



ロータリーを实践し
みんなに豊かな人生を

R.I 会長 ロン D. バートン
第 2590 地区ガバナー 市川 緋佐磨
Weekly No.1991 号



川崎中ロータリークラブ会報

KAWASAKI NAKA ROTARY CLUB / FOUNDED 1972.7.15

会長テーマ：無理なく楽しくみんなでロータリーを实践しましょう！

会長 上原 伸一
副会長 白井 正男
幹事 萩原 ひとみ
S A A 市川 実
会報委員長 田中 信男

2013~2014
第 2011 回例会
平成 26 年 3 月 11 日

例会日 毎週火曜日 12 時 30 分
例会場 川崎市中原区小杉町 3-10 ホテル 精養軒
Tel (044) 711-8855
事務所 川崎市中原区小杉町 3-428 山脇ビル 402 号
Tel (044) 722-4331
Fax (044) 722-6334
E-mail: k-naka@galaxy.ocn.ne.jp

例会報告

開会点鐘 上原 伸一 会長
司会 市川 実 SAA
合唱 「我々の生業」
お客様紹介 高木 洋一 親睦活動委員長

ゲストスピーカー 岡崎 茂生 様	株式会社 フロンテッジ 執行役員 ソリューション副部長
ゲスト 小川 湧三 様	川崎鷺沼ロータリークラブ

今後のプログラム予定

3 月	プログラム名
第 4 例会 3 月 25 日	卓話「最近の火災の状況と消防の裏話」 川崎消防署長 山口 高広 様
4 月	プログラム名
第 1 例会 4 月 1 日	移動例会 点鐘 17 時～ 場所：富士通ラウンジ

出席報告 小川慶一出席委員長

会員数	出席数	欠席数	出席率	前々回修正出席率
47 名	41 名	6 名	95.35%	欠 9 名 MU 1 名 95.00%

対象外 4 名 対象外 7 名

叶野 聡 会員 三木 治一 会員 大場健之介 会員
小山 政吉 会員 市川 宏 会員 島 利夫 会員 本日の欠席者

ニコニココーナー

小川 湧三 様：お世話になります。
川崎鷺沼 RC
上原 伸一 君：岡崎様には大変お忙しい中、卓話にお越し頂きありがとうございます。
白井 正男 君：本日の卓話、株式会社フロンテッジ 執行役員岡崎茂生先生、お忙しい中、ありがとうございます。よろしくお願ひ致します。

萩原ひとみ 君：本日は岡崎様、卓話をお引き受けいただきまして本当にありがとうございます。大変興味深いお話で楽しみにしております。よろしくお願ひ致します。

井上 光明 君：久しぶりに例会に出席できました。

小川 慶一 君：震災より 3 年、今年は桜はかなり遅いようです。

小山 政吉 君：休みがちで申し訳ありません。体調を崩し、加療、療養中です。当分休会させていただきます。

田邊 進 君：岡崎茂生様の卓話を勉強させていただきます。

井上 裕司 君：本日のクラブ協議会、所用の為欠席致します。鹿島義久さん、ご面倒をおかけ致します。よろしくお願ひ致します。

川口 禮敬 君：岡崎茂生様、卓話ありがとうございます。楽しみに拝聴させていただきます。

伊藤 文治 君：本日は、ご多忙の中 岡崎茂生様、卓話を頂きありがとうございます。

細山勝三郎 君：岡崎茂生様、本日は楽しみにしております。

渡辺 新治 君：本日もよろしくお願ひいたします。

小林 敏伸 君：フロンテッジ執行役員 岡崎茂生様、本日の卓話よろしくお願ひいたします。

市川 実 君：岡崎様、本日の卓話宜しくお願ひ致します。

合計	15 件	¥25,000
累計	528 件	¥717,000

会長報告 上原伸一 会長

- 1 理事会報告について
- 2 横浜西 RC より「いのちを育む植樹フォーラム」開催のご案内が届いております。
日 時：4 月 8 日 (火) 13:30 ~ 16:30
会 場：横浜市健康福祉総合センターホール
参加ご希望の方は参加申込書を回覧しておりますのでご記入の上、事務局にお渡しください。
- 3 フィリピン シキホール島のセントラル RC の原田淑人様 (国際奉仕委員長) より台風 30 号の被災地救援のお願ひが届い

