

2017.11.21

中国経済情勢／現地出張レポート

**中国経済は緩やかな低下傾向から横ばい圏内の安定状態へ
～深圳をモデルとする「創新駆動発展戦略」に基づく雄安新区の建設～**

<北京・広州・上海出張報告（2017年10月22日～11月5日）>

キャノングローバル戦略研究所

瀬口清之

<主なポイント>

- 本年 3Q の実質 GDP 成長率は前年比+6.8%と、上半期（同+6.9%）に比べて伸び率が若干低下したが、引き続き各コンポーネントとも安定保持が確認された。
- 雇用、物価が長期にわたって安定し、6年連続で低下し続けた成長率が下げ止まり、年間目標成長率の達成も心配ない現状は、過去数年見られなかった安定状態である。
- こうした経済の現状について、中国人民銀行は本年夏場以降、「稳中向好」（安定を保持しつつ良好な方向に向かっている）という表現を頻繁に用いている。
- 内需の堅調な推移を背景に、日本企業の中国ビジネスが明るさを増し、対中投資姿勢が徐々に積極化しつつある。本年入り後、その傾向が一層明確になってきている。
- 極端な中国経済悲観論を強調していた日本のメディアのトーンが変化したことを受け、中国ビジネスに対して過度に慎重だった日本の本社サイドも、中国のプラスの部分に目を向ける傾向が広がりつつある。そうした変化を背景に、日本企業の対中投資減少傾向が転換点を迎え、今後増加に転じる可能性を指摘する声が増えている。
- 中間所得層の急増を背景に消費者ニーズの高度化が進む中、欧米企業に比べて日本企業の相対的優位性が高まっており、中国人が必要とするもの、欲しいと思うものを持っているのはむしろ日本企業の方であるように見えると指摘されている。
- 日本企業は徐々に中国市場に対する積極性が強まる一方、欧米企業の中国市場に対する見方は以前に比べて慎重化、消極化の方向へと向かっている。日本企業はマーケティング力が弱い企業が多く、以前は市場ニーズを把握できていなかった。しかし、最近になって得意分野である中間所得層の需要拡大という構造変化のおかげで中国市場に対する積極性が徐々に強まり、本年入り後、それが一層顕著となり、欧米企業と逆方向に向かう傾向を示している。
- 日本企業が中国国内市場での優位性を保つためには、マーケティング力、応用技術の研究開発力、社長および経営陣の経営能力の向上が必要である。
- 雄安新区は深圳をモデルとするイノベーション主導型の都市建設を目指し、北京・天津・河北省の経済発展をリードすることが期待されている。同区におけるインフラ建設、環境重視型住宅建設、研究機関の設立などに関連して、日本企業にとって大きなビジネスチャンスが生まれることが予想される。

1. 足許のマクロ経済と先行きの見通し

(1) 現在の経済状態は「穏中向好」＝安定しつつ良好な方向へ

①足元は各コンポーネントとも安定保持

国家統計局が10月19日に公表した本年3Qの実質GDP成長率は前年比+6.8%と、上半期(同+6.9%)に比べて伸び率が若干低下した。これは大半のマクロ経済政策担当の政府関係者や民間エコノミストの予想通りの数字だった。同時に、本年の成長率の国家目標である6.5%前後の達成がより一層確実となった。

コンポーネント別に見ると、昨年4Qまで2年連続で前年割れが続いていた輸出(ドルベース)は、前期の伸び率を若干下回ったが、3四半期連続で前年比プラスの伸び率を確保した(図表1参照)。この間、固定資産投資と消費財売上も小幅ながら伸び率が低下した。ただし、全体としては引き続き各コンポーネントとも安定保持が確認された。コンポーネント別の寄与度を見ると、消費の寄与度が引き続き大きく、3Qの成長率のほぼ3分の2は消費の伸びが寄与したものである。

【図表1】主要経済指標(前年比%)

