



# 物流ニュース

NO. 120

2015年11月

## 中国経済、景気動向の見通しと物流業界への影響

中国経済は、この30数年間の2桁伸長で規模が大きくなったが、近年になって、2013年の成長率7.7%、2014年は7.4%、2015年上期は7%、2015年も第3四半期は6.9%と漸次減速している。このなかで、今年に入って中国株が大きく下落し、元の切り下げも行われたなど、中国経済は破綻に近いのではないかとという日本社会からの「思い込み」に基づいた「中国経済観」が続々と発表されている。確かに中国経済はいまや構造改革途次にある厳しい状況に直面しているといえる。しかしながら、現状はリーマンショックにおける投資バブル後の調整のやむをえない時期であるといえよう。むしろ、当分トンネルが続くという織り込みが足りないことから、株や為替の変動に過剰反応してしまうのではないかと考えられる。今後、中国経済はどこに向かうのか、また日本の物流業界にどのような影響を与えるのかについて、本レポートで考えてみたい。

本レポートは、今後は、中速成長が中国経済の「新常态」になり、2020年までに中期的な経済成長は6.5%~7%程度で推移すると考える。ここでは、従来のように既存データを用いて説明することを改め、中国政府の打ち出した国内外産業・経済政策を確認したうえで本問題を論じたいと考える。



中速成長が中国経済の「新常态」になり、2020年までに中期的な経済成長は6.5%~7%程度で推移

### 1. 中速成長 (6.5%~7%) が中国経済の「新常态」に

#### 1) 「第13次5カ年計画」で成長の輪郭が鮮明に

去る10月26日から29日までの3日間にわたって開催された第18期中国共産党中央委員会第5回全体会議において、今後の中国の5年間(2016年—2020年)の経済発展計画が発表された。この計画では、2020年のGDP総額と国民一人当たりの収入を2010年に比し倍増させ、全面的にゆとりある社会を実現するという目標を挙げた。このため、年率6.5%の成長を最低限とし、成長の青写真として①経済成長の維持、②経済発展方式の転換、③産

業構造の調整・最適化、④イノベーション駆動型発展の推進、⑤農業近代化の加速、⑥体制・制度の改革、協調のとれた発展の推進、⑦エコ文明構築の強化、⑧民生の保障と改善、⑨貧困者支援開発の推進、⑩地域発展の10大の目標と課題を公表された。ここで国民生活に密接にかかわる具体的政策について若干説明する。

まず、今年から1組の夫婦が2人の子どもを産み育てることを可能とする「二人っ子政策」が全面的に実施されるようになる。本政策により、短期的には育児関連食品、玩具、医療、子供衣服、家庭自動車（SUV、MPV）、教育業界などの発展を牽引し、長期的には、いわゆる「人口ボーナス」により、中国経済の発展に積極的な意義を持つものと言える。そして中国社会の大きな課題とされる人口高齢化への対応の行動を積極的に展開するという形になる。

また、学習型社会の形成及び人的資源の強化について、貧困学生に対する全面的支援策を打ち出し、高校教育を普及させる政策がとられた。これにより、労働の質が向上し、一人当たりの付加価値の産出額に結びつくものと考えられる。一方、技術者の待遇を引き上げるとも言及され、実物経済への重視姿勢を伺うことができる。さらに生産効率の向上に向けて、雇用の製造業からサービス業への転換を図り、雇用を吸収し、また起業を促進するといった政策が盛り込まれた。そして経済発展が遅れている約800の貧困県に対して、貧困脱出のスケジュールを明示したことにより、中間層の厚みを増やすことを目指している。

中国の全般的経済状況を、一般的に「投資」、「消費」と「輸出」の3ファクターからみてみると、2015年上期の中国の農業生産、工業生産、固定資産投資、国内消費は安定し成長したが、対外貿易額は約7%減となった。貿易額を制約する要因として、①人民元実効レートの上昇、人件費など輸出入貿易コストの高止まり、②外需の低迷、③原油、石油製品など輸入口商品価格の大幅下落などが起因していると考えられる。

