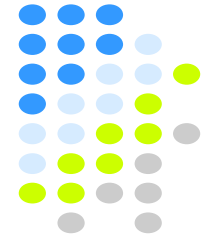


とっとり・グローバルウォッチ

とっとり国際ビジネスセンター情報誌



2012年2月9日

VOL. 63

ホームページを新規に開設！

とっとり国際ビジネスセンターがホームページを開設しました

このたび、とっとり国際ビジネスセンターでは、鳥取県内貿易支援機関の支援メニュー等の情報提供及び貿易相談のワンストップ化を図ることを目的として、ホームページを開設しました。

このホームページは、海外展開において様々なレベルの県内企業ニーズに対応し、また、これまで海外展開をしたことのない方でも初歩的な貿易実務や助成制度等について分かり易い内容となっています。是非一度ご覧ください。

■ホームページ概要

名称：とっとり国際ビジネスセンター ホームページ

URL：<http://www.tottori-kaigai.com/>



■ホームページの主な特徴

- ・海外展開が初めての方向けに、「海外チャレンジの流れ」や「展示商談会出展の流れ」を分かり易く体系的に表示します。
- ・イベントカレンダーにより、県内の貿易支援機関が実施するセミナー等の最新イベント情報及び過去に実施されたイベント情報が一目で分かります。
- ・「海外展開の取組の支援を知りたい」「海外市場の反応が見たい」「境港利用について相談したい」など、目的に沿った情報が簡単に入手できます。
- ・過去に実施した海外見本市・商談会・ミッション等の実績を見ることができます。
- ・海外コーディネーターから毎月送られてくる現地レポート（本誌に掲載）を読むことができます。

■お問合せ先

財団法人鳥取県産業振興機構 とっとり国際ビジネスセンター（担当：岩田）

TEL：0859-30-3161 FAX：0859-30-3162

或いは、同センター東部窓口（担当：早川）

TEL：0857-52-6757 FAX：0857-52-6782

目次

ホームページを新規に開設！	P 1
中国・長春進出日系企業レポート【後編】	P 2 P 3
最新の上海～現地レポート～	P 4 47
現地発！台湾月刊レポート	P 5 P 6 56
編集後記	P 6

中国・長春進出日系企業レポート【後編】

長春琦拉希亞信息技術有限公司 河田董事長

前回に引き続き、中国・長春の日系企業「長春琦拉希亞信息技術有限公司」の河田董事長へのインタビュー「後編」をお届けします。

■中国では、ソフトウェアに対してお金を払うという概念自体が乏しい。

その通りです。あと、日系らしさを出すということで、サイトの方ももう少しマーケティング色を出していると考えています。「日式マーケティング」「ウェブマーケティング」ということで目を引きたい。

■ソフトウェアなど、ホームページの制作環境については？

Windows環境です。また、当社はあくまで現地ローカル企業を相手にしていますので、中国語OSを使用し、完全に中国語環境で制作しています。

■サーバーはどうしていますか？

長春にサーバーを立てるかどうかは現在検討中ですが、日本との回線速度の問題で、中国と日本とのやり取りは香港経由となります。よってサーバーは香港にあります。また、中国各地との回線速度の都合と、ICPの許可の問題もあり、北京にもサーバーを設置して使い分けています。主にクライアントが対応する顧客との関係を考慮しながら、中国での法的な問題も含め、日系企業からの依頼は香港のサーバーを利用し、中国市場向けの依頼は北京、日本市場向けの依頼は日本のサーバーを利用しています。クライアントに合わせてきちんとサーバーを使い分けしないと、中国での法規制上、ホームページが表示されないなどの問題が生じるおそれがあります。

■法的な問題だけでなく、やはりアクセススピードも問題となるのですね。

隣国でありながら日中間ではスピードが極端に遅いため、それを緩和するために香港にサーバーを設置する必要があります。実際に長春に来てから色々計測したのですがこればかりはどうしようもありません。

