

JETRO

2023年度

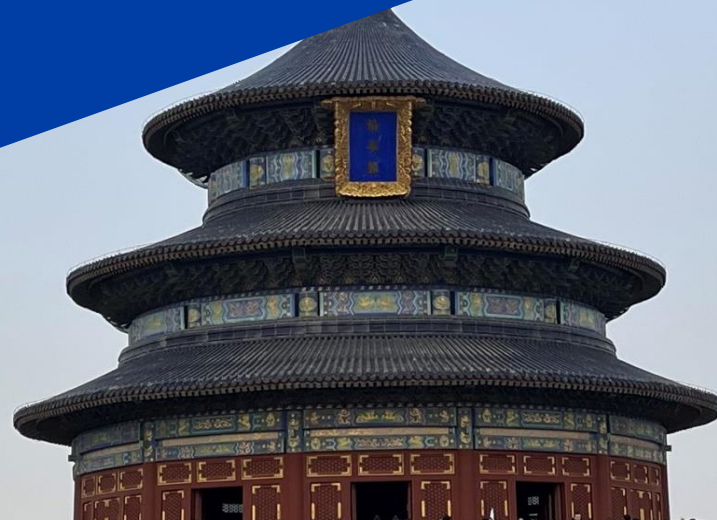
# 海外進出日系企業実態調査 | 中国編

— 事業拡大意欲が引き続き低下、黒字比率は地域差がより顕著に —

日本貿易振興機構（ジェトロ）

調査部

2024年2月



# 目次

|                     |    |
|---------------------|----|
| 調査結果のポイント           | 2  |
| 本年度調査の概要            | 3  |
| Ⅰ. 営業利益見通し          | 5  |
| Ⅱ. 今後の事業展開          | 8  |
| Ⅲ. 経営上の問題点          | 12 |
| Ⅳ. 原材料・部品の調達（製造業のみ） | 15 |
| Ⅴ. 輸出入の状況           | 17 |
| Ⅵ. 現地市場開拓           | 21 |
| Ⅶ. 脱炭素への対応          | 22 |
| Ⅷ. 賃金実態             | 24 |

# 調査結果のポイント

## 1. 需要減や市場縮小が営業利益と事業拡大意欲を下押し

- ❖ 黒字企業の割合は60.3%と、前年度調査（64.9%）から4.6ポイント低下した。コロナ禍がほぼ収束した中、業績悪化の理由は「現地市場での需要減少」が最多で7割近くに達した。
- ❖ 今後1～2年の事業展開の方向性として、「拡大」と回答した企業は27.7%となり初めて3割を下回った。「現状維持」は前年比で2ポイント上昇、「縮小」は4.4ポイント上昇した。事業を縮小する主な要因として需要減少や市場縮小を挙げる企業が多かった。

## 2. 大企業では競争激化、中小企業ではコスト高や新規顧客開拓が主な課題に

- ❖ 経営上の問題点は「従業員の賃金上昇」が67.0%で前年に続き最多となった。
- ❖ 賃金上昇以外に、大企業では「競合相手の台頭」や「自社の商品価格の優位性」が、中小企業では「新規顧客開拓」や「調達コスト上昇」が主要な課題となっている。

## 3. すべての業種で7割以上が地場企業との競合を意識

- ❖ 在中国日系企業の認識する競争相手としては、全体で9割近くが地場企業（中国企業）を挙げた。同じ日系企業に対しては、特に非製造業において競合しているとの認識が比較的強い。

## 4. 脱炭素への取り組み、大企業が先行する形で過去数年で着実に進展

- ❖ 脱炭素への取り組み状況について、すでに取り組んでいる企業と今後取り組む予定のある企業を合わせると8割近くに達した。中小企業も含め取り組みが着実に進展しつつある。
- ❖ 脱炭素への取り組みにあたっては、制度面の曖昧さ、費用対効果やコストを指摘する声があった。

## 5. RCEP協定利用企業の約7割は輸入で利用、未利用企業は利用のノウハウ習得が課題

- ❖ 「物品の輸出入をしていない」等の対象外企業を除く企業を母数としたRCEP協定利用率は36.3%。
- ❖ 協定を利用していると回答した企業の約7割が輸入で、約5割が輸出で利用していると回答した。利用していない企業の約4分の1は利用のノウハウ不足を理由として挙げた。

# 調査概要 (1)

(社、%)

## 調査目的

- アジア・オセアニアにおける日系企業活動の実態を把握し、その結果を広く提供することを目的とする。

## 調査対象

- 北東アジア5カ国・地域、ASEAN9カ国、南西アジア4カ国、オセアニア2カ国の計20カ国・地域に進出する日系企業（日本側による直接・間接の出資比率が10%以上の企業および日本企業の支店・駐在員事務所）。

## 調査時期

- 2023年（令和5年）8月21日～9月20日

## 回収状況

- 中国では1,496社に回答を依頼し、715社より有効回答を得た。国・地域別の内訳は右表の通り（有効回答率47.8%）。

## 備考

- 調査は1987年より実施し、本年度は第37回目。
- 2007年度調査より非製造業も調査対象に追加。
- 1問以上回答があった企業を有効回答とする。
- 各スライドのカッコ内の数値は有効回答企業数を示す。
- 図表の数値は四捨五入しているため、合計が必ずしも100%とはならない。

|    | 調査対象企業数 | 調査企業数 |       | 内訳    |       | 有効回答率 |
|----|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
|    |         | 有効回答  | 構成比   | 製造業   | 非製造業  |       |
| 総数 | 14,018  | 4,982 | 100.0 | 2,221 | 2,761 | 35.5  |
| 中国 | 1,496   | 715   | 14.4  | 406   | 309   | 47.8  |

| 省市    | 中国  | 上海市 | 広東省 | 江蘇省 | 山東省 | 北京市 | 遼寧省 | 四川省 | 湖北省 | 天津市 | 重慶市 | 福建省 | 浙江省 | その他 |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 回答企業数 | 715 | 113 | 100 | 81  | 77  | 74  | 72  | 46  | 41  | 26  | 26  | 24  | 13  | 22  |

## 業種別割合

(社、%)

## 企業規模別企業数

(社)

| 業種        | 計   | 割合   | 業種       | 計   | 割合   | 中国  | 大企業 | 中小企業 |
|-----------|-----|------|----------|-----|------|-----|-----|------|
| 製造業       | 406 | 56.8 | 非製造業     | 309 | 43.2 |     |     |      |
| 輸送機器部品    | 66  | 9.2  | 商社・卸売業   | 65  | 9.1  | 中国  | 429 | 286  |
| 鉄・非鉄・金属   | 40  | 5.6  | 運輸業      | 55  | 7.7  | 上海市 | 62  | 51   |
| 一般機械      | 37  | 5.2  | 販売会社     | 38  | 5.3  | 広東省 | 59  | 41   |
| 電気・電子機器部品 | 37  | 5.2  | 情報通信業    | 33  | 4.6  | 江蘇省 | 39  | 42   |
| 食料品       | 28  | 3.9  | 事業関連サービス | 32  | 4.5  | 山東省 | 43  | 34   |
| プラスチック製品  | 28  | 3.9  | 金融・保険業   | 20  | 2.8  | 北京市 | 58  | 16   |
| 化学・医薬     | 27  | 3.8  | 小売業      | 12  | 1.7  | 遼寧省 | 43  | 29   |
| 繊維・衣服     | 25  | 3.5  | 建設業      | 8   | 1.1  | 四川省 | 35  | 11   |
| 電気・電子機器   | 24  | 3.4  | 不動産・賃貸業  | 5   | 0.7  | 湖北省 | 24  | 17   |
| 輸送機器      | 18  | 2.5  | 飲食業      | 5   | 0.7  | 重慶市 | 20  | 6    |
| 紙・木製品・印刷  | 17  | 2.4  | 教育・医療    | 3   | 0.4  | 天津市 | 13  | 13   |
| ゴム・窯業・土石  | 16  | 2.2  | 旅行・娯楽業   | 2   | 0.3  | 福建省 | 11  | 13   |
| 精密・医療機器   | 14  | 2.0  | 農林水産業    | 1   | 0.1  | 浙江省 | 10  | 3    |
| その他製造業    | 29  | 4.1  | その他非製造業  | 30  | 4.2  | その他 | 12  | 10   |

## 調査概要 (2)

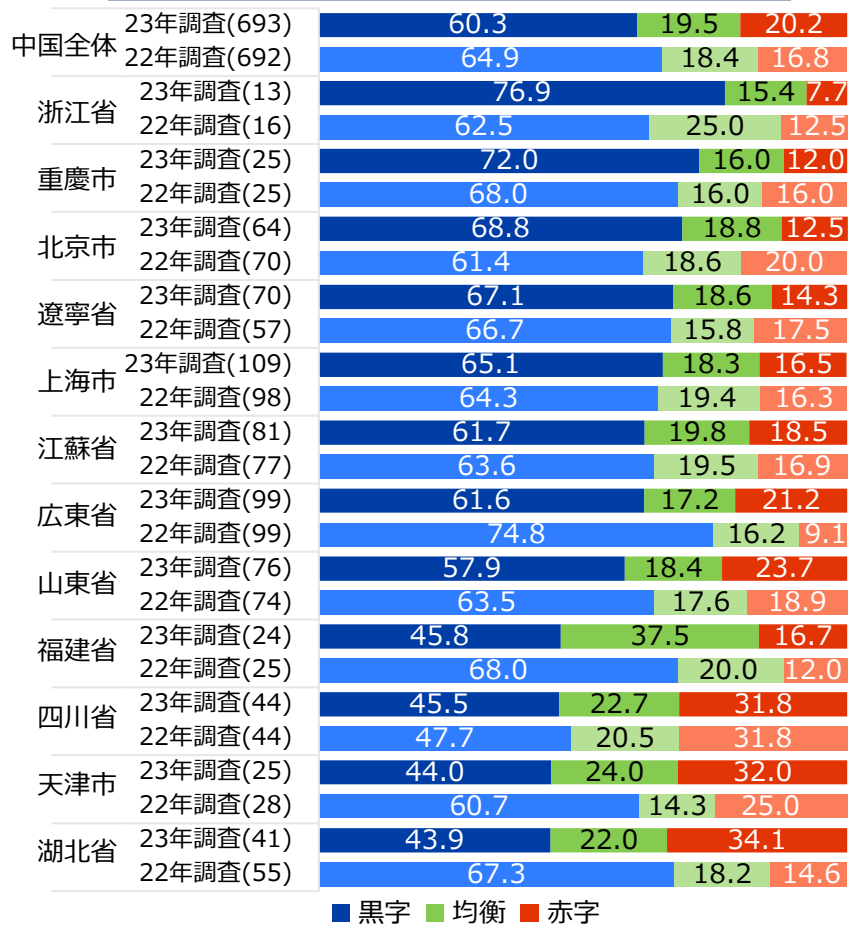
(注) 前ページの業種分類の内訳は以下のとおり。

| No. | 中分類       | 小分類  | No. | 中分類      | 小分類   |
|-----|-----------|--|-----|----------|---|
| 1   | 食料品       | 食品／農水産加工品                                    | 16  | 鉱業・エネルギー | 鉱業<br>電気／ガス／熱供給／水道  |
| 2   | 繊維・衣服     | 繊維（紡績／織物／化学繊維）<br>衣服／繊維製品（履物、手袋、皮革製品、縫製品を含む） | 17  | 建設業      | 建設／プラント／エンジニアリング  |
| 3   | 紙・木製品・印刷  | 木材／木製品<br>家具／インテリア製品／装備品<br>紙／パルプ<br>印刷／出版   | 18  | 運輸業      | 運輸／倉庫   |
| 4   | 化学・医薬     | 化学品／石油製品<br>医薬品                              | 19  | 情報通信業    | 通信／IT／ソフトウェア／情報システム／デジタルサービス<br>BPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）<br>メディア／マスコミ／コンテンツ<br>広告／マーケティング／調査 |
| 5   | プラスチック製品  | プラスチック製品                                     | 20  | 商社・卸売業   | 商社<br>卸売  |
| 6   | ゴム・窯業・土石  | ゴム製品<br>窯業／土石                                | 21  | 小売業      | 小売  |
| 7   | 鉄・非鉄・金属   | 鉄鋼（鋳鍛造品を含む）<br>非鉄金属<br>金属製品（メッキ加工を含む）        | 22  | 販売会社     | 販売会社  |
| 8   | 一般機械      | 一般機械（はん用・生産用・工作機械／農機・建機／金型・機械工具を含む）          | 23  | 金融・保険業   | 銀行<br>ノンバンク（保険、証券、クレジットカード、リースなど）   |
| 9   | 電気・電子機器   | 電気・電子機器<br>情報通信機器／事務機器                       | 24  | 不動産・賃貸業  | 不動産<br>ビル・施設管理／空調／警備／清掃<br>レンタル   |
| 10  | 電気・電子機器部品 | 電気・電子機器部品                                    | 25  | 事業関連サービス | コンサルティング<br>法務・会計・税務等専門サービス<br>持株・統括会社<br>デザイン／設計<br>修理／保守／検査・分析<br>人材紹介／人材派遣               |
| 11  | 精密・医療機器   | 精密機器（分析機器、光学機器など）<br>医療機器                    | 26  | 旅行・娯楽業   | ホテル／旅行<br>娯楽／生活関連サービス（イベント、スポーツ施設、理美容を含む）   |
| 12  | 輸送機器      | 輸送用機器（自動車／二輪車）<br>輸送用機器（鉄道車両／船舶／航空／運搬車両）     | 27  | 飲食業      | 飲食  |
| 13  | 輸送機器部品    | 輸送用機器部品（自動車／二輪車）<br>輸送用機器部品（鉄道車両／船舶／航空／運搬車両） | 28  | 教育・医療    | 教育・研究機関<br>医療／福祉／ヘルスケア  |
| 14  | その他製造業    | 日用品／文具／雑貨<br>その他製造業                          | 29  | その他非製造業  | その他   |
| 15  | 農林水産業     | 農林水産業  |     |          |   |

