

「中国・3都市（上海、青島、大連）を “一見観（後編）」

富山県貿易・投資アドバイザー 野村 允

2. 3都市に進出している富山県企業

(1) 上海市に進出しているA社

- A 業 種 一般機械機器メーカー
 B 開 業 2003年1月1日
 C 進出目的 日本、欧米、東南アジアで圧倒的なシェアを確保しているドリルユニットなどのさらなるシェア拡大を中国に求めた。当初は販売を中心に、時機を見て現地生産を目指す計画である。
 D 人 員 10名（うち、駐在日本人4名、中国人スタッフは日本語堪能な4名を含め6名）
 E 販売先・販売方法 販売先は上海、大連、広東省を主体に華東地域が中心。販売方法は、これまで代理店方式をとってきたが、中国企業へ直接販売するケースも増加し、前金受取方式を折り込んだ契約を中国ユーザーとの間で取り交わし販売リスクを回避している。
 F 現 況 中国では、自動車、エアコン、ボイラー向け部品加工に適している3品種の販売にシフトしている。目下、当初予想通りの好調な業績を示しており、今後、市場調査等を踏まえた上で、現地生産を検討する。
 G 問 題 点
- ・中国市場は広大なため、直販と代理店方式を併用している。代理店管理は、営業マンが担当。
 - ・アフターサービスを含めた保守管理を重視しているが、担当者派遣範囲にも限界があり、支店設置も検討。
 - ・上海市では、近年人件費が上昇している。中でも、日本語の堪能な人材（販売担当）の確保が至難。
 - ・税関の対応が、担当者によって異なる。
 - ・欧米企業（A社と同業）との競合
 - ・中国側の技術水準上昇に伴うコピー製品

の出現を予想している。

- H A社の方針 本社では、現在中国で販売していない高付加価値製品を生産しているが、これらもいずれ中国で汎用化されるものと予想し、さらなる高付加価値製品の開発に努める方針である。

(2) 青島市に進出しているB社

- A 業 種 機械機具メーカー
 B 開 業 2001年7月（独資）
 C 進出目的 B社の親会社E社の中国進出に伴い、E社の下請け企業3社とともに青島市に立地（同一工場アパートに4社入居中）
 D 人 員 駐在日本人3名、従業員約320名（女性）。従業員は、山東省出身、青島市内の賃貸アパートに居住。
 E 現 況 親会社E社からの受注90%、残りの10%は韓国企業からの受注。本年6月からは、今後好伸が期待されている精密機械部品を生産する予定である。
 F 課 題
- ・中国政策の影響によって、日本からの鋼材の入手難、一部大連から調達しているが品質が悪い。



富山県企業（青島市）

- ・機械部品（ドリル、カッターなど）の現地製品は品質が悪く、上海、大連から購入。
- ・現在、生産している製品に対する価格競争が今後一段と烈しくなることが予想される。
- ・今後、本社から新たな部品加工技術を導入し、青島市に立地している日系企業からの受注獲得に努める。
- ・青島市の日本人会に参加し、地場情報のキャッチに活用している。
- ・青島市で開かれる国際見本市・展示会などを活用しているが、今後、自社製品の出展を検討中。
- ・2008年オリンピック効果に期待している。

