

“ยุคที่มีชาวจีนในญี่ปุ่น 1 ล้านคน”

สังคมญี่ปุ่นในปัจจุบัน ชาวจีนอาศัยพำนักอยู่ในญี่ปุ่นมีความสำคัญสูงขึ้นอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน จากมาตรการผ่อนคลายนโยบายในการขอวีซ่าถิ่นพำนักพบว่าการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และช่องทางการย้ายถิ่นฐานมายังญี่ปุ่นเปิดกว้างไม่เพียงแค่ว่าสำหรับคนจีนที่ร่ำรวยเท่านั้น แต่ยังรวมถึงคนจีนระดับชนชั้นกลางด้วย ในปี 2569 คาดว่าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในญี่ปุ่นจะมีจำนวนเกิน 1 ล้านคน

ปัจจุบันมีชาวจีนประมาณ 840,000 คน อาศัยอยู่ในญี่ปุ่นกว่า 1,600 เขตการปกครอง คิดเป็นกว่า 90% ของทั่วประเทศญี่ปุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จำนวนชาวจีนที่มีสถานะเป็นผู้พำนักถาวรกำลังเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และมีจำนวนเกิน 330,000 คนแล้ว ตั้งแต่ปี 2559 ในช่วง 8 ปีที่ผ่านมา จำนวนผู้พำนักถาวรเพิ่มขึ้นประมาณ 100,000 คน และการเพิ่มจำนวนขึ้นเช่นนี้ยังคงดำเนินต่อไป

Visa	Population	Percentage
Permanent	330,810	40%
Working	92,141	11%
Student	134,651	16%
Training	28,860	4%
Dependent	76,131	9%
Long-term resident	29,615	4%
Technical Intern Training	13,468	2%
Spouse	26,426	3%
Special Activity	9,942	1%
Others	79,122	10%

" แม้มี SNS ก็ไม่มีความกังวลใดๆ "

ชาวจีนได้สร้าง "เขตเศรษฐกิจจีน" ติดต่อกับสื่อเชื่อมโยงสร้างความสัมพันธ์ผู้คนเป็นกลุ่มผ่าน SNS (Social Network Service) เช่น แอปพลิเคชัน "WeChat" (微信) ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของจีน ในหลายพื้นที่ของญี่ปุ่น พบว่ามีการสร้าง "โซนทาวน์แห่งใหม่" โดยกลุ่มชาวจีนที่ต้องการอยู่อาศัยอย่างถาวรในญี่ปุ่น ไม่เพียงแต่ใจกลางกรุงโตเกียวเท่านั้น แต่ยังขยายไปยังจังหวัดไซตามะ ชิบะและกระจายในหัวเมืองอื่นๆ อีกด้วย เช่น ในเขตที่พักอาศัยให้เช่าที่เมืองคาวากูจิ จังหวัดไซตามะ อะพาร์ตเมนต์ ขนาด 2,454 ยูนิต ครึ่งหนึ่งของผู้อยู่อาศัยเป็นชาวจีน ชนชั้นกลางจากจำนวนทั้งหมด สำหรับชาวจีนที่อาศัยอยู่ในเมืองโอซากะก็เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับชีวิต เช่น โรงเรียนอนุบาลสำหรับชาวจีน ซึ่งผู้อยู่อาศัยสามารถใช้ชีวิตได้โดยไม่ต้องพูดภาษาญี่ปุ่น

จากการสัมภาษณ์ชาวจีนที่ย้ายมาพำนักในญี่ปุ่น ต่างให้เหตุผลที่พวกเขาเลือกย้ายมาคือ การที่สามารถได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพและบริการทางการแพทย์และสวัสดิการในราคาที่ไม่แพง การแข่งขันในการสอบเข้ามหาวิทยาลัยที่ง่ายกว่าที่จีน และการดึงดูดจากสภาพแวดล้อมที่อิสระเสรี

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย

การที่ญี่ปุ่นมีตลาดผู้บริโภคชาวจีนขนาดจำนวน 1 ล้านคน เป็นโอกาสในการขยายตลาดสินค้าไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มสินค้าที่ชาวจีนชื่นชอบ เช่น ทูเรียน ซึ่งญี่ปุ่นนำเข้าทูเรียนจากประเทศต่างๆ รวมทั้งจากประเทศไทยจำนวน 454 ตัน มูลค่า 53 ล้านบาท (คิดเป็นเงินไทยประมาณ 12.2 ล้านบาท)¹ เมื่อสอบถามข้อมูลจากผู้ค้าส่งและร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าเอเชีย พบว่าผู้ซื้อจำนวนมากเป็นชาวจีนที่อาศัยอยู่ในญี่ปุ่น หรือชาวจีนในญี่ปุ่นอาศัยอยู่ในชุมชนของตนเองและคงรักษาวินัยชีวิตและการบริโภคอาหารแบบจีนไว้ แม้ว่าสินค้าบางอย่างจะไม่ใช่ที่ต้องการในหมู่ชาวญี่ปุ่น แต่ยังคงมีโอกาสนำสินค้าหรือบริการที่มุ่งเน้นไปที่ชาวจีนในญี่ปุ่น

(¹แหล่งที่มา: Fruits Navi <https://www.kudamononavi.com/graph/category/ca=25>)

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของ สคต.

การนำสินค้าไทยมุ่งเน้นเจาะกลุ่มชาวจีน จะเป็นช่องทางให้สินค้าใหม่ของไทยทำตลาดในญี่ปุ่นได้มากขึ้น โดยในการเข้าทำตลาดธุรกิจของชาวจีนในญี่ปุ่น เช่น ในงานแสดงสินค้าและเจรจาธุรกิจทั่วไปก็ยังคงมีความสำคัญ และให้ผลสัมฤทธิ์ที่ดี นอกเหนือจากแหล่งข่าวสารจากสื่อมวลชนหลักทั่วไปแล้ว ชาวจีนมักจะใช้ SNS เพื่อรับข้อมูลทางสังคมและดำเนินธุรกิจต่างๆ ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลของชาวจีนในญี่ปุ่นคือ SNS ในแอปพลิเคชัน "WeChat" (微信) จะมีการตั้งกระทู้มากมายไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้าต่างๆ เช่น อาหาร ตลอดจนข้อมูลการจ้างงาน ฯลฯ ชาวจีนมักเชื่อถือข้อมูลจาก SNS ที่มีคนใกล้ชิดมาแลกเปลี่ยนกันมากกว่า ทำให้การทำธุรกิจสื่อสารกันผ่านระบบ SNS มีความคึกคักและกำลังเติบโตอย่างมาก นอกจากนี้ยังมี "小红书" (เสี่ยวหงซู) และ "微博" (เว่ยป๋อ) แอปพลิเคชัน ที่ถูกใช้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งผู้ประกอบการไทยอาจใช้ช่องทางดังกล่าวในการทำการตลาดผ่าน SNS หรือการหาพันธมิตรทางธุรกิจผ่านช่องทางเหล่านี้จึงเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพ และคาดว่าจะประสบความสำเร็จ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น
แปลและเรียบเรียงจาก

หนังสือพิมพ์ Nikkei ฉบับวันที่ 5 มีนาคม 2568