

地方企業における中国進出の実態と課題 —新潟県の事例¹— (上)

ERINA 経済交流部・調査研究部研究員 穆堯芋

はじめに

日本企業の海外進出について、経済産業省の「海外事業活動基本調査」や日本貿易振興機構（ジェトロ）の「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」などの調査が行われ、それに基づく分析・研究成果も数多く出されている。特にジェトロのアンケートでは、近年目覚ましい経済成長を続けている中国への進出についても詳細に調査しており、日系企業の対中展開の意志決定や行政・経済団体による支援策の策定に寄与している。これらの調査は日本全国の企業を対象としているため、全国レベルの動向が把握できるが、地方に本社を置く地方企業に特化した調査ではなく、地方企業の対中投資の実態は明らかにされていない。首都圏に立地する企業と比べ、地方企業は会社の規模、情報収集、人材蓄積などの面で制約を受けることが多いと思われるが、地域経済を支え、地域の活性化と国際化に極めて重要な役割を果たしている。地方企業に特化した調査を通じて、地方企業の対中進出の実態と課題を明らかにすることは重要な意味を持つ。このような調査は地方企業に対して中国進出のための判断材料を提供するとともに、地方企業の海外進出を支援する地方自治体や経済団体による支援策の策定に寄与する。

本稿は地方企業の対象範囲を明確にしたうえで、地方企業の分析事例として新潟県に本社を置く県内企業を取り上げ、地方企業の対中進出の実態を分析し、その課題と解決策を検討する。具体的には、①新潟県内企業による対中進出の関連データを整理し、対中進出の全体像と特徴を把握する。また、県内企業に対してアンケート調査を実施し、対中進出の現状と現地拠点の経営状況を検討する。②県内企業に対してヒアリング調査を実施し、進出の決定要因、現地の体制、労務管理、現地政府への対応、市場開拓、リ

スク対応、今後の事業展開などの面から具体的に検討して、対中進出の実態と課題を具体的に分析する。③県内企業の対中進出の動向と全国レベルの動向を比較して、新潟の事例検討を通じて地方企業の中国進出の特徴を分析し、その課題と解決策を検討する。なお、本稿は現場の視点から実証分析を行い、それに基づく理論分析は課題として残しておく。

本稿（上）では最初の課題に取り組む。まず地方企業の対象範囲を明確にしたうえで、分析の一事例として新潟県の概況を紹介する。次に新潟県の「新潟県輸出入状況・海外進出状況調査」に基づき、1998年から2010年にかけて県内企業の対中進出の関連データを整理し、進出企業数、進出件数、国別進出状況、中国国内における進出地域の変化などを検討して、県内企業の中国進出の動向を把握する。また、県内企業に対して実施したアンケートの結果に基づき、進出企業の進出時期、進出形態、資金調達、原料調達、販売状況、競合相手、売上・採算状況、満足・不満の点など経営面の分析を行い、新潟県内企業による対中進出の実態と中国拠点の経営状況を検討する。

1. 地方企業の対象範囲と新潟県の概況

まず「地方」の対象範囲について大別すると、首都圏（8自治体²）を除く地域と3大都市圏（首都圏に近畿圏8自治体³、中部圏9自治体⁴が加わる）を除く地域2つの分け方がある。本稿は企業を分析対象としているため、企業の立地状況を考慮して、首都圏を除く地域を地方の対象範囲とする。表1は2010年度の企業立地状況を示しているが、三大都市圏より、企業が首都圏に集中していることが分かる。全国に占める立地企業数のシェアでは、首都圏は1自治体あたり平均4.6%を占めたが、3大都市圏に拡大した場合は同3.1%に低下した。特に大企業の立地状況を見る

¹ 本稿は新潟県受託事業「中国東北と新潟県の産業連携と相互地域発展」（公益財団法人環日本海経済研究所（ERINA）、2011年1月）報告書の一部を大幅に加筆修正したものである。本稿の作成にあたり、新潟県、財団法人新潟経済社会リサーチセンター、アンケート・ヒアリング協力企業から多大な支援をいただいた。ここに記して感謝したい。本稿中の誤りはすべて筆者の責任である。

² 茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県を指す。（国土交通省、「首都圏広域地方計画」、2009年8月4日決定）
http://www.ktr.mlit.go.jp/ktr_content/content/000008373.pdf（2011年7月17日アクセス）

³ 福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県を指す。（国土交通省、「近畿圏基本整備計画（第5次）」、2000年3月30日決定）
<http://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/vision/kinki/keikaku.htm>（2011年7月17日アクセス）

⁴ 富山県、石川県、福井県（近畿圏と重複）、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県（近畿圏と重複）、滋賀県（近畿圏と重複）を指す。（国土交通省、「中部圏基本開発整備計画（第4次）」、2000年3月30日決定）
<http://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/vision/chubu/link.htm>（2011年7月17日アクセス）

と、首都圏は同6.9%、3大都市圏に拡大した場合は同3.7%に縮小した。地方企業の分析において、企業が集中している首都圏以外の地域（以下地方）を分析対象としたい。

本稿では地方企業を地方に本社が存在する企業と定義することとする⁵。企業の海外展開は一般に本社により決定され、地方に本社を置く企業の意志決定は地域経済の国際化と密接に関係している。地方に本社を置く企業の活動は地域経済に重要な役割を果たしており、地域社会と共存共栄の関係を築いている企業が多い。また、地域社会に対して財やサービスの供給、雇用の受け入れ、地域活動等の多様な側面から支えており、長期的な経営志向を持ちながら地域社会への積極的な貢献意欲があると指摘されている⁶。各自治体や経済団体は地方企業を中心とした地場産業の育成と振興に熱心に取り組んでおり、海外への販路拡大や進出支援を行っている。

本稿は新潟県を事例として取り上げた理由が3つ挙げられる。まず新潟県の主要経済指標の値は首都圏を除く地方自治体の平均値に近いと考えられる。表2で確認できるように、新潟県の人口、就業人口、第2次産業就業人口の割合、製造品出荷額、県民所得、一人当たり県民所得の主要

経済指標は地方の自治体の平均値と比べて大きな差はなく、首都圏を除く39の道・府・県の中ではほぼ中間に位置していると言える。また、表1で示すように、全国に占める新潟県の立地企業数の割合は1.9%、首都圏を除く地方自治体の平均シェア（1.6%）に近い。特に大企業の状況を見ると、新潟県に立地する大企業数は全国の1.1%を占め、首都圏を除く地域の自治体平均シェアを同じ水準である。新潟県内企業は地方企業の事例分析の対象として検討価値があると思われる。次に新潟県は北東アジアに向けての玄関口として国際化が進み、県内企業は積極的に海外展開を行っている。新潟県は古くから製造業を中心とした地場産業が発達し、食品加工、繊維製品、金属洋食器、機械部品、工作機械、情報製品などの分野に地場企業が多く、独自の技術を持っている。中国、ロシア、韓国との地理的距離が近く、県内企業は熱心に海外とのビジネスを行っている。新潟県の「平成22年度新潟県輸出入状況・海外進出状況調査報告書」によれば、2010年に県内企業の海外進出件数は166件（本社を県内に置いている企業、以下同じ）、1998年（125件）より41件増えた⁸。最後に新潟は官民一体となって企業の海外進出を支援している。新潟市は本州に

表1 「地方」の対象範囲の区分と企業の立地状況⁷（2010年度）

区分法	地 域	自治体数 (a)	企業全体			大企業		
			企業数	全国比 (b)	自治体平均 シェア(b/a)	大企業数	全国比 (c)	自治体平均 シェア(c/a)
-	全国	47	1,805,545	100%	2.1%	13,640	100%	2.1%
1	首都圏	8	661,515	36.6%	4.6%	7,538	55.3%	6.9%
	首都圏を除く地域	39	1,144,030	63.4%	1.6%	6,102	44.7%	1.1%
2	近畿圏	8	311,027	17.2%	2.2%	2,180	16.0%	2.0%
	中部圏	9	314,628	17.4%	1.9%	1,712	12.6%	1.4%
	3大都市圏合計	22	1,238,249	68.6%	3.1%	11,201	82.1%	3.7%
	3大都市圏を除く地域	25	567,296	31.4%	1.3%	2,439	17.9%	0.7%
-	新潟県	1	33,549	1.9%	1.9%	154	1.1%	1.1%

出所：総務省統計局「平成21年経済センサス-基礎調査」（会社企業に関する結果）のデータより筆者算出。

⁵ 地方企業の定義については、理論的に確定された概念はない。特に地方企業の対象範囲と本社所在地との関係について、地方により捉え方が違う。ジェトロ岡山貿易情報センターによる岡山県企業の海外事業展開状況調査では、「岡山県内に本社を置く企業」を対象としている。（ジェトロ岡山貿易情報センター、「岡山県企業の海外事業展開状況調査報告書」、2011年5月、p.2）新潟県の新潟県輸出入状況・海外進出状況調査は「新潟県内本社がある企業、本社が県外にある場合は工場や支店などが県内にある企業」を対象としている。（新潟県知事政策局、「平成22年度新潟県輸出入状況・海外進出状況調査報告書」、2011年1月、p.1）山陰経済経営研究所による山陰地方企業動向調査では「山陰両県の主要企業」の表現を使用しているが、具体的な調査対象の範囲は明らかにされていない。（山陰経済経営研究所、「足元、業況感は2期ぶりに改善」、「山陰地方企業動向調査」、2011年3月、P.3）

