

中国観光客を誘致するためのプロモーション戦略

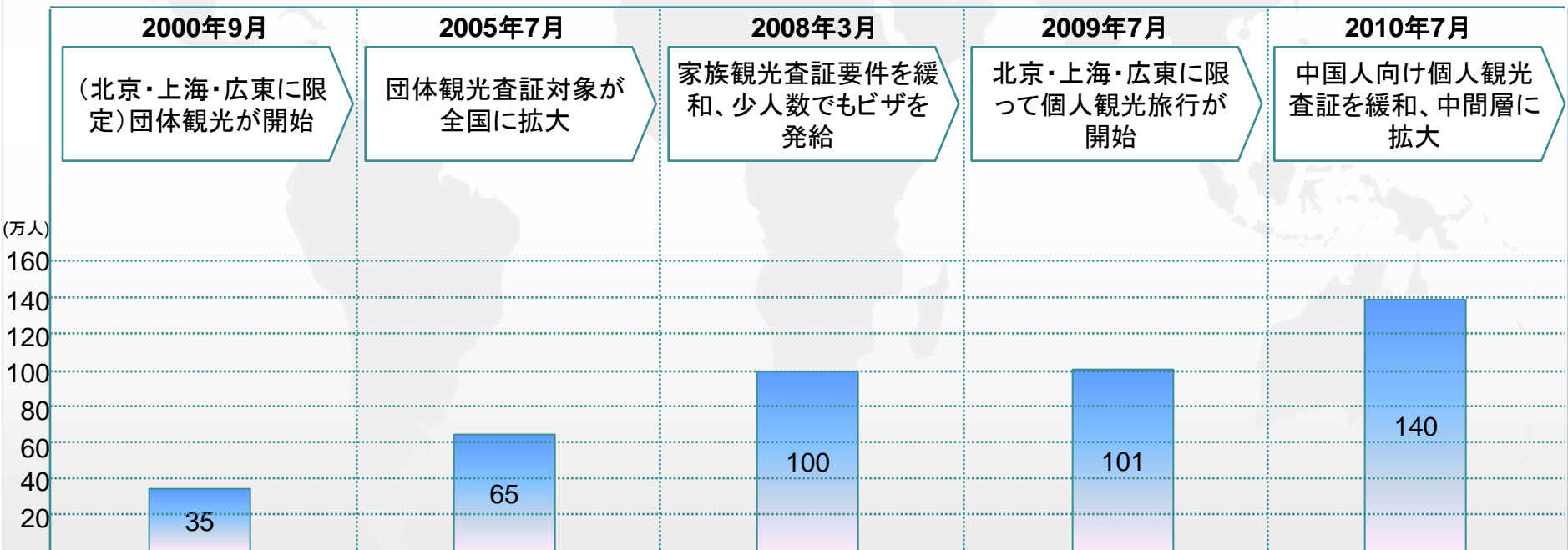
北京大学アジア経済文化研究所

理事 王 春生

2012年2月20日

中国観光客への誘致のため、中国向けのPRを必要とされている

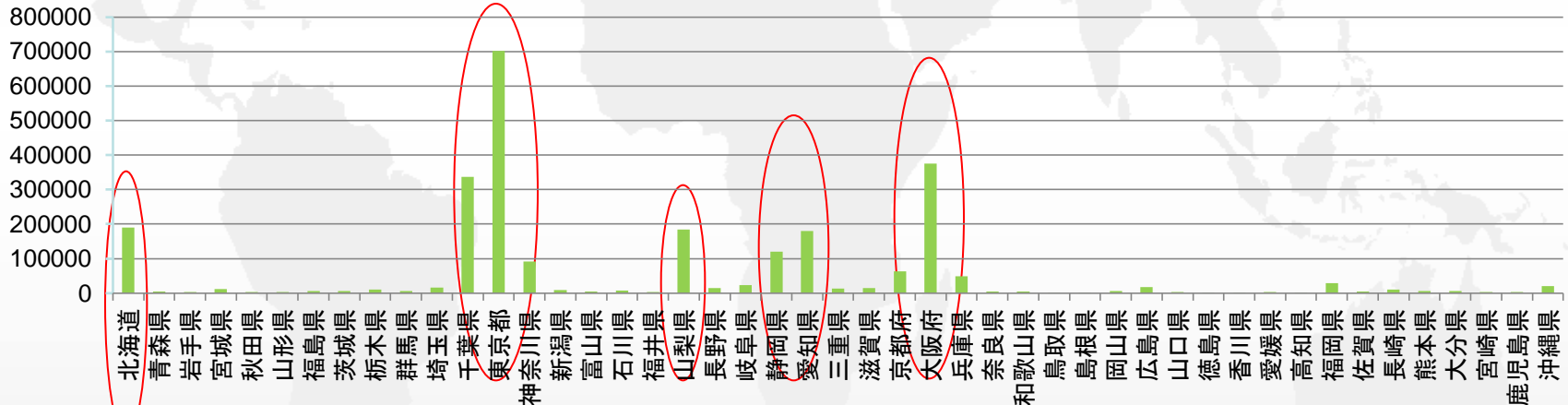
- 2009年、中国本土からの観光客は、過去最高の100万に達した。
- 2010年7月1日から個人観光査証の条件は年収4万元に緩和したので、7月の1カ月だけで訪日客が16万5千人に達し、月別では過去最高となった。
- 先行き、経済成長に伴い、中国の海外旅行需要は一段と拡大すると見込まれている。地震の影響があって来日の観光客の数が大幅に落ち込んでしまいましたが、プロモーションの手段を整えば、地理的な近接性や充実した消費市場の存在等から、中国人の訪日旅行需要は将来的に大幅な増加が見込める。



