



TOHO ASEAN REPORT

【とうほうアセアンレポート】

2022 年 9 月号

Contents

☆ アセアン企業インタビュー

ASAHI TSUSHIN (THAILAND) CO.,LTD.

Managing Director 星 正和

☆ 物価の動向について

タイレポート : カシコン銀行派遣 瀬谷 純一

ベトナムレポート : 法人コンサルティング部
(前ベトコムバンク駐在) 松岡 政晃

☆ ASEAN ニューストピックス

☆ 東邦銀行の海外事業支援に係る連携・業務提携先

本レポートに掲載されているデータや資料は情報提供を目的としたものであり、
当行が信頼に足り、且つ正確であると判断した情報に基づき作成したものではありません。
具体的には法律上、会計上、税務上の助言を必要とされる場合は、それぞれの専門家にご相談ください。



すべてを地域のために

東邦銀行

アセアン企業インタビュー

ASAHI TSUSHIN (THAILAND) CO., LTD.

～高品質・低コストのマネジメントシステムを確立し、
お客さまに信頼され、満足いただける技術と商品を提供～

企業概要

代 表 者：星 正和(ほし まさかず) Managing Director

所 在 地：52-52/1 Moo 5, Tambol Nongkakha Amphur Pantong
Chonburi 20160 Thailand

事業内容：エアコン用・自動車用ワイヤーハーネス製造業

設 立：2012 年 7 月

従業員数：160 名

親 会 社：アサヒ通信株式会社（福島市）

星 正和 MD

90 年 アサヒ通信(株)入社

93～99 年 マレーシア現法勤務

99～2018 年 福島事業部勤務

2018 年～Asahi Tsushin(Thailand)

MD として勤務



海外でのビジネスは、言語や文化の違いから日本と同じようにはいかないことが多々あります。海外でビジネスを行う企業は、そのような違いを理解した上で、従業員のマネジメントを行い、事業展開を図っています。

今回のアセアンレポートでは、タイでのビジネスチャンスに挑戦し続けている企業のひとつである「ASAHI TSUSHIN (THAILAND) CO.,LTD.」（親会社/アサヒ通信株式会社）Managing Director 星 正和様へのインタビューを掲載いたします。

アサヒ通信株式会社様は、タイの他、マレーシア、インドネシア、中国、香港、台湾に海外子会社を構える福島市本社のグローバル企業です。タイでの事業内容と今後の展望についてお話を伺いました。

■タイでのビジネスチャンスを掴みに

ータイ進出のきっかけについて教えてください

当社は、2012 年にタイに進出しました。当時、アサヒ通信グループは台湾、マレーシア、インドネシア、中国に現地法人を構えており、タイはグループの中で最も新しく設立された現地法人です。

弊社のお客様は、タイに進出されている先が多く、タイ法人設立前は、日本と中国からタイに製品を供給していました。しかし、物理的な距離が遠く、輸出に時間を要することがネックであり、この問題を解決するためタイに工場を設立しました。結果としてお客様への製品供給をスピーディーに行うことが可能となり、当初は日本側で取引ある先のお客様が中心でしたが、徐々にタイ国内で新規取引先を増やすことができています。

2012 年の設立は、タイの日系企業の中では比較的新しい方となりますが、タイ工場を設立したことで、日本側でお客様のニーズに応えることができるとともに、新たな新規取引先の獲得に繋がっています。



＜タイ現地法人社屋＞



＜工場内の様子＞

■高品質・低コストの製品を供給

一貴社の特徴・強みについて教えてください

当社の強みは、日本と同じ品質の製品を低価格で供給できることです。当社ではエアコン用と車載用のワイヤーハーネスを中心に製造しています。タイは人件費が安いということはご存知かと思いますが、安い人件費でも高品質の製品を供給しています。当社立ち上げ時には日本と同品質の製品とするために、約 5 年間、タイ人スタッフに技術指導を行ってきました。

また、お客様との対応、納期スピードといったサービス面でも差別化を図っています。当社の取引先はほぼ 100%日系企業となっているため、競合他社も日系企業となることが多くあります。そのような場合、同じ日系企業の場合どちらも高品質であるため、価格とサービス面が決め手となってきます。

