「中国ビジネスに関するアンケート調査」結果報告

（社）東北経済連合会

Ａ．調査目的

東北域内企業の中国ビジネスへの取り組み状況や問題点等について把握するとともに、現在検討を進めている、東経連「中国ビジネス現地セミナー」のより効果的な事業実施に資するべく、アンケート調査を実施。

Ｂ．調査要領

１．調査対象

●東北７県企業・団体２，８５６件（当会東北７県会員８４９件、東北７県の各商工会議所議員等２，００７件）

・東北７県の各商工会議所は、県都の商工会議所のほか、国際港湾・空港を有する地域の商工会議所、国際ビジネスの推進に熱心な商工会議所、国際ビジネスの展開が想定される産業集積のある商工会議所。

２．調査期間

●配布：平成１７年１１月１日、回収：平成１７年１１月２５日

３．調査方法

●郵送によるアンケート方式

４．回収状況

●発送数：２，８５６件、回答数：６２７件、回答率：２２．０％

５．業種別回答数

業　種	回答数（件）	構成比（%）	業　種	回答数（件）	構成比（%）
製造業	**158**	**25.2**	**非製造業**	**469**	**74.8**
食料品	28	4.5	電気・ガス等	15	2.4
繊維製品	5	0.8	運輸業	35	5.6
紙・パルプ	8	1.3	倉庫業	1	0.1
化学・医薬品	8	1.3	通信業	3	0.5
石油・プラスチック	4	0.6	卸・小売業	101	16.1
ゴム製品	1	0.1	金融・保険業	39	6.2
窯業・土石	8	1.3	不動産業	21	3.4
鉄鋼・非鉄金属	11	1.7	飲食業	9	1.4
金属製品	16	2.6	情報サービス業	15	2.4
一般機械	12	1.9	その他サービス業	117	18.7
電気機械	18	2.9	農林・水産	2	0.3
輸送用機械	3	0.5	鉱業	2	0.3
精密機械	1	0.1	建設	109	17.4
その他製造	35	5.6	**合　計**	**627**	**100.0**

6．従業員数別回答数

従業員数	回答数（件）
10 人以下	６４
30 人以下	１０２
50 人以下	５２
51～100 人	１１８
101～300 人	１３２
301～1,000 人	８３
1,001 人以上	７０
不明	６
合　計	**６２７**

7．資本金別回答数

資本金	回答数（件）
5 百万円以下	２１
10 百万円以下	６８
11～30 百万円以下	１１２
31～50 百万円以下	８４
51～100 百万円以下	９９
101～300 百万円以下	５７
301～1,000 百万円以下	４７
1,001 百万円以上	１２１
不明	１８
合　計	**６２７**

8．県別回答数

県　名	回答数（件）
青　森　県	７６
岩　手　県	４９
宮　城　県	１５２
秋　田　県	４２
山　形　県	１０８
福　島　県	１０４
新　潟　県	９６
合　計	**６２７**

Ｃ．調査結果のポイント

１．中国ビジネスへの取り組み状況

●アンケート回答企業・団体 627 件のうち、「すでに中国ビジネスを展開している」のは 86 件、その割合は 13.7%である。そのほか、「ビジネスを展開すべく、準備を進めている」16 件、2.6%、「現在取り組んでいないが、関心はある」160 件、25.5%、「現在取り組んでおらず、関心もない」365 件、同 58.2%となっている。

●「中国ビジネスに取り組んでいる、あるいは関心を持っている」とした東北の企業・団体は、全体の 262 件、その割合は 41.8%である。中国経済が市場経済化と外資導入により、「世界の工場」と称される一大生産拠点を形成する一方、ＷＴＯ加盟後は、流通・物流、金融などの広範なサービス市場を開放し、「世界の市場」としても飛躍的な成長を遂げつつあることから、東北の企業・団体においても、経営戦略上、あるいは地域戦略上、中国ビジネスを重要視している姿勢が窺える結果となった。

２．中国ビジネスの展開内容

●すでに中国ビジネスを展開している企業・団体（86 件）のうち、「直接投資のみ行っている」のは 21 件、その割合は 24.4%、「業務提携のみ行っている」のは 36 件、41.9%、「直接投資および業務提携を行っている」のは 29 件、33.7%である。

●直接投資の形態としては、「新規の単独設立（100%出資）」が最も多く、投資の目的としては、「海外市場の開拓・拡大」が最も多かった。また業務提携の形態としては、「生産委託」が最も多く、提携の目的としては、「コストの低減」が最も多かった。

３．中国ビジネスの状況

●中国ビジネスの状況について、中国ビジネスの展開内容との関連で見ると、業務提携のみを行っているとした企業・団体（36 件）の 5 割弱は「順調」と捉えているのに対し、直接投資のみを行っているとした企業・団体（21 件）、ならびに直接投資および業務提携を行っている企業・団体（29 件）では、「順調」がそれぞれ２割弱にとどまっている。中国ビジネスに精通する中国企業と業務を提携することで、日本と異なる中国の商慣習や法制度、行政手続などに対して、円滑な対応が可能になっていることが要因ではないかと推測される。

●一方、中国ビジネスにおける問題点等については、最も多かったのが、「税制・法制度・金融制度・為替制度等が不明確・不安定」で、中国ビジネスを展開している企業・団体（86 件）の４割が挙げている。中国ではＷＴＯ加盟以来、税制や法制度、金融制度など各種制度の整備が急速に進んでいるが、実施細則などの作成の遅れにより、運用面を含めた法制度全般が不明確・不安定な状況にあると言われ、企業活動等に大きな影響を与えているものと推測される。

４．中国ビジネスに関心を持つ理由

●中国ビジネスに取り組んでいないが、関心を持つ理由について、最も多かったのは、「海外市場の開拓・拡大」で、中国ビジネスに取り組んでいないが、関心はある企業・団体（160 件）の 26.9%が挙げており、次いで「原材料・部品の調達」、「コストの低減が可能」などの順となっている。

●また、中国ビジネスに関心はあるが、取り組まない理由について、最も多かったのは、「必要な情報の不足」で、中国ビジネスに取り組んでいないが、関心はある企業・団体（160 件）の 35.6%が挙げており、次いで「自社に余力がない」、「適切なパートナー（提携・合弁相手）が見つからない」などの順となっている。

●中国がこれまでの「生産拠点」に加え、「市場拠点」としても関心を集める一方で、中国には日本と異なる政策や制度、商慣習などが存在し、十分な情報開示がなされていないこと、また日本国内においても中国ビジネスに関する情報の収集・提供が不十分なことなどが、中国ビジネスへの取り組みを慎重なものにしていると推測される。

５．今後、中国ビジネスを展開する場合の取り組み方策

●今後、中国ビジネスを展開する場合の取り組み方策について、最も多かったのは、「パートナー企業との連携」で、中国ビジネスを展開すべく準備を進めている企業・団体（16 件）、ならびに中国ビジネスに取り組んでいないが、関心はある企業・団体（160 件）の５割弱が挙げており、次いで「公的機関の支援活用」、「展示・商談会等への参加」、「現地コンサルティング等の活用」などの順となっている。

●東北域内の企業には、中小企業も多く、経営体力的にも厳しい状況がみられると思われることなどから、自社単独での取り組みよりも、取引先企業はじめ外部企業等との協力による取り組み、県や国の出先・関係機関における利用可能な施策・制度の活用などを考慮しているものと推測される。

６．中国ビジネスを考える上で関心のある地域

●中国ビジネスを考える上で関心のある地域について、最も多かったのは、「華東地域」で、すでに中国ビジネスに取り組んでいる、あるいは関心を持っている企業・団体（262 件）の56.9％が挙げており、次いで「華北地域」、「東北地域」などの順となっている。

●上海直轄市を中心とした華東地域は、中国最大の市場規模を持ち、１人当たり所得水準が最も高いこと、産業集積度も高く、国際港湾・空港や高速道路、情報通信基盤などのインフラ整備も最も進んでいることなどから、生産拠点として、また市場拠点として、関心が集まっていることが背景にあると推測される。

●また、華北地域は、北京大学や清華大学などを中心に産学連携が活発で、ハイテク産業を中心に産業集積が進んでいること、東北地域は東北振興政策の実施により、新たなビジネスチャンスの創出が期待されること、などが背景にあると推測される。

Ｄ．調査結果の概要

設問１：中国ビジネスへの取り組み状況について

●アンケートに回答のあった企業・団体 627 件のうち、「すでにビジネスを展開している」としたのは 86 件で、その割合は 13.7%であった。また「ビジネスを展開すべく、準備を進めている」としたのは 16 件、同 2.6%、「現在取り組んでいないが、関心はある」としたのは 160 件、同 25.5%であった。一方、「現在取り組んでおらず、関心もない」としたのは 365 件、同 58.2%であった。

●業態別にみると、「すでにビジネスを展開している」としたのは、製造業で 45 件、28.5%、非製造業では 41 件、8.7%であった。また「ビジネスを展開すべく、準備を進めている」が、製造業で 4 件、2.5%、非製造業では 12 件、2.6%、「現在取り組んでいないが、関心はある」が、製造業で 49 件、31.0%、非製造業では 111 件、23.7%、「現在取り組んでおらず、関心もない」が、製造業で 60 件、38.0%、非製造業では 305 件、65.0%となっている。

