

☆☆ベトナムからの便り☆☆

～竹、草、米。脱プラスチックで高まる環境意識と見直されるエコ商品～

こんにちは。島根ビジネスサポートオフィスの柴田です。

近年の日本では、使い捨てプラスチックが引き起こす多くの環境問題を背景に、「セブンイレブン」は、2019年より紙ストローと生分解性バイオポリマーのストローを導入。「スターバックス」は2021年9月より全ての商品で紙ストローの導入を決めるなど「脱プラスチックストローの波」が広がっていましたが、それは発展途上国のベトナムでも同様です。ベトナム国内に55店舗を構える大手カフェチェーンの「コン・カフェ（Cong Caphe）」もその一つで、2019年よりプラスチックストローを廃止し、全て紙ストローへと変わりました。エコフレンドリーへと変化を遂げている最中のカフェ大国ベトナムにおいて、紙ストロー以外にも面白い素材を使ったユニークでエコなストローが次々と生まれ、ベトナム国内のカフェの他、海外へと輸出されています。今回は、そんな環境への意識から生まれた、新素材のストローを紹介していきます。



紙ストローへ変わった大手カフェチェーン

【島での植栽も出来る竹ストロー】



ホテルの敷地内に竹を植栽する
ラディソン・ブル・リゾート・フーコック支配人のジャンセン氏

ベトナム南部のリゾート、フーコック島。海外からも多くの観光客が訪れるこの島では面白い取り組みが行われています。国際ホテルチェーンの「ラディソン・ブル・リゾート・フーコック」では、2019年よりホテルの敷地内に竹を植栽を始め、近い将来、ホテル内で採れた竹を加工した「竹ストロー」を利用客に提供する予定です。

また、ベトナム国内で一番有名な「竹ストロー」を製造している会社と言えば、ハノイにある「マオ・メオ社(MAO MEO)」です。2019年に発売が開始された同社の竹ストローは、ベトナム国内はもとより、ドイツの食品安全基準を満たした仕様となっており、ドイツ、フランス、イタリア、イギリス、スペイン、ハンガリー、スウェーデンなど欧州の様々な国に輸出され、多くの飲食店やホテルで利用されるベトナムを代表する製品となりました。



マオ・メオ社の竹ストロー

【ベトナム環境ファンドから40億 VND(約1870万円)の資金調達をした草ストロー】



グリーン・ジョイ社の草ストロー

南部メコンデルタ地方ロンアン省で栽培されるカヤツリグサ科の多年草「アンペラ」から作られる「グリーンジョイ社(Green Joy)の「草ストロー」は、ベトナムの環境ファンド「グリーンベトナムファンド」より40億 VND(約1870万円)の資金調達が行われました。同社の草ストローは、生産開始から8か月間で、ベトナム国内のレストランやホテルなど計100か所余りに供給されており、この期間の売上高は8億3000万 VND(約390万円)に達しました。現在は、米

国と欧州へ大量に輸出され、昨年の売上高は約1500億 VND(約7億円)を超える人気商品となりました。

【世界第5位の生産量を誇る米から作られた米ストロー】

国連の調べによると、年間4,345万トンもの生産量を誇るベトナムのお米。そんな膨大な生産量もあってか、ベトナムでは米粉を使った食べ物が多く、日本人にもよく知られている米粉の切り麺「フォー(Pho)」以外にも、同じく米粉の押し出し麺「ブン(Bun)」や米粉を蒸して作る「バインクン(Banh Cuon)」と呼ばれる米粉料理も存在し、米農業に重きを置いている理由がわかります。そんなお米を使ったストローもいくつか製品化されています。「フン・ハウ・食品社(Hung Hau food)」の「米粉ストロー」は、ホーチミンから南西部のカンボジアとの

国境に面しているドンタップ省に工場があります。米粉ストローの色は、白色に加えて、野菜から抽出された黒、オレンジ、緑、紫などの天然着色料が使用されており、そのまま食べても安全です。3 か月以内に自然分解し、常温で約 1 年半保管できます。さらに、常温の水と冷水に 30 分から 120 分間浸しても形状変化はありません。また、米粉以外にもじゃがいも、バナナ、キャッサバなどの天然野菜のでん粉から製造されたストローもあります。野菜でん粉ストローは油で揚げたらスナック菓子のようになり、お湯を注げばインスタントヌードルとして食べる事ができるエコ商品となっています。



