

중국진출 일본기업의  
경영실태 분석 및 시사점

2004. 2

해외조사팀

# 목 차

- ◆ 조사개요 ..... 3
  
- I. 중국진출 일본기업의 실태와 지역적 특징 ..... 4
  
- II. 중소기업의 진출실태와 특징 ..... 9
  
- III. 내수형 기업의 실태와 특징 ..... 12
  
- IV. 중국진출 일본기업의 영업손익상황 ..... 16
  
- V. 투자환경 문제 ..... 21

## 조사개요

- 일본기업의 대중투자는 2000년부터 제3차 투자 붐을 맞이하고 있는데, 2003년 들어서도 쇠퇴할 기미는 보이지 않고 있음.
  - 자동차 업계의 본격 진출에 이어 관련업계의 진출이 계속되고 있는 가운데, 중국 국내시장을 목표로 하는 철강, 화학, 유리(glass), 제지 등 원자재업체의 대형투자도 본격화되고 있음.
- 일본무역진흥회(JETRO)는 2003년 3월부터 4월에 걸쳐 중국진출 일본기업 5,354개사를 대상으로 투자환경에 대한 대규모 설문조사를 실시.
  - 1,330개사로부터 설문지 회수.
  - 동 조사결과를 기초로 중국진출 일본기업의 경영실태와 진출 지역 특징, 중소기업 및 내수형 기업의 진출실태를 살펴보고, 경영성과를 다양한 각도로 분석, 투자환경상의 문제점 파악.

### (설문조사 개요)

본 조사는 중국에 진출해 있는 일본기업(제조업·비제조업 포함)을 대상으로 실시. 중국주재 제트로센터·사무소가 보유한 기업리스트를 기초로, 중국 각지의 일본상공회·클럽 등으로부터 정보를 수집해서 작성한 최신기업리스트 게재기업(5,354개사)을 대상으로 3월 초순에 조사표를 배포, 4월에 전화·팩스에 의한 응답 의뢰를 실시, 4월말까지 회수하는데 노력한 결과, 1,330개사로부터 회신(유효응답율 24.8%).

## I. 중국진출 일본기업의 실태와 지역적 특징

- 중국에 진출해 있는 일본기업은, 약 1만 4,000개사(등록 기준)임. 여기에는 일부 철수한 기업도 포함되어 있어, 정확한 숫자는 파악하기 어려움.
  - 이번 조사는 대상기업 수와 응답기업 수 모두 지금까지의 실태 조사 가운데 최대 규모로, 이 결과는 중국진출 일본기업의 실태를 가장 잘 나타내고 있다고 할 수 있음.

### 1. 일본기업의 45%는 장강델타 지역에 집중

- 일본기업은 중국전역에 거의 진출해 있음.
  - 조사대상기업의 진출지역으로는 티벳을 제외한 30개 省·시·자치구이며, 응답기업은 운남성, 감숙성, 신강위구르 자치구의 3개 省·자치구를 제외한 27개 省·시·자치구에 달함.
- 구체적인 지역분포를 살펴보면,
  - 상해시, 강소성, 절강성 지역의 「장강델타지역」이 44.6%로 가장 많고, 북경시, 천진시, 대련시 등 「환발해지역」이 31.3%, 광둥성 등 「화남지역」이 16.9%로, 이들 연해지역에서만 실제로 92%를 차지하고 있음.
  - 이에 비해 내륙지역은 「중부」 4.5%, 「서부」 2.7%에 그침.
- 省市別로는, 상해시(24.3%)가 단연 최고이며, 강소성(15.0%), 광둥성(13.5%), 요녕성(9.9%), 북경시(7.7%), 산둥성(6.7%), 천진시(5.5%), 절강성(5.3%), 복건성(2.8%) 순이고, 이들은 모두 연해지역에 위치해 있음.
  - 중부에서는 안휘성(1.0%), 호북성(0.9%), 길림성(0.9%), 서부에서는, 사천성(0.9%), 중경시(0.8%), 섬서성(0.6%)에 집중.
- 응답기업의 지역분포로는, 연해지역과 내륙지역의 비율은 조사대상기업과 거의 동일.

## 2. 제조업에서 전기·전자, 비제조업에서 소매·도매가 최다비중 차지

- 응답기업 1,330개사의 업종별 구성을 보면, 제조업이 1,020개사로 76.7%를 차지하고, 비제조업은 310개사로 23.3%<표1>.
  - 제조업에서는 전기·전자(27.2%)가 가장 많고, 섬유·의류(13.4%), 플라스틱제품 등 화학·석유제품(10.1%), 일반기계·동 부품(8.9%), 자동차·동 부품 등 수송기기(7.9%), 식품·농수산물가공(6.6%), 금속제품(5.8%), 정밀기기(5.1%).
  - 일반기계, 전기·전자, 수송기기, 정밀기기를 포함한 기계산업에서만 거의 절반을 차지함.

<표1> 응답기업에 대한 개요

	응답기업 수(개)	구성비(%)
<업 태>	<1,330>	<100.0>
제조업	1,020	76.7
비제조업	310	23.3
<모회사의 기업규모>	<1,311>	<100.0>
대기업	709	54.1
중소기업	602	45.9
<설립연도>	<1,294>	<100.0>
~90	84	6.5
91~95	589	45.5
96~2000	423	32.7
2001~2003	198	15.3
<진출형태>	<1,324>	<100.0>
독 자	705	53.2
합 자	500	37.8
합 작	33	2.5
기 타	86	6.5
<판매형태>	<979>	<100.0>
수출형	501	51.2
내수형	361	36.9
수출내수형	117	12.0

- 비제조업에서는, 도·소매(29.0%)가 가장 많고 물류(14.5%), 주재원사무소(12.6%), 정보처리·소프트웨어(10.3%)업이 그 뒤를 잇고 있음.
- 각 지역 업종별 구성을 살펴보면, 제조업에서는 화남과 중서부에서 특정업종에 집중하는 경향을 볼 수 있음.
  - 화남은 전기·전자(38.7%)와 정밀기기(9.5%)에서만 48.2%에 달해, IT산업의 집적지로서의 특징을 엿볼 수 있고,
  - 중서부에서는 자동차부품을 중심으로 한 수송기기가 일본기업 최대의 업종임.
  - 서부에서는 중경, 성도에, 중부에서는 심양, 무한에 일본자동차·동 부품메이커의 진출을 볼 수 있음.
  - 이 외에, 중부에서는 식품·농수산물가공과 섬유·의류에 대한 진출이 비교적 많은 것도 특징임.

