



第4号 ご挨拶

新年度が始まりました。今年は各社の中国マネジメントの入れ替わりも多いようです。心機一転、中国ビジネスを見直す年です。日本人の意識が変わってからは、中国事業の改革は手遅れになってしまうかもしれません。また、改革の実行も計画に1年、実行に1年では環境の変化についていけません。中国子会社の経営課題については、現地担当者は本社が中国事業の重要性を認識できるように十分な情報の提供と説明を、日本本社のマネジメントも本当の意味での投資機会をとらえるために、積極的に意思決定できるよう準備する必要があります。これに付随して「経営課題に対応した会計や税務及び法務の視点をしっかりと押さえ、その上で経営管理上の落としどころを探る」というアプローチが必要です。

裾野の広い消費者の動向は以前は情報量が多すぎることが問題で市場調査にしても調査対象を無作為ではあるものの特定化したサンプルをベースに行っていました。しかし技術の発展と共にデジタル化が進む中で消費者など不特定多数の大量の情報を処理することも可能になってきています。そのような背景から、最近では消費者に最も近づいた企業が一步抜きで存在になると言われています。KPMGは消費者の行動の5つの要素に注目しました。私の動機（行動と期待を促す特質）、私の関心（私たちが関心と注目を向ける方向）、私のつながり（デバイス、情報、人とのつながり方）、私の時間（時間の制約をバランスよく調整する方法と、ライフイベントを通じたバランスの変化）、私の財布（ライフイベントに応じた支出配分の調整方法）です。これらを組み合わせることにより、消費者の複雑な意思決定プロセスを理解し、変化する態度、ニーズ、行動について理解を深めることができます。

KPMG 中国 GJP 中国総代表 高部 一郎

1. 中国子会社 経営管理上の落とし所を探る（前編）

中国は、グローバル・ビジネスを展開するうえで無視することのできない重要かつ巨大市場です。しかし、中国では税制等がネックとなり会計処理が進まないということがあります。税務や会計上の問題と認識していたところ、重要な経営課題が潜在している場合もあります。中国子会社の経営課題を考える際には、改めて「会計や税務及び法務の視点をしっかりと押さえ、経営管理上の落とし所を探るというアプローチ」が必要と考えます。

本稿では前後編2回にわたって、中国でビジネス展開をするうえでの頻出する12の経営課題について取り上げます。今回の前編では、主に税務と会計が絡む課題として「発票基準と月次決算」「滞留債権」「輸入価格の決定」「滞留在庫」「原価計算制度」「会計士事務所の選定」の6つを取り上げます。

後編では、「外貨送金と資金繰り」、「人件費」、「減損」、「贈収賄」、「会計不正」、「法改正」の6つの経営課題をご紹介します。

> [全文はこちら](#)（日本語）

2. Me, my life, my wallet - 進化する消費者の先を読む

近年、消費者のトレードオフと意思決定は不透明になり、より短時間で変化するようになりました。人口動態や経済のシフト、そしてインターネットやスマートフォンなど新しいテクノロジーの急速な普及により、ミレニアル世代の消費者行動はこれまでの世代とは異なるものになりつつあります。企業が競争に勝ち抜き、成長を続けるためには、各世代の消費者行動の変化を巧みに捉え、対応していかなければなりません。

- > [全文はこちら](#) (日本語)
- > [全文はこちら](#) (英語)

3. 中国のリーディング・フィンテック企業 50 社 (2017)

フィンテックの勃興は、スマートフォン、ライフログ、クラウド、AI（人工知能）、ブロックチェーンなどの技術の進歩に加えて、これまでの金融機関によるビジネスモデルに代わる新たな金融サービスに対する社会的ニーズが高まってきたことも影響しています。そのため、従来の金融機関だけでなく、ベンチャーを中心とした国内外の企業が次々とフィンテック領域に参入を開始しています。

- > [全文はこちら](#) (中国語)
- > [全文はこちら](#) (英語)

Contact us お問い合わせ先

GJP China Markets: gjpmarkets.china@kpmg.com

Tel: [+86 \(21\) 2212 2247](tel:+862122122247) (日本語)