

「新常態」の実現に邁進する習近平政権



此本臣吾

CONTENTS

- I 成長速度が鈍化する中国経済
- II 新常態の成功を左右する「中国式創新」
- III 反腐敗キャンペーンに邁進する政治
- IV 日本は中国とどう付き合うか
- V 新常態に対応した中国戦略の再点検

要約

- 1 中国は潜在成長率に見合う持続的な成長に向けて「質と効率の高い発展」を目指す「新常態（ニューノーマル）」政策を打ち出している。「新常態」の実現においては中国らしいイノベーションが必要であり、製造業の高付加価値化を目指す「製造業2025」やインターネットによる新たなビジネスモデル創造を促進する「インターネット+」などの政策が発表されている。
- 2 かつて韓国や台湾でハイテク産業が勃興した1990年代には、日本から部品や素材、設備などの高度な生産財が大量に輸出され、彼らが産業の高付加価値化を進める上で日本とはWin-Winの関係が築かれた時代があった。膨大な資金や内需があるものの、製品技術や品質管理で課題のある中国において、「新常態」は日本に経済的な恩恵をもたらす可能性がある。
- 3 一方、「新常態」の経済政策と並行して、社会主義体制であるが故の欠点でもある党や軍の幹部による腐敗に対する取り締まりが強化されている。また、経済や社会が成熟化すれば政治的な欲求も多様化するものだが、現政権は思想統制について従来以上に厳しい態度で臨んでいる。これらは中国共産党の権力闘争の一面を持つともいわれるが、実態はそこまでしないと社会の安定が維持できないことの裏返しでもある。
- 4 政治の強権を維持しながら、経済は成長する状態がしばらく続くであろう。同時に日中関係は、習近平の政権基盤の安定化とともに最悪期を脱して好転する可能性がある。既に10兆ドルを超える経済規模を持つ隣国をどう活用するか、過去にとらわれることなく、日本企業も中国をどう自らの成長戦略に取り込むか再点検が必要ではないか。

I 成長速度が鈍化する中国経済

2015年3月に開催された第12期全国人民代表大会（全人代）第3回会議で、15年の経済成長率を7%程度に引き下げる政府発表があった。2014年までの3年間の成長目標が7.5%であったから0.5ポイントの引き下げとなっている。7%という目標は2004年以来の11年ぶりの低い水準である。

全人代での報告では、成長率の低下について、環境や資源制約、労働コストの上昇などで従来型の製造業中心の量的拡大が限界にきており、今後は、投資偏重から消費中心へシフト（経済構造改革）するとともに、製造業は研究開発投資を高めて技術革新による質の向上に努め、雇用の受け皿としてサービス業を育成すること（産業構造調整）などの構造改革を行うことが必要と述べている。政府報告では、このような従来型の高成長から中成長への構造改革を「新常态（ニューノーマル）」と称している。新常态とは、「(成長率が低下しても) 質と効率の高い持続可能な発展」を可能にさせる一連の政策を示しており、2016年から始まる第13次5カ年計画に引き継がれ経済政策の中心テーマに位置づけられる。

2014年の経済成長率は7.4%であったが、純輸出（外需寄与度）は2年連続でほぼゼロであり、既に巨大化した中国経済を外需で支えることは困難になってきている。また資本形成の伸び率も低下してきている。2014年の名目固定資産投資は15.7%増だが、伸び率は前年比で4ポイントの低下となっている。市況悪化で不動産投資の伸び率が低下しており、製造業の設備投資も生産過剰の調整で伸びが鈍化している。投資を支えるのは唯一、

インフラ投資のみという状況である。

一方、個人消費は実質所得増の影響で底堅いが、伸び率（実質社会消費品小売総額）は10%程度で、投資の伸び率の低下を補うほどではない。富裕層の個人マネーは不動産や株式に回り、一方の中間層は将来の社会保障への不安から消費よりは貯蓄を優先しやすい。輸出、不動産投資、国有企業を中心とした企業部門の過剰投資による成長はもはや持続的ではない。これからは、どれだけ成長したか（量の重視）ではなく、何が経済を成長させているか（質の重視）が問題となる。

加えて、労働力人口の供給がピークアウトしているため潜在成長率は下がり始めている。野村資本市場研究所の関志雄シニアフェローは「2020年頃の潜在成長率は6%程度まで低下する」と予測している。さらに、一人っ子政策の影響で2020年代にはさらに減少速度が増してくるため、潜在成長率は一段の低下が予測されている。

