引している。シンガポールではオフィスビルのグレードを高い順に、グレードA+、グレードA、グレードB、グレードCと言い、その区別・定義は各エージェント毎に若干の差異がある。グレードA+としてイメージされるビルは、例えばMarina Bay Financial Centre、Asia Square、Ocean Financial Centre等である。Raffles Placeの平均賃料は2014年第2四半期にはRaffles Place/Marina Bayエリアで1.1%上昇した。第1四半期の上昇率が1.5%だった事からすると上昇率は落ちているが、Central Business District (CBD) エリアに対するオフィス需要は引き続き強い事と、CBDエリア内で新規に供給される床が限定的である事から、少なくとも年末までは同様の動きを見せるものと予測される。Raffles Place/Marina BayのグレードA+ビルの賃料は第2四半期で1.4%上昇しておりエリアの全体平均より上昇率が高い一方、グレードAの上昇率は0.9%となっている。グレードBに至っては0.4%の上昇に留まる。

2014年第2四半期は直前の四半期と比し大型の賃貸借契約が複数交わされており、マーケット内のセンチメントは上向き、賃料上昇圧力は継続している。2013年第4四半期と2014年第1四半期で50,000sqf(平方フィート、1sqf=0.093㎡)超の取引は2件程度しかなかったが、第2四半期

だけで3件の取引が成立している。傾向としては分散されていたオフィスの統廃合によるものが多い。拠点の統廃合による経済的効果は高く、受付スペースやミーティングスペース或いはパントリー設備の共有化により、最大で40%近くの間接経費を効率化できるとも言われており、中長期戦略の観点からも有効に作用する。もう一つの大きな流れとしてはシンガポール政府主導で進めている地方分散の動きである。当初は懐疑的な見方も多かったが、郊外で積極的に開発されているエリア・物件ではその不便さを感じさせない作り込みとなっており、複数の大型賃借人が纏まったフロアを賃借する事となっている。賃料の上昇傾向と共に、ロケーションへの拘りが少ない企業やバックオフィス機能を統廃合させようとする企業からこうした郊外の新築大型オフィスへ移転する動きが見られる。

CBDではこの先1年程度の間には竣工する大型のハイグレードのオフィスビルは限定的で、中心部に所在する事に意義を見出す賃借人や、特に1フロア全体を使用する事を希望する賃借人にとっては非常に限られた選択肢となっている。現在のところ、竣工間近のオフィスビル以外に1フロア全て使用可能となっているグレードAもしくはグレードAのビルは非常に稀で、各階の一部分がバラバラと空いているのみとなっている。

2. 今後の賃料動向予測

金融機関や法律事務所等を中心として引き続きCBD内のオフィスへの需要は増える見込み。Knight FrankではCBDの賃料は2014年末までに更に約10%程度の上昇を見込んでおり賃貸人側も強気の交渉に出てくる事が予測される。これまでの賃借人候補者に加え、急遽発生したEquity Plaza全賃借人退去の事態(*1)で、需要と供給のバランスは更に崩れ、より賃貸人有利な環境となっている。更に大型の床を一度に必要なとする需要は、オフィスの統廃合ニーズの増加に伴い、引き続き強いと予測される。一方、築年の古いビルに対しては、上記の理由により新築の大型ビルへの移転需要が高まる事から、賃料下落の圧力は高まる見通しである事から、これら築古ビルの賃貸人は賃料の引き上げには二の足を踏むであろう。2014年から2019年までの長期予測では、Knight Frankではシンガポールのオフィス賃料は25%上昇すると見込む。これは稼働率、グレードA+ビルの賃料、GDP、個人あたりのGDP、インフレ率、投資額、雇用・失業率等の各指標を独自のモデルで回帰分析した結果出された数値である。

(*1) 本年9月、Equity Plaza入居中の全賃借人に対しRedevelopmentを理由として6ヶ月以内に退去するようにとの通知が出された。築年の古いビルの賃貸借契約書にはRedevelopment Clauseが入っている事は一般的であるが、実際に6ヶ月という短期間で退去を通知した事例としては異例。

3. オフィス賃借時のマーケットプラクティス

ここでは、シンガポールでオフィスを賃借する場合の全体の手続き及び留意点につき記載する。まず最初に留意すべき点として挙げられるのは、シンガポールでは賃貸人が圧倒的に強いマーケットであるという事。定期借家契約が基本となっている為、日本の普通借家契約のように賃借人を保護するという観点は全く無く、賃貸条件はマーケット環境や交渉次第ではあるものの、交渉も賃貸人優位に進む事が多い。

オフィスを探索をする上での活動概要及び各時点での留意点を以下の通り示す。

① 物件情報収集

探索時点での空オフィス情報については、一般的には不動産エージェントを通じて情報入手する事になるであろう。大手のエージェントであれば扱う情報の量、内容は左程変わらない。シンガポールでは通常の場合、賃借人は仲介手数料を払わなくて良いとされている。物件情報を集める際には、賃借人側の要求内容が如何に具体的になっているかという事が重要となる。エリアや予算の上限額の他に何を優先的に検討するかを事前に社内打合せできていれば、活動がスムーズとなる。例えば、MRT駅至近を強く希望するかどうか、近くにレストランがあるかないか、雨用シェルターを経由して通勤できるかどうか、ローカルスタッフの意見を重要視するかどうか、ビルのグレードや築年数を気にするかどうか、入口にセキュリティーゲートがあるかどうか、発電設備があるかどうか等が挙げられるが、これらは実際に物件選定する際に意外と影響を及ぼし得る項目となる。全ての要求を満たす案件は自ずとグレードの高いビルとなりがちであり賃料も高くなる為、何を優先させるかの判断基準を事前に決めておく事は肝要である。

② 物件内覧

通常の場合、ある程度のクライテリアに基づいて約10件程度絞り込んだ上で物件内覧を申し込

む。物件情報は常に動きがある事から、内覧希望日の1週間前に申し込めば十分であろう。内覧にあたっては各社独自にチェック項目を幾つか作り、各案件毎に各項目毎に点数を付けて行くと、後で整理しやすくなるであろう。どこに重きを置くかは各社の方針次第であり自由に決められたい。ここでは内覧を手配したエージェントは賃貸人側に賃借人候補者と共に一緒に登録される事になる為、内覧する前の段階でどこのエージェントと内覧に行くべきなのかは一度検討されるべきであり、後々エージェントを変更して同じ物件を進談させようとするトラブルになるので留意した方が良い。

