



# 中国ITビジネス現状と課題

2006年4月

堀江哲夫

(前CICC北京事務所駐在代表)

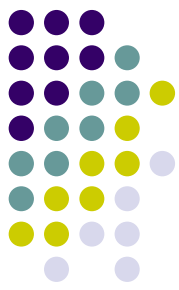


# 目次

- I. **中国経済 2005年回顧と2006年展望**  
- 高成長の中で強まる投資バブルへの流れ-
- II. **中国IT市場 - 2005年概観**
- III. **2006年～2008年 ITトピックス**
- IV. **ビジネス対象としての中国について**

付録 - 1 情報産業部 2006年業務要点

付録 - 2 予測の検証 2004年7月予測の現時点での検証



# I. 中国経済 2005年回顧と2006年展望

## - 高成長の中で強まる投資バブルへの流れ-

### 1) 2005年傾向

製造業、中部地区「中部崛起」中心に投資加速継続  
輸出好調：米国向け、途上国向けの高い伸び率  
消費減速に歯止め、堅実な伸び：雇用環境、物価安定など

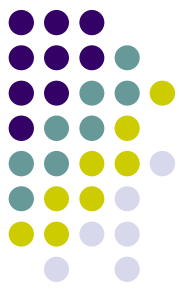
### 2) 顕在化した経済課題

構造的過剰生産と格差拡大による過少消費の深刻化

輸出依存リスクの増大

経済発展に起因する社会問題：

階層分化、環境破壊、事故多発



### 3) 2006年展望

「**経済成長調整開始 成長率は8%台?**」

**輸出伸び率低下: 米国景気、人民元上昇、貿易摩擦  
投資やや減速: 収益環境、過剰資本調整、政府指導  
企業再編: 生産力調整、産業振興の集中化**

**産業構造調整**

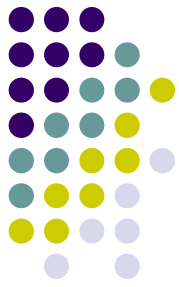
**消費喚起策拡大**

**第11次5ヵ年計画「消費主導経済への転換」**

**対低所得者層向けから中高所得者層へと拡大**

**消費者物価上昇:**

**デフレ回避政策、価格統制緩和(石油など)**



## II. 中国IT市場 - 2005年概観

### 急成長局面から調整局面へ

大本営発表では3.84兆元 (+24.8%)

2006年: +20% (目標) ref:2004年: +33%

### 競争激化による収益性問題:

大本営発表でも税前利益1742億元 (+6.5%)

過剰生産、低価格競争、バツタ製品登場

### “世界の工場”の地位確立:

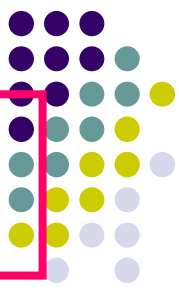
コンピュータ(特にノートPC)、携帯電話、家電

### 中国独自技術の開発・標準化

IPR問題、国家の面子 IT先進国への道

TDSCDMA、WAPI、AVS、EVD, e家佳..

# 1) 電信事業



売上	5,799億元 (前年比 + 11.7%)
固定資産投資	2,033.4億元 ( 4.8%)

MII発表

## 固定電話

加入者3億5040万 (3877万増)

市内通信量前年比+0.1%

小靈通通信量増 (+ 22%) を除くと大幅減

インターネット接続契約: 3750万 (1263万増)

## 移動電話

加入者3億9343万 (5860万増)

加入者増加減速 04年: 年間加入者6400万

沿海部・大中都市部の増加低迷 飽和の兆し?

中小都市・農村部、中・低所得者層開拓 難航

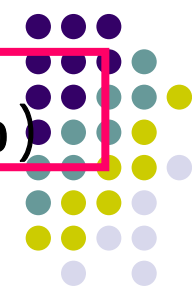
SMS好調継続: 3046億通 (+ 39.9%)

モバイルインターネット・画像メールは伸び悩み

コンテンツ不足・高料金・データ伝送速度64K

文化・生活習慣・社会体制

## 2) 電子情報関連製造業 **売上: 3兆2,612億元 (+22%)**



コンピュータ・ソリューション事業

ハード主体の産業構造は不変

「世界の工場」中国生産集中化: PC生産8084万台(+35.3%)

有力メーカーの生産基地化(OEM含み)

