JCCI SINGAPORE
Japanese Chamber of Commerce & Industry, Singapore

月報

No.621
2022年
8月号

シンガポール日本商工会議所

MCI(P) NO.038/01/2022
Japanese Chamber of Commerce & Industry,Singapore
Website: http://www.jcci.org.sg

南洋視座

IGPI

大志に基づいて
海外事業を見つめ直す重要性

海外進出の成功の秘訣は、ぶれない大志

企業が海外進出を決定する前には、市場環境や競合他社の業績はどのような状況か、自社の強み・弱みは何か、などの問いを通して進出の蓋然性を検証するアプローチが一般的に採られます。本稿では、その前提となる海外戦略が大志に基づいたものか否かで、進出後の事業成長が大きく影響を受けてしまう点を考察していきます。

抽象的なメッセージへの共感が鍵

世界の著名人の講演を発信する番組「TED」において、イギリス系アメリカ人の作家Simon Sinek氏が、成功する組織やリーダーのエッセンスについて興味深い発表をしていました。一般的な人はメッセージを伝える・説得する際に具体的な条件を用いるが、優れたリーダーは抽象的な概念を使用するというものです。パソコンの販売を例にすると、「軽量で持ち運びもしやすく、ユーザーフレンドリーな使用感で、美しいデザインのPCを新開発しました」と具体的な条件の提示に終始する企業が数多くある中、Apple社では、「我々のすることは全て、世界を変えるという信念で行っています。今までと違うことに価値があります。それは美しいデザインやユーザーフレンドリーな使用感を通して実現されます」と抽象的なメッセージをまず伝えます。そしてその後にPCや携帯、時計などの具体的な製品を販売するのです。筆者の周りのiPhoneユーザーは、他社製品との細かな機能比較をすることなくニューモデルのiPhoneを購入していますが、それはApple社が実現しようとしている大志に共感しているから、という理由が大きいと思います。

服を売るのではなく常識を変える

大志に基づいた戦略は、ぶれない力を発揮します。私がシンガポールの大学院に通っていた際、海外展開に成功している企業を分析するという課題があり、同じグループのインドネシア人の生徒からの提案で、その対象としてユニクロを取り上げました。ユニクロは「服を変え、常識を変え、世界を変える」という経営理念（大志）を掲げています。課題の一環でグループ外の生徒にユニクロについての印象を聞いた際、「シンガポールでは内外の気温差が激しいことが多く、冷房が強すぎる際にちょっとした羽織るものが役に立つ」とコメントしていました。また、ベトナムではバイク通勤の人に向けて日差し除けのための長袖やヒートテックが劇的に売れているそうです。ユニクロは大志に則り、東南アジアの消費者のファッションをどう変えたいかよく検討した結果、「機能性が求められるシーンのファッションはユニクロ」という形で彼らの常識を変え、支持を得たのだと思います。東南アジアで事業展開する企業が、大志に基づく戦略を遂行した結果として市場で受け入れられた好例ではないでしょうか。

執筆者紹介

IGPIシンガポール
アソシエイトマネジャー
岸 亜星　Asei Kishi

三菱商事を経て現職。三菱商事にて主に韓国、中国、東南アジアにまたがった貿易実務、事業投資先管理、財務・管理会計を経験。現在は日系企業の東南アジア進出検討に対するコンサルティングに従事。東京大学教育学部卒、シンガポール経営大学経営学修士(MBA)

IGPIシンガポールについて

株式会社 経営共創基盤　Industrial Growth Platform, Inc. (IGPI) は東京に本社を置き、長期的・持続的な企業価値・事業価値の向上を目的とした『常駐協業（ハンズオン）型成長支援』を軸に、企業や事業の様々な発展段階における経営支援を実施しております。シンガポールでは2013年に設立以来、日本企業に加え、東南アジア各国の政府機関やスタートアップ企業など数多くのクライアントとの長期的な信頼関係を構築してまいりました。 info_singapore@igpi.co.jp

主な支援テーマ

- グローバル拡大
- 新規事業開発・オープンイノベーション
- 海外子会社の収益改善
- 地域統括拠点の機能強化
- 現地パートナーの探索・提携
- クロスボーダー M&A

CONTENTS

＜特集＞

■ **貿易保険制度の充実について** p2
NIPPON EXPORT AND INVESTMENT INSURANCE（NEXI）SINGAPORE BRANCH　山下　浩司

■ **Shopee の視点からみた東南アジアのEC市場と日本越境ECのポテンシャル** p6
SHOPEE JAPAN K.K.　安井　裕太郎

■ **アジアパシフィックのカーボンニュートラルアプローチ** p11
MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES, LTD　氏家　淳也

■ **シンガポールのイノベーションエコシステムの戦略的活用に向けて** p14
CROSS CAPITAL PTE. LTD.　中村　貴樹

＜着任のご挨拶＞

■ **ご挨拶** p20
SUMITOMO CHEMICAL ASIA PTE LTD　小関　教之

■ **ご挨拶** p21
PANASONIC ASIA PACIFIC PTE LTD　杉島　淳

＜活動報告・お知らせ＞

理事会議事録（2022年6月） p22
入会承認会員一覧（2022年7月） p23
新規入会会員紹介 p24
6月－7月イベント写真 p25
編集後記 p28

月報題字：麗扇会　青木　麗峰
表紙写真：リック エリック
写真タイトル：Travelling in the speed of light

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

『本紙掲載の写真・記事を無断で転載・複写することは禁じられています。
All Rights Reserved. Any Reproduction of pictures and/or contents without permission is strictly prohibited.』

貿易保険制度の充実について

NIPPON EXPORT AND INVESTMENT INSURANCE (NEXI) SINGAPORE BRANCH
Chief Representative for Asia and Oceania
山下　浩司

1. はじめに

日本の貿易保険制度は、貿易・投資や融資等の対外取引において発生するリスクに対し、通常の民間保険によって対応することができない場合、日本政府が出資する企業（株式会社日本貿易保険（NEXI））が、取引先や出資先等に対する与信機能を提供する制度です。この制度は、1950年3月に公布された「輸出信用保険法」（現・貿易保険法）に基づき、当時の通商産業省（現・経済産業省）が進めていた輸出振興政策の下でスタートしました。2001年4月からは、日本貿易保険（NEXI）が制度を運営しています。NEXIのシンガポール拠点は、アジア通貨危機の直後、1998年に通商産業省シンガポール事務所として設立され、2019年よりNEXIシンガポール支店として活動を行っています。シンガポール支店では、保険事業そのものは行っていませんが、アジア太平洋地域の政府や国営企業、金融機関等との協力のほか、地域における日本企業の取引環境の改善に向けた政策企画や関連する情報収集を行っています。

2. これまでのアジア太平洋地域における支援実績

NEXIは、2021年度末時点で、約14.3兆円の責任残高があり、そのうちアジア太平洋地域向けが50.7％（約7.3兆円）と最も多い状況です。大企業から中小企業・スタートアップに至るまで、多くの日本企業による輸出や投資、融資に関わるリスクをカバーしています。輸出及び融資に係るリスクに対する保険については、非常危険リスク（対外取引の当事者に責任のない不可抗力的なリスク）だけでなく、信用危険リスク（取引先のリスク）もカバーをしています。また、投資に係るリスクに対する保険については、非常危険リスクをカバーしています。不確実性が高まっている国際情勢下においても、日本企業のインド太平洋地域における対外取引におい

保険対象取引		保険種・保険内容	引受実績（令和3年度）	責任残高（令和3年度末）
輸出に関する保険		**普通貿易保険** 輸出不能や、輸出後／外国企業等に対する技術提供後の代金回収不能による損失をカバー。	5．7兆円	6．6兆円
	融資等に関する保険	**貿易代金貸付保険** 銀行等が行う外国企業の日本貨物の購入資金に係る融資等（バイヤーズ・クレジット）の返済不能による損失をカバー。	0．002兆円	0．7兆円
プロジェクトに関する保険	融資等に関する保険	**海外事業資金貸付保険** 銀行等が行う外国企業の事業資金（日本からの輸出に関連しないアンタイド資金）に係る融資等の返済不能による損失をカバー。日本裨益について個別に国へ確認が必要。	0．4兆円	4．6兆円
	投資に関する保険	**海外投資保険** 投資先の事業が一定期間以上継続できなくなったこと等による損失をカバー。	0．6兆円	1．5兆円
その他（再保険等）			0．3兆円	0．9兆円
合　計			6．9兆円	14．3兆円

貿易保険法に基づく保険内容の概要

て皆様に安心を提供し、日本はもとより、地域全体の発展に貢献をしたいと考えています。中でも、アジアの脱炭素化は、世界の脱炭素化のカギを握るものと考えられており、日本の優れたエネルギー技術やノウハウを活かした事業展開が期待されます。日本政府が提唱するアジア・エネルギー・トランジション・イニシアティブ（AETI）やアジア・ゼロエミッション共同体構想の具体化に向けて、こうした事業展開に資するリスクテイク機能を積極的に提供しています。その一環として、今年4月にインドネシアの国営電力会社（PLN）との間で、エネルギー・トランジションの実現に向けた協力覚書を締結しました。

引受時期	国	案件
2021年7月	モンゴル	新ウランバートル国際空港運営事業向け投資保険
2021年4月	モンゴル	モンゴル法人向け建設機械購入資金融資保険
2021年3月	パラオ共和国	光海底通信ケーブル輸出に係る融資保険
2020年12月	フィリピン・カンボジア・インドネシア	FinTechサービス企業向け投資保険の再保険引受
2020年8月、6月	バングラデシュ	ガスコンバインドサイクル発電プロジェクト向け融資・投資保険
2020年5月	ベトナム	地球観測衛星の輸出向け貿易一般保険
2020年2月	台湾	洋上風力発電プロジェクト向け融資保険

近年のアジア・太平洋地域における NEXI の支援案件事例（一部）

インドネシア国営電力会社 PLN との MOU 調印式

3. 貿易保険法の改正

近年、Covid-19のパンデミックやロシア・ウクライナ紛争、国際経済のデカップリング、脱炭素化とエネルギー安全保障の両立など、事業環境を取り巻く国際情勢は不確実性が高まっています。こうした状況の中、日本企業の対外取引環境の改善を図るため、内閣は、今年（2022年）の通常国会において、「貿易保険法の一部を改正する法律案」を提出しました。同法案は、4月8日に法案が可決・成立し、4月15日に公布となりました。ここでは、今回の改正の背景と、改正によって公的保険によるリスクテイク機能がどのように充実していくのかについて解説をします。

（1）改正の背景

①Covid-19のパンデミック

新型コロナウイルス感染症の世界的な流行では、ロックダウン等による一部の国の生産活動、さらにはサプライチェーンや物流網に影響がみられました。今後、感染症にかぎらず、様々な地政学的な事象によって、ビジネス当事者の責めに帰さない様々なリスク（非常危険リスク）が発生することが想定されます。日本企業の対外取引を円滑にしていくため、公的保険によるリスクテイク機能を強化していく必要があります。

②サプライチェーン強靭化の重要性の高まり

日本企業を取り巻くビジネス環境は、中長期的なトレンドとして、貿易立国から投資立国への転換、ビジネスのグローバル化によって、サプライチェーンの複層化が進んでいます。特に、サプライチェーンの拡大に伴い、日本企業が日本から海外に投資を行うだけでなく、シンガポールやタイなどの投資先から再投資し、更にその先に再々投資するという間接投資スキームが拡大するという傾向もみられます。サプライチェーンの広がりを踏まえ、保険のカバー対象を拡大することで、サプライチェーンの強靭化を図る必要があります。