●アンケートに回答のあった企業・団体のうち、「中国ビジネスに取り組んでいる、あるいは関心を持っている」と回答したのは、全体の 262 件、その割合は 41.8%となっている。中国経済が市場経済化と外資導入により、「世界の工場」と称される一大生産拠点を形成するとともに、ＷＴＯ加盟後は、流通・物流、金融などの分野における制限を撤廃・緩和し、広範なサービス市場を開放するなど「世界の市場」としても飛躍的な成長を遂げつつある中で、東北の企業・団体においても、経営戦略上、あるいは地域戦略上、中国ビジネスを重要視している姿勢が窺える。

図表１－１：中国ビジネスへの取り組み状況

回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
すでにビジネスを展開	86	13.7	45	28.5	41	8.7
ビジネスを展開すべく準備中	16	2.6	4	2.5	12	2.6
現在取り組んでいないが、関心あり	160	25.5	49	31.0	111	23.7
現在取り組んでおらず、関心なし	365	58.2	60	38.0	305	65.0
合　計	627	100.0	158	100.0	469	100.0

図表１－２：中国ビジネスへの取り組み状況（業種別）

業　種	回答項目				合　計
	すでにビジネスを展開	ビジネスを展開すべく準備中	現在取り組んでいないが関心あり	現在取り組んでおらず関心なし	
製造業	**４５** **(28.5)**	**４** **(2.5)**	**４９** **(31.0)**	**６０** **(38.0)**	**１５８**
食料品	7	2	12	7	28
繊維製品	-	1	2	2	5
紙・パルプ	1	-	2	5	8
化学・医薬品	3	-	1	4	8
石油・プラスチック	1	-	1	2	4
ゴム製品	1	-	-	-	1
窯業・土石	-	-	1	7	8
鉄鋼・非鉄金属	4	-	5	2	11
金属製品	4	-	4	8	16
一般機械	6	1	2	3	12
電気機械	8	-	3	7	18
輸送用機械	2	-	-	1	3
精密機械	-	-	1	-	1
その他製造	8	-	15	12	35
非製造業	**４１** **(8.7)**	**１２** **(2.6)**	**１１１** **(23.7)**	**３０５** **(65.0)**	**４６９**
電気・ガス等	-	-	3	12	15
運輸業	5	-	8	22	35
倉庫業	-	-	-	1	1
通信業	-	-	-	3	3
卸・小売業	13	3	22	63	101
金融・保険業	4	2	13	20	39
不動産業	-	1	3	17	21
飲食業	-	-	4	5	9
情報サービス業	4	-	2	9	15
その他サービス業	9	3	32	73	117
農林・水産	1	-	-	1	2
鉱業	-	-	2	-	2
建設	5	3	22	79	109
全　体	**８６** **(13.7)**	**１６** **(2.6)**	**１６０** **(25.5)**	**３６５** **(58.2)**	**６２７**

図表１－３：中国ビジネスへの取り組み状況（従業員数別）

従業員数	回答項目				合　計
	すでにビジネスを展開	ビジネスを展開すべく準備中	現在取り組んでいないが関心あり	現在取り組んでおらず関心なし	
10 人以下	3	-	21	40	64
30 人以下	8	1	25	68	102
50 人以下	2	2	11	37	52
51～100 人	5	4	29	80	118
101～300 人	12	3	30	87	132
301～1,000 人	18	3	27	35	83
1,001 人以上	38	3	16	13	70
不明	-	-	1	5	6
合　計	**８６（13.7）**	**１６（2.6）**	**１６０（25.5）**	**３６５（58.2）**	**６２７**

図表１－４：中国ビジネスへの取り組み状況（資本金別）

資本金	回答項目				合　計
	すでにビジネスを展開	ビジネスを展開すべく準備中	現在取り組んでいないが関心あり	現在取り組んでおらず関心なし	
5 百万円以下	-	1	6	14	21
10 百万円以下	3	-	15	50	68
11～30 百万円以下	10	5	27	70	112
31～50 百万円以下	5	2	22	55	84
51～100 百万円以下	13	2	22	62	99
101～300 百万円以下	7	1	13	36	57
301～1,000 百万円以下	6	-	14	27	47
1,001 百万円以下	42	5	34	40	121
不明	-	-	7	11	18
合　計	**８６（13.7）**	**１６（2.6）**	**１６０（25.5）**	**３６５（58.2）**	**６２７**

図表１－５：中国ビジネスへの取り組み状況（県別）

県　名		回答項目				合　計
		すでにビジネスを展開	ビジネスを展開すべく準備中	現在取り組んでいないが関心あり	現在取り組んでおらず関心なし	
青　森　県		5	3	15	53	76
	製造業	3	1	7	6	17
	非製造業	2	2	8	47	59
岩　手　県		1	1	18	29	49
	製造業	1	-	7	2	10
	非製造業	-	1	11	27	39
宮　城　県		39	5	42	66	152
	製造業	16	1	13	12	42
	非製造業	23	4	29	54	110
秋　田　県		1	1	12	28	42
	製造業	-	-	4	5	9
	非製造業	1	1	8	23	33
山　形　県		14	2	32	60	108
	製造業	8	-	9	13	30
	非製造業	6	2	23	47	78
福　島　県		10	-	14	80	104
	製造業	5	-	1	15	21
	非製造業	5	-	13	65	83
新　潟　県		16	4	27	49	96
	製造業	12	2	8	7	29
	非製造業	4	2	19	42	67
全　体		**８６ (13.7)**	**１６ (2.6)**	**１６０ (25.5)**	**３６５ (58.2)**	**６２７**
	製造業	**４５ (28.5)**	**４ (2.5)**	**４９ (31.0)**	**６０ (38.0)**	**158**
	非製造業	**４１ (8.7)**	**１２ (2.6)**	**１１１ (23.7)**	**３０５ (65.0)**	**469**

設問２：中国ビジネスの展開内容について

●設問１で、中国ビジネスについて、「すでにビジネスを展開している」と回答のあった企業・団体（86 件）に、その展開内容を尋ねたところ、「直接投資のみを行っている」としたのは 21 件で、その割合は 24.4%、「業務提携のみを行っている」としたのは 36 件で、同 41.9%、「直接投資および業務提携を行っている」としたのは 29 件、同 33.7%であった。

●業態別にみると、「直接投資のみ行っている」が製造業で 16 件、35.6%、非製造業では 5 件、12.2%、「業務提携のみを行っている」が製造業で 13 件、28.8%、非製造業では 23 件、56.1%、「直接投資および業務提携を行っている」が製造業で 16 件、35.6%、非製造業では 13 件、31.7%であった。

図表２：中国ビジネスの展開内容について

回答項目	全　体		製　造　業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
直接投資のみを行っている	21	24.4	16	35.6	5	12.2
業務提携のみを行っている	36	41.9	13	28.8	23	56.1
直接投資および業務提携を行っている	29	33.7	16	35.6	13	31.7
合　計	86	100.0	45	100.0	41	100.0

設問２-１：直接投資の形態と目的について（複数回答）

（直接投資の形態）

●設問２で、中国ビジネスの展開内容について、「直接投資を行っている」と回答のあった企業・団体（50 件（※））に、投資の形態を尋ねたところ、「新規の単独設立（100%出資）」が 31 件、62.0%と最も多かった。以下「新規の合弁設立」が 26 件、52.0%、「既存企業への一部資本参加」が９件、18.0%、「その他」が２件、4.0%、「既存企業の買収」が１件、2.0%の順となった。

●業態別にみると、製造業では、「新規の単独設立（100%出資）」が 21 件、65.6%で最も多く、以下「新規の合弁設立」が 16 件、50.0%、「既存企業への一部資本参加」が７件、21.9%、「既存企業の買収」が１件、3.1%となった。非製造業では、「新規の単独設立（100%出資）」と「新規の合弁設立」がそれぞれ 10 件、55.6%で最も多く、以下「既存企業への一部資本参加」、「その他」がそれぞれ２件、11.1%となった。

