

# 中国 北京・上海経済環境視察団 報告書



2018年9月4日～8日

— 作成 —

横浜商工会議所

日本貿易振興機構（ジェトロ）

横浜貿易情報センター

# 目 次

(頁)

目 次	1
I. 本視察団の趣旨・目的	2
II. 本視察団の派遣期間	2
III. 本視察団の企画・実施主体	2
IV. 団員名簿	3
V. 行程表	4
VI. 視察報告	
■行程 1 日目 [2018 年 9 月 4 日 (火)]	
1. 日本国大使館との夕食交流会	5
■行程 2 日目 [2018 年 9 月 5 日 (水)]	
2. Megvii 訪問・ブリーフィング	6
3. ofo 訪問・ブリーフィング	7
4. 長江商学院訪問・ブリーフィング	8
■行程 3 日目 [2018 年 9 月 6 日 (木)]	
5. 中国ヤクルト工場視察	9
■行程 4 日目 [2018 年 9 月 7 日 (金)]	
6. 日本国総領事館訪問・ブリーフィング	10
7. 日本貿易振興機構(ジェトロ)上海事務所訪問・ブリーフィング	11
8. Ctrip 訪問・ブリーフィング	11
9. 盒馬鮮生(ファーマーシヨンシェン)視察	13
10. 上海新滬商(シンコショウ)連合会との夕食交流会	14
VII. アンケート調査結果	16
VIII. 参考資料	
中国の基本情報	19

## I. 本視察団の趣旨・目的

横浜商工会議所では、市内企業の海外展開支援の一環として、日本貿易振興機構（以下「ジェトロ」と称す）横浜貿易情報センターや市内国際関係機関との連携により、平成 25 年度よりアジア新興国の経済・投資環境等を見聞する視察団を派遣してきた。

平成 30 年度は、目覚ましい発展を遂げている中国に注目し、政治の中心である北京市と経済の中心である上海市を訪問することで、今の魅力ある中国社会や経済環境を体感するとともに、現地の有力企業から直接ビジネス戦略を聞くほか、日系進出企業との交流によるネットワークづくりを目的とし、視察団の派遣を行った。

## II. 本視察団の派遣期間

2018 年 9 月 4 日（火）から 9 月 8 日（土）まで 4 泊 5 日

## III. 本視察団の企画・実施主体

視察企画：横浜商工会議所

企画協力：日本貿易振興機構（ジェトロ）横浜貿易情報センター

横浜市経済局、公益財団法人横浜企業経営支援財団（IDEC 横浜）

旅行企画・実施：(株)JTB

#### IV. 視察行程

	月日	都市	現地時間	交通手段	内 容
1	9月4日 (火)	羽田 北京	9:05 12:05	航空機	○羽田空港集合・出発 ○北京着 ◆市内視察(故宮) ◆日本国大使館との夕食交流会  ＜北京泊＞
2	9月5日 (水)	北京	午前 午後	専用車	◆Megvii 訪問 ◆ofo 訪問 ◆長江商学院訪問  ＜北京泊＞
3	9月6日 (木)	北京 上海	午前 午後	新幹線 専用車	◆ヤクルト中国 工場訪問  ＜上海泊＞
4	9月7日 (金)	上海	午前  午後	専用車	◆日本総領事館訪問 ◆ジェトロ上海事務所訪問 ◆Ctrip 訪問 ◆盒馬鮮生(ファーマーシオンシェン)視察 ◆上海新滬商連合会との夕食交流会 ◆市内視察(上海タワー)  ＜上海泊＞
5	9月8日 (土)	上海	午前 16:05 20:00	専用車	◆市内視察 ○上海発 ○羽田空港着・解散

## V. 視察報告

### ■行程 1 日目 [2018 年 9 月 4 日(火)]

#### 1. 日本国大使館との夕食交流会 (18:30~20:00)

はじめに、ジェットロ北京事務所 堂ノ上所長より、中国の現状と今後の展望や日本企業の事業展開の方向性についてのブリーフィングが行われた。その後、日本国大使館 飯田経済行使並びに後藤経済参事官らとの交流を通じ、現地でのビジネス状況等を直接聞くことができた。

