

中国華東地域經濟市場狀況行政調查 報 告 書

平成17年1月16日(日)～21日(金)

福井県議会

団長 山岸 猛夫
吉田 伊三郎
松田 泰典

海外行政調査日程
(中国華東地域経済市場状況行政調査団)

| 日 時 | 行 程 | 調 査 内 容 |
|------------------|---|---|
| 1月 16日 (日) | 議会発 11:00 小松空港発 13:30 上海着 14:30 到着後 | (中国東方航空 558 便) 華亭賓館 (上海市泊) |
| 17日 (月) | 9:30~10:30 11:00~12:00 13:30~14:30 15:00~16:00 江蘇省蘇州市着 17:30 | 福井県ビジネスコーディネーター、経済顧問との意見交換会 中国側バイヤー(安昕眼鏡サロン)調査 上海市進出企業調査 福井クラフト上海事務所 (上海福井克莱福特工艺品有限公司) 三谷オプチカル上海工場 (上海三谷眼鏡有限公司) 蘇州シェラトン (蘇州市泊) |
| 18日 (火) | 10:00~11:30 13:30~15:00 浙江省杭州市着 18:00 | 江蘇省進出企業調査 サンリーブ江蘇省工場 (蘇州三麗眼鏡有限公司) 昆山市 小浜海産物江蘇省工場 (江蘇海江食品有限公司) 太倉市 杭州ソフィテル西湖大酒店 (杭州市泊) |

| | | |
|--------------------|--|---|
| <p>19日 (水)</p> | <p>10:00 ~ 12:30 13:30 ~ 15:00</p> | <p>浙江省人民代表大会との意見交換 浙江省進出企業調査 テクニカフクイ浙江省工場 (杭州鐵三角科技有限公司) 杭州市 杭州ソフィテル西湖大酒店 (杭州市泊)</p> |
| <p>20日 (木)</p> | <p>杭州空港 9:00 香港着 10:55 13:45 ~ 14:45 15:30 ~ 16:30</p> | <p>(中国東方航空 597 便) 香港の経済状況説明会 (JETRO) 香港進出企業調査 井上リボン工業香港事務所 ニューワールドルネッサンス (香港泊)</p> |
| <p>21日 (金)</p> | <p>香港発 10:20 関西空港着 14:40 関西空港発 15:48 福井着 18:27</p> | <p>(CX506 便) はるか 36 号 サンダーバード 33 号</p> |

1 調査の目的

現在、県内景気の回復は、緊急かつ重要な課題となっているが、このためには、内需と輸出の拡大が不可欠となっている。

特に、県内企業の輸出先としては、東アジア地域が重要な地域と位置づけられている。

現在、東アジアは世界経済を支える大きな柱に成長しており、世界各地の10年ごとの平均実質GDP成長率を比較しても、東アジアは、70年代以降いずれの10年間でも約7%の成長を遂げるなど、世界でも際立った高成長を記録しており、今後も拡大が期待されている。

また、世界に占める東アジアの実質GDPのシェアは1990年に約5%だったものが、2020年には約16%になると予測されている。

このような、魅力的な市場に対し、県内企業がどのようにアプローチするかは、企業の将来にも関わる緊急の課題と考えられる。

県は、県内企業を支援するという立場から、海外事務所を開設し、販路開拓等への支援事業や商談活動等への支援を行っているが、今後、ますます、活発化すると考えられる県内企業の海外活動について、支援策等を検討するとともに、県の施策の議会審議に資するため、現地の経済・産業状況を調査するものとする。

2 県内企業の海外進出の状況

現在、県内からは192拠点の工場、営業所が海外に進出している。

なかでも、東アジアには、このうちの75%にあたる143拠点が進出している。

さらに、中国華東地域(上海市、浙江省、江蘇省、安徽省)には、39社、56拠点が進出している、世界最大の県外企業進出地域となっている。

また、華南地域に属する香港にも18社が進出している状況となっている。

このように、中国華東地域には、多くの企業が進出しているが、進出企業の本社従業員規模別に見ると、従業員規模の多い企業の海外展開が多いものの、従業員30人未満の小規模企業の展開も見られる状況となっている。

さらに、小松空港と上海空港との定期便就航により、さらに、ビジネス環境が整う状況となっている。

3 繊維・眼鏡産業の状況

本県の繊維産業は、ポリエステルやナイロンなど合繊長繊維に特化した製品づくりを行っている。また、高度なものづくりの技術力を背景に、はっ水性、防水透湿性などの機能性やデザイン・ファッション性に富んだ付加価値の高い製品を生産する産地を形成している。

これまでの、大手合繊メーカーや商社からの委託加工を主としていた産地から、自立化の動きが見られ、これまでの技術を活かした自主企画製品を製造、販売する動きが出てきている。