■日本だとSEO※の啓蒙を行いながら顧客をつかんでくのだろうかあと、ホームページをみて推察するのですが。

セミナーの講師をやって、そこで何人かに手をあげていただいて、それがお客さんになっていく。あと、岐阜県などの地元行政、産業技術センターなど、そういった所からコンサルティングの依頼を受け、企業にお邪魔することがある。そうした企業が顧客になることも確かにあります。ここ長春でも一般企業や大学から同じようにセミナー講師を引き受けています。

※SEO：Search Engine Optimizationの略。Google、Yahoo!などの検索エンジンを対象に検索結果が上位に来るように工夫すること。またその技術。

■長春では、CMS※を利用したコンテンツ更新は定着しているのですか？

CMSを導入しても、その後概ね使われていません。ホームページを運営する側が「更新していくことが大事」という意識が無い限りはまずシステムも利用されないで、CMS抜きで話（営業）を進めるべきと考えています。逆に顧客から「ここを更新したい」と依頼されたらその都度対応し、そこで、少しでもお金をもらった方が良いでしょう。と考えています。CMSなんて無くても良い。現在の長春はCMSを導入するレベルには至っていないと思います。

※CMS：Contents Management Systemの略。ホームページの内容を比較的容易に更新することを目的とした仕組み。及びそのソフトウェア。

■CMSを導入しても、ホームページを適時更新していくのはとても骨の折れる仕事ですし、そうした意識や技術が身についた職員が、継続的に同じ企業に在籍しつづけるとも限らない。特に、中国でも人の定着は難しいですから、中国で営業していくのは難しいのでは？

長春に来てからは政府や大学からの紹介もあり、中国企業との仕事をやるようになりました。こちらのスタッフも日本に派遣して日本のホームページ制作ノウハウやマーケティングを教育もしています。しかし、日本品質のホームページ制作を高く評価はしてもらえませんが、マーケティングには全く興味を示してもらえません。まだ、ホームページで新規顧客を開拓したり、売り上げを上げたりしようという段階にはないですね。

■そうすると、今はホームページという情報ツールを使いながら、ビジネスを上手く回していくという啓蒙を行っている段階で、今後企業が更新頻度を多くしたい。すぐに更新したい。という風に育ってきたときに、CMSへと切り替えていくと。

現在の長春は、10年前の日本、色々な地域で「ホームページを活用して売り上げを伸ばしましょう」とまさに啓蒙していた頃に近い状況だと思います。中国でも中小企業のインターネット活用はまだまだなので、良いタイミングかなとは思っています。



事務所の制作ルーム

<次頁へ続く>

■長春で苦勞することと言うと。

やはりインターネットインフラで困っています。これは本当に調査不足というか、他の地域は改善されているのに、吉林省は変化がない・・・。

■他地域に比べて劣っているという事実を当局に伝えていかないと、改善するのも難しいのかもしれないね。

その通りですね。これは長春にある外資IT企業だけの問題ではなく、ローカルIT企業も同様の問題に直面しています。必ずや改善されていくと思います。

また、そのような状況下でも当社はチャレンジしていますよ。決して儲かるわけではないし、中国市場でのノウハウを作るために今は我慢していますが、中国のローカル企業と取引している経験は必ず2〜3年後に生きてくるだろうと。

■人を雇う面についてはあまり問題はありますか？

そうですね。人はかなり来ます。ただ、質の問題はあります。なので、学生の内から人を呼んで研修を行い、人材育成を行うつもりです。そこからやらないといけな

■中国でこうした事業展開の需要は伸びているんでしょうか？

伸びては無いですね。個人的には、東北エリアは中国の中でも独立したエリアだと思えます。それだけに、この地で市場を開拓していく面白みはあります。ただ、他の主要都市のように、市場がどんどん大きくなるかというと、少し難しい感じがする。

インターネットビジネスにおいては、北京、上海、広州が抜きでている。ただし、競合も多い。そうした市場に我々が入っていくとすると、数人の社員だけで参入するのであれば、日系企業との取引しかできない。そういうビジネスよりは、新たな市場を開拓することを選んだわけですね。この選択が正解か正解でないかは、数年後にならないとわからない。ただ、なんとかこの中国東北地方で、この分野の日系企業の一番になりたいと考えています。