本体から端末、消耗品まで生産範囲拡大

ハード: 売上2200億元(推定) 国内売上

国内市場は低調 低価格市場

PC:台数1990万台(+18.8%)、販売額は1211億万元(+8.7%)、ノート型6割

牽引するのはネット関連のデジタル製品

輸出好調: ほぼ倍増の売上、収益改善に寄与

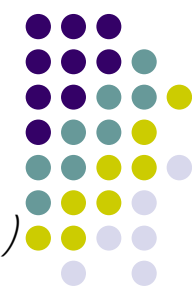
関連製品輸出額 1048.4億ドル(総輸出額の13.7%) **商務部**

ノートパソコン 299 億ドル(+43.9%)、

液晶モニター 145.4億ドル(+22.6%)、

PCモジュール 140.1億ドル(+30.9%)、

ハードディスクドライブ 41.1億ドル(+51.6%)



<b>ソフト・サービス</b>	<b>1400億円 (推定)</b>	国内売上
		通信関連ソフト、輸出を含め3900億円(+40.3%)
<b>ソフト製品</b>	<b>570億円</b>	
<b>関連サービス</b>	<b>830億円</b>	

### ソフト企業格差拡大

検索ソフト、セキュリティ・アンチウイルス、  
オンラインゲームなどのアプリ・サービス分野

新興企業急成長：若手民族系経営者・企業台頭

    百度(検索エンジン)、盛大(オンラインゲーム)など

    NASDAQ上場・ベンチャーキャピタル連携・企業M & A

### OSS市場低迷

    UNIX・WINDOWSの市場構造堅固　政府系市場限定

    政府支援策(調達優遇・経済的支援など)に依存

ソフト輸出(委託開発)は大きな伸び 50億ドル(+70%推定)



# 通信機器製造業

2005年売上げ: 6700億元(推定)



## インフラシステム

民族系企業主体

移動電話市場(GSM/CDMA)で欧米勢  
share死守

エリクソン・モトローラ・ノーテル・アルカテルなど

国内市場の勝ち組ベンダー経営安定

売上げ・収益改善、海外進出(華為、中興)

第3世代移動通信3G導入前夜:

壮絶な先行投資競争

商用トライアルシステム無償提供



# 中国IT市場勝ち組、華為のグローバル展開

2005年 売上高 453億元(約56億ドル) 前年比47%増  
受注高 666億元(約83億ドル) 前年比40%増  
税前純利益(推定) 94億元(約11億ドル) 前年比88%増

信息产业部発表IT企業納税額ランキング

31億元(#1) 国内資本企業法人税率33% 税前純利益94億元

\* 外資法人税率 15%(08年より33%)

\* 華為05年年次報告未公表 但し未上場企業!

經常利益など不明、特別損益勘定等に鍵?

## 海外市場進出

- ・海外受注比率 58% 欧州(特に東欧)、アジア市場  
第3世代移動通信網(WCDMA/CDMA2000)システム+端末  
ブロードバンド網、NGN(次世代ネットワーク)など
- ・グローバル電信オペレータとの事業提携  
スペイン・テレフォニカ:中南米市場向け事業提携  
英国・ボーダフォン:3Gモバイル端末供給(21カ国・5年間)
- ・海外トップ企業との合併 - 開発研究主体:3COM、ノキア、ノーテル、NEC/パナソニック

## 国内市場トップベンダーの地位固め

- ・固定網市場独壇場 交換機・ルータ・光伝送・アクセス系から付加価値サービス系まで
- ・3G市場対応 WCDMA・CDMA2000での海外実績  
TDSCDMA シーメンスと合併で鼎橋通信を設立、  
商用トライアル参加(中興・大唐加え3社が選定)

# 携帯端末



供給過剰・過当競争市場 生産認可取得企業:69社

国内3G市場導入への下準備

海外市場向けの生産基地化(OEM主体)

他業種からの参入:経営多角化の一環

(Haier-家電・联想-コンピュータなど)

生産台数 3億300万台(04年2億3345万台)

国内販売台数 8800万台(04年8400万台)

\* MII発表

新規加入者は5860万、3000万前後の取替需要？

「販売」はメーカーから販売店、ユーザーへの販売台数は？

生産と国内販売の台数差 海外輸出？ 在庫品？

\* 海外輸出前年比56%増の2.28億台との商務省発表。(97%は外国ブランド)

