

新たな5カ年計画策定に向かう中国経済の現状と 今後の展望におけるコメント

日本貿易振興機構（ジェトロ）

調査部中国北アジア課 宗金建志

2026年2月17日



調査部 中国北アジア課課長

宗金 建志

むねかね けんじ

- 1999年、ジェトロ入構。
- 調査部中国北アジア課、企画部企画課海外地域戦略班（北東アジア）、北京事務所などにて勤務。2025年12月より現職。中国経済、日本企業の対中ビジネス動向等の調査に従事。
- 共著に「メイド・イン・チャイナの衝撃」（ジェトロ）、「中国経済の実像とゆくえ」（ジェトロ）、「ビジネスのための中国経済論」（ジェトロ）、「中国改革の深化と日本企業の事業展開」（ジェトロ）、「日本経済と日中経済貿易関係研究報告（2018）」（社会科学文献出版社）などがある。

本日のコメント内容

I. 激化する中国企業との競争

II. 進出日系企業の動向

III. まとめ

■ ご注意

本日の講演内容、資料は情報提供を目的に作成したものです。主催機関および講師は資料作成にはできる限り正確に記載するよう努力しておりますが、その正確性を保証するものではありません。本情報の採否はお客様のご判断で行ってください。また、万一不利益を被る事態が生じましても主催機関及び講師は責任を負うことができませんのでご了承ください。

本日のコメント内容

I. 激化する中国企業との競争

II. 進出日系企業の動向

III. まとめ

■ ご注意

本日の講演内容、資料は情報提供を目的に作成したものです。主催機関および講師は資料作成にはできる限り正確に記載するよう努力しておりますが、その正確性を保証するものではありません。本情報の採否はお客様のご判断で行ってください。また、万一不利益を被る事態が生じましても主催機関及び講師は責任を負うことができませんのでご了承ください。

1 | 2025年度海外進出日系企業実態調査 アジア・オセアニア編調査概要

(社、%)

調査目的

- アジア・オセアニアにおける日系企業活動の実態を把握し、その結果を広く提供することを目的とする。

調査対象

- 北東アジア5カ国・地域、ASEAN9カ国、南西アジア4カ国、オセアニア2カ国の計20カ国・地域に進出する日系企業（日本側による直接、間接の出資比率が10%以上の企業および日本企業の支店・駐在員事務所）。

調査時期

- 2025年（令和7年）8月19日～9月17日

回収状況

- 1万2,900社に回答を依頼し、5,109社から有効回答を得た。国・地域別の内訳は右表のとおり（有効回答率39.6%）。

備考

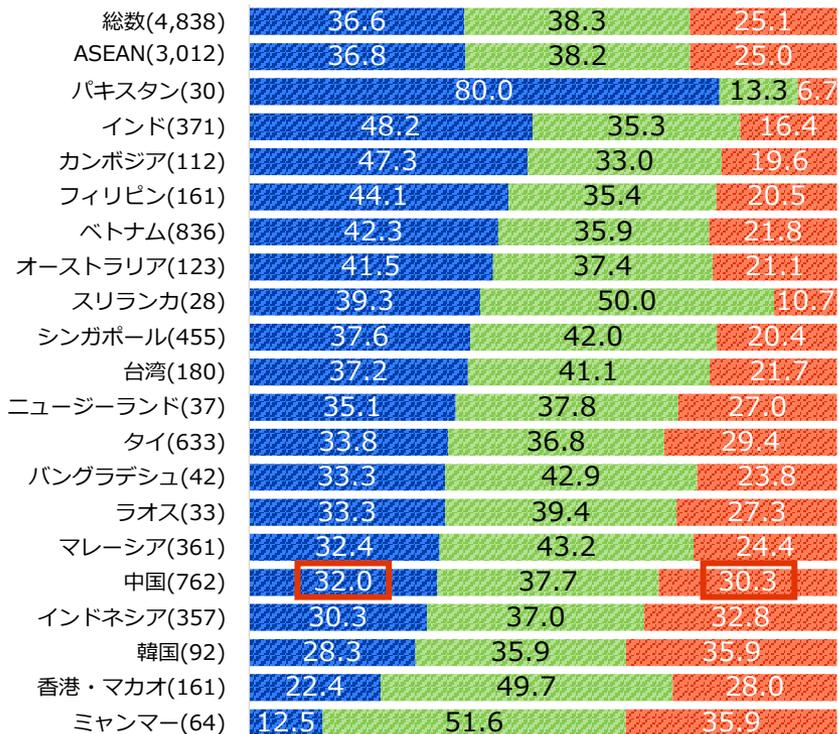
- 調査は1987年から実施し、本年度は39回目。
- 2007年度調査から非製造業も調査対象に追加。
- 1問以上回答があった企業を有効回答とする。
- 各スライドのカッコ内の数値は有効回答企業数を示す。
- 図表の数値は四捨五入しているため、合計が必ずしも100%とはならない。
- 台湾での調査については、公益財団法人日本台湾交流協会の協力を得て実施した。

	調査対象 企業数	調査企業数		内訳		有効 回答率
		有効回答	構成比	製造業	非製造業	
総数	12,900	5,109	100	2,196	2,913	39.6
北東アジア	2,543	1,252	24.5	535	717	49.2
中国	1,479	791	15.5	406	385	53.5
台湾	496	196	3.8	60	136	39.5
香港・マカオ	417	171	3.3	27	144	41.0
韓国	151	94	1.8	42	52	62.3
ASEAN	8,656	3,172	62.1	1,374	1,798	36.6
ベトナム	2,008	906	17.7	409	497	45.1
タイ	1,812	646	12.6	333	313	35.7
インドネシア	1,642	379	7.4	215	164	23.1
シンガポール	1,184	477	9.3	93	384	40.3
マレーシア	776	367	7.2	173	194	47.3
フィリピン	516	170	3.3	84	86	32.9
カンボジア	275	123	2.4	35	88	44.7
ミャンマー	348	67	1.3	14	53	19.3
ラオス	95	37	0.7	18	19	38.9
南西アジア	1,226	516	10.1	250	266	42.1
インド	930	385	7.5	198	187	41.4
バングラデシュ	172	59	1.2	21	38	34.3
パキスタン	58	41	0.8	20	21	70.7
スリランカ	66	31	0.6	11	20	47.0
オセアニア	475	169	3.3	37	132	35.6
オーストラリア	317	130	2.5	24	106	41.0
ニュージーランド	158	39	0.8	13	26	24.7

2 | 営業利益見通し（改善・悪化）： 中国は「改善」が前年比で上昇し、3割台に

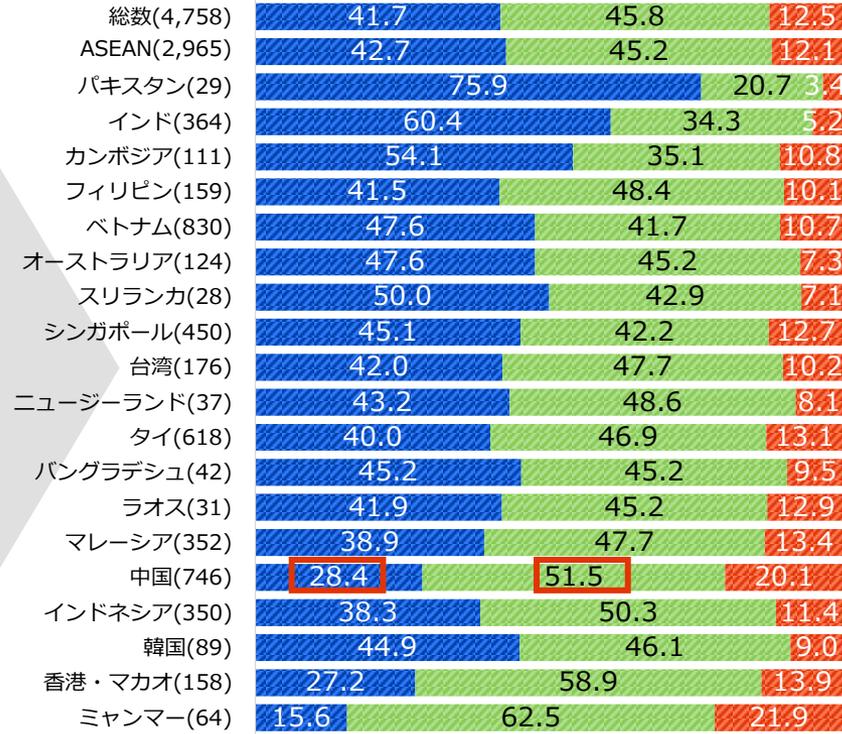
- 2025年の営業利益見込み（2024年比）が「改善」と回答した企業（中国）は、32.0%と前年調査から7.5ポイント上昇。「悪化」と回答した企業は30.3%、「横ばい」は37.3%。
- 2026年の営業利益見通しは「横ばい」との回答が51.5%を占め最多。

2025年の営業利益見込み
（国・地域別、2024年との比較） (%)



■ 改善 ■ 横ばい ■ 悪化

2026年の営業利益見通し
（国・地域別、2025年との比較） (%)



