

# サウジアラビアの有望産業（フランチャイズ産業）についての 投資環境・市場調査

---

2019年2月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部 中東アフリカ課

リヤド事務所

日・サウジ・ビジョンオフィス・リヤド

#### 【免責条項】

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロとユーロモニター・インターナショナルでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

禁無断転載

## フランチャイズ産業：

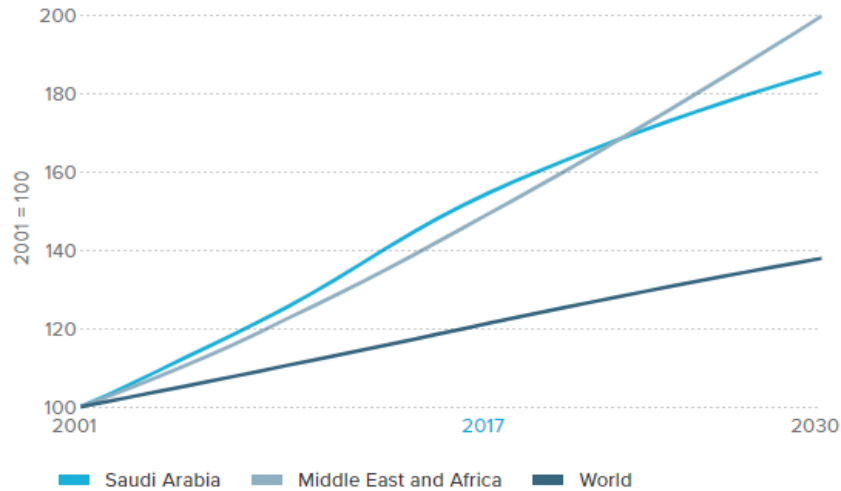
- 概要
  - 業界のキーファクトシート 4
  - 投資環境 6
  
- 市場概要
  - 市場規模と展望 7
  - 主な推進要因と課題 9
  - 主な製品とサービス 10
  - サウジアラビアおよび中東の展望 11
  - 政府の投資政策 12
  
- 市場参入の指針
  - 市場の特徴 13
  - 流通システム 14
  - パートナー関係/提携関係の種類 15
  - 外国企業の参入状況 16
  - ライセンス/許可の取得までの行政手続き 17
  - 登録手続きと所要時間 18
  - 政府の奨励策 19
  - 主な商業イベント 20
  
- 主なポイント 21



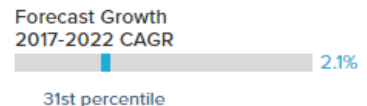
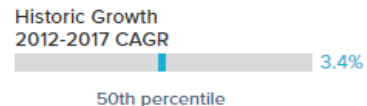
## 概要 — 業界のキーファクトシート

### 人口統計とオンライン小売業の成長から、サウジアラビアの魅力的な投資機会がうかがえる

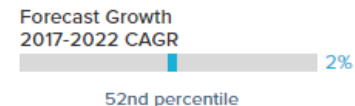
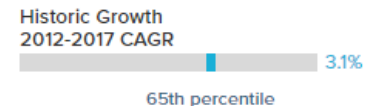
	サウジアラビア
2018年人口 (百万単位)	33
都市部の人口 (%) 2018年→2030年	83% → 86%
年齢中央値 (2017年)	30.9
2017年の人口シェア上位2都市 (リヤド、ジッダ)	41%
2017年の上位中流階級人口の割合	25.7%
2017年の一人当たり可処分所得	32,279 サウジリヤル (サウジリヤル)
2017年の携帯電話の保有率	88%
インターネット小売収益成長 2012年→2017年	CAGR 27%
GDP成長率 2018年 → 2020年	1.8% → 2.3%