③国際連携強化

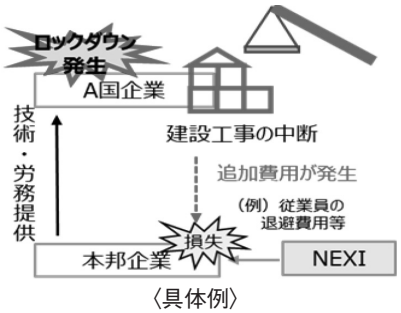
国際分業の進展によって、日本企業がコア技術を持ち、ＡＳＥＡＮの国営企業や財閥、あるいは米欧企業などを含む他国企業と連携して、インド太平洋地域の案件に参画していくケースが見られます。また、自由で開かれたインド太平洋（FOIP）を目指していくために、価値観を共有する国との連携をさらに強化していく必要性が高まっています。また、気候変動への対応やエネルギー安全保障といった地域大での対応が必要な課題の重要性も高まっています。このため、日本貿易保険についても、インド太平洋地域はもとより世界の国際機関や輸出信用機関（ECA）との連携を一層強化する必要があります。（注：ECAとは、各国政府が自国の輸出及び対外投資促進のために貿易保険、保証及び貿易金融等を行うことを目的に設立した機関）

(2) 改正内容

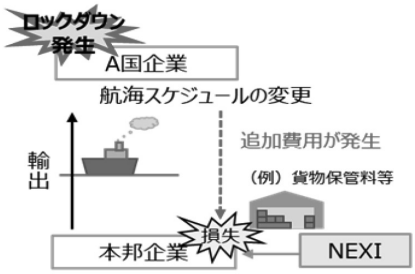
こうした背景を踏まえ、これまで以上にNEXIが柔軟に日本企業の対外取引のリスクに対応できるよう、以下を内容とする法律の改正が行われました。

①普通貿易保険の保険金支払いの対象拡大

法改正前の制度下では、普通貿易保険等のうち、輸出等に際して発生した「追加費用」を対象とする保険について、保険金支払の対象（①保険金を支払う事由の範囲、②保険の対象とする費用の範囲）が限定的であるため、新型コロナ等の影響により生じた損失について、保険金支払を受けられないこととなっていました。このため、普通貿易保険等の保険金支払の対象を拡大し、感染症を含む当事者の責めに帰さない事由により生じた損失（追加費用）を塡補事由に追加することとしました。



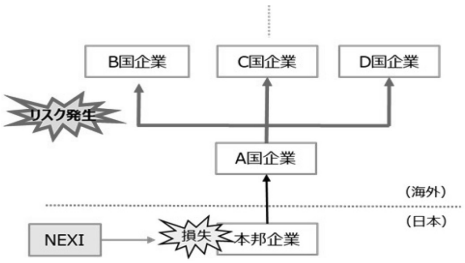
〈具体例〉



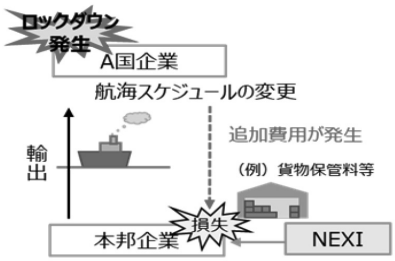
〈具体例〉

②海外投資保険・前払い輸入保険の対象拡大

法改正前の制度では、海外投資保険の対象が本邦企業の直接投資先に生じた損害による損失に限られていること、前払取引に関する保険が本邦企業の行う仲介貿易を対象としていないことにより、日本企業のサプライチェーンのリスクを広くカバーするには十分ではない制度となっていました。このため、海外投資保険・前払輸入保険の対象を拡大し、サプライチェーン全体のリスクをカバーすることとしました。



【海外投資保険の塡補事由に間接投資先の損害を追加】

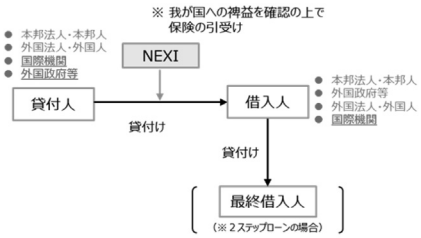


【前払輸入保険の付保対象に仲介貿易を追加】

③国際連携強化に向けた対応（外国法人に対する出資機能の追加等）

NEXIの国際金融機関に対するレバレッジ強化や、国際金融機関との協働による積極的な案件支援、現地のビジネスリスク情報の取得などを図るため、NEXIが貿易保険事業を行う外国法人に対して出資をできるようにすることとしました。また、日本企業の他国企業との連携・協業の支援機能を強化するため、国際機関や他国ECAから再保険を引き受けるの

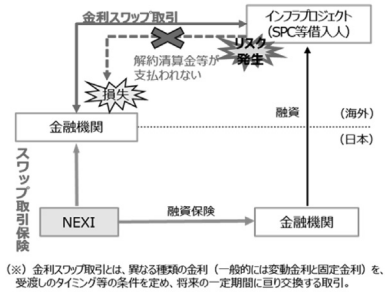
みならず、国際機関及び外国政府等が行う融資も保険の対象とすることとしました。



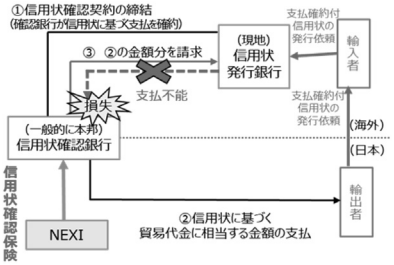
【国際機関・外国政府等が行う貸付け等を融資保険引受対象に追加】

※その他の改正内容

そのほかにも、中小企業を含む日本企業がこれまで取引のなかった地域でのビジネスを更に拡大していくためには、現地企業・現地金融機関の金利変動リスクや信用リスクに適切に対応する必要があります。こうしたことを踏まえ、融資契約に係る金利変動リスク回避のためのスワップ取引に関する債権の回収不能リスクや、小口の貿易取引に一般的に用いられる信用状取引における現地金融機関（信用状発行銀行）の支払不能リスクについても、保険の対象とすることとしました。



【スワップ取引保険の新設】



【信用状確認保険の新設】

4. 今後に向けて

本原稿提出時点（6月30日）では、改正法の施行は、7月1日を予定しています。そして、7月1日から、一部制度について保険商品として利用可能となる予定です（普通貿易保険等におけるプラント輸出等に際して発生した「追加費用」を対象とする保険等）。その後も、速やかに制度が実施できるよう、優先度の高いものから順次、保険商品としてリリースしていく予定です。引き続き、日本企業のインド太平洋地域における事業展開において、民間企業では取り切れないリスクをカバーすることにより、皆さまのビジネスのお役に立つことはもちろんのこと、地域の発展に向けて貿易保険制度や商品の充実を図っていきたいと思っております。ぜひ、貿易や投資などにおける皆様の課題について、声をお聞かせいただければ幸いです。

※NEXI Singapore is not a licensed insurer nor insurance intermediary under the Singapore Insurance Act.

執筆者氏名

山下 浩司（やました こうじ）

経歴

香川県生まれ、東京大学工学部・大学院及び米国ミシガン大学公共政策大学院卒業。2004 年に経済産業省入省。内閣官房、資源エネルギー庁、貿易経済協力局などを経て、2020 年 9 月に株式会社日本貿易保険に出向し、シンガポールにて勤務開始。アジア太平洋地域でのインフラ・エネルギービジネスの支援、貿易・投資のファイナンス（通商金融）に関わる政策企画に従事。

本原稿の問い合わせ先: singapore-office@nexi.go.jp

Shopee の視点からみた東南アジアのEC市場と日本越境ECのポテンシャル

SHOPEE JAPAN K.K.
Assistant Manager
安井　裕太郎

はじめに

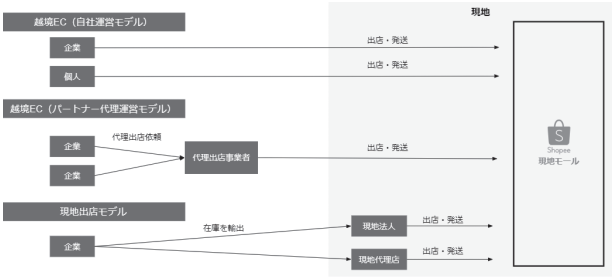
今回越境EC（Eコマース）の記事について執筆をさせていただくShopee Japanの安井と申します。2016年から2020年までシンガポールに滞在し、滞在期間中にジェトロ・シンガポール事務所にてEC事業を担当した経験がございます。現在は東南アジア最大級のECプラットフォームであるShopeeの日本法人、Shopee Japanで働いています。

Shopee Japanでは日本の楽天やAmazonのように日本の消費者向けのビジネスを展開されているのですか？とよく聞かれるのですが、実は日本を消費者市場として捉えているのではなく、販売者（＝セラー）市場として活用したビジネスを展開しています。従い、弊社にとっての消費者市場はあくまで東南アジアや台湾であり、Shopeeを通じて日本の商品を東南アジア・台湾向けに販売するお手伝いをさせていただいています。

正直に申し上げると、Shopee Japanの入社前は日系の百貨店やスーパーが既に多く存在し、日本商品が一部マーケットでは飽和状態とも言われていた東南アジアにおいて日本からの越境ECがビジネスとして成り立つかどうか半信半疑でした。しかし、入社後に良い意味でその期待を裏切られました。成長著しい東南アジアのEC市場からは大きなポテンシャルを感じる消費行動やデータを見ることができ、実際に成功している日本企業の方々の話を聞くこともできました。今回の記事ではそれらの一部であるEC市場規模や各国での需要の高い日本商品などをご紹介させて頂き、自身が肌で感じている東南アジアの越境ECポテンシャルについて皆様にお伝えできればと思います。

越境ECとは。通常貿易および現地（ローカル）出店との違い

そもそも「越境EC」の定義が一律ではないのですが、弊社においては「商品在庫が日本にあること」を前提条件にしており、海外側のプラットフォームを通じて現地消費者が注文してから、日本にある商品を海外（現地）側に送ることを意味しています。弊社では以下の図の通り、越境ECや現地（ローカル）出店もどちらも選択可能です。既にシンガポール現地にいらっしゃる皆様にとっては現地出店の方が、馴染みがあるかもしれません。



多様な出店方法

越境ECの場合、それぞれのオーダーごとの輸送費は掛かりますが、輸送費は荷物の総重量に応じた価格となる配送会社もあり、重量が軽い商品であれば比較的送料を抑えて海外発送することが出来ます。例えば、500gの商品をアジアに発送する場合、日本郵便のeパケットサービスを使えば1,050円で送ることができます。更に弊社から送料の一部を補

填しているため（例えばシンガポール向けの場合は400円弱の送料補助）、実質的に650円前後の送料で海外発送することができます。

また、注文から商品到着までの時間がかかるという懸念の声も稀に聞かれますが、欧米向けではなくアジア向けですので、運送会社によって違いはあるものの、大体1週間前後で荷物が届くことが多く、遅くとも2週間を超えるケースは少ないです。消費者の方も生鮮食品を除く加工食品（コーヒーやお菓子など）、生活雑貨、美容・化粧品などは急ぎで必要としないケースも多くあるため、特段問題なく運営ができています。

更に、ショップ運営の基本として通常のカスタマー対応は必要ですが、返品・返金を含めた複雑なカスタマー対応は弊社側のサービスとしてある程度事前に対応させていただくなど、柔軟な対応が可能です。日本越境ECにおいて返品される割合はごく僅かですので、返品・返金を心配して機会ロスになるよりも、一度チャレンジしてみて頂くことをお勧めしています。

