

講演

日中経済関係の発展と今後の展望

(株)富士通総研経済研究所上席主任研究員 朱 炎

1 はじめに

本日の話は四つのパートに分かれています。まず中国経済自体のことで、現在はどのような状態なのか、これからも高成長が続くのか、どこにリスクがあるか、これが一つ目です。二つ目は日本との関係です。これは主にマクロ経済の面と、産業の面で考えた場合のことで、これまで日中間ではどのような経済関係が築かれてきたか、これからはどのような関係に発展していくかについて話します。三つ目はビジネスの面で、経営学にも関係ある話ですが、実際に中国市場で日本企業がどうすべきかについて話します。以上の三つのことを踏まえ、これから日中間でどのような経済関係をつくっていくかについても考えます。

2 中国経済高成長の実態

(1) 経済の高成長と成長要因

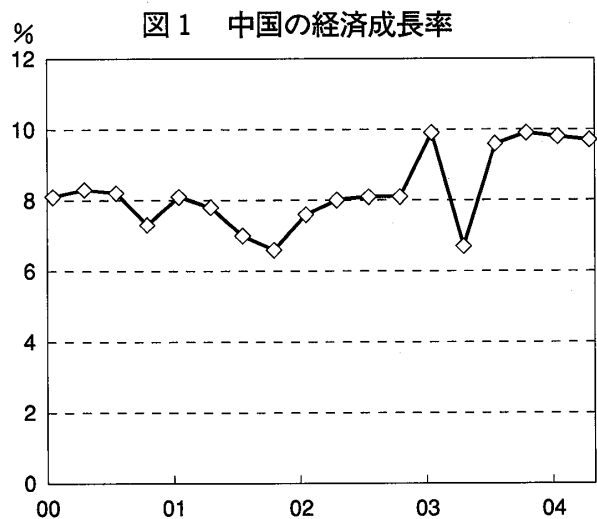
ご承知のとおり、中国経済は高成長を続けています。どの程度の成長かという点、四半期別の実質 GDP の成長率は、昨年 SARS の影響で少し落ち込みましたが、その後はずっと 9%以上の成長が続いています(図1)。今年の第3、第4四半期のデータはこれから出てきますが、おそらく10%弱の成長が続いているとみられます。他の主要な経済指標をみても、いずれも高成長、経済の好調ぶりを物語っています(表

1)。

このような高成長はどのようなファクターによるものなのか、どのようなセクションが牽引しているのか。成長要因としては大きく三つのことが指摘できます(図2)。

まず、輸出の伸びが高い。直近のデータでは、今年(2004年、以下同様)の1月から8月にかけて4割弱の伸びを記録しています。輸出は現在、ほとんどが日本と欧米市場向けです。しかも、輸出の中身は、かつては一次産品や労働集約型製品が主体でしたが、最近では、IT関係が3分の1を占めるようになってきました。

次には投資です。投資は、今年すでに3割以



(注) 四半期別の実質 GDP 前年同期比伸び率。
(資料) 中国国家统计局発表。

⑨ この講演は、2004年10月19日、札幌大学経済学部附属地域経済研究所が主催して行われた講演会の記録です。

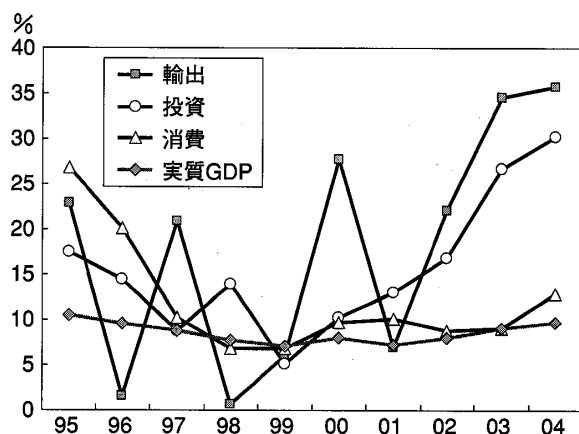
表1 中国の主要経済指標 単位：%

	2003年	2004年1-8月
実質GDP	9.1	9.7
実質工業生産	12.6	17.1
個人消費（小売総額）	12.1	12.9
投資（固定資産投資）	26.7	30.3
消費者物価	1.2	4.0
輸出	34.6	35.8
輸入	39.9	40.8
外国直接投資件数	20.2	11.7
外国直接投資契約額	39.0	38.9
外国直接投資実施額	1.4	18.8
外貨準備高（期末）	40.8	35.5

(注) 2003年は前年比、2004年は前年同期比。2004年のGDPは1～6月、外貨準備は7月末。

(資料) 中国国家统计局発表。

図2 中国経済の主な成長要因

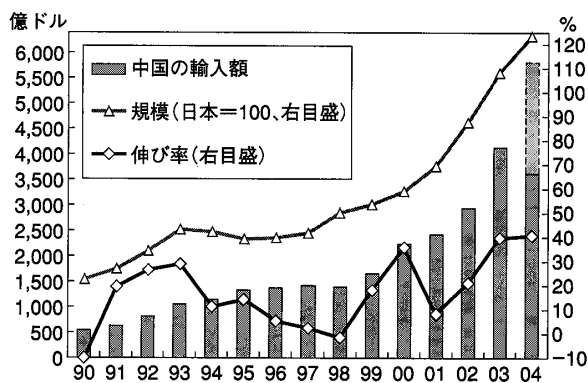


(注) 前年同期比伸び率、2004年のGDPは1～6月、その他は1～8月。投資は固定資産投資、消費は小売総額。

(資料) 中国国家统计局発表。

上伸びています。どの辺りに向かっているかという、一つはインフラ整備で、鉄道、道路、電力、パイプラインなど、各種インフラの整備が急ピッチで進められています。もう一つは都市開発。もしも観光で中国に行かれば、どの都市でも、住宅やオフィスビル、商業施設などの建設ラッシュを目の当たりにされ、都市開発の盛り上がりを実感されるでしょう。さらにもう一つは、今は景気が過熱し、原材料が全面

図3 中国輸入の市場規模（日本との比較）



(注) 伸び率は前年比。2004年は1～8月、前年同期比。点線部分は、2003年実績と2004年1～8月の伸び率で推計した通年の輸入額。日本との比較はドル換算。

(資料) 中国国家统计局、日本財務省資料により作成。

的に不足しています。このため、原材料の生産拡大にもどんどん投資が行われています。

最後に消費です。最近の主な消費スポットは二つあり、一つは住宅、もう一つは自動車です。中国では去年、モータリゼーションが本格的にスタートしました。

このように、三つの要因で経済成長がどんどん引っ張られてきたのです。

経済成長の結果、中国のマーケットは徐々に拡大しています。中国の輸入規模は昨年、4500億ドル位ですが、今年は恐らく6000億ドル位になると思います。近年の伸び率は大体4割位で、かなり高い。更に注目すべきなのは、輸出規模の日本との比較です。日本の輸出総額を100とすれば、中国はどの位か。これまでは大体4割から5割程度でしたが、近年の急速な成長により直近のデータは123に達しました(図3)。つまり、中国の輸出規模は、既に昨年より日本を上回っています。

(2) 景気過熱と引き締めの実施

しかし、高成長で問題も生じている。成長率が高過ぎるため、成長スピードが速すぎるため、一部で経済のバランスが崩れています。

景気過熱がもたらした問題は、主に二つです。一つは、需要の急増によって、原材料、エネル

ギーが全面的に不足しました。また、これに関連することで、輸送能力も足りなくなりました。もう一つは、供給が需要に追いつかないことによって、価格が上昇しています。最近新聞紙上では毎日のように原油価格の高騰が話題になっています。これにはイラクなど、いろいろな原因があるのですが、その中の一つに、実は中国の需要拡大もあるのです。経済の成長が速過ぎることがモノの不足と価格の上昇というアンバランスをもたらし、インフレ気味にもなっている。今はまだインフレというほどではありませんが、インフレに向かっていて、インフレ気味という状況です。

