インドネシアの学校に車椅子を贈呈する

戸津亜里紗さん（ネット情報4）

子供たちの握手と大歓声に包まれて

インドネシアに住む身体の不自由な子供たちに、日本で使わなくなった車椅子を贈る運動を行っている戸津亜里紗さん（ネット情報4）＝本紙449・2月号に既報。この春休みには、学生部の国際交流奨励制度の奨励金を得てジャカルタを訪問、手動式の車椅子5台と折りたたみ式の電動車椅子1台の計6台をジョクジャカルタ特別州の国立第3障害児学校に贈呈した。その模様が、在インドネシア日本人向け新聞「じゃかるた新聞」に大きく紹介された。

▶ 戸津亜里紗さん（前列中央）が贈呈した車椅子6台を囲んで

The Daily Jakarta Shimbun
中綾子の母親大女学生
障害児学校に車椅子を贈る
じゃかるた新聞
mitora
「力合わせて幸せに」
現地「じゃかるた新聞」が紹介

3月17日、両親の戸津正勝・国士舘大学教授、薫子さん、ボランティアグループ「空飛ぶ車いす」のメンバーら計20人とともに同学校を訪れた亜里紗さんを生徒100人が握手攻めで盛大に出迎えた。

インドネシア語で「日本から来た戸津亜里紗です。持ってきた車椅子のひとつは電動なので、操作をレクチャーします」とあいさつすると、生徒たちは「ワー」と歓声を上げ、スピーチが聞こえなくなる喜びよう。亜里紗さんの実演に目を輝かせた。

▲ 贈呈式でインドネシア語のスピーチ

自らも車椅子生活を送る亜里紗さんは、「子供たちは電動の車椅子は初めて見たようで、とても喜んでくれた。手動以外でコントロールできる車椅子があったらうれしいとも言われ、これからはそういった要望にも応えたい」と早くも次の贈呈を頭に描いている。

インドネシアは、これまでも両親とともにたびたび訪れており、「街を車椅子で移動すると、たくさんの人々が手を貸してくれる。気持ちが温かく、人を助ける精神が根付いている国」だと言う。「車椅子が不足しているようで、手足の不自由な子供たちの行動範囲が広がらないのは残念と思い、使わなくなった車椅子を生かす運動を続けてきた。今回の贈呈式は私にとって、とても良い体験になった」と語った。

カンボジア孤児院のリーダーら招き秋に講演会

国際経済学科主催 4年次生9人が計画

「カンボジアの現状を日本の若者に知ってほしい」。経済学部の学生たちが今秋、カンボジア孤児院で働く青年ら3人を日本に招き、国際シンポジウムを経済学部国際経済学科主催により開く。

▶ 昨年のカンボジア訪問での学生たち

学生たちは、里吉謙一さん、斎藤哲平さん（以上経済学部経済学科）、波田野真衣さん、星野智也さん、大畑旭世さん、古農幸江さん、八木祐樹さん、野岳祥吾さん（以上同学部国際経済学科）、滝佳之さん（ネットワーク情報学部）の4年次生9人。

「友情の家」リーダー ビスナーさん

里吉さんらは2年前、対人地雷原視察のスタディーツアーで、カンボジアのシェリムアップ近くのモンドルバイ村にホームステイをした。村をあげての歓迎を受けたことに感動し、翌年2月に再訪。日本流の縁日を現地で催し、村の人たちに恩返しを果たした。

そこで、同村にある孤児院「友情の家」のメンバーと知り合う。「友情の家」は、日本のNGO・国際人権ネットワーク（緒方由美子代表）が運営する施設。孤児30人が居住、スタッフ2人がカンボジアの伝統芸能・アプサラダンスを孤児や近隣の子供たち70人に教え、伝統文化の継承運動を展開している。

カンボジアは長期の内戦により国土が疲弊。経済、教育、貧困、環境など問題を多く抱え、各国政府からの援助や国内外のNGO活動は活発なものになっている。

「彼らの舞には、逆境を乗り越えようとする力を感じる」。里吉さんたちは、「友情の家」のリーダーであるユーク・ビスナーさんらの活動を紹介することでカンボジアの現状を日本の学生に伝えるプロジェクトを計画。就職活動の中、アルバイトに励み、資金を積み立ててきた。12月には育友会奨励金を獲得し、ビスナーさんら3人の日本滞在費や航空運賃などを確保、講演会やアプサラダンスの披露、交流会の開催が現実化した。開催は10月10日（金）、生田キャンパスの予定。