ところで日本や韓国、台湾などの東アジア諸国が途上国から中進国、先進国へ駆け上がるプロセスでは十分な輸出市場が存在していたが、中国はその巨大さ故にこれらの東アジア各国と同じ成長戦略を踏襲できない。このような背景から2014年11月のアジア太平洋経済協力閣僚会議（北京）において、「一帯一路」構想（一帯とは陸のシルクロードで、中央アジアとの経済交流。一路とは海のシルクロードで、東南アジアやインド洋沿岸地域、中東との経済交流を意図し、これら地域の人口は44億人、経済規模は21兆ドルとされる）が打ち出された。従来の欧米中心の先進国市場に加えて、中国にとっての新たな経済圏を中国西域に作ろうというわけである。

また「一帯一路」に併せて、アジアインフラ投資銀行（AIIB）構想も打ち出された。AIIBは潜在的にインフラ需要が旺盛なアジア地域で実需を創造すると同時に、国内の過剰な生産能力のはけ口となる輸出市場を「一帯一路」の構想の中に作ろうとするものでもある。しかし、これだけでは新常態を目指す6%~7%台の安定した経済成長は支えきれない。労働投入量による成長が難しい以上、イノベーションによる産業の高付加価値化によって国の生産性そのものを向上させる必要がある。

II 新常態の成功を左右する 「中国式創新」

30年に及ぶ改革開放の結果、第一次産業（農村）から第二次・第三次産業（都市）への大規模な労働者のシフトが続いてきたが、既にこの動きはピークアウトし（ルイスの転換点）、最近では労働需給のひっ迫で労働コスト全体の上昇が起こっている。ただし、そのコスト上昇を吸収するだけの産業側での生産性の向上、高付加価値の製品やサービスを生み出す技術革新は十分な成果を生み出せていない。そこで期待されているのが「中国式創新」（中国的なイノベーション）である。「新常態下の経済・社会展望」（松野豊著）で述べているが、国家戦略としてハイテク製造業の育成を主眼とした「製造業2025」、インターネット活用による新サービスの創造を企図した「インターネット+」などの大型政策が打ち出されている。

中国には莫大な国内需要があるため、そこで鍛えられたコスト競争力に支えられ、あるい

は華僑や中国人留学生などが作り上げる先進国の技術開発者のネットワークを駆使し、必要に応じて政府からの豊富な技術開発資金の提供を得て、数多くの企業が技術開発活動を行っている。まだまだグローバルに通用する技術開発成果は十分に出ていないが、日本や韓国、台湾がそうであったように、官民一体となった取り組みによる中国発のグローバル製造業が続々と出現する可能性は十分にある。

たとえば、中国の特徴を考えると、日本が強みを持つ材料のような、基礎研究を長期間地道に続けて新商品を生み出す分野よりも、民生用電子機器のようにマーケットのニーズに合わせて応用技術を組み合わせる分野でその可能性は高いであろう。あるいは、自動車のように多数の部品をすり合わせて品質を作りこむ分野よりも、半導体のように米国の先端技術や装置メーカーの技術力を活用して製品化ができる分野でグローバル企業の輩出が期待できる。「製造業2025」では、製造業の付加価値率の上昇（2015年との比較で20年に2ポイント、25年に4ポイントの上昇）、製造業、生産性の向上（15~20年で年平均7.5%、20~25年で年平均6.5%上昇）という労働集約型からの脱却に向けた目標設定がなされており、イノベーションに対する政府の意気込みが伝わってくる。

一方、「新常態下の中国企業とイノベーション」（川嶋一郎、鶴田祐二著）で述べるように、アリババに代表されるインターネット産業の発展も目覚ましい。6億人のインターネットユーザーが内需として存在しており、「インターネットにつなぐこと（インターネット+）」で、ほかの国では見られない新たなビジネスモデルが次々に生み出されてい

る。急速に人々の生活水準が向上しており、生活者のニーズも一気に多様化してきている。そこでの需要がインターネットで素早く取り込まれ、続々とビジネスに仕立てられており、これは、テクノロジーというよりもビジネスモデルのイノベーションである。

元来、起業家精神旺盛な国民性があり、それがインターネットと見事に結びついている。李克強首相は政府報告の場で「大衆創業、万衆創新」（多くの人々が起業やイノベーションにかかわるという意味）という言葉を使っているが、個人の起業家精神やビジネス発想力という中国人の国民性を捉えた考え方といえるだろう。

