

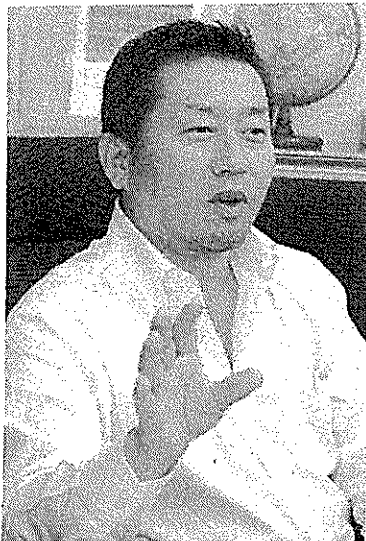
中国市場開拓を支援

中国の通販業界が高品質な日本製品を求めている。2010年秋には通販業界の指導機関である中国電子商会が日本のIT企業経営者に要請し、中国通販業界と日本製品をつなぐ窓口「日本優良品協会」を日本に開設、11年から本格的な仲介活動を始めた。中国が日本製品を求める理由や日本企業のビジネスチャンスについて、同協会事務局長の中谷泰志氏に聞いた。

(大城麻木乃)

中国の通販市場の現状はいかがですか。
「市場は急速に拡大し、一時期は出せば何でも売れる状況だった。だが食品偽

日本優良品協会 中谷 泰志氏に聞く



通販にビジネスチャンス

装問題が多発したことで分かるように、粗悪品も多く、消費者は疑心暗鬼になっている。中国政府はテレビ通販の市場を09年から5年で10倍の2000億元(約2兆5000億円)に

する計画だが、中国製品だけで市場を形成するのは難しいと感じている」

「そこで日本や韓国に声を掛け、品質の高い製品を中国の通販市場に取り込むうとしている。当協会が発足したのは、こうした背景がある」

「協会ではどのような」

とを行うのですか。

「中国、日本、韓国の通販業界関係者が一堂に会する会議に日本企業を派遣し、中国通販企業との商談の場を提供する。また中国通販市場に参入する際の税金(増徴税)や通関規制などの問題に対し、対応策をアドバイスする」

と代金回収できる仕組みを構築するつもりだ。例えば、中国通販企業には代金の半分を頭金として先に支払ってもらい、納入後に残りをきちんと支払うような仕組みを整備したい」

「日本の製造業の参入意欲はいかがですか。」

「中国の通販市場は右肩

ループのように、一定の成功を収めている企業もある。当協会の目標はまず成功モデルをつくり、それを足がかりに参入企業を増やすことだ」

「失敗のリスクが高い中、中国通販市場の魅力は何ですか。」

「日本市場は売り手(メーカー)の方が多いため、通販企業に買いたたかれることも多い。だが、中国は日本製のような高品質な製品は、まだまだ売り手市場だ。例えば、日本の通販企業が製品価格の3割でメーカーから製品を買取るなら、中国は5割で買いつけてくれる。日本市場での伸びが期待できない中、中国市場を開拓することはメーカーの生き残り策の有効な手段だ」

「今後は中国電子商会と連携し、日本企業がきちんと」

なかにたいし、84年(昭59)成城大文芸卒、同年富士ゼロックス入社。04年にウェブコンサルティングのデジタルワンを設立し社長に就任。10年10月から日本優良品協会事務局長を兼務。東京都出身。52歳。

上がりで伸びているため、90年代には多くの日本企業が夢を見て、参入した。だが、ほとんど成功してない。最近では投資しても失敗するリスクが高いため、投資をためらう日本企業が少なくない」

「ただ、韓国はいち早く参入し、通販大手のCJゲ