

V 特集アンケート

中国経済が県内事業者に与える影響について

はじめに

昨年9月以降、尖閣諸島領有問題を発端とする日中間の緊張が高まる中で、中国進出企業の店舗の破壊や自動車を中心とする日本製品の不買、訪日観光の回避の動きが強まった。これらの経済的影響は、11月の中国向け輸出額の減少(前年同月比14.5%減)、11月の訪日中国人の減少(前年同月比43.6%減)、11月の日本車の中国販売実績の不調(トヨタは前年同月比22.1%減、日産29.8%減、ホンダ29.2%減)に見られる通り、長期的かつ大規模なものとなっている。

このように、日本経済に対する影響力をますます高める中国経済に対して、和歌山県経済はどのような関係性を持ち、どの程度の経済的影響を受けているのであろうか。今回の特集アンケートでは、この点を明らかにするために、県内事業者の売上額に占める中国関連事業の売上額、仕入額に占める中国製品の仕入額の比率などについて質問した。

アンケート内容

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| ①中国関連事業の内容について | ⑤中国製品の仕入額が仕入総額に占める割合 |
| ②中国向け販売を実施しているかについて | ⑥日中関係の緊張が売上額に与えた影響 |
| ③中国向け販売額が売上総額に占める割合 | ⑦日中関係の緊張による影響はいつまで続くか |
| ④中国製品の仕入を実施しているかについて | ⑧今後の中国関連事業の方向性 |

《調査結果》

- 県内事業者の3割弱が中国関連事業を展開している。事業の内容としては、「中国製品の仕入」、「取引先を通じた製品・サービスの販売」、「現地に自社企業等あり」などが多い(27頁)。
- 中国向けに製品・サービスを販売していると回答した事業者は、全産業で1割強。製造業では、4割弱が販売を実施しており、機械、鉄鋼・金属加工が多い。また、売上総額に占める中国向け販売額は「10%未満」との回答が6割を超える(28～29頁)。
- 中国製品を仕入れている事業者は、全産業で2.5割。衣料品小売、生活用品小売などの商業や機械、繊維、化学などの製造業で回答が多く見られた(30頁)。
- 日中関係の緊張がもたらした売上額への影響については、中国向け販売を実施する事業者の6割が一定額の減少があったと回答した。影響の程度については、「10%未満の減少」が半分以上を占めた(32頁)。
- 日中関係の緊張がもたらした経済的影響について、「影響はすでに弱まりつつある」とする回答が全産業で4割弱を占めるものの、「影響は依然として大きく、今後も続くと考える」との回答も3割ほど見られた(33頁)。

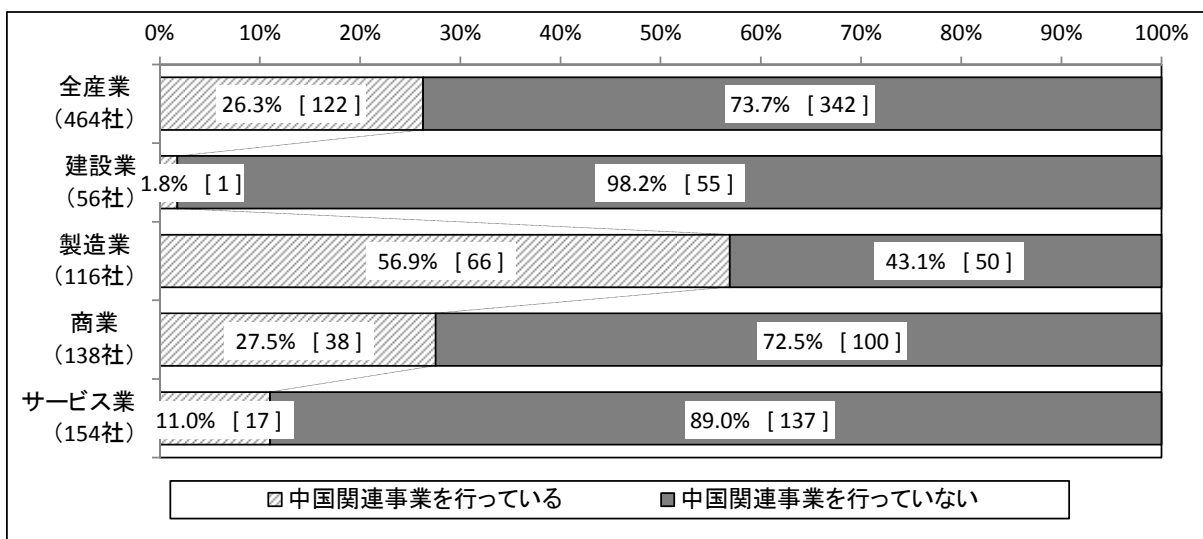
*次頁以降のグラフにおいて、
図内の項目軸の()の数值は、回答事業者数を示す。
図内の[]内の数值は、各項目における回答事業者数を示す。