越境ECのメリット・優位性は大きく分けて三つあります。第一に、越境ECで荷物を発送する場合の多くが「小口貨物」としての取扱いになり、関税等の免税制度が適用されること。例えばシンガポールの場合、商品価格が400 シンガポールドル以下の航空貨物であれば、輸入関税および財・サービス税（GST）の納付が免除されます。関税の免税制度の適用上限額は国・地域によって異なりますが、上限額を超えない限り、関税免除による価格メリットの恩恵を受けることができます。

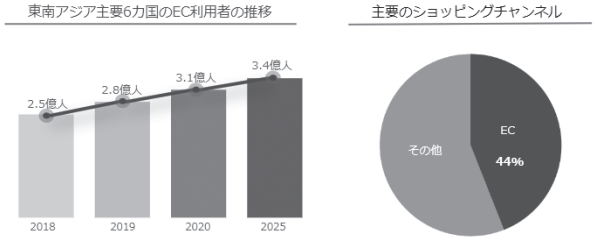
第二に現地法人や現地パートナーがいなくても、海外の販路拡大がダイレクトにできること。現地法人の設立や、現地パートナー探しにはそれなりの時間を要します。そのプロセスを経ずに、海外側の消費者に直接販売をすることができ、手軽に海外テストマーケティングを実施することができます。

第三に現地に在庫を持つ必要がないこと。通常貿易の場合は現地側にある程度の商品在庫を置くことが前提の取引となりますが、その場合は現地のパートナー側が商品買取りをしてリスクを負うか、もしくは商品が売れなかったら日本に返品される（もしくは廃棄される）前提の委託販売にして、日本の輸出者側がリスクを負うケースもあります。越境ECであれば日本に全ての商品在庫を置くことができ、注文がある度に発送するので、このようなリスクを負う必要がありません。

消費者にとっての越境ECの魅力は商品の圧倒的な多様性です。海外で購入ができる日本商品の種類には限りがあります。皆さんも「日本だと自身の拘りの商品がすぐ簡単に手に入ったのに。一時帰国をするときに買うしかないか・・・。」と感じることはないでしょうか。日本で商品種類を豊富に持つ越境EC事業者はリスクが比較的低いので、あまり厳しい商品選定をせずに、多様な日本商品をECプラットフォーム上で掲載されています。だからこそ、東南アジア向けのに日本越境ECが拡大してきている現在はニッチな日本商品も越境ECを通じて購入することができます。

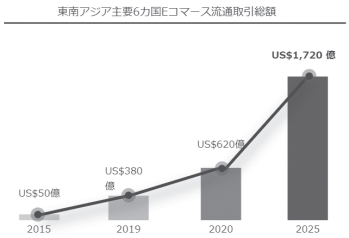
東南アジア EC 市場規模の推移

これまで日本からの越境ECについて述べましたが、東南アジアのEC市場規模はどの程度拡大しているのでしょうか。2019年の東南アジア主要6カ国におけるEC利用者数は2.8億人でしたが、翌年2020年に3000万人増加し、3.1億人に達しました（前年比11％の成長率）。また主要6か国の消費者約1万6千人を対象としたアンケートでは「主なショッピングチャンネルがEC」と回答した割合は44％となり、前年の30％から大幅に拡大しています。



東南アジアの主要６か国のEC利用者数の推移
および主要ショッピングチャンネル[1]

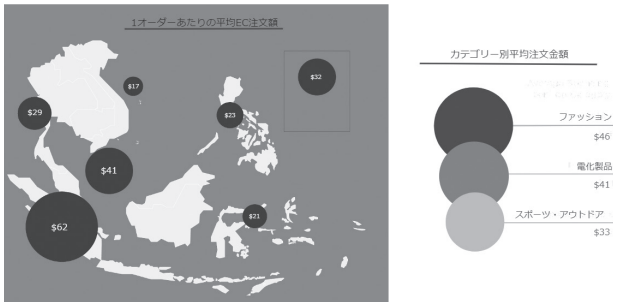
2020年の東南アジアEコマース市場規模は620億ドルにのぼり、2025年には1,720億USドルに達すると予測されています。2020年から2025年に予測されるCAGR（年平均成長率）は、東南アジア全体で23％ですが、中でもとりわけベトナムとフィリピンが高く、ベトナムは34%、フィリピンは31%の成長が見込まれています。



	2020	2025E	CAGR
ベトナム	7	29	34%
フィリピン	4	15	31%
インドネシア	32	83	21%
タイ	9	24	21%
マレーシア	6	13	17%
シンガポール	4	8	16%
6カ国合計	62	172	23%

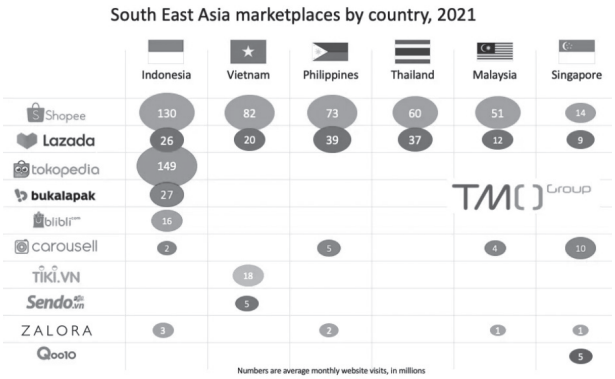
東南アジア EC の市場規模[2]

東南アジアにおいて1オーダーの平均オンラインショッピング注文金額は既に32USドルに達しています（前年比+19%の増加）。平均注文額がGDPにおおよそ比例し、1人当たりのGDPが一番高いシンガポールの平均注文金額は62USドルです。またカテゴリー別ではファッション、電化製品、スポーツ・アウトドアの順に平均注文額が高く、それぞれ46USドル、41USドル、33USドルとなっています。



1オーダーあたりの平均注文額およびカテゴリー平均注文額[3]

こちらは2021年の東南アジアEコマースプラットフォーム比較表です。メジャーなプラットフォームとしてShopeeおよびLazadaの二社が挙げられますが、インドネシアではTokopediaが Webアクセス数で首位となっています。またシンガポールでは中古品市場・シェアリングエコノミー拡大の流れもあり、シンガポールのメルカリと呼ばれるCarousell が1か月あたり約1,000万の高いWebアクセス数を記録しています。



東南アジア E コマースプラットフォーム比較表[4]

各市場の特徴と日本の人気商品について

続いて各市場の特徴や日本の人気商品※についてご紹介します。※今回は限られた一部のみしかご紹介できませんので、詳細は弊社Shopee JapanのHPからご確認いただければ幸いです。

■シンガポール

人口は周りの国々よりも圧倒的に少ないにも関わらず、東南アジア屈指の高い消費力を持ち合わせているシンガポール。現在のシンガポールEC市場規模は2025年までに16％の年平均成長率で拡大すると予想されており、EC全体市場（売上）の60%が越境ECによるものです。輸入商品に頼らざるを得ない環境であるが故に、他国と比較して輸入規制のハードルが低いことが大きな特徴です。例えば、上述した通り関税の免税上限額が400シンガポールドルと高く、日本からの郵送かつ個人使用と認められた場合は簡易通関が適用され、関税およびGSTの支払いが免除されます。

シンガポールで人気の日本商品カテゴリは主に美容・化粧品、健康関連商品、ホビー商品です。日本の通販限定で販売されている保湿クリームや化粧水などは圧倒的な人気商品となっています。食品では北海道の定番お土産商品や食べるラー油などの調味料、コーヒー、パンケーキミックスなどが人気です。その他、注目すべきなのはホビー系の商品です。特にポケモンや遊戯王などトレーディングカードの需要は高く、高単価であっても売れる商品の一つです。

■マレーシア

2020年にマレーシアの人口（3200万人）の約80%がインターネットアクティブユーザーとなり、過去に一度以上オンラインで商品を購入したユーザー比率（16歳から64歳）は85%以上に達しました。さらに、1オーダーの平均オンラインショッピング注文金額は41USドルと、東南アジアでシンガポールにつぐ2番目に高いオーダー額となっています。一方で、マレーシアのECユーザーは価格重視なショッピングする傾向が強く、購入を決定する一番の要因は「価格」というアンケート結果が出ています。

日本商品で特に人気のカテゴリーは美容・化粧品や健康食品・サプリメントです。例えば、日本の質のいい日焼け止めやクレンジングオイル、ポーチに入れて持っていけるミニサイズのプチプラ化粧品もよく売れています。また、食品も人気があり、日本の味のインスタントラーメンやチョコレートやおかきなどのお菓子、インスタントコーヒーやお茶の売れ行きも好調です。特に日本の地域限定、期間限定などの食品はマレーシアではなかなか手に入らないため、人気が集中する傾向にあります。

■タイ

東南アジアECの中でも安定的に成長を遂げているタイは、人口およそ7000万人ほどの東南アジア主要6カ国の中で4番目に人口が多い国です。近年、テクノロジーの普及により、16歳から64歳までで過去に一度以上オンラインで商品を購入したユーザー比率は約86%にものぼり、世界平均の79%よりも高く、オンラインショッピングを好む消費者が多数います。2020年のコロナ渦にオンラインで買い物をするタイの世帯数は前年比で約58%増加しました。特に、ECでの食品カテゴリーを購入する世帯数は約74%増加し、他のカテゴリーでも60%増加と著しい成長を見せています。

日本商品で人気のカテゴリーは食品やホビー商品、美容・化粧品、生活雑貨等です。食品の中では麺類やクッキーなどのお菓子は高い人気を誇ります。ホビー商品では特にエヴァンゲリオンやガンダムなどのプラモデル需要が高く、その他には日本でもブームを引き起こした「鬼滅の刃」の関連グッズ（フィギュア、コスチューム、人形など）は幅広い世代の間での人気商品となっています。生活雑貨の中で特に注目されているのは日本の高品質な文具です。マーカーペンはもちろん、パステルカラーの蛍光ペンやマスキングテープ、キャラクターのシールなど、カラフルで小さく・可愛らしく品質の良い日本の文房具がタイの若い世代の心をくすぐり、人気となっています。

■フィリピン

フィリピン市場の経済はここ数年間で急成長しています。人口も年々増加傾向にあり、2020年には総人口1.1億人に到達しました。その中でも若年層が非常に多く、19歳未満の若者は44%を占めています。フィリピンのEC市場規模は31%の年間成長率で伸び続け、2025年には150億USドルまで成長する見込みとなっています。フィリピンEC市場の大きな特徴として季節変化に伴う需要の変化があります。例えば、空気が乾燥している乾季の11月～2月では乾燥から皮膚を守るためのスキンケア用品、乾季の中でも暑くなる3月～5月は日焼け止め用品、雨季の6月～10月には湿っている空気を少しでも和らげるための除湿機、といったように季節に応じて需要の高まる商品が変化します。また、キリスト教徒が多くクリスマスを盛大に祝う文化があるため、12月をピークとした年の下半期に買い物需要が高まる傾向があります。

Shopeeのフィリピン市場における人気商品カテゴリーは日用品がトップ。次いでホビー系、メイク、ヘルス（健康関連商品）となっています。日本商品は他国と同様に美容・化粧品、ホビーなどが人気のカテゴリですが、日本ブランドのコーヒーメーカーやステンレス水筒などの日用品なども高い人気を誇ります。フィリピンには1.7万人程度の日本人も居住しており、現地にはDAISOや無印良品など日本の著名なブランドも、実店舗を構えて進出しています。弊社における日本からのフィリピンへの越境ECサービスは始まって間もない状況ですが、これからの需要増が期待されています。

