

# 中国内陸地域の中小企業の社会的責任調査に関する 経年比較分析

程 天 敏

## Cross-year Comparison and Analysis of Corporate Social Responsibility in China's Inland Local Small and Medium-Sized Companies

Tianmin CHENG

Large companies and coastal companies are often mentioned in Chinese CSR researches, but small and medium-sized enterprises (SMEs) are still not comparable to large companies in CSR implementation, for lacking sufficient basic data. This paper targets the SMEs in Chongqing City and Hubei Province located in the inland area, based on two questionnaire surveys conducted in 2013 and 2016. Three results from the research are shown below. First, local governments are strongly involved in SMEs CSR behaviors. Second, the focus of CSR implementation is reflected in corporate treatment of employees, customers, and the environment. Third, the motivation of their implementing CSR is to improve company image and employees' satisfaction. The purpose of this paper is to compare the results of the surveys in 2013 and 2016, to grasp and analyze the actual situation of CSR in small and medium-sized enterprises in the inland region.

Key Words : 中国, 中小企業, アンケート調査, CSR, ステークホルダー

### I. はじめに

企業の社会的責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) は、大企業を中心に議論を先導しているが、中小企業も企業である限り、CSRの対象に含まれる。CSR概念は研究領域の相違により捉え方は異なり、統一した定義がなされていない。経済産業省(2004)がCSRとは、「企業が社会や環境と共存し……、企業を取り巻く様々なステークホルダーからの信頼を得るための企業のあり方」と定義した。本稿のCSRは、企業が持続的な発展を目的として、従業員、顧客、環境や地域社会など様々なステークホルダーに対して行動することである。問題は、中小企業がCSRをどのように行動するかである。中小企業が大企業のようにヒト、モノ、カネなどの人的資源や財務資源を保有していれば、CSRに比較的容易に取り組むことが可能であるが、資源が相対的に乏しいゆえに、CSRを簡単に

行える状態ではないと考えられる。

東洋経済新報社（2018）が発表した社会貢献活動に資金を提供するランキングでは、1位はトヨタで、2位と3倍以上の差がついたと掲載し、CSRへの資金拠出は企業規模が大きくなるほど増えていくと指摘した。しかしながら、持続可能な社会の発展を促進するために、どの企業にも責任のある行動が求められる。企業と社会の関係に関して、Post et al.（2007）は、企業活動は社会の一部であり、社会は企業活動の決定に多くの場面で深く浸透していると述べた。これにより、企業と社会が深く相互関係を有していると解釈することが可能である。Jenkins（2009）は、持続可能性な社会の実現は、全企業の99%以上を占める中小企業の取組を抜きには達成し得ないことを指摘した。また、中小企業局（2016）によると、中国において登録されている中小企業数は2,000万社を超えた。このように見るならば、大企業だけでなく数多くの中小企業が中国に存在しており、持続可能な社会の実現は中小企業の発展にかかっていると見える。CSRの推進に向けて、中小企業合作発展促進中心（2013）は「中国中小企業の社会的責任ガイドライン」を公表し、中小企業が社会的責任を通じてステークホルダーと良い関係を築くことができると指摘し、CSRは企業の競争力を高めるだけでなく、中国における調和の取れた社会の強固な基盤を構築することができると力説した。

ところで、国際社会において、これまで行われてきたCSRに関する研究の多くは一般的に大企業を対象として分析が展開されており、中小企業を主な対象としている研究は少ない。それでは、欧米や日本における中小企業のCSRに関する研究を確認しておこう。Vázquez-Carrasco and López-Pérez（2013）による欧米での中小企業のCSR研究の文献調査に関して、2011年10月時点で28件の文献のみが検出された。加えて、梅津・段（2015）による日本国内での中小企業のCSR研究の文献調査に関して、2014年11月時点で中小企業とCSRという2つのキーワードで検索を行った結果、研究論文として確認できたものは10件だけであった。さらに、筆者が中国での中小企業のCSR研究について調べると、2019年7月時点でCSR関連の研究が全体で1万件以上確認されたが、CSRと中小企業という2つのキーワードで検索を行った結果、十数件の文献が検出されただけである<sup>1)</sup>。

ここでは、本稿の実施した初回アンケート（2013年）以降における中国での研究論文の一部を整理する。2013年に研究論文としてカウントできるものが2件ある。どれも理論研究から検証された。例えば、孟愛華（2013）では外部ステークホルダーの動向が中小企業のCSRに与えた影響が分析された。続いて、2014年では1件が検出された。それは

---

1) 検索では中国最大の学術文献オンラインサービスである「CNKI（中国知網）」を使用し、利用可能な全てのデータベースに対して検索を行った。

陳永清・羅歆（2014）で、国内外での中小企業の CSR の先行研究を紹介したうえで、彼らの中小企業の CSR 研究の展望に関する持論を提示した。2015 年には 4 件ある。陳承ほか（2015）では中小企業の CSR を推進するためとして独自の理論モデルが構築されたほか、焦永紀（2015）では、沿岸地域である江蘇省に位置する中小企業の人的資源管理者 275 名からのアンケート調査が利用され、従業員への取組に関する分析が展開された。そのほか 2 件は、サプライチェーンや産業クラスターを中心に CSR への取組の課題が検証された。2016 年に研究論文としてカウントできるものは 3 件ある。このうち、薛瓊・肖海林（2016）は中小企業の CSR の取組要因を検証するために北京市の中小企業 204 社に対してアンケートを実施した。同研究は制度や組織力の側面から CSR の取組要因を検証した。そのほか 2 件では中小企業の CSR 先行研究が紹介され、CSR を推進するためとして提言が行われた。2017 年及び 2018 年にはそれぞれ 1 件のみ確認された。それは高凡雅ほか（2017）で、上場している中小企業 357 社を対象に、株主、消費者や従業員などステークホルダーに対して果たした責任の度合を基に、市場から資金調達の変化が観測され、CSR への取組が進むと金融機関から融資の約束が得られやすいという結論が示された。なお、葉俊宇・梅強（2018）では、世論が中小企業の社会的責任行為に与えた影響に関しての分析が展開された。それ以外の著書では林漢川ほか（2017）のような中小企業の経営の一部の章節において環境経営といった CSR 課題を包括する研究が挙げられる。

この中小企業を対象とした CSR 研究が比較的少ない課題に 대응するために、筆者は中小企業の CSR の実態を確認しようと考え、2013 年に重慶市と湖北省に位置する企業を対象にアンケート調査を実施したが、2016 年にも同様のアンケート調査を実施した。2013 年及び 2016 年におけるアンケート調査結果を程（2014, 2017）に公表した。重慶市を選定した理由は、同市が中央政府の直轄市であり、ここ十数年中国において経済成長率が比較的高く、内陸地域の経済発展の牽引役として注目されているからである。直轄市とは、最高位の都市であり、省と同格の一級行政区画である。中国には北京、上海、天津、重慶の 4 つの直轄市がある。重慶の面積は 8 万 2,400 平方キロメートル、北京、上海、天津の 3 つの市の合計面積の 2.39 倍で、直轄市では最も面積が広い。重慶市人民政府ウェブサイトによれば、同市の経済成長率は、2002 年からは 10% を超え、2010 年には 17.1% と高い伸び率を記録した。2016 年までのデータによると、2014 年の GDP が 1 万 4,300 億元と 2015 年の GDP が 1 万 5,700 億元に上り、成長率が前年比それぞれ 10.9% と 11.0% の増加となった。さらに、2016 年の GDP が 1 万 7,500 億元で、その成長率は 10.7% と全国で第 1 位となり、引き続き高い水準を維持している。2002 年から年間経済成長率 10% の勢いで発展するこの重慶が、中国で最もホットな経済発展地域として世界中から注目されていることから、重慶市を選定することにした。次は、湖北省を選定した理由を述べる。同省

は中国のほぼ中央で<sup>2)</sup>、省の半分以上の都市が水上輸送ルートの範囲にあり、内陸河川の水輸送事業が最も発達している省の1つである。なお、高速道路ネットワークにおいては北部が河南省、西部が重慶市、東部が安徽省、南部が湖南省に接することに加え、北京、上海、広州を結ぶ地点に存在する陸の交通の要所でもある。さらに、同省の中心都市である武漢市の天河空港は華中地区で規模が最も大きく、機能が最も整った空港である。水路、陸路、空路に加え、近年は高速鉄道が整備され、ほかの地域へのアクセスがさらに便利になり、中国ビジネスの中心拠点として多くの企業から注目され、これからも高い成長が期待されていることから、湖北省を選定することにした。

