

中国 2010 年上海世界博覧会  
ブランドスポンサーシップキャンペーン  
参加ガイドライン

上海世博会事務協調局  
2006 年

## 中国 2010 年上海世界博覧会：背景

国際博覧会は、人類文明の進化のマイルストーンとして、人類が手に入れることができる文明の進化に必要な道具の展示、特定の分野、あるいは数多くの分野の努力によって成し遂げられた人類の功績の披露、人類の将来の発展の探求を通して、一般市民を啓発することに貢献してきた。

1851 年ロンドンで万国産業大博覧会（Great Exhibition of Industries of All Nations）が開催されて以降の 155 年間、国際博覧会は世界に多大な変化をもたらし、電灯や電話から飛行機、石油精製技術に至るまで、国際博覧会を通じて世界に紹介された多くの技術的業績は、現在もそしてこれからも人類の生活において重要な役割を果たしていくであろう。

2002 年 12 月 3 日、中国は、「より良い都市、より良い生活（Better City, Better Life）」をテーマに掲げ、中国・上海で 2010 年に国際博覧会を開催することが博覧会国際事務局（BIE）によって承認された。国際社会における中国および上海に対する肯定的な期待と、上海万博のテーマに対する注目度や一般的な評価のおかげで、中国は開発途上国における初の正式な国際博覧会開催の機会を得ることができた。

21 世紀は都市開発の時代であり、世界の総人口のうち 55% が都市に居住することになるであろうと予測されている。都市人口は、1800 年の 2% から、1950 年に 29%、2005 年には 50% と増加している。急速な地球規模の都市化により、中国 2010 年上海世界博覧会のテーマは全世界の関心の的となるであろう。

中国政府は「都市と生活」のテーマのもと、フォーラム、祭典、文化的イベントを含む展示やその他の活動を通じ、200 もの国や国際機関に対し、この初の国際博覧会に参加招請を行っている。184 日間にわたる開催期間中、世界中の政府や民族が「より良い都市、より良い生活」のテーマに焦点を合わせ、都市文明の業績を広範囲にわたって展示し、都市開発の体験を交換し合い、都市に対する進んだ概念を共有することとなる。新世紀における人類の居住環境、ライフスタイル、労働条件に対する新たなアプローチを探索し、環境にやさしい社会の作り方を明確な例を挙げて実証し、人類の継続的発展を維持していく。中国 2010 年上海世界博覧会は、上海万博のテーマ「より良い都市、より良い生活」に基づいて、中国社会全体が行動するように呼びかけるという長期目標を掲げて、世界、中国、上海における人間中心の都市開発、そして、持続可能な都市開発を推進させ、都市居住者のためのより良い生活に確かな貢献をしていくことを目指している。

中国 2010 年上海世界博覧会の開催者から依頼された専門機関による国内外の有力な参加

者に対する調査では、本博覧会は推定 7,000 万人の来場者を見込んでおり、その約 5%が諸外国からとなると見られる。参加国、参加予定の国際機関の多くのリーダーたちも、博覧会会場での関連事業に出席する予定である。2000 年ハノーバー博（2000 年ハノーバー国際博覧会）には、国家主席級の VIP 来賓 21 名、首相 56 名、官僚 466 名が訪れた。

人類の都市と生活の発展におけるこの大事業は、全世界のメディアによって広く報道されることになる。

経済の世界化、世界的な都市化の時代が開催される世界博として、中国 2010 年上海世界博覧会は、企業の参加に大いに着目し、中国および外国企業の参加を促進する特別なガイドライン—中国 2010 年上海世界博覧会の市場開発プランを設けた。このガイドラインは、各規模、各分野の企業が、オープンかつ公正、公平な方法によって、迅速に、参加に際しての適切な方法を知る機会が得られるよう作られたものである。また一方で、中国 2010 年上海世界博覧会は、中国で開催される初めての国際博覧会として、その後 5 年間および将来長期にわたって多大な社会的インパクトを持ち、重要な社会的貢献を果たすこととなるであろう。ひいては、当該市場開発プランに関与したすべての企業が各自のブランドを確立・強化させ、マーケットシェアを獲得し、その力と優位性を紹介できる貴重な歴史的機会となるであろう。

## 中国 2010 年上海世界博覧会：財政投資と財源

主要な建設プロジェクトに対する 2010 年万博の全体投資は、180 人民元に達すると思われる。建設プロジェクトに関する財源には次のものが含まれる。

- 中国中央政府および上海市人民政府が直接投資として双方で 71 億 5,000 万人民元の資金を充当し、それは建設投資の 40%を占める。
- 80 億人民元の Expo 2010 債が、政府承認の下に発行され、建設投資の 44%を占める。
- 残りの 28 億 5000 万人民元は、プロジェクト財政および銀行ローンなどのほかの手段により供給される

