

2013年12月13日

「第2回上海・織編物およびOEM・ODM製品展示商談会」実施報告書

日本繊維輸出組合

2013年11月26、27日に上海世貿商城(上海マート)8階展示庁で標記展示商談会を開催した。



(1)開催概要

1. 目的:我が国繊維産業においては、国内マーケットの縮小等から新たなる海外市場の開拓が課題となっている。

中国は日本産織編物の最大の輸出相手国であり、近年は暫 8 制度による持帰り用以外に、中国内販製品用や第三国向け輸出製品用に日本産織編物の直輸出が増加基調にある。併せて、組合員各社では made in JAPAN に限らず、中国やアジア等で生産される made by JAPAN の織編物や、それらの織編物を原材料とするOEM・ODMアパレル製品の中国内販が拡大しつつある。

以上の状況から日本繊維輸出組合主催で生産、貿易、中国内販等の商工一体の機能を有する組合員企業の現地法人を中心に出品者を募り、上海で中国アパレル企業等のバイヤーを招致して、日本産織編物と海外産織編物、及びそれら素材を使用した中国内販用と輸出向けOEM・ODMアパレル製品等の展示商談会を行う。この展示商談会の開催により日本産織編物と海外産織編物、及びその製品の商談と受注の機会を創設するとともに、併せて、変化する中国の織編物需要市場の調査を行うこととする。

2. 展 示 会 名:「第2回上海・織編物及びOEM・ODM製品展示商談会」
3. 会 期: 2013年11月26日(火)～11月27日(水)の2日間
4. 会 場: 中国・上海市 「上海世貿商城(Shanghai Mart)」8階展示場
5. 主催団体: 日本繊維輸出組合・海外市場開拓委員会
6. 出展申込み資格: 日本繊維輸出組合の組合員企業またはその中国現地法人
7. 出展対象品目: 日本産織編物、海外産織編物、及びそれら素材を使用した中国内販用や輸出向けOEM・ODMアパレル製品等。

(注: アパレル用織編物、アパレル製品が対象で、それ以外は対象外)

8. 出 展 条 件: 各社出展品の一部に必ず日本産織編物もしくは日本産織編物を素材にしたアパレルが含まれること。
9. 1社あたり展示スペース: 基本は1社あたり1小間(6m×3m)を使用。ただし、出展品数によっては主催者の認可を得た上で、1社で複数小間の使用も認める。
10. 事業委託先: 黛森商務諮詢(上海)有限公司(「繊維ニュース」現地法人企業)
11. バイヤー等招致: 上海世貿商城(Shanghai Mart)
12. 開催形態:
 - ・上海マート 8階展示場を借上げ、簡単な展示商談スペースを設置する。
 - ・2日間の開催とし、1日目は現地バイヤー招致によるアポイント制での展示商談会、2日目はOPEN SHOP形式での展示商談会とする。
13. 開催準備:
 - ・展示商談会の企画立案と準備業務及び上海マート等との連絡、折衝、調整業務などは黛森商務諮詢(上海)有限公司に委託する。
 - ・出展者は事前に出品リストを作成してバイヤー招致を担当する上海マート側に提出する。
 - ・バイヤーの招致は上海マートの招致機能を活用する。バイヤーへの事前告知から開催当日の招致まで上海マートが責任をもって行う。また、上海マートは来場バイヤーの情報を事前に出展者側に開示する。

(2) 出展企業と来場バイヤーへのアンケート結果

【出展者】 旭繊維、興和、田村駒(上海)紡織品、蝶理(中国)商業、南通帝人、東邦テキスタイル、東洋紡高機能製品貿易(上海)、東洋紡新鋭(上海)貿易、東麗酒伊織染(南通)、豊通時装(南通)、尤尼吉可(上海)貿易=11社。

前回より4社増えた。連続出展は蝶理、南通帝人の2社だが、蝶理は日本での総合

展と重なったため、同社出展は紹興の靴下製造子会社。

【来場者】 中国系アパレル企業等

初日 115 社、2 日目 107 社の計 222 社。前回(168 社)比 54 社(32%)増。

《別表参照》

【来場者アンケート結果】サンプル数 185。

*来場目的:「生地」135(73%)、「ODM・OEM」66 人(36%)

*満足度:「非常に満足」47(25%)、「満足」118(64%)、

「やや不満」19(10%)、「不満」1(0%)

(理由及びコメントについては別途掲載部分を参照)

*今後、取り引きできそうな出展企業

旭繊維 19、興和 21、田村駒 51、蝶理 34、南通帝人 40、東邦テキスタイル 20、東洋紡高機能 31、東洋紡新鋭 23、東麗酒伊 39、豊通時装 31、尤尼吉可 17

*開催時期、頻度、規模、場所などへの意見

(意見とコメントについては別途掲載部分を参照)

【出展者アンケート結果】

*来場者数について:「満足」7 社、「不満」4 社

*来場者の業種やレベルについて:「満足」8 社、「不満」3 社

*次回について:「出展する」1 社、「出展を検討する」10 社

*コメント:

「今のままでたいへん良い」(田村駒)

「10 月に interTEXTILE 上海があったばかり。開催時期を調整してほしい」

(豊通時装)

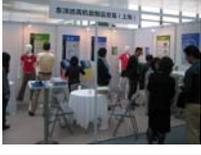
「出展企業がもっと増えると集客力が高まる」(東洋紡高機能)

「中国内販向けの客が期待より少なかった」(東洋紡新鋭)

「事前の宣伝をもっと強化して、来場者を増やしてほしい」(南通帝人)

「宣伝を効果的に行い、優良で将来性のある企業を呼び込んでほしい」(興和)

社名 (出展目的)	ブース風景	来場社数	来場者数への 評価	来場者の“質” への評価
旭繊維 (T/OEM)		12 社	不満	満足

興和 (T)		20 社	満足	不満
田村駒 (T/OEM)		37 社	たいへん満足	満足
蝶理 (T/OEM)		25 社	満足	満足
南通帝人 (T)		15 社	不満	満足
東邦テキスタイル (T)		20 社	不満	満足
東洋紡高機能 (T)		49 社	満足	満足
東洋紡新鋭 (T)		25 社	満足	不満
東麗酒伊 (T)		30 社	満足	不満
豊通時装 (T/OEM)		19 社	不満	満足

尤尼吉可 (T/OEM)		22 社	満足	満足
-----------------	---	------	----	----

(3) 評価と課題

【評価】

*出展者、来場者とも前回を上回った。双方の満足度も高く、成功したと言える。

*8 階に新設された広く(約 1,000 m²)、明るい会場を使用したため、ブース位置に不公平感がなく、前回の問題点を解決できた。

*ブース内のデコレーションや展示方法、スタッフの配置や接客姿勢などが出展者によってバラつきがあり、それが各社の来場社数に影響したと考えられる。展示会慣れしていない企業もあり、出展者マニュアルなどでアドバイスする必要がある。

【課題】

- ①事前 PR 並びに事前バイヤー誘致活動を更に強化する必要がある。
- ②出展者を対象に、その後の商談の進捗状況をアンケートの実施を検討する。
- ③過去 2 回の来場者に向け、携帯電話へのショートメッセージによる定期的な情報発信について検討する。コンセプトは出展者の商品や経営戦略の紹介。
- ④来年度は上海で年 2 回(春夏用生地、秋冬用生地)開催することについて検討する。
- ⑤出展費用を支払えば、非組合員企業の生地商等も出展できるようにして、規模を大きくすることを検討する。

以上