③ 候補案件絞込

内覧の結果を踏まえ物件の順位付けをする。また物件内覧から日が経っている場合には状況が変化している可能性もある為確認が必要である。各案件のフロアプランを受領し、内装業者(候補者)にレイアウトプランを作成してもらい、それを基に案件を絞り込むのも方法としては有効である。

④ 賃借人よりLetter Of Intent (LOI) 提示

案件絞込の結果を踏まえ、エージェントを通じて若しくは直接、通常の場合1物件乃至2物件程度に対しLOIを提示する。LOIは法的拘束力の無い書面となるが、賃借人側が希望する基本条件項目を列挙して提示する。基本的に賃貸人はLOIを提示してからでないと条件交渉に応じないケースが殆どである。例えば賃料がどの程度交渉できるか等の事実もLOIを提示してからの交渉により始めて明らかとなる。また他者より先にLOIが提示されると基本的にはそちらが優先的に交渉を進める事になるので、どうしても抑えたい案件である場合には早めにアクションを起こす事が必要となる。

⑤ 基本条件交渉

LOIに記載した基本条件(通常の場合、賃借面積、賃料、賃借開始日、賃料発生日、契約期間、

駐車場台数、その他諸々の賃借条件)を記載するが、その項目毎に賃貸人側とエージェントを通じてもしくは直接交渉に入る。通常の場合、何度かやり取りをした後に賃貸人側から最終オファーが出てくるので、そこで合意に達する事ができるかがポイントとなる。LOI提示から条件合意まで早ければ1週間程度、遅くても1ヶ月はかからないであろう。

⑥ 条件合意後、賃貸人にてLetter Of Offer (LOO) 作成

賃貸人より基本条件が記載されたLOOが発行され、同時に賃貸借契約書の雛形が提示される事が多い。LOOにも有効期限があり、通常の場合は1週間程度であり、延長しても追加1週間～2週間程度。ここでLOOにサインしない場合、案件は再びマーケットに流れていってしまう。

⑦ 賃借人にてLOOへサイン、同時に諸費用払込

LOOへのサイン時点が法的拘束力の発生となるポイントなので、賃借人にとっては一番重要となる。また同時に諸費用の払込が必要になるので、事前に社内決済が取れている事が大前提となる。通常の場合、1か月分の賃料の前払、セキュリティーデポジット支払(3～6ヶ月賃料相当額)、リーガルフィー、スタンプデューティーを一度に払う必要がある。

ここで注意すべきなのは、上記の通りLOI提示からLOOへのサインまでスケジュール感であり、ご覧のとおりこの間は約1ヶ月程度しかなく、本社決裁を仰ぐ必要がある企業にとっては頭の痛いスケジュール感となる。本社決裁に回し1週間程度で直ぐに回答が得られる企業であれば問題は無いが、とても間に合わないという企業もいるのではないだろうか。LOIを出す前の段階である程度の大まかな内容で方針決裁を取り、条件交渉合意後に事後決裁で済ませられるような社内手配が出来ると理想的である。社内決裁が幾重にもあり時間がかかる事が想定される企業においては、事前に策を練られておかれる事を薦める。

賃貸借契約書へのサインはその後賃借開始日までの間にサインする事になる。

⑧ 内装工事

LOO及び賃貸借契約書へのサイン後、賃借開始日以降は賃借スペースには自由に入出りが出来る事になるので、内装業者は即座に工事を開始する事にはなるが、内装工事開始前に内装業者は確定したレイアウトプランを賃貸人に提出して認可を貰う必要がある。つまり、LOIを出し基本条件交渉を賃貸人と進めるのと並行して内装業者の選定を実施し、最終的な確定レイアウトプランを決めておく必要がある。各社毎にデザイン・考え方・費用水準は違うので、各企業の方針に基づいて選定されたら良いだろう。内装工事にかかる日数は、規模、設備等により一概には言えない。1ヶ月程度で済む場合もあれば、1年近く余裕を見る企業もある。特に規模が大きく、IT関連等の特殊設備を設置する予定がある場合には余裕を見ておく方が良いだろう。

⑨ 引越

事前に定めた引越し予定日に入居する事になるが、重厚なIT設備や特別な設備を設ける企業は余裕を持って予定を立てた方が良い。

⑩ 旧事務所の原状回復工事

引越完了後、旧事務所の原状回復工事を実施する事になるが、賃貸人によっては次の賃借人の為に内装を残したままでも良いとするケースもあるがあくまでオプションと考えたほうが良いだろう。結局原状回復工事をする事になったとしても費用の負担は当該賃借人が持つ事になる。

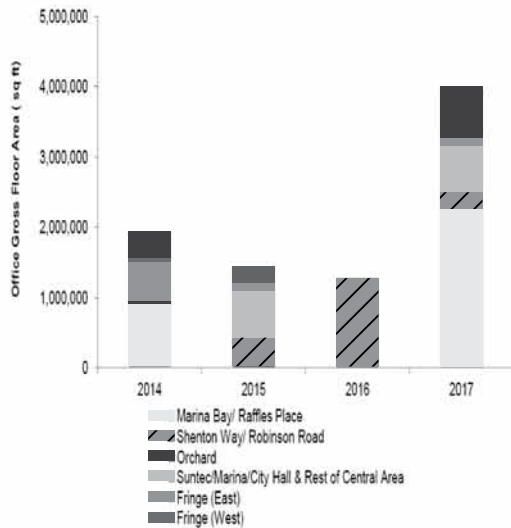
賃借面積の規模や賃貸人側とのリレーション有無等、状況により多少の違いはあるであろうが上記が一般的な手続きの流れとなる。オフィスの移転自体は各企業にとって頻繁に発生する事態ではないかもしれないが、実際動き出すとなると活動工程を想定し、時間軸を逆算した活動を意識しないといけなくなる。大きな面積を借りる企業に

としては約1年、通常の場合でも6ヶ月ぐらい前には活動を始められる事をお勧めしたい。中にはシンガポール在の駐在員の一存だけでは決定できない企業もあるのではないだろうか。その場合は更に早めに動き始め、本社に対してマーケット状況を刷り込み、移転の意義等を並行して検討しておきたい。現場本位で、移転する事ありきに進談させたところ、後々本社より移転の意義、引いてはシンガポール事務所の将来の絵姿を問われ想定外に時間を費やしたというケースもある。賃借人が探索活動時に依頼をかける事になるエージェントは賃借人側に就くエージェントを意味している。シンガポールでは1人のエージェントが賃貸人側と賃借人側と両方の立場を取る事は法律上禁止されている。つまり、賃借人側に立つエージェントは交渉の観点から見れば賃借人の味方となり賃貸人側と交渉にあたる事になるので、ここは対峙する事無く上手に関係を維持される事が望ましい。ここは日本とは大きく違う点である。

