

上海スタディ・ミッション 実施報告書

2016年10月12日(水)－15日(土)



《目 次》

全体の概要	P3
日 程	P4
参 加 者	P5
訪問概要	P6

《全体の概要》

経済広報センターでは、上海市人民対外友好協会との交流事業※の一環として、10月12日から15日にかけて企業や業界団体の広報関係者を中心とするスタディ・ミッションを上海に派遣した。

本ミッションでは、中国の有力メディアとのネットワーク構築ならびに中国企業の広報活動の現状把握、中国経済の状況理解などを目的に上海のメディアとの交流や中国企業、上海市政府部門、大学等への訪問を実施した。

参加した企業・団体は、日本貿易会、三越伊勢丹HD、資生堂、三菱ガス化学、りそな銀行。

今回のミッションを通じ、参加者は上海のメディア記者や上海市政府幹部と交流を深め、今後の関係構築のきっかけをつかむことができた。

また、復旦大学新聞学院でのレクチャーや春秋航空での宣伝活動の説明から、中国でのソーシャルメディアの活用実態を知るとともに、企業のマーケティングや広報での上手な活用法について事例を交え学ぶことができた。

上海対外経貿大学や上海伊勢丹への訪問からは中国経済全般や消費の動向、人民元の国際化について理解を深められた。

※経済広報センターは上海市人民対外友好協会と協力関係にあり、2013年以降毎年、上海メディアによる訪日トリップや日本企業による訪上海ミッションを実施している。 今回のミッションもその協力事業の一環。

《日 程》

10月12日(水)

- 16:00 上海市人民对外友好協会との懇談会
(テーマ：上海市の対外交流の考え方と友好協会の役割)
- 18:00 上海市人民对外友好協会主催夕食会

10月13日(木)

- 10:00 上海市新聞弁公室表敬訪問
- 10:45 上海発布表敬訪問
- 13:30 復旦大学新聞学院訪問
(テーマ：ソーシャルメディア時代における中国企業の広報活動)
- 18:00 上海有力メディア記者との夕食懇談会
(解放日報、新民晩報、東方網、梨視頻)

10月14日(金)

- 9:30 上海対外経貿大学訪問
(テーマ：中国経済の現状・見通しと人民元の国際化)
- 14:00 春秋航空訪問 (テーマ：春秋航空の広報活動)
- 18:00 上海市人民对外友好協会主催夕食会

10月15日(土)

- 9:00 ラップアップミーティング
- 10:30 上海梅龍鎮伊勢丹視察

以 上

《参加者》

日本貿易会 広報・調査グループ長	木村 昭
三越伊勢丹ホールディングス 秘書室経営広報担当長	吉田 元子
資生堂（中国）投資有限公司 コミュニケーション本部/本部長	久保井 一裕
三菱瓦斯化学商貿（上海）有限公司 総経理	田頭 伸一
りそな銀行 上海駐在員事務所所長	尼田 武志
経済広報センター 専務理事・事務局長	渡辺 良
経済広報センター 国際広報部主任研究員	村松 康平(幹事)
日中交流機構 プロデューサー	弓長 国華

以 上

《訪問概要》

◆10月12日（水）

上海市人民对外友好協会（景副会長、曹処長、周副処長）

〈組織概要〉

上海市政府において対外交流を担当する組織。海外の友好団体等を上海に招聘するとともに、上海市の友好団体等の海外への訪問をアレンジする。経済、社会、文化など幅広い分野で民間の交流活動を推進する。

〈懇談内容〉

友好協会の概要や上海市の対外交流活動について説明いただいた。

- 本年は友好協会設立 60 周年にあたる。
- 江沢民氏、習近平氏などが協会の名誉会長を務めてきた。
- 政府間交流と並行して民間交流も積極的に実施。
- 友好協会には欧米処、アジアアフリカ大洋州処、日本処の組織があり、日本のみが単独の国として処を持ち、協会として重要視している。
- 日本から上海への訪問客減少が悩み。
- 上海は今後、科学技術イノベーションを強化する。日本との交流が今後益々重要になる。



