

瀋陽駐在員事務所

中国の健康食品市場

所得水準の向上、高齢化の進行、食品の安全問題などの背景から、中国人の健康意識は増々高まっており、健康食品の市場も拡大しています。中国における健康食品の生産・販売は1990年代に始まり、当初は欧米からの輸入品が大部分を占めていましたが、2000年代に入ると中国国内での生産や販売店のチェーン展開が進み、国内の保健食品市場が急速に成長しました。



<深センの越境 EC サイト・アンテナショップ>

現在、中国国内で販売されている健康食品は、国内で製造されたものと輸入品があり、JETROの調査によると、国内製健康食品は13,000種類、これに対して輸入品は650種類です。ところが、消費者が購入する健康食品の15%は輸入品が占めています。「薬品」は輸入手続きや検査が非常に複雑で難易度も高いのですが、健康補助「食品」は「薬品」よりは難しくありません。

中国では、60歳以上の高齢者人口が2014年時点で2億1000万人に達し、2035年には4億人に増えると予測されています。現在、高齢者が最も患っている病気は心臓血管病、高血圧、糖尿病などの慢性的疾患であるため、薬以外にも保健食品も人気の一つとなっています。また両親向けに購入している若年ホワイトカラー層が、徐々に自分自身のために健康補助食品を買う傾向も強くなっています。この層は教育水準が高く、価格よりも品質を重視するため、輸入ブランドのビジネスチャンスも大きいのではないかと思います。

張 璐

ユジノサハリンスク駐在員事務所

【チェーホフとサハリン～その2～】

昨年、ロシアの有名な作家アントン・チェーホフがサハリンと関係が深く、彼の名のついた名所、例えば建物や公園などがあることを紹介させていただきました。今回は、その中でも特に有名なチェーホフ山をご紹介します。日本名は鈴谷岳(すずやだけ)と言います。



絶景

8月6日(土)、サハリン南部の鈴谷山脈で一番高いチェーホフ山に登りました。当地サハリンに赴任してから一度登りたいと思っていたのですが、登山の可能な時期は短く、初春や晩秋は熊出没するということで、この時期を選びました。当初気の知れたロシア人の仲間たちと計画していたのですが、思いのほか“一緒に登りたい”という賛同者も多く、結局20名(日本人13名、ロシア人7名)が集いました。標高1,047m、片道約4,400m、登山開始から下山終了まで約7時間の行程でしたが、天候にも恵まれ、参加者全員が無事に登頂成功し、気持ちの良い一日を過ごすことができました。



登山前

日頃は日本(人)とロシア(人)の違いを感じることもありますが、実は共通している部分、共感できる部分の方が多いのだらうと思います。写真をご覧いただければおわかりいただけますね。そう、笑顔は万国共通です！

達田 暢

ウラジオストク駐在員事務所

ビジネスクラブ「ディアロギ」の設立 10 周年記念イベントについて

ウラジオストク郊外にあるカジノ施設「ティグレ・デ・クリスタル」で8月11日、ウラジオストクを拠点にするビジネスクラブ「ディアロギ」の設立 10 周年記念レセプションが行われました。

同クラブの名称は「会話」を意味しており、文字通り各ビジネス界の関係者の交流推進を目的にしていますが、そのメンバーが沿海地方のみならず、ロシア国内外の政界やビジネス界、学界等の関係者であるため、同クラブはロシア極東において国際レベルのビジネスコミュニケーションを促す唯一の民間団体だといっても過言ではありません。

クラブの構成は、正式なメンバーや名誉メンバーのほか、オブザーバーに相当する参加者もいます。我々も各界の関係者との友情関係を構築すべく、オブザーバー参加で上記のイベントに出席しました。

このイベントは、同クラブの定例ミーティングと同様に、100 名に及ぶ参加者が一人一人紹介されたため、相当な時間がかかりましたが、様々な会社や団体の幹部とその事業概要に関する情報を取得できたので、ポジティブな面もありました。そして、この記念レセプションを始め、同クラブのイベントは情報共有や経験交換の機会をも多く与えています。