Households with a Disposable Income Over USD25,000 - Saudi Arabia



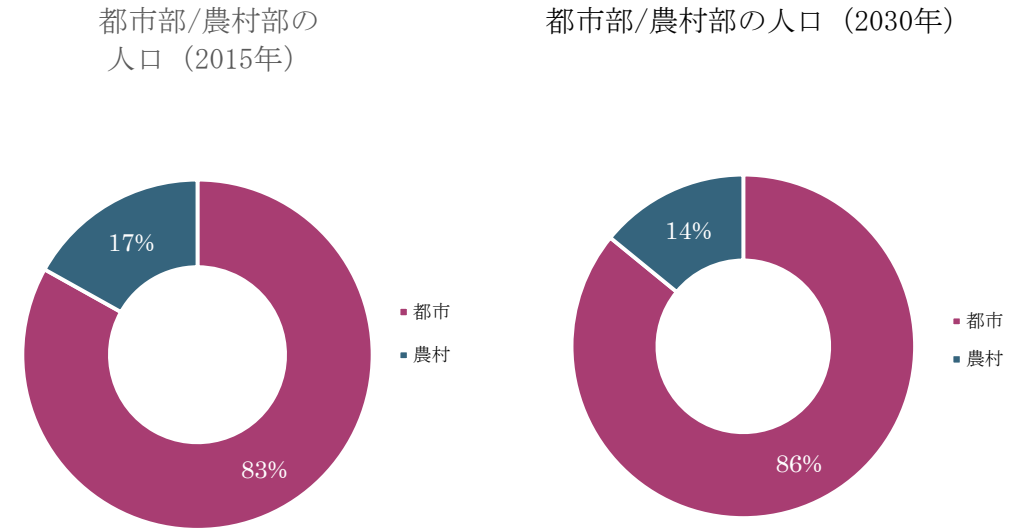
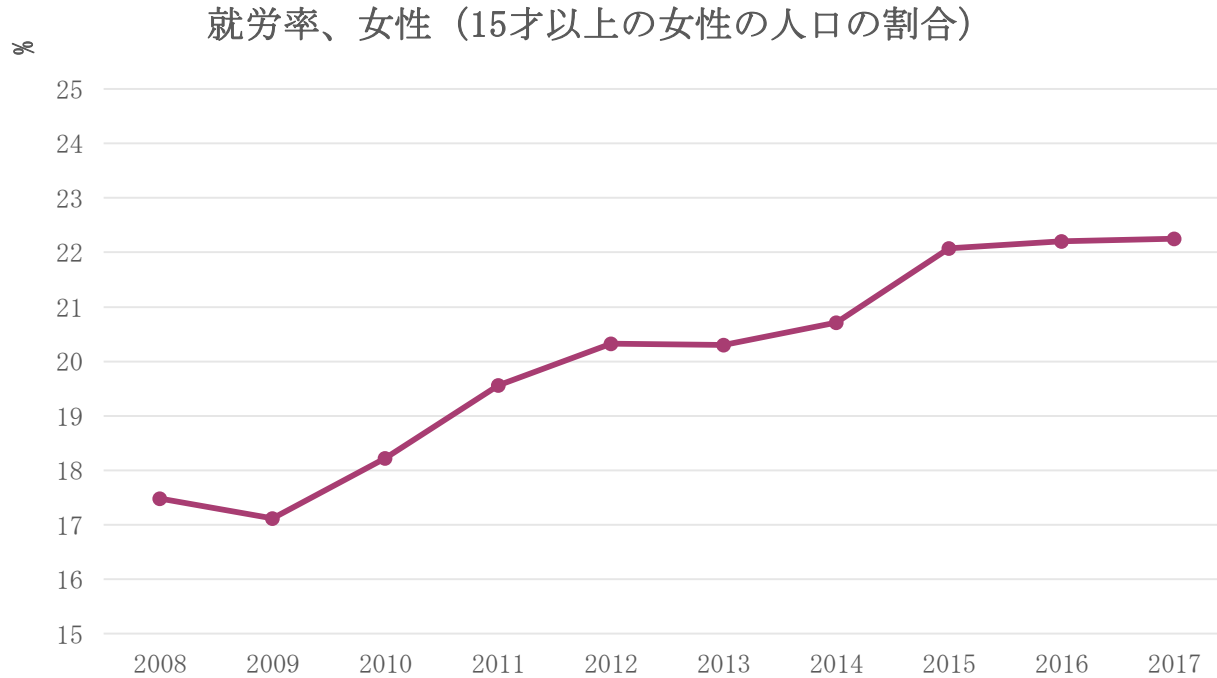
Households with a Disposable Income Over USD25,000 - Riyadh



- 人口増加の主な誘因となっているのは、リヤドとジッダの2つの都市である。2030年までに、リヤドは都市部の人口の25.5%、ジッダは15.4%を占めると見られている。
- リヤドやジッダなど、人口が集中するサウジアラビアの都市部は、海外投資家にとって魅力的な市場である。
- リヤドとジッダは、サウジの人口の約41%を占めると見られており、両都市とも、高い可処分所得と質の高い小売店、食品サービスの需要があることが特徴である。

## 概要 — 業界のキーファクトシート

女性の社会進出と都市化は、買い物や食事に関するライフスタイルの変化と、それに伴う支出増大の可能性を示している



- 世界銀行によると、女性の社会進出率が上昇しており、小売部門では女性が20万人を占める。その結果として女性の経済力が高まり、小売、食品サービス、医療などのさまざまな分野での支出にプラスの影響を与えている。
- サウジアラビアの都市人口は2030年までに全体の86%に達するとされており、消費者が近代的な小売チャネルを利用する機会が増えるとされている。

## 概要 — 投資環境

## 先進国と足並みをそろえた新フランチャイズ法案の発表

## 主な政策および規制機関

<p>政府による新しいフランチャイズに関する法案</p>	<p>サウジ当局は、フランチャイズを規制する新フランチャイズ法案を発表した（<b>施行スケジュールは現状、未定</b>）。この案は、フランチャイズ事業を管理する明確で簡潔な34の条項から成り立っている。主な検討事項は以下の通りである。</p> <table border="0" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>ナショナリズム</td> <td>登録</td> <td>適用</td> <td>フランチャイザーの資格</td> </tr> <tr> <td>情報交換</td> <td>独占と非競争</td> <td>管理、割り当て、委任の変更</td> <td>要件と期間</td> </tr> <tr> <td>強制更新</td> <td>不正な契約終了と失効</td> <td>売上と財務目標</td> <td>罰則と損害賠償</td> </tr> <tr> <td>法と裁判所の選択</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>サウジ当局は、法律を実際に採択する強い意図がない限り、通常は法案を公表しない。新しい法案の条項の理解と、それに応じたサウジアラビアで適用される新しいフランチャイズ法の枠組みに対する準備をすることが重要である。</p>	ナショナリズム	登録	適用	フランチャイザーの資格	情報交換	独占と非競争	管理、割り当て、委任の変更	要件と期間	強制更新	不正な契約終了と失効	売上と財務目標	罰則と損害賠償	法と裁判所の選択			
ナショナリズム	登録	適用	フランチャイザーの資格														
情報交換	独占と非競争	管理、割り当て、委任の変更	要件と期間														
強制更新	不正な契約終了と失効	売上と財務目標	罰則と損害賠償														
法と裁判所の選択																	
<p>サウジアラビア食品医薬品局 (SFDA)</p>	<p>サウジアラビア食品医薬品局 (SFDA) は、サウジアラビアにおける医療および食品規制を統括ならびに管理しており、以下のような機能を果たしている。</p> <table border="0" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>販売承認・登録</td> <td>査察</td> <td>輸入規制</td> <td>ライセンス</td> <td>市場統制</td> </tr> <tr> <td>品質管理</td> <td>医薬品の広告と販売促進活動</td> <td>臨床試験管理</td> <td>医薬品安全性監視</td> <td>その他保健医療用医薬品</td> </tr> </table>	販売承認・登録	査察	輸入規制	ライセンス	市場統制	品質管理	医薬品の広告と販売促進活動	臨床試験管理	医薬品安全性監視	その他保健医療用医薬品						
販売承認・登録	査察	輸入規制	ライセンス	市場統制													
品質管理	医薬品の広告と販売促進活動	臨床試験管理	医薬品安全性監視	その他保健医療用医薬品													