4. 結び

シンガポールでは法体系、契約条文、商慣習どれを採っても賃貸人優位である事は変わりはないので、事前に出来るだけ情報を仕入れた上で活動に着手されると良いであろう。一言でオフィス賃借と言っても、その意味合いは各企業様々な捉え方がある。一時的に間借りしているという場合を除き、数年或いは数十年は移転先に入居し続ける事になるであろうから、活動は慎重にならざるを得ないだろうし、日本の本社からも色々と意見を言われて困惑する事もある。しかし、当地の商慣習における活動スピードはとても早く、戸惑う事も多いかもしれない。その際には上記内容をお読みいただき、事前の知識吸収と準備の補助になり、皆様のお役に立てれば幸甚である。

Exhibit 1: Upcoming Office Supply from Major Office Developments*



Source: Knight Frank Research
 *Exhibit 2 excludes remaining 23.0% of office space from major upcoming office developments that will be completed beyond 2017, or major upcoming office developments with no publicly announced dates.

Exhibit 2: Average Rentals by Clusters in Central Area

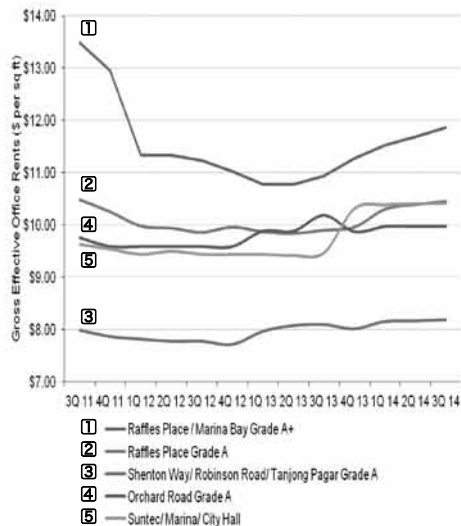


Exhibit 3: Gross Effective Monthly Rentals, 3Q 2014

Location	Gross Effective Monthly Rentals (\$ per sq ft)	Year on Year Change	Quarter on Quarter Change
CBD (Grade A+, Grade A)			
Raffles Place/Marina Bay	\$10.80 - \$13.00	8.5%	1.5%
Raffles Place	\$9.80 - \$11.20	5.6%	0.6%
Shenton Way/ Robinson Road/ Tanjong Pagar	\$8.00 - \$8.50	1.1%	0.2%
Central Area (Outside CBD)			
Orchard (Average)	\$7.00 - \$10.50	-0.5%	-
City Hall / Marina Centre / Suntec	\$9.50 - \$11.30	9.9%	0.2%
Beach Road	\$7.20 - \$7.60	4.4%	3.3
Others			
Fringe Area	\$6.30 - \$8.10	1.2%	1.8%
Suburban Areas	\$4.60 - \$6.20	-	-

執筆者氏名

直井 大輔 (なおい だいすけ)

経歴

東京都出身。三井住友信託銀行株式会社不動産企画部付 Knight Frank社出向。
 学習院大2000年卒、同年旧住友信託銀行入社。2002年より不動産事業部門にて主に仲介営業を担当。この間シンガポール支店短期トレーニーを経験し、2013年5月末より三井住友信託銀行の提携先であるKnight Frank社アジアパシフィック圏統括事務所(シンガポール在)へ出向、現在に至る。日本へのInbound及び日本からのOutbound両方向の不動産ニーズ(売・買・賃・借)に対応し、シンガポールを拠点にインドネシア、マレーシア、タイ等の周辺国も担当。趣味はゴルフ。

AEC (ASEAN経済共同体) を見据えた

メコン地域事業展開のポイント

Deloitte Consulting Pte. Ltd.
Senior Manager

木下 達也



■はじめに:

2015年末にASEAN地域の一大経済圏化を目指したAEC (ASEAN Economic Community) の発足が見込まれています。その中でも特に注目を集めるのが、タイに加えてカンボジア・ラオス・ミャンマー・ベトナム (CLMV) の国々で構成されるメコン川流域の一大経済圏です。人口2億人以上を有する“グレーターメコン”と呼ばれるその経済圏は、インドネシア、マレーシアといった“海のASEAN”とならび“陸のASEAN”の中心として今後の成長が期待されています。

在星日系企業の皆様にとっても、AEC発足を契機に、ASEANにおける新たな成長戦略を描かれていらっしゃる方や、一方でAECによる自社への影響がまだはつきり見えなく、具体策はこれから、という方もいらっしゃるものと思います。AECの影響や見通しについては、様々なメディアや本報でも取り上げられていますので、今回は昨今注目を集めるメコン経済圏にフォーカスをあて、AEC発足を見据えた事業展開のポイントをご紹介します。

■メコン経済圏の今と将来

～消費市場としての魅力の高まり～

メコン経済圏は、メコン川流域に位置する国を一つのクラスターとして捉え、タイに加えてカンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナム (CLMV) で構成されます。各国の主言語・人種・通貨はそれぞれ異なりますが、共通点は全て仏教国であり、倫理・道徳観で類似性を有し、消費趣向や慣習においても共通性が高いと捉えられています。総人口は日本の約2倍にあたる2.5億人を有し(2013年時点)、さらに2020年までのGDP年平均成長率は10%近くと推定され、2020年には総人口がインドネシアを越える2.7億人、内アッパーミドル層以上(年間所得15,000USD以上)が20%超を占める巨大な消費市場に成長すると見込まれています。

※出典: IMF、JETROの公表情報より作成記述。

■AECが事業環境にもたらす影響

現在、メコン域各国単独の市場規模故に新興国市場として捉えられ、シンガポールやタイ、そして日本から各国の販売代理店を通じて個別販売網を構築するケースが少なくありません。しかしながら、既にタイを拠点とする流通・サービス・消費材をはじめとする多くのタイ企業は、タイの国内消費市場からメコン地域への事業展開が進んでおり、その傾向は一層加速するものと考えられます。AEC発足後は、更にメコン域内の経済が活性化し、経済格差が緩和され、応じて商品・サービスに求められる内容・質が均一化、向上すると見込まれます。AECが事業環境にもたらす影響としては、以下のポイントが上げられます。

