

Ajudamos no seu sucesso no Brasil

Contamos com a presença de profissionais brasileiros no escritório de Tóquio, assim como profissionais japoneses em São Paulo. Nós, juntos, ajudamos no seu sucesso no Brasil.

日本にはブラジル人が、ブラジルには日本人が常駐し
日本企業のブラジル事業展開を一体となってサポートしています。



A PwC Japão e a PwC Brasil têm, juntas, cerca de 10 mil profissionais. A PwC Brasil tem 19 escritórios capazes de atender o cliente em todo o território nacional. Contamos com a presença de profissionais brasileiros no escritório de Tóquio, assim como profissionais japoneses em São Paulo. Nosso networking permite apresentar uma solução de forma rápida e efetiva aos nossos clientes. Temos uma equipe especializada em auditoria e consultoria para novos negócios, M&A e pós M&A (integração). Neste momento de desafio, estamos preparados para ajudá-los com novos investimentos, fusões e aquisições, além de auxiliar na reestruturação e integração pós-fusão ou aquisição (PMI).

PwC Japanとブラジルには、総勢約1万人のスタッフが所属し、ブラジル国内には19カ所に事務所を有しています。東京事務所にはブラジル人の専門家が、サンパウロ事務所には日本人が常駐し、よりスピーディに連携できる体制を整えました。新規進出、会社設立、M&A、買収後の統合支援、また進出後の監査、会計、税務レビュー、オペレーション改善、内部統制構築（ガバナンス・システム含む）のアドバイザーなど、現在ブラジル経済の停滞や投資後さまざまな問題を抱える企業が多い中、PwCはM&A投資支援だけでなく、投資後の管理体制の構築にも力をいれています。

ブラジルでの投資・税制ガイド
Doing Deals in Brazil 日本語版
 をご提供しています。

PwC ブラジル

PwC Japan

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-1-1 大手町パークビルディング* | TEL: 03-6212-6880 | Email: pwcjpr@jp.pwc.com

PwC Japanグループは、日本におけるPwCグローバルネットワークのメンバーファームおよびそれらの関連会社（PwCあたら有限責任監査法人、京都監査法人、PwCコンサルティング合同会社、PwCアドバイザー合同会社、PwC税理士法人、PwC弁護士法人を含む）の総称です。各法人は独立して事業を行い、相互に連携をとりながら、監査およびアシュアランス、コンサルティング、ディールアドバイザー、税務、法務のサービスをクライアントに提供しています。

© 2017 PwC. All rights reserved. PwC refers to the PwC network and/or one or more of its member firms, each of which is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details.

※2017年5月15日より

ブラジル Brasil



Câmara de Comércio Brasileira no Japão

在日ブラジル商工会議所

在日ブラジル商工会議所の情報機関誌・BOLETIM OFICIAL DA CCBJ・www.ccbj.jp

Presidente da Panasonic Corporation, Kazuhiro Tsuga

パナソニック株式会社
代表取締役社長
津賀 一宏氏

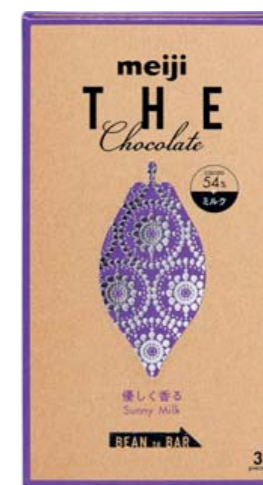
CCBJ AWARDS PERSON OF THE YEAR





meiji
THE
Chocolate

世界があっ!という
チョコレートをつくりたかった。
明治。



ブラジルトメアス産カカオを中心に使用

NEW



ブラジル Brasil

Gestão 2016/2017 | 一般社団法人在日ブラジル商工会議所 2016/2017期



Presidente Honorário 名誉会頭

Exmo. Sr. Embaixador do Brasil no Japão,
André Corrêa do Lago
駐日ブラジル大使
アンドレ・コヘアー・ド・ラゴ

Diretor Presidente 代表理事 (会頭)

Celso Guiotoko | Nissan Motors
行徳セルソ | 日産自動車

Vice-Presidente Financeiro 財務副代表理事

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

Vice-Presidentes 副代表理事

Arthur Muranaga | IPC World, Inc.
村永裕二 | (株) アイピーシー・ワールド
Frank Murai | WEG Electric 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

André Maebashi | Caixa Econômica Federal
前橋アンドレ | CAIXAブラジル連邦貯蓄銀行

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

Fidel Blanco | Vale Asia K.K.
フィデウ・ブランコ | ヴァーレ

Wilson Kawai | Brastel Co., Ltd.
川合健司 | ブラステル株式会社

Claudenir da Silva Oliveira | Banco do Brasil
クラウデニール・ダ・シルバ・オリヴェイラ | ブラジル銀行

Diretor - Superintendente 専務理事

Hiroyuki Shimizu | 清水裕幸

Auditor 監事

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

Núcleo Regional Tokai 東海エリア委員会

Fabiano Linden | Banco do Brasil
ファビアーノ・リンデン | 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

Comitê de Novos Associados 新会員委員会

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

Mario Makuda
幕田真理男

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
Kunio Imai
今井 邦雄

Secretaria Geral 事務局

Sanae Teramoto | Comunicativo
寺本 早苗 | 有限会社コムニカチヴォ

REVISTA BRASIL 『ブラジル』
一般社団法人在日ブラジル商工会議所の
情報機関誌

EDIÇÃO | 編集
Media Brazil | メディア・ブラジル

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

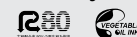
Colaboração de Redação | 取材
Fátima Kamata, Makino Oshiro e Takeshi Taniguchi

Arte | アート・ディレクター
Hide Oshiro

Tradução | 翻訳
Media Brazil

Revisão | 校正
Media Brazil

Impressão e distribuição - 印刷・配達
E&E Holdings Co., Ltd.



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工会議所
〒107-0061

Tokyo-to, Minato-ku, Kitaaooyama 1-4-1
Rangee Aoyama 507
Tel: (03) 6447-2833 • Fax: (03) 6447-2834
e-mail: adm@ccb.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工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。

世界をつなぎ、人を育て、地球を守る。 夢あふれる未来作りのために。

三井物産は、「国際交流」「教育」「環境」の3つのテーマを中心に、世界中でさまざまな社会貢献活動を進めています。大切な地球と、そこに住む人びとのこれからのために、私たちができることを、ひとつひとつ。

国際交流 教育

サンクトペテルブルク国立大学冠講座

ロシアにおいて、日本への理解と相互交流を深める取り組みを行っています。

国際交流 教育

北京大学三井創新論壇

日中経済および文化交流の促進を目的とした冠講座を開催しています。

国際交流 教育

米国三井物産財団の活動

教育や地域福祉などの幅広い分野において、アメリカ社会に貢献する活動を進めています。

国際交流 教育

ブラジル三井物産基金

サンパウロ大学での冠講座開催や、帰国した日系人子弟の現地学校への適応支援などを行っています。

教育

三井物産「サス学」アカデミー

「サス(サステナビリティ)学」とは、未来の担い手である子どもたちが、持続可能(サステナブル)な未来を創る力を育むための学びです。「サス学」を通じ、子どもたちの「未来を創る力」を応援しています。

国際交流 教育

「三井教育基金」研修プログラム

オーストラリアの大学生を対象にした日本での研修プログラムを実施しています。

環境

三井物産環境基金

未来につながる社会を目指して、環境貢献活動を行うNPO/NGOや環境分野の研究を行う大学等の研究者に対し震災復興支援を含めた幅広い助成を行っています。

環境 教育

森のきょうしつ

「三井物産の森」での森林体験や、学校への出前授業に加え、ウェブサイトでも森の役割と木材産業を通じた環境保全を伝えています。

国際交流 教育

在日ブラジル人支援活動

在日ブラジル人学校児童向け奨学金などの子弟向け教育活動や、NPO団体への支援などを行っています。



10

Presidente da Panasonic,
Kazuhiro Tsuga
パナソニックの津賀一宏社長

Foto: Helio Miura

08 CARTA DO PRESIDENTE | 会頭からのメッセージ
MAIS NEGÓCIOS ENTRE O BRASIL E O JAPÃO
日・ブラジル間のビジネス活性化

10 CAPA | 表紙
PRESIDENTE DA PANASONIC, KAZUHIRO TSUGA, HOMENAGEADO COM CCBJ AWARDS
CCBJの受賞者はパナソニックの津賀社長に

VISÃO DE FUTURO
将来の目的

18 CASE DE SUCESSO | 成功事例
MEIJI PRODUZ CHOCOLATE DE LUXO COM CACAU BRASILEIRO
明治がブラジル産カカオで高級チョコレート

22 BRASIL | ブラジル
O BRASIL GASTRONÔMICO
美食の国ブラジル

26 COMÉRCIO EXTERIOR | 貿易
BRASIL VOLTA À FOODEX JAPAN
ブラジル FOODEX JAPANへの出展再開

32 Brasil não tem recessão・ブラジル経済の景気後退期の終わり

52 Missão de Santa Catarina・サンタカタリーナ州の経済ミッション

54 CCBJ News

56 Empresas associadas・会員リスト

58 Como se associar・会員になるには

59 O que é a CCBJ・CCBJについて

30 CULINÁRIA | 料理
GASTRONOMIA APRESENTA DIVERSIDADE BRASILEIRA
料理でブラジルの多様性を表現

36 ASSOCIADO | 会員
DA TELEFONIA À REMESSA INTERNACIONAL
電話事業から国際送金へ

40 ASSOCIADO | 会員
CARRO LIMPO E BRILHANDO SEM USAR UMA GOTTA DE ÁGUA
一滴の水も使わずに洗車とワックスがけを実現

42 ASSOCIADO | 会員
BRASIL E ÁSIA UNIDOS PELO IDIOMA
言葉でつながるブラジルとアジア

44 SEMINÁRIO | セミナー
ENCONTRO ENTRE BOLSISTAS E EMPRESÁRIOS DO BRASIL
ブラジル留学経験者とボルトガル語人材を欲する企業をマッチング

46 PROJETO EDUCAR | 教育プロジェクト
INCENTIVO AOS ESTUDOS
就学奨励事業

**S11D Eliezer Batista.
Tecnologia,
maior eficiência
e menor impacto.**

Contém:

Novas tecnologias

Minério de ferro de alta qualidade

Maior competitividade



Correia transportadora de longa distância do Complexo S11D Eliezer Batista, Pará, Brasil

O Complexo S11D Eliezer Batista é o maior projeto de minério de ferro da história da Vale. É um empreendimento que integra produtividade com o respeito pelas pessoas e tecnologia com inteligência ambiental. Soluções como o sistema *truckless*, que substitui os tradicionais caminhões fora de estrada por correias, reduzirão em cerca de 70% o consumo de diesel. Os investimentos em inovação, aliados à experiência da Vale no setor, possibilitam uma operação de maior eficiência e menor impacto ao meio ambiente. É assim que a Vale trabalha, sempre buscando novos caminhos para a mineração.

S 1 1 D エリエゼル・バチスタ・鉄鉱石コンプレックスは、ヴァーレ創業以来の最大の鉄鉱石プロジェクトです。それは、生産性と人々に対する敬意、そしてテクノロジーと環境インテリジェンスを統合させた事業です。その一例として、鉱山操業に、伝統的なオフロード・トラック方式を使わずに、それをベルトコンベヤー方式に置き換えた新しい解決策により、ディーゼル燃料消費を約70%も削減することが出来ます。ヴァーレはこれまでに培った鉱山業での経験と、イノベーションへの投資を組み合わせることで、効率が高く、環境負荷を最小限に抑えた鉱山操業を実現しています。これが、鉱山業の新たな道筋を絶えず追求するヴァーレのやり方なのです。

日・ブラジル間のビジネス活性化 MAIS NEGÓCIOS ENTRE O BRASIL E O JAPÃO



Celso Guiotoko
Presidente da CCBJ
CCBJ会頭 | 行徳セルソ

Gostaria de agradecer a todos pela realização do CCBJ Awards Person of the Year, que concedeu prêmio ao presidente da Panasonic Corporation, Kazuhiro Tsuga. Tivemos a oportunidade de verificar o quanto a empresa vem investindo no Brasil e no Japão, com novos projetos para o futuro.

Nessa edição da **Revista Brasil**, os leitores poderão ter mais detalhes da atuação da Panasonic Corporation no Brasil e no Japão.

A Embaixada do Brasil no Japão, por sua vez, vem promovendo diversas ações para divulgar o Brazilian Lifestyle. Isso inclui o setor alimentício que vem ganhando mais notoriedade pelos japoneses, não apenas com o churrasco brasileiro, mas com produtos típicos como cupuaçu, abacate, tapioca, etc.

A empresa japonesa Meiji também vem obtendo sucesso com o cacau brasileiro com desenvolvimento de chocolate de luxo.

Não deixe de ler também as reportagens com algumas das empresas associadas como a Brastel que completa mais de 20 anos de fundação, Kawanjuku com curso de português e Ecoshine com produto para limpeza de veículo sem utilizar água.

Boa leitura!

Celso Guiotoko
Presidente da CCBJ

先日はCCBJアワード・パーソン・オブ・ザ・イヤーの開催にご協力頂きありがとうございました。授与式ではパナソニックの津賀一宏社長にトロフィーが贈られ、同社が将来に向けてブラジルと日本で実施している投資動向についての知識を得ることができました。今号ではパナソニックがブラジルと日本で展開する事業の詳細について取り上げています。

駐日ブラジル大使館はブラジルのライフスタイルを発信するための様々な活動に取り組んでいますが、食品分野もこうした活動の対象に含まれています。シュラスコに限らず、クブアスやアボガド、タピオカなど、ブラジルの食べ物は近年日本でも認知度が高まっています。

明治もブラジル産のカカオを使用した高級チョコレートの開発で成功を収めています。

また創業から20年以上の歴史を持つブラステルや、ポルトガル語の語学研修サービスを提供する漢和塾、水を使わず洗車できる自動車洗剤を販売するエコシャインなど、当会議所の会員企業に関する記事も掲載されていますので、是非お読みください。

それでは今号もお楽しみください。

CCBJ会頭
行徳セルソ

MORE THAN 55 YEARS GLOBAL PRESENCE,
MOVING THE WORLD PRESERVING THE
ENVIRONMENT, NATURAL RESOURCES



www.weg.net

55 years

世界を動かし
環境・自然を守り続ける会社



Appliance Motors



Low Voltage Industrial Motors



Medium and High Voltage Industrial Motors



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

URL ■ <http://www.weg.net> ■ Email ■ info-jp@weg.net

CCBJの受賞者は
パナソニックの
津賀社長に

PRESIDENTE DA PANASONIC, KAZUHIRO TSUGA, HOMENAGEADO COM CCBJ AWARDS

EMPRESA É ELOGIADA PELO SUCESSO DAS CERIMÔNIAS DE ABERTURA E ENCERRAMENTO DOS JOGOS OLÍMPICOS DO RIO DE JANEIRO

リオ五輪の開・閉会式での成功が高く評価される

POR TAKESHI TANIGUCHI

A Câmara de Comércio Brasileira no Japão elegeu o presidente da Panasonic, Kazuhiro Tsuga, como vencedor do CCBJ Awards Person of the Year, prêmio concedido aos empresários de destaque nas relações econômicas bilaterais entre Japão e Brasil.

A cerimônia de entrega foi realizada no dia 9 de maio, na Residência Oficial do Brasil, em Tóquio. Além do embaixador André Corrêa do Lago e da embaixatriz Béatriz, estiveram presentes no evento cerca de 120

pessoas, entre elas, o diretor-geral do Departamento de Assuntos para América Latina e Caribe do Ministério dos Negócios Estrangeiros no Japão, Yasushi Takase, associados da CCBJ e empresários. O presidente do Banco Central do Brasil, Ilan Goldfajn, que estava na capital japonesa para participar da reunião no Banco do Japão, também marcou presença na cerimônia.

“Gostaria de deixar meus agradecimentos à Panasonic por ter contribuído com sua tecnologia para executar as ideias

記事: 谷口 健

在日ブラジル商工会議所 (CCBJ) は、日本とブラジルの経済関係に功績があった経済人に贈る年間賞「CCBJアワード・パーソン・オブ・ザ・イヤー」を、パナソニックの津賀一宏社長に授与した。

授賞式は5月9日、東京都内のブラジル大使館公邸で行われ、アンドレー・コヘイア・ド・ラゴ駐日ブラジル大使、ベアトリス大使夫人、外務省の高瀬寧中南米局長などを筆頭に、CCBJの会員や企業関係者を中心に約120人が参加した。また、日本銀行での会議に参加するために来日していたブラジル中央銀行のイラン・ゴールドファイン総裁も特

FOTOS: HELO MIURA



Presidente da CCBJ, Celso Guiotoko; Embaixador Corrêa do Lago e o presidente da Panasonic Corporation, Kazuhiro Tsuga
CCBJの行徳セルソ会頭、コヘイア・ド・ラゴ大使とパナソニックの津賀一宏社長

dos brasileiros nas cerimônias de abertura e de encerramentos dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro”, disse o embaixador Corrêa do Lago, que ocupa o cargo de presidente honorário da CCBJ, durante o discurso de abertura do evento. “A Panasonic é a parceira imprescindível para construir a ponte sólida entre Japão e Brasil”, destacou ele.

O presidente da CCBJ, Celso Guiotoko elogiou a atuação da fabricante japonesa no Brasil. “A Panasonic atua no Brasil há 50 anos sempre em sintonia para atender o anseio dos consumidores brasileiros. Nos últimos cinco anos, a empresa vem investindo no



Our oranges, a world of possibilities

Asia-Pacific Business Unit: Nippon Fruit Juice Co., Ltd.
Tokyo-to Minato-ku Mita 1-4-28 Mita Kokusai Bldg 15F
Tel: 03-6453-6737 Email: sales@nfj.co.jp

segmento de eletrodomésticos com tecnologias de última geração”, ressaltou.

