

ブラジル Brasil

在日ブラジル商業会議所の情報機関誌・BOLETIM OFICIAL DA CCBJ
EDIÇÃO 17 第17号 - Julho 2014年07月・www.ccbj.jp

Nissan, novas fronteiras no Brasil

日産ブラジルで
新領域開拓



Carlos Ghosn, CEO Mundial da Nissan
カルロス ゴーン社長兼最高経営責任者 (CEO)
日産自動車株式会社 (NISSAN MOTOR CO.,LTD.)

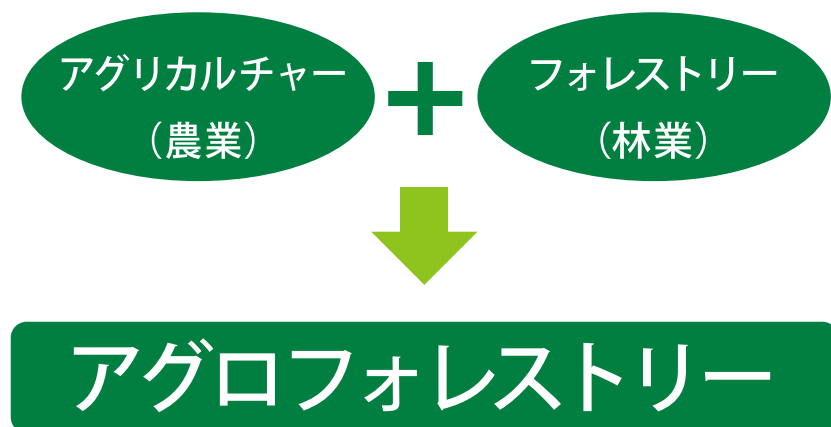


Câmara de Comércio Brasileira no Japão

在日ブラジル商業会議所



アグロフォレストリーとは

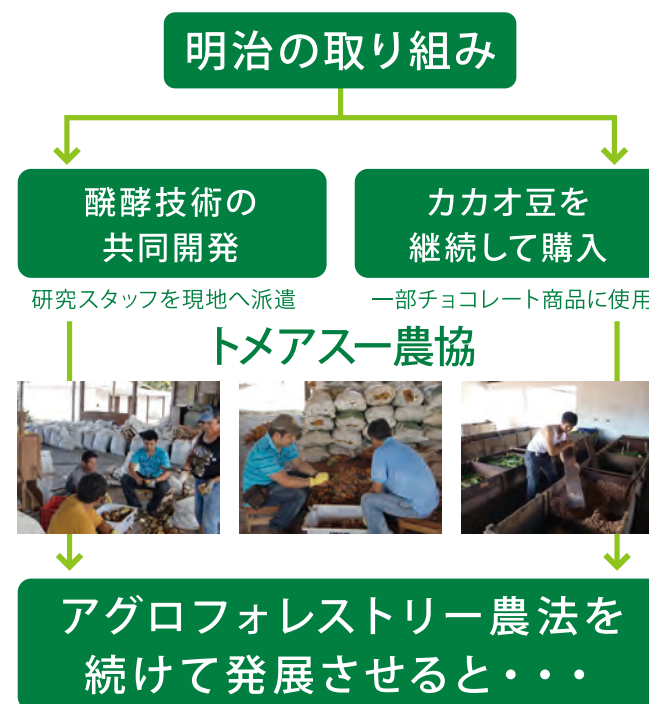


アグロフォレストリーとは「森をつくる農業」と呼ばれています。この農法は1929年にブラジルのアマゾンに移り住んだ日本人の子孫の方々により、この地域でのアグロフォレストリーが始まりました。アマゾンではこれまで、森林を切り開いて畑を作り、収穫が終わると次の土地を切り開くという方法で農地を作っており、森林は失われていく一方でした。

そこで、一ヶ所の土地に収穫時期の異なる農林産物を植える、アグロフォレストリーを採用したところ、その土地に常に森林が生い茂っている状態を作ることができ、アマゾン本来の森林に近い環境を作ることが出来ました。このアグロフォレストリー農法はここ数年、地球規模の環境対策の一つとして世界中から注目されています。



明治の取り組み



森林再生を助ける
CO₂ (二酸化炭素) が減る

多くの種類の生物が
生きられる環境を作る

トメアスー農協との取り組み

トメアスー農協 (CAMTA) とカカオ豆の購入に関する契約を結び、日系ブラジル人が中心となって取り組んでいるアグロフォレストリー農法を応援し続けて、アマゾンの森林再生の助けとなるような取り組みをしていきます。

トメアスー農協 (CAMTA) とは

トメアスーとは、アマゾン河口の港町ベレンから南へ200km内陸へ入った、アマゾン東部にある人口約50,000人の町です。

1929年に日本人移民が入植・開拓し、現在では郊外にアグロフォレストリーの農場群があります。現在約200戸の日系人を中心に形成され、約6,500ヘクタールの農地で100種類を超える植物が栽培されています。



トメアスーの位置



アグロフォレストリー農法によるトメアスーのカカオ豆使用商品



Vale. Para um

MUNDO

com novos valores.

O mundo está mudando. Hoje, respeito e equilíbrio são tão fundamentais para o progresso quanto os minérios e suas aplicações. O único desenvolvimento viável é aquele que é realmente sustentável. Nós acreditamos nisso. Investimos em novas tecnologias, na preservação do meio ambiente e no desenvolvimento das comunidades onde atuamos. Sabemos que temos um longo caminho pela frente. Mas, com diálogo e buscando soluções de consenso, acreditamos que juntos poderemos alcançar um futuro melhor.

ヴァーレ

世界に新たな価値を

世の中は常に変化を続けています。今、資源開発を進めるには、持続可能な方法を模索することが不可欠であり、周囲とのバランス、そして環境問題等、様々な配慮が必要です。ヴァーレは、持続可能な資源開発の実現を目指し、技術開発、環境保全、地域コミュニティの発展に力を入れています。沢山の課題がありますが、それらを一つ一つ解決し、より良い未来へ向けて、ヴァーレは、世界に新たな価値を提供していきたいと思っています。

Brasil

Câmara de Comércio Brasileira no Japão 在日ブラジル商業会議所

Gestão 2013/2014
一般社団法人在日ブラジル商業会議所 2013/2014期

Diretor Presidente 代表理事（会頭）

Marcos Turini | Vale
マルコス・トゥリーニ | ヴァーレ

Vice-presidente Financeiro 財務副代表理事

João Paulo Poppi | Banco do Brasil S/A
ジョン・パウロ・ポピ | ブラジル銀行

Vice-Presidentes 副代表理事

Roberto Goto | Nippon Fruit Juice
後藤恵介 | 日本フルーツ・ジュース(株)

Arthur Muranaga | IPC World, Inc.
村永 アルツール | (株) アイピーシー・ワールド

Frank Murai
WEG Eletric Motors Japan
邑井勇
ウェグエレクトリックモーターズジャパン株式会社

Lio Macedo | BRF
リオ・マセード | ビーアールエフ・ブラジルフーズ

Hebert Gomide | Caixa Econômica Federal
ハバート・レイス・ゴミジ・フィリオ | CAIXAブラジル
連邦貯蓄銀行

Celso Guiotoko | Nissan Motor Company
行徳 セルソ | 日産自動車株式会社

Diretor-Superintendente 専務理事

Hiroyuki Shimizu
清水裕幸

Auditores 監事

Yoshihiro Kaburagi | Banco Itaú Unibanco
蕨木義廣 | イタウ・ユニバンコ銀行

Núcleo Regional Tokai 東海エリア委員会

Claudenir da Silva Oliveira | Banco do Brasil
クラウデニール・ダ・シルバ・オリベイラ
ブラジル銀行浜松支店

Núcleo Regional Kansai 関西エリア委員会

Mika Tanaka | Florazul
田中美果 | フローラズール

Núcleo Regional Kita Kanto 北関東エリア委員会

Nelson Saito | Kowa
斉藤ネルソン | (株) 晃和

Núcleo Regional Minami Kanto 南関東エリア委員会

Vitor Narita | Nichiyu International
成田ヴィトール
(株) 日友インターナショナル

Comitê de Novos Associados 新会員委員会

Mario Makuda | Promotion Brasil
幕田真理男 | プロモーション・ブラジル

Tony Prado | Toluai Trading
トニー・ブラド | トルアイトレーディング有限会社

Comitê de Trading 貿易委員会

Jorge Imai | Imai Group
今井譲治 | 株式会社イマイ

Consultor 顧問

Kotaro Horisaka | Sofia University
堀坂浩太郎 | 上智大学

Secretaria Geral 事務局

Sanae Teramoto | Comunicativo
寺本 早苗 | 有限会社コミュニケーション

REVISTA BRASIL『ブラジル』
一般社団法人在日ブラジル商業会議所の情報
機関誌

EDIÇÃO | 出版社
Media Brazil | メディア・ブラジル

Diretora Editorial | ディレクター 編集長
Neide Hayama

Colaboração de Redação | 取材
Carla Olivo , Makino Oshiro, Masaharu Nanami,
Osny Arashiro e Takeshi Taniguchi

Arte | アート・ディレクター
Fabiana Ikeda

Tradução | 翻訳
Revista Brasil

Impressão e distribuição - 印刷・配達
Synergy Holdings



Tiragem | 部数
5.000 exemplares | 5,000部

Câmara de Comércio Brasileira no Japão
一般社団法人在日ブラジル商業会議所
〒107-0061
Tokyo-to, Minato-ku, Kitaaooyama 1-4-1
Rangee Aoyama 507
Tel: (03) 6447-2833 • Fax: (03) 6447-2834
e-mail: adm@ccbj.jp

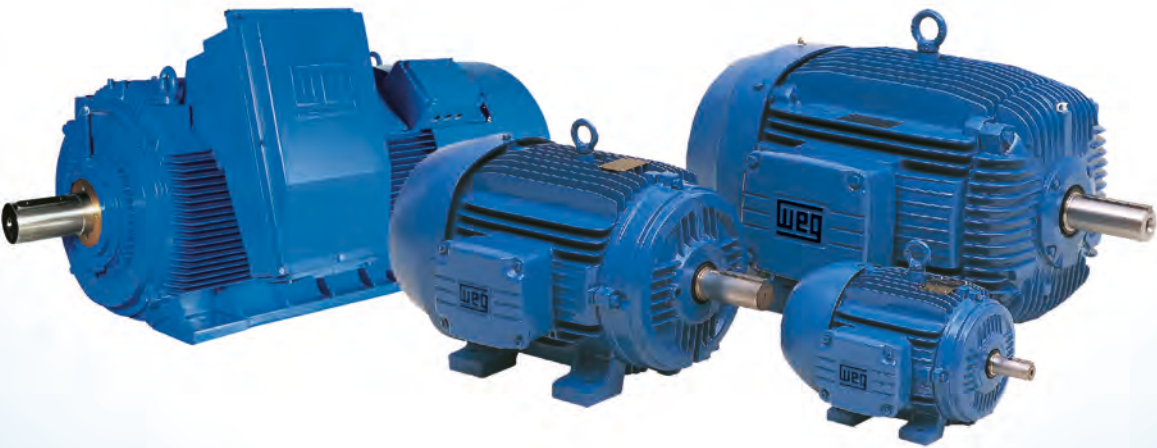
A Revista Brasil é uma publicação da Câmara de Comércio Brasileira no Japão. É permitida a reprodução do conteúdo total ou parcial desta publicação de forma jornalística, desde que citada a fonte.
ヘビスタ・ブラジルは一般社団法人在日ブラジル商業会議所が発行する出版物です。報道目的での利用に限り、出典の明記を条件として掲載内容の引用・転載を許可します。

www.weg.net



20 YEARS PRESENCE
IN JAPAN, CONTRIBUTION
PRESERVING THE
ENVIRONMENT AND
NATURAL RESOURCES

20年にわたり日本の環境・自然資源の保全に貢献



ウェグエレクトリックモーターズジャパン株式会社
〒220-0011神奈川県横浜市西区高島2-19-12 横浜スカイビル20階
TEL: 045-550-3030 | E-mail: info-jp@weg.net

BRASIL EM DESTAQUE 注目を集めるブラジル

Prezados Leitores,

O Brasil vem recebendo investimentos importantes no setor industrial. Nessa edição, temos a entrevista com o CEO Mundial da Nissan, o brasileiro Carlos Ghosn, que traça uma perspectiva otimista do setor automobilístico brasileiro. A Nissan inaugurou a fábrica no Rio de Janeiro recentemente e trouxe know-how japonês para essa nova unidade.

A Copa do Mundo também transforma em verde e amarelo alguns pontos do Japão, como a Embaixada do Brasil. A Câmara de Comércio Brasileira no Japão está apoiando essa iniciativa denominada Pavilhão Futebol 2014. Durante toda a Copa, o público poderá participar gratuitamente de diversos eventos na Embaixada conforme entrevista concedida pelo Embaixador André Corrêa do Lago à Revista Brasil. (<http://divulgoquio.wix.com/pavilhao>)

Para finalizar, gostaria de convidar a todos para participar do nosso IX Festival Brasil, que acontecerá nos dias 19 e 20 de julho, no Parque Yoyogi, em Tóquio. Será mais uma festa celebrando a harmonia e promovendo a confraternização entre brasileiros, japoneses e estrangeiros de diversas nacionalidades, com música, comidas típicas e muita alegria. E mais uma vez obrigado a todos pelo prestígio na Festa do Brasil Nagoya.

Boa leitura!
Obrigado.

読者の皆様

ブラジルは産業部門で重要な投資を受け入れてきています。今号では、ブラジルの自動車産業の見通しは明るいと語る日産自動車社長でブラジル生まれのカルロス・ゴーン氏のインタビューをお届けします。日産は先ごろリオデジャネイロに生産工場を新設し、日本式ノウハウをこの新工場に持ち込んでいます。

ワールドカップの開幕で、日本各地にブラジルカラーの緑と黄色で彩られたスポットが登場しています。その一つが駐日ブラジル大使館に設置されたサッカーパビリオン2014。

この事業は在日ブラジル商業会議所も後援しています。アンドレ・コヘアー・ド・ラゴ駐日ブラジル大使が小誌インタビューでもおっしゃられている通り、大使館では大会期間中に様々な無料イベントが開催されます。(<http://divulgoquio.wix.com/pavilhao>)

最後になりますが、7月19日、20日の両日に東京・代々木公園で第9回ブラジルフェスティバルを開催いたしますので、是非皆様お越しください。今回もまたブラジル音楽や料理とともに日本人とブラジル人、その他の国々の人々の共生を讃え親睦を深める賑やかな祭典となることでしょう。そしてここで改めて名古屋ブラジルフェスタにご来場くださった皆様にお礼申し上げます。

それでは今号もお楽しみください。

Marcos Turini - Presidente da CCBJ
マルコス・トゥリーニ CCBJ会頭



ブラジル旅行、 ブラジル出張の事なら おまかせください！



ワールドカップ オリンピック
時代は **ブラジル**！

ブラジルビザ代行申請
観光、短期商用、駐在員、TV撮影、
労働ビザ等はお任せください！

南米行き格安チケット
エコノミー、ビジネスクラス、アメリカ経由、中東経由、
ヨーロッパ経由 幅広い商品を取り扱っております！

現地手配
ホテル、日本語ガイド、車両、WiFi、送迎等
ブラジルのことなら何でも手配可能です！

PASSAGENS AÉREAS PACOTES TURÍSTICOS VIAGENS A NEGÓCIOS

VISTO BRASILEIRO PARA JAPONESES

Turista, negócios, trabalho...
Tramitamos qualquer tipo de visto nos
Consulados do Brasil no Japão

PASSAGENS AÉREAS

Trabalhamos com as melhores companhias aéreas
Tarifas promocionais em classe executiva ou econômica

OUTROS SERVIÇOS NO BRASIL

Hotel, guias em japonês, visitas técnicas, carros, WiFi, etc.
Podemos providenciar qualquer tipo de serviço
necessário no Brasil



(株)アルファインテル南米交流
ALFAINTER TRAVEL INC.

TEL: 03-5473-0541 FAX: 03-5473-0540

〒105-0004 東京都港区新橋 3-8-6 大新ビル 3 階

<http://alfainter.co.jp> e-mail: info@alfainter.co.jp

アルファインテル公式 Facebook ページの「いいね！」ボタンを
押してお得情報を GET したり、プレゼント企画などに参加しよう！

facebook.com/Alfainter





Carlos Ghosn, CEO Mundial da Nissan
カルロス ゴーン社長兼最高経営責任者(CEO)
日産自動車株式会社 (NISSAN MOTOR CO.,LTD.)

Foto de capa: Masato Shibata

- 52 Amazonas oferece benefícios para impostos federais e estaduais
連邦・州で各種税制優遇
- 54 Incentivos fiscais para investimentos na Bahia
バイーア州の投資優遇策
- 56 Interculturalização e parceria comercial
・異文化理解と業務提携
- 58 Dicas de mercado de trabalho para jovens
就職市場について若者向けに講演
- 72 O que é a CCBJ
・CCBJについて
- 79 CCBJ News
- 80 Empresas associadas
・法人会員リスト
- 82 Como se associar
・会員になるには

BRASIL

Uma publicação da Câmara de Comércio Brasileira no Japão
• Edição 17 • 2014
一般社団法人 在日ブラジル商業会議所の情報機関誌
第17号 - 2014年

ÍNDICE | 目次

8 CARTA DO PRESIDENTE 会頭からのメッセージ
BRASIL EM DESTAQUE
注目を集めるブラジル

12 CAPA 表紙
NISSAN, NOVA FASE NO BRASIL
日産、ブラジルで新局面

18 ENTREVISTA インタビュー
REFORÇO NO BRASIL
CONTEMPORÂNEO
ブラジルの今の姿を伝える

22 CULTURA 文化
PAVILHÃO FUTEBOL NA
EMBAIXADA
駐日ブラジル大使館に
W杯の特設パビリオン

26 INVESTIMENTO 投資
BOOM JAPONÊS NO NORDESTE
日本企業のブラジル北東部進出ブーム

32 CCBJ
GOAL TO BRASIL

34 CCBJ
CARNE BRASILEIRA NÃO USA
HORMÔNIO
ブラジル産の肉はホルモン剤不使用

36 EVENTO イベント
CARNE SUÍNA BRASILEIRA
EM ALTA
注目度高まるブラジル産豚肉

42 EVENTO イベント
MEIJI PRODUZ CHOCOLATE
COM CACAU BRASILEIRO
ブラジル産のカカオ豆でチョコレートを作る明治

44 CASE DE SUCESSO 成功事例
CCBJ PRESTA ASSESSORIA
PARA NEGÓCIOS ENTRE BRASIL
E JAPÃO
CCBJ ブラジル・日本間のビジネス
向けコンサルティングサービスを提供

46 JAPÃO 日本
BRASIL, UM DOS PREFERIDOS
PARA INVESTIMENTOS
ESTRANGEIROS
JBI Cの海外直接投資アンケートー
ブラジル6位を維持

48 ECONOMIA 経済
BRASIL, QUARTO MAIOR
MERCADO DE VEÍCULOS
ブラジル、世界4位の自動車販売市場

50 ASSOCIADO 会員
COPA DO MUNDO E OLIMPÍADAS
PROMOVEM INTERCÂMBIO
NIPO-BRASILEIRO
W杯・五輪で日伯交流拡大

62 PROJETO EDUCAR 教育プロジェクト
ESCOLAS BRASILEIRAS
PRECISAM CUMPRIR NOVAS
REGRAS DO GOVERNO
在外ブラジル人学校に政府の新基準適用

67 NECESSIDADE DE APOIO
EDUCATIVO
義務教育枠を超えた教育支援
の必要性

68 FESTIVAL フェスティバル
FESTA DO BRASIL NAGOYA
イベントに沸く名古屋

74 SAÚDE 健康
TESTES GENÉTICOS PARA
PREVENÇÃO DE DOENÇAS
遺伝子検査で病気予防

76 ARTIGO 意見
A PARTIR DA VISÃO DAS PEQUENAS
E MÉDIAS EMPRESAS DO BRASIL
ブラジルの中小企業という視点

ブラジル国債

(ブラジル・グローバル・レアル債)

Federative Republic of Brazil

10.25%Global BRL Bonds due 2028
Payable in U.S. dollars

発行体: ブラジル連邦共和国
格 付: Baa2(※Moody's),BBB-(※S&P),BBB(※FITCH)
発行形態: グローバル・レアル債(EURO・US市場)
上 場: ルクセンブルグ・フランクフルト
利 率: 10.25%(30/360)ショート・ターム・クーポン
外貨建て利回り(課税前): 8.520%(2014年6月9日現在)
利 払: 年2回(1月10日および7月10日)
償還日: 2028年1月10日
購入単位: 5万ブラジル・レアル単位

購入に際しましては、「円貨」もしくは「米ドル」のどちらでも
お支払いできます。

参考販売金額

5万ブラジル・レアルご購入の場合
米ドルでの購入 26,796.88ドル
円貨での購入 2,761,686円

※上記の参考販売金額は2014年6月9日時点での金額です。
債券単価: 113.75
為替: 1ドル=2,203.2ブラジル・レアル、1ドル=103.06円

取引価格、為替は日々変動しておりますので、ご購入の際には当社担
当者までご確認のうえ、お申し込みください。

ブラジル・グローバル・レアル債の魅力

① 利子所得に対する税制優遇

ブラジル政府は、非居住者が保有する国債の利子に課税していません。さらに、日本とブラジルの租税条約に基づき、『みなし外国税額控除』が適用さ
れ、ブラジルで20%課税済みとみなされます。

② 金融取引税の対象外

グローバル債券のため、ブラジル国内への証券投資に課せられる金融取引税(LOF)の対象外となります。

③ 途中売却の譲渡所得は非課税

債券は譲渡所得が非課税です。償還前に売却した場合には、譲渡益が出ていても税金はかかりません。また、為替益についても課税されません。※※

ご投資にあたっての留意点(リスク等)

★本表示は債券の発行に関する情報をお知らせするものです。
お申し込みの際は、必ず「契約締結前交付書面」、「外国証券内容説明書」の内容をご確
認・ご理解いただいた上で、お客さまご自身の判断でお申し込みください。

リスクについて

◎ 価格変動リスク: 途中売却の場合には、売却時の債券市況や金利水準等により債券の
売却価格が変動し、損失を被ることがあります。◎ 金利リスク: 金利の上昇等による債券
価格の下落により、損失を被ることがあります。◎ 為替変動リスク: 為替相場(円貨と外貨
の交換比率)の変動により、円貨によるお受取金額は増減し、損失を被ることがあります。
◎ 流動性リスク: 市場環境の変化により、流動性(換金性)が著しく低くなった場合、売却
することができない可能性があります。◎ 発行者の信用リスク: 発行者の経営・財務状況
の変化およびそれに関する外部評価の変化等により、元本や利息の支払能力(信用
度)が変化し、損失を被ることがあります。一般に、格付が低いほど支払不能が生じるリス
クの程度はより高くなるといえます。◎ カントリー・リスク: 通貨当事国の政治情勢等の影
響を受け、損失を被ることがあります。

手数料料など諸費用について

◎ 外貨建て債券を募集・売出し等により、または当社との相対取引により購入する場合
は、購入対価のみをお支払いいただきます。◎ 外貨建て債券の売買、償還等にあたり、円貨
と外貨を交換する際には、外国為替市場の動向をふまえて当社が決定した為替レートに
よるものとします。

お取引にあたっての注意事項

◎ 外貨建て債券のお取引は、クーリング・オフの対象にはなりません。(外貨建て債券の

お取引に関しては、金融商品取引法第37条の6の規定の適用はありません。)◎ 外貨建
て債券のお取引は、主に募集・売出等や当社が直接の相手方となる等の方法により行い
ます。◎ 「外国証券取引口座」の開設が必要になります。◎ 本債券をお申し込みの際は、
投資確認書が必要になります。◎ 本債券の利息および元本とも、利払日および償還日の
3営業日前の、ブラジル中央銀行発表の対米ドル平均為替レート(PTAX)によりドルで
支払われます。◎ 満期時における償還差益は雑所得として総合課税の対象となります。

格付に関する注意事項

◎ 「※」印の格付会社は「無登録格付業者」となりますので、当該銘柄は「無登録格付」と
なります。詳細は「無登録格付に関する説明書」をご覧ください。

※※ 2016年1月からの税制改正に関するご注意
◎ 2016年(平成28年)1月1日より金融所得課税の一体化の拡充(公社債(一部を除く。)
の利子、譲渡益及び償還益の課税方式が申告分離課税となり、公社債の利子、譲渡損益
及び償還損益について、公募公社債投資信託の収益分配金、譲渡損益及び償還損益並
びに上場株式等の配当等及び譲渡損益との損益通算が可能となる)等の実施が予定さ
れています。また、税制に関しては本資料を作成した時点のものであり、今後も税制が変
更される可能性があります。

本債券の購入にあたってのお申し込み、お問い合わせは、極東証券の本・支店までお願
いいたします。また、弊社ホームページからもお問い合わせが可能です。
ホームページアドレス: <http://www.kyokuto-sec.co.jp/>
お問い合わせの際には、「ブラジル商業会議所の情報機関誌」をご覧ください。



大切な資産を育てるお手伝い

極東証券

商号等／ 極東証券株式会社 金融商品取引業者 関東財務局長(金商)第65号
加入協会／ 日本証券業協会 一般社団法人第二種金融商品取引業協会

Nissan, nova fase no Brasil

日産、ブラジルで新局面

CEO Mundial da Nissan, o brasileiro Carlos Ghosn, considera importante o mercado de automóveis do Brasil

ブラジル生まれの日産自動車社長カルロス・ゴーン氏はブラジルの自動車市場を重要視

Por Neide Hayama

Com a inauguração do Complexo Industrial em Resende, no Rio de Janeiro, no dia 15 de abril, a Nissan marca uma nova fase no Brasil. A empresa espera atingir 5% de participação no mercado brasileiro até 2016. No ano de 2013, a empresa alcançou o percentual de 2,2% no País.

Em entrevista exclusiva à **Revista Brasil**, no escritório da Nissan em Yokohama, o CEO Mundial da empresa, o brasileiro Carlos Ghosn, disse que o mercado brasileiro é considerado importante por possuir cerca de 200 carros por mil habitantes, com possibilidade de crescimento. No Japão, ele citou que a empresa está competindo para ser a segunda marca no país. Confira a entrevista a seguir.

Revista Brasil - Como o senhor analisa o mercado brasileiro de automóveis?

CEO Mundial da Nissan, Carlos Ghosn - O desenvolvimento do mercado brasileiro de automóveis não está sendo muito bom a curto prazo. Todos estavam esperando um crescimento maior, mas isso não aconteceu. O mercado estava em fase de consolidação, nem de declínio e nem de desenvolvimento. A longo prazo, porém, a previsão é boa. Nos últimos anos, o mercado se desenvolveu, chegando a mais de 3,5 milhões em 2013, o que significa 200 carros por mil habitantes. Esse resultado é melhor que o da China e Índia e no mesmo patamar da Rússia. O número de carros por habitante está se desenvolvendo muito bem, mas o potencial do País é maior

記事: 羽山ネイデ

日産自動車は4月15日、リオデジャネイロ州レゼンデに建設した新生産工場の開所式を行い、ブラジルで新たな局面を迎えた。同社は2016年までにブラジル国内の市場シェア5%達成を目指している。2013年のブラジル国内シェアは2.2%だった。

日産自動車の社長兼最高経営者(CEO)であるブラジル生まれのカルロス・ゴーン氏は、横浜にある同社の本社で小誌ヘビスタ・ブラジルの単独インタビューに応じ、人口千人あたりの自動車保有台数が現在約200台というブラジルは重要な市場と見られていると述べた。また日本では日産自動車は日本国内2位のブランドの座を争うメーカーであるとも語った。インタビューの内容は以下の通り。

ヘビスタ・ブラジル(以下RB)ー ブラジルの自動車マーケットをどうぞ覧になれますか。

日産自動車CEOカルロス・ゴーン氏 - 短期的には、ブラジルの自動車市場はそれほど成長していない。より大きな成長が期待されていたものの、そうはならなかった。実際には市場は発展でも衰退でもなく、強化の時期にあった。しかし、長期的な見通しは明るい。ここ数年で自動車市場は発展を遂げ、2013年の販売台数は350万台、1,000人当たりの保有台数は200台となっている。中国やインドを上回っており、ロシアと同レベルだ。人口一人当たりの自動車保有台数は順調に伸びているが、ブラジルの潜在能力はそのさらに上をいくものだ。その意味では、ここ数年の発展ぶりはやや期待はずれだったが、今後の潜在的成長力に対する信頼を揺るがすものではない。ブラジル市場のポテンシャルを引き出す起爆剤となる措置が打ち出されることを期待している。短期的には慎重に見ているが、長期的には楽観している。

力強い経済成長なしには、自動車市場の発展はあ



Foto: Masato Shibata

CEO Carlos Ghosn: “Não há dúvida que o Brasil vai crescer novamente e o mercado automobilístico também.”
カルロス・ゴーンCEO:「ブラジルとブラジルの自動車市場が再び成長することに疑問の余地はない」

do que isso. Então, há um pouco de decepção com a evolução dos últimos dois anos, mas isso não significa que não acreditamos no potencial de desenvolvimento no futuro. Estamos esperando medidas que vão deslanchar novamente o potencial do mercado brasileiro. Estou otimista a longo prazo, mesmo que cauteloso a curto prazo.

Se não tem desenvolvimento econômico forte, não tem evolução do mercado de carros. Então, há uma correlação imediata entre a taxa de crescimento do País e a taxa de crescimento do mercado automobilístico. Se a taxa é baixa, não haverá desenvolvimento de carros forte.

Para mim isso não questiona nosso investimento no Brasil. É

uma questão de velocidade do desenvolvimento do mercado brasileiro. Não há dúvida sobre o fato de que o Brasil vai crescer novamente e o mercado automobilístico também vai. Porque existem 200 carros por mil habitantes no Brasil e 500 carros por mil habitantes em Portugal e na Espanha, na Europa. Não há razão de imaginar o Brasil abaixo desse patamar. A única questão é quanto tempo vai demorar para o País chegar a 500 carros por mil habitantes, o que vai gerar aceleração no mercado brasileiro.

RB - Qual é o diferencial oferecido pela Nissan para o brasileiro?

Ghosn - A Nissan traz para o

りえない。ブラジルの経済成長率と自動車市場の成長率の間には直接的な相関関係がある。経済成長率が低ければ、自動車市場の力強い成長もないだろう。私にとっては、それは我々のブラジルへの投資に疑問を呈するものではない。問題はブラジル市場の成長スピードだ。ブラジルが再び成長し、それに伴って自動車市場も成長することについては疑いの余地はない。ブラジルの1,000人当たりの自動車保有台数は200台だが、ポルトガルやスペイン、ヨーロッパでは1,000人当たり500台だ。ブラジルがこの水準以下にとどまると考える理由はない。ただブラジルで1,000人当たり500台が達成されるまでにどのくらい時間がかかるかが問題で、それによって市場の加速化が起きる。

RB - ブラジル人にとって日産の他社との相違点はどこなところでしょうか。

ゴーン氏 - 日産というブランドが持ついくつかのメリットをブラジル市場に導入する。「今までなかったワクワクを(Innovation that excites)」のブランドメッセージが示すように、競争力のある価格、強く丈夫な商品、技術革新、商品の革新、わくわ



Complexo Industrial da Nissan em Resende, Rio de Janeiro
リオデジャネイロ州レゼンデに開設された新生産工場

Fotos: Divulgação

mercado brasileiro algumas vantagens representadas pela marca. A marca Nissan significa “Innovation that excites”. Isso tudo a um preço competitivo, qualidade forte e robusteza do produto. Inovação técnica, inovação do produto, excitação, com drive performance da Nissan, qualidade de primeiro nível como todas as marcas japonesas. Isso que queremos introduzir no Brasil. Realmente a reação diante da marca é boa. Estamos estabelecendo um sistema de abastecimento do mercado brasileiro mais eficiente do que contamos até hoje, quando tínhamos uma pequena produção. A maioria dos produtos era importada do México e vamos mudar para produção nacional, com a inauguração da fábrica em Resende (RJ), que aconteceu no dia 15 de abril, com pequena parcela de importação complementar de carros.

RB - Como foi a decisão de montar uma fábrica no Brasil?

Ghosn - Essa é uma decisão natural, única, porque quando você quer se desenvolver no Brasil não pode ter uma estratégia de importar carros. Mas deve ser uma estratégia de estabelecimento em solo nacional. A única dúvida era onde a fábrica iria ser implantada. Decidimos pelo Rio de Janeiro porque o governo do Estado entendeu nosso projeto, fazendo uma proposta para a implantação da Nissan muito competitiva. Também achamos que o desenvolvimento do Rio de Janeiro nos últimos anos é positivo e acreditamos que isso vai continuar no futuro. A escolha do Rio de Janeiro foi racional. Acredito que foi uma boa escolha. Mas somente

o futuro vai dizer se foi uma boa decisão. Temos que olhar daqui a 10 anos qual vai ser a performance da Nissan.

RB - O que essa fábrica do Brasil vai servir de modelo em nível mundial?

Ghosn - Essa fábrica é muito moderna, com as últimas práticas que temos em nível mundial. Vai ser uma fábrica muito produtiva. Tem tudo para ser uma das melhores fábricas da Nissan. Isso no papel. Contamos com o desempenho de todos para que a performance real fique no melhor nível da Nissan.

RB - Como o senhor analisa o mercado japonês de automóveis?

Ghosn - O mercado japonês está se desenvolvendo com minicarros, com evolução forte. Também há tendência de comprar carros com pouco consumo de gasolina e muito environmentally friendly vehicles com zero emissão de poluentes. Essa tendência vai continuar. Mas a curto prazo tem turbulência causada pelo fato do governo japonês ter aumentado a taxa de consumo, o que significa que a demanda foi alta artificialmente em 2013, mas vai cair em 2014. Todo mundo comprou antes do aumento da taxa. É um mercado muito técnico, onde a inovação tecnológica, consumo e preocupação com o meio ambiente são importantes. Todas as montadoras japonesas estão competindo para ter uma contribuição para o mercado japonês forte. Somos a segunda maior montadora japonesa no mundo. Estamos competindo para sermos a segunda marca no Japão.

