



東アジアビジネスの最新動向 —中国・ASEAN・日本—

2017年12月5日(火)13時からセレストホールで、アジア研究センターのシンポジウム、「東アジアビジネスの最新動向」、サブタイトル「中国・ASEAN・日本」がおこなわれた。現在、アジアは激動している。その中で日本の懸念や可能性は何であるかなど考えながら、アジアがどのように変動しているのかという話を、それぞれの先生方にいただいた。

第一部：司会

秋山 憲治（神奈川大学アジア研究センター所長、神奈川大学経済学部教授）

本日のシンポジウムは第一部と第二部をそれぞれ3限と4限に分け、一部では、初めに、石原先生に、東アジアの現状をお話しいただいて、その中で日本との関係、あるいはアパレルや自動車産業など現状や将来などの話をしてもらいます。

もう一人の報告者は、範先生です。先生は上海で自分の会社を経営して、現地の事情をよく知っています。中国が今どういうふうに変化しているのかという話をしてもらいます。皆さんは中国の大変貌を聞いて、おちおちできないぞという気になるのではないかと思います。

それぞれ報告が終わったら簡単にコメント、あるいは質問をしてもらい、報告の内容を深めたいと考えています。コメンテーターは、魚住先生とグエン先生です。グエン先生はベトナムの方ですが、日本の大学で教鞭を執っています。

日本人の先生は、海外にも長い間駐在した経験がありますし、いろいろと現地調査もされていますから、現地の事情もよく知っています。範先生とグエン先生は、中国、ベトナムの方ですから、自国の話をいろいろと聞けるというふうに考えています。

それでは最初に石原先生にお話を伺いたいと思います。先生、お願いします。



第一部：①報告

「東アジア経済の現状と課題」

石原 伸志（神奈川大学経済学部非常勤講師、東海大学海洋学部客員教授）

きょうは、30分という短い時間ですが、東アジア、特にASEANの現状について、お話ししたいと思います。

1. 我が国の貿易収支の推移

まず、配布した表1の日本の貿易取引額の推移をみてお分かりいただけますように、2011年以降東日本大震災の影響等もあって輸入超過になっていた貿易収支が、2016年は総額1,360,043億円、40,741億円の輸出超過になっています。

また、ここ数年の傾向として、アジア向け輸出は53~56%、アジアからの輸入は年々増加傾向にあり、2016年は全取引の50%になっています。さらに、国別にみると、2016年度の中国向け輸出が大きく落ち込み、ASEAN向けが増加、中国、アセアンからの輸入は増大傾向にあり、いまや中国とASEANを併せた輸出入取引額は全体の40%になっています。

いずれにしても、日本にとっていまやアジアが主要な貿易取引地域になっていることが分かります。

ところで、表1の貿易統計は金額面から見たものですが、これは為替によって変わってくるため、注意する必要があります。しかし、これを表2の実入りコンテナ流動量で見ると、基準が固定されているため貿易取引の推移が良く解ります。

貿易統計でも明らかでしたが、日本発中国、ASEAN向けの輸出は年々減少しており、いまや日本は輸出国ではなくなっていることが分かります。

具体的には、日本から中国向けは2013年の90.5万本から2016年は61.2万本、ASEAN向けは59.9万本から53.7万本に減少しています。また、中国発日本向けは2013年の119.6万本から2016年は119.7万本、ASEAN発日本向けも65.2万本から2016年は65.7万本と微増にすぎません。一方、中国発アセアン向けを見ると、2013年は287.6万本から2016年は324.8万本、ASEAN発中国向けは176.4万本から202.6万本と急増しており、ASEAN／中国間の関係が非常に強まっていることが分かります。なお、ASEAN域内は微減・微増の関係にあります。



表1 貿易収支の推移

単位:億円										
輸 出	2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年	2009年		
総額	700,392	756,139	730,930	697,741	637,475	655,464	673,996	541,706	100.0%	100.0%
アジア	371,098	403,286	395,181	378,665	348,549	366,858	378,274	293,383	53.0%	54.2%
中国	123,622	174,991	174,540	163,055	148,061	163,399	168,102	132,274	17.7%	24.4%
アセアン	103,802	114,949	110,799	108,278	103,277	97,989	98,816	74,992	14.8%	13.8%
その他のアジア	143,674	113,346	109,842	107,332	97,211	105,470	111,356	86,117	20.5%	15.9%
米国	141,431	152,245	136,492	129,281	111,883	100,176	103,739	87,333	20.2%	16.1%
EU	79,821	79,851	75,853	70,001	65,006	76,192	76,158	67,491	11.4%	12.5%
その他	108,042	120,757	123,404	119,794	112,037	112,238	115,825	93,499	15.4%	17.3%

輸 入	2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年	2009年		
総額	659,651	784,055	859,091	812,425	706,886	681,111	607,649	514,993	100.0%	100.0%
アジア	331,883	383,584	386,181	359,715	313,057	303,913	275,111	229,892	50.3%	44.6%
中国	170,153	196,596	193,562	178,190	151,625	147,676	135,489	115,414	25.8%	22.4%
アセアン	100,445	118,432	122,519	114,883	103,055	99,512	88,444	72,676	15.2%	14.1%
その他のアジア	61,285	68,556	70,100	66,662	58,377	56,725	51,178	41,802	9.3%	8.1%
米国	73,084	80,597	75,426	68,148	60,820	59,314	59,114	55,123	11.1%	10.7%
EU	81,361	86,249	81,687	76,489	66,418	64,110	58,210	55,176	12.3%	10.7%
その他	173,323	233,625	315,797	308,073	266,591	253,774	215,214	174,802	26.2%	33.9%

出所：財務省貿易概況

表2 コンテナ流動量

		輸入国(単位:TEU)				
		日本向け	韓国向け	中国向け	アセアン向け	輸入国全体
日本発	2013	-	174,159	905,309	599,161	1,875,427
	2014	-	148,549	824,410	574,608	1,782,954
	2015	-	158,341	759,824	590,897	1,731,928
	2016	-	131,398	612,215	537,621	1,475,860
韓国発	2013	221,101	-	549,676	637,211	1,490,582
	2014	186,814	-	516,719	600,254	1,395,773
	2015	202,027	-	501,119	603,209	1,386,936
	2016	185,725	-	453,460	552,241	1,268,145
中国発	2013	1,196,046	610,051	79,310	2,876,921	5,171,216
	2014	1,174,552	631,565	76,105	3,106,406	5,406,295
	2015	1,165,812	658,061	61,734	3,435,583	5,710,621
	2016	1,197,745	595,106	72,711	3,248,909	5,482,574
アセアン発	2013	652,656	460,513	1,764,531	1,349,176	4,535,872
	2014	667,604	518,799	1,861,446	1,402,221	4,774,663
	2015	687,456	519,973	1,946,887	1,499,882	4,973,802
	2016	657,167	446,426	2,026,079	1,299,396	4,394,244

*輸入国総計は、日本、韓国、中国（香港含む）、台湾、ブルネイ、ラオスを除くアセアン8か国である。

*アジア域内全体の2013年の荷動量は14,156,989TEU（前年比5.0%増）、2014年は14,429,202TEU（同1.9%増）、2015年は14,794,815TEU（同2.5%増）、2016年は13,532,866TEU（同8.5%減）である。

*出所：IADAのデータを下に筆者作成。

2. ASEANの現状

次に、本日のメインテーマでありますASEANについてお話しします。

ASEAN10カ国とは、今さら説明する必要もないと思いますが、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ブルネイ、ベトナム、ラオス、カンボジア、ミャンマーを指します。

中国の人口が約13億、インドが12億、これにASEANの6.4億を併せると31億、世界の人口が約70億ですから、この地域に世界人口の約40%が集まっているわけで、NAFTAやEUと比較しても、非常に大きな市場としても期待できるというわけです。

3. 生産拠点の推移

ところで、ロジスティクスを考える時に重要なことは産業別に考えることです。また、日本発着の輸出入貨物を見ると、輸出は自動車部品、輸入は衣料品です。そこで、本日は、日系企業も多く進出し一大生産拠点となっているASEANにおける自動車と衣料品産業の現状についてお話しします。

最初に東アジア域内における生産拠点の移転推移をみていきます。

戦後の荒廃した日本経済の復興を支えたのは、米国向けに大量に輸出されていた1ドルブラウスと称する安い衣料品でした。

1960年代になると、工業の発展に伴い、我が国の産業は繊維産業から白物家電やTV産業へとシフトするとともに、輸出主力製品であった衣料品は、日米貿易摩擦や我が国の人件費の高騰、人手不足等もあり、その生産拠点は韓国、台湾、香港等へ、さらに、80年代に入ると、日本の家電産業の生産拠点が韓国、台湾等へシフトされたのに伴い、衣料品の生産拠点はタイ、インドネシア等へシフトされていきました。

ところで、日本とタイ、インドネシア、マレーシア等との関係が一大転換を迎えるきっかけとなったのは1985年のプラザ合意です。このプラザ合意を機に始まった急激な円高の影響によって、日本では「ものが作れない」ということになり、日本の家電産業を筆頭にその生産拠点を一斉にタイ、マレーシア、

インドネシア等へシフトさせました。これがいまでも続いている「産業の空洞化」という現象です。

さらに、90年代後半になると、今度はASEANの人件費の高騰や97年のアジア通貨危機、中国華東地区を中心にして、安くて豊富な労働力があつたことから、衣料品の生産拠点は中国にシフトされました。もっとも、中国には、80年代後半から委託加工貿易に基づく衣料品の縫製作業が盛んに行われていたということもあります。

ところが、2005年頃になると、今度は中国沿海部の人件費の高騰と人手不足、2012年の尖閣諸島問題でも顕著にみられた反日暴動や工場ストライキ、中国政府によるハイテック産業への支援政策転換等もあり、中国で労働集約型の衣料品のようなものは作れなくなったことから、安い人件費を求めて、中国系企業がCLMVであるカンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナム及びバングラデシュへ工場そのものをシフトするようになりました。これが俗にいう「チャイナプラスワン」と称される現象です。

一方、自動車のような装置型産業は、部品産業が集積しているタイ、インドネシアに集約されていったわけです。

4. CLMVが注目されている理由

次に、いまCLMVが注目されている理由についてお話しします。

一番目は、先ほどご説明しましたが、中国沿海部の人件費の高騰と人手不足、尖閣諸島に代表される反日暴動や工場ストライキ等によって、労働集約型産業は安い人件費を求めてベトナム、カンボジア等に生産拠点が移転されているということです。

これは日系企業が移しているのではなく、中国の繊維企業が、中国ではもうモノが作れないということで、中国系企業がベトナム、カンボジア等に工場を移してきているわけです。

二番目は、タイの人件費の高騰です。2017年1月から、1日310バーツ、日本円で約960円になりました。これは、多分皆さんの1時間当たりのアルバイト代よりも安いと思いますが、それでも、タイでは人件費が高くてものが作れない。さらに、人手不足という問題も起きているわけです。

そこで出てきたのが、「タイプラスワン」という現象です。ここでご注意いただきたいことは、「タイプラスワン」と「チャイナプラスワン」は違うということです。どう違うかということ、チャイナプラスワンは、生産工場そのものを中国から他の国に移すことですが、タイプラスワンには、幾つかの考え方がありますが、代表的な考え方は「工程間分業」です。例えば、5工程あるとすれば、最初と最後の仕上げ工程はタイで行い、中工程の2、3、4は人件費の安いカンボジア等で作って、一つの製品に仕上げるという工程間分業のことです。現在タイとカンボジアとの間で、ワイヤーハーネスのような労働集約型の自動車部品がタイプラスワンで作られています。

三番目は、2015年末のASEAN経済共同体(AEC)の発足、東西経済回廊、南部経済回廊等のインフラが整備されて、海上輸送と比較して陸上輸送のほうが短縮されたこと。

四番目は、日本の特惠関税が緩和されたことで、カンボジアやラオス、ミャンマー、ベトナム等からの衣料品などは特惠関税を使って輸入しやすくなったこと。

五番目は、ベトナムは95年にASEANに、2007年にWTOに加盟して、積極的に輸出振興策を取ってきていること。また、ミャンマーは2017年10月の総選挙で、軍事政権から民主化政権に移行したことで、欧米諸国による経済制裁の解除。これに伴い、日本政府によるティラワ工業団地やダウエイ等への支援がなされていること。

六番目は、GMS各国の首都圏では、GDPが伸びていること。

七番目は、ASEANと中国、韓国、日本、インド等とFTAが発効していること。

八番目は、人口6.4億という潜在的市場としての魅力です。

ただ、ここで非常に気になりますのは、ミャンマー、フィリピン、タイ、ベトナム、カンボジアのいずれの国も中国寄りの政策を取り、中国との関係が強まってきていることです。

次にご注意いただきたいことは、国全体のGDPは低いのですが、都市圏のGDPは高いということ

す。例えば、タイの GDP は 5,700 ドルですが、バンコクは 1 万 4,000 ドルです。また、インドネシアは 3,475 ドルですが、ジャカルタは、1 万 1,000 ドルです。そのため、首都圏と地方では消費構造が全く異なるということです。

GDP が 3,000 ドルを超えると、自動車が売れると言われています。また、女性ドライバーが増えると活動範囲が広がり、生活水準が上がり、より高いものが売れるようになります。

従って、単に国単位の統計を見るのではなく、地域ごとに考えることが重要だということです。

5. 衣料品産業の現状

次に、本日のテーマの一つである衣料品について考えてみたいと思います。

日本における衣料品の輸入浸透率は 97% で、最近是中国からの輸入が年々減少、ベトナム、インドネシア、バングラデシュ等からの輸入が増えてきています。これは、衣料品に対する国内の家計支出が減って、売れていないため、少しでも安いものを仕入れる必要があるからです。

