

## PRESS RELEASE

## 太陽 ASG グループ 中国のオーナー経営者に初の独自調査 「中国の中堅・中小企業オーナー経営者の意識調査」

～ 中国の中堅・中小企業経営者の悩みは資金と販売競争 ～

- 2006年の経済見通しに関しては、世界で最も楽観的。
- しかしながら、資金調達力と競争力について、懸念が見られる。
- 調査した世界の主要30の国・地域の中堅・中小企業の5分の1が現在中国からの輸入を行っている。
- ヨーロッパが、中国との取引では、他の国・地域に遅れをとっている。

### 資金問題への不安が顕著

中国の中堅・中小企業オーナー経営者を対象とした初の独自調査で、経済見通しへの楽観性にもかかわらず、経営者は拡大しつづけるビジネスへの制約に対して重大な懸念を抱いている（図1参照）。

図1：ビジネスの成長/拡大にとっての制約

	資金調達 コスト	運転資金 の不足	長期資金 の不足	諸規制役所の 煩雑な手続き	熟練労働者 の確保	受注・需要 の減少	販売価格 の見通し
中国ランキング (30カ国・地域中)	4	2	5	15	9	4	25
制約と感じる経営者 の% (中国)	39	39	32	34	37	44	11 (+と見る%)
制約と感じる経営者 の% (30カ国・地域)	21	22	19	35	32	29	33 (+と見る%)

「制約要因と考えない」を1、「主な制約要因と考える」を5とした5段階評価で、4または5の回答者の割合  
出典：Grant Thornton International「2006 International Business Owners Survey」

- 中国の中堅・中小企業は、自社の成長・拡大について、資金問題が最も大きい制約要因と考えている。主要30カ国・地域中、中国は、ビジネス拡大に対する制約となる「資金調達コスト」で第4位、「運転資金の不足」で第2位、「長期資金の不足」は第5位である。
- 中国の経営者の39%は「資金調達コスト」をビジネス拡大の制約として懸念し、39%は「運転資金の不足」について、32%は「長期資金の不足」について懸念している。
- さらに、販売価格や受注・需要の減少への懸念も持っている。受注・需要の減少で第4位、販売価格の+見通しでは30カ国・地域中第25位となっている。また「熟練労働者の確保」に関する懸念で第9位となっている。
- 半数近く（44%）が受注及び需要の減少（国内競争の増加が特に原因となっている）について、37%が「熟練労働者」について、懸念を抱いている。
- 中国の中堅・中小企業オーナー経営者は、ビジネス拡大について、多くの要因に不安を抱えていることが明らかであり、中国は、中堅・中小企業のビジネス拡大への制約について、世界で最も懸念している国の1つであると言える。

### 2006年、中国の景況感、事業見通しはトップクラスで楽観的との調査結果

以上のような懸念を抱えつつも、2006年における売上高成長の見通しについて、中国は+89%で1位となった。景況感は+77%（図2参照）と世界で最も地域経済に自信を持つ国・地域の1つである。調査対象の主要30の国・地域のうち、景況感が中国より楽観的であった

のは、3カ国（インド、アイルランド及び南アフリカ）だけである。これにより、中国自体は、最も楽観的な国であることが示された。

### その他の鍵となる国際経済指標では・・・

図 2：2006 年度調査で景況感が最も高かった上位 5 カ国

	景況感	売上高
 インド	93%	83%
 アイルランド	84%	77%
 南アフリカ	80%	71%
 中国（本土）	77%	89%
 フィリピン	71%	59%

出典：Grant Thornton International  
「2006 International Business Owners Survey」  
数値は(楽観的と答えた人の%) - (悲観的と答えた人の%)

- 中国の「経済的奇跡」が、大企業だけのものではなく、中堅・中小企業がさまざまな指標のうえで非常に好調であったことなど、経済基盤に深く浸透していたことが覗える。
- 中国の中堅・中小企業は、向こう1年の輸出予測について強気見通しである。中国の調査結果+26%は、調査対象の30国・地域のうち最も高い国・地域の1つである。
- 雇用の見通しについては、回答者の49%が好調であると答え、労働力の増加の前兆を示している。
- 投資の急増は今後も続くであろう：58%が建物に、53%が工場及び機械類にと、さらなる投資を意図している。

- 中国の中堅・中小企業の40%が輸出を行っており、既に、EU、NAFTA及び国際平均に近づいている。ただ、売上高の4分の1以上が輸出によるものであると答えた中国の中堅・中小企業は45%であり、例えばEUなどより低い。これは中国企業にとっては、地理的制約による差の範囲であり、ビジネス・チャンスがあるということを示している。
- 販売価格上昇の可能性は強く抑えられると予測している。NAFTAやEUの企業をはるかに下回り、今年の価格上昇を予想する企業は11%のみである。