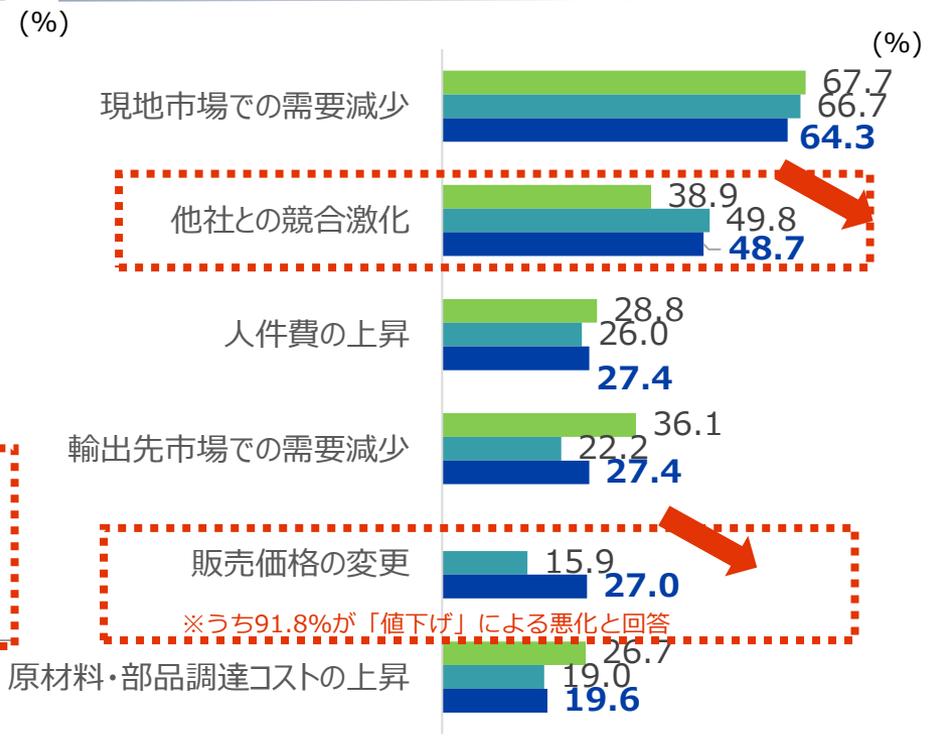
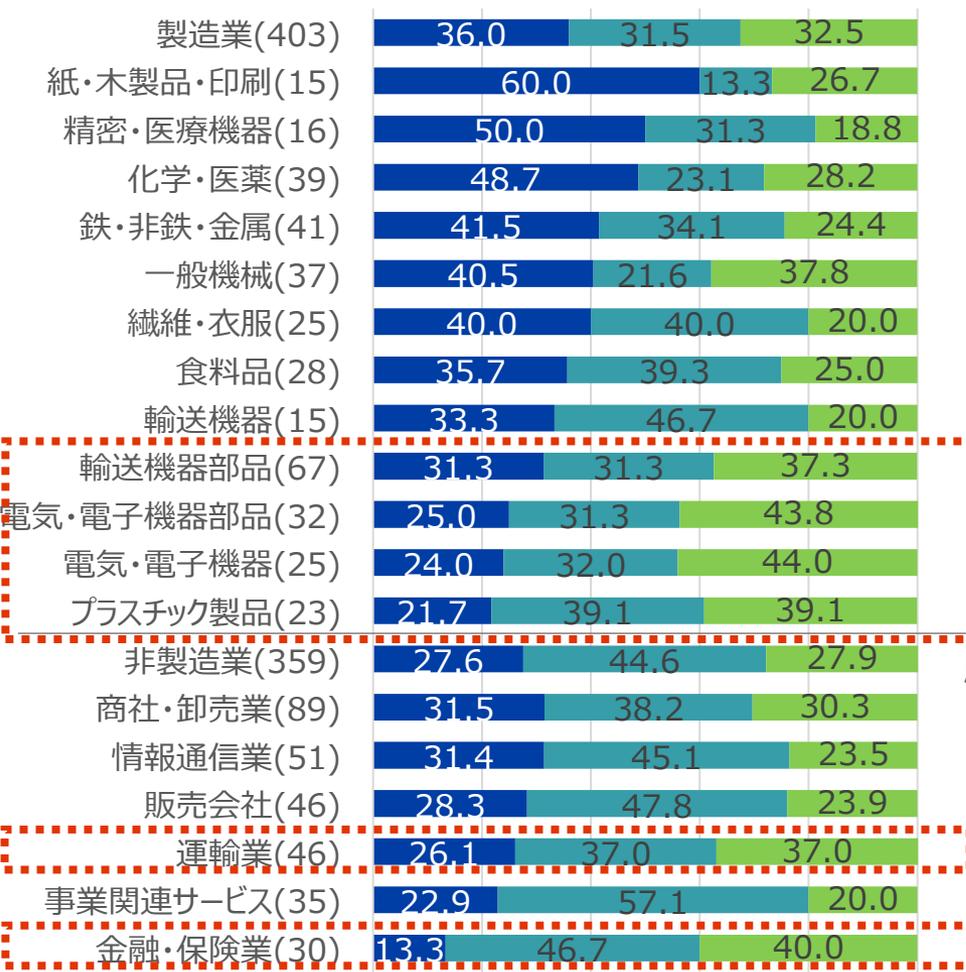
■ 改善 ■ 横ばい ■ 悪化

3 営業利益見込み悪化の理由、 「他社との競争激化」「販売価格の変更」も影響

- 2025年の営業利益見込みについて、電気・電子機器、電器・電子機器部品などでは「悪化」が「改善」を上回った。悪化の最大理由は「現地市場での需要減少」。2位の「他社との競争激化」も前年度に続き約5割に。このほか、「販売価格の変更」も前年度から約10ポイント上昇。

【中国・業種別】2025年の営業利益見込み（前年との比較）

【中国】2025年営業利益見込みの悪化理由（複数回答）



※うち91.8%が「値下げ」による悪化と回答

■ 2023年度 (288) ■ 2024年度 (315) ■ 2025年度 (230)

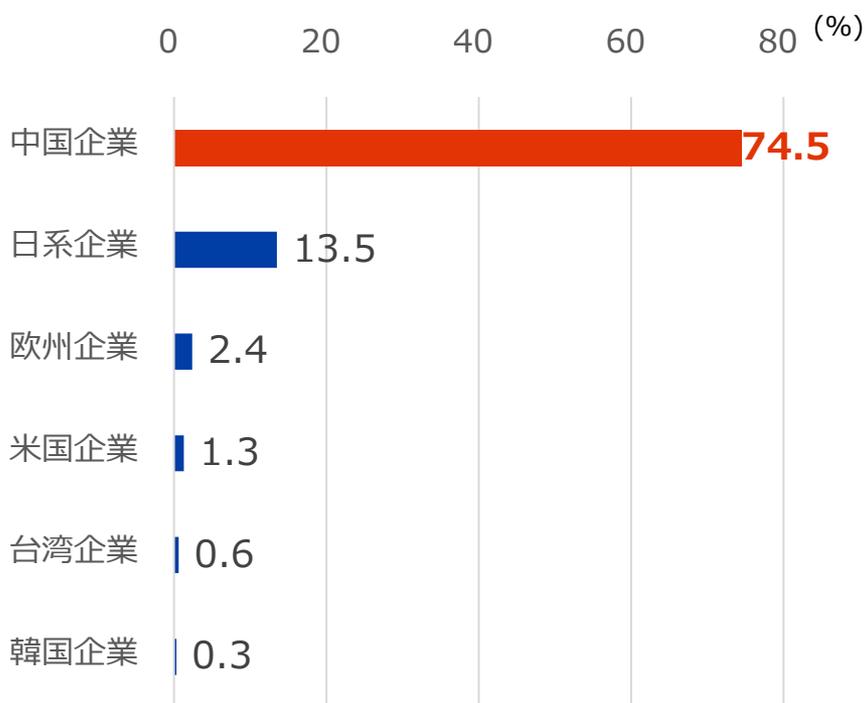
(注1) 左図は、n≥15の業種、「その他製造業」「その他非製造業」を除く。
 (注2) 右図は、2025年度調査結果の回答割合上位6項目。「販売価格の変更」は2024年度調査から新規で追加した回答項目。

(出所) ジェトロ「海外進出日系企業実態調査」各年版

4 | 最大の競争相手、中国企業の存在感が高まる

- 中国進出日系企業が**最大の競争相手として「中国企業」を挙げた割合は74.5%**。
- うち、**製造業では82.1%**に上り、電気・電子機器部品、輸送機器部品、食料品、鉄・非鉄・金属などで高い傾向。

中国進出日系企業の最大の競争相手



(注) 右表はn≥20の業種。

(出所) ジェトロ「2025年度海外進出日系企業実態調査」

業種	(%)			
	中国企業	日系企業	欧州企業	その他
製造業(363)	82.1	8.3	3.3	6.3
電気・電子機器部品(30)	93.3	0.0	3.3	3.4
輸送機器部品(60)	88.3	6.7	3.3	1.7
食料品(28)	85.7	10.7	0.0	3.6
鉄・非鉄・金属(41)	82.9	0.0	0.0	17.1
プラスチック製品(22)	77.3	18.2	0.0	4.5
一般機械(35)	77.1	14.3	8.6	0.0
繊維・衣服(20)	75.0	10.0	0.0	15.0
電気・電子機器(22)	72.7	9.1	4.5	13.7
化学・医薬(32)	71.9	6.3	9.4	12.4
非製造業(332)	66.3	19.3	1.5	12.9
販売会社(39)	79.5	15.4	0.0	5.1
商社・卸売業(83)	77.1	14.5	0.0	8.4
運輸業(39)	74.4	20.5	5.1	0.0
情報通信業(44)	52.3	22.7	0.0	25.0
金融・保険業(29)	44.8	51.7	0.0	3.5
事業関連サービス(29)	44.8	17.2	6.9	31.1