以上のように、従来型の労働集約的産業は先行き厳しいが、新たな産業の芽が数多く存在しており、その点で、中国には潜在的な経済成長力が十分にある。筆者は、当面のこの国の経済成長に不安は持っていない。上海株式市況が乱高下したり、不動産への過剰な投資や地方政府債務の問題などが取り沙汰されたりすることもあるが、今の財政余力をもってすれば適切なコントロールが可能であるし、投資ほどではないにしても個人消費も過去順調に拡大し、それが新しいビジネスモデルを生み出している。日本の報道では悲観論が強調されることもあるが、現実の経済はまだ十分な成長余力を有している。アキレス腱があるとすれば、社会の安定である。この基礎が失われれば、経済成長も何もなくなってしまう。

Ⅲ 反腐敗キャンペーンに邁進する政治

2012年秋に習近平体制が発足してから、ま

だ2年半程度しか経過していないが、このわずかな間に徐才厚元中央軍事委員会副主席、周永康元政治局常務委員、令計画中央統一戦線工作部長といった大物政治家が相次いで汚職嫌疑で逮捕されるなど、熾烈な反腐敗キャンペーンが繰り広げられている。このような反腐敗キャンペーンの背景には、社会主義体制の欠陥でもある党や軍の特権階級の汚職が、目に余るほどになってきたことがある。

一党独裁政権下では、市場経済化を続ければ続けるほど必ず巨大な腐敗を生み出してしまふ。つまり、反腐敗キャンペーンとは社会主義と市場経済を両立させるための苦肉の、かつ必要不可欠な策なのである。

このような強力な取り締まりには、政権の絶対的な権威性が必要である。この点において胡錦濤政権の権威性は不十分であった。自らの政権基盤に挑戦する対抗派閥の存在があったからである。少なくとも中国の国民の多くは胡錦濤氏に対して「優秀な官僚タイプであったが政治的なリーダーシップに欠けていた」「大国である中国らしい指導者とは見えなかった」と思っている。その点も意識している習近平は、かつて毛沢東が党の腐敗や資本主義への傾倒（イデオロギーの偏向）による墮落に対して文化大革命を引き起こした経緯に、自らをなぞらえる言動をすることがある。

当時と今では状況が全く異なっているが、実際、反腐敗取り締まりの司令塔である中央規律検査委員会は、1949年に毛沢東が超法規的機関として全国的な反腐敗キャンペーンを行う目的で設立したものであり、毛沢東が「虎を叩く」という表現で三反運動（反腐敗、反浪費、反官僚主義）を通じて自らの個

人的権威を高めようとした当時と、今の習近平の挙動はよく似ている³¹。「虎を叩く」という表現は今日の反腐敗キャンペーンでも頻繁に使われており、毛沢東になぞらえるほど、中国における腐敗の打破には指導者個人の権威性が必要なであろう。

一方、反腐敗と並行して思想統制についても強化が進んでいる。前述のように、イノベーションのためのインターネットの重要性は認めるが、ネット世論については宣伝思想工作の重要な場であることを強調し、思想統制へのこだわりが前政権とは比較にならないほど強い³²。なぜそこまで統制にこだわるのか。

習近平政権に限らず、中国共産党の歴代政権には旧ソ連崩壊のプロセスが常に念頭にある。旧ソ連はゴルバチョフ時代に、市場経済化と秘密主義や情報統制を緩める両面作戦にチャレンジしたが、結果的には言論の統制を解除した途端に社会体制そのものが転覆してしまった。ここから得られる教訓は、「経済は市場経済に転換しても、政治は社会主義の本質である国家統制を堅持すべき」ということである。誰も「中国のゴルバチョフ」になりたい者はおらず、政治規律の動揺、党のイデオロギーや思想の揺らぎは徹底して排除せざるを得ない³³。経済成長に伴い人々の生活水準が向上すれば、政治的な欲求も自然と高まってくる。経済成長は社会的リスクを増大させる要因でもあり、社会の安定のためには、経済が成長するほど思想や言論統制の徹底が必須なのである。

社会主義と市場経済の両立関係は、いつまで続けられるのだろうか。さまざまな問題があっても経済が成長を続ける限り、共産党によ

る社会主義体制下での市場経済によるモデルは淘汰されないという見方がある。今後10～15年間は経済成長の持続性が失われなれば、政権はこれを現状維持の追い風にできるわけで、その間は、民主主義という「イデオロギー的には最も求心力がある制度への改革意思を持つ政治リーダー」が誕生する見込みは薄い³⁴。孫文は革命において、中国の政治は「軍政」（軍による統治）、「訓政」（党による統治）、「憲政」（民主による統治）の三段階を踏むと語ったが、毛沢東時代の軍政から鄧小平時代に訓政へと移行したまま、いまだにそれが続いており、憲政への道筋は見えていない。

