

大阪商業大学学術情報リポジトリ

中小企業の国際ビジネス

メタデータ	言語: ja 出版者: 大阪商業大学比較地域研究所 公開日: 2016-06-28 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 丸川, 知雄, MARUKAWA, Tomoo メールアドレス: 所属:
URL	https://ouc.repo.nii.ac.jp/records/70

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.



〔講演会〕

梅田サテライトオフィス開設記念
第11回 大阪商業大学比較地域研究所講演会

中小企業の国際ビジネス
日本と中国の比較

丸 川 知 雄

第1部 講演会 あいさつ

孫 皆さま、こんにちは。大変お待たせしました。時刻が参りましたので、ただ今より第11回大阪商業大学比較地域研究所講演会を開催させていただきたいと思います。私は本日の司会を務めさせていただきます、大阪商業大学教員の孫飛舟と申します。どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

本日はご案内のとおり、東京大学社会科学研究所の丸川知雄先生をお迎えしまして、ご講演を頂戴したいと思います。

それでは、開会に先立ちまして、本学の副学長片山隆男教授よりごあいさつを申し上げます。

片山 皆さん、こんにちは。台風一過、厳しい暑さになりまして、もう梅雨明けかと思いますが、今日はお運びをいただきまして、ありがとうございます。大阪商業大学がここグランフロント大阪にサテライトキャンパスをオープンしましたが、6月2日でございます。学校法人谷岡学園設置ですので、本学だけではなく、神戸芸術工科大学もよく使っております。今日は本学がこけら落とし企画として比較地域研究所講演会を開きます。ここで、これからもいろいろな企画を進めてまいりますので、その折々に訪ねていただけたらと思います。

今日はゆっくりと、東京大学の丸川先生のお話等を聞いていただき、過ごしていただけたらと思っております。最後まで、どうぞご清聴ください。よろしくお願いいたします。

孫 それでは、丸川知雄先生のご講演に入る前に、先生のプロフィールをご紹介させていただきます。丸川先生は東京大学のご出身で、前職はアジア経済研究所、2001年より現在の東京大学社会科学研究所に着任されまして、助教授、それから2007年に

教授となりました。主に中国経済、中国産業を研究されています。われわれのように中国経済を研究するものにとっては、非常に著名な方で、現在、アジア政経学会の理事、日本現代中国学会の理事、中国経営管理学会の会長、さらに中国経済学会の理事を務められ、つい先日、今年の5月に東京での日経新聞主催の東アジアサミット、安倍総理、シンガポールのリー・シェンロン首相、マレーシアのマハティール前首相、つまり、アジアのリーダーたちが出席される中で、丸川先生がゲストスピーカーとして呼ばれて、大変活躍されています。本日はお越しいただきまして、「中小企業の国際ビジネス」、副題「日本と中国の比較」、こういうテーマでご講演いただきます。

それでは、丸川先生、どうぞ壇上のほうへお願いします。皆さま、大きな拍手をお願いします。

はじめに

丸川 ご紹介にあずかりました丸川と申します。今日は「中小企業の国際ビジネス」というテーマでお話したいと思います。今、ご紹介くださったように、私の本来の研究テーマは中国経済です。日系企業よりもむしろ中国の企業、特に中国の民間企業などを訪問して調べるのが、自分の本当の仕事だと思っています。いろいろな機会に、日本の中小企業集積地、例えば愛知県の刈谷市などに何度か足を運ぶ機会がありまして、そういうときに、日本の中小企業、特に中小製造業の企業はどうしたらいいのかというようなことをよく耳にしたりします。そういう問題意識をかねがねから持っておりまして、たまたま2014年3月に、日本の中小企業が中国に進出している現場をいくつか訪れまして、いくつかのパターンみたいなものがあると考えたことを今日お話ししたいと思います。すなわち、日本の中小企業の海外ビジネスの話ですが、最後のほうで、今度は中国の中小企業の海外ビジネスについても少し話したいと思います。そちらのほうは、実は、現場はまったく行ったことがなく、2014年3月に、何人が若い人と一緒に、中国の対外直接投資のデータ集を作り、その作業を通じて、実は中国の対外投資もほとんど中小企業がやっているということに気づきまして、そこで気づいたことを少し最後にお話ししたいと思います。

1. 日本の中小企業の海外投資の全体像

最初にご紹介するのは、中小機構（かつての中小企業事業団）という団体が行った、日本の中小企業の海外事業に関するアンケート調査です。これは何年かに1回実施されておりまして、毎回5,000社～6,000社程度が回答しています。一番最近の調査、すなわち平成23年度の調査は平成24年5月に実施されています。この調査の中で日本の中小企業に対して、「貴社の最も重要な海外の拠点はどこですか？」と聞きますと、55パーセントが中国と答えており、第2位のタイ（6.8パーセント）、第3位のアメリカ、第4位の韓国を中国

が大きく引き離しています。調査対象は中小企業ですから、たぶん海外拠点（海外の工場や販売拠点）と言っても1、2カ所くらいしかないんじゃないかと思いますが、そのうちの最重要拠点の過半数が中国にあるということです。

日本企業全体については経済産業省が毎年海外事業活動基本調査という大規模な調査を行っていますけど、その中で「貴社には、海外のどこにいくつ現地法人がありますか？」というような質問があって、それを集計すると、中国、香港が33パーセント、北米が14パーセント、ASEAN 4（タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン）が16パーセントということです。つまり、大企業を含めた場合には日本企業の進出先はより分散しているんですが、中小企業に限って言うと、進出先はかなり中国に偏っております。

中小機構の調査では続いて中国にある最重要拠点の投資形態を尋ねていますが、それによると、単独出資が60.5パーセント、現地企業との合弁が20.7パーセント、それ以外（例えば他の日本企業との合弁等）が8.7パーセントとのことです。日本企業の中国への投資形態は、中国の改革開放の初期には中国企業との合弁がほとんどでした。そうしないと、なかなか進出できなかったのです。1990年代後半から単独出資による進出が増え、実際に進出している企業からも「単独出資のほうがいい」という意見が圧倒的でした。当時は、中国に進出する目的は中国で製造した製品を日本や第3国に輸出するためだということが多かったので、輸出目的であれば中国企業をパートナーとする必要性を感じる数が少なかったからだと思います。しかし、これからは投資形態として中国企業との合弁を選択するケースが再び増えるのではないかと思います。最近、東レの中国担当者のプレゼンテーションを聞きましたが、その人も「今はやっぱり合弁だ」とおっしゃっていました。合弁が望ましいと考えられるようになったのは、日本企業の中国ビジネスにおいて現地市場向けの事業が中心になってきたことを反映しています。また、日中関係が必ずしも順調とはいかないなかでは、日本側の単独出資だと何かと中国でビジネスがやりにくいこともあろうし、中国政府が外資系企業を制約したり、いろいろ要求してくる中では、いい中国側パートナーがいたほうがビジネスがやりやすい面もあるでしょう。

さらに、中国企業が1990年代までとは大きく変化してきたということもあります。1980～90年代に日本企業が合弁を組んだ相手というと国有企業だったので、経営者といっても発想が官僚的で、一緒にやりにくい相手だったと思います。しかし、最近では民間企業も育ってきたし、国有企業も改革が進んでビジネスライクな考え方をするようになってきたから、日本の企業と経営の目的意識を共有しやすくなったと思います。

中小機構のアンケート調査の中で、「最近の中国での経営の課題は何ですか？」という質問に対する主だった回答を挙げますと、「現場ワーカーの賃金が上がって大変だ」、「生産コスト全般が上がっている」、「品質管理がなかなか大変だ」など。それから、「質の高いマネジメント層人材を確保するのが難しい」ことも悩みとして挙げられています。これが悩みとして挙がってくることは逆に興味深いと思います。つまり、1990年代まではそも



丸川知雄 教授

そも中国でマネジメント層を担える人材を確保することなど最初から期待していなかったから問題にもならなかったのですが、日本企業が中国に根を下ろして経営して行こう、製品やサービスを現地に販売しようとするれば、現地で質の高いマネジメントのできる人材を確保する必要が出てきたのでしょう。それから中小機構のアンケート調査では、人件費が上がってきたので、タイ、ベトナム、カンボジアに拠点を移したケースが報告されています。ベトナム、カンボジアに拠点を移すというのは分かるんですけど、中国で人件費が高騰したからタイというのはかなり意外な感じがします。一昔であれば確実に順番が逆でした。

また、当初は日本に向けて製品を販売する目的で設立されたが、のちに中国現地販売や第三国向けに方向転換したケース、また中国から撤退したケースも集計されていますが、撤退の数も中国からが最も多かったです。同じ調査の中で、まだ海外展開していない企業に対して今後どこに進出するかを聞いていますが、その行先の第1位もやはり中国でした。ちなみに、この調査の実施時期は2012年5月なので、2010年の尖閣沖での漁船衝突事件のあとの日中関係悪化のなかで行われています。尖閣国有化をめぐる騒動が勃発するのはこの数か月後なので、その騒動の後に同じ調査を行ったら結果は異なっていたでしょう。

2. 日本の中小製造業の中国進出パターン

さて、日本の中小製造業の中国への進出パターンは3つぐらいに類型化できると思います。それぞれを先行型、追従型、開拓型と名付けてみました。先行型というのは日本ないし第3国の中にサプライチェーンがすでに存在していて、そこに属している中小企業が先行して中国に生産拠点を移すケースです。例えば自動車産業でいえば、ティア2（完成車メーカーに直接部品を納める部品メーカーに部品を納める企業。いわゆる「2次下請」）、ティア3（いわゆる「3次下請」）ぐらいの企業が日本では労賃が高いとか、労働者の確保が難しいといった理由で生産拠点を中国にシフトするケースです。こういう進出の場合、作った製品は日本のサプライチェーンのなかに供給したり、サプライチェーンが国際的に展開している場合には第3国に輸出するということになります。また、中国で生産するための部品や材料は日本のサプライチェーンから輸出することになります。したがって、中国の拠点から見ると、部品や材料は全部輸入して、作ったものはまた全部輸出するというパターンになります。このパターンが日本の中小製造業企業の中国進出の主要な類型だと思います。1990年代後半から2000年代前半ぐらいは、こういうタイプが非常に多かったと思います。

