

平成29年度 経済環境常任委員会管外視察の概要

■視察期間 平成29年7月3日(月)～5日(水)

■視察者 経済環境常任委員(7名)
早田順一(委員長)、高野洋介(副委員長)、城下広作
松田三郎、濱田大造、西山宗孝、岩本浩治

■視察先等 ①在上海熊本県人会
②熊本上海事務所
③日本貿易振興機構上海事務所(JETRO 上海)
④日本国際観光振興機構上海事務所(JNTO 上海)
⑤日式スーパーAPiTA 金虹橋店
⑥くまカフェ(上海1号店)

■視察目的 中国を代表する経済都市である上海市において、県内企業のほかアジア圏など広域的な視点による企業の進出動向、現地の観光や消費の傾向等を調査、視察するとともに、関係者と意見交換を行うことにより、今後の委員会審議の参考とする。

■視察の概要

①在上海熊本県人会

在上海熊本県人会会長を初め、県内企業関係者7人の方に参加いただき、意見交換会を行った。

意見交換会では、「数字で見る中国」と題して、肥後銀行在上海駐在員事務所から、中国の政治経済の概況のほか、日本企業の進出状況や中国市場の可能性等について説明を受けた。

注目領域としては、医療、介護、環境、ロボットの分野があり、日本の強みを生かせる機会がある。また、消費については減退しておらず、非常に活気のある状況にあり、自動車、観光、食品、サービスについては拡大する機会があるとの説明があった。



②熊本上海事務所

熊本上海事務所の業務概要及び現況について説明を受け、意見交換を行った。

熊本上海事務所では、中国進出を図る県内企業からの相談業務のほか、人気のあるくまモンの商品化やイベントへの使用に関する問い合わせへの対応及び中国企業等の協力による地元スポーツイベントでの熊本のPR等を行っているとの説明があった。

また、企業進出については、飲食、小売りを初めとするサービス産業の売り込みが増えており、県関係企業においても同様の傾向があるように感じている。くまモン関係については、くまモン人気の高まりにより、県関係企業よりも中国系企業からの相談が増えており、県関係企業の4倍以上になった。その一方で、海賊版等の不正使用が増え、正規の取り扱い事業者に影響が出ており、その対応に苦慮しているとの説明があった。



③日本貿易振興機構上海事務所（JETRO上海）

中国市場の魅力等について、「上海で見る中国の最近の経済動向と日本企業にとってのビジネスチャンス」と題して説明を受け、意見交換を行った。

中国経済について、経済成長の減速が注目されているが、GDPの純増額は、タイ、ベトナム、ミャンマー3カ国のGDP 1年分に相当しており、極めて大きい。日本国内では、中国に対するリスク意識の高まりとともに、ASEANが注目されているが、市場規模の大きさが違い過ぎるので、その点は冷静に捉えるべきとの説明があった。

また、日本の中流層程度の所得者が、5年間で4,000万人増えており、消費行動においても、信頼できるものであれば少し高くても買うといった安心・安全消費等の傾向が見られ、日本企業にとって売り込みのチャンスになっているとの説明があった。



④日本国際観光振興機構上海事務所（JNTO上海）

中国人訪日旅行の展望等について、「中国からの訪日インバウンドの現状と今後について」と題して説明を受け、意見交換を行った。

中国から九州への訪日宿泊者数について、昨年5月以降は、熊本地震の影響により前年割れをしていたが、10月以降は前年を上回るほどに回復しているとの説明があった。

また、旅行消費額について、中国政府の関税引き上げや円高、さらにインターネットでの購入の拡がりなどにより、1人当たり4.7万円抑制された。その背景には、団体旅行から個人旅行へと旅行スタイルの変化が急速に進んでおり、消費においても、爆買いから必要なものを安く購入しようとする動きや、「モノ消費」から体験や思い出づくりに重きをおく「コト消費」への移行が見られる。また、個人旅行への変化に伴い、OTA（オンライン・トラベル・エージェント）が急成長している。中国では、スマートフォンなどデジタル化普及率の高さもあり、OTAが運営するサイトを通じて旅行計画を立てることが主流になってきており、こうしたサイトへの旬な情報の書き込みが最も有効なプロモーションになっているとの説明があった。



⑤日式スーパーAPiTA金虹橋店

日本食品の取扱状況や売上げ等について説明を受け、店内の視察を行った。

日本からの輸入品については、調味料や麺類、菓子等のドライ商品が中心になっており、それらをまとめて一つのコーナーを設けている。売上げについては、日本メーカーの現地製造品等も取り扱っているが、輸入品となると、日本からの輸入が厳しくなっており、売上ベースで10%はないとの説明があった。

その背景には、原発事故の放射能問題のほかに、添加物に関する規制が厳しく、日本で認められているもので中国では使用できないものが多い。餃子等で食の安全が問題になり、中国は規制がゆるいと思われがちだが、規制そのものは大変厳しくなっている。店としては、プライベートブランド商品を陳列したいが、通関や検査費用が高いため、店舗数が多い大手スーパーではいくつかの取り扱い例はあるが、それでも日本からの輸入はハードルが高いとの説明があった。



なお、くまモンを使用した商品については、よく売れているとのことであり、以前、九州フェアにくまモンを呼んでイベントを開催したが、くまモンの知名度の高さもあり、抜群の集客力であったとの説明があった。

⑥くまカフェ（上海1号店）

くまモン関連商品の売上げ等について説明を受け、店内の視察を行った。

経営状況について、来店者は、平均して平日は200～300人、週末は500人程度が来店する。週末は、入店に列ができるほどの人気との説明があった。

売れ筋の商品は、くまモンをプリントしたコップや、菓子類では、女性客が多いことから、くまモンのケーキ、プリンが人気で、よく売れるとの説明があった。

2階のカフェは、フロアに巨大なくまモンのぬいぐるみが置かれているほか、壁や椅子などいたるところにくまモンが置かれるなど、くまモン一色のデザインとなっていた。また、熊本城など熊本関係のポスターが掲示されているほか、モニターには熊本の映像が流されるなど、熊本のPRに努められている様子がうかがえた。

この日は、開店時間の10時前の訪問であったが、店内には数名の女性客がすでに来店しており、くまモン人気の高さをうかがわせた。なお、上海環球金融中心など上海の高層ビル群の近くにある東方明珠電視塔の広場内において、くまカフェの上海2号店の開店準備が進められていた。