#### 【招待者】

-日本国大使館

飯田 博文 経済公使

後藤 章文 経済参事官

-横浜市上海事務所所長 齋藤 信明 氏

-ジェットロ北京事務所長 堂ノ上 武夫 氏

-Beijing PROTECHT Environmental Technology Ltd. 海外主管 佐野 史明 氏



会場である長富宮飯店内宴会場にて挨拶をする川口団長



ブリーフィングをする堂ノ上所長



歓談をする団員と招待者

## ■行程 2 日目 [2018 年 9 月 5 日(水)]

### 2. Megvii 訪問・ブリーフィング (10:30~11:30)

Megvii 担当者より以下内容のブリーフィングが行われた。

#### 【ブリーフィング内容】

当社は 2011 年 11 月に設立した、顔認証技術を開発・販売する IT 企業である。顔・骨格のビッグデータを基に、犯罪者認識などの公共安全や社内のセキュリティ管理に活用できる顔認証技術を開発している。アリババグループへの技術提供や、iphoneX、アンドロイド端末での顔認証ロック解除の技術を提供する世界的企業あり、直近の 3 年間で売上は 5~6 倍と、急成長している。

Face++等の動態認証の技術を活用して、コンビニやスーパーでの消費行動データ収集・分析や、物流倉庫内でのロボットを活用したセキュリティシステム構築などにも取り組んでおり、今後、マーケティングやコスト削減といった局面でも存在感を発揮していくことを目指している。



同社開発の顔認証ソフト Face++

#### (質疑応答)

・人材育成やマネジメントの取り組みについてはどのように考えているか  
→日本は人材育成の面で世界をリードしており、そこから学ぶべき部分があると感じている。当社は若い優秀な人材を揃えているため、スタート時のレベルが高いが、それゆえの個性の突出が起こりやすい。そういった面を抑えつつ、3~5年の内にデータ工作者としての成長を目指し、育成を行っている。

#### 【所感】

- ・中国企業の強みは、個人情報収集が比較的容易なことや、中国の巨大な人口を基にした膨大なビッグデータの収集・利用ができることである。これらの中国企業に対して、欧米や日本など個人情報保護の手厚い国々が技術革新で遅れを取ることは十分に懸念されうる。
- ・Face++の導入により、犯罪の抑制にも繋がっているとのことであった。この技術は、今後世界各地で取り入れられていくことが予想される。
- ・ショールームの見学では、中国の最先端技術を目の当たりにすることができ、団員も刺激を受けながら説明を聞いていた。



会議室でブリーフィングを受ける参加者



ショールームでの集合写真

### 3. ofo 訪問ブリーフィング (14:00~15:00)

ofo 海外事業部 PR 担当より以下内容のブリーフィングが行われた。

#### 【ブリーフィング内容】

当社は 2014 年に北京大学の学生 5 人が創設したシェアバイクサービスを提供する企業である。シンガポールやアメリカ、イギリス、イタリア、フランスなど海外にも展開しており、全世界で約 1,400 万台の自転車を供給している。また、利用者は全世界で約 2 億 5000 万人となっている。各自転車にはバッテリー搭載の GPS が埋め込まれており、利用者はスマートフォンのアプリ上で自転車の所在地を確認して利用することができ、決済もアプリ上で行われる。最寄りの駅・バス停から目的地までの最終区間において公共交通機関網が届ききらない、「ラストワンマイル」問題を自転車という資源の共有によって解決するビジネスモデルで、中国でのシェアは 65%ほどである。ただし、膨大なメンテナンス費用を必要とすることから、今後の展望については冷静な見極めが必要と考えている。