# 1 | 2023年営業利益見込み（省市別）： 黒字割合低下傾向が継続、広東省・湖北省で赤字比率拡大

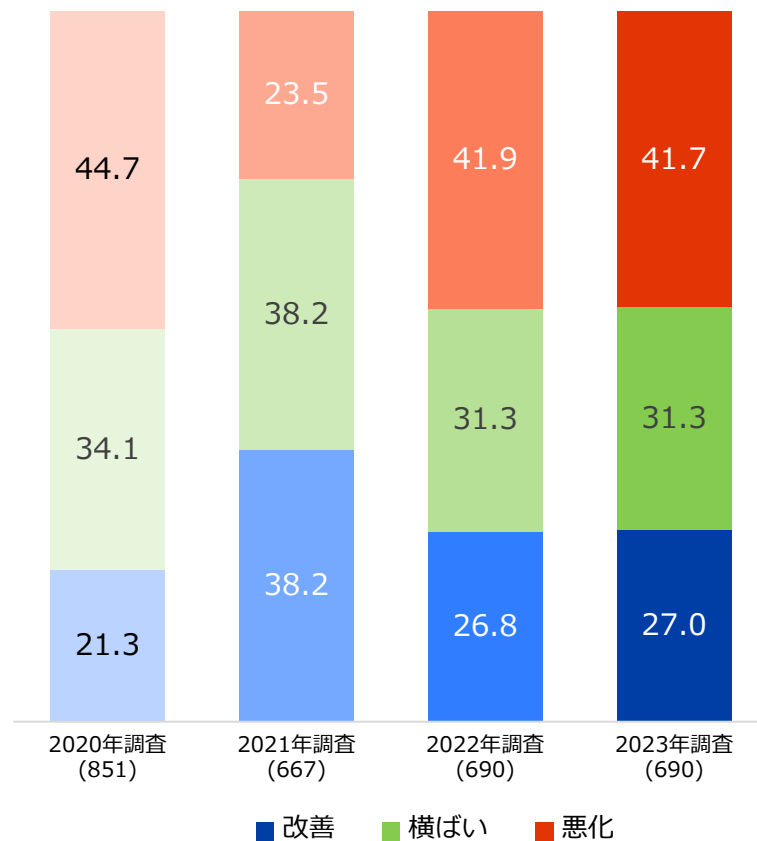
- 2023年の営業利益見込みを「黒字」とした企業は60.3%で、前年（64.9%）比で4.6ポイント低下した。
- 省市別の営業利益見込みを前年と比較すると、浙江省、重慶市、北京市などで黒字と回答した比率が上昇した一方、広東省、福建省、天津市、湖北省では黒字比率が10ポイント以上低下し、広東省、湖北省では赤字比率が10ポイント以上上昇した。

2023年の営業利益見込み（省市別、時系列）



■ 黒字 ■ 均衡 ■ 赤字

(参考) 各調査実施年度の今期営業利益見込み（中国全体）

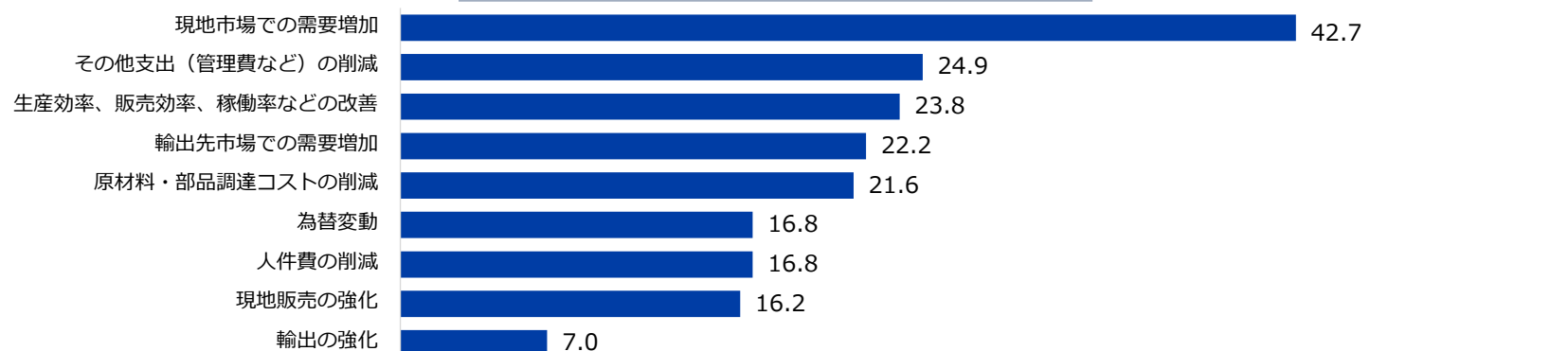


(注) 「22年調査」は、2022年調査における営業利益見込みに対する回答。

## 2 | 営業利益見込み改善・悪化理由（2023年）： コロナ収束後、現地市場の需要増減が利益を左右

- 2023年の中国での営業利益見込みの改善理由は、「現地市場での需要増加」が42.7%となり、最も高かった。管理費等の支出削減や生産効率、販売効率、稼働率等の改善が続いた。
- 悪化理由は、「現地市場での需要減少」が67.7%となり、最も高かった。他社との競合激化や輸出先市場での需要減少が続いた。

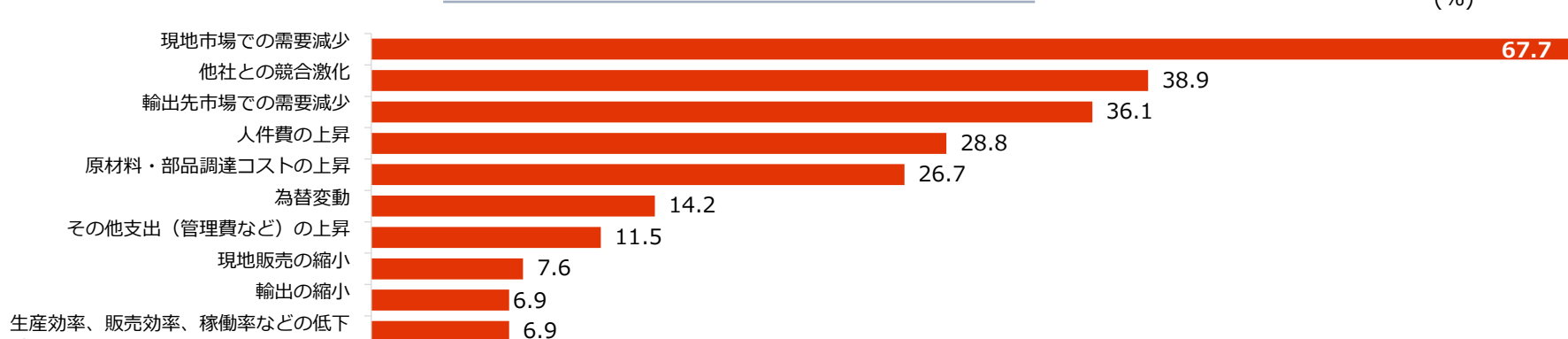
### 2023年営業利益見込み改善理由（複数回答）



(注1) 有効回答数は185社。

(注2) 現地販売/輸出の強化とは製品・サービス・人員の拡充などを指す。

### 2023年営業利益見込み悪化理由（複数回答）



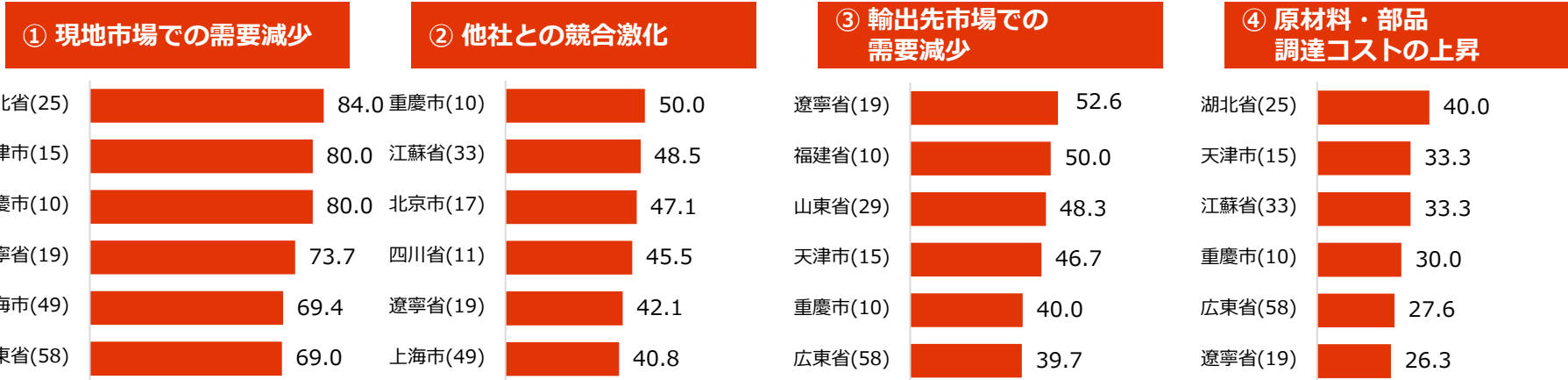
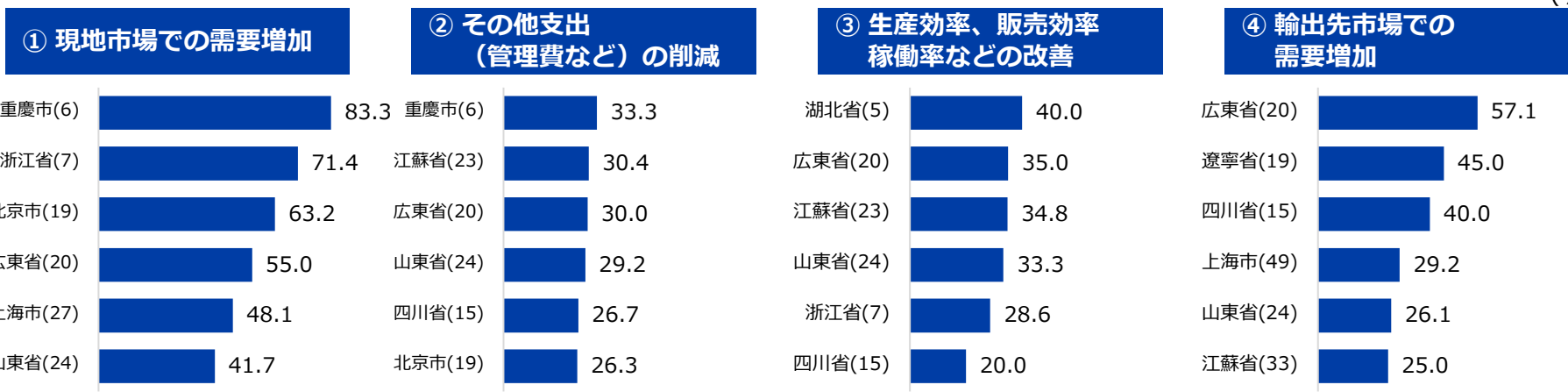
(注1) 有効回答数は288社。

(注2) 現地販売/輸出の縮小とは製品・サービス・人員の縮小などを指す。

# 3 営業利益見込み改善・悪化理由（2023年、省市別）： 悪化理由としては現地市場の需要減が多い

- 改善理由を「現地市場での需要増加」と回答した割合は、重慶市、浙江省、北京市、広東省で5割以上となった。
- 悪化理由を「現地市場での需要減少」と回答した割合は、主要な省市で5割を超え、中でも湖北省、天津市、重慶市、遼寧省では7割を超えた。「輸出先市場での需要減少」と回答した割合は、遼寧省と福建省で5割を超えた。湖北省では悪化理由として「原材料・部品調達コストの上昇」を挙げる企業が4割あった。

(%)