両地域の企業を対象とするアンケート調査の問題意識は、2013年の調査以降の3年間において重慶市と湖北省の中小企業におけるCSRの内実が変わっているかどうか、そしてその変化を把握して、2回の調査結果を比較・分析しておく必要があるのではないか、という学問的関心であった。また、世界的に注目されている中国企業の行動、とりわけ中小企業が置かれているCSRはどういう状況にあるのか、という実態を正確に把握して、中国の持続可能な社会の発展にどこまで寄与しているのかという社会的関心もあって、2回にわたってアンケート調査を実施した次第である。なお、第1回と第2回の調査に連続で協力していただいた企業は37社である。第2回の調査で回答社数が12社増えたとはいえ、2回の調査においてある程度の継続性が維持されていることを付記しておきたい。

これまでに述べてきたように、中小企業のCSRへの取組を捉える基礎的な研究データは不足している。本稿はこの分野の先行研究に対して以下の4点を補うことが可能である。第1に、本稿は中国内外の中小企業に関わるCSR先行研究成果を羅列してからその推進を提言するのではなく、客観的な観測を通じて調査企業のCSRを把握する。第2に、本稿は先行研究で多く取り上げた沿岸地域企業ではなく、内陸地域企業に着目することにした。第3に、本稿は先行研究で取り上げた情報は比較的入手しやすい上場企業を対象にしておらず、独自の調査により中小企業のCSRを確認している。第4に、先行研究では同一地域での経年変化に関する研究が確認できなかったが、本稿は2回のアンケート調査結果の比較を通じて、経年変化が解析される。概して、2つの年度ではアンケートに回答した企業が47社と59社で、調査対象数が異なっているが、2回の調査結果を踏まえ、適正な評価を行い、そこから内陸地域の中小企業のCSRの現状及び課題を的確かつ簡明に把握することが本稿の目的である。

したがって、以下の主たる内容は、2013年と2016年の調査結果を用いて、同一問題に

---

2) 同省は中国のほぼ中央で「九州（省）に通じる交通の要所」と呼ばれ、古くから水の交通の要衝として発展してきた、内陸河川の輸送において重要な地位を占めている。

よる厳密な経年比較を行い、内陸地域の中小企業のCSRの実態を把握・分析して、今後の課題を明らかにする。また、本稿の研究調査地域である重慶市や湖北省はとりわけ電子産業や自動車産業が発展している。重慶市はノートパソコンの組立地として世界最大規模を有するのに加え、マツダが重慶市現地メーカー長安自動車との合弁会社を設立したほか、ホンダや日産が湖北省現地メーカー東風自動車との合弁会社を展開し、日系の中小部品メーカーが多数この両地域に進出している。これからも日系企業の有望な進出先として注目されるため、この実用性を有する調査データを参考に、日系の中小企業が重慶市や湖北省への事業を展開していただければ幸いである。

## II. アンケート調査に関する情報

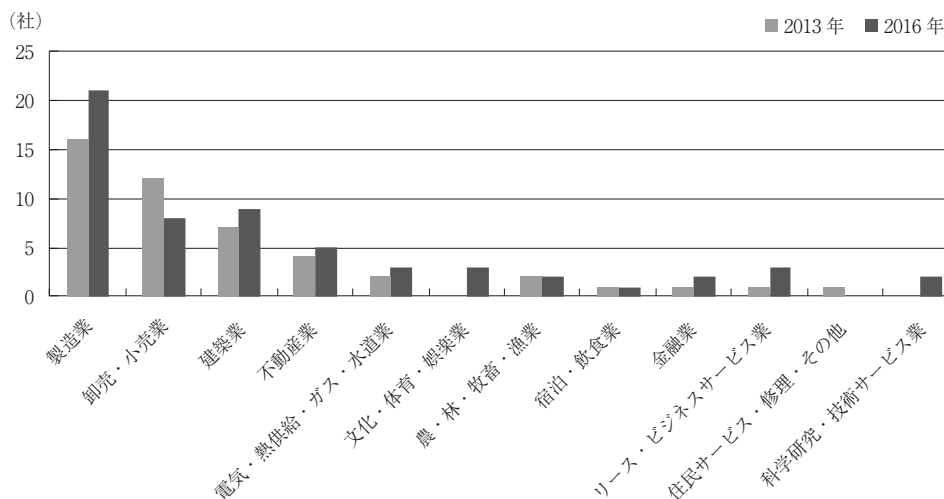
アンケート調査結果を述べる前に、調査経緯を説明する。筆者は2013年2月下旬から3月上旬にかけて重慶市25社と湖北省25社、計50社を対象に実施し、2016年8月上旬から中旬にかけて重慶市30社と湖北省30社、計60社を対象に同様の調査を実施した。企業の選定範囲は、工業和信息化部などが2011年に公表した「関与印発中小企業劃型標準規定的通知」に規定した中小企業の区分に基づいている。同通知では、中小企業を、従業員数、売上高、資産総額の3つの指標に準拠して、さらに業種の特性を加味して制定され、15の業種に大別された<sup>3)</sup>。本稿の調査対象はいずれもこの基準に基づいて選定した。

このうち、2013年に50社を対象にアンケート調査を実施したところ、重慶市25社に企業名を記入してもらったが、湖北省3社が企業名を記入することを躊躇して、アンケートに回答しなかったため、結局、回答企業総数は47社であった。並びに、2016年に60社を対象としたが、湖北省1社がアンケート調査票に企業名を記入することを躊躇したため、回答企業総数は59社であった。2回にわたるアンケート調査方法はいずれも、現地のコーディネーターの折衝を通じて、調査先の特定部署ではなく、会長室、社長室、秘書室、事務室といった部署に訪れ、対面形式により、アンケート調査票（原本は中国語）の質問項目に回答を記入してもらった。回答者及び企業情報は以下のようである。

---

3) 同通知における中小企業の定義は、①農・林・牧畜・漁業は売上高2億元未満、②工業は従業員数1,000人未満・売上高4億元未満、③建築業は売上高8億元未満・資産総額8億元未満、④卸売業は従業員数200人未満・売上高4億元未満、⑤小売業は従業員数300人未満・売上高2億元未満、⑥倉庫業は従業員数200人未満・売上高3億元未満、⑦交通運輸業と⑧郵政業は従業員数1,000人未満・売上高3億元未満、⑨宿泊業、⑩飲食業と⑪ソフトウェア・情報技術サービス業は従業員数300人未満・売上高1億元未満、⑫情報転送業は従業員数2,000人未満・売上高10億元未満、⑬不動産業は売上高20億元未満・資産総額1億元未満、⑭住宅管理業は従業員数1,000人未満・売上高0.5億元未満、⑮リース・ビジネスサービス業は従業員数300人未満・資産総額12億元未満である。

図1 業種



出所) アンケート調査より筆者作成。

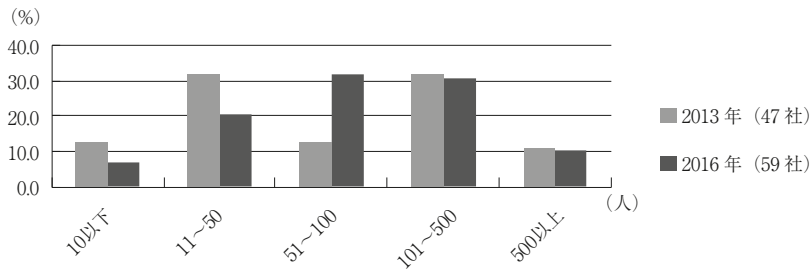
問1～問3は回答者の情報を尋ねた。次に、企業の情報を尋ねた。問4は、「企業名」である。協力してもらった企業名は、2013年のものを付録1、2016年のものを付録2に記載した。ちなみに、2つの年度において連続で協力してもらった企業は、重慶市17社と湖北省20社である。

問5は、「企業の業種名称」である。全回答者に業種を記入してもらった(図1)。本稿はそれを国家統計局が2011年に公表した「国民経済行業分類新旧類目対照表」の業種大分類を参照し分類した。2013年では、「製造業」をはじめ10の業種から協力を得た。2016年では、新たに「文化・体育・娯楽業」と「科学研究・技術サービス業」から回答をもらい、2回にわたって計12の業種から協力を得た。2つの年度において、「製造業」(2013年34.0%、2016年35.6%)が最も高い比率であることが確かめられた。そのほか、「建築業」、「卸売・小売業」と「不動産業」が比較的多く占めることとなった。参考までに、各企業の業種名称に関して付録1と付録2で確認することができる。