眼鏡産業は、チタン材などの難加工性材料加工技術に代表される、金属フレームの加工技術において、世界のトップ水準にあると考えられるが、中国製品より商品価格帯は高くなっている。

県内企業の中には、中国で現地生産を行う企業もあり、また、県内で生産したものを輸出して、中国国内での販路開拓に取り組もうとする県内企業も多数あります。

県内企業の輸出額の総額は、1,597億円で(2002年)で、このうち、529億円(全体の約33%)が中国向けとなっており、最も多くなっている。

主力輸出品目は、繊維、機械、眼鏡の3品目で、輸出額全体の約83%を占めている。

この3品目の中で、繊維および眼鏡は、全国の輸出総額に占める割合が極めて高くなっている。(合成繊維織物 43.1%、アセテート織物 61.0%
眼鏡枠 99.1%)

特に、県内企業の繊維製品の中国への輸出額は、近年、輸出額全体の半分を占めるまでに増加している。

また、眼鏡の輸出は、近年横ばいとなっているが、中国での日本製眼鏡製品に対する認知度は高まってきており、今後、輸出の拡大が期待できる。

4 県内企業の海外への関心

2003年11月に県が行った「東アジア市場に対するアンケート調査」によれば、県内企業は、特に中国華東、華南地域に高い関心を示している。

(中国華東地域 45.5% 華南地域 43.7%の企業が関心を示している。)

特に、いままで、生産拠点として見ていた中国を、消費地(輸出先)としてとらえるようになっており、今後、継続した高成長が見込まれる沿岸都市部は、高付加価値商品を購入する有望な消費市場と期待されている。

(約4割の企業が「現地の最終消費者に関心あり」と回答)

5 県の県内企業に対する支援策

展示商談会への支援強化

ア 繊維製品東アジア販路開拓支援事業

- ・福井県繊維ビジネスサポートセンター(上海市、広州市)の運営支援
- ・中国アパレル業界団体を対象とした個別展示商談会の開催支援

イ 繊維・眼鏡産業海外マーケット開拓支援事業

- ・公募した企業や企業グループの個別商談会の開催や有名展示商談会への出展を支援

ウ 眼鏡産業中国マーケット開拓支援事業

- ・中国の国際眼鏡展への共同出展や市場調査を支援

県海外事務所の商談活動支援強化

ア 現地情報の収集・提供および現地の制度・商習慣等に関する相談等。

また、ビジネスコーディネーターを配置し、商業活動を積極支援。

イ 北京国際眼鏡業展覧会におけるバイヤー紹介

貿易振興機関との連携

ア ジェトロ、福井商工会議所と県との連絡会設置

イ 貿易振興機関の実施する事業をHPで広報

中国における情報収集・提供活動の強化

ア 中国マーケット・トレンド情報をHP・メールで提供

イ 中国マーケット開拓取組事例をHP・メールで提供

中国からの引合情報の提供強化

ア 上海市眼鏡協会からの情報をメールで提供

現地に進出した企業との連携

ア 香港貿易発展局と連携し、セミナーを開催

中国人ネットワークとの関係強化

ア 技術研修員の県内産業見学会の実施

イ 福井大学留学生センターと福井大学での留学経験者の活用について協議

ウ 福井華僑華人聯誼会と県で定期的な意見交換会を実施

セールスステップの調査・研究

ア 中国販路開拓セミナー ～セールスステップの活用の検討～ を開催

6 調査の結果

今後、生産拠点や新たな市場として中国への進出や貿易を行う場合には、いくつかの課題があると思われる。

(1) 商習慣や各種制度等の情報の提供

日本と大きく違う商習慣や省ごとに異なる法律や税率などの社会制度、さらに、物価や経済力等の中国との取引などに重要な情報を取りまとめ、県内企業へ積極的に提供することが必要と考える。

また、本県の重要な産品である農産物（農業）に関する情報が少なく、これらの実態の把握も必要と考える。

今回の、調査にあたり、進出企業の現地代表者からの話においても、商習慣の違いから、代金の回収に不安を抱えているとの話が聞かれ、それが、中国市場への展開に二の足を踏むこととなっているとのことであった。

また、省ごとに各種制度に違いがあり、全国一制度が当たり前である日本の感覚では対応が難しいとの声も聞かれた。

(2) 中国と日本との位置づけ

中国では、農村部の豊富なバックヤード人口に支えられ、安価な労働力を継続的に確保できるため生産コストを低く抑え、競争力のある価格の製品を生産できるがその技術力や能力については一般的にその労働構造から限界が

ある。

また、労働に対する考え方や習慣の違いから日本的な人材育成や生産管理などを活かすことは難しい部分があるとのことである。そのため、現段階では、日本で技術集約的な部品製造やマーケティング研究を行い、その結果を、賃金の安い中国で組み立て製造するという両面での取り組みがしばらく続くのではないかと感ずる。