一方、タイローカルの企業と競合になる場合もあります。タイローカル企業は価格が安く、価格面で競合することは難しいですが、当社の取引先は日系企業がメインなので、品質が重要視されます。当社は品質と価格面で強みがあるため、タイ進出の歴史は浅いものの、お客様に選んでいただける企業となっています。



＜車載用ワイヤーハーネス＞



＜家電用ワイヤーハーネス＞

■女性が中心で働く職場

ータイでのマネジメントについて教えてください

労働環境は日本と大きく異なります。タイでは従業員の定着が難しく、採用しても 1 日で辞めてしまうといったケースが多々あります。また、無断欠勤や遅刻もよくあり、マネジメントに苦勞しています。

人材の定着を図るため、現場の労働環境の整備（空調整備等）や福利厚生を毎年継続して充実させており、創業当時は 30 名だった従業員数も現在は 160 名まで増加しています。今後は 200 名程度まで増やしていきたいと考えています。

最近では世代間で日系企業に対する考え方も変わってきているように感じます。30 代以上の方は、日本を好意的にとらえており、日系企業で働くことはステータスとして用いられるような面がありましたが、20 代となると特別日系企業に対して関心がないです。日系企業だからといって募集に来るわけではないので、人材募集は難しいです。

当社で働く従業員は約 9 割が女性です。当社の仕事は手先を使う仕事が多いことから女性が中心になっています。タイではよく女性の方が熱心に働くと言われておりますから、当社も女性が辞めずに長く働いてくれるので、女性の割合が多くなってきていますね。

タイでも日本と同様、セクハラ・パワハラに対して厳しくなってきているので、コンプライアンスに対してもしっかりと対応していく必要があります。



＜工場で勤務する従業員の様子＞



＜従業員の 9 割が女性＞

■従業員の感染とロックダウンの対応

ーコロナ禍で変わったことはありますか

多くの企業が外部からの訪問を避けていた状況でしたので、お客様との面談ができなかったため、営業面で苦勞しました。一方、既存のお客様とは変わらずに取引を継続できていました。

2021 年はロックダウンもあり、夜間外出が禁止になったことから残業、夜勤ができませんでした。生産面で心配がありましたが、多くの企業が影響受けていたことから、限られた生産体制でも工場を止めずに稼働し続けることができました。

従業員が感染してしまった際の対応も苦勞しました。感染者を特定し、工場を消毒した上で、保健所から許可をもらわなければ工場を再開できないため、感染者発覚時の対応はスピーディーに行う必要がありました。幸い、工場のラインを止めることなく再開するこ

とができました。受注も 2020 年は減少し苦労しましたが、2021 年には受注もコロナ前に戻り始めてきました。

また、最近では材料の高騰（特にアルミ、樹脂）に加え、最低賃金の上昇による人件費もあり、コスト増加しています。今後さらにマネジメントシステムが重要になってきます。

■ビジネスチャンスが続くタイ

ー今後の展望をお聞かせください

工場のオートメーションを進めていきたいです。人件費が増加しているという背景があり、質を落とさずに価格面でも優位を保てるよう取り組んでいきたいと考えています。

また、アサヒ通信グループ内でのタイの重要性を高めていきたいです。現在、タイの取引先の一部は中国の工場生産したものをタイに輸出しております。中国でロックダウンが起きた経緯もあり、中国に生産体制が集中していることは避け、タイに供給する製品はタイで生産する形に変えていこうと考えています。

タイはアジアにおける自動車製造の中心地となっており、今後もこの状況は続いていくと思われます。まだまだタイで生産が増える見込みもあるため、当社も生産体制を強化していきたいです。

【インタビューを終えて】

今回のインタビューの中で特に印象に残ったのは従業員の雇用のお話です。多くの日系企業がタイ人従業員の離職に悩まされていますが、従業員が働き続けたいと思うような労働環境の整備は日本以上に重要なのかと感じました。

約 10 年前のタイ進出当時と現在では環境が大きく変化しており、タイの最低賃金は 10 年前と比べ約 1.7 倍上昇し、製造コストも上昇しているという背景があります。今後もタイでの生産が増える見通しがある企業も多い中、従業員の確保と同時に工場のオートメーションの必要性も高まっていくのではないのでしょうか。（担当：瀬谷 純一）



