

一般財団法人

経済広報センター

講演会「最新の中国経済動向と日本企業の投資時の留意点について」

2015年1月30日(金) 14:00~16:00

経団連会館 503号室

講師：徐 静波 (Xu Jing bo) (株)アジア通信社 代表取締役社長

【講演】

《7.4%のGDP成長率が高いか？低いかな？》

・2014年の中国のGDP成長率は7.4%で終わり、中国政府の目標9%に対して低く着地をしたので心配している方も多いが、心配する必要がないと見ている。何故ならば1%の成長率は100万人の雇用を確保できると政府が試算している。中国政府が9%のGDP成長率を目標にしているのはつまり900万人の新規雇用を確保することであり、これは新卒の大学生が年間900万人卒業することに起因している。雇用確保できない場合、一人っ子政策もあり家族が困る。つまり、社会不安定に繋がることを避けることが理由である。2014年の就職数は1,400万人の新規雇用を実現した、つまり、1%の成長率は200万人の新規雇用を生むことになった。中国政府は年間で6%のGDP成長率を確保できれば、1,200万人の新規雇用が出来るので良いと判断している。中国政府は6%、7%の経済成長率の成長率つまり新常態化を推進しているのである。NHKのトップニュースで中国の成長率が減速したと報道しているが、心配する必要はないと判断している。

《中国経済の問題点》

- ・一方で中国の経済には色々問題がある。
- ・第一に、生産能力の過剰が挙げられる。過去30年、特に過去20年はGDP成長率を上げる為、公共投資を含め投資を実施し、結果として10%を超えるGDP成長率を確保してきたが、社会の問題、環境の問題又産業構造の問題が出てきた。一番大きな問題は生産過剰である。まず鉄鋼で、過剰率は35%。これはEU年間の鉄鋼生産能力の2倍の規模が余剰であることを示している。後は建築材料やソーラー発電の材料は95%の過剰となっている。船舶にしても然りである。特に造船会社は買い手がいないので自らが船主になっている例が多い。これら過剰設備投資に対して中国政府は対策を講じている。例えば、鉄鋼については昨年1,000社を超える中小の鉄鋼会社を閉鎖した。しかしこの1,000社を閉鎖しても、中国全体の鉄鋼生産能力の5%にしかならない。このように生産過剰が現在の中国の一番大きな課題である。
- ・第二に、お金が実体経済に回っていないことである。リーマンショック後4兆元(当時のレートで60兆円)を政府から投資した。結果として、誰に流したかという民間製造業に流さず国営企業に流した。しかし、国営企業は本業ではなく不動産投機に使用した。

例えば中国食糧集団（JA との窓口をしている企業）は自らの本業ではなく、不動産に投資した。中国の有名なショッピングセンター「大悦城」が典型的な例である。本業は赤字、不動産は黒字であったが、現在の中国は不動産価格が下落しており、国からのお金をどのようにして返済するのか、問題になっている。大手の国営企業にお金を回し、民営企業特に中小企業にはお金が回っていない。よって、2009年以降民間中小企業が駄目になってきている。

・事例として、中国で中小企業が一番多い温州では昨年自殺した企業幹部は15名、海外逃亡は100名以上になっている。昨年李克強総理になり政策を打ち出したが、実体経済にはまだお金が回らない。これも大きな問題である。

・第三に、民間製造業はお金がないので新規技術開発と設備投資ができない。つまり、企業の競争力が低迷している。最近、日本の自動車部品会社が中国によく進出している。何故かというと、中国の地場部品会社の技術力が上がらないからである。

・第四に、地方政府の債務過剰である。日本とは異なり、中国の首長は任命制であり、選挙による交代はない。つまり任期中に良い成果を上げることだけに力を入れる。人が不在の農地を売り、そのお金で新たな街を作る方法と4兆元の景気刺激策に代表される政府投資のお金を使うやり方である。市政府と市政府の投資開発会社が開発した街作りが大規模も行われ、人が住んでいない鬼街が中国全土にある。中国政府は地方債務残高を発表していないが、無錫市だけで毎日1,000万元（約1.9億円）の利払いに追われている。しかし、借金が雪だるま式に増加する中でも、前任の実績より良い実績を作りたいので、さらに投資を行うことが地方では行われている。日本では地方議会、市民などの牽制が効くが中国ではない。地方債務の解消についても大きな問題である。