先行型の典型例は、深圳テクノセンターに入居している中小企業たちです。深圳テクノセンターは日本の中小企業向けの工業団地で、そこに入居する中小企業はもともと日本で電子製品の組立などに従事していたが、日本では労賃が高かったり、あるいは突然注文を切られるといった経緯から、なかには駆け込み寺のようにテクノセンターにやってくる経

営者もあるそうです。ところが、深圳では2000年頃には月給1万円ほど労働者を豊富に使うことができるので、日本では元気を失っていた中小企業が、そこで見事に復活するそうです。テクノセンターに入居する企業はたいがい日本のパイヤーから部品の支給を受けて深圳で組み立てを行い、製品を全量輸出します。

こうした先行型の投資は時代の波とともに廃れてきつつあると思います。その最大の理由は賃金の高騰です。深圳郊外での出稼ぎ労働者の賃金は今や往時の4倍以上に跳ね上がっています。加えて、労働者が来なくなった。前はテクノセンターに行くと、別に労働者を募集するのに、貼り紙なんかしないでいい。工場の現場を歩いて、ぼそっと「もう少し人が欲しいな」と一言言えば、翌朝には工場の前に100人並んでいるんだと言っていましたけど、もうそんな時代は過ぎ去って久しいわけです。2004年ぐらいにそういう時代は終わって、逆にこの労働者が来なくて大変だという時代になったと思います。ですので、そういう観点からすると、もう別に中国じゃなくていい。もともと中国である必然性も、労働者の多さと賃金の安さ以外になかったので、中国以外に移っていく可能性もあるタイプだと思います。

第2の類型は追従型です。これは自動車産業のティア2やティア3を担う中小企業を想定しています。日本国内では自動車販売がだんだん頭打ちになって成長しなくなっている。ただ日本の自動車メーカー自体は発展を続けていて、アメリカや中国やヨーロッパで、現地生産、現地販売の体制を作っています。世界の中で成長している市場と言えば中国なので、中国での現地生産、現地販売がどんどん大きくなる。さて、この流れをもし日本のティア2、ティア3の企業が黙って見ていると、ティア2やティア3の仕事が当初は日本のほうに発注されるとしても、やがて注文が自分のとこに来なくなり現地企業に行ってしまうのではないかという危機感を持つわけです。そこでそうした注文を取り逃がさないように中国に工場を作る。これが追従型です。しかし、進出しても中国の中でトヨタや日産が作っている分業構造の中に入り込めるかどうか保証はありません。

第3の類型の開拓型とは、最初から他の日本企業との取引関係とは無関係に、中国の現地企業や現地の消費者をターゲットにして進出するものです。

3. 追従型の事例

続いて具体的な中小製造業の進出の実例をご紹介します。ここでは先行型については触れません。というのはさきほど述べたように先行型の時代はもう終わりつつあると考えるからです。ご紹介するのはまず追従型の事例です。

まず紹介するのは岡本製作所という会社です。岡本製作所は、本社は東京昭島市にありまして、キャタピラー、コマツ、日立建機など、建築機械の会社から、板金部品を受注しています。板金部品というのは、例えばホイールローダーで言えば、自動車と言うとボディの一部を作る作業で、自動車であれば大型プレスで大量生産するような部品ですが、建築機械の場合は板を曲げて作ります。ところが、受注先であったキャタピラー・ジャパン

が、日本で作っていたホイールローダーを中国蘇州工場での製造に移管してしまい、日本にとどまっていたのでは注文がないので、岡本製作所はキャタピラーを追っかけて蘇州に工場を作りました。これは典型的な追従型のパターンだと思います。

ところが、話はここで終わりませんでした。いざ蘇州に進出してみると、キャタピラー蘇州工場での建設機械生産が思ったほどの規模ではないので、岡本製作所は現地で新たな受注を開拓する必要に迫られました。そこで油圧ショベルを作っている加藤製作所という建築機械メーカーの部品も作るようになりました。また、建設機械という業界はそもそもアップダウンが激しく、キャタピラーが中国に進出したのも中国で大変な建設ブームがあってホイールローダーの販売が拡大したからなのですが、建設のペースが下がると、建設機械はいったん買えば何年も使えるものですから、建設機械への注文が一気に減ってしまいます。岡本製作所の中国現地工場は市場収縮に見舞われ、日本の本社の注文を少しまわしてもらってしのいでいた。さらに、コマツや日立建機など中国で生産している日系建設機械メーカーからの受注も開拓しました。

ただ、最近中国の建設機械業界で地場メーカーの成長が著しいです。なかでも三一重工という民間建設機械メーカーは、東日本大震災の際の福島第一原発の事故の時に、原発の暴走を抑えるうえで重要な手助けをしてくれました。最初は自衛隊のヘリコプターで水をかけましたけれど、次の段階で三一重工が寄贈したコンクリートポンプ車によって上から水をかけて事故の収束に貢献をしたわけです。コマツは中国の建設ブームで非常に羽振りがよかったんですけど、昨今地場メーカーの成長によって急速にシェアが低下している。建設機械の部品メーカーである岡本製作所も今後は日系メーカー以外の注文を開拓するという課題があります。

次にご紹介するのは江蘇省丹陽日本自動車部品工業園です。丹陽は南京から少し上海方向に向かった位置にあります。ここに日本自動車部品工業園と銘打った工業団地が2011年にスタートしました。ここには標準工場建屋が準備されており、日本の自動車部品メーカーだけを誘致しています。ティア1の部品メーカーは独力で工場を建設する力を持っていますから、この団地で誘致するのはティア2、ティア3、ティア4あたりの部品メーカーです。すでに36社入居できるだけの工場建屋ができているんですけど、そのうち24社の入居が決定していると伺いました。実際に稼働しているのは10社ぐらいでしょうか。

この部品工業園は深圳テクノセンターの事業モデルを採用しています。深圳テクノセンターでは地元政府との複雑なやりとりや企業の総務部的な仕事は全部テクノセンターが代行し、日本の中小企業は基本的には設備を持ってきて、生産だけやればよろしいというシステムです。その事業モデルを日本自動車部品工業園も取り入れており、労働者の採用や納税などは部品工業園の管理会社が全部代行してくれ、日本の中小企業自身は生産だけやればよいことになっています。労働者も全部必要なだけ手配してくれるという仕組みになっております。

先ほど述べたように自動車産業では現地生産、現地販売の流れが強まっています。日本の新車販売は500万台前後で今後ほとんど伸びは期待できません。もし日本の自動車メーカーがみな現地生産・現地販売の原則を徹底しますと、日本の自動車生産台数は500万台

程度に縮小します。一番多かった時は1,300万台以上国内で生産し、半分以上を輸出していたわけですが、今後国内生産が500万台ぐらいに縮小してしまう可能性があります。一方、中国は新車販売台数が2,300万台強の市場で今後3,000万台ぐらいまでは拡大すると思います。そうすると、自動車メーカーとしては中国市場の拡大の波に乗らない手はありません。現地生産、現地販売の原則でいくと、どうしても中国での自動車生産が拡大します。その場合、ティア2、ティア3、ティア4の企業としては、中国での部品需要に対して輸出で対応するのか、それとも現地で生産するか。あるいは日本国内にとどまって日本市場（500万台）の仕事で満足するかという岐路に立たされます。

日本の自動車メーカーの特徴として、特にトヨタやホンダの場合、もしデンソーや八千代工業など日本で付き合っているティア1の部品メーカーが中国に進出してきたら、まず、そこから部品を買います。工場進出するならば購入するという暗黙の約束があるみたいですね。ちなみに、フォルクスワーゲンの場合はそういう暗黙の約束は全然なく、進出した工場の価格と品質を見て買います。こういう欧米系自動車メーカーを相手に仕事をしている欧米の部品メーカーは、中国に工場進出する際には、ある程度リスクを負って進出します。例えばアメリカの部品メーカーは、某外資系自動車メーカーとの間で事前の約束なしに、いきなり相手の工場の目の前に工場を建ててしまったんですね。「さあ、買え」と。日本企業との付き合いは必ず買ってくれるという暗黙の約束があるときに進出します。ところが、ティア2、ティア3ぐらいになると、そういう関係は日本企業の間でもありません。日本の自動車メーカーOBによれば、日本のティア3ぐらいの中小企業のなかには自分で勝手にトヨタ系だと思っている企業があるが、自動車メーカー側には全然そんな意識はない。トヨタ側からすれば、もしそのティア3の企業が中国に進出してこなければ、他から買うだけだし、日本国内でだって別にその企業から部品を買わなければならない義理などないということになります。従って、もしその中小企業が中国に進出しないと、非常に高い確率でその部品の発注先は他に切り替えられてしまいます。特に現地企業からの購入に切り替えられてしまう可能性は非常に高い。現に、金型などでそういうことが起きています。

日本自動車部品工業園に進出している企業の例として愛知県額田郡の幸南工業を挙げます。同社はシートベルトの金具部品の塗装をしている会社です。おそらくシートベルトはひとまとまりで自動車メーカーに供給されており、そのバックルはティア2がつくっていて、そのバックルの塗装ですから、幸南工業はティア3に当たる企業だと思われます。この会社にはカチオン電着塗装という特殊な技術があり、日本での客先が中国に進出するに伴って、要請されて進出したんです。しかし、要請されたと言ってもその客先が十分な発注量を保証してくれるわけではありませんでした。そこで仕事量を確保するために、現地で他の販売先を開拓するという事になって、中国系自動車メーカーのシートベルトのバックルの塗装も随分引き受けています。