#### 【所感】

- ・北京市内でも様々な色のシェアバイクを多く見かけたが、これは事業者ごとに自転車の色が違うためであり、このことから、同様のビジネスモデル間での競争が激化している現状がよく理解できた。
- ・経費削減策のためか、フロアの一部照明が消されており、オフィスは暗く、非常に静かな雰囲気であった。同社は近年経営難に陥りつつあると言われているが、厳しい状況が窺えた。



オフィスフロア内にある従業員用仮眠室



シェアバイクの説明を熱心に聞く参加者

#### 4. 長江商学院 訪問ブリーフィング (16:00~17:30)

長江商学院担当者より以下内容のブリーフィングが行われた。

##### 【ブリーフィング内容】

当校は中国初の非営利ビジネススクールとして、2002年に設立された。創設者は香港最大の財閥を率いる李嘉誠（リ・カセイ）氏。アリババグループ創業者である馬雲（ジャック・マー）氏も修了生の一人であり、中国を初め、世界各地に約7000人の修了生を送り出している。

MBAコースのほか、金融MBA（FMBA）コース、エグゼクティブMBA（EMBA）コース、エグゼクティブ金融MBA（FEMBA）コース、DBAコース、およびエグゼクティブ向け短期研修（EE）プログラムがある。近年はコミュニティサービスの理念に通じるような社会貢献型のビジネスや、イノベーション、グローバル、SDGs（持続可能な開発目標）といった観点に着目している。

また、日本との関係では2009年以降7回の中日CEOフォーラムを開催し、日本の経営者からの学びも大切にしている。近年は事業者、管理者がもう一度新しいビジネスの傾向を学び直すサイクルに入っていると感じている。

##### 【川口団長コメント】

欧米のビジネススクールの学生は近年日本人が減り、中国人が増えていると聞いていたが、今まで外で学んでいた傾向が国内で学ぶようになり、自国をより良くしていこうという変化が感じられた。また、日本と中国で考え方やビジネスの仕方が違うように、同じアジア圏内の国々とも違うと思うので、今後お互いの考え方を共有し、より成長していけたらと思う。

##### 【所感】

- ・他国のビジネススクールとも連携をとり、講師を招いたりすることで、自国のビジネスのあり方に固執せず、より良い形を目指して学べる環境が作られていることが印象的であった。



ブリーフィングを受ける参加者



商学院フロントスペース

## ■行程 3 日目 [2018 年 9 月 6 日(木)]

### 5. ヤクルト中国 工場視察 (15:00~16:30)

ヤクルトの概要映像鑑賞後、工場を見学、その後中国ヤクルト副総経理より以下内容のブリーフィングが行われた。

#### 【ブリーフィング内容】

当社の中国進出は 2002 年の広州工場設立を皮切りとして、現在 4 つの生産拠点および 40 以上の営業拠点を持っている。近年人件費が上昇している背景から、工場のオートメーション化を進めている。

日本では 1 日に約 1000 万本を売り上げるヤクルトだが、中国では 2017 年時点で 1 日約 700 万本を売り上げており、2002 年時点での約 6 万本から大きく成長している。ただし 1 日 700 万本の売上は、中国の全体人口 14 億人のなかでは 0.5% に留まる。中国では近年健康への意識が上昇しているため、今後は一層の市場開拓を目指して、ヤクルトレディによる「普及」活動や自社物流網の活用を引き続き注力していきたい。また、工場見学による普及活動も進めており、これまでに約 50 万人が訪れている。これは国民への周知だけではなく、社員のモチベーション向上にも繋がると考えている。

#### 【所感】

- ・食生活等の違いがある中、中国全土にヤクルトの普及を目指している同社からブリーフィングを受けることで、団員も刺激を受けたようであった。
- ・日本ではヤクルトのサイズは 65ml であるが、中国地域では 100ml で製造販売をしている。これは、中国に先駆け進出した台湾での販売の折に、暑い中で飲みごたえがあるようにと製造したものが中国でも普及したことによるとのこと。日本の規格をそのまま海外で普及させようとするのではなく、ターゲットとする地域の環境や需要をきちんと把握し、柔軟に対応する姿勢も海外でビジネスをする上で重要であると改めて感じた。