中国観光客を誘致するための査証条件の変化及び来日人数の推移

中国の観光客が一部の地域に集中している

- ▶ 中国人観光客の訪問地域は、東京や千葉・神奈川県首都圏、大阪・京都等の近畿圏、静岡・愛知等の中部圏を中心として、いわゆる関空→大阪→京都→新幹線→富士山(温泉)→東京→成田というゴールデンルートが大半を占めている。
- ▶ 中国でヒットした映画のロケ地となった北海道への訪問客が急増している。
- ▶ こうした地域では、文化遺産等の観光スポットの他、都市圏で中国人観光客の人気購入品である家電や化粧品を扱う大型の家電量販店、百貨店等が多く、現段階ショッピングが最もメインな目的である中国人観光客のニーズを満たしている。



H21年度中国人旅行者が都道府県別延べ宿泊者数
国土交通省「宿泊旅行統計調査」より作成

- ◆ 来日する中国人の旅行者が首都圏、北海道、静岡・愛知、近畿圏に集中している。
- ◆ 多くの旅行資源を持つ地方は、中国での認知度が低いため、中国人観光客の誘致が全くできていないと言える。

地方の間でも、中国向けのPR競争が激化するようになってきている

- 中国人の観光客を誘致するために、地方自治体の間でもPR合戦を繰り返している。
- 中国市場向けのPRを行うため、地方自治体は、主に下記のようなPR戦略を立てている。

1) 事務所を設置することによって、観光客誘致や企業支援、情報収集などの活動を行う

2) 中国国内における博覧会を利用したPR活動

- 特に観光や食品分野では、多くの自治体は単独や広域、または企業等と共に、多くの博覧会に参加している。

3) 中国国内における独自PR活動

- 中国の富裕層など、一部特定のお客さんを対象に、観光や食品などのPR活動を独自に行う自治体がある。
- PR活動は主に説明会、フェア（食材は中心）、PR拠点の開設などの形で行われている。

4) マスメディアを利用したPR活動

- 中国で1974のテレビチャンネル、1935種類の新聞紙、8725種類の雑誌がある。
- 更に、インターネットの普及に伴い、中国ではインターネット人口は6億近く、世界最大を誇る規模となった。

自治体が利用したPR活動のメリットとデメリット

- 中国でのPR活動は、各自治体が積極的に行われている。
- ただ、中国でのPR活動は、中国人のニーズを十分に分析した上、どのチャンネルを使ってPRするのか、しっかりとした戦略を立てるべきである。
- 今までの自治体のPRを見れば、一過性の物が多く、どれほど中国の消費者に浸透できたのか、疑問を抱かれてもやむを得ない。
- コストと効果を軸にして、今までのPR活動を下記の通り分類できるのかと思う。これに基づいて、最もコストパフォーマンスが良いPR戦略を導きたいと思う。

方式	メリット	デメリット
事務所開設	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 現地での人脈づくりに有効 ➤ 常に最新な情報をキャッチするのが可能 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 事務所費用、常駐スタッフ費用が高い ➤ 常駐スタッフの能力次第で、先行投資が機能しない恐れが高い
博覧会 フェア	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 専門業者や一般人は訪れてくるため、コストを抑えながら、一定の宣伝効果を得られる 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 一過性の活動で、博覧会・フェアの対象者にもよるが、どれほど消費者の購買に結び付くかは大きな疑問が残る ➤ アピールの対象の数が限られる
メディア	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 幅広く消費者の層に浸透することが可能 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 費用が高い ➤ 一時的に浸透したが、後続の活動はない限り、効果が薄れるのも早い

いずれに費用対効果のバランスがうまく取れているとは言えない

PR活動のあるべき内容 1)メディアでの露出度を高めること

- 現地で事務所を開設するとか、博覧会とフェアへの出店とか、マスメディアに取り上げていただかないと、発信先の数が限られる。
- マスメディアに不定期に広告を出すことも費用が高価な上、訴求の内容はどれほど現地の人に浸透できるかも大きな課題が残る。
- 自治体にとって、中国のマスメディアに常に取り上げてもらえるような工夫は、中国向けのPR戦略においては欠かせないことである。

