

第 1 章 中国への直接投資の分析

第1章 中国への直接投資の分析

- 投資のきっかけ・ねらい・背景
 - ・ 現地法人の8割が自社の経営判断によって進出している。
 - ・ その狙いや背景としては、人件費及び調達コストの削減が大きく、その他、取引関係の維持、現地での取引先、市場の開拓も大きな比重を占める。
 - ・ 今後の中国進出の狙いとしては、中国市場の拡大を背景として、現地市場の開拓の比重が高い。
- 取引状況
 - ・ 納入先は、現地法人の7割が日本本社持ち帰り、5割弱が現地日系企業となっているが、3割以上の現地法人は中国地場企業にも納入しているなど、多様化傾向がみられる。
 - ・ 調達先もかなり分散しており、現地法人の7割近くが中国地場企業から調達している他、日本からの輸入、日本の本社工場部門からの調達、現地の日系企業からの調達なども多い。
- 準備状況
 - ・ 中国進出にかけた準備期間は1年から2年未満が最も多く、それ以上をかけている場合も目立つ。
 - ・ その間、5回以上の現地視察を行っている場合がほとんどで、コンサルタントを同行した現地調査も行われている。
 - ・ 意思決定に当たっては、取引先企業、取引銀行をはじめ、各方面に相談している。
 - ・ 契約内容に関しては、専門家の確認を受けない場合が多い。

1. 中国現地法人の概況

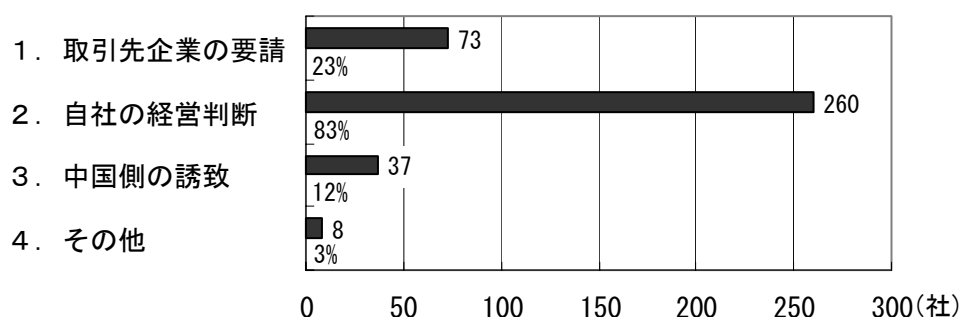
(1) 中国への投資のきっかけ

①回答全体

中国に直接投資を行い、現地法人を設立している企業について、そのきっかけをみると、8割の企業が「自社の経営判断」によって進出したことがわかる。「取引先企業の要請」によるものは2割に過ぎない。これは、中国への進出時期が比較的最近であり、国内において大手のセットメーカーなどを頂点とした大企業と中小企業の垂直的な関係が崩れつつあった時期に該当すること、及び生産拠点としての中国に対する注目が一段と高まり、生産立地の国際展開が進む中で中小企業も生き残りをかけて積極的に進出したこと、などが背景にあると考えられる。

なお、残りの1割が「中国側の誘致」による場合であった。

問B-2-1 中国への投資の動機、取引の状況 進出の動機 (きっかけ) N=315 (MA)



②地域別の特徴

東北、華北、華東、華南いずれについても、中国投資のきっかけには大きな違いはみられない。但し、華南は「取引先の要請」による場合が比較的多い傾向にある。なお、中国内陸のその他地域は5社の回答であるが、「自社の経営判断」が4、「中国側の誘致」が1であった。

(2) 中国現地法人の取引状況

①納入先

i) 回答全体

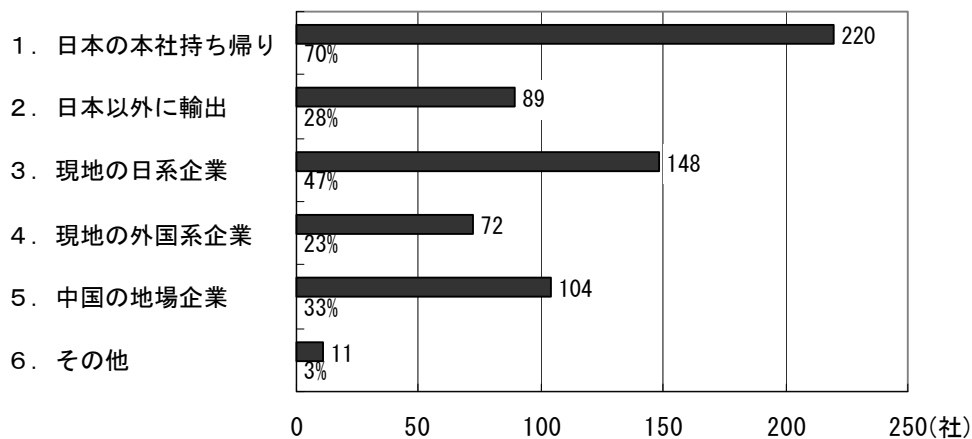
現地法人の取引の状況についてまず納入先からみると、現地法人の7割が「日本の本社への持ち帰り」をしている。また、現地法人の5割弱が「現地の日系企業」に納入している。

一方、「中国の地場企業」、「現地の外国系企業」に納入している場合もあり、日本離れもしていることがうかがえる。

なお、回答企業は複数の選択肢を選択している場合が多く、納入先の多様化傾向がみられる。

問B-2-1 中国への投資の動機、取引の状況 納入先

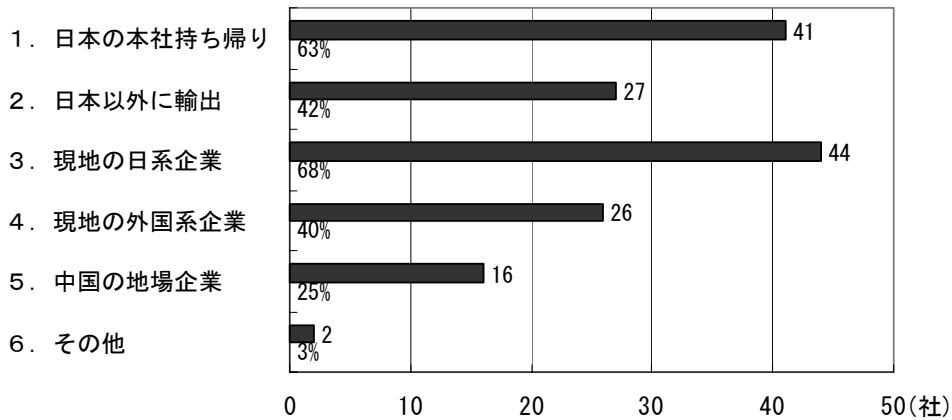
N=316
(MA)



