

**SCB** SHINKIN  
CENTRAL  
BANK

内外経済・金融動向（月刊）

No. 15 - 5

(2003.8.27)



信金中央金庫

SCB

総合研究所

〒104-0031 東京都中央区京橋3-8-1  
TEL.03-3563-7541 FAX.03-3563-7551  
URL <http://www.scbri.jp>

## 中国経済の台頭と日本との協調発展の可能性

- デフレ・空洞化などマイナス要因もあるが、市場としての魅力は増大 -

(キーワード) 中国経済、世界の工場、日中関係、デフレ、空洞化、人民元相場、WTO加盟、巨大市場、市場開放

### (要旨)

#### 1. 高まる中国経済のプレゼンスとその影響力～経済規模のみならず質的にも向上

中国は「世界の工場」と称され、世界経済へ与える影響力を一段と強めてきている。すでに、世界の製造業生産や輸出額に占める中国のシェアは日米独に次いで第4位の規模に達しているほか、90年代以降はローテク製品のみならず、IT（情報技術）関連製品を中心としたハイテク製品分野でも輸出シェアを高めてきている。輸出主導型の工業化をリードしているのは外資企業であり、今後も外資企業が中国経済において活躍の場を広げるにつれて、中国の国際競争力はさらに強化される可能性が高い。

#### 2. 中国のデフレ輸出と人民元相場の行方～通貨バスケット・ペッグ制などで変動幅を拡大へ

こうしたなか、日米の政財界などでは中国による輸出攻勢が世界的なデフレ現象をもたらし、諸外国の雇用を奪っているとの批判が高まり、人民元の切り上げ圧力が増している。日本の場合でも対中輸入の割合が増えるほど国内物価が下落するという強い相関関係があり、日中の財・サービスの価格差は大きく、日本企業の生産性向上努力だけでは埋められない状況にある。内外価格差による貿易不均衡を是正するためには為替レートの調整が有効な手段であり、人民元相場の切り上げには必然性がある。中国政府も通貨バスケット・ペッグ制の導入などによる人民元相場の変動幅拡大を考慮している。

#### 3. 中国の巨大市場をいかに攻略するか～中小企業にとっては販路拡大が最大の課題

中国経済は日本経済にとって「脅威」の存在になりつつあるが、日中経済は基本的には相互補完関係にあり、中国のWTO加盟を契機として日本企業のビジネスチャンスも拡大している。経済の高成長を背景に、都市部では約8000万人もの富裕層があり、彼らの消費レベルは1970年代後半の日本のレベルに相当する。日本の中小企業にとっても、中国の富裕層は絶好のターゲットになり得る。中国でのビジネスチャンスを確実に掴むためには、様々な方法を活用して販売ルートを確保することが重要になってくるとみられる。

## はじめに

本稿では、現在の中国経済の実力を検証した後、同国の価格競争力のメカニズムと中国の対日輸出による日本の国内物価への影響度を考察し、人民元のレート調整の必要性とその方策について検討している。加えて、WTO加盟後、期待の高まる中国消費市場の動向にも触れ、今後、日本の中小企業がいかに中国市場を開拓し、日中の協調発展を実現していくかについて言及した。

1979年の改革開放以来、中国経済は輸出主導型の工業化によって高成長を遂げ、そのGDPはすでに世界第7位の規模に達した（2000年時点）。ここ数年、中国は「世界の工場」と称されるようになり、世界経済に対する影響力も日増しに拡大している。

最近では、中国の輸出攻勢が先進諸国経済の攪乱要因として大きくクローズアップされてきている。日米の政財界では「安価な中国製品が大量に世界市場へ供給されることによって世界的なデフレ現象がもたらされ、結果的に諸外国の雇用を奪っている」との批判が強まっており、人民元相場の切り上げを期待する声が高まりつつある。このため、中国経済の実態や同国の為替制度が今後変更される可能性、およびそれに伴う人民元相場の行方を紹介することが重要であると考えた。

とりわけ、日本の中小企業は大企業に比べて輸出入、投資の両面で対中ビジネスに傾注している割合が高いとみられることから、将来の人民元相場の動向や中国市場の発展の趨勢が中小企業の収益に少なからぬ影響をもたらすと予想され、信用金庫業界としても注意深く見守る必要がある。

結論は以下のとおりである。

中国経済は、外資導入を柱とした輸出主導型の工業化によって、生産規模ばかりでなく、質的な面でも明らかに向上しており、今後も外資企業が中国国内において活躍の場を広げるにつれて、ハイテク分野でも国際競争力を着実に高めてくると予想される。中国では大幅な生産過剰、膨大な余剰労働力を背景として構造的に物価が抑制される状況が継続するため、中国国内の需要超過による物価上昇や賃金コストの高騰で内外価格差が是正され、国際的な価格競争力が調整される可能性は考えにくい。

市場経済の下では、通常、内外価格差による貿易不均衡は為替レートによって調整される。日米の中国包囲網が狭まるなか、中国の人民元相場も早晚、切り上げを迫られることになる。購買力平価でみると、人民元の適正レートは1米ドル=5元程度（足元のレートは8.28元前後）、1元=24円程度（同15円前後）まで切り上がる余地があるとみられる。

しかし、中国政府はWTO加盟による国内産業への打撃や貿易収支の動向を見極めたい意向もあり、大幅な人民元の切り上げには否定的である。中国人民銀行（中央銀行）は次善の策として変動幅の拡大を考慮しており、変動相場制への過渡的な政策として通貨バスケット・ペッグ制を採用する可能性がある。

中国は日本経済にとって「脅威」の存在となってきたが、その一方でWTO加盟以降、巨大な消費市場としての魅力は高まっている。従って、日本の中小企業が独自の技術力やノウハウをフル活用して「中国市場を攻める」チャンスは大きい。

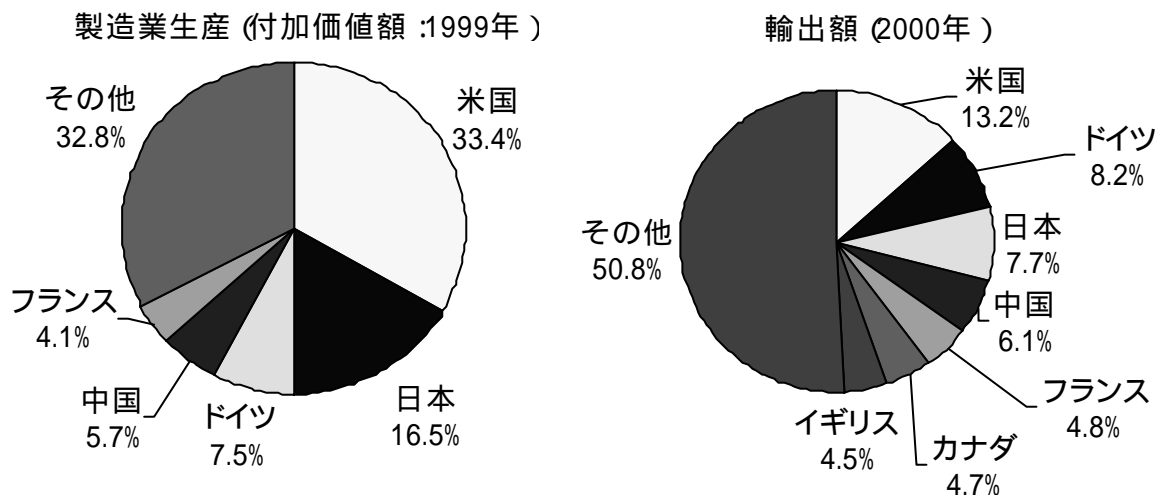
## 1. 高まる中国経済のプレゼンスとその影響力

### (1) 「世界の工場」になった中国

1979年以降、中国経済は世界にも類をみない高成長を実現してきた。79～2002年の実質GDP成長率は年率9.2%に達したが、うち製造業を柱とする第2次産業は同11.4%の高い伸びを記録し、常に中国経済のエンジン役を果たしてきた。中国の工業化に決定的な役割を果たしたのは外資導入を柱とする対外開放政策である。2002年までの24年間、中国は東部沿海地域を中心として累計4,480億ドルの外資を呼び込むことに成功し、外資による生産能力の拡大によって同期間の通関輸出は年率15.7%の高い伸びとなった。

この結果、近年、世界経済における中国経済のプレゼンスは大きく高まってきている。例えば、1999年の世界の製造業生産に占める中国の比率、および2000年の世界輸出額に占める中国の比率はともに第4位の規模に達している(図表1)。このうち、製造業生産のシェアでは中国が5.7%であるのに対して、米国が33.4%、日本が16.5%となっており、依然として規模的な格差は大きい。中国が代表的な「世界の工場」の1つに成長したことは間違いない。

(図表1) 世界に占める中国の生産・輸出シェア



(備考) 1. 一部途上国の数値は未発表のため、利用可能数値の合計を世界計として計算  
2. The World Bank「World Development Indicators」などにより作成

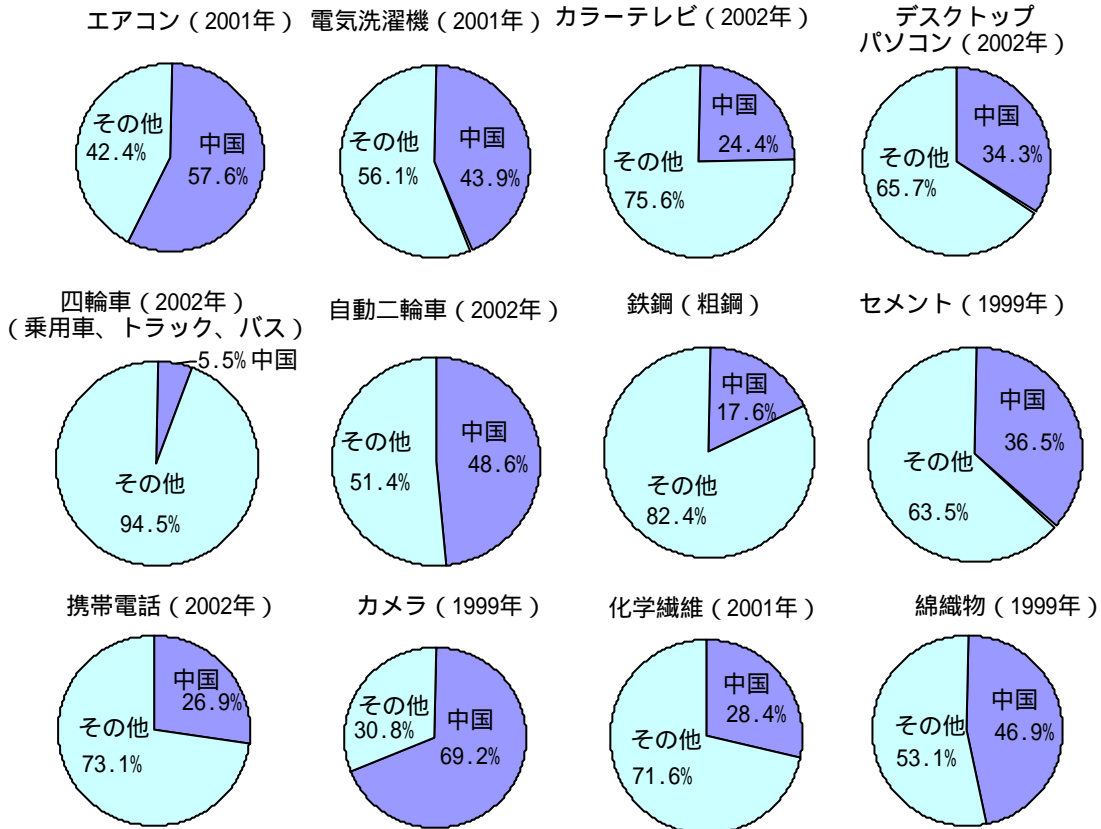
中国は人口13億の巨大な国内市場を有していることもあり、素材製品や生活必需的な家電製品等の耐久消費財では生産規模が突出しており、世界生産に占めるシェアも高い。実際、エアコン(57.6%)、カメラ(69.2%)は世界の半数以上が中国で生産されており、電気洗濯機、自動二輪車などでも世界の4割以上の生産シェアを誇っている(図表2)。

加えて、最近ではIT(情報技術)製品などハイテク分野でも生産シェアを拡大しつつある。2002年時点で見ると、デスクトップパソコンが34.3%、携帯電話が26.9%となっており、世界のIT製品の3割程度はすでに中国で作られている、とみられる。

しかし、いまの中国にはその巨大な生産能力に見合うほどの国内需要は存在せず、生産能力が増大すればするほど、中国の輸出ドライブに拍車がかげられるという状況が続

いている。UNCTAD（国連貿易開発会議）の資料によれば、1985～2000年の期間、世界のなかで工業製品の輸出シェアを最も伸ばしたのは中国であり、しかも加工型製品ではハイテクからローテクまであらゆる技術レベルの製品で世界最高のシェア拡大幅を記録している（図表3）。

