

■ 2019年度 年報



2020年 3月

公益財団法人群馬県産業支援機構上海代表処
(群馬県上海事務所)

■活動状況

群馬県では、「観光誘客の促進」「農畜産物等の販路拡大」「企業のビジネス展開支援」を三本柱として、平成24年3月に「東アジアの活力を取り込むための経済戦略」として群馬県国際戦略を策定し、戦略推進のための海外拠点として上海事務所を設置した。

当事務所は、中国(香港・マカオを含む)において本県経済の地位を高めるため、観光誘客、県産品販路拡大、県内企業のビジネス展開支援、本県情報の発信の4つを主な業務として活動している。また、平成26年度から、要請があった場合には、台湾においても、観光プロモーションや旅行会社訪問、物産展出展や商談会参加等を行っている。

現在抱えている主要課題として、新型肺炎の感染拡大により、国際間の行き来が強く制限され、観光誘客が困難になっていること、そして、中国本土においては原発事故による本県食品の輸入禁止措置が継続されており、食品の販路拡大活動が事実上行えなくなっていることがあげられる。

1 事務所利用状況

内 容	件 数	備 考
訪問件数	183	旅行会社、小売業者、県内企業 他
来所件数 (利用人数)	98 (434)	県内企業、流通業者 他

2 業務別の状況

(1) 観光誘客の推進

(1)－1 現状

中国からの2019年の訪日外客数は前年から14.5%増と大幅に増加し、全市場を含め初めて950万を超え、過去最高を記録。5年連続で最大の訪日旅行市場を維持している。

【中国人訪日外客数(ビジネス客/親族訪問客等含む)】 (JNTO) (人)

年	2019	2018	2017	2016	2015	2014
客年計	9,594,300	8,380,034	7,355,818	6,373,564	4,993,689	2,409,158

【群馬県への中国人宿泊者数】 (観光庁 宿泊旅行統計) (人)

	2019 (速報値)	2018	2017	2016	2015	2014
年計	37,350	32,370	24,590	22,540	15,660	8,730

日本政府観光局(JNTO)によると、2019年の訪日外客数は前年比2.2%増の3,188万2千人で、JNTOが統計を取り始めた1964年以降、最多となり、韓国を除く19市場で過去最高を記録した。

中国からの訪日旅行者数は、航空路線の新規就航、増便等に伴う航空座席供給量の拡大に加え、2019年1月から開始された個人ビザの発給要件緩和の効果もあり、すべての

月で同月過去最高を記録した。本県への中国人宿泊者数についても、ここ5年間で4倍以上となっている。

JNTOでは、訪日市場全体を牽引する中国市場におけるFIT化の進展を踏まえ、JNTOでは、訪日旅行プロモーションにおいても個々のニーズに沿った多様な日本の魅力を発信する「深度游（個別テーマ性のある旅行）」キャンペーンや、インフルエンサーによる情報発信などの取組を進めてきたが、その効果もあったものと考えられる。

本県における観光誘客については長らく、主要な団体ルートから外れていることや中国人に対する知名度がまだ低いこと、公共交通が利用しにくいことなど、インバウンド受入に向けた情報不足やインフラの未整備が大きな足かせになってきた。しかしながら、上述のような訪日リピーターの拡大に伴い、訪日目的の深化や訪日場所の多様化が進行する中、草津温泉を中心とした温泉やスキーなどの旅行商品ニーズが急速に高まってきており、今後の更なる増大が期待される場所である。

しかしながら、2020年に入り、世界各国での新型肺炎の感染拡大により、国際間の移動が強く制限される事態となり、日本への誘客活動が困難な状況が継続している。長期化による影響拡大が懸念される場所である。

○ 活動の重点方針

2019年度は、①ツアー造成に向けた具体的な商談が出来るよう、県内事業者と一緒に現地旅行社へアプローチする、②上海で最大の旅行博である「上海世界旅遊博覧会（SWTF）」をはじめとした観光展示会に積極的に出展する、③東京からの近さを武器に、温泉王国、スキー天国を前面に出しつつアピールする、④一般市民向けには、ぐんまちゃんも活用しながら、SNSにより楽しく知名度を向上する、という方針で取り組んだ。