くするようなドライブパフォーマンス、日本のメーカーすべての特徴でもある最高の品質など、これらすべてをブラジルに伝えたいと考えている。実際に日産ブランドへの反応は好意的なものだ。生産規模が小さかったこれまでと比べ、より効率性の高い供給体制を整えているところだ。以前は製品の大半をメキシコから輸入していたが、今後はリオデジャネイロ州レゼンデに4月15日に開設した新工場を中心にブラジル国内生産に移行し、海外からの輸入は縮小し補足的なものにしていく。

RB - ブラジルに工場を開設する決断はどのように下されたのですか。

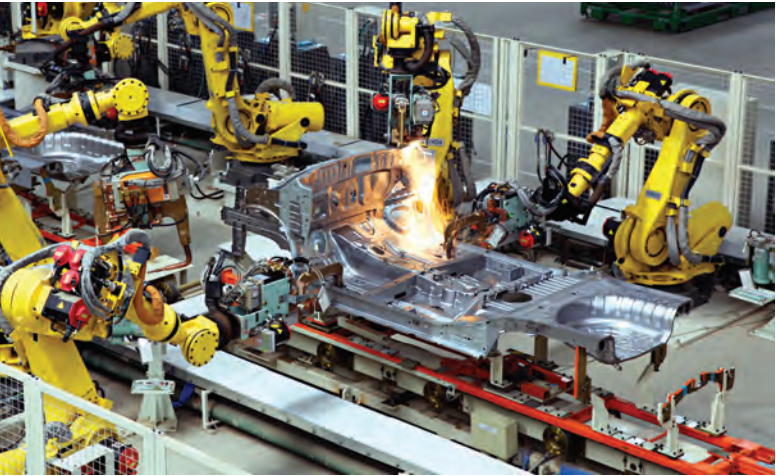
ゴーン氏 - ほかの選択肢は考えられない当然の決断だった。なぜかというと、ブラジルで成長するためには自動車を輸入するのではなく、国内に生産拠点を設立する戦略をとるべきだからだ。問題はどこに工場を開設するか、それだけだった。リオデジャネイロに決めたのは、州政府が我々のプロジェクトに理解を示し、非常に魅力的な提案してくれたからだ。また我々はここ数年のリオデジャネイロの成長も有利な要素であり、今後も継続すると判断した。リオデジャネイロ進出は合理的な選択だった。良い選択をしたと信じているが、本当に良かったのかどうかは後になってみないとわからない。10年後の日産の業績がどうなっているかを見なければ。

RB - ブラジルの新工場が世界の手本となれるような点はどんなところですか。

ゴーン氏 - 新工場は世界レベルでも最先端の技術を含む最新設備の整った工場だ。非常に生産性の高い工場となるだろう。日産の中でも有数の優れた生産工場になる要素を備えている。ただしそれは計画上の話で、今後実際の業績を日産最高レベルに押し上げていくため、従業員全員の頑張りに期待したい。

RB - 日本の自動車市場についてはどうご覧になりますか。

ゴーン氏 - 日本市場は軽自動車の目覚ましい進化によって成長してきている。また燃費性能の良い車や環境に優しいゼロ・エミッション車が好まれており、この傾向は今後も継続するだろう。ただし、短期的には、日本政府が消費税増税にふみきった影響で、2013年は増税前の駆け込み需要があったが今年は需要が下がるという乱高下が起きる。自動車市場は、技術革新や燃費、環境性能が重要性



Nova fábrica no Brasil
ブラジルの新工場

RB - O Nissan Leaf já vendeu mais de 100 mil unidades no mundo desde 2010. Como está o projeto de comercialização do modelo Leaf (carro com emissão zero) no mundo? E no Brasil mais especificamente? Quais os desafios para aumentar as vendas?

Ghosn - O Leaf não será vendido no Brasil porque não tem incentivo no País para comercializar carro elétrico. O carro elétrico é viável para o País, mas não há interesse por parte do governo brasileiro de facilitar a introdução desse modelo. Em outros países como Estados Unidos, Japão e China há medidas claras, indicando interesse do governo no carro elétrico, com regulamentação, incentivo fiscal e desenvolvimento de infraestrutura elétrica. O Brasil não tem nada disso. Assim nenhuma empresa vai introduzir carro elétrico no País. O Leaf é o carro

elétrico mais vendido no mundo e ultrapassamos 110 mil carros comercializados. Temos aceleração das vendas de carros elétricos nos Estados Unidos, no Japão e na Europa. Há alguns países emergentes que estão adotando carros elétricos como Butão e Equador. É um carro importante para a Nissan porque o número de veículos vendidos começa a ficar significativo. É uma tecnologia sobre controle e achamos que ela responde a muitas preocupações com a preservação do meio ambiente, particularmente em cidades como as da China, onde há muita poluição. O Leaf resolve muitos desses problemas.

RB - Em novembro de 2013, a Nissan realizou o primeiro teste de carro sem motorista em ruas no Japão. Qual a estratégia da Nissan para o Japão?

Ghosn - Carro autônomo é uma

を持つ専門性の高い市場だ。日本の自動車メーカーはどこも競い合って日本市場の強化に貢献しようとしている。日産は日本で2番目に大きい世界的な日本の自動車メーカーだ。またブランド価値でも国内2位を目指している。

RB - 日産リーフは2010年の発売以来、販売台数は10万台を超えています。リーフ(ゼロ・エミッション車)の世界販売計画の現状、特にブラジルでの販売予定をお教えてください。また販売拡大のための課題についてもお聞かせください。

ゴーン氏 - 電気自動車販売への優遇政策がないブラジルではリーフが販売されることはない。電気自動車はブラジルでも有望な商品だが、ブラジル政府がその導入に積極的でない。アメリカや日本、中国では、電気自動車向けの関連法規、税優遇措置、インフラ整備を含む明確な対策が採られており、政府の電気自動車への関心の高さを示している。ブラジルにはこのような対策が何もない。これではどこの企業もブラジルに電気自動車を導入しようなどとは思わない。リーフは世界で一番売れている電気自動車で、販売台数は11万台を突破した。欧米や日本では電気自動車の売行きは加速している。また新興国の中にも、ブータンやエクアドルのように電気自動車の導入を進めている国もある。販売台数がかなり増えてきており、日産にとって重要な車だ。電気自動車は大気汚染防止技術であり、中国の都市のように深刻な汚染があるところでは、環境保全についての様々な懸念に対応できると考えている。リーフはこうした多くの問題を解決できる。

RB - 日産は2013年に日本国内の公道で初の無人運転実験を行いました。今後の日本向けの戦略についてお話しください。

ゴーン氏 - 自動運転はオプション機能として自動車に付け足すものだ。自動運転車は様々な技術の集合体だ。個々の技術はすでに今の車に搭載されているものだ。日産の完全自動運転車は2020年の発売を予定している。我々は自動運転車のマス・マーケティングを最初に行う企業の一つとなるはずだ。日産は自動車産業の最先端にいる。自動運転車には大きな発展の余地があり、今後需要が力強く伸びてくると確信している。排出ガスを出さないゼロ・エミッション電気自動車、自動運転車、通信機能を搭載したコネクティッド・カーの3つが今後の技術発展が向かう方向となる。この3つの方向から未来の車を想像することができる。

adição de tecnologia que você coloca no carro. São muitas peças de tecnologia que se juntam para fazer o carro autônomo. Essas peças estão sendo introduzidas em nossos carros hoje. Agora, o carro totalmente autônomo da Nissan chega ao mercado em 2020. Deveremos ser um dos primeiros a fazer mass marketing de carro autônomo. A Nissan está na dianteira da indústria automobilística. Temos muito desenvolvimento na perspectiva de carros autônomos. Acreditamos que haverá demanda forte para esse tipo de carro. Carro elétrico com zero emissão de poluentes, carro autônomo e carro conectado são as três direções de desenvolvimento técnico. Com essas três direções, pode-se imaginar o carro do futuro.

RB - Como o senhor acredita que a Internet vai interagir com o carro do futuro?

Ghosn - Os carros do futuro terão Internet. O carro conectado autônomo significa que você vai poder fazer videoconferência ou trabalhar sem precisar dirigir. Assim poderá acessar a Internet e fazer muito trabalho produtivo. Essa é a evolução do futuro. A Internet também serve para as pessoas comprarem carros hoje. Muitos consumidores chegam ao

showroom sabendo mais sobre o carro do que o vendedor. Isto porque já verificaram as informações técnicas, consumo, preço, etc. Quando chegam ao showroom, vão para ver o carro, fazer test drive, perguntar sobre o pós venda, por exemplo. A Internet tem influência sobre como você compra um automóvel hoje e também vai ficar ligado com o carro conectado.

RB - Qual é o balanço da empresa em vendas de veículos no mundo, no Japão e no Brasil? E faturamento e lucro em 2013?

Ghosn - Em 2013, foram 5,2 milhões de carros vendidos no mundo. Já no Japão foram 608 mil unidades vendidas, o que corresponde a 9,1% acima do ano anterior. No Brasil foram 78 mil unidades comercializadas, com uma participação de mercado de 2,2%.

Para 2014, o número vai cair no Japão porque o mercado vai cair. A previsão da indústria automobilística japonesa é que o mercado em 2014 vai ficar 15% abaixo de 2013. Já no Brasil vamos ter crescimento significativo assim como em nível mundial porque temos muitas fábricas entrando em operação neste ano, com investimentos nos últimos dois anos.

RB - Internetと未来の自動車の相互作用はどのようになると考えますか。

ゴーン氏 - 未来の自動車はインターネットに接続できるようになる。自動運転のコネクテッド・カーなら、運転する必要がなくビデオ会議や仕事ができるようになる。インターネットにアクセスして生産的な仕事をたくさんこなすことが可能になるだろう。これが未来の進化だ。インターネットは現在では自動車の購入にも利用されている。消費者の多くは営業担当者よりもはるかに車に詳しくなってショールームにやってくる。技術面の情報や燃費、値段などはインターネットで事前に調べた上で、実物の確認や試乗、アフターサービスについての質問をすることを目的にショールームに行くのだ。現在インターネットは自動車の購入方法に影響を与えており、コネクテッド・カーになると自動車はインターネットに常時接続されるようになる。

RB - 世界と日本、ブラジルでの日産の販売実績、また2013年の売上高と利益をお教えてください。

ゴーン氏 - 2013年の世界市場での販売台数は520万台だった。日本では前年比9.1%増となる60万8,000台。ブラジルの販売台数は7万8,000台で、国内シェアは2.2%だった。2014年には日本市場の縮小に伴って日本国内の売上も減少する。日本の自動車産業の予想では、今年の国内市場の売上は昨年比で15%減少すると見込まれている。ブラジル市場では世界市場同様、ここ2年間の投資で設置された多くの工場が稼働する今年、かなりの成長が期待できる。

RB - 在日ブラジル人経営者に対してゴーン社長などのようなアドバイスをなされますか。

ゴーン氏 - 一つ目のアドバイスはイノベーション。どんなビジネス分野であれ、日本の消費者はイノベーションを非常に好む。つまり、自分の事業で業界にイノベーションを起こそうとする経営者は消

リオデジャネイロの日産自動車生産工場

投資額 26億レアル(15億ドル)

年間生産能力 車両20万台、エンジン20万基

製品 新型「マーチ」および1.6L 16Vフレックス燃料エンジン

直接雇用 現在1,500名(将来的に2,000名の予定)

研修 全従業員がブラジル全国工業関係職業訓練機関(SENAI)でトレーニングを受け、そのうち300名以上は日本やメキシコ、米国、英国などの日産の工場です3か月間の研修を行った。

(Da esq. à dir.) Inauguração oficial da fábrica em Resende: François Dossa (Presidente da Nissan do Brasil), Luiz Fernando Pezão (Governador do Rio de Janeiro), Paulo Melo (deputado estadual), Carlos Ghosn (CEO Mundial da Nissan), José Valls (Chairman da Nissan da América Latina) e José Rechuan Júnior (Prefeito de Resende)
レゼンデ工場の開所式:(写真左から)ブラジル日産のフランソワ・ドッサ社長、リオデジャネイロ州のルイス・フェルナンド・ペゾン知事、パウロ・メロ州議会議員、日産自動車のカルロス・ゴーン社長、日産ラテンアメリカのホセ・バルス専務執行役員、レゼンデ市のジョゼ・ヘシュアン・ジュニオル市長

RB - Qual é o conselho do senhor aos empresários brasileiros radicados no Japão?

Ghosn - O primeiro conselho é inovação, porque qualquer que seja a área de atuação do negócio, o consumidor japonês gosta muito de inovação. Isso significa que se você tem um negócio que tenta inovar no ramo, vai encontrar eco positivo do consumidor japonês. Se você realmente quer desenvolver seu business, precisa ficar atento as necessidades novas e as tendências porque inovação permite no Japão superar a concorrência.

O segundo conselho seria usar o Japão como base para exportação porque a reputação japonesa

é muito boa no mundo inteiro.

RB - Mensagem.

Ghosn - A Câmara de Comércio é muito útil, muito importante na relação entre dois países, especialmente entre países como o Brasil e o Japão. Isto porque são dois países totalmente complementares, podendo se ajudar muito. Cada país tem um challenge diferente para o futuro, mas acho que o relacionamento histórico entre o Brasil e o Japão merece ser fortalecido nas áreas econômica, de intercâmbio, de investimento, de competências, de talentos, etc. A Câmara de Comércio pode ter uma missão de fortalecer esse intercâmbio entre os dois países.

Livro Cidadão do Mundo

O livro Cidadão do Mundo, escrito por Carlos Ghosn e Philippe Riès, conta as histórias familiar e profissional do brasileiro Carlos Ghosn, de família libanesa, com formação na França. Ele venceu barreiras para tirar a Nissan da dívida financeira na época. A seguir alguns trechos do livro com dicas para empresários:

...A dívida operacional atingia ¥ 2,1 trilhões. (Página 198)
“Foi um período de escuta intensa, não passiva, mas ativa.Devo ter me encontrado com mais de mil pessoas ao longo desses três meses.” (Página 200)
Carlos Ghosn vai constituir nove equipes transversais, que vão cobrir todo o campo da reforma. (Página 215)
“Eu tinha vontade de obter ao menos 20% em redução dos custos de compras. Isso representava um belo esforço, e ficamos nisso.” (Página 219)
“Nas fábricas, estávamos com 50% de utilização da capacidade. Concluímos pelo fechamento de cinco fábricas porque isso criava a estrutura industrial que nos parecia mais racional.” (Página 221)
“Eu estava pronto para discutir sobre tudo, mas não aceitaria nada que colocasse em risco o reerguimento. ...O fato de que não houve resistência no interior da empresa ajudou muito.” (Página 224)
“Temos uma política muito elaborada de relações com o acionista da Nissan e com o acionista potencial.” (Página 260)
“Nada resiste ao desempenho. É o que faz a vida das empresas.” (Página 261)



費者から好反応を得ることになるだろう。日本ではイノベーションによって競争に打ち勝つことができるので、本気で自分のビジネスを成長させたいならば、新しいニーズやトレンドに注意を払う必要がある。二つ目のアドバイスは、世界中で評価の高い日本を輸出基地として利用することだ。

RB - メッセージをお願いします。

ゴーン氏 - 在日ブラジル商業会議所は、ブラジルと日本の二国間にとって非常に有意義かつ重要な意味を持つ。それは両国が互いに補い合い、助け合うことができる関係にあるからだ。両国の将来に向けた課題はそれぞれ異なるが、ブラジルと日本の歴史的なつながりは、経済や交流、投資、能力、人材などの面で今後さらに強化されるべきだと思う。こうした両国間の交流強化が商工会議所のひとつの使命となるだろう。

書籍「カルロス・ゴーン経営を語る」

カルロス・ゴーンとフィリップ・リエスの共著 " CITOYEN DU MONDE "(邦題「カルロス・ゴーン経営を語る」)には、レバノン系ブラジル人でフランスで教育を受けたカルロス・ゴーンの家族や仕事にまつわるエピソードが語られている。ゴーン氏は日産社長として当時経営難に陥っていた会社を救うため様々な問題乗り越えた。同書には次のような経営者に役立つ文章が載っている。

負債額が2.1兆円。に達していた頃(198ページ)
「徹底して人の話を聞く時期だった。受動的ではなく能動的に。その時期の3年間で1000人以上の人に会ったはずだ」(200ページ)
カルロス・ゴーンは改革の全分野をカバーする9つの横割りチームをつくる(215ページ)
「購買費を少なくとも20%はカットしたいと考えていた。それは多大な努力を要したが達成できた」(219ページ)
「工場では生産能力の50%しか使用していなかった。我々にとってより合理的だと思われる生産体制を構築するために5つの工場閉鎖に踏み切った」(221ページ)
「私は何事に関しても議論する覚悟ができていたが、会社の再生を危うくするものは何であれ受け入れる気はなかった。社内に抵抗勢力がなかったという事実も大いに助けになった。」(224ページ)
「我々は日産の株主や潜在的株主との関係について綿密な方針を持っている」(260ページ)
「実行にかなうものはない。それこそが会社の命だ」(261ページ)

Reforço no Brasil contemporâneo ブラジルの今の姿を伝える

Novo Embaixador do Brasil, André Corrêa do Lago, vai promover atividades para divulgar mais os avanços científicos e tecnológicos do Brasil no Japão
アンドレ コヘーア・ド・ラーゴ新駐日大使は
ブラジルの科学技術の進歩について日本で
一層の周知に取り組む

Por Neide Hayama

Trabalhar para mudar a percepção dos japoneses em relação ao Brasil. Essa é uma das metas do novo Embaixador do Brasil no Japão, André Corrêa do Lago, que assumiu a Embaixada no final de 2013. Economista e diplomata desde 1983, o Embaixador considera importante que se divulgue mais os avanços brasileiros em áreas como ciência e tecnologia. Ele concedeu entrevista exclusiva à **Revista Brasil**. Acompanhe a seguir.

Revista Brasil – Como o senhor vê a relação comercial entre o Brasil e o Japão atualmente?

Embaixador André Corrêa do Lago – Nós temos uma relação comercial já muito madura. No entanto, essa relação pode ser mais dinâmica, intensa e, sobretudo, contemporânea. É uma relação que está baseada numa percepção dos nossos países que ficou um pouco parada no tempo, ou seja, o Brasil como fornecedor de matéria-prima e o Japão como fornecedor de produtos sofisticados. O mundo evoluiu muito nesse período. Acho que poderíamos encontrar novas dimensões para essa relação. A nossa relação comercial é esmagadoramente de produtos de base, de commodities. Eu espero que cada vez mais as indústrias japonesa e brasileira se integrem para a con-

記事: 羽山ネイデ

日本人が持つブラジルに対するイメージの改革に取り組むこと。これは2013年末に駐日ブラジル大使に就任したアンドレ・コヘーア・ド・ラーゴ氏が掲げる目標のひとつだ。経済学部卒で1983年に外交官としてのキャリアをスタートした同氏は、ブラジルの科学技術分野の進歩をより広く周知させることが重要だと考えている。大使はヘビスタ・ブラジルの単独インタビューに応じ、次のように語った。

ヘビスタ・ブラジル(以下RB) – ブラジルと日本の貿易関係をどうご覧になられますか。

アンドレ・コヘーア・ド・ラーゴ大使 – ブラジルと日本は成熟した貿易関係を築いているが、よりダイナミックで、緊密な、そして何よりも今の時代に即した関係にすることが可能だ。現状では未だに「原料の供給者としてのブラジル」と「高性能製品の供給者として日本」という両国についてのやや時代遅れのイメージに基づいた関係のままだ。世界はこの間に大きく進歩しており、こうした関係にも新たな展開を見出すことができるだろうと考えている。両国間の貿易は、原材料などコモディティ依存度が圧倒的に高い。今後、日本とブラジルのより多くの企業がより現代的な製品の生産分野で協力することを期待している。今後の投資は、伝統的経済よりも近代的な経済により深く関わることを求めるブラジルの意向と日本の技術革新を活用することを目的として行うべき考える。

RB – 昨年はブラジルのサンタカタリーナ州産豚肉の日本への輸入が解禁されました。ブラジルから日本へさらなる商品の輸出を増やすためにはどうすればよいのでしょうか。

fecção de produtos mais modernos. Os investimentos deveriam ser no sentido de aproveitar o desenvolvimento tecnológico do Japão e a vontade do Brasil de ter um papel mais ligado a uma economia mais moderna do que a uma economia mais tradicional.

RB – No ano passado, houve a abertura do mercado japonês para a carne suína do Estado de Santa Catarina. Quais os caminhos para o Brasil aumentar a exportação de mais produtos ao Japão?

Embaixador – Acredito que a abertura do mercado japonês para a carne suína do Estado de Santa Catarina foi um marco importante porque confirma o quanto o Brasil é um fornecedor confiável de produtos alimentícios. Espero que isso seja um prenúncio para a entrada de outros produtos como, por exemplo, a carne bovina. O Japão é um mercado importante, pois é o país desenvolvido que mais importa alimentos no mundo. Nós sabemos que é necessário enfrentar diversas questões técnicas para a liberação da carne bovina, mas acredito que vamos conseguir superar isso. A carne bovina brasileira tem boa aceitação no mercado europeu. É uma carne extraordinária. Nós sabemos que nossos amigos japoneses gostam da nossa carne, pois, quando viajam ao Brasil, geralmente vão em uma churrascaria. A questão é tomarmos todas as medidas para que as barreiras sanitárias possam ser derrubadas.

RB – O ano de 2014 será um ano importante para o Brasil com a realização da Copa do Mundo. É um ano de oportunidades para Japão

e Brasil fortalecerem seus laços de amizade e negócios?

Embaixador – A realização da Copa do Mundo no Brasil vai aumentar muito a visibilidade do País, pois vai proporcionar a entrada de milhares jornalistas estrangeiros. São jornalistas que normalmente não dedicam tanto tempo ao Brasil, mas que vão estar cobrindo os jogos e, entre um jogo e outro, vão cobrir as coisas que estarão vendo no País.

A Copa vai dar muita exposição à diversidade do Brasil, pois vai acontecer também em cidades fora do eixo Rio de Janeiro – São Paulo. Será uma oportunidade para mostrar a variedade de nossas regiões, nossas tradições. Isso tudo aumenta o conhecimento sobre o Brasil no Japão, e a gente sabe que na relação bilateral, quanto mais a gente se conhece, melhor a gente se entende. O número de japoneses que irão ver a Copa no Brasil não é muito grande, mas vai ser uma oportunidade grande para os brasileiros mostrarem o carinho que têm pelos japoneses.

RB – Quais as oportunidades e caminhos para os pequenos e médios empresários brasileiros no Japão hoje?

Embaixador – Acredito que o perfil do brasileiro no Japão mudou muito nos últimos anos. Há uma nova geração de brasileiros no Japão, e isso traz muitas oportunidades, não apenas pelo tamanho da comunidade, apesar de que esteja diminuindo, mas sobretudo porque o empresário brasileiro no Japão pode desenvolver ideias que serão úteis para sua atuação no mercado brasilei-

大使 – サンタカタリーナ州産豚肉の日本への輸入解禁は、ブラジルが信頼すべき食品供給者として日本から認められたことを示しており、画期的な出来事だ。これを皮切りに、牛肉をはじめとする他の商品の輸入も解禁されることを期待している。牛肉の輸入解禁には様々な技術的課題があると承知しているが、我々はそうした課題を乗り越えられると信じている。ブラジル産の牛肉はヨーロッパで好評を得ている。肉の品質は素晴らしい。日本の方たちもブラジルへ旅行をするとシュラスコ料理店に行かれる人は多く、ブラジル産の肉は気に入られているようだ。衛生面での壁を取りはらうために必要な全ての対策を講じることが大切だ。

RB – ワールドカップイヤーである2014年は、ブラジルにとって重要な年です。日本とブラジルにとって、今年は両国の友好関係や貿易を強化する上で良い機会になるとお考えですか？

大使 – ワールドカップ開催で大勢の外国人ジャーナリストがブラジルを訪れ、ブラジルの注目度はますます高まるだろう。普段はブラジルについてそれほど長い時間を費やすことのないジャーナリストたちが、試合の取材を行い、その合間にはブラジル国内で目にする出来事についても報道することになる。

また、リオデジャネイロとサンパウロという2大都市以外の会場でも試合が行われることから、ワールドカップによってブラジルの多様性が大きく取り上げられるものと見込まれる。ブラジルの多様な伝統文化や様々な地域を紹介する良い機会だ。これらすべては日本でのブラジルの認知度向上につながる。二国間関係においては、お互いに相手をよりよく知るほど相互理解が深まるということは周知の事実だ。

RB – 日本のブラジル人中小企業経営者にはどのようなビジネスチャンスや進路があるとお考えですか？

大使 – ここ数年で在日ブラジル人像是大きく変わったと見ている。新しい世代のブラジル人の存在が、様々なビジネスチャンスをもたらしている。ブラジル人コミュニティは現在縮小しつつあるが、そうしたチャンスはコミュニティの規模によってもたらされるものではなく、在日ブラジル人経営者がブラジル人マーケットのみならず国際市場における事業展開にも有効なアイデアを練ることで生まれるものだ。CCBJは日本在住のブラジル人が先進市場である日本の市場にあるチャンスを最大限活用できるように手助けする活動を行っているということで、非常に感心している。ブラジルでも最近顕著になってきた高齢化や購買力のある消費者層の存在といった点に関しても、日本は以前から同じような経験をしてきている。ブラジル人のライフスタイルは魅力的であり、もっと広め

ro e mesmo no mercado internacional. Fico muito impressionado com o trabalho da Câmara, no sentido de ajudar os brasileiros no Japão a aproveitarem ao máximo a oportunidade de estarem expostos a esse mercado já tão avançado como é o mercado japonês. O Japão tem experiência com características que estão aparecendo no Brasil somente agora, relacionadas ao envelhecimento da população, à existência de uma população com acesso maior ao consumo, entre outras coisas.

Acho que podemos avançar na divulgação do life style do brasileiro, que é atraente. Para terem produtos e empresas atrativos, os países precisam de personalidade. O Brasil tem uma personalidade muito característica, composta de elementos como música, futebol, praia, alegria, etc. Por isso, o life style pode ser promovido em torno do modo de vida informal, acolhedor, generoso, passando pela originalidade do trabalho e empenho que vão fazer com que os produtos brasileiros sejam cada vez mais atraentes no Japão. E o inverso também é verdadeiro, porque o life style japonês, caracterizado pelo design maravilhoso, pelo minimalismo e pela qualidade extrema, tem impacto positivo no Brasil.

RB - Como o senhor vê a questão da educação dos brasileiros no Japão (educação do ensino fundamental até o ensino médio)?

Embaixador - Eu entendo que existem circunstâncias muito diferentes dependendo do jovem. Há mais de 40 mil jovens com menos de 19 anos no Japão. É um número muito impressionante.

Temos que concentrar os esforços em mostrar a esses jovens as oportunidades que se abrem para eles por estarem no Japão, tanto se eles ficarem no Japão quanto se voltarem para o Brasil. O quão proveitoso isso pode ser para a vida profissional deles. É um desafio grande. Sabemos que muitos dos jovens são matriculados em escolas japonesas, com intenção de viver no Japão no longo prazo. Outros não se adaptam ao ensino japonês e nem falam japonês em casa. O esforço do governo brasileiro, nesse sentido, foi de apoiar as escolas brasileiras no Japão, muitas delas, inclusive, reconhecidas pelo Ministério da Educação, para facilitar a transição dos jovens que retornarem definitivamente ao Brasil.

Mas nós temos que mostrar as oportunidades que se abrem ao jovem que está exposto à vida no Japão, que tem acesso a cursos, a estética, a informações que podem ser usados no Brasil no setor comercial ou no setor tecnológico e científico, por exemplo.

O programa Ciências Sem Fronteiras, do Governo Federal, está trazendo universitários para estudarem no Japão. É um esforço enorme. Será um grande avanço se os jovens brasileiros que já estão no Japão puderem entender e aproveitar as vantagens que isso lhes traz.

RB - Como o senhor vê as possibilidades de cooperação da CCBJ com a Embaixada?

Embaixador - A CCBJ vem auxiliando a Embaixada enormemente. Os objetivos da Embaixada e da CCBJ são os mesmos: queremos aumentar a presença e

teiqueito e considerando. 魅力ある商品や企業を持つ国となるためには、国としての個性が必要だ。ブラジルには音楽、サッカー、ビーチ、陽気さといった特徴からなるブラジルらしさがある。だからこそ、堅苦しくない生き方や、温かく包容力のある点、日本でのブラジル製品の魅力向上にも役立つであろう独創性や根気強さといったブラジル人の特徴を活かし、ブラジルのライフスタイルをもっとアピールできる。逆もまたしかりで、高いデザイン性や、シンプルさ、究極の高品質といった特徴をあわせ持った日本のライフスタイルもまたブラジルに好影響を及ぼすものだ。

RB - 在日ブラジル人の子供たちの教育(小中学校から高校まで)については、どうぞ覧になられていますか。

大使 - 子供によってその置かれている状況が大きく異なると理解している。日本には4万人以上のブラジル人の未成年青少年が居住している。これは随分と大きな数だ。彼らに対して、日本に残るにしてもブラジルへ帰るにしても、いずれの場合でも、日本に住んでいるからこそ開けるチャンスを示していくことに集中して取り組む必要がある。それは彼らの社会人生活にとって非常に有益なものとなる。大変な挑戦ではある。ブラジル子弟の多くは、日本に長期間滞在するつもりで日本の学校に在籍しているが、一方で日本の教育に適応できず、家でも日本語を話さない子たちもいると聞いている。こうした面での対策としてブラジル政府は、帰国する子供たちの本国の学校への転入を円滑にするため、多くはブラジル教育省の認可を受けた学校も多い日本のブラジル人学校に対して支援を行ってきた。

しかし我々はまた、日本の生活に親しみ、ブラジルのコマース分野や科学技術の分野などでも活用できる各種講座や日本の美学、情報に通じた若者に向けて開かれているチャンスも示さなければならない。

連邦政府の「国境なき科学」プログラムでは、ブラジルから日本の大学へ留学生を派遣しており、そのために多大な努力を注いでいる。すでに日本で生活しているブラジル人の若者たちが、日本在住であることのメリットを理解した上で活用できれば、それは大きな前進となるだろう。

RB - CCBJと大使館の間ではどのような協力の可能性があるとお考えですか？

大使 - 大使館はこれまでもCCBJから多大な支援を受けてきた。大使館とCCBJは、日本におけるブラジルの存在感向上やイメージアップを目指すという共通の目的を持っている。大使館は日本政府との関係における公的な役割を担うだけでなく、経営者向けの支援も行っており、その点ではCCBJは非常に近い存在だ。大使館はCCBJと日本の行政機関をつなぐ手助けをすることができし、CCBJは大使館の活動の方向性や方針を決める

a percepção de qualidade do Brasil no Japão. A Embaixada tem a dimensão formal da relação com o governo japonês, mas também dá apoio aos empresários, e nisso se aproxima muito da Câmara. A Embaixada pode apoiar a Câmara junto às autoridades japonesas e a Câmara pode nos dar acesso a um tipo de informação que é muito importante para a Embaixada, para ajudar a dirigir nossa atuação e nossas políticas. Tem sido muito útil poder conversar com os membros da Câmara, conhecer suas experiências e entender suas prioridades.

Eu quero que a Embaixada promova atividades com conotação cultural, no sentido de mudar a percepção do Brasil por parte dos japoneses. Para ajudar a divulgar aspectos positivos do Brasil pouco conhecidos aqui, como os avanços científicos, as ideias originais como a urna eletrônica, o Bus Rapid Transit, o papel da mulher no Brasil, os centros culturais e o pensamento brasileiro. Gostaria que os jovens que não viveram no Brasil também tivessem acesso a tudo isso.

Pretendo trabalhar muito com a Câmara com projetos de divulgação desse life style, que eu acredito que vai aumentar o interesse japonês por produtos brasileiros. Se os japoneses tiverem conhecimento de que no Brasil há cientistas, há grandes universidades, há inovação, para eles parecerá mais natural uma relação em que a ciência e tecnologia sejam acentuadas, ao invés de uma relação centrada nas commodities. Acho que precisamos tornar mais contemporânea essa visão que os japoneses têm do Brasil.

RB - Em 2015, o Tratado de Amizade, Comércio e Navegação entre o Japão e o Brasil completa 120 anos. Está prevista alguma comemoração?

Embaixador - Temos uma sequência de três anos marcantes, em 2014 teremos a Copa do Mundo, seguida do aniversário de 120 anos do Tratado de Amizade, em 2015, e as Olimpíadas no Rio em 2016. Estas serão particularmente relacionadas com o Japão porque Tóquio vai ser sucessora do Rio de Janeiro. Isso tudo vai gerar oportunidades para uma maior exposição do Brasil. Estamos desenvolvendo um projeto de longo prazo para os próximos três anos, com atividades que espero que tenham impacto positivo sobre a percepção do Brasil.

RB - Mensagem final.

Embaixador - O trabalho que já foi feito de aproximação entre Japão e Brasil é extraordinário. Muita gente, inclusive, acha que nós já atingimos um nível suficiente e que deveríamos estar satisfeitos. Mas quanto mais eu ouço os empresários japoneses e brasileiros, mais eu sinto que ainda há espaço para melhorar muito. As relações entre Brasil e Japão não têm nenhum obstáculo, exceto a distância. O Brasil já conseguiu, inclusive, mostrar que, apesar da distância, consegue ser competitivo. Não há conflitos geopolíticos e os objetivos no cenário internacional são muito semelhantes. Com todas essas facilidades, com toda a amizade que existe entre os dois países e entre os dois povos, eu acredito que podemos abrir ainda muito mais portas, e é nessa direção que eu espero trabalhar intensamente junto com a Câmara.