フン・ハウ・食品社の米粉ストロー

【最後に】

プラスチック製ストローは安価で丈夫という特徴で普及し、飲食店などでは不可欠なものだとされてきました。プラスチック製品は容易に手に入り、すぐに使い捨てられますが何百年経っても自然分解される事はありません。さらに、プラスチック製ストローは、製造過程および廃棄の際に石油や天然ガスなどの燃料起源の二酸化炭素を排出するため、気候変動への影響を与え続けています。これまで、ベトナムにおいてもプラスチック製ストローはほとんどリサイクルできず、燃やされたり、そのまま海へ流されていました。近年、世界中でこの問題への関心が高まっており、問題の解決のためにプラスチック製ストローの廃止し、様々な代用品が登場しています。ここで取り上げた各社のストローはごく一部であり、こういったエコ商品はこれから益々増えていくと想像



ストロング社(左)とハッピータートルストロー社(右)の米粉ストロー

できます。自然素材が多く、コストも比較的安価で製造できるベトナム市場においては、世界へ輸出出来るチャンスでもあると感じます。これからベトナム製のエコ商品が世界中で活躍できることを楽しみに、我々もエコ問題に取り組んで行こうと思います。

□ ■ タイ企業インタビュー ■ □

～日系企業との取引に関心のあるタイ現地企業をご紹介します～

MENAM STAINLESS WIRE PUBLIC CO., LTD.

メナムステンレスワイヤー株式会社



1. 御社の会社概要を教えてください。

弊社は1991年に創業し、今年で設立30年になります。株主は3名で、タイ人2名で85%、残りの15%を台湾人が保有しています。元々ステンレス材料の卸売業をしていた仲間が出資をし始めたのが、現在のメナムステンレスワイヤー株式会社です。

現在、従業員数は約280名で、一時期は320名程在籍していました。以前は日本人の技術者もいましたが、現在日本人は私1人だけです。

2. 中野様の所属部署と役職についてご教示ください

私は営業・マーケティング部に所属しています。営業は国内と海外事業部があり、所属部員は総勢 20 名程になります。そこで営業部長をしており、直属の上司は社長になりますので、営業部全体（国内・海外）の統括をほぼ任されています。メインとしては、実務はタイ人同士でのやり取りになりますので、日系のお客様との最初のきっかけ作りを行っています。また、品質などについて何か問題があった際は、お客様も日本人の方が出てこられますので、その際の対応等をしてはいますが、日系のお客様に限らず営業部全体を見ています。

3. 御社の事業内容および主要製品についてお聞かせください。

材料メーカーという位置づけで、ステンレスを中心とした材料を自社工場で生産しています。現在は月に 1,000 トン程製造しており、ステンレス以外にもアロイカーボン材(炭素鋼・快削鋼)などを作っています。

4. HP を拝見しますと、御社が溶接用ステンレスの生産がタイで一番、という記載がありましたが、そんな御社の強みはどういったところでしょうか。

まず補足になりますが、ステンレスの溶接材 NO.1 と謳っているのは、タイでステンレスの溶接材を製造している企業自体が 2,3 社しかない、という前提があります。その中の大手 1 社は、ステンレスよりも鉄の溶接材の製造量が多いため、NO.1 と謳っているのは、ステンレスの溶接材の製造量です。上記以外は商社を通じて輸入、販売をされているので、タイ国内に於いてステンレスの溶接材を作るメーカーとしては、No.1 でございます。

弊社の強みとしては、以前は工場現場に日本人の技術者がいたのですが、彼は元々日本の大手溶接メーカーに在籍しており、そこで 40 年以上に渡って、日本及び海外でステンレスの溶接材を作ってきた方でした。彼が、日本の品質をこの工場に取り入れ、その当時に JIS の規格も取得をしていました。結局 JIS の規格はタイで商いをする中ではあまり意味がなかったため継続はしていませんが、基本的な材料の規格は、JIS の規格に基づいて今も製造しています。そういう意味で、日本と同等レベルの品質の材料が提供できます。