輸出額は45.7%増の206.35億ドル。(2月8日 香港経済通)



# 忘れてはいけない中国移動電話特殊事情-ちょっとした考察

中国携帯電話加入者 = SIMカード所有者

SIMカード (Prepaid): 最低 50元 (発番費用) + 30元 (最小電話使用料)

Prepaidユーザーが70%以上 (最近3年新規ユーザー90%以上がPrepaid)

日本の場合: Prepaid加入者率1.2%

中国移動加入者 (累積) 端末種類:

白黒DISPLAY (2億2000万) > カラーDISPLAY (1億7000万)

内カメラ付き (8400万) カラーDisplayの22%

05年から販売台数の90% (7890万台) がカラーDISPLAY

カメラ付きはそのうちの65%程度 (5094万台)、販売台数の58%

日本の場合: 販売台数の92%がカメラ付き 世界平均 38%



加入者数は必ずしも「携帯電話需要」を意味しない！ 複数SIM所有者、幽霊所有者  
SIMカード購入実名登録制導入 (MII・公安部 不法メール対策) 実体把握にも効果  
生産機種と国内販売 (流通) 機種は機能・価格面で大きな差がある！

# 家電

**中国IT産業の核 売上:1兆600億元(推定)**

IT企業ベスト5 海爾集団が第1位、第3位はTCL集団

**「世界の工場」:ローテクからハイテク製品への移行**

**国内売上は安定成長、価格競争による収益悪化**

**大企業は他業種へも進出:携帯電話、インターネット製品(情報家電)**

**半導体 売上:3300億元(推定)**

**世界最大の「半導体消費国」「輸入国」**

**国内製造急成長** 751億元(+37.5%)組立試験から設計・ウエハー製造へ

**ファウンダリー工場漸増** 05年 約25億ドル(世界:160億ドル)

中芯国際SMIC 04年香港上場、売上げ 9.75億ドル(04年)国内シェア42%

**コアLSI技術、ハイエンド製品は米国依存**

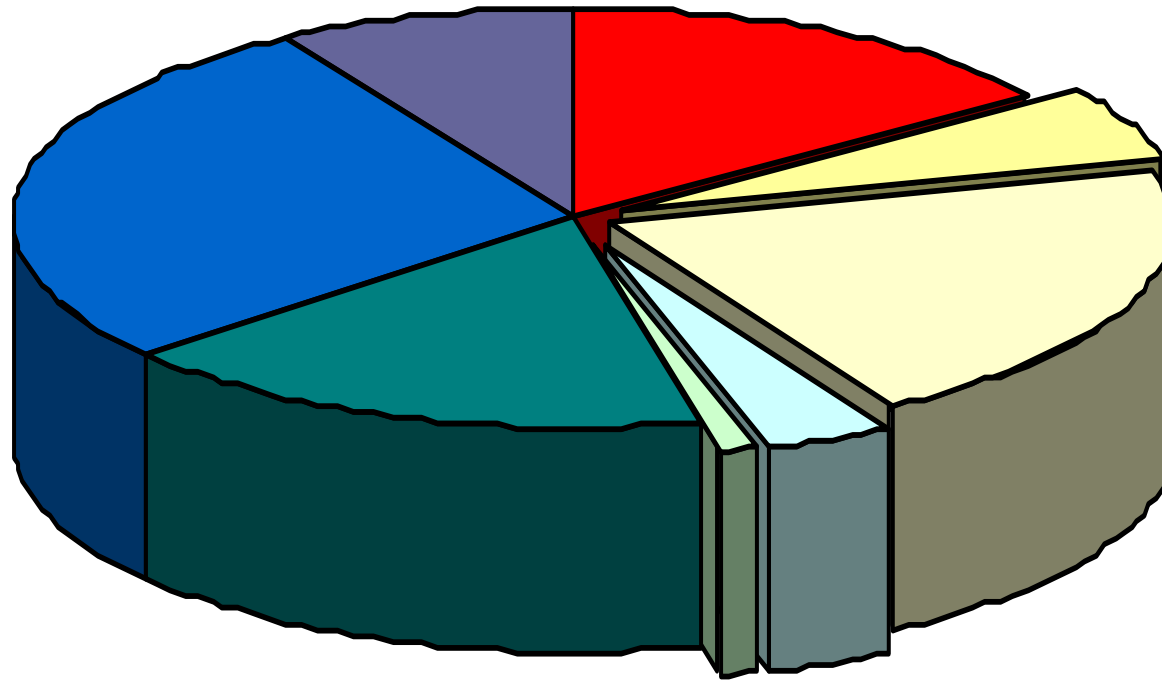
供給元の多様化 韓国(サムスン、Hynix)、日本(東芝、NEC)  
欧州(Infineon, Phillips, STM) 台湾企業経由ルート

