

# 太陽 ASG

## エグゼクティブ・ニュース

### テーマ：中国経済の構造変化と今後の日中経済関係

執筆者：キャノングローバル戦略研究所 研究主幹 瀬口 清之氏



### 要旨（以下の要旨は1分30秒でお読みいただけます。）

隣国中国と日本の関係は、これまで政治的に問題が生じても経済は別とする「政冷経熱」が唱えられてきました。しかし、最近（2012年夏）勃発した尖閣諸島領有問題を契機として両国関係は急速に冷え込み「政冷経涼」とでも言うべき事態に至っています。日本の最大の貿易相手国・中国との関係は、これから一体どうなっていくのでしょうか。

中国大使の更迭問題にまで発展した日中関係の今後について、今回は、日本銀行時代に北京事務所長を務められ、現在はキャノングローバル戦略研究所・研究主幹の瀬口清之氏に、中国経済の最近の構造変化を踏まえて解説して頂きます。

同氏によれば、中国は市場経済への移行を進めた1990年代以降、急速に経済が発展してきました。ただ、当時は輸出競争力がまだ弱く「景気上向き→内需拡大→輸入増加→貿易黒字減少」との循環を繰り返していました。しかし、その後輸出競争力が高まってこの構造的欠陥から抜け出し、2005年を境に貿易構造が大きく変化します。この変化を認識した中国政府は、それまでの輸出投資主導型から内需主導型の経済成長モデルへと舵を切り、2008年のリーマンショックによる世界経済の停滞、輸出急落も相俟って、内需主導型経済への転換が一段と加速されてきました。

2005年の構造変化以降、外資系企業にとって生産拠点としての位置づけだった中国市場は、平均賃金の増加等からその優位性が低下しましたが、一方で市場＝消費地としての魅力を増すことになりました。一般に、一人当たりGDPが1万ドルに達すると消費行動が変化し、単に衣食住が満たされれば良いとする感じ方から、見てくれ・美味しさ・快適さ、を求めようになります。この流れの中で、「安心・安全、ハイテク・高品質」の日本製品は、韓国や台湾製品を抑えて多く買われるようになりました。このためここ数年、日本企業の対中投資は他国に比べて突出する勢いを示してきました。中国では、GDP1万ドルを超したのはこれまで外資系企業の集中する蘇州や上海、北京など沿海部の主要都市が中心でしたが、今後は内陸部の都市なども続々と1万ドルクラブ入りすると見られ、日本企業にとっては追い風と考えられます。

日本企業の中国投資急増の中での尖閣諸島国有化問題の発生で、中国ビジネスへの悪影響が生じています。これがどの程度のものとなるのか、は見極めが難しいとされますが、日本企業の地道な活動と日本製品への高い評価が日中の相互理解・相互依存へと進むことを期待しつつ、両国関係改善の主役は企業と個人である、と結ばれています。

「太陽 ASG エグゼクティブ・ニュース」バックナンバーはこちらから⇒<http://www.gtjapan.com/library/newsletter/>  
本ニュースレターに関するご意見・ご要望をお待ちしております。Tel: 03-5770-8916 e-mail: [t-asgMC@gtjapan.com](mailto:t-asgMC@gtjapan.com)  
太陽 ASG グループ マーケティングコミュニケーションズ 担当 藤澤清江

## 中国経済の構造変化と今後の日中経済関係

キヤノングローバル戦略研究所 研究主幹 瀬口 清之

### 1. 尖閣諸島国有化と日中経済関係

#### (1) 尖閣諸島国有化後の日中関係悪化

本年（2012年）9月9日、ウラジオストックで開催された APEC 総会において立ち話の形とはいえ、野田総理と胡錦濤中国国家主席との会談が成立した。その翌日の9月10日、日本政府は尖閣諸島国有化を閣議決定した。外交的に譲歩して野田総理との会談に応じた胡錦濤国家主席はメンツをつぶされた形となり、中国側は日本政府の決定に対して非常に強く反発。反日デモ・暴動が125以上の都市で発生し、日中関係は1972年の国交正常化以後の40年間で最悪の状態に陥った。日本企業の工場や店舗が破壊、焼き討ち、強奪の標的にされ、多大の損害を被った。それに加え、日本製品に対する不買運動が中国全土に拡大し、多くの工場が生産の一時休止に追い込まれた。