（図表2）主要製品の中国の生産シェア



（備考）出所は経済産業省資料

（図表3）技術レベル別の製品輸出シェアの拡大幅ランキング（1985～2000年）

順位	工業製品	素材型製品	加工型製品	ハイテク製品	ミドルテク製品	ローテク製品
1	中国	アイルランド	中国	中国	中国	中国
2	米国	米国	メキシコ	マレーシア	メキシコ	米国
3	韓国	中国	マレーシア	台湾	米国	メキシコ
4	メキシコ	韓国	米国	韓国	韓国	インドネシア
5	マレーシア	インド	タイ	シンガポール	スペイン	タイ
6	アイルランド	ロシア	韓国	メキシコ	台湾	マレーシア
7	タイ	タイ	シンガポール	フィリピン	マレーシア	カナダ
8	台湾	インドネシア	フィリピン	タイ	タイ	トルコ
9	シンガポール	イスラエル	インドネシア	アイルランド	ハンガリー	インド
10	スペイン	日本	台湾	フィンランド	インドネシア	ポーランド
11	フィリピン	スイス	アイルランド	ハンガリー	ポーランド	ベトナム
12	ハンガリー	チリ	ハンガリー	インドネシア	チェコ	バングラディッシュ
13	ベトナム	スペイン	スペイン	イスラエル	ポルトガル	ホンジュラス
14	インド	オーストラリア	ポーランド	コスタリカ	シンガポール	ドミニカ共和国
15	イスラエル	ポーランド	トルコ	ポーランド	トルコ	パキスタン
16	ポーランド	香港	インド	チェコ	アルゼンチン	チュニジア
17	トルコ	アラブ首長国連邦	イスラエル	トルコ	インド	スリランカ
18	チェコ	メキシコ	ベトナム	マルタ	アイルランド	エルサルバドル
19	チリ	イラン	チェコ	スペイン	ソルバキア	グアテマラ
20	ポルトガル	アルゼンチン	バングラディッシュ	モロッコ	オーストラリア	モロッコ

（備考）1．輸出シェア拡大幅ランキングは、1985～2000年にかけて各製品輸出の世界に占めるシェアが拡大した幅が最も大きかった国・地域から順位をつけたもの。ロシアは1995～2000年

2．出所はUNCTAD「World Investment Report 2002」

実際の数値をみても、元来、中国が比較優位を有するローテク製品が世界輸出に占める比率は85年の4.5%から2000年には18.7%に達し、一段とその優位性が明確になると同時に、ハイテク製品のシェアも85年のわずか0.4%から2000年には6.0%へ高まり、中国の輸出全体の2割強を占めるまでになっている(図表4)。

このように、中国経済は規模ばかりでなく、質的な面でも明らかに向上しており、これが世界経済におけるプレゼンスを高め、日米をはじめとする先進諸国にも脅威を与える要因となっている。

(図表4) 中国の輸出構造の変化 (単位: %)

	1985	1990	1995	2000
・世界輸出に占めるシェア	1.6	2.8	4.8	6.1
1. 一次産品	2.4	2.6	2.5	2.3
2. 素材型製品	1.1	1.3	2.1	2.7
3. 加工型製品	1.5	3.4	6.1	7.8
ローテク製品	4.5	9.1	15.5	18.7
ミドルテク製品	0.4	1.4	2.6	3.6
ハイテク製品	0.4	1.4	3.6	6.0
4. その他	0.7	0.7	1.4	1.8
・輸出構成比	100.0	100.0	100.0	100.0
1. 一次産品	35.0	14.6	7.0	4.7
2. 素材型製品	13.6	8.2	7.4	6.9
3. 加工型製品	50.0	76.2	84.6	87.1
ローテク製品	39.7	53.6	53.5	47.6
ミドルテク製品	7.7	15.4	16.9	17.3
ハイテク製品	2.6	7.3	14.2	22.4
4. その他	1.4	0.8	1.0	1.1

(備考) 出所はUNCTAD「World Investment Report 2002」

## (2) 外資導入が輸出主導型の工業化を促進

中国の工業化を支えているのは外資であり、外資なくして現在の中国における生産能力の拡張や技術レベルの向上はあり得なかったと考えられる。実際、90年代以降、外資導入規模が急拡大するにつれ、中国のGDPに占める第2次産業の比率も上昇テンポを速めており、外資がいかに中国の工業化に貢献したかがわかる(図表5)。

中国が外資導入政策を本格化させたのは1979年7月以降である。しかし、80年代は開放地域が5つの経済特区や14開放都市などに限定されていたこと、沿海地域のインフラも十分に整備されていなかったこと、89年6月の天安門事件に代表されるように、外国企業が政治的なリスクをまだ強く意識していたこと、などから、対中投資は香港や東南アジアの華僑によるものが多く、1件当たりの投資額も比較的小規模にとどまっていた。

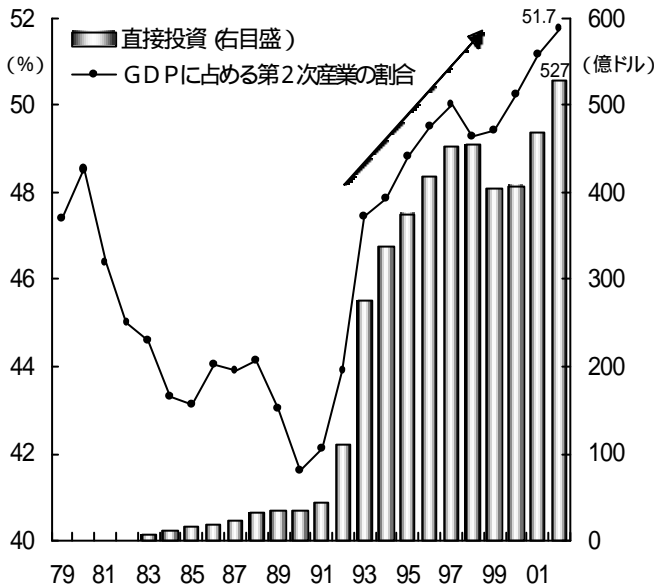
こうした状況を一変させたのは、92年1月の鄧小平による所謂「南巡講話」<sup>1</sup>と同年10月の第14回党大会における「改革開放路線の100年間堅持、社会主義市場経済の確立」に関する宣言である。その後、対中直接投資の機運は一気に盛り上がり、日米欧の多国籍企業による大規模投資も加速した。97年夏のアジア金融危機の発生による一時的な停

<sup>1</sup> 鄧小平は深セン、珠海の経済特区を訪問した際、「改革開放路線を発展、加速させていかなければならない」と指示し、天安門事件による経済停滞感を一気に払拭して再び全国的な改革開放政策の展開に結び付けていった。

滞はあったが、2001年以降はWTO加盟による市場開放への期待が高まり、再び対中投資が活発化し、2002年には500億ドルを超える外国資本が中国へ流入した。

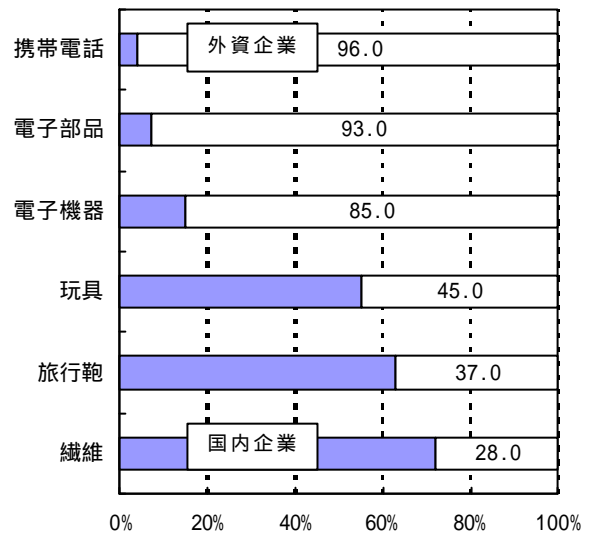
外資企業が中国経済に果たす役割は年々高まっているが、なかでも輸出への貢献度は大きく、外資企業の輸出額が輸出総額に占める割合は2002年には52.2%まで上昇している。特に、外資企業は携帯電話、電子部品、電子機器といったハイテク製品輸出の9割前後を担っており、中国の輸出構造高度化に主体的な役割を演じている(図表6)。つまり、中国のハイテク製品はmade in chinaの日本製品であり、米国製品である、と言っても過言ではない。

(図表5) 対中直接投資と中国の工業化



(備考) 国家統計局「中国統計年鑑」などにより作成

(図表6) 主要製品の国内企業と外資企業の輸出シェア

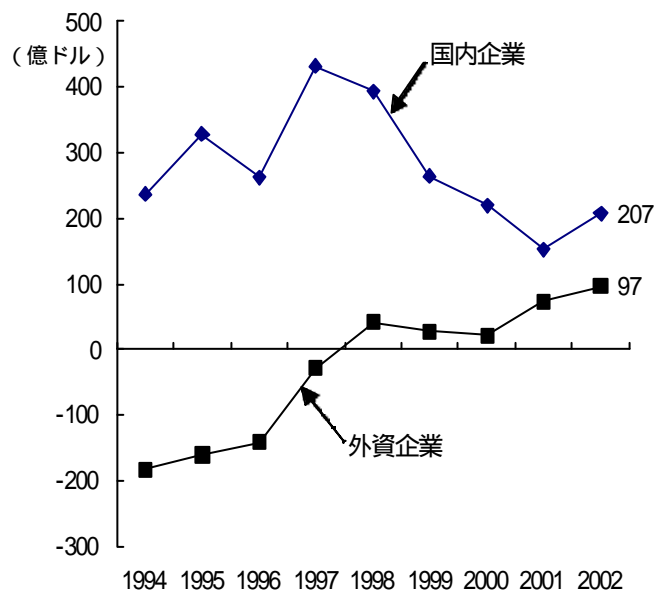


(備考) UNCTAD「World Investment Report 2002」により作成

外資企業がIT産業などハイテク分野へ進出し、輸出製品の高付加価値化が進展したことから、外資企業の貿易収支も98年を境に黒字転換し、中国に一段と多くの外貨収入をもたらすようになってきている(図表7)。加えて、最近では外資進出分野が完成品製造産業のみならず、裾野産業にまで及び、部品等の国内調達比率が上昇していることも外資企業の貿易黒字の増加をもたらしている要因になっており、これがひいては中国の産業構造の底上げにも貢献している。

図表8は、中国の製品別の貿易特化係数の推移をみたものである(係数のプラス幅が大きいほど国際競争力が

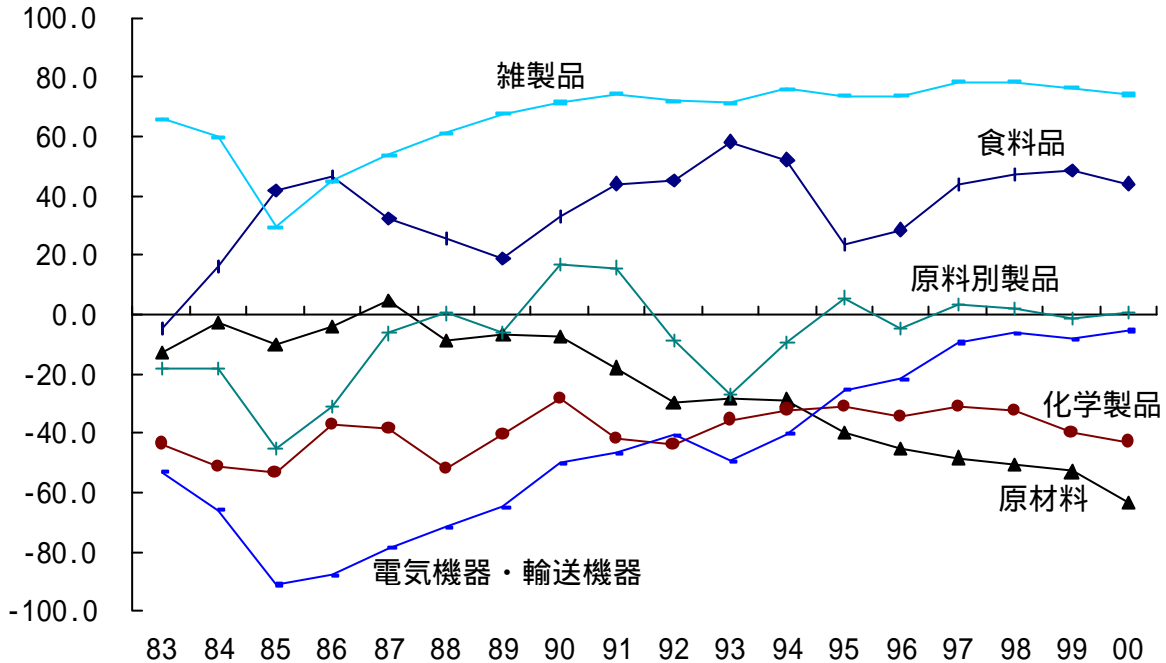
(図表7) 国内企業と外資企業の貿易収支



(備考) 中国海関総署「海関統計」により作成

あることを示す)。中国は衣類、玩具などの雑製品、食料品で高い競争力を維持しているほか、電気機器・輸送機器や鉄鋼など原料別製品でも競争力が上昇傾向にある。これまで述べてきたように、外資企業が中国经济において活躍の場を広げるにつれて、これら分野でも中国が高い競争力を持つようになるのは時間の問題と考えられる。