現在の衣料品の流れは、国内の衣料品小売店が国内の衣料品メーカーに発注すると、彼らは中国の生地メーカーにベトナムやミャンマー向けに生地等を送付するよう指示します。生地は、安い人件費を使って、そこで縫製加工されて、製品を日本に持ってくるという国際水平分業が盛んに行われている産業です。

衣料品は、カジュアル衣料、ファッション衣料、ソリッド衣料に分類されます。

まず、流行を創っている企業の代表であるユニクロが扱っているカジュアル衣料は、少アイテム、大量発注、大量生産によって少しでも安く作ろうとしているため、重視しているのはコストです。従って、安い人件費を求めて、ベトナム、カンボジア、ミャンマー、バングラデシュという形で生産拠点を南下させていきます。一方、ZARA やしまむらのような流行を追っているファッション衣料は、「衣料品の生鮮化」とよく称されますが、「今何が売れているか」ということを見て、企画、発注、生産をしていることから、いかに短時間で市場投入できるかが勝負ということになります。従って、彼らが重視しているのは時間ということになります。

そのため、発注数量が少なく、多品種・少量発注を行い、リードタイムが非常に重要になってくるわけで、「売り切れご免」が基本方針です。そこで、中国の人件費がいくら上がっても、中国から他の国に生産拠点を移すことができないのが実情だといえます。

最後のソリッド衣料は、下着類のような薄利多売の商品で、現在中国東北部、中国の奥地等の人件費の安い地域で生産されています。

先ほど、新たな衣料品の生産拠点として、「チャイナプラスワン」という話を致しました。

CLMV の課題は、川上の原材料産業がないため、材料の生地等は輸入しているため、CLMV の魅力は安い人件費を活用した縫製加工しかありません。そこで、今後川上産業の誘致が非常に重要になってきているわけです。そこで、改めて、「チャイナプラスワン」を考えてみると、中国の奥地に入ると人件費が安いし、日本までのリードタイムも短いことから、「チャイナプラスワン」のワンは中国の東北部や中国の奥地が新たな生産拠点として注目されているわけです。

6. 自動車産業の現状

次は、自動車です。

2016 年の世界第一位の自動車生産国は中国で 2,800 万台、日本は第三位で 920 万台ですから、中国がいに多くの自動車を生産しているか、お分かりいただけだと思います。

ASEAN では、タイが 194 万台、インドネシアが 117 万台で二大生産拠点となっています。

ところで、モノ造りには、エンジン自動車のようなインテグラル（摺合わせ）型とパソコンやスマホのようなモジュラー型（組合せ型）の産業があります。

いまの自動車業界のキーワードは、自動運転、ライドシェア、EV車ですが、今後EV車が普及してくると、日本が得意とするインテグラル型からモジュラー型に代わってくるため、日本の自動車業界はすっかり変わってしまう可能性があるということです。

従来のガソリン車では約3万点あった部品点数が、EV車になるとエンジン部分や駆動・伝達・操縦部品等の約3分の1の部品が不要になるということです。そうすると、プレイヤー変更となり、日本の多くの自動車部品業界が淘汰される可能性があるということで、今からどう対応するか考えておくことが大事な問題になってきているということです。

ASEANにおける日本の自動車業界の将来ですが、日本はロビー活動が下手なことから、今のままでは、将来性は暗いということです。今後欧州車と日本車による完成車の戦いの主戦場はインド、中国、ASEANで、品質ではなく、コスト勝負になると予想されています。また、アジアにおけるEV車は最後になるだろうとも予想されています。ただし、2018年には中国の上海汽車がフォルクスワーゲンと組んでタイで自動車生産を開始する予定です。その時、もし彼らが本気になってEV車に乗り出してきたら、ASEANにおける日本の自動車産業は壊滅するだろうと、先日お会いした某大手部品メーカーの方がはっきりおっしゃっていました。

ですから、EV車の将来を見極めることが大事だということになります。

7. まとめ

本日のまとめですが、ロジスティック、サプライチェーン、マーケティングは、やはり統括的、産業別、企業別、国別に考える必要があります。また、現地調査による情報収集も重要です。近視眼ではなく、中・長期的視野から捉えることも重要です。また、今後FTAがますます重要になってきます。そこで、ASEANは生産拠点としてだけでなく、市場としてもこれからは大事だということです。

最後に、ASEANにおける生産拠点は日本の拠点を含めてグローバル・サプライチェーンの一環として統合的に考える一方で、市場としてのASEANをどう考えるか、FTAを活用してどう他地域を攻めていくのかということを考える必要があるということで、私の本日の話を終わりにしたいと思います。

ご清聴ありがとうございました。

秋山：ありがとうございました。皆さんにあと10年後、20年後、日本がどうなっているのかということを考えていただきたい。今日本の自動車産業は、だんだん難しい局面にきているということなので、ある意味では深刻に受け止めていただきたい。

それでは、次の報告者として、範先生をお願いします。中国の現状を、今どうなっているのかということ非常に分かりやすくお話ししてくれると思います。先生、よろしくをお願いします。

第一部：②報告

「新時代の中国及び日本企業のチャンス」

範 文勝（常熟グリーン智能製造技術イノベーションセンター理事長、常熟自動車産業園区管理公司 社長）

ただいまご紹介いただきました、中国からまいりました範と申します。どうぞよろしくをお願いします。実は、2カ月前に秋山先生から、アジア研究センターで中国の最新事情について話してくれというお話がありました。私が中国のビジネス最前線で、また日本といろいろな



ビジネスを20年近く日本企業と一緒にやってきましたので、経験に基づいてお話ししたいと思います。

まずちょっと質問させていただきたいのですが、皆さまの中で、中国に行ったことがある人は挙手してください。わずかですね。ちょっとびっくりです。では、中国語を第2外国語として選んだ方も、これも少ない。皆さんは中国に関する情報が少ないかもしれませんね。本日のテーマが、「新時代の中国および日本企業のチャンス」ということです。中国が大きく変化しているというお話をします。

本日、私はまず新時代という言葉 皆さんに覚えていただきたいと思います。なぜ新時代という言葉が重要かという、これからわれわれはどういう時代に直面するか。きょうは私がこれから30分話す内容を何も覚えなくても、この新時代という言葉だけ覚えて帰っていただければ、きょうの午後の価値はあったと思います。

まず、私の故郷は、上海近辺の町である蘇州です。私は1970年少し前の生まれですが、私の生まれ故郷はどういうふうに変わってきたかという写真を皆さんに見せます。これが1960年代の蘇州の駅です。毛沢東、毛主席ばんざいという看板もあって、こういう古い建物が蘇州の駅です。実はこの駅が何となく日本の東京駅に似ているなどと思いませんか。これが実は、1930年代、日本と中国が戦争のとき、日本軍によって設計されて造られた駅なのです。60年代でも、そのまま使っていました。

次に、1980年代の蘇州です。次に90年代。90年代は、ちょうど私が中国を離れて日本に留学に来ました。そのとき、中国と日本には大きな格差がありました。しかし、次のスライドが、現在の中国、蘇州です。これは蘇州の駅です。蘇州はもう高層ビルばかりで、多分日本の横浜と比べても全然遜色のない町に変貌してきました。さあ、新時代、ニューエラという言葉覚えていただきたい。なぜかという、2つの理由があります。

1つが、グローバル経済というのは、新時代に突入したと言えると思います。もう一つが、中国経済も新時代に突入したのです。なぜグローバル経済が新時代に突入したのか。2つの理由があります。1つが、まず今まで世界各国、例えばアメリカ、例えばEU、例えば日本、全部金融緩和で一生懸命お金を印刷して経済を刺激してきました。それもそろそろできなくなってしまったという時代になってきました。

もう一つが、今まで、第2次世界大戦終了のあと、グローバリゼーションという言葉は、私が勉強したときに秋山先生が講義でかなり言っていました。グローバリゼーションだ、多国籍企業による進出だ、国際貿易だという理論ばかり勉強してきました。ただし、今アメリカのトランプ政権が、反グローバリズムです。日本でも、アベノミクスの第2ステージ、デフレ脱却という言葉。各国が全部自分の国が一番と、やはり供給サイド側の競争がさらに激化し、緊迫していくという時代に突入しました。つまり、グローバルエコノミーが新時代に突入した。私はそういうふう認識しています。

もう一つ、今、中国経済は、消費、サービスという両機能で、特に新しいIT技術、またシェアリングエコノミーという言葉で、新しいビジネスモデルが、ニューエコノミーが急成長しています。これは、後ほど詳しい説明をします。

また、中国のオールドエコノミーに代表されるのは、重厚長大型の産業です。これも中国は今かなり苦境で、供給サイドの構造改革を進めています。この新エコノミー、ニューエコノミーとオールドエコノミーが、いかにその改革を通じた構造調整によってこれからの中国の持続的な発展を図っていくことが重要だと認識しています。

なぜアメリカや日本、中国が、それぞれの国が、これから構造改革をやっているのか。GDPにおいては、アメリカは世界ナンバーワン、中国は世界ナンバー2、日本は世界ナンバー3。その三大経済大国がともにこれから構造改革をやっていくということが、やはり一つの新時代に突入したなというふうには私は認識しています。

ちょっと数字を見ますと、今、2017年のIMFのリポートですが、2017年の中国のGDPの成長率が6.8%、アメリカは2.2、日本は0.5というふうには予測されますが、中国は、かなりのスピードです。世界の主要国の名目GDPの推移を見ると、2030年、あともう12~13年ぐらいで、恐らく今の成長率で計算しますと、中国はアメリカを超えて世界ナンバーワンのGDPの国になるのではないかとわれわれは

認識しています。ただ、日本では、専門家が中国崩壊論というふうに言っている方もいらっしゃるかと思うのですが、私は、やはりアメリカには絶対値としては超えるのではないかというふうに認識しています。

中国経済について、まず分析の仕方から入っていきますと、私は2つの重要なポイントがあると思います。1つは、今の中国経済において、どこにリスクがあるのか。いわゆる、日本で中国崩壊論を申し上げている人たちが、中国のリスクはどこにあるかということをもまず分析しないといけない。もう一つは、中国の成長ドライブ、成長の原動力というのはどこにあるかということも、2つの視点で分析しないといけない。

まず1つは、中国のリスクはどこにあるかということ、まず今顕在化してきているのは、金融のリスクです。金融のリスクさえ安定させれば、あとは政治が安定すれば、中国はどんどんやっていくと思います。そのうち、例えば、今中国ではよく言われるのは、不動産バブルで、それも抑制しないといけないです。それは90年代初め頃の日本とよく似ています。もう一つは、中国の人民元です。元が崩壊するのではないかとやっている方もいますが、為替を安定させる。あとは地域政府や国営企業の過剰な債務問題です。それも安定させたい。金融秩序、貨幣、生産また製造も安定していく。この辺が全部金融と絡んでいますので、金融さえ安定すれば、中国経済はしっかりする。

もう一つ分析は、成長ドライブはどこにあるかということです。まず供給サイドで見ますと、中国は今まで30年間、どうやって発展してきたかということ、1つは重厚長大の鉄鋼業や電子産業、家電製品など、どんどん世界に輸出する産業に育ててきました。もう一つが、中国の不動産で、これも中国の柱産業の2つの1つです。

この2つの産業は、これから持続的な発展、中国がさらなる発展をしていくためにはもうそろそろ休まないといけない。新しい産業を原動力としてやっていかないといけない。では、新しい産業とはどういうことですか。ここはもう3大産業を申し上げたいと思います。

1つは、戦略的な新規産業。これがどういうことかということ、例えば、今日本でもやっている人工知能のAIや産業高度化のIOT、新エネルギー、新材料、そういうことが戦略的な新規産業と申し上げたいと思います。もう一つは、サービス産業。サービス産業でいいますと、中国はもう既に消費がGDPにかなり寄与している。国内の1人当たりのGDPも、かなり高い水準に来ている。特に上海、北京などの大都市は、日本並みの消費レベルまで来ている。そういうサービス産業が、これから本当に中国のGDPを支えていきます。

またさらにこれだけでは足りない。先端製造業です。例えば、航空機産業、半導体産業、ロボット産業など、中国がこれから経済構造を調整していく上で、柱産業として、政府としてもやっていきたいと考えている。

もう一つは、今までの成長方式はどういう方式でやってきたかということ、今まではヒト・モノ・カネ、いわゆる経済成長の三要素ですが、中国はこれからどうやっていくのか。ヒト・モノ・カネの投入だけでは、もう中国の成長はできない。ではどういうふうに成長するかということ、今政府が推進しているのは、イノベーション型の経済成長です。いわゆる、製品のサービス、そしてビジネスモデルのイノベーション、製品のイノベーション、技術のイノベーション、中国はそういうことをどんどん新しい原動力としてやっていこうとしています。

さらに、対外開放政策です。今まで40年近くやってきましたが、さらにもう輸出は見込めないでしょう。海外からアメリカからもパッシングされているし、もうこれ以上輸出はできない。では、もう一つ、外資の導入ですが、外資の導入も中国は何でも自分でできてしまっているから、もうそろそろ日本企業も中国に来なくなっています。ではどうするか。対外開放政策においても、新たな視点で、いわゆる第3次グローバル化で、資本、技術、一帯一路を通じて、グローバル的に再配置していく。中国企業もこれから海外に出ていく。中国企業も日本に進出する。中国企業もアフリカ、ヨーロッパ、インドにも進出していきます。

