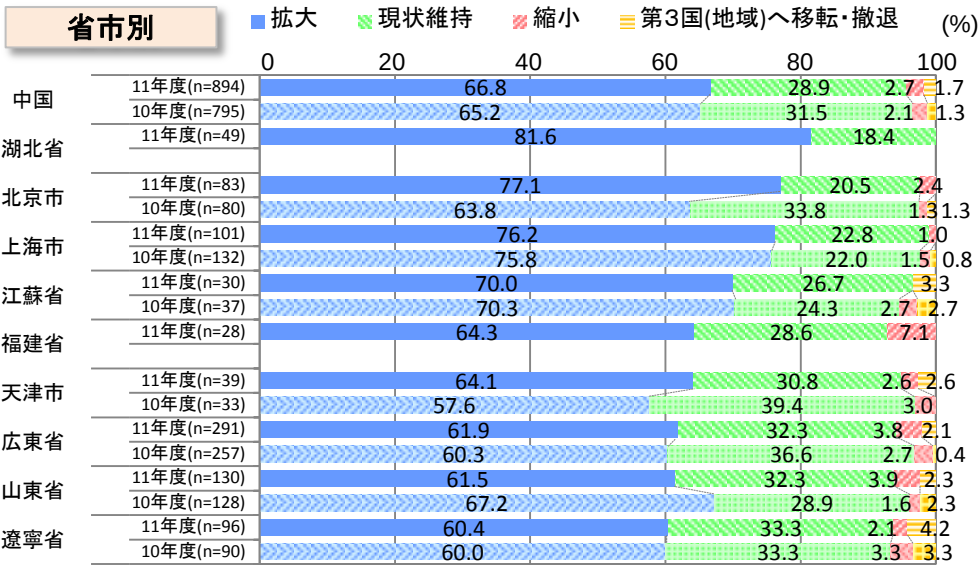


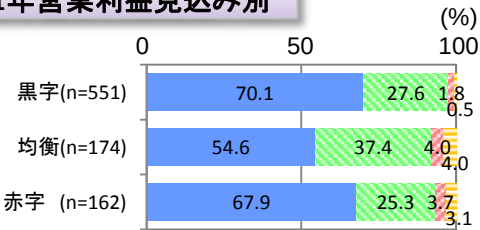
2. 今後の事業展開(1)

今後1～2年の事業展開の方向性(中国 省市別)

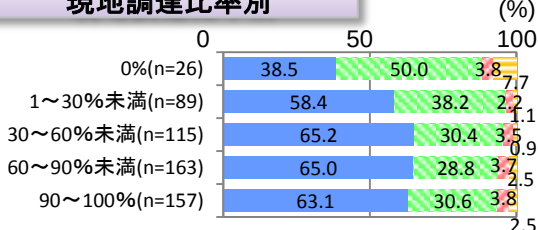


- 今後1～2年の事業展開の方向性をみると、「拡大」と回答した企業の割合は66.8%と、10年度調査結果(65.2%)と同様に6割を超えた。省市別では、湖北省が81.6%と特に高かった。
- 現地調達比率との関係では、現地調達比率が高い企業ほど、事業拡大を志向する企業の割合が高い傾向がみられる。
- 設立年との関係では、設立後の経過年数が短い程事業拡大を志向する企業の割合が高い。
- 売上に占める輸出比率との関係では、輸出比率の低い(国内販売比率の高い)企業ほど、事業拡大を志向する企業の割合が高い傾向。