景気過熱の主犯は、おそらく、投資が増え過ぎたことでしょう。最近投資の伸び率がかなり高い。これによって、価格がどんどん上昇しています(図4)。消費者物価(CPI)をみると、今年の7月と8月の上昇率は5.3%。これはべらぼうに高いとは言えないのですが、過去10年間、中国の物価上昇率はほとんどゼロでした。今年に入ってから急に上がったのです。財・サービス別にみると、肉、野菜などの食料品価格の伸びはもっと高い。生産者物価全体は、それほど高くありませんが、そのなか、原材料の価格が急上昇している。世界的に昨年商品価格が全面高になっています。例えば鉄鉱石や石油など、様々な原材料の価格が軒並み上がっています。これは、中国の需要拡大が一つの大きな

理由であろうと思われます。

こういう問題に対し、政府はどのような対策をとっているのでしょうか。これは、引き締めです。具体的には、主に二つの政策を実施しました。一つ目は、投資の抑制です。投資が集中し過ぎて、いずれ過剰になるとみられる分野を特定し、その分野における新規投資を禁止したり、既存の投資案件の中止を打ち出しました。この施策は当初、鉄鋼、アルミ、セメントの三分野が対象になっていましたが、その後、機械など、様々な分野に広がっています。

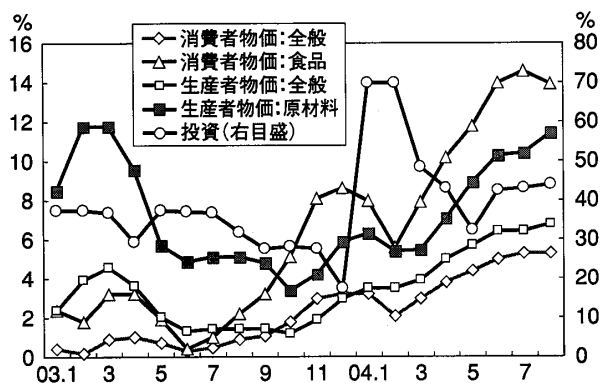
二つ目は、銀行融資の抑制です。これは一番効果的で、お金がなければ投資はできません。既に進んでいる投資も、お金が止められれば中止せざるを得ない。投資の中止や銀行融資の停止に加え、更には新規の土地使用を認可しないことにより、新規投資の放棄や手控えを促しています。

こうした引き締め策は今年に入ってから本格化し、最近、少しずつ効果があらわれ始めています。投資は今までずっと高い伸び率で推移していましたが、最近、伸び率だけはやや抑えることができたようです。投資抑制効果はある程度あらわれています。

一方、価格はどうなっていますか。消費者物価はまだ上がるかもしれませんが、原材料価格の上昇傾向は食い止められています。これを受けて、引き締めの緩和も検討されている模様です。

いずれにしても、経済成長は、今年も多分9%前後で推移するでしょう。引き締め政策の狙いはソフトランディングです。区別せず強く抑えれば経済全体が冷え込んでしまう。一気に経済成長が失速する。このようなハードランディングは避けたい。中国政府は、過熱した部門を抑える一方、消費、ハイテクなど発展させたい分野の投資は引き続き促進することで、ソフトランディングを目指しています。恐らく、実現できるだろうと思います。

図4 投資の急拡大と物価の急上昇



(注) 前年同期比伸び率。投資は固定資産投資。
(資料) 中国国家统计局データにより作成。

(3) 長期的成長の潜在力

中国経済は、将来、どうなるのでしょうか。長期的にみても、中国には成長を持続させるさまざまな条件が揃っています。近年、中国は、世界の工場とよく言われています。工場ということは、中国がどんどん物をつくって世界に輸出しているということです。何故それが可能かというと、端的に言って、中国製品には国際競争力があるのです。中国の競争力を支える条件は、以下に述べるように、少なくとも三つあります。そして、これらの条件は当分揺るぎそうにありません。

一つは、安い労働力の供給です。中国には13億の人口があります。そのうち都市部の人口は5億、農村部は8億です。農村部の8億のうち労働力人口は大体5億ですが、現時点でも2億の人がすでに余っているはずで、現在中国の農村から都市への出稼ぎ労働者は大体1億人に過ぎません。つまり、農村は1億人の余剰労働力を抱えているのです。長期的にみれば、農業の生産効率はさらに上がっていくことを考慮すれば、今後、農村の労働力は3億位で十分だといわれています。そうすると、この余剰労働力は当分、増えこそすれ、減ることはないでしょう。したがって、低廉な労働力の供給は今後も続くと考えられます。

もう一つの条件は、大きな国内市場です。かつての日本も、60年代、70年代、80年代の前半までは、企業は製品をつくれれば売れる、そういう時代がありました。大量生産、大量販売という条件があり、当時日本の経済成長率も高かった。今、中国も同じ条件を備えています。大きな国内市場を抱え、大量生産、大量販売のメリットを享受できます。

しかし、労働力とマーケットだけでは発展できません。三つ目は、やはり競争という条件です。競争という圧力があってはじめて経済は成長の軌道を進みだします。中国は、今でも自らの体制を社会主義市場経済と言っています。社会主義なら平等を尊重し、競争はないと思われるかもしれませんが、しかし、社会主義と言って

も、実際は、中国の現在の体制は資本主義です。私から見ると、競争はある意味で日本よりも激しいのです。

社会全体における市場競争の激しさもさることながら、会社の中の競争も激しい。中国で企業訪問をすると、よくそういう光景に出会います。例えば、オフィスや工場、あるいは食堂など、皆の目にとまるところに経営幹部の業績の一覧表が張り出されています。誰某販売課長、マーケティング部長は先月、目標の90%しか達成していない、あるいは超過達成した、という風に書かれています。目標未達成が3か月も続けば、その人は左遷かクビになります。しかし、2か月連続で目標達成率が120%ならば、多分昇進するか、多額のボーナスがもらえるでしょう。中国企業でも今はこのように激しい競争原理を導入しているのです。

さらに、企業は研究開発にもかなり熱心に取り組んでいます。そうすると、産業競争力がどんどん強化していく。それは、長期の発展のための原動力の一つになります。

需要サイドはどうでしょう。マーケットとしての中国は、どのぐらいの潜在力があるのでしょうか。まず、消費市場としては、既に述べたように、都市部では住宅や自動車の需要が急増しています。また、農村は都市部より発展が遅れ、このような高額な消費財の需要が伸びるまでにはまだ間がありそうですが、その代わり、家電などに旺盛な需要があります。

また、インフラ整備の面でも、道路や鉄道を中心に、非常に大きな需要が見込まれます。詳しくは後で説明しますが、中国のインフラ整備は今後も長期にわたって続きます。

地域開発も重要なファクターです。中国は大きい。広大な国土では、地域間でさまざまな格差が生じてしまいます。これにはもともとの自然条件、国内外市場へのアクセス、あるいは人々の伝統、考え方など、いろいろな要因が考えられます。そして、中国の地域格差は現在、徐々に拡大しています。東部の沿海部分は発展が一番進んでいます。例えば、上海、北京、南の広

州などが一番進んでいる地域です。しかし、新疆、チベットや、西安あるいは重慶などの西部地域はかなり遅れています。そのため、中国は2000年から西部大開発に取り組んでいます。西部地域を発展させるために、インフラ整備や産業の構造調整などを行っています。こうした地域開発のための投資も需要の増大に大きく貢献します。

また、昨年からは始まった地域開発プロジェクトに東北振興があります。中国の東北地域、遼寧省や黒竜江省、吉林省、都市でいうと大連、ハルピンなどは、従来工業基地の役割を果たしてきました。しかし、この20数年間、広東省をはじめとする他地域が目覚しく発展するにつれて、東北地域の地盤沈下が目立っていました。そこで、政府は伝統的な産業基地の再生を目指し、東北振興にとりかかったという訳です。これは莫大な投資案件であり、大きな需要につながります。