・人件費、原材料の価格上昇、為替変動により外資企業の体力の問題は出てきた。これにより、2014年は韓国からの投資は増加したが、日本からは前年比較で40%減少した。これは島の問題も影響を与えている。また、東南アジア、EUも大きく投資額を落としている。韓国にとっては中国が一番大きな市場であり、日本にとって中国以上に投資を行う必要はないと考えている。中国政府としてはサービス業の規制緩和を行い、外資の対中投資を拡大させて貰う政策である。

《2015年の経済突破戦略》

・中国政府は現在産業の輸出を推進している。特に、高速鉄道は南米、中東、インド、ベトナムに輸出しようとしている。地下鉄車両はアメリカ、インドネシアを狙っている。さらに建設重機、港湾設備インフラ設備に関してはインドネシアを先導として重工業の輸出を拡大する方針を打ち出している。特に新幹線については日本と中国が世界市場で戦うことになるが、価格は推測であるが日本の半分で抑えられる。また、インドネシアという国は、全方位外交を標榜しているが、2013年、中国政府は対インドネシア向けに320億ドル（約3兆7千億円）のODA 拠出を発表した。これから、インフラ産業の輸出において日中両国が国際場面で競合してくる可能性が高い。

・新型都市化政策についてお話しをしたい。2020年までに約9億人の農村人口に対して4億人が都市に住むことを推進している。農民から市民になる政策である。既に、2億人は市民になっている。年間2,000万~3,000万人が農村から都市に流入しているが、戸籍制度があり、医療、教育、年金の社会保障制度が市民と同じ待遇にならないとか、マンションを購入する際ローンを組めないなどの問題がある。そこで昨年戸籍制度が一部改定され身分差別がないように変更となった。しかし農民の8割は農民の戸籍を保持したいと考えていた。それは、農民には優遇政策があるからと農地を放棄することになるからである。中国では農地は国家のものでなく、村のもの集団のものであり、農業合作社と考えて欲しい。李克強國務院総理が考えている数字では、農民が1人市民になることで15万元のインフラ投資が必要と試算している。これで内需拡大を図ることが出来る。また、農民が市民になることで給与が上がるので購買能力が3倍高まる。諸々計算して、約100兆元(約1,900兆円)の経済効果、GDP成長率を3%押し上げる効果があると試算している。

・環渤海城市群、長三角城市群、長江中游城市群、成都城市群、珠三角城市群という経済圏を作ることが考えている。それぞれの経済圏内でインフラ投資を集中的に行うことで、新しい消費市場を作ることである。

・現在の中国ではデパート、スーパーで購入する人は少ない。今やインターネット販売が爆発的に増加している。流通業界そのものが従来の商売では生き残れない。新しい市場が出来てきた。新しい経済、市場を作ることが政府方針として掲げている。

《長期経済発展戦略》

・生産能力が過剰であることは最初に述べたが、会社清算などは非常に労力が掛かるし雇用面での問題も発生し社会秩序を安定させることにならない。中国政府は過剰の生産能力を解消する意味で、陸上、海上のシルクロード構想(一帯一路)政策を打ち出した。この戦略の意味は、中国の過剰生産能力がある産業を海外に輸出することである。陸上では北京~イタリアまで、海上は福建省からイタリアまで。実現できるでしょうか。これを実現したいと中国政府は考えている。方法として一つは、金を出すということ。AIIB構想やシルクロード基金を設立したことはこれを意味している。二つめに500億ドルのODA資金を別建てで準備している。今年のAPEC首脳会議でも、これらの構想の地図上の国家は皆中国の構想に賛成した。中国も、インフラ設備の輸出と共に、これらルートを活用して、他の中国製品を輸出できるメリットがある。もう一つの戦略は、21世紀はアジアの世界であり、中国が世界の中心になる戦略である。残念ながら、日本、フィリピンは外れている。更に、経済の常態化の推進である。調和のある経済を目指すことが必然であると考えており、中国のGDP成長率を7%台で常態化させることである。また、日中韓自由貿易区の建設であるが島の問題もあり、なかなか進んでいない。日中韓が自由貿易地域となれば、非常にメリットがある。最後が、アジア経済の統合である。ASEANをどう見るかである。チャイナ+1が論議されている。ASEANに一番投資をしている国は中国でも日本でもない。