(1)－2 個別的な業務内容

① 旅行会社との商談・個別訪問

個人所得の高い地域で行われる商談会参加、有力旅行社訪問などにより、本県観光を直接PRした。特に、今年度は多くの県内事業者が中国を訪れていただけたことから、効果的にセールスを実施できた。なお、初の試みとして、北京の旅行社と連携して県独自の商談会「群馬温泉ホテル商談会」を北京市で開催した。

- ・上海市（旅行社訪問、JNTO ビジットジャパン商談会、JNTO 観光スノー商談会）
- ・北京市（旅行社訪問、JNTO 観光スノー商談会、群馬温泉ホテル商談会）
- ・香港（旅行社訪問）
- ・広州市（旅行社訪問、JNTO スノー商談会）
- ・青島市（JNTO 訪日商談会）

② 観光イベントへの出展等

中国の旅行会社との新たな出会いを求めるとともに、一般旅行者へ向けて本県の観光PRを行うため、各種観光イベント等に出展（主催開催含む）した。

- ・「上海国際旅遊博覧会 2019」（4月 上海市：北関東連携）
- ・「ITB チャイナ 2019」（5月 上海市：JTBブース内）
- ・「EGL ツアーズ 33周年パーティ」（5月 香港）
- ・「JNTO主催訪日旅行セミナー」（6月 南京市）
- ・「香港国際旅行展示会」（6月 香港：北関東共同出展）
- ・「北京国際旅游博覧会」（6月 北京市：クレア北京日本パビリオン）
- ・「アジアパシフィックアウトドア産業展覧会」（6月 南京市）
- ・「HIS 上海との合同観光イベント」（7月 上海市）※主催開催
- ・「YOHOOO（若者のファッション・カルチャーイベント）」（8月 上海市）
- ・「国際冬季運動博覧会」（10月 北京市）
- ・「中国銀行 VISA 冬季五輪カードイベント」（12月 上海市）
- ・「クリスマススキー抽選会」（12月 上海市：群馬県、長野県、福島県、黒桃スキークラブ）※主催開催

③ 旅行社の本県招聘

スノーアクティビティを取扱う旅行社やスキークラブを本県のスキーリゾート地へ招聘（9月、2020年1月）し、現地視察していただき、スキー商品造成に結びつけた。

④ SNSによる情報発信

中国人が情報収集に多用している微博（ウェイボ）、微信（ウェイシン／ウィチャット）というSNSにより観光情報の提供を積極的に行った。内容も読みやすいよう工夫するとともに、微博日本と連携したKOLによる発信キャンペーン等により、大幅にファンを増やした。

⑤ 上海事務所活用セミナー

県内事業者等へ当所を活用した中国におけるインバウンドの取組を促すため、所長の一時帰国時に、県内の観光事業者、市町村担当者を対象とした中国におけるインバウンドの取組セミナーを開催した。

【観光誘客活動実績】

内 容	件 数	備 考
事業所等訪問件数	88	
” 来所件数	27	
観光展等出展件数	14	※クレア出展スペース内自治体ブースでの観光宣伝も含む
ツアー造成件数	74	
ぐんまちゃん活動延べ日数	12	



【香港国際旅行展示会（北関東共同出展）】

(1) - 3 今後に向けた課題と方策

① ツアー造成について

- ・ 新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、2020年2月以降は失速したにも関わらず、当事務所が働きかけた結果、造成につながったツアーは74件にのぼった。これは、県内事業者とともに、積極的な旅行社への営業活動を行った成果と考えられる。
- ・ しかしながら、新型コロナウイルスの影響は長引いており、当面、インバウンドの取組は控えざるを得ない状況となっている。