そういった面で、「東北地方には魅力がある」と皆さん言ってくださいます。「でも、大変だよ。」という言葉も一緒にいただきますが。中国のことをわかっておられる方からは特に。「応援したいな。」とも。

■日本での顧客獲得は講習会などを通して御社を知っていただくという面が多いかと思うのですが、中国での顧客はどのように獲得されているのですか？

これは、日本の我々のビジネスモデルと同じで、ほとんどが人脈ネットワークによる紹介となります。後は「百度リスティング※」ですね。今は吉林省だけに広告を打っていますが、たとえば2月などは、1か月で70件ほど問い合わせがあった。その中に、イギリス資本だとか外資などからも問い合わせがありました。

今、上海の会社から依頼があっても、当社ではたぶん出来ない。しかし、吉林省に絞ればビジネスになる。

※中国の検索エンジンで圧倒的なシェアを誇る、「百度（バイドゥ）」における検索ワード連動型広告のこと。検索ワードに関係する企業の広告を表示する仕組み。

■新事業について、考えていることは？

最近、東京や大阪などで中国マーケティングセミナーの講師を依頼される経緯があって日本からも多くの新しいビジネスモデルのご相談を受けるようになりました。いまは、中国ローカル企業に日本のホームページ制作技術やマーケティング施策を提供しているわけですが、ここで得た中国独特のノウハウを日本企業がネットで中国市場に進出するために提供していきたいと考えています。そもそも中国に現地法人を設立する時の目標が「中国市場を日系製品・サービスで埋め尽くす」でしたから。中国で設立準備をはじめて2年半ほど経ちました。まさにこれから目標に向かって進むだけです。

■これから中国に進出を考えている企業へのメッセージをお願いします。

確かに中国市場は、日本市場と同じ感覚で来ると絶対に失敗すると思いますし、現在我々も挑戦中です。ただ、この懐に入らないと分からないことも多く、逆に懐に入ってしまう日本人でも結構やれると思うのです。これは、他の多くの方と意見が違うかもしれませんが。懐に入ろうとしないので失敗するのであって、懐に入ってしまうと、こんなに暖かいところはないのではないかと思っています。だから怖がらないで、まずは中国を知るといった軽い感じで来ることから始めて欲しい。そして、中国市場という枠ではなくて、これはアジア市場の中心となる中国市場ですね。

今後、日本だけで続けていくべきなのか。それとも、国外にも拠点を作るべきなのか。実際に足を運ばないと現地の状況というのは分かりませんので、噂や伝聞情報だけで物事を決めずに、まずは実際に足を運んで、国外で何ができるのかを考えて欲しいと思います。普通の経営者であれば、長春だけでなく、中国の今を目の当たりにすれば考え方が変わると思います。ぜひ経営者の方には自身の目で中国の状況を見て欲しい。今、中国は世界経済の中で、避けて通れない場所となってしまっています。

■本日はお忙しい中、ありがとうございました。

株式会社ちらし屋ドットコム ホームページ

<http://www.chirashiya.com/>

(インタビュー実施日：2011年7月8日、10月31日)

最新上海 ～現地レポート～ 47

中国市場を微博(ウェイボー)で開拓！

微博(中国語発音：ウェイボー)をご存知だろうか。中国版ツイッターのようなもので、いわゆるマイクロブログのことである。以前、中国でもツイッターやフェイスブックなどが利用できていたのだが、2009年7月にウルムチで発生したウイグル民族と漢民族及び武装警察の間での騒乱事件後、ツイッターやフェイスブックで中国共産党批判が高まったことにより、中国共産党はこれらサイトへのアクセス制限を加えたため、現在も中国では基本的にツイッターやフェイスブックを利用することはできない。ポータルサイトを運営する新浪はこれを好機と捉え、独自のマイクロブログサービスを開始した。上記の通り、微博とはマイクロブログ全般をさすが、通常、中国人の間で「微博」と言った場合、「新浪微博」のことを指している。それほど「新浪微博」の利用者数とシェアは高い。

