

□ ■ 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～

株式会社 日本マックスタイランド

NIHON MAX (THAILAND) CO., LTD.



画像真ん中：日本マックス社 Managing Director スラポン様

画像右端：日本マックス社 Marketing Director チャイワット様

■御社の概要についてご紹介ください。

NIHON MAX (THAILAND) CO., LTD.は 1995 年に設立され、27 年間事業を継続してきました。当初は日本企業との共同出資会社でしたが、日本企業から独立するにあたり、弊社がすべての株を買い取り、自分たちだけで経営を行うようになりました。現在は、私スラポンがマネージングディレクターを務めています。

現在、弊社は 40 人の従業員がおり、各従業員が、専門知識や 20 年以上の経験を持つ自社のエンジニアや技術責任者から技術を学べるように組織づくりをしています。技術力や専門性、またお客様との関係性を深めることにより、多くのお客様よりご支持をいただいています。

■事業内容について教えてください。

主要事業は電子部品用のプラスチック容器の設計です。現在では製造業サポートのため自動車等のプラスチック容器の製造も手掛けております。お客様の大半は海外企業です。

弊社は金型設計から製品製造まで一貫してサポートしています。弊社の業績は成長を続けており、今年の売上高は過去最高となりました。主な要因として、中国とアメリカの経済政策の対立があげられます。今までアメリカの企業が、中国で製造していた部品をタイで製造するようになったことが、タイの市場の成長・拡大へとつながり、結果弊社としても業績を伸ばすことができました。



今年に入り、更なる事業拡大のためにいくつもの機械を購入しました。また海外進出を目指して共同出資していただける日系企業やパートナーを探す方法を模索し始めています。

■顧客開拓や顧客ニーズを満たすための取り組みについて教えてください。

弊社のお客様の多くは、BOIといったパートナーや既存顧客からの紹介です。弊社の方針として、あまり新規開拓を行わず、既存顧客維持、そしてお客様と共に成長することに力を入れています。お客様の事業の成長拡大が弊社の受注増加につながると考えているからです。そして、弊社製品の品質に対してお客様から100%の信頼いただけるよう、全製品の検品を行っています。

■大切にされている方針や哲学は何でしょうか。

弊社の哲学は「Design & Development」。つまり、お客様の期待を超える製品を設計・開発することです。弊社の高い技術により、例えば顧客のニーズを元に、原価低減の実現や、特別設計の製品を開発するなど顧客ニーズに合ったより良い製品の提供を可能にしています。

「Design & Development」の哲学を実践しながら事業を成功に導くため、人材、技術（プログラム）や設備などに積極的に投資を行っています。

■技術や設備、業界における経験など、御社の強みを教えてください。

弊社は現在、台湾、中国、韓国製の機械を使用しています。日本製を輸入するにはコストがかかるため、まだ導入には至っていません。真空成型手法（Vacuum Forming）は80%が金型の品質に依存し、残り20%が機械の性能と職人の技術に依るものになります。金型の設計品質が良ければ、良い製品ができあがります。弊社は金型設計に熟達しており、金型の製造も自社で行っています。顧客の製品をダメージから守るパッケージを低コストで製造するための専門知識を蓄えており、それが弊社の強みとなっています。

タイ国内で真空成型事業は3つのカテゴリーに分けられます。

レベル1 金型のデザイン、製造及び真空成型

レベル2 金型の製造と真空成型

レベル3 真空成型のみ

弊社はレベル1に該当し、タイ国内でこのサービスを提供している企業の中ではトップ10に入ります。

真空成型手法は製造の迅速化をめざして開発されました。弊社はサービス一貫を提供しているので優位性があります。全行程を管理しているため、問題が発生した場合はすぐに解決できます。この点も弊社の強みです。

