

日本ASEANビジネスウィーク2023 ~Toward Innovative and Sustainable Growth~ 概要報告

2023年7月20日

国際部

1. 日時： 2023年6月5日（月）～9日（金）
2. 会場： 虎ノ門ヒルズフォーラム（6日～9日はオンライン配信）
3. 言語： 日英同時通訳
4. 共催： 経済産業省、日本商工会議所、経団連、経済同友会、JETRO、経済産業研究所、JICA、日本アセアンセンター、ASEAN事務局、ASEAN経済諮問評議会（ASEAN-BAC）、ASEAN・日本経済協議会日本委員会（AJBC）、東アジア・アセアン経済研究センター（ERIA）、日ASEAN経済産業協力委員会（AMEICC）事務局

5. 概要

(1) 6月5日（月） オープニングセッション 小林健会頭 挨拶

小林会頭より、「足元の日本経済は、行動制限緩和による個人消費の高まりや設備投資の回復から、堅調に推移することが期待される。大きな環境変化が押し寄せている今こそ、成長へと転換する機会と捉え、経営者自らが変革に向けて積極的に行動を起こしてほしい。」と述べるとともに、円安環境を最大限に活用した日本企業の海外展開への期待を表明した。



(2) 6月5日（月）アルシャド・ラジッドASEAN経済諮問評議会（ASEAN-BAC）議長・インドネシア商工会議所会頭による小林会頭 表敬面談



アルシャド議長（インドネシア商工会議所会頭）から、今年のASEAN-BACの重点取り組み分野（QRコード決済、起業家情報共有、ネットゼロ、貿易投資環境改善など）にかかる説明とともに、同分野での日本企業との協業に対する期待が述べられた。

小林会頭は、日商の組織および日商が取り組む中小企業の海外展開支援について説明するとともに、これまでの日本とASEANの密接な関係をふまえ、日ASEANの中小企業間の連携が、新たなビジネスチャンスの創出など、双方にとっての大きなメリットになることを強調した。

(3) 6月9日(金) 地方の中小企業のASEAN展開

①西谷理事・国際部長 冒頭挨拶

日本とASEANは、直面する様々な課題について、双方が有する経験・ノウハウ等を結集し、共創パートナーとしての連携体制をより強固なものにすることが求められていると説明。わが国は、人口減少、少子高齢化に直面し、長期的には国内市場規模が縮小に向かうことが想定される中、中小企業の海外展開・国際ビジネス活動の一層の強化の必要性を強調した。



②亜細亜大学 後藤康浩教授 基調講演



米中対立とロシアのウクライナ侵攻がリンクしたことで、世界は主要国(G7)陣営と中ロ陣営に分断され、ASEAN各国は政治的な立ち位置を問われており、成長ポテンシャルにおいては、成長楽観国と成長不安国に二分されつつあると説明した。中小企業は、ASEANの構造変化の中で、新たな成長ポイントを見つけ、迅速に行動する覚悟と能力醸成が必要な時代に入ったと強調した。

③パネルディスカッション

モデレーター：亜細亜大学 都市創造学部 後藤 康浩 教授

パネリスト：(株)柴沼醤油インターナショナル 柴沼 秀篤 代表取締役社長

I・T・O(株) 内海 二郎 代表取締役

(株)三晃精密 濱本 浩一 代表取締役

概要：

はじめに、各社からASEANでの取り組みにつき説明がなされた。

柴沼社長は、ASEANは大手醤油メーカーが進出済みであったものの、現地の寿司・日本食レストランなどに、現地パートナーとともに現地ニーズに合わせた現地での醤油、ソース等の加工、小分け、短納期を実現することで商品の付加価値を高め、市場獲得を実現したことを説明した。

内海代表取締役は、同社が競争力を有するLPガス、都市ガス供給機器の製造とエンジニアリング事業をベトナム、ミャンマー、カンボジア等で展開中であることを紹介した。進出成功のポイントには、国際展示会への出展によるI・T・Oブランドの浸透、オンラインワン製品の開発などを挙げた。

濱本代表取締役は、同社が得意とする自動車、製造装置、半導体等の業界向け精密金型部品について、インドネシア進出のきっかけは、現地企業からの金型の引き合いメールとその後の優良現地パートナーとの出会いにあったと説明した。進出に当たってのポイントとして、現地



に赴いての綿密な調査、現地パートナーの見極め、公的機関からの支援を挙げた。

その後のパネルディスカッションでは、優良なパートナーの獲得にはトップが直接現地に向き相手と付き合ったうえでの判断が重要であること、ASEANは人口ボーナスと豊富な資源を有する国が多いことから、近代化に向けた設備需要、消費材需要の拡大が期待できることなどが説明された。

現地進出のリスク軽減策としては、法制度などの専門知識を有する専門家の起用、代金回収における現地商習慣に精通した商社の起用などが挙げられた。

人材育成では、日本人職員の現地派遣による技術移転と現地職員の日本での研修といった双方向での研修が有用であるとの説明とともに、現地職員とのコミュニケーションでは心遣い（誕生日プレゼント等）が重要であったとの指摘があった。

以上