

中国への熱処理製造業進出と現況

谷野 守彦 (たにの もりひこ) 高周波熱錬株式会社

エレクトロヒートシステムは、ヨーロッパやアメリカはもとより、中国、タイ、インドなど、広く海外に普及が進んで来ている。エレクトロヒートセンターの会員企業の海外展開の活動を中心に、お国柄や商慣習の違いなども含めて、全6回で連載を行う。

日本製造業はご存知のとおり、高度成長から業績を伸ばしたものの、その後円高を迎えて輸出売り上げを維持拡大していくためには、海外現地生産販売方式を取らざるをえず、海外に拠点を設け売上げ安定を図っていった。ただし最近では世界同時不況も起こり各所分散式のひとつのメリットが無くなってきている。海外工場売上げは、為替レートがそのまま影響するので変動も大きい。

金属熱処理製造業（誘導加熱技術を基盤）である弊社は、扱う品物が重いので、もともと日本でも顧客と地域密着が必要なので工場も各地に分散している。海外の場合には、電気をたくさん使用するため、ユーティリティー（電気・冷却水・輸送）の安定供給が見込める段階になってから進出することになる。

中国では1978年から外資開放し市場経済に大きく舵を切ってから、日系企業が数多く進出していった。弊社の顧客日系企業も当然多く含まれている。弊社が中国に工場を設立したのは、2000年以降と遅く、顧客からは「出てくるのが遅い。」と叱られていた。現在、上海、江蘇省、山東省、広東省、天津に工場がある。外資系は税制・法律等の優遇処置があつて進出はしやすいが、制度はすぐ変更になることが多く、撤退は困難である。

2008年リーマンショック後の中国4兆元景気刺激対策に一時沸き立ったが、その内訳は中央・地方政府の関連機関・企業が行う事業のうち、中央政府の奨励を受けたものというのが実態で、新たに追加される予算とか一般市場に出回る資金はそれほど多く無かった。結果はほとんど国有企業支援や不動産投資に流れ、一般製造業界にはあまり恩恵は表れなかった。さらに、市場規模は今後10倍になることも夢ではないと設備

投資に製造業は走ったが、工場が出来上がってはみたものの、受注が伸びてこない。あるいは却って少なくなっている。どうも市場規模は大きくなったが競合相手も同じほど多くなったとのこと。中国では儲かると思うと機敏に対応する。

近年は人件費が高騰してきて低賃金の魅力は薄れた。金属熱処理は中国国内需要がターゲットなので人件費高騰の影響は中国製造中国外輸出産業ほどは無くてもすが、その高騰のピッチは想定外である。

1. 中国の地理

中国は、国土面積は日本の約26倍で、東の沿岸部から西へなだらかに海拔が上がり高原山岳地帯へと移行していく。産業が発達しているのはやはり沿岸部で弊社が仕事をしているのも沿岸部の顧客がほとんどである。

人口は現在13.5億人で1949年建国時の2.5倍に増加している。大陸多民族国家でそのほとんどが漢族である。ただし生まれた時に民族を選べて今では皆漢族を選ぶようである。

言語であるが国土が広いため、書かれた文章は同じでも地域によって全く発音が異なる（いわゆる方言）ため、中国人どうしてもコミュニケーションは普通話（北京語）となっている。

筆者が2007年以来仕事に携わった2つの省について簡単に説明する。ひとつは江蘇省塩城市大豊市にある誘導加熱処理設備製造の塩城高周波有限公司。市がふたつ続いているのは、中国では省の下に市があり、その中にまた市があつたり、県、郷、鎮がある。日本