実施費用における全投資額の概算は、106 億 8,000 万人民元に上り、管理、国内外のプロモーション、マーケティングおよびサービス、主要行事および式典、会場のメンテナンス、セキュリティー、保険に利用される。必要経費は、上海万博のブランドおよびその他の対象物を含む上海万博関連のリソースに基づくマーケットオペレーションを通じて得た収入によってカバーされる。中国 2010 年上海世界博覧会の市場開発プランによると、マーケットオペレーションは、ブランドスポンサーシップ、ライセンス製品、行事およびプロジェクトのサポート、エキスポ・パークでの商業サイトのリース、入場券の販売を含むいくつかのカテゴリーに分類される。

## 中国 2010 年上海世界博覧会：会場の選定およびプランニング

### 会場の位置および範囲

中国 2010 年上海世界博覧会の会場は、黄浦江兩岸の南浦大橋—盧浦大橋の区域に設置される。市の中心部に接し、利用しやすい既設の交通システムがある。現存する高速道路、主要な幹線、橋、トンネルに加えて、4つの地下鉄線が建設中であり、主要な市民の活動拠点、交通ハブ、ゲートウェイのような市内のほかの地域からも万博会場に容易に行くことができる。

会場内に計画中の区域は 5.28 km<sup>2</sup>にわたり、3.93 km<sup>2</sup>は浦東地区（黄浦江の東側）、1.35 km<sup>2</sup>は浦西地区（黄浦江の西側）である。入場有料エリア（入場券が必要）は約 3.22 km<sup>2</sup>である（水上地域を除く）。

### 会場の構造プランニング

テーマ「より良い都市、より良い生活」を展開する目的に基づいて、また、適切な歩行距離、距離、人間の体のサイズ、来場者の知覚習慣といった要因を考慮して、中国 2010 年上海世界博覧会のマスタープランは、パーク、ゲート内、ゾーン、グループ、クラスターという 5 レベルの構造を推進し、外国パビリオンのレイアウトスキームは、大陸別、国際組織別にグループ分けされる。

開催者は、特定の展示テーマのニーズに沿った独立・非公式な参加者として展示に参加するよう、多くの企業と都市を選定する。約 16 の企業パビリオンが出展する予定である。（説明図添付：p.22、p.23）

入場有料エリアでは、パビリオンに加えて、エキスポ・パーク内での公開アクティビティを行う目的で開催者や参加者が利用できるよう、開催者によって公開行事用の建設工事が行なわれる。

入場有料エリアの公開アクティビティ用の主要建設工事は、世博軸、公共センター、演芸センター、エンターテイメント・センターを含む。

エキスポ・パークの浦東（黄浦江の東側）地区と浦西（黄浦江の西側）地区のメインエントランスの間に位置し、アクティビティと造園用の南北に伸びた中心線区域世博軸は、オーバーヘッド・プラットフォームを備え、エキスポ・パークにおける式典およびほかの

公開行事の主要開催地として機能する。

公共センターは、主に会議の開催や、報道、インフォメーションセンター、バンケット開催の目的に対応する多目的会議場で構成され、博覧会会期中、VIP のレセプションサービスを行う。

演芸センターは、博覧会会期中、主な一連の公開パフォーマンスを行う目的で利用される。万博後も維持される場合には、パフォーマンスおよび文化交流の機能を統合したパフォーマンス・アートの巨大な総合センターとして生まれ変わる予定である。

### ビジネスサービス用施設のプランニング

開催者、参加者、来場者によるエキスポ・パーク内のビジネスサービスの需要を満たすため、全 150,000 m<sup>2</sup>に及ぶ面積に、食堂、ショッピング、テレコミュニケーション、銀行など、各種ビジネスサービス施設がエキスポ・パーク内に設置される予定である。また、20,000 m<sup>2</sup>に及ぶエンターテイメント用施設もある。中国 2010 年上海世界博覧会の企業スポンサーには、開催者や来場者用に、指定された分野・カテゴリにおいて、独自の製品やサービスを提供する独占権が与えられる。

食事やショッピング施設は、浦東地区の広場の近くと、浦西地区の中心部の造園回廊に沿って集中しており、それぞれのパビリオンのクラスター内に散らばっている。

食事施設は、提供される食事のタイプに基づき、伝統的レストラン、セルフサービス・ビュッフェ、ファーストフード・ストアに分かれ、地元の味を基にしたいろいろな食事を提供する多様なレストランもある。