<インタビューの様子 左：瀬谷 右：星 MD>

【カシコン銀行のご紹介】

- ◇銀行名称：KASIKORNBANK Public Company Limited
- ◇設立日：1945 年 6 月 8 日
- ◇本店所在：400/22 Phahon Yothin Road, Bangkok 10400, Thailand.
- ◇銀行概要：タイ国内の銀行で、第 3 位の資産を有する大手商業銀行。
タイ全土に 857 支店と 10,000 台以上の ATM を備える。

【主な業務内容】

- ジャパンデスクを設置し、日系企業に対する幅広い金融サービスを提供。
- 当行からは 1 名の派遣を行い、金融面でお取引様の現地業務をサポート。
- 現地進出、ビジネスマッチング、海外送金、金融商品等のご紹介。



タイレポート

「タイの食料品の物価について」

タイは物価が安いというイメージを持たれている方が多いと思われます。たしかに日本と比較すると安く生活品や食料品を購入することができます。しかし、近年ではタイでもエネルギー関係や食料品をはじめとした物価の上昇が続いており、市民の生活にも影響が出てきています。

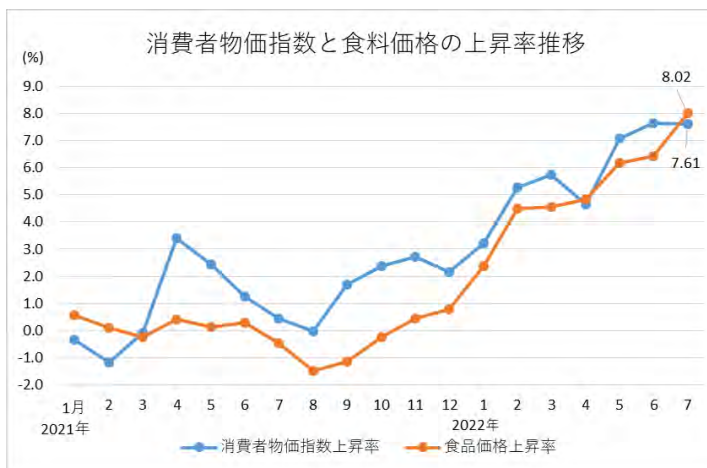
今回はタイの物価の中でも、人々の生活により密接に関わる、「食料品の物価」についてレポートいたします。

1. 消費者物価指数について

日本でも食料品の価格が上昇している状況ですが、タイにおいても同様に食料品価格の上昇が続いています。特に 2022 年に入ってからの上昇幅は大きく、2022 年 7 月の消費者物価指数（2019 年を 100 と基準）は 107.41 となり、前年同月比+7.61%となりました。この数値は約 14 年ぶりの高い水準となっております。

食料品全体においても消費者物価指数は前年同月比+8.02%と大きく上昇しています。特に、「肉・魚」と「調味料」がそれぞれ、前年同月比+13.68%、+11.58%の上昇と高い伸び率となっています。食料品ではほとんどの項目で前年同月比を上回る価格上昇が起きています。

価格上昇の要因としては、エネルギー価格の上昇が様々な物品・サービスのコストを押し上げていることが挙げられ、今後も物価上昇が続くことが想定されます。



【2022 年 7 月の食品消費者物価指数】

品目	消費者物価指数	前年同月比(%)
食品・飲料全体	108.56	8.02
米・粉製品	96.45	▲1.40
肉・魚	116.94	13.68
卵・乳製品	106.87	4.34
果物・野菜	102.6	5.77
調味料	119.48	11.58
非アルコール	103.93	2.73
総菜類	109.85	8.71
外食	109.51	8.43
生鮮食品	108.03	7.76

※グラフ・表ともに 2019 年 1 月を基準月としての上昇率

出典：タイ商務省

2. 食料品の価格について

タイのスーパーマーケットは大きく、ローカルスーパー、高級スーパー、日系スーパーの 3 つに分類されます。各スーパーの取扱商品はほとんど同じですが、商品の差別化が図られ、価格帯が異なるケースもあります。次ページの表は、各スーパーにて販売されている食材の価格を比較したものです。