5 | ASEANでも競合先として存在感が増す中国企業

- ASEAN域内でも最も競合する相手として中国企業の存在感が高まる。
- タイ、カンボジア、ラオスでは中国企業が地場企業をおさえ最大の競争相手に。

最も競合する競争相手（国・地域別）

(%)

	中国企業	地場企業	日系企業	欧州企業	インド企業	米国企業	台湾企業	韓国企業
総数(4,438)	31.2	21.4	20.9	4.2	3.9	3.2	2.9	2.8
ASEAN(2,728)	25.5	29.6	23.7	3.7	0.4	2.7	1.4	2.6
ベトナム(737)	19.9	29.7	24.4	3.3	0.0	1.8	2.8	6.2
タイ(585)	30.8	28.0	29.9	1.7	1.0	1.2	0.3	0.7
シンガポール(391)	24.6	26.9	20.5	7.2	0.3	7.4	1.0	1.3
インドネシア(333)	25.8	34.8	26.4	4.8	0.3	0.9	0.6	0.6
マレーシア(323)	27.9	37.5	15.5	4.6	0.6	3.1	1.2	0.9
フィリピン(147)	21.8	22.4	23.8	2.7	0.0	8.2	3.4	3.4
カンボジア(114)	28.9	25.4	19.3	4.4	0.0	0.0	0.9	2.6
ミャンマー(62)	19.4	21.0	27.4	0.0	3.2	0.0	0.0	1.6
ラオス(36)	55.6	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8
インド(335)	10.1	-	16.7	11.9	46.0	5.4	1.2	3.0
バングラデシュ(51)	19.6	29.4	21.6	5.9	2.0	2.0	2.0	0.0
パキスタン(35)	22.9	25.7	14.3	5.7	2.9	2.9	0.0	0.0
スリランカ(29)	13.8	41.4	10.3	6.9	10.3	0.0	0.0	0.0
オーストラリア(111)	9.9	42.3	24.3	3.6	0.0	9.9	0.0	0.9
ニュージーランド(36)	5.6	41.7	16.7	2.8	2.8	0.0	0.0	2.8
中国(695)	74.5	-	13.5	2.4	0.0	1.3	0.6	0.3
台湾(174)	16.7	-	24.1	1.1	0.6	8.0	45.4	0.6
香港・マカオ(159)	35.2	27.7	17.6	4.4	0.0	5.7	0.0	0.0
韓国(85)	18.8	-	11.8	8.2	0.0	7.1	1.2	45.9

(注1) 競争相手は進出国・地域で登記された企業の出資国・地域の分類による。提供する製品やサービスの原産国・地域による分類ではない。

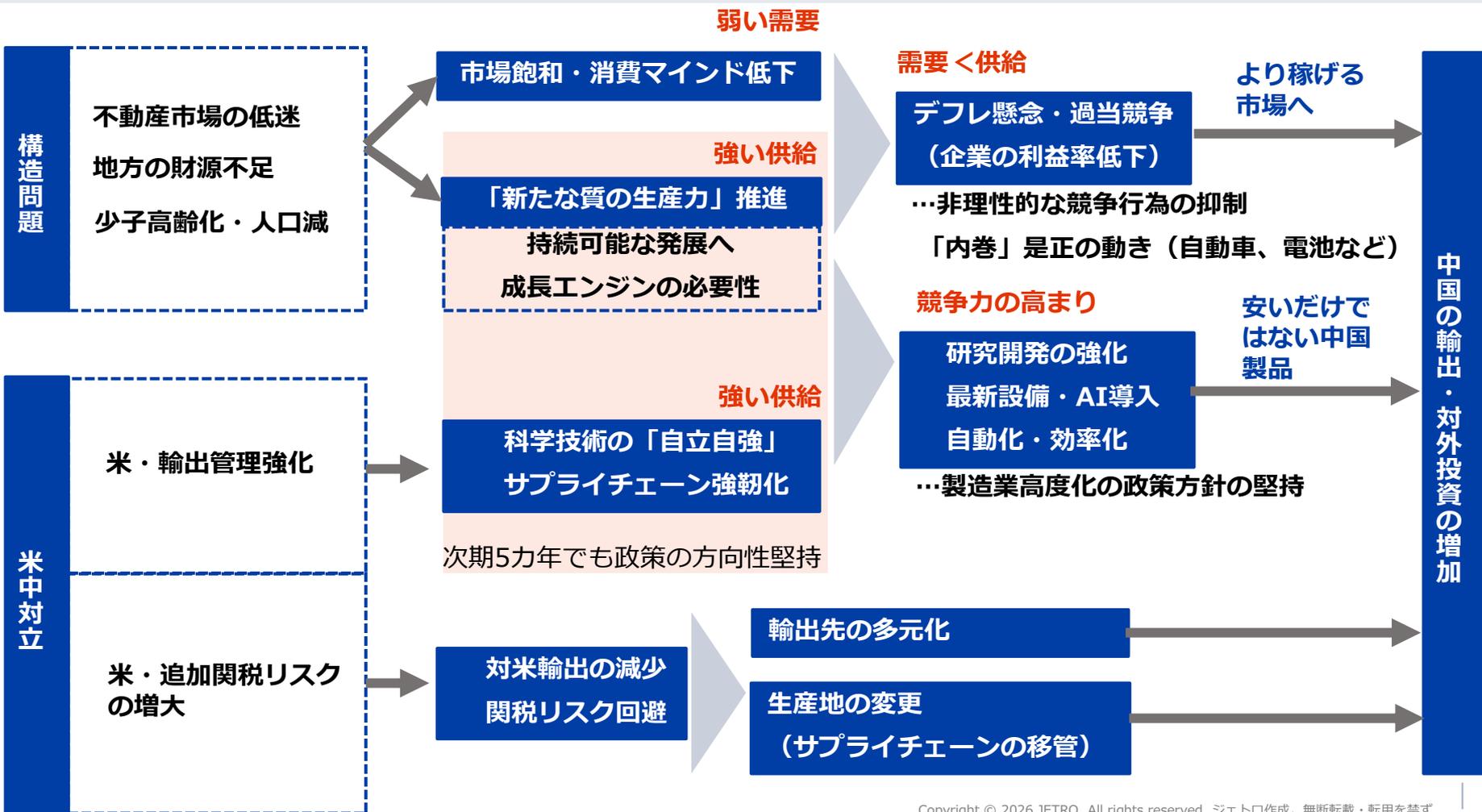
(注2) 地場企業について、在中国日系企業は中国企業で選択、在台湾日系企業は台湾企業で選択、

在韩国日系企業は韓国企業で選択、在インド日系企業はインド企業で選択。

(出所) ジェトロ「2025年度海外進出日系企業実態調査（アジア・オセアニア編）」

6 | 中国企業の海外展開のプッシュ要因の整理

- 需要（消費マインド低下）と供給（新たな質の生産力推進）の不均衡が長期化し、一部産業での生産能力の過剰、デフレ圧力の高まり、企業の利益率低下を招いている。**中国企業はより稼げる市場を求めて海外展開を積極化**。米中对立下での**「自立自強」政策の強化も、中国製品の競争力向上**・海外展開加速につながっている側面も。米国の関税リスクを受け、対米輸出向け製品のサプライチェーン再編の加速も。



7 | 写真で見る今の中国（1）

2025世界ロボット大会（8/8-12）
世界人型ロボット運動会（8/14-17）

深圳のドローン配達
実証

世界経済フォーラム（WEF）による「グローバル・ライトハウス・ネットワーク」では、世界各国・地域から全201カ所の「ライトハウス」工場が認定されている（注）。このうち、中国は78カ所と全体の38.8%を占めて国・地域別で最多（2025年9月時点）。

注：WEFが認定する製造業における第4次産業革命技術を先進的に導入し、顕著な成果を上げている工場やバリューチェーンを指す。

（出所）ジェトロ撮影

北京の自動運転タクシー

8 | 写真で見る今の中国（2）

紫光園の概要について

- 同ブランドは1912年から。民営企業の運営。
- 北京市内に約200店舗を有する
- 清真（ハラール）北京料理をメインに、レストラン、露店、デリバリーなどを展開。
- ミルクの膜に表面を覆われた濃厚ヨーグルト「奶皮子酸奶」など新商品がSNS、ECで大ヒット
- 北京老字号認定（2024年）

【6大承諾の参考仮訳】

1. 注文を間違えた場合、無料でそれを提供します
2. お客様が避けるべきとし、その対応ができていない場合、無料とします
3. 料理に不満がある場合、無条件で交換します
4. 30分以内に料理が提供されない場合、無料でそれを提供します
5. サービス態度に不満がある場合、無料とします
6. 衛生状態に不満があり、苦情を訴えた場合、報奨があります

