

中国四川省大地震復興支援協力事業報告書

四川省のビジネス環境と企業

2011年3月

財団法人 日中経済協会

日本が生んだ世界のスポーツ

KEIRIN



この事業は、競輪の補助金を受けて実施したものです。

<http://ringring-keirin.jp>

はしがき

中国・四川省は、諸葛孔明、劉備玄德などの登場する三国志の蜀の国として日本人にも馴染みが深い。また、中国 4 大料理の一つである四川料理は、唐辛子や山椒などの香辛料を使った特徴ある料理で、日本でもファンが少なくない。省都である成都是、ユネスコから「世界の美食の都」の称号を与えられている。四川省の人口は 8,000 万人を超え、GDP は省級行政区の中で第 8 位である。その中心に位置する四川盆地は北海道の 2 倍の面積があり、四方を 3,000m 級の山々に囲まれて、古来から気候温暖で物産豊かな「天府の国」と称された。このためか、人々の気質は温和で楽観的である。

2008 年 5 月 12 日 14 時 28 分、この平穏な地域は M8 の大地震に見舞われた。死者、行方不明者は 8 万人を超え、被災人口 4,600 万人、全半壊家屋 3,000 万戸、5,600 企業が生産停止に陥り、被害総額は 12 兆円に及んだ。こうした甚大な被害に対し、わが国をはじめ、世界 61 カ国・地域や国際機関から様々な援助の手が差し伸べられた。

日中経済協会は、毎年秋に日本経済界首脳をメンバーとする代表団を中国に派遣している。2008 年度は、北京で胡錦涛国家主席、李克強副総理との会談を終えたあと、被災後の四川省の復興と発展に資する協力について四川省政府と協議するため成都を訪問した。双方は、速やかな震災復興のため、日本と四川省との経済・貿易分野における協力をより一層強化する必要があるとの共通認識に基づき、「日中経済協会訪中代表団と四川省人民政府との協力強化に関する会議備忘録」を締結した。本報告書は、この備忘録の中の協力項目の 1 つである、日本企業と四川省との貿易、投資関係を促進するための情報広報協力の一環として作成されたものである。

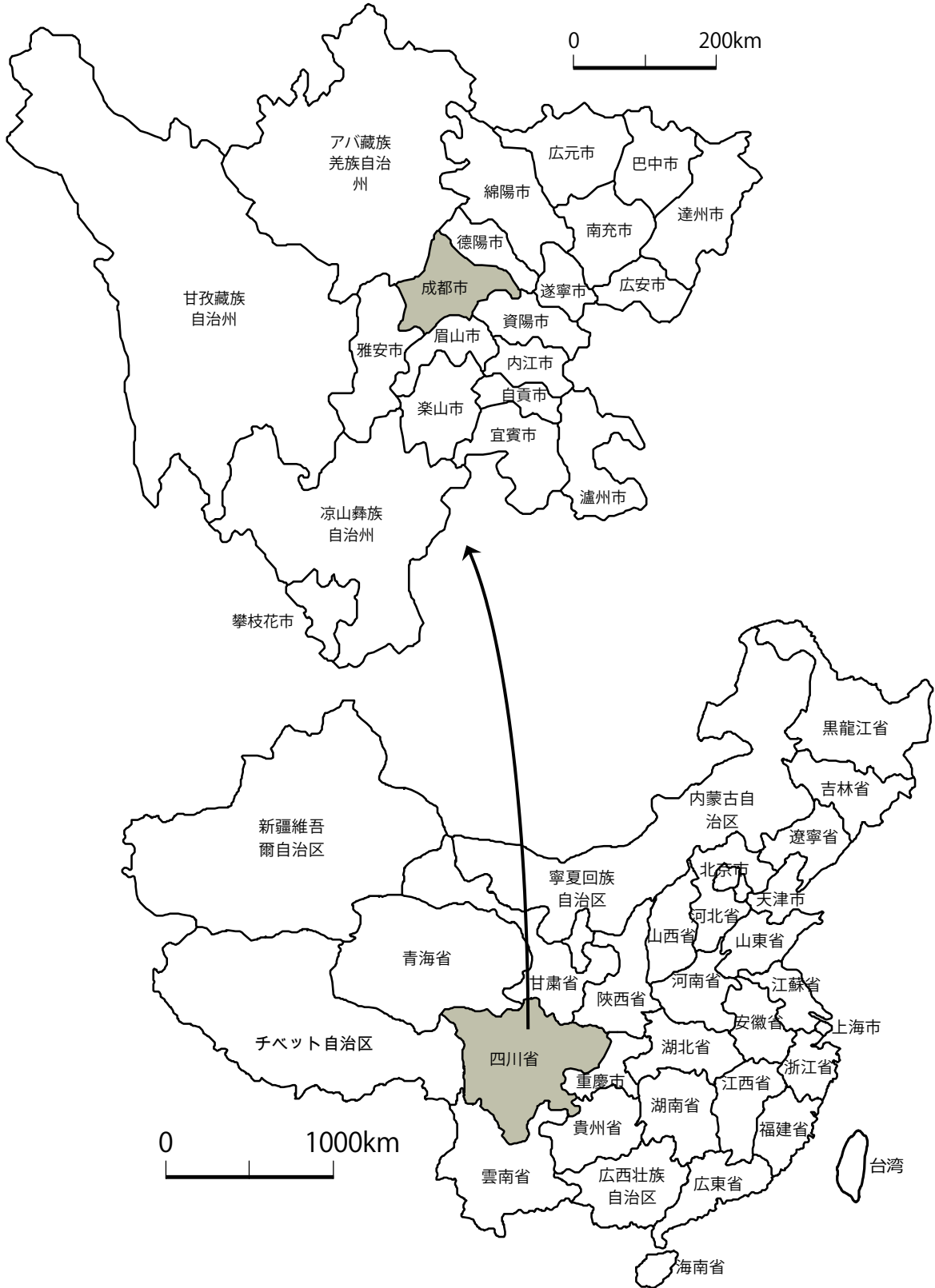
本書「四川省のビジネス環境と企業」では、四川省のビジネス環境、成都市の産業と投資環境など最新情報を紹介するとともに、四川省における主要企業情報を産業別に収集・整理した。

本書は、日中経済協会が財団法人 JKA の補助を受けて、四川省商務庁、成都市投資促進委員会などの協力を得ながら作成され、また、第 I 部及び第 III 部は四川蜀名市場諮詢公司にとりまとめをお願いした。本書及び昨年の本協力事業により作成された「四川省の震災復興と経済発展」「四川省の経済・産業ガイド」「四川省の投資実務ガイド」（当会 HP「四川の窓」サイトに掲示）の 4 報告書による情報提供により、日本企業と四川省とのビジネス関係が広範に促進される端緒となり、四川省の経済再建と更なる発展に貢献できれば幸いである。

2011 年 3 月

財団法人日中経済協会

四川省地図



四川省概況

位 置	中国西南部・長江上流(東経 92° 21' ~108° 12' /北緯 26° 03' ~34° 19')	
面 積	48.5 万 km ² (中国全土の 5.1%、日本の 1.3 倍) 東西 1,075km/南北 900km	
人 口	8,185 万人(常住人口 ; うち農業人口 6,698.4 万人/非農業 2,286.3 万人)	
省 都	成都(Chengdu)、人口 1286.6 万人、甲府市と友好都市	
行 政 区 画	18 市 : 成都/自貢/攀枝花/瀘州/徳陽/綿陽/広元/遂寧/内江/楽山/南充/宜賓/広安/達州/巴中/雅安/眉山/資陽 3 自治州 : アバチベット族羌族自治州/ガンズーチベット族自治州/凉山彝族自治州	
民 族	漢族 : 省人口の 99.5% 少数民族 : 彝族、チベット族、羌族、苗族、回族等 55 民族、422 万人	
地 勢	山地 77.1%/丘陵 12.9%/平原 5.3%/高原 4.7%、耕地面積 : 395.95 万 ha	
主要指導者	中国共産党四川省委員会書記 : 劉奇葆(1953 年生、前広西書記) 四川省人民政府省長 : 蔣巨峰(1948 年生、前四川省副省長) 四川省人民代表大会常務委員会主任 : 劉奇葆	
域内総生産	1 兆 4,151.28 億元 (1 人当たり 17,339 元)、経済成長率 14.5%	
省 財 政	財政収入 : 1,174.6 億元(前年比 12.8%増) 財政支出 : 3,590.7 億元(前年比 21.8%増) ※ : 財政赤字 2,416.1 億元	
物価上昇率	前年比 0.8%増	
耐久消費財普及率	都市部 100 戸当たり保有量 :	農村部 100 戸当たり保有量 :
	洗濯機 94.9 台 カラーテレビ 134.1 台 冷蔵庫 93.1 台 エアコン 98.4 台	洗濯機 61.3 台 カラーテレビ 101.2 台
対外貿易額	輸出総額 : 141.5 億ドル(前年比 8.0%増) 輸入総額 : 100.8 億ドル(前年比 12.8%増) 輸出入総額 : 242.3 億ドル(前年比 9.9%増) ※ 貿易黒字 : 40.8 億ドル	
貿易相手国(2008 年)	輸出(カッコ内はシェア):	輸入(同左):
	① 香港 21.5 億ドル(19.1%) ② 米国 12.9 億ドル(11.5%) ③ インド 11.3 億ドル(10.0%) ④ インドネシア 7.8 億ドル(6.9%) ⑤ ロシア 6.1 億ドル(5.4%) ⑥ 日本 4.5 億ドル(4.0%)	① 米国 22.8 億ドル(20.3%) ② 日本 13.9 億ドル(12.4%) ③ 香港 6.6 億ドル(5.8%) ④ 韓国 6.0 億ドル(5.4%) ⑤ ドイツ 5.6 億ドル(5.0%) ⑥ 台湾 3.2 億ドル(2.8%)
輸出主要品目	衣料品、IC 及び電子部品、鋼材、紡織品、靴類など。	
輸入主要品目	IC 及び電子部品、鉱産品、航空設備及び部品、自動車等機動車輛及び部品、鋼材など。	

(出所) 四川統計年鑑 2010 年版(特に明記されているもの以外は 2009 年のデータ)。

目 次

第 I 部 四川省のビジネス環境

第 1 章	四川省の市場動向.....	1
1.	全体状況	1
2.	四川省市場の規模と購買力.....	1
3.	四川省の経済・産業面の特徴.....	3
4.	四川省市場の特徴と消費行動.....	3
5.	四川省市場進出のための課題.....	4
6.	四川省の将来展望.....	7
第 2 章	成都、重慶、武漢、西安の市場比較.....	9
1.	各市の特徴.....	9
2.	成都市	10
3.	重慶市	15
4.	武漢市	21
5.	西安市	27
第 3 章	貿易取引ガイド.....	33
1.	四川省の対外貿易.....	33
2.	輸出入管理制度と関連規定.....	36
3.	貿易管理機関.....	37
4.	輸出入の流れ.....	39
5.	通関、関税関係.....	41
6.	クレーム対策の実務.....	41
第 4 章	四川省市場調査の方法.....	44
1.	市場情報	44
2.	個別商品情報.....	44
3.	調査委託会社.....	45
4.	取引先開拓の方法.....	48
5.	企業調査、信用調査の方法.....	51

第 II 部 成都市の産業と投資環境

第 1 章	投資誘致産業.....	55
1.	現代的サービス業と本部経済.....	55
2.	ハイテク産業.....	59
3.	先進的な製造業.....	62
4.	現代的な農業.....	64

第2章	投資環境.....	66
1.	物流・通信.....	66
2.	エネルギー・動力.....	70
3.	人的資源.....	71
4.	行政サービス.....	72
5.	生活環境.....	74
6.	投資コスト.....	76
第3章	産業別誘致エリアと開発区.....	80
1.	成都の産業機能エリア計画.....	80
2.	市レベルの戦略機能エリア.....	81
3.	国家レベルの開発区.....	85
第4章	投資優遇政策.....	88
1.	西部大開発の投資促進に関する優遇政策.....	88
2.	内需拡大の投資促進に関する優遇政策.....	90
3.	災害復興の投資促進に関する優遇政策.....	91

第III部 四川省の産業別主要企業情報

1.	鉄鋼.....	93
2.	セメント.....	96
3.	電気・電子.....	99
4.	石油化学.....	103
5.	機械.....	106
6.	精密機器.....	109
7.	繊維.....	112
8.	医薬.....	115
9.	食品加工.....	118
10.	鉱業.....	122
11.	電力.....	125
12.	運輸.....	128
13.	情報通信.....	132
14.	商業流通.....	135
15.	建設.....	138
16.	不動産.....	142
17.	環境.....	145
18.	金融.....	148

第I部 四川省のビジネス環境

第1章 四川省の市場動向

1. 全体状況

四川省は中国で稲作、養豚、四川料理や酒造などの伝統産業で名を馳せていると同時に、衛星打ち上げ基地、家電生産工場、飛行機製造工場、原子力の開発研究機構、レーダー生産工場、チタンバナジウム鉱山、豊かな天然ガス埋蔵、全国一の水力発電量など、ハイテクと天然資源でもよく知られている。さらに、西部大開発政策と汶川大地震の震災復興は四川省の経済、社会、インフラ、産業などの発展を一層促進した。

特筆すべきは四川省の震災復興が3年計画を2年に短縮できたことである。全国各地の対口支援（比較的発達した省・直轄市等が被害の大きい地区を一对一で支援する仕組み）が威力を発揮し、震災地の住民も懸命に努力した結果、最も大きな被害を受けた北川県を除いて、2010年9月までに、街路樹が植えられた道路、綺麗な住宅、対口支援する側の特色を有する学校、病院、文化施設が立ち並び、立派な工業団地、計画された商業施設、遊歩道と花園で装飾された堤防が完成している。社会経済の発展が一気に20年も進んだという現地住民の話もあるほどだ。北川県では古い市街地を地震博物遺跡として保存し、場所を変えて新しい街を作っており、既に建設はほとんど完成し、住民への住宅分配が行われ、商店が正規開業のために準備を急いでいる情景がテレビで全国に中継された。

金融危機の打撃を受けた沿海部とは相反して急速な経済成長を続けた2009年以来、政府の大型景気刺激策や、四川大地震の震災復興、開始から10年を迎えた西部大開発、成都市における「都市と農村の一体的発展に向けた総合改革試験区」などが経済発展の原動力となっている。

2. 四川省市場の規模と購買力

四川省の2010年のGDPは16,898.7億元で、前年比0.6ポイント増の15.1%の成長率を達成した。これは全国平均より4.8ポイント高く、全国順位も9位から8位になった。そのうち、第一次産業は前年比4.4%増の2,483億元、第二次産業は同22%増の8,565.2億元、第三次産業は10%増の5,850億元で、産業構造を示すこれらの産業の構成比は、2009年の15.8:47.4:36.8から2010年には14.7:50.7:34.6となった。第1次、第3次産業の比率が減少し、産業の中心である第2次産業の比率が3.3ポイント増加した。これは、震災復興で対口支援の投資が第二次産業を押し上げていることが背景にある。投資が経済の牽引力として大きな比重を占めていることが伺える。こうしたことで、これまで沿海地

方へ出稼ぎに行っていた農民工（農村出稼ぎ労働者）が地元で就職できるようになったことが、広東省など沿岸部の人手不足を引き起こしているのであろう。

民営企業が実現した GDP は前年比 18%増の 9,455 億元で、全体の 56%を占めている。うち、第一次産業は同 4.1%増の 1,027.5 億元、第二次産業は同 24.3%増の 5,590.4 億元、第三次産業は同 13.6%増の 2,837.1 億元である。第 3 次産業について、省全体の成長率（10%）と比較すると、民営企業の成長率の方が 3.6 ポイントも高く、民営企業が同産業を支えていると言えよう。電信、銀行、保険、証券、観光資源などのサービス業には民営企業が参入するハードルが依然として高いわけであるから、飲食、喫茶、小売り、コンサルタントなどで頑張っている民営企業の健闘ぶりが評価される。

アジア初の国連教育科学文化機関（ユネスコ）認定「美食の都」の称誉を受けたことは、民営企業の努力とは切り離せず、街の生活を豊かにし、便利にすることに大きく貢献している。ただし、第三次産業の民営企業は都会に集中しており、業種も衣食住の一部に限られているから、こうした状況を改善し、発展させる余地は大いにある。四川省の経済発展は、今後第三次産業に力を入れるべきである。

2010 年、四川省の社会商品小売り総額は前年比 18.7%増の 6,634 億元に達した。卸売と小売は同 17.9%増の 5,646.8 億元で、全体の 85.1%も占め、依然として主流を成している。ホテル業と飲食業は同 23.3%増の 998 億元で、各地統計局が直接売り上げを統計している企業の売り上げは同 23.4%増の 1,827 億元にも達した。うち、それぞれの成長率は、自動車関連が 22.2%、石油関連製品が 37.1%、食糧、食品、飲料、お酒とたばこが 16.4%、服装、アパレルが 20%、日用雑貨が 19%、化粧品が 12.9%、家電と音響関連が 23.3%、家具類が 15.1%、内装用建材が 20.7%であった。これらは、四川省の市民の購買力が増え続けていることを物語っている。

地域的にみると、都市部の社会商品小売り総額は前年比 18.6%増の 5,318 億元、広大な農村市場の社会商品小売り総額は同 18.9%増の 1316.8 億元で、農村部の成長率が都市部をわずかに上回ったものの、都市部と農村部の間には依然として大きな差が横たわっている。

2010 年のハイライトは何とんでも観光事業である。国内観光市場、外国人観光市場、出国観光市場ともに長足の発展があった。観光収入が前年比 28.1%増の 1,886.1 億元に達し、年間受け入れ観光者数が延べ 2.71 億人になり、同 17.9%の伸びとなった。そのうち、国内観光は同 28.2%増の 1,862.0 億元の収入があり、省内で同 26.5%増の 104.9 万人の外国人観光客を受け入れ、外貨収入は同 21.5%増の 3.5 億ドルに達した。他方、47.5 万人が外国を旅行し、前年比 74.1%増と爆発的に増加した。うち、香港行きは同 37.1%増の 11.6 万人、マカオ行きは同 42.9%増の 6.9 万人にもなった。四川省では中産階級や裕福層が着実に増えており、「住宅、自動車の次は海外旅行」とも言われている。

3. 四川省の経済・産業面の特徴

四川省の経済・産業面の特徴として次の3点が挙げられる。

第1の特徴として、固定資産投資の伸びが非常に大きい点である。2010年の全社会固定投資総額は前年比13%増の13,582億元と、伸び率は全国の上位水準にある。投資増加をけん引しているのは、震災復興や中央政府による景気刺激策関連プロジェクトの実施である。2000年に始動した中央政府による「西部大開発」プロジェクトに基づき、過去10年ですでに計1兆7,400億元が西部地域に投入されているが、その資金は四川省に重点投入されている。

第2の特徴として、四川省の常住人口の6割は農村に居住するなど、大量の農村人口を抱えている。都市化率は09年時点で38.7%と、全国平均(46.6%)を大きく下回っているほか、陝西省(43.5%)よりも低い。農民工の主要な輩出地としても知られている。農村と都市の格差是正が中国政府の重要な政策課題となっている中で、中国政府は政策面の後押しで農村地域における経済レベルの向上にも寄与するとみられる。