◆10月13日（木）

上海市新聞弁公室（陳副主任、楊処長）

〈組織概要〉

上海市政府の報道統制部門。上海に関して公正な報道がなされるようメディアへの指導・調整を行なう。海外メディアの上海での取材協力や上海に関する海外での報道・論調の研究も行う。

〈懇談内容〉

陳副主任より上海市の対外交流の取組みや経済状況について説明頂いた。

- 国際社会に上海市をPRすべく、様々なキャンペーンを実施している。
- 日本は重要な国であり、両国の国民間の交流は滞ってはならない。
- 上海市の本年1-8月のGDP成長率は6.9%。新規雇用も年間50万人の目標だが、6月までで30万人達成した。
- 米国など海外市場の成長には限りがあり、輸出を増やすことは難しい。よって経済のモデルチェンジが重要になる。
- ロボット技術など新しい技術の創出により成長鈍化や人口減少に対応して行かなくてはならない。
- 日本は素晴らしい技術を持っているが何事も慎重にことを運ぶ傾向がある。もっと冒険心を持ってはよいのでは。中国にはまだまだビジネスチャンスがある。

楊処長より日系企業との関係について指摘をいただいた。

- 新聞弁公室、解放日報、東方網等のメディアや上海市政府が主催する優秀製品表彰プログラムに対して日系企業の応募が極めて少なく、ほとんどは欧米企業。東方網などでプログラムの日本語情報は流しているので応募を今後考えてほしい。



上海発布（周主編）

〈組織概要〉

上海市政府の広報部門。市政府の発表等を市民に確実に知らせるようになるため、2011年、ミニブログを開設。現在のフォロワー数は1200万人を超え、中国国内の省や市の中で最多（2012年～15年）。

〈懇談内容〉

上海発布の概要について説明いただいた。

- SNSによる広報を実施する上海市政府の一部門。
- 市政府の政策や市内で起こっている事件、事故、観光地の混雑状況、大気汚染の状況など市民にとって関心の高い情報をSNSを使い発信している。



復旦大学新聞学院（張教授）

〈組織概要〉

1929年設立。中国で最も歴史のあるジャーナリズム研究機関。これまでに6千名以上の卒業生を中国の主要メディア、政府部門、研究機関等に送り込む。政府機関や企業の広報担当者に対して危機管理広報等の研修を実施。

〈懇談内容〉

中国におけるソーシャルメディアを活用した宣伝・マーケティングの最近の状況について説明いただいた。

- 現在は「情報化時代」の後の「ポスト情報化時代」に入っている。
- 情報化時代には情報そのものがメインであったが、ポスト情報化時代では情報よりも消費者の関心がどこにあるかということが重要になる。
- 北京大新聞学院の調査では、消費者は普段の生活で1日に400程のブランドを目にするが、翌日、頭に残っているのは3つぐらい。しかもその

3つもどこで見たかを覚えていないという状況。

そのような中で消費者の関心をいかに引き付けられるかということが重要になる。

- ブランドを消費者に覚えてもらうには、消費者の生活スタイルをしっかりと分析し、その生活行動にフィットした広告を最適なタイミング・場所で提供することが大切。(例：エレベーターホールでの液晶 TV 広告)
 - 今後は従来型の消費者動態調査では適切なマーケティング戦略は導き出せなくなる。消費者がどのネットコミュニティ（例えば、グルメ、フィットネス、美容など）に属しているかということ进行调查が必要になってくるだろう。
 - IT から DT(Data Technology)へ。消費者に関するビッグデータをもとに消費者の心をつかむことを考えて行かなくてはならない。
 - ネット技術の向上により現在は届けたい消費者に届けたい情報が確実に伝わるようになってきている。(例：インターネットで NBA のサイトを立ち上げるとバスケットやスポーツの商品に関連した広告が自動的に出てくる)
- 以前のように消費者に確実に情報を伝えるために大量の TV 広告を出すといった必要性は低下しつつある。
- 広告には多くの消費者が関心を持つような面白さや話題性が必要になる。(例：韓国の化粧品ブランドのイニスフリーは、ユーザーが自分の顔写真と名前を送れば CM の中で韓国の人気俳優と擬似的に恋愛できる広告を中国で配信し、話題を集めた)
 - 広告を見てももらった後で実際の購買行動に結び付くような仕掛けも必要。
 - 但し、商品そのもののクオリティが低くては広告などが良くても販売にはつながらない。口コミで悪評はすぐに広がる。