問6は、「企業の所有形態」である。2013年の47社における内訳は国有企業3社、合弁企業2社、民間企業42社で、2016年の59社における内訳は国有企業4社、合弁企業2社、民間企業53社であった。2つの年度での所有形態はともに約9割が民間企業であった。

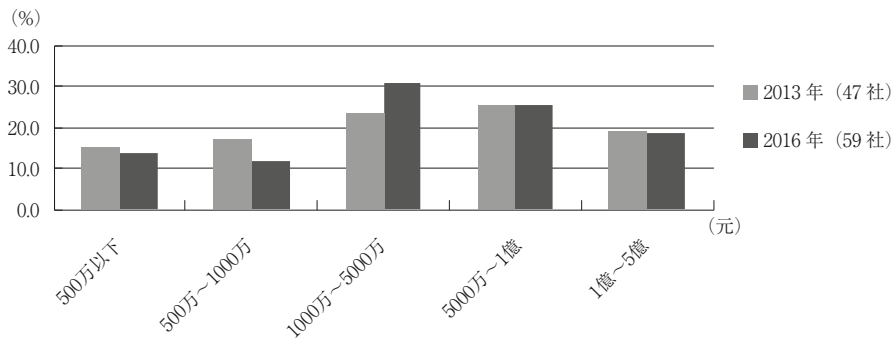
問7は、「企業の従業員数」である。図2から、2016年は2013年と比較して、「51～100人」の比率が12.8%から32.2%に大幅拡大したのに対し、「10人以下」の比率が12.8%から6.8%、「11～50人」の比率が31.9%から20.3%に縮小した。他方、2つの年

図2 従業員数



出所) アンケート調査より筆者作成。

図3 売上高



出所) アンケート調査より筆者作成。

度での「101～500人」(2013年31.9%，2016年30.5%)と「500人以上」(2013年10.6%，2016年10.2%)の比率はほぼ変化していなかった<sup>4)</sup>。

問8は、企業の売上高を尋ねた。2016年に「2015年企業売上高」と記し、2013年に「2012年企業売上高」と記した。図3から変化のある項目として、2016年は2013年と比べ、「1000万元～5000万元」の比率が23.4%から30.5%に増えたのに対し、「500万元～1000万元」の比率が17.0%から11.9%に減った。それ以外、「500万元以下」(2013年14.9%，2016年13.6%)、「5000万元～1億元」(2013年25.5%，2016年25.4%)、「1億元～5億元」(2013年19.1%，2016年18.6%)の比率は、2つの年度において大差が見られなかった。

4) 上述のように中国では中小企業の業種により従業員数が異なっている。例えば、工業や交通運輸業などの業種は従業員数1,000人未満、情報転送業は従業員数2,000人未満である。本稿の調査対象はいずれも中小企業の基準を満たしている。

### Ⅲ. アンケート調査対象における CSR の経年変化

さて、2013年と2016年におけるCSR分野での比較結果は以下のように要約される。

まず、問9と問10においてCSRの情報公開について尋ねた。問9は、「CSR報告書の発行の有無」について尋ねたものである。2013年と2016年の調査対象においては、2016年8月末時点でCSR報告書を発行したものが確認されなかった。CSR報告書はステークホルダーとのコミュニケーションを図る最も基本的なツールとしての性格を持っていると考えられる。よって、中小企業にもCSR報告書を利用して、よりステークホルダーとの円滑なコミュニケーションを図ることが期待される。

問10は、「ウェブサイトなどのインターネット・メディアを通じたCSR情報公開の有無」について尋ねたものである。回答により、「公開していない」について、2013年が33社で全47社のうち70.2%を占めたが、2016年が43社で全59社のうち72.9%を占めたことから、その比率は拮抗していることが確かめられた。CSRの情報公開に関しては、CSRをあまり行っておらず、開示するものがないとも推測するが、2013年に比較して2016年の開示状況は進展しておらず、むしろ少し後退していることが明らかになった。

問11は、「CSR行動における重要なステークホルダー」について尋ねたものである。ステークホルダーには株主、従業員、消費者、政府、住民といったものを包括する。本稿のステークホルダーは、表1で列挙されたものに分類されている。図4は表1のデータに基づいて作成された棒グラフであり、2013年（47社）と2016年（59社）にとって重要なステークホルダーのデータ分布を示す。まず、2013年のトップ3を挙げてみると、1位は「従業員」、2位と3位はそれぞれ「顧客」と「環境」であった。一方、2016年のトップ3を挙げてみると、1位は「顧客」、2位と3位はそれぞれ「従業員」と「環境」であった。2016年は2013年と比較して、重要視しているステークホルダーの1位と2位の順位が入れ替わった。2つの年度において、企業が重要視しているステークホルダーには、ともに「顧客」、「従業員」、「環境」がトップ3に入ったことから、自社と直接金銭のやりとりがある顧客を重視したことに加え、企業で働く従業員を重視した企業責任が求められ、さらには環境問題の意識の高まりから環境保全を重視した企業行動が求められる時代とも言える。そのうえ、2013年の調査において、4位と5位は「社会」と「省市県政府」であったのに対して、2016年の調査において、4位と5位は「省市県政府」と「社会」であった。この4位と5位の順位が入れ替わったことから、「省市県政府」がますます重要視されていることが確かめられた。

ほかにも、2016年を2013年と比較して、10ポイント以上増えた項目を見ておこう。比率が増えた上位からの順位を見ると、「金融機関」26.7ポイント増（2013年が10.6%、

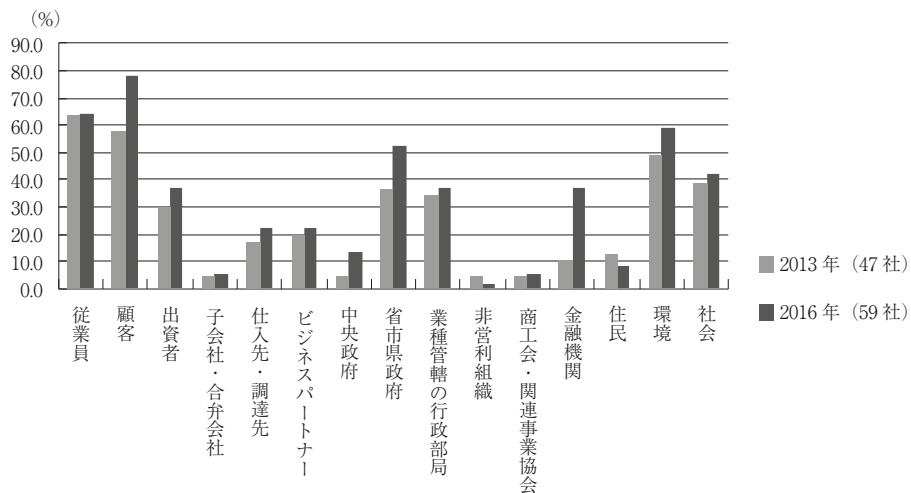


表1 企業にとって重要なステークホルダーの一覧

ステークホルダー	2013年		2016年	
	社数	割合 (%) (社数/47)	社数	割合 (%) (社数/59)
従業員	30	63.8	38	64.4
顧客	27	57.4	46	78.0
出資者	14	29.8	22	37.3
子会社・合弁会社	2	4.3	3	5.1
仕入先・調達先	8	17.0	13	22.0
ビジネスパートナー	9	19.1	13	22.0
中央政府	2	4.3	8	13.6
省市県政府	17	36.2	31	52.5
業種管轄の行政部局	16	34.0	22	37.3
非営利組織	2	4.3	1	1.7
商工会・関連事業協会	2	4.3	3	5.1
金融機関	5	10.6	22	37.3
住民	6	12.8	5	8.5
環境	23	48.9	35	59.3
社会	18	38.3	25	42.4

出所) アンケート調査より筆者作成。

図4 企業にとって重要なステークホルダーのデータ分布



出所) アンケート調査より筆者作成。

2016年が37.3%)、「顧客」20.6ポイント増(2013年が57.4%、2016年が78.0%)、「省市県政府」16.3ポイント増(2013年が36.2%、2016年が52.5%)、「環境」10.4ポイント増(2013年が48.9%、2016年が59.3%)が挙げられる。ここでは、列挙された項目のうち、増加率の最も高い「金融機関」を抜粋してみよう。「金融機関」の順位は、2013年に比較的低位にあることが確かめられたが、2016年に上位まで浮上した。参考までに、『人民日

