

# 上海スタディ・ミッション 実施報告書

2018年9月5日(水)－8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、9月5日から8日にかけて日本の企業関係者によるスタディ・ミッションを上海に派遣した。

本ミッションでは、上海の有力メディアとのネットワーク構築ならびに中国の最新のメディア事情の把握、中国の消費動向やAIなど最先端技術の活用状況などを理解することを目的としている。

訪問先・交流先は、上海メディア、上海市政府部門、上海市政府関係研究機関、中国企業など。

ミッションへの参加企業は、ANA ホールディングス、清水建設、パナソニック、日立製作所、ミズノの5社。

※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》

### 9月5日(水)

- 16:00 上海市人民对外友好協会への訪問
- 18:00 上海市人民对外友好協会主催夕食会

### 9月6日(木)

- 10:00 上海市新聞弁公室表敬訪問
- 11:00 上海市城市企画館見学
- 14:00 上海市商務発展研究中心でのレクチャー  
(テーマ：中国の消費動向ならびにメディア動向)
- 18:00 上海有力メディア記者との懇談会（解放日報、東方網、上海日報）

### 9月7日(金)

- 10:00 盒馬(フーマー)鮮生 訪問
- 13:30 蘇寧易購 訪問（蘇寧の宣伝広報活動紹介）
- 15:30 深蘭科技 訪問（自動運転やAI、生体認証技術等の紹介）
- 18:00 上海市人民对外友好協会主催夕食会

### 9月8日(土)

- 午前 市内視察

以 上

## 《参加者》

(敬称略・社名五十音順)

ANA ホールディングス	グループ経営戦略室 経営企画部	島本 慎吾
清水建設	コーポレート企画室副室長 兼 コーポレート・コミュニケーション部長	栗本 尚幸
パナソニック	国際渉外部 担当部長	野見山 亘
日立製作所	ブランド・コミュニケーション本部長	平野 泰男
ミズノ	コーポレートコミュニケーション部 課長	小山 弘之
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
経済広報センター	国際広報部主任研究員	山本 幸恵
日中交流機構	プロデューサー	弓長 国華

以 上

## 《訪問概要》

### ◆9月5日（水）

#### 上海市人民对外友好協会（曹処長、徐副処長）

##### 〈懇談内容〉

上海市の発展の状況や上海市と日本との関係等について説明いただいた。

-2013年から2017年までの上海市のGDP成長率は平均7.1%。新規の雇用も毎年60万創出され、安定的に経済が発展している。

-航空・宇宙など国の重大科学技術分野への上海の貢献は大きい。

-教育、文化、医療、情報化など都市のサービス機能は大幅に向上する一方、急速に進む高齢化への対応が今後の課題。

-上海は5つのセンターの建設を推進中。（国際経済センター、国際金融センター、国際貿易センター、国際運輸センター、世界的に影響のあるイノベーションセンター）

-昨年、上海市は4つのブランド構築を目指すことを発表。（上海サービス、上海製造、上海ショッピング、上海カルチャー）

-上海市にとって2018年の最重要イベントは11月5-10日に開催予定の中国国際輸入博覧会。各国政府トップを招待する国を挙げての一大イベント。

-2017年12月までの日本からの対上海累計投資額は264億ドルで国別で2位。

-上海に居住している日本人は4.6万人。（2000年時点では8千人）

-上海市人民对外友好協会は日本との経済交流や日本の各自治体との交流、文化面での交流等を積極的に行っている。



◆9月6日（木）

上海市新聞弁公室（徐主任、楊処長、ヨウ局員）

〈懇談内容〉

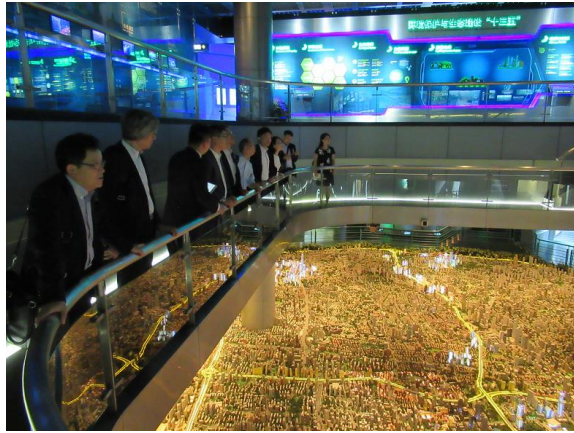
徐主任より主に以下の内容につきお話いただいた。

- 日中関係強化は大変重要であり、その中で企業が果たす役割は極めて大きい。
- 相手の国の企業の製品を使うことが国と国の相互理解促進につながる。
- 2010年の上海万博での日本パビリオンの展示を見て中国の若者は日本への理解を深めた。
- 上海は都市マネジメントについて日本からより多くのことを学ばなくてはならない。特にごみの分別回収については関心が高い。
- アプリやSNSを通じたニュース配信が増加してきており、伝統的メディアも対応を迫られている。上海最大のメディアグループである上海報業集団も現在は収入の半分がニューメディア関連。高齢者もニュースを新聞ではなく、ウィーチャットで見るようになってきている。