同プロジェクト顧問の狐崎知己経済学部教授（NGO論）は「一時的なもので終わらせるのでなく現地の施設拡充など長期的な視点での支援も考えてほしい。後輩に受け継ぐことも大切」と助言している。

「伊勢丹」「カルフール」…注目の都市・上海商業施設を実態調査

北京オリンピックや上海万博に向けて急速に近代化を遂げている中国・上海の物流・マーケティングを調査するために2月27日から3月1日まで、同市内の商業施設を訪れた商学部・関根孝ゼミのメンバーから感想を寄せてもらった。

商・関根ゼミからの報告

「日本資本は『日本』の強みを生かせ」

2月28日は正大広場と大母指広場での実態調査を行った。正大広場は総面積が24万平方㍍で、アジア最大規模のワンストップサービスをコンセプトにしたショッピングセンターがある。「渋谷109」のようなファッションビルに飲食、娯楽（エステ、ヨガ・語学教室）などさまざまなサービスが加えられた商業施設である。SPA（注※）を行っているアパレルが多数あり、その一つが「ユニクロ」である。

売り場面積は全ユニクロ店舗の中で最大であり、店内は洗練された造り。品質は日本よりも劣っているにもかかわらず、価格は1～2割ほど割高だった。これはユニクロが現地でブランドロイヤルティーを持っているため。

「無印良品」のテナントもあり、取扱商品は日本とほぼ同様であった。日本の価格シールが張られていたが、実際は日本の1・5倍ほど高い金額で販売されていた。

大母指広場にあるフランス企業の「カルフール」は、日本に一度進出したが消費者のニーズに適応できず失敗した。しかし、中国では現地化に成功し消費者のニーズをくみ取ることを可能にした。たとえば、触って商品を判断出来るように、米・野菜・魚を包装せずに陳列している。これが、「カルフール」が中国で成功した理由のひとつであると思われる。

品ぞろえも多く値段も手ごろだったが、広い店舗の割に店員の数が少なかったので、増員したほうが良いのではないかと感じた。

翌29日は主要な百貨店を調査。現地資本の第一百貨店や新世界百貨店のほか、外資系、マレーシアの華僑資本を基にしたパークソンなど、多数の百貨店が存在する。その一つが日本の「伊勢丹」である。

▶ 大母指広場で関根教授（中央）とゼミ生

官僚など高所得者を対象とした高級店として4年前に進出し、現在は准海路店と梅龍鎮広場の2店舗を展開している。しかし率直な感想として、成功しているとは言い難い。准海路の第1号店は1万2500平方㍍と小さめで、パークソンと比較しても客はまばらだった。従来、各百貨店は顧客の所得・階級別に設けられており、その様子は徐家准路周辺で見られた。

▲ 正大広場のユニクロ

しかし現在、上海では百貨店全体の底上げ・高級化の流れが顕著で、各店では売り場構成や誘致ブランド、サービスにおける再差別化が差し当たりの課題となっている。

では、上海で生き残るためにはどのような路線をたどるべきなのであろうか。私たちは日本の企業であることの強みを生かすことを考えた。

中国では「日本」という国自体にブランド性があり、実際、伊勢丹にも「NEWYORKER」や「Kanebo」など多数の日系のテナントが入っている。その点をアピールする広報活動。日本でのノウハウを利用した従業員教育の徹底によるサービス向上。Iカードの加入率向上による顧客情報の収集とそれを活用したマーケティング。それらで顧客の獲得を狙うという戦略を提案したい。

上海は世界からの投資家やビジネスマンであふれる町で、想像以上に発展している。中国では別格のような高成長を遂げており、ほかとの格差は広がっている。街中で高価な海外商品を売っていても、その格差の中では、消費者のターゲットが限られているのが現状である。この格差を縮めるのが今後の上海の課題なのではないだろうか。

成功すれば多大な利益を得られる大きな市場であるが、その国に合ったマーケティングをしなければ、上海で成功するのは難しいだろうと感じた。

【参加者・現3年次】斎藤啓文、李漢珠、吉瀬智康、鈴木琴美、五十嵐郁未、伊熊佑介、北野正和、小池郁弥、西郷亜紀、竹本美樹、永田裕美、柳光煥（敬称略）

※SPA＝ファッション商品の企画から製造、販売までの機能を垂直統合したビジネスモデル