<1kg 当たりの食材価格の比較>

※1 バーツ≒3.7 円（単位：バーツ）

品目	ローカルスーパー	高級スーパー	日系スーパー
玉ねぎ	42	125	88
じゃがいも	55	110	75
キャベツ	27	98	98
人参	25	98	98
鶏胸肉	99	240	175
豚バラ肉	289	570	380

高級スーパーや日系スーパーでは一つ一つ個別包装されている野菜が多く、品質を重視した形の整ったものや、オーガニック野菜が販売されています。これらの野菜は高価格帯となっており、ローカルスーパーと差別化されています。

ローカルスーパーでは食材がそのまま山積みで陳列されている商品が多く、それらは低価格帯で販売されています。しかし、ローカルスーパーでもオーガニック野菜といった高級スーパーで販売されている商品と同等の商品が販売されており、それらは高級スーパーの販売価格と同程度となっています。一方、肉類はスーパーによって価格帯が大きく異なり、ローカルと高級スーパーでは2倍近くの差があります。



<ローカルスーパーでの陳列 左：量り売りの鶏肉 右：山積みされた野菜>

3. 家計への影響

食費をはじめとする生活費の上昇は、月収 25,000 バーツ程度の中間所得者層に大きな影響を与えています。中間所得層は支出のうち約 40%が食品に関する支出となっていました。商品やサービスの価格が上昇する以前である 2021 年後半と比較すると、食品に関する支出は約 10%増加しています。生活費の圧迫の結果、必要な買い物だけをする、ファッション製品のような高級品の消費を減らす、若しくは購入を遅らせる、交際を減らす、予算に応じた食材の選択、中古品や安価なブランドといった代替品を購入する等、消費行動を調整するようになっています。

4. 終わりに

食品価格の上昇を感じるのはスーパーだけではなく、飲食店でも感じる場合があります。食材の高騰から値上げを行う飲食店が増えており、10～20 バーツ程の値上げが行われています。物価の上昇が労働者の生活に影響していることを受け、年内には最低賃金が 5～8%上昇する見通しもあることから、物価の上昇を抑制する動きは弱まり、今後も物価の上が続いていくことが予想されます。

ベトナムレポート

「ベトナムの物価動向について」

1. ベトナムにおける物価上昇

前号（2022年6月号）のテーマとして取上げました、「ベトナムにおける賃金動向」の通り、高度な経済成長を背景に労働者の賃金水準は上昇傾向にあり、国民の消費意欲は拡大傾向にあるとお伝えさせていただきました。

しかしながら、ウクライナ情勢による天然資源価格の上昇や、海外からの入国条件の緩和による観光需要の高まりもあり、国内のインフレ進行が大きな懸念となっています。特にガソリン価格については、鉄道等の公共交通機関の整備が途上であり、バイク・車での移動がメインである、市民の経済的負担は深刻な問題となっています。

今般は、ベトナムにおける「物価」の状況について解説いたします。



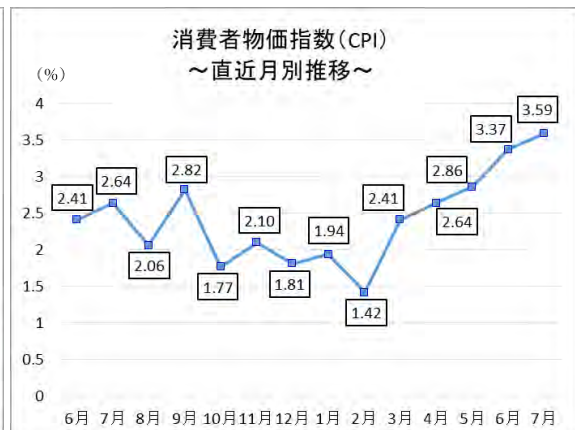
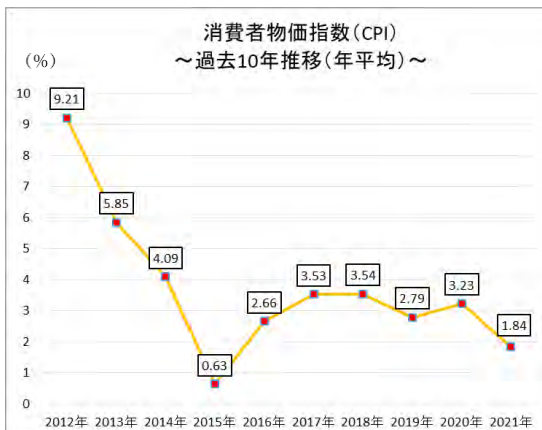
＜市民の主要移動手段バイク＞



