

中国の内需拡大を背景にした丸紅の取り組み



清水 教博 (しみず のりひろ)
丸紅株式会社 常務執行役員
中国総代表
丸紅中国会社社長

1. 金融危機と中国経済—経済の転換

2008年における中国の実質GDP成長率は9.0%と、6年ぶりに一けた成長にとどまった。世界金融危機以降、中国経済は輸出先を失うという実体経済面への影響により、上半期の二けた成長から、下半期の一けた成長へ減速し、2009年第1四半期は6.1%とさらに減速した。

しかし、中国政府は「8%前後の成長の保持」を強く打ち出しており、具体的には2010年までに4兆元に及ぶ大規模な財政投入に加えて、企業・住民減税を表明し、小型車の取得減税、農村への家電普及補助金の支給等の景気対策を実施してきている。その効果は2009年3月ごろから自動車販売台数、家電・不動産販売をはじめ内需・消費の各分野で表れており、現在の中国には回復の兆しが確実に見え始めている。今後は、輸出関連の製造業の不振を非輸出関連の投資・消費がどの程度補い、上回ることができる

かが注目される。

また、中国は2006年秋以降、輸出・投資主導型経済から、内需・消費型経済への転換を促進し、一部修正を加えながらバランス型経済成長を目指しているが、こうした経済の転換を支える最大の原動力となるのは「都市化」であるといえる。

現在、中国の労働人口に占める第一次産業比率は約40%で、これは1950年代の日本の水準に相当する。現在の日本の第一次産業比率は5%であり、中国が将来20%まで減少すると仮定した場合、年1%の減少で20年間は都市化が継続し、交通・インフラの整備、衣・食・住の商品・開発・サービス等の新規需要の大きな発生が見込まれる。

2. 当社の内需分野への取り組み

上述した現在の中国に起こっている変化や、内需が長期にわたって拡大していくであろう点に注目し、当社はさまざまな取り組みを重層的に行っている。以下、順にご紹介していきたい。

【食】

中国においても食の西洋化が進み、人々の食生活には新たな変化が起きている。この変化をとらえて、当社は上海を中心とする華東地域で約700店舗のベーカリーショップを展開しているクリスティンググループに資本参画した。同社とはベーカリーショップのみならずコーヒー豆の焙煎事業も開始している（アロマコーヒー社）。それらに加えて日系飲料メーカーと江蘇省でワインの製造合弁会社（江蘇聖果葡萄酒



上海クリスティン

業)を設立し、2009年秋から販売を開始する予定である。

食生活の変化は上記にとどまらない。肉の消費拡大も見込まれており、当社は牛肉を豪州の肥育場(レンジャーズバレー社)から広東省に納入を始めている。肉の消費拡大が進み中国国内での牛、豚、鶏を育てるための飼料の需要も飛躍的に増大している。中国は搾油用大豆(大豆粕が飼料原料にもなる)の輸入数量は3,500万トンと世界一の輸入国となっており、当社はその約1割を海外から供給する見込みである。原料供給という面においては、上述のパンやワイン製造用の原料を当社が海外から供給し、原料納入から川下展開までの一貫したバリューチェーンの形成を目標としている。

【衣】

衣料の分野では、中国は、日本や欧米向け衣料の世界最大のOEM(Original Equipment



米国・ポートランドにある当社子会社CGII社の港湾施設(大豆も輸出している)

Manufacturing)生産拠点であり、今後もその位置付けに変わりはない。それに加えて、有望消費市場として成長した中国国内向けの販売にも注力していきたい。すでに中国企業との合弁で販売会社を設立し、上海を中心に直営店およびフランチャイズ店を運営し、日本ブランド品の販売を開始している。生産地としての取り組みにとどまらず、魅力ある消費地としての中国国内での取り組みをどのように強化するかが、今後の衣料分野での成長の鍵となる。

【住】

住宅の分野では、1985年から上海、北京、大連での外国人向けサービスアパートメントを建設、運営し、98年からは上海で中国人向け住宅の開発・分譲案件を手掛けてきた。延べ10年間にわたり、戸建やマンション約4,000戸を順調に販売してきており、また瀋陽、天津では、住宅、オフィス、商業施設が一体化した複合ビル



上海におけるベビー服の販売



大型マンション『好世(ハウス)鹿鳴苑』プロジェクト(2006~2009年)



四川省成都市では40万トン/日の水処理を行い、同市に上水を供給する事業を展開している



建築中のベトナム・ハイフォン石炭火力発電所

を開発・計画中であり、今後とも需要に応じた開発を継続していきたい。

【中間流通への介入】

2001年、中国最大の小売業の1社である百聯集団と外資初となる合弁卸売・上海百紅を設立した。当初は、トイレタリー商品の取り扱いが中心であったが、化粧品、食品、ユニフォームなど、近年は取り扱いアイテムの幅が広がってきている。華北地域においても、食品中間流通分野への進出を検討している。また、2009年3月には物流大手の上海交運集団へ出資を行った。一般貨物、危険品、重量物、冷凍冷蔵品の取り扱いを中心に、国内物流業務を推進していく。

【製造業向けの資材供給】

小売製品取り扱い以外にも、これら製品の原材料、あるいは製品の包装用資材の供給も行っており、例えば、液晶テレビやプリンターなど家電品の材料をメーカーに納入している。上記以外にも、当社は江蘇省、浙江省に工場を有する段ボール原紙メーカーに出資しているが、現在生産ラインを増設し商量を拡大している。中国の紙生産量は、2008年に米国を抜き世界一になった。今後とも紙原料となるパルプ、古紙の販売量を増加させたいと考えている。鉄鋼業界では、製鋼用原料であるスクラップや銑鉄の輸入に対する需要が、国内供給量が不足していることもあり、堅調に推移しており、当社においても日本産製鋼原料の成約が伸びている。小売製品の材料やそれに付随する資材の提供も商社

ならでの取り組みであろう。

3. その他

中国は内需拡大以外にも、環境・省エネ分野への取り組みや中国企業の海外進出（「走出去」）政策を推進している。当社は環境分野において、フロン分解や廃熱回収発電等のCDM（Clean Development Mechanism）案件に注力しているほか、四川省成都市にてBOT（Build-Operate-Transfer）方式で上水事業を手掛けている。今後は上水事業のみならず、下水処理事業にも取り組んでいきたい。また、中国企業の海外進出政策では、中国企業と中東・米国向け等にセメントプラント、ベトナム向けに発電所、アルミナ精錬プラントなどを当社が共同受注しているが、引き続き第三国での共同取り組みに注力していくつもりである。

4. 日本の優位性と東アジア経済圏

今後、中国で都市化の進展とともに内需が拡大し、また一方で中国企業が他社連携して海外進出していく中で、日本の商社が果たす役割は大きい。今秋には北京、羽田便の就航が予定されるなど、日本と中国はますます地理的な優位性を高めることになる。そうした状況を追い風に、これからも中国の市場ニーズ、風土に合わせたサポートをしていくことが重要である。当社の活動が、中国経済および日本経済を共に発展させ、ひいては東アジア経済圏進展の原動力の一つとなっていければと考えている。 