世界の工場としての位置付けは当分続くものである。

(3) 中国での事業展開に関わる人材の育成

中国では、日本との商習慣や制度の違いにより、企業の進出当初は、日本から派遣される現地責任者は相当な苦勞をするとともに、販売や仕入れのルート開拓にも困難があるとのことである。

そのため、現地の状況を熟知した経験者の話を聞ける機会の提供やそのノウハウ等を習熟する勉強会等の開催を支援し、中国での展開前に中国ビジネスについての能力を向上させることが必要と考える。

また、展開前には、それらを踏まえ、十分な準備のため現地事情を肌で感ずるとともに、派遣企業は、能力や知識以上に派遣する職員のやる気についても考慮することが大切である。

(4) 中国に対する過度の期待と評価

テレビや新聞、書籍等で中国の現状についての様々な情報が流されているが、特に経済の成長力やポテンシャルについて過大に評価されている場合もあることから、正確な中国情報の確保が非常に重要となる。特に、市場性については一部の富裕層に富が集中しており、一般庶民は高額な日本製品になかなか手が出せない状況にあるとのことである。

そのため、国内情報のみで判断するのではなく、現地の状況を十分把握する必要がある。

福井県上海事務所経済顧問およびビジネスコーディネーターとの意見交換会

日 時 平成17年1月17日(月) 9時30分～10時30分

場 所 福井県上海事務所
上海市延安西路2201号
上海国際貿易中心2楼212室

出席者 経済顧問 珠村義朗
(上海日本商工クラブ副理事長)
ビジネスコーディネーター 銭 江峰
(上海時迅商務諮詢有限公司 經理)

- ・ 中国で事業を展開する場合に大切なことは、数字とかデータではなく、中国で絶対に成功するという姿勢が大切である。(命がけで)
- ・ 中国では、今年から繊維製品等に対して関税を掛けることが決定したが、日本は対象からはずれるという予想があったことから、対応の動きが悪かった。化繊では、福井が中心になることから、国に対して対策についてのアクションを起こして欲しい。
- ・ 中国は合衆国である。他の省から来る車に対して課税するような国家である。さらに、省間のみならず、上海市内においても、市街地と郊外で社会保険の掛け率が違う状況にある。特に、都市部は高くなっている。
その意味からも、企業進出にあたっては、華東地域を離れなければ、本当の利益はあげられないのかもしれない。しかし、まだ、制度やインフラの関係で、地方へ進出するのは早いのではないかと思っている。
- ・ 新規企業からの照会は、月3～4件であり、サービス業(飲食店)から、日本食の提供や日本酒の販売についての問い合わせが多い。
- ・ 日本企業は中国に対して、不信感を抱いているといわれるが、中国貿易は難しい、進出しても難しいとのうわさが先行しているものであり、データを見ると7割の企業は良い結果が出ている。
原因としては、中国に対するイメージと自社の調子を褒めない謙虚さ、あえて、悪く言って1人勝ちしたいという意識からきているものと考える。
また、帳簿上は赤字だが、本社に実利益を移転している場合も多い。
世論上、対日感情は悪くなっているが、一時的なものと考える。
- ・ 「見たことの無いお化けを語る」という話があるが、まさに、中国はお化けである。みんな、実態を見ていない。

また、アシックスの例であるが、7割の靴を製造していた江蘇省工場を突然閉鎖し、利便性が高いからと広東省へ工場を移転した。そのくらい、日本企業は中国を軽視している。

- 中国を日本の産業の脅威として見る向きもあるが、セーフガードで問題になったタオルを見れば、日本でタオル産業に携わっているのは7,000人であるのに対し、上海では、1社で12,000人である。セーフガードの発令で困るのは進出している日本企業である。
- 中小企業が中国へ進出して成功するかしないかは、派遣する人材にかかっている。