② 2020年度に向けた考え方

- ・ 新型コロナウイルス感染が終息し次第、県内事業者にも呼び掛けて、プロモーション活動を再開する。
- ・ 中国の旅行会社へのこまめな訪問、情報提供を引き続き実施する。ツアー造成に向けた具体的な商談が出来るよう、県内事業者（県内ランドオペレーターを含む）との同行セールスの機会を増やす。
- ・ 上海で最大の旅行博である「上海世界旅遊博覧会（SWTF）」をはじめとした観光展示会に、引き続き出展する。
- ・ 東京からの近さを武器に、「温泉王国、スキー天国」を前面に出しつつ、大自然、体験型アクティビティなど、群馬らしさを訴え、商品造成へのアプローチを行う。
- ・ 一般市民向けには、ぐんまちゃんを活用しつつ、SNSにより、楽しく知名度を上げる取り組みを更に強化する。

(2) 県産品販路拡大

(2)－1 現状

- ・中国では、急速に増加する富裕層や中間層が、自家用車やマンションを所有し、海外旅行へも気軽に行き、高級レストランで食事するなど、高品質の物やサービスが選択されるようになってきている。
- ・「健康」、「安全」が中国における消費のキーワードとなってきていることや、日本を訪れた若年女性からの支持により、日本製の化粧品、薬などへの人気根拠が根付いている。
- ・最近では、自分の生活の「中身」を充実させたいという若い世代の需要に応え、ブックカフェやおしゃれな雑貨・文具などを扱うセレクトショップ等が急激に増加しつつあり、生活雑貨・文具類にも商機が生まれている。

(2)－2 個別的な業務内容

① 現地企業との商談・個別訪問

県内事業者へ取扱商品に関心のありそうな現地商社・店舗を紹介するとともに、商談を調整、同行支援した。

② 物産展・展示会への出展支援

現地のデパートや展示場で開催される関連イベントへの出展支援を行い、群馬県産品等をPRした。

- ・「上海伊勢丹ジャパンフェア」(7月：お香、桐生織製品)
- ・「日本精品展」(7月：上海市 お香、桐生織製品、化粧品・洗剤類)
- ・「北京国際園芸博覧会」(8～9月：北京市 桐生織浴衣)
- ・「上海伊勢丹ジャパンフェア」(1月：お香、桐生織製品化粧品、洗剤類)

【県産品販路拡大活動実績】

内 容	件 数	備 考
事業所等訪問件数	37	貿易、小売等企業関係者
〃 来所件数	38	
物産展等出展	3	
商談件数	14	県内進出企業、県内企業
照会件数	62	
取引に結びついた件数	10	



【伊勢丹ジャパンフェア】

(2)－3 今後に向けた課題と方策

- ・ 県内事業者に中国市場へ目を向けていただく機会であった華東交易会（20年3月）が新型コロナウイルスの影響で延期となってしまった。一時帰国の事業所訪問などを通じて、中国のマーケットの魅力や動向を伝えることで、県内事業者の掘り起こしを図る必要がある。
- ・ 本県食品の輸入禁止解除については、未だ見通しが立っていないが、解除後にすぐに対応をとれるよう、情報収集と事業者との関係づくりを行っていく。

(3) 県内企業のビジネス展開支援

(3)－1 現状

- ・ 本県製造業はほとんどが部品や素材であるため、中国進出に際してはあらかじめ主要取引先が決まっている場合が多いが、進出後新たに販路開拓をする例も多く見られる。この場合、価格と品質などの点から完全なローカル企業ではなく、日系を含む外資系企業の現地法人向けが主力となっている。

2015年に「中国製造 2025」が国務院から発表され、国内のみならず世界からも注目されている。省エネ、自動車や産業用ロボット等 10分野の発展を促すことにより、2025年までにこれまでの「製造大国」から、技術力や開発力を伴う「製造強国」にモデルチェンジする構想で、イノベーション能力の向上・製造業と情報技術の融合・品質とブランド力の強化——などの実現を目標に掲げ、中国の製造業は当該分野については日本も含めた世界の先進企業との連携を模索しており、本県製造業においてもこの潮流を注視し、合作や技術提携などのビジネスチャンスを探る必要がある。

