

## 9. 事務機器

### 中国の事務機市場概況

中国の事務機器（OA機器）市場は、2008年のリーマンショック、2012年以降の中国経済減速などにより一時的に鈍化した。習政権の「新常态（ニューノーマル）」政策による投資主導から消費主導への路線転換が成長を後押しした事もあり、基本的には堅調に推移してきた。2020年に拡大した新型コロナウイルス感染症の影響で、中国政府によるゼロコロナ政策が実施され始めて以降、断続的且つ大規模な都市封鎖により生産、販売共にこの政策の影響を大きく受ける状況が各社とも長く続いたが、2022年12月に突如としてゼロコロナ政策が解除された。2023年上期末まではこの政策の反動もあり、事務機器業界も比較的好調に推移したが、下期以降は急速に景気の悪化が顕著となり、政府系および民間とも経費削減が徹底され、PV（Print Volume）の減少、機器の使用期間延長、入替商談の減少などが各地で顕著となり、事務機メーカーは正に冬の時代を迎える状況となった。

中国の事務機器（OA機器）市場は、欧米と比較すると中期的にはまだカラー機の成長が期待できる巨大市場であり、今後も事務機メーカー各社は重要市場として注力していくであろう。市場の特徴としては、モノクロ機および低価格のカラー機が主流である点が挙げられる。近年は各社が低価格のカラー機に注力しており、カラー機の販売が大きく成長している。また、米中貿易摩擦を契機として2019年頃から政府系商談を中心に中国産/中国メーカー製造を指す「国産」要求が多く見られるようになり、業界の新たなトレンドとなりつつある。このような市場に対応するため、各メーカーは複合機の性能を限定して、価格を抑えた中国専用モデルやOEM製品の発売などで拡販に努めている。一方でアフターマーケット（トナー、インク、パーツ）は、模倣品やサードパーティー製品の影響により、他国とは異なり純正消耗品販売が市場の本体販売数の増加に連動して伸びないという問題に直面しており、各OA機器メーカーともさまざまな対策を長年に渡って講じているが効果の兆しが見えず、各社とも苦勞している。

#### 多様な販売ルート

事務機の販売ルートに関しては、メーカーの直接販売もあれば、代理店を通じた販売もある。中国は国土が広く、直接販売はおおむね沿岸部の大都市が中心であり、内陸部は代理店を通じて販売する傾向にある。代理販売においてもエンドユーザーに直接販売する場合と、さらに二次卸店などの代理店を通して販売する場合に分けられる。近年ではSI（System Integrator）経由や京東などの巨大プラットフォームを展開するECが新たな販売ルートとして確固たる地位を築きつつある。

### PP印刷分野の拡大

各OA機器メーカーはProduction PrintingまたはProfessional Printing（以下、PP）と呼ばれる、高速・高品質・大量印刷分野にも積極的に進出している。かつてオフセット印刷が担っていたこの分野は、デジタル化に伴い、OA機器メーカーが得意とする電子写真方式およびインクジェット方式により拡大しつつある。このPP印刷分野、特に企業内印刷、グラフィックアートなどの分野に各社が積極的に市場進出、事業拡大をしており、OA機器業界のトレンドとなりつつある。近年は産業用印刷の分野にもOA機器メーカーが進出し、ますますオフセット印刷領域への浸透を図っている。

### 顧客ニーズの多様化

中国経済の発展に伴い、OA機器分野に対するエンドユーザーのニーズも多様化してきた。例えば、印刷環境の分析とデバイスの適正配置によるTCO削減、ICカード認証と連携したセキュリティ管理、PCやサーバーなども含めた総合的なIT環境ワンストップサービスなど、日本や欧米諸国と同じようなオフィス環境を求めるエンドユーザーも増加傾向にある。各社OA機器の機能がコモディティ化を迎えている背景もあり、メーカーは従来のOA機器単体の販売（いわゆる箱売り）からの脱却を図り付加価値の創出に奔走している。また、政府系顧客や中資系大手企業では、全国統括購買を採用する企業も徐々に増えてきた。オフィスのDX化の中で購買仕様に比較的多様なシステム構築を求める入札案件も増え、各メーカーには高度な案件対応、アフターサポートの体制作りが求められるようになっている。

### 中国事務機市場の特徴と問題点

#### 中古機市場：本体販売への影響

中国のOA機器市場において特徴的な点が中古機販売ビジネスである。中古機販売のルートは、海外からの中古機の輸入再生による販売、また国内機器の回収による再販があげられる。中古機の商流は多種多様で、代理店の独自回収による再生販売、専門の中古機業者を介した販売など、長年にわたり確固たる販売網およびサービス網が確立されつつある。中古機市場については統計として正確なデータはないが、新品のOA機器市場と同等もしくはそれ以上の市場規模があるともいわれている。

また、近年はOA機器本体にスピードアップなどを施す改造機が存在もあり、純正のOA機器販売に影響を与えている。本体販売への影響は結果的にアフターマーケットビジネスにも影響を及ぼすため、各OA機器メーカーともこの中古機市場の動向については注視している。

