



K P M G N e w s l e t t e r

KPMG Insight

Vol.

50

September
2021

Topic ①

中国という巨大市場

— 「第14次五カ年計画」から今後の中国の変化を読み解く —

中国という巨大市場

— 「第14次五カ年計画」から今後の中国の変化を読み解く —

KPMG中国

グローバル・ジャパニーズ・プラクティス中国総代表

高部 一郎 / パートナー

1990年代初頭、日本企業は「世界の工場」中国に投資を開始しました。以降、アジア通貨危機(1997年)、SARS(重症急性呼吸器症候群、2003年)、リーマンショック(2008年)、そして新型コロナウイルス感染症(2020年)と、さまざまな苦難に直面してきました。中国は改革開放の掛け声の下、どんどん自国経済を成長させ、瞬く間に世界第2位の経済大国となりました。つまり、日本企業にとって中国はもはや無視できないほど大きな経済的影響を持つようになったのです。今後は、中国との経済的なつながりを強めることで、中国をも包含した新しい国際関係の構築を後押ししていくことがますます重要となります。

なお、本文中の意見に関する部分については、筆者の私見であることをあらかじめお断りいたします。

✔ POINT 1

1990年代、世界から取り残された経済を急速にキャッチアップしようとした中国、それを利用して製造業の生き残りをかけた日本、この関係性は今も強く残っている。時代の変化とともに中国が次のステージへ移ろうとしている今、日本と中国の製造を通じた関係性も次のステージへ移る時期が来ている。

✔ POINT 2

急速に経済発展をしているがゆえに、中国はかつて先進国が体験した大気や水質汚染などさまざまな環境問題に直面している。したがって、SDGsは中国にとっても重要な課題であり、目標である。第14次五カ年計画では、SDGsに関連した目標が含まれている。

✔ POINT 3

日本を訪れた多くの中国人は、買い物だけでなく、日本の澄み切った空、きれいな空気、ゴミのない街、質素ながらも存在感のある佇まいに触れ、モノづくり日本の特性に触れている。「量」から「質」への転換の中で、日本の力が必要であると多くの人が感じている。



高部 一郎
Ichiro Takabe

① 中国への日本企業の進出

(1) 「世界の工場」への道を歩みはじめた中国

日本企業の本格的な中国進出は、1990年代に始まりました。(図表1参照) 1978年の鄧小平による改革開放路線への転換から、中国は外国企業を誘致するためにさまざまな優遇政策を打ち出しました。その中には、外国企業専用の複式簿記による会計制度の準備もあります。なぜならば、当時の中国には複式簿記を前提にした会計が存在していなかったからです。

1989年の天安門事件では、改革開放路線の継続に懸念が高まりましたが、鄧小平の「南巡講話」などによって、その危機は乗り越えました。その後、1993年頃から中国向けの直接投資が急激に増え始めました。このときの日本企業の投資は、中国の比較的安い労働力と土地を目的としたもので、中国で製造された製品のほとんどが輸出されました。外国からの直接投資により外貨を稼ぎ、製品の輸出によりさらに外貨を稼ぐことで、中国は2桁の経済

成長を実現、「世界の工場」と呼ばれるようになったのです。

(2) 世界経済の転換点

しかし、2008年のリーマンショックによって、世界経済は方向転換を余儀なくされます。中国も例外ではありませんでした。それまで「世界の工場」となることで、主として第2次産業の成長により経済成長を続けていた中国の経済にも方向転換の時期が訪れたというわけです。

北京オリンピック(2008年)、上海世界万国博覧会(2010年)などの世界的なイベントを経験しますが、この頃から中国は「中所得の罨」を意識するようになります。「中国経済失速」という話題とともに着目されるようになったのが「チャイナ・プラス・ワン」です。その背景には、2012年の尖閣諸島問題の影響もありましたが、中国1か国だけに集中していた製造拠点を数カ国に分散するというはむしろ合理的な決定であったと思います。

こうした環境の変化を考慮すると、リーマンショックの世界経済への影響が現実のものとなったのは、実際には2012年前後だったのではないかと思います。中国国内でも金融の引締めなどにより、成長アクセルに急ブレーキが踏まれた感じがありましたし、中国自身も第3次産業に軸足を移して経済成長を継続しようと努力しました。