メディア	代表媒体	概 略	想定するPR案
テレビ	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 中国中央テレビ ➤ 北京テレビ 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 中国最大規模のテレビ局であり、中国全人口の96%をカバーでき、視聴者数は12億人に上る。 ➤ 北京にある、中国の主要なテレビ局で、10のチャンネルで放送を行っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「日本巡りの旅」など、各自治体の観光資源を取り上げる番組を製作し、中国のテレビ局に放映してもらおう
新聞紙	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 人民日報 ➤ 中国青年報 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 中国共産党中央委員会の機関紙で、発行部数は1000万部を超える世界十大新聞紙の一つである。 ➤ 人民日報に次ぐ中国の中央新聞紙で国家指導者を輩出した中国共産党青年団の機関紙である。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 違う新聞紙に定期的に自治体の関連記事を取り上げてもらうことを通して、違う地域の中国人消費者へのPR活動を深めていく
雑誌	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 博客天下 ➤ 中国週刊 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 最もアクセス数が多い人気ブログの内容を雑誌にするだけのモデルだが、創刊後間もなく、中国の人気雑誌と成長する。 ➤ 目下ホットな経済、政治などの話題を取り上げる、インテリ層向けの格調が高い雑誌である。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 日本の自治体と連携させて、読者向けの関連観光コースを主催する
ポータルサイト	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 新浪(SINA) ➤ 網易 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 一日のPV数は1億を超えており、中国人の中で最も有名なポータルサイトである。 ➤ 中国最大なポータルサイトの一つで、NASDAQの上場企業である。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ユーザー数、PV数が膨大なポータルサイトに定期的に自治体の最新情報をアップしてもらおう

PR活動のあるべき内容 2) 中国関連キーワード作り

- 各自治体の中国関連キーワードを活用し、それを中国でPRすることを通して、観光客の誘致または中国市場への開拓を促す。
- 日中は一衣帯水の隣国で、1500年前の遣隋使、遣唐使時代から、いろいろな交流があっただけに、ほとんどの自治体は中国がらみのキーワードを作り出せる。

ジャンル

概

略

歴史人物

- 歴史上、日中間の交流が深かっただけに、両国でも知られている歴史人物がたくさんいる。その歴史人物の知名度を活用して、観光客の誘致を行う。

名所

- 中国の古代文化について、中国以上に受け継いでいる日本の中では、中国とゆかりがある名所もいっぱいあるので、そのゆかりをPRしながら、観光客の誘致を行う。

中国で有名な日本人・でき事など

- 表にそれほど報道されていないが、現代の日本でも中国の中で人気を集めている有名人・出来事がいっぱいある。(逆にそのようなことは日本ではあまり知られていない)
それを中国のマーケットにリンクさせ、観光客の誘致に結び付ける。

PR活動のあるべき内容 3) 中国視点でのコース作り

- 現在、日本での観光コースのほとんどは、関空⇒大阪⇒愛知⇒箱根⇒東京⇒成田というゴールドルートであり、買い物をメインな目的にされているので、リピータ客がなかなか生まれて来ない。
- 各自治体の観光資源をどう活かして、中国の視点で、中国人にとって「楽しい」「面白い」「行き甲斐がある」ツアーの企画をするべきだと思います。