	実質 成長率	輸出 (USD)	輸入 (USD)	固定資産投資 (年初来累計)	消費財 売上総額	消費者 物価	不動産 販売価格 (年初来累計)
14年	7.3	6.0	0.5	15.0	12.0	2.0	1.4
15年	6.9	-2.9	-14.3	9.9	10.7	1.4	7.4
16年	6.7	-7.7	-5.5	8.1	10.4	2.0	10.1
16年1Q	6.7	-9.7	-13.3	10.7	10.5	2.1	15.7
2Q	6.7	-4.4	-6.7	9.0	10.2	2.1	11.1
3Q	6.7	-6.7	-4.7	8.2	10.5	1.7	11.4
4Q	6.8	-5.2	2.1	8.1	10.6	2.2	10.1
17年1Q	6.9	4.2	23.3	9.2	10.9	1.4	4.7
2Q	6.9	6.3	14.2	8.6	10.8	1.4	4.6
3Q	6.8	6.0	14.6	7.4	10.3	1.6	3.9

(資料：国家統計局、CEIC)

②先行きは良好な状況で横ばい圏内の推移

先行きを展望すると、輸出は、世界経済の回復とともに当面前年比プラスの伸びが続くと予想されている。

固定資産投資は、重工業を中心に過剰設備の削減が続くが、自動車、ロボット、建設機械、半導体、液晶、スマートフォン、eコマース関連企業等広範な業種において業績好調が持続していることを背景に、製造業の設備投資が当面堅調に推移すると見られている。加えて、環境関連や技術改造関連での投資も今後増加すると予想されている。これらの要因が来年の固定資産投資の伸び率を今年以上に押し上げるとの見方もある。

不動産開発投資は、昨年10月以降の不動産購入規制および住宅ローン借入規制の影響で、当面は伸び率が緩やかに低下する見通しである。もっとも、3~4級都市の不動産在庫が適正水準に近づきつつあるため、来年後半以降不動産開発投資の伸び率が下げ止まりから回復に向かう可能性を指摘する見方もある。

インフラ建設投資は融資プラットフォーム・国有企業向け信用の抑制等を背景に、伸び率が鈍化するが、伸び率の低下幅は小幅にとどまる見通しである。

こうした状況から、本年下期は固定資産投資全体の伸び率は緩やかな鈍化傾向を辿り、来年も伸び率の緩やかな低下が続くとの見方が多い。しかし、製造業の設備投資の回復の勢いが強まれば、固定資産投資全体の伸びが高まる可能性も指摘されている。

消費については、都市部におけるサービス産業発展による新規雇用創出が続いているため、賃金が安定的に推移し、それが消費の堅調を支えるというメカニズムが続いている。さらに、eコマースの発達による消費の利便性向上や、医療、健康、旅行等の分野における消費者ニーズの高度化などの構造要因が消費の下支えとなっているとの指摘が多い。

以上のような各コンポーネントの見通しを前提に、本年4Qの成長率は前年比+6.6~6.7%、本年通年の成長率は6.8%との見方が多い。来年は上期6.7~6.8%、下期6.7~7.0%と下期の成長率見通しについての見方にばらつきがあるが、概ね横ばい圏内の推移を辿るとの見方が大勢である。

③「穏中向好」

以上のような足許の経済情勢および先行き見通しを背景に、経済情勢に対する見方が比較的慎重な中国人民銀行も本年夏場以降、「穏中向好」（安定を保持しながら良好な方向に向かっている）という表現を公式発表文書の中で頻繁に用いるようになってきている。

この表現は2013年後半に金融政策執行報告の中で用いられた¹。この時期は、リーマンショック後の世界金融経済危機による深刻なダメージから回復し、副作用として生じた景気過熱を抑制し、理財商品の急増による不動産価格高騰（13年上半期）も鎮静化させて不良債権処理の目処が立ち始めた状況だった。

しかし、その後は、14年秋に地方財政改革を断行しようとしたところ地方財政支出に急ブレーキがかかり、経済失速リスクに直面した。15年は、株式市場と為替市場がともに乱高下し、市場が混乱に陥った。16年は経済成長率が国家目標の