**産業体制整備・支援**

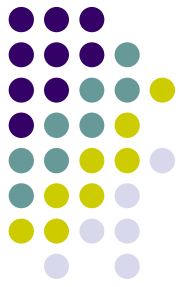
中国シリコン知的財産権産業連盟:コア標準確立推進、取引規範、保護規範整備  
企業への減免税(継続)・開発研究所設立支援(税優遇・人的支援など)



# 中国IT市場構成



- 電信業
- 情処系ハード(国内)
- 情処系ハード(輸出)
- 情処系SS(国内)
- 情処系SS(輸出)
- 通信系
- 家電
- 半導体



### III. 2006年～2008年 ITトピックス

#### 1) コンピュータ・ソリューション分野

##### インド・中国(政府+企業)連携

共同研究開発、企業間合作(製造、市場等のスミワケ)

広東(広州)の動向、他IT分野へ拡大の可能性

##### 予想されるプロジェクト

##### ロジスティック関連システム

製造業IT設備先鋭化 + ロジスティック効率化

##### 徴税関連システム

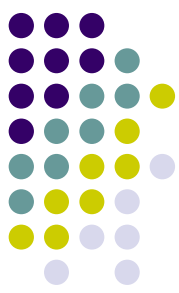
小売業界(増値税)、税関(関税)、大企業

##### 環境監視・セキュリティ関連システム

製造業向けIT設備先鋭化

##### OSS関連プロジェクト

政府機関支援 教育、電子政務、税関統計etc



## 2) 通信分野

### 通信業市場改革

2006年中の基盤電信業市場開放(WTO合意)

付加価値サービス 移動・固定電話サービスへ  
資本・技術提携(聯通・網通の動き)

外資参入? 海外進出?

第3世代移動通信網の導入が改革に拍車

業界再編、外資との提携(業務・資本・技術)

懸案の「電信法」成立か(2006年8月予定)

### 予想されるプロジェクト

ロジスティックシステム(RFID)

まずはB to B(企業内、グループ内)

第3世代移動通信網と高速無線LAN

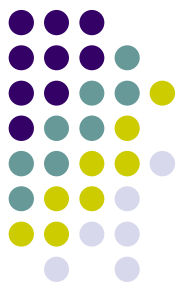
WiFi / WiMAX 対 WAPI

付加価値サービスプラットフォーム

IPTV、Audio-Video圧縮関連(動画・音楽)