東南アジアにおける人気商品事例

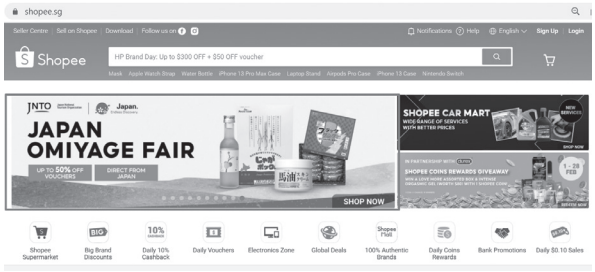
日本越境ECの今後の可能性（まとめ）

これまで各市場で人気の日本商品をご紹介しましたが、東南アジアのEC市場全体における（日本越境ECを通じた）日本商品の売上比率はまだごく僅かです。しかし、東南アジアのEC市場の成長率は著しく、日本からの越境ECはメリット・優位性が大きいため、大きなビジネスチャンスがあると言えます。実際にビジネスチャンスを感じて弊社サービスを通じて越境EC販売をされている日本の事業者数は年々増加傾向にあります。

今年（2022年）2月～3月は日本政府観光局（JNTO）様のシンガポール事務所と連携して日本のお土産キャンペーンも実施しました。こちらはシンガポール市場向けのみのキャンペーンでしたが、相互連携を通じて大きなトラフィック流入（Webサイトアクセス数）を生み出すことができ、弊社としても、ご参加頂いた多くの事業者の方々としても、売上・注文数とともに満足のいく結果となりました。このキャンペーンからも、日本越境ECの潜在力を感じることができています。

当然、単に日本商品だからといって簡単に売上があがる訳ではありません。しかし、地道なリサーチやマーケティングの積み重ねで時間を掛けながら、しっかりと結果を残されている事業者がいらっしゃることも事実です（弊社HPにおいて事業者の方々のインタビュー記事もございますので、ご関心がございましたらご覧ください）。自身も日本越境ECのポテンシャルを信じて、日本の事業者の皆さんと一緒に東南アジア向けの市場開拓ができるよう、これからも日々サポートさせていただく所存です。

末筆ながら今回の越境ECに関する記事が、東南アジアでご活躍されているビジネスパーソンの皆様の一助となれば幸いです。



JNTO様との共同キャンペーンの様子

＜訳注＞

1 Temasek & Google: e-Conomy SEA 2020 report; Digfin: Southeast Asia e-commerce to grow by 5.5% in 2021

2 Temasek & Google : e-Conomy SEA 2020 report

3 iPrice: Map of E-commerce 2020; EDB Singapore: How Did
the Pandemic Affect Online Shopping Behaviour in 2020

4 TMO Group Must-know: 10 Largest South East Asia Online Marketplaces in
2022

執筆者氏名

安井 裕太郎（やすい ゆうたろう）

経歴

2020年よりShopee Japanにおける日本越境ECチームのアシスタントマネージャーとして、新規事業開発、マーケティング・広報、日本企業や政府・公的機関との連携・渉外、新規セラーサポートの役割を担う。日本および米国の大学卒業後、ジェトロに新卒で入構。ジェトロではシンガポール駐在を含む約9年間勤務し、海外におけるEC販売プロジェクト（JAPAN MALL事業）を担当。シンガポールの観光業界で新規事業企画・開発を担当した後、東南アジア最大のEコマース・プラットフォームであるShopeeに転職。Shopee本社での勤務を経てShopee Japanに赴任し、現在に至る。

アジアパシフィックの
カーボンニュートラルアプローチ

MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES, LTD
GROUP MANAGER, CARBON NEUTRAL GROUP,
ENERGY TRANSITION DIVISION, ENERGY SYSTEMS
氏家　淳也

地球規模の環境政策であるカーボンニュートラル社会の実現に向けた活動は欧米の企業を皮切りにアジアパシフィック（以下“AP”と呼ぶ）地域の政府や企業の関心も増々高まってきており、具体的なカーボンニュートラル化を標榜する計画やプロジェクトが連日数多く公表されている。しかし一方で、このカーボンニュートラル化の対応策については上流から下流、つまり燃料製造から貯蔵・運搬・消費（活用）に至るサプライチェーン全体における課題は未だ多く、また、それらの課題は米国・欧州・AP他、それぞれの国や地域に拠ってもその地域性に沿った課題解決策が必要となっている。

私見も含めて、となるが、エネルギー・電力の視点でAP地域の主な国を俯瞰すると、シンガポールのように国土が狭い国々では再エネの導入に限界があるためカーボンニュートラル化の達成には再エネの輸入やカーボンフリー燃料の輸入・活用に主眼を置く方向性になっている。オーストラリアは従来の石炭焚きを中心とした発電から再エネに急速にシフトしたため電力供給の需給バランスが不安定になって電気代が急騰、一方で、次世代の産業育成の観点から広い国土を活用した再エネから水素やアンモニアといったカーボンフリー燃料を大規模に製造する計画が多数進捗している状況。ベトナム、タイ、マレーシア、インドネシアでは2030年前後を目途に天然ガスの輸出国から輸入国に転換（図1参照）、燃料の輸入増加（図2参照）は政府支出の増大・外貨流出に繋がることから何とか再エネを普及させたいものの電力需給バランスとの兼ね合いに難点を抱えていることから従来の化石燃料由来の火力発電からの脱却が見通し辛くなっているように見受けられる。

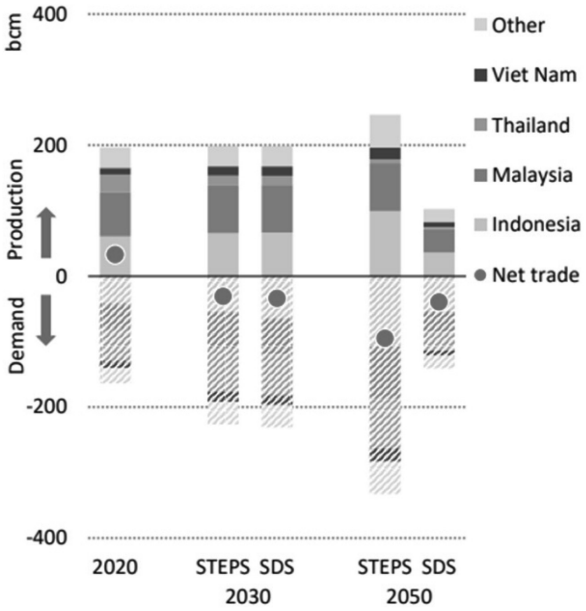


図1：Natural gas demand and production and net natural gas trade in Southeast Asia[1]
※東南アジアにおける天然ガスは2030年には輸入超過になる見込み。

更に、再エネ電力の普及を頭打ちにしている原因は電力系統の脆弱性だけではなく地理的な問題もある。それは、AP地域の中でも東南アジアは山野部が多いこと、並びに地理的に赤道に近いために横風が吹かずベトナムの一部といった地域を除いて陸上風力発電や洋上風力発電の立地としては基本的に向いておらず、太陽光発電に必要となる広い敷地は“カーボンネガティブ”とカウントされる緑地の開拓・更地化に繋がるために、CO2増減の観点からは太陽光発電の導入は必ずしも地球環境に貢献するとは言い難い側面があるからであろう。

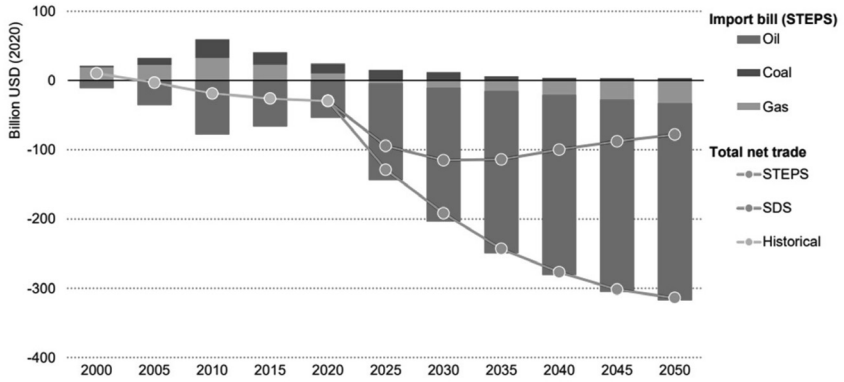


図２：Energy Imports in Southeast Asia[2]

※東南アジアは今後大幅な燃料輸入増加（マイナス収支）が見込まれる。
（尚、表中のSTEPSは“The Stated Policies Scenario”、SDSは“The Sustainable Development Scenario”の略）

このように一筋縄ではいかないAP地域のエネルギー政策ではあるものの各国においては積極的な地球環境対策を公表しており、例えばGHG（Greenhouse Gas［温室効果ガス］）Net Zeroという観点では、ベトナム、タイ、マレーシアが2050年までにNet Zero、シンガポールは21世紀中盤で可及的速やかなタイミングで、インドネシアは2060年、或いはそれより早くNet Zeroを達成する目標を掲げている。つまりは具体的な達成プロセスは不透明にも拘らず各国は先行して政策ターゲットを提示した形になっている。

それでは、エネルギー・電力という視点ではAP地域においてはどのようなカーボンニュートラルのアプローチが適しているのだろうか？地理的な部分を考慮するとAP地域は欧州のように大陸の地続きでEU各国が電力系統やガス配管などで繋がっている訳ではないためAP域内での電力や天然ガスの相互融通が難しく、オーストラリアを除けば中東・米国のように輸出に回せるほどの天然資源を有しておらず、また、大規模の再エネ構築も難しいためカーボンニュートラルの実現に不可欠なブルー燃料（CO2を回収した化石燃料由来のカーボンニュートラル燃料）やグリーン燃料（再エネ由来のCO2を排出させない燃料）といった水素やアンモニアを始めとするカーボンニュートラル燃料の十分な製造力を確保することも難しい。従って、そのような場合は極力再エネを増やすといった基本政策を実行しながらもAP域内・域外からカーボンニュートラル燃料を製造・輸入・活用する算段をつける必要があり、仮に2050年にNet Zeroを達成するとなると残りあと約30年弱でこのエネルギー施策の大転換を成し遂げなければならない。

AP地域の電源構成の特徴はCO2排出原単位の高い石炭焚きに依存する度合いが高い（図3参照）。

つまり、経済成長に見合ったエネルギーを確保できる前提を崩さずにこの石炭の使用量を減らす、或いは使用する場合はCO2を回収して貯留・活用するシステム（CCUS［= CO2 Capture, Utilization and Storage］）が肝要だがCCUSについては、特にAP地域での貯留はまだまだ検討段階であり、CO2の活用も少量でならまだしも石炭焚き発電設備から排出される規模の活用実用化については今後も時間を要する見込みである。斯様な状況下でカーボンニュートラル達成への一つの有力な手段と考えられているのが石炭代替としての天然ガスの活用である。天然ガスは石炭のCO2排出原単位の約半分であり、天然ガスによる発電方式は既に広く普及しているためにその技術的ハードルは低く、そして何よりも将来のカーボンニュートラル化のKey Factorと考えられている水素活用においても天然ガス向けのインフラ整備が水素インフラの整備にも一部繋がってくる[*]ため、将来の水素活用社会に備えた“水素Ready”という形で天然ガスインフラの導入を加速することが重要になる。

*天然ガスを燃料とするガスタービンコンバインドサイクル発電設備は、主に水素燃料の供給ラインを追設し、ガスタービンの燃料器部分のみを水素焚き用の燃焼器に転換することで水素焚きでの発電が可能となる。