最後に、もう一つの視点、経済体制の改革です。国営企業の改革は何十年前からも言われていますが、

まだできていない。その国営企業の改革もしっかりとやっけていかないといけない。また、いわゆる生態文明で、環境問題などです。よく中国に旅行に行かれる方が、中国はスモッグが、PM2.5 がすごい、空気が汚い、水も汚いと言われますが、最近では習近平さんが、自らトイレ革命という言葉を使って、要は中国で、きれいな空気、きれいな水を庶民に提供するのだ、トイレもきれいにしようというキャンペーンを今中国は大々的にやっています。

もう一つが、中国の経済の格差、地域の格差も、このグラフでよく浮き彫りにされます。例えば、北京、上海などの大都市は、1人当たりのGDPが、もう2万ドル近くまで来ていますが、地方では、まだ5,000ドルは超えていない。経済格差が相当あるということが言えるかと思えます。しかし、中国全体のGDPでは、12兆ドルベースで、日本は4兆です。省ベースで中国を見てみますと、例えば広東省など、私がいる江蘇省などは、日本の近畿圏や中京圏、大阪、香港などよりも断然規模が大きいことが分かります。

先ほど、石原先生が自動車の話をしていましたが、自動車は怎么样了かということ、世界自動車市場における国別のシェアですが、2016年は、中国が既に30%のシェアを示しています。アメリカは19%、日本は5.2%です。ということは、中国はいかに大きな自動車マーケットが存在しているかと言えると思えます。

また消費の視点から見ますと、中国の消費構造はかなり変化してきている。今まではものについての消費ですが、これからはサービスです。例えば、観光やオンラインゲームなどです。中国の若い人は皆さんと同じく携帯ゲームとかを楽しんでいます。国内の観光もどんどん伸びています。外売り、フードデリバリーも、どんどん今成長しています。消費がどんどんトレンドとしてものからサービスにシフトしています。また消費の構造変化も、量から質へと移っています。

例えば、これも面白いのですが、中国の消費者がどんどん健康や高級感、安全性、機能性、画質など、より質のいいものを選んで今消費しています。これも全部日本企業にとってはチャンスがあります。日本はいいものをつくるからです。

中国の今の共産党の新しい政策として、特に第19回党大会の政治報告ですが、みなさんは興味がないかもしれませんが、目標だけ申し上げたい。いわゆる、中国は2021年までに、ややゆとりのある経済・社会の全面的な実現、2035年は、社会主義の近代化を基本的に実現する。2049年は、これはもう社会主義近代国家で強国になるということを示しています。

最近の政策は、先ほど私がマクロの2つの視点から出てきていますが、1つが、サプライサイド改革の進化、新型国家の建設の加速、もう一つは、地域の格差の調和的な発展、さらに、全面的な開放の新しい枠組み、いわゆる一帯一路です。

先ほど申し上げました先端製造業の育成ということは、中国は2015年から、中国製造2025という大キャンペーンの中で進めています。これについて、中国も今製造大国から製造強国になるということが言えるかと思えます。間違いなく、これからメイド・イン・チャイナから、中国でクリエイティブ・イン・チャイナ、デザイン・イン・チャイナということになるかと思えます。

また中国のスピードです。よく中国は高速道路についても、何でも早いスピードで造れるという話は日本の方がよく言われますが、これからは中国の速度、中国のスピードから、中国の品質、メイド・イン・チャイナはいいものですねというふうに言われたいと、それに向けて今全国的に頑張っています。もう一つが、中国製品から中国ブランドへ。メイド・イン・チャイナのブランドは日本並みにドイツ並みに、世界で売られるということを目指して、中国の民間企業、国営企業も一生懸命頑張っています。

中国製の2025年の重点分野を見てみると、実は日本で今進んでいるものとはほぼ似ているところまで来ていると言えるかと思えます。もう一つが、インターネットプラスです。インターネットプラスは、日本でも今同じく進めています。クラウドビジネスやAIなど、日本のテレビをつければ毎週のようにテレビで報道されていると思えます。中国も同じです。

これは日本ではよくアベノミクスと言われますが、中国では、習近平経済学、シーエコノミクスと言われます。この主な要点というのは、ここで私が3つにまとめています。1つが、量より質。数量より

も質を重視です。もう一つが、マーケットの手です。市場の見えざる手も経済学ではよく言われますが、中国では、見えざる手に、プラス政府の手です。中国は共産党の一党支配の国ですから、政府が力強く、政府の手プラス市場の手で経済をサポートしていくということです。最後に、やはり供給サイドの構造改革を進めていきます。これがいわゆる習近平経済学ということで中国で今どんどん進めています。

今後の展望について、先ほども既に触れましたが、本当にリスクの防止、特に金融政策の防止です。改革の重点に置いています。もう一つが、今まではGDPが毎年6.5、7、8%という数値目標を設定してやってきましたが、これからは中期的には経済目標はもう設定しない、数字よりも質だというふうに言われています。実際なぜ設定しないかというもう一つの理由は、大体今まで中国は、経済の7%を達成するために、民間部分の消費が足りなかったら公共投資で補った。ただし、今は地方債務がどんどん過剰になっていまして、これ以上の公共投資はできない。ではどうしますかと。実際に中国は内需の拡大で、民間の消費がもう既にGDPの半分以上を示しています。だから、数値目標をあえて設定しなくても、ちゃんと6%の目標到達はできると、政府はそういう自信を持っています。

最後のまとめですが、私が先ほど申し上げましたが、新時代というのは、新しいチャンスというふうには私は認識しています。皆さんともシェアしたい。また、新時代においては、新しい知恵、新の知恵、新の動力、新のドライブが必要です。新時代において、中国ではどういうビジネスチャンスがあるか。3点あります。

1つが、イノベーション型の創業は成功のチャンスです。中国の学生さんが今どういうことを考えるかということ、いい就職がしたいのはもちろんですが、皆さんの興味があるのは、自分がベンチャーをつくっていく、自分がスタートアップをしていくということです。アメリカのシリコンバレーみたいに、社長になりたいという大学生がいっぱいいるのです。今どんどん皆さんは頑張っています。だから、もう中国においては、イノベーションによる創業は、今は大学生までどんどんやっています。そのための政府の支援、大学の支援、中国の大学は必ずインキュベーション施設がそろっています。インキュベーションのファンド、ベンチャーキャピタル、援助投資も全部できる。そういうことは日本もどんどんやっていかないといけないと思います。

もう一つが、ライフスタイルの変化で、良いもの、良いサービスを提供できる企業にとってはチャンスです。では、日本企業にとってどういうチャンスがあるかということ、私はここで3点挙げています。1つは、中国は高品質の内需に対応するために、日本の良い商品、技術、サービスの進出はチャンスがある。例えば、日本の素晴らしい病院。中国人が、最近は健康診断のために日本に来ます。そういう健康診断施設はどんどん中国に持っていけばいい。

2つ目は観光誘致で、中国の富裕層をどんどん日本に連れてきて、日本の病院、日本の人間ドックを受けなさいと。また、美容だ、外食だ、ファッションだ、日本の温泉、旅館もどんどん皆さんに楽しんでいただく。そういうビジネスはかなり日本でもチャンスがあるのではないかと思います。

3つ目が、インフラの投資、環境分野です。例えば、中国と日本の企業が連携して、例えば、今中国は環境、省エネ関係は、日本は一流のごみ焼却処理技術や水処理技術を持っていますので、そういうところで、一帯一路に併せて、中国企業と一緒にできるのではないかと、パートナーシップが組めるのではないかとこのように私は認識しています。また、さらに一帯一路に併せて、昨日経団連の会長もおっしゃったのですが、第3国に進出するにあたってチャンスもあると思います。日本政府はそのための支援も今準備しているということはニュースで報道されています。

次に、写真を使い、中国の最近のビジネス事情を紹介します。まず、スマホ決済です。アリペイ、テンセントペイ、ウィーチャットペイ、これが日本でも、ビッグカメラへ行けば全部できます。ヨドバシカメラの買い物も、ウィーチャットペイとアリペイは全部できます。こういうことは、日本が実は十数年前にスタートしようとしてやったのですが、なかなかいろいろな規制があり、広がらなかった。しかし、中国ではスマホにより一気に普及し日本よりは進んでいます。極端に言うと、道端のこじきだつてQRカードを持っています。われわれは小銭を持っていませんから、ピッとやれば1,000円、100円差し上げることができるのです。

中国のネットショッピング、eコマースはもうすごいです。シェア自転車、自動車もシェアリング。シェアリングエコノミーも、アメリカよりも中国のほうがどんどん発展していると思います。例えば、スマホによる配車、タクシーを呼ぶとき、われわれは今スマホで解決できます。本当のキャッシュレス社会が中国では実現していると思います。

また、先ほど、石原先生からEVという話が出ていますが、中国の車もEVシフトと同時に、自動車シェアリングもスタートしています。あとは食事のデリバリー。オフィスにいながら、携帯一本で指示を出せば、コーヒーも配達してくれるし、コーヒーの中でも砂糖入り、砂糖要らないなど全部スマホで注文が可能です。自動販売機も、今はお金を入れず携帯で買える自動販売機が、中国でどんどん進んでいます。

海外旅行が盛んです。中国人も最近、上海、北京などの1人当たりのGDPは2万ドルですから、海外旅行にもどんどん行っています。今年の国慶節の1週間の間に、600万人が海外旅行に出掛けました。その半分が日本に来ています。だから、銀座、大阪の梅田に行けば、中国語ばかりです。また、中国では無人店舗のコンビニをどんどん進めています。顔パス、顔認証の店。そういう新時代になっています。デジタル技術がどんどん入り込んで、社会を活性化させています。

なぜ中国は持続的に発展ができるかと最後にまとめますが、実は中国は豊富な人材がいると私は思っています。なぜ豊富な人材がいるかというと、海外留学組、いわゆる回帰と言われますが、アメリカ、ドイツ、イギリス、オーストラリア、日本に留学に来て、いろいろな情報や技術を持ち帰って、新時代のベンチャーをつくってやっています。そして、国民の素質も、今の改革、開放および都市化によって向上している。また中国は貯蓄率も高いので、豊富な物的資本もあります。また、最後に中国マーケットは外資にとって依然として魅力的であることは言うまでもありません。

最後に、ここであえて問題提起したいのは、日本はこれから将来を背負っていく大学生がどんどん海外に留学に行かないと遅れてしまいます。特にアメリカと中国、私はここで、ぜひ皆さんがアメリカと中国、少なくとも1カ国に留学してほしいと思います。皆さんのためになります。中国の新時代は、日本にもチャンスとなります。世界の新たなチャンスです。われわれはより良い新しい中国を作ろうとしています。一緒に頑張っていきたいと思います。ありがとうございました。

第一部：コメント

秋山：ちょっとショックを受けた人もいるかもしれませんが、私も中国に1990年代からしばしば行っていますが、今の報告は、オーバーに煽ったわけではなくて、現実の話です。ただ、中国は13億人もいるわけですから、今の話は沿海部の大都市圏の話かもしれませんが、日本もおちおちしていられないぞという気持ちになります。

それでは次に、コメンテーターの魚住先生とグエン先生にちょっとお話を伺いたいと思います。

魚住：まず石原先生のご発表で、学生諸君と共有したいのが、ASEAN、中国、インドというのは、世界人口70億人のうち、約40%と占める大市場であり、これからのポテンシャルも含めて非常に重要なマーケットになっていくという点、一方で些かショックだったのが、自動車産業が電気自動車によって大きく構造が変わろうとしていて、日本企業は若干それに遅れているという点等です。

また、最後の石原先生のコメントで大変興味深かった点は、中国、インド、ASEANはFTA、自由貿易協定がこれから更に大事になるということです。これらの国々は東アジア包括的経済連携協定、RCEPのメンバー国で、新聞には日本含め関係国は2017年中の大筋合意は諦めたとしても、2018年には何とかまとめた意向と報道されていますが、石原先生のご見解として、この可能性をお聞かせ頂く存じます。

範先生のお話は、中国では構造改革が進行中というのが大変印象的で、また今後中国企業が、中国以外の国々へ進出していくということも大変興味深かったです。中国は、現在、アメリカと並んで世界一

の貿易国になりました。しかし、まだ直接投資の面では、アメリカが世界のシェアの20%に対し、中国は日本と並んで8%程度に止まっています。今後中国による対外直接投資が増加すると思いますが、そうすると中国にとっては通貨である元が強くなる方が有難いと思いますので、為替は元高に誘導されていくのでは、と思いますが、範先生のご見解をお聞きしたいと思います。

秋山：それでは、グエン先生、お願いします。

グエン：広島修道大学のグエンです。まず、石原先生のお話ですが、日本の産業は繊維産業から家電産業へとシフトして近代化していきました。その間、繊維産業の生産拠点は日本から韓国、台湾、香港などへ移転してきました。その後、日本の家電産業の生産拠点が韓国や台湾などへシフトされたとともに、縫製品の生産拠点はタイ、インドネシアなどへシフトされていきました。いわゆる、「キャッチアップ型工業化」のモデルがアジア諸国で実現されたわけです。その発展モデルはまた、中国、ベトナム、ミャンマー、カンボジア、ラオスに行われて、自分の国の経済発展をさせていたわけです。しかし、このごろになると、ベトナム、ミャンマー、カンボジアなどの後発国は単なる「キャッチアップ型工業化」をすれば経済発展をさせるのが難しいと思われまます。今後は、ASEAN 経済共同体や RCEP などのような形で各国が連携しないと経済発展が難しいじゃないかと思いますが、この点についてどのように考えていらっしゃいますか。簡単に教えていただければと存じます。