上海有カメディアとの夕食懇談会

上海市新聞弁公室(楊処長:2015年日本トリップ参加者)

解放日報(梁記者:2015年日本トリップ参加者)

新民晩報(衛記者、魯記者:2013年日本トリップ参加者)

東方網(王記者)

梨視頻(鮑記者:2013年日本トリップ参加者)

<組織概要>

- ・解放日報：1949年創刊。中国共産党上海市委員会の機関紙。上海で最も権威ある新聞紙とされている。
- ・新民晩報：1929年創刊。発行部数100万の夕刊紙。中国で最も古い新聞の一つ。
- ・東方網：2000年設立のローカルニュースサイト。3カ国語（中国語、英語、日本語）、80のチャンネルがある。
- ・梨視頻：上海に拠点を置く動画ニュースサイト。

<懇談内容>

中国におけるマスコミ事情等について話を聞くとともに日本と中国が抱える様々な課題について意見交換した。



◆10月14日（金）

上海對外經貿大学（陳教授）

<組織概要>

1960年設立。グローバル人材の育成や外交問題等の研究を実施。中国のイノベーション能力向上を推進させる「中国2011計画」の認定大学の一つ。現在、1万人の学生と2千名以上の留学生在籍。

〈懇談内容〉

中国経済ならびに人民元の国際化の状況について説明いただいた。

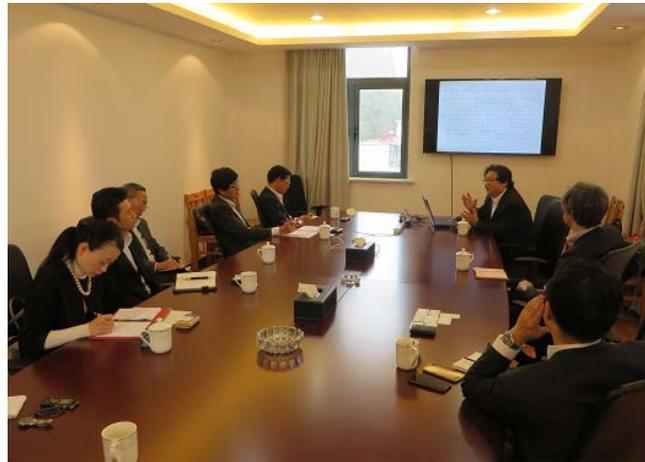
〔中国経済の状況について〕

- 中国経済は1949年の建国から30年間は低成長だったが、1978年の共産党大会で経済発展が国家目標となって以降は平均のGDP成長率は9.8%。経済特区の設置やWTO加盟などの対外開放政策が経済成長に大きく寄与。
- 政府によるマクロ経済のコントロールはメリットもある反面、デメリットもある。2008年の4兆元の景気刺激策は後に生産過剰問題を引き起こした。
- 現在、政府は安易に財政出動をしなくなっている。
- 2008年以降のGDP減少は輸出減の影響。今後、中国は輸出減を補うために消費主導型経済に移行しなくてはならない。Eコマースや物流分野は今後伸びて行く。
- 鉄鋼や石炭産業などにおける企業淘汰で今後180万人の失業者が出る可能性があり、Eコマースなど新しい産業分野での雇用吸収が期待される。しかしながら、新しい産業分野はサービス業が多く、製造業と異なり付加価値が低いことが悩み。
- 自動車産業も経済の牽引役。本年も昨年の2460万台の市場台数を上回る見込み。中国メーカーによる自主開発力の強化が今後の課題。
- 中国では60兆元のGDPに対して120兆元のマネーサプライのストックがあり、投機的マネーが株式市場に流れ込む傾向がある。
- 不動産価格も沿岸部を中心に上昇。政府は購入に関する規制を最近導入した。(不動産価格が高騰すると安易な金儲けが横行し、技術力を地道に向上させてビジネスを拡大するという風土が薄れてしまう)

