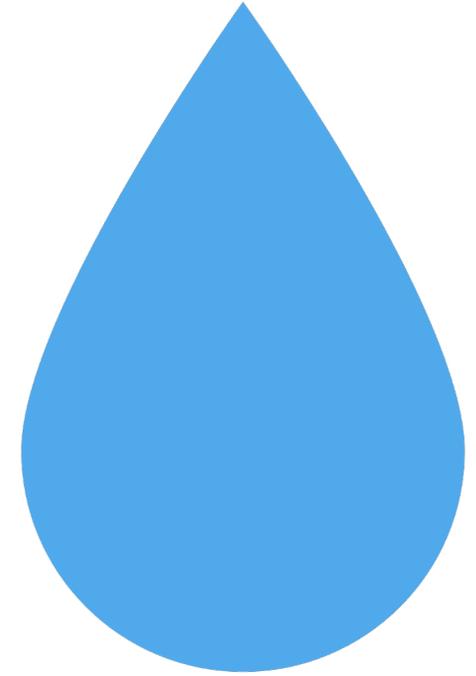

2024・サポートDAY秋

海外販路拡大提案

中国市場は中国現地 販売店舗への導入が鍵



一滴の滴も集まれば大河になります。
同天cocolaも小さな力を結集して、大きな事業
に成長させる、リーディングカンパニーです。

会社概要

- 会社名 : 株式会社同天cocola
 - 代表者 : 代表取締役社長 狩野浩治
 - 所在地 : 京都市中京区大黒町695-1
 - 受付時間 : 平日11:00-18:00
 - 設立 : 2022年1月18日
 - 事業内容 : 仕入卸業・小売販売業・中国ビジネスサポート業・インバンドサポート業
 - 資本金 : 1,100万円
 - 従業員数 : 4名（日本在中のみ）
 - 売上高 : 1,300万円（2023年度期）
 - 主要取引先 : 日本郵政近畿支社・京都市観光協会・日本中小企業振興機構・株式会社アリーナ
 - : 株式会社オカモト・株式会社京都ナチュラルファクトリー・日本ご当地キャラクター協会（ゆるキャラ協会）・京都商工会議所
 - 取引銀行 : 京都信用金庫本店
- 同天グループ企業（中国）
- 上海同天文化発展有限公司（日本製品の中国での販売・中国製品の日本オンライン販売）
- 易同天直播（杭州）有限公司（中国国内SNSでの情報発信と商品の販売）
- 同天グループ企業（日本）
- 株式会社D&O（中国製品の楽天市場での越境EC販売店舗の運営管理）
- Ingnext株式会社（店舗・IPキャラクター・製品やパッケージデザイン：美粧品の代理販売）

日本中の隠れた逸品を

日本のお客様はもとより

世界中のお客様へ

逸品毎に経験・知識を用いる調査分析から

あらゆる販売コンテンツから最良の組み合わせを

見出す事で、「最短・最良・確実」な売上向上を実現する

方策を製造（生産）から各市場の消費者が購入するまでを

提供致します。

製品にとって最適な販売ルートは一つしかありません



日本の中小企業様が海外進出しても常時自社製品の状況が分かる「見える化」をcocolaは推進します。

1.中国における日本製品のポジション

2016年迄は確かに日本製品はその技術特徴と安心安全で日本の販売価格の2-3倍でも面白いように良く売れたが、日本からの越境EC販売や中国から日本へ旅行へ行く事で、2016年後半から日本現地での本来の価格を知った事から、貿易費用の嵩張る一般貿易による日本からの輸入品の販売は著しく低下した。（コロナ以前に中国人観光客による「爆買い」が一例である）

2.日本の各地域の現状

日本各地にはその土地の名産物や名品（日本の隠れた逸品）が数多く存在しており、それを求めて多くの中国人富裕層が日本（2024年春節休暇時の青森県・岐阜県が良い例）に訪れている。中国現地でも旅行時に購入した日本各地の物産品をリピートして購入したいが、需要のある商品が中国では販売がないのが実情である。

3.中国はIP天国

同じような商品が溢れている日本では、購入者は商品の使い道や使用して自分が得られる満足感を理解しているが、まだ日本の様に数多くの商品種類が出揃っていない中国では、商品を並べるだけでは日本のようにすぐに売れる事は少ない。ましてや日本の地方名産品では、手に取るまでの時間（販促PRの時間）が多くかかるのが必定である。そこで、IP（いわゆるキャラクター）で商品を選ぶ中国人的感覚を利用して、各地方自治体にあるゆるキャラ及びその関係するグッズ商品とのコラボで、物産品・名品等の販売を行うのが売上向上の鍵と考える。

