

【海外拠点】 山口銀行青島支店、山口銀行大連支店、山口銀行香港駐在員事務所
【現地駐在】 HD 銀行（ベトナム・ホーチミン）



【青島支店】

中国における販路拡大について

1. はじめに

2025 年末時点の中国の総人口は 14 億 489 万人であり、インドに次いで世界第 2 位の人口数となっています。特に沿岸部に人口が集中しており、広東省、当店の位置する山東省はそれぞれ 1 億人を突破しています。

人がいるところにニーズがあり、ビジネスチャンスはあります。以前は製造大国としての位置付けだった中国は、14 億人超の巨大マーケットを有する消費大国となり、世界中の企業から進出先として注目を集めています。これは日系企業も例外ではありません。市場規模をはじめ、日本からの地理的近接性、長年のビジネス関係があることから多くの日系企業が進出先として検討してきました。実際、山東省においては、2025 年時点で約 1,600 社もの日系企業が存在しています。

本稿では、中国へ新たに進出し、販路を開拓したい企業に向けて、販路開拓の方法をご紹介します。

2. 販路開拓の 3 つの方法

中国における販路の開拓方法といっても、目的や商品性によって方法は様々です。本稿では、これから新たに販路を開拓する場合に検討する、①展示会・商談会への参加 ②現地企業との提携 ③越境 EC の利用の 3 つの方法をそれぞれご紹介します。

	メリット	デメリット
①展示会・商談会への参加	・ 企業同士が直接交流可能 ・ 認知拡大 ・ 直接市場の実態を把握できる	・ 出店費用や渡航費用の負担
②現地企業との提携	・ 現地ネットワークを利用できる ・ ローカライズや法規対応に強い	・ 信頼できる相手を探すのが困難
③越境 EC の利用	・ 広範囲に販路拡大可能 ・ 消費者の反応を即座に把握可能	・ 出店費用の支出 ・ 価格競争に巻き込まれる

※表は筆者作成

① 展示会・商談会への参加

展示会・商談会への参加は、企業同士が直接接点を持つことが出来るという特徴があり、一般的に販路開拓の入り口や、テストマーケティングの場として向いています。参加するためには準備時間や費用が掛かりますが、展示会・商談会によっては主催者から出展に関するサポートを受けられるものもあります。

2025 年 11 月には、山口県の主催する商談会が青島市内で実施されました。商談会には、山口県の企業 10 社が参加し、中国企業 36 社と商談を行いました。今回の商談会では、無料の商談資料作成や通訳の手配などの手厚いサポートがありました。他にも、日本貿易振興機構 JETRO の主催・参加する展示会ではジャパンプースというものがあり、出店するとブースのデザインや出品物の通関手続きのサポートを受けられるケースがあります。このようなサポートを受けることにより、展示会・商談会に参加したことが無い企業にとっても、比較的参加しやすく、容易に中国企業と接点を持てるかと思います。



※2025「山東省×山口県経済貿易商談会」の様子
青島支店行員撮影

② 現地企業との提携

中国の現地企業と提携する強みは、現地の販売ネットワークを持っていることや、法規を把握していることが挙げられます。そのため、販売を強化したい場合や、現地における経営のサポートが必要な場合などに向いています。

現地企業との提携形態は様々であり、代理店、販売店と提携し自社の商品を販売してもらう方法や、現地パートナーと提携し、販売や製造などを協力する方法があります。

例えば、食品加工会社が販路開拓を強化するために、自社で製造までを行い、販売は現地企業に委託するというケースがありました。

現地企業との提携にあたっては、信頼できるパートナーの選定が重要となります。そのため、展示会・商談会への参加や既存取引先からの紹介等を通じて、信頼性の高い相手先との関係構築を図ることが有効と考えられます。

③ 越境 EC の利用

越境 EC を利用することで、日本国内にいながら中国に向けて商品を販売することが出来ます。越境 EC の利用が向いている商品の特徴は、高品質で安全性が高く、リピート性のあるものが挙げられます。実際に、コスメ商品や家電製品、健康食品などがよく購入されているようです。

越境 EC を利用し販売する場合、越境対応している現地 EC サイトに出店する方法と、自社の EC サイトを現地対応させる方法があります。中国の大手越境 EC と言えば、天猫国際

(Tmall Global) や京東国際 (JD Worldwide) があります。既に完成されたプラットフォームであり、EC サイト自体に顧客が付いていることから多くの顧客と接点を持てる反面、出店費用が割高となる場合があります。一方、自社の EC サイトを現地対応させる場合、自由度は高いですが、認知度を上げる必要があり、例えば抖音 (中国版 TikTok) や小紅書 (rednote) などの現地 SNS を活用し宣伝することが可能です。

出展を検討する際の初期対応としては、まずアプリを実際に利用するとともに、各プラットフォームの出展要件を確認することから着手することが有効と考えられます。

3. 販路開拓前の事前準備

販路開拓をする場合、事前準備として「市場調査」は欠かせません。価格の目安や市場に刺さりそうな商品性、競合他社等を事前に把握することで、より具体的にターゲットを定めることが出来ます。市場調査の方法として最も身近なのは、インターネット上での調査です。例えば、外務省や JETRO のホームページから、基礎データや海外ビジネスに関する情報を調べたり、SNS を活用して現地の様子やトレンドなどを調べる事が可能です。

インターネットの情報だけでは知りたい情報が確認出来ない場合は、市場調査を行うサービスを利用することをお勧めします。例えば JETRO の「海外ミニ調査サービス」など、公的機関が提供するものがあります。

4. おわりに

初めての海外販路開拓となると、何から始めるべきか、進め方は合っているか、次は何をするべきか等、沢山の疑問や悩みが出てくると思います。当グループでは、海外販路の開拓をはじめ、海外事業に関するお悩みのご相談対応から情報提供までサポートしておりますので、是非お気軽にお取引店までお問い合わせください。

(山口銀行青島支店 清水 このみ)

【参考文献】

- ・青島総領事館 HP
 - : 山東省概況
<https://www.qingdao.cn.emb-japan.go.jp/files/100962635.pdf>
 - : 山東省・山口県県経済貿易商談会の開催
https://www.qingdao.cn.emb-japan.go.jp/itpr_ja/11_000001_02258.html
- ・山口県 HP
 - : 2025 「山東省×山口県経済貿易商談会」
<https://www.pref.yamaguchi.lg.jp/soshiki/83/306498.html>
- ・ジェトロ (日本貿易復興機構) HP
 - : 展示会・商談会への出展支援
<https://www.jetro.go.jp/services/tradefair/>
中国における越境 EC の概要と留意点：中国向け輸出
<https://www.jetro.go.jp/world/qa/J-210602.html>
 - : 海外ミニ調査サービス
https://www.jetro.go.jp/services/quick_info/