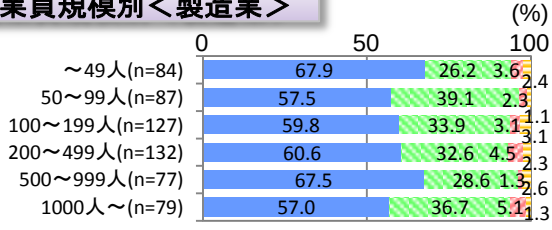
2011年営業利益見込み別



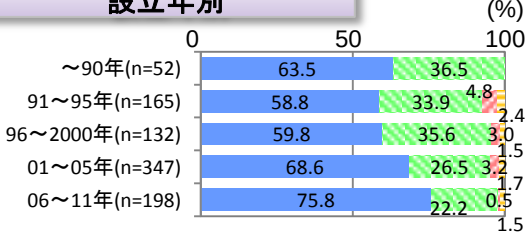
現地調達比率別



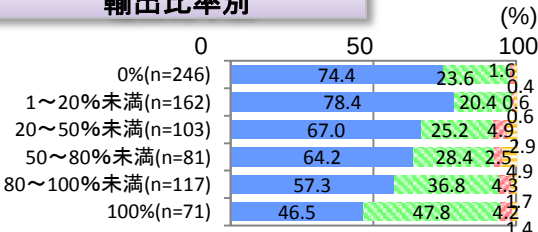
従業員規模別<製造業>



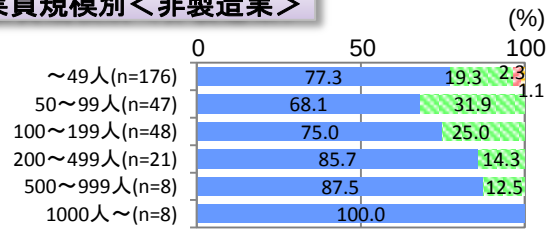
設立年別



輸出比率別



従業員規模別<非製造業>

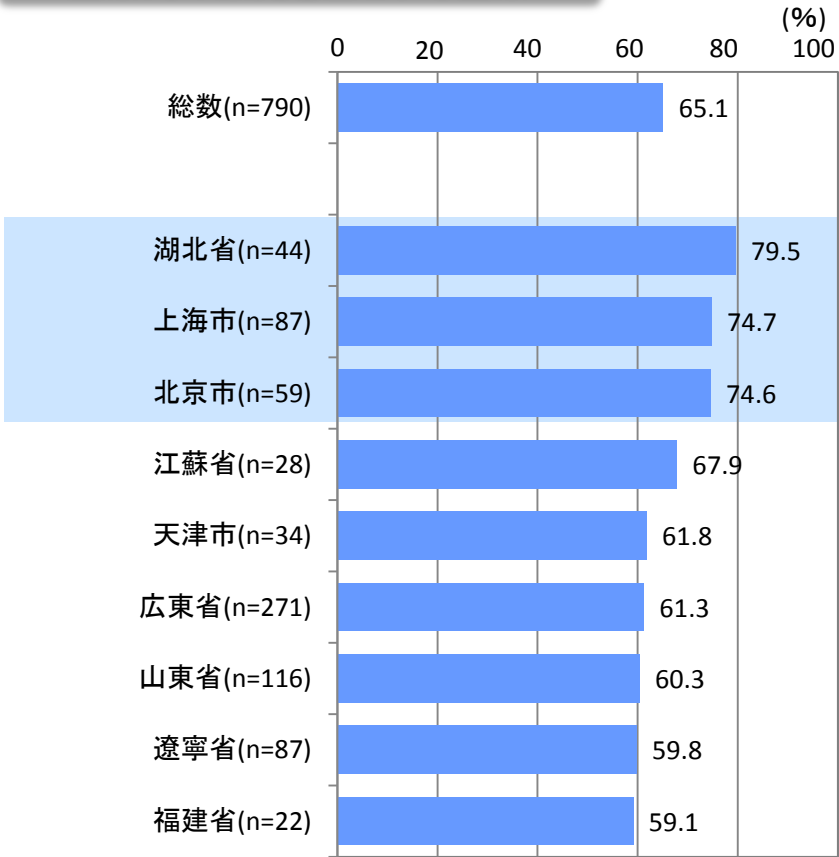


2. 今後の事業展開(2)

