



中国向け越境ECサービスについて

2021年7月29日
株式会社八百萬



【目次】

I. 株式会社八百萬

1. 越境ECサービス概要
2. MaxPowerグループ企業概要
3. 日本ATMグループ企業概要

II. 中国の消費市場

1. 中国消費市場の変革
2. 中国消費市場の新販売手法（ニューリテール）

III. 越境ECサービス：八百萬商店街

1. 越境ECサービスのコンセプト
2. 越境ECサービスの特徴
3. ライバル企業との違い
4. “体験型”越境ECサービス
5. 商品選定のイメージ
6. 出品企業様の出品登録手数料



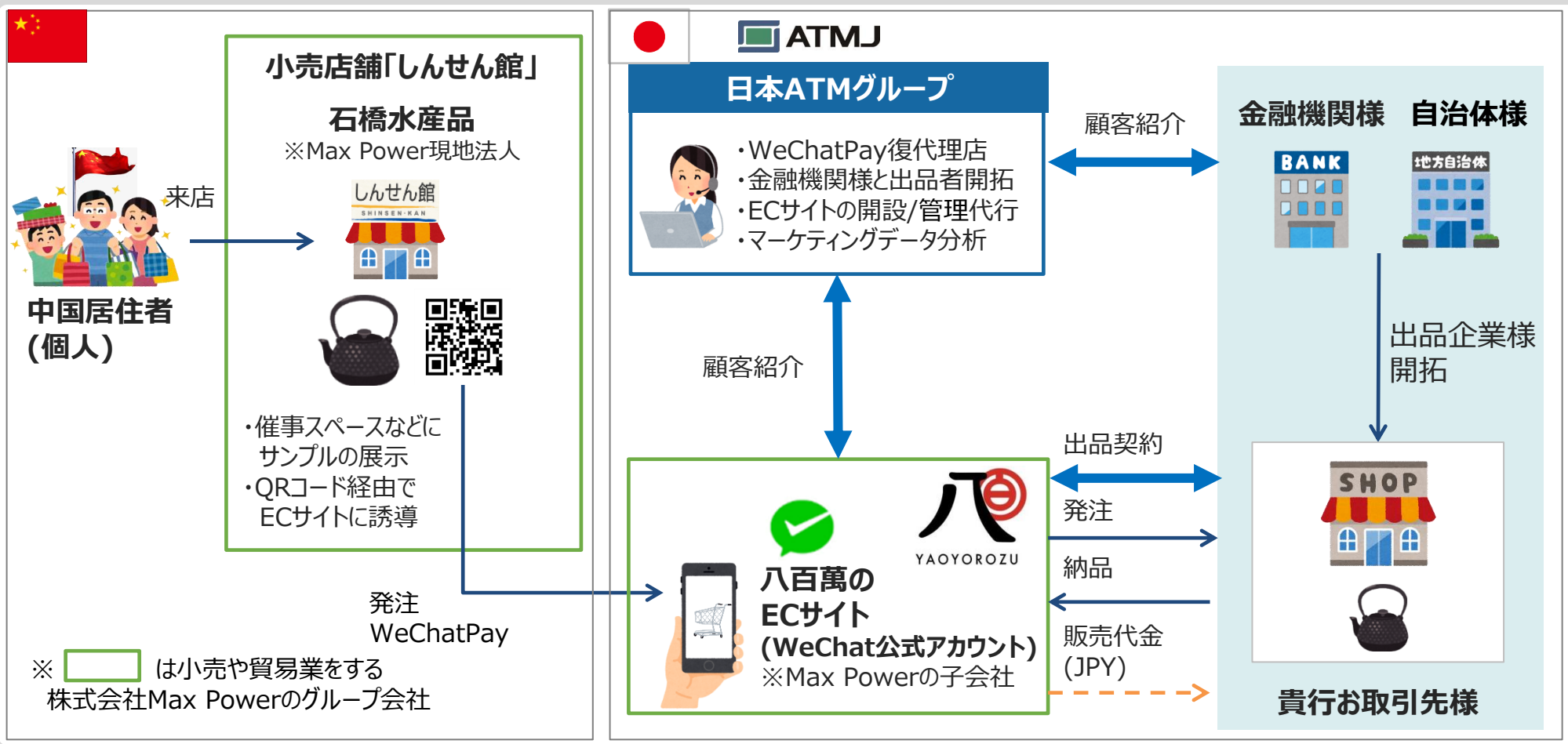
I. 株式会社八百萬

1. 越境ECサービス概要
2. MaxPowerグループ企業概要
3. 日本ATMグループ企業概要



越境ECサービスの概要

- 日本食等を扱う中国の小売店舗「しんせん館」等に展示されたサンプルを見て、その場でECサイトから購入可能な“体験型（リアルとネットの融合）”越境ECサービスの開始（日本ATMとMax Powerグループが提携）
- 日本ATMと関係のある金融機関様から出品企業様をご紹介いただく
- 出品企業様は、八百万との国内通常売買を行う(店舗ページの制作、輸出手続き等日本ATMで代行)