(注1) 有効回答数5社以上の省市。複数回答。

(注2) 改善理由は有効回答185社。

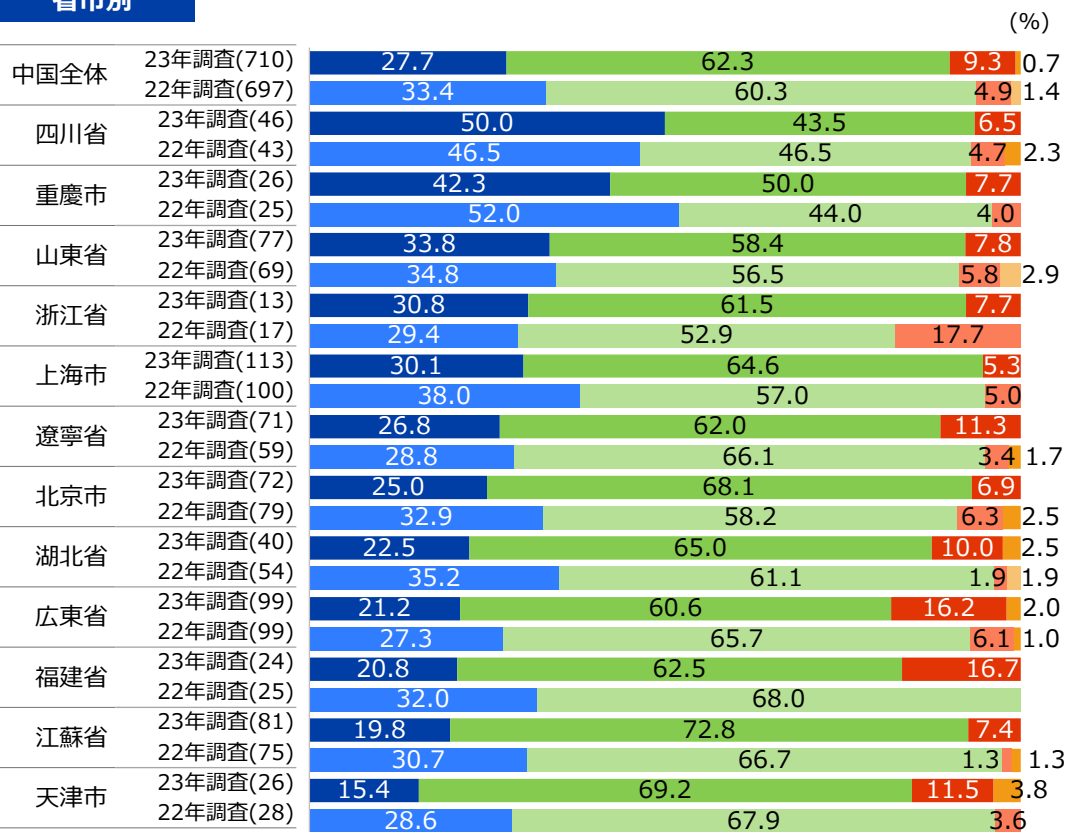
(注3) 悪化理由は有効回答288社。



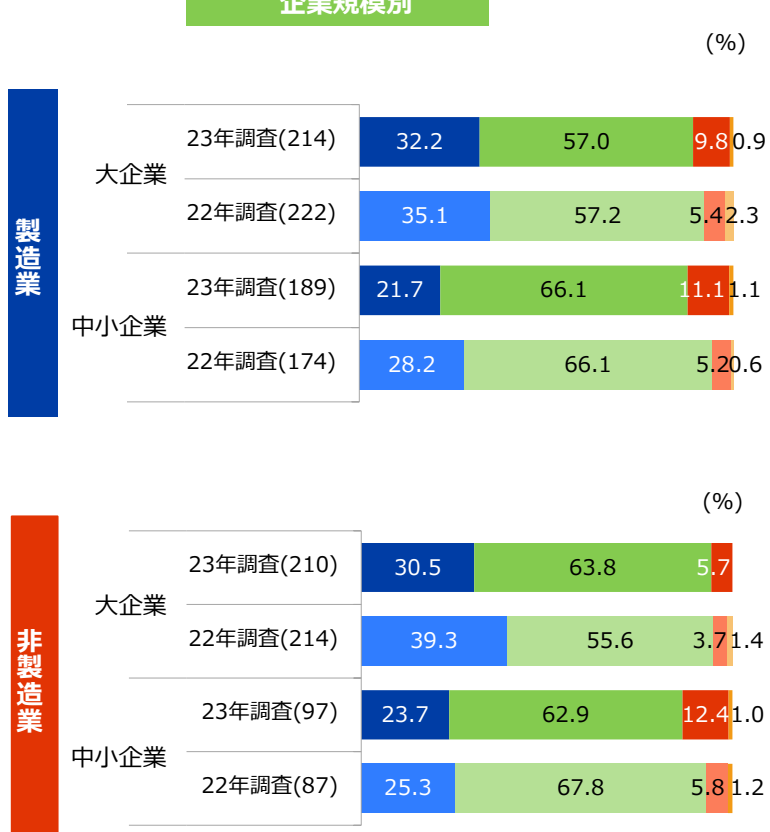
# 1 今後の事業展開（省市別・企業規模別、前年比）： 拡大・縮小意欲、地域や企業規模による差異が顕著に

- 今後1~2年の事業展開の方向性について、中国全体では「拡大」と回答した企業は27.7%と、非製造業を含めて実施した2007年度調査以降で初めて3割を切った。「縮小」（9.3%）は前年比4.4ポイント上昇した一方、「移転・撤退」は0.7ポイント縮小した。
- 省市別では、「拡大」の回答が四川省で5割を、重慶市で4割を超えたほか、山東省、浙江省、上海市では「拡大」が中国全体の比率を上回った。中小企業では製造・非製造業のいずれも縮小が1割を超えた一方、大企業は前年比では低下したものの、引き続き3割を超える企業が拡大意欲を示している。

省市別



企業規模別

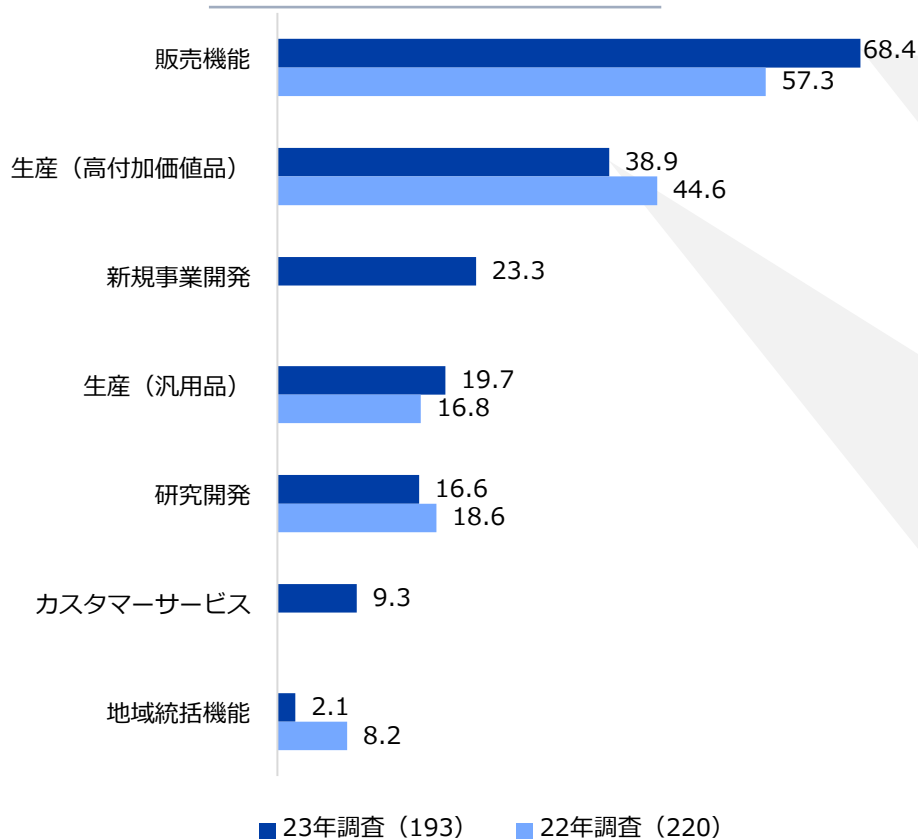


■ 拡大 ■ 現状維持 ■ 縮小 ■ 第三国(地域)へ移転・撤退

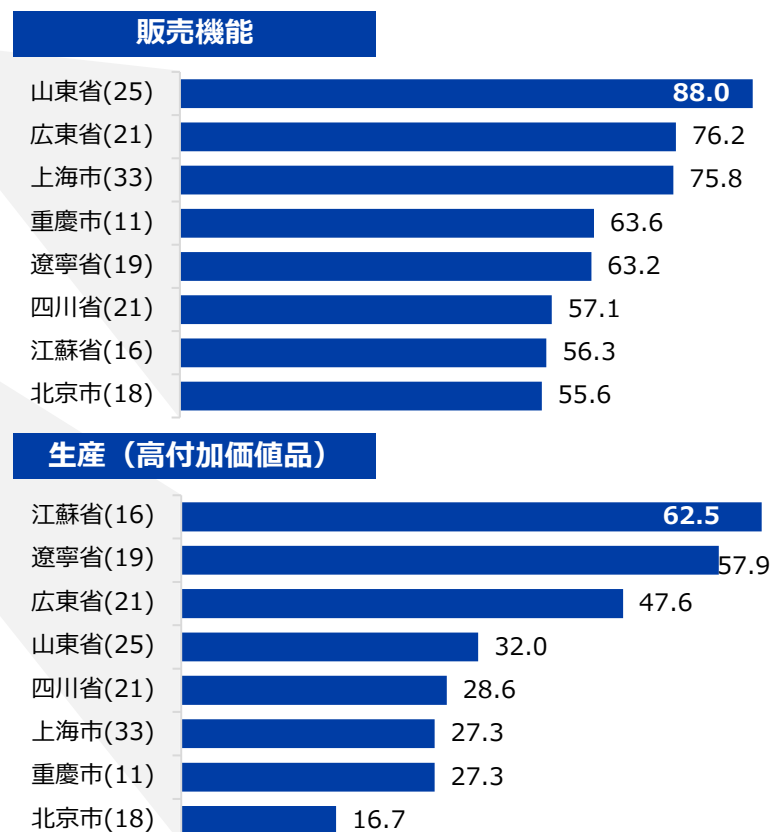
## 2 拡大する機能（省市別）： 拡大する企業では7割近くが販売機能を拡大と回答

- 拡大と回答した企業が拡大する機能としては、前年度調査に引き続き「販売機能」（68.4%）が最多で、「高付加価値品の生産」（38.9%）、「新規事業開発」（23.3%）と続いた。
- 省市別では、「販売機能」を拡大すると回答した企業は、山東省が9割近くと最も多く、「高付加価値品の生産」では江蘇省（62.5%）が最多だった。

今後拡大する機能（複数回答） (%)



省市別、回答割合（複数回答） (%)



(注) 2023年度調査と2022年度調査では選択肢が異なる。

(注) 有効回答数10社以上の省市。

### 3 事業縮小、移転・撤退の理由・内訳（省市別・業種別）： 縮小、移転・撤退の企業、広東省と輸送機器部品が多い

- 事業を「縮小」または「移転・撤退」する企業について、省市別では広東省が、業種別では輸送機器部品が最も多かった。
- 事業を「縮小」する要因としては中国の需要・売上減少や自動車販売の不振等の指摘が多かった。

#### 事業縮小もしくは移転・撤退する企業の内訳 （省市別、業種別、社）

| 省市別      | 71 | 製造業（403）     | 46 |
|----------|----|--------------|----|
|          |    | 輸送機器部品（65）   | 15 |
| 広東省（99）  | 18 | 繊維・衣服（25）    | 6  |
| 遼寧省（71）  | 8  | 鉄・非鉄・金（39）   | 5  |
| 上海市（113） | 6  | 一般機械（37）     | 4  |
| 江蘇省（81）  | 6  | プラスチック製品（28） | 4  |
| 山東省（77）  | 6  | ゴム・窯業・土石（16） | 3  |
| 北京市（72）  | 5  | 輸送機器（18）     | 2  |
| 湖北省（40）  | 5  | 精密・医療機器（14）  | 2  |
|          |    | 非製造業（307）    | 25 |
| 天津市（26）  | 4  | 運輸業（54）      | 6  |
| 福建省（24）  | 4  | 商社・卸売業（65）   | 4  |
| 四川省（46）  | 3  | 情報通信業（33）    | 4  |
| 重慶市（26）  | 2  | 事業関連サービス（32） | 3  |
|          |    | 販売会社（37）     | 2  |

（注）「事業縮小」または「第三国（地域）への移転・撤退」と回答した企業数2社以上の業種、および省市。

#### 事業「縮小」の主な理由（自由記述欄より抜粋）

##### 需要・売上の減少、市場の縮小（31社）

- ・ 市場低迷に伴う売上減に加え、先行きも期待薄（中小・運輸・倉庫）
- ・ 客先の生産減による受注減。客先の移転増（中小・一般機械）

##### 日系自動車の不振（15社）

- ・ 電動化による内燃機関市場規模縮小（大企業・輸送用機器部品）
- ・ 日系自動車販売の先行き不透明（中小・輸送用機器部品）

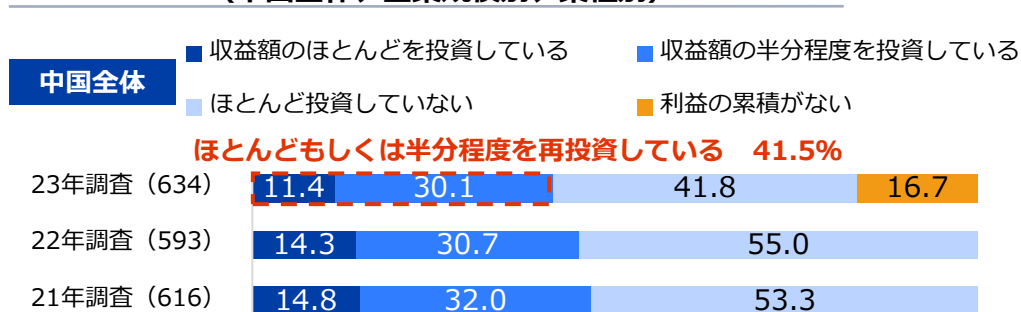
##### 中国における地政学リスク（7社）

- ・ 対中リスク意識の増加（大企業・その他非製造業）

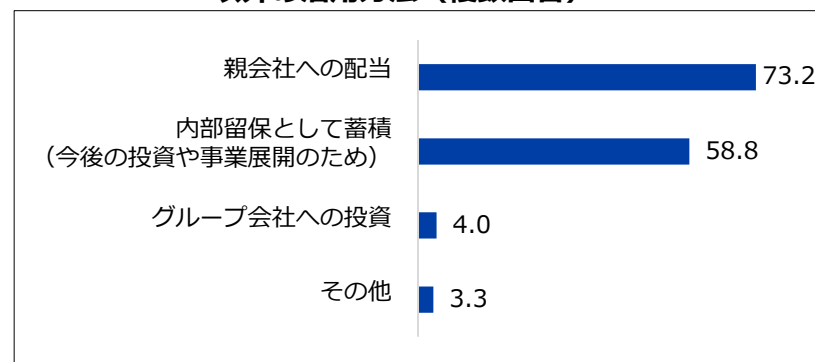
# 4 累積収益の再投資（企業規模別、業種別）： 大企業、中小企業とも4割以上が再投資を実施

- 中国での累積収益額のうち、「ほとんど」もしくは「半分程度」を中国国内での生産や販売などの能力拡張のための投資の原資として活用していると回答した割合は41.5%となった。なお、前回までなかった「利益の累積がない」との回答が16.7%に達した。
- 中小企業で「ほとんど」もしくは「半分程度」を再投資していると回答した割合の合計は43.7%となり、大企業（40.1%）を3.6ポイント上回った。製造業では過半数の企業が再投資を実施している。

中国での累積収益額に占める中国国内での生産や販売等の能力拡張のための投資原資の活用状況（中国全体、企業規模別、業種別） (%)



(参考) 累積収益の中国国内での再投資以外の活用方法（複数回答） (%)



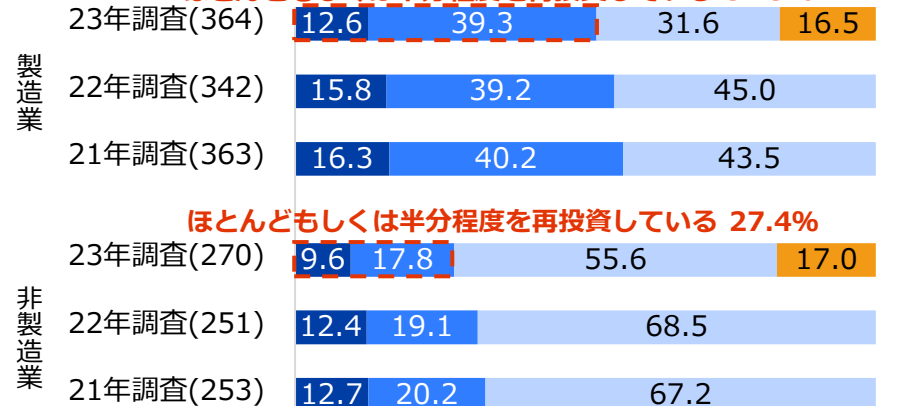
## 企業規模別

ほとんどもしくは半分程度を再投資している 40.1% (%)



