

日本企業の中国展開と現状

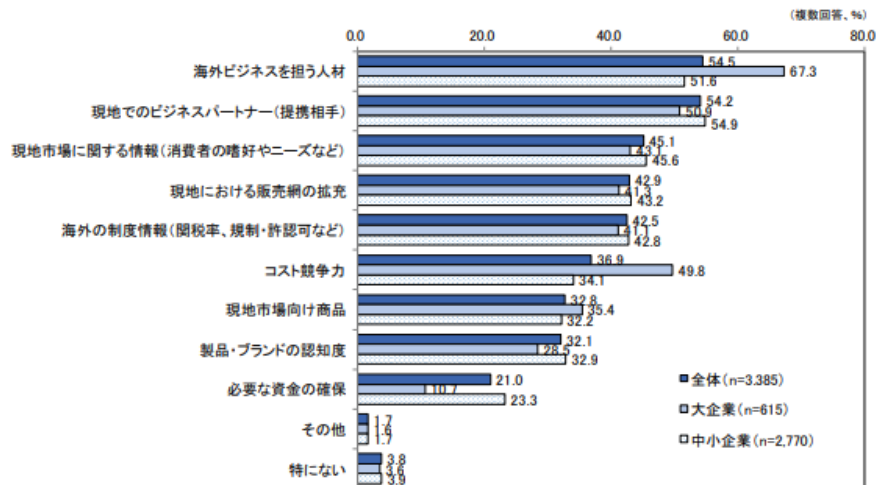
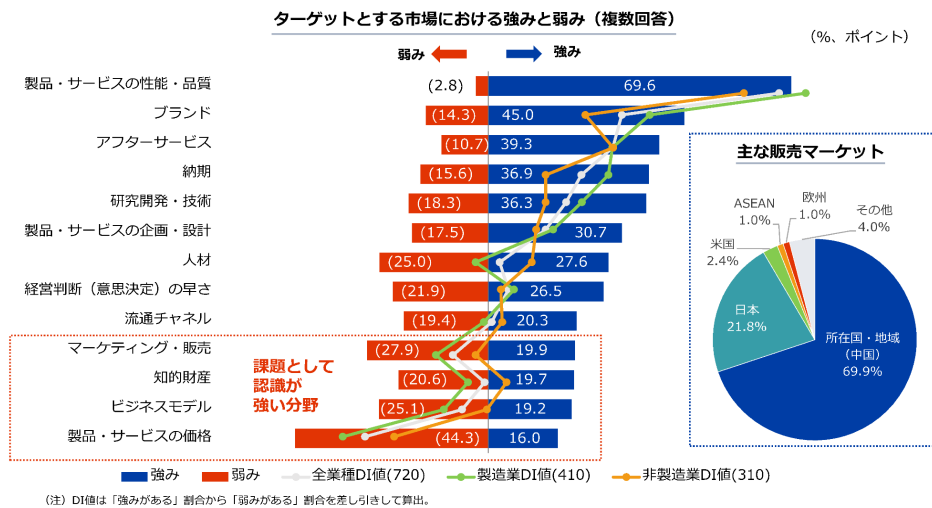
●日本企業の中国進出の状況とビジネス課題

日本企業の中国市場展開は、巨大なマーケットと豊富な労働力と安価な人件費をはじめとした「世界の工場」としての魅力から、国内外の生産拠点を中国に移設・集約し、強固で複雑なサプライチェーンを構築してきました。しかし、中国国内での新型コロナウイルス感染拡大と、中国当局によるロックダウン政策などを受けたサプライチェーンの寸断に直面し、拠点を中国に集中させることへのリスクが露呈し、政府も生産拠点の国内整備を後押しするなど、中国への“脱依存”に向けた新たな局面を迎えています。

進出先では、上海市が中国全土で最多であり、日本企業の工場や物流施設、メインオフィスとしての進出が特に多かった一方で、ソフトウェア開発などIT企業の進出も目立っています。業種別で最も多いのは製造業で全体の約4割を占めている状況です。

日系企業の強み・弱みについてのアンケート報告によると、「製品・サービスの性能・品質」を強みと認識する企業は7割に迫り、「価格」や「マーケティング・販売」、「ビジネスモデル」を弱みと認識する企業の割合が多く、戦略面に対する課題認識がうかがえます。

海外ビジネス(輸出・海外進出)の課題については、「海外ビジネスを担う人材」、「現地でのビジネスパートナー(提携相手)」、「現地市場に関する情報(消費者の嗜好やニーズなど)」などが主要な課題としてあげられます。



日系企業がターゲットとする市場における強み・弱み(上図)と日系企業が海外ビジネスで抱える課題(下図)

出典:2022年度海外進出日系企業実態調査(日本貿易振興機構)

●インバウンド需要でみられた日本商品の新たな局面

インバウンド需要で大きなパイを占める中華圏からの訪日客が示す日本商品への人気と市場性について参考までに示します。商品別・カテゴリー別の最近のシェアは、「コスメ・美容」、「衛生・健康」、「医薬品」等が高く、人気商品の上位陣は定番化してあまり変わらない傾向にあるようですが、一方で注目されるのが中国系SNSでつぶやかれる日本の商品のアイテム数が減少傾向にあることです。