ております。第 2590 地区ではすでに一つの区切りをつけておりますが、このご依頼により市川ガバナーが直接先方に贈呈することとなりました。詳細は回覧をいたします。

4 会長幹事会の議事録が届いております。

- ・フィリピン義捐金報告
- ・第2回拡大・増強・退会防止セミナーの開催
- ・新旧会員セミナー 3月16日・4月9日
- ・次回の現・次年度合同会長・幹事会は川崎とどろき RC を幹事クラブとして5月12日(月)開催される。

5 2016-18年度 RI 理事指名委員会委員、補欠委員の変更了承のお願いの件

岡本徳彌バスターガバナー辞退のため指名委員として大須賀洋バスターガバナーを繰り上げ、新たに補欠委員として上野孝バスターガバナー選任の連絡がありました。

幹事報告 萩原ひとみ幹事

1 例会場・時間の変更

川崎西

3/14 (金) 昼例会を夜例会に変更

川崎高津

3/27 (木) 移動例会 場所: フィオーレの森(花見ご夫人デー)
4/17 (木) を 4/18 (金) に移動例会

川崎西 RC 主催「R 情報セミナー」出席後、川崎 RC 例会に移動例会

川崎とどろき

3/17 (月) 移動例会 場所: みやび亭 点鐘: 18:00
4/7 (月) 一泊移動例会 (4/6-7) 場所: 熱海 (大観荘)
4/28 (月) 休会

新川崎

3/19 (水) 第 929 回夜間例会→移動例会
KINGSKYFRONT 視察後、例会
点鐘: 17:30
メーキャップデスクは川崎日航ホテル7階にて
18:30 から受付
4/2 (水) 第 931 回昼例会→夜間例会 親睦お花見例会
場所: 夢見ヶ崎動物公園

川崎高津南

3/31 (月) お花見 親睦移動例会 点鐘: 18:30
場所: 「とうふ うかい鷺沼店」
4/21 (月)→19 (土) に変更 移動例会
社会奉仕委員会による「献血活動」
場所: 東急溝口駅前

川崎中央

3/31 (月) 夜間移動例会 お花見例会
点鐘: 18:30 場所: 若宮八幡宮

2 本日例会後にクラブ協議会がございます。関係者各位お集まりくださいますようお願いいたします。

3 来週 3/18(火)休会です。

卓話 「中国のスタバが『世界一高い』のはなぜか？」 株式会社フロンテッジ 執行役員 岡崎茂生 様



プロフィール

岡崎茂生 (おかざきしげお)
株式会社 フロンテッジ 執行役員
チュロンコン大学 客員准教授
南京大学、湖南大学、山東大学 客員教授
青山学院大学ビジネススクール 非常勤講師

東京大学卒業、ピッツバーグ大学経営大学院 MBA。1982 年電通入社。2006 年 - 2013 年北京駐在。30 年以上におよぶ広告・マーケティング領域での実務経験を

ベースに、中国企業をはじめグローバル企業を対象にブランド戦略コンサルティングを行なう。アジア各国およびアメリカの大学 / 大学院でのブランド講座、公開セミナー、フォーラムでのスピーチ、雑誌連載など多数。現在、東洋経済オンラインにコラムを執筆中。

川崎中ロータリークラブ 講演の概要

タイトル: 「中国のスタバが『世界一高い』のはなぜか？」

岡崎茂生 様

- 中国の GDP は日本の 2 倍に達しており、特に都市部の生活水準は東京並みになっている。
- ただし、富の偏在が大きな問題。都市部対農村部、富裕層対貧困層の格差が大きい。
- 中国には、「共産党」「人民解放軍」「国営企業オーナー」などの特権階級と、最近成り上がった「富二代」「土豪」などの富裕層が存在している。
- 富裕層の消費生活に憧れるミドルクラスが台頭し、内需拡大の主役になっている。
- その具体的な現れが「スターバックスのあるライフスタイル」。スターバックスはアメリカに 11000 店舗、中国に 1000 店舗、日本にも 1000 店舗を持っている。価格を国際比較すると、中国が最も高い。
- グローバル企業は、ブランドイメージの一貫性を保ちながらもマーケティングは徹底して現地化している。
- グローバル情報に詳しいミドルクラスの情報源はスマホ経由で使うソーシャルメディアや動画サイト。
- 中国のネット企業 Tencent が提供する「微信」は、Facebook と LINE の長所を併せ持つスーパーアプリ。ユーザーは中国内外に 5 億人。チャットやブログ以外に、ゲーム、オンラインショッピング、決済、出会いなど「使える」機能満載で、中国人のスマホ用ポータルになっている。