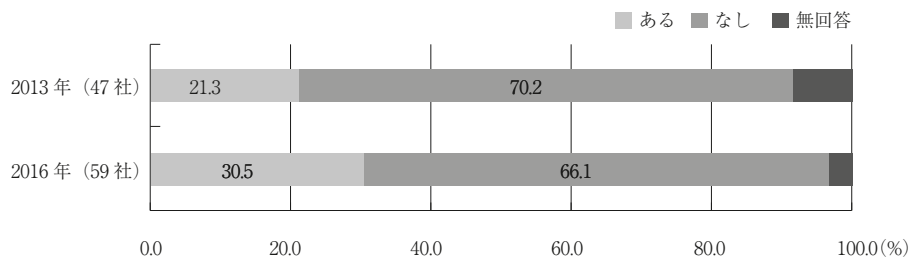
報』(2017)では、中国の小規模事業者経営者にとって企業発展のネックとなる要因は「税負過重(税の過重負担)」と「融資難(融資の難しさ)」であることが指摘された。この指摘から中小企業にとって金融機関との良好な関係を維持することが大切であると推測される。ここから、中国の中小企業にとって金融機関がより重要なステークホルダーとして見えてくるものと考えられる。

一方、2016年が2013年に比較して、比率が若干下がった項目がある。それは、「非営利組織」2.6ポイント減(2013年が4.3%、2016年が1.7%)と「住民」4.3ポイント減(2013年が12.8%、2016年が8.5%)である。2つの年度における全体的な傾向として、「非営利組織」や「住民」に加え、「商工会・関連事業協会」が比較的低い比率となった。それらは企業とは直接金銭的取引を持っておらず、企業のそれらに対する関心の薄さが看取される。いずれにしても、ステークホルダーは、「従業員」や「顧客」といった企業と明確な関係を有するものに注目するだけでなく、多様なステークホルダーの利益を考慮することも大切である。

問12は、「ステークホルダーからのCSRに関する意見や要請の有無」について尋ねたものである(図5)。2013年の47社のうち10社(21.3%)と、2016年の59社のうち18社(30.5%)が「ある」と回答した。さらに、「ある」と記入したものに対しては「それらに対して企業がどのように対応しましたか」という質問を設けた。2つの年度において、該当する企業からの回答によれば「会議を開き、文書を作成したうえ、関係者への懸案事項に対する回答を送付する」など社内会議を通じたステークホルダーへの対応が多く見られた。

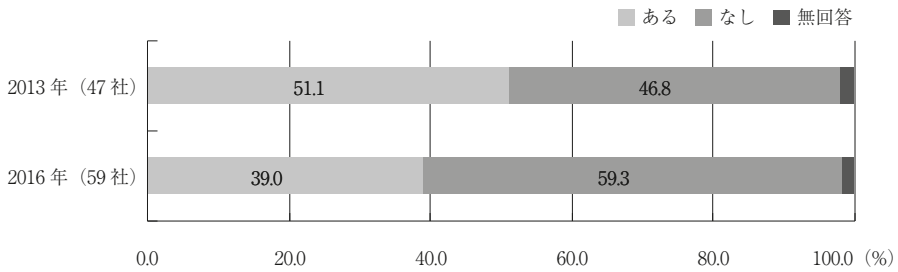
問13は、「第三者からのCSRに関する評価の有無」について尋ねたものである(図6)。この質問項目は、第三者によるCSRの内容やマネジメントに対しての評価(監督や指示など)の有無を知ることが目的である。企業に対して、第三者からCSRの適切性に関する評価が行われ、課題が提示されることが可能となる。ところが、2013年の47社の

図5 ステークホルダーからのCSRへの取組に関する意見や要請の有無



出所) アンケート調査より筆者作成。

図6 第三者からのCSRに関する評価の有無

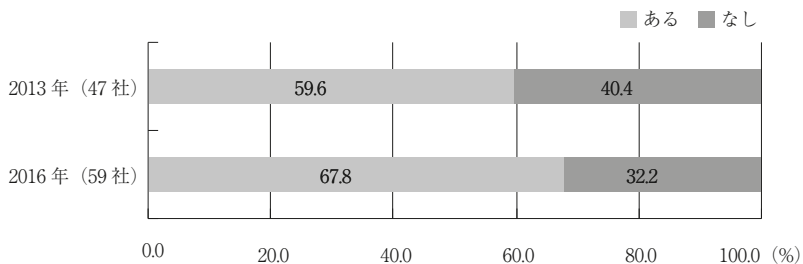


出所) アンケート調査より筆者作成。

うち22社(46.8%)が「なし」と回答したのに対し、2016年の59社のうち35社(59.3%)が「なし」と回答、10ポイント以上増えた。この結果から、第三者からCSRへの監督や指示の度合が下がっていることが確かめられた。さらに、「ある」と記入したものに対して「どのような評価を受けましたか」という質問を設けたところ、寄せられた回答は、「質検部門(各地方に配置している品質検査監督管理機構のこと)から消費者が商品の購入をする際に適切な情報提供を行っているかについて聞かれた」、「環境保護局による定期的な水質サンプル検査を受けている」といった政府機関からの監督が多く挙げられた。

問14は、「政府や関連組織・団体と共同で行うCSR行動への取組の有無」について尋ねたものである(図7)。「ある」と回答した企業に関して、2016年は2013年と比べて約8ポイント増となり、40社が「ある」と回答し、59社のうち67.8%を占めた。さらに、「ある」と記入したものに対して「それらの組織や団体と共同でCSR行動に取組む実例を教えてください」という質問を設定した。2013年の記入例において「省共産党委員会が主催した『3万名の幹部による農村への経済・教育・公共サービスなどの支援事業』に参加し、地域発展への協力を展開している」、「地元政府の指示のもと、無償で村の役場を建設し、事務用品一式を提供した」、「行政機関と共同で農業及びその取扱に対する正しい知

図7 ステークホルダーと共同で行うCSR行動への取組の有無

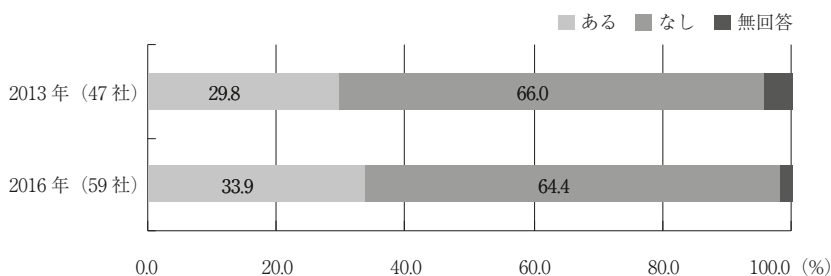


出所) アンケート調査より筆者作成。

識の普及に協力した」などが挙げられた。また、2016年の記入例において「地元政府と共同で『社会主義新農村建設』プロジェクトに参加している」や「ゴミの回収とリサイクルに関して関係者と協議・連携してその作業を支援した」、「老朽化した住宅建替の設計や、他社と共同で長江周辺の地滑り補強工事に協力した」などが挙げられた。中国では、政府がCSRを推進するために、指導的役割を果たしてきた。2つの年度で記入された事例から、政府あるいは同業他社と連携して取組んでいる記入が多く見られたが、取引先と連携して取組んでいる例も見られた。

問15は、「最高統治機関、関連委員会、社内の独立性を有する組織のCSRの取組への参画の有無」について尋ねたものである(図8)。2つの年度いずれにおいても6割以上の企業が「なし」と回答した。さらに、「ある」と記入したものに対しては、具体的な組織名を挙げて回答することを要請したところ「工会(中国式労働組合)」により従業員の権益を保護するとの回答が多数寄せられた。近年、中国においては、CSRを推進する環境が整っている。中国の企業制度を見れば、企業に対して「工会」の設置に義務を課すことで企業の経済活動に従業員の意見を取り入れるなど、中国におけるCSRへの取組に関する環境はある程度整備されている。さらに、中国では法律の制定を通じてCSRの普及措置が取られている。2018年10月26日に改正された「中华人民共和国公司法」(会社法)第5条は、「政府と公衆の監督を受入れ、社会的責任を負担する」と企業に対するCSRの受諾義務を課している(中国人大網, 2018)。そのほか、政府の要請により、寄付や自然災害への援助などのCSR行動には、ここ数年で大きな進展が見られる。そのほか、「弁公室(事務室)主任が総経理(社長)の指示を受けてからCSR行動を行う」のように最高管理者のもとで直接指示によりCSRを行うという回答が多数見られた。ほかに、「董事会(最高意思決定機関)が不定期に会議を開き、建設企業としての地元雇用の維持・確保に対応策を協議している」と一部の企業には最高統治機関がCSRに取り組んでいる回答も見られる。

