

中国富裕層マーケットを狙う



海老名 誠 (えびな まこと)

小樽商科大学理事・特認教授

1945年生まれ。68年小樽商科大学商学部経済学科卒業。同年(株)富士銀行入行、富士銀行信託会社(米国)調査役、(株)富士銀行香港支店副支店長、(株)富士総合研究所国際調査部長、みずほ総合研究所(株)理事などを経て、2004年から小樽商科大学ビジネス創造センター教授、同副センター長、センター長を経て、11年定年退職。同年小樽商科大学特認教授、12年から同大学理事。研究分野は、国際経済、通商交渉、ビジネス創造支援。主な著書に『怖くない少子高齢化』(読売新聞社)、『WTO加盟で中国経済が変わる』(東洋経済新報社)、『世界経済の中の中国』(NTT出版)(いずれも共著)。

北海道経済の活性化のためアジアの成長パワーを取り込むべきだと多くの人は言う。しかし、アジアには多くの国・地域があり経済の発展段階も違う。いったいどこを狙うべきなのだろう。私は長年のアジアにおける経験から、北海道は中国富裕層をマーケットとした戦略を再度立てるべきだと思っている。

アジア経済成長のエンジンは中国

1960年代のアジアは、経済の発展段階に応じてアジアNIES(シンガポール・香港・韓国・台湾の4カ国・地域)とASEAN(シンガポール・タイ・マレーシア・フィリピン・インドネシアの5カ国)に分けられていた。当時、中国やベトナムなどの旧社会主義国は経済的に台頭すると考えられていなかった。しかし今、アジア経済成長のエンジンは13億人以上の人口を有する中国であろう。

中国は1978年末に「社会主義市場経済」の導入という、一見矛盾する体制の導入を宣言した。政治は社会主義で、経済は市場経済原理で運営するというのである。私は1980年から5年間、都市銀行の香港副支店長として中国の発展を観察してきた。当初は率直に言えば「そんな都合のよい話は長く続くはずがない」と思っていたが、今日の中国の経済発展(もちろん、多くの矛盾・問題を抱えてはいる)を見るにつけ、「恐れ入りました」という感じも強い。中国の経済面での成功要因は、外資導入政策とWTOへの加盟である。

中国の外資導入政策は、まず華南の5地区を「経済特別区」として指定し、西側の市場経済を学ぶ窓とした。いわば、リトマス試験紙の役割を持たせたのである。その一つに香港の北に位置する「シンセン」がある。私が銀行の初代シンセン駐在員事務所長だった1985年頃、シンセンの人口は30万人程度だったが、現在の人口は定住人口で800万人、流動人口では1,000万人である。恐らく地球上で、短期間に人口がこれほど急増した地域はないだろう。強力なリーダーがいると、このようなことも可能だという一つの証である。その強力なリーダーとは、「鄧小平」だ。彼は華南を視察した際、その発展ぶりを高く評価し、「先富論」を発

表した。共産主義の中国でも先に富むものが出て構わない、むしろ奨励すると言ったのだ。これを契機に、中国全土で外国企業への優遇措置が競うように導入された。

しかし、外国の企業や投資家が初めから中国にどっとなだれ込んだわけではない。中国では「毎月のように法律が変わる・会う人ごとに言うことが違う・わるを使わなければ許可が下りない」等多くの問題が指摘され、外資が様子見をする期間が長く続いた。私は当時北京や上海を訪れるたびに、中国政府側から日本企業に中国進出を促してほしいと頼まれ、銀行の取引先に中国進出を打診した経験がある。しかし、日本企業は慎重だった。難しい判断である。発展途上国には「先駆者利得」とも言うべき「一番乗りの有利さ」がある。一番に進出した企業は、後続を寄せ付けない市場シェアを取る例が多い。今中国で一番売れる車は、ドイツのVWとの合弁で作っている「サンタナ」である。しかし、VWが中国に進出した当時、日本の自動車メーカーはまだ欧米を主戦場と見ていた。

中国がWTOに加盟したのは2001年である。中国は15年もの長きにわたり、WTOへの加盟申請をしていた。WTO加盟には「最恵国待遇^{*1}」と「内国民待遇^{*2}」を遵守することを約束させられる。いくら中国が「誓います」と言っても、WTO側は慎重で、加盟許可が下りるまで時間を要した。私は加盟直後に『WTO加盟で中国経済が変わる』という本を出した。その中で「中国のWTO加盟で一番恩恵を受けるのは日本だ」と書いた。日本は中国の最大の輸入相手国であり、中国がWTOに加盟することで、徐々に輸入関税が撤廃され、日本からの輸出は増加することが期待されたからである。

中国富裕層をターゲットに!

今、中国が米国に次ぐ経済大国だといわれる。しかし、それは国民総生産（GDP）の値が世界第二位になったということであり、人口が日本の10倍以上いる中国と日本を1人当たりGDPで比べると、今後も日本が上であり続けることは間違いない。中国では、日本を追い越したなどと考えているビジネスマンはいない。

一方、中国は貧富の差が大変激しい国である。現在の中国の富裕層は、日本ではまず考えられない位に金持ちだと見て間違いない。これをどうして商機と見ないのか。彼らをターゲットにすれば、新しいビジネスはある。

中国の富裕層は、日本や北海道の産品に絶対的な信頼を寄せている。特に北海道の食料品は「高品質・安全・美味」とあこがれの的である。このような理由から、私は中国にもっと日本からの食料品の輸入規制を緩和してほしいと訴えている。現在の中国では、日本からの農産品は「りんご・なし・害虫等処理済の米」しか入らない。一方、私が会うほとんどの知識層・富裕層は、北海道の「米・乳製品・新鮮な卵・野菜・魚介類」などを求めている。自分たちの子供には、北海道の安全な食料品を食べさせたいという人が多い。北海道の安全な食品を中国まで新鮮な状態で持って行けば相当高価格になるだろう。しかし、それでも欲しいという富裕層は、今中国に爆発的に出現している。

北海道には「地域商社」が必要

この商機を現実のものとするには、どうしたら良いのか。まず、中国に内在する矛盾や問題点を並べ立て、結局行動を起こさない評論家になることはやめてほしい。それは長期的に海外投資を行う場合のリスク判断材料として重要であるが、我々はもう少し現実の商売の環境変化を直視すべきである。商売にはリスクが常にある。通関などの貿易手続きも、全てを代理人に任せ、なおかつ利益を出そうという方がおかしい。北海道経済を活性化したいのなら、北海道に利益が落ちる仕組みを考えるべきである。そのためには、「地域商社」が必要である。最終消費地に届くまで、何段階ものコミッションを上乗せされるような輸出代行システムなど不要だ。現に、香港や上海の小売業大手の仕入れ担当者は、直取引をしたい、消費者に少しでも新鮮な素材を安価で届けたいと言っている。北海道は、豊富な素材を産出して終わりではなく、自ら知恵を絞って北海道に利益を還元する仕組み・仕掛けを考えるべきである。近隣に巨大なマーケットが現出し、需要が確実にあるとすれば、今行動を起こすべきではないか。

※1 最恵国待遇
自国に進出する外国企業に対し、国籍の違いで差別しないこと。

※2 内国民待遇
外国企業と自国企業の間を差別しないこと。