⁶ 木原高治、「地方企業の地域社会における役割に関する一考察」、『東京農業大学農学集報』、Vol.56(1)、2011年6月15日、pp.68-92

⁷ 本稿では、新潟県内企業における中国進出の主要産業が製造業のため（新潟県の調査によると（注8）、2010年度に製造を目的として中国進出を行った県内企業は全体の71%を占めた）、大企業について資本金3億円以上の企業とする。大企業は一般的に「中小企業基本法」（2009年7月15日改定）に定められた中小企業を除く企業であるが、資本金のほかに業種別に従業員規模の基準も盛り込まれている（第1章第2条「中小企業者の範囲及び用語の定義」）。総務省統計局による「平成21年経済センサス-基礎調査」に従業員規模を示すデータはないため、本稿は資本金の基準のみ使用する。

⁸ 新潟県の調査は任意のアンケートによるもので、すべての県内企業の状況を反映しているものではない。しかし、同調査はほぼすべての県内企業の海外進出状況を網羅している点（2010年の調査企業数：1155社、回収企業数：734社、回収率：63.5%）と長年にわたり継続して行われている点において、対象範囲の広汎性と調査手法の一貫性が認められ、信頼性が高いと言える。以下も同じ。

表2 新潟県の主要経済指標と地方自治体の平均値の比較

項目	人口 (千人)	就業人口 (千人)	第2次産業就業 人口割合 (%)	製造品出荷額 (億円)	道・府・県民所得 (億円)	一人当たり所得 (千円)
地方自治体平均	2,169	1,104	29	62,504	61,777	2,848
新潟県	2,378	1,253	32	52,092	65,508	2,724

注：人口は2009年現在のデータ。ほかは2007年現在のデータである。

出所：国土交通省、「交通関連統計資料集」(I-7-3 都道府県別経済統計)⁹のデータより筆者作成。

おける日本海沿岸地域の最大の都市として、新潟港を活かして海外との取引を積極的にサポートしている。新潟市内に中国、ロシア、韓国3カ国の領事館が設置され、日系企業の海外展開を支援している。新潟県・市など地元の自治体は県内経済の活性化と国際化に取り組んでいるほか、新潟産業創造機構、新潟県商工会議所連合会、新潟経済同友会、ジェトロ新潟貿易情報センターなどの経済団体も各種支援事業を行っている。企業の海外展開をサポートするために、環日本海経済研究所は留学生向けの就職相談会を継続して開催し、人材面から支援を行っている。

2. 新潟県内企業の海外進出状況と中国進出の特徴

本章は新潟県の調査に基づき、県内企業の海外展開状況と対中進出の概況及び特徴を分析する。新潟県の調査は1995年から行われ、現時点で最新のデータは2010年度である。1995年から2006年までは「新潟県内企業海外進出状況調査報告書」として単独報告書の形でまとめられていたが、2007年から県内企業の輸出入動向調査と一緒に行われるようになり、「新潟県輸出入状況・海外進出状況調査報告書」としてまとめられている。

同調査の対象企業は「新潟県内本社がある企業、本社が県外にある場合は工場や支店などが県内にある企業」としているが、1998年から県内に本社を置く企業のデータも公表している。ちなみに2010年に海外進出件数は528件、うち本社を県内に置く企業の進出件数は166件となり、両者は大きく乖離している。地方企業の実態を分析するために後者のデータを用いる必要がある。報告書では、合弁、100%日本側出資、営業所・連絡事務所・支店などの設立、資本参加のない業務提携・技術輸出のいずれかに該当すれば海外進出の対象となる。企業の産業分類は「日本標準産業分類」を準用し、国・地域の分類は経済産業省の「通商白書」の分類を準用している。

同調査は新潟県内の幅広い企業を対象としているほか、良好な継続性を保っている。しかし、データ提供にとどまっ

ており、調査の結果に対して詳細な検討はなく、長期間における県内企業の海外進出の特徴とトレンドなどを分析していない。したがって本章では1998年から2010年までの調査結果に基づいて、時系列で整理されたデータを用いて県内企業の海外進出の概況を検討し、対中進出の動きと特徴を明らかにする。

2-1. 新潟県内企業の海外進出状況

図1で確認できるように、1998年から2010年にかけて県内企業の海外進出社数は横ばいに推移している¹⁰。しかし、海外進出件数が増えたため、1社あたりの平均進出件数が増加した。1998年に県内企業の海外進出社数は84社、2010年は同93社になり、増加幅は9社にとどまった。これに対して進出件数は125件から166件に大きく拡大した。その結果、1社あたりの平均進出件数は1.49件から1.78件に上昇した。新規の企業の海外進出は進まないが、既存進出企業の海外拠点数などが増加していると考えられる。したがって行政・経済団体はこれからはじめて海外展開を行う企業に重点的に支援を行う必要性あると考えられる。

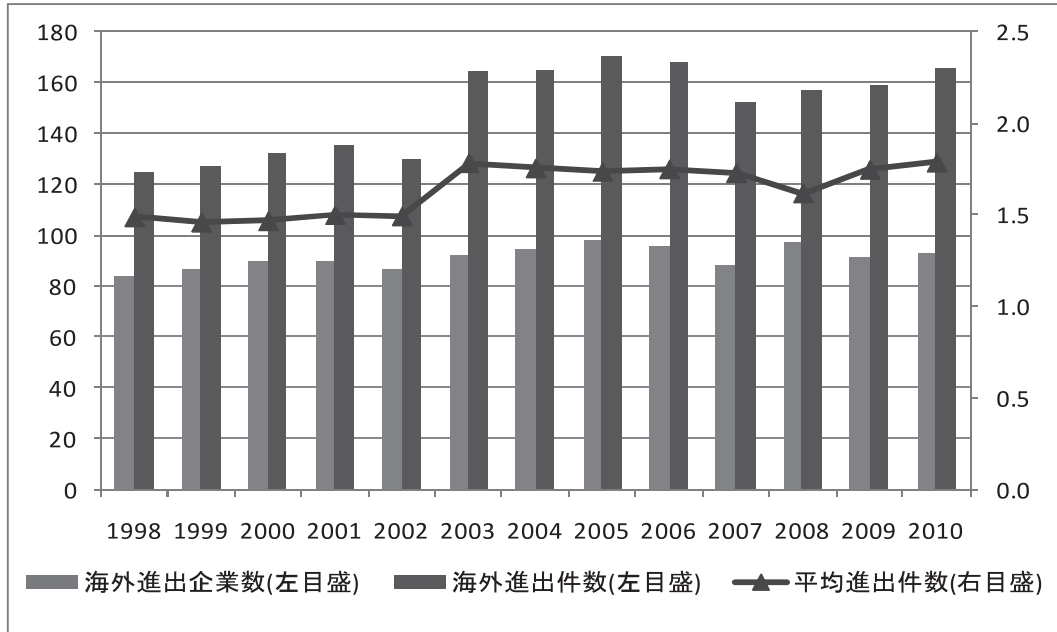
図2は県内企業の海外進出件数に占める対中進出の割合を示している。結論からいうと、県内企業の対中進出の件数が増加し、進出件数全体に占める割合も上昇している。前述のように、県内企業の海外進出件数は1998年の125件から2010年の166件へと1.3倍に拡大した。対中進出件数は1998年の60件から2010年の92件に増え、1.5倍拡大した。対中進出の増加率は海外進出の増加率を上回った。海外進出件数に占める中国の割合は1998年の48.0%から2010年の55.4%へと7.4ポイント上昇した。しかし、同割合は2007年から減少傾向に入った。2007年は同60.5%、2008年は同58.0%、2009年は同57.2%、2010年は55.4%となり、ピーク時の2007年と比べて5.1ポイント減じた。

図3は県内企業の海外進出先の地域別シェアの変化を表している。対アメリカの進出件数は1998年の17件から2010年の16件に微減し、全体に占めるシェアは13.6%から9.6%

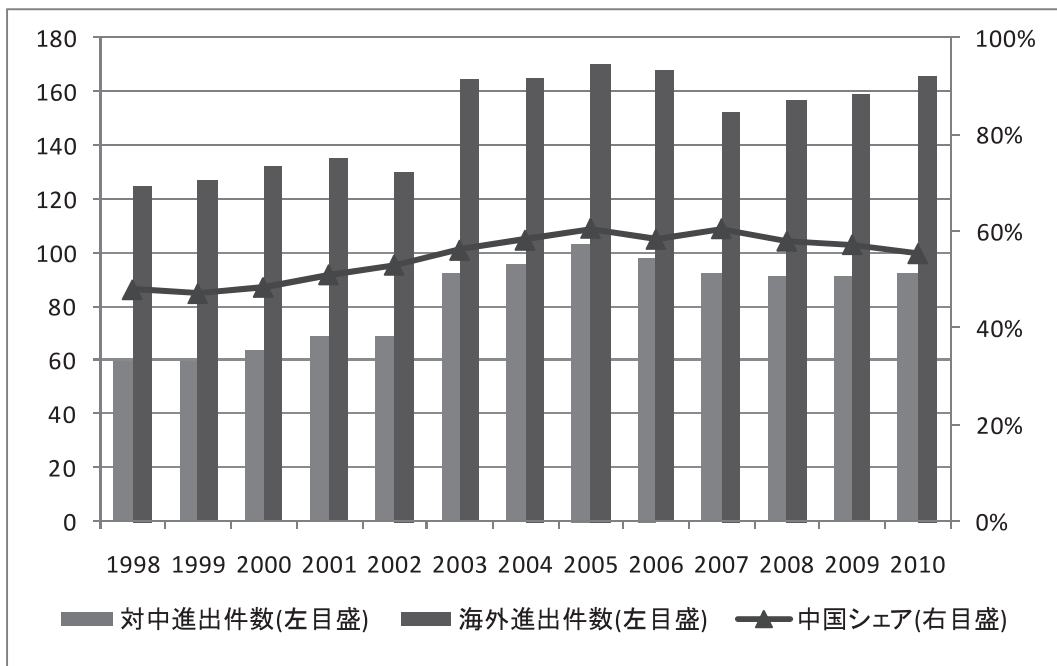
⁹ 国土交通省ホームページ、<http://www.mlit.go.jp>、2011年7月20日アクセス。