O presidente da Panasonic, Kazuhiro Tsuga, revelou durante seu discurso de agradecimento, que participou da cerimônia de abertura das Olimpíadas no Rio. “Acredito que conseguimos ampliar a nossa contribuição, usando 110 projetores e outros equipamentos com tecnologia de ponta. Pretendemos aproveitar a experiência bem-sucedida no Brasil para aplicar nos Jogos de Tóquio e também para o futuro”, disse.

FATURAMENTO NO BRASIL

A Panasonic, que comemora centenário de fundação em 2018, começou as operações no Brasil em 1967, quando criou a Matsushita Electric do Brasil para fabricação de pilhas. Hoje, a empresa atua no Brasil com o nome Panabras.

Mais tarde, em 2012, a Panasonic inaugurou a fábrica de eletrodomésticos no Brasil, e ainda visa obter crescimento maior neste ano, em que a empresa completa 50 anos de

atuação no mercado brasileiro. “É extremamente significativo receber um prêmio tão importante como este para a nossa empresa no ano em que comemora o centenário de fundação e o aniversário de 50 anos de operação no Brasil”, disse Tsuga.

No Brasil, a Panasonic vem investindo nos segmentos de eletrodomésticos da linha branca, equipamentos e sistemas para automóveis, e de serviços B2B como soluções de sinalização digital e de transmissão.

O faturamento anual da empresa no Brasil “atingiu o nível de ¥50 bilhões”, segundo afirmou Tsuga. Ao se referir às operações no Brasil, ele citou a frase do fundador da Panasonic, Konosuke Matsushita (1894 - 1989),

“**É significativo receber um prêmio tão importante como este para a nossa empresa.**”

“**「このような荣誉ある賞をいただけたことは大変意義深いです」**”

別参加した。

CCBJ名誉会頭を務めるコヘイア・ド・ラーゴ大使は、冒頭のあいさつで、「リオ・デ・ジャネイロ五輪の開会式、閉会式で、ブラジル人が考えたアイデアを実現できたのはパナソニックの技術のおかげであり、そのことに改めて感謝を申し上げたい」と語った。また、「パナソニックは日伯両国を結ぶ強固な橋を構築する上で、欠かせないパートナーである」と讚えた。

一方、CCBJの行徳セルソ会頭は、「50年間にわたりブラジルで現地の消費者ニーズに応えながら事業を展開し、ここ5年間はブラジル国内でも最新技術を駆使した家電事業に注力している」と評価した。

また、リオ五輪については、「4Kの高画質で五輪を放送することに成功できたのは、パナソニックの技術のおかげ」と評価した。

津賀社長は、受賞講演で、リオ五輪の開会式に実際に参加していた

que ressaltava a importância de “encarar a sociedade e a comunidade local de cada país onde serão implantadas os empreendimentos, e tentar contribuir para o desenvolvimento e a prosperidade delas”. Segundo Tsuga, que lidera a empresa com faturamento anual de ¥7 trilhões, as operações da Panasonic no mercado brasileiro seguem esse pensamento do fundador. “Pretendemos trabalhar ativamente para ampliar os empreendimentos no Brasil, contribuindo para o desenvolvimento do País e a melhoria da qualidade de vida dos nossos clientes”, enfatizou.

Entre as parcerias da fabricante japonesa com empresas brasileiras, vale citar a escolha da Panasonic Avionics, que faz parte do grupo, pela Embraer, como fornecedor do sistema de entretenimento a bordo para os jatos regionais E2.

O troféu do CCBJ Awards Person of the Year foi confeccionado pelo artista radicado no Brasil, Yutaka Toyota. Segundo ele, o troféu deste ano representa “o futuro cada vez mais próspero se abrindo para a parceria dos dois países”.

ことを明かした。「110台に上るプロジェクターをはじめとした最先端技術により、当社のお役立ちの幅をより一層広げることができたと感じている。ブラジルでの成功を、次の東京五輪で生かし、さらなる未来につなげていきたい」と述べた。

ブラジルで500億円

2018年に創業100周年を迎えるパナソニックがブラジル市場に進出したのは、1967年のことである。乾電池の製造をするために、ブラジル松下電器を設立したことが始まりだ。現在は、パナソニックブラジル(PANABRAS)に名称を変更している。その後、2012年には家電製造工場を完成させ、ブラジル進出50周年を迎える今年も、さらなる成長を目指している。津賀社長は、「創業100周年、ブラジル進出50周年という節目の時期に、このような荣誉ある賞をいただけたことは大変意義深い」と語った。

現在、パナソニックがブラジル市場で力を入れているのは、白物家電事業、自動車向けの部品やシステム、サイネージや放送機器など、BtoB(企業向け)ビジネスのソリューション事業などである。パナソニックは現在、ブラジルで「販売規模が500億円規模までに拡大」(津賀社長)している。ブラジル市場でのビジネス展開について、津賀社長は、同社の創業者である松下幸之助(1894～1989)の名前を出した。売上高が7兆円規模になったパナソニックを率いる津賀氏は、「ブラジルの発展、お客様の暮らしを向上させながら、積極的に事業拡大を図っていきたい」と話した。また、ブラジル企業とのかかわりでは、パナソニックグループで航空機内のエンターテインメントシステムを手がける「パナソニック・アビオニクス」が、ブラジルの航空機メーカー・エンブラエルが製造する次世代リージョナルジェット機「E2」シリーズの機内機器を受注することを決めている。

Cerimônia de entrega do troféu CCBJ Awards Person of the Year 「CCBJアワード・パーソン・オブ・ザ・イヤー」授賞式



brastelREMIT

ブラジルへの
海外送金
サービス
ブラステル
レミット!

リーズナブル・簡単・便利・安全かつ迅速

REMESSAS para
o BRASIL



送金手数料

¥880~

かんたん
インターネット
登録

OMOIYARI を届ける
ブラステルレミット国際送金サービス

優遇レート
海外送金する金額、回数に関係なく優遇
レートが適用されます!

brastelREMIT

brastelremit.jp

ブラステルレミット国際送金カスタマーサービス

トールフリー: 0120-983-891 / 携帯・PHS: 03-6869-4851

受付時間: 9:30~18:30 (土・日曜・祝日除く)

RBR 170609 (2017.06.12)

VISÃO DE FUTURO

将来の目的

POR NEIDE HAYAMA

Esta foi a quinta edição do CCBJ Awards Person of the Year, iniciado em 2010. O evento foi realizado com apoio da Embaixada do Brasil no Japão.

O Presidente da Panasonic Corporation, Kazuhiro Tsuga, concedeu entrevista exclusiva à **Revista Brasil**. Acompanhe a seguir.

Revista Brasil - Como o senhor se sente por ter recebido o CCBJ Award? E qual é a importância desse prêmio para relações comerciais entre Brasil e Japão?

Presidente da Panasonic Corporation, Kazuhiro Tsuga - Foi uma honra receber este prêmio. É um privilégio ser homenageado neste ano comemorativo em que nossa empresa completa 50 anos de atuação no Brasil. A nossa participação nos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, que foi um dos motivos para a escolha da Panasonic como vencedora deste ano, serviu como uma boa oportunidade para que

o potencial da empresa e a contribuição dela para a sociedade brasileira fossem reconhecidos pelo público em geral e pelos profissionais de vários setores. Gostaria de aproveitar essa premiação como uma excelente oportunidade para que os brasileiros possam conhecer o amplo campo de atuação ao qual somos capazes de contribuir.

RB - Como o senhor avalia a atual situação econômica do Brasil? E quais seriam motivos para empresas japonesas investirem no Brasil?

Presidente Tsuga - Apesar de altos e baixos da economia, acredito que o Brasil é um País com grande potencial. Com presença da comunidade nipo-brasileira e grande número de brasileiros que admiram a cultura japonesa, o País mantém fortes laços com o Japão, sendo um alvo importante de investimento para empresas japonesas. A Panasonic vem desenvolvendo empreendimentos

記事 羽山ネイデ

2010年に始まった「CCBJアワード・パーソン・オブ・ザ・イヤー」は今回で5回目を数え、駐日ブラジル大使館が後援した。

ヘビスタ・ブラジル (RB) - CCBJアワードを受賞された感想をお聞かせください。また、ブラジルと日本のビジネス関係においてこの賞にはどのような重要性があると思われますか。

津賀一宏社長 - 今回の受賞を大変光栄に思っております。当社は今年、ブラジル進出50周年を迎えますので、記念すべき年での受賞としても非常に有難い事です。今回受賞理由として評価頂いたリオ五輪につきましては、当社の持つ力とブラジル社会への貢献を一般消費者(B2C)、様々な業界関係者(B2B)にご認識頂く機会となったと考えております。今回の受賞により、当社が提供できる幅広い貢献分野につき、ブラジルの方々にご理解頂く素晴らしい機会として、訴求させて頂ければ幸甚です。

RB - 現在のブラジルの経済情勢をどう評価されますか。また日

no Brasil há 50 anos. Mesmo nos últimos anos, em que a economia brasileira tem enfrentado dificuldades, conseguimos manter investimentos para aumentar a produção, sem reduzir o quadro funcional. Pretendemos continuar contribuindo para a sociedade brasileira, ampliando ainda mais os nossos empreendimentos com uma visão de longo prazo.

RB - Quais são as perspectivas de negócios da Panasonic para a próxima década? E quais são os novos empreendimentos que a empresa pretende realizar?

Presidente Tsuga - A Panasonic vai completar 100 anos em 2018. Acredito que os próximos 100 anos serão tempos de transformações muito

本企業がブラジルに投資すべきとお考えになる理由をお聞かせください。

津賀氏 - ブラジル経済につきましては、浮き沈みもありますが、大変成長潜在力の高い国と考えております。また日本企業にとっては日系ブラジル人の方も多く、また親日の方も多い繋がり深い国であり、重要な投資対象であると考えます。

当社は50年にわたりブラジル事業を展開し発展させてきており、ここ数年のブラジル経済が厳しい状況においても、当社は雇用を減らさず、むしろ製造拡大の為に投資も継続することができました。

今後も長期的視点でしっかり事業拡大を通じブラジル社会に貢献していきたいと思っております。

RB - 今後10年間のパナソニ

“ Pretendemos continuar contribuindo para a sociedade brasileira. ”

「今後ともブラジル社会に貢献していきたいと思っております」

”

KOWA

株式会社 晃和

派遣社員
募集中

作業エリア

宮城 茨城 栃木 群馬 埼玉 千葉 東京 神奈川
長野 愛知 福井 滋賀 三重 兵庫 福岡 鹿児島

食品
電機部品
自動車部品等

www.kowa-corp.com

出張面接

詳しくはお問い合わせください。

070-2180-1684

お仕事をお探しの方のための登録フォーム
www.kowa-corp.com/form.php

フリーダイヤル 0120-20-8155

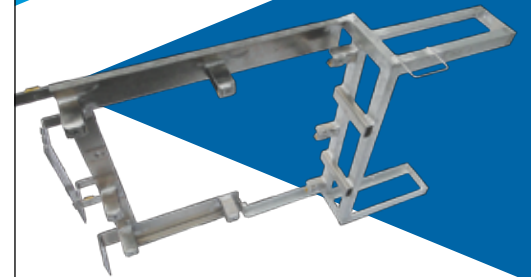
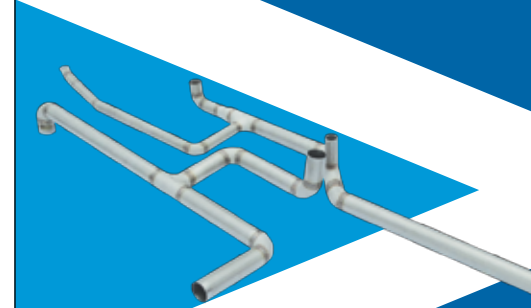
本社 - Tel.: 0270-21-8155

〒372-0054 群馬県伊勢崎市柳原町15番地



部品製造

- ・ ステンレス
- ・ アルミニウム
- ・ 鋼鉄



maiores do que nos últimos 100 anos. Se não conseguirmos nos adaptar a essas mudanças, será difícil sobreviver por mais 100 anos ou até mesmo por 10 anos.

Por outro lado, temos 100 anos de história das nossas marcas, das relações de confiança com os clientes e da nossa capacidade de manufatura baseada em diversas tecnologias, que compõem o nosso ponto forte. Pretendemos

aproveitá-lo e aperfeiçoá-lo para atingir maior desenvolvimento nos próximos 10 ou 100 anos, em meio as transformações vertiginosas que nos obrigarão a mudar também.

Quanto aos futuros empreendimentos, já estamos empenhados em novos desafios nas áreas nas quais já vemos atuando, por combinar os recursos abundantes que possuímos como nossa tecnologia e capacidade de manufatura. Um dos exemplos é o projeto de desenvolvimento de "sistema para cabine do motorista da próxima geração", que aproveita as nossas habilidades aperfeiçoadas na produção de

ツクの事業についての展望をお聞かせください。パナソニックの新規事業にはどのようなものがありますか。

津賀氏 — 当社は2018年に創業100周年を迎えますが、次の100年は、これまでの100年とは全く較べものにならないほど、変化の激しい時代となると考えています。変化に適應できなければ、100年どころか、10年生き残ることも難しいでしょう。

一方でパナソニックには、100年間にわたって蓄積してきた、ブランド、お客様との信頼関係、さまざまな技術をベースにした「ものづくり力」という大きな強みがあります。今後もこれらの強みを活かし、磨き続けていくことに加え、激しい変

aparelhos audiovisuais com tecnologia digital, como televisores, no empreendimento para setor automotivo. Além disso, em abril deste ano, criamos o Departamento de Inovação de Negócios, transformando a antiga Divisão de Pesquisa e Desenvolvimento num setor responsável pela geração de novos empreendimentos, a fim de inovar o nosso modelo de negócios.

RB - Poderia deixar mensagem final aos nossos leitores?

Presidente Tsuga - "Devemos nos dedicar ao progresso e desenvolvimento da sociedade através de nossas atividades comerciais." Com essa filosofia de gestão, a Panasonic veio se desenvolvendo ao longo dos últimos 100 anos no Japão e nos últimos 50 anos no Brasil, contando com o apoio de muitos clientes, inclusive brasileiros.

Pretendemos continuar contribuindo para o desenvolvimento do Brasil por meio de nossas atividades executadas sob essa filosofia de gestão, sempre prestando atenção aos problemas enfrentados pela sociedade brasileira. Portanto, gostaríamos de seguir contando com a colaboração de todos.

化の中に身を置き、それに対応していくことで自らを変え続け、次の10年、100年も発展していきたいと考えています。

新規事業については、まず豊富な社内技術力・ものづくり力のリソースを掛け合わせることで、既存領域における新たなチャレンジを進めています。一例として、車載事業に、テレビなどデジタルAVで培った強みを掛け合わせることで、新たに、「次世代コックピットシステム」事業が立ち上がりつつあります。加えて、今年4月には、「ビジネスイノベーション本部」を設立し、従来のR&D部門が自ら事業創出を担う部門となり、事業モデルのイノベーションを図ろうとしています。

RB — 最後にメッセージをお願いします。

津賀氏 — パナソニックは、「事業を通じて人々の暮らしの向上と社会の発展に貢献する」という経営理念の下、これまでの100年、ブラジルでは50年、多くのお客様、そしてブラジルの皆様のご支援にも支えられ、幸いにして発展し続けることができました。

今後も、ブラジル社会の課題と向き合い、事業を通じてお役立ちを図ること、すなわち、経営理念の実践によって、ブラジルの発展に寄与できればと考えております。引き続き当社へのご支援を宜しくお願いします。

TROFÉU ESPAÇO RESSONÂNCIA

O troféu do CCBJ Awards Person of the Year foi concebido pelo artista Yutaka Toyota. Denominado de Espaço Ressonância, a obra, conforme explica Toyota, "representa o futuro cada vez mais próspero se abrindo para a parceria dos dois países". O artista nasceu no Japão e vive no Brasil há muito anos.

トロフィー「共鳴空間」

今年のCCBJアワード・パーソン・オブ・ザ・イヤーのトロフィーは、彫刻家の豊田豊氏が製作した。「共鳴空間2017」と題されたトロフィーについて、同氏は「両国が手を携えて、未来が未広がりに進展して行く姿を表現した」と説明している。豊田氏は日本生まれで、長年ブラジルで暮らしている。



明治がブラジル産カカオで 高級チョコレート

MEIJI PRODUZ CHOCOLATE DE LUXO COM CACAU BRASILEIRO

MAIOR FABRICANTE JAPONESA DE CHOCOLATE
FAZ SUCESSO COM A LINHA MEIJI THE CHOCOLATE

日本のチョコレート最大手企業が手がける「明治 ザ・チョコレート」が好評を得ている



POR TAKESHI TANIGUCHI

A Meiji, uma das maiores empresas do ramo de alimentos no Japão, aposta no desenvolvimento de novos produtos da linha de chocolate de luxo, que levam bastante cacau de origem brasileira. Essa linha denominada Meiji The Chocolate foi originalmente lançada em 2014. Atualmente, a segunda geração da Meiji The Chocolate, que traz produtos e embalagens renovados, está fazendo sucesso no mercado nipônico.

Mas nem tudo foi maravilhoso na trajetória dessa linha. “Tivemos dificuldades nas vendas no início”, conta Masahiro Sato, diretor do Departamento de Marketing em Confeitarias da Meiji, lembrando a época de lançamento, em 2014.