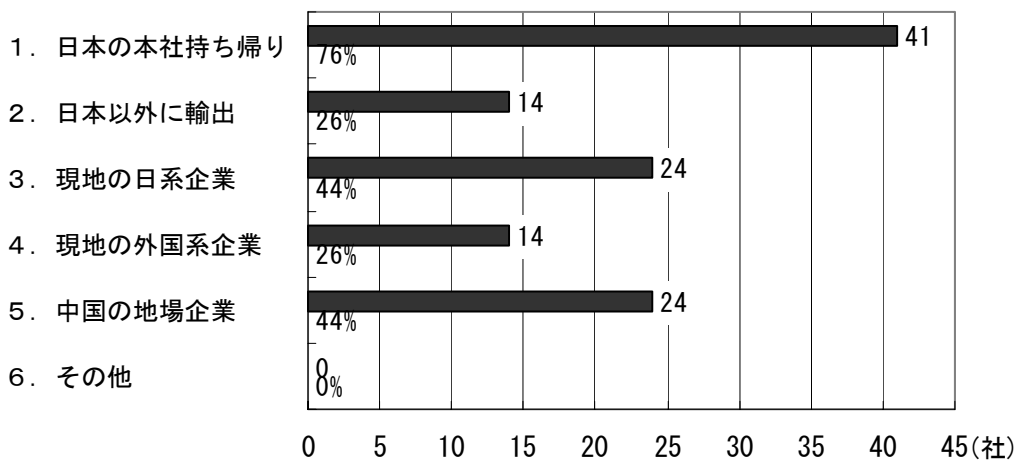
ii) 地域別特徴

現地法人の納入先に関しては地域による大きな違いはないが、相対的にみると、華北では「中国の地場企業」に納入するケースが多く、華南では「現地の日系企業」に納入するケースが比較的に目立つ。また内陸部のその他地域では、「中国の地場企業」への販売がかなり目立っている。

問B-2-1 中国への投資の動機、取引の状況 納入先(華南) N=65 (MA)



問B-2-1 中国への投資の動機、取引の状況 納入先(華北) N=54 (MA)



②調達先

i) 回答全体

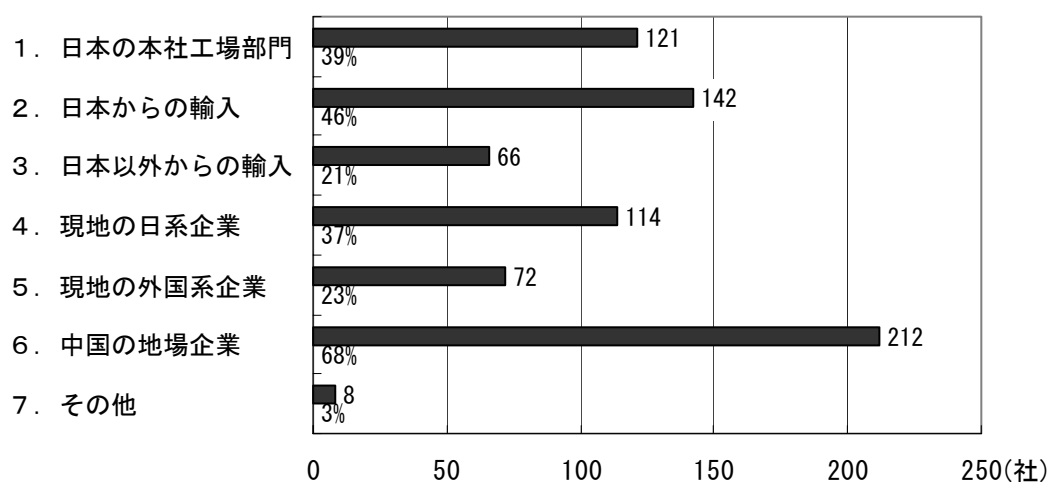
次に調達先についてみると、7割弱の企業が「中国の地場企業」から調達している。それ以外では、5割弱の企業が「日本からの輸入」、4割弱の企業が「日本の本社工場部門」からの輸入、次いで「現地の日系企業」からの調達となっている。また、2割程度の現地法人が「現地の外国系企業」や「日本以外からの輸入」によって調達している。

また、回答企業は複数の選択肢を選択している場合が多く、一企業がさまざまな調達先を持っていることがわかる。

このように、中国進出企業の現地法人の調達活動は、日本国内と現地、日系企業と中国地場企業、そして外国系企業や第3国からの輸入が様々に組み合わせられており、かなり多様化しているといえよう。

問B-2-1 中国への投資の動機、取引の状況 調達先

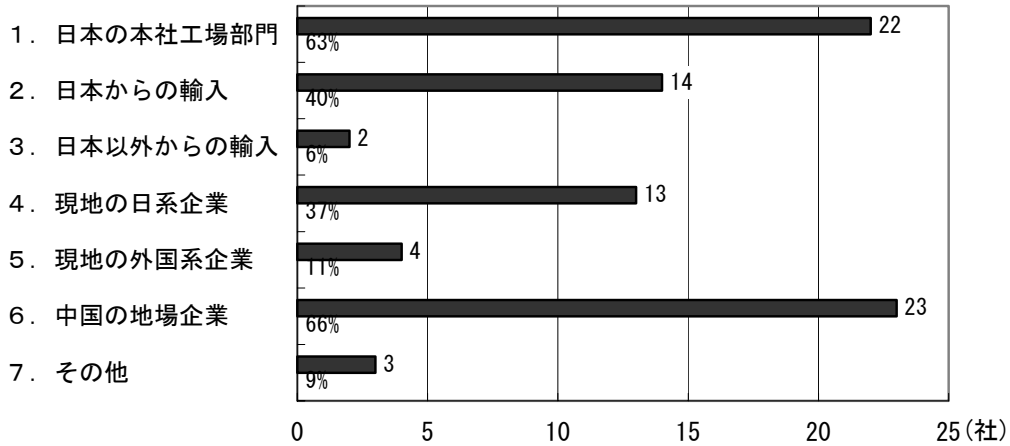
N=310
(MA)



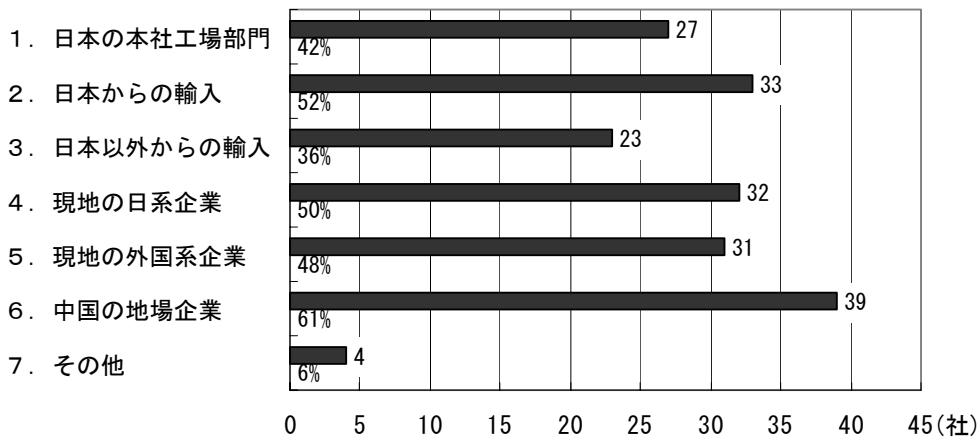
ii) 地域別の特徴

地域別にみると、華北、華東などは全体的な傾向を示しているが、東北では「日本の本社工場部門」から調達している場合がかなりある。これは地理的な近さが背景にあると考えられる。また、華南については、調達先はかなり多岐に渡っていることがわかる。

