

## 拡大する中国の東北市場と日本企業の販路開拓

ACROSS JAPAN 株式会社 及川 英明

### <私の中国東北地域とのかかわり>

- 1986年 日本国際貿易促進協会入社から中国ビジネス 25年
  - ・・・撤退を前提に（最大リスクを明確にしておきながら）事業展開
- 2003年 小島衣料 湖北工場の再建
- 2003年 東北振興策・・・胡錦濤政権の重点開発
- 2005年4月 小島衣料琿春進出
- 2007年 琿春通海国際貨運代理有限公司設立
- 2008年 ACROSS JAPAN 株式会社設立
- 2009年8月 「中国図們江地域協力開発計画要綱」 国務院承認
- 2010年 瀋陽北東アジア市場開拓センター設立
- 2010年9月 図們—琿春高速道路（琿烏高速）開通



<中国東北地域の概況・・・遼寧省・吉林省・黒龍江省>

面積：78.9万km<sup>2</sup>（日本の2倍、新潟県の63倍）…新潟県1.2583万km<sup>2</sup>、群馬県0.6363万km<sup>2</sup>

人口：1.1億人

GDP；50兆円（愛知県、大阪府並み）

**遼寧省の概要**

	面積 (km <sup>2</sup> )	人口 (万人)	非農業人 口(万人)	世帯数 (万)	平均月給 (元)	GDP(億元)(成 長率)	社会小売品 販売総額	一人年可 処分所得
遼寧省	14.8万	4,319	2,606	1,473	2,592	18,278(14.1)	6,810億元	17,713 元
瀋陽市	1.288 万	786	464	248	3,161	5,017(14.1)	2,066億元	20,541 元
大連市	1.257 万	617	364	206	3,231	5,158(15.2)	1,640億元	21,293 元

人口、非農業人口、世帯数、平均月額給与は2009年、その他は2010年 遼寧統計年鑑より

中国経済成長 % (2010年)

**吉林省の概要**

	面積 (km <sup>2</sup> )	人口 (万人)	非農業人 口(万人)	世帯数 (万)	平均月給 (元)	GDP(億元) (成長率)	社会小売品 販売総額	一人年可 処分所得
吉林省	18.7万	2,740	1,227	908	2,186	8,577(13.7)	3,501億元	15,411 元
長春市	2.1万	757	334	244	2,537	2,849(11.2)	1,089億元	16,072 元
延辺州	4.3万	218	145		*2,053	545(17.2)	258億元	14,769 元

人口、非農業人口、世帯数、平均月額給与は2009年、その他は2010年 吉林統計年鑑より

延辺朝鮮族自治州の平均月給は延吉市2009年。琿春は2,129元(同)、敦化市は1,716元(同)。

**黒龍江省の概要**

	面積 (km <sup>2</sup> )	人口 (万人)	非農業人 口(万人)	世帯数 (万)	平均月給 (元)	GDP(億元)(成 長率)	社会小売品 販売総額	一人年可 処分所得
黒龍江省	45.4万	3,826	2,123	—	2,211	10,235(12.6)	4,003億元	13,857 元
ハル ビン市	5.4万	992	477	—	2,438	3,666(14.0)	1,770億元	17,557 元

人口、非農業人口、世帯数、平均月額給与は2009年、その他は2010年 黒龍江統計年鑑より

## <なぜいま中国市場か？ なぜいま中国東北市場か？>

### 世界の工場から世界の市場へ

- ・工場労働者不足→労働賃金の高騰→海外（輸出）市場の収縮
  - ・人民元高圧力 生産性向上圧力
  - ・産業構造の調整（消費はGDPの3割）と失業対策などで第3次産業での雇用拡大
  - ・市場の特性：消費の主力が「80後」（一人っ子世代）、「90後」（ポスト一人っ子）世代へ  
高齢化社会への突入 →安心、安全、癒しへの希求
- 世界でもっとも活気ある消費市場が成長中
- ・中央政府の内需拡大政策 均衡ある発展へ（調和の取れた和偕社会の実現）
  - ・・・・2020年までに都市と農村の格差解消（06年党中央委員会全体会議）
- （そして）中国市場のための「中国の工場」へ

### 中国内での東北の位置づけの変化

- ・東北振興策（2003年）
- ・「3+1経済」・・・「京三角経済圏」「長江三角州経済圏」「珠江三角州経済圏」に、東北地区が新経済圏に
- ・瀋陽経済区（国家級総合改革実験区）、図們江開発（長吉図先導区）PJ、遼寧沿海経済帯発展計画（5線1点PJ）、ハルビン-大慶-チチハル工業回廊
- ・国内生産拠点としての比較優位性
- ・安定した地元労働力・・・農村の過剰労働力、比較的安価な賃金
- ・瀋陽：東北地方の物資集積基地（2012年まで東北の物流拠点）を扇の要に吉林省、黒龍江省へ

### 東北市場の特徴

人柄・・・義理人情に厚い、人間関係を重視。父母を大切にす。世間知らず。商業に疎い。

気候・・・プラス35度～マイナス35度、10月中旬～4月中旬の半年間が暖房供給期

対日感情・・・複雑な歴史認識 愛国教育と親族の実体験、現在も残る施設

衣・・・1年の寒暖差が大きく、多様な衣料品を必要としている。

食・・・主食は米、餃子、饅頭 日本に類似

住・・・寒冷地対応、床暖房 日本の北海道・東北・北陸地方に類似

- ・超大型都市：瀋陽（遼寧）（北緯41度48分）
- ・中心型都市：長春（吉林）、大連（遼寧）、ハルビン（黒龍江）
- ・地方分散型都市：チチハル（黒）、大慶（同）、鞍山（遼）、營口（同）、撫順（同）、本溪（同）、遼陽（同）、吉林（吉）、延吉（同）
- ・大衆消費品や家電、自動車は、地方都市・農村部で需要増  
家電の「以旧換新」 2011年末まで延長、東北3省も2010年から対象地域に

