# 中国で共同買い付け

## 未来を築く 地域発イノベーション

中小政策

和泉商工会議所は、中小零細企業の海外進出支援事業を始めた。2010年12月に大宅照夫副会頭を委員長とする「国際開発特別委員会」を立ち上げた。3月末に町工場の社長や商店主を集めて中国・義烏市で3泊4日の共同購買ツアーを開催した。日本経済が停滞するなか、成長著しい中国経済の勢いを取り込むことは中小企業にとって喫緊の課題。ツアーに同行し、中国ビジネスに挑戦する中小企業の姿を追った。

（大阪・鳥羽田継之）

### 大阪府和泉市

## 会議所支援で調達網拡大

ツアー企画は5年前にさかのぼる。デフレ経済で国内の物価が下がり続けるなか、価格の安い海外製品の調達は日本の小売業にとって魅力的だった。だが「5年前は中国製品の質が課題で事業化に至らなかった」（大宅副会頭）。構想から5年、中国製品の質が大きく向上したと判断、事業開始を決定した。開催にあたって、会頭企業であり海外ビジネス経験の豊富な国華園（大阪府和泉市）が輸送協力などを含めた全面支援を表明した。

3月24日から27日まで開催された第1回ツアーには、極細ワイヤロープメーカーの大阪コートロープ（同）、センサーメーカーの村上技研産業（同）などのモノづくり企業、生花店、同会議所など18者が参加し、浙江州義烏市の「義烏国際マーケット」を目指した。400万平方㍍の敷地に約8万件の問屋が軒を並べる世界最大級の卸売市場だ。家電、衣料品、雑貨、工芸品など170万種類以上の商品が並び、世界中からバイヤーが訪れている。

世界最大級の卸売市場「義烏国際マーケット」

見渡す限り問屋の軒が連なる様は、合わせ鏡の世界に紛れ込んだようだ。ツアーでは広大なマーケットを効率良く回るため、業種の近い参加者同士がグループを組んで買い付けを行った。中国ビジネスは初めてという参加者が多く、初日は商談をうまくまとめられないケースや、サンプルとして不良品をつかまされるケースもあった。

2日目になると、少しコツがつかめたのか、通訳を同行して走り回るメンバーの姿も目立った。各自の本業にすぐに役立つような大きな買い付けは少なかったが、みな積極的に商談に挑んでいた。無我夢中で取り組むうち、4日間のツアーはあっという間に終了した。

娯楽も観光もない旅だったが、帰りの機上では「中国での商談は貴重な経験だった」「次回もぜひ参加したい」「知り合いの小売店も連れてきたい」と参加者から前向きな感想が多く出ていた。

日本中に中国製品があふれている時代だが、その多くは商社などを通じて日本に入ってきており、中小企業が直接買い付けをする例は少ない。インターネットの発達で世界との距離が縮まっているとはいえ、人材や経験が少ない中小企業にとって海外調達はまだまだ難しいのが現状だ。とはいえ企業間競争が激化するなか、海外市場の重要性は増加する一方だろう。中小企業の海外進出をバックアップする同会議所の取り組みは、全国の産業支援機関のモデルとなる可能性がある。

## 新興国との直接取引促進

### 和泉商工会議所会頭 岸脇 淳介氏 に聞く

和泉商工会議所の会頭企業である国華園は、生花、園芸資材、食品の販売を手掛け、豊富な海外ビジネスを経験。今回の共同購買ツアーでは自社の中国人社員を講師として派遣し、コンテナスペースを参加者に提供するなど輸送面での支援も行った。国華園社長である岸脇淳介会頭に、ツアーの狙いと計画について聞いた。

―ツアーの狙いは。

「デフレ経済のもと、中小零細企業が生き残るには海外と直接取引をするしかないという考えがあり、今回のツアーを思いついた。参加企業が適正な利益を得て、それが地域の発展につながれば望外の喜びだ」

―中国は市場としては魅力ですが、競争相手としては脅威です。

「国内総生産（GDP）で中国に抜かれたが、技術レベルでも負けているのではと感じている。今後日本の企業が成長するには、国内の競争だけではなく新興国の勢いをどうやって取り込むかが重要だ。企業は国や官僚に責任転嫁せず、自ら知恵を絞り、海外に打って出ることが必要だ」

―第1回の総括、次回の計画は。

「今回はまず開催することに意義があり、その意味では成功だ。その一方で、今回は不参加だった商店街のメンバーを連れて来るべきだったと反省もしている。次回は購買ツアーではなく、逆に和泉市のモノづくりを中国に売り込むツアーを企画したい。秋に広州市で開かれる展示会に合わせて実施するつもりだ」

事例

## 参加企業が商談 玉石混交を経験

### 不良品や不当請求も

（大阪府和泉市）の高橋澄代社長は、花を入れる容器や包装資材を多数購入。「玉石混交だが、良い物を探すのが楽しい。日本だと1200円くらいの製品が400円で買える」と目を輝かせた。

村上技研産業（同）の村上功社長は中国製のセンサーを購入。本来なら1㌧20個で買わなければならないが、交渉の末サンプル品として一つだけ入手した。「分解して中国製品の仕組みを見てみたい」と技術者らしい感想を漏らす。

塗装業を営むロードリバース（同）の道川豊社長は、マスキングテープなどの消耗品を目当てにツアーに参加。だが「品質が悪すぎて日本の工事で使えない」と苦笑、塗料がはみ出している建築物の内装を見て「こんな雑な仕事が許されるのか」と驚きの表情を浮かべた。

ホームページ制作などを手掛けるアクティエージェント（同）の藤田利久社長は、顧客へのプレゼントや会議所のイベントで使用する玩具を購入。価格をごまかされそうになったりしながらも、中国人通訳を引き連れ積極的に商談をまとめていた。

▲……資材の買い付けに臨む高橋フローリスト・TAKAHASHI社長（中央）

生花店、フローリスト・TAKAHASHI