## 上海市城市企画館見学

上海市の都市計画や地理的特徴、過去からの歴史などについて映像や展示物を用いて詳しく説明いただいた。



## 上海市商務発展研究中心（朱主任）

### <懇談内容>

中国の消費動向やメディアの動向について説明いただいた。

- 2018年1-6月の中国の消費総額は18兆円で前年同期比9.4%増加。増加率は前年と比べ1ポイント減少。米中の貿易紛争の影響などもあり、下半期は更に減速の見込み。
- 上半期のオンラインでの小売総額は29.8%増加。社会全体の小売総額に占める割合は17.4%に。
- 中国の都市別の小売総額では、内陸部の都市(重慶、成都、武漢)の伸び率が高い。
- 上海では化粧品、スマート家電などの消費が旺盛。特に日本製のスマート家電への需要が強い。
- 90年や2000年以降生まれの若者層の消費意識は、「ハイテク好き」「クリエイティブなものが好き」「ブランドロイヤリティが低い」。イデオロギーに無縁で自由にモノを消費する。貯金をあまりせず購買意欲が高い。アニメや漫画を通じ、日本文化を学んでいる。日本の芸能人とコラボしたイベントなどは効果的かもしれない。
- 住宅のリフォームに関する製品への需要は今後伸びる。日本のブランド力が生きるエリア。
- 上海の消費総額の6割はサービス消費、4割がモノの消費。モノの消費の増加は限界に近づきつつあり、今後はサービス消費が伸びていく。
- アディダスは上海で新商品の発表を行っており、上海の若者から大きな支持を得ている。日本企業も見習うべき。



- 中国のモバイル決済利用者数は17年は5.62億人で18年は6.5億人に達する見込み。
- 上海では現在、宅配業の人手不足には陥っていないが、物流倉庫が足りなくなっている。土地代が高いため倉庫は江蘇省などへ移転せざるを得なくなっている。その結果、輸送コストが増加してしまっている。
- 米中の貿易紛争は、経済面での最大の不確定要素。グローバルサプライチェーンへの影響が大きく、中国のみならず日本へも悪影響が及ぶ。
- 中国の消費市場の課題としては、「価格に見合っていない商品やサービスが存在している」「ブランドの多様性が少ない」「商品により品質のばらつきが大きい」といった点が挙げられる。
- モバイルメディアの増加により、伝統的メディアは減少の傾向。



## 上海有カメディアとの夕食懇談会

### 【参加メディア】

解放日報、東方網、上海日報

### 〈懇談内容〉

記者からは日本企業の品質や細部への拘りについて深く感銘を受けている旨、話があるとともに、災害時において企業が果たす役割がどのようなものかについて質問が出された。

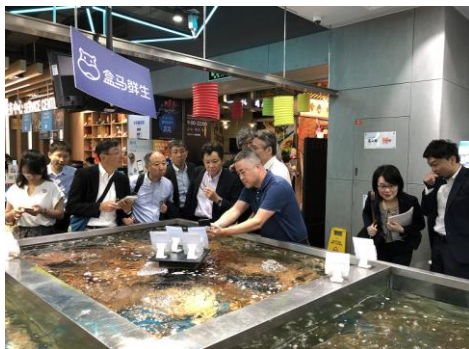
## ◆9月7日（金）

### 盒馬(フーマー)鮮生

### 〈内容〉

フーマーの概要や店舗運営について説明いただいた。

- フーマーは現在、上海に19店、全国に65店展開しており、今後も出店を拡大していく予定。
- 商品札にあるQRコードを読めば産地や生産日や消費期限などの商品情報がスマホ上で確認できる。
- 乳製品や野菜などは基本的には当日仕入れたもののみを販売している。
- ネットで注文をし、届け先が店舗から3km以内であれば、商品は30分以内で届けられる。この点が消費者からの評価が高い。
- ネットで注文が入ると店舗のスタッフが商品を棚からピックアップし、専用の袋に入れる。その袋は店内のコンベアにかけられ配送スタッフに渡される。配送スタッフはバイクで商品を顧客に届ける。
- 店舗よりもオンラインでの売上の方が大きい。
- オンライン販売での利便性の高さや商品の新鮮さなどが受けてフーマーは消費者から高く支持されている。
- 店内での支払いは客が自分で商品をバーコードスキャンし金額を確定させた上でアリペイか現金を選択する。