この中で、特に「消費」についてみてみると、たとえば、この11月11日の「独身の日」に、アリババが運営するネット通販サイト取引額は、現地時間午前0時の開始から、現地時間の午後5時半の時点では、取引額は日本円でおよそ1兆3800億円を超え、去年のこの日の取引額を大きく上回っていた。中国が、内需主導の経済へと構造改革を進めるなかで、「爆買い」行為がいつまで続くかわからない。しかし、中国の消費のGDP成長に対する寄与率は、現在40%台にあり、日本、米国のレベルの60%台、70%台まで引き上げるには、またまた多くの消費力が潜在しているといえる。これは経済成長率にも直結することであろう。

## 2) 「一帯一路」のステージで海外投資を拡大

「一帯一路（1ベルト・1ロード）構想」（以下「構想」）とは、中国習近平政権の①中国西部から中央アジアを経由して陸路でヨーロッパにつながる「シルクロード経済ベルト」と、②中国沿岸部から東南アジア、インド、アラビア半島の沿岸部、アフリカ東岸を結ぶ「21世紀海上シルクロード」の二つのルートを通じて、交通インフラ整備、貿易促進、資金の往来を促進していく基本構想である。

「1ベルト、1ロード」の沿線各国は、東西双方の文明が集まる場所にあり、人口総数は約44億人と、世界の63%に達し、経済の総量は約22兆ドル、世界の30%に達する。人材資源や自然資源が豊かで、産業構造の補完性が強く、発展の潜在力に非常に富んだ地域である。しかし、各地域間の発展格差が大きく、交通インフラが未整備であることが、地域

間協力の障害となっている。これらの地域では経済発展に向けて、インフラ整備の需要が旺盛である。

中国は、次の成長・拡大ステップの戦略理論を打ち立てるにあたって、貿易と投資のターゲットをフォーカスした。そして国内投資への集中から海外投資へ切り替えるという舵をきった。また貿易拡大のタックードも新たに設定した。この対象がこの「1 ベルト、1 ロード」周辺地域である。

最近、中日間の白熱した競争が展開されたインドネシアのジャカルタ・バンドン鉄道プロジェクト（総延長 144KM）は、この「一帯一路」の大きな枠組みのなかでの請負事案となった。

この構想の推進は、中国に以下に記すような産業及び企業に多くのビジネスチャンスをもたらすものと期待されている。

- ・ 建設業、設備製造業、建築材料業などのインフラ建設関連の産業。中国は国内の大規模な余剰生産能力を解消でき、中国インフラ建設関連の輸出拡大につながる。

- ・ 交通と輸送の関連産業。中国は、対象国を結ぶ交通網の整備を目指している。港湾、空港、道路、鉄道の建設と運営に加え、関連設備の生産と物流などに関わる中国企業にとってのビジネスチャンスが広がる。

- ・ エネルギー産業。これには石油・天然ガスの輸入パイプラインと発電所の建設や、電力関連設備の製造などが含まれている。

今年上半期は、中国のこの「一路一帯」の沿線国への輸出額は平均 17%増であった。また、沿線国家と位置付けている ASEAN 諸国との間では、2020 年までに貿易額を 2014 年の 2 倍以上、1 兆ドル規模に拡大する目標が掲げられている。

## 2. 日本の物流業界は資源相互活用時代へ

前述のように、中国の経済はこれから中成長段階に入る。しかしながら、6.5%以上の成長を維持していただくだけでも、その経済規模は巨大なものである。中国がその巨大な物量に物を言わせ、物流の発注権を握る時代となっている。日本の物流業界は、このような流れのなかで、マーケットに合わせて変化し、より鮮明に①「ネットワーク型物流企業」と、②「ソリューション型物流企業」へと大きく 2 つに分化していくものと考えられる。要するに、「ネットワーク」と「ソリューション」を付加価値として、サービスを売る物流企業への転換である。