アクセスシステム(加入者系) ポストADSL





## IV. ビジネス対象としての中国について

**「生産基地」なのか「販売市場」なのか  
何のために中国市場に進出するのか**

中途半端な企業戦略が中国ビジネスを  
失敗させる

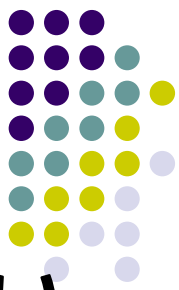
80年代に中国進出を果たした企業の教訓

「国内販売」と「製造(国内・輸出)」機能分離

2000年以降に進出した企業の成功率改善

韓国IT企業・ベンチャー企業の「V型」戦略

Ref: 「キャノン」「パナソニック」の長期戦略



# 「市場規模」の設定

## 13億人を対象としたビジネスモデルはありえない

### 市場ターゲットの絞り込みは外資企業の基本

「6千万人の先進国、3億人の中進国、10億人を超える  
開発途上国」

「4億人の沿海都市地域と9億人の内陸農村地域」……

“中国は…” “中国人は…” の安易な類型化が  
市場を見る眼を狂わせる

地域(省)、所得、年代、教育、などの格差大、多種多彩

「国連のような国、中国」

中央政府機関は「纏め役」、必ずしも「主導権」を持つ  
とは限らない。実務機関・地方からの積み上げ/根回し  
が重要。先入観を捨て市場の風を掴む！

# 何故日系企業は中国で成功していないか？



## 企業戦略の中での中国の位置付けの不明確さ

国際競争の戦場：リソースの集中なしで勝利なし

「平均点」事業より「V字型」事業

## 製品競争力の欠如、「現場力」の弱体

経営の現地化から研究開発の現地化の時代

国際(中国)市場における確固たる事業スタンス

## 旧態依然のマーケティングスタンス

「製品化」プロセスが逆！

市場の声(欲するサービス・ソフト) 必要な技術 製品

“最新技術で如何なる満足をユーザーに提供するのか”の発想欠如、実現の為の“技術”は二義的要素(実現技術多様化)

音楽配信(専用プレーヤーor携帯)

画像サービス(IPTV、デジタルTV、携帯、ネット)

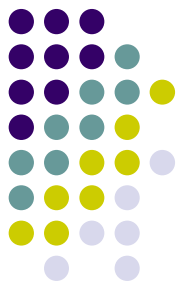
「最終的に技術(製品)の方向を決めるのは市場」認識不足

PHS、ISDN、ADSL、FTTH、NGN

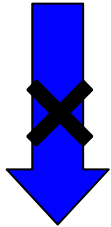
## 中国に対する思い込み、既成観念：本当に中国市場は特殊か？

国際市場の(不)成功者 = 中国市場の(不)成功者の現実

忘れてはいけない「中国文化大革命」の呪い(歴史の怖さ)  
中国人幹部(特に技術系)の世代断絶(格差)とバランス

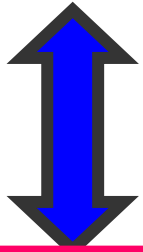


60歳以上



旧ソ連技術のバックグラウンド 技術より政治  
若手起用(若手\_\_世代任せ)で地位保全  
\_\_世代を懐柔管理  
引退時期

50 ± 5歳代



中国文化大革命 1966年～1976年 科学技術軽視、  
理科系技術者育成ストップの犠牲世代  
欧米技術の高さを認識、知識習得の機会一失 新技術への  
コンプレックス。\_\_世代から冷遇、\_\_世代からの突き上げ

40 - 45歳

欧米(一部日本)技術修得 高度な技術知識習得。  
教育環境格差 + 個人差 格差社会開始年代  
1950年 - 60年生まれ(\_\_世代)を飛び越え,\_\_世代の「優遇」を  
得て20代から幹部クラス輩出。  
組織(政府・企業)の実質的リーダー。

20代 - 30代

??

一人っ子政策(70年以降)、高等教育(大学など)定員急増の余波  
水増し教育 年代内格差拡大 海亀派と就職難(勝ち組:負け組)  
世代の子供

# 中国式マーケティング 何のためのマーケティングか



## 「平均値」を求めるマーケティングの無意味さ

格差の大きい、多様な13億人の平均値に拘る愚かさ

## 自己あってこそそのマーケティング

市場に対して自己の強みを生かし、主張し、最大の  
効果(利益・市場評価・知名度など)を得るという目的意識

「ヒット商品に市場調査は不要。ユーザーの求める理想と現実のギャップを埋める手立てを考えればよい」 Walkmanを開発したSony現中国総代表

三星Any Call : 画像の送受信だけがカメラ付き携帯電話ではない。安価なデジタルカメラ付き携帯電話という市場価値もある。

低速移動電話インフラの中で最新鋭のカメラ付き携帯電話を先行発売し市場シェアをアップさせた三星(中国)幹部

製品、ブランド名へのこだわり

モトローラ携帯端末、マクドナルド、スターバックス 自社仕様強調で差別化

Kirin 午後(后)之(の)紅茶・一番搾 “意外性”と“自己主張”

CD、SK II(マックスファクター)など 英文名で高級感



# 中国式情報収集・分析

## 収集情報の信頼性リスク

### 信頼できる中国人協力者の必要性和過剰信頼の危険性

中国の多様性を認識した上での信頼  
情報源の多様化は不可欠 情報検証体制

三個臭皮匠賽過諸葛亮

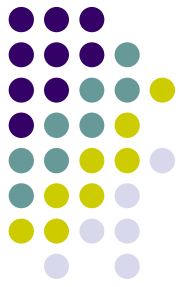
情報の信頼性への危機管理

安易な「老朋友」関係 妄信の愚行を自己管理

**中国(客先・政府機関)要人からの情報収集**  
**相手に喋らせる技術: Give & Takeが基本**  
**市場情報源はビジネス最先端地域に!**

中国要人から直接入手した情報にあまり拘泥しないこと!

