

2019年度総会特別講演 新年中国経済を読み解く7テーマ 第1回輸入博の評価も交えて

日本貿易振興機構上海事務所（ジェトロ上海）の小栗道明所長の特別講演「第1回輸入博の評価と2019年の日本企業の中国ビジネスの展望」が1月23日、上海日本商工クラブ2019年度定時総会に合わせ開催された。小栗氏は、2018年11月に上海で開かれた中国国際輸入博覧会への出展結果や、中国

人消費者へのアンケートを含めたジェトロの調査事業などを踏まえて、7つのテーマで中国経済の展望を語った。

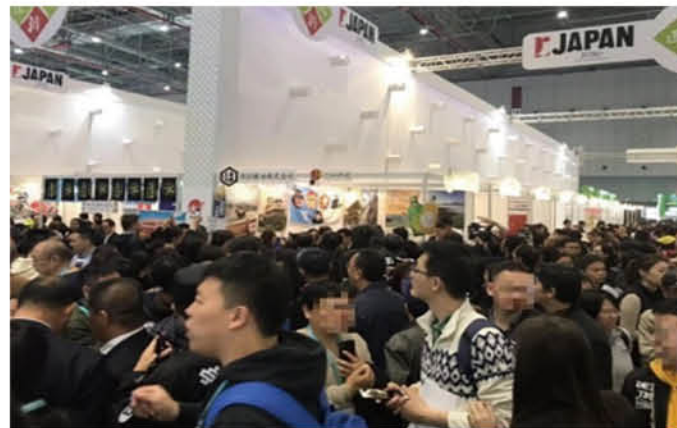
1. 第1回輸入博の評価

輸入をテーマに中国政府肝煎りで開催された輸入博には151カ国・地域から3617社が出展し、バイ

ヤー40万人以上が来場した。日本企業はオールジャパンで468社が出展、出展面積は約2万㎡と、出展数・面積ともに最大規模だった。JETROは取りまとめ機関として、中小企業を中心とする260社でジャパンパビリオンを組成。ジャパンパビリオンは約1万9000件の商談をおこない、成約額は約58億円に達



トヨタ自動車のブース



ジャパンパビリオンに押し寄せる来場者。日本製品への関心は強い



パナソニックのブース



花王のブース

した。

ジェトロが出展企業に聞いたところ、来場者に関する評価については「期待以上に多くのバイヤーが来場した」こと、「政府高官、大手国有企业等、普段の展示会では出会えない来場者が多数いた」ことに多くの企業がメリットを感じた一方、「商談とは関係のない来場者も多く商談の妨げになった」ことや「厳格な来場管理により、顧客の招待ができない」ことが主なマイナス評価となった。

全体評価については、「国を挙げてのイベントでPR効果は絶大、メディアからも大々的に取り上げられた」ことが好評で、商談の場としての評価も概ね良好だったが、前述のように厳しい評価も一部では見られた。一方、「不透明かつ慣れぬ運営」や「厳格すぎる入場管理」については改善を求める声が目立ち、小栗氏は「評価が厳しかった点については、第2回に向けてジェトロからも関係当局に改善要望を出している」と語った。

輸入博に合わせ「ミニ・ボアオ・フォーラム」とも言われた「虹橋国際経済貿易フォーラム」が開かれ、習近平主席が出席したほか、世界から15人の元首級、390名の閣僚・副大臣級など、1500人以上の来賓が出席した。小栗氏は「アリババのジャック・マー氏やフォックスコンのテリー・ゴウ氏らが自身の3列前におり、政財界の大物たちが集まるフォーラムだった」と自身の参加体験を述べた。