（※）「直接投資のみ行っている」と「直接投資および業務提携を行っている」の回答数の合計

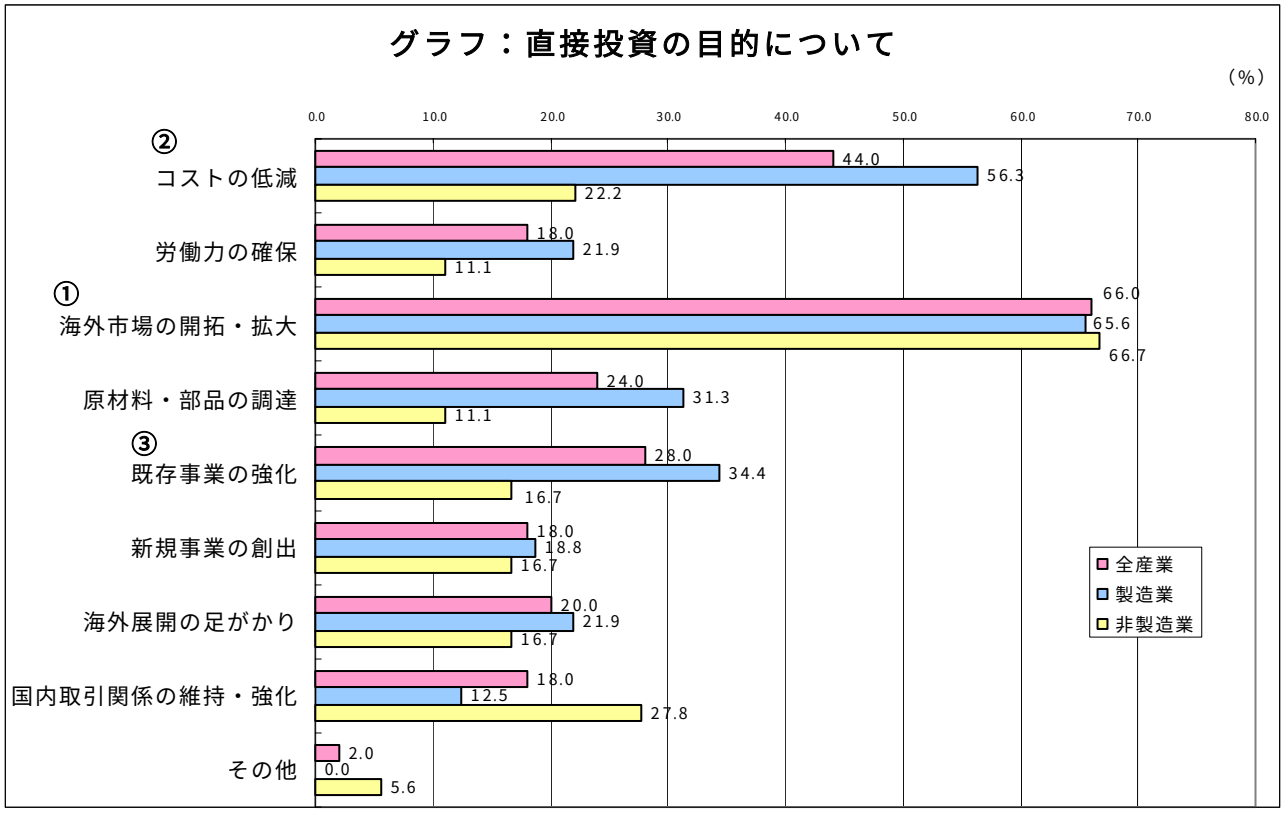
図表２-１-①：直接投資の形態について

回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
新規の単独設立（100%出資）	31	62.0	21	65.6	10	55.6
新規の合弁設立	26	52.0	16	50.0	10	55.6
既存企業の買収	1	2.0	1	3.1	0	0.0
既存企業への一部資本参加	9	18.0	7	21.9	2	11.1
その他	2	4.0	0	0.0	2	11.1
回答法人・団体数	50		32		18	

（直接投資の目的）

●設問２で、中国ビジネスの展開内容について、「直接投資を行っている」と回答のあった企業・団体（50 件）に、投資の目的を尋ねたところ、「海外市場の開拓・拡大」が 33 件、66.0%で最も多かった。次いで「コストの低減」が 22 件、44.0%、「既存事業の強化」が 14 件、28.0%、「原材料・部品の調達」が 12 件、24.0%、「海外展開の足がかり」が 10 件、20.0%などの順となった。

●業態別にみると、製造業、非製造業とも、「海外市場の開拓・拡大」が最も多く、それぞれ 21 件、65.6%、12 件、66.7%となっているが、製造業では、次いで「コスト低減」が 18 件、56.3%となっている。“安価で良質な人材が豊富で、かつ産業集積も進む中国に生産プロセスを（一部）移転し、生産コストの低減を図る姿勢”などが窺える。



図表２-１-②：直接投資の目的について

回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
コストの低減	22	44.0	18	56.3	4	22.2
労働力の確保	9	18.0	7	21.9	2	11.1
海外市場の開拓・拡大	33	66.0	21	65.6	12	66.7
原材料・部品の調達	12	24.0	10	31.3	2	11.1
既存事業の強化	14	28.0	11	34.4	3	16.7
新規事業の創出	9	18.0	6	18.8	3	16.7
海外展開の足がかり	10	20.0	7	21.9	3	16.7
国内取引関係の維持・強化	9	18.0	4	12.5	5	27.8
その他	1	2.0	0	0.0	1	5.6
回答法人・団体数	50		32		18	

設問２-２：業務提携の形態と目的について（複数回答）

（業務提携の形態）

●設問２で、中国ビジネスの展開内容について、「業務提携を行っている」と回答のあった企業・団体（65 件（※））に、提携の形態を尋ねたところ、「生産委託」が 38 件、58.5%で最も多く、次いで「技術供与」が 15 件、23.1%、「販売委託」、「その他」がそれぞれ 13 件、20.0%などの順となった。

●業態別にみると、製造業では、「生産委託」が 21 件、72.4%で最も多く、次いで「技術供与」が 10 件、34.5%、「販売委託」が 8 件、27.6%などの順となっている。非製造業でも、「生産委託」が 17 件、47.2%で最も多くなっているが、次いで「その他」が 12 件、33.3%となっている。「その他」の内容は、「各種製品等の輸出入における業務提携」、「金融業務提携」などとなっている。

（※）「業務提携を行っている」と「直接投資および業務提携を行っている」の回答数の合計

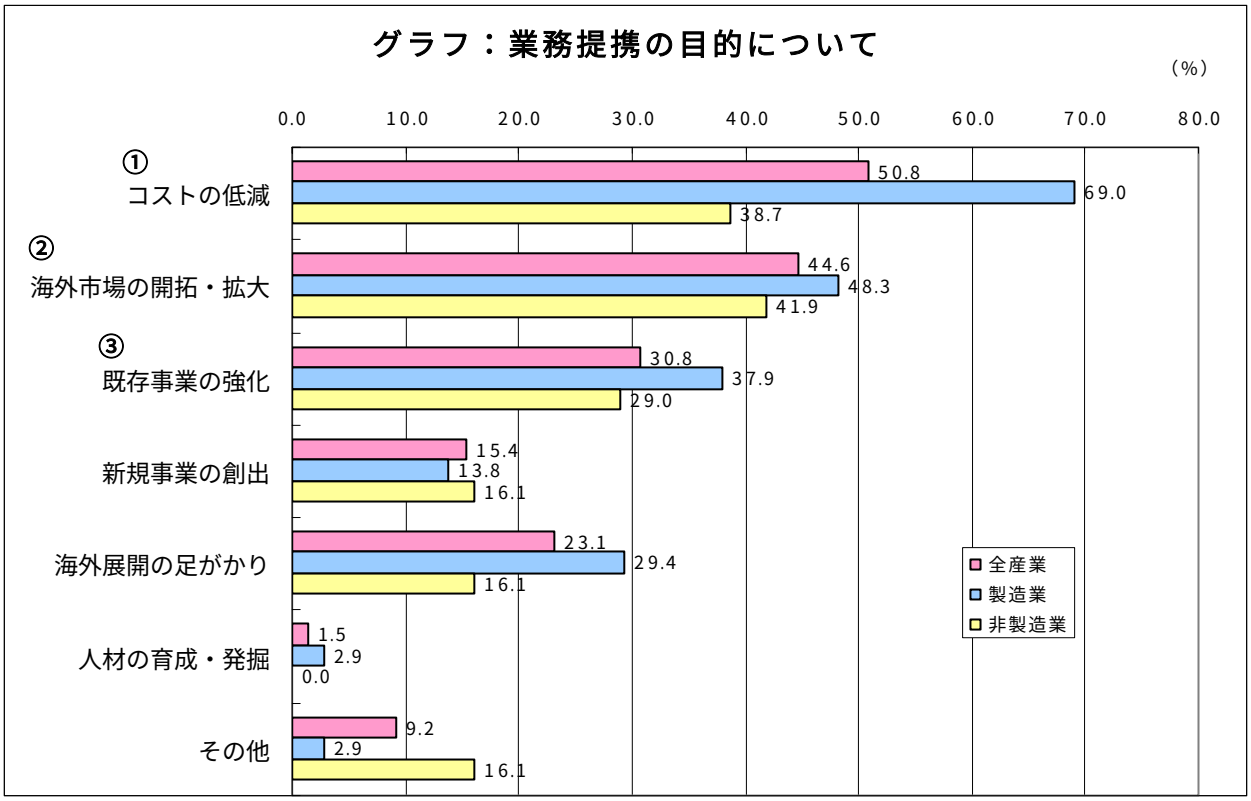
図表２-２-①：業務提携の形態について

回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
生産委託	38	58.5	21	72.4	17	47.2
生産受託	0	0.0	0	0.0	0	0.0
販売委託	13	20.0	8	27.6	5	13.9
販売受託	2	3.1	0	0.0	2	5.6
技術導入	2	3.1	0	0.0	2	5.6
技術供与	15	23.1	10	34.5	5	13.9
技術の共同開発	5	7.7	4	13.8	1	2.8
技術開発の委託	1	1.5	0	0.0	1	2.8
技術開発の受託	0	0.0	0	0.0	0	0.0
メンテ・サポート委託	3	4.6	1	3.4	2	5.6
メンテ・サポート受託	2	3.1	1	3.4	1	2.8
その他	13	20.0	1	3.4	12	33.3
回答法人・団体数	65		29		36	