日本の何が中国で人気がある？

アニメ・漫画など
エンターティメント

ファッション・美容
等日本の美学

etc

日本の何が中国人は懂れている？

先端な技術

豊かな国

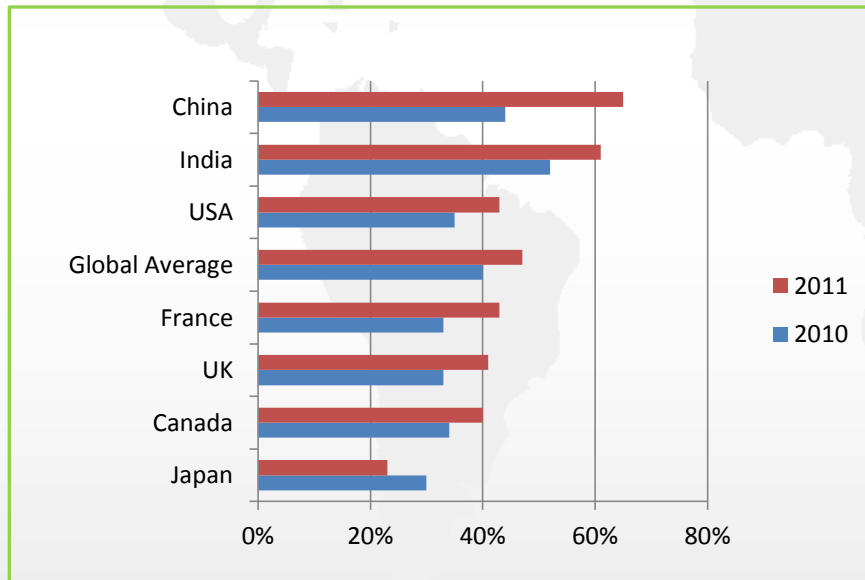
etc

この二つのキーポイントに
基づき、中国人好みのコース
を企画するべきである

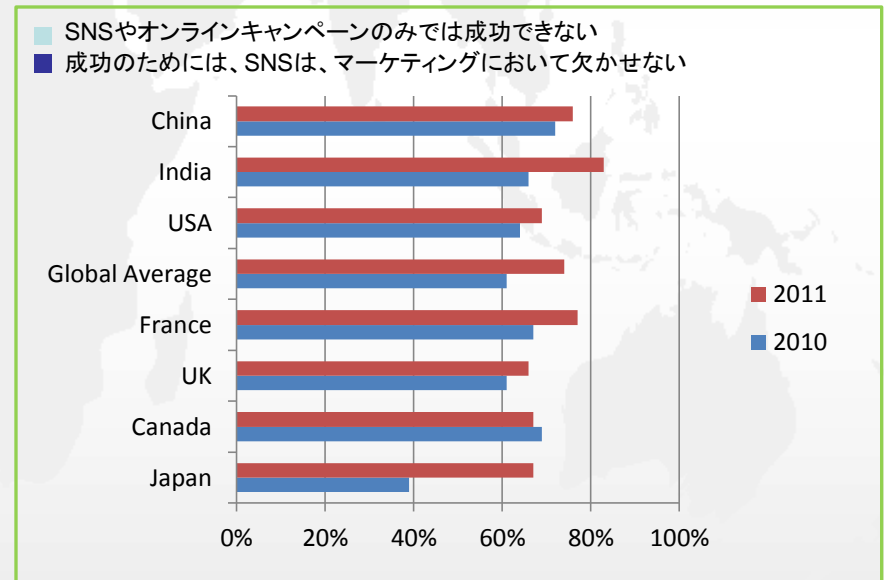
SNSマーケティングを活かすPR活動

- 中国では、インターネットビジネスを展開する際、SNSマーケティングが欠かせないツールの一つです。
- SNSのユーザー数は、2011年前半まですでに3億人を超えており、高収入、高学歴、高ポジション(職位)のユーザー数は、2割位占めております。

新規顧客の獲得においてSNSを利用して成功を収めている企業の比率







マーケティングにおけるSNSの活用に関する意識調査



SNSマーケティングを活かすPR活動

中国の主要SNS

-  ➤ オフィスのホワイトカラーをメインな対象にするSNS。2011年8月までユーザー数は、1.17億人、1日のアクセスユーザー数は、2000万人。
-  ➤ 学校のつながりから発展してきたSNS。2011年8月までユーザー数は、1億人を超過しており、1日のアクセスユーザー数は、2400万人。
-  ➤ 中国でアクセス数が最大を誇るテンセント(Tencent)が運営しているSNS。ユーザー数は、未公開。
-  ➤ 中国版のTwitter。ユーザー数は、2億人を超過しており、1日に発信したミニブログ数は、7500万通に達している。

新浪微博の例



新浪微博とは

- サービスの利用者が集うサービスの提供者との会話ができるプラットフォームを構築します。

■ 新浪微博とは？

中国で最も人気がある「ツイッター」。2億を超える会員による使用市場シェアが80%以上であり、圧倒的ロコミ影響力を持つ。

■ ユーザーの属性

- 性 別： 男性 63.7%
女性 36.3%
- 年 齢： 25～34歳 55%
- 学 歴： 大学卒 & 大学卒以上 74%
- 職 業： 会社員、管理層 67%
- 利用端末： モバイル 50%



どんな効果を期待できる？

- 新浪微博を運営することにより、中国サービス利用者との距離を縮める。狙いとして
 - 既存購買者のために集う場を提供する
 - 口コミで潜在利用者を囲い込む
 - 情報の口コミ発信地として活用
 - 簡易プロモーションキャンペーン場として活用
 - スマートフォンアプリと連動
 - 広告費削減



企業Slogan

動画UPも可能

人気話題
キャンペーンの
宣伝など

ブランドごとのミニブログ

品質が高い
ファンの皆さ
ん

SNS間の連携

- 複数の関連BBS+ミニブログ運営+関連SNSコミュニティでの口コミを通し、話題の拡大効果を狙います。
- 特にミニブログは、サービスサイト以外の情報発信の窓口になりますので、ブランドコミュニケーションの基盤の一つとして育てていくべきです。
- このような口コミを通してユーザー参加型の、魅力的・体験に繋がるプロモーションキャンペーンを常に行います。

BBS

日本関連BBSで誘導書き込みを行う

ミニブログ

サービス提供側ミニブログ上での告知は勿論、20万以上のファンを持っている他ミニブログと提携し、関連情報を告知してもらう。(例:20万ファン
* 20ミニブログ=400万ユーザーヘリーチ)