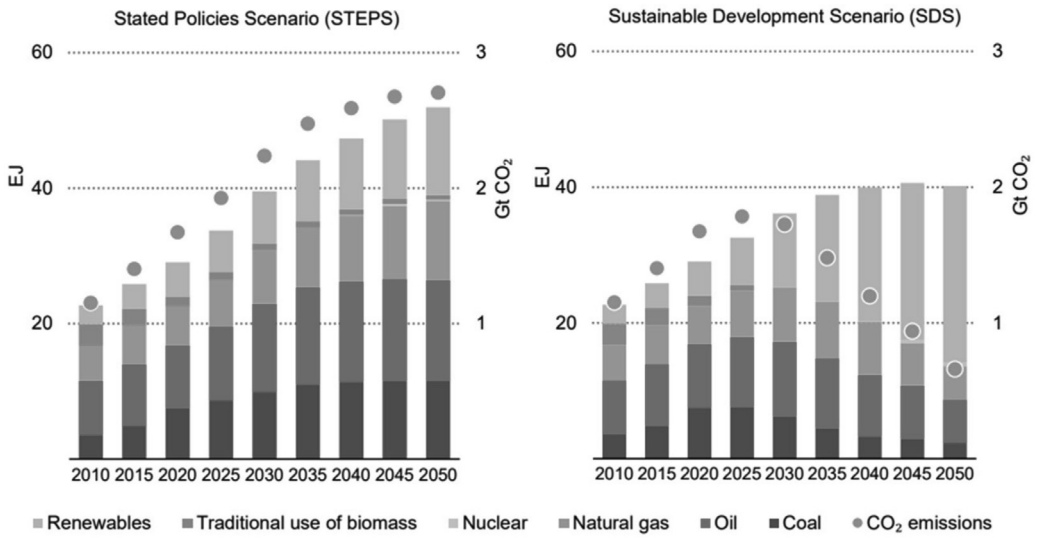


図３：CO2排出量とそのエネルギー源[3]
※棒グラフの最下部を占めるのが石炭、次が石油、そして天然ガスと続く。

また、水素供給という面においては、天然ガスのインフラを整備することに拠ってブルー水素やターコイズ水素といった天然ガスからの水素製造も可能となるため(補足：ターコイズ水素とは天然ガスから水素と固体の炭素［カーボンブラック等］が生成されCO2が生成・放出されない技術で作られた水素のこと。但し、製造時に必要な電力は再エネで賄う必要あり)、AP域外から液化水素、アンモニア、有機ハイドライド（メチルシクロヘキサン他）といった水素を転換させた燃料の調達を低減させることも可能である。

末筆となるが、昨今のロシア・ウクライナ間の事象で日常の汎用品のみならず石炭・天然ガス・油といった化石燃料価格のVolatilityは一層高まっており、一方で前述のような水素サプライチェーンやCCUSといった技術の進展・伸長がいま少し途中段階であることを考えると、環境・経済性・安全性・エネルギー効率の観点からどのようにエネルギーポートフォリオを組むのが最適なのかはまだまだAP各国政府も手探りにならざるを得ないとは考えるが、2050年前後を目途としたNet Zeroに向けて風力や太陽光だけでなく地熱や水力も含めた再エネの活用、バイオマスのようなカーボンニュートラル燃料の活用、そして将来の水素社会に備えた天然ガスインフラ整備を通じた“水素Ready”の展開等を通じてAP地域においても各国の政策目標を達成できるロードマップと具体策の構築が進むよう今後も知恵を出していきたい。

＜訳注＞

1, 2 & 3 IEA Southeast Asia Energy Outlook 2022

執筆者氏名

氏家 淳也　（うじいえ じゅんや）

経歴

1973年 東京都生まれ。1995年カナダ国際大学卒、1999年 横浜市立大学商学部卒、同年 三菱重工業(株)に就職。主に日本・東南アジア、CIS圏を中心とした発電設備の輸出や発電事業の投融資計画を担当。2018年～2022年MHI Asia Pacific（シンガポール）で当該地域のエネルギーや都市開発等の事業開発に従事。

シンガポールのイノベーションエコシステムの戦略的活用に向けて

CROSS CAPITAL PTE. LTD.
Founder CEO | JSIP Community Accelerator member
中村　貴樹

1.はじめに

シンガポールは政府主導で世界を代表するイノベーションネーションとしての地位を確立し、現在では様々なグローバル企業・ビッグテックが当地を戦略的に活用している。グローバル企業が積極的に当地を活用している一方で、日系企業による活用はまだ一部の企業/イニシアティブに限定されている。本稿では、当地のイノベーションエコシステムの最前線、およびグローバル企業の活用事例を紹介し解像度を高めるとともに、日系企業による更なる活用に向けて、現地からの視点とヒントを提示したい。

2.シンガポールのイノベーション戦略の最前線

シンガポールは1965年に現在のマレーシアから（半ば放り出されるような形で）独立し、圧倒的に狭い国土や、ごくわずかな資源しかない中で、国家としての生き残りをかけて発展を遂げてきた。紙面の限りから本稿ではその詳細な説明は割愛するが、

人口：587万人（高齢化率10.9%）
民族：中国系74.3% マレー系13.5% インド系9% 他3.2%
言語：英語(国語)、中国語(国語)、マレー語
宗教：仏教31.1% キリスト教18.9% イスラム教15.6%
１人当たり実質GDP：$93,400

人口：6,948万人（高齢化率11.8%）
民族：タイ系 97.5% 他2.5%
言語：タイ語
宗教：仏教94.6% イスラム教4.3%
１人当たり実質GDP：$17,300

人口：3,352万人（高齢化率6.9%）
民族：マレー系62.5% 中国系20.6% インド系6.2%
言語：マレー語(国語) 英語 中国語 タミール語
宗教：イスラム教61.3% 仏教19.8% キリスト教9.2%、ヒンドゥー教6.3%
１人当たり実質GDP：$26,400

人口：1億280万人（高齢化率6.9%）
民族：ベトナム系85.3% 他14.7%
言語：ベトナム語
宗教：無宗教86.3% キリスト教7.1% 仏教5.8%
１人当たり実質GDP：$8,200

人口：1億7,512万人（高齢化率7.8%）
民族：マレー系の多数の民族 計83.8% 中国系1.2%
言語：インドネシア語、英語、その他現地語
宗教：イスラム教87.2% キリスト教9.9%
１人当たり実質GDP：$11,400

人口：1億1,082万人（高齢化率4.9%）
民族：マレー系の多数の民族 計99.8% 他0.2%
言語：タガログ語(国語) 英語(国語)
宗教：キリスト教(カトリック)79.5% イスラム教6.0%
１人当たり実質GDP：$8,000

出所：THE WORLD FACTBOOK（https://www.cia.gov/the-world-factbook/）

東南アジア主要国まとめ

そうした制約に縛られてきた背景より、シンガポールは歴史的にアジア地域における「ハブ」となる戦略を採り、域内外の物資・人材・金融資本・技術等が集積されるような施策を打ち出してきている。直近では、そうして築いてきた地盤の上に、スタートアップ・大企業が機動的に新しいことに積極的に取組み、コラボレーションできる環境を整え、アジアの「イノベーション」のハブへと鮮やかに生まれ変わってきた。

シンガポールを取り囲む東南アジア地域は、中間層の増加やインターネットインフラ・スマホの普及により、市場全体が成長し続けている一方で、依然として未解決の社会課題も数多く存在する。

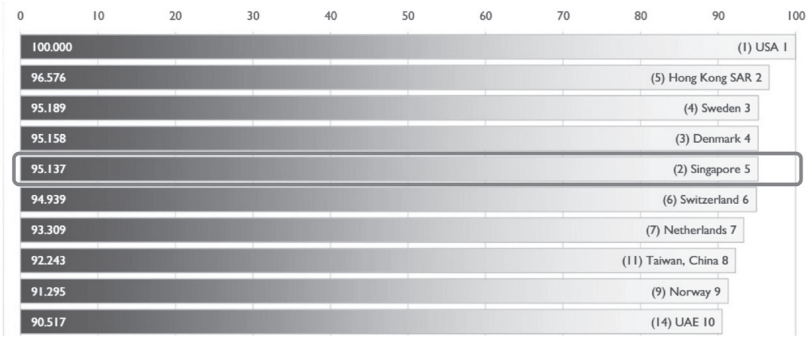
各国・各地域によって歴史的な成り立ち、人口、民族構成、言語、宗教、文化、法律等が大きく異なるため、一括りにすることは難しい

しかし、各国に共通する課題も多く存在する。未発達の金融インフラ、不均等な医療へのアクセス、分断化された物流、デジタル化が進まない中小零細企業の低生産性等が良く挙げられる例であろう。これらの課題を解決し、急成長する市場を取り込むために、多くの起業家がスタートアップを立ち上げており、それらスタートアップの開発・採用・資金調達のハブとなっているのがシンガポールだ。
各種のイノベーション/スタートアップエコシステムランキングを見ると、シンガポールは常に上位の常連国となっている。

これらランキングで、シンガポールが上位をしめている要因はいくつもあるが、その中でも以下の3点は特筆に値すると考えている。

③レギュレーション・仕組みの整備

イノベーションの創出には、デジタル化された公共インフラや実用的で透明性の高いレギュレーションなどの存在が重要であるが、シンガポールはその意味で世界トップレベルである。例えば、基本的に全ての政府関係手続はデジタル化されている。また、



IMD 2021年世界デジタル競争力ランキング

①集積するリスクマネー

シンガポールでは、官民のインキュベーション拠点・アクセラレータなど、アイデアを事業へと昇華させるための環境が整っており、そこで孵化された事業へのリスクマネーを提供すべく、Enterprise SingaporeやA*STAR等の政府系機関やSG Innovate、EDBI等の政府系投資家、また、ローカル・欧米中のベンチャーキャピタルが多数活動している。いわゆるグロースステージの投資家層に厚みが無いことや、証券取引所の上場環境が発展途上であるなど当然ながらいくつかの課題はあるものの、資本の量や選択肢の数は年々充実してきている。

②厚みある人材

シンガポール在の読者にとっては釈迦に説法かもしれないが、シンガポールではNational University of Singaporeに代表される大学を頂点とする競争激しい教育システムが存在し、若くて優秀なSTEM人材が毎年一定数輩出される。また、能力あるテック・経営人材が国外から集まるよう、税制、治安、住環境、教育環境、域内移動環境等が非常に整っている。IMD World Digital Competitiveness Ranking[1]において、最新版では2位に落ちたものの、シンガポールは15年以降6年連続でTalent部門で世界1位を取り続けるほど、高い評価を受けている。

それらを通じて得られたデータは民間にも開放され、新しいサービスの開発等に用いることが可能となっている[2]。Monetary Authority of SingaporeのFintech Regulatory Sandbox[3]（金融機関やFinTechサービス企業は、予め設定された範囲と期間内で革新的な金融商品やサービスを実際のビジネスとして実験することが可能）に代表される柔軟なレギュレーションやThe Singapore IP Strategy（SIPS）2030にて可視化されているIP戦略[4]等、優れた枠組みの例を挙げれば枚挙にいとまがない。

3. グローバル企業による活用事例

こうしたシンガポールの優位性に目をつけ、当地に地域統括拠点を置いていた多くのグローバル企業が、管理機能に加えてイノベーション機能も備えるようになってきている。

シンガポールのエコシステムを上手に活用しているグローバル企業の例として、一つ紹介したいのがクレジットカード大手のVISAだ。同社は2014年より、外部とのオープンイノベーションを積極的に進めるべく、Innovation Centreを世界各国に設け外部コラボレーションを進める取組みを開始し、2016年4月には、アジア太平洋地域では初めてとなる拠点をシンガポールに設置した[5]。