¹⁰ 新潟県内に本社を置く企業の中国進出の開始時期について、新潟県の調査では明らかにされていない。

図1 新潟県内企業の海外進出状況



出所：「新潟県内企業海外進出状況調査報告書」1998年版～2006年度版（新潟県知事政策局）、「新潟県輸出入状況・海外進出状況調査報告書」2007年度版～2010年度版（新潟県知事政策局）のデータより筆者作成。

図2 新潟県内企業の中国進出状況¹¹

出所：図1に同じ。

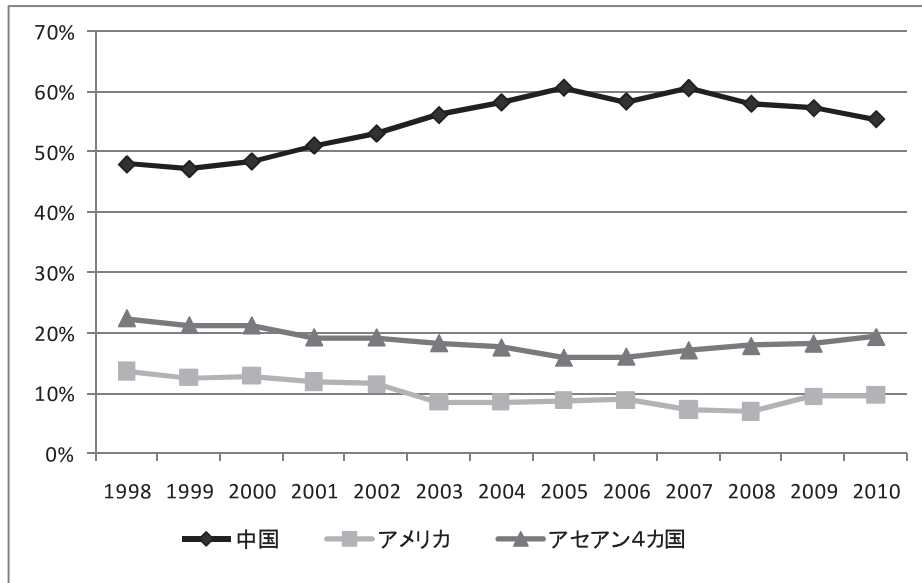
へと4ポイント低下した。対アセアン4カ国(タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム)¹²の進出件数は28件から

32件に微増したが、全体に占めるシェアは22.4%から19.3%へと3.1ポイント減じた。

¹¹ 「平成22年度新潟県輸出入状況・海外進出状況調査報告書」によれば、2010年に新潟県内企業は黒龍江省に進出する件数は0件であったが、実際に新聞などの報道では1件あった（「月徳飯店がハルビンに進出」新潟日報、2010年1月14日）。本稿はデータの連続性を保つため、報告書の調査結果を使用する。

¹² 新潟県内企業による対アセアン進出はアセアン4カ国に集中している。1998年に対アセアン進出に占めるアセアン4カ国の割合は82%であったが、2010年は同97%に拡大した。

図3 新潟県内企業の海外進出先の地域別シェアの変化



出所：図1と同じ。

時系列でみた場合、2007年以降から現在まで中国のシェアが減少し、アメリカとアセアン4カ国のシェアが拡大している。2007年から2010年まで、県内企業の海外進出に占める中国のシェアが5.1ポイント下がったことに対し、アメリカは7.2%から9.6%へと2.4ポイント、アセアン4カ国は17.1%から19.3%へと2.2ポイントそれぞれ上昇した。2007年に県内企業の対アメリカ進出件数は11件に下がったが、2010年に16件に増加し、全体に占める割合も回復した。アセアン4カ国のシェアは堅調に拡大しており、特にベトナムに対する進出件数の増加が目立った。対ベトナム進出件数は2007年の2件から2010年の9件に増加し、全体に占めるシェアは1.3%から5.4%に急拡大した。

2-2. 新潟県内企業の中国進出状況

表3は県内企業の中国進出地域・省別の状況を示している。南部沿海地域（広東省、福建省、海南省）は1998年の3件から2010年の11件に、東部沿海地域（上海市、江蘇省、浙江省）は17件から38件に、北部沿海地域（北京市、天津市、河北省、山東省）は9件から13件にそれぞれ増加した。東北地域（遼寧省、吉林省、黒龍江省）は17件から14件に、その他内陸部（上記省・市を除く地域）は9件から6件に減少した¹³。1998年からみると、新潟県内企業による中国進出の件数は増加しているが、地域別では沿海地域への進

出は増え、東北部・その他内陸部に対する進出は減少している。

上海市への進出は1998年の10件から2010年の21件に拡大し、最も多かった。江蘇省は4件から12件、広東省は2件から9件、山東省は1件から6件、香港は5件から10件とそれぞれ拡大した。香港にはサービス業の進出が多いと思われる。遼寧省は13件から14件に、天津市は1件から2件にそれぞれ微増した。北京市は7件から5件に微減した。黒龍江省は4件から0件に急減し、その他の地域も9件から6件に減少した。

地域別のシェアをみると、地域間における県内企業の進出件数の割合はダイナミックに変化していることが確認できる。図4で示すように、県内企業の中国進出件数における東部沿海地域の割合は1998年の31%から2010年の46%に急拡大した。南部沿海地域も5%から13%へと堅調に増加した。それに対して東北地域は31%から17%に急速に縮小し、その他内陸部も16%から7%に減じた。北部沿海地域は16%前後を維持しながら横ばいに推移している。沿海部では人件費の高騰、土地価格の上昇、エネルギー供給の緊張などにより、競争力を失った労働集約産業は内陸部に移動すると主張する研究はあるが¹⁴、新潟県内企業の対中進出の分析に限り、そのような動きは見られなかった。

また、東部沿海地域、北部沿海地域と東北地域について、

¹³ 上記の地理区分は中国国务院発展研究センターによる区分法を使用している。（国务院発展研究センター、「地域の協調的発展の戦略と政策」、2005年7月）

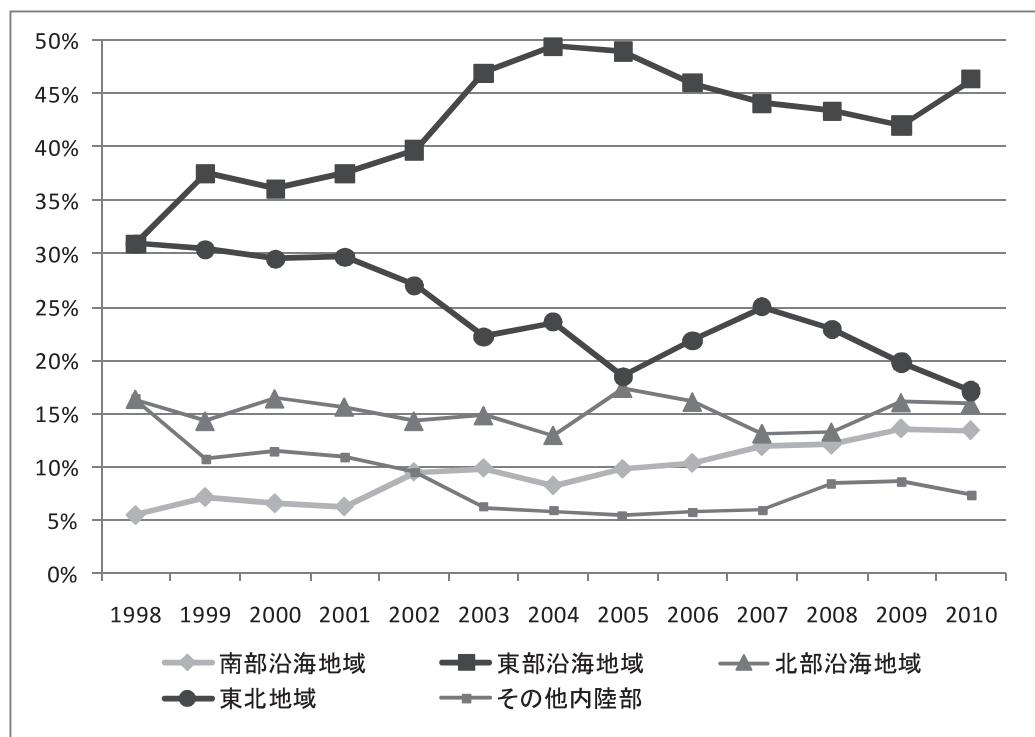
¹⁴ 関志雄、「国内版雁行的発展」で定着する「西高東低型成長」、中国経済新論ホームページ（<http://www.rieti.go.jp/users/china-tr/jp/110629kaikaku.htm>）、2011年7月3日アクセス。