A empresa começou a produzir chocolate no Japão em 1918. Naquele tempo, o chocolate ainda era um artigo de luxo no país. Mas a Meiji conseguiu popularizá-lo no arquipélago na década de 1960, e passou a intensificar a diversificação dos produtos nos anos 1990.

A partir da década de 2000,

adotou a estratégia de criar produtos diferenciados com alto valor agregado. Por outro lado, no mercado mundial, estava surgindo a nova tendência chamada “Bean-to Bar”, que significa “da amêndoa (de cacau) à barra”. Trata-se de um conceito, no qual todas as etapas de produção de chocolate são realizadas por uma única empresa, desde a seleção e a torrefação do cacau até a fabricação de chocolate em barra. Na mesma época, no Japão, o mercado de chocolate de luxo estava começando a se aquecer com a venda nas lojas de departamento.

A Meiji já seguia o conceito “Bean to Bar” desde antes. Para a linha Meiji The Chocolate, a empresa escolheu cacaus procedentes do Brasil e da Venezuela. “O cacau brasileiro tem aroma de frutas e acidez na medida certa”, explica Sato. O sabor do chocolate, porém, muda completamente dependendo do processo de fermentação das sementes após a colheita. Por isso, era imprescindível a colaboração dos produtores para promo-

記事:谷口 健

日 本の食品メーカー大手である明治が、ブラジル産カカオ豆を豊富に使った高級チョコレートの新製品開発に力を入れている。2014年に「明治ザ・チョコレート」という商品名で初めて製品化し、現在は、味もデザインも刷新した2世代目の「明治 ザ・チョコレート」が日本市場で好評を得ている。

しかし、すべてが順調に進んだわけではなかった。「発売当初の売り上げは厳しかったです」。チョコレートメーカー日本最大手でもある明治で菓子マーケティング部マーケティンググループ専任課長を務める佐藤政宏氏は、発売を開始した2014年を、こう率直に振り返る。

明治が日本でチョコレート製造を始めたのは1918年。当時、チョコレートは贅沢品だったが、1960年代に明治はチョコレートを大衆化することに成功する。1990年代は製品の多様化を進めた。

そして、2000年代に入り、今度は「プレミアム化」の戦略を取り始めた。一方、世界では、2012年頃からカカオ豆の選定から焙煎、板チョコレートになるまでの全ての製造工程を自社で手がける「ビーン・トゥ・バー」の動きが各国に広がり始

ver melhoria na plantação e na fermentação do cacau.

Com esse objetivo, a empresa criou o sistema `Meiji Cacao Support`. Como grande maioria dos produtores locais de cacau nem sequer havia provado chocolate na vida, a Meiji resolveu oferecê-lo para que eles conhecessem o sabor e a qualidade do fruto que produziam. Mais tarde, a empresa implantou na região um mecanismo para executar o processo de fermentação desenvolvido, assumindo o compromisso de adquirir de forma contínua as sementes produzidas pelos agricultores locais com padrão de qualidade exigido pela empresa. Ao lançar a linha Meiji The Chocolate, a empresa resolveu estampar a imagem do cacau para representar sua forte dedicação à escolha do ingrediente principal. As vendas, porém, tiveram um resultado bem discreto.

めた。そして、日本国内では、百貨店で高級チョコレート市場も盛り上がり始めていた。

明治は、以前から「ピーン・トゥーパー」を実践していた。そして、今回の「明治 ザ・チョコレート」で使用するカカオ豆の産地として、新たにブラジルとベネズエラを選んだ。「ブラジル産のカカオはフルーティで、ほど良い酸味があります」と佐藤氏は解説する。ただし、チョコレートはカカオを採集した後の発酵方法で、最終製品の味を大きく変える。だから、カカオの栽培と発酵方法を強化することが必要で、そのためには生産者の協力が欠かせなかった。

そこで、明治は「メイジ・カカオ・サポート」というシステムを考えた。現地のカカオ農家の人々は、そもそもチョコレートを食べたこともない人がほとんどだった。だから、まずはその美味しさを実際に味わってもらった。彼らがどれほど素晴らしい作物を栽培しているのかを知ってもらうためである。その後、明治が確立した発酵方法を実行し、品質基準を満たしたカカオに対して、明治が継続してカカオを買い取る仕組みを取り入れた。

そして、素材にこだわったことを消費者に見せるため、2014年に「明治 ザ・チョコレート」を製品にした時、パッケージの前面にはカカオの写真を使った。しかし、販売は芳しくなかった。

Masahiro Sato, da Meiji: mercado de chocolates está em crescimento no Japão
明治・菓子マーケティング部マーケティンググループ
専任課長の佐藤氏:「チョコレート市場は成長している」

DESIGN RENOVADO

A segunda geração da linha foi lançada em setembro de 2016. Como uma tentativa de tirar o proveito do `fracasso` da versão anterior, a empresa elevou o teor de cacau de 60% para 70% e incluiu entre os produtos chocolate com leite, com o qual o paladar japonês está mais familiarizado. Além disso, as barras são divididas em quatro partes com formatos diferentes para oferecer mais opções de saborear o chocolate. A parte com forma arredondada, por exemplo, é para suavizar o sabor, enquanto a com superfície dentada tem efeito de ressaltar o aroma do produto. E as novidades não param por aí. A embalagem tem estilo rústico com uso de papel kraft, que difere dos outros produtos

デザインを一新

2016年9月、2世代目の製品を発売した。前回の“失敗”を生かすため、まず、カカオの比率を60%から70%に引き上げ、商品群に日本人の舌に馴染みがあるミルクチョコレートも加えた。さらに、形にもこだわった。風味に丸みを持たせる「ドームゾーン」、香りを印象づける「ギザギザゾーン」など4つの形状を作り、消費者を楽しませる工夫をした。それだけではない。従来、明治が展開していた商品とは一線を画す、クラフト感のあるシンプルなデザインに仕上げた。結果的に、そのデザインは女性を

da fabricante. Esse design teve grande repercussão do público feminino, principalmente, por meio de fotos compartilhadas no Instagram.

A soma das vendas desde o lançamento em setembro de 2016 até março de 2017 já atingiu 20 milhões de barras. “Tivemos ótimos resultados nessa fase inicial, com venda acima do dobro da expectativa original”, avalia Sato. Embora os principais canais de venda sejam supermercados e lojas de conveniência, a empresa obteve êxito com sua estratégia para valorizar a marca, com a participação na maior feira de chocolate do Japão, Salon du Chocolat, em Tóquio, e também com a venda dos chocolates especiais de produção limitada nas lojas de

departamento na temporada de Valentine's Day.

Além do sucesso comercial, a linha Meiji The Chocolate teve sua qualidade reconhecida internacionalmente. Os chocolates dessa marca ganharam, em 2016, medalhas de ouro, prata e bronze no Torneio das Américas e do Ásia Pacífico, do International Chocolate Awards, concedidas pelo iTQi (International Taste & Quality Institute), organização dedicada à promoção de alimentos e bebidas de qualidade superior, que possui sede em Bruxelas (Bélgica).

Apesar do envelhecimento da população e da baixa taxa de natalidade no Japão, o mercado de chocolate no país está em crescimento. Em 2016, as vendas totalizaram cerca de ¥



Elegant Bitter
エレガントビター



Sunny Milk
サニーミルク



Framboise
フランボワーズ

540 bilhões, com aumento de 6% em relação ao resultado do ano anterior. Uma das causas é o aumento dos consumidores na faixa dos 50 anos aos 60 anos, que passaram a comer mais o chocolate, que hoje é considerado como um superalimento. “O mercado japonês de chocolate deve crescer ainda mais”, prevê Sato. “Pretendemos aproveitar o sucesso da Meiji The Chocolate como pontapé inicial para criar um futuro no qual o chocolate será visto como um artigo de luxo para os adultos no Japão”, diz ele, citando como um exemplo o sucesso do uísque japonês.

Quem sabe um dia os chocolates `made in Japan`, feitos com cacau brasileiro, sejam lançados também no mercado estrangeiro.

0~60代もチョコレートを食べるようになったことも主な要因の一つである。佐藤氏は、「今後も日本のチョコレート市場は拡大する」と予測する。そして、「『明治 ザ・チョコレート』が起点となり、チョコレートが日本においてチョコレートが大人の為の嗜好品という存在になる未来を創りたい」と語る。その成功例として日本のウイスキーを挙げた。ブラジル産のカカオを使った「made in Japan」のチョコレートが日本以外で発売される日が来るかもしれない。





Produtos brasileiros para o café da manhã dos japoneses
日本人の朝食にブラジルの食材を提案

ブラジルの 美食の国

O BRASIL GASTRONÔMICO

EMBAIXADA DO BRASIL EM TÓQUIO VEM REALIZANDO DIVERSAS ATIVIDADES PARA DIVULGAR O BRAZILIAN LIFESTYLE NO JAPÃO

駐日ブラジル大使館 様々な活動を通じて日本でブラジルのライフスタイルを発信

POR EMBAIXADA DO BRASIL EM TÓQUIO

Entre os diversos laços que unem o Brasil ao Japão, a gastronomia tem se revelado dimensão especialmente dinâmica e cada vez mais promissora da agenda bilateral. No Brasil, a culinária japonesa integrou-se ao paladar dos brasileiros e ganhou adaptações únicas, como é o caso das "temakerias", inexistentes em terras nipônicas. No Japão, o churrasco difundiu-se, o açaí inaugurou tendência e o guaraná conquistou espaço

em supermercados de norte a sul do arquipélago. A curiosidade mútua consolidou oportunidades de intercâmbio comercial e de serviços, e possibilitou difusão do modo de vida que caracteriza as sociedades brasileira e japonesa.

As potencialidades tornaram o desafio mais claro: intensificar e diversificar a pauta de produtos comercializados; e promover o lifestyle de ambos os países, atualizando percepções

文: 駐日ブラジル大使館

ブラジルと日本を結びつける繋がりの中で、近年特に活発な展開を示し両国の検討課題としてその有望性が注目されている「食」。ブラジル国内では、和食が一般の人々にまで浸透し、日本にはない「テマケリア」と呼ばれる手巻き寿司専門店が現れるなど、現地で独自に進化した料理も生まれている。一方、日本ではシュラスコが普及し、アサイーがブームを巻き起こし、ガラナーは全国のスーパーで手に入るようになった。相互の好奇心によって両国間

e neutralizando estereótipos. A compreensão de que as vertentes comercial e cultural poderiam se fortalecer por meio de atuação conjunta transformou-se em motivação adicional para a Embaixada do Brasil em Tóquio. Para reunir as iniciativas que atendessem a tal desafio, foram lançadas as campanhas Brazilian Lifestyle e Be Brasil, com apoio do Departamento de Promoção Comercial do Ministério das Relações Exteriores e da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX-Brasil).

BRAZILIAN FOOD EXHIBITION

No âmbito dessas duas iniciativas, e em paralelo à FOODEX JAPAN (maior feira de alimentos e bebidas da Ásia, da qual o Brasil participa com pavilhão institucional há mais de duas décadas), inaugurou-se, em 2016, a série Brazilian Food Exhibition, para apoiar empresas e produtos brasileiros no mercado japonês. Ciente da importância da manutenção de contato permanente entre as empresas nacionais e os importadores no Japão, a Embaixada ofereceu aos empresários brasileiros, sem ônus financeiro, espaço para exibição de seus produtos e para reuniões junto a representantes capazes de ampliar sua inserção na Ásia. As duas primeiras edições foram realizadas em fevereiro e em agosto de 2016, e novo evento está programado para outubro de 2017. As empresas são bem-vindas a participar. Neste vídeo disponível no canal YouTube da APEX-Brasil, é possível saber mais detalhes sobre esta ação e sobre o

で商品やサービスの取引の機会が確立され、ブラジル社会と日本社会を特徴づけるライフスタイルの普及が進んだ。

様々な可能性の中から、ある課題がより鮮明に浮かび上がって来た。取引の活発化および商品の多様化、そしてライフスタイルの発信により相互の認識を新たにし先入観を排除することだ。両国の協力によって商業・文化の両面を強化できるという認識は、駐日ブラジル大使館にとってはさらなるモチベーションとなった。こうした課題への取組みを統合するため、ブラジル外務省通商部とブラジル輸出投資振興庁 (APEX-Brasil) の支援を受け「Brazilian Lifestyle」と「Be Brasil」といふ2つのキャンペーンが打ち出された。

ブラジル食品展示会

こうした取組みの一環として、FOODEX JAPAN (20年以上前からブラジルがパビリオンを組織し出展を行っているアジア最大の食品・飲料展示会) と平行して、日本市場でブラジルの飲食品を扱う企業やその商品をサポートするため2016年からブラジル食品展示会が開催されている。大使館では、ブラジル企業と日本の輸入業者が常に連絡を取り合うことの重要性を認識し、ブラジル人企業経営者に対して商品展示やアジアへの進出拡大を実現する能力を持つ代理人との商談などに使えるスペースを無償で提供した。第1回と第2回はそれぞれ2016年2月と8月に開催され、次回は2017年10月に開催予定。こうした取組みの内容や日本の飲食品市場でブラジル産品が進出できる領域などについては、ブラジル輸出投資振興庁のYouTubeチャンネルに公開中の動画 (<https://www.youtube.com/watch?v=o98z9VQntHc>) で詳しく説明されている。



Pão de Casa

パン・デ・カーザのパンは料理の味を邪魔しない、シンプル素材だけを厳選しています。幸せになる、数々のおいしいパンをぜひご賞味下さい!



ブラジルパン - Pão Francês - パン・デ・カーザ一番人気のパン サンドイッチにおすすめです。



ベルリーナ - Sonho - カスタードクリームが自慢のスイーツパン。ふわふわ食感に大人も子供の選ぶパンです。



コシーニャ - Coxinha - ほぐした鶏肉を衣に包み、ブラジル風コロケです。軽食やおつまみとしても最高です。



キッビ - Quibe - キッビ粉と挽肉で作るフライです。パーティー等で欠かせない一品です。

パン・デ・カーザ

茨城県常総市豊岡町1475-1 TEL: 0297-27-4802
営業時間 6:00~20:00 (日) 6:00~17:00 定休日: 木曜日

Aceitamos pedidos para festas
各種パーティーメニュー承ります。

Para encomendas ligue / ご予約受付時間
TEL: 0297-34-0031 時間 8:00~17:00 月~金曜日

espaço que produtos brasileiros podem alcançar no setor de alimentos e bebidas do mercado japonês: <https://www.youtube.com/watch?v=o98z9VQntHc>.

SELO

À medida que se intensificava o esforço para estimular a abertura de mercado, tornou-se imprescindível desenvolver estratégias que pudessem facilitar a identificação, por parte dos consumidores japoneses, dos produtos brasileiros. Com esse objetivo, foi lançado o "Selo de Reconhecimento de Produtos Brasileiros" em duas versões: uma destinada aos produtos importados do Brasil ("Product Made in Brazil") e outra para relacionar os itens produzidos no Japão às tradicionais receitas brasileiras ("Brazilian Product Made in Japan"). Com imagem visual alusiva à calçada da Praia de Copacabana, o Selo pode ser solicitado ao Setor de Promoção Comercial da Embaixada do Brasil em Tóquio. Após avaliação do requerimento, o Selo é concedido gratuitamente à empresa solicitante, em formato eletrônico, para que o utilize nos produtos que comercializa ou nos materiais de divulgação.

Para apoiar a estratégia de identificação dos produtos, a

Embaixada do Brasil em Tóquio tem convidado profissionais de excelência para divulgar o melhor da gastronomia brasileira e a variedade de influências que representa. Já que o Brazilian Lifestyle contempla, além da gastronomia, questões relativas à sustentabilidade, à conservação da natureza e à preservação de tradições, ninguém melhor do que o chef Alex Atala (*mais detalhes na página 30*) para apresentar ao público japonês a diversidade que nos caracteriza. A convite da Embaixada, Alex Atala realizou séries de eventos em Tóquio em 2016 e em 2017 para demonstrar aos japoneses como preparar pratos brasileiros com os produtos já disponíveis neste mercado, e também para apresentar-lhes a gastronomia do Brasil em sua expressão máxima de criatividade e sofisticação.

BRAZILIAN BREAKFAST

Em 2017, a Embaixada também tem se empenhado em nova frente de promoção do Brasil gastronômico. Em parceria a chef Mari Hirata, estão sendo realizados os "Brazilian Breakfasts" junto a redes de hotéis e de cafeterias de Tóquio. O principal objetivo desta iniciativa é sugerir opções saudáveis e

Conceituado chef Alex Atala fez os pratos ao lado como expressão da gastronomia do Brasil com sofisticação



ブラジルの食を洗練された形で表現した有名シェフのアレックス・アタラ氏の料理

認定商品シール

市場開放を推進する取組みが強化されるにつれて、日本の消費者にとってブラジル製品を識別しやすくするための戦略が不可欠となり、「ブラジル製品認定シール」が作られた。シールはブラジルから輸入される商品用の「プロダクト・メイド・イン・ブラジル」と、日本で製造される商品をブラジルの伝統的なレシピに結びつける「ブラジルプロダクト・メイド・イン・ジャパン」の2種類ある。デザインはコパカパーナビーチの歩道をイメージしたものとなっており、駐日ブラジル大使館通商投資部 (Secom) に申請する。審査の後、申請企業には商品や広報資料に使用できるよう認定シールのデータが無料で提供される。

製品の識別性改善戦略の支援を目的に、駐日ブラジル大使館はブラジルの食文化の最良の部分やブラジルの食文化に見られる様々な影響について情報発信するため優れた専門家を招聘している。「ブラジリアン・ライフスタイル」は、食文

Chef Mari Hirata preparou o "Brazilian Breakfast" para rede de hotéis e cafeterias de Tóquio

平田マリシェフは東京都内のホテルやカフェ向けに「ブラジリアン・ブレイクファースト」を用意した

saborosas de cafés da manhã, que podem ser oferecidas como diferencial de qualidade e originalidade, assim como estimular a campanha "Product Made in Brazil" e "Brazilian Product Made in Japan".