### ガブリエル・アゼド（グラント・ソントン・インターナショナル アジア太平洋地域責任者）

「我々の調査から、中国が経験している経済的奇跡が、大企業の利益のみならず、中堅・中小企業にも浸透していることが証明されている。中国のオーナー経営者の意識調査は、従来に無い初めてのものである。中国のオーナー経営者は、中国の経済予測について非常に前向きの見方をしており、自らのビジネスを成長させる可能性については制約の懸念があることも示された。中国は2050年までに世界最大の経済圏となるというのが大方の予想であるが、今回の調査結果から中国は、この予想を達成する能力を持っていないかもしれないという見方も出来るのかもしれない。これについては、現段階では誰にも分からない。」

### 中国への各国の取り組み

本調査では、世界の中堅・中小企業のオーナーに、「中国ブーム」が企業に対してどのような影響を与えたかを尋ねた。悪影響を受けたと感じているのは少数の国・地域に留まっており（ポーランド(-9)、トルコ(-16)、ボツワナ(-31)及びタイ(-39)）、12の国・地域、主にヨーロッパ各国がおおむね影響なしと感じており、調査対象の国・地域の大半（13の国と地域）が結果として取引が増えたと感じている。

図3：「中国ブーム」のビジネスへの影響（ポイント\*）

取引が増えた		影響は無かった		取引が減少した	
香港	53	カナダ	7	ポーランド	-9
マレーシア	22	アイルランド	1	トルコ	-16
オーストラリア	19	英国	1	ボツワナ	-31
米国	19	ギリシャ	0	タイ	-39
インド	15	ルクセンブルク	-2		
シンガポール	15	ロシア	-2		
オランダ	13	日本	-4		
フィリピン	13	台湾	-4		
ドイツ	12	フランス	-6		
メキシコ	10	スペイン	-6		
スウェーデン	10	南アフリカ	-7		
アルゼンチン	9	イタリア	-7		
ニュージーランド	8				

\* 「取引が増えた」と答えた回答者と「取引が減少した」と答えた回答者の割合の差  
出典：Grant Thornton International「2006 International Business Owners Survey」

### ガブリエル・アゼドは以下のように付け加えている

「世界が中国の成長にどのように適応するかは興味深い。NAFTA 及び東アジアは中国を受け入れる力があるが、ヨーロッパ諸国は中国との通商による影響をビジネス・チャンスととらえることに、慎重になっている。」

### 企業にとって中国はビジネス・チャンスかそれとも脅威か

この質問に対しては、NAFTA 及び東アジアの中堅・中小企業の3分の1以上が、両方に対して肯定しており、NAFTA 及び東アジアの中堅・中小企業の中国との関わり方の深さや、将来における中国の重要性に対する認識を反映しているものと見える。しかし、ヨーロッパの場合は、僅か10%の企業のみが中国をビジネス・チャンスとみなし、さらにはそれよりやや多くの企業が中国を脅威とみなした。ヨーロッパは、世界の他の国々との比較で、中国との関わり方が少ないということが示された。

### 国際通商における中国の重要性の高まりを証明

調査したほぼ5分の1の中堅・中小企業が現在中国から輸入を行っているという点からその重要性は証明されている。輸入での比較では、中国は、成長中の主要アジア経済圏（インドなど）を上回っている。全世界で見ると、調査した中堅・中小企業の14%が、中国に輸出も行っており、台湾、アメリカ合衆国、ドイツ及びイタリアにおいては、全回答者中5分の1にまで上る。これにより、中国は、輸出先として第4位にランク付けられる（2003年は第6位であった）。

### 世界のアウトソース先であることも鮮明

本調査ではまた、世界の中堅・中小企業の10分の1が業務を他国又は他の地域にアウトソースしていたことが明らかとなった。香港は中国へのアウトソース率第1位（企業の26%）、続いてアメリカ合衆国が第2位（18%）である。世界の主要なアウトソース先は中国であり、回答者の3分の1（31%）は既に業務を委託しているか、又は計画中である。インドは第2位（27%）、メキシコ（8%）、マレーシア（5%）と続く。

## 日本企業の中国への取り組みと中国観

日本の中堅・中小企業では、輸出取引をしている企業自体が僅か 14%で、30 調査対象国・地域中最下位である。中国に輸出していないし、する計画もないとする日本企業が 55%。中国から輸入していないし、する計画もないが 49%に上る。しかし、その一方で、今後 2 年間でビジネス・チャンスの最もある国は中国とする日本企業は 28%、最大の脅威とする国でも中国が 35%で、それぞれ圧倒的トップとなっている。

