



根津憲司様 (32歳)
株式会社シンワバネス

このレポートは本当に面白いです。中国人って、私の目から見れば文化も低いし、マナーも悪いというイメージしかなかったけど、そういう中でも、彼らのお金を稼ぐ姿勢は今の日本のビジネスマンには必要だと思います。

明日、食っていくために必死にお金を自分で稼ぐ中国人から学ぶことは多いと思う。今の日本で斬新なビジネスを生み出すために、彼らのビジネスを研究するという発想は、今までの私の考えにはないことであり、今の日本のビジネスマンには本当に必要だと思います。このようなレポートは日本にはないので読むことをお勧めします。毎月1万円払っても読む価値があると思いました。



龍野修司様 (39歳)
有限会社GONDOLA

インターネットを使ったセールステクニックなど次々と新しく現れる昨今ですが、Partakerさんの紹介される中国ビジネスアイデアは、実にベタですね！

ベタながら人間心理を鋭く突いていて、「そんなんありか?」、「それもありか?」
と思い、感心しています。お薦めのレポートです。

枠とかルールとか既成概念にとらわれず、やったもの勝ち、アイデア勝負で、
日本でやったらまずいのでは?という手もあるような気がしますがおもしろいです。
おもしろいので読んでいます。



野村進吾様 (53歳)
株式会社シャープ

この「超プレミア中国ビジネスアイデアレポート」に書かれてある内容はクライアントに対して、あーしろ、こーしろとかではなく、クライアントに考える余地を与える、つまりクライアントが自分で考えてPartakerさんのアドバイスを生かすことができるような内容になっています。なかなか面白いです。



野村俊一 (33歳)
野村牧場

Partakerさんが配信している「超プレミア中国ビジネスアイデアレポート」を読んだ感想ですが、毎回送られてくる日本にはない中国独特のビジネスアイデアの事例が非常に興味深く、おもしろいです。商売上手な中国人のやり方、考え方が学べるのでおもしろくて勉強になります。また、Partakerさんの親切で具体的な解説、そして日本での応用の仕方も詳しく書かれてあるので、それをもとに読みこむと、自分にも役立つアイデアがどんどん出てくるようになります。これからも、おもしろいレポートをよろしくお願いします。



西村達也様 (25歳) 株式会社ニトリ

作者のパーティーカーは、2年半かけて、中国市場調査をしました。
このレポートには日本のメディアが報道するような内容は一切書かれていなく、
パーティーカー自身が直接インタビューしたことをもとに、レポートに
書き下して、一番面白いと思ったのは海賊版販売人の商品知識の無さよって
生まれた「ドライ商法」もどきの態度でした。ドライ商法はウェット商法の
反対の言葉なのですが、つまり、従来のウェット商法は、デパートでよく
見受けられるようなベタベタした接客方法であるのに対し、ドライ商法は積極的に
接客をしない、悪く言えば、客をほったらかしにする態度であり、良く言えば、
接客しなくても十分買ってもらえる体制を整えていることです。
これは非常に面白い現象であり、中国人は無意識のうちにこの売り方ができて
います。これは日本人が学ぶべきポイントだと思います。是非、このレポートを
読んで、中国ビジネスアイデアの最新情報を得て、中国独特のビジネスアイデアの
理解を深めて頂きたいです。

山梨日日新聞社記者の言葉

Partakerさんが自分からいろんな企業に売り込んで、アルバイトとしての仕事を
もらってくるという点が普通の学生にはない考え方であり、私は刺激を受けました。
とても楽しい取材でした。これからのがもっと楽しみです。
これからのご活躍を祈念いたします。

スクランブル 中田祐也さん(都留文科大4年) 中国の珍しいビジネス紹介



都留文科大4年の中田祐也さんは、1年間留

「留学中、勉強の傍ら調査リポ
起業者や経営者らに売り込む
た」だけだったが、3カ月
ほどして中国語が話せるよ
うになると、売するための工
夫などをインタビューして
歩くようになった。
昨年夏から

留学中、勉強の傍ら調査リポ 起業者や経営者らに売り込む

「留学中、勉強の傍ら調査リポ
起業者や経営者らに売り込む
た」だけだったが、3カ月
ほどして中国語が話せるよ
うになると、売するための工
夫などをインタビューして
歩くようになった。
昨年夏から



中国の街を歩く中田さん



東京外国語大学大学院 修士1年 韓判（北京出身）

このレポートの中には、中国人の独特な行動が研究されています。
日本人は理解できないところがあるかもしれませんが、本当に面白いです。
読んでみることをお勧めします。



