

### 第3章 中国進出の今後の展望と方向性

## 第3章 中国進出の今後の展望と方向性

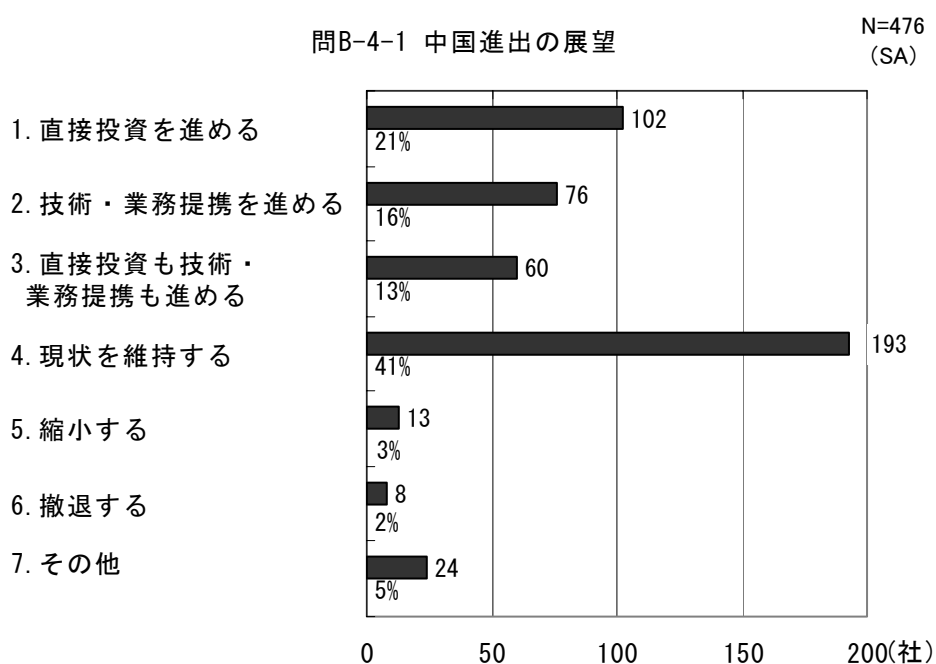
- 今後の中国進出の方針
  - ・ 中国展開の今後については、現状を維持するという意向が4割を占めており、これに対して直接投資を進めるという意向は2割程度である。
  - ・ 技術提携、業務提携についても、更に進めるという意向は少ない。
- 今後の中国進出の方向性
  - ・ 今後一層の中国展開を指向する企業は、現地市場の開拓と取引関係の維持や拡大が大きな理由であり、人件費の低減などコスト面の要素は少ない。
  - ・ 取引関係の維持・拡大のためには、日系企業、外資系企業などを問わず、上海を含む華東地域がよいとする意見が強い。
  - ・ それ以外の面でも、華東地域が優れているとする意見が多い。但し、回答企業の現在の進出先が華東に多いことも背景にあると考えられる。
- 中国展開の方策
  - ・ 中国展開の責任者は6割以上の場合が代表者であるが、それ以外の役員が担当した場合も3割程度ある。
  - ・ 中国ビジネスの拡大のためには、現地視察を踏まえたフィージビリティ・スタディが重要であり、また銀行やコンサルタントなどの活用や、見本市・地元政府の誘致セミナーなどへの参加などが効果的であるという意見が強い。
- 中国政府への要望
  - ・ 法制度面の運用、改訂などに当たって不明確な面があることに対して、改善を求める声が目立っている。
  - ・ その他、電力などのインフラ整備、知的財産権への配慮などがあげられている。