お客様のうち約20社は、弊社のサービスを20年以上継続してご利用いただいています。お客様の大半は海外企業ですが、タイ企業のお客様もいらっしゃいます。

■御社の事業運営および中長期の事業計画についてお聞かせください。



今後は最新の機械と技術を取り入れて、従業員を増員することなく、現状のマンパワーのまま生産性を向上させることを目標としています。社内では既に、オートメーションの機械や設計専門の高度なプログラムを導入し始めています。そして、最先端技術の導入のために積極的な投資を行っています。

2022年2月

現在、弊社の主要製品は電子部品用のプラスチック容器が80%、残りは自動車部品の製造に力を入れていますが、今後は航空機部品業界へ事業拡大したいと考えています。

航空機部品については、既に飛行機の座席部品用の金型を製造し、当金型を部品製造業者へ納品しています。弊社は飛行機座席部品の金型製造が可能であるタイ国内で唯一の会社です。

今後のヨーロッパの航空機部品の市場参入を見据えて、2年以内に工場を拡大し、航空機部品を自社製造できるようにする予定です。航空機部品製造にはISOとS9001の取得が必要になりますので、その取得に向けての準備も並行して進めています。また、製造業において金型加工は非常に重要な要素であるため、事業拡大にむけて金型加工技術も着実に向上させていきます。

■タイ国内のプラスチック業界のこれまでと、これからの動向についてご意見をお聞かせください。

時代によってプラスチック素材のトレンドは変わります。現在は分解されやすい素材、再生利用できる素材が主流になっています。しかし必要とされる製品の形状は時を経てもあまり変化がありません。素材のトレンドによっては製造工程が難しくなる可能性もあるので、新素材についての研究は常に継続する必要がありますが、業界自体は引き続き成長が見込めると考えています。ちなみに、現在弊社で使用している素材は全て再利用されています。製造工程の中で余った素材は、場所を設けて保管し、プラスチックを再利用する業者に販売しています。

また、政府の規制により、食品容器の素材は再利用や分解できるものが使用されるようになりました。しかし、電子部品業界における規制はまだありません。しかし、環境保全が世界的な課題となっている現代ですので、将来的には素材を変更する必要に迫られる時がくるでしょう。当業界の経営者は、トレンドに沿った変革を受け入れており、その結果、平等に同じ立場での競争を可能にしています。

■海外の顧客獲得についてお聞かせください。

タイのエレクトロニクス業界においてタイ資本100%の企業は大変少なく、大半はヨーロッパや日本といった外資企業です。それゆえ、海外の顧客とのコミュニケーションはとても重要です。弊社では日本語でのコミュニケーションが可能なチャイワットが日本企業、英語でのコミュニケーションが可能な私がヨーロッパ企業の窓口を担当しています。言語の壁は無く海外から顧客を獲得できています。

■御社のPRをお願い致します。

弊社は日本の心をもつタイ企業です。そして技術や仕事も日本のスタイルで行っており、日系企業との取引させていただいているので、日系企業への理解もあります。弊社は自分自身でやってみようという考え方から始まった企業であり、今後も様々な分野で精力的に発展しつづけます。そして、日本のように製品の品質維持を一番に考えています。

最後になりますが、弊社は日本の真空成型と高度な技術に関心があります。弊社との事業提携、協業にご興味がある日系企業がありましたら是非お声掛けください。

【企業概要】

企業名 : NIHON MAX (Thailand) Co., Ltd.

住所 : 84/18-19 Moo 2 Rama 2 Rd.,
T.Nakhok, A.Muang, Samutsakorn 74000
Thailand.