図8 企業内部の組織におけるCSRへの参画の有無

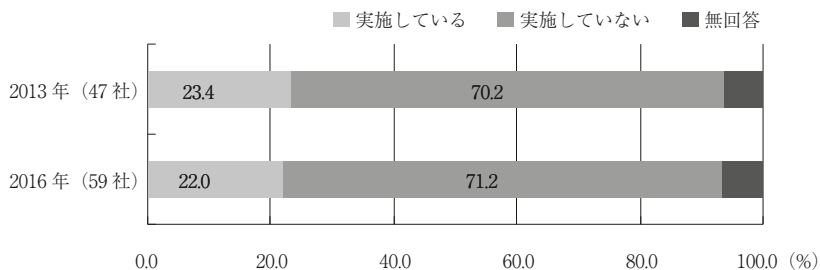


出所) アンケート調査より筆者作成。

問 16 は、「企業内部による定期的な CSR に関する監督や調査の有無」について尋ねたものである（図 9）。2つの年度において、いずれも 7 割の企業が企業内部による定期的な CSR に関する監督や調査が実施されていないことが確かめられた。併せて、「実施している」と記入したものに対して「どのような監督や調査を実施していますか」という質問を設定した。2013 年の記入例における「総経理が CSR の実施状況を確認し、実施の進捗の度合を確認している」や 2016 年の記入例における「オーナーが自ら慈善活動を指示した」などのように多くの記入例は特定の組織を挙げるのではなく、経営者自らの意思によって CSR に関与することを挙げたことから、CSR に関する経営者の影響度は高そうである。中央人民政府（2017）が公表した「健全な企業家の育成環境づくり、優れた企業家精神の推進、更なる企業家の役割発揮に関する意見」では、初めて文書の形式で企業家の地位と価値を確認したうえで、CSR を果たすために企業家が率先して実施することと、CSR の実施者としての名誉と使命感を高めていくことを支援すると記述された。CSR について専属部署に任せて展開されていくが、企業においては経営者の判断により自社の経営に関わる社会的課題に対して自主的に取り組んでいることが多い。言い換えると、CSR への取組において、経営者の意思が強く関与していると言える。

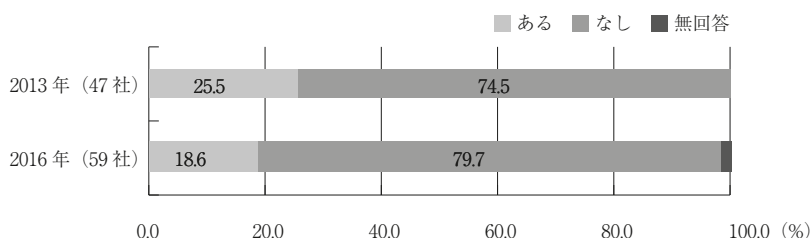
問 17 は、「国内外の CSR の標準に基づく CSR 行動の有無」である（図 10）。この質問は企業の CSR の標準に基づく CSR 行動の有無を知ることが目的である。このうち、「なし」と回答した比率は、2013 年が 74.5%（47 社のうち 35 社）であるのに対して、2016 年が 79.7%（59 社のうち 47 社）となった。2つの年度において大多数の企業が国内外の標準に基づいていないことが確かめられた。さらに、「ある」と記入したものに対して「どのような標準に基づいて CSR 行動に取り組んでいますか」という質問を設けた。一部の企業には国有資産監督管理委員会が公表した「関与中央企業履行社会責任的指導意見」といった国内の CSR の標準が記入されたが、国外の CSR の標準の記入は確認されなかった。この項目の回答から、国外の CSR の標準がまだ十分に浸透していないことが推察さ

図 9 企業内部による定期的な CSR に関する監督や調査の有無



出所) アンケート調査より筆者作成。

図 10 国内外の CSR の標準に基づく CSR 行動の有無



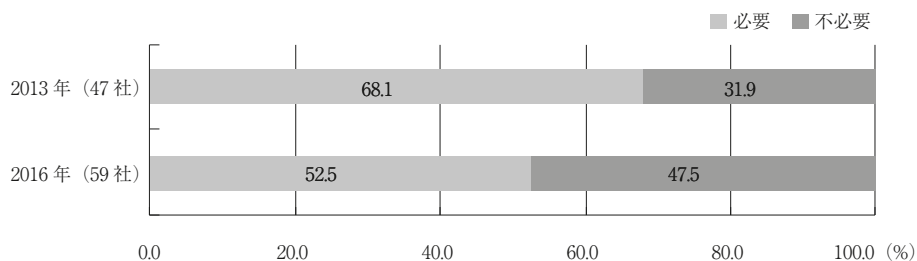
出所) アンケート調査より筆者作成。

れる。

問 18 は、「国際的標準に基づいて CSR 行動に取り組む必要性の有無」について尋ねた (図 11)。ここでの「国際的標準」とは国際機関が公表や制定した CSR に関連する各種の行動規範・ガイドラインのことを指す。このうち、「ある」と回答した割合に関して、2013 年が 68.1% (47 社のうち 32 社) であるのに対して、2016 年が 52.5% (59 社のうち 31 社) となった。2 つの年度においていずれも半数以上が「ある」と回答したことから、企業が国際機関の CSR の標準に基づく行動を展開する意欲が旺盛であることが確かめられた。ところが、「知っている国際機関の CSR の標準があれば教えてください」と追加質問を設けたが、多くの回答で CSR の標準ではないものが記入された。

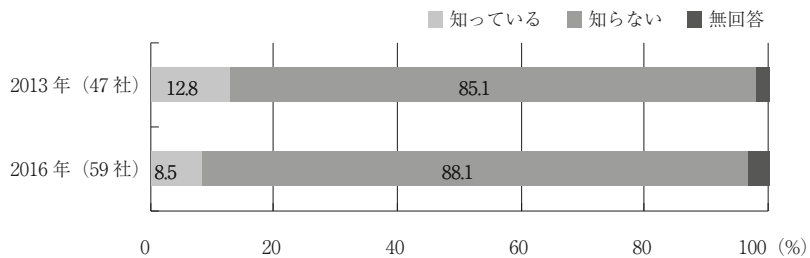
問 19 は、「国家、地方政府、商工会、協会、関係団体など CSR に関する優れた標準の認知」について尋ねた (図 12)。2013 年 40 社と 2016 年 52 社が「知らない」と回答し、47 社と 59 社のうちそれぞれ 85.1% と 88.1% を占めた。この結果から大多数の回答者が中国国内機関が公表した CSR に関連する標準やガイドラインを知らないことが確かめられた。さらに、2 つの年度において、数名の回答者が「知っている」と記入したものの、「食品安全管理制度」や「薬品経営質量管理規範」といった CSR の標準ではないものが多く