また、進出の動機にしても、日本ではだめだから中国へとか、戦争時のお詫びとして、また、中国から話があったからすべて任せる形でのるといのはすべてだめである。

自治体や中国についての専門家が中小企業の対中対策にかかる人材育成を行うことが必要と考える。

- 中国に進出している企業は、中国と日本の本社の二つの相手と戦っている。進出企業の現地化が大切である。その点では、欧米企業の方が上手といえる。

中国側バイヤー 安昕眼鏡サロン調査

日 時 17年1月17日(月) 11時00分~12時00分

場 所 安昕眼鏡サロン
上海市南京東路627号七重天賓館606室

出席者 安昕眼鏡サロン 洪安 代表

- ・ この店で扱っている眼鏡のうち、鯖江のシェアは約60%で、他の店でもほぼ同程度だと思う。
単価は1,000元(約12,000円)
- ・ 鯖江のブランドとしては、KOKIがあるが、他はすべてデザイナーズブランドである。
- ・ 仕入れは、代理店を通じて行っている。
- ・ 他のチェーン店と比べ、サービス面で差をつけている。客を大切にしていることから、口コミで広がっている。
- ・ 日本では、眼鏡がファッションの一部となっているが、中国でも眼鏡は高級なファッションとなっている。
- ・ 国産と輸入品の比率は、60%を日本から、30%を国内から、残りは欧米からである。
全体の量では、国産が多いが、売り上げでは前述のとおりである。
- ・ 日本製の評判は、品質が高く、デザインが良いものが多く、イタリア、フランス製と比べてもクレームは非常に少ない。
購買層についても、それぞれの階層に売れているように思われる。
- ・ 日本製の眼鏡については、これからも売れていくと思うが、できればもう少し安くなるとよいと思う。ただし、あまり大きな問題とは思わないが。

上海福井克莱福特工艺品有限公司調査
(福井クラフト上海事務所)

期 日 17年1月17日(月) 13時30分~14時30分

場 所 上海市定西路1277号305室

出席者 総経理 黒田 正俊

概 要 創 業 1993年
従業員 41名(うち製造部門30名)

- ・ 事務所のフロアーに日本で展開されている展示場を持っている。商品は、和食・中華・オードブル皿食材小道具等が並んでいる。主に業務用のため種類が多く求められ、それ等の対応に応じるべく、ロットを小さくしたものづくりに主きを置いている様子である。
- ・ 日本国内向けの商品は勿論だが、中国向けには主にホテルが60%のシェアを持っている。特に中国市場は限定されたマーケットしかなく、今後の展開も一般消費には困難な実状である。

しかし、現在の日本食レストラン対象では、頭打ちになることから、今後は一般市場に参入することも必要と考えているとのことである。さらに、世界的日本食ブームの中、日本より安価であることや上海の環境が外国と交渉しやすいことなどから、中国や日本以外の地域にも輸出を考えていく。

(日本国内では分かりにくいことも上海でなら分かる場合も多い)

- ・ 日本から中国への進出の目的の第一は、安く作る事に置いて出発したが、開業して4~5年は塗りの技術が伝わらなかった苦労があった。ABS等の素材は大量生産向きのため、当社では引き合いが少ないし、木製食器は下請けからの調達にしている。

しかし、中国の下請けは、コストは安い木椀の中に虫が潜んでいるなど、品質に問題が見られる。100%品質管理している工場は少ないのが現状である。

また、そのようなリスクは最終製造者である企業が負うことになる。

- ・ 営業活動の中で大事なポイントは、営業マンの個人能力と同時に判断権が必要であると感じている。

特に、中小企業については、人脈を持っているかよりも、日常の業務について権限を与えられるような社員を派遣は、経営について任せるといった形にすることが大切とのことであり、その点では、ドイツ、フランスの企業のほうが現地化が進んでいる。

- 中国では、会社の固定経費は安い、全体の比率からすればたいしたことではなく、それよりも、認可が取りにくいことや契約が複雑でリスクが高い点が問題となっている。
- 今後は、業務用漆器の分野で塗り師や蒔絵師を育成して、現地で生産した高級漆器を国内輸入さらに中国市場での販売の拠点構築が目的である。業務拡大に伴い、工場の移転を計画、来年には新工場をオープンさせる予定とのことである。
- 最後に、高間総経理の考えでは、中国が世界の工場ということは当分変わらないとのことである。広い面積、多い人口、豊かな資源がそろっており50年は続くとの予想である。

しかし、中国への投資(進出)ということから言えば、ドイツ、フランス、アメリカなどの欧米が先を行っており、ドイツのフォルクスワーゲン社などは、10年前に進出したが、当初の赤字から10年後に成功を収めており、長いスパンで考えているが、それに対して日本企業はサーズでのブレが見られたように近視眼的と感じられるとのことであった。

上海三谷眼鏡有限公司調査
(三谷オプチカル上海工場)

日 時 17年1月17日(月) 15時00分～16時00分

場 所 上海三谷眼鏡有限公司
上海市揚浦区軍工路1300号

出席者 総経理 本塚 一則

概 要 創 業 1994年
従業員 129名

- ・ 工場の用地は、国営企業の跡地であるが、万博の関連で周辺部は大々的に工事中であり、高速道路や地下鉄が整備され、これから大きく発展する地域である。

また、地元企業が多く、大学もあるため人材の確保がしやすい地区である。

- ・ 現在はチタンフレームを中心に製造している。
- ・ 人件費は、上海人が1,000元/月強(12,000円)で、外地人[上海以外の人]は1,000元以下である。

