

中国環境ビジネス成功のための試案

国土環境株式会社 北京事務所技術渉外主任
社団法人 海外環境協力センター 客員研究員
大野木 昇司
onogish@yahoo.co.jp

1. 中国環境ビジネスのチャンス

現在中国は高い経済成長に支えられ、都市部で建設ラッシュが著しい。特に 2008 年北京オリンピックに向け、環境保護関連の建設事業も目白押しである。WTO加盟と環境ニーズの高まりから、環境インフラも市場開放が進んできている。90 年～2000 年の環境市場成長率は平均約 17%。その背景には深刻な環境汚染状況とそれに対する国民の意識の高まりがある。そのため、中国環境市場は大きな潜在力がある。しかしながら日本の環境産業企業が中国に参入するには多くの壁があり、市場へのアクセスは困難極まりない。欧米韓諸国と比べ、技術レベルは引けを取らないのに、市場の可能性を生かせない事例が多い。

2. 中国環境市場参入への課題

(1) 政府主導

政府は現在、観光立国、環境立国、知的財産立国を目指している。しかし政府が日本の環境産業の中国市場開拓への支援を行ってはいない。

ドイツは 2000 年 12 月、中国ドイツ環境協力大会を開催し、シュレーダー首相と朱溶基総理が事前に大会開催で合意、当日は両国環境大臣があいさつした。米国はゴア副大統領と朱溶基総理の司会による環境及び持続的発展シンポジウムを開催、話題をさらった。韓国は、政府主導の下、韓中環境産業センターを設置、常設の韓国環境企業展示場を設け、環境の環境技術・設備をアピールしている。このように、欧米韓諸国は中国環境市場参入のため、政府が大きな支援、後押しをしている。中国は、経済も政府のコントロールが強く、中国市場参入の場合には、政府主導によるアピール、政府主導による護送船団方式が理想である。

韓中環境産業中心は、2001 年 5 月から始まった韓中環境産業展示場を前身とし、2003 年 12 月に発足した。展示場の広さ 300 m²、主催団体は中国環境保護産業協会と韓国環境産業協会、協力団体は中国国家環境保護総局、中国環境科学研究院、韓国環境省、韓国国立環境研究院。現在、16 企業（団体）が出展している。

(2) 見えにくい日本の環境産業

中国側から見ると、日本の環境技術・設備には関心があるが、そのような企業と商談、取引したくても、どこに連絡を取っていいかわかりにくく、アクセスしづらい。ウェブサイトでも、中国語で見られる日本環境状況を専門とするサイトは、日中韓環境情報交流サイトと私が個人的に運営する日中環境協力情報ネットの二つ程度である。

(3) 日本の環境技術・設備の抱える課題

日本の環境技術や設備は、中国ではそのままでは使えないことの方が多い。最大の障壁はコスト高。次に、関連の環境状況が日本と異なることから来る仕様の違いである。たとえばごみ処理場では、中国のごみは日本のものより熱量が低く、燃焼にかなりのエネルギーが必要になる。また水質計測器では、黄河等の濁度が高い河川や幅広い河川には対応できないものもある。中国の各種スタンダードに合わなければならないという制約

もある。したがって中国の国情をよく把握し、それに合わせて仕様を変更していく措置が必要となる。

日本の環境技術・設備メーカーは中小企業が多い。資金的にリスクを背負えず、情報も不足し、環境分野の中国語日本語のレベルも高く、現地の商習慣に精通して情報収集、人脈開拓ができる人材の確保も難しい。また中国ビジネスではパートナーが重要であるが、情報不足の状況下ではパートナー探しも容易ではない。

低付加価値の技術・設備は現地企業との競争が激しく、高付加価値の技術・設備は欧米企業との競争が激しい。環境産業は、他業種と比較して行政に近い立場にあるため、環境行政の動向、現地企業の動向、欧米企業の動向を常に把握して戦略を立てていく必要がある。

(4)中国ビジネスに共通する課題

また中国環境ビジネスは他の中国ビジネスと同様な面もある。つまり知的財産権の侵害問題、商習慣の不理解によるトラブル、制度や法律の変更が頻繁にあり、政治、経済を取り巻く状況が常に速いペースで変化し、人材の移動も速い。これらの中国独特の状況や中国語に精通し、中国人から信頼されるような中国専門人材を育成し、現地に張り付けておくことが大切である。

3．結論：日中環境産業促進センター設立の必要性とその役割

以上を踏まえると、政府主導の下、中国に日中環境産業促進センターを設立するべきであろう。このセンターに期待される役割、要件は以下の通りである。

- ・日本の環境技術設備を紹介する常設の展示場
- ・ウェブサイトとメール、ニュースレター、広告等メディア掲載による積極的な情報発信
- ・中国環境問題ウォッチャーによる中国環境市場の調査、情報収集、分析と参入戦略立案
- ・現地企業や欧米企業の動向調査・分析
- ・中国入札状況の情報提供
- ・中国用に仕様をカスタマイズするなどのアドバイス
- ・中国環境企業を調査し、合弁会社向けの中国側パートナー探しとパートナー評価、ビジネス仲介
- ・知的財産権保護
- ・定期的な技術交流会、シンポジウム、大学界との交流

すぐに全ての機能をそろえることは不可能なので、まずは常設展示場の設置から始めるのが現実的と思われる。これなら場所代と担当者の人件費程度で済む。場所は、JICA 専門家が常駐し環境資料センターも備えた日中友好環境保全センター内に設置した方が、シナジー効果を期待できる。幅広くアピールするためには中国環境 NGO 支援や環境メディア担当者との交流も意義があろう。