中国で流通する 100ml サイズのヤクルト



工場建物入口



玄関口での集合写真

## ■行程 4 日目 [2018 年 9 月 7 日(金)]

### 6. 在上海日本国総領事館 訪問・ブリーフィング (10:30～11:30)

在上海日本国総領事館 片山総領事より以下内容でブリーフィングが行われた。

#### 【ブリーフィング内容】

日本と中国とは好き・嫌いを超えた経済関係にある隣人同士であり、お互いのナショナリティを刺激しないような偏見のない冷静な見方をすることによって、Win-Win でやっていくしかないと見ている。特に中国は「後発国の優位性」によって、固定電話が普及しきる前に携帯電話が広がったり、実店舗の増加をスキップして電子商取引市場が拡大したりするなど、特に技術の面では日本の先を行く場面も多い。さらに中国は民主主義国家でないからこそ、政権は世論の動向を注視しており、その意味では文化交流を含めたレベルでの日中交流促進は非常に重要であると感じている。また、近年中国では東京や横浜のような大都市の機能管理に関心が高まっている等、日中関係に追い風が吹いているため、流れに乗って関係をより良くしていきたい。

#### 【川口団長コメント】

世界最大のマーケットである中国を見ずしてビジネスを行うのは難しいと感じ本視察団の派遣を行ったが、実際に今の中国を見ることができた。中国は日本への関心が増しているが、日本の中国への関心は減ってきており、残念に感じている。日中関係がより良くなればと、総領事のお話を受けて改めて感じた。

#### 【所感】

- ・近年日中関係はデリケートな問題となっている。お互いに持っている優れた面を共有しながら高めあうことが、今後の両国関係のみならずビジネス環境を良くしていくために非常に重要であると感じられた。



ブリーフィングをする片山総領事（左端）

## 7. ジェトロ上海事務所 訪問・ブリーフィング (10:40~11:30)

ジェトロ上海事務所小栗所長より以下内容でブリーフィングが行われた。

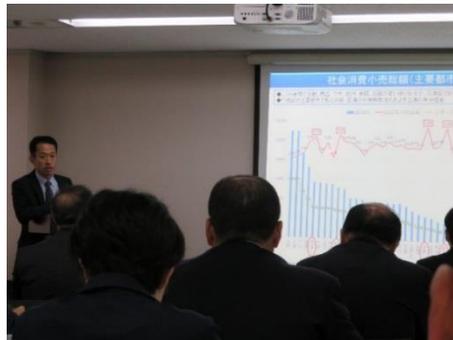
### 【ブリーフィング内容】

中国では近年特に情報を源泉として新しい産業が勃興する動きが顕著であり、日本がここにどう入り込めるかが重要になってくる。特に中国の消費マーケットへのリーチ度合いでは日本が出遅れているのが現状であり、今後の巻き返しに期待したい。特に、非製造業への投資が今後増えていくことが見通されるため、日本の強みであるシルバー産業を伸ばしていくべきだと考えられる。

また、地域差の広がりも近年注目されており、以前貧しかった地域が開発の対象となり発展したり、西南地域に若者が集まってきたりと変化が起こっている。しかし、スタートアップ企業の活発化の面でみれば、北京と上海は、特許件数が他の都市と比較して増加している等、存在感は依然として大きい。

### 【所感】

- ・国としての成長や変化のスピードが速いだけでなく、地域や分野ごとの変化のスピードも速いため、進出をする際には地域間・業種の特徴に注目すべきであると感じた。



ブリーフィングをする小栗所長

## 8. Ctrip 訪問・ブリーフィング (13:30~15:00)

Ctrip 曾副総裁、王高級総督他より以下内容でブリーフィングが行われた。

### 【ブリーフィング内容】

当社は1999年に創立したOTA(オンライン旅行代理店)である。2003年にはナスダック上場を果たし、当初5億USDだった資産額は2018年9月6日時点で210億USDへと成長している。急成長する当社は従業員の平均年齢が28歳と若い人材が主体となっており、また、女性社長をはじめ職員間でも女性の活躍が目立つ。