問B-2-1 中国への投資の動機、取引の状況 調達先(東北) N=35 (MA)



問B-2-1 中国への投資の動機、取引の状況 調達先(華南) N=64 (MA)



2. 直接投資の狙いと背景

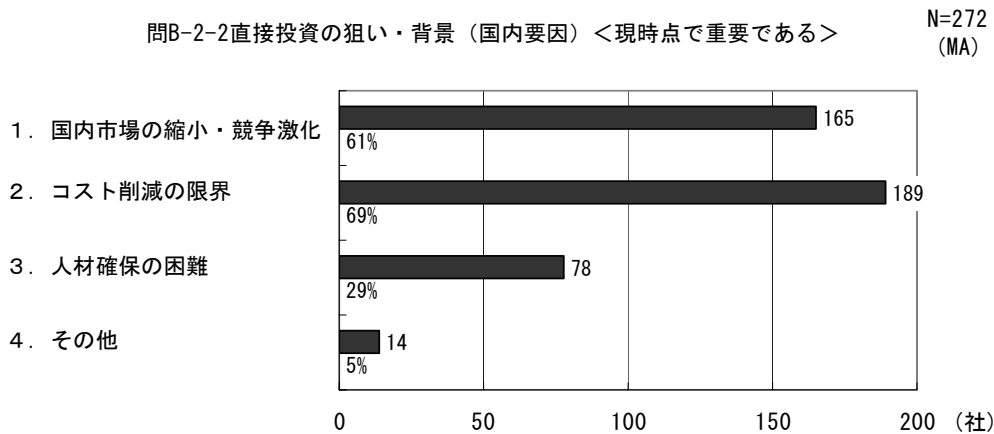
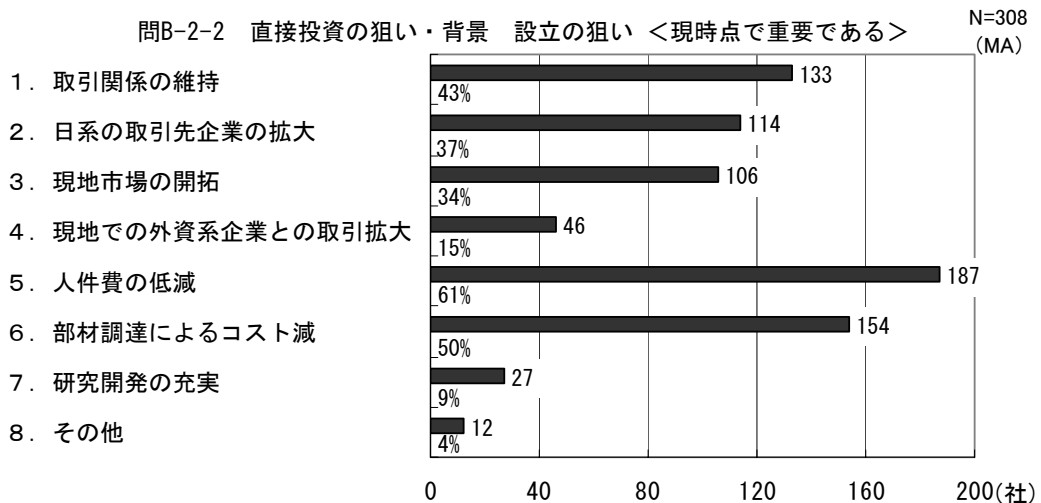
(1) 現地法人設立の狙いと背景

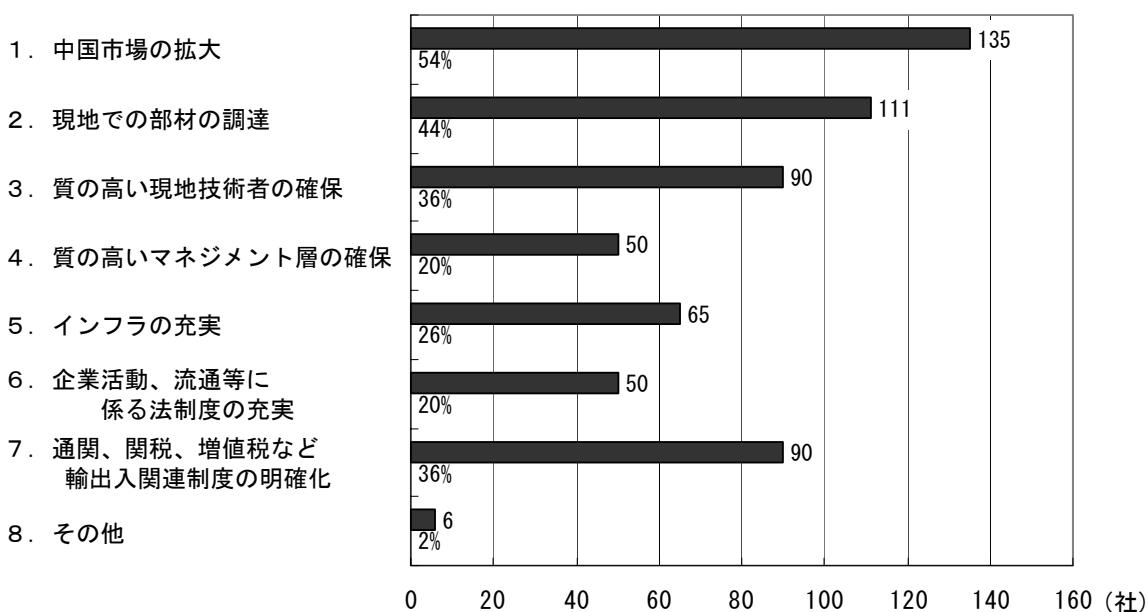
①回答全体

直接投資は自社の判断で行われた場合がかなりの比重を占めているが、直接投資の狙いとしては、「人件費の低減」と「部材調達のコスト減」が2大要因となっている。次いで「取引関係の維持」、「日系取引先企業の拡大」、「現地市場の開拓」の順となっている。

その背景にある国内要因としては、「コスト削減の限界」に達したこと、「国内市場の縮小・競争激化」が大きい。

また、海外要因としては、「中国市場の拡大」と、「現地での部材調達の可能性」が高まったことが大きな比重を占めている。その他では、「質の高い現地技術者の確保」の可能性が高まったこと、及び「通関、関税、増地税など輸出入関連制度の明確化」などがあげられている。