範先生の話で印象に残っているのは、中国が新時代に突入しまして、まさに中国経済が著しく経済成長しまして、世界トップになっていくというわけですが…今まで、中国経済の発展モデルをみると労働力や資本を投入すれば経済成長していきました。いわゆる、生産性の上昇ではなく量的投入による成長です。今後、イノベーションはキーワードになると思います。しかし、中国は今までイノベーションが得意な領域ではなく、これから短期間でどういう形でイノベーションを起こしていくのでしょうか。それは一点目をお伺いしたいです。

二点目は中国の貧富格差についてお伺いしたいです。先、範先生のお話の中で上海でのファッションショーのチケットが200万円だったでしょうね。これは格差象徴の一つだと思います。貧富格差が拡大していくと社会にとっては非常に大きなリスクになります。中国だけではなく、発展途上国が抱えている問題ですが、それは貧困から中所得国になることが出来るのですが、中所得国を抜けるのはなかなか難しいです。いわゆる、中国も中所得国の罠にかかってしまうじゃないかと思いますが、この点についてご見解を教えていただければ幸いです。私からは以上です。

秋山：時間の関係上、フロアの人から質問を受けてから、お答えをいただきたい。質問のある方は手を挙げてください。いい機会ですから遠慮なしにどうぞ。

フロア：範先生に伺いたします。お話ありがとうございました。中国でイノベーションが加速する一方で、日本ではなかなか進んでいない現状があると僕は思っています。そもそも中国で新たなITや、先端産業のイノベーションが起こる理由というか、どういった政策や経済の状況の中で、新たなイノベーションが起こるのか原因などそういったものを教えていただきたいです。

秋山：ほかにはいかがでしょうか。よろしいですか。それでは、簡単にお答え願います。

石原：私は、米国が抜けてTPPの領域が縮小した現在では、RCEPの成立が非常に重要だと思っています。特に中国、韓国、日本という3国間の貿易協定の成立が難しい中で、RCEPの存在は非常に大きいわけです。ただ、RCEPについては、TPPの成立を恐れた中国が積極的だったわけですが、米国が抜けた現在では、国営企業の問題等もあり、中国の意欲も一歩後退したという報道もあります。

また、2018年度で中国、タイ等からの特惠関税が廃止されます。タイについては、日本は、日本／タイEPA (JTEPA)、日本／ASEAN EPA (AJCEP) がありますから、特惠関税が廃止されても余り影響を受けませんが、中国との間には何もありません。そこで、RCEPを待っている日本企業は多いわけです。

次に、企業のグローバル化の問題ですが、「日本企業は、日本村にこもりすぎている」ということです。日本企業は日本人しか相手にできていません。もっと積極的に外資系企業相手に打って出るべきだと思います。

日本企業は、この壁が破れない限りは、真のイノベーションやグローバルゼーションは生まれてこないと思っています。

秋山：では、範先生、お願いします。

範：ありがとうございます。それでは、まず魚住先生からの元高になるのではないかというお話ですが、私は逆に、今年そして来年にかけては、基本的に元安傾向にあると思います。なぜかという、先ほどはちょっと時間の制約で飛ばしましたが、実際に昨年は中国人民元が実は6.9%元安になりました。ただ、その元安の原因の1つが、中国企業の海外進出です。ただ海外進出も今は、日本の1980年代の海外進出と同じくあまり経験がないので、たくさんの大手企業がヨーロッパのACミランなどのサッカーチームを買ったり、ニューヨークの高級ホテルを買収したりなど、そういう下手な海外進出をしてきたわけです。それをもってかなり元安が進行しました。

もう一つが、中国の不動産価格です。これからバブルが崩壊するのではないかという皆さんの心配もありまして、元安につながったのです。ただ、その後すぐ金融リスクを抑えるために、やはり為替が安定していくということが必要で、中国政府はすぐに動いています。今は中国系企業の海外投資について、技術的な進出以外は一切認めないという外貨規制がかかっています。それによって、外貨準備高が今徐々に戻ってきて、また為替も元高に少し戻ってきているのです。ただ、これからの1年をかけて元安の傾向は、私は変わらないと思います。

次に、先ほどのグエン先生の質問で、昔から言われていますが、イノベーションはどうやって中国が今実現できるかという質問がありましたが、それは先ほどの学生さんの質問とほぼ似ているので、一緒に回答します。

イノベーションがなぜ中国で今できるかという、1つが、中国政府がかなりリーダーシップをもってそのイノベーションを推進しようとしています。さらに、たくさんのアメリカ留学からの帰国者がいます。アメリカ流のファンドやベンチャーキャピタル投資などのIT産業の新貴族と言われているような中国人の華僑も中国に戻ってきて、かなりアメリカ流にITだけではなくいろいろな分野において、アメリカ流のベンチャーキャピタルを持って今やっています。

もう一つは、政府ファンドです。中国政府だけではなく地域政府も一生懸命、科学技術を持った人たちがイノベーションできるような体制づくり、支援策を打ち立てています。例えば、上海や蘇州などの金を持っている地方政府は、どんどん日本の東大や東工大など、神大にも来ているかもしれませんが、中国人留学生を送り込んでいます。特に理工系の留学生に対して、例えば博士号を持って、技術を持った人が上海あるいは蘇州に戻り、ベンチャー企業をつくるのであれば、政府からは1億円ぐらいの投資が簡単に出来ます。

そういう体制は日本にはないです。だから今、日本の東大、東工大に留学している中国人が博士号を取って、それぞれの地域で勉強してすぐに帰るのです。なぜかという、帰ったらマンションを買うときの費用も政府が半分補助してくれます。そういう支援を中央政府も地域政府もやっていますので、それこそイノベーションが今できるわけです。そういう体制があります。

グエン先生のもう1つの質問ですが、要は貧富の格差による中所得国の罅に落ちるというお話がありましたが、中国は絶対にはないと思います。なぜかという、中国は巨大なマーケット、巨大な消費市場、内需によって今経済が振興しているので、内需さえ、民間投資さえしっかりとやっていけば、中所得国の罅には落ちないと思います。貧富の格差はどうやって解消するかは、今政府も一生懸命です。例えば、貧困地域への教育の投資や、あるいは沿岸部の豊かな地方政府が財政出動して内陸部の貧富の地域と姉妹提携して支援する、あるいはインターネットを通じて、さらに貧困のところの教育をしっかりとやる

など、ものすごくいろいろな政策が打ち出されています。

秋山：どうもありがとうございました。なにぶんにもちょっと時間が短かったのですが、これを機会にいろいろと考えていただきたいと思います。それでは、先生方どうもありがとうございました。

第二部：司会

田中 則仁（神奈川大学入試センター所長、神奈川大学経営学部教授）

学生の皆さん、こんにちは。それでは「東アジアビジネスの最新動向—中国・ASEAN・日本—」と題して、これからお二方の先生の講演と、さらにお二方のコメントということで、4時限目のセッションに入ります。

あらためて今いらした方もいらっしゃると思うので、皆さん方から向かって右側の4先生をご紹介します。4人の先生の左側から、石原伸志先生です。石原先生は神奈川大学経済学部の非常勤講師で、また、東海大学海洋学部の客員教授でもいらっしゃいます。きょう火曜日のこの時限の先生でもいらっしゃいます。ですから、皆さん方は石原先生の、きょうの講義のこちらが振り替え授業で来ている方も大勢いると思います。

そのお隣です。範文勝先生です。範先生は、常熱グリーン智能製造技術イノベーションセンターの理事長でもいらっしゃって、常熱自動車産業園区管理会社社長もされていらっしゃいます。そして、3人目の先生です。魚住和宏先生です。魚住先生は、神奈川大学経済学部の非常勤講師でいらっしゃって、SCMソリューションデザイン代表でもいらっしゃいます。4人目の先生です。グエン・ドゥック・ラップ先生、広島修道大学商学部の教授でいらっしゃいます。ありがとうございます。

それでは、先ほど3時限の時間では、石原先生、範先生の基調講演がありました。この後の4時限目では、魚住先生とグエン先生のほうからそれぞれ30分程度のお話をいただいて、そしてそのそれぞれのお話が済んだ後に、石原先生と範先生のお二方からそれぞれ、ご質問なりを含めた予定討論をしていただくと思います。

学生の皆さん方は、今手元にリアクションペーパーがおありでしょうか。ぜひいろいろな質問、感想、ご意見なども踏まえて書き込んでおいて、帰りがけにはそれぞれの先生方のもし授業振り替えであれば、何か印をして、そこの出口、右手斜め前の箱のほうにきちんと入れておいてください。先生方が後で必ず全部確認して読んでいただけるとと思います。

先生方、準備はよろしいでしょうか。先生方の講義が始まりますので、ご着席ください。申し遅れました、私は経営学部の国際経営論担当の田中と申します。それでは、まず魚住先生のからお話を30分程度でしていただくと思います。よろしく願います。

第二部：報告①

「ASEANの最新ビジネス動向—食品流通の視点より—」

魚住 和宏（神奈川大学経済学部非常勤講師、SCMソリューションデザイン代表）

きょうの私のお題は、アジアの最新ビジネス動向ということで、ASEANに特化した話です。私はご存じの方もいらっしゃるかもしれませんが、味の素のOBで、今もASEANの食品流通をメインの研究



テーマとしていますので、食品流通の視点を色濃く入れたお話になります。よろしくお願ひします。

1. ASEAN の概況：

1) ASEAN の地理的環境

ASEAN は、Association of South-East Asian Nations の略である。各国の位置関係は下記の図 1 の様になっている。



出所：日本アセアンセンターHP

6

図 1：ASEAN 各国の位置関係

フィリピン、インドネシア、ブルネイ、シンガポール、マレーシア、これらの 5 国はいわゆる「海の ASEAN」と呼ばれている。四角で囲まれている国々は、ベトナム、カンボジア、ラオス、タイ、ミャンマー等で、これら 5 国は「陸の ASEAN」と呼ばれている。北側が中国の雲南省、並びに広西チワン族自治区と接しており、「陸の ASEAN」に、この 2 つの地域を加えて、Greater Mekong Sub-Regions: GMS と呼ばれ、一つの経済圏を形成している。

2) GMS における物流インフラ整備とクロスボーダー輸送

現在、ASEAN 全体が経済的に発展を続け、大きく変貌しているが、GMS は、特にロジスティクスの面で、主に二つの要素で大きく変貌を遂げている。まず一つ目が経済回廊であり、二つ目はメコン川にかかる大橋である。各経済回廊と大橋の位置関係を下記の図 2 に示した。

経済回廊は、三つの経済回廊が、外国の ODA（Official Development Assistance: 政府開発援助）中心に整備されてきている。



出典：NNA ASIA 2013/12/25

8

図 2：GMS における各経済回廊と大橋

まず、南北経済回廊は、北の中国の昆明から南のタイのバンコクまで、東西経済回廊は、東のベトナム



ムのダナンから西はミャンマーのモーラマインまで、南部経済回廊は、バンコクを起点としてプノンベンを経由してベトナムのホーチミンまでを結んでいる。

一方、ラオスとタイの国境を中心にメコン川が流れており、かつてはこれが特にタイ・ラオス間の交通を阻んでいたが、1994年以降、第1友好橋から始まり数々の大橋が建設されている。第1友好橋から第4友好橋はタイ・ラオス国境に、5番目のラオ・日本大橋というのは、唯一ラオス国内の橋で、南部のパクセという町にある。6番目はネアックルン橋、別名つばさ橋で、プノンベンからホーチミンを結ぶ国境に架かっている。

これらの経済回廊や大橋が整備されたことにより、GMS域内の国境を超える陸上輸送、いわゆるクロスボーダー輸送が活発化し始めている。ただ、課題は山積している。GMSの国々の間ではクロスボーダー輸送の円滑化を目的に越境交通協定(Cross Border Transport Agreement: CBTA)が締結されている。具体的には、①輸入手続きと手続きの際の検査を一本化する「シングルストップ」、②通関手続きと検疫窓口を1つにする「シングルウィンドウ」化による手続の簡素化、③車両の相互乗り入れの承認等である。しかし、残念ながら今のところ期待した程の前進は見られていない。特に「シングルストップ」「シングルウィンドウ」が実現しているのはラオス・ベトナム国境の「ラオパオ・デンサワン」国境一か所のみである。GMSのエリアでは、タイは日本と同じ右ハンドル、左側通行で、他の周辺国は全て逆である。また、言葉の壁もあり、交通ルールも微妙に違う。結局、これらがネックとなり相互通行はさほど広がりを見せておらず、国境でそれぞれの国から来たトラック同士が手作業で貨物を積み替えたり、粗末なクレーンで危険を伴う作業でコンテナを積み替えたり、等が発生している。

私は、その積み替えの効率性、荷痛みを防止、また作業の安全性と言う観点で、クロスボーダー輸送は、コンテナ輸送を原則として、国境付近にインランドコンテナデポを設けて、きちんとしたクレーンで効率的で安全な積み替えを行うべきと考えている。私は2017年4月にタイとの国境にあるラオスのサワナケットを訪れ、そこにあるサワン・ロジスティックス・パークというインランドコンテナデポを視察した。ここは将来的に「シングルストップ」「シングルウィンドウ」も行える仕様になっている。荷量はまだ、月間で500コンテナ(40ftコンテナ換算)程度と少ないが、このような施設をもっと広げべきと私は考えている。

