

(資料 9)

< ブルネイにおけるビジネス報告 >

平成26年11月
ソイ&ワールド株式会社
代表取締役
三坂大作

【お問い合わせ先】

Email: misaka@soyandworld.jp

TEL: 03-6435-6291

URL: <http://www.soyandworld.jp/index.html>

1. ブルネイ概要

- 国土面積： 5,765平方キロメートル
- 人口： 406,200人(2013年統計)
- 国教： イスラム教
- 通貨： ブルネイドル(シンガポールドルと1:1連動
＝両国で使用可)
- 言語： マレー語、英語、中国語(識字率:96.4%)

2. 産業関連情報

- 平均労働年齢 27歳
- GDP 161億ドル、1人当たり名目GDP 39,658ドル(世界22位、アジア2位)(2013年)
(日本:GDP約4兆8,000億ドル、1人当たり名目GDP 38,467ドル)
- GDP構成比率: オイル&ガス:67.7%、公共部門:11.7%、一般企業及び消費:20.6%
⇒年間輸出総額 約120億ドルの内115億ドル(96%)がオイル&ガスという資源依存経済
- インフレ率 0.4%(2013年)
- 2035年目標(ボルネオ国王):
“ To be one of **the Top 10 nations** in the world recognized for its **Quality of Life and Dynamic and Sustainable Economy**”
- 重点HALAL産業領域
 - 1) 医薬品ガイドライン(2010年)
 - 2) 食品ガイドライン
 - 3) 化粧品ガイドライン(2014年冬実施予定)
- ASEAN市場: 人口6億人、GDP 18兆ドル(EUの1.2倍)
- 所得税なし、法人税18.5%(但しパイオニアステータスで8~11年非課税)、輸出税なし
⇒2015年にASEANの域内貿易非課税予定

3. ブルネイの産業と日本の関わり (ブルネイ政府筋ヒアリング)

- 歴史的には、天然ガスを中心とした大手商社との取組、大手商社による農業支援、人材育成支援などが中心
- ブルネイのオイル&ガス枯渇懸念が表面化してきたために、国内での産業育成が政府方針で、日本に対する企業進出を積極的に働き始めたのが10年位前から
- 中小企業レベルでの進出はほぼなく、民生品の輸出先として、マレーシア、インドネシア、タイなどからの日系企業製品が流入
- 国内市場が40万人と極小であるため、企業進出メリットは輸出産業化が基本
- エネルギーコストが日本の約1/5～1/6、人件費が一般労働者で約1/5～1/10であるメリット
- ブルネイ国内の中小企業(SME)育成、人材育成を同時に達成したいという強い要望
⇒SMEとの合併促進、雇用確保

4. ブルネイにおける弊社グループの取組

- 2012年2月:事業計画提案 ⇒ MIPR(産業及び第一資源省) ⇒ 事業計画承認
- 2012年3月:合併事業提案 ⇒ MIPR主導によるローカルパートナー企業選定作業開始
- 2012年5月:合併事業説明会開催 ⇒ MIPR会議室にて
- 2012年8月:MIPR副事務次官来日、弊社事業内容の視察
- 2012年11月:合併事業パートナー決定 ⇒ 合併に関わる条件のすり合わせ開始
- 2013年3月:合併契約に関する基本合意
- 2013年5月:合併契約締結 ⇒ 合併会社 Hana Soy & World (B) Sdn. Bhd.設立
- 2013年6月:パイロットプラント工事開始
- 2014年2月:パイロットプラント竣工
- 2014年3月:パイロットプラント操業開始
- 2014年9月:学校給食へのプロモーション開始

⇒ 弊社は、いままでほとんど輸入に依存してきたブルネイの産業育成の一つとして、大豆加工事業展開を提案し了承されました。大豆加工事業が早期に承認された背景には、「大豆＝HALAL」であること、大豆の栄養素による国民の健康改善(特に青少年)が期待できること、生産技術がゼロエミッションで環境に優しいこと、などが評価されました。このようにさまざまな食品加工に活用できる大豆ペースト「Mother Soya＝MS」の製造事業を開始することになりましたが、実際に、最終製品に加工する食品加工事業者がブルネイ国内にいないため、政府との協議で、MSを活用したSoy Drink＝Suku Sukuを学校給食に提供することとなり、現在、学校でのプロモーション(試飲会)を通じて最終レシピが決定したところです。来年早々からの学校給食提供に合わせ工場に準備を急いでいます。









5. HALAL認証に関するブルネイHALALの ポジション ①

- 原則論として、いかなるムスリム、イスラム組織・団体・機関でもハラール認証書の発行は可能です。しかしながら、そのハラール認証が、公的有効性＝市場性を持つかどうかは、認証を活用するイスラムコミュニティ(需要者側＝消費者)次第と言われています。
- ブルネイでは政府自体がハラール認証を行っています(ブルネイ宗教省)。この場合、ハラール認証主体自体が国家ですから、そのハラールのムスリム世界での信用力は国家の信用力、ムスリム世界での信任度合に比例すると思われます。もちろん、ブルネイのハラール認証は、マレーシア、インドネシアでも有効だということです。
- ご存知の通り、ブルネイはイスラム教の敬虔度においてはマレーシアやインドネシア以上に厳格と言われています。また、経済力も石油産業を背景として世界屈指であり、王制国家として政治的に極めて安定しています。こういう要因から、国家によるハラール認証には、ある種特別なブランド力があると考えられ、ムスリム市場における有効性については問題ないとされています(ブルネイ政府筋談)。
- ブルネイのハラールの現状ですが、国内消費に関わる民生品のほとんどが輸入品で、その製品に付与されているハラール認証のほとんどが、マレーシア、インドネシア、タイ、フィリピンなどです。要するに、ブルネイのハラール認証は、ブルネイ国内の消費者に対してですら、ほとんど提供されていないのが実情です。また、ブルネイの国内製造業はまだまだ発達途上で、ブルネイハラールを付した製品が海外に展開することは、いままでほぼなく、その意味では、国家制度としてブルネイハラール認証制度を有していても、事業的に展開する機会がなかったと言えます。要するに、ブルネイハラールをつける国産製品がないのです。