第3の特徴として、四川省には8,329.1万人の人口がいるが、成都市の1,044.3万人(人口は省全体の12.5%)がGDP全体の36%を実現しており、一極集中の現象がみられることである。

4. 四川省市場の特徴と消費行動

四川省は長い歴史と伝統があるが、一言でいえば、移民文化ともいえ、独特の市場特徴と消費習慣を形成している。

高い山に囲まれた盆地という地理的なマイナス面があり、長い間閉ざされた空間で、自給自足の経済が営まれてきた。近年、鉄道、高速道路、水運のインフラ整備が行われ、経済の急速な発展をもたらした。今でも四川省で事業展開を考える上で、交通と輸送は大きな要素になっている。

3,000年前の金沙遺跡時代から、養蚕、機織り、狩猟と農業の歴史が始まった。秦の時代にはたくさんの移民を伴って、今も機能し続けている世界文化遺産の都江堰というダムが造られた。前漢の開国の皇帝の劉邦が移民を率いて、ここを基地にして強大な項羽の軍を破って400年にわたる帝国を打ち立てた。三国時代には劉備に率いられた移民によって蜀の国が造られ、小さいながら三国鼎立の局面を維持していた。唐の時代には漢詩で栄え、宋の時代には「交子」という紙幣が発明・流通されていた。明末清初には湖北、湖南、広東から多くの移民が訪れ、四川省の社会経済を繁栄させて、有名な四川料理もこの時期に形成されたという説がある。

近代になって、抗日戦争の時に蒋介石が重慶を臨時首都にし、東北、華北、華中、南方からも多くの機関と人員が四川省へ引っ越してきた。1949年10月1日の新中国成立後に、

各地を転々と戦ってきた解放軍幹部の多くは四川省に配属された。さらに戦争に備えて、東北や沿海地方の第一線、第二線よりも山岳地帯の四川省がより安全だということで、「三線建設」が行われ、沿海地方や東北から多くの工場や研究機関が移転されてきた。それが四川省の産業の基礎にもなっている。

こういう経緯から、省外の人との接触の多い四川省の人は人懐かしく、友達を作ることが好きで、「朋あり遠方より来る、また楽しからずや」という「論語」精神はむしろ四川省で端的に表れているのである。それは、三国文化の「義」を大切にする伝統でもあり、古里を離れて、心細い心境から、組織への帰属感を求めたい気持ちからでもあって、東南アジアなどの華僑にもよく見られる現象である。移民はそれほど財産を持ち合わせていないから、もう一つの特徴は商売に熱心なことで、一獲千金の夢を見るのである。

鉄鋼、鉱山、自動車、原子力などのハイテク産業は資本力と技術を抛りどころとするが、四川省の一般的な商売環境というのは、商売をする前に友達になることである。良好な人間関係が、商売を非常に効率的にしてくれるのである。飲食、喫茶、麻雀などのサービス業が非常に発達しているのは、こうしたことと無縁ではないだろう。

成都市は歴史的に災害が少なく、土地も肥沃であったことから、楽天的でおおらかな性格の人が多くといわれており、市民の消費に対する積極性は高い。「宵越しの金は持たない」「1000元稼いで2000元使う」などの言葉からも、市民の旺盛な消費意欲がうかがえる。2010年2月にはユネスコから「世界的美食の都」の称号を与えられるなど、「美食の街」としても名高く、飲食業のGDPに占める割合は8%前後に達している。

実際、沿海地方のような恵まれた立地条件はなく、外資の大規模な進出もない内陸の省で、GDPが全国8位の位置にいることは決して容易ではない。こうした交友関係と商売への情熱こそ、四川省の人たちの活力である。

四川省の文化は排他的ではないことから、他の省から来て四川省の大学を卒業した学生の半分以上は四川省に残るとい調査結果が出ている。移民も増え続けている。

大地震を経験してから特に顕著であるが、享楽を迫及する傾向がある。自動車の購入熱、外食の回数、贅沢品の売れ行き、デパートの23時までの営業時間とにぎわい、さらには観光事業の成長からも、その一端を伺うことができる。

5. 四川省市場進出のための課題

日本国内では東日本大震災の復興に向けて、今後インフラ、建材、建築関連企業が活躍の場を広げるであろうが、その他の産業やサービス業は一時的に停滞が予想される。こうしたことから、海外開拓が急務と考えている日本の中小企業も少なくないだろう。中国は日本にとって隣国の巨大市場である。四川省は中国の中でも後進地区ではあるが、だからこそ手付かずのビジネスチャンスも残されており、むしろ、日本企業にとっては青写真を描きやすい面もある。

日本の大企業がほとんど中国に進出している今、中堅中小企業の進出について考えてみる。

まず、中国そして四川省についての認識を整理しておこう。中国は対外開放政策を実施して 30 年間、経済は飛躍的な発展を遂げた。2010 年に中国の GDP が日本を越えて世界 2 位になり、さらに米国を超え世界 1 位になるのも時間の問題との予測もある。しかし、これについては 4 つの視点から見なければならない。第一に、中国の GDP 総量が日本を越えたとしても、日本の一人当たり GDP は中国の 10 倍近くある。つまり、中国の人口は日本よりはるかに多く、GDP 総量だけを見るのはあまり意味がない。第二に、為替レートという魔法があるから、物価、人件費、土地の価格を総合的に考えれば、10 倍の差がないと思われる要素もある。第三に、中国の一人あたりの名目 GDP は世界で 100 位に近く、依然として発展途上国であることには変わらないことだ。第四に 08 年の米国の GDP は 14 兆ドルにのぼり、中国の 3 倍余りであるから、論じるには早すぎる。

四川省は中国の縮図とも言え、沿海地方の大都会と表面上それほど違わない省都の成都市などの都市もあれば、広大な農村地方が広がり、貧しい人たちもいる。

日本は長い間中国を原料の調達地と商品加工地として捉えていたが、中国の経済発展により、日本の商品とサービスにとって大きな市場としての可能性が広がりつつある。日本の商品とサービスは質・価格ともに高すぎるため、中国人は敬遠し、日本企業も遠慮していた時期があったが、今こうした考え方が改められるべき時が来ている。大手企業は中国ビジネスで成果をあげているが、中小企業の進出はまだ十分ではないのが現状である。一人当たりの GDP が 10 倍の差があるなど、中国はまだ成長の余地が大きく、日本での成功体験を再現できる絶好の舞台を中国が提供しているといつてよい。それを現実のものとするかどうかは、中小企業各社の勇気と決断にかかっている。

日本の企業の特徴の 1 つは職人氣質という点である。例えばソニーはその職人ぶりを発揮して何百種類もの多岐にわたる商品を生産しているが、金融危機により赤字に転落してしまった。一方、ノキアは携帯電話のみに特化して、中国市場を巧みに攻略していたことから、金融危機にもかかわらず、黒字を出し続けている。同社は職人というよりもむしろ商売上手と言えそうだ。このように、日本の大企業でさえ職人氣質を脱皮できないわけであるから、中小企業も中国進出にあたっては、持ち前のモノ作り上手を活かしつつ、いかにして商売上手になるかが求められるだろう。

大手企業は豊富な資金力、組織力、情報力を活かして世界中で業績を上げているが、中小企業はこの点でハンディを負っている。海外進出を考える際、まず言葉の難関にぶつかる。合弁相手の素性もよくわからず、信頼の置ける有能な人材の確保も難しく、手続きの煩雑さも克服できないから、おっかなびつくりの視察旅行は繰り返すが、いずれも成果をあげていないのが現状である。

中には、日本の本社から仕事を流せばコストダウンを実現できると、人件費の安さを目当てに思い切って海外に進出した企業もあるが、文化風土に適応できなかったり、スケー

ルメリットの恩恵にあずかることができなかつたりして、結局は細々と維持するか引き上げるしかないという事例も聞く。また、中国は「世界の工場」となってコストダウンされた量産化生産システムが確立されたことから、日本企業といえどもスケールメリットがないと生産コストでは中国企業には到底太刀打ちできない。日本の大手企業が中国企業に外注生産をすることは一般的になっている。認識不足または過剰な自信は中国での失敗につながることを肝に銘じるべきといえよう。

経済が発展すれば、人々は住宅、自動車、飲食などの消費にお金を使い始める。2010年には中国の自動車生産と販売台数ともに世界に輝いた。ルイヴィトンやグッチなどの世界的なブランドは中国の富裕層に喜ばれ、世界の消費市場になっている。

20年で20倍になった経済力を背景に、人々の生活は改革開放以前の食糧難の頃に考えられないほどに豊かになっている。いまや中国は世界の中で伸び盛りの市場であり、各国の企業を引きつけている。

かつて日本の家電メーカーが中国に進出し、中国は世界の家電生産国になった。自動車も同じく、外国の企業が進出し、中国のメーカーと競争することで、ともに進歩してきた。中国は今、日本のサービス産業における中小企業が中国に進出し、中国企業と競争して、サービス産業全体のレベルを底上げすることを望んでいる。日本企業は中国進出を通じて利益を得ることができ、中国はサービス産業を発展させるというウィンウィンの関係を築き、進出した日本企業も中国で活躍する企業として、中国経済とともに発展していくことが望ましい協力関係といえるだろう。

日本のサービス業は「わび、さび」の日本文化に裏付けられて、世界で非常に高い評価を博している。しかし、日本企業の海外市場の開拓は大手企業が主力であり、パターン化された感があり、きめ細かい本当の日本文化を楽しむためには日本に行かなければならないというのが現状ではないだろうか。旅行などで日本を訪れ、日本式サービスに心酔してしまった中国人はたくさんいる。ここに中国、そして四川省進出のヒントがあるはずである。

成都ではイトーヨーカドーが現地のニーズに適応して、自らもデパートに変身することで、大きな成功を収めている。しかし、日本の特色のあるサービス業と小売業が成都に進出しなければ、イトーヨーカドー店内は全て中国製商品となり、他店と競合して、お客の取り合いになるだけである。イトーヨーカドーとしては日本の特色のあるサービス業と小売業を誘致して、他店と違う独自性を打ち出すことで、新たな市場を開拓したいだろう。言い換えれば、成都にはイトーヨーカドーというプラットフォームがあり、日本のサービス業にとっては進出しやすい環境が整っている。これまでに、飲食、小売が入ってきているが、近々アミューズメントの店も入るそうである。

具体的な商品については飲食業、菓子製造業、アパレル、インテリア、園芸、内装などの進出が有望である。

6. 四川省の将来展望

四川省の第12次五カ年計画（12-5計画）では、四川省の今後5年の将来像を次のように描いている。

2015年にはGDPが現在の倍の3兆元を実現し、経済発展方式の転換には顕著な成果をあげる。工業化、都市化のレベルを顕著に高め、インフラ上の問題を解消し、公共サービスの水準をさらに高い段階に引き上げる。市民の生活の質を大幅に向上させ、生態環境を著しく改善する。これらを通じて西部地区経済発展の牽引力をより発揮させる。

具体的には経済的総合力が顕著に高まるだろう。GDPが年平均12%前後の成長を実現し、2015年には一人当たりのGDPは36,000元前後になり、中等収入地区の範疇に入り、全国平均との差がさらに縮小される。財政税収が安定的に伸び、経済成長の質は常にアップし、財政収支も健全化する。投資が持続的に増加し、消費が次第に向上し、社会固定資産の投資が5年間で8兆元になり、社会商品小売総額が5兆元を超え、投資と消費が経済発展を牽引する局面が形成されると予測されている。

経済構造の合理化調整を実行する。具体的には、経済発展方式の転換の効果が次第に現れ、四川の特徴を備えた強い産業が一層発展し、戦略的新興産業が新たな進展を遂げ、近代農業、近代サービス業が加速度的に発展する。三つの産業の比例を現在の15:48:37から10:50:40に調整され、また三つ産業への就職の比率を現在の44:25:31から36:27:37に調整する。自主創造能力が向上し、科学技術の経済発展に対する貢献度が48%以上になる。都市化が年平均1.5%の成長率で推移し、12-5計画終了時には48%前後に達成し、都市化の質も著しく向上する。地域経済が調和のとれた発展を実現し、地域間の機能的分業の建設が安定的に進み、民族地区と革命根拠地地方の発展を加速させる。

社会事業の発展を加速する。義務教育が地域間で均衡的に発展し、教育水準も向上させ、高校段階の教育を積極的に普及させ、高校入学率を85%に、さらには大学入学率を30%以上に引き上げる。医療衛生体制改革を抜本的に推進し、都市と農村をカバーする基本医療衛生制度を初歩的に確立して、平均寿命を75歳にする。省全体をカバーする公共文化サービス体系を樹立し、ラジオとテレビの視聴範囲拡大に努め、人民の精神文化生活をより豊かにする。都市と農村の国民年金と医療保険の加入率を引き上げ、保障水準を向上させる。人口の自然増加率を5.6‰以内にコントロールし、戸籍人口を9,200万人以内に収めて、人口の文化的素質と健康レベルを顕著に向上させる。

人民生活を大幅に改善する。都市と農村の住民の収入が早いテンポで増加し、経済成長スピードとの差が縮められ、都市住民の可処分所得を24,600元にし、農民純収入を8,200元にして、都市と農村の収入差を3.1:1から3.0:1に縮小し、貧困を基本的に撲滅させる。都市部の登録失業率を4.6%以内にし、全体的に都市部の就職者ゼロ家庭を無くす。都市と農村の公共サービスの均等化を進め、居住環境を著しく改善し、住民の家庭財産を普遍的に増やし、生活の質を絶えず向上させる。

生態環境を顕著に改善する。生態四川（四川省を、生態環境が美しく、生態経済が発展し、生態文化が繁栄する経済強省にする目標）の建設を早め、表土流失防止面積を新たに15,000 ムー増やし、森林カバー率36%を達成させ、生物多様性を有効的な保護を行う。大中都市の大気の質が2級基準を達成し、主要河川の水質を改善、更なる浄化を進め、重要な飲用水源の水質を全体的に国家基準をクリアする。資源総合利用率と廃棄物処理率を安定的に高め、単位GDPあたり総合エネルギー消費率と同二酸化炭素排出量を著しく削減し、化学酸素需要量、二酸化硫黄、アンモニア窒素、窒素酸化物などの主要汚染物排出の有効的なコントロールを実施し、工業固体廃棄物総合利用率を80%に引き上げ、工業増加値1万元あたり取水量を180 m³以下に抑え、都市と農村の環境総合整頓をさらに推進して、持続的発展の能力を向上させる。

以上が今後5年間の四川省経済の発展目標であるが、その実現のためには、外資も含めた内外の経済を統合してその力を発揮させることが必要である。

第2章 成都、重慶、武漢、西安の市場比較

1. 各市の特徴

まず、この4都市の経済的な指標を比べてみることにしよう。

四都市経済指標の比較（2010年）

都市		成都	重慶	武漢	西安
人口		1,149.1万人	3,303.45万人	836.73万人	849.38万人
GDP	総額	5,551.3億元	7,894.24億元	5,515.76億元	3,241.49億元
	対前年増加率(%)	15.0	17.1	14.7	14.5
	第一次産業	285.1億元	685.39億元	170.04億元	140.06億元
	対前年増加率(%)	4.1	6.1	4.5	6.9
	第二次産業	2,480.9億元	4,356.41億元	2,532.82億元	1,409.53億元
	対前年増加率(%)	19.8	22.7	17.8	18.0
	第三次産業	2,785.3億元	2,852.44億元	2,812.90億元	1,691.90億元
	対前年増加率(%)	11.8	12.4	12.5	12.5
	一人当たりのGDP	48,310.0元	23,896.96元	65,920.43元	38,163.01元
	産業構造	5.1:44.7:50.2	8.7:55.2:36.1	3.1:45.9:51.0	4.3:43.5:52.2
都市住民一人当たり可処分所得		20,835元	17,532元	20,806.32元	22,244元
対前年増加率(%)		11.7	11.3	13.2	13.3
都市住民一人当たり消費支出		15,525元	13,335元	14,490.07元	-
対前年増加率(%)		10.2	9.8	14.0	-
農民一人当たり純収入		8,205元	5,277元	8,294.81元	7,750元
対前年増加率(%)		15.1	17.8	15.8	18.0
農民一人当たり生活消費支出		5,704元	3,625元	5,630.98元	-
対前年増加率(%)		13.8	15.4	14.9	-
年金加入者数		348.0万人	584.63万人	309.58万人	190.12万人
就業者数		752.8万人	1,716.5万人	482.22万人	463.10万人
受入 観光者数	国内観光者	6,738.3万人	1.06億人	8,850万人	5,201万人
	海外観光者	80.2万人	137.02万人	92万人	84.18万人

各市発表の「2010年国民経済和社会发展統計公報」等をもとに四川蜀名市場諮問有限公司整理

この四つの都市は三国時代に魏、呉、蜀にそれぞれ属していた。地域的、文化的、生活習慣の違いはあっても、その時代から、お互いの比較がなされてきた。

データで見ると、経済規模の面ではほぼ同じレベルの都市といえるが、重慶市が例外で、むしろ、四川省、湖北省、陝西省と比べるべきであろう。成都市は中国の西南部の山奥に位置するものの、武漢市と対等の実力が付けていることは大いに評価してよいであろう。

成都市は四川省の省都であり、概ね平野であるから、農業の生産性が高く、昔から豊かな物産に恵まれている。現在は交通、教育、産業、社会、インフレが発達し、西部地方随一の大都会に成長した。個人事業者が多く、周辺地域の取り込んだ経済を構成しており、商業的要素がより強い。

重慶市は97年までは四川省に属していたが、直轄市に昇格した。戦時中は中華民国の臨時首都であった上に、雲南省、貴州省、四川省とチベットを管轄する西南局の所在地であったから、行政的なグレードは常に成都市より高く、世界的に有名であった。西南局が撤廃されてから重慶市は四川省管轄の一副省級都市になった時期もあったが、重慶市民の心は穏やかではなかったようである。1997年に三峡ダムの移民問題を解決するために重慶市が直轄市へと格上げされ、重慶人はようやく満足したとのことだ。

武漢市は西部でなく中部地域に属するが、重慶とともに長江沿岸にあって水運で発達した街で、産業構造が似ているから、よく比較されている。また、夏の蒸し暑さで重慶と武漢と南京は共に中国の「三つの蒸籠」と呼ばれている。中国の真ん中にあるから、陸路、空路、水運の交通が発達し、立地条件は極めて良い。

西安市は歴史上6つの王朝がここを都に定めていることから、名所古跡が多く、知名度も高い。特に秦の始皇帝の兵馬俑坑が発掘されてから、観光の目玉になっている。近年、ハイテク産業にも力を入れており、飛行機製造では成都市の有力なライバルである。

