

日本製品の中国市場販売の支援

～大連市消費指導促進会日本商品消費専門委員会
(市政府傘下団体)とのビジネスコンソーシアム～

2018年4月
株式会社東京ビジネスブリッジ

名称:株式会社東京ビジネスブリッジ(TOKYO Business Bridge Corporation)

設立:2018年4月13日(決算月:3月)

所在地:東京都千代田区神田東松下町12-2 JBSL神田ビル3階

資本金:5,000,000円

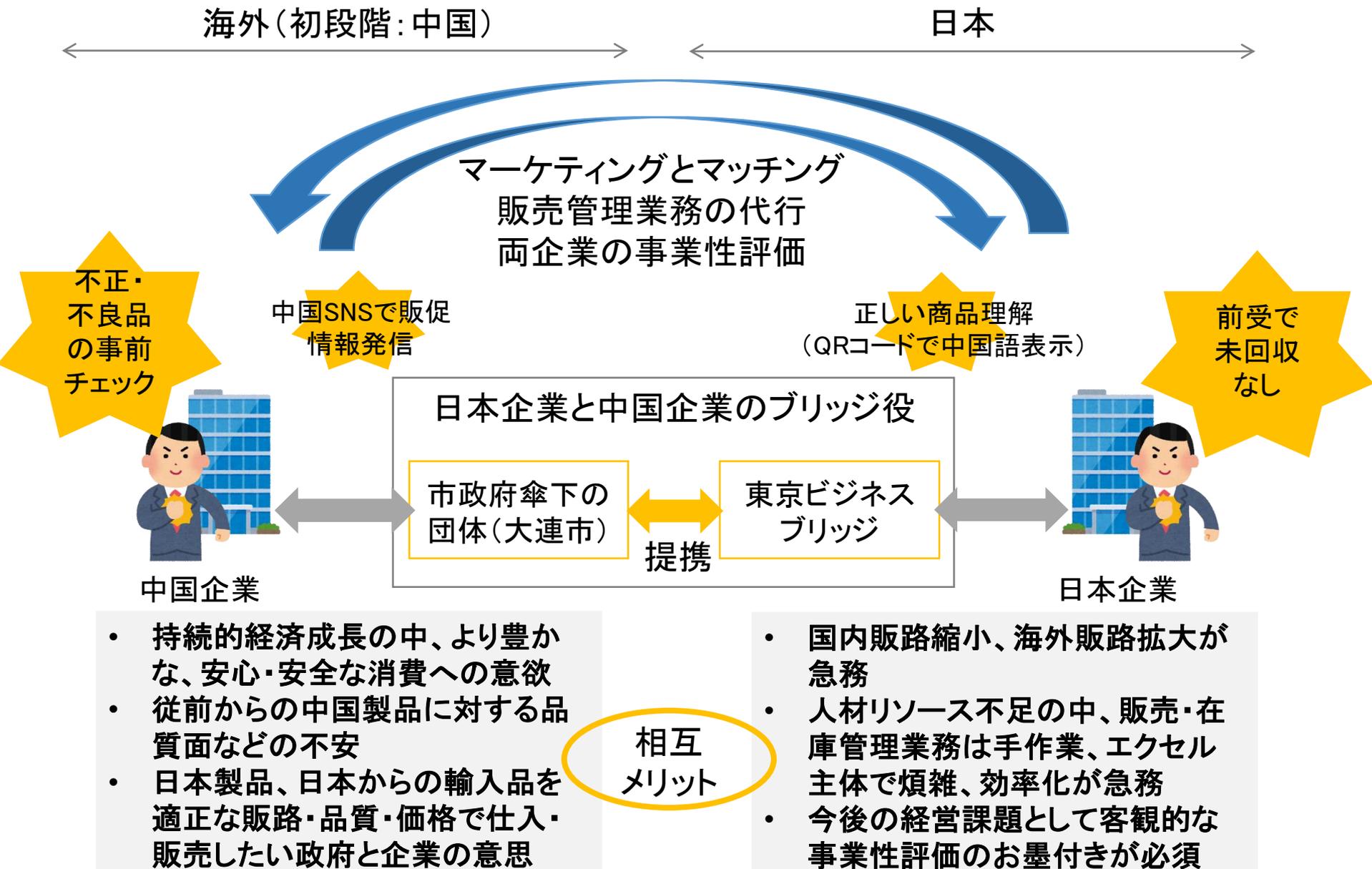
株主:(株)東京システムリサーチ、(株)東京コンサルティング研究所

役員構成:

代表取締役	山東 功
取締役	鷹栖 博
取締役	竹本 佳弘
取締役	五島 章司
監査役	神林 昭秀

I . 事業概要	3頁
II . 中国市場進出	14頁

I .事業概要

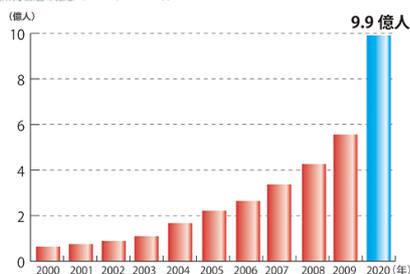


I. 事業概要 ～概要②～

差別化要素

中国経済のトレンド

中間所得層の推移 (2000年～2020年)

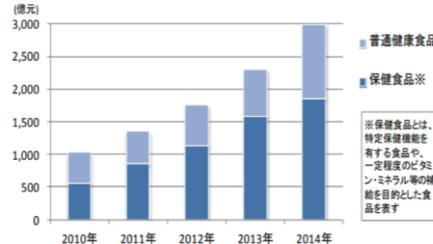


中間層(可処分所得1万ドル(約103万円超の世帯)の人口比率、16年:10%⇒30年:35%(エコノミスト誌,2016/11)

中国スマホ決済市場規模 (銀行・銀聯を除く)