（業務提携の目的）

●設問２で、中国ビジネスの展開内容について、「業務提携を行っている」と回答のあった企業・団体（65 件）に、提携の目的を尋ねたところ、「コストの低減」が 33 件、50.8%で最も多く、次いで「海外市場の開拓・拡大」が 29 件、44.6%、「既存事業の強化」が 20 件、30.8%、「海外展開の足がかり」が 15 件、23.1%などの順となった。

●業態別にみると、製造業では、「コストの低減」が 20 件、69.0%で最も多く、中国ビジネスを生産拠点として重要視する姿勢が伺えるのに対し、非製造業では、「海外市場の開拓・拡大」が 15 件、41.7%で最も多くなっている。潜在性の高い中国という市場を取り込み、活用していこうとする姿勢が窺える。



図表２-２-②：業務提携の目的について

回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
コストの低減	33	50.8	20	69.0	13	36.1
海外市場の開拓・拡大	29	44.6	14	48.3	15	41.7
既存事業の強化	20	30.8	11	37.9	9	25.0
新規事業の創出	10	15.4	4	13.8	6	16.7
海外展開の足がかり	15	23.1	7	24.1	8	22.2
人材の育成・発掘	1	1.5	1	3.4	0	0.0
その他	6	9.2	1	3.4	5	13.9
回答法人・団体数	65		29		36	

設問２-３：中国ビジネスの状況について

●設問１で、中国ビジネスについて、「すでにビジネスを展開している」と回答した企業・団体（86 件）に、その状況を尋ねたところ、最も多かったのが「順調だが、問題点も多い」の 58 件、67.4%で、「順調」の 25 件、29.1%との間には大きな差がみられる。また「問題点も多く、縮小・撤退も検討している」との回答も３件、3.5%あるなど、中国ビジネスの難しさが見てとれる。

●業態別にみると、製造業、非製造業とも、「順調だが、問題点も多い」が最も多く、それぞれ 33 件、73.3%、25 件、61.0%となっている。

図表２-３-①：中国ビジネスの展開状況について

回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
順調	25	29.1	11	24.5	14	31.4
順調だが、問題点も多い	58	67.4	33	73.3	25	61.0
問題点が多く、縮小・撤退も検討している	3	3.5	1	2.2	2	4.9
合　計	86	100.0	45	100.0	41	100.0

●一方、中国ビジネスの状況について、設問２で尋ねた“中国ビジネスの展開内容”との関連でみてみると、「直接投資のみを行っている」とした企業・団体（21 件）と、「直接投資および業務提携を行っている」とした企業・団体（29 件）では、「順調」がそれぞれ４件、19.0%、５件、17.2%にとどまるのに対し、「業務提携のみを行っている」とした企業・団体（36 件）では、「順調」が 16 件、44.5%となっている。

●中国ビジネスに精通する中国企業と業務を提携することで、日本と異なる中国の商慣習や法制度、行政手続などに対して、円滑な対応が可能になっているのではないかと思われる。

図表２-３-②：中国ビジネスの展開状況について（ビジネス展開の内容別）

回答項目	直接投資のみを行っている		業務提携のみを行っている		直接投資・業務提携を行っている	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
順調	4	19.0	16	44.5	5	17.2
順調だが、問題点も多い	17	81.0	17	47.2	24	82.8
問題点が多く、縮小・撤退も検討している	0	0.0	3	8.3	0	0.0
合　計	21	100.0	36	100.0	29	100.0

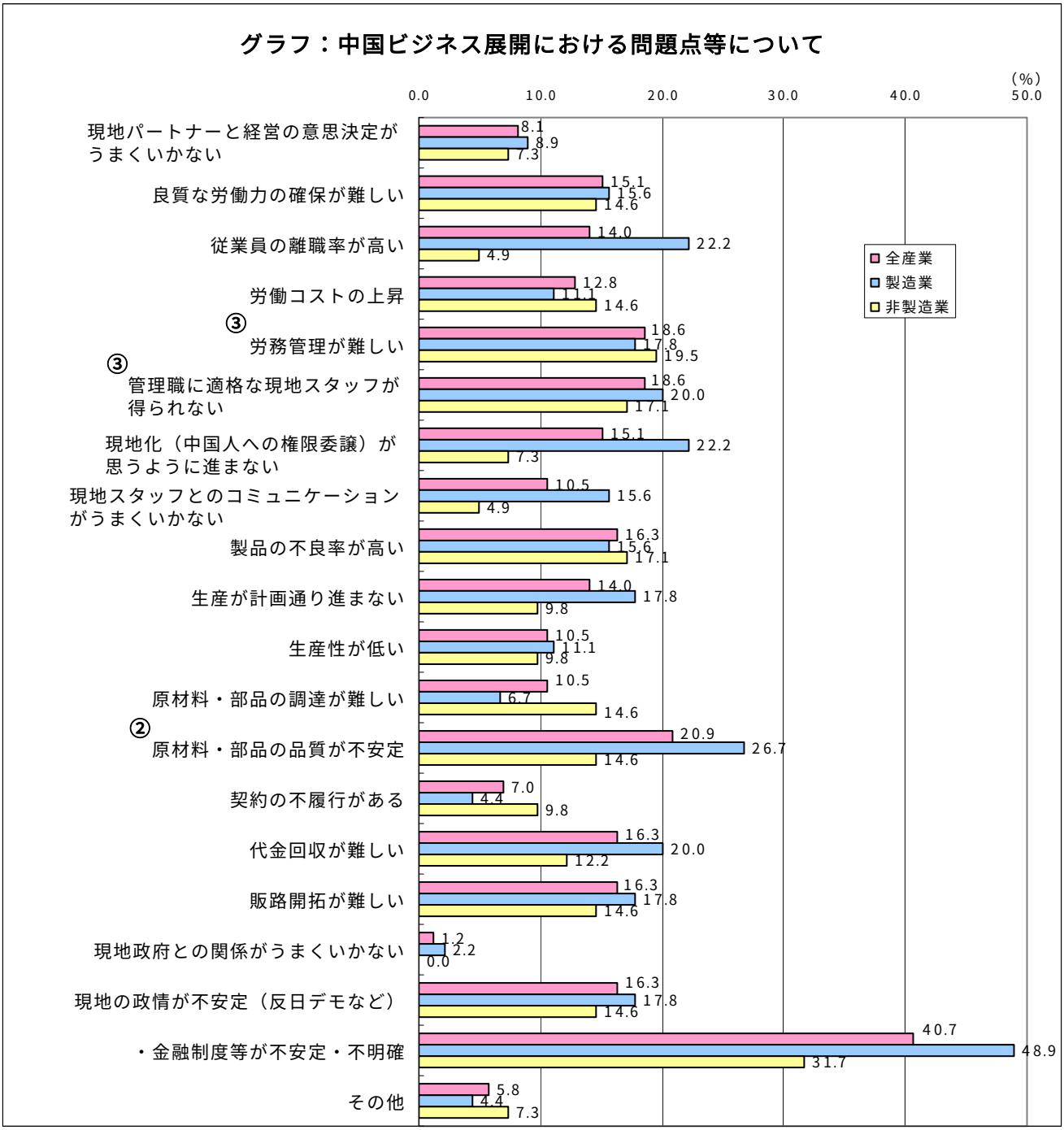
設問２-４：中国ビジネスの展開における問題点等について（複数回答）

●設問１で、中国ビジネスについて、「すでにビジネスを展開している」と回答した企業・団体（86 件）に、ビジネス展開における問題点等を尋ねたところ、「税制・法制度・金融制度・為替制度等が不明確・不安定」が 35 件、40.7%で最も多かった。次いで「原材料・部品の品質が不安定」が 18 件、20.9%、「労務管理が難しい」、「管理職に適格な現地スタッフが得られない」がそれぞれ 16 件、18.6%、「製品の不良率が高い」、「代金回収が難しい」、「販路開拓が難しい」、「現地政情が不安定（反日デモ等）」がそれぞれ 14 件、16.3%などの順となった。

●業態別にみても、製造業、非製造業とも「税制・法制度・金融制度・為替制度等が不明確・不安定」が最も多く、それぞれ 22 件、48.9%、13 件、31.7%となっている。

●中国ではＷＴＯ加盟以来、税制や法制度、金融制度など各種制度の整備が急速に進んでいるものの、実施細則などの作成の遅れにより、運用面を含めた法制度全般が不明確・不安定な状況にあると言われ、企業活動等に大きな影響を与えているものと思われる。