①県内事業者が実施している中国関連事業の内容について

何らかの中国関連事業を展開する事業者は、製造業で 56.9%、商業で 27.5%、サービス業で 11.0% となっており、全産業では 26.3%となった。

※建設業では、ほとんどの事業者が中国関連事業を実施しておらず、回答状況のみ報告する。

| | 全産業 | | 建設業 | | 製造業 | | 商業 | | サービス業 | |
|---------------|------|--------|-----|--------|------|--------|------|--------|-------|--------|
| 中国関連事業を行っている | 122社 | 26.3% | 1社 | 1.8% | 66社 | 56.9% | 38社 | 27.5% | 17社 | 11.0% |
| 中国関連事業を行っていない | 342社 | 73.7% | 55社 | 98.2% | 50社 | 43.1% | 100社 | 72.5% | 137社 | 89.0% |
| 合計 | 464社 | 100.0% | 56社 | 100.0% | 116社 | 100.0% | 138社 | 100.0% | 154社 | 100.0% |



県内事業者が実施している中国関連事業について、回答数の多い順(業種別)に見たものが下表である。製造業では、「中国製品の仕入」、「現地に自社企業等あり」、「取引先を通じた販売」などが多い。商業でも、「中国製品の仕入」、「取引先を通じた販売」、「現地に自社企業等あり」が多く見られたが、製造業と比較すると、それぞれの回答割合は低くなっている。サービス業に関しては、「中国製品の仕入」、「研修生・実習生の受け入れ」が上位となっているが、それぞれの回答割合は5%未満と非常に低い。

| | 建設業 (56社) | |
|--------------|-----------|------|
| ①中国製品の仕入 | 1社 | 1.8% |
| ①中国企業への技術等供与 | 1社 | 1.8% |

| | 製造業 (116社) | |
|---------------|------------|-------|
| ①中国製品の仕入 | 33社 | 28.4% |
| ②現地に自社企業等あり | 23社 | 19.8% |
| ③取引先を通じた販売 | 22社 | 19.0% |
| ④自社製品の輸出 | 17社 | 14.7% |
| ⑤研修生・実習生の受け入れ | 7社 | 6.0% |

| | 商業 (138社) | |
|---------------|-----------|-------|
| ①中国製品の仕入 | 26社 | 18.8% |
| ②取引先を通じた販売 | 9社 | 6.5% |
| ③現地に自社企業等あり | 5社 | 3.6% |
| ④研修生・実習生の受け入れ | 3社 | 2.2% |
| ⑤自社製品の輸出 | 2社 | 1.4% |
| ⑤中国での展示会参加 | 2社 | 1.4% |

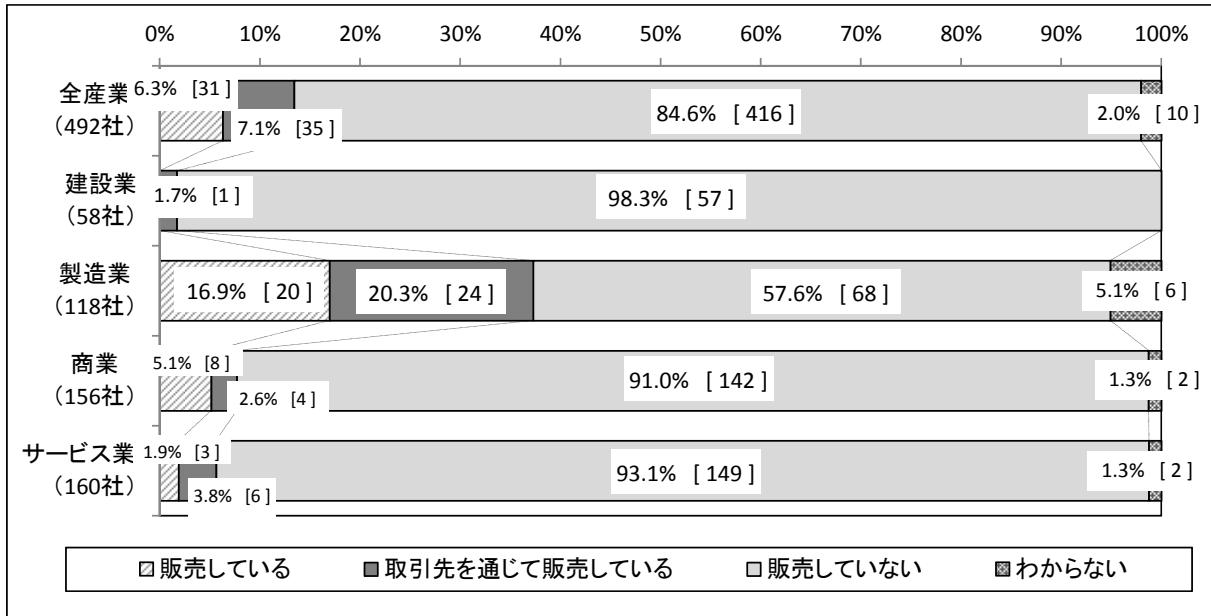
| | サービス業 (154社) | |
|---------------|--------------|------|
| ①中国製品の仕入 | 6社 | 3.9% |
| ②研修生・実習生の受け入れ | 5社 | 3.2% |
| ③取引先を通じた販売 | 3社 | 1.9% |
| ④中国貿易の代行 | 2社 | 1.3% |

