

中国ビジネスセミナー

中国経済のこれからを見る眼 「人民元の切り上げと環境ビジネス」

講師：日本貿易振興機構 中国北アジア課 課長代理 酒向 浩二氏

1. 資本規制の解除と米の人民元切り上げ圧力

中国では、2006年末に銀行業務が外資へ全面開放されることになっているが、外資系銀行は外からお金を持ってくる人が多いと考えられることから、中国は今後、何らかの形で資本規制を解除せざるをえないだろう。それは2008年の北京オリンピック前後が一つのタイミングになると見られ、資本取引が自由化されると、中国で会社を設立する資金をある程度こちらから持っていけるようになる可能性も考えられる。

一方、アメリカの民主党政権下での入閣がうわさされるハリー・ハーディング氏は、繊維問題、知的財産の問題、人民元切り上げの問題が米中の三大摩擦であると言っている。繊維については、アメリカもEUも少し余計に輸入するということで中国と和解したことになっているが、通商摩擦が激化するなら最初から中国の業者に発注しないという企業が、日本も含め増えている。特に韓国系、台湾系の企業はベトナムへシフトする動きをかなり進めている。また、知的財産の問題に関しては中国も困っているところで、技術移転の際にはコアになる技術をブラックボックス化すべきだといわれている。

特に重要な人民元の切り上げ問題に関しては、今後強くなることが予想される人民元を多く持ったほうが有利だということで、当面、B/S上やP/L上の対策として、人民元建ての資産を増やし、ドル建ての負債を増やすという方向で話している企業が多い。ただ、資本規制が緩和されると、逆に人民元が売られる事態も考えられ、切り下げの可能性が出てくることも考慮に入れなければならない。

人民元は今、シンガポールの通貨バスケット制を参考とした管理フロート制を敷いており、かなり米ドルとの連動性が強くなっている。これが最終的には変動相場制に移行することは容易に想像されるが、どの位の期間で実行するかは2007年以降の動向をよく見ないと分からない。

2. 人民元切り上げ対策

人民元切り上げ対策について、JETROでヒアリングしたものを紹介しよう。デリバティブの活用ということでは、為替の先物やNDF(Non Deliverable Forward) 香港のデリバティブ取引も一応使うことができる。ただ、これは香港に現地法人がある企業グループに限られる。債権債務の通貨、ドル資産とドル負債、元資産と元負債をマッチングさせておけば為替損益は基本的には発生しないことになるが、日々のオペレーションではなかなかそうもいかないこともあるので、あるメーカーでは、人民元の預金残高を増やす策として、工場でのオペレーション資金を数か月分まとめて人民元に両替したり、定期預金をしたりして、少しでも人民元を増やそうとされている。

また、ドル建ての借入れを増やすというやり方もあるが、ドルの金利が高いことを考えるとなかなかうまくいかない。結局支払いの猶予期間を調整することが多くなっている。つまり、ドル建ての分については先延ばしし、人民元についてはできるだけ早くもらうということである。もう一つ、いちばん有効なのは、やはり日系企業相手も含め、中国内での売り上げを増やしていくことである。

また、人民元の問題については、日本国内では先日の切り上げで終わりだという意見が多いが、アメリカでは3~4割上がって当たり前だという意見が多いことに留意していただきたい。

3. 環境ビジネスの未来

その中国市場で、今後有望だといわれているのは環境ビジネスである。2010年の上海万博のテーマも、間違いなく環境が最大のテーマになるだろう。第11次5か年計画(中国語では今回から5か年企画)では、節約型社会を目指すということがテーマになっているからだ。中国の今のエネルギー効率は日本より10倍悪いといわれているが、これは1次エネルギーの7割が石炭であることに起

困する。

私どもが2005年10月に開催した日中経済討論会の席で、出席された中国の省エネ協会の副理事長から、「中国ではすでに省エネ法を施行した。ただ詳細はこれからだ。やれるものからスタートしている。今後、優遇政策にも取り組んでいく」という発言があった。また、中国でも省エネビジネスをやっている企業が、大学発のベンチャー企業を中心に、ここ2～3年で200～300社は出てきているという話だった。しかし、技術はまだ低いようだ。

その場には日本の資源エネルギー庁の課長にも出ていただいていたのだが、日本ではエネルギー管理士という国家資格を設置し、基本的には企業の自主努力を求めるシステムを採用したためにうまくいったという話をされていた。しかし、水や空気の値段がまだまだ安く、ペナルティーもない中で、一般の意識はまだまだ薄いようだ。