第2回輸入博は19年11月に開催予定で、小栗氏は「既に出展募集内容も発表されており、早期に

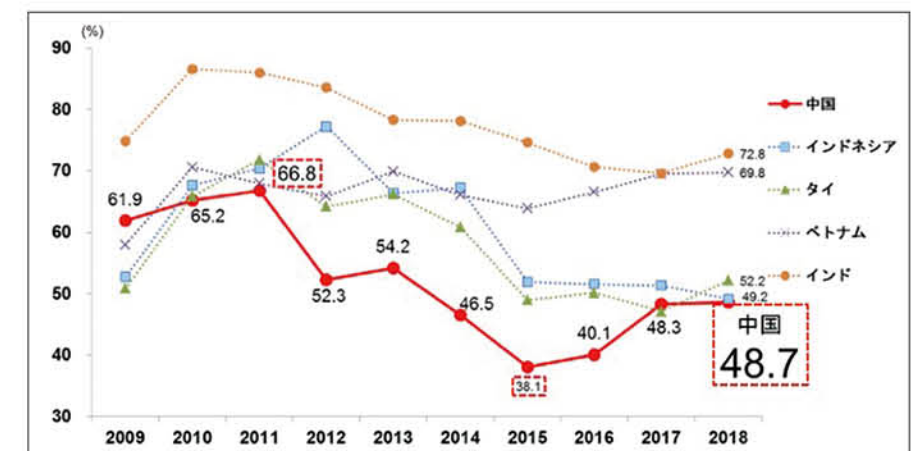
準備に取り掛かれるのは第1回に比べて大きな利点」として企業に検討を呼びかけた。

2. 進出日系企業の状況

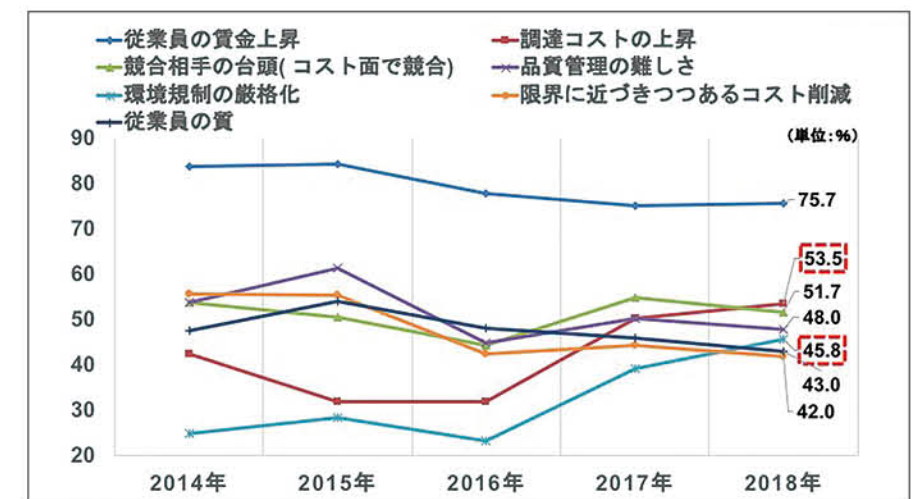
ジェトロがアジア、ASEAN、オセアニアの計20カ国・地域に進出している日系企業を対象に毎年おこなっているアンケート調査の18年の結果については、黒字企業の割合が71.7%でインドやベトナムを上回り、「過去10年間で最高となった」（小栗氏）ほか、今後1～2年で事業を“拡大”する企業の比率は業績の向上や日中関係の改善もあつて増

加傾向にある。日本人駐在員数も減少には歯止めが効かかってきている。

経営上の問題点については“従業員の賃金上昇”は不動の1位を維持しているが、“調達コストの上昇”が“競合とのコスト競争”に代わり2位に、“環境規制の厳格化”が5位に浮上した。ただし「コスト上昇により、他のアジア諸国に比べて自動化の推進意欲も高まっており、関連業界にはチャンスとなり得る。また、ASEAN諸国の賃金も上昇し中国との差は縮まってきている」（同）などの傾向も見られた。



今後事業を拡大する意向の日系企業の割合。中国が再び急増し始めている



中国における経営上の問題点の推移。調達コストの上昇と環境規制の厳格化がランクアップしている

3. 中国の消費者の意識調査

ジェトロが毎年北京、上海、広

州、武漢、重慶、成都在住の20～49歳ミドル・ハイエンド層月収5000元以上の社会人を対象にイン

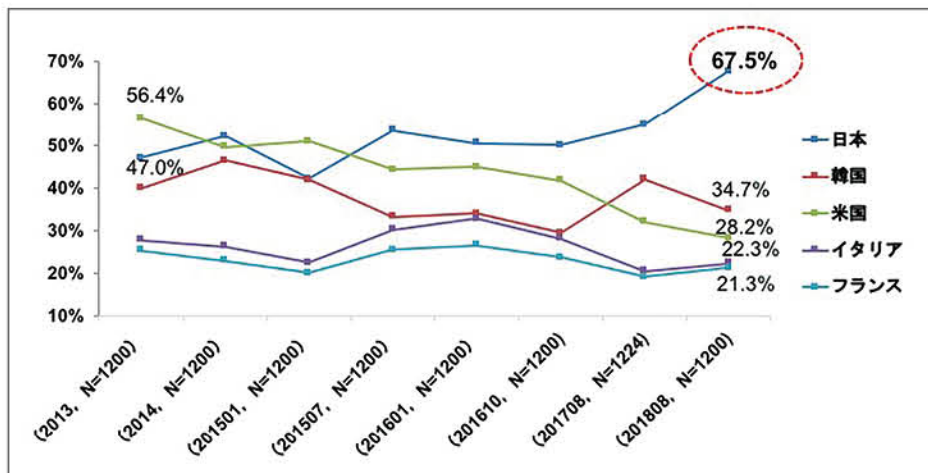
ターネットでおこなっている国別イメージ・アンケートで、18年8月の調査では“安全・安心のイメージの国”でも日本がドイツに代わり1位に浮上した。“エコ”、“サービスが良い”は不動の1位をキープしている。