グラフ：中国ビジネス展開における問題点等について



図表２－４：中国ビジネスの展開における問題点等について

回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
現地パートナーと経営の意思決定がうまくいかない	7	8.1	4	8.9	3	7.3
良質な労働力の確保が難しい	13	15.1	7	15.6	6	14.6
従業員の離職率が高い	12	14.0	10	22.2	2	4.9
労働コストの上昇	11	12.8	5	11.1	6	14.6
労務管理が難しい	16	18.6	8	17.8	8	19.5
管理職に適格な現地スタッフが得られない	16	18.6	9	20.0	7	17.1
現地化（中国人への権限委譲）が思うように進まない	13	15.1	10	22.2	3	7.3
現地スタッフと日本人スタッフのｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝがうまくいかない	9	10.5	7	15.6	2	4.9
製品の不良率が高い	14	16.3	7	15.6	7	17.1
生産が計画通り進まない	12	14.0	8	17.8	4	9.8
生産性が低い	9	10.5	5	11.1	4	9.8
原材料・部品の調達が難しい	9	10.5	3	6.7	6	14.6
原材料・部品の品質が不安定	18	20.9	12	26.7	6	14.6
契約の不履行がある	6	7.0	2	4.4	4	9.8
代金回収が難しい	14	16.3	9	20.0	5	12.2
販路開拓が難しい	14	16.3	8	17.8	6	14.6
現地政府との関係がうまくいかない	1	1.2	1	2.2	0	0.0
現地政情が不安定(反日デモ等)	14	16.3	8	17.8	6	14.6
税制・法制度・金融制度・為替制度等が不明確・不安定	35	40.7	22	48.9	13	31.7
その他	5	5.8	2	4.4	3	7.3
回答法人・団体数	86		45		41	

設問３：準備を進めているビジネス展開の内容について

●設問１で、中国ビジネスについて、「ビジネスを展開すべく準備を進めている」と回答のあった企業・団体（16 件）に、その展開内容を尋ねたところ、「直接投資の準備を進めている」としたのは４件、その割合は 25.0%、「業務提携の準備を進めている」としたのは 11 件で、同 68.8%、「直接投資および業務提携の準備を進めている」としたのは１件で、同 6.2%であった。

●業態別にみると、製造業では、「業務提携の準備を進めている」が３件、75.0%、「直接投資および業務提携の準備を進めている」が１件、25.0%であった。非製造業では、「直接投資の準備を進めている」が４件、33.3%、「業務提携の準備を進めている」が８件、66.7%であった。

図表３：準備を進めているビジネスの展開内容について

回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
直接投資の準備を進めている	4	25.0	0	0.0	4	33.3
業務提携の準備を進めている	11	68.8	3	75.0	8	66.7
直接投資および業務提携の準備を進めている	1	6.2	1	25.0	0	0.0
合　計	16	100.0	4	100.0	12	100.0

設問３-１：準備を進めている直接投資、業務提携の形態について（複数回答）

（準備を進めている直接投資の形態）

●設問３で、準備を進めているビジネス展開の内容について「直接投資の準備を進めている」と回答のあった企業・団体（５件（※））に、投資形態を尋ねたところ、「新規の単独設立（100%出資）」、「新規の合弁設立」、「既存企業への一部資本参加」がそれぞれ 3 件、60.0%、「既存企業の買収」が２件、40.0%となっている。

●業態別にみると、製造業では、「既存企業の買収」、「既存企業への一部資本参加」がそれぞれ１件であった。非製造業では、「新規の単独設立（100%）出資」、「新規の合弁設立」がそれぞれ 3 件、「既存企業への一部資本参加」が２件、「既存企業の買収」が 1 件であった。

（※）「直接投資の準備を進めている」と「直接投資および業務提携の準備を進めている」の回答数の合計

図表３-１-①：準備を進めている直接投資の形態について

回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
新規の単独設立（100%出資）	3	60.0	0	0.0	3	75.0
新規の合弁設立	3	60.0	0	0.0	3	75.0
既存企業の買収	2	40.0	1	100.0	1	25.0
既存企業への一部資本参加	3	60.0	1	100.0	2	50.0
その他	0	0.0	0	0.0	0	0.0
回答法人・団体数	5		1		4	

（準備を進めている業務提携の形態）

●設問３で、準備を進めているビジネス展開の内容について「業務提携の準備を進めている」と回答のあった企業・団体（12 件（※））について、提携形態を尋ねたところ、「販売委託」が５件、41.7%で最も多く、次いで「生産委託」、「技術供与」がそれぞれ４件、33.3%などの順となっている。

●業態別にみると、製造業では、「販売委託」、「技術供与」がそれぞれ２件、「生産委託」、「生産受託」、「メンテ・サポート委託」がそれぞれ１件であった。非製造業では、「生産委託」、「販売委託」がそれぞれ 3 件、「技術供与」が２件、「生産受託」、「メンテ・サポート委託」、「その他」がそれぞれ１件であった。

（※）「業務提携の準備を進めている」と「直接投資および業務提携の準備を進めている」の回答数の合計

図表３-１-②：準備を進めている業務提携の形態について

回答項目	全体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
生産委託	4	33.3	1	25.0	3	37.5
生産受託	2	16.7	1	25.0	1	12.5
販売委託	5	41.7	2	50.0	3	37.5
販売受託	0	0.0	0	0.0	0	0.0
技術導入	0	0.0	0	0.0	0	0.0
技術供与	4	33.3	2	50.0	2	25.0
技術の共同開発	0	0.0	0	0.0	0	0.0
技術開発の委託	0	0.0	0	0.0	0	0.0
技術開発の受託	0	0.0	0	0.0	0	0.0
メンテ・サポート委託	2	16.7	1	25.0	1	12.5
メンテ・サポート受託	0	0.0	0	0.0	0	0.0
その他	1	8.3	0	0.0	1	12.5
回答法人・団体数	12		4		8	

設問３-２：ビジネスを展開する理由について（複数回答）

●設問１で、中国ビジネスについて、「ビジネスを展開すべく準備を進めている」と回答のあった企業・団体（16 件）に、ビジネスを展開する理由を尋ねたところ、「海外市場の開拓・拡大」が 12 件、75.0％で最も多く、次いで「コストの低減」、「海外展開の足がかり」がそれぞれ５件、31.1％などの順となっている。

●業態別にみると、製造業では、「原材料・部品の調達」が３件、「コストの低減」、「海外市場の開拓・拡大」、「海外展開の足がかり」、「国内取引関係の維持・強化」がそれぞれ２件などであった。非製造業では「海外市場の開拓・拡大」が 10 件と最も多く、これまでの「生産拠点としての中国」に加え、「市場としての中国」に注目が集めまっていることが窺える。

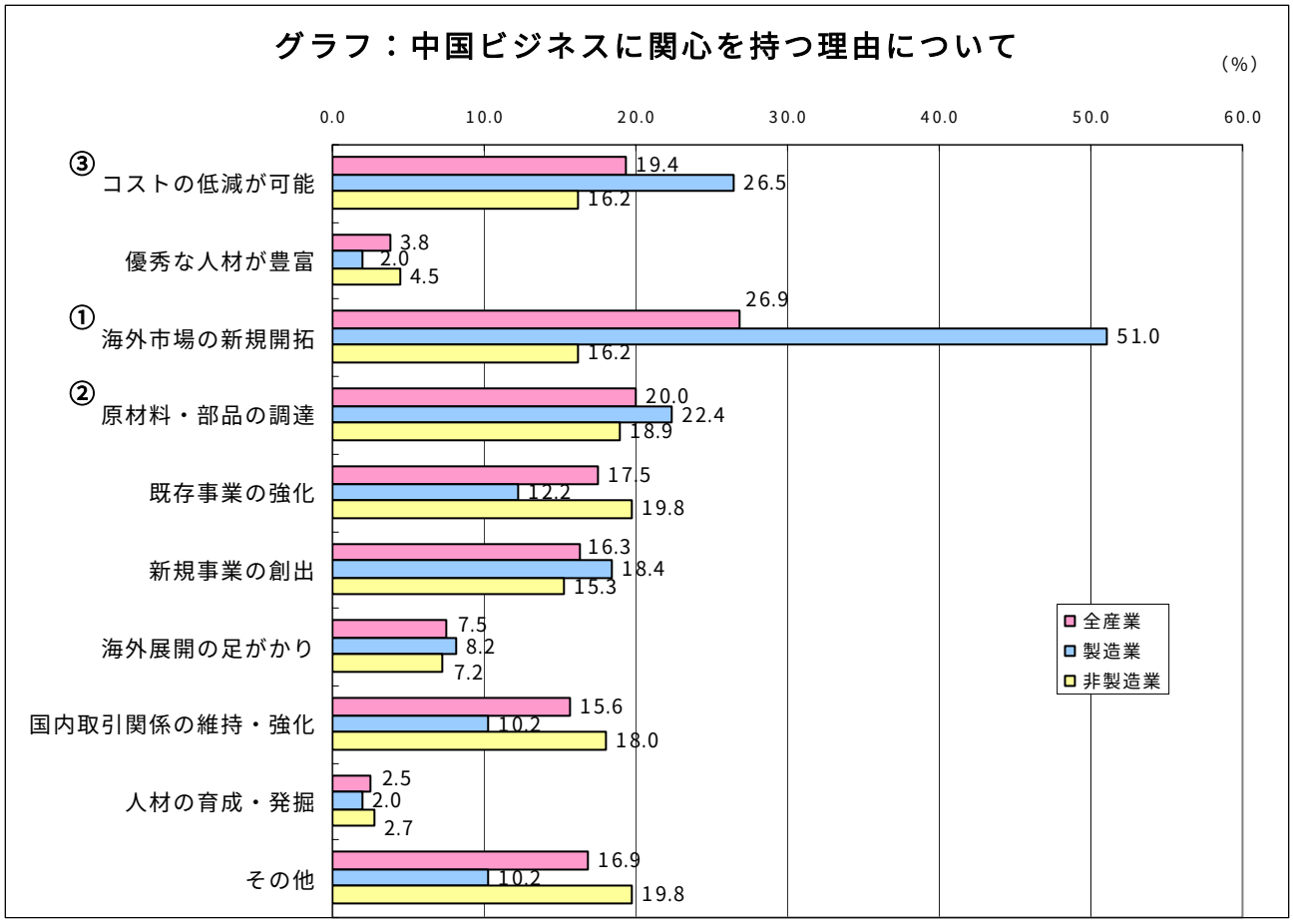
図表３-２：中国ビジネスを展開する理由について

回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
コストの低減	5	31.3	2	50.0	3	25.0
労働力の確保	1	6.3	0	0.0	1	8.3
海外市場の開拓・拡大	12	75.0	2	50.0	10	83.3
原材料・部品の調達	3	18.8	3	75.0	0	0.0
既存事業の強化	3	18.8	1	25.0	2	16.7
新規事業の創出	1	6.3	0	0.0	1	8.3
海外展開の足がかり	5	31.3	2	50.0	3	25.0
国内取引関係の維持・強化	3	18.8	2	50.0	1	8.3
人材の育成・発掘	0	0.0	0	0.0	0	0.0
その他	0	0.0	0	0.0	0	0.0
回答法人・団体数	16		4		12	