昨年第二四半期時点において、新浪微博の登録数は2億ユーザーを超えている。アメリカ調査研究機関Royal Pingdomが発表した「2011年世界インターネット発展データ」によると、昨年度時点での中国におけるインターネット利用者数は4.85億人であるため、利用者数の4割が新浪微博を利用していることになる。

■なぜ微博が注目されているのか？

中国では、iPhone人気のほか、NokiaやSAMSUNGのスマートフォンの売れ行きが好調で、中国インターネット情報センターが発表した「第28回中国インターネット発展状況統計報告」によると、中国のモバイルインターネット利用者数は約3億2000万人と推定されている。パソコンと異なり、携帯電話は、どこに行くにも持ち歩けるため、微博の利用者数、閲覧回数、書き込み回数が増加し、より有効的な情報発信・情報収集・コミュニケーションツールとして成長していった。

また、微博には「転送(中国語：転発)」(ツイッターで言うところのリツイート)機能があり、この機能により更に多くのユーザーに情報を普及することができる。また情報発信者だけでなく、「転送」やフォロワーによる口コミ効果もある。そのため、ユーザーには個人だけでなく、政府や企業・団体によるアカウントもあり、宣伝PRや情報提供ツールとしても利用されている。また、各国の言語で書き込むことができるので、海外からの利用も見られる。そこで、今回は新浪微博の活用法や利用実例をご紹介します。

■活用例1 観光PRツールとして-

- ★ユーザー：政府観光局、旅行会社、航空会社、ホテル、娯楽施設、商業施設など
- ★発信情報：観光地情報、チケット・ツアー情報、グルメ・ショッピング情報などを発信し情報収集の場となっているほか、写真やフォロワー(記事に対し、コメントを書き込む人のこと)からの口コミ情報などで旅行意欲を掻き立てることができる。

★紹介：岐阜県 (<http://weibo.com/gifu>)

温泉や雪景色、観光地などの写真や映像を多数アップすることで旅行意欲を掻き立てつつ、岐阜県のイメージ作りのツールにもなっている。岐阜県は、昨年、運営会社である新浪から、中国人観光客に役立つ情報を積極的に配信してきた功績を称えられ、「協力パートナー賞」が授与された。同賞は、英国、カナダ、香港などの22団体も受賞している。



■活用例2 企業によるPRツールとして-

★発信情報：新商品情報、プレスリリース、CMや広告で掲載できない雑記など

★紹介：中国で最も成功している飲食メーカーといえばコカコーラやケンタッキーが挙げられる。この2社による新浪微博活用例をご紹介します。

①コカコーラ (<http://weibo.com/cokechina>)

フォロワー約14万人。CMの動画を配信したり、コカコーラにまつわる様々なエピソードやニュースを発信している。

②ケンタッキー (<http://weibo.com/kfcchina>)

フォロワー約16.4万人。サイトのデザインにも趣向が凝らされており、クリスマスや春節時期など季節に応じたデザインに随時更新されている。また、季節限定メニューやお得なメニュー、その他情報の発信ツールとしている。また、微博に割引券をアップし、微博画面を提示することで割引サービスを受けることができるなど、より実用的なサービスも提供している。

■ますます必要性が高まる新浪微博

新浪は、中国国内において、微博のユーザー数が急増している上、冒頭に述べたとおり、ツイッターやフェイスブックなどの海外サイトが参入できないため、一人勝ち状態なのだ。そして、更に日本市場開拓のため、昨年7月、日本企業と業務提携を行い、日本での公式アカウント認証サービス(有名企業や著名人のなりすましを防ぐための認証サービス)を開始している。

情報発信、情報収集、コミュニケーションという多目的機能を持ち合わせている上、携帯からアクセスする場合、いつでもどこでも利用可能という利便性の高さによって、今後も益々利用者数が伸びていくことは確実だ。公式アカウント認証を得るためには、費用が必要だが、個人やそれ以外での登録は無料なので、ぜひ微博を活用してみたいだろうか。