幸南工業はトヨタ系部品メーカーから進出を要請されたのですが、トヨタ系の仕事だけでは足りないというので、現地でまず他の日系メーカーの受注をとろうとしますが、日系自動車メーカー系列の仕事を取るとするのは非常に時間がかかります。まず、検査です。

試作品を納入したら1年間ぐらい塗装がはがれないかどうか保管して検査するなど時間がかかってしまう。しかも、中国での受注先である部品メーカーには勝手に発注先を切り替える権限は与えられていない。現地で発注先を切り替えることを「工程変更」と言うらしいですけど、発注先を現地法人の独断では切り替えられず、本社までお伺いをたてる。一方、中国メーカーはその工程をできる会社があれば、すぐ発注してくれるというんですね。だから、新規納入への敷居は低いです。ただ、製品を売っても、お金をくれるかどうかは別問題だと言うんですね。そういう問題があるので、工業園を管理する会社でも、積極的に現地メーカーに売りなさいとは言っていないけれど、でも代金支払の問題を何とかできれば、手っ取り早く商売を拡大するには中国系の仕事をするのがいいのかもしれない。

先行型、つまり日本や第三国への輸出を目的とした工場進出の場合、特に広東省では現地法人をつくらずに、委託加工という形態を取ることが多くありました。委託加工という仕組みについては深圳テクノセンターについて書いてある本に詳しく書いてあります。要するに、現地には法人をつくらず、村営企業を受け皿としてそこに生産を委託するという形式をとっています。しかし、その村営企業というのは名ばかりで、実態は外国側が経営のすべてを握っています。委託加工のメリットはすぐに始められて、すぐに逃げられることです。ただ、問題は作った製品を中国国内に販売できないことです。現地販売をやろうとすると、やっぱり独資企業あるいは合併企業など現地法人をつくらなければいけない。そこで、広東省では委託加工と現地法人の二枚看板を掲げる企業が増えていきました。中国の市場規模が拡大すると、今度は日本の自動車メーカーなどがドンと出て行って、それに関連する追従型の中小企業進出が増えていきました。ただ、岡本製作所も幸南工業も最初は追従型として進出しますが、あてにしていた受注先から発注だけじゃ足りないことが分かると、現地であらたな受注を開拓しなきゃいけない。そうすると、嫌でも中国企業に売ることさえも考えざるを得ないということで、おのずから開拓型に移行するという流れになっています。

4. 現地市場での成功例

開拓型で成功した例をご紹介します。埼玉県草加市に本社がある唐沢製作所という日本では従業員37人の中小企業で、自転車用ブレーキ、車いすのブレーキ、福祉関連機器なども手掛けている会社です。この会社も最初は別に現地企業にブレーキを売るつもりではなくて、日本の自転車産業全体が中国に移ってしまったので、受注を追いかけるために進出したんです。ところが、現地で自転車用ブレーキ以外の大きな市場を見つけてしまったのです。

日本の自転車産業の中国への移転は非常に顕著で、2007年の時点で日本国内で販売される自転車の85パーセント程度が中国からの輸入になっています。今や電動アシスト自転車など高価で特殊な自転車ぐらいしか日本国内ではつくっていません。中国は世界の自転車

生産の6割ぐらいを占めています。一方、中国国内では昨今は普通の自転車よりも電動自転車のほうがよく売れており、販売台数では電動自転車が一般の自転車を上回っています。

唐沢製作所は現社長のおじいさんが創業した会社で、最初は自転車販売業をやっていたんですけど、途中からブレーキを開発して、今は自転車用ブレーキの会社としてよく知られています。自転車のブレーキには3種類あって、タイヤを挟み込むブレーキがキャリアパーブレーキといってヨーロッパでは主流です。日本のママチャリと呼ばれる自転車の後輪のブレーキはバンドブレーキで、それは後輪の回転軸を外側からギュッと皮みたいなもので絞って止めます。サーボブレーキは同じように後輪の回転軸を摩擦で止めるんですけど、中側から止めるものです。

唐沢製作所が中国に進出した経緯が面白いんです。自転車生産がだんだん中国に移っていきそうだなと先代の社長が思っていたところ、中国江蘇省の泰州市というところの郷鎮企業が唐沢製作所のカタログをそのままコピーして、日本の自転車メーカーに「これらを作れます」と売り込んできた。そこで唐沢製作所の社長がけしからんと現地に乗り込んで行ったんです。乗り込んだ先の泰州市はコピーメーカーだらけなんです。そうしたらうまく言いくるめられて結局合併企業をつくるという契約書にサインして帰って来ました。進出当初は中国に進出していた日系、台湾系の自転車メーカーにバンドブレーキやサーボブレーキを供給していました。そのうち、どうやら合併相手の不正など不信感が募り、合併企業を解消し、改めて独资で同じ地域に工場を建てました。信頼できる人を現地の責任者にしようということで、唐沢製作所で2年間研修して戻ったばかりの、当時26歳の孫浙勇さんという人を社長に据えた。その後目覚ましい成長を遂げ、発足時の1998年にはブレーキ年産48万個の規模だったのが、現在は年3,400万個も販売しています。

この会社がすごいのは、その販売先の数です。自転車メーカー、電動自転車メーカー合わせて300社以上です。その他に補修用ブレーキを代理店を通じて販売するんですけど、その販売先も100社ぐらいあって、全部で400社以上も顧客があります。日本市場で販売されている自転車のバンドブレーキの7割、中国市場の電動自転車のブレーキの40~45パーセントのシェアを占めているそうです。唐沢製作所の進出は当初は追従型でした。自転車はいまや日本企業が中国の工場で作るよりも、中国企業が自転車を組み立てていることが多く、日本のバイヤーが発注するというパターンになっていますが、日本のバイヤーが唐沢のブレーキを使うように指定していました。しかし、あるとき知らないメーカーから、「お宅のブレーキは、摩耗が激しい」というクレームがきた。行ってみたら、自転車のブレーキを自転車に使っているんじゃなくて、電動自転車に使っていた。このとき初めて、電動自転車という新しい商品に自転車のブレーキを使っているということを知り、馬力の強い電動自転車に一般の自転車用のブレーキでは制動力が十分ではないだろうということで、「うちにはサーボブレーキという、もっと強力で止められるブレーキがあるので、これを使ったらどうですか」と勧めた。こうして偶然の機会から、電動自転車という後に年3,000万台以上に拡大する巨大市場の鉱脈を探り当ててしまったんですね。

電動自転車は、外見はスクーターやバイクみたいに見えます。機能的にも自転車という

よりもバイクに近くて、時速40キロぐらいで走れるような強力なモーターをつけています。事実上「無免許で乗れるオートバイ」として広く普及しています。法的には自転車として扱われていますが、当局のさじ加減が変わるとたちまち運転免許が必要な乗り物になってしまいます。一般に、日本企業はこの手のリスクを嫌いますが、唐沢製作所はむしろ電動自転車に合ったブレーキを開発するなど積極的に取り組み、強い制動力を持ったブレーキを開発しました。さらに、中国での現地の習慣に応じて、鍵付きサーボブレーキ、リモコンの鍵付きブレーキなどを開発しました。ブレーキに鍵を付けることについては日本の本社は反対したそうですが、現地法人主導で開発した結果けっこう売れたそうです。一般に日本企業の現地法人に対するコントロールは強いのですが、唐沢製作所の場合には現地法人のイニシアティブが強いです。

最初は海のものとも山のものともわからず、道路交通法上の位置づけもグレーだった電動自転車の市場に唐沢製作所の現地法人は目をつけて見事にその拡大の波に乗りました。先ほど述べたとおり、この会社が立地している泰州市九龍鎮というのは、偽ブレーキメーカーの里なので、このサーボブレーキも早速周りでコピーされています。しかも、悪いことに唐沢製作所は中国で特許を取ろうと思ったんですけど取れなかった。そんなわけで、コピーされ放題なんですけど、それでもブランド力と技術力によって4割のシェアを維持できています。

同社が中国で成功した理由を考えると、まず経営上の特徴として、最初から日本から誰も派遣されていないことが挙げられます。400社の顧客を開拓するとか、鍵付きブレーキを開発するとか、そうしたことは現地法人がすべてイニシアティブをとってやっている。その基盤として、自転車用ブレーキメーカーとしてのブランド力や、サーボブレーキを開発した技術力があります。そうしたポテンシャルを積極的な市場開拓によって生かした現地法人の社長こそが成功の鍵だったと言えるでしょう。彼は日本語も非常に達者ですし、唐沢製作所の何が強みであるか、本社がどのように考えるかということをよく理解している。しかし、他方で彼は非常に中国的であって、400社という顧客と付き合うというのは日本の中小企業の中国進出ではまずあり得ないですね。

日本の中小企業の中国進出では、先行型の場合にはそもそも中国で顧客を開拓するつもりがないし、追従型の場合は最初は現地の少数の日系企業からの受注を当てにして進出することが多い。必ずしも日系企業が中国市場では優勢ではないことを知り、では中国企業にも売り込もうか、でも代金回収が心配だ、というあたりで躊躇しているというのが平均的な姿だと思います。400社の顧客と付き合うってことはその顧客たちと一緒に飲む酒の量を考えてもなかなか大変なものがあります。現地法人の社長の努力と才覚による成功と、日本側独資の企業形態との間にかかなりの乖離があるように思われました。案の定、私が訪問した後、企業形態が日本側単独出資から、中国人社長が株の7割を握る合弁企業に転換しました。