設問４：中国ビジネスに関心を持つ理由について（複数回答）

●設問１で、中国ビジネスについて、「現在取り組んでいないが、関心はある」と回答した企業・団体（160 件）に、関心を持つ理由を尋ねたところ、「海外市場の開拓・拡大」が 43 件、26.9%で最も多かった。次いで「原材料・部品の調達」が 32 件、20.0%、「コストの低減が可能」が 31 件、19.4%、「既存事業の強化」が 28 件、17.5%などの順となった。中国がこれまでの「生産拠点」に加え、「市場拠点」としても関心を集めていることが窺える。

●業態別にみると、製造業では、「海外市場の開拓・拡大」が 25 件、51.0%で最も多く、次いで「コストの低減が可能」が 13 件、26.5%、「原材料・部品の調達」が 11 件、22.4%などの順となっている。非製造業では、「既存事業の強化」、「その他」がそれぞれ 22 件、19.8%で最も多く、次いで「原材料・部品の調達」が 21 件、18.9%、「国内取引関係の維持・強化」が 20 件、18.0%などの順となっている。「その他」の主な内容は、「中国人観光客の増加を期待」、「取引先に対する金融面での支援を考慮」などとなっている。



図表４：中国ビジネスに関心を持つ理由について

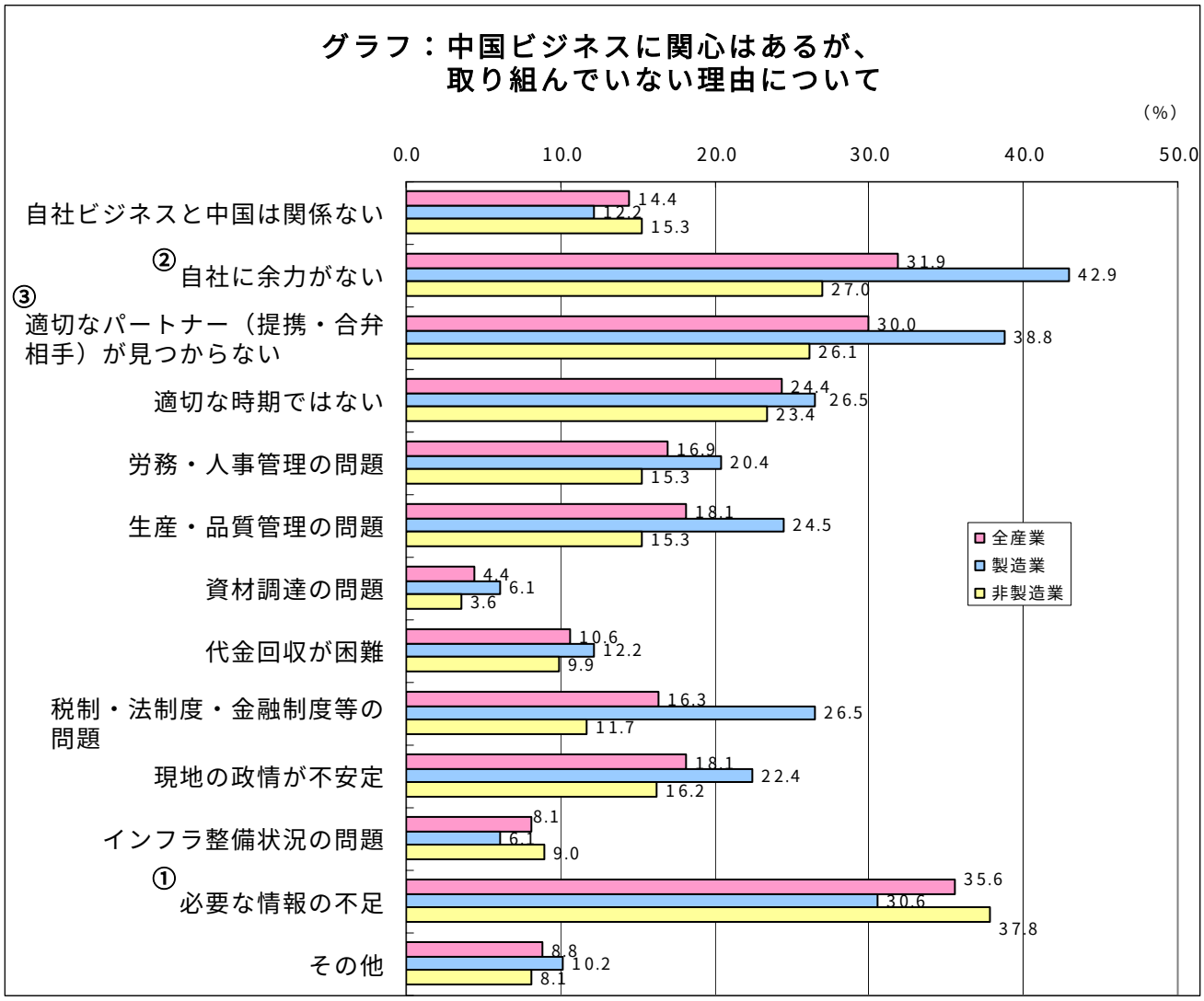
回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
コストの低減	31	19.4	13	26.5	18	16.2
労働力の確保	6	3.8	1	2.0	5	4.5
海外市場の開拓・拡大	43	26.9	25	51.0	18	16.2
原材料・部品の調達	32	20.0	11	22.4	21	18.9
既存事業の強化	28	17.5	6	12.2	22	19.8
新規事業の創出	26	16.3	9	18.4	17	15.3
海外展開の足がかり	12	7.5	4	8.2	8	7.2
国内取引関係の維持・強化	25	15.6	5	10.2	20	18.0
人材の育成・発掘	4	2.5	1	2.0	3	2.7
その他	27	16.9	5	10.2	22	19.8
回答法人・団体数	160		49		111	

設問４-１：中国ビジネスに関心はあるものの、取り組んでいない理由について（複数回答）

●設問１で、中国ビジネスについて、「現在取り組んでいないが、関心はある」と回答した企業・団体（160 件）に、取り組んでいない理由を尋ねたところ、「必要な情報の不足」が 57 件、35.6%で最も多く、以下「自社に余力がない」51 件、31.9%、「適切なパートナー（提携・合弁相手）が見つからない」48 件、30.0%、「適切な時期ではない」39 件、24.4%などの順となっている。

●業態別にみると、製造業では、「自社に余力がない」が 21 件、42.9%で最も多く、次いで「適切なパートナー（提携・合弁相手）が見つからない」が 19 件、38.8%、「必要な情報の不足」が 15 件、30.6%などの順となっている。非製造業では、「必要な情報の不足」が 42 件、37.8%で最も多く、次いで「自社に余力がない」が 30 件、27.0%、「適切なパートナー（提携・合弁相手）が見つからない」が 29 件、26.1%などの順となっている。

●中国には日本と異なる政策、制度、商慣習などが存在するものの、十分な情報開示がなされていないこと、また日本国内においてもそうした中国ビジネスに関する情報の収集・提供が不十分なことなどが、「必要な情報の不足」につながり、中国ビジネスへの取り組みを慎重なものにしていると思われる。


グラフ：中国ビジネスに関心はあるが、
取り組んでいない理由について
（%）
0.0
10.0
20.0
30.0
40.0
50.0
自社ビジネスと中国は関係ない
14.4
12.2
15.3
②自社に余力がない
31.9
42.9
27.0
③適切なパートナー（提携・合弁相手）が見つからない
30.0
38.8
26.1
適切な時期ではない
24.4
26.5
23.4
労務・人事管理の問題
16.9
20.4
15.3
生産・品質管理の問題
18.1
24.5
15.3
資材調達の問題
4.4
6.1
3.6
代金回収が困難
10.6
12.2
9.9
税制・法制度・金融制度等の問題
16.3
26.5
11.7
現地の政情が不安定
18.1
22.4
16.2
インフラ整備状況の問題
8.1
6.1
9.0
①必要な情報の不足
35.6
30.6
37.8
その他
8.8
10.2
8.1
全産業
製造業
非製造業