現地発！台湾月刊レポート 56

台湾食味の昨今について

台湾において現在の食味は、25年前の東京と酷似しているとパティシエの成田氏という。ならば過去に経験してきたことなのだから、よく考えれば市場参入のチャンスが有るのではないのか。

■日本、台湾、中国大陸の関係

台湾では、注目の総統選挙が終了した。私の予想通り現職国民党の馬総統が事前調査とことなり、より多くの票を獲得して勝利した。台湾国民は、台湾独立という将来的な問題より、中国大陸との現状維持、経済発展を選択したということ。この政権が続けば将来的に、台湾が香港化することが既定路線になってきた。日本との関係が緊張することもある。ちょうど本日、Makiyoという日本人芸人とタクシーに同乗していた東京のクラブ社長が、タクシーの運転手を殴打し重傷を負わせた（2月6日時点の情報）。最近、香港で反中国大陸の動きがあったのが、うまく打ち消し、マスコミは反日のニュースに変更させようとする偏向報道も見られる。台湾マスコミは、親国民党、中国大陸よりも多いので、しばらくは格好の餌食となる様子だ。日本と台湾、そして中国大陸との関係は、神経質な舵取りとなるだろう。余談だが、タクシー運転手殴打事件問題は、シートベルト着用義務化にある。台湾では、2月1日よりタクシーの後部座席について高速道に限らず一般道も全面着用義務化がなされた。殴打事件は、シートベルトを着用する・しないで運転手と揉めた模様。皆様も台北にいらっしゃったときは、注意されたい。しないと罰金を受けます。

■台湾ギフト市場を探る

さて、台湾のお正月(旧暦正月)が終了した。本年は、正月休暇が長く約10日の連続となった。正月消費も活発で特に贈り物市場が活発であった。贈り物を使いまわす裏市場ができていことも台湾らしい。

では、その贈り物で一番受け取って嬉しいものは何か。このあたりから台湾人の嗜好を探ってみたい。旧正月の贈り物で一番欲しい物は、34.2%の人がお菓子類。第二位が28%で健康食品類(鶏精等)。第三位が13.4%で果物。酒類は11.4%に過ぎなかった。大多数が食べ物を支持していることがわかる。しかし第二位の健康食品は意外であった。保存できるということも重要なファクターになっているようである。

面白いのは、性別分析。男性の最も欲しい物が「健康食品」。(男性:30.3%、女性:26%)女性には、圧倒的にお菓子類であった。(男性:28.9%、女性:39%)次に面白いのは「使い回し」である。日本では不躰となっている頂いた贈り物をまた他人に贈る行為である。台湾で調査の結果52.4%が使い回しを良しとしている。38.9%がダメと言っている。ネットを見てみたが日本と反対の結果である。台湾では、自分の必要がないもの、余ったものは、積極的に他の人へ使いまわすという合理的な処理をしている。ちなみにこの調査は、15~65歳を対象に、サン

ル数が906件。1月17日にインターネット上で波仕特線上市調網(Pollster Online Survey)という会社が行った結果である。お菓子と健康食品、そして気軽に人にモノを贈る習慣。このあたりがキーワードになろう。

■現在の台湾は25年前の東京

実は、最近の食品流行動向をヒアリングしてみたのだが、何というものがない。そこで現在の台湾食味を根本的に考えたい。ちょうど、「L'ATELIER DE JOEL ROBUCHON台北」でパティシエを務めている成田さんの講演を台北ロータリークラブでしていただいた。食品関係の人にとっては、食のプロである彼の話は、台北の食文化をよく理解できると思う。要約して記載してみたい。「自分が他の世界の国々でいろいろと仕事をしてきた後、ここ台北に来た時に、自分はこの国がとても東京に似ているなという印象を受けました。約25年前の東京の状況とても良く似ている。自分が感じたところはちょうど台北にオープンしている店のクオリティーのレベルだとか、台北に入ってきている食材、ヨーロッパなどから輸入されている食材のクオリティーだとかがちょ