## 業種別

ほとんどもしくは半分程度を再投資している 51.9% (%)



(注) 「利益の累積がない」の選択肢は2023年度調査から新設。

# 1 | 経営上の問題点： 賃金上昇、顧客開拓、競合の台頭が主な課題

- 在中国日系企業全体の経営上の問題点としては、「従業員の賃金上昇」と回答した企業が最も多く(67.0%)、「新規顧客の開拓が進まない」(50.2%)、「競合相手の台頭」(50.2%)が続いた。
- 「従業員の賃金上昇」は製造業・非製造業、大企業・中小企業ともに最大の課題となっている。製造業の2位は調達コスト上昇、非製造業の2位は新規顧客開拓となった。大企業では競合相手の台頭や商品価格の優位性が、中小企業では新規顧客開拓や調達コスト上昇が賃金上昇以外の主要な課題となっている。

経営上の問題点（上位10項目、複数回答）

(%)

| 回答項目               | 中国全体<br>(655) | 製造業<br>(377) | 非製造業<br>(278) | 大企業<br>(398) | 中小企業<br>(257) | 上位5省市         |                 | 上位5業種         |                 |
|--------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|
|                    |               |              |               |              |               | 1位 従業員の賃金上昇   | 2位 新規顧客の開拓が進まない | 1位 従業員の賃金上昇   | 2位 新規顧客の開拓が進まない |
| 1位 従業員の賃金上昇        | 67.0          | 70.3         | 62.6          | 65.6         | 69.3          | 江蘇省 (79)      | 77.2            | 天津市 (25)      | 64.0            |
| 2位 新規顧客の開拓が進まない    | 50.2          | 46.7         | 55.0          | 45.0         | 58.4          | 浙江省 (13)      | 76.9            | 湖北省 (34)      | 61.8            |
| 2位 競合相手の台頭         | 50.2          | 52.8         | 46.8          | 55.8         | 41.6          | 遼寧省 (63)      | 74.6            | 重慶市 (22)      | 59.1            |
| 4位 商品価格の優位性        | 46.9          | 51.2         | 41.0          | 49.7         | 42.4          | 広東省 (93)      | 74.2            | 福建省 (22)      | 54.5            |
| 5位 従業員の質           | 44.6          | 44.6         | 44.6          | 44.0         | 45.5          | 福建省 (22)      | 72.7            | 広東省 (93)      | 52.7            |
| 6位 調達コストの上昇        | 42.7          | 56.5         | 24.1          | 37.7         | 50.6          | プラスチック製品 (27) | 88.9            | 運輸業 (50)      | 70.0            |
| 7位 人材の採用難          | 40.5          | 42.7         | 37.4          | 39.2         | 42.4          | 情報通信業 (29)    | 86.2            | 紙・木製品・印刷 (17) | 64.7            |
| 8位 為替変動            | 38.3          | 35.8         | 41.7          | 35.9         | 42.0          | 鉄・非鉄・金属 (39)  | 84.6            | 商社・卸売業 (62)   | 64.5            |
| 9位 限界に近づきつつあるコスト削減 | 34.0          | 45.9         | 18.0          | 31.2         | 38.5          | 不動産・賃貸業 (5)   | 80.0            | 金融・保険業 (18)   | 61.1            |
| 10位 品質管理           | 28.4          | 35.5         | 18.7          | 24.9         | 33.9          | 化学・医薬 (23)    | 73.9            | 不動産・賃貸業 (5)   | 60.0            |

(注) 有効回答数5社以上。業種別は製造業・非製造業の両方を含む。

## 2 | 経営上の問題点（省市別）

### 省市別の問題点（上位5項目、複数回答）

| 北京市(67) |              | (%)  |
|---------|--------------|------|
| 1       | 競合相手の台頭      | 59.7 |
| 2       | 従業員の賃金上昇     | 58.2 |
| 3       | 商品価格の優位性     | 35.8 |
| 4       | 新規顧客の開拓が進まない | 34.3 |
| 4       | 為替変動         | 34.3 |

| 遼寧省(63) |              | (%)  |
|---------|--------------|------|
| 1       | 従業員の賃金上昇     | 74.6 |
| 2       | 為替変動         | 57.1 |
| 3       | 新規顧客の開拓が進まない | 52.4 |
| 4       | 調達コストの上昇     | 42.9 |
| 5       | 商品価格の優位性     | 41.3 |

| 天津市(25) |              | (%)  |
|---------|--------------|------|
| 1       | 商品価格の優位性     | 72.0 |
| 2       | 新規顧客の開拓が進まない | 64.0 |
| 2       | 従業員の賃金上昇     | 64.0 |
| 4       | 競合相手の台頭      | 60.0 |
| 4       | 従業員の質        | 60.0 |

| 上海市(104) |              | (%)  |
|----------|--------------|------|
| 1        | 従業員の賃金上昇     | 67.3 |
| 2        | 従業員の質        | 52.9 |
| 3        | 新規顧客の開拓が進まない | 50.0 |
| 4        | 競合相手の台頭      | 48.1 |
| 5        | 商品価格の優位性     | 43.3 |

| 山東省(70) |              | (%)  |
|---------|--------------|------|
| 1       | 従業員の賃金上昇     | 61.4 |
| 2       | 調達コストの上昇     | 55.7 |
| 3       | 競合相手の台頭      | 54.3 |
| 4       | 商品価格の優位性     | 52.9 |
| 5       | 新規顧客の開拓が進まない | 48.6 |

| 江蘇省(79) |              | (%)  |
|---------|--------------|------|
| 1       | 従業員の賃金上昇     | 77.2 |
| 2       | 新規顧客の開拓が進まない | 50.6 |
| 3       | 調達コストの上昇     | 49.4 |
| 4       | 商品価格の優位性     | 45.6 |
| 4       | 従業員の質        | 45.6 |

# 3 | 経営上の問題点（省市別）

## 省市別の問題点（上位5項目、複数回答）

| 浙江省(13) |                 | (%)  |
|---------|-----------------|------|
| 1       | 従業員の賃金上昇        | 76.9 |
| 2       | 従業員の定着率         | 61.5 |
| 2       | 従業員の質           | 61.5 |
| 2       | 限界に近づきつつあるコスト削減 | 61.5 |
| 5       | 商品価格の優位性        | 53.8 |

| 湖北省(34) |                 | (%)  |
|---------|-----------------|------|
| 1       | 商品価格の優位性        | 70.6 |
| 2       | 新規顧客の開拓が進まない    | 61.8 |
| 2       | 従業員の賃金上昇        | 61.8 |
| 4       | 競合相手の台頭         | 58.8 |
| 5       | 限界に近づきつつあるコスト削減 | 55.9 |

| 広東省(93) |              | (%)  |
|---------|--------------|------|
| 1       | 従業員の賃金上昇     | 74.2 |
| 2       | 調達コストの上昇     | 55.9 |
| 3       | 新規顧客の開拓が進まない | 52.7 |
| 4       | 人材の採用難       | 48.4 |
| 5       | 競合相手の台頭      | 45.2 |

| 四川省(45) |              | (%)  |
|---------|--------------|------|
| 1       | 従業員の賃金上昇     | 57.8 |
| 2       | 競合相手の台頭      | 51.1 |
| 3       | 商品価格の優位性     | 46.7 |
| 3       | 新規顧客の開拓が進まない | 46.7 |
| 5       | 従業員の質        | 44.4 |

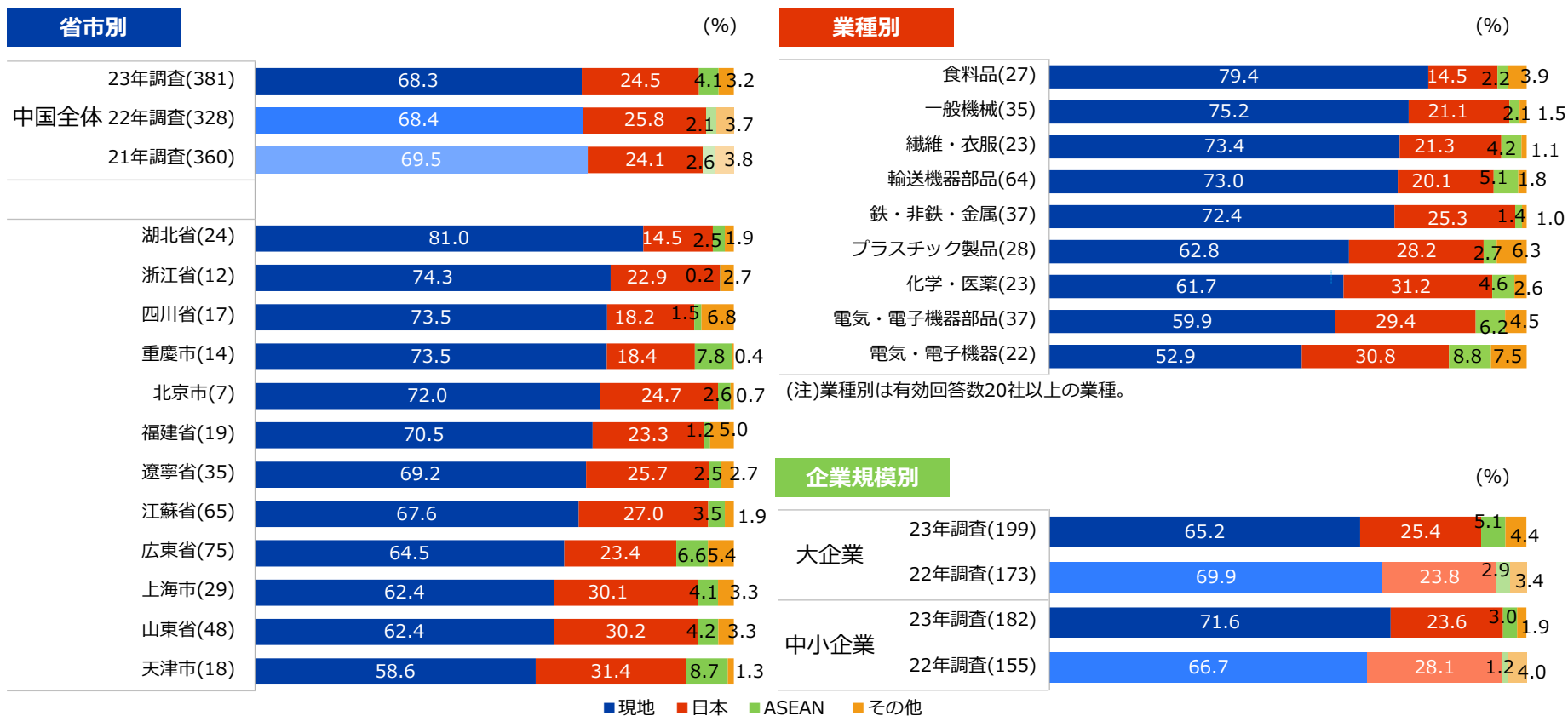
| 福建省(22) |                 | (%)  |
|---------|-----------------|------|
| 1       | 従業員の賃金上昇        | 72.7 |
| 2       | 限界に近づきつつあるコスト削減 | 59.1 |
| 2       | 調達コストの上昇        | 59.1 |
| 4       | 新規顧客の開拓が進まない    | 54.5 |
| 5       | 商品価格の優位性        | 45.5 |

| 重慶市(22) |              | (%)  |
|---------|--------------|------|
| 1       | 商品価格の優位性     | 59.1 |
| 1       | 新規顧客の開拓が進まない | 59.1 |
| 3       | 競合相手の台頭      | 50.0 |
| 3       | 従業員の賃金上昇     | 50.0 |
| 5       | 調達コストの上昇     | 40.9 |

# 1 調達先の内訳： 現地調達率は約7割、電気電子で日本からの調達が約3割

- 中国の調達先の内訳（平均値）は「現地」（68.3%）が最も高く、「日本」（24.5%）、「ASEAN」（4.1%）と続く。現地調達率は前年度（68.4%）からほぼ横ばいとなった。省市別では、湖北省が前年度に続き現地調達率が8割超となった。上海市、山東省、天津市では日本からの調達が3割を超えている。
- 業種別では、食料品の現地調達率が79.4%と最も高い。一方、化学・医薬（31.2%）、電気・電子機器（30.8%）、同部品（29.4%）は日本からの調達率が相対的に高く、3割前後となった。