## 1. 今後の中国進出の方針

### (1) 回答全体

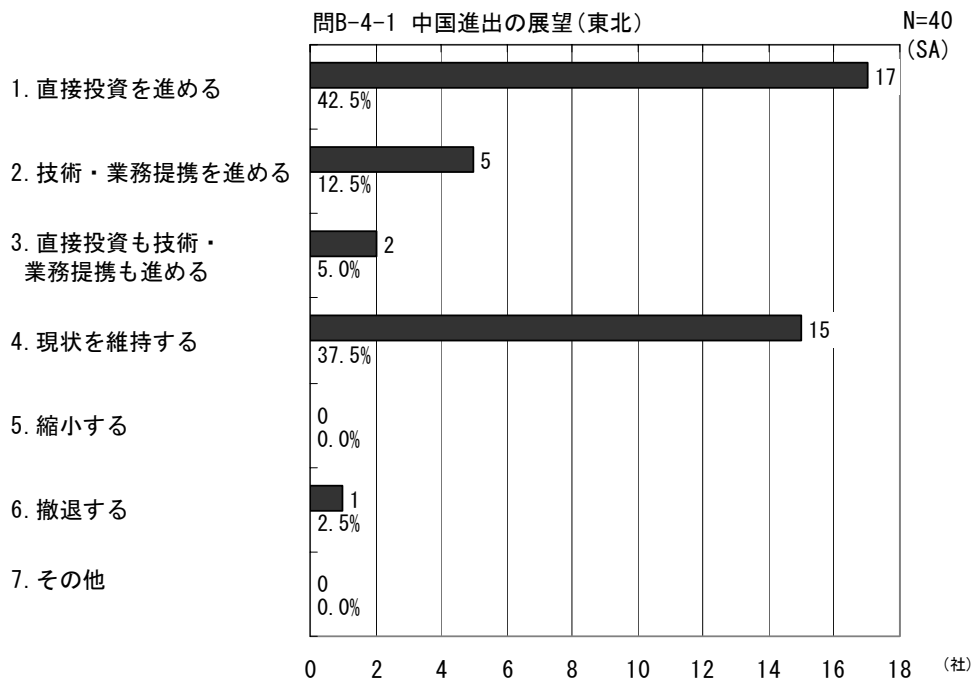
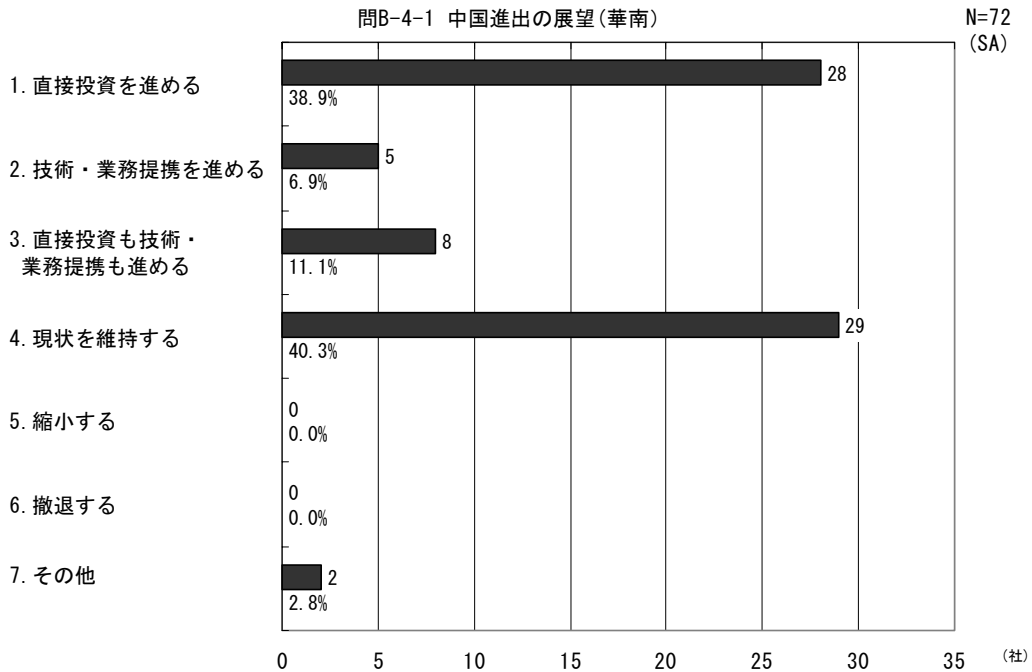
中国展開に関する今後の方針としては、既に中国に直接投資ないし業務提携によって進出している企業が対象であることから、「現状を維持する」という回答が4割を占めた。