中央(北京)情報には注意すべし! 別ルートでの検証不可欠



## ちょっとしたテクニック

Key-pointは表現を変えて複数回確認・質問すること  
Key-wordは日本語より英語で(できるだけ英語発音)

特に若手中国幹部対応の場合

議事録をとるなら全ての会話を(できれば録音)

「部分」に惑わされず、会話の流れ、会議の背景を重視

### 中国人「日本通」、日本人「中国通」の危うさ

中国人(たとえ幹部でも)がすべて「中国(市場)」を知っているわけではない。況や……(「ムラ」内情報への依存からの開放)

Key Personに当たる確立は1%以下

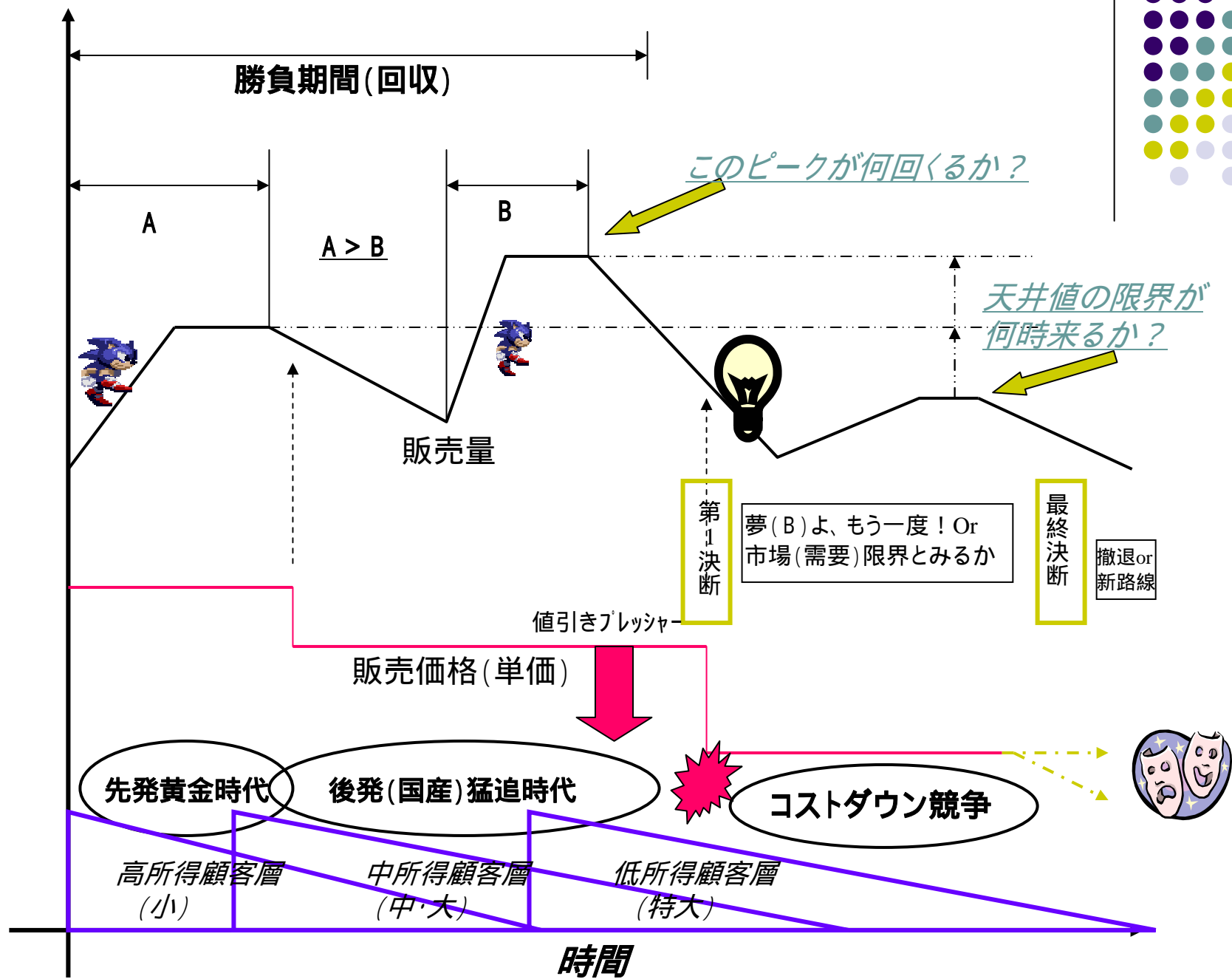
過剰信頼は禁物:周到な事前準備が鍵、

アポイント取り能力への過剰評価は危険

中国の体制改革速度は急。都市部地域は顕著。

更にIT産業では「新人類」(海亀派)の成功、若手経営者・  
幹部の台頭。 成功事業例研究、

情報源の多国籍化(欧米・韓国・民族系など)







## 付録－1

# 情報産業部 2006年業務要点

# 情報産業部 2006年業務要点



= マクロ発展数値目標 = 05年12月27日 情報産業部工作会議

	目標値	2005年実績
IT産業付加価値	1兆34億元(+12%)	9004億元(+28.2%?)
内訳 通信業務	4700億元	
電子情報産業	8700億元	
通信業務量 (郵政込み)	1兆5000億元(+23%)	1兆2198.9億元(+24.6%)* *内通信業務量1兆1575.3億元(+25.4%)
新規加入者 固定	3000万戸	3876.7万戸
移動	4800万戸	5860.4万戸
通信業務収入(売上) (郵政込み)	7000億元(+10%)	6373.7億元(+11.3%)* *内通信分売上 5799億元(+11.7%)
電子情報産業 販売	4兆元	3兆2037億元
税前利益	1700億元	1742億元
輸出	2800億ドル	2500億ドル(推定)



## 基本施策(9項目)

### 企画、政策指導強化、順法行政 市場方向性の指導強化

3G、デジタルテレビなどの発展  
企業の海外発展  
電子技術立国戦略

### 法制度整備

電信法、郵政法立法

ソフトウェアとIC産業促進条例、情報技術利用促進条例

地方電子情報産業法