¹ その前の時期を簡単に振り返ると、次の通り。2006年は高い成長率ながら物価が安定していたが、2007年に入ると一般物価、資産価格ともインフレ圧力が高まり、同年4Q以降厳しい金融引締めを実施した。翌08年秋にはリーマンショックが発生し、同年4Q以降輸出が急減し、成長率も急落した（09年1Q成長率前年比+6.4%）。中国政府は即座に4兆元の超大型内需刺激策を発動し、10年1Qには成長率が同+12.2%まで急回復した。しかしその副作用で再び景気が過熱してインフレ圧力が高まったほか、非効率な投資を無理やり急増させたため、不良債権の急増も招いてしまった。10年以降インフレ抑制と不良債権処理に注力し、13年後半によく経済の安定を回復した。

6.5%を下回るリスクを回避するために景気刺激策を実施した結果、ゾンビ企業が復活するなど構造改革が後退し、政策上のジレンマに悩まされた。

このようにこれまでの経済情勢を振り返ってみると、雇用、物価が長期にわたって安定し、2011年以降6年連続で低下し続けた成長率が下げ止まり、政府の年間目標達成についても心配ないという現状は、この数年見られなかった安定した経済状態である。通常は先行きの様々なリスク要因を懸念している中央政府のマクロ経済政策運営部門の責任者らにとっても珍しく安心して見ていられる経済情勢となっている。

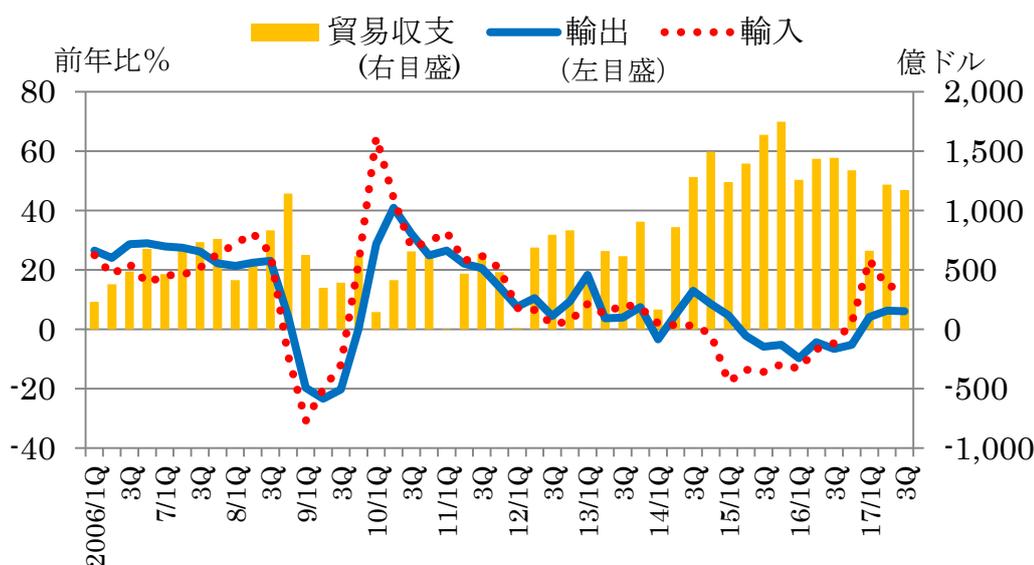
(2) コンポーネント別動向

①外需

輸出（ドルベース）は、本年1Q前年比が+4.2%と15年1Q（同+4.6%）以来2年ぶりにプラスに転じた後、2Q同+6.3%、3Q同+6.0%と安定した推移を辿っている（図表2参照）。

輸出回復の主因は世界経済の回復である。10月に発表されたIMF推計の世界経済成長率見通し（IMF World Economic Outlook October 2017 世界経済成長率16年+3.1%、17年+3.6%、18年+3.7%）でも、17年、18年ともに半年前の4月時点に比べて0.1%ポイントずつ上方修正されている。地域別輸出を見ると、米国向け3Q前年比+10.4%、欧州向け同+8.7%と好調が続いている。日本向けは同+2.4%と低い伸びにとどまった。

【図表2】 輸出入前年比・貿易収支（ドルベース）の推移



(資料：CEIC)