中国は既に世界最大の旅行消費国となっているが、現在海外旅行に行くのは全国民の割に限られており、今後益々成長の期待できる分野である。また中国からの旅行先として日本は常に1位・2位の人気を誇り、当社も日本に拠点を設けている。現在Ctripは月に9000万件の旅行を手掛けており、これだけの件数に対応するためにITテクノロジーが重要な鍵となっている。また、IT技術と自社のもつビッグデータを活用して精度の高い需要予測を行ってお



各種予約をリアルタイムで可視化できるモニタ

り、これによって適切なリソース配分や需要傾向分析等が可能となっている。

当社は旅行が国際関係においても重要な意味を持つという理念を持ち、今後は従来の爆買いに象徴される旅行のあり方から、訪れた場所の歴史や環境を感じてもらえるような、より質の高い旅行へと移行させていきたいと考えている。このコンセプトを実現するために立ち上げた新ブランドである trip.com に加えて、民泊を斡旋する tujia (途家) も傘下に抱え、今後一層の成長を見込んでいる。

(質疑応答)

・ 他社と比べた際の強みは何か

→ 他社のサービスはホテル主体での予約が多いが、当社は旅行に関する予約を一括して行うことができるため、他社より便利である。

・ 将来的に、AI を駆使して個人の好みに合わせカスタマイズした旅行商品の提供ができるようになると考えているか

→ 人でなければできないサービスもあるが、検討はしていきたいと考えている。

・ 企業として、成長の原動力や秘訣は何か

→ 常にユーザーからの信頼を重要視することであると考える。

【川口団長コメント】

短期間で大きな発展を遂げている企業力を感じた。横浜はまだ開拓途上でありポテンシャルのある都市の為、是非とも進出していただきたい。そして日本のおもてなし文化と Ctrip のネットを利用した事業がうまく融合し、お互い刺激しあえればと考えている。

【所感】

・ 同社のデモンストレーションルームの見学や、広い本社内を会議室まで向かう中で実際に働いている社員やオフィスを目の当たりにすることで、急成長を遂げている企業の実態を肌で感じることができ、団員は大いに刺激を受けていた。

・ 社内に娯楽スペースも設けられており、日本ではあまり目にすることのない企業の一面を見ることができた。

・ 今回の視察団の団員に旅行関係の企業はいなかったが、若い力や女性の力を活かして成長している同社へ、企業自体のあり方についての質問も多く挙げられた。



視察団を歓迎するモニター



会議室でのブリーフィングの様子

## 9. 盒馬鮮生(ファーマーシオンシェン) 視察 (16:00~17:00)

盒馬鮮生施設について同店舗責任者より以下内容で説明が行われた。

### 【内容】

アリババグループが展開する 020 (オンライン to オフライン) スーパーマーケット。当スーパーマーケットはアリババが掲げる「ニューリテール (新しい小売業) 戦略」を体現する存在であり、その特徴はオンライン上で注文した商品が注文から 30 分以内にスーパーマーケットから届くというそのスピード感にある。オンライン上で注文を受けると、その情報がスーパーマーケット内で待機しているスタッフに届き、各コーナーの担当がそれぞれ商品を選ぶ。選んだ商品は専用のバッグに入れられて、店内の天井を走る自走レールにセットされ、自動的にバックヤードに運ばれる。店内の様々な販売コーナーから集められた商品は顧客ごとに収集され、その後バイク便で運ばれていく。

このビジネスモデルは買い物に出かけることを怠けがちな 25~35 歳の層を中心に人気があり、店舗としても売上の半分はオンラインからの注文、平米あたりの販売額は一般的なスーパーの 3~5 倍にのぼる。また、スーパーマーケット・レストラン・アプリケーション・ロジスティックの 4 つの機能を組み合わせた斬新な取り組みであり、今後の発展に注目が集まっている。