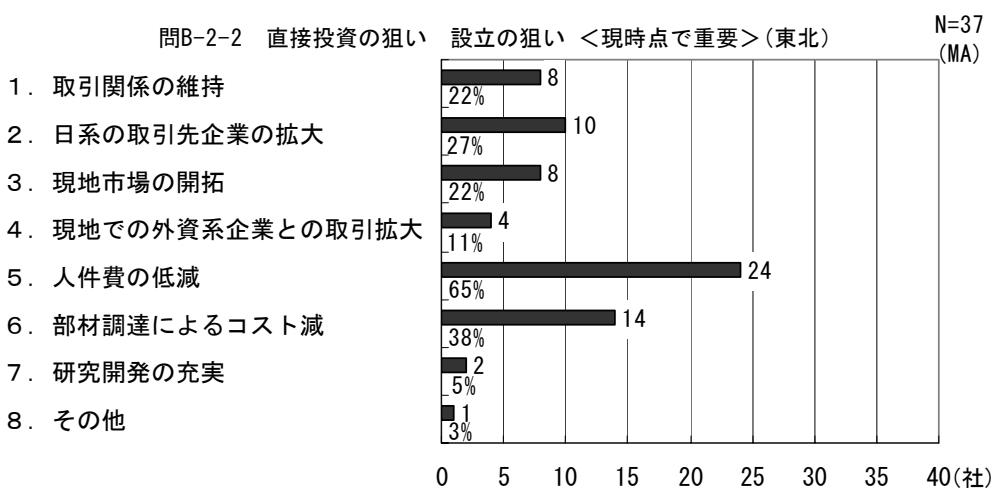




②地域別の特徴

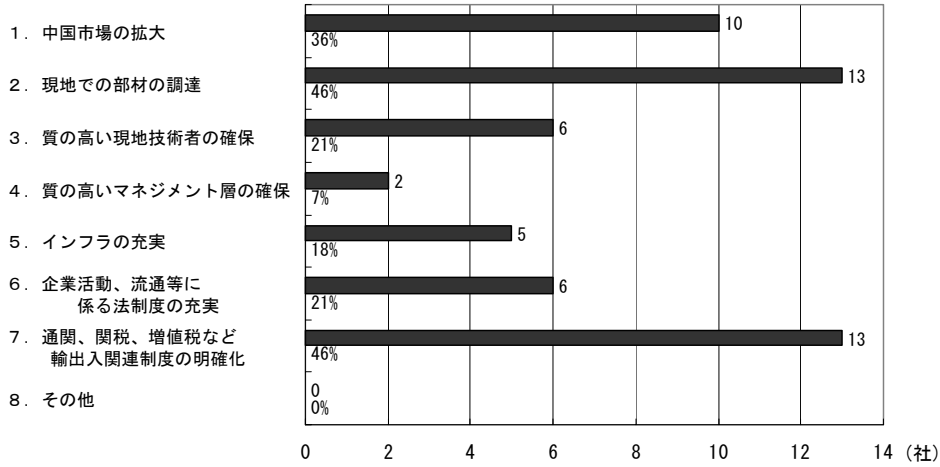
現地法人設立の狙いを地域別にみると、東北では「人件費の低減」については他地域と比べても特に重点が置かれている。これに対して、華南では「人件費の低減」と並んで「取引関係の維持」、「日系の取引先企業の拡大」など、納入先の確保・拡大も重要な要素となっている。

したがって、進出の背景にある海外要因も東北では「現地での部材の調達」が最も重要な問題となっており、華南では「中国市場の拡大」が重要となっている。



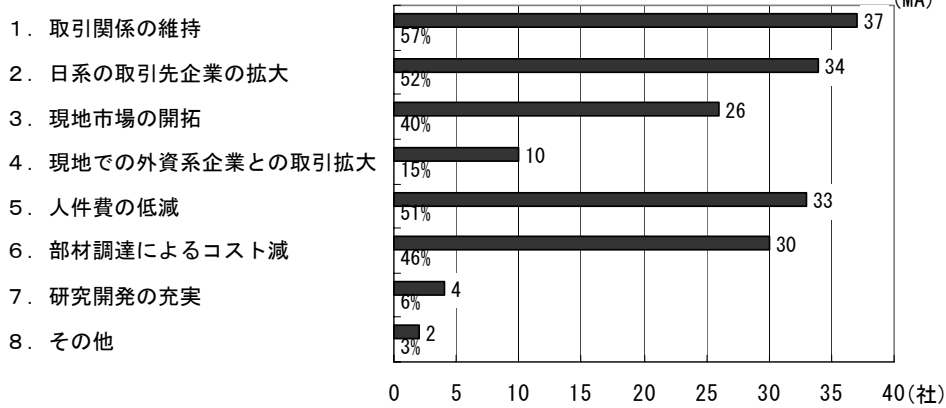
問B-2-2 直接投資の狙い 背景（海外要因） <現時点で重要>（東北）

N=28
(MA)



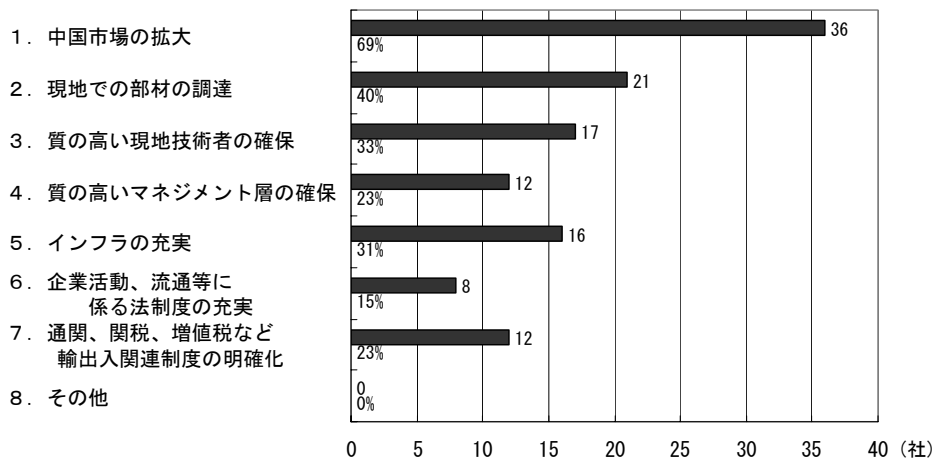
問B-2-2 直接投資の狙い 設立の狙い <現時点で重要>（華南）

N=65
(MA)



問B-2-2 直接投資の狙い・背景（海外要因） <現時点で重要>（華南）

N=52
(MA)



(問 B-2-2 地域別集計)