前頁から2024年版企画

ゆるキャラ×特産品 中国語【吉祥物】× インバンド観光紹介

ゆるキャラ×物産品×インバンドに関わる事業を中国は上海・日本は京都で事業旗艦店を立上げる



×



×



日本各地域の物産をご当地のゆるキャラとの共同展開で販売にインバンド向けの観光紹介。

中国では知らない商品の販売に、中国で人気のキャラクター（IP）としてゆるキャラを利用した催事売場を構築。

2024年cocolaが中国で仕掛ける事業②：ミニプログラムを通じて、日本の各地域情報を中国現地で紹介

インバンド需要に偏りが見受けられる日本の観光事業。日本が大好きで日本への観光旅行が大好きな方に、是非次は「我が街」へ来てもらう、現代中国で最も効果があり効果測定が可能仕組みをご提案します。

日本ファン層集客

サービスのベースは「ミニプログラム」を使用各地域。観光地毎に用意します。



ミニプログラムとは、11億人を超える中国の国民的SNS「WeChat」上で稼働するSaaSサービスです。予約、注文、ショッピングなど様々なサービスが提供されています。QRコードをスキャンするだけでアクセスできる手軽さから、日本を訪問する中国人観光客のインバンド・ソリューションとしてミニプログラムは大いに期待を集めています。

中国2大情報SNSを使用



宣伝

ゆるキャラ達が紹介



IP好きの中国人に受け入れられる

ミニプログラムはHPでは不可能な多彩なサービスが可能です。それぞれの地域や観光地に最適な内容で動画製作と配信を実現

紹介内容

地域宿泊先



紹介内容

地域観光地



紹介内容

地域特産品



注目

サポートDAY（秋）の販路拡大提案①-大きな流れ紹介

中国国営食品販売集団



傘下

中国：食品専門百貨店



傘下

中国：スーパーマーケット
中国：コンビニ



各店バイヤーからの情報

会員企業
製品情報

地域活性化パートナー
弊社グループで日中双方
の情報収集を一元化
迅速な取引環境を構築

弊社での中国販売向け作業

貿易

日本から中国への
商品貿易を一元化



価格

中国現地での販売
適正価格の設定



宣伝

中国市場に見合った
宣伝PRの実施



陳列

製品を売る為の
中国での陳列啓蒙



ワンポイント情報①：中国人消費者が商品を選ぶ基準で知っておくとお得な事。

食については、人生の大半をこの時間に費やすほど大事。なので、**安価で安心して美味しいもの**を買います。

よって今回探しているカテゴリーはズバリ



小袋パッケージの硬くないお菓子
と
炭酸含む清涼飲料水です。

お菓子については、**硬いものは中国にないので**、好まずソフトで中国でも近いものが存在するものを日本製品では好みます。ソフトなかりん糖、ベビーカステラなどを**カバンにすぐに入る小袋**で。ガムは身体に悪いとの認識強いので、食べれるグミの方が人気です。

清涼飲料水は、水道水があまり信用されていない中国では、飲料を購入するのは至極当然で、お菓子同様**安価...安心...美味**が求められます。ここ最近では、急激に炭酸水を飲むようになったのも時代の流れと考察します。