こうした状況を踏まえ、現在（10月半ば）多くの日本企業が今後の中国ビジネスの進め方について再検討を行っている。現時点では、反日感情が高まっている状態がいつ頃沈静化するのかがわからないため、各社とも中国市場の動向を注意深く見守っている。11月8日から始まる中国共産党第18回全国代表大会（以下、党大会）において次期最高指導部人事が確定した後、徐々に状況が変化していくと予想されるが、それがいつのタイミングなのかはわからない。現在の状況下で日本に対して融和的な姿勢を見せれば、中国国内で厳しい批判に晒される可能性が高いことから、対日外交姿勢の変更は政治的なリスクが大きい。このため、政治的にはしばらく膠着状態が続く可能性が高いと見るべきであろう。日中関係が改善に向かうとすれば、日本側の政権交代後になるとの見方があるが、その可能性も否定できないように思われる。

#### (2) 再度「政冷経熱」の時代か

ただし、経済関係は政治情勢とは切り離して徐々に改善に向かう可能性があると考えられる。以前も2001～05年の小泉政権時代に、小泉総理の靖国神社参拝が中国側の強い反発を招き、日中関係は長期にわたって冷え込んだ。しかし、その間、日本企業は対中投資を積極的に増やし続け、「政冷経熱」と呼ばれる状況となった。今回もこれに近い状況になるのではないかと予想される。確かに政治面の日中関係は過去40年で最悪の状況にある。しかし、経済関係は過去40年で最も緊密化している。これは日中双方がお互いを必要とし合っているからである。日本企業は急速に拡大し続ける巨大な中国市場を求め、中国は安心・安全・ハイテクの代名詞となっている日本企業の高い技術とサービスを求めている。日中双方が互いを必要とする度合いは小泉政権時代をはるかに上回っている。この日中経済関係の現状を考えると、政治面での日中関係の悪化が経済関係に一定のマイナス効果を及ぼすことは避けられないが、それでもなお日中経済関係緊密化の傾向が今後も続く可能性が高いように思われる。

