



中国から見た日本

中国人アドバイザーからのアドバイス



1

日本製の誇りを持って 堂々と中国へ 進出してください

日本製は中国でいまだに高いブランド力を持っている。

中国の都会の富裕層家庭に行ってみると、電気製品やカメラそして化粧品、食品等、必ず何か日本製を持っている。また、中国の大規模な工事現場で使用する重機や携帯電話に導入する重要な部品など、日本製でなければならぬことが少なくない。中国のテレビ放送局の設備を見ても、ほとんど日本製ばかりである。

日本のものづくりは、世界一とい

うことは事実である。ぜひとも、日本の企業はその誇りをもって、堂々と中国へ事業を展開して頂きたい。

また一つ忘れてはならないことは、日本は世界総人口のわずか2%ほどで、なおかつ世界の総面積と資源の0.25%しか有していないにもかかわらず、世界の総GDPの17%を生み出している。この奇跡を起こしているのはまさに優れた日本製だと思う。

2

郷に入れば法に従え

郷に入れば、郷に従えと言うことは、誰でも知っているが、中国で

事業を行う場合、「郷」の何に従うべきなのだろうか。

中国には日本との差異が隅々に存在している。言葉や価値観として商習慣等は大きな違いが言うまでもなくある。ビジネスにおいては、その国の基本的なルール、つまり、ビジネスの法規制を知っておくことが重要である。

中国では、ほとんどの輸入製品に対して、強制的な許認可規制を実施している。

例えば、電気製品に対して、製品安全の許可制度である「CCC認証制度(強制製品認証制度)」を行っている。化粧品や薬品そして健康食品には、食品安全法と薬事法によって、衛生登録許可規制をかけている。また、医療機器

の登録制度や圧力容器の製造許可制度も設けられている。(※1)

それらの法規制は資料の提出、届け出だけでなく、製品の技術規格・基準を中国の規格に適合させるため、中国国内の試験室で試験を受けなければならない。該当製品は中国の許認可を取得しなければ、中国への輸出もできない、ひいては中国国内での販売や入札などもできない。

最近、日本企業はこのような法規制を知らずに、中国輸出する際に、通関不能や、販売に関して取り締まりを受けるなどのケースが起きており、中国事業展開の大きな壁になっているようである。これはまさに郷に入れば、郷の何に従うべきかが分からなくても

※1 詳細は、ピーアンドディーパートナーズ株式会社が運営する「中国規制データバンク(CRDB)」<http://www.crdp.jp/>をご覧ください。

たらしめた結果である。

言い換えると、中国向けの日本製品が中国の法に従って、中国の許認可を取得しさえすれば、中国事業の60%は既に成功したともいえるであろう。

3

ブランドの 先行確保を行う

左記の話は、つい最近に起きた出来事。

日本で有名な松阪牛というブランドを、中国で商標を申請登録したところ、中国国家工商行政管理総局商標局は「松阪牛」と「松阪肉」の商標登録を却下した。理由は「松阪牛」や「松阪」がそれぞれ2006年2月までに中国で商標登録申請されていたからである。さらに、「松阪」の文字を使ったロゴマークも01年に商標登録されていたのである。

また、日本を代表する磁器「有田焼」の名称も中国で商標登録されていることが最近判明した。

日本や世界中が認めているブラ

ンド品の商標でも中国で他の人あるいは業者に「合法的」に先に取得されてしまうと、中国で事業展開する際、その名称やロゴが使えなくなる。

「松阪牛」の中国での商標登録申請は、後手になってしまった。今後、このブランドで中国展開するには、更に時間とコストをかけるしかないのである。

中国市場は既に日本にとって無視できない。中国で事業活動を行う際に、ブランドの先行確保は一刻も猶予できない課題だと考えられる。

4

一つの地方は 一つの国として 事業活動しよう

960万平方キロメートルの面積を有する中国では、地方(省、直轄市、自治区)毎に、言葉が全く違うという特徴がある。各地方の考え方や価値観そしてビジネス慣行も異なる。

例えば、北の地域の人は、大き

いことが良いことだと思っ
大きな家を持つことやでかい車に乗ること、そして体の大きな人(男性)は格好良いとの認識が一般的である。一方、相対的に見ると、南の地方の価値観では、精巧なことや繊細な性格の人が優れていると思う人が多い。蛇足かもしれないが、地方によって天気も気候も大きく異なるので、商品に対する要求も当然それぞれである。

このような状況で、地方でのビジネス活動は、事業内容に基づいて、各々の対応が必要になる。つまり、中国という一つの国と言いつつ、実際には、たくさん小さな国で構成されていることを覚悟すべきである。そのために、事業展開の立地選択も極めて重要となる。

以上、日本と中国との違いを踏まえ簡単に中国進出のアドバイスを述べた。中国には、日本が参入できるチャンスがたくさんある。是非、ご検討されてはいかがだろうか。

ピーアンドディーパートナーズ株式会社
代表取締役社長

ドン・ベイ
董 培 Profile



中国鄭州大学ジャーナリスト学科卒業、10年余り青海日報の新聞記者をした後、1995年来日。2000年三重大学大学院人文社会科学科行政専攻課程を修了、修士(社会科学)を取得。同年4月(株)エーベックスインターナショナル(現(株)UL Japan)に入社、中国現地ISOコンサルティング子会社の副社長、日本本社経営企画室、ビジネスプランニング部、社長室などを経て、2007年6月に退職。同年9月、ピーアンドディーパートナーズ株式会社を設立、代表取締役役に就任(現任)。2007年8月、三重県のメディカルバレー推進サポーターに就任(現任)。

ピーアンドディーパートナーズ株式会社(三重県津市三重大学キャンパスインキュベーター内TEL:059-231-5488)は日本企業の中国ビジネスのパートナーとして、皆様の中国事業の展開を強力にサポートしています。お気軽にお問い合わせください。