## 市場概要 — 市場規模と展望

エコシステムと消費者のライフスタイルの改善を目指す政府の計画の影響で、  
外資フランチャイズ企業の市場参入機会が増える可能性がある

フランチャイズ産業の市場規模全体 — 売上高 (MSP サウジリヤル 10億単位)

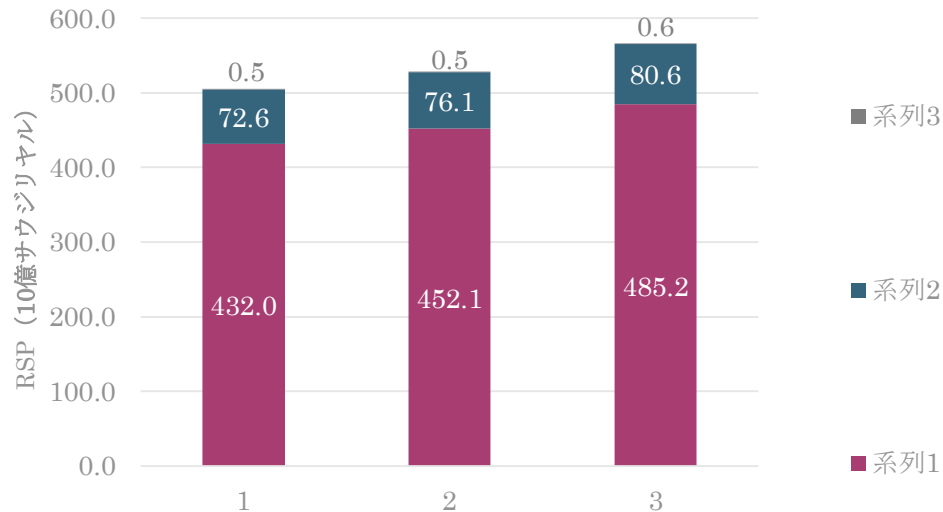
5,052億  
2016年

5,287億  
2017年

5,664億  
2018年

5.9%  
CAGR (2016年~2018年)

業種別のフランチャイズ市場規模

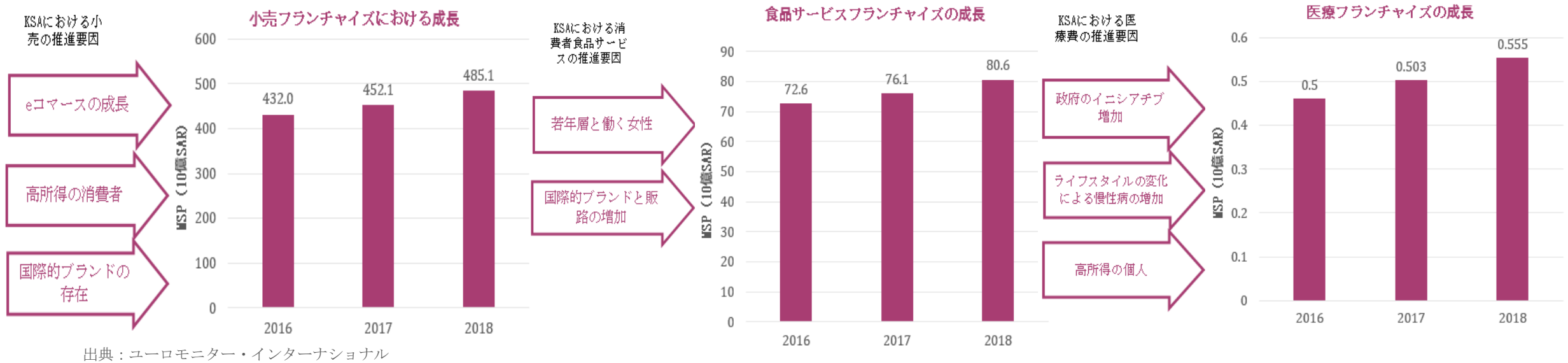


出典：ユーロモニター・インターナショナル

フランチャイズはサウジアラビアでも、一般消費者向けビジネスにおいて人気の高いセクターである。

- サウジアラビアはGCC内で最大の小売市場を誇り、人口の80~85%が都市部に居住し、消費者がフランチャイズビジネスを利用できる機会が多い。
- 同国のフランチャイズ市場は、主にレストラン、食品、飲料、小売セクターに焦点を当てており、過去10年で目覚ましい成長を遂げた。
- 若年層の人口、可処分所得の増加、海外旅行、消費者の西洋文化に対する親近感などの要因が相まって、フランチャイズ市場の成長の見通しは楽観的になっている。その結果として、小売部門における家計支出は2020年までに 3,590億USドルまで増加すると推定される。
- レストラン、ファーストフード、アパレル、クリーニングサービス、自動車など、多くのビジネスカテゴリーにフランチャイズの機会がある。同時に、スポーツクラブ、スパ、ウェルネスクリックなどの現代産業も若い消費者を惹きつけている。