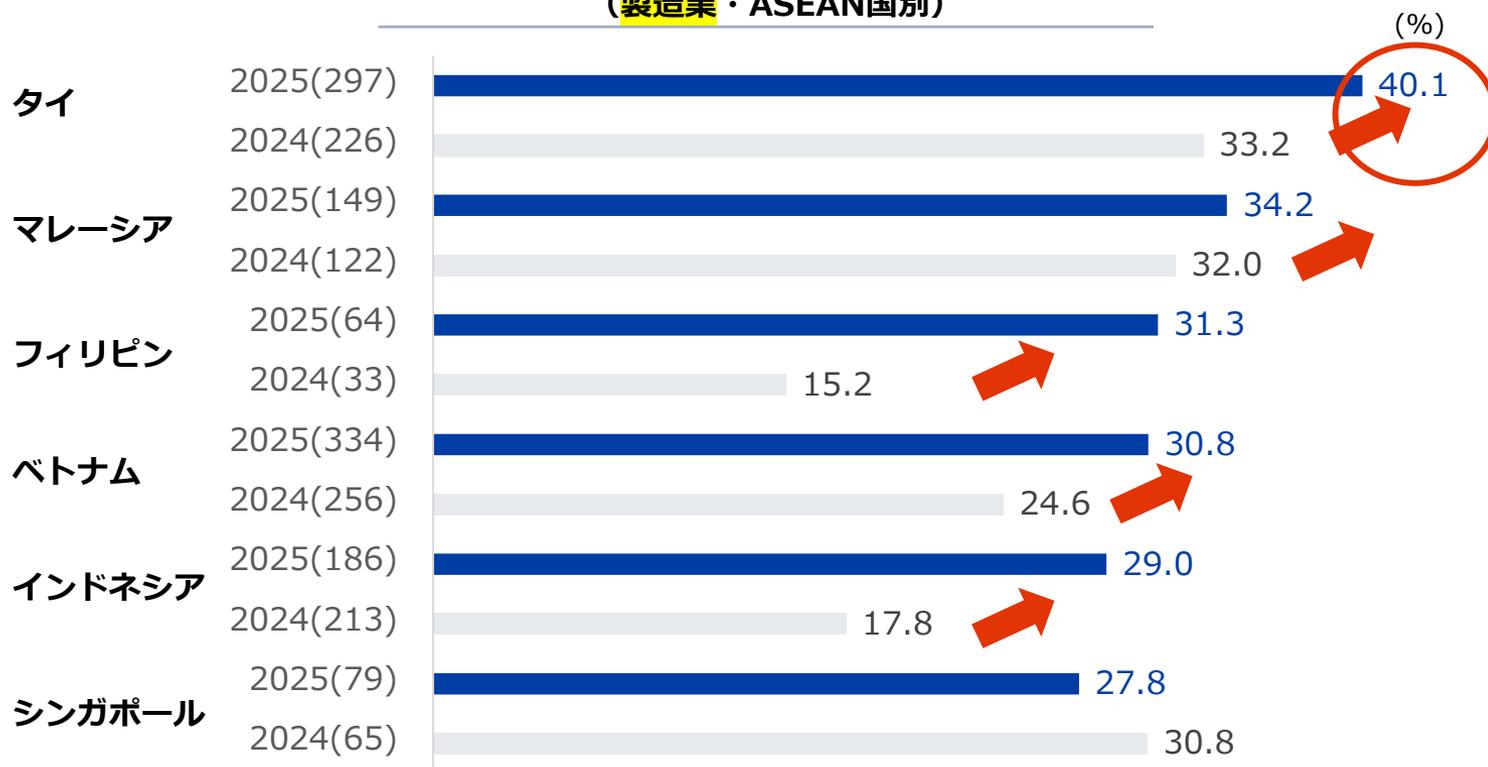
紫光園レストランの6大承諾と
奶皮子酸奶

POP MART、52TOYS、瑞幸咖啡
(ラッキンコーヒー)、蜜雪冰城
(MIXUE)、SHEIN (現在の本社は
シンガポール)

9 製造業でさらに大きな存在感、 タイでは4割が中国企業を最大の競争相手とみなす

- ASEANの**製造業**では、競争力が最も強いと思う相手として中国企業（33.9%）が最多で、前年（26.5%）から上昇。地場企業（21.8%）、日本企業（21.7%）が続いた。
- **国別では、最大の競争相手として中国企業を挙げた割合が軒並み前年度調査から上昇**。タイでは4割を超えた。

競争力が最も強い相手として中国企業を挙げた割合
(製造業・ASEAN国別)



(注) 2024年度調査、2025年度調査ともに有効回答30社以上の国。

(出所) ジェトロ「2025年度海外進出日系企業実態調査（アジア・オセアニア編）」

10 | ASEAN向け製造業投資、EVや電池関連で大型案件

- 電池、EV関連の投資が目立つ。**EVEエナジー**は、2025年2月にマレーシアで海外初工場となる電動工具・二輪車向けの電池工場を稼働。6月にESS用蓄電池工場の設立を発表。
- **SUNWODA**による電池セル製造施設の建設案件は、**ASEAN初のEV向け電池セル工場**。

中国企業のASEAN主要国への主な製造業投資案件（2024年～2025年9月）

	企業名	投資先国	生產品目	投資額 (100万ドル)	発表時期
1	惠州億緯鋳能（EVEエナジー）	マレーシア	蓄電池（エネルギー貯蔵システム（ESS）用）	1,200	2025年6月
2	欣旺達電子（SUNWODA）	タイ	電池セル（車載用、ESS用）	1,000	2025年3月
3	BYD	インドネシア	自動車	1,000	2024年1月
4	奇瑞汽車	ベトナム	自動車	800	2024年4月
5	上海広為電器（Talway）	ベトナム	車載用バッテリー設備・ケーブル製品	700	2024年5月
6	福耀玻璃	ベトナム	ガラス（自動車用）	600	2025年9月
7	四川金象誠化工（GESC）	インドネシア	化学製品	600	2025年4月
8	格林美（Gem）	インドネシア	ニッケル加工	583	2025年8月
9	四川天府新川集団	インドネシア	製錬用アルミナ	540	2025年4月
10	隆基緑能科技（LONGi）	インドネシア	太陽電池パネル	467	2025年6月
11	DMEGCソーラー	インドネシア	太陽電池セル	467	2024年6月
12	瑞浦蘭鈞能源（Rept Battero）	インドネシア	バッテリー（車載用）	467	2024年3月
13	海南鈞達新能源科技（Hainan Drinda New Energy Technology）	ベトナム	太陽電池パネル	450	2024年4月
14	Nguyen Tin Industrial Investment	ベトナム	自動車部品	400	2025年2月
15	ハイアール	タイ	エアコン	400	2024年9月