上で重要な情報へのアクセスという面で我々をサポートすることができる。

CCBJの会員の対話を通して彼らの経験を聞かせてもらい、それぞれが優先する事柄を理解することは非常に有意義な経験となっている。大使館としては、日本人の抱くブラジルのイメージを変えるために文化的な意味のある活動を行っていかればと考えている。日本ではあまり知られていないブラジルの長所である科学の進歩、電子投票システムやバス高速輸送システムのような独創的アイデア、ブラジル女性の役割、カルチャーセンター、文化の中心地、ブラジルの思考の周知に努めたい。またブラジルで暮らしたことのないブラジル人の若者もこうした活動の対象としていきたい。今後はCCBJと協力してブラジルのライフスタイルを広めるプロジェクトを行っていくつもりだ。そうすることで、ブラジル製品に対する日本人の関心が高まると信じている。日本人にブラジルに科学者や立派な大学があり技術革新が進められていることを知ってもらえれば、原料中心の関係ではなく科学技術に重きを置いた関係がより自然なものに見えるようになるだろう。日本人のブラジルに対する見方をより現代的なものにする必要があると考えている。

RB - 2015年は日伯修好通商航海条約締結120周年にあたりますが、祝典行事を行う予定はありますか？

大使 - 2014年のワールドカップ、2015年の日伯修好条約締結120周年、そして2016年のリオ五輪と、3年連続で特筆すべき年を迎えることになる。特にリオの次には東京でオリンピックが開催されるということで、日本とは特別な縁がある。それら全てがブラジルの露出機会を拡大することになる。我々は今後3年間で、ブラジルのイメージにプラスの影響を与えると期待される活動を含む長期プロジェクトを立案中だ。

RB - 最後にメッセージをお願いします。

大使 - 日本とブラジルの関係緊密化のためにこれまで行われたきた取り組みは素晴らしいものだ。すでに充分なレベルに達しており、その結果に満足すべきだと考える人も大勢いる。しかし、日本やブラジルの経営者の方たちの話を聞けば聞くほど、まだまだ改善の余地があると感じる。日伯関係に関しては、二国間の距離的な遠さ以外には障壁となるような問題は何もない。そしてブラジルは、遠く離れていても競争力を持つことができることをすでに証明している。地政学的な衝突もなく、国際舞台における両国の目的は類似している。こうした好都合な状況や両国間と、両国民の間に築かれてきた友好関係を考慮すると、まだまだ多くの道が開けると信じている。そのためにもCCBJと緊密に協力していきたいと考えている。

Pavilhão Futebol na Embaixada 駐日ブラジル大使館に W杯の特設パビリオン

Projetado pelo arquiteto Shigeru Ban, o local tem atividades gratuitas durante toda a Copa do Mundo

坂茂氏が設計を手がけた会場ではワールドカップ期間中様々な無料イベントが行われる

Por Makino Oshiro

Curtir as emoções da Copa do Mundo Brasil 2014 no Japão. Essa é a ideia do pavilhão especial montado em frente à Embaixada do Brasil no Japão para realizar vários eventos com futebol, música e comida típicas durante a Copa, que começou no dia 12 de julho. O pavilhão foi projetado pelo renomado arquiteto japonês Shigeru Ban e construído de material à base de papelão que é ecologicamente amigável. A obra cria uma bela harmonia com o prédio da Embaixada, projetado por Ruy Otake, proporcionando um espaço com clima de amizade

entre o Brasil e o Japão.

Antes da abertura ao público, o embaixador André Corrêa do Lago e Shigeru Ban concederam uma entrevista coletiva para apresentar o pavilhão no dia 11 de junho. “Não havia outro candidato mais adequado do que ele (para o projeto)”, ressaltou o embaixador, lembrando que Ban ganhou este ano o prêmio Pritzker, o Nobel da Arquitetura, além de mostrar muita preocupação com problemas ambientais do Brasil.

O pavilhão tem 3 metros de altura e 120 metros quadrados. Toda a estrutura, incluindo colunas, é feita de tubos de papelão recicla-

記事: 大城麻木乃

サッカー・ワールドカップ(W杯)ブラジル大会の感動を日本でも味わおう。駐日ブラジル大使館は6月12日に開幕するW杯の開催期間中、大使館前に特設パビリオンを設置し、ブラジルのサッカーや音楽、食事などの文化が楽しめるイベントを行う。パビリオンは日本の著名な建築家、坂茂(ばん・しげる)氏が紙でできた環境にやさしい建材で建設。ブラジル人建築家、ルイ・オオタケ氏が設計した大使館の建物と見事に調和し、両国の友好ムードを醸し出す空間になっている。

一般公開に先立ち、駐日ブラジル大使館のアンドレ・コヘア・ド・ラーゴ大使と坂茂氏は6月11日、特設パビリオンお披露目の記者会見を開いた。アンドレ大使は坂氏が今年「建築界のノーベル

do. “Trabalho com o desenvolvimento desses tubos de papelão há 25 anos. É um material barato, fácil de produzir e ainda por cima ecológico”, salientou Ban. Como o evento se coincide com a temporada de chuva, os tubos foram impermeabilizados para manter resistência mesmo em caso de chuvas intensas. O arquiteto disse que a montagem do pavilhão contou com ajuda das crianças brasileiras de Ibaraki. “É tão fácil que até crianças conseguem montar”, frisou. As cadeiras utilizadas no local também são feitas de papelão. Elas foram projetadas e produzidas por estudantes da Universidade de Arte e Design de Quioto, na qual o arquiteto leciona. “As cadeiras foram feitas com participação de várias pessoas como estudantes e crianças”, disse Ban.

O pavilhão é aberto ao público das 10h às 17h. Além do café brasileiro, são servidos suco, caipirinha, pão de queijo e outros tipos de pães. O local promove ainda eventos como show da cantora Lisa Ono, exibição do documentário Vinícius, e talk show com

賞」と称される米ブリツカー賞を受賞したことやブラジルの環境問題に高い関心を示している点に触れ「(依頼に値する)候補者は坂さん以外にいなかった」と強調した。

パビリオンは高さ3メートル、広さは120平方メートル。柱などの骨組みはすべて再生紙を丸めた紙の管が使われた。坂氏は「紙管は私が25年間開発してきたもの。安くて簡単につくれ、環境にもやさしい」とアピールした。梅雨の時期だけに、紙管の表面にウレタンの防水加工を施し、激しい雨でも強度を保てるよう工夫された。坂氏は組み立てる際に茨城県の日系ブラジル人の子どもたちが協力したことを明かし、「子どもでも作れるほど簡単だ」と力説した。またパビリオン内で使われるイスも紙でできており、これは坂氏が教鞭をとる京都造形芸術大学の学生がデザインと製作を担い「子どもや学生など、いろいろな人が協力してつくられた」(坂氏)と語った。

パビリオンは午前10時から午後5時まで一般に開放される。ブラジル産コーヒーやジュース、カンピリーニャ、ボン・デ・ケイジョなどの菓子パンがサービスで振る舞われる。小野リサのボサノヴァ・ライブやドキュメンタリー映画『ヴィニシウス 愛とボサノヴァの日々』の上映が予定されるほか、7月には元日本代表の中田英寿氏がブラジルから駆け付け、



Pavilhão Futebol tem 3 metros de altura e área de 120 metros quadrados
パビリオンは高さが3メートル、広さは120平方メートル



株式会社 晃和
KOWA CO.,LTD.

*Sempre
com
você!*



RECRUTAMENTO PESSOAL

Emprego em várias
regiões do Japão

**AICHI • FUKUOKA
GUNMA • HYOGO
IBARAKI • TOCHIGI
SAITAMA • SHIGA**

www.kowa-corp.com

〒372-0054 Gunma-ken, Isesaki-shi, Yanagihara-cho 15

Tel: 0270-21-8155 Fax: 0270-21-8170



Shigeru Ban e o Embaixador André Corrêa do Lago
建築家、坂茂氏とアンドレ・コヘア・ド・ラゴ大使

presença do ex-jogador da seleção japonesa Hidetoshi Nakata em julho, quando ele retornar do Brasil. "Infelizmente, não será possível exibir todos os jogos no telão por causa do horário, que vai ser às 4h ou 5h da madrugada no Japão. Mas espero que os visitantes tenham momentos divertidos, conversando sobre o futebol e o Brasil", afirmou o embaixador.

Ainda na entrevista coletiva, jornalistas japoneses fizeram perguntas sobre problemas referentes à Copa. "Existem vários problemas. Mas com o pensamento positivo, o jeito alegre e a hospitalidade dos brasileiros, acredito que a Copa vai ser um grande sucesso", respondeu o embaixador ao ser indagado sobre o atraso das obras dos estádios. Quanto aos custos gigantescos de construção, ele explicou que as verbas para toda a Copa equivalem a um mês de orçamento para a educação. "Se os gastos são grandes ou pequenos, talvez haja divergência de opinião sobre essa questão.

Mas não foi um valor que afetaria a educação", opinou.

Amazônia

Além das questões referentes à Copa, foi feita apresentação dos trabalhos do arquiteto Ban na Amazônia, Brasil. O problema de expansão dos desmatamentos na Amazônia se agravou ainda mais, com queimadas ilegais que passaram a representar 75% da emissão de gás carbônico do Brasil.

O Ministério do Meio Ambiente reforçou o controle de desmatamento, apreendendo madeiras ilegais. Com essa medida, conseguiu reduzir em 80% a emissão de gás carbônico causado por desmatamento ilegal. Ban foi incumbido também pelo Ministério do Meio Ambiente de projetar o centro de visitação para ecoturismo feito dessas madeiras a serem construídos em várias partes da Amazônia. Espera-se que o arquiteto faça papel de catalisador para acelerar a colaboração nipo-brasileira nos problemas ambientais.

トーク・ライブを開く計画だ。アンドレ大使は「残念ながら試合時間が日本時間の午前4、5時のため、パブリックビューイングの形ですべての試合を観戦することはできないが、来場者がサッカーやブラジルについて語り合い、楽しい時間を過ごすことを願う」と話した。

このほか記者会見では日本人の記者からW杯に関する厳しい質問が投げかけられた。スタジアムの建設の遅れを指摘する声についてアンドレ大使は「確かに多くの問題がある。しかし、ブラジル人の前向きなものの考え方、ほがらかさ、何よりもおもてなしの心によって大成功にもっていけると信じている」と答えた。建設費が膨大すぎるとの指摘については「ワールドカップ全体の経費はブラジルの教育予算の1カ月分だ。使った金額が大きい小さいか、意見は割れるかもしれないが、教育に対し、大きな打撃を与える金額ではなかった」との認識を示した。

アマゾン

W杯のテーマ以外に記者会見では、坂氏のブラジル・アマゾンでの取り組みについて説明がなされた。ブラジルのアマゾンでは森林の違法伐採が横行し、ブラジルの二酸化炭素(CO2)排出量の75%を同地での違法伐採が占めるほど問題が深刻化した。ブラジル環境省は違法伐採の取締を強化し、摘発した業者の木材を没収。これにより、今では違法伐採でカウントされていたCO2排出量75%のうち、80%分を削減することに成功した。坂氏は、この没収された木材を使い、アマゾン各地にエコツーリズム用のビジターセンターをつくる構想の設計をブラジル環境省から依頼されている。坂氏が触媒となり、日本とブラジルが環境問題に協力して取り組む機運が高まることが期待されている。

Os patrocinadores do pavilhão são: Itaú, Mitsui & Co., Ltd., Fruta Fruta, CBMM, Câmara de Comércio Brasileira no Japão, Vale, Caixa e IPC World.

サッカーバピリオンはイタウ・ユニバンコ銀行、三井物産、フルッタフルッタ、CBMM、在日ブラジル商業会議所、ヴァーレ、CAIXA連邦貯蓄銀行、アイビーシー・ワールドが協賛。

www.kir.co.jp

ブラジル出張手配、スムーズに行えてますか？

業務ビザ、観光ビザの取得代行
格安ビジネスクラス航空券
このようなサービスをお求めの方へ
経験豊富なスタッフが旅のサポートをいたします。

ブラジルの魅力的な観光地、ご存知ですか？

レンソイス・マラニェンセス砂丘、イグアスの滝、
動物の宝庫パンタナールなど
ブラジル国内のオーダーメイドツアー手配の
お手伝いをいたします。

VOE COM TODO O CONFORTO
PASSAGENS AÉREAS NA CLASSE EXECUTIVA PARA O BRASIL

PASSAGENS DO BRASIL
TRAGA SEUS FAMILIARES PARA O JAPÃO



KAIGAI Tour



株式会社 海外移住旅行社
観光庁長官登録旅行業第1670号
日本旅行業協会JATA正会員
email: kir@kir.co.jp

東京本社
〒105-0003
東京都港区西新橋1-14-9 西新橋ビル3階
Tel: 03-3591-0401 Fax: 03-3501-8019

名古屋支店
〒460-0002
愛知県名古屋市中区丸の内1-9-11第40KTビル5階
Tel: 052-220-6428 Fax: 052-220-6427

BOOM JAPONÊS NO NORDESTE

日本企業のブラジル北東部進出ブーム

O desenvolvimento nordestino desperta o interesse de indústrias japonesas de diferentes setores

様々な分野の日本企業の注目集める北東部の経済発展

Por Carla Olivo

Com 55,8 milhões de habitantes e Produto Interno Bruto (PIB) per capita de R\$ 9,6 mil, segundo censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os estados do Nordeste brasileiro registram crescimento acima da média nacional. A economia em alta, alavancada principalmente por segmentos como indústria têxtil e de calçados, agricultura e fruticultura, turismo e serviços, garante maior poder de compra da população e atrai investimentos de novas empresas.

Segundo a Japan External Trade Organization (Jetro) São Paulo, organização vinculada ao Mi-

nistério da Economia, Comércio e Indústria do Japão, que atua com o objetivo de ampliar o intercâmbio, comercial e de investimentos com outros países, o notório desenvolvimento nordestino desperta o interesse de indústrias japonesas, principalmente dos setores de autopeças, construção naval e alimentos. Por conta disso, a empresa realizou a terceira missão de investidores japoneses no final de 2013, desta vez às empresas instaladas na Bahia.

“Para estreitar o relacionamento entre os investidores, em 2010 e no mês de março de 2013, fizemos missões ao Nordeste. Nesta última, 20 pessoas ligadas a vários setores, sendo que grande parte

記事: カルラ・オリヴィオ

ブラジル地理統計院 (IBGE) が行った 2010 年の国勢調査によると、ブラジル北東部諸州の総人口は 558 万人、一人当たりの GDP は 9600 レアルで、各州の成長率はブラジル全体の平均を上回った。繊維業や靴・履物産業、農業、果物生産、観光、サービス業などに牽引され好調な北東部経済は、地域住民の購買力を高めるだけでなく、新たな企業からの投資を呼び込んでいる。

経済産業省所管の独立行政法人で海外とのビジネスや投資拡大を目的とするジェトロ・日本貿易振興機構のサンパウロ事務所によると、近年目覚ましい経済発展を遂げた北東部は、自動車部品や造船、食品業者をはじめとする日本企業の関心を集めている。こうした中、ジェトロは今年 11 月 25 日から 27 日にかけて、日本から 3 回目となるブラジル投資ミッションを派遣しパイア州に進出

Dimensões da Região Nordeste

- **1.554.257 km²** de extensão territorial
- **3.300 km** de faixa litorânea
- **2ª região** mais populosa do País com
- **55,8 milhões** de habitantes

北東部の面積・人口データ

- 面積: **1.554.257 km²**
- 海岸線延長: **3.300**
- 人口: **5580 万人** (地方別人口国内 2 位)

Fonte: IBGE 出典: ブラジル地理統計院 (IBGE)

pertencia à indústria de máquinas e equipamentos, foram a Pernambuco, com o objetivo de obter informações sobre o processo de desenvolvimento de negócios no Brasil. Atualmente, elas estão estudando a possibilidade de investimentos nesta região”, conta Toshio Kii, diretor do Departamento de Pesquisa Econômica da Jetro São Paulo.

Segundo ele, o crescimento da economia e da classe média no Brasil e, principalmente no Nordeste, proporciona a entrada de empresas de origem japonesa. “Estes investidores têm inúmeras vantagens em participar do novo mercado nordestino, além de contribuir com a geração de emprego na Região”, completa.

autopeças (Yazaki e Bridgestone), e atualm na construção naval (IHI e Kawasaki Heavy Industries), entre outras”, completa Kii.

PIB

Infraestrutura portuária e fontes energéticas alternativas, como a energia solar e eólica, são aliadas deste potencial desenvolvimento que chama cada vez mais atenção, já que indicadores preveem a continuidade da tendência positiva de aumento da participação no PIB nacional, de elevação do PIB per capita e incremento do volume de investimentos direcionados a esta locomotiva brasileira.

O Nordeste atingiu 13,5% de participação no PIB nacional, o maior percentual da série iniciada em 1995 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O avanço dos Estados nordestinos entre 2002 e 2010 foi de 0,5 ponto percentual, inferior somente ao ganho da Região Norte (0,6 ponto percentual).

Na avaliação do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), todos os Estados nordestinos registraram crescimento de PIB per capita maior do que a média nacional. “Este resultado

した企業を視察する。

「投資家同士の結びつきを強めるため、2010 年と 2013 年の 3 月に北東部への視察を行った。3 月の視察では、ブラジル国内の事業展開に関する情報収集を目的として、機械設備関連産業の関係者ら 20 名がベルナンブーコ州を訪れた。視察に参加された方たちは、現在北東部への投資を検討中だ」と語るのはジェトロサンパウロ事務所の紀井寿雄調査担当ディレクター。

紀井氏は、ブラジル国内、特に北東部の経済成長と中間層の拡大が日本企業の進出を促している。「これらの企業は北東部の新興マーケットに参入することで様々なメリットを得る上、同地域の雇用創出にも貢献している。」

日本企業

ジェトロサンパウロ事務所によると、今後北東部への進出を予定している日本企業数は 10 社を下らないという。「ブラジルに進出する企業の主なターゲットは南東部だが、北東部への関心も高まってきている。飲料メーカーの麒麟、インスタント麺の日清味の素、自動車部品の矢崎やブリジストン、造船の IHI や川崎重工などがすでに北東部に進出を果たしている」と紀井氏は語る。

GDP

様々な経済指標が示している通り、北東部には引き続き GDP シェアの拡大、一人当たりの GDP や投資の増加が見込まれていることから、今後さらなる注

está de acordo com o processo de convergência que observamos no avanço da economia brasileira, com os mais pobres com tendência a crescer mais. Se projetarmos a taxa de crescimento do PIB per capita do Nordeste observada entre 2000-2010 (3,12% ao ano), levar-se-ia cerca de 50 anos para o PIB per capita do Nordeste atingir 75% do PIB per capita nacional. Isto é, apenas em 2060 o Nordeste atingiria 75% do PIB per capita nacional, se continuar com este ritmo de crescimento econômico. Isto significa que o processo de convergência tende a ocorrer de forma bem lenta”, afirma Guilherme Resende, coordenador de Estudos Regionais do Ipea.

Já as vendas do Nordeste ao comércio externo somaram US\$ 18,8 bilhões em 2011, quando as importações foram de US\$ 24,1 bilhões. O maior exportador é a Bahia, com US\$ 11 bilhões, segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). Os produtos que se destacam na pauta de exportação

tação nordestina são minério de ferro, carne de frango, café, alumínio, ferro liga, soja, milho, álcool etílico e laranja, importados principalmente por países como Estados Unidos, China, Holanda, Argentina e Alemanha.

A estrutura portuária contribui para elevar as exportações. O porto de Suape movimentou, até 2012, 11 milhões de toneladas e, nos próximos três anos deve chegar a 50 milhões de toneladas, enquanto que, no complexo industrial agregado à área portuária se instala um polo de empresas da cadeia do petróleo, gás offshore e naval. Já o Porto de Pecém, no Ceará, é o maior exportador de frutas e pescados do Brasil, transportando 42% da produção de frutas do País para o mercado interno, europeu e norte-americano.

Com o novo perfil, que influencia diretamente o mercado de trabalho, o Nordeste passa de exportador de mão de obra, principalmente para as regiões Sudeste e Sul, para polo de atração de profissionais, interessados na

perspectiva de crescimento ainda maior. Os setores com mais oportunidades são indústrias alimentícias, de construção naval, montadoras refinarias, mineradoras, estaleiros, siderúrgicas, empreiteiras, shoppings center, entre outros.

北東部はブラジルのGDPシェアで13.5%を占めており、ブラジル地理統計院が調査を開始した1995年以降で過去最高となっている。2002年から2010年の間に北東部諸州は0.5%増を記録し、0.6%増だった北部に次ぐ高さだった。

ブラジル応用経済研究所(IPEA)の評価によると、北東部の全ての州で一人当たりのGDP成長率がブラジル全体の平均を上回った。「この結果は、ブラジル経済の成長における収斂プロセスや貧困層ほど高い成長を示すという傾向と一致している。2000年から2010年の期間の北東部の一人当たりのGDP成長率(年3.12%)を基準に計算すると、北東部の一人当たりのGDPがブラジル全体の一人当たりのGDPの75%になるまでに約50年かかることになる。現在の経済成長のペースが維持されたとしても、北東部の一人当たりのGDPがブラジルの一人当たりのGDPの75%に到達するのは2060年だ。すなわち、収斂プロセスが非常にゆっくりとしたペースで進むということを意味する」とIPEA地域研究コーディネータのギリェルメ・レゼンデ氏は説明する。

2011年の北東部の輸出額は188億ドルで、輸入額は241億ドルだった。開発商工省によると、州別で最も輸出額が大きかったのはバイア州の110億ドル。北東部の主要輸出品目は

鉄鉱石、鶏肉、コーヒー、アルミ、合金鉄、大豆、トウモロコシ、エチルアルコール、オレンジなどで、主な輸出先は米国、中国、オランダ、アルゼンチン、ドイツだった。港湾整備も輸出拡大に貢献している。スアペ港の貨物取扱量は2012年までに1100万トンにのぼっており、港湾部に隣接する工業団地に石油、オフショアガス、造船関連企業の集積拠点が設置されることもあり、今後3年間の取扱量は500万トンに達すると見込まれている。セアラ州のペセン港は、果物と水産物取扱量が国内最大で、ブラジルの果物生産量の42%を国内市場や欧米市場向けに出荷している。

INFRAESTRUTURA

Apesar do bom momento econômico vivido pelo Nordeste, a melhora da renda que atrai empresas e amplia o mercado de consumo, faltam investimentos em infraestrutura logística para apoiar este desenvolvimento e garantir sua continuidade. A qualificação da mão de obra local é outra pre-

ocupação. O atraso na construção de linhas de transmissão de energia e em ferrovias, portos e aeroportos, bem como a baixa capacitação profissional ainda limitam o crescimento regional.

Outro dado preocupante é que os estados do Nordeste apresentaram os menores Índices de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHMs) do Brasil em 2013 - Piauí (com 0,646); Maranhão (0,639) e Alagoas (0,631) ocupam as três últimas posições do ranking nacional. No entanto, o crescimento de 2,5% no período entre 2000 e 2010 superou a média nacional e as demais macrorregiões.

Segundo o coordenador da Diretoria de Estudos e Políticas Re-

鉄鉱石、鶏肉、コーヒー、アルミ、合金鉄、大豆、トウモロコシ、エチルアルコール、オレンジなどで、主な輸出先は米国、中国、オランダ、アルゼンチン、ドイツだった。

港湾整備も輸出拡大に貢献している。スアペ港の貨物取扱量は2012年までに1100万トンにのぼっており、港湾部に隣接する工業団地に石油、オフショアガス、造船関連企業の集積拠点が設置されることもあり、今後3年間の取扱量は500万トンに達すると見込まれている。セアラ州のペセン港は、果物と水産物取扱量が国内最大で、ブラジルの果物生産量の42%を国内市場や欧米市場向けに出荷している。

このように労働市場に直接影響を与える新たな特徴を備えた北東部は、これまでの南東部や南部向けの労働力供給地という立場から、同地域のさらなる発展の可能性に目をつけた人材が集まる

Dados econômicos:

- PIB da região Nordeste: **R\$ 507,5 bilhões** (IBGE 2010)
- PIB per capita: **R\$ 9,6 mil** (IBGE 2010)
- Participação no PIB Nacional: **13,5%** (2010)
- Estado com maior PIB per capita: **Sergipe (R\$ 11,57 mil)**

経済データ

- 北東部のGDP: **5075億リアル**(2010年、IBGE)
- 一人当たりのGDP: **9600リアル**(2010年、IBGE)
- ブラジル全体のGDPに占める割合: **13.5%**(2010年)
- 北東部で最も一人当たりのGDPが高い州: **セルジッペ州**(1万1570リアル)

Fonte: IBGE 出典: ブラジル地理統計院 (IBGE)

いつもの **スマホ** **PC** **タブレット**
安心の格安定額料金で
ネットにつなげよう!
世界200以上のエリアに対応!

ブラステルお客様限定特典

ご利用料金 5%OFF!

クーポンコード: AC3928

Webページからお申込みの場合は、クーポンコードをご入力ください。お電話でお申込みの場合は、担当にお伝えください。

※2014年5月現在の料金です。

brastel × **GLOBAL WIFI**

ブラジルなら
1日1,190円※
 国際ローミング
 よりも断然オトク!

■グローバルWiFi カスタマーセンター 24時間受付 携帯・PHSもOK

0120-580-928 <http://townwifi.com/>

グローバルWiFi

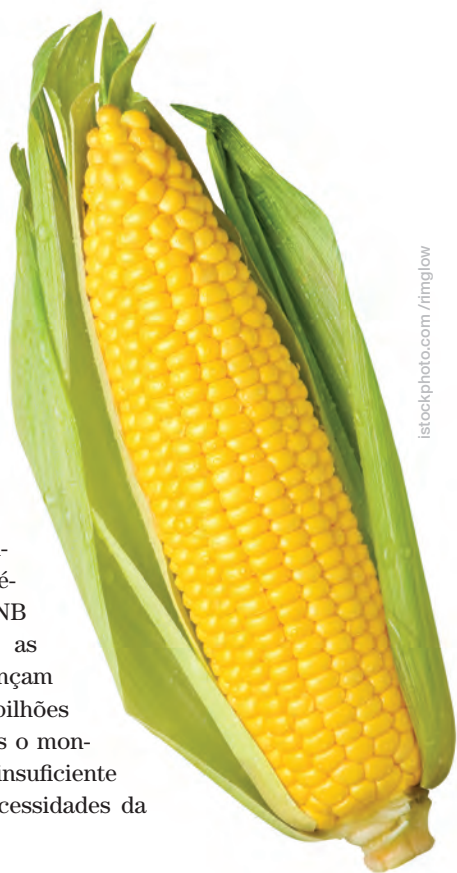
検索

海外でも定額インターネット! グローバルWiFi
GLOBAL WIFI

gionais, Urbanas e Ambientais do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), Aristides Monteiro Neto, a renda per capita do Nordeste em 2010 ainda era metade da brasileira e, mesmo com o crescimento da região acima da nacional, ela não subiu. “Em 2011, os investimentos públicos somaram R\$ 6,5 bilhões ou menos de R\$ 1 bilhão para cada estado, o que não dá para atender às demandas. É preciso ampliar a renda per capita do nordestino e criar uma discussão para levar essa proporção para 75% em um determinado prazo”, afirmou.

Monteiro Neto diz que, somadas as transferências de renda, em es-

pecial, o Bolsa Família e os Benefícios de Prestação Continuada (BPC), com as linhas de crédito do BNB e BNDES, as cifras alcançam R\$ 64 bilhões anuais, mas o montante é insuficiente para as necessidades da região.



istockphoto.com /rimglow

場所へと生まれ変わりつつある。食品や造船、自動車、石油精製、鉱業、製鉄業、人材派遣、ショッピングセンターなどの分野を中心にビジネスチャンスが見込まれている。

インフラ

好調な地域経済や、収入増加、企業進出や消費市場の拡大にもかかわらず、北東部にはこうした状況の継続に不可欠な輸送インフラ整備への投資が不足している。また現地の労働力育成も課題となっている。そのほか送電線整備や鉄道網、港湾、空港建設工事の遅れ、人材の職業能力の低さなども北東部の成長を阻む要因となっている。

北東部の諸州では、自治体別の人間開発指数(HDI)が国内で最も低いことも懸念材料として挙げられる。2013年のデータでは、ピアウイ州(0.646)、マラニャオン州(0.639)、アラゴアス州(0.631)の3州が国内のワースト3を占めた。一方で、2000年から2010年の成長率では北東部は2.5%を記録し、他の地域の成長率や国内平均を上回っている。

ブラジル応用経済研究所の地域都市環境政策研究委員会コーディネーターのアリスチデス・モンテイロ・ネット氏によると、2010年にブラジル平均の半分程度だった北東部の一人当たりの所得は、同地域が国の平均を上回る経済成長を遂げてきたにもかかわらず、その後も伸びなかった。「2011年の公共投資は65億レアルに届かず、需要を満たしていない。北東部住民の一人当たりの所得を増やし、一定期間内に国平均の75%まで拡大するための議論を起こす必要がある」と語る。

モンテイロ氏によると、低所得世帯に支給される給付金ボウサ・ファミリアや継続給付金(BPC)などの所得再分配や、ブラジル国立経済社会銀行(BNDES)、北東ブラジル銀行(BNB)の融資枠を合わせた額は640億レアルに達するものの、北東部の需要を満たすには不十分だという。

Crescimento industrial

- Empresas no Nordeste: **569.608** (2012)
- **97,1%** é o índice de crescimento de empresas na Região de 2000 a 2012
- **65,1%** é o índice de crescimento de empresas no País de 2000 a 2012
- Setor de pesca: crescimento de **185,3%** no Nordeste
- Transporte, armazenagem e comunicações: **134,2%**
- Alojamento e alimentação: **133,2%**
- Construção: **121,1%**
- Bahia e Sergipe registraram **100%** de crescimento do emprego na indústria de transformação de 2000 a 2011.

産業の成長

- 北東部内の企業数: **569.608社** (2012年)
- 2000年から2012年までの北東部内企業の成長率: **97,1%**
- 2000年から2012年までのブラジル国内企業の成長率: **65,1%**
- 漁業部門の成長率: **185,3%**
- 運輸、倉庫、通信業の成長率: **134,2%**
- 宿泊、飲食業の成長率: **133,2%**
- 建設業の成長率: **121,1%**
- 2000年から2011年のパイア州およびセルジッペ州の工業成長率: **100%**

Fonte: Ipea e Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) 出典: ブラジル応用経済研究所 (IPEA)、労働雇用省

Sunshine City Festa do Brasil 2014

サンシャインシティ フェスタドブラジル

2014年秋、サンシャインシティが再びブラジル色に染まる!



2014.9.12 [FRI] - 23 [TUE]

Sunshine City colorido outra vez pelo Brasil no outono 2014!

Ikebukuro, Tokyo Sunshine City



Ikebukuro Area Guide

Railway Guide



▶ イベントの詳細は「フェスタドブラジル特設サイト」にて随時更新! フェスタドブラジル 検索

※画像はすべてイメージです。

●池袋駅から徒歩8分 東池袋駅(東京メトロ有楽町線)から徒歩3分 ●総合案内 ☎03(3989)3331

なんか面白いこと、ある。
Sunshine City

Goal to Brasil

Evento da CCBJ esclarece sobre a Copa do Mundo
CCBJ主催イベントでW杯効果について解説

Por Makino Oshiro

A Câmara de Comércio Brasileira no Japão realizou, no dia 22 de maio, o Luncheon Seminar com a presença do diretor do Escritório de Promoção Turística do Mercosul no Japão, Georthon Branquinho, como palestrante. O evento aconteceu no Mie Terrace, em Tóquio. Na palestra intitulada “Goal to Brasil”, Branquinho apresentou os atrativos do País, focando principalmente nos assuntos relacionados à Copa do Mundo que começou no dia 12 de junho. No final da palestra, houve uma sessão de perguntas e respostas bastante animada, o que contribuiu para tornar o clima do evento mais descontraído e alegre.

A palestra começou com uma breve apresentação do Brasil. Além de mostrar as cinco regiões do País, Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul, que possuem diferentes climas e ecossistemas, ele exemplificou algumas características de cada uma delas. Por exemplo, o palestrante disse que no Norte, que abrange as cidades de Manaus e Palmas, é caracterizado pela temperatura elevada durante todo o ano e chuvas abundantes, enquanto o Sudeste, que inclui Rio de Janeiro e São Paulo, tem clima mais fresco com uma temperatura média anual de cer-

ca de 25 graus. “Cada região tem ecossistema completamente diferente da outra”, ressaltou. Para mostrar a diversidade regional do País, ele afirmou também que os moradores da região Sul têm mais semelhanças com uruguaios e argentinos do que com a população das demais regiões brasileiras.

Depois disso, ele mudou de assunto para falar da Copa do Mundo e fez apresentação dos estádios Arena Pernambuco, Arena das Dunas e Arena Pantanal, nos quais o Japão vai jogar contra Costa do Marfim, Grécia e Colômbia, respectivamente, mostrando fotos de cada local. Quanto ao atraso dos preparativos dos estádios, que repercutiu também na imprensa japonesa, Branquinho admitiu que realmente existem arenas inacabadas, com instalação da cobertura adiada, por exemplo. “Mas isso não afeta o gramado do campo sobre o qual os jogadores vão chutar a bola”. “Mesmo com os estádios incompletos, não haverá problemas para a realização da Copa do Mundo”, emendou. Além disso, ele alegou que a Copa contribuiu enormemente para o desenvolvimento da infraestrutura de transportes, com a construção dos estádios que ajudou a “estender as ferrovias e estradas para as áreas próximas das arenas, além dos

記事:大城麻木乃

在日ブラジル商業会議所(CCBJ)は5月22日、在日メルコスール観光局局長のジョオルトン・ブランキニョ氏を招いた屋食講演会を東京・室町の三重テラスで開催した。ブランキニョ氏は「Goal To Brasil」をテーマに、6月12日に開幕するサッカーワールドカップ(W杯)ブラジル大会の話題を中心にブラジルの魅力について語った。講演の後半では来場者との活発な質疑応答が行われ、会場は和気藹々とした明るい雰囲気包まれた。

講演会でブランキニョ氏はまずブラジル全体の概要について解説した。ブラジルは北、東北、中西、南東、南の五つに分けられ、それぞれ異なる気候と生物体系を保有。北部はマナウスやパルマスなどの都市が含まれ、一年を通して気温が高く、雨が多い。リオデジャネイロやサンパウロを有する南東部は、一年を通して最高気温が25度Cを下回るほど北部に比べて気温が低い。といった地域ごとの特色を述べた後、「各地域とも生物体系がまったく異なる」と強調した。例えば南部の人々はブラジルの他の地域よりも「むしろウルグアイ人やアルゼンチン人に近い」とし、ブラジルのバラエティーに富んだ地域性を説明した。

続いてW杯に話題を移行。日本対コートジボワール戦が行われる「アリーナ・ベルナンブッコ」、日本対ギリシャ戦の「アリーナ・デラス・ドゥナス」、日本対コロンビア戦の「アリーナ・パンタナル」を写真付きで紹介した。ブランキニョ氏は日本の一部報道でアリーナ建設の遅れを指摘する声が挙がっていることについて「確かに屋根などが完成していないスタジアムもある。しかし、選手がボールを蹴るグリーン自体に影響はない」と指摘。「スタジアムが100%完成してなくても、W杯に支障はない」とコメントした。またアリーナができることで、「周辺の鉄道や道路、地下鉄などの交通機関が整備された」とし、W杯はブラジルの交通インフラの発展に大きく貢献したとの認識を示した。

続いてブラジルの魅力について話題を転換。ブラジルを訪れたことのある外国人旅行者にアンケートを実施したところ、「一番の思い出は『人』を挙げる声が最も多かった」と語った。ブラジル人はフレンドリーで外国人旅行者にも親切に接する点が評価されているとみられ、「『人』こそがブラジルの一番の宝物だ」と語った。

meios de transporte como metrô”.