注1: 複数回答可能な設問であるため、各項目の回答数の合計と、回答事業者数の合計は一致しない。

注2: 丸囲数字は順位を示す。

②製品・サービスを中国または中国の方に販売（以降「中国向け販売」と略記）しているかについて

中国向けに製品・サービスを「販売している」、「取引先を通じて販売している」と回答した事業者は、全産業で1割強にとどまる。製造業では、4割弱が販売を実施している。



中国向け販売の有無については、建設業、商業、サービス業(旅館・ホテル業を除く)で「販売している」との回答は1割に満たず、極めて少なくなっている。

製造業では、4割弱の事業者が中国向け販売を行っており、その半分以上が取引先を通じた間接的な販売である。業種別に回答状況を見た下表によると、直接・間接(取引先を通じた取引)の合計においては、機械の72.7%が最も高く、鉄鋼・金属加工の58.8%が後に続く。

中国向け販売を実施する割合が最も高かった機械では、従業員数100人以上で直接販売を実施している事業者が多く、従業員数100人未満では、取引先を通じた販売を実施している事業者が多い。鉄鋼・金属加工では、輸送用機械部品製造業や産業用機械部品製造業で「取引先を通じて販売している」との回答が多く見られた。

化学、繊維、食料・飲料においては、中国向け販売(間接含む)を行う事業者の割合は3割未満となっている。食料・飲料では、梅加工品製造や清酒製造分野で中国向け販売を実施しているとの回答が見られた。

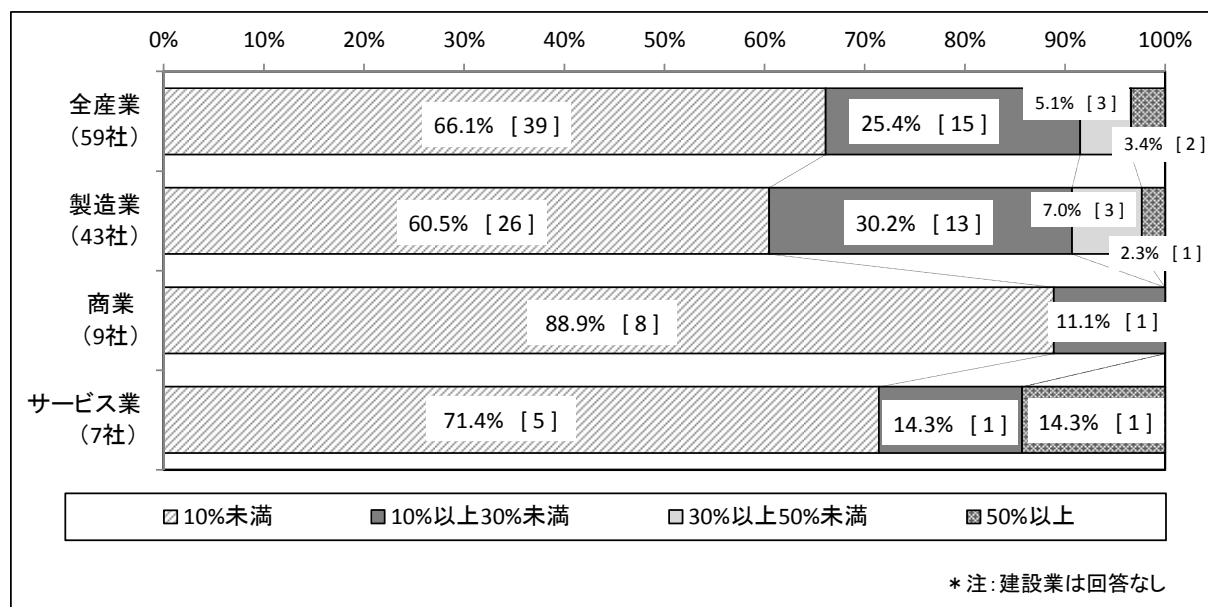
◎製造業

| | 機械 (11社) | | 鉄鋼・金属加工 (17社) | | 繊維 (17社) | | 化学 (14社) | | 食料・飲料 (17社) | |
|------------------------|----------|-------|---------------|-------|----------|-------|----------|-------|-------------|-------|
| 中国向け販売(直接)を実施している | 4社 | 36.4% | 2社 | 11.8% | 2社 | 11.8% | 2社 | 14.3% | 2社 | 11.8% |
| 中国向け販売(取引先を通じて)を実施している | 4社 | 36.4% | 8社 | 47.1% | 3社 | 17.6% | 2社 | 14.3% | 1社 | 5.9% |
| 合計 | 8社 | 72.7% | 10社 | 58.8% | 5社 | 29.4% | 4社 | 28.6% | 3社 | 17.6% |

③売上額全体に占める中国向けの販売額の割合（他社経由を含む）について

（*中国向け販売を実施していると回答した事業者対象）

中国向け販売を実施する事業者の6割以上が、中国向け販売額は売上総額の「10%未満」と回答した。



商業においては、原料卸売業(化学製品、建築材料、機械部品など)、生活用品卸・小売業などで中国向け販売が行われているが、ほとんどが売上総額の「10%未満」と回答であった。

サービス業では、旅館・ホテル業で「10%未満」とする回答が多く見られた。和歌山県観光交流課によれば、2011年の県内外国人宿泊客数に占める中国人宿泊者(香港、台湾からの中国人除く)は4.1%にとどまり、旅館・宿泊業における中国向け販売額はそれほど多くないといえる。