- ・遅れた消費市場・・・ライバルが少ない、進出コストが安い  
例：瀋陽 ウォールマート、カリフォル、伊勢丹（東北1号店）、ユニクロ 無印良品  
味千ラーメン・・・68年熊本創業、96年香港進出、98年深せん1号店、99年上海進出・・・東北は遼寧のみ  
イケア中国第8号店（2010年5月OPEN）、ヤマダ電機中国1号店（2010年12月OPEN）
- ・市場ニーズ・・・品質、デザイン、安全性

## 周辺国の経済成長

- （北朝鮮）・・・羅先経済特区（2011年）
  - ・第1回羅津商品展示会・投資フォーラム（8月22日—25日）
- （ロシア）・・・極東ザバイカル社会経済発展計画（2007年）
  - ・2012年 APEC ウラジオストク会議

## ＜市場開拓の手法＞

### 進出形態：

投資コスト・リスクが小さい順・・・コミットメントを強く受けるが軌道修正しやすい

- ・販売拠点作り・・・代理店、自社展開  
関係者・・・輸出商社、輸入商社、管理組織、輸送会社、保管倉庫会社など
- ・現地生産販売・・・独資・合弁・合作企業、技術提供
- ・現地企業買収など

プラス インターネット販売、直販

→現地人材を育成して将来は現地生産？

### 販売までの経費：

製品／仕入れ原価、輸出資料作成費、国内輸送費、輸出諸経費、海上運賃、輸入関税、輸入増地税、消費税（一部）、検査費、貿易／販売コミッション、中国内輸送費、在庫管理費、破損／紛失コスト、代金回収までの金利、為替差益／差損

### 売れ筋商品：

- 売れるもの
- 売れるかどうかわからないもの
- 売れないもの

KEY WORD・・・健康／医薬、美容、高齢化、介護、自動車サービス、  
 「小皇帝／小公主（子供用品）」、「80 後」、「90 後」、「月光族」、  
 贈答文化、寒冷地用品／建材、レジャー用品、農業関連、（環境関連）

日本の強み・・・崩れかけた「安心・安全・ヘルシー」神話。  
 サービス、人、技術、ソフトウェア  
 瀋陽ヤマダ電機・・・即日配送、アフターサービス

**消費財の販路開拓で遭遇する問題；**

- ・ ターゲット顧客と価格帯の設定、マーケティング、市場規模、競合商品の動向
- ・ 商品改良（パッケージデザイン、仕様、賞味期間、現地梱包）
- ・ 法律対応
- ・ 取引先との信頼構築
- ・ 取引形態（貿易決済、本仕入れ／売上仕入れ、コミッション、代金回収など）
- ・ 集客リスク
- ・ 現場へのコミットメント

**<福島原発事故による日本製品輸入規制>**

対象地域	品目	規制内容	備考
福島県、群馬県、栃木県、茨城県、宮城県、新潟県、長野県、埼玉県、東京都、千葉県（10都県）	すべての食品、飼料	輸入停止	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日本産食品の海外輸出業者または代理業者は、登録が必要</li> <li>・ 日本産食品の中国輸入業者に対し、輸入及び販売記録制度の導入</li> </ul>
10都県以外	野菜及びその製品、乳及び乳製品、茶葉及びその製品、果物及びその製品、薬用植物産品	政府作成の放射性物質の検査証明書及び産地証明書（産出県）を要求	
	水産物	上記に加えて中国輸入業者に産地・輸送経路を記した検疫許可申請を要求	
	その他の食品・飼料	政府作成の産地証明書（産出県）を要求	

3月11日以降に生産、加工された食品及び飼料に関しては、震災の影響を強く受けたと判断。輸入側でサンプル検査を実施。

<いま、私たちが取り組むべきこと>

- ・ あたらしいかたち・・・目先の対応と長期的視野・・・新しい日中関係
- ・ 中国との適正な距離感
- ・ 消費者利益優先の日本的考え
- ・ 放射能汚染への対応・・・「不思議の国」から「身近な国」へ
- ・ 中国市場傾斜政策
- ・ 中国バイヤーの招へい
- ・ 新潟東港での荷捌きの迅速化
- ・ 新潟から日本の生産地、消費地までの輸送  
などなど、

(資料)

第5回 中国（瀋陽）輸出入商品博覧会へ出展する日本企業（7月6日現在）

日本野原産業株式会社（建築建材）（8ブース）、SK化研（四国化研）（4ブース）、伊藤忠商事（1ブース）、积水房屋（積水ハウス）（10ブース）、日本アジア投資公司（10ブース）、不二越（工作機械）（6ブース）、鹿島建設、骊信集団（INAX 和 LIXIL）、新潟県、富山県、昭和電器、幸伸株式会社、北九州商品中心、阿基里斯（アキレス）、新科壁紙（sinco）、三知半導体（Trigence Semiconductor, Inc.）、邦民快易貸（プロミス）、HML株式会社、VERDA株式会社、北海道（札幌企業団）、ニチハ株式会社、シーアイ化成株式会社、快住環境工程有限公司（日本本社は3社：協立エアテック株式会社、東邦レオ株式会社、株式会社アクア）ほか



長春・瀋陽・ハルビンで高所得層を取り込む卓展購物センター