- ・経済活性化により、消費者の経済力が向上する
- ・消費者の共通した嗜好性が高まる
- ・経済格差が縮まり、購買層の裾野が広がる
- ・人材の流動化がおこり、スキル人材が各国に進出する
- ・域内インフラの整備により物流機能が向上する
- ・関税障壁・外資規制の緩和によりビジネスの自由度が高まる

■AECにおけるメコン域の事業推進のポイント

AEC発足により、域内通関手続きの電子化・簡素化が実現され、主要都市を結ぶ高速ネットワーク(経済回廊)整備が進むことで、物流コスト削減やリードタイム短縮化が進み、商品・サービス・人材・情報の域内流通スピードも大幅に加速することが想定されます。先行して市場が成熟しているタイをメコン域の中核拠点とし、共通市場圏としてマーケティング・サービス機能確立すること、また販売(商流・物流)はタイから全体をコントロールしつつも、細分化される各国の流通で有力代理店を抑え販売体制を拡充することなどが、今後取るべき事業モデルとして考えられます。AECにおけるメコン域の事業推進のポイントを、以下にまとめます。

1. 個別の国でなく地域として捉える

各国を単独マーケットとして捉えるのではなく、地域として市場は捉えることが求められる。競争激化も予想され、地域として捉えた上で、効率的な事業運営が求められる。

2. 商品・サービスの均質化・質向上

国を超えた各都市間の連携が進むことで、域内全体の経済発展が進み、購買層の裾野が広がり、共通した嗜好性が高まることで、商品・サービスの均質化・質の向上が求められる。

3. 販売・サービス・物流網の整備

域内全体へ均質な商品とサービスを提供するために、販売・サービス・物流網の効率的な整備と運営が求められる。

■おわりに

AEC発足後の初期段階では、メコン地域における中核拠点をタイと捉え、地理的に隣接する各国、カンボジア、ラオス、ミャンマーを含めた一つの経済圏として、各種商品、サービス展開が求められると考えられます。また、ベトナムに関しては、単一国としての市場規模から、今後のハノイ・ホーチミンそれぞれを中核とした国内の南北経済圏の融合・発展度合いに応じて、メコン域事業として連携を図っていくことも考えられます。在星日系企業の方々にとっては、国と地域の側面からAECが自社に影響を与える直接的・間接的な“機会”や“脅威”を定期的にモニタリングしながら、将来のASEAN事業戦略に反映・実行することも重要です。

(注)本稿の意見は個人的な見解を含むものであり、弊社見解を反映するものではありません。

執筆者氏名

木下 達也 (きのした たつや)

経 歴

2013年4月来星。シンガポールを拠点に東南アジア域の日系製造業(電機・機械)を担当。

東南アジア諸国への事業進出や戦略立案、業務改善等のコンサルティング支援に従事する。

セルフチェック≠セルフケアを再考する

Ko Djeng Dental Centre Pte Ltd

歯科医師

桜井 和郎



序

海外支社・本社の重責を担うビジネスパーソンとして自らの体調管理の重要性は認識されていることと思います。会社のキーパーソンが抜けてしまいますと、上下の意思伝達・品質管理・フィードバックなど方向性を失い、会社の業績に影響しかねません。お口の中についても同じです。セルフケアや客観的判断が行き届いてないままですと、知らないうちに問題が発生進行していることがあります。年を重ねて感覚が鈍くなることで、気付いた時には問題が大きくなっていることがあります。問題が起こる前に現状を把握し、どのように改善を図るべきかを考えることが重要です。改善策を施し再評価することで、改善策が適確な効果を奏しているか吟味することも大切です。適切なケアが行き届いていれば、良い方向へ舵を切ることが出来ます。

歯科医師が悪くなった歯や歯周組織(歯ぐき・骨)を治すことはもちろんです。さらに口内環境を整備・指導することで、健康の寄与増進を図ることも歯科医師の重要な仕事の一つです。歯科医院で一連の治療を終えても、その後のケアが出来ていなければ、健康の増進という効果は薄れてしまいます。身近な例を挙げますと、シンガポールは高温多湿な国ですので、添加料・保存料の入っていないパンはそのままにすると3日ほどでカビが生えてきます。3日もあれば、細菌は自らの住みやすい環境を作りだします。水場のヌルヌルした

ものは、細菌が住みやすく増殖しやすい集合住宅です。歯の表面に付いている歯垢も同じです。歯垢は食べ物が溜まっているのではなく、様々な細菌の積み重なりです。この歯垢を溜まらないようにするため、セルフケアが重要となるのです。

在星日本人歯科医師の役割は、第一に言葉の壁を感じることなく診察診療を提供することにあります。ローカル歯科医師にも優秀な歯科医師が存在し、シンガポール国内において高いレベルの歯科治療が提供されています。ただ風邪や怪我などの一時的な病気や外傷と違い、歯科は数回の治療や長期のメンテナンスを必要とします。このため、母国語で忌憚なく相談できることも大切です。言葉の端々や表情の作り方・表現の違いなど細かいところにも、患者・医療提供者間の相互理解にかかわる重要なヒントがあるものです。双方が伝えたいことを十分受け止め、適確に答えを返すことによって、不安や不信も自ずと少なくなってきます。不安や不信感が強いと、どれだけいい治療を受けていても、結果に対して十分な満足感が得られません。適確な診断と適切な治療は、患者・医療提供者間に相互の信頼関係があって成り立つものです。さらに健康増進を意図して行動の変容を起こすには、日本人の行動様式や考え方も念頭に置かねばなりません。よりよい結果が得られるべく、我々日本人歯科医師の存在意義があるものと考えます。