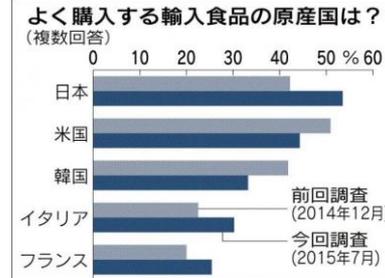


スマホ決済額:600兆円(16年)に達し、利用者8億人(総13億人)、スマホ普及率58%(日本:39%)(東洋経済,2017/10)



(出所)JETRO「健康食品調査」よりみずほ銀行産業調査部作成

2010年～2014年の中国の健康食品市場は、年平均30%以上の成長、2014年は3,000億元到達(JETRO,2016)



「よく購入する輸入食品の原産国」の調査、「日本」と回答した割合:53.5%前回42.2% 日本料理が36.4%でトップ。(日経産業新聞,2015/9)

中間所得層 急成長

スマホ経済 急普及

安全・健康志向高まり

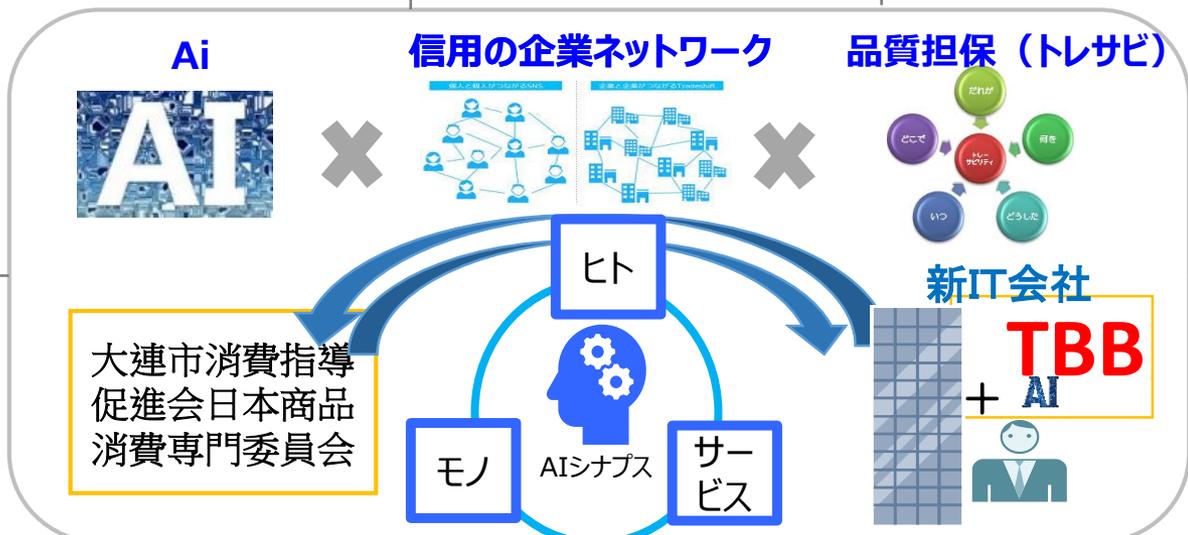
日本製品の憧れ

スマホ発注・決済に対応

日本品質管理と新製品開発

富裕層だけではなく、中間層も取込 (SNSで拡散)

促進会が信用する特定企業紹介



Ai x リアルネットワークを活用した新ビジネスプラットフォームを構築

- ①まずは展示会やマッチングによる継続的取引の実績を蓄積、日本企業の商材（消費財・部品・技術・サービス）を提案型販売（売場コンセプト開発も含む）する機能を提供。
- ②次ステップは、システムでの事業性評価の上、AIを活用した製品の部品・技術展開により、セル単位でのマッチングを実行。

ターゲット

- ・日本の中堅・中小企業※に対して、消費財だけのマッチングに留まらず、**AIを使った商材展開による部品や技術/サービスに至るマッチング**
例：女性/子供向け、ペット関連、カー用品、レジャー、コンテンツ事業など
（詳細はp.12-14参照）

東京ビジネスブリッジの立場

中堅・中小企業と取引を持つ銀行のネットワークと、中国企業のネットワークとの**実行も支援**できるブリッジ機能。従来の1対1のマッチングだけでなく、

- ①中国市場のマーケティング
- ②日本企業の事業性評価（システム活用）
- ③AI活用による日中企業のマッチング
- ④中国側でSNSを活用した中国内での情報の拡散・拡販
- ⑤クラウドサービス活用による日本企業の販売管理・在庫管理

展開のシナリオ

- Step 0 : マッチング～継続的取引の実績モデル創出
Step 1 : コンセプト・企画を伴った実販売フィールドの提供（直営店/FCなど）*
Step 2 : **AIによる消費財のBOM展開**と部品や技術単位での**マッチング**

以下3点を日本企業に提供することにより、日本企業の成長戦略としての海外市場進出を支援する。

事業コンセプト(初段階の中国向けとして)