ワンポイント情報②：宣伝PRと情報配信の重要性を知っておくとお得なこと。

中国人はとにかく偽物が大嫌いです。

これは、面子の高い中国人にとって偽物を買わされるほど屈辱的な事はないからです。

ここ最近日本製の偽物...実は日本では、類似品になるものも多いのですが、中国では、

知らないブランド商品は類似であっても中国で知られている日本ブランドの偽物となって

しまいます。以上から、日本製品は日本でも販売している事を知らしめる必要性があります。

その為には、情報SNSを大いに活用する事で、企業や商品製造の情報を常時流して「本物ですよ」

とアピールする事が重要です。

日本の広告代理店さんの宣伝とは違う事をご承知ください。

ワンポイント情報③：中国での価格設定について知っておくとお得ない事。

中国での情報SNSの発達は電子マネーの普及とともに、

日本のそれとは比べものにならないほどに、

発展している事もまた真実です。

その為、日本製品を購入する際に日本で売られている販売価格をすぐに確認する事を

日本製品を購入する人は習慣になっている事を知らなければなりません。日本の価格

の2-3倍で売れたのは、中国人が日本へ自由に観光に来られる以前の過去の話です。

過去の成功事例のみならず、その後の失敗事例にも目を向けて頂き

自社商品に最適な卸から現地の販売価格の設定までお考えいただきたいのです。

ワンポイントアドバイス④：貿易について知っておくお得な事。

日本製品が何でも売れる。これは10年近く昔の話です。

世界中から、安価で安心な商品が数多く入ってくる中国では、

日本製品にこだわりは今はありません。

ですから、いきなり商談して商品を紹介してもすぐに購入まで至り難い要因がここにあります。

スムーズに商談を進めるには、商品にもよりますが、1カートンサンプルをご提供頂き、

数多い店舗の中で1店舗売場を作って貰い実際に販売結果を出して貰う事が肝心です。

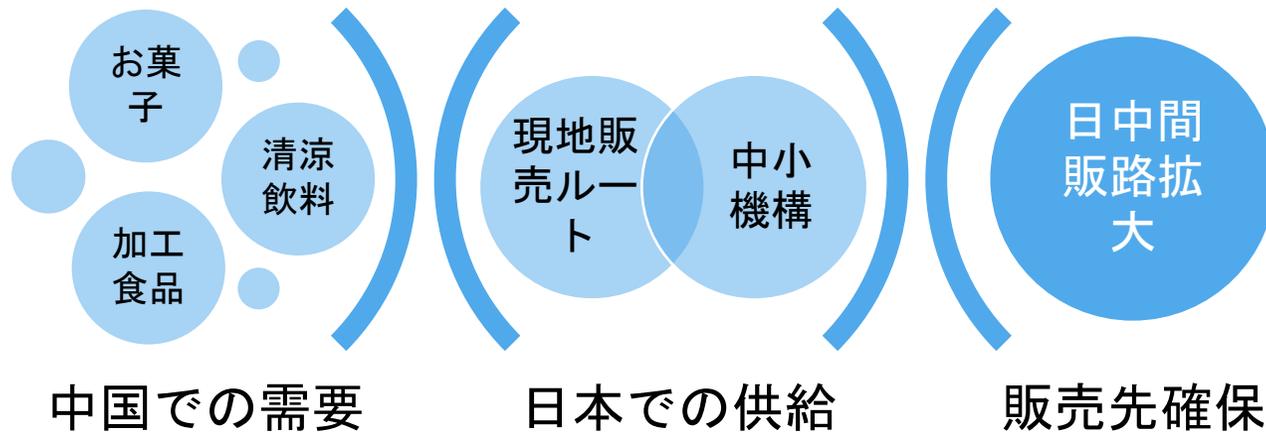
賞味期限が存在する食品ならば尚のことお考え頂きたいです。

逆の立場でお考えください。

日本の小売店舗バイヤーが海外の商品を日本国内で販売する時には、一度に多くを貿易

せずに、試し販売を実施しています。中国も同じなんです。

サポートDAY（秋）の販路拡大提案②-具体的な流れ紹介



中国：食品販売集団



上海糖酒
SHANGHAI TANGJIU



中国：食品専門百貨店



中国：スーパーマーケット

中国：コンビニ



小袋のソフトタッチのお菓子



炭酸飲料・健康飲料・清涼飲料



中小機構会員企業



中国市場に需要のあるカテゴリ製品

製品を決めてから中国現地までの流れ



今回は
小袋柔らかい菓子
と炭酸含清涼飲料
水。

中国現地からの需要を開示



9/12実施の
サポートDAY
で募集

サポートDAYで商品を募る



応募商品から
中国市場に見
合う商品を選
ぶ。

応募商品から取引希望品を選定



中国現地商品
到着後順次店
頭での販売を
開始する

中国現地店頭での販売開始



導入決定商品
の貿易に関す
る諸準備を完
了次第貿易

取引決定商品から順次貿易



選定した商品の
取り扱い企業と
との条件交渉を
経て導入決定

商品（企業）毎に条件の取決め

【募集期間】

- * 今期中

【取引条件】

- * 該当商品によって条件が異なります。 日本国内渡し/日本円取引

【商品条件】

- * 小袋パッケージお菓子（硬い煎餅・オコシは除く）
- * 清涼飲料水（炭酸含む）
- * 貿易に対応できるカートンケースでの納品

【エントリー方法】

- * 専用シートで中小機構までお申し込みください。

ご清聴ありがとうございました。

まだまだ知って頂きたい「知らない中国市場で販売」
がたくさんございます。知って頂く為にも

皆様からの応募をお待ちしております。

株式会社同天cocola 代表 狩野浩治