以上のように、しばらくは安定した政治体制の下で新常态による経済成長が続くとすれば、その中国と日本はどう付き合えばいいのであろうか。

IV 日本は中国とどう付き合うか

昨今のドイツ経済の再興は、製造業の競争力の復活と輸出増によってもたらされている。2013年のドイツのGDPに占める輸出割合は40%（日本は同15%）であるが、00年と比べて7ポイントも上昇している。輸出先では、EUを別にすると中国が米国にほぼ匹敵する輸出市場になっている。

中国は、米国への対抗バランスの形成という思惑から「強いヨーロッパ」を望んでおり、ドイツとは戦略的な意味合いもあって結び付きを強めようとしている。一方のドイツは、冷戦下での旧ソ連の脅威から解放されて、米国に依存する戦略的な必要性は低下しており、中国との関係強化を図る上でかつて

ほど米国に配慮してはいない。日本経済にとっても、経済成長する中国は輸出市場や（日本への観光客増などの）インバウンド需要という点で重要ではあるが、日本は地政学的リスクを抱えているためドイツと同様とはいかない事情がある。

習政権が「中国の夢（チャイナドリーム）」を訴える限り、それは戦前における屈辱の近代史との決別を意味するため、その点において日本は歴史問題の呪縛から逃れることはできない。一方で、習近平への集権化が進み、権力基盤が安定してくれば、「抗日」は別格としても、国内情勢の混乱の回避目的で行われる「反日」の必要性は薄れるとの見方もある。実際に尖閣の国有化問題に引き続き、第二次安倍政権に入り、2013年末の靖国参拝で最悪期を迎えた日中関係も、15年に入ってから関係改善に向けた新たな動きが出てきている。

筆者は、日中関係は中国の古い言葉でいえば「不同求和」（「和」するが「不同」であることを理解する）であるべきだと思っている²³。「喧嘩もすれば協力もする」「意見は一致しなくても友好的である」という意味である。「蜜月」でもなく「政冷」でもない「普通」の関係である。たとえば米中間では、人権に加えて安全保障面でも対立が深刻化しているが、その一方で経済面では現実主義的にお互いが柔軟に対応している。選択肢を絞らず、複数の多面的な関係を維持して両極端に振れることを避けている。冷戦下の米ソと現在の米中との最大の違いは、膨大な人的交流があり、理解を深め合う上での情報量が圧倒的に多いということであり、そのことが、米中間の安全弁になっている。

一方、最近の尖閣諸島、南沙諸島をめぐる中国の振る舞いを見る「荒っぽさ」については、利害関係のある国々で懸念が生まれている。ハーバード大学名誉教授のエズラ・ボーゲル博士は、筆者との対談において次のように語っている。

「習近平は地方の行政経験が豊富で地方政治はよく分かっているが、海外経験がなく、外交の経験もない。中国の考え方で外国に出ると通用しないことを、まだ学習している途上だ」「今は自らの権威の確立に必死で、外交や安全保障には荒さが目立つが、次第に落としどころを探れるようになってくる。日米共にそれまでは言うべきことは言うが、過度に反応せず習近平の変化もよく見ていくべきだ」

これまでは弱かったため主張できなかったが、強くなった今は「力による変更」も厭わないという行動に対しては、断固として批判すべきであるし、必要があれば、予防的措置も検討すべきであろう。しかし、その批判に対して、中国がどう反応してくるかも注意深く観察する必要がある。

また、同教授は日中関係について、「これまでは日本が押しも押されもせぬアジアの盟主だったが、今は明らかに中国が盟主であり、世界もそう考えている。ただ、日本にはまだ『強い中国』を認めたくないという面があるのではないか。中国から見れば今の中国をきちんと認識してほしいという思いがあるのではないか」「一帯一路やAIIBにしても、今までの弱い中国の時代は何もできなかったが、強大となった今は、アジアや周辺地域の経済発展のために自分たちは大きな貢献ができる」と述べている。

日本は官民共同による資金提供と技術移転によって、アジアの経済発展を底上げするという大きな役割（雁行的経済発展モデルの形成）を果たし、これからも技術分野では中国には負けない貢献を続けられる。一方、巨大な国内市場の存在（アジアからの輸出の受け入れ）や巨額の外貨準備を活用した投融資において、日本はもはや中国には及ばない。前出のAIIBの資本金は1000億ドルの予定だが、日本が主導するアジア開発銀行（ADB）の授権資本金は1638億ドルであり、ADBにAIIBが加わることで、アジアのインフラ投資は大きく前進することが予想される。それは日本にも長期的な利益をもたらすであろう。