・事業コンセプトは以下の3点を日本企業に提供することである。

1

「中国でビジネスをする日本人」と、「日本でビジネスをする中国人」による産官一体型ビジネスコンソーシアムである。

2

日本と中国の商慣習を理解し、且つこれまで蓄積した信用性※の高い企業ネットワークにより日中企業をビジネスマッチングする。

3

東京ビジネスブリッジは、このコンソーシアムと企業ネットワークの活用、今後AIマッチングの活用により、一貫サービスを担うビジネスプラットフォームを提供する。

※信用性

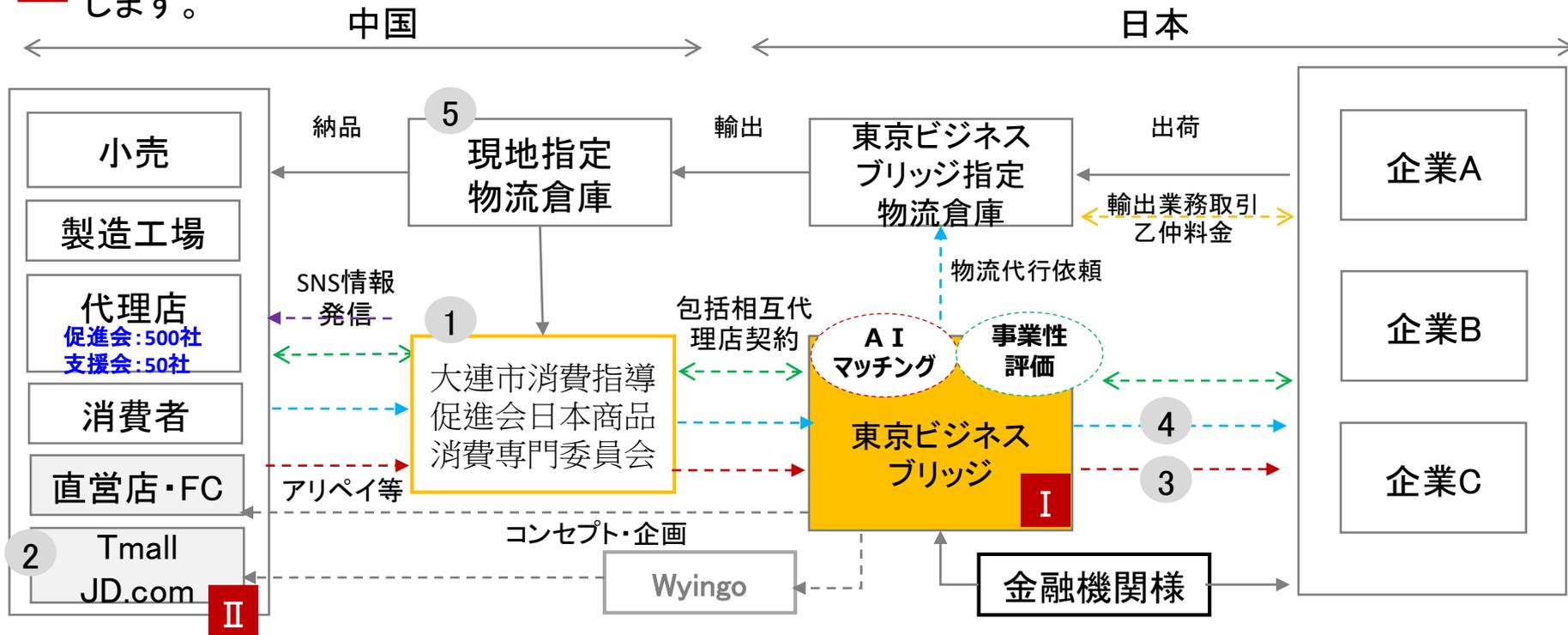
- ・ 東京ビジネスブリッジの仕組みにより日本企業に対する事業性評価を実施する
- ・ 中国では金融機関を含め財務諸表の信憑性は低いため、促進会が構築した企業ネットワークと促進会・支援会職員の企業経営者としての経営診断を実施する

I. 事業概要 ～創業時の事業モデル～

--> 支払 -> 発注
 --> 契約

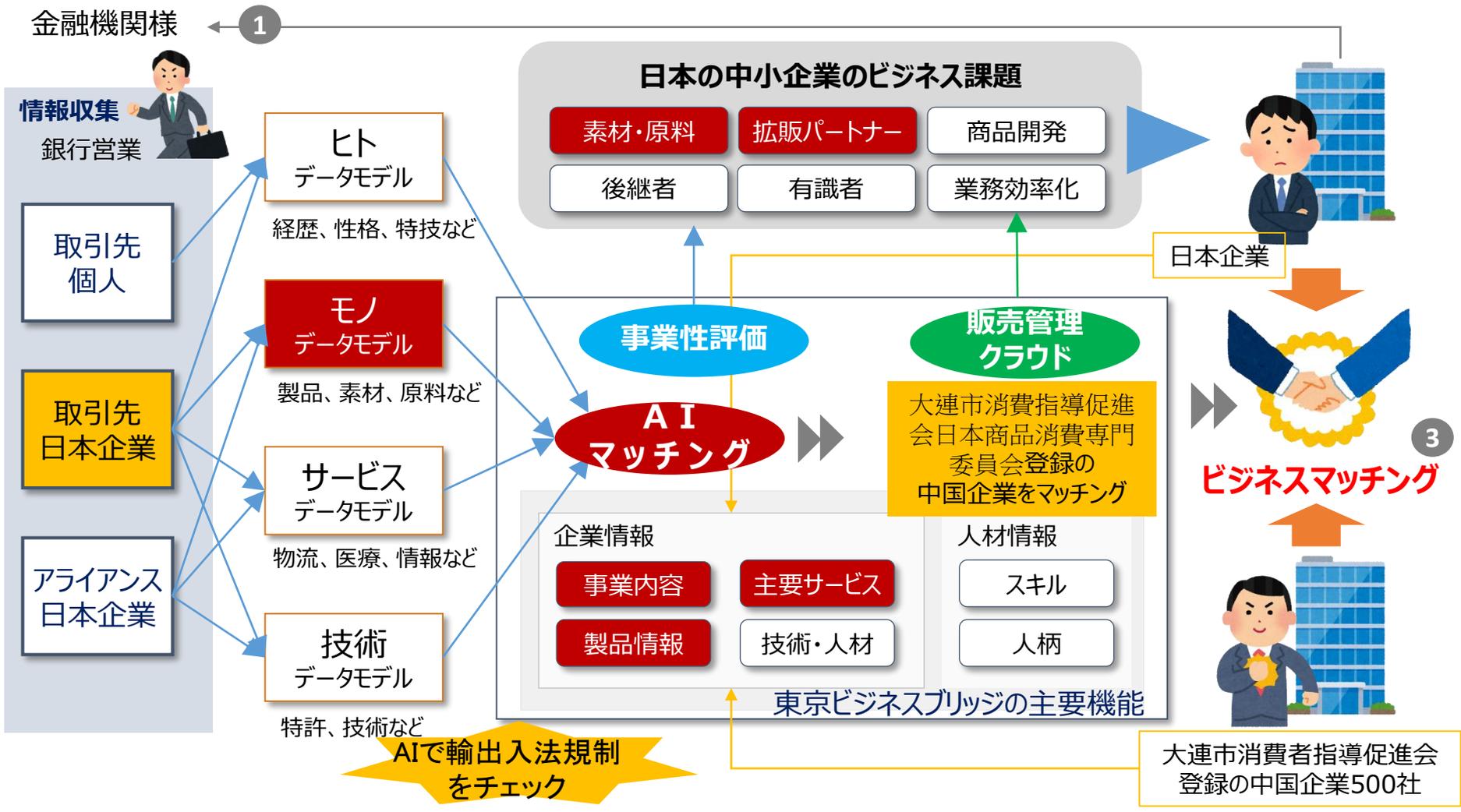
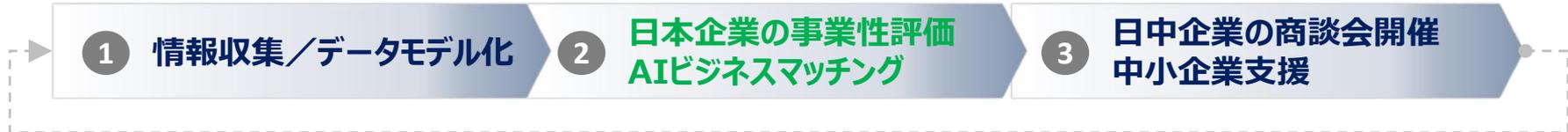
I 現法設立、単発マッチングのサービスではなく、日本企業の商談成立以降の受発注・納品・決済までを提供するプラットフォーム(PF)のサービスを提供します。(AI、事業性評価は次ステップ)