さらに、都市化の進展も需要拡大につながります。中国はまだ農民の国です。13億の人口のうち8億はまだ農村にいます。つまり農村人口は6割、都市人口は4割を占め、都市化比率は40%しかありません。日本は恐らく、都市人口が9割以上を占めているのではないのでしょうか。農村人口は、多分全人口の1割位しか占めていないのです。しかし、中国は6割です。そうすると、農村人口をいかに都市に移住させるか、農業人口を他の産業に吸収させるか、ということが、一つの大きな課題となってきます。中国は現在、既存都市の拡大や新都市の建設によって、都市化比率を毎年1.5ポイントずつ引き上げることを目指しています。母数が大きいため1.5ポイントでも大体2000万人位になります。年間2000万人の人口を農村から都市に移住させるには、一体、どれ位の住宅をつくらなければならないのか、どれ位の下水、上水、教育施設、医療、道路などを整備しなければならないか。それを考えるだけでも、いかに大きなマーケットが生み出されていくかが判ります。

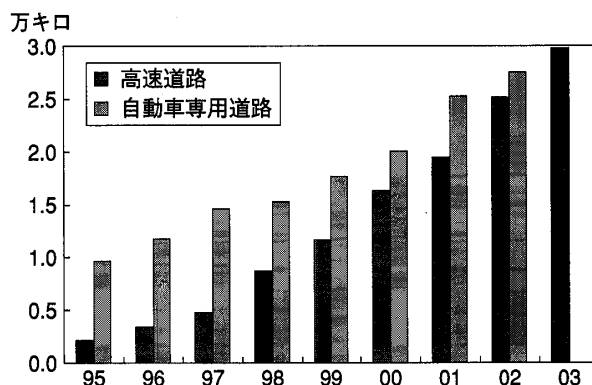
加えて、大都市圏の構築も進んでいます。こ

れは日本の影響です。日本の京浜や近畿、東京湾岸の産業地帯など、これらにおける経験は中国でかなり活用され、今は三つの都市圏が形成されています。一つは広州周辺。これには深圳も含まれます。もう一つは上海周辺。ここには蘇州や杭州、場合によっては南京まで含まれます。そして、三つ目は北京周辺です。

これまで述べてきたことを踏まえると、これからの中国ではどのような産業が有望なのでしょう。すでにいろいろなところで指摘されていますが、例えばインフラ整備、あるいは供給不足が著しい素材、原材料に関わる産業には大きな発展のチャンスがあるといえるでしょう。また、機械、電機、電子、消費などの分野もかなりの成長ポテンシャルを秘めています。

データにもとづいて具体的に説明しましょう。中国の高速道路の総延長の推移をみると、昨年末で3万kmに達しています(図5)。中国の高速道路が90年代に入るまでは建設すらされていなかったこと、95年前後では数千kmしかないことを考えると、この延伸速度は相当なものです。ちなみに日本は現在でも6千km程度にとどまっています。4年前に出した計画によれば、中国は今後10年間で広大な国土を横断する高速道路を7本、縦断する高速道路を5本通す高速道路網を整備していきます。計画完遂後の総延長は10万kmになる予定であり、今後6年間に7万kmを整備する計算になります。中国の道路整備事業の潜在力の大きさが推

図5 高速道路の総延長の推移(年末)



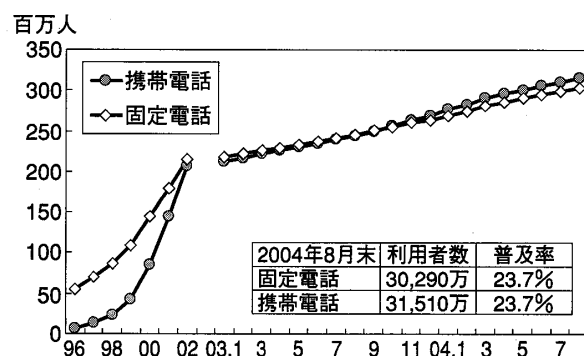
(資料)『中国統計年鑑』各年版。

し量られます。

一方、鉄道はどうでしょうか。鉄道事業も大きなマーケットです。日本の新幹線は1960年代に東京オリンピックの開催に合わせてつくられました。中国も高速鉄道をつくります。最初は北京—上海間の1300 kmです。入札はこれからで、日本の新幹線技術の売り込みも成功するかまだわかりません。しかし、この1300 kmだけでも工事費は1兆5000億円に上ります。中国が計画している高速鉄道網は全部で1万 kmですから、単純に計算しても10兆円を超える規模のマーケットになります。

通信マーケットも急速に拡大しています。中国は既に、固定電話でも携帯電話でも、市場規模で世界一になりました。ユーザーはそれぞれ3億人(図6)。しかも、毎月大体、携帯電話なら500万人、固定電話なら400万人増えるのです。人口が多いですから、普及率は現在でも

図6 固定・携帯電話の利用者と普及率



(注) 期末値。

(資料) 中国信息产业部データにより作成。

23%に過ぎず、50%を超えるには6億人のユーザーが必要でしょう。そこに至るまでにどれ位の携帯電話機が売れるか、どの位の交換機、基地局設備が電話局で導入されるか、これだけを考えても、非常に大きなマーケットになることは間違いありません。ちなみに、中国では昨年、1億9000万台の携帯電話機がつくられ、その半分が輸出されました(表2)。実は、世界で販売される携帯電話機の3分の1は中国でつくられているのです。需給の両面から、通信マーケットには大きな発展が期待されます。また、携帯電話機のみならず、主要IT製品の生産・販売と輸出の状況からもその発展振りがうかがえます(表3)。

パソコンの販売も急速に伸びています。2003年は約1300万台が売れました(図7)。統計のとり方によって違いますが、これは日本と同じか、あるいは中国が若干多いかという数字です。いずれにしても、中国のパソコン市場は毎年、前年比2割増、3割増、4割増といった具合に

表2 携帯電話の輸出

	輸出量		輸出額	
	万台	前年比%	億ドル	前年比%
2002年	6,312		52.8	
2003年	9,532	51.0	73.7	39.5
04年1-6月	6,217	59.6	60.6	109.4

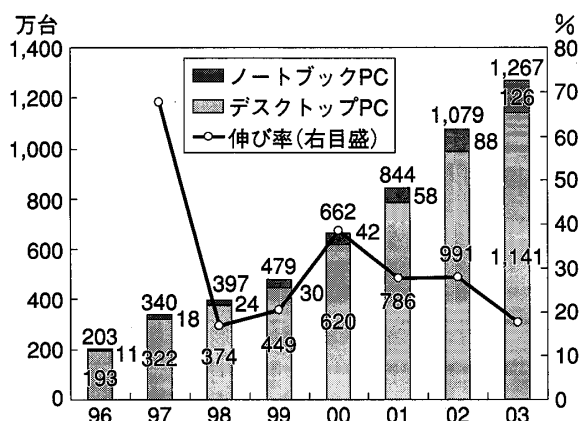
(資料) 中国信息产业部、商業部データにより作成。

表3 主要IT製品の生産・販売と輸出(2003年)

		生産	前年比%	販売	前年比%	輸出額 (億ドル)	前年比%
携帯電話	万台	18,644	54.5	18,321	56.1	73.8	39.4
デジタル交換機	万ライン	5,807	39.0	5,387	34.6	4.5	81.8
カラーテレビ	万台	6,521	30.3	6,500	23.8	25.6	16.6
パソコン	万台	3,216	98.0	3,083	98.9	22.0	55.5
モニター(CRT)	万台	7,326	56.2	7,373	55.2	95.7	62.4
ICチップ	億個	124.1	37.5	122.5	40.5	59.7	165.7

(資料) 中国信息产业部、商業部データにより作成。

図7 中国のパソコン市場の拡大



(資料) 賽迪情報中心 (CCID) による推計。

急激に拡大しています。現在は日本を上回り、アメリカに次いで2番目のマーケットになったといえるでしょう。

次は自動車です。中国のモータリゼーションは、実は2002年から2003年にかけて、本格的にスタートしました(表4)。2003年の販売台数は既におよそ440万台に上り、マーケットの規模では既にアメリカ、日本に次ぐ3番手の地位を占めています。乗用車に限れば200万台ですが、生産台数で見ても、大体アメリカ、日本、ドイツに次いで4番手です。しかし、もっと注目すべきなのは伸び率です。前年比7割増、8割増と、爆発的に売れているのです。今年はさきほど述べた引き締めの影響で自動車ローンの審査が厳しくなりましたが、それでも3割以上の伸び率がある。しかも、これほど売れても、