O palestrante apresentou os atrativos do Brasil. Segundo ele, uma pesquisa feita com os turistas estrangeiros que conhecem o Brasil, revelou que, para a maioria deles, o melhor do País é o brasileiro. Os visitantes deram uma boa avaliação para a hospitalidade dos brasileiros que tratam bem os turistas. “O brasileiro é a coisa mais valiosa do Brasil”, ressaltou.

Na sessão de perguntas e respostas, o público indagou sobre a possibilidade de tornar mais rápida a emissão de vistos. “O processo é demorado da mesma forma também para brasileiros que solicitam o visto para visitar o Japão”, respondeu Branquinho. Explicou que, devido à reciprocidade diplomática (adoção por um país de medidas iguais às impostas por outra nação a seus cidadãos), será inviável agilizar somente o processo da concessão de visto brasileiro. Ele acrescentou, porém, que foi informado de que “durante a Copa do Mundo, os visitantes com ingressos dos jogos terão vistos concedidos mais rapidamente”.

Houve também perguntas em torno da questão de segurança. Ao responder, Branquinho apresentou o projeto da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP), criado para instituir polícias comunitárias em favelas, seguindo o sistema koban da polícia japonesa. Segundo o palestrante, a UPP instalada no Morro Santa Marta, Rio de Janeiro, por exemplo, teve resultados bastante positivos. Hoje, essa favela, que proporciona uma bela visão panorâmica da cidade graças à sua localização, passou a fazer parte dos roteiros de passeios turísticos.



Da esq. à dir.: Diretor-superintendente da CCBJ, Hiroyuki Shimizu, palestrante Georthon Branquinho, presidente da CCBJ, Marcos Turini e vice-presidente da CCBJ, Hebert Gomide
(写真左から)CCBJの清水裕幸専務理事、ジョオルトン・ブランキニョ氏、CCBJのマルコス・トゥリーニ会長、ハバート・ゴミジ副会長



Palestrante Georthon Branquinho: Copa do Mundo contribuiu para o desenvolvimento da infraestrutura do Brasil
講演を行ったジョオルトン・ブランキニョ氏:「ワールドカップはブラジルのインフラ整備に貢献した」

Georthon Branquinho é goiano e já atuou em várias partes do Japão como consultor de viagens. Desde 2013, ocupa o cargo do representante do Escritório de Promoção Turística dos países do Mercosul (Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai, Venezuela) no Japão.

質疑応答では渡航ビザの発給を迅速化できないかと質問する声が上がった。ブランキニョ氏は「ブラジル人が日本を訪れる際もビザ取得に時間がかかる」ことを例にとり、外交においては相互に同様の待遇を与える「相互主義」の観点から、ブラジル側だけビザの発給を迅速化することはできないとの認識を示した。ただ、「W杯の期間中は試合のチケットを持っていれば早めにビザが下りると聞いている」と補足した。

治安についても質問が上がり、日本の交番制度にならったスラム街における特別交番システム「軍警察治安維持部隊(通称UPP=ウー・ペー・ペー)」に関する説明があった。中でもリオデジャネイロ・サンタマルタ地区のUPPの取り組みはとても成功しており、同地区が丘の上にあり、ダウンタウンを一望できる絶景ポイントとなっていることから、今では観光コースとして人気が高まっているとの紹介があった。

ジョオルトン・ブランキニョ氏はブラジル・ゴイアス州出身。日本各地で観光コンサルタントを務めた経験を持ち、2013年からメルコスール(アルゼンチン・ブラジル・パラグアイ・ウルグアイ・ベネズエラ)各国の観光局の代表として日本で活躍している。

ブラジルとの架け橋 39年

経験豊富なスタッフが皆様の
各種旅行をサポートします。

- ・航空券手配
- ・ブラジル国内旅行手配
- ・ブラジル査証取得
- ・ブラジル会社設立情報



Com experiência há mais de 39 anos
no mercado de turismo Nipo-Brasileiro.
Profissionais altamente qualificados,
garantindo informações precisas e
atualizadas aos nossos clientes.

*DOCUMENTAÇÃO
*PASSAGENS AÉREAS
*SERVIÇOS TERRESTRES
No Japão

ツニブラトラベル株式会社

都知事登録旅行業 3-3906/ JATA 正会員 / OTOA 正会員

URL: <http://www.tunibra.co.jp>
E-mail: tunibra@tunibra.co.jp

東京本社 〒104-0028 東京都中央区八重洲 2-7-7 八重洲旭ビル 5F
TEL.: 03-3272-2861 FAX.: 03-3271-5319
大阪支店 〒541-0046 大阪市中央区平野町 1-6-13 平野町八千代ビル 8F
TEL.: 06-6222-1985 FAX.: 06-6222-1974
名古屋支店 〒450-0002 名古屋市中村区名駅 3-3-4 見玉ビル 4F
TEL.: 052-586-5281 FAX.: 052-586-5283
浜松支店 〒430-0002 静岡県浜松市砂山町 357-29 藤田第一ビル 4F
TEL.: 053-458-2711 FAX.: 053-458-2714



Carne brasileira não usa hormônio

ブラジル産の肉はホルモン剤不使用

A Câmara de Comércio Brasileira no Japão (CCBJ), em parceria com a Associação Central Nipo-Brasileira, realizou o III Workshop ou Benkyoukai. Os temas foram: Exportação da Carne Suína Brasileira ao Japão e Abenomics. O evento aconteceu no dia 15 de abril, na Embaixada do Brasil em Tóquio.

O presidente da CCBJ, Marcos Turini, destacou que essa foi a primeira vez que o Benkyoukai foi aberto ao público. “Esperamos que isso possa ser repetido em outras ocasiões, pois são temas relevantes para o empresariado brasileiro e japonês”, salientou.

Na oportunidade, o presidente Takao Omae, da Associação Central Nipo-Brasileira, disse que espera poder desenvolver mais eventos conjuntos com a CCBJ.

A palestra foi iniciada pelo Adido Agrícola, Gutemberg Barone A. Nojosa, da Embaixada do Brasil no Japão. Ele esclareceu que como o Japão possui índice de

auto-suficiência de alimentos em torno de 40%, sendo um dos mais baixos em países desenvolvidos, precisa importar mais produtos do exterior. De acordo com ele, a abertura do mercado japonês para a importação de carne suína do Estado de Santa Catarina aconteceu depois que foram superados 12 passos. O processo se iniciou em 2006 e terminou apenas em 2013, depois que o Brasil demonstrou a inexistência de risco de transmissão de febre aftosa e mais duas doenças (peste suína clássica e a africana). “Houve intensa atuação da Embaixada e do Ministério da Agricultura do Brasil (MAPA) para conseguir essa liberação. Foi uma negociação técnica e as autoridades japonesas chegaram, inclusive, a fazer visita in loco em Santa Catarina” em 2011, lembrou.

Sem hormônio

Barone enfatizou que “a carne brasileira não tem hormônio, pois o mesmo não é permitido pelo

Palestra na Embaixada do Brasil do Japão é aberta ao público pela primeira vez
駐日ブラジル大使館で開催された勉強会は初めて一般会員向けに公開された

在日ブラジル商業会議所 (CCBJ)は、日本ブラジル中央協会と合同で第3回経済勉強会を開催した。ブラジル産豚肉の対日輸出とアベノミクスをテーマに掲げた今回の勉強会は、都内の駐日ブラジル大使館で4月15日に行われた。

CCBJのマルコス・トゥリーニ会頭は、同勉強会が今回初めて一般会員が参加可能になった点を強調し、「ブラジルと日本の企業関係者にとって重要なテーマであり、またこのような形で開催できることを願う」と語気を強めた。

日本ブラジル中央協会の大前孝雄会長は、今後もCCBJとの合同イベントを企画していきたいと述べた。

講演者として最初に登壇した駐日ブラジル大使館のグテンベルグ・パロネ・ノジョーザ農務官は、日本の食料自給率は約40%と先進国中でも最低水準であることから、外国からの食料輸入を拡大する必要があると語った。同氏によると、サンタカタリーナ州産豚肉の日本市場への輸入解禁に至るまでに、12もの工程を乗り越えなければならなかったという。2006年に開始された交渉は、口蹄疫とその他2つの病気(豚コレラおよびアフリカ豚コレラ)の感染リスクがないことをブラジルが立証した後、2013年になってはじめて終結した。「大使館やブラジル農務省の尽力があって解禁にこぎつけることができた。技術的な交渉が行われ、2011年には日本政府関係者が現地調査のためにサンタカタリーナ州を訪問した」と述べた。

ホルモン剤不使用

ノジョーザ農務官は、「ブラジル政府はホルモン剤投与を認めていないため、ブラジル産の肉にホルモン剤は入っていない。以前とくらべて変わったのは、最近になって農務省がこの件について宣伝することを許可するようになったことだ」と強調した。農務省では抗生物質などその他の化学物質の投与についても国際勧告や日本を始めとする取引相手国の基準に則り、厳しく管理している。

ビーアールエフ社

ビーアールエフはブラジル産豚肉の対日輸出を行う業者の一つ。チアゴ・フォンセカ日本支社長によると、同社は1980年代

governo do Brasil. A diferença é que o Ministério da Agricultura começou a permitir a propaganda sobre o assunto recentemente”. O Ministério da Agricultura do Brasil também mantém controle rigoroso do uso de outras substâncias como antibióticos em conformidade com as recomendações internacionais e dos parceiros comerciais do Brasil, como é o caso do Japão.

BRF

A BRF é uma das empresas que exportam carne suína ao Japão. O country manager, Tiago Fonseca, salientou que a empresa já atua no arquipélago desde a década de 80, com o fornecimento de frango para o mercado japonês. São exportadas cerca de 15 mil toneladas de frango por mês.

A expectativa da BRF, segundo ele, com a abertura do mercado de suínos no Japão é grande. Isto porque o Japão é o maior importador do produto no mundo. Em 2013, foram mais de 737 milhões de toneladas de suínos importados ao arquipélago.

Fonseca disse que “a importação do produto brasileiro está sendo favorecida nesse ano porque os fornecedores norte-americanos e europeus enfrentam problemas de ordem sanitária, restringindo a oferta de suínos ao Japão”.

Abenomics

A palestra da Associação Central Nipo-Brasileira foi sobre Abenomics. O palestrante Shigeki Tsutsui explicou que esse é o nome da política econômica implantada pelo primeiro-ministro Shinzo Abe. Segundo ele, Abenomics está composto de três políticas econômicas: 1-expansão

sem precedente de financiamento, 2-orçamento emergente de US\$ 100 bilhões para investimento público e 3-política econômica para o crescimento com reformas de assistência médica na agricultura, no setor energético, alívio de regulamentos duros e políticas para estimular as atividades sociais das mulheres, globalizacao de trading através dos TPP (TransPacific Partnership), EPA (Economic Partnership Agreement) e FTA (Free Trade Agreement).

Quando as medidas acima foram anunciadas, imediatamente o mercado mundial reagiu positivamente e o iene desvalorizou e as ações subiram 57% nos últimos 12 meses. Entretanto, quando a terceira política foi anunciada, o mercado mundial ficou desanimado porque não acompanha as medidas concretas.

O governo, segundo ele, compreende bem que a primeira e segunda políticas são temporais. Sem a terceira medida não se pode esperar a recuperação de economia forte e sustentável. Por outro lado, o governo aumentou o imposto sobre o consumo de 5% para 8% e para minimizar o impacto negativo, o governo anunciou orçamento suplementar de US\$ 55 bilhões para investimento público junto com políticas adicionais como abolição de imposto de renda de pessoa jurídica, aumento de salário básico, estabelecimento de áreas estratégicas especiais que não se aplicaram as regulamentações duras. Tsutsui finalizou com palavras que Abenomics tem tido êxito e para Abenomics fazer progresso sustentável é necessário que o círculo virtuoso entre nos eixos.

から鶏肉の輸出で日本市場に進出している。現在は月に1万5000トンの鶏肉を輸出している。

フォンセカ氏は、豚肉の輸出解禁で同社の日本市場に対する期待は高まっているという。それというのも日本は世界最大の豚肉輸入国だからだ。2013年には日本は7億3700万トン以上の豚肉を輸入している。

同氏はまた、「今年に入ってから衛生上の問題から欧米の豚肉生産者の対日輸出が制限されていることもあり、ブラジル産豚肉は優位な状況にある」とも語った。

アベノミクス

日本ブラジル中央協会からは筒井茂樹氏(常務理事)がアベノミクスに就いて基調スピーチを行った。アベノミクスは安倍首相が発表したデフレからの脱却を目指す新経済政策で、第1の矢一異次元の金融緩和、第2の矢一機動的な財政政策として1000億ドルの公共投資、が発表されると、世界のマーケットは直ちにポジティブな反応を示し為替は円安に向かい、株価はここ12カ月で57%上昇した。然し第3の矢一成長戦略として医療、介護、農業、エネルギー改革と規制緩和、女性の社会進出を促す支援策、外資の誘致と海外活力の取り込み(環太平洋経済連携協定、経済連携協定、自由貿易協定)、が発表されると、具体的な政策が盛り込まれていないとして世界マーケットに失望感が広がった。筒井氏によると安倍政権は第1の矢と第2の矢の経済政策は一時的な効果しかく、第3の矢である成長戦略なくして、持続的可能な強い経済の回復は期待出来ないことを良く理解している。他方世界最悪の財政赤字の改善の為、政府は消費税を3%引き上げたが、引き上げの景気への悪影響を最小限に抑える為、景気刺激策として500億ドルの公共投資の追加予算を発表。同時に第3の矢である成長戦略の具体策として、復興特別法人税の廃止、法人税の引き下げ、企業への従業員の基本給料の引き上げ要請、国家戦略特区の設置による規制緩和などの具体策を発表した。最後に筒井氏はこれまでのところアベノミクスは成果を挙げており、今後経済の持続的発展を遂げる為には経済の好循環を実現することが不可欠と締めくくった。

Carne suína brasileira em alta 注目度高まる**ブラジル**産豚肉

Pavilhão do Brasil na Foodex Japan faz promoção do produto que foi autorizado a entrar no mercado japonês

Foodex Japanのブラジル・パビリオンで日本への輸入が解禁となったブラジル産豚肉をPR

Por Neide Hayama com informações do Portal Brasil

O Pavilhão do Brasil na Foodex Japan (39ª Feira Internacional de Bebidas e Alimentos) teve balanço de US\$ 3 milhões em negócios efetivados. A informação é do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), que em conjunto com o Ministério das Relações Exteriores e a Embaixada do Brasil em Tóquio, organizou o estande. O evento foi realizado entre os dias 4 e 7 de março.

Cerca de 70 empresas estiveram participando do Pavilhão do Brasil. A expectativa de vendas, conforme o Ministério da Agricultura, supera os US\$ 46,6 milhões para os próximos 12 meses. De

acordo com a Foodex Japan, o evento recebeu mais de 75.700 visitantes.

O Pavilhão do Brasil também contou com a promoção de carne suína brasileira, em parceria com a Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína (Abipecs). Foi realizado seminário para cerca de 70 empresários japoneses. O secretário de Relações Internacionais do Agronegócio, Marcelo Junqueira, destacou as garantias governamentais de sanidade do produto brasileiro. Em 2013, o mercado japonês importou cerca de 1,2 milhão de toneladas de suínos. Após nove anos de negociações, o Estado de Santa Catarina conseguiu

記事: 羽山ネイデ
(Portal Brasilの情報を元に執筆)

Foodex Japan 2014(第39回国際食品・飲料展)でブラジル・パビリオンを共催したブラジル農牧食料供給省、外務省、駐日ブラジル大使館によると、同パビリオンでは300万ドル規模の商談が成立した。Foodex Japanは3月4日から7日にかけて開催された。

ブラジル・パビリオンには約70社が参加した。農務省では今後1年間の売上げは4660万ドルを上回ると見込んでいる。Foodex Japan主催者の発表では、7万5700名以上の来場者が会場を訪れた。

今年のブラジル・パビリオンでは、ブラジル豚肉生産輸出業協会(ABIPECS)と共同でブラジル産豚肉のプロモーション活動も行われ、セミナーには日本の経営者ら約70名が参加した。農務省アグリビジネス国際関係局のマルセロ・ジュンケイラ次官は、政府機関によって豚

Fotos: Masato Shibata



Balanço do Pavilhão Brasil é de US\$ 3 milhões em negócios efetivados
ブラジルパビリオンでの商談成立額は300万ドルに



BRF, potencial no mercado de aves e suínos
ビーアールエフ 鶏肉・豚肉マーケットの有力企業



Diretora Telma Gondo (Ministério da Agricultura), Wilson Takahashi (Embaixada do Brasil) e chef Mizinha
テルマ・ゴンド部長(ブラジル農務省)、ウィルソン・タカハシ氏(ブラジル大使館)、ミジーニャシェフ

a autorização para importar carne suína no ano passado.

A diretoria da Câmara de Comércio Brasileira no Japão (CCBJ) esteve presente na Foodex Japan para um encontro com o presidente da Abipecs, Rui Eduardo Saldanha Vargas; e com o diretor de Mercados da Ubabef (União Brasileira de Avicultura), João Santin. Na oportunidade, o presidente da entidade, Marcos Turini, colocou a CCBJ à disposição para fomentar mais a comer-

cialização de carne suína e de frango no arquipélago.

Em relação ao frango, o Brasil é o principal exportador para o Japão, com cerca de 92% do mercado e o País não tem registro de gripe aviária. Desde 2004, o País lidera como maior exportador mundial. A avicultura responde por cerca de 1,5% do PIB nacional. A BRF, por exemplo, participou com estande na Foodex Japan, mostrando o potencial da empresa que faz abate de cerca

de 7,1 milhões de aves por dia, respondendo por 20% do mercado mundial desse setor. O presidente da Ubabef, Francisco Turra, também esteve presente no evento. Atualmente ele é o presidente da Abpa (Associação Brasileira de Proteína Animal), que fez fusão entre Ubabef e Abipecs.

在日ブラジル商工会議所(CCBJ)の執行委員会はFoodex Japanを訪れ、ブラジル豚肉生産輸出業協会のエドゥアルド・サウダーニャ・ヴァルガス会長、ブラジル養鶏連合のリカルド・ジョアン・サンチンマーケット部長の両名と会談した。会談でCCBJのマルコス・トゥリーニ会頭は、日本国内での豚肉や鶏肉のさらなる販売促進に向けた協力を申し出た。

鶏肉については、ブラジルは日本への最大の輸出元となっており、92%の市場シェアを誇る。鳥インフルエンザの発生がないブラジルは、2004年以来世界最大の鶏肉輸出国の地位を占めており、ブラジルの養鶏業がGDPに占める割合は1.5%となっている。ビーアールエフはFoodex Japanにブースを出展し、一日あたりの処理羽数約710万羽で鶏肉の世界市場の20%を担う同社の潜在力をアピールした。UBABEF(ブラジル鶏肉生産者・輸出者連盟)のフランシスコ・トゥラ会長もFoodex Japanに出席した。同氏は現在、UBABEFとABIPECSの統合で発足した新団体、ブラジル動物性たんぱく質協会(ABPA)の会長を務めている。

試食会

ブラジル農務省のテルマ・クリスティーナ・イケダ・ゴンド部長によると、日本市場にブラジル産豚肉についての理解を深めてもらうための活動として、ブラジル・パビリオンではブラジル産豚肉の試食会やセミナーなどを開催した。ブラジル人シェフのマリ・ヒラタ氏が試食会の

メニューを担当し、ブラジル料理(ロース肉とパイナップルのロースト、豚の前足のロースト)と日本料理(豚の角煮、豚のしょうが焼き)のメニューを用意した。料理の準備と厨房設備については、シェフのミジーニャ氏の協力を仰いだ。

メニューを担当し、ブラジル料理(ロース肉とパイナップルのロースト、豚の前足のロースト)と日本料理(豚の角煮、豚のしょうが焼き)のメニューを用意した。料理の準備と厨房設備については、シェフのミジーニャ氏の協力を仰いだ。

アサイー

ブラジル・パビリオンでは、伝統的なブラジル産品であるコーヒー、ハチミツ、パルミット(ヤシの新芽)、チョコレート、スイーツなどの展示も行われた。「ブラジルには世界のベスト10に入ったスパークリングワインなど、高品質の商品がある」とテルマ氏は述べた上で、日本のソーシャルプロダクツ普及推進協会が主催するソーシャル・プロダクツ・アワー

DEGUSTAÇÃO

De acordo com a diretora Telma Cristina Ikeda Gondo, do Ministério da Agricultura, a degustação da carne suína brasileira e o seminário foram algumas das ações do Pavilhão Brasil para que o mer-

AÇAÍ

O Pavilhão do Brasil também mostrou produtos tradicionais brasileiros como o café, mel, palmito, chocolates, confeitaria, etc.



citrosuco

Leading in Orange Growing and Processing

Asia-Pacific Business Unit: Nippon Fruit Juice Co., Ltd.

Tel. 03-3213-2091 Fax 03-3213-2095 E-mail: sales@nfj.co.jp

EVENTO | イベント



Diogo Proença/f 23RF.com

Açaí
アサイー

“O Brasil tem produtos de alta qualidade como os espumantes que estão entre os dez melhores do mundo”, ressaltou Telma, destacando que o açai, por exemplo, foi apresentado em diferentes formas como a bebida energética orgânica com erva-mate, açai e guaraná chamada Organiq, que ganhou um dos prêmios do Social Products Award 2014, concedido pela Association for the Promotion of Social Products, com sede no Japão. Fabricado pela Organiq, do grupo Brasilbev, a bebida já é exportada para os Estados Unidos, Canadá e Europa e a exportação ao Japão deve começar em breve. Em 2013, segundo o CEO João Paulo Sattamini, o produto atingiu volume de produção de US\$ 4,5 milhões. Em 2014, a expectativa é dobrar esse valor.

Também foi apresentada a bebida Amazoo Açai com consistência cremosa para consumo. A previsão da empresa Bomplex é importar 20 containers do produto para esse ano do Brasil ao Japão.

Outra novidade foi o suco Maguary começar a comercializar o açai pronto para beber. A empresa já oferece sucos de caju, maracujá

entre outros no Japão. A importação é feita pela Imai Group.

Já a empresa Fruta Fruta participou do pavilhão japonês com o lançamento da bebida Açai Rio, que mistura açai com coco.

PRODUTOS

O vinho Leopoldina Chardonnay, ano 2013, da Casa Valduga; e o vinho Reserva Pinor Noir, ano 2012, da Vinícola Miolo, ganharam prêmios na Foodex Japan. Eles receberam o prêmio prata do Sakura Japan Women's Award 2014, avaliado por sommeliers mulheres do Japão. As bebidas são importadas pela Ikemitsu Enterprises no Japão.

Já a empresa SPA participou pela primeira vez do evento e trouxe o produto Coffee Beans, com café comestível com massa preparada com grão arábica moído, cacau e açúcar. Ao invés de uma barra de chocolate, o consumidor experimenta uma barra de café nos sabores expresso, café com leite e capuccino. O produto é comercializado no Brasil desde 2012.

Do mesmo modo, também foram apresentados produtos de alta qualidade como os espumantes que estão entre os dez melhores do mundo”, ressaltou Telma, destacando que o açai, por exemplo, foi apresentado em diferentes formas como a bebida energética orgânica com erva-mate, açai e guaraná chamada Organiq, que ganhou um dos prêmios do Social Products Award 2014, concedido pela Association for the Promotion of Social Products, com sede no Japão. Fabricado pela Organiq, do grupo Brasilbev, a bebida já é exportada para os Estados Unidos, Canadá e Europa e a exportação ao Japão deve começar em breve. Em 2013, segundo o CEO João Paulo Sattamini, o produto atingiu volume de produção de US\$ 4,5 milhões. Em 2014, a expectativa é dobrar esse valor.

Também foi apresentada a bebida Amazoo Açai com consistência cremosa para consumo. A previsão da empresa Bomplex é importar 20 containers do produto para esse ano do Brasil ao Japão. Outra novidade foi o suco Maguary começar a comercializar o açai pronto para beber. A empresa já oferece sucos de caju, maracujá

entre outros no Japão. A importação é feita pela Imai Group. Já a empresa Fruta Fruta participou do pavilhão japonês com o lançamento da bebida Açai Rio, que mistura açai com coco.

O vinho Leopoldina Chardonnay, ano 2013, da Casa Valduga; e o vinho Reserva Pinor Noir, ano 2012, da Vinícola Miolo, ganharam prêmios na Foodex Japan. Eles receberam o prêmio prata do Sakura Japan Women's Award 2014, avaliado por sommeliers mulheres do Japão. As bebidas são importadas pela Ikemitsu Enterprises no Japão.

Já a empresa SPA participou pela primeira vez do evento e trouxe o produto Coffee Beans, com café comestível com massa preparada com grão arábica moído, cacau e açúcar. Ao invés de uma barra de chocolate, o consumidor experimenta uma barra de café nos sabores expresso, café com leite e capuccino. O produto é comercializado no Brasil desde 2012.

その他の商品

Brasil é um país com uma grande diversidade de produtos e sabores. No Brasil, a produção de alimentos é muito rica e variada. A culinária brasileira é conhecida por seus sabores autênticos e ingredientes frescos. A diversidade de produtos brasileiros é uma das principais atrações para quem visita o país. A culinária brasileira é conhecida por seus sabores autênticos e ingredientes frescos. A diversidade de produtos brasileiros é uma das principais atrações para quem visita o país.

Brasil é um país com uma grande diversidade de produtos e sabores. No Brasil, a produção de alimentos é muito rica e variada. A culinária brasileira é conhecida por seus sabores autênticos e ingredientes frescos. A diversidade de produtos brasileiros é uma das principais atrações para quem visita o país. A culinária brasileira é conhecida por seus sabores autênticos e ingredientes frescos. A diversidade de produtos brasileiros é uma das principais atrações para quem visita o país.



Da esq. à dir.: Roberto Goto (Nippon Fruit Juice/Citrosuco), André Maebashi (Caixa), Hebert Gomide (Caixa), Tiago Fonseca (BRF), Rui Vargas (Abieps), Marcos Turini (CCBJ), João Santin (Ubabef), Frank Murai (WEG), João Paulo Poppi (Banco do Brasil), Hiroyuki Shimizu (CCBJ) e Yasushi Ninomiya (Jetro).
写真左から: 後藤恵介氏(日本フルーツジュース・シトロスコ)、アンドレ・マエバシ氏(CAIXAブラジル連邦貯蓄銀行)、ノバート・ゴミジ氏(CAIXAブラジル連邦貯蓄銀行)、チアゴ・フォンセカ氏(ビーアールエフ)、ルイ・ヴァルガス氏(ABIPECS)、マルコス・トゥリーニ氏(CCBJ)、ジョアン・サンチン氏(UBABEF)、邑井勇氏(ウェグ)、ジョン・パウロ・ボッピ氏(ブラジル銀行)、清水裕幸氏(CCBJ)、二宮康史氏(JETRO)



Chef Mari Hirata (abaixo) cria pratos com carne suína especialmente para o evento. 試食会用の豚肉料理はマリ・ヒラタシェフが手けた



Recrutando
talentos,
gerando
oportunidades



🔍 Recrutamento & Seleção

👤 Treinamento & Desenvolvimento

🕒 Administração de Temporários



www.avancerh.com.br

f /RH.Avance

☎ +55 11 3262 5562

E-mail: yamada@avancerh.com.br

Meiji produz chocolate com cacau brasileiro

ブラジル産のカカオ豆でチョコレートを作る明治

A Meiji, uma das maiores empresas do ramo alimentício do Japão, comercializa chocolate feito com cacau brasileiro desde 2011

日本の食品メーカー大手の明治が、2011年からブラジル産のカカオ豆を使ったチョコレートを販売している

Por Takeshi Taniguchi

Os primeiros dois produtos da linha Agroforestry Chocolate (¥150, sem impostos), feitos com 100% de cacau brasileiro, foram lançados pela Meiji em março de 2011. Para a produção desse chocolate, a empresa fechou parceria com a CAMTA (Cooperativa Agrícola Mista de Tomé-Açu), fundada pelos imigrantes japoneses de Tomé-Açu, do Pará, para fornecimento de

grãos de cacau. Em Tomé-Açu, os produtores cultivam cacau em sistema agroflorestal, implantado em terras degradadas após desmatamento. O termo agrofloresta nasceu a partir da junção das palavras “agricultura” e “floresta”. Trata-se de um sistema de produção rural para conciliar preservação ambiental e atividades agrícolas, e é considerado como um tipo de “agricultura para criar florestas”. Para a Meiji, o projeto, que ajuda

記事：谷口健

明治がブラジル産カカオ豆100%で作った「アグロフォレストリーチョコレート」(150円税別)の2製品を販売したのは2011年3月だ。この製品を作るために同社は、パラ州のトメアスの日系人が設立した「トメアス総合農業協同組合(CAMTA)」とカカオ豆の購入に関する契約提携した。トメアスでは、「アグロフォレストリー」と呼ばれる森林伐採後に荒廃した土地における農法でカカオ豆を栽培している。アグロフォレストリーとは、農業(agriculture)と林業(forestry)を組み合わせた言葉で、森林保全と農業経営を両立させる「森を作る農業」とも言われている。同社にとって、このプロジェクトは、アマゾン流域の森林を守るという企業の社会的責任(CSR)の一環でもある。「アグロフォレストリーチョコレート」だけでなく、2013年には、同社のヒット製品「チョコレート効果」(200円税別)の3製品(カカオ72%/カカオ86%/カカオ95%)にもこのカカオ豆を一部配合した。トメアスのカカオ豆の味を同社は、「華やかな酸味を持つ」と表現する。「アグロフォレストリーチョコレート」と「チョコレート効果」の2製品は、環境負荷の低減に配慮した優れた製品と認められ、2013年11月に、環境大臣の「第10回エコプロダクツ大賞」を受賞した。同社の菓子マーケティング部マーケティンググループ長の萩原秀和は、「農地の問題があり一気にカカオ豆の生産量を増やすことはできないが、今

a preservar as florestas da bacia do Rio Amazonas, faz parte das ações de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Além do Agroforestry Chocolate, a Meiji começou a utilizar parcialmente cacau brasileiro nos três produtos da linha bem sucedida chamada Chocolate Kouka (com três teores diferentes de cacau, 72%, 86% e 95%, vendido por ¥200, sem impostos). Segundo a empresa, o cacau de Tomé-Açu é caracterizado por seu sabor glamoroso e ácido.

Essas duas linhas, Agroforestry Chocolate e Chocolate Kouka, ganharam o prêmio do Ministério do Meio Ambiente no Eco Products Awards, concedido aos produtos ecológicos de qualidade excelente, em novembro de 2013.

"Apesar de limitações da área de plantio, que não permitem aumento rápido de produção de cacau, continuaremos persistentes para tocar o projeto de forma estável", disse Hidekazu Hagiwara, que lidera o grupo de marketing do Departamento de Marketing em Confeitarias da Meiji. Segundo ele, os diretores desse setor estão otimistas com o projeto.

Para a empresa, porém, o projeto não é uma simples ação de responsabilidade social corporativa. Os técnicos da Meiji ainda viajam duas ou mais vezes por ano ao Brasil para ficarem por cerca de três semanas em Tomé-Açu a fim de conferir o processo de secagem e fermentação do cacau para tentar torná-lo ainda mais saboroso. "Trabalhar em conjunto com cooperativas locais traz vantagem também para rastreamento de produtos", disse Hagiwara.

A empresa valoriza o elo com

os descendentes de japoneses. "Sabemos que a comunidade japonesa de Tomé-Açu já passou por muitas dificuldades como, por exemplo, quando teve a plantação de pimenta destruída pelo surto de uma praga, o que causou perda de renda para os produtores. Levando em consideração essa história, pretendemos manter a nossa parceria com eles de forma estável", ressaltou Hagiwara. "O projeto com cacau brasileiro nos permite contribuir à sociedade através da nossa atividade principal. Esse é o grande diferencial do projeto em relação às outras ações de responsabilidade social corporativa, que pode torná-lo mais duradouro", emendou.

A fabricante tem desenvolvido novos produtos para esse projeto. No dia 13 de maio, lançou para todo o Japão o Almond Agroforestry Jitate (¥200, sem impostos), feito com 100% de cacau de Tomé-Açu, e o Coffeebeat Horoniga Agroforestry Jitate (¥131 ienes), com grãos de café brasileiro.

Além disso, a empresa criou uma campanha especial para esses lançamentos, visando a Copa do Mundo, que começa em junho. A campanha intitulada Brazil Fair será realizada entre o dia 12 de maio e o dia 13 de julho, para promover os produtos junto a varejistas como supermercados e lojas de conveniência.