②固定資産投資

固定資産投資の年初来累計前年比の伸び率は、1Q+9.2%、2Q+8.6%、3Q+7.4%

と3Qは前期に比べて伸び率が低下した。その要因は、第1に7月以降の環境規制の強化により、環境関連の設備投資が一時的に停滞したこと（製造業設備投資、年初来前年比1Q+5.8%、2Q+5.5%、3Q+4.1%）、第2に、不動産投資抑制策の効果が徐々に現れてきたこと（不動産開発投資、年初来累計前年比1Q+9.1%、2Q+8.5%、3Q+8.1%）、第3に、インフラ建設投資の伸びの緩やかな鈍化傾向が続いていること（インフラ建設投資、年初来累計前年比1Q+23.5%、2Q+21.1%、3Q+19.7%）などである。

最近の財政健全化政策により、地方政府の非効率なインフラ建設投資に対する監視が強化され、インフラ建設の伸びが緩やかに低下している。足元は経済成長率が政府の年間目標を十分上回る見通しであるため、財政面からの景気刺激の必要が低下している。このため、景気対策として活用されるインフラ建設については経済の安定を保持するようやや抑制されている。今後も経済の安定が続くとみられることから、景気刺激のためのインフラ投資の若干の抑制が続くと考えられる。

しかし、投資全体の先行きについては、今後来年後半に向けて徐々に下げ止まり、あるいは緩やかな上昇に転じる可能性があると考えられている。その主な要因は以下のとおりである。

第1に、企業収益の好調が続いていること。17年3Qの工業企業の収益率（主営業務収入利潤率、年初来累計）の水準は6.13%と、11年4Q（6.49%）以来の高水準に達した（図表3参照）。このため、足元は環境規制の強化により一時的に環境関連の投資が伸び悩んだが、先行きは新たな環境規制をクリアするよう重電分野を中心に環境関連の技術改造投資が増大すると予想されている。

【図表3】 企業収益率の推移



第2に、設備投資の稼働率が徐々に改善してきていること。17年3Qの工業企

業の設備稼働率（工業設備稼働率、年初来累計）の水準は2Qと同水準の76.8%と、13年4Q（76.8%）以来の高水準に達している（図表4参照）。一部の政府関係者は、こうした設備稼働率の上昇を背景に、来年半ば以降、製造業設備投資が伸び率を高めていく可能性を指摘している。

【図表4】設備稼働率の推移



（資料 CEIC）

第3に、中央政府の重点施策として不動産在庫削減が進められてきた結果、来年には3~4級都市においても在庫水準が適正水準に近づく都市が増えてくることから、不動産投資の抑制策も徐々に緩和され、不動産開発投資の伸び率鈍化傾向が下げ止まりに転じる可能性が指摘されている。

以上の要因を整理すれば、年内は設備投資、不動産開発投資、インフラ建設投資ともに緩やかな伸び率の低下が続く。しかし、来年入り後、とくに後半になると、製造業設備投資や不動産投資の伸び率が下げ止まりまたは緩やかな上昇に転じることから投資全体でも下げ止まりまたは緩やかな回復に転じるとの見方が多い。

③消費

消費は、17年3Qの消費財小売総額の前年比が+10.3%と、前期（同+10.8%）に比べてやや低下したが、引き続き堅調に推移している（図表1参照）。

自動車販売台数は、昨年と比べて自動車購入税の減税幅が削減されたにもかかわらず、本年3Qは前年比+5.8%と、2Q同+1.1%を上回り、引き続き堅調な伸びを示した（1Q同+7.4%）。その内訳をみると、商用車販売が高い伸び（3Q同+18.5%）を示した一方、乗用車販売の伸びは同+4.0%だった。