5. ニッチ市場の巨人

次にご紹介するのは、中小企業ではあるけれど日本でも特定の業界では大変有力な企業です。南武という東京大田区の住宅街の真ん中にある中小企業です。プラスチック成形金型に付ける部品を製造しています。油圧シリンダといって金型に溶けたプラスチックを注入していくときに、金型のなかの空気を抜くための部品です。日本でも強い競争力を持つ会社でしたけれど、やはり金型も中国での生産が多くなったので、この会社も中国に進出し、江蘇省南部に工場を設立しました。中小企業ながら独自に中国全国をまわって、どこに工場を設立したらいいのかということをよく比較検討して、上海だと賃金は高いし、労働者も定着しないだろう、蘇州辺りでも労働者は定着しないだろう、もうちょっと引っ込んで常州辺りまでいくと労働者を長期雇用できると考えて、常州にしたそうです。販売先も日系企業だけじゃなくて、欧米やローカルも半々ぐらいですが、ただ、中国では競合相手が非常に多い。現地企業のみならず、その他外国勢のライバルもいるので、どうやって自社製品の優位性をアピールするかということいろいろ考えています。値段はちょっと高いけど寿命は長く、油漏れしないので、総合的に考えれば一番お得だとアピールしています。中国では油圧シリンダーを作るための部品や材料の現地調達率が非常に高く、タイではなかなかそうはいきませんというようなことをおっしゃっていました。

6. 中国の中小企業の対外投資

さて、残った時間で中国の中小企業の対外投資についてちょっとご紹介したいと思います。世界の中で、アメリカと中国が直接投資の受け入れでは双璧を成すぐらい非常に多く、ますます拡大しているんです。一方、中国から外国への直接投資は2003年ぐらいまではほとんどゼロの辺りをウロウロしていたんですが、2004年辺りから急激に増えて、間もなく外国から中国への直接投資よりも、中国から出ていく直接投資が上回りそうな勢いで伸びています。

さて、中国から外国への直接投資というのは一体何か。新聞で報じられるのは、例えば国有石油企業によるアフリカでの油田開発とか、パソコンのレノボがIBMのパソコン事業部を買収した、スウェーデンのボルボの乗用車部門を吉利自動車という中国のメーカーが買収したなどがありますが、そういうのを積み上げててもなかなか中国企業の対外投資の全体像には迫れないように思います。そこで、同僚の伊藤亜聖氏らと一緒に中国の対外投資のデータ集を作りました。全部で28,000件ある投資の認可情報を分類・加工してみました。それで分かったことは中国の対外投資には2種類あることです。1種類は、中国石油とか中国石化といった中央政府直属の巨大国有企業による巨大直接投資です。これは1件あたり3億ドルぐらいの大規模なものです。しかし、その一方で1件当たり規模が545万ドルの小規模の直接投資が2万6000件もありました。

業種では製造業が多いですが、いろいろな業種の投資があります。面白いのは投資者が

中国で従事している業種と、現地でやっている業種が一致していないケースがかなりあることです。例えば、吉利汽車がボルボを買収したというのは、自動車企業が自動車企業を買収するのですから普通のパターンですが、例えば中国国内では貿易をやっているけれど、カンボジアでは服を縫製しているとか、中国国内では貿易をやっているけどラオスではゴム農園を経営しているケース、あるいはロシアで林業をやっているケースなどが結構あるということが分かりました。

もう一つ分かったことは隣接地域への直接投資が多いことです。隣接地域というのは例えば北朝鮮には中国から500件ぐらいの直接投資があるんですけど、うち過半数は北朝鮮と国境を接している吉林省と遼寧省からの投資です。韓国へは隣りの山東省からいくのが4割ぐらい。ロシアへは国境を接している黒竜江省から4割ぐらい。モンゴルへは隣の内モンゴル自治区からが一番多く、カザフスタンとキルギスタンへは新疆ウイグル自治区から、ミャンマーとラオスには雲南省から、ベトナムへは広西チワン族自治区から、香港へは広東省から、台湾へは福建省からの投資が最も多いのです。この法則が当てはまらないのは1カ所だけでそれはネパールです。ネパールに隣接しているのはチベットですが、チベットからネパールへの進出はさすがに多くありませんでした。

こうした投資を行っている企業はどうやらほとんど中小企業のようなようです。ほとんどがこの10年ぐらいに投資を申請している。聞いたことがないような企業ばかりなので、インターネットで何をやっている企業なのか調べようとすると、ホームページも持たないような企業が実に多いんですね。日本企業で直接投資しているような企業でホームページを持たない企業なんて多分ないんじゃないかと思うのですが、中国にはそういう企業がやたらにある。企業の住所がビルの603号室とかいうのが多い。貿易に従事していると書いてあります。想像力をたくましくすると、ロシアで林業やっていてその木材を中国に持って来て販売しているのでしょうか。そもそもその企業をつくった目的が、北朝鮮とかロシアで何か一山当てようということなのではないかと思えます。

7. まとめ

さて、そろそろまとめたいと思います。先ほど日本の中小企業の中国投資の3類型を述べましたけれど、先行型は日本国内での企業間取引（慶応大学の渡辺幸男先生の言葉を借りれば山脈構造）の一部が中国など海外に移ったものです。日本国内から注文がある、あるいは第三国に輸出する注文があるという前提で出てくるので、労賃が安くなる分だけ儲かります。追従型の場合は、山脈のなかの山頂からごそっと海外に移動してしまうので、ここで自分が出てこないで現地企業によって代替されてしまうという危機感があります。日本国内の山脈構造は間の一部が抜けたり、峰がいくつか移動していくので、裾野にある中小企業も日本に留まってばかりではいられません。

日本国内での大規模な製造業の成長はもうそんなに見込めない、もう止まっていると思います。自動車業界に典型的に見られるように、日本の大企業が海外進出したときに、

ティア1は日本国内の構図をそのまま海外で再現するんだけど、ティア2以下まで海外に持っていくことには自動車メーカーは関心がないし、まして電機産業では日本での下請企業を海外まで連れていくことを考える余裕もありません。むしろ、日本の大企業は海外でいいサプライヤーを見つけてこの際コストカットしようとさえ考えます。従って、中小企業としては追従型の進出をしていかざるを得ないですが、追従しただけでは現地では注文が足りないので、現地で開拓型に移行せざるを得ないと思います。日本での系列は中国ではあまりあてにはできず、むしろこの機会に欧米系企業、中国系企業、あるいは中国の消費者のマーケットというのに目を向けていかざるを得ないと思います。

ただ、日系以外の企業との付き合い方には気を付けなくてはいけない。最初から代金を払ってくれるものと思込めない方がいい。唐沢製作所の現地法人のように400社の取引先と広く浅く付き合うなかで、お金を払ってくれない人がいるのはある程度覚悟の上だと思います。そうしたリスクをなるべく分散しながら取引する覚悟は必要だと思います。それから、日本で作っているものと同じでは、必ずしも受け入れてもらえないので、現地に開発部隊を置くことも必要になってくるだろうし、現地に開発部隊を置かなくても、現地のニーズというのを汲み取っていかなければいけない。そうするとやっぱり、中国人のパートナーというのが、どうしても必要だろうと思います。

最後に、中国の中小企業の対外直接投資はまだ実態がよく分らないのですが、どうやら最初から開拓型のものも少なくないように思います。成功するか否かは何とも言えません。

孫 丸川先生、どうもありがとうございました。

第2部 討論

丸川 知雄氏

モデレーター 安室 憲一（本学総合経営学部教授・大学院地域政策研究科長）

孫 それでは、第2部に入らせていただきたいと思います。第2部で、モデレーターを務めるのは、本学の教授で大学院研究科長の安室憲一教授です。簡単に安室教授のプロフィールをご紹介させていただきます。安室先生は、本学に来られる前に、長年にわたって神戸商科大学、現在の兵庫県立大学で教鞭をとられまして、特に多国籍企業の国際経営について研究され、現在、多国籍企業学会の学会賞委員長、国際ビジネス研究学会の会長を務められています。それでは、安室先生、よろしくお願ひします。

安室 はい。ただ今ご紹介いただきました、大阪商業大学の安室と申します。今日は、先生に東京から来ていただきまして、ひょっとしたら台風にぶつかるんじゃないかと思って心配をしていたんですけども、幸いなことに1日ずれて、台風が東北へ行ってしまったんで、本当に助かりました。

今日ここに丸川先生の最近の著書を皆さまに紹介したいと思います。一番最近出されたのが、『現代中国経済』という本です。現代と言いますと、普通、共産党政権が成立したあとのことを言いますけども、先生は古代から書かれていて、古代から現代中国経済という、とても面白い視点です。要するに、今、中国の経済のいろんな特徴というのが実は最近のものではなくて、非常に昔から根強く続いているものだというご説明。それから、『チャイニーズ・ドリーム』、大変名著でありまして、ぜひご購読をおすすめいたします。中国の中小企業を中心に、大衆資本主義という観点から中国をご研究で、私らも研究者は、「こういう本が書きたかったのになあ」というくらいの素晴らしい本であります。それから、もう少し前の本、『現代中国の産業』。この中でも、中国企業の勃興する特徴、特に、先生の非常に有名な概念なんですが、垂直分裂という概念を定義されて、その中で家電や自動車がどのように、われわれ日本の企業とは全く違う方法で発展してきたのか、そこに非常に強さと同時に非常に脆さ、弱さがあるのではないだろうかという問題提起で、これも大変一世を風靡して、現在でもわれわれが先生の概念をよりどころにしている非常に重要な書物であります。今日のお話を補強する上で、というか、今日の話のもとにある概念ということで、ぜひおすすめしたい本でございます。

皆さまからご質問がたくさんありますので、私がしゃべっていると、皆さまのせっかくなご質問が無駄になってしまうといけませんので、まず、先生に、皆さまのご質問を紹介しながら、そのつながりで私が先生にまたご質問をするという形式で進めていきたいと思っております。

