



中国の台頭と日中経済関係

丸川知雄(東京大学社会科学研究所助教授)

1. 世界経済のなかでの中国





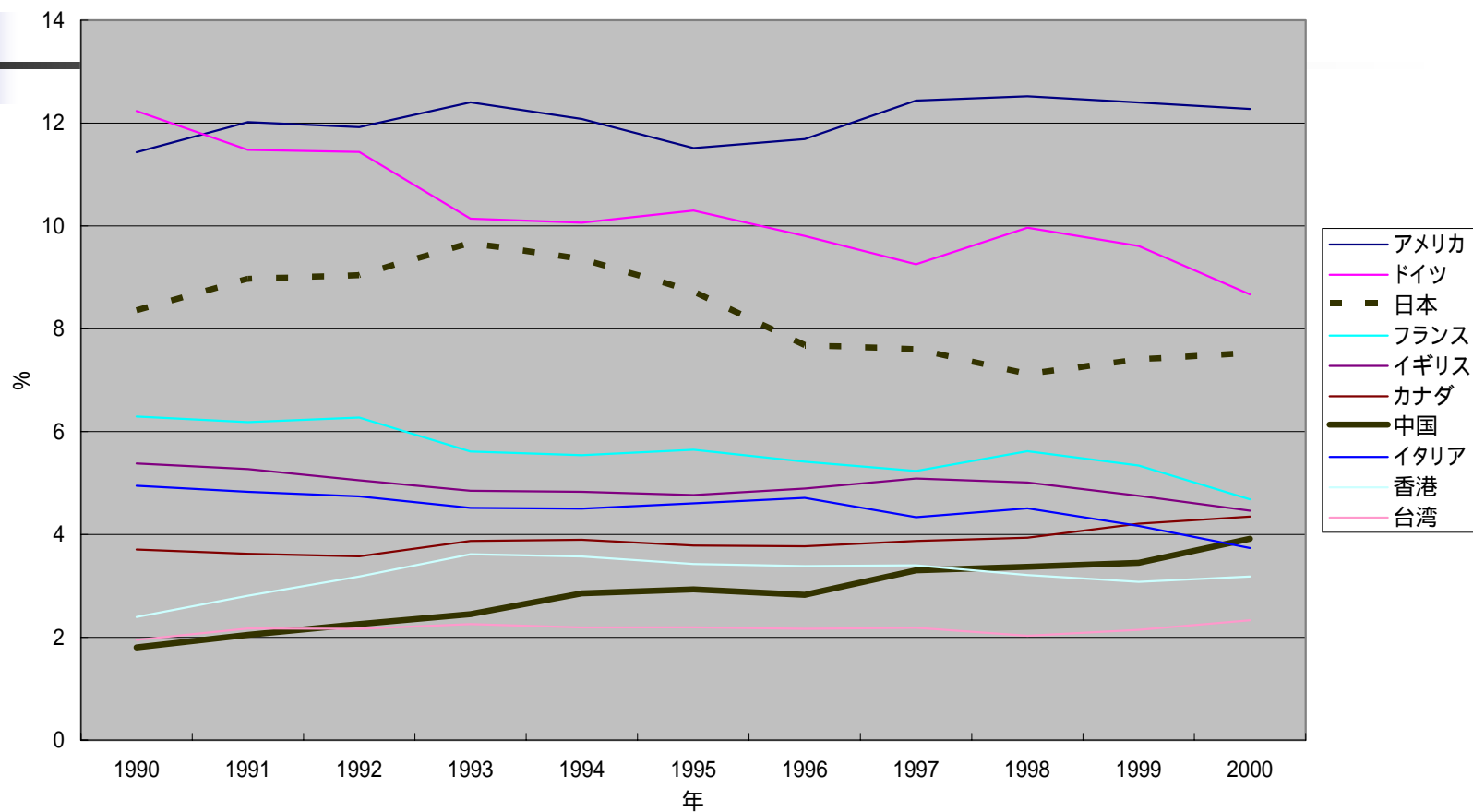
(1) 国の経済規模

- 中国は「発展途上大国」
- 国全体の経済規模は日本の4分の1、1人あたり所得は42分の1
- だが「購買力平価」で換算すると、国全体で日本の1.4倍、1人あたりで7分の1

国	GNP (10億 ドル)	1人あ たり GNP(\$)	PPPに よる1 人あた りGNP
中国	1063	840	3920
日本	4519	35620	27080
アメリカ	9602	34100	34100
韓国	421	8910	17300
インド	455	450	2340
ロシア	241	1660	8010