## 中堅・中小企業の地位向上する中国

日本大学法学部教授  
稲葉 陽二

どの国もはじめてオリンピックを開催する前の 2~3 年は景気の過熱状況がみられ、中国も例外ではない。日本でも 1964 年にオリンピックを開催したが、その直後に不況を経験した。国内の設備投資が減少するからだ。問題は、当時の日本と現在の中国とでは、アジアにおけるインパクトが中国のほうが格段に大きいことだ。

中堅・中小企業まで好況感がいきわたっているということは、一旦、国内の設備投資が減少に転じれば、国内外ともに影響が大きい。「経済的奇跡」にうかれていてはいけない。ただ、幸い、調査対象の経営者の半数近くは「受注・需要の減少」を懸念しているという結果がでており、経営者がそれなりに不況への備えを意識しているとも読める。また、日本では大企業と中小企業との 2 重構造が賃金格差の面から是正されたのは、オリンピックが終了した後の 1960 年代後半であったが、中国ではそれよりも早いペースで、中堅・中小企業の地位が向上していると読むことも可能であろう。

(以上)

## オーナー経営者の意識調査 - 概要

- 実施期間： 2005年10月14日～11月28日
- 参加国数： 30カ国・地域
- 調査対象： 7,000名の世界の中堅・中小企業のオーナー経営者、または経営トップ
- 調査方法： 郵便による調査又は電話インタビュー（日本、フィリピン、インド以外は電話インタビュー）
- 調査実施会社： 日本では太陽ASGグループ（グラント・ソントン加盟事務所）が、株式会社日経リサーチに委託して日本国内における調査を実施。30カ国同時調査の一貫性保持のため、国際的な調査会社である Experian Business Strategies Limited と Harris Interactive が取りまとめを行った。
- 分析手法： バランス統計手法 DI（Diffusion Index） 景気判断DI「良い」との回答比率から「悪い」との回答比率を引いた指数
- 本リリース中の数値は、各項目について（楽観的と答えた人のパーセンテージ） - （悲観的と答えた人のパーセンテージ）

## 太陽ASGグループ（グラント・ソントン加盟事務所）

- 所在地： 東京都千代田区永田町2-14-3赤坂東急ビル12F
- 代表： 本田親彦（公認会計士）
- グループ会社： 太陽ASG監査法人、ASG税理士法人、ASGマネジメント株式会社、ASGアドバイザーズ株式会社、株式会社サンライズ・インターナショナル・コンサルティング
- URL： [www.gtjapan.com](http://www.gtjapan.com)

太陽ASGグループは、世界112カ国・地域をネットする国際会計事務所「グラント・ソントン」の加盟事務所です。2006年1月1日付太陽監査法人とASG監査法人が合併し、太陽ASGグループを構成しました。国際水準の監査の他、オーナー系企業・中堅企業への各種業務・コンサルティングサービスの提供についてはトップクラスの実績を誇ります。

< 太陽ASGグループが提供する事業領域 >

監査・IPO・金融分野サービス・公益法人・事業戦略・国内税務コンサルティング・海外税務コンサルティング・評価・M&A/コーポレートファイナンス・対日/対外進出・システムコンサルティング・経理/財務アウトソーシング

## グラント・ソントン

グラント・ソントンは世界第6位にランクされるグローバルな会計事務所グループであり、あらゆる規模の企業を対象に、監査、税務、その他会計コンサルティングサービスを提供しています。オーナー企業および独立系企業に対する専門サービスでは、世界のリーディング・ファームの一角を占めます。米国シカゴ・英国ロンドンを中心に、世界112カ国・地域、519ヶ所以上の拠点、2200名のパートナー、22,000人の従業員を擁します。各グラント・ソントンの拠点は、全世界で共通の高品質なサービスの提供にコミットしており、クライアントの全世界あらゆる場所におけるビジネスの展開をサポートします。

日本では太陽ASGグループ（太陽ASG監査法人、ASG税理士法人、ASGマネジメント株式会社、ASGアドバイザーズ株式会社、株式会社サンライズ・アカウンティング・インターナショナル）が、グラント・ソントンの日本メンバーとして世界水準を導入した会計コンサルティングサービスを提供しています。

## 本件に対する問い合わせ先

太陽ASGグループ マーケティング・コミュニケーション担当マネージャー 田代知子

TEL：03-3595-0304（直通）

FAX：03-3595-0395

email：asgMC@gtjapan.com