

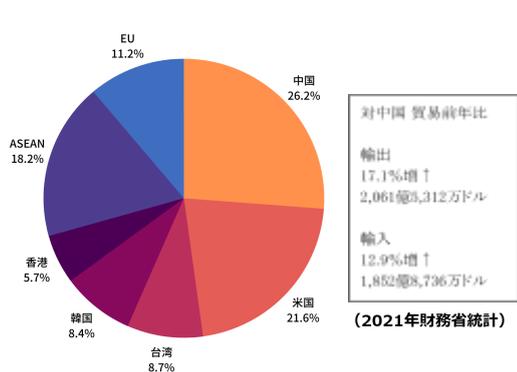
中华区企业在日本的发展与现状

● 中华区企业看中的日本魅力和面临的挑战

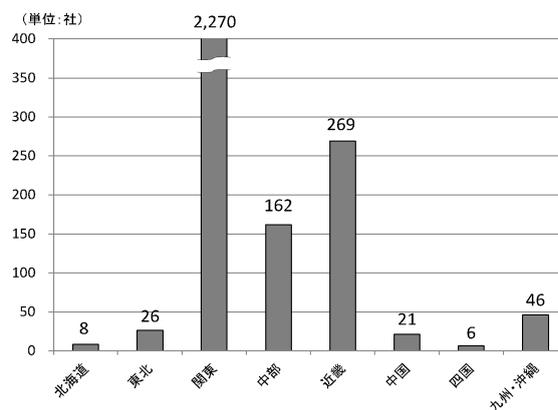
据日本经济产业省、日本贸易振兴机构(JETRO)等统计,从日本贸易伙伴的构成来看,中国居首位,其次是美国、台湾、韩国、香港等,与中国的贸易去年比例达到十年来的最高水平。

截至2019财年,在日本运营的2808家外商企业中,来自亚洲的企业约占总数的30%,其中中国大陆企业159家,香港企业158家,台湾企业144家,亚洲企业的比例不断上升。

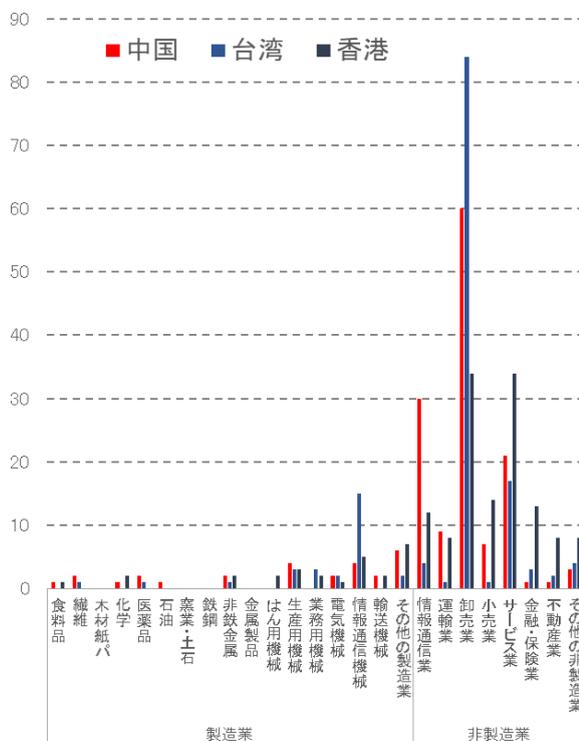
从中国大陆、香港和台湾的外商企业的行业来看,以批发业和服务业为主,另外,信息通信业、信息通信机械零售业等行业也很突出。在日本的外资企业绝大多数位于以东京为中心的关东地区,其次是包括大阪府在内的近畿地区和包括名古屋市在内的中部地区。



