

中国市場開拓に挑む中小企業(2013年度)
-中国バイヤーが求める日本製品とは-

2014年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部

生活文化・サービス産業部

本レポートに関する問い合わせ先：
日本貿易振興機構（ジェトロ）
海外調査部 中国北アジア課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32
TEL : 03-3582-5181
E-mail : ORG@jetro.go.jp

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

<アンケート返送先 >

日本貿易振興機構 海外調査部 中国北アジア課宛

FAX : 03-3582-5309

e-mail : ORG@jetro. go. jp

JETRO

● ジェトロアンケート ●

調査タイトル：中国市場開拓に挑む中小企業（2013年度）

-中国バイヤーが求める日本製品とは-

今般、ジェトロでは、標記調査を実施いたしました。報告書をお読みになった感想について、是非アンケートにご協力をお願い致します。今後の調査テーマ選定などの参考にさせていただきます。

■質問1：今回、本報告書での内容について、どのように思われましたでしょうか？

(○をひとつ)

4：役に立った 3：まあ役に立った 2：あまり役に立たなかった 1：役に立たなかった

■質問2：①使用用途、②上記のように判断された理由、③その他、本報告書に関するご感想をご記入下さい。

■質問3：今後のジェトロの調査テーマについてご希望等がございましたら、ご記入願います。

■お客様の会社名等をご記入ください。(任意記入)

ご所属	<input type="checkbox"/> 企業・団体	会社・団体名
	<input type="checkbox"/> 個人	部署名

※ご提供頂いたお客様の情報については、ジェトロ個人情報保護方針 (<http://www.jetro.go.jp/privacy/>) に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価及び業務改善、事業フォローアップのために利用いたします。

～ご協力有難うございました～

はじめに

世界第2位の経済規模を持つ中国では、所得増加による消費力向上が年々進んでおり、今後も消費市場の拡大が見込まれています。こうした中で、日中関係が厳しい情勢にあっても、自社ビジネスの拡大を目指し、積極的に中国市場開拓に取り組む中小企業も少なくありません。

しかし、海外のビジネス経験が少ない中小企業にとって、国土が広く、消費者ニーズも多様な中国での市場開拓は容易なものではありません。既に世界中から多くの企業が参入しており、市場競争も厳しい状況です。さらに、2012年以降は中国経済の減速や反日デモの発生などにより、事業環境にも大きな変化がみられています。

ジェトロでは、こうした中小企業の中国市場開拓を支援すべく、2010年度より「アジア・キャラバン事業」を実施しており、2013年度は19都府県から50社・団体の参加をいただきました。この事業は、日用品、化粧品などを扱う中小企業の中国市場開拓をサポートする事業で、2013年度は上海、北京、広州、台北、重慶（開催順）の計5都市で商談会を実施しました。また、台北を除く中国大陸4都市の中国バイヤーに対しては、日本商品の優位性等に関するアンケート調査も行いました。

本報告書は、アンケートによって得られた結果を都市ごとに集約・類型化するとともに、参加した50の日本企業・団体のうち、27社・団体に行ったインタビュー調査から、中国バイヤーと日本企業が日本商品の優位性をどう認識しているのか、日本企業が直面する課題に如何に対応しているのかなどについても整理し、中国市場開拓の切り口を検証しました。

また、27社・団体の中国市場開拓の現状と今後の方向性についてもケーススタディーとして取りまとめました。

ご多忙な中、インタビューにご協力いただいた企業・団体の方々にこの場を借りて厚くお礼申し上げます。本報告書が中国市場開拓を目指す中小企業の方々や中国ビジネスにご関心のある皆様のご参考になれば幸いです。

なお、本文中の内容、名称、数値などは原則としてインタビュー実施時点のものであることを予めお断り申し上げます。

2014年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）
海外調査部
生活文化・サービス産業部

< 目 次 >

第1章 中国バイヤーへの調査結果からみる市場開拓の切り口	1	
1. 各地域のバイヤーの声	2	
(1) 概要および要点	2	
(2) 品質など商品力重視が全回答の8割～上海商談会	4	
(3) 売れ行き悪化は全体の1割～北京商談会	4	
(4) 上海より価格を重視する傾向～広州商談会	4	
(5) 内陸部では納入コスト低減がカギ～重慶商談会	5	
2. 中国バイヤーの需要トレンドと市場開拓の切り口	5	
(1) 「日本ブランド」の優位性に対する日本企業の見方	6	
(2) 高価格をはじめとする各種課題への対応事例	8	
第2章 企業ケーススタディー	10	
1. キッチン・テーブルウェア	11	
(1) アデリア（ガラス食器）	東京都中央区	11
(2) 廣田硝子（ガラス食器・小物）	東京都墨田区	14
(3) 寶蓮（陶磁器）	岐阜県岐阜市	17
(4) 志津刃物製作所（キッチン用品）	岐阜県関市	20
(5) サンアート（インテリア陶磁器）	愛知県瀬戸市	23
(6) 三宝齋（陶製器、プリザーブドフラワー）	兵庫県神戸市	28
(7) 小久保工業所（ランドリー用品）	和歌山県海南市	32
2. インテリア・日用品	35	
(1) ACCENT（インテリアファブリック・生活雑貨）	東京都渋谷区	35
(2) 四津川製作所（銅器）	富山県高岡市	38
(3) オーシン（寝具）	福井県越前市	41
(4) 華陽技研工業（鉄瓶）	岐阜県岐阜市	44
(5) 銀鳥産業（小麦・米粉粘土）	愛知県名古屋市	47
(6) 長谷川工業（脚立）	大阪府大阪市	50
(7) プレーリードッグ（ファッションバッグ・タオル）	大阪府大阪市	53
(8) 北九州市産業経済局	福岡県北九州市	57

3. 美容・健康・福祉	61
(1) タイム (化粧品)	東京都千代田区 61
(2) エムケーサポート (消臭・除菌水)	愛知県名古屋市 64
(3) アイ・プルーナ (化粧品)	福岡県福岡市 67
4. バス・トイレタリー・衛生用品	71
(1) 飛翔 (消臭製品、洗浄液)	千葉県松戸市 71
(2) 日本ゼトック (化粧品、医薬部外品)	東京都千代田区 75
(3) ニトムズ (清掃・キッチン用品)	東京都中央区 78
(4) 水生活製作所 (浄水器など水回り生活用品)	岐阜県山県市 82
(5) 夢職人 (歯ブラシ)	大阪府箕面市 85
(6) シンカテック (バス・トイレ用品)	大阪府東大阪市 89
(7) 成願 (タオル)	大阪府泉南市 94
(8) 服部製紙 (ウェットクリーナー)	愛媛県四国中央市 98
(9) カクイ (油吸着剤・化粧用コットン)	鹿児島県鹿児島市 101