ショッピング施設は 2 つのタイプに分かれる。1 つは、万博のみやげやギフトを売るライセンス小売業者、もう 1 つは来場者のニーズに応えたコンビニ、自動販売機、移動式販売ブースである。

(説明図添付:p.24)

### プランニングと建設工事の推移

準備プランおよび承認の検討 (2004 年～2005 年)

移築したビジネス、居住者、市の交通施設の建設工事 (2004 年～2007 年)

主要建設工事 (2007 年～2009 年)

2007年～2008年にすべての主要建設工事がフル回転で開始される

2009年、すべての主要建設工事が完成

展示の配置および試運転（2010年6月まで）

## 中国 2010 年上海世界博覧会：イベントおよびアクティビティ

博覧会会期中、開催者は、フォーラム、祭典、文化的エンターテイメントプログラムなど、各種約 2 万のイベントやアクティビティを参加者とともに作り上げていく。上級フォーラム、一般フォーラム形式で行われるフォーラムには、テーマ「より良い都市、より良い生活」に焦点をおいた幅広いディスカッション、コミュニケーション、アイデア交流のために、招待された政府官僚、各専門分野のスペシャリスト、一般市民がそれぞれに参加することになる。式典は、開会式、閉会式、従来のフェスティバル、記念祭などがあり、中でも展示者のナショナル・デーは、あらゆる方面からの著名人や VIP が出席する壮大なイベントとなる。博覧会会期中を通じて、文化的で楽しい行事が頻繁に催され、中国の各地域や都市、各国や地域の独特の文化的な楽しいプログラムが披露される。



## 中国 2010 年上海世界博覧会：市場開発のためのマスタープラン

上海万博準備の重要な一部として、中国 2010 年上海世界博覧会のための市場開発は、企業や市民が上海万博の業務に直接参加するように注目を集め、動機付けを行なうための主要なアプローチである。市場開発プロセスを確実に成功させるための指針文書である市場開発プランは、中国 2010 年上海世界博覧会の登録申請書に基づき、過去に行なわれた国際博覧会、オリンピック、その他の国際的な大規模行事の商業的事業の経験から得たものや、また、資源基盤、タイミング、スコープ、ゴールといった点で、中国 2010 年上海世界博覧会に関連した特定の状況を考慮に入れて組み立てられている。

市場開発は、経済発展を推し進めるという上海万博の機能の実現と、上海万博を成功裏に運営していくための財政上の保障を約束するという 2 つのタスクの組み合わせを基準としている。これは、ブランド、内容、会場、製品・サービスに対する参加者や来場者の要求というような、上海万博の準備期間中および開催中に独自に開発されたリソースをまとめ、強化するものである。ブランドスポンサーシップ、ライセンス製品の事業、行事やプロジェクトの実施、入場券の販売、エキスポ・パークの特別会場のリースを通じて、政府、企業、一般市民が皆、上海万博事業に関与する理想的な状況を作り出す手助けをする一方で、開発と達成の機会を共有する。

## 中国 2010 年上海世界博覧会：ブランドスポンサーシップ

### ブランドスポンサーシップの構造

ブランドスポンサーシップは、グローバルパートナーとシニアスポンサーという2つのレベルで組み立てられている。グローバルパートナーは、全世界で市場活動を行うため、中国2010年上海世界博覧会のブランド使用を含む、最高レベルの市場特権と商業権を得る。またその一方で、シニアスポンサーは、中国本土内で市場活動を行うための中国2010年上海世界博覧会のブランド活用を含む、2次的レベルの市場特権と商業権を得ることになる。

### ブランドスポンサーが包括する業界の種類

上海万博のテーマと関連する分野および上海万博準備に必要な分野は、幅広く広範囲であることから、開催者は、ブランドスポンサーシップキャンペーンに、輸送、観光、情報技術、財政サービス、エキスポ・パークの建設工事、一般消費者用商品、エキスポ・パーク内のビジネスサービスを含む、約50の業界を選出し、それに応じて、15のグローバルパートナー、20のシニアスポンサーを決定する予定である。その選出は、スポンサー企業と共同で、相互利益を追求するために、各関係者の資源価値を発展・成長させるという原則の下に行なわれ、上海万博準備の需要・要求や重要性、上海万博テーマと業界の関連性、業界範囲や業界内の大手企業の規模や数とともに、収益、つまり業界の収益水準や規範の作成、というような要素が考慮される。