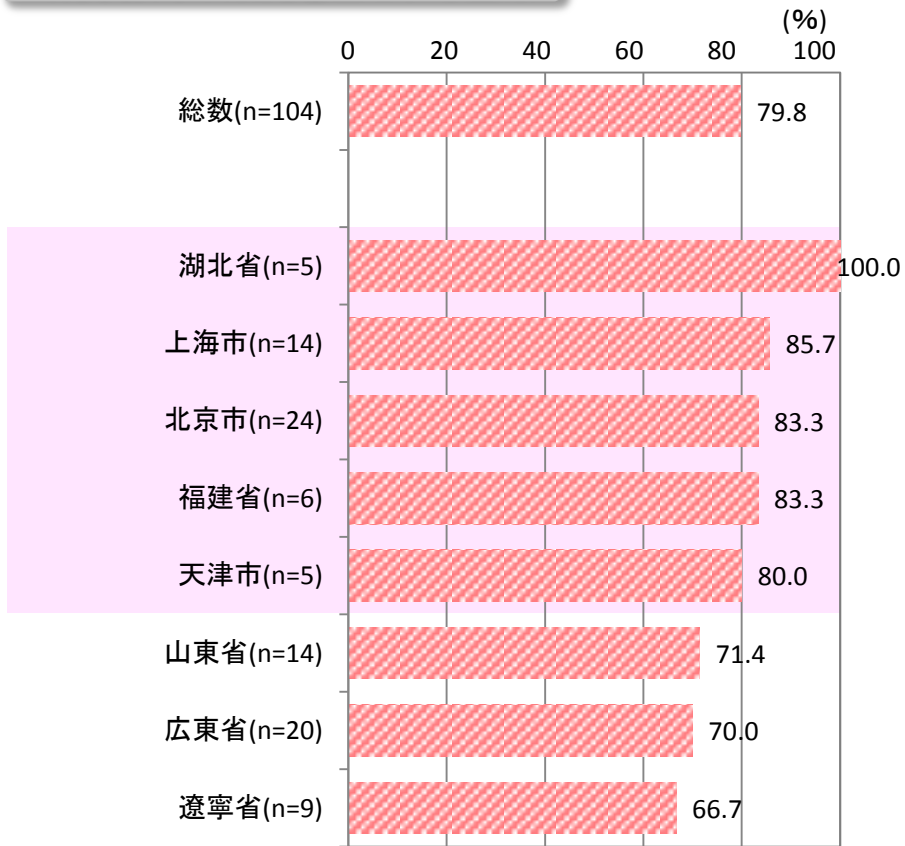
今後1～2年で事業を「拡大する」とする比率(業態別 中国 省市別)