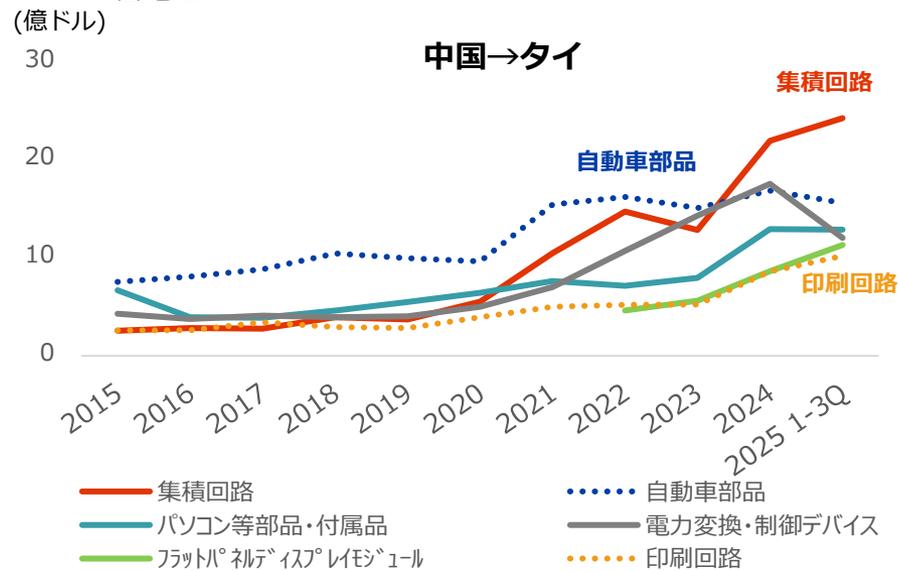
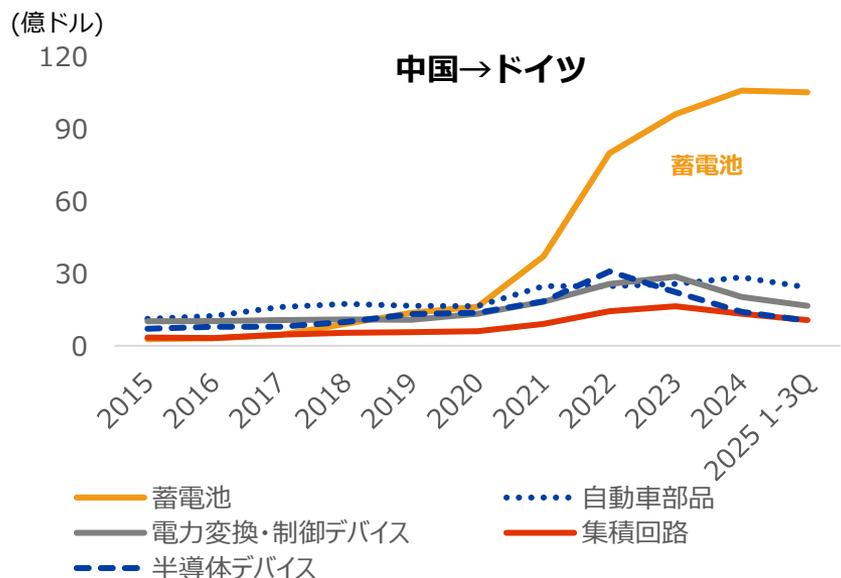
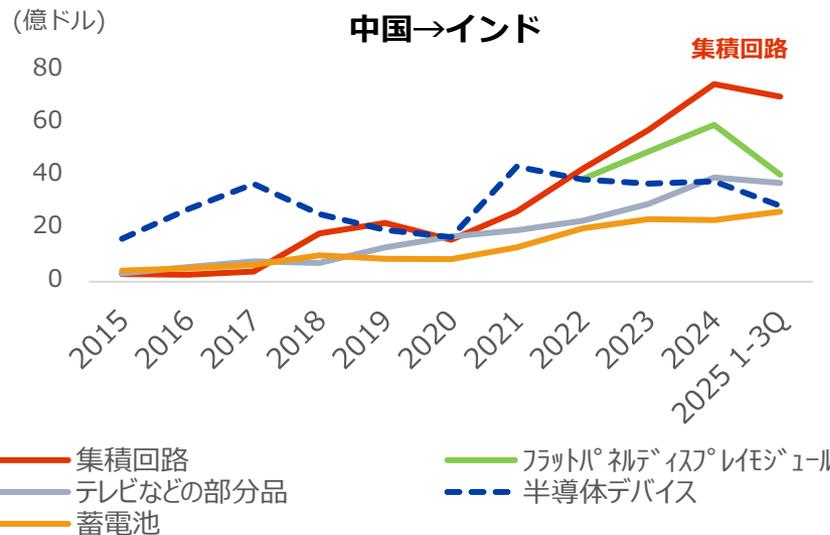
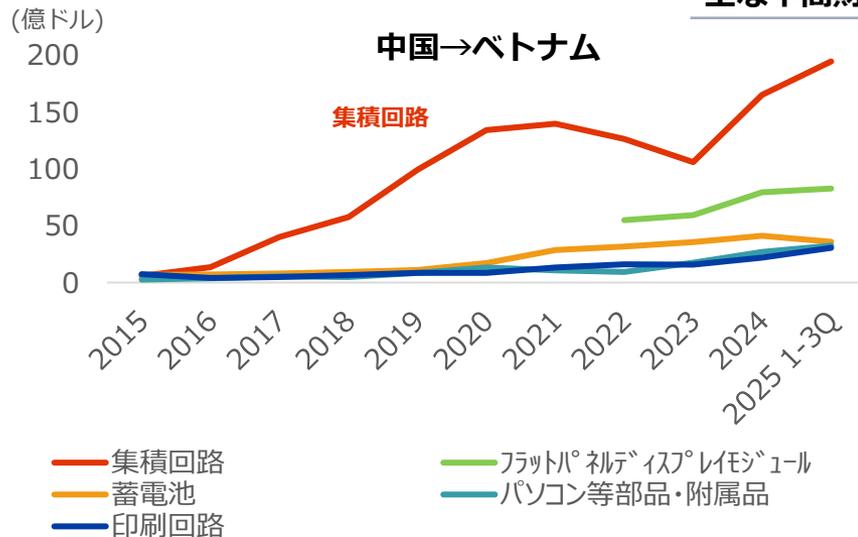
（注）公表ベース

（出所）各社資料、報道などからジェトロ作成

中国輸出の「新三種の神器」（新エネルギー自動車、太陽電池、リチウムイオン電池）関連分野での大型投資がみられる

11 | 中間財の輸出増、集積回路、蓄電池、自動車部品など

主な中間財の輸出額の推移



(注) HSコード4桁ベースで金額上位5品目の中間財（タイは8位の印刷回路も記載）。電力変換・制御デバイスはHS8504に属するもの。

(出所) グローバルトレードアトラス（原典は中国税関）を基にジェトロ作成

本日のコメント内容

I. 激化する中国企業との競争

II. 進出日系企業の動向

III. まとめ

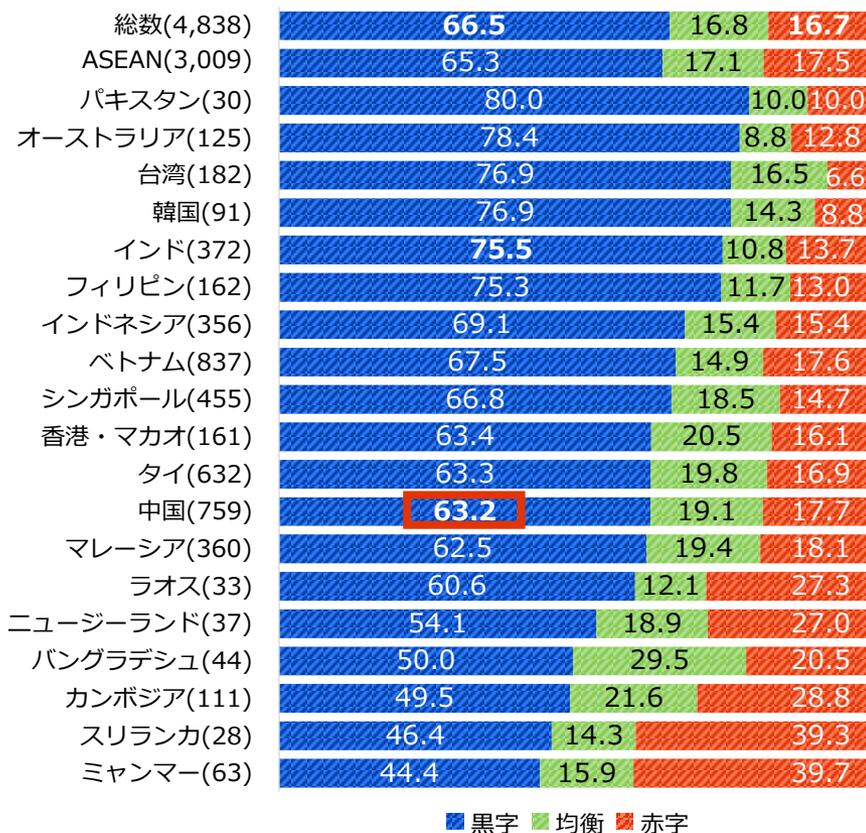
■ ご注意

本日の講演内容、資料は情報提供を目的に作成したものです。主催機関および講師は資料作成にはできる限り正確に記載するよう努力しておりますが、その正確性を保証するものではありません。本情報の採否はお客様のご判断で行ってください。また、万一不利益を被る事態が生じましても主催機関及び講師は責任を負うことができませんのでご了承ください。

1 | 2025年営業利益見込み：中国で黒字比率が4年ぶり上昇、6割台を回復

- 2025年の営業利益見込みを「黒字」と回答した中国企業は63.2%で前年調査より4.8ポイント上昇（4年ぶりの上昇）。
- 中国日本商会の2026年2月発表のアンケートでも、自社景況（「改善・やや改善」、前回比2ポイント増）、投資意向（「大幅増加・増加・同額」、3ポイント増）に小幅改善見られる。

2025年の営業利益見込み（国・地域別） (%)



＜参考 中国日本商会アンケート＞

2025年7～12月期を2025年1～6月期と比べ、自社の景況をどう評価するか (%)