歯科疾患と全身疾患との関連性が昨今提起されています。万全な体調で海外勤務を遂行でき

るよう、歯科疾患にかかわる背景や原因・予防策・評価方法について述べたいと思います。

むし歯・歯周病

むし歯や歯周病は細菌が主原因です。好発時期はむし歯が学童期、歯周病が中年期以降です。時期の違いは人間側に背景があります。学童期はまだ歯が十分な硬さになっていないため、むし歯の細菌が歯の中に入り込みやすい状態です。反対に学童期において、歯周病の細菌が入り込んでも問題が起こることは稀です。なぜなら成長する余力を持って弱くなった組織を早期に修復できるからです。大人になると歯は十分な硬さになっているため、子供ほどはむし歯の進行が早くありません。しかし歯周組織は段々と抵抗力が弱くなり、組織修復力も弱くなるため、歯周病の細菌が奥に進行しやすくなります。病気の進行は細菌が主原因ですが、自分の身体の状態も関係しています。ここで、大人になってもむし歯がよく出るという疑問を持つ方もいるかもしれません。大人になってからむし歯が出来やすくなる原因としては、経過した時間の長さや後述する唾液の量の減少や歯ぎしり・噛み締めによるスキマの増加・弱い歯根の露出等に原因があります。また加齢に伴う感覚の鈍麻によって、異常に気づきにくくなっていることも一因になります。

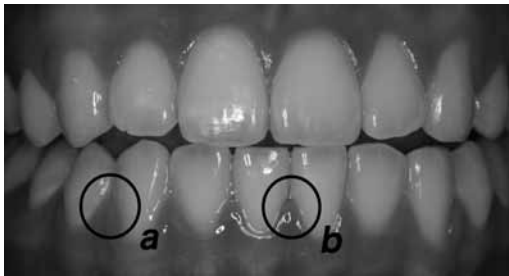
主原因となる細菌、つまり歯垢を取り除くために歯ブラシやデンタルフロスなどの清掃器具を効果的に使う必要があります。よく受ける質問として、「どの歯ブラシ・歯磨き粉を使えばいいのですか?」、「電動歯ブラシは効果があるのですか?」、「一日どのくらい歯磨きをすればいいのですか?」などがあります。興味を持つ前向きな姿勢はうれしいものです。しかしさらに考えるべきは、「改善の目的は、問題に合わせた適切な対策を行い、現状の問題を解決することです。対策から入ると、行動の有無だけが指標になりがちです。対策の実行によって、効果が上がり問題の解決に向かっているかを再評価する」¹ことが重要

です。つまり手段を考える前に、どこに歯垢があって、どのように清掃器具を使うかを意識することです。そして歯磨きした後、ちゃんと効果が上がっているかを再確認することです。「歯ブラシをした」と「歯ブラシが出来た」のとは違います。食器を洗った後、翌日見てみたら洗い残しに気付いた。その時にもう一度洗うという行動と同じです。

「歯ブラシ出来る」ために、まずは「問題のありか」を観察します。指や綿棒で右上奥歯の表面を指や綿棒で触ってみて下さい。ネバネバしたものがあれば、歯垢が付いている証左です。色や臭いも観察してみてください。透明から白色、黄色となるにしたがって、長く留まった歯垢です。ニオイは無臭から刺激・腐敗臭へ変化します。最初にピンポイントを観察し、歯ブラシを行い特定部位の改善を図っていきます。改善が図られた・興味が出たなら、さらに観察部位を増やして下さい。出来ればフロスの後も、フロスに付いてきた歯垢の性状(色、粘性、臭い)について観察してみてください。ネバネバしたモノではなく、ボロボロとしたモノがひっかかるようでしたら、既に歯石に変化しています。歯石除去は歯科医院で行って下さい。

歯垢の存在・性状について理解できたら、次にどの位置に歯垢が溜まりやすいか、自分の歯・歯周組織の弱い部分がどこなのかを把握する必要があります。一般的に下の前歯の裏側・上の奥歯の頬寄りに歯石が付きやすいので、要観察点とします。歯並びの悪いところやモノが挟まりやすいところも優先部位と考えて下さい。特に歯並びの悪いところは骨の厚みが薄いところでもあり、歯周病が進行しやすく注意が必要です。また繊維質の食べ物が挟まりやすいところは、既に支えている骨が弱くなっている可能性が有ります。歯がしっかりと支えられていないことにより、噛む時に歯が動いてスキマができモノが挟まります。目に見えて動くわけではありませんが、歯と歯が接しているところに0.15mm以上のスキマが出来ると、モノが挟まりやすくなります。さらに歯茎が下がると歯と歯

との間の空間が大きくなりモノがたまりやすい原因となります。既にモノが挟まりやすくなっているところも要観察点とします。



次に歯ぐきの状態を鏡で観察してみてください。上写真は一見正常な歯・歯ぐきに見えます。しかしよく見てみると、a.は歯ぐきが歯と歯との間にシャープに入っているのに対して、b.は歯ぐきが盛り上がっています。色合いは判りにくいかもしれませんが、歯ぐきのキワの部分が他と比べて、暗く(赤みが強く)見えます。赤く見えているところは炎症を起こしているところ、歯ぐきの弱くなっているところです。第二の観察点として歯ぐきの色・形に注目し、改善が図られているかどうかの指標とします。



歯垢の存在や歯周組織の弱い部分に注目した上で、どのように清掃器具を当てるかを考えます。まずは鏡を見ながら歯磨き粉を付けずに歯ブラシを当ててみて、一本ずつ磨きたい歯に対して毛先が当たっているかどうかを確認します。歯ブラシが当たっていないければ、高価な電動歯ブラシを使っても効果が上がりません。歯ブラシが当たっているのを確認して、小刻みに動かします。毛先は動かさず揺すぶるような動きです。大きく動かすと、窪んだところからは毛先が逃げするため効果が薄くなります。親知らずを除くと、一般的

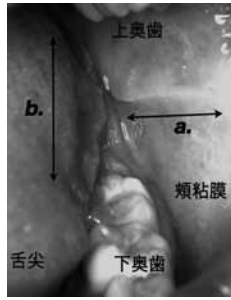
に中央の歯から奥歯まで7本あります。数を数えながら、一本ずつゆっくりやさしく磨くことを心掛けて下さい。



歯と歯の間については、さらにデンタルフロス(糸ようじ)を使います。フロスは短くピンと張った状態で、ゆっくり歯と歯の間に入れていきます。さらに入れていきますと歯と歯ぐきの間(歯周ポケット)にフロスが入っていきますので、そこから歯に沿わせてゆっくりと拭いながら戻していきます。その後、接しているもう一つの歯についてもフロスで拭きます。拭いた後のフロスを見て、ネバネバしたものがついていたらもう一度行います。フロスは虫歯予防のために歯と歯が接している場所、および歯周病予防のために歯と歯ぐきの間を清掃するように使います。これらの箇所は歯ブラシでは届かない所です。そのため、歯ブラシに加えてフロスを使用する必要があります。