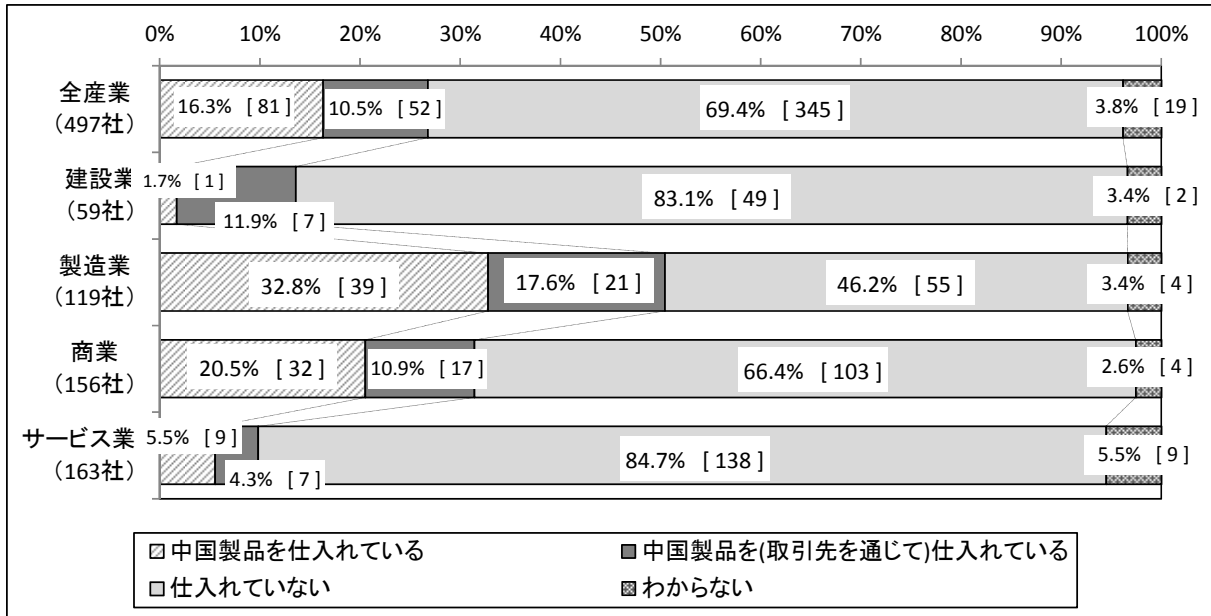
◎製造業

| | 10%未満 | | 10%以上30%未満 | | 30%以上50%未満 | | 50%以上 | |
|---------------|-------|--------|------------|-------|------------|-------|-------|-------|
| 機械 (8社) | 5社 | 62.5% | 2社 | 25.0% | 1社 | 12.5% | — | 0.0% |
| 鉄鋼・金属加工 (10社) | 8社 | 80.0% | 1社 | 10.0% | — | 0.0% | 1社 | 10.0% |
| 繊維 (5社) | 1社 | 20.0% | 3社 | 60.0% | 1社 | 20.0% | — | 0.0% |
| 化学 (4社) | 1社 | 25.0% | 3社 | 75.0% | — | 0.0% | — | 0.0% |
| 食料・飲料 (3社) | 3社 | 100.0% | — | 0.0% | — | 0.0% | — | 0.0% |

製造業においては、機械、鉄鋼・金属加工、食料・飲料で、売上総額に占める中国向け販売額の割合は「10%未満」とする回答が過半数を占めており、「30%以上」との回答は、一部の事業者に限られる。その一方で、化学、繊維では、中国向け販売額の割合が「10%以上30%未満」とする回答が過半数を占めた。

④中国製品の仕入れを行っているかについて

「中国製品を仕入れている」あるいは「取引先を通じて仕入れている」と回答した事業者は、全産業で2.5割程度となった。



中国製品の仕入実施状況を業種別に見た場合、建設業、サービス業では実施していると回答した事業者は1割前後と少なく、製造業で5割強、商業で3割強となっている。

商業では、衣料品小売業(50.0%)、生活用品小売業(46.7%)で半数近くの事業者が仕入れを行っている一方、産業用機械などを取り扱う設備卸売業や食品卸売業では、仕入れを行う事業者が相対的に少ない。※()内のパーセント数値は、各業種における該当事業者の割合を示す。以下同様。

◎商業

| | 衣料品小売 (10社) | 生活用品小売 (15社) | 原料卸 (42社) | 食品卸 (12社) | 設備卸 (18社) |
|---------------|----------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|
| 中国製品を仕入れている | 3社 | 6社 | 8社 | 2社 | 3社 |
| 取引先を通じて仕入れている | 2社 | 1社 | 8社 | 1社 | — |
| 合計 | 5社 (50.0%) | 7社 (46.7%) | 16社 (38.1%) | 3社 (25.0%) | 3社 (16.7%) |

製造業では、機械の83.3%が仕入れを行っているとは回答し、化学の57.1%、繊維の52.9%、食料・飲料(梅干製造、水産食料品製造などを中心に)の47.1%が続く。鉄鋼・金属加工に関しては、29.4%と相対的に低くなっている。