지역별 업종구성(%)

	환발해	장강델타	화남	중부	서부
식품가공	7.6	-	5.4	14.3	8.6
섬유·의류	11.9	16.6	8.4	16.6	-
화학·석유제품	7.2	12.0	9.5	4.8	14.3
금속제품	6.5	5.8	5.4	7.1	-
일반기계	8.7	10.6	4.2	9.5	8.6
전기·전자	24.6	26.3	38.7	14.3	20.0
수송기기	7.6	6.4	4.1	19.0	37.1
정밀기기	4.3	4.2	9.5	7.1	-
기타	21.5	18.2	14.9	7.3	11.4

- 비제조업은 환발해, 장강델타의 연해지역에 집중되어 있음.
  - 도·소매와 정보처리·소프트웨어업은 대도시이면서 동시에 우수한 대학을 다수 보유하고 있는 북경과 상해에 진출해 있음

- 물류는 중국의 3대 산업집적을 자랑하는 환발해(북경, 천진, 대련), 장강델타(상해), 화남(광둥)에 집중되어 있음.
- 중서부에서는 내륙지역의 우수한 두뇌를 이용, 정보처리·소프트웨어 및 관광객이 많은 서안, 성도 등에서 음식·오락·호텔로의 진출 등을 볼 수 있음.

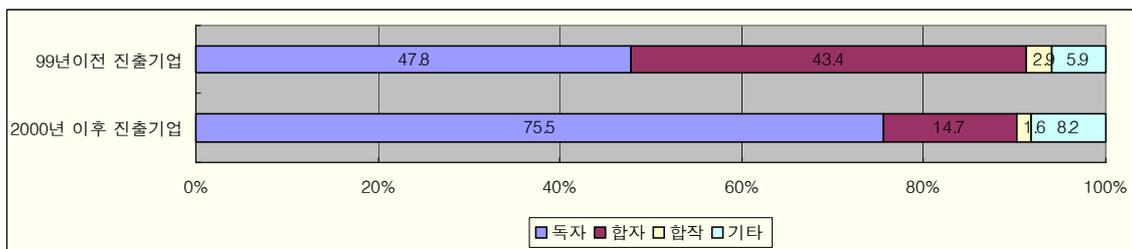
### 3. 일본기업의 80%는 90년대에 진출, 최근에는 기업규모 확대

- 일본기업의 진출시기를 보면 80년대에 진출한 기업은 불과 6.5% 밖에 안되고, 약 80%의 기업이 90년대에 진출해 있음<표1>.
  - 제3차 투자붐이 시작된 2000년 이후에 진출한 기업은 254개사로 약 20%를 차지.
  - 일본기업의 대중투자에는 시기적으로 3가지 붐이 있는데, 이번 조사결과에서도 그 경향을 파악할 수 있음.
- 제1차 붐이 87년~89년, 제2차 붐이 93년~96년, 그리고 제3차 투자 붐이 2000년 이후인데, 이러한 추세는 제조업, 비제조업에서 모두 동일함.
  - 제3차 투자 붐은 투자액으로는 제2차 붐과 대등하지만, 진출기업 수에서는 제2차 붐의 약 절반의 속도로 진행, 이는 진출기업 1개사 당 투자규모가 2배로 확대되고 있다는 점을 시사함.
- 지역별로는 개혁·개방정책의 단계적 시행을 반영해 광둥, 대련, 북경(비제조업) 등에서 비교적 일찍부터 일본기업의 진출을 볼 수 있었음.
  - 중국전역이 개방된 92년 이후 장강델타에 대한 투자가 화남을 상회, 2000년 이후 제3차 투자 붐에서는 이러한 경향이 한층 가속하고 있음.
  - 2000년 이후에 진출한 일본기업의 63%가 장강델타지역에 위치, 최근 일본기업의 대중투자가 중국내 최대의 내수시장인 장강델타지역에 집중되고 있는 흐름을 엿볼 수 있음.

#### 4. 2000년 이후에 「獨資」에 의한 진출이 급증

- 응답기업의 진출형태를 살펴보면, 독자(100%출자)가 53.2%로 절반이상을 차지하고, 합자 37.8%, 합작 2.5%, 위탁가공 등 기타 6.5%임<표1>.
  - 2000년 이후, 독자에 의한 진출이 증가하고 있음.
  
- 진출시기를 「99년 이전」과 「2000년 이후」로 구분해 진출형태를 보면, 99년 이전에 독자로 진출한 기업은 47.8%였지만, 2000년 이후에는 75.5%로 증가<그림1>.
  - 제조업에서만 보면, 일본기업의 독자비율은 2001년 80%, 2002년 86%로 상승하고 있음.
  - 이는 중국이 WTO 가입에 대비해 외자기업법 등을 개정하고, 출자비율 규제나 독자에 의한 국내판매규제를 대폭 완화한 것이 원인이 되고 있음.

<그림1> 진출형태(獨資, 합자 등)의 변화



- 지역별로는 연해지역, 특히 화남에서는 독자 비율이 높고, 중서부에서는 독자보다 합자비율이 높음.
  - 이는 화남에서는 IT수출생산기지로 진출한 기업이 많고, 중서부에서는 국내판매를 겨냥해서 진출한 기업이 많은 것과 밀접한 관계가 있음.

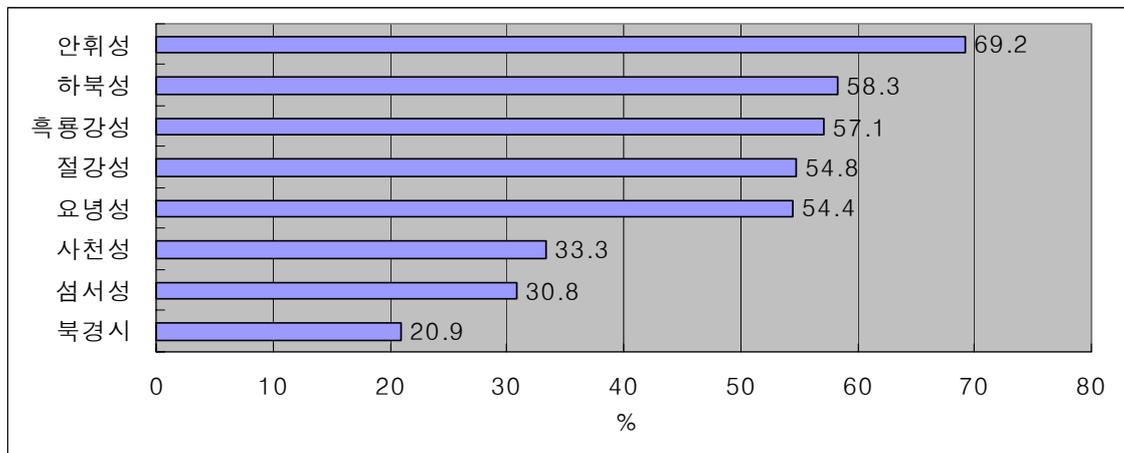
## Ⅱ. 중소기업의 진출실태와 특징

- 일본 중소기업도 일찍부터 중국진출을 추진해 왔으나 그 실태는 좀처럼 파악되지 않고 있음.
  - 대기업과 비교하면서 중소기업의 진출지역 및 실태를 파악.