表4 急発進するモータリゼーション

	2002年		2003年		2004年1-6月	
	万台	前年比 (%)	万台	前年比 (%)	万台	前年比 (%)
販売台数	324.8	38.6	444.4	36.7	255.4	24.2
内:乗用車	112.6	56.0	197.2	75.3	113.2	31.6
生産台数	325.1	38.8	439.1	35.1	267.1	27.1
内:乗用車	109.2	55.2	202.0	85.0	124.6	36.4
輸入台数	12.7	76.9	17.2	35.3	9.6	6.5
内:乗用車	7.0	50.8	10.3	46.5	6.5	21.2

(注) 輸入にはノックダウン組み立ても含まれる。

(資料) 中国汽车協会資料により作成。

中国の現在の自動車普及率は1%台に過ぎません。今後も、中国の自動車産業は急速に発展していくでしょう。

情報化のマーケットも誕生しています。日本はインターネットの普及促進や、電子政府、住基ネットの整備などに取り組んでいます。中国も同じことをやっています。この分野への政府の投資だけで、実は1兆円規模のマーケットができています。

(4) 構造的な問題点とリスク

このように、現在の中国は発展の力に満ち溢れています。しかし、問題点もたくさん抱えています。問題は大きく2種類に分けられます。一つは構造的な問題、もう一つは運営上の問題です。

構造問題の一つ目は所得格差です。社会主義といっても、実は資本主義よりも格差が拡大しています。中国には三つの格差があります。まず、地域格差、東西間の格差があります。次いで、都市と農村の間の格差があります。さらに都市の中にも貧富の格差があります。フォーチュンというアメリカの雑誌の表紙を飾るほどの億万長者がたくさん出る一方、失業者が増加し、農村の人たちは相対的に貧しいままです。所得格差はどんどん拡大しています。

二つ目は国有企業の整理の問題です。中国は過去10年ほど、問題のある国有企業の民営化を進めてきました。しかし、まだ多くの国有企業が残っており、経営は赤字で、大きな債務を抱えています。これを解決するには民営化、売却、閉鎖、合併などによって会社を整理するしかありませんが、その場合、従業員の再雇用が大きな問題となります。

三つ目は、国有企業の問題とも関連しますが、銀行の不良債権問題です。中国の国有銀行の不良債権比率は軒並み2割を超えています。日本の銀行の場合、数年前に金融不安と言われた時期ですら、実は1割程度でした。一番高いときで13%です。中国は今でも20%を超えています。国有ですから倒産を心配する人はいません

が、問題としては厳然と存在します。この問題を解決するには、実は、国有企業問題の解決が前提となります。それは、不良債権化した融資の多くが国有企業を延命させるための融資だったからです。したがって、国有企業を倒産させなければ、不良債権も処理できません。国有企業が失業問題を処理できなければ、倒産できないから、銀行も不良債権を処理できないのです。

しかし、ここまでの三つの問題は、中国がこのまま経済成長を続ければ深刻な問題になりにくい種類のもので、例えば不良債権の問題ならば、成長が続けば地価が上がり、抵当の評価が改善して、不良債権が優良債権になる可能性すらあります。さらに言えば、格差の存在などは、実は成長への原動力にもなり得るものです。ですから、ここまでの問題は、確かに問題ですが、大した問題ではありません。

しかし、これから述べる二つの構造問題はもっと深刻です。一つは、環境問題です。水の問題や大気汚染の問題、砂漠化の問題などです。これらは国外にも影響を及ぼしています。例えば日本でも、春先大陸からは黄砂が飛来し、雨水の酸性化が進行しています。

もう一つの問題は、エネルギー不足です。中国は石炭が豊富ですが、石油は現在不足しています。中国の石油消費量は、およそ年間2億5000万トンです。大体日本と同じです。日本はほぼ100%輸入に頼っていますが、中国はこのうち1億5000万トンを国内生産でまかない、輸入は1億トン程度にとどめています。しかし、これからは輸入を拡大せざるを得ません。したがって、中国がエネルギー消費を拡大すると、実は日本と、国際石油マーケットで購買シェアを奪い合うことになるわけです。このような事情は、先ほども述べたように、現在の原油価格の上昇に端的に現れています。

以上が構造的な問題ですが、運営上の問題にはどのようなものがあるのでしょうか。一つは財政赤字です。しかし、中国の財政赤字は、今のところGDPの5%から6%程度にとどまっております、まだ大丈夫です。景気過熱も問題ですが、

さきほど述べたとおり、改善されつつあります。それから、農業の問題があります。これは非常に大きい。既に指摘した物価上昇の問題ですが、実は一番上昇の激しい分野は食料品です。この背景には、農地の工業用地への転換が急速に進み、農地が減少しているという大きな流れがあるのです。

さらに、よく指摘されるのは、為替レートの問題です。人民元はアメリカドルとリンクしてきました。しかし、この間、中国は急速に発展を遂げ、国際収支も改善し、莫大な外貨準備を持つようになってきました。当然人民元の外貨に対する相対評価は上昇します。したがって、ドルとリンクし続ける中国の人民元の為替レートは、実際の価値にもとづくものよりも低く抑えられているのです。低いことは、輸出拡大には好都合です。しかし、歪みはさまざまな問題もはらみます。例えばホットマネーが流入して、人民元の切り上げを狙うとか、また、輸出が促進されて、外国との貿易摩擦を引き起こしてしまうことが考えられます。しかし、この歪みを直ちに矯正しようとするれば、別の新たな問題が発生してしまうでしょう。

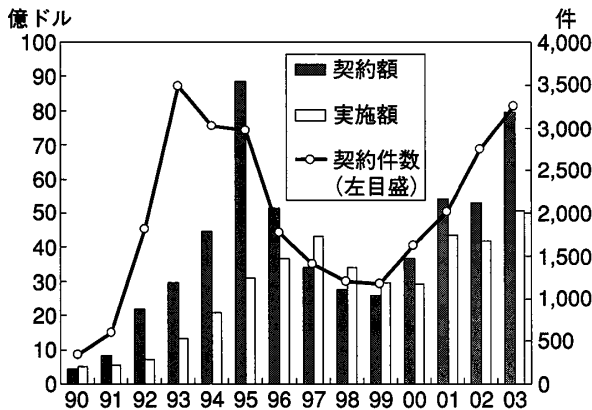
3 日中経済関係の発展

(1) 投資・貿易関係の発展

日本との関係について説明します。まず、日本の対中投資は急ピッチで増加しています。現在までに件数にして2万8000件、金額は契約ベースで570億ドル、実施額でも400億ドルに上ります(図8)。対中投資で、日本は3位もしくは4位の投資者にランクされます。こういった分野に投資が向いているかという点、先ほども述べたように、中国では素材の供給不足が続いています。ですから、近年、日本企業は盛んに素材生産に投資しています。新聞報道によれば、最近、日本企業の対中投資は、素材産業への投資だけでも、既に6500億円程度の投資が決まっているようです(表5)。

人の往来もみてみましょう。中国から日本を

図8 日本企業対中直接投資の推移



(注) 2003年までの累計では、契約件数は28,401件、外資受け入れ全体の6.1%(投資国としては4位)。契約投資額は574.9億ドル、6.1%(4位)。実施投資額は413.9億ドル、8.3%(3位)。
 (資料) 中国商務省外資受入統計。

訪れる人はずいぶん増えましたが、それでも毎年40万人から50万人程度にとどまっています。なぜなかなか伸びないかという、実は日本がビザの発給にいろいろな制限を設けているからです。日本への旅行者のうち純粋な観光客は大体3分の1程度ですが、ビザの制限がなければ、おそらく2倍ないし3倍に増えると思います。一方、日本から中国を訪れる人は年間300万人に上ります。傾向としては、人の往来はさらに活発化しており、相互交流がますます拡大していきます。

貿易をみても、日中間の取引はかなり増加しています。そのため、日本の統計によれば、日本の貿易に占める対中の割合は、輸出、輸入とも着実に伸びています。ただし、中国の統計をみると、中国の輸入と輸出に占める日本のシェアは、実はずっと下がってきています。日本経