中国のスタバが「世界一高い」のはなぜか？ 「スターバックスぼったくり疑惑」の真相

東洋経済 ONLINE からの引用

日本の製品は、高い品質を誇りながら、中国マーケットにうまく食い込めていない。その最大の理由は、ブランド戦略の甘さにある。この連載では、北京電通に7年駐在経験があり、グローバル企業のブランド戦略のコンサルティングを手掛ける著者が、中国人の心を掴むためのブランド創りを解説。教科書的なブランド論ではなく、ビジネスの現場で起きている事実をベースに、実践的なブランド戦略を発信する。



中国で思わぬ批判にさらされたスターバックス

写真: Imaginechina/アフロ

スタバの価格に怒る中国メディア

今年 10 月、中国で「スターバックスぼったくり疑惑」が話題になりました。きっかけは 10 月 20 日、フォロワー 1000 万人を誇る CCTV の微博(中国版ツイッター)ニュースが、「中国のスターバックスのコーヒーの値段は世界で最も高い」と報じたことです。

具体的には、中国のスタバのラテの「中杯」(トールサイズ)は 27 元(約 450 円)で、シカゴの 19.98 元、ロンドンの 24.45 元、インドの 14.6 元などより高く、しかもラテ 1 杯の原価を試算するとたったの 4.6 元である。不公平な価格設定により中国人は不利益を被っている、との主張です。

また、これに先行して「第一財經日報」は 10 月 8 日と 14 日に、「スターバックスのアジア太平洋地域の利益率はヨーロッパの 16 倍」「価格は原材料費の 10 倍近い」などと報じていました。

中国人が指摘するグローバル企業のダブルスタンダード

「中国の消費者は欧米のグローバル企業から見下されている」という被害者意識は、以前から存在しました。ただし、昔は、グローバル企業は本国や先進国市場では品質のよい商品を提供し、

中国のような新興国ではクオリティを落とした安価な商品売るといふダブルスタンダードであるとして憤慨していたのに対し、今回の主張はまったく違っていて、「同じ商品を中国人には他国よりも高く売りつけている」と怒っているわけです。

このような論調の違いには、わずか数年の間に、「低価格品しか買えない消費者」が「価格が高くても買える消費者」へと変貌した中国消費市場の特性が反映されていますが、「中国を差別している」として、怒りの矛先がグローバルな大企業に向けられるのは毎度同じです。

高いと思うなら買わなければいけない話

しかし、一方的に外国企業を非難して、商品のボイコットを呼びかけていた古いスタイルの世論喚起とは異なり、今回のスターバックス批判に対しては、中国人ユーザーからスタバ擁護の声が挙がっています。

いわく、「自分たちは欧米ブランドを盲信して高いものを買わされているのではない。サービスのよさや居心地のよさといった価値を認めて利用しているのだ」「高価格戦略はスターバックスだけでなく、ハーゲンダッツなども採用するマーケティング戦略であって、きわめて正常な経済活動、批判される筋合いのものではない」「コーヒーの原価だけ見て価格の不当性を訴える人たちは、ブランドイメージや体験に価値を見出すユーザーの満足度を理解していない」などの意見がネット上だけでなく、China Daily 紙に寄稿するコラムニストからも出されています(11月2日本紙)。

ミクロ経済学が言う「需要と供給の均衡理論」を持ち出すまでもなく、ユーザーはおカネに見合った価値があると思うから「高いコーヒー」を喜んで飲むわけです。

中国の都市部に雨後の竹の子のように繁殖する「シアトル系カフェもどき」には、イギリス企業が展開する「Costa Coffee」、香港から来た「Pacific Coffee」、中国資本の「SPR Coffee」などの大規模チェーンが多数ありますが、どこでも値段はスタバに近く設定されており、決して安くはありません。しかし、コーヒーやカフェラテ1杯25元から35元もするこうした店のほとんどが客でにぎわっています。スタバの値段は中国市場の需要と供給の均衡点を示しているというわけです。