2021年11月

また、弊社には溶接のラボがありまして、弊社の溶接材をご利用いただいているお客様の技術者の方を弊社にお招きし、弊社の材料に合った溶接機のコンディションを勉強いただく機会を設けております。現在はコロナの影響で実施できていませんが、そういったラボがあります。

5. 御社の製品の輸出の割合について教えてください。

過去平均で、タイ国内のマーケットシェアが60%、輸出が40%で、現在の主な輸出先は東南アジアです。他に中近東やヨーロッパ、南アフリカ、オセアニア、南米アルゼンチンやブラジルにも輸出をしています。輸出の40%の中で日本向けが占める割合は10%にも満たないです。

これまでは、海外の展示会への出展もしていました。東南アジアは距離も近く、ベトナムであれば日帰りも可能なので、多く出展もしていましたし、日本の展示会にもよく出展していました。他にドイツへも出展経験があります。

6. 現在の御社のお客様はどういった産業の方が多いでしょうか。

業種としては、年々パーセンテージは減っていますが、四輪・二輪が1位です。次いで、電子・電気関係、小売となっています。

自動車については、電気自動車の開発、生産等進んでいますが、現在その分野で部品が採用されているまでには至っていません。ただ、電気自動車には小型のモーターが多く使われており、自動車以外にも、ファクトリーオートメーションで採用される自動ロボットにも小型のモーターが使われるので、そういったところに今後入っていけたらと考えています。

7. 中野様はタイ企業側の担当者として商談会に参加されていらっしゃるようですが、その中野様の視点から、日本企業と商談をする際に感じる問題点や商談を進めるのが難しいな、と感じる点はありますか。

商談会に参加される多くの日系企業様にとっては、まずは言葉の問題が大きいと思います。通訳の方が入るとはいえ、特にWEBの商談ですと、日本企業、タイ企業、通訳の3者で話がうまく噛み合わない場合もあります。また、通訳の方も製造業の専門的な用語がわからないとなってくると、にっちもさっちも行かない、ということもあります。

そういった状況の中で弊社は、タイ企業ではあるけども、以前は製造側にも日本人の技術者がいましたし、営業窓口にも日本人が常駐していますので、日本企業の皆さんにとっては安心度が違うと思います。

2021年11月

また、商談会に参加する日本企業様の中には、資料を日本語でしか用意していない企業さんもありますので、少なくとも、英語の資料はないと、タイ企業とのビジネスの成立は難しいと思います。

8. タイ人の方を統括される立場ですが、マネージメントについて難しいと感じる点がありますか。

時間にルーズ、報・連・相がない、という基本的な問題が未だにあります。1人弊社の例をあげると、20年在籍する営業のタイ人スタッフがいますが、在籍当初から1-2時間の遅刻が絶えず、遅刻がある度に口酸っぱく注意してきました。定時に出勤できるようになるまでに、8年ほど時間を要しました。

こういった問題はありますが、日本人の私は社内ではマイリティなので、日本人のやり方を押し付けても、うまくいかないということで考え方を変えました。日本人の考え方のいいところを活かしつつ、タイ人の考え方にもいい点も多々ありますので、そこはどうしても彼らに合わせてしまうこととなります。変えられないところは、どれだけ時間を費やしても変わらないので、それは私が合わせていくしか仕方がないと考えています。

社内の共通語はタイ語です。海外事業部は英語が可能ですが、社内全体の割合でみると10%程度です。会長/社長が参加するマネージメント会議も基本的にはタイ語で実施されます。ただ、社長は以前から資料くらいは英語のものは作って欲しいと話していますが、残念ながら大半の資料は未だにタイ語で作られています。

9. 近年では、環境問題やSDGsへの関心の高まりにより、エコフレンドリーな事業運営が重要視されていますが、何か御社で取り組まれている活動があればご教示ください。

弊社の周辺は一般の土地になるので、工場の排水は外に出さず、全て再処理しています。再処理した水は、敷地内の植木などの水やりに使ったりしています。

それと、タイランド・グリーン・インダストリーという、タイの工業省が定めるエコフレンドリーな事業運営についての指標がありますが、弊社はそこで最上位の1つ下のレベル4に認定されており、現在最上位のレベル5を目指しています。また、工場の約80%はソーラーパネルに切り替えています。