図 11 国際的標準に基づいて CSR 行動に取り組む必要性の有無



出所) アンケート調査より筆者作成。

図 12 中国国内における CSR に関する標準の認知



出所) アンケート調査より筆者作成。

記入された。この調査結果から、企業が CSR に取組むために、まずは経営者をはじめ企業関係者に対して CSR の標準を普及することが急務であると考えられる。

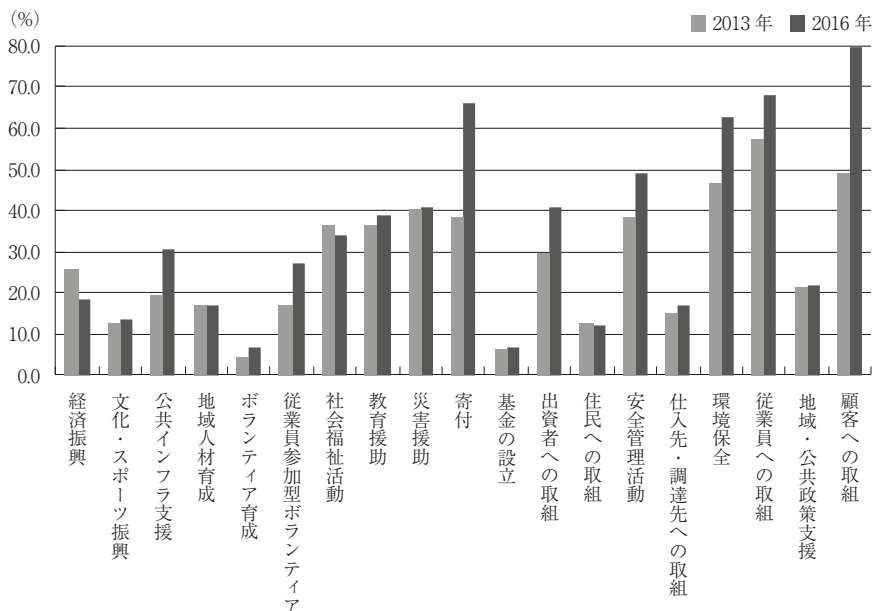
問 20 は、取組んできた CSR 行動を挙げていただいた (表 2)。図 13 は表 2 に基づいて作成された棒グラフである。2013 年では、「従業員への取組」が 1 位で、2 位が「顧客への取組」、3 位が「環境保全」、4 位が「災害援助」、5 位が「寄付」と「安全管理活動」という順位であった。並びに、2016 年では、多い順に挙げると、「顧客への取組」、「従業員への取組」、「寄付」、「環境保全」、「安全管理活動」というのがトップ 5 である。2 つの年度を比較すると、2013 年の 1 位の「従業員への取組」が 2016 年において 2 位となり、逆に、2013 年の 2 位の「顧客への取組」が 2016 年において 1 位となった。企業のより顧客重視の姿勢が看取される。「環境保全」と「寄付」は 2 回ともにトップ 5 に入り、比較的重要視されていることが分かる。進行する地球温暖化は、経済発展と改善のこれまでの成果を大幅に減少させ、地域の将来を危険にさらす可能性がある。ADB (2017) が発表したアジア太平洋地域における気候変動が及ぼす影響を分析した報告書は、現在のペースで進む地球温暖化が改善しない限り、今世紀末までに中国の一部地域では気温が 8 度上昇すると予測し、その地域の気温上昇は地域の産業をはじめ、都市開発、住民の健康や生物多様性などに多大なる打撃を与えると警鐘を鳴らした。さらに、同報告書は、それを回避する取組として、アジア太平洋地域における環境を保護するための気候変動への取組が非常に重要と強調した。このほか、World Economic Forum (2018) では、グローバルリスク報告書 2018 年版が公表され、主たる内容として、グローバルにおける 30 のリスクが挙げられている。そのうち、発生可能性が高いリスク上位 3 位は、1 位が「Extreme weather events (異常気象)」となり、「Natural disasters (自然災害)」と「Cyberattacks (サイバー攻撃)」が 2 位と 3 位となっている。なお、負の影響が大きいリスク上位 3 位として、1 位が「Weapons of mass destruction (大量破壊兵器)」となり、次に発生可能性が高いリスクにもランキング入りした「異常気象」(2 位)と「自然災害」(3 位)が続いている。

表2 CSRにおける各分野の取組の一覧

取組	2013年		2016年	
	社数	割合(%) (社数/47)	社数	割合(%) (社数/59)
経済振興	12	25.5	11	18.6
文化・スポーツ振興	6	12.8	8	13.6
公共インフラ支援	9	19.1	18	30.5
地域人材育成	8	17.0	10	16.9
ボランティア育成	2	4.3	4	6.8
従業員参加型ボランティア	8	17.0	16	27.1
社会福祉活動	17	36.2	20	33.9
教育援助	17	36.2	23	39.0
災害援助	19	40.4	24	40.7
寄付	18	38.3	39	66.1
基金の設立	3	6.4	4	6.8
出資者への取組	14	29.8	24	40.7
住民への取組	6	12.8	7	11.9
安全管理活動	18	38.3	29	49.2
仕入先・調達先への取組	7	14.9	10	16.9
環境保全	22	46.8	37	62.7
従業員への取組	27	57.4	40	67.8
地域・公共政策支援	10	21.3	13	22.0
顧客への取組	23	48.9	47	79.7

出所) アンケート調査より筆者作成。

図13 CSRにおける各分野の取組のデータ分布



出所) アンケート調査より筆者作成。

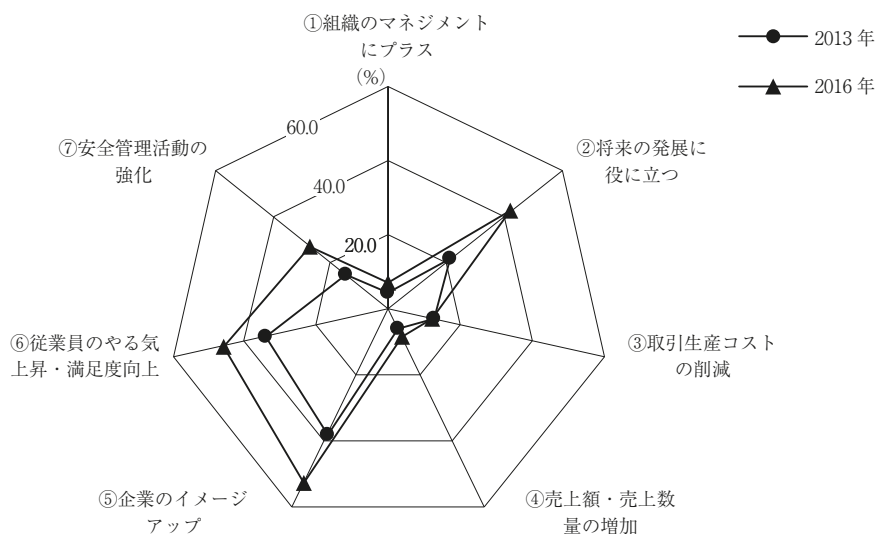


さらに、発生可能性が高いリスクと負の影響が大きいリスクにおいて、「Failure of climate-change mitigation and adaptation（気候変動の緩和と適応への失敗）」がいずれも第5位となった。リスクとはいえ、影響が大きく、発生可能性が高いと位置づけられるリスクの中、環境関連事項が続いていることから、現実にならないように企業を含む全ての関係者がどのように行動に移せるかが問われている。これから、環境保全に関する取組をより一層重要視する必要がある。

しかしながら、2013年のトップ5に入っていた「災害援助」が、2016年のトップ5には入っていなかった。全体的傾向として、「顧客への取組」、「従業員への取組」、「環境保全」、「寄付」に取組んでいるところが多いことが確かめられた。それとは別に、年度を問わず、「ボランティア育成」、「基金の設立」や「住民への取組」についての関心度は低い。顕著な変化としては、「顧客への取組」（2013年が48.9%、2016年が79.7%）と「寄付」（2013年が38.3%、2016年が66.1%）において大幅増が確かめられた。それ以外に2016年は2013年と比較して、10ポイント以上増加した項目は、多い順に挙げると、「環境保全」15.9ポイント増、「公共インフラ支援」11.4ポイント増、「安全管理活動」10.9ポイント増、「出資者」10.9ポイント増、「従業員」10.4ポイント増、「従業員参加型ボランティア（従業員が地域のボランティア活動に参加）」10.1ポイント増が挙げられる。それとは逆に、減少した項目において最も顕著なものとして「経済振興」6.9ポイント減（2013年が25.5%、2016年が18.6%）が挙げられる。今後、顧客や従業員だけでなく、多様なステークホルダーの満足を追求する企業行動は求められる。

問21は、CSR行動により期待される効果を挙げていただいた。図14はCSR行動により期待される効果の分布を示す。1位がいずれも「企業のイメージアップ」（2013年が38.3%、2016年が52.5%）である。中小企業にとってCSR行動はそもそも自社の存在を社会に知らしめることができるというメリットがある。続いて、2位が「従業員のやる気上昇・満足度向上」（2013年が34.0%、2016年が45.8%）である。従業員のモチベーション向上を狙った企業内部の環境改善により企業自身にとって多くの効果が期待できる。とりわけ、従業員への取組により雇用の確保や創出といった社会的効果を波及効果として考えられ、社内だけでなく社外にも多くのメリットがある。これと類似した調査結果が挙げられる。東京財団政策研究所CSR研究プロジェクト（2018）が日本企業288社を対象とした調査において、CSR行動を通じて自社にどのような効果があるのかに関する回答結果では、1位が「自社の人材育成・優秀な人材確保・従業員の社会課題に向けた理解や関心の向上に寄与した」、2位が「自社の商品のイメージアップに繋がった」であった。同調査対象の企業規模が本稿と異なるものの、CSR行動を通じて企業のイメージ向上あるいは従業員面での充実化を後押しして、企業に好循環が生まれることが認識されている。