以下では、そうした両国経済緊密化の主因である中国経済の構造変化について整理し、今後の中国ビジネス展開について考えてみたい。

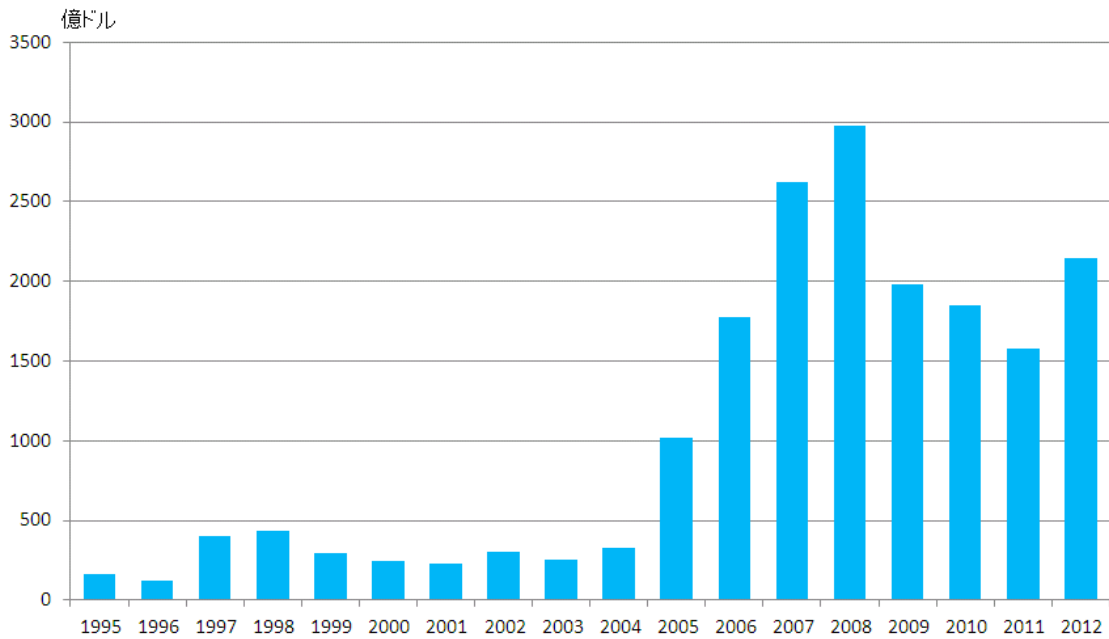


## 2. 中国経済の急速な構造変化

### (1) 中国の経済成長モデルの転換

現在の中国経済は貿易黒字が大き過ぎて対米貿易摩擦に苦慮している。しかし、市場経済への移行を進めた1990年代以降、2004年頃までの中国経済は輸出競争力が弱かったため、景気が上向いて内需が拡大すると、輸出の増加幅を上回って輸入が増加して貿易黒字が減少するという構造的な欠陥を抱えていた。この構造的欠陥と決別できたのが2005年だった。この年を境に中国の貿易黒字は急拡大し、90年代以降2004年以前の貿易黒字幅が年間200~300億ドルだったのに対し、2008年には殆ど3000億ドルに達するほど、貿易構造が変化した(図表1参照)。これは中国の輸出競争力が高まり、内需拡大に伴う輸入増加幅を上回る輸出の増大を実現できるようになったことによるものである。

【図表1】貿易収支の推移



(注) 2012年は1~9月の前年比から年率換算。

(資料CEIC)

この貿易構造の変化を確認した中国政府は2005年以降、それ以前の輸出投資主導型経済成長モデルから内需主導型経済成長モデルへの転換を図った。具体的な政策として、人民元の切り上げ、賃金水準の引き上げ、輸出優遇税制の大幅削減等を実施した。その後、2008年9月のリーマンショックに端を発する世界経済停滞により輸出が急落したため、中国政府は緊急経済対策として極めて強力な内需拡大策を実施した。これにより内需主導型経済成長モデルへの転換が一段と加速された。2005年以降の構造転換政策とリーマンショック後の内需拡大策が相俟って、中国経済は短期間のうちに急速な構造変化を実現した。リーマンショック後の景気後退から脱出し高度成長軌道に復した2010年には2004年以前の中国とはあたかも別の国のような経済構造へと変貌を遂げていた。

## (2) 生産拠点としての優位性の低下

2005年以降の中国経済の構造変化により、外資系企業にとって中国市場の位置づけは大きく変化した。構造変化以前の中国の最大の特徴は、安くて豊富な労働力だった。日本、欧米、韓国、台湾等の企業は、この労働力を活用するために生産工場を中国に建設した。そこで生産された完成品を販売する市場は中国国内ではなく、殆どが海外市場だった。中国人にとっては外資系企業の製品は値段が高すぎて買えなかったためである。当時は、技術力も低かったため、主要な部品の多くは海外からの輸入に頼っていた。資金力も乏しかったため、外資系企業は本国で資金調達し、中国に持ち込む形が多かった。

しかし、2010年以降の構造変化後の中国では様相が一変した。2005年と2010年を比較すると、人民元の対ドルレートは、1ドル=8.277元から6.6~7元へと20%前後切り上がった。平均賃金は年収18千元(約23万円)から36千元(約45万円)へと倍額に上昇した。輸出企業向けの法人税(2008年1月に税制改正)は10%台前半から25%に引き上げられ、内需型企業の法人税は33%から25%に引き下げられた。以上のような投資環境の変化は製造業にとって大幅なコストアップをもたらし、豊富な低コスト労働供給地としての中国の優位性は大きく後退した。その結果、労働集約型産業は採算が悪化したため、中国からベトナム、カンボジア、ミャンマー等へと製造拠点をシフトさせた。