商用車販売が伸びた要因は、過積載規制の取締り強化（16年9月開始）による

トラック不足、排ガス基準未達車の使用期限（本年末）到来に伴う買替需要増大、18年1月からの排ガス規制強化に伴うトラックの値上がり前の駆け込み需要増大などである。

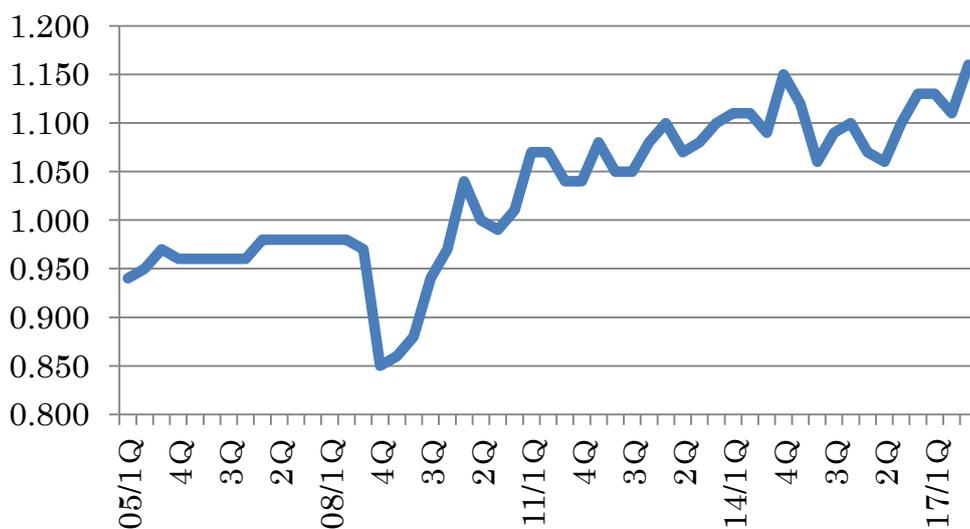
来年は自動車購入税の減税措置がなくなるほか、商用車販売に関する特殊要因も剥落することから、自動車販売の伸びは低下する見通しである。

都市部における新規雇用者数（1～9月年初来累計）は、1,097万人（前年比+2.8%）と安定的に推移している。この間、3Qの都市部の有効求人倍率は1.16と過去最高の水準に達した（図表5参照）。

こうした良好な雇用情勢が収入を押し上げ、消費の支えとなっている。

以上の要因に加え、本年入り後、生鮮食品の宅配や飲食店の出前が30分程度で自宅やオフィスに届くようになるなど、eコマースによる消費関連サービスの利便性向上が新たな需要を掘り起こし、消費拡大を促進した。加えて、中間所得層の急増に伴い、医療、健康（運動を含む）、旅行等衣食住関連以外の消費ニーズが拡大しており、これらも消費の下支えとなっている点が指摘されている。

【図表5】都市部の有効求人倍率の推移



（資料 CEIC）

④消費者物価

消費者物価上昇率は3Q前年比+1.6%（9月同+1.6%）と上期（同+1.4%）同様、引き続き安定した推移を辿っている（図表1参照）。内訳をみると、豚肉、野菜等を中心に生鮮食料品の価格が低下したことを背景に、食料品が本年1～9月累計前年比-1.7%（9月前年同月比-1.4%）と下落した。一方、非食品は同+2.3%（9月同+2.4%）と緩やかな上昇傾向が続いている（11年12月以来16年11月までほぼ5年間、2%未満の低い上昇率が続いていた）。

非食品の価格上昇要因は、医療保険関連の価格改定等が影響したもので、これら

は短期的な特殊要因であり、景気過熱の影響によるものではないため、マクロ政策面での対応を考慮する必要はないと考えられている。

2. 日本企業の対中投資動向

(1) 日本本社の慎重姿勢が変化

上記のような中国国内需要の堅調な推移を背景に、日本企業の中国ビジネスは明るさを増しつつある。好調な業種は自動車関連、ロボット・工作機械、建設機械、半導体、液晶、日用品、ヘルスケア等幅広い分野に及んでいる。

今年北京駐在の大手日本企業の中国総代表が中国国内出張で忙しく、北京市内で面談しようとしても捕まらないケースが多くなっていると聞く。

また、以前は日中関係の悪化がビジネスの障害になっているという話題をよく耳にしたが、最近はその気にする日本企業も少なくなり、日中関係は業務上の障害ではなくなっているとの認識が広く共有されている。