日本人パティシエ、SadaharuAokiも台湾に



フランスから直接輸入しているオイスターパー

うど25年前の東京とすごく似ていた。食材など、グローバル化が進みどこの国に行ってもよその国の物が簡単に手に入る時代になってきたとしても、ビジネスの観点から見ると、簡単にはパーフェクトにトップクラスのものが入ってくる状況がなかなか作れない。さらに、国境を超えることによって、価格的にとても高いものになってしまうということもあります。そのような部分を抱えたまま自分たちはこのまま仕事を続けていけばいいのか、それとも質を落としてでも、それを安い価値として売らなければならないのか、そのような部分をこの国に来た時に考えました。そして、その時に自分たちが取った方法は、今できる範囲で世界に近いものをこの国でだそうという方法でお店をオープンしました。」彼は、台北の人たちの美食文化については、決して語らないし批判もしない。それはバックグラウンドが異なるからだ。良い、悪いというレベルの話ではないことを理解しているのだ。しかし世界クラスの味と台北の味の差については、かなりお悩みになったようである。このあたりが、食の難しいところである。

東京の25年前といえば、バブル期で、輸入が盛んになった時代である。また、美食が盛んに取り上げられ、ヨーロッパスタイルのイタリア料理とか、フランス料理等も新規勃興が激しかった時代だ。私達世代もトマトケチャップで作るナポリタンから、アルデンテで作るスパゲッティに切り替わった時代であろう。また多数の日本人が海外を訪れ、現地の本物の味を知り、日本国内のギャップの差に驚いた時代でもある。今そういう時代が台北に来たことを示唆している。これは、FOOD TAIPEI(毎年6月に開催される台湾最大規模の食品見本市)に出展する企業にとっても考慮すべきことではないか。私たちは台湾にて日式と日本式という言葉をよく使う。台湾のラーメンは日式ラーメンは多いが、日本式ラーメンはとても少ない。創業当時は日本式であっても、経営難から日式ラーメンに変更してしまう。純日本式では、台湾人の味覚が合わないからだ。しかし日本式のラーメンは、しょっぱくて実は美味しくないと言っていた台湾人たちも、最近では、日本式のラーメンを食すようになってきた。今までは、台湾に味を合わせる努力も必要と私たちは考えていた。しかし大戸屋に代表されるよう、ほぼ日

本のもを出す店も成功している独自の日本の味で勝負できる機会が来たというところか。ちなみに、成田氏が海外に行き、まず現地の食味に注意するのは、発酵食品だそうだ。土地の基本味覚がそこにあるという。台湾で言えば「臭豆腐」である。すごい臭いに驚かれるかも知れないが挑戦してほしい。

台湾人の味覚は、薄味という。しかし私達から見ると塩分が濃い客家料理もある。それは油を使うことで味覚受容体が騙されるのではないかと思う。油を使用しない日本式食材、そして塩分は、台湾人にとってストレートに感じ、塩辛いと言うのかも知れない。



成田氏のデザート。割って食べる。



綺麗な色使いのデザート

【栲スナーク 富田】

編集後記

とっとり国際ビジネスセンターでは、日系大手自動車企業等が生産拠点とするタイ王国において技術交流や共同生産、部品輸出等取引の可能性を探るため、県内企業を含む日系進出企業等を視察する訪泰団を派遣します(期間:2月14日~18日)。次回の本誌では、本団の視察や現地の様子についてレポートをいたします。【R】

本誌「とっとり・グローバルウォッチ」では、皆様から、内容のご提案や掲載されている情報へのご意見・ご感想をお待ちしておりますのでお気軽にお寄せください。

お問い合わせ: 財団法人鳥取県産業振興機構 とっとり国際ビジネスセンター

《本 部》境港市竹内団地255-3

TEL: 0859-30-3161 FAX: 0859-30-3162 E-mail: kaigai@toriton.or.jp

《東部窓口》鳥取市若葉台南7-5-1

TEL: 0857-52-6757 FAX: 0857-52-6782 E-mail: kaigai@toriton.or.jp