

特別企画：日本企業の中国進出動向（2019年）

日本企業の中国進出、 2016年から249社減の1万3685社

～「小売業」の減少幅が最大、2016年から6.2%減～

はじめに

安価な労働力の確保と、巨大な人口を有する中国市場の獲得を目的に、近年積極的に進出を図ってきた日本企業。しかし、米国が輸入するほぼ全ての中国製品が対象となる約3千億ドル（約33兆円）分に最大25%の関税を課す計画を公表するなど米中貿易摩擦が激化するなか、大手企業を中心に対中戦略の見直しを迫られている。

日本貿易振興機構（JETRO）の調査によれば、日本企業における中国拠点からの海外輸出のうち、米国への輸出分は約6%にとどまっている。しかし、近年は日中間の政治リスクや環境問題、人件費の高騰といった諸問題をはじめ、2018年末にかけて顕在化した中国経済の変調により、今後の対中国ビジネスの方向性に対する不透明感は強まっていた。こうしたなか米中貿易摩擦の激化が、中国経済の先行きを一層不透明にする新たな「チャイナリスク」として浮上しつつあり、中国進出企業を中心に規模の縮小や移転、撤退といった対中戦略の見直しに注目が集まっている。

帝国データバンクは、自社データベース・信用調査報告書ファイル「CCR」（約180万社）をもとに抽出した企画商品「ATTACKデータ（海外進出企業）」のなかから、中国への進出が判明した日本企業について分析を行った。同様の調査は、2010・12・15・16年に続き5回目。

調査結果（要旨）

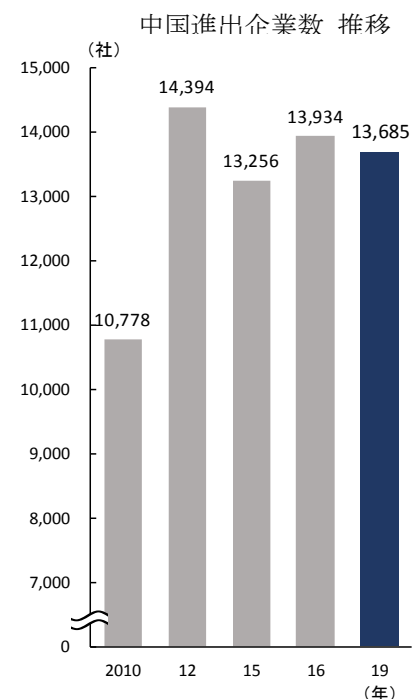
1. 中華人民共和国（以下、「中国」）に進出している日本企業は、2019年5月時点で1万3685社判明。2016年の調査時点から249社減少したほか、過去の調査で最も進出社数が多かった2012年（1万4394社）からは709社減少した
2. 業種別に見ると、最も多かったのは「製造業」の5695社（構成比41.6%）。2016年には503社に増加した「小売業」（472社、同3.4%）は6.2%減少
3. 年商規模別に見ると、最も多かったのは年商「10～100億円未満」の6066社（構成比44.3%）。進出社数が多い上位5業種のうち、「小売業」は年商「10～100億円未満」（190社、9.8%増）を除き2016年から減少するなど、大手から中小まで減少傾向が顕著となった
4. 都道府県別では、「東京都」が4704社（構成比34.4%）で最多

1. 概要 ～ 中国進出の日本企業、2016年から249社減少の1万3685社 ～

中華人民共和国（以下、「中国」）に進出している日本企業は、2019年5月時点で1万3685社判明。2016年の調査時点から249社減少したほか、過去の調査で最も進出社数が多かった2012年（1万4394社）からは709社減少した。

新たに中国に拠点を設けたことが判明した企業では、中国国内の需要を見越して現地生産工場を開設した企業のほか、小売業などでは日本市場で培ったノウハウを中国市場へ展開する企業が見られた。また、既に進出している企業の中でも、物流の増加に伴う倉庫などの設備増強や、中国市場の成長を見越した営業所の開設などを積極的に進める企業も多かった。