それぞれの得意分野をすみ分けて、これからも日中がアジアの経済発展に寄与を続けてくれることをアジア諸国は望んでいる。少なくとも、経済面においての覇権争いは意味がない。日本には、資金力以外で技術移転や政策といったソフト支援でアジアの繁栄に貢献できる道がある。

V 新常態に対応した 中国戦略の再点検

「不同求和」が実現されれば両国の政治関係も安定化し、日中間のビジネスにも好影響をもたらすであろう。2002年に「日中は歴史問題を乗り越えて新たな時代を切り拓くべきだ」という「対日新思考」を発表した馬立誠氏（元人民日報論説委員）は、15年7月7日に中国のウェブサイト「共識網」に13年ぶりに論文を発表した。そこでは戦後70周年を迎えるに当たり、日本は過去の「反省」を、同

時に中国は「寛容」をもって和解し、アジアの安寧に貢献すべきであると論じている。

とはいえ「強い中国」は、これから経済、政治のあらゆる意味で国外へと影響力を増してくる。1980年代、「強い日本」が海外展開において進出先国との摩擦があったように、中国にも同様なことが起こるであろう。大量の観光客が海外で「爆買い」する様子を「受け入れ国」が冷ややかに見ているのもそうであるし、今後、中国の大手企業が外国企業の買収を積極化させ、響きを買う場面もあるだろう。荒っぽい安全保障面での行動はこれからも続くであろう。

しかし、「爆買い」で日本国内の流通小売業、観光業は潤っており、中国市場へのアクセスを期待する日本企業が、巨大資本を蓄えた中国の大手企業からの出資を受け入れる事例も出てきている。いずれも中国の巨大な経済力は、日本経済においても大きな役割を果たすことを示している。さらに新常態に向けて、国も企業も質の向上を目指す上で日本の持つ技術やビジネスモデル、経営や業務のノウハウも今まで以上に必要とされるであろう。中国企業と組んで中国市場を開拓するビジネス機会は探索すればいくらでもある。

中国は7%成長に低下したといっても、既に10兆ドルを超えるGDP（2014年）に達しており、毎年新たにタイとマレーシアの両国経済の合計に匹敵するGDPが生まれ出されている。その国内市場は巨大である。官製需要のボラティリティには注意が必要だが巨大市場には必ず、ビジネスチャンスが存在する。日本企業にとっては、これまでの投資、投資で急拡大する中国市場よりは、新常態の穏やかな成長の下、落ち着いて価値訴求ができる

中国市場の方が向いている。また、馬立誠氏の論文にあるように、日本に繰り出す大量の中国人旅行者は、日本に行けば日本の良さに感嘆して帰国するという。中国都市部の中間層にとって、日本ブランドの訴求力は1980年代ほどでないとしてもこれからは向上してくるであろう。

2000年代の10数年間、日本企業は中国市場において向かい風の中で苦労を重ねてきたが、新常态とともに向かい風がやみ、緩やかでも追い風が吹き始める可能性がある。中国経済が新たなステージに向けて進み出す今、われわれ日本企業も過去にとられることなく、ゼロベースで中国戦略を再点検すべきではないか。

その際に鍵を握るのは、「中国式創新」の動きである。かつて韓国や台湾でハイテク企業が勃興したときに、素材や部品、設備などの生産財が大量に日本から輸出された。今でも国産化が難しい生産財について、韓国、台湾は日本にとって巨大市場である。同様なことがこれからの中国でも起こる。インバウンド需要についてもまだ観光客の消費の一部が

始まった段階に過ぎず、今後、対日観光客は飛躍的に増える可能性があり、日本向けの投資も本格的に始まるだろう。また、インターネット関連の新ビジネス上では日本固有のブランドや商品サービスへのブランド価値を6億人のユーザに訴求できるはずで、中国企業と組めばその需要を取り込めるであろう。巨大市場が隣りにある利点を活かさない手はない。

注

- 1 宋永毅 「『毛沢東化』する習近平」『外交』vol.29、時事通信社、2015年
- 2 荒井利明 「習近平の『文化大革命』——人権弾圧と社会主義核心的価値観」中国年鑑2015
- 3 此本臣吾編著『2015年の中国』野村総合研究所、2008年
- 4 ヨーウェイ 「中国という砂上の楼閣」『フォーリン・アフェアーズ』2015年5月号

著者

此本臣吾（このもとしんご）
代表取締役専務執行役員
専門は経営戦略全般、グローバル製造業の競争戦略全般、中国・アジアの産業政策