SNS
コミュニティ

主に人人網、開心網で2,000人以上の友人を保有する人気会員と提携し、関連情報を告知、転載してもらう

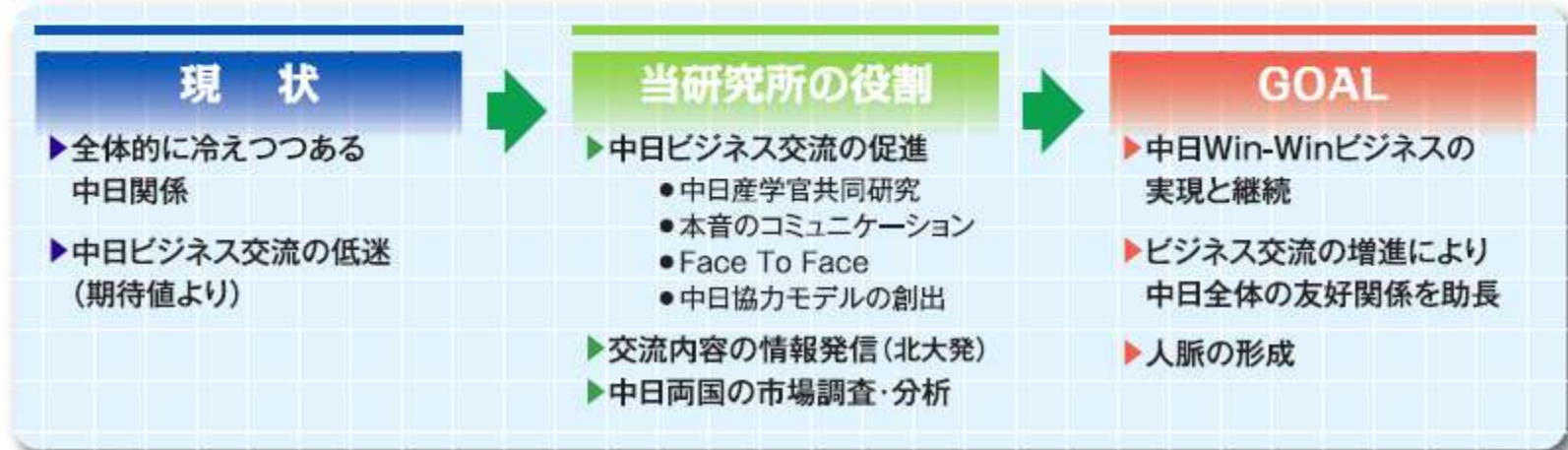


北京大学 国際関係学院 アジア経済・文化研究所 設立のご案内

北京大学国際関係学院 亞洲经济与文化中心

2011年早春、北京大学で最も中日交流に活躍してきました「李玉教授」をリーダーとし、国際関係学院教授ならびに卒業生（官・民）の間で、「中日ビジネス交流（過去/現在/将来）」について議論されました。その結果、各者が一同にして「過去のビジネス交流機会損失の大きさ」、「中日ビジネス交流を真に実践する場の必要性」、「中日友好関係の増進」を訴え、当研究所の設立準備を開始するに至りました。

◆ 設立の背景



北京大学の看板をPRに活用しよう 北京大学国際関係学院アジア経済文化研究所

◆ 北京大学国際関係学院 アジア経済・文化研究所の位置



アジア経済・文化研究所

- 北京大学: 分科会別に各学部の教授、ならびに学生(修士課程・博士課程)が参加
- 座長企業: 分科会別に、中日企業各々1社が座長を担当
- 会員企業: 分科会別に、中日企業が参加

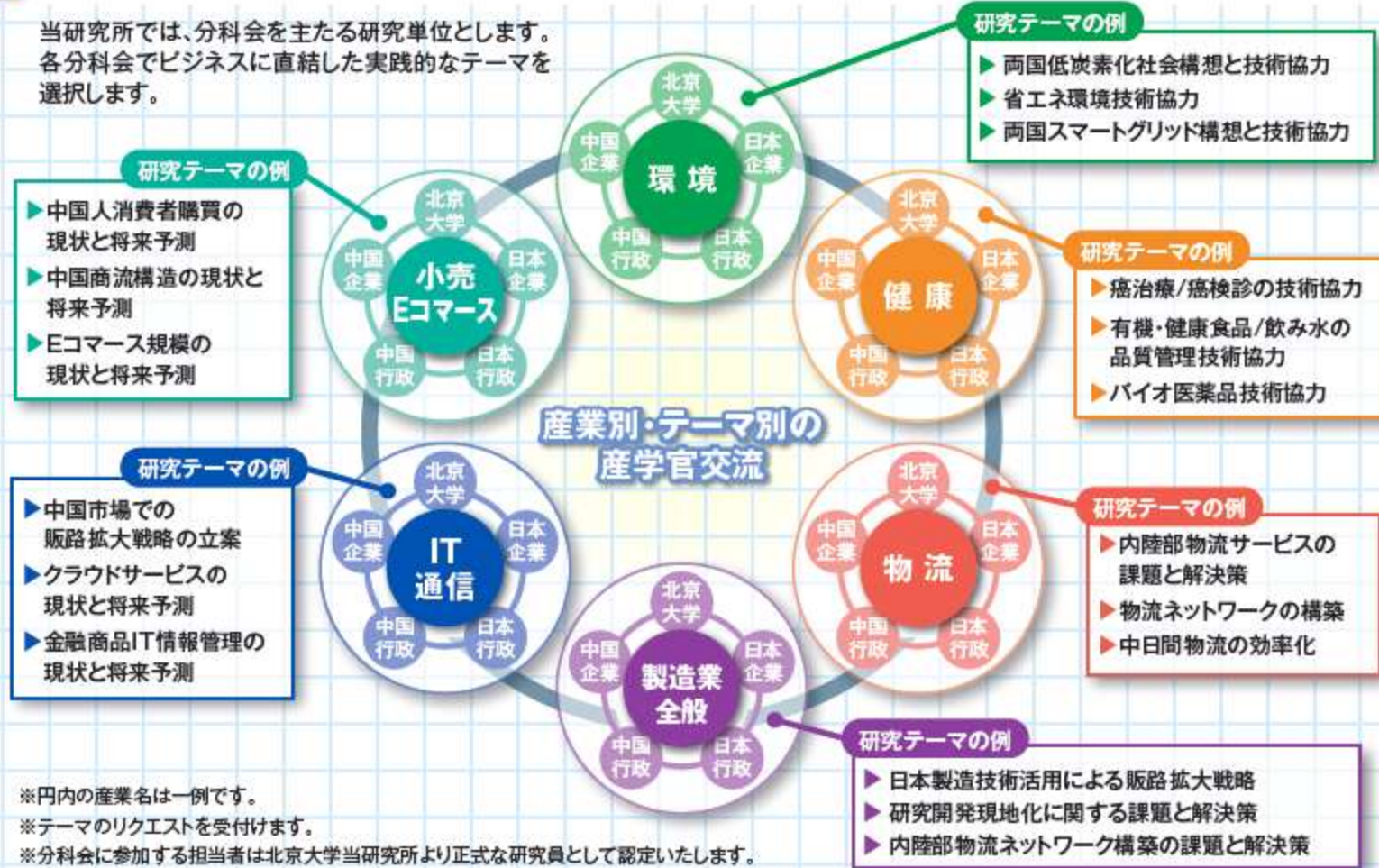
分科会(例)

