

スピードアップ、タイアップによる サービス向上

執行役員（中国事業担当） **ユ シンケツ
愈 箴潔**

京二（上海）機電科技有限公司の2012年下半期がスタートして1か月が過ぎた。6月に営業マンが一人減り、営業体制を十分に整えていない中で売上高が224,957元を達成。人員の増減による悪い影響は見られなかった。仕事の効率アップと、仕入れ先開拓による引き合い成約率向上の効果があつたと考えられる。

現地中堅メーカー、有力卸業者との タイアップによるサービス強化

ビジネスが成功するには、現地メーカーや業者のサポートがなければ成り立たない。中国は人間関係が密な社会。会社と会社、担当と担当の関係によって対応の優先順位が決まる。日本の相見積という方式は歓迎されない。成約確率アップによってメーカーに信用されることが商社の関係作りには重要である。中国は広いので商社を経由してお客様へ納品すると急ぐ場合、時間がかかってしまう。メーカーが直接お客様の工場へ納品することもしばしばある。商流と営業業務は京二が行い、メーカーとのタイアップによる業務効率アップが果たせる。

少人数の場合、順番でお客様を訪問することが難しい。見積回答をなるべくメールで連絡、電話で詳細を説明しながら受注の可能性を探る。受注されればいち早くお客様に納期回答をし、更に納期が近付くとメーカーに確認した結果をお客様に連絡するなど、日本の商社特有のきめ細かいサービスを行うことを心掛ける。

そこまでやる必要があるか？手間がかかりすぎて仕事効率が下降するのではないかと現地社員

も疑問を感じたこともある。進出が遅れた京二は、他商社との差別化はどこにあるか？やはりサービスとスピード、この2つがポイントになる。方針を決めたら全員実施しなければならない。

ローカルの専門卸商社との関係作り

日本では中国工具専門で販売しているが、中国では幅広く商品調達が要求される。供給ルートも多数ある中で最適な商品を早く調達。日系とヨーロッパ系標準工具が10年の間かなり浸透し調達要望も多い。商売をする上で枠に嵌らず、お客様のニーズに合わせて輸入工具と現地工具を融和した提案をしたほうが通りやすい。華東地域の各日本メーカーの仕入れ商社を調査、6月に仕入れルートを確立した。

支払い管理強化

日系企業にとっては、中国現地での支払い管理が一番神経を使う。個人的な意見では割と日本の管理よりは簡単。現金支払いが各社にとっては基本中の基本。中国人は他人を信用できないため、企業の大きさに関わらず前払いを要求される場合も多い。京二上海と同じ日系ならば与信は1か月あれば十分。

自社の態度と立場をはっきり見せ、取引開始前にはっきり伝えることが大事。曖昧にすることはもつてのほか。月末の25日～30日の間、経理と営業が連携回収作業、チェックを行う。

以上商社機能の一つ一つ調整することによって、ビジネスが順調に運ぶことを小さな目標としてクリアしていきたいと考えている。