(3) デジタルという救世主

第3次産業の成長にもそれなりにインフラの整備が必要であり、時間がかかります。主役のバトンを渡されても、すぐに主役を交代するのは容易ではありません。そこに登場したのが、デジタルという救世主です。銀行を中国中に作るには非常に時間がかかりますが、アリババやテンセントがQRコードによる決済を実現させたことで、国内どこからでも決済することができるようになりました。それだけでなく、この決済方式は彼ら自身のビジネスも大きく

発展させました。アリババはEコマースの会社ですから、決済システムが重要です。WeChatもQRコード決済システムを持つことで、ミニ・プログラムを充実させていきました。デジタルの発展は、中国の人々の生活スタイルを変化させたのです。レストランやショップだけでなく、病院、公共サービスなどあらゆるところでQRコードが使われるようになりました。このとき、中国ではすでに店舗型の販売だけでは売上げを伸ばすことができなくなっていました。

(4) 自動車産業の発展

1990年代初頭、中国における自動車の年間生産・販売台数は100万台に満たない状況でした。もっとも道路の整備も十分ではなく、運転自体が特殊技能で、自動車の運転は一般ドライバーには認められていませんでした。しかし、2000年以降の急成長により、年間生産台数は2,500万台を超え、中国は世界の自動車生産の28%を占める巨大市場に変貌しました。中国中に高速道路が建設され、2020年末現在でその総延長は約16.1万kmにまで達しています。その後も、年間6,000km以上の高速道路が建設される予定だそうです。この巨大な中国自動車市場で、トヨタ、ホンダ、日産などの日本勢は約20%を占めています。一時期は、日本と中国の国同士の関係で将来が危ぶまれる時期もありましたが、車両の品質はもとより、点検・修理、さらには部品供給に至るまで準備したうえで顧客対応する日本の自動車企業の信頼が、中国市場でも認められたと言えます。

② 第14次五カ年計画

(1) 中国の「五カ年計画」とは

中国では、1953年から五カ年計画が策定され始めました。この五カ年計画には、中国の経済・社会の政策目標が記されています。つまり、五カ年計画を学ぶことで、中国が進もうとしている方向を理解する

図表1

1953	第1次五カ年計画
1978	改革開放路線
1989	天安門事件
1990	日本企業の中国進出
1991	第8次五カ年計画
2003	SARS
2008	リーマンショック
2008	北京オリンピック
2010	上海世界万国博覧会
2012	尖閣諸島問題
2016	第13次五カ年計画
2020	新型コロナウイルス
2021	第14次五カ年計画

ことができるのです。抽象的な表現や中国独特の思想的な表現も含まれていますが、比較的是っきりと方向性が明文化されており、理解しやすいと思います。(図表2参照)

(2) 第14次五カ年計画の目的

“第14次五カ年計画”では、2021年から2025年の5年間を、中国が「小康社会(ややゆとりある社会)」から社会主義現代化の基本的な実現に向けて進む重要な時期と位置付けています。2021年は中国共産党設立100周年の年でもあり、きわめて意味のある年です。中国経済が質の高い発展に向けて進む過程において、各業界にも大きな変化をもたらすであろうとされています。

この第14次五カ年計画(2021年~2025年)および2035年までの長期目標では、これからの100年を見据えた経済および産業の発展の中心として「科学技術強国」ストラテジーが掲げられています。また、中国の現代化建設に向けて「科学技術強国、製造強国、品質強国、交通強国、貿易強国、ネットワーク強国」に関連したストラテ

ジーおよび「デジタル中国、健康中国」などのテーマが記されています。

(3) 中国経済発展の「量」から「質」へのシフト

第14次五カ年計画では、中国経済発展の中心を「量」から「質」にシフトすることも掲げられています「調和のとれた社会(和諧社会)」と「効率改善」を目指し、交通、エネルギー、製造、農業水利、教育、医療、カルチャー/トラベル、コミュニティ、住居、政務といった広範囲の分野がその対象となっています。これを実現するために、第14次五カ年計画では「双循環」戦略が提唱されています。これは内需拡大に基づく「国内大循環」と、輸出や投資誘致などによる「国際大循環」を同時に促進していくという戦略です。

