

新 アジアの風

県立大地域経済研究所報告

昨年末に中国政府の対日政策が「政経分離」に転じたことを受け、日本企業の対中投資は回復に向かっている。特に中国内陸部を中心に、日本企業の内需向け投資が活発化している。

交通の要衝として知られる

丸屋 豊二郎所長

湖北省武漢市では、ホンダ、日産が生産能力の増強に乗り出し、関連会社の進出が相次いでいる。古河電工、ホンダロックなどが在広東進出企業が武漢市に分工場を設立したほか、中央発條、河西工業も武漢市周辺に進出した。自動車以外では、イオンモールが武漢市周辺に2016年まで5カ所のショッピングモールの建設を計画。既に3カ所は決定し、1号店は14年末にオープンする。モール内の出店数は200店で、日系企業は、とん勝、はなまるうどんなど飲食店10店舗のほか、ワールド、アース、ニトリ、タイソーなど合計20店舗の出店が決まった。15年夏にオープンする2号

中国内需向け投資回復

店(300店舗)は、日系企業の出店を、もっと増やす方

向で交渉中である。イオンモールの核店舗としてイオンの総合スーパーマーケット(GSM)も武漢市内に、10店舗以上の展開を予定している。

さらに食品加工やSPA製造小売店・プティック、飲食業などサービス業の進出が目立つ。ユニクロ、ハニーズ、無印良品は出店を伸ばしている。北陸企業では今年、富山のブラック麺家いろはが武漢市の繁華街に進出。値段は1杯55元(935円)で、対面にある食堂の牛肉麺14元(238円)の約4倍である。それでも連日、行列ができるほどのにぎわいである。

中国では日本の食品、ファッション、日用品・雑貨などが静かなブームを呼んでいる。日本の消費者の優れた感性に育まれたソフトパワーが、新たなビジネスとして台頭している。

にぎわう富山ブラック麺家いろはの中国武漢店「一好拉面」(筆者撮影)



日本のソフトカ台頭