(図表8) 中国の貿易特化係数の推移



(備考) 1. 貿易特化係数 = (輸出 - 輸入) ÷ (輸出 + 輸入) × 100  
 2. アジア開発銀行資料により作成

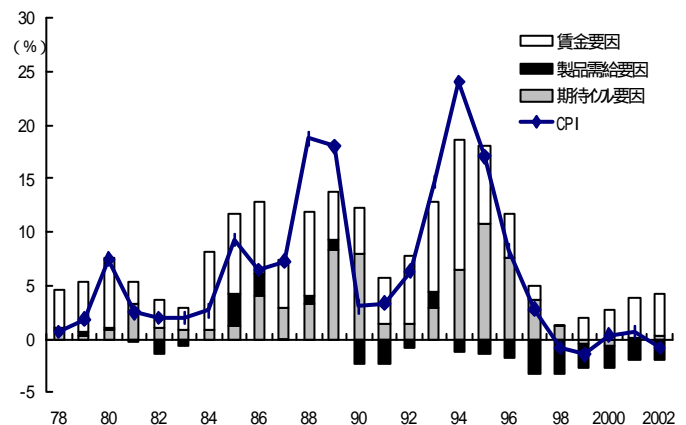
## 2. 中国のデフレ輸出と人民元相場の行方

### (1) 中国におけるデスインフレの要因

外資導入を背景とした輸出主導型の工業化により、中国经济は7%を上回る高成長を継続している。このような状況下でも景気に過熱感はなく、ここ数年、中国でもデスインフレが進行している。

図表9は、中国の消費者物価上昇率を要因分解したものである。90年代前半まで、中国の物価上昇率は賃金の高い伸びやインフレ期待の高まりなどから高水準で推移していた。しかし、98~99年に物価は2年連続して下落し、その後も低レベルで推移している。

(図表9) 中国の消費者物価(前年比上昇率)の要因分析



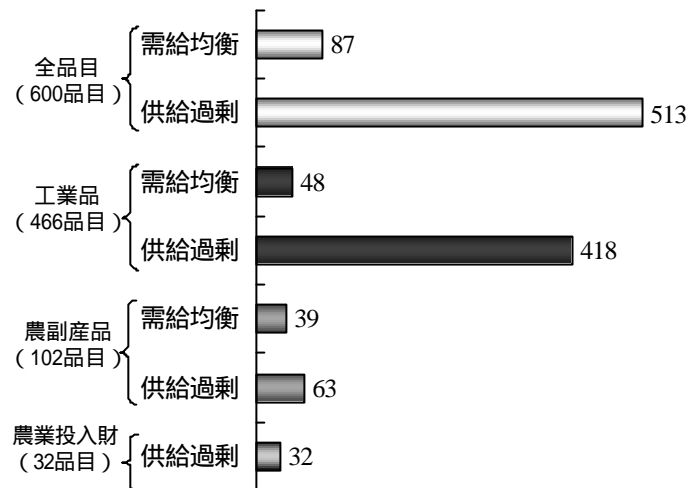
(備考) 1.  $CPI \text{ 上昇率} = 0.339 \times \text{賃金上昇率} - 0.795 \times (\text{純輸出} \div \text{GDP}) + 0.447 \times \text{1期前の消費者物価上昇率}$   
 $R^2 = 68.2$   
 2. 国家統計局「中国統計年鑑」により推計

この背景には、97年夏のアジア金融危機の悪影響による輸出の停滞、生産の鈍化が雇用情勢の悪化等を通じて内需の鈍化をもたらしたこと、2001年12月のWTO加盟に伴って関税が大幅に引き下げられ、輸入物価が下落していることに加えて、中国国内の構造変化が物価を抑制する要因として作用していることがある。

第1の要因は、外資導入による急速な工業化によって国内生産能力が増強された結果、製品需給が大幅に緩和していることである。

商務部（旧国家経済貿易委員会と旧対外貿易経済合作部が合併した新省庁、日本の経済産業省に相当）による2003年上半期の主要600品目の製品需給予測によれば、供給不足の品目はゼロとなっており、需給均衡が87品目、残り513品目はすべて供給過剰と見込まれている（図表10）。そのうち、工業製品466品目に関しては9割の418品目が供給過剰とされ、特に衣類や家電製品などで過剰状態が顕著とされている。

（図表10）主要600品目の製品需給状況



（備考）1. 数値は2003年上期の予想  
2. 商務部（旧国家経済貿易委員会）貿易市場局資料により作成

新聞報道によれば、2003年4月下旬、国内家電メーカー・長虹がプロジェクション・テレビの値下げに踏み切ったのをきっかけに、カラーテレビの値崩れがハイエンド製品にまで飛び火し、6月までの時点で値下がり幅は最大で5割にも達したとされる<sup>2</sup>。国家統計局の発表によれば、2003年6月の消費者物価上昇率は前年同月比0.3%となったが、うち耐久消費財は上記のカラーテレビの値下がりなどもあって同4.1%下落した。

今年春先からのSARSの流行による消費減退も需給悪化に拍車をかけたと思われるが、基本的には大幅な生産過剰が物価の抑制要因となっている。

第2の要因は、農村から都市部への労働移動が活発化したことにより、主にブルーカラーの賃金上昇率が抑制されていることである。中国政府は90年代半ば以降、戸籍制度の改革に乗り出し、従来の都市戸籍と農村戸籍を厳格に区別して農村から都市への人口移動を厳しく抑制していた制度を徐々に緩和してきている。この背景には、農村の膨大な労働力を東部沿海地域を中心とした都市部へ移動させ、都市部の工業やサービス業へ振り向けることにより、農村の貧困問題と東西間の所得格差を解消したい、という目的がある。

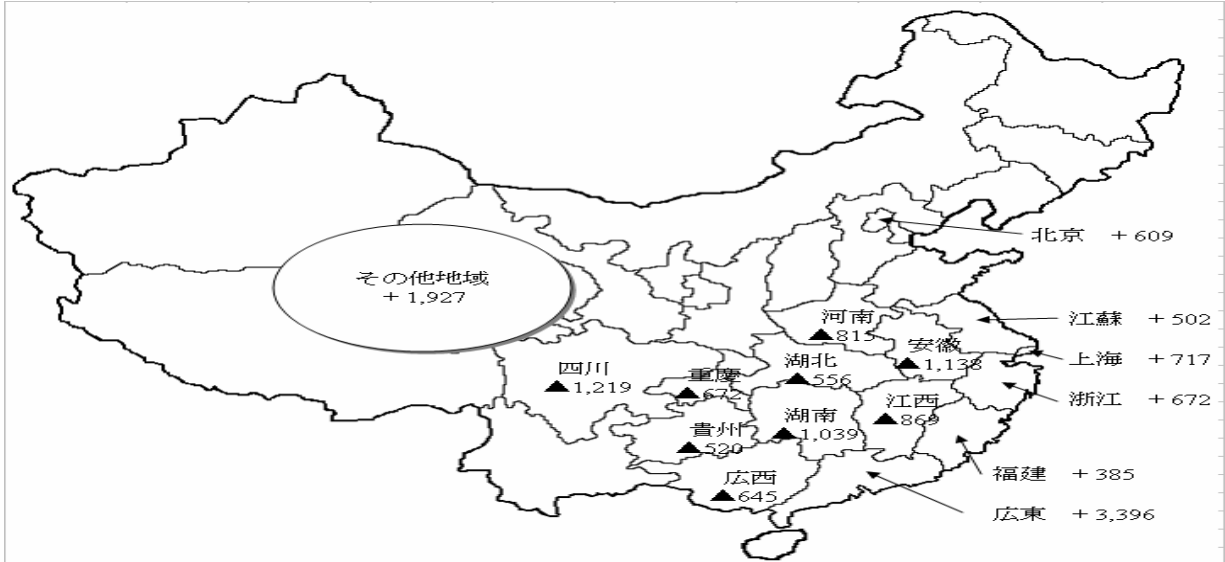
中国農業部の統計でみると、農村からの出稼ぎ労働者は2001年に8,960万人、2002年には9,400万人に達したとされる。2001年の地域別状況をみると、1,000万人以上の

<sup>2</sup> 人民網日本語版（j.people.ne.jp）2003年6月11日付による。



労働力を供給した地域は四川省、安徽省、湖南省の3省であり、日本の中小企業の生産拠点多い広東省が出稼ぎ労働者の3分の1以上に相当する3,396万人を受け入れている。このほか、上海市、江蘇省、浙江省の華東地域が合計で1,891万人を受け入れ、北京へも609万人が職を求めて移動した(図表11)。

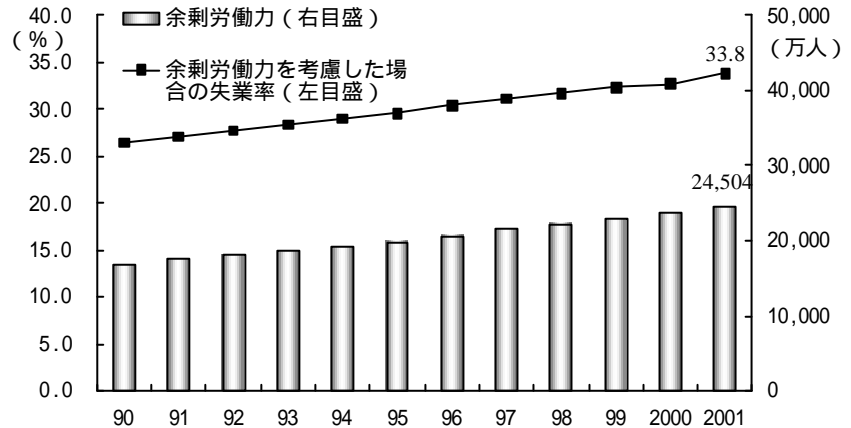
(図表11) 農村部から都市部への労働移動(万人)



(備考) 1. 2001年の数値。 は労働力の流出超、+は流入超を示す。  
2. 農業部「農村労働力及其就業情況」2002年11月により作成

2003年春以降、広東省、北京市を中心として中国がSARS禍に見舞われたことから、出稼ぎ労働者、特に飲食業などのサービス業や建設業に従事していた人の多くが帰郷を余儀なくされ、貴重な収入源を失ったと言われている。しかし、このような現象は一時的なものであり、中国の潜在的な雇用の供給過剰は少なくとも2010年ごろまでは解消されそうもない。

(図表12) 中国の余剰労働力の試算値



(備考) 1. 現実のGDPから適正と考えられる就業者数を算出し、実際の就業者との乖離から余剰労働力を求めた。  
2. 余剰労働力を考慮した場合の失業率=(失業者+推計された余剰労働力)÷労働力人口×100  
3. 国家統計局「中国労働統計年鑑」、「中国統計年鑑」などを基に、信金中央金庫総合研究所試算

図表12は、現実のGDP

Pから適正と考えられる就業者数を算出して、その数値と実際の就業者との乖離から中国の潜在的な余剰労働力を求めたものである。2001年時点で見ると、中国全体では2億4500万人もの余剰労働力が存在すると考えられる。余剰労働力を表面化していない失業と考えた場合、これを含めた失業率は33.8%にも達することになる。また、農業部の推計でも、農村の余剰労働力は少なくとも1億5,000万人に達すると報告されている。

## (2) 求められる人民元安の是正

当面、中国では構造的に物価が抑制される状況が続くため、中国国内の需要超過による物価上昇や賃金コストの高騰で内外価格差が是正され、国際的な価格競争力が調整される可能性は考えにくい。

最近、日米の政財界では「安価な中国製品が大量に世界市場へ供給されることによって世界的なデフレ現象がもたらされ、結果的に諸外国の雇用を奪っている」との批判が強まっており、人民元相場の切り上げを期待する声が高まりつつある。

