

瀋陽駐在員事務所

Air Quality Index (AQI)

この季節、駐在者が気にするのが AQI という PM2.5 の濃度指数です。日本の環境基準値はこの指数が 50 ($35 \mu\text{g}/\text{m}^3$) 以下、中国の環境基準では 100 ($75 \mu\text{g}/\text{m}^3$) 以下で、札幌で 50 を超えることは殆どありません。

中国環境保護局は、指数 300 超を「嚴重汚染」、健康への影響を「健康な人も忍耐力が低下し、強烈な症状が見られ疾病を早期に発症」、「高リスクの人は屋内に留まり、体力消耗を避けるべき、すべての人は屋外活動を中止すべき」と定義しています。右の写真は 12 月 11 日、指数 400 を超えた瀋陽市内です。この状態だと目や喉が痛く 30 分と屋外にはいられません。

詳しい方によると、以下の様な原因があるようです。

暖房用石炭ボイラ（燃焼効率が悪い）、自動車の排ガス、農村部の収穫残余物（トウモロコシの茎、稲わら等）の焼却（処分に費用が掛かり焼いた方が得）

中国では、高度成長期の公害問題を克服した日本の技術に対するニーズは大きなものがあります。日本企業にとっては中国企業への信用不安や中国での実証試験・実績作りなど大きな壁はあるものの、最近では川崎市（瀋陽市と姉妹都市）と市内に立地する企業が、かつての大気汚染を克服した技術やノウハウを逆にセールスツールとして活用して参入を図っているほか、道内でも展開を模索する企業が出始めています。

南 敏律



ユジノサハリンスク駐在員事務所

【新年明けまして・・・メリークリスマス??】

タイトルを見てすぐに理解できた方はロシア通です。ロシア経験者ならすぐお分かりですね。そう、ロシア正教会では、ユリウス暦を使用しているので、クリスマスは 12 月 25 日ではなく、1 月 7 日です。ロシアのクリスマスツリーと思われるヨールカは、12 月中旬から年を越し旧正月の 1 月 14 日頃まで、約 1 ヶ月間飾られます。クリスマスが 1 月 7 日、旧正月が 1 月 14 日である理由の根源は実は同じです。欧州のほぼ全ての国は 18 世紀にグレゴリウス暦に移行しましたが、ロシアは 1918 年にグレゴリウス暦を導入したとされています。移行ではなく導入なので、ユリウス暦(グレゴリウス暦 + 13 日)の祝祭日も続けているというわけです。

ロシアでは、親しい方、お世話になった方に、クリスマスカードを送ります。そして、新年を祝うメッセージが美しい詩にのせられます。ロシア語は世界一難しいと言われる一方、文法上、語尾が変化し単語の順番が比較的自由なため、韻を踏みやすく、美しい詩になりやすいのです。クリスマスを祝うより新年を祝う意味が強く、日本の年賀状と似ています。

来年もどうぞよろしくお願ひいたします。



達田 暢

ウラジオストク駐在員事務所

沿海地方起業家会議について

12月11日、ウラジオストクでは沿海地方政府経済起業推進局の主催した年次恒例の沿海地方起業家会議が開催されました。

今年の会議名は「沿海地方。挑戦・展望・可能性」で、参加者は沿海地方ビジネス界や地方行政機関の関係者でした。同会議は本会議及び複数の円卓会議から成り立っていましたが、参加者が最も多かった会議は「ロシア極東の未来。新型特区及びウラジオストク自由港」でした。

その背景には、ロシア国内外のビジネスマンや投資家の上記の特区・自由港への大きな期待と懸念があります。実は、10月1日、ロシア連邦法「ウラジオストク自由港について」は施行しましたが、法整備の一環では数十件に及ぶ追加法案の採決が必要で、自由港プロジェクトの実現に伴う税制優遇措置やビザ無し入国制度の発効は時間がかかりそうです。

また、新型特区・自由港への入居手続きに入っている企業の関係者は手続きの複雑さや高額の関連経費を懸念材料として指摘しています。地方経済が加速する原油安・ルーブル安で圧迫されている中、いかに経済回復と新型特区・自由港の活用を両立できるか、注目されています。



イワン・モズゴヴォイ

カシコン銀行

「タイ二大祭りの一つ ローイクラトン」

タイには4月、11月にそれぞれ大規模なお祭りが開催されます。4月には「ソンクラーン」というタイの正月で、一般的には水かけ祭りと呼ばれるものです。どちらの祭りもタイ全土で大々的に催されるものですが、先月開催された「ローイクラトン」は幾分落ち着いた幻想的なイベントとなっています。昨年は仕事の関係で全く参加出来ませんでしたので、今回初めて参加してまいりました。

ローイは「浮かべる・流す」、クラトンは「灯籠」という意味で、11月の満月の夜に川に灯籠を流す行事です。また、北部中心都市であるチェンマイでは同時期にコームローイ（熱気球）が一斉に夜空に放たれる幻想的なイベントも開催され、特にチェンマイの行事は観光客に絶大な人気を誇ります。

参加した際に周りを見渡すと、満月の夜にろうそくの光でゆらめく灯籠というロマンチックな状況からか、カップルばかりが目につきましたが、本来は収穫への感謝、水の精霊への感謝、罪や汚れを水に流して、魂を清める祭りと言われています。一見の価値ありですので、是非、旅行スケジュールの参考としてください。



バンコク内公園でのローイクラトン



チェンマイでのコームローイ

伊藤 彰浩

日中経済協会 北京事務所 札幌経済交流室

損して得取れ 中国の販売促進

中国の消費者向け販売促進（以下、販促）は基本的に、「損して得取れ」精神が強く、その仕掛けにはいつも驚かされています。

「12月3日～30日の毎週木曜日に、微信支付（携帯電話を利用したネット決済の一種）で25元以上（500円）買い物すると、即時に10元（200円）の割引が受けられる」。これは、北京の某マクドナルドで行われた販促の一例です。微信支付の利用は無料であるため、25元購入時の割引率は正味40%に達します。また、店内ではポップや垂れ幕のほか、足元にまで広告を張り巡らせ、消費者へ販促の周知を徹底的に図っています。

ここで注目すべき点は、販促自体の収支はおそらく大きなマイナスであるということです。上記一例に限らず中国の販促全体に言えることですが、先ず第一に、割引率が異常に高いことが挙げられます。中には割引率50%を超える販促も存在しているほどです。携帯のアプリを普及させるときによくある話なのですが、初めは無料でサービスをスタートし消費者を囲い込み、後から利益が出るようになる、というマーケティング手法です。

このように、「一気にサービスを浸透させる」のが中国企業のやり方ですが、それには多額の初期投資が必要であり、高リスクなビジネスモデルとも言えます。



木曜日昼食時のマクドナルド店内
(通常の2～3倍の客足)



販促開始前から広告を掲示

小笠原 宅麻