

## ■ 2014 (H26) 年度 年 報



2015 (H27) 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

群馬県国際戦略では「観光誘客」、「農畜産物の輸出促進」、「ビジネス支援」の3本柱を軸に、東アジア地域の経済活力を群馬県経済に取り入れる契機となるよう活動を進めることとしている。

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いるが、今年度からは台湾についても必要に応じ観光プロモーションや旅行会社訪問、物産展示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群馬県の観光、県内産品、県内企業活動、その他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。なお、中国本土(香港・マカオを除く)については福島原発事故以来本県の加工食品を含む食品類は全面的に輸入禁止となっているため国際戦略の柱の一つである「農畜産物の輸出促進」業務はほとんどできない状態となっている。

### 1 事務所利用状況

内 容	件 数	備 考
訪問件数	186	旅行会社、流通業者、県内企業 他
来所件数	198	県内企業、業務関連 他
(人数)	(312)	

訪問先は本県の宣伝活動や情報収集のため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した。

### 2 業務別の状況

#### (1) 観光誘客の推進

##### (1)-1 現状

2014年の訪日観光客は前年から大幅に増加し過去最高を記録した。

【中国人訪日客数(ビジネス客/親族訪問客等含む)】 (JNTO) (人)

	2014	2013	2012	2011	2010	2009
年計	2,409,158	1,314,437	1,425,100	1,043,246	1,412,875	1,006,085

【群馬県への中国人宿泊者数】 (観光庁 宿泊旅行統計) (人)

	2014	2013	2012	2011	2010	2009
年計	8,730	13,540	6,610	5,550	10,310	5,870

日本政府観光局(JNTO)の集計によると、2014年の中国人訪日客数は2012年9月の反日デモによる落ち込みから完全に回復し、約240万人と過去最高だった。

しかし、宿泊旅行統計調査(観光庁)により本県への宿泊旅行者数を見ると昨年よりも減少している。原因として考えられるのは、約70%の訪日観光客が団体旅行で来ておりそのほとんどが東京～大阪ルート、北海道ルート、沖縄ルート、九州ルートなどであり本県は主要団体ルートから外れていることや、個人旅行においては中国人の間への知名度がまだまだ低いことや温泉のすばらしさや交通手段のわかりにくさなど情報不足があげられる。

2014年度は前年に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。できるだけ多くの活動に参加し、効果的なPR方法を探ることに重点を置いた。

具体的には、①東京を中心とした滞在型個人旅行者(リピーター客)であって中間層以上のある程度資金に余裕のある層をターゲットとする。②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する。③PR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戸温泉などまずはイメージをつかめるよう重点的に群馬全体の魅力を説明した。

#### (1) - 2 個別的な業務内容

##### ① 旅行会社への個別訪問

- ・ 個人所得の高い地域であって訪日実績の多い有力旅行社を訪問し、本県観光を直接PRした。
  - ・ 華東地域(上海市、江蘇省(南京市)、浙江省(杭州市))
  - ・ 華北地域(北京市)
  - ・ 華南地域(広東省(広州市、深圳市、香港))
  - ・ 西部発展地域(四川省(成都市))
  - ・ 台湾(台南市)

##### ② 観光イベント等への出展

- ・ 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。
  - ・ 「ラグジュアリグッズサロン」出展(上海日航ホテル)
  - ・ 「広東ジャパンプランド展」、「広州国際旅游展覧会」(広州市)
  - ・ 「大台南国際旅游展」(台湾台南市)
  - ・ 「台北国際旅行博(ITF2014)」(観光物産課)への人的支援

##### ③ 世界遺産と群馬の観光メディア説明会開催(上海花園ホテル)

- ・ 上海市内の新聞、旅行雑誌、ネットメディア等の21社を招待し、世界遺産に登録された富岡製糸場及び絹産業遺産群の概要説明と本県観光の魅力を伝えた。

##### ④ 旅行会社招聘

- ・ 富裕層の個人旅行を扱う上海市内の事業者を招聘し、県内主要温泉を視察した。
- ・ 旅行商品造成につながった。

⑤ インターネットの活用

- ・中国人は情報収集にはまずインターネットを活用する特性が強いため、ネットでの情報提供を行った。(別掲)
  - ・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

⑥ メディアの活用

- ・イベント実施の際、メディアに情報を提供し掲載
  - ・人民日報ウェブサイト「人民網」へ働きかけ観光情報や世界遺産記事掲載
- ・中国国際放送(CRI)への出演(5月27日放送)
  - ・中国国内向けラジオ、日本の各地域の魅力を伝える番組。

内 容	件 数	備 考
事業所等訪問件数	72	
” 来所件数	31	
観光展等出展件数	14	※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	6	