都市化についても、第1級都市である①北京・天津・河北(京津冀)、②長江デルタ(上海・江蘇省南部・浙江省北部)、③珠江デルタ(広州、香港、深セン、東莞、マカオ)、④成都・重慶の5都市群をはじめ、全国19都市群の効率改善、コスト抑制、産業分担、インフラ共有を同時に進めること

により、対象都市群の効率とバランスを調整して全国的な実現を目指すとしています。

中国の高速道路も30年間で16万kmを新規に建設し、高速鉄道も3.5万kmにまで伸びています。中国には、年間50万人以上が利用する空港の数が130以上あります。中国には年収が100万円に満たない人がたくさんおり、彼らが外国に行き、外国の発展ぶりを目の当たりにすることはありません。交通網の拡充は、人々の移動を可能にし、外国に行くことのできない中国人も、第1級都市での外国のような発展を見る機会が増加します。「量」から「質」への要求は、中国の人々の当然の内的な要求として加速していくと考えられます。

III

日本企業にとっての中国

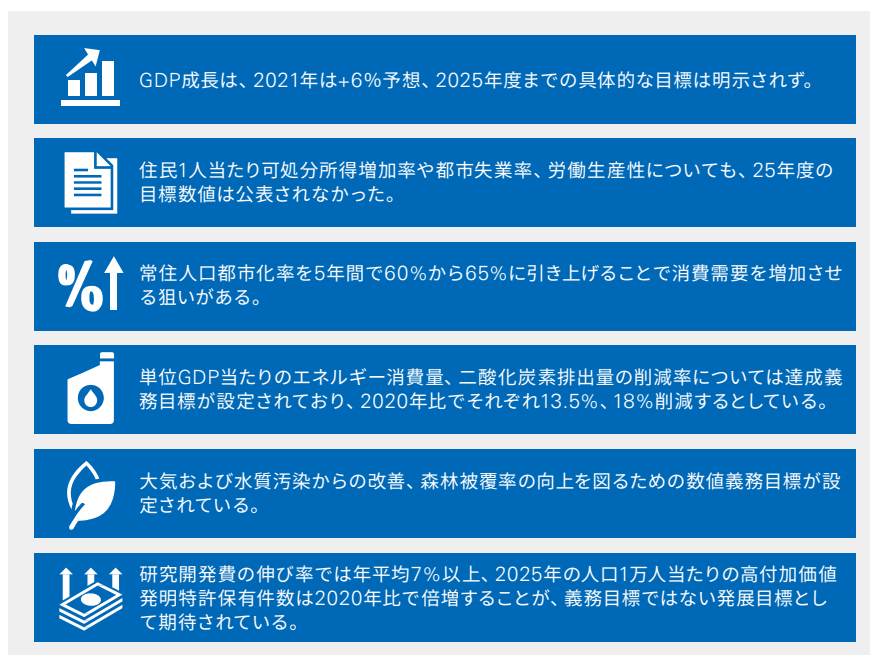
(1) 2030年目標SDGsに向けて

中国は、経済発展後発の国です。経済が急速に発展する過程で生じる大気汚染や水質汚染などの生活衛生環境問題、へき地の貧困といった所得格差問題が深刻な社会問題となっています。凄まじいスピードで世界の工場になった中国で、さまざまな社会問題が急速に拡大したのは想像に難くありません。EV化先進国として優位な報道もされていますが、中国のエネルギー比率は石炭が6割を超えています。中国もSDGsを真剣に捉えており、取り組んでいます。第14次五カ年計画でも経済発展、イノベーションの推進、人民の幸福生活、グリーン・エコロジー、安全保障など5つの分野の20項目にわたる主要指標が設けられて、SDGsに関連する内容が盛り込まれています。

(2) 中国の重要性

「発展を急ぎ過ぎた中国」「中国はアメリカようになる資質はない」など、地政学リスクに関連する報道が目を見ます。地政学リスクを気にする日本の企業経営

図表2 14次五カ年計画の主要目標



者の中には、中国との関係に非積極的であったり、中国との事業に二の足を踏むような意思決定をすることもあるかもしれません。かつての日本がそうであったように、世界第2位の経済大国となった中国に対して警鐘を鳴らすのは、むしろ当然と言えます。しかし、これは中国を避けて通れということではありません。SDGsを目指す世界第3位の経済大国日本にとって、中国の隣国である日本にとって、中国は重要な国であると考えます。