表5 素材分野の日本企業の大型対中投資

	企業名	生産の主要製品	総事業費 (億円)	稼動時期
鉄鋼	新日鉄	自動車要鋼板	1,000	05年5月
	JFE	自動車要鋼板	200	06年春
		一貫生産製鉄所	1,000	08年ごろ
	住友金属	自動車向け特殊鋼	172	05年末
	日新製鋼	ステンレス鋼板	545	05年末
化学	三菱化学	ポリエステル繊維原料	330	06年9月
	三井化学	ポリエステル繊維原料	300	08年前半
		光デスク用樹脂原料	100	06年夏
	東ソー	塩化ビニール樹脂	40	06年春
	旭硝子	自動車用ガラス	110	06年春
繊維	帝人	光デスク用樹脂	140	06年央
	三菱レイヨン	アクリル樹脂原料	100	06年初め
		アクリル繊維	110	05年7月
		アクリル樹脂	40	05年春
ユニチカ	ナイロンフィルム	60	05年5月	
紙	王子製紙	印刷用紙	2,200	10年ごろ
	日本製紙	新聞・書籍用紙	100	05年春
合計			6,547	

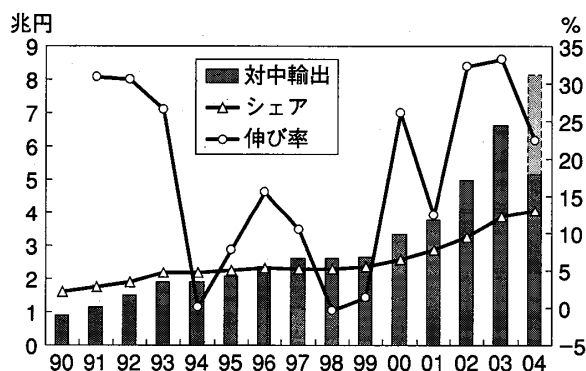
(注) 2005年以降稼動予定の主要投資案件。
 (資料) 日経新聞まとめ (2004年5月31日夕刊、8月11日)。

済にとって対中貿易はその重要性を増しつつありますが、逆に、中国経済にとっては対日貿易の影響力が低下する傾向にあると言えるでしょう。

詳しくみていきましょう。日本の対中輸出は昨年までの2年間連続で3割以上も増えました(図9)。今年1月から8月にかけて少し落ちましたが、それでもまだ2割以上伸びた計算になります。

日本の輸出に占める対中のシェアは現在

図9 日本の対中輸出の拡大



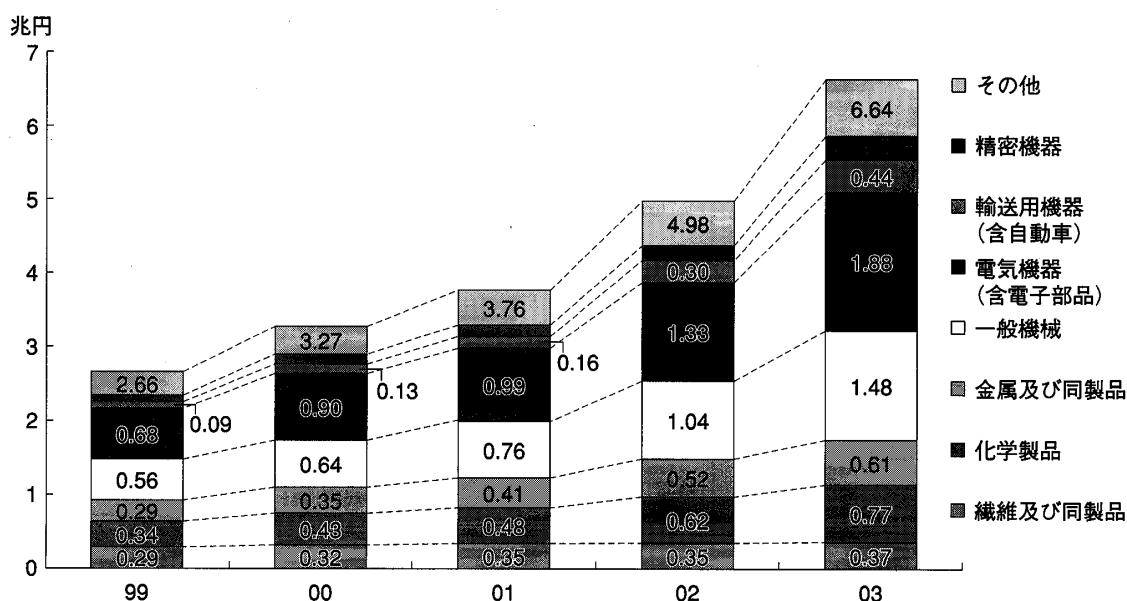
(注) 2004年は1～8月、前年同期比。点線部分は、2003年実績と2004年1～8月の伸び率で推計した通年の輸出額。

(資料) 財務省貿易統計。

13%余りです。これは高くないように思われるかもしれませんが、以前に比べれば、着実に上がっています。日本が中国向けにどのようなものを輸出しているかという点、一番多いのは半導体などを含む電機・電子製品です(図10)。その次が機械製品です。この二つが主要な輸出品目で、金額、伸び率とも大きくなっています。この二つはいずれも日本企業が技術的なアドバンテージをもつ分野の製品です。このことから、対中輸出が拡大すれば、日本が一番得意とする分野が潤う構図のあることが判ります。

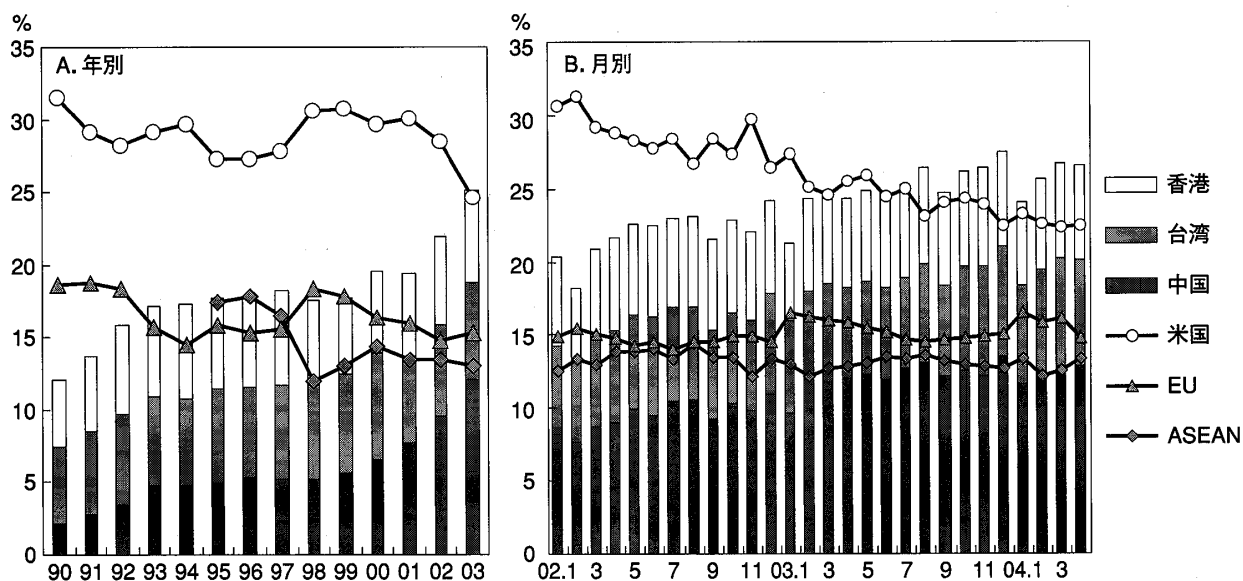
日本の輸出に占める対中のシェアを他国への輸出のシェアと比べると、対米輸出のシェアよりは低い。しかし、香港と台湾への輸出も合計すれば、中華圏への輸出シェアは既に対米輸出のシェアを上回ります。実際、香港へ輸出したものは、大部分が香港経由で中国へ入ります。台湾への輸出のかなりの部分、例えば電子部品とか半導体とか、そういうものは結局中国へ向かいます。ですから、香港、台湾向け輸出のかなりの部分を対中輸出とみなすことができ、これを全部計算に入れると、対中輸出は既に対米輸出を上回っているというわけです(図11)。しかも、名目上も中国向けのものに留めてみても、