韓国である、例えばミャンマーであるが、既に韓国は180社を超えているが、日本はまだ数社しかない。安倍首相がミャンマーとの交渉で日系企業の工業団地が決まったがまだ34社が契約を締結しただけで、実体がないのが現実である。ミャンマーは米国、日本への投資を望んでいたが、現在のミャンマー政権は現実路線としてヤンゴンから昆明までの新幹線を結ぶ話が進んでいる。つまり、日本はASEANに進出して中国と戦うことはないと思う。まずは韓国がライバルである。一方で中国からASEANを見ると、あくまでも中国市場の延長線又は中華経済圏の一部との見方である。だから、昆明からシンガポールまでの高速鉄道建設は5年前からの構想であるが、今年のAPECで再度確認を取り合意した。

《日本企業への示唆》

- ・日本商品をどのようにして中国で売るかという本業の話である。2014年の日中両国の貿易額の統計については日中両国の公表数字に差があるが、基礎ベースとして中国から日本への輸出製品の上位ランキングの1位は半導体／電子通信部品、2位は鋼材（東北復興の住宅鋼材）、日本から中国への輸出製品の上位ランキングの1位は自動車部品である。放射能の問題で食品が厳しい状況になっている。過日、新潟の小千谷市で講演があったが、地元の地銀は必至で地元企業を守ろうとしている。どれだけ自動車部品の輸出が伸びても円安で利益は出ない。地方が困窮している現状を見た。東京では感じられない光景を見た。

- ・今年の中国からの観光客は240万人となった。8割増であり、今年は400万人になる想定である。台湾、香港を含む中華圏では800万人になる。観光庁の資料によると、中国人（大陸）の一人あたりの来日中の消費金額は22～23万円であり、二位のインドネシアは2万8千円、三位の韓国もほぼ同じであることを比較すると、とんでもない額である。インバウンドビジネスの視点から、日本企業にとっては中国本土の市場、来日中国人の市場が出来たと考える。この中国人相手に日本企業が商品売るにあたり、日本企業は中国人の消費習慣、文化を知らなくてはならない。事例を挙げると、中国人が日本で買いたい商品で炊飯器がある。私の友達が炊飯器を2個購入し中国に戻ってもご飯の味が炊飯器購入前と比較しても変わらないといってきた。よくよく話しを聞くと、ご飯ができた時に釜のご飯をかき混ぜないことがわかった。日本の炊飯器メーカーはこのような事を取り扱い説明書に記載していない。食文化を相手に伝える努力をしてほしい。

- ・中国ではインターネット販売が進んでいるとはお話ししたが、これも事例としてお話ししたい。愛知県の田舎の化粧品会社が販売している化粧水が中国の淘宝网で売れている。何故、日本で無名の化粧品会社の商品が中国で売れているのか日本大手の化粧品会社の方も勉強してほしい。

- ・生酵素が中国で人気がある。女性も男性にも人気がある。来日した中国人観光客は必ずドラッグストアーに出向き、5個／人程度購入する。日本人はあまり酵素を呑まない。ここにもインバウンドビジネスの秘訣がある。

- ・先程お話しした小千谷で酒蔵の社長とお話しをした。金賞を受賞したが、その金賞をアピールしていない。箱、ラベルにも金賞受賞と明記していない。日本人が茅台酒のランクが

分からないと同様に中国人には日本酒のランクが分からない。金賞を受賞したなら、はっきり中国人に分かるようにするように説明した。中国人は日本に来て日本酒を買いたい。品質が良い、面子の問題として、良いものをアピールするには金賞しか区別するものがないことを理解することだ。