しかし、「直接投資を進める」という企業も2割に達している。その他、「技術提携・業務提携を進める」、「直接投資も技術・業務提携も進める」という回答を併せると5割の企業が一層の中国展開を指向していることがうかがえる。



### (2) 地域別の特徴

華北と華東に展開している企業については、上述の全体的な傾向がそのままあてはまっている。これに対して、東北進出企業では、「直接投資を進める」という回答が「現状を維持する」という回答を上回っている。また、華南進出企業も「直接投資を進める」という積極的な意見が目立っている。



(問B-4-1 地域別集計)

## 2. 今後の中国進出の方向性

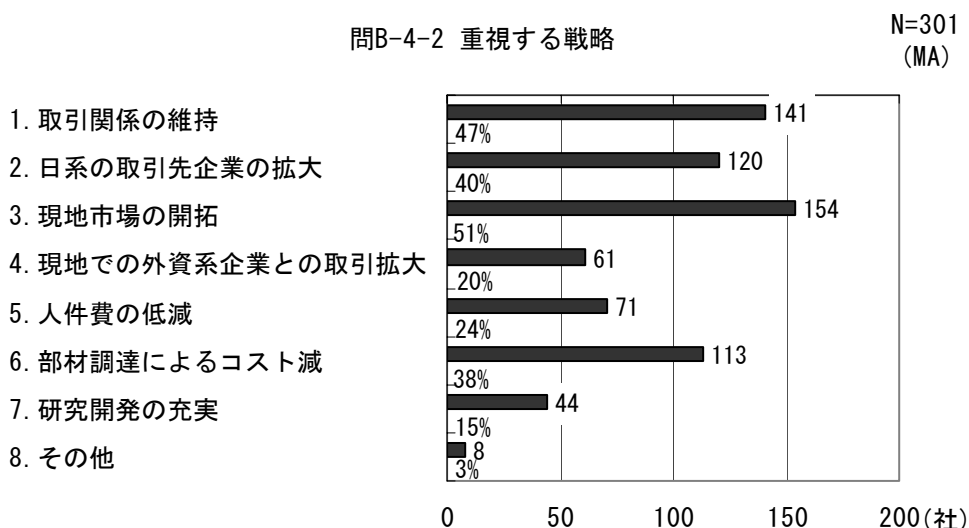
### (1) 重視している戦略

#### ①回答全体

さらなる中国展開を指向している企業の方針については、「現地市場の開拓」と「取引関係の維持」が最も多い。これに三番目に多い「日系の取引先企業の拡大」を併せると、ほとんどの企業が市場や販路の維持・開拓にあることがわかる。