いくつかのご質問があります。まず、Cさんからのご質問です。「近年チャイナ・プラス・ワンの動きが加速しているようですが、講演の中でも述べられていた、中国企業による対外投資も増えているようです。一方で日本の中小企業の投資候補先の1位がやはり中国であるという統計から、中国の内陸部への投資が進む可能性も考えられます。チャイナ・プラス・ワンの動きと、どちらがさらに進むとお考えでしょうか？」というご質問です。チャイナ・プラス・ワンが加速しているということと、中国企業による対外投資も増えている。つまり、われわれも中国よりも、あるいは、中国の次の投資候補を考えるという時代になっているようだけれども、中国企業もよく見てみると、最近海外進出が盛んになってきている。もし、われわれが、中小企業は中国に注目する、これからも投資をしたいということになると、沿岸部じゃなくて内陸部ということの意味するんでしょうか？そのあたり、どんなふうに考えたらよろしいでしょうかというご質問だと思います。よろしくお願いたします。

丸川 チャイナ・プラス・ワンというのは私の印象では大企業が目線に立った言い方かと思っております。中国にあまり集中しすぎるとリスクが大きいから、他にも拠点を置こうということですが、それは大変結構なことだと思いますし、そういう余裕があったら大いにやったらいいと思います。中小企業の場合には、まずジャパン・プラス・ワンだと思うんですね。ジャパンだけにとどまっていられないから、次の拠点を、と考えている会社なので、チャイナ・プラス・ワンというのは、もう少し企業が大きくなってから考えてもいいかと

思います。

いま書いている本で、中国の台頭がほかのアジア、アフリカ、ラテンアメリカにどうい
う影響を与えているかを調べてみたんですが、中国以外の国の多くがモノカルチャー化し
ています。つまり、特定の農産品や鉱産物の輸出だけが伸びて、工業はどんどん中国に吸
い取られている。ただ、中国の景気がいい間は一次産品の値段はみんな上がっていますか
ら、みんなそれでハッピーなんです。ただ、工業が中国に吸い取られることに関しては一
方で複雑な気持ちを持っている。インドネシアも中国向けの一次産品輸出が増えている国
ですが、最近原材料輸出禁止という政策を打ち出しました。例えば、ニッケルを鉱石の状
態で輸出しちゃだめだということになりました。そうすると、中国からの直接投資が増え
ます。ニッケルを輸入できないんだったら現地に加工工場をつくる。こういう動きが各国
で広まるとすれば、中国への工業の集中はやがて逆転し、ニッケルの加工工場はインド
ネシアに行き、縫製工場はバングラデシュやカンボジアに行く流れになっていくと思いま
す。こうして中国以外の工業拠点がアジアにできてくるのは必然的だと思います。

安室 ありがとうございます。多分皆さま、疑問の中で、中国は大企業、国営の大企業
を非常に保護したり、促進してきて、現在もしていますが、中小企業を育成するというス
タンスに中国政府はあまり立ったことはないんじゃないだろうか。例えば、日本の場合は
中小企業庁もありますし、商工中金のような中小企業を育成するための資金や銀行もあ
る。あるいは、信用金庫などのように、地場の中小企業のための民間の銀行もある。そ
ういうことを考えると、日本ほど総合的に中小企業を育成しようという国も珍しいんでは
ないかなと思うんですが、中国には一向にそういうものはないし、今だにあんまり、中国
政府が真面目にやっている感じもない。にも関わらず、中小企業が活性化しているとい
うのは一体どういうことなんでしょう？ ちょっとその辺りを教えていただけないでしょ
うか。

質問者 すみません。それに関連してですが、さきほどのご説明で、最近調査を始めたば
かりの、中小企業の海外投資のことをうかがいましたが、その背景として、今、先生が
おっしゃったようなことから、中小企業の人たちが、自国経済の成長にあまり期待がで
きないので、周辺で手の届く範囲で、自分たちの将来ということで海外投資的なこと、近
接している地域で始めるっていうふう動き始めているという見方が、場合によってはあ
るのかなという感じはするんですけども、その辺りも合わせて、お教えいただけたらと思
うんですけど。

丸川 中国政府の中に中小企業担当の部署ができたのが1998年頃で、そんなに昔のこと
ではない。確かに先生がおっしゃるように、中小企業育成策は日本に比べると非常に低調
ですし、日本には中小企業を対象とする公的金融機関や信用金庫など中小企業を主たる顧
客とする小さな銀行がいっぱいあるわけですけど、中国の場合には巨大銀行が支配的だ
し、その巨大銀行は国有企業や地方政府などに融資するのがメインで、中小企業は金
融面でも

非常に冷遇されています。今後は、中小企業寄りの政策スタンスになっていくんじゃないかと予想しております。最近、中小企業への融資が多い銀行については、預金準備率を0.5ポイント下げるといふ政策がでました。預金準備率というのは、高ければ高いほど融資ができなくなるので、これを下げるとその銀行は融資しやすくなるわけです。中小企業向け融資に頑張っている銀行を優遇する政策が出ました。2013年秋の共産党の決議以来、民間企業およびその中でも特に中小企業をもっと後押ししていこうという流れになってきています。

自国経済の成長に絶望して対外投資しているのか。そういう企業もいるかもしれませんが、私がインタビューした範囲でそういう企業に出会ったことはありません。むしろ、ロシアから木材を輸入して国内で売ってやろうと考えている人のように、中国企業の海外投資は自国経済の成長がもたらすチャンスを生かそうというものが多いように思います。

安室 どうもありがとうございました。次のご質問ですが、「現在、特に大企業は、中国からASEANへの海外事業活動が移っていると言われてます。中小企業の中国への海外展開が依然多い理由は何でしょうか?」。これからも将来有望な投資先ということで、ごく最近の調査ですと、中国3位ぐらいに落ちているのを見たことがあるんですね。中小企業のほうは、まだまだ中国は有望である。あるいは、これからも投資をするという回答が出ているという、これはどういうことでしょうかという意味だと思います。それから、「中国への進出は製造業が多いが、中小企業でほかにもどのような業種の進出がありますでしょうか」というご質問がきております。よろしくお願ひいたします。

丸川 今日ご紹介した中小企業への質問、例えば「最も重要な拠点はどこですか?」や「現地法人がどれぐらいありますか?」という数字はいずれも経済学の用語を使えばストックの話ですね。今のご質問はフローの話ですね。「今年どこに投資しますか?」「来年どこに投資しますか?」という話です。フローを見ると2013年の日本から中国向けの直接投資はがくんと落ちました。でも、それを見て「中国離れが始まった」というのは間違った認識です。ストックが減り始めたときに中国離れが起きていると言えます。企業がもう中国には十分拠点があるから次は別の国に投資をするとなれば、中国向け投資のフローは減りますが、それは中国離れとは言えないでしょう。フローの面で、ASEANに向かう投資が増えたとすれば、それはチャイナ・プラス・ワンの体制を築くためであって、その余裕があるのなら、もちろんそのほうがいいでしょう。日中関係が悪いのはやはり厳然たる事実であり、日中関係の悪さからくるトラブルがさらに増えるかもしれません。ASEAN各国もそれなりにリスクがあります。余裕があるのなら、なるべくリスクは分散したほうがいいというのが当然のことです。中小企業でそんな2カ所も3カ所も投資する余裕があったら、そもそもその会社はもう中小企業ではないだろうと思います。特に製造業の分業の中にある企業にとって、どこが一番ビジネスチャンスがあるかということを考えざるを得ないと思います。

製造業以外の分野では結構いろんなチャンスがまだまだ未開拓のまま転がっていると思

います。日本企業の中国ビジネスで中国へ行くとすぐに目に付くのは味千ラーメンという会社ですね。これは熊本のラーメン屋さんなんですけど、店舗数は日本より中国のほうがはるかに多く、1,000店舗ぐらい展開しています。正確に言うと、味千ラーメンの中国の店舗を経営しているのは日本の本社ではなくて、香港の提携先ですが、この手のビジネスチャンスはいっぱい転がっているだろうし、特にサービス業や飲食業あたりは開拓の余地が大きいように思います。

安室 ちょっと補足させていただくと、最近2～3年の傾向として、欧米の対中直接投資が減少傾向で、日本だけがずっと伸びていたんですが、昨年は前年比でマイナス18パーセントだったと、昨日の日経ビジネスが、日本経済新聞に出ていました。確かに前年比では減っているんですが、もちろん大きなプラスではあります。ですから、これが長い間定着していく傾向なのか、一時的なものなのかというところが今後の注目点だと思います。何しろ大きな市場で成長していますので、われわれにとって非常に大事な市場であることは間違いのないと思います。

次の質問です。「現地での開拓が不可欠とのことでしたが、中国での沿岸部、内陸地域、広東、深圳等、地域の特徴があれば教えていただきたいと思います。」日本の中小企業の活動ということと関係してということだと思うんですが、いかがでしょうか？

丸川 今日ご紹介した事例は江蘇省と広東省のみでしたが、海外拠点がただの1カ所で、それが製造業だとすれば、製造業の基盤が厚い江蘇省、上海市、浙江省、広東省のいずれかを選択せざるを得ないのではないかと思います。それ以外の場所も考えられなくはないですけど、そういうところいきなり出ていくのはパイオニア精神が必要です。



第2部 討論会のようす

2014年夏には久しぶりに東北部に行ってみようと思っています。東北部は1990年代に国有企業での大リストラで沈滞した姿を私は見て以来、あまり見てないので、何か新しい可能性があったら、今後何らかの形でご報告してきたいと思います。

安室 ありがとうございます。次のIさんからのご質問です。「なぜリスクをあると分かりながら中国に進出する必要があるんでしょうか。中国で利益をあげても、日本に持って帰れないと聞いていますが」。中小企業の場合、日本に利益を持ち帰るのは難しいということがありますでしょうか。それも含めて、お答えいただければいいかなと思います。よろしくお願いします。