無線電波管理条例改正

三網(通信、インターネット、放送)融合政策

安全生産管理強化



# 情報通信産業の健全な発展促進

## 投融资体制改革計画の実施

企画の精査、プロジェクト審査

電信業：情報技術、サービスの向上、多様化  
第3世代移動通信関連政策制定

産業化、技術標準化、運営、コンテンツ開発  
付加価値電信業務発展

新規企業支援、業務営業許認可改善

メール(SMS)サービス環境整備

農村通信・ITインフラ整備などによるサービス品質向上  
農村部のIT化建設 IT格差解消、ITによる遠隔教育インフラ  
消費者利益保護 「電信サービス規定」展開

# 産業構造調整による電子情報産業の発展



## ソフトウェア及びIC産業の発展加速 中央政府主導の奨励策実行

産業化のための公共プラットフォーム構築

IC研究開発資金支援プロジェクト

重点ソフト分野産業化支援

各種アプリケーションソフト・LINUX・NW関連

## 国際競争力のある優良企業育成

電子発展基金管理法改正 創業・投資支援

IT産業トップ100社への指導・支援強化

軍需電子関連の品質向上・機密管理強化

研究・生産企業認可制度、軍需電子業管理システム構築

電子情報製品汚染防止・整備関連業務推進

衛星テレビ放送受信設備管理強化



# 技術革新による競争力強化

## 重要項目への優遇政策改善

### 重点分野の技術革新と標準化戦略、知財保護戦略保持

OSS関連(LINUX他)・デジタルテレビ・半導体・  
車両関連電子・RFIDチップ・NGN・ホームネット  
次世代DISPLAYなどの研究開発・商用化への支援

### 産学技術研究開発提携の体制整備 企業主体

## 国際化：輸出拡大、国際協力強化、企業の海外進出

中国の発展途上国支援の措置の中での海外投資・輸出  
企業海外進出関連支援政策の制定  
国際会議への積極的な参加



# 市場管理強化・社会秩序の維持

## ネット関連の法制整備

ネットサービス健全化、端末系品質管理、アフターサービスなど

## 電信料金管理制度改革推進 携帯電話顧客実名管理制度 情報セキュリティシステム強化

## 情報技術の幅広い活用：IT社会建設

### 国家情報化発展戦略 国家信息化領導小組

税徴収管理システム構築、ICカード利用促進(次世代カード)