最低賃金は630元/月(約7,500円)となっている。10年で倍になった。

ただし、福利厚生費を入れれば、約2倍になる。

人件費の上昇率は意外と上がっていないが、今後、労務費の上昇率を3%以内で抑えるため、外地人の雇用を増やしていきたいと思っている。

ただし、この状況から、高度な知識を持たない上海人は就職が非常に難しくなっており、失業率が高くなっている。(道路の清掃を行っているのは失業対策で雇用されている上海人である。)

従来は、外地人の採用については許可が必要であったが、近年、人材派遣業が認められ、許可は不要になり採用が自由になった。

- ・ 国内販売については今年から直接販売を始めたが、製品を卸しても、売れなければ返品してくるなど回収の問題で苦慮しており、そのへんの信頼関係づくりが大変難しく、進出企業は外資企業との取引が中心になっている。
- ・ 資本関係では、借入金が制限されており、日本のように資本を借り入れ運転資金にまわすというやり方は難しい。

- ・ 日本的管理の導入は国民性の違いから難しく、日本との棲み分けも考えているが、少量、多品種生産も可能になっていることから、今年からは、直接輸出も行っている。これを行わないと、他の企業に負けてしまう。

ただし、少量多品種生産は今まで、日本の強みだったことから、これを中国ができるとなると大きな脅威になってくる。

- ・ 中国国内向けの販売については、当社で製造している眼鏡枠の価格帯が高いことから、こちらで競争するとなると製造ラインから見直さなければならぬ。あくまで、高級ゾーンを狙っていく予定である。
- ・ 今後は、単純な物づくりでは生き残っていけないと思う。日本人には日本人の良さがあり、中国との棲み分けが可能と考える。

生産には、開発と製造の二つの大きな工程があるが、特に、開発については眼鏡もファッションの位置付けが大きくなっていることから感性が大切であり、生産ラインを持たなくても開発可能な体制をつくる必要があると考えられる。その意味では、眼鏡産地としての鯖江は残ってくると考えている。

蘇州三麗眼鏡有限公司調査
(サンリーブ江蘇省工場)

日 時 17年1月18日(火) 10時00分～11時30分

場 所 蘇州三麗眼鏡有限公司
江蘇省昆山市玉山鎮花園路1738号

出席者 総経理 濱 幸雄
副総経理 三田 博之

概 要 創 業 1994年
従業員 358人

- ・ 大規模に電力を使う工場に対しては、蘇州市政府より週1～2日の停電命令があり、この工場でも月、火について操業できない状況が続いている。
- ・ 1993年の創業当時は、部品の製造から始めたが、1996年からは完成品を生産している。
- ・ 当初、500人の従業員がいたが、中国資本、台湾資本の工場が出来てきたため、人数、生産量を減らし、品質を高めた技術集中型にシフトしており、現在は358人となっている。
- ・ 生産品については、元々100日本へ輸出していたが、5年前から中国国内向けにも出荷しており、全体の5%となっている。
- ・ 中国の進出先として蘇州を選んだ理由は、上海近郊で、将来高速道路が延伸されることが予想され、投資効果が高いと判断したからである。
また、眼鏡産業は労働集約型であり、技術が根付かないと品質が向上しないが、蘇州は農村地域のため定住者の労働力が豊富である点も考慮した。
深セン、温州にも工場はあるが、出稼ぎ労働者が多く、定着率が低い上に、他に眼鏡工場が立地していることから技術を身に付けると雇用条件が良い他の工場に転出していく例が多く、人材が育たないこともある。
- ・ 社員教育や日本式経営については、中国人と日本人の国民性がまったく違うので難しい。多くの日系企業が日本式を押し付けてきたが、まったく疑問である。(方言の多さから言葉が壁になっている。)

- 中国進出の見極め時期は、2000年までは構想が立てられたが、2000年以降は動き早く、2～3年スパンでしか考えられない。
台湾、香港との競争になっている。
- 当社は中国市場を主力とは考えていない。決裁方法が日本と違い、支払いが半年後になるなど、回収が追いつかない。
- 日本で、海外で競争して勝てる形を考えている。香港系の企業が深センに5,000人規模の工場を7～8社立てている。そこと、同じ土俵になることから、もっと特化した形にする必要があり、生産量を抑え、中身を濃くする方向に考えている。
- 新たな技術開発については、常にマーケットのニーズを見て、生産できるように設備を整備する必要があるが、今は、一年先を見ている。
- 眼鏡の流通については、トップメーカーでも10%以下のシェアであり、ものすごく限られたマーケットを何百社で分け合っているのが現状であり、その経路も直接小売や問屋、ディストリビューターなど多岐に渡っている。
- 鯖江で生産している物の8割がOEMであり、消費者が鯖江と分かるブランドはごく僅かである。