小売・Eコマース	IT・通信	環境	健康
観光	製造業全体	物流	金融・保険
電気機器	輸送機器	繊維・アパレル	鉄・非鉄
窯業	バルブ・紙	人材	P R
サービス業全般	C S R	全体研究	...

北京大学の看板をPRに活用しよう 北京大学国際関係学院アジア経済文化研究所

研究活動(テーマ別分科会による)

当研究所では、分科会を主たる研究単位とします。各分科会でビジネスに直結した実践的なテーマを選択します。



北京大学の看板をPRに活用しよう 北京大学国際関係学院アジア経済文化研究所

研究活動の情報発信(北京大学主催)

1 セミナー

① 校内セミナー

北京大学校内にて、分科会別にその研究テーマに関連する学部の北京大学生を招き、研究テーマ内容を発信します。また、実業意識の高い北京大学生の分科会への参加をオープンにします。

② 外部セミナー

校外または校内にて、分科会別にその研究テーマに関連する外部の企業・メディア・学生の聴講者を招き、研究テーマ内容を発信します。当研究所会員以外とのビジネス交流の場(人脈形成)の場でもあります。

2 シンポジウム

① 各分科会

校外または校内にて、分科会別にその研究テーマに関連する外部の企業・メディア・有識者をパネラー・聴講者として招き、当研究所会員と研究テーマについて議論を交わします。当研究所会員以外とのビジネス交流の場(人脈形成)の場でもあります。

② 研究所全体

2012年上旬、日中国交正常化40周年という節目のシンポジウムを開催します。歴史的に中日ビジネス交流に輝かしい貢献をされてきた両国の産・官・民を招き、以下のテーマについて議論を交わします。

- ▶ 中日ビジネス交流40年の総括
- ▶ 今後の更なる中日ビジネス交流・友好関係増進に向けて

3 出版

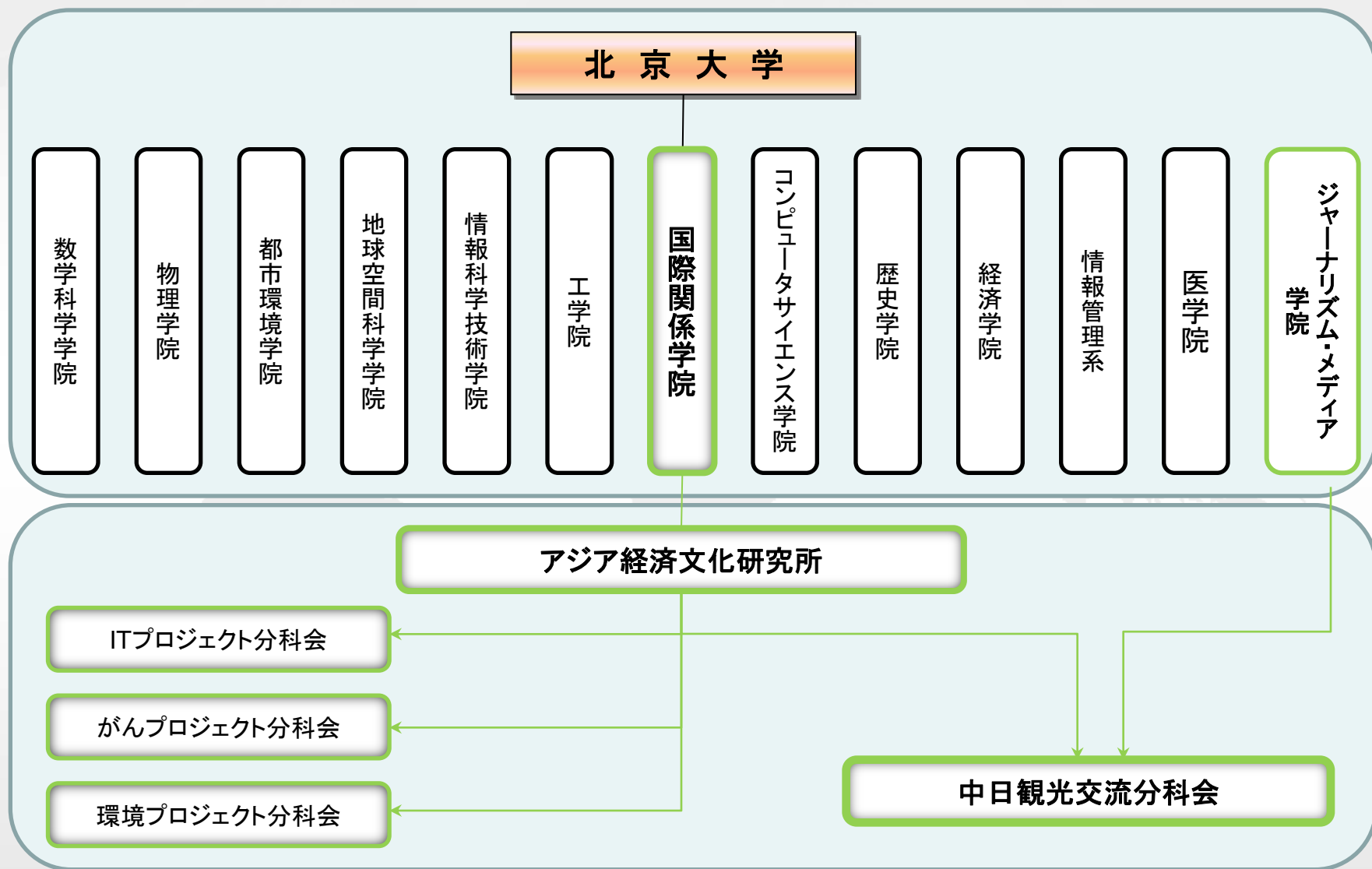
中国全土の産・学・官・民とのビジネス交流チャンネルとして、「中国業界地図」や「各分科会の研究テーマ論文」等を、中国国内で北京大学より出版します。