図10 日本の対中輸出の商品別構成



(資料) 財務省の貿易統計などにより作成。

図 11 日本の輸出に占める主要国・地域別のシェア



(注) EUは15カ国、ASEANは10カ国。
 (資料) 財務省貿易統計により計算。

日本の対中輸出が対米輸出を上回るのは時間の問題です。数年後、中国は日本にとって最大の輸出マーケットになっているでしょう。

(2) 対中輸出は日本の景気回復を促進

では、対中輸出の拡大は、日本経済にどのような効果をもたらしているのでしょうか。日本の輸出の伸びに対する仕向地別の寄与度をみてみましょう。四半期毎の前年同期比伸び率への寄与度をみると、中国向けの寄与度は近年一貫してプラスです。日本の輸出が全体としてマイナス成長になったときも、中国向けはプラスの伸びを維持しています。これに対し、最大の輸出相手国であるアメリカ向けは、実は2003年以降減少する傾向にあります。つまり、マクロ的にみれば、現在日本の輸出を支えているのは対中輸出であるといえるでしょう(図12)。

日本経済全体へのインパクトも相当なものになっています。日本経済の成長は輸出に牽引される側面が強いことがしばしば指摘されますが、実際、近年の日本の四半期別実質GDPの成長率を前年同期比で見ると、0.8ポイントから1.8ポイント程度は輸出の貢献であることが判

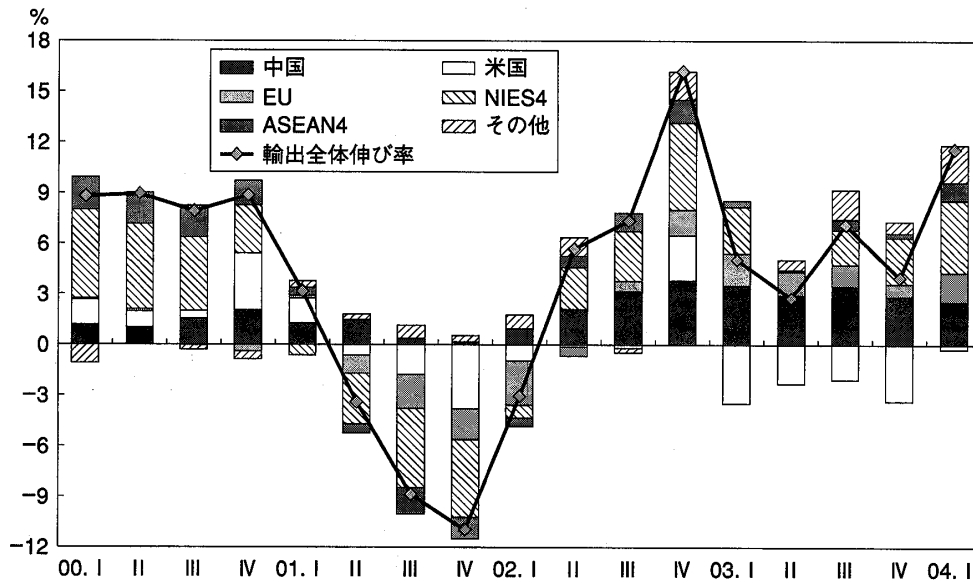
ります。ところが、その輸出を支えているのは対中輸出です。そこで、対中輸出単独の貢献を測ってみると、最も低いときでも0.3ポイント、高いときは1.0ポイントに上ることがみとれます(図13)。つまり、日本の経済成長のかなりの部分は、実は対中輸出の拡大によるものなのです。

(3) 「中国特需」の波及効果

最近の日本経済の景気回復に関して、「中国特需」という言葉がよく聞かれます。デジタル機器の需要と中国特需、この二つが現在の日本経済の景気を支えていると広く認識されています。この中国特需について、産業ごとにみていきましょう。

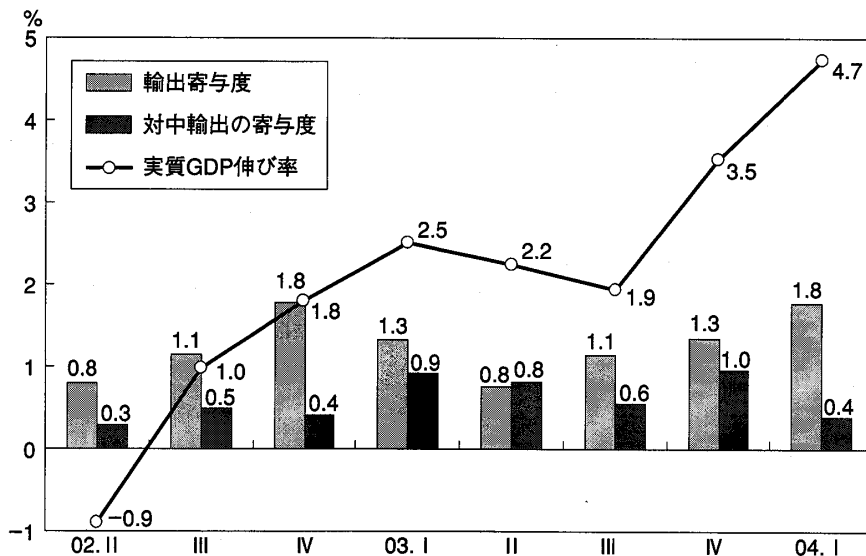
日本の産業はここ数年間リストラに取り組みできました。余剰生産能力、余剰人員、余剰債務をどんどん整理し、ある程度合理的な生産規模を維持できるようになりました。そこに突如中国から需要が殺到したのです。これが中国特需です。これに対し、日本企業は増産と値上げで対応しました。価格を引き上げながら販売を拡大する。当然儲かります。こうして中国特需

図12 日本の輸出における中国および主要国・地域の寄与度



(注) 四半期別輸出の前年同期比。円建て輸出額により計算。
 (資料) 財務省貿易統計により計算。

図13 日本の対中輸出と経済成長への貢献



(注) 実質 GDP 伸び率と輸出の寄与度は前年同期比。対中輸出の寄与度は、GDP 成長に対する輸出の寄与度と、輸出の成長に対する対中輸出の寄与率で計算。
 (資料) 内閣府 GDP 統計、財務省貿易統計により計算。

は日本の産業の収益改善に大きく貢献したのです。もちろん、このような特需を生かしたのは、日本企業がそれまでにしっかりリストラを行ったからに他なりません。

中国特需の効果が特に明らかだった産業は何

かということ、鉄鋼、海運、建設機械、石油化学などです。これらの業種では、多くの企業が最近までずっと赤字か、あるいは業績が伸び悩んでいました。ところが、中国からの需要が突然増えたことによって、ほとんど例外なく、赤字

が黒字に転換し、さらには最高益をあげるころまで出てきました。中国特需の好影響を受けたのは特にこの四つの産業ですが、この四産業の好況が他の産業にも波及し、日本のほぼ全ての産業に良い影響をもたらされています。

さらに詳しく見ていきましょう。鉄鋼業に注目すると、中国は昨年実に2億2000万トンの鉄鋼を生産しています。これは世界一の生産量です。しかし、それでも膨大な需要をまかないきれず、需要の15%は輸入に頼っています。そして、その輸入の2割は、実は日本からの輸入なのです。日本は鉄鋼の輸出国ですが、輸出全体の2割程度が中国向けに占められています(表6)。日本の鉄鋼製品は高価ですが、品質や強度に優れ、様々な面で技術的に高度な製品です。これに対し、中国では日本製品のような高品質の製品はつくれません。経済成長で鉄鋼需要が拡大すれば、日本からの輸入を増やさざるを得ません。こうして、日本の鉄鋼産業はその恩恵に浴すわけです。日本の鉄鋼業界は2002年度には業界全体として黒字に転換し、2003年度には大幅な増益を達成しました。一部の企業は最高