企業のIT武装化、電子商取引の発展、

公共支援サービスプラットフォーム建設(企業IT化支援)

農業情報化(生産・流通・管理)推進

都市コミュニティ情報サービスシステム・都市情報化加速

情報化関連法律法規整備 電子認証、電子署名法貫徹

人材育成・教育

指導者層の清廉、厳格な管理、指導、業務執行



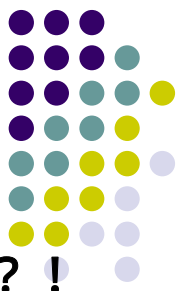
## 付録ー2

### 予測の検証

2004年7月予測の現時点での検証



# 中国IT市場 - 向こう5年間の展望・趨勢について(2004年7月)の検証



## 中国IT事業(企業)

費用効率・Innovation意識の重要性 「利益体質」構築

**競争激化** 機能・新技術より「価格競争」に傾斜 **国際化対策の一面も?!**

コストダウンに追いつかない売価ダウン

収益性悪化に歯止め効かず

**企業体質強化** 人材不足は解消されず

開発・研究投資への意識芽生え **民間投資800億元(2005年)**

企業格差拡大

## 国際市場を意識した事業改革

聯想、華為、中興といった「勝ち組」の海外進出

ベンチャー企業の振興:ゲーム・検索エンジンなどの分野 海外(当面アジア近隣)

世界の生産基地化 グローバル企業の傘下での経営(PC、携帯等製造企業)

電信オペレータ グローバルオペレータとの技術・事業提携の兆し

3C(Computer/Consumer Electronics/Communications)統合製品登場・拡大と

3業界間のシームレス化

有力企業のお他業界への事業進出 聯想、Haierなど

統合製品 音楽携帯電話、IPTV、MP3/4

## 業界再編成の動き

企業格差深刻化 2006年以降第11次5ヵ年計画の中での「重要方針」のひとつ

企業統合・系列化・アライアンス、業界の垣根を越えた企業間

国内企業—国際(外資)企業の提携・共同開発 世界市場

## II. Technology Trendの キーワード



Technology Integration 兆しはあるものの本格化は2006年以降  
3C製品の出現と業界間の境界消滅

Customized+Specialized Product 2008年前に誕生するかどうか、他産業では兆し  
企業向け市場onlyから「公共」「個人・家庭」向け市場誕生・拡大  
「個」を意識した製品市場

“Broadband” “Mobile” “Wireless Technology”が製品の基本条件 YES!!

- 1) 固定から移動 Ubiquitous
- 2) VoiceからVogue Information交換
- 3) Stand-aloneからNetworking

Privacy& Security in Open Environment

IPRと「標準化」戦争 更に進む可能性大、経済高度成長の次に来る「民族技術」志向

Digital Camera, DVD, Routerなどでの対外国企業とのライセンス問題

移動通信でのIPR問題

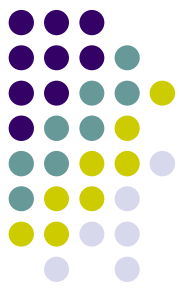
CDMAにおける聯通 - クアルコム

3Gシステム導入 - クアルコム・ノキアなど

中国発信の「国際標準化」活動

TDSCDMA、WAPI、EVDなど

### III. IT市場展望



長江デルタ、珠江デルタ、渤海沿岸地域主体の傾向不変  
**2010年まで不変！！**

3地域でIT需要の60%以上  
西部地域・東北地域は「政治的要素」大

政府、教育、家庭・個人向け需要の拡大  
**2008年迄政府系増大、医療・教育は07～10年**

コンピュータ

PC・サーバーシステムは堅調な伸びを持続

**国内市場は低迷。ノートPC需要加速。輸出は急成長維持「世界の工場」**

ソフト：システムソフト

LINUXは伸び率は高いが市場シェアは6%程度か

UNIXとWINDOWSのシェア格差縮小

ソフトウェア市場：Security製品に高い付加価値、大きな伸び

**年率30%前後 30%以上の成長**

デジタル製品・NW製品

量的な伸びと価格下落のバランスに課題

サービス系(特に情報サービス)市場に注目 **サービス品質問題の顕在化**