

Weekly コラム

平成 27 年 7 月 14 日

〒541-0055 大阪市中央区船場中央 2-1

船場センタービル 4 号館 4 階

船場経済倶楽部

Tel 06-6261-8000

(NPO 法人 SKC 企業振興連盟協議会)

Fax 06-6261-6539

人の輪・衆智・繁栄

活動方針



当団体は、異なる業種の経営者が相集い、力を合わせ、自らの研鑽と親睦を通じて、斬新な経営感覚と新たな販売促進を創造して、メンバー同士でより健全な事業所とその事業所のイメージアップを図り、地域社会に貢献できる事業所となることを目的とする。

「日本を売り込め！！」

近年、社会現象にもなっている中国人観光客の爆買い。中国国内でも日本製品は買えますが、偽物が多く、消費者は必ず疑うと言います。それでも、まだまだ中国人の日本製品への憧れは強く、「日本製は絶対に良い物」「中国製はほぼ粗悪品」という考えが根底にあるようです。そのため、中国の経済成長と円安が中国人の訪日旅行客を増加させ、爆買いへと繋がっていったわけです。

中国人の2014年における訪日観光客数は、前年比83.3%増の240万9158人。他国と比べても突出し、さらに2014年の訪日外国人旅行消費額を見ると、中国人は5583億円で首位となっています。前年からはほぼ倍増し、全体の3割を占めるまでに膨らんでいます。こうした爆買いと表現される近年の日本製品への需要の伸びから、中国ではネット通販にも力を入れ始めました。インターネット通販大手の京東(じんどん)は、この6月から、中国国内の消費者に日本製品を販売する専用インターネットサイト「日本館」をオープンしました。

この「日本館」への出店企業は、合計約300社、販売商品は約5万点にのぼり、今年中には1000社まで増やす計画です。では、今までは日本製品を取り扱う中国の通販会社は無かったのかというところではありませぬ。ただ、どうしても偽物や詐欺が多く、消費者から受け入れられなかったようです。それに比べて「日本館」は、インターネット最大手という信頼度の高さがあり、安全面でも考慮されています。また、そうした中国国内の信頼度の高さは、日本メーカーの出店を後押しするには十分です。その上、中国国内で小売店を出店する

よりも、自社商品を低コストで効率的に中国展開ができ、中国の消費者にブランドの知名度を向上させることができます。このように、中国国内の消費者と日本企業の利害が一致した今回の「日本館」は、今後大きく拡大していく可能性がありそうです。

2014年における中国のネット通販の取引額は、約52兆円にのぼりますが、今回の「日本館」のオープンによって、2017年には約78兆円規模になる見通しです。これは、日本のネット通販全体の4.6倍もの規模です。将来的にはインターネットでの爆買いに期待されるのですが、それと同時に訪日観光客の減少に繋がる可能性も否めません。そうしたことを防ぐ意味でも、日本に来ないと買えないプレミアム商品の提供も同時進行して欲しいものです。また、こうすることで日本を良く知るマナーの良い中国人の訪日も期待されます。「日本館」のオープンで、日本の観光業に新たな可能性が生まれたと見ても良いのではないのでしょうか。



記事の内容に関するお問い合わせは事務局までご連絡ください。