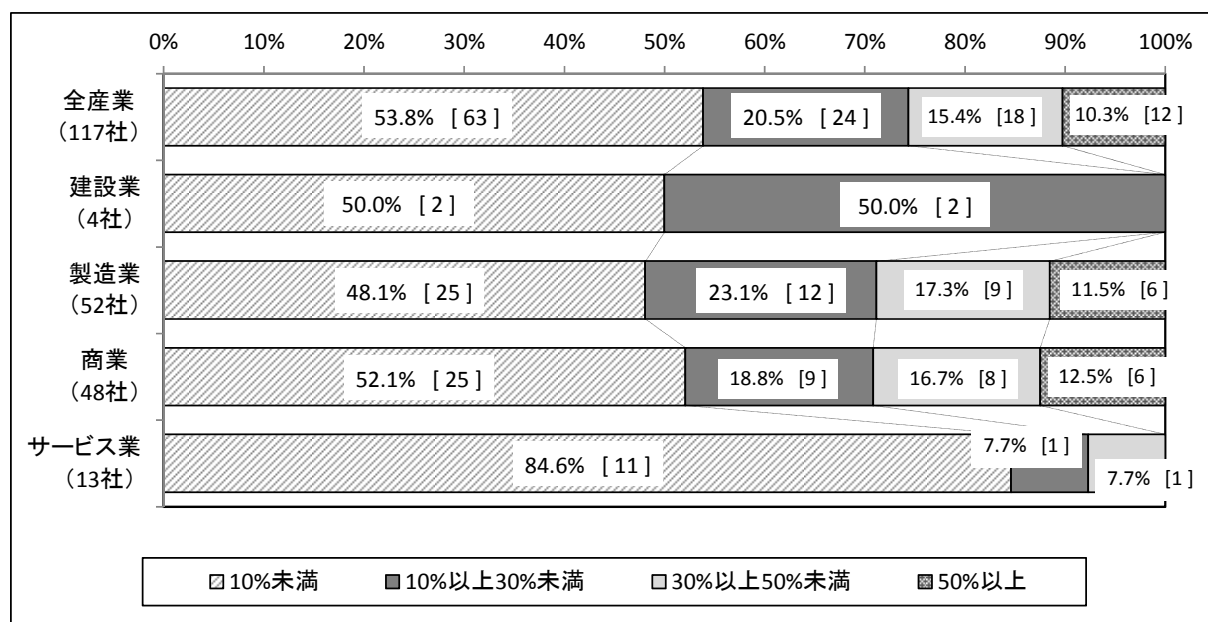
◎製造業

| | 機械 (12社) | 繊維 (17社) | 化学 (14社) | 食料・飲料 (17社) | 鉄鋼・金属加工 (17社) |
|---------------|----------------|---------------|---------------|----------------|------------------|
| 中国製品を仕入れている | 7社 | 6社 | 7社 | 4社 | 1社 |
| 取引先を通じて仕入れている | 3社 | 3社 | 1社 | 4社 | 4社 |
| 合計 | 10社 (83.3%) | 9社 (52.9%) | 8社 (57.1%) | 8社 (47.1%) | 5社 (29.4%) |

⑤仕入額全体に占める中国製品の割合（他社経由を含む）について

（*中国製品の仕入れを実施していると回答した事業者対象）

中国製品を仕入れている事業者の約5割が、中国製品の仕入額は仕入総額の「10%未満」と回答した。「30%以上」との回答は、3割弱見られた。



商業では、中国製品の仕入額は全体の「10%未満」と回答する事業者が過半数を占めており、「30%以上」とする回答は衣料品や生活用品などの小売業を中心に3割ほど見られた。

◎商業

| | 10%未満 | | 10%以上30%未満 | | 30%以上50%未満 | | 50%以上 | |
|-------------|-------|-------|------------|-------|------------|-------|-------|------|
| 衣料品小売 (5社) | 3社 | 60.0% | — | 0.0% | 2社 | 40.0% | — | 0.0% |
| 生活用品小売 (7社) | 2社 | 28.6% | 3社 | 42.9% | 2社 | 28.6% | — | 0.0% |
| 原料卸 (15社) | 11社 | 73.3% | 2社 | 13.3% | 1社 | 6.7% | 1社 | 6.7% |
| 食品卸 (3社) | 2社 | 66.7% | 1社 | 33.3% | — | 0.0% | — | 0.0% |
| 設備卸 (3社) | 2社 | 66.7% | — | 0.0% | 1社 | 33.3% | — | 0.0% |

製造業では、機械、鉄鋼・金属加工において、中国製品の仕入額は全体の「10%未満」とする回答が大半を占めた。食料・飲料においても「10%未満」との回答が最も多く、これらの業種における中国製品の仕入額は多くないといえる。その一方で、化学、繊維において、中国製品の仕入額は全体の「30%以上」を占めるとする回答が相対的に多く見られる。これらの事業者の中には、中国の自社企業で製造した製品を輸入し国内で販売する事業者も含まれており、原材料、半製品、完成品などあらゆる形で、中国製品を輸入していると考えられる。