図表４-１：中国ビジネスに関心はあるが、取り組んでいない理由について

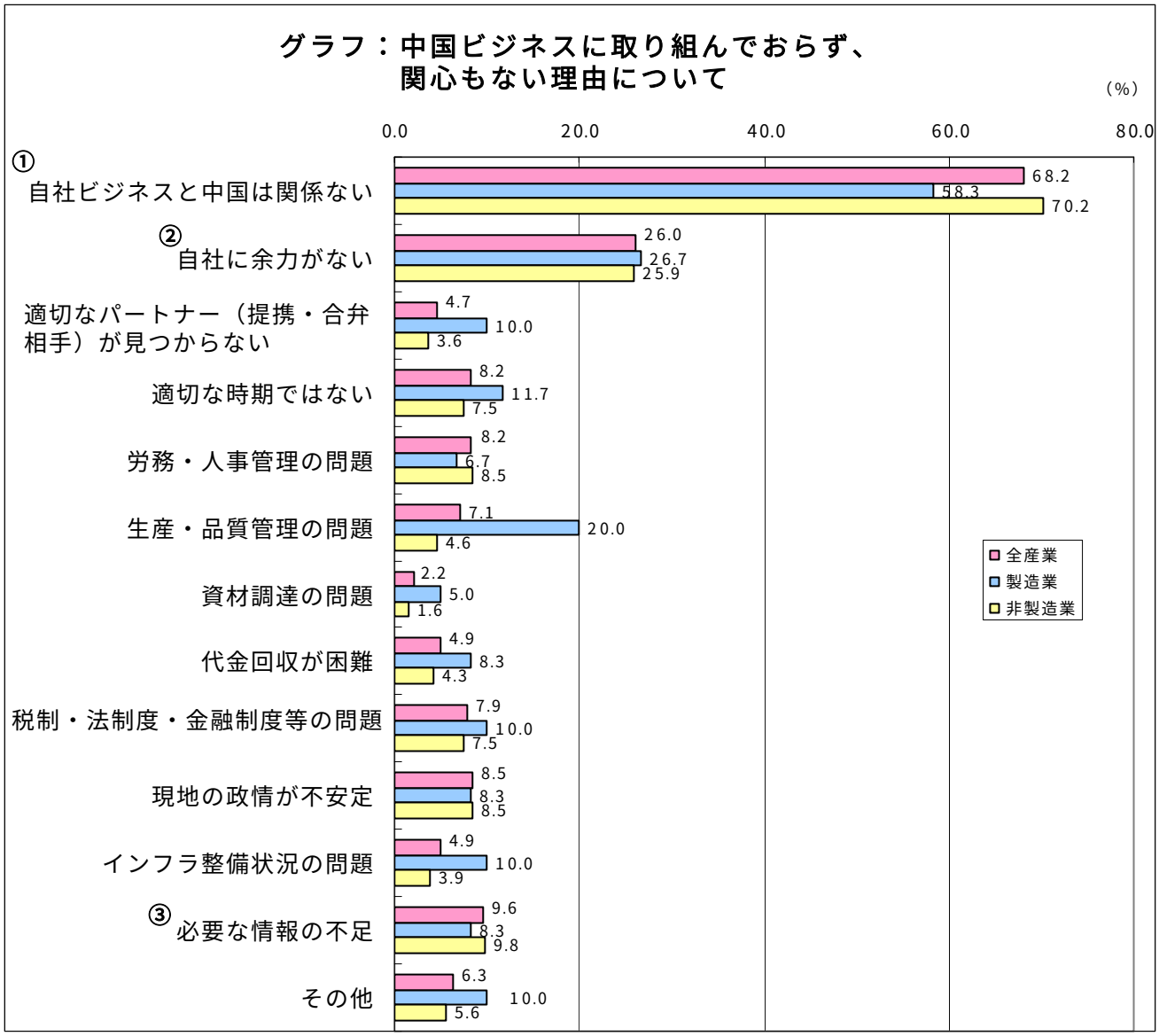
回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
自社ビジネスと中国は関係ない	23	14.4	6	12.2	17	15.3
自社に余力がない	51	31.9	21	42.9	30	27.0
適切なパートナー（提携・合弁相手）が見つからない	48	30.0	19	38.8	29	26.1
適切な時期ではない	39	24.4	13	26.5	26	23.4
労務・人事管理の問題	27	16.9	10	20.4	17	15.3
生産・品質管理の問題	29	18.1	12	24.5	17	15.3
資材調達の問題	7	4.4	3	6.1	4	3.6
代金回収が困難	17	10.6	6	12.2	11	9.9
税制・法制度・金融制度・為替制度等の問題	26	16.3	13	26.5	13	11.7
現地の政情が不安定	29	18.1	11	22.4	18	16.2
インフラ整備状況の問題	13	8.1	3	6.1	10	9.0
必要な情報の不足	57	35.6	15	30.6	42	37.8
その他	14	8.8	5	10.2	9	8.1
回答法人・団体数	160		49		111	

設問５：中国ビジネスに取り組まない理由について（複数回答）

●設問１で、中国ビジネスについて、「現在取り組んでおらず、関心もない」と回答した企業・団体（365 件）に、取り組まない理由を尋ねたところ、「自社ビジネスと中国は関係ない」が 249 件、68.2%で最も多かった。次いで「自社に余力がない」が 95 件、26.0%、「必要な情報の不足」が 35 件、9.6%、「現地の政情が不安定」が 31 件、8.5%、「適切な時期ではない」、「労務・人事管理の問題」がそれぞれ 30 件、8.2%などの順となった。

●業態別にみても、製造業、非製造業とも、「自社ビジネスと中国は関係ない」（35 件・58.3%、214 件・70.2%）、「自社に余力がない」（16 件・26.7%、79 件・25.9%）の順となっている。

●東北域内の企業には、中小企業も多く、国内大手企業を中心に取引が行われていると思われること、また経営体力的にも厳しい状況がみられると思われること、などが要因ではないかと考えられる。



図表５：中国ビジネスに取り組まない理由について

回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
自社ビジネスと中国は関係ない	249	68.2	35	58.3	214	70.2
自社に余力がない	95	26.0	16	26.7	79	25.9
適切なパートナー（提携・合弁相手）が見つからない	17	4.7	6	10.0	11	3.6
適切な時期ではない	30	8.2	7	11.7	23	7.5
労務・人事管理の問題	30	8.2	4	6.7	26	8.5
生産・品質管理の問題	26	7.1	12	20.0	14	4.6
資材調達の問題	8	2.2	3	5.0	5	1.6
代金回収が困難	18	4.9	5	8.3	13	4.3
税制・法制度・金融制度・為替制度等の問題	29	7.9	6	10.0	23	7.5
現地の政情が不安定	31	8.5	5	8.3	26	8.5
インフラ整備状況の問題	18	4,9	6	10.0	12	3.9
必要な情報の不足	35	9.6	5	8.3	30	9.8
その他	23	6.3	6	10.0	17	5.6
回答法人・団体数	365		60		65	