1. MaxPowerグループ企業概要

●概要

主要業務		食品輸入販売事業、外食事業、宅食事業、小売業（自店舗、デパート及び高級スーパー店舗を含む）
主要ブランド		「しんせん館」、「魚やしんせん館」、「ダルマ食堂」、「十希」
主要取引先		イオングループ、久光百貨グループ（ライフスタイル）、中国国分グループ、イトーヨーカ堂、CCCグループ
役員	グループCEO 石橋修	JETRO上海アドバイザー
	グループCOO 植田哲士	成都イトーヨーカドー生鮮アドバイザー 全国農業協同組合中国法人アドバイザー CCCグループ中国法人アドバイザー
	華南地区代表 出井健介	JETRO広州アドバイザー

●沿革

- ◆ 1999年 上海石橋水産有限公司設立 日本食品卸事業参入
- ◆ 2001年 1号店「しんせん館古北店」開店 小売事業参入(日本製商品の物販開始)
- ◆ 2005年 北京・天津エリアに進出
- ◆ 2007年 Max Power (HOLDINGS) COMPANYLIMITEDを香港に設立
- ◆ 2009年 大連エリアに進出 外食産業参入
- ◆ 2010年 山東省エリアに進出
- ◆ 2014年 四川省成都へ進出 惣菜テナント事業開始
- ◆ 2017年 共同キッチン事業開始(宅食事業)
- ◆ 2018年 中国国内EC事業開始
- ◆ 2019年 第二創業スタート、ジャポニカ米の生産、加工事業参入
- ◆ 2020年 越境EC事業参入（株式会社八百萬の設立）

おいしいに一生懸命！



上海市 国際花園店



上海市 久光百貨 静安寺店

22年

中国での創業年数

71店舗

2021年6月時点

97%

社員現地化率

800万人+α

来客数/年間

90%

中国顧客割合

- ・実店舗（オフライン）のユーザー体験はオンラインが容易に代替不可能。オフラインとオンラインの更なる融和を目指しています。
- ・競争の激しい中国で20年以上の「知見」を有し、優秀な商品開発チームが富裕層向け日本品質でローカライズされた商品を1級都市を中心に提供しています。

●主なブランドと出店先と実績

■自社ブランド

魚屋 しんせん館

しんせん館

SHINSEN-KAN

おいしいに一生懸命®

High Quality Foods
FRESHNESS
生鮮館



十希
produced by shinsenkan 産見

■出店先



久光
FRESHMART
鮮品館

日本式百貨店

盒马鲜生

アリババグループが展開する食品スーパー

■コンサルティング業務

イトーヨーカドー

惣菜、生鮮の技術指導
及び商品開発指導

TSUTAYA

食料品・雑貨の中国輸入

JETRO

日本貿易振興機構(ジェトロ)

上海、広州地区
日本企業進出アドバイザー

全農

全国農業協同組合中国法人
アドバイザー

●店舗網

中国富裕層顧客基盤

20年以上の中国実務経験

日本メーカーのサポート実績

71店舗

しんせん館
SHINSEN-KAN

High Quality Foods
FRESHNESS
生鮮館

8店舗

中国の華東エリアを中心に展開する日本商品スーパー



美麗華店



国際花園店



太陽広場店



店舗写真



店舗写真



店舗写真

魚屋しんせん館 56店舗

中国高級デパートに展開する生鮮食品コーナー



新規出店

盒馬鮮生



シンセン店に「魚屋しんせん館」出店
2020年内に5店舗出店予定

久光
FRESHMART
鮮品館



久光百貨店蘇州店に出店予定
床面積は1600㎡の売り場

広東省エリア

北京・天津エリア

青島エリア

上海・江蘇省
エリア

中希 7店舗

中国高級デパートに展開する惣菜コーナー



【ご参考】 日本企業の中国進出サポート実績

日本地方中小企業の地元商品の中国初進出のプラットフォームとして（例）

企業名	所在地	商品特長
(有)本田商店	島根県	トウモロコシを利用したグルテンフリーパスタ、有機栽培の出雲そば
津山屋製菓(株)	島根県	彩り綺麗なゼリー菓子、昔ながらの和菓子など
(有)はら屋	島根県	様々な餡を入れたたい焼き、昔ながらの和菓子など
(株)澤井珈琲	島根県	サンリオや名探偵コナンなどの人気キャラクターもののコーヒーバック
日中東北物産（有）	鳥取県	うめ、もも、かき、ゆずなど様々な果実リキュール
(有)垣崎醤油店	島根県	大正十年からのお醤油、味噌をはじめ、ぽん酢など
(株)吉岡製菓所	福岡県	昔ながらのべっこう飴、黒飴など
(株)東洋食品	京都府	もなかアイス、ソフトクリーム、あずきバー、いちごフロートなど
新珠ゴールドエンegg(株)	福井県	豆大福、かりんとう饅頭などの伝統的な和菓子



- ・初中国国内生産「野菜生活」シリーズの単独先行販売を実施。
- ・初年度売上実績は中国国内トップ獲得。



- ・初年度から販売協力を行い、販売実績小売部門で3年連続1位。
- ・普及した現在も上位継続中



- ・サントリーが「プレミアムモルツ」を自社貿易による海外初展開を、しんせん館にて独占販売。
- ・その後の市場拡大には、2次代理店として、販売展開に貢献

2. 日本ATMグループ企業概要

- 24時間365日稼働のATMオペレーションセンター（AOC）を核として自治体様や金融機関様へ様々なサービスをご提供

ATMJ 日本ATM株式会社

営業開始 1999年1月
(日本NCRよりATM事業分離・独立)

