

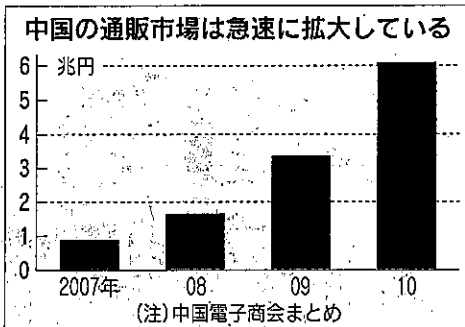
# 中国の通販市場進出支援

## 現地有力2社と提携 日本製品販売

通信販売関連企業でつくる社団法人日本優良品協会(LPAJ、東京・新宿)は中国の通販市場に進出を目指す日本企業を支援する。インターネット通販の現地有力企業2社と提携し、それぞれ

### 業界団体のLPAJ

の通販サイトで日本製品を販売。市場参入に関するセミナーや商談会も開く。拡大が続く中国の通販市場への進出を促す環境を整備し、日中間の取引拡大を後押しする。



### セミナーや商談会も

LPAJはネット通販コンサルティングのデジタルワン(東京・新宿)などが2010年10月に設立。中国の電子機器や通信販売の業界団体、中国電子商会と提携し、情報交換や日本企業向けの中国市場の紹介などを手掛けている。

現地のネット通販企業を通じて日本製品の販売は12年1月から始める。

生活用品や化粧品を扱う紅孩子(北京市)、衣料品を手掛ける走秀網(深圳市)とこのほど提携した。両社の通販サイトに日本企業が自社製品を出品・販売できる専用コーナー「日本優良商品館」を開設する。

中国電子商会のデータによると、10年の中国の通販市場は09年比8割増の6兆6000億円。ネット利用者は4億6000万人に達し、通販市場の9割超をネットが占めている。内陸部を中心に交通網や小売店の整備が遅れている地域も多く、店舗に出向く必要のない通販の市場は今後も安定成長が続く見通しだ。

こうした状況を踏まえ、日本では大手企業を中心に中国のネット通販市場に進出する動きが相次ぐ。楽天はネット検索最大手の百度と合弁事業を展開し、ヤフーはネット通販最大手の淘宝网と日本と中国の消費者の相互送客を始めた。中国のネット通販市場参入は資生堂などメーカーにも広がっている。