



中国企業とのパートナーシップで実現 フリーペーパーで集客を

ガイドブックは当然ながら訪日中国人が頼りにするもの。だが飲食店などの場合、そこに載っていない「隠れた名店」が存在するのも事実。メイプルカンパニー(東京都新宿区)では見落とされがちな名店を紹介するために、訪日中国人向けのフリーペーパーを発行している。



メイプルカンパニーの西宮恵子社長(左)と中国ビジネスコーディネーターの林晶氏。西宮社長が企画から執筆、林氏が翻訳、デザインを行っている

中小店舗をPRする場を

訪日中国人を取り込みたい——。中小企業を対象とする経営コンサルタントを行うメイプルカンパニーにも、こうした声が寄せられている。増加傾向にある訪日中国人を取り込むために、飲食店など個人経営の店舗から中国語に対応したウェブサイトの依頼が増えているのだ。

同社の西宮恵子社長は「せっかくサイトをつくっても、それをPRする場がない」と課題を語る。大手のチェーン店であればガイドブックで取り上げられることでの相乗効果が得られやすい。だが、中国語サイトの作成だけで個人経営の店舗が集客につながることは難しい。

「小さなお店でも日本らしさを感じられるところはたくさんある。それらを中国人に紹介するために、フリーペーパーの発行を思

いついた」と西宮氏は発刊の経緯を語る。

訪日中国人向けのサービスを考えた時に同社には、ほかにはない強みがあった。

今から10年以上前、西宮氏は中国の瀋陽へ視察ツアーに参加した。その時にツアーで通訳を務めた女性と意気投合。その後、連絡を取り合うことで親交を深め、彼女との共同出資のもと中国の瀋陽に合弁会社を設立した。2003年のことだ。

特に中国で依頼したい仕事があったわけではない。「将来への基盤を築く上で、お互いが協力して何かできないかを考えた」(西宮氏)結果だったという。

自社活動支援ツールとして機能

メイプルカンパニーの本業は中小企業の経営コンサルティング。中国の合弁会社が本業とする翻訳・通訳とは業務内容

が異なる。そこで、経営コンサルティングをする際に中国視察を希望した場合、ガイドとして中国の合弁会社を紹介する。

それを受けて、中国人パートナーが通訳や訪問先へのアポイントを取るといった具合に、協力体制を構築していった。ただ、日本から仕事を紹介することはあっても、中国から依頼を受けることはないに等しい。合弁会社をフル活用するために2010年より、訪日中国人向けのフリーペーパー「日新月異」の発行を開始した。

合弁会社との協同でできる仕事として始めたフリーペーパーだが、制作はすべて日本で行う。「取材した時に感じた魅力を損なうことなく伝えるために、翻訳を含めて自社で行っている」と西宮氏は話す。

中国の合弁会社が協力するのは制作後だ。このフリーペーパーは都内の主要ホテルなどで訪日中国人に提供している。

一方の合弁会社では、日本で制作したものを瀋陽の日本へのツアーを扱う旅行会社を中心に配布する。「日本を訪れる前と訪日した後、両方に発信できることが協同する強み」と西宮氏はいう。

通常、フリーペーパーでは、広告を掲載することで収益を得る。そのことについて西宮氏は「広告が必要だが、媒体を使ってウチの存在をPRすることができれば」と発行の意図を明かす。

実際に、取材先から中国での商標登録の依頼がくるなど、同社がフリーペーパーを発行したことで本業につながっている。「紹介したくなる店舗を取り上げたい」。そんな思いを胸に、西宮氏は小さなお店の魅力を中国人に向けて発信している。

■「日新月異」配布の状況

