

2021年12月20日

第4回中国国際輸入博覧会について

上海事務所長 末永 尚也

1. 概要（全体）

2021年11月5日～10日に上海市国家会展中心において、中国国際輸入博覧会¹（以下「輸入博」）が開催され、昨年を上回る127か国・地域から2,900社以上が出展し、日本からも300近い企業・団体が参加した。

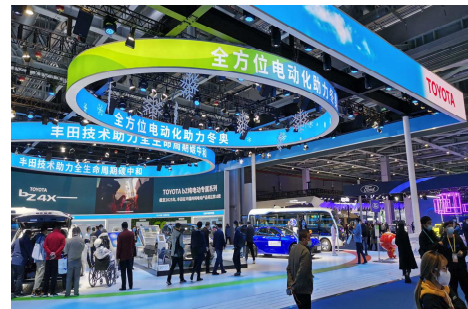
一方で、中国国内での新型コロナ感染再拡大を受け、ワクチンの接種証明や入場の都度48時間以内のPCR検査の陰性証明の提示が義務付けられるなど、昨年以上に厳しい防疫体制が敷かれ、主催者発表の延べ入場者数は昨年の約61万人を大きく下回る約48万人となった。

開幕式で習近平国家主席がビデオメッセージで講演し、「中国はクリーンエネルギーやデジタル経済を取り入れ、気候変動に対し積極的に取り組んでいく」との発言があり、特に技術系のエリアでは、その言葉を体現するかのよう、メッセージ性の強い展示となっていたのが印象的であった。

2. 環境を強く意識した技術系の展示

工業技術・設備エリアでは、低炭素・環境保護技術の特別展示エリアが、ホールの6割ほどのスペースを割いて設けられていた。

日系企業のブースにおいても、環境を意識した展示が非常に目立った。自動車ブースではトヨタ自動車が、最新の電気自動車や水素燃料電池車を展示し、燃料電池技術や車載電池の再利用システムなどの高い技術力をアピールした。



（写真1）トヨタ自動車ブース

パナソニックは、今年初めて、水素などの活用をテーマとした「環境ブース」を設置し、コンビニなど小売店舗向けの省エネ管理システムの展示を行うなど、中国の脱炭素社会の実現に向けた取組みの中、日系企業の展示からも、そのビジネスチャンスをつかんでいくという強い意思を感じた。

¹ 2017年5月に習近平主席が発表した輸入に特化した総合見本市。2018年に第1回が開催され、以降同時期に開催されている。「工業技術・設備」「自動車」「消費品」「食品・農産物」「医療機器・ヘルスケア製品」「サービス貿易」の6分野をホールに分けて展示。展示ホールの総面積は36万6000㎡（幕張メッセは約7万㎡）で、世界で最大規模の見本市。

3. JETRO ジャパンパビリオンでの当事務所の取組み

今回の輸入博において、JETRO は「食品・農産物」「医療機器・ヘルスケア製品」「消費品」のエリアにジャパンパビリオンを出展、2021 年度において JETRO が海外で出展する食品関連見本市としては最大となる 89 社・団体が出展し、日本の中小企業の中国市場への関心の高さが伺えた。当事務所は、ジャパンパビリオンの「食品・農産物」エリアへの県内企業 2 社の出展を支援し、元気つくしパックライスや福岡県産冷凍和菓子などを出品した。このほか福岡県産酒を扱う企業 2 社も同パビリオン内に出展し、県産品の販路拡大に向けた PR を行った。

ジャパンパビリオンで最も特徴的であったのが、JETRO の JAPAN MALL 事業²を活用した EC サイト取扱商品の展示が大幅に拡大されていた点である。1,000 品目を超える商品が展示され、試食や試飲で集客し、商品横の QR コードを読み取り、その場で購入ができる仕組みとなっており、一般消費者を強く意識したブース展開で人気を集めていた。また、著名インフルエンサーを活用し、SNS 上で、ジャパンパビリオンの模様のライブ配信が行われ、17 万人以上の視聴を記録した。配信では福岡県内企業の出展商品も紹介されるなど、新たな形での県産品の情報発信が実現した。



(写真 2) ライブ配信の様様

4. 今後の可能性

厳しい防疫体制により、アテンド予定の現地法人等の社員やその取引先の来場が制限されるなど、県内企業の出展者にも影響を及ぼし、商談の機会が例年と比べて減少したが、出展支援を行った企業からは、「EC サイトで取り扱ってみたいという企業との商談が複数あり、これまでとは違った新たな商流の開拓の可能性を感じた」という声が聞かれるなど、一定の手ごたえもあった。

「輸入博は他の見本市と比べ、イベントそのもののステータスが圧倒的に高く、この場に出展したという事実が、今後の商談にあたって自社への信用を獲得する一つの切り口になる」という出展者の声もあり、輸入博は今後も中国市場で販路拡大を目指す企業にとっては、最も重要な場の一つであると言えよう。

輸入博に限らず、このような見本市での出展は、価格面や売り方の工夫など販路拡大に向けた課題について、バイヤーから率直な意見を聞く貴重な機会となっている。当事務所としては、輸入博で得たつながりや見えた課題を踏まえながら、県内企業の販路開拓支援に引き続き取り組んでいく。

² 海外主要 EC サイトによる日本商品の買取・販売事業。海外 EC サイトで販売を希望する企業が、商品の情報を登録後、JETRO が EC サイトのバイヤーに紹介。バイヤーが希望する商品を買取り、現地の EC サイトの倉庫にストックし、消費者に販売。同事業を通じて、中国の EC サイト上では 2,000 以上のアイテムが販売されている。