2. 成都市

(1) 概況

成都市は、GDP・工業生産増加額・固定資産投資・社会消費品小売総額について四川省の約3割を占めるほか、貿易総額や対内直接投資で7割を占めるなど、四川省経済に占めるプレゼンスは極めて大きい。さらに成都市の市場は、内陸部随一の市場として注目が集まっている。中国の副省級市では第3位に位置づけられ、市内は9区4市6県から構成されている。1993年には中国政府から西部地域における科学技術・商業貿易・交通・金融などの中枢都市として指定されている。

交通インフラの面では、市中心を取り巻くように内環路、一環路、二環路、事実上高速道路の三環路、外環高速道路が建設され、周辺地域へは高速道路を含め、23本の道路が放射状に四方八方に伸びている。2010年には北に走る地下鉄1号線が開通され、11年には東

西に走る2号線が開通予定であり、3号線の工事も始まっている。鉄道網の整備も進んでいるが、2009年9月には、成都—重慶間の鉄道区間において、動車組の「和諧号」が運行を開始し、両都市間が約2時間で結ばれることとなった。現在、綿陽—成都—樂山間の高速鉄道が急ピッチで建設が進められている。成都双流国際空港は第二番の滑走路の建設が完成し、第二のターミナルビルが建設されている。旅客量と貨物運送量はともに全国第4位の空港となっている。

一般的には三つの産業のGDPの構成比で、第三次産業の占める割合が高いほど産業の効率がよく、生活も豊かであって、産業構造がいいとされている。成都市の同産業構造比率は5.1:44.7:50.2と、第一次産業が低い一方で第三次産業の比率が高く、サービス産業の発展が顕著である。成都市幹部は「サービス業があと10%増えてくれれば、先進国並みだ」と自慢げに語っていた。ちなみに四川省全体の三つの産業間の構成比は14.7:50.7:34.6で、全国平均は10.3:46.3:43.4であることから、成都市の産業構造調整の進展ぶりが伺える。

成都市を中心に消費市場としての魅力が増していることは、第三次産業の発展に貢献している。2010年の成都市の社会消費品小売総額は2,417.6億元で、四川省全体の36%を占めている。成都市には、週末ともなれば近隣地域からもショッピングに訪れる人も少なくない。こうした魅力ある消費市場を目指して、イトーヨーカドー、伊勢丹、パックスン、カルフル、太平洋百貨などの外資系小売店も成都市に多く進出している。

(2) 全国一商業の激戦区

成都市の消費市場としての優位性はその地形と立地にある。市内の繁華街は、中心区に位置する錦江区にある春熙路の歩行者天国、天府広場、塩市口街道に集中している。更に成都市民のみならず、四川省の他の地域や、近隣の陝西省、貴州省、甘肅省からも買い物客が訪れる。特に、成都市から飛行機で2時間のチベット自治区では、中央政府から派遣された公務員に対して高山手当などが支給されるなど全体的に所得水準が高い一方で、同自治区では消費市場が発達しておらず、消費者の多くが近隣で最も大きな消費市場である成都市に赴き、消費する向きもある。「全国がチベットを支援し、チベットが成都市を支援する」との言葉にも納得させられる。成都市の中心部の繁華街には百貨店、大型商業施設が多く立ち並び、敷地面積5,000㎡以上の大型商業施設が2010年2月の時点で118カ所もある。外資系の商業施設が多く進出していることも特徴であり、太平洋百貨(台湾)、パークソン(マレーシア)、イトーヨーカドー(日本)、伊勢丹(日本)などが進出、欧米系ではカルフルが7店舗、ウォルマートが2店舗を展開している。

成都市内の百貨店で好調さが目立つのが、北京に本部を置き、全国各地に店舗を展開する王府井百貨である。今では当たり前になったが、十数年も前から映画館や飲食店や喫茶店を導入して顧客のニーズを掴み、春熙路商圈に面する立地の良さも手伝い、若者に大変な人気がある。今でも地場系百貨店ならではの顧客ニーズに即したサービスが好評だ。

特に、03年9月に新店したイトーヨーカドー双楠店（2号店）は、同社の日本と中国における店舗の中で最大の利益をあげる店舗となっている。売上が好調な理由は、他の外資系企業に先駆けて内陸地域に先行参入し、授乳室や休めるベンチの設置などきめのこまかいサービスで現地の消費者ニーズを徹底的に踏まえたマーケティング戦略を展開したことで、現在では、地域一番店としてのブランドや地位を確立している。

現在、収入が上がった成都市民は料理の嗜好が多様化する向きがあり、香港風洋食、広州料理、韓国系、新派四川料理の飲食店の出店が目立っている。

(3) 発展を支える教育

成都には21世紀に向けて100の大学に重点投資を行う国家プロジェクト211に選ばれた大学が5校あり、人材養成を通じて成都が持続的発展をするための原動力になっている。

成都の大学

学校名	ホームページ	備注
四川大学	http://www.scu.edu.cn/	211 全国重点
電子科技大学	http://www.uestc.edu.cn/	211 全国重点
四川農業大学	http://www.sicau.edu.cn/	211 全国重点
西南財経大学	http://www.swufe.edu.cn/	211 全国重点
西南交通大学	http://www.swjtu.edu.cn/	211 全国重点
西南民族大学	http://www.swun.edu.cn/	四川省重点
成都理工大学	http://www.cdut.edu.cn/	四川省重点
西華大学	http://www.xhu.edu.cn/	四川省重点
成都中医薬大学	http://www.cdutcm.edu.cn/	四川省重点
四川師範大学	http://www.sicnu.edu.cn/	四川省重点
成都信息工程学院	http://www.cuit.edu.cn/	一般大学
成都医学院	http://www.cmc.edu.cn/	一般大学
成都体育学院	http://www.cdsu.edu.cn/	一般大学
成都学院	http://www.cdu.edu.cn/	一般大学
四川音楽学院	http://www.sccm.cn/	一般大学
西南石油大学	http://www.swpu.edu.cn/	一般大学

四川蜀名市場諮問有限公司整理

(4) 都市と農村の一体的発展に向けた総合改革試験区

中央政府は2007年6月に、成都市を、重慶市と並んで「都市と農村の一体的発展に向けた総合改革試験区」に認可した。直轄市である重慶市と同時の認可が意味深い。深圳経済特区、上海浦東新区、天津滨海新区と並ぶ重要な試験区として、現地のマスコミが大々的

に宣伝を行った。同政策の目的は、村地域の生活レベルを向上させ、都市の水準まで引き上げる、統一化の推進により共同発展のプラットフォームを構築し、人材や土地、資本の流動性を高めることにより都市と農村の格差問題を解消することにある。これまで政府によるインフラ、教育、医療、交通、社会保障、住宅などの計画はすべて都市を中心に行われていたため、農村部は放置されていた。計画の対象に入らないことから、政府の予算が農村へ流れてこなかったのである。今度は都市と農村の一体的発展を図る試験区に指定されたことから、農村部のインフラ、教育、医療、交通、社会保障、住宅なども公的財政予算の対象となり、増額されることだろう。

成都市は市街区域の区はすべて、ある程度農村部を抱えているから、不動産開発目的も多々あるかもしれないが、2003年からすでに都市農村一体型開発に取り組んでいる。すなわち、土地をなくした農民のために、水道、ガス、下水、インターネット、有線テレビ、商業などのインフラの整備された住宅を保障するだけでなく、社会保険、職業の安定化、地域の産業振興、土地の有効利用をも盛り込んだ内容になっている。農民が経済発展からより多くの恩恵を享受できるようにすることが主目的で、これは社会の安定にもつながっている。

試験区建設に向けた具体策としては、農村住民の都市部への移転促進、農地の流動化促進などが打ち出されている。しかし、実際には都市部と農村部の生活水準には依然大きな開きがあり、所得水準が比較的高いとされる成都市の農村一人当たり純収入は 8,205 元（2010 年）と前年比 15.1% 増であるものの、都市部の一人当たり平均可処分所得（20,806.3 元）の半分以下の水準にすぎない。純収入は毎年増加しているものの、都市部の水準までにはまだまだ差が大きい。格差是正が国家の政策課題でもあるから、試験区政策などを通して農村部の生活水準引き上げが今後加速する可能性もある。

最近、都市と農村の一体的発展を表面的に模倣する他地方が出てきているが、その目的は農民から土地を取り上げて不動産開発か工場誘致に使うというものであり、これに対し国務院からは、農民を集中的に住まわせることはあくまで農民の賛成が前提であって、政府が頭越しにやるべきではないと通達が出されており、ブレーキをかけている。

(5) 産業発展

成都市の重点産業は電子情報、医薬、食品・飲料、機械（自動車含む）、石油化学、建材冶金の 6 分野である。特に電子情報産業においては北京、深圳と並んで国家の 3 大モデル基地の 1 つに指定されるなど重要な拠点となっている。インテル社および関連企業が成都に工場を建設してから、2010 年には德州機器、デル、レノボ、SK グループ、富士康、仁宝などの世界的に著名な企業が続々と成都に投資し、成都の世界的に影響力のある電子基地建設に向けて、重要な一步を踏み出した。世界 500 強の企業がすでに 189 社が成都に根を下ろしている。成都ハイテク開発区には、集積回路、ソフトウェア・アウトソーシング、光電表示、通信の 4 分野の企業が集積している。加えて、ハイテク開発区には、ソフトウ

エア・アウトソーシング分野において 600 社以上の企業が進出している。

四川省の工業生産のうち、2010 年の重工業と軽工業の構成比は 67.9:32.1 となっており、重工業の比重が高い。四川省の重点産業はよく「7+3」産業という言葉で表現される。「7」とは、電子情報、設備製造、エネルギー・電力、石油ガス化学、鉄鋼、飲料製品、医薬品の 7 つの優位性を有する産業のことで、「3」とは航空、自動車、バイオエンジニアリングの 3 大有望産業のことである。2010 年は、工業生産全体に占める「7+3」産業のシェアは 85.2%にも達している。四川省は 1960 年代から 70 年代にかけて「三線建設」の対象地域であったことから、航空、宇宙飛行、船舶、鋼鉄、機械などの国防関連産業が移設され、重工業や科学技術分野の基礎が築かれてきた。

(6) 成渝経済区

成都市と重慶市は地理的に非常に近い間柄であるから、歴史的にも経済的にも多くのつながりを持っている。成都市では四川省他地域と重慶市を包含する「成渝経済区」構想を積極的に推進しており、中央政府も認可に向けた作業を進めている。同経済区は重慶の 1 時間経済圏である万州、開県、雲陽など 31 の区県と、成都をはじめとする徳陽、綿陽など四川省の 15 地区から構成され、総面積は 20 万 6,000km²となっている。

同経済区計画で注目すべき点は、西部地域における工業の中心都市である重慶市と、内陸随一の消費市場を有する成都市との経済面における連携強化である。両都市間の連携強化に向けては、10 年 3 月、両都市を結ぶ高速鉄道路線「成渝城際客運專線」の建設が 2014 年の開業に向け開始された。開通後は、両都市間が約 1 時間で結ばれる。

中国の経済地図では、北京天津経済区、長江デルタ経済区、広州・深圳を中心とする華南経済区が形成されており、第四の柱をどこにするかということは中国全体の発展のために極めて大きい意義を持っている。成渝経済区はその有力な候補になっているが、中央政府の決断を待っている段階である。

(7) 城南新区の胎動

重慶市が国務院から「两江新区」という経済特別区の許可を得たことに刺激されて、成都市の高新技术開発区を中心に「城南新区」の申請に向けた動きが胎動している。現在使用されていない成都市政府庁舎を中心に、五つ星ホテル、展示展覧センター、イトーヨーカドーの五号店、ソフトパーク、娯楽施設、テーマパーク、商品住宅などが建設されている。今後新区の許可が下りて、不動産の急騰を期待して投資している人も多いようだ。果たして許可されるであろうか。

3. 重慶市

(1) 概況

重慶市は、北京市、上海市、天津市と並び、中国政府による直轄市の1つである。1937年から1946年にかけては、当時の中華民国政府が同市に臨時首都を置くなど、全国の政治都市として位置づけられた時期もあった。重慶市にとって大きな契機となったのは1997年3月、それまで所属していた四川省から分離され、中国で第4番目の直轄市に昇格したことである。さらに、直轄市昇格前後の1997年、同市は、それまで市外に属していた万州区、涪陵区、黔江区などの三峡ダムに近接した地域を統合したのである。これにより同市の面積は8万2,403 km²と、北海道とほぼ同等の面積にまで拡大した。その後、2000年には中国政府による西部大開発計画が本格始動したことで、重慶市におけるインフラ投資が進展し、経済成長を牽引した。直轄市昇格後の同市のGDP成長率をみると、1998年～2001年までは1ケタの成長率であったが、2002年以降は8年連続で2ケタの成長を続けている。国際的な金融危機により中国経済も大きな影響を受け、2009年の成長率は8.7%にとどまったが、同市は14.9%と高い成長を続けるなど、経済は好調を維持しているのである。

(2) 経済と産業

2010年、重慶市は7,894.24億元のGDPを達成し、成長率も前年比17.19%増と高い数値を実現した。この成長率は全国で二番目で、西部地区では第一位である。特に09年以降、台湾IT関連企業の進出案件が相次ぎ、同市の産業構造は大きな変化を遂げている。加えて、07年6月に、成都市とともに、中国政府から「都市と農村の一体的発展に向けた総合改革試験区」としての認可を受けて以降、都市と農村の格差縮小、都市化の推進に向けた歩みは加速している。

重慶市のGDP構成を産業別にみると、最も大きいのが第二次産業で、2010年の工業生産高は4,356.41億元で、前年比22.7%増と大きく成長した。第二次産業のGDPに占める比率は55.2%にも達している。工業の、経済の支柱としての役割は一層増している。他方、第一次産業の同比率は一貫して低下し、直轄市指定直後の20.9%から2010年には2桁を割り8.7%にまで低下している。第二次産業の同比率が上昇する一方で伸び悩んでいるのが、第三次産業である。98年の同比率は40.3%から08年には41.0%とやや上昇したが、2010年は36.1%と4割を割り込んでいる。

需要面では、全社会固定資産投資が前年比30.4%増の6,934.80億元に達し、97年以降で2番目の高い伸び率を記録した。特に、4兆元の大型景気刺激策などが奏功し、国有セクターの投資が急増した。産業分野別では、インフラや建設、不動産関連投資が増加の原動力となっている。消費面では、2010年の社会消費品小売総額が前年比19%増の2,878.04億元を実現している。

重慶では、自動車・オートバイ産業、設備機械製造業、石油天然ガス化学工業、素材産

業、電子情報産業を「5大支柱産業」として位置付けている。特に伝統産業として強みを持ってきたのが、自動車・オートバイ産業である。2010年のオートバイ生産台数は849.23万台と、中国最大の生産基地となっており、自動車の生産台数も161.58万台に達し、その内、乗用車が85.17万台になっている。三線建設の影響もあり、設備機械製造業も伝統的に強く、工作機械や変圧器、船舶、計器などの生産では全国有数の規模を誇る。

重慶市政府としては台湾IT関連企業の進出を通じて産業構造改革を目指して誘致に乗り出しており、大きな成果をあげている。最近急速に勃興してきている電子情報産業は重慶経済のハイライトと言えよう。特に台湾企業を中心とする重慶市進出に向けた動きが加速化している。その核となるのが、2005年8月に設立された重慶西永微電子産業園区である。重慶市は当該園区を一大ノートブックPC製造拠点として整備しつつあり、まず2008年10月、市政府がヒューレット・パカード（HP）との間で協定を締結し、HPが重慶市においてPC生産基地を設置することで合意した。その後HPに製品をOEM、ODM供給する台湾企業の工場建設が相次いでいる。まず2009年9月には、富士康（FOXCONN）が重慶市における工場建設を開始した。さらに、英業達（Inventec）は2010年2月、園区にて工場建設を開始して、2010年第4四半期には生産を開始する予定である。さらに世界最大のPCメーカーである広達（Quanta）も2010年1月、中国における第三の生産基地を重慶市に設けることで、市政府との間で契約を締結した。さらに重慶市政府は、これら台湾企業の進出に伴う関連部品メーカーの進出にも期待を寄せている。既に2010年3月には、台湾系部品メーカーの「維鯨電子」が重慶に「維鯨企業有限公司」を設立した。7月から、PC向け絶縁部品の量産を開始するとしている。重慶市としては、将来的には8,000万台の生産能力を有するアジア最大のノートブックPC生産基地を目指すとともに、関連部品産業も集積させ、PC分野の垂直統合型発展を目指している。

重慶市の人々は伝統工業から電子工業への転換を、成都の優勢工業である電子工業への挑戦として、第一ラウンドは勝利したと誇らしげに語っている。

(3) 重慶市の商業

重慶市の市街区域には5つの商圈がある。市中心部に位置する解放碑商圈がこれまでは「商圈」と呼べる唯一の地域であった。夕方に行くと、綺麗なライトアップが実施され、看板さえ見なければ、東京か、ニューヨークか分からないぐらいの賑わいである。そして2000年以降、嘉陵江を挟んだ江北区に観音橋商圈が形成され、沙坪壩商圈、南岸商圈、楊家坪商圈も相次いでオープンした。なかでも伸びが著しいのが観音橋商圈である。台湾系の「遠東百貨」が出店しているほか、03年に開店したショッピングモール「北城天街」にはさまざまなブランドの店舗が入居しており、日本のユニクロも2009年、重慶市における第1号店舗を開設した。

なお、外資系では、観音橋商圈に台湾系の遠東百貨が進出しているほか、カルフルー、ウォルマート、メトロ（麦徳龍）などが店舗を構えている。特に、ウォルマートは、市中

心部のほか、三峡ダム地域の中心である万州区にも店舗を構えるなど、郊外にも出店している。

しかし、地形が平坦ではないことから、外国人観光客が多い市内中心部の解放碑商圈を除くと、各商圈とも地元住民が基本客層となっており、食品や日用雑貨が売り上げの中心で、高級贅沢品が売れないのが頭痛の種である。周辺地域も取り込んだ形で商圈が形成されている成都市と比べると、商圈の規模が小さいと指摘される。

重慶市政府は、中心都市部の規模を 1,000 km² に拡大させ、人口規模も 1,000 万人規模に拡大させる意気込みである。モノレールを始め、重慶市内の公共交通機関の整備が引き続き進められていくことから、商圈同士の連絡・移動も円滑になるし、客の奪い合いも激しくなるだろう。重慶市政府は、同市を「ショッピングの都」とする構想を打ち立てており、それぞれの商圈の底上げを目指している。

なお、重慶市の消費者の特徴は、成都市の消費者との比較で語られることが多く、成都市民の方が、よりファッション性に富んでいるとの分析がなされている。他方、自動車販売状況を見ると、成都市は小型車が中心であるのに対し、グレードの高い乗用車はむしろ重慶市のほうがよく売れるとの指摘もある。重慶市民のほうが、消費に際して「面子重視」であることが特徴として指摘できる。