中国政府は環境対策として、企業に対して生産、販売および回収まで含めた製品サイクルへの対応を求めており、廃棄電器電子製品回収処理管理条例（いわゆる中国版WEEE）がOA機器本体に適用された。条例の施行に伴い、

各OA機器メーカーの社会的責任が増していくと同時に、すでに確立されている中古機業者と処理業者、回収業者との間の法整備などは、今後検討が必要になっていくことが予想される。

### 模倣品の存在：アフターマーケットビジネスへの影響

OA機器市場は、機器の販売とそれに伴うアフターサービスのビジネスが中心であるが、中国ではトナーやインク、パーツなどの消耗品に関し模倣品等の影響が大きく、日本や欧米諸国と比較するとアフターマーケットで売上および収益を上げることが大変難しい状況にある。執行機関の摘発活動の強化や法制度の整備等により、公然と模倣品を製造販売する業者は減少しているものの、模倣品自体はいまだ市場に存在している。最近では模倣業者の分業化、巧妙化に加えてEC市場の拡大もあり、従前に比較して摘発活動の難易度は上がっている。また、日本や欧米諸国では一般的に採用されているOA機器のメーターチャージ保守契約は、中資系企業においても徐々に増加傾向にあるものの、いまだ多くの企業では獲得が難しく、各OA機器メーカーの安定したアフターサービスビジネスに大きく影響を与えている。

製品に対する純正消耗品比率は各社および商品セグメントにより多少異なると思われるが、中長期での企業収益、事業基盤の安定のためには、その比率を向上させることがカギとなることは間違いない。特に中国市場では低価格機種が需要の半分以上を占めており、厳しい価格競争の中、OA機器本体で利益をあげることが難しくなってくる傾向にあり、アフターサービスによる安定収益獲得の重要性が増している。

### 各種認証および国家標準、または公告対応に伴うメーカーの負荷増大

特に近年は関連当局から非常に多くの認証、国家標準等規制の公布が相次いでおり、これが強制ではなく、推奨式であったとしても政府調達の際に加点対象となることが多く、この対応に各メーカーが苦慮している状況が続いている。また、後述の「⑤技術標準・製品認証」の建議にも記載したが、新たな認証/標準および公告について、公布日から実施日まで（過渡期）が短く、短期間で対応が求められるケースが多いのも特徴の一つである。

## 中国事務機市場の将来

### 今後の成長と展開

中国のOA機器市場は、先進市場と比較しても巨大な市場である。現状は低価格機が主流の市場ではあるが、過去の先進国同様、経済の発展に伴い、次第にモノクロ中速機、およびカラー機の比率がさらに上昇することが期待される。現に昨今の中国も例外ではない市場変化を見せつつあり、各OA機器メーカーはモノクロ中速機、カラー機の販

売、またソフトウェアなどのソリューションを組み合わせせた付加価値商談の提供に注力している。

また、中国国内におけるWeChatをはじめとしたSNSやECの急速な普及に伴い、メーカー各社の販売やマーケティングの手法には市場への柔軟な対応が求められている。中国は前述のWeChatを用いたWeChatPay（微信支付）やAliPay（支付宝）など、モバイル決済に関して世界一の利用者数を誇っている。OA機器の基本機能がコモディティ化し、価格競争が激化する中、人件費の高騰によりアフターマーケットビジネスの全体的な収益性低下も避けられない。モバイル決済による印刷料金支払いへの対応など、付加価値提供による差別化が今後のOA機器業界のトレンドとなっていくと思われる。また、政府系商談を中心に中国メーカーの指定商談が徐々に増えており、外資メーカーが参加できない商談も出てきていることからこの対応もメーカー毎に進めていく必要がある。日系企業は以上のような産業・市場認識の下、日々ビジネスに取り組んでいるが、その中で直面している問題・建議として、以下の内容を中国政府に改善要望したい。

### <建議>

#### ① 製品標識標注規定廃止に対する代替措置

- 製品標識標注規定の廃止に伴い、製品品質法に従うと輸入製品についても国内製品と同様の記載が必要になっている。例えば、生産工場の名称と住所を記載する必要があるが、国外生産委託製品の場合、委託先の工場名や国外の住所を記載するよりも、製品標識標注規定で許可されていた輸入業者または販売者の情報を代替として記載する方が消費者にとっては有意義と考えられる。製品標識標注規定廃止に対する代替措置の検討を要望する。

- 本体の修理サービス用のパーツについては、基本的にDealer-Enduse契約当事者間で販売されている。パーツは基本的に専門能力を有するサービスマンが取扱う商品であり、このパーツ製品の包装表示に関する表示事項はエンドユーザー向けのものよりも簡略化し、当事者間の契約に従って提供してもよいと明確化することを要望する。

#### ② 「電器電子產品有害物質制限使用管理弁法」

- 合格評定制度は正式運用が開始されているが、電池については技術的にも別途規定し、製品としても部品としても対象目録から除外し、EUなど世界の制度と整合性を取っていただくことを要望する。