3) ASEAN 経済の概況

ASEANの経済について述べる。まず、名目GDPだが、これは、それぞれの国の総生産高を年平均の為替レートを使ってUSドルに換算したものである。2016年のIMFのデータによるとASEAN全体の名目GDPは、およそ2.5兆ドルという規模で、日本の約半分、中国の5分の1である。一方、一人当たり名目GDP、これは国民の豊かさを図る指標と言われているが、ASEAN全体の一人当たり名目GDPは、3,884ドルで、日本の約10分の1程度である。また、最低レベルのミャンマー、カンボジアと最高のシンガポールでは約50倍もの差があり、国間の経済力の格差が著しく大きいのがASEANの大きな特徴であり、いかにこの格差を縮小させながらASEAN全体として発展していくかというのがASEANの最も大きな課題である。

シンガポールの一人当たり名目GDPは52,961ドルと日本の38,917ドルをはるかに上回っている。一方で、タイは5,742ドル、マレーシアは9,340ドルである。これらの数字を見ると本当にこんなに低いのだろうかというのが、私のそれらの国々を訪問しての印象である。

次に実質GDP成長率だが、シンガポール、タイ、そしてブルネイは0~3%程度と先進国並みに成長率が鈍化しているが、それ以外の国は、押しなべて5%以上の経済成長を続けている。また、特徴的なのが、物価上昇率が非常に低くコントロールされているという点である。ミャンマーは7%と高水準だが、他は2%台である。これは新興国としては大変良い数字である。最低賃金の引き上げは、インドネシアでは8-11%、ベトナムで7%台、タイのバンコクで3.3%等、消費者物価上昇率を上回って実施されている為、可処分所得は年々増加し、これがASEANの旺盛な購買力につながっている。

また、ASEANは、非常にFTAの締結に熱心な地域である。中国、インド、日本、ニュージーランド・

オーストラリア等と締結済みで、最近では、香港との FTA が大筋合意に至ったというニュースが入っている。またラオス、ミャンマー、カンボジア以外の国々ではそれぞれ個別でも日本等と FTA を締結している。私は、ASEAN の主要国は FTA により安い輸入品が流入しやすい構造になっており、この点が ASEAN の消費者物価上昇率が低く抑えることが出来ている要因の一つであると考えている。

少し視点を変える。先程、タイ、マレーシア等の一人当たり名目 GDP の数字が、私の実感からすると少し低めであると述べたが、ここで購買力平価 GDP について述べる。購買力平価とは英語で Purchasing Power Parity: PPP と呼ばれ、言わば同じものをそれぞれの国にていくらかで買えるかということの指標として用いる。よく例えで使われるのが、ハンバーガーで、例えば、ハンバーガー 1 個の価格が、アメリカで 2 ドルとして、それが日本では 200 円だとすると、1 ドル 100 円が「PPP 換算レート」となる。現地通貨ベースの GDP をドル換算する際に、為替レートの代わりに「PPP 換算レート」を使用して計算したのが購買力平価 GDP である。

一人当たり購買力平価 GDP は、よりその国の購買力を表す数字と言われており、IMF、世界銀行がそれぞれ PPP 換算レートとそれを使って算出した購買力平価 GDP を発表している。現在の ASEAN の国々の購買力平価 GDP を名目 GDP と比較すると大きく乖離しており約 3 倍の規模となっている。タイの一人当たり購買力平価 GDP は 16,888 ドル、インドネシアでも 11,720 ドル、マレーシアに至っては 27,267 ドル、ASEAN 全体でも 11,594 ドルという水準になる。私は、この購買力平価 GDP の数字は非常に重要であると考えている。ともすると ASEAN と言うと、まだまだ新興国というイメージがあり、企業は所得の低い層をターゲットにしがちであるが、特に 1 人当たり購買力平価 GDP が 1 万ドルを超えているような国々には、生活に豊かさを求める分厚い中間層が存在し、それらの人々を満足させる商品を市場に投入していかないとこれからは成功出来ないとは私は考えている。名目 GDP だけ見ているとマーケティングや投資の判断を誤りかねず要注意である。

4) ASEAN にも忍び寄る少子高齢化

ASEAN の国々は経済規模だけでなく、人口の伸びや平均年齢も大きく異なる。そのベースになる特殊出生率に関して、ASEAN で最も高いのはフィリピンで 2.94、次いでインドネシアで 2.44 となっている。人口を維持できる出生率というのは、2.1 以上と言われており、ASEAN の国々とは言え、2.1 以上をキープしているのはこの 2 カ国だけなのである。

低いのはシンガポールで日本の 1.43 をも大きく下回る 1.24、そしてタイはほぼ日本と同水準の 1.50 である。これらは世界銀行のデータであるが、発表される数字によっては、タイの方が低く出ている。出生率も ASEAN の国々でこんなに差があるのだ。

次に平均年齢について述べる。日本の平均年齢は年々上昇しており、現在は 46 歳で世界一高いが、ASEAN の国々も上昇している国が多く、特にシンガポールやタイでその傾向は顕著でシンガポールでは既に 40 歳に到達しており、タイも 38 歳になっている。

一方、ラオスはまだ 21 歳、カンボジア、フィリピン等は 24 歳等、ASEAN 内の平均年齢の格差も非常に大きい。特に、今まで ASEAN の経済を牽引してきたタイの少子高齢化は、大変懸念されている。

II. 各国トピックス

1. タイ

1) バンコク市内から消えゆく屋台

タイのバンコクでは、かつてはロードサイドにずらっと並んでいる屋台が言わばバンコクの文化の一つだったが、今はさほど目にしなくなっている。その背景は、現軍事政権が 1992 年に施行された国家清潔秩序法第 20 条と公衆衛生法の厳格運用に踏み切り、許可された限られた場所以外では屋台の営業を禁止していることによる。規制対象は大通り中心の為、私有地の軒下等では屋台の営業が可能だが、完全に無くなったわけではなく、セブンイレブンの軒下で営業しているような屋台もある。タイの人々

はあまり家で調理しないとされている。オフィスワーカーは、屋台で朝食を取って出勤してくるというのが日常的な光景だった為、屋台が無くなったら屋台で消費されていた食品の需要はどこへ行くのかと言うのが、私が屋台の無い風景を見た時に真っ先に浮かんだ疑問だった。私は、二つの可能性があると考えている。一つが肉食に向かう、いわば家で少しは調理をするようになるということである。もう一つはコンビニである。コンビニの場合には、すぐに食べられる商品、特に調理パンの需要が増えるのではないかと考えている。一方、肉食に関しては、簡単な調理で食べられる調理済み冷凍食品に期待したい。タイでは冷蔵庫普及率は既に90%に達している割には、まだ冷凍食品の市場が小さいので、これを機会に、ブレイクするのではないかとこのことを、私は期待も込めて予想している。

2) 進むハラール対応

ハラールとはいわばイスラム教徒、ムスリムの人々が、食べることを許されているものである。ハラールには認証制度があり、マレーシアやインドネシア等ムスリムが多い国々では、食品メーカー、化粧品メーカー等はこのハラール認証を取得しないと事実上ビジネスが出来ない。何故ハラールが目されるかと言うとイスラム人口は18億人にも達し、世界人口70億人に対し約25%を占める。その内の約6割がアジアに住んでいるのだ。そのマーケットたるや、100兆円とも150兆円とも言われていて巨大なマーケットなのである。

タイは、観光立国である。年間の訪問外国人数は2016年実績で3,200万人に達する。日本も急激に増えているもののまだ2,400万人に過ぎない。注目されるのは、Crescent Rating（クレセントレイティング）と言うムスリム観光客向けの情報発信をしている団体が毎年発表するGlobal Muslim Travel Indexという国別人気ランキングである。その2017年度版によると1位はマレーシアなのだが、いわゆるノンイスラム圏でトップがシンガポールで、何と2位はタイである。日本は英国、南アフリカ、香港について6番目で、決して悪い評価ではないが、私は日本が訪日客の政府目標である2020年に4,000万人を達成するには、マレーシアやインドネシアだけでなく中東からの観光客をもっと誘致する必要があり、その為にハラールへの対応をより積極的に行うことが必要であると考えている。日本政府観光局のデータによるとマレーシア、インドネシアからの訪日観光客は急増しているものの2016年実績は約67万人で構成比は2.7%に過ぎず、中東からはごく僅かである。ハラールジャパン協会によるとタイ政府はアセアン域内だけでなく中東の富裕層の観光客の誘致を目的に、食品企業向けにハラール食品製造のための勉強会を実施する等支援を行っており、タイでは2,000社以上の企業が約4,500もの商品についてハラール認証の申請をしているとのことである。私が2017年7月に現地を訪問した際にバンコク市内のTops Marketという地元のスーパーを視察したが、大きな「ハラールコーナー」を構えていて、菓子は冷凍も含めほとんどがハラール認証品だった。ムスリムの観光客を誘致するには食の不安を極力取り除いてあげることが重要で日本はタイの取り組みから学べる点が沢山あると考えている。

2. ラオス

1) 有機野菜生産のハブへ

ラオスはアセアン10カ国の中で、唯一海に面していない内陸国である。ラオス政府は、国内・隣国への交通インフラが、整備されてきたこともあり、製造業の誘致に熱心である。しかし、私が2017年4月に行った現地視察、また様々なデータや文献からすると、少なくともラオスを隣接国以外に輸出する拠点とするには、難しいと言うのが結論である。ピエンチャンやサワナケットを起点として最も近い港は、ベトナムのダナン港、最も利便性が高いのはタイのレムチャバン港だが、距離はそれぞれ550km、650kmもあり、コストとリードタイムの面で競争力に欠けるのは明らかである。一方で内需はと言うと人口が僅か720万人ではそもそも大きな市場は期待出来ない。

私は、ラオスが力を注ぐべき分野は農業と食品加工業であると考えている。ラオスは農業国だが、隣国のタイやベトナムから多くの農産物・食品が輸入されており、JETROのデータによると2016年で4.62億ドルもの輸入超過になっている。まずは、農産物・食品を出せるだけ自給できる体制を目指すべきと

思う。一方、私が農業関連で注目しているのは有機野菜、いわゆる農薬や化学肥料を使わないで栽培する野菜である。実は有機栽培が今、タイ、ベトナム始めアセアン各国で非常に注目されているのだ。タイには有機野菜の国家認証がある。これ自体は日本でもマレーシアでもベトナムでも同様なのだが、他国で概ね年間1,000ドル程度の費用がかかるのに対し、タイは政府が有機栽培を支援する為、審査は厳しいものの費用がかからないようにしている。その背景には、健康志向の高まりで残留農薬に対する消費者の目が厳しくなっているということが挙げられる。タイの農地は化学肥料や農薬をふんだんに使用してきた農地が多いのに対し、ラオスの農民は貧しく、そもそも化学肥料や農薬をあまり使ってこなかったこともあり、土壌が有機農業に適している。ラオス南部パクセ郊外のボラベン高原では、既にタイ資本や日系企業等外資が入り、有機野菜の栽培が盛んになってきており、タイやベトナムなど周辺国に輸出されている。有機野菜は非常に付加価値が高い為、私は、ラオス政府はこのボラベン高原での成功例をモデルとして国内の有機農業を支援し、栽培面積を広げ、コールドチェーンを含めた輸送インフラも整備し、GMSエリアの有機野菜の一大ハブを目指すべきではないかと考えている。

2) 昆明 (中国) ⇒ピエンチャン (ラオス) 間の鉄道建設開始

物流インフラのところで昆明からバンコクを結ぶ南北経済回廊の説明をしたが、昆明からラオスのピエンチャンまで新たに鉄道を建設する計画があり、遂に2016年の12月から工事が開始された。これは「パンアジア鉄道計画」と呼ばれているのだが、これが開通すると、中国の昆明からバンコク、それからクアラルンプール、シンガポールまでつながり、将来的には、旅客列車は時速160キロ、貨物列車は時速120キロでの高速運行を行うと発表されている。ただラオスの急峻な山岳地帯を通る為、約60%がトンネルと橋である。実は日本のリニア新幹線の87%はトンネルなので、それに比べればはるかにましではあるものの、かなりの難工事が予想される。また建設資金も約60億ドルと巨額で70%が中国、30%をラオスが負担する。心配な点は多いが、南北経済回廊は現在でも比較的往復の荷量のバランスが取れており、私としては大変期待している。

3. ベトナム

1) 激しさを増すコンビニ戦争

ベトナムはかつて小売業に対する外資規制が一番厳しい国だった。それが2009年に外資100パーセントが認められるようになり、ただ2店舗目以降は、エコノミック・ニーズ・テスト (Economic Needs Test: ENT) という審査が課せられ、その審査に2、3年かかっていた。しかし、ENTも2013年から500㎡以下の店舗 (日本の平均的な食品スーパーの店舗面積) については撤廃された。それによって外資系小売業が参入しやすくなり、2017年6月、遂にセブンイレブン・ジャパンが進出を果たした。ただ、私が2017年8月に視察したところ、かなり苦戦を強いられている。その理由は、品揃えや店舗レイアウト等を含め、いくつか考えられるが、私が考えるに最大の要因は地元勢との競合である。最も激しくセブンイレブンを迎撃しているのがVinmart Plus (ビンマートプラス) である。これは地元の大手不動産会社のビンググループが経営しており、2015年にコンビニ事業に進出し、あっと言う間にこの2年で950店舗を出店した。2019年に1万店を目指すと発表している。また国営スーパーのサイゴンコープも2017年からCoop Smile (コープスマイル) と言うコンビニ事業を始めている。更に現在133店を展開しているファミリーマートもビンググループ以外の地元の不動産会社と提携してこれから積極的に店舗を増やすと発表している。

ホーチミン、ハノイではまだコンビニに適したオフィスビルが少なく、日本アセアンセンターの資料によるとオフィス賃料がマレーシアのクアラルンプールやタイのバンコクと比べても、はるかに高いと言う事情があり、良い場所に出店するには不動産会社の力が必要な様である。実はセブンイレブンの出店ペースは計画の半分程度に止まっており、出店場所が思うように確保出来ないのだと思われる。