## 小売業と食品サービスは、オンライン注文および宅配サービスの登場により継続的な成長が見込まれる



- フランチャイズ産業の市場規模の約85%を占める小売部門は、アパレルや電化製品などがある。
- 「サウジ・ビジョン2030」の一環として、ロンドンに拠点を置くワールドフランチャイズアソシエイツ（World Franchise Associates）は、サウジアラビアのAmad Arab Office for Commercial Servicesと協力しながらサウジアラビアのフランチャイズ・ローンチ・アクティベーション・プログラムを管理するために任命された。これは、商業投資省の指示のもと中小企業総合機構（SMEA）が主導しており、食品・小売のフランチャイズ事業を同国の中小企業の推進力にすることが目的のフランチャイズ推進プログラムである。
- サウジアラビアの2017年予算では、教育支出と並んで医療費が最大の割合（36%）を占めた。公共部門の支出（79%）が優勢だが、最近開始された国家改革プログラム（NTP）では、主に医療やその他の行政サービスの民営化を促進している。



## 市場概要 — 主な推進要因および課題

# 政府は外国投資企業のため、フランチャイズ法の緩和に向けて準備を進めている

多様化の推進：国家改革プログラム  
(NTP) 2020の採択

法案が成立すれば、  
外国人投資企業が商業代理店になれる可能性あり

商業代理店法における  
フランチャイズ事業の課題

消費税 (VAT) の導入

推進要因/アプローチ

NTPの主要な目的の1つは、民間セクターの関与を奨励しつつ、起業文化を高めることである。これにより石油主導の経済からの多角化が達成され、小売、建設、食品、通信などの部門の成長を支えると推定されている。

旧フランチャイズ制度では、サウジアラビア国籍者のみが商業代理人としての役割を果たすことができたため、フランチャイジーは常にサウジアラビア人または完全にサウジアラビア所有の会社契約でなければならなかった。しかし、新法案の導入により、外国人投資家もサウジアラビアでのフランチャイズ事業経営ができるようになった。

障壁/課題

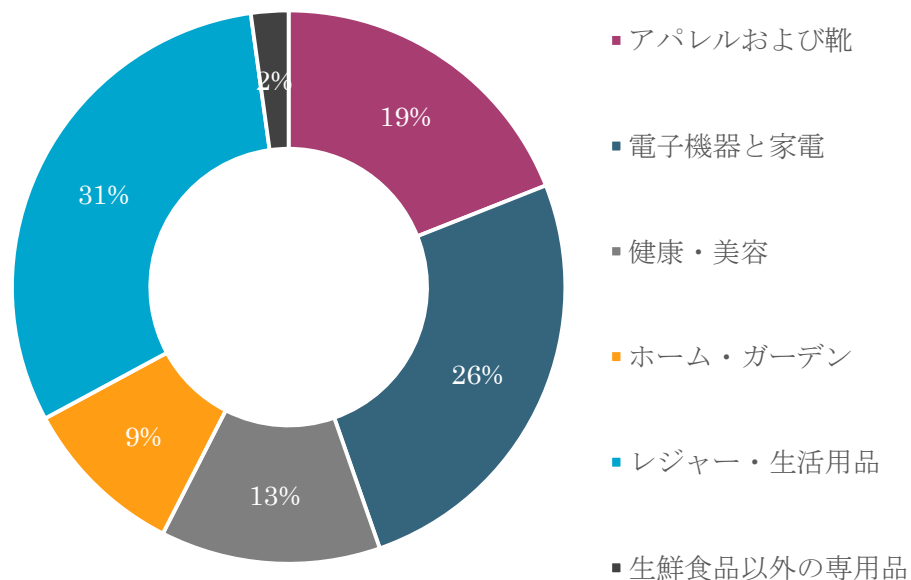
フランチャイズのビジネスモデルは、サウジアラビアの商業会社法に従うことが求められているが、同法律上では、知的所有権の保護、文化的相違、紛争の解決、法的、財政的、教育的支援サービスに関する課題などがある。

サウジアラビアとGCC加盟国におけるVAT導入は、競争力に影響を及ぼす可能性がある。小売業やその他のビジネスでは、POSレジなどのITシステムを変える必要性、VAT計算のためのサポートシステム、新しい手順についてのスタッフへのトレーニングが課題となる。追加コストは消費者に課され、ベース価格が上がる可能性が高い。

