

特集にあたって (特集 チャイニーズ・オン・ザ・グローブ)

著者	渡邊 真理子
権利	Copyrights 日本貿易振興機構 (ジェトロ) アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp
雑誌名	アジ研ワールド・トレンド
巻	202
ページ	2-3
発行年	2012-07
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	http://hdl.handle.net/2344/00003919

チャイニーズ・オン・ザ・グローブ

渡邊真理子

この企画は、実は若干「パクリ」

である。巻頭言に登場していただいた谷口智彦氏が雑誌『ウェッジ』のウェブサイトで連載されている「中国は某国で」というコラム

http://wedge.ismedia.jp/category/china_rearationを発見して、これこそアジ研がやるべき企画、とちよつと(というか、かなり)悔しい思いをしたのがきっかけである。巻頭言で谷口氏が種明かししてくださっているように、世界各地で出ている英字新聞をネットで検索し、書いていくというだけのもののようなが、とても面白い。であれば、現地語の新聞をフォローしているアジ研の人間が書けば、別の軸も出せるのではないかと考えた次第である。

本特集から見えてきたのは、国家と庶民である草の根、この二層が分離したり交わったりしながら、深まってきている中国と世界

の関係である。

●国家と国家

中国と世界の関係は、国家としての中国との関係がなによりも存在感が大きい。国と中華人民共和国の関係から「中国」が入ってくる国では、大量の労働者とともに建設現場が忽然とあらわれ、大きな展示会場やスタジアム、立派に舗装された道路ができあがり、労働者は去っていく。権力者と中華人民共和国の関係から庶民へのプレセントである。

中国の対外援助、経済協力をみると、日本の政府開発援助をベースにしたイメージと少し趣が異なっている。中国の対外援助は、中国外交部の予算項目で、日本の震災への災害救援のような非常に限られた支援に限られている。資金や技術をもって海外に展開する活動は、「対外直接投資」「対外工

ンジニアリング・プロジェクト請負」「対外労働供与協力」「対外設計コンサルティング」と呼ばれるかたちで統計に計上されている。

対外直接投資は、文字通り企業による対外投資で、政府によるものではない。その地域別の分布をみると、二〇一〇年現在のストック額で見ると、アジアが七二%、ラテンアメリカがそれに次いで一四%となっている。

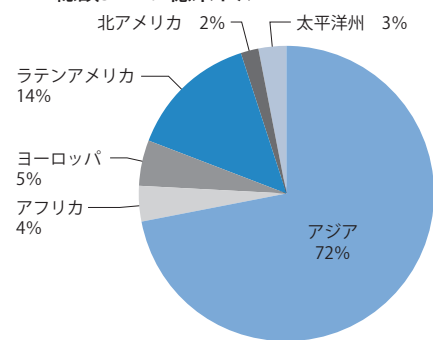
では、この海外直接投資が純粋に経済的利害だけから行われているのかというと、そうはいきれない。今の中国の為替レートの水準、コストの構造では、民間の純粋な経済目的での対外直接投資はあまりペイしないのか、実態は国有企業の対外直接投資がトップを占めている。表は、二〇一〇年の中国の対外直接投資ストックのトップ一〇である。これを見ると、見事に頭に中国の文字が付いた企

表 非金融部門対外直接投資残高 ランキング

企業名	英文名
1 中国石油加工集团公司	China Petrochemical Corporation (Sinopec)
2 中国石油天然气集团公司	China National Petroleum Corporation (CNPC)
3 中国海洋石油总公司	China National Offshore Oil Corporation (CNOOC)
4 華潤(集团)公司	China Resources
5 中国远洋运输(集团)总公司	China Ocean Shipping Company (COSCO)
6 中糧集团有限公司	China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation (COFCO)
7 中国アルミニウム業公司	Aluminum Corporation of China
8 招商局集团有限公司	China Merchants
9 中国中化集团公司	SINOCHEM Corp
10 中国聯合網絡通信	China United Network Communication

