

去る10月下旬、中国大連と富山・金沢でそれぞれ日本企業と中国企業を対象とした商談会が開催された。まずその概要から紹介したい。

1. 2010大連中日貿易投資展示商談会

時期：2010年10月21～22日

場所：大連世界博覧広場（星海広場）

主催：大連市人民政府

実行組織：中国国際貿易促進委員会大連市分会

出展日本企業：285社（前年比+20社）、うち富山18社、石川25社、福井3社

来場者数：約15,000人（同約+3,400人）

商談件数：約7,800件（同約+600件）

2010大連中日貿易投資展示商談会は今年で3回目。出展者は全て日本企業で（中国唯一）、今回は出展企業数、来場者数、商談件数とも過去最高となった。また、今回は単なるブース出展のみならず、①工業製品 ②食品 ③生活用品の各分野で半日ずつ個別商談の時間も設けられ、有効な商談会となった。ただ、ブースの位置によっては来場者に偏りが見られたようである。



2010大連中日貿易投資展示商談会の様子



中国バイヤーズサミット(富山)での商談

2. 中国バイヤーズサミットin富山&金沢

時期：①富山 2010年10月28日 ②金沢 10月29日

場所：①富山 富山第一ホテル ②金沢 石川県立音楽堂

主催：①富山 富山県、富山県農林水産物等輸出促進協議会、北陸銀行

②金沢 北陸銀行、北國新聞社

出展中国企業：上海10社（金沢では9社）、大連6社

来場日本企業：①富山 27社 ②金沢 23社

商談件数：①富山 約80件 ②金沢 約60件

中国バイヤーズサミットin富山&金沢は、昨年につき2回目。今年は上海だけでなく大連からも食品バイヤーを招聘し、「食」に関する中国との商談会としては日本でも最大規模となった。大連の食品バイヤーの結果報告でも、有意義な商談が多かったことに加え、

日中商談会と大連への食品輸出について

●富山県大連事務所 副所長 田村昌邦

富山・石川の特色ある安心安全な各種食品に対し認識を新たにしたこと、味覚面でも中国で十分通用する食品を発見できたこと、ただし価格や賞味期限の課題が残されていることなどの意見が寄せられた。

2010大連中日貿易投資展示商談会は、9月の尖閣諸島沖での漁船衝突事件以降日中関係が不安定な状態^{注1}に陥っていた時期であったものの、大連市側の「商談会は純粋な経済・貿易活動であり、政治面とは切り離すべき」との考えに基づき予定どおり開催された。商談会が盛況だった理由として、最近の日本では経済的閉塞感が漂い、将来展望を考えた場合、中国での販売に活路を求めるケースが増えてきていることが挙げられる。

大連は、満州時代に日本が都市建設を行うなど歴史的に見ても比較的親日的であること、大連外国語学院を始め古くから日本語教育に熱心で日本語人材が豊富であること、日本料理店が多く大連市民も日本料理になじみがあること（そのため生存競争も厳しく美味でないと淘汰される）、また久光百貨店や麦凱樂（旧マイカルの資本を地元「大商集団」が取得）などのスーパー・百貨店でも日本食品が販売されていることから、中国への食品輸出の入門としては適していると考えられる。

すでに久光百貨店や麦凱樂では、富山のドレッシングや入浴剤、金沢のビスケット（製造者によると、上海の商社を経由していたため大連で販売されていることは知らなかったとのこと）などが販売されている実績があり、更に今後富山のミネラルウォーターの販売も予定されている。

ここで改めて中国への食品輸出にあたり留意点をいくつか挙げたい。

(1) 輸入食品ラベルの取得

中国では海外より食品を輸入する場合、当該食品に中国語の「輸入食品ラベル」を貼付しなければならない。

ジェットロ資料によると、申請先は各検査検疫機関、審査所要期間約90日、ラベルの有効期間2年、必要書類は「輸入食品ラベル審査確認申請書」、メーカーおよびバイヤーの「営業ライセンス」、「輸入食品ラベル」のサンプル、原産地証明や衛生証明など各種証明書など（中国の衛生基準や輸入基準にも注意が必要）。