表3 新潟県内企業の対中進出の地域・省別進出件数の変化

進出地域/年度	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
南部沿海地域	3	4	4	4	6	8	7	9	9	10	10	11	11
広東省	2	3	3	3	4	7	6	8	8	9	8	9	9
福建省	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2
海南省	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
東部沿海地域	17	21	22	24	25	38	42	45	40	37	36	34	38
上海市	10	14	15	15	16	24	26	25	25	21	20	19	21
江蘇省	4	4	4	7	7	9	10	14	12	12	12	11	12
浙江省	3	3	3	2	2	5	6	6	3	4	4	4	5
北部沿海地域	9	8	10	10	9	12	11	16	14	11	11	13	13
北京市	7	6	6	6	6	7	6	6	5	5	5	5	5
天津市	1	1	1	1	1	1	1	3	3	2	1	1	2
河北省	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
山東省	1	1	3	3	2	4	4	7	6	4	5	7	6
東北地域	17	17	18	19	17	18	20	17	19	21	19	16	14
遼寧省	13	12	12	13	12	13	17	15	17	19	18	16	14
吉林省	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
黒龍江省	4	5	6	6	5	5	3	2	2	2	1	0	0
その他内陸部	9	6	7	7	6	5	5	5	5	5	7	7	6
香港	5	4	3	5	6	11	11	11	11	8	8	10	10
合計	60	60	64	69	69	92	96	103	98	92	91	91	92

出所：図1に同じ。

図4 新潟県内企業による中国進出の地域別シェアの変化



出所：図1に同じ。

県内企業の進出件数は2005年前後をピークにして、それ以降は減少傾向に転じた。東部沿海地域への進出件数は2005年の45件から2010年の38件に、北部沿海地域は16件から13件に減少した。東北地域も2007年21件から2010年の14件に減じた。全体としても県内企業による対中進出は2005年の92件（香港除く、以下同じ）をピークにして、それ以降は減少傾向に入り、2010年には82件に縮小した。前節で述べた動きを合わせて考えると、2005年より新潟県内企業による対中進出の件数は減少しているが、ベトナムに対する進出が増え、両者の割合が変化している。

3. 新潟県内企業による対中進出の現状と現地拠点の経営状況

3-1. アンケート調査の概要

新潟県内の対中進出の現状及び課題を把握するために、県内企業に対するアンケート調査を実施した。調査期間は2010年6月22日～7月31日、各種資料や新聞記事などにより中国進出を行っていると思われる県内企業98社にアンケート調査票を郵送した。後に対象外と判明された13先を除いて、実際に回答を得たのは35社、回答率は41.2%であった。回答企業はすべて県内に本社を置いている企業である。回答企業の業種及び所在地は表4のとおりである。

3-2. 中国への進出時期

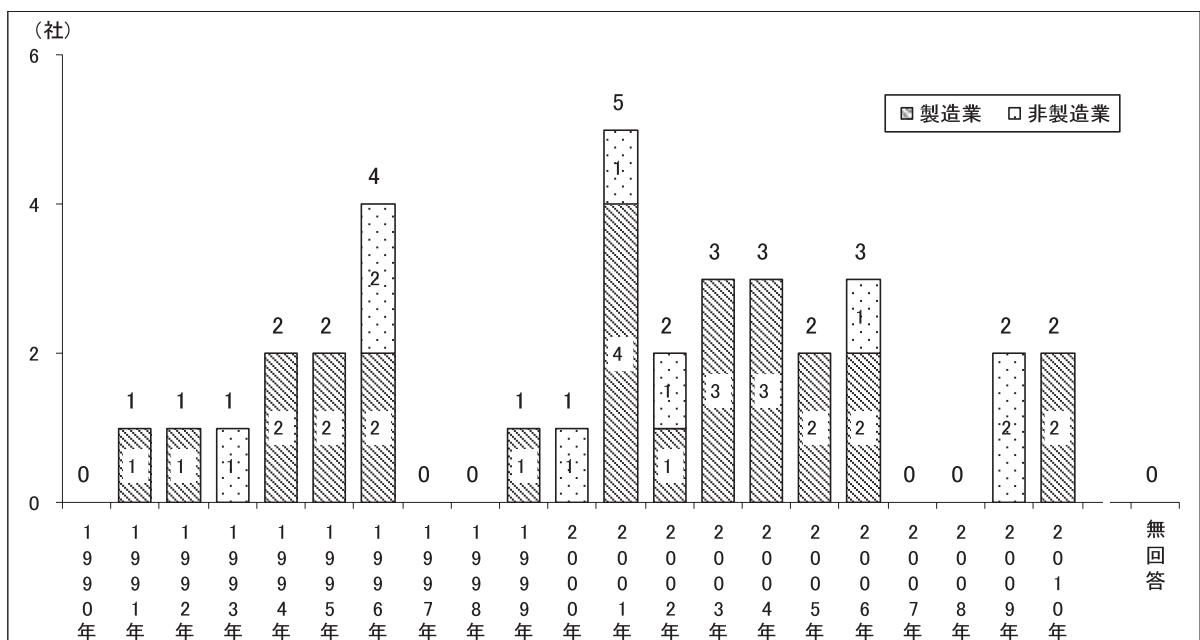
図5は回答した県内企業35社が中国へ進出した時期を示している。1992年に鄧小平の南巡講話による中国の市場経済導入政策を受け、県内企業の対中進出は順調に拡大した。

表4 アンケート調査回答企業の業種と地域分布

		回答企業数	
		企業数	割合 (%)
合計		35	100.0
業種別	製造業	26	74.3
	食料品・たばこ	1	2.9
	繊維製品・衣服	3	8.6
	化学	1	2.9
	非鉄金属	1	2.9
	金属製品	6	17.1
	一般機械	8	22.9
	電気機械	2	5.7
	輸送機械	1	2.9
	精密機械	1	2.9
	その他製造業	2	5.7
	非製造業	9	25.7
	運輸業	1	2.9
	卸売業	4	11.4
小売業	1	2.9	
その他非製造業	1	2.9	
飲食業	2	5.7	
地域別	新潟市	9	26.0
	長岡市	5	14.3
	三条市	6	17.1
	柏崎市	4	11.4
	新発田市	1	2.9
	小千谷市	1	2.9
	十日町市	1	2.9
	見附市	1	2.9
	燕市	2	5.7
	糸魚川市	3	8.6
	上越市	2	5.7

出所：新潟県内企業に対して実施したアンケート調査より

図5 中国へ進出した時期（有効回答数：35社）



出所：表4に同じ。

しかし、1990年代後半にアジア通貨危機が発生し、進出社数が激減した。その後、中国のWTO加盟に伴い、県内企業の対中進出が活発になったが、2000年代後半の世界金融危機の影響で再び激減した。近年、中国は金融危機から脱却して高度成長に復帰しており、県内企業の対中進出も徐々に回復している。以上の動きをみると、県内企業の中国進出は世界経済の動向と関連しており、中国国内の政策変化の影響も受けていると分かる。

3-3. 中国拠点の数と進出形態

中国における拠点の数を尋ねたところ、全体の8割に相当する27社が「1拠点」と回答した。次いで「2拠点」が5社、「3拠点」は0社、「4拠点」は1社、「5拠点以上」は2社であった。業種別にみると、製造業では複数の拠点を持っている企業は26社中2社にとどまったが、非製造業では9社中6社が複数の拠点を持っていた。

35社に対し、60拠点それぞれの進出形態（複数回答）を尋ねたところ、「独資」（100%日本側出資、以下同じ）が20拠点で最も多く、次いで「合弁」が15拠点、「事務所」が10拠点、「営業所」が3拠点の順であった。かつては規制などもあったため、「合弁」で進出する企業が多かったが、今回の調査では「独資」が「合弁」を上回った。業種別では、製造業（26社）の35拠点うち、約半数の17拠点が「独資」であったが、非製造業（9社）の25拠点では、「合弁」「事務所」が多くなっている（図6）。

中国拠点の役割について、「生産拠点」と回答した企業（複数回答）が20社で最も多く、全体の約6割を占めた。ほか「営業・販売拠点」と回答した企業は16社、「情報収集拠点」は13社、「仕入拠点」は6社、「物流拠点」は6社の順となっ

た。業種別にみると、製造業では「生産拠点」が最も多く、「営業・販売拠点」と共に、製造業の回答の約8割を占めた。非製造業では「情報収集拠点」が最も多く、以下「営業・販売拠点」、「仕入拠点」などが続いた。

3-4. 中国拠点の資金調達状況

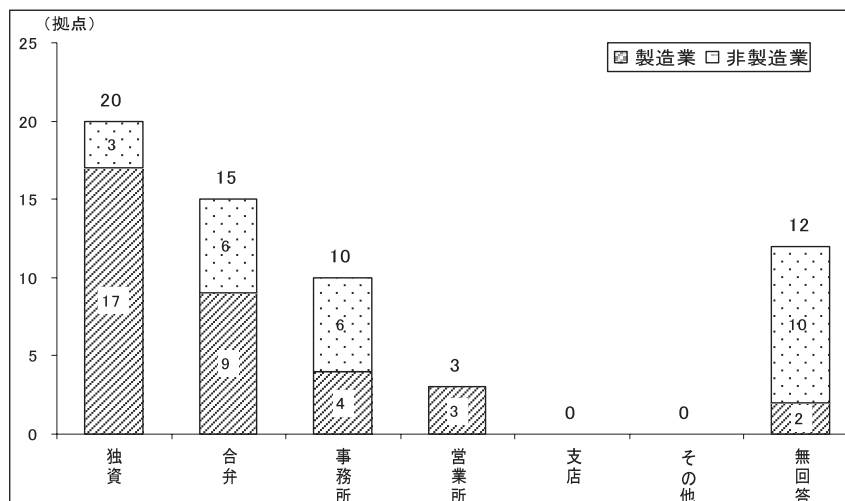
中国拠点の資金調達は進出時の初期投資資金、進出後の追加設備投資資金と経常的な運転資金3つに分けて調査した（複数回答）。