歯ぎしり・噛み締め—上下顎歯列接触癖 (TCH)

歯ぎしりや噛み締めは、寝ている時と起きている時にするものに分類できます。寝ている時にする歯ぎしりは誰でもしています。寝ている時は意識することが出来ないので、状況によっては歯科医院でマウスピースを製作します。起きている時の歯ぎしりは、特に下を向いている時に起こります。工作中・パソコン・スマートフォンなど下を向いている時に意識して、上と下の奥歯が当たっていると感じたら、上と下の歯を離すようにして下さい。意識的に舌を上を持ち上げておくと、下を向いても噛み締めることはありません。



歯ぎしりをしていないと思われる方も、一度頬の内側や舌の側縁を鏡で見て下さい。歯ぎしりの強い方ほど、頬の内側にa. 白い線が盛り上がってきます。また舌の外側がb. デコボコした形となります。歯ぎしりによって、歯が舌に押し当てられると舌の側面が凹んできます。頬の白い線は、上と下の歯が噛むラインに頬の内側の粘膜が吸い込まれることによって、出来た盛り上がりです。下の前歯の先端を見て下さい。前歯の先端中央に茶色いラインが見えている場合は、既に歯が磨り減って、内側の歯の柔らかい所(象牙質)が露出しています。上アゴの犬歯を見て下さい。本来先端が尖っているはずですが、平坦になっている場合には歯ぎしりによって磨り減った状態です。最初の写真上左右前から3番目の歯の形が違っているのが分かるでしょうか？これは片側性の歯ぎしりによって片側だけが磨り減っている状態です。

上記歯ぎしりの兆候が外見上に認められた方は、意識して上下の奥歯を離すことを心掛けて下さい。小さなことでも積み重なると、大きな結果に連鎖します。歯が磨り減ったり、ヒビが入ったりします。歯の根元に力が掛かると、根元がくぼんできたり、知覚過敏になったりします。アゴに負担がかかると、顎関節症にもなります。歯が欠けたり、詰め物が頻繁にとれたりする場合は、歯周病の他に歯ぎしりが原因の可能性もあります。歯周病と併発すると、歯周病が早く進行することにもなります。歯に小さなヒビが入ったり、詰め物に隙間が出来たりすると、むし歯が出来やすくなります。歯ぎしりは様々な口の疾患の主原因とはなりませんが、増悪因子となります。日中は意識的に口を結んで、上下の歯を離すことを意識しましょう。

睡眠時の歯ぎしりは、誰でもしています。頻度や持続時間によっては周囲の方が気付かないこともあります。これは夢を一晩中見ているのではなく、所々で夢を見ていて最後の夢を覚えているかどうかと同じです。最近はスマートフォンのアプリの中に、物音がすると自動的に録音するものがあります。アプリによって、歯ぎしりを自覚するのもいいでしょう。歯ぎしりの種類に合わせたマウスピースを製作することで、歯への荷重負担を減らし、歯や歯周組織・顎関節への影響を少なくすることが出来ます。

唾液量の減少—ドライマウス

唾液は口の中を潤わせて食べ物を飲み込みやすくするだけではありません。細菌の増殖を抑える効果、食事後の酸性に傾いたpHを緩衝し中性へ戻す働き、溶け出した歯の表面を修復する(再石灰化)機能、など様々な役割を担っています。口の中が乾きやすい、口臭・粘つきを感じる、口唇が荒れやすい、口内炎が出来やすいなどの自覚症状がある方は要注意です。上の機能が衰弱することにより、むし歯や歯周病が進行しやすくなったり、知覚過敏が治りにくくなったりします。

唾液が少なくなる原因としては加齢の他、ストレスや全身疾患、薬の副作用による全身的な問題と口呼吸に伴う唾液の蒸発を由来とする局所的な問題があります。プレゼンテーションの前にノドが渇きやすくなるのは、ストレスによる変化としてわかりやすい例でしょう。仕事上でストレスが多くかかっている方々ほど注意すべきです。自己免疫系・内分泌系や精神系の疾患のある方は、唾液の分泌量が減少します。また他の全身疾患に対する内服薬の副作用として、ドライマウスが誘発されることもあります。副作用の出る薬としては、向精神薬・抗ヒスタミン剤・降圧剤・解熱鎮痛薬・気管支拡張薬・利尿剤・ホルモン薬など多岐にわたります。もちろんすべての対象薬に当てはまるものではありません。詳細はそれぞれの薬の添付文

書を参考にして下さい。

自覚的には口が渇くという症状が出ます。舌は通常舌の表面のようなぷつぷつした突起がありますが、ドライマウスになると舌が風船のように張り詰めた感じになります。さらに進むと舌の表面にヒビが入った感じになります。

対策としては、口内の保湿と唾液の分泌を促すことです。乾燥を防ぐためには、濡れマスクを着けます。深酒は利尿作用を高めるため、体中の水分が減少しドライマウスにつながります。ドライマウスの自覚がある方は、アルコールの摂取量を考慮しましょう。唾液を出すためには、一度に口に入れる食べ物の量を少なくして、より長めに噛んで飲みこむことをお勧めします。自分で唾液腺のマッサージをすることもできますが、食事をユックリと摂ることで唾液腺を刺激し活性を図る方が長続きできるでしょう。またユックリと噛んで食べることで食事量を自然とコントロールができ、メタボリックシンドロームの改善にもつながります。

歯ぐきや舌の表面に痛みを感じやすい方は、人工唾液スプレーや保湿ジェルを使います。睡眠時に口が渇きやすくなる方は唾液の蒸発を防ぐためのマウスピースを作製します。

歯肉の退縮・歯根露出

歯ぐきは年齢に伴い退がります。健康な歯ぐきでも10年で1mmなくなります。前述の歯垢や歯石があると、歯ぐきの退がり方が早くなります。歯の根元は固いエナメル質に覆われていないため、黄色から茶色をしています。色の違う根元が見えている場合には、注意が必要です。

固いエナメル質に覆われている所と比較すると、根元の弱い部分は酸に侵されやすい所です。根元の弱い所に刺激が続くと、まず知覚過敏がおこります。歯ブラシによる痛みが原因で歯ブラ