中国は14億人を超える人口を有しています。これは世界人口の18%に当たります。そして、4億人の中高所得層がいると言われています。また、中国のGDPは約15兆ドルで、こちらも世界のGDP総合計の18%に相当します。人口をとっても、経済規模をとっても、中国が世界に大きな影響を与える大国であることは明らかです。

(3) コロナ後の最速回復国

中国は、2020年4月8日に武漢市のロックダウンを解除して、すでに1年以上が過ぎました。その後、中国でも各地で小規模な感染で極地的なロックダウンを実施しているものの、極力経済活動を継続できるように注意を払いながらコントロールが継続されています。国内での移動は、基本的に自由で、飲食店などは深夜営業も含め、ほぼ通常どおりです。大きく異なるのは、海外との行き来です。海外から中国に入国した人は、PCR検査の実施に加え、原則最低14日間の指定隔離観察施設での生活が強制されます。

海外旅行を繰り返していた中国の人々は、国内に目を向けて、ショッピングや国内旅行をエンジョイしています。中国の若い世代は、外国製品だけでなく、中国製品にも目を向け始めました。今までの安かろう悪かろうという中国製品のイメージは、値段が安くても品質の良いものというイメージに変わろうとしています。これは、第14次五カ年計画の「双循環」戦略の「国内大循環」に、フォローの風が吹いている

ようにも見えます。

(4) 発展を継続する中国

中国は第14次五カ年計画及び2035年までの中期目標に沿って戦略的に成長していくと考えられます。今まで豊かになった中国人の多くが、日本を訪れ、消費してくれることで、日本の経済の下支えになったことは記憶に新しいと思います。この訪日ブームにより中国人の日本に対する認識も随分変わったと思います。品質の良い日本製品に触れるだけでなく、「モノづくり日本」の実態を目の当たりにした人も少なくないはずで、日本商会など中国における日本の経済団体などと発展改革委員会との懇談会でも日本への協力を求める発言が多く聞かれます。まだまだ日本企業が中国で活躍できる機会はたくさんあると認識しています。

IV まとめ

1994年、山東省華能電力株式会社という中国の国有企業がニューヨーク市場に上場しました。この上場計画はスパーウェーブ構想と称され、資金調達市場を通じて中国とアメリカの経済的つながりを強化するために、国際会計事務所とニューヨーク証券取引所が考案して実行したものです。まさに中国を世界経済の一員とすることで暴走させず、共存共栄を目指した当時のアメリカ経済界の試みでした。

日本は、すでに世界第2位の経済大国となった中国、無視できない大きな経済的影響を持つようになった中国との経済的つながりを強めることによって、中国をも包含した新しい国際関係の構築を後押ししなければなりません。2030年目標のSDGsを成功裏に導くためにも、日本は日本の特性を生かしつつ、むしろ積極的に中国とのビジネスを検討する必要があると考えます。

関連情報

関連コンテンツ

下記リンク先では、「第14次五カ年計画の各産業への影響」を紹介しています。

<https://home.kpmg/cn/zh/home/insights/2021/01/14th-five-year-plan-industry-impact-outlook-jp.html>

本稿に関するご質問等は、以下の担当者までお願いいたします。

KPMG中国
グローバル・ジャパニーズ・プラクティス
高部一郎／中国総代表 パートナー
林田弘徳／パートナー
李田正和／パートナー

☎ +86 (21) 2212-2247 (日本語)
✉ gjpmarkets.china@jp.kpmg.com

KPMG ジャパン

marketing@jp.kpmg.com

home.kpmg/jp

home.kpmg/jp/socialmedia



本書の全部または一部の複写・複製・転載および磁気または光記録媒体への入力等を禁じます。

ここに記載されている情報はあくまで一般的なものであり特定の個人や組織が置かれている状況に対応するものではありません。私たちは、的確な情報をタイムリーに提供できるよう努めておりますが、情報を受け取られた時点及びそれ以降においての正確さは保証の限りではありません。何らかの行動を取られる場合は、ここにある情報のみを根拠とせず、プロフェッショナルが特定の状況を綿密に調査した上で提案する適切なアドバイスをもとにご判断ください。

© 2021 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved. Printed in Japan.

© 2021 KPMG Tax Corporation, a tax corporation incorporated under the Japanese CPTA Law and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.