日本的贸易伙伴构成百分比

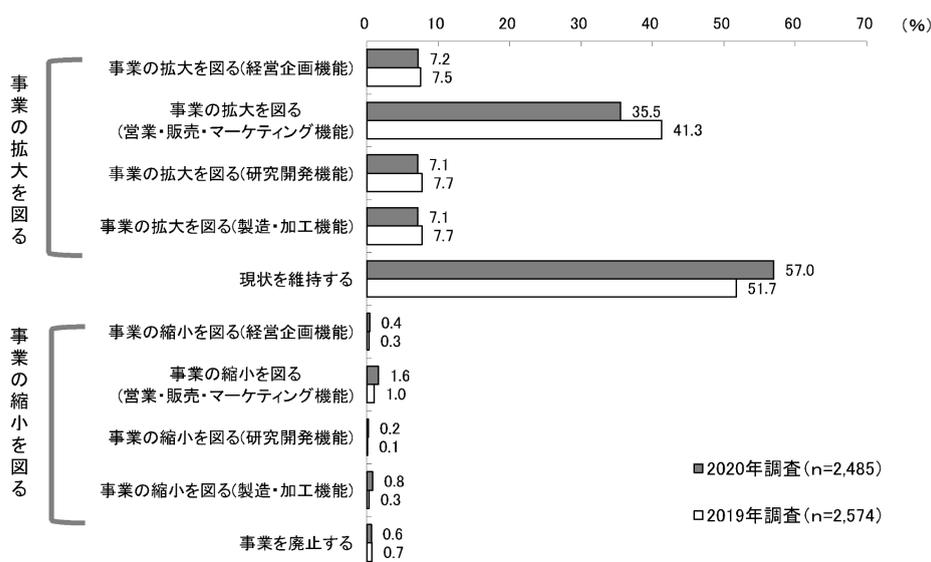
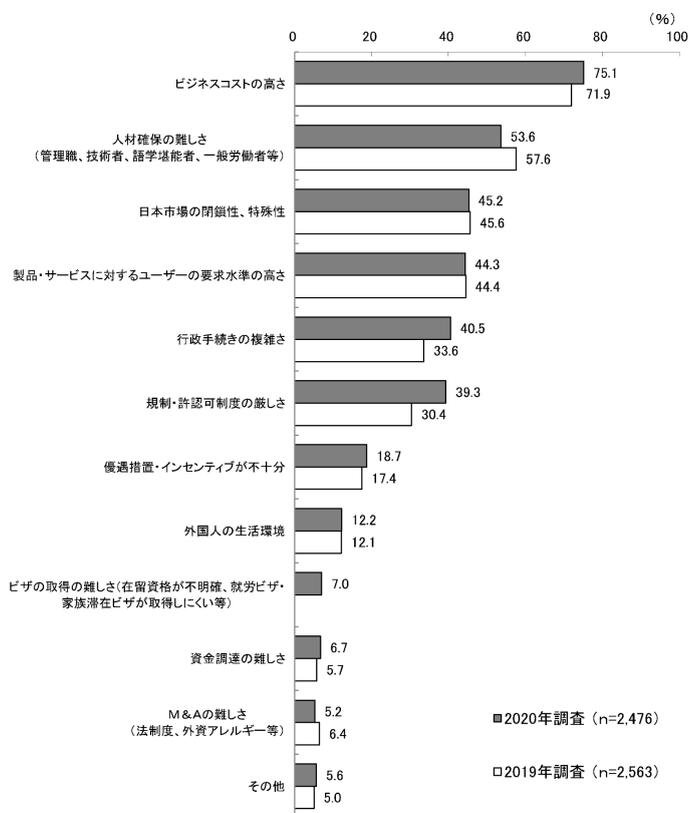


按所在地区划分的外资企业数量
资料来源:日本贸易振兴机构官网数据



按行业划分的在日本开展业务的企业数量
资料来源:根据《2020年外资企业动向调查》(经济产业省)制作

对在日本开展业务的外资企业而言，商业环境的最大魅力是“收入水平高，产品和服务的客户量大”，而成为障碍的主要因素有“商业成本高”、“难以确保人力资源”、“日本市场的封闭性和特殊性”、“用户对产品和服务的要求高”以及“行政手续复杂”等。关于今后在日本的业务发展，总体上有强烈的扩大业务的意向。



在日本开展业务的障碍要因(上)

在日本未来的业务发展(下)

资料来源:《外资企业动向调查(2020年)》概览, 经济产业省

在全球化社会中，不仅是中华区本国的市场规模，企业进军日本有机会获得更多收益。其中的收益，根据本公司自身的经验，包括“扩大日中贸易”、“获得人才/技术/创意”、“完善的基础设施”、“高质量的研发环境”、“Made in Japan的品牌效应”等。

在这些收益中，许多公司都认识到，在日本开展业务的最大魅力在于市场的稳定性。然而，因为企业必须在不同于大中华区的环境中运营，所以拓展日本市场不仅具有吸引力，同时也是一项挑战。要想取得成功，就必须克服诸如以下各种各样的障碍。

缺点有商业习惯的障碍和确保人才的困难等

例如：经营成本高、难以获得人力资源和合作伙伴、日本市场的特殊性、用户要求高、行政程序复杂、生活方式不同.....