店舗での決済も基本的にはアリペイのみで、現金やクレジットカードは使用不可となっている。販売商品については、時間帯による客層や販売傾向をデータ化することで、より廃棄が少なく済むよう計算して入荷している。また、割引等を行うと客層データにずれが生じてしまう可能性があるため行わないなど、管理を徹底している。



オンライン注文品を店内で回収するスタッフ

### 【所感】

- ・日本では目にするのでできない形態のスーパーマーケットであるため、団員の関心も非常に高かった。実際に中国の消費者が電子決済で買い物をしている様子や、店舗スタッフがオンライン注文の商品を回収している様子を見ることで、今のリアルな中国を見ることができた。
- ・中国で主流になりつつある電子決済の実際の現場を見ることで利便性も感じられたが、システムダウンや停電時等のトラブルに見舞われる危険性も高いため、利便性追求だけでなく、冷静に見ていく必要もあると感じられた。



「可現場」の表記があるものは購入後その場で調理してもらうことができる



電子決済を行うセルフレジ

## 10. 上海新滬商(シンコショウ)連合会との夕食交流会 (18:00~20:00)

上海を拠点に活動する民間企業の連合会。国営企業の存在感が強い中国経済社会において、民間のみで連合することにより情報交換やビジネス連帯のための貴重なプラットフォームとして機能している。同連合会に加入する条件は非常に厳しく、独自の経済ネットワークを形成している。同連合会は今回の視察団訪問を非常に歓迎し貴重な情報交換機会となった。また、同連合会は横浜商工会議所との今後の交流を希望した。



会場の連合会本部建物前での集合写真



視察団を歓迎する大看板

### 【川口団長総括コメント】

今回の視察団を通じて、北京ではIT産業の進歩を感じ、上海では港湾都市としての相容れるものを感じた。また、中国の成長力を目の当たりにし、日本は中国に伝える側から学べ側へ変化していると感じたため、今後も両国、各都市との交流に期待したい。

### 【本視察まとめ】

中国は急速に変化していると近年メディア等で取り上げられているが、実際に訪れ、実情を目の当たりにすると、そのスピード感はすさまじく圧倒されるものであった。特に、今回の視察を通しては、若い人材が抱く新しいビジネスへの挑戦意欲の強さや、それを支援していこうという国の姿勢を感じる場面が多く、これからさらに発展を遂げていくのだろうと強く感じさせられた。中国の若者は、「気になることや挑戦してみたいことはまずやってみる。失敗したらまた新しいやり方を見つけていけばいい。」というどちらかと言えば欧米寄りの考え方で仕事をしているように見られた。また、今置かれている自分のポジションをあくまでもステップアップの一つとして考えており、優秀な人ほど転職を繰り返しているという説明を受け、日本の働き方の概念とは大きく異なっているという印象を受けた。中国の働き方の概念を日本で取り入れるにはまだ困難な部分も多いが、日本のビジネスにも取り入れやすい部分もあり、両国の交流を深めることでお互いに高めあうことができると感じられた。

横浜市内中小企業にとっても、海外進出を視野に入れ、中国など他国の良い点を取り込むことで、継続的に成長できるのではないかと、この視察を通じてあらためて実感させられた。

### 【おわりに】

今回の視察で得た貴重な体験を踏まえ、横浜商工会議所並びに市内国際関係機関では、あらたに海外進出を目指す企業の海外展開の最初の一步を後押しするとともに、既に世界各地に拠点を有する企業の海外戦略の一助となるべく、国際展開支援事業を推進して参りたいと存じます。

以上

## VI. 参考資料

### 1. 中国の基本情報(ジェットロ HP より引用)



#### ■ 一般的事項

国・地域名	中華人民共和国 People's Republic of China
面積	960 万平方キロメートル（日本の約 25 倍）
人口	13 億 9,008 万人（2017 年末時点、出所：中国国家統計局）
首都	北京市 常住人口 2,170 万 7,000 人（2017 年末時点、出所：北京市統計局）
言語	中国語（公用語）
宗教	仏教、イスラム教、キリスト教など

#### ■ 基礎的経済指標

項目	2017 年
実質 GDP 成長率	6.9（%）
名目 GDP 総額	n. a.
一人当たりの名目 GDP	n. a.

