

## 日本製品の中国市場参入 ～上海での「岡山県モールのPR」を通じて～

岡山県上海事務所 専任スタッフ 馬小琳

### 岡山県モール

長い間、日本の製品は世界中で高い知名度を保っている。優れた品質や競争力ある商品の代名詞でもある。中国市場でも同様に、日本製品は、自動車を始め、重工機械や軽工業品、ファッション、食品などの分野で信頼と人気のブランドとなっている。

こうした日本製品の国際的な高評価を背景に、インターネット販売サイトを開設することにより、拡大を続ける中国市場への参入に取り組む地元企業を支援する地方自治体が現れている。岡山県も、2011年6月から2012年1月末まで、郵便事業株式会社が設置運営する海外向けインターネット販売サイト「JapaNavi」に「岡山県モール」を開設し、岡山県企業の中国を始めとする海外の消費者向け販売（B to C）の支援に取り組んだ（期間限定の取り組みであり、モールは既に閉鎖）。

### 浮き彫りになった課題

上海事務所では、この「岡山県モール」へのアクセス向上や販売促進を図るため、7月から1月にかけて、北京市を皮切りに、瀋陽市、成都市、大連市、上海市等中国の主要都市で様々なPR活動を行った。

上海市では、1月18日・19日の二日間、悦達889広場というショッピングモールで「岡山県モール商品展示PR展（短期アンテナブース）」を開催した。同広場周辺は上海市の中間層が多く住み、また顧客に家族連れが多いとい

う特徴があった。岡山県モールの出店商品や県の紹介を行ったが、来場者の反応は良く、震災後も日本製品の魅力が衰えていないことが分かった。しかし、開催期間中の販売実績を見ると、実際にサイトから商品を購入した方もいるにはいるが、顕著な実績は残せなかった。要因の一つは、日本から直送するため輸送コストが嵩み、更に関税が賦課される場合があるなど、日本で購入するよりも支払総額が高くなってしまったことであった。もう一つの要因は、現地市場の特徴などを踏まえた商品構成でなかったことである。例えば、中国ではスリによる盗難防止のため、カバンにファスナーを付けるなど容易に内容物に触れることができないような機能を持たせているが、モール出店商品にはこのような機能が無かった。

### 現地生産による課題解決

これらを解決する一つの方法は、中国での現地生産であろう。これにより、中国製とはなるものの、日本式の高品質の商品が低価格で提供できるようになるとともに、現地のニーズを反映させやすくなるため、中国市場への参入やシェア拡大が期待できる。

現在、中国は世界で贅沢品消費国の第3位であり、あと数年で第2位になると言われている。この順位は、単に中国に富裕層が多いことを証明するのみならず、中国人は高くても良いものを手に入れたがっていることを表している。

先の岡山県モール商品展示PR展でのアンケート結果によると、女性にとって一番人気の商

品は化粧品と食品で、男性にとって人気の商品は日本酒や時計などだった。特にこうした分野では現地生産を検討する価値があるのではないだろうか。

(2012年3月)