また、「部材調達によるコストの減」も今後の中国展開における大きなテーマであるといえることができる。

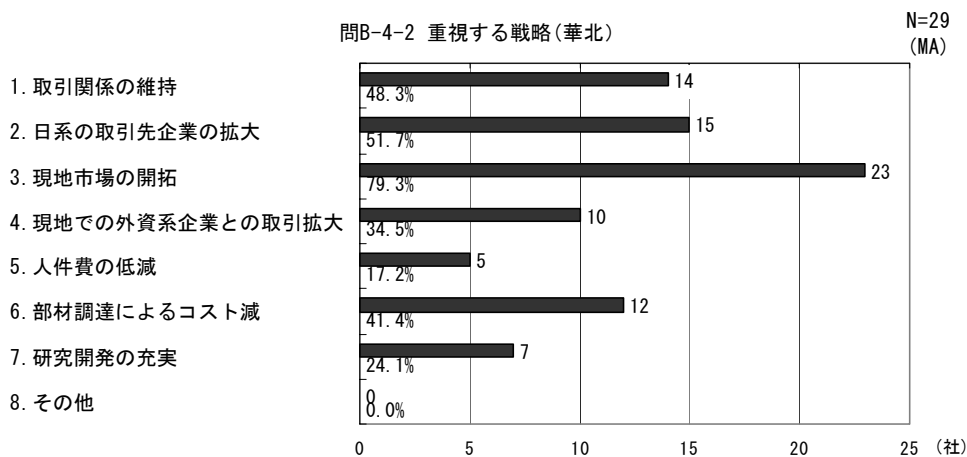
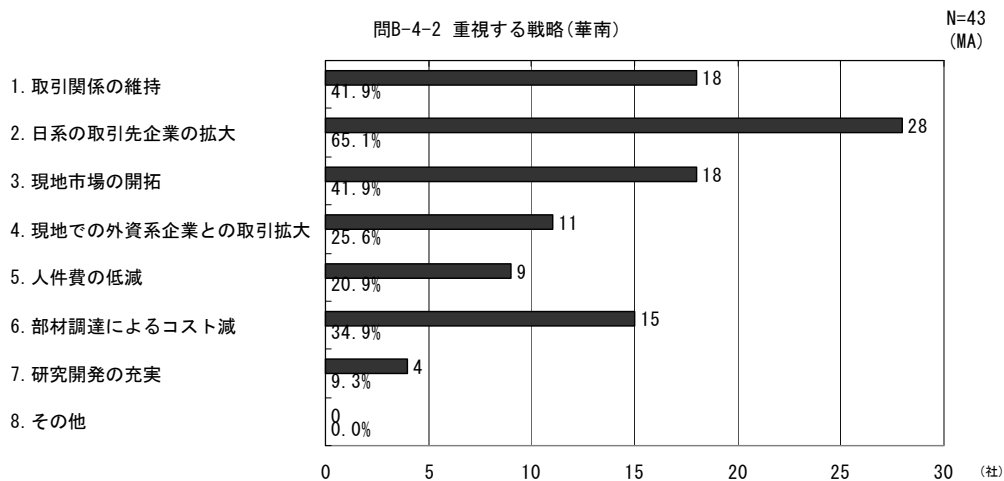
なお、「研究開発の充実」をあげる企業は6%にとどまり、まだこうした面までは中小企業の戦略にはそれほど入ってこない状況がうかがえる。



#### ②地域別の特徴

中国進出企業が重視する戦略を進出先別にみると、東北地域と華東地域進出企業については、上述の全国の傾向とほぼ同じといえる。

これに対して、東北地域進出企業は、「現地市場の開拓」と回答した企業が相対的にかなり多いといえることができる。また、華南進出企業では、「日系の取引先企業の拡大」という回答が最も多い。



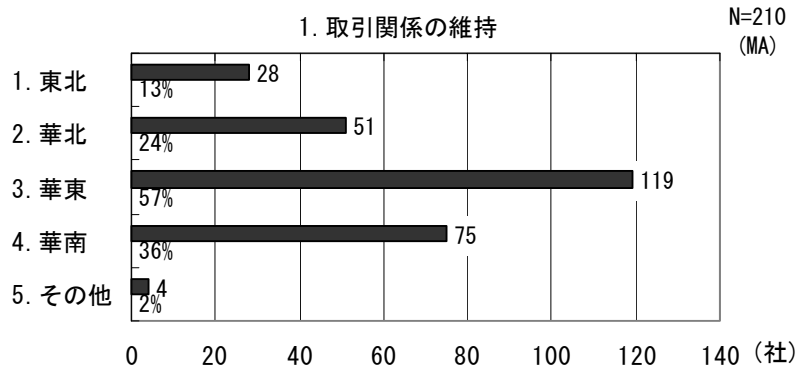
(問 B-4-2 地域別集計)