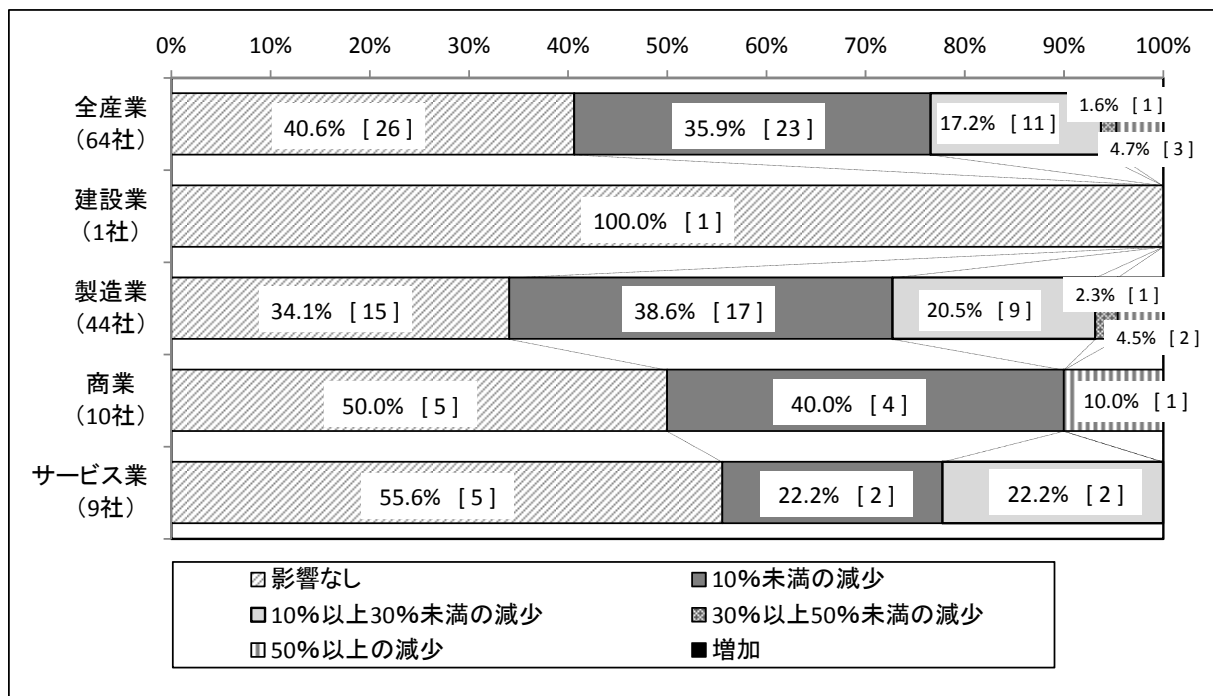
◎製造業

| | 10%未満 | | 10%以上30%未満 | | 30%以上50%未満 | | 50%以上 | |
|--------------|-------|-------|------------|-------|------------|-------|-------|-------|
| 機械 (8社) | 6社 | 75.0% | 1社 | 12.5% | 1社 | 12.5% | — | 0.0% |
| 繊維 (9社) | 3社 | 33.3% | 2社 | 22.2% | 3社 | 33.3% | 1社 | 11.1% |
| 化学 (7社) | 2社 | 28.6% | 1社 | 14.3% | 4社 | 57.1% | — | 0.0% |
| 食料・飲料 (7社) | 3社 | 42.9% | 2社 | 28.6% | 1社 | 14.3% | 1社 | 14.3% |
| 鉄鋼・金属加工 (4社) | 3社 | 75.0% | 1社 | 25.0% | — | 0.0% | — | 0.0% |

⑥日中間の緊張により、製品・サービスの売上額(9～11月)はどの程度影響を受けたかについて

(*中国向け販売を実施していると回答した事業者対象)

日中間の緊張がもたらした売上額への影響については、「影響なし」と答えた事業者(中国向け販売を実施)が約4割。一定額の減少があった事業者は6割であったが、その半分以上が「10%未満の減少」と回答した。「増加」と答えた事業者はいなかった。