Tel : (+66) 34-446812-4

Email : marketing@nihonmax.com

URL (英語) : <https://www.nihonmax.com>



☆☆ベトナムからの便り☆☆

～55万件?! カフェ大国ベトナムのコーヒー市場と苦戦する外資チェーン～

こんにちは。島根ビジネスサポートオフィスの柴田です。

路上で小さなプラスチックの椅子に座って携帯をいじったり、扉の無いオープンエアのカフェに友人達と集まり談笑したり、大手カフェチェーンではスーツ姿の大人達が真剣な顔で話をする。そんなベトナムの日常に溶け込んでいるのがベトナムコーヒーです。それもそのはず、ベトナムはブラジルに次ぐ世界第2位のコーヒー豆の輸出国です。2020年度のアメリカ農務省の統計によると、世界のコーヒー豆輸出シェアで28.7%を占める首位ブラジルに次いで、ベトナム



路上でコーヒーを飲みながら談笑する

は21.8%のシェアを占め、コーヒー豆約150万tを世界各国に輸出しています。国内における生産量は増加傾向にあり、安定した生産量をコロナ化においても維持しています。

さらに国内消費向け加工品の生産に使用される生豆の量が増えていることから、国内のコーヒー市場規模は拡大しており、加えて高品質志向を求める意識の高まりの変化もみられています。従来、ベトナムの消費者には「安価で濃いコーヒー」が好まれてきたこともあり、コーヒー豆以外にも大豆やトウモロコシなどが混ぜられ、そこに人工的な香料や着色料も加えられてきたといいます。こうした不純物が多く含まれるコーヒーが普及している実態に対し、昨今の健康への意識を強めるベトナムの消費者の間では、100%コーヒー豆から作られたコーヒー「きれいなコーヒー」が求められるようになっていきます。

このような高品質コーヒーを取り扱うものも含め、近年のベトナムではカフェやコーヒー専門店が急増しています。その大半は個人店ですが、とくにホーチミンやハノイでは、路上で低い椅子を並べてアルミのフィルターで淹れたコーヒーを提供するような従来型の路上カフェを見かける機会が減ってきた一方で、チェーン店が地場・外資ともに増加しています。その数はベトナム全土で約55万件にも上り、ベトナムのカフェチェーン店の市場規模はおおよそ10億USDとも言われています。そんなベトナムのカフェチェーンをご紹介します。

2022年2月

【ベトナム国内のカフェチェーン大手 5 社の内 4 社が国内ブランド！】



ハイランズ・コーヒー

近年特に勢いがあるのが地場の「ハイランズ・コーヒー」です。ハイランズ・コーヒーは高原コーヒーサービスが 2002 年に設立したカフェ・チェーンで、2012 年にフィリピンのファーストフード・チェーン大手ジョリビーに買収されて以降、急速に店舗数を拡大しています。2021年2月時点で、全国に 480 店舗、ホーチミン市だけでも 167 店舗を展開しており「ベトナムのスタバ」とも言われています。

店舗数で一番多いのは、1968 年にお茶製品を提供することからスタートし、現在では茶葉とコーヒー豆の栽培、開発に 50 年の経験を持つカフェ・チェーン「フック・ロン コーヒー & ティー」です。最近では、畜産飼料や食品・飲料、鉱山採掘、金融事業などを手掛けるマサングループ（Masan Group）が小売店ビンマート・プラス内にフックロンの小型売店（キオスク）として出店し、総店舗数は 2,200 店を超える大型チェーン店となっています。



フック・ロン コーヒー&ティー

おしゃれな外観に各店舗それぞれが物件に合わせたナチュラルなデザインの「ザ・コーヒー・ハウス」は、1987 年生まれの若手実業家が 2014 年にホーチミンに 1 号店を出店してからわずか 4 年で、店舗数が 100 を超え、現在ホーチミンに 74 店舗、ベトナム全土で 155 店舗を展開しています。様々なカフェが乱立するベトナムにおいて、特に学生や若い世代に人気のカフェとして定着しています。



ザ・コーヒー・ハウス



チュングエン・コーヒー

2022年2月
創業者のブー氏がベトナムの「コーヒー王」とも称されている「チュングエン・コーヒー」も有力なコーヒーチェーンの1つです。しかし実はここ数年、チュングエンは他社の成長の勢いに押され気味です。カフェ市場では、上述のハイランズ、フックロン、ザ・コーヒーハウスをはじめとするカフェ・チェーンが奮闘するなか、チュングエンは店舗の外装やコンセプトの変更に注力してきた一方で、店舗数ではハイランズ・コーヒーに水をあけられているのが現状です。また、同社のブランド「G7」が抜群の知名度を誇っていたインスタントコー