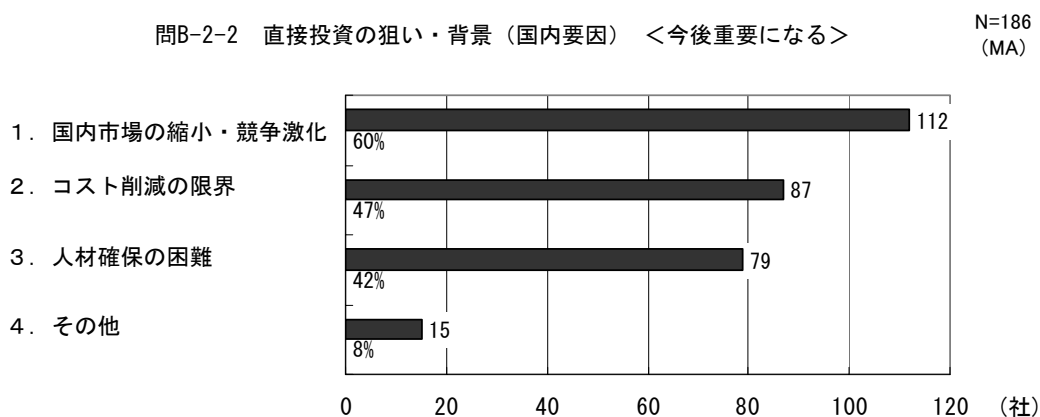
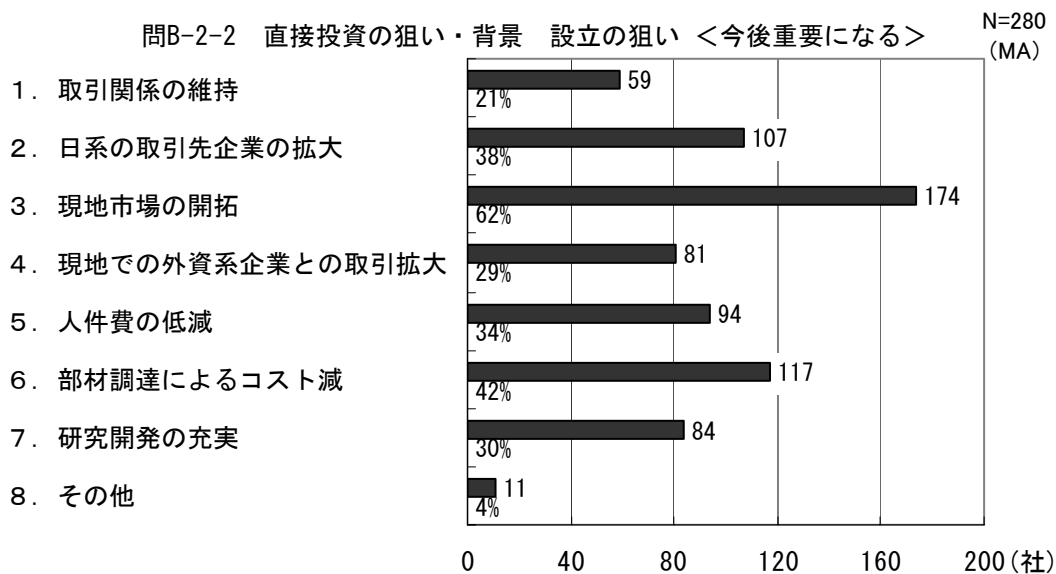
(2) 今後重要となると考えられる海外投資の要因と背景

①回答全体

現在直接投資をしている企業に対して、今後重要となる中国進出要因をたずねた結果は、第一に「現地市場の開拓」があげられた。次いで「部材調達によるコスト削減」や「日系の取引先企業の拡大」が続いている。また、「人件費の低減」、「研究開発の充実」、「現地での外資系企業との取引拡大」などもあげられている。

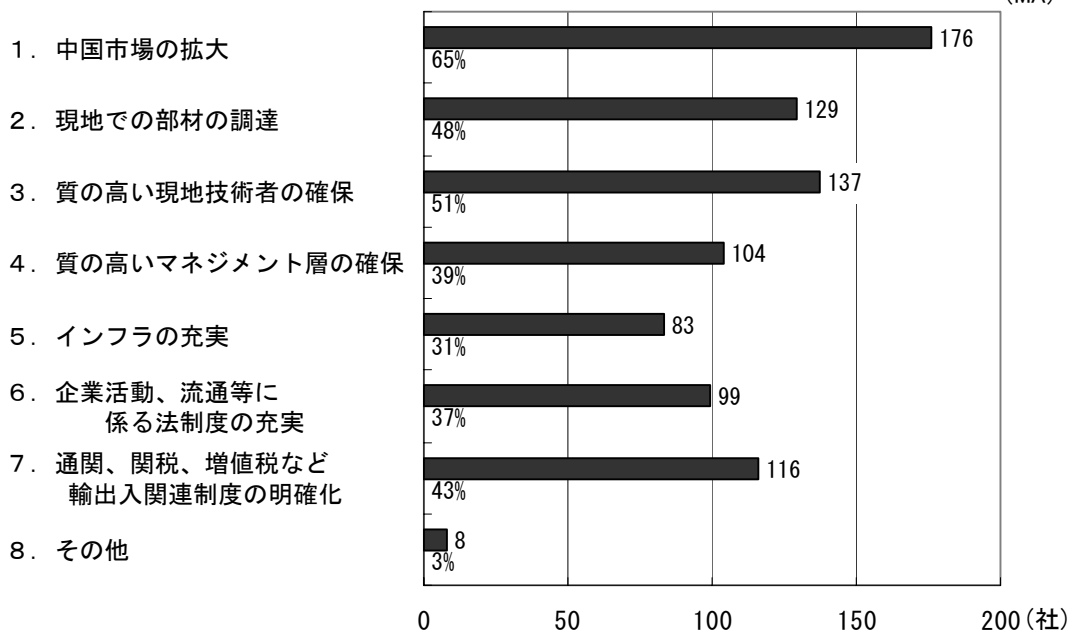
このように、今後は、コスト削減と市場・販路の開拓について多面的な方策が志向されているとともに、研究開発など新しいテーマが出ていることがうかがえる。

次に、こうしたことの背景要因をみると、「国内市場の縮小・競争激化」がますます大きなものとなっている。また海外要因としては、「中国市場の拡大」の他、「質の高い現地技術者の確保」、「質の高いマネジメント人材の確保」や、「通関、関税、増地税など輸出入関連制度の明確化」などが今後重要になるとされている。



問B-2-2 直接投資の狙い・背景（海外要因） <今後重要になる>

N=270
(MA)

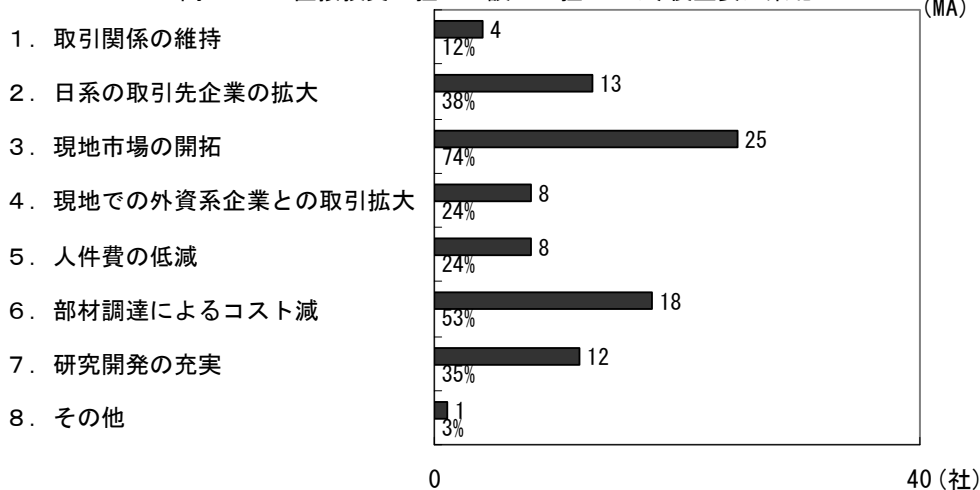


②地域別の特徴

現地法人設立の狙いを地域別にみると、現時点では「人件費の低減」という狙いが際立っていた東北においても、「現地市場の開拓」や「日系の取引先企業の拡大」を今後の狙いとしてあげている。

問B-2-2 直接投資の狙い 設立の狙い <今後重要>東北

N=34
(MA)



(問 B-2-2 地域別集計)