業種別にみると、売上額が減少したとの回答が、製造業で65.9%、商業で50.0%、サービス業で44.4%となっている。

商業では、食品卸売業、化学製品卸売業などで売上額が減少したとの回答が複数見られたが、その多くが「10%未満の減少」と回答している。

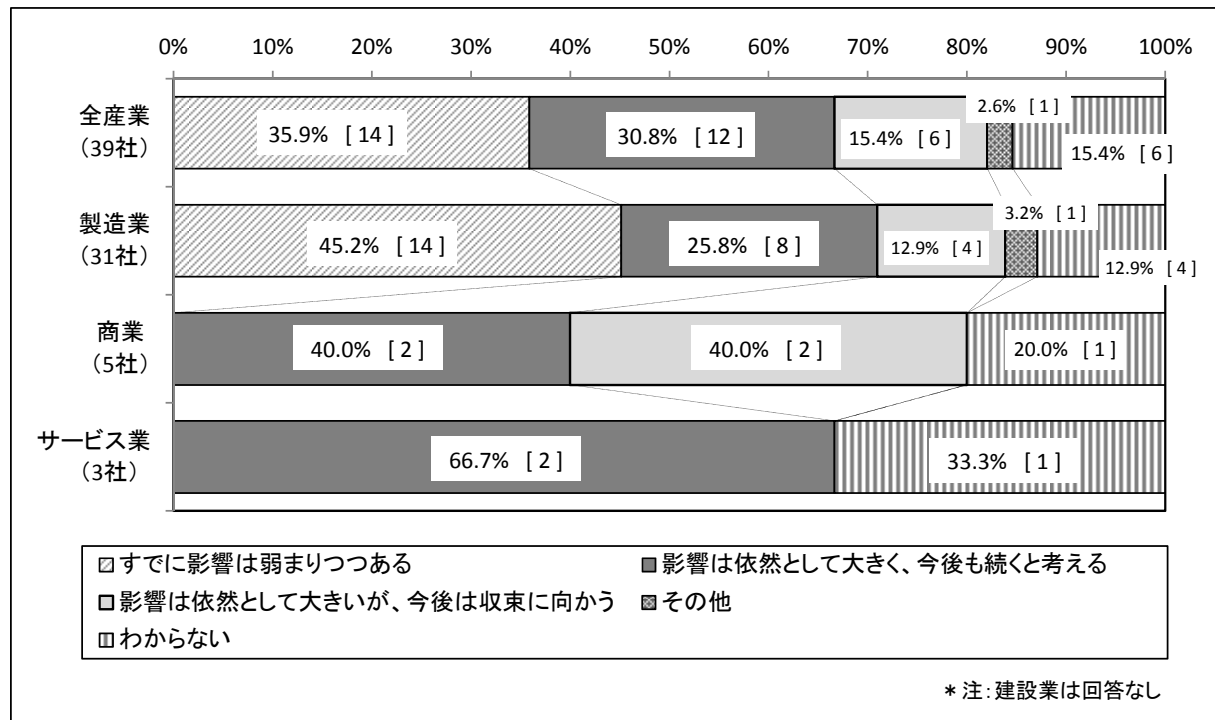
サービス業に関しては、旅館・ホテル業への影響が懸念されたが、有効回答の4事業者がいずれも「影響なし」と回答した。売上額が減少したとの回答は、中国関連の貨物運送業において複数見られた。

製造業では、商業やサービス業と同様に、「10%未満の減少」とする回答が4割程度占めており、繊維、機械、鉄鋼・金属加工で回答が多く見られた。また、「10%以上30%未満の減少」とする回答も2割程度あり、産業用機械部品製造業、産業機械製造業で複数の回答が見られた。

⑦日中関係の緊張による影響はいつまで続くかについて

(*売上額・仕入額において日中関係の緊張による経済的影響を受けたと回答した事業者対象)

日中関係の緊張による経済的影響(売上、仕入など総じて)に関して、「すでに影響は弱まりつつある」(12月上旬現在)との回答が全産業で4割弱を占める。ただ、「影響は依然として大きく、今後も続くと考える」との回答も3割ほどあり、影響の長期化を懸念する事業者も見られた。



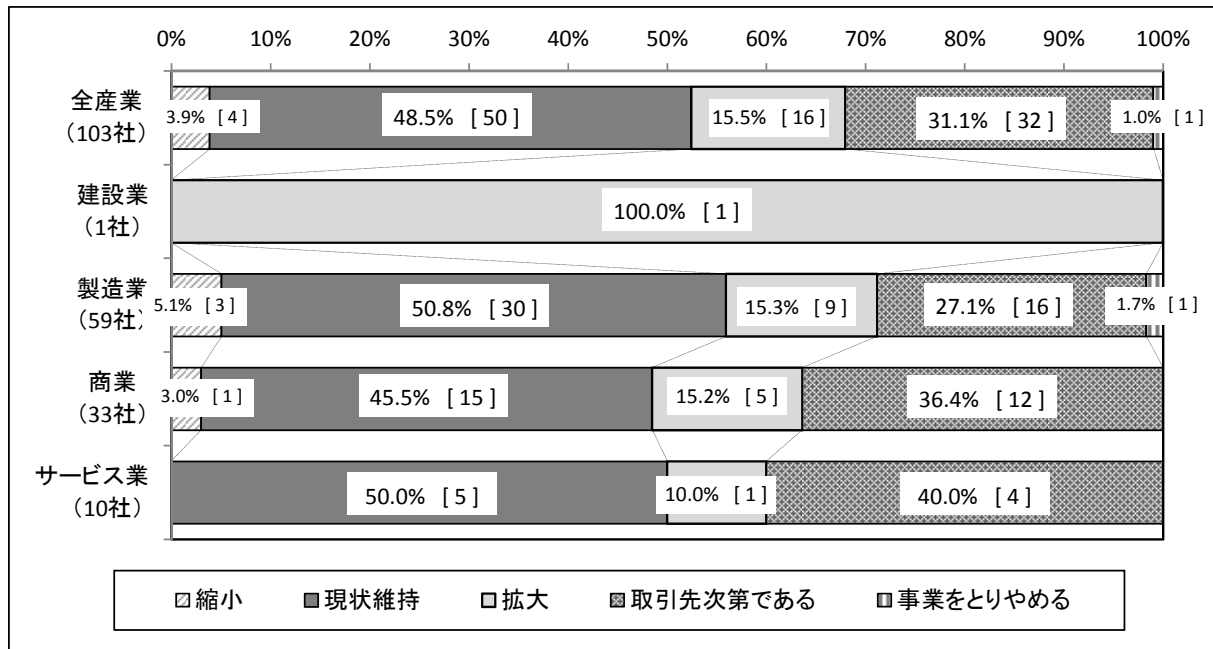
業種別に見ると、「影響は依然として大きく、今後も続くと考える」との回答が商業で4割、サービス業で7割弱を占め、最も多い回答となった。その一方で、製造業では「すでに影響は弱まりつつある」との回答が5割弱で最も多い。製造業における「影響は依然として大きく、今後も続くと考える」との回答は3割弱であった。