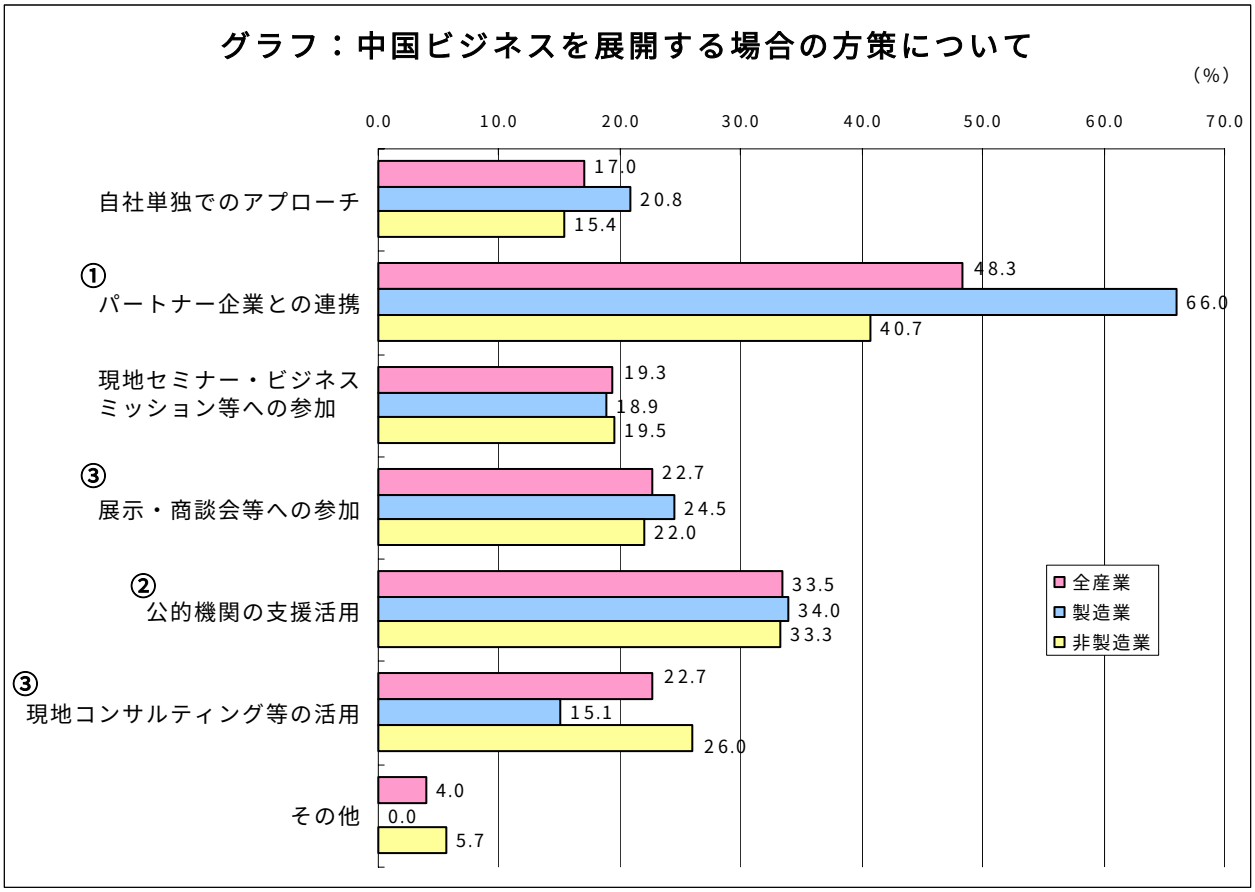
設問６：今後、中国ビジネスを展開する場合の取り組み方策について（複数回答）

●設問１で、中国ビジネスについて、「ビジネスを展開すべく準備を進めている」、「現在取り組んでいないが関心はある」と回答した企業・団体（176 件）に、今後の取り組み方策を尋ねたところ、「パートナー企業との連携」が 85 件、48.3%で最も多かった。以下「公的機関の支援活用」が 59 件、33.5%、「展示・商談会等への参加」、「現地コンサルティング等の活用」がそれぞれ 40 件、22.7%、「現地セミナー・ビジネスミッション等への参加」が 34 件、19.3%、「自社単独でのアプローチ」が 30 件、17.0%、「その他」が 7 件、4.0%の順となった。

●業態別にみても、製造業、非製造業とも、「パートナー企業との連携」（35 件・66.0%、50 件・40.7%）、「公的機関の支援活用」（18 件・34.0%、41 件・33.3%）の順となっている。

●東北域内の企業には、中小企業も多く、経営体力的にも厳しい状況があると思われることなどから、自社単独での取り組みよりも、取引先企業はじめ外部企業等との協力による取り組みや、県や国の出先・関係機関における利用可能な施策・制度を活用していこうとする姿勢が窺える。

グラフ：中国ビジネスを展開する場合の方策について



図表６：中国ビジネスを展開する場合の方策について

回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
自社単独でのアプローチ	30	17.0	11	20.8	19	15.4
パートナー企業との連携	85	48.3	35	66.0	50	40.7
現地セミナー・ビジネスミッション等への参加	34	19.3	10	18.9	24	19.5
展示・商談会等への参加	40	22.7	13	24.5	27	22.0
公的機関の支援活用	59	33.5	18	34.0	41	33.3
現地コンサルティング等の活用	40	22.7	8	15.1	32	26.0
その他	7	4.0	0	0.0	7	5.7
回答法人・団体数	176		53		123	

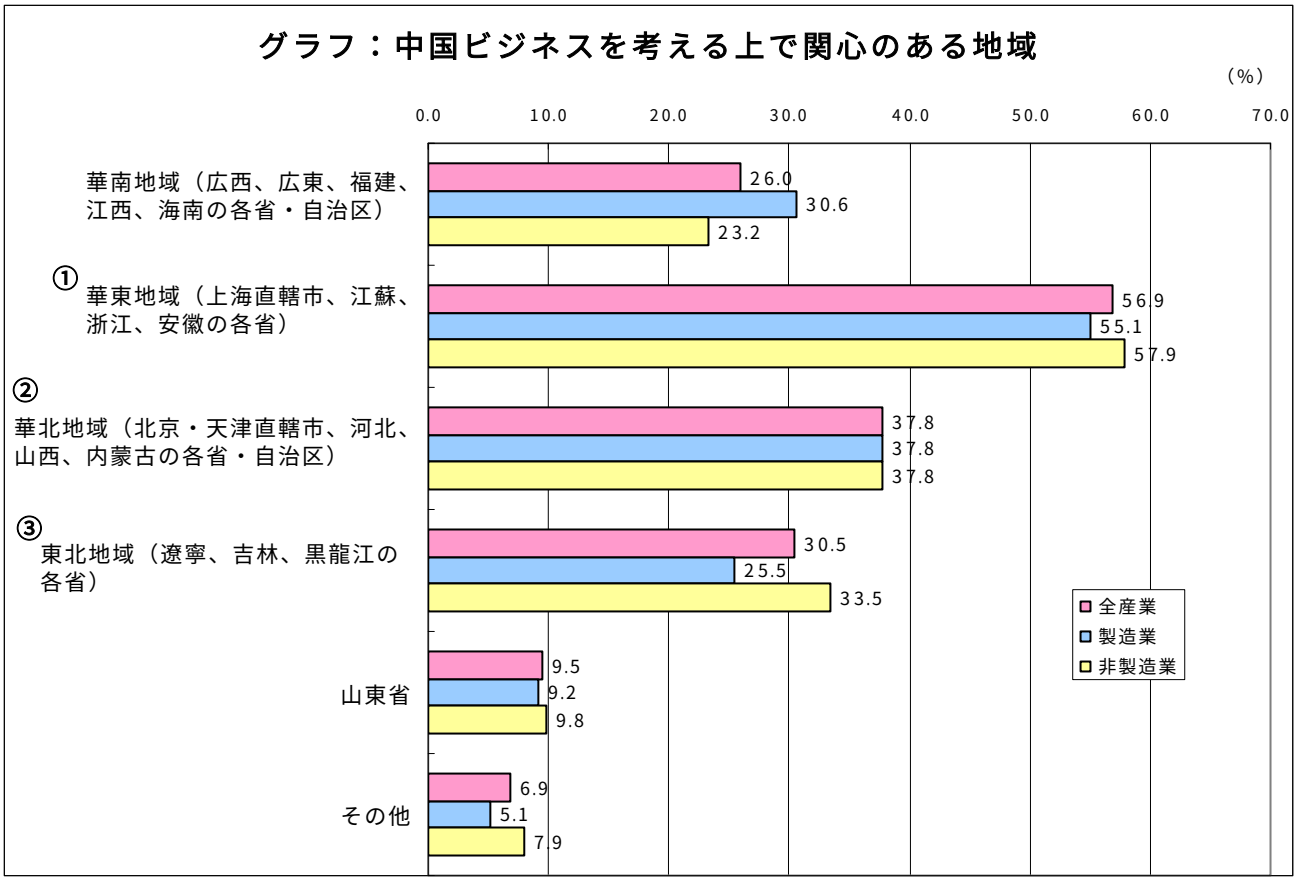
設問７：中国ビジネスを考える上で関心のある地域について（複数回答）

●設問１で、中国ビジネスについて、「すでにビジネスを展開している」、「ビジネスを展開すべく準備を進めている」、「現在取り組んでいないが、関心はある」と回答した企業・団体（262 件）に、中国ビジネスを考える上で関心のある地域を尋ねたところ、「華東地域」が 149 件、56.9%で最も多かった。以下「華北地域」が 99 件、37.8%、「東北地域」が 80 件、30.5%、「華南地域」が 68 件、26.0%、「山東省」が 25 件、9.5%、「その他」が 18 件、6.9%の順となった。

●業態別にみても、製造業、非製造業とも、「華東地域」（54 件・55.1%、95 件・57.9%）、「華北地域」（37 件・37.8%、62 件・37.8%）の順となっている。

●上海直轄市を中心とした「華東地域」は、①中国最大の市場規模を持ち、かつ１人当たり所得水準が最も高いこと、②ハイテク関連産業を中心に産業集積度が高く、また国際港湾・空港や高速道路、情報通信基盤などのインフラ整備も最も進んでいること、などから、生産拠点として、市場拠点として、関心が集まっていると思われる。

●また、「華北地域」は北京大学や清華大学などを中心に産学連携が活発で、ハイテク産業を中心に産業集積が進んでいること、「東北地域」は東北振興政策の実施により、新たなビジネスチャンスの創出が期待されること、などが背景にあると思われる。



図表７：中国ビジネスを考える上で関心のある地域について

回答項目	全　体		製造業		非製造業	
	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）	回答数（件）	構成比（%）
華南地域（広西、広東、福建、江西、海南の各省・自治区）	68	26.0	30	30.6	38	23.2
華東地域（上海直轄市、江蘇、浙江、安徽の各省）	149	56.9	54	55.1	95	57.9
華北地域（北京・天津直轄市、河北、山西、内蒙古の各省・自治区）	99	37.8	37	37.8	62	37.8
東北地域（遼寧、吉林、黒龍江の各省）	80	30.5	25	25.5	55	33.5
山東省	25	9.5	9	9.2	16	9.8
その他	18	6.9	5	5.1	13	7.9
回答法人・団体数	262		98		164	