### 1. 중소기업의 절반이상은 장강델타에 진출

- 이번 조사결과를 보면, 중국진출 일본기업의 모회사가 대기업인 기업은 709개사이고, 중소기업은 602개사<표1>.
  - 진출기업 수에서는 대기업이 많지만, 중소기업도 45.9%를 차지.
  - 중소기업의 진출이 많은 지역은 장강델타 지역으로 상해, 강소, 절강에서만 52.2%를 차지. 이 외에 대련, 천진, 산둥의 환발해와 광둥에 거의 대부분 집중되어 있음.

<그림2> 성·시별 중소기업 비율(%)



- 중부의 안휘, 흑룡강, 연해지역의 하북, 요녕, 절강의 각 성에서 중소기업의 진출비율이 높음<그림2>.
  - 안휘에서는 중소 의류업체의 진출이 두드러지고, 「연해지역 3성」에서는 기계산업을 중심으로 중소형 제조업체의 진출이 두드러짐.

- 대기기업은 수도인 북경과 서부의 사천, 섬서(陝西)의 각 성·시에 집중. 북경에는 대형기업의 주재원사무소나 총괄거점과 서비스업이 집중하고 있고, 사천(成都), 중경은 자동차관련 업체, 섬서(서안)는 일찍부터 대형 전기통신업체의 진출이 시작됨.

## 2. 잡화, 의류, 금속제품에서는 중소기업이 주류

- 중소기업의 진출분야는 제조업 504개사(83.7%), 비제조업 98개사(16.3%)이며, 대기기업은 제조업 505개사(71.2%), 비제조업 204개사(28.8%)임.
- 대기기업에 비해 중소기업은 제조업에 집중되어 있고, 또한 제조업에서는 기업 수에서 대기기업과 거의 대등함.

<표2> 中小企業性 업종과 大企業性 업종

	제조업	비제조업
중소기업업종	생활용품·잡화(81), 의류(77), 금속제품(70)	음식·호텔(64), 컨설턴트(63)
중간업종	정밀기기(56), 식품가공(55), 기타(53), 화학·석유(51), 인쇄·출판(50), 일반기계(48), 비철금속(48), 전기·전자(41)	정보처리·소프트웨어(48)
대기업업종	철강(20), 종이·펄프(25), 의류·화장품(29), 요업(35), 수송기기(37)	물류(36), 도·소매(30), 기타 서비스(29), 주재원 사무소(23), 총괄회사(0), 금융·보험(0), 통신(0)

주) ( )내는, 각 업종에서 차지하는 중소기업비율(%)

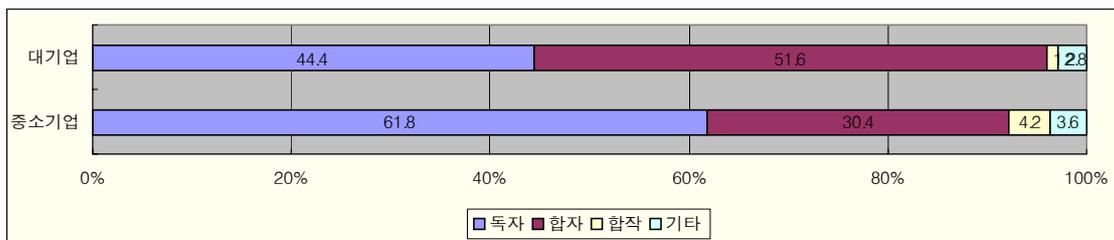
- 중소제조업의 진출기업 수는, 전기·전자(22.6%), 의류(14.3%), 화학·석유제품(10.1%), 일반기계(8.3%), 금속제품(8.1%), 식품가공(7.1%) 순임.

- 중소기업 업종으로는, 생활용품·잡화(81.3%), 의류(76.6%), 금속제품(69.5%)의 비중이 높고, 철강(20.0%), 종이·펄프(25.0%), 의료·화장품(28.6%), 수송기기(37.0%)에서는 비중이 낮음<표 2>.
- 비제조업에서, 중소기업의 진출수가 가장 많은 것은 도·소매(27.6%), 물류(검침업)(16.3%), 정보처리·소프트웨어(15.3%)임.
- 중소기업의 진출비율을 보면, 기업 수는 많지 않지만, 법무·세무 컨설턴트와 음식·호텔이 높고, 비제조업분야(금융·보험, 통신, 도·소매, 물류)에서는 중소기업의 비율은 낮고, 대기업이 압도적으로 많음.

### 3. 진출형태는 「獨資」, 동시에 「수출형」

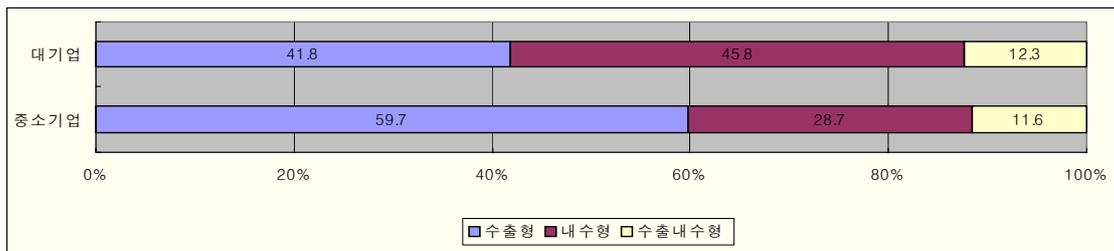
- 중소기업은 진출형태에서도 대기업과 크게 차이가 있음.
  - 제조업 분야에서, 대기업은 합자(51.6%)가 절반이상을 차지하지만, 중소기업은 독자(61.8%)가 합자(30.4%)를 크게 상회<그림3>.
  - 최근 들어 독자 진출이 증가하는 경향이지만, 중소기업의 경우에도, 99년 이전에 진출한 기업의 독자비율은 56%인데 비해, 2000년 이후에 진출한 기업에서는 86%까지 상승하고 있음.