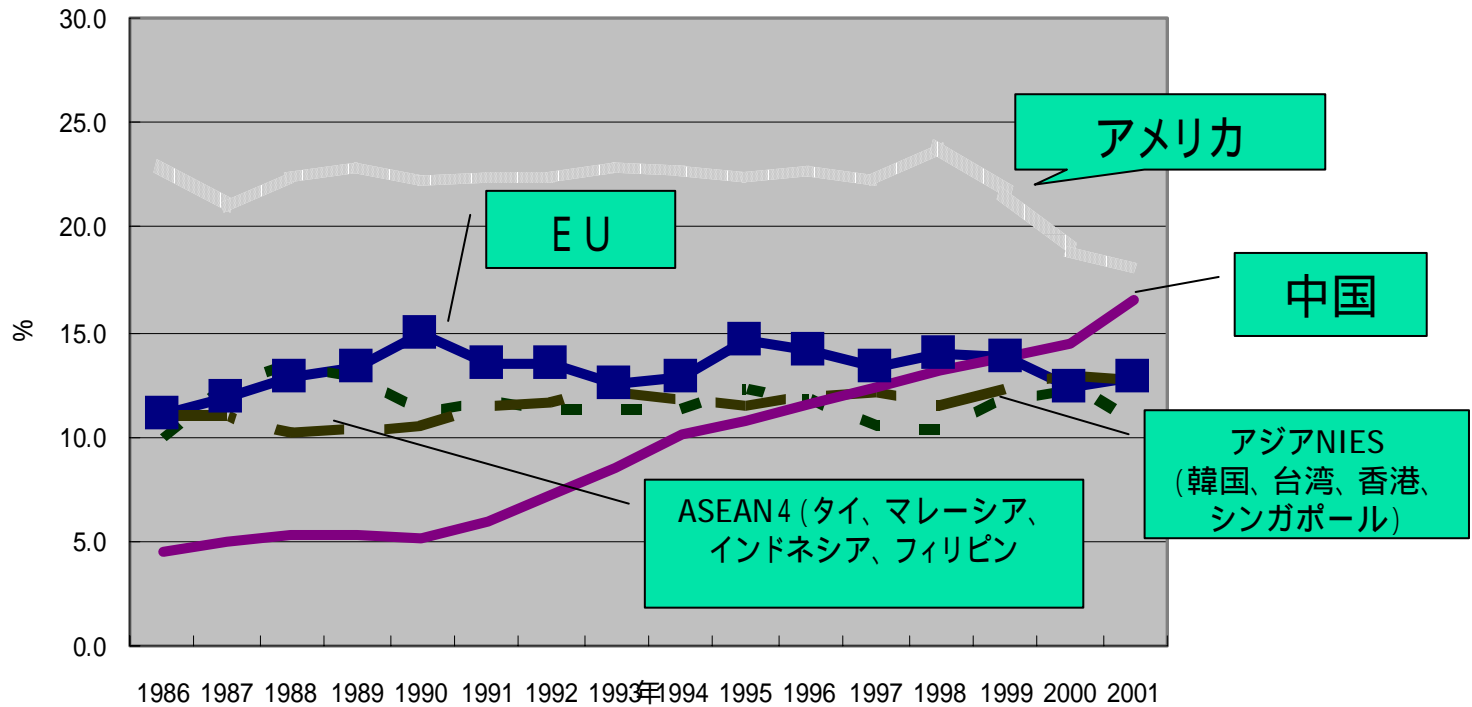
(2) 輸出の増加

世界の輸出に占める各国の割合



世界輸出の1.8%(1990年)から3.9%(2000年)へ。

日本向け輸出の増加



中国からの輸入は日本の総輸入の5.1%(1990年)から16.6%(2000年)に。
2002年1～10月にはアメリカを抜いて日本の最大の輸入相手国に。

欧米では日本ほど中国製品の浸透を受けているわけではない。ただ、中国からの工業製品輸入の成長率は欧米でも最も高い。

	アメリカ	EU	日本
総輸入	8.2	2.6	14.5
農産品	2.2	1.0	11.3
工業製品	10.2	3.2	20.9
化学品	2.5	1.0	6.1
その他半製品	9.5	2.6	18.2
機械・輸送機器	6.3	2.3	12.2
事務機器・通信機器	10.2	3.8	10.5
電気機器	14.5	5.5	28.1
糸・織物	12.0	3.8	41.2
衣類	13.2	9.4	74.7
その他製造品	30.2	8.2	26.1
玩具	64.6	33.1	47.1
履き物	61.9	10.0	65.0
旅行用品	50.0	43.3	42.0
家具	23.7	4.9	29.0



中国を「世界の工場」と呼ぶのが常套句となっているが…。

- 「世界の工場」の先輩をみてほしい。
1820年にイギリスは世界貿易の27%、世界工業生産の50%を占めていた。
- 1920年にアメリカは世界貿易の14%、世界工業生産の47%を占めていた。
- 1990年に日本は世界の工業製品輸出の11.5%を占めていた。
- 中国は世界の工業製品輸出の4.7%を占めるにすぎない。

中国を「世界の工場」と呼ぶのは時期尚早である。ただ、
将来「世界の工場」になる可能性は高い。

品目	工業製品			衣類	糸・織物	鉄鋼	機械・ 輸送機 器	事務・ 通信機 器	自動車 及び部 品
	1990	2000	1990～ 2000年平 均成長率						
年	1990	2000	1990～ 2000年平 均成長率	2000	2000	2000	2000	2000	2000
中国	1.9	4.7	17.4	18.1	10.2	3.1	3.2	4.6	0.2
日本	11.5	9.7	5.0	-	4.5	10.3	12.8	11.5	15.4
アメリカ	12.2	14.0	8.4	4.3	7.0	4.4	16.1	16.3	11.9
アジアNIE S	7.3	8.2	8.2	9.3	16.5	7.9	9.5	16.6	-
ASEAN4カ 国	1.9	4.5	16.4	5.6	3.8	-	5.2	15.5	-



ただ、中国は従来の「世界の工場」とは違う

- イギリス、アメリカ、日本は単に「世界の工場」だっただけでなく、本社も持っていた。中国は「本社」のないただの「工場」にすぎない。
- 中国の輸出の51%は外資系企業によるもの。委託加工輸出も含めると、輸出の63%が外資によるもの。

(3) 外国直接投資の流入は中国の輸出成長の条件である

年	1999年	2000年
中国への直接投資額	403億ドル	407億ドル
世界の発展途上国向け直接投資に占める割合	18%	17%



巨大多国籍企業の投資が増加している。

- Fortune誌Top500に入っているアメリカの製造業企業30社中21社が、また日本の製造業企業19社中18社がすでに中国に投資している。
- ちなみに日本の直接投資受入額は127億ドル(1999年)、82億ドル(2000年)



(4) 中国は外国直接投資を引きつける力が強い

- 安価で豊富な労働力：一般ワーカーの賃金はシンセン経済特区付近で月額500元（60米ドル）。バンコクは147ドル、マニラは114～244ドル。

ある工場（広東省東莞市）では、「身長150～160センチ、視力2.0以上、右利き」という条件で募集しているが、それでも人手には全然困らないという。

温州市の私营アパレルメーカーにて(ここは平均月給1500元)





国内市場の拡大も外国直接投資を引きつける重要な要素

- 13億人近い人口
- 1人あたりGDPは1985年には291ドル、1995年には581ドル、そして2000年には855ドル。
- 上海市では2001年に1人あたりGDPが4500ドルを超えた。
- 経済成長率は1985年～2000年の平均で10%とアジアで最も高い。



人材の豊富さ

- **高学歴の人材も豊富：**

華為（広東省にある中国有数の私営企業）では、従業員数が1995年の2400人から1997年に1万2000人、2002年に2万2000人に増加。うち6割以上が修士以上。毎年10%の従業員を入れ替える。

- **高学歴者の賃金も比較的安い。**



投資を引きつけるほかの条件

- 電力不足、物流の問題、通信の問題などはおおかた過去の話となった。
- 現地企業は企業家精神が非常に旺盛であり、今は技術水準が低くとも、急速にキャッチアップしてくる。
- 国家レベルでは人工衛星を打ち上げる技術もある。
- 最大の弱点は政府と制度。

2. 中国経済の3つの顔





第一の顔: 衰退を続ける国有部門

- 工業生産に占める国有企業の比率は1978年の77%から1997年の26%まで下落。
- 国有企業は投資資金を国有銀行から借りており、その借金が不良債権化 融資の25%前後が不良債権に。
- 1995年以降、国有企業は経営不振から人員を大幅にカット。1億955万人 7409万人(2001年)に。失業者が激増し、失業率は3% 8%前後に。

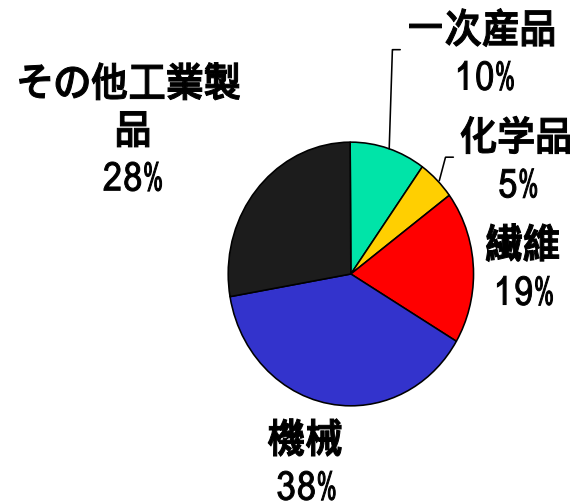


国有企業は衰退するが、政府は なお希望を持っている。。

- 官庁と国有企業たちは、「民族産業の保護」「国有大企業を中心とした国内産業の集約化、グループ化」を求める。
- それをもたらすものは良くて「国有企業の大家さん化」である。
- 例えば、国有自動車メーカーの東風は日産、シトロエン、ホンダと提携している。。