【大台南旅游展 2014/12】

(1) - 3 今後に向けた課題と方策

① ツアー造成について

- ・当事務所で把握したものであるが、働きかけた結果で造成につながったものはわずかに6件と成果と言うには程遠い状況。
- ・ツアー商品ができて売る段階で催行人数に満たないこともあり、こうなると旅行会社も今後作ってくれなくなる恐れもあるため一般消費者向けのPR活動も同時に強化する必要がある。

- ・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。

## ②2015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立ち居振る舞いも問題が少ない。  
北陸新幹線開業や富岡製糸場世界遺産登録など旬な話題を盛り込むことにより商品造成へのアプローチもしていく。
- ・中国の旅行会社への対策としては、個人旅行客向けのパッケージ商品が香港や台湾の旅行会社で売られているのでそのパンフレットを中国の旅行会社へ提示して参考にしてもらいほか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。
- ・市民向けにはウェブやメディアを活用するなどして広く知名度を上げるものとする。
- ・ブログや出版等により影響力のある発信力の高い日本通を招待し本県観光地をPRしてもらい、ファンの集い開催や紹介イベントなどへつなげていく。



【世界遺産と群馬の観光メディア説明会 2014/7】

## (2) ビジネス支援関係

### (2)－1 概略

#### ① 中国の高級品市場について

個人資産概ね1000万元(約2億円)以上とされる富裕層は、年率15%程度増えており現在約300万人以上と言われている。主に不動産成金や政府関係者、企業家である。中間層も急速に増加しており、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する層である。日本の工芸品等はこの中間層が多く購入し、今後もマーケットは増加すると考えられている。

「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。実際の生活で使用するために購入する層は、生活に楽しさや余裕を求めている。

上海市内で高級な日本産品販売に力を入れている小売事業者もあり、なかには本県事業者の製品を扱っているところもある。

昨今の円安と観光ブームにより、日本産品を日本で直接買い求める客が増加しているが、東京や大阪など商業施設が集積する一部地域に偏っている。

## ② 製造業の販路開拓について

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。今後は高品質な技術を持つローカル企業へも販路を伸ばしていくことが求められる。

県内工場と製造品目を変えることによって取引を増やし工場も増設するなど、国内向けに取引を拡げている好調な企業もある一方で、加工品を日本へ送るような業態は労賃などコスト上昇、円安等により採算が悪化し、工場を閉鎖しローカル企業への生産委託に切り替えたところもある。



【茶器工芸展示会 2014/9～11】

### (2)－2 販路開拓支援

- ・ 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（B to B）、消費者販売（B to C）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。
- ・ 上海で開催された「ものづくり商談会」（9月）への出展に際し現地での調整や情報収集等での支援を行った。また、企業交流会を実施した。

- ・「華東交易会」3月への出展に際し現地での調整、ブースへの訪問商談、情報収集等の支援を行った。
- ・茶器展示会（上海市 クレア北京主催）へ上野村森林組合の茶櫃を出品。
- ・その他、上海マート3階の展示場への本県物産品の展示、ジェトロ等が実施する商談会へ出展し、県内企業の産品を展示し紹介した（昆山市）

#### (2)－3 県内企業への訪問

華東地域や華南地域等、中国へ進出している県内企業を訪問し、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。

#### (2)－4 今後に向けた課題と方策

##### ①物産品

- ・ネット販売、個人輸入のスキームによる販売、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。
- ・中国経済は毎年7%の成長があり、世界中でこれ以上の市場はない。このことを踏まえ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

- ・自治体事務所の役割が、以前の進出支援から販路開拓支援に変化し、自治体事務所の存在意義をどこに求めるか。
- ・中国での情報を県内事業者への周知方法をどのように深めていくか。



【本県物産品常設展示（上海マート）】

(3) 農畜産物輸出関係

- ・ 中国では原発事故の影響で輸入禁止となっている。
- ・ 香港フードエキスポ出展（蚕糸園芸課）に際し、現地サポートを行った。
- ・ 中国、香港、台湾等事情の違いを考慮しつつ情報を的確に収集しておく必要がある。

内 容	件 数	備 考
事業所等訪問件数	1 2	貿易、小売等企業関係者
〃 来所件数	2 4	
物産展等出展	1 3	
県関係企業訪問件数	2 0	県内進出企業、県内企業
〃 来所件数	2 3	