江蘇海江食品有限公司調査
(小浜海産物江蘇省工場)

期 日 17年1月18日(火) 13時30分~15時00分

場 所 江蘇省太倉市瀏河漁落

出席者 総経理 黄 鷗
副総経理 潘 士敏

概 要 創 業 1992年
従業員 480人 (パート含む)

主製品 タラコ、昆布巻、野菜(そら豆、枝豆)、魚等の加工

- ・ 海の近くの漁港の中の施設であり、ここで上記の製品等の加工や食材等の仕事を中心である。明太子は、日本の会社から食材を送り込まれて来て、ここで味付けや着色製形等をして、2~3切用のパック状のスーパー使用や1kg詰め用の業務用タイプ等を殆ど若い女性が手作業で行っている。
- ・ 加工品についてはほとんど日本向けであり、単価等の点から中国国内向けの販売は1%にとどまっているものである。
また、自社ブランドでの販売はなく、委託加工が中心となっている。
さらに、現在、日本から水産加工業として進出している例はほとんどない状況である。
- ・ 魚類は丸身を三枚おろしにして、商品によっては中骨まで除去をしている。主なものはカラスカレーや焼き鯖寿司用の鯖のフィレー等がある。他、昆布巻きに関しては、味付け前の商品で日本に送っているとの事である。
また、そら豆や枝豆は中国内で多く獲れるため加工して商品化されている。
- ・ 設備は決して近代的とは言い難い所もあるが、冷却設備や冷凍設備、味付け等も合理的な機械化されており、何よりも食品衛生面での配慮が高く、私共視察団も帽子、マスク、白衣、長靴、手洗い等に徹底した安全性をしており、各部屋毎のエアーカーテンやアコーディオンカーテン等で衛生管理を行っている。
また、日本の注文先からの注文(衛生管理)も厳しいとの事である。

- この会社から福井の丸海へは、延べ80人近い研修生が送り込まれている。
従業員は480名の内、50人が本社員である。
また、パートは時給60円（日本円）位であるが、正社員、パートともに出来高払い制を取っており、給与面においてはボーナスと福利厚生のみとなっている。
- 生産高の内、工場出荷生産は50億程度になるが、実際の会社の収入は加工手間が主で、3億円位である。
- 元は皮ハギの産地のため、その加工用に中国資本が工場を運営していたが突然不漁になり、その工場を丸海が引き受けた。上野社長はすでに中国には100回程行っているとの事である。

浙江省人民代表大会との意見交換

期 日 17年1月19日(水) 10時00分～12時30分

場所 杭州市省府路8号 浙江省人民大会堂

出席者 孫 優賢 (人民代表大会常務委員会副主任)
蔡 舜 (" 委員)
俞 雪忠 (人民政府外事弁公室)
馬 嵐 (人民政府外事弁公室)
胡 剛 (省対外友好協会)

- 人民大会堂は、二年前に建てられ、近代的の中に大理石をふんだんに使った豪華な建物で、年一回の人民代表大会を始め各委員会室等が沢山あり、その一角にはレストラン街も入り一般市民も出入り出来る設備である。

特に人民代表大会の会場となる議場は、一般住民も対象にしたコンサート会場にも利用しているなど、多目的な施設として利用されている。

- 浙江省人民代表大会は、633名の代表を有し主に四つのことが審議される。

法律 監督 選挙 重大事件の処理

また、常設機関として常務委員会が設置され、人民代表大会の運営を行っている。さらにこの下に六つの委員会がある。

(法制・ 内務司法・ 財政・経済 教育、科学・ 厚生、民族・ 農業・ 資源)

- 特に、人民代表大会の重要な仕事としては、政府や委員会から提出された法案に対する審議、可決を行う立法や法院(裁判所)等6つの院や常務委員会幹部等の監督、さらには、省、県、市の幹部職員の指導に当たり司法検査がある。また、省幹部の任命や退任命令の権限も有している。

- 浙江省の今年の状況は、1956年以來最大の台風14号の被害や降水量の不足で農業生産に大きく被害が出た。また、電力についても約22%の不足が生じ、経済発展に影響が出た。

