

[メニューへ戻る](#)

R1 SG 台湾 FW

11/15 (金)

研修 10 日目。政治大学国際会館での 2 日目の研修です。宿泊したホテルはほとんどが日本人で、朝食会場も日本語が飛び交っています。福島県の西会津高校の生徒さんも宿泊しております。本日も黄さんのガイドのもと地下鉄とバスを乗り継いで移動です。ちなみにホテルの最寄りの地下鉄「中山」駅から「動物園」駅まで 30 分ほどの乗車で 28 元、そこから政治大学までのバス代が 8 元です。今、1 元が 3.8 円くらいですから合わせても日本円で 140 円弱、びっくりするくらい公共交通機関の料金が安いのが、台湾の特徴です。

午前中の研修は昨年もお世話になった葉先生です。葉先生には事前にメールでお願いできる関係で、今回も葉先生のお声がけで、日本語を学んでいる学生が数多くこの授業に参加してくれました。葉先生は言語学が専門で、日本語と中国語の比較を中心に研究を行っています。東北大学への留学経験もあり、奥様も宮城県の方ということで、日本のことも深く理解されている先生です。

本日も本校生によるプレゼンテーションからスタートです。

まずは馬場・原科ペアから。二人のテーマは教育です。日本では学ぶ目的を見いだせないと思っている生徒が多く、学びのモチベーションが希薄です。どうやったら生徒が主体的に学びたいと考えるようになるのか。その点について、勉強において達成感を得られたときに勉強の面白さを感じられるという調査結果をもとに、一つ一つ達成感を確認できるような仕組みを提案しました。

これに対して葉先生からは、「台湾も同じ問題を抱えている。台湾も日本以上に学歴社会で、良い大学に入るのが目的で勉強しているのであって、入った後の目標を持っていない。私は先生の勧めや、友人からの刺激を受け勉強に対するモチベーションを得た。逆に日本では小学生に自由研究というものがあるが、台湾にはない。主体的な学びを重視している日本の教育を台湾でも取り入れるべきだ。」というお話をいただきました。学歴社会の中国、韓国など東アジアの多くの国が直面する課題であると実感するとともに、日本の良い点についても気づかされました。

次に藤澤・立花ペアです。二人のテーマは美容です。「美容に悩みを持つ女性を助け、女性が自信を持つためには」というテーマでプレゼンテーションしました。ある調査によると、日本人の女性は台湾の女性より自分の肌に自信があると回答した割合が少ないという報告があります。その理由は、台湾の女性は肌表面の美容だけでなく、食事など内からのケアに気を使っていることにあるのではないかと述べました。

葉先生は「日本は気候的に乾燥している。台湾人の肌がしっとりしているのは気候が理由なのではないのかな。隣の芝生がよく見えるだけでは」とのコメントをいただきました。台湾人は日本の方が良く見えて、日本人は日本にない台湾の良い点に気が付く。実はこれが本質で、それぞれの国の、他国にはない特徴を生かすことが、商品開発やインバウンド戦略を考える上で、必要な視点であるとわかりました。

最後に葉先生から、“An Introduction about Japanese and Chinese Languages” というテーマで、日本語と中国語の表現や文法の差異についてお話をいただきました。例えば

人称代名詞を例にとると、中国語の一人称はほぼ「我」だけなのに対して、日本では「私」「俺」「おいら」など 100 以上の表現があるということでした。それを場面、人間関係で使い分けるのが日本語であると。あらためて説明されるとなるほどと実感しました。いろいろな事例をもとに、中国語と日本語の違いを説明していただきました。さすが奥様が日本人だけあって、ちょっとした表現の違いに気がつくようです。中国語は英語と日本語の中間に位置する言語だともおっしゃっていました。

講義後、昼休みを惜しんでに葉先生に質問している生徒の様子が印象的でした。

午後は、コミュニケーションとジャーナリズムの専門家、林教授と研修を行いました。発表を行うのは、岩脇・佐々木ペアと伊藤・吉田ペア。

岩脇・佐々木ペアは「岩手と台湾の魅力を発信しよう」と題して、お菓子を使った地方創生の可能性について話しました。岩手は東北の中でも、青森や宮城に訪問外国人観光客数で水をあけられています。そうした事態を打開する一つの方法として、岩手を代表する象徴的なお菓子の開発を提言しました。滞在中に台湾のお菓子屋さんを訪れたり、台湾の方々の味覚を実地で調査するなどしたいと述べました。