ちなみに、スターバックスは現在世界に約2万店を展開しており、そのうちアメリカが1万1000店、日本1000店、中国1000店となっています。中国では、2012年に500店舗を新規出店して拡大ペースを加速しており、2015年までに1500店舗まで増やす計画。「高くても喜んで買う」消費者が、まだ多く存在するを見越しているようです。

アメリカン・ライフ・スタイルを受け入れる中国の消費者

スタバ人気の要因は、中国人の可処分所得の上昇だけでなく、ライフスタイルの変化にもあると思います。

スターバックスの創始者ハワード・シュルツは、もともとはイタリアンスタイルの本物のエスプレッソコーヒーにあこがれて、それをアメリカに普及させようと思ったわけですが、結果的には伝統的・本格的カフェとはまったく異なる「新しいコーヒー文化」を創ってしまいました。

スタバのお店は、皆さんよくご承知のように、現代アメリカのホワイトカラー的価値観とライフスタイルを反映した、カジュアルで都会的、機能的かつ個人的なリラックス空間です。また、通勤途中に購入して、紙コップからコーヒーをすすりながら歩く「on-the-go」スタイルを普及させたのもスタバです。

そして今、中国人ホワイトカラー層に受けているのが、「スタバのあるライフスタイル」というわけです。元来、おいしいコーヒーは陶磁器のカップで味わうものであって、紙コップにかぶせたプラスチックのフタに開けられた小さな穴からコーヒーをすするのはいかなるものかと思いますが、洋の東西を問わず、若くてアクティブな人たちには、紙コップやタンブラー入りのスタバの

コーヒーを片手に会議に出席したり、街を闊歩したりするのがおしゃれに見えるのでしょう。

また、絶望的に接客態度の悪い中国のサービス業の中にあって、スタバの店員の接客は高水準です。さすがとすべきか、店員をよく選抜・訓練しているように思われますし、外国人客に対する英語での接客も堂に入ったものです。フレンドリーでテキパキとしたサービスのよさも、中国人を引きつける要因のひとつです。

もうひとつ見逃せないのが、商品ラインの細やかな現地化戦略です。アメリカ文化にあこがれる中国人ユーザーですが、当然のことながら自国の文化への愛着も強いので、スターバックスが提供する中国茶、粽(ちまき)、月餅などのローカルメニューや季節商品に対しても親近感を抱いています。

その結果として、「スタバの商品や店舗空間も好きだが、そもそもスタバが提唱するライフスタイルや価値観が心地よい」と感じるユーザーが増えています。「スタバが暴利をむさぼっている」とする全国メディアの報道に、「価格に見合った価値は十分ある」と反論するのは、そうしたブランド・サポーターたちなのです。

価格設定がブランドのポジションを決める

今回のスタバ価格論争の中でもうひとつ重要な視点は、ブランド戦略です。通常、価格は「マーケティングの4P」として、市場での競争力や利益管理の観点から定められますが、それと同時に、価格は商品やサービスのブランド価値を明示するシンボルでもあります。

日本の製品の値段は、原価に販売管理費と利益を乗せる方式で「ちゃんと利益は出るが決して法外ではない」ように設定されますが、市場やターゲット消費者によっては、とんでもない高値をつけたほうがよく売れ、そのことによってブランドにプレミアムイメージがつくケースがあります。

特に、中国や中近東のような富裕層の多い市場では、「高いから売れる」というプレミアムブランド戦略が効くケースがあります。

たとえば、中国ではスタバだけでなく、「高級輸入車の値段が世界一高い」という話もよく聞きます。中国で売られている外国車の大半はJ V企業が中国で生産したのですが、たとえばBMWで言うと、7シリーズはドイツ生産のクルマを輸入販売してきますから、当然、ドイツでの値段よりも割高になるのですが、実は中国の富裕層は「メンツ消費」が多いので、購入価格は高いほうが周りに自慢できる、というヘンな傾向があります。買い手のほうが「高くないと意味がない」と思っているため、それに対応した値付けがなされているのです。

ブランドを民主化したアメリカと日本

もともと「ブランドを所有する喜び」は、ヨーロッパのファッション、ジュエリー、時計、車、化粧品などに代表される、売る相手を富裕層に限定するプレミアム商品しか提供できないものでした。