4．環境をテコとした日本企業の中国進出事例

①自動車

中国でも今後、燃費や排気ガスの規制が厳しくなり、ユーロ水準が導入されるが、これは日本企業にとって非常にチャンスである。それだけの基準を満たせる企業は、アジアでは日本だけである。また、アメリカの環境対応は非常に後れているからだ。

②コークス乾式冷却設備

日本の製鉄所にはほとんどコークスを冷却するコークス乾式消火設備がついているそうだが、中国に多い小型の製鉄所にはついておらず、水を利用していることが環境汚染を招いている。新日鐵ではその冷却設備の中国での現地生産と販売に、すでに取り組んでいる。

③発電機のリース

三菱重工は、電力不足の中国の企業に自家発電機を貸し出すビジネスで、グループの銀行を使ってリースの制度を導入させ、かつ新日本石油が中国の石油会社と組んで燃料を安く調達し、税的に安い燃料も作らせて、トータルに事業展開している。

④節水型トイレ

北京はゴビ砂漠にも近く、特に北部では水不足が深刻なことから、中国は節水システムにも非常に興味を持っている。東京の木村技研は、JRや簡易テント用の、トイレに流す水が少なくて済む技術に優れているところで、中国政府から進出を囑望されて、今、北京に事務所を作っている。中国の水の値段はまだ日本の10分の1程度であるため、オリンピックが終わった2010年以降に勝負をかけたいということだった。

また、中国で工場を造っても中国国内ではなか

なか利益が回収できないので、一部のパーツを中国から輸入するようにして、結果的に利益を回収するような仕組み作りを考えているということだった。いずれにせよ、環境ビジネスはやはり官が主体になるので、官のお墨付きをもらえたことは大きいと思う。

⑤半導体・液晶工場の水処理

栗田工業は半導体や液晶などを作ったあとの水のリサイクル処理ビジネスを日本や中国で展開しているが、中国で難しいのは、各市、各県ごとに環境を監督する部門があり、そこと折衝しなければいけないことだそう。日本の顧客企業の中国進出に当たって、その部分を栗田工業が請け負い、業績を伸ばしている。

⑥代替プロパン

東洋エンジニアリングは四川省から出る天然ガスからジメチルエーテルという代替プロパンガスを作るというプラントをやっている。それを可能にしたのは成都が上海から2000km離れているという地理的な条件だが、中国企業は物まねが得意で、技術供与をすると、あとはうちで全部やると言ってくる企業があるので、その部分が問題だということだ。

5．クリーン開発メカニズム（CDM）

CDMに関しては、まず日本でこれから議論が増えてくると思う。実際に、この業界は何%の目標まで何かやらないとペナルティー、つまり環境税を課すという話が、環境省を中心に行われている。経済産業省はそれに反対しているが、このままだと京都議定書の目標を達成するのはまず無理だといわれている。

日本の問題は、だれが排出権を買ってくれるかということで、今、問題になっている国際協力機構や政策投資銀行など、官のお金を出しつつ、民間にも協力していただいてファンドを作り、買い取りの制度を構築しようとしているが、今のところまだマーケットができていない。ヨーロッパの場合は、冷戦終了後、東ヨーロッパで閉鎖になった工場が出てマーケットが成立しているのだが、日本の場合は周りの中国その他が削減の義務を負っていないという事情がある。ただ、中国当局は環境問題を解決しなければ国が壊れてしまうという意識を持っているので、そこに環境ビジネスのチャンスがあると思う。

そのような中で、大手商社、プラントメーカー、東電などからは、バイオマスや石炭の液化技術について、中国案件と呼ばれるものが出てきつつある。その条件は環境への配慮があって、かつローテクだということで、今インドネシアで実験されているのが、天然ガスを冷却してLNGにせず、圧縮して送るという技術である。

6. 全体の傾向

今、中国に進出している日本企業は、2003年度末の中国の登記ベースで約1万8000社で、圧倒的に沿海部に集中している。

その中では今、自動車関連の投資が非常に多く、それがガラス、半導体、エアバックに使う繊維、鉄など、ありとあらゆる業種を牽引していると言える。しかし、中国における自動車業界の将来像については、なかなか見えてこないというのが本当のところだ。つまり、爆発的に増える要素はあるが、環境に対応できるかどうかの問題なのである。これは裏を返せば、環境に強い日系企業のチャンスが大きいということだと考えられる。