資本金 4億8千万円

従業員数 2,271 名 (派遣スタッフ 389名含)
(グループ全体 3,351名)

株主構成

2021年4月現在 (敬称略)

業態	会社名	出資比率
金融機関	株式会社三井住友銀行	5%
	株式会社三菱UFJ銀行	5%
	株式会社みずほ銀行	5%
	株式会社セブン銀行	5%
	株式会社イオン銀行	5%
	株式会社横浜銀行	5%
警備会社	総合警備保障株式会社	5%
	セントラル警備保障株式会社	5%

業態	会社名	出資比率
ベンダー	日本NCR株式会社	15%
	沖電気工業株式会社	10%
	日立オムロンターミナルソリューションズ株式会社	5%
	株式会社ムサシ	5%
	グローリー株式会社	5%
	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ	5%
その他		15%

アウトソーシングサービス



ATM監視業務シェアNo1
国内ATMの約20万台のうち
ATMJグループで約11万台
を監視。
株主構成上多くの金融機関
様に出資頂いている。

調査・コンサルティングサービス

人材ソリューション

システムソリューション

海外向けアウトソーシングサービス

ATMオペレーションセンター（AOC） / 事務共同センター（BOC）

日本ATMグループ監視 約 110,700 台
国内ATM総台数 約 199,700 台

日本ATMグループ国内シェア = **55.4%**

2021年4月実績（日本ATM調べ）

● 日本全国17ヶ所のセンター拠点におけるマルチバンク運営・BCP体制を構築

AOC : ATM Operations Center （ATMオペレーションセンター）

BOC : Business Operations Center （事務共同センター）

北陸AOC （2013年）

大阪第1 AOC （2002年）

西日本管理センター （2014年）

大阪第2 AOC （2016年）

福岡AOC*2 （2004年）

佐世保AOC/BOC （2011年）

北陸

東京

大阪

北海道AOC/BOC （2009年）

仙台AOC （2006年）

さいたまAOC （2003年）

東京第1 AOC*1 （1999年）

東京第3 AOC*3 （2009年）

東京第4 AOC （2017年）

東京第5 AOC （2018年）

東日本管理センター （2014年）

埼玉BOC （2018年）

池袋BOC （2020年）

千葉BOC （2015年）

*1: 2007年移転

*2: 2015年福岡第1AOCと第2AOCを統合

*3: 2017年東京第2AOCを第3AOCに統合



日本ATMのセンター



日本ATMビジネスサービスのセンター



クライアント様センターへの常駐

日本ATMグループの特徴

(1) ビジネスモデル

非戦略的業務の中立的立場による共同受託

(2) サービス時間

24時間365日稼働のATMオペレーションセンター

(3) サービスエリア

ATM運用における全国ユニバーサルサービス体制

(4) サービススキル

オペレーターの応対品質、金融機関勘定系端末オペレーション（現在66金融機関）

(5) 実績・信頼性

メガバンク、流通系銀行、ゆうちょ銀行を始め、
40以上の地域金融機関など、50%を超えるATM監視シェア

越境EC事業へ

日本ATMグループの国内金融インフラを支える運営基盤とMax Powerグループの中国リテール業務基盤を融合させ、越境ECサービスを提供するため業務提携

日本ATMグループ

日本の金融機関様との絆

アウトソーシング業務構築能力

BPO・コールセンター運営基盤

業務提携



Max Powerグループ

中国に20年以上の小売経験

中国リテール業務基盤
(71店舗、物流センター、工場を含む)

日本企業の中国進出サポート実績

株式会社八百萬



YAOYOROZU

金融機関様との絆から
出品企業開拓支援

越境ECサイト運営
(決済管理、広告宣伝支援も含む)

中国ディベロッパーとの繋がり
店舗網の活用

中国消費者の理解により
商品選定および新企画

Ⅱ.中国の消費者市場

～新販売手法（ニューリテール）の台頭～

1. 中国消費市場の変革
2. 中国消費市場の新販売手法（ニューリテール）



1. 中国消費市場の変革

- 中国消費市場にて安心安全、良質な日本製品の需要は旺盛のため、中国向け越境ECが注目される
- 近年の法規制強化や新販売手法(ニューリテール) の出現により販売手法の変革が余儀なくされる