他方、中国から事業を撤退した企業には、中国経済の成長に伴う人件費の上昇、為替安などによるコスト増により採算性が悪化し、国内生産への切り替えや、タイなどASEAN諸国へ生産設備を移転させたケースが多かった。小売業などでは、ネット通販などの普及で経営環境が急速に変化していることに加え、事業の成長に伴い中国国内での人材育成が追い付かないこと、中国景気の減速により収益維持が困難となったことなどで、中国国内における事業見直しや撤退・縮小を行ったケースもある。



2. 業種別 ～「小売業」の減少幅、減少した4業種中で最大～

業種別に見ると、最も多かったのは「製造業」の5695社（構成比41.6%）。以下、「卸売業」（4495社、同32.8%）、「サービス業」（1689社、同12.3%）、「小売業」（472社、同3.4%）と続いた。また、上位4業種ではいずれも2016年から進出社数が減少。なかでも2016年に503社へ増加した「小売業」は6.2%減少し、減少幅は4業種（製造・卸・小売・サービス）中で最大。

他方、物流を担う「運輸・通信業」（424社、構成比3.1%）は、2016年から1.2%増加。「越境EC」など中国国内での通信販売市場の拡大を背景に存在感が増した。「金融・保険業」（379社、同2.8%）は、金融機関のほか、中国近隣の事業を統括する持株会社の進出などで、2016年から約1割増加。「建設業」（315社、同2.3%）、「不動産業」（171社、同1.2%）の2業種も、2016年から進出社数を伸ばした。

業種別・中国進出企業動向

業種別	2019年			2016年			2015年		
	社数	2016年比 (%)	構成比 (%)	件数	2015年比 (%)	構成比 (%)	件数	2012年比 (%)	構成比 (%)
建設業	315	2.3	2.3	308	6.9	2.2	288	▲ 5.6	2.2
製造業	5,695	▲ 2.7	41.6	5,853	2.8	42.0	5,693	▲ 4.3	42.9
卸売業	4,495	▲ 3.0	32.8	4,633	3.8	33.2	4,465	▲ 11.7	33.7
小売業	472	▲ 6.2	3.4	503	20.3	3.6	418	▲ 4.8	3.2
運輸・通信業	424	1.2	3.1	419	13.6	3.0	369	▲ 8.2	2.8
サービス業	1,689	▲ 0.9	12.3	1,705	8.3	12.2	1,574	▲ 15.7	11.9
不動産業	171	23.0	1.2	139	16.8	1.0	119	▲ 22.2	0.9
金融・保険業	379	10.5	2.8	343	12.8	2.5	304	58.3	2.3
その他	45	45.2	0.3	31	19.2	0.2	26	▲ 3.7	0.2
合計	13,685	▲ 1.8	100.0	13,934	5.1	100.0	13,256	▲ 7.9	100.0

※構成比は小数点第二位以下を四捨五入のため合計は100とならない

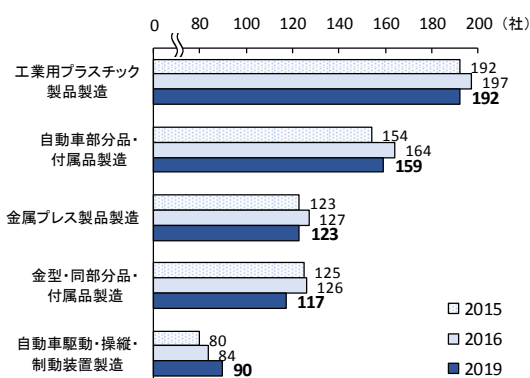
《各業種別の主な動向》

▶ 2016年より減少した業種

■ 製造業

製造業で最も多く進出する業種は、「工業用プラスチック製品製造」の192社。以下、「自動車部品・付属品製造」（159社）、「金属プレス製品製造」（123社）などの順。総じて、完成車部品や電機部品製造の業種が多いが、上位4業種はいずれも減少した。