(4) 日系企業の進出動向

成都には日本の流通企業の進出が目立つのに対して、重慶市に進出している日系企業は製造業が主流をなしている。重慶市に投資し、現在事業を行っている日系企業は 100 社程度となっている。日系企業の重慶市進出は、いすゞ自動車が 1985 年に重慶汽車との合弁会社「慶鈴汽車」を設立しトラックの生産を開始した時から始まった。二輪車分野では、ヤマハ発動機が現地企業と合弁で二輪車の製造を行っている。自動車分野では、スズキ、マツダが、いずれも長安汽車との合弁会社で乗用車生産を行っている。重慶市内のタクシーはこれら合弁会社の車を政府の指導で半ば強制的に使わせている。1997 年までは成都市においても四川省政府の指導で上記合弁会社製の乗用車が使われていたが、重慶が直轄市として独立して以降、その義理もなくなった。

また、横河電機が伝送器などを製造している。21 世紀以降は、NTT データが日本向けアウトソーシング業務を実施しているほか、富士通も重慶に分公司を設置している。2009 年における投資案件としては、8 月、新日本石油が中国における石油産業向けの環境・省エネ対策設備である炭化水素ガス回収装置の製造・販売を目的に、現地企業と合弁会社を設立した。このほか、日立製作所は 09 年 9 月にモノレール 3 号線建設に向けて、列車制御システムや車両用駆動システムの受注を発表した。2005 年 6 月に運転を開始した 2 号線にモノレールシステムを納入して以来の案件となる。ただし、重慶市における日本企業のプレゼンスは必ずしも大きいとはいえない。黄市長は 2010 年 3 月、日本のメディアに対し、「中国への日本企業の投資額に占める重慶市のシェアは 200 分の 1 程度」と発言した。

(5) 都市と農村の一体的発展に向けた総合改革試験区

全国の4直轄市の中で、重慶市は、面積、人口の面で、他の三市を凌駕しており、「中レベルの省の規模」に達している。同市は40の区県から成り立っており、市内の地域間の発展レベルの差異は軽視できないものとなっている。1人あたりGDPが最も高い大渡口区と最も低い巫溪县との間では10倍近くの格差が存在する。常住人口ベースであれば都市化率は51.6%に達するが、戸籍人口ベースでの非農業人口は907万人と、全体の27.9%に過ぎず、都市化のレベルは大きく遅れているのが実態である。「都市と農村の一体的な発展」の推進が、重慶市にとって大きな課題となっている。こうした中、中国政府は07年6月に、重慶市を、成都市とともに「都市と農村の一体的発展に向けた総合改革試験区」に指定、さらに09年1月には、「重慶の都市と農村の統一的発展の推進に向けた若干の意見」を発表した。この意見では、中国における重慶の今後の位置付けについて、次のとおり定義した。

- ・ 長江上流地域総合交通中枢・国際貿易の重要チャネル
- ・ 内陸輸出商品加工基地・対外開放拡大の先行区
- ・ 国家の重要な現代製造業基地
- ・ 長江上流の科技イノベーションセンター・科学技術成果の産業化基地
- ・ 長江上流の生態文明モデル地域
- ・ 中西部地域の循環経済発展モデル地域
- ・ 長江上流の「展示会の都」、「ショッピングの都」、「美食の都」
- ・ 国家ハイテク産業基地
- ・ 中国有数の自動車生産都市
- ・ 中国のオートバイの都
- ・ 大輸送力の基幹鉄道網の中枢
- ・ 長江上流の水上交通センター
- ・ 長江上流の金融センターIMG (Internet Management Gateway)

さらに、中国政府は2009年4月、重慶市が提出していた「重慶市の都市と農村の一体的発展に向けた総合改革試験全体方案」を認可した。つまり、上記の定義を実現する上で、住民、特に農民にも改革開放と経済発展の恩恵を被らせることである。現在51.6%前後の都市化率を2010年には70%にまで高める目標を掲げている。黄奇帆市長は、今後の都市化の推進に向けて「1+30+100」の都市群を形成するとしている。「1」とは、重慶の中心地域を1,000 km²にまで拡大し、1,000万人の人口を吸収する。「30」とは、中心地域の周辺に30の中規模都市を配置し、600~700万人を吸収する。「100」とはその外側に100前後の城鎮を形成し、1つの鎮ごとに数万人ずつ吸収することを指している。都市化の推進を図る上で懸念されるのは、農地の減少、それに伴う農業生産の減少である。これについて市政府は、農地を確保した上での都市化の推進を目指し、2008年12月に「重慶農村土地交易所」を設置した。同交易所では、農村住民の都市への定住を通じて、余剰となった土地資源を流動化させることで、土地の有効活用を図るとともに、農業用地についても集約化を図り、

農業の大規模化を通じた効率化を目指している。これを推進するために、重慶市政府内部には、「都市と農村の一体的な発展」を図るべく、重慶市統籌城郷総合配套改革弁公室が設置されている。

(6) 農民工対策を強化

格差問題は何も重慶市のみの問題ではないが、重慶市には少数民族地方を含め、巨大な農村人口が存在している。重慶市の戸籍人口は 3,257 万人であるが、常住人口は 2,839 万人にすぎず、400 万人以上も戸籍登録地以外の地域に住んでいる。戸籍人口と常住人口の差が生じている理由は、大量の農民工の存在である。現在、重慶市には約 700 万人の農民工が存在するとされるが、その約半数は市内で出稼ぎを、残りの半数は市外で出稼ぎをしている。このため、重慶市政府は、農民工対策として、職業訓練の充実、就職情報の提供、社会保障制度の充実、農民工子弟の教育・医療・文化などの公共サービスの充実、住宅問題の解決などの方策を立てている。

(7) 両江新区と保税區

両江新区は国務院が直接許可した第三の国家級開發開放新区であり、上海浦東新区、天津滨海新区に次いで、2010 年 6 月 18 日に成立した中国内陸部の唯一の国家級開發開放新区である。その主な区域は重慶市市街区域の長江以北、嘉陵江以東の 1200 km² を占め、開發建設可能な面積は 550 km²、江北区、渝北区、北碚区の三つの行政区域の一部分と北部新区を含むほか、2008 年 11 月に中央政府によって設立の認可をされた「重慶兩路寸灘保税港区」がある。中国国内に設置された 11 カ所の保税港区のうち、内陸地域では唯一の保税港区である。保税港区とは、「輸出加工区」、「保税物流区」、「保税区」の三つの機能を有する地域であり、域内では、製造加工のほか物流機能も有する。計画面積は 8.37 km²、うち寸灘港保税港区が 6 平方キロメートル、さらに空港保税港区を有し、長江を通じた水運（寸灘港）と、空路（重慶江北国際空港）の双方を活用できる保税港区となっている。市政府としては、港と空港に加え、長期的には鉄道も保税港区の範囲に含め、重慶市を含む内陸地域の物流のさらなる発展を図りたい意向である。

これによって、外資企業にとっては、税関の煩雑な手続きが簡略化され、中国国内市場に物を売る時にも、契約した分だけ税金を払えばよくなり、普通の貿易のように税金の立替えがなくなり、重慶の投資環境が著しく改善されることになる。

さらに、市政府は 2010 年 2 月、「重慶西永総合保税區」が中国政府の批准を得たと発表した。計画面積は 10.3 km² と、他の総合保税區と比べても面積の面では最も大きい。西永微電子工業園においては、HP や台湾企業などの IT 関連投資案件が次々と進出しており、保税區では、IT 関連品目の製造・加工、貿易などの面でその機能を発揮していくものとみられる。その他、重慶市を含む西部地域においては、奨励類のプロジェクトを実施する場合、企業所得税率は引き続き 15% に据え置かれている。

その他、重慶市を取り巻く交通インフラは、年々整備が進んでいる。道路網については、2009年12月に、上海までの総延長1,768kmの高速道路が開通するなど、沿海地域との交通網も整備されつつある。さらに鉄道網の整備も進んでおり、3月22日、重慶―成都間の高速鉄道の建設が開始された。全長は308km、両都市間を約1時間で結ぶ計画であり、4年後の完成を見込んでいる。

両江新区は、中央政府が不動産価格の調整に乗り出しているなかでスタートを切ったことから、期待されるほどの不動産の値上がりを招くことがなく、むしろ、実体経済が発展の柱となる新区になるだろう。

(8) 「五大重慶」構想の推進

薄熙来・共産党重慶市委員会書記は、「宜居重慶」（住みやすい重慶）をはじめ、「暢通重慶」（交通の便の良い重慶）、「森林重慶」、「平安重慶」、「健康重慶」の「五大重慶」構想を掲げ、今後の重慶の街づくりに向けた具体策を示している。

「宜居重慶」では8,000億元の投資を計画しているが、都市中心部の危険な住宅786万㎡、鉍工業地区のバラック300万㎡を改造し、都市生活汚水集中処理率とゴミ無害化処理率をそれぞれ80%、90%にまで引き上げ、都市中心部の大気レベルのⅠ級、Ⅱ級レベルの日数を305日へ増やし、基準内騒音レベル達成地域を85%にまで引き上げることなどが盛り込まれている。

「暢通重慶」では3,000億元の投資を計画しているが、大西部地域の総合的交通中枢を確立し、「30分で都市中心部への交通システム」を確立する。2012年には高速道路を通じて、重慶市内であれば4時間以内、周辺の省都まで8時間での到達を実現する。2015年には、鉄道を通じて周辺の省都まで4時間、長江デルタ、珠江デルタ、東南アジアまで8時間での到達を目指すことになっている。

「森林重慶」では500億元の投資を計画しているが、「都市森林」、「農村森林」、「道路森林」、「水系森林」、「苗木基地」の5大プロジェクトを実施する。2012年までに1,100万㎡の植林をし、森林カバー率を38%に、都市部の緑地化率を37%にそれぞれ引き上げる。

「平安重慶」では150億元の投資を計画しているが、社会安全、生産安全、食品・薬品の安全、居住面の安全、交通安全面の対策を強化する。2012年までに、重慶を治安秩序が良好で、投資家が安全で安心と感じられる直轄市になることを目指している。

「健康重慶」では350億元の投資を計画しているが、2012年における様々な健康指標を西部地域でトップレベルに引き上げ、平均寿命を77歳まで高める。

この中で最も全国的に有名で大きな影響を及ぼしたのが薄書記を先頭に、同市で進められている「打黒」（黒社会の取り締まり強化）の動きであろう。

(9) 重慶の教育力

「211大学」になるには、経済的实力、教育の伝統や人口要素などの条件に応じて、それ

それぞれの省毎に枠が決まっていた。重慶市は臨時首都、西南局の所在地などの名誉ある歴史があるから、四川省のなかに属していた時代から、中央政府と四川省からの特別の配慮を受けていた。その証拠に、大学の名称には「西南」と「四川」と「重慶」の名がつけられている大学が多い。ただ、今度の 211 プロジェクトでは枠が少なく、四川省に留まっていたならば 3 校の枠が与えられなかったであろう。直轄市になって省以上の行政地位があれば、この枠を確保するには極めて有利なのである。

重慶の大学

学校名	ホームページ	備注
第三军医大学	http://www.tmmu.com.cn/	2110 全国重点医科
重慶大学	http://www.cqu.edu.cn/	211 全国重点
西南大学	http://www.swnu.edu.cn/	211 全国重点
西南政法大学	http://www.swupl.edu.cn/	211 全国重点
重慶医科大学	http://www.cqmu.edu.cn/	重慶市重点
四川外国語学院	http://www.sisu.edu.cn/	重慶市重点
重慶師範大学	http://www.cqnu.edu.cn/	重慶市重点
重慶交通大学	http://www.cqjtu.edu.cn/	重慶市重点
重慶郵電大学	http://www.cqupt.edu.cn/	重慶市重点
四川美术学院	http://www.scfai.edu.cn/	一般大学
重慶工商大学	http://www.ctbu.edu.cn/	一般大学
重慶理工大学	http://www.cqit.edu.cn/	一般大学
重慶科技学院	http://www.cqust.cn/	一般大学
重慶通信学院	http://www.cqccedu.cn/	一般大学
重慶三峡学院	http://www.sanxiau.net/	一般大学
後勤工程学院	http://www.hqgc.net/	一般大学
長江師範学院	http://www.yznu.cn/	一般大学
重慶文理学院	http://www.cqwu.net/	一般大学

四川蜀名市場諮問有限公司整理

4. 武漢市

(1) 概況

武漢市は、中部地域最大の商工業都市であり、工業生産額、小売総額、貿易総額など、中部の主要都市ではいずれも第 1 位である。長江とその支流の漢江は市内を通り、市内は武昌、漢口、漢陽の三つの部分に分かれている。李白がかつてここで「黄鶴樓中玉笛を吹き、江城五月に梅花落ちる」と詠んだから、武漢は一名「江城」とも言う。

2007年12月には、武漢市と周辺の8つの衛星都市を合わせた武漢都市圏が「両型社会（資源節約型・環境友好型）建設総合モデル地域」に指定された。日系企業では日産自動車、本田技研工業、マツダ自動車が進出するほか、韓国、フランスの自動車メーカーもここを基地にするなど、鉄鋼、自動車産業の集積が進んでいる。中国の中心部に位置するという地理的な優位性を活かし、古くから交通・物流の要衝として繁栄した歴史を持つ。また、大学密集地としても知られ、大学・研究機関の数は全国でもトップクラスである。

中央政府は2007年12月、武漢市と周辺の8つの衛星都市を合わせた9市から成る都市圏を、湖南省の長沙市・株洲市・湘潭市を中心とした都市群とともに「両型社会（資源節約型・環境友好型）建設総合モデル地域」に指定。資源の節約に努め、環境負荷のない社会の建設を目指すべく、自然環境を維持しつつ都市化と新型工業化を推進する方針である。「両型社会」の実現に向け、モデル地域に指定された武漢都市圏では、2010～2020年の10年間で、総額5,128億元（約6兆7,000億円）を投じ、「生態系の回復」、「クリーンエネルギー」、「省エネ・排出削減」、「循環経済」、「生態系の保護」など計459の環境保護プロジェクトが実施されると報じられている。この中で武漢市は中心的な役割を課せられている。

(2) 省エネは主力産業の自動車から

武漢市が省エネ・環境保護を重視した発展政策を推進する中、日本企業も「両型社会」を展望した事業を展開し始めている。

日産自動車は2009年4月、中国の工業情報化部とゼロ・エミッションモビリティのパートナーシップに関する覚書を締結した。工業情報化部に対して電気自動車（EV）に関する情報を提供し、バッテリー充電網に関する詳細計画およびEV量販計画等の包括的なプランを提案するほか、ゼロ・エミッションモビリティ推進のためのパイロット計画を実施する最初の都市として武漢市ともパートナーシップを締結している。

また、みずほコーポレート銀行は2010年3月23日、武漢市政府と省エネルギー・環境保護分野に関わる協力協議書を締結した。武漢市が外国金融機関と環境分野に関わる協力協議書を締結するのは今回が初めてで、武漢市の省エネ・環境保護に係る日中各機構・企業の連携を促進し、省エネ・環境保護に関するビジネスマッチング、視察団組成による相互訪問、協力案件の推進、関連企業の投資促進等を行う予定。同行は協力協議書締結の目的として「武漢市が推進する省エネ・環境保護政策に貢献すべく、当該分野に携わる関連日本企業の中国における活動を支援すること」を挙げている。

(3) 華中地区の大学の重鎮

武漢市は中国の中でも大学の集中的に集まる場所として有名で、211プロジェクト大学に選ばれた大学が7校もあることから、その教育の実力の高さが伺える。武漢市にある多くの大学の名前に「華中」が付けられるのは計画経済の時代の名残であろうが、教育の伝統を物語るものでもある。自動車産業が非常に発達しているから、自動車関連学科が多く

設けられている。

武漢の大学

学校名	ホームページ	備注
武漢大学	http://www.whu.edu.cn/	211 全国重点
華中科技大学	http://www.hust.edu.cn/	211 全国重点
武漢理工大学	http://www.whut.edu.cn/	211 全国重点
中南財經政法大学	http://www.znufe.edu.cn/	211 全国重点
華中師範大学	http://www.ccnu.edu.cn/	211 全国重点
華中農業大学	http://www.hzau.edu.cn/	211 全国重点
中国地質大学（武漢）	http://www.cug.edu.cn/	211 全国重点
湖北大学	http://www.hubu.edu.cn/	湖北省重点
湖北工业大学	http://www.hbut.edu.cn/	湖北省重点
武漢工程大学	http://www.wit.edu.cn/	一般大学
中南民族大学	http://www.scuec.edu.cn/	一般大学
武漢科技大学	http://www.wust.edu.cn/	一般大学
湖北中医薬大学	http://www.hbtcm.edu.cn/	一般大学
武漢体育学院	http://www.wipe.edu.cn/	一般大学
武漢音楽学院	http://www.whcm.com.cn/	一般大学
湖北美術学院	http://www.hifa.edu.cn/	一般大学
武漢紡績大学	http://www.wtu.edu.cn/	一般大学
湖北经济学院	http://www.hbue.edu.cn/	一般大学
武漢工業学院	http://www.whpu.edu.cn/	一般大学
湖北警察学院	http://www.hbpa.edu.cn/	一般大学
湖北第二師範学院	http://www.hubce.edu.cn/	一般大学
江漢大学	http://www.jhun.edu.cn/	一般大学

四川蜀名市場諮問有限公司整理

(4) 経済事情

武漢市の2010年のGDPは5,516.76億元に達し、2009年の4,620億元より900億元も増加し、14.7%の成長率を実現した。引き続き中部地区六省の省都の中でトップを保っている。社会商品小売総額は2,523.2億元になり、前年比19.5%の伸びである。都市住民の可支配收入は20,806.32元で前年比13.2%増、農民純収入は8,294.8元で同15.8%増えた。

湖北省全体と武漢市では産業構造も大きく異なる。武漢市は湖北省全体の6分の1の人口で、3分の1のGDPをあげている。武漢市のGDPを産業別にみると、物流拠点であること

などもあって第3次産業のウエイトが高く（51.0%）、第2次産業（45.9%）を上回っている。湖北省全体の第3次産業（39.6%）と比較すれば10ポイント以上も上回っている。他方、第1次産業は3.1%と、省全体（13.8%）を大きく下回っている。市場という観点でも武漢市のプレゼンスは大きい。湖北省の所得は都市部・農村とも全国を下回っているものの、武漢市の都市部住民の可処分所得（20,806.32元）、農村部住民の純収入（8,294.81元）はいずれも全国平均を上回っている。このため、「武漢市の経済規模は湖北省の中でも群を抜くが、同市に続く都市はかなり見劣りする」との指摘も少なくない。

(5) 工業

武漢市には鉄鋼、自動車、光電子、化学、冶金、紡績、造船、機械製造、製菓など備った工業体系が打ち立てられている。清朝末期と中華民国の時期には、武漢の経済的实力はアジアのトップレベルにあった。新中国になってから、武漢鉄鋼、武漢重機、武漢ボイラ、武漢造船など武で始まる企業が現れ、武漢の経済地位と都市としての実力をアップさせた。しかし、1980年からは武漢は改革開放の歩みについていけず、沿海地方に先を越されてしまった。