〔人民元の国際化について〕

- 2009年に貿易決済における人民元の使用が解禁。14年からは人民元建ての資本取引の規制が緩和。今年1日よりIMFのSDR(特別引出権)の構成通貨に人民元が採用された。
- 今後は人民元の国際通貨としての機能向上のために人民元建ての資本市場の形成が必要。ただ、明確なタイムフレームは政府からは示されていない。
- また人民元建ての貿易決済の更なる拡大も重要。(決済通貨の世界シェアにおいて人民元は年々上昇しており、15年は4位。従来は香港との取引での利用が多かったが、最近ではシンガポール、台湾、英国、米国など利用地域が拡大傾向にある)
- 人民元が国際通貨になるということは中国の管理支配下から国際市場の支配下に入るということになる。(中国人民銀行は相場への介入を減少させていくことを長期的な目標としている)

- 今後、各国の外貨準備構成通貨として人民元の採用が拡大していく見込み。
- 中国にとって、貿易額の多いアセアンなど近隣の地域や国を将来的に人民元の通貨圏に組み込んでいくことは経済的にも外交的にも重要になってくる。



春秋航空（毛宣伝部長、湯日本支社営業部長、劉首席マーケティングオフィサー）

〈組織概要〉

中国初の民間航空会社として2004年に設立。海外のローコストキャリアの運営モデルを取り入れながら、独自のモデルを構築（機材や座席を一種類のみとすることで管理補修費の低減を実現など）。中国国内ではソーシャルメディアを通じた企業PRやチケット販売などが話題。

〈懇談内容〉

春秋航空のビジネス概要やマーケティング活動について説明いただいた。

- 中国発のLCC企業。（もとは小さな旅行会社）
- 世界25都市に就航。日本とタイが重要な二本柱。
- 日本とは茨城、高松、羽田など8都市と結んでいる。
- 他社より2割程度安く、機体が新しいことなどが顧客の選択理由となっている。
- 中国でのLCCのシェアは8%。他国の平均は30%程度であり、中国でLCCが伸長する余地はかなりある。
- 春秋航空の定刻出発率は中国で第3位。搭乗率は90%以上で中国で第1位を誇る。
- お客様への還元を第一にコスト低減を常に意識。（本社ビルは大変質素。会長の出張もエコミニークラス）
- ソーシャルメディアでのマーケティングを担当する部署がある。

- 重要な活動案件はスケジュールでしっかりと管理。
- これまでの具体的な活動は以下。
 - ①他の予約客の顔写真が画面上で確認できる予約システムの導入。(了承を得た顧客の写真のみ掲載)
 - 気に入った人の隣の席の予約が可能。(1年間で22万人利用。220万円の収益)
 - ②残席を売り切るための行先不明のミステリーフライトの実施。
 - ③コスプレ客のみが搭乗するコスプレフライトの実施
 - ④結婚相手を探す男女が搭乗する婚活フライトの実施。(これまで7回実施し5組が結婚)
 - ⑤パイロットなどのキャラクターを制作。(キャラクター人形を購入した場合は優先搭乗が可能になる)
 - ⑥他企業からの協賛品をアンケート記入を条件に機内で無償配布
 - ⑦機体デザインをユーザー投票で決定
 - ⑧イケメンパイロット達の半裸のカレンダーの制作
 - ⑨春秋航空のファンクラブ「春巻クラブ」の開設。(顧客の繋ぎとめのため。コアな会員は2200人。そのフォロワー的会員が2万人程)
- これら様々な活動の背景には「お客はいつまでも自分たちのお客ではない。自己満足はしてはいけない」という意識がある。



◆10月15日（土）

上海梅龍鎮伊勢丹（相川総務部長）

〈組織概要〉

1997年創業。

〈懇談内容〉

上海伊勢丹を取り巻く環境について説明いただくとともに店内をご案内いただいた。

- 上海伊勢丹の売場面積は1.5万㎡と最近のショッピングモール(10万㎡クラス)と比較するとコンパクト。
- 上海伊勢丹を取り巻く環境は厳しい。
 - ①大型商業施設が次々と作られる。
 - ②ネットショッピングがとても盛ん。
 - ③高級ブティックなどの専門店への顧客の流出。