2) 変貌するダナン-リゾートからロジスティクスハブへ

ダナンはリゾートとして発展してきた街で高級リゾートが沿岸に林立しているが、現在、港湾や高速道路の整備、工業団地やテクノパーク等の建設が盛んに行われている。私は、2017年8月にダナンを訪問し、ダナン市政府の投資促進委員会の方々と面談し、ダナン・クワンガイ間の約140kmで建設中の高速道路を視察してきた。既に途中のタムキーという街までは開通しており、2018年中には間違いなく全面開通する。一方でダナンから北の古都であるフエまでも既に開通しており、2018年にはフエ→ダナン→クワンガイの約200kmが高速道路でつながる。ハノイ側、ホーチミン側からも高速道路が徐々に伸びてきており、私は2030年ぐらいまでにはハノイからホーチミンまでの約1,800kmが高速道路でつながるのではと予想している。

ダナンの工業団地やテクノパークは高速道路とのアクセスを考慮して配置されており、一方で、まだ計画段階ではあるが、大型コンテナ船が接岸できる深海港のリエンチュウ新港も工業団地群からダナン市街を通過せずにアクセス出来るような位置に計画されている。このリエンチュウ新港が完成すると、いよいよダナンがロジスティクスハブに変貌するという期待感を抱かせてくれる。

私の発表は以上である。ASEANの国々は、これから更に注目されるはずである。治安が良く、親日でもある。また日本からの飛行機代も安いので、学生諸君もASEANを訪問し、自分の目でその活気を感じて欲しい。

田中：魚住先生、ありがとうございました。それでは、グエン先生、お願いします。

第二部：報告②

ベトナム経済成長と外国直接投資

—日系企業を焦点に—

グエン ドウック ラップ (広島修道大学商学部教授)

広島修道大学のグエンです。私はベトナム出身です。広島で仕事をしています、毎年日本の学生をベトナムに連れていきます。学生は実際にベトナムに行って、日系企業などがたくさんありまして、ベトナム経済の活気を肌で感じるということでしたが、なぜそういうふうになっているのかは、なかなか分からない学生が多いです。

本日は、ベトナム経済成長と外国直接投資—日系企業を焦点に—というテーマを取り上げ、データを使いながら、解説していきたいと思えます。



1. ベトナム経済改革のあゆみ

1986年末までのベトナム経済は、欧米諸国の経済に封鎖され、コスト感覚に乏しい計画経済政策が採用された。この方向は資源の著しく誤った配分をもたらし、非効率性と低生産性を生み出していた。それに労働者に対するインセンティブの全面的な欠如が伴って経済活動は深刻な状況までに縮小してきた。

その情勢のなかで、1986年12月の共産党大会にて「市場経済の導入」と「経済の対外開放」を2つの柱とするドイモイ政策が導入された。ドイモイ政策が生み出されてから重要な制度改革や法律改正が相次いで公布された。そのなか、ベトナム経済に大きな影響を及ぼしたのは、1987年12月に実施された外国直接投資法である。その後、1992年に日本、1993年に世界銀行・国際通貨基金(IMF)の援助

が開催され、1995年に東南アジア諸国連合（ASEAN）に加盟した。そして同年にアメリカとの国交正常化などの国際社会への復帰によって、ベトナムは国際社会の一員として国際経済・政治に積極的に関わっていた。引き続いて1996年にアジア自由貿易地域（AFTA）加盟、1998年にアジア太平洋経済協力（APEC）加盟、2000年に米越通商協定が締結され、そして2007年に世界貿易機関（WTO）加盟が実現された。対外経済関係を拡大、深化する路線が明確であるなか、市場経済化を加速したベトナムは、経済の発展とキャッチアップに向かい、ドイモイ以前の国際環境で孤立していた状況とは一変した。

ドイモイ政策が実施された1986年のGDP成長率は3.4%で、それから現在2016年までの30年間の平均成長率は6.4%であり、そのなかで8%以上の高成長率を実現できた年は多くある。1989年の一人当たりGDPはたった97ドルであったが、2016年には2,164ドルになり、この間は約22倍に伸びた。ベトナムの最大な商業都市であるホーチミンでは5,000ドルを超える。

2. 対ベトナムの外国直接投資の特徴

ベトナム経済の高成長を牽引した要因の一つは外国直接投資である。ベトナムの計画投資省が発表した統計データをもとにして現在までの外国直接投資の推移をみてみよう。1987年に外国直接投資法は実施されたが、経済改革の混乱でハイパーインフレによるベトナムへの資本流入が伸び悩んでいた。しかし、上述のごとく一連の対外解放政策のおかげで、対ベトナムの外国直接投資は1996年をピークに約96億ドルを達した。1990年代の半ばに第1次投資ブームが沸いてきた。しかし、1997年のアジア通貨危機を機に状況が一変した。新工業経済地域（NIEs）などの諸国の景気後退によって対ベトナム投資ブームが収束し減少を続けてきた。その後、政府が法制度の整備を行い、税制上の優遇措置を導入し、工業団地の建設を進めることによって、投資環境が大きく改善された。第2次投資ブームは2005年に始まり投資件数とともに認可額が回復し、2008年を再びピークへ迎え、約717億ドルに達した。2008年のリーマンショック後、2009年に対ベトナムの直接投資は2008年のピークの時3分の1まで激減した。翌年の2010年と2011年も継続的に減少したが、2012年からは回復基調になり、2013年に認可件数は2,120件で認可額は223億5,200万ドルで前年比36.7%増となった。2014年は前年とほぼ同水準を維持し、2015年に認可額が更新され、241億1500億万ドルとなり、投資件数は3,038件に達した。2016年に投資件数がさらに更新され、過去最高の3,862件となった。今までに見られなかった第3次投資ブームの特徴は、①「多国籍企業の生産拠点が他国からベトナムへシフト」、②「大都市から地方への投資額の増加」、③「小規模な案件の堅調な増加」である。

まずは①「多国籍企業の生産拠点が他国からベトナムへのシフト」については、この時期にベトナムに新しくシフトしてきた生産拠点は縫製や履物のような安価な労働の分野のみならず、電子・ITのハイテク産業にも及んでいる。大手IT企業として一早くベトナムに進出したのは米インテルであり、2010年に10億ドルの投資にまで拡大した。インテルの動きに続いてサムスン電子がベトナムに進出し、現在、北部地域に世界最大級のスマートフォン生産団地を除き、大規模な家電工場は新しくホーチミン市に建設する案件が承認された。サムスン電子がスマートフォン製造部門の80%を中国からベトナムにシフトし、スマートフォンの最大生産拠点として育成している。さらに、米マイクロソフトが買収したノキア生産拠点のうち、メキシコ、ハンガリーおよび中国の工場が閉鎖されたり、規模が縮小されたりした生産分はベトナムの北部に移管した。日系企業の動きをみると既にプリンターの輸出拠点を構えていたキヤノンに加え、富士ゼロックス、京セラミタおよびパナソニックなどの電機メーカーは相次いで工場を新設した。

次に②「大都市から地方への投資額の増加」であるが、ベトナムのインフラ整備が進み、物流網が形成され、ベトナム国内外へのアクセスが便利かつコストを抑えられるため、大半の大手企業は大都市への投資だけではなく、地方への投資を広げてきた。それ以外の理由は現在、大都市であるホーチミンやハノイでは用地や労働力の確保が困難からである。そして、③「小規模な案件の堅調な増加」は近年の強い傾向であり、中小企業がベトナムに積極的に進出していることを示している。特に裾野産業に関連

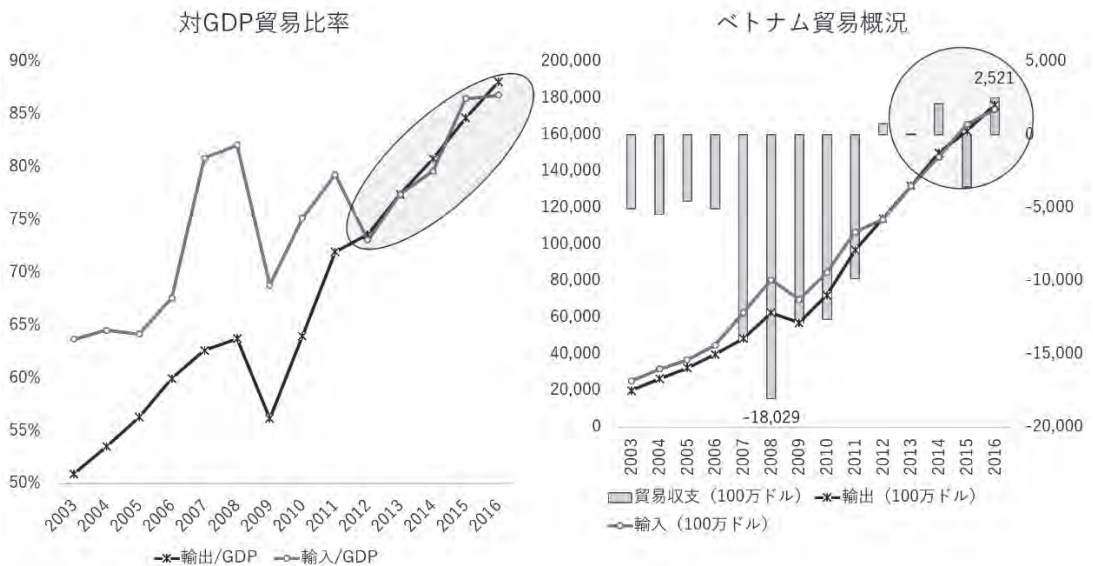
する企業は以前より目立っている。それ以外は、小売や飲食などのサービス業に関連する企業が多くなっている。いわゆる、こちらの企業はベトナムを魅力的な市場として見るわけである。さらに、ASEAN 経済共同体（AEC）の加盟国であるベトナムはメガ FTA（自由貿易協定）などの交渉が順調に進み、今後はアメリカや欧州連合（EU）向けの縫製品輸出拠点としてベトナムの優位性を生かしたい大手企業だけではなく、台湾や中国などの縫製関連の中小企業もベトナムに積極的に投資している。

国別外国直接投の資流入額をみると、2017年6月現在までの累計額は約3,063億ドルに達した。国内訳は、韓国を筆頭に、日本、シンガポール、台湾と続いている。上位10カ国の投資総額は全体の約83%を占めている。件数をみても投資額と同様に一部の国に集中し、10カ国で総件数全体の8割を占める。

2016年の業種別動向をみると加工・製造業（64%）を筆頭に不動産業（10%）が次いで、建設業とホテル・飲食業を加えると80%に達す。農林水産業、科学技術分野や医療・社会支援分野がいずれも2%未満となっている。1988年から2016年までの累計額をみても、その傾向が大きく変わらなく外国直接投資が一部の産業に偏っていることを窺える。

3. 外資系企業もたらす効果と問題

外国直接投資がもたらす効果としては、雇用創出の促進、国民生活水準の向上および国家歳入の増加だと挙げられる。それ以外は、ベトナム経済は世界経済への統合が進みつつ、国際競争力は年々に上昇している。今までの脆弱な経済基盤が改善されるとともに世界の各国市場に浸透するMADE IN VIETNAM 製品は増加している。輸出関連産業はベトナムの経済成長のけん引役となっている。慢性的貿易赤字の問題を抱えたベトナム経済は2012年にはじめて貿易黒字に転じ、2016年の輸出額は前年比9%増で約1,766億ドルであり、貿易黒字は約25億ドルに達した（以下のグラフ参照）。



出所：ベトナム税関総局

外国直接投資がもたらすのは効果だけではなく、下述のようにいくつかの問題が指摘できよう。ベトナムに進出している企業のほとんどは労働集約型に集中しており、縫製品や履物のような製品は付加価値が低く、技術移転も期待できない。IT 関連産業があるものの、多くの原材料・機器部品は輸入に依存している。これは明らかに経済運営上の問題であり、今のベトナムは輸出額が拡大しても多額の貿易黒字を稼げる産業になるのは困難である。それに、外国直接投資の誘致政策・管理方法にも問題がある。

外資系企業に対する税制などの優遇政策がベトナム経済構造や現段階の発展戦略に相応しいとは言いがたい。地場企業は国内市場でも外資系企業との競争に敗北するケースが多くある。地場企業育成の観点からみると解決策が求められる。管理面でも多くの外資系企業の資産が実際の価値以上に評定され、税収や社会資源の喪失が大きいと指摘できよう。

4. 対ベトナムの外国直接投資の要因

それでは、なぜ多くの外資系企業はベトナムに進出しているのか？その理由を探ってみよう。上述のごとく、対ベトナムの外国直接投資には3つのブームあり、それぞれの時期にベトナムに進出する理由は以下のように挙げられる。

第1次の投資ブームの理由としては、ベトナムは原油などの豊富な天然資源、勤勉な国民性で比較的高質で安価な労働力が評価され、東アジア構造転換連鎖の新参者として急速に台頭してきたからである。その後には、中国への一極集中のリスクヘッジという課題が浮上し、「チャイナプラスワン」の候補国としてベトナムが再びに注目されたのである。それに AFTA への参加(1996年)、米越通商協定締結(2000年)、日越共同イニシアティブ(2003年)、WTO への加盟(2007年)、環太平洋戦略的経済連携協定(TPP)に係わる協議への参加(2010年)などの2カ国間や多国間の貿易自由化および経済協力関係を強化する政策が次々に実現されたことは、第2次投資ブームの重要な要因と指摘できよう。第3次投資ブームの理由は近年、日本の政府開発援助(ODA)などによって、道路や港湾などのハード面と税制・法律制度整備などのソフト面の経済社会のインフラ整備が進んでいることもベトナムの魅力が増していると言えよう。投資環境の改善に加え、ベトナムの地理的に有利で中国や東南アジアにアクセスに優れるため、生産拠点・流通・市場としての位置を固めている。具体的に AEC 加盟国であるベトナムが関税の有利に適用できる他に、第3国 FTA や TPP の活用が可能となるため欧米市場など向けの輸出が有利なる。さらに物流網が整備されつつあり、生産拠点から消費市場へのアクセスが以前より便利になり、コストも抑えられることになる。そしてベトナムの政情や社会の安定など、幅広い視点からみてベトナムは有望な投資先であると評価される。