ただ一方で、極めて価格弾力性が強いマーケットであるという側面もある。すなわち、日本と違い、若干性能が悪くても2~3割安ければそちらを買う人がほとんどなのだ。ちなみに、これはインドも同様で、価格弾力性が非常に高い。韓国系企業躍進の理由もやはりそこにあると思う。

したがって、価格競争に巻き込まれたら、日本企業はまず勝てない。これは、特に家電製品で完全にその結果が出ている。家電でいちばん人気があるのがハイアール、TCLで、携帯ではサムソンなども入っているが、そういったところが圧倒的に強い。その結果、日本製品は松下のドラム式洗濯機やソニー、キヤノンのデジタルビデオカメラなどに限られてしまった。

7. パーツと設備のBtoB

ここでのキーワードはやはりパーツと設備ということだ。つまり、BtoCよりもBtoBのほうがチャンスは大きいと思う。それは、中国企業、韓国企業、台湾企業は、共通して部材、部品は日本製がいいという思い込みがものすごく強いからだ。

したがって、見かけはメイド・イン・チャイナだが、中身はメイド・バイ・ジャパンというものがかなり多いのが実態で、日本から中国への輸出を見ると、今、完成品は全くないと言ってもいいくらいになっている。つまり、成功のポイントは、インテル・インサイドのように、キーコンポーネンツでのブランド化、モジュール化を行って部品の付加価値を高めることで勝負するということになる。パーツを提供して最終消費の競争では彼らに戦ってもらおうというほうが、やり方としてはいいのではないだろうか。

それを気にしているのがトヨタのようなセットメーカーで、だからこそ関連会社への出資比率を高めているのである。例えば環境に強いエンジンや部品を中国企業で造れなければ、日本側はそれを出すことができる。さらにそれをパワード・バイ・ホンダなどのブランドにできれば、より効率的、理想的だということだ。

中国の企業は割と自社ブランドにこだわる点があり、OEMやODMというイメージは利益重視の台湾系の発想である。逆にいえば、中国では自分のブランドであれば自分の製品でなくてもいいわけで、日本企業は完全な黒子になることで、OEMよりもリスクを小さくすることができることになる。

8. 技術流出への対応

また、中国に限らず途上国とビジネスをするうえ大事なことは、契約が守られるかどうかだが、基本的にはそれが非常に難しいという面がある。したがって、コアの技術は日本に残さなければいけないという話で、バンダイなどはガンダムの金型だけは静岡県に残しているという。実際、中国では偽物があふれているので、それだけ偽物があれば宣伝効率が省けるぐらいの考え方を持たなければ商売にならない面があると思ってほしい。

技術流出に関しては、やはり人間が向こうに行ってしまうケースがすごく多い。つまり、御社で働かれたかたが、そのまま中国企業や台湾企業へ行ってしまうということで、日本企業のOBのかたが、向こうの人の熱心さにつられて、ついつい頑張ってしまうのだ。

これに対処するには、まず社内規定の整備というところから入らざるをえない。つまり、アクセスの制限や契約を、個人ベースでも管理するということをやらざるをえないということだ。また、パソコンを使う部屋には監視カメラやESBロックをつけておくこともやったほうがいい。

もう一つ、台湾企業、韓国企業がものすごく強くなったのは、日本の設備屋が設備をばんばん売ってしまったからだ。そこで今、シャープなどは設備の内製化を非常に進めている。

また、日本では1人でやる工程を、人件費が安い中国では3人ぐらいでやらせるというやり方もよく行われている。これはボーイングが三菱重工に飛行機の部品を発注する際の分割発注という発想と同じである。

また、中国企業と訴訟をやっても勝てないし、勝ったとしてもものすごい労力がかかってしまうので、半導体、液晶では、台湾・香港企業を訴えてその息の根を止めることによって、結果的に中国への技術流出を防ぐということも行われている。

このような対策については、アメリカ企業より日本企業のほうが進んでいると言う人もいるほどで、実際、中国企業の台頭とさんざん言われている割にはそうでもないというイメージを持たれるかたは多いと思う。さらに、環境規制に対処できるところはまだ少ないということになると、ある意味、日本の皆さんにとってのチャンスになっていくのではないだろうか。