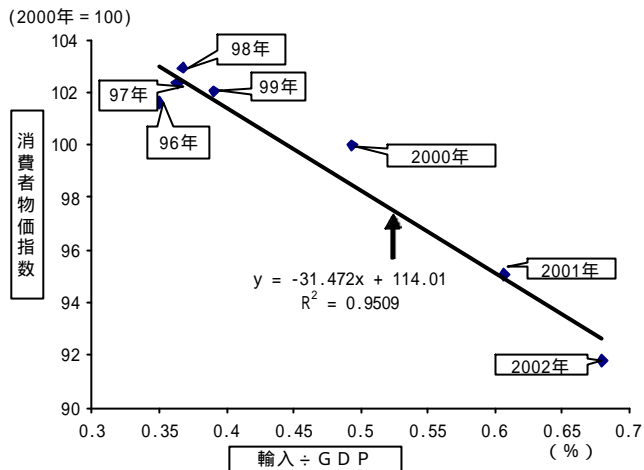
特に、米国政府は来年11月2日の大統領選挙を控えて、中国の輸出攻勢で打撃を受けている産業界への配慮が欠かせない状況になってきていることもある。最近、スノー財務長官は「中国が人民元の変動幅拡大を検討していることを歓迎する」との発言を繰り返している。

実際、中国の輸出が日本のデフレの一因になっていることは否定できない。図表13は、日本の主要な対中輸入製品の対GDP比と当該製品の消費者物価指数の関係をみたものであるが、年を追って対中輸入の割合が増えるほど消費者物価が低下する関係が鮮明に現れている。

図表14は、経済産業省の調査による産業の中間投入財・サービスの内外価格差を示したものである。米国、ドイツおよび韓国、台湾などNIE Sの価格に対する日本の倍率は2倍前後にとどまっている一方、中国とは2002年度で5.06倍もの格差が存在している。

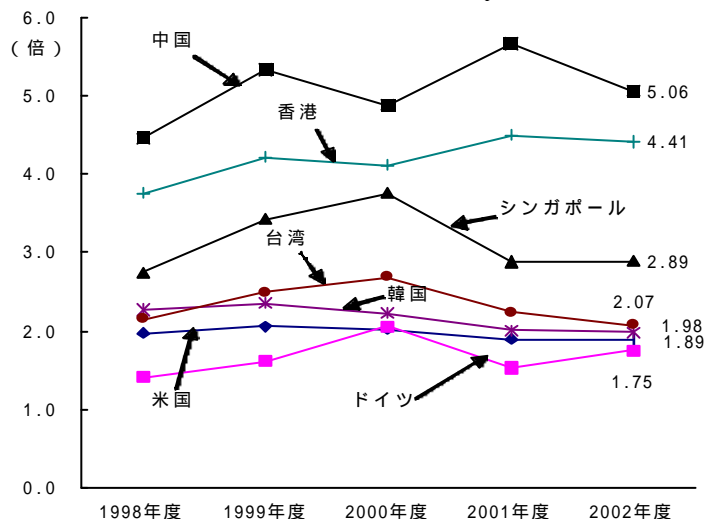
また、工業製品に限ってみても、日本と中国では4.08倍もの格差がある(図表15)。工業製品の対中国の内訳では、加工・組立製品が8.77倍と最も格差が大きく、なかでも電気機器、精密機器では13倍以上の価格差がある。

(図表13) 日本の対中輸入と物価の相関関係



- (備考) 1. 日本の対中輸入金額が多い事務用機器、科学光学機器、音響映像機器、衣類・同製品、家具、旅行用品・ハンドバッグ類の輸入とそれに対応する消費者物価の関係を示した。  
2. 財務省「貿易統計」、総務省「消費者物価指数月報」により推計

(図表14) 中間投入製品の内外価格差 (各国の価格に対する日本の倍率)



- (備考) 1. 工業製品等152品目、産業向けサービス34品目の需要家渡し価格の内外価格差  
2. 経済産業省「2002年度 産業の中間投入に係る内外価格調査」により作成

貿易財である工業製品でこれほどの価格差が存在する状況では、日本企業がどれほど懸命に生産性の向上に努めても中国製品に価格面で対抗することはできないであろう。

現状では中国製品の流入を押し止めることはできず、結果として日本国内で生産される競合製品の価格も下落し、企業収益が圧迫され、賃金や地価などの生産要素価格も下落する、というデフレスパイラルを断ち切ることは難しいものと思われる。

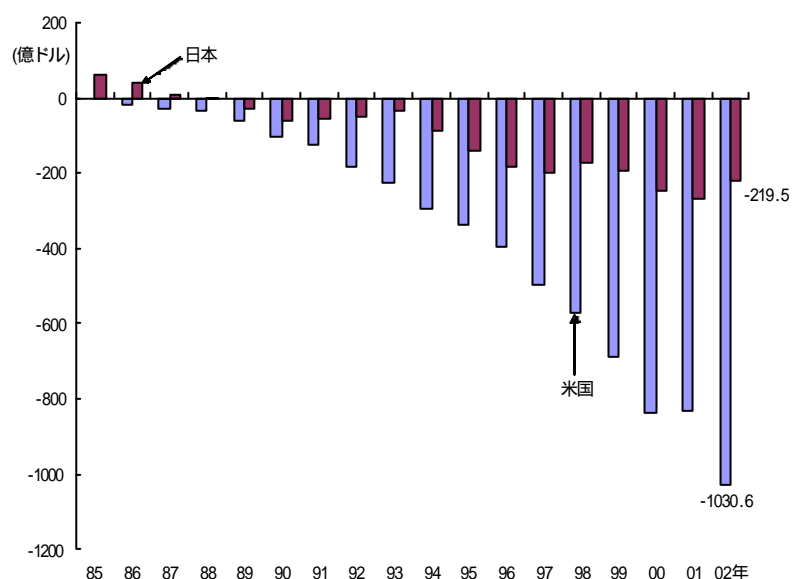
(図表 15) (中間投入) 工業製品の業種別内外価格差 (各国の価格に対する日本の倍率)

	対米	対独	対韓	対台	対香	対シンガ	対中	平均
工業製品等	0.96	1.09	1.64	1.33	1.35	1.34	4.08	1.68
素材	0.83	1.19	1.47	1.33	1.48	1.25	1.72	1.32
繊維製品	0.70	0.88	1.22	1.36	0.90	4.14	1.63	1.55
製材・木製品	0.64	1.25	1.08	2.03	1.58	1.23	2.08	1.41
パルプ・紙・同製品	1.09	0.99	1.54	1.02	0.98	1.72	1.68	1.29
化学製品	1.11	1.33	0.96	1.43	1.38	1.20	1.74	1.31
窯業・土石製品	0.74	1.13	2.03	1.70	1.81	1.66	2.37	1.63
鉄鋼	0.69	0.97	1.05	1.09	1.23	1.01	0.95	1.00
非鉄金属	1.09	1.45	1.20	1.29	1.11	1.25	1.25	1.23
金属製品	0.38	0.95	2.68	1.00	1.50	1.07	2.46	1.43
鉱産物	1.53	2.71	2.40	2.09	3.32	1.17	3.60	2.40
スクラップ類	0.76	0.71	1.03	0.75	1.00	0.75	0.95	0.85
加工・組立	0.85	1.07	1.90	1.27	1.56	1.48	8.77	2.41
一般機器	0.89	1.17	2.14	1.41	1.84	1.63	4.27	1.91
電気機器	0.78	1.03	1.34	1.11	1.27	1.59	13.85	3.00
輸送用機器	1.05	0.98	1.27	1.41	2.24	1.18	1.63	1.39
精密機器	0.79	1.20	6.66		2.23	1.70	13.32	4.32
その他工業製品	0.70	1.17	1.77	1.23	0.92	1.29	2.84	1.42
エネルギー	1.56	0.78	1.82	1.40	0.66	1.40	2.06	1.38
石油・石炭製品	1.98	0.82	0.77	1.38	0.61	1.45	2.49	1.36
電力・都市ガス	0.98	0.73	2.84	1.41	0.71	1.34	1.46	1.35
(大口電力)	0.76	0.65	3.41	1.59	0.86	1.65	1.43	1.48
都市ガス)	1.79	1.02	0.83	0.79	0.19	0.25	1.56	0.92

(備考) 経済産業省「2002年度 産業の中間投入に係る内外価格調査」により作成

市場経済の下では、通常、こうした内外価格差による貿易不均衡は為替レートによって調整されることになるが、中国の人民元は事実上のドル・ペッグ制(対米ドル固定相場制)を採っているために、中長期にわたって調整がなされない状況が続いている。結果として、先進諸国から中国への生産シフトが大量に発生し、中国が膨大な外貨と生産能力を獲得するという国際的な循環が形成されている(図表 16)。

(図表 16) 日本と米国の対中貿易収支



(備考) 財務省「貿易統計」、米国商務省資料により作成

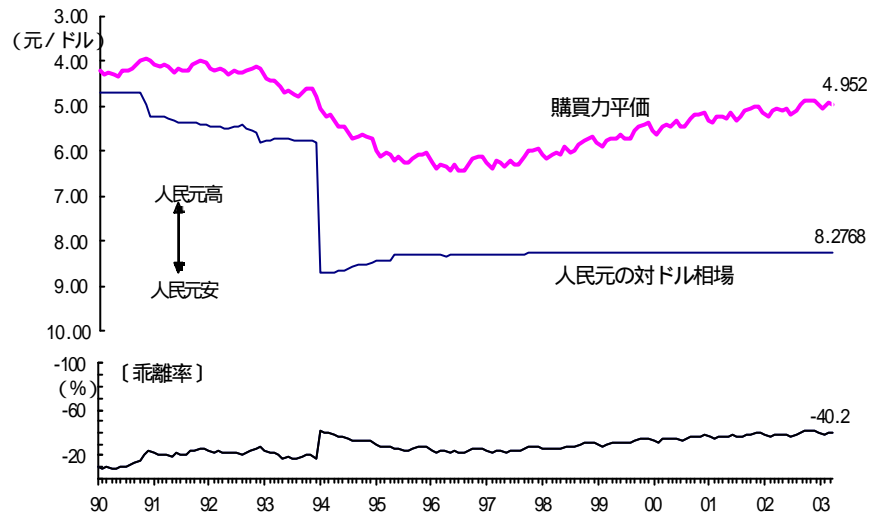
しかし、中国がWTOに加盟し、世界経済との相互依存度をますます強めていくなか、現行のような不均衡は早晚、是正されなければならないであろう。足元の人民元の対米ドル相場は1米ドル=8.277元前後であるが、この水準は国際機関等が計測している購買力平価とは大きく乖離している。

例えば、世界銀行がGDPを構成する百数十項目の財・サービスの価格を多国間で比較して算出した購買力平価では2000年時点で1米ドル=1.8元と推計されている。購買力平価説は、各国通貨の購買力が等しくなるように為替レートが決定されるという考え方であるが、サービスのなかには国際間で取引できないものもあり、中国の場合は低賃金を背景にサービス価格が諸外国に比較して極端に安い。世界銀行の購買力平価をそのまま適正な為替相場水準と考えるのは適当ではないと考えられる。

一方、購買力平価説には、ある時点の為替相場を適正水準と仮定し、その基準時点からのインフレ率格差だけ為替レートが調整されるという考え方もある。図表17は、米中間の貿易収支が最も均衡に近づいた1984年を基準年とし、両国の消費者物価を用いて購買力平価を算出したものである。これをみると、直近の購買力平価は1米ドル=4.952元となっており、現行の為替相場は4割程度過小評価されていることになる。

貿易収支の不均衡是正という観点からみれば、中長期的には1米ドル=5元程度、対円相場では1元=24円程度(1米ドル=120円で計算。現行の相場は1元=15円前後)まで人民元が切り上がる余地があると考えられる。

(図表17) 人民元の対ドル相場と購買力平価



(備考) 1. 1984年を基準年とし、両国のCPIにより算出  
2. 国家統計局資料などにより作成

### (3) 中国の苦悩と予想される政府当局の対応

しかし、いまのところ、中国政府は人民元の切り上げには否定的である。今年6月末、中国人民銀行の周小川行長(総裁)は国際決済銀行総会の席上、「中国政府は人民元相場の安定を維持していく」と発言したほか、7月末のアジア欧州会議では商務部の呂福源部長(大臣)が、「為替政策は国際的な状況よりも国内の状況を第一に考えるのが筋である」と述べている。

当面、中国政府はWTO加盟に伴う大幅な市場開放が自国産業にどの程度の打撃を与えるのを見守りたい、というのが本音であろう。とりわけ、農産物の市場開放は中西部地域の貧しい農村への打撃が大きいとされ、国内政治・社会の安定を考えれば、農民や少数民族をこれ以上経済的に追い詰めるわけにはいかないとの事情もある。また、都市部においても、国有企業の改革は雇用への配慮もあり緩慢なペースでしか進んでいな

い。中国経済をリードし、強い国際競争力を有しているのは外資企業や民営企業であり、国有企業は高コスト体質から抜け出せずにいる。しかし、都市従業員数の3割以上を抱え、経済に依然として無視し得ない影響力を持つ国有企業を安易に切り捨てるわけにはいかないのである（図表 18）。

とは言え、中国政府も日米の中国包囲網が狭まるなかで何らかの対応を迫られるであろうことは予測している。周小川・人民銀行行長は、「金融の新しい情勢に対応するため、人民元相場の形成メカニズムを絶えず改善していく」とも言及している。