- ・ 製造業の新規進出案件はほぼなくなっているが、貿易、レストラン、介護など非製造業の進出企業が出てきている。

(3)－2 個別的な業務内容

① 県内企業への訪問・交流会

中国へ進出しているサンデン、ミツバ、日本精密測器など県内企業を訪問し、中国

でのビジネス活動の概要、課題等について意見交換した。また、他自治体事務所と協力し中国在住企業による交流会を開催した。

② 新型肺炎関係の情報提供

年明けからの新型肺炎感染の広がりを受け、中国政府等から次々と感染予防措置等が通知されるとともに、一部ではデマ情報も流れ、情報上の混乱が生じたことから、県内企業・県人会に対して、適切な情報提供を行った。

③ 縦三県（新潟・群馬・埼玉）連携事業

上海において、「三県合同企業ネットワーク交流会」を開催し、企業間のネットワークづくりを支援した。

④ 群馬県人会での情報交換

群馬県人会（上州からっ風会）において、県内企業関係者、県出身者等と情報交換を行った。

⑤ 各種相談への対応

進出県内企業からの集客、求人、PR、知的財産、取引先紹介等の相談に対応した。

【ビジネス展開支援活動実績】

内 容	件 数	備 考
事業所等訪問件数	26	県内進出企業、県内企業、関連企業
〃 来所件数	20	
相談・情報提供件数		
県等からの案件	15	
企業からの直接案件	67	
商談件数		
県等からの案件	5	
企業からの直接案件	0	
取引に結びついた件数	0	

(3)－3 今後に向けた課題と方策

中国経済は新型肺炎の感染の影響で大きな影響を受けている。しかしながら、世界中でこれ以上の市場はなく、その重要性は変わりがない。このことを踏まえつつ、引き続き、現地ネットワークを活かして、法律、会計、人材確保等、適切な情報提供及び支援をしていく。

4 本県情報の発信

・中国人はビジネスや情報収集のほとんど全てをスマートフォンで行っている。中国内では公共で Wi-Fi 環境整備が進み空港、駅、ショッピングモールや飲食店の多くで接続することが可能で地域によっては路線バスやタクシー内においても Wi-Fi が接続できる。スマートフォンを利用した国民の web 活用度は日本よりもかなり高い。

・媒体とすると、中国独自の SNS である微博（ウェイボ）や微信（ウェイシン／ウィチャット）の利用者が多いことから、微博、微信を活用して頻繁に情報を発信するとともに、フォロワー数を増やすため、イベント時の登録呼びかけや微博日本とのコラボ企画等を実施した。2018 年 9 月から 1 年間の微博フォロワー増加数は、本県が全国都道府県で 4 位（+14,894 人）になった（コンサルティング会社（株）オーエスによる調査）。

【情報発信活動実績】

内 容	件 数	備 考
事務所ウェブサイト更新数	17	
微博更新数	470	
微信更新数	21	
ウェブサイトアクセス数	147,684	年間合計
微博ファン数	49,401	前年比+13,793
微信ファン数	4,950	前年比+1,136
その他情報発信回数	6	
マスメディア等への露出回数	3	

5 その他友好交流事業等

(1) 県内市町村の交流支援

4月15日に太田市長が上海市嘉定区を訪問し行われた青少年交流都市宣言の締結式に参加した。

(2) 中国国立シルク博物館との交流

かねてから交流が続いている同博物館からの招待を受け、12月5日国際シルク連盟 成員大会、同6日国際シルク博覧会開会式へ出席した。

(3) 県議団による視察

11月13日～15日行われた自民党群馬県連商工議連による上海・杭州の視察に随行した。

■事務所概要

名 称 群馬県上海事務所

(登記上の正式名称：日本公益財団法人 群馬県産業支援機構上海代表处)

住 所 〒200336

上海市長寧区延安西路 2201 号 上海国際貿易中心 2410 室 67 m²

TEL+86-21-5290-6218 FAX+86-21-5290-6905

e-mail gunma.pref@gunmash.cn

職 員 3名(日本人2名、中国人1名)

所 長 永井 浩二

副所長 鎗木 あゆみ

秘 書 戴 暁文(～8/2)

陶 宜寧(8/5～)