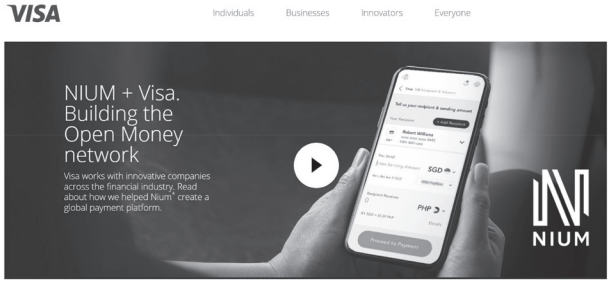
公開情報より筆者作成

シンガポールにイノベーション拠点を置くグローバル企業の一例

2016年設立のVisa Innovation Centre Singapore

同センターでは、そのパートナー企業向けにVISAのAPIやソフトウェア開発キット等の技術的なプラットフォームを開放するだけでなく、VISAの技術者やビジネスリーダーが常駐し、パートナー企業がVISAのインフラを活用してアジア市場にソリューションを広げて行く為のハンズオンサポートを行ってきた。

同拠点に加え、2018年には、「VISA Fast Track Program」と呼ばれるシリーズA以降のスタートアップ向けのアクセラレータープログラムをローンチし、シンガポールに拠点を置くフィンテックスタートアップとVISAのエコシステム・インフラを掛け合わせ新しい価値を創出する活動を本格化させた。同プログラムに2018年に参加し、卒業後にVISA本体から投資も受けたのが国際送金プラットフォームのNium社（旧Instarem）である。同社は、元々は早く安く国際送金を行うことが出来るグローバルインフラを構築した銀行業界のディラプターであったが、VISAと本プログラムを通じて組んだことにより、VISAブランドのカードを発行できるポジションを獲得、送金・決済の一切をワンストップで行える総合決済プレイヤーとなった。Covid-19の追い風も受け、取引額が爆発的に増加した同社は2021年のSeries Dでユニコーンステータスを獲得。VISA自身も同社と組んだことによってカード発行量・取引量が共に伸び、資本業務提携のお手本ともいえるようなケースとなった[6]。VISA以外にも、多数のグローバル企業がシンガポールを拠点にイノベーション活動を行っている。本稿では紙面の制約上、割愛させて頂くが、他社のケースからも学んでみたいという方は、JETROシンガポール事務所が今年3月にまとめた調査報告書「多国籍企業によるシンガポールを拠点としたオープンイノベーション～スタートアップとの協業、ベンチャー創出活動のケーススタディ～」[7]をチェックすることをお薦めする（伊藤忠商事傘下の青果物・加工食品事業者ドール・アジア・ホールディングス、フランスのエネルギー会社エンジー、英国のスタンダード・チャータード銀行、シンガポールの海運会社イースタン・パシフィック・シッピング（EPS）、シンガポールの商業車両・物流機器の販売・リース会社ゴールドベル・グループなど、多様なケースを掲載）。



4.日本企業による戦略的活用

日本企業においても、シンガポールのエコシステムを活用していこうとする動きはある。JETROの実施した最近の調査によると、当地の日系企業の約6割がイノベーションの機能を持つ人員をシンガポールに配置していた。例えば通信大手のKDDI

は、そのCVC（KDDI Open Innovation Fund）の拠点を当地にも置き、投資先と本体事業とのコラボレーションを積極的に推進している。同社は2018年にシンガポールのIoTサービスプロバイダーであるUnaBiz社にSORACOM IoT Fund Programを通じて出資を行い、以来同社の日本での事業開発を共同で進めてきた[8]。KDDI傘下のSoracom社の他、京セラコミュニケーションシステムらとのパートナーシップを確立し、累計で115万台以上のスマートガスメーターリーダーを国内に展開することに成功。UnaBiz社は2021年に日本オフィスの開設にも至っている。

経済産業省やJETRO等の政府系機関は、東南アジアにおけるイノベーションの加速化に向け、日本企業を対象に様々な支援を展開している。例えば直近リリースされたいくつかの調査報告書では、東南アジアにおいて新規事業・イノベーション創出を成功に導く要諦が企業・個人レベルで纏められており、参考になる[9]。

一方で、具体的な成果に結びついている事例は全体の中ではまだごく少数に過ぎないのが現状だ（JETROの前述の調査で、足元3年以内の東南アジアスタートアップと具体的な投資・コラボレーション件数を聞いたところ、6割以上の企業が0件と回答）。また、Covid-19による渡航制限により、多くのイニシアティブは停滞し、残念ながら過去に積み上げてきた新事業の芽が無くなってしまったというケースも多数耳にしている。

5. Japan Southeast Asia Innovation Platform（JSIP）について

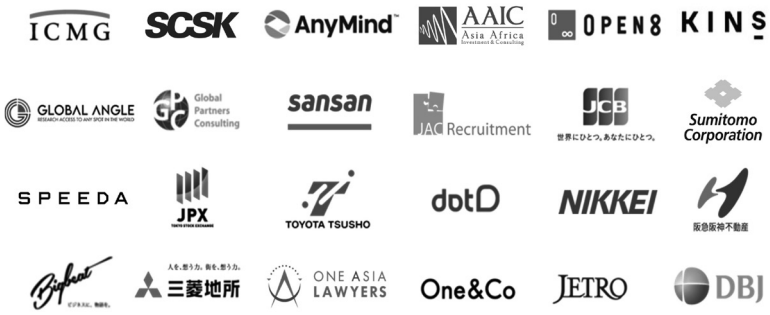
こうした状況に一石を投じるべく、個別企業の枠組みを超えた有志プロジェクトも立ち上がってきている。その一つの例が、2021年10月にローンチされたJapan Southeast Asia Innovation Platform (JSIP)だ。JSIPが行ったヒアリング調査（約120 社を対象に2021年実施）によると、シンガポールに駐在する新規事業担当者の90%以上が、活動を軌道に乗せるまでの「準備」に1年以上を費やした（費やしている）と回答しており、平均的な駐在員の赴任期間3-5年のうち20～30%を「準備」に費やしている実態が明らかとなっている[10]。

2021年10月にローンチされたJSIPウェブサイト

JSIPでは、このような状況にある日本企業が「より早く」本質的なイノベーションの創出活動に着手し、その活動の質を高められるような環境を整えることを目指している。足元では約30社の大手企業が「コンソーシアム企業[11]」として加盟。また、現地のVCやアクセラレーター、政府系機関等のキープレイヤーとのネットワークも広がってきている。

イノベーション活動を軌道に乗せるまでの
準備に要した期間は？

隔週で開催されるミートアップ「JSIP LOUNGE」



JSIP コンソーシアム企業一例（一部非公開の企業を除く）

6. おわりに

この破壊と創造の時代において、イノベーションは必要不可欠であり、全ての企業トップが覚悟を持って推進すべき重要な経営課題だ。そして、SDGs・サーキュラーエコノミー・Web3など、従来の「業界」や「会社」などといった概念・枠組みを越えるテーマ・コンセプトが次々と登場する中で、企業が単独で及ぼせるインパクトや生み出せるスピードには限界が見えてきている。

これまで述べてきたように、シンガポールは世界から豊かなリソースが集まり、混ざり合うイノベーションのハブとなっている。そのリソースは内に閉じられているわけではなく、外に開かれている活用可能なものとなっている。日本企業には、ぜひ積極的かつ戦略的にシンガポールと言うプラットフォームを活用し、イノベーションを起こす糸口を掴み取って頂きたいと思う。本稿が読者にとって、当地を少しでも解像度高く理解し、新規事業・イノベーション活動の加速化に繋げる助けとなってくれたら、筆者として、望外の喜びである。

＜訳注＞

1 https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness/

2 https://www.smartnation.gov.sg/resources/open-data

3 https://www.mas.gov.sg/development/fintech/regulatory-sandbox

4 https://www.ipos.gov.sg/manage-ip/singapore-ip-strategy-2030

5 https://www.youtube.com/watch?v=H6PUzFPxzHM

6 https://www.visa.co.th/en_TH/success-stories/nium.html

7 https://www.jetro.go.jp/world/reports/2022/02/ec6a11427b1b71bf.html

8 https://news.yahoo.co.jp/articles/a17154c6dc9f40940f18ddd01b9e30c0ff19b255

9 https://www.jetro.go.jp/world/reports/2022/02/af0eb5500bd60105.html

10 https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000002.000086269.html

11 https://jsip.asia/consortium

執筆者氏名

中村 貴樹（なかむら たかき）

経歴

双日（株）にて海外M&A等を担当後、アクセンチュアに参画。国内外のM&A/DX案件等を経験後、シンガポール政府系ファンド テマセク傘下のVC Vertexに参画。投資先Value Up、日系企業のオープンイノベーション支援、VC投資等に従事。22年に独立しシンガポールにてCross Capitalを創業、日系企業と海外スタートアップを繋ぎイノベーション実装を支援する。日本と東南アジアを繋ぐイノベーションの社会インフラ「JSIP」創立メンバーとして、コミュニティ運営にも注力。

ご登録データ　変更フォーム

代表者、住所、E メールアドレスなどの登録内容に変更がございましたら、下記変更フォームに必要事項をご記入の上、JCCI 事務局まで E メールにてご連絡頂くか、JCCI の HP（https://www.jcci.org.sg/membership/notification-of-change/）より変更手続きを頂きますよう、お願い申し上げます。

※弊所からの各種事業のご案内は、原則 E メールにてお送りさせて頂いております。
ご異動などがございました際には、登録 E メールアドレスのご変更をお願いいたします。

※変更のご連絡を頂きました際には、弊所からご返信を差し上げております。万一、返信がない場合には、お手数をおかけいたしますが、一度、事務局までご連絡下さい。

※ご変更の際には、必ず会社名と E メールアドレスをご記入下さい。

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(日)	
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		

新規登録 E メールアドレス	削除 E メールアドレス

その他

本件担当：シンガポール日本商工会議所　ドリス（E-mail：doris@jcci.org.sg　TEL：6221-0541）

ご挨拶

シンガポール日本商工会議所　運営担当理事
SUMITOMO CHEMICAL ASIA PTE LTD
Vice President, Corporate
小関　教之

シンガポール日本商工会議所の皆様、6月まで理事をしておりました平井の帰任に伴い、7月から理事を務めさせていただくことになりました住友化学アジアの小関教之と申します。何卒よろしくお願い申し上げます。

私は、2019年4月にシンガポールに赴任し、住友化学アジアのバックオフィスであるコーポレート部門を担当しております。当社は、石油化学製品等の製造、販売をする事業会社であるとともに東南アジア・インド・オセアニア地域における住友化学グループの地域統括会社でもあります。そのため、当社のコーポレート部門は、事業会社のバックオフィスの役割とともに、地域統括会社として、域内のグループ会社への住友化学グループ方針の浸透・推進、コーポレート部門によるグループ会社支援の役割も担っております。

私の経歴ですが、1993年に住友化学に入社し、これまで主に経理・財務関連業務に従事してまいりました。海外勤務は、今回が3回目となります。1回目は、1998年10月から2000年5月まで米国・ニューヨークの会計事務所にトレーニーとして派遣されました。当時米国はITバルブなどで景気の良い時期で治安も悪くなく、郊外の緑豊かで閑静な住宅地に住み、マンハッタンの会計事務所で働く米国生活は、日本とは異なる価値観や文化に触れることができた貴重な経験でした。2回目は、2008年3月から2011年7月まで東南アジア・インド・オセアニア地域のグループ会社を本社経理に代わりサポートする任務でシンガポールに駐在しました。インドへの出張が多く、ムンバイ同時多発テロではいつも泊るホテルが襲撃され、タイミングがずれていれば巻き込まれていたと肝を冷やしたことをよく覚えています。

3回目は、今回の2019年4月からの2度目のシンガポール勤務ですが、1度目の時よりも、あらゆる分野でデジタル化が進んでいることに驚きました。特に、相手の携帯電話番号が分かればスマートフォンを使って即時決済ができる「PayNow」に代表されるキャッシュレス化が進んでおり、シンガポール生活がさらに便利になったと感じています。また今回のコロナ禍においてシンガポール政府がいち早く感染防止策として入退場記録システム「セーフエントリー」を導入し、義務化するなどデジタルを活用した施策実行の早さに世界トップクラスのシンガポールのデジタル競争力、デジタル化推進力の一端を垣間見た気がしました。