しかし、4,600万人省民で乗り越え、全体としては、経済の持続的で安定した発展ができた。

- ・ 浙江省の昨年のGDPは、11,300億元で(前年比 14.5%増 中国で4番目)、1人あたりでも2,900ドルと全国トップの状況にあった。
また、省の歳入でも、1,424億元と対前年22.9%の増となっており、自主財源でも806億元(対前年27.5%増)である。
- ・ 浙江省の人民の月収は一人当たり都市部で、14,500元 農村部で6,000元程度であるが、これも7%の伸びとなっている。
- ・ 貿易の対外輸出は、581,6億ドル 39.8%増。就職については、585,000人を雇用という状況であった。
- ・ 教育は、義務教育は高校までであるが、大学進学率は30%となっている。(前年比5%増)
- ・ 科学技術分野においても、浙江省では198のプロジェクトを実施しており、そのうちいくつかは全国のプロジェクトにも選ばれている。
スポーツは、アテネオリンピックで4個の金メダル等の説明を受けた。
- ・ 福井県議会側からは、浙江省へ進出している企業に対する配慮、理解に対する礼を述べるとともに、福井県と浙江省、福井県議会と人民代表大会の友好交流を促進するため、平成12年以来訪問のない、浙江省人民代表大会の福井県議会への訪問を要請した。

その後、館内の案内を受けた。

- ・ 全般的に見て、若い生産性で急激に発展をしているが、それは奥地の人々が海岸都市に仕事を求めて進出している背景であるため、元々の市民が次の仕事を求めて行く姿が少し見えにくい念がする。
中国独自の物が見え難く、日本をテーマにして発展をしている様子である

杭州鐵三角科技有限公司調査
(テクニカフクイ浙江省工場)

日 時 17年1月19日(水) 13時30分～15時00分

場 所 杭州鐵三角科技有限公司
浙江省杭州市高新技術産業開發区之江科技工業園2号路
杭州高新軟件園8号楼

出席者 総経理 王 昕
副総経理 蔡 扣 華
" 諸 葛 齋

概 要 創 業 2000年
従業員 450名
製造品目 ワイヤレスマイク、音響ミキサー

- ・ 5年前にこの杭州に工場を立ち上げたが、資本金39万USドルで、そのうち、25.6%がテクニカフクイの出資となっており、その他は、オーディオテクニカと個人出資になっている。(総経理 王昕氏も出資者の一人)

- ・ 杭州市の銭塘江の南側は、ハイテクエリアとして発展している地域である。売り上げは、

| | |
|-------|----------|
| 2001年 | 1,643万元 |
| 2002年 | 7,587万元 |
| 2003年 | 9,647万元 |
| 2004年 | 14,007万元 |

となっており、急成長を遂げている。そして、再来年には新工場を建設する予定である。

- ・ 中国への進出理由は、ひとつには、オーディオテクニカを世界規模に拡大したいということである。

また、国内ではコストが高く、世界を相手に競争ができないということにあった。

- ・ 中国を選んだ理由は、政治環境が安定しており、発展が早いことから、当社も発展が可能と判断したことや、インフラの建設が早いこと、そして、人件費、土地、エネルギーが安いことから、製造コストが低くおさえられることにあった。
- ・ 社員の平均年齢は、23歳であり、450名が勤務しているが、そのうち、管理職は33名で、半数が大学卒である。管理職についてはインターネットでも募集をかけている。
 - 一般のワーカーについても、周辺の各省から募集しているが、専門学校からの直接採用が多い。
 - 総じて、社員の年齢が若いため、学習能力が高く、発展性も高いが、逆に、社会経験が不足気味という問題点もある。
- ・ 雇用形態は管理職が本社員で、ワーカーがパート社員である。
- ・ 現在の問題点としては、中国は増値税(日本の消費税に相当)が昨年急に導入されるなど、政策の変動が多いことがある。
 - また、通関関係の手続きが、国際ルールと違う中国独自のものであり、非常に複雑である。
 - さらに、ブランド保護の点でもコピー商品が多く出回っており、そのため、中国国内向けの販売をおさえているほどである。ただし、この点については、大きな可能性を持つ市場であることから、法整備が進めば、狙っていきたいと思っている。
- ・ 現在の出荷先は、80%が欧米、東南アジアであり、日本は20%である。
- ・ 当社は、全員中国人で運営されているが、日本人社員の有無によるメリット、デメリットは、日本人が常駐している場合は、日本式管理、経営方式の伝達の点では良いが、現地社員の積極性を出しにくいという弊害もあると思われる。
 - 今後、日本の企業の良い点を取り込んでいく方法を考えている。