## (2) 戦略に適した地域

ここで、以上のような中小企業のさらなる中国展開の方針・戦略について、中国国内のどの地域がそれに相応しいかをたずねた結果をとりまとめると、次に示すとおりである。

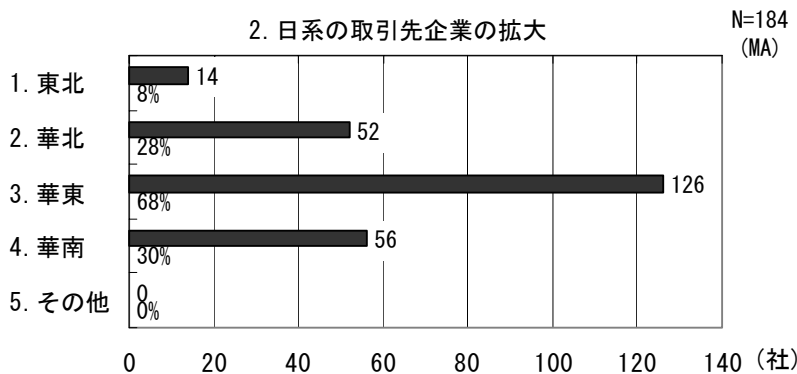
### ①取引関係の維持

取引関係を維持するという視点からは、華東地域を想定する経営者が最も多い。次いで華南となっている。こうした結果は、回答企業の立地展開の分布をそのまま反映していると考えられる。



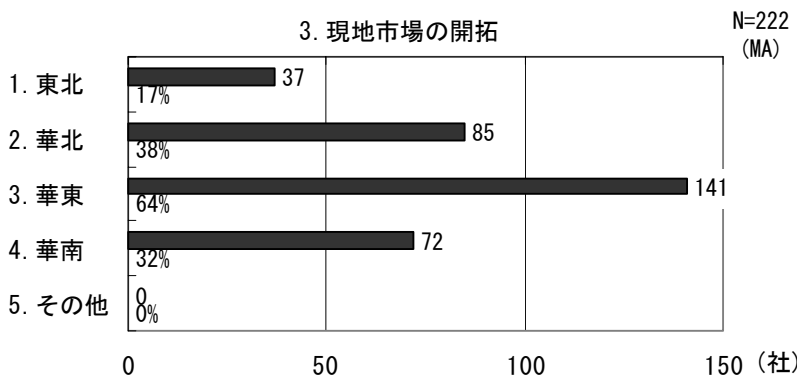
### ②日系の取引先企業の拡大

日系の取引先企業の拡大を目指す視点からも華東地域を想定する経営者が最も多い。これは、回答企業の立地展開の分布を反映しているとともに、上海を中心とした地域における日系の大手セットメーカーの集積があることによるものと考えられる。



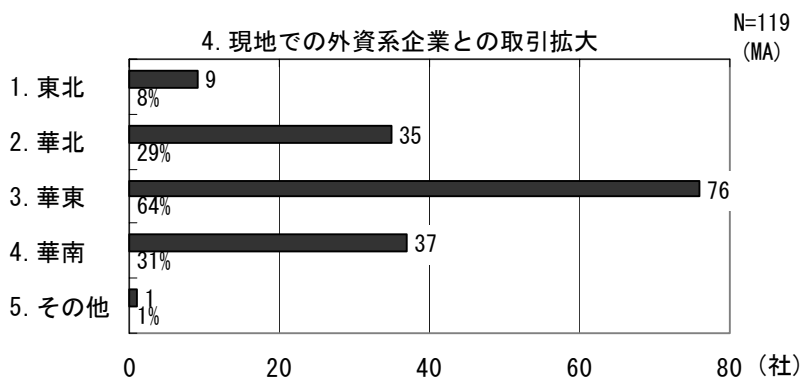
### ③現地市場の開拓

中国の現地市場の開拓を目指す視点からも華東地域を想定する経営者が最も多い。これは、消費者マーケットが大きいこと、地場系・日系・外国系のさまざまな企業が展開していることによるものと考えられる。