このように、日中関係の緊張による経済的影響については、弱まりつつあるとの回答が製造業を中心に最も多くなっているものの、依然として影響は続くとの回答も一定程度確認できた。

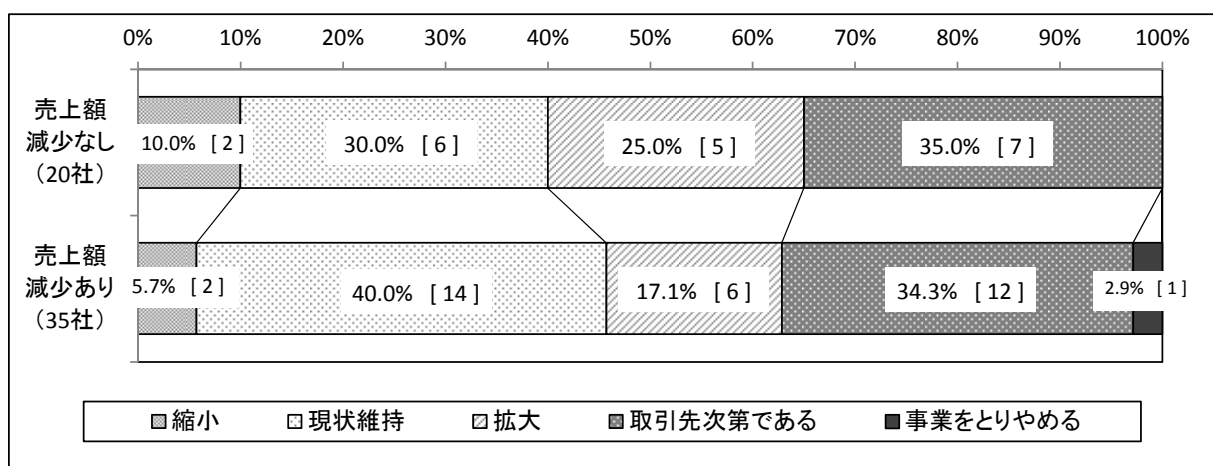
⑧今後の中国関連事業の方向性について

(*中国関連事業を展開していると回答した事業者対象)

中国関連事業を展開する事業者において、事業の方向性を「現状維持」とする回答が、全産業で5割弱を占めた。「取引先次第である」が3割強と二番目に多くっており、「縮小」との回答は3.9%と極めて少なかった。



業種別に見ても、1社の回答だった建設業を除く全ての業種で、「現状維持」との回答が5割前後で最も多く、「取引先次第である」がその後に続いている。この「現状維持」、「取引先次第である」への回答割合を合計すると、製造業では8割弱、商業で8割強、サービス業で9割となっている。このことから、中国関連事業を展開する県内事業者において、「拡大」、「縮小」といった対応はあまり見られず、様子見状態にあることが分かる。



また、上図は、日中関係の緊張による売上額減少と中国関連事業の方向性との関係を見たものである。売上額が減少した事業者では、減少しなかった事業者と比べて「拡大」との回答割合は低いものの、ともに「縮小」との回答は極めて少ない。このことから、売上額の減少は中国関連事業の方向性に大きな影響を与えなかったものと考えられ、今後も和歌山県内事業者による中国向け販売は一定規模のもと、維持・拡大されていくと予想される。

●アンケート自由回答欄より(中国経済について)



運輸業

“日中関係の悪化に関しては、製造業ではないので、直接的な影響はありませんが、物流量の減少などで影響を受けています。”



一般土木建築工事業

“日中関係の悪化により県内鉄鋼メーカーが影響を受ければ、減産となり、今後の設備投資も減少します。その影響は、私たちの協力業者にも及びます。”



工作機械部品製造業

“取引先の中国投資が一時凍結している。弊社は設備関連の業種への販売が大きい
ため、ダメージが大きい。”



漁網製造

“ものづくりのため中国へ進出したのですが、昨今は賃金が進出時の 5 倍ぐら
いに値上がり、賃金面でのメリットが減少しています。中国企業ですらベトナムやミ
ャンマーに出ている状況にあって、政治がもたらすトラブルが経済に悪影響を及ぼ
すことになると、撤退も考えなければならぬ時期に来ています。”



乾物小売

“中国内の実態経済はすでに不況で、今回の日中関係の悪化が日本企業に大きく
影響している現状は、まさにダブルパンチである。特に、中国国内の中小企業は悪
化が激しい。”