イワン・モズゴヴォイ

北陸銀行バンコク駐在員事務所

SNS 王国、タイ！

タイでは Facebook や Line 等の SNS が非常に盛んです。街の中を歩きながらポチポチ、地下鉄や電車の中でポチポチと、常に画面を見ながら友達とやりとりをしている風景を至る所で目にします。とあるタイ人の広告会社から「タイ人は飲食店や旅行地等を決めるとき、Google 等の検索サイトで何かを調べることは少なく、Facebook や Line で友達がお勧めしているものを選びます。Wongnai というグルメサイトでレビューを見て飲食店を決めることもよくある。」と聞いたこともあります。

では、タイ人はどんな投稿をしているのでしょうか。キーワードは「体験の共有」です。タイ人は自分が今していることを写真に撮って SNS に投稿し、仲間と共有することを頻繁にします。タイ人は自分の顔写真が SNS 上に投稿されることに対し、日本人ほど抵抗感が無い様子です。例えば「自分は今電車に乗っている」「お腹がすいた」「このご飯は美味しい」「この商品は面白い」などを写真と一緒に頻繁に投稿し、それを頻繁に仲間が見てコメントしている様です。

消費者向けの商品・サービスを展開する進出企業は、いかに商品が美味しそうか、サービスが楽しそうか、といった観点で見せ方の工夫をし、写真を撮ってもらい、仲間内に SNS で投稿・宣伝してもらうことがキーポイントになると考えています。



吉田 雄司

日中経済協会 北京事務所 札幌経済交流室

増加する待機自転車

北京市政府は深刻化する交通渋滞や環境問題の一解決策として、2012年6月に公共レンタル自転車を導入しました。市内の地下鉄駅周辺や居住地を中心に、自動でレンタルの可能な機械が合計2,127箇所設置されており、自転車の総台数はサービス開始当初の2,000台から、今現在66,825台まで増台しています。18歳から65歳までの北京在勤者のほか、旅行者等が利用対象者です。利用料金は1時間以内であれば無料で、以後1時間毎に1元（16円）が加算され、24時間以内の最高額は10元となっています。

一見するととても良いサービスのようには思えますが、街で利用している人を見る機会はそう多くはありません。レンタル自転車を盗まれる可能性があることや、結局のところ自転車に乗って自宅まで帰ることが出来ない等が理由のようです。また、機械の設置場所は本来自己所有の自転車やバイクを駐輪する場所であったケースが多く、駐輪が困難な状況も散見されています。

それにも関わらずレンタル自転車は今なお増え続けています。需要がなくとも供給するこの状況は、昨今大きな問題となっている中国の不動産開発と似ている気がします。



事前に専用のカードを作成しレンタルする



主要道路には自転車専用レーンが整備されている

小笠原 宅麻

北海道 ASEAN 事務所(シンガポール)

多民族国家・シンガポール

まるで中国のようなこの写真、実はシンガポールの中心街オーチャードにある高島屋の地下催事場の一角です。

毎年旧暦の8月15日（新暦で2016年は9月15日）は中国でおなじみの『中秋節（日本でいうお月見）』。中国国内で、多くの中国人が月餅を買い求める姿が過去の「とびくす」でも触れられていることと思いますが、ここシンガポールでも随所で月餅商戦が繰り広げられます。なぜ、中国の文化がシンガポールでも根付いているかというと、お気づきの通り、シンガポールの民族構成と関係があります。

2015年6月末の民族構成は、中国系74.3%、マレー系13.3%、インド系9.1%、その他3.3%（シンガポール統計局より）とシンガポール人の4分の3が中国系です。そのため、中秋節にはまるで中国にいるかのような光景を目にすることが出来るのです。

また、民族構成が多様なため、1年に4回正月があります。新暦の正月 春節（旧正月）ハリラヤブアサ（断食明けを祝うイスラム教徒の正月）ディーパバリ（ヒンドゥー教徒の正月）です。これらを含めシンガポールには11日の祝日がありますが、メーデーと独立記念日を除いた9日は宗教・民族にまつわる祝日となっています。

1つの国に居ながらにして、複数民族の文化・食や言語に触れることのできる国、それがシンガポールなのです。

津川 剛史