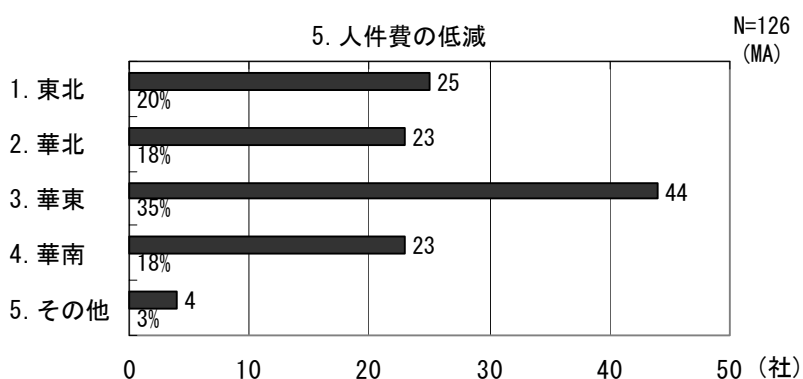
#### ④現地での外資系企業との取引拡大

外国系企業との取引関係を目指す立場からは、華東をあげる経営者が多い。華北、華南はほぼ同様の評価である。



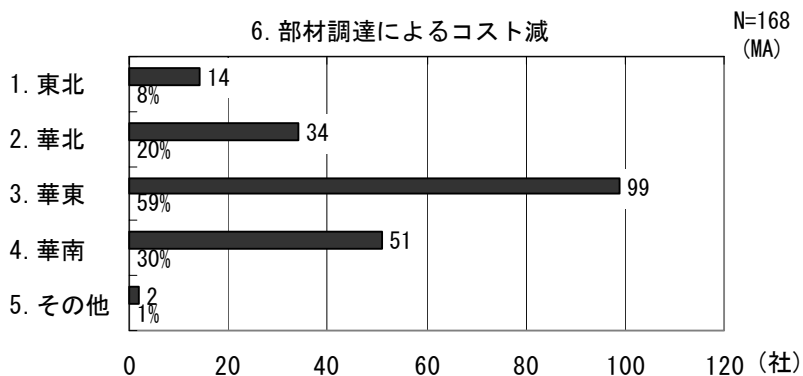
#### ⑤人件費の低減

人件費の削減を目指す立場からも華東をあげる経営者が多い。二番目が東北地域である。人件費という点では、東北への注目度も高いといえる。



#### ⑥部材調達によるコスト削減

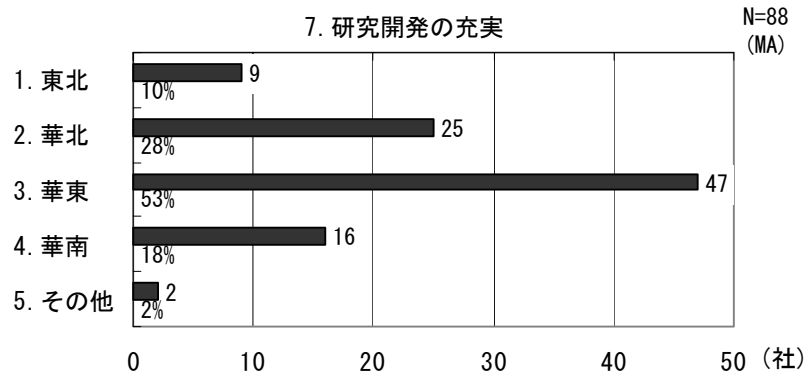
部材の調達コストの削減を目指す立場からは、華東、華南、華北の順となっている。これは、華東や華南に中国の地場企業が集まっていることが背景にあると考えられる。





### ⑦研究開発の充実

研究開発の充実を目指す立場からは、上海などの華東が多く、次いで華北、華南の順となっている。これは、上海をはじめとする華東や北京を初めとする華北に優れた大学が多いことが背景にあると考えられる。