A maior parte do comércio dos produtos brasileiros no Japão ainda é consumida pela comunidade de nacionais aqui residente. Esse público é e será sempre aquele que terá a vinculação afetiva mais profunda aos nossos produtos, porque o conectam às experiências da infância, da família, dos amigos que deixaram no Brasil. A pro-

化にとどまらず持続可能性や自然保護、伝統文化の保全も目指すものであることから、日本人にブラジルの特徴である多様性を伝える人物としてシェフのアレックス・アタラ氏 (詳細は30ページの記事参照) 以上の適任者はいない。アタラ氏は大使館の招聘で2016年と2017年に来日し、日本で市販されている材料を使ったブラジル料理のデモンストレーションや、創造性と洗練の極みで表現された同氏の手による料理を通してブラジルの食を日本人に紹介する様々なイベントを東京都内で行った。

ブラジリアン・ブレイクファースト

2017年からブラジル大使館は新たなブラジルの食のPR活動に取り組んでいる。シェフの平田マリ氏と協力し、都内のホテルやカフェ関係者向けに他社との差別化につながる質の高い独創的なメニューとして健康的でおいしいブラジル風の朝食を提案し、「プロダクト・メイド・イン・ブラジル」と「ブラジルプロダクト・メ

posta da Embaixada é ampliar o mercadinho da saudade a um mercado que se desenvolva como casos exitosos apresentados por países como França, Itália e da Escandinávia, que souberam difundir com seus produtos um lifestyle único. Com essa base, o Brasil gastronômico poderá se fortalecer como ferramenta de divulgação cultural, promoção comercial e desenvolvimento social.

(Entre em contato com o Setor de Promoção da Embaixada do Brasil em Tóquio: comercial.toquio@itamaraty.gov.br)

イド・イン・ジャパン」キャンペーンの推進も図ることを目的に「ブラジリアン・ブレイクファースト」を開催している。

日本国内のブラジル製品の消費の大半は、依然として在日ブラジル人コミュニティに支えられている。彼らにとってブラジルの商品は子どもの頃の体験や家族、本国に残してきた友人たちにつながるものであり、現在もそしてこれからもブラジル産品に深い思い入れを持ち続けるだろう。大使館が提唱するのは、この「懐かしい故郷の物産市場」を、自国の製品をライフスタイルと共に日本に普及させることに成功したフランスやイタリア、北欧諸国などの例に見られるような発展性のある市場へと拡大することだ。その上で「美食の国ブラジル」は、ブラジル文化の情報発信やビジネス振興、社会発展のツールとして力を持つことになるだろう。

(駐日ブラジル外務省通商部へのメールでの問い合わせはこちら: comercial.toquio@itamaraty.gov.br)

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。

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



1949 **TUNIBRATRAVEL**
renovando e realizando suas viagens!

日系最大の旅行社

ブラジルで1949年創業



- 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

- *DOCUMENTAÇÃO
- *PASSAGENS AÉREAS
- *SERVIÇOS TERRESTRES

ツニブラトラベル・ジャパン株式会社

都知事登録旅行業 3-6792 / JATA 正会員 / OTOA 正会員

東京本社 〒104-0032 東京都中央区八丁堀 4-13-5 幸ビル3F
TEL: 03-6222-8345 FAX: 03-6891-5577
大阪支店 〒541-0046 大阪市中央区平野町 1-8-13 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 児玉ビル2F
TEL: 052-586-5281 FAX: 052-586-5283
浜松支店 〒430-0926 静岡県浜松市中区砂山町 325-10 新日本ビルディング8F
TEL: 053-458-2711 FAX: 053-458-2714



出展再開
JAPANへの
FOODEX
ブラジル

BRASIL VOLTA À FOODEX JAPAN

EMPRESAS BRASILEIRAS AMPLIAM SUA ATUAÇÃO
DE OLHO TAMBÉM NO MERCADO ASIÁTICO

ブラジル企業 アジア市場を視野に事業範囲を拡大



Diplomata Ana Paula de Almeida Kobe e o Embaixador André Corrêa do Lago no Pavilhão Brasil
通商投資部責任者
アナ・パウラ氏とアンドレ・コヘア・ド・ラゴ駐日
ブラジル大使

POR FÁTIMA KAMATA

約80%の生産量が国内市場向けに生産されているが、貿易収支上で輸出が持つ意味合いは大きい。2016年のブラジルの輸出全体で食品の占める割合は19.7%で、輸出額は前年の352億ドルに対し364億ドルを記録した。今年2017年には、加工食品の輸出はさらに伸び、輸出額は370億ドルから400億ドルに上ると予想されている。

成長を後押しする。こうした期待を込めて、ブラジルは今年の3月7日から10日に千葉・幕張メッセで開催されたFOODEX JAPAN(第42回国際食品・飲料展)に参加した。1976年に始まった同イベントは、アジア地域最大級の規模を誇る。今回のFOODEXには世界77カ国から8万人を超す来場者があった、市場規模7000億ドルといわれる日本の食品・飲料市場におけるブラジル製品のシェア拡大の機会となった。

ブラジル産食品の80%は国内市場向けに生産されているが、貿易収支上で輸出が持つ意味合いは大きい。2016年のブラジルの輸出全体で食品の占める割合は19.7%で、輸出額は前年の352億ドルに対し364億ドルを記録した。今年2017年には、加工食品の輸出はさらに伸び、輸出額は370億ドルから400億ドルに上ると予想されている。

記事: 蒲田ファチマ

ブラジル産食品の80%は国内市場向けに生産されているが、貿易収支上で輸出が持つ意味合いは大きい。2016年のブラジルの輸出全体で食品の占める割合は19.7%で、輸出額は前年の352億ドルに対し364億ドルを記録した。今年2017年には、加工食品の輸出はさらに伸び、輸出額は370億ドルから400億ドルに上ると予想されている。

ブラジル企業の海外の展示会への出展は、輸出の増加を後押しする。こうした期待を込めて、ブラジルは今年の3月7日から10日に千葉・幕張メッセで開催されたFOODEX JAPAN(第42回国際食品・飲料展)に参加した。1976年に始まった同イベントは、アジア地域最大級の規模を誇る。今回のFOODEXには世界77カ国から8万人を超す来場者があった、市場規模7000億ドルといわれる日本の食品・飲料市場におけるブラジル製品のシェア拡大の機会となった。

ブラジル農牧供給省の後援を

ISTOCK/MAMA/RIGOLD, BR



VINHOS

Neste ano, dois representantes brasileiros receberam o prêmio Gold no concurso Sakura Women's Wine Awards realizado durante a Foodex Japan 2017: o Salton Poética da Vinícola Salton (importado pela Drink of Brasil) e o Miolo Cuvée Tradition Brut da Vinícola Miolo (distribuído pela Ikemitsu). "Ainda precisamos trabalhar muito na promoção das bebidas brasileiras porque os japoneses ainda não conseguem associar bons vinhos com o Brasil", diz Hiromitsu Go (foto), deputy general manager da Ikemitsu Enterprises Co. A empresa também comercializa vinhos da Casa Valduga e a cerveja da marca Amazônia.

ワイン

FOODEX JAPAN 2017で行われたサクラアワードでは、ブラジルから出品されたサルトンのサルトン・ポエチカ(輸入元: Drink of Brasil)と、ミオーロのミオーロ・キュヴェ・トラディション・ブリュット(輸入元: 池光エンタープライズ)というワイン2種がゴールド賞を受賞した。カーサ・ヴァルドゥーガのワインや「アマゾニア」ビールの輸入も手がける池光エンタープライズの郷博充部長代理は、「日本人にはまだ良いワインとブラジルのイメージがうまく結びつかないので、ブラジル産飲料の普及のためにますます努力する必要がある」と語った。



いつでも
どこでも
水無しで



Lavagem
a seco
Em qualquer lugar
a qualquer hora!

Lavar e Polir 洗車とワックス



こちらで販売中
amazon

株式会社エコシャイン
〒163-1030
東京都新宿区西新宿3-7-1
新宿パークタワーN30階
TEL: 03-4550-1508
aguamirai

10 de março, em Makuhari Messe (Chiba). O evento acontece desde 1976 e é considerado um dos maiores da Ásia. A feira de bebidas e alimentos do Japão reuniu empresas de 77 países e mais de 80 mil visitantes, criando oportunidades para os produtos brasileiros ampliarem sua participação no mercado japonês de alimentos, estimado em US\$ 700 bilhões.

O Pavilhão do Brasil na Foodex Japan, onde foram apresentadas 24 empresas com portfólio diversificado de produtos, foi coordenado pela Apex-Brasil e pelo Ministério das Relações Exteriores/Embaixada do Brasil em Tóquio, com apoio do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. "A participação se insere perfeitamente na ideia de divulgar o nosso estilo de vida como um incentivo aos japoneses para eles comprarem produtos acabados do Brasil", afirmou o embaixador André Corrêa do Lago.

受け、ブラジル輸出投資振興庁 (Apex-Brasil) やブラジル外務省、駐日ブラジル大使館の運営でFOODEX JAPANに設置されたブラジルパビリオンには、24社が参加し幅広い商品を出品した。アンドレ・コヘア・ド・ラゴ駐日ブラジル大使は、「今回の出展は、ブラジルのライフスタイルについての情報を発信することで日本の皆さんにブラジル製品を購入してもらおうという我々の意図にぴったり当てはまる」と述べた。



CACHAÇA E PÃO DE QUEIJO

O Brasil também se destaca no segmento de bebidas, com a exportação de cachaça, considerada o terceiro destilado mais consumido no mundo. "Muitos japoneses conhecem a cachaça como principal ingrediente da caipirinha. Queremos mostrar que ela pode ser muito bem apreciada pura. Trouxemos uma cachaça artesanal, sofisticada, para ser tomada como aperitivo", explica o presidente do Grupo Imai, Jorge Imai. As apostas mais recentes são o pão de queijo da marca Forno de Minas e a cachaça da Fazenda Soledade (CanaRio, Moleca e Tucano), armazenada em barris e tonéis de madeiras brasileiras como jequitibá, carvalho e ipê.

カシャッサとポンデケージョ

ブラジルは蒸留酒として世界で消費量が3番目に多いカシャッサ(サトウキビを原料とするブラジルの蒸留酒)の輸出により、飲料分野でも注目されている。「日本でもカイピリーニャの材料としてカシャッサのことを知っている人は多いが、ストレートで飲んでもおいしいことを伝えたい。今回は職人の手によって作られる洗練された食前酒用のカシャッサを出品した」と話すのは、イマイグループの今井譲治社長。同社は新商品としてフォルノ・ジ・ミナス社のポンデケージョと、ジェキチバやオーク、イペなどブラジルの木材でできた樽で熟成させたファゼンダ・ソレダージのカシャッサ(カナリオ、モレッカ、トゥカーノ)に力を入れている。

PAMONHA

O empresário Humberto Arajum Azenha iniciou a produção da Pamonha Gourmet em agosto de 2015. Com menos de um ano, o produto feito na cidade de Jambuí (SP) já era exportado para seis países da Europa. "Como vem congelada, a pamonha tem maior prazo de validade e pode ser comercializada mesmo em países distantes como o Japão", disse.

パモニーニャ

パモニーニャ・グルメ社を経営するウンベルト・アラウ・アゼーニャ氏は、2015年8月にパモニーニャ(トウモロコシで作るお菓子)の製造を開始した。サンパウロ州ジャンベイロで製造される同社のパモニーニャは、1年足らずでヨーロッパ6カ国に輸出されるようになった。「冷凍された状態で届くので消費期限が長く、日本のように遠い国でも販売が可能だ」という。



CHÁ DE CHOCOLATE

De olho nesse grande mercado, uma das tradicionais distribuidoras de produtos brasileiros no Japão decidiu iniciar a importação de grãos de cacau da Bahia e embalar em sachês de chá aqui no Japão. Segundo o presidente da Bompex, Kinya Takemoto, esse processo de seleção e embalagem agregará valor ao produto. A expectativa da empresa é vender o preparado para a infusão a chocolaterias sofisticadas a partir do segundo semestre.

カカオティー

ブラジル製品の輸入・卸販売で長い歴史を持つボンベックスジャパンは、日本国内市場の大きさに着目し、パイアからカカオ豆を輸入し日本でティーバッグに詰めた商品を開発した。同社の竹本欣哉社長は、商品の選別とティーバッグによる個包装が付加価値となると話す。同社では今年下半期以降に高級チョコレート専門店向けにカカオティーの販売開始を目指している。

ESTRATÉGIA

O realinhamento da estratégia de venda no setor não para. Desde o início do ano, a Pandurata Alimentos mantém um gerente de exportação permanente no Japão que ficará responsável pela promoção das marcas Bauducco (panetones, biscoitos, wafers, torradas e bolos) e Visconti (panetones) na região Ásia-Pacífico. Os bons números representados pelo crescimento de 40% no volume de venda de produtos Bauducco nos dois últimos anos no Japão pesaram na decisão da empresa para trazer Rafael Narciso de Souza ao país. O otimismo é grande: "em cinco anos, nossa expectativa é crescer 80% na Ásia", diz o novo gerente de exportação.

戦略

販売戦略の転換を推し進めているパンドウラータ・アリメントス社は、アジア太平洋地域でのバウドウッコ(パネトーネ、ビスケット、ウェハース、ラスク、ケーキ)とヴィスコンティ(パネトーネ)の商品販売促進のため、輸出担当マネージャー1名を駐在員として日本に置いている。同社は日本での販売実績が過去2年間で40%も増加していることから、駐在員としてラファエル・ナルシーゾ・ジ・ソウザ氏を派遣することを決めた。アジア市場への期待は高く、ソウザ氏は「5年間でアジアでの売上は80%増加すると見込んでいる」と話す。

ブラジルでビジネスや生活をする上で欠かせないのがポルトガル語です。BrAsia(ブレイジア)では、赴任前と赴任後の語学研修を提供します。「講師任せにはしない」現地に精通したスタッフが進捗を管理します。



BrAsia
(ブレイジア)

運営:株式会社 漢和塾
〒104-0061
東京都中央区銀座1-14-12
楠本第17ビル5階
TEL03-6263-0716

お問い合わせは

E-mail
brasia@kanwajuku.com
HP
<http://brasia-j.com/>

料理でブラジルの多様性を表現

GASTRONOMIA APRESENTA DIVERSIDADE BRASILEIRA

POR NEIDE HAYAMA

Quem faz parte da cultura do Brasil leva vantagem no preparo de pratos típicos. Foi o que disse o renomado chef brasileiro Alex Atala ao ser questionado sobre o sucesso do restaurante dele que faz parte do Guia Michelin. Atala ministrou seminário na Embaixada do Brasil em Tóquio, no dia 16 de março.

A iniciativa foi uma ação complementar à presença do Brasil na Foodex Japan, com presença de cerca de 90 pessoas entre chefs japoneses e representantes de restaurantes e bares. O evento aconteceu em parceria com o portal Gurunavi, guia japonês de restaurantes na internet.

O chef brasileiro apresentou

diversos ingredientes típicos para compor pratos inspirados na culinária japonesa. Ele fez um chawanmushi ou pudim de ovos salgado com cebola caramelizada ao fundo, caldo de cogumelo selvagem da Amazônia e cobertura com pimenta rosa, cebola frita, mandioca frita, mini-arroz e alga.

Atala teve contato com o Japão há dez anos e considera a simplicidade encontrada entre os japoneses como complemento para a formação recebida no Brasil. Ele concedeu entrevista coletiva abordando aspectos da gastronomia e do Instituto Atá. Acompanhe a seguir:

Revista Brasil - A impressão

記事:羽山ネイデ

「ブラジル文化圏の人間は、ブラジル料理を作る上で有利である。」これは有名なブラジル人シェフのアレックス・アタラ氏が、ブラジル版ミシュラン・ガイドに掲載された自身のレストランの成功について問われ際に語った言葉だ。アタラシェフは3月16日に駐日ブラジル大使館で開催されたセミナーで講演を行った。

今回のイベントは、FOODEX JAPANへのブラジルの出展に合わせて開催されたもので、日本人シェフや飲食店関係者ら約90名が出席した。同セミナーは飲食店情報サイト「ぐるなび」との共催で行われた。

アタラシェフはセミナーで、和食から着想を得た料理の材料として使用した様々なブラジルならではの

que temos é que somos ainda analfabetos em relação a toda diversidade brasileira apresentada no seu seminário. Como o senhor sente isso nas suas visitas?

Chef Alex Atala - A gente não precisa se culpar pela ignorância, mas valorizar nossas diferenças. Às vezes, surgem pequenas brigas regionais que não crescem em nada.

RB - O Instituto Atá desenvolve trabalho com indígenas, negros entre outras populações. Até que ponto essa iniciativa mudou a vida dessas pessoas?

Atala - É preciso entender o que é benefício para cada uma dessas populações tradicionais do Brasil (indígenas, caboclos, ribeirinhos e

negros). Desenvolvemos um trabalho de baunilha selvagem do Cerrado junto com o quilombo Kalunga, na cidade Cavalcante, a 300 km de Brasília. É uma comunidade negra que se isolou há 300 anos, vivendo de maneira especial. O nosso trabalho está mudando a vida das pessoas, não com dinheiro, mas com orgulho, está dignificando uma sociedade negra. Recentemente, o instituto começou um trabalho com os Yanomamis. Não adianta levar dinheiro para eles porque eles não têm onde gastar. Eles precisam mais de uma caixa de fósforo do que dinheiro. A gestão dessas complexidades cabe aos antropólogos para levar benefícios reais e gerir dificuldades de cada população.