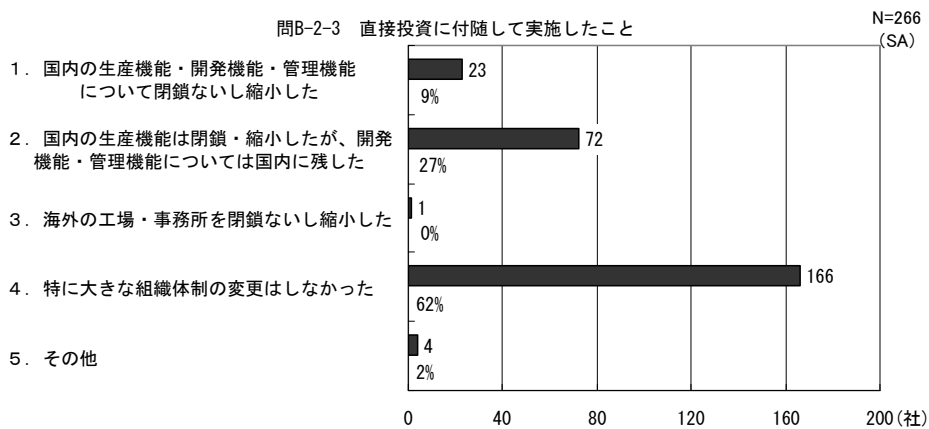
3. 直接投資に付随する取組

(1) 国内・海外での対応策

中小企業が中国に直接投資をするのに付随して行ったことについてみると、まず現地法人設立にあたって「特に大きな組織体制の変更はしなかった」という回答が非常に多い。

体制を変更した場合においては、「国内の生産機能は閉鎖・縮小したが、開発機能・管理機能については国内に残した」場合がほとんどである。

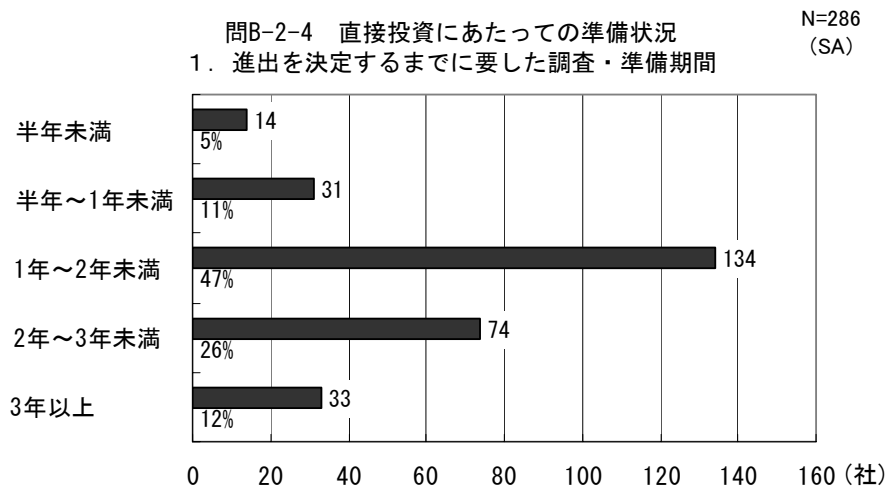
以上のことは、地域別にみてもほとんど変わらない。



(2) 直接投資にあたっての準備状況

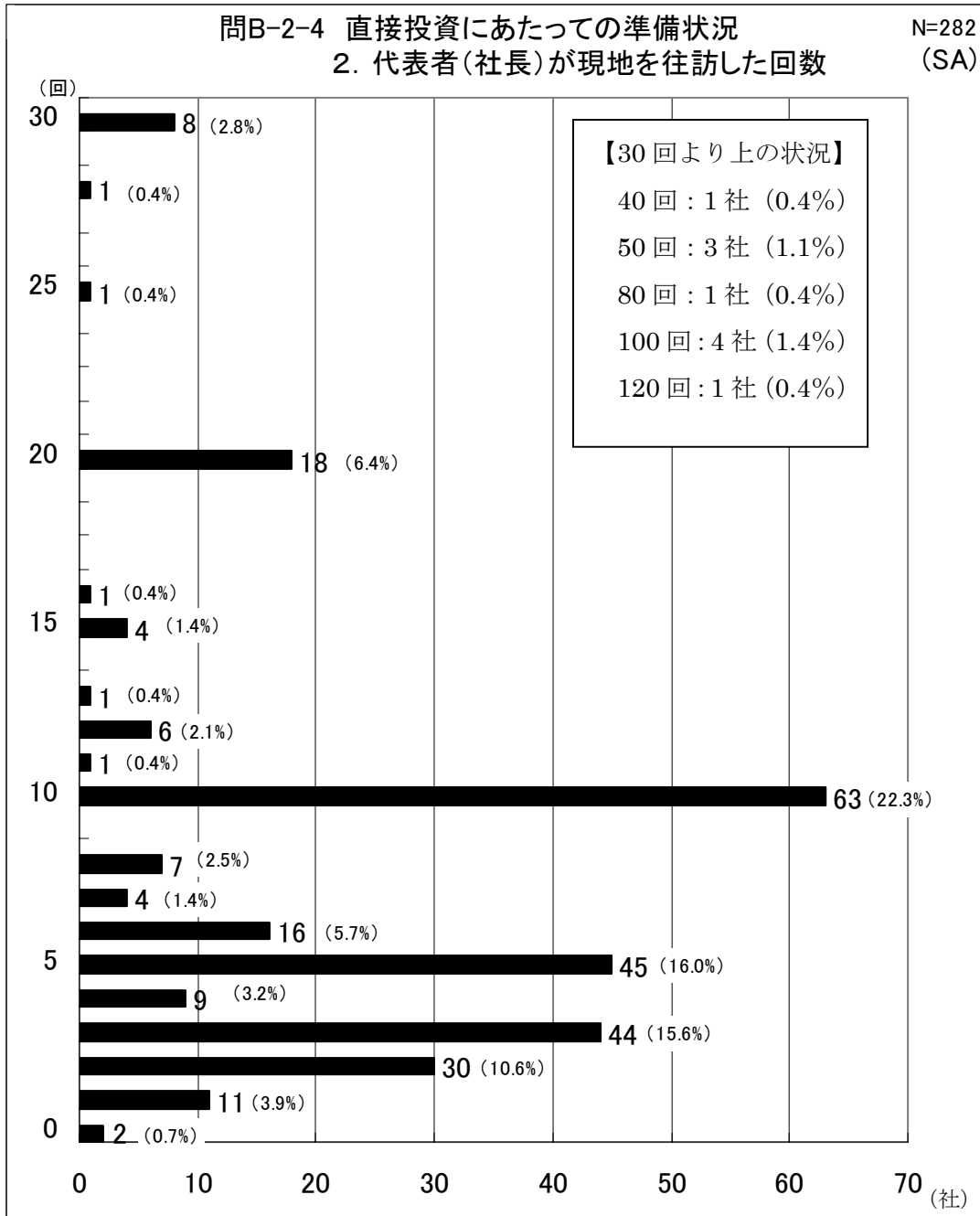
①進出を決定するまでに要した準備期間