中国人民銀行は、数年前

から人民元相場の変動幅拡大をいかに実現するか、を研究してきている。これは、WTO加盟による打撃を和らげるために為替政策が重要性を増すと想定していたため、むしろ緩やかな人民元安誘導を狙いとしたものである。

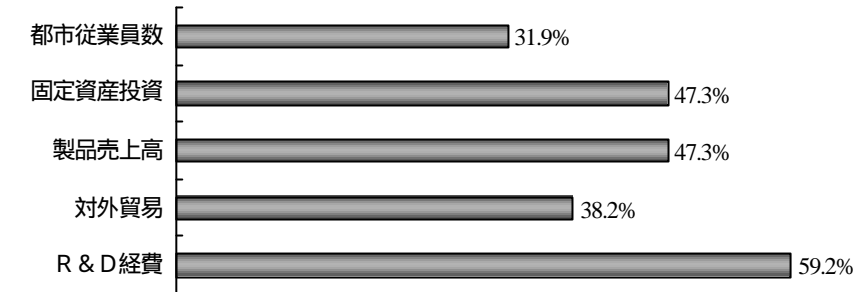
人民銀行が研究しているのは、現行の管理フロート制の下で変動幅を拡大する<sup>3</sup>、通貨バスケット・ペッグ制を導入する、という2つの方法であるとみられる。人民銀行関係者は、<sup>4</sup>に関して「現行制度の下で変動幅の拡大を許容してしまえば、投機的な動きが広がり、為替介入だけでは人民銀行のターゲット・ゾーンを維持することができなくなってしまう懸念が強い」という。このため、最近、人民銀行は通貨バスケット・ペッグ制に注目し、この制度を研究するため、米国に担当者を派遣したとされる。

通貨バスケット・ペッグ制とは、複数の主要貿易相手国通貨を一定の割合で加重平均したもの（通貨バスケットあるいは実効為替レート）と自国通貨を連動させる制度である。同制度は、アジア金融危機後、アジアにおける為替安定化政策の有効な手段の1つとして提唱され、議論されているものである。

図表 19 は、中国の主要貿易相手先である日本、米国、EU、台湾、韓国の各通貨によって構成される介入通貨（米ドル）建ての通貨バスケットを作成し、人民元相場が2001年12月11日のWTO加盟日以降、バスケット・ペッグ制へ移行したと仮定した場合、人民元の対米ドル相場および対円相場がどのように推移したかをみたものである。

2003年8月11日時点における実際の人民元の対米ドル相場は8.277元であったが、バスケット・ペッグ制を採用した場合には7.649元となり、実際の為替相場に比べて8.2%切り上がった水準になっていることがわかる。同様に、人民元の対円相場も同率上昇することになる。また、この1年8カ月におけるバスケット・ペッグ制下での人民元対米ドル相場の変動係数<sup>4</sup>は3.8%であり、同期におけるユーロの対米ドル相場の9.4%、円の4.4%に比べて小さく、相場が比較的安定的に推移したことがわかる。

（図表 18） 国有企業が経済全体に占める比率



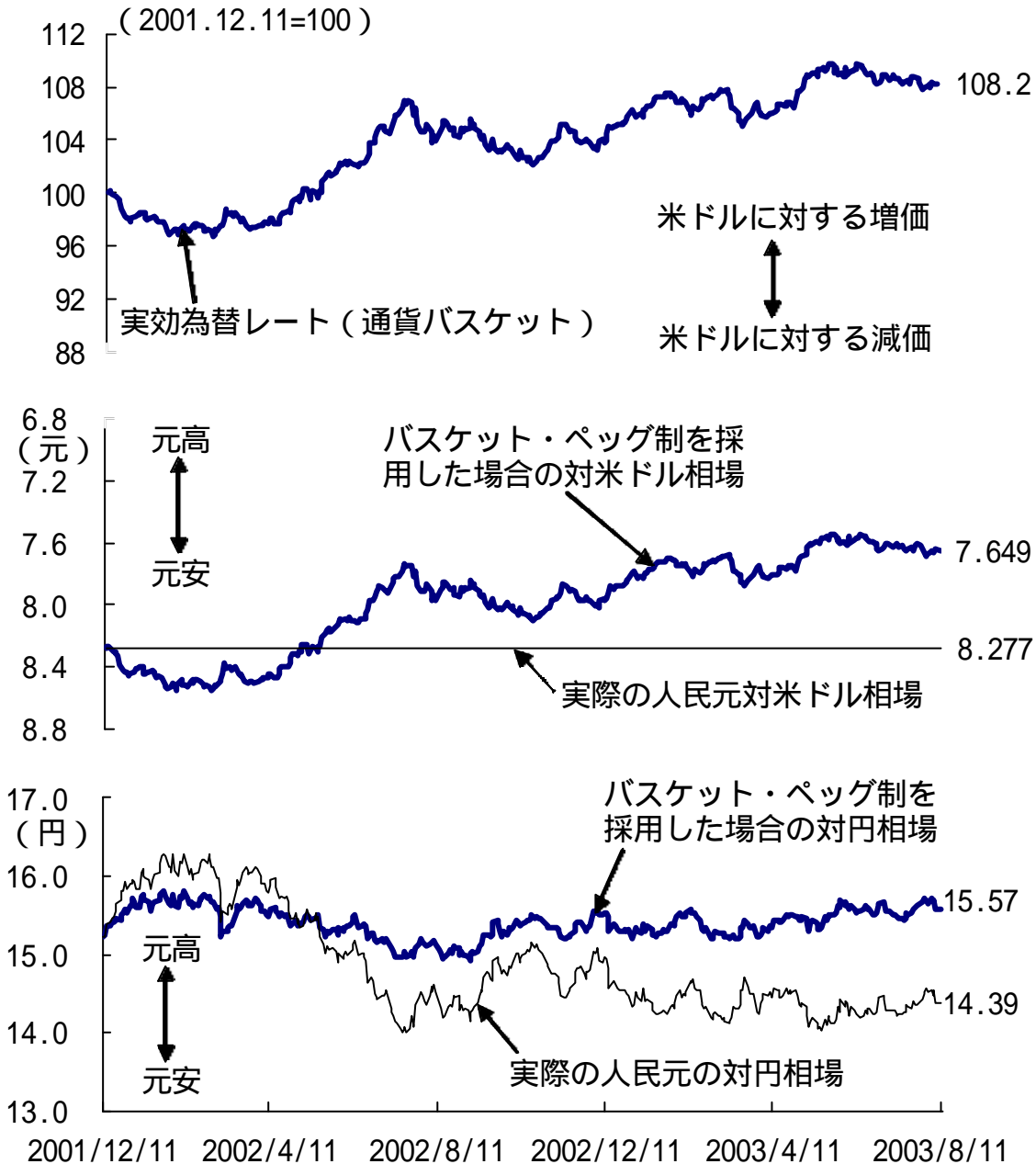
（備考）1．R&D経費は2000年、対外貿易は2002年、その他は2001年の数値  
2．国家統計局「中国統計年鑑」などにより作成

<sup>3</sup> 現行の規定では、インターバンクの対米ドル取引は人民銀行が毎日発表する中値の上下0.3%の範囲内での変動が許されることになっているが、実際の変動幅はごく僅かにとどまっている。

<sup>4</sup> 変動係数 = 標準偏差 ÷ 平均値 × 100

このように、通貨バスケット・ペッグ制は固定相場制と変動相場制の中間的な為替制度であり、中国政府が同制度を変動相場制への過渡的な政策として採用する可能性もある。

(図表 19) 人民元が通貨バスケットに連動したケース



- (備考) 1. 実効為替レート=exp[通貨の構成比×ln(構成通貨の指数)]  
 2. 構成通貨は中国の主要貿易パートナーである日本(27.2%)、米国(25.9%)、EU(23.2%)、台湾(11.9%)、韓国(11.8%)の各通貨による(カッコ内は通貨の構成比)。  
 3. 中国がWTOに加盟した2001年12月11日を基準日と仮定  
 4. 信金中央金庫総合研究所試算

### 3. 巨大な消費市場である中国をいかに攻略するか

#### (1) WTO加盟で拡大するビジネスチャンス

以上のように、中国は日本経済に「脅威」を与える存在になってきたが、その一方で中国経済の成長とWTO加盟に伴う市場開放により、日本企業にとって有力な市場として育ってきている。

例えば、足元の日本の輸出動向をみると、米国の景気鈍化などを背景として対世界輸出は伸び悩んでいるものの、対中輸出は前年比で3割を超える伸びを記録している（図表20）。2002年時点では、日本の国別輸出シェアは米国が28.5%と圧倒的な規模を占めており、中国は9.6%と米国の3分の1の規模にすぎないが、中国の潜在成長力を勘案すれば、中長期的なビジネスチャンスは大きい。

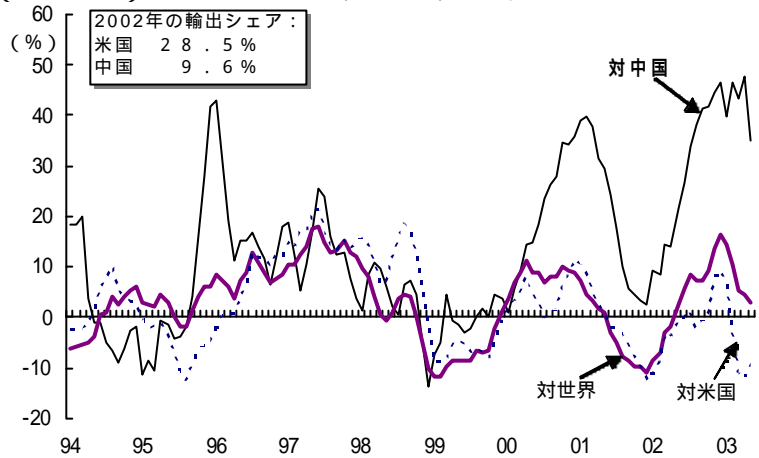
日本をはじめとする先進国市場がすでに飽和状態にあるなか、中国経済の台頭を脅威として捉えるのではなく、チャンスとして活用することができれば、日本企業の収益性が大幅に改善する期待もでてくる。

中国の国際競争力が急速に向上しているとは言っても、当面、日中経済の相互補完関係は変わらないとみられる。

図表21は、アジア主要国の輸出競争力を製造段階別にみたものである。中国は消費財分野で非常に高い競争力を持っている一方、日本は機械設備などの資本財や部品などの中間財で依然として高い比較優位を維持している。

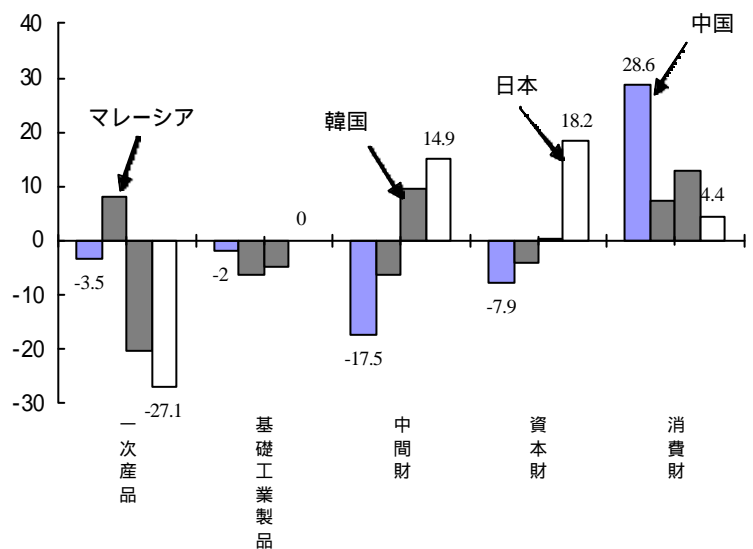
実際、今年1～6月の対中輸出金額は、中国におけるSARS禍による悪影響があったにもかかわらず、前年同期比36.4%増となったが、なかでもコンピュータなどの事務用機器（同2.2倍）、音響・映像機器の部品（同2.0倍）、自動車部品（同2.1倍）、半導体等電子部品（同47.0%増）などの輸出が好調に推移した。