A Meiji conta com a República do Gana como o maior fornecedor de cacau. O Brasil passou a fazer parte dos fornecedores latino-americanos ao lado do Equador e da Venezuela, e a presença dos chocolates feitos com cacau brasileiro deve continuar crescendo no mercado japonês.

No quarto ano do projeto, a empresa está com vários produtos novos
4年目に入った今年も、さまざまな新製品を展開している

Foto: Masato Shibata



後も安定的に粘り強くやっていきたい」と語る。同社の菓子部門の幹部もこのプロジェクトに前向きだという。

しかし、明治にとってはCSRだけが目的ではない。現在も、同社の研究者が年に2回程度、約3週間トメアスに滞在して、カカオ豆の乾燥や発酵などをチェックしながら、さらにおいしくなるように取り組みを続けている。また、「製品のトレーサビリティ(生産・流通履歴を追跡する仕組み)の観点からも、現地の団体と共同で取り組みできることはメリットがある」と萩原氏は語る。

明治は日系人との関わりを重要視している。「トメアスの日系人は以前、コショウ栽培もしていたが、疫病でコショウ栽培ができなくなり収入が一気にゼロになったこともあると聞きました。相当な苦勞をしてきたので、今後も安定的に続けていきたい」(萩原氏)と強調する。また、「ブラジル産カカオ豆のプロジェクトは、本業を通じて社会貢献をできるのが通常のCSRと異なる点です。だから、長続きできる」(萩原氏)。

新製品の開発も進んでいる。5月13日には、トメアス産カカオ豆を100%使用した「アーモンド アグロフォレストリー仕立て」(200円税別)と、ブラジル産コーヒー豆が入った「コーヒービートほろにが アグロフォレストリー仕立て」(131円税別)を日本全国で発売した。

さらに、こうした新製品を使って、6月から始まるサッカー・ワールドカップに向けて、明治のキャラクターなどを使って、「ブラジルフエア」キャンペーンを5月12日から7月13日にかけて開催する。これで、日本のスーパーやコンビニなど小売業者にプロモーションをしていく意向だ。

明治は、カカオ豆をガーナから仕入れることが多いが、南米からの仕入先は、エクアドルやベネズエラに次いで、ブラジルが加わった。今後もブラジル産カカオ豆が入ったチョコレートが日本で広がっていきそうだ。



Meiji participou da Foodex Japan
明治はFOODEX JAPANに出展した



Hidekazu Hagiwara, do Marketing da Meiji: "estamos otimistas com o projeto"
明治菓子マーケティング部の萩原秀和氏:同社の菓子部門の幹部もこのプロジェクトに前向きだという

Foto: Masato Shibata

Foto: Takeshi Taniguchi

andreykuzmin/123rf.com

CCBJ presta assessoria para negócios entre Brasil e Japão

CCBJ ブラジル・日本間のビジネス向けコンサルティングサービスを提供

Serviço denominado CCBJ Brasil-Desk conta com o apoio do Banco do Brasil para atender empresas brasileiras e japonesas

CCBJが日本とブラジル両国の企業を対象にブラジル銀行と共同でブラジルデスクを運営

O CCBJ-Brasil Desk, serviço criado pela Câmara de Comércio Brasileira no Japão, em conjunto com o Banco do Brasil, já prestou assessoria para 52 empresas japonesas e brasileiras, com interesse em negócios entre o Brasil e o Japão. O balanço é desde novembro de 2012, quando começou a funcionar o atendimento, até meados de abril deste ano. O objetivo do CCBJ-Brasil Desk é oferecer informações e prestar assessoria para a concretização de negócios no Brasil e no Japão. Para isso, conta com o apoio da equipe do Asia Business Desk (ABD - Balcão de Negócios com a Ásia), da unidade de Comércio Exterior do Banco do Brasil em São Paulo.

Entre as áreas de interesse dos clientes destacam-se: questões

jurídicas sobre constituição de empresas no Brasil, análise de mercado, busca de parcerias para negócios industriais, informações sobre M&A (mergers and acquisitions) inclusive para encontrar possíveis empresas candidatas à aquisição, e informações gerais sobre negócios no Brasil (veja quadro).

Por outro lado, empresas brasileiras de médio porte também têm mostrado interesse em encontrar novos fornecedores e novos compradores para seus produtos no Japão. Lembramos que o serviço oferecido pelo CCBJ-Brasil Desk poderá ter custos ou não, dependendo da complexidade da informação solicitada.

O Gerente Regional do Banco do Brasil para a Ásia, João Paulo Poppi, disse que “o interesse pelo Brasil continua em alta, seja em

在日ブラジル商業会議所（CCBJ）とブラジル銀行との業務提携によって発足したCCBJブラジルデスクは、2012年11月の業務開始から今年の4月中旬までに、ブラジル・日本間のビジネスに関心を持つ企業52社からの相談を受けた。CCBJブラジルデスクはブラジル・日本間のビジネス実現を後押しするための情報提供とコンサルティングを行うことを目的としている。そのためにサンパウロのブラジル銀行外国貿易管理部内に設置されたアジア・ビジネス・デスクと連携し業務を行っている。

顧客企業の主な関心分野は、ブラジル国内での会社設立に関する法制度や手続き、市場分析、ビジネスパートナー探し、M&Aや買収対象となる企業についての情報、その他ブラジルでのビジネス全般に関する情報など（表参照）となっている。

一方で、ブラジルの中規模の企業も自社製品の新たな仕入先や販売先として日本企業に対し関心を示している。CCBJブラジルデスクのサービスは、相談内容の複雑さによっては料金が発生する場合と発生しない場合がある。

ブラジル銀行アジア地域統括マネージャーのジョン・パウロ・ポッピ氏は、「今年のワールドカップや2016年のオリンピックなど、大きなスポーツイベントの開

função dos grandes eventos esportivos, seja em razão do grande potencial do mercado consumidor do país”. De acordo com ele, “o CCBJ-Brasil Desk está contribuindo para facilitar a compreensão da

legislação brasileira e a identificação de oportunidades de negócios, promovendo intercâmbio de informações e colaborando com as empresas japonesas interessadas em se instalar no País”.

催が控えていることや、ブラジル消費マーケットの潜在的可能性への期待から、ブラジルに対する関心は依然として高い」と話す。同氏によると、CCBJブラジルデスクは「ブラジル進出を目指す日本企業に対し、情報交換の活性化を進めつつ、ブラジルの法制度についての理解を助け、ビジネス機会を見極めるサポートをすることで貢献している」。

Balanço de atendimento CCBJ-Brasil Desk

Questões jurídicas sobre constituição de empresas no Brasil - **18**
Análise de mercado - **16**
Pesquisa de negócios industriais - **11**
Informações sobre negócios no Brasil - **10**

Total - 55

CCBJブラジルデスクの相談内容集計

ブラジルでの会社設立に関する法制度について **18件**
市場分析 **16件**
産業調査 **11件**
ブラジルでのビジネスに関する情報 **10件**

計55件

Kanematsu Corporation

A Kanematsu Corporation é uma das empresas que utilizou os serviços do CCBJ-Brasil Desk. Segundo Michio Iriguchi (foto acima), do Departamento de Veículos e Peças Automobilísticas, que ficou sabendo da existência do CCBJ-Brasil Desk em uma de suas visitas ao Banco do Brasil, esses serviços já estão apresentando efeitos em seus negócios no Brasil. “O Brasil é um dos maiores produtores de automóveis do mundo. Pretendemos continuar expandindo nossos negócios no país”, diz ele. Há vários anos a Kanematsu Corporation exporta peças automobilísticas fabricadas no Japão para a América do Norte, Europa, Ásia e Brasil. A empresa trabalha nos ramos de aparelhos elétricos, alimentação, siderurgia, matéria-prima, veículos e aeronáutica. Foi fundada em 1889 e abriu sua subsidiária no Brasil em 1951.

兼松株式会社

CCBJブラジルデスクのサービスを利用した企業のひとつである兼松株式会社。ブラジル銀行を訪問した際にCCBJブラジルデスクの存在を知ったと語る車両・車載部品第二部第一課の入口道雄氏(写真)によると、同サービスはブラジル国内のビジネスで徐々に効果を現しているという。「ブラジルは世界有数の自動車製造大国であり、今後もブラジル国内でのビジネス拡大を見込んでいる」と話す。兼松は長年にわたり日本で製造された自動車部品を北米、欧州、アジア、ブラジル向けに輸出している。同社は電子・デバイス、食料、鉄鋼・素材・プラント、車両・航空などの分野で事業を展開している。創業は1889年で、1951年にブラジル現地法人を設立。



Gerente Regional do Banco do Brasil à Ásia, João Paulo Poppi
ブラジル銀行アジア地域統括マネージャーのジョン・パウロ・ポッピ氏



Fotos: Divulgação

Brasil, um dos preferidos para investimentos estrangeiros

JBICの海外直接投資アンケートーブラジル6位を維持

Resultado é da pesquisa feita pelo JBIC com empresas japonesas

Por Makino Oshiro

Empresas japonesas seguem interessadas em investir no Brasil. De acordo com a pesquisa realizada, em 2013, pelo Japan Bank for International Cooperation (JBIC) sobre investimentos estrangeiros diretos da indústria manufatureira japonesa, o Brasil ficou, pelo segundo ano consecutivo, em sexto lugar no ranking dos países preferidos para investimentos nos próximos três anos, atingindo a posição mais alta entre os países não asiáticos. Em relação aos planos a médio prazo, porém, diminuiu o número de empresas que pretendem investir em ampliação e fortalecimento dos negócios no mercado brasileiro em comparação com o resultado do ano anterior, o que indica a influência da desaceleração da economia brasileira sobre o sentimento do investidor japonês.

Segundo a pesquisa, entre os países do BRICs (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), a China caiu do primeiro lugar para o quarto, pela primeira vez desde 1992. A Rússia também recuou da oitava para nona posição, enquan-

to o Brasil se manteve no sexto lugar. O motivo mais apontado para escolher o País como um mercado promissor foi “potencial de crescimento do mercado”. Ao todo 88,5% deram essa resposta, seguida por “tamanho atual do mercado local”, com 31%. Esses motivos principais são os mesmos que foram apontados na pesquisa anterior. Isso mostra uma grande expectativa que as empresas japonesas continuam tendo sobre o mercado interno brasileiro.

Desafios

Quanto aos desafios, a alta concorrência (29,3%) foi o fator mais apontado como nos levantamentos anteriores. Problemas do chamado “Custo Brasil”, como segurança e situação social (26,3%), complexidade da regulamentação das importações e do sistema aduaneiro (24,2%), falta de transparência na aplicação das leis (23,2%), falta de infraestrutura (23,2%), são outras principais dificuldades enfrentadas pelos investidores no mercado brasileiro.

Vale ressaltar que o segundo fator mais apontado do Brasil foi falta de estabilidade da moeda e

記事: 大城麻木乃

日本企業が引き続きブラジルへの投資に高い関心を示している。国際協力銀行（JBIC）が実施した日本の製造業の海外直接投資アンケート（2013年度版）によると、今後3年程度の投資先としての有望国ランキングでブラジルは12年度と同じ6位を維持し、アジア域外で最も高い順位となった。ただ中期的に事業を強化・拡大すると答えた割合は12年度より低くなっており、ブラジルの景気減速が日本企業の投資マインドにも影響を与えている。

JBICのアンケートによると、BRICS（ブラジル・ロシア・インド・中国・南アフリカ）の中で中国が1992年度以来、初めて1位から4位に転落。ロシアも2012年度の8位から9位に後退したのに対し、ブラジルは6位を保った。ブラジルを有望とする理由を見ると、「現地マーケットの今後の成長性」を挙げる声が88.5%と最も高く、続いて「現地マーケットの現状規模」が31.0%を占めた。ここで挙げられた理由は12年度と変わっておらず、日本企業は引き続きブラジルの内需に高い期待を示している。

一方、課題を見ると、「他社との厳しい競争」（29.3%）がこれまでと同様に高く、「治安・社会情勢が不安」（26.3%）、「輸入規制・通関手続きが複雑」（24.2%）、「法制の運用が不透明」（23.2%）、「インフラが未整備」（23.2%）と、ビジネス環境に関する課題、いわゆる「ブラジル・コスト」が多く挙げた。

Rankings of Promising Countries/Regions

Ranking			Country/Region (Total)	No. of Companies		Percentage Share(%)	
2013	←	2012		2013 488	2012 514	2013	2012
1	↑	3	Indonesia	219	215	44.9	41.8
2	—	2	India	213	290	43.6	56.4
3	↑	4	Thailand	188	165	38.5	32.1
4	↓	1	China	183	319	37.5	62.1
5	—	5	Vietnam	148	163	30.3	31.7
6	—	6	Brazil	114	132	23.4	25.7
7	—	7	Mexico	84	72	17.2	14.0
8	↑	10	Myanmar	64	51	13.1	9.9
9	↓	8	Russia	60	64	12.3	12.5
10	↓	9	USA	54	53	11.1	10.3
11	↑	15	Philippines	39	21	8.0	4.1
12	↓	11	Malaysia	37	36	7.6	7.0
13	↓	12	Korea	28	23	5.7	4.5
14	—	14	Taiwan	23	22	4.7	4.3
14	↓	12	Turkey	23	23	4.7	4.5
16	—	16	Singapore	19	16	3.9	3.1
17	—	17	Cambodia	12	13	2.5	2.5
18	↑	20	Germany	10	6	2.0	1.2
18	↑	23	South Africa	10	3	2.0	0.6
20	↑	23	Laos	9	3	1.8	0.6

dos preços, o que não aparece na lista dos desafios dos outros destinos preferidos como China. Será importante observar essa questão como um problema peculiar do Brasil.

A desaceleração da economia brasileira também influiu no resultado da pesquisa. O percentual das empresas que possuem planos de fortalecer e ampliar os negócios no Brasil a médio prazo recuou 7,4 pontos em relação ao ano anterior, ficando em 67,1%. O número de empresas que pretendem instalar novas fábricas ou novos pontos de venda no Brasil diminuiu de 22 a 17, e de 19 a 15, respectivamente. Isso representa a tendência das empresas que preferem esperar a recuperação econômica para fazer novos investimentos.

Entretanto, o Brasil não deixa de ser um país promissor na perspectiva de longo prazo. No ranking dos destinos preferidos para investimentos de longo prazo (nos próximos dez anos), da mesma pesquisa feita pelo JBIC, o

País ficou entre os quatro mercados mais promissores assim como no levantamento anterior, atingindo a quarta posição. Esse resultado mostra que o Brasil ainda é uma atração de investimentos e continuará sendo alvo de interesse dos empresários japoneses.

留意すべき点は「通貨・物価の安定感がない」（28.3%）との指摘が2番目に多かったことだ。これは中国などランキングが高い国の中で唯一、ブラジルが上位の課題として挙がっており、ブラジル特有の課題として注視する必要がある。

また景気減速もアンケート結果に影を落としている。中期的にブラジル事業を強化・拡大すると答えた割合は67.1%と、12年度より7.4ポイント低下した。「生産（工場）」の新規拠点設立を回答した企業数は12年度より5社少ない17社、「販売」の新規拠点設立を回答した企業数は12年度より4社少ない15社と、いずれも減少した。景気が回復するまで新規投資は控えようとする企業心理が表れた格好と言える。

ただ、ブラジルが長い目で見て有望国である点に変わりはない。JBICの同じアンケートで長期的（今後10年程度）な投資先としての有望国ランキングを見ると、ブラジルは4位と12年度と同じく上位につけた。ブラジルの潜在的な魅力は衰えておらず、日本企業は引き続きブラジルに注目していきそうだ。

Reasons for Countries as Promisions and Issues: Brazil

No.6: Brazil

Reasons	(Total No. of respondent companies: 113)		No. of companies	Ratio
	1	Future growth potential of local market	100	88.5%
	2	Current size of local market	35	31.0%
	3	Supply base for assemblers	18	15.9%
	4	Inexpensive source of labor	14	12.4%
	5	Concentration of industry	11	9.7%
Issue	(Total No. of respondent companies: 99)		No. of companies	Ratio
	1	Intense competition with other companies	29	29.3%
	2	Sense of instability regarding currency and/or costs	28	28.3%
	3	Security/social instability	26	26.3%
	4	Import restrictions/customs procedures	24	24.2%
	5	Execution of legal system unclear	23	23.2%
	5	Underdeveloped infrastructure	23	23.2%
	5	Lack of information on the country	23	23.2%

Brasil, quarto maior mercado de veículos

ブラジル、世界4位の自動車販売市場

Seminário sobre a indústria automobilística brasileira atrai investidores japoneses

ブラジル自動車産業セミナーは投資家や企業関係者が集まり

Por Makiho Oshiro

O Brasil é o quarto maior mercado de veículos do mundo. Em 2013, foram vendidos 3,76 milhões de carros no País. O número equivale à metade do total de automóveis comercializados em toda a América Latina (7,34 milhões de unidades). A produção automotiva do Brasil também está em ascensão. Com 3,74 milhões de carros fabricados em 2013, o Brasil se tornou o sétimo maior produtor do mundo e visa desbancar a Índia, que ocupa a sexta posição no ranking com 3,88 milhões de veículos produzidos. Para explicar a situação atual desse mercado e as oportunidades de negócios, o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), a Embaixada do Brasil no Japão e a Jetro (Japan External Trade Organization) realizaram seminário sobre a indústria automobilística brasileira em Tóquio, no dia 24 de abril. O evento reuniu cerca de 180 pessoas, entre elas, investido-

res e empresários, que demonstraram empolgação com as palestras.

Toyota

“A Toyota hoje possui 65 fábricas no mundo inteiro, mas foi no Brasil que a empresa instalou a primeira unidade industrial fora do Japão”, disse o gerente de assuntos governamentais da Toyota do Brasil, Roberto Matarazzo Braun, um dos palestrantes do evento, para mostrar o significado especial que o Brasil representa para a Toyota. As vendas de carros no Brasil recuaram 1% em 2013 em relação ao ano anterior devido à desaceleração econômica, mas para a Toyota “foi um ótimo ano”, já que a empresa teve salto nas vendas frente ao resultado anterior, principalmente com o sucesso do compacto Etios, considerado o “modelo global” pela montadora. Braun lembrou também que foi realizada em fevereiro a cerimônia de início das obras da nova fábrica de motores no Brasil. Com investimento de R\$ 1 bilhão (cerca de ¥ 46 bilhões), as obras devem ser conclu-

記事: 大城麻木乃

ブラジルは世界4位の自動車販売市場。2013年に376万台が販売され、中南米の自動車市場(734万台)の半分をブラジル1国が占める。生産も活発化しており、2013年の生産台数は374万台と、世界7位につけた。6位のインド(388万台)を追い越すことも視野に入ってきた。こうしたブラジル自動車産業の現状やビジネスチャンスを解説しようと、ブラジル開発商工省(MDIC)とブラジル輸出投資振興庁(Apex - Brasil)、駐日ブラジル大使館、日本貿易振興機構(ジェトロ)の4者は4月24日、「ブラジル自動車産業セミナー」を東京都内で開いた。約180人の投資家や企業関係者が集まり、熱心に講演に耳を傾けた。

トヨタ

講師の一人、トヨタ・ブラジル行政担当部長のロベルト・マタラッツォ・ブラウン氏は「今やトヨタは世界に65工場を保有しているが、初の海外工場をつくった国がブラジルだった」とブラジルへのトヨタの特別な思い入れを指摘した。またブラジルの自動車販売台数は景気減速などから2013年は12年比で1%減と伸び悩んだものの、トヨタにいたっては世界戦略車「エティオス」の販売が好調で2013年は前年比で大幅なプラスとなり、「非常に良い年だった」と語った。ロベルト氏は2月に新しいエンジン工場の起工式を実施したことにも言及。投資額は10億レアル(約460億円)で2016年に完成するとし、「従業員は700人を採用する」とブラジルの雇用創出に貢献している点を強調した。

GM

講演にはブラジル自動車産業で存在感を放つ南米GMを代表して、グローバル・プランニング部長のカルロス・アウグスト・ヌネス・ダ・シウバ氏も登壇した。カ-

Evento mostra que produção de carros vai chegar a 4,38 milhões em 2017
自動車の生産台数は2017年に438万台に増えます

idas em 2016 para “empregar 700 funcionários”, disse ele.

GM

O evento contou também com a participação do palestrante Carlos Augusto Nunes da Silva, diretor do setor de Planejamento Global da General Motors, que tem presença crescente na indústria automobilística brasileira. “O Brasil é um dos mais importantes mercados consumidores do mundo. No ranking de vendas de carros, o Brasil era o quarto maior mercado do mundo em 2012, mas deve subir para a terceira posição até 2020”, emendou. “O maior centro de testes da General Motors fica no Brasil”, destacou ele, mostrando a consideração que a empresa tem pelo mercado brasileiro.

Anfavea

A Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) foi representada pelo vice-presidente Ricardo Augusto Martins, que concedeu palestra. Segundo ele, o Brasil tem uma relação de 5,7 pessoas por veículo, enquanto no Japão e nos Estados Unidos, essa taxa cai para 1,7 e 1,2, respectivamente, ou seja, praticamente há um carro para cada habitante. “Isso significa que o Brasil ainda tem potencial para o crescimento das vendas”, afirmou Martins. Com o lançamento do plano de investimento de US\$ 30 bilhões no total (equivalentes a cerca de ¥ 3 trilhões) baseado no Inovar-Auto, “o desenvolvimento da indústria automo-

bilística e dos estudos relacionados a essa área no Brasil será acelerado ainda mais”, disse ele.

Futuro

A coordenadora da Secretaria de Desenvolvimento da Produção do MDIC, Margarete Gandini, ressaltou o resultado alcançado pelo Brasil nos últimos anos, lembrando que “o País recebeu o sétimo maior volume de investimentos estrangeiros do mundo em 2013 graças à estabilidade política e econômica”. Segundo ela, a indústria automobilística passou a atrair mais investimentos e a produção deve aumentar para 4,38 milhões de carros em 2017 e para 4,63 milhões em 2018, conforme a estimativa feita pelo governo. “A produção dos fabricantes de autopeças não tem acompanhado o mesmo ritmo de crescimento das montadoras”, lembrou ela ao exemplificar um dos problemas enfrentados pelo Brasil e solicitou participação maior de fornecedores japoneses de autopeças no mercado brasileiro.

Já o diretor executivo da Jetro, Tadayuku Nagashima, citou a importância da melhoria do ambiente para promover exportações, dizendo que o Brasil “deve estudar a possibilidade de assinar acordos de livre comércio que abranje os EUA e a Europa”, a fim de viabilizar o crescimento maior da indústria automobilística. Ele falou também que seria necessário adotar algumas mudanças em relação ao chamado Custo Brasil que inclui problemas como o de sistema tributário complicado.

ルロス氏は「ブラジルは世界で最も重要な消費市場の一つ」と指摘したうえで、「自動車販売市場は2012年に世界4位だったが、2020年には3位になるだろう」との見通しを明らかにした。「GMの世界で最も大きなテストセンターはブラジルにある」と述べ、ブラジル市場を重視している姿勢を示した。

Anfavea

ブラジル自動車製造業者協会(ANFAVEA)からは副会長のリカルド・アウグスト・マルティンス氏が講演した。リカルド氏は自動車1台あたりの人口比率でブラジルは現在5・7人だが、日本は1・7人、米国は1・2人とほぼ1人1台の計算になっており、「ブラジルにはまだ販売のポテンシャルがある」と語った。また「Inovar-Auto」に基づき総額300億ドル(約3兆円)の投資の発表があったことを受け、「今後、自動車産業の発展とブラジル国内での研究開発が加速する」と述べた。

未来

MDIC生産・開発局コーディネーターのガンディーニ・マルガレッチ氏は「ブラジルは政治と経済が安定しているため、2013年に世界で7番目に多く外国直接投資を惹きつけた」と過去の実績をアピールした。自動車産業への投資も活発化しており、自動車の生産台数は2017年に438万台、2018年に463万台に増えるとの政府予測を明らかにした。また課題として「完成車の生産に比べて部品メーカーの生産は伸びていない」とし、部品供給業者のブラジルへの積極進出を呼び掛けた。ジェトロ理事の長島忠之氏はブラジル自動車産業が一段と発展していくには「南米南部共同市場(メルコスール)だけでなく、米国やEUを含む大型自由貿易協定(FTA)への参加を検討すべきだ」と輸出促進に向けた環境整備を訴えた。さらに複雑な税制などを示す「ブラジルコスト」についても何らかの改善が必要だと指摘した。

Copa do Mundo e Olimpíadas promovem intercâmbio nipo-brasileiro

W杯・五輪で日伯交流拡大

Eventos serão uma boa oportunidade para treinar funcionários
旅行手配「社員鍛える好機」

Por Nanami Masaharu

A Copa do Mundo, que foi realizada em junho, e os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro marcados para 2016. Esses dois eventos grandes devem trazer um impacto imensurável ao mercado de turismo do Brasil e do Japão. “Nunca tive experiência de trabalhar com eventos tão grandes. Será uma ótima oportunidade para treinar nossos funcionários através dos serviços prestados aos nossos clientes que vão viajar”, conta Sadashige Sato, de 63 anos, presidente da Alfainter, agência de turismo especializada na América do Sul, com 35 anos de tradição.

A empresa enviou, durante cerca de duas semanas na segunda quinzena de janeiro, um agente de turismo para três cidades brasileiras, entre elas, Recife, onde a seleção japonesa vai jogar, para fazer um levantamento completo sobre vários aspectos desde a questão da segurança, alimentação, transporte, infraestrutura, presença de comunidade japonesa, etc. Na opi-

nião de Sato, é preciso ver e ouvir pessoalmente para conhecer a realidade dos locais e oferecer dicas apropriadas aos clientes. “Agência de viagens representa clientes. Nossa missão é eliminar as preocupações dos clientes que não conhecem o lugar, oferecendo serviços que eles não têm condições de fazer”.

História

O empresário, nascido em 1950 no distrito de Kita, em Tóquio, ingressou na Universidade de Agronomia de Tóquio, onde passou a ter interesse pela imigração. Ainda como universitário, Sato fez estágio em agricultura no Brasil durante cerca de um ano para ajudar na plantação de pimenta, vivendo junto com famílias de imigrantes japoneses na redondeza de Belém e em Manaus. Essa experiência fortaleceu ainda mais o seu desejo de imigrar. Após a formatura, ele conseguiu vaga na filial em Tóquio de uma das principais agências de viagens nikkei, com sede no Brasil. Essa filial mais tarde



zentilia/123rf.com

記事: 名波正晴

6月のサッカー・ワールドカップ(W杯)大会に、2016年のリオデジャネイロ五輪。2つの巨大なイベントが日本とブラジルの観光業界にもたらすインパクトは計り知れない。創業35年、南米一筋の旅行代理店「アルファインテル南米交流」(東京・新橋)の佐藤貞茂社長(63)は「こんなに大きなイベントは経験したことがない。旅行の手配を通じて、社員を鍛える絶好の機会だ」と話す。

アルファ社は1月中旬から約2週間、日本戦が行われるレシフェなど3都市に日本から社員1人を派遣。治安や物価、食事・交通、インフラ、日本人社会の有無など徹底的に調べさせた。実際に見聞きして現地の事情に通じていなければ、客に的確なアドバイスができない、そんな思いが佐藤社長にはあった。「旅行代理店はお客の代理。自分ではできない、現

se tornou uma empresa independente, dando origem à Alfainter, presidida por Sato desde então. Segundo ele, o nome da empresa mescla “alfa”, tirada da expressão japonesa “purasu arufa” (valor agregado), e “inter”, da palavra “intercâmbio”.

No final da década de 1970, quando Sato ainda era novato na agência, houve boom de viagem ao país de origem entre filhos dos imigrantes japoneses que foram ao Brasil pela Cooperativa Agrícola de Cotia. Naquela época, a agência ampliou suas atividades organizando excursões tanto para o Japão quanto para o Brasil. A Alfainter é líder absoluto na área de pacotes turísticos para cooperativas agrícolas, aproveitando a rede de contatos que Sato mantém com os formados pela Universidade de Agronomia de Tóquio que imigraram no Brasil.

地を知らない、そういう不安を代理し、ぬぐうのが私たちの仕事なのだ」

歴史

佐藤社長は1950年東京都北区に生まれ、東京農大に入学。在学中から海外移住への関心を寄せ、大学の農業実習として約1年間、ベレン近郊やマナウスの日系農家宅に住み込み、ビメンタ栽培などを手伝うと、移住への憧れがさらに募った。大卒後、ブラジルに本社がある日系大手旅行代理店の東京支社に入社。この会社が79年にアルファ社として独立し、佐藤氏は以来社長を務める。「プラスアルファのサービス、親善交流(インテルカンビオ)が社名の由来」という。

新入社員時代の70年代終わり、当時、コチア青年としてブラジルに移住した若者たちの2世による祖国訪問がブームを迎えつつあった。日本とブラジル双方を訪れる企画旅行を幅広く展開し事業を拡大。ブラジルには東京農大OBで移住した数百人の太い人脈があり、これを駆使したアルファ社は農協系の企画旅行で業界では圧倒的な強さを誇る。



Presidente da Alfainter, Sadashige Sato
アルファインテルの佐藤貞茂社長



Alfainter, agência especializada nas viagens à América do Sul
南米一筋のアルファインテル

Passagens

Vendas de passagens aéreas representam 60% do volume total de vendas da Alfainter. Operações relacionadas ao turismo como reservas de hotel e passeios para excursões, viagens individuais e solicitação de vistos representam outros 40%. No ano retrasado, a empresa se tornou agência credenciada pela IATA (Associação Internacional de Transporte Aéreo). “Agora podemos emitir passagens junto com companhias aéreas, sem intermédio de outras empresas. Não precisamos mais pagar comissão e ganhamos mais facilidade de conseguir assentos na alta temporada. O credenciamento nos possibilitou vender passagens aéreas junto com nossos serviços originais”, explica Sato, que visa explorar novos horizontes no mercado.

Cerca de 60% das passagens comercializadas pela Alfainter são vendidas para brasileiros residentes no Japão. De olho na rota da maioria deles, que viajam pela Europa ou Oriente Médio, a empresa criou pacotes de passeio de três dias no Oriente Médio. O próximo desafio é conquistar maior número de turistas japoneses. Sato está de olho nos rumores que circulam há tempos sobre o possível acordo de isenção de visto entre Brasil e Japão.

“Graças ao Brasil, sobrevivi até hoje. Gostaria de incrementar ainda mais o canal de intercâmbio entre os dois países, aproveitando a Copa e as Olimpíadas como ponto de partida”, conclui.

航空券

アルファ社の売上高の6割は航空券の発券で、残る4割が現地手配や個人旅行などのオペレーションや査証(ビザ)取得代行で占められる。一昨年末、国際航空運送協会(IATA)の公認旅行代理店になった。「航空会社との間に第三者を介さず、直接発券のやりとりができる。マージンも厚くし、繁忙時の客席の融通もきく。チケットと独自のオペレーションを合わせて売ることが可能になった」と佐藤社長は新たな販路開拓に余年がない。

チケット販売の6割が日本で動く日系人・ブラジル人向けだ。その大半が欧州・中東経由という点に目を付け、中東2泊3日旅行など新たな企画を提案。今後は日本人の観光客をいかに増やすかが課題だ。日伯間の長年の懸案事項とされる「ビザ免除」が実現されるとのうわさも根強く、佐藤社長も期待を寄せる。

「ブラジルがあってこそ私は生きて来られた。W杯や五輪を発火点として日伯の交流のパイプをさらに太くしたい」

Amazonas oferece benefícios para impostos federais e estaduais

連邦・州で各種税制優遇

Seminário para atrair investimentos para Amazonas é realizado na Embaixada do Brasil no Japão

アマゾナス州投資セミナーはブラジル大使館で行われました

Por Nanami Masaharu

Com o objetivo de atrair investimentos para o Estado do Amazonas, localizado na região Norte do Brasil, o secretário executivo adjunto da Secretaria de Estado de Planejamento e Desenvolvimento Econômico, Appio Tolentino veio ao Japão para realizar seminário intitulado “Oportunidades de investimentos no Amazonas”, na Embaixada do Brasil em Tóquio. Embora muitos desconheçam, o Japão tem uma relação de longa data baseada em laços fortes com o Amazonas, onde mais de 240 jovens japoneses formados pela Escola Superior de Colonização, chamados como kotakusei, imigraram antes da Segunda Guerra Mundial para desbravar as selvas amazônicas. “Empresas que começarem atividades no nosso Estado ganharão força para competir com qualquer concorrente. Essa é a maior vantagem”, frisou

Tolentino para a plateia formada por cerca de 50 pessoas, entre elas, executivos das principais tradings japonesas.

Incentivos

São vários os benefícios fiscais nos níveis federais e estaduais. No nível federal, por exemplo, as empresas ganham 88% de desconto no imposto de importação de matérias-primas para industrialização e ficam isentas de IPI. Além disso, ainda há outros incentivos como redução do imposto de renda e das contribuições para PIS (Programa de Integração Social) e COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social). No nível estadual, as empresas são beneficiadas com redução de 55% a 100% do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços). Além disso, existem outros benefícios como linhas de crédito com subsídios para microempresas. O que



Suframa - Superintendência da Zona Franca de Manaus
マナウスのフリーゾーン

記事: 名波正晴

ブラジル北部アマゾナス州への投資を誘致するため、同州経済局のアッピオ・トレンチーノ次長が来日し、東京の在日ブラジル大使館で「アマゾナス州における投資機会」と題してセミナーを開いた。アマゾナス州には戦前、高拓生240人余が開拓入植するなど日本との絆は意外と長く太い。この日、商社などから参加した50人近くを前に、次長は「わが州に進出すれば、どのような競争相手にも太刀打ちできるようになるのが最大の魅力」と熱く訴えた。

優遇措置は連邦と州の両レベルであり、連邦税では加工用の原材料に対する輸入税を最大88%減税するほか、工業製品税（IPI）は免除。所得税（IR）や社会保険融資負担金、社会統合基金（PIS／COFINS）にも減額措置がある。州税では、商品流通サービス税（ICMS）が55～100%の率で控除され、税制面以外でも零細・中小企業に対しては補助金付きの融資枠などが設けられている。州が企業に期待するのは、生産技術の移転や雇用の創出、労働者への社会保障措置、生産性と競争力の継続的な向上、そして利益の再投資。トレンチーノ次長は「日本とは長年の交流の歴史があり、進出企業にとって『第2の故郷』になるのは間違いない」と力説する。

こうした経済政策の恩恵によりアマゾナス州は、人口で国内第7位の360万人、国内総生産（GDP）も第6位、国内第3位の産業拠点となった。工業団地への誘致で現在、悩ましいのが空調機製造分野だ。進出した空調機メーカーは12社あるのに対し、コンプ

o governo do estado espera das empresas estrangeiras são transferência de tecnologia, geração de empregos, inscrição de trabalhadores na Previdência Social, melhoria contínua de produtividade e competitividade, e o reinvestimento de lucros. “Tenho certeza de que o Amazonas, que tem uma relação muito antiga com o Japão, se tornará a segunda pátria para as empresas japonesas que se instalarem no nosso Estado”, ressaltou Tolentino.