初期投資資金の調達先について、35社中33社が「本社・親会社」と回答した。初期投資は日本側の本社に依存していることが分かる。次いで「中国の金融機関」、「現地の日系金融機関」、「その他」がそれぞれ2社ずつであった。「中国の金融機関」と回答した2社は合弁で進出している企業であり、合弁先と取引している中国の金融機関からの資金調達とみられる。「その他」と回答した2先はいずれも製造業関連企業で、取引先や合弁先企業から資金提供を受けたとみられる。なお、「外資系金融機関」と回答した企業はなかった。

進出後の追加設備投資資金の調達先は「本社・親会社」と回答した企業が27社で最も多かった。以下「現地の日系金融機関」が5社、「中国の金融機関」が2社、「その他」が1社であった。進出時の初期投資資金の調達先と比べると、「現地の日系金融機関」と回答した企業が3先増えているものの、多くの企業は初期投資資金と同様に「本社・親会社」から資金調達をしている。

経常的な運転資金の調達先について、「本社・親会社」が24社で最も多く、以下「中国の金融機関」が6社、「現地の日系金融機関」が4社、「その他」が2社と続いた。

図6 進出形態（複数回答、有効回答数：35社）



出所：表4に同じ。

経常的な運転資金では、進出時の初期投資資金や設備等の追加投資資金と比べて、「中国の金融機関」から調達したと回答した企業が増えているが、合弁先を通じ融資を受けていると見られる（図7）。

多くの県内企業は中国進出に関連した資金調達を「本社・親会社」に依存しており、「現地の日系金融機関」や「中国の金融機関」を利用するケースは少ない。また、「中国の金融機関」から資金調達している非製造業の企業はなかった。

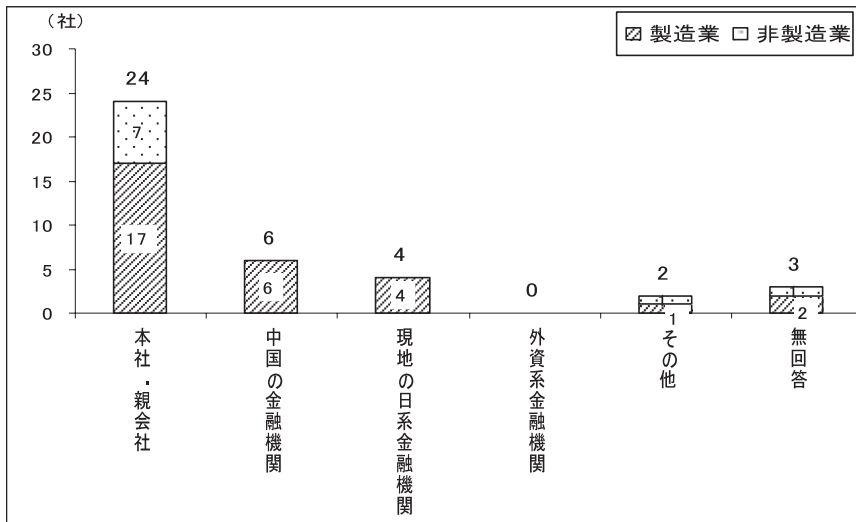
3-5. 中国拠点の調達・販売状況と競争相手

中国拠点の仕入先・原材料の調達先では、「現地の中国企業」からの調達が24社でトップとなり、次いで「日本から輸入」が19社、「現地の日系企業」が10社、「現地のアジ

ア系企業」が2社などと続いた。業種別にみると、製造業では「現地の中国企業」と「日本からの輸入」がそれぞれ26社中18社で最も多く、非製造業では10社中6社が「現地の中国企業」と回答した。付加価値の高い中核的な部品や材料を日本から調達し、その他の資材を現地から調達するという従来の構図から大きく変化していない（図8）。

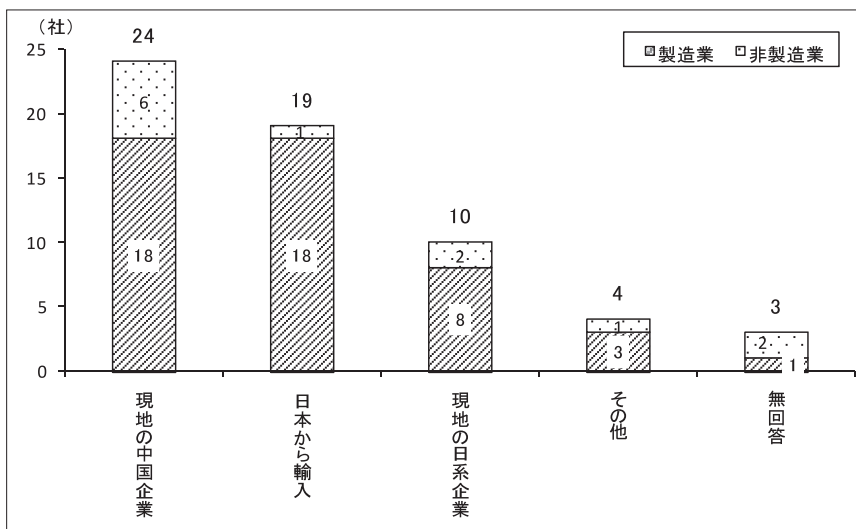
中国拠点の販売状況をみると、扱う商品・サービスのターゲットは「日本へ輸出」と回答した企業が25社、全体の7割を超えた。県内企業の中国拠点の販売先は日本国内市場に依存していることが分かる。「現地の日系企業」と回答した18社の企業はすべて製造業に属しており、日系企業同士の生産・販売ネットワークの重要さも確認できる。「現地の中国企業」と答えた企業は20社に達し、県内企業は中国国内市場の参入を積極的に取り組んでいることがうかが

図7 経常的な運転資金の調達先（複数回答、有効回答数：32社）



出所：表4に同じ。

図8 中国拠点の仕入・原材料調達先（複数回答、有効回答数：32社）



出所：表4に同じ。

える。なお、「現地（中国）の消費者」が8社にとどまった（図9）。

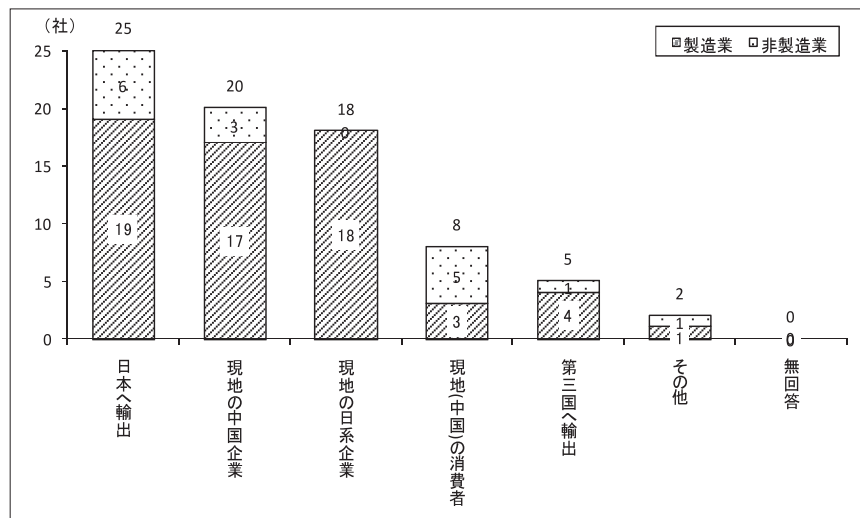
35社の中に生産拠点を持つ企業（20社）を対象に、出荷・納品先を尋ねたところ（複数回答）、「日本への輸出」が14社で最も多く、以下「現地の日系企業へ」が12社、「現地の中国企業へ」が8社、「日本以外へ輸出」が6社、「現地の日本・中国以外の企業へ」が1社と続いた。「日本へ輸出」、「現地の日系企業へ」、「現地の中国企業へ」が上位を占めており、出荷・納品先としては、組み立て後に日本の本社・親会社へ輸出する企業や、現地の日系企業に製品・部品を提供する企業が多いとみられる。

中国拠点の競合相手について、「現地の中国企業」と答えた企業は21社で最も多く、全体の6割を超えた。次に「日本国内の企業」が15社、「現地の日系企業」が14社、「アジアの企業」が8社、「欧米の企業」が7社と続いた。価格競争力が強いと思われる「現地の中国企業」が最大の競争相手となっており、厳しい競合環境にある様子がうかがえる。また、日本、中国、日中を除くアジア、欧米が世界的に競合している様子もうかがえる（図10）。