<그림3> 기업규모별 진출형태 : 제조업분야



- 대부분의 중소기업이 독자로 진출하는 것은, 제품의 판매유형과도 밀접한 관계가 있음.
  - 중소기업의 중국진출은 일본으로 「재수출 型」 또는 미국, 유럽으로의 수출을 목적으로 한 기업이 많다는 것임.
  - <그림4>에서는 제품의 판매유형에 따라 「수출형(70%이상이 수출)」 「내수형(70%이상이 內販)」 「수출내수형(중간)」의 3가지로 분류
  - 각각의 구성비를 보면, 중소기업의 경우, 수출형(59.7%)이 가장 많고, 내수형(28.7%)은 30%가 채 되지 않는데, 대기업에서 내수형이 다수를 차지하는 것과 대조적임.

<그림4> 기업규모별 수출·내수형기업 구성비율



### Ⅲ. 내수형 기업의 실태와 특징

- 최근 중국의 거대한 내수시장 성장이 세계의 주목을 받고 있음.
  - 수요성장을 기대할 수 없는 일본시장을 단념하고 중국시장을 겨냥해서 진출하는 기업과, 당초 수출을 목적으로 진출했지만 최근 들어 내수에 도전하는 기업도 늘어나고 있음.
  - 여기서는 중국에서 내수에 전념하는 일본기업의 실태를 파악.

#### 1. 상대적으로 적은 내수형기업, 기업수로는 절반이상이 장강델타

- 제조업을 대상으로 「수출형」 「내수형」 「수출내수형」으로 분류하면, 수출형 501개사(51.2%)가 가장 많고, 내수형 361개사

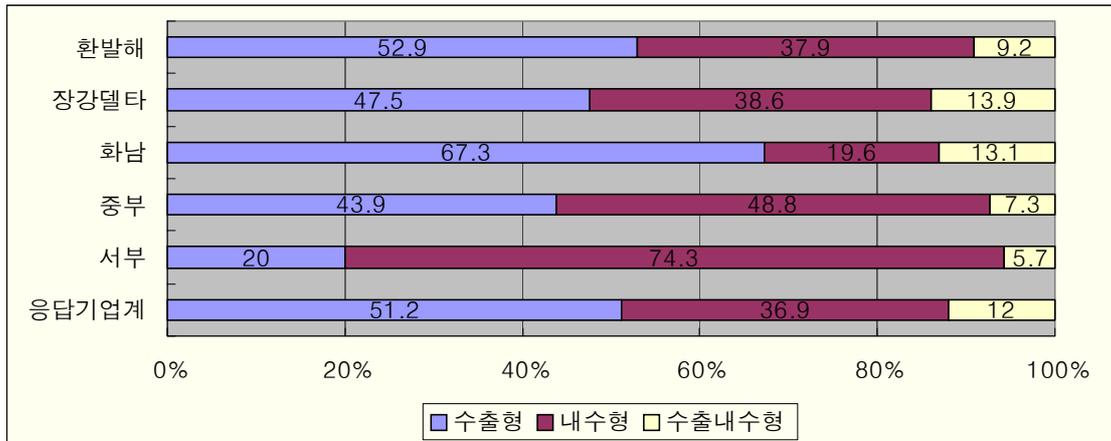
(36.9%), 수출내수형 117개사(12.0%)임<표1>.

- 최근 중국에서 국내판매가 주목받고 있긴 하지만, 내수형기업은 진출기업의 1/3 정도로, 여전히 수출형 기업이 많은 실정임.

○ 지역분포로는, 내수형 기업은 강소, 상해 등 장강델타(50.7%)가 가장 많고 환발해(27.4%), 화남(9.1%), 서부(7.2%), 중부(5.5%)순임.

- 지역적 특징으로는, 진출기업 수는 많지 않지만 내륙지역이 내수형이 많으며, 서부에는 74.3%, 중부에도 48.8%의 기업은 내수형임.
- 화남에서는 내수형(19.6%)이 적고, 수출형 기업(67.3%)이 많은 것이 특징<그림5>.

<그림5> 지역별 수출형·내수형 기업의 구성비율



## 2. 종이·펄프, 인쇄·출판, 철강, 수송기기가 주종

○ 내수형 기업의 업종구성을 보면, 전기·전자(21.6%)가 가장 많고, 화학·석유제품(15.0%), 수송기기(14.4%), 일반기계(13.3%), 금속제품(6.4%), 식품가공(5.5%)의 순임.

- 전기·전자, 수송기기, 일반기계의 3개업종을 합치면, 내수형기업의 49%를 차지.

- 수출형 기업의 업종구성은 전기·전자(30.2%)와 섬유·의류(22.2%)에서만 절반이상을 차지.
- 업종별로 내수형·수출형 기업의 비율을 보면 종이·펄프(75.0%), 인쇄·출판(75.0%), 철강(71.4%), 자동차 및 동 관련제품 등 수송기기(65.0%)에서 내수형 기업의 비율이 높음.
- 의류(87.8%), 섬유(78.6%), 생활용품·잡화(75.0%), 목제품·가구(72.7%)에서는 수출형 기업의 비율이 70%를 초과<표3>.

<표 3> 내수형 업종과 수출형 업종

내수형업종	종이·펄프(75), 인쇄·출판(75), 철강(71), 수송기기(65)
중간업종	일반기계(57), 화학·석유제품(56), 요업(53), 비철금속(50), 의료·화장품(48), 금속제품(40), 고무제품(33), 식품가공(31), 전기·전자(29)
수출형업종	의류(3), 생활용품·잡화(6), 목제품·가구(9), 섬유(12), 정밀기기(28)

주) ( )내는 내수형기업 비율(%)