寄付講座開設

個別会員企業単位／分科会単位での寄付講座開設をコーディネートします。北京大学各学院研究室の教育や研究促進、新技術等の産学連携による共同開発研究が実施できます。

北京大学 国際関係学院 アジア経済・文化研究所 運営事務局 準備室 担当：三浦 [090-4967-7977]・王 [090-3695-7722]・冲山
〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-3-7 新星ビル 3F Tel: 03-5766-1553 Fax: 03-5467-3907

観光分科会を設立



出版 : 「日本大災害の教訓(中国語)」

シンポジウム : 「東日本大震災の教訓及び日本復興協力」

＜中日国交正常化40周年、交流促進活動として＞

2012年01月25日

主催 : 北京大学国際関係学院アジア経済文化研究所

共催 : 北京大学アジア太平洋研究院

出版及びシンポジウム開催の趣旨

2011年3月11日、東日本を襲った世界未曾有の大地震は、生命・生活・ビジネスといったあらゆる面で甚大な被害をもたらしました。被災された皆様には、心よりお見舞い申し上げます。

当研究所の教授陣ならびに研究員の多くは、長年にわたり中国と日本との交流を促進して参りました。この震災に直面した日本が経験した強烈な事実、教訓、そして日々実行を続けている復興策を中国全土へ向けて情報発信していくことは、中日友好促進を目的とする当研究所にとって、大変重要な責務であると認識しております。また、中国側においても、今後の防災危機管理を強化する上で、この教訓から学ぶことの重要性を痛感しております。以上のような考えに立ち、この度、書籍出版及びシンポジウムの開催を取り行うこととなりました。

1. 書籍出版

北京大学ならびに当研究所と交流の深い慶応義塾大学教授の竹中平蔵氏及び元朝日新聞の船橋洋一氏が中心となり、震災の事実や対応策を分析した各領域の専門家と研究者を集め、防災危機管理各面を記した書籍「日本大災害の教訓」が日本で出版されました。当研究所では、当書籍の中国語版を、新華出版社より出版致します。

2. シンポジウム開催(北京)

「3日本大災害の教訓(中国語版)」の出版告知及び中日両国産学官の防災関係者による講演、パネルディスカッションを行います。あわせて、日々安全対策を実行している日本への復興協力として、中国の旅行関係会社の参加を促し、一般観光・訪日ビジネス研修プログラムなどを含めた日本渡航のPRを行います。

この度の書籍出版ならびにシンポジウムの開催が、少しでも東日本復興に寄与することを切に願います。

北京大学国際関係学院アジア経済文化研究所 理事長 李玉

書籍「日本大災害の教訓」 ※日本語版は2011年12月15日に出版されました

< 目次 >

序章 : 大災害と複合連鎖危機

船橋 洋一

元朝日新聞社 主筆

竹中 平蔵

慶応義塾大学 教授

1. 大震災・津波と備え

西川 智

国土交通省 土地市場課長

2. 消えた自治体・翻弄された自治体

久保 隆行

(財)森記念財団都市戦略研究所 主任研究員

三輪 恭之

(財)森記念財団都市戦略研究所 主任研究員

3. 試された被害対応力と国際競争力への影響

市川 宏雄

明治大学 専門大学院長

4. 大震災と日本経済

竹中 平蔵

慶応義塾大学 教授

5. サプライチェーンと事業継続

丸谷 浩明

内閣府政策統括官(防災担当)