シがおろそかになると、むし歯や歯周病の進行を助長します。軽度の知覚過敏であれば、知覚過敏用の歯磨き粉や歯科医院での薬剤塗布だけで軽快します。日常生活では、酸性に傾いている飲食物つまり炭酸や酸っぱいモノなどを避けるようにします。歯根露出に歯ぎしりを伴うと、歯の根元がえぐれたように欠けてきます。大きく欠けた場合には詰め物で治すこともあります。一度歯肉の退縮が起こると、自然に元へ戻ることはありません。歯肉退縮を防ぐような歯周病のケアが重要になってきます。

結

海外在住の働いている方は、様々な経験を積んだ世代です。成果を求められ厳しい条件の下、生き抜いてきている方々は肉体的・精神的ストレスに晒されています。年齢的には、気付かないうちに肉体的な衰え(加齢現象)とともに免疫反応・治癒力の低下が起こっています。むし歯・歯周病は細菌の攻撃力と人間が持つ守備力との関係を考えていく必要があります。私たち歯科医師は感染部位を除去し、人間の持つ治癒力を補完することで治癒を目指します。しかしながら「痛い時だけ、歯科医院に来る」行動では、お口の中全体の改善には至りません。特に歯周病の細菌はむし歯の細菌とは種類が違いますので、むし歯に罹らないと思っている人ほど要注意です。むし歯の細菌に対する抵抗力と歯周病に対する抵抗力とは別物です。年齢とともに感覚は鈍くなるので、歯周病等が自分では予期せぬほど進行していることがあります。

現状の維持・現状からの改善は歯科医師だけでは出来ません。状況判断・計画の立案・実行・再評価の情報を歯科医師と患者で認識を共有する必要があります。ただ日常の生活改善を行うには、モチベーションも必要です。「甘いものを控える」、「食事量を抑えろ」、「運動しろ」など言われても、言い訳が先立ちます。上述の観察ポイント

を何点かに絞って、まずは特定部位の改善を考えましょう。一度に色々始めようとすると、どれもが中途半端なものになりかねません。毎日の積み重ね・細かな観察の中で好奇心を持つことです。自ら意図した行動により、手がけた場所の変化に気付くことで自然とモチベーションが見えてきます。

歯科医院で検診・歯石除去を行った後、定期検診を6か月後とか4か月後と言われると思います。歯科医師は、類似した患者群の経験的統計的予後をもとに、未来予測をしています。現在の状態とセルフケアの程度を基に、よりよい展望が開けるよう検診の間隔を設定・推奨しています。車やエアコンと違って、人間には耐用年数の設定が出来ません。プロフェッショナルケアとセルフケアの相乗効果により長く良好な状態を保つことが肝要です。

様々な疾患の発症や進行には、その人の生活習慣や知識・行動力など様々な要素も関係しています。プロフェッショナルケアだけではなく、不断の意識改革・行動変容を伴うセルフチェック・セルフケアの重要性は述べた通りです。よりよい結果を得るためには、どこからスタートを切っても構いません。まずは現状を把握する。その後、問題に対して解決策を実践し改善が図られているのかを吟味する。誰かのためにするのではなく、手間と時間をかけるのは、未来の自分のための投資と考えて下さい。未来の自分が健康的であれば、それは家族や周りの方にとってもかけがえのないものとなるはずです。

¹ トヨタの問題解決 (株)OJTソリューションズ
中経出版

執筆者氏名

桜井 和郎 (さくらい かずお)

経 歴

1969年岡山県生まれ。
1994年東京医科歯科大学歯学部卒業、歯科医師免許取得
1998年同大学大学院歯科保存学卒業、歯学博士学位取得
同大学歯学部附属病院前第三保存科(歯内治療学分野)、
現むし歯外来(大学院医歯学総合研究科歯髄生物学分野)勤務
2001年渡星、コージェンデンタルセンター勤務、現在に至る

《日本シンガポール協会のイベントをご紹介します》

「関西シンガポール同窓会」を開催しました

大阪のシンボル「大阪城」に近いKKR HOTTEL OSAKAで、8月8日（金）に「関西・シンガポール同窓会」を開催しました。この催しは、シンガポール駐在経験者や駐在経験はなくてもシンガポールに縁のある関西在住者を中心に、毎年“独立記念日”と“春節”の頃にあわせて年2回開催しています。今回は24名の参加があり、シンガポール航空支配人（西日本）・ジネット・リー氏にもご臨席いただきました。

次回同窓会は2015年2月6日（金）に開催予定です。初参加の方にもお気軽にご参加いただける和やかな雰囲気です。お誘いあわせのうえ、ぜひご参加ください。



◆はい、こちらは「日本シンガポール協会」です！

「日本シンガポール協会」は1971年の設立以来、「シンガポール日本商工会議所（JCCI）」とも密接に連携し、日本とシンガポールとの経済協力、文化交流を深めるための活動をボランティア・ベースで行っています。シンガポールとの関係、交流を深めるため、ご帰国されましたら、あるいは今から協会の活動にご参加されませんか。ご入会を心からお待ちしています。連絡先は右記のとおりです。（2013年1月に、事務所は港区赤坂より港区芝に引っ越しました）

一般社団法人 日本シンガポール協会
〒108-0014 東京都港区芝4-7-6 芝ビルディング308
電話：03-6435-3600 FAX：03-6435-3602
E-mail：singaaso@singaaso.or.jp
ホームページ：http://www.singaaso.or.jp/



シンガポール日本商工会議所
事務局便り



《 11月度 活動報告 》

建設部会 チャンギ国際空港ターミナル4新築工事現場見学会

10月27日には、建設部会によるチャンギ国際空港ターミナル4新築工事の現場見学会を行い、34名がご参加下さいました。東南アジア有数のハブ空港であるチャンギ国際空港は、「第4ターミナル」開港後の最大利用客数は、年間8,200万人となる見込みです。当作業所はセキュリティーレベルが最も厳しい工事のひとつである空港施設の建設工事でございますが、竹中工務店様のおかげさまで、大変貴重な機会をいただきました。誠に感謝しております。参加者の皆様にも、非常に有意義なひとときとなりました。

第一工業部会 シンガポールゴミ処理施設見学会

10月31日に第一工業部会ではシンガポールゴミ処理施設見学会を行いました。シンガポールにはゴミ処理場が4箇所ありまして、今回はそのうちの1つ、Tuas Southゴミ処理場を見学いたしました。Tuas Southゴミ処理場は、1日あたりのゴミ焼却許容量は約3000トンで、これは4箇所あるゴミ処理場の中で一番多い量です。施設の担当者にシンガポールのゴミ処理のシステムについてご説明をいただいた後、施設のご案内をいただきながら、こちらの質問にも真摯にご対応いただきました。参加者の皆様より、普段なかなか見学できる場所ではないので、非常に知見が深まりましたとフィードバックをいただきました。