ヒー市場でも、近年そのシェアは、ネスレとビナカフェ・ビエンホアに大きく引き離される状況になっています。その背景には、グループ創業者で会長のブー氏と、その妻で元グループ副会長のタオ氏の離婚訴訟および経営権争いの問題、つまり内部騒動が大きく影響しているとされています。

【市場シェアは3%未満?!のスターバックス】

上述の大手カフェチェーン5社になんとか割って入っているスターバックスは、2013年2月にベトナムに上陸して約9年になりますが、現在ベトナム全土で79店舗、ホーチミン市内で45店舗と、日本や他の東南アジアと比べて苦戦を感じられる低い店舗数となっています。

スターバックスが伸び悩む原因のひとつに販売価格が上げられます。スタバは国によって価格が違います。Value Penguinの2019年調査によると、平均収入に対するコーヒー1杯の値段で、ベトナムのスターバックスの値段は世界で3番目に高いということが分かりました。ベトナムには、路上のコーヒー屋や個人のカフェにもそれぞれ特色があり、ベトナムコーヒー文化独自の価値観を持ったお店が数多くあるカフェ大国として知られています。このようなお店では一般の労働者が気軽に飲める価格として100円～150円という低価格のコーヒー



スターバックス

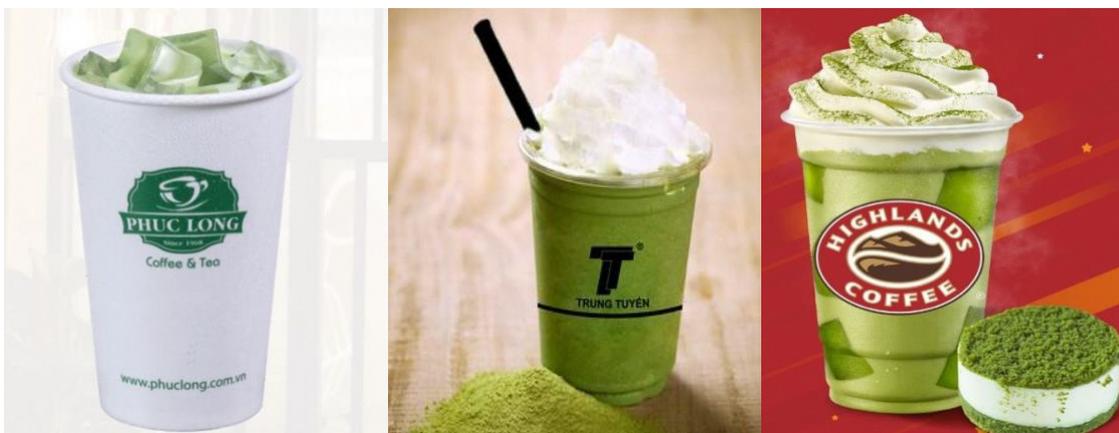
2022年2月

を提供しています。500円程度のスタバのコーヒー1杯と同じ価格で、他のカフェでは2、3杯コーヒーが飲めるのです。

そういった事情もあってか、2022年、スターバックス・ベトナムのパトリシア・マルクス社長は、店舗の出店方針を変更しました。以前は地域の中心部の一等地にあるビルに入居する高級感のある大規模店舗を志向していましたが、店内での飲食とテイクアウトの両方に対応する適度な規模の店舗で郊外の住宅地にも展開するよう、という方針を打ち出しています。