東京大学大学院 顔平（湖南省出身）

Partakerさんのレポートを読んでみて、私はなんか違和感がします。
なぜなら、中国で売られている方法がそのまま書かれてあり、中国人の
私からしてみれば、何も目新しいものがないからです。例えば、中国で
偽物売って、お金を稼ぐということは全然、たいしたことでもありません。
また、偽物売る方法も説明されていますが、ごく普通の売り方です。
また、Partakerさんがよく使う数字などは大げさだと思います。しかし、
一つだけ、中国人の私から見ても、すごいと思うのは、Partakerさんは、
中国人と日本人を比較して、中国の儲けている商売人は顧客の心理を
ものすごく研究しているというところに目をつけ、日本人は商品に頼り
過ぎてると詳しく分析しているところです。中国での儲けている商売人は
心理的な方面をかなり研究しています。顧客の心理をよく理解して、商品を
売り込むのが中国人の特徴なので、これは日本人が学ぶべきだという
気がします。そうすれば、日本人も良いビジネスができるでしょう。



**早稲田大学大学院
修士2年
唐琳（湖南省出身）**

Partaker君が書いた中国レポートには何か無理があるように思います。例えば、悪徳商人の年収ですが、Partaker君が計算して出した、3億6千万（日本円）というのはあまりにも大げさだと思います。悪徳商人が一日24時間、偽物売っているわけではないし、365日間、毎日、売っているわけでもないです（普通に考えると、上海万博が終わったら、今、悪徳商人が売っている偽物などは、売れなくなると思う）。冷静に読んでみると、冗談か？と私は思って笑ってしまいますね。もちろん、Partaker君は日本人の読者の注目を集めるために、このような書き方をしなければ、多くの人にレポートを読んでもらえないので、このように大げさに書かなければならないというのは仕方ないと思いますが。

中国には偽物がたくさんあるという現状は否認できないです。今後、中国政府が取り組んでいくべき課題ですね。ところで、Partaker君が書いた中国レポートは偽物売っている人はかなり儲けている、すごいねという話をしているわけではありません。偽物売っている悪徳商人の売り方を日本人が学ぶべきだと彼は指摘して、言っているのです。中国では偽物と本物の商売競争が公に行われていること、著作権や商標権などに関する法律が日本ほど整備されていないことなどから、また、中国と日本の事情が違うので、中国の悪徳商人の売り方が一概に日本のビジネスに全て適応できるというわけではないように思います。

ですので、みなさんのビジネスに適応できない部分がこのレポートには含まれていると私は考えていますが、適応できない部分は捨てて、適応出来る部分を吸収して、みなさんのビジネスに役立てれば良いと思います。

商品の品質に頼りすぎるのではなく、顧客の心理を徹底的に研究して、売り方を工夫することが商売のコツであり、日本人のみなさんは中国での儲けている人達の売り方を取り入れて、成功して欲しいということがこの中国レポートのエッセンスです。みなさんがこれを理解し、実際にみなさんのビジネスに応用できれば、より良い効果をもたらすでしょう。



**東京外国語大学大学院
修士1年
王伟男（大連出身）**

この「超プレミア中国ビジネスアイデアレポート」は素晴らしいレポートで、Partaker君が独特な角度から中国のビジネスアイデアを分析・研究したものです。是非、読んでみてください。

圧倒的なメディアの信頼!!!

毎日新聞社外信部長様

こんなレポートがあるなんて、知らなかった。驚きです。このレポートは力作ですね。

週刊ダイヤモンド編集長様

自らの努力や工夫で苦難を乗り越え、新しい道を切り開くPartaker様がたのもしく見えました。Partaker様のような人がこれから増えていけば、日本も安泰なのですが。Partakerさんのように、今までやってきたことをどうと語る学生はいないですよ。

日経ビジネス副編集長様

このレポートのネタは面白い。面白いので、日経ビジネスの記事にした。

山梨日日新聞社記者様

Partakerさんがご自分で中国独特のビジネスアイデアを集めた結晶は本当に素晴らしいです！

中国テレビ局「湖南衛視」リポーター

Partakerさんは本当にデブだけど、非常に面白い日本人ですね。

就職ジャーナル編集長様

このたびは、貴重な資料とご意見をいただきありがとうございます。Partaker様が、自身の力によって様々なチャンスを切り拓いていかれたお話は、学生の皆さんにいい刺激になりそうですね。