製造業なので様々な廃棄物ができますが、月1回のマネージメント会議でも、毎回廃棄についての報告を行っています。社長も、環境への意識は高く、綺麗で清潔な、魅せる工場作りを方針としています。

10. コロナウイルスの事業への影響はどの程度ありましたでしょうか。

今年については、業績はかなりいいです。製造トン数でいうと、昨年と比べて30%ほどアップしており、純利益は2倍以上近くになっています。昨年4-6月はコロナの影響で自動車産業全体が落ち込んでいたので、それが昨年の業績に与えた影響も多少ありますが、今年数字が上がった要因としては、材料費が高騰したことが大きな一因となっています。

その他、コロナの影響としては、今までマレーシアや中国から輸入されていたお客様が、ロックダウンなどで供給できなくなるなどといった事態も発生しました。

今後については、コロナがいつ収束するかがまだ目に見えず、来年はどの程度収束するかによって、弊社がどのくらい恩恵を受けるかは、まだ読めない状況です。

11. 私たちも御社の敷地内に入る際に、検温やワクチン接種について質問を受けましたが、従業員の方たちへのコロナウイルスの感染対策についてお聞かせください。

従業員は全員社内LINEグループに入っており、そのグループ内でコロナウイルスのいろいろな情報や、ワクチン接種に関する情報を共有しています。

現時点でワクチンの接種状況は、2回を完了している従業員は100%です。10月からは3回目のブースター接種も開始しています。シノバック製のワクチンの接種を開始したのが5月頃で早かったので、シノバックを2回接種し、3回目のアストラゼネカの接種が始まっており、既に80%程は接種が完了しています。

コロナ対策については総務部の尽力のお陰で、ワクチン接種について精力的にLINEを通して情報発信しています。



工場内でも手洗いの徹底やソーシャルディスタンスについても継続的に注意喚起をしています。

工場のクラスターの発生が怖いので、どこかの部署で感染者ができれば、濃厚接触者はATK検査を行い、感染が疑われる従業員は14日間の隔離、という対策をしています。

12. 御社の製品のバイヤーとなる日本企業様との商談を希望されているかと存じますが、ご希望について詳細を教えてくださいませんか。

売り先を見つけることもそうですが、社長の方針で、何かジョイントベンチャーができないか、ということはいつも模索しています。日本の技術と、弊社が持っている技術がうまくマッチできる案件があれば、と思い、商談会には積極的に参加しています。

弊社以外にも、隣に MENAM MECHANIKA という関連会社があり、ASRS を中心とした自動倉庫をデザインから施工まで手掛けております。その横には、MENAM MEDIKA という医療関連会社があり、コロナ医療従事者のために、医療用の防護服(PAPR)等を製造しております。また、近くのバンブリー工業団地内には MENAM DC があり、ラックシステムを利用した倉庫業を営んでおります。これらの関連会社も含めて、うまくマッチング出来る案件を常に模索しています。

倉庫の自動化であれば、自動化に必要なノウハウやプログラムなど技術的な面での提携。メディカルであれば、弊社で取り扱うステンレスや鉄以外にも、現在アルミやチタンなどの取り扱いを試行錯誤している状況ですので、そういった金属関係でもマッチングできればと考えています。

メディカル分野ではステンレスは広く使われており、歯医者で使われる医療機器はステンレスが特に多いのでそういったところに入っていければと考えています。

また、弊社で自動車の次に進出を目指しているのが、エアロスペースです。エアロスペース用の品質認証 AS9100 を取得しており、これを取得している企業は現在タイ国内には 30 社程度しかありません。弊社が今唯一納めているのが、機内食を運ぶカートのブレーキ部分に少しだけ採用されている程度なので、それを考えてもチタン等の扱ひも、簡単ではないと思いますが、できればと考えています。

なので、現時点ではあえてマッチングの対象は狭めず、現在弊社が行っていない事業分野以外のものでも、社長が関心を持てば話が進むので、窓を広くオープンにしてマッチングを行ってまいります。