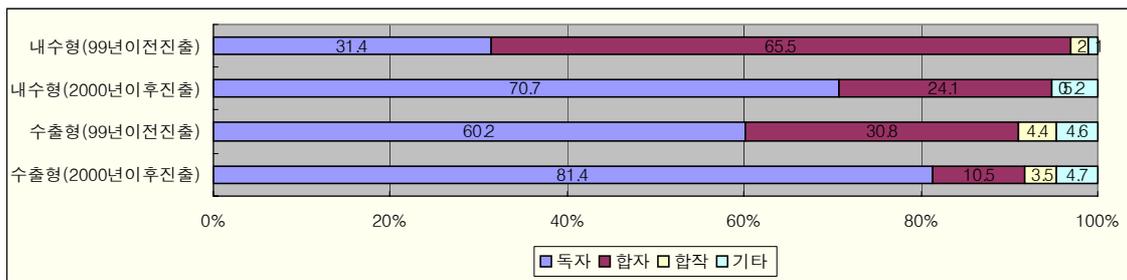
- 일반적으로 내수형 기업은 인쇄·출판, 자동차, 가전, 플라스틱제품 등의 최종소비재, 철강, 화학, 종이·펄프 등 소재, 전기·전자 부품, 일반기계, 자동차 관련부품 등의 중간재 분야가 많음.
- 수출형 기업은 의류, 생활용품·잡화, 식품가공 등 일본으로 재수출하는 제품이나 전기·전자제품, 정밀기기 등 미국·유럽·일본으로의 수출제품 제조에 종사하고 있는 경우가 많음.

### 3. 2000년 이후, 내수형기업도 「합자」에서 「독자」로 전환

- 판매유형이 국내인지 수출인지 여부에 따라 진출형태에 커다란 차이가 있음.

- 국내판매를 목적으로 진출하는 기업은, 외자에 대한 출자제한이나 국내판매 네트워크 확보를 위해 합자를 선택하는 경우가 많았음.
- 수출형 기업은 이러한 제한이나 제약이 없기 때문에 독자가 많음.
- 이번 조사에서도 이러한 진출목적의 차이가 일본기업의 진출형태에 반영되고 있음.
- 내수형 기업의 진출형태를 보면, 합자(58.9%)가 독자(37.8%)를 상회하고, 수출형 기업에서는, 독자(63.6%)가 합자(27.6%)를 상회하고 있음.

<그림6> 수출형·내수형 기업의 진출형태별 비율



- 2000년 이후, 독자에 의한 진출이 증가하고 있음.
  - 내수형 기업에서는 독자비율이 99년 이전 31.4%에서 2000년 이후 70.7%로 급증, 합자비율은 65.5%에서 24.1%로 격감하고 있음<그림6>.
  - 99년 이전에는 「수출형은 독자, 내수형은 합자」라는 공식이 들어맞았지만, 2000년 이후에는 「수출형, 내수형 모두 독자」라는 형태로 변화하고 있음.
  - 이러한 경향은 대기업, 중소기업 모두 마찬가지이지만, 2000년 이후, 중소기업에서는 수출형의 88%, 내수형의 84%가 실제로 독자에 의한 진출임.

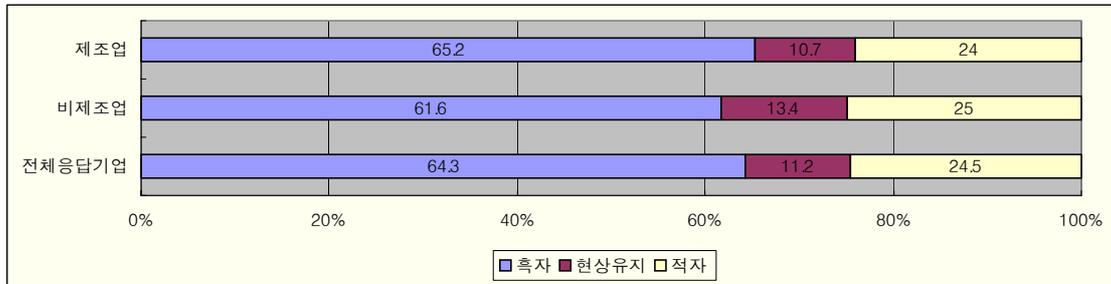
#### IV. 중국진출 일본기업의 영업손익상황

- 수년 전까지 중국진출은 이익이 되지 않는다고 알려져 왔지만, 최근에는 일본기업의 대부분이 이익을 거두고 있는 것이 각종 조사결과에서 밝혀지고 있음.

##### 1. 제조업에서는 65%의 기업이 흑자, 비제조업에서는 62%

- 손익상황에 대해서 응답한 1,263개사의 영업손익상황을 보면, 흑자라고 답한 기업은 64.3%, 현상유지 11.2%, 적자 24.5%.
  - 이것을 제조업과 비제조업으로 나눠서 보면, 제조업에서는 흑자 65.2%, 현상유지 10.7%, 적자 24.0%인데 비해, 비제조업에서는 흑자 61.6%, 현상유지 13.4%, 적자 25.0% <그림7>.
  - 일본기업의 손익상황은 전반적으로 양호하고, 특히 제조업이 비제조업을 앞서고 있음.

<그림7> 제조·비제조업의 손익상황



##### 2. 제조업에서는 3년, 비제조업에서는 2년 경과 후 흑자전환

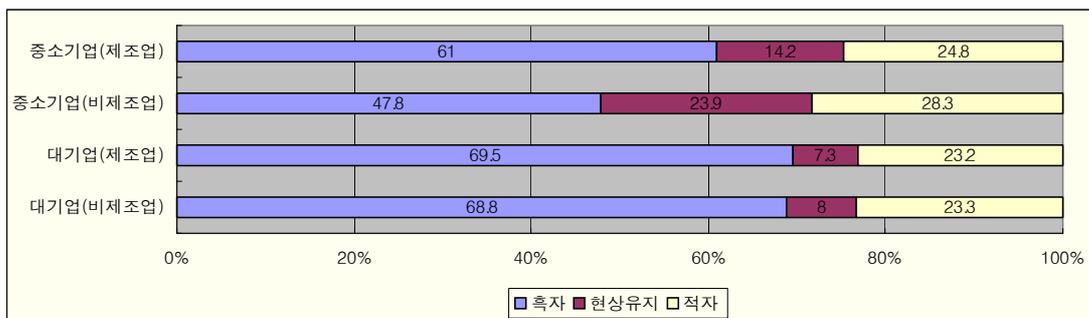
- 일반적으로 진출한지 얼마 되지 않은 기업은 적자가 많고, 진출 후 시간이 경과함에 따라서 흑자로 전환하는 기업이 증가.
  - 중국진출 일본기업에서도 동일한 경향이 나타나는데, 흑자전환에 소요되는 연수는 제조업에서 평균 3년, 비제조업에서 평균 2년이 되고 있음.