鉱工業生産指数伸び率	6.6 (%)
消費者物価上昇率	1.6 (%)
失業率	3.9 (%)
輸出額	2,263,522 (100万ドル)
(備考:輸出額)	通関ベース
対日輸出額	137,324 (100万ドル)
(備考:対日輸出額)	通関ベース
輸入額	1,840,982 (100万ドル)
(備考:輸入額)	通関ベース
対日輸入額	165,653 (100万ドル)
(備考:対日輸入額)	通関ベース
経常収支 (国際収支ベース)	164,887 (100万ドル)
貿易収支 (国際収支ベース、財)	476,146 (100万ドル)
金融収支 (国際収支ベース)	57,096 (100万ドル)
直接投資受入額	168,224 (100万ドル)

(備考:直接投資受入額)	フロー、ネット
外貨準備高	3,235,895 (100万ドル)
(備考:外貨準備高)	金を除く
対外債務残高	n. a.
政策金利	4.35 (%)
対米ドル為替レート	6.75 (人民元)

## ■日本との関係

日本との貿易（通関ベース）（100万ドル）	年	日本の輸出(A)	日本の輸入(B)	収支(A-B)
	2013	129,093	180,841	△51,748
	2014	126,459	181,039	△54,580
	2015	109,236	160,625	△51,388
	2016	113,890	156,632	△42,742
	2017	132,857	164,424	△31,567
	出所：Global Trade Atlas よりジェトロ作成			
日本の主要輸出品目	<p>電気機器およびその部分品（25.6%）</p> <p>原子炉、ボイラーおよび機械類（20.9%）</p> <p>鉄道用および軌道用以外の車両（10.0%）</p> <p>光学機器、写真用機器、映画用機器、測定機器、検査機器、精密機器および医療用機器（9.6%）</p> <p>プラスチックおよびその製品（5.9%）</p>			

	備考：2017年、カッコ内は構成比 出所：同上
日本の主要輸入品目	電気機器およびその部分品（28.4%） 原子炉、ボイラーおよび機械類（17.4%） 衣類および衣類附属品（メリヤス編み、またはクロセ編みのものに限る）（5.2%） 衣類および衣類附属品（メリヤス編み、またはクロセ編みのものを除く）（5.0%） 玩具、遊戯用具及び運動用具（3.1%）  備考：2017年、カッコ内は構成比 出所：同上
日系企業進出状況	日系企業総数（拠点数）：32,349社（2017年10月1日現在）  出所：外務省「海外在留邦人数調査統計（平成30年要約版）」
投資（進出）に関連した特長、問題点	在中国日系企業の今後1～2年の事業展開の方向性 「拡大」48.3%、「現状維持」44.3%、「縮小」5.9%、「第三国・地域へ移転・撤退」1.5%  在中国日系企業の経営上の問題点（複数回答） 「従業員の賃金上昇」75.3% 「競合相手の台頭（コスト面で競合）」55.0% 「調達コストの上昇」50.2% 「品質管理の難しさ」50.2% 「限界に近づきつつあるコスト削減」46.1% 「従業員の質」44.3% 「主要取引先からの値下げ要請」41.5%  ※調査対象企業数（中国）1,405社、うち有効回答数818社（有効回答率58.2%）  出所：ジェトロ「2017年度アジア・オセアニア進出日系企業活動実態調査—中国編—」（調査期間2017年10月10日～11月10日）

在留邦人	124,162 人（2017 年 10 月 1 日現在） 注：香港・マカオを含む  出所：外務省「海外在留邦人数調査統計（平成 30 年要約版）」
経済団体会員	法人会員 642 社、個人会員 13 名  出所：中国日本商会（2018 年 4 月時点）