第二の顔：輸出産業

- 安価で豊富な労働力が大量の外資を引きつける。
- 中国は1986年以来、輸出産業を引きつける政策をとり、今日の輸出規模に至った。

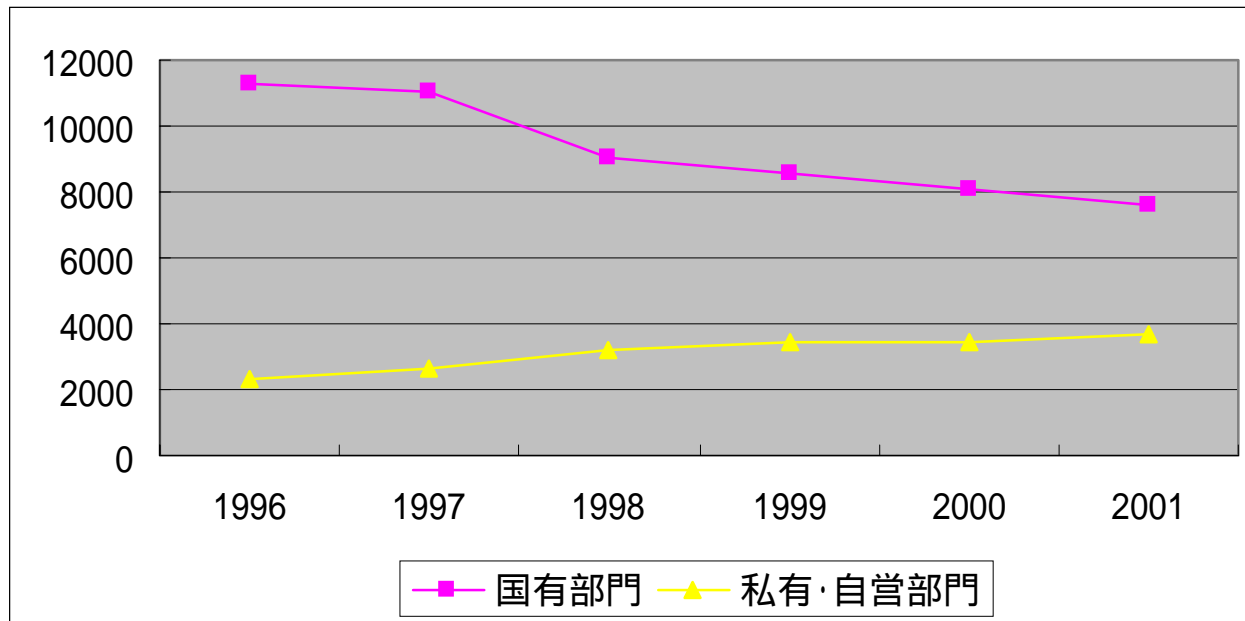


広東省の輸出向け電子製品工場



第3の顔: 私有部門

国有部門からはじき出される労働者を受け入れて成長する私営企業や自営業。(就業者数: 万人)





私有部門の多様な側面・・・

- 輸出産業から誕生したケース：
1985年に広東省のある村に香港資本の家具工場が進出し、50人を雇った。数年後50人がすべて独立し、1人1社ずつ家具工場を創設。
- 産業集積地から輩出するケース：
温州、台州など産業集積地で見よう見まねで創業。

