

やまぎん

アジアニュース

平成 30 年 7 月

●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



【大連支店】

商品開発のヒント

1. はじめに

大連は遼東半島の最南端に位置し、東に黄海、西に渤海が望めるなど、海に囲まれた地域です。大連は日本の仙台市と同緯度であり、例年は8月の暑い時期でも平均気温は24度ですが、今年は6月に入り31度の猛暑を記録するなど、日本と変わらない気候となっています。大連では6月頃から避暑地として多くの観光客でにぎやかになりますが、観光客のお目当ては観光のほか、新鮮な海鮮中華料理を堪能することにもあります。日本のお客様にも海鮮中華料理は大変好評ですが、ビールにもぴったりの味付けでつつい食べ過ぎてしまう方も多く、また痛風を心配される方もいらっしゃいます。



2. 日本商品販売会

6月15日から18日の4日間、大連市内のオリンピック広場で第4回日本商品大連地区巡回展が開催され、今年は138社が出展し日本商品を販売しました。出展企業138社のうち約半分が日用生活品（洗剤、スキンケア、シャンプー、紙おむつ等）を取扱いましたが、大連市内では既にそうした商品はスーパーでも購入できるため、売れ行きは芳しくなく値引きやセット販売が行われていました。日本では訪日観光客が“爆買い”する様子をマスコミが取り上げてきましたが、日本の日用生活品は中国国内で幅広く流通し始めており、品質や値段を吟味するなど消費者の購買は変化しています。しかしながら、それらは一般的に日本の大手メーカーの商品であり、今年は調味料、味噌、お菓子を中心に中小メーカーの商品が多数取り扱われるなど、豊富な品揃えが印象的でした。特に調味料はソースの種類が豊富で、香辛料、柑橘系、辛さなど特徴的な商品が多く含まれ、お客様からどのような料理に合うかといった質問が寄せられるなど、関心の高さがうかがえました。飲食ブースでは、ラーメン、焼きそば、焼き鳥、串焼き、刺身、たこ焼きなどが提供され、テーブルには日本人、中国人が混在し親日的な大連を感じさせる光景が見られました。当日、大連支店のスタッフも日本企業の販売をお手伝いしましたが、買物された中国のお客様が品物に大変満足され、お礼に串焼きや果物を差し入れてくれるなど、言葉の壁を越え、心の交流が図れた4日間でした。

また、広場の一画では、BtoBの商談会も開催され、山口FGの取引先3社が参加しました。3社の業種は、環境、調味料メーカー、製麺メーカーで、いずれも中国企業と商談し、販売代理店もしくは委託販売での商談が進行中です。会場となったオリンピック広場の地下には地元財閥が商業施設を保有しており、テナントにはアメリカのウォルマートのほか、日本の大手飲食店も含まれ、1日の来客数は約4万人です。このため、4日間開催された今年の日本商品販売会には延べ10万人が来場されました。集客が見込まれる販売会への参加目的は、自社の商品が中国人の嗜好に合う、デザインが受け入れられる、価格設定の妥当性等の見極め、今後の商品開発への活用にあります。加えて、販売会は一般消費者向けではありますが、多くの事業者が見学に来場されるため、パートナー企業との出会いにも効果的であります。



3. 商品開発のヒント

大連支店のアジアニュースで過去取上げしました、金襴の織物メーカーが販売会に出展しました。金襴の国内需要は、着物の帯地や雛人形を中心に書画の表装にも用いられますが、着物離れ、少子化の影響を受け、日本国内の金襴織物メーカーは10社程度にまで減少しています。金襴の需要掘りこしに様々な商品を開発中で、今回は京都の間屋にも協力をいただき、「日傘、女性用浴衣、男性用カジュアル着物、ポーチ、名刺入れ、扇子、手鏡、コースター、のれん、置物」の10商品を販売したところ、完売しましたが商品ごとに明暗が分かれ、このメーカーにとっては今後の商品開発における大きなヒントを得ることができました。そのヒントを一部ご紹介します。

扇子は中国でも身近な商品で、ほとんどのお客様が手に取り骨組みを指で擦るなど、品質を見定めていました。その理由として、扇子の企画、加工は日本で行うものの、骨組みのほとんどは中国で生産し日本へ輸入しています。輸入時の検品にて、日本の規格外の商品は中国国内で流通するため、品質のよくない商品が店頭に並びます。また、骨組みはプラスチック製と竹製の2種類があり、中国の消費者は価格の安いプラスチック製よりも竹製の材質と品質に拘っていました。指で骨組みを擦ることでプラスチック製を見抜く知恵もお持ちでした。



日傘は大連の街中でも女性が日常的に使っています。日本から持込みした日傘は、傘地に金襴を、傘の持ち手に木の枝を用いており、高額でありましたが初日に完売しました。お客様の感想ではデザイン性と耐久性が評価されていましたが、機能性は工夫が必要と分かりました。また、木製品を販売していた出展者の感想として、屋久杉を用いた置物うち高額な物ほど売れたそうです。日傘も高額ではありましたが、高くても品質やデザイン性、希少価値の高い商品は、高額でも購入されることが分かりました。

のれんは一般家庭で使われる麻 100%の商品で、幅 90 cm、長さ 1m80 cmのタイプでありましたが、短い丈がないかという質問が非常に多く寄せられました。一般的に中国のマンションは 1階に警備員が常駐し管理と監視は行き届いています。中国人の生活スタイルとして、風通しのため玄関を開けっぱなしにすることが多く、共用廊下からは室内やキッチンが見えてしまうため、目隠しとして使用するニーズは日本と同様でした。のれんの長さに質問が寄せられたのは、マンションのモジュールなど規格が日本と異なる可能性があること、風通しが目的であり長さは目隠し程度で充分といったお客様が多かったです。

浴衣、着物は女性用、男性用で明暗が分かれました。奥様にご主人にプレゼントするため男性のカジュアル着物が人気でした。関心を示されたお客様像は、年齢 20 代から 40 代の男性で、日本文化に関心がある、仕事上日本と関わりがある方が多く、購入されたケースはいずれも奥様が代金を払う、つまり奥様が自身の収入からプレゼントとして購入されました。

今回、売れにくかった商品はコースターでした。中国の食文化ではコースターを使う習慣はなく、購入されたお客様の多くは日本食専門店の経営者でした。また人気を集めたのが、売り物ではないテーブルクロスでした。出展者のブースには折り畳み式の長テーブルが準備されましたが、品物を陳列するには物足りず、出展者はテーブルクロスを日本から準備してきました。販売会最終日には使用済みのテーブルクロスを販売しました。寸法が長すぎるといった意見があったものの、デザインと生地は大変好評でした。

4. 終わりに

今回の販売会では中国人の嗜好やニーズを把握することができましたが、色、デザイン、価格、大きさも大きく影響することも分かりました。今回出展されました金襴メーカーは、中国の大手百貨店、文化交流協会と商談でき、織物を非常に高く評価いただいたことから、本業である金襴織物の販売に向け新たな商品開発を行うこととなりました。

今回は、9月21日から23日に開催される、大連最大級の日本商品販売会に金襴を用いた衣装と書画を製作・展示する予定です。また、この販売会で更に商品開発のヒントを得て、11月5日から10日の6日間、上海で開催される「第1回中国国際輸入博覧会」に出展します。日本国内の市場が縮小するなか、海外でのビジネス展開に活路を見出そうと企業努力を重ねる皆様に、私ども大連支店では、海外ビジネスのリスクを低減できるよう、様々な情報提供と当地のネットワークをご紹介します。お気軽にご相談ください。