※ n=5以上の省市のみ記載

企業向け販売を主とする企業



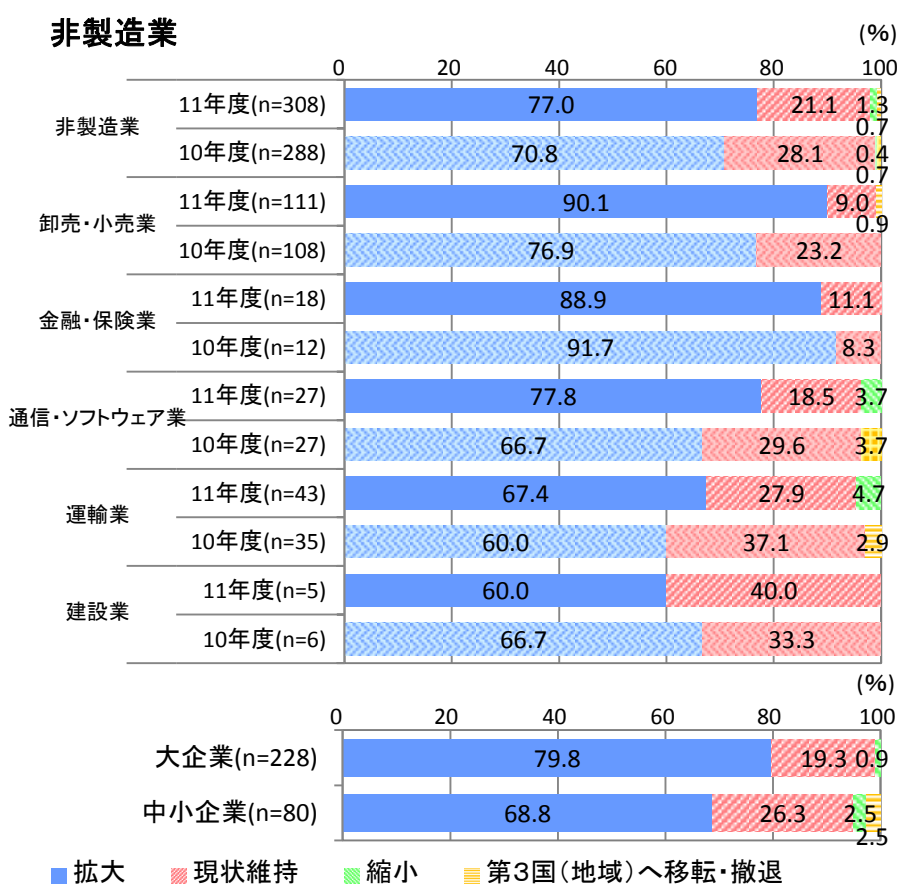
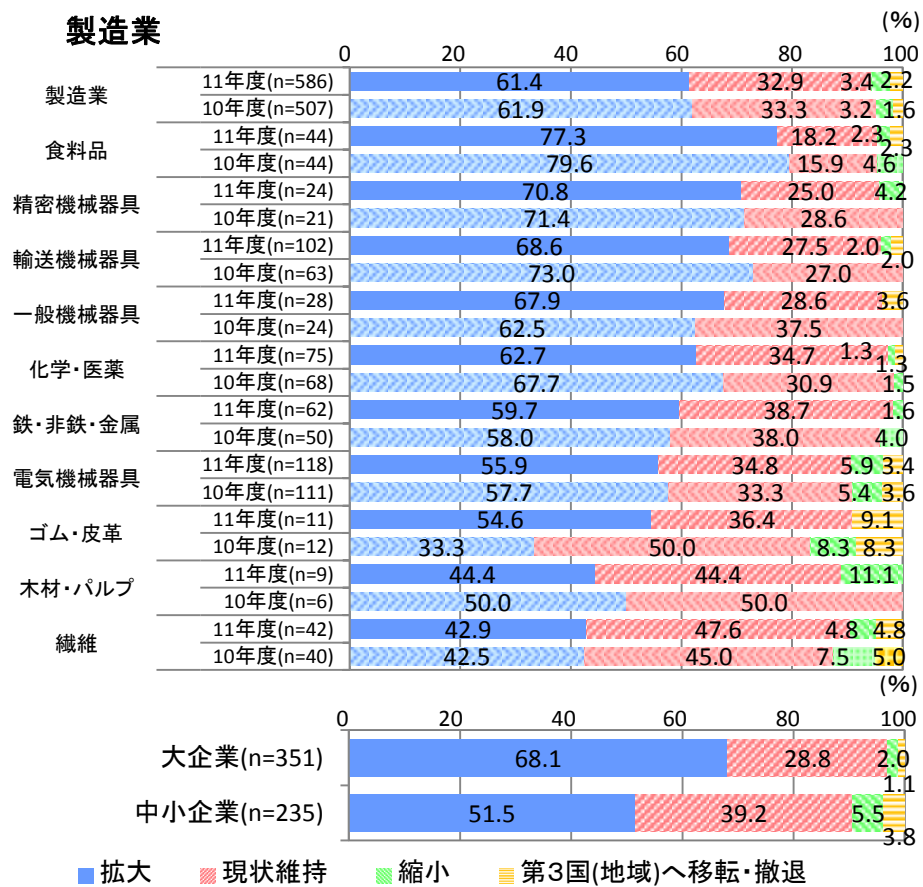
消費者向け販売を主とする企業



- 主な販売先別(企業向け/消費者向け)で事業拡大傾向をみると、消費者向け販売(B to C)を主とする企業では、「拡大」と回答した割合が79.8%と、企業向け販売(B to B)を主とする企業(65.1%)を上回った。
- 省市別にみると、企業向けでは、湖北省、上海市、北京市で「拡大」の割合が7割を超えた。他方、消費者向けでは、湖北省、上海市、北京市、福建省、天津市で、「拡大」の割合が8割を超えた。

2. 今後の事業展開(3)

