



陳言コラム-37

中国雑談

### 歓迎度が低下したドイツ企業

ドイツの国際放送局であるドイチェ・ヴェレのホームページに 11 月 29 日に掲載された「在中ドイツ企業の自信と迷い」という報道によれば、駐上海ドイツ商工会議所のポール首席代表は、「ドイツ工業界は中国経済に対し自信に満ちている、とわれわれは信じている」と語った。しかし、彼女がさらに新たな投資の問題について言及したときには、ドイツ企業が中国で慎重になっていることを指摘した。

ポール代表は、現在の経済情勢はこの数年で最も困難な段階の一つであるが、絶対多数のドイツ企業は中国にとどまり続ける意思があることを強調した。彼女は、「大規模な地域移転や資本の引き上げといった事態はまったく存在せず、90%のドイツ企業にとって中国市場はあまりに重要な存在であるため、撤退の意思はない」と語った。

2016 年に約 430 社の在中ドイツ企業を対象に行ったアンケート調査によれば、70%の回答企業が来年の業績は今年のレベルを維持する、あるいは今年の業績を超えると予測している。しかし、2015 年に楽観的な態度を示していた企業の割合はわずか 58%に過ぎなかった。業界ごとに 2017 年の展望には違いが出ており、態度が最も楽観的であるのは自動車企業と関連部品サプライヤーで、機械製造業はそれに比べて少し悲観的であった。

この報道によれば、どの業界においても経営状況がさらに悪化していることが明らかに感じられたが、全体として情勢は安定に向かっている。駐中国ドイツ商工会議所は、ドイツ企業にとって、中国における最大の困難とは、「主に人事問題で、その中には人件費の増加と専門人材の欠如も含まれ、次に、経済成長の勢いが弱まり、同時に中国企業の競争力



がますます強まっていることがある。さらに、知的財産権保護の不足もまたドイツ企業の発展を阻害するものとなっている」と指摘している。

「ドイツ企業は現在、中国で単に製品を生産して販売するだけというわけにはいかず、研究・開発という段階を追加してこの段階に大量の資金を投入する必要がある」とドイツ上海商工会議理事会メンバーである宋寅哲氏は語る。アメリカや欧米市場で販売される製品をただそのまま持って来るだけで売ることができず、車体の長短にしても車内の内部配置にしても、あるいはエンジンや駆動装置にしても、すべて中国市場の需要にあわせて調整しなくてはならないと思われる。

この在中ドイツ企業の満足度アンケートの中には商業ムードに関する問いかけもあるが、三分の一の駐中国ドイツ企業は、「自分たちは中国でいままでのようには歓迎されていないと感じている」と回答している。中国での経営が10年以上となる企業のうち42%の企業が、「以前と比べると現在自分たちに対する中国の歓迎の度合いは低くなっていると感じている」との回答を寄せている。

日本商会の皆さんは、ドイツ企業と比べてどんな感じをお持ちだろうか。

(『日系企業リーダー必読』編集長)

『日系企業リーダー必読』: 毎月5日と20日に発行する中国経済、中国世論、中日関係関連の情報を分析する有料の情報誌