### 1) 「ネットワーク型」物流企業の形成

中国は世界最大の貿易国になるとともに、海運市場も中国に重心が移った。中国フォワーダー企業は、船社とトータル契約を結び、中国の発着する膨大な貨物量をベースに、他国発着を含むグローバルの海上運賃にも大きく影響を与えるようになった。これにより、日本のフォワーダー企業は中国フォワーダー企業に比して優位のある海上運賃をとることが難しくなった。このため、日本の大手荷主企業が自ら船社と契約し、中堅企業は現地法人などを通じて中国フォワーダーから競争力のある海上運賃を取る動きに出ている。

こうした状況において、日系フォワーダー企業は貨物ドレージ、積込など現場作業業務に専念する傾向にある。現場作業を取り扱うことに限られた場合、荷主企業は日本国内も、海外の子会社も同じようなオペレーションを求められることが多い。そこで、フォワーダー企業は、荷主企業のある国内外現場においてサービスネットワークを構築し、同質のサービスを提供できないかぎり、他のフォワーダー会社にとって代わられる可能性が大きい。

この意味で、フォワーダー企業にとって「ネットワーク」の有無は重要である。日本のフォワーダー企業は、これからも海外進出または海外代理店契約を積極的に行うことによって、生き残りを図る構図になろう。

日中は、今後世界各地で高速鉄道建設を含む、いろいろな場面で競合関係になると考えられる。日本の物流業界としては、インフラ建設主体を問わず、作られた道路、鉄道、水路などのインフラを使った効率的な物流ネットワークを構築することこそ重要であろう。たとえば、中国からカザフスタンに向かう貨物の3割は日本製の自動車部品や電子製品であり、中国の「1ベルト・1ロード」構想に基づく物流の整備が実現すれば、日本からカザフスタンまでにかかる日数がそれまでの約3週間から数日間に短縮される等の効果が発生する可能性もある。日本の物流企業が効率化されたネットワーク運営によって荷主企業のSCMを支援していくことになる。

## 2) 「ソリューション型」物流企業の育成

2015年、中国政府は半導体産業の育成を宣言し、これから向こう10年以上の長期スパンで、電子設備関連の輸送需要は続く。特に半導体系装置の一部先端技術では日本製が優位にあり、日本からの調達が多く、日中間における半導体精密装置関連の輸送は堅調な需要が見込めるであろうと考える。

このような付加価値のある輸送は日本の物流産業にとってチャンスである。輸送技術（防振防湿低温輸送）の運用等によって自社しか運べない輸送商品を創出することで業務を獲得することが可能になる。付加価値のある輸送は、精密製品、生鮮食品、振動の嫌うニッチ分野の貨物に及ぶ。しかし、これを取り込むには、そのためのソリューションが求められる。このことはアセットを重視しないフォワーダー企業にとって障壁となることを意味する。今後のこのようなアセットを有する物流企業、リース企業とフォワーダー企業の協力体系を構築する必要性が大きくなろう。

## 3) 中国向け消費者物流モデルの構築

中国経済の拡大は、国民消費力増をもたらした。中国における旺盛なネットショッピングの需要により、日本の優れた日用品を購入する消費動向はこれからも続くと考えられる。日本発の中国向け消費者物流の構築は、物流産業として構築するに値するビジネスモデルであろう。中国発着貨物の圧倒的な拡大は、日本の物流産業に大きな課題を与えている。日本の物流産業は、資源（ネットワーク、ソリューションなど）を相互利用しつつ、このような新しい物流ニーズに対応すべき時代を迎えたといえよう。

### **KEY WORD**

今後は、中速成長が中国経済の「新常态」になり、2020年までに中期的な経済成長は6.5%~7%程度で推移すると考える。

日本の物流企業は、より鮮明に「ネットワーク型物流企業」と、「ソリューション型物流企業」へと大きく2つに分化していくものと考えられる。そして日本発の中国向け消費者物流の構築は、物流産業として構築するに値するビジネスモデルであろう。