また、話題になる日本商品の数が絞られて「定番化」している今、中国で戦略的にロコミを増やしていくことが重要になり、例えば、既に中国人訪日客から「のどあめ」で強い支持を得ていた某メーカーは中国の医薬メーカーと業務提携し、中国での現地販売ルートの開拓に乗り出しています。

インバウンドに頼りがちだった日本メーカーの対中国マーケット戦略として、今はインバウンドのみならずアウトバウンドとして中国本土への売り込みを行う両戦略が求められています。

特定の定番商品に人気が集出し、もはや日本商品なら何でも受けるという時期を脱しつつある中国向けマーケティング、インバウンド一辺倒の戦略を脱し、本丸である中国本土の市場でどう販促戦略を仕掛けられるかが日本メーカーに本格的に問われてきていると言われています。

アウトバウンド営業は、日本産の商品を中国市場に売り込んでいくためには重要な販売戦略であり、特に中小企業や個人経営の方で中国展開を目指すお客様には必須の条件となり、インバウンド営業と併用して営業展開を行うことが有効です。中国市場に対して、日本は新たな局面を迎えており、主な課題としてはビジネス展開における人の確保、情報収集力、営業力などがあげられます。

このような課題に対して豊華は、「日本人と中華圏の人の考え方、価値観の違いを理解した上でのサポート」に配慮しつつ、解決に向けたサポートを行います。

日本人と中華圏の人々は、異なる文化的背景や歴史的経緯から生まれるさまざまな考え方や価値観を持っています。

このような違いを理解し、双方の相互理解を促進することは、ビジネスや留学、国際交流などの場面で非常に重要です。

特に中華圏でビジネスを展開する場合、相手の文化を尊重し、適切なサポートを提供することが成功の鍵となります。

豊華株式会社は、日本人と中華圏の人々間の考え方や価値観の違いを踏まえ、双方が円滑にコミュニケーションし、互いにサポートできるよう支援します。

私たちの目標は、ビジネスパートナーやクライアントと円滑に協力し、文化的なミスアンダースタンディングを最小限に抑え、お互いの良さを最大限に出しバランスの良いサポートを通してあなたのビジネスをお手伝いすることです。



中国人ビジネスマン	日本人ビジネスマン
仕事より家族が大切 毎日家族と夕飯が当たり前 自分を主張する 話すのが早く、大声 アグレッシブ（攻撃的） 遠慮がない 合理的 組織よりも個人 競争意識が高い 効率意識が高い 自己主張が強い 豊かさはお金 喧嘩して仲直りする 言われなければ、やってしまう 明日は今日とは別の日 職場を離れた会食では仕事の話はしない あまり国を信用していない	家族より仕事を優先傾向 夕飯を待つ家族がいても残業する 相手に配慮する ゆっくり話す、小声 コンサバティブ（保守的） 配慮が多い 社交辞令が多く非合理的 組織の中の個人 仲間意識が強い 品質意識が高い 本音と建て前がある 豊かさは生活スタイル 喧嘩せずに疎遠になる 言われなければ、やるうとしない 明日は今日の延長 職場を離れても仕事の話をする 国を信用し守られている

日本向けのビジネスコンサルタントとして、以下の課題に対してこれまでの経験を活かし、中華圏との関わりをもつネットワークを有効に活用することにより、解決へと導きます。

課題	解決へのサポート
海外ビジネスを担う人材育成	当社では、語学レッスン等を通じて、人材育成に取り組んでいます。単に中国語の習得をするのではなく、日中の文化や商習慣を理解することによりローカライズされた、ビジネスで通用する企業向けの人材育成プログラムを策定し実施します。
現地パートナーマッチング	お客様の考えや意向を正確にお聞きし、中華圏との関わりをもつ当社のネットワークを有効に活用することにより、信頼できる現地パートナーの候補者を選出し、お客様とマッチングの機会をつくり、両者合意の下、必要な契約手続き等の一連のサポートを行ないます。
中国現地の情報収集	日本から中国現地の諸々の情報を正確に取得し把握するのは困難です。 当社は、中国にネットワークを有していますので、適正なルートや人脈から望まれる情報の収集にあたり、情報を整理分析したレポートを作成し提供します。また、情報収集上の制約条件などがあれば明確にした上で、さらなる情報取得手法についてご提案します。 情報例：規制・許認可、市場、競合、不動産など情報の調査及び分析等
営業支援	有効と考えられる複数の手法を採用し、販路模索・拡大、営業展開の一連のサポートを行ないます。 <ul style="list-style-type: none"> ・中華圏現地視察、企業訪問、工場見学セッティング・同行 ・中華圏現地展示会・見本市・販促会など各イベント出展サポート ・商談交渉・提携交渉サポート(オンライン・オフライン) ・公的支援機関活用・補助金申請サポート(日本国、県)