

日中経済交流研究会 2月例会

上海在住の若き経営者の挑戦と苦悩から学ぶ

(報告者) 寇吉特貿易有限公司 董事総経理 角堂 豪氏

日時：2017年2月28日(火) 大江ビル / 参加者：45名

少子高齢化がすすみ日本市場が縮小。大量の商品を中国で安く作り日本で売るというビジネスモデルは成り立たなくなっている。時代の潮流は、海外で売るという方向へ。ただ、海外で売ることの壁に我々は戸惑いを覚えている。今回の報告者は6年前から中国の内販に挑戦している角堂氏。日本で企画、中国で創って作って売る最前線～中国内販への挑戦と苦悩～というテーマ。失敗談成功談の実践報告を聞き経営判断に役立つ例会となった。



報告者 角堂 豪氏

■ 挑戦と洗礼

角堂氏は神戸市出身の40歳。北海道大学を卒業後ボストンで働きながら夜間大学に学び、アメリカの製菓会社に就職。日本の商社のシンガポール駐在員を経て現職に就き現在上海在住。アイデア雑貨、美容健康雑貨、化粧品の中国国内の生産管理、販売、物流検品を業務としている。今回は、その業務の中でも最も関心のある中国国内での販売に絞って報告を聞いた。角堂氏の内販への取り組みは2011年ごろ催事販売から始まった。当初、日本製の高品質の商品は好調に売れた。しかし、日本と違い流通構造が成熟化していない小売業が原因で、売上拡大以上に経費負担(集客用チラシ、搬入出運賃、販売員の件費、出張費用)が増大。また、大量の不良在庫も抱える試練に直面し、日本向け貿易利益の大部分を内販累損に充てる結果となった。

■ 事業モデルの転換

中国のインターネットユーザーの拡大に目を付け、eコマース(電子商取引)市場への注力を始めた。しかし膨大なネットショップに埋没する時期を経験する。そこで、認知度を上げるために、主婦、日本在住の中国人学生や旅行者を活用して中国版SNS「微博」「微信」で商品露出を増やし、集客購入への道を切り開いた。アジア最大のショッピングサイト(タオバオ)で無料体験顧客を募集しサイト内の評価を上げ、より多くの顧客の目に触れるよう仕掛けた。ネットショップで売れるとなると景気が低迷していたリアル店舗での引き合いも増加。まだまだ、苦戦しているが、2017年には新規モールの

オープンが本格化してくる見通し。2016年eコマース販売は対前年300%で進捗。ただ、模倣品の横行や、クレマーが多く存在して、それへの迅速な対応に苦慮している。

■ 中国内販で気づいたこと

上海着任早々社則の形骸化、承認プロセスや資産の不透明さ。社内セキュリティの脆弱さのため、財務総務担当が離反。会社も安定せず、重要スタッフの半分が退職した。中国人スタッフは個人的利害を重視したり、根拠なきプライドが高かったりする。そのような中国人のメンタリティーと特性を理解した上で、定款、就業規則を徹底順守しながら社員に期待を持つことが必要。

■ 懇親会で

懇親会では「やはり内販の壁は高いなあ」「この厳しい実態を乗り越えるのも経営者や」などの感想が。報告を聞いて国内に留まるのも、海外に出るのもそれぞれの各人の経営判断。参加者はこの報告から多くを学んだ。また、手厳しい洗礼を受けながら邁進する芯の強い角堂氏に対し「こんな仲間と知り合える機会が嬉しい。これが同友会のよさだ」という声も上がった。

最後に、会員65名の当会の例会に45名(当研究会会員27名、ゲストが18名)の参加者があった。大阪府下のみならず他県からの参加もあり、報告者は上海在住。日中経済交流研究会のテーマ「視野を広く!」を体現した例会だった。

(まとめ) 大山印刷株式会社 大山 武久

会員募集しております

日中経済交流研究会では、毎年訪中団を派遣し「今」の中国を観ることを大切に企業見学や人の交流活動をしています。自分の眼で生の中国を見ることは、国内でビジネスをする上においてもとても有意義です。ぜひ我々とともに学びましょう。(詳しくは事務局・泉谷まで)