丸川 中国で進出した企業が利益を持ち帰れないという話は私もだいぶ昔にチラリと聞いた記憶があります。外貨管理が厳しかった1990年代前半までだったら、そういうことがあったとしてもおかしくない。しかし1990年代後半以降そのような問題があるとは思いません。なにしろ世界中の企業が何万社も進出しているんですよ。世界中の企業が利益を送金できないのに投資するような愚か者だということでしょうか。

なぜリスクがあるのに進出しているんですかというご質問ですが、私は企業家ではないので、あんまりでかい顔をして言えないですけど、そもそも事業とはリスクをとることではないですか？ もし、リスクが嫌だったら事業などせずに銀行に預金するか国債を買うのがいいでしょう。

安室 ハイリスク、ハイリターン、ローリスク、ローリターンと言いますね。株でも債券でもそうですけども、リスクが高いものって、利率もいいわけですよ。その代わり、失敗したときに大きい。しかし、ローリスクっていうのはリターンが小さいですから、今の日本の国債じゃないですけども、とって投資する気にならないと。やっぱりリスクが高いところへ持っていきますと、失敗したら大変ですけども、10パーセントぐらいのリターンはまだまだありますので、うまく運用すれば、非常にメリットが大きいわけですよ。今の中国の銀行金利定期預金一年ものが、一番上限が3.3パーセントですか。物価上昇率が4パーセント。定期を組んで置いておくと、目減りしてしまいますよね。それで、シャドーバンクの出している理財商品を買いますと、いいものになると利率が10パーセントぐらいあります。みんなやはりそっちへお金を回している。ですから、安全を選んで、ちょっと損しても安全のほうがいいと考えるか。ハイリスクを取って儲けてやろうと。ただ、失敗したらもう、それこそ財産すっ飛ばしちゃいますけどね。そう考えると日本人は、ノーリスク、ローリターンが好きなんですよ。中国人やアメリカ人、アングロサクソンの人たちは、ハイリスク、ハイリターンが好きですよ。国民性もあると思うんですけどね。そういう意味で、リスクがあるから、投資するという面もあると思います。

質問ですが、「パワーポイント資料の18ページの下結論2で、日本国内の山脈構造を海外で再現することにあまり関心を持たないとはどういう意味でしょうか？ 現地進出したティア1、ティア2で内製化してしまうのか。それとも、現地の企業が、ティア3、

ティア4になるんでしょうか」というご質問です。意味は通じましたでしょうか？

丸川 分かりにくい表現で申し訳ないんですけど、要するに言いたいことは、トヨタだったら、日本国内で部品を購入しているデンソーやアイシンとの分業関係があり、その先にはデンソーやアイシンの購入先があります。そうした仕組みは日本国内では非常に効率的に運営されているわけですが、それをそっくりそのまま中国ないし海外で再現するのかというと、トヨタの場合、デンソーやアイシンとの分業関係はほぼそのまま同じメンバーで再現される。でも、日産の場合には、もうそういう考えもあまりなく、中国では中国に進出している欧米の部品メーカーから部品を買ったりします。さらに、トヨタだって一次部品メーカーより先については、同じ購入先にこだわってもしようがないという考えに変わりつつあると思います。日本国内の取引関係というのが非常に素晴らしくて、それをそのまま海外で再現すればいいと、1980年代に日本の自動車産業がアメリカに進出した頃にはそう考えていたかもしれないけど、中国ではフォルクスワーゲンなど欧米のほうが先行して、欧米勢が部品産業をたくさん開拓していますから、そこへ後から進出する場合に、既にいっぱいある部品メーカーを相手にしないで、新たにもう1つ体系をつくるというのは無駄になる可能性が大きい。そうすると、中国では新たな取引先と取引しようということになるのではないかと思います。

安室 まだ、続いて質問がございましたら、どうぞ、ご遠慮なく。私はこういうことを聞きなかったんだけど、ということがございましたら、ご遠慮なく。どうぞ。

質問者 今現在の、中国の共産主義政権と自由経済の、資本主義のようなこういう体制が両立していくんでしょうかね？ 将来どのようになっていくのか、教えてほしいのですが。

丸川 この問題は政治学者の間でもすごく議論があるところで、欧米の政治学の考えでは、自由主義経済、資本主義経済があると中間層が育ち、この人たちは税金を払う。税金を払うからには、自分たちの利害を代弁する政治がほしくなる。そうすると必然的に独裁政権は倒されて民主化される。要するに資本主義が発達すれば、必ず民主化が来るという考えがあるわけです。従って、共産圏も旧ソ連、東ヨーロッパも、資本主義化すれば必ず民主化するだろうと、わりと楽観的に見ていた。ところが、民主化したと思ったロシアはいつの間にかまた独裁政権になってきた。中国は天安門事件の前は本当に民主化すると思ったら、それからもう25年も経つのに一向に民主化しない。ということで、残念ながら期待はずれになっているわけです。

今までの流れでいくと、資本主義と共産主義は両立しないという予想はいつまでたっても実現しないということになりかねません。過去25年の失望の歴史が証明していることは、共産主義政権がいつかは崩壊して民主主義になることはあまり楽観視できないということです。私はそれ以上、この問題について議論する準備もないのでこの辺でご勘弁いただければと思います。

安室 少し補足というか、モデレーターとして申し上げます。中国にとって一番大きな問題というのは、貧富の差がものすごい勢いで拡大したということですね。現在、世界で最も貧富の差が開いている国の1つで、ジニ係数で0.46という恐るべき数字になっていると言われています。ある中国の大学の若手の教授は、0.6というとんでもない数字を推計しています。恐らく日本は0.36ぐらい。10年ぐらい前だったら、もっと低くて0.3とかその辺だったんですけど、日本もグローバル経済の影響で、どんどん貧富の差が開いています。日本は今まで先進国中で一番貧富の差が小さかったんですが、残念ながら、人口の16パーセントが貧困層と定義されています。日本では1年間の年収で120~130万以下の人が6人に1人います。日本もそんなひどい国になりました。アメリカもやはり、150万円以下の人たちが16.1パーセント、6人に1人で、日本もそのぐらいになってきたということですね。中国は、それよりはるかに貧富の差が大きい。だから、体制がどうであろうと、資本主義であろうと社会主義であろうと、多分もたないだろうと思います。20~30年経たないうちに、中国も高齢化時代に入ります。そうすると、日本以上に高齢化が進んでしまいます。日本は今65歳以上の人口が、4人に1人、25パーセント超えましたが、これが33パーセントまで上がります。何とかそれを日本は耐えられると考えられますけど、その時期を過ぎますと、私たちベビーブーマー世代が一斉にこの世からいなくなりますので、正常化します。もうちょっとの辛抱ですね、日本は。中国は一人っ子政策をしたので、そういう余裕がないだろうと考えられている。20年後の中国というのはちょっと心配だと。特に介護保険、あるいは年金制度、健康保険というのが、まだ農民に行き渡っていませんので。農村にいる4億、5億という人たちの社会保障制度というのが、今後の中国の大きな課題であろうと。従って、政権がどうかというよりも、これ以上貧富の格差が開いたら、どんな政権でも持たないんでしょうね。中国の場合は7,000万人が共産党員で、13億の人たちを支配していることになっていますけども、7,000万人の共産党員というのが、果たしてそれが多いのか少ないのかですね。その辺りが社会の安定性を考えると、今後の大きな課題なんだろうと思います。一番問題なのは、やはり貧困層として出てしまうのが非漢民族ですよ。約96パーセントを占めるのが漢民族ですが、そのほかの人たち、非漢民族の人たちと漢民族の間の貧困差が開いてくると、やはり非常に社会が不安定になってくるだろうということは、誰でも考えられることではないかなと思います。それでよろしいでしょうか？

まだほかにもたくさん質問がございます。Oさんからの質問です。「中国で合弁企業と独資企業との間の差について知りたいと思います。取られる税金の差や政策の余裕などに違いがあるのでしょうか」ということなんですけど、いかがでしょうか？

丸川 まず、定義から言うと独資企業とは外資が100パーセントもっている企業です。合弁企業は中国側と外国側とで株の一部ずつを持っている企業ですが、税制面での違いはないと思います。違いがあるとすれば、一部の産業では合弁企業でないと参入できない分野があります。例えば、自動車組立。外資側の出資比率は50パーセント以下でなければならないことになっています。そういう制限がある分野が少しあります。それ以外は基本的に

は独資でも何でもできるという方向になってきています。

安室 よろしいでしょうか？ Sさんからの質問です。「中国などに日本企業が投資、設立した企業の生産力は、中国などの国のGDPに組み入れられているのでしょうか？中国は外国からの投資が多いので、独自のGDPがさほどではないのではないかと考えられるのですが」。いかがでしょうか？

丸川 GDPという場合には、その国の国境の中の生産活動は入るので当然外資系企業の事業活動も入ります。GNPの場合には、Nはネーションなので、外資系企業の生産活動は入りますが、そのうち外資側への分配、すなわち利益送金分とかは含みません。つまり日本企業が中国の事業で儲けて、それを日本に送金したら日本のGNPに入りますが、日本のGDPには入りません。外資系企業が中国のGDPのどれぐらいを生み出しているかについては、私は推計したことがあります、多く見ても20パーセントです。GDPの8割は中国企業ないし中国の農民が生み出した付加価値ということになります。

安室 GNPではかると、日本の規模はもっと大きくなるということですね。つまり、海外に投資している、そこで稼いでいる分は全部日本のものというふうを集計すると、今の所帯よりもずっと大きいという。中国の場合は、そういう企業が外から2割来しているとすれば、それを差っ引いて、GNPで見ると、GDPで見ると、ここで活動しているものは全部カウントしてしまいます。だから、日本はGNPで、これから経済規模をはかりましょうといったほうが得になるということですね。