コロナ禍の中でシンガポール政府が新型コロナウイルス感染症に関する様々な政策を実行するのを見て、政治の強いリーダーシップと、それに伴う迅速な意思決定力をもち、他政府の事例等を学びながら、良いところと課題を抽出し、シンガポールに合った形に組み換え実行できるのが、シンガポールをここまで発展させてきた成功要因のひとつであると改めて実感いたしました。シンガポールが今後も経済発展を継続するために世界のトレンドにどう適応していくのかを注視しながら、在シンガポール日系企業の一員としてシンガポールの発展に寄与し、日本とシンガポールの両国がともに繁栄できることを願っております。

この度、シンガポール日本商工会議所での活動機会をいただきましたので、当会議所の目的である、日星間の経済交流の促進、シンガポールにおける日本企業の発展への寄与、会員相互の交流・親睦に少しでもお役に立てればと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

最後になりましたが、会員企業の皆様ならびにご家族の皆様の益々のご健勝を祈念し、ご挨拶とさせていただきます。

ご挨拶

シンガポール日本商工会議所　理事
PANASONIC ASIA PACIFIC PTE LTD
Managing Director
杉島　淳

シンガポール日本商工会議所の皆様、はじめまして。パナソニック アジアパシフィックの杉島と申します。この度弊社にて理事を務めさせて頂いていた高原の帰任に伴い、7月より理事の任を引き継ぐことになりました。この場をお借りしましてご挨拶申し上げます。

私がシンガポールに赴任したのは2020年の9月末で、そろそろはや2年間のシンガポール生活となります。本来は20年4月に赴任予定でしたが、コロナの影響で入国許可が下りず半年間日本からリモート勤務、また赴任後も在宅勤務が中心で、どこにも出張にも行けず、初めてのアジア勤務をなかなか実感出来ない日々が続きました。ここ最近入国規制が緩和され、アジア各国にも出張してようやく現場を見て回っているところです。これまで情報入手や人間関係もオンライン上のみでしたが、実際に各拠点を訪問して現地のスタッフと対面で話をすることの重要性を改めてひしひしと感じております。

私の経歴ですが、入社以来、海外市場向けの営業・マーケティングを担当してきており、これまで海外勤務は通算で12年ほどになります。赴任地としては、フランス、ドイツ、パナマで、シンガポールは4カ国目となります。担当分野としては、主にデジタルAV商品や白物家電など市販商品が中心でした。直近では2014年から海外での単身赴任生活が続いており、14年から17年までパナマにて中南米市場の広域マーケティング、17年から20年までドイツ（2回目の赴任）にて欧州市場の広域マーケティングを担当しておりました。そして20年からはシンガポールにて、これまでの営業・マーケティング職ではなく、地域統括機能として、グループ会社への支援を行っております。

欧州、中南米、アジアと3つの地域を経験しましたが（アジアはまだまだ勉強中ですが…）、どの地域も多様な国の集まりであり、文化・習慣・言語・歴史・抱える課題も様々で、地域一括りではなかなか語れない面があります。地域全体の戦略を立てつつ、如何にそれぞれの国でお客様に響く活動が出来るのかが重要なポイントになると考えます。そのためには、やはり各国拠点でのローカル人材の育成、そして日本人出向者とのチームワークが大切だと感じております。私はもともと欧州担当が長く、若い頃は海外赴任も欧州しか頭にありませんでしたが、中南米への赴任をきっかけに視野が広がり、考え方も変わって、今ではこのように様々な地域を経験させて頂いて本当に恵まれているなと思います。アジアにおいてもこれから色々な発見や出会いを楽しみにしております。

さて、パナソニックグループは本年4月から、持株会社であるパナソニック ホールディングス株式会社と8つの事業会社（家電／空調／電材等のくらし事業、B2Bソリューション、産業デバイス、エナジー、オートモーティブ、等）に再編されました。事業会社がそれぞれ向き合う領域において競争力を高め、社会やお客様へのお役立ちを果たしていきます。ここシンガポールにおいても、いくつかの事業会社のもと、販売・製造・R&D・物流・調達・ITなど合計18もの拠点があり、約1,800名の従業員が勤務しております。各社事業領域において、シンガポール国内およびアジア大洋州地域各国に密着した活動を展開し、シンガポールおよび当地域の発展に貢献して参りたいと存じます。

JCCIの活動におきましても、日本とシンガポール・アジア諸国との経済交流促進、また当地域での日本企業の発展に少しでも貢献していきたいと思いますので、今後とも宜しくお願い申し上げます。

最後になりますが会員企業の皆様、事務局の皆様、ならびにご家族の皆様の益々のご健勝を祈念してご挨拶とさせて頂きます。

第617回理事会　議事録

日　　時：2022年6月14日（火）11：30 ～ 12：00
方　　法：日本人会　2階　ボールルーム（オンライン参加あり）
出 席 者：（敬称略）
（日本人会）会頭：藤、**副会頭：**土橋、河野、小林、
運営担当理事：杉浦、仙波、平井、馬場、村上、
理事：辻井、神田、小林（一）、富井、木村、谷口、中西、関、稲垣、久保田、柴田、菅原、福地、
監事：渡邊、**参与：**髙橋、中西、久冨、**就任予定：**小関 、**事務局：**梁、
（オンライン）理事：江口、佐々木、中條、北村、横山、谷内、宮本

計35名

藤会頭が議長となって開会した。

議　　事：

1. 前回（第616回）議事録の承認

藤会頭が前回（第616回）の議事録について諮ったところ、異議なく承認された。

2. 審議事項

（1）「第14回FJCCIA（ASEAN 日本人商工会議所連合会）とASEAN事務総長の対話」の要望について

梁事務局長より、8月10日にオンラインで開催される「第14回FJCCIAとASEAN事務局総長の対話」の要望と提案（2022年）について、説明があり、内容について諮ったところ異議なく承認された。

（2）理事の帰国・異動等に伴う後任理事の選出について

藤会頭より、住友化学アジアの平井・運営理事の帰国・退任に伴い、後任運営理事に同社の小関教之氏を提案した。理事に諮られ異議なく承認された。

（3）入退会について

梁事務局長より4法人会員、1個人会員からの入会申請、3法人会員からの退会申請があったとの説明があり、諮ったところ異議なく承認された。これにより会員数は、法人会員718社、個人会員61名、計779会員となった。

3. 報告事項

（1）会頭報告、最近および今後の主要行事・会合について

藤会頭から、前回理事会以降、各部会、委員会の講演会や懇親会、会員講演会や経営相談会などの事業が実施された旨、報告があった。また、自ら参加した「第2回日本ASEANビジネスウィーク2022」について、報告があった。

（2）部会・委員会・基金からの報告

第3工業部会の小林部会長、生活産業部会の渡邊部会長から部会懇親会の報告、賃金調査委員会の宮本委員長から賃金調査のお願い、杉浦JCCI基金諮問委員長から寄付先活動の報告があった。

（3）大使館ならびにジェトロからの報告・連絡事項

日本大使館の髙橋公使より、岸田総理の訪星について、中西参与より、日星両政府の大臣会談などの交流活動の説明・報告があった。

ジェトロから、冊子「変化を遂げるシンガポール発スタートアップとコイノベーションの可能性」の説明と共有があった。

（4）その他

・7月から理事会の開催形式について

藤会頭より、最近の規制緩和を受けて、7月から本理事会は12：00から12：30まで開催し、現在のお弁当の持ち帰りに合わせ、会場での食事も選択肢として提供するとの知らせがあった。

・新任・退任理事の挨拶とピューターの贈呈・写真撮影

本理事会に最初と最後の参加者により、挨拶があったのち、藤会頭より、帰国する平井運営担当理事にピューターが贈呈された。

以　　上

＜入会承認会員一覧（2022年7月理事会）＞

会　員　名	格付	備　考
NTT DATA BUSINESS SOLUTIONS SINGAPORE PTE LTD [法人サービス・IT部会]	B (法人)	Information technology consultancy 現地法人（100%日本出資） 設立登記：2003年11月 従業員数：44（派遣邦人2）
Mr. Ryota Aoki (ITS SCIENCE & MEDICAL PTE LTD) [第三工業部会]	D (個人)	医療機器、分析機器の卸売、販売、サービス 現地法人（現地独立資本／個人事業主） 設立登記：1987年2月 従業員数：99（現地邦人1）
Mr. Tetsunori Miwaya (MANDARIN ORIENTAL, SINGAPORE) [生活産業部会]	D (個人)	ホテル 現地法人（現地独立資本／個人事業主） 設立登記：1981年11月 従業員数：303（現地邦人1）

最近の推移：('２０年6月）８２２会員、('２０年7月）８２１会員、('２０年9月）８１３会員、('２０年１０月）８１７会員、('２０年１１月）８１３会員、('２０年１２月）８１５会員、('２１年1月）８０５会員、('２１年2月）８０１会員、('２１年3月）８００会員、('２１年4月）７９５会員、('２１年5月）７９６会員、('２１年6月）７９３会員、('２１年7月）７９１会員、('２１年9月）７８９会員、('２１年１０月）７９１会員、('２１年１１月）７９３会員、('２１年１２月）７９３会員、('２２年1月）７８４会員、('２２年2月）７８３会員、('２２年3月）７８２会員、('２２年4月）７７９会員、('２２年5月）７７７会員、('２２年6月）７７９会員、

Eメールアドレス　ご登録・ご変更等のお願い

拝啓　時下益々ご清栄のこととお慶び申し上げます。
平素より弊所活動にご支援・ご協力を賜り、誠にありがとうございます。
　シンガポール日本商工会議所では、Eメールを通じて、セミナーや視察会の他、機関紙「月報」（電子版）のご案内、JCCI基金活動のご紹介など、幅広い情報をお送りさせて頂いております。
法人会員の皆様におかれましては、複数の方のEメールアドレスをご登録頂き、事業へご参加頂けますと幸いです。（何名様でもご登録頂けます。）

敬具

記

＜新規登録方法＞
・ご登録をご希望のEメールアドレスを、info@jcci.org.sgまでお送りください。
　メールの件名には「Eメール新規登録」とご記入下さい。

＜登録変更方法＞
・現在、ご登録頂いているEメールアドレスと、新しく送付先にするEメールアドレスを、info@jcci.org.sgまでお送りください。
　メールの件名には「Eメール登録変更」とご記入下さい。

＜登録削除方法＞
・削除を希望されるEメールアドレスを、info@jcci.org.sgまでお送りください。
　メールの件名には「Eメール削除希望」とご記入下さい。

＜本件担当＞　JCCI事務局（担当：Doris）　E-mail : info@jcci.org.sg　Tel : 6221-0541

＜新規入会会員紹介＞

会社名（英）	CANADIAN EDUCATION COLLEGE
登録代表者名 （日・英）	松平 裕美 MATSUDAIRA Yumi
所在地	360 Orchard Road #04-07/08 International Building Singapore 238869
電話番号	6336 − 0666
事業内容	シンガポールで語学学校の運営
会社概要	カナディアンエデュケーションカレッジは1997年にスタートした語学学校です。シンガポールの中心地、MRTオーチャード駅より徒歩5分と大変便利な場所に位置し、また授業料もリーズナブルな為、日本人をはじめとした様々な国籍の生徒が在学しています。 目的、レベルに合ったクラスで学べるよう、様々なコースを揃えています。また、企業の語学研修への講師派遣、内容や時間などご希望にあわせたクラスのカスタマイズも可能です。 日本人スタッフが常駐し生徒一人一人の目的やレベルに合ったクラスをご提案、サポートいたします。英語に自信の無い方、日本から来たばかりの方でも安心してお越しいただけますのでお気軽にご連絡下さい。