13. 日本企業と比較をすると、タイの企業のオーナーは、今ある事業領域だけでなく、異なる分野にも常に目を向けているように感じますがいかがでしょうか。

異なる事業への進出を考えている方は多いと思います。そういう意味では日系の色んな会社がありますが、そういった会社よりも新規事業の開拓には前向きであると感じます。これだけじゃダメだ、将来がない、なのでこれがやりたい、という考えから、弊社も色々な関連会社が増えています、それも社長の考えです。

14. 最後に、日本企業の皆様に向けて、PRをお願いいたします。

弊社はタイのローカル企業なのですが、日系のお客さまも毎年増えてきており、私の口から言うのもなんですが、日系企業のお客さまが増えているのは価格面での競争力の高さが要因であると思います。品質は絶対に100%ということはないので、100%に近づける努力はしていますが、最初のきっかけはどうしてもコストになります。日本よりも20%安ければ購買の方も上に話をあげてもらえることもあるので、コストありきだとは思いません。この競争力の源泉ですが、元々の材料費が日本は高いです。それをこちらに進出されている日系企業は日本から輸入しているので、海上輸送でのコストがかかるところを、弊社では何100kgという単位からデリバリーが可能なので、そういったところだと思います。そのため、タイ国内にいらっしゃる日系企業様に向けてのリプレイスが一番のターゲットになります。

品質の面で見ても、自動車の大手 T1 様との取引も増えてきており、品質に関しては日本と同レベルのものを提供できていると考えております。また、新規設備投資も毎年必ず行っています。そういう部分では日本企業と変わらないほど、前向きな考えで事業を行っています。

現在はコロナの影響で日本人技術者は採用できていませんが、人材を探しているところですので、営業と現場が日本的な思考でお客様に接していけるのも弊社の強みだと思います。

【企業概要】

企業名 : MENAM STAINLESS WIRE PCL.

住所 : 299 Moo 6 T.Bangpreang, Bangbor,
Samutprakarn 10560 Thailand

Tel : (+66) 2-725-3999, (+66) 2-764-3999

Email : nakano@menam.co.th **担当 :** 中野

URL (英語) : <https://www.menamstainless.com/en/>



□ ■ タイのお菓子・スナック事情 ■ □

こんにちは。島根ビジネスサポートオフィスの八木です。

タイで有名なデザートと聞いて、皆さんは何を思い浮かべますか？最も有名なものは、熟したマンゴーにココナツミルクと砂糖で煮たもち米を沿えたスイーツ、「カオニャオ・マムアン」でしょうか。その他、マンゴーやドリアン、パイナップルなど旬のフルーツを求めてタイを訪れる方も多くいらっしゃるのではないのでしょうか。また、近年のタイではカフェ文化も発達してきており、ケーキと合わせてコーヒーを販売しているカフェも多く、市場は大きく成長しています。

そんな時代の流れに押され気味ではあるものの、タイにも日本における和菓子のような、長く親しまれている伝統菓子も数多く存在しています。



カオニャオ・マムアン

【タイの伝統菓子】



日本の和菓子は淡い色使いがされているイメージですが、伝統的なタイのお菓子は、画像のように色鮮やかなものが多いです。花やフルーツをモチーフにしている、という点は和菓子と共通しているところもありますが、見て楽しいお菓子というイメージです。

フルーツの形をしたものは「ルークチュップ」と呼ばれるお菓子で、ココナツ・ミルクで味付けした緑豆餡を原料にしており、それを練って形を整え色付けし、仕上げに寒天でコーティングして艶をだしたお菓子です。写真上のルークチュップやカオニャオ・マムアンもそうですが、ココナツミルクを使ったお菓子が多いです。

バナナともち米をバナナの葉に包んで焼いたデザートや、かぼちゃを生地に練り込んだいろいろなようなお菓子など、そのバリエーションは非常

2021年11月

に豊富です。伝統菓子を専門にしたカフェもバンコクにはありますし、スーパーや屋台なので、目にする機会も多いので、鮮やかな見た目に躊躇されるかもしれませんが、旅行に訪れた際は、ぜひタイの伝統菓子にも注目してみてください。