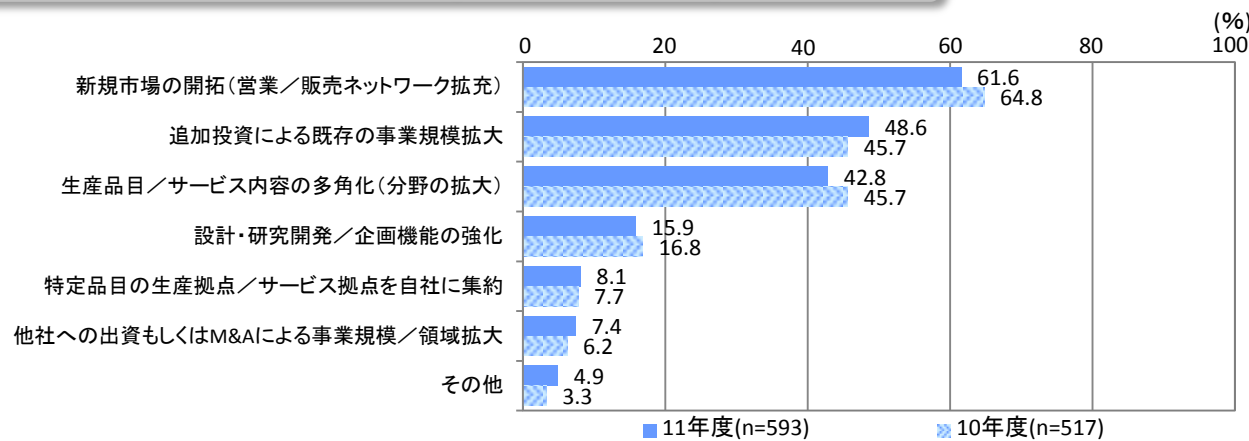
今後1～2年の事業展開の方向性(中国 業種別)



- 業種別に事業拡大を志向する企業の割合をみると、非製造業(77.0%)が製造業(61.4%)を上回る。
- 業種別で「拡大」の割合が高いのは、製造業では、食料品(77.3%)、精密機械器具(70.8%)、輸送機械器具(68.6%)、非製造業では、卸売・小売業(90.1%)、金融・保険業(88.9%)など。10年度調査との比較では、ゴム・皮革、卸売・小売業で10ポイント以上、「拡大」を志向する企業の割合が増加している。
- 企業規模別にみると、製造業、非製造業とも大企業の事業拡大志向は中小企業を上回る。

2. 今後の事業展開(4)

事業拡大の方針(中国、複数回答)