## (3) 市場=消費地としての魅力の高まり

以上のように、2005年以降の構造変化により、中国の生産拠点としての優位性は低下した。しかし、その一方で、市場=消費地としての魅力が急速に高まっていった。中国では一般に、ある地域の一人当たりのGDPの水準が1万ドルに達すると、消費行動に大きな変化が見られ始めると言われている。1万ドルと言うと約80万円。中国は一人っ子の家庭が多いため、家族3人で計算すると年収250万円程度である。この程度の所得水準に達すると、それ以前、一人当たりのGDPの水準が数千ドルだった頃には、衣食住が満たされれば十分と感じていた消費者の感じ方が変わる。衣服はただ快適なだけでなく、見た目の良さにもこだわり始める。そうすると従来は中国の国産衣料品で満足していた人たちがユニクロなど日本のファッションを買い始める。食べることについても、以前は空腹が満たされればそれで満足していた消費者がおいしいものを求めるようになる。そうすると従来はランチの時間に1杯10元以下の中国のラーメンで満足していた人たちが、1杯20元から30元の日本企業の提供するおいしいラーメンを食べに行くようになる。また、週末には家族で回転寿司を食べに行き、以前は買わなかった日本からの輸入食材に手を伸ばすようになる。住環境に対するニーズも変わる。以前は暑さ寒さをしのぐことができ、一定の広さがあれば満足していた。しかし豊かになると、快適さを求めるようになる。以前は国産のカラーテレビで満足していた人たちが、シャープ、パナソニック、ソニーなど日本企業の高級液晶テレビを買うようになる。エアコンも以前は中国地場メーカーの1台3千元のもので満足していた人が、8~9千元のダイキンのインバーターエアコンを買うようになる。少しいいマンションに住むと、そこについているエレベーターは三菱エレベーターになる。

## (4) 経済成長の速度をはるかに上回る市場規模の拡大

以上のように、一人当たりGDPが1万ドルに達すると、日本の製品に対するニーズが急速に高まる現象が見られる。中国の主要都市が1万ドルクラブに入り始めたのは2007年以降である。最初は外資系企業が集中している、蘇州、無錫、深圳の3都市が中国で初めて1万ドルクラブ入りを果たした(図表2参照<次頁>)。その後、2008



年には広州、上海、杭州、2009年には北京、大連、2010年には天津などが1万ドルクラブに入った。2011年には、内陸部の都市で初めて、武漢、瀋陽、長沙が1万ドルクラブ入りを果たした。この5年間で1万ドルクラブに入った主要都市の人口を合計すると1億5千万人超とすでに日本の人口を上回っている。これだけの人口が住む居住地域において日本製品に対する需要が高まっている。今後も中国の内陸部がリードする経済成長が続くに従って、続々と1万ドルクラブに入る都市が増えていくのは明らかである。

【図表2】 一人当たりGDPが1万ドルを超える主要都市一覧

1万ドルに達した年	主要都市名と各都市の人口 ( )内は人口<2010年実績、単位 万人>	都市人口の小計
2007年	蘇州(638)、無錫(467)、深圳(1,037)	2,142万人
2008年	広州(806)、上海(2,303)、杭州(689)、寧波(574)、ウルムチ(152)、包頭(220)	4,744万人
2009年	北京(1,962)、大連(586)、常州(361)	2,909万人
2010年	天津(1,299)、フフホト(230)	1,529万人
2011年(予想)	武漢(837)、瀋陽(720)、長沙(652)、青島(764)、南京(632)、唐山(735)	4,340万人
2007~11年累計	全都市合計	15,664万人

(資料 CEIC)

こうした都市での日本製品・サービスの需要が急速に高まることを考えれば、中国の国内市場での日本企業の製品・サービスに対する需要増大のスピードは経済成長の速度をはるかに上回る。手許の試算では、来年、日本企業の顧客層となる市場規模は5年前の2008年の約5倍に達する(図表3参照)。現在、1万ドルクラブに入った人口は中国全体の1割強に過ぎない。今後日本企業にとって中国市場の魅力はますます増大していく段階にある。

【図表3】 中国市場の日本企業へのインパクト

	2008年	2013年
名目GDP(日本:中国)	100:93	100:160
一人当たりGDPが1万ドル以上の主要都市人口	6,886万人	19,219万人 (2008年比2.8倍)
日本企業の製品・サービスの利益率	低い	高い
市場規模の比較(2008年=100)	100	480×α(利益率増加率)