II BtoCの場合、Tmall、JD.comへの上市後は営業、販促機能が必要です。別途パートナーにて対応します。



- 1 BtoBの場合) 委員会の企業人脈にて中国企業を選定、日系金融機関を通じて日本企業とビジネスマッチング
- 2 BtoCの場合) 流通開始後に必要な営業、販促機能は別途パートナー(Wyingoなど)にて担う
- 3 販売代金の回収はアリペイ等の即決済を通じて中国企業⇒促進会⇒東京ビジネスブリッジ⇒日本企業で決済、未回収リスクを回避
- 4 参画日本企業(A,B,C)は東京ビジネスブリッジからの発注を受け、物流会社に荷渡しするだけ、貿易代行は東京ビジネスブリッジが取次
- 5 東京ビジネスブリッジの選定する物流会社(国際フォワーダー)による国際一貫輸送にて、中国企業の指定場所に納品

I. 事業概要 ～次ステップの事業モデル～



I. 事業概要 ～なぜAIか？(従前のマッチングとの差別化)～ TBB

ビジネスのパフォーマンスを上げる

1対1ビジネスマッチング(BM)から1対複数へ

中国企業のニーズは多様化。例)日本製品セレクトショップ開店、水族館建設等、複数の日本企業を同時にBMする必要がある。AIでは瞬時に1対複数企業とのBMが可能。

異業種とのBMの機会を創出

1対1のアナログ的なBMは紹介者の頭脳に依存。AIでは「陸王」のように異業種の紹介も可能。BMの効率性、潜在性を発揮、ビジネス成約の機会向上が見込める。

模倣品市場での商機獲得

すぐに模倣され、二番煎じ品を廉価で販売する中国市場。AIで日常ビジネスする人では思いつかない商品を迅速・継続的に開発及び企業コラボ開発を実現。

中国側も効率化

中国も人材の2極化(できる・できない人材の偏在)が進む。両人材の混在による組織生産性低下を回避するためにAI(スピーカ)で全自動で商談・決済を完結。

ビジネスのリスクをヘッジする

中国の情報化社会に取り残されない

中国ではスマホ経済(検索・成約・決済も電子化)の中で紙ベース、都度、登録・申請入力は、陳腐化。AIでBMすることで中国の商慣習に馴染む(例)与信査定もアリババAIの芝麻信用)。