出所 2010年度対外直接投資統計公報、商務部・国家統計局・外貨管理総局

図 2010年地域別の対外直接投資残高 総額3172.1億米ドル



業が並んでいる。これは、中央所属の国有企業が対外直接投資の主

体であることを示している。実際、フローベースで七割が中央政府所屬の国有企業が投資している。

ちなみに、中国籍の企業は、登記を行う企業名を管理する規則があり、「所屬する行政区画名」「字号（独自の名前）」「業界名もしくは営業特徴を示す字」「企業の組織形態」という形式に従わなくてはならない。このルールに従うと、中国の文字を冠に付けている企業は、広東省政府の配下の国有企業でも、民営企業でもなく、中央所屬の国有企業であるということが一目でわかる。

ちなみに、この対外直接投資のストック量のランキングは、五〇位までの企業名を明らかにしている。これによると、二四位に初めて地方所屬の国有企業である湖南華菱鉄鋼集団 (Wang)、二五位に初めて民営企業である吉利集団 (Geely) が顔を出す。前者は、オーストラリアの鉄鉱石採掘会社フォーテスキューメタルズに出資し、後者はスウェーデンの自動車メーカーボルボを買収している。この二つの投資とも、国や地方政府の強力な支援を受けたプロジェクトであり、純粹な経済的な判断での投資ではない。

また、自国と中華人民共和国が

友好関係を構築しようとするとき、それと同時に台湾、中華民国とのつきあいが切り離される。その大きな波のあとにできた潮流だまりに取り残されたような台湾出身の中国人も存在している。古くに各地に渡り、各地に根を下ろした華僑と新しく渡ってきた中国人の間にも古い波を新しい波が呑みこんでしまうような関係もある。

●草の根と草の根

しかしながら、こうした国と国の関係には左右されずに、裸一貫、身一つでパプアニューギニア、アフリカに渡り、レストランなどでスタートし、資源ビジネスに進出し、海外雄飛をする中華人民共和国の中国人もいる。また、世界の各地から若いうちに中国に渡って大学で学び、人間関係を構築した上で、商売をはじめするミャンマー人もいる。中国人のもたらした風水文化を排除することなく受け入れるスリランカ人もいる。

中国人の草の根とそれぞれの国の現地の草の根がお互い行き来し、商売を始めることで、経済的交流は深まっていく。そして、こうしてはじまった経済交流は、貿易だけに限らず、工業化や産業振興の種を蒔く動きが生まれてい

る。

ところで中国経済の急速な発展を支えた中国企業の行動をみていくと、ひとつ特徴的な原理がある。「自分で作れないものは、買ってくればよい」「自分が持っているものを交換して、自分の欲しいものをもつてくればよい。」とにかく、自分に欠けているものがあっても、それを持っている人と交渉して手に入れ、商売をはじめの参入障壁は下げてしまおう、という原理である。

「自分たちに技術がなければ、技術を持つている人から買ってこる、売ってもらおう。」そうやってテレビや冷蔵庫を作り始め、全く経験が無い故に周りから嘲笑されても自動車の生産に飛び込んだ多くの企業家が、中国中に現れたのである。こうして発展してきた中国の産業は、今度はこうした技術を、海外に企業家に売ることを商売のネタにし始めている。ミャンマーで自動車を組み立て、バンングラデシュで電気リキシャーを販売している企業家は、それぞれの国のアントレプレナーである。そして、このアントレプレナーシップの裏には、自分のもつエンジンや電池を、それぞれの地元の要望にあわせて設計して売ってくれる中国の

企業家がいた。「技術がない人がいれば、自分たちがそれを売ってやるう。」国の意志が介在せず、欲しい人と売りたい人が取引をする。原始的であるけれどもとても強力、ある意味民主的な市場メカニズムを通じて、中国の経済発展の果実がトリックルダウンしていくプロセスが、草の根と間では始まっている。

また、国の意を受けた大企業の海外直接投資にも、変化の兆しが感じられるようになっていく。中国でのコストの上昇を回避したい、拡大する新興国市場をとりこみたい、こうした経済的な目的から、南アフリカやインドネシアの市場を目指す企業も現れている。

国家としての中国が覇を唱え、それに世界が翻弄されているようでありながら、草の根の間で対等なかかわりも深く進行し、「世界を平らにする」うごきも進んでいる。草の根からの世界を平らにするうごきが、国と国の関係も平らにすることができるのだろうか。

また、何しろ世界は広く、今回中東やロシアでのエピソード、アジアでのもっと深いうごきがカバールでできなかったのが残念である。(わたなべ まりこ/アジア経済研究所 東アジア研究グループ)