- 規制物質追加や標識要求が改定される場合、実施に向けての準備に配慮いただき、1年以上の十分な移行期間を設定することを要望する。

## ③ 模倣品（消耗品）取り締まり

- 行政による模倣品の取り締まりは強化の方向にあるものの、依然として模倣品（消耗品）が多く存在している。懲罰的効果を高め、再犯を防止するためにも、トナーボトルやインクボトルのプラスチック成型用の金型（高価であり製造自体に時間がかかる）の押収を要望する。
- 中国で生産される模倣品が海外へ輸出されることにより、海外市場での模倣品流通を助長する恐れがある。欧州で模倣品として差し止められた製品の出荷元の多くは中国および香港であるとするEUの報告もある。税関による模倣品輸出取り締まり強化を要望する。

## ④ 改造機を取り締まり

事務機器の改造機は、外観の名称変更による虚偽表示から、事務機本体のコントローラーの改造によるスピードアップや機能の追加など多岐に渡る。改造方法は年々巧妙化しており、組織的に改造を専門とする業者も存在しており、消費者は正規品であるか判断できないものが多い。消費者保護のためにも、引き続き改造業者の取り締まり強化を要望する。

## ⑤ 技術標準・製品認証

- 2016年国務院弁公庁は「統一グリーン製品標準/認証/標識システム構築に関する意見」を発表した。しかし実態として、低炭產品、生態設計產品、綠色設計產品、綠色產品認証など新しい製品環境標準および認証の検討が止まらず、従来からある標準と認証も併存し、企業にとっては対応すべきものが次々と増え負荷が大きくなる事が懸念される。統一計画を情報公開し、整理・集約を要望する。
- 強制性標準の適合期限について、下記3点の改正案を建議する。昨今中国政府から新たな強制標準の執行が多発している。新強制性標準の実施日以降、中国国内製品として生産するもの、または海外生産品を輸入製品として通関する製品は、メーカーとして期限までに新強制性標準を満たすように努力する。一方で、新強制性標準の実施日より前に旧標準に従って国内で生産または海外から適切に輸入された製品（以後「旧品」と略称）については、(1) 生産日（輸入製品：通関日）当時の標準を問題なく満たしているため、販売会社在庫となった旧品を継続販売してよいとすることを要望する。仮に新強制性標準の実施日以降、健康と財産安全の保障など特殊な事由のために旧品の販売を禁止すべき特殊な事由がある場合、個別にその内容に応じた法令を発行することを要望する。
- (2) もし上記(1)が困難な場合、新強制性標準の実施日以降に行われる市場採取検査にお

いて、旧品に対して生産日（輸入製品：通関日）当時の標準に従った検査をお願いすると共に、旧品の販売者に対して新強制性標準に適合しない製品の販売を理由とした法的責任を追及しないと明確化していただきたい。(3) または、新強制性標準への対応期間（標準の公布日から実施日）に対して、企業が十分に旧品の消化ができる期間を設定していただきたい。具体的には旧/新標準の過渡期となる標準の併用期間を十分に設定し、その間は旧/新標準どちらで生産/輸入、販売しても構わないとする。現在は標準の公布日から実施日までの猶予が通常1年間以内であるが、この期間内に一斉切替に対応しきれず、新標準に対応するために一部旧品用の部品を工場で廃棄せざるを得ないケースもあり、メーカーとして対応に苦慮している。またこの期間では既に購入した旧品在庫を消化するには足りない。十分な過渡期間を与えられない場合、上記(1)または(2)を明確していただきたい。

背景：最近、市場監督総局より「新強制性標準の実施日以降、旧品を販売してはならない」との意見が発表されている。しかし、この場合、新標準の公布日から実施日まで（過渡期）が通常1年しかない中で、メーカーの設計/製造変更はそもそも困難なことであるが、さらに市況が急速に悪化した昨今の中国市場での販売会社の在庫の回転率を考慮した上対応することになるため、過渡期は実際数カ月間しかなく、メーカーの対応は極めて困難である。旧品販売禁止はメーカーの負担コストが高くなり、結果として中国消費者にその負担分が転嫁され消費者の不利益につながる恐れもある。消費者保護の観点からも上記(1)(2)(3)の対応を要望する。

## ⑥ 「安可」または「信創」

「安可」または「信創」にかかわるリストの存在や適用される製品の範囲、要求内容や基準の明確化、市場参入の透明性、予見可能性を確保していただきたい。特に情報セキュリティ領域への参入基準や条件について明確な規定がなく、海外企業による参入を実質上困難にしている。加えて、予見可能性を高めるために、本件に認証された製品の情報公開を要望する。

## ⑦ 情報セキュリティに関する国産要求

中国企業の開発・製造であることをもって、情報セキュリティの要求を満たす要件としないよう要望する。外国企業の製品であること、中国製では無いという理由のみをもって外資企業製品が排除されることにより、高いセキュリティ機能を有する製品までも政府調達から排除されることは、不合理な差別であり、中国の対外開放の政策と相容れない。