これまで

変革

これから

買い方

個人“代購”の横行

- ・日本製品への需要拡大
※観光ビザ緩和による観光客が殺到
- ・在日中国人、訪日観光客が中心となる“代購”行為

法規制強化

- ・「中国電子商務法」が施行
※ 2019年1月より
- ・商業行為の定義および罰則の明確化

正規ECの利用拡大

- ・“日本製品”のブランド効果
※従前から持つプラスイメージ
- ・ECプラットフォームの越境EC参入※Alibaba社、Inagora社、など

売り方

リアルが中心の小売

- ・伝統的な小売戦略
- ・売り手中心の販売

リアルとネットの融合

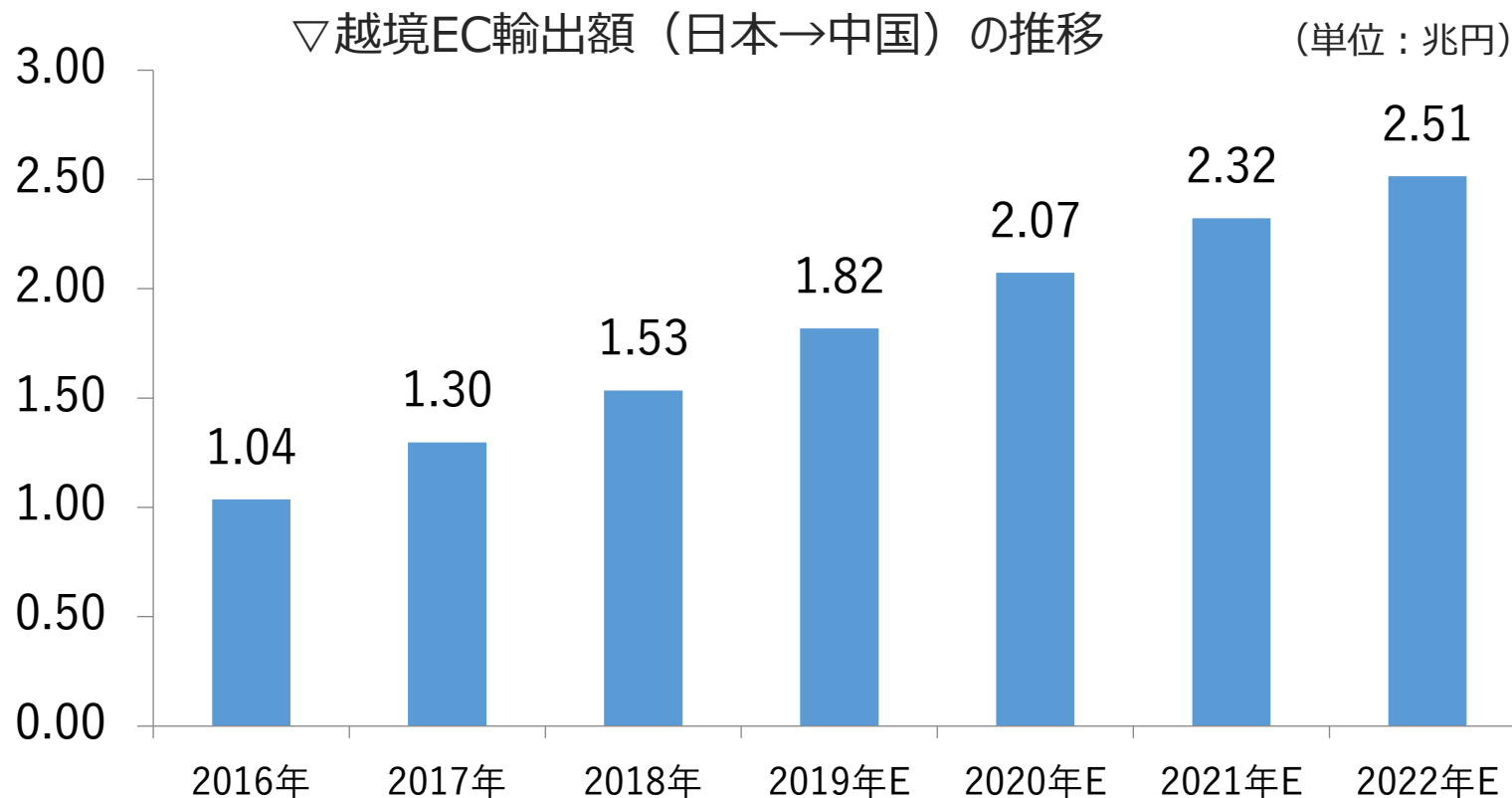
- ・インフラの整備
※キャッシュレス決済の浸透、配送サービス網、など
- ・リアル店舗とECを融合した新サービス形態が出現

ニューリテールの浸透

- ・リアルとネットを融合した戦略
※商品に触れる、購買行動の分析、アプリなどによる注文
- ・口コミサイトやSNSなどのネットサービスを活用した集客

【ご参考】越境EC 市場規模・成長性予測

- 2018年の中国向け越境EC輸出額は 約1.5兆円（前年比18%増）
- 2019年1月に中国で「電子商務法」が施行
- 国内事業者の代理輸入販売への関税賦課が厳格化されたことから、越境ECによる購入が増える見込み



（出典）経済産業省「平成30年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」

【ご参考】 中華人民共和国電子商取引法(電子商務法)について

- 2019年1月、「中華人民共和国 電子商取引法」が施行
- 中国内事業者の代理輸入販売“代購”への規制が強化された

これまで

- ・個人或いは個人を装った小体企業による代理輸入販売(海外で購入した商品をネット販売)が横行
- ・2018年までの規制では、個人による海外で購入した“お土産”は低関税率で持ち帰り可能
- ・これをCtoCでネット販売すると、法人の正規輸入取引による販売よりも安価で提供可能