原材料・部品の調達先の内訳（省市別、業種別、企業規模別、合計が100%になるよう回答）



■ 現地 ■ 日本 ■ ASEAN ■ その他

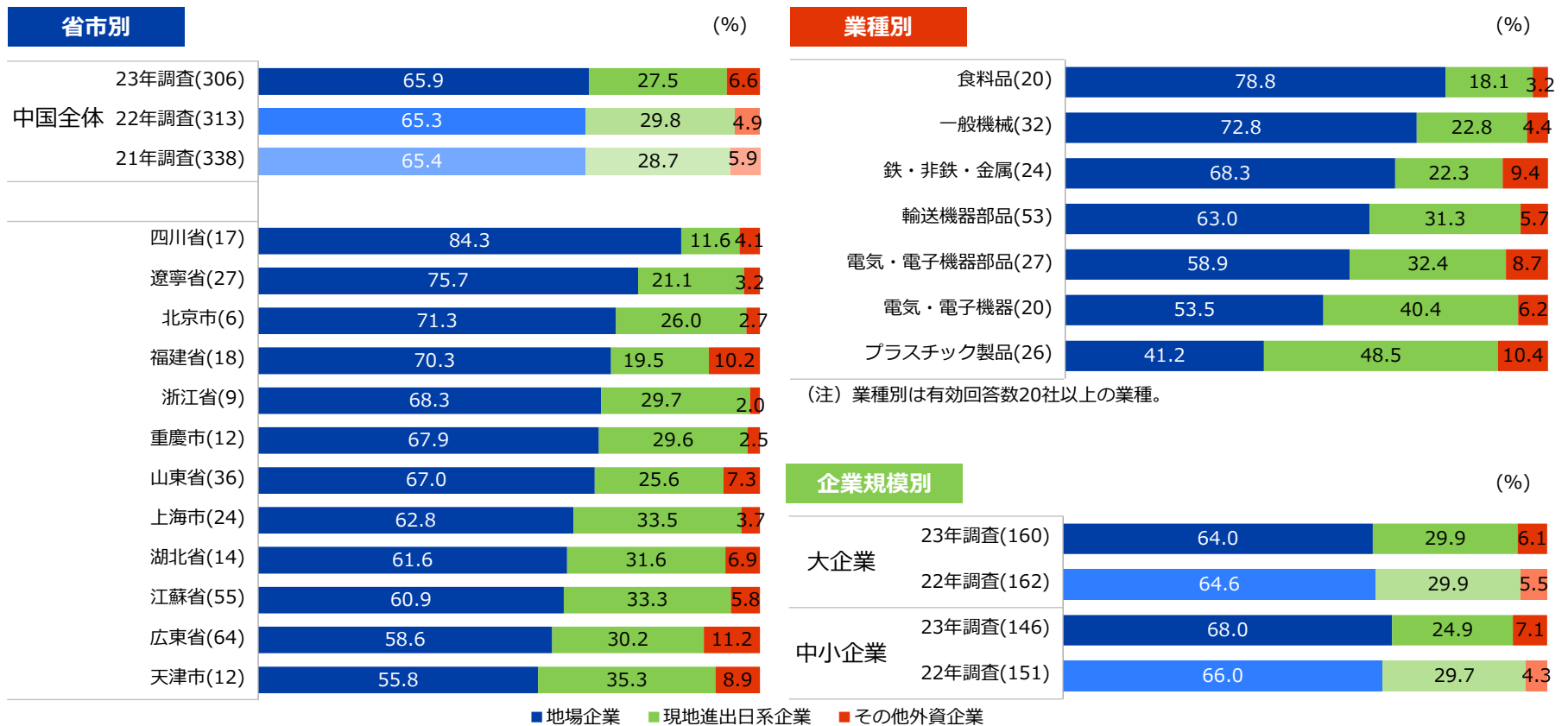
(注)省市別は有効回答数5社以上の省市。



## 2 現地での調達先の内訳： 地場企業が65%、食料品は約8割を地場企業から調達

- 現地での調達先の内訳（平均値）は「地場企業」（65.9%）、「現地進出日系企業」（27.5%）、「その他外資企業」（6.6%）となった。省市別では、天津市、上海市、江蘇省、湖北省、広東省で日系企業からの調達が3割を超えている。
- 業種別では、前年度に引き続き、食料品で地場企業からの調達が8割近くに上った。輸送機器部品では日系企業からの調達が前年より縮小し、地場企業からの調達比率が上昇した。

### 現地調達先の内訳（地場、日系、その他外資企業）（省市別、業種別、企業規模別、合計が100%になるよう回答）



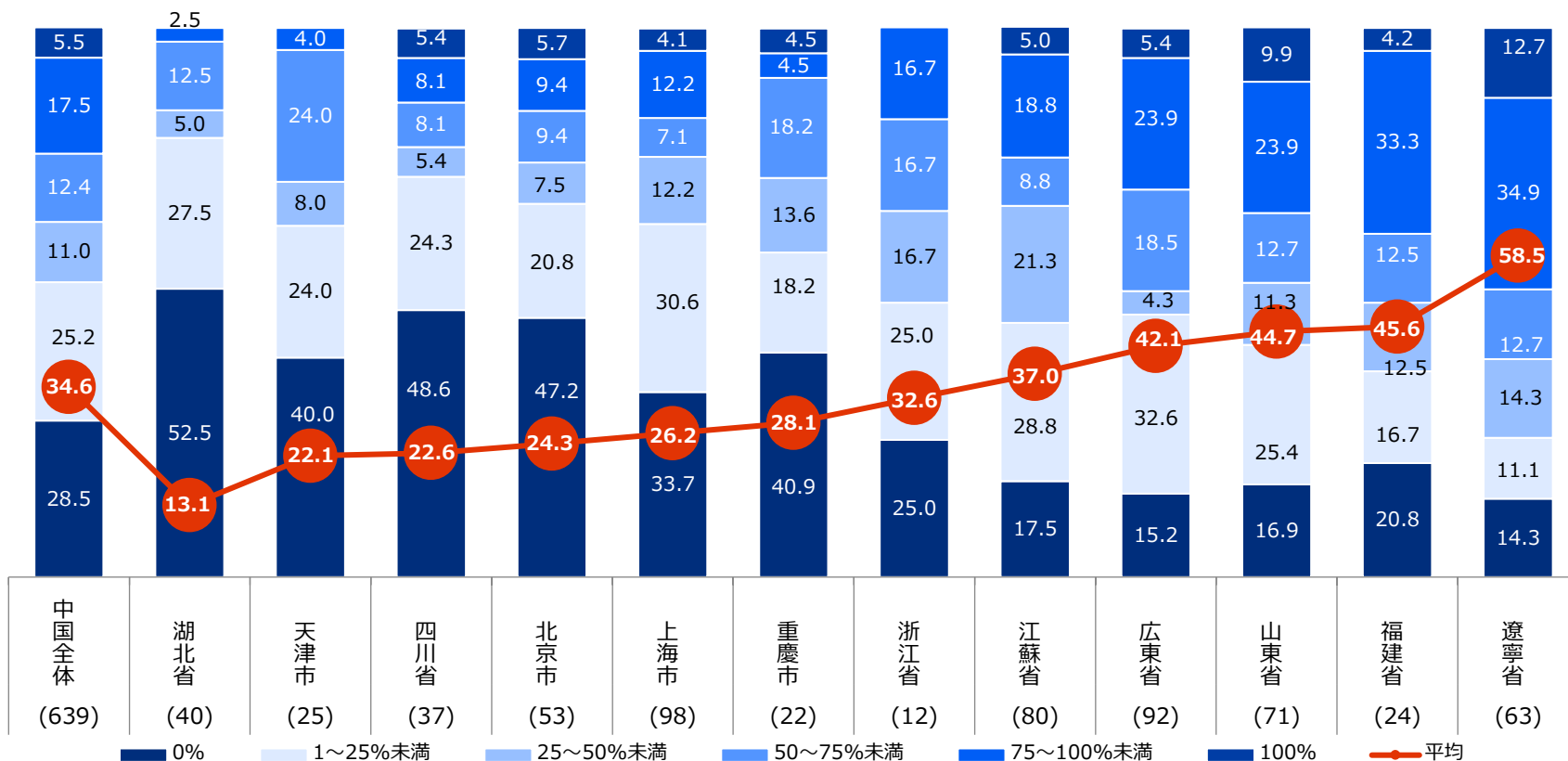
（注）省市別は有効回答数5社以上の省市。

# 1 | 平均輸出比率（省市別）： 中国全体の平均輸出比率は若干の上昇に転じる

- 売上高に占める平均輸出比率は中国全体で34.6%と前年（31.3%）から上昇に転じた。うち100%輸出型企業（輸出比率が100%）の割合は5.5%、100%内販型企業（輸出比率が0%）の割合は28.5%となった。
- 省市別では、平均輸出比率が5割を超えたのは遼寧省（58.5%）のみであった。国内販売比率100%の企業が多いのは湖北省（52.5%）、四川省（48.6%）、北京市（47.2%）、重慶市（40.9%）などとなっている。一方、輸出比率100%の企業が多いのは遼寧省（12.7%）、山東省（9.9%）となっている。

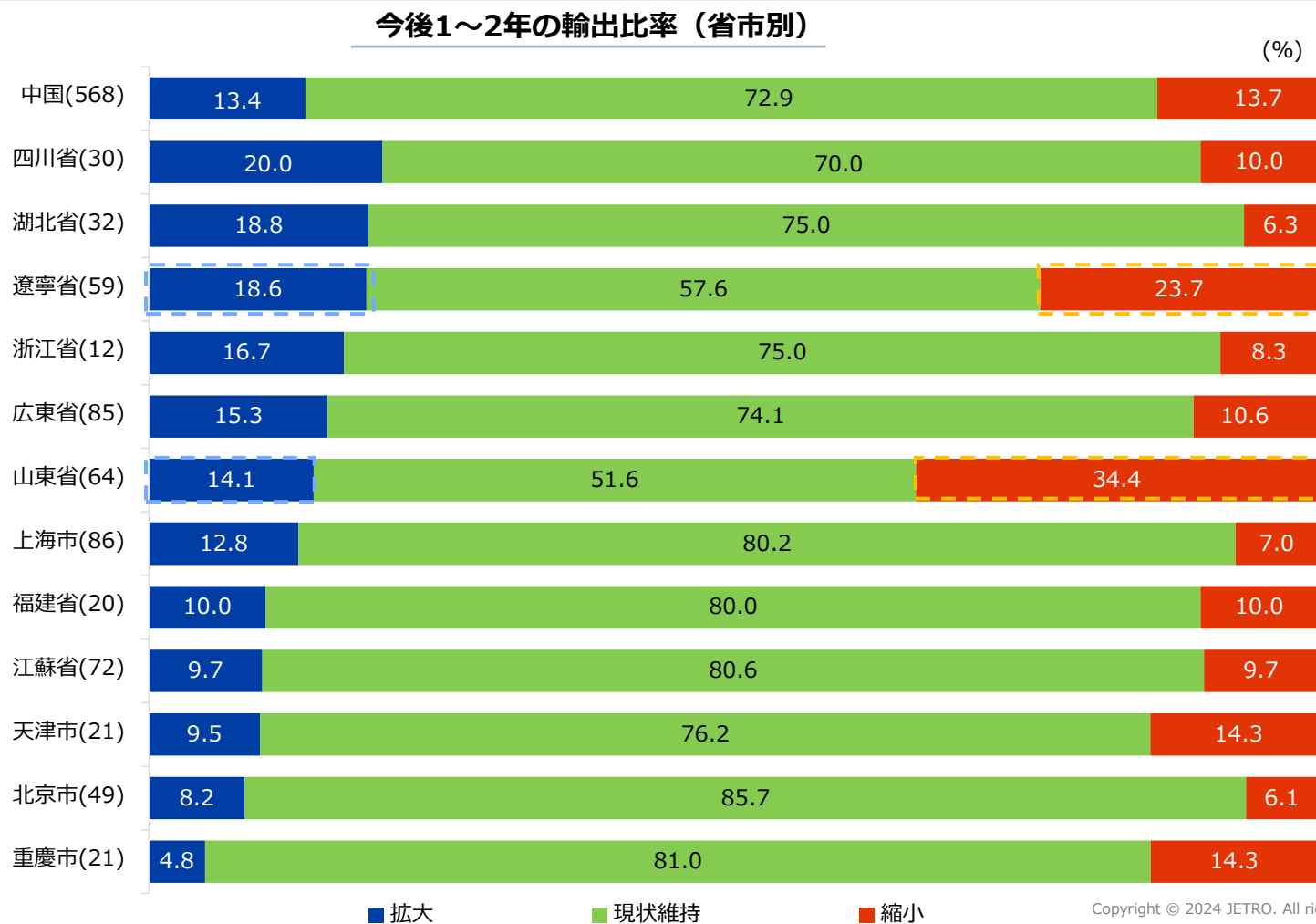
売上高に占める輸出の平均比率（省市別、0~100%で回答）

(%)



## 2 今後1～2年の輸出比率（省市別）： 輸出比率が高い省で今後は輸出拡大よりも縮小が多数に

- 今後1～2年の輸出比率について、中国全体で「拡大」と回答した企業の割合は13.4%、「縮小」は13.7%だった。「現状維持」と回答した企業が72.9%と最も多く、全体の7割以上を占めた。
- 省市別では、平均輸出比率が1位の遼寧省と3位の山東省において、同比率を縮小予定との回答が2割を超えた。

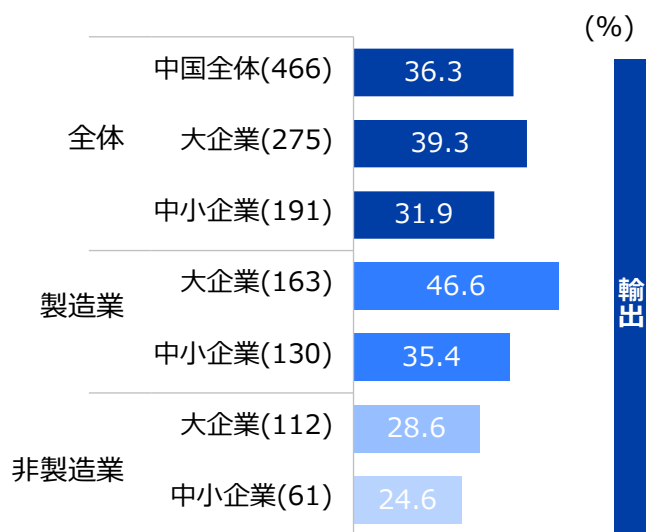


### 3 RCEP協定の利用状況： 利用企業の約7割が輸入で利用と回答

- 中国進出日系企業のうち、RCEP協定を利用している企業の割合は全体で26.6%となった。「物品の輸出入をしていない」等の対象外企業を除く回答企業を母数とした利用率は、全体で36.3%となった。企業規模別では、大企業が中小企業を7.4ポイント上回った。
- RCEP協定を利用していると回答した企業のうち、約7割が輸入で、約5割が輸出で利用していると回答した。輸送機器部品では9割以上が輸入において利用していると回答した。