Graças a essas políticas econômicas, o Amazonas se tornou o sétimo estado mais populoso do Brasil com 3,6 milhões de habitantes, o sexto estado com maior participação no PIB e o terceiro maior polo industrial do País. Um dos problemas enfrentados pelo governo do estado está na atração de fabricantes de ar condicionado para o Distrito Industrial. Para 12 empresas do ramo já radicadas, há apenas um fabricante de motores e compressores para ar condicionado que não está conseguindo atender a toda demanda. Tolentino convidou empresas que atuam nessa área a se instalarem no estado. Além disso, ele disse

que o governo vai “investir na promoção de indústria que utilize matérias-primas produzidas na região amazônica, como açaí, aproveitando a característica do nosso estado rico em biodiversidade”.

レッサーなど空調機用モーター製造会社は1社だけで、生産が追いつかない。トレンチーノ次長はこの分野での進出を呼び掛けるとともに「生物多様性という州の特徴を生かし、例えばアサイなど、地域内の原材料を使った産業の活性化にも力を入れたい」と語った。

Amazonas

O Amazonas é o maior estado brasileiro em extensão territorial, que ocupa uma área quatro vezes maior que o Japão, mas fica distante dos principais mercados consumidores do País, o que dificultava desenvolver a competitividade do Estado durante muito tempo. Em 1957, o governo decidiu criar o Distrito Industrial de Manaus com Zona Franca, oferecendo vários benefícios fiscais. O projeto foi iniciado em 1967. Hoje, o distrito abriga mais de 600 empresas do mundo inteiro, entre elas, fabricantes de eletroeletrônicos, produtos químicos e computadores, com um faturamento total de US\$ 38,5 bilhões, sendo considerado “o maior pólo de produção de eletroeletrônicos da América do Sul”, segundo o secretário Appio Tolentino.

Há 34 empresas japonesas que mantêm fábricas no Distrito Industrial, sendo responsáveis por 16% dos investimentos estrangeiros na região. A maior delas é a fabricante de motos Honda, que assume liderança absoluta no setor de motocicletas, no qual representa 17% do total de vendas. “Todas as motos da Honda que circulam pelas ruas no Brasil são fabricadas em Manaus”, contou orgulhosamente.

アマゾナス州

アマゾナス州は日本の国土面積の約4倍、ブラジルでも最大の州でありながら、主要な消費都市から隔絶されていることが最大のネックで、どう競争力を確保するかが長年の課題だった。政府は1957年、各種の税制上の優遇措置を講じた自由輸出入地域「マナウス市工業団地」の創設を決め、67年にスタート。電気製品や化学品、コンピューター製品など世界600社以上の企業が進出し、2013年現在の総売上高は約385億ドルで「南米最大の電子産業機器の生産拠点」（トレンチーノ次長）になっている。

日本からも34社が現地生産し、日本は外資の投資総額の約16%を占める。最大手は二輪車製造のホンダで、総売上高の約17%を占める二輪車部門を独占。トレンチーノ次長は「ブラジルで流通するホンダの二輪車の全てがマナウスで生産されている」と胸を張る。



Incentivos fiscais para investimentos na Bahia

バイーア州の投資優遇策



O Governo da Bahia está oferecendo incentivos fiscais para a instalação de novos empreendimentos industriais ou agroindustriais. Os benefícios também se estendem para a expansão, reativação ou modernização de empreendimentos industriais ou agroindustriais já instalados.

Entre os benefícios estão a desoneração do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) para a importação de bens do exterior, por exemplo. Os detalhes foram apresentados na ocasião da visita do governador

da Bahia, Jaques Wagner, ao Japão, em janeiro.

Representantes do governo da Bahia foram visitar o estaleiro da Kawasaki, em Kagawa, onde profissionais do Estaleiro Enseada do Paraguaçu recebem treinamento.

Na oportunidade, os vice-presidentes da CCBJ (Câmara de Comércio Brasileira no Japão), Roberto Goto e Hebert Gomide, se encontraram com o governador na presença do Embaixador do Brasil no Japão, André Corrêa do Lago. Os representantes da CCBJ reforçaram o Memorando de Entendimentos entre a entidade e o governo da Bahia.

Encontro da comitiva da Bahia, CCBJ e Embaixada do Brasil no Japão, na sede da Embaixada
大使館で行われたバイーア州使節団とCCBJ代表者、駐日ブラジル大使の会談

バイーア州政府は、工業・農産業分野の新たな企業進出誘致を図るための優遇策を実施している。

すでに州内に進出している同分野の企業も、事業拡大や事業再生、近代化を行う場合には適用の対象となる。

優遇策によって海外からの商品輸入にかかる商品流通サービス税 (ICMS) などが免除される。詳細についての説明は、1月に来日したバイーア州のジャキス・ヴァギネル州知事によって行われた。バイーア州使節団は、エスタレーロ・エンセアーダ・ド・パラグアス (EEP) 造船所の従業員が研修を受けている香川県の川崎重工坂出工場を訪問した。

また在日ブラジル商業会議所 (CCBJ) 副会頭のロベルト・ゴトウ氏およびハパート・ゴミジ氏両名は、駐日ブラジル大使館で州知事と会談した。アンドレ・コヘーア・ドラゴ駐日ブラジル大使も出席した会談で、両副会頭はCCBJとバイーア州が締結した了解書の意義を強調した。

INCENTIVOS

1. DESENVOLVE - Programa de Desenvolvimento Industrial e de Integração Econômica

Lei no. 7.980/2001 e Decreta no. 8.205/2002

Finalidade: incentivar a instalação de novos empreendimentos industriais ou agroindustriais e a expansão, reativação ou modernização de empreendimentos industriais ou agroindustriais já instalados.

Segmentos beneficiados: todos os segmentos que não forem enquadrados em outros programas que possuem legislação específica.

INCENTIVOS:

- Desoneração do imposto estadual (ICMS) na aquisição de bens destinados ao ativo fixo nas seguintes hipóteses, conforme regra do Decreto:
- Nas operações de importação de bens do exterior;
- Nas operações internas relativas as aquisições de bens produzidos neste Estado;
- Nas aquisições de bens em outro estado, relativamente ao diferencial de alíquotas.
- Diferimento na aquisição interna de insumos, conforme regra do Decreto:
- Dilação de prazo de 72 meses para o pagamento de 90%, 80% ou 70% do saldo devedor mensal do imposto estadual (ICMS), relativo às operações próprias, gerado em razão dos investimentos constantes do projeto a ser aprovado pelo Conselho Deliberativo. O percentual dilatado do imposto depende do enquadramento do projeto na Matriz de Aderência do programa;
- Conforme o percentual dilatado, deverá ser feito o pagamento de 10%, 20% ou 30% do valor do ICMS apurado no prazo normal. A liquidação antecipada da parcela do imposto cujo prazo tenha sido dilatado ensejará desconto de 90% ou 80%, resultando num benefício final conforme tabela abaixo;
- Sobre a parcela dilatada quando paga no prazo de fruição incidirão encargos financeiros correspondentes a um percentual no mínimo de 50% da taxa anual de juros de longo prazo (TJLP) capitalizada anualmente;
- A dilação do imposto dos empreendimentos já instalados incidirá o valor que exceder ao piso correspondente à média mensal dos saldos devedores de ICMS apurados em até 24 meses anteriores ao do pedido de incentivo, atualizada pela variação acumulada do IGP-M;
- O empreendimento que investir na substituição de, no mínimo, 75% da planta de produção, com utilização de maquinários e equipamentos novos, será equiparado a novo empreendimento, não se aplicando o piso.

INCENTIVES

1. DESENVOLVE - Industrial Development and Economic Integration Program

Law no. 7.980/2001 e Decree no. 8.205/2002

Purpose: to stimulate the installation of new industrial or agribusiness enterprises and the expansion, reactivation or modernization of industrial or agribusiness enterprises already installed.

Benefitted segments: all the segments that are not framed in other programs that have specific legislation.

INCENTIVES:

- Exoneration of the state tax (ICMS) on the acquisition of goods destined for the fixed asset in the following hypotheses, and tax deferring on the inward acquisition of inputs, according to decree rules:
- In the import operations of goods from abroad;
- In the inward operations of acquisitions of goods produced in this State;
- In the acquisitions of goods of another state, related to the differential of aliquots.
- Tax deferring on the inward acquisition of inputs, according to decree rules:
- 72 month post-po-nement period for the payment of 90%, 80% or 70% of the monthly debit balance of the state tax (ICMS), related to the enterprise's operations, generated due to the investments contained in the project to be approved by the Deliberation Council. The post-po-ned percentage depends on the framing of the project in the Adherence Matrix of the program;
- Depending on the post-po-ned percentage, 10%, 20% or 30% of the ICMS balance due value must be paid in the usual period; The payment anticipation of the tax portion whose period has been post-po-ned will guarantee a discount of 90% or 80%, resulting in a final benefit as shown on the table below;
- Over the post-po-ned portion when paid in the fruition period will incur financial costs corresponding to a percentile of at least 50% of the annual long period interests rate (TJLP) capitalized annually;
- For the enterprises already installed the tax post-po-nement will incur over the value that to exceed the reference value corresponding to the average of the monthly debit balance of ICMS originated in until 24 months previous to the incentive request, updated by the accumulated variation of the IGP-M index;
- The enterprise that to invest in the substitution of at least 75% of the production plant, with use of new machinery and equipment, will be considered as new enterprise, not applying the reference value.

Interculturalização e parceria comercial

異文化理解と業務提携

Hice organiza seminários para a dinamização da economia regional

浜松国際交流協会が経済活性化と異文化理解についてのセミナーを開催



Da esq. à dir.: Frank Murai (WEG), Arthur Muranaga (IPC World), vice-cônsul José Acioli, Walter Saito (KK TS) e Edson Tamada (IB Fox Foods)
邑井勇氏 (ウェグエレクトリックモーターズジャパン)、村永アルツール氏 (アイビーシー・ワールド)、ジョゼ・アシオリ副総領事、齊藤俊男氏 (株式会社ティーエス)、玉田エジソン氏 (アイビー・フォックス・フーズ)

Por Osni Arashiro

記事: オズニー・アラシロ

Empresários brasileiros conferiram uma série de quatro palestras sob o tema “Dinamização da Economia Regional com Interculturalização”. O evento foi realizado no Centro Intercultural de Hamamatsu, em Hamamatsu (Shizuoka) no dia 9 de março, com a presença de cerca de 70 pessoas.

Após palavras de abertura de Kazuhiko Murata, diretor executivo da HICE (Fundação para a Comunicação e Intercâmbio Internacional de Hamamatsu) e do vice-cônsul do Brasil em Hamamatsu, José Correia da Silva Acioli, a palestra teve início com Frank Issamu Murai, vice-presidente da Câmara de Comércio Brasileira no Japão (CCBJ) e presidente da WEG Electric Motors Japan Co., Ltd.

O palestrante falou sobre sua empresa, com vendas para mais de 135 países e 14 mil contêineres/ano, resultado da filosofia de globalização. A WEG iniciou a internacionalização na década de

1970, com países da América Latina, devido à proximidade e facilidade do idioma, porém, a partir da década de 2000, com a ida de funcionários brasileiros ao exterior, foi necessário um reaprendizado da cultura e idioma dos países nos quais iriam trabalhar.

Para o palestrante Murai, a receita da globalização é “adaptar-se culturalmente ao mercado, a exemplo do Japão, desde simples modo de entregar o cartão de visita até condições comerciais”. Segundo ele, “também é necessário desligar o seu PAC (piloto automático cultural) e manter-se atualizado globalmente em contínuo aprendizado com produtos, mercado, empresas, políticas, economias, etc. É preciso ser multicultural e multilingual. Hoje, saber dois idiomas é pouco”, afirmou.

Pessimista e otimista

Arthur Muranaga, vice-presidente da CCBJ e presidente da IPC World, falou sobre as diferenças culturais, partindo da imagem

de que os japoneses são “pessimistas”, porém, nem sempre isso seja ruim, enquanto os brasileiros são “otimistas” e nem sempre isso é bom. O palestrante também citou uma pesquisa de 2013, encomendada pela BBC da Inglaterra, a partir de um universo de 26.299 pessoas em 25 países. O objetivo foi verificar o que o cidadão comum acha da influência, positiva ou negativa, de outros países. Resultado: 51% acharam que o Japão exerce uma influência positiva e 27% negativa para o resto do mundo, enquanto o Brasil ficou com 46% positivo e 21% negativo.

Entre os brasileiros, 71% acham que o Japão exerce uma influência positiva para o resto do mundo. Mas apenas 40% dos japoneses acham o mesmo do Brasil. “Então ainda falta um esforço maior do brasileiro para mostrar aos japoneses o que o Brasil representa”, afirmou Muranaga, “e para essa convivência multicultural, antes de tudo precisamos entender ambas as culturas”.

de que os japoneses são “pessimistas”, porém, nem sempre isso seja ruim, enquanto os brasileiros são “otimistas” e nem sempre isso é bom. O palestrante também citou uma pesquisa de 2013, encomendada pela BBC da Inglaterra, a partir de um universo de 26.299 pessoas em 25 países. O objetivo foi verificar o que o cidadão comum acha da influência, positiva ou negativa, de outros países. Resultado: 51% acharam que o Japão exerce uma influência positiva e 27% negativa para o resto do mundo, enquanto o Brasil ficou com 46% positivo e 21% negativo.

Entre os brasileiros, 71% acham que o Japão exerce uma influência positiva para o resto do mundo. Mas apenas 40% dos japoneses acham o mesmo do Brasil. “Então ainda falta um esforço maior do brasileiro para mostrar aos japoneses o que o Brasil representa”, afirmou Muranaga, “e para essa convivência multicultural, antes de tudo precisamos entender ambas as culturas”.

de que os japoneses são “pessimistas”, porém, nem sempre isso seja ruim, enquanto os brasileiros são “otimistas” e nem sempre isso é bom. O palestrante também citou uma pesquisa de 2013, encomendada pela BBC da Inglaterra, a partir de um universo de 26.299 pessoas em 25 países. O objetivo foi verificar o que o cidadão comum acha da influência, positiva ou negativa, de outros países. Resultado: 51% acharam que o Japão exerce uma influência positiva e 27% negativa para o resto do mundo, enquanto o Brasil ficou com 46% positivo e 21% negativo.

Entre os brasileiros, 71% acham que o Japão exerce uma influência positiva para o resto do mundo. Mas apenas 40% dos japoneses acham o mesmo do Brasil. “Então ainda falta um esforço maior do brasileiro para mostrar aos japoneses o que o Brasil representa”, afirmou Muranaga, “e para essa convivência multicultural, antes de tudo precisamos entender ambas as culturas”.

Empreendedores

Outros dois empresários brasileiros completaram a série de palestras. Walter Saito, diretor-consultor da CCBJ e proprietário da KK T.S., chegou ao Japão em fevereiro de 1990 e começou a vida como dekasegui, economizando o salário para abrir sua primeira empresa no Japão, a TS Yugen Kaisha, e foi um dos pioneiros no ramo de empreiteira com creche para acolher as crianças dos trabalhadores brasileiros. Depois prosseguiu com sucesso nos ramos imobiliário, agricultura, esportes, importação e exportação.

Edson Tamada, presidente da IBFox Foods Incorporated, também participou com depoimento.

O seminário “Dinamização da Economia Regional com Interculturalização” foi realizado com apoio da Câmara de Comércio Brasileira no Japão, Câmara de Comércio e Indústria de Hamamatsu e Consulado-Geral do Brasil em Hamamatsu.

し、常に最新の製品や市場、企業、政治経済の動向に精通する必要がある。様々な文化と言語を理解することが求められている。今日、2ヶ国語でできるだけでは充分ではない」とも語った。

悲観論者対楽観論者

在日ブラジル商業会議所副会頭でアイビーシー・ワールド社長の村永アルツール氏は、日本人は「悲観的」だがそれが必ずしも悪いことではないし、ブラジル人は「楽観的」だがそれがいつも良いことではないという日本人とブラジル人の文化的相違点について話した。同氏はまた、2013年にイギリスのBBCが世界25カ国2万6299人を対象に行った「世界に良い影響、悪い影響を与える国」についての世論調査についても触れた。この調査によると、日本は回答者の51%が「良い影響を与えている」と答え、「悪い影響を与えている」は27%だった。一方ブラジルは「良い」が46%、「悪い」は21%だった。

ブラジル人回答者の71%は日本が「良い影響を与えている」と答えたが、日本人回答者のうちブラジルが「良い影響を与えている」と答えたのはわずか40%だった。村永氏は「ブラジル人は日本人に対しブラジルのイメージを発信していく一層の努力をする必要がある」とした上で、「多文化共生においては。お互いの文化を知ることがなにもより大切だ」と語った。

実業家

セミナーではさらに2名のブラジル人実業家による講演が行われた。CCBJの顧問理事で株式会社ティーエスを経営する齊藤俊男氏は、1990年にデカセギとして来日し、給料を節約して貯めた資金を元に、ブラジル人労働者の子どもを預かる託児所つき人材派遣会社の先駆けとなった有限会社ティーエスを設立した。その後は不動産業、農業、スポーツ事業、貿易にも進出し成功を収めている。アイビー・フォックス・フーズの玉田エジソン氏も講演者として登壇した。「異文化理解による地域経済活性化」セミナーは在日ブラジル商業会議所、浜松商工会議所、在浜松ブラジル領事館の後援を得て開催された。

Dicas de mercado de trabalho para jovens

就職市場について若者向けに講演

Seminário da NPO Sabja reúne empresários de grandes empresas que mostram as qualidades necessárias para o trabalho

NPOサビジャ、財界人を講師に招き仕事に求められる資質を紹介するセミナー開催

Por Neide Hayama

O II Seminário para Estudantes Brasileiros no Japão, organizado pela NPO Sabja (Serviço de Assistência para Brasileiros no Japão), mostrou as qualidades necessárias dos profissionais para trabalhar em grandes empresas do Brasil e do Japão. Com mais de 50 jovens na plateia, o evento foi mostrar aos universitários as tendências do mercado de trabalho. As palestras foram em janeiro, em Yokohama.

O evento teve o apoio da Embaixada do Brasil em Tóquio, Consulado Geral do Brasil em Tóquio, Câmara de Comércio Brasileira no Japão, Jica e Associação Kaigai Nikkeijin Kyokai.

A presidente da NPO Sabja, Ana Elisa Yamaguchi, disse que “o objetivo do seminário é motivar as pessoas e ter contatos com empresários”.

O Embaixador do Brasil no Japão, André Corrêa do Lago; e o ministro Marco Farani, Cônsul, do Consulado Geral do Brasil em Tóquio, participaram do evento até o final.

O palestrante Celso Guiotoko, Corporate Vice-Presidente da Nissan Motor Company, explicou o que é Nissan Way, com fundamentos da empresa (veja quadro). A empresa vai investir cerca de US\$ 1,5 bilhão na construção de fábrica em Resende, no Rio de Janeiro, para novos produtos, com capacidade para 200 mil unidades por ano e criação de 2 mil empregos diretos. O modelo de controle de produção dessa unidade, conforme adiantou ele, será padrão para a Nissan no futuro.

記事: 羽山ネイデ

NPOサビジャ(在日ブラジル人を支援する会)は、ブラジルや日本の大企業で働く人材に求められる資質などを紹介する第2回在日ブラジル人学生セミナーを開催した。会場につめかけた50名以上の学生に向けて、労働市場の動向についての講演が行われた。同セミナーは、駐日ブラジル大使館、在東京ブラジル総領事館、在日ブラジル商業会議所、JICA、海外日系人協会の後援を得て今年1月に横浜で開催された。

NPOサビジャのアナ・エリーザ・ヤマグチ代表理事は、セミナーの目的は「経営者とコンタクトを取ろうというモチベーションを与えること」だと述べた。

アンドレ・コヘーア・ド・ラゴ駐日ブラジル大使、在東京ブラジル総領事館のマルコ・ファラーニ総領事はセミナー最後まで参加。

講演者のひとりで日産自動車執行役員CIOの行徳セルソ氏は、同社の行動指針である「Nissan Way」について説明した(下記参照)。日産自動車はリオデジャネイロ州レゼンデに、15億ドルを投じて新工場を建設する。生産能力は年間20万台で、2000人の新規雇用が見込まれている。行徳氏によると、この工場の生産モデルが将来的に日産の生産管理の基準となる。続いて講演者として壇上にあがった三井

Nissan Way



Our Mindset

- 1- Cross-cultural
- 2- Transparent
- 3- Learner
- 4- Frugal
- 5- Competitive

Action

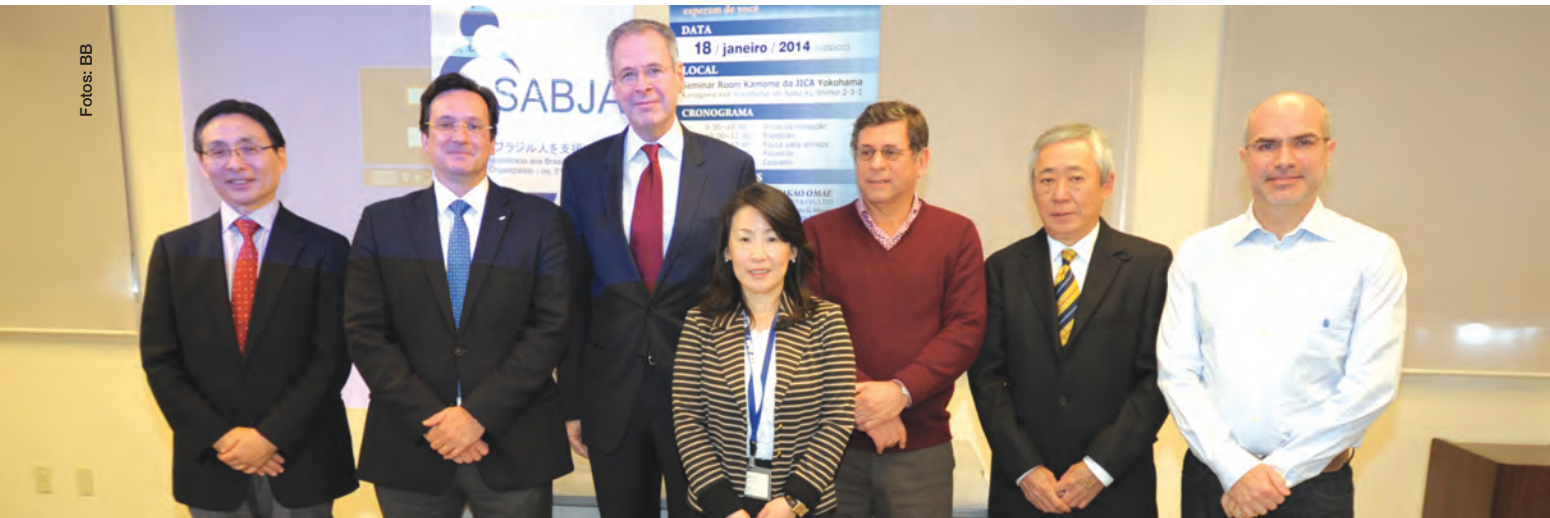
- 1- Motivate
- 2- Commit&Target
- 3- Perform
- 4- Measure
- 5- Challenge

心構え

- 1- Cross-cultural 異なった意見・考えを受け入れる多様性
- 2- Transparent すべてを曖昧にせず、わかりやすく共有化
- 3- Learner あらゆる機会を通じて学ぶことに情熱を。学習する組織の実現
- 4- Frugal 最小の資源で最大の効果
- 5- Competitive 自己満足に陥ることなく、常に競争を見据え、ベンチマーキング

行動

- 1- Motivate 自分自身を含め、人のやる気を引き出していますか？
- 2- Commit&Target 自ら達成責任を負い、自らのポテンシャルを充分に発揮していますか？
- 3- Perform 結果を出すことに全力を注いでいますか？
- 4- Measure 成果・プロセスは誰でもわかるように測定していますか？
- 5- Challenge 競争力のある変革に向けて積極的に挑戦していますか？



Da esq. à dir. Celso Guiotoko (Nissan), Marcos Turini (Vale), Embaixador André Corrêa do Lago, Ana Elisa Yamaguchi (NPO Sabja), Cônsul Marco Farani, Takao Omae (Mitsui) e João Paulo Poppi (Banco do Brasil)

左から右: 行徳セルソ氏(日産自動車)、マルコス・トゥッリーニ氏(ヴァーレ)、アンドレ・コヘーア・ド・ラゴ駐日ブラジル大使、アナ・エリーザ・ヤマグチ代表理事(NPOサビジャ)、マルコ・ファラーニ総領事、大前孝雄氏(三井物産顧問)、ジョン・パウロ・ボッピ氏(ブラジル銀行)

O segundo palestrante foi Takao Omae, conselheiro da Mitsui & Co., Ltd. Ele informou que dos cerca de 6 mil funcionários na empresa no Japão, 81 são estrangeiros. Nesse ano, 133 funcionários foram admitidos, sendo 10 estrangeiros, entre eles dois brasileiros.

No quadro acompanhe as qualidades consideradas indispensáveis para ser contratado pela empresa. O valor de estoque do investimento da Mitsui para o Brasil é de US\$7,52 bilhões, que corresponde ao primeiro lugar entre países em desenvolvimento.

物産顧問の大前孝雄氏は、同社の社員約6000名中81名は外国人で、今年採用された133名のうち外国人はブラジル人2名を含む10名だと語った。同社の人材に求められる資質は表のとおり。三井物産のブラジル向け投資規模は75億2000万ドルで、新興国中では同社最大の投資先となっている。

Mitsui



- 1- Executar os trabalhos até o fim.
- 2- Entender valores diferentes dos outros.
- 3- Ser flexível.
- 4- Domínio de vários idiomas.
- 5- Capacidade de agir em ambiente complexo.
- 6- Amplos conhecimentos.
- 7- Capacidade de comunicação.
- 8- Espírito para encarar desafios.
- 9- Integridade e humildade.
- 10- Estar atento para desejos dos cidadãos e transformar em negócios.
- 11- Resolver problemas.

- 1- 業務完遂力
- 2- 異なる価値観への理解
- 3- 柔軟性
- 4- 複数の外国語スキル
- 5- 複雑な環境における行動力
- 6- 幅広い知識
- 7- コミュニケーション能力
- 8- チャレンジ精神
- 9- 誠実さと謙虚さ
- 10- 人々のニーズを観察しビジネスに変換する
- 11- 問題解決能力

O Presidente da Vale Asia K.K. no Japão, Marcos Turini, explicou que a empresa promove uma série de iniciativas no ensino médio regular e técnico com o objetivo de qualificar as comunidades onde a empresa atua para o mercado de trabalho.

Nos Estados do Pará e Maranhão, por exemplo, já foram investidos R\$ 43 milhões desde 2011, em iniciativas em várias frentes: a criação de Escolas Modelo, com distribuição de bolsas de estudo para a comunidade e incentivo à formação técnica; o Programa Gestão Educacional, que oferece pós-graduação em gestão para administradores de escolas públicas; a reforma e ampliação de instituições educacionais; e a criação de novas turmas de cursos técnicos.

“Todo dia é dia de cuidar da

vida”. Pelo terceiro ano consecutivo, a Vale promoveu, em 2013, o Dia de Reflexão sobre Saúde e Segurança. Durante uma semana, os empregados e prestadores de serviço se reuniram com seus líderes para dialogar sobre a saúde e segurança. A data é uma forma de intensificar os esforços coletivos para atingir o dano zero e, acima de tudo, internalizar um dos valores da Vale: o Respeito à Vida.

A mobilização global já atingiu mais de 250 mil participantes. Em 2012, quase 160 mil pessoas participaram em 27 países onde a Vale está presente. Em 2013, o tema dos diálogos foi o cuidado genuíno, um conceito que significa basicamente cuidar uns dos outros. “Queremos mostrar a importância de cuidar de si mesmo, de cuidar do outro e também de se deixar ser cuidado por alguém”.

ヴァーレの日本支社であるヴァーレ・アジア(株)社長のマルコス・トゥリーニ氏によると、ヴァーレ社では拠点を置く各地域コミュニティの人材育成を支援するため、高等学校や専門学校での教育分野で様々な取組みを進めているという。例えば、パラ州やマラニョン州では、2011年から奨学金や技能育成支援を組み込んだモデル校事業、公立学校運営担当者に大学院で学校経営学を学ばせるためのプログラム、教育機関の施設改修・拡張、専門学校の新規講座開設など、様々な分野の活動に資金援助をしており、その額は4300万リアルにのぼる。

「日々命を大切にすること」を全従業員に啓蒙するために、ヴァーレは2013年に三年連続で「健康と安全を考える日」と題する安全週間を実施した。その期間中、同社の従業員や契約先の従業員が職場の上司と健康や安全について対話集会を持つ。「健康と安全を考える日」を設けることで、事故のない安全な職場を実現し、同社の価値観の一つである「命の尊重」という行動指針を一人一人が自分のこととして実践するための集団的努力の強化を図る。

2012年にはヴァーレが拠点を置く27カ国で約16万人が、2013年には25万人以上が

Mudanças reais e que salvam vidas ocorrem após os diálogos, não apenas no trabalho, mas na vida pessoal dos nossos empregados. A Vale é líder mundial na pro-

dução de minério de ferro e pelas e segundo maior produtor de níquel. O lucro líquido básico da empresa em 2012 foi de US\$ 11,2 bilhões. Leia as dicas de Turini para o mercado de trabalho.

対話集会に参加した。2013年のテーマは「本物の注意」で、事故に遭わないようにお互いに注意しあうことを基本理念に掲げた。「事故に遭わないように、自分自身で気を付け、他の人にも注意を払い、他の人からも注意してもらうことの大切さを示したい」とトゥリーニ氏は話す。「人の命を救うような本当の変化は、仕事においても従業員の私生活においても、対話を経て初めて実現するものだ」。

ヴァーレは世界最大の鉄鉱石生産量と世界第2位のニッケル生産量を誇る。2012年の純利益は112億ドル。トゥリーニ氏からの就職についてのアドバイスは以下の通り。

Vale ヴァーレ



- 1- Conhecer profundamente o negócio que atua.
- 2- Nunca parar de estudar.
- 3- Trabalhar com prazer, dedicação e esforço. Ser resiliente!
- 4- Ser curioso, criativo, ousar!
- 5- Construir relações solidas com os stakeholders de sua empresa.
- 6- Ser honesto e aberto a opiniões contrárias.
- 7- Estar pronto para “abraçar” as mudanças.

- 1- 自分の仕事に関する深い知識
- 2- 継続的な勉強
- 3- 楽しみながら献身的に仕事に尽力する。『レジリエンス』折れない心を持つ！
- 4- 好奇心と創造力を持ち、大胆な行動を！
- 5- 会社のステークホルダーと強固な関係を構築する
- 6- 反対意見を誠実に受け止める
- 7- 変化を「抱きしめる」心構え

O Regional General Manager, João Paulo Poppi, do Banco do Brasil (BB), destacou uma frase interessante para quem pretende começar a trabalhar: “Procure fazer o que gosta ou

aprenda a gostar do que faz”. O BB já está há 41 anos no Japão e possui sete unidades de atendimento, além de 55 mil ATMs convenientes para transações com cartões magnéticos.

ブラジル銀行のアジア地域統括マネージャーを務める ジョン・パウロ・ポッピ氏は、これから就職しようとする人に向けて、「好きなことを職業にするか、やっている仕事を好きになるよう努めることが大切だ」と力説した。日本で41年の歴史を持つブラジル銀行は、日本全国に7店舗を構え、キャッシュカード取引に利用できる提携ATM台数は5万5000台にのぼる。

Banco do Brasil ブラジル銀行



- 1- Habilidade com novas tecnologias
- 2- Espírito empreendedor.
- 3- Pro-atividade.
- 4- Capacidade de trabalho em equipe.
- 5- Visão holística.
- 6- Capacidade de estar bem informado.

- 1- 新技術を使いこなす能力
- 2- 起業家精神
- 3- 主体性
- 4- 集団で仕事を遂行する能力
- 5- 全体論的視野
- 6- 情報収集能力

Escolas brasileiras precisam cumprir novas regras do governo

在外ブラジル人学校に政府の新基準適用

Ministério da Educação está criando sistema eletrônico para agilizar a fiscalização nos estabelecimentos de ensino

教育省は教育機関の監査迅速化を図るための電子システムを構築

Por Neide Hayama

O Ministro da Educação, Henrique Palm, homologou parecer do Conselho Nacional de Educação, o qual, pela sua Câmara de Educação Básica, aprovou a Resolução CNE/CEB nº 1/2013, de 3 de dezembro de 2013. Essa nova Resolução define normas para a declaração de validade de documentos escolares emitidos por escolas que atendem a cidadãos brasileiros residentes

no exterior.