2026年は投資額を前年と比べて増加させるか



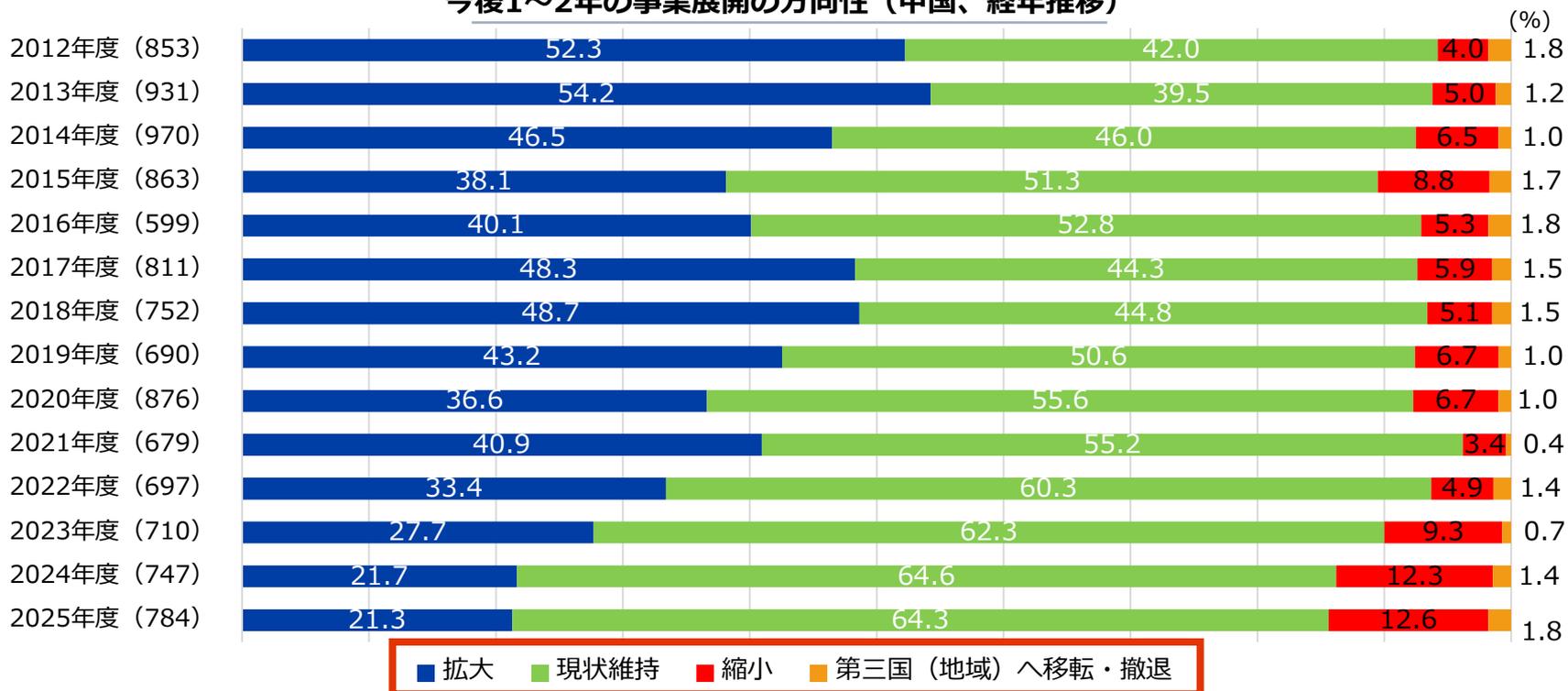
(注) 括弧内は回答数。実施時期は2026年1月8～23日。上段設問の2025 Q1～2は、2025年1～6月期を2024年7～12月期と比べての、下段設問の2025Q1～2は、2025年を2024年と比べての回答。

(出所) 中国日本商会「会員企業景況・事業環境認識アンケート結果第8回」をもとにジェトロ作成

2 | 今後の事業展開： 中国の事業拡大意欲は過去最低も下落幅は縮小

- 中国の2025年度の「拡大」は21.3%と過去最低も、下落幅は過去3年と比べて縮小した。
(アジア・オセアニア平均の「拡大」は45.0%、インドは81.5%)
- 他方、「現状維持」が64.3%で最大。「縮小」「移転・撤退」は計14.4%と限定的。

今後1～2年の事業展開の方向性（中国、経年推移）



(参考) 国際協力銀行アンケート「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告」で中国を「中期的（今後3年程度）有望事業展開先国・地域（複数回答可）」とする企業比率で、2017年度は2012年度以来5年振りに1位を獲得（45.7%）。2018年度は52.2%、2019年度は2位に後退（44.6%）。2020年度は中国がインドをおさえ首位に振り返り（47.2%）、2021年度も首位（47.0%）。2022年度はインド（40.3%）に抜かれ2位（37.1%）。2023年度はインド（48.6%）、ベトナム（30.1%）、中国（28.4%）と3位。2024年度は6位（17.4%）。2025年度は5位（16.6%）。

(注) 括弧内は回答企業数。

(出所) ジェトロ「海外進出日系企業実態調査（アジア・オセアニア編）」各年版

3 | 第24回 日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査

回答企業の概要（全体、業種別、企業規模別）

1. 調査対象企業

海外ビジネスに関心が高い日本企業（本社）	: 9,647社
（内訳）ジェトロ会員企業（ジェトロ・メンバーズ）	: 3,264社
ジェトロのサービスの利用企業	: 6,383社

※本調査はジェトロ・メンバーズを対象に2002年度に開始、今回で24回目。2011年度より、調査対象企業を拡大。2020～2021年度はオンライン形式のみ。

2. 調査項目

- (1) 貴社の概要、(2) 海外ビジネスの状況、(3) 貿易への取り組み
- (4) 海外進出への取り組み、(5) 対米・対中ビジネス動向
- (6) 地政学リスクの認識、経済安全保障への対応
- (7) 海外展開人材・外国人材、(8) 持続可能な経営
- (9) 投資協定などの活用

3. 調査方法

オンライン・郵送形式でアンケートを実施。

4. 調査期間

2025年11月4日～2025年12月3日

5. 回収状況

有効回収数：3,369社（うちジェトロ・メンバーズ：1,087社）

有効回答率：34.9%

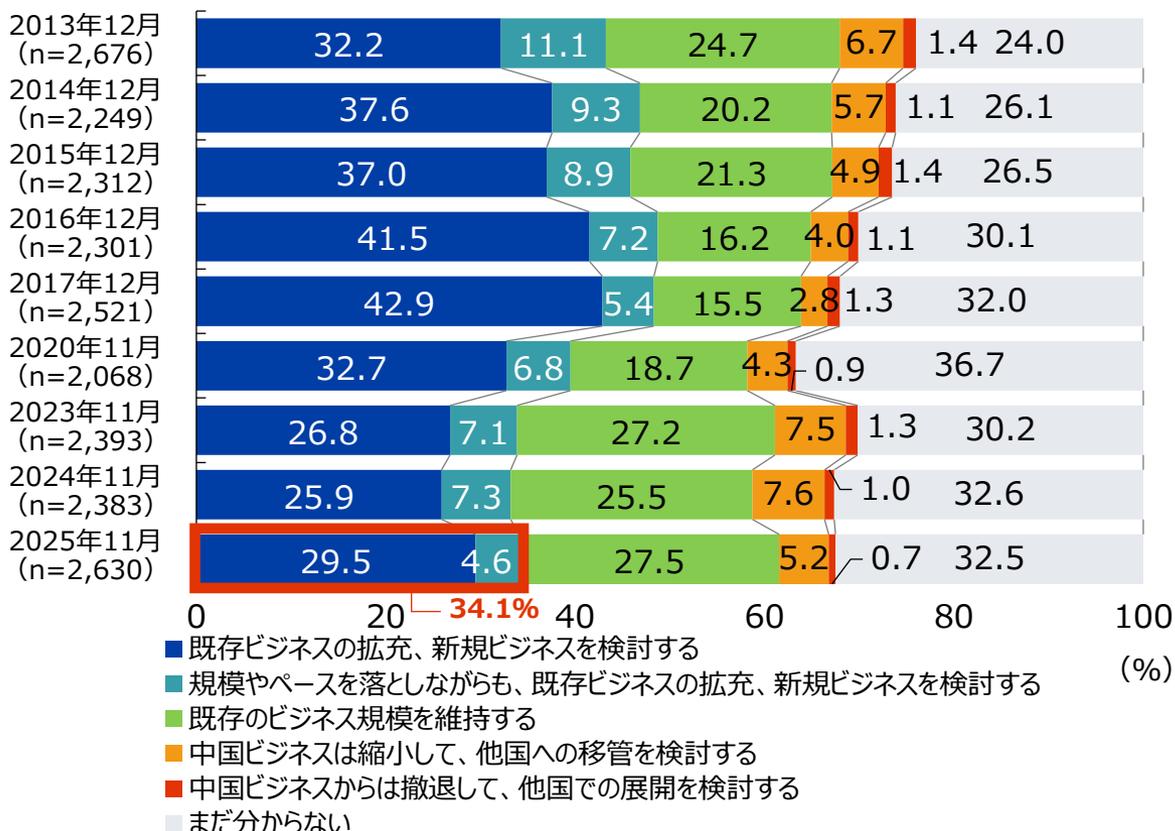
（注）大項目の「中小企業」の定義は中小企業基本法に基づく。中堅企業の定義は、「新たな事業の創出および産業への投資を促進するための産業競争力強化法等の一部を改正する法律（産協法）」に基づく。その他はジェトロによる定義。ただし、本調査結果における大項目の「大企業」には「中堅企業」を含めて集計した。

全体・業種・規模	企業数	構成比(%)
全体	3,369	100.0
製造業	2,090	62.0
飲食料品	699	20.7
繊維・織物／アパレル	138	4.1
木材／家具／紙・パルプ	78	2.3
化学	80	2.4
医療品・化粧品	84	2.5
石油／プラスチック／ゴム	65	1.9
窯業・土石	38	1.1
鉄鋼／非鉄金属／金属製品	178	5.3
一般機械	133	3.9
電気機械	97	2.9
情報通信機械／電子部品	55	1.6
自動車／同部品／輸送機器	86	2.6
精密機器	83	2.5
その他の製造業	276	8.2
非製造業	1,279	38.0
商社・卸売	682	20.2
小売	144	4.3
建設	67	2.0
運輸	48	1.4
金融・保険	34	1.0
通信／情報・ソフトウェア	91	2.7
専門サービス	54	1.6
その他の非製造業	159	4.7
大企業	423	12.6
大企業（中堅企業を除く）	122	3.6
中堅企業	301	8.9
中小企業	2,946	87.4
中小企業（小規模企業者を除く）	1,012	30.0
小規模企業者	1,934	57.4