JETRO 香港事務所調査

日 時 17年1月20日(木) 13時30分～15時00分

場 所 JETRO 香港事務所
Suite807 - 812, One Pacific Placa, 88, Queensway,
Hong Kong

出席者 日本貿易振興機構(香港) 所長 船木 邦康
主任 粕谷 修司

- ・ 香港経済は7.5%の力強い成長率を示しており活況をせいしている。
- ・ デフレも昨年脱しており、失業率も5%に落ちている。
- ・ 現在、日系企業は2,100社にあり、650社が日本商工会議所に加盟している。
- ・ 日本人は26,000人であるが、短期滞在者を合わせると50,000人になる。
- ・ 香港は中国をバックとした経済であり、株式市場の3割以上を中国本土の企業が占めている。
また、観光がおおきな位置を占めているが、それも、6割が中国本土からの観光客となっている。返還後、中国化が進んできている。
- ・ 現在、香港は680万人の人口があるが、一人当たりのGDPは25,000USドルになっており、中国本土の1,000USドル代と比べ20倍の開きがある。また、香港は、アジア地域の国際金融センターの位置付けもある。
- ・ 香港の工場は、広東省等の中国本土へ移転しており、材料を香港に輸入し、船で広東省へ輸送し工場にて製造、製品をまた船で香港へ運び、コンテナで海外へ輸出するという形態が主流になっており、同じ貿易立国のシンガポールのGDPに占める製造業25%に対して4%になっており、サービス業が中心となっている。
- ・ 中国の人民元の切り上げについては、観測が高まったことにより、海外からの投機マネーが集まり、90兆円に達した。また、金利が低いことから、投資環境が整っている状況にある。
影響については、現在でも極端に小さい幅ではあるが動いており、今後、数%に広がることはあっても影響はないと考えている。

- JETRO としては、貿易摩擦の関係で休んでいた、輸出促進事業を IT、ロボット、食品、農産物の特定分野に限定した戦略的展開として再開した。特に、香港については、農産物の輸出の 17% を占める、アジア 1 の相手国であり、食品輸出の重要エリアとし位置付けており、市場開拓に力を入れている。
- 日本国内の繊維業界は香港の業界と交流をしたがっているとの話も聞いている。

井上リボン工業香港支社調査

| | | |
|------|--|--|
| 日 時 | 17年1月20日(木) | 13時30分～15時00分 |
| 場 所 | 井上リボン工業香港支社 Hong Kong Branch Unit 7B, 36/F, Cable TV Tower, 9 Hoi Shing Road Tsuen Wan N.T.Hong Kong | |
| 出席者 | 総経理 | 高間 国男 |
| 企業概要 | 創 業 | 1998年 |
| | 製造品目 | 婦人用アウター、インナーウェアおよびスポーツ用途の細幅織物、ラッピングリボン用リボン |

- ・ 香港支社の設立は1998年で返還の翌年である。
当時、中国の大連に工場が進出し、操業を始めていたが、関税や流通の関係から流通を基本にオペレーションする事務所が必要と考え、フリーポートである香港に支社を設置したものである。
事業の形態としては、中国で製造したものを香港経由で各メーカーの工場へ輸出しているものである。
輸出先は、欧米の企業であり、日本向けは20%のみである。
しかし、工場の中国本土の上海や広州への移転が進んでいることから、工場のそばにあったほうが便利という考えから、現在、買付け業者(バイゴオフィス)も香港から中国へ移転をしており、香港のバイゴオフィスは縮小方向にある。
- ・ 香港でのメリットとしては、日本においては分かりにくい、欧米向けの商機が見えやすいということである。欧米の状況が分かり、将来展望が作りやすいことである。
- ・ 日本企業は品質重視で行くべきである。中国の考え方は、原料費のみであり、設備、機械に対する原価意識がなく、償却の考え方もないので、コスト面では比較にならない。
- ・ 近年、繊維業界は中国に進出し、コストダウンして日本に入れているが、限界はあると思う。その意味からは、欧米に対してコピーできない商品(例えば消臭糸など)を示す必要がある。
世界的企業は、常に新しい物を探しており、中級品以上を取り扱っている。

- 当社の製品であるリボンについて言えば、アウター(洋服等)に使うものであることから、流行が早く、生産管理ができない。ロットも小さく、スピードも必要であることから、あらかじめ作っておくことができない。
海外メーカーは、日本企業と考え方も違い、理不尽ともいえる契約を求め、出来ないとすぐクレームにつながる。そういう点では義理人情は通じない。
海外企業との契約では、どっちに転んでも生産者側の負担となっており、リスクも大きく、回避の方法もないのが現状である。一つ一つで儲けるつもりでは無理が生ずる。
- 進出直後と今の比較では、今のほうが景気は良くなっている。進出当時は、これ以上悪くならないだろうと思えるほど悪かった。
市場価格の認識もない状態であったことから、日本の価格を持ち込んだが、日系企業にすら相手にしてもらえなかった。
日本の商品を持ってきても、コストが高いため、半分にするなど無理もした。
- 企業として、何を持っているのか、何が出来るのかを考え、特殊な商品に絞って薄利多売で対応してきた。

中国華東地域經濟市場狀況行政調查

團 長 山 岸 猛 夫 議 員

吉 田 伊 三 郎 議 員

松 田 泰 典 議 員

隨 行 事 務 局 總 務 課 主 任 藤 井 哲 哉