### 3. 日本企業の対中直接投資拡大の背景

#### (1) 対中投資ブームの到来とその特徴

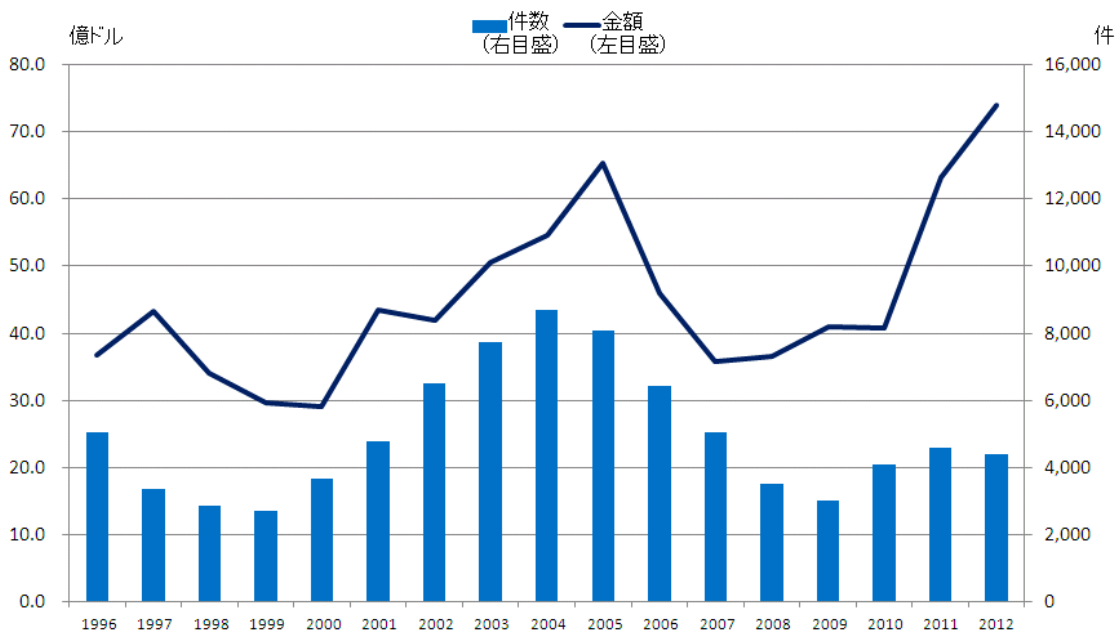
##### ① 中国国内市場狙い

こうした中国の市場の拡大を見て、日本企業は2010年以降、再び対中直接投資を急速に拡大している。2010年から始まった対中投資ブームにおいて中国向け直接投資を増やしている企業の目的は安くて豊富な労働力を活用して生産することではない。中国の企業や個人が日本の製品・サービスを購入するようになったため、中国国内市場での販路拡大が新たな目的となった。一言で言えば、中国ビジネスの目的は「作る」ことから「売る」ことへと変わった。中国市場は「工場」から「市場」へと変化した。2011年からは中国国内の生産拠点における増産投資も増大しているが、これは以前のような輸出目的ではなく、中国国内市場向け製品の生産が目的である。

##### ② サービス業の投資が増加

サービス業の投資の増加が目立っていることも2010年以降の大きな特徴である。以前の対中投資の目的は中国で生産し海外に売ることだったため、消費地で「売る」ことが前提のサービス業にとって中国は投資対象にはなり得なかった。しかし、2005年以降、中国の所得水準の急速な上昇により、中国の一般の消費者のニーズが高度化し、ついに日本企業の製品・サービスでも購入できるレベルに到達した。中国が「工場」から「市場」へと変化し、サービス業にとっての参入機会が初めて生まれた。2009年末からいち早く対中直接投資の増大に動き始めたのはこのサービス業だった。サービス業は製造業のように工場を建設することがないため、投資金額は相対的に小さい。件数が増えても金額はあまり増大しない。2010年の日本の対中直接投資をみると(図表4参照)、件数は増加しているが、金額はむしろわずかながら減少している。それはこの年の直接投資増大の主力がサービス業だったためである。

【図表4】日本の対中直接投資件数・金額



(注)2012年は1～8月累計件数・金額の前年比から年率換算。

(資料 CEIC)