こうした業績好調を背景に、昨秋以降、日本企業の対中投資姿勢が徐々に積極化しつつあり、本年入り後、その傾向が一層明確になってきている。

とくに今回の出張では、複数の企業の現地駐在責任者から概ね以下のような趣旨のコメントを聞いた。

最近の中国経済が安定性を増しているため、極端な悲観論を強調していた多くの日本のメディアのトーンが以前に比べて中立的・客観的な報道内容へと変化してきている。これを受けて、この数年、中国経済失速やバブル崩壊リスクを懸念し続け、中国ビジネスに対して過度に慎重だった日本の本社サイドも、ようやく中国崩壊論が成立しない状況であることに気付き始めた。日本から中国に来る出張者に関しても、日本から中国に来る出張者に関しても、普通に考えれば明らかに非常識とわかる極端にネガティブな見方をする人が少なくなっており、中国のプラスの部分に目を向ける傾向が広がりつつある。

そして、最近はずいぶん日本本社の中国ビジネス方針が積極化に向かい始めており、「そろそろ中国で何か新しいビジネスをやってみてはどうか」といったコメントをする幹部が徐々に増えてきている。

以上のような日本企業内部の変化を背景に、12年秋の尖閣問題発生後、ずっと続いていた日本企業の対中投資減少傾向が転換点を迎え、今後増加に転じる可能性を指摘する声が増えている。

(2) 日本企業の相対的優位性の高まり

① 中間所得層向けの製品・サービスの競争力の強さ

上述のように、最近の中国市場は、中間所得層の急増を背景に、消費者ニーズの高度化が進んでいる。その中で、安全・安心・高付加価値というブランドイメージのある日本企業の製品・サービスの競争力が強まってきているとの見方が増えてい

る。前述の販売好調業種はいずれもこの見方が当てはまる。

それらの分野では、欧米企業に比べて日本企業の相対的優位性が高まっており、中国人が必要とするもの、欲しいと思うものを持っているのはむしろ日本企業の方であるように見えるとの指摘がある。

日本国内には極端な富裕層や貧困層が少なく、日本の消費者の大半が中間所得層に属しているため、日本企業の多くは中間所得層向けの製品・サービスの競争力が高い。中国国内市場で急増する中間所得層こそ日本企業が最も得意とする所得階層の顧客に当たるため、日本企業の優位性が高まっていると考えられる。

それに加え、①日本は欧米諸国に比べて人口密度が高く、中国の大都市のニーズに合った製品・サービス（コンビニ、コンパクトな住宅およびそれに合う家電、地下街等）が得意分野であること、②同じ東洋文化圏にあるため、介護サービス等において生活文化面での親和性が高いこと、③地理的な距離の近さなども日本企業の競争力を高めていると見られる。

②日本企業と欧米企業のマーケティング力の違いが引き起こした現象

とは言え、もし日本企業が高いマーケティング力を持っていれば、中間所得層がこれほど増加する前の段階でも中国市場のニーズを的確に把握し、それに合わせた製品・サービスを供給し、好業績を上げていたはずである。

一方、欧米企業は以前から高いマーケティング力を発揮し、好業績を上げていた。しかし、この2～3年、中国政府が打ち出す突然の政策変更や規制強化によるビジネスへのダメージ、中国企業の製品競争力向上による競合関係の強まりなどの要因を背景に、中国市場に対する見方が以前に比べて慎重化、消極化の方向へと向かっている。

これに対して、日本企業は、得意分野である中間所得層の需要拡大という構造変化のおかげで中国市場に対する積極性が徐々に強まり、本年入り後、それが一層顕著となり、欧米企業と逆方向に向かう傾向を示している。

(3) 欧米企業との対比で指摘される日本企業の課題

以上のような最近の変化は、中国企業の競争力向上、および中国市場における中間所得層の急増という不可逆的な構造変化によるものであるため、今後も日本企業にとって有利な状況は続く可能性が高い。しかし、日本企業の技術面での優位性が低下すれば、欧米企業同様、日本企業も中国での業績が伸び悩み、再び慎重化、消極化へと転じる可能性も十分ある。

今後長期にわたり、中国国内市場での日本企業の優位性を確保し、そうした状況に陥ることを防ぐためには、いくつかの課題を解決する必要がある。

第1に、マーケティング力の向上である。一般的に日本企業のマーケティング力は欧米企業に比べて見劣りする。大部分の日本企業は事業部制を採用しているため、中国でのマーケティングも日本国内にある各事業部が主導している。各事業部では