（図表20）日本の対世界、対米、対中輸出の推移



（備考）1. 前年同月比増減率（3カ月移動平均）  
2. 財務省「貿易統計」により作成

（図表21）アジア主要国の製造段階別比較優位

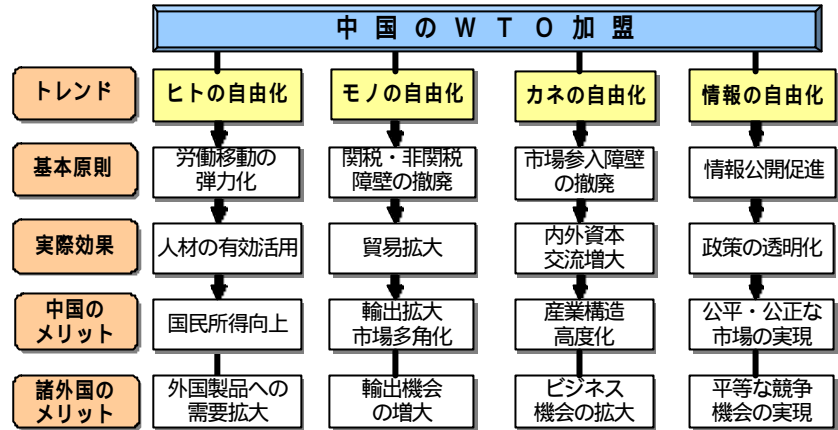


（備考）1. 比較優位は、輸出に占めるシェア - 輸入に占めるシェアで算出  
2. 出所は内閣府「世界経済の潮流 2002年秋」

加えて、WTO加盟により、中国ではヒト、モノ、カネ、情報の自由化が促される(図表 22)。特に、モノの面では関税の引き下げや輸入数量制限などの非関税障壁の撤廃が進む予定である。

中国では、日本のような技術力を持つ中小企業はごく僅かで、裾野産業は整っていないのが現状である

(図表 22) 中国のWTO加盟がもたらす変化



(備考) 信金中央金庫総合研究所作成

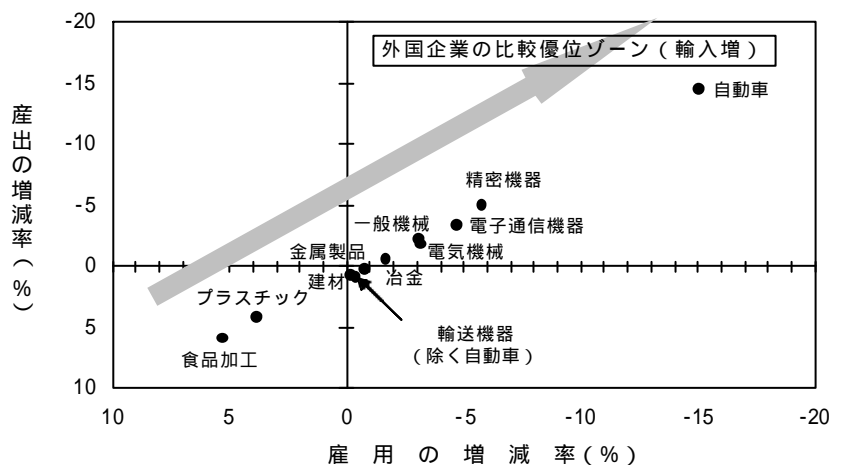
従来、中国政府は高い関税率や輸入数量制限によって国内の部品産業の保護・育成を図ってきたが、WTO加盟後は自動車部品や電子部品等の関税も大幅に引き下げられる予定であり、部品産業を中心として日本の中小企業が中国市場に参入する余地は大きいとみられる。例えば、半導体等電子部品の関税率は2005年には平均4.84%(加盟時は7.99%)まで引き下げられ、大半の品目はゼロとなる。さらに、音響・映像機器の部品が2004年で平均8.47%(同13.19%)、自動車部品が2006年で平均9.66%(同20.15%)まで引き下げられることになっている。

図表 23 は、中国の政府系シンクタンクである国務院発展研究センターがWTOに加盟しなかった場合と比較して2010年の各製造業の算出量と雇用者数がどのように増減するかを試算したものである。このグラフは、右上へ位置する業種ほど市場開放による中国産業界への打撃が大きいことを意味している。逆に言えば、右上のゾーンにある業種は外国企業の比較優位が高く、今後も対中輸出が伸びる余地が大きいことになる。

自動車産業や精密、電子などのハイテク分野では、関税引き下げなどによる中国の輸入拡大効果が大きく、それに伴って中国の国内生産や雇用が減少すると予測されている。特に、中国の自動車産業では、政府による手厚い産業保護の下、非効率で技術水準の低い地場の部品メーカーが乱立しており、今後、多くのメーカーが何らかのかたちで淘汰されるとみられている。

こうしたなか、地理的にも近い日本の中小企業が輸出によって中国の裾野産業を代替し、あるいは現地でも裾野産業の中核的存在になる可能性はますます高まっていると考えられる。

(図表 23) WTO加盟が中国産業界にもたらす影響



(備考) 1. 中国がWTOに加盟しなかった場合と比較した2010年時点での各製造業の産出量と雇用者数の増減率。2000年時点の試算  
2. 国務院発展研究センター「WTO：中国与世界」により作成



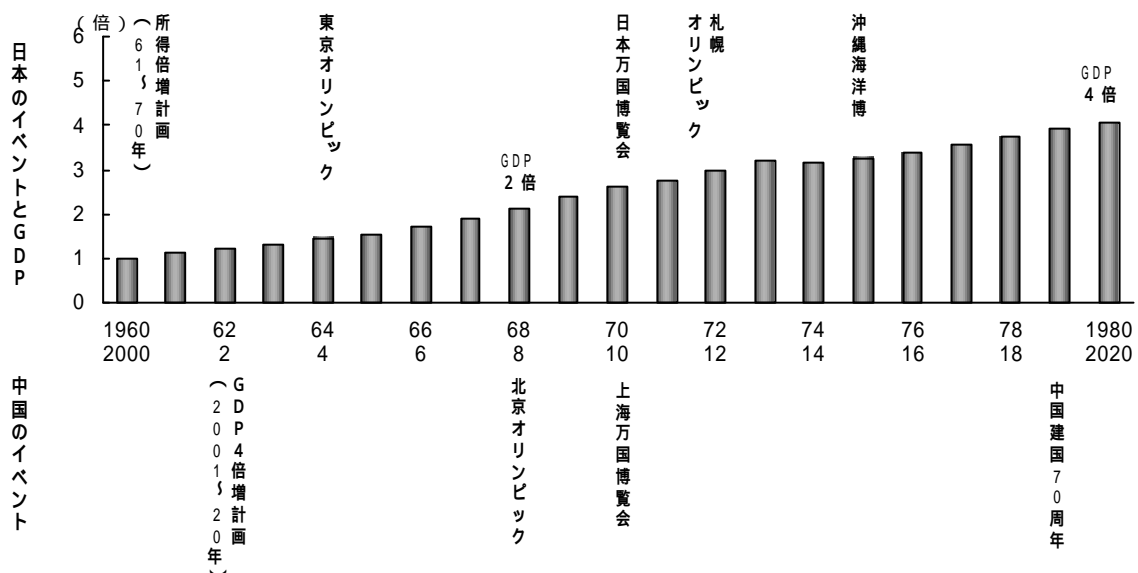
## (2) 最高所得者層約8,000万人が日本企業のターゲット

いまの中国は、日本の高度成長期に相当すると考えられ、東部沿海地域を中心として高度大衆消費時代を迎えていると考えられる。

図表 24 は日本の高度成長期とこれからの中国を比較したものであるが、日本では 1960 年、当時の池田勇人内閣が 61～70 年の 10 年間で GDP を 2 倍にするという所得倍増計画を発表し、東京オリンピック、大阪万博をテコに 60 年代は高度成長を成し遂げた。70 年代には石油ショックなどで経済成長は鈍化したものの、この 20 年間で日本の経済規模はちょうど 4 倍に拡大した。

中国政府は、北京オリンピック、上海万博を「南北のエンジン」として、年平均 7% 以上の経済成長を維持し、2020 年までの 20 年間で GDP 規模をやはり 4 倍にする計画である。アジア金融危機後の 98 年以降、政府当局は積極財政政策を継続し、発展の遅れた中西部地域のインフラ基盤整備を柱とした西部大開発を推進するなど内需拡大に注力している。中西部地域という新たなフロンティアの開拓が進めば、日本の高度成長期の歴史が中国でも繰り返される可能性は高い。

(図表 24) 日本の高度成長期の軌跡と今後の中国経済のトレンド



- (備考) 1. 年次は上段が日本、下段が中国を対象としたもの  
 2. 日本の GDP は対 1960 年比の実質伸び率(倍)。GDP は旧基準による。  
 4. 購買力平価で算出した 1 人当たり GDP でみると、2000 年の中国はちょうど 1960 年代初めの日本の水準に相当する。  
 3. 内閣府『国民経済計算年報』などにより作成

ロストウ (W.W.Rostow) は、『経済発展の諸段階』のなかで高度大衆消費時代を以下のように定義している<sup>5</sup>。

国民全般の所得水準が向上して、衣食住の基礎的支出以上の消費需要が発生する。消費性向の大きい都市労働者やホワイトカラーが増加して消費構造が変化し、耐久消費財とサービスに対する爆発的な需要が起こる。

<sup>5</sup> ロストウは経済発展段階を(1)伝統的社会的時代、(2)離陸の先行条件期、(3)離陸期、(4)成熟期、(5)高度大衆消費時代、の 5 段階に区分している。

成熟期に形成された重化学工業中心の産業構造が耐久消費財の大量生産を可能にする。

大量生産の時代には、企業家の新製品開発意欲が旺盛となる。

この時期には、生産能力が需要を上回る状態が一般化し、財政政策や金融政策による有効需要の創出と景気調整が必要になる。

企業間競争が進んで寡占化傾向が強まり、独占的行為と管理価格の弊害を生む。

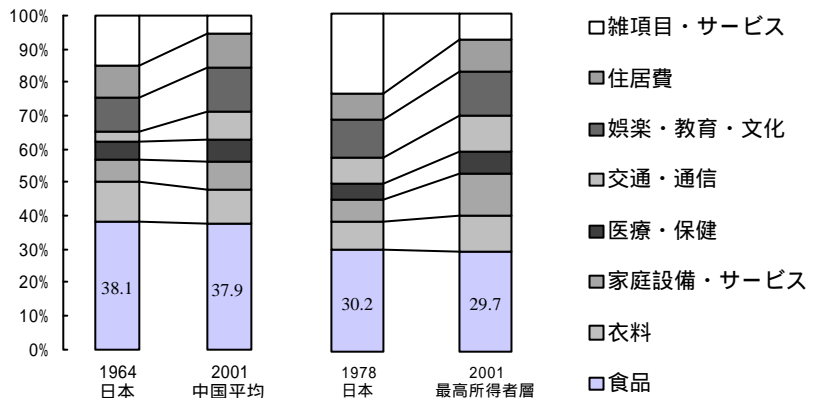
経済の国際化が一層進み、貿易による国際分業に加え、海外直接投資による新しい形態の国際分業が増大する。

社会の目標は、生産拡大から変化して社会的福祉の増進、社会保障の充実、労働時間の短縮等が新しい社会目標となる。

いまの東部沿海地域について言えば、上述の項目を1つ1つ検証するまでもなく、ロストウが掲げた定義のほとんどを満たしている。さらに、上海などの大都市においては、ロストウが予想したとおり、高度大衆消費時代の次にくる「人々が労働によって所得を得るよりは余暇を楽しむための時間を選ぶ時代」も予見可能な範囲内に入ってきているとみられる。

図表 25 は、日本と中国の消費構造を比較したものである。エンゲル係数<sup>6</sup>の水準でみると、現在の中国都市部の平均的な消費構造は日本の1964年当時のレベルに相当する。さらに、日本企業の主な顧客ターゲットとなり得る高級志向、ブランド志向が強い最高所得者層の消費構造は日本の1978年頃に相当する。

(図表 25) 日本と中国の消費構造比較



(備考) 1. 個人消費の項目別構成比(中国は都市部、日本は全世界ベース)  
2. 国家統計局「中国統計年鑑」、総務省「家計調査年報」により作成

特に、北京、上海、広東などの大都市では、経済の高成長を背景に資産家階層が形成され、旺盛な消費の主役となっている。2002年6月末現在、都市部の1世帯当たりの金融資産残高は約8万元(約120万円)であるが、株式会社役員や私営企業主はその10倍近い資産を保有しており、すでに日本の一般世帯と大差のない購買力を持っていると推察される(図表26)。

さらに所得水準により5分類した所得階層別にみると、全世界の2割を占める最高所得者層が都市部の個人金融資産の66.4%を保有している。2000年の人口統計をもとに計算すれば、都市部で最高所得者層に属する世帯数は2,624万世帯、人口にして8,134万人に達しているとみられる。最高所得者層の1世帯当たり個人金融資産は27万元程度(約400万円)であるが、中国では衣食住に係るサービス価格は非常に低価格なことなどもあり、保有金融資産の規模以上に潜在的な購買力は高いものとみられる。