【タイの snack 菓子】



タイ料理やタイで人気の韓国ラーメンフレーバーの
ポテトチップス

日本における和菓子の立場と同じように、タイの若者は上のような伝統的な甘いお菓子よりも、ケーキとチョコレートや洋菓子、そしてもっぱら snack 菓子を好む傾向にあります。人気はやはり、ポテトチップスです。様々なブランドが様々なフレーバーを販売しており、日本ではお目にかかれない、タイ限定のフレーバーも多数あります。

容量も選択肢があるので、日本からの旅行者にとって、安価なばらまき用のお土産に最適と言えます。タイをベースにしたタイ限定のものは、タイ人の味覚に合わせた辛味、酸味のある製品が多いです。

ポッキーやコアラのマーチ、トッポなど日本を代表するチョコレート菓子は、スーパーマーケットやセブンイレブンで広く販売されており、気軽に購入することができるので、市場に完全に受け入れられています。ポッキーはチョコバナナ味とマンゴー味、コアラのマーチはチョコバナナ味などタイ限定のフレーバーも販売されていますので、日本へのお土産としてもおすすめです。

その他にも、タイローカルの、海苔を素揚げしサクサクな食感にした韓国のり、味付け海苔のような snack や、日本でおつまみとして売られている、魚のすり身を加工したものなどが人気です。



タイ限定ポッキー
チョコバナナ（左）マンゴー（右）

【最後に】

タイにおけるスナックやキャンディーなど菓子類の流通形態は、日本と変わらない構造になっています。タイでは食品卸売業の力が強く、マスの展開していくための商品のサプライにはディストリビューターへの依存が必要です。特に、財閥系のディストリビューターが強力かつ広範囲な流通販売網を構築しており、小売店の棚割もディストリビューターが押さえているのが現状です。

財閥系・大手卸売業は、日本の食品メーカーとタイアップし、潤沢な資金力を使って、流通だけでなく製造にも進出し、多数の独立系中小卸売業との差別化を図っています。当地のコンビニで、スーパーマーケットで、どこかで見たとある商品が並ぶ理由にも納得です。

※別紙に、年内に開催予定のタイ・インドネシア・ベトナムの展示会情報をまとめました。

サポートオフィスでは、現地で開催される展示会へのアテンドも行っております。

関心のある展示会がございましたら、お気軽にご連絡ください。

担当；神谷 靖子 Yasuko Kamiya

Address : 1 VASU1 Building, 12 FL., Room 1202/D, Soi Sukhumvit 25,
Sukhumvit Rd., Klongtoey-Nua, Wattana, Bangkok 10110

Tel : +66-(0)-2-261-1058

Mobile : +66-(0)-89-200-7763

Mail : shimane-bizsup@aapth.com

▶ タイ経済指標

項目	単位	2018	2019	2020	2021
GDP 成長率	前年比 (%)	4.2	2.4	-6.2	1.6 (1~9月)
人口*	千人	67,869	68,021	68,152	68,161 (1月)
労働者の数*	千人	38,353	38,207	39,451	38,641 (9月)
失業率**	%	1.06	0.99	1.62	2.03 (9月)
最低賃金*	バンコク	325	325	331	331
	チョンブリー	330	330	336	336
	アユタヤー	320	320	325	325
	ラヨン	330	330	335	335
賃金：全国製造業の平均	バーツ	12,831	13,131	13,562	13,436 (9月)
インフレ率**	前年比 (%)	1.06	0.71	-0.84	1.0 (10月)
中央銀行政策金利*	%	1.75	1.25	0.50	0.50 (11月)
普通貯金率**	%	0.47	0.47	0.31	0.25 (11月)
ローン金利(MLR) **	%	6.32	6.29	5.60	5.42 (11月)
SET 指数*	1975年：100	1,563.8	1,579.84	1,449.35	1,568.69 (11月)
バーツ/100円**	バーツ	29.26	28.48	29.33	29.11 (11月)
バーツ/米ドル**	バーツ	32.31	31.05	31.29	31.83 (11月)
円/米ドル**	円	110.4	109	106.8	109.4 (11月)
車販売台数 (1月からの累計)	台数	1,041,311	1,019,602	779,857	610,757 (10月)
BOI 認可プロジェクト	件数	1,469	1,500	1,501	1,198 (1~9月)
BOI 認可プロジェクト金額	10億バーツ	549.48	447.36	361.41	351.4 (1~9月)

*期末、**平均