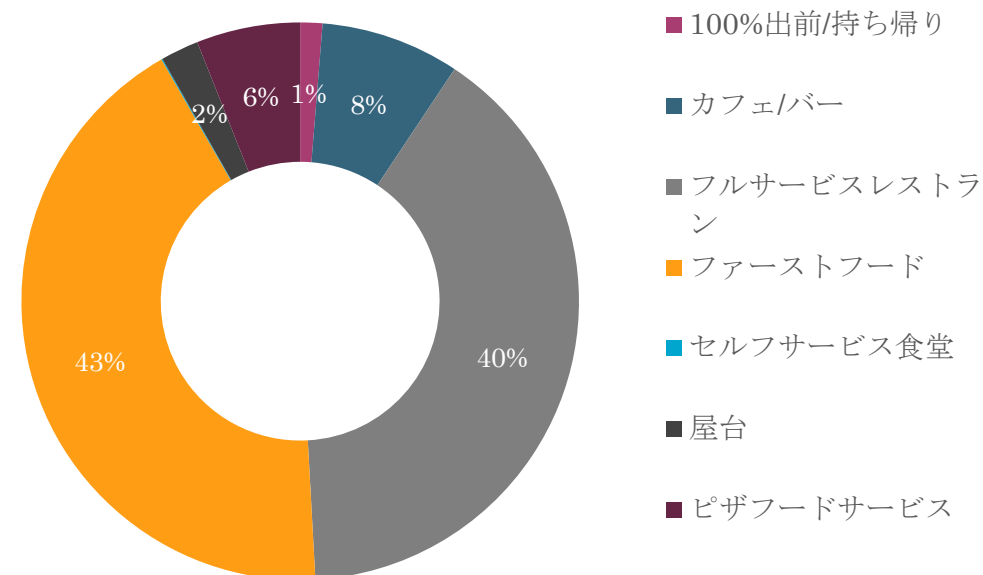
## 市場概要 — 主な製品およびサービス

現地企業との戦略的提携は、外国企業が市場に参入し、拡大するための鍵となる

生鮮食品以外の小売業者の売上



種類別消費者食品サービス



出典：ユーロモニター・インターナショナル

- 小売部門の成長は、主にアパレルおよび靴と、レジャーおよび生活用品の分野が牽引し、2017～2022年の年間成長率はそれぞれ9.4%、7.9%となっている。一般消費者向けの電子機器、家電の2017～2022年の年間成長率は6.2%と見込まれている。
- 30歳未満の人口が60%を占めるサウジアラビアでは、消費者の購買習慣が変化しており、特に若い消費者の間で最も人気のある製品は、スマートフォン、大型液晶テレビ、ビデオゲーム機である。
- ファーストフードも依然として人気で、2017年の価値成長率は7%だったが、ピザ等のファーストフード店の人気は高く、同年に30%の成長を記録した。

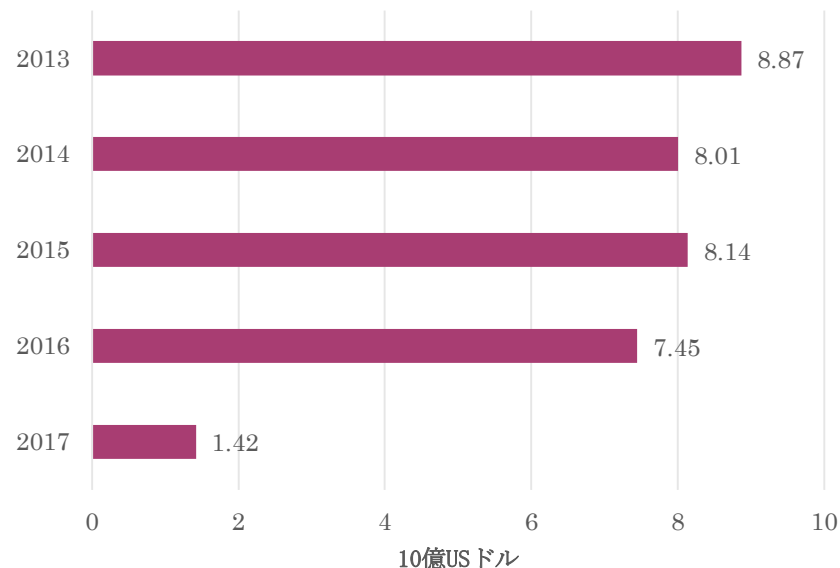
## 市場概要 — サウジアラビアおよび中東の展望

サウジアラビアは、人口に占める富裕層の割合が高いため、ポテンシャルのある外資企業の誘致において、他の中東諸国より優位である

国/地域	市場指標	主な成長推進要因	市場/消費動向	課題	投資家保護
サウジアラビア	<ul style="list-style-type: none"> <li>MENA地域のフランチャイズ市場価値の50%を占める</li> <li>2015年の個人消費は、2,460億USD</li> <li>2020年の家計の小売支出は、3,590億USDと予測される</li> <li>2015年の現在の医療費は、377億USD</li> <li>2010年～2015年の医療費の増加率は、15.4%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人口増加（GCCの約50%を占めており、2022年までに3,570万人に到達と推定）</li> <li>投資家とフランチャイザーを増やすための規制改革</li> <li>大型ショッピングセンターを持つ主要な観光地</li> <li>アラブ首長国連邦とともに世界の小売業投資先上位10カ国にランクイン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高い購買力と若年層の多さ</li> <li>高級ブランド志向が強く、小売業の成長を牽引</li> <li>欧米ブランドを好む</li> <li>Eコマース小売市場の拡大</li> <li>健康意識の高まり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原油価格の変動、サウダイゼーション、汚職、規制改革、テロの脅威</li> <li>小売および食品サービス分野における競争の激化</li> <li>小売業用の土地の需要と供給</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>取引の透明性指数:8.0</li> <li>責任者指数:8.0</li> <li>株主力指数:4.0</li> <li>投資家保護指数:5.8</li> </ul>
中東	<ul style="list-style-type: none"> <li>GCCの小売売上高は、2016年から2021年の間に、CAGR 4.6%と予想されている。（サウジアラビアとバーレーンの数値が最速の成長率）</li> <li>2015年の医療費は、645億USD</li> <li>2010年～2015年の医療費の増加率は、11.4%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人口増加（2022年までに6,160万人に到達と推定）</li> <li>アラブ首長国連邦は、GCC地域の多くのブランドのエントリーポイントであり、国際ブランドの57%がアラブ首長国連邦にある</li> <li>観光地</li> <li>開発中のショッピングセンターの85%はサウジアラビア、アラブ首長国連邦、カタールにある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高い購買力</li> <li>高い高級ブランド志向</li> <li>欧米ブランドを好む</li> <li>Eコマース小売市場の拡大</li> <li>健康意識の高まり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原油価格の変動</li> <li>小売および食品サービス分野における競争の激化</li> <li>小売業用の土地の需要と供給</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>取引の透明性指数:6.0</li> <li>責任者指数:5.0</li> <li>株主力指数:4.0</li> <li>投資家保護指数:4.5</li> </ul>