●事業拡大の具体的な方針は、「新規市場の開拓」が6割を上回り、「追加投資による既存の事業規模拡大」、「生産品目／サービス内容の多角化」が続く。

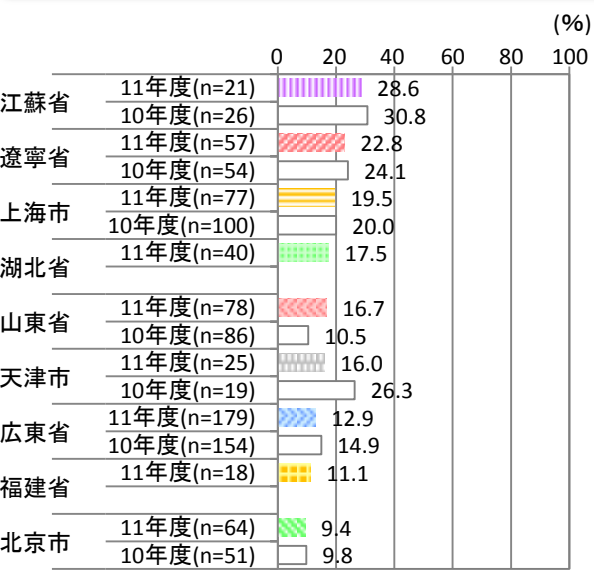
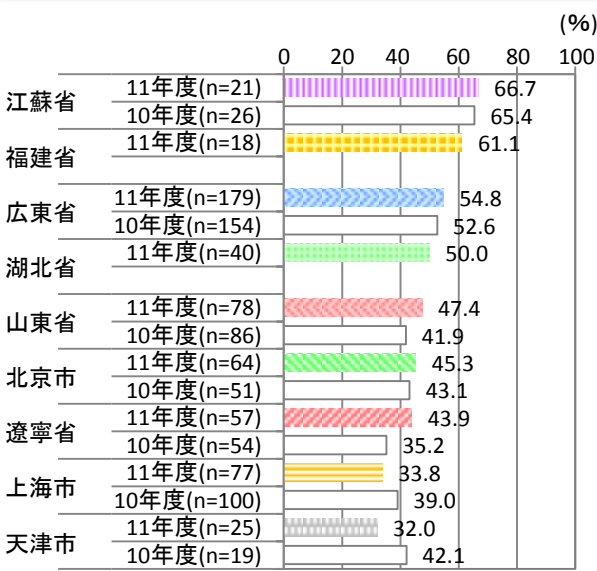
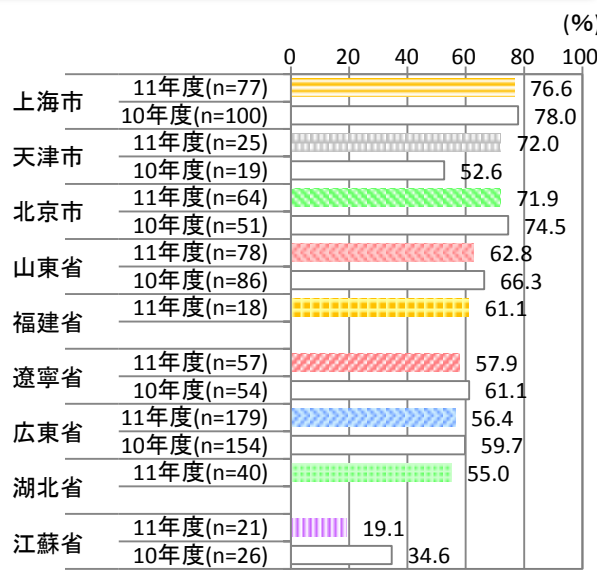
●省市別では、上海市、天津市、北京市では「新規市場の開拓」、江蘇省、福建省、広東省では、「追加投資による既存の事業規模拡大」が相対的に他省市より高い。

省市で傾向に差が見られた回答

新規市場の開拓(営業／販売ネットワーク拡充)

