

講演では、日本の家具市場の特徴や、中国家具が日本市場へ進出する際の課題について紹介しました。日本では、住宅事情や都市部への人口集中、土地・賃料などの影響により、実店舗で展示できる家具の種類や数量に一定の制約があります。

一方、中国には豊富な家具商品が存在しており、講演では、こうした商品と日本の消費者との間にある情報・流通上のギャップに着目しました。

また、AI や EC を活用することで、中国の家具商品を日本の消費者が理解し、比較し、購入しやすい環境を構築できる可能性について説明しました。具体的には、AI による翻訳や商品情報の整理、データ処理などを通じて、中国の豊富な家具を日本向け EC サイトへ展開し、日本の消費者へ届ける流れを紹介しました。



今回のセッションでは、家具企業の海外進出や越境 EC、デジタルマーケティング、海外物流など、グローバル市場への展開に関するさまざまなテーマについて講演が行われました。弊社代表は其中で、日本市場の特徴を踏まえた商品展開や販売方法の重要性について紹介するとともに、これまで弊社が家具 EC 事業を通じて培ってきた知見をもとに、AI・EC を活用した新たな市場接点の可能性について発信しました。

カヴァースジャパンは、今回の講演を通じて得られた知見や交流を今後の事業に活かし、日本と海外の家具業界をつなぐ新たな可能性を追求してまいります。