＜ベトナムの伝統的な市場＞

2. 消費者物価指数（CPI）の推移

2022年ベトナム統計総局（GSO）の発表では、2022年7月の消費者物価指数（CPI）は前月比+0.40%、2021年12月比+3.59%、前年同月比では+3.14%上昇し、2022年1月～7月の上昇率は、前年同期比+2.54%になりました。CPIが上昇した主な要因としては、①輸送コスト・飼料コストの高騰による主要食品価格の上昇 ②気温上昇による電気と水の消費量急増 ③世界的な原油高によるガソリン価格の急上昇が挙げられています。特にガソリンは、前年同期比+49.75%、天然ガスは+23.78%と大幅に高騰しており、天然資源価格の高騰がCPI上昇に大きく拍車をかけているものと見られます。



※消費者物価指数(CPI…Consumer Price Index)とは…

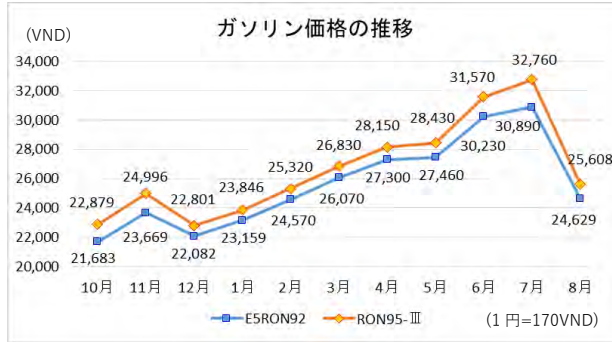
全国の世帯が購入する各種の財・サービス価格の平均的な変動を表す指標

出典：ベトナム統計総局(GSO)

3. ガソリン価格の推移について

ベトナム国内のガソリン価格は、ウクライナ情勢等による世界的な原油高のあおりを受け、6月末には史上最高値となる 32,760VND/ℓ(約 190 円)を記録しました。ベトナム人の平均賃金は、日本と比較し 10 倍程の差がありますが、ガソリン価格は日本と同水準の価格まで高騰したことから、いかに市民の経済的ダメージが大きいかが見て取れます。

ガソリン価格の高騰以降、ベトナム政府は、ガソリン小売価格に含まれる環境保護税(日本のガソリン税に相当)を減税し、価格上昇を抑える施策を実施。政府主導の元、ガソリン価格の抑制が行われました。



<ベトナムのガソリンスタンド>

4. 現地スーパー、食料品の状況

食料品関係では、家畜の飼料価格や輸送コストの高騰の影響から、豚肉(+4.29%)、鶏肉(+1.75%)、食用油(+2.11%)、野菜(+1.79%)、トマト(+16.31%)と価格上昇が見られました。ハノイ市内のスーパーの方のお話では、「今年上半期では、肉製品・野菜・輸入品を中心に価格が上昇している。主に、ガソリン価格高騰による輸送コスト、飼料価格の高騰が原因と思われる。先行きが不透明な面もあるが、ガソリン価格が落ち着けば、ある程度価格も下落するのではないかな。」との談がありました。



<ベトナムの市場(鶏卵売場)>

食料品		上昇率 (前月比)
穀物類	米	0.24%
	パン	0.94%
肉類	豚肉	4.29%
	鶏肉	1.75%
魚類	鮮魚	0.69%
野菜類	野菜	1.79%
	清涼飲料水	0.58%
飲料	酒類	0.42%
	食用油	2.11%
	菓子類	0.62%

<7月の食品関連のCPI増加率>

出典：ベトナム統計総局(GSO)