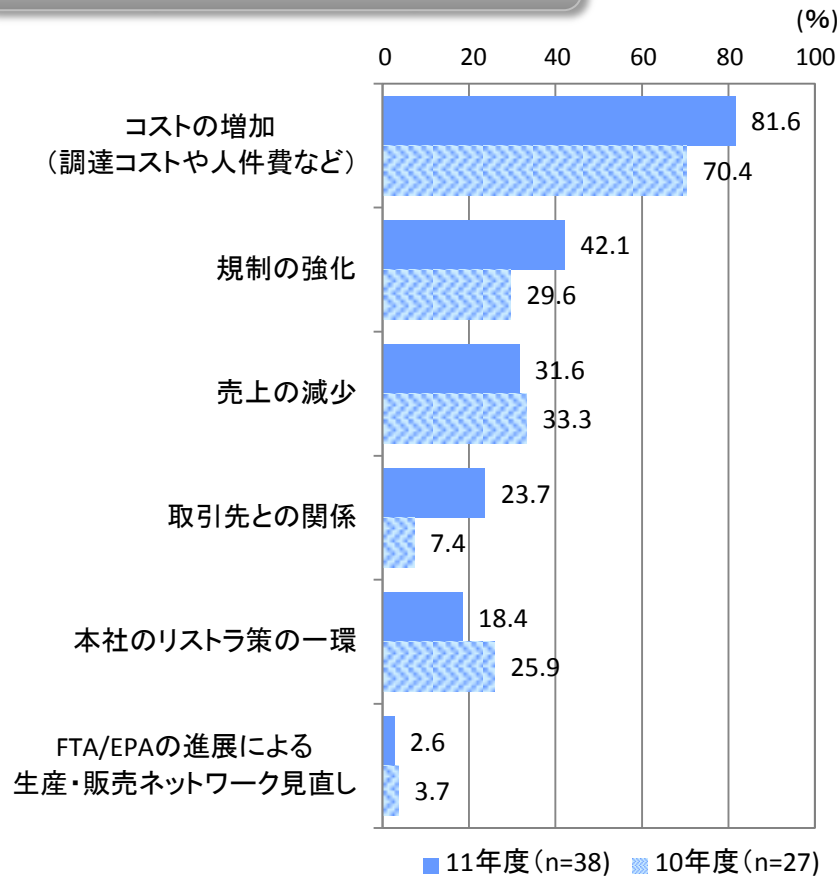
追加投資による既存の事業規模拡大

設計・研究開発／企画機能の強化

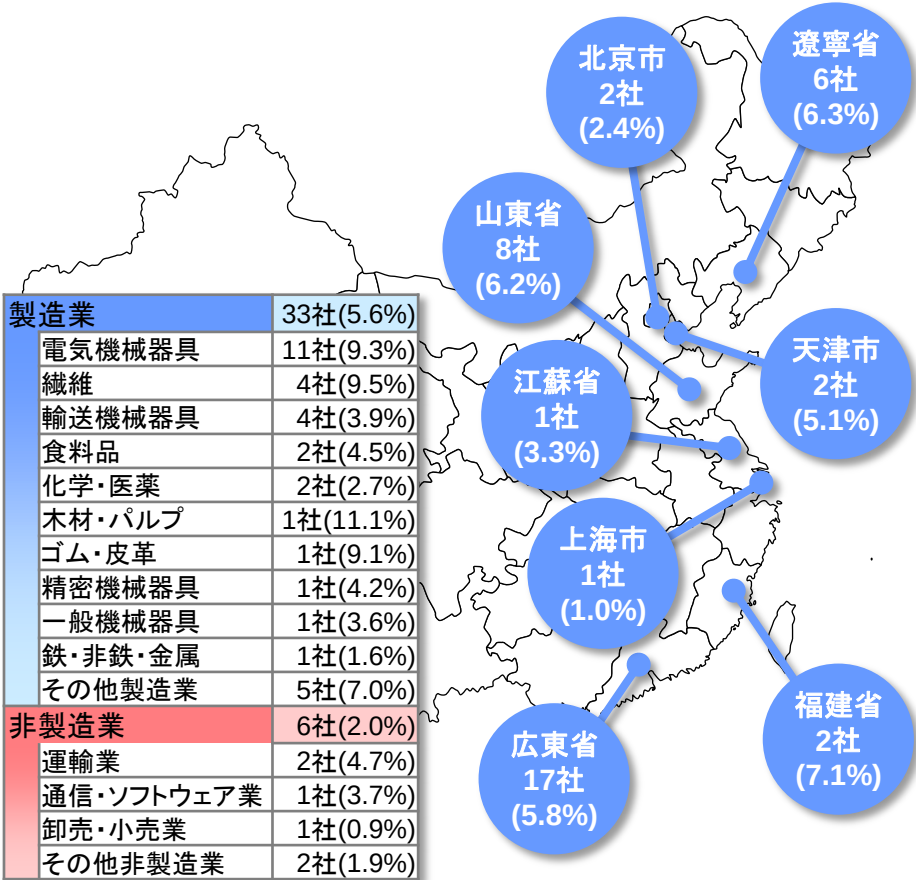


2. 今後の事業展開(5)

事業縮小もしくは移転・撤退の理由
(中国、複数回答)



事業縮小もしくは移転・撤退と回答した企業内訳



(注)カッコ内は、各省市、業種の回答企業数に占める、「事業縮小」もしくは「第3国(地域)への移転・撤退」と回答した企業の割合。

- 今後1～2年の事業展開の方向性について、「縮小」(2.7%)もしくは「第3国(地域)への移転・撤退」(1.7%)と回答した企業は39社(構成比4.4%)と極めて少ない。
- その理由についての回答(複数回答)では、「コストの増加(調達コストや人件費など)」(81.6%)が最も高く、以下、「規制の強化」(42.1%)、「取引先との関係」(23.7%)と回答した企業の割合が10年度調査と比べて10ポイント以上増加した。