図 14 CSR 行動により期待されること



出所) アンケート調査より筆者作成。

このほか、トップ3に入ったのは「将来の発展に役に立つ」(2013年が21.3%、2016年が42.4%)であった。他方、「売上額・売上数量の増加」(2013年が6.4%、2016年が8.5%)、「組織のマネジメントにプラス」(2013年が4.3%、2016年が6.8%)を選択する企業は少数であった。

以上、重慶市と湖北省におけるCSRに関するアンケート調査を2013年と2016年の2回にわたって実施したが、その調査によっていくつもの重要な発見があった。

第1に、ウェブサイトなどのインターネット・メディアにおけるCSRの情報公開に関する調査結果では、2つの年度においていずれも7割以上の企業が「公開していない」ことが確かめられた。しかも、2016年が2013年に比べ、CSRの情報公開が進展するどころか、若干後退している。大企業はCSR報告書や統合報告書といったツールを通じてステークホルダーとのコミュニケーションを図っているが、中小企業にはそういったツールが少ないゆえになかなかステークホルダーに伝えにくい側面がある。他方、自社で作成した冊子などを用いて、それぞれで情報発信を行っている企業は存在するものの、ステークホルダーの目に触れにくいという実情がある。今後、中小企業とステークホルダーとのコミュニケーションを活性化させるにあたっては、例えば地方政府、商工会、協会との連携による情報発信で対応する選択肢もあると考えられる。

第2に、企業が重要視しているステークホルダーに対する調査では、2つの年度において、順位が少し変わったものの、トップ3はいずれも「従業員」、「顧客」と「環境」で

あった。かつ、「省市县政府」が重要なステークホルダーとして挙げられた。ところが、2016年は2013年と比較して、列挙された15のステークホルダーのうち、13のものもの比率が増えたが、「非営利組織」と「住民」だけが2.6ポイント減と4.3ポイント減となった。「非営利組織」や「住民」が企業とは直接金銭的取引を持っておらず、企業のそれらに対する関心の薄さが看取されたが、現代社会において多様なステークホルダーが企業に責任を求めている中、中小企業が各ステークホルダーと親密な関係を保つことが重要であろう。

第3に、CSRの標準に関わる調査結果から、企業にCSRの標準に基づく行動が依然として浸透していないことが窺える。CSRの標準に基づく行動を展開するどころか、その標準があまり知られていないことが確かめられた。しかしながら、国際機関のCSRの標準に基づく行動の必要性の有無に関しては、半数以上の企業が「ある」と回答したことから、その意欲の高さが示された。CSRを推進するには、外部からの監督によるものと、内部からの自主的な行動によるものがある。それは、法律により規制するものと、標準やガイドラインに沿って自主的な行動の健全性を是正するものがある。今後、より多くの企業が自主的かつ充実したCSRを行っていくために、標準やガイドラインの普及作業が求められる。

第4に、CSR行動における具体的な取組に関しては、「ボランティア育成」と「住民への取組」が2つの年度ともにワースト3に入った。これらの企業はボランティア活動に対する支援・援助制度を設けている割合が低いこと、住民に対する貢献活動がまだ広がっていないことが推測可能である。中小企業は地域コミュニティとの関係が密接であり、地域コミュニティにおける企業に対する信頼を高めることは企業の持続可能な発展にとって必要不可欠な要素である。そのため、中小企業はボランティアや住民への貢献活動を通じて、地域コミュニティでの相互理解を深め、顔と顔が繋がる信頼関係を構築することが望まれる。

第5に、CSR行動により期待される効果に関して、最も顕著な変化として「将来の発展に役に立つ」が、2016年は2013年に比べ21.1ポイント増となった。この増幅から、企業が将来を見据えたCSR行動を展開していくことが示唆された。企業によって、直接的な企業財務に貢献することがなくとも間接的な企業戦略に貢献する活動もある。それゆえに、CSR行動において事業本体のように直接的な利益だけでなく、間接的な利益を考慮する必要がある。企業の持続可能性の観点からも、CSR行動が企業戦略の一環として行われ、長期的に見ればそのCSR行動が将来の企業利益に繋がることがあると考えられる。

#### IV. おわりに

以上の分析から2回の調査の総括を試みよう。本稿は先行研究における基礎データを用いた研究や、内陸地域の企業を対象とする研究、経年変化に関する研究の少なさを補足することができた。すなわち、アンケート調査を利用した客観的な観測を通じて、内陸地域の中小企業のCSRをキャッチすることができた。さらに、先行研究の一部では比較的情報が入手しやすい上場している中小企業を対象に検証されたことに対し、本稿は現地のコーディネーターの折衝により独自のデータを用いてその現状を窺い知ることができた。しかしながら、2つの課題が残された。まず、同一企業が2013年と2016年でどのように変化しているかについて解析されなかった。2つの年度において連続で協力してもらった企業である重慶市(17社)と湖北省(20社)を抽出して分析が加われば、より一層各企業のCSRの内実が判明する。また、本稿のデータを用いて、先行研究での沿岸地域の江蘇省などを対象としたものに、類似した項目と比較できたら、沿岸地域と内陸地域の特徴や相違性が見出せると思われる。

総じて言えば、CSR行動は企業自身に対してだけでなく、各ステークホルダーをはじめ社会全体に対して影響を与えうる。また、それが今度は企業にとっての利益にも成りうる。したがって、CSR行動は中小企業にとって無関係ではなく、企業戦略の一環として取組む価値のあるものであると考えられる。以上、本稿の分析結果をまとめてきたが、この分析結果は分析対象以外の企業がこれを参考にすることで、企業活動における社会との持続可能な関わり方の改善に寄与したい。

謝辞 本研究は中国西南政法大学引進人材研究資助項目「中国企業社会責任推進体制研究(代表:程天敏)」(課題番号:2018-XZRCXM001)による研究成果の一部である。この機会にアンケート調査にご協力いただいた関係者の皆様には心より感謝を申し上げます。

#### 参考文献

- 梅津光弘・段牧(2015)「経営倫理は中小企業を強くするか—CSR活動を中心に—」『日本政策金融公庫論集』第28号, 75-88ページ。
- 経済産業省(2004)「企業会計, 開示, CSR(企業の社会的責任)政策」経済産業省。[http://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei\\_innovation/kigyoukaikai/](http://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/kigyoukaikai/)(2019年8月20日確認)
- 程天敏(2014)「中国の湖北省22社と重慶市25社の企業の社会的責任における行動分析」『現代中国』第88号, 69-79ページ。
- 程天敏(2017)「中国の重慶市と湖北省59社の企業の社会的責任行動に関する実証分析」『中央大学経済研究所年報』第49号, 487-514ページ。
- 東京財団政策研究所CSR研究プロジェクト(2018)「CSR白書2018—CSRの意義の再認識—」東京財団政策研究所, 1-152ページ。
- 東洋経済新報社(2018)『東洋経済CSRデータeBook2018社会貢献実践編』東洋経済新報社。