丸川 でも、その2割そっくりなくなるということじゃなくて、GNPを測ると消えるのはほんの一部だけです。要素所得といって……。

安室 ただ、輸出に占める外資の比率って高いですね。

丸川 でも、それも50パーセントぐらいで頭打ちになっています。

安室 中国からの輸出の50パーセントは、中国企業による輸出じゃなくって、外資による輸出？

丸川 はい。

安室 外国企業の輸出ということで、輸出に対する外国、外資の貢献っていうのは非常に高いっていう。

丸川 そうですね。

安室 ただし、中国の場合、外資の半分以上ぐらいが香港や台湾ですかね。日本やアメリカ、ヨーロッパは、ずっとリストの下のほうです。上にくるのは、「え？」っていうぐらい、香港、台湾、いわゆる広い意味での大中華圏からの投資が多い。その辺も、半分以上、外資が輸出しているからといって、中国は欧米や日本に依存しているというのではないですね。確かに外資という点では外資に違いないんですけど。香港からの投資というのは、半分ぐらいは中国自身でしょう。中国で海外投資、直接投資の一番多い国というと、香港です。次いで多いのが、納税回避国のケイマン諸島などが上位にきていたのですが、今はずっと下がって、2番がアメリカになっているそうなんですけども。中国の投資っていうのは、われわれの、先進国の投資とは随分パターンが違います。この辺も議論をしていったら、随分面白いことがいっぱい出てくると思います。今日はちょっとそれが趣旨じゃないので先へいきます。

T様からのご質問です。「日本企業は中国の子会社の総経理として日本人を用いるとともに、重要な意思決定を日本で行っている。これでは中国人のいい人材がその会社に来なくなる。この問題を克服し、優秀な現地人、または、元留学生に経営を任せるように日本企業が変わっていくには、日本企業に何が必要なのか」。これは大企業のケースと、特に中小企業のケースと、2つに分けて考える必要があると思います。先生、いかがでしょうか？

丸川 おっしゃったような現象があると思います。今日ご紹介した唐沢製作所は小さい企業なので、現地に送るような人もなくて、しょうがなく現地の人を責任者にした。それがかえってうまくいったわけです。現地法人の社長には、日本企業としては会社の中で経験を積んだ人を送りたいと考えます。そういう人には技術や会社のノウハウが蓄積されているからです。欧米企業と決定的に違うのは、日本企業の場合、現地法人は日本の本社と違う会社だという意識があることです。モトローラの中国での独資企業はそれとは対照的で、現地で採用された中国人も「モトローラの一員」という意識を植え付けられる仕組みになっていました。日本の某政府系特殊法人では中国の事務所で雇った中国人を「うちのスタッフが」と呼ばず、「現採」と呼んでいました。その呼び方に現地採用と本社採用とは身分が違うという意識が現れています。実際、現地採用の人は現地法人の中でしか出世しない。現地法人の上層は、本社から植民地官僚のようにやって来た人に占められている。日本の大企業もそういう体制を採っており、現地採用の人に対して「ガラスの天井」が設けられています。モトローラの場合には、いったん会社の門をくぐったら、どこで採用されようと世界中のモトローラの一員だという雰囲気を感じました。日本企業のこうした体制は現地の優秀な人材をひきつける上でハンディがあると思います。

ただ、中国で欧米企業に就職する人は容易に転職します。一方、日系企業に入ってくる中国人は終身雇用指向が強いように思います。日系企業にとどまりたいと考える人が非常に多い。中国人の中でも、何となく日本企業の体質に合った人が日本企業に来るようです。

安室 どうもありがとうございました。私も同じ、先生と同じような経験がありました。

中国のエバレディー（アメリカの有名な乾電池会社）の子会社を訪問した。これはアメリカの現地法人ですが、中国の社長さんが出てくると思って、日本から中国語の通訳の方に一緒に行っていたいたんですが、出てきた方がインド人でした。そして、その人の部下がイタリア人。中国の社長なんですよ。で、彼らが以前どこに勤めていたかというところ、インドのバンガロールだったかな？ 彼らは次に出世したわけですよ。そうすると、中国の子会社のほうが、インドの子会社よりも規模が大きい。「君の次のポストは、中国になるけれども、昇進する？」って言われて「はい」って言って来たって言うんですよ。グローバルになった企業は、こんな人事のまわし方をしますね。それから GE の上海の人材育成センターがあるんですけども、これは研究開発拠点と隣り合わせになっています。ここでも責任者は中国の方だと思って、通訳の方をお願いして行っていたら、出てきた方がアメリカ人の女性の人事部長さんでした。中国語ではなくて英語なんですよ。また、驚いたことに、その敷地内では、中国人の方も全部英語です。ものすごくきれいな英語を若い中国人の女の子がしゃべっていました。私が通訳になってしまっていて、当惑したことがあります。やはりそういう場合に欧米の企業では、国籍に関係なしに、まったく同じ方法で社員を教育して研修して、昇進させていく。ですから、「ローカル」という発想はまったくないですね。経営の現地化という意識は、もう毛頭どこにもない。中国の方にグローバルになっていただくと、そういう考え方ですね。日本はまだ中国へ行ったら、できるだけローカリゼーションをすすめて、現地の人を採用するという意識ですけど、それももちろんあるんですが、もう一步先へ行っているのが欧米の多国籍企業だと思います。「なるほどな。でも、ここまでくるのは大変だな、日本はまだちょっとアジアでウロウロする段階にまだいるのかな」という感じではあります。中小企業の場合ですと、やはりわれわれが学ぶ対象というのは、台湾の企業かなと思うんですね。現地で訪問すると、若い社長が出てくる。やはりオーナーの息子というケースが多いですね。フィリピンでもそうでした。シャープのパートナーで、その新しい工場を建設中なんですけども、その土木工事の監督をやっているのが、社長さんの息子でした。自分の財産だと、自分の資産なんだという意識で、手抜き工事されないように、もう現場に張り付いている。泥んこになって働いている。とてもこれは日本のサラリーマンにはできない仕事だなと。やっぱりパートナーは偉いなと思ったんですけども、台湾の方々が、やはり中国で中国人がビジネスやるときにはそういう働き方しますよね。オーナーってというのは、われわれとは、やはり価値観の差、ものの考え方の違いがあると思いますね。やっぱり強いもんだと。この感覚が日本、大企業にはないから、もう一步遅れてしまう。東大阪で成功した中小企業のオーナーでしたら、やっぱり社長が自分の個人資産として投資しているという面が強いですから、やはり現場で頑張る。その辺りの意思決定の早さ、その現地とのスムーズなレスポンス、これが、やっぱり中小企業ならではの強みだと思います。だから、私たちが学ぶとしたら、やっぱり台湾企業じゃないのかなというのが一つの私の感想であります。どうもありがとうございました。

次は、シャドバンクの話が出てきます。「シャドバンキングの問題が悪化しないように中国政府はどのような対策を打てるのでしょうか？」。M様からのご質問です。先

生、お願いします。

丸川 私は正直言って金融のことは詳しくないので、シャドーバンキングという言葉もわりと最近知ったような次第でございまして。シャドーバンキングは発達した資本主義にはつきものであってイギリスや香港はシャドーバンキングがもっと発達しているから、そのこと自体をとやかく問題視するほどのことでもないという意見もあります。中国のシャドーバンキングの問題はそれらが資金を貸している先の不透明さだと思います。すなわち、地方政府が作ったわけの分からない企業です。資金を貸している側は貸している先は地方政府だから、貸し倒れはないと思っている。貸し先の事業は不動産開発ですが、仮にそれが失敗しても、最後は地方政府が面倒を見てくれるというつもりで貸している。ところが、実際に事業が失敗したときに、果たして地方政府がちゃんと責任を取るのか不透明なところがある。日本の銀行は同じような問題で1990年代に一度すごい痛い目にあっています。当時中国の各地方には投資信託公司というものがあり、それに資金を融資した日本の銀行は地方政府に貸したつもりでいたら、1990年代末にそれらが次々と破綻したとき地方政府は貸し手責任だと言いだし、貸し倒れになってしまいました。それと同じ構図の問題が、規模は何百倍か何千倍になって、今度は中国の金融機関と地方政府の間で起きているというのがシャドーバンキング問題だと思います。中央政府の政策では、どうやら地方政府に責任を負わせようということになりつつあるようです。とすれば今後地方政府の破産が見られるかもしれません。私は一つ二つの市が破産するようなことはあったほうがいいと思います。それによって、金を貸すことにはリスクがあるということを認識するのであれば、そうでもしないと、どんどん信用が膨張してどうしようもなくなります。既にかなりまずい状況にあるのではないかと思います。

安室 ありがとうございます。ちょっと私も付け足したいと思います。先生がおっしゃるように、相対的に見て、今は銀行を経由した金融というのは、だんだん減っているわけです。証券化という手法がどんどん進んでいますので、いろいろな資産を債券、証券のかたちで合成して作って、それをゴールドマンサックスや野村という名前で売っているわけですね。われわれはそれを証券として買っていると。それはどのような証券や債券で作られているのかよく分からないんですね。例えば、生命保険や、あるいは自動車保険だとか、いろんなもの、あるいは住宅ローンなどいろんなものをひっくるめて集めてきて、合成して、新しい証券にして、それを売って、非常に利回りがいいから、われわれが、それを買う。それはゴールドマンサックスが発行しているから信用できるというようなかたちで、銀行を通さない金融手段というのがどんどん今増えているわけですね。ですから中国も、だんだん近代化が進んでくれば、そういう銀行を通さない金融が膨らんでくる。アメリカの場合は、それが投資銀行というかたちで、日本の証券会社とほとんど変わらない性格を持っているわけですが、そういうかたちで出てきた。で、アメリカの場合は、モーゲージ・バックド・セキュリティ（Mortgage Backed Security） MBS という住宅証券ですね。家を買ったときの抵当権、これを債権化して売ってしまう銀行ですね。アメ