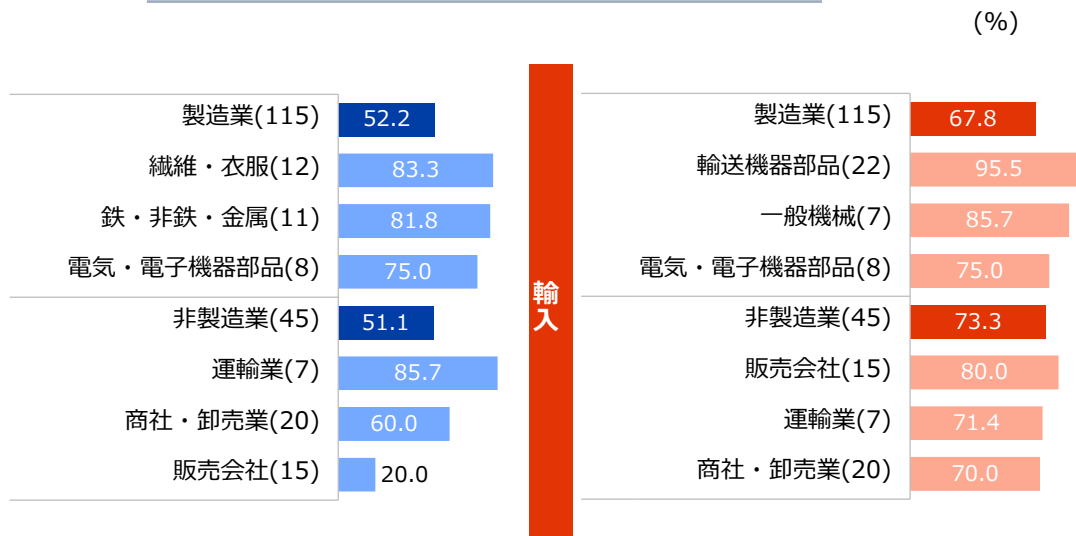


**RCEP協定利用率（企業規模別）**



(注) 「利用している」「利用していない」と回答した企業を母数としている。

**RCEP協定の利用状況（複数回答、業種別）**



(注1) 有効回答数6社以上、上位3業種を抜粋。  
(注2) 「利用している」と回答した企業を母数としている。

## 4 RCEP協定を利用している・していない理由： 利用していない企業の約25%がノウハウがないと回答

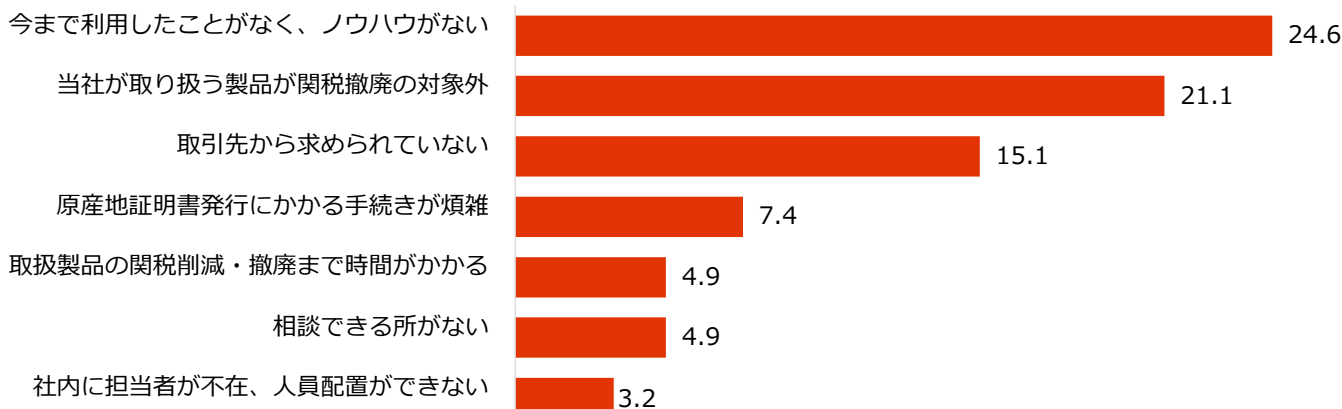
- RCEP協定を利用している理由としては「コスト削減のため」が最多で9割近い比率となった。取引先からの要求によって利用しているとの回答も3割強あった。
- 利用していない理由は様々だが、「今まで利用したことがなく、ノウハウがない」との回答が25%近くあった。「原産地証明書発行にかかる手続きが煩雑」との回答も7.4%あった。

### RCEP協定を利用している理由（複数回答）（%）



(注) 有効回答数は168社。

### RCEP協定を利用していない理由（複数回答）（%）



(注) 有効回答数は284社。

# 1 競争相手（業種別）： 運輸業以外で、日系より現地企業との競合をより意識

- 在中国日系企業の認識する競争相手は、地場企業が最大で9割近く、次いで日本企業が55.8%だった。
- 非製造業では、運輸業や金融・保険業などを中心に、日系企業との競合を意識する回答が比較的高かった。

競争相手（最大3つまで、複数回答） (%)

|                | 地場企業  | 日本企業 | 米国企業 | 欧州企業 | 韓国企業 | ASEAN企業 |
|----------------|-------|------|------|------|------|---------|
| 中国(608)        | 89.5  | 55.8 | 9.5  | 13.3 | 4.8  | 2.1     |
| 製造業 (356)      | 91.3  | 47.2 | 11.0 | 16.0 | 4.8  | 2.5     |
| 電気・電子機器部品 (31) | 96.8  | 54.8 | 9.7  | 9.7  | 0.0  | 6.5     |
| 繊維・衣服 (21)     | 95.2  | 14.3 | 4.8  | 9.5  | 0.0  | 4.8     |
| 輸送機器部品 (56)    | 94.6  | 46.4 | 12.5 | 21.4 | 3.6  | 1.8     |
| 鉄・非鉄・金属 (36)   | 94.4  | 33.3 | 5.6  | 11.1 | 11.1 | 0.0     |
| 紙・木製品・印刷 (16)  | 93.8  | 62.5 | 12.5 | 0.0  | 6.3  | 12.5    |
| 輸送機器 (16)      | 93.8  | 75.0 | 6.3  | 12.5 | 0.0  | 0.0     |
| 食料品 (27)       | 92.6  | 37.0 | 11.1 | 14.8 | 7.4  | 0.0     |
| ゴム・窯業・土石 (13)  | 92.3  | 46.2 | 30.8 | 15.4 | 0.0  | 7.7     |
| プラスチック製品 (26)  | 88.5  | 61.5 | 7.7  | 7.7  | 0.0  | 0.0     |
| 電気・電子機器 (21)   | 85.7  | 47.6 | 0.0  | 19.0 | 9.5  | 0.0     |
| 一般機械 (33)      | 84.8  | 60.6 | 6.1  | 18.2 | 3.0  | 3.0     |
| 精密・医療機器 (13)   | 84.6  | 53.8 | 46.2 | 30.8 | 7.7  | 0.0     |
| 化学・医薬 (22)     | 81.8  | 27.3 | 18.2 | 18.2 | 9.1  | 0.0     |
| 非製造業 (252)     | 86.9  | 67.9 | 7.5  | 9.5  | 4.8  | 1.6     |
| 金融・保険業 (19)    | 100.0 | 78.9 | 0.0  | 0.0  | 5.3  | 5.3     |
| 小売業 (12)       | 91.7  | 25.0 | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0     |
| 販売会社 (33)      | 90.9  | 60.6 | 21.2 | 24.2 | 6.1  | 3.0     |
| 商社・卸売業 (60)    | 86.7  | 65.0 | 6.7  | 5.0  | 8.3  | 3.3     |
| 運輸業 (47)       | 85.1  | 89.4 | 8.5  | 17.0 | 8.5  | 0.0     |
| 情報通信業 (25)     | 84.0  | 76.0 | 4.0  | 4.0  | 0.0  | 0.0     |
| 事業関連サービス (27)  | 74.1  | 59.3 | 3.7  | 7.4  | 0.0  | 0.0     |

(注1) 回答数10社以上の業種  
（「その他の製造業」  
「その他の非製造業」は  
除く）。

(注2) 競争相手は進出国・地域  
で登記された企業の出資  
国・地域の分類による。  
提供する製品やサービス  
の原産国・地域による分  
類ではない。

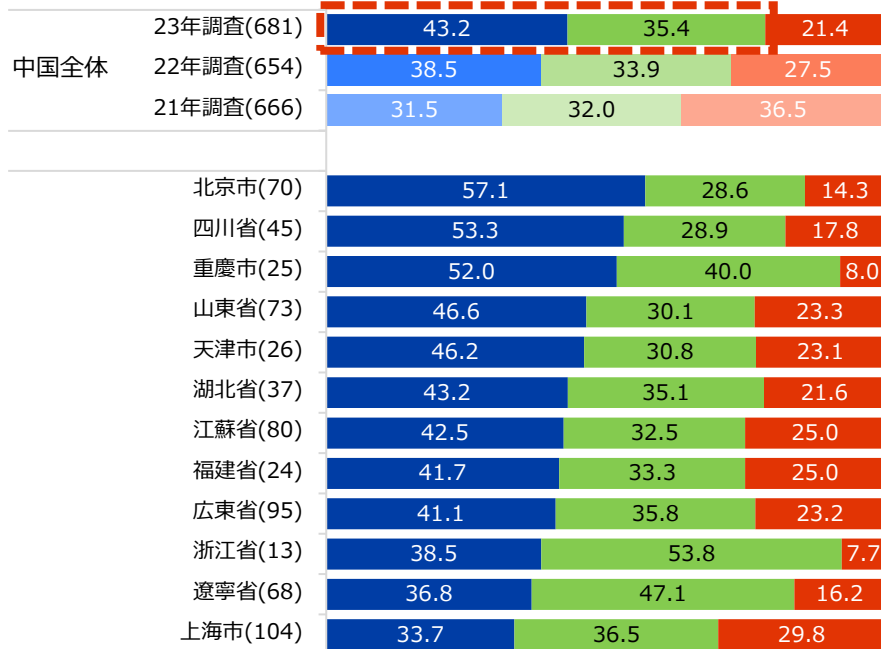
(注3) 回答割合が7割以上は濃  
いオレンジ、5割以上7割  
未満はオレンジ、5割未  
満だが各列の中国全体の  
回答比率の割合を10ポ  
イント以上上回る場合は薄  
オレンジ色。

# 1 脱炭素化への取り組み状況： 全体として着実に取り組みが進展

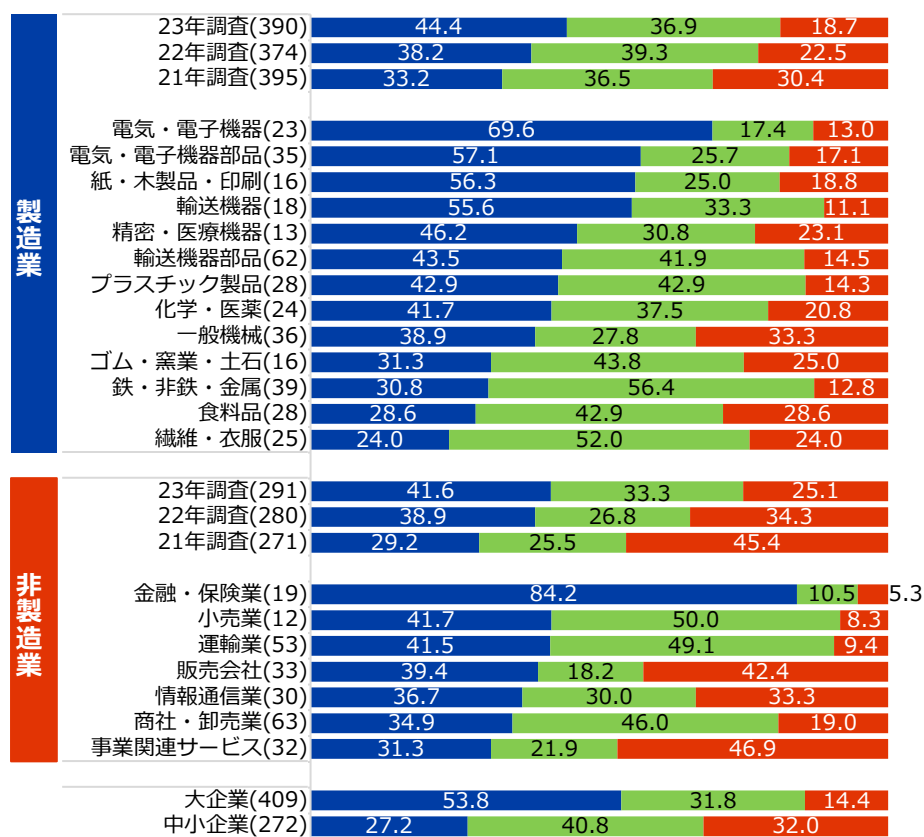
- 脱炭素化への取り組み状況について、すでに取り組んでいる企業と今後取り組む予定のある企業は78.6%と前年、前々年から継続的に増加している。
- 業種別では、製造業と非製造業において取り組んでいるとの回答がいずれも4割を超えた。金融・保険では8割以上が、電気・電子機器では7割近くの企業が取り組んでいると回答した。大企業では取り組んでいる企業が5割を突破、中小企業でも取り組み済と予定を合わせた比率は過去3年着実に上昇している。

脱炭素化の取り組み状況（省市別） (%)

すでに取り組んでいる企業と今後取り組む予定のある企業の合計 **78.6%**



脱炭素化の取り組み状況（業種・企業規模別） (%)



(注) 有効回答数10社以上の業種（その他を除く）。

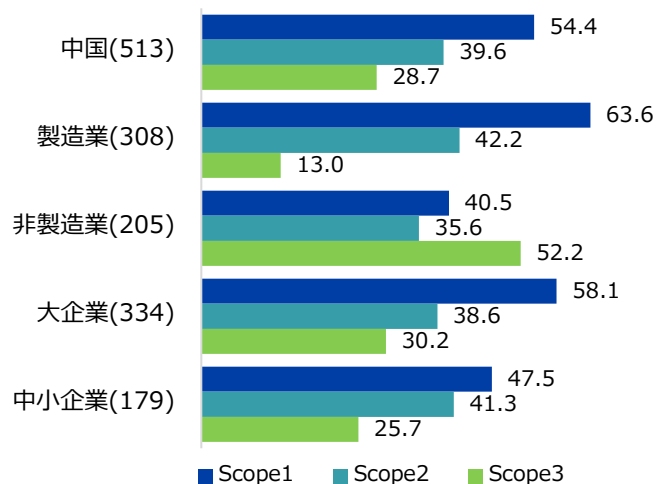
## 2 | 脱炭素化への取り組みの範囲、課題： 取り組みにあたって制度面や費用対効果の課題を指摘

- 脱炭素化の取り組みの課題として、規制や法解釈の曖昧さなどが指摘されたほか、プロジェクトの収益化や費用対効果、コスト、サプライチェーン上での関連企業との協力における課題なども挙げられた。
- Scope別の取り組みでは、Scope1では輸送機器および同部品で、Scope2ではゴム・窯業・土石、化学・医薬や販売会社で、Scope3では商社・卸売や金融・保険で取り組み割合が高かった。

