



# 国際化の最前線から



## 海外の人々のコミュニケーションの進化にどこまで対応していくべきか

株式会社 アクセス・イノベーション代表取締役 加藤 市郎

今回は、訪日外国人を誘客するための営業活動、販売促進プロモーションを進めていく中で、どのようにコミュニケーションを取っていくか、どのようなコミュニケーションツールを使っていくかについて、参考になる事例をご紹介します。

2016年1月に、中国政府公式の統計データとしてCNNIC（中国インターネット・ネットワーク・インフォメーションセンター）が発表した、中国のユーザーがどのようなインターネットサービスを利用しているかについての調査結果を紹介したい。いま、中国のコミュニケーションツールとして最も利用されているのが「チャットサービス」である。以下「情報検索」「ニュース」「動画視聴」「音楽視聴」「オンライン支払い」「ネットショッピング」「ゲーム」と続き、「Eメール」の利用順位は、12位となっている。

私達の会社のスタッフも、中国側の担当者とのコミュニケーションをするときには、ほとんどEメールを使わず、中国語圏の90%以上の人たちが利用しているというWeChat（微信・ウェイシン）というチャットアプリを使っている。中国の取引先担当者は、Eメールを送ってもほとんど見ていないので、必然的にWeChatを使わざるを得ない、ということが起きているのである。

WeChatは日本で広く使われているLINEと同じような機能を持っているのであるが、そのLINEとの大きな違いがある。それは利用シーンである。日本でLINEは、主に家族や友人など、プライベートなコミュニケーションのために使われているが、中国語圏ではプライベートなコミュニケーションはもちろん、ビジネスシーンの中でもメインのツールとして、誰もがWeChatを使っているのである。グループチャット機能やファイル送信機能を使うことで、取引先とのダイレクトな連絡だけでなく、社内の情報共有もできる。非常に強力な便利なツールだ。

さらに、WeChatが提供している電子決済プラットフォームは、中国国内の多くの飲食店やショップ、タクシーなどで利用できるようになっており、スマートフォンさえあれば、現金がなくても生活できるようなレベルまで普及している。

先日も、私達が企画した日本国内の5泊6日のイベントに中国深センから参加した50名の団体は、WeChatを見事に使いこなしていた。来日した時からイベント参加者全員でグループチャットを始めた。そのグループチャット内では、自分たちが購入したおみやげ

を自慢し合い、来日する前から欲しかった化粧品がどこでいくらで買えるのかといった情報をやり取りし、集合時間に遅れてしまった人は、その罰金をオンライン支払いでほかの参加者に支払う、といった具合だ。そして最終日にホテルから空港まで2台の大型バスに分乗して向かう間、自分たちがこのあと香港空港に到着した後、深セン市内へ移動するためのマイクロバス10台の予約手配をし、座席を割り振り、そしてそのマイクロバス利用代金をオンライン支払いで全員から集金するまでのプロセスを、40分ほどの間で完了したのである。参加者はほとんどが40~60代の中高齢であったことも、日本人からすると驚きなのではなかろうか。

チャットサービスの良さは、コミュニケーションのスピードが早いことである。グループチャット機能を活用すれば短時間に多くの相手に伝えることが可能である。このスピード感が中国の人々のライフスタイルとマッチしているからこそ、ここまで普及しているのである。

サービス名	使用率 (%)
チャットサービス	90.7
検索サービス	82.3
ニュース	82.0
ビデオ視聴	73.2
音楽視聴	72.8
オンライン支払い	60.5
ネットショッピング	60.0
ネットゲーム	56.9
ネットバンキング	48.9
オンライン小説	43.1
旅行予約	37.7
Eメール	37.6

中国互联网络发展状况统计报告 (2016年1月)

### プロフィール

加藤市郎（かとう いちろう）  
株式会社アクセス・イノベーション代表取締役  
2009年から中国上海旅行者雑誌社の日本代理店、北京去哪儿社の日本代理店、杭州アリババグループ展示会事業会社の日本代理店、インバウンドランドオペレーター事業者の顧問として、日本・中国・香港を中心に、多くの企業、自治体、政府関連組織、商工会議所の海外進出支援業務を行う。  
愛知県庁産業立地振興課・中国ビジネスマネージャー、公益財団法人あいち産業振興機構・国際アドバイザー、一般財団法人自治体国際化協会・プロモーションアドバイザー。