

■ 2017 (H29) 年度 年報



2018 (H30) 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、その中国拠点として当事務所を設置した。そして、国内外の情勢変化を踏まえて補強された第2次国際戦略を平成28年3月に策定した。

この国際戦略の下、当上海事務所は中華人民共和国（香港・マカオを含む）を主な担当区域としてスタートし、平成26年度からは台湾も必要に応じて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などに関わっている。

主な業務としては、中国各地域に向けて群馬県の観光、県内産品、県内企業活動等、本県に関する各種情報を発信することにより、成長著しい中国市場において本県経済の地位を高めることを狙いとしている。

ただし、本県産の農畜産物及び加工食品については、いまだに中国本土（香港・マカオを除く）においては福島原発事故以来の輸入禁止が継続されているため、情報提供や意見交換等の輸入規制解除後に向けた準備的な業務内容になっている。

1 事務所利用状況

内 容	件 数	備 考
訪問件数	236	旅行会社、流通業者、県内企業 他
来所件数	174	県内企業、業務関連 他
(利用人数)	(922)	

訪問先は、本県の宣伝活動や情報収集のために旅行会社や貿易関係者、流通関係者、PR事業者など。情報交換や最新の中国での活動状況を知るために県内企業など。

来所者は具体的な業務における打合せ、業務関連事業者との意見交換など。本県関係者として県内企業関係者のほか大学関係者および留学生、県人会会員、業務出張者など。人脈作りの一環として各種セミナーや交流会へも積極的に参加。

2 業務別の状況

(1) 観光誘客の推進

(1)－1 現状

中国からの2017年の訪日外客数は前年から15.4%増と大幅に増加し、初めて700万人代に達し過去最高を記録。3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）】 (JNT0) (人)

年	2017	2016	2015	2014	2013	2012
客年計	7,355,818	6,373,564	4,993,689	2,409,158	1,314,437	1,425,100

【群馬県への中国人宿泊者数】

(観光庁 宿泊旅行統計) (人泊)

	2017 (速報値)	2016	2015	2014	2013	2012
年計	22,910	21,730	15,660	8,780	13,540	6,610

日本政府観光局(JNTO)の集計によると、2017年の訪日外客数は前年比19.3%増の2,869万1千人で、JNTOが統計を取り始めた1964年以降、最多となった。航空路線の拡充やクルーズ船寄港数の増加、査証要件の緩和に加え、これまでの継続的な訪日旅行プロモーションなど、様々な要因が訪日外客数の増加を後押ししたと考えられる。市場別では、主要20市場全てで過去最高を記録。中でも、韓国(714万人)と中国(735万6千人)は全市場で初めて700万人台に達したほか、これに台湾と香港を加えた東アジア4市場は、前年比21.9%増の2,129万2千人となり、訪日外客数全体の70%以上を占めた。

中国の訪日旅行者数は7,355,800人で過去最高を記録、初めて年計で700万人を超えた(これまでの過去最高は2016年6,373,564人)。5月の査証発給要件の緩和に伴う個人旅行(以下、FIT)需要の高まりや、クルーズ船寄港数の増加などを背景に、全ての月で同月過去最高を記録。特にハイシーズンである8月は、全市場を通じて初めて80万人台に達し、単月として過去最高を記録した。

年間を通して毎月50万人以上が訪れ、訪日旅行市場全体を牽引した中国市場では、急速にFIT化が進んでいることから、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強調。「深度游(個別テーマ性のある旅行)」を訴求する広告宣伝や、オンライン・トラベル・エージェント(以下、OTA)と連携したセールスキャンペーン、インフルエンサーを通じた情報発信などにより、地方の魅力を訴求し、より一層のリピーター獲得や、訪日目的の多様化を図っている。

このような状況の中にあつて本県は、主要な団体ルートから外れていることや日本一の草津温泉でさえ中国人に対する知名度がまだ低いこと、更に中国人の個人やグループ旅行者にとってはレンタカーが使用できないこと、公共交通が分かりにくいことなど、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いる。ただ、今年度になって訪日目的の深化や訪日場所の多様化が進行する中、15年日本一を誇る草津温泉をなどへの旅行商品ニーズが徐々に拡大を始めていることが実感できたので、今後の更なる拡大が期待される。