### 脱炭素化への具体的な取り組みと課題（自由記述より抜粋）

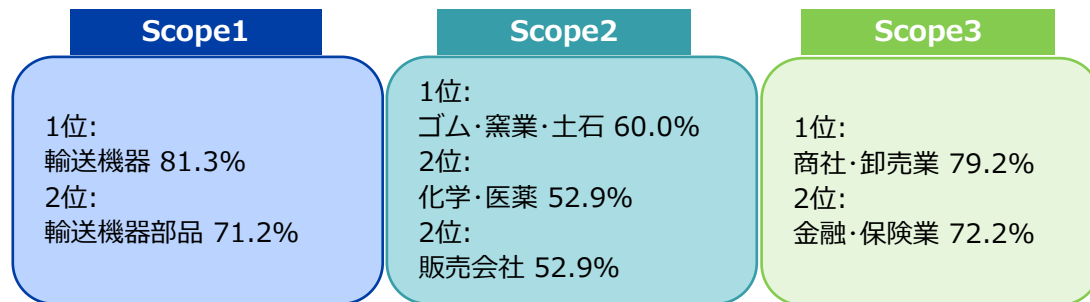
| 主な取り組み   | 主な課題  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>太陽光パネルの導入や照明・空調の電力効率化(電気・電子機器)</li> <li>商用EV車供給ビジネス、EV車用電池リサイクルビジネスへの出資/洋上風力発電プロジェクトへの投資/グリーン水素、アンモニア製造、水素活用またはCCS&amp;CCUSなどのESG関連プロジェクト推進、環境に配慮した材料の使用、食品廃棄物を利用した再エネの製造(商社・卸売業)</li> <li>サプライヤーへのCO2削減、データ集計の働きかけ(販売会社)</li> <li>リサイクル材活用の推進(繊維・衣服)</li> <li>プラスチック使用削減、配送車の集約、販売資源の回収など(小売業)</li> <li>テレワークの実施、カーボンオフセットやグリーン電力の購入によるカーボンニュートラルの達成(第三者機関の認証取得)(その他非製造業)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>グリーン電力の直接購入が制度上困難(その他非製造業)。</li> <li>規制・制度を正確にキャッチアップすることが困難(教育・医療)。</li> <li>風力発電が安全性の面で政府の許可が下りない。蓄電池の設置条件が厳しい(電気・電子機器)。</li> <li>現状把握ができていないため、削減に時間を要する(運輸業)。</li> <li>サプライヤーの協力を得るのが困難。費用対効果が低い。そのためサプライヤーのCO2削減意識が低い(販売会社)。</li> <li>脱炭素関連の政府規制や制度、方針、解釈に曖昧な点がある。脱炭素化に伴い、燃料などを使用する設備更新に多額の費用がかかり、更新が困難。脱炭素事業のパートナー探し。プロジェクトの収益化(商社・卸売業)。</li> <li>リサイクル材の品質が安定せず、コストが高い(繊維・衣服)。</li> </ul> |

### 脱炭素化の取り組みの範囲(予定含む、複数回答)(%)



### 取り組み割合の高い業種(予定含む、複数回答)

(注) 有効回答数が10社以上のうち、Scope 1、2、3でそれぞれ上位2業種を抜粋。



(注) 各Scopeの定義は以下の通り。  
 Scope1: 事業者自らによる温室効果ガスの直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス)に対する取り組み。  
 Scope2: 他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出に対する取り組み。  
 Scope3: Scope1、Scope 2 以外の間接排出(事業者の活動に関連する他社の排出)に対する取り組み。

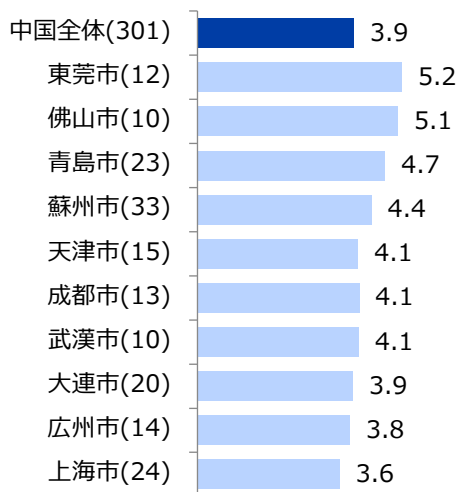


# 1

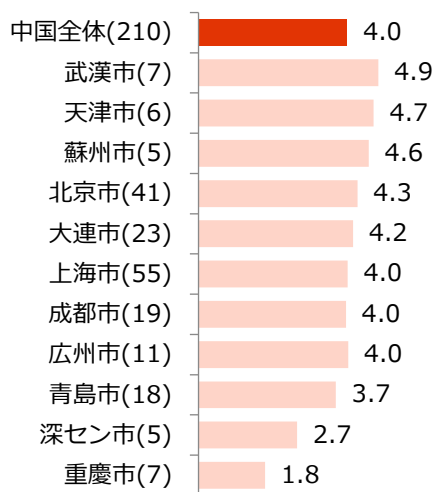
## 賃金： 前年比昇給率

2023年 ← 2022年

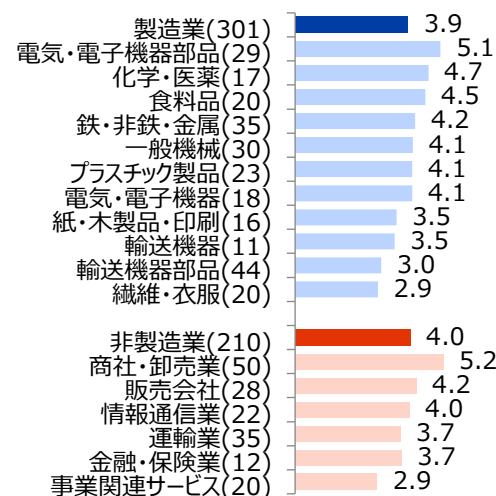
中国 市別（製造業） (%)



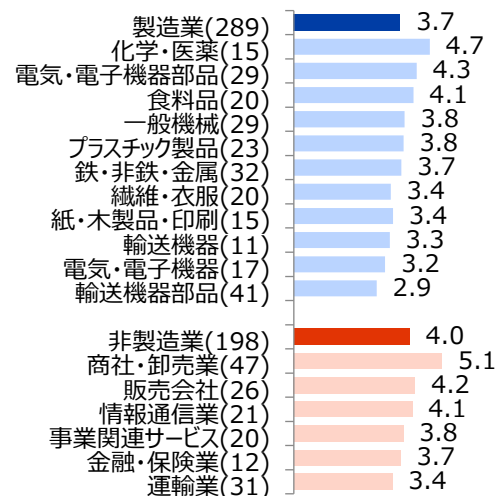
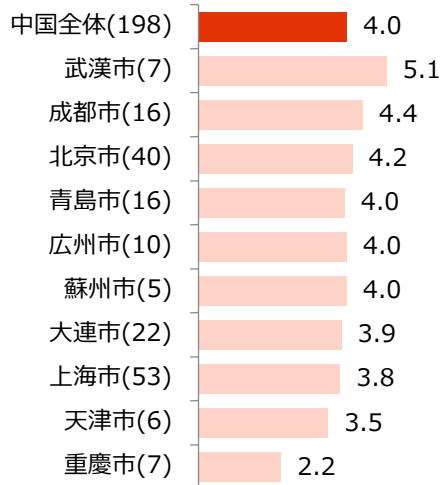
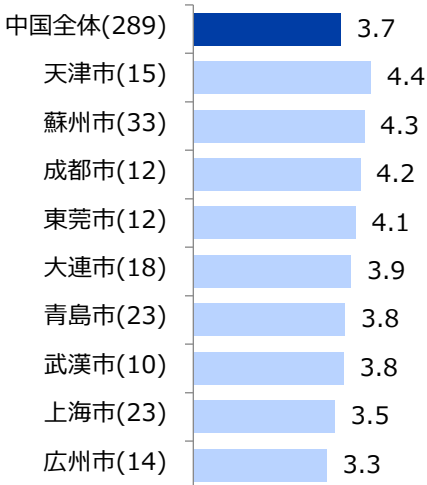
中国 市別（非製造業） (%)



業種別 (%)



2024年 ← 2023年

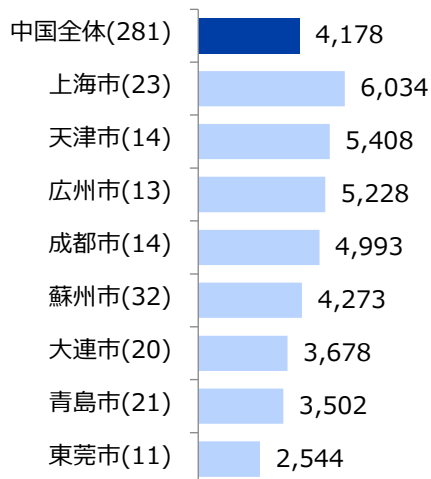


(注1) 有効回答数10社以上の市（製造業）、5社以上の市（非製造業）、10社以上の業種（「その他製造業」「その他非製造業」を除く）。

(注2) 昇給率の定義は、26ページを参照。

# 2 | 賃金： 基本給・月額（製造業）

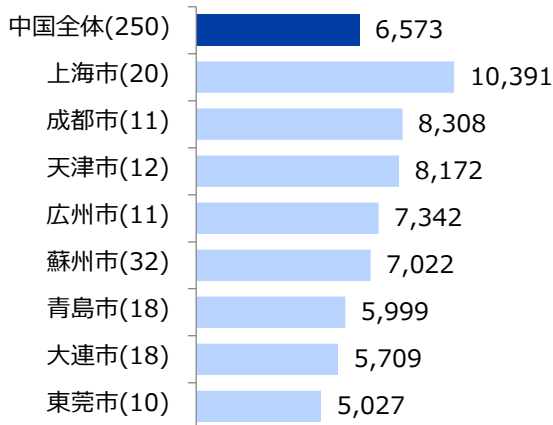
## 作業員



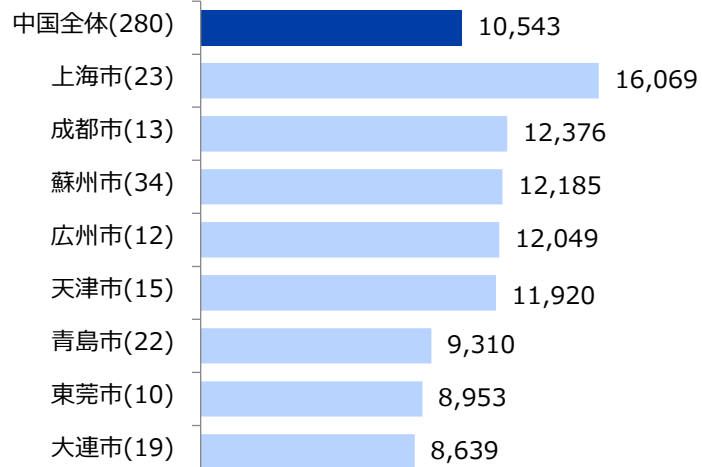
## エンジニア

### 基本給月額（中国 市別、製造業）

(単位：人民元)

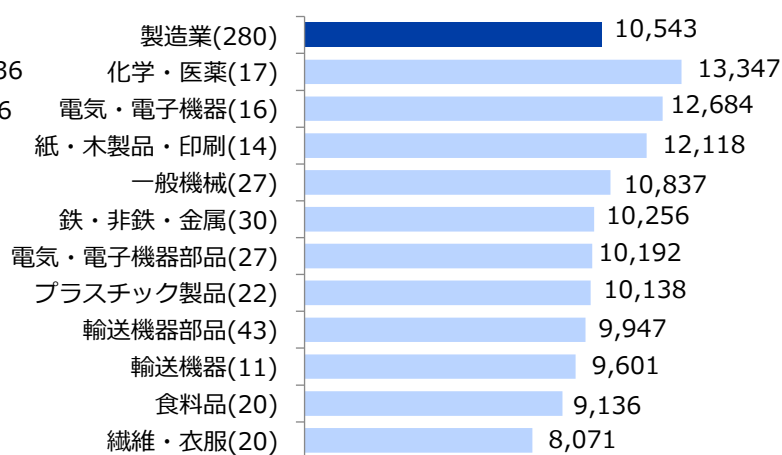
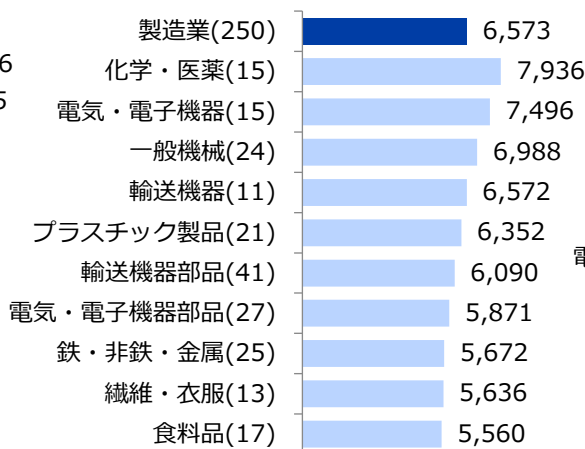
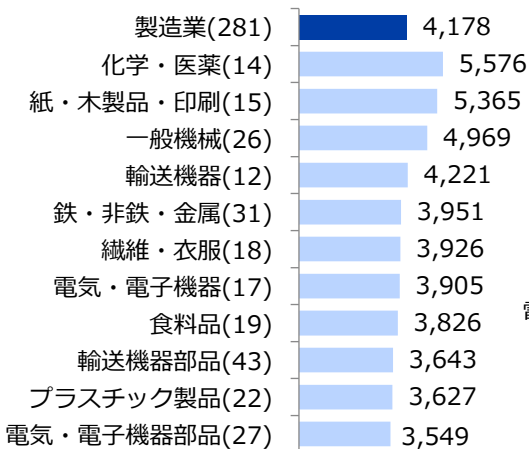


## マネージャー



### 基本給月額（業種別、製造業）

(単位：人民元)



