

## 『市場』と捉える傾向、顕著に

——福井県内企業の中国ビジネスに関する調査  
（福井県商工会議所連合会が実施）

### 調査概要

- 調査目的／県内企業の中国での事業動向について、現状と今後について調査し、本県経済界の中国でのビジネス展開に対する支援の基礎データとする。
- 調査期間／平成19年9月21日～28日
- 調査方法／郵送により送付、FAXにて回収
- 調査対象／中国に進出している県内企業97社
- 回答企業／55社（回答率56・7％）

### 調査結果概要

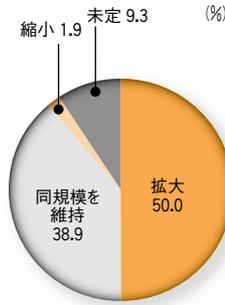
- 回答企業の9割弱が中国での事業展開を『同規模維持』もしくは『拡大』のスタンス。特に半数が拡大志向であった。
- 『日本国内の事業規模は維持しながら』中国での事業展開を拡大。
- 拡大予定の部門は『販売・営業部門』と『汎用品の生産部門』が多い。
- 販売部門では、『価格の値下げ』と『競争・競合他社に勝つ製品差別化』が課題。
- 生産部門では、『品質管理の向上』や『材料調達コストの低減』が課題。
- 雇用部門では、(中国の)高度経済成長下での『従業員の賃金上昇問題』や『雇用の安定的確保』、『有能な人材の採用』が課題。

### 今後の事業展開の計画

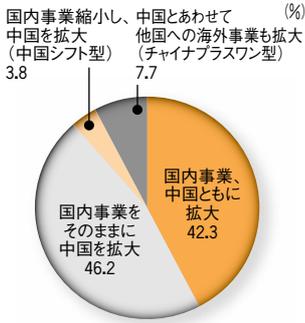
——中国の発展見据えた『拡大・維持』傾向  
今後3年程度の事業展開については、『拡大』が50・0％と半数を占め、次いで『同規模を維持』が38・9％と続いた。回答企業の9割弱から、中国での堅調な事業展開、生産面や販売面での発展性やポテンシャルを見据えた事業戦略を立てる姿勢がうかがえる。

特に『拡大』と回答した企業のうち、9割弱が国内事業規模を維持もしくは拡大しながら、中国での事業展開も同時に拡大させていく意向も示している。

今後(3年程度)の中国事業への展開計画について



国内・中国または第三国への事業展開の予定  
（『拡大』と回答した企業のみ）

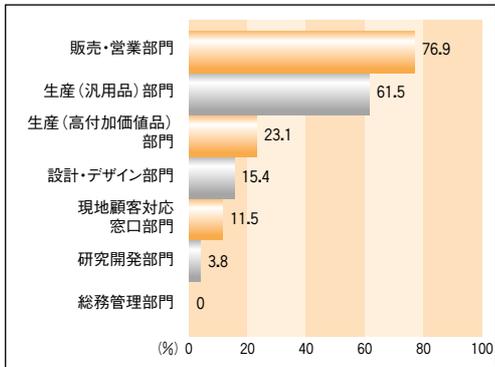


### 拡大・強化する部門

——『中国マーケット』への参入志向が浮き彫りに  
『販売・営業部門』が76・9％、次いで『生産（汎用品）部門』が61・5％となった。この結果からは、拡大に意欲的な企業では、巨大な中国マーケットへの販売参入志向の強さがうかがえた。また同時に、生産量の拡大を図り、汎用品の生産拠点としてさらに強化していく傾向も強まっている。

また一方では、『生産（高付加価値品）部門』『設計・デザイン部門』という、これまで一般的には日本国内で内製することにより中国での事業展開と区分していたクリエイティブな部門を、今後は中国で展開したいとする企業の回答も目立った。

中国国内で拡大・強化する部門  
（拡大と回答した企業のみ・複数回答）

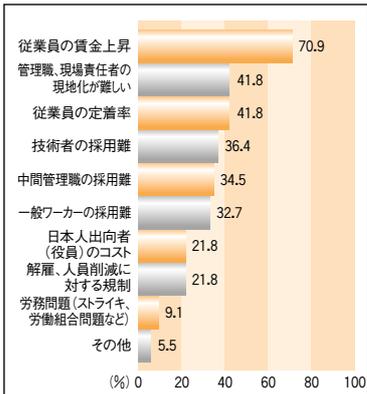


### 雇用部門での経営課題

——人材の安定的確保に苦慮  
約7割もの企業がコスト（＝従業員の賃金上昇）の課題に直面している。次いで『管理職、現場責任者の現地化が難しい』、『従業員の定着率』という課題について、それぞれ約4割の企業が挙げている。

現地でのコスト面での経営環境の変化に加え、好況時に起こる従業員雇用の不安定性（有能な従業員の安定的な雇用維持）が課題となってきたことがうかがえ、従業員として『企業への帰属よりもキャリアアップと高賃金を優先する』という意識が強い中国の現状が読み取れる。こうした中で、マネジメントに優れた管理者、また有能な技術者の採用や育成にも苦慮している様子もうかがえる。

雇用部門での経営課題（複数回答）



本調査の詳細については、福井商工会議所 地域事業課（TEL0776-338253）までお問い合わせください。