輸入の流れとしては、大連港に貨物到着 ⇒ 検査検疫機関申請 ⇒ 抜き取り検査・検疫検査（所要期間約15日） ⇒ 貨物の倉庫倉入れ ⇒ 「輸入食品ラベル」の貼付 の順となっている。

以上より、日本から輸出して中国で輸入通関されるまで少なくとも3ヵ月かかるとすれば、当該食品の賞味期限は最低6ヵ月、できれば1年以上が望ましいことになる。

(2) 商標登録

例えば、珠海中富実業股份有限公司（本社：広東省珠海市）の子会社が既に「富山」を商標登録し、「富山」ブランドのミネラルウォーターや純浄水（不純物のないH₂O）などを中国国内で販売している。そのため、今後本家「富山」からの各種水類を中国に輸出したとしても、「富山」を強調した名義を使用することができない。

あるいは中国側輸入業者が日本側に無断で勝手に商標登録しようとしていたケースもあった。

日本でも、日本の地名や商品名が続々と中国で商標登録されているとの報道がされているが、実際中国で商品販売を始める前には（極端に言えば始めなくても）、商標登録は先行して実施すべきであろう。

なお、中華人民共和国国家工商行政管理総局商標局のHP（URL：<http://sbj.saic.gov.cn/sbcx/>）で

商標の検索ができる。



中国で既に販売されている「富山」ブランドのミネラルウォーター(右)



大連で既に販売されている富山の海洋深層水(右)と販売予定のミネラルウォーター(左)

(3) サンプルの取扱

よく展示会などで商品サンプルをパッケージごと来場者に渡してしまうケースがみられるが、できれば中身の試食だけにとどめ、パッケージまで渡すのは止めたほうがよい。商品だけでなく日本のパッケージデザインも洗練されてセンスがよいと評判であり、上記(2)とも関連するが、渡したパッケージがいつのまにか真似され、自社商品を販売する前に類似品が出回らないとも限らない。典型的な例が「クレヨンしんちゃん」である。

(4) 消費者へのアプローチ

上述のほかにも個別商品のブランドイメージの構築が大切である。すなわち一般的な日本商品の持つ「高級、高品質、安心安全」イメージが個別商品にも当てはまるか、である。

合わせて消費者向けに作り方・食べ方の提案も必要である。例えば、日本のスーパーの棚に見慣れない中国食品や調味料が並んでいたとしても、それだけでは誰も手に取らないだろう。中国の場合でも同様である。また日本の中華料理と中国での中国料理の味が全く異なるように、場合によっては中国の消費者に受け入れられるように味付けをアレンジせざるを得ないこともありうる。

北海道や新潟県の企業は、以前より中国での商談会に積極的に参加しており、同時に通関検疫手続きや流通ルートの開拓、さらには地域性、価格、食味、分量、包装などの個別分野まで調査を先行させている。いずれにしても、日本の常識にとらわれず柔軟な発想が求められること、中国は都市によって消費者の性向が大きく異なるため現地視察は不可欠であること、いわゆる販売戦略（どこの場所で、どの階層の消費者に、どの商品を、どのような手段で販売していくか）を十分に練ること、などに留意する必要がある。

i 9月7日尖閣諸島沖での漁船衝突事件後発生している反日デモは、目的・意味合いによって次の3つに区分される。①9月18日発生地（以下同）北京、上海、広東省深圳、遼寧省瀋陽 ②10月16日四川省成都、陝西省西安、河南省鄭州 ③10月18日以降四川省綿陽など。筆者の私見は、①は満州事変勃発日に漁船衝突事件をからめた年中行事、②は中国共産党第17期5中全会での主導権確保と領土拡張・海洋権益拡大を目論む人民解放軍と政治民主化反対派（保守派）による温家宝首相への攻撃、③は②成都から波及したデモで「愛国（=反日）無罪」を隠れ蓑にした中国共産党・政府に対する日常生活の不満の発散、であるが、詳細は別稿に委ねる。