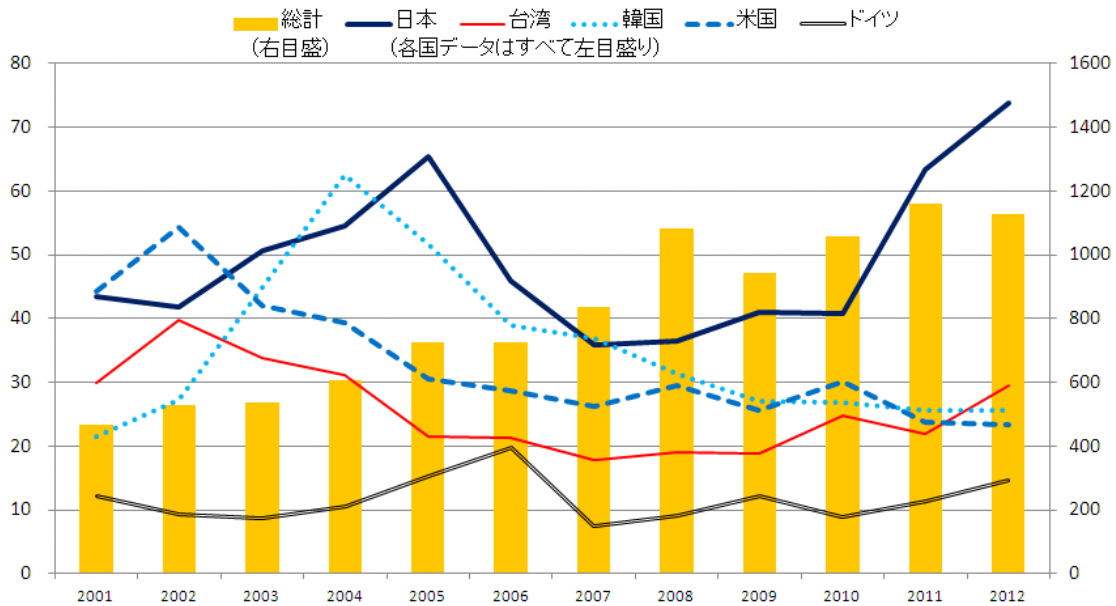
### ③ 収益再投資型の投資が増加

収益再投資型の投資が増加していることも今回の特徴だ。従来中国ビジネスの収益率は総じて低かった。それは中国国内に「売る」ための市場がなく、生産工場におけるコストダウンだけが収益の源泉だったためである。中国国内市場で製品・サービスが売れるようになり、その状況が大きく変化した。中国ビジネスの収益率が大幅に改善したのである。自動車、建設機械、デジタルカメラ、事務機等の企業の収益性が大幅に改善した。そうした大企業製造業が先行きのさらなる販売増大を予想し、大規模な増産投資を行う際に、設備投資の原資は中国ビジネスから得た収益で賄えるようになった。以前は収益率が低かったため資金は本社等から持ち込んだが、最近では現地で得た収益の再投資で賄えるようになった。2011年に直接投資金額が急増したのは、大企業製造業が収益の再投資により増産投資や製品開発投資を行ったことによるものである。

#### (2) 日本の対中直接投資の伸びが突出している

先進国の中国向け直接投資が本格化したのは2000年以降であるが、前回2000年代前半の対中投資ブームの時には日本以外の米国、韓国、台湾等主要投資国の投資金額の水準も高かった。しかし、今回は日本の対中直接投資の伸びだけが突出している（図表5参照）。

【図表5】国別対中直接投資金額(億ドル)



(注)2012年は上半期の前年比から年率換算。

それには以下のような要因が影響していると考えられる。

日本の製品は他国の製品に比べて平均的に高価格・高付加価値である。それは日本の社会の所得格差が比較的小さく、「安かろう悪かろう」という商品は日本の消費者が受け入れないためである。一方、韓国、台湾の平均所得は日本に比べて低く、米国も貧富の差が大きいため、商品構成には高級品から低級品まで幅がある。しかし、日本には超高級品の市場も殆どないが低級品の市場も殆どない。製品・サービスの品質と価格のレンジが狭いのが特徴である。この日本のレベルの製品・サービスは以前の中国人の低い所得水準では買うことが難しかった。大量に売れてはいなかったが、中国人は以前から

日本製品に対して「安心・安全、ハイテク・高品質」という良いイメージを抱いていた。以前はそう思っても値段が高すぎて買うことができなかったが、最近は所得水準の増大により、無理なく買うことができる人が急速に増えた。このため日本企業にとっては突然中国人の需要が旺盛になっているように見え始めた。これをチャンスと見た日本企業が対中直接投資を積極化させているため、日本からの直接投資だけが高い伸びを示していると考えられる。