【香港フードエキスポ 2015/8】

### 3 展示商談会・各種イベント等への出展

観光、県内産品販路開拓など、関連イベントに出展し群馬県観光や産品をPRした。

日付	項目	内容
2014. 5. 14~17	中国(昆山)ブランド産品輸入交易会	昆山市・昆山国際会展中心 観光・物産PR
2014. 6. 11~22	上海国際映画祭・上海日本映画週間/映画の旅展示会	上海市・上海高島屋 観光・物産PR
2014. 6. 15	上海国際映画祭・上海日本映画週間/レセプションパーティ	上海市・上海花園飯店 観光PR
2014. 7. 5~6	ラグジュアリグッズサロン	上海市・上海日航飯店 観光PR
2014. 7. 24	世界遺産と群馬県観光メディア説明会	上海市・上海花園飯店 観光PR
2014. 8. 14~16	香港フードエキスポ	香港 (蚕糸園芸課)
2014. 9. 3~4	日中ものづくり商談会2014	上海市・県と群馬銀行の共同出展。 ものづくり販路拡大 14社 (工業振興課)
2014. 9. 3~4	日本精品商談会	上海市・上海マート 物産PR
2014. 9. 11~11. 30	茶器工芸展示会	上海市 物産(茶器)PR
2014. 10. 10~12	台湾台南物産展	台湾台南市・大遠百貨店 物産展示即売会
2014. 10. 15~17	台北テキスタイル展	台湾台北市 物産商談会支援(桐生市)
2014. 11. 7~10	台北国際旅行博(ITF2014)	台湾台北市 観光PR(観光物産課)
2014. 11. 27	天皇誕生日祝賀レセプション	北京市・大使公邸 観光PR
2014. 12. 4	天皇誕生日祝賀レセプション	上海市・上海花園飯店 観光PR
2014. 12. 6~7	広東ジャパブランド展	広州市 観光PR
2014. 12. 19~22	大台南旅游展	台湾台南市 観光PR

2015. 3. 1～5	華東交易会(埼玉・新潟3県連携事業)	上海市・新国際博覧中心 群馬県ブース運営(工業振興課支援) 2社(出品は5社)
2014. 3. 6～8	広州国際旅游展覧会	広州市 観光PR
2014. 3. 28～29	無錫桜祭り	無錫市 観光PR

#### 4 メディアやウェブを利用した群馬県PR、その他事項

##### (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。一度に多数のメディアに情報提供したい場合はPR会社を利用するのが一般的である。この場合、掲載や転載など追跡調査もしてくれるがパブリシティ活動も相当の出費が必要となる。このため新聞や旅行雑誌等への広告出稿とも比較検討した中で費用対効果を考慮した上で利用したい。

- ・人民日報のウェブ専門サイトである「人民網」に本県の観光情報、世界遺産関連情報を詳しく掲載。
- ・世界遺産と群馬の観光メディア説明会開催(上海花園ホテル)(再掲) 21メディア
- ・中国国際放送(CRI)への出演
- ・女性向けファッション雑誌「MINA」中国版への取材協力と掲載

##### (2) ウェブ対策

- ・中国は公共の場での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となっており、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。国民のweb活用度も日本よりも高い。
- ・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、特に近年は微信の利用者数が伸びている。
- ・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、微信を活用して定期的に情報を更新している。(微博は毎営業日、微信は週1～2回)

内 容	件 数	備 考
事務所ウェブサイト更新数	26	
微博更新数	213	基本的に毎日更新(勤務日)
ウェブサイトアクセス数	54,155	年間合計
微博ファン数	10,469	3月26日現在
その他情報発信回数	7	ニュースレター配信106先 他
マスメディア等への露出回数	48	人民網、CRI他

(3) その他

- 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。観光関係資料は特に相手先の中国人従業員の閲覧を依頼している。
- ② 県、産業支援機構へ上海の事情を投稿した。(県3回、機構1回)
- ③ 一時帰国時、「グローバル講演会」(10月22日)及び「幹部職員研修」(10月23日)にて中国事情や業務内容の説明を行った。



【女性向けファッション雑誌「MINA」中国版 記事掲載 2015/2】

5 交流事業

(1) 群馬県日中友好協会事業

群馬県日中交流協会が昨年3月に設立され、その間、上海市对外友好協会等との間の交流訪問やイベント活動に対する調整など円滑に事業が進むよう現地事務所として支援した。

・日中友好協会上海市訪問

①4月7日(月)～9日(火)

- ・上海市人民对外友好協会との交流事業について
- ・県内企業訪問

②11月20日(木)～23日(日)

- ・上海市人民对外友好協会と書道展開催について
- ・老人介護施設、県内企業訪問

(2) 各省政府訪問

- ・遼寧省：職員技術交流派遣(トルコギキョウ)に合わせ訪問

(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) 留学者支援
- ①関東学園大学留学希望者の面接会場として事務所会議室を貸与。
  - ②前橋国際大学と交流提携している上海交通大学への留学生と指導教官が来所。  
上海事務所の概要説明、訪問先企業などヘア取り等で協力。
  - ③上海留日同学会（日本への留学経験者）活動への参加などで協力。
- (5) 1周年記念式典（4月7日(月)）
- 2013年（平成25年）4月1日の正式開設から1周年を記念して上海花園飯店において式典を行った。出席者は福田康夫元首相、総領事ほか日本政府関係機関、上海市政府関係者、県人会、報道機関など関係者約100名。
- ・楊雄上海市長を表敬訪問。

## ■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 群馬县产业支援机构上海代表处)

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）

