

Ⅲ 第三者機関事例

事例 2 2 蘇州相城経済開発区管理委員会

(1) 開発区（管理委員会）の概要及び日系企業の印象



(現地にて)

① 発区の立地企業数及び内訳

主な業種は、電子・自動車部品・生物・医療等です。ほとんどが中小企業です。国別では、台湾系企業が全体の70%を占め、日系と韓国系が10%ずつ、残り10%がヨーロッパ系となっています。

② 設立経緯

相城区は2001年に国务院の認可により設立され、翌年には投資誘致を目的に管理委員会が設立されました。相城経済開発区は省級の経済開発区であり、相城区（庁）の管轄下にあります。今年には設立から10周年目を迎えました。

③ 日系企業の印象

日系企業が製造した製品は他国のものと比べると、信頼性が高いとの印象。商品そのものだけでなく、在庫管理（税関）や資金の支払い等税務面も含めて信頼性が高いです。他国の場合ですと支払いが遅れたり、商品の品質が悪かったり、虚偽の申告等があります。また、管理委員会との関係でも日系企業はきちんと報告してくれますが、他国の場合ですと偽った報告がたまにあります。

(2) 立地企業における労務問題の把握及び対応状況

① 把握している労務問題

大きなトラブルについては把握していません。中国では国が決めた最低賃金があり、毎年改訂されています。直近ですと、960元（約13000円）ということで中国全土で適用されます。2011年2月からは1140元にアップすることになっています。これは、物価高騰の流れを受け、賃金も連動しているためです。管理委員会としては、企業を誘致し、会社の設立から従業員を募集するところまでを主にサポートしています。採用後は、賃金プラス社会保険も会社が負担しなくてはなりません。しかし、もし会社が支払っていない

ことが判明した場合、是正勧告を行うことが出来ます。日系企業の場合は関係ありませんが、労災費用や労働環境問題、社会保険料の支払いについて、社会発展局から派遣した経験があります。

(参考) 序列は以下のとおり。以下は、黄さん(通訳担当)からのアドバイスによる。

①社会発展局：区政府の一部門として、国の産業政策を執行し企業へ指導を行う機関

↓

②社会開発局：相城区の経済開発区を管理する組織

↓

③経済開発区：企業誘致がメイン

↓

④管理委員会：蘇州市相城区の経済開発区招商局に属する部署

②労務問題に関する対応

労務問題ではありませんが、職務中の疾病や公傷、労働環境の改善などがあります。また、最低賃金の改訂や時期に関する相談もあります。

(3) ストライキ等労務クライシスへの対応

これまでのところ、日系企業に関するトラブルは聞いていません。

事例 2 3 信金中央金庫上海事務所

(1) 支援機関の概要

① 進出経緯

進出時期は 2004 年 9 月です。主に日本国内の信金顧客に対する相談、セミナー開催、情報発信、商談会の開催や取引先の進出状況の調査などを行っています。

② 上海地域での日系企業の状況について

2005 年まで上海に進出する日系企業は、製造業・加工貿易業がほとんどでした。最近では、親会社の進出に合わせて一緒に進出するケースが増えています。進出企業のメリットとして考えられることは、系列を意識しないで済み、

販売に力を入れる企業やサービス業の展開を進められることです。一方、中国系企業との取引では、資金回収に苦勞しているようです。実際は、取引の形態としては、日系企業や外資系企業のための取引が多いです。

③ 日系企業からの相談内容等

- ・ 現地従業員の教育
- ・ 現地従業員の登用
- ・ 賃上げ問題
- ・ 資金繰り
- ・ 通関・輸送
- ・ 売掛金の回収 等

以上につき、対応としては、福利厚生を取り入れることの大切さを伝え、レクリエーションを行うことや食事の質を高めること、ボーナスを旧正月の前後に分けて支払うこと、などをアドバイスしています。資金繰りについては、直接貸し出しを行うことはありませんが、信金中金本体が、保証状を発行し、銀行に提出する方法で、担保を取ることを行いました。

④ 日系企業の労務管理における課題や対応

現地法人として日本人を採用する際の対応については注意が必要です。例えば、中国人との差別化をどう考えるのか、帰国休暇の考えをどうまとめるのかなどです。賃金アップに関する中国人従業員からの相談や工会は作るべきかの相談もあります。

事例 2 4 全国商工会連合会上海事務所（2011 年 3 月末で閉所しました。本文は、2011 年 3 月上旬に訪問した時のものです）

（1）支援機関の概要

①進出経緯

上海エリアに進出している（これから進出を図る）日系企業に対して、労務や税務等諸制度や経営環境等の情報を提供することや、会員向けセミナーの実施や展示商談会等のイベント情報の提供などを目的に 2003 年 9 月に進出しました。

②上海地域における日系企業の状況

リーマンショック後は 1 日に 1 社は進出している状況です。一方で撤退する企業もあります。アパレル関係は、内陸に移転するケースも見受けられます。最近のホットな話題は、労働者の権利意識の向上、人件費高騰です。2008 年の労働契約法や労働紛争調整仲裁法などが相次いで施行され、労働者擁護の法的裏付けが整備されたことが背景にあります。また、社会保障制度の改革により、企業側のコストが上がることが懸念されます。

③日系企業からの経営上の相談及び対応について

日本市場の低迷及び中国市場の消費拡大や所得向上から、販売型企业からの相談が多いです。そして、現地に会社を設立する余裕がない所が多く、まずは現地で営業力強化を図りたいと考えているようです。多くの企業が市場調査の段階で相談に来ることが多いため、競合商品等の販売店の同行視察や貿易手続き等の説明を行っています。代理店となる貿易会社の紹介なども行っています。

④日系企業からの労務管理上の相談及び対応

よくある相談は、労働生産性が向上しないことです。向上させるために人材育成を行いたいですが、日本からの派遣者が少ない場合、特にモノ作りの現場では、管理業務に追われじっくり教育する時間が取れないという相談を受けます。したがって OJT では限界があり、中国人の現地管理者向けの研修があれば良いと考えています。労務クライシスの事例については、特に把握していません。ここ数年、労働法制の整備が進んできたので、法令解釈や法律の仮訳文の提供について、顧問弁護士を呼んでの勉強会を実施しています（2003 年～年 2 回程開催）。

⑤ 今後中国市場を目指す日系の中小企業へのアドバイス

以下3つのキーワードが挙げられます。認知・価格・競争。「認知」は中国社会全体では、まだ日本商品の「細かな」質感や良さが認知されていないと考えています。類似商品・製品との違いをデータ等の客観的事実に基づいて認知させ、それが受け容れられるかどうか絶えずチェックする必要があります。「価格」は、中国人は価格に敏感であり、ある程度品質が保証されていれば、安いものを買う傾向にあります。価格を下げる努力は日本と同様に必要です。「競争」は、経済発展による購買力向上により、日本の商品が買やすくなったことは事実ですが、世界中が中国のマーケットを狙っていることから、競争が激しいことを覚悟する必要があります。