海外および日本を含むグローバル市場全体を統括することから、中国市場は一部分でしかない。このため、中国市場の把握のために必要な人材が十分投入されておらず、市場ニーズを的確に把握できていないケースが多い。

中国の市場規模は巨大であり、市場ニーズの変化は各国の中でも突出して速く、しかも地域別・所得階層別に多様である。この市場ニーズを一事業部内の限られた人材で的確に把握することはほぼ不可能である。

また、市場ニーズを的確に把握できたとしても、さらに難題が待ち受けている。マーケティングの観点から研究開発、生産、財務、経営企画等本社関連部門に対して迅速な対応を要請しても、各部門は他国に見られない中国特有の市場ニーズの速い変化や多様性に対応しようとしにくいのが通常である。

こうした日本企業の経営の仕組み自体を抜本的に変革しない限り、欧米企業や中国企業と互角に競争できるマーケティング力を持つことはできない。

第2に、応用技術面での研究開発力の向上である。多くの日本企業は、依然として中国現地法人を生産拠点としてのみ位置付けていることが多い。中国市場の変化は極めて速く、地域別、所得階層別にニーズは大きく異なるため、日本からそれを的確に把握することはほぼ不可能である。中国での製品・サービスの高い競争力を保持し続けるためには、中国現地の優秀な人材とともに中国市場のニーズに適合した研究開発力を強化することが必要である。

主要自動車メーカーでは中国に研究開発部門を設置し、中国市場ニーズに合致した製品開発に取り組み、設計、デザイン、生産コスト等の面で競争力を高めることに成功した。しかし、こうした取り組みを実践している日本企業は一部に限られている。多くの企業は十分な基礎技術力を備えているにもかかわらず、市場ニーズにマッチした製品を開発する応用技術の研究開発力が不十分なため、中国での販売を伸ばすことができていない。

第3に、社長および経営陣の経営能力の向上である。上記で述べた2つの課題の克服に必要な組織変革を実行に移させることができるのは通常社長だけである。このため、中国市場での業績は社長の経営手腕に依存する要素が大きい。

欧米企業の社長や役員はヘッドハントによって他社から抜擢されることが多い。このため、1つの企業の経営の在り方を考える際に、他社で経験したことに基づいて異なる視点から考えることができる。しかし、多くの日本企業の社長は生え抜きであるため、他社の経営の在り方と自社の経営を比較することは難しい。ましてや海外の市場においてグローバル企業との比較で自社の経営の在り方を考え直すことはさらに難しい。しかし、その状況を打開しなければ巨大な中国国内市場で勝ち残ることができなくなる。

日本企業の生え抜きの社長でも、自ら積極的に海外の市場に足を運び、自分の目で市場を見て、自分の頭で考え、現地企業の優れた経営者らと直接対話を重ねて、自社の経営を刷新した経営者は存在する。1年に1~2回程度中国を訪問しても、中国市場の理解はできないし、中国企業のすぐれた経営者との人脈も作れない。日

本企業においてこうした課題を認識し、組織変革を実践している社長は多くない。

3. 深圳をモデルとする創新駆動発展戦略と雄安新区

(1) 広東省での創新駆動発展戦略の実践

8月30日の人民日報に、胡春華広東省書記（当時）が「創新駆動発展戦略」、すなわちイノベーション主導型発展戦略に関する論説を掲載した。それによれば、2014年以降、習近平主席は広東省が「創新駆動発展戦略」実施の支柱となることを要求してきた。

その実施のための具体的な施策は「八大措置」として列挙されている。それは、①ハイテク企業の育成、②新型研究開発組織の設立、③企業の技術改善、④インキュベーションシステムの構築、⑤ハイレベルな大学の設立、⑥自主的なコア技術の確立、⑦イノベーション人材部隊の構築、⑧科学技術と金融の融合（フィンテック）などである。

胡春華前広東省書記は、深圳市、広州市および珠江デルタの主要7都市においてこれらを実践に移し、大学や研究所の設立、特許出願件数の大幅増、ベンチャー企業やイノベーションを生み出すハイレベルの人材の育成など、数多くの成果を実現した。