6. 福島原発事故をなぜ防げなかったか

吉岡 斎

九州大学 副学長

7. 大震災と日本の電力供給体制

八田 達夫

大阪大学 名誉教授

8. ガバナンス危機の解剖

船橋 洋一

元朝日新聞社 主筆

9. 自粛と委縮からニューノーマルへ

袖川 芳之

電通総研ヒューマン・インサイト部 部長

10. 災害時情報通信基盤マネジメント

村井 純

慶応義塾大学 環境情報学部長

出版近年パーティ及びシンポジウム開催の概要

(1) 概要

- ◆ テーマ : 「東日本大震災の教訓及び日本復興協力」
 - 第一部 : 「開会挨拶」及び当書籍執筆陣による「東日本大震災の教訓(書籍の概要)」についてのご講演
 - 第二部 : 震災県の被災状況報告
インフラ整備・生活支援など復興に向けた取り組みについてご講演
 - 第三部 : 生活物資運送活動のご講演、Q&A
 - 第四部 : 中日産・学・官による、上記課題とその対応策をテーマとしたパネルディスカッション
 - 第五部 : 日本の観光行政・業界関係者による、震災復興のための観光の役割などについてご講演
 - 懇親会 : 参加いただいた中日産・学・官が個別に相談できる懇親会を開催
- ◆ 日時 : 2012年4月 3日(火)
- ◆ 会場 : 北京大学構内
- ◆ 言語 : 中国語、日本語 ※
- ◆ 主催 : 北京大学国際関係学院アジア経済文化研究所
- ◆ 共催 : 北京大学アジア太平洋研究院

シンポジウムプログラム概要

(2) プログラム(予定)

1. 第一部 開会挨拶

10:00-10:10	北京大学	北京大学常務副学長 吳志攀
10:10-10:20	在北京日本大使館	日本大使館公使 堀之内秀久
10:20-10:30	(中国地震局)・(民政部)	()
10:30-10:40	日本国土交通省	国土交通省審議官 増田優一

2. 第二部 出版報告

10:45-11:00	出版図書の説明(1)	慶応義塾大学総合政策学部教授 竹中平蔵
11:00-11:15	出版図書の説明(2)	慶応義塾大学特別招聘教授 船橋洋一
11:15-11:30	出版図書の説明(3)	森記念財団都市戦略研究所 久保・三輪

3. 第三部 震災地の被災状況報告

11:30-12:00	被災状況と復興への取り組み	(東北被災県:予定)
-------------	---------------	------------

4. 第四部 救援物資輸送支援、被災地で活きた物流について報告

13:00-13:45	実態報告、Q&A	(日本企業)
-------------	----------	--------

5. 第五部 教訓発表、Q&A

13:50-14:20	社会インフラ・建築・設備	(日本企業)
14:20-14:40	防災情報・救援情報システム	(日本企業)
14:40-15:20	IT関連の被災事実とクラウド展望	(日本企業)
15:20-15:40	社員安否とICT活用被災地支援	(日本企業)

6. 第六部 日本復興協力として中国企業のできること

16:00-16:30	日本側リクエストと中国側協力	中国商務部国際経済貿易研究所・(日本企業)
-------------	----------------	-----------------------

7. 第七部 日本復興協力として日本渡航の促進

16:30-17:50	3.11当時の安全避難 震災後の観光交流と現状 震災復興のための観光の役割	<第七部:参加組織全体> 中国観光局、中国各旅行社 (日本の旅行社)
-------------	---	--

8. 懇親会 18:00-20:00 立食形式による中日産学官の交流

参加規模

※ 当日北京大学日本語学科や国際関係学院の学生が聴講する予定です。

		中国側(60人~80人)		日本側(40~50人)	
官	中央	財務省、外務省、観光局、地震局 洪水・干ばつ局など	数省・局:8人	外務省、国土交通省、日本 大使館など	数省:6人
	地方	四川省汶川、陝西の隴南、雲南省、 ハルビン市など	数都市:8人	岩手県	1件:2人
学		北京大学 ※学生を含む		筆者(竹中氏、他筆者)	筆者:2人
産	生活物資	—			1社:2人
	インフラ・建築	SOHO、万科など大手ゼネコン	3社:6人		3社:6人
	防災システム	—			3社:6人
	データ管理	IT企業	3社:6人		3社:6人
	観光関連	中国国際航空	1社:2人		
中国国際旅行社、Ctripなど大手旅 行社、銀レンカードなど		6社:12人			1社:2人
研究員		:20人			
<合計>			62人		34人

産 メ デ ィ ア	TV	CCTV	:3人	(NHK)	1社:2人
	新聞	中国青年報、北京青年報、新京報 など	:6人	日本経済新聞、朝日新聞な ど	2社:2人
	雑誌	中国週刊など	:2人	週刊ダイヤモンドなど	1社:1人
	Webサイト	新浪、搜狐、優酷など	:2人	Yahoo Japanなど	