産業集積の一例：農村の靴下工場



紹興の織物市場



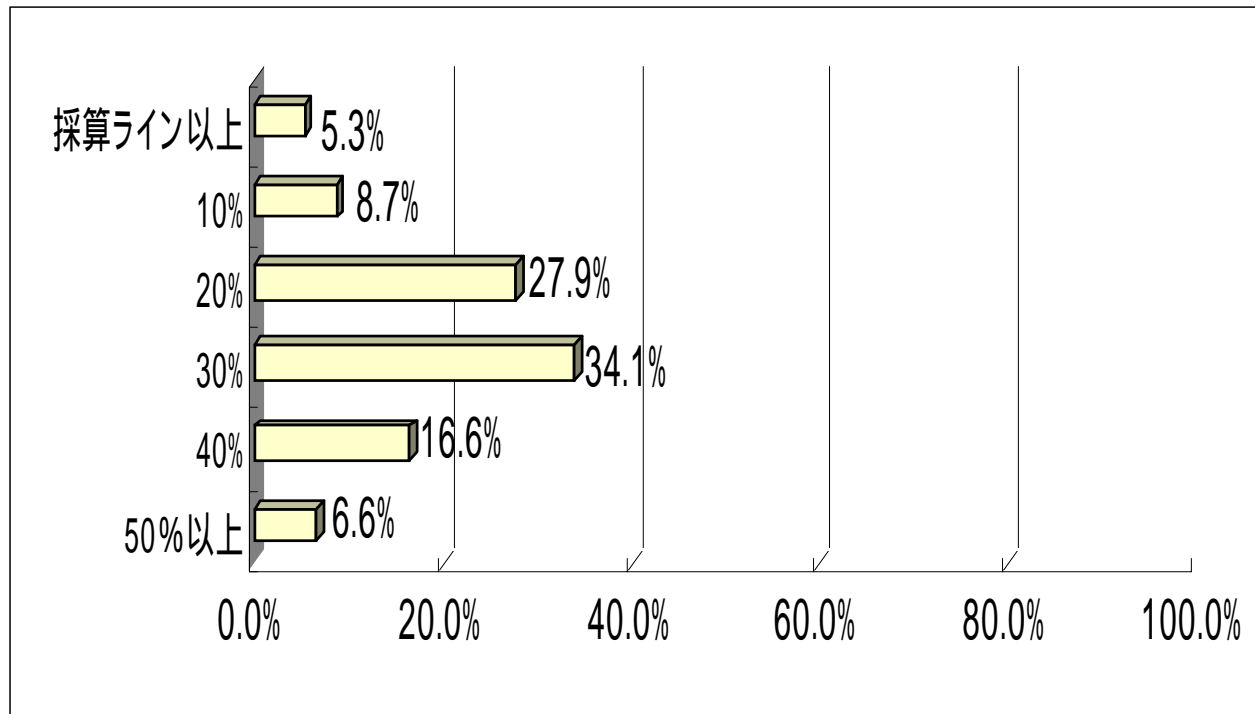


3 . 日中経済関係の展望

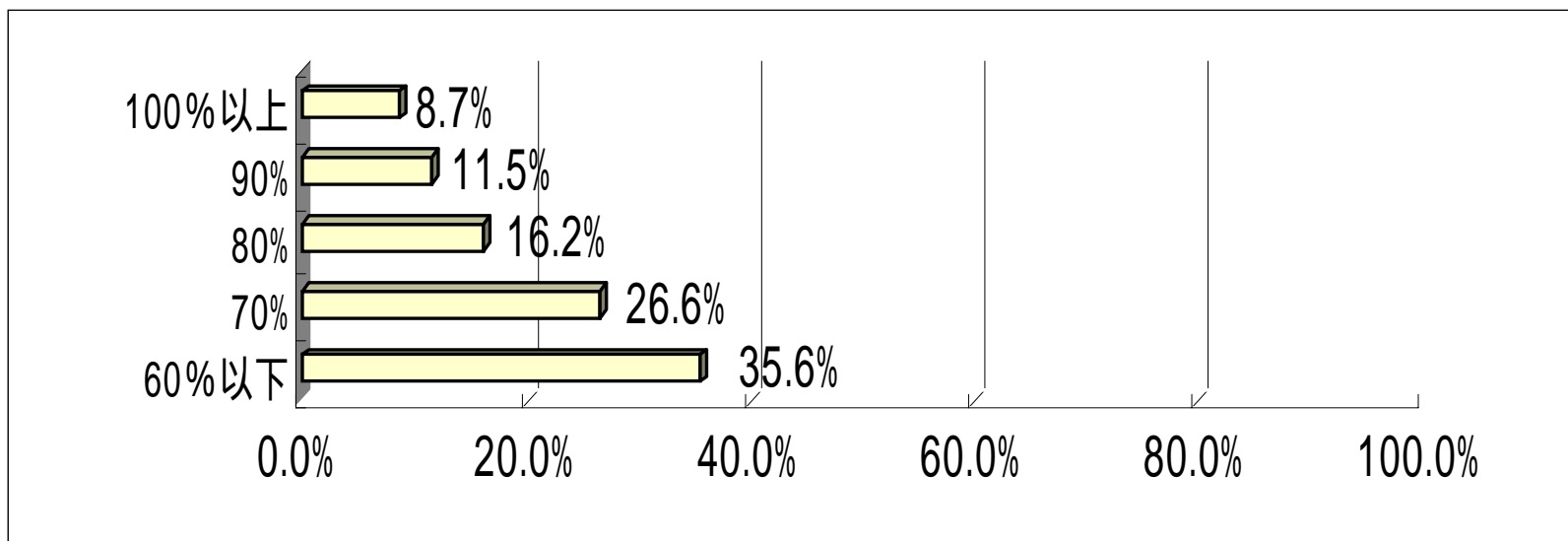
- 日本の産業空洞化問題と中国の台頭とを結びつける議論が多い。
- 確かに、日本の大企業は生産拠点をアジア、とりわけ中国にどんどん移している。
- そして下請けへの発注も減っている。