(2) 雄安新区も「創新駆動」型発展を目指す

本年4月に雄安新区構想が発表になった直後に、筆者が中国の地域経済の専門家からその位置づけを聞いた際には、北京から非首都機能（国有企業、卸売市場、教育・研修機関、広域型医療機関、各種協会等サービス組織）を移すことによる首都機能の分散に主眼が置かれていると理解した²。河北省経済発展の促進の拠点としての意味もあると聞いたが、それは付随的な機能に過ぎないとの説明だった。

しかし、今回の出張で雄安新区の場所を実際に訪問したほか、管理委員会と深く関わる専門家に話を聞いたところ、むしろ北京・天津・河北省の協調発展の促進の方に力点が置かれていることがわかってきた。

そこで今回の出張で得られた最新の情報に基づいて、雄安新区の特徴を改めて整理すれば以下の通りである。

◇現在はトウモロコシ畑が広がる農村（最終ページの写真を参照）

◇北京市内から高速道路で雄安新区までの距離は150キロ（交通渋滞がなければ自動車でも2～3時間）。将来は高速鉄道で北京市内から片道30分で到着できるようにする計画。

◇現時点の世界最先端の都市を目指すのではなく、まだ世界のどこにも存在しない

² 詳細は当研究所HPの筆者コラムの「景気下押し圧力は前年に比べて小さく、年間成長率目標達成はほぼ確実<西安・北京・上海出張報告（2017年4月16日～28日）>」のp.13～14を参照。

最先端の都市の建設を目指すというのが習近平主席による指示。

- ◇非首都機能移転以上に重要な機能は、創新駆動＝イノベーション主導型の都市建設を行い、北京・天津・河北省の経済発展をリードすることに置かれている。
- ◇そのために世界レベルで一流の研究機関を誘致することを目指す。たとえば、AI関連技術の集積を目指すことが検討されている模様。
- ◇雄安新区内には工場建設は認めない。シリコンバレー型の研究開発都市の構築を目指す。
- ◇都市設計は環境重視で、陸上の7割を緑地と水とする。
- ◇交通手段はガソリン車を極力制限し、利便性の高い公共交通機関（地下鉄、あるいはAI技術を応用した電気自動車など）による移動を主とすることを目指す。
- ◇住宅の分譲を原則禁止し、住宅はすべて賃貸とする。ただし、そこに住む人材はハイレベルの研究者であるため、快適な住環境を提供できる賃貸住宅を建設する。
- ◇立派な研究者が家族と安心して住めるよう、一流の小中学校を設立し、子供たちにとって十分恵まれた教育環境を用意することを検討中。

雄安新区は以上のような特徴をもつ新型都市の建設を目指しているが、地下鉄等公共交通システムや地下街などの先進的インフラ建設、環境重視型オフィス・住宅建設など、日本企業の得意分野で大きなビジネスチャンスが生まれることが予想される。また、研究部門の進出を決める場合、投資額が大きくならないため、ビジネス的にはリスクが小さい。その一方で、雄安新区に集積する中国を代表する大学や企業の優秀な人材との協力を通じて、中国国内での新たなビジネスチャンスを発掘できる可能性が高まる。

依然中国ビジネスのリスクに対して警戒的な日本企業が多いが、そうした企業にとっても魅力的なビジネスチャンスとなる可能性が期待できるように思われる。

(3) 注目される関連人事の動き

胡春華前広東省書記は、この駆動創新発展戦略は習近平主席が主導する国家の重要プロジェクトであることを強調する。事実、そのことが人事面でも裏付けられているように見える。

胡春華前広東省書記の下で深圳市書記だった馬興瑞氏を広東省の省長に任命し、さらに、深圳市の市長だった許勤氏を河北省の省長に任命した。この人事により、深圳の創新駆動モデルをよく理解する人物が広東省、および河北省とその下の雄安新区を管轄するポストに配置された。

この人事を見れば、深圳を中心として広東省に創新駆動発展戦略を定着させ、同時に、雄安新区を中心として北京・天津・河北省（中国語では「京津冀」）にもそのモデルを応用するといった構想の姿が浮かび上がる。

このモデルはおそらく長江デルタにも応用され、深圳、雄安新区に相当する役割を担うのは上海になると見られている。

以 上

<雄安新区の現在の風景>