益を出しました。そして、この好況は、海運、造船、重機、プラント、エンジニアリングなどの他産業にも、どんどん波及しています。

自動車産業への影響はどうでしょうか。中国の自動車市場は急拡大しています。非常に旺盛な需要があります。そして、中国のマーケットで売れている自動車のほとんどは国産ですが、その内実は、外国企業が中国でつくる外国ブランドの「中国産車」です。乗用車販売で上位を占める10社のうち、純粋な中国メーカーは8位の会社だけです。あとはすべて外国資本との合弁企業です。その中で、日系メーカーは4位、5位、7位、9位にランクされ、トップ10の中に4社も入っています(表7)。国内の自動車生産・販売が増加すれば、部品の輸入も大きく拡大します(表8)。自動車部品輸入全体の3割から4割は日本からの輸入品です。日系メーカーは部品供給の輸入依存度が高い。つまり、中国の自動車需要が旺盛ならば日系企業の現地生産が拡大し、日本からの部品輸入も増加するという構図があります。日本の自動車産業は、中国の需要拡大から様々な好影響を受けているといえるでしょう。

表6 中国・日本の鉄鋼生産と輸出入の推移

		2000年	2001年	2002年	2003年
中国統計					
鉄鋼生産量①	万トン	12,632	14,254	17,971	21,934
鉄鋼輸入量②	万トン	1,595	1,721	2,449	3,716
②/(①+②)	%	12.6	12.1	13.6	16.9
鉄鋼輸入額③	億ドル	112.6	130.4	160.1	256.0
日本から④	億ドル	33.2	32.8	44.0	53.4
④/③	%	29.5	25.2	27.5	20.9
日本統計					
鉄鋼生産量⑤	万トン	10,645	10,287	10,775	11,051
鉄鋼輸出量⑥	万トン	2,900	3,035	3,612	3,423
対中⑦	万トン	410	465	656	641
⑦/⑥	%	14.1	15.3	18.2	18.7
鉄鋼輸出額⑧	億円	16,003	16,495	19,396	20,660
対中⑨	億円	2,301	2,539	3,659	4,300
⑨/⑧	%	14.4	15.4	18.9	20.8
⑦/②	%	25.7	27.0	26.8	17.3

(資料)『中国統計年鑑』、日本鉄鋼連盟などのデータにより作成。

(4) 高成長の利益を享受できた原因

ところで、日本では以前、中国ビジネスは儲からない、という話がよく聞かれました。今では、中国経済が成長すれば日本企業がどんどん儲かるような仕組みが出来上がっています。この数年間で何が変わったのでしょうか。

まず、中国側の要因として、中国の工業化、すなわち産業の発展が川下、つまり完成品の生産から開始したことが挙げられます。そうすると、生産に必要な部品、素材を調達するため、輸入が拡大します。もちろん、順調に発展して余力が出てくれば、部品や素材も自前で生産できるようになりますが、それが完全にできるまでは、やはり輸入に頼らざるを得ません。ですから、中国で完成品が売れば日本からの部材輸出が拡大するのです。

また、既に何度か触れたように、中国では素

表7 中国乗用車メーカー上位10社の生産販売状況(2003年)

単位:万台、%

順位		生産台数			販売台数		
		万台	前年比	シェア	万台	前年比	シェア
	合計	201.9	83.3	100.0	197.2	75.3	100.0
1	上海大衆(独・VW)	40.5	45.0	20.1	39.6	32.0	20.1
2	一汽大衆(独・VW)	30.2	57.0	15.0	29.8	55.0	15.1
3	上海通用(米・GM)	16.9	51.0	8.4	20.1	81.0	10.2
4	天津一汽(日・トヨタ)	16.7	85.4	8.3	16.5	89.3	8.3
5	広州本田(日・ホンダ)	11.7	98.3	5.8	11.7	98.0	5.9
6	神竜汽車(仏・シトロエン)	10.5	25.0	5.2	10.3		5.2
7	長安汽車(日・スズキ)	10.2	50.0	5.1	10.0		5.1
8	奇瑞汽車(国産)	10.1	100.7	5.0	9.0	80.2	4.6
9	風神汽車(日・日産)	6.6		3.3	6.5		3.3
10	北京現代(韓・現代)	5.5		2.7	5.2		2.6

(注) 第4、5、7、9位は日系合弁企業。

(資料) 中国自動車工業協会の発表などにより作成。

表8 中国の自動車関連の輸出入

	金額(億ドル)		伸び率 (%)
	2002年	2003年	
輸入	78.5	144.5	84.0
完成車	31.7	52.1	64.1
部品	30.0	62.9	109.5
部品セット	16.8	29.5	76.0
輸出	35.1	47.1	34.0
純輸入	43.4	97.4	124.5

(資料) 中国自動車工業協会、中国税関の資料などにより作成。

材の供給難が続いています。このため、素材産業への設備投資が活発です。当然、日本のプラントや日本製の投資財に対する需要が非常に高まっています。さらに、消費財市場についても変化がみられます。従来、中国の一般消費者は低価格志向でしたが、所得水準があがるにつれ、最近では品質、ブランドへのこだわりがでてきているようです。その結果、日本の高品質の製品、ブランド品への需要が拡大しています。

一方で、日本企業の努力も見逃せません。まず、現地販売の拡大に努めました。日本企業の多くは従来、中国で現地生産した製品の多くを日本に逆輸入して日本で販売してきました。そ

れが今や現地販売中心に切り替わり、中国マーケットの急速な拡大によるビジネスチャンスに積極的に対応しています。また、現地調達率の向上にも努力しています。部品や素材を現地で調達できれば、あるいは地元企業に生産してもらえれば、当然コストの削減、利益率の向上につながります。

さらに、2001年のWTO加盟を機に中国政府が外資系企業の国内販売ネットワーク、アフターサービス・ネットワーク構築を認めたため、日本企業も次々と販売・アフターサービスのネットワークを立ち上げています。また、中国市場に投入する製品は、従来のような旧式のモデルではなく最新のものとし、新製品の発売は日本、アメリカ、ヨーロッパでの発売と同時に進行するようにしました。こうした日本企業の真摯な取り組みは、結果として、中国市場における日本企業のプレゼンスを着実に高めています。

4 対中ビジネスをどう進めるか

最後に、中国とのビジネスで留意すべき点をいくつかご紹介しましょう。まず中国市場の捉え方ですが、中国の人口13億人がそのままマーケットの規模を表すわけではありません。具体

的に言えば、購買力のある都市人口は5億人しかいません。先行して発展する沿海部に限れば3億人です。その3億の中でも富裕層は1億人しかいません。その1億の中で本当にお金持ちと言える人は、多分もっと少ない。ですから、中国が現時点で13億人の市場規模をもつと考えるのは間違いです。

また、長らく、中国では賃金が低いために生産コストを抑えられると言われてきましたが、これにも注意が必要です。賃金が安いからといって、即人件費が安いことにはなりません。低賃金のメリットをいかに生産コストの抑制に結びつけるかは経営手腕にかかってきます。また、一般に給料は安いかもしれませんが、中国では賃金の上昇率も、転職率も非常に高い。トレーニングのコストを考えれば、熟練労働者の退職は当然人件費が上昇する要因になります。この問題については後ほどまた触れます。

さらに、中国のマーケットでは現地企業のキャッチアップが非常に早い。中国企業が東南アジア諸国の企業と違うところは、ある程度自前で研究開発する力があるという点です。今は日本企業しか生産できないものでも、おそらく二、三年後には、中国企業も同じような製品をつくれるようになります。日系企業は中国に進出する場合、一番良い製品、一番良い技術を持っていくとしても、そのアドバンテージが何年維持できるでしょうか。場合によっては、三年後には同じものが市場に出回ってしまいます。そうすると、日系企業は次に何をつくるか、次に何を売るか、次のステップをあらかじめ考えなければならない。中国企業との差別化が必要になってきます。

