

（件名）道内大学による中国の高校との交流について

- ・9月21日、上海市内で北海道医療大学と上海日本人学校高等部との間で高大連携協定が締結されました。同大学では留学支援等を目的として昨年11月に上海事務所を開設し、現地高校での体験授業や大学説明会の実施などの取組を進めており、今回、さらなる交流促進を図るため連携協定の締結に至りました。
- ・協定は、学問、スポーツ、文化などの幅広い分野において、学生および生徒の進学およびキャリア構築を支援するとともに教育・研究に関する相互理解の促進に取り組むことを目的としており、進路教育や共同研究などの様々な取組を通して、次世代を担う人材をともに育成する内容となっています。
- ・また、9月22日、23日には、上海市内の高校2校とも同様の協定が締結されました。協定を締結した高校では、日本語教育コースを設け日本の姉妹校への留学や日本の大学への進学を手厚く支援する体制を整えており、今回の協定締結をきっかけとして進路選択の幅が広がることなどに期待を寄せている様子でした。
- ・日中間の教育分野の交流については、進学関連イベントや相互訪問の延期・中止が散見されている状況ですが、一方で、学校間の個別の協力関係の構築は着実に進められています。



道医療大と上海日本人学校高等部による協定調印式

（件名）北海道産食品のニーズについて

- ・中国内のスーパーマーケットや百貨店、飲食店から「道産食品を多数提案してほしい」、「北海道の郷土料理をメニューに取り入れたい」といった声をしばしばいただいています。現在の日中関係下においても北海道産品はブランドイメージが良好なため、その集客効果に期待が寄せられているようです。これまで現地小売、卸売企業などのバイヤーから挙げられた食品に関するニーズをいくつかご紹介します。

■ニーズのある食品例

- ・飲 料：果汁の含有率が高いジュースが人気。柚子などの柑橘系の素材は特に需要がある。その他、コーヒーも需要がある商材。フルーツフレーバーのコーヒーは近年中国で普及しており親しまれている。
アルコール類では、度数が低くパッケージがチャームな商品が好まれている。
- ・調 味 料：ジンギスカン用やラーメンサラダ用など、北海道のローカルフードのタレは独自性が強く、日本の調味料の中でも差別化が可能。ジンギスカンのタレは、ジンギスカン鍋を使った実演による試食提供が効果的。食文化も含めて魅力を伝えることができる。
- ・コ メ：日本産のコメは食感、香り、粘りなどの面で中国産と違いがあり、根強いファンがいる。味を体感してもらうための取組（試食提供、炊飯講座開催など）の積み重ねにより固定客を増やしていくことが可能。

■その他（PR手法）

- ・PRの媒体はSNSが主流。小売店では、チラシは作成せずTikTokで食品の紹介や調理方法などの動画を次々と配信し集客を図っている先も多い。
- ・SNS利用の際にはメインユーザーを勧誘する必要がある。若い女性をターゲットにした商品紹介やイベント告知であれば、小紅書（若年層に人気のSNS）を使うと効果的にPRができる。人気の商品は入荷後すぐにSNSで噂が広まり売り切れる。