(注1) 有効回答数10社以上の市（製造業）、10社以上の業種（「その他製造業」を除く）。

(注2) 基本給および各職種の定義は、26ページを参照。

# 3

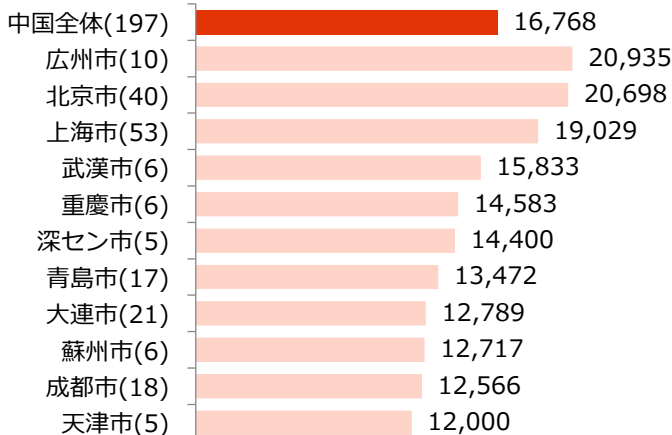
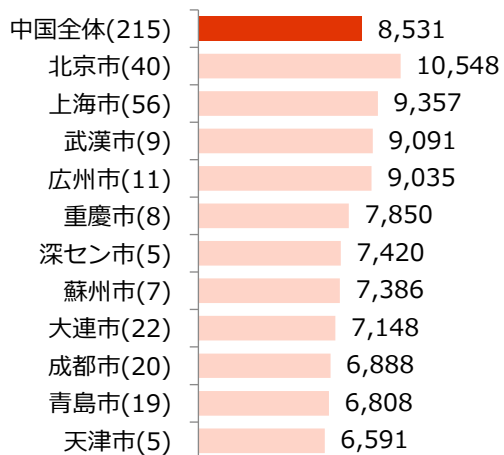
## 賃金： 基本給・月額（非製造業）

### スタッフ

### マネージャー

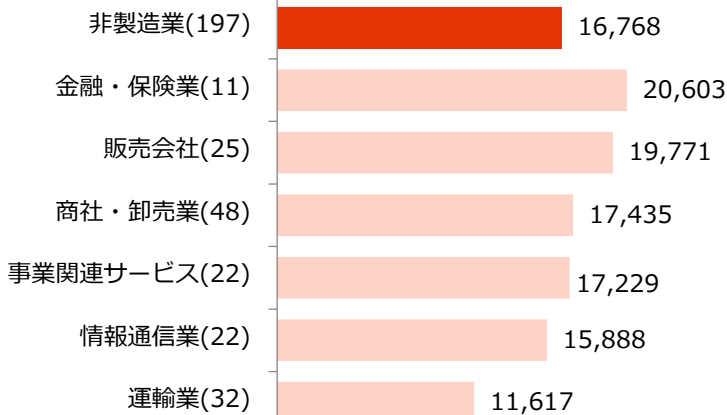
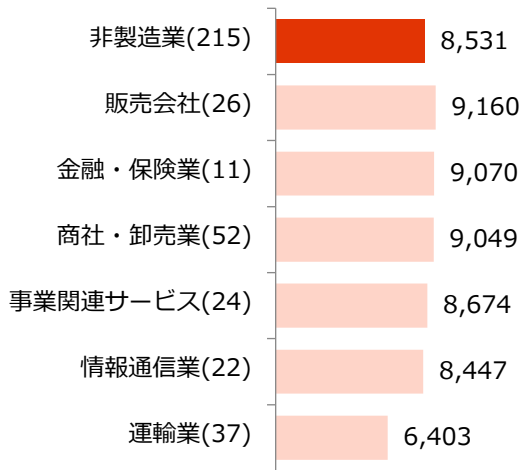
基本給月額（中国 市別、非製造業）

（単位：人民元）



基本給月額（業種別、非製造業）

（単位：人民元）



- **昇給率**：職能給や業績給といった個人の能力に左右される給与を除いた、ベースとなる給与との昇給率（名目）。全職種平均。
- **基本給**：諸手当を除いた給与、2023年8月時点。
- **年間実負担額**：社員1人あたりに対する負担総額(基本給、諸手当、社会保障、残業、賞与などの年間合計。退職金は除く)。2023年(度)時点。
- **賞与**：基本給（力月分）を基にした賞与、2023年（度）の年間支給分。
- **作業員**：正規雇用の一般工職で実務経験3年程度の場合。ただし請負労働者および試用期間中の作業員は除く。
- **エンジニア**：正規雇用の中堅技術者で専門学校もしくは大卒以上、かつ実務経験5年程度の場合。
- **マネージャー（製造業）**：正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合。
- **スタッフ**：正規雇用の一般職で実務経験3年程度の場合。ただし派遣社員および試用期間中の社員は除く。
- **マネージャー（非製造業）**：正規雇用の営業担当課長クラスで大卒以上、かつ実務経験10年程度の場合。

（注）有効回答数5社以上の市（非製造業）、10社以上の業種（「その他非製造業」を除く）。

# 4 | 賃金：年間実負担額、賞与（製造業）

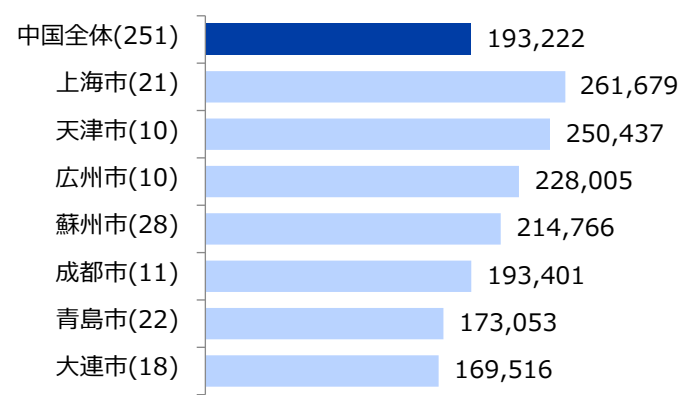
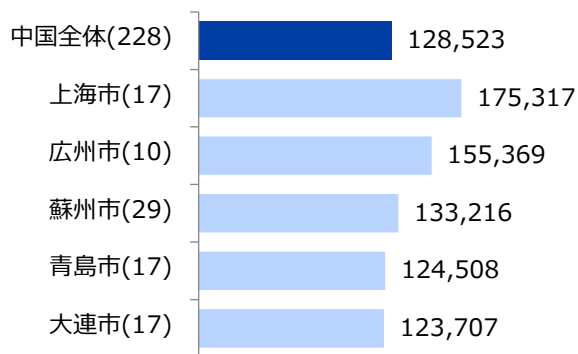
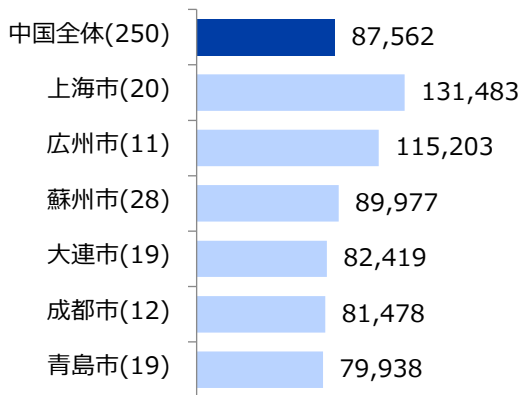
## 作業員

## エンジニア

## マネージャー

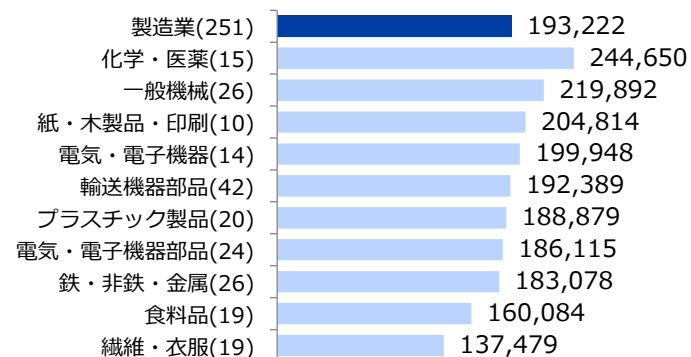
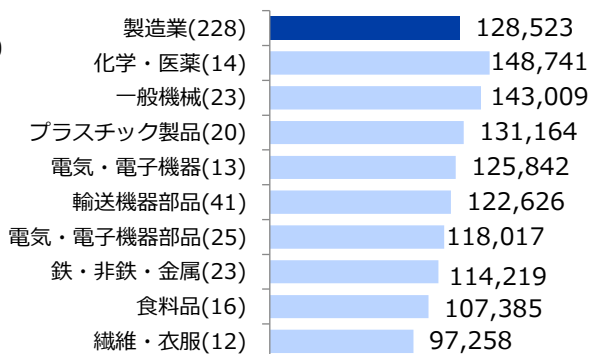
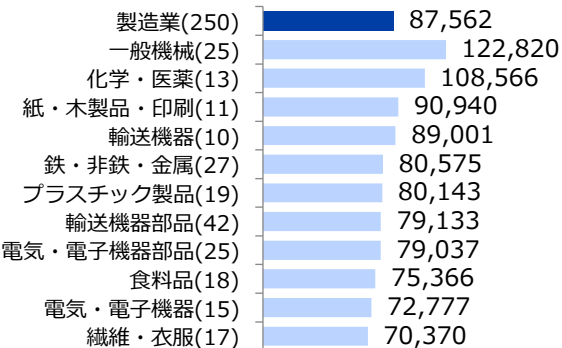
### 年間実負担額（中国 市別、製造業）

（単位：人民元）



### 年間実負担額（業種別、製造業）

（単位：人民元）



### 賞与（製造業）

（単位：カ月分）



(注1) 有効回答数10社以上の市（製造業）、10社以上の業種（「その他製造業」を除く）。

(注2) 年間実負担額、賞与および各職種の定義は、26ページを参照。

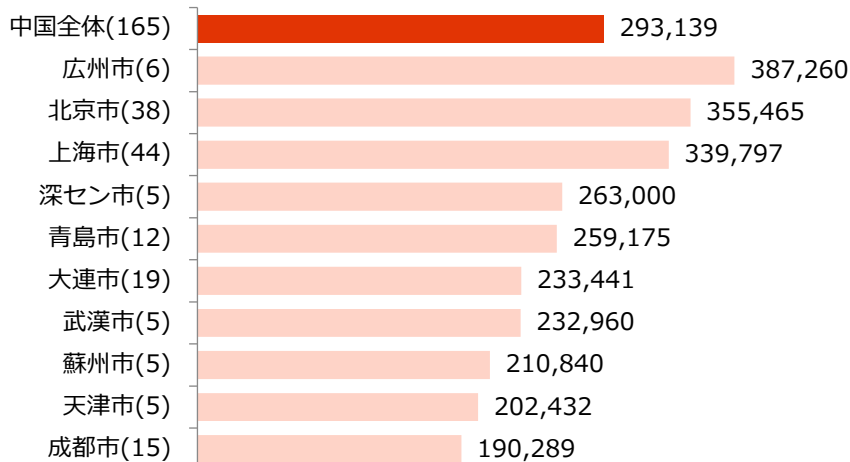
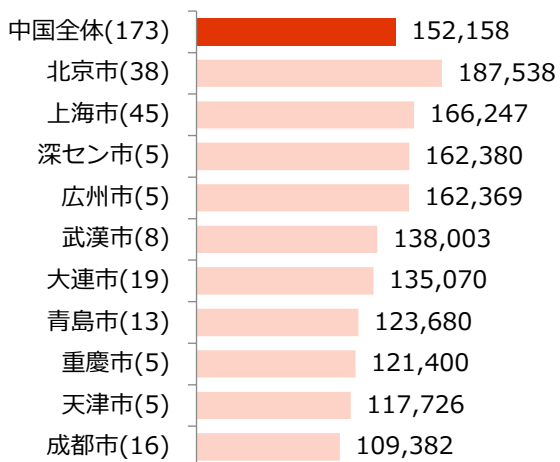
# 5 | 賃金： 年間実負担額、賞与（非製造業）

スタッフ

マネージャー

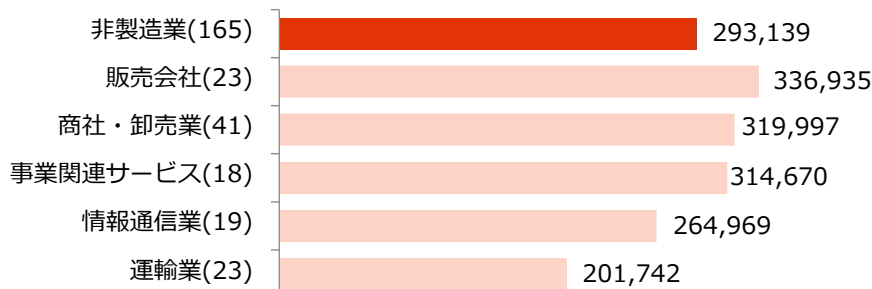
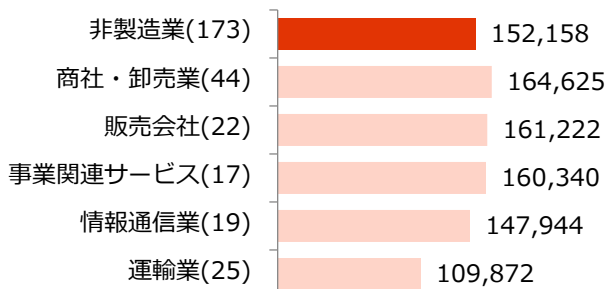
## 年間実負担額（中国 市別、非製造業）

（単位：人民元）



## 年間実負担額（業種別、非製造業）

（単位：人民元）



## 賞与（非製造業）

（単位：カ月分）



(注1) 有効回答数5社以上の市（非製造業）、10社以上の業種（「その他非製造業」を除く）。

(注2) 年間実負担額、賞与および各職種の定義は、26ページを参照。

# レポートをご覧いただいた後、 アンケートにご協力ください。 (所要時間：約1分)

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20230038>



## レポートに関するお問い合わせ先

日本貿易振興機構（ジェトロ）

調査部 中国北アジア課



03-3582-5181



ORG-survey@jetro.go.jp



〒107-6006

東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

### ■ 免責条項

【注】単位未満を含むため、末尾が合わない場合があります。

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロは一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

禁無断転載