## 変化の気配は明らかに感じられるものの、投資家はより具体的な変革を期待している

サウジアラビアにおける外国直接投資  
(10億USドル)



出展：ウォールストリートジャーナル

国際パートナーシップ基金（IPF）は、海外直接投資を活性化するため、サウジ政府が立ち上げたものである。

- 経済状態が不安定であり、ムハンマド・ビン・サルマン皇太子により急速な改革が進められているが、サウジアラビアにおける海外直接投資は2015年を境に下降気味である。
- 低賃金の外国人労働者の代わりにコストの高いサウジ人従業員を雇用しなければならない負担を軽減するため、企業に対する労働法適用を除外する官民連携の法案が検討されている。
- 原油価格の下落は適切なタイミングの支払いが行えないリスクにつながる。

- **規制緩和**：現行では、サウジ国籍者のみが商業代理店となることができるが、新法案が施行されれば、外国人投資家によっても加盟店の経営が可能となる。
- **企業登録**：現行では、多くのフランチャイズ加盟者は登録プロセスにかかるコストを回避し、企業登録なしで営業している。しかし新法案が施行されれば、外国のフランチャイザーも未登録の場合は罰金が課せられる。

## 政府は、投資政策の見直しにより、外国企業に対する障壁を徐々に緩和している

外国企業の参入障壁	
規制環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>2011年から2018年にかけて、サウジアラビアの経済的自由度指数 (Index of Economic Freedom) ランキングと、ビジネスのしやすさランキング (Ease of Doing Business ranking) が低下したことから、サウジアラビア市場への参入を検討している外国企業およびフランチャイザーは、経験豊富な国内弁護士に規制対策に関する相談をすることが推奨される。</li> </ul>
VATの導入	<ul style="list-style-type: none"> <li>外国企業にとって、サウジアラビアとGCC加盟国におけるVAT導入が大きな課題となり、競争力に影響を及ぼす可能性がある。</li> <li>小売業やその他の企業の課題には、POSレジなどのITシステムを置き換える必要性、消費税を計算するためのソフトウェアとサポートシステム、新しい業務プロセスに関するスタッフトレーニングなどがある。</li> </ul>
サウダイゼーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>サウジ人の雇用義務に関わる規制 (サウダイゼーション) があるため、外国企業は外国人ビザの取得や、資格を有する外国人専門家の雇用が課題になる。</li> </ul>
インフラのギャップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>電子商取引が拡大しているにもかかわらず、オンラインのシステム環境については、信頼できる決済システムの不足、関連法案の未整備、商品の不達など、まだ課題がある。</li> </ul>

主な市場の特長	投資環境
市場参入の障壁	課題は多いが、ゆっくりと変化を続けている
ビジネス習慣	宗教の影響が強いものの、「欧米的な」ビジネス文化が浸透しつつある
競争	現地での競争が激化している

主なビジネス習慣	<ul style="list-style-type: none"> <li>アラブ言語を使用することが多くなってきており、国外居住者にとっては、時々コミュニケーションの問題が発生する。</li> <li>宗教の影響が強い商業環境である。たとえば、ラマダン (断食月) の間は勤務スケジュールやレストランの営業時間も制限される。</li> <li>官僚主義の傾向が強く、意思決定まで時間がかかる。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>同族企業グループを中心としたサウジアラビアのフランチャイズ加盟店の販売力が高い。</li> <li>欧米化の傾向によりマクドナルドやバーガーキングの人気の高まっている。</li> <li>現地での競争が激化している。多くのサウジのフランチャイズディベロッパーはサウジらしいコンセプトを推進しており、その一部は海外にも進出している。</li> </ul>
競争	

## 市場参入の指針 — 流通システム

### 通常、流通システムを管理するのはフランチャイザーである

小売りの流通・調達システムの例	
Aldo	<ul style="list-style-type: none"> <li>フランチャイズ店の計画、設計、開発はすべてAldo Groupが行う。</li> <li>また、備品の供給や供給ネットワークの活用により、コスト削減、仲介手数料や関税の削減、輸送時間の短縮を図っている。</li> </ul>
Giordano Saudi Arabia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Giordano International-Textile and Garments Co LTD (TAGS) の子会社で、戦略的なサポート、物流、管理を全国的に提供する。</li> </ul>
一般むけ食品サービスの購買システムの例	
マクドナルド	<ul style="list-style-type: none"> <li>ドバイを拠点とするサウジアラビア企業が、中東向け輸入食品の独占サプライヤーとなっている</li> </ul>
アル・アーリアレストラン (KFC、Hardee's、TGI Friday、Chicken Tikka、Krispy Kreme、Longhorn Steakhouse、Red Lobsterを運営)	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地購買オフィスがカイロにある</li> </ul>
Arabian Food Supplies (Chili's/On the Border/ Fuddruckers)	<ul style="list-style-type: none"> <li>中央購買部はテキサス州ダラスにある</li> </ul>

