

OPINION

中部経済新聞

コロナまん延後の時代、世界各国はデジタル取引の革新を加速させており、国をまたぐeコマース(電子商取引、以下「EC」)のような新しい形態が貿易の強化に不可欠な貢献要因として台頭してきています。中国に目を向ける

「ナビゲーター」

と、国をまたぐECが急速に成長して、最も強力に影響のある貿易形態となつていきます。

同じことは日本についてもいえず、年々、ECに携わる企業数が増加しています。シエトロ(JETRO)の調査に

日本への期待 世界各地から

其 77

EC活用し、相互の成長と繁栄を

よると、中国は日本のEC企業が海外展開する際に重視する重要な市場であり、日中2国間のデジタル取引における協働に楽観的な見通しを示しています。

中国国際貿易促進委員会(CCPIT)ビジネス業界委員会は、高水準で多様かつ質の高い開放的な経済発展の枠組みとなるようにCCPITビジネス業界委員会とともに、中国企業のための「1+3」(注1) 海外実務計画(2024年)を発表しまし

中国から(下)

た。この戦略的イニシアティブは、中国国際電子商取引産業博覧会(CIEIE)を開催して、国際経済ならびに貿易交流を強化するプロジェクトにより、ECを中心とした初の海外製品調達展示会を成功させることを目的としています。

この計画では「国際貿易促進」 「マッチング商談会」 「国際展示場」という三つの重要な要素が、企業とターゲットとなる市場との対話を促進することにつながります。これ

には商工会議所や国内外の調達リソースと企業を結びつけることが含まれています。こうした努力は、国境をまたぐECや外国貿易の世界的な急増を活用しながら、企業が新製品を発売したり、既存製品を販売促進したり、ブランドイメージを向上させたりするのを支援します。

国際的な経済ならびに貿易環境の複雑さにもかかわらず、中国と日本の経済協力は本の実績に前進しています。RC

デジタル貿易分野における中国の将来の協働は、引き続き利益につながることを期待されています。コロナ禍後の時代において、中日両国は開かれた経済発展の枠組みの中で新たな機会を模索し、2国間のデジタル貿易交流を強化して、国境を越えた電子商取引の推進力を活用して、相互の経済成長と繁栄を推進するべきではないでしょうか。このアプローチは、中国と日本との互恵的な経済貿易関係を深化させるにちがひありません。

注1「1+3」はASEAN十中国・韓国・日本注2「RCCEP」は地域的な包括的経済連携協定

【姚歆(ジャック・ヤオ)、王沙羅(サラ・ワン)、リーム中産連】

姚歆氏は中国国際貿易促進委員会(CCPIT)ビジネス業界委員会事務局長・アジア・マーケティング連盟副会長。王沙羅(王曦)氏はCCPIT副会長。

なお、前回のコラムで筆者名を誤記しております。失礼いたしました。(リーム中産連)

(月曜日に掲載)