音速の市場変化に対応

消費財等の商品のはやり・すたりが速く、且つ関税率変更、輸入品規制(成分、材料、産地)等、法改正も突然実施、AIで最新情報に更新、中国市場に定着する。

安心の取引

AIで中国優良顧客を限定、商品・サービスを提供、また、BMの企業間の事業評価・支援機能が充実するため、双方が安心した取引が成立。

中国の情報化社会に埋もれない

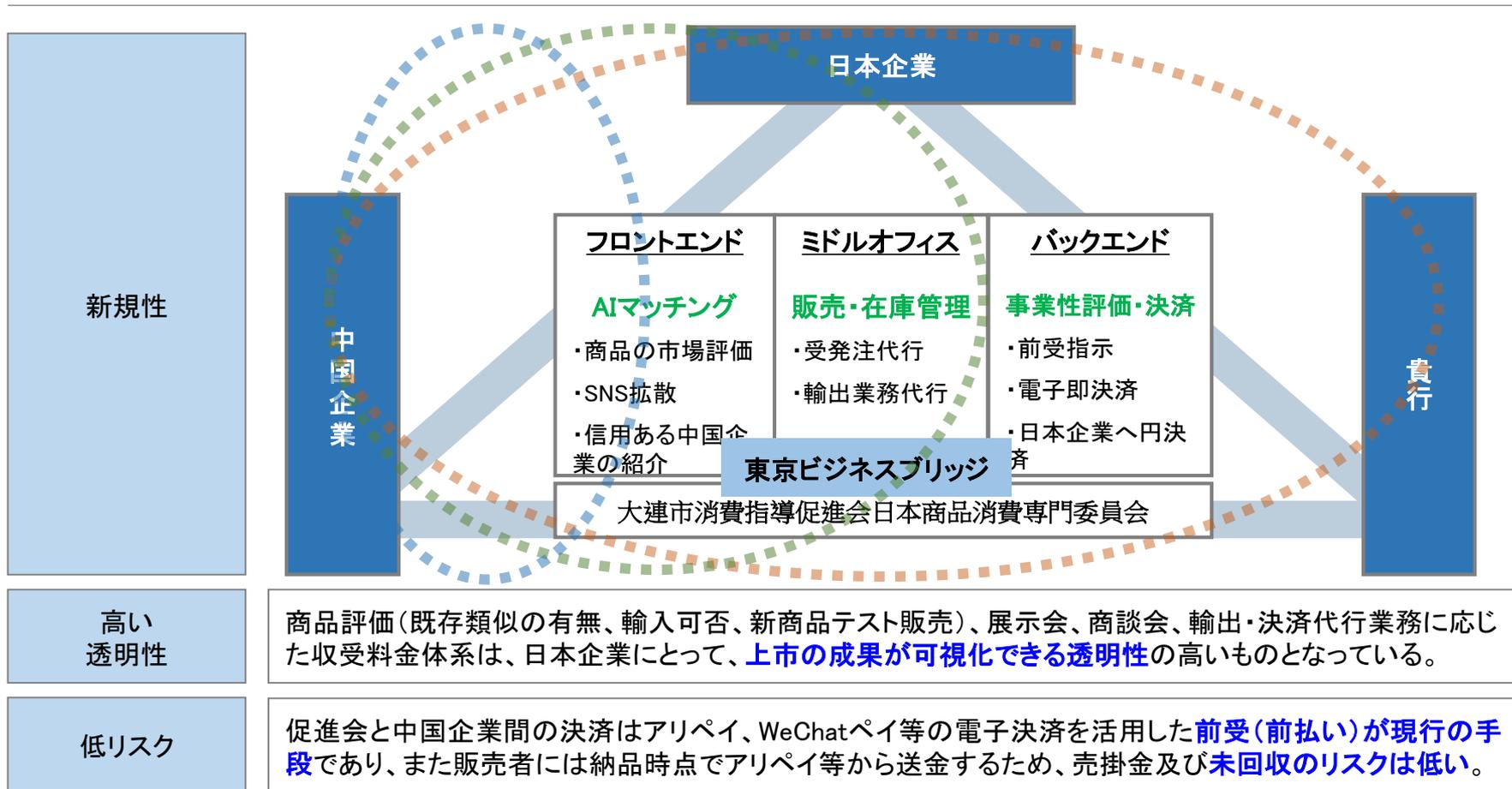
SNS、ECが潮流の中国では情報の洪水に溺れ、情報検索、人伝手は、マーケティング等、適時・適正な情報に到達しない。AIがいつでも・どこでも・だれでも情報を提供。

I. 事業概要 ～日中コンソーシアムの役割～

プラットフォーム事業の機能	機能概要	大連市消費指導促進会日本商品消費専門委員会	東京ビジネスブリッジ
マーケティング (中国現地)	消費地(例:二-三線都市)のニーズ調査 コンセプトショップでの販売動向・市場反応	○	○
ビジネス マッチング	中国及び日本企業の選定・売買契約締結 AIを活用した製品展開とマッチング	○	○
IT	クラウド活用による 受発注、納品、在庫・会計のIT機能の提供		○
業務運営	販売管理・在庫管理の業務代行 (受発注、輸出入、納品、会計まで)		○
決済処理 (取扱い料)	中国企業からの代金回収と 日本企業への支払	○	○
業務設計(コン サルティング)	当事業の立ち上げまでの 組織・業務設計		○
物流管理	中国向け輸出に関する物流業者への 指示とQCD管理		○ 3PLに委託
当事業の 経営管理	プラットフォームの通過量の統計と 実績の分析		○

一貫通貫な支援機能での「新規性」、取引における「高い透明性」、かつ前払いによる「低リスク」を装備した事業モデルを差別化要素とし、日本企業の成長戦略としての中国市場進出を支援する。

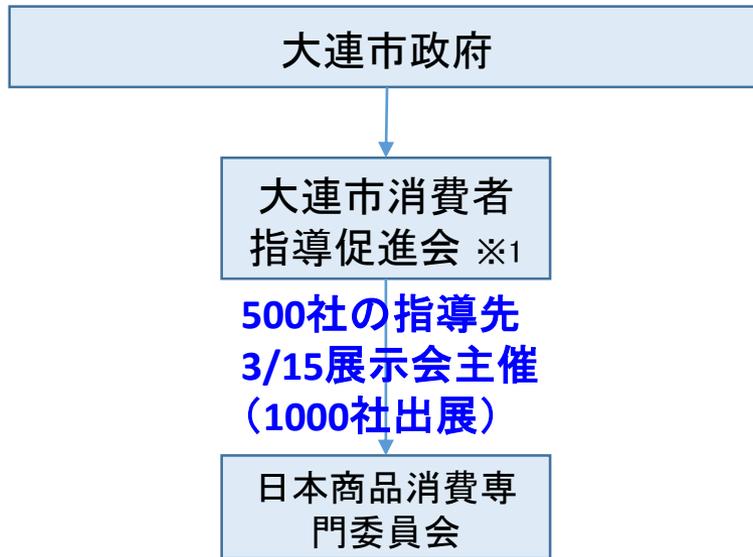
差別化要素



TSR、TIC出資のもと、東京ビジネスブリッジを設立し、日本での企業勤務経験があり、中国で企業経営を行っている**大連市消費指導促進会日本商品消費専門委員会**と協働し、日本製品の上市を支援する。また、**大阪華僑協会(大阪領事館内)**との関係により当協会傘下支部(例:日本福建省経済文化推進会)との連携が可能です。

大連市消費指導促進会日本商品消費専門委員会

東京ビジネスブリッジ(2018年4月設立予定)



※1 促進会は大連市政府傘下の団体で決済口座を持ち、①雑誌発行、②展示会開催、③SNS上の情報発信が主要機能。職員10名の内、5名は在日企業勤務経験があり、日本語も堪能、且つ中国で企業経営(大連市政府は高官でも企業経営)しており、日本・中国の商慣習理解と中国企業ネットワークを保有した団体。