90年代に武漢は目覚めた。武漢経済技術開発区、東湖ハイテク開発区、呉家山台湾企業投資区、新洲陽羅開発区が次々と建設され、武漢市の経済発展をけん引した。武漢経済技術開発区には東風自動車本部、フランスシトロエン社との合弁企業の本部、本田技研などの自動車メーカーが入居し、中国で自動車産業が最も集積度の高い生産基地になっている。東湖ハイテク開発区は中国で最も実力ある光ファイバーとソフト開発研究基地になっている。ここにはマイクロソフト社の開発センター、IBM社のグローバルサービスセンター、EDS社のグローバルサービスセンター、フランス電信のソフト開発センター、交通銀行のクレジットカードセンター、招商銀行の運営センター及び世界500強企業のアウトソーシングセンターが入っている。2009年に国務院は東湖ハイテク開発区を国家自主創造モデルエリアに認定した。

(6) 発展する商業ネットワーク

武漢市には12万拠点もの商業ネットワークがある。3社のフランチャイズ企業は全国ベスト30に入っている。地元の商業企業としては武商グループ、中商グループ、漢商グループ、中百グループがあるが、そのうち、中百グループは37店舗の大型スーパーと350店舗のコンビニを展開している。このほかに、大洋百貨、新世界百貨、華聯商厦、王府井百貨など国内知名の企業が加わり、ウォルマート、カルフル、メトロなどの国際的な小売大手も次々と武漢に進出してきている。2009年にイケア社がアジア最大のショッピングセンターの建設に乗り出し、2015年に開業する計画である。伝統的な商圈は中山大道、航空路、江漢路、漢正街、司門路、中南路、鐘家村などがあり、著名なショッピングセンターとして漢口には武漢広場、世貿広場、新佳麗広場、江漢路步行街、漢正街商品市場があり、武

昌には徐東平価、亜貿広場、中南商城、光谷商業センターがあって、漢陽には漢陽商場、武漢モル城などがある。夏が蒸し暑い武漢では、デパートは涼むにも絶好の場所で、遅くまで賑わっている。

(7) 交通事情

武漢の交通の事情は成都、重慶、西安にとって羨望の的である。北京―天津間で時速 350 キロの高速鉄道旅客専用線が開通されたのに次いで、広州―武漢間の高速鉄道旅客専用線が開通され、広州と武漢はわずか 3 時間 16 分で結ばれている。

2011 年末には、武漢―上海間、武漢―石家荘間の高速鉄道旅客専用線も開通される予定で、今後武漢―西安間の高速鉄道旅客専用線も計画されている。また、在来の鉄道ネットワークで全国各地と結ばれていることは言うまでもない。

長江が市内を流れていることから、水運も発達している。四つの埠頭があり、さらに武漢新港の建設整備が行われている。

道路については、中国の真ん中に位置することから、高速道路では G4、G42、G4201、G50、G70、G45 の 6 本の国家幹線が武漢を経由するほか、13 本の省クラスの高速度道路が通っている。また、316 号、318 号、106 号、107 号の国道がここで交差しており、16 本の省道でネットワークを形成している。

空路では華中地区最大の空港を持ち、第三期の空港拡張工事が進められている。

市内交通については、7,000 台の路線バスと 12,137 台のタクシーがある。

2000 年に武漢軌道交通会社が成立し、現在は武漢地下鉄グループに社名変更された。モノレール 1 号線全線は呉家山から堤角まで 28.8 キロにも及ぶが、2000 年年末に一期工事の建設が始まり、2004 年 7 月に完成し、運営が始まった。2010 年 7 月 29 日に二期工事も完成し、全線開通となった。計画中の軌道交通は 12 本あり、残りの 11 本はすべて地下鉄になっている。長江と漢江を渡る 2 号、3 号、4 号線はすでに工事が始まり、2012 年以降は武漢市民は毎年一本の新線開通を迎えることになるだろう。

(8) 「百湖の城」

武漢市には湖が 170 個あり、市街区域には 41 個もあるから、「百湖の城」の別名がある。雨を受ける面積が 5km² 以上のものが 65 個あり、正常水位の場合、湖の水面面積は 942.8 km² で、武漢市の面積の 11.11% を占め、その面積比率は全国一である。そのうち、東湖は中国一大きい市内湖で、湖岸線全長は 110 キロになり、水面面積は 33 km² で、杭州の西湖の 6 倍にあたる。

(9) 日系企業

日系企業の湖北省への進出状況を見ると、ほとんどが武漢市内に拠点を置いている。武

漢日本商工クラブの会員企業数は2009年11月26日時点で80社となっている。同クラブの会員企業数は2002年末時点では21社に過ぎなかったが、翌2003年以降の日系の大手自動車メーカーの進出に伴い、自動車関連企業の進出が相次いだことから会員企業数は4倍余り増加している。

日産自動車は2002年9月、中国でトップ3に入る自動車メーカー東風汽車公司との間で中国における包括的、戦略的な提携関係を締結。日産ブランドの乗用車および東風ブランドのバス、トラック、小型商用車事業を扱う新会社「東風汽車有限公司」（本社：湖北省武漢市）が設立され、同社は2003年7月より操業を開始した。

2009年の日産自動車の販売実績は、好調な需要を背景に、前年比30.5%増の92万台（うち、乗用車が48.1%増の52万台、商用車が5.8%増の20万8,358台）となった。同社は、乗用車の販売が好調な要因として、①中国政府による1,600cc以下の乗用車に対する減税政策、②2級、3級都市（中小都市）での販売網拡張、③ブランド力の強化の3点を挙げている。

同社は、「他社に比べて中国進出が遅れていたから、販売を拡大できる余地は内陸部にしかなく、内陸部で地道に販売網を開拓してきた。今後、乗用車については継続して2級、3級都市に販売網を広げていく。内陸部の乗用車の保有率は沿海部に比較して低く、伸び率は今後数年、沿海部を上回ると予想される」と強調している。

本田技研工業は2003年7月、東風汽車公司との間で、新たに合弁会社「東風本田汽車（武漢）有限公司」を、湖北省武漢市にある「武漢万通汽車有限公司」の出資構成および社名を変更して設立し、その工場を改修した上で、CR-Vの現地生産を2004年4月から開始した。

2006年に「シビック」、2009年9月に「スピリア」を投入し、2009年の販売実績は前年比128.2%増の21万台と5年連続で過去最高を更新し、好調な販売が続いている。同社は2010年1月、中国市場の需要に対応するため、第二工場の建設を決定したと発表した。2012年後半の稼働開始を計画しており、稼働開始時の生産能力は6万台。将来的には24万台までの生産能力拡大を予定している。第二工場建設に先立ち、2010年初めには既存工場の生産能力を現在の20万台から24万台へ拡大。第二工場完成後の生産能力は30万台となる見込みである。

日本の大手自動車メーカーの進出後は、自動車部品メーカーの進出も相次ぎ、丸順（03年10月）、菊池プレス工業（05年3月）、三桜工業（05年10月）などが武漢市に進出した。

しかし、最近では日系企業の進出も一段落しており、武漢日本商工クラブの会員企業数も純増ベースではほとんど増えていないのが実情である。

ただし、業界関係者の中には、中国の急速な市場拡大を背景に、自動車メーカー各社が新工場の建設など生産能力のさらなる拡大を図っていることから、今後は自動車部品メーカーの進出が再び加速するのではないかと期待する向きもある。

自動車関連企業以外では、湖北省が交通の要所に位置し、内陸部の物流の拠点となっていることから、日新、日本通運、日本梱包運輸倉庫など、日本の大手の物流企業が進出し

ている。この他、みずほコーポレート銀行は2009年3月、武漢市に支店を開設し、邦銀としては初めて中国内陸部に進出を果たしている。

5. 西安市

(1) 概況

西安市は前漢の時代に首都・長安として整備されて以降、後周、隋、唐の時代にも首都となるなど、都としての歴史は長く、特に漢と唐の時代は中国の歴史に与える影響が大きいから、西安は中国の古都の代表と言えよう。唐の時代に日本から遣唐使が派遣されるなど、西安は日本人にとってもなじみが深い。シルクロードの起点であることや、かつて楊貴妃の生活の舞台であった華清池などの名所があるから、今でも、日本人には観光地として知名度が高い。その他、近隣に半坡村という5000年前の村落遺跡があり、西安の歴史はさらに古い時代へ遡ることができる。

また、西安市は西北地域有数の工業基盤を有する大都市として副省級市に認定されており、経済面では省と同等の権限を有している。同じ西北地区にある寧夏回族自治区、甘粛省、青海省、新疆ウイグル自治区との経済規模には大きな差があるから、西北地域の省・自治区の中で存在感は大きい。

10年前に始まった西部大開発では西安市は成都市、重慶市と並ぶ西部地域の発展のけん引役としての役割を与えられている。産業の中心は国有企業で、外資系企業のプレゼンスは総体的に低い。生産拠点としては、沿海部の7割程度とされる人件費の安さよりも、従業員の真面目さや定着率の高さを評価する声が多い。消費市場としてみると、省都である西安市が省内消費の半分を占める。同市の外資系企業の展開はまだ限定的であるが、消費市場としての注目度は確実に高まっている。

西安市の2010年のGDPは3,241.49億元、前年比14.5%の高い成長率を実現している。第三次産業は1,691.90億元でGDPにおける比重は52.2%になっている。これは成都、重慶、武漢各市の同比率よりも高い。兵馬俑などの観光資源が豊富なことなどもあり、第三次産業のウエイトが高く、第2次産業の43.5%を大きく上回っている。

西安市の陝西省経済に占める割合は極めて大きい。西安市が面積、人口で省全体に占める割合はそれぞれ約5%、約20%であるが、GDPでは、陝西省全体の10,021.53億元(2010年)のうち西安市は32.3%と約3分の1を占め、固定資産投資額に至っては4割近くを占める。

西安市の経済は、近年高成長が続いている。GRPは1998年に500億元、2004年に1,000億元、2008年に2,000億元を超え、2009年には2,719億元となった。実質成長率は、01年～06年の平均が13%強であったのに対し、07年は14.7%、08年は15.6%と加速した。09年は金融危機の影響で若干減速したものの、それでも14.5%であった。

(2) 関中—天水経済区

2009年6月に国務院が国家の正式な地域振興プロジェクトとして西安市を中心とする関中—天水経済区を認定した。

関中—天水経済区は、第11次五カ年計画において、成渝経済区、北部湾経済区と並び、西部大開発における3大重点開発地域の1つに挙げられる。地理的には西安市を中心とする銅川市、宝鶏市、咸陽市、渭南市、商洛市、楊凌モデル地区と甘粛省の天水市からなり、総面積は79,800㎡で、人口は2,842万人も有する。プロジェクト期間は2009年から2020年である。経済区の発展計画において、その「中核」は「西安市」であることが明記されている。プロジェクトの進展により、既に中国西北部で大きなプレゼンスを有する西安市の重要性はさらに増すものと思われる。咸陽市については、西安市と一体になった発展が期待されている。宝鶏市、銅川市、渭南市、商洛市、楊凌モデル地区、および天水市については、鉄道や高速道路などの輸送インフラで結びつき、「軸」として機能し、産業集積を形成する計画である。

重点発展を図る産業分野としては、もともと強みのある産業の活用や、航空、設備製造、資源加工、文化、観光、現代サービス業（物流、流通、金融など）の6つが挙げられている。また、農業については、新農村建設を全面に掲げ、農業の近代化を推し進めるとともに、都市と農村の一体化も進めていくとしている。

このプロジェクトを進めるための政策措置について、経済区では財政政策、金融政策、投資政策、土地政策、環境保護政策、都市・農村に関連する政策などの面で中央政府から支援を受けられることになっている。投資政策においては、積極的に経済区への投資を誘致するとし、中でも沿海部の企業が経済区が重点発展させる産業や省エネ・環境関連のプロジェクトに投資する場合は、税率や土地などの面で適切な優遇を与えるとしている。西部大開発と同じように、投資を奨励する業種を明確にした上で、法人税など各種税金の減免や補助金支給などの優遇措置が取られるものであろう。

発展戦略としては、「4つの基地構想」と「6つの発展目標」が掲げられている。「4つの基地構想」とは科学技術力改革のためのモデル基地、先進的な製造業の重要基地、ハイテクを利用した農業の現代化の実現基地、歴史文化基地であり、「6つの発展目標」とは、経済の総合的な実力を高めること、イノベーション力を高めること、インフラ設備の更なる充実すること、都市化の水準を向上させること、公共サービスのレベルアップを図ること、生態環境を重視することとなっている。

当経済区は中国経済の新たな成長点として、今後一層注目が集まることになるだろう。金融危機を契機に中国の発展戦略は、対外経済の発展から国内の新たな成長点の発掘に移ろうとしているかに見える。「関中—天水経済区発展計画」が発表されたのも中国が外需不振にあえいでいた時期であった。そうした中で、西安市には、世界的観光都市という一つの「点」として発展を続けるのみならず、交通の要衝という地理的特性を踏まえ、「関中—天水経済区」の中心都市として地域経済という「面」の発展をリードし、経済区を中国の

新たな成長点に引き上げることが求められるであろう。

(3) 成都、重慶、西安の西三角経済圏

西安市を中心とする関中―天水経済区よりもさらに広域で、かつ企業の注目度が高まっているのが、西部地域の三大都市である西安市、成都市（四川省）、重慶市を結ぶ経済圏である。これは「西三角経済圏」などと呼ばれており、珠江デルタ、長江デルタ、環渤海経済圏に続く第四の成長エンジンとなるとも期待されている。2009年3月、全国人民代表大会（全人代）において、重慶市の黄奇副市長が大々的に提唱したのが本格的な議論の始まりとされている。その後、三省市が物流、交通、エネルギーといったインフラ整備における協力関係を強化している状況だ。この西三角経済圏において、高速鉄道や高速道路などのインフラが整備されれば、成都市、重慶市、西安市という西部地域の三大都市がリンクすることになる。いずれかの都市に生産拠点を構えれば、他の2大都市にも短時間で製品が供給できるようになる。

(4) ソフトウェア産業

2006年、商務部、科学技術部など4つの部が指定した5つの「中国アウトソーシングサービスモデル都市」が発表され、西安市はその一つに選ばれた。同市のアウトソーシング産業はそこから急速に発展し、現在では中国の重要なアウトソーシングサービス拠点としての地位を占めている。発注元企業の国籍は米国、日本、ドイツなどで、延べ23カ国・地域に及ぶ。2009年、日本からの委託は3,529万ドルで、国・地域別では第二位だった。日本語人材の層には一定の厚みがある。日本向けのアウトソーシングサービスを営む企業は、富士通、NEC、NTTデータ、SORUN、グレープシティ、用友、ビッグバン、エスワイシステム、阪西商務、凌安、宝信、ソフトロードなど約60社あまり。従業員数は3,000人を超える。特に高技術産業開発区の中には、西安市が主力産業として育成に力を入れているソフトウェア産業向け区域（西安ソフトウェアパーク）が確保されており、地場系に加え、外資系ソフトウェア企業も数多く進出している。

なお、工業・情報化部によれば、2009年末時点での同省内のソフトウェア関連企業数は750社で（その多くが西安市にあると推察される）、全31省・自治区・直轄市の中では、北京市、広東省、江蘇省、上海市、浙江省、福建省に次いで第7位である。日系ソフトウェア関連企業の間で評価の高い大連市を抱える遼寧省（700社）よりも多い点は注目に値する。確かに日本語能力の高い人材の供給量という点では大連に劣るが、政府の支援策や豊富な人材供給、低廉な人件費といった点については、大連に進出しているソフトウェア関連企業の中でも西安を評価している企業は少なくない。

(5) 西安の消費市場

西安市の自家用車保有台数は42.85万台とそう多くないが、自動車、エアコン、パソコン

ン、ビデオカメラ、ピアノなどの高級消費財の購買欲は旺盛である。総体的に言えば、西安市の平均的な階層は「モノの所有・消費」が主であるが、沿海部の富裕層が単なるモノの所有などから、コト（サービス）への出費を高めているのと同様、陝西省においても、富裕層を中心に徐々にサービスへの出費が増大していくものと思われる。

消費市場という観点では西安市のプレゼンスはさらに高くなる。社会小売品消費総額について、西安市は1,611.04億円で、陝西省の51.2%のシェアを占めている。所得をみても、陝西省全体は全国を下回っているものの、西安市の都市部住民の可処分所得は22,244元、農村部住民の純収入は7,750円で、いずれも全国水準を上回る。すなわち、同省を消費市場としてみる場合、西安市場の開拓が極めて重要だと言える。

西安市の主な商業は鐘鼓楼を中心に南大街、東大街、北大街、西大街に集まっている。

西安市を訪れる人にとっては、もっとも人気のあるのが餃子の宴会である。唐の時代の飲食習慣と伝統的な餃子を研究して制作に成功したそうであるが、100種類の具と100種類の包み方があるとは驚かされる。味はともかく、包み方にこれだけ意匠を凝らしていることは評価できるだろう。

(6) 交通

西安市は中国のほぼ中心に位置することから、飛行機を利用した場合、中国の東西南北の端まで何れも約2時間程度で移動が可能である。西安咸陽国際空港は北京、上海、広州、成都、瀋陽に次いで、中国の六大ハブ空港の一つであり、旅客数も第6位。現在、国際線は、ニューヨーク、サンフランシスコ、ロンドン、パリ、名古屋（上海経由）などへの便が就航している。

鉄道については、西安市は全国を西北に結ぶ「大十字」、陝西省の「米」字型に配置された鉄道網の中心に位置する。東の河南省・鄭州市との間で高速鉄道が2010年2月に開通し、最速2時間弱で結ばれた。高速鉄道の全区間が開通すれば、北京まで3時間、上海まで5時間で結ばれる。

道路でも西安市は「米」字型の幹線道路の中心に位置する。「五縦七横」国道主幹線および7本の西部大街道のうち、2本の国道主幹線、5本の国道、3本の西部大街道が西安市で合流する。このため西安市の「一日交通圏」は周辺の10省に広がる。日系企業にとっては、日本との直航便がなく、港がない点などを考えると、貿易を主目的とする場合は沿海部に比べて不利な点は否めないが、内販を志向するのであれば、交通の要所という観点から西安市を検討する余地は大いにある。

(7) 学生の町としての西安

人材面については、西安市には公立大学が45、私立大学も48を数え、西安市内人口570万人のうち、在学中の学生は100万人もいる。つまり、西安市を歩く人の5から6人に1人は大学生という計算になり、この比率の高さは中国随一といっても過言ではない。西北