- 진출시기별로 영업손익상황을 보면, 제조업에서는 80년대, 90년대 전반, 90년대 후반, 2000년대에 진출한 일본기업의 흑자비율은 각각 89%, 78%, 70%, 19%로, 조업이 장기화하는 만큼 흑자기업의 비율은 증가하고 있음.

### 3. 대기업보다 10포인트 낮은 중소기업의 흑자비율

- 모기업의 기업규모, 즉 대기업인지 중소기업인지 여부에 따라 진출기업의 손익상황은 크게 차이가 있음.
  - 중국에 진출한 중소기업은 전체적으로 이익을 거두고 있는 기업이 많지만, 대기업과 비교하면 손익상황은 좋지 않은 편임.
  - 모기업이 중소기업인 일본기업의 손익상황을 보면, 흑자 58.9%, 현상유지 15.7%, 적자 25.4%.
  - 모기업이 대기업인 일본기업은 흑자 69.3%, 현상유지 7.5%, 적자 23.2%임.

<그림8> 기업규모, 제조·비제조업별 영업손익상황

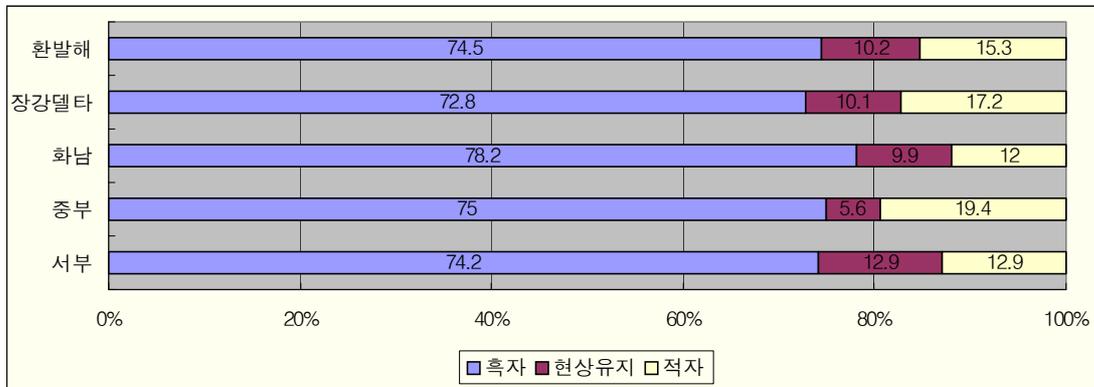


- 중소기업의 실적은 제조업과 비제조업에서도 큰 차이가 있음.
  - 흑자기업은, 제조업이 61.0%인데 비해 비제조업 47.8%. 비제조업은 제조업보다 흑자기업비율에서 13포인트나 낮음.
  - 대기업의 흑자비율은 제조업 69.5%, 비제조업 68.8%로, 중소기업의 흑자비율은 대기업과 비교해 제조업에서 9포인트, 비제조업에서는 21포인트나 낮음<그림8>.

#### 4. 손익상황이 가장 높은 곳이 화남, 제조업에서는 장강델타가 최저

- 중국진출 일본기업은 모든 지역에서 이익을 거두고 있음.
  - 절반이상이 흑자로 전환한 99년 이전에 진출한 기업의 손익상황을 보면, 제조업에서는, 흑자기업의 비율은 화남(78.2%)이 가장 높고, 장강델타(72.8%)가 최저임<그림9>.
  - 비제조업에서도, 화남(71.4%)은 환발해(72.1%)를 근소한 차이로 밀돌고 있지만, 장강델타(68.6%)보다 3포인트 높음.
  - 제조업, 비제조업을 불문하고, 지역별 손익상황에서는 화남이 상당히 높아, 흑자전환 하는데 제조업에서 평균 3년 걸리는 경우, 화남에서는 진출 2년 후에는 절반이상의 기업이 흑자전환하고 있음.
  - 장강델타는 최근 진출러시가 이어지고 있지만, 손익상황은 그다지 좋지 않은 결과가 나오고 있음.

<그림9> 지역별(제조업) 영업손익상황 : 99년이전 진출기업



#### 5. 제조업에서는 「고무제품」, 비제조업에서는 「금융·보험」이 최고

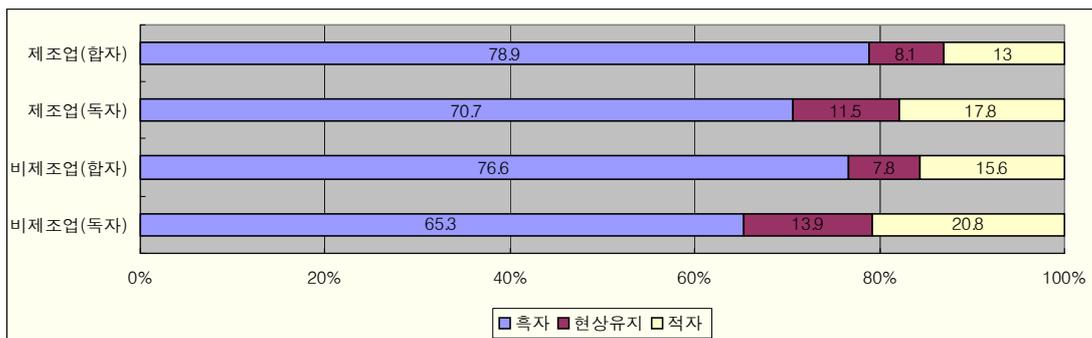
- 흑자비율이 가장 높은 것은 고무제품(83.3%)이고, 의료·화장품(76.2%), 철강(73.3%), 정밀기기(72.0%), 요업(70.6%), 인쇄·출판(70.0%)의 순임.

- 대기업에서만 보면 손익상황은 더욱 높아, 흑자비율이 정밀기기(90.9%)에서 90%를 초과하고, 의료·화장품(86.7%), 고무제품, 기타 제조업(각 85.7%), 철강(83.3%), 인쇄·출판(80.0%)에서는 80%를 초과함.
  - 중소기업에서는 고무제품(80.0%)을 제외한 업종에서는 흑자비율은 70%에도 미치지 않고 있음.
  - 19개 분류업종 가운데 중소기업이 대기업보다 영업손익에서 앞서고 있는 것은 섬유, 의류, 목제품·가구와 금속제품 뿐임.
- 비제조업 가운데 일본기업의 손익상황이 가장 높은 것은 금융·보험 71.4%, 총괄회사 70.0%, 도·소매 67.0%, 물류 65.1%임.
- 비제조업에서는 대기업과 중소기업의 영업손익에서 더욱 커다란 차이를 볼 수 있음.
  - 대기업에서는 컨설턴트 등을 제외하면, 흑자비율은 70% 정도이지만, 중소기업에서는 물류(64.3%), 컨설턴트(50.0%)를 제외하면 50%에도 미치지 않고 있음.