(3) 大連市に進出しているC社

- A 業 種 工作機械メーカー
- B 開 業 1996年4月1日
- C 進出形態 合併（当初、C社の出資比率は33%であったが、漸次シェアを拡大し、現在は58%）
- D 進出目的 中国の工作機械業界が未成熟な状況の中で、C社の有するトランスファーマシン、各種専用機など自動車生産設備に関わる設計、製造技術および生産管理手法などを中国へシフトし、中国工作機械全体の水準を高め、自動車、家電、住宅など幅広い分野に亘り中国経済の発展に貢献しようという目的とともに、日本の円高を機に、コスト削減の必要性に迫られていた。
- E 進出経緯 当初、タイとの比較を行ったが、タイへの進出となると全く“ゼロ”からのスタートとなるのに対して、大連市の企業（合併のパートナー）とは既に取引があった。
- F 業績と展望 大連市の投資環境、生活環境が良好な上、良きパートナーに恵まれ、さらに最近の自動車産業の伸びに支えられ、業績は順調に推移している。また、コンプレッサー、ミシン関連の日系企業の中国進出を機に、新しい分野への挑戦に成果を挙げている。今後、トヨタの中国における本格的展開に大きな期待がもてる。中国の工作機械業界のレベルはまだ低い上に、日本の工作機械業界の中国進出も漸く汎用機械グループが動き出したところであり、専用機械型であるC社の場合、当面熾烈な競争に巻き込まれる

ことはないものと推測している。

G 問題点

- ・部品調達面での不足。現在、日系ユーザーの要請もあるが、部品調達の5割（NC装置、駆動軸、ボルトなど）は日本からの輸入、そのほか、台湾・韓国企業からの調達もある。
- ・中間管理層の力が弱い（リーダーシップの欠如）。
- ・信頼のおける地元での技術者確保が難しい。
- ・売掛金の現地回収については、2000年ごろまでは問題が生じるケースも多かったが、最近では前金受取（60%程度）方式を採用している。

3. 北陸地域との経済交流の可能性の有無について

昨年10月に開催された「NEAR2002・中国（主催：富山県、日本貿易振興会、NEAR2002・中国実行委員会）の成果は、来場者数、部品・材料展への出展企業数、商談件数、契約件数・金額ともに、当初予想を大幅に上回るものとなり、今後のビジネス拡大へ向けて展示会に対する期待が高まった。そこで、今回の訪中目的のひとつに、中国国際貿易促進委員会支部の支援の下、3都市で定期的で開催されている国際展示会・商談会などの現状および地場企業との懇談会を通して富山県と3都市と経済交流拡大の可能性を発掘することにあつた。

(1) 現地国際展示会の現状

A 中国の概況

中国における展示会ビジネスは安定成長を続ける経済成長に伴って、飛躍的に伸びている。2002年の展示会開催件数は2,027件となり、1999年比52.8%増となった(表3)。展示会の開催地域は、市場規模、輸送費の面から、北京、上海、広州、大連、成都、深圳など沿海・経済先進地域に集中している。ただ、これまで上海、北京、広州、大連で全体の4割強を占めていたが、近年そのシェアが低下傾向にあり、その他主要地方都市での開催増加が目立つ。次に、展示会に関する新しい動きとしては、展示会会

表3 中国における展示会開催件数の推移

	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年
開催件数	1,262	1,326	1,684	1,840	2,027
国際展	496	694	753	1,241	1,418
国内展	766	632	931	599	609

資料：『中国経済』ジェトロ 2003/3

場の建設および拡張の計画が多く見られ、一部では供給過剰を懸念する声が聞かれる。また、これまでの展示会の特徴として、主催者が多く、同業種で競合するケースがある点を指摘され、最近では展示会を統合し規模を大きくする動きが見られる。

B 上海市

上海市では、上海新国際博覧中心有限公司、上海国際展覽中心有限公司、上海世貿商域などを訪問した。訪問機関での主なヒアリング内容は、

- ・上海市で開催される展示会は国が主催する大規模なものが大部分であり、地方自治体単独で開催されたケースとしては韓国・大邱市がある程度に過ぎない。
- ・上海市の国際展示会の管理運営はドイツの国際見本市(ミュンヘン、ハノーバーなど)のノウハウを採り入れている。
- ・国際展示会は、単なるビジネスのみならず、その中から各国・地域の文化をPRする試みも必要である。

C 青島市

青島市では中国国際貿易促進委員会山東省分会展覽部の曹部長から、国際展示会を成功させるためには、

- ・開催地のニーズに合うかどうか。
- ・ブースの魅力。
- ・ブースの接客担当として専門家の存在。
- ・展示会の規模あるいは専門業種によっては、済南市での開催も検討する