<sup>6</sup> 消費支出に占める食費の割合

(図表 26) 中国都市部 1 世帯当たり個人金融資産残高

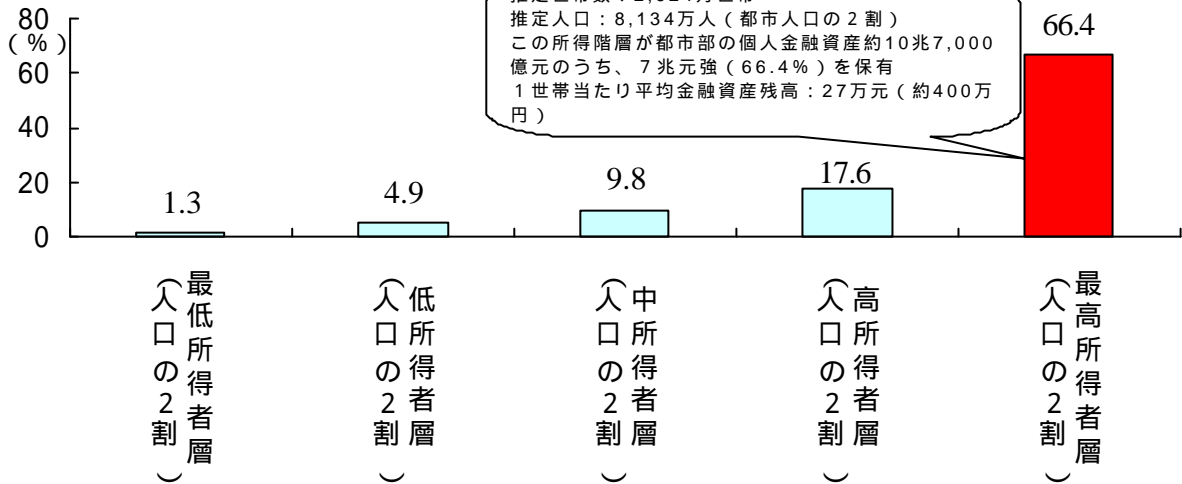
○個人金融資産の資産別内訳

1 世帯当たり	金額(元)	構成比(%)
現金	2,730	3.4
預金	51,156	64.1
国債	3,210	4.0
株式(A株)	7,374	9.2
貯蓄性保険	3,094	3.9
住宅積立金	3,036	3.8
貸付金	2,512	3.1
その他有価証券	359	0.5
人民元資産	73,706	92.4
外貨建て資産	6,057	7.6
個人金融資産残高	79,763	100

○職業別保有金融資産ランキング

職業別ランキング	金融資産(元)	日本円換算(万円)
1 株式会社役員	690,914	1,036
2 私営企業経営者	620,338	931
3 文芸家	401,345	602
4 証券会社職員	240,130	360
5 銀行職員	239,808	360
6 IT関連従業者	202,584	304
7 大学教授	155,315	233
8 個人企業経営者	139,383	209
9 文芸評論員	139,338	209
10 事業単位役員	125,044	188
平均	-	79,763

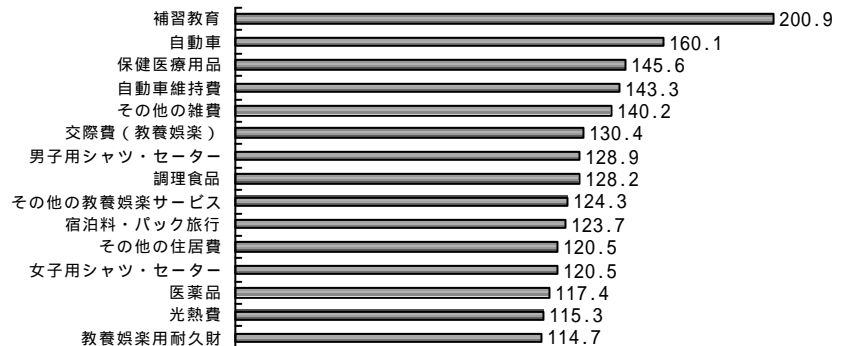
○所得階層別みた金融資産保有シェア



(備考) 1. 2002年6月末現在の数値  
2. 国家統計局『家庭金融資産の分布』により作成

前述のように、中国の消費をリードする都市部の最高所得者層約8000万人の消費構造が1978年頃の日本に相当するとすれば、その当時の日本における消費トレンドが今後の中国の消費動向を占う参考となろう。図表 27 は、1979～88年の10年間、日本の消費で伸び率が最も高かった上位15項目を

(図表 27) 70年代末以降の日本の消費指数（伸び率上位15項目）



(備考) 1. 消費指数 = (各消費項目の伸び率 ÷ 消費支出の伸び率) × 100  
2. 伸び率は 79～88年の10年間  
3. 総務省「家計調査年報」により作成

みたものである。当時の日本では、塾や予備校などの補習教育、自動車および自動車維持費、保健医療用品、教養娯楽および教養娯楽用品、パック旅行などへの支出が大きく伸びた。

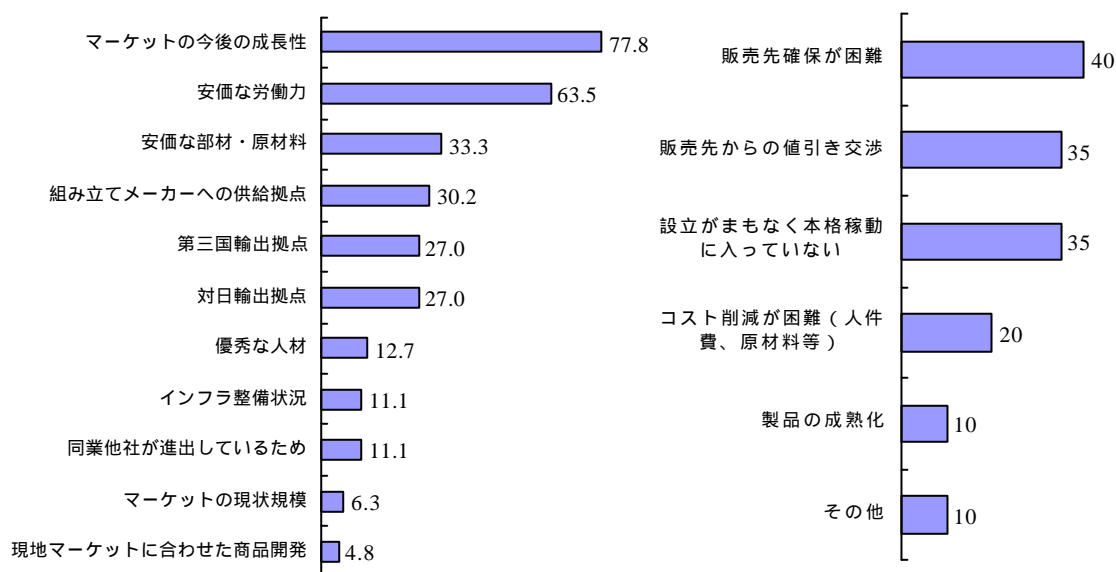
数年前から、中国でもマイカーブームや海外・国内旅行ブームが到来している。これらは、日本の過去の経験が中国でも生きている証左であり、日本企業にとっては過去の経験をもう一度、生かすチャンスがあることを意味する。

### (3) 国内販売ルート確保が最大の課題

国際協力銀行は、「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告」(2002年度)のなかで、海外に現地法人を有する資本金10億円未満の中堅・中小企業99社を対象にアンケート調査を行っている。

このうち、中期的(今後3年程度)に有望な事業展開先国として第1位となったのは中国であり、その回答率は86%に達した。中国を有望視する理由として、最も多かった回答は「マーケットの今後の成長性」、次いで「安価な労働力」、「安価な部材・原材料」の順であった(図表28)。ただ、その一方で「中国については市場の成長性は大きな魅力であるが、代金回収問題や制度面での制約(計画生産、材料は認定制であり、すぐには変更が認められないなど)、販売先(現地企業)の開拓の難しさもあり、短所も多い」との声も聞かれたという<sup>7</sup>。

(図表28) 中国が事業先として有望な理由と収益面での問題点



(備考) 1. 中堅・中小企業99社に対するアンケート調査(回答率:%)

2. 国際協力銀行「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告」(2002年度)により作成

今後、日本の中小企業が中国市場をターゲットとして事業を展開する場合、最大のネックとなるのは中国国内の販路をいかに拡大すると同時に、債権回収をいかに確実にを行うか、ということである。そこで、考えられるのは、中国地場企業との提携、大

<sup>7</sup> 国際協力銀行「開発金融研究所報」2003年1月第14号71頁

手商社などが設立した卸売会社の利用、電子商取引の活用、などである。

#### 中国地場企業との提携

最近、三洋や松下など大手家電メーカーが中国の家電メーカーと盛んに包括的協力関係を締結しているが、これは日中相互乗り入れにより双方のノウハウや資本を有効活用しようという目的からである。中国企業は日本企業から技術提携等を通じて先進技術を取り込み、日本企業は中国企業の持つ国内販売ルートを活用する関係である。

中小企業においても、中国地場産業との同様な提携関係の確立は一考に価するとみられる。とりわけ、中国には経営の自由度が高く、成長が著しい私営企業（従業員8人以上の民間所有企業）が約200万社存在し、外国企業との業務交流を求めている会社も多い。私営企業のなかにはすでに全国的な知名度を持つ大企業も存在し、これらの企業群は外国企業との業務提携によって一段と成長性を高めてきている（図表29）。

ただ、こうした関係は双方にメリットがあることが大前提でなければ成立しない。しかも、日本側が一方向的に技術を供与し続けられれば、やがてパートナーが大きなライバルに成長する可能性が高いことも十分に考慮すべきである。

（図表 29）外国企業との提携を進める私営大企業

会社名	所在地	代表者	業務内容	売上高	外資との提携・合併
聯想集団控股公司	北京市	柳傳志	電子、通信	328.7	日立、AOL、コダック
万向集团公司	浙江省	魯冠球	自動車部品	86.3	Delphi Auto. (米)
横店集团	浙江省	徐文榮	磁性材料等	80.0	戸田工業
正泰集团	浙江省	南存輝	電気部品	74.1	米国企業
徳力西集团公司	浙江省	胡成中	機械設備	62.4	
新疆広匯実業投資（集团）有限公司	新疆ウイグル自治区	楊鉄軍	石材、建材等	60.7	香港金湧投資公司
上海復星高科技集团有限公司	上海市	郭広昌	バイオ医薬等	56.8	米国企業
上海新高潮集团有限公司	上海市	陶新康	建材、木製品	55.6	米、英、カナダ企業
東方集团	黒龍江省	張宏偉	金融、通信	55.4	APC (米)
天正集团有限公司	浙江省	高天樂	電気機器等	50.6	ABB (スイス)
人民電器集团	浙江省	鄭元豹	電器設備等	48.1	シーメンス
蘇寧電器集团	江蘇省	張近東	家電販売	48.0	三洋、松下など
広廈控股有限背責任公司	浙江省	樓忠福	建築、不動産	47.8	
臨沂新程金鑼肉製品有限公司	山東省	周連奎	食肉加工	42.5	
隆シン集团有限公司	重慶市	塗建華	オートバイ	39.8	米国企業
重慶宗申摩托車集团	重慶市	左宗申	オートバイ	39.0	承宝集团 (韓国)
重慶力帆実業集团有限公司	重慶市	尹明善	オートバイ、発動機	38.4	
四川新希望集团	四川省	劉永好	飼料、不動産	38.0	IFC
通威集团有限公司	四川省	劉漢	飼料、電子	37.5	英国企業
長城電器集团有限公司	浙江省	葉祥堯	電気機器等	34.0	

（備考）1．中華全国工商聯合会が発表した2001年度における私営企業の売上高上位500社中のトップ20社を例示（売上高の単位は億元）

（出所）2．中華商工網（www.chinachamber.com.cn）、各社ホームページなどにより作成

大手商社などが設立した卸売会社の利用

もう1つは、大手商社などが設立する合弁卸売会社を利用する方法である。現在、合弁卸売会社としては、2001年8月に丸紅と上海一百集団（2003年4月、上海の一百、友誼、華聯、物資の4集団が統合し、上海百聯集団となった）が設立した「上海百紅商業貿易有限公司」、2003年1月、京セラが天津で自社製品の販売を目的として設立した合弁卸売企業「京セラ（天津）商貿有限公司」の2社があるが、今後はこうした外資系卸売会社が徐々に誕生してくると予想される。