○ 活動の重点方針

2017年度は、引き続き、群馬の知名度を上げるためにあらゆる機会を捉えて宣伝活動を行うこととした。また、ゆるキャラ日本一の「ぐんまちゃん(中国名;群馬宝宝)」を積極的に活用したPRやイベントへの参加、「温泉王国群馬」が印象に残るような効果的なPR方法に重点を置いた。

具体的には、①SWTF観光博覧会出展や上海映画祭参加など有名イベントを積極的に活用した。②中間層以上のある程度資金に余裕のある層や日本旅行が好きな20~30代の女性層をターゲットとした。③上海・北京・広州等沿海部の海外旅行者が多い地域を

重点地域としてPRした。④PRにあたっては、日本を代表する草津温泉、近さと独特の景観で伊香保温泉、アクセスの良さと体験型観光の水上温泉など、まずは温泉県群馬のイメージを高めるよう「温泉王国」を前面に出し、加えて世界遺産、アウトドア（スキー）、グルメなどの情報をきめ細かに提供するように努めた。⑤日本一のゆるキャラ「ぐんまちゃん」を前面に押し出し、各種イベントへの参加、微信のスタンプ作成などにより、「ぐんまちゃん→群馬→温泉」の印象づけに努めた。

(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。

- ・華東地域（上海市、蘇州市）
- ・華北地域（北京市、大連市）
- ・華南地域（広東省広州市、香港含む）
- ・台湾

② 観光イベントへの出展等

各種観光イベントや企業展示商談会等の広報ブースなどに出展し、観光や物産を宣伝した。

- ・「寧波特色文化産業博覧会」（寧波市政府）
- ・「上海国際旅遊博覧会2017」（上海展覽センター：北関東連携）
- ・「金虹橋JAPAN FAIR」（上海市金虹橋）
- ・「J Q S Y 夏祭り」（在上海日本国葬領事館）
- ・「香港国際旅行展示会」（香港：栃木県ブース内）
- ・「北京国際旅遊博覧会」（北京：クレア北京日本パビリオン）
- ・「上海国際映画祭日本週間開幕式」（上海市）
- ・「中国西部観光産業博覧会」（重慶市）
- ・「オバマ広場夏祭り」（上海市）
- ・「広州国際旅遊展覧会」（広州市：北関東連携）
- ・「日本のシルクロード商談会」（上海市：横浜市・沼田市・富岡市）
- ・「群馬県スキー場説明会」（上海市）
- ・「楽SPOフェスタ」（上海市）
- ・「みなかみ物語」（台湾台南市）
- ・「天皇誕生日レセプション」（上海市）
- ・「日本スキーリゾート説明会」（上海市：北海道・福島県・長野県・群馬県）
- ・「クリスマスプレゼント交換会」（上海市）
- ・「林竹温泉展・温泉巡礼」（上海市）
- ・「みなかみ町台南イベント」（台湾台南市）
- ・「温泉イベント」（上海市極楽湯）

- ③ 「ご当地キャラクター人気投票インチャイナ」参加（群馬宝宝 優勝）
中国で初めて実施された当該イベントにエントリーし、ぐんまちゃん（群馬宝宝）が第1位となり、日中両国のメディアで多数報道された。
- ④ 「ぐんまちゃんお誕生日会」開催
上海高島屋と共同して、第2回目となる「ぐんまちゃんのお誕生日会」を開催。ダンスチーム舞廊、LIMO、ワービットと連携して実施。
- ⑤ 「動く！ぐんまちゃんスタンプ」配布
中国版LINEである「微信」の当事務所アカウントのフォロワー拡大対策の一貫として、「動く！ぐんまちゃんスタンプ」を配信。フォロワーが大幅に拡大した。
- ⑥ インターネットの活用
中国人は情報収集には必ずスマホなどを使ってインターネットを活用するため、ネットでの情報提供を積極的に行いフォロワーが大幅に拡大できた。
- ・ 事務所ウェブサイトでの本県観光情報提供
 - ・ 微博（ウェイボ）、微信（ウェイシン）など中国特有のツールを活用
 - ・ 上海Visit Japan推進会が運営する「日本轻奢游（JQSY）」による情報発信