3-6. 中国拠点の売上・採算状況

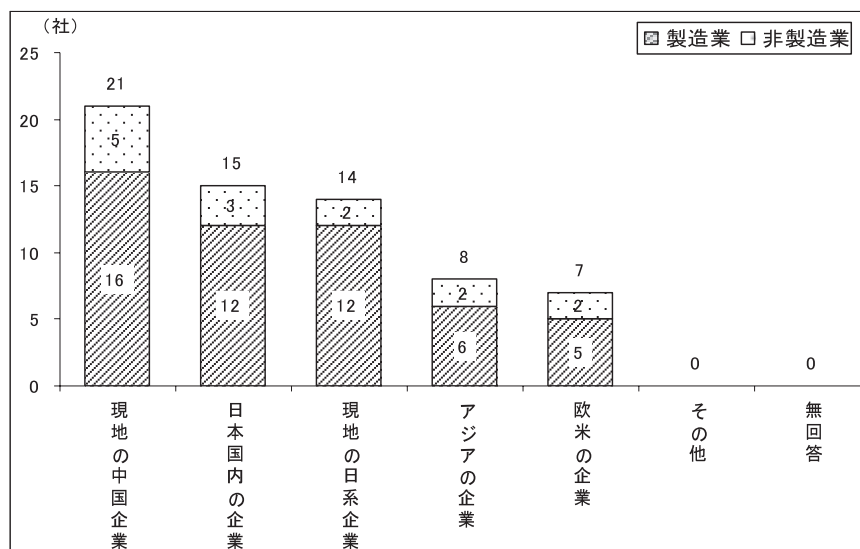
進出前の予想と比べて、現在の中国拠点の売上達成状況

図9 中国拠点が扱う商品・サービスのターゲット¹⁵（複数回答、有効回答数：35社）



出所：表4に同じ。

図10 中国拠点の競合相手（複数回答、有効回答数：35社）



出所：表4に同じ。

¹⁵ ターゲットの項目はアンケートの当初の設定より一部変更している。

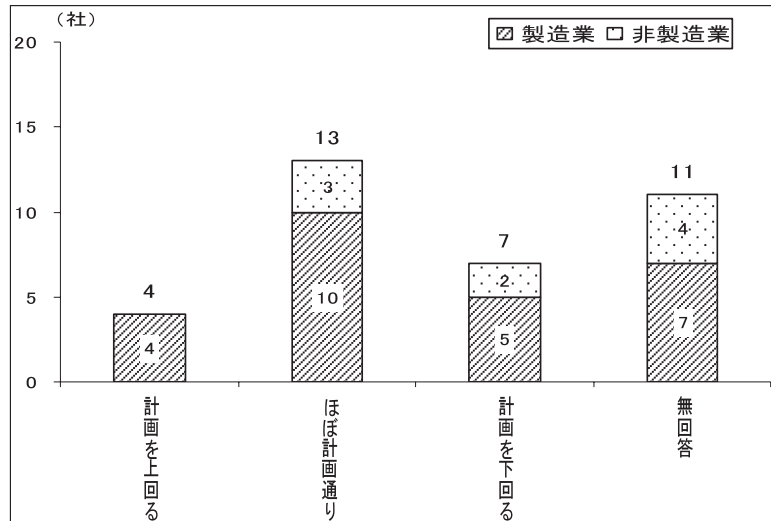
を聞いたところ（複数回答、有効回答数24社）、「計画を上回る」が4社、「ほぼ計画通り」が13社となった。両者合わせると17社の県内企業は中国拠点の売上状況に満足しており、有効回答数の7割を超えた。また、「計画を下回る」と回答した企業が7社あり、計画通りに進んでいない企業の様子もうかがえる。業種別にみると、製造業では、「ほぼ計画通り」の回答が最も多かった。「計画を上回る」と「計画を下回る」に回答が分かれ、回答での差がみられた。非製造業では「計画を上回る」企業はなかった（図11）。

また、3年前と比較していまの売上状況を尋ねたところ、「増加した」とする回答が35社中に18社と半数強を占めた。一方、3年前と比較して「ほぼ変わらない」は5社、「減少した」は4社にとどまった。

現在の売上高に占める中国拠点の割合を尋ねたところ、「5%未満」が12社で最も多く、次いで「5%～15%未満」が6社、「15%～25%」が5社であった。現状では、売上高に占める中国拠点の割合は小幅にとどまっている企業が多かった。業種別にみると、製造業での中国拠点の割合は5%未満（7社）が最も多かったが、中国拠点が半分以上を占め、主力となっている企業も2社あった。また、非製造業では、中国拠点の割合が15%以上を占める企業はなかった。ジェトロ「平成21年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」（2010年3月）と比較してみると、新潟県内企業における現在の売上高に占める中国拠点の割合は「25%未満」が高くなっており、県内企業の中国における海外生産比率は、全国の海外進出企業の海外生産比率よりも総じて低くなっている。

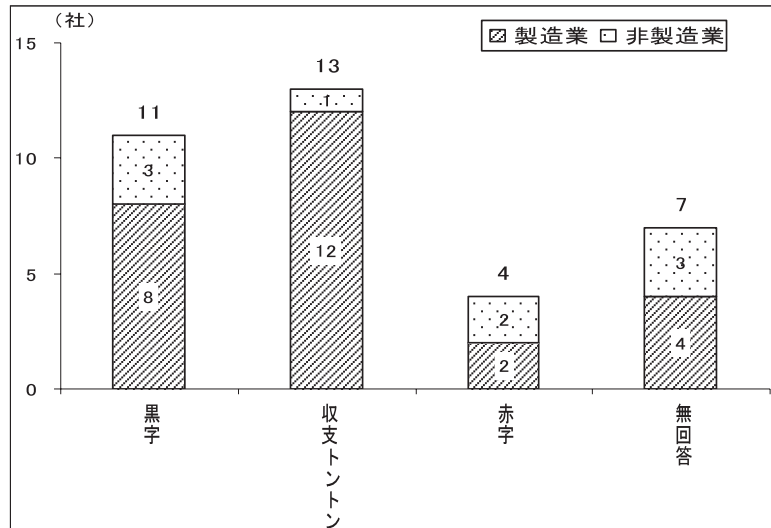
中国拠点の採算状況について、「収支トントン」と答えた企業は13社、「黒字」が11社、「赤字」が4社となり、採算面では黒字企業の回答数が赤字企業の回答数を上回った。業種別でみると、製造業では、「収支トントン」（12社）が最も多かったが、「黒字」は8社で「赤字」の2社を上回った。非製造業では、「黒字」が3社であったが、「赤字」も2社あった（図12）。

図11 進出前の予想売上計画との比較（有効回答数：24社）



出所：表4に同じ。

図12 中国拠点の採算状況（有効回答数：28社）



出所：表4に同じ。

3-7. 中国で事業を行う上での満足な点、不満な点

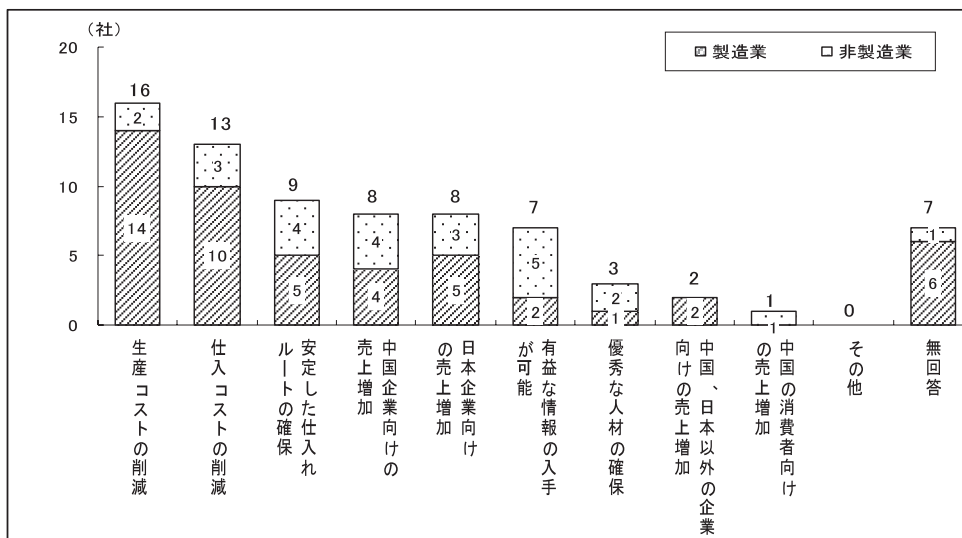
中国で事業を行う上で満足な点を尋ねたところ、「生産コストの削減」が16社で最も多く、有効回答数の約6割を占めた。次いで「仕入コストの削減」（13社）が続き、コスト削減に関する項目が上位を占めた。以下「安定した仕入れルートの確保」（9社）、「中国企業向けの売上増加」、「中国企業向けの売上増加」が共に8社で、「有益な情報の入手が可能」（7社）などが続いた。なお、「中国企業向けの売上増加」が6社に対し、「中国の消費者向けの売上増加」は1社（サービス業）にとどまっている。業種別にみると、製造業では「生産コストの削減」、「仕入コストの削減」とコスト削減の項目が多かったが、非製造業では「有益な情報の入手」や「安定した仕入れルートの確保」、「中国企業向

けの売上増加」などの回答が多かった（図13）。

中国で事業を行う上で不満な点について、「賃金水準の上昇」が17社で最も多く、以下「各種規制（外貨・工業規格等）」が13社、「税法・納税関連に不満」、「通関・貿易手続きが煩雑」がそれぞれ12社、「政情・治安への不安」、「法律の運用面に不満」がそれぞれ11社で続いた。ストライキの発生や中国政府による最低賃金の引き上げなどにより、県内企業にとって中国でビジネスを行ううえで「賃金水準の上昇」は大きなリスクとなりつつある。また、上位項目では、中央政府や現地政府に対する不満点が多く挙げられた（図14）。