日本の金型製造業へのアンケート 調査から

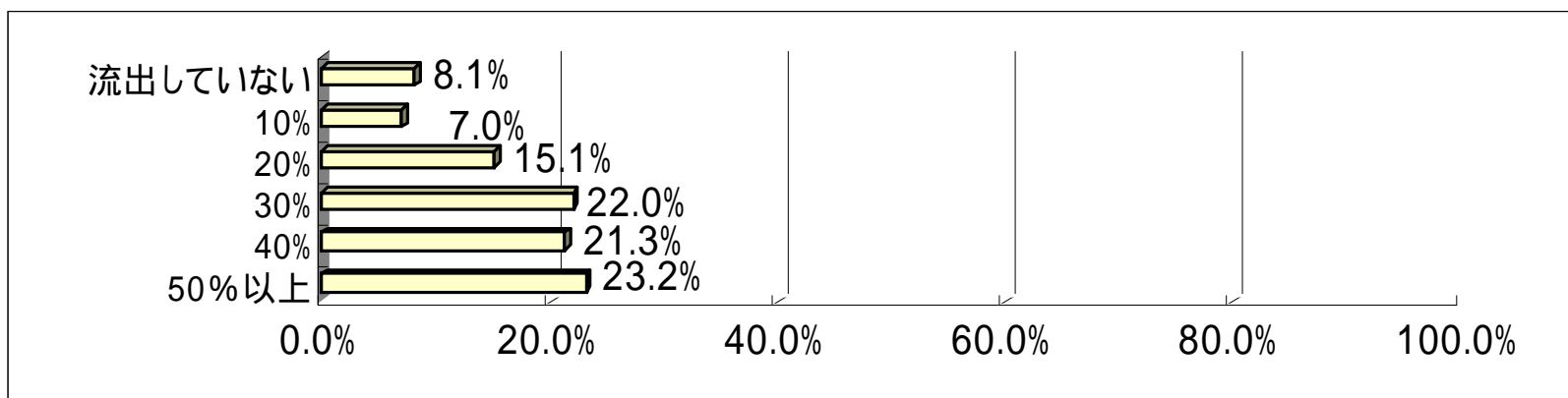
現在の受注単価は採算ラインより何%低いか？



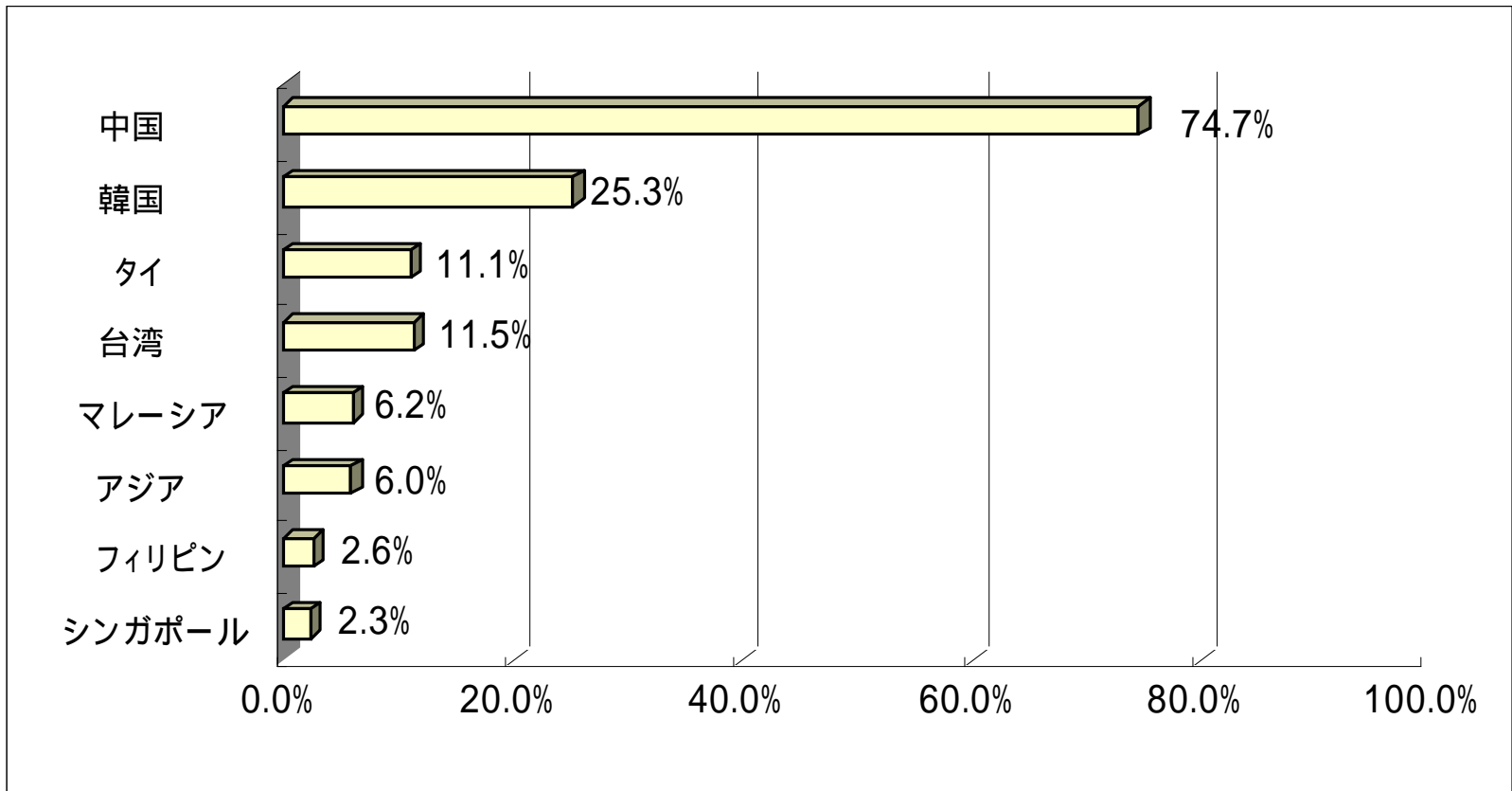
現在の受注量は会社の受注能力に対して何%になっているか？



受注先から会社に発注されていた仕事が2年前に比べて何%ぐらい海外に流出しているか。



主な流出先はどこか。





ただ、経済的観点から言えば、衰退産業を無理に保護することは国全体にとって損失である。

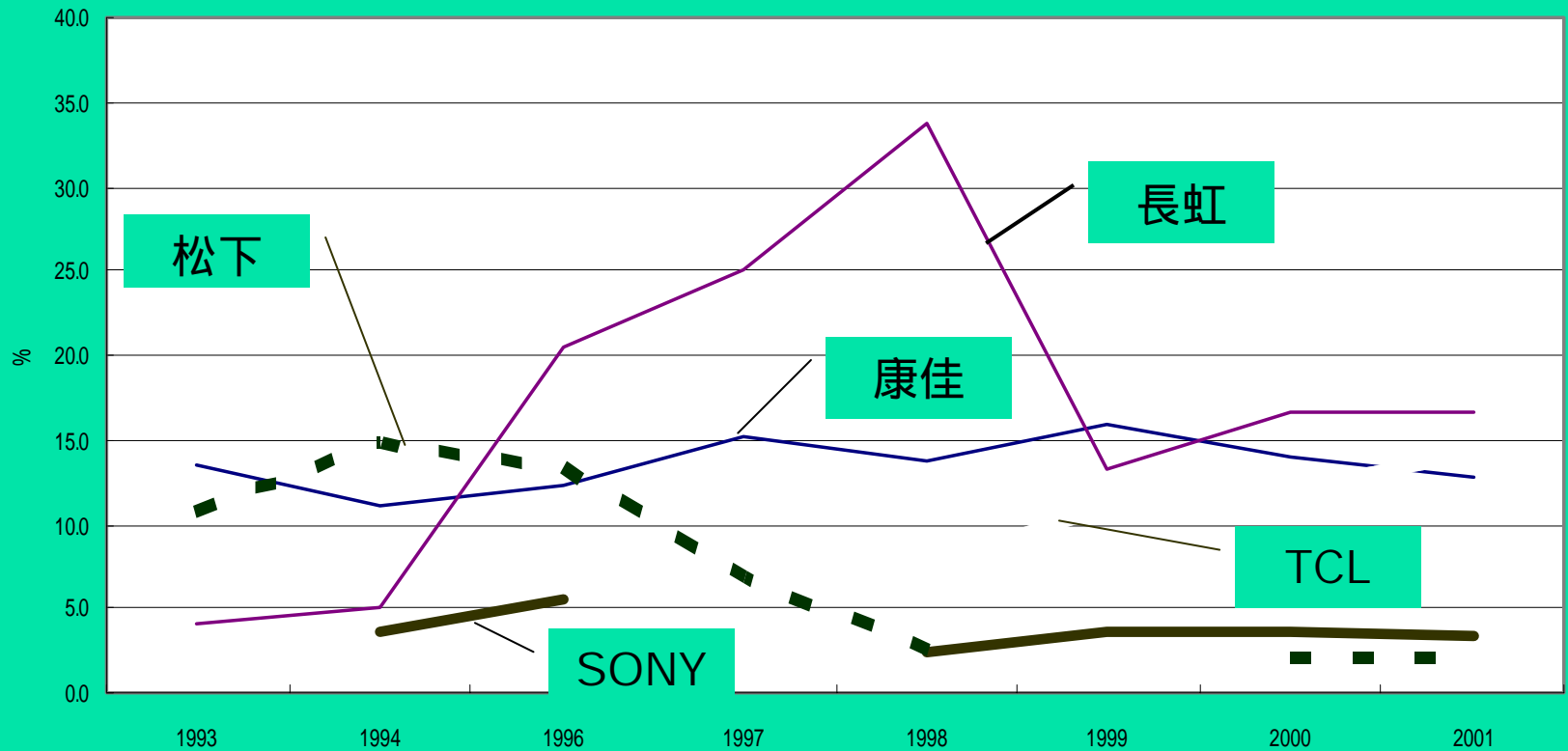
- 2001年に日本政府はシイタケ、畳表、ネギに対する暫定セーフガード(輸入の急増によって国内産業が打撃を受けているときに関税と貿易制限によって国内産業を保護すること)を発動。他にもタオル、衣服などの業界から要求あり。
- しかし、シイタケ農家の平均年齢は56才。保護しても何年持ち堪えることができるのか？