“今後行きたい国”では日本が17年の40.2%から46.5%へと急上昇、2位のフランス(33.8%)を大きく上回りトップとなった。

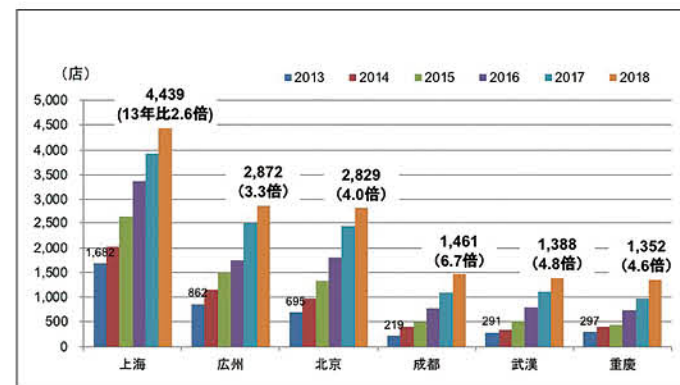
“よく購入する輸入食品”でも日本が67.5%と、2位の韓国(34.7%)の2倍近い回答者比率でトップだった。小栗氏は「日本食レストラン数の増加が一因。特に内陸部は増加率が大きく、まだまだ日本食ニーズがづくことをうかがわせる」と分析した。

分野	1位	2位	3位	日本の順位(注)
技術力が高い	米国	ドイツ	日本	(3位) (3位)
画期的、革新的	米国	日本	中国	(2位) (2位)
高級品	フランス	米国	イタリア	日本(5位) (5位)
ファッションブル	フランス	イタリア	米国	日本(4位) (3位)
エコ(省エネ・環境にやさしい)	日本	ドイツ	中国	(1位) (1位)
安全・安心	日本	ドイツ	米国	(2位) (2位)
文化的な影響力が大きい	中国	米国	日本	(3位) (3位)
サービスが良い	日本	中国	ドイツ	(1位) (1位)
礼儀正しい	日本	中国	韓国	(1位) (1位)

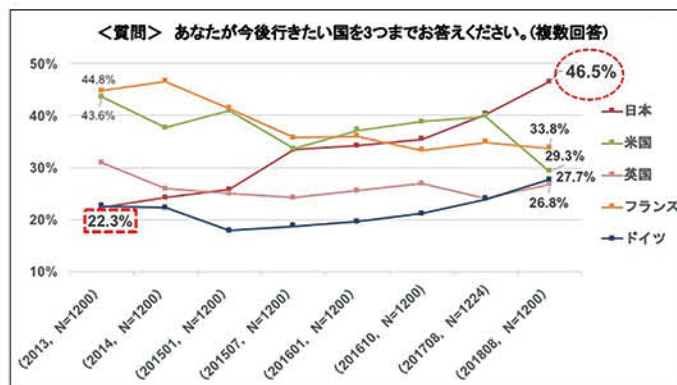
中国人消費者の国別イメージ。日本はエコ、サービス、礼儀に加え、安全・安心でも1位に



中国人消費者の原産国別輸入食品購入動向。日本産が急増している



主要都市の日本食レストラン数推移。内陸部の急拡大が目立つ



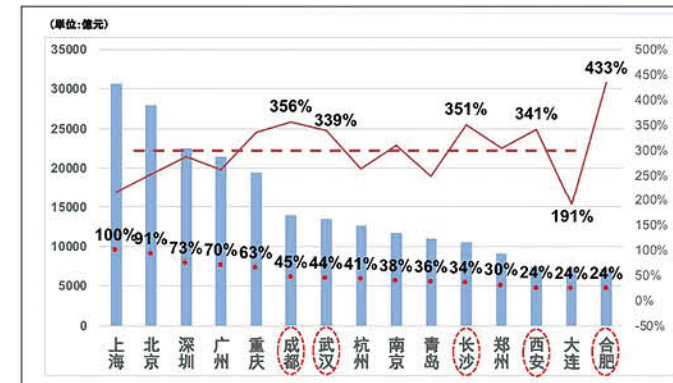
中国人消費者の「今後行きたい国」。日本の急上昇に、対日イメージの変化が読み取れる

