

世界のビジネスニュース

日刊 **通商弘報**

通商弘報は、ジェトロの海外事務所で収集した最新のビジネス情報を提供するサービスです。

記事詳細

日本の先端技術を世界に届けるー除菌・消臭ミスト販売のMTIジャパンー (日本・中国)

2011年11月21日 中国北アジア課 添付ファイル: なし

MTIジャパン(本社:神戸市)は谷川哲平社長が2008年に設立した企業で、情報産業システムサービスやオープン系・制御系システム開発などを行っているほか、先端技術を応用した製品を扱う商社部門を持つ。同社はその商社部門で、日本の優れた技術を世界に届けようと、海外展開を図っている。海外展開の経緯や中国ビジネスの課題について10月13日、谷川社長に聞いた。

<「安心・安全」を売り込む>

問: 中国市場開拓を目指した経緯は。

答: 当社は08年に設立したベンチャー企業で、従業員は19人、商社部門、ものづくり部門および先端技術部門を持つ。設立当初から日本の優れた技術を世界に届けることを目的の1つにしており、海外ビジネスの経験を持つ社員も複数いる。海外への事業展開は設立当時から計画されており、今回海外市場開拓に向けて本格的に動き出した。

IT産業は経済動向の影響を受けやすく、一方で研究開発(R&D)には多額の費用がかかるため、その資金を生むためにも安定的に収益を上げられる商品販売機能が重要だ。商社部門では日本企業の持つ先端技術に注目し、そうした技術を使った製品を開発して、販売している。そのフィールドを国内から海外へ広げる。

中国の魅力は世界一の人口を抱える市場の大きさと、日本からの地理的な近さだ。また、中国は市場経済が育っている段階で、今後、戦後日本の高度経済成長期のような発展をしていくと考えている。「安心・安全」の概念は日本でも生活に余裕ができて初めて定着したが、中国もこれからそうなると考えている。

問: 海外展開を目指す製品は。

答: 香料・防腐剤・アルコールなど一切の薬剤を使用せず、低酸素弱酸性純水と銀イオンだけでつくられたChaNt(チャント)という安心・安全な除菌・消臭ミストを開発し、展示・販売している。

<高付加価値の「メイド・イン・ジャパン」にこだわる>

問: 中国市場の開拓戦略は。

答: 販売地域にこだわりはないが、内陸部はインフラが沿海部に比べて未発達で、商品の輸送が困難とみられるため、上海や北京といった大都市からの展開を考えている。既に中国語翻訳したパンフレットは作成した。

当社は、ChaNtの「水だけなのに体に良い効果がある」というユニークさに自信を持っている。しかし、特徴を簡単に説明することが難しく、見てすぐにどのような製品か理解してもらえないので、単に商品を陳列するだけではなく、特徴を一目で理解してもらえる工夫が必要だと考えている。写真で陳列棚の提案を行ったり、コラボ商品などと一緒にセット販売用の飾り付けをして展示するなど、販売者が自店での販売シーンを即座にかつ容易にイメージできるようにし、その商品が売れる商品だと感じてもらえるようにしている。

この製品は技術を中国に持ち込めば現地生産も不可能ではないが、高付加価値製品として「メイド・イン・ジャパン」にこだわった製造と、安心・安全の規格を保持するための設備投資・維持のために値段を下げることはしない方針だ。



出産祝いやさまざまなギフトシーンをイメージできる展示方法なども含めて提案

問: 中国市場での取り組みの成果は。

答: ChaNtは現時点で売り上げは出ていないが、3社から声がかかっている。そのうちの1社は通信販売を行う企業で、日本製品を専門に取り扱うカタログを年4回発行している。現在は商談を進めているところだが、費用を当社がどこまで負担するかなどが課題になっている。

<マーケティングが課題>

問: 今後の中国ビジネスの方向性と課題は。

答: 当社の課題は販売戦略だ。技術的な面でのものづくりは得意だが、中国向けにどのようなものを作るか、どのような販売方法が適切かなどの判断となる経験値が浅いため、これからのマーケティングが重要なカギだと考えている。

また、今後化粧品として販売するなどの場合には、中国国家食品薬品监督管理局(SFDA)の許

認可申請が必要になる。その費用、期間、手続きの難しさも課題だ。SFDAの許認可取得は、実際に売れる見込みがないと申請手続きにかかる多額の費用を負担できないため、商品の販売先と一定の販売量が確保できる見通しがつき次第実施する方向で考えている。

このほか、中小企業にとって海外展開は、出張経費などの費用負担が大きいことも課題だ。言葉の壁も大きく、中国語のパンフレット作成の際には、当社は中国語翻訳を安価で請け負う業者に依頼できたのでさほど苦勞しなかったが、中小企業にとって、その費用も無視できない。

商談が進んだ場合には、中国人スタッフを現地で雇いたいと考えている。商談の際に、当社は英語でのやり取りを希望しているが、中国企業からは中国語しかできない担当者が来ることが多く、メールでのやり取りも中国語指定の場合が多いためだ。

問:長期的な展開は。

答:今後はアジア圏で、ChaNtにも利用している水の加工技術を活用した商品を中心に、事業を展開していきたいと考えている。当社は単純にもの売るだけではなく、中国、アジアに安心・安全を届けていきたい。現在はChaNtでしか実現できない機能を持つ化粧品として、肌への効果を訴求した商品販売を開始し、消臭除菌だけでなく、化粧品分野への展開を始めた。将来的にはさらに付加価値を付けて別の形の商品も販売していきたい。また、原料として水やその加工技術を販売するB to Bも視野に入れている。

(鷺北弥那子、宗金建志、西尾瑛里子)

(日本・中国)

通商弘報 4eb0ec3b6ca48

Copyright (C) 1995-2011 Japan External Trade Organization(JETRO). All rights reserved.