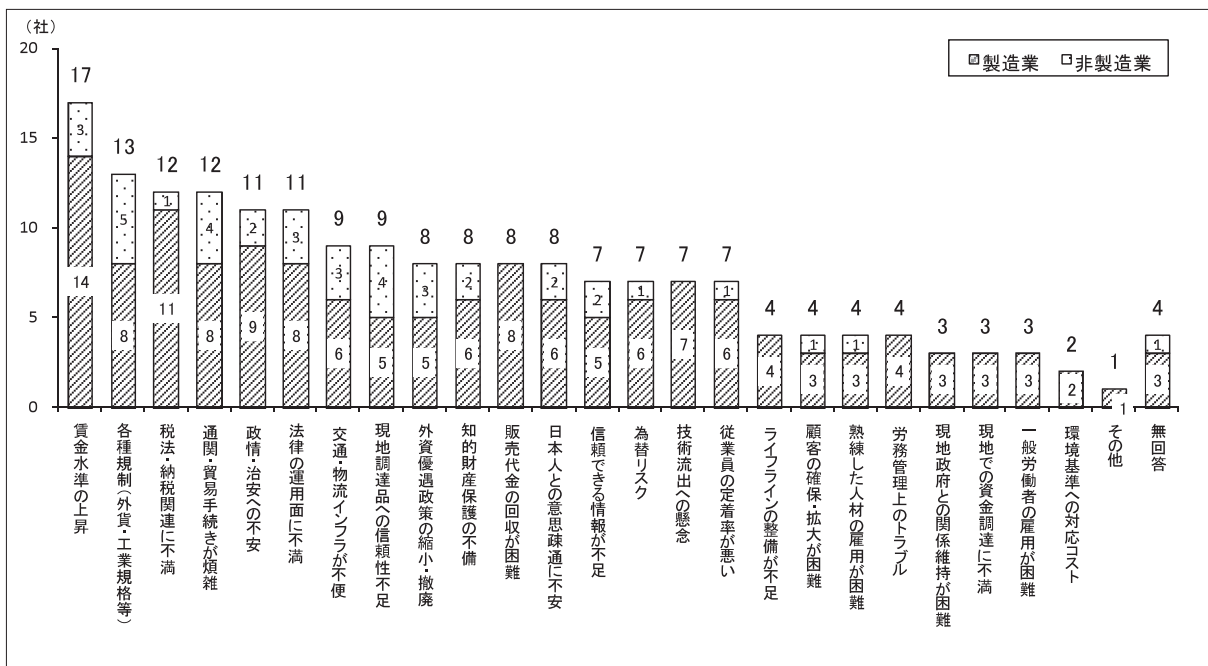
中国進出に対する総合的な満足度について（有効回答数：35社）、「満足」と「やや満足」が合計14社となり、全体の4割を占めた。「どちらとも言えない」が10社で、3割近く占めた。「やや不満」と「不満」が合計11社となり、全体の3割強であった。中国進出に対する満足度には企業間でのばらつきがみられる。業種別にみると、製造業では、「満足」2社に対して「不満」2社、「やや満足」8社に対して「やや不満」8社と、満足、不満が拮抗している。非製造業では、「どちらとも言えない」が4社で最も多かったものの、「満足」3社、「やや満足」1社に対し、「やや

図13 中国で事業を行う上での満足な点（複数回答、有効回答数：28社）



出所：表4に同じ。

図14 中国で事業を行う上での不満な点（複数回答、有効回答数：31社）



出所：表4に同じ。

不満」1社、「不満」0社と、不満を感じている企業は少なかった。

将来の売上高に占める中国拠点の割合の予想について、「現状より上昇する」が16社、「現状なみ」が10社、「現状より低下する」が5社であった。回答企業35社の半数近くが現在よりも上昇すると回答しており、中国拠点での生産割合は今後ますます高まるとみられる。業種別にみると、製造業では「現状より上昇する」が12社、「現状並み」が9社、「現状より低下する」が3社であった。非製造業では「現状より上昇する」が4社、「現状並み」が1社、「現状より低下する」が2社であった。

むすびにかえて

本稿（上）は地方企業の対中進出の状況を把握するために、首都圏以外の地域に本社を置く地方企業を対象に、新潟県の事例を通じて検討した。県内企業の対中進出の関連データとアンケート調査の結果を整理し、中国展開の動向と中国拠点の経営状況を明らかにした。

1998年から2010年にかけて、新潟県内企業の海外進出社数は横ばいに推移したが、進出件数は125件から166件に増加したため、1社あたりの平均進出件数が増えた。中国進出件数は1998年の60件から2010年の92件に増加し、海外進出件数に占める割合は48.0%から55.4%に拡大した。しかし、2007年から中国のシェアは依然として圧倒的に大きいものの、減少傾向に転じて、アメリカとアセアン4カ国のシェアが上昇した。中国国内の地域別進出状況をみると、上海市への進出件数は2010年度で21件と最も多く、以下遼寧省14件、江蘇省12件が続いた。南部沿海地域、東部沿海地域、北部沿海地域への進出件数が増加しているが、東北地域と内陸地域への進出件数は減少している。

アンケート調査では、県内企業の中国進出の動向は世界経済の動きと中国国内の政策変化に関連している。中国に1拠点を持っている企業は回答社数の約8割を占めたが、2拠点以上の企業は少なかった。中国拠点の役割について「生産拠点」と回答した企業は全体の6割を占め、市場というより生産基地として中国を捉えている県内企業が多い。中国拠点の資金調達は主に日本国内の本社・親会社に依存しており、現地の日系金融機関や中国の金融機関を利用する県内企業は少ない。原材料・部品調達は付加価値の高い原材料や部品を日本から輸入し、その他の資材を現地から調達している企業が多い。取り扱う商品・サービスの

ターゲットは「日本への輸出」と答えた企業が7割を超え、販売先として日本国内の市場に大きく依存している。現地の中国企業による厳しい価格競争を受けているが、約7割の企業は売上について「ほぼ計画通り」または「計画を上回る」と回答し、採算面でも黒字企業の回答数が赤字企業の回答数を上回った。中国で事業を行う満足な点として「生産コストの削減」、「仕入れコストの削減」、「安定した仕入れルートの確保」がもっとも多く挙げられ、不満な点として「賃金水準の上昇」、「各種規制（外貨・工業規格等）」、「税法・納税関連に不満」が多かった。

本稿（下）は県内企業の中国進出の実態と課題に焦点を当て、企業進出に大きな影響を与える満足・不満足要因を詳細に分析する。県内企業に対して実施したヒアリング調査の結果を踏まえ、進出の決定要因、現地の体制、労務管理、現地政府への対応、中国国内市場への取り組み状況、リスク対応、今後の事業展開などの面から具体的に検討する。また、新潟県内企業の対中進出の動きと全国レベルの動きと比較し、新潟の事例検討を通じて地方企業の中国進出の特徴を分析し、その課題と対策を検討していきたい。

参考文献

- 葛西大樹・池田均「北海道企業の海外進出:中国進出の農水産加工企業を事例に」、『季刊北海学園大学経済論集』52(1)、2004年6月30日、pp.127-150
- 公益財団法人環日本海経済研究所（ERINA）「中国東北と新潟県の産業連携と相互地域発展」、2011年1月、pp.31-76
- 大城肇「創造的中小企業と海外直接投資－地方企業の海外展開方策－」、『琉球大学経済研究』(52)、1996年9月、pp.263-286
- 中小企業金融公庫総合研究所「中国に進出している中小企業における取引慣行上の問題点と対策」、『調査レポート』No.60、2005年3月25日、pp.1-7
- 日本貿易振興機構（ジェトロ）海外調査部「平成22年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」、2011年3月、pp.2-12
- 穆堯芋「中国における産業国際競争力の変化について」、『北東アジア地域研究』、北東アジア学会、2010年10月、pp.33-45
- 黄嘉妮「友好姉妹都市交流の活用は対中投資の追い風となるか－日系地方企業の中国内陸部進出の可能性－」、『中国経済』、日本貿易振興機構（ジェトロ）、2010(1)、pp.2-9

(資料) アンケート調査票
環日本海経済研究所

県内企業の中国進出に関する
アンケート調査

貴社の概要についておたずねします。(担当者名・所属及び役職名は、記載内容の確認の連絡に限り使用します)

(貴社名)	(記入担当者名) ※		
(住所) 〒 - (TEL) - -	(所属及び役職名) ※		
(資本金) 億 百万円	(従業員数) ※臨時等含む 人 (※うち常時雇 人)		
(業種) 該当する業種番号 (複数業種の場合は最も売上高の割合の高いもの) に○を付けて下さい。			
【 製 造 業 】	1. 食品・たばこ	2. 繊維製品・衣服	3. 木材・木製品 (含む家具)
4. パルプ・紙製品	5. 窯業・土石	6. 化学	7. 石油・石炭製品
8. 鉄鋼	9. 非鉄金属	10. 金属製品	11. 一般機械
12. 電気機械	13. 輸送機械	14. 精密機械	15. その他製造業
【 非 製 造 業 】	16. 建設業	17. 情報通信業	18. 運輸業
19. 卸売業	20. 小売業	21. サービス業	22. その他非製造業