4. 主要都市の発展動向

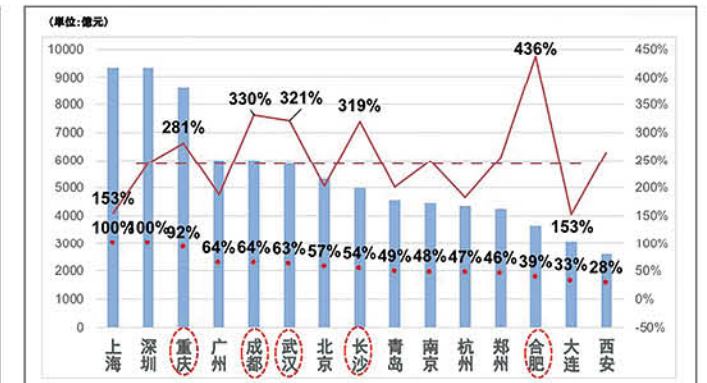
「ビジネスチャンスを知りたいれば都市の発展状況を見よ」との持論から小栗氏が毎年まとめている、中国主要都市の比較データが紹介さ

れた。08年から17年にかけて、沿岸部から内陸部の15都市のGDP、第2次産業、第3次産業、消費小売総額、住民貯蓄額の5項目のデータや伸び率をまとめたもので、小栗氏は「全項目で合肥が伸び率トッ

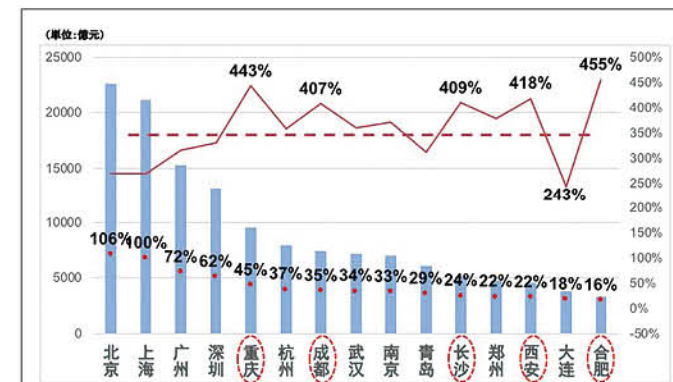
プ、次いで成都や重慶といった内陸部の都市が並んでいる。こうした高成長都市のマーケットにいかにか食い込んでいくかが、日系企業の課題といえる」と論じた。



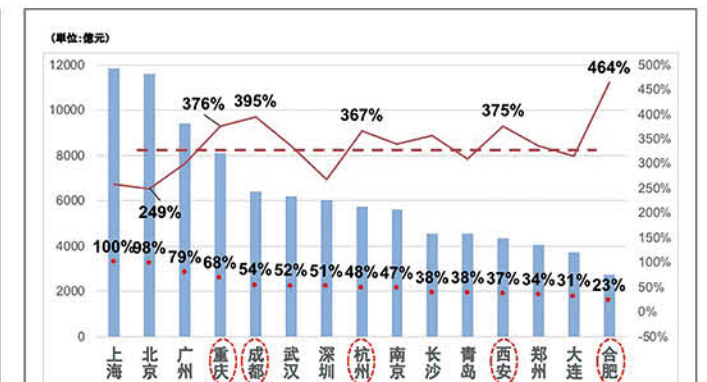
主要都市のGDP推移(2008～17年)



主要都市のGDP(第2次産業)推移(2008～17年)



主要都市のGDP(第3次産業)推移(2008～17年)



主要都市の社会消費小売総額推移(2008～17年)



主要都市の平均貯蓄額とその推移(2008～17年)

	1位	2位	3位	4位	5位
GDP	合肥 24%	成都 49%	長沙 34%	西安 24%	武漢 44%
第2次産業	合肥 39%	成都 64%	武漢 63%	長沙 54%	重慶 92%
第3次産業	合肥 16%	重慶 45%	西安 22%	長沙 24%	成都 35%
消費小売総額	合肥 23%	成都 54%	重慶 68%	西安 37%	杭州 48%
住民貯蓄額	合肥 14%	成都 49%	重慶 59%	長沙 21%	鄭州 27%

※下段は上海を100%とした当該都市の割合

主要都市成長率ランキング(2008～17年)。下段は上海を100%とした当該都市の割合