を感じる必要はありませんが、我々はそれぞれの個性を評価し大切にすべきです。ブラジル国内の地域間では小さな対立が起こることがありますが、そこからは何も生まれません。

RB - インストゥート・アタでは先住民や黒人などのコミュニティと関わる活動を展開されていますが、こうした活動によって彼らの生活はどの程度変化したのでしょうか。

アタラ氏 - まずは先住民やカボクロ(先住民とヨーロッパ人の混血)、アマゾン地域の河川沿岸住民、黒人といった古くからブラジルで暮らして来た住民たちにとっての利益とは何かを理解する必要があります。我々はセラード(ブラジル内陸中西部に広がる熱帯サバンナ地帯)で、ブラジリアから300キロ離れた町カヴァウカンチにあるキロンボ(逃亡奴隷の集落)の一つキロンボ・カルンガの住民と共同で、天然バニラの栽培事業を進めてい

ます。こうした活動によって、この孤立した黒人集落で300年以上も前から独特な生活を続けて来た住民たちの生活には変化が起きています。それはお金による変化ではなく、この黒人社会に誇りと尊厳をもたらしているのです。

RB - 料理にはビジネスとしての側面もありますが、ご自身が手がけるビジネスが国際的に評価されている理由を説明いただけますか。

アタラ氏 - フランス料理やイタリア料理ばかりが目されていた時期に、あえてブラジル料理のために闘うことに挑戦したという先駆的な仕事が評価されたのだと思います。私のルーツもフランス料理やイタリア料理にあり敬意を持っていますが、決してフランス人のようにはフランス料理は作れません。料理ができないためではなく、私がフランス人としての経験を持ち合わせていないからです。だからこそ本場の人間が強みを持つのです。

ヘビスタ・ブラジル(以下RB)-セミナーで紹介されていたブラジルの多様性について、私たちブラジル人がいかに無知かを考えさせられました。その点についてご自身はどのように感じていらっしゃいますか?

アタラ氏:無知であることに責任

“ Se formos mais autênticos, vamos gerar mais admiração do que discórdia.

「真正の人間同士なら対立し合うのではなく互いに称讃する気持ちになるはずだ」

「ブラジル経済の景気後退期の終わり」

BRASIL NÃO TEM RECESSÃO

FATORES POSITIVOS DA ECONOMIA BRASILEIRA SÃO APONTADOS POR ESPECIALISTAS DA FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS

駐日ブラジル大使館で「INVESTING IN BRAZIL」が開催された

POR TAKESHI TANIGUCHI

A Embaixada do Brasil em Tóquio, em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, realizou no dia 6 de março o seminário de investimentos intitulado "Investing in Brazil". O evento contou com participação de 65 pessoas, entre elas, investidores institucionais japoneses.

"Recessão econômica no Brasil já acabou". Essa declaração feita pelo economista e diretor do Centro de Economia Mundial da FGV, Carlos Geraldo Langoni, foi um dos pontos mais relevantes ressaltados no evento. Essa análise é baseada principalmente nos fatores como a taxa de inflação desacelerada pela política monetária contracionista do Banco Central e a estabilização do câmbio, além da expectativa de que o agravamento finan-

ceiro será freado pelo novo governo que assumiu o poder em setembro de 2016.

INFRAESTRUTURA

Os investidores japoneses estão cada vez mais interessados no mercado brasileiro. O desempenho das ações brasileiras no ano passado foi um dos melhores do mundo. O índice Ibovespa, um dos principais indicadores dos preços de ações no Brasil, estava na casa dos 38 mil pontos em janeiro de 2016 quando começou a subir até passar de 65 mil pontos em fevereiro de 2017, registrando uma alta de cerca de 70%.

Uma das chaves agora será o investimento das empresas japonesas na área de infraestrutura no Brasil. O embaixador André Corrêa do Lago lembrou que o presidente Temer, du-

記事: 谷口 健

駐日ブラジル大使館は3月6日、シンクタンク世界トップ10の1つとして知られるブラジルの「ジェトゥリオ・ヴァルガス財団 (FGV)」と共催で、「INVESTING IN BRAZIL」と題した投資セミナーを大使館で開催した。日本の機関投資家など65人が参加した。

このセミナーで強調された最も重要なポイントの一つは、「ブラジル経済のリセッション(景気後退)が終わった」(カルロス・ジェラウド・ランゴニFGVワールドエコノミーセンターディレクター)という見通しが示されたことだ。これは主に、2016年9月にできた新政府のもとで財政悪化にブレーキがかかる見込みが立ったこと、ブラジル中央銀行の金融引き締めによってインフレ率が落ち着いていること、為替相場が安定していることが背景にある。

インフラ投資がカギ

日本の投資家のブラジルに対す

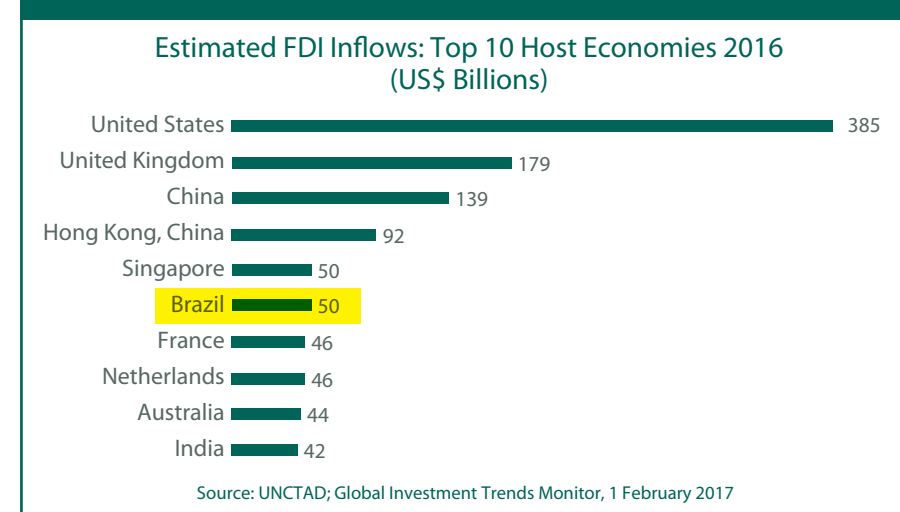


Economia brasileira está com indicadores positivos
現在、景気の「先行指標」が改善している

rante a visita ao Japão em outubro de 2016, assinou com o primeiro-ministro Shinzo Abe o memorando sobre investimento no setor de infraestrutura. Segundo ele, o grupo de trabalho

る投資意欲は高まっている。特に、ブラジルの株価は昨年、世界の主要国の中でも最も良いパフォーマンスを見せた国のうちの1つだ。代表的な株価指数であるボブスバ指数は、3万8000ポイント台で推移していた

FDI INFLOWS: TOP 10 HOST ECONOMIES



ブラジルへのご旅行、出張は創業1979年のアルファインテルにお任せください。

- 南米系旅行会社で唯一のIATA公認代理店です。航空会社との直取引につき、料金、座席確保に自信があります。
- ブラジル総領事館の登録業者です。観光や短期商用はもちろん、永住権取得や技術支援などの長期ビザもお任せください。
- 南米ネットワークを構築。現地ホテル、ガイド、通訳、車両手配に自信があります。

VIAGEM DE NEGÓCIOS OU FÉRIAS É COM A ALFAINTER!

- Passagens para o Brasil.
- Passagens internacionais.
- Chamada de parentes.
- Pacotes turísticos para todos os destinos.



観光庁長官登録旅行業 第1835号

株式会社アルファインテル
ALFAINTER TRAVEL INC.

東京本社 Alfainter Tokyo
03-5473-0541
名古屋支店 Alfainter Nagoya
052-222-8932

www.alfainter.co.jp
info@alfainter.co.jp

アルファインテル 検索

いいね! facebook.com/alfainter



(社)日本旅行業協会正会員
(社)日本海外ツアーオペレーター協会会員
IATA 公認代理店



Embaixador Corrêa do Lago: "Gostaríamos que os japoneses investissem mais no Brasil"
 駐日ブラジル大使: 「みなさまと議論するためのドア(門戸)は開いており、もっとブラジルに投資をしていただきたい」

deve ser criado em breve. "Estamos com portas abertas para discutirmos com empresas e investidores institucionais do Japão. Gostaríamos que os japoneses investissem mais no Brasil", disse o embaixador.

Atualmente, a economia brasileira está com os indicadores antecedentes positivos, como índices de ações e de confiança. Além disso, se o plano de recuperação fiscal do governo brasileiro tiver resultados positivos, as agências de classificação de risco como Moody's e Standard and Poor's (S&P), devem elevar a nota de crédito do Brasil, segundo afirmou o diretor do Centro de Economia Mundial da FGV,

Carlos Geraldo Langoni. A melhoria da classificação dos títulos da dívida do Brasil ajudará a trazer mais investimentos das instituições financeiras do Japão ao País.

O Japão ocupa o quarto lugar no ranking dos países que mais realizam investimento estrangeiro direto no Brasil, depois dos EUA, Inglaterra e Espanha. Em termos de volume de exportações e importações, o país asiático é o sétimo maior parceiro comercial do Brasil, representando 2,6% do total. A questão é quanto aumentará o volume de investimentos japoneses no mercado brasileiro neste ano, que antecede as eleições presidenciais de 2018.

2016年1月から右肩上がりで、2017年1~4月まで6万5000ポイントを前後で推移し、約70%上昇した。今後の大きなカギとなるのは、日本企業によるブラジルでのインフラ投資だ。アンドレ・コヘアー・ド・ラーゴ駐日ブラジル大使は、2016年10月にテメル大統領が来日した際、日本の安倍首相とインフラ投資に関するMOU(覚書)に署名したことを強調した。今後は、「近いうちにワーキンググループを立ち上げる」とし、「みなさま(日本企業や機関投資家)と議論をするためのドア(門戸)は開いており、もっとブラジルに投資をしていただきたい」と述べた。

現在、ブラジル経済は、株式指数や信頼感指数など景気の「先行指標」が改善している。税収入などの「遅行指数」も向上してくるとみられる。また、ジェラウド・ランゴニFGVワールドエコノミーセンターディレクターが言うように、ブラジル政府の財政再建が順調に行けば、ムーディーズやS&Pによる「ブラジル国債の格付けにも反映してくるだろう」。国債の格付けが改善すれば、日本の金融機関からもさらに投資を呼び込めるようになる。

日本は、ブラジルへの直接投資(FDI)で、米国、英国、スペインに次ぐ4位。輸出と輸入を合わせた貿易のパートナーとしては、全体の2.6%で7位につける。2018年にブラジルでは大統領選挙を控える中、2017年に日本企業によるブラジル投資がどれほど高まるか注目である。

BASIC SCENARIO AFTER REFORMS IN BRAZIL

	2016	2017	2018*
GDP (%)	-3.5	0.5	2.0
Inflation (IPCA %)	6.6	4.4	3.8
Basic Rate (Selic %)	13.75	9.5	8.5
Country-Risk (basis points)	350	250	150
Exchange Rate (R\$/US\$)	3.2	3.0	3.0
Unemployment rate (%)	12.0	10.0	9.0
Investment (% GDP)	16.9	18.5	20.0

Note: *projections

7月 15 - 16
 JULHO Sábado 土 Domingo 日

時間: 11:00~20:00
 場所: 代々木公園(東京)
 Local: Parque Yoyogi, Tóquio

入場無料
 entrada gratuita

Embaixador Corrêa do Lago: "Gostaríamos que os japoneses investissem mais no Brasil"
 駐日ブラジル大使: 「みなさまと議論するためのドア(門戸)は開いており、もっとブラジルに投資をしていただきたい」

2016年1月から右肩上がりで、2017年1~4月まで6万5000ポイントを前後で推移し、約70%上昇した。今後の大きなカギとなるのは、日本企業によるブラジルでのインフラ投資だ。アンドレ・コヘアー・ド・ラーゴ駐日ブラジル大使は、2016年10月にテメル大統領が来日した際、日本の安倍首相とインフラ投資に関するMOU(覚書)に署名したことを強調した。今後は、「近いうちにワーキンググループを立ち上げる」とし、「みなさま(日本企業や機関投資家)と議論をするためのドア(門戸)は開いており、もっとブラジルに投資をしていただきたい」と述べた。

現在、ブラジル経済は、株式指数や信頼感指数など景気の「先行指標」が改善している。税収入などの「遅行指数」も向上してくるとみられる。また、ジェラウド・ランゴニFGVワールドエコノミーセンターディレクターが言うように、ブラジル政府の財政再建が順調に行けば、ムーディーズやS&Pによる「ブラジル国債の格付けにも反映してくるだろう」。国債の格付けが改善すれば、日本の金融機関からもさらに投資を呼び込めるようになる。

日本は、ブラジルへの直接投資(FDI)で、米国、英国、スペインに次ぐ4位。輸出と輸入を合わせた貿易のパートナーとしては、全体の2.6%で7位につける。2018年にブラジルでは大統領選挙を控える中、2017年に日本企業によるブラジル投資がどれほど高まるか注目である。

Elba Ramalho
 エルバ・ハマリーヨ
 ブラジル北東部音楽の女王来日!
 圧巻のパフォーマンスで代々木に
 ブラジルの熱気を再現

第12回 ブラジルフェスティバル

ブラジル料理にファッション雑貨など
 50店以上のブースが集結!
 カポエイラワークショップにサンバショーも
 土日両日とも多彩な出演者によるライブをお楽しみください

MAIS DE 50 BARRACAS DE ALIMENTOS,
 PRODUTOS E MODA DO BRASIL,
 WORKSHOP DE CAPOEIRA,
 SHOW DE SAMBA E OUTRAS APRESENTAÇÕES
 MUSICAIS NO SÁBADO E NO DOMINGO

www.festivalbrasil.jp

Patrocinadores | 協賛



Organização | 主催



Colaboradores | 後援





Brastel Remit vai lançar aplicativo pelo celular para remessa de dinheiro

ブラステルレミットは携帯電話用送金アプリの提供を開始する

電話事業から国際送金へ

DA TELEFONIA À REMESSA INTERNACIONAL

CONHEÇA A HISTÓRIA DA BRASTEL, EMPRESA COM MAIS DE 20 ANOS QUE AVANÇA NO SETOR DE REMESSAS

国際送金分野で躍進する創業20年以上のブラステルの軌跡

POR NEIDE HAYAMA

Aliar inovação tecnológica com um custo mais baixo para o cliente: essa é a meta da Brastel Remit, criada há seis anos para o envio de dinheiro ao exterior.

Em breve, os clientes da Brastel Remit poderão baixar um aplicativo pelo celular para efetuar o cadastro, registrar o beneficiário e, no mesmo dia, enviar a remessa através de um caixa eletrônico bancário. A informação é do diretor-presidente Renato Tanabe, responsável por novos negócios.

De acordo com ele, o objetivo com essa tecnologia é aumentar em vinte vezes a quantidade de remessas, que alcançam atualmente quinze mil pedidos por mês. Em média, os clientes enviam

cerca de ¥100 mil por operação. “Como havia sinergia na infraestrutura da Brastel, foi mais fácil criar a Brastel Remit”, explicou ele, prevendo obter mais clientes nesse sistema online, que vai facilitar e agilizar o cadastro, mesmo onde não há uma unidade da empresa. No sistema atual, como há necessidade de preenchimento de formulário, se a inscrição da pessoa for por correspondência, por exemplo, o cadastro pode levar até quinze dias.

Tanabe aponta que, para ter sucesso nos negócios no Japão, “é preciso usar todos os sentidos, ou seja, manter equilíbrio, mas sem se esquecer da flexibilidade e do esforço necessários para obter resultados”.

記事:羽山ネイデ

「技術革新と顧客への低価格提供の両立」。これは6年前に海外送金サービスを開始したブラステルレミット国際送金が掲げる目標だ。

ブラステル株式会社の新規事業責任者である田辺淳治代表取締役によると、ブラステルレミット国際送金はユーザー向けに、携帯にアプリをダウンロードするとその日のうちに会員登録から受取人情報の登録、ATMで送金までできるサービスを間もなく開始する予定だという。

今回の新技術導入で現在月間1万5千件程度の送金件数を20倍にすることを目指す。一回の送金額は平均10万円。「ブラステルの社内インフラにとっても相乗効果があったため、ブラステルレミット国際送金の立ち上げは比較的容易だった」と話す田辺氏は、オンラインサービス開始で会員登録が簡素化・



WILSON KENDI KAWAI

Natural de Duartina (SP), formou-se em Engenharia Elétrica pela Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP), e veio ao Japão pela primeira vez como bolsista em Gunma, em 1983. Depois, estagiou na área de software numa empresa japonesa por um ano. Em seguida, trabalhou numa empresa que prestava serviços de tradução automática. O próximo passo foi abrir a empresa N3Plus, oferecendo curso de japonês para brasileiros. Atualmente, a N3Plus presta assessoria na área de comércio exterior. Em 1996, fundou a Brastel junto com Renato Tanabe.

川合健司氏の経歴

サンパウロ州ドゥアルチナ出身。アルマンド・アルバレス・ベンチアード大学 (FAAP) 電気工学部卒業後、1983年に留学生として初来日し群馬に住む。1年間日本企業でソフトウェア分野の研修を受けた後、自動翻訳サービスの会社に勤務。その後エヌ・スリー・プラス株式会社を設立し、ブラジル人向けの日本語教育事業を開始。現在エヌ・スリー・プラス株式会社は貿易分野のコンサルティングを行っている。1996年に田辺淳治と共にブラステル株式会社を設立。

DA TELEFONIA ÀS REMESSAS

A Brastel Remit faz parte da Brastel, empresa de telecomunicações que vai completar 21 anos de fundação em dezembro.