- 特に米国からの参入企業は、サウジアラビアなどのGCC地域でマスターフランチャイザーまたは販売代理店を指名している。
- 現在は、独占的な代理店パートナーシップが一般的になってきている。フランチャイズ新法案が施行されることになれば、この独占契約が唯一可能な手法となる可能性がある。
- 食品サービス部門ではほとんどのフランチャイジーがサウジアラビア国外に現地購買オフィスを有し、世界中の承認済みサプライヤーから食品や原材料を調達しており、使用する食品の30%から85%は輸入品である。

出典：ユーロモニター・インターナショナル *Passport analysis*

## 市場参入の指針 — パートナー関係/提携関係の種類

### 小売部門と食品サービス部門では、マスターフランチャイジングが一般的である

パートナーシップの特徴の例		
外国企業	サウジアラビアにおけるフランチャイズ	パートナーシップの特徴
マクドナルド	中部・東部・北部の地域においては、リヤドインターナショナルケータリング社（RICC）に100%所有されている	<ul style="list-style-type: none"> <li>非独占的なフランチャイズ契約：Rezaフードサービスは、西部および南部の州でフランチャイズを展開している。</li> <li>RICCはマクドナルドと利益を共有しない。</li> <li>マクドナルドからの出資はなく経営権も持たない。</li> <li>毎月の収益から一定のシェアを獲得（契約締結以降の変更なし）と標準的なコンプライアンス確保とに限定されている。</li> <li>RICCはフランチャイズ権を第三者に与える権利も持つが、未だ前例がない。</li> </ul>
バーガーキング	Olayan Financing Company	<ul style="list-style-type: none"> <li>中東における独占協定：地域におけるマスターフランチャイザーとして機能</li> <li>400以上の販売店を運営</li> <li>他にはTexas Chicken やBuffalo Wild Wingsなどのレストランを運営</li> </ul>

- 通常、事業の急速拡大を目指す外国企業はマスターフランチャイズを選択する（マクドナルド、バーガーキング等）。これは外国企業が現地企業に、特定地域でフランチャイズを認可して販売する権利を与え、現地企業が定められた数の店舗を開設できるようにするものである。
- 現在では独占的な代理店パートナーシップが一般的になってきている。フランチャイズ新法案が施行されることになれば、独占契約が唯一の手法となる可能性がある。

## 市場参入指針 — 外国企業の参入状況

早期参入した外国企業は、ブランド認知度の高さと立地条件の良さにより、消費者からは現地ブランドよりも好まれる傾向にある

業種	企業名	フランチャイジー	創立年	販売店の数	市場シェア
衣料品および靴の小売	Splash	Al Bandar Trading	-	2014年：60 店舗 2017年：88店舗	企業シェア 2014年：6.0% 2017年：11.4%
衣料品および靴の小売	H&M	M H Alshaya Co	2008年	2014年：32店舗 2017年：49店舗	企業シェア 2014年：1.7% 2017年：2.2%
飲食チェーン店	マクドナルド	Riyadh International Catering Corp	1993年	2014年：209店舗 2017年：268店舗	企業価値シェア 2013年：10.2% 2017年：10.3%
飲食チェーン店	ドミノピザ	Alamar Foods company	1992年	2012年：200店舗 2017年：250店舗	企業価値シェア 2013年：1.3% 2017年：1.3%



近年、SAGIAでは営業許可証発行までの所要時間を53時間から4時間と、92%短縮している

営業許可取得の手続き	認可/却下までの平均所要時間	ライセンスの種類	説明	要件	手数料
サウジアラビア総合投資院（SAGIA）の投資家サービスセンター（ISC）は、投資先の候補から申請書と補助書類を受け取る。	1週間	サービスライセンス	行政投資、情報技術、観光、旅行、医療、保険および再保険、教育、広告とメディア、物流サービス、展示会主催	商業登記、GCC国のパートナーの場合はナショナルアイデンティティ、財務表などが含まれる。	最大5年間、2,000サウジリヤルの年間ライセンス料
投資家は、商業投資省（MoCI）に事業を登記しなければならない。	オンライン申込：認証まで1週間以上要する	産業活動のライセンス料	重工業、軽工業、および改革事業など、産業用ライセンス	商業登記、GCC国のパートナーの場合は国籍ID、財務諸表などが含まれる。	
その他のライセンスを取得： <ul style="list-style-type: none"> <li>地方自治体からの敷地の営業許可書</li> <li>労働省、商工会議所、パスポートオフィス、税務署、社会保険総合機構に個別登記</li> </ul>	2～3ヵ月	科学・技術オフィスのライセンス	以下のようなサウジのエージェントを持つ海外企業：国内で企業の製品を販売しているエージェント、科学的・技術的サービスをエージェント、販売店、顧客に提供するオフィス開設を希望するエージェント	サウジアラビア大使館が認可した参加企業の商業登記簿の写し	SAGIA Business Centerからサービスを受けるための初年度の契約料として10,000サウジリヤルを支払う。
海外投資家のために会社設立からの登記を行う。					

## 市場参入の指針 — 登録手続きと所要時間

近年、許可にかかる費用は高額になったが、  
サウジアラビアで会社を設立する際の手続きは簡素化されている

サウジアラビアで事業を開始するための手続き	要件	期間	手数料
会社名	会社名を予約し、定款を提出する	5日	手数料なし
公証人	公証人による定款の認証	1日	手数料なし
登記料	会社登記料を支払う	1日以内（オンライン手続き）	3,700サウジリヤル
銀行口座	銀行口座を開設する	1日	手数料なし
事業所の場所	自治体から営業許可証を取得する	4日	1,000サウジリヤル
郵便局	郵便局の郵便サービスシステム「Wase1」に登録する	1日以内（オンライン手続き）	500サウジリヤル
社印	社印を作成する	4日	50サウジリヤル
社会保険	社会保険総合機構（GOSI）に登録する	1日	手数料なし
ザカート・租税	ザカート・租税庁（GAZT）に登録する	3日	手数料なし