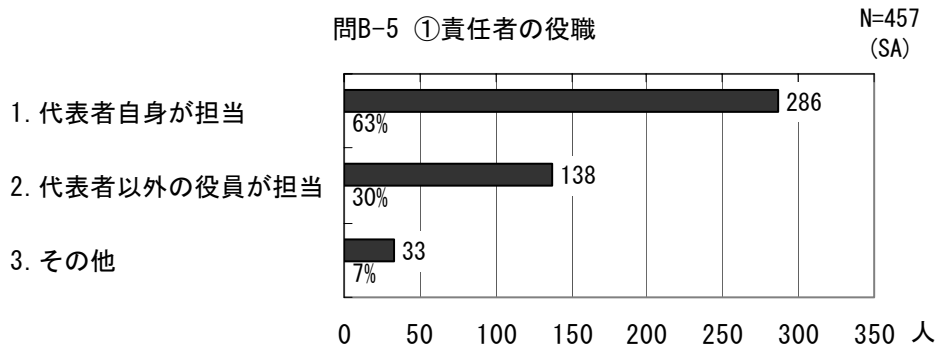


### 3. 中国ビジネス拡大に向けた方策

#### (1) 実質的責任者

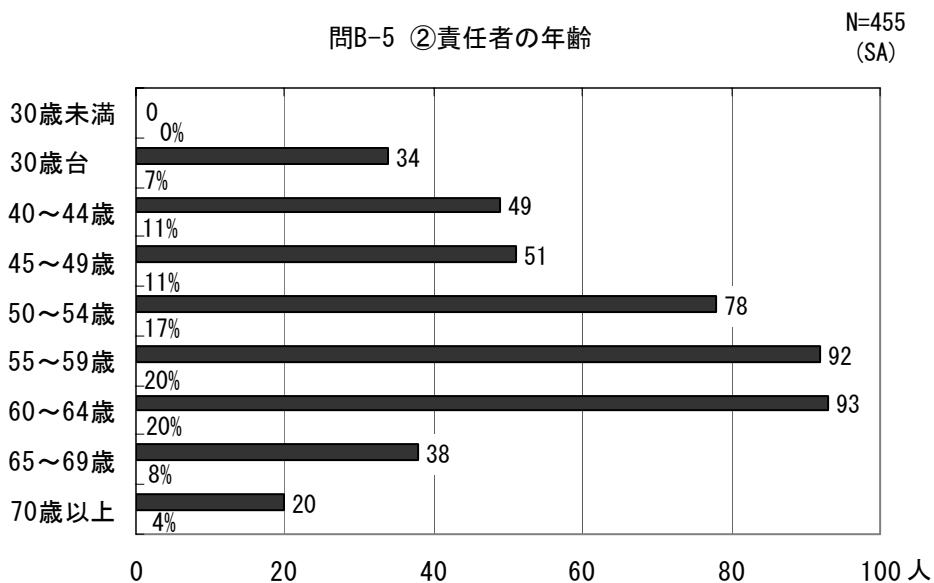
##### ①中国展開の責任者の役職

中国への展開を進めている責任者についてみると、6割以上が代表者自身となっている。しかし、それ以外の役員が担当している場合も3割程度ある。



##### ②責任者の年齢

中国展開の責任者の年齢を5歳階層で見ると、6割が代表者であることを反映し、60代前半と50代後半が最も多く、併せて4割を占める。しかし、40代も2割程度を占めている。