Ⅱ.中国市場進出

大連市は固定資産投資額が前年度比-32.7%となっているが、GDPが4.2%伸びている。大連市における消費者物価指数が上がっており、また都市部・農村部可処分所得も伸びているため、景気は上向きであると考える。

大連市の概要



<地理情報>

- 人口: 593.6 万人
- 面積: 12,574km²
- 位置: 北緯 38 度
東経 121 度

<大連市の経済指標(2016年3月)>

- GDP: 7,731.6 億元(+4.2%)
- 1人あたりGDP: 17,769 米ドル
- 固定資産投資額: 4,559.3 億元(-32.7%)
- 輸出入総額: 550.91 億米ドル(-14.7%)
うち輸出: 257.97 億米ドル(-12.5%)
輸入: 292.94 億米ドル(-16.5%)
- 消費者物価指数: 101.6(前年を100とした数値)
- 外国直接投資(実行ベース): 27.63 億米ドル(+8.1%)
- 都市部住民可処分所得: 35,889 元/人(+6.8%)
- 農村住民可処分所得: 14,667 元/人(+8.3%)

※カッコ内は対前年比

(出所) 楽天トラベルHPより

(出所) 「大連概要」在瀋陽日本国総領事館

大連市消費者指導促進会は中国貿易促進委員会より委託を受け、大規模な展示会を毎年開催している。18年3月展示会は18回目を迎える。また促進会の登録企業は大連有数の企業で構成されています。

大連市消費者指導促進会の展示会

2018/3/15-3/19の第18回、展示会主催では1000社が出展する。東京ビジネスブリッジは促進会の日本総代理店として出展予定。

参展费用及安排

展位分类及规格	展位费用
标准展位(3米×3米)	
A区	8000元/个
B区	5000元/个
C区	4000元/个
侧道展位(3米×2米)	
A区	2000元/个
B区	1500元/个
C区	1000元/个

参展企业

企业名称	展位
日本经济团体联合会	标准展位
中国国际贸易促进会	标准展位
中国消费者协会	标准展位
中国食品工业协会	标准展位
中国日用工业品工业协会	标准展位
中国轻工业联合会	标准展位
中国日用化学工业协会	标准展位
中国日用五金行业协会	标准展位
中国日用塑料制品工业协会	标准展位
中国日用玻璃器皿工业协会	标准展位
中国日用陶瓷工业协会	标准展位
中国日用五金行业协会	标准展位
中国日用塑料制品工业协会	标准展位
中国日用玻璃器皿工业协会	标准展位
中国日用陶瓷工业协会	标准展位

第十八届 3·15国际消费品(大连)博览会
好食品 好食材 好品牌专业展

时间: 2018年3月15日-19日
地点: 大连世界博览广场(星洲广场)

联系方式

地址: 大连沙河口区鞍山路84号万益大厦10F~20-301
邮编: 116021
电话: 06-411-2660/215 84919152
传真: 06-411-84827989
E-mail: cbr315@126.com
网址: www.0411315.org

大連市消費者指導促進会の登録企業(例)

大連豊寧経貿発展有限公司は日本の日用品などを中心とし、中国全土を対象とした卸やネット販売を展開する企業。

大連豊寧経貿発展
有限公司

大連一家人国際貿易有限公司は日本のベビー用品などを中心とした商品を販売するスーパーマーケット。(ネット販売も実施中)

大連一家人
国際貿易有限公司

伊歌美惠(大連)国際貿易有限公司は日本の食品や文房具など、幅広い日本商品を販売するスーパーマーケット。(ネット販売も実施中)

伊歌美惠(大連)
国際貿易有限公司

Ⅱ. 中国市場進出 ～第18回 3・15国際消費品(大連)博覧会～TBB

大連市消費指導促進会は大連市政府より委託を受け、大規模な展示会を毎年3月15日に開催しています。今年は890社が出展、開催5日間に20万人が来訪、350億円の商談が成立します。

第18回 3・15国際消費品(大連)博覧会

毎年、消費者の日(3/15-3/19)に開催される当博覧会において、TBBは日本企業代表として、基調講演を行いました。(基調講演者4名:大連自由貿易区商務局長、日本総領事館大連所長、中国企業代表、TBB)



博覧会会場



メインステージ



講演者席



TBBの基調講演(竹本)

TBBの日本製品の出展ブース

2018/3/15-3/19の第18回、博覧会では890社が出展。東京ビジネスブリッジは促進会の日本総代理店として出展し、中国企業に対し、日本製品をご紹介します。



Ⅱ. 中国市場進出 ～中国での販路①～

大連市消費指導促進会日本商品消費専門委員会の登録企業は消費財(食品, 飲料, 化粧品, 健康商品, 日用雑貨、カバン, 文房具, 子供商品etc.)が主要カテゴリー。上記に加えて機械, 技術, 旅行のカテゴリーも対応可能。

中国での販路一覧(抜粋)