会社名（英）	ITS SCIENCE & MEDICAL PTE LTD
登録代表者名 （日・英）	青木良太 AOKI Ryota
所在地	219, Henderson Road, #08-02, Henderson Industrial Park, Singapore 159556
電話番号	6273 − 0898
事業内容	分析機器販売・アフターサービス
会社概要	ITS SCIENCE & MEDICAL PTE LTDは、分析機器・医療機器を扱う商社です。私は、京都電子工業（株）から出向という形で在席しており、弊社では、「リチウムイオン電池用材料の分析」、「接着剤中の成分・水分率」、「食品中の酸度・塩分濃度」、「潤滑油の成分分析」、など、原材料の受入検査、出荷前製品の品質管理、研究開発用途の分析機器を販売しています。日々の分析業務でお困りことがございましたら、是非ご連絡下さい。

会社名（英）	MANDARIN ORIENTAL, SINGAPORE（個人会員）
登録代表者名 （日・英）	三輪谷 哲典 MIWAYA Tetsunori
所在地	5 Raffles Avenue Singapore 039797
電話番号	6885 − 3582 / 9183 − 8442
事業内容	ホテル事業
会社概要	マンダリン オリエンタルを象徴する扇の形をしたマンダリン オリエンタル シンガポールは、マリーナ ベイに建つ5つ星のラグジュアリー ホテルです。オリエンタルな雰囲気とラグジュアリーな快適性が融合した当ホテルのゲストルームおよびスイートは、落ち着いたインテリアとすばらしい眺めを楽しんでいただけます。

Eメール送信サービスのご案内

シンガポール日本商工会議所では、広報支援サービスの一環として、会員企業へ各社の製品・サービスや事業をEメールでご案内頂くことができる下記「Eメール送信サービス」を実施しております。
各社、ご案内を希望される際には、ぜひご利用頂けますと幸いです。

記

＜サービス概要＞
費　用：S$200.00（1配信／GST込み）※配信前に費用（小切手もしくは現金）のお支払いをお願いいたします。
お支払い頂きました後、翌日から3営業日以内に配信いたします。
配信日・時間：平日（土・日・祝・休館日を除く）、9～16時
配信数：約2,200通（2022年7月末現在）
その他：JCCI会員のみ利用可。

＜サービスご利用の流れ＞
①info@jcci.org.sg（担当：Doris）まで、本サービスのご利用希望の旨、ご連絡下さい。
②事務局より「お申込書及び請求書」をEメールで送付いたします。
③「お申込書及び請求書」に必要事項をご記入頂き、お支払の小切手とあわせて、ご返送下さい。
④配信用の原稿をテキスト、もしくはワードでお送りください。尚、PDFファイルを添付頂くことも可能ですが、サイズは1.5MB以内にご調整下さい。（ファイルのサイズが大きいと受信頂けなくなる可能性がございます。）
⑤申込書のご提出及びお支払いが完了した時点で、テストメールをお送り致します。
⑥テストメールをご確認頂きました後、メール配信をさせて頂きます。

＜注意事項＞・ご利用の際には、「Standard Guidelines for use of JCCI Email Service」
（https://www.jcci.org.sg/wp-content/uploads/2019/05/Standard-Guidelines-JCCI-E-mail-service.pdf）
に同意頂く必要がございます。

6月ー7月 JCCIイベント写真

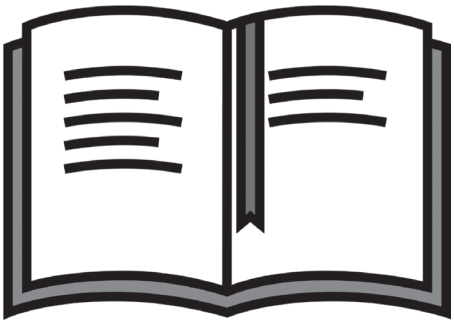
6月23日　広報委員会 懇親会

6月－7月 JCCIイベント写真　続き

6月27日　金融保険部会　ランチ懇親会

7月4日　会員講演会

7月5日　広報委員会



7月12日　理事会

ご挨拶をされる杉島理事

シンガポール日本商工会議所

企業・団体のPRに！

ビジネスチャンス拡大に！

会員の皆様の事業・商品PR支援のため、
機関紙「月報」への広告掲載サービス（有料）を実施しています。

機関紙「月報」広告大募集!!

「月報」は会員企業ならびに、シンガポール国内外の公的機関関係者に
印刷物として配布しています。またPDF版も作成し、メールでの配信を行っています。

名　称

シンガポール日本商工会議所機関紙「月報」

発　行

月1回（各月初旬発行）

発行数

約850部（2022年7月現在）

メール配信数

約2,200通（2022年7月現在）

体　裁

中綴じ冊子（A4サイズ）

内　容

各業界の動向等を取り上げた特集記事、
JCCIの活動報告、お知らせ　など

広告掲載概要

- 広告はどなたでもご利用いただけます。
  尚、申込は先着順で受け付けます。
- 1か月単位でご利用いただけます。
- 広告によっては、掲載をお受けできないことがありますので、ご了承ください。

掲載費用

- 年間申込（12か月）時は、1か月分の掲載費を免除いたします。
- GST別途要

掲載箇所	サイズ	色	1発行（会員価格）	1発行（非会員価格）
表紙裏（IFC）	Full Pg	カラー（4C）	S$800	S$1,200
裏表紙裏（IBC）	Full Pg	カラー（4C）	S$700	S$1,100
裏表紙（OBC）	Full Pg	カラー（4C）	S$900	S$1,300
掲載場所指定なし（ROP）	Full Pg	白黒（1C）	S$500	S$　800
掲載場所指定なし（ROP）	Half Pg	白黒（1C）	S$300	S$　500

サービスご利用の流れ

1. メールかお電話で、本サービスのご利用希望の旨をご連絡下さい。
   info@jcci.org.sg　+65-6221-0541
   （担当：小寺）
2. 掲載希望月・期間及び掲載箇所・サイズを確認の上、
   原稿ご提出の締切をご連絡いたします。
   ※通常、掲載希望月の約 1 か月半前を原稿提出の締め切りに設定させて頂いております。
3. 頂きました原稿は、JCCI 広報委員会で内容を確認し、
   掲載頂ける場合には、請求書を発行いたします。
   ※原稿内容について、修正をお願いする場合があります。
4. 入金確認後、広告を掲載いたします。

本件担当　JCCI事務局（担当：小寺）
お気軽にお問い合わせください。
E-mail info@jcci.org.sg
TEL +65-6221-0541

JCCI SINGAPORE
Japanese Chamber of Commerce & Industry, Singapore

月報 August, 2022

編集後記

左：千住　右：永井

皆様、今回の月報お楽しみ頂けましたでしょうか？

世界がコロナから抜け出しつつある中、もはや「コロナだから。。。」という一言が使えなくなり、待ったなしのビジネス成長が求められている状況です。そんな中、今後どのような一手をとりビジネスを加速させていくか。そのヒントになるようなトピックを今回は集めてみました。

今後のビジネスチャンスの切り口として、コロナ禍で急成長を遂げた越境ECの最新情報、ならびにカーボンニュートラルの取り組み、そしてそれらを実現していく中で、サポートとなる貿易保険や、スタートアップとの連携事例をまとめたイノベーションエコシステムの活用と、各業界の中心人物の方々にご協力頂き記事をご用意いたしました。

私事ではございますが、当社もコロナ前から企画していたタイへの進出や、名刺管理サービスに加え、新しい請求書管理のサービスも展開し始めました。冒頭の言い訳が効かない状況とは、まさに自分が置かれた状況でございます。

ただ、本来チャレンジしたかったビジネスが足かせなくできるようになったと捉え、勇気をもってビジネス推進をしていきたいと思っておりますし、皆様ともビジネスご一緒する機会があれば嬉しいです。

以上、末筆となりましたが、今回の記事が皆様のコロナ後のビジネスを創造していく一助となれば幸いです。

（編集後記担当：SANSAN GLOBAL PTE LTD　千住 洋）

○名前：千住 洋（せんじゅう ひろし）
○出身地：メキシコシティ
○在星歴：3年2か月（2019年6月～）
○会社名：SANSAN GLOBAL PTE LTD
○仕事内容：Regional CEO
○趣味：サッカー、ゴルフ、ラグビー、小田原市の祭り
○シンガポールのお気に入り：オープンな人柄、East Coast Park、太陽と星空
○読者の皆様へ：JCCIの会合が再開し皆様とリアルな場でお会いできるのを楽しみにしております！

○名前：永井 初芽（ながい はつめ）
○出身地：東京都板橋区
○在星歴：3年2か月（2019年6月～）
○会社名：JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION
○仕事内容：シンガポールからの訪日旅行促進
○趣味：旅行、歴史小説・ドラマ、浦和レッズ
○シンガポールのお気に入り：Pao Fan、麻辣香鍋、The Rail Corridor、Singapore Premier League
○読者の皆様へ：歴史あるJCCI広報誌の制作に関わらせていただき光栄です。微力ながら、皆様にご関心を持っていただけるような記事制作に貢献できましたら幸いです。

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

編集
TOUBI SINGAPORE PTE.LTD.
138 Robinson Road #18-03 Oxley Tower Singapore 068906
Web: http://www.toubi.co.jp/

印刷
adred creation print pte ltd
Blk 12 Lorong Bakar Batu #01-01 Singapore 348745
Tel: 6747 - 5369　Fax: 6747 - 5269
Web: http://www.adredcreation.com/

＜2022年9月号月報　掲載予定記事一覧＞

①シンガポール、タイ、マレーシアにおける統括機能の現状
FAIR CONSULTING SINGAPORE PTE. LTD.　道中 泰雄
FAIR CONSULTING (THAILAND) CO., LTD.　子田 俊之
FAIR CONSULTING MALAYSIA SDN. BHD　松本 健太朗

②2023年9月から始まるCompass制度と現在の状況、今から準備すべきこと
JAC RECRUITMENT PTE. LTD.　永見 亜弓

③ESGファイナンスの活用方法とAPACにおける日系企業の検討状況
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION　山田 隆太郎

④ASEAN市場におけるデジタルCX（Customer Experience）広がりと課題
YCP SOLIDIANCE PTE. LTD.　粕本 晋吉

※タイトル及び記事内容については、執筆者の都合により変更される場合があります。

ダイレクトに情報発信しませんか？

WEBバナー広告 大募集

B12 P11 キャンペーン 実施中

シンガポール日本商工会議所HP（https://www.jcci.org.sg/）トップページ

お得な特典

B12P11とは？

(Buy 12 months & Pay 11 months)

年間契約で1か月分無料！

会員の皆様の事業・商品PR情報を掲載！

メリット1 宣伝効果

自社のホームページへの誘導ができ、アクセス数のアップが望めます

メリット2 費用対効果

年間申込時には**月々SGD165**（GST別）と非常に安価（B12P11利用時）

※1月当たりSGD180（GST別）で1か月単位での利用も可

メリット3 SEOの効果

自社の検索ランキングを上位にあげることができます

JCCIのホームページは、月あたり約20,000ビュー！

サービスご利用の流れ

1. info@jcci.org.sgへ本サービスご利用希望の旨をご連絡ください。
2. 申込書をご記入いただき、掲載内容を確認いたします。
3. バナー広告の掲載確定後、請求書（E-invoice）をお送りします。

本件担当 JCCI事務局（担当：リンゴ）
お気軽にお問い合わせください。
E-mail info@jcci.org.sg

JCCI SINGAPORE Japanese Chamber of Commerce & Industry, Singapore

CapitaLand
Skinny's
Lounge