- ADB (2017), "A Region at Risk: The Human Dimensions of Climate Change in Asia and the Pacific", ADB, pp. 1–112. <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/325251/region-risk-climate-change.pdf> (20 Aug. 2019)
- Jenkins, H. (2009), "A 'business opportunity' Model of Corporate Social Responsibility for Small and Medium-sized Enterprises", *Business Ethics: A European Review*, Vol. 18. No. 1, pp. 21–36.
- Post, J. E., Lawrence, A. T., and Weber, J. (2007), *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy and Ethics*, 12th Edition, New York: McGraw Hill Higher Education.
- Vázquez-Carrasco, R. and López-Pérez, M. E. (2013), "Small & medium-sized enterprises and Corporate Social Responsibility: a systematic review of the literature", *Quality & Quantity*, Vol. 47. No. 6, pp. 3205–3218.
- World Economic Forum (2018), "The Global Risks Report 2018 13th Edition", World Economic Forum, pp. 1–72. [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GRR18\\_Report.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GRR18_Report.pdf) (20 Aug. 2019)
- 陳永清・羅敏 (2014) 「中小企業社会責任研究綜述」『沿海企業与科技』第 159 号, 32–35 ページ。
- 陳承・張俊瑞・李鳴等 (2015) 「中小企業社会責任の概念, 維度及測量研究」『管理學報』第 12 卷第 11 号, 1687–1694 ページ。
- 高凡雅・田高良・王喜 (2017) 「中小企業履行社会責任能緩解融資約束嗎?」『科学学与科学技術管理』第 38 卷第 6 号, 133–143 ページ。
- 焦永紀 (2015) 「基層員工視角の中小企業社会責任現状研究—基于人力資源管理人員の調査問卷—」『改革与開放』第 428 号, 127–128 ページ。
- 林漢川・秦志輝・池仁勇 (2017) 『中国中小企業發展報告 2017』北京: 北京大学出版社。
- 孟愛華 (2013) 「国際視角下我国中小企業責任履行之外部因素研究」『三峡大学学报 (人文社会科学版)』第 35 号, 36–38 ページ。
- 『人民日報』「首個小微企業健康指数發布」2017 年 4 月 26 日。
- 薛瓊・肖海林 (2016) 「制度環境, 組織資源与中小企業社会責任—基于北京市中小企業的經驗数拠—」『山西財經大學學報』第 38 卷第 10 号, 89–101 ページ。
- 葉俊宇・梅強 (2018) 「世論環境影響中小企業社会責任行為的探索性研究—以安全生產為例—」『經濟管理』2018 年第 2 号, 89–103 ページ。
- 中央人民政府 (2017) 「中共中央國務院関与营造企業家健康成長環境弘揚優秀企業家精神更好發揮企業家作用的意見」中华人民共和国中央人民政府 2017 年 9 月 8 日。 [http://www.gov.cn/zhengce/2017-09/25/content\\_5227473.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2017-09/25/content_5227473.htm) (2019 年 8 月 20 日確認)
- 中国人大網 (2018) 「中华人民共和国公司法 (2018 年改正)」2018 年 11 月 6 日。 [http://www.npc.gov.cn/npc/xinwen/2018-11/05/content\\_2065671.htm](http://www.npc.gov.cn/npc/xinwen/2018-11/05/content_2065671.htm) (2019 年 8 月 20 日確認)
- 中小企業合作發展促進中心 (2013) 「中国中小企業社会責任指南」中小企業合作發展促進中心, 1–22 ページ。
- 中小企業局 (2016) 『促進中小企業發展規劃 (2016–2020 年)』北京: 工業和信息化部。

付録1 2013年の企業リスト

番号	企業名(重慶市1～25, 湖北省26～47)	業種
1	雲陽融申房地產開發	不動産業
2	雲陽県金頂印刷廠	製造業
3	雲陽県三峡移民水泥廠	製造業
4	雲陽県江峡建築工程	建築業
5	雲陽長源經貿	卸売・小売業
6	雲陽県藤竜商貿	卸売・小売業
7	雲陽県隆図商貿	卸売・小売業
8	雲陽県尚品商貿	卸売・小売業
9	雲陽県大發汽車銷售	卸売・小売業
10	雲陽県和平機車	卸売・小売業
11	雲陽県蓮花市場管理	住民サービス・修理とその他
12	重慶市金昌建築設備租賃	リース・ビジネスサービス業
13	重慶国梁建設(集団)	建築業
14	重慶誠信建築工程(集団)	建築業
15	重慶仁達建築工程	建築業
16	重慶偉聯建設	建築業
17	重慶雲晟建設	建築業
18	重慶市百事達汽車	卸売・小売業
19	重慶市万州区互邦達農薬	卸売・小売業
20	重慶市雲陽県永豊農資	卸売・小売業
21	重慶昌満房地產開發	不動産業
22	重慶国権房地產開發	不動産業
23	重慶雲糧食品	製造業
24	重慶市澎溪廢旧物資回收	製造業
25	重慶四季春農業開發	農・林・牧畜・漁業
26	宜昌珍城房地產開發	不動産業
27	宜昌飛鷹電子科技	製造業
28	宜昌秭源食品	製造業
29	宜昌金迪仏鋁塑	製造業
30	湖北天麗灯饰開發	製造業
31	湖北秭婦百麗靴業	製造業
32	湖北秭婦錦苑家居貿易	製造業
33	湖北華揚玻璃	製造業
34	湖北省秭婦鵬程実業	製造業
35	湖北匡通電子股份	製造業
36	湖北仕外田源生態農業	農・林・牧畜・漁業
37	湖北省秭婦県電力	電気・熱供給・ガス・水道業
38	秭婦鴻翔印務	製造業
39	秭婦県屈姑食品	製造業
40	秭婦県大力紙品	製造業
41	秭婦県天利零售薬業	卸売・小売業
42	秭婦東方超市	卸売・小売業
43	秭婦県北山商貿	卸売・小売業
44	秭婦三峡坤達実業	建築業
45	秭婦県自來水	電気・熱供給・ガス・水道業
46	秭婦県長林賓館	宿泊・飲食業
47	秭婦県投資	金融業

出所) 筆者作成。企業名に「公司」・「有限公司」・「有限責任公司」を略す。

## 付録2 2016年の企業リスト

番号	企業名（重慶市1～30, 湖北省31～59）	業種
1	巫溪县融連房地產開發	不動産業
2	巫溪县城市建设	建築業
3	巫溪县鴻耀建材	製造業
4	巫溪县華安牆材	製造業
5	雲陽県尚品商貿	卸売・小売業
6	雲陽県和平機車	卸売・小売業
7	雲陽県大發汽車銷售	卸売・小売業
8	雲陽県三峡移民水泥廠	製造業
9	雲陽県江峡建築工程	建築業
10	雲陽融申房地產開發	不動産業
11	重慶昌滿房地產開發	不動産業
12	重慶国権房地產開發	不動産業
13	重慶国梁建設（集团）	建築業
14	重慶誠信建築工程（集团）	建築業
15	重慶仁達建築工程	建築業
16	重慶偉聯建設	建築業
17	重慶雲晟建設	建築業
18	重慶市雲陽県永豊農資	卸売・小売業
19	重慶易易商電子商務股份	卸売・小売業
20	重慶市瑞福房地產經紀	リース・ビジネスサービス業
21	重慶市海錦建築勞務	リース・ビジネスサービス業
22	重慶泰和安科技	科学研究・技術サービス業
23	重慶大有建築設計院	科学研究・技術サービス業
24	重慶四季春農業開發	農・林・牧畜・漁業
25	重慶市澎溪废旧物資回收	製造業
26	重慶雲糧食品	製造業
27	重慶緑森鋼化中空玻璃	製造業
28	重慶市奉節県宏耀金属製品製造	製造業
29	奉節県富發建材製造	製造業
30	奉節県東陽建材	製造業
31	宜昌珍城房地產開發	不動産業
32	宜昌飛鷹電子科技	製造業
33	宜昌秭源食品	製造業
34	宜昌市宏鷹建築勞務	リース・ビジネスサービス業
35	荊州市全隆五金機械廠	製造業
36	荊州市山山文化伝媒	文化・体育・娯楽業
37	湖北天麗灯飾開發	製造業
38	湖北秭帰百麗靴業	製造業
39	湖北華揚玻璃	製造業
40	湖北省秭帰鵬程実業	製造業
41	湖北匡通電子股份	製造業
42	湖北省秭帰県七星水泥	製造業
43	湖北大唐盛世彫塑芸術	文化・体育・娯楽業
44	湖北律誠時代文化伝播	文化・体育・娯楽業
45	湖北望新建設	建築業
46	湖北仕外田源生態農業	農・林・牧畜・漁業
47	湖北省秭帰県電力	電気・熱供給・ガス・水道業
48	秭帰鴻翔印務	製造業

49	秭歸県屈姑食品	製造業
50	秭歸県大力紙品	製造業
51	秭歸県天利零售薬業	卸売・小売業
52	秭歸県東方超市	卸売・小売業
53	秭歸県北山商貿	卸売・小売業
54	秭歸県三峡坤達実業	建築業
55	秭歸県自来水	電気・熱供給・ガス・水道業
56	秭歸県長林賓館	宿泊・飲食業
57	秭歸県投資	金融業
58	秭歸県名隆典当	金融業
59	秭歸県龍泉水電	電気・熱供給・ガス・水道業

出所) 筆者作成, 企業名に「公司」・「有限公司」・「有限責任公司」を略す。