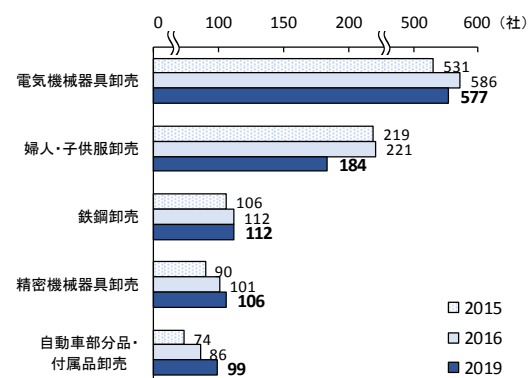
製造業・上位5業種の推移



■ 卸売業

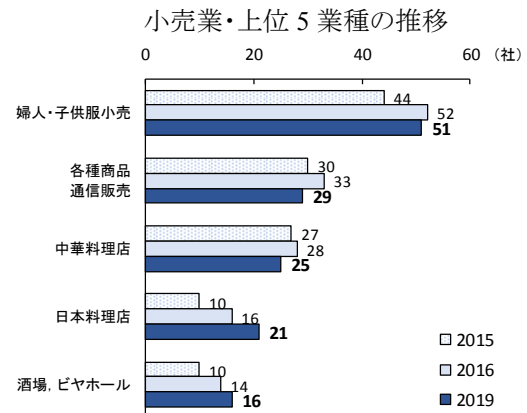
卸売業で最も多く進出する業種は、「電気機械器具卸売」の577社。以下、「婦人・子供服卸売」（184社）、「鉄鋼卸売」（112社）などの順。婦人・子供服卸売は、上位業種の中で減少社数は最多。一方、時計や眼鏡、ディスプレイ検査装置といった計測機器を取り扱う「精密機械器具卸売」や、「自動車部品・付属品卸売」は増加した。

卸売業・上位5業種の推移



■ 小売業

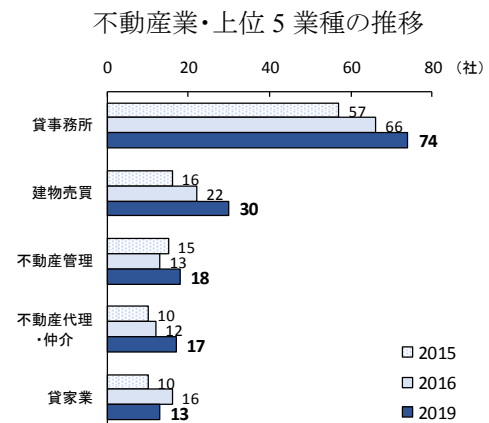
小売業で最も多く進出する業種は、「婦人・子供服小売」の51社。以下、「各種商品通信販売」（29社）、「中華料理店」（25社）などの順。「越境EC」など通販需要を背景に進出していた通信販売業者などは減少したが、日本料理店やビヤホールなど飲食関連で増加した業種もある。



➤ 2016年より増加した業種

■ 不動産業

不動産業で最も多く進出する業種は、「貸事務所」の74社。以下、「建物売買」（30社）、「不動産管理」（18社）などの順。中国国内に進出する日本企業向けのオフィスや駐在員向けの住居提供ニーズは根強く、不動産業の進出を後押ししている要因の一つとなっている。



3. 年商規模別 ～ 年商10億円を境に、大手と中小で傾向分かれる ～

年商規模別に見ると、最も多かったのは年商「10～100億円未満」の6066社（構成比44.3%）。社数は2016年から0.1%の微増となり、全体の4割超を占めた。また、年商10億円を境に、中堅・中小規模になるほど2016年から減少したのに対し、年商が10億円以上で規模が大きくなるにつれ、進出社数が増加する傾向が見られ、企業規模によって対中進出への対応が分かれた。