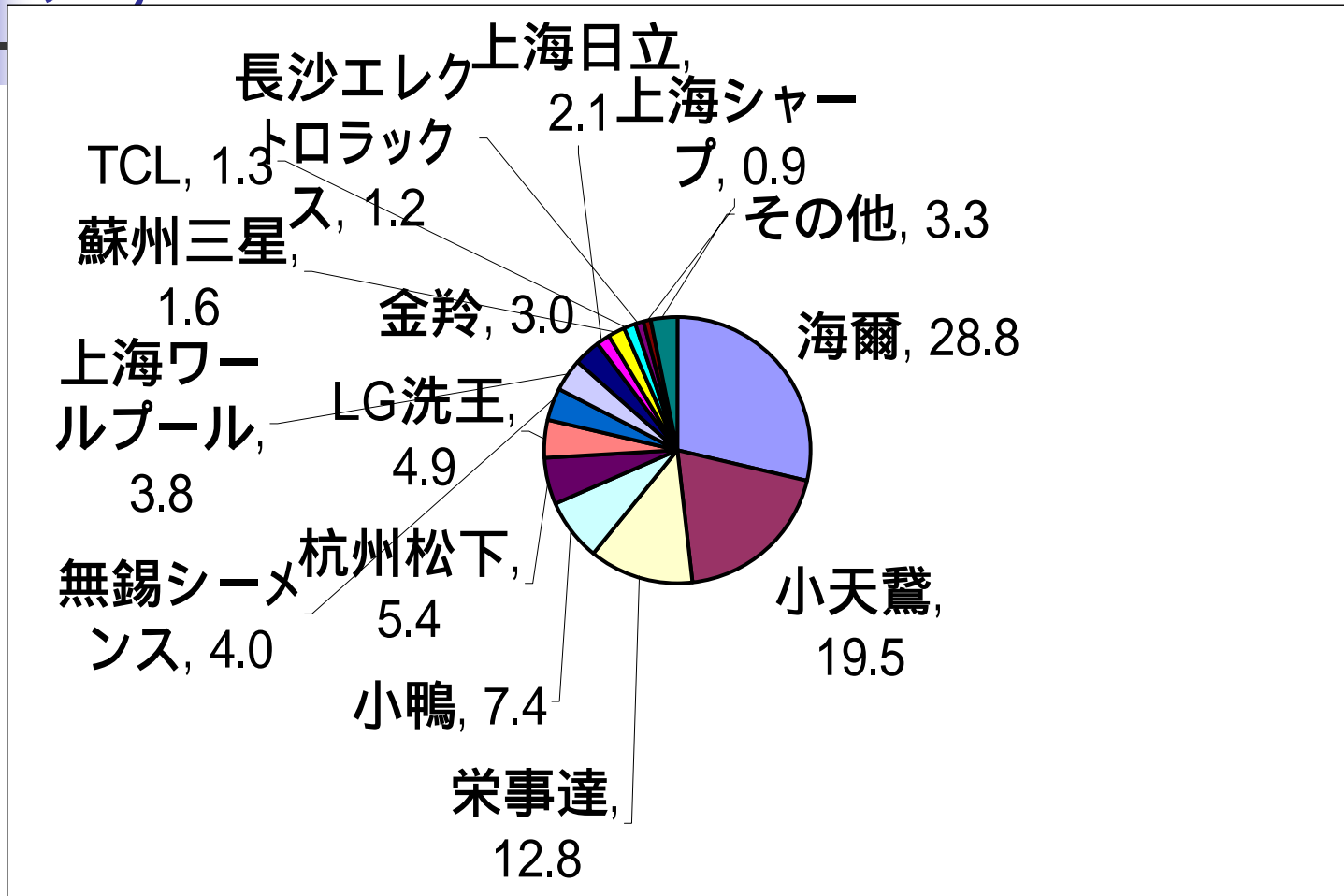
むしろ問題は成長する中国市場に
日本企業が食い込めていないこと

中国のカラーテレビ市場(各企業のシェアの推移)

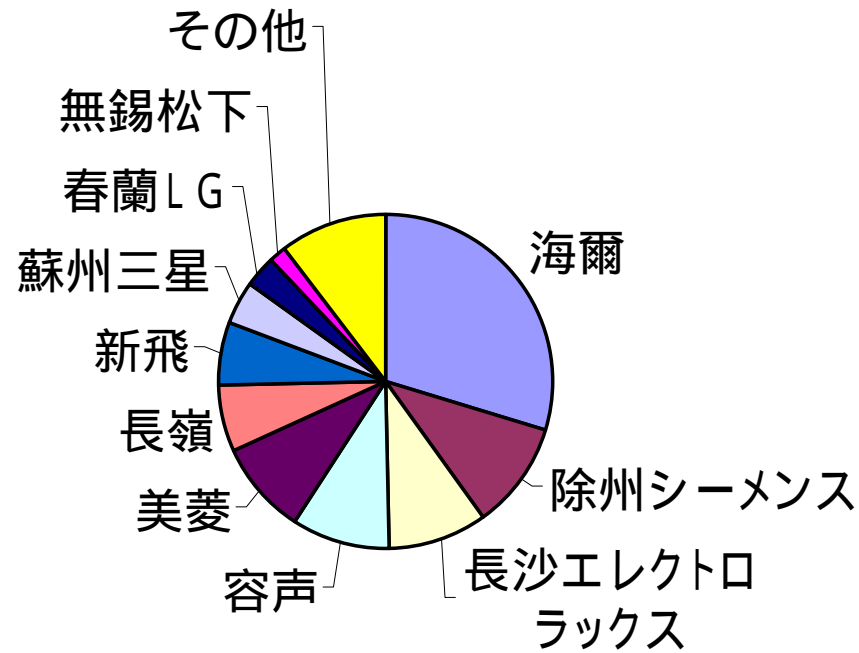
図2 カラーテレビ市場におけるシェア



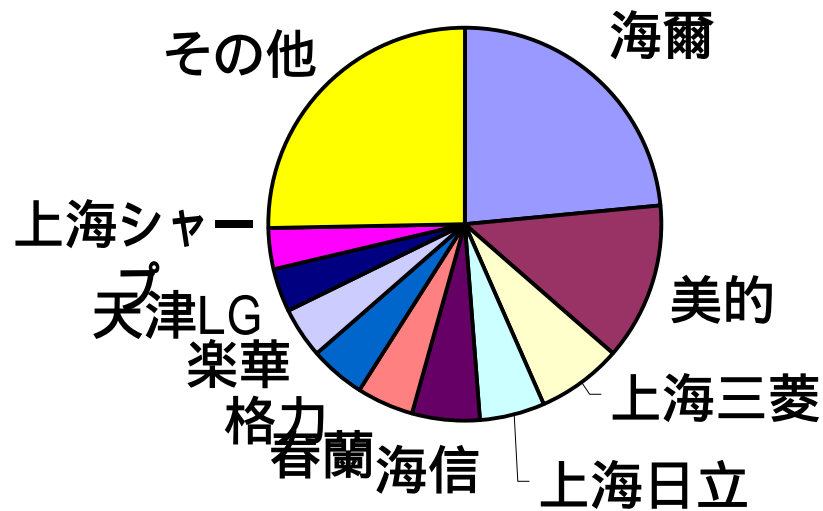
中国の洗濯機市場(各企業のシェア)



中国の冷蔵庫市場(各企業のシェア)



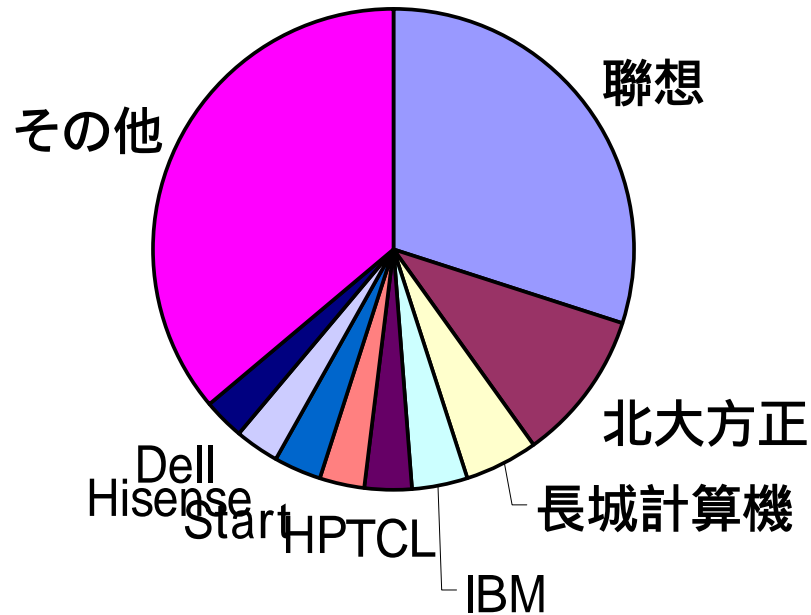
中国のエアコン市場(各企業のシェア)