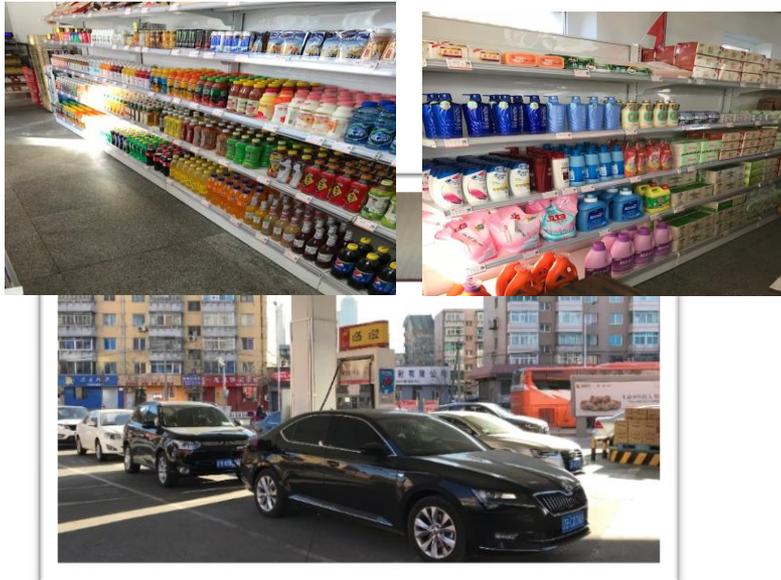
X 次頁参照

社名	業態	ビジネス範囲
大連毅信国際貿易有限公司※	店舗販売, ネット販売	健康用品や日用品など、全ての分野の販売
中国石油直営ガソリンスタンド内売店 ①	国営チェーン店	計3,000店のスタンド付属売店 (遼寧省1,200店、吉林省1,800店)
伊歌美恵(大連)国際経済貿易会社②	スーパーマーケット	食品, 健康食品, 文房具, 化粧品販売など
大連ローソン便利店有限公司③	フランチャイズ式チェーン店／ネット販売	食品など、全ての分野の販売 大連市内125店舗(2017年末)2018年200店舗へ
大連美屋食品会社	メーカー	納豆生産・販売
大連汉和住生科学技術会社	スーパーマーケット	鍋, キッチン用品, 水筒, の販売など
库特熊(大連)電子商務会社	スーパーマーケット ネット販売	食品や健康食品など、全ての分野の販売
越洋物語(大連)運営管理会社④	フランチャイズ式チェーン店／ネット販売	食品など、全ての分野の販売
大連豊寧経済貿易会社	ネット販売／卸売	日用品販売など
大連一家人国際貿易会社	スーパーマーケット	ベビー用品販売など
大連蘊朗国際貿易会社	商社	日用品、お酒の輸入・販売など

※開始当初は月商:10万円、1年後の現在は約1千万円の販売額に成長

前頁の販路の画像

① 中国石油直営ガソリンスタンド内の売店



③ 大連ローソン



② 伊歌美惠（大連）国際経済貿易会社 店舗写真



④ 越洋物語（大連）運営管理会社 店舗写真



Ⅱ. 中国市場進出 ～事例：菓子問屋～

地方都市に本社を構える菓子卸業者のAは中国大連へ進出し5年、3億円規模のビジネスを展開。
2017年末もローソンでの取扱いに関する商談を遂行中。

基本情報

【株式会社A社】

主な事業：
乳幼児をメインとしたお菓子関連の卸問屋業。

取引状況

- 大連市場取組みは5年目
- コンテナ2～3本/月(神戸港発)
- 売価ベースで20～30元RMB(卸視点で想定)
- 年商326百万程度

※醤油400円⇒800円@中国(ほぼ倍額で売買)

市場対策

- ①賞味期限の延期
 - ・長期化を各メーカーと覚書
例) @日本6ヶ月⇒@中国12ヶ月
 - ・期限を延ばすために添加物は極力入れない
 - ・乳幼児向けと一般向けでは商品登録が異なる
 - ・中国では「安全」「長期保管」がキーワード
- ②中国向けのパッケージを敢えて制作
 - ・40種程度流通
 - ・ラベルなど中国指定の表示がある

概況

- 6月1日の子供の日に向けて準備中
- ローソンへ乳幼児向け菓子取り扱い(棚割)を提案し、前向きな交渉/準備中
* 支援会がセッティング



その他にも美容・健康・日用品に関する様々なものが、促進会を通じた商談により、実店舗やネットを通じて販売活動を展開。

フェースマスク

WeChatでのアンケートなど市場調査が完了し、現在、店舗でも販売できるように商標や商品の登録申請中
ただし、一部の商品は、既にネットを中心に販売中



カバン

以前は、店舗を中心に販売をしていたが、中国の消費者行動の特徴として、ネット上での購入意思決定がメインのため、現在はネットで宣伝・販売に切り替え

※ネット上(人気サイト、モール)の情報や取り扱い商品の方が信用性が高いため



消臭, 除菌, 防菌系

新商品のため、ネット販売を中心に、宣伝&販売開始

※ 訪日客やタオバオの購買動向でも人気のジャンル(衛星マナー意識の向上、ペットの増加などが背景)



青汁

大連の新聞広告などの宣伝を経て、2年後に売れ始めたが、日本企業側の販売中止により、ストップ。

※安心・安全な日本の食品やサプリメントへの需要は高く、信頼性高いチャネルでは人気がある

桑叶清汁 为“糖人”量身定制的上佳饮品

在东北地区“糖尿病”发病率居高不下，糖尿病患者数量持续增加。据最新统计显示，我国糖尿病患者人数已突破1.4亿人，居全球首位。糖尿病患者不仅给个人健康带来巨大痛苦，也给家庭和社会带来了沉重的经济负担。因此，寻找一种既能有效控制血糖，又能改善患者生活质量的健康饮品，成为糖尿病患者及其家属最为关心的问题。

桑叶清汁，作为一款天然、健康、安全的饮品，深受糖尿病患者及其家属的青睐。它不仅口感清爽，而且含有丰富的营养成分，能够有效辅助降血糖、降血脂、降血压，对改善糖尿病患者的身体状况具有显著效果。此外，桑叶清汁还具有抗氧化、抗衰老、增强免疫力等多种功效，是糖尿病患者日常保健的理想选择。

目前，桑叶清汁已在各大电商平台和线下实体店广泛销售，深受消费者的喜爱。未来，我们将继续加大研发投入，不断优化产品品质，为广大糖尿病患者提供更加优质、更加贴心的产品和服务。

中国で以下の日本製品のニーズの存在を確認。今後、緻密な中国のニーズの調査を基に、金融機関から紹介していただく企業を選定する。

日本製品のニーズ(キーワード)

◆女性と子供向け

美容/健康→女性
健康(安全)→子供

* 次頁に参考値掲載

◆ペット事業*

熱帯魚関連(水槽ポンプなど)、犬猫関連

◆個人日本旅行プランニングサービス

◆カー用品*

内装品(多機能灰皿、芳香剤、カバー類etc...)
外装改造パーツと技術、板金塗装技術

◆レジャー事業

ウィンタースポーツ(2022冬季北京五輪)/釣り*
アウトドア・キャンピング(カー)/Newスポーツ

◆コンテンツ事業

ビジネススキルと手帳
(ダイレクトマーケティングなどの事例)