## 6. 「합자」는 「독자」를 흑자비율에서 상회

- 손익상황은 진출형태에 따라 차이를 나타내는 것일까.
- 제조업, 비제조업을 불문하고, 합자가 독자보다 실적에서 앞서고 있다는 의외의 결과가 나와 있음.

<그림10> 진출형태별 영업손익상황 : 99년이전 진출기업

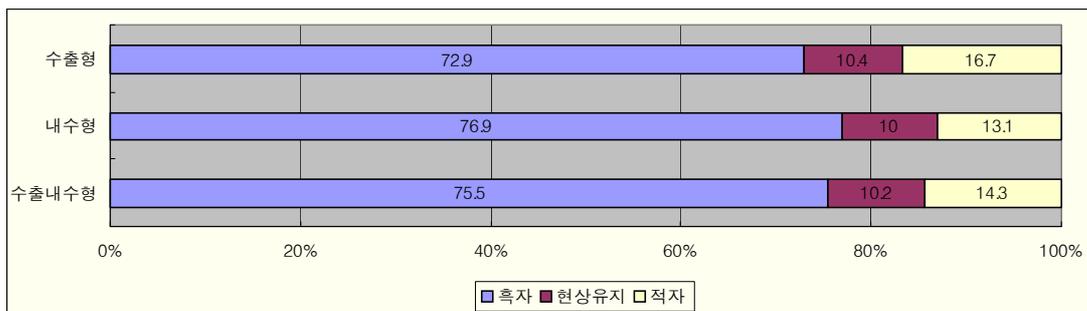


- 최근, 독자에 의한 진출이 증가하고 있는데, 99년 이전에 진출한 일본기업의 손익상황을 보면, 제조업의 경우, 합자기업은 흑자 78.9%, 현상유지 8.1%, 적자 13.0%이고, 독자기업은 흑자 70.7%, 현상유지 11.5%, 적자 17.8%임.
  - 흑자비율에서 합자가 8포인트나 높고, 적자비율에서 5포인트 낮음<그림10>.
- 비제조업에서 합자의 우위성은 더욱 높아, 합자기업의 흑자비율은 76.6%이고, 독자기업은 65.3%임.
  - 합자기업은 흑자비율에서 11포인트나 상회하고 있음.

## 7. 수출형 기업을 상회하는 내수형 기업의 손익상황

- 수출형기업과 내수형 기업의 손익상황(99년 이전 진출기업)을 비교해 보면,
  - 제조업의 경우, 흑자비율에서는 내수형(76.9%)이 수출형(72.9%)을 4포인트 상회<그림11>. 양쪽의 손익상황에 그다지 차이는 없지만, 「중국에서의 내수는 이익이 되지 않는다」라는 일반적인 주장은 적합하지 않음.
  - 진출 후 3년 경과한 내수기업의 77%는 흑자영업, 또 내수형 기업은 수출형기업보다 조금이긴 하지만 손익상황이 높다는 것이 현실임.

<그림11> 수출·내수형 기업별 영업손익상황 : 99년이전 진출기업



- 이러한 경향은 대기업, 중소기업에서 모두 마찬가지임.
  - 99년 이전에 진출한 대기업의 흑자비율에서는 내수형(78.3%)과 수출형(77.4%)이 거의 비슷하게 나아가고 있지만, 중소기업에서는 내수형(74.3%)이 수출형(70.1%)보다 4포인트 정도 흑자비율에서 앞서고 있음.

## V. 투자환경 문제

- 마지막으로, 법 제도나 행정대응 등 중국진출 일본기업이 직면하는 구체적 문제점이나 피해에 대해서 정리.
  - 중앙정부가 진행하는 법 정비는 WTO 가입 후에도 그 운용이 여전히 충분하다고 말하기 어렵다는 일본기업의 생각이 새롭게 증명되었음.

### 1. 법령·세제 정비와 운용에 대한 과제

- 직면하는 문제로서, 「법령의 미비나 불투명성」(24.5%), 「세제의 미비나 그 운용의 불투명성」(21.1%), 「법령의 자의적인 운용이나 불통일성」(21.0%)을 든 기업이 압도적으로 많았음.
- 「매년 사회보험규정이 어지럽게 변하고, 보험료율의 인상도 불투명」(도매, 북경), 「인지세에 대한 해석이 불투명」(전기·전자, 무석), 「상해와 강소성 간에 증치세에 대한 세무서의 대응이 다르다」(전자부품, 상해) 등, 법령정비 그 자체와 운용에 대해서 불만을 가진 기업이 많다는 것이 확인되었음.
- 다음으로 「관세율」(12.9%), 「지적재산권보호」(10.3%), 「무역권 부여」(7.7%), 「외자기업들 간이나 외자와 중국자본간에 차별적 대우」(7.7%), 「서비스무역(통신, 건설, 유통, 금융, 운수분야 등)에 대한 시장개방」(7.1%)을 문제시하는 기업이 많았음.

- 철강 세이프가드(긴급수입제한조치)나 화학품의 반덤핑 조사로 최근 주목을 모으고 있는 「반덤핑(AD) 조치, 세이프가드 조치의 제도와 운용」을 든 기업은 의외로 적어, 5.1%에 머물렀음.

## 2. 지역보호정책이 남아있다

- 진출지역별로 보면, 대부분의 응답에서 화남, 장강델타, 환발해의 순으로 문제점을 지적하는 소리가 많았음.
  - 응답수가 적어 분석이 곤란한 내륙지역(중부, 서부)을 제외하면, 화남 등 중앙으로부터 멀리 있는 지역일수록, 문제점에 대한 지적이 많아, 중앙정부의 법령에 대한 지방에서의 불철저를 나타내고 있음.
- 환발해 지역에서는, 「법령의 자의적인 운용이나 불일치성」 「관세율」 「차별적 대우」 등이 적어, 법의 운용은 비교적 순조롭게 실시되고 있음.
  - 비제조업의 비율이 높은 특징을 반영해서, 「쿠리어 서비스(국제 택배편)에 대한 인허가의 투명성 확보」(물류, 북경) 등 「서비스무역의 개방」(7.4%)에 대한 요망이 강함.
- 장강델타에서는 지적재산권보호(8.8%)에 대한 문제를 지적한 기업의 비율이 내륙지역의 16.5%, 화남의 12.6%에 비해 상대적으로 낮았고, 「차별적 대우」(8.5%)를 느끼고 있는 기업은 여전히 많았음.
  - 「중국기업과 外資 간에는 전시회 출전 부스비용이나 시설사용료가 다르다」(소매, 상해) 등의 의견이 있었음.
- 화남에서는 대부분의 응답에서, 문제점을 지적하는 기업의 비율이 높는데 그 중에서도, 「법령의 자의적인 운용이나 불일치성」(27.3%), 「관세율」(16.7%)은 전국평균을 크게 상회하고 있음.