中小企業が中国に直接投資をするのに際し、進出を決定するまでに要した期間についてみると、1年から2年未満が最も多い。次いで2年から3年未満となっている。

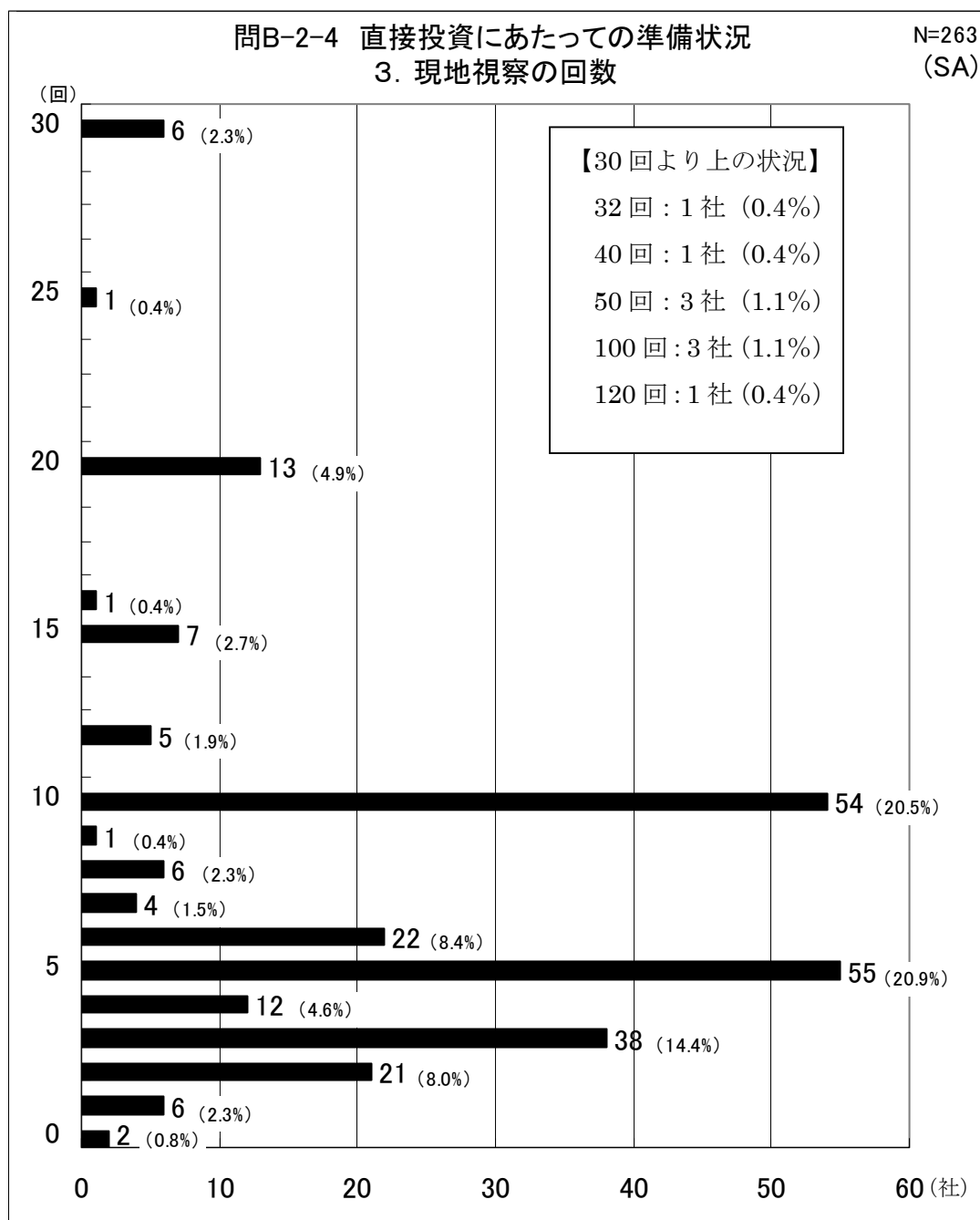


②現地視察

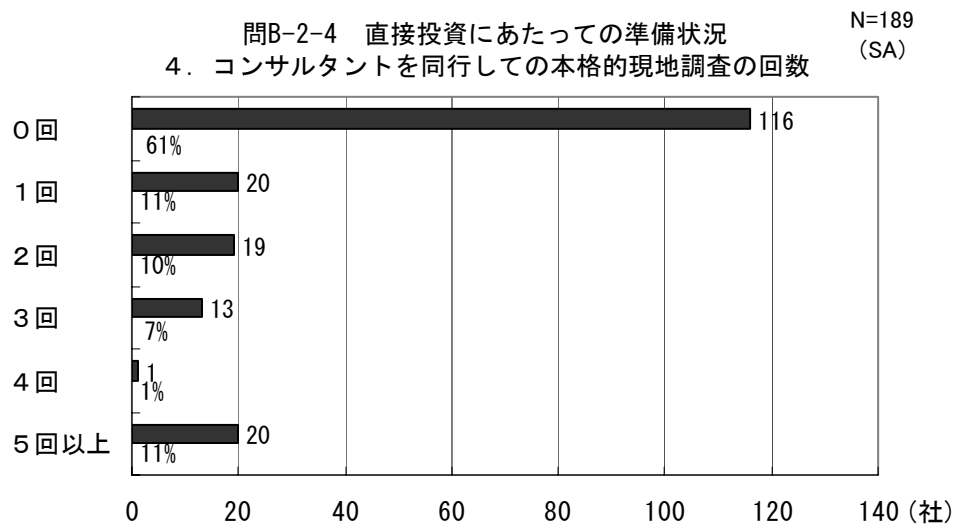
現地視察の回数としては、社長などの代表者が現地訪問した回数は10回がもっと多く、次いで5回、3回と続いている。



また、現地視察の回数も、10回、5回、3回と答えている企業が多い。

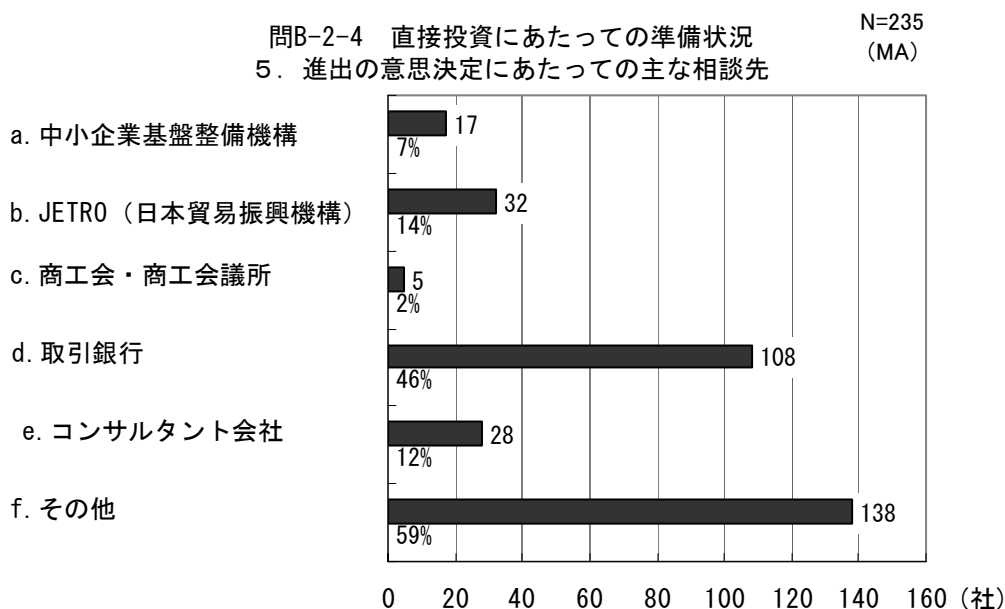


また、コンサルタントを同行しての本格的な現地調査も全般的に重要視されており、回答企業の約4割が最低一回は実施している。また、5回以上という回答は回答企業の約1割あった。