5. ベトナム貿易構造の変化

ベトナムの貿易構造は現在に至るまでどのように変化するかをみてみよう。ドイモイ政策の導入後、対外への経済開放を本格化させた1992年以降は貿易額が拡大しつつあった。しかし、1997年のアジア通貨危機や2001年のITバブル崩壊の影響によって輸出の伸びは鈍化した。詳細にみると1990年代前半は、ベトナムの主要輸出品目は原油、コメ、魚介類などの一次産品であった。1990年代後半は外資系企業によるアパレルや履物などの軽工業品が主要な輸出品目になっていた。一方、輸入品目別にみると原材料、燃料や機械部品などの生産財は大きな割合を占める。当時のベトナムでは、輸出品生産のため、ほぼすべての原材料、機械部品などを外国から輸入した。いわゆる、ベトナムの輸出品は労働集約型産業による生産されるため、輸出品の付加価値が低くベトナムの貿易赤字は長年で続いていた。貿易黒字に転化したのは2012年であり、その貿易構造の大きな変化はどのように実現したかをベトナム税関総局が発表した統計データをもとにしてみよう(以下の表参照)。

主要輸出品目						主要輸入品目						
	構成比			伸び率			構成比			伸び率		
	2011	2012	2016	2011	2016 (2011~2016)		2011	2012	2016	2011	2016 (2011~2016)	
電話機・同部品	6,888	12,717	34,317	0.07	0.19	3.98	機械・設備部品	16,342	16,037	28,372	0.14	9.92
縫製品	14,043	15,093	23,841	0.14	0.13	0.70	コンピューター電子製品・同部品	7,974	13,111	27,874	0.07	9.75
コンピューター電子製品・同部品	4,670	7,838	18,959	0.05	0.11	3.06	電話機・同部品	2,593	5,042	10,560	0.02	3.69
履物	5,548	7,262	13,001	0.07	0.07	0.99	織布・生地	6,730	7,040	10,482	0.06	3.67
機械設備・同部品	4,160	4,955	10,144	0.04	0.06	1.44	鉄・鉄くず	8,501	5,967	8,016	0.08	2.80
木材・木製品	3,955	4,670	6,969	0.04	0.04	0.76	プラスチック原料	4,760	4,804	6,257	0.04	2.19
水産物	5,112	6,093	7,053	0.06	0.04	0.15	石油製品	9,878	8,959	4,944	0.09	1.73
輸送機器・同部品	2,354	4,560	5,058	0.02	0.03	1.57	繊維・皮原材料	2,949	3,160	5,067	0.03	1.77
コーヒー	2,752	5,673	3,336	0.03	0.02	0.21	金属類	2,697	2,632	4,807	0.03	1.68
繊維	1,788	1,842	2,930	0.02	0.02	0.64	化学製品	2,395	2,478	3,793	0.02	1.33
野菜果物	623	929	2,458	0.01	0.01	2.95	自動車部品	2,075	1,461	3,550	0.02	1.24
バッグ、スーツケース、帽子、傘	1,285	1,519	3,169	0.01	0.02	1.47	鉄鋼製品	2,067	1,376	2,958	0.02	1.03
原油	7,241	8,224	2,358	0.07	0.01	-0.67	医薬品	1,483	1,790	2,563	0.01	0.90
カシューナッツ	1,473	1,470	2,843	0.02	0.02	0.93	自動車	1,029	617	2,335	0.01	0.82
コメ	3,657	3,673	2,172	0.04	0.01	-0.41	肥料	1,779	1,693	1,125	0.02	0.39
ゴム	3,235	2,860	1,672	0.03	0.01	-0.46	輸入総額(100万ドル)	106,750	113,792	174,111	1.00	80.89
胡椒	732	794	1,428	0.01	0.01	0.95	出所: ベトナム税関総局					
輸出総額(100万ドル)	96,906	114,573	176,632	1.00	1.00	0.82						

まずは、品目別にみると2011年に電話機・同部品は約69億ドルであったが、翌年2012年に弱2倍に伸び、約130億ドルに達した。コンピューター電子製品・同部品や運送電気・同部品は同様に大きく伸びた。それ以降、電話機・同部品は順調に伸び、2011年の輸出額全体の7%をしか占めなかったが、2016年にその割合は19%に増加し、約343億ドルに達した。2011年から2016年にかけては電話機・同部品の伸び率が約400%と大幅に増加し、2016年に1位を獲得した。2位は縫製品の238億ドル、3位はコンピューター電子製品・同部品の199億ドル、4位は履物の130億ドル、5位は機械設備・同部品の102億ドルとつづいている。

ベトナムの輸出構造に大きな変化をもたらすのは多国籍企業の拠点がベトナムに移転したからであり、特に韓国のサムスン電子である。2016年に同社のベトナムからの輸出額は約40億ドルで、ベトナムの輸出額全体の23%を占めた。サムスン電子の投資は電話機の輸出を押し上げ、大きな経済効果をもたらしている。

2016年に2位の縫製品は輸出額全体の割合が2011年に比較して大きな変化がなく13%を占め、2011年から2016年までの伸び率は70%にとどまっている。原油の輸出は2011年に2位で輸出額全体の7%を占めたが、2016年には13位に陥り、輸出額全体のたった1%まで減少した。原油と同じく、以前はベトナムのトップ10主要輸出品目であったコメやゴムなどはトップ10のランキング外に押し出され、減少している。

一方、輸入品目別にみると機械設備部品、コンピューター電子製品、電話機および織布・生地は輸入品目の上位にランクされている。輸入額全体の高い割合を占めるのは機械設備部品とコンピューター電子製品であり、それぞれ16%に達していた。2011年から2016年までの高い伸び率は、電話機・同部品307%で、コンピューター電子製品・同部品250%である。表に示したように、機械部品、原材料および化学製品はベトナムの主な輸入品目となっている。

主要な輸出入品目変化の分析により、明らかに立ったのはITや縫製産業の変容・深化が進み、ベトナムの輸出産業に大きく貢献している。しかし、輸入品目に多くの原材料や機械部品を占めることはベトナムの裾野産業の未整備や労働集約型産業から抜き出していない状態が浮き彫りになっている。石油製品の輸入は2011年の輸入額全体の9%を占め、約99億ドルに達したが、2016年では、その割合が3%に減少し、約50億ドルにとどまった。減少した要因は近年ベトナムで石油精製所が建設されたからである。ベトナムは産油国であるが、以前では石油精製所がなく、採掘された原油をすべて輸出し、シンガポールなどから石油製品を輸入した。近年、その状況が改善され、一部の石油製品が国内で賄うようになっている。

2016年の輸出国別にみると米国、中国、日本および韓国の4カ国で輸出額全体の48%を占める。一方、輸入国別にみると中国、韓国、日本、台湾および日本のアジア5カ国からの輸入額全体の67%を占め、米国を加えると72%に達している。

2008年にベトナムの主要輸出国の順位は米国、日本、中国、ドイツと韓国になっていたが、2016年のその順位は、1位を維持している米国の22%で、中国は日本を抑えて2位に浮上して12%に達した。3位は日本の8%で、韓国はドイツを抜いて4位に上り、全体の6%を占めている。一方、2016年のベトナムの主な輸入相手国は中国が1位を維持しながら全体の割合を大きく上げ29%を占める。2008年に5位だった韓国はシンガポール、台湾および日本を抑えて2位に上り、全体の18%を占めている。2008年から2016年までの韓国から輸入伸び率は首位の353%で、米国は230%、中国は219%、マレーシアは97%そして日本は82%にとどまった。

ちなみに、輸出の所有形態別をみると外資系企業は全体の70%を占め、国内企業は30%しかを担わない。輸入の方は、外資系企業と国内企業は輸入額全体をそれぞれ60%と40%を占める。

6. ベトナムへの進出日系企業の経常状況

対ベトナムの外国直接投資は3つのブームがあると前述したように、日本の対ベトナムの直接投資もそのような波に乗っていた。第1次ブームは1990年代半ばに生じていた。当時は急激な円高が進んでいたため、多くの日本企業の海外進出を背景に、家電、自動車、セメントなどの大手企業はベトナムに進出し、1995年と1996年に日本の対ベトナム投資額はピークを迎えた。その後、アジア通貨危機の影響による大型投資案件が減少し、ベトナムに投資流入が低迷した。2004年から流入額が回復され2008年に再び第2次ブームのピークを迎えたが、リーマンショックの外的要因に影響され、投資流入額が2009年を底に打った。第3次ブームの特徴は中小企業やサービス企業が急激に増え、投資案件が小型化し、100万円ドル以下の案件は増加している。

JETROの「2016年度 アジア・オセアニア進出日系企業実態調査」の結果をもとにしてベトナムに進出している日系企業の経営状況をみてみよう。

2016年の営業利益見込みを「黒字」とした企業の割合は62%であり、「赤字」の企業の25%よりも大きく上回る。大手企業と中小企業の営業利益黒字の比率はそれぞれ72%と53%となっている。規模の違いによって営業利益に影響を及ぼすのみならず、ベトナムに進出する期間が長ければ営業利益の黒字企業の割合は高くなる傾向にある。具体的に2000年前に進出した黒字企業の割合は弱83%で、赤字企業は10%を切った。一方、2011年以降に進出した黒字と赤字企業の割合は同じで44%である。今後の1から2年間で事業展開の方向性は拡大する企業は67%で、現状維持の企業を加えるとその割合は99%である。拡大の理由については売上げの増加と答えた企業は88%で、成長性があるという企業は46%である。

7. まとめ

現在、多くの外資企業がベトナムを選んだ理由は、比較的安価で質の高い労働力、「中国への入り口」と「ASEANのヘソ」と評価されるベトナムの地理的優位性、充実したFTA網による関税削減・撤廃の利用可能、中間層が拡大しつつある市場の潜在的な成長である。しかし、中長期的にミャンマー、ラオス、カンボジアが成長すれば、ベトナムの比較優位が維持できない可能性が大きいである。上述した課題の改善に向けて、2011年に党大会が挙げた成長戦略は「これまでの安価な労働力と資本の投入型の経済成長モデルから脱却し、高度人材の育成とハイテクなどの知的集約産業を軸とした新成長モデル」である。具体的にハイテク技術、人材育成、裾野産業の育成、天然資源の効果的な利用および環境にやさしい案件を優先するような戦略産業が選定された。それは①電気・電子産業、②農林・水産食品加工業、③農業機械産業、④造船産業、⑤環境・省エネ産業、⑥自動車産業である。こちらの産業がもたらす経済効果は量的・質的インパクトの期待はもちろんのこと、幅広い産業分野との強いリンケージも期待できる。これからも時代の変化に応じて変革政策がいかに実施できるかどうかはベトナム経済にとって重要な課題である。

第二部：コメント

田中：グエン先生、ありがとうございます。それでは、両先生のお話を伺った上で、石原先生と範先生のほうから、まずはそれぞれのお話について3~4分ぐらいで要点、それから何かご質問、ご確認の事項をお願いします。では、石原先生、お願いします。

石原：今日の両先生のお話の共通国は「ベトナム」でした。

いま ASEAN の中で、一番脚光を浴びている国がベトナムであるといっても過言ではありません。いまのタイやインドネシアの魅力は国内市場としての魅力ですが、ベトナムは安い人件費を活用した輸出生産拠点としての魅力です。

ベトナムは、北のハノイを中心とした地域は中国経済圏、南のホーチミンの地域はタイ経済圏に属しています。

最近のベトナムは繊維製品のような産業だけではなく、先ほどお話したスマホやインクジェットプリンターのようなモジュラー型製品の輸出生産拠点になっています。

いまのベトナムにおける最大の輸出企業はサムスン、2番目はキヤノンです。サムスンは約3億台のスマホをベトナムで作っています。サムスンやキヤノンにとってのベトナムの魅力は、安い人件費と優秀な人材です。

そういった中で、魚住先生の食品流通のお話がありましたが、食品はGDPが伸びていく中で非常に重要な産業だと思います。

そこで、魚住先生に2~3お聞きしたいのですが、一点目は「ハラルの問題」です。2020年に東京オリンピックがあります。当然多くのイスラム教徒の方が日本にみえるわけですが、日本はこのハラル問題に対応していかなければなりません。しかし、意外と日本では、これが問題になっていません。これは物流だけでなく、ホテルやレストラン、食堂など全てに絡んでくる問題です。その辺りについてお話をお聞きできればと思います。

二点目は、「コールドチェーンの問題」です。やはり食品をやりますと、どうしてもこの問題は避けて通れません。タイのコールドチェーンはいいとしても、ベトナムでは、これがどこまでできているかということです。

三点目は、「鉄道の問題」です。といいますのは、この地域の鉄道は狭軌鉄道です。狭軌鉄道でコンテナを引っ張りますと、カーブ等でひっくり返ります。

今般ラオスのビエンチャンまで延長になったのは、タイからの狭軌です。中国が敷こうとしているのは広軌です。これを連結させなければいけないのですが、積み替えなければいけません。その辺をどう考えるのか、というのが問題だと思います。