内 容	件 数	備 考
事業所等訪問件数	80	
” 来所件数	62	
観光展等出展件数	21	※ジェットロ等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	10	
ぐんまちゃん 活動延べ日数	28	

(1)－3 今後に向けた課題と方策

① ツアー造成について

- ・ 当事務所が、働きかけた結果で造成につながったものは延べ10件であった。特に本年度は草津温泉の著名ホテルとの連携で数多くの商品が造成され、多数の送客ができた。
- ・ 個人旅行が中心の香港、台湾については短期間での東京－群馬の温泉等個人向けパッケージ商品がすでに多くできている。上海も昨年個人旅行が半数を超え、更に拡大していることから、個人向けパッケージ商品の造成促進に努めたい。

②2018年度に向けた考え方

- ・ 本県観光地の特性から、格安団体ツアーの誘客よりも今後有望な個人旅行客の獲得が重要である。客単価も高く懸念されるマナーも問題が少ない。
- ・ 日本一の温泉王国と「ぐんまちゃん」を前面に打ち出しつつ、すき焼きやフルーツなどの美食、世界遺産「富岡製糸場」、大自然、ゴルフなど、群馬らしい商品造成へのアプローチを行う。
- ・ 上海で最大の旅行博である「上海国際旅遊博覧会（SWTF）」に、関東地域の在中國事務所と連携しながら、引き続き出展する。
- ・ 中国の旅行会社への対策としては、日本語であっても詳細な旅行関係雑誌の提供、受入可能な旅館ホテル・ゴルフ場などの個別情報、群馬の観光パンフレットの提供など、地道に群馬県の魅力と具体的な情報をきめ細かく伝えることとする。
- ・ 北京オリンピックに向けてスキーブームが盛り上がりつつあるので、「週末スキーは、東京から近い群馬！」を売り込み、グループ送客やツアー造成を推進したい。
- ・ 市民向けには、ぐんまちゃん、ウェブやSNSを活用するなど、楽しく知名度を上げる取り組みを更に強化する。



【「ご当地キャラクター人気投票インチャイナ」優勝：表彰式（東京）】

(2) ビジネス支援・販路拡大関係

(2)－1 中国マーケット・ビジネス環境の概要

① 中国の高級品市場について

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を選択している。

日本の工芸品等はこれらの層が多く購入し、一部ではバブル崩壊を懸念する声もあるものの、当分の間は中国人マーケットは継続して拡大するものと考えられる。

「本物」、「健康」、「安全」などが中国社会のキーワードと言えるが、中国人の感性に訴えるとともに所有欲を満たし面子も保てるものが有効である。最近では鉄瓶や九谷焼をはじめとする日本の工芸品がよく売れている。また、若年層女性の訪日客が拡大する中で、化粧品、日常薬品などの美容や健康に関連する日用商品が人気であった。

② 製造業を取り巻く環境について

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。

③ 食品加工業について

日本における加工食品企業の高い技術を嚮望する中国企業が多く、ライセンス契約を含め、合併企業による進出もできる可能性はある。

南京・上海に製麺工場、青島に漬物業、大連にこんにやく加工の県関連企業の工場があり、各社と協力しながら商談や販売促進を重ねている。

(2)－2 県内企業への訪問・交流会

華東地域や華南地域等、中国へ進出しているサンデン、MITSUBA、太陽誘電、新進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、群馬銀行と共催で中国在住企業による交流会を開催した。



【青島新進三通商貿有限公司(新進)による漬物の原材料の栽培風景】

(2)－3 主なビジネス支援の取り組み

① 第1回日本蕭山企業商談交流会

上海グレートファンドの協力により、群馬県・大阪府・横浜市・福岡県の各上海事務所と共催で「第1回日本・蕭山企業商談交流会」を開催した。

② 食品関連企業

新進については、ハウス食品、蘇州泉屋と連携した販売促進イベントを開催し、また、こんにやく加工のアイエーフーズ、製麺のクリタ食品の現地法人には商談支援するなど、中国国内での販路拡大を支援した。