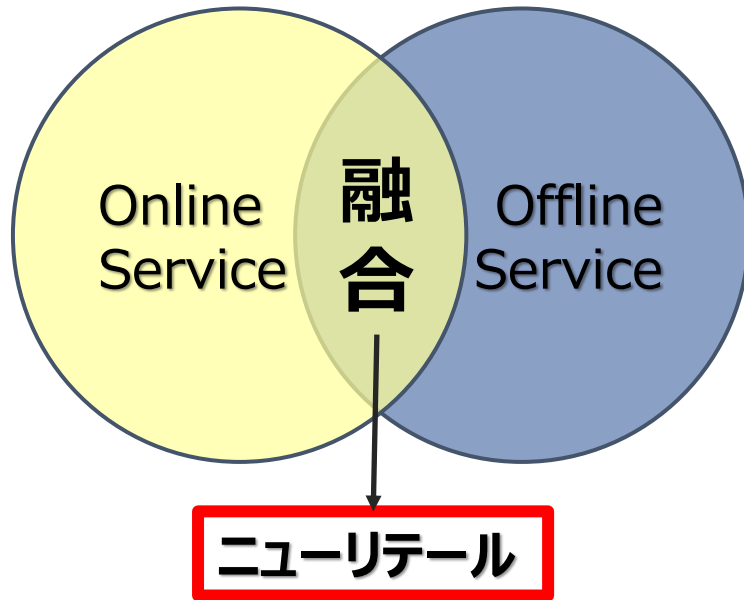
電子商務法施行後

- ・“代購”にも営業許可の取得と納税が求められるほか、中国語での商品説明添付などの規制を受ける
- ・これにより“代購”の価格競争力は低下し、正規ECルートからの購入が増えるの見込まれる
- ・現状、中国内各国際空港での税関検査強化の動きは遅いものの、徐々に締め付けは厳しくなるものと見られる

今後、代理購入から正規ECでの商品購入に移行すると見込まれる

2. 中国消費者市場の新販売手法（ニューリテール）

- スマホの普及とキャッシュレス決済の浸透により、従来の店舗中心のリテールビジネスは一変
 - ネット（オンラインサービス）とリアル（オフラインサービス）を融合したサービスがトレンド
- ▶ 中国の消費市場を制するための対策が必要



ニューリテールとは
「様々なデータを活用し、人・物・場
所における消費者体験を向上させる新
たな小売形態」

——アリリサーチ※

AliResearch
阿里研究院

※アリリサーチはアリババグループより2007年に設立したリサーチ
専門会社

	リテール	ニューリテール
顧客	弱い関係 ・偶発的な消費 ・店舗DM ・チラシ配布	強い関係 ・自社APL(アプリ) ・口コミサイト ・コンテンツ配信
商品	物販 ・売れ筋想定 ・陳列販売	消費者体験 ・販売データ分析 ・利用シーン重視
場所	制限あり ・固定場所にてサービス提供	制限なし ・配送サービス ・自社物流

【ご参考】中国を代表するニューリテール企業

小米 (XIAOMI)



- ✓ 中国に率先してO2O(オンラインツーオフライン)のビジネスモデルを実行した
- ✓ 店舗の平均坪売上は一般小売業の5倍

盒馬鮮生 (HEMA)



- ✓ 自社APL(アプリ)で多彩なコンテンツを提供
- ✓ 30分以内に自宅に届く配送サービスを提供
※店舗の3キロ圏内

京東商城 (JINGDONG)



- ✓ 自社物流を用いてO2Oを最も効率的に繋げた
- ✓ 2019年、重慶に中国最大規模の体験店舗を開設した

蘇寧易購 (SUNING)



- ✓ カルフルの買収などで中国最大の小売グループ
- ✓ 中国国内最大規模の店舗数で消費者を囲い込む

Ⅲ.越境ECサービス：八百萬商店街

1. 八百萬商店街のコンセプト
2. 越境ECサービスの特徴
3. “体験型”越境ECサービスの集客方法
4. 商品選定のイメージ
5. 出品企業様の出品登録手数料



