

## 「五年一昔」の中国

執行役員システムコンサルティング事業本部副本部長

此本臣吾



十年一昔とは、十年も経てば以前の面影が全く失われてしまうほど、世の中の移り変わりが激しいことを意味する諺であるが、今の中国は十年どころか「五年一昔」であろう。

筆者は5年半前の2004年8月の本誌に「急成長する中国市場における日本企業の課題と対応」と題した論文を寄稿した。

同稿で、中国での「ネクストリッチ層」（世帯年間所得が5万元以上10万元未満）の勃興を予想し、当時の中国市場はごく一部の富裕層が求める高級品と、一般大衆が求める廉価品の二極分化の状況であったが、これからはネクストリッチ層が増加することで中流品のボリュームゾーンが厚みを増してくると指摘した。

その後の中国はどうなったであろうか。2004年と08年を比較すると、名目GDP（国内総生産）は1.9倍、1人当たりGDPは2.2倍となり、わずか5年間で経済規模も所得水準もほぼ倍増となった。まさに「五年一昔」である。今や上海や北京のような沿岸大都市では、総世帯数の8割程度がネクストリッチ層かそれ以上の富裕層であり、内陸部でも、大都市であれば、2割程度がネクストリッチ層以上であると推定される。

2009年で1300万台を超えた今の中国の自動車市場を支えているのは、ネクストリッチ層である。内陸部でネクストリッチ層を対象に調査をしたところ、実に、回答者の6割がすでに自動車を保有しており、しかも、それらは2、3年以内に購入したものであると回答している。

この調査によれば、ネクストリッチ層の対

日感情は良好で、6割以上が日本の製品やサービスに好感を持つという結果が得られた。2004年当時は反日運動もあり日中関係は大変に荒れた一年であったが、中国の生活者、特に年収も学歴も職位も高いネクストリッチ層や富裕層の対日観は、この5年間で大きく変わった可能性がある。

では、これからの5年はどうであろうか。筆者らの予測ではネクストリッチ層は2007年から15年までに内陸部だけで新たに4500万世帯、日本の総世帯数に匹敵する数が出現すると見ている。2000年ごろから10年も続いている沿岸部における都市経済の進展や個人所得の増加、消費財およびサービス需要の拡大という高度経済成長パターンが、これからは内陸部で再現されることになるだろう。

また、外資企業が跋扈する沿岸部とは異なり、ローカル志向が強く、ローコストのボリュームゾーン製品が主体の内陸部市場は、中国企業の競争力を育むインキュベーター（孵卵器）の役割を担っている。この市場で力をつけた中国企業はボリュームゾーンで圧倒的な競争力を持ち、技術力を磨いて沿岸部市場へ進出してくる。いずれは東南アジアやインド、中近東・アフリカなどの新興国市場へも進出するだろう。

金融やエネルギーといった官製大企業とは異なる、中国の国内市場を勝ち抜いて競争力をつけた民間企業が、アジアや新興国市場で日本企業の強烈なライバルとなって台頭してくることが想定される。鳩山首相の提唱する「東アジア共同体」構想は、日本企業もさることながら、このような中国企業に大きなメ

リットをもたらすだろう。

その一方で「変わらない中国」もある。筆者の知人の中国人政治学者は、中国社会が持つ「階層性」（国民の所得格差が大きく階層間での利害をめぐる激しい衝突）と「地域性」（政策誘導に際して激しく衝突する地方同士の競争意識）の両面で、中国共産党の権威主義体制が存在せざるをえないと論じる。

そうだとすれば、中国では、資本主義を押し進めるほど、階層間や地域間の利害衝突が激しくなり、その調整役としての権威主義体制がますます必要になる。中国共産党は2002年に民間企業家の入党を認める「三つの代表」を党規約として採択し、「国家資本主義」（大きな政府がコントロールする資本主義）に邁進している。中国における資本主義の発展は「人民民主」（国民レベルでの政治の民主化）には結びつかない。今の中国共産党による権威主義体制は5年先どころか10年先も変わらないだろう。

国家資本主義の中国でビジネスを行う際には政府との関係を強化しておく必要がある。市場原理とは関係なく政治的な意図で、経済や産業が突発的、非連続的に動くからである。政策決定プロセスが不透明、非公開であるため、このような動きを事前に察知して対処できるかどうかは、きわめて重要である。「五年一昔」で急激に変化する中国とそうでない中国——。事業環境がめまぐるしく変化する中国では、日々変化する市場の最前線の観察と同時に、中国の政治、政策の変化を的確に読み取るアンテナもしっかり持っておきたい。

（このもとしんご）