— などのアドバイスを受けた。

D 大連市

大連市では、3月14日、日中国際貿易促進委員会大連市分会の張副会長および「NEAR2002・中国」の「部品・材料展」に参加した大連市の中堅企業との懇談会がもたれた。「NEAR2002・中国」については、

- ・部品・材料展参加の成果として、富山県企業の誘致に成功した。
- ・部品材料展に出展している日本企業を訪問する機会を多くつくって欲しい。
- ・ブースによっては、同業種の展示品目が少なかった。
- ・参加目的は、自社のPRと日本企業(パートナー)を探すことにあるため、展示会の期間が短かった
- などの声が聞かれた。そのほか、国際展示会のあり方などについて。
- ・専門的展示会が望ましい。
- ・展示内容が最も大切である。
- ・富山県企業に関する情報不足
- などが指摘された。

(2) 現地中国企業との懇談会の中から

同じ懇談会の中から、富山県と大連市とのさらなる経済交流の可能性の有無に対する地場企業の意見、要望などを伺うことが出来た。大連市の産業界の動きとして、

- ・自動車部品生産に使われるアルミ屑の需要が強い。
- ・カメラ生産に使用される接着剤など特殊な化学品関連のニーズも強い。
- ・古い自動車解体の際生ずる電線類などリサイクル商品への需要が強い。
- ・一般機械のアSEMBラーからは、常に精密な部品の入手が求められている
- などがあげられた。

因みに、その他ビジネス取引面での動きとして、先日、来日した中国国際商会大連商会会長からは、大連市で生産されている“高級木炭”(現在、九州および韓国へ輸出)および麵類の材料として“燕麦”を北陸地域へ輸出したい旨の申し入れがあった。また、吉林省の在日商社では、最近、鉄屑、プラスチック粉末(ペットボトルを粉砕)の中国向け輸出が急伸しているということであった。

おわりに

今回の短い3都市訪問を通じて、特に印象に残ったのは以下の3点である。

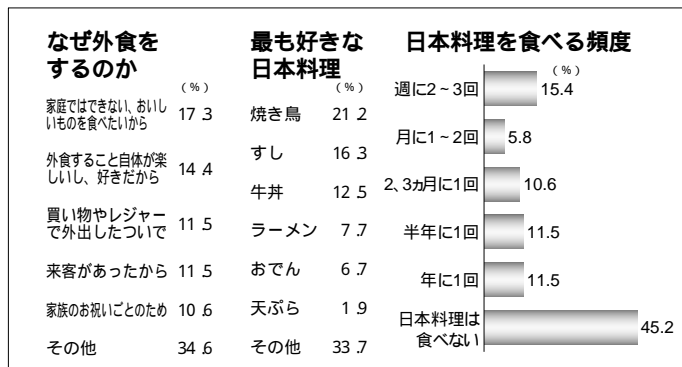
(1) 市民のライフスタイル、消費構造の先進国化

今回訪問した3都市とも、経済の発展 市民の高所得化 ライフスタイル、消費構造の先進国化が急速に進み、特に、日本風のライフスタイル、食文化に対する強い市民の関心を感じた(図2、図3)。例えば、マンション



展示会場(上海市)

図2 「外食」についてのアンケート



資料：『週間東洋経済』2003 / 2 .1 から

ブームの中で、これまでの古い様式にこだわらない家具・調度品の購入、厨房設備の導入が見られ、また食生活面では、単価10~20円はする“味千ラーメン”への人気、ペットボトルのお茶の定番化、日本発調味料へのこだわりなどがあげられよう。