【各社のオリジナリティー商品は Matcha ? !】

このようにベトナムの文化に根付いたカフェ市場ではありますが、その中でコーヒー以外の各社共通したメニューがあります。それが日本人には馴染み深い「抹茶：Matcha」です。お茶屋から始まった「フックロン」は抹茶のメニューがあっても不思議ではなく、色んなフレーバーが楽しめる「スタバ」のフラベチーノにも抹茶のフレーバーはありますが、「ハイランド」、「ザ・コーヒーハウス」、「チュングエン」のベトナム地場チェーンでも抹茶のメニューが展開されています。ベトナムの大手カフェチェーン5社全てで抹茶のメニューを販売していることから、ベトナムにおける「抹茶」が確固たる地位を築いていることが見て取れます。



各社の抹茶メニュー、左から「フックロン」、「チュングエン」、「ハイランド」

【最後に】

カフェ戦国時代のベトナムにおいて外資の有名チェーンが必ずしも成功する保証はありません。かといって、個人で起業して失敗するとも限りません。ベトナムにおいて受け入れられるカフェとは、「美味しく、適正な価格で、居心地の良いカフェ」ではないでしょうか。専門性の高い、斬新なコンセプトを持つカフェも、一時的なブームにはなりうるかもしれませんが、ベトナムほどカフェが日常に溶け込んでいる文化においては、近所にあり通いやすい馴染みのある店こそが、長く親しまれるカフェとなるのだと思います。

□ ■ タイの首都バンコクの正式名称が長いワケ ■ □

こんにちは。島根ビジネスサポートオフィスのタイ人スタッフ、アイです。

タイの首都であるバンコクは、人気の観光地として日本でも非常に有名だと思います。実は、この「バンコク」という都市の名前は、外国人の間で親しまれている通称であることをご存知でしょうか。タイ人の間では、タイの首都は「バンコク」ではなく、「クルンテープ」という、これもまた通称で呼ばれています。

「バンコク」と「クルンテープ」、どちらも通称であるとお伝えしましたが、バンコクの正式名称は「世界で最も長い首都名」としてギネス記録に認定されており、タイ語で書くと169文字、日本語で表記をすると、11語121字にもなります。



バンコクの航空写真

今回はそんなバンコクの名前に焦点を当て、その名称にまつわるいくつかのエピソードをご紹介します。

【バンコクの正式名称】

上述の通り、バンコクの正式名称「クルンテープ・マハーナコーン・アモーンラッタナコーシン・マヒンタラーユッタヤー・マハーディロック・ポップ・ノッパラット・ラーチャタニーブリーロム・ウドムラーチャニウェートマハーサターン・アモーンピマーン・アワターンサティット・サッカタッティヤウィサヌカムプラシット」は世界一長い首都名としてギネスに記録されています。なぜ、都市の名前がこれほど長くなったのか、ということですが、これは、1782年に国王の座に就いたラーマ1世が、バンコクの開拓に思いを寄せて詠んだ詩。その詩をそのまま正式名称としたためです。

名前の意味を日本語に直すと、“帝釈天がウィッサヌカム神（建築の神）に命じてお作りになった、神が権化としてお住みになる、多くの大宮殿を持ち、九宝のように楽しい王の都、最高・偉大な地、帝釈天の戦争のない平和な、帝釈天の不滅の宝石のような、偉大な天使の都”となり、バンコクの地の開拓に臨むラーマ1世の思いが反映された詩となっています。

正式名称を読むとわかりますが、実は、「バンコク」というワードはこの中に含まれていません。それでは、現在、世界的に広く認知されている「バンコク」という名前は何を由来とするのでしょうか。

【バンコクの名前の由来】



チャオプラヤー川

アユタヤ王朝時代（1351年—1767年）当時は、チャオプラヤー川の西側、現在のトンブリー地域のことを「バーン・マコーク」と呼んでいました。「バーン」は水辺の村、「マコーク」はウルシ科の樹木という意味で合わせると「マコークという木が生い茂る、川沿いの小さな村」という意味になります。