- 「통관당국의 자의적인 세율적용이나 벌금 징수가 눈에 띄고, 통관결과에 대한 예측이 불가능」(정밀기기, 동관)하다고 하는 보고가 있는 등, 지방보호색이 짙은 결과가 나왔음.
  - 모방품 대응을 시작으로 하는 「지적재산권 보호」(12.6%) 강화에 대한 요망과 「표준인증제도」(6.6%)에 대한 응답이 많은 것도, 전기·전자, 정밀기기 등의 산업이 집적하는 이 지역특유의 문제점이라고 할 수 있음.
- 유통분야의 진출이 적은 내륙지역에서는 「무역권」(1.0%), 「유통권」(0%) 개방에 대한 기대가 거의 없었고, 「수송, 출하에 철도를 이용하지만, 예정일을 2주간 이상 지나서 도착하는 경우도 있다」(일반기계, 성도) 등 육상수송에 대한 불편함이 지적되었음.

### 3. 제조업에서는 稅制 개선을 기대

- 업종별 주된 경향을 제조업, 비제조업의 순으로 보면, 우선 제조업 가운데 가장 진출이 많은 전기·전자산업에서는, 「세제의 미비와 그 운용의 불투명성」을 내세운 기업 수가 「법령의 미비와 불투명성」 「법령의 자의적인 운용과 불일치성」을 상회했음.
  - 세제 가운데서도, 증치세의 환급금 미지급에 관한 의견이 특히 많았고, 중소기업에서는 1년 이상의 환급금 미지급이 자금 유통에 크게 영향을 준다고 하는 의견도 나와 있음.
  - 가전제품 등 높은 관세에 대한 불만도 높음.
- 기계산업(일반기계, 수송기기, 자동차, 정밀기기)에서는 자동차, 이륜차 등에 대한 「관세율」(17.4%)이 높다고 지적하는 소리가 많았음.
  - 할당범위의 확대에 비해, 운용이 불투명하기 때문에 완성자동차의 수입대수가 증가하지 않는다고 하는 「수입할당제도」(8.5%)의 문제도 있음.

- 그 외에, 전기·전자를 포함한 기계산업 전체에서는, 표준인증 제도에 대해서 중국 강제인증(CCC) 제도에 대한 일본에서의 심사 실시의 곤란함 등을 문제시하는 기업이 눈에 띄었음 (4.8%).
- 섬유·의류에서는 「외자기업들 간이나 외자와 중국자본 간의 차별적 대우」 (13.9%)에 대한 응답이 두드러지게 많았음.
  - 「개발구내 기업과 개발구외 기업에서 시정부에 대한 대응이 서로 다르고, 비용이 많아진다」 (의류, 南通) 등의 지적이 있었음.
  - 재판의 공정성 등 「법령의 자의적인 적용과 불일치성」 (27.0%)에 대한 불만도 주요업종 가운데 가장 높고, 경쟁환경에 문제가 있다고 느끼고 있는 기업이 많았음.
- 화학·석유제품에서는, 화학제품에 대한 반덤핑조치의 잦은 발생에도 불구하고, 「반덤핑조치, 세이프가드조치의 제도와 적용」을 든 기업은 5.7%에 그치고 있음.
  - 「앞으로 수년간은 수요초과 상태가 지속될 것이라고 예상, 반덤핑조치의 잦은 발생은 중국자신의 목을 조른다」 (홍콩, 석유화학) 등의 의견이 있고, 일본기업은 비교적 냉정한 견해를 갖고 있음.
- 금속·철강에서는 2002년 11월 철강세이프가드 발동으로 인해, 세이프가드 조치 등에 대한 제도와 적용을 든 기업이 16.8%로 높아졌음.
  - 철강업자뿐만 아니라 「원재료의 현지조달은 곤란」 (금속제품, 천진), 「수입시 보증금을 청구할 수 있다」 (금속제품, 상해) 등 관련 제조업의 불만이 큼.
  - 「지적재산권 보호」 (5.0%)에 대한 응답은 최소였음.

#### 4. 분야별 개방이 기대되는 서비스산업

- 비제조업에 대해서는 「서비스무역」(15.4%)에 대한 문제점이 여전히 많다는 것이 확인되었음.
  - 「엔지니어링 회사(설계, 조달, 건설공사의 매니지먼트)에 적합한 현지법인설립에 대한 법규가 없다」(엔지니어링, 상해) 등 「법령의 미비」(24.4%)를 지적하는 의견과, 「외자기업들 간이나 외자와 중국자본 간의 차별적 대우」(11.6%)에 대한 문제도 많았음.
  - 분야별로는 「그룹 파이낸스(관계기업간의 자금조정)가 사실상 불가」(도매, 상해), 「외자에 개방되지 않은 신탁업무에 대한 투자규제 완화를 기대」(금융, 북경) 등, 금융분야 개방의 지연이 특히 눈에 띄었음.
  - 소매, 도매, 상사에서 「무역권의 부여」(10.3%), 「유통권의 부여」(7.1%)에 대한 기대가 높은 것도 비제조업의 특징임.
- 제조업과 비제조업을 비교하면, 관세율을 포함한 세제상의 문제는 제조업이 심각함.
  - 한편, 비제조업에서는, 무역권·유통권, 서비스무역의 개방에 대한 지연 및 그 결과로서 「차별적 대우」를 실감하고 있는 기업이 많았음.
  - 「법령의 미비와 불투명성」은 업종을 초월한 공통의 문제점이라고 할 수 있음.
- 이상과 같이, WTO 가입 후에도 다수의 일본기업이 법제도상의 문제를 떠 안고 있는 실정임.
  - 법 적용 강화를 위한 인재육성과 중앙정부 정책의 지방에서의 철저 등, 중국측의 대응이 요구되고 있는 실정임.