我们在至今为止的咨询服务中，经常听到很多客户的有关商业习惯差异，很难确保人才或找到合作伙伴的烦恼。日本市场的特殊性、用户的高要求、行政手续的复杂性等也可以被视为日本特有的商业惯例。

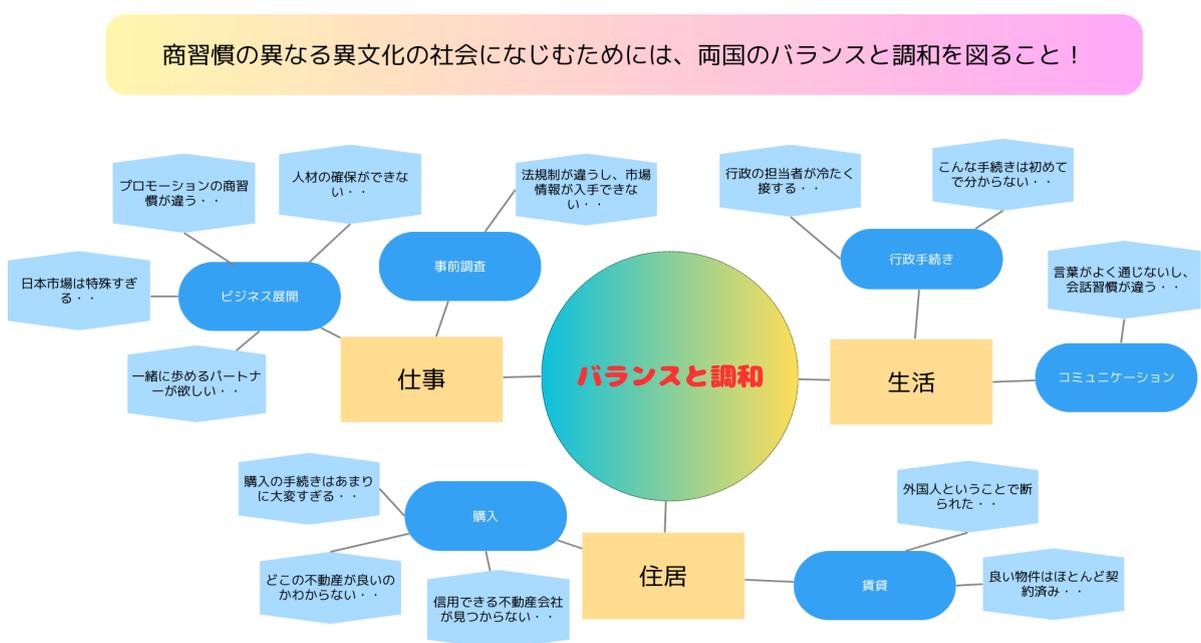
无论日本市场多么诱人，为了跨越不同商业惯例的障碍，增加利润，就必须确保有支撑企业的人才，有同甘共苦的合作伙伴。

◇正确对待习俗差异，适应不同文化的社会，在中华区和日本的习俗之间“找到平衡，谋求和谐”至关重要。

移居日本、发展业务，必须理解并认可双方之间的习俗差异。

如果能够取得平衡，适应不同的文化，就能通过良好的沟通建立新的价值观。

丰华重视这个价值观，并理解尊重中日不同的思维方式和价值观，全力支持中日双方的顺畅沟通和圆满合作。



◇关于确保人才，确保合作伙伴，关键在于培养开发本地化的人才，在当地的人脉网络中建立相互信任关系，找到值得信赖的合作伙伴。

人才培养，应通过促进对两国文化和商业惯例之间差异的理解来进行培训，使其能够胜任本地化业务。

寻找业务合作伙伴，需要利用当地的人际网，尽可能获得更多的与候选人沟通的机会。

丰华开办了中日双语直播网课，长期致力于支持企业的本地化人才培养。同时通过活用当地的人力网络，提供更多更可靠的商业合作伙伴配对机会。