部の学生の多くが西安に集まっていることは、西安市の内需拡大の重要な力にもなっている。

西安市の大学

学校名	ホームページ	備注
西安電子科技大学	http://www.xidian.edu.cn/	211 全国重点
西安交通大学	http://www.xjtu.edu.cn/	211 全国重点
西北大学	http://www.nwu.edu.cn/	211 全国重点
西北工業大学	http://www.nwpu.edu.cn/	211 全国重点
西北農林科技大学	http://www.nwsuaf.edu.cn/	211 全国重点
陝西師範大学	http://www.snnu.edu.cn/	211 全国重点
長安大学	http://www.xahu.edu.cn/	211 全国重点
第四军医大学	http://www.fmmu.edu.cn/	211 全国重点
西北政法大学	http://www.nwupl.edu.cn/	陝西省重点
西安建築科技大学	http://www.xauat.edu.cn/	陝西省重点
西安理工大学	http://www.xaut.edu.cn/	陝西省重点
西安石油大学	http://www.xapi.edu.cn/	一般大学
西安外国語大学	http://www.xisu.edu.cn/	一般大学
西安科技大学	http://www.xust.edu.cn/	一般大学
西安工業大学	http://www.xatu.cn/	一般大学
西安工程大学	http://www.xaist.edu.cn/	一般大学
西安郵電学院	http://www.xiyou.edu.cn/	一般大学
西安財經学院	http://www.xaufe.edu.cn/	一般大学
陝西中医学院	http://www.sntcm.edu.cn/	一般大学
西安医学院	http://www.xiyi.edu.cn/	一般大学
陝西科技大学	http://www.sust.edu.cn/	一般大学
西安文理学院	http://www.xawl.edu.cn/	一般大学
西安美術学院	http://www.xafa.edu.cn/	一般大学
西安体育学院	http://www.xaipe.edu.cn/	一般大学

四川蜀名市場諮問有限公司整理

(8) 西安の日系企業と技術蓄積

西安市では、市の北部に位置する西安經濟技術開發区と、西南部に位置する高新技術産業開發区への外資系企業の進出が多い。こうした開發区を中心に、西安市に進出している日系企業としては、横河電機、古河電工、ブラザー工業、ダイキン工業、三菱電機、東芝、日立製作所、NEC、富士通などが挙げられる。

西安は決して観光の街だけでなく、新中国発足当初から整備されてきた工業基盤、全国有数の大学街、そこから輩出される豊富な人材、科学技術の蓄積でも知られている。例えば、中国発の人工衛星制御技術や IC チップなどは西安から生まれている。第 1 次五カ年計画（1953 年～57 年）期に西安市は工業化建設の重点都市の一つに指定され、ソ連（当時）の協力のもとで建設された 156 の重点建設プロジェクトのうち 17 が西安市に集中した。これは全国の都市で最多であり、この時から工業基盤の基礎が築かれてきた。発展している分野としては、航空宇宙産業、IT、送変電設備製造が挙げられ、今後は太陽電池産業の発展にも力を入れる。既に中国地場系の自動車およびリチウム電池メーカーの BYD 社が太陽電池製造工場の設置を決めたほか、米国の大手企業もシリコンインゴット工場や研究開発センターを設立している。開発区内にはソフトウェア関連分野の進出企業が最も多く、国内外合わせ約 830 社が進出、5 万人近くの従業員が雇用されている。中国の大手通信会社である中興通迅（ZTE）や華為（HUAWEI）も進出しているほか、日系企業は約 60 社もあり、陝西省に進出している日系企業の約 3 分の 1 がこの開発区にあることになる。

西安市は観光地としては有名だが、このような科学技術の蓄積があることや人材の豊富さは意外と知られていない。西安市では 1980 年代に日本から技術を導入してブラウン管工場を作っており、2000 年以前からは多くの日系企業が進出し、生産拠点を置いている。

第3章 貿易取引ガイド

1. 四川省の対外貿易

(1) 貿易実績

2010年、四川省の実際外資導入額は70.1億ドルで、前年比69.8%増となった。新しく許可された外商直接投資企業は379社あり、累積9,293社に達している。外商投資の実際に振り込まれた資本金は61.2億ドルで、前年比69.6%の成長を実現している。四川省に根を下ろした世界ベスト500にランキングされる外国企業は160社を数え、外国の総領事館は9カ国にのぼる。

対外業務請負と労務派遣契約金額は69億ドル、売上高は前年比19.3%増の40.2億ドルを実現した。対外労務派遣は延べ40,655人で、前年比13.5%増えた。四川省の企業で新規海外投資を行ったのは48社で、海外投資企業は累積226社になる。

省外企業の誘致においては、新規契約プロジェクト数は3,902、契約金額は4,216.4億元、契約継続中のプロジェクトは9,331、実際振り込まれた金額は前年比31.3%増の5,336.4億元であった。

対外貿易は、輸出入総額が前年比35.6%増の327.8億ドルであった。うち、輸出は同33%増の188.5億ドルで、輸入が同39.3%増の139.3億ドルであった。一般貿易は同25.9%増の97.7億ドル、加工貿易は同12.9%増の45.5億ドルであった。また国有企業の輸出は同6.9%増の47.7億ドル、民営企業の輸出は同71.3%増の98.4億ドルで、民間企業の輸出額は全輸出額の52.2%を占める。外商投資企業の輸出は前年比6.1%増の44.4億ドルであった。輸出実績のある2,885社の中で、輸出額100万ドル以上の企業は1,305社になり、266社増えた。同1,000万ドル以上の企業は412社になり、167社も増えていた。

四川省2010年の労務輸出による外貨収入は69.0億ドルで、外商直接投資の70.1億ドルに匹敵する金額になっている。

(2) 貿易商品構造

金融危機の試練を経て、四川省は今、五つの面で輸出商品の構造を調整して、競争力を保持しようとしている。第一は機械、電気、ハイテク製品の輸出拡大に努め、四川省の輸出商品の中における比重を高める。第二は豚肉を代表とする農産物の輸出に力を入れる。第三は、ブランドの構築を奨励する。第四は服装、靴、アパレルなどの軽工業品の深度加工を推進する。第五は輸出基地の建設に力を入れる。成都の女性靴、家具、漢方薬、新素材、マイクロエレクトロニクス、化工製品の輸出基地を着実に建設する。

四川省は中国の奥地にあるため、対外貿易において陸路で海まで運ぶ輸送料が加算され、沿海地方に比べれば、競争力で劣る。輸出する商品は資源類、安い労働力に支えられる軽工業品、現地で豊かな農産物が主力になっている。そのうち、資源類は先進国へ、軽工業

品は海運を使わないロシアを主とし、列車で直接ヨーロッパへも輸出している。農産物は豚肉が主力であるが、鉄道で香港、マカオへ輸出している。今年は豚肉の価格が急騰し、貿易の金額が大きくなっている。

輸入商品は自動車や電気製品とその部品が多く、四川省の内需拡大のために必要なものばかりである。

2009年の話題として、政府が声高に省エネを叫び、輸入SUV車の取得税をあげる時に、輸入SUV車が逆に飛ぶように売れたのである。いつ制限するか分からないとディーラーは新規契約を受けず、契約した後でも、実際、受け取るまでに半年ぐらいはかかった。今、ベンツ、BMW、アウディのSUVの新車がよく見かける。

特筆すべきは2010年、四川省のレアアースの輸出は倍増したのである。税関の統計によれば、2010年四川省はレアアースを580.1トン輸出し、2009年の7.1倍にもなっている。金額は2,742.5万ドルで、平均単価は4.7万ドル、前年比1.0%増えた。そのうち、加工貿易の方式で輸出したのが337.7トン、4.5倍の増幅で、輸出総量の58.2%を占める。一般貿易の方式では240.4トン、22倍の激増で、全体の41.4%を占める。

主な輸出先はアセアン301トン、香港151.3トン、アメリカ32.2トンである。民営企業が577.7トン輸出し、四川レアアース輸出の主力である。

問題点はレアアースの利用では先進国と大きく差があり、原料の輸出のレベルに留まっている。資源のメリットはあるものの、ハイテク技術と高付加価値の産業は形成していないのである。設備が古く、技術が遅れており、ひどい汚染があり、競争が無秩序であることはレアアース産業の持続的発展の妨げになっているのである。その他、太陽電池、液晶テレビも主力輸出商品である。

成都市は国家指定の12のアウトソーシングモデル都市の一つである。主な内容は日本、アメリカ、EUからのITO（主にプログラムのコーディング）、BPO（入力、電子書籍、書籍情報、紙媒体の文献のテキスト化、インターネット関連など多岐にわたる）、KPO（ゲームソフトの開発、営業代理、市場開拓代理）である。成都市商務局の統計によれば、2010年に成都市アウトソーシング産業は2億ドルの売り上げを実現した。

2010年9月に、成都市政府の許可を得て、成都市商務局から「成都市アウトソーシング産業発展計画（2010-2014）」が発表された。それによると、今後5年、年間25%の成長率を維持し、2014年には成都市アウトソーシング産業の生産高は800億元になると予測されている。

(3) 日中貿易

日本から四川省への投資は、沿海地区に比べればそれほど多くはなく、大半が成都市に集中している。そして、日本の有名企業の多くが名前を連ねている。特にイトーヨーカドー社は4店舗を展開して、成都市の市民の生活にしっかり根をおろしている。トヨタ自動車は人気ある二車種を成都で作り、生産が追い付かないほどの売れ行きで、大きな成功を

収めている。コベルコ建機は四川省の震災復興に大きく貢献していると評価される。

成都市へ進出している日系企業は成都日本人商工会加入ベースでは70社ほどである。トヨタ自動車やコベルコ建機をはじめとする自動車、輸送用機器、建設機械メーカーや、味の素、大塚製薬など食品・医薬品製造業、イトーヨーカドー、伊勢丹など大手小売業、住友商事、豊田通商などの商社が進出している。

今年の初め、四川省商務局は税関の統計に基づいて、日本との貿易が金融危機の影響から完全に脱出して、急ピッチで成長を続けていると宣言した。しかし、3月11日の忌まわしい東日本大震災が発生し、成長が足踏みしてしまうことが懸念されている。

成都税関の統計によれば、2010年、四川省は日本からの商品輸入は前年比50.6%増の24.1億ドルに達し、今年に入ってから四川省と日本の貿易は増幅の勢いを保っていた。今年1月には、四川省の日本からの輸入は36.5%増の3.2億ドル、輸出は同40.6%増の5,442万ドルであった。

しかし、3月の震災が多くの電気メーカーを生産停止に追い込んだ。中国市場への最大の影響は、電機メーカーのコストを高く押し上げることであろう。

地震前、日本は四川省への電気製品の最大の輸出国になっていたのである。成都税関の統計によれば、2010年、四川省は電気機械関連商品を108.7億ドル輸入しており、全輸入金額の78%も占めている。これはインテルをはじめとする電子電気産業群が成都に形成されているからであろう。そのうち、日本からの輸入は24.1億ドルで、わずかの差でアメリカとEUに次いでいた。今年の1月と2月には、四川省における電気機械商品の輸入額18.7億ドルの中で、日本からの輸入は5.6億ドルであり、EUとアメリカを越え、四川省の電気機械商品に関して最大輸入相手国となっていた。

四川省商務庁の対外貿易関係者の話では、四川省の対日貿易の中で、輸入は電器、電子、輸送ツールなどの電気機械製品を主とし、輸出はレアアースなどの資源類製品が主である。ソニーなどの工場が生産停止をしていることから、電気製品の供給不足は確実視され、関連企業の生産量も下がると見込まれる。また、四川省にとって日本は重要な輸入相手国であるから、一時的に他の国に注文を転換することも難しいとの認識も示した。

日本からの電気製品輸入の大手であるインテルとトヨタ自動車は、今年初めから続いていた日本からの輸入の成長が終わるであろうと予測している。

四川省社会科学院の陳武元教授は、短期的には地震が日本の製造業に打撃を与え、多くの工場が生産停止をし、直接的に電気関連企業の生産コストを押し上げているが、長期的に見れば、日本の震災復興は四川省の対日資源類の製品の輸出を促進することで、双方の貿易摩擦の解消に有利であると分析している。

また、東日本大震災の影響で、日本企業による中国からの研修生の募集が非常に難しくなっていると関係者は話している。これまで四川省の研修生は技術の習得が早く、仕事がよくできると評判であった。沿海地方の給与と物価の高騰により、日本で研修生として働く魅力がなくなっていることも背景にある。

そして、この沿海地区の給与と家賃の高騰により、日本からのアウトソーシング案件は大連や上海から四川省へ移転する傾向にある。

2. 輸出入管理制度と関連規定

四川省商務局、成都税関、複数の貿易会にヒアリングした結果、現在、四川省は全国統一の政策を実施していて、四川独自のものはないとのことである。

以前は、対外貿易に対する税金還付の政策を国家として実施していたが、中国の外貨準備高がますます蓄積されるにつれて、こうした還付が削減されて行く傾向である。代わりに、地域の対外貿易の実情に合わせて、どういう政策がいいのか決定権を地方政府に委ねている。

四川省には対外貿易、労務派遣、アウトソーシングに対して奨励予算があるが、実施方法としては年末に事業の実績に合わせてある程度の奨励金が配られる。法律や制度で決められているものではない。

たとえば、1,000万ドル以上の輸出実績を達成すれば奨励金が何万元か支払われるとか、労務派遣について一人の派遣に成功すれば、100から300元の奨励金が支払われるように、予算によっても年度によっても違うとのことである。

最近では輸出と輸入を平等に取り扱う雰囲気であり、輸出の奨励金がますます期待できないと企業関係者は話している。

現在、中国企業の海外投資が奨励の対象になっている。政府が銀行からの借金の利息の肩代わりをすとか、投資金額に見合った奨励金が支払われるなど、方法は様々である。

政策的な保険会社として、中国輸出信用保険公司（Sinasure）の役割が大きい。中国唯一の輸出信用保険業務を取り扱う政策的な保険公司であり、2001年12月18日に成立し、登録資本は40億元、出資者は国家の財政予算の中の輸出保険リスク基金である。最近では四川支社ができ、大々的に業務を繰り広げている。

主な業務は積極的に国家の外交、対外貿易、産業、財政、金融の政策に従って、政策的な輸出信用保険という手段で、貨物、技術とサービスの輸出をサポートし、特にハイテク製品、付加価値の大きい電気製品の輸出を重点的に支援する。同時に中国企業の海外開拓のためにも外貨リスクの保障を提供し、輸出融資、情報諮問、集金管理などの面で迅速で完備したサービスを提供する。

中国輸出信用保険公司が提供している保険は国家リスクと相手側リスクを保障するものである。国家リスクとは、国による外貨管制、政府徴用、国有化と戦争などのリスクであり、相手側リスクとは相手側信用リスク（滞納、支払い拒否、倒産など）と相手側銀行リスク（LC振り出し銀行、LC支払銀行のリスクなど）である。

しっかりしたビジネスで、しかも、国家の推奨する産業であって、国際取引の商習慣にあっていて契約があれば、この輸出信用保険をかけることができる。この保険は銀行も認

めるから、融資の担保にもなるのである。企業の輸出活動が強力にサポートできる保険として期待が高まっている。

成都市では、汚染がなく、多くの雇用が生み出されるアウトソーシング事業に対して、人材養成と業務業績の両面で支援している。人材養成については一人養成して採用をすれば、4,500 元の補助金が支払われ、業務業績については 100 万ドル以上につき、1 ドル当たり 0.2 元の奨励金が支払われる。それ以外に、海外へ市場開拓に行くときの飛行機代の半分を政府が負担するケースもある。日本へは研修生という名目であるが、労務輸出も四川省の外貨獲得の有力な手段となっている。

3. 貿易管理機関

(1) 四川省商務庁

対外貿易の管理機関として、省レベルでは四川省商務庁であり、各地では地方の商務局である。ただし、成都市では政府機能改革で、外商投資企業の許可権は商務局から投資促進委員会に移管された。

四川省商務庁の貿易関連の機能は以下の通り。

- ① 中国公民の出国就職管理の政策指導、外国就職あっせん機構の認定
- ② 商務部から移管された輸出入企業資格審査
- ③ 自由貿易区と地域経済の合作の強化、貿易と投資便利化の促進、公平交易の秩序の維持及び企業の市場開拓のための支援
- ④ 貿易の促進、アウトソーシング事業の推進

具体的な責務内容について、貿易関連のものは以下の通り。

- ① 国家の国内外貿易、外商投資と国際経済合作の法律、法規と方針、政策を貫徹させ、四川省の国内外貿易、外商投資と国際経済合作の法規と実施細則を制定し、四川省の商務発展企画と計画を策定して、それらを実施する。
- ② 国内外資金を市場体系建設への投下を誘導する政策の研究提出をし、大型卸市場の計画を制定し、都市の商業ネットワーク企画と商業体系建設を指導し、農村市場体系建設を推進して、都市と農村の市場の一体化の発展を促進する。
- ③ 法律に従って技術導入、設備輸入、国家制限輸出技術の監督管理をし、輸出貿易標準化を推進し、サービス貿易の発展のリーダーシップを執り、アウトソーシングプラットフォームの建設を促進する。
- ④ 経済のグローバル化、地域経済合作の対策措置を策定し、自由貿易区、香港・マカオ・台湾地区との商業貿易合作を強化し、貿易と投資の便利化を推進して、外国、香港、マカオ、台湾の常設四川省駐在機構の管理をする。
- ⑤ ダumping、補助金、損失補てん、技術的貿易障壁に反対し、輸出入の公平交易の関連事業を進め、公平交易警報システムを打ち立てる。対外貿易調査・産業損害調査・

談合調査・独占調査のリーダーシップを執って、四川省企業の法律順守、外国でのダンピング・補助金・損失補てん・技術的貿易障壁の訴訟の対応、四川省商品の外国でのダンピング・補助金・損失補てん・技術的貿易障壁の訴訟の対応を指導する。

- ⑥ 四川省の外資投資の促進と管理を指導し、外資投資政策と改革措置の制定に参加し、それを実施して、四川省の外資投資状況を統計する。法律に従って、外商投資企業の法律、契約、定款、順守状況を監督し、関連問題の解決を図って、四川省内の国家級経済技術開発区の仕事を指導する。
- ⑦ 四川省の対外経済合作のリーダーシップを執り、対外経済合作の政策を策定し、法律に従って対外業務の請負プロジェクト、対外労務派遣、外国就職を管理し、外国への投資の管理責任を担い、対外労務派遣と外国就職の人員の権益保護のリーダーシップを執り、四川省の引き受けた国家対外援助プロジェクトの組織管理をして、外国または多国の四川省に対する無償援助と現金贈与（政府間財政合作による外国政府及び国際金融組織の四川省への現金贈与を含まない）などの開発援助業務を管理する。
- ⑧ 四川省の外国で行う各種商品交易と経済貿易の展示宣伝活動を管理して、四川省名義を用いる外国での各種交易会、展覧会、展示販促会などの活動の指導監督管理をする。

なお、四川省商務庁への問い合わせは

電話：028-83226033（代表） ファックス：028-83224675 83223610

住所：四川省成都市成華街7号

郵便番号：610081

サイト：www.sccom.gov.cn

(2) 四川省輸出入検査検疫局

法律に従って「検査機構が輸出入商品の検査を実施する商品リスト」などに載っている商品の輸出入を取り扱う場合、四川省輸出入検査検疫局に申し込み、検査を受けなければならない。輸出入検査検疫局への手続きは税関によく似ており、輸入の際には商品が届いた時に運送会社から知らせを受けるが、輸出入検査検疫局の許可を得なければ品物は取り出せない仕組みになっている。輸出の場合は輸出入検査検疫局の許可がないと、運送会社が受け付けないことになっている。

