

一般財団法人

経済広報センター

シンポジウム「中国における日系企業の企業広報の課題と危機管理広報体制について」

2015年7月29日（水）14:00～16:00

経団連会館 経団連ホール（北）

講師：李 双龍(リ ソウリュウ) 復旦大学新聞学院 副院長

【講演】

1. 前段として

国におけるインターネットの普及率は2014年末時点で47.9%であり、6億5千万人弱のユーザーが存在している。年齢構成では40歳未満が全体の80%を占め、ユーザーの職業分布で見ると、学生、企業職員、公務員で全体の60%を超えている。このように中国でのインターネットの普及により、国民の価値観や意識が多様化して来ており、日系企業にも影響をし始めており、留意が必要であると述べた。

2. 中国における日系企業が直面している危機の種類、特徴及び背景分析

中国における日系企業が直面する危機の種類として、製品の品質、歴史問題、人的資源獲得難、人件費高騰、広報体制不備、現地とのコミュニケーション不足の6つの危機があるとした。また、日系企業が直面している危機の特徴として、突発性、複雑性、情報収集不足による状況の悪化、社会からの注目を必要以上に浴びる等の4つの特徴があると述べた。さらに、日系企業が直面している危機の背景には、多くの日本企業が中国を生産拠点として位置づけていることから、人材、技術、管理及び経営のローカル化を重要視しておらず、中国への投資は日本本社の事業部単位や各グループ会社が独自に行っていることから、全ての情報を集約し対応する力が不足している点、歴史問題などによる摩擦が断続的に発生し、些細な事で中国の民族感情を喚起させる場合がある点、一人っ子政策による世代間の価値観の違いから仕事に対する取組み姿勢また賃上げトラブルや待遇改善のストライキに巻き込まれている点、日系企業の多くは広報室や関連するスタッフを常設していないことで、情報発信や情報収集の力が弱い点の4つの背景を例示した。

3. 中国における外資企業の危機管理体制について

近年、中国における投資リスクが増えたことから、GMやシーメンス等は広報室を設置し、外部のPR会社への業務委託を実施している。危機発生時に速やかに声明をSNSで発信したマクドナルド、カルフルの事例を参考に、中国での危機発生時の対処の仕方を詳細に述べた。

4. 日系企業の危機管理広報体制を強化する方法

製品の品質の更なる向上、中国の国情に合致した危機処理方法の徹底、人的資源の管理・育成方針についても現地化が不可欠、広報室の設置又は専門スタッフの配置により普段からメディアとの関係を良好に保ち、経営活動、イベントなどの宣伝を行う4つの取組みが不可欠であると主張した。

以上

(文責 国際広報部主任研究員 藤原慎二)

一般財団法人 経済広報センター 国際広報部

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-3-2 経団連会館 19 階

webmaster@kkc.or.jp

<http://www.kkc.or.jp/>