③ 造園建設業関連企業

日本造園建設業協会群馬県支部については、植木類の販路開拓にあわせて商談を進めてきた日本式庭園（足湯温泉等）の設計監督業務について契約の目処が立った。今後は、この事業を足ががりに更なる業務拡大を期待している。

④ 日本商品大連地区巡回展

大連在住本県関連企業と連携して、初めて日本商品大連地区巡回展に出展した。縦三県（新潟・群馬・埼玉）合同の企業交流会も併せて開催した。

⑤ 縦三県（新潟・群馬・埼玉）連携事業

大連及び上海において、三県合同セミナー及び交流会を開催し、情報交換を行った。

⑥ 重金属抑制特殊肥料製造

重金属対策の特殊堆肥製造で、中国企業と群馬大学が技術提携をして順調に実績を積み重ね販売が始まろうとしている。

【企業のビジネス展開支援】

内 容	件 数	備 考
事業所等訪問件数	54	県内進出企業、県内企業、関連企業
〃 来所件数	46	
相談・情報提供件数		
県等からの案件	9	
企業からの直接案件	16	
商談件数		
県等からの案件	6	
企業からの直接案件	10	
取引に結びついた件数	5	

(2)－4 主な県産品の販路拡大支援

県内企業関連製品の中国における販路拡大であるが、大きく分けて企業間取引（BtoB）、消費者販売（BtoC）に分類できる。中国での販路開拓支援については特に分けることなく案件があれば積極的に対応した。

① 昆山ブランド産品輸入交易会

ジェトロ上海が設置した日本ブースに、県産品の高崎だるま、こんにやくスポンジを展示した。

② 県産植木類・原木

県産植木類や原木の輸出拡大を図るため、アイザック、日本造園建設業協会群馬県支部、ジェトロ、希望する他自治体との情報交換を行った。県産植木類については中国輸出が実現できた。

③ ぐんまちゃんグッズ

ぐんまちゃんが「ご当地キャラクター人気投票インチャイナ」での優勝を契機として、正規に輸入する中国企業との契約が整い、上海市、蘇州市でぐんまちゃんグッズの販売が開始された。

④ 華東進出口商品交易会

県工業振興課が華東進出口商品交易会に群馬県ブースを設置し、三田三昭堂、ほんやら堂、BMZ、悠々庵が出展した。また、出展企業と上海群馬県人会役員等との交流会を開催した。

⑤ 台湾台南市「みなかみ物語」

みなかみ町の台湾台南市における「みなかみ物語」において、高崎だるまと卯三郎こけしの販売促進を行った。

(2)－5 今後に向けた課題と方策

①物産品

- ・ ネット販売、現地展示即売会、商談会、専門店の棚貸しなど様々な手法がある。製造業に限らず、県内の卸売業、商社などにも中国進出のチャンスがあると考えられる。
- ・ 中国経済はいまだに7%近く成長しており、世界中でこれ以上の市場はない。このことを踏まえつつ、販売手法や法制度等適切な情報提供及び支援をしていく必要がある。

②課題

- ・ 以前のような進出支援から販路開拓支援に重点が変化している中で、当事務所としても中国マーケットのニーズを把握し、マーケットインに重点を置いた柔軟な対応に心がける。
- ・ マーケットとしての中国の魅力を県内事業者へどのように周知していくか。県庁関係各課、関係団体への情報提供に努めたい。
- ・ 輸出促進、販路拡大に向け、引き続き、中国を代表する輸出促進博覧会への出展支援を行うとともに、当事務所として独自の商談会開催も検討する。

【県産品の販路拡大】

内 容	件 数	備 考
事業所等訪問件数	36	貿易、小売等企業関係者
〃 来所件数	14	
物産展等出展	3	
商談件数	89	県内進出企業、県内企業
照会件数	14	
取引に結びついた件数	7	