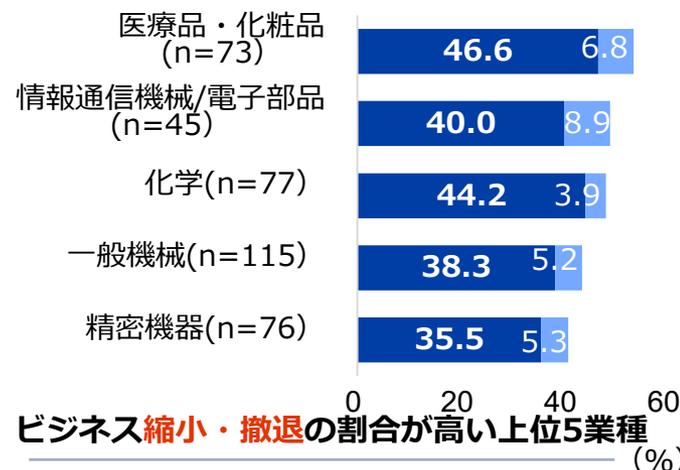
4 | 中国ビジネスへの方針、拡張意欲の下落に下げ止まり

- 中国で既存ビジネスの拡充や新規ビジネスを検討する企業の割合は**34.1%**（前年は33.2%）。2年連続でほぼ横ばいも、5年ぶりにわずかに増加。
- 縮小や撤退を検討する企業の割合は5.9%にとどまる。特に、**撤退の検討は0.7%**と過去最少。

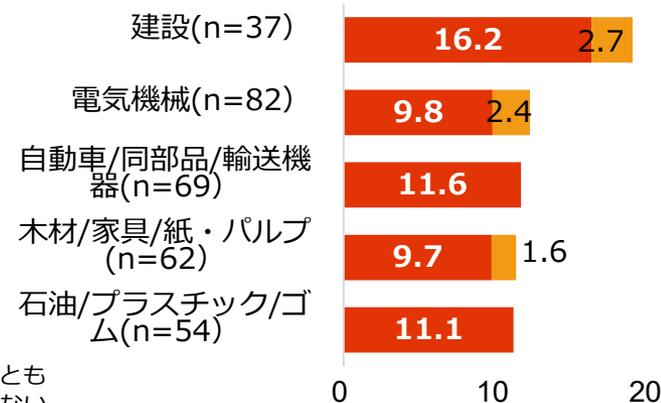
今後の中国ビジネス展開の方針（全体）



ビジネス**拡充**の割合が高い上位5業種（%）



ビジネス**縮小・撤退**の割合が高い上位5業種（%）



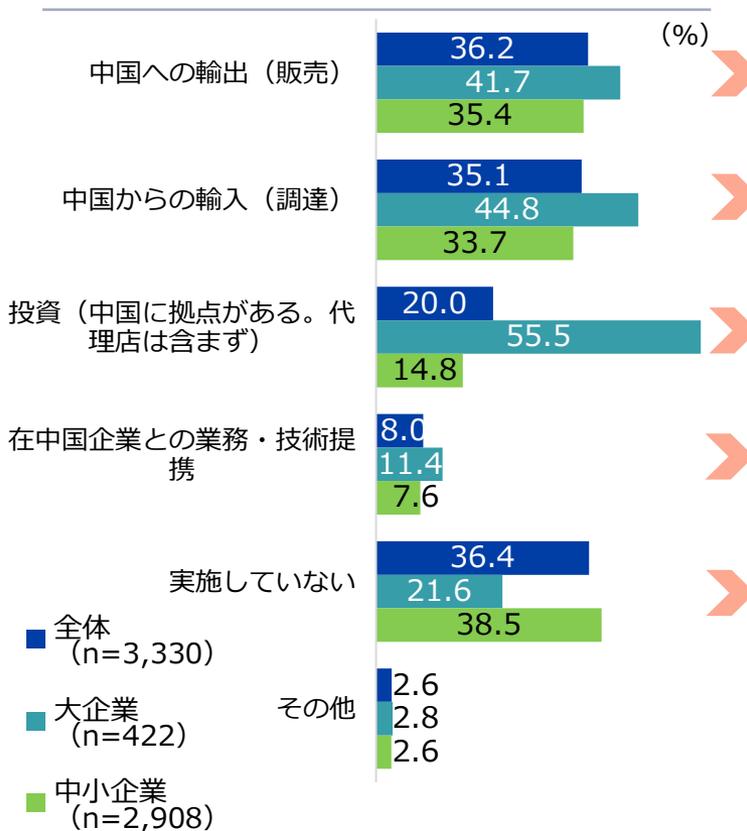
（注）①集計対象（n）は全回答企業ベース（既存で中国ビジネスを実施していない企業も含む）から「今後ともビジネス展開は行わない」と無回答を除いたもの。②18年度、19年度、21年度、22年度は本設問を設けていない。

（出所）ジェトロ「第24回 日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」

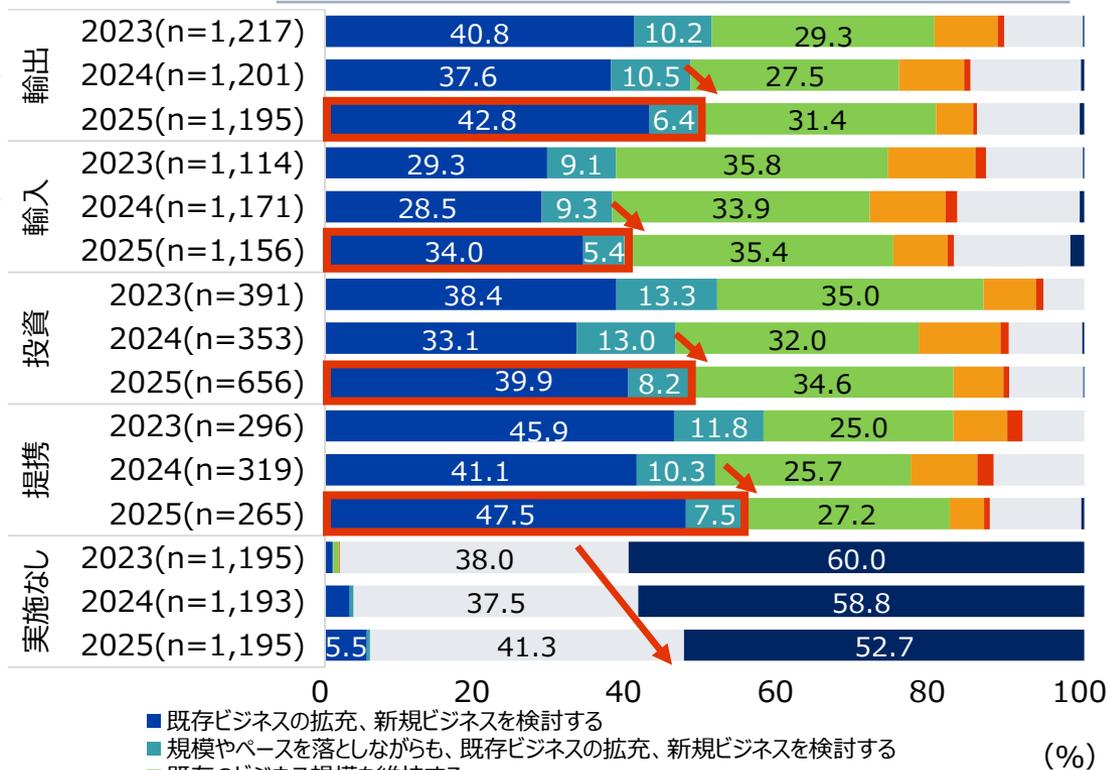
5 | 今後の対中国ビジネス展開、全ての形態で拡充割合が拡大

- 中国向けに輸出、投資、業務・技術提携を行っている企業は、それぞれ5割前後が中国ビジネスを拡充へ。
- 輸入も含め、拡充の数値は前回から改善。既存ビジネスがない企業でも、将来にわたっても行わないと断定する回答は減少傾向。

既存の中国ビジネスの状況、2025年度



今後の中国ビジネス展開の方針 (既存のビジネス形態別)



- 既成ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する
- 規模やベースを落としながらも、既存ビジネスの拡充、新規ビジネスを検討する
- 既存のビジネス規模を維持する
- 中国ビジネスは縮小して、日本を含む他国への分散・移管を検討する
- 中国ビジネスからは撤退して、日本を含む他国への分散・移管を検討する
- まだ分からない
- 今後ともビジネス展開は行わない

(注) 左図は「実施していない」を除き、複数回答。いずれも無回答は集計対象から除く。
 (出所) ジェトロ「第24回 日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」