5. おわりに

ベトナムにおける物価は、2022年に入り上昇傾向にあります。With コロナ政策への移行により、海外からの渡航者、企業投資案件が再興し、経済活動の活発化・好調な経済成長を遂げる中、物価上昇がベトナム国民に与える経済負担は多大なものとなっています。物価高騰は、個人消費の減退のみならず、企業の事業活動にも影響し、事業コスト増加は、現地企業の大きな課題です。外的要因による物価高騰が大きいものの、当面は物価高が続く見込みもあり、引き続き物価動向には注視が必要でしょう。

ASEAN ニューストピックス

<タイ>～タイで人気の宝くじ！～

タイでは政府公認の公営宝くじがあり、庶民の間で高い人気を誇っています。この宝くじはショッピングモールや路上で販売されており、木箱に張り付けられたクジの中から、好きな番号を選び購入します。番号は誕生日、住所、車のナンバー、最近の出来事に関連した数字等から当選番号を予想し購入している人が多いです。売られている宝くじの番号は販売者によって異なるため、目当ての数字がある売り場を探していきます。

定価は1枚80バーツ（約300円）ですが、人気の番号や縁起の良い番号は100～120バーツと販売店によって異なります。この販売価格は店によって自由であり、定価との差額は販売店の利益となります。

抽選は毎月1日と16日の月2回行われ、6桁の数字が1等の番号と全て一致すれば、当選金額は600万バーツ（約2,300万円）となります。同じ番号が複数枚売られていることもあるため、1等が複数枚当選するといったケースも稀にあります。

この宝くじは外国人でも購入することが可能です。タイに訪問した際には実際に購入し、一攫千金を夢見るのもおもしろいのではないのでしょうか。



【宝くじと販売店の様子】

<ベトナム>～ベトナムにとって重要な祝日「建国記念日」！～

9月2日(金)は、ベトナムの建国記念日(国慶節)にあたり、ベトナムの祝日の中でも特に重要な日に位置付けられています。1945年9月2日、ホー・チ・ミン国家主席が「独立宣言」を発表し、ベトナム民主共和国(北ベトナム)が設立されました。ちなみに、この「独立宣言書」の中には、「日本」が度々登場することをご存じでしょうか。

宣言書の内容は主に、人権、フランス、日本、独立にて構成されています。以下、宣言書より一部抜粋です。



【独立宣言地 Ba Dinh 広場】

「Sự thật là từ mùa thu năm 1940, nước ta đã thành thuộc địa của Nhật, chứ không phải thuộc địa của Pháp nữa. Khi Nhật hàng Đồng minh thì nhân dân cả nước ta đã nổi dậy giành chính quyền, lập nên nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa.

Sự thật là dân ta lấy lại nước Việt Nam từ tay Nhật, chứ không phải từ tay Pháp.」

(原文訳)「1940 年秋から我が国は日本の支配地となり(※仏印進駐)、フランスの領土ではなくなった。日本が連合国に降伏した際、全国のベトナム国民が蜂起し、政権を奪取し、ベトナム民主共和国を築いた。我が民族は、フランスからではなく日本から祖国を取り戻したのです。」

現在は、親日国として重要なパートナー関係にあります。歴史を紐解くと約80年前には、複雑な過去があったことが分かります。私達は、ベトナムと様々な面に関わる上で、このような歴史があったことを、しっかりと理解しておく必要があるでしょう。

東邦銀行の海外事業に係る連携・業務提携先

弊行では、各種海外の専門家と提携し、会計・税務、国際物流、貿易保険など幅広い分野でお客様の海外取引を支援しております。

くとうほうグローバル・ネットワーク



ご提供サービス	業務提携先
海外リスクコンサルタント	東京海上日動火災保険 三井住友海上火災保険 損害保険ジャパン
海外貿易保険	日本貿易保険 (NEXI)
会計税務コンサルタント	有限責任監査法人トーマツ デロイトトーマツファイナンシャルアドバイザー
海外セキュリティー	ALSOK 福島 セコム
国際物流	日本通運
海外販路拡大	アリババ Inagora (中国向け)
翻訳・通訳サービス	パソナ

その他、お客様のニーズに合わせた、各種専門家のご紹介が可能です。ご要望の際には、お気軽にご相談ください。