林先生はたくさんの質問を二人に投げかけることで、探究内容を整理してくれました。なぜ今回お菓子に目をつけたのか。岩手に既にある最も有名なお菓子はなにか。もし今回お世話になっている李さんにあげるとしたら、岩手のどのお菓子をあげるのか。二人は、岩手ではかめめのたまごや南部煎餅が有名だけれども、李さんにはあげないと答えました。若者が好む味ではなさそうだからというのが理由です。ここにマーケティング戦略を考える上で、一つの重要なエッセンスが隠れています。自分が価値を認めていないものをプロモーションなどできない。自分が好きなもの、食べたいものを推すべきだ。一大マーケットを形成する「若者」、その一人としての自分の感覚を、大切にすることが肝要です。

伊藤・吉田ペアは、「いかに人の目を惹きつけるか」と題して、魅力的なポスターの書体やフォント、レイアウトといったテンプレートの開発に取り組んでいます。質問やコントを盛り込んだプレゼンは、オーディエンスを大いに楽しませてくれました。最近では SNS が隆盛を極めていますが、その利用者は若年層に偏っています。SNS を使わないお年寄りなども含めて、よりたくさんの人の目に留まる広告媒体はポスターではないか、その利点を最大限活用したい、という議論を展開しました。

林先生は、広告を打つときは、ターゲットをより細分化し、カテゴリー毎に見合う異なった併用した方が効果的だと教えてくれました。美しいポスターを大きいサイズで、空港や駅といった多くの人が利用する場所に貼付するのであれば、ポスターも良い媒体足り得るともおっしゃっていただきました。

林先生からは、「台湾におけるソーシャル・メディアとマーケティング」と題し、上記二組の探究内容に大きな示唆を与えてくれる内容を講義いただきました。

SNS はその登場以降、誰もが個人の意見を不特定多数に伝えられるようにしてくれました。それまでは、旅行会社やニュース・メディアが、新聞やラジオ、テレビといった広告媒体を用いて、限定的な知識をコントロールされた形で消費者に伝えていました。そうした、顔の见えない顧客に対して、資金を投資して広告する旧態のメディアを、“Paid Media”

と名付けます。現在は顧客の好みが細分化してきており、それぞれの顧客のニーズに応える形で広告する“Owned Media”が展開されています。将来は、顧客の細分化がより明確になり、特定の愛好家に対して、SNS で「ストーリー」を拡散して差別化された商品を広告する“Earned Media”の時代になるとのことです。

今回、林先生の話の中に、「ストーリー」という言葉がキーワードとして繰り返し出てきました。「ストーリー」とは一言でいうと、「希少性の高い付加価値」といったところでしょうか。三頭の狼と月がプリントされた、一枚のダサい T シャツがあります。ある男性が「これを着て、好きだったあの子に告白をしたら、OK をもらえたよ！」とアマゾンのレビューに書き込みました。するとそのコメントが反響を呼び、今では星 4.5 個を獲得する人気商品となっています。このように、商品の一つひとつに、唯一のストーリーを運びさせることで、付加価値が高まるという寸法です。

また林先生は、ユーモアの活用が昨今のマーケティングのトレンドだと教えてくれました。台湾人は総統選挙といったお堅い行事もお祭りに変えてしまう、陽気な人達です。（マラソンもそうでしたね。）一般的に議員選挙というと、候補者はパリッとしたスーツに身を包み、拳を握って、カメラ目線でやる気をみなぎらせているポर्टレートが思い浮かびます。しかしながら、先に行われた台湾の総統選挙では、立候補者 3 名の全身が一枚に収まった写真が公開されました。彼らはファッション・モデルさながらポーズを決め、同じ構図で違った衣装をまとった、いくつかの写真があげられました。これは何かというと...某アパレル会社の広告。「誰が一番かっこいい？」と問いかけています。いわゆるミス・コンテストみたいなものですね。他にも、台湾の SNS 上には、故宮博物院に収められている国宝を使って、時事ネタを風刺する投稿などが溢れています。

SNS で取り上げられるモチーフが、本来はシリアスなものであればあるほど、それをもじったジョークは、多くの人々の心を掴みます。こうしたユーモアは、国際的な場でこそ、大いに評価されます（イギリス人は特にこういうの好きでした）。日本は割合、シリアスな場面ではシリアスぶっていることが良しとされます。そのステレオタイプを裏切る先駆として、盛岡市が、岩手県が、日本で最初に名乗りをあげたのならば、一躍国際舞台でスポットライトを浴びることでしょう。そんなストーリーを岩手、盛岡がまとうことを期待するというメッセージを、林先生からいただきました。