#### 4. 今後の日中経済関係

##### (1) 今後日本企業が採るべき対応

以上のように日本企業からの中国投資が急増しているところに今回の尖閣諸島国有化問題により日中関係が悪化し、日本企業の中国ビジネスへの悪影響が生じた。

今回のこの問題が日本企業の中国ビジネスに対してどの程度のインパクトを与えるかについて、現時点では判断することが難しい。ただし、今後の中国ビジネスを検討する上で、以下のような点に配慮することが必要である。

第一に、市場動向をよく見極めることである。今回の反日デモ・暴動激化の背景には中国の内政に対する中国国民の不満の増大、政権の求心力の低下、権力闘争、党大会直前というタイミングの悪さなど様々な要因が複雑に絡み合っている。このためこうした政治要因が日本企業の中国ビジネスに対して、どれくらいの期間にわたってどのような影響を与えるかについては見極めが難しい。また、影響の度合いも製品・サービス分野によって異なるはずである。したがって、メディア等で報じられる一般的な情報だけで判断せず、自社の製品・サービスの販売動向を緻密に分析して市場動向を見極めることが重要である。

第二に、先行きの生産・設備・雇用計画については、上記の市場動向の見極めに応じて柔軟に対応することが必要である。販売の回復がいつから始まるかを的確に判断し、販売の回復が始まり次第、それに合わせて生産・設備・雇用計画を迅速かつ柔軟に見直すことが重要である。

第三に、今後も日中間には今回のような事件が繰り返されることを前提に、中国ビジネス体制を構築することが必要である。今回表面化した領土問題は、以前の靖国神社参拝問題や漁船の衝突問題と異なり、時間が経過しても問題が消えないという性格をもっている。このため、今回の事件を機に、日中関係は対立が生まれやすい構造に不可逆的に変化したとの指摘がある。

しかし、一方で、中国人の所得の増大とともに、日本企業の製品・サービスに対するニーズが増大し続ける中国市場の構造変化は持続するため、日中経済関係の緊密化は今後も進む可能性が高い。加えて、今回のIMF総会（今年10月、48年ぶりに日本で開催）でも明らかとなったように、世界中の国々が日中関係の改善を望んでいる。こうした点を考慮すれば、日中両国政府は政治的対立が経済関係に悪影響を及ぼさないよう、より一層努力すると考えられる。日本企業としては、そうした政治と経済が相互に影響しあう日中関係であることを十分理解した上で、中国市場におけるチャンスを逃さないよう柔軟な対応力を高めていくことが必要である。そのためにも、情報収集、製品開発、販売戦略等において優秀な中国人を活用することがますます重要になっている。

##### (2) 経済関係の緊密化が外交に及ぼす影響

日本企業の中国ビジネスの成功は政治・外交関係にもプラスの影響を及ぼす。今回の反日デモが暴徒化する中、多くの中国人は冷静さを保ち、理性的な対応を取るべきであ



ると主張した。また、日本製品でもいいものは引き続き購入したいと考えている。直接日本人と交流のある中国人の中には日中関係の悪化を悲しむ人も多い。こうした中国人が以前に比べて増加している背景には日本企業の中国ビジネスの拡大が大きな影響を及ぼしている。10年、20年という時間をかけて、国民レベルで相互理解と相互依存が進めば、日中間の対立関係も徐々に改善していく可能性が期待できる。日本の政府がいくら相手国民を説得しようとしても説得することはできない。しかし、日本企業の地道な活動が中国人から評価され、多くの中国人が日本企業の製品・サービスを高く評価するようになれば相互理解と相互依存が進んでいく。その意味で両国関係改善の主役は企業と個人である。現在、最悪の状態にある日中関係が一日も早く改善に向かい、日本企業が安心して中国ビジネス展開に注力し、日中経済関係の一層の緊密化をもたらすことに期待したい。

以 上



#### 執筆者紹介

**瀬口 清之(せぐち きよゆき) 1959年 東京都生まれ**  
 キヤングローバル戦略研究所 研究主幹

#### <学歴・職歴>

1982年 東京大学経済学部卒業  
 1982年 日本銀行入行  
 2002年 政策委員会室企画役  
 2004年 米国ランド研究所に派遣(International Visiting Fellow)  
 2006年 北京事務所長  
 2008年 国際局企画役  
 2009年 キヤングローバル戦略研究所 研究主幹