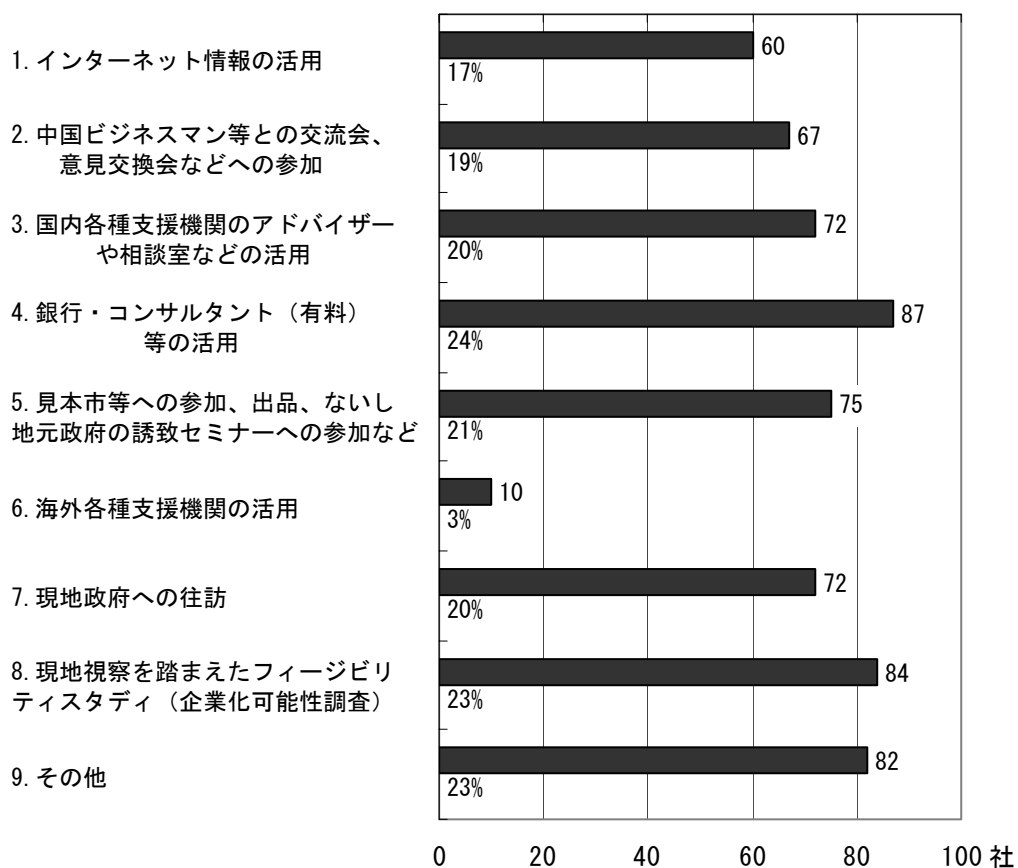
## (2) 中国ビジネス拡大に向けた方策

中国ビジネスを拡大するためには、さまざまな情報入手や相談・支援の機会を求める必要があるが、既に中国に展開している企業は、銀行・コンサルタントを活用している企業が目立つ。また、現地調査を踏まえたフィージビリティ・スタディも重視されている。その他では、見本市や現地のセミナーへの参加、国内の各種支援機関のアドバイス、現地政府への訪問なども多い。

全体的に、多様な手段で情報を入手したり、ネットワークを築いたり、アドバイスを得たりしていることがうかがえる。

問B-6 中国ビジネス拡大に向けた方策

N=358  
(MA)



## 4. 中国政府への要望

最後に、中国政府への要望を自由意見としてたずねた結果は次のとおりである。

- ・通関、輸出入に関する税金などを含めた法制度全般の運用や改訂に関して、わかりにくさ、不明確性、場当たりの朝令暮改、解釈の不統一、建前と実際の乖離などを指摘する声が非常に強い。
- ・また、これと関連して、税制面（増値税、関税、法人税、外貨管理などの面）において、企業活動にあたってのメリットを損なわないようにしてほしいという要望が強く見られる。
- ・これらとならんで、電力をはじめとするインフラ整備について問題点が強く指摘されている。突然（2日前に通告）の停電や週3回の停電がある、停電の対象企業が差別的であるなど、電力事情の悪化は致命的という声が出されている。
- ・これらに次いで、知的財産権への配慮、ロイヤリティの支払い履行、贖物対策などを訴える声がある。