Esse assunto foi debatido previamente no âmbito do Ministério da Educação e do Conselho Nacional de Educação. Posteriormente, foi levado a debate no I Fórum Educação Brasil-Japão, realizado em Nagoia, em fevereiro de 2013. Algumas das sugestões que foram levantadas nesse debate, que contou com a efetiva participação de mais de 230 pessoas. Participaram do evento tanto pais, alunos

記事: 羽山ネイデ

エンリケ・バイム教育相は、ブラジル教育省の基礎教育会議を通して2013年12月3日付け決議CNE/CEB1/2013号を認可する国家教育審議会の見解を承認した。新決議は、在外ブラジル人向けの教育機関が発行する各種書類の有効性に関する基準を定めるもの。

この件に関しては教育省と国家教育審議会による事前協議を経たのち、2013年2月に名古屋で開催された第1回ブラジル日本教育フォーラムで協議された。生徒、保護者、教師、学校の代表

e professores, quanto diretores e mantenedores de escolas. Na ocasião, o professor Francisco Aparecido Cordão, representante do Conselho Nacional de Educação, veio especialmente do Brasil para o Fórum. Ele concedeu entrevista por telefone à **Revista Brasil** sobre essa mudança no quadro normativo da legislação educacional brasileira para a melhoria da educação das crianças e dos jovens no exterior, tendo como modelo, em muitos aspectos, a vivência da comunidade brasileira no Japão. Acompanhe a seguir.

Revista Brasil - Quais as sugestões recebidas pelo Fórum de Educação Brasil-Japão e que foram incluídas no projeto? Qual foi a importância do Fórum para o projeto?

Professor Francisco Aparecido Cordão - O Ministério da Educação autorizou a minha

participação no Fórum, especialmente para levar a proposta de mudança normativa em debate no Conselho Nacional de Educação e colher sugestões da comunidade brasileira no Japão, reunida no Fórum Educacional de Nagoia. A experiência educacional no Japão serviu de modelo de gestão para ser adotada em outros países com os quais o Brasil mantém relação diplomática. Precisávamos corrigir algumas falhas, pois estávamos recebendo denúncias de que algumas escolas não estavam cumprindo a legislação e normas educacionais vigentes, por exemplo, de contratação de docente habilitado, ou estavam atuando em condição inferior ao que foi informado ao Ministério da Educação. Também não havia a explicitação de regras claras

者や経営者ら230名以上が参加した会議では様々な提案が行われた。ブラジルからは国家教育審議会を代表してフランシスコ・アパレシード・コルダオン氏が会議に参加するため来日した。同氏はヘビスタ・ブラジルの電話インタビューに応じ、在日ブラジル人コミュニティの経験を様々な点で参考にしつつ在外ブラジル人子弟の教育改善のために改正されたブラジル教育法の新基準について語った。インタビュー内容は以下の通り。

ヘビスタ・ブラジル(以下RB):ブラジル日本教育フォーラムで出された提案のうち、今回のプロジェクトに採用されたものはあるか。またプロジェクトにおけるフォーラムの役割についてお聞かせください。

フランシスコ・アパレシード・コルダオン氏 - 名古屋で開催された教育フォーラムには、国家教育審

Foto: Divulgação

Professor Francisco Aparecido Cordão, Conselheiro da Câmara de Educação Básica do Conselho Nacional de Educação, do Ministério da Educação, levou sugestões do Japão para a definição das novas regras. O professor Francisco Aparecido Cordão, representante do Conselho Nacional de Educação, veio especialmente do Brasil para o Fórum. Ele concedeu entrevista por telefone à **Revista Brasil** sobre essa mudança no quadro normativo da legislação educacional brasileira para a melhoria da educação das crianças e dos jovens no exterior, tendo como modelo, em muitos aspectos, a vivência da comunidade brasileira no Japão. Acompanhe a seguir.

de como proceder diante desses problemas. Por exemplo, quando uma escola fechava, só ficávamos sabendo seis meses depois e os alunos enfrentavam sérias dificuldades em conseguir a documentação escolar devida. No Brasil, o Ministério e as Secretarias Estaduais e Municipais de Educação efetuam supervisão direta, mas no Japão ela era feita uma vez por ano, embora as visitas não conseguissem atingir todas as escolas.

Assim, o que foi debatido nesse Fórum auxiliou a definir regras mais claras sobre como proceder, em termos de condição essencial para uma escola se adequar à norma brasileira e emitir documento válido no Brasil. São ao todo oito regras (veja quadro).

RB - O que muda para a educação dos brasileiros no Japão com essa Resolução de 3 de dezembro de 2013?

Professor Cordão - O objetivo é melhorar a qualidade de atendimento educacional oferecido aos brasileiros que moram no exterior. O Japão está servindo de modelo porque o total de escolas brasileiras no arquipélago é muito maior do que em outros países. Uma das importantes mudanças foi a de incluir aulas da língua e cultura do país estrangeiro nas escolas que atendem a cidadãos brasileiros. Essa medida é para não transformar a comunidade brasileira em gueto e criar condições efetivas para que o cidadão brasileiro se integre na comunidade local.

RB - São quantas escolas brasileiras no Japão habilitadas pelo Ministério da Educação?

Professor Cordão - São 44 escolas brasileiras homologadas no Japão que congregam cerca de 3.500 estudantes e 400 profissionais, de um total de 70 estabelecimentos de ensino que atendem a cidadãos brasileiros no Japão.

RB - De que forma será feita a fiscalização para verificar se as novas normas estão sendo cumpridas?

Professor Cordão - A tramitação em papel é demasiado lenta. O Ministério da Educação criou um sistema eletrônico específico para agilizar esse processo, tanto da homologação como do cadastro. Assim, está sendo construído um sistema eletrônico integrado para monitorar, executar e controlar as escolas brasileiras no exterior. Ainda encontra-se em fase de testes e deve entrar em funcionamento ainda neste ano.

RB - O item Educação Profissional Técnica de Nível Médio é novo no Japão. Poderia informar quantas escolas brasileiras no Japão possuem esse curso e que tipo de curso seria esse?

Professor Cordão - Recebemos pedidos das escolas brasileiras no Japão para criar cursos técnicos de nível médio para os adultos que trabalham durante o dia desenvolver competências profissionais que melhorassem a qualidade da empregabilidade dos

議会で協議されていた基準改正案の内容を紹介し、会場に集まった在日ブラジル人コミュニティからの提案を受け付けるため、ブラジル教育省からの許可を受けて出席した。日本の教育現場の実例は、ブラジルと国交のあるその他の国々でも活用できるモデルとして役立った。現行の教育法や基準を守らずに教員の採用を行ったり、教育省に報告した内容を下回る条件で運営したりしている学校があるという告発を受けていたので、いくつか改善を行う必要があった。またこうした問題への対処方法が明確ではなかった。例えば学校が閉校になった場合、報告を受けるまでに6カ月もかかっていたため、生徒は学校関連の必要書類を入手するために非常に苦労していた。ブラジル国内では学校は教育省、州や市町村の教育局の監督下にあるが、日本のブラジル人学校の監査は年に一回しか行われておらず、しかも全ての学校を対象に行われるわけでもなかった。そのためフォーラムで行われた議論は、在外の学校をブラジルの規定に適合させ、ブラジル国内でも有効な書類を発行できるようにするための必要条件について明確な8つの規則(別表参照)を定める上で役に立った。

RB - この2013年12月3日の決議によって日本国内のブラジル人の教育にどのような変化がもたらされるのでしょうか。

コルダオン氏 - 今回の決議は在外
ブラジル人に提供される教育の質の向
上を目指している。日本国内には他の
国と比べてブラジル人学校の数が非常

mesmos. As solicitações aumentaram no período da crise e que culminou com muitos brasileiros retornando do Japão ao Brasil e precisavam de novas qualificações. Assim, foram autorizados os cursos de Técnico em Informática no Colégio Brasil Japão Prof. Shinoda; cursos industriais e de serviços em convênio com Senac e Senai na Escola Alegria do Saber e cursos de Técnico em massoterapia no Instituto Educacional de Medicina Chinesa - IMEC. Esses são os cursos profissionalizantes que possuem autorização do Ministério da Educação e que valem tanto no Brasil como no Japão.

RB - Como os pais podem proceder em caso de irregularidade nas escolas brasileiras?

Professor Cordão - Qualquer denúncia pode se feita diretamente nos consulados brasileiros ou na Embaixada do Brasil. Nesse caso, o proprietário da escola têm prazo de 15 dias para esclarecimento a contar da data da notificação. Se comprovada a denúncia, é concedido prazo de 60 dias para corrigir o problema. Se houver transferência do aluno para outra escola, por exemplo, o estabelecimento de ensino tem prazo de 30 dias para fornecer os documentos necessários. A escola pode até ser fechada se comprovada a irregularidade, como por exemplo, a substituição de docente qualificado por outro sem qualificação ou mudança para prédio sem condição adequada de funcionamento.

に多いことから、日本のケースが参考になった。決議によって改正された点のうちでも重要なものの一つに挙げられるのが、在外ブラジル人学校がある現地国の言葉や文化の授業を取り入れた点だ。それによりブラジル人コミュニティの「ゲットー化」を防ぎ、ブラジル人が現地社会に溶け込むために有効な基盤作りを目指すものだ。

RB - 現在ブラジル教育省の認可を受けたブラジル人学校は日本に何校ありますか？

コルダオン氏 - 日本には約70校のブラジル人学校があり、そのうち44校が教育省の認可を受け、そこでは約3500人の生徒が約400名の教師の下で学んでいる。

RB - 新基準が順守されているかどうかは今後どのようにチェックされるのでしょうか。

コルダオン氏 - 文書による手続きでは時間がかかりすぎる。教育省は認可や登録手続きの迅速化を図るための電子システムを新たに導入した。それによって在外ブラジル人学校の監督、管理を行うための統合型電子システムが構築されている。現在は試験段階だが、今年中に実用化される予定だ。

RB - 中級専門技能教育は日本では新たに設けられたものになりますが、その内容と日本のブラジル人学校でこのコースを設けている学校の数をお教えてください。

コルダオン氏 - 日本のブラジル人学校から、昼間仕事をしている社会人の職務能力開発や就業力向上のために中級専門技能教育講座を開講したいという要望があった。経済危機の時期にこうした要望は高まり、そのピークには日本から多くのブラジル人が帰国し、本国で新たな資格を身につける必要に迫られた。そのため、シノダ校長のコレジオ・ブラジル・ジャポンに情報技術課程、アレグリア・デ・サベールにSENAC(全国商業訓練サービス)、SENAI(全国工業職業訓練サービス)と提携で実施される工業やサービス業の職業訓練講座、IMEC(中国医学教育研究所)にマッソセラピー講座の設置が許可された。これらはブラジル教育省の許可を受けた職業訓練講座で、ブラジルだけでなく日本でも認められている。

RB - ブラジル人学校で違反行為があった場合、生徒の保護者は何をすればよいのでしょうか。

コルダオン氏 - ブラジルの領事館や大使館に訴えることができる。その場合、学校経営者は訴えが出された日から15日以内に釈明する必要がある。告発内容が証明されると、60日以内に問題を是正するよう求められる。生徒が他校に転校した場合には、学校側は30日以内に必要書類を提出しなければならない。教員資格のある教師の代わりに別の無資格の教師を採用したり、学校の運営に不適切な建物に移転したりといった違反行為が発覚した場合には、閉校処分となる可能性もある。

Pedagogia

O curso de Pedagogia, que o governo federal, em parceria com a Universidade Federal do Mato Grosso e a Universidade Tokai concluiu no Japão, foi escolhido, conforme o professor Francisco Cordão, por ser o mais útil para as escolas brasileiras no Japão. Assim os formandos podem trabalhar nos estabelecimentos de ensino que precisam ter em seus quadros profissionais docentes habilitados para a educação.

Resolução 1, de 3 de dezembro de 2013

I - a comprovação da legislação de funcionamento da entidade mantenedora perante a autoridade do respectivo país;

II - proposta pedagógica definida pelo Conselho Nacional de Educação para cada etapa ou modalidade de ensino, enriquecida pelo conhecimento da cultura e do ensino da língua do país sede dos estabelecimentos;

III - a formulação do regimento escolar e da proposta pedagógica, pelo estabelecimento de ensino próprio para cada curso;

IV - a seleção e a qualificação dos docentes e do pessoal técnico-administrativo;

V - a atualização do cadastro do estabelecimento e dos seus dirigentes, sempre que houver alterações, junto à Embaixada do Brasil no respectivo país, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da respectiva alteração;

VI - a especificação dada pelo estabelecimento, mediante apresentação de plantas, croquis, memoriais e fotos, com indicação de dimensões das instalações disponíveis;

VII - a participação no Censo Escolar aplicado anualmente pelo Ministério da Educação, após a publicação da presente Resolução. O Censo verifica a situação dos professores, condição do aluno (matrícula, evasão, repetência, aprovação), condição dos equipamentos, proposta pedagógica, etc. Caso contrário a escola será considerada inexistente;

VIII - a inclusão nos seus planos de curso da oferta de aulas de língua e cultura do respectivo país onde se encontram, de acordo com seus projetos político-pedagógicos, para a continuidade de funcionamento.

教育学

コルダオン氏によると、ブラジル連邦政府とマツグロツソ州立大学、東海大学との提携により実施された教育学講座は、講座修了者が教員資格を持った人材を必要としている教育機関で働く機会を得られるようになることから、日本のブラジル人学校にとって最も有効なプログラムとして挙げられるという。

2013年12月3日付け決議

1. 現地当局に対し経営者の事業が法的に認められていること。

2. 教育機関の置かれている国の文化や言語教育を盛り込み、教育段階や分野ごとに国家教育審議会により制定された教育計画を有すること。

3. 教育機関による学校管理と教育計画の明確化。

4. 適切な資格を持った教員および事務・技術職員の採用。

5. 学校主導者や登録内容に変更があった場合、変更日から30日以内に現地のブラジル大使館に変更内容を届出ること。

6. 面積表示を含む見取り図、スケッチ、建物概要、写真などを添付した学校設備の詳細情報提出。

7. 本決議書発行後は教育省が毎年行う学校調査へ参加すること。調査では教員の状況、生徒の現況(学籍登録、不登校、留年、進級状況)、設備の状況、教育計画などが調査対象となる。調査不参加の場合、当該校は存在しないものとみなされる。

8. 学校運営継続のため、各学校の政治的教育的方針に則り、現地の言語と文化に関する授業を授業計画に盛り込むこと。

Necessidade de apoio educativo

義務教育枠を超えた教育支援の必要性

Nos último sete anos, o grupo Mitsui vem oferecendo apoio ao projeto Piyopiyo (Nestling) Class, de Hamamatsu (Shizuoka), que ajuda as crianças de origem estrangeira na fase pré-escolar a se prepararem para o ingresso na escola primária no Japão. Essas crianças, que enfrentam barreira de idioma, costumam ter dificuldade de adaptação na vida escolar e se sentem frustradas, podendo desistir de frequentar a escola e deixar os estudos. O projeto Piyopiyo Class conta com a participação de universitários de Hamamatsu para oferecer a oportunidade de conhecer a vida escolar para crianças.

Com a ajuda da instituição na qual essas crianças vão ingressar, o grupo simula a vida escolar por cinco dias, durante as férias de primavera. Além das aulas de japonês (ensino de hiragana), música e educação física, as crianças têm oportunidade de conhecer a hora da merenda e da faxina.

Os universitários levam os menores a conhecerem o trajeto que devem fazer de casa até a escola e também as principais instalações da escola, incluindo a sala de professores, enfermaria e banheiros. Através dessa experiência, as crianças passam a sentir mais encorajadas para ingressar na es-

cola, mesmo com dificuldade do idioma japonês. Os próprios professores reconhecem os efeitos dessa experiência. A realidade é que existe diferença de preparo das crianças na hora do ingresso. Por isso, hoje muitos reconhecem a importância da educação pré-escolar para tentar diminuir essa diferença. Já existem províncias que oferecem orientação especial para preparar as crianças para o ingresso na escola.

Por outro lado, é importante tomar medidas para garantir a oportunidade de estudos para jovens com mais de 15 anos, que não completaram o ensino obrigatório ou completaram mas sem adquirir conhecimentos suficientes para ingressar no ensino médio. Oferecer uma segunda chance para esses jovens fará uma grande diferença no futuro deles.

Os esforços de apoio educativo até agora estavam mais focados nos alunos do ensino obrigatório. Porém, é preciso reconhecer a importância da assistência direcionada às crianças na fase pré-escolar e também aos jovens que passaram da idade escolar obrigatória.

Yasue Nishii
General Manager
Global Citizenship Department
Environmental • Social Contribution Division
Mitsui & Co., Ltd.

三井物産は静岡県浜松市における外国籍児童就学前学校体験教室「ぴよぴよクラス」を7年に亘り支援してきました。外国につながる児童が増加する中で、幼稚園・保育園に不登校のまま小学校入学するケースが多々あります。その様な児童は日本語も理解不足の上に不慣れな学校生活で挫折し、通学することが苦痛となり不登校・不就学になる場合もあります。この教室は、在浜松の大学生が中心となり次年度の新入生となる児童に春休みの期間に当該小学校の協力を得て5日間、児童たちに学校生活の疑似体験をしてもらう活動をしています。日本語授業(ひらがな)、音楽、体育、給食(春休みなのでお弁当)、掃除などなど。それに、お兄さん、お姉さんたちに手を引かれて通学路を覚え、校内の重要な場所、トイレ、保健室・職員室などを知ることができます。この経験で、日本語は不自由でも自信を持って通学できます。先生方も体験の効果を大変評価しています。入学時の差はなかなか縮まらないのが現実であり、就学前の教育の重要性がやっと認識され、他県ではプレスクール(就学前教室)なども始まりました。

一方、15歳以上のいわゆる「過年齢」(中学不卒業か卒業生でも学力不足で進学出来ない)の子どもの教育機会の確保も重要な課題となっています。これらの子どもたちに再チャレンジの機会を与えることはその子の将来に大きく影響します。

これまで教育支援はどちらかという義務教育年齢にのみ集中していましたが、義務教育の前と後の支援も重要であることを認識する必要があります。

三井物産株環境・社会貢献部社会貢献室長
西井康恵



Foto: Divulgação

NAGOYA EM FESTA イベントに沸く名古屋

Festa do Brasil Nagoya atrai milhares de pessoas de diferentes províncias do Japão

名古屋ブラジルフェスタに全国各地から多くの人々が来場

Por Neide Hayama

A Festa do Brasil Nagoya coloriu o parque Hisaya Odori Koen de verde e amarelo. A Banda Cidade Negra, que veio especialmente para esse evento, agitou o público de brasileiros, japoneses e estrangeiros em geral.

O evento, que aconteceu nos dias 7 e 8 de junho, em Nagoya, também contou com a presença de Ruy Ramos com o seu pagode, o cantor Ivo Pessoa e outros grupos de cantores brasileiros e japoneses que se apresentaram para milhares de pessoas.

O governador de Aichi, Hideaki Omura, apareceu de surpresa durante os shows. A organização foi da TV Aichi, em conjunto com a Câmara de Comércio Brasileira no Japão, IPC World e NPO Associação Brasileira e Toyohashi.

O vice-presidente TV Aichi, Yasuhiko Ando, concedeu entrevista exclusiva à Revista Brasil. Ele disse que a emissora teve a iniciativa de organizar a festa porque o Brasil vai estar em evidência nos próximos anos em função da Copa do Mundo e das Olimpíadas em 2016. Queremos que esse evento fortaleça mais o intercâmbio entre o Brasil e o Japão”, enfatizou ele, adiantando que a TV Aichi tem intenção de promover a mesma festa pelo menos nos próximos três anos.

O presidente da Câmara de Comércio Brasileira no Japão, Marcos

記事: 羽山ネイデ

名古屋ブラジルフェスタで久屋大通公園は緑と黄色に染まった。このイベントのためにブラジルから来日したスペシャルゲストのバンド、シダージ・ネグラが会場に詰め掛けたブラジル人、日本人、その他の外国人の観客を盛り上げた。

6月7日、8日に名古屋で行われた同イベントには、ラモス瑠偉のバゴージ・バンドや、歌手のイヴォ・ペソアをはじめブラジルや日本のアーティストが出演し、大勢の観客の前で演奏を披露した。

ステージの合間には、愛知県知事の大村秀章氏も会場に駆けつけた。名古屋ブラジルフェスタはテレビ愛知と在日ブラジル商業会議所、アイビーシー・ワールド、ABT豊橋ブラジル協会の主催で行われた。

テレビ愛知の安藤靖彦副社長は小誌ヘビスタ・ブラジルの単独インタビューに応じ、ブラジルフェスタの開催を推進



Fotos: Alex Santos

Show da Banda Cidade Negra
バンド、シダージ・ネグラのライブ

design&
gráfica
印刷

Revistas
Livros
Catálogos
Company Profile
Folders
Flyers
Calendário
Decoração de estande
Cartões de visita
Point Card
Banners
Cartazes
Panfletos
Placas, Etc...

雑誌
本
カタログ
カレンダー
フォルダー
フライヤー
名刺
ポイントカード
バナー
ポスター
パンフレット
大判インクジェット
メニュー
看板



株式会社 Synergy Holdings

〒134-0088
東京都江戸川区西葛西6-5-8-201

Tel: 03-6869-0409

Fax: 03-6808-0318

Turini, salientou que a Festa do Brasil Nagoya pode ser considerada uma comemoração antecipada da Copa do Mundo. “Esse grande evento esportivo vai ser uma vitrine para o Brasil na geração de mais negócios no futuro”, disse.

Os patrocinadores do evento foram: Banco do Brasil, Etihad Airways, Mitsui & Co., Ltd., Duskin-Rent-All, Caixa, Globo, Raixin Japan, A/X Armani Exchange, Taisei e Tsubame Taxi Group.

O apoio foi da Embaixada do Brasil no Japão, Consulado-Geral do Brasil de Nagoya e Hamamatsu, Província de Aichi, Mie e Gifu, Cidade de Nagoya, Jornais Nihon Keizei e Chunichi, Associação Internacional de Aichi e Centro Internacional de Nagoya

したのは、ワールドカップと2016年のオリンピック開催で今後もブラジルが高い注目を集めると見込まれるためだと語った。同氏は「このイベントによってブラジルと日本の交流を強化したい」と述べた上で、テレビ愛知としては少なくとも今後3年間は同様のイベント開催を続ける意向を示した。

在日ブラジル商業会議所のマルコス・トゥリーニ会頭は、名古屋ブラジルフェスタはワールドカップの前祝いになったと強調し、「ブラジルにとってW杯は今後のビジネス創出のためのショーウィンドーになる」と話した。

同イベントはブラジル銀行、エティハド航空、三井物産、ダスキンレントオール、CAIXA連邦貯蓄銀行、テレビグローボ、ライジンジャパン、アルマーニエクスチェンジ、大成、つばめタクシーグループの協賛と、駐日ブラジル大使館、在名古屋ブラジル総領事館、在浜松ブラジル総領事館、愛知県、三重県、岐阜県、名古屋市、日本経済新聞、中日新聞、愛知県国際交流協会、名古屋国際センターの後援を得て行われた。



Alegria no pagode de Ruy Ramos
ラモス瑠偉率いるパゴージ・バンドの賑やかなステージ



Vice-presidente da TV Aichi, Yasuhiko Ando:
“queremos realizar a festa nos próximos anos”
テレビ愛知の安藤 靖彦副社長「今後もブラジルフェスタを開催していきたい」

Fotos: Alex Santos e Neide Hayama



Fotos: Alex Santos



Banda Cidade Negra agita o público no parque
会場で観客を盛り上げるシダージ・ネグラ

Importadora de produtos

南米食品の輸入卸業者

(株)G&C CORPORATION



www.gyc-corp.com



Câmara de Comércio Brasileira no Japão

在日ブラジル商業会議所

A CCBJ

A Câmara de Comércio Brasileira no Japão (CCBJ) foi fundada em 2001, com o objetivo de aumentar o intercâmbio econômico entre o Brasil e o Japão. É uma entidade sem fins lucrativos, que atua com o apoio da Embaixada do Brasil em Tóquio. A CCBJ possui também registro no Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) do Japão.

ATIVIDADES

A CCBJ organiza palestras e seminários com foco no desenvolvimento de negócios para públicos brasileiro e japoneses. A entidade também recebe autoridades brasileiras no Japão, mantém contatos com órgãos japoneses, dividindo os trabalhos em comitês. É uma instituição com representatividade em diversos setores e regiões, permitindo identificar oportunidades e construir um melhor ambiente de negócios.

A CCBJ possui representantes nas regiões de Aichi, Kansai, Kita Kanto e Minami Kanto. Anualmente a entidade organiza o Festival Brasil, que, desde 2006, em Tóquio, reúne mais de 100 mil pessoas para divulgar os negócios e a cultura brasileira aos estrangeiros. Desde 2010, também organiza o CCBJ Awards - Person of the Year, premiando um empresário brasileiro e um japonês que mais se destacaram no relacionamento bilateral entre os países.

BENEFÍCIOS

Ao se tornar associado da CCBJ, você e sua empresa poderão ampliar sua rede de contatos. Através do suporte da Câmara para facilitar o desenvolvimento de oportunidades de negócios no Brasil, no Japão e entre os dois países, a sua empresa terá acesso a outros associados, instituições e profissionais que poderão contribuir no incremento de seu "networking" e no desenvolvimento de novos negócios e parcerias.

ONLINE

A CCBJ vem atualizando notícias na homepage e no Facebook. Acompanhe pelos endereços: www.ccbj.jp e <https://www.facebook.com/pages/Câmara-de-Comércio-Brasileira-no-Japão/186409578198607?ref=hl>. Se você clicar em curtir na página do Facebook, recebe as informações das atualizações de notas.

一般社団法人 在日ブラジル商業会議所とは

在日ブラジル商業会議所 (CCBJ) は、日本とブラジルの経済交流を、より活発化させることを目的として2001年に設立されました。在京のブラジル大使館の支援の下で、非営利団体として活動しています。またCCBJは日本の経済産業省より認可を受けています。2013年4月、一般社団法人になりました。

活動内容

日本とブラジルのビジネス振興を目的とする講演会やセミナーを開催しています。また、ブラジルからのミッションの受け入れ、日本の各機関・団体とのコンタクトなどを行っています。活動は外国貿易担当・イベント担当・広報担当等の各委員会で行っております。組織として、様々なセクターや地域をカバーし、ビジネスオポチュニティを生み出すより良い環境を作り出すことを目指しています。

CCBJは愛知、関西、北関東、南関東にそれぞれ代表を配置しています。2006年より毎年ブラジルフエスティバルを東京で開催し、10万人を超える来場者に、ブラジルの文化やビジネス情報を発信し続けています。2010年からはCCBJ主催により「CCBJアワード・パーソン・オブ・ザ・イヤー」を開催し、ブラジル人と日本人の中から両国の経済関係に最も貢献した人を表彰しています。またCCBJはFiesp (サンパウロ州工業連盟) やSEBRAE (ブラジル中小企業支援機構) とも協力協定を結んでおります。

利点とは

CCBJの会員になるということは、あなたやあなたの会社のネットワークを広げることです。CCBJに参加してブラジル、日本、両国におけるビジネスオポチュニティの可能性を膨らませることが出来ます。御社と他の会員企業、専門家などとの交流により、そのネットワークが新事業の開発やパートナーシップに貢献する事でしょう。

オンラインサービス

在日ブラジル商業会議所 (CCBJ) は、ウェブサイトとFacebookページで最新情報を定期的に更新しておりますので、こちらのアドレス (www.ccbj.jp, <https://www.facebook.com/pages/Câmara-de-Comércio-Brasileira-no-Japão/186409578198607?ref=hl>) からご確認ください。Facebookページのいいね! ボタンを押すと更新情報をご覧いただけます。



INFORME PUBLICITÁRIO | 広告

FAZENDA TOZAN

Tradição em Café



A Fazenda Tozan, localizada em Campinas, no Estado de São Paulo, é considerada Patrimônio Histórico e Cultural. Foi fundada em 1798 com o nome Fazenda Ponte Alta, com o cultivo de cana-de-açúcar inicialmente. A área era de cerca de 4.400 hectares. Mais tarde, no século 19, começava o cultivo de café.

A Fazenda foi adquirida pela família Iwasaki, fundadora do Grupo Mitsubishi, em 1927. A família adquiriu cerca de 3.700 hectares e deu continuidade ao cultivo do café. Um dos objetivos dos Iwasaki foi o de contribuir com a sociedade com as atividades na agricultura com a preocupação de sempre trabalhar em harmonia com a natureza. A produção de café atinge cerca de 1,350 milhão de pés por ano numa área de 300 hectares atualmente, sendo que a área total da fazenda é de 800 hectares. A família Iwasaki chegou a adquirir fazendas

no exterior, mas foram confiscadas durante a II Guerra Mundial. No Brasil, a fazenda foi confiscada entre 1945 e 1954, sendo devolvida aos Iwasaki devido à contribuição do local para a agricultura, pecuária e reflorestamento. No Japão, há a Fazenda Koiwai, na cidade de Morioka, na província de Iwate. Foi fundada em 1891, com a iniciativa de Massaru Inoue, ex-ministro da Ferrovia do Japão; Gishin Ono, vice-presidente da Ferrovia Nacional do Japão e Yanosuke Iwasaki, irmão mais novo do fundador do Grupo Mitsubishi, Yataro Iwasaki. Dos 3 mil hectares da Fazenda Koiwai, 2 mil hectares são preservados para o reflorestamento que é feito desde aquela época. Mais de 120 anos de dedicação, tornaram a área com tanto verde que parece ser mata virgem, mas tudo foi plantado em benefício da própria população. A Fazenda Koiwai atua nas áreas de avicultura, pecuária, turismo e reflorestamento.

東山農場 自然との共生

サンパウロ州カンピーナス市にある東山農場は歴史文化財に指定されている。元々は1798年にファゼンダ・ボンチ・アウタの名称でサトウキビ農園として創設された。広さ約4400ヘクタールの敷地内では、19世紀にはコーヒー栽培も行われるようになった。1927年には三菱創業者の岩崎家が農場を購入した。岩崎家は3700ヘクタールの土地を買い上げ、コーヒー栽培を引き継いだ。自然との共生を保ちつつ、農業を通じた社会貢献をすることを目標としていた。現在、東山農場では800ヘクタールの敷地のうち300ヘクタールに135万本のコーヒーの木を栽培している。岩崎家は海外に農場を購入・保有していたが、第二次世界大戦での敗戦によって接収されてしまった。東

山農場もブラジルで1945年に接収されたが、農業や牧畜、森林再生などにおける功績が評価され、1954年に返還された。日本国内では岩手県盛岡市に小岩井農場を保有している。小岩井農場は1891年、鉄道庁長官の井上勝、日本鉄道会社副社長の小野義真、三菱創業者の岩崎弥太郎の弟岩崎彌之助の3人が共同で創業した。総面積3000ヘクタールのうち2000ヘクタールの敷地では、創業当時から森林施業を行っている。120年以上の努力の結果、現在では原生林をしのばせる森林が形成されているが、すべてこの土地の人々のために植れられたものだ。小岩井農場は養鶏、畜産、観光、森林施業の分野で事業を展開している。



小岩井農場
住所: 〒020-0507
岩手県岩手郡雫石町丸谷地36-1
電話: (019) 692-4321 Fax: (019) 692-0303

Fazenda Koiwai
〒020-0507 Iwate-ken Iwate-gun
Shizukuishi-cho Maruyachi 36-1
Tel.: 019-692-4321 Fax: 019-692-0303

Fazenda Tozan do Brasil Ltda. 東山農場
住所: Rod. Dr. Ademar Pereira de Barros
(SP 340 Km121,5) Caixa Postal 7056 Campinas/ SP
Tel.: 55 19 3257-1236

TESTES GENÉTICOS PARA PREVENÇÃO DE DOENÇAS

遺伝子検査で病気予防

A Brastel, uma empresa de telecomunicações, está diversificado negócios. A partir de abril, a empresa passou a atuar também no ramo de saúde, mais precisamente com a medicina preventiva, com o objetivo de prover informações sobre o potencial de desenvolvimento de doenças hereditárias (25 doenças mais comuns como câncer, problemas relacionados à circulação sanguínea, à cabeça e ao hábito da vivência). Munidas destas informações e seguindo orientações médicas, as pessoas podem diminuir o risco de desenvolvimento destas doenças e/ou retardá-las, elevando a sua qualidade de vida.

A empresa oferece três tipos de testes: Teste de Predisposição

Genética, Teste Farmacogenético (ou Efeito Colateral de 120 compostos químicos mais comuns para a fabricação de 21 tipos de remédios) e Teste Genético para Perda de Peso (DNA de Dieta).

O primeiro exame (Predisposição) é feito por um laboratório norte-americano, através de pequena amostra de sangue com processo de coleta simples, similar ao teste de diabetes (tipos 1 e 2). O resultado será enviado direto ao interessado na forma eletrônica ou (impressa via correio) depois de quatro a oito semanas.

Os dois últimos exames são feitos por um laboratório alemão, com processamento 24 horas. E o resultado será enviado direto ao interessado também na forma eletrônica ou impressa (via cor-

reio), depois de duas semanas. O processo de coleta do material genético é bastante simples, sendo feito via mucosa bucal (amostras de saliva). Um kit de coleta do material genético é enviado ao interessado e a sua devolução pode ser via correio ou pessoalmente na Brastel.

電気通信事業者のブラステルは業務の多角化を進めている。同社は4月から病気(ガン、循環器系、脳・神経疾病、生活習慣病など25疾病)の発症リスクの可能性に関する情報を提供することを目的とした予防医学分野の業務を開始した。こうした情報を入手した上で医師に相談することで、病気の発症リスクを抑制したり発症を遅らせたり、また生活習慣や環境的要因の改善で未然に防ぐことを可能にする。

同社が提供する検査は、素因遺伝子検査、薬物代謝遺伝子検査(21分野120種類の薬剤に対する効果、副作用を調べる検査)、ウェイトマネジメント遺伝子検査(ダイエット)の三つ。一つ目の素因遺伝子検査は、糖尿病(Ⅰ型、Ⅱ型)検査で行なわれるような簡単な採血で採った少量の血液をアメリカの専門研究所に送って分析を行なう。検査結果は4週間から8週間後に直接本人宛てにメールもしくは郵送で送られる。その他二つの検査は、24時間対応可能なドイツの研究所で分析され、検査結果は2週間後に直接本人宛てにメールもしくは郵送で送られる。検体の採取は、口内粘膜から簡便に行なえる。検体採取キットは希望者に送付され、検体採取後はブラ

reio), depois de duas semanas. O processo de coleta do material genético é bastante simples, sendo feito via mucosa bucal (amostras de saliva).