進出社数が多い上位5業種の動向でも、概ね年商10億円を境に傾向が分かれた。しかし、「小売業」では、最も進出社数が多い年商「10～100億円未満」（190社、9.8%増）を除いたすべての年商規模で2016年から減少するなど、大手から中小まで減少傾向が顕著となった。

また、中国進出にあたって工場や物流施設、販売施設などの大規模な初期投資や人員管理が求められる「製造業」や「卸売業」などでも、年商「10～100億円未満」の構成比が最も高かった。

業種別 中国進出企業の年商規模動向
（上位5業種）

年商規模別	全体			製造業			卸売業			小売業			運輸・通信業			サービス業		
	社数	2016年比 (%)	構成比 (%)	社数	2016年比 (%)	構成比 (%)	社数	2016年比 (%)	構成比 (%)	社数	2016年比 (%)	構成比 (%)	社数	2016年比 (%)	構成比 (%)	社数	2016年比 (%)	構成比 (%)
1億円未満	504 (552)	▲ 8.7	3.7 (4.0)	56 (57)	▲ 1.8	1.0 (1.0)	187 (216)	▲ 13.4	4.2 (4.7)	15 (18)	▲ 16.7	3.2 (3.6)	10 (15)	▲ 33.3	2.4 (3.6)	164 (178)	▲ 7.9	9.7 (10.4)
1～10億円未満	3,883 (4,159)	▲ 6.6	28.4 (29.8)	1,281 (1,435)	▲ 10.7	22.5 (24.5)	1,439 (1,513)	▲ 4.9	32.0 (32.7)	130 (154)	▲ 15.6	27.5 (30.6)	109 (105)	3.8	25.7 (25.1)	634 (697)	▲ 9.0	37.5 (40.9)
10～100億円未満	6,066 (6,058)	0.1	44.3 (43.5)	2,807 (2,839)	▲ 1.1	49.3 (48.5)	1,986 (2,033)	▲ 2.3	44.2 (43.9)	190 (173)	9.8	40.3 (34.4)	163 (172)	▲ 5.2	38.4 (41.1)	614 (570)	7.7	36.4 (33.4)
100～1000億円未満	2,611 (2,560)	2.0	19.1 (18.4)	1,239 (1,229)	0.8	21.8 (21.0)	763 (751)	1.6	17.0 (16.2)	107 (120)	▲ 10.8	22.7 (23.9)	118 (104)	13.5	27.8 (24.8)	224 (209)	7.2	13.3 (12.3)
1000億円以上	605 (569)	6.3	4.4 (4.1)	312 (288)	8.3	5.5 (4.9)	120 (112)	7.1	2.7 (2.4)	28 (32)	▲ 12.5	5.9 (6.4)	24 (23)	4.3	5.7 (5.5)	48 (42)	14.3	2.8 (2.5)

※()は2016年調査時点

4. 都道府県別 ～「東京都」が最多、12位の「千葉県」まで2016年から順位変動なし～

都道府県別では、「東京都」が4704社（構成比34.4%）で最多となり、全体の3割超を占めた。以下、「大阪府」（2023社、同14.8%）、「愛知県」（1076社、同7.9%）と続き、上位3都府県で全体の半数超を占めたほか、「千葉県」（243社、同1.8%）まで上位12位以内の都府県はいずれも2016年と順位の変動がなかった。また、2016年から進出社数が減少したのは28都道府県となり、増加した14県を大きく上回った。