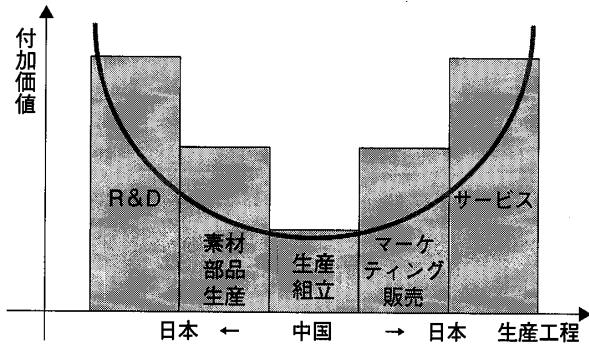
以上の点を踏まえ、対中ビジネスの戦略のポイントについて簡単に説明しましょう。

海外で生産活動を行う場合、現地化が常に大きな課題となります。日本企業の海外進出の事例をみると、米国、東南アジア、中国、どの地域においても、他国の企業に比べ現地化が遅れているようです。中でも一番遅れているのは、人の現地化です。日系企業、とくに大企業の場合、

現地法人の会長、社長は日本人が務めるのが当然とされ、その下の部長、課長クラスさえ日本人を派遣することが多い。人の現地化の遅れがなぜ問題かという点、一つはコストが高くなります。もう一つは、日本から派遣する人では現地のことがよくわかりません。さらに三つ目の問題は、現地化の遅れは離職率の上昇につながります。上級ポストを全部日本人が占めてしまうと、現地スタッフにしてみればもう将来に見込みはありません。幾ら頑張っても課長になれないでしょう。だったら、もうこの会社は辞めてしまおう、となる。つまり日系の現地法人の人事システムには、現地スタッフを会社につなぎとめるインセンティブが不足しているのです。現地スタッフは昇進できないからやめてしまう。それがさらに、日系企業の現地化の遅れにつながる。これが対中ビジネスにおける最も大きな問題です。まず、現地人材の育成、抜擢、経営責任者への登用、引き留めなど、インセンティブを与え、人材の現地化を徹底的にやらなければならないということを強調しておきます。

それから、もう一つ触れておきたいのは、中国企業との競争では差別化で勝負するという点です。日本企業の強みは何でしょう。やはり、技術、製品が優れているということではないでしょうか。中国企業もつくれるもので競争すれば負けるのは当然です。同じ製品では生産に要するコストが低く、販売価格が抑えられる方が勝ちます。日本企業はコストが高い。日本で製造に携わる従業員には当然日本での給与を支払います。現地法人には多くの日本人スタッフを派遣し、その人たちには日本標準の給与を支払います。それで中国企業と同じものをつくっているのは絶対勝てません。ですから、差別化をしなければならない。ハイテク製品、「うち」にしかない部品、キーパーツで勝負する。あるいは高級品をつくる。あるいはアフターサービスを手厚くする。製造業を念頭に凶解しましょう(図14)。横軸に研究開発(R&D)→素材・部品生産→組立・最終製品の生産→マーケティング

図14 日本企業と中国企業の補完関係：
スマイルカーブ



ング・販売→アフターサービスという事業工程をとり、縦軸に事業工程の各段階で創り出す付加価値をとると、中ほどが下がって両端が上がる、いわゆるスマイル曲線が描けます。事業工程の中間、組立や完成品の製造は実は儲かりません。事業工程の両端、研究開発やサービスこそが高収益の源泉となり得るのです。

現時点では、日本企業は事業工程両端に強く、中国企業は中間部分が強い。ですから、両者がうまく分業できれば、共に利益が得られます。しかも、日本企業は収益性の大きなところを担えるのです。ですから、中国企業との分業に積極的に取り組むべきです。もはや、単純な組立・最終製品の製造の部分では、中国企業に太刀打ちできません。しかも、中国企業はスマイルカーブの中間にその足場を固めた後、その強みを徐々に両端に向けて伸ばし始めています。いずれ中国企業も部品を生産し、国際市場での販売にも力を入れます。日本企業は研究開発、ブランド経営にこそ将来への活路を見出し、そこに資源を集中していかなければならないでしょう。

〈質疑応答〉

質疑1：中国経済に関する懸念材料として、地域間格差の話がよく取り上げられますが、先生は、むしろそういった格差があることが成長の原動力になっている面があると指摘されました。この点について、もう少しご説明いただけ

ますでしょうか。(山田・経済学部)

応答1：格差が存在することは当然問題です。いまずぐ縮小させることは困難ですが、これ以上の拡大は避けようというのが中国政府の方針です。格差が逆に成長の原動力にもなるということには二つの意味があります。一つは人々の考え方です。貧乏な人は裕福な人を間近に見れば、おれもいい生活がしたい、努力しよう、となる。勤勉への動機付けです。もう一つの意味は、格差を是正するために行われる様々な投資が成長を促進するということです。

質疑2：中国では、一般の人民は自動車を持っていないと聞いた覚えがあります。今はどうなっているのでしょうか。(学生)

応答2：お金があればだれでも買えます。ただし、一部の都市では交通渋滞を緩和するために、保有台数を抑制する措置をとっています。シンガポールが自動車の数を抑えるために、自動車を保有する資格を入札で決めていることはご存知でしょうか。落札価格は自動車本体の値段より高くなることもあります。中国ではそれほど厳しくありませんが、ナンバープレートが入札で決められる都市がいくつかあります。自動車の保有を制限すること自体が目的ではなく、交通渋滞を緩和するための措置です。今は誰でも自由に自動車を買えます。

質疑3：(配布資料では)今後中国国民の対日感情の改善が必要というところで、在中国日系企業の経営環境の改善が良い影響を及ぼすとコメントされていますが、ここでは、どういうことを指して経営環境の改善とおっしゃっているのでしょうか。また、この点について、中国の経済人も同じような考えをおもちなのでしょうか。(篠崎・経営学部)

応答3：資料がわかりにくかったかもしれませんが、私が申し上げたかったのは、在中国日系企業の経営環境を改善するためには、中国国民の対日感情の改善が必要ではないかという意味です。

質疑3(続き)：そうしますと、かなり政治的なファクターも影響してくると。

応答3 (続き) : 影響しています。今、実際に影響しています。例えば、中国で行われる政府関連のプロジェクトの入札では、日本企業が非常に不利な立場におかれています。まず、日本政府は企業のセールスを決してサポートしません。一方、競争相手のアメリカ、ドイツ、フランス、イギリスなどの場合、それぞれの政府はきちんと企業の中国進出をバックアップしています。また、中国政府にしてみれば、アメリカ企業に受注させれば、実はそれはアメリカ政府の対中政策への圧力になります。日本企業の場合にはこれはきかない。たとえの話ですが、トヨタに車を100万台発注しても、トヨタが日本政府に何かを言うことはないでしょう。そして、対日感情の悪化がさらなる足かせとなり得るのです。実は今、中国では、普通の国民のレベルで、対日感情がかなり悪化しています。今のところ、日本製品の不買運動などにはまだ至っていませんが、そこまで悪化する前に何か手を打つ必要があると思います。このまま放置してしまえば、場合によってトヨタの自動車は買わないとか、日産の自動車は買わないとか、そういうことに発展していく可能性もないわけではありません。

質疑4 : 先生が前半で強調されていた、中国の資源・環境問題についておうかがいします。経

済発展に伴う農地の宅地化、工業用地化、道路建設などによる農地の減少もあり、中国の食糧生産は縮小に向かっている、小麦や米の輸入も始まっているということですが、食糧供給問題の展望について、お考えをお聞かせください。

応答4 : ちょうど七、八年前、だれが中国人を養うか、中国の農業発展は中国の人々に十分食糧を提供できるかという問題をアメリカの学者が提起し、大きな論争が巻き起こったことがありました。論争の結論は、農業生産をこのまま維持できれば中国の食糧生産は国内の需要をまかなえるというものでした。これが七、八年前のことです。その後、中国は豊作続きで、去年までずっと豊作でした。しかし、豊作だったために、食糧価格は随分下がってしまい、農民の豊作貧乏という現象が生じました。これが農民たちの生産意欲を低下させてしまいました。加えて、開発の進展によって、都市部周辺の大量の耕地が開発用地に転換され、耕地の減少が農業生産の停滞の一因となりました。2003年の食糧減産はこうした特殊要因によるものです。2004年以降、中国政府は農業振興に本格的に取り組み始めました。実際、2004年には食糧生産は回復し始めています。したがって、食糧供給は、今後、大きな問題にはならないだろうと思います。