

中国は社会主義を脱し、資本主義国家として、疾走していると言える。卸し売り市場を見る限り、自由交渉による国籍を超えた商取引である。製造業をベースとした経済は今後も発展を遂げていくと思われる。（消費材はバブルに関係なく生活必需経済である。）

中国・日本というよりボーダレスの時代。

力（魅力）と力（魅力）が協力することにより、新たな魅力の創造。

「交流の時代」

（メリットの融合・デメリットの補完）

中国（企業）が求めているモノ

（ないものを補う）

- ※企業買収・不動産購入含む
- ※生活提案型

製造技術（機械含む）
品質管理・教育
開発力・デザイン力
サービス・エコ
信用力・ブランド力

日本（企業）が求めているモノ

（ないものを補う）

安い製造コスト
顧客としての中国

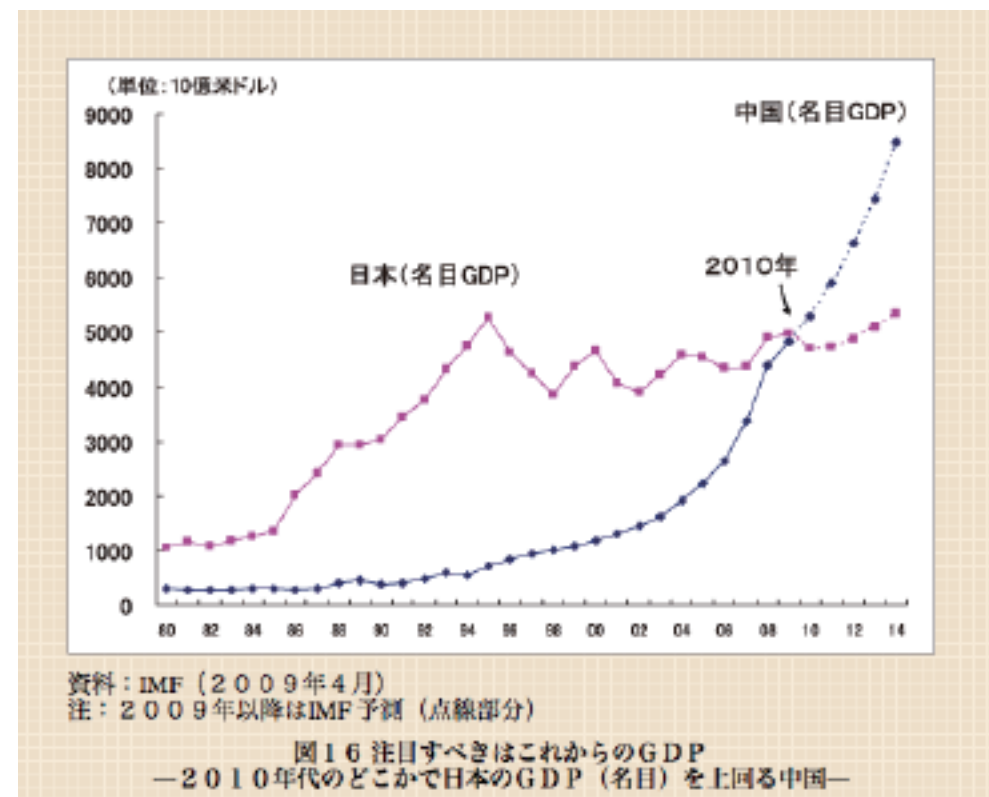
最近のビジネス成功モデル

～日本のデザイン・品質管理と中国の安い製造コストで業界再編～

○ユニクロ、洋服の青山、ニトリ、100円ショップなど

～日本製としての信用力・ブランド力～

○立石造船に見る組み立て工場としての日本（価値創造）



*新たなビジネスの可能性

- 例えば、日本の定年サラリーマンがこれまで培ったきたノウハウを提供するような人材派遣会社の可能性。
- 日本のサービス産業従事者に短期間中国語学研修。
- 日本人への低価格商品、低価格サービスの提供
- 中国人富裕層への高級商品、高レベルサービスの提供