都道府県別 中国進出企業動向
（上位20都道府県）

順位	都道府県	2019年			2016年	順位	都道府県	2019年			2016年
		社数	2016年比 (%)	構成比 (%)	社数			社数	2016年比 (%)	構成比 (%)	社数
1 ⇨ (1)	東京都	4,704	▲ 0.8	34.4	4,743	11 ⇨ (11)	福岡県	251	0.8	1.8	249
2 ⇨ (2)	大阪府	2,023	▲ 3.5	14.8	2,096	12 ⇨ (12)	千葉県	243	0.4	1.8	242
3 ⇨ (3)	愛知県	1,076	▲ 2.4	7.9	1,103	13 ⇨ (14)	岡山県	224	2.3	1.6	219
4 ⇨ (4)	神奈川県	636	▲ 2.3	4.6	651	14 ⇨ (13)	長野県	218	▲ 3.1	1.6	225
5 ⇨ (5)	兵庫県	464	▲ 6.5	3.4	496	15 ⇨ (15)	新潟県	163	▲ 6.9	1.2	175
6 ⇨ (6)	埼玉県	439	▲ 2.9	3.2	452	16 ⇨ (16)	群馬県	130	▲ 5.1	0.9	137
7 ⇨ (7)	静岡県	343	▲ 2.0	2.5	350	17 ⇨ (17)	三重県	129	6.6	0.9	121
8 ⇨ (8)	京都府	326	▲ 3.6	2.4	338	18 ⇨ (18)	石川県	121	4.3	0.9	116
9 ⇨ (9)	岐阜県	287	▲ 5.0	2.1	302	19 ⇨ (20)	福井県	109	0.0	0.8	109
10 ⇨ (10)	広島県	258	2.8	1.9	251	19 ⇨ (21)	滋賀県	109	2.8	0.8	106

5. 今後の見通し

13億人超の巨大市場を有する中国は、持続的な成長を目指す日本企業にとって依然無視できない存在だ。しかし、近年は為替相場が円安傾向で続いたこともあって中国進出による妙味が希薄化したほか、人件費などコスト負担も増加。また、成長が続いた中国経済に変調の兆しが見られたこともあり、対中ビジネスの先行きを不安視する日本企業も多い。

こうした状況に加え、トランプ米政権が公表した追加関税「第4弾」は、中国経済を牽引してきたハイテク機器のほか、日本の製造業が得意とする生活消費財や精密部品も含まれる。米国による対中制裁が実行された場合は、米国に輸出する中国企業の減産や需要縮小を通じて中国景気の先行きが一層不透明になることが予想されるほか、約6%を占める日本企業の中国拠点からの対米輸出にも影響が出ると見られる。既に、大手製造業や卸売業では、華為技術（ファーウェイ）など中国企業との取引見直しや、「チャイナプラスワン」と称される東南アジアへの生産拠点移設、国内拠点への回帰など「中国依存」から脱却の動きが見られている。そのため米中間の緊張状態が長引けば、進出企業は中小企業に加え大手企業でも減少する可能性がある。

一方、帝国データバンクの調査では、中国・米国双方に拠点等を有する企業は約2600社に上り¹、このうち約1割を売上10億円未満の中堅・中小企業で占める。中国拠点から米国へ輸出する大手企業では中国国外への生産移管や設備移設などを決定しているが、こうした対応ではサプライチェーンの再構築や追加費用の発生が想定される。拠点継続でも、追加関税の発生などコスト発生が見込まれ、資金力などで乏しい中小企業では難しい判断を迫られよう。中国国内では、撤退に際する独自の法制度が整備されている地域もあり、撤退や移転時に思わぬ負担を強いられることもある。そのため、特に米中間でサプライチェーンを構築している中小企業については、中国事業における業績への影響が多いことが想定され、今後の動向に注視を要する。

【 内容に関する問い合わせ先 】

(株) 帝国データバンク
 データソリューション企画部 情報統括課
 担当：飯島 大介
 TEL 03-5775-3073 FAX 03-5775-3169
 E-mail daisuke.iijima@mail.tdb.co.jp

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。報道目的以外の利用につきましては、著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

¹ 「米国進出企業実態調査」(2016年12月発表)