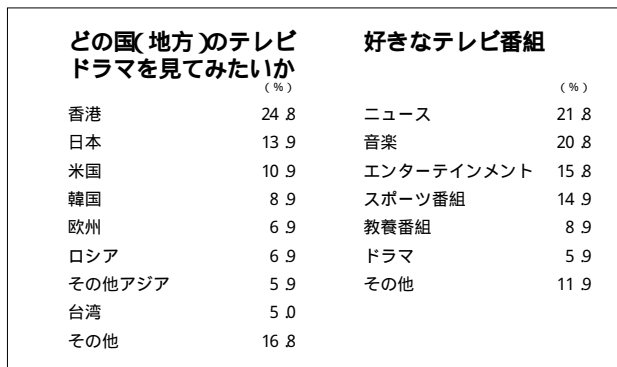
(2) 中国進出の富山県企業の自信

中国が“世界の工場”といわれている中で、その中核を担う上海市に進出している富山県企業からは、現在、本社工場でしか生産出来ない精密機械機具があり、また青島、大連両市に立地している本県企業からはまだ部品産業の裾野の広まりが弱い点が指摘された。中国が、日本に対し、電機・電子産業で優位性を発揮しているが、自動車や機械では、簡単に追い付けない格差が存在するのは単に技術論では説明出来ない、両国の文化、国民性、経済構造の存在（例えば、技能蓄積度の格差など）があるのかも知れない。しかし、今後、時の経過とともに、いずれ中国が機械分野においても高付加価値製品を手掛けるようになることは確かであろう。本県企業としては、このことはしっかりと認識しており、常に、怠りなく、より高付加価値製品の開発に取り組んでいることを強調した。

(3) 富山県と3都市との経済交流の拡大を目指して

昨年富山市で開催された「NEAR2002・中国」の成果を踏まえ、今後中国での展示会開催の可能性を探るため、現地の展示会運営管理の担当機関から意見を聴取し、展示会場も視察した。上海市の場合には、巨大都市の懐の深さを痛感する中で、地方自治体単独による開催は難しいように思われた。しかし、展示会開催は日中企業が相互理解を深める上で必要な手段であり、中国の中都市（青島、大連など）での展示会開催については形式は

図3 「テレビ番組」についてのアンケート



資料：『週間東洋経済』2003 / 2 .1 から

ともかく前向きに検討することが望まれる。その場合、一部中国企業からの希望もあったように、専門的展示会にするのか、現地企業訪問を十分折り込んだ展示会にするなど様々な工夫と十分な準備が必要となる。

次に、3都市（中国）との貿易取引については、今後中国の産業・経済がますます発展していくことが予想されている中で、基本的産業資材（鉄屑、アルミ屑、プラスチックの粉末などリサイクルに関連）への需要が一段と高まってこよう。また、トヨタと第一自動車（長春市）の提携に伴う自動車関連大型工場（エンジンなど）の建設によって自動車部品へのニーズも強まろう。と同時に、現在深化しつつある市民のライフスタイルの変化に伴うニーズを先取りし、ビジネスチャンスに結びつけることも必要であろう。

今回の短い訪中の中で、日中間での経済交流拡大の可能性について貴重な示唆を得たことや北陸企業の自信に満ちた経営姿勢を確認出来たことは、大きな収穫であった。近年、北東アジア地域では、これまで停滞していたロシア極東地域でも、マイクロビジネス活動の始動が見られ、日韓の間では、技術移転、分業化による合弁企業設立のケースが目立ってきた。今後、北東アジア地域経済発展の形態が、“雁行型”から“競争・協力型”へシフトするものと見られている中で、地方レベルでの対岸諸国との経済交流のあり方は、細やかでも、具体的な交流を着実に重ねていくことが国際交流の原点である“相互信頼関係の情勢”を促すことになる。

参考資料

『北東アジアの産業連携/中国北方と日韓の企業』関満博 2003 / 1
 『中国経済』中国での展示会ビジネス動向 ジェトロ 2003 / 3
 『中国青島』青島市政府 2002 / 3
 『週刊東洋経済』2003 / 2 .1