第二工業部会講演会

「世界共通言語“サッカー”で国境を超える！」～アルビレックス新潟の国際戦略～

当講演会は第二工業部会主催でしたが、テーマがサッカーである為、全部会の方に幅広くご案内を致しました。結果、アルビレックス新潟シンガポールやサッカービジネスを取り巻く環境に深い興味をお持ちの方々にご参加いただき、皆様熱心に耳を傾けておられたと同時に、深く切り込んだ質問も出て、活気のある講演会となりました。

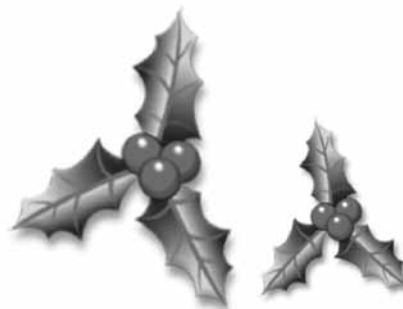
第3工業部会懇親ゴルフ

11月15日(土)にLaguna NGCCにて開催された第3工業部会懇親ゴルフには、合計19名の方にご参加頂き、小西部会長(キヤノン・シンガポール)、幹事の福永理事(富士通アジア)を中心に、和気藹々とした雰囲気の中、成績発表を兼ねた昼食懇親会が行われました。今回のご優勝者は、本多 雅 様 (富士ゼロックス・アジア・パシフィック)でした。次回の第3工業部会懇親ゴルフは、来年2月14日(土)の開催を予定していますので、是非部会員の皆様のご参加をお待ちしております。

《 12月度 行事予定 》

※予定は事情により変更・追加されることがございます。

開催日	開催区分	イベント名	時間・場所
12月3日（水）	部会	金融保険部会講演会 最近のシンガポール経済と シンガポール経済を取り巻く環境（仮題）	14:30-16:00 日本人会
12月4日（木）	基金	留学生制度委員会 「立命館アジア太平洋大学（APU）留学生選考会」	14:45-17:00 JCCI会議室
12月5日（金）	部会	建設部会「Bencoolen地下鉄駅新築工事」現場見学会	15:00-17:00 DTL3 Bencoolen駅工事
12月9日（火）	理事会	12月度運営担当理事会 第534回理事会	11:30-12:14 12:15-14:00 日本人会
12月9日（火）	会員サービス 委員会	会員懇親パーティ	19:00-21:00 シャングリラホテル
12月15日（月）	部会	観光・流通・サービス部会 自社PRプレゼン大会及び忘年会（昼食懇談会）開催	11:00-14:00 日本人会
12月15日（月）	部会	金融保険部会「忘年会」	19:00-21:30 銀座ライオン
12月17日（水）	基金	JCCI基金（寄付・奨学金）贈呈式	14:00-16:00 Maxwell Chambers



月報

Dec, 2014



編集後記

シンガポールではだんだん雨期っぽい天候になってきました。晴れのち豪雨という、急激な天気の変化もさることながら、外出中に雨に遭って身動きがとれなくなり、泣きたくなる様な経験をされた方も少なからずいらっしゃるのではないのでしょうか。そんなこの時期特有のシンガポールの対象的な表情を写真におさめてみました。

(表紙・裏表紙担当 Panasonic Asia Pacific Pte Ltd 猪飼邦保)

恒例のオーチャードクリスマスイルミネーションが点灯し始め、シンガポール内のあちこちで、クリスマスやデコレーションを見るようになり、いよいよ2014年も終わりに近づいております。1年が経つのが早いと感じておりますが、シンガポール国内には四季がないため、時間が過ぎるのが余計に早く感じるのかもしれませんが。

12月の別名師走を改めて調べてみますと、『陰暦12月の異称。語源については、この月になると、家々で師(僧)を迎えて読経などの仏事を行うため、師が東西に忙しく走り回るため、「師馳(し)は(せ)月」といったのを誤ったものだから、四時の果てる月だから「しはつ(四極)月」といったのが、「つ」と「す」の音通(おんつう)によって「しはす」となったのだとかの説が伝わる。このことばのもつ語感が、年の暮れの人事往来の慌ただしさと一致するためか、陽暦12月の異称としても親しまれ、習慣的に用いられている。』(日本大百科全書より引用)という説明があり、このように皆様も年末年始に向け、お忙しくされていることと存じます。

月報12月号は、ミャンマーやメコン地域の東南アジア地域、そしてシンガポールの特集記事4本と業界ふらす『医療』をテーマにした合計5本の記事を掲載致しました。また2014年の月報は合計50名の方にご寄稿を賜りました。ご寄稿を頂きました皆様、また普段より月報作成にご協力をいただいております広報委員の皆様はこちらの場を借りて、厚く御礼を申し上げます。

皆様良いクリスマス、そして年末年始をお過ごしくださいませ。

来年2015年はシンガポール建国50周年という記念すべき年となり、様々なイベントが催されるようで楽しみです。

(編集後記担当 JCCI事務局)



編集

猪飼 邦保 Panasonic Asia Pacific Pte Ltd
JCCI事務局

発行

JAPANESE CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY, SINGAPORE
10 Shenton Way #12-04/05 MAS Building Singapore 079117
Tel: 6221-0541 Fax: 6225-6197
E-mail: info@jcci.org.sg
Web: http://www.jcci.org.sg

印刷

TOH-SHI PRINTING SINGAPORE PTE LTD
4 Ayer Rajah Crescent, Singapore 139960
Tel: 6775-2555 Fax: 6775-1661

会員データベース 訂正・変更記入フォーム

会員データベース登録内容に訂正・変更がございましたら、下欄にご記入の上、事務所まで FAX また E メールにてご連絡頂きますよう、御願ひ申し上げます。

注：*必ず会社名と E メールはご記入下さい。

会社名(日)			
会社名(英)*			
旧代表者名(日)			
新代表者名(日)		新代表者名(英)	
E-MAIL*			

役職(英)		役職	
Address			
TEL:		業務内容	
FAX:			
WEB:			
日本人社員数		総従業員数	
変更日		年	月 日 より

緊急連絡 E メール：

その他

--

Fax: 6225 6197

担当：ドリス(doris@jcci.org.sg)