## 蘇寧易購

### 〈懇談内容〉

蘇寧の概要やブランド構築活動、ラオックスの概要について説明いただいた。

-蘇寧は1990年に家電小売店としてスタート。

-2017年の中国民間企業ランキングでは500社中2位。

-現在、以下の8つの事業分野でビジネスを展開。

#### 1) 小売り

- ・オフライン、オンライン双方で展開。
- ・オフラインの店舗数は現在5000以上。2020年までに3万店を目指す。
- ・オンラインの売上高の伸び率は業界1位。売上金額は業界3位。09年からオンライン販売を実施しており、他社より先んじている。

#### 2) 物流

- ・09年より物流網を整備。現在国内2800箇所に倉庫があり、多くのエリアで当日配送を可能にしている。

#### 3) 金融

- ・3年前より開始。インターネットファイナンスや銀行業、保険商品の販売等を行っている。

#### 4) テクノロジー

- ・18年年初より開始。自社の発展に不可欠な技術の研究開発を中国国内やシリコンバレーなど世界5か所の拠点で実施している。

#### 5) 不動産

- ・商業施設やホテル、ゴルフ場等を手がけている。中国国内で10位に入るビジネス規模。

#### 6) コンテンツ

- ・スポーツ番組、ライブ放送、映画などをオンラインで提供している。

#### 7) スポーツ

- ・サッカーの国内スーパーリーグのチーム(江蘇省)を保有したり、16年にはイタリアのインテルミラノのオーナーになったりしている。
- ・これらは我々の重要顧客である若者層を取り込むために実施している。

#### 8) 投資

- ・アリババとの株の持ち合いや広州恒大との提携など30件500億元の投資を行っている。

-これらの多角化は中核の小売を発展させるために実施している。

-蘇寧ブランド構築のために以下の活動を実施している。

#### 1) 顧客の嗜好を把握・分析しブランド戦略を立案。

#### 2) イベント開催などのプロモーション活動を実施。

#### 3) 蘇寧と関係のある全世界3500社に対して戦略的にニュースを発信。

#### 4) CMやSNS上での蘇寧のビジュアル(見え方)をデザイン。

- 5) SNS 対応の専門部署を設置し、ウェイボーやウィーチャットなどに会社の公式アカウントを開設して情報を発信。
  - 6) 中国全土を 46 のブロックに分けて、地元メディアとのコンタクトなど地域ごとにきめ細やかな対応を実施。
- 11 月 11 日「いい買い物の日」など年間の重要な節目の日に合わせたプロモーションやアップルなど重要アイテムを提供するメーカーとのコラボの広告を出すなどしている。
- 話題作りや若者層の取り込みのために自社の独自キャラクターを作っている
- 顔認証で決済可能な無人店舗や無人の倉庫もある。
- CCTV など伝統メディアとのコラボを行う一方、ネットメディアへのアプローチも強化するなど複数のチャンネルでメディア対応を行っている。
- ラオックスのビジネスとしては、日本から中国への物品の越境ビジネス(年間 1.4 兆元)と訪日中国人旅行客の消費(年間 0.8 兆元)のうちそれぞれ 1%のシェアを取ることを常に考えている。
- 越境ビジネスの形態は以下。
- 1) 越境貿易 (B2B) [日本]
  - 2) 一般貿易 (B2B) [上海]
  - 3) 越境 EC (B2C) [深セン]
  - 4) ライブコマース\* (B2C) [香港] \*ライブ動画を見ながら商品購入を行うこと
- このうちライブコマースは 90 年以降生まれの若者を中心に利用が多く、収益性の高いビジネス形態。
- 訪日客向けには、商品を受け取る場所により価格を変えている。(店頭受け取り 20%割引、空港や港での受け取り 10%割引、自宅受け取り 20%割増など)



## 深蘭科技(ディープブルーテクノロジー)

### <懇談内容>

深蘭科技の会社概要や技術開発の状況について説明いただいた。

- 2014年に設立。海外在住経験のある博士号取得者が創設メンバー。
- 会社目標は「プラットフォーム型世界的AIメーカーを目指す」。
- 現在、社員の博士号取得者は100名弱、修士号取得者は100名以上。
- 注力分野は、「自動運転および車両開発」「AIロボット」「生体認証」。
- 国際的な学会やイベントに積極的に参加している。
- インテル、マイクロソフト、グーグルと共同研究を行っている。
- 自動運転のバスは会社設立前の08年から研究を行い、一部地域で実用化している。
- 自動運転の車両に無人コンビニ機能を持たせた「パタヤ」は実用化済み。海外の有力企業と競争するには、先に実用化にこぎつけることが重要。
- 静脈認証の自動車のキーは盗難防止にもつながることから中国のカーメーカーが採用している。
- 工事現場などの作業員のヘルメット装着や喫煙行動をチェックするための管理モニタリングツールを実用化している。
- ロボットでは、「ホテルのルームサービスロボ」「掃除ロボ」「パトロールロボ」「自立式販売ロボ」などを開発している。