## 市場参入指針 — 政府の奨励策

# SAGIAと外国政府が良好な関係を築くことで、魅力的な投資環境が整う

海外投資家への奨励策の種類	
税金	<p>10年間の税制優遇</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>サウジ人の年間トレーニング費用を50%オフ、サウジ人従業員の年間賃金を50%オフ。</li> <li>投資資本が100万サウジリアル以上であれば、追加優遇策が適用される。</li> </ul>
関税	<ul style="list-style-type: none"> <li>承認されたプロジェクトに必要な機械および原材料については、現地市場で入手できない場合のみ、関税免除が適用。</li> </ul>
法令および財務	<ul style="list-style-type: none"> <li>会社および土地の100%所有権、および資本送金の制限なし。</li> <li>個人の収入には課税されないが、外国企業は税金として年間収益の20%を支払わなければならない。</li> <li>損失の繰越を無期限で行うことができる。</li> </ul>
専門金融機関	<ul style="list-style-type: none"> <li>アラブ経済社会開発基金（AFESD）：財政援助</li> <li>アラブ通貨基金：アラブの金融市場と加盟国の地域内取引の助言と開発</li> <li>アラブ貿易融資計画：個人と貿易機関への中期から長期の融資を許可</li> <li>アラブ投資保証会社：投資の保険補償と輸出の信用取引</li> <li>イスラム開発銀行：設備投資プロジェクト、生産的なプロジェクトと企業のための融資、イスラム法に沿った預金受け入れ</li> </ul>
奨励金	<ul style="list-style-type: none"> <li>人材育成基金</li> <li>商業および工業プロジェクト用の天然ガス、および水、電気、不動産サービスの競争価格の優先割り当て。</li> <li>アブドゥッラー王立科学技術大学（KAUST）およびキング・アブドゥル・アジズ科学技術都市（KACST）の研究開発の資金援助。</li> </ul>

経済都市に法人を設立する企業には税制上の優遇措置がある。サウジアラビアは、日本、中国、ロシア、英国との間で条約を締結しており、さらなる税制上の優遇措置がある可能性もある。

## 市場参入指針 — 主な商業イベント

商業イベントは、事業を拡大し、見込みパートナーを見つけるための効果的な媒体である

イベント名	日付	主な参加企業	概略
Saudi Healthcare Exhibition (サウジヘルスケア展)	2018年 11月5～7日	Panasonic, Apollo Hospitals, Bemems, DRGEM	<ul style="list-style-type: none"> <li>8,400人の業界関係者</li> <li>339の出展者</li> <li>21の出展国</li> <li>6つのパビリオン</li> </ul>
Saudi HORECA (サウジ食品サービス産業展)	2018年 11月27～29日	このイベントはSEMARK（サウジ・イベント・マネジメント・アンド・マーケティング・カンパニー）が主催しており、HORECA（食品サービス産業）のチャンネルに関する主要な民間企業および公共企業がこのイベントに定期的に参加	<ul style="list-style-type: none"> <li>会場はリヤド国際会議展示センター（RISEC）</li> <li>300以上の出展者</li> <li>2017年には12,300以上の企業が出展</li> <li>35カ国から約31,800人の来場者</li> </ul>
Saudi Franchise Expo (サウジフランチャイズエキスポ)	2019年 2月4～6日	英国国際貿易省に代表される消費者・小売部門の政府代表者  食品／飲料、小売、ファッション、健康と美容、旅行／観光、広告／メディアサービス、エンターテインメント、ビジネスサービスのカテゴリーを代表する20カ国の125以上の企業および出展者	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.4万人の来場者</li> <li>250件以上の契約</li> <li>22のワークショップ</li> <li>565人のワークショップ参加者</li> </ul>

注：上記の商業イベントはすべて、毎年、同時期には開催されない可能性がある。

## 主なポイント

日本企業は、各企業の市場参入の準備時間と潜在的な投資能力に応じて、様々な方法でパートナーシップの機会を探ることが可能である

業界のニーズに応じた要件	既存の課題	日本企業参入による影響	日本企業が参入する意義
<ul style="list-style-type: none"> <li>石油に依存した経済からの多角化を目指し、小売および食品サービス部門の成長を支援する。</li> <li>サウジアラビアの富裕層は国際的な小売ブランドおよび食品サービスへの需要が高い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>インターナショナル・ブランドの選択肢が限られている。</li> <li>輸入主導型の市場</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サウジアラビアにおけるフランチャイズ製品の多様性を刺激する新しい小売ブランドと、国際的に評価が高い食品類の導入が可能</li> <li>設備投資</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GCCの最も裕福で人口の多い市場の成長セグメントへの参入</li> <li>プレゼンス拡大、小売店および食品サービス店舗との関係づくり</li> <li>フランチャイズパートナーシップを通して、限られた投資資源の活用で、大規模なアピールを通じた企業拡大ができる可能性がある</li> </ul>

レポートをご覧いただいた後、アンケート（所要時間：約1分）にご協力ください。

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20180046>

本レポートに関するお問い合わせ先：  
日本貿易振興機構（ジェトロ）  
海外調査部中東アフリカ課

〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32  
TEL：03-3582-5180  
E-mail：ORH@jetro.go.jp