それから、グエン先生に教えていただきたいのは、ベトナムの輸出産業は、加工産業が中心だということです。いまのベトナムの魅力は安い人件費の活用ですが、人件費の上昇が続く中で、加工産業だけで輸出競争力があるかということです。やはり、川上の原材料部門の強化が必要なわけですが、このところをどう考えるか。そうしないと、ベトナムは今後輸出競争力を失っていくのではないかということを感じている次第です。

私のコメントと質問は以上です。

田中：ありがとうございます。では、範先生、お願いします。

範：両先生、ありがとうございます。私は、ASEAN 諸国の経済について全くの門外漢で、きょうはじっくりと両先生のお話を聞かせていただき、本当に勉強になりました。ありがとうございます。

それと、コメントと今指示されまして、コメントのできようもないので、もともと知識を持っていませんから。ただ、まず魚住先生のテーマとして、ASEAN の最新ビジネス、そして食品、流通の視点よりというテーマでしたので、また、先生もこの分野のご出身ということで、日本企業の特に食品、流通企業で、ASEAN に進出して本当に成功しているかどうか、また、ASEAN で、例えばベトナムでコンビニの進出で苦戦中と書いてありますが、その原因分析をもうちょっと聞かせていただきたいと思います。

また、もう一つ、ASEANにおいて、先生のレジユメの中で、少子高齢化という言葉も書いてありますが、特に、なんでタイが日本とほぼ同水準の出生率というか。日本は相当経済が発達しているのに、今は子どもをあまりつくりたくないとかそういうことはあるかもしれませんが、普通、発展途上国は、結構出生率が高いということもありまして、なんでタイが日本と同水準かをちょっと教えていただきたいと思います。

また、グエン先生のレポートにつきましても、非常に分かりやすく、私も大変勉強になりました。日本企業を焦点に、ベトナムの経済成長およびその外国直接投資ということで、私が聞きながら感じたのは、ベトナムの日系企業はほぼ中国における15年、20年前と似ており、次の10年先は大体同じような段階になるなど感じました。そして、グエン先生の最後のまとめで、生産拠点の流通市場としてのベトナムの魅力、そして投資先として、ベトナム経済が抱える問題など、これこそ15年、20年前に日系企業が中国で直面している課題とほぼ同じではないかというふうに認識しています。

ただベトナムというのは、2030年に人口1億人突破というお話を伺いましたが、それはかなり大きな市場として期待できそうではないかと私は思っています。グエン先生に教えてほしいのは、実は中国の経験から申し上げますと、経済の発展というのはインフラの整備が一番大事なのです。インフラの整備さえできれば、あとは民間の力で、民間企業が頑張れば、経済はそのままいくのです。だから、インフラの整備について、ベトナム政府がいかにして、スピードをもってやっていくのかということをお教えいただきたい。

もう一つ、インフラの整備にあたって、中国が今提案しているAIIB（アジアインフラ投資銀行）、一帯一路構想のインフラの整備の提案についてベトナムはどういうふうにお考えですか。この2つをお教えいただきたいと思います。ありがとうございました。

田中：ありがとうございました。今お二方の先生からまずは幾つか専門的な見地からご質問いただきましたが、学生の皆さん方から何かこの機会にぜひ両先生に、特にこの先生にこれを聞きたいというのがあれば併せて伺いたと思います。いかがでしょう。ぜひ遠慮なく。ひとまず大丈夫ですか。それでは、魚住先生からいかがでしょう。よろしくお願ひします。

魚住：まず石原先生のご質問から、ハラルの問題。これは私も大変気にしています。ただやはり日本で完全なハラル対応品を製造するとなると、調味料を含めた原料まで遡ってハラル対応品でなければいけませんので、かなり困難です。そのような中でも、ハラル認証を取得している日本の食品メーカーはあるのですが、数は限られています。

現在、東京や横浜など、国際イベントが行われる自治体等が取り組んでいるのが、ポークフリー、つまり豚肉を使っていないメニュー、あるいは、これはベジタリアンフード等、完全なハラルではなく厳格なムスリムの人々には受け入れられないものの、寛容なムスリムの人々には受け入れられるようなムスリムフレンドリー的な対応を「見える化」する動きです。このレストランはモスリムフレンドリーメニュー、このレストランは完璧なハラルフードを提供する等の情報を観光案内に掲載するのです。ムスリムと一言で言っても厳格さは人それぞれですのでこのような対応は重要と思います。

次にASEANのコールドチェーンについてですが、タイ、マレーシア等は、近代的な冷凍倉庫が充実しており、ベトナムでも日系企業中心に低温倉庫が整備されてきています。私も11月にマレーシアの冷凍倉庫を2件ほど視察しましたが、もう既にいわゆる代替フロンから、アンモニア冷媒になっていました。タイ、マレーシアはもちろんですが、ベトナムも、流通はいわゆるモダントレードが急速に発達し、コールドチェーンの需要も高まってきていますが、ハードも整いつつあるということで、これらの国についてはあまり心配していません。私が気になっているのが、インドネシア、フィリピン等です。これらの国々のコールドチェーンの対応はかなり遅れているというのが私の認識です。

また3点目の鉄道輸送でのタイの狭軌の問題。これは私も認識しており、長期的視点では、標準軌に変えることが必要だと思います。従って高速鉄道が走るまでは相当な時間を要すると思います。

範先生の1点目のご質問の、日系でASEANにて成功している食品企業についてですが、お陰様で味の素は、ASEANの国々でほぼ押しなべて成功しています。ただ、他の食品メーカーは、成功している

国もあればそうでないところもあるという状況です。例えば、エースコックさんは、ベトナムの即席麺市場ではトップシェアです。大塚製薬さんは、インドネシアでポカリスエットが大成功しています。ヤクルトさんは比較的成功している国は多いと思います。

2点目の、ベトナムのセブンイレブンがなぜ苦戦しているのかですが、まず、品揃えが日本の過ぎると思います。現地の人々の嗜好や所得水準を考えているのかというのが、まず一つです。二つ目に気になったのはイトインスペースを驚く程広く取っていて店舗がだだっ広いことです。坪効率（スペース当たりの売上・利益）を考えているのかという疑問が湧きます。実は物流施設でも、ほぼ日本並みの仕様を要求されています。現地の物流事情をあまり理解していないと言わざるを得ません。それらの点を地元の企業に付け込まれているという様に私は感じています。

タイの出生率の低さについてですが、タイの人々は親と同居、或いは近居するケースが多いのでこれはミステリーです。ある人に言わせれば、タイは「おかま」が多くて、事実上の男女比率がアンバランスなので結婚する人が少ないからだとのことなのですが、私は、それは半分位、当たっているのではないかと思っています。一方、私がタイ味の素や、タイ味の素のグループ会社の女性たちと話をしているのが、非常にキャリア志向が強いという点です。勤めながら大学院に行って修士を取得する、そしてより高い給料や、高い地位を目指して転職するという人が非常に多いです。それが影響しているのではと推察しています。

田中：ありがとうございました。では、グエン先生、お願いします。

グエン：コメントとご質問ありがとうございました。まず石原先生のご質問に対してですが、現段階で、ベトナムは上手くやっております。外国直接投資を梃子にしながら安定経済成長を実現しています。労働集約型産業を中心にして法制度やインフラの整備を行い、FTA 網を積極的に構築しています。しかし、こちらの発展モデルは量的投入モデルでして、今後はミャンマー、カンボジア、ラオスなどは参入すれば状況が変わっていきます。その辺については、ベトナムも危機感を持っています。今後は、生産性を上昇させないと厳しい局面に直面していくと思います。これからは高度人材育成や外資導入や技術移転、企業支援などを行わないと持続経済成長が難しいと思われます。それにベトナムの地理的な優位性を生かしながら、地域、国際経済を連携すれば厳しい競争に生き残る可能性はあります。

範先生のご質問は、まずインフラのことです。ベトナム政府もインフラの重要性が認識してしまして、現在、力を入れてインフラ整備がかなり進んでいます。先ほどの東西経済回廊などの話も出てきたように、ベトナムも積極的に関わっていきます。

しかし、まだ整備されていないところもありますので、外国の資本といいますか、それを調達してやっていくということになっています。

その中で、AIIB の力もかなり重要です。ベトナムも理事国のメンバーでして、AIIB をかなり期待していますが、実際にどこまで進むかが大きな課題かと思っています。簡単ですが以上です。

田中：ありがとうございました。きょうは、午後の4時限目を魚住先生、そしてグエン先生からのそれぞれ30分の話と、さらに石原先生、範先生からの予定討論をいただきました。4時限目も残りあと数分なのですが、各先生方の話の中で、きょうの話で何か結論というのはなくて、いろいろな現場についてのそれぞれものすごく専門的なお立場から、皆さん方に分かりやすいポイントをお話いただいたと思います。

これは3時限目で、いらっしやらなかった方もいると思いますが、石原先生からは、もともとは三井倉庫でずっとビジネスの最前線をお務めになって、そして倉庫、それから港湾には大変詳しい先生です。市場としてのASEANの魅力。つまりこれまでは生産拠点として、よくASEANを取り上げることが多かったのですが、これからはどんどん購買力も含めて市場としてのASEANの魅力に着目してくださいという話がありました。

範先生からは、1つだけぜひきょう持ち帰ってほしい単語は、新時代、ニューイーターという話がありました。新時代、ぜひこれは先般の習近平さんの党大会のところでも話題になった単語です。ぜひ新時代という言葉が刷り込んでおいてください。そして、魚住先生からは、味の素のビジネスマンとして

のすごく長い経験から、ASEANの食品ビジネスの話、特にGMS、グローバル・メコン・サブリージョンというGMSの地域に特に焦点を絞ってお話いただきました。

魚住先生の話の中で覚えていらっしゃるでしょうか。皆さんぜひ一度アジアに行ってみてください。まだ行った方はそんなに多くないと思います。ぜひ春休みの期間でも使って、自分の足で歩いてみられるといいと思います。世の中は結構物価の高い日本ですが、1つだけ10年、20年、30年前と比べて確実に物価の安くなっているのは、航空賃なのです。ですから、今みんながうまく探せば数万円でアジア地域に周遊旅行できます。多分みんなが準備できる範囲の料金で、できる範囲のいろいろな行動半径が取れると思います。ぜひアジア地域に出掛けてみてください。

グエン先生ですが、先ほどの範先生、グエン先生は、実は経済学部の秋山先生のところで勉強されて、そして博士（経済学）の学位を取られたというお二方です。秋山先生のお声掛けできょうはわざわざ来ていただきました。グエン先生はもうずっと広島修道大学の先生として授業を持っていらっしゃる。1点だけ再確認すると、ベトナムの先ほどの資料の中で、ベトナムの一つの大きな利点は、平均年齢30歳。これはとても大きなことです。

このことをよく「人口ボーナス」と言います。この人口ボーナスだけは、いかんともしがたいのです。ベトナムもあと数十年ぐらい、2030年には、人口が1億人を突破という話がありました。実はこれは、日本の場合に置き換えてみると、ちょうど50年前の1964年の東京オリンピックのときの日本の状況が、ちょうどこの人口ボーナス、そして1億人突破という時代で、日本が10年間にわたって10%成長をしてきたときなのです。

ですから、そう引き換えてみると、ベトナムはこれからものすごく魅力があります。皆さん方の中でまだベトナムに行っていない方は、ぜひ今のベトナムと、それからまた来年、再来年を見比べると、行くたびに違うと感じるでしょう。そんなことも含めて、きょうは先生方のいろいろなお話をぜひ参考にして、皆さん方の何か次の行動の糧にしてほしいと思います。

魚住先生は金曜日、石原先生は火曜日の授業ですが、皆さん方は学生でいらっしゃるから、先生方に、「はい」とか行って声を掛けるかもしれませんが、もし社会人の新人になったときに、社会人の大先輩として、この経験豊富な先生方に対等に口を利くことはできません。

ですから、今のうちにぜひ身近なところで、授業の前でも後でも、取り囲んでいろいろな話を聞くぐらいの貪欲な知識欲を發揮して下さい。皆さん方が真剣に聞くことでしたら、先生方はどんなことでも答えてくれますので、ぜひ貪欲に先生方をつかまえて下さい。そして、残りは後期もあと数回だと思います。3分の2ぐらい終わったところですが、ぜひ先生方にどんどん話し掛けて、質問し掛けて、先生方の知識を少しでも吸収して行ってほしいと思います。

きょうは、午後の3限と4限を使って、東アジアビジネスの最新動向として、中国、ASEAN、日本ということで、アジア研究センターのシンポジウムにしました。一番後に、所長の秋山先生から締め言葉だけお願いして終了にします。

第二部：閉会の辞

秋山 憲治（神奈川大学アジア研究センター所長、神奈川大学経済学部教授）

今日はどうもご苦労さまでした。いろいろ皆さんにとってみると、非常に興味があったことが多々あったと思います。ぜひこれを皆さんの糧としていただきたい。日本の現在の状況は、ある意味ではぬるま湯の状態であり、何とかなると考える感もありますが、皆さんがあと10年、20年たったときに、しまったということにならないよう、今の状況に甘んじていないで、ぜひいろいろなことにチャレンジしてください。10年先、20年先、あるいは30年先をターゲットに入れながら勉強したり考えてみたりしてください。きょうはどうもお疲れさまでした。ありがとうございました。

田中：皆さん方、本日のシンポジウムはこれで終了します。講演して頂いた先生方、本日は本当に有難うございました。

編集 田中 則仁（所員、 神奈川大学経営学部教授）