四川省輸出入検査検疫局の責務は次のとおりである。

- ① 「検査機構が輸出入商品の検査を実施する商品リスト」に載っている商品の検査を実施する。内容は品質、安全、数量、重量などの検査である。
- ② 安全、衛生、環境に重要な意味を有する商品について、中国は「輸入商品安全品質許可制度リスト」を発表しており、これらの商品は検査を得て、「安全標識」をもらってから、初めて中国で販売できるようになっている。種類は47品目で191種類がある。電器製品はこの検査を義務付けられている場合が多い。
- ③ 輸入原料として認められている廃棄物は船積みの前に、検査を受けなければならない。

これは中国輸出入検査検疫局が外国の検査機関に委託して検査させることになっている。

- ④ 中国は 11 品目 76 種類の重要な輸出商品について、「品質許可制度」を実施している。機械、電子、おもちゃ、医療機器、石炭などはこの検査の対象となる。
- ⑤ 飲料、酒類、糖類などの輸入食品については食品添加物、食品容器、包装材料、食用ツールおよび設備が中国の法律の規定にあっているかどうかは検査を受けなければならない。
- ⑥ 入国・出国・通過の動植物、動植物製品、運送容器、包装物、シール材料、疫区域からの運送ツール、解体用の船舶、その他の法律、法規、国際条約によって、検査すべき対象に検査を実施する。
- ⑦ 外商投資として中古設備が認められるが、その中古設備が価値認定として資産価値、品質、数量などの検査を受けなければならない。
- ⑧ 伝染病などの検査をする。SARS、鳥インフルエンザの時の温度検査や聞き取り調査などがそれにあたる。
- ⑨ 原産地証明書を発行する。原産地証明をもらえば、中国と優遇契約を結んでいる 28 カ国で優遇措置を受けられる。この 28 カ国とは、米国、英国、アイルランド、ドイツ、デンマーク、イタリア、ベルギー、オランダ、ルクセンブルク、ギリシャ、スペイン、ポルトガル、オーストリア、スウェーデン、フィンランド、スイス、ノルウェー、日本、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、ロシア、ベラルーシ、ウクライナ、カザフスタン、チェコ、スロバキア、ポーランドである。中国で生産して世界に売るにあたって有利な条件にある。

四川省の対外貿易が長足的な発展を遂げているから、現在、成都市に本部を置き、南充、内江、達州、綿陽、攀枝花、樂山、瀘州、広元の 8 の支局と、成都空港、宜賓、遂寧の 3 つの事務所を統括している。

なお、四川省輸出入検査検疫局への問い合わせは

住所：成都市一環路南四段 28 号

電話：028-85588127

サイト：<http://www.scciq.gov.cn/structure/about/cus>

4. 輸出入の流れ

中国は 2001 年 11 月 10 日 WTO に加盟してから、はや 9 年の歳月が経って、今や「世界の工場」と「世界の消費市場」に成長している。国際貿易の体制はいくらかの独自性を残しながらも、国際ルールと歩調を合わせている。もとの国営の貿易企業だけが輸出入業務を独占していた時代は終わり、今や、必要があればどの企業でも対外貿易の権利を申請して獲得することができるようになっている。

現在、多くの企業が中国に生産拠点を合弁か独資で作り、現地法人が対外貿易の権利を取得していることが多い。つまり、自社で作ったものを自社の貿易部門で本社に納品しているのである。

自社の経営に合う中国製商品を見つけ、それを輸入しようとする場合、中国の対外貿易会社との直接交渉、中国で開催される各種交易会・商談会への参加、日本で開催される展示会・商談会・投資説明会などへの参加、在日の中国の機関駐在事務所、日本法人への連絡、中国の訪日ミッションとの接触、各種訪中ミッションへの参加など、いくつか情報収集の方法がある。中国との商談機会は今日では極めて多様になり、他の国との商談と基本的に大きな違いはなくなっている。

最も手っ取り早いのは中国の対外貿易会社との直接交渉である。貿易のプロであるから、サンプルと契約さえしっかりしていれば、品物の輸入は成功する。ただし、これは出来合いの商品に限る。

実際、日本側が要望や設計図や指導を提供する注文商品の貿易は多く行われている。この場合、工場と直接に商談をしたり、試作を作製したりすることになる。対外貿易会社を1%の手数料で通してもいいが、工場が対外貿易権利を取得していれば、直接に取引することになる。

もし、日本の原料で中国の工場に作らせて製品は100%日本側が引き取ることなら、加工貿易と言って、手続きは煩雑であるが、税金がうんと安くなって、非常に有利である。

両国で開催される展示商談会・交易会は、現品を確認し、担当者と面談しながら商談を進めることができ、新規の取り引き開始にあたっては大変有効な機会である。

なお、中国には中古機電品輸入禁止、化学品初回輸入登録制度安全認証制度、廃棄物輸入規制などの輸入品に対する規制があるから、注意する必要がある。

実際の契約にあたっては、条項の細部にいたるまで遺漏のないよう当事者間で詰めておく必要がある。特に、季節性商品を輸入する場合は、積み期遅れによる商期逸失のないよう十分に気をつけなければならない。

次に、貿易取り引きに必要な価格条件、決済、輸送通関については、国際貿易慣習と同じである。価格については FOB は輸出港渡し価格で海上運賃は含まれていない。CIF は保険付き到着港渡し価格で海上運賃、保険料込みの価格である。C&F は保険抜き到着港渡し価格で海上運賃のみ含まれている。

決済は輸出入とも信用状 (L/C) による決済が通常である。信用状決済は銀行の支払い保証となるので、事前に取り引銀行と十分に打ち合わせておく必要がある。サンプル輸入などの現金送金による決済も行われる。決済通貨はほとんどが米ドルであるが、契約の方法によっては日本円でも人民元でも可能である。

一般的には中国の会社は契約書フォームを用意していることが多い。条項を書き込む方式であるが、それは決まり文句であるから、油断してはいかない。内容を点検し、商談時の合意に基づき必要事項の追加・修正を行うことがトラブルを避けるためにも必要なこと

である。もっとも、日本人は貿易立国であり、国際貿易にも慣れているから、大体的場合において、入念にチェックを行っている。

5. 通関、関税関係

成都税関は国家が四川省内に設ける輸出入監督管理機関であり、税関総署の直接指導を受ける。主要責務は「中華人民共和国税関法」とほかの関連法規に基づいて、管轄範囲内の出入国の交通手段、貨物、物品の監督管理を実施し、関税とその他の税金を徴収し、脱税行為を取り締まり、税関統計をして、そのほかの税関業務を遂行する。成都税関の管轄範囲は四川省行政区域であり、面積は48.5万km²である。成都税関は綿陽税関、樂山税関、攀枝花税関、空港税関、自貢駐在事務所、瀘州駐在事務所及び準備中の宜賓事務所、南充事務所を管轄している。四川省内で上記の8か所にて税関手続きをすることができる。成都税関はさらに通関の迅速化と便利化を図っている。

なお、成都税関への問い合わせは

電話：028-85391120

住所：四川省成都市高新区天順瀘66号

郵便番号：610041

サイト：<http://chengdu.customs.gov.cn/publish/portal130/>

6. クレーム対策の実務

(1) 中国と商売するときの心境

中国の商売人は「大怨を和するも、必ず余怨有り。安んぞ以て善と為すべけんや」という老子の教えを心に刻んでいる。つまり、深い怨みをいくら和解させても、必ずその後にしこりが残る。それでは本当に善処したとは言えず、はじめから怨みを生まないことこそ肝心である。クレーム対策よりもクレームが出ない対策のほうがより重要である。

また、特に四川省では「義」の文化が深く根付いているから、友達になれば大体のことは話し合いで解決できる。長く続く商売ならば一度きりの損ならば問題でなく、どんなことでも話しあいの余地はあるが、一回きりの商売であると、トラブルの解決が難しくなる。

「智に働けば角が立つ。情に棹差せば流される。意地を通せば、自分が窮屈になる。とにかく世の中はすみにくい」との夏目漱石のこういう心境が中国で商売するとき大切にもしれない。

すべて法律に従う欧米風のやり方が通用しない。人情味のある東洋的なやり方のほうが功を奏するであろう。

(2) 契約チェック項目

契約が決まり文句のようなものであるという人もある。しかし、トラブルを起こさないためにも、最初の契約をしっかりと確認をする必要がある。

参考までにチェックすべき項目を以下に並べてみる。

- ・ 契約締結日及び締結地（適用される法律の問題も絡む）
- ・ 当事者の名称及び住所（代理人の場合は明記）
- ・ 商品名（L/C 開設に必要な英語名の確認）
- ・ 価格（FOB、CIF、C&F などの確認）
- ・ 規格、仕様、品質、数量（輸出入ともクレームに対応できるように）
- ・ 積み期（確実に期し、余裕を持って）
- ・ 積出し港、到着港（輸入の場合は苫小牧・石狩への直行便、韓国経由コンテナ便の利用を優先）
- ・ 決済条件（決済通貨、決済の方法、銀行名の確認等）
- ・ 梱包、荷姿（コンテナ、バラ積み、木枠、ダンボール箱等、輸出の場合は木枠の燻蒸が必要）
- ・ 保険（FOB、C&F の場合は輸入者が手配）
- ・ 紛争、仲裁（仲裁については被申立人国の機関を選択。仲裁条項は紛争を裁判によらず仲裁によって解決することに同意するもので、この条項がないと仲裁機関は受け付けない。他に裁判による解決を選択することもできる）
- ・ 衛生基準（食品の場合は、その他の規制にも注意）
- ・ 検疫証明（動植物検疫証明書が必要な場合）
- ・ 品質保証（基準を明確にして紛争を回避）
- ・ 検査（検査条件を明記）
- ・ 違約金、損害賠償金（限度額、限度率の明記）
- ・ 解約（契約解除の事由を確定、双方の経済的責任を明記）
- ・ 製造物責任（情報の通知、損害賠償の処理など）
- ・ 不可抗力（定義を明確に）
- ・ 原産地（他国産原材料の使用に注意。原産地証明書添付の必要の有無）

(3) 仲裁と裁判

話し合いで解決できず、互いに感情的になった場合、仲裁か訴訟に訴えるしかない。この場合はまず適用法律を確定する。適応法律が違えば、最終的な結果も違ってくる。国際貿易で争いに明確な法律がない場合もあるが、原則的には最も関係が深い法律の適用を考える。

裁判所では一般的に中国の「契約法」、「民法通則」などを利用し、「国連国際貨物販売契約公約」も常に適用される法律である。

仲裁を選ぶこともいい方法である。仲裁は裁判所のように堅苦しくなく、時間も金銭も節約できることから、話し合いと裁判の中間的な方法と言えよう。

(4) 品質基準

国際貿易契約はうまくできていても、品質基準に対する見方が違えばトラブルのもとになる。品質トラブルを避けるためには、契約の時点で、権利と義務と適用品質基準を明確にし、責任の所在を明らかにすることが大事である。中国の「契約法」と「国連国際貨物販売契約公約」にも関連条項があるから、参照されたい。

(5) 品質検査の方法

品質基準が明確になっても、品質検査の方法の約定がなければ、品質基準の言い争いのもとになるから、品質検査の方法も約定しなければならない。その内容は双方が確認した検査方法と検査機関の名称、サンプリングの方法、保存方法、検査サンプルの結果の評価方法などの約定が必要である。

(6) 据え付け

もし、国際貿易契約の中に据え付けが関係すると、双方とも据え付け義務の実行と権利の行使が法律責任を確定する上で非常に重要な意味を持つことを理解しておく必要がある。据え付け作業中の証拠の採集と保存が重要である。

(7) 包装

包装は貨物の損壊、紛失などにより損害賠償や保険受理の法律結果に実質的な影響があるから、十分な注意が必要である。

第4章 四川省市場調査の方法

1. 市場情報

四川省は奥地にあつて、対外開放のレベルは沿海地方に比べれば、かなりの差がある。日本語で情報を発信する機関がほとんどない。日中間に中国情報を発信する機関は多いものの、情報源は沿海部に偏っており、日本にいながら四川省の市場を得ることは現在のところかなり難しいようである。

10年前に西部大開発政策が実施されて以来、四川省を中心とする西部地区は大きな変貌を遂げている。とりわけ、四川大地震後の震災復興で、被災地の社会・経済・産業のレベルは、20年は進んだといわれる。日本企業については、イトーヨーカドー社が成都で成功を収めたことで進出のプラットフォームが出来上がっているから、四川省、成都市に対する情報の需要は増大しつつある。

中国の政策関連の情報は、四川省人民政府、四川省商務庁、成都税関のホームページ（いずれも中文）から得られる。社会情報については、新聞社「成都商報」、「華西都市報」のホームページ（いずれも中文）から最新情報が得られる。個別分野の情報はこうした専門のサイトにアクセスすれば多くの情報が得られる。一般的な事ならば中国で最も利用されている検索エンジン「百度」で調べることができる。中国の事は「百度」に聞き、外国の事は「グーグル」に聞けといわれる程だ。

しかし、本気で四川省市場の開拓を志すならば、現地の政府部門、現地で生活する人々から生の情報をヒアリングするのが最善の策だろう。

2. 個別商品情報

実際に成都で生活すれば、新聞やテレビの広告、各種セールスマン、ホームページ、自社の業務、取引先等から各種商品情報は入ってくる。また、麻雀と喫茶が好きな成都人の知り合いがいれば、たくさんの情報が得られるだろう。多岐にわたる個別商品の情報を収集・整理するのは大変な作業であるが、卸売市場に行ってみれば、何十万種類の商品が売られている。例えば漢方薬だけでも大変な種類が並んでいる。そのため、ビジネスマンの中には卸売市場を観光名所とみる人もいる。

つまり、各個人が調査会社の調査員のように商品に関する知識と情報を集め、自分なりに分析・整理したり、時には自分で購入してみることで、ビジネスチャンスとして活かすために役立っている。

個別商品情報を手っ取り早く集めるには現地の市場調査会社に頼む手がある。現地の調査会社は普段、世界トップの市場調査会社のアウトソーシングを行っており、調査理論や方法に精通している。同時に現地企業へのサービスを通じて実戦経験にも富んでいる。特

に成都には日本語でレポートを出す市場調査会社もある。詳細は次項で紹介しよう。

3. 調査委託会社

中国にはGFK、AC ニールソン、中怡康、賽諾などの商品売上を商品別、販路別、地域別、性能別に統計する市場調査会社があり、ウィークリー、マンスリーレポートを販売している。値段はそれなりにするが、それに見合う世界規模のビジネスと商品を取り扱っている。

成都には十何社の市場調査会社があるが、広告会社、イベント会社、金融機関系のコンサルタント会社、設計院関連会社、投資会社、研究院など、市場調査を営業項目に入れている会社を含めると400社程度あると推測される。しかし、このうち9割以上は市場調査の仕事に直接携わらないのが実態であり、注意が必要だ。

「孫子の兵法曰く、勝兵は先ず勝ちて而(しか)る後に戦いを求め、敗兵は先ず戦いて而る後に勝ちを求む」。つまり、名将はあらかじめ市場調査、設備、技術や紀律などの面で勝てる態勢を整えてから戦いを始めるから、戦いがあるたびに勝ち続けることが出来る。凡将は戦いを始めてから勝とうとするため、負けてしまう。これは何も名将凡将に限った話ではない。新しい市場経済での商戦においても、この「孫子の兵法」の科学性と正確性はますます実証されているように思える。

ここで、成都市にある市場調査会社の最も信頼できる5社をピックアップしてご紹介する。

(1) 四川蜀名市場諮問有限公司

四川蜀名市場諮問有限公司は民営市場調査、コンサルタントサービスを提供する、中国西部における最大の市場調査会社である。最大の特徴は、日本語スタッフを有することから日本語でのレポートを出せることで、これまでに日本の政府外郭団体、企業のために、中国の西南部の各種企業の売上情報、売れ筋情報、ビジネス情報、市場情報等をウィークリー・マンスリーで提供してきた実績がある。同時に産業調査、商業立地調査、定性調査、定量調査、覆面調査、全数調査などの委託調査を行っている。

本社は成都市に位置し、従業員数は40名。1993年に四川省工商行政管理局に認可登録され、四川省統計局に認可されて以来、重慶、貴陽、昆明、ラサ、綿陽、広元、攀枝花、瀘州、大理、曲靖、宣威、遵義など61の都市に事務所とパートナーを持ち、成都を中心に、中国西南部を重点としつつ、全国をカバーする市場調査ネットワークを完成させている。また、2,000店以上のサンプリングパネルショップによる市場調査ネットワークを構築し、家電、携帯電話、コンピューターと周辺機器、カメラ、電動ツール、自動車、自動車音響、潤滑油、タイヤ、母子用品、時計、不動産、建材、マスコミ、医薬品等、幅広い業種で調査を実施し、国内外の100以上のユーザーにサービスを提供している。四川大学、成都理工大学、成都交通職業学院と提携し、常時動員できる調査員は300人に達する。

数多くの困難な業務を経験し、自社の先進的管理理念と人材面の優位性を活かし、世界

第3位の市場情報調査会社であるドイツ GFK 社と戦略的パートナー関係を結んでいる。

また、日本のミューチュアル社、イシハラ社と成都ミューチュアルソフト開発有限公司を合弁で作成し、ソフト開発やアウトソーシング事業にも乗り出している他、日本アミューズメントの大手会社と合弁し、成都イトーヨーカドーで室内遊園地事業も展開している。

モットーは、「めまぐるしく、日進月歩に変化する市場に対して、科学的な分析と綿密な調査を行い、情報で企業を武装することによってのみ社会全体の効率性を上げることができると固く信じる」。

(2) 成都超越市場調査有限公司

成都超越市場調査有限公司は 2005 年に成立し、専門的に市場調査と販売促進コンサルタントに従事する会社である。6 年間の間、数十社の企業のために、マーケティングと販促サービスを提供し、ユーザーから高い評価を得ている。

ユーザー部、執行部、企画部、品質検査部と資料部の五つの部門が設けられ、完成度の高い管理システムを形成している。

専属モニター4人、兼業モニター6人のほか、高い能力を誇る訪問調査スタッフを有している。専属訪問調査スタッフは 20 名、兼業訪問調査スタッフは 90 名を常時動員できる。

専門の研究チーム、充実したネットワーク、情熱を以て、IT、金融、自動車、教育、物流、贅沢品等の分野で、新商品市場調査、製品の価格研究、販路戦略研究、購入行為研究、競争力調査、消費者行為研究、ライバル調査及び販促サービスを提供する。ユーザーに一步踏み込んだ市場に対する理解を実現させ、ビジネスチャンスをいち早くキャッチさせ、有効な販売戦略の策定などの面で有効な情報とサービスを提供している。

理念は「真実、客観、科学、真面目、迅速、友好的」である。

(3) 成都西部深度市場諮問有限公司

成都西部深度市場諮問有限公司は上海と成都の市場調査専門家によって作られた専門会社で、市場調査と研究、情報コンサルタント、住民住宅団地の調査と研究、産業企画、区域企画と観光企画、フィージビリティスタディーなどのサービスを提供する。

四川省政府外郭研究機構や上海市場調査会社などのノウハウを有し、中国西部の最新政策動向と発展重点を精通しており、ミクロとマクロ、国内と国外の情報を結合させることを得意としている。