A criação da Brastel aconteceu quando Wilson Kawai conheceu Renato Tanabe. Por volta de 1993, quando o e-commerce ainda não era muito difundido, Kawai trabalhava no projeto "Páginas Amarelas", que consistia na comercialização de um ca-

tálogo de pessoas físicas e jurídicas da comunidade brasileira no Japão. Tanabe, que trabalhava para um jornal da comunidade, foi vender um anúncio para Kawai e acabou sendo convidado para trabalhar com ele.

"Esse serviço possibilitou ter o cadastro de duas mil pessoas. Assim iniciamos uma empresa de telefonia do Japão ao Brasil", lembra Kawai, ressaltando que não previa o

crescimento da Brastel na primeira fase. A empresa, segundo ele, atingiu faturamento de ¥60 milhões por mês em 1998, quando o sistema de telefonia era apenas pós-pago.

A partir do ano 2000, com a criação do sistema pré-pago de telefonia, o cliente passou a ter a opção de carregar um cartão para fazer ligações internacionais. Entre 2001 e 2006, o faturamento chegou a ¥10 bilhões por ano.

Mas tanto Tanabe como Kawai não imaginavam que o mercado mudaria com o avanço da internet, obrigando a empresa a inovar mais uma vez. Em 2011, foi criada então a divisão de remessas, que vem crescendo a cada ano. Para o futuro, ambos afirmam que continuarão apostando na inovação e na qualidade dos serviços para atender às necessidades do mercado.



RENATO JUNJI TANABE

Natural de Suzano (SP), formou-se em Agronomia pela USP. Trabalhou na empresa da família no ramo de suinocultura e avicultura. Veio ao Japão em 1985 para estudar o idioma japonês. Retornou ao Brasil após um ano, onde fundou uma microempresa. Em 1990, regressou ao Japão e trabalhou na Embaixada do Brasil em Tóquio. Mais tarde, trabalhou para um jornal da comunidade na área de vendas, até conhecer Kawai e fundar a Brastel.

田辺淳治氏の経歴

サンパウロ州スザノ出身。サンパウロ大学農学部卒業後、養豚・養鶏場を営む両親の仕事を手伝っていたが、1985年日本語学校に通学するため来日。1年後、ブラジルへ帰国し起業したが1990年には再来日。駐日ブラジル大使館での勤務を経て在日ブラジル人新聞の営業職に就き、その後川合氏と知り合いブラステルを設立。

“ Não imaginava o crescimento da Brastel.

「ブラステルがこれほど成長するとは想像していなかった」

迅速化され、同社の事務所がない地域でも顧客獲得が期待できると予想している。現行システムでは申込書への記入が必要なため、郵送による申し込みの場合、手続きに最大15日かかることもあるという。

日本国内の事業で成功を収めるためには、「五感のすべてを総動員しバランスを保ちながら、業績をあげるために必要な柔軟性と努力を忘れないことが求められる」と田辺氏は指摘する。

電話事業から国際送金へ

ブラステルレミット国際送金は、

今年12月で創業21年目を迎える電気通信事業者のブラステル株式会社が運営するサービスだ。

ブラステルの設立は川合健司氏が田辺淳治氏の二人の出会いがきっかけとなった。1993年頃、eコマースがまだ普及していなかった時代に川合氏は在日ブラジル人コミュニティの個人や法人の情報を集めたカタログの販売プロジェクト「Páginas Amarelas」に携わっていた。当時在日ブラジル人向け新聞で働いていた田辺氏は、広告の営業のために川合氏を訪問したところ、

“ Sucesso nos negócios é usar todos os sentidos.

「事業での成功のためには五感を総動員すること」

一緒に働かないかと勧誘された。

「この仕事を通してできた2000人のデータベースを元に、日本からブラジルへの国際電話事業を始めた」と話す川合氏は、当時ブラステルがそれほど成長するとは予想していなかったという。同氏によると、ブラステルはポストペイド方式(料金後払い)の電話サービスしか行っていなかった1998年に、月間6000万円の売上を記録。

プリペイド方式によるサービスを開始した2000年以降は、リチャージ可能なカードを携帯し

て国際電話がかけられるようになり、2001年から2006年に売上高は年間100億円に到達した。

しかしながら、当時田辺氏も川合氏もインターネットの普及による市場の変化を予想しておらず、その後事業の変革を余儀なくされた。国際送金事業は2011年に開始され、以後年々順調に業績を伸ばしている。今後については両氏とも、市場のニーズに応えるため引き続き変革と質の高いサービス提供に力を入れて行くと話している。



一滴の水も使わずに洗車とワックスがけを実現 CARRO LIMPO E BRILHANDO SEM USAR UMA GOTTA DE ÁGUA

A EMPRESA K.K ECOSHINE, LIDERADA POR FERNANDO MIYOSHI, COMERCIALIZA PRODUTOS BIODEGRADÁVEIS PARA LAVAGEM A SECO MADE IN JAPAN

三好フェルナンド氏が経営する株式会社エコシャイン

日本製で高品質、環境にも優しい水無し自動車洗剤を販売

POR NEIDE HAYAMA

Apaixão por carros despertou o interesse do empresário Fernando Miyoshi, proprietário da K.K Ecoshine, em desenvolver um produto capaz de limpar os automóveis sem uma gota de água e ecologicamente correto. Para isso, ele fez uma pesquisa com vários produtos existentes.

A conclusão foi somente uma: no Japão não existia um produto capaz de limpar, dar brilho e sem conter VOC.

A K.K Ecoshine, em parceria com laboratórios, elaboraram os produtos de altíssima qualidade denominado AguaMirai. (Agua em Português e Mirai em japonês é futuro).

ESPAÇO

No Japão, o empresário destaca uma das vantagens da

AguaMirai Professional: a falta de espaço para lavar o carro em casa ou nos condomínios.

A pessoa pode estacionar o carro, por exemplo, num shopping e limpar o veículo em poucos minutos.

O produto AguaMirai Professional tem uma alta tecnologia inovadora, livres de ingredientes prejudiciais tais como ácidos, solventes, petróleo. Ao aplicar no carro, a sujeira suspende e desgruda da lataria, facilitando a remoção com a toalha e trazendo proteção e brilho instantâneo.

Com comercialização forte pela

記事:羽山 ネイデ

株式会社エコシャインを営む三好フェルナンド氏は、自身が車好きであった事から、手軽に洗車が可能で優れた節水効果を併せ持つ、「一滴の水も使用しない自動車洗剤」の開発に関心を抱くようになった。

しかし、「利便性や節水性に加えて、その品質や成分の環境性能にまでこだわった製品は日本国内では存在しない」という結論に達した。

そこで同社は、研究機関と共同で品質と環境性能を重視した製品を開発し、「アグアミライ」シリーズとして販売を開始した。

「アグアミライ」というブランド名には、「アグア(ポルトガル語で

“ **Empreender significa criar uma solução para a necessidade das pessoas.** ”

「事業経営とは、人々のニーズに応える解決策を生み出すこと」



FOTOS: DIVULGAÇÃO



Miyoshi contribui com água potável na África Central com a venda dos produtos. 三好氏は売上げの一部を中央アフリカの飲料水供給事業に寄付

Fortalecer a marca com comercialização para grandes lojas do ramo automotivo, empresas de frotas de veículos e especialmente órgãos públicos. O objetivo é alcançar o maior número de pessoas, com isso a economia de água será muito grande.

量販店での販売や、法人、公共機関等での採用により認知度を高める。そして、より多くの人々に使用していただき大規模な節水を実現する

「水」を表す)をミライ(未来)へ残す」という、同氏の想いが込められているという。

洗車設備や洗車スペースが不要

三好氏は、洗車設備や洗車スペースの問題がある日本の住環境には「アグアミライプロフェッショナル」の利用が最適であると話す。水道がない自宅マンションの駐車場や外出先の駐車場で、短時間で洗車を行う事が可能だからだ。

高度な技術に裏付けされた同製品は、浮き上がった汚れを専用タオルですくい取るという方式で、水無しでも磨き傷の発生を抑制しつつ洗車が可能だ。

更に、独自の高光沢ワックス成分により艶出しも可能である点

や、VOC(揮発性有機化合物)や石油系溶剤を不使用とする事、成分を生分解性とする事で、人体や地球環境への影響に配慮している点も大きな特徴だ。

発売以降、特にネット通販による販売が順調で、毎月1000名以上新規顧客を獲得しているという。また同社は、アフリカで井戸の掘削・維持活動を行う非営利団体Water For Goodの社会貢献事業と連動し、アグアミライ商品を1本買うと、中央アフリカで一人の人間が必要とする1ヵ月分の飲料水に相当する寄付ができる取組みも展開している。こうした活動を通じて、株式会社エコシャインから井戸維持のための支援を受けている人の数は毎月数千人規模に上るといふ。

internet, Miyoshi calcula que vem conseguindo mil novos clientes por mês. “Ao adquirir um produto da Ecoshine, o cliente está contribuindo para 30 dias de água potável para uma pessoa da África Central”, explica ele, que lançou a venda dos produtos aliada a um projeto social liderada pela NPO Water For Good. A entidade contribui com manutenção de poços artesianos nessa região. Atualmente, Miyoshi calcula que milhares de pessoas recebam a ajuda de manutenção de poços pela K.K Ecoshine.

PERFIL

Sansei nascido em 1979, em São Paulo. Com o sonho de se tornar campeão caratê no Japão, que alimentava desde a infância, veio sozinho ao arquipélago em 1996, aos 17 anos. Em 1999, com muito esforço e dedicação ao treino, conseguiu conquistar o título. O próximo desafio foi fazer sucesso nos negócios no Japão. Em 2001, aos 21 anos, fundou a empresa Megasystem. Com a marca NewSky, começou a vender produtos de informática, enquanto passou a atuar também no ramo de com o comércio exterior aproveitando sua visão global. Em 2005, ele se inscreveu como tradutor de português e espanhol na Associação dos Advogados de Tóquio. Em 2013, foi inscrito como auxiliar de escrivão judicial. Em 2015, fundou a empresa K.K Ecoshine

1979年ブラジル・サンパウロ生まれ(日系3世)。1996年幼少からの夢であった『空手の日本チャンピオン』を目指し、17歳で単身来日。1999年日々空手の練習を積み重ね、ついに全日本空手チャンピオンを獲得し、夢を叶える。2001年次の夢は『日本でのビジネスの成功』。21歳で有限会社メガシステムを設立。NewSkyブランドを設立し、PC関連製品等をリリースする一方、グローバルな視点を活かし、輸出入事業などを手掛ける。2005年東京弁護士会へ通訳人登録。(ポルトガル語・スペイン語 ↔ 日本語)。2013年司法書士補助者登録。2015年株式会社エコシャイン設立



言葉でつながるブラジルとアジア

BRASIL E ÁSIA UNIDOS PELO IDIOMA

KANWAJUKU VISA SE TORNAR EMPRESA SINGULAR
COM SERVIÇO EM PORTUGUÊS E CHINÊS

中国語とポルトガル語の異色の組み合わせでオンリーワンを目指す「漢和塾」

POR MAKINO OSHIRO

“Aprenda chinês em Ginza”. Esse é o slogan publicitário da empresa Kanwajuku, que oferece curso de língua chinesa para capacitação de profissionais. Em 2014, a empresa ampliou seu serviço, lançando o curso de português. A meta é se tornar uma empresa singular no mercado, destacando-se pela combinação rara desses dois idiomas.

A ideia de juntar chinês e português tem sua origem na formação do proprietário da empresa, Yoshihisa Ogawa. Graduado no curso de português pela Universidade de Estudos Estrangeiros de Osaka, em 1987, ele ingres-

sou na empresa de recursos humanos Recruit. Quando estava na casa dos 30 anos, o empresário viajou pela primeira vez à China. Apaixonado pela energia e pelo dinamismo característicos daquele país, começou a estudar o chinês por conta própria. Mais tarde, ele trocou de emprego e fundou a Kanwajuku em 2005 para oferecer curso de chinês para profissionais.

Anualmente, Ogawa visita cerca de 200 empresas de grande porte, e já prestou serviço para mais de 90 firmas. O curso de chinês da Kanwajuku, direcionado para empresas que investem

記事:大城 麻木乃

銀座で学ぶ中国語をキャッシュコピーに法人向けに中国語研修サービスを提供する「漢和塾」。同社が2014年、ポルトガル語の語学研修サービスを始め、中国語とポルトガル語という異色の組み合わせで他にはないオンリーワンの会社を目指す。

異色な理由は経営者である小川善久社長の経歴に起因する。1987年に大阪外国語大学(現大阪大学)ポルトガル・ブラジル語学科を卒業後、リクルートに就職。30代で初めて中国を旅行し、そのエネルギーな国柄に惹かれて独学で中国語を学ぶ。その後、転職を経て2005年に自ら中国語の研修会社を立ち上げた。

毎年200社近くの大手企業を訪問し、これまでに90社以上の語学研修を請け負う。中国語研修事業

na capacitação dos funcionários, vinha atingindo bons resultados, quando o empresário recebeu uma proposta inesperada. “Já que você estudou português na faculdade, por que não cria o curso dessa língua também?”, sugeriu um dos clientes que trabalhava numa grande fabricante de autopeças. Segundo Ogawa, foi uma ótima proposta, mas ele havia perdido contato com o português desde que se formou e pediu ajuda à Associação Central Nipo-Brasileira para indicar professor. Depois dessa experiência, o empresário reconheceu a necessidade de conhecer o Brasil e resolveu levar a ideia adiante.

Ogawa viajou ao Brasil pela primeira vez em 2013 e retornou para lá em 2014 e em 2015, com o intuito de reunir informações atualizadas do País e apresentá-las aos clientes. Em agosto de 2016, ele esteve novamente no Brasil onde assistiu à cerimônia de abertura do Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro. Na época, a mídia japonesa mostrava o alto índice de ocorrências de crimes como roubos no Brasil, mas Ogawa lembra que a realidade que viu era diferente. “O Rio era a cidade mais segura do País com a segurança reforçada para as olimpíadas”, disse. A partir dessa vivência, que evidenciou a diferença entre a realidade e as notícias veiculadas na mídia, ele sentiu na pele a importân-

cia de visitar pessoalmente o lugar e ver a situação real com os seus próprios olhos. Atualmente, mais de dez empresas contratam o serviço da Kanwajuku para oferecer curso de português para funcionários. A ideia de Ogawa é ampliar o leque de clientes, batalhando cada vez mais para reunir e fornecer informações atualizadas sobre o Brasil.

Além do curso voltado para empresas, ele lançou outro projeto neste ano, em parceria com uma escola de língua japonesa, para trazer estudantes brasileiros ao Japão. O objetivo não é apenas ensinar o japonês para eles, mas também oferecer outros cursos, como o de desenho animado, por exemplo, para atrair mais jovens interessados em entrar no mercado de trabalho nipônico, aproveitando o conhecimento do idioma.

A Kanwajuku, que começou como empresa especializada em curso de chinês para profissionais, ampliou seu empreendimento que hoje abrange até negócios bilaterais entre Japão e Brasil. O curso de português para profissionais é denominado BrAsia, termo criado pela junção das palavras Brasil e Ásia. Como o nome sugere, a empresa vai firme para o futuro, a t u a n d o entre Brasil, Japão e China.

de着実に実績を上げていたある日、クライアントである大手自動車部品メーカーから声がかかった。「そういえば小川さん、大学の専門はポルトガル語だよね。ポルトガル語の研修もやってくれない?」有り難い話ではあるが、大学以来、ポルトガル語には接していなかったため、日本ブラジル中央協会に連絡し、講師を派遣してもらった。その後、「経営者である自分がブラジルを知らなくてどうする」との考えから、自らも現地に渡ることにした。

2013、14年、15年と1年に3回、ブラジルに渡り、語学研修で提供する情報を収集。16年8月にはリオ・オリンピックの開会式も観戦した。リオ五輪の際、日本の報道ではブラジルは窃盗事件などが多発し危険といった情報が流れていたが、「当時のリオは警備が厳重で、ブラジルで一番安全だった」と振り返る。マスコミの報道と実情とのギャップを目の当たりにし、実際に現地に足を運ぶことの重要性を実感したという。現在、ポルトガル語の研修事業のクライアントは十数社だが、自分の足で最新のブラジル事情の収集・提供に努め、顧客層を広げていきたい考えた。

一方、研修事業とは別に、今年から東京都内の日本語学校と提携し、ブラジル人の留学生を受け入れる事業も始めた。単に語学だけでなく、アニメの講座なども開設し、日本語を使って仕事がしたいブラジル人を幅広く取り込んでいく方針だ。

中国語の研修事業からブラジルと日本の双方向のビジネスまで領域を広げた漢和塾。ポルトガル語の研修事業は「BrAsia(ブレイジア)」という名称を付けた。ブラジルとアジアを掛け合わせた造語だ。名称通り、ブラジルと日本、そして中国を股に掛けて今後も力強く羽ばたいていく。

Proprietário da Kanwajuku, Yoshihisa Ogawa 株式会社漢和塾 代表取締役 小川 善久氏



ブラジル留学経験者とポルトガル語人材を 欲する企業をマッチング ENCONTRO ENTRE BOLSISTAS E EMPRESÁRIOS DO BRASIL

No dia 12 de fevereiro, foi realizado o 1o encontro entre bolsistas do Brasil e empresários, que reuniu estudantes interessados em trabalhar nas empresas com atuação no Brasil e entidades empregadoras em busca de candidatos com conhecimento de língua portuguesa. O evento, que aconteceu no escritório da PwC Japan na capital japonesa, recebeu mais de 50 participantes.