急拡大を見せる中国のパソコン市場(2001年の都市での普及率13%)

	2000年	2001年
日本	1300万台	1280万台
中国	620万台	750万台

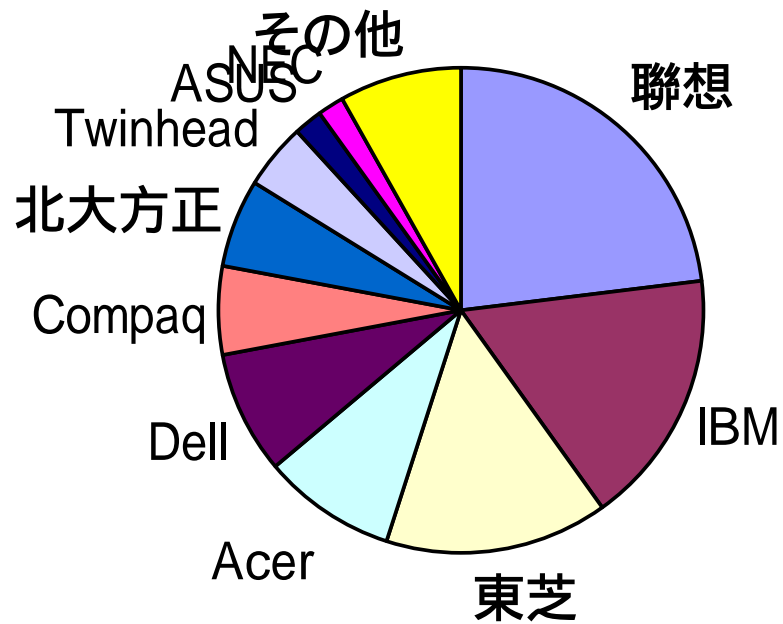
中国のデスクトップPC市場



中国最大のパソコンメーカー：聯想集団



中国のノートブックPC市場

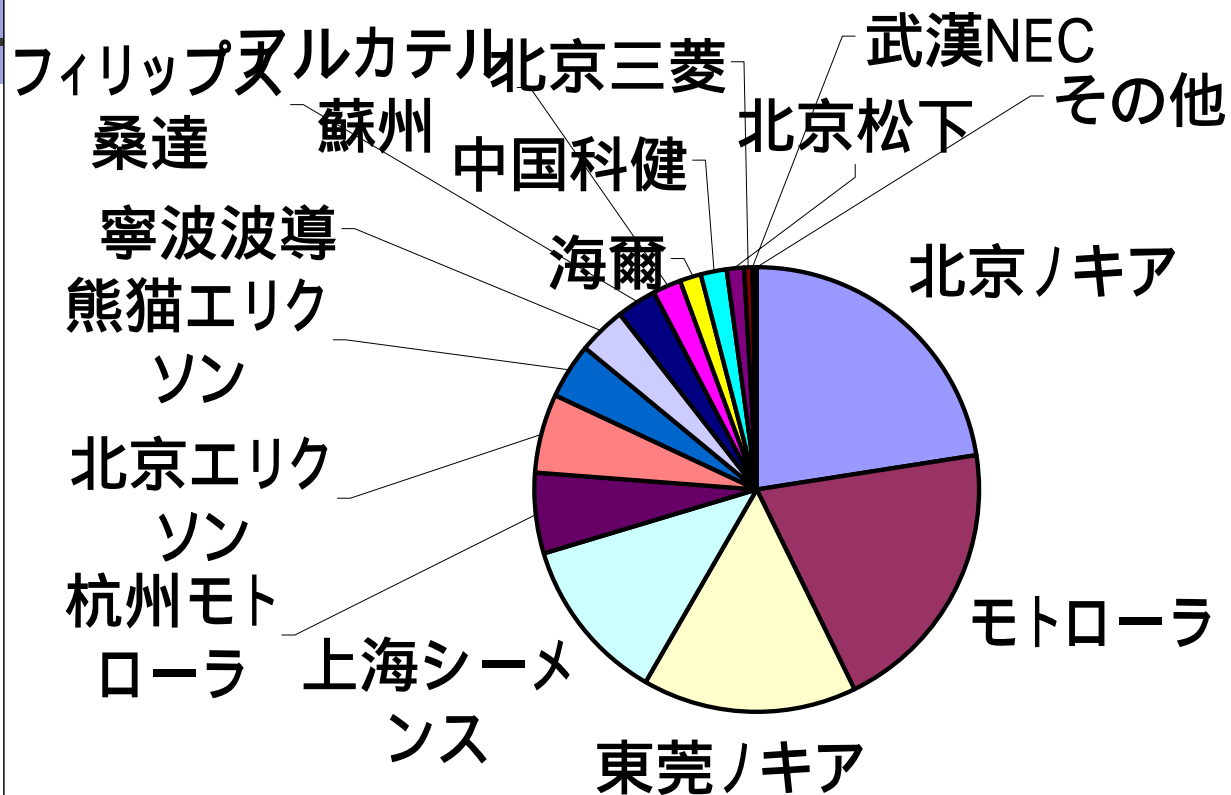


驚異的拡大を見せる携帯電話

- 携帯電話の加入者数は10年間で3000倍以上増えて、既にアメリカ(1億2700万人)、日本(7480万人)などを抜いて世界第1位に。
- 毎年増加する数がすごい