高級専門技術者を主体にし、著名学者を顧問とする市場調査チームを構築している。主要幹部は博士号や修士号を持っており、スタッフは著名市場調査会社、政府部門、大型企業の経験者が多く、市場戦略・経営に深い認識と実戦経験の持ち主である。

モットーは、「市場研究には高水準の実行力が伴わなければ意味がなく、実行力に富むチームワークで、高品質のサービスとデータをお客さんに安心して使っていただくことを責務とする」。

(4) 成都達知諮問有限公司

成都達知諮問有限公司は1999年に設立され、職員数150名、2,000人の兼業訪問調査スタッフを動員できる。支店は重慶、昆明、貴州、蘭州、西寧、ラサ、杭州に有し、中国で最も評判の高い市場会社の一つである。

設立以来、5,000あまりの案件を手掛け、延べ100万人近くに訪問を実施している。世界500強企業と国内著名企業が主要取引先で、強みは不動産、金融、日常雑貨、通信などの業界の定性、定量の研究である。「お客様に最も信頼できる情報を提供する」がモットーである。

(5) 成都焦点市場研究有限公司

成都焦点市場研究有限公司は2005年に成立し、成長著しい中堅市場調査会社である。中国西南部一の市場調査会社を目指して、大いに意気込んでいる。得意分野は自動車、IT、通信、百貨店へのインタビュー。

「きめ細かく、誠実に、客観的で、高効率で、秘密厳守などの原則を厳守することで顧客の信頼を獲得し、この信頼を通じて新たな顧客を獲得し、市場を勝ち取る」がモットーである。

同社は市場調査の専門家である従業員は最も大切な財産であると考え、従業員の一丸となった努力で経営目標の実現を目指している。

四川蜀名 市場諮問有 限公司	住所	成都市新華大道文武路42号新時代広場22层B2座		
	Tel	028-86616912/86627636 / 86620667	Fax	028-86617124/86627636
成都超越 市場調査有 限公司	住所	成都市成華区双林路388号富臨大厦11楼E座		
	Tel	028-65867710	Fax	028-65867710
成都西部 深度市場諮 問有限公司	住所	成都市青羊区芳隣路1号百花芳隣A棟1单元4楼111号		
	Tel	028- 87013312	Fax	028- 87013312
成都達智 諮問公司	住所	成都市人民東路59-61号仁和春天大厦11楼		
	Tel	028-86718889	Fax	028-86714718
成都焦点 市場研究有 限公司	住所	成都武侯区彩虹橋倒桑樹街76号武侯南苑1棟1单元1楼2号		
	Tel	028-85555741/80999256	Fax	028-85555741

4. 取引先開拓の方法

企業は常に成長と発展の前提条件である顧客の新規開拓に迫られている。特に海外でビジネスをする時になおさら当てはまるだろう。しかし、新規顧客開拓の方法は日本と基本的に同じである。

(1) 営業マンが人格と会社イメージを売り込む

「商品よりもまず自分の人格を売り込め」とよく言われるが、確かに、営業マンが顧客にいい人だと思わせることができれば、商品が売れる確立は高くなる。また、営業マンの言葉でいい会社だと思わせることができれば、同じ効果が得られる。セールスマンは広い教養を有し、誠実で、サービス精神に富み、真面目な態度があり、仕事を大事にするという人格が最も求められる。

(2) 自社商品の理解を深める

自社商品の性能、特徴、用途、品質、競合他社の商品と比べてのメリット、優位点を心得ておく必要があり、既存の納入先の知識も勉強しておく。このことで初めて、自社の商品の長所を活かした販売方法ができる。既存の顧客の商品の使用方法や効果も、新しい顧客を説得するために有利な証拠となるから、自らがそれらに深く精通して、顧客にも納得させる工夫が必要となる。

契約することができるかどうかは、往々にして営業マンの説得力にかかっている。自社の商品を使うことによって、お客さんに何をもたらすかを説明し、理解してもらう。今の情報社会では自社商品の良さを自分で売り込まなければ誰も理解してくれない。

(3) 市場の全体像をつかむ

全体の市場規模、自社のシェアと商品特徴、競合他社の状況、お客さんの分布、業界の事情などは経営者だけでなく、営業マンも理解しておく必要がある。全体を展望することで、顧客開拓も販売も順調に進めることができるだろう。ナポレオンの言うように「将軍になりたくない兵士はよい兵士ではない」のである。

(4) インターネットの利用

インターネットが発達した現在、自社の情報豊かなホームページを作ることも有効な顧客開拓ツールとなる。そして、利用者がよくアクセスすると思われる検索エンジンの力を借りて、宣伝を実施する。特に国際ビジネスの場合はそれが有効で、経済的な方法である。インターネットにはメールや MSN、QQ などの通信方法もあり、これらは反響営業をするにはうってつけのツールである。

しかし、これだけでは不十分であり、インターネットを用いて潜在的顧客にアプローチ

をかけるのも有効な方法である。さらには、インターネットを用いて既存の顧客に挨拶をしたり、情報交換をしたりするのも良い方法である。既存の顧客と公私とも友人になれば、顧客が新たな顧客を連れてくる効果が期待できるからである。

(5) マスコミの利用方法

しかし、インターネットには情報が氾濫しており、なおかつ受け身的な特徴があることから、自社のホームページが膨大な情報に埋没してしまう可能性もある。それに比べて新聞の方がタイムリーで、情報量も多く、また新聞を読む習慣をつけているビジネスマンも多く、毎日届けられ、ほとんど毎日読まれる性質を有しているから、広告の媒体としては高い効果が期待できる。新聞広告はインターネットの広告より何倍も何十倍も高いのはそのためである。毎日、新聞を読めば、ニュースを始め、社会の事情がよく分かる。同時に、広告を手掛かりに、自社の潜在的な顧客をも発見できる。

また、新聞に広告を載せた上で反響営業することも効果的である。資金を考慮して、戦略的に面積の大きい広告でなく小さな文字広告や記事などを掲載することもよいだろう。

広告媒体としては、雑誌、看板、新聞紙面広告、チラシ広告、カレンダー、テレビ広告、イエローページなどがあり、それぞれ客層と影響力を有する範囲には違いがあるが、目的は基本的に同じである。

(6) プランニング

インターネット、新聞、雑誌、看板、新聞、チラシ、カレンダー、テレビ、イエローページで多くの潜在的顧客の情報を集めることができるが、ターゲットを分類し、優先順位を付け、一日にやるべき仕事の内容・量を決めた上で、顧客に当たることになる。ターゲットに一度アプローチしてもすぐに成功するわけではないため、何度もアプローチをかけていかなければならない。プランニングをする際には、以下のことに心がけるとよい。ルート設計については、重要ターゲットに対して重点的にアプローチし、一般的なターゲットに対しては「ついでに」という形で尋ねた方がよいだろう。可能性のあるターゲットが出てきた時点で、優先順位をつけ、計画を調整して、効率を高めることが求められる。

(7) 訪問による顧客開拓

銀行、証券、保険、大手会社などが入居する高級オフィスビルには、高収益企業と高収入のホワイトカラーが集中しており、IT 製品、事務機器、接客用品、通信機器、ホテル、レジャー施設、ファイトチケット、高級贅沢品の消費者と考えられる。ファックス、資料郵送、訪問、みやげ、知識提供などの様々な手段を活用して、攻略する必要がある。

この場合、約束の時間をしっかりと守る必要がある。早く着けばどこかで時間をつぶして時間どおりに行く。遅れそうになったら、心配させないように電話しておくことが大切である。

自分の話に対して、相手はどのような反応を示すだろうと推測しながら、言葉遣いに注意する。一方的に喋りたてるのではなく、相手の注意力、理解度、あるいは興味、反応、気持ち、表情を確かめながら、話を進めることを注意する。話し上手も重要であるが、相手の話に耳を傾けることはより重要である。

服装や手振り身振りに注意する。断られることは日常茶飯事であるから、挫けず、負けず、放棄せずに努力し続けることこそ、成功の秘訣である。

(8) 電話によるユーザー開拓

電話による営業は一般的に行われる方法である。他の営業活動で名刺をもらっておいて名前が言えると、確実につながる。そうでなければ、受付で門前払いにされることが多い。電話は訪問の時間の約束を取り付けるのに最も適しており、電話での宣伝と値段のやり取りをしない方が無難で、長電話は禁物である。

顔が見えなくても、相手の表情を自分の頭の中で描きながら、話を進める工夫と努力が必要である。その他、もしもあるターゲットについて、ある特定の時間に効果があがらなければ、別の時間に掛けてみるなどの工夫も必要である。

(9) 大型イベントの利用

広州には年に二回の商品交易会があって、全国のメーカーや商社が集まる。仕入れ先と購入客を開拓、確保するチャンスが提供されている。各地も広州の交易会にならって、さまざまな名称で、博覧会や展示会を開催しており、「会展経済」という言葉まで生まれている。今や、展覧会と展示会は地域経済を発展させる上で、極めて重要な役割を果たすに至っている。もちろん出展したほうが効果的であるが、出展しなくても、出展企業と出会い、交流することで、新規顧客開拓のチャンスにもなる。

その他、各地の事務局は地元の企業を組織して、外国の展覧展示会に参加させることもよくある。参加企業のためにブースの借用料を肩代わりする優遇策もある。成都市など財政事情の良好な都市は、フライトの価格の半分を政府が負担することもある。

(10) 宣伝活動

自社で、人材交流会、オークション、記者発表会、イベント、博覧会、展示販促会などを催したり参加したりするのもいいが、他社、とりわけライバル社の催す人材交流会、オークション、記者発表会、イベント、博覧会、展示販促会には是非とも出向くべきである。ライバル社に対するクレームを捨てるだけでなく、こうしたイベントを利用することで宣伝活動の経験を積むことができるからである。

(11) 人間関係を大事にする

親戚、友達、同窓、同僚、同郷などの各個人には、それぞれの交際の輪がある。それら

とうまく交際していくことによって、新規顧客の手がかりが現れてくる。親戚、友達、同窓、同僚、同郷の推薦があれば、営業効率は飛躍的に良くなるだろう。特に保険や化粧品など、口伝えが重要なものの販売にとっては有効な手段となる。

成都であれば、麻雀のテーブル、茶館、食事会、郊外への短距離旅行やドライブなどが、関係を深めるのに有効な手段となる。

(12) その他の顧客開拓方法

商工クラブ、町内会、商会などの各種組織があるが、こういう公益的な組織には積極的に参加すれば、ビジネスのチャンスが生まれてくる。

(13) 既存の顧客を大事にする

顧客の新規開拓も重要であるが、既存の顧客を大事にすることはもっと重要である。1社開拓しても2社逃げていくのではどうにもならない。既存の顧客に対し、行き届いたアフターサービスを提供できれば、顧客の業界内の新たな顧客を紹介してもらえたり、業界全体に食い込むことができる可能性も広がるため、顧客拡大の効率がアップする。

(14) 生涯学習の重要性

販売にとっては知識と経験は必要であるが、新しい知識の学習はさらに重要である。インターネットで販売経験交流のグループがあるそうであるが、こうした集まりには積極的に参加した方が良いだろう。

(15) 経験を即時に総括する

成功の法則を打ち立てることと、失敗を繰り返さないことは同等に重要である。

これまでの経験のデータベースの中で、顧客開拓が成功したときの共通点を把握することで自分なりの法則を作り出し、その法則に従って営業のターゲットを誘導していくことができれば、営業効率は大幅に向上する。

失敗した場合は、それをターゲットのせいにするのではなく、自分にどのような落ち度があったのかをよく反省する。そして、同じ失敗を繰り返さないようにする。

販売の理念と理論というものは、いかに理解できていても、それを実際に理論通りに実現させることは簡単なことではない。

5. 企業調査、信用調査の方法

企業調査、信用調査は社会経済発展に伴って発生したビジネスである。信用リスクによる損害の発生を事前に防ぐことが企業調査と信用調査のそもそもの目的である。特に市場経済が高度に発達している今日では、企業調査と信用調査の重要性はますます増している。

孔子曰く「食を去てん。古より皆死あり。民信なくば立たず」。食わなければ死ぬが、それは古からあったことではないか。人民の信用をなくしたら、国が成り立たないことこそ大変である。そもそも信用が儒教思想で最も重要視されるものであった。

中国政府としては信用社会の建設を目指して、銀行のネットワークを利用して、個人や企業の信用記録のデータバンク構築に努めている。現時点では、このサービスは銀行などの金融機関専用のもとなっており、プライバシー保護の問題もあり、一般開放はされていない。

中国では計画経済の名残からか企業調査と信用調査はまだ本当の独立した業種ではなく、弁護士事務所と市場調査会社が担当している。

(1) 品物を購入する場合の信用調査

はじめて中国の企業と付き合う時には信用情報を的確に掌握する必要がある。一般的には上場企業は証券取引監督委員会が情報の公開を義務付けていることから問題ないだろうが、実際商談に来る人が上場会社の人かどうかを確認する必要がある。場合によっては、上場会社が背景にあると称していながら実際にはそうでない場合もあるから、要注意である。

「軽諾は必ず信寡く、易しとすること多ければ必ず難きこと多し」という老子の教えがあるが、安請け合いは滅多に当てにならず、安易に考えすぎると、きつとひどい目にあうという意味である。すなわち、後で取り返しのつかない失敗をし、多大なリスクを背負うよりも、煩雑さを厭わず、事前にきちんと情報を収集したほうがいいだろう。

まずは相手企業の名称、住所、電話、ファックス、郵便番号、企業性質、業務内容、従業員数を確認する。中国の企業は営業ライセンス、地稅登録証書、国稅登録証書が発行されていて、原本を確かめて、コピーをもらうといい。毎年、年次検査があるから、届けていない企業は営業ライセンスに偽造防止の検査パスのシールがない。さらにそれぞれの企業に企業コート証書があって、そのコートがあれば、技術監督局のホームページでも確認できる。年次検査を通過していない企業はアクセスできないことになる。できれば、実際に相手の企業に出向いて自らの目で確かめて、周辺の風景を写真に収めるのもいいだろう。

外資投資企業は商務局発行の外資投資許可証書があって、しかも、すべて市の工商管理局で登録することになっている（成都では今後、投資促進委員会が外資投資許可証書を発行することになる）。

本物の上場企業または国有企業ならば安心して取引ができるが、念のために、やはり上記の営業ライセンス、地稅登録証書、国稅登録証書、企業コート証書をもらっておいたほうが無難である。それ以外の有限公司に対しては交易条件などで自社の權益が保障されるように注意すべきである。

商品交易会や博覧会等で知り合った企業に対しては、特に相手方の企業や工場に出向いて視察する必要がある。それらの企業も様々で、交易条件も場合によっては非常にいい場

合もあるが、その分、騙されたり、滞納したり、単なるブローカーであったりする可能性も大きい。

この場合は、中国国内の著名な輸出輸入専門会社を介在させることも選択肢の一つであろう。もっとも、その企業が輸出入の権利を持っていれば、中国政府の認定を得ており、信頼できる会社といえよう。

(2) 商品を販売する場合の信用調査

商品を買ってもらう場合は相手企業に支払い能力があるかどうかが主な問題になる。また、重大で長期的にわたる契約をする時に、上記の営業ライセンス、地稅登録証書、國稅登録証書、企業コート証書のほかに、その会社の歴史的背景も調査し、掌握する必要がある。すなわち、成立年月日、登録機関（中国では普通の会社は区や県の工商管理局で登録するが、資本金が一定額を超えると、市や省の工商管理局で登録する。さらに資本金が多く、電気、水道、金融などの重要プロジェクトに指定される業種に携わる場合、国家工商管理局で登録することがある）、登録資本金（これには見せ金と言われる架空の場合もあり、本来は出資法違反で取り締まりの対象になるが、会社が正常に経営し、利益が出ていれば問題視されない場合がある）、歴史、株主、株の所持状況、上級管理部門があるかどうかなどを調べる必要がある。

上記の資料があれば、企業の成立が合法的かどうか、企業の規模、過去の実績と成長の過程が見えてくる。会社の歴史の長さは経営レベルを判断する上での重要な指標になる。長ければ、それなりに豊富な経営経験と管理レベルがあり、比較的安定した仕入れ先と販売ルートがあるはずである。株主の基本状況、個人プロフィール、株の所持状況などの情報も重要である。株をたくさん持っていれば、企業へのコントロール権も大きくなり、特に中小企業の場合、大きい株主、あるいは、代表者の学歴、経験、健康状況などの個人情報も重要である。

ワンマン経営者の場合、多くの企業に投資して、そのうちの一つに経営困難や破産の危機に直面している場合、この経営者が救済に乗り出すケースがある。結局、共倒れにならなくても、この経営者の企業にまで影響が及ぶ場合がある。厳格に会社法を守っていれば、そういうことはない。

中国の場合、企業が直接に外国から品物を購入する時に、輸出入の資格が必要であるし、銀行に外貨の枠を確保していなければならない。銀行と外貨管理局も目を光らせているから、大体の場合、焦げ付くことほとんどはないはずである。

(3) 企業買収や合併の場合

企業買収や合併の場合、やや難しくなるが、上記のほかに、董事会、代表者、董事長、総経理、副総経理の姓名、学歴、食歴、組織など経営管理人員の情報も必要になる。

企業が安定成長する場合、必ず、健全な組織、安定した人事、有能な幹部が欠かせない。

また、貸借対照表、損益計算表、財務諸表などで財務状況の分析も必要になる。利益が出ているかどうかは経営の成否の重要な標識である。財務状況を分析すると、資産と負債の比例が合理的かどうかから、潜在的なリスクも予測できる。借金があれば、返済能力はどうか判断できる。

銀行の口座情報も大事である。中国の企業は基本口座と言って、ひとつしか開設が許可されない。輸出入業務があれば、もう一つ外貨口座がある。簡単であるから、調べやすい。

以上のことを調べて、その上で、市場で相手企業の商品を見たり、関連業者から情報を収集したり、駐在員事務所の確認、本社事務所の現地視察等をすれば、企業の経営実態が明らかになってくるだろう。

このように、総合的な分析を通じて初めて企業の価値が見えてくるのである。

(4) 企業調査と信用調査

上記の資料については、必ずしも常に中国企業が提供してくれるわけではない。たとえば、買収前の段階、相手企業が重大な株主と人事異動がある時、経営困難を隠そうとする時、会社の方針に重大な転換がある時などには提供されないだろう。

この場合、弁護士事務所か市場調査会社に頼んで真実を突き止めるしかない。弁護士事務所は裁判所で使う証拠を集めることに長けているから、訴訟前提の企業調査と信用調査は弁護士事務所に依頼する方がいい。市場調査会社は社会と広範な接点を持っており、聞き取り調査、覆面調査、座談会とデータ整理に長けていることから、対象企業の経営の実態について、より正確な情報が得られるだろう。

一般的には、新しいユーザーと大きな取引をする時、重大な契約をする前、情報が一年経過した時、顧客企業からの注文が異常に変動する時、顧客企業が交易条件の変更を求める時、顧客企業とトラブルが発生した時には、企業調査と信用調査を実施する必要があるだろう。いずれにしても、顧客との間で理解し合えるようにする努力が最も重要である。