O encontro idealizado e organizado pelo ex-vice-presidente da Hitachi South America Ltda, Hiroyuki Suzuki, que já foi intercambista no Brasil, contou com a colaboração da PwC Japan, que apoia empresas japonesas com atuação no mercado brasileiro, cedendo o espaço para a realização do evento. Durante a temporada no Brasil, Suzuki encontrou vários estudantes com dificuldades na escolha profissional e empresas com problemas de encontrar candidatos com conhecimento da língua portuguesa. A partir dessa experiência, surgiu a ideia de promover um evento que servisse como ponte entre eles.

Os estudantes se dividiram em cinco grupos para fazer debates, nos quais os ex-bolsistas, que ingressarão no mercado de trabalho neste ano, contaram suas experiências no Brasil e nas tentativas para conseguir emprego, dando dicas para os jovens que ainda vão enfrentar esse desafio. Alguns exemplos desses conselhos foram: "Escolhi a empresa onde eu terei mais chance de trabalhar com o Brasil ou usando o português, independentemente do porte". "Quando você diz que estudou no Brasil, isso impressiona demais os recrutadores. Por isso, na hora da entrevista, sempre procurei falar das minhas experiências no Brasil no final".

Em seguida, Yumiko Murakami, da agência de recursos humanos JAC Recruit, ministrou palestra sobre a construção de carreira profissional. Ela explicou que entrar numa empresa grande hoje em dia não significa estabilidade definitiva, já que a pessoa estará sempre sujeita à possibilidade de demissão no caso de fusão ou de queda dos resultados. Yumiko contou tam-

ブラジル関係の仕事に就きたい学生とポルトガル語人材を採用したい企業とのマッチングイベント「第1回ブラジル留学生と企業の集い(東京ラウンド)」が2月12日、PwC Japanの東京オフィス(丸の内)で開かれた。ブラジルに留学経験のある学生のほか、今後留学を検討している学生、企業関係者ら50人超が参加し、会場は意欲あふれる若者の熱気で満たされた。

同イベントは自身も留学経験のある元日立南米社副社長の鈴木裕之氏が主催。日本企業のブラジル進出支援に力を入れるPwCジャパンが会場を提供し実現した。鈴木氏は駐在期間中、就職に悩む留学生とポルトガル語人材の獲得に苦勞する企業を目の当たりにし、両者の架け橋になりたいと企画を思いついた。

学生たちは5つに分かれてグループディスカッションを行った。就職活動を終え今春から社会人となる留学生から後輩へ就活のポイントや体験談が語られた。「小さい企業でも、ポルトガル語・ブラジルといえば私に仕事がある企業を選んだ」と「ブラジル留学をしたと言うと、強烈な印象を面接官に与えてしまうので、いつも一番最後に話した」といった実体験に基づくアドバイスが語られた。



Evento reúne estudantes interessados em trabalhos em empresas ligadas ao Brasil
ブラジル関係の仕事に就きたい学生とポルトガル語人材を採用したい企業とのマッチングイベント

bém que, para vencer na concorrência árdua para subir na carreira, é importante adquirir alguma especialidade antes de completar 40 anos.

O diretor da Associação Central Nipo-Brasileira, Jin Kishiwada ministrou palestra abordando a profundidade dos estudos brasileiros e a importância do relativismo cultural na administração de empresas.

O advogado Keita Nagura, da Yodoyabashi & Yamagami LPC, e o despachante documentalista Kenichiro Honda, por sua vez, explicaram sobre processos de solução de problemas de negócios no Brasil. Kunihiko Suzuki, que já atuou como intérprete de Zico no Japão, também foi um dos palestrantes que concedeu dicas baseadas nas experiências próprias, ao lado da especialista em cooperação internacional e

professora da Universidade Sofia, Harumi Royama, do tradutor Kunihiko Suzuki e do diretor da Associação Central Nipo-Brasileira e presidente da Kanwajuku, Yoshihisa Ogawa. "Para o sucesso das empresas que trabalham com negócios bilaterais entre Japão e Brasil, é imprescindível aumentar o número de profissionais que compreendem e respeitam as culturas dos dois países", disse a gerente sênior da PwC, Kazue Kataoka, aconselhando para recrutadores agirem já em busca de candidatos que ainda estão procurando vagas. Para as próximas edições do evento, a expectativa é de que o encontro seja aberto também para bolsistas brasileiros no Japão, além dos japoneses com experiência no Brasil, para se tornar uma oportunidade de intercâmbio mais construtiva.

Continuando a palestra, a gerente sênior da JAC Recruit, a sra. Murakami Yumiko, falou sobre a importância da formação de carreira como tema da palestra. Depois, a palestra foi ministrada pelo Sr. Kenji Kashiwagi, presidente da Associação Central Nipo-Brasileira e presidente da Kanwajuku, Yoshihisa Ogawa. "Para o sucesso das empresas que trabalham com negócios bilaterais entre Japão e Brasil, é imprescindível aumentar o número de profissionais que compreendem e respeitam as culturas dos dois países", disse a gerente sênior da PwC, Kazue Kataoka, aconselhando para recrutadores agirem já em busca de candidatos que ainda estão procurando vagas. Para as próximas edições do evento, a expectativa é de que o encontro seja aberto também para bolsistas brasileiros no Japão, além dos japoneses com experiência no Brasil, para se tornar uma oportunidade de intercâmbio mais construtiva.

Apoio
協賛:



Realização
主催:



FOTOS: DIVULGAÇÃO



記事: 蒲田 ファチマ

日 本政府の統計によると、日本国内在住のブラジル人約18万人のうち、2万7000人は6歳から18歳の年齢層に属している。そのうち9000人が日本国内のブラジル人学校に通っていると見られている。

こうした状況の中、日本国内のブラジル人学校は、ブラジル教育省が定めた規定に基づく教育を実践するだけでなく、生徒やその家族が長年日本に居住しているという点を考慮して、子どもたちが日本社会に受け入れるよう日本語教育にも力を入れている。

しかしこうした子どもたちの親の大半は工場勤務で、必死に働いても経済的に苦しく毎月の授業料を満足に出せない家庭も少なくない。政府の認可を受けたブラジル人学校では、成績が優秀で出席率が高い児童・生徒を対象に、月謝補助のための奨学金を支給している。金額は一人当たり月額5000円から2万円。

この奨学金制度は三井物産が実施するもので、現在日本国内のブラジル人学校に通う児童・生徒約4500人が奨学金を受給している。

2002年から2007年まで、三井物産は国内のブラジル人学校30校に対し、学校の施設など教育関連品の改善を目的とした支援を行っていた。しかし2008年のリーマンショックにより状況が一変。親が失業した家庭の子どもが多くがブラジル人学校を辞めることになり、その結果、需要がなくなり閉校に追い込まれた学校もあった。

こうした不確かな状況の中で、2009年にマリア・シズコ・ヨシダ氏は在日ブラジル学校協議会(AEBJ)の会長に就任した。「親が失業

Alunos do Colégio Mundo de Alegria praticam shodo (書道の練習)をするムンド・デ・アレグリア学校の生徒たち

POR FÁTIMA KAMATA

O governo japonês registra em torno de 180 mil brasileiros no Japão, sendo que 27 mil possuem entre 6 anos e 18 anos. Desse total, estima-se que 9 mil jovens estejam frequentando as escolas brasileiras no arquipélago.

Diante desse cenário, além do ensino conforme as regras do Ministério da Educação do Brasil, as escolas brasileiras vêm reforçando o ensino da língua japonesa como forma de inserir o aluno na sociedade japonesa, pois muitas famílias residem no Japão há muitos anos.

Mesmo com o intenso trabalho, em sua maioria nas fábricas, não são poucas as famílias brasileiras que encontram dificuldades para pagar a mensalidade escolar. Com o compromisso principalmente de conseguir

notas boas nas disciplinas escolares e assiduidade, as escolas brasileiras regulamentadas pelo governo oferecem bolsa de auxílio financeiro a alguns jovens. O valor varia de ¥5 mil a ¥20 mil mensais por aluno.

Essa ajuda é uma iniciativa da empresa Mitsui & Co., Ltd., que beneficia atualmente cerca de 450 alunos de escolas brasileiras no Japão.

Entre 2002 e 2007, a Mitsui ofereceu ajuda a 30 escolas para melhoria na infraestrutura dos estabelecimentos de ensino. Com a quebra do banco Lehman Brothers em 2008, o cenário mudou completamente. Os empregos desapareceram, muitos alunos deixaram de frequentar as escolas brasileiras e, como resultado, algumas instituições encerraram de vez as atividades por

INCENTIVO AOS ESTUDOS

COM O COMPROMISSO DE NOTAS BOAS E ASSIDUIDADE, ALGUNS ALUNOS RECEBEM AUXÍLIO FINANCEIRO PARA ESTUDAR

就学奨励事業

成績が優秀で出席率が高いことを条件に、一部の児童・生徒は奨学金を受給

falta de demanda.

Foi nesse cenário de dúvidas que Maria Shizuko Yoshida assumiu a presidência da Associação das Escolas Brasileiras (AEBJ) em 2009. “Como havia muitos pais de alunos desempregados, sugerimos à Mitsui que a ajuda financeira fosse revertida às famílias dos alunos”, lembra.

Na Instituto Educare, escola que ela fundou há 20 anos em Tsukuba (Ibaraki), 24 dos 125

alunos recebem atualmente ajuda da Mitsui Bussan. “Decidimos oferecer bolsas parciais porque assim mais famílias podem ser beneficiadas”, disse.

IDIOMA JAPONÊS

A prova de proficiência é uma das metas dos alunos de escolas brasileiras, porque ela serve como um certificado do domínio que um estrangeiro tem do idioma japonês. Na Escola Mun-

do de Alegria, de Hamamatsu (Shizuoka), os alunos têm curso preparatório para o exame, embora no dia a dia já recebam uma carga pesada de nihongo.

Segundo a diretoria, a escola tem como missão proporcionar ensino de qualidade que transmita valores e costumes do Brasil e do Japão, desenvolvendo a união e o intercâmbio cultural entre as duas nações. Os alunos têm aulas em pe-

do de Alegria, de Hamamatsu (Shizuoka), os alunos têm curso preparatório para o exame, embora no dia a dia já recebam uma carga pesada de nihongo.

Segundo a diretoria, a escola tem como missão proporcionar ensino de qualidade que transmita valores e costumes do Brasil e do Japão, desenvolvendo a união e o intercâmbio cultural entre as duas nações.

Os alunos têm aulas em pe-

日本語

ブラジル人学校に通う子どもたちは、外国人の日本語能力の証明として認められている「日本語能力検定試験」を一つの目標としている。静岡県浜松市のブラジル人学校ムンド・デ・アレグリアでは、日常的にかなりの時間を割いて行われている日本語の授業に加えて、日本語能力検定試験用の対策講座も実施している。

校長によると、同校はブラジルと日本の価値観や習慣を子どもたち

DEPOIMENTO DOS PAIS

保護者の声



Carina Oyamada sonhava em ser dentista ou advogada no Brasil. Ela conseguiu chegar até o Ensino Médio e precisou cuidar de uma nova família. Hoje, aos 32 anos, trabalha em uma fábrica na província de Ibaraki, pensando sempre em proporcionar um futuro diferente aos filhos Bruno, de 12 anos, e Leonardo, de 3 anos. Atualmente, os meninos estão matriculados em escola brasileira e um deles recebe a bolsa parcial da Mitsui Bussan.

“Quero muito que eles se formem em uma faculdade no Japão”, repete Carina. Mesmo assim, ela optou por matricular os garotos em uma escola brasileira. “A adaptação é muito importante e confio no idioma japonês que eles estão aprendendo na escola”, disse.

カリーナ・オヤマダさんはブラジルで歯科医か弁護士になる夢を抱いていた。中等教育までは進んだが、その後は家庭を持った。現在32歳の彼女は茨城県内の工場に勤めながら、二人の息子(12歳のブルーノ君と3歳のレオナルド君)には将来自分とは別の道に進ませたいと考えている。子どもたちはブラジル人学校に在籍しており、一人は三井物産の奨学金を受給している。「二人には日本で大学を卒業して欲しい」と言うカリーナさんだが、子どもたちはブラジル人学校に通わせることを選択した。「日本への適応は大切だ。学校で日本語も学んでいるのでその点は大丈夫」と話す。

Atividades dos alunos do Colégio Mundo de Alegria
ムンド・デ・アレグリア学校の子どもたちの活動

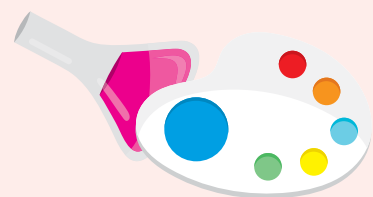
FOTOS: DIVULGAÇÃO



DEPOIMENTO
DOS PAIS

保護者の声

Mateus Yamashita tem 13 anos e cursa o 9º ano do Ensino Fundamental. Marcos, de 11 anos, frequenta o 7º ano. Por serem irmãos matriculados na mesma Escola Mundo de Alegria, em Hamamatsu (Shizuoka), eles conseguem desconto na mensalidade e ainda contam com outra ajuda. O bom desempenho escolar garante a um dos irmãos a bolsa integral no valor mensal de 20 mil ienes da Mitsui Bussan, enchendo os pais Marinilde e Marcelo Yamashita de orgulho. “Eu cobro estudo dos meus filhos porque gostaria que eles chegassem até uma faculdade”, declarou a mãe.



静岡県浜松市のムンド・デ・アレグリアの初等教育過程9年生のマテウス・ヤマシタ君(13)と7年生のマルコス君(11)は、兄弟で同じ学校に通っていることから授業料の割引を受けているほか、一人は成績優秀で三井物産の奨学金を全額(2万円)受給している。両親のマリニウデ・ヤマシタさんと夫のマルセロさんにとって自慢の息子だ。母親のマリニウデさんは、「二人の息子には大学まで進学してもらいたいの、しっかり勉強させている」と話す。

りodo integral (entre 8h45 e 15h20) e além do português, aprendem japonês e inglês no Ensino Fundamental, e espanhol quando chegam no Ensino Médio. Cerca de 15% dos 275 alunos da Mundo de Alegria são filhos de peruanos. As bolsas de estudo da Mitsui Bussan são oferecidas a 20 famílias brasileiras. Outra condição é bom desempenho e conduta escolar. Segundo a direção da escola, notas baixas podem levar à perda automática do benefício.

Atividades dos alunos do Instituto Educare
インストゥット・エドゥカーレの
子どもたちの活動

FOTOS: DIVULGAÇÃO



GIFU

Mitsuhiro Kawase, presidente do Conselho de Administração da Escola Hiro Gakuen, de Ogaki (Gifu), explica que o estabelecimento de ensino nasceu como uma creche fundada pelo professor Kawase, em 1999. Conforme a comunidade brasileira crescia na região de Ogaki, aumentavam também os pedidos para que abrisse uma escola, o que aconteceu em abril de 2000. Atualmente são 200 alunos, sendo 26 com bolsa da Mitsui.

と奨学金が打ち切りになることもあるという。

岐阜

岐阜県大垣市にあるブラジル人学校HIRO学園の川瀬充弘理事長によると、同校は1999年に託児所としてスタートした。その後、大垣市やその周辺地域の在日ブラジル人コミュニティが拡大するにつれて、ブラジル人学校の設立を求める要望が高まったため、2000年4月にHIRO学園を開校した。現在在籍中の200人の児童・生徒のうち、26名が三井物産の奨学金を受けている。

DEPOIMENTO
DOS PAIS

保護者の声

Cristiane Taniyoka vive há 25 anos no Japão. Já se passou tanto tempo que ficou difícil pensar em retorno ao Brasil. Mesmo assim, a família faz questão de manter os filhos em uma escola brasileira. “Acho importante meus filhos aprenderem a língua materna e conhecer a cultura brasileira. Nessa escola eles têm aulas de japonês”, afirmou.

A família de Cristiane gasta cerca de 75 mil ienes com a escola do filho Rafael, aluno do 3º ano do Ensino Médio e Amanda, aluna do 9º ano do Ensino Fundamental, já contando com a bolsa de estudos que recebe da Mitsui Bussan. Uma das alegrias da família é ver que os filhos conseguiram também avançar no japonês. Rafael tem o N2 e agora vai tentar o nível mais alto da prova de proficiência em japonês (Nihongo Noryoku Shiken), enquanto a irmã Amanda chegou ao N3.

日本在住25年のクリスチアーニ・タニヨカさんは、日本での暮らしが長くなった今ではブラジルに帰国することは考えられないという。しかし子どもたちをブラジル人学校に入れることにこだわった。「子どもにとって、母国語を学びブラジルの文化を知ることは大切だと思う。この学校では日本語の授業もある」と話す。

クリスチアーニさんの家では、中等教育課程3年生のラファエル君と、初等教育課程9年生のアマンダさんの授業料として、三井物産からの奨学金を差し引いても毎月7万5千円支出している。家族にとって、子どもたちの日本語能力が目に見えて向上していることも喜びの一つだ。ラファエル君は日本語能力試験のレベルN2に合格しており、次は最高レベルに挑戦する。アマンダさんもN3に合格している。





Comitiva divulga
atrativos do Estado
Santa Catarina para
o Japão. Foto: Claudio
Thomas/Secom

サンタカタリーナ州の経済ミッション MISSÃO DE SANTA CATARINA

多様な産業と国内6位の経済規模を持つサンタカタリーナ州

SANTA CATARINA POSSUI INDÚSTRIA DIVERSIFICADA E É A SEXTA MAIOR ECONOMIA DO PAÍS

POR MAKINO OSHIRO

Missão liderada pelo governador de Santa Catarina, João Raimundo Colombo, veio ao Japão e organizou o seminário “Oportunidades de Negócios, Parcerias e Investimentos entre Santa Catarina, Brasil e Japão”. O evento foi realizado no dia 6 de março, na Embaixada do Brasil no Japão.