◆乳幼児関連の製品

中国の乳幼児協会より日本の中小企業を誘致してほしいと依頼あり。天津の中国企業が花王/大王以外の日本の紙オムツ製造会社を探している。



2017年11月2日、大連ラマダホテルにて、大連市消費指導促進会日本商品消費専門委員会が主催のビジネスマッチング会が開催された。中国企業は下表に記載の30社程度が参加。

日本企業は16社が参加。

公司名称	类别
大连圣福水产食品有限公司	食品生产 进出口
大连晟丰原科技有限公司	跨境电商
进出口产品超市	门店
大连智慧光科技有限公司	进出口连锁超市
大连一家人国际贸易有限公司	跨境电商
伊歌美惠（大连）国际经贸有限公司	跨境电商、实体
大连伟桐国际贸易有限公司总经理	进口商品渠道商
田川町进口家居生活馆	进口产品连锁店, 国内一般贸易
大连丰宁经贸发展有限公司	跨境电商、生活馆、渠道商
大连毅鑫一意电子商务有限公司	跨境电商
大连驾驭食间零食店	电子商务
日本骏穗商社株式会社	进口产品贸易公司, 日本采购, 电商
茜丸（大连）食品公司（进口贸易）	进口贸易
大连欣欣青果国际贸易有限公司	进口酒贸易
大连奕骄兰商贸有限公司	进口贸易
大连翱鹏国际贸易有限公司	跨境电商、进口连锁超市、进口贸易
大连蚂蚁树网络科技有限公司	科技公司、平台
大连富林贸易发展有限公司	国际贸易、跨境电商
大连海和传媒有限公司	
GNI GROUP	
大连罗森便利店有限公司	连锁超市
大连麦知秘食品有限公司	面点食品生产公司
大连高新园区下课食间商店	进口商品超市
食品小铺	进口商品超市
大连晟丰原科技有限公司	
大连瑞通益佰物流有限公司	百世汇通供应链、云仓、快运、快递
大连瑞通益佰物流有限公司	百世汇通供应链、云仓、快运、快递

前頁記載の有力企業

定期的に開催される展示会への参加やテスト販売を通じ、中国市場における商品評価や課題・ニーズのフィードバックを得た上でのビジネス展開。また、トライアル時に中国語での商品説明、使用資料作成などの支援も可能。

中国市場進出における利点

上市の事前準備、実演支援、スモールスタートが可能

・日本企業の進出予定商品に対する商品評価を行う

①パッケージの適切さ

②存類似品の有無

③商品の輸入可否(成分・安全性)などの評価

・本格展開前のテスト販売、展示会への参加

・展示会資料の作成、展示会の際に商品説明を支援

(和文・英文・中文)

・日本語や日本の商習慣に精通した中国籍人材が豊富

・中国市場の更なる課題やニーズをフィードバック

展示会・テスト販売の状況

テスト販売・展示会を通じて、市場調査が可能

例:味覚や売価などが中国人の感覚に適しているかなど

2017年11月に行った展示・商談会の様子



商品紹介の方法

QRコードを商品に貼り付け、Wechatでスキャンすると中国語に訳された商品説明が見れる

携帯電話(WeChat-微信)を利用する、商品の中国語説明例



中国市場における各社様製品の評価や展示会参加などの商談フェーズから、トライアル導入、更には取引開始後のルーティンフェーズまで、ご要望に応じたステップと伴走をご利用企業様に提供する。

日本企業様向けサービスモデル

* ステップ順序はケースにより前後/省略あり

商談フェーズ	ファースト コンタクト	<ul style="list-style-type: none"> 金融機関主催の日本企業に対する説明会・申込 Web(ホームページや特設サイトなど)流入による個別紹介・申込
	商品評価	<ul style="list-style-type: none"> サテライト評価: 1) 既存類似の有無、2) 輸入可否(含有成分/安全性)、3) 外観魅力度評価 テスト販売: 中国市場での実販売トライアルと代金回収(出荷・回収業務は促進会経由)
	現地視察	<ul style="list-style-type: none"> 視察目的に応じた訪問先選定とセッティング、かつ通訳含めた現地アテンド 取引(候補)先訪日時に通訳含めたアテンド
	展示会/商談会 準備	<ul style="list-style-type: none"> 展示会及び商談会用の会社紹介資料の作成(日文・中文・英文)支援
	展示会参加	<ul style="list-style-type: none"> 展示会参加における現地アテンドや出展の支援(必要に応じ通訳含む) 推奨候補の事前選定による、簡易マッチング支援
	ビジネス マッチング(商談)	<ul style="list-style-type: none"> 商談のセッティングと当日までの情報連携支援 当日の商談運営や通訳など支援
ルーティンフェーズ	中国側SNS発信 (B2B/B2C)	<ul style="list-style-type: none"> We Chatなど中国サイドのSNSで企業や製品について一定頻度での発信を支援 事業展開のニーズに応じてRED(小紅)やTMallなどBtoCサイトへの掲載を支援(Wyigoとの協業検討)
	現地からの 受注/納品管理	<ul style="list-style-type: none"> 受注～出荷～売上金回収の一連業務の設計(システム支援含む) 現地からの受注/納品管理を代行し、定期的に通過量の統計と実績の分析をレポート
	輸出入業務 代行	<ul style="list-style-type: none"> 貿易代行実務は取次のみ支援し、実務は物流会社に完全委託の上、直接日本企業と決済
	代金回収	<ul style="list-style-type: none"> 促進会/支援会のWeChat/アリペイ/銀行振込より東京ビジネスブリッジ口座へ送金し、日本各社へ支払い、回収タイミングは前払いでアリペイ決済を活用



株式会社東京ビジネスブリッジ
(株)TBB(TOKYO Business Bridge Corporation.)