1. 八百萬商店街のコンセプト

名称：八百萬商店街

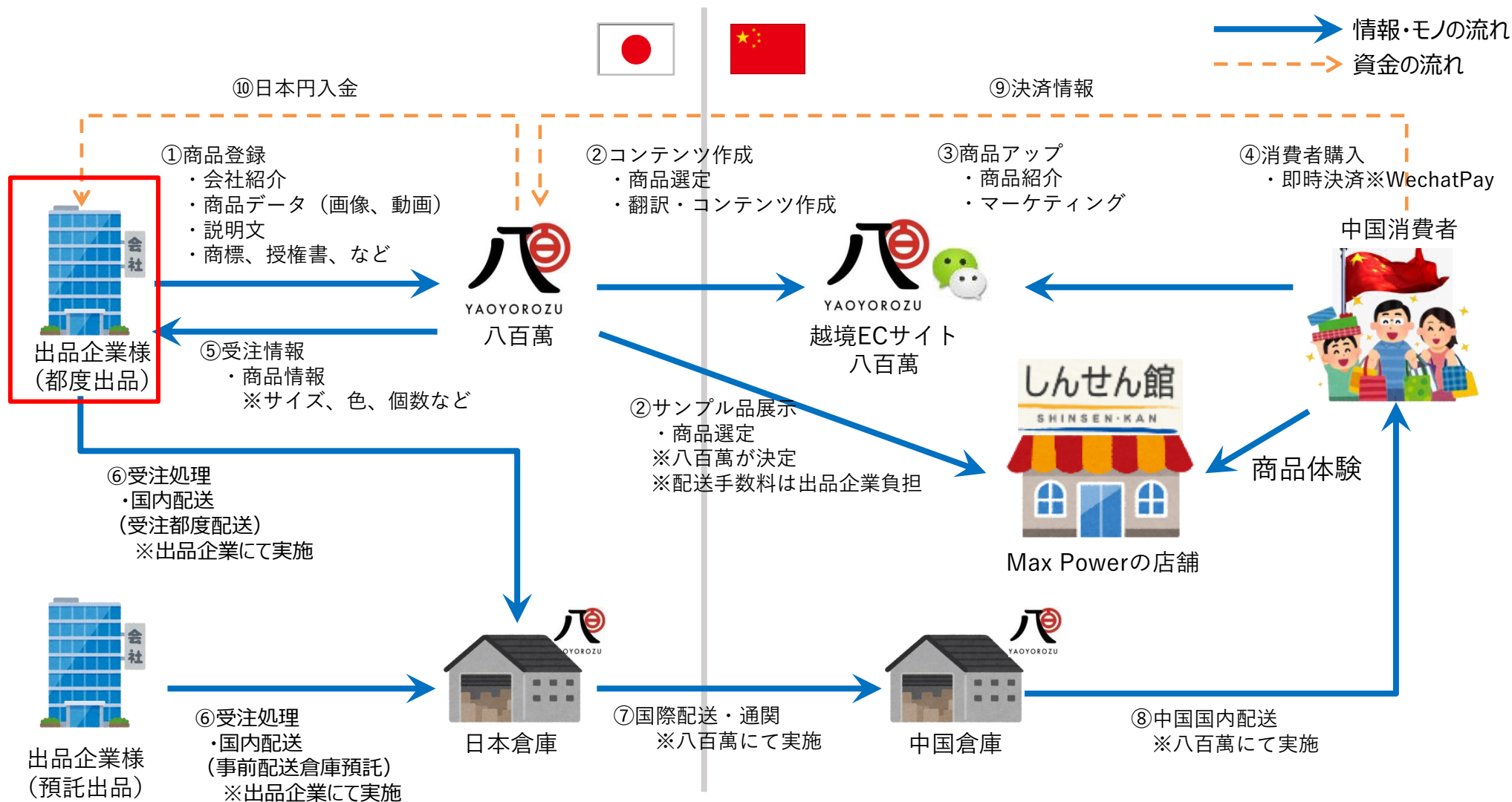
構想：匠人、匠心、匠品

語りたくなるモノに会える商店街
日本の隠れた“逸品”を中国へ



【ご参考】 出品企業の出品の流れ

- 出品企業様が商品情報を八百萬に提供。八百萬が越境ECサイトに登録し、中国の消費者に販売
- 中国の消費者からの注文が確定次第、八百萬から注文。出品企業様は商品を八百萬の日本国内倉庫に配送
- 八百萬は所定の支払いサイト(締日から支払いまでの期間)に則って、出品企業様の売上金を日本円で送金



2. 越境ECサービスの特徴

Max Powerグループの既存店舗を中心とした“体験型”越境ECサービスを提供



“体験型”越境ECサービス

サンプル品を手にとって納得してから
QRコード経由でECサイトに誘導し購入可能

厳選した逸品

20年以上の小売経験を活かしたラインナップ

信頼できる物流網

鮮魚を中心とした生鮮食品の輸出入のノウハウ

既存の富裕層顧客 200万人

Max Powerグループ店舗に来店する富裕層にリーチ可能

【ご参考】 全国70店舗以上の場所へ商品の展示をする。 越境ECサービスの店頭展示イメージ

しんせん館

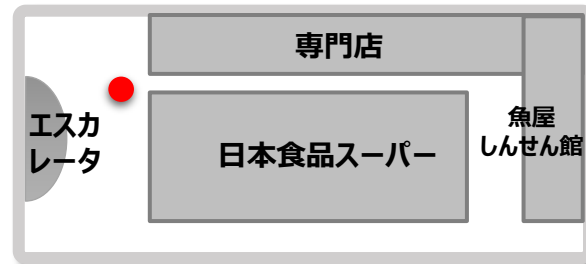


※展示場所は店舗によって変更する可能性があります

魚屋しんせん館



上海久光店



鮮品館 (B1F)



久光百貨店、イオンモールなどの商業施設に魚屋しんせん館が出店中
施設管理者との交渉によりサンプル品展示スペースを確保予定
例、催事スペースを借りて、期間限定の物産展を開催など