A delegação apresentou produtos agrícolas catarinenses, entre eles, carne suína que recebeu aval para entrar no mercado japonês há qua-

tro anos, além de solicitar mais investimentos japoneses no Estado. O evento reuniu cerca de 50 representantes de empresas, em sua maioria, aquelas que atuam no ramo de comércio internacional.

“Santa Catarina é a 6ª maior economia do País”, destacou o governador. Nos últimos três anos, nos quais o Brasil enfrentou dificuldades econômicas, “Santa Catarina foi o último estado a entrar na crise e o primeiro a sair dela”, ressaltou. “Não aumentamos os

記事:大城 麻木乃

ブラジル南部サンタカタリーナ州のジョアン・ハイムンド・コロポ知事を団長とする経済ミッションが日本を訪れ、3月6日、東京・北青山の駐日ブラジル大使館で「サンタカタリーナ州投資セミナー」を開いた。

4年前に日本へ輸出解禁となった豚肉などの農産品をアピールするとともに、日本企業に対し、サンタカタリーナ州への投資を呼びかけた。貿易会社を中心に、約50人のビジネス関係者が参加した。

コロポ知事は「ブラジル27州

impostos mesmo durante a crise, e ainda mantivemos os benefícios fiscais para empresas”, emendou.

Um dos diferenciais do estado catarinense é a sua indústria diversificada, segundo afirmou o secretário executivo de assuntos internacionais de Santa Catarina, Carlos Aduino Virmond Vieira. O estado tem atividades industriais desenvolvidas nos setores automotivo, naval e de eletrônicos. O frango, que representa 18% das exportações catarinenses, é um produto muito procurado em tempos de crise por ter preços baixos.

“Santa Catarina é um estado com menor incidência de greves em relação a São Paulo e boas relações laborais, o que proporciona um ambiente favorável para empresários administrarem negócios”, disse Frank Mura, presidente da WEG Electric Motors Japan, uma das empresas representativas da indústria catarinense. Em termos de novos investimentos realizados nos últimos dez anos, o estado catarinense teve crescimento anual de 16%, superando a média nacional de 5%.

O embaixador do Brasil no Japão, André Corrêa do Lago, lembrou que o governador Colombo veio ao Japão quatro vezes para atração de empresas. De acordo com o embaixador, isso mostra o forte compromisso que Santa Catarina tem com o Japão.



PERFIL DE SANTA CATARINA サンタカタリーナ州

■ A capital Florianópolis tem polo de informática forte e destaque para o turismo. Joinville é a maior cidade do Estado, com forte rede de indústria metal-mecânica e automotiva. Já Blumenau é um dos maiores polos têxteis do Brasil.

■ 州都 Florianópolis é a maior cidade do Estado, com forte rede de indústria metal-mecânica e automotiva. Já Blumenau é um dos maiores polos têxteis do Brasil.

■ A indústria representa 30% do PIB do estado, acima da média nacional de 20%.

■ GDPに占める工業の割合は3割と、ブラジル全体の2割に比べ高い。

■ 41,5% do território catarinense são cobertos por florestas nativas e ainda não foram explorados.

■ サンタカタリーナ州面積の41.5%を原生林が占め、まだ開発されていない。

のうち、サンタカタリーナ州は面積では21番目、経済規模では6番目に大きい」と指摘。過去3年間、ブラジルは経済的に困難な時期にあったが、「我が州は一番最後に危機に遭い、一番最初に脱却した」と自信を示した。

また「危機の中でも市民に犠牲を払わせないよう、税金を抑えたまま、企業に対する減税の優遇措置も継続した」と語った。

またサンタカタリーナ州の強みとして「産業が多角化している」(サンタカタリーナ州国際部のカルロス・アダウト・ヴィルモンド・ヴィエイラ局長)ことが挙げられる。鶏肉や豚肉など農業だけでなく、電子機器や自動車、造船など工業も盛んだ。さらにサンタカタリーナ州の輸出全体の18%を占める鶏肉については、豚肉や牛肉に比べ価格が安く、不況の時ほどよく売れる。

日本では日系移民の多いサンパウロ州と比べると知名度は劣るが、「サンパウロよりもストが少なく、労使関係が良好で、経営者はマネジメントしやすい」(ウェグの邑井社長)。過去10年の新規投資を見ると、サンタカタリーナ州は毎年16%増と、全国平均の5%増を上回る。

駐日ブラジル大使館のアンドレ・コヘア・ド・ラゴ大使は、コロポ知事が過去に4回も日本を訪れ企業誘致や輸出促進に取り組んでいる点に言及し、「連邦政府の高官でもこれほど高頻度に来日している人はいない」と指摘。サンタカタリーナ州は、それほど日本へのコミットメントが強く、親日的だとの見方を示した。

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

Peça seu kit remessa, agora!

☎ 03-3280-1030

✉ info@kyodai.co.jp

www.kyodai-remittance.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

✉ kyodai-br@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

CCBJ定時総会

ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA

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, os associados aprovaram as contas do ano fiscal de 2016 assim como o planejamento das atividades para o ano de 2017.

O presidente da CCBJ, Celso Guiotoko, destacou que "com a união de empresas e de todos que se relacionam nesse intercâmbio entre o Brasil e o Japão, podemos ser mais representativos". Já o vice-presidente da entidade, Roberto Goto, responsável pelo setor financeiro, disse que "estão sendo adotadas medidas para aumentar o número de associados assim como a participação dos mesmos nas ações da CCBJ".

Entre as ações para o incremento orçamentário da CCBJ está a realização de dois torneios de golfe, Festival Brasil e Brazil Economic Seminar no primeiro trimestre de 2018.

O representante do Banco do Brasil, Claudenir da Silva Oliveira, foi eleito como diretor da CCBJ, com mandato para período de dois anos.



Associados aprovam as contas do ano fiscal de 2016
2016年度収支決算や2017年度の事業計画が承認されました

在日ブラジル商工会議所 (CCBJ) は5月19日、駐日ブラジル大使館にて定時総会を開催いたしました。総会では会員の皆様によって2016年度収支決算や2017年度の事業計画が承認されました。

行徳セルソ会頭は、「企業と日本・ブラジル両国の交流に携わる全ての人々の団結によって、当会議所はその代表性を向上させることができます」と述べました。また後藤恵介財務副代表理事は、

「会員数増加と会員の皆様の当会議所の事業への参加推進のための取り組みが進められています」と語りました。

2018年には2度のゴルフコンペとブラジルフェスティバル、ブラジル経済セミナー(第1四半期に実施予定)の開催を予定しています。

また定時総会ではブラジル銀行を代表してクラウデニール・ダ・シルバ・オリヴェイラ氏が理事(任期は2年間)に選任されました。

CCBJ AWARDS 2017



お客様のニーズに
応える総合印刷



Quality is Detail

ディテールへのこだわりが、EEHクオリティー

印刷及び製本加工
インターネット等を利用した通信販売業務
コンピュータソフトウェアの開発
画像管理
企画・デザイン・制作
オンデマンド印刷



名刺・封筒・ハガキ
サインディスプレイ
パッケージ
帳票印刷
ラベルシール
うちわ
クリアファイル
ノベルティ
等他



株式会社イーアンドイーホールディングス
〒100-0003
東京都千代田区一ツ橋1-1-1 バルスサイドビル
TEL : 03-6212-6241(代表) FAX : 03-6212-6242
<http://www.eande-h.com>

A

Alfainter Travel Inc.
03-5473-0545
TURISMO
観光

Aliven Co., Ltd.
03-5413-7722
COSMÉTICOS, PRODUTOS HIGIÊNICOS
化粧品・衛生用品

Alitalia-Compagnia Aerea italiana S.p.A
03-3568-1603
TRANSPORTE, CARGAS
運輸

B

Banco do Brasil
03-3213-6660
FINANCEIRO
金融

BellTech Inc.
0566-25-7111
SERVIÇOS
サービス業

K.K. Brain
03-5775-3251
SERVIÇOS
サービス業

Brasil Foods Japan K.K.
03-5447-5911
COMÉRCIO EXTERIOR
貿易

Brastel Co., Ltd.
03-5637-5900
TELECOMUNICAÇÃO
IT・通信
FINANCEIRO
金融

Brazil-Japan Ethanol Co., Ltd.
03-3669-9500
ENERGIA
エネルギー

Bompex Japan Ltd.
045-791-5563
COMÉRCIO EXTERIOR
貿易

B-Wedge Co., Ltd.
0538-45-3901
SERVIÇOS
サービス業

C

Caixa Econômica Federal
03-6269-3026
FINANCEIRO
金融

CC Corporation
03-5746-0900
MÍDIA
広告代理・メディア

Certec
06-6195-6300
RECURSOS HUMANOS
人材派遣

CI&T Japan, Inc.
03-5778-4980
IT・通信

Comunicativo Co., Ltd.
03-5856-0172
MÍDIA
広告代理・メディア

Conrad Tokyo
03-6388-8000
SERVIÇOS
サービス業

K.K. Contemporary Tech
03-5689-0968
RECURSOS HUMANOS
人材派遣

E

K.K.EcoShine
03-4550-1508
SERVIÇOS
サービス業

E & E Holdings
03-6212-0241
SERVIÇOS
サービス業

Ernst & Young Advisory Co., Ltd.
03-3503-1490
CONSULTORIA
コンサルタント

Embaixada do Brasil
03-3404-5211
EMBAIXADA
大使館

Embratur
03-5565-7591
TURISMO
観光

F

Florazul
06-6841-7638
SERVIÇOS
サービス業

Fruta & Fruta Co., Ltd.
03-6272-9081
ALIMENTÍCIA
食品

G

G&C Corporation
0594-25-8353
COMÉRCIO EXTERIOR
貿易

H

Helms Co., Ltd.
045-501-0818
COMÉRCIO EXTERIOR
貿易

Human-i Co., Ltd.
042-643-2086
RECURSOS HUMANOS
人材派遣

I

Ikemitsu Enterprises Co., Ltd.
03-6459-0480
COMÉRCIO EXTERIOR
貿易

Imai Group Co., Ltd.
03-3260-6060
COMÉRCIO EXTERIOR
貿易

IPCWorld Inc.
03-3534-3291
MÍDIA
広告代理・メディア

Itaú Unibanco
03-4329-1111
FINANCEIRO
金融

J

Janus Co., Ltd.
03-5925-6740
CONSULTORIA
コンサルタント

Jenoptik Japan
045-345-0002
SERVIÇOS
サービス業

Jetbras Co., Ltd.
03-5791-4888
TURISMO
観光

K

Kanwajuku Ltd. Department Brasia
03-6263-0716
SERVIÇOS
サービス業

Kawasaki Heavy Industries, Ltd.
03-3435-2111
INDÚSTRIA PESADA
重工業

K.K.Taiyo Corporation
0297-34-1101
RECURSOS HUMANOS
人材派遣

K.K.T.S.
0495-34-1075
RECURSOS HUMANOS
人材派遣

Kowa Co., Ltd.
0270-21-8155
RECURSOS HUMANOS
人材派遣

L

Lead-Off Japan Co. Ltd.
03-5464-8170
COMÉRCIO EXTERIOR
貿易

LATAM Airlines Group
03-5695-1642
TRANSPORTE, CARGAS
運輸

M

Marsh Japan, Inc.
03-5334-8200
CONSULTORIA
コンサルタント

K.K. Matsuuura Giken
053-589-5317
RECURSOS HUMANOS
人材派遣

Maurício de Sousa Produções
046-785-1793
PRODUÇÃO
プロダクション
Media Brazil
050-3766-4138
MÍDIA
広告代理・メディア

Mitsubishi Heavy Industries, Ltd.
03-6716-3111
AUTOMOTIVO
自動車

Mogi Shouji
0466-52-5467
CONSTRUÇÃO
建設・不動産

my-koubou Co., Ltd.
03-5830-0512
SERVIÇOS
サービス業

N

Natura Foods
06-6732-4128
ALIMENTÍCIA
食品

NazarKebab
048-812-7856
ALIMENTÍCIA
食品

Nippon Amazon Aluminium Co., Ltd.
03-3278-8831
MINERAÇÃO E SIDERURGIA
鉱業・鉄鋼

Nippon Fruit Juice Co., Ltd.
03-6453-6737
COMÉRCIO EXTERIOR
貿易

Nissan Motors Co., Ltd.
045-523-5133
AUTOMOTIVO
自動車

Nissei Corporation Co., Ltd.
0270-76-4477
COMÉRCIO EXTERIOR
貿易

Nomura Securities Co., Ltd.
03-3211-1811
CONSULTORIA
コンサルタント

O

Organization to Promote Japanese Restaurants Abroad
03-5733-2585
NPO
非営利団体

Otherside Inc.,
03-5530-1803
SERVIÇOS
サービス業

P

Pinheiro Neto Advogados
55 11-3247-8419
ADVOCACIA
法律

PJ-Partners (Tucano`s)
03-5784-2661
SERVIÇOS
サービス業

PwC Japan
03-3546-8480
CONSULTORIA
コンサルタント

R

Regro Co., Ltd.
03-5985-7800
SERVIÇOS
サービス業

S

SMBC
03-6706-5779
FINANCEIRO
金融

SeaTrade & Agency Co., Inc
045-640-6211
TRANSPORTE, CARGAS
運輸

Simoncen Inc.
03-5830-3608
SERVIÇOS
サービス業

Service Act
0270-75-4934
RECURSOS HUMANOS
人材派遣
SERVIÇOS
サービス業

Seven Bank, Ltd.
03-3211-3060
FINANCEIRO
金融

Suzan Inc.
0276-48-6045
TRANSPORTE, CARGAS
運輸

T

TMK-Tadocoro Mutsuki Kougyou
0466-53-8034
METALMECÂNICA
機械金属

Television Aichi Broadcasting Co., Ltd.
052-243-5830
MÍDIA
広告代理・メディア

Tozzini Freire Advogados
55 11 5086-5226
ADVOCACIA
法律

TMI ASSOCIATES
03-6438-5517
ADVOCACIA
法律

Tunibra Travel Japan Co., Ltd.
03-6222-8345
TURISMO
観光

Turismo, Latinolnc.
03-3792-9000
TURISMO
観光

U

Unidos Co., Ltd.
03-3280-1025
COMÉRCIO EXTERIOR
貿易

V

Vale Asia K.K.
03-5401-2971
MINERAÇÃO E SIDERURGIA
鉱業・鉄鋼

Viseu Sociedade de Advogados
55-11-3185-0185
ADVOCACIA
法律

W

WEG Electric Motors Japan Co., Ltd.
045-550-3030
METALMECÂNICA
機械金属

Wondertable, Ltd. (Barbacoa Grill)
03-3379-8050
SERVIÇOS
サービス業

WorldLinks Company Ltd.
049-288-4401
SERVIÇOS
サービス業

Y

Yudensetsu Co., Ltd.
045-500-5190
CONSTRUÇÃO
建設・不動産

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。

Como se filiar à CCBJ

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 (+ imposto)
Pessoa Física	¥ 20.000 (+ imposto)
Pessoa Jurídica com menos de 300 funcionários	¥ 50.000 (+ imposto)
Pessoa Jurídica com mais de 300 funcionários	¥ 100.000 (+ imposto)
Pessoa Jurídica estabelecida fora do Japão com menos de 300 funcionários	¥ 50.000 (+ imposto)
Pessoa Jurídica estabelecida fora do Japão com mais de 300 funcionários	¥ 100.000 (+ imposto)

FORMA DE PAGAMENTO DA ANUIDADE PARA PAGAMENTOS NO JAPÃO

Nome: Câmara de Comércio Brasileira no Japão - CCBJ
 一般社団法人在日ブラジル商工会議所
 Banco Tokyo-Mitsubishi UFJ (三菱東京UFJ銀行)
 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.

IMPORTANTE: FILIAÇÃO

Primeira instância - Do preenchimento e envio do cadastro
 A abertura do processo para a sua filiação à CCBJ somente terá início mediante o preenchimento integral e envio da ficha de cadastro para a CCBJ.

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.

Terceira instância - Envio da fatura

Após a confirmação do pagamento, o processo de filiação será concluído.

会員になるには

一般社団法人 在日ブラジル商工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工会議所 事務局
 電話番号: (03) 6447-2833
 ファックス: (03) 6447-2834
 Email: adm@ccbj.jp

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
 カイギンシヨ
 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(税抜)
法人で社員数300人未満の企業	5万円(税抜)
個人	2万円(税抜)
学生	1万円(税抜)
海外在住法人社員数300人以上の企業	10万円(税抜)
海外在住社員数300人未満の企業	5万円(税抜)

ESCRITÓRIO DA CCBJ • 一般社団法人在日ブラジル商工会議所 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 Kitaoyama 1-4-1 Rangee Aoyama 507
 Tel: (03) 6447-2833 • Fax: (03) 6447-2834 • Email: adm@ccbj.jp
 〒107-0061東京都 港区 北青山1-4-1 ランジェ青山507

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 japonês. 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 empresário 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 (www.ccbj.jp), no Facebook e Youtube (Câmara de Comércio Brasileira no Japão). Se você clicar em curtir na página do Facebook, receberá as informações das atualizações de notas.

一般社団法人 在日ブラジル商工会議所とは

在日ブラジル商工会議所(CCBJ)は、日本とブラジルの経済活交流を、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ェ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できます。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

CCBJは、ホームページ(www.ccbj.jp)、FacebookとYoutubeページで最新情報を定期的に更新しております。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。