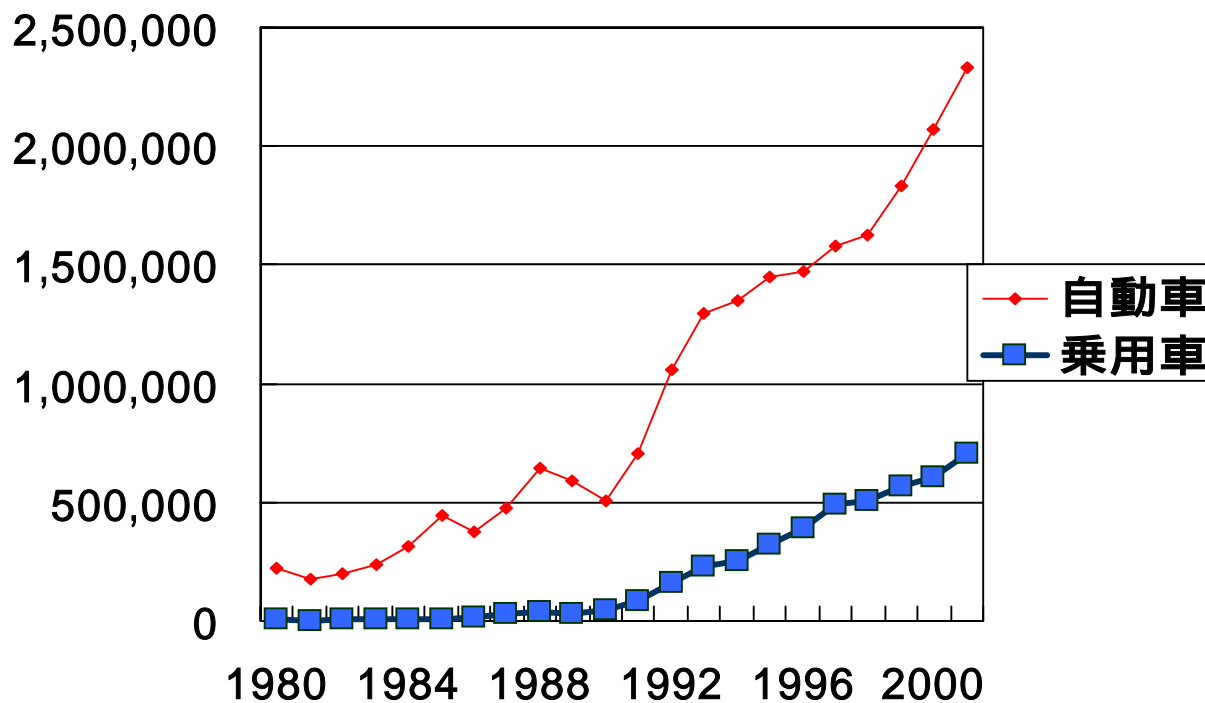
年	加入者数 (万人)
1990	1.8
1994	156.8
1996	685.3
1997	1323.3
1998	2386.3
1999	4329.6
2000	8453.3
2001	14522.2

中国の携帯電話市場



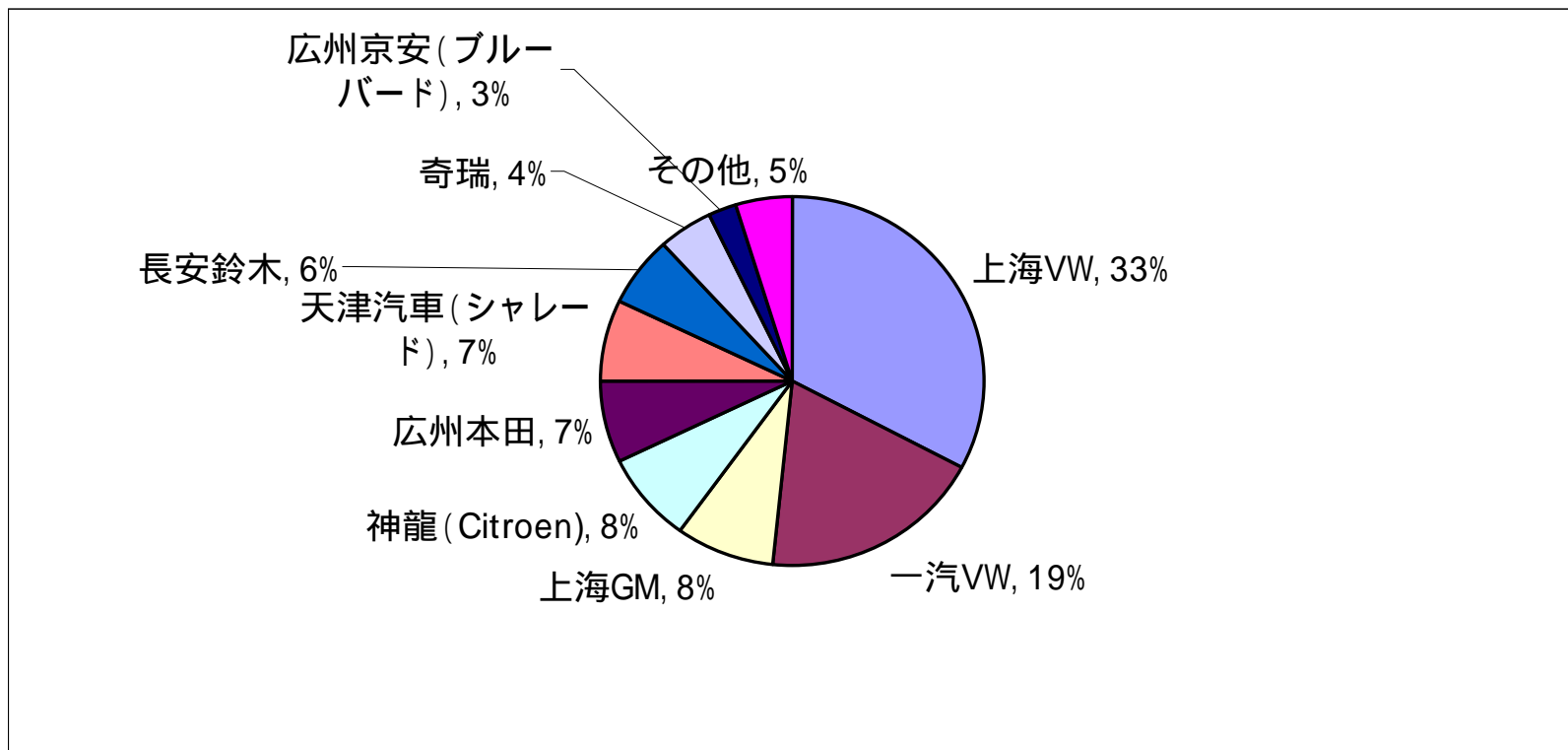
これからの伸びが期待できる自動車産業

自動車生産台数の推移



ちなみに・・・
韓国311万台
タイ41万台
(2000)

中国の乗用車市場



中国企業は中国市場でなぜ強い

- サービスにおける優位性

例えばパソコンメーカーでは「8時間の無償研修、48時間以内に駆けつける、等々」を約束

- 生産コストにおける優位性

徹底した業績主義による人事管理。「末端淘汰制度」

- 購買戦略における優位性

複社発注により、部品コストを圧縮



日本企業はなぜ振るわない

- 販売サービス・ネットワークの展開に対する規制
- 日本からの派遣者の人件費負担
- 高品質を保つためのコスト
 - 高い材料
 - サプライヤーの固定



日本企業の強みは何か

- **核心技術の掌握**

中国企業は核心技術をみな外から買っている。テレビのブラウン管、IC, エアコンのコンプレッサ等。



中国企業の弱みは何か

- 核心技術を持っていない。
キーコンポーネントは外から買っていて、サービスや知名度、デザインなどで差別化しているだけ。
大手企業といえどもライバルに決定的な差を付けられない。パソコン市場ではアマチュアとの競争。
それゆえに各市場とも「完全競争市場」＝ゼロ利潤に。



どうやって巻き返すか

1. 最新の製品を投入する。

現地での開発も。

欠点：小さな市場しかとれない。

2. 中国企業の方法に学ぶ。

(2)(3)を学んでいる日本企業もある。

欠点：中国企業と同じ「完全競争」に巻き込まれる。