※展示場所は施設管理者との調整結果によって変更する可能性があります



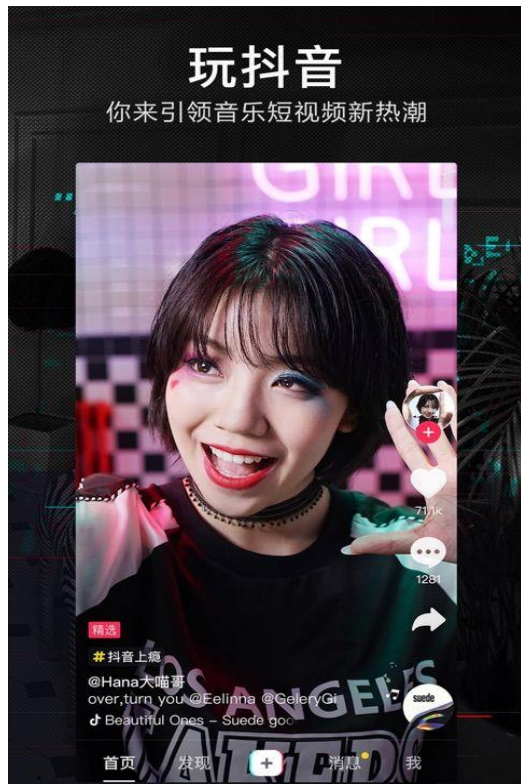
3. “体験型”越境ECサービスの集客方法

Wechatミニプログラムを利用した越境ECサイトは、
各種情報発信チャネル、SNS共有、サンプル品の店頭展示に合わせて集客を実現



【ご参考】中国国内の人気SNS、口コミサイト

TIKTOK



 中国の人気動画配信サイト

 ライブコマースは
ニューリテールのトレンド

 企業アカウントは最も
有効な集客手法

小紅書



 インフルエンサーを起用した
口コミサイト

 商品の使用体験を中心とし
た記事は各客層に支持

 買物サイトが併設され、
宣伝から購買まで対応

公式アカウント



 Wechatの12億人の
顧客基盤

 短期間で複数回の
情報発信が可能

 ミニプログラムと緊密に連携、
容易にアクセスとシェアを把握

4. 商品選定のイメージ

商品の評価指標

【全体共通のコンセプト】

技術力	クラフトマンシップが表れている。 日本製らしい物作りのこだわりがある。
独自性	類似商品には無いユニークポイントがある。 ユーザーに支持される圧倒的な強みがある。
ストーリー性	語りたくなる誕生秘話。愛用する喜びがある。 SDG'sに繋がる。

【補足的な指標】

機能性	現代の生活スタイルに合っている。 課題を解決する。
地域性	地域の伝統、特色に則した製品など
素材のこだわり	オーガニック、純度の高い鉄鋼製品など
受賞歴など	デザイン賞、伝統工芸品認定、皇族へ奉納など
中国での販売量	販路が無いもの。または少ないもの。
サンプル展示	サンプルが効果的なもの。 実物を通じて安心して買えるもの。

商品イメージ

キッチン・ダイニング用品

鋳物技術を応用した
密閉性が高く、熱伝達に
優れた調理器具



伝統工芸品

伝統工芸の手描友禅のデ
ザインを応用した小物入
れ、バッグ、ポーチなど



ベビー、マタニティ用品

速乾性、通気性など機能
性に優れオーガニック素
材などのこだわり、育児
が楽しくなるベビースリ
ング



【ご参考】 八百萬へ出品している商品①

事業者名 商品名	所在地	カテゴリー	概要	イメージ
アートフォルム 有限会社 ひねり髪すき	秋田県	地域特産品 化粧雑貨	おのが折れてしまうほど硬く加工が難しいと言われる斧折樺（おのおれかんば）と言う素材を使い、まるい頭をとかすためのフォルムが特徴的な逸品。 地域性や希少性、実用性を備えて、使い手に寄り添ったモノ作りの考え方等クラフトマンシップあふれる商品。	
漆工芸 利山 イタリアン デザイン漆器	秋田県	キッチン・ ダイニング用品 伝統工芸品	川連漆器の伝統工芸の美しさとイタリアのデザイナーが生み出したモダンな漆器。 これまでにない新しい漆器の形、色によりライフスタイルに”遊び”を取り入れる事ができる逸品。	
有限会社 栗久 大館曲げわっぱ	秋田県	キッチン・ ダイニング用品 伝統工芸品	秋田を代表する伝統工芸「大館曲げわっぱ」は秋田の天然杉を煮沸し曲げこむなどで仕上げた器。1点1点職人の手作りで産み出されるフォルム、天然杉ならではの抗菌、断熱、吸湿性が特徴の逸品。 結露しにくいワインクーラー、杉の薫りにより樽酒を愉しめる酒器、適度な吸湿でご飯やお弁当が傷みにくく美味しく食べられる器など、現代生活でも通用する機能性、粋なデザイン、秋田人の知恵・歴史・文化が詰まった逸品。	