このような「高価で庶民には手が出せないからこそそのブランド」という概念を、大衆に開放したのがアメリカ企業です。コカ・コーラやディズニーに始まって、マクドナルドやナイキやスターバックスなどが、商品の機能的価値に加えて、デザインやストーリーやビジョンなどのブランドメッセージをグローバル市場に広めていきました。そして、トヨタ、ホンダ、ソニーをはじめとするニッポンブランドも、アジア発のグローバルブランドの創造に成功しました。

アメリカや日本の企業が、一部地域の特権階級のものであった「ブランド体験」を、グローバル市場の中間層へと民主化した功績は、高く評価されるべきだと思います。少々値段は高くても、スターバックスでのブランド体験におカネを払う中国人も、こうした「ブランドの民主化」の恩恵にあずかっているのだと言えそうです。

第2グループ 第5回 会長・幹事会

- 日時** 2014年3月5日(水) 18時～
場所 フィオーレの森 リストランテ フィオーレ
会費 7,000円/人
出席 小澤秀昭 第2グループガバナー補佐(川崎北RC)
入来会長・朝山幹事(川崎北RC)
上原会長・萩原幹事(川崎中RC)
石塚会長・鈴木幹事(川崎鷺沼RC)
渡邊会長・増田幹事(川崎宮前RC)
河合会長・市川幹事(川崎中原RC)
高島会長・内藤幹事(川崎とどろきRC)
進行 鈴木幹事(川崎鷺沼RC)

開会挨拶 小澤 秀昭 第2グループ ガバナー補佐

議 題

1. フィリピン義捐金報告

2590地区 220万円 地区余剰金 30万円 合計 250万円
日本全国RC 5,500万円を寄付

2. 第2回 拡大・増強・退会防止セミナーの開催

日時 平成26年4月9日(水) 15:00～18:00
場所 未定
出席対象者 現クラブ会長 クラブ増強委員長(欠席の場合代理出席をお願いします) ガバナー ガバナー補佐
担当パストガバナー
担当地区副幹事 地区増強委員会委員
例年6月末の退会者が60名～100名程度あり、この件にどう取り組むかをテーマにグループ討議を行う。

2. 地区ロータリーセミナー聖光学園(3月16日) 旧新会員セミナー

- ① ロータリーの歴史と哲学について
- ② 職業奉仕について
- ③ 他クラブの活動について(特に社会奉仕について)
- ④ MY ROTARY MOMENT

2月5日現在の出席者は160名程度、更なる参加者を要請とのことです。

4. R財団・米山各寄付金経過報告

川崎北RC

クラブ運営は順調です。イメージ戦略に則りホームページの変更等も行っている。会員増強については当初純増3名を目標にしておりましたが、現在は0名です。しかしながら、退会者が居ないので助かっています。

川崎中RC

今年度はクラブのホームページを立ち上げたり、クラブ定款細則の変更を行ったりと一挙にいろいろな事を行っている。しかしながら、会員の増強は現在のところ純増はありません。

川崎鷺沼RC

4月に新会員が入会します。更にもう1名を誘っている状況です。先月、当クラブにおいてベトナムへ行き米山学友の3名を招き懇親会を行いました。とても有意義な時間でした。米山学友会のデータベース等の現実の掌握問題などもあるようです。

川崎宮前RC

会員増強活動を継続中。現在、増員等変更はありません。

川崎中原RC

会員の増強については順調に推移する可能性があります。何人かの方をお招きして入会に繋がればと思っている。その中でも女性の入会が上手く行きそう。

川崎とどろきRC

IMの当日は柏屋さんで移動例会がありましたので、そのままIMへ多数参加する事が出来たのでとても良かったです。会員増強については新会員1名が入会しました。

6. その他

- 川崎北RC 入来会長より、6RC合同親睦例会の報告とお礼がありました。
- 次回の現・次年度合同会長・幹事会は川崎とどろきRCを幹事クラブとして開催する。
次年度用資料は中島次年度ガバナー補佐(川崎宮前RC)が作成。

懇 親 会

挨拶 川崎鷺沼RC 石塚 勝 会長

乾杯 小澤秀昭 ガバナー補佐

閉会の辞 川崎とどろきRC 高嶋真美 会長(次回幹事クラブ)

小澤ガバナー補佐の挨拶に続き、川崎鷺沼RC 石塚会長の乾杯で懇親に入り、和やかな雰囲気の中で意見交換を行い、次回幹事クラブの川崎とどろきRC 高嶋会長の閉会の辞で終了致しました。

ロータリーを
実践し

みんなに
豊かな人生を