### 選出の主要要素

- ・ 上海万博テーマに対する当該企業イメージの適合性
- ・ 将来の発展に対する当該企業の統合力および可能性
- ・ 中国国内における外国企業の営業実績、または、国内企業の国際的影響力
- ・ 当該企業の財政能力
- ・ 市場促進における当該企業の能力および投資

## スポンサー企業の権利および利益

グローバルパートナーおよびシニアスポンサーは、以下の5つのカテゴリーにおいて、独占的権利を得る。

I	ブランド権	1. 中国 2010 年上海世界博覧会のロゴの使用
		2. 開催者承認プラン
		3. 市場開発のための支援
		4. 便乗宣伝防止プログラム
II	商業権	製品カテゴリー内での独占商業権：エキスポ・パーク内で、開催者や来場者に製品やサービスを提供
III	広報およびメディア関連の権利	1. 名誉待遇
		2. メディアおよび広報における特権
		3. スポンサー事業、プログラムに対する優先権
		4. 上海万博スポンサークラブ会員権
		5. 宣伝機会
IV	出展に際しての優先権	出展に際しての優先権
V	上海万博開催中の接待および手配に対する優先権	1. 入場券（無料、優先、割引）
		2. 会場での接待および手配
		3. 宿泊施設
		4. 交通手段
		5. 認可

## ブランドスポンサーシップの対象業界

### 輸送および観光

1. 航空
2. 自動車
3. 輸送およびロジスティック
4. 郵便、小包および貨物配送
5. 旅行業
6. ホテル
7. 航空機製造
8. 地下鉄および路面電車車輛製造
9. タイヤおよびゴム製品

### 情報技術

1. モバイルコミュニケーションサービス
2. 固定ラインコミュニケーションサービス
3. コンピュータおよび周辺機器
4. コンピュータソフトウェア
5. ネットワークおよびその他のコミュニケーション機器
6. 視聴覚機器
7. 携帯電話製造
8. チップ製品
9. コンピュータアプリケーションサービス
10. インターネットサービス
11. オフィス機器製造

### 財政サービス

1. 普通銀行
2. クレジットカード
3. 保険：生命および健康保険
4. 保険：資産および災害保険

### エキスポ・パーク建設工事

1. 不動産
2. 鉄鋼および鉄業界
3. 電力および照明機器

4. 電化製品製造
5. メディケア機器
6. 石油および石油精製
7. ニューエネルギーおよびエネルギー効率化技術
8. 新材料および化学薬品
9. バスルーム機器
10. 環境製品および技術

#### エキスポ・パーク内一般消費者向け商品およびビジネスサービス

1. 製薬
2. 家庭用および個人用製品製造
3. 飲料製造
4. ファーストフードサービス
5. ライセンス製品
6. チェーン小売
7. 化粧品
8. タイムメーター製造
9. 写真機器製造
10. 食品製造
11. 酒類業界
12. ワイン業界
13. ビール業界
14. 乳製品
15. 紙および紙製品
16. アパレル製造

## スポンサー企業の選出手順

### 1. 招致（2週間）

世博局では、業界内の企業分類を基に、「中国 2010 年上海世界博覧会招致書」を、メディアに発表、または対象企業に直接送付する。関心のある候補企業は、「招致書」に記載されている必要書類を万博事務局に提出する。

### 2. 適格性評価（1～2週間）

世博局は、候補企業によって提出された必要書類を受理した後、適格性評価を行い、「中国 2010 年上海世界博覧会パートナーシップ申請書」を候補企業に送付する。

### 3. スポンサー申請（6～8週間）

候補企業は「申請書」を受理した後、必要なスポンサーシップ申請書および関連書類を準備し、記載された期限までに世博局に提出する。

### 4. 申請審査（2～4週間）

世博局は、受理したスポンサーシップ申請書と関係書類を検討・評価し、企業スポンサーシップのための最終候補企業を数社に絞る。

### 5. 契約交渉（2～4週間）

世博局は、スポンサーシップおよび関連書類の特定の約定、条件に関して最終候補企業と折衝する。

### 6. 契約書の署名

折衝に基づいて、世博局は最終的に1つの企業を対象スポンサーに指定し、「パートナーシップ契約」を結ぶ。

通常の場合では、各業界に対するスポンサーシップキャンペーンの全プロセスは、4～6カ月を要する。

## 連絡先

市場開発部 (Market Development Department)

上海世博会事務協調局 (Bureau of Shanghai World Expo Coordination)

住所：中国、上海、浦東南路 3588、7 階

郵便番号：200125

Fax：0086-21-22060669

E メール：partnership@expo2010.gov.cn