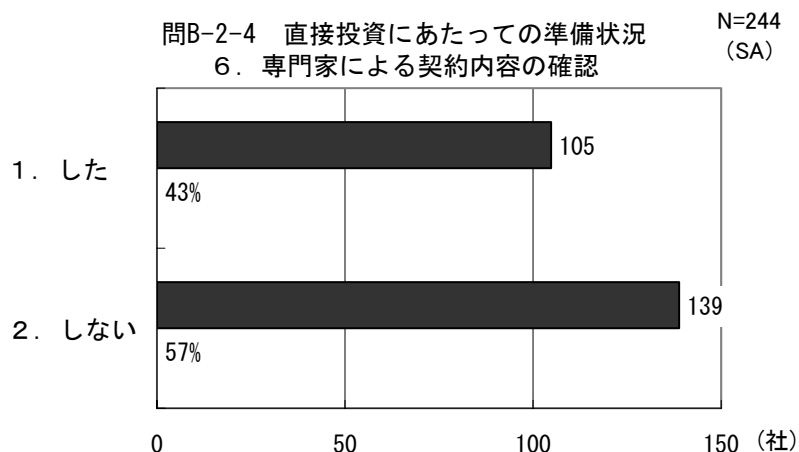
③意思決定にあたっての主な相談先

意思決定にあたっては、3分の1の企業が取引先銀行に相談をしている。次いでJETRO（日本貿易振興機構）、民間のコンサルタント会社という順となっている。但し、取引先の企業など、それ以外に相談する場合がかなりあることがわかる。



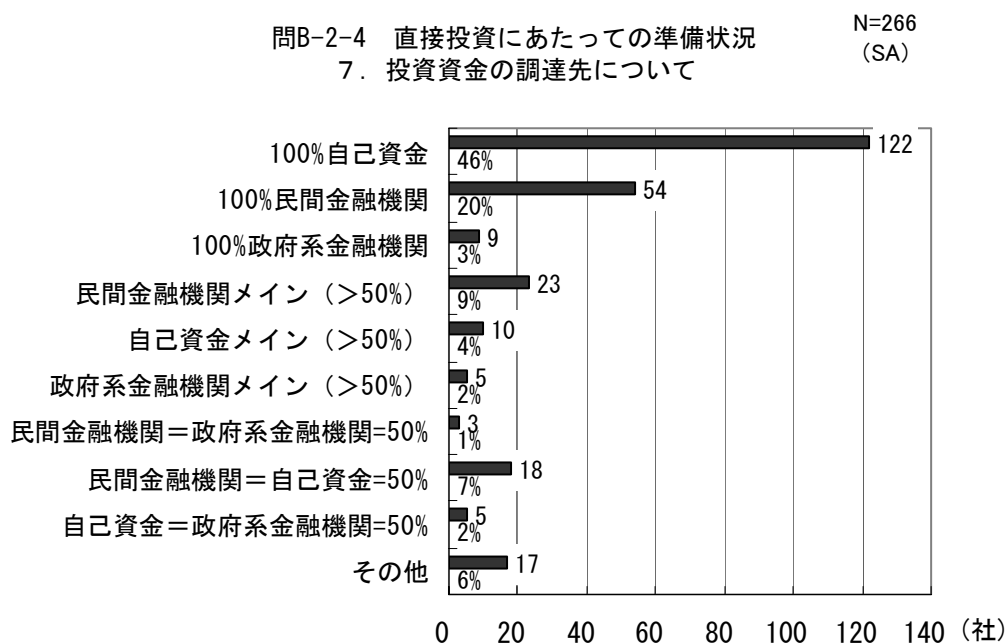
④ 専門家による契約内容の確認

現地進出に係る契約にあたって契約内容を専門家を活用して確認したかどうかについては、していないという回答が 6 割近くを占めた。これは、移転・撤退の大きな理由として現地パートナー企業とのトラブルなどがあげられていることを考えると、改善すべき点であるということができよう。



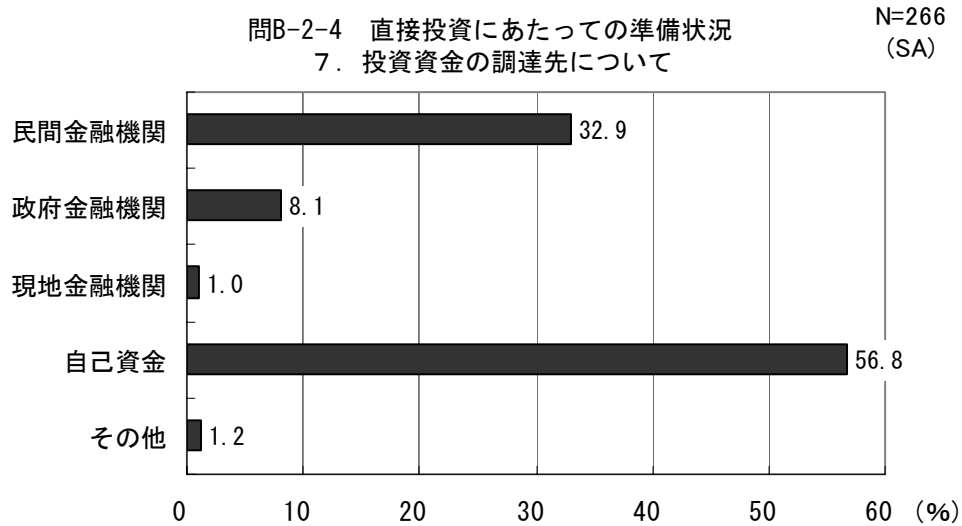
⑤ 投資資金の調達先

海外投資のための資金源についてみると、回答企業の約 5 割が 100% 自己資金であり、次いで約 2 割が 100% 民間金融機関となっている。



見方を変え、各回答者の資金割合を平均した場合、6割近くが自己資金となっている。また3分の1近くが民間金融機関からの借り入れである。

一方、政府系の金融機関からの借り入れは1割未満にとどまっている。その他、ごくわずかではあるが、現地の金融機関からの借り入れなども行われている。



(注) 上図のパーセントの値は、各企業が回答した資金源別のパーセンテージを足し合わせ、パーセンテージの総合計（100%×回答企業数）で割った数値である。

【ヒアリングから】

- ・「進出決定までに要した調査・準備期間」が「およそ4ヶ月」という場合もある。この企業は、取引先が上海にあったために、取引先との相談の中から、上海に絞って検討、最終的には社長自ら決断した。
- ・進出決定までに要した調査・準備期間がおよそ2年であることについて、準備期間、準備内容とも十分であった、という回答を得た。また、この企業の場合は、進出の意思決定においては、「中国に詳しい香港の公認会計士・弁護士」に相談している。