

やまぎん アジアニュース

●釜山支店Tel010-82-51-462-3281 ●青島支店Tel010-86-532-85766222 ●大連支店Tel010-86-411-83705288
●香港駐在員事務所Tel010-852-2521-7194



【香港駐在員事務所】

香港の販路開拓・拡大における現状

1. はじめに

以前、菓子の製造販売をしているある企業が、初めて香港での販路開拓を検討するという事で香港へいらっしゃったことがあります。市場視察も兼ねて香港のスーパーマーケットをご案内したところ、自社商品が既に並んでいるのを発見し、大変驚くと共に、その店頭価格の設定に疑問を持たれていました。

また、あるイベントで香港にいらっしゃった企業は、約3年前から地元の果物を香港に輸出しており、日本側で商品を納めている商社からは、香港の有名スーパーマーケットに卸していると報告を受けていたそうです。そこで、来港の折にそのスーパーマーケットを表敬訪問したところ、「最近約2年間は商品が入ってきていませんよ」と言われ、大変恥ずかしい思いをされたそうです。

このような話は意外と多く、特に食料品の場合は、商品が日本国内で商社に渡った後、どこでどう売られているかは知らないということがよくあるようです。貿易等の諸手続きや為替にかかるリスクを自社で取らないという目的で、国内取引で完結させるという取引形態は非常に多いため、上述の2社もそれ自体はしょうがないと考えておられます。しかし、2社共にこのまま放置しては、今後の海外戦略を考える上で問題があるとして帰国されました。

香港駐在員事務所では国内のお取引先からの販路開拓・拡大のご要望にお応えすべく、香港側の地場商社と面談する機会も多いのですが、香港側の地場商社からは、「日本全国の商品が香港へ多数入ってきている中で、日本企業からの情報発信があまりにも少なく、何を売りにして何処に売りたいのかが伝わって来ない。」という声がよく聞かれます。そのような状況ですから、売れ残った自社商品が、知らないうちにバーゲン商品へ含まれていたということも発生します。

日本企業からは、香港側の地場商社にもっと自社商品の営業を望む声もよく耳にしま



す。しかし、日本全国だけでなく世界中からモノが届く香港側の地場商社に対して、営業を任せきりにすること自体に無理があるというのが実状です。

2. 香港の販路開拓・拡大における現状

香港では、毎月のように国際展示会が開催されており、日本からも多くの企業・団体が出展しています。そこでは現地企業や最終消費者と直接応対し、日本とは違う市場の反応を肌で感じることができます。多くの出展者からは、「良い反応を得た」、「販路開拓・拡大を検討したい」という声が返ってきます。但し、その後に長期間の取引にまで至っているという企業・団体は多くありません。

そこには、物流面の問題や、そこから生じる価格面の問題など、多くの問題があろうかと思えます。しかし、日本の企業・団体は、粘り強い努力や工夫、合理化を得意とするところであり、本気を出せば輸出開始までは漕ぎ着けることができるでしょう。本当の問題は、そこから先であるといえます。食料品で言うならば、海外スーパーマーケットの棚に並ぶ、世界中の数ある商品の中から、どうすれば新たに並べられた自社商品を手にしてもらえるのか、ということです。消費者にとっては、もはや選択肢が多すぎて、「安心、安全、美味しい」というだけでは違いにならないという状況です。消費者は、違いがよく分からず選ぶことができないため、最終的に価格が選考基準となり、価格競争に巻き込まれて体力のない企業が撤退するという流れが続いています。

なかなか難しい問題で正解はわかりませんが、昨年本格的に香港への販路開拓・拡大を目指した企業の手法がとても参考になると感じています。その企業の商品は飲料品であり、「安心、安全、美味しい」は当然のこと、原材料や製法にも大変なこだわりを持っています。ここまでなら同業他社商品のキャッチフレーズと大して違いがありませんが、その企業の商品が、他社と異なるところは大きく2つあると考えています。1つは、商品を販売したい対象について、単純に男性か女性かというだけにとどまらず、国籍、年齢、職業、収入、家族構成、商品を飲んで欲しいシチュエーションなどがはっきりしているというところでは、そしてもう1つは、商品開発に至った経緯、原材料選定の経緯、製法へのこだわり、商品名の意味などが、全て一連のストーリーとなっているところでは、そのストーリーを知ること、そこに秘められたコンセプトに共感し、原材料や製法のこだわりへの理解がすすみ、その商品が持つ世界観を共有することになります。単純に味や原材料、製法などは真似ができたとしても、ストーリーという衣を纏うことにより唯一無二の存在となり、価格競争から免れることができるのではないのでしょうか。

香港商社との商談では、一連のストーリーの説明にかなりの時間を要し、本当に理解されるまでには複数回の面談が必要となりましたが、最後には香港商社側の代表者から、「この商品のプロジェクトを是非一緒に完成させたい。」との言葉をいただきました。また、その後この商品のストーリーとコンセプトに共感したある大手日系企業から、イベントのコラボレーションの申し出があるなど、最終的に昨年は香港で3回のプロモーションイベントを開催するに至ったのです。

3. 終わりに

海外に販路を求める企業・団体は、今後も増えていくことと思います。ますます競争が激化していく中で、香港に限らず海外の営業を他人任せにしておくことは、もはや有り得ないというのが現状です。山口フィナンシャルグループでは、「コンサルティング・ファースト」を行動指針として掲げています。海外への販路開拓・拡大を検討される、今後は海外営業にも力を入れていくといった機会がございましたら、是非最寄りの取引店にお声掛けください。

以 上