このアユタヤ王朝時代に、ポルトガル人が駐屯しており、そのポルトガル人が現地人にエリア一帯の地名をたずねたところ、「バーン・マコーク」という名前が返ってきました。「バーン・マコーク」は都市の名前を意味する固有名詞、都市の名前ではないのですが、これが誤って伝わった結果、「バーン・マコーク」が都市の名前として広まり、これが訛って現在の「バンコク」として定着しました。

【バンコクの英名変更騒動】

そんなバンコクの名称を巡って、今年の2月に1つ、騒動というには大げさですが、話題に上ったことがありました。2月15日に行われた閣議にて、バンコクの地名の英語表記を変更する草案が承認されたのです。この決定は、すぐさま困惑と共にタイ国民の間に広まりました。日本でもネットニュースになっていたようなので、もしかしたらご存知の方もいらっしゃるかもしれません。

承認された草案の内容は、バンコクの正式な英語表記を、従来の「Krung Thep Maha Nakhon; Bangkok」から「Krung Thep Maha Nakhon; (Bangkok)」に改めることとする、というものでした。バンコクが丸かっこで囲まれ、クルンテープ・マハナコーンが重視される表記となっていたため、「バンコク」の名称が今後使われなくなるのではという憶測が広まりました。このことを受けタイ政府は、この草案は、今後正式な手続を経て発行されることにはなるものの、今後も変わらずバンコクの表記も使用できるとする見解を示し、「バンコク」がなくなる、というわさを打ち消す事態となりました。

2022年2月

ちなみに、「クルンテープ・マハナコーン」は正式名称の頭の2語ですが、タイは名詞の後ろに修飾語が続くため、「クルンテープ・マハナコーン」の意味は日本語訳の最後の部分、「天使の都」という意味になります。タイ人の中での通称「クルンテープ」はこれを更に短縮したものです。

【最後に】

まだまだコロナの感染は収まっていないものの、国の往来に関する規制は緩和の方向に進んでおり、タイへの規制なしでの渡航、出張が可能になるのも近いのではないかと期待されます。タイへご出張の際など、タイ人とお話をする時にはぜひ「クルンテープ」を使ってみてください。お話のきっかけとして、ぐっと距離が縮まるかもしれません。



バンコクのランドマークの1つ「ワット・アルン」

※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	2019	2020	2021	2022
GDP 成長率	前年比 (%)	2.4	-6.2	1.8	1.8 (21年)
人口*	千人	68,021	68,152	68,161 (1月)	68,161 (21年1月)
労働者の数*	千人	38,207	39,451	38,631	38,631 (21年)
失業率**	%	0.99	1.62	1.94	1.94 (21年)
最低賃金* バンコク	バーツ/日	325	331	331	331
チョンブリー		330	336	336	336
アユタヤー		320	325	325	325
ラヨーン		330	335	335	335
賃金：全国製造業の平均	バーツ	13,131	13,562	13,506	13,506 (21年)
インフレ率**	前年比 (%)	0.71	-0.84	1.24	3.23 (1月)
中央銀行政策金利*	%	1.25	0.50	0.50	0.50 (2月)
普通貯金率**	%	0.47	0.31	0.25	0.25 (1月)
ローン金利(MLR) **	%	6.29	5.60	5.42	5.42 (1月)
SET 指数*	1975年：100	1,579.84	1,449.35	1,657.62	1685.18 (2月)
バーツ/100円**	バーツ	28.48	29.33	29.15	28.67 (2月)
バーツ/米ドル**	バーツ	31.05	31.29	31.98	32.96 (2月)
円/米ドル**	円	109	106.8	109.8	115 (2月)
車販売台数 (1月からの累計)	台数	1,019,602	779,857	736,716	78,368 (1月)
BOI 認可プロジェクト	件数	1,500	1,501	1,572	1,572 (21年)
BOI 認可プロジェクト金額	10億バーツ	447.36	361.41	511.9	511.9 (21年)

*期末、**平均