(中国の拠点) ※事務所、営業所等を含め、全ての拠点を記入して下さい

進出している中国の都市 進出時期	従業員数 ※臨時等含む	資本金 (自社持分 ※合併の場合)	進出形態 (1つに○を付けて下さい)
省 市 西暦 年 月	人	元・ドル (%)	独資・合併・事務所・営業所・支店 ・その他 ()
省 市 西暦 年 月	人	元・ドル (%)	独資・合併・事務所・営業所・支店 ・その他 ()
省 市 西暦 年 月	人	元・ドル (%)	独資・合併・事務所・営業所・支店 ・その他 ()
省 市 西暦 年 月	人	元・ドル (%)	独資・合併・事務所・営業所・支店 ・その他 ()

◆ 回答方法: 指示に従って該当の番号に○を付けるか、記入して下さい。

Q 1. 中国拠点に関する資金はどこから調達しましたか? [複数回答: 該当するもの全て]

進出時の 初期投資	1.	中国の金融機関	2.	現地の日系金融機関	3.	外資系金融機関
	4.	本社・親会社	5.	その他 (具体的に)		
設備等の 追加投資	1.	中国の金融機関	2.	現地の日系金融機関	3.	外資系金融機関
	4.	本社・親会社	5.	その他 (具体的に)		
経常的な 運転資金	1.	中国の金融機関	2.	現地の日系金融機関	3.	外資系金融機関
	4.	本社・親会社	5.	その他 (具体的に)		

Q 2. 貴社の中国拠点の役割は何ですか？ [複数回答：該当するもの全て]

1.	生産拠点	2.	営業・販売拠点	3.	研究開発拠点
4.	情報収集拠点	5.	物流拠点	6.	仕入拠点
7.	その他（具体的に： _____）				

Q 3. 【生産拠点をお持ちの企業のみお答え下さい】 貴社の中国拠点は製品をどこへ出荷・納品していますか？

[複数回答：該当するもの全て] ▶それ以外の方はQ4へお進み下さい。

1.	現地の中国企業へ	2.	現地の日系企業へ	3.	現地の日本・中国以外の企業へ
4.	日本へ輸出	5.	日本以外へ輸出		
6.	その他（具体的に： _____）				

Q 4. 貴社の中国拠点が扱っている商品・サービスがターゲットとしている市場・顧客はどのような人や企業ですか？ [複数回答：該当するもの全て]

1.	現地（中国）の富裕層	2.	現地（中国）の一般消費者	3.	日本の消費者
4.	中国・日本以外の消費者	5.	現地の中国企業	6.	現地の日系企業
7.	現地の中国・日本以外の企業	8.	日本企業（輸出）	9.	中国・日本以外の企業（輸出）
10.	その他（具体的に： _____）				

Q 5. 貴社の中国拠点の競合相手となるのはどのような企業ですか？

[複数回答：該当するもの全て]

1.	現地の中国企業	2.	現地の日系企業	3.	日本国内の企業	4.	アジアの企業
5.	欧米の企業	6.	その他（具体的に： _____）				

Q 6. 貴社の中国拠点はどこから仕入や原材料調達を行っていますか？

[複数回答：該当するもの全て]

1.	現地の中国企業	2.	現地の日系企業	3.	現地のアジア系企業
4.	現地の欧米系企業	5.	日本から輸入	6.	日本以外の国から輸入
7.	その他（具体的に： _____）				

Q 7. 貴社の中国拠点の売上状況についてお尋ねします。[各1つ選択]

※3年前との比較は、3年以上前に中国へ進出していた企業のみご回答下さい。

3年前と比べ	1.	増加した	2.	ほぼ変わらない	3.	減少した
進出前の予想計画と比べ	1.	計画を上回る	2.	ほぼ計画通り	3.	計画を下回る

Q 8. 貴社の中国拠点の採算状況についてお尋ねします。[各1つ選択]

現在の採算状況	1.	黒字	2.	収支トントン	3.	赤字
進出前の予想計画と比べ	1.	計画を上回る	2.	ほぼ計画通り	3.	計画を下回る

Q 9. 貴社の売上高に占める中国拠点の割合は現在どれくらいですか？ [1つ選択]

1.	5%未満	2.	5%～15%未満	3.	15%～25%未満	4.	25%～35%未満
5.	35%～50%未満	6.	50%～75%未満	7.	75%以上		

Q10. 貴社の売上高に占める中国拠点の割合は将来どうなる見通しですか？ [1つ選択]

1.	現状より上昇する	2.	現状並み	3.	現状より低下する
----	----------	----	------	----	----------

Q11. 総合的に判断して中国進出に満足していますか？ [1つ選択]

1.	満足	2.	やや満足	3.	どちらとも言えない	4.	やや不満	5.	不満
----	----	----	------	----	-----------	----	------	----	----

Q12. 中国で事業を行う上で満足している点は何ですか？ [複数回答：該当するもの全て]

1.	生産コストの削減	2.	仕入コストの削減	3.	安定した仕入ルート確保
4.	中国の消費者向けの売上増加	5.	中国企業向けの売上増加	6.	日本企業向けの売上増加
7.	中国、日本以外の企業向けの売上増加	8.	優秀な人材の確保		
9.	有益な情報の入手が可能	10.	その他（具体的に： ）		

Q13. 中国で事業を行う上での不満な点は何ですか？ [複数回答：該当するもの全て]

1.	信頼できる情報が不足	2.	政情・治安への不安	3.	交通・物流インフラが不便
4.	ライフラインの整備が不足	5.	各種規制（外貨・工業規格等）	6.	現地政府との関係維持が困難
7.	外資優遇政策の縮小・撤廃	8.	法律の運用面に不満	9.	税法・納税関連に不満
10.	知的財産保護の不備	11.	環境基準への対応コスト	12.	為替リスク
13.	現地での資金調達に不満	14.	現地調達品への信頼性不足	15.	技術流出への懸念
16.	顧客の確保・拡大が困難	17.	販売代金の回収が困難	18.	通関・貿易手続きが煩雑
19.	賃金水準の上昇	20.	一般労働者の雇用が困難	21.	熟練した人材の雇用が困難
22.	従業員の定着率が悪い	23.	日本人との意思疎通に不安	24.	労務管理上のトラブル
25.	その他（具体的に： ）				

Q14. 将来における中国の拠点の数はどうなる見通しですか？ [1つ選択]

1.	増加	2.	不変	3.	減少	4.	撤退
----	----	----	----	----	----	----	----

Q15. 今後進出先として注目している都市や地域がございましたら、具体的にご記入下さい。

中国国内		中国以外	
------	--	------	--

Q16. 現在困っていること、行政への要望等をご自由に記入して下さい。

--

ご多忙のところ、アンケートにご協力頂き、誠にありがとうございました。本調査票は、返信用封筒に入れて、7月2日（金）までにご返送下さいますようお願い申し上げます。

The Actual Situation and Challenges for Expansion into China for Local Regional Firms: (Part One) The Niigata Prefecture Case Example

MU, Yaoqian

Research Fellow, Business Support Division and Research Division, ERINA

Summary

A great number of studies have been carried out centered around the expansion of the overseas operations of Japanese firms—including the "Survey on Overseas Business Activities" of the Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) and the "Survey on International Operations of Japanese Firms" of the Japan External Trade Organization (JETRO)—and analyses and research outcomes based on them also abound. In particular, detailed surveys have been carried out on expansion into China—which has been sustaining remarkable economic growth in recent years—and they have contributed greatly to the decision making of Japanese firms and the formulation of support measures by government and institutions. These surveys, however, taking firms throughout Japan as their subject, have identified the movement at the national-average level, but are not surveys that have specified regional firms which have their headquarters in the regions. The important thing—through specializing on regional firms which support regional economies and elucidating the actual situation and challenges for expansion into China—is to offer up commensurate resolution and support measures. In addition, it goes without saying that such analysis and policy proposals hold great meaning for local authorities and regional bodies supporting economies.

This paper, raising the case example of Niigata Prefecture, elucidates the actual situation of expansion into China for firms that have their headquarters in the region, and investigates the challenges and solutions thereof. Specifically: 1) along with organizing the macrodata on expansion into China by firms within Niigata Prefecture, and identifying the overall picture for expansion into China, I analyze the current situation for expansion into China obtained by means of a questionnaire survey; 2) I elucidate in detail and specifically the actual situation and challenges for expansion into China by means of fact-finding investigation; and 3) comparing the trends for expansion into China by firms within Niigata Prefecture with the trends for the country as a whole and analyzing the characteristic features of and challenges for regional firms in their expansion into China, I examine the commensurate solutions.

In this edition I address the initial challenges. First, defining the conceptual categories of regional firms, I elucidate their characteristic features and the key roles that they play in the regional economy. I overview also the support measures of local authorities and bodies for the overseas expansion of regional firms. Next, based on Niigata Prefecture's "Survey on the State of Niigata Prefecture's Imports and Exports and the State of Overseas Expansion", I organize the macrodata on expansion into China by firms within the prefecture from 1995 to 2009, examine such things as the number of expanding firms, the number of instances of expansion, the state of expansion broken down by country, and the changes in region of expansion within China, and ascertain the trends for expansion into China through time. Lastly, based on the results of a questionnaire conducted on firms within the prefecture, I carry out analysis of the management aspects—including the form of the expansion of the expanding firms, the procurement of raw materials, competitors, the procurement of funding, the state of sales and profits, and satisfactory and unsatisfactory matters—and explore the actual situation of expansion into China by firms within the prefecture.

[Translated by ERINA]