

報告 1

ペンギンスキー倶楽部総会での新潟 PR

ペンギンスキー倶楽部の総会が4月20日土曜日の午後2時過ぎ、ハルビン市南崗区のハルビン飛瀧国際商務酒店宴会場で始まった。新潟県と山形県の関係者が総会に招かれ、両地域を紹介するとともに会員らと交流を深めた。

同倶楽部は1991年に設立、20年以上の歴史があり、会員はハルビンを中心に大慶、牡丹江、チャムス、瀋陽、上海など各地の支部に所属し、総勢1,370人に及ぶ。総会は毎年行われている訳ではなく、今回が2年ぶり10回目。当日はおよそ120人の会員が参加した。劉昆会長の挨拶に続き、両県や新潟市からの説明。途中、お楽しみ抽選会を挟んだりし、PPTやDVDを使った紹介に会員も関心が高かったようだ。

新潟県からは県観光振興課 今井広域・観光室長や湯沢町観光協会 上村専務理事などが訪れ、新潟の四季、特に冬やスキーの魅力を伝えた。山形県ハルビン事務所の信坂所長は、冬は積雪が多すぎて閉鎖されていた月山スキー場が4月15日オープン、海岸からも近く7月になれば午前スキーを楽しみ、午後山から下り海水浴ができる稀なスキー場だと話すと会場はどよめいた。

その後は歌あり、ゲームあり、創作「ペンギンダンス」が披露されるなど和やかに会は進んだ。今年のスキーシーズンは終わり、倶楽部会員が今季訪れた韓国、日本、イランのスキー場で撮った写真をDVD編集したものが上映された。それを見ると、それぞれの地でスキーを楽しんだことは勿論、その地での食事や温泉、風景などアフタースキーで楽しかったことなどが彼らに思い出深いものとして残っていることが分かった。

新潟空港のハルビン線は、4月26日から週2便から週3便に増える。昨年秋以降、週4便から2便に減便になっていた。日本からの主な利用者は中国東北地方北部に向かう人、県内に限らず山形など近県や首都圏等の人々も含まれる。一方、中国からは黒龍江、吉林の人々が利用する路線。「生活路線」として定着しつつ、両国関係の影響を受けながらも一般観光の他、日本でスキーを楽しみたいという愛好家も今後増えていく可能性があると思った。(近藤)



今井 県広域・観光室長の PR



総会に参加した会員たち



歌あり踊りありのステージ

報告 2

「とんかつ新宿さぼてん」北京 1 号店がオープン

今年の 3 月、日本全国で 459 店舗を展開するとんかつ専門店「とんかつ新宿さぼてん」の中国第 1 号店が北京にオープンした。開店当初から日本人の間で話題になっていたのが早速行ってきた。

北京の日本食レストランでとんかつをメニューの一つとして取り扱っているお店は数多くあり、おそらく中国人にとってとんかつは比較的受け入れやすい日本食の一つなのだろう。実際、日本食の中でとんかつ・かつ丼が好き、という中国人は結構いる。しかし、とんかつだけを専門に提供するお店はこれまで北京にはなかった。牛丼専門店「吉野家」やカレー専門店「COCO 壺番屋」はすでに先行して中国に進出しており、多くの中国人から支持されている。とんかつ専門店が果たしてどれだけ中国人に受け入れられるものなのか興味があった。

土曜の夕飯時 18 時頃に店に到着したが、すでに店内は満席で店の前は順番待ちの客がいた。30 分ほど待つようやく店内に案内された。店の様子は日本の店舗に比べると高級感がある。「とんかつ新宿さぼてん」のイメージはテイクアウトもできる手軽なとんかつチェーン店という感じだったので意外だった。メニューを見るとロースかつ膳(中)が 70 元(約 1,120 円)もする。2011 年北京市の労働者の平均賃金が 4,672 元(約 75,000 円)/月であることからすると、この価格は非常に高い設定といえる。日本の感覚でいえば 2,000~3,000 円といったところか。3,000 円のとんかつ定食はかなり高級と言えるだろう。

日本の店と違う点はセットメニュー以外に串揚げや豚のしょうが焼き、サラダ、スイーツなど、単品メニューが充実していることだ。中国人は一般的に外食する際、単品をいろいろ注文してみんなで一緒に食べる習慣があり、そういった現地の嗜好・ニーズに対応したのだろう。

このように価格は決して安くなく、店の雰囲気もカジュアルというよりやや高級な感じで打ち出しているのだが、驚いたことに客のほとんどが中国人だった。そして、多くの客がセットメニューだけでなく、追加で単品をいろいろ注文している。とんかつと一緒にワインを注文している客もいた。北京ではビジネスや接待の場として日本料理店を利用する中国人をよく見かけるが、このようにとんかつだけの専門店に食事に来る客はビジネス・接待需要とは考えにくく、おそらく普通に食事をしに来ているのがほとんどだろう。客の平均単価は昼でだいたい 80 元(約 1,280 円)、夜は 90 元(約 1,440 円)になるそうだ。

飲食業や小売業は非常にドメスティックな商売である。出店先の地域に溶け込み、その地域で暮らす消費者のニーズに細やかに応えることが重要となる。一方でビジネス全体はグローバル化が進んでおり、日本の多くの企業が自社のサービスを売り込みに中国に進出

してきている。こうしたなか、日本が得意とする顧客視点のきめ細やかな日本式サービスを提供しながらも、いかに現地の習慣・嗜好に合わせた「現地化」を進められるかが成功の鍵となる。また一旦進出した後も、サービスの質を維持し続けるためには現地幹部やスタッフの育成もしなければならない。指導方法やスタッフとのコミュニケーション方法など、日本のやり方では通用しないこともあり、この面でも「現地化」が求められる。勢いよく進出したはいいが、現地化がうまく行かず出店後ほどなくして閉店・撤退する企業もあるようだ。

1ヶ月後、再び「さぼてん」にお昼を食べに行った。初めて行った時は日本人のマネージャーらしき人がいたのだが、今回は中国人スタッフが店内を取り仕切っていた。サービス・味、共に1ヶ月前と同じレベルが保たれていた。(笠原)



多くの客が順番待ちしている



和風ひれかつ膳(中) 80元(約1,280円)

報告 3

木寺昌人大使着任レセプションに新潟市も出展

4月24日、北京の日本大使館で木寺昌人大使の着任レセプションが行われ、中国政府、日中の交流に携わる機関や団体関係者ら多くの人に参加しました。

会場内では、地方自治体や日系企業のPRコーナーが設けられ、新潟市は新潟県など22の自治体とともに出展しました。

新潟市は、観光を中心にアピールし、観光パンフレット、3月に新潟を訪れた新京報の記者が書いた新聞記事、メモ帳、しおりなどを配布し、新潟をPRしました。新潟県は“銀聯在線”で販売している燕市のビールカップなどを展示して来場者の関心を集めました。

ゆるキャラの“くまもん”と“せんとくん”も登場し、大人気でした。また、天気が良かったため、中庭では、野点を開き、日本の伝統文化である茶道を披露し、お茶と茶菓子を楽しんでもらいました。

今回の木寺大使着任レセプションを機に、“雪が解けて春が来た”みたいに、日中関係も早く春を迎えることを祈っています。(李)



新潟市ブースを訪れた木寺大使と大使夫人



野外でのお茶会の様子



新潟県ブースの展示品