Um kit de coleta do material genético é enviado ao interessado e a sua devolução pode ser via correio ou pessoalmente na Brastel.

O Teste de Predisposição Genética é usado em mais de 40 países para verificar o risco de 25 doenças mais comuns na vida de uma pessoa (Aneurisma, Mal de Alzheimer, Câncer, Diabetes, Doenças Cardíacas, Esclerose Múltipla, etc.). Desta forma, sabendo da sua predisposição para estas doenças, elas podem ser prevenidas com tratamento médico adequado e preciso. É recomendado que este exame seja feito num ciclo de 3 anos.

O Teste Farmacogenético analisa como o corpo do indivíduo reage ao ingerir um medicamento, informando se há

efeitos colaterais e a dose recomendada de cada tipo de composto químico.

Desta forma, o médico poderá prescrever o remédio mais adequado ao seu paciente, com o risco de reação alérgica minimizado. Não há necessidade de repetir a realização deste teste.

Já o Teste Genético para Perda de Peso vai analisar oito tipos de genes específicos e descobrir como o corpo processa açúcar, gordura, vitamina e nutrientes. Além disso, como a pessoa reage a exercícios. No relatório com mais de 60 páginas detalhadas, há análise de 600 tipos de alimentos, recomendação de plano de dieta e exercícios para controlar o peso. Em alguns casos, há recomendação de cinco refeições em pequenas quantidades por dia por exemplo para que a fome seja saciada de forma saudável. Também recomenda-se realizar o teste apenas uma vez.

Mais informações na Brastel.

ステル宛に郵送または持参で返却する。

素因遺伝子検査は世界40カ国以上で行われているもので、誰もがかかる可能性のある25の疾病(動脈瘤、アルツハイマー病、ガン、糖尿病、心臓病、多発性硬化症など)に関する発症リスクを調べる。これらの病気に対する素因(病気の原因となる遺伝子)があるかどうかを知ること、必要に応じた適切な処置による予防を行うことができる。検査は3年サイクルで受けることが望ましいとされている。

薬物代謝遺伝子検査は、薬剤がその個人の体質でどのような反応をするかを分析し、薬剤に対しての効果、副作用、薬の代替の推奨などを調べる。体質にあった薬がわかることにより、医師はより最適な薬剤を処方することが可能となる。この検査は一回限りで充分である。

ウェイトマネジメント遺伝子検査は、8種類の特定遺伝子を調べることで、糖分、脂肪、ビタミン、栄養に対する身体の処理能力を調べる。検査報告書は60ページ以上におよび、600種類の食品についての分析や、体重管理のためのダイエットとエクササイズの推奨計画などが記載される。検査結果によっては、少量の食事を1日5回に分けて行うことで適切に空腹を満たす方法がすすめられることもある。この検査も繰返し行う必要はない。お問い合わせはブラステルまで。

A partir da visão das pequenas e médias empresas do Brasil ブラジルの中小企業という視点

Eu viajei para o Brasil para realizar pesquisa sobre pequenas e médias empresas entre janeiro e fevereiro deste ano. Por que pequenas e médias empresas? Como pesquisador, trabalho com estudos e pesquisas para promoção de relações comerciais nipo-brasileiras. Naturalmente, são empresas que realizam atividades comerciais. Se perguntar para representantes de empresas japonesas os nomes de companhias brasileiras que conhecem, eles devem citar, por exemplo, Petrobras, Vale ou Banco do Brasil, que mantêm sedes no Japão e têm renome internacional. Na realidade, porém, são empresas de pequeno e médio portes que formam a maioria das “empresas brasileiras”, assim como nos outros países. Por isso,

é um tema imprescindível para entender as empresas locais.

De acordo com estatísticas do Cadastro Central de Empresas (CEMPRE) – 2011, feito pelo IBGE, pequenas e médias empresas (com menos de 500 funcionários) representam 99,6% da indústria manufatureira, empregando 60,5% do total de trabalhadores. Embora esses números mostrem a importância delas, as grandes empresas chamam mais atenção por causa do volume das vendas. Conforme a Pesquisa Industrial Anual de 2011, também do IBGE, a participação das pequenas e médias empresas no valor bruto da produção industrial foi apenas de 33,6%, quase metade da das grandes empresas (66,4%). Ou seja, as pequenas e médias empresas são maioria em quantidade no Brasil, mas têm produção menor, o mo-

do que as grandes. O motivo principal é a dificuldade de despertar interesse das empresas japonesas. Mas essa consideração não é necessariamente correta, se avaliarmos bem a situação geral das empresas de pequeno e médio portes. Para isso, analisei o crescimento médio anual nominal das empresas conforme seu porte entre 2007 e 2011, tendo como base os dados da Pesquisa Industrial Anual desse período de cinco anos. Os resultados mostram que a média das pequenas e médias empresas foi de 8,7%, um pouco inferior à média geral, que ficou em 8,8%. Mas dentre esse grupo, pôde-se observar uma tendência; quanto menor a empresa, maior era a taxa de crescimento. Por exemplo, firmas com menos de 4 funcionários registraram crescimento de 12,9%, enquanto as com 30 a 49 funcionários tiveram aumento de 11,8%. O resultado indica que, nos últimos anos, as pequenas empresas registraram crescimento maior do que as grandes.

Objetivo da minha pesquisa feita no Brasil era verificar se esses dados refletem a realidade brasileira e, caso sim, analisar os motivos do crescimento das pequenas e médias empresas. E cheguei à seguinte conclusão. Embora haja variação por ramo, pôde-se conferir que houve crescimento real entre empresas de pequeno e médio portes em geral por três motivos principais. O primeiro deles é a situação econômica favorável. Apesar do impacto da crise mundial, a economia brasileira registrou alta taxa de crescimento real anual do PIB, de 4,2%, entre 2007 e 2011. O segundo fator im-

portante são os incentivos oferecidos para pequenas e médias empresas. Vários empecilhos enfrentados pelas empresas são causados por problemas no ambiente de trabalho referentes aos assuntos fiscais e trabalhistas. Com a implementação da Lei Geral das Micros e Pequenas Empresas, em 2006, que determinou incentivos fiscais e benefícios para contratos públicos, as instituições financeiras públicas como o BNDES e a Caixa Econômica Federal passaram a tomar iniciativa para aumentar financiamentos direcionados para pequenas e médias empresas. Além disso, as exigências de aquisição de materiais locais, que têm se tornado cada vez mais comuns em vários aspectos, contribuíram para melhorar o acesso dessas empresas ao mercado. O terceiro fator é a melhoria de capacitação dos empresários. Segundo a versão brasileira do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), pesquisa que mede a evolução do empreendedorismo, o grupo de empreendedores com mais de 12 anos de educação, que ocupava apenas 11,8% do total em 2002, passou a representar 25,1% em 2010. De fato, tive oportunidade de conhecer vários empresários excelentes durante a última viagem para fazer pesquisa no Brasil.

Quanto à entrada de empre-

presas, a entrada de empresas japonesas no Brasil é limitada. Isso ocorre porque as empresas japonesas têm uma visão muito restrita do que é uma empresa brasileira. Elas geralmente se concentram em setores específicos, como a indústria de automóveis e eletrônicos. Além disso, a burocracia brasileira é muito complexa, o que dificulta a entrada de novas empresas. No entanto, há uma tendência de crescimento das pequenas e médias empresas brasileiras, especialmente nas áreas de tecnologia e serviços. Isso é devido a vários fatores, como a melhoria da infraestrutura, o aumento da demanda por produtos e serviços locais, e o apoio governamental às pequenas empresas. A Lei Geral das Micros e Pequenas Empresas, aprovada em 2006, é um exemplo disso. Ela oferece incentivos fiscais e benefícios para essas empresas, o que ajuda a reduzir os custos e a aumentar a competitividade. Além disso, o governo brasileiro tem investido em programas de capacitação para empresários, o que ajuda a melhorar a gestão e a inovação das empresas. Esses fatores, combinados com a melhoria da infraestrutura e o aumento da demanda, estão contribuindo para o crescimento das pequenas e médias empresas brasileiras. Isso é uma boa notícia, pois essas empresas são a base da economia brasileira e geram empregos para milhões de pessoas. Portanto, é importante continuar a apoiar essas empresas e criar um ambiente favorável para o seu crescimento.



Yasushi Ninomiya 二宮 康史

“Por outro lado, porém, é possível notar o crescimento das pequenas e médias empresas brasileiras, que poderiam se tornar futuros parceiros.”

「しかし、パートナーとなり得るブラジルの中小企業は確実に育っている。」

向がみられた。つまりこの結果は、近年、高成長を実現したのは大企業ではなく、より規模の小さい企業であったことを示している。

筆者の現地調査では、この統計データが実態を反映したものであるのか、また、実態がそのとおりであるならば、何が中小企業に成長の要因であるかを検証することに焦点を当てた。結論として、業種によるものの概ね規模の小さい企業の成長は実感として正しく、その要因は3点考えられる。第1に良好な経済環境である。2007年～2011年の期間、リーマン・ショックはあったものの、同期間の実質GDP成長率は年率4.20%と高かった。第2に中小企業向け政策の充実である。企業活動の主な障害は税務や労務などのビジネス環境に起因するが、2006年に中小企業向け特別制度Lei Geralが制定され、税制面や公共調達面で優遇制度が確立し、BNDESやCaixa

Econômica Federalなどの公的金融機関が積極的に中小企業融資を増加させた。また最近多くの場面でみられる現地調達要求も中小企業の市場アクセス改善に寄与した。そして第3には、企業家の能力向上だ。各国で起業家調査を行うGEM(Global Entrepreneurship Monitor)レポートのブラジル版によれば、学校で12年以上の教育を受けた起業家の割合は2002年の11.8%から2010年に25.1%に上昇した。また企業の設立2年後存続率をみても、2002年に50.6%であった比率は2009年に75.6%と上昇している。筆者の現地調査でも、目を瞠る優秀な中小企業経営者に何人も出会った。翻って日本企業のブラジル進出の動き

表. 製造業における従業員規模別粗工業生産額(2007年～2011年、名目ベース)						単位:千リアル,% Unidade: mil reais, %		
Valor bruto da produção industrial (Valor nominal) da indústria de transformação e segundo as faixas de pessoal ocupado								
As faixas de pessoal ocupado 従業員規模	2007 2007年	2008 2008年	2009 2009年	2010 2010年	2011 2011年	Taxa de crescimento a.a de 2007～2011 07～11年の 年平均増加率	Participação em 2007 2007年シェア	Participação em 2011 2011年シェア
～4人 ～4	14.392.228	25.946.340	20.574.190	23.455.433	23.382.265	12,90	1,05	1,22
5人～29人 5～29	73.848.224	83.567.335	85.017.462	97.797.433	111.225.623	10,78	5,39	5,78
30人～49人 30～49	36.191.633	43.450.556	44.247.555	50.924.834	56.558.930	11,81	2,64	2,94
50人～99人 50～99	67.878.198	80.772.525	75.965.007	91.597.911	97.910.106	9,59	4,95	5,09
100人～249人 100～249	129.229.801	152.757.370	137.556.960	162.691.007	183.457.144	9,15	9,43	9,54
250人～499人 250～499	140.989.798	154.674.875	143.772.122	164.606.622	173.240.263	5,28	10,29	9,01
中小企業計 PMEs total	462.529.882	541.169.001	507.133.296	591.073.240	645.774.331	8,70	33,75	33,58
500人以上 mais de 500	907.839.070	1.068.662.541	970.595.704	1.143.479.631	1.277.308.825	8,91	66,25	66,42
合計 Total	1.370.368.952	1.609.831.542	1.477.729.000	1.734.552.871	1.923.083.156	8,84	100,00	100,00
(出所) ブラジル地理統計院 (IBGE) - Pesquisa Industrial - Empresa をもとに筆者作成。						Fonte: "Pesquisa Industrial Anual - Empresa" elaborado pelo sistema SIDRA da IBGE		

sas japonesas no Brasil, a participação das pequenas e médias empresas ainda é restrita em comparação com à das grandes companhias que formam grande maioria. Realmente, para pequenas e médias empresas do Japão, os problemas do chamado “Custo Brasil”, que incluem complexidade do sistema fiscal e a legislação trabalhista rigorosa, representam um obstáculo maior do que para as grandes empresas. Além disso, há vários outros riscos administrativos a serem enfrentados no mercado brasileiro, o que tornam os negócios mais complicados. Por outro lado, porém, é possível notar o crescimento das pequenas e médias empresas brasileiras, que poderiam se tornar futuros parceiros. Elas enfrentam problemas para melhorar a produtividade e desenvolver novos produtos

para competir com os concorrentes mais baratos, inclusive os importados. E justamente essa é uma área na qual as pequenas e médias empresas japonesas são fortes. Ou seja, apesar das barreiras no ambiente de negócios, o mercado brasileiro hoje apresenta várias demandas que proporcionam oportunidades para empresas japonesas de pequeno e médio portes aproveitar seus pontos fortes. Meu desafio agora é como despertar o interesse dessas empresas pelo Brasil e buscar informações úteis para construir um modelo de negócios que garanta rendimentos estáveis.

Yasushi Ninomiya
The Institute of Developing Economies (IDE)/
Japan External Trade Organization(JETRO)
Latin American Studies Group, Area Studies
Center, Associate Senior Research Fellow

をみると、大企業に偏り中小企業まで裾野が広がっていない。そもそも日本の中小企業にとって、複雑な税制や硬直的な労働法などいわゆる“ブラジルコスト”は、大企業以上に負担と感ぜられ、また進出後も様々な運営上のリスクがあり容易なビジネスにはなり難い。しかし、パートナーとなり得るブラジルの中小企業は確実に育っている。さらに彼らの多くは、安価な輸入品などとの競争に対応するため、生産性の向上や新製品開発への取り組みといった課題を抱えている。これらはいずれも日本の中小企業が強みとする分野だ。つまりビジネス環境としてのハードルは依然高いものの、ブラジル市場には日本の中小企業の強みを活かせるビジネスニーズが多数存在しているのである。あとはどのように日本の中小企業の関心をブラジルに向け、安定的な収益を得られるビジネスモデル構築に資する情報を掘り起こすか、筆者に残された課題である。

アジア経済研究所
地域研究センター
ラテンアメリカ研究グループ
副主任研究員 二宮 康史



Assembleia da CCBJ

在日ブラジル商業会議所定時総会

A Câmara de Comércio Brasileira no Japão (CCBJ) realizou a Assembleia Geral Ordinária no dia 19 de maio, na Embaixada do Brasil em Tóquio. Na oportunidade, foram aprovados o relatório financeiro do ano fiscal de 2013 assim como o orçamento para o ano de 2014.

Entre as metas apresentadas pela CCBJ estão a realização de Luncheon Seminars a cada três meses, CCBJ Awards Person of the Year e Brazil Economy Seminar. Também haverá o IX Festival Brasil, no Parque Yoyogi, em Tóquio, nos dias 19 e 20 de julho.

A Assembleia também aprovou o novo vice-presidente da CCBJ. É Celso Guiotoko, Corporate Vice-President, da Nissan Motors Company.

O presidente da CCBJ, Marcos Turini, ressaltou que “a Câmara está sempre à disposição dos membros com o intuito de auxiliar no crescimento do comércio bilateral”. Ele agradeceu o apoio de todos nas atividades da entidade.

A Assembleia contou com a presença e mais a participação com procuração de cerca de 60 pessoas.

在日ブラジル商業会議所(CCBJ)は19日、駐日ブラジル大使館で定時総会を開催した。当日は一般社団法人初年度の2013年度収支報告や2014年度予算案が承認された。また今後の主な活動予定として、3ヶ月ごとのランチョンセミナーや、CCBJアワード・パーソン・オブ・ザ・イヤー、ブラジル経済セミナーの開催計画が発表された。例年々々木公園で開催する「ブラジルフエスティバル」は、7月19日20日開催されると紹介。さらに定時総会では、日産自動車の行徳セルソ執行役員のCCBJ理事への就任が承認された。

CCBJのマルコス・トゥリーニ会頭は、「当会議所は、日本とブラジル両国間のビジネス発展に貢献するため、常に会員の皆様のお役に立てるよう体制を整えております」と述べ、会議所の活動に対する支援に謝意を表した。

定時総会には代理出席を含め約60名が参加した。

Remessas para o Brasil e para o mundo

Seu dinheiro no Brasil:

- ☒ No mesmo dia
- ☒ Não é necessário ter conta no Japão
- ☒ Seu beneficiário poderá receber em:
 - ☒ conta corrente
 - ☒ conta poupança
 - ☒ balcão

Agendamento
SABADO E
DOMINGO
em todas as agências

Peça seu kit remessa, agora!

03-3280-1030

info@kyodai.co.jp

www.kyodairemittance.com

KYODAI
Remittance®

資金移動業者「関東財務局長第 00004 号」
Registration Number of Fund Transfer Agent:
HEAD OF KANTO REGIONAL FINANCE BUREAU 00004

A sua Livraria no Japão

Centenas de títulos dos mais variados gêneros.

Kyodai Market

Produtos alimentícios, perfumaria, Tramontina, etc.

Peça seu catálogo, agora!

03-3280-1030

kyodaibr@kyodai.co.jp

www.kyodai.co.jp

KYODAI BOOKS
LIVRARIA LIBRERIA



GRUPO KYODAI

MATRIZ TOKYO

〒141-0022 Tokyo-to, Shinagawa-Ku,
Higashi Gotanda 1-13-12, COI Gotanda Bldg. 6F.
☎03-3280-1030 | ☎03-5792-5807

A		
Alfainter Travel Inc.	03-5473-0545	「TURISM.」
Aliven Co., Ltd.	03-5413-7722	「COM. EXT.」
Avance Corporation S/A	0586-43-4511	「RH」
Associação para a Promoção da Música Brasileira no Japão	03-3586-5151	「NPO」
Alitalia - Compagnia Aerea italiana S.p.A	03-3568-1603	「TRANSPORTE」 「CARGAS」
B		
Banco do Brasil	03-3213-6660	「FINANCEIRO」
Banco Santander	03-3211-0350	「FINANCEIRO」
Bell tech Inc.	0566-25-7111	「RH」
Bits & Bytes Co., Ltd.	0287-39-1852	「IT」 「TELECOM.」
Bradesco Services	03-3216-7262	「FINANCEIRO」
Brasil Foods Japan K.K.	03 5447 5954	「COM. EXT.」
Brastel Co., Ltd.	03-5637-5900	「IT」 「TELECOM.」
Brazil-Japan Ethanol Co., Ltd.	03-3669-9500	「ENERGIA」
Brazil Language Center	03-6315-3670	「SERVIÇOS」
Bompex Japan Ltd.	045-791-5563	「COM. EXT.」
B-Wedge Co., Ltd.	0538-45-3901	「SERVIÇOS」
Brasil Turismo Co., Ltd.	03-3593-8787	「TURISMO」
C		
Cafe do Centro Japan Co., Ltd.	045-370-6155	「SERVIÇOS」
Caixa Econômica Federal	03-6269-9450	「FINANCEIRO」
Certec	06-6245-1761	「RH」
Comunicativo Co., Ltd.	03-5856-0172	「PUBLIC.」 「MÍDIA」
Conrad Tokyo	03-6388-8000	「SERVIÇOS」
E		
Eatwell Co., Ltd.	03-3895-5263	「SERVIÇOS」
Eco Heads Co., Ltd.	03-5114-3442	「COM. EXT.」
Ernst & Young Advisory Co., LTD	03-3503-1490	「CONSULT.」 「ASSESSORIA」
Embaixada do Brasil	03-3404-5211	「EMBAIXADA」
Embratur	03-5565-7591	「TURISMO」

F		
Florazul	06-6841-7638	「SERVIÇOS」
Fruta & Fruta Co., Ltd.	03-3294-1411	「AL.」
G		
G&C Corporation	0594-25-8353	「COM. EXT.」
H		
Hareruya Co., Ltd.	028-601-7712	「SERVIÇOS」
HSBC Global Asset Management (Japan) KK	03-3548-5690	「FINANCEIRO」
H.I.S. Co., Ltd.	03-5908-2281	「TURISMO」
I		
Ikemitsu Enterprises Co., Ltd.	03-6459-0480	「COM. EXT.」
Imai Group Co., Ltd.	03-3260-6060	「COM. EXT.」
ING Bank	03-3217-0301	「FINANCEIRO」
Inpex Corporation	03-5572-0200	「ENERGIA」
IPC World Inc.	03-5484-6500	「PUBLIC.」 「MÍDIA」
Itaú Asia Securities	03-3539-3848	「CONSULT.」 「ASSESSORIA」
Itaú Unibanco	03-5293-4828	「FINANCEIRO」
J		
Jetbras Co., Ltd.	03-5913-9552	「TURISMO」
K		
K.K. Contemporary Tech	03-5689-0968	「RH」
K.K. Kaigai Iju Ryokosha	03-3501-4751	「TURISMO」
Kao Corporation	03-3660-7374	「COSM.」 「PROD.HIG.」
Kawasaki Heavy Industries, Ltd.	03-3435-2069	「IND. PES.」
K.K. Taiyo Corporation	0297-34-1101	「RH」
K.K. Remika Corporation	045-651-3193	「AL.」
K.K. T.S.	0495-34-1075	「RH」
Kowa Co., Ltd.	0270-21-8155	「RH」
L		
Lead-Off Japan Co. Ltd.	03-5464-8170	「COM. EXT.」
LATAM Airlines Group		「TRANSPORTE」 「CARGAS」

M		
Marsh Japan, Inc.	03-5334-8200	「CONSULT.」 「ASSESSORIA」
Marubeni Telecom Co., Ltd.	03-3238-1515	「IT」 「TELECOM.」
Media Brazil	050-3766-4138	「PUBLIC.」 「MÍDIA」
Mitsubishi Heavy Industries, Ltd.	03-6716-3111	「AUTO.」
Mogi Shoji Co., Ltd.	0466-52-5467	「IMOB.」 「C.CIVIL」
my-koubou Co., Ltd.	03-5830-0512	「SERVIÇOS」
Mayekawa Mfg. Co., Ltd.	03-3642-6005	「METAL.」
MX Mobiling Co., Ltd.	03-5570-1455	「IT.」 「TELECOM.」
N		
Nansei Sekiyu KK	098-882-9555	「ENERGIA」
Nichiyu International Co., Ltd.	0466-45-0041	「IT.」 「TELECOM.」
Nippon Amazon Aluminium Co., Ltd.	03-3278-8831	「MIN.」 「SIDERURGIA」
Nippon Fruit Juice Co., Ltd.	03-3213-2091	「COM. EXT.」
Nippon Usiminas Co., Ltd.	03-3201-6501	「MIN.」 「SIDERURGIA」
Nissan Motors Co., Ltd.	045-523-5133	「AUTO.」
Nissei Corporation Co., Ltd.	0270-76-4477	「COM. EXT.」
Nomura Securities Co., Ltd.	03-3274-2366	「CONSULT.」 「ASSESSORIA」
Nomura Reserch Institute	03-5533-2111	「CONSULT.」 「ASSESSORIA」
Nays Restbar	046-284-4311	「SERVIÇOS」
O		
Oizumi Nippaku Center Co., Ltd.	0276-62-0814	「NPO」
P		
PJ-Partners (Tucano's)	03-5784-2661	「SERVIÇOS」
PricewaterhouseCoopers Japan	03-3546-8480	「CONSULT.」 「ASSESSORIA」
S		
Sanshin International Ltd.	06-6775-6305	「COM. EXT.」
Sanshin Transporte Co., Ltd.	0568-72-3958	「TRANSPORTE」 「CARGAS」
Sea Trade & Agency Co., Inc	045-640-6211	「TRANSPORTE」 「CARGAS」

7Code Co., Ltd.	03-5787-8890	「SERVIÇOS」
Shiodome Shoji Co., Ltd.	03-5568-8201	「CONSULT.」 「ASSESSORIA」
Simoncen Inc.	03-5830-3608	「SERVIÇOS」
Seven Bank, Ltd.	03-3211-3060	「FINANCEIRO」
Suzan-Mudanças para o Brasil	0276-48-6045	「TRANSPORTE」 「CARGAS」
Synergy Holdings Co., Ltd.	03-6869-0409	「SERVIÇOS」
Sogo & Seibu Co., Ltd.	03-6272-7222	「SERVIÇOS」
Standard Advertising	03-6439-8553	「PUBLIC.」 「MÍDIA」
Sunshine City Corporation	03-3989-3531	「C.CIVIL」 「IMOB.」
Suns (Tacoderio)	03-6272-6688	「SERVIÇOS」

T		
Tadokoro Kogyo Co., Ltd.	080-5535-9122	「METAL.」
Television Aichi Broadcasting Co., Ltd.	052-243-5830	「PUBLIC.」 「MÍDIA」
Toluai Trading Co., Ltd.	0276-20-3280	「SERVIÇOS」
TMI ASSOCIATES	03-6438-5517	「ADV.」
Tryfunds	03-6262-3764	「CONSULT.」 「ASSESSORIA」
Tunibra Travel Co., Ltd.	03-3272-2861	「TURISMO」
Turismo, Latino Inc.	03-3792-9000	「TURISMO」

U		
Unidos Co., Ltd.	03-3280-1025	「COM. EXT.」
Unitour Co., Ltd.	052-571-7111	「TURISMO」
V		
Vale Asia K.K.	03-5401-2971	「MIN.」 「SIDERURGIA」
Verde Amarelo	053-458-5234	「COM. EXT.」
W		
WEG Eletric Motors Japan Co., Ltd.	045-550-3030	「METAL.」
Wizard Japan	0532-53-8544	「SERVIÇOS」
Wondertable, Ltd. (Barbacoa Grill)	03-3351-1153	「SERVIÇOS」
World Links Company Ltd.	049-288-4401	「SERVIÇOS」

「ADV.」	Advocacia	法律
「AL.」	Alimentícia	食品
「AUTO.」	Automotivo	自動車
「COM. EXT.」	Comércio Exterior	貿易
「CONSULT.」 「ASSESSORIA」	Consultoria	コンサルタント

「COSM.」 「PROD. HIG.」	Cosméticos, Produtos Higiênicos	化粧品・衛生用品
「C.CIVIL」 「IMOB.」	Construção Civil, Imobiliário	建設・不動産
「ENERGIA」	Energia	エネルギー
「EMBAIXADA」	Embaixada	大使館
「FINANCEIRO」	Financeiro	金融

「IND.PES.」	Indústria Pesada	重工業
「METAL.」	Metalmecânica	機械金属
「PUBLIC.」 「MÍDIA」	Mídia, Publicidade	広告代理・メディア
「MIN.」 「SIDERURGIA」	Mineração e Siderurgia	鉱業・鉄鋼
「NPO」	NPO	非営利団体

「RH」	Recursos Humanos	人材派遣
「SERVIÇOS」	Serviços	サービス業
「IT.」 「TELECOM.」	Telecomunicação, IT	IT・通信
「TRANSPORTE」 「CARGAS」	Transporte, Cargas	運輸
「TURISMO」	Turismo	観光

Os nomes das empresas são dos associados na categoria Pessoa Jurídica. O cadastro de associados na categoria Pessoa Física não foi publicado por causa da legislação japonesa.

ここに掲載されている企業名は、会議所に企業会員として属する会員のものです。個人会員の名は、日本の法令により掲載することができませんので予めご了承お願い申し上げます。



ESCRITÓRIO DA CCBJ

● 一般社団法人在日ブラジル商業
会議所 事務局・事務所

VISITAS NA CCBJ ●
CCBJご来訪について

As visitas à sede da CCBJ
deverão ser agendadas com
antecedência através de contato
telefônico ou e-mail.

CCBJ事務所をご来訪される方
は、事前に電話またはメールにて
ご一報を下さるようお願い致しま
す。会員の皆様に対するサービス
向上に努め、全力を挙げて業務に
取り組んでおります。今後とも引
き続きご支援を賜りますようお願い
申し上げます。

A CCBJ está atendendo no
seguinte endereço:
〒 107-0061 Tokyo-to,
Minato-ku Kitaaooyama
1-4-1 Rangee Aoyama 507

〒107-0061東京都 港区
北青山1ー4ー1
ランジェ青山507

Tel: (03) 6447-2833
Fax: (03) 6447-2834
Email: adm@ccbj.jp

Como se filiar à CCBJ
会員になるには

PELA INTERNET:
Você pode efetuar o cadastramento através da internet,
acessando o endereço **www.ccbj.jp**.
Clique no link [Associe-se à Câmara! Cadastro On-Line]
e preencha o formulário eletrônico. Siga os passos do
cadastro, informando seus dados e em seguida envie para
a CCBJ. Depois você receberá um e-mail no endereço
cadastrado para dar continuidade em seu cadastramento.

PAGAMENTO DE ANUIDADE:
O valor da taxa de anuidade varia de acordo com o
tamanho de sua empresa. Veja a tabela de taxas abaixo.

TERMOS E TAXAS

Estudante	¥ 10.000
Pessoa Física	¥ 20.000
Pessoa Jurídica com menos de 300 funcionários	¥ 50.000
Pessoa Jurídica com mais de 300 funcionários	¥ 100.000
Pessoa Jurídica estabelecida fora do Japão	US\$ 200

**FORMA DE PAGAMENTO DA ANUIDADE PARA PAGAMENTOS NO
JAPÃO**
Após preencher o formulário e remetê-lo para a CCBJ,
você deve efetuar o pagamento da taxa de anuidade,
através de depósito bancário na conta corrente da CCBJ:
Banco Tokyo-Mitsubishi UFJ (三菱東京UFJ銀行)
Agência: Aoyamadori Branch 青山通支店

一般社団法人在日ブラジル商業会議所の会員になれば、各種
会員サービスをご利用頂けます。会員企業との交流により、日
伯間のビジネスチャンスが広がります。

申し込み方法
当会議所のホームページ(http://www.ccbj.jp)上でお申し込
みが可能です。又は、ホームページの申し込みフォームを印
刷し、ご記入の上、ファックス又は郵送で下記住所までお送り
下さい。

申込用紙の送付先:
〒107-0061
東京都港区北青山1-4-1 ランジェ青山507
一般社団法人在日ブラジル商業会議所 事務局
電話番号: (03) 6447-2833
ファックス: (03) 6447-2834

お近くの金融機関より、会員費をお振込下さい。

Nome: Câmara de Comércio Brasileira no Japão - CCBJ
一般社団法人在日ブラジル商業会議所
Agência: Aoyamadori Branch 青山通支店
Tipo da conta: Futsu 普通
Conta: 0181786
Para que possamos identificar o seu pagamento, por
favor escreva no campo de identificação o nome de sua
empresa. Depois de receber a inscrição (via site ou fax),
o associado é avaliado. Após a aprovação, enviamos a
fatura e assim recebemos a taxa de anuidade.

IMPORTANTE: FILIAÇÃO
**Primeira instância - Do preenchimento do cadastro e
do pagamento da anuidade**
A abertura do processo para a sua filiação à CCBJ
somente terá início mediante o preenchimento integral
da ficha de cadastro e do pagamento da anuidade.

Segunda instância - Da aprovação da filiação
Após o recebimento do seu cadastro e da anuidade,
o Comitê Executivo, composto por dois diretores, fará
a avaliação de seu cadastro para que a sua empresa
seja aceita como membro da CCBJ. Este processo
se faz necessário para proteger a CCBJ da filiação de
empresas com idoneidade dúbia ou que não tenham
alinhamento com o pensamento e a missão da CCBJ.
No caso da não aceitação de sua filiação, a CCBJ se
compromete a efetuar a devolução da taxa de anuidade
paga.
Terceira instância – Envio da fatura pela CCBJ
Após confirmação do pagamento, o processo de filiação
será concluído.

支払いの詳細
銀行名..... 三菱東京UFJ銀行
支店名..... 青山通支店
口座種類..... 普通
口座番号..... 0181786
口座名義..... (シャ)ザイニチブラジルショウギョウ
カイギンジョ
振込者名..... 会員様のお名前をご記入ください

年会費	
法人で社員数300人以上の企業	10万円
法人で社員数300人未満の企業	5万円
個人	2万円
学生	1万円
海外在住法人	US\$ 200

会員として承認がおりなかった場合、お振込いただいた金額
を返却させて頂きます。

海外旅行の
新しいパートナーが登場



Visa TravelMoney “Gonna”
ブラジル銀行・JACCS提携カード

日本初

リアルチャージ・利用可能のVisa多通貨プリペイドカード

- > 初年度年会費無料*
- > 世界200以上の国と地域のVisa加盟店でショッピング**
- > 世界200万台のVisa及びPlusマークのついたATMから現地通貨を引出し可能***
- > ネットショッピングも楽しめます

*「初年度年会費無料」は2014年8月31日までの期間限定キャンペーンです。詳細は0800-123-5757(日本語対応)にてお問い合わせ下さい。
一部の加盟店でご利用いただけない場合がございます。*日本国内のATMではお引出しができません。

bb.com.br/japan/jp
カードについて (Gonnaカスタマーデスク) : **0800-123-575** (日本語対応、年中無休、24時間)
ブラジル銀行預金口座について: **0120-09-5595** (平日、9時～18時)

詳細はこちら



ブラジル銀行

BANCO DO BRASIL



WWW.FESTIVALBRASIL.JP

f Câmara de Comércio Brasileira no Japão

FESTIVAL

BRASIL

JAPAN • 2014

ブラジルフェスティバル

Local: **Parque Yoyogi**, Tokyo | 場所: 代々木公園イベント広場

ENTRADA
GRATUITA
入場無料

19 & 20 19日(土)
SÁBADO DOMINGO 20日(日)
JULHO 7月
11:00 às 19:00h (11時 ~ 19時)

Guilherme Arantes

ギリエルメ・アランチス

Mais de 50 barracas de Alimentos, Produtos e Moda do Brasil
50以上のブースにブラジル料理、ファッションと商品があります!

Workshop de Capoeira カポエイラ・ワークショップ

Show de Samba サンバショー

Patrocinadores | 協賛



Organização | 主催



Colaboradores | 後援