例えば、上海百紅は東部沿海市場と海外市場を視野に置き、様々な流通サービスを提供する体制を整えつつある。

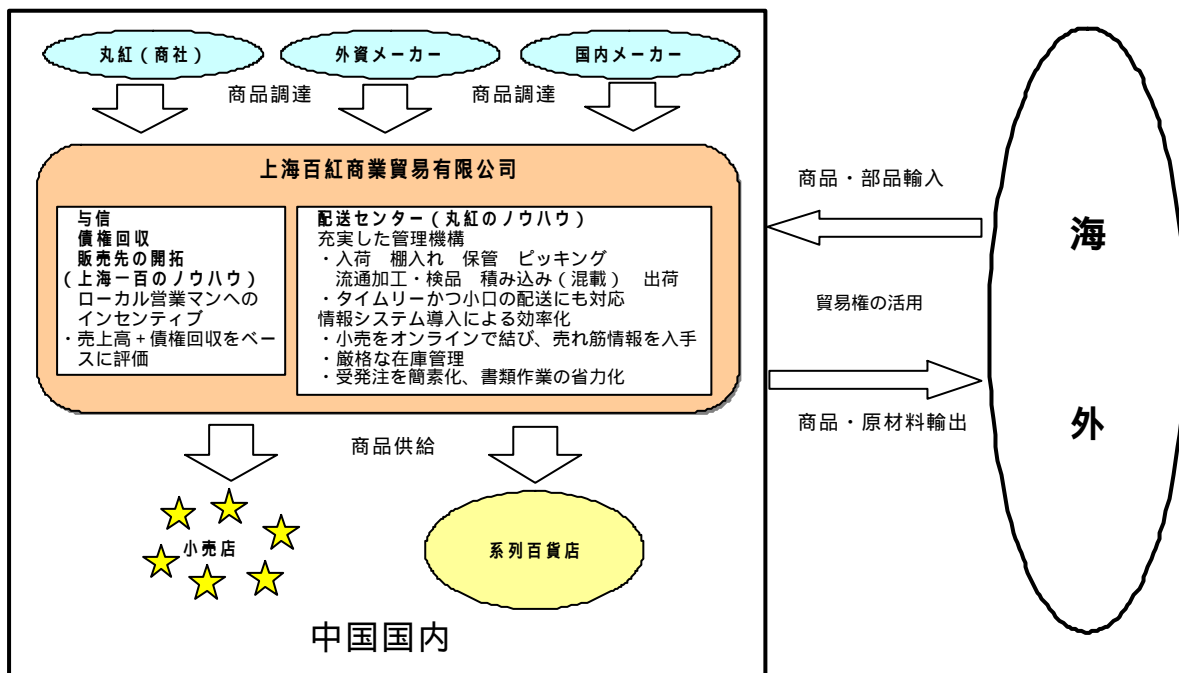
その第1は、外資メーカーの現地生産品を上海百紅を通じて国内小売業者、大規模小売店へ販売するルートを提供することである。現在は、トイレタリー商品が中心だが、近い将来には多様な製品を取り扱う計画である（図表10）。

第2は、近代的な情報システムを構築して小売業者をオンラインで結び、売れ筋情報を入手し、それをメーカーにフィードバックする機能を果たすことである。これまで、中国の消費者は、メーカーのお仕着せ商品を仕方なく買わされてきたが、こうした情報システムが普及すれば、消費者ニーズに合致した製品がより多く生産されることになり、資源の無駄使いは避けられるようになるはずである。

第3は、国内販売を行う際に問題となる債権回収を着実に実行することである。上海百紅では与信・債権回収・販売先の開拓に関して合弁パートナーである上海一百のノウハウと人材をフル活用し、債権回収等のリスクを徹底して軽減する方策を採っている。

第4は、輸出に係わるコスト軽減である。従来、輸出先で行っていた値札付け、検品を中国のローコストを利用して百紅の配送センターで請け負い、少量の積荷をコンテナに混載することでコストの軽減を図る。

（図表30）商社の卸売機能の活用（丸紅の例）



（備考）丸紅提供資料により作成

従来、中国には上海百紅のような本格的な卸売会社は存在していなかったこともあり、今後、外資卸売業者が中国に近代的な卸売システムをもたらす意義は大きいものと考えられる。さらに、近い将来、中国市場の開拓を目指そうとしている日本の中小進出企業にとっても販路拡大の有効な選択肢の1つとなり得るであろう。

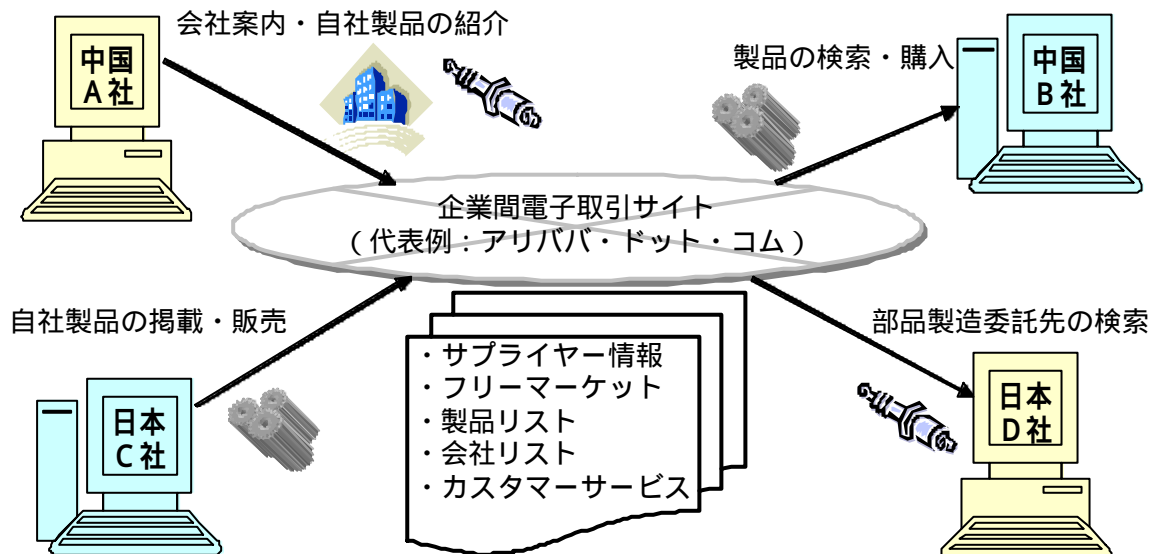
### 電子商取引の活用

最後は電子商取引の活用であり、特に企業対企業の取引では有効な手段になり得ると思われる。B to Bの電子商取引では、中国浙江省に本社があるアリババ・ドット・コムが会員企業数 195 万社と世界最大の規模を誇っている。

同社では、英語によるグローバルサイト、中国国内向けの中国語版サイトに加え、今年から日本語版のサイトも立ち上げている。このサイトでは、自社製品をネット販売する機能のほか、会社情報や商品情報などの掲載・検索機能があり、これにより製品の購入・販売先だけでなく、業務提携先を探し出すことも可能となっている。

同社には、ソフトバンク、日本アジア投資、ゴールドマンサックスなど外国の投資会社が資本参加していることからわかるように、将来的にはこのような電子商取引が国際間の商取引で予想以上に重要な役割を演じる可能性を秘めている。

(図表 31) 電子商取引の活用 (アリババ・ドット・コムの例)



(備考) 1. アリババ・ドット・コムは企業間電子商取引 (B to B) サイトである。会員企業数は 195 万社と世界最大を誇る。本社は中国浙江省。CEOは馬雲 (ジャック・マー) 氏。ソフトバンク、日本アジア投資、ゴールドマンサックスなどが出資している。  
 2. アリババ・ドット・コムのHP (japan.alibaba.com) などにより作成

## おわりに

日本経済が長期低迷を続けるなか、中国市場の開拓は中小企業が生き残る 1つの方策として考えられる。前述した卸売業のように、日本では衰退産業であっても途上国では十分に通用するビジネスモデルとなるケースもある。

中小企業にとって、中国ビジネスは乾坤一擲で取り組むにはリスクが大きすぎるが、

それをリスク分散の1つとして位置付け、「小さく生んで大きく育てる」姿勢で臨むならば、商機が訪れる可能性は大きい。

WTO加盟後、中国の巨大な潜在市場は着実に顕在化してきている。日本の中小企業には独自の技術力やノウハウを有する企業が多いことを考えれば、中国を脅威と捉えるより、中国企業などを活用し、中国市場の活力を手中にしようとする「攻めの姿勢」も必要ではないだろうか。

以上

(黒岩 達也)

本レポートは、情報提供のみを目的とした標記時点における当研究所の意見です。施策実施等に関する最終決定は、ご自身の判断でなさるようお願いします。また当研究所が信頼できると考える情報源から得た各種データなどに基づいてこの資料は作成されていますが、その情報の正確性および完全性について当研究所が保証するものではありません。

<参考文献>

1. 内閣府「世界経済の潮流」（2002年秋、2003年春）
2. 経済産業省「2002年度 産業の中間投入に係る内外価格調査」（2003年7月）
3. 国際金融情報センター「IMFの直面する国際金融の諸問題に関する検討」（2000年2月）
4. 国際協力銀行「開発金融研究所報」（2003年1月 第14号）
5. 三菱総合研究所編「中国情報ハンドブック」蒼蒼社（2002年版）
6. 21世紀中国総研編「中国情報ハンドブック」蒼蒼社（2003年版）
7. 黒岩達也、藤田法子「開かれた中国巨大市場 WTO加盟後のビジネスチャンス」蒼蒼社（2002年6月）



【内外経済・金融動向(旧国内経済・金融動向)バックナンバーのご案内】

号 数	題 名	発行年月
No. 44	「米同時多発テロ後の日米景気の現状と見通し」 - 米景気の下振れで日本の景気底入れは来年4～6月にズレ込む見込み -	2001年11月
No. 45	「地域経済の現状と課題」 - 雇用対策と地方財政の再建が重要課題 -	2001年12月
No. 46	「国際収支の現状と中期展望」 - 所得収支の黒字拡大で経常収支の赤字転換は回避へ -	2002年1月
No. 47	「厳しさを増す雇用情勢」 - 雇用のミスマッチなど構造的失業が失業率の押し上げ要因 -	2002年2月
No. 48	「2001年の地域経済」 - 閉塞状況からの脱却には、創業促進、既存産業の競争力強化が必要 -	2002年3月
No. 49	「少子・高齢化の影響と課題」 - 男女共同参画社会の構築と社会保障制度の抜本的改革が必要 -	2002年4月
No. 50	「大企業と中小企業の景況格差が再び拡大」 - 産業の空洞化や資金繰りの悪化が中小企業の経営を圧迫 -	2002年5月
No. 51	「市町村合併の背景とその効果」 - 行政の効率化などメリット大だが、地域活性化策の策定が課題 -	2002年6月
No. 52	「中国のWTO加盟が日本経済に与える影響」 - 空洞化の促進要因となる反面、輸出市場としても有望 -	2002年7月
No. 53	「設備投資は年度下期から2003年度にかけて緩やかな回復へ」 - 日米ともに資本ストックの調整が進展、回復に向けた基盤は徐々に整う -	2002年8月
No. 54	「産業構造からみた地域経済の現状と課題」 - 地域経済の活性化には、産業構造の違いを考慮した対応が必要 -	2002年9月
No. 55	「株安や将来不安が個人消費の下押し要因」 - 2003年度は、税・社会保障負担の増大も懸念材料 -	2002年10月
No. 56	「デフレ経済の背景とその課題」 - 収益性の高い事業分野への資源シフトがデフレ脱却のカギ -	2002年11月
No. 57	「地域経済の現状と課題」 - 雇用対策、地方行財政改革の推進などが今後の課題 -	2002年12月
No. 58	「新年の日本経済の展望」 - 内需の回復基盤は脆弱、2003年度も米景気の動向がカギを握る -	2003年1月
No. 59	「サービス経済化の進展と雇用動向」 - 高齢社会とアウトソーシングが新市場開拓のポイント -	2003年2月
No. 60	「地方行財政改革の背景とその行方」 - 「三位一体の改革」、「市町村合併」は待ったなしの情勢 -	2003年3月
No. 15-1	「米国経済の現状と展望」 - 先行き不透明感が払拭されれば、設備投資をけん引役に景気は徐々に回復へ -	2003年4月
No. 15-2	「構造調整圧力にさらされる中小企業」 - 大企業との格差は一段と拡大したが、過剰債務の削減は徐々に進展 -	2003年5月
No. 15-3	「地域経済の動向と産業構造の変化」 - 成長分野のサービス業でも地域間格差が大きい -	2003年6月
No. 15-4	「家計貯蓄率低下の背景と中期的な展望」 - 高齢化の進行を背景に低下傾向ながら、国全体では貯蓄超過が続く -	2003年7月
No. 15-5	「中国経済の台頭と日本との協調発展の可能性」 - デフレ・空洞化などマイナス要因もあるが、市場としての魅力は増大 -	2003年8月

\*バックナンバーの請求は信金中央金庫営業店にお申しつけください。

ご意見をお聞かせください。

信金中央金庫 総合研究所 行

今回の「内外経済・金融動向」について  
No.15-5

今後、「内外経済・金融動向」で取り上げてもらいたいテーマ

信金中央金庫総合研究所に対するご要望

差し支えなければご記入ください。

貴金庫(社)名  
ご担当部署・役職名  
ご住所

ご芳名

年 月 日

ありがとうございました。信金中央金庫担当者にお渡しいただくか、総合研究所宛ご送付ください。

(〒104-0031 東京都中央区京橋3-8-1)  
(E-mail : s1000790@FaceToFace.ne.jp)  
(FAX : 03-3563-7551)