

広島の大学生、上海で広島ブランドをアピール

西尾 麻里

3月8日から8日間の日程で、広島修道大学及び広島市立大学の学生が上海を訪れ、海外現地研修を実施しました。広島県の補助事業として、「グローバル人材育成と地域企業」と呼ばれる両校の連携プログラムがあります。その一環で、上海高島屋で開催された「四国・中国地方物産展」（3月4日～14日開催）において広島ブランド製品の販売会を開催しました。

社会人受講生を含む22名の学生は、“中国上海をターゲットに広島ブランド製品の海外販売戦略を練る！”をテーマに、広島での座学を経て上海での現地研修に至るまで、様々な準備をしてきました。その講義は昨年9月から12月の間、全15回に渡って開講されました。輸出入や通関など貿易に関わる実務についての授業や、海外販売戦略などを学ぶカリキュラムが組み、座学を基にグループごとで販売戦略を練るグループワークにも多くの時間を割いてきました。

そして訪れた上海の地。まずは上海高島屋を訪れ、販売会を行う会場を見学しました。その後は、上海高島屋の担当者へ向けてグループ毎に販売会の進行についてのプレゼンテーションを行いました。上海高島屋担当者からは、グループそれぞれのテーマに沿って、現地消費者の好みや傾向などに応じた的確なアドバイスをもらいました。そのアドバイスを基に、販売会までの2日間を使って準備を行い、当日に備えたのです。

22名の学生はそれぞれ、「祭り」チーム、「和装」チーム、「ホワイトデイ」チーム、「制服」チームという4つのグループに分かれました。そして、広島ブランド製品のPRだけでなく、日本文化の紹介を組み込んだ内容で、中国の消費者へアピールしていきました。

日本の伝統文化である祭と広島日本酒を組み合わせた「祭り」チームは、法被を纏って縁日の雰囲気を出し、着付けの専門家を帯同して準備した「和装」チームは、男性も和装で着飾り、その佇まいだけで来場者の目を引き付けていました。和服と日本酒の組み合わせは、日本文化の紹介に効果があったようです。

「ホワイトデイ」チームは、まだ中国に馴染みのない「ホワイトデイ」を、手書きのポップやハート形の風船などの装飾に工夫を加えて紹介しました。このような演出の効果もあってか、カステラやチーズケーキ、チョコレートケーキを買い物かごに山積みしている来場者が見られました。

中国の若者に人気のある制服を着た「制服」チームは、けん玉やヨーヨー、折り紙などを体験するコーナーを用意して、子供たちの注目を集めていました。

上海高島屋では、2日間にわたって販売会を開催しました。しかし学生たちが日本で準備していた演出がうまく中国人消費者に伝わらなかったこともあります。その際は、経験豊富な現地販売員などのアドバイスを聞き、2日目にはうまく対応していたようです。

学生たちに話を聞くと、中国人消費者と直接触れ合うことで、中国人に抱いていたイメージが大きく変わったといいます。日本の食品や文化に対して深い興味を持っていることにも大変驚いた、と話していました。自分たちが考えてきた演出がうまくいかなくても、ちょっとした工夫で興味を惹けること、言葉が分からなくても伝わる気持ちがあることなど、実りの多い現地研修となったようです。そんな学生たちに、当事務所が事前の情報収集や現地でのサポートなどでお役に立てたことは大変光栄でした。このような機会を経て、中国ビジネスに携わる人が増えていけばと願っています。