・インバウンドで中国人向けの商品には英語以外に覚えやすい漢字名が必要となる。また、色が特徴ある色にすることも大切である。例えば、資生堂、コーセー化粧品の“青”瓶、日本航空には全て赤いラインを統一で入れていて、誰が見てもJALグループ製品と分かるようにしている。

・次に中国での日本製品の売上増加のポイントをお話ししたい。中国で日本車の売上がドイツ社と比較して伸張しないが、この理由は反日運動などが真の要因ではない。中国人は車に対して相当の思い入れがある。言い換えると面子、プライド、ステータスの表現である。だから外観が大切である。また、日本の車は鉄板が薄いので品質が悪いとの印象を持たれている。日本の車は衝突安全ボディで車内の人を守ることを優先していることで、衝突時にボディが衝突エネルギーを吸収する仕組みであるが、欧米車はボディが硬く、衝突時にボディの損傷が少ないので安全だと中国人は考えている。本当は、欧米車は車に優しく同乗者には危険であることを知らない。日本の自動車メーカーは、日本車の設計理念、日本車の良さを中国人に伝えていない。日本の常識でも中国の非常識であることを理解しなくてはならない。

・広告の流し方にも気をつけることだ。ソニーのCMは消費者の心に購入したい欲望をもたせる方法が旨い。インターネットを使う方法が中国では効果的である。新聞、TVを読まない、見ない。広告宣伝方法に工夫をすることが大切である。

【質疑応答】

Q1. 習近平政権になり贅沢禁止令が出て、その影響を受け投資家向け、富裕層向けの住宅がなかなか売れなくなって来た。中国全土100都市で翌月の不動産価格が下がるといのが非常に多くなっている。この傾向はいつまで続くと考えているのか？また市によってはゴーストタウンにならない為に対策を講じているとの話しもあるが、その点についても教えて頂きたい。

A1. 不動産価格が上がることはなかなかないだろう。浙江省の場合昨年と比較し20%程度価格が下落している。上海、北京についてはまだ価格があまり動かない。地方都市は値下げしている。向こう5年については現状価格で推移するのではないかと思う。通常不動産開発会社だけでなく、地方政府が関わる不動産開発会社、銀行、消費者など関係者が多く関わっているため、勝手に不動産価格を下げる事が出来ない。中国政府として不動産価格の激しい下落、市場の不景気、バブル崩壊などは考えていない。それは社会不安に繋がる恐れがあるからだ。不動産税を策定中であるが、立法化されると1割程度は不動産価格を下げることになる。しかし、新型都市化を推進して行くが、不動産市場を一度縮

小さく、その後政府主導でまた拡大させていく企画も検討されている。また、中国で90年代に建設されたマンションは煉瓦式であり基準を満たしていないので解体しなくてはならない。ここ1年2年で手をつけることになり、既に上海では開始された。建築技術、設計、材料に関しても大きな市場が生まれてくる可能性がある。

〔文責：国際広報部 藤原慎二〕

【講師略歴】（敬省略）

アジア通信社代表取締役社長、『中国経済新聞』編集・発行人、「日本新聞網」編集長。

1963年中国浙江省生まれ、北京大学文学部卒業。中国教育新聞記者を経て、1992年4月来日。在日中国語日刊紙の副編集長を経て独立。2000年3月(株)アジア通信社を設立、代表取締役社長に就任。2001年8月に日本発の中国経済専門誌『中国経済新聞』を創刊、編集長兼務。中国共産党全国代表大会および全国人民代表大会の取材を中国政府から唯一の在日記者。著書に『株式会社中華人民共和国』（PHP新書）『日本経済の行方』（中国経済出版社）『サハラ之恋』（人民出版社）共著に『日本変“天”』（新世界出版社2009年）

一般財団法人 経済広報センター 国際広報部

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-3-2 経団連会館 19 階

webmaster@kkc.or.jp

<http://www.kkc.or.jp/>