【ご参考】 八百萬へ出品している商品②

事業者名 商品名	所在地	カテゴリー	概要	イメージ
酒井産業株式会社 木のおもちゃ	長野県	ベビー用品	「本当にいいものをこども達に届けたい」「自然のぬくもりを暮らしの中に」その思いから酒井産業では日本産木材を積極的に取り入れ、木の素材が持つ優しさ、伝統技術などを活かし、“日本の木の文化”を感じられる逸品を提供します。 数十年先の将来世代に豊かな生態系のある森を残すため、SDGs推進企業として間伐材を使った商品開発などを通じて木育の教育活動などに取り組みます。	  ～自然のぬくもりを暮らしの中に～ sakai 酒井産業株式会社 × SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS 世界を変えるための17の目標
浅野撚糸株式会社 エアーかおるタオル	岐阜県	生活雑貨	今、女性に支持される人気タオル「エアーかおる」は吸水、速乾性に優れ、洗濯してもふわふわ感が損なわれず、羽毛落ちも少ないタオルです。海外の安価な繊維と戦うために磨いた撚糸の技術、どん底経営をV字回復に導いたタオルブランドは「ナンバーワンよりもオンリーワンを目指す」下請け業者だった小さな町工場の大逆転ストーリーが詰まった逸品。	 
合同会社アルチザン 折燕 (ORI-EN) 金属食器	新潟県	キッチン・ダイニング用品	金属加工の聖地、新潟県燕市から機能的で優れた製品を届けるアルチザンと富山県高岡のステンレス着色技術を持つ職人とのコラボにより折燕 (ORI-EN) は生まれました。 ステンレス2重構造による保温性、塗装ではなく金属の腐食性を利用した着色技術による色彩・質感はまさに“伝統美・新技術の融和”であり、生活を豊かに彩る逸品です。	 

【ご参考】 中国へ輸出に関する規制について

※内容は2019年9月時点のものです。

最新情報は日本貿易振興機構(ジェトロ)、中国規制当局のホームページをご確認ください。

地域	品目	規制
福島、宮城、茨城、栃木、群馬、 埼玉、千葉、東京、新潟※1、長野	すべての食品、飼料	輸入停止
その他道府県	野菜、果実、 乳製品など ※2	放射性物質検査証明、 産地証明
	水産物	
	コメ、酒、菓子など	産地証明

※1 2018年11月28日から新潟県産のコメは規制緩和

※2 日中間で検査項目が合意されていないため、実質輸入停止

輸出に関する制度 - 中国への輸出

<https://www.jetro.go.jp/exportguidetop/exportguide/asia/cn/export/foods/>

5. 出品企業様の出品登録手数料

出品企業様の必要費用

【初期費用】 0 円

出品にあたり商談内で別途広告費、倉庫の費用など個別要望がある場合は別途費用をお見積りします。

【販売価格のイメージ】

・八百萬の販売価格 = 出品企業の卸値 + 八百萬の手数料

→詳細は商談内で協議します。

【ご準備いただくもの】

- ・情報コンテンツ（写真、紹介文）の提供※1
- ・店頭展示のためサンプル品の提供

【その他ご負担頂く可能性のある諸経費】

- ・商品紹介ページの制作費（商品数が多い場合）
- ・中国語翻訳費用（文案をお取引先様にご準備いただくことも可能）
- ・サンプル品の送料、輸出入などの諸経費※2
- ・宣伝広告費（KOLプロモーション※3、イベント協賛、Webバナー広告など）
- ・倉庫の保管料（取引拡大時に在庫保管のため）
- ・取材費（交通費、人件費）など

出品企業様の条件

【必要条件】

- ・取引口座を持っていること
- ・業務継続性が問題ないこと
- ・中国への輸出販売に同意していること
- ・写真など企業、商品の紹介に必要な情報の提供
- ・Web会議で打ち合わせが可能なこと

【推奨条件】

- ・中国向けの商品開発に前向きなこと

※1必要なコンテンツはECサイトのブランド維持のため八百萬にて確認致します。実費をご負担いただくことで八百萬等に委託も可能です。

※2関税やその他諸税など（ただし、一時輸入制度など免税制度の適用を検討中）、展示場所の賃料は八百萬で負担します。

※3 KOLプロモーション…消費者の購買意志決定の際に強い影響力を持つインフルエンサーによるプロモーション

【ご参考】 出品企業様の諸経費

諸経費のイメージ

【販売ページ作成費】

出品企業様にて下記をご準備いただきます。

- ・出品企業様のプロフィール写真
- ・商品の写真データ（ポジデータなど）
- ・中国語の商品情報
商品名、商品仕様、紹介文など

ご提供が難しい場合は、写真の加工（10枚程度）、翻訳費用（500文字程度）として

1商品あたり**1万円（税別）**にて八百萬で対応可能です。

【取材費】

現地で写真や動画などを撮影する必要がある場合、取材費として別途お見積りし、下記の費用を実費でいただきます。

- ・人件費、交通費

【サンプル品のご提供】

※詳細は商談内で協議

しんせん館などへサンプル品を展示する場合

- ・サンプル品の送料
- ・関税やその他諸税など

※展示スペース、展示棚などは八百萬で準備します。

【その他の諸経費】

取引量が増えた際、更に売上を伸ばすために、ご相談させていただきたい費用です。

- ・倉庫の保管料
送料や配送期間を抑えるため
- ・宣伝広告費
個別商品のプロモーション、Webバナー広告、イベント協賛など

オープニングキャンペーン

2021年12月31日までに出品契約を交わした企業様は

販売ページ作成費（写真の加工、翻訳として1商品1万円）を**無料**とさせていただきます。

※現地で撮影などが必要な場合、取材費は別途実費が必要です。