6 | 2025年の日系企業の進出事例（1）

	企業名	現地法人所在地	概要
医療	ニプロ	上海市	2025年1月、連結子会社である尼普洛貿易(上海)は、四川省の 透析用 RO 装置製造会社 を2024年10月6日付で買収し、連結子会社としたことを発表。
	ツムラ	上海市	2025年6月、津村（中国）が上海虹橋中薬飲片の持分51%を取得する持分譲渡契約の締結を決議したと発表。 生薬プラットフォーム の事業展開を目的としている。
	朝日インテック	南寧市	2025年4月、中国市場向けの 医療機器の製造・開発 を行う中国子会社「朝日英達医療器械（南宁）」を独資で設立と発表。
自動車	トヨタ自動車	上海市	2025年2月、上海市での レクサスのBEVと電池の開発、現地生産 を担う新会社設立を発表。開発から生産まで一貫して行う会社を立ち上げ、現地ニーズに合わせた車を迅速に提供できる体制を整える（生産開始は2027年以降を予定、単独投資）。
	トヨタ自動車	成都市	2025年4月、トヨタ汽車（中国）投資は四川省の国営企業である蜀道投資集団、四川蜀道装備科技と合併会社の設立に関する協定を締結と発表。 水素燃料電池の研究開発、生産、販売拠点 を新設する。トヨタの出資比率は50%。
	明和産業	長沙市	2025年5月、トヨタ自動車（中国）投資、中国五鈺集団傘下グループ会社2社と、 新エネルギー自動車中古車載電池のリユース、リサイクル、資源循環事業 を行う合併会社共同設立準備を進めていたが、登記完了、事業開始を発表。
	日産自動車	広州市	東風汽車集団は2025年11月、日産（中国）投資との間で、 自動車輸出業務 を担う合併会社を設立し、9月から営業開始と発表。出資比率は東風汽車が40%、日産が60%。海外市場への自動車、自動車部品、付属品の輸出などを手掛ける。
ハイテック	三菱電機	蘇州市	2025年3月、自律的事業運営が可能な製品企画・開発・製造・販売の統括会社「三菱電機智能製造科技（中国）集団」を独資で設立と発表。中国市場での三菱電機製 FA 製品などの事業・経営統括 、中国のFAシステム事業関連子会社の経営管理、中国市場向け製品の企画・開発を手掛ける。中国市場でスマート工場化が急速に進行しており、タイムリーな製品開発や製品供給の短納期化への要求が高まっていることを踏まえたもの。
	アイリスオーヤマ	深セン市	2025年11月、研究・開発拠点となる「中国R&Dセンター」の開設決定と発表（2026年1月予定）。 家電、IOT、ロボティクス、システム等に関わる基礎研究から開発 を行う予定（よりスピーディーな製品開発を目指して）。

（出所）各社プレスリリース、ウェブサイト等を基に作成

7 | 2025年の日系企業の進出事例 (2)

	企業名 (業種)	現地法人所在地	概要
各種製造	ZACROS	無錫市	2025年1月、業務用液体容器 CUBITAINER (キュービテーナー) の世界的な需要増に対応するため、中国市場における供給体制の強化を目的として、製造・販売を行う子会社を同年6月 (予定) に設立すると発表。
	東レ	仏山市	2025年1月、中国における樹脂事業統括会社である東麗塑料(中国)において、耐熱性や耐薬品性、機械強度などに優れ、自動車の電装部品や電気・電子用コネクタなどに使われる高機能樹脂のコンパウンド生産拠点の新設決定と発表。
	ニデック	常州市	2025年7月、中国子会社である Nidec Appliance Controls (Qingdao) は 7 月 8 日付で常州市のスクロールコンプレッサーの設計・製造会社の持分 100%取得を完了と発表。スクロールコンプレッサー技術取得に伴い、冷凍庫分野での存在感を拡大・強化し、さらには空調及びヒートポンプ市場の新規分野への参入が可能となるとした。
	井上石灰工業	青島市	2025年8月、青島華綺新材科技有と、合併会社調印式を行ったと発表。井上石灰工業の高活性酸化亜鉛や水酸化カルシウムに関する独自の技術力・品質管理ノウハウと、青島華綺が持つ中国国内の製造・販売ネットワークを融合させるもの。高付加価値製品の中国国内および東南アジア市場への供給を目指すとした。
サービス	セガ	上海市	2025年3月、世界初のオフィシャルリアル店舗「SEGA STORE SHANGHAI」を上海中心部に位置するショッピングモール「百聯ZX創趣場」内に2025年5月1日 (木) にオープンと発表。
	サイゼリヤ	広州市	2025年4月、中国で展開しているレストラン「サイゼリヤ」を管理することを目的にして独資で子会社を設立と発表。設立は2025年7月を予定。
	ゴールドウイン	深セン市	2025年6月、中国大陸7店舗目となる直営店「Goldwin Shenzhen」を深セン市内にある商業施設MixCity内にオープンと発表。スキー・アウトドア・アスレチック・ライフスタイルウエア、アクセサリ、バッグなど「Goldwin」ブランドの全カテゴリーを取り扱う。
	みずほフィナンシャルグループ	北京市	2025年10月、同社連結子会社であるみずほ証券が、中国証券監督管理委員会より、独資での証券会社設立の許可を受けたと発表。債券を主軸とした付加価値の高い資金調達や運用などのサービス、ソリューションを、中国国内外の発行体・投資家に提供していくことを計画している。

(出所) 各社プレスリリース、ウェブサイト等を基に作成

8 | 上海モーターショー2025 : NEV化・スマート化の進展

- 日系各社がモーターショーに合わせ発表したNEV車種も、**電動化・スマート化が進展**。中国市場で構築されたADAS（先進運転支援システム）やスマートコックピッド技術など、**中国国内のエコシステムを巧みに活用**。スマート化機能や価格競争力の面から「**反転攻勢に転じた**」との評価。

トヨタ

bZ7

- BEV・bzシリーズを展示。3月発売のSUV「bZ3X」は**Momentaと共同開発した先進運転支援システム**や**華為と共同開発した車載インフォテインメント「情報娯楽」システムを搭載**。（10.98～15.98万元）。
- 新型車「bZ7」を発表。スマートコックピッドでは、**華為の「ハーモニーOS」をトヨタとして初めて採用**。運転支援システムは、**モメンタと共同開発したL2先進ADASである「トヨタパイロット」**。
- LEXUSは、**中国市場を意識して開発した新型「ES」を発表**。

ホンダ

焔シリーズ Honda GT

- 中国市場向け**EVイエシリーズの第2弾と「広汽Honda GT・東風Honda GT」を世界初公開**。
- 車内サポートなどを行うAI技術には**DeepSeekを採用**。運転支援システムは、**モメンタと共同開発を実施中**。
- **CATLとともに、バッテリーセルを直接車体にレイアウトした高効率プラットフォームといった電動化技術を共同開発**。

日産

N7

- 販売を開始したN7は、**スマートコックピッドでは、ファーウェイと共同開発した独自の「Nissan OS」を搭載**。運転支援システムは、**モメンタと提携しNavigate on Autopilot（NOA）を採用**。
- 鄭州日産の新型PHVピックアップトラック「Frontier Pro」を初公開。**EV走行時の最大航続距離135kmの達成を目指す**。

マツダ

EZ-60

- 合併事業のパートナーである**長安汽車との協業を通じ開発**。音声操作が可能なスマートキャビン、運転支援、インテリジェントパーキングなどを搭載。
- 「MAZDA EZ-60」は、長安マツダのNEV車第2弾。2025年中の発売を予定。**BEVとPHEVの2機種を設定**。航続距離について、BEVモデルは約600km、PHEVモデルは1回の給油で1,000km以上を想定。

本日のコメント内容

I. 激化する中国企業との競争

II. 進出日系企業の動向

III. まとめ

■ ご注意

本日の講演内容、資料は情報提供を目的に作成したものです。主催機関および講師は資料作成にはできる限り正確に記載するよう努力しておりますが、その正確性を保証するものではありません。本情報の採否はお客様のご判断で行ってください。また、万一不利益を被る事態が生じましても主催機関及び講師は責任を負うことができませんのでご了承ください。

まとめ

- 中国で「供給過剰」と「需要不足」の矛盾が突出している中、過当競争（「内巻」式競争）が日系企業のビジネスに大きな影響を与え、また、中国企業のASEAN等への海外展開（「外巻」、輸出、投資等の増加）加速の一因になっている（中国での生産コストの上昇、米国の追加関税リスクなどもプッシュ要因）。
 - 過剰生産能力の輸出との指摘もあるが、中国市場における過酷な競争を経て、競争力を持つ中国企業が増加している点にも注目が必要。
- ⇒ 中国の政策や経済動向に加え、急成長を遂げる中国企業の動向をフォローすることは、①新しい技術・ノウハウ等の把握、②サプライチェーンの変化の先読み、③新たなビジネスチャンスや競争への備えに繋がると思われる。日本本社、海外拠点間の情報・ノウハウの共有のため、中国拠点の位置付け再確認が必要に。一部の国でAD措置や相殺関税措置を講じている点も要フォロー。
- 中国進出日系企業の「拡大」意欲の低下が指摘されるが、中国企業等との厳しい競争の中、ポートフォリオの調整、コスト削減、業務や体制の見直し等を行い、一部日系企業が「筋肉質」に変貌を遂げてきているとの指摘も。
- ⇒ 経済安保、知財保護に十分に留意しつつ、自社の強みと成長市場を見極め、中国市場の特性に合わせた商品の供給、中国のエコシステムを活用した商品の投入などを行うことが、今後益々重要に。長期的な視点にたって、拠点体制を考えることも視野に、ネットワークを駆使して、中国の最新の政策、関連動向等を収集し、正確な理解に努めることが不可欠。