5. HALAL認証に関するブルネイHALALの ポジション ②

- しかしながら、この10年でブルネイ政府の方針が大きく変わりました。その転換は、1)石油関連産業の将来への不安、2)就業人口の50%近くが公務員という現状、といった国家経営の危機感に根差します。
- そこで、国内産業として育成すべき重点産業として、薬品、食品、化粧品の民生品製造業をピックアップし、それぞれにブルネイとしてのハラルガイドラインを設置しています(化粧品は2014年冬の予定)。それに合わせ、外国からの企業誘致による技術導入、産業育成を推進しています。
- 実際に、首相府やMIPR(産業及び第一資源省)、MOFAT(外務省)、MOF(財務省)を中心に海外からの資本導入、企業誘致に関しては、積極度を増しています。
- 実動部隊として、首相府傘下のBrunei Economic Development Board(BEDB)、MIPR傘下のHalal Innovation & Industry Centre(HIIC)、Brunei Industrial National Authority(BINA)などが有機的に情報共有しながら産業育成に向けて活動しています。(ソイ&ワールドのブルネイ事業展開もこのネットワークによる強力な支援を受けております。)ブルネイ政府の在外公館も、各国で誘致候補企業とのコンタクトをアレンジしようと努力しています。
- このネットワークに入ることで、ブルネイ政府からの厚い支援が期待できるばかりでなく、ブルネイハラル取得により、世界のムスリムマーケットで、ある種のプレステージなポジションを獲得できると考えられます。また、ハラルの視点からだけでなく、次に述べる様なブルネイのイメージの観点からも実業的に展開することができると考えられます。

6. 事業面から見たブルネイの価値

「ブルネイ」のイメージは、重層的です。

- ① 敬虔なイスラム国で、政治的にも経済的にも極めて安定しており、他のイスラム国家からの信頼も厚い。
- ② 1984年までイギリス保護領であったため、他のCommon Wealth国家の中でも、特にイギリスと親しい(王制国家であるという共通点も作用している)。(各種の法制度は英米法系＋イスラム法)
- ③ 国家負債「0」という財政状況で、裕福な国家として世界的に認知されている。
- ④ ASEAN10のメンバー、TPPのチャーターメンバーなど、アジアにおける知名度、プレゼンスが徐々に向上してきている。
- ⑤ アジアの他のイスラム国家と異なる国王親政(国王＝首相、国防相、外務相)であり、王国としての認知度が高い。(マレーシア:連邦立憲君主制、インドネシア:共和制)
- ⑥ 国土の58%がいわゆる「Heart of Borneo」に指定されており、自然環境、天然をイメージした産業育成、観光を目指している。

こうしたブルネイのイメージを事業的に活用することは、ブルネイが重点産業として指定する「薬品」「食品」「化粧品」分野の関連事業者にとって検討に値します。

ブルネイのイメージとして、「崇高なハラル」＋「豊かな生活」＋「美しい自然」を掲げることは、ブルネイ、日本、双方の利益に合致するところであり、産業育成に関わるブルネイの各種政府機関のトップの方々との共通認識はすでに出来上がっています。

会社概要

本社: 東京都港区虎ノ門 3-8-25 日総第23ビル9F

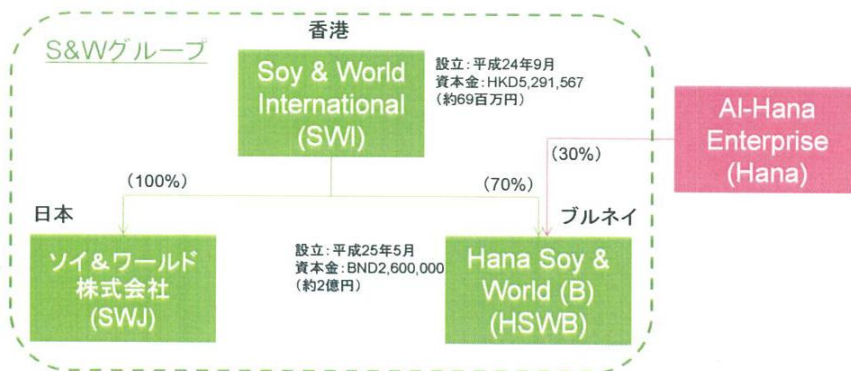
代表取締役: 三坂 大作

設立: 平成22年7月1日

資本金: 8,200万円(平成26年2月現在)

事業内容

- 大豆加工食品の企画、開発、製造、販売
- 惣菜、スイーツの企画、開発、製造、販売
- 地域産品(農産品、水産加工品等)の流通促進
- 食品加工工場運営に関するコンサルティング



黒ゴマ

さつまいも

いちじく



ジンジャー

抹茶あずき

チョコ



Soy & World Inc. 2014

事業コンセプト

➤ ビジネスモデル