リカの場合は、ローンが払えなくなったら、現物を返せば、もう一切債務から自由になる、ノンリコースになっています。日本や中国はリコースです。たとえ私がお金を返せなくなって破産しても、一生その住宅ローンを背負って生きていくことになる。それを返さなきゃいけないですよ。アメリカの場合は、現物を渡してしまえば、もう返済義務がない。1930年代の大恐慌のときに住宅ローンが返せなくて非常にたくさんの方が破綻したので、アメリカではノンリコースという非常に借り手に有利な制度ができたわけですね。これはオランダでもどこでも、ヨーロッパの主要国はみんなノンリコースになっていて、日本みたいに住宅ローンが返せなくて首を吊るみたいな話は一切ないわけです。中国はまだ、日本と同じです。こういうわけで、証券化をする手法をうまく使えば、銀行を通さずにファイナンスができる。つまり相対取引になっています。これは簿外取引なので、帳簿に載りません。ということは政府が監視できないということです。アメリカ本土の2008年の金融恐慌も、実は投資銀行のシャドーバンクの破綻が原因です。そして、中国のシャドーバンクは、合計でもう300兆円もある。たった1年で、50パーセントくらい増えたんですね。これは中国の地方政府が財政的に行き詰って、系列下の事業のファイナンスにこういう手口を使った。中央政府は、地方政府が地方債を発行することを禁止しています。日本だと兵庫県が震災復興のために県の地方債を出しているわけで、それを銀行に買ってもらったり、われわれが買ったり、あるいはいろんなかたちで運用されているわけですが、それは駄目というのが、中国の原則です。従って、税収が不足した場合に中央政府が金を稼ぐ方法として、第三セクターを作ります。ここが理財商品という債権を発行して銀行に売らせます。で、その投資先というのは、地方の大企業だったり、土地のデベロッパーだったり、あるいは、今、最近石炭ブームがありましたので、そういうところの債権をひっくるめて、理財商品というものを作って、それを銀行経由で売る。そして、その利回りが10パーセントのような、とてつもない利回りがつくんですね。定期預金は3パーセントの金利ですし、物価はもっと高いですから、みんな定期預金を解約してこれを買う。それがもう300兆円になったという。多分、GDPの3分の1くらいになった。こういうわけで、地方政府に金がない。何かをしたいけども金がないと。で、これを発行して、金を借りて、例えばデベロッパーに、デベロッパーっていても、大概その省の、あるいは政治家や、あるいは官僚の誰かがやっている、自分の奥さんが経営しているっていうのがあるかもしれないですが、そこにお金が回って行って、バブルが膨らんでいる。だから、先生がおっしゃったように、破綻させたら、連鎖倒産で、もうあっという間に中国全部の地方の政府の財政破綻が始まってしまうだろうと思われま。それも規模がとてつもなく大きいですね。だから、これは何とかしなきゃいけないんですけども、さっき言ったように、地方政府が債券を発行して借金をすれば、これは雪だるま式に増えてしまうので、中央政府としてはこれを抑えなければいけない。だけど、こういう裏口の手口を使って金を集めて、それをデベロッパーに融資していても、地方政府の人間がやっているようなデベロッパーですから、それに歯止めがかからない。これは非常に大きい構造ですね。だから、ちょうど中国の理財商券(品)ってというのがアメリカのMBSによく似てきました。ですから、破綻しないという保証はないんですね。中国の方は家を、住宅ローン

を組んで3軒ぐらい持っているんですよ。1軒は値が上がったときに売る。そうすると、自分の今住んでいる家のローン返済がタダになる。もう1軒は値上がりのために取っておき、金融資産にする。人が住んでいない家が6,000万軒もある。日本の全住宅、合わせても5,700万軒です。だから中国の人が住んでいないであろう住宅というのは、日本の総数よりも多いという、統計じゃなくて、噂があるぐらいです。どういう根拠かというと、6カ月間電気メーターが動いていない家を調査したら、それだけあったというわけです。3年～4年前ぐらいから、中国政府は空き家の軒数を発表しなくなりました。それまでは、空き家の数っていうのを統計的に出していたんですけども。3～4年前からパタッと発表しなくなった。というのは、あまりにも数が多すぎて、発表すれば社会不安をおおることになる。中国の場合は、投資用にマンションを買ったときは、室内はコンクリートの打ちっぱなしで、もう電球も何も付いてないし、ガスも来てないですから、人が住めないですよ。日本みたいに、全部すぐにきれいにして、売ったり買ったりするのではなくて、スケルトンだけで買えますから。持っているだけでは人に貸せないんですね。きれいにして人に貸しても、その人が居座ったら返してくれなくなるので、多分、怖くて人に貸せないんだと思います。だから、日本とは事情が違うんで、このあたりというのは、どうなるのかよく分かりませんね。ですから、確かに中国の不動産バブルに関しては、かなり難しい問題を抱えているのではないのかと私たちは思っています。

安室 そろそろ時間ですが、もう1つだけ、お願いいたします。

これは留学生のUさんという方からの質問です。たぶん先生のご著書も読んでいます。「中国における太陽電池産業、太陽光パネル産業ですが、サンテックパワーが2005年に海外上場してから中国国内の太陽電池産業に急に増加しました。これはターンキーソリューションメーカーの参入によると聞いたんですが、ターンキーメーカーの主はどこから来たのでしょうか？ どんなメーカーでしょうか？」。先生の著書の『チャイニーズ・ドリーム』の中の太陽光パネルの分析が、「ターンキー業界の限界」のところまで終わっているんで、それに関して質問しているんだと思います、よろしくお願いいたします。

丸川 要するに中国の太陽電池産業が急速に伸びたのはターンキーといって設備一式を売ってくれるメーカーがあるので、それをガンガン買ってどんどん投資したからだというようなことを書いたと思います。要するにご質問は、ターンキーソリューションでの、ターンキー設備を提供したのは誰かということですか？

質問者 その企業は主にどんな国が参入したんでしょうか？ または、会社の名前を教えてくださいいただけますか？

丸川 太陽電池生産設備のメーカーは半導体製造設備のメーカーと基本的に重なっていて、アメリカだったら AMAT、スイスの OC オエリコン。東京で太陽電池展が毎年ある

のですが、2010年頃には中国メーカーの人たち向けに日本企業がそのターンキーソリューションを売り込んでいました。

安室 時間になりましたが、ターンキーが何か分からないといけないので、ちょっとだけ補足します。そもそも携帯電話の半導体の会社から始まったんですけども、台湾のメディアテックという会社が、この会社は回路設計だけやる会社なので、自分たちで半導体を作ったりしないんですが、自分たちの製品を売り込むために、周辺機器や携帯電話の作り方から何から全部秘密だったものをタダで教えてしまうんです。誰でも簡単にマニュアルを読んで、その手順どおりにつくると、携帯電話ができてしまうというところまで全部教えて、自分の製品を売るわけですよ。だから、日本企業が得意としていた作り方やものづくりなんていうのが、全部空洞化してしまう。そうやってマーケティングをする。こういうやり方が、太陽光発電のパネルのところまでいってしまいました。要するに機械、その作り方から製造設備から、ノウハウから何から全部教えてしまう。だから、極端に言うと誰でもお金があれば、その日から太陽光パネルを作れてしまうことになる。ターンキー、まさに鍵を回すだけで、モノが作られるというような仕組みです。こういうやり方がどんどん出てきている。こうして中国はいきなり世界一の太陽光パネルメーカー、生産国になった。ドイツもアメリカも競争に負けてしまったという話なんです。

丸川 ちょっと付け加えます。先ほど先生が言われた住宅のバブルの問題について一言だけ言うと、つい2週間ぐらい前に最新の中国の不動産価格の統計が出ました。毎月1回70都市の住宅価格の統計が出るんですが、最新の統計では70都市のうち半分で価格が下がりました。だから、今まさにバブルがはじけ始めたんです。だから、今後数カ月注目していきたいですが、これがどこまではじけるかが問題です。

安室 はい、お時間もちょっと過ぎてしまいました。これでありありがとうございます。丸川先生、どうもありがとうございました。

孫 丸川先生、安室先生、どうもありがとうございました。まだまだ議論が尽きないようですけれども、時間ですので。

最後に

最後になりましたが、本学の比較地域研究所の所長前田啓一教授より総括と閉会挨拶をさせていただきます。前田所長、お願いします。

前田 皆さま方、今日は長時間ありがとうございました。お二人はその道の権威でいらっしゃると思いますので、何を聞いても答えていただけるという安心感があって、大変楽な気持ち

でございました。

この比較地域研究所は、平成9年4月に発足いたしまして、それ以降概ね年に1回内外の著名人をお招きしてご講演いただいております。第1回目は加藤周一先生でした。その後、姜尚中さん、あるいは毛里和子先生、昨年は木畑洋一先生にEUのお話を伺ったんですが、そのときどきのホットイシューを議論していただくという趣旨で行っています。今日は、丸川先生に大変熱心にご討議いただき、ありがとうございました。私どもは今後、こういった方向性を深めながら研究を進めていきたいと考えています。

なお、宣伝になりますが、10月24日は、ベトナムについての国際シンポジウムを行う予定です。テーマは、ベトナムの工業化とASEAN経済統合です。

本日はどうも長時間ありがとうございました。

孫　それでは、以上をもちまして、この講演会を終了させていただきたいと思います。最後にもう一度、本日の講演をしていただきました丸川先生に、温かい拍手をお願いします。どうもありがとうございました。

(本稿は、平成26年7月12日、本学梅田サテライトオフィスにて開催された講演会の記録である)