【華東進出口商品交易会 群馬県ブース】

(2)－6 ビジネス支援・県産品販路額第関連のPRイベント

県内産品販路開拓など関連イベントに出展または支援し、群馬県産品等をPRした。

日付	項目	内容
2017. 5. 8～11	香港FOFEX2017	こんにゃく加工品
2017. 5. 13～14	蘇州泉屋 販売促進イベント	青島新進・ハウス食品
2017. 5. 17～19	昆山ブランド産品輸入交易会	高崎だるま、こんにゃくスポンジ
2017. 9. 27	久光百貨上海	ぐんまちゃんグッズ
2017. 10. 21～22	蘇州泉屋 販売促進イベント	青島新進・ハウス食品
2017. 10. 21～22	蘇州泉屋 グッズ売場	ぐんまちゃんグッズ
2017. 10. 27～30	日本商品大連地区巡回展	大連群馬県関連企業商品
2017. 11. 25～26	台湾台南「みなかみ物語」	高崎だるま、卯三郎こけし
2017. 12. 1	第1回日本萧山企業商談交流会	県・群銀関連企業
2018. 2. 10	上海高島屋	ぐんまちゃんグッズ
2018. 3. 1～3. 4	華東進出口商品交易会	青島新進・ハウス食品

3 メディアやウェブを利用した群馬県PR

(1) メディア対策

中国では日本のように記者クラブというものはないので直接アプローチするか、PR会社に依頼する方法をとる。また、一般的な新聞や旅行雑誌等への広告出稿と比較検討した中で利用している。

(2) ウェブ対策

- ・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ホンで行ってる。中国内では公共の場でのwifi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wifiが接続できる。スマートホ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、微博（ウェイボ）や微信（ウェイシン／ウイチャット）の利用者が多

く、特に微信の利用者数は9億人を超え更に拡大中である。

- ・このような事情を踏まえ、上海事務所では事務所webサイトだけでなく微博、微信を活用して頻繁に情報を更新している。
- ・昨年度に引き続き、上海Visit Japan推進会が運営する「日本轻奢游（JQSY）」に加入し、定期的に情報発信を行っている。

内 容	件 数	備 考
事務所ウェブサイト更新数	32	
微博更新数	2,517	
微信更新数	116	
ウェブサイトアクセス数	62,622	年間合計
微博ファン数	22,040	前年比+7,055
微信ファン数	3,381	前年比+1,266
その他情報発信回数	48	日本轻奢游（JQSY）
マスメディア等への露出回数	29	

(3) その他PR

- ① 来訪者や訪問先へ群馬県の観光パンフやマップ、ぐんまちゃんグッズ、訪問先に応じ「群馬のものづくり企業受発注サイト」パンフや伝統工芸品カタログ等を持参している。
- ② 一時帰国時に、前橋国際大学や北毛地区を対象に中国事情、インバウンド、当事務所業務内容の説明会を行った。

4 交流事業等

(1) 上野三碑「世界の記憶」登録記念「日中交流書道展」

日中交流書道展（上海会場）開催に向けて、県文化振興課東国文化推進室が来海し、呉昌碩記念館や在上海日本国総領事館等との事前調整を行った。また、2月23日に日中交流書道展（群馬会場）開幕式が挙行された。

(2) 絹産業博物館との交流

杭州中国立シルク博物館、蘇州市立シルク博物館との交流を促進。7月14日には大澤知事が杭州中国立シルク博物館の趙館長を訪問した。

(3) 群馬県人会をはじめ群馬に縁のある在住者／訪問客との関係構築

海外ぐんまサポーターズ委嘱。（上海市、香港）

(4) 県内市町村の交流支援

上海市嘉定区が希望している太田市との交流を支援した。

(5) 群馬グローバル塾・海外インターンシップ

群馬県が主催する海外インターンシップ（4名）が上海で実施（8月29日～9月8日）され、受入企業となったアイザックとともに現地対応を行った。

5 視察対応等

(1) 県幹部対応

- ・大澤知事

2017年7月13日～15日 杭州中国国立シルク博物館 館長訪問 (7/14)

- ・佐藤世界遺産課長

2017年7月13日～15日 杭州中国国立シルク博物館 館長訪問 (7/14)

- ・山田国際戦略課長

2017年7月13日～15日 杭州中国国立シルク博物館 館長訪問 (7/14)

- ・古澤文化財保護課長

2017年9月8日 杭州中国国立シルク博物館 館長訪問

■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㎡

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 土屋 真志

副所長 日野 晃伸

秘 書 李 茗豊 (Li Mingfeng)

