

1. 「中国スーパー企業の研究」
2. 「これから伸びる中国企業地図」
3. 「中国産業地図」
4. 「中国成長企業50社一長江編一」
5. 「上海・華東進出 完全ガイド」

1. 「中国スーパー企業の研究」 沈才彬著 アートデイズ 12月1日

副題:「日本企業優位の神話は崩壊した」 帯の言葉:「中国スーパー企業は日本を呑み込みながら躍進する！」

この本で沈才彬氏は、中国経済の前途をバラ色に評価し、バブル経済の崩壊などはまったく視野に入れていない。まず沈氏は、「第2次大戦以降、西洋諸国と渡り合い、アジアの中で独走してきた日本企業は、これまで中国の企業に対して畏怖の念を持つことはなかった。しかし、2010年の GDP 日中逆転以降、その風向きは変わり始めた。今、一部の中国企業は明らかに日本の企業を凌駕し、もはや日本はアジア一の経済大国の地位に胡座をかいてはいられなくなった」と書き、その証明として中国企業の日本企業買収例を10件、列挙している。その中に中国企業の山東如意科技集団が日本アパレルの老舗企業レナウンを買収した案件が取り上げられているが、私はこの買収は失敗作ではないかと思う。繊維業界ではレナウンの経営状況がきわめて深刻で、再生は難しいのではないかとと言われて久しい。なぜこの企業をわざわざ山東如意が買収したのか、私には理解できない。買収するなら、もっと将来性のある企業に手をつけるべきではないのか。10例の中のその他の案件にも同様の匂いのするものがある。

沈氏は本書で、中国のスーパー企業5社を取り上げて紹介している。これらの企業は、短期間に巨大企業になっており、その中身も充実している。それらはまさに昇竜中国を代表するような企業である。しかしながらこれらの企業は、いずれも政府との絡みが強く、その庇護のもとで急成長したという印象を捨象できない。つまり日本の明治維新後の国策会社の急成長と同様の面があるとも理解できる。それでもそれらの企業の創業者たちの強いリーダーシップには、目を見晴らせるものがある。たしかにこれが現在の日本企業に欠落しているものでもある。

沈氏はレノボの紹介の項で、この企業が創業以来、今まで、「ワーストワン淘汰制度」をとり続けていると書き、この競争原理の活用が成長の原動力になっていると特記している。私は、この認識はすでに過去のものとなっていると考える。今や、中国は「一人っ子」の小皇帝世代に入っており、同時に人手不足で、一般企業は従業員の確保に奔走している状態であり、「ワーストワン淘汰」などと言っていると、その会社から従業員がすべて消えてなくなるほどだからである。またこの制度は、「新労働契約法」にも抵触する恐れがあると指摘されている。

なお沈氏は中国の政府債務が GDP 比で17%であるとし、その数字の信憑性については一切疑問を抱いていない。その上で、日本の政府債務がGDP比220%であることを指摘し、「日本という国がもし民間企業だとしたら、220%という債務超過に陥っていることになる」と騒いでいる。この認識は正しくない。「もし民間企業だとしたら、社員持ち株会が220%の債券を保有していることになる」と表現すべきである。

2. 「これから伸びる中国企業地図」 野村総研(上海) 中経出版 10月23日

帯の言葉：「中国経済をリードする注目の市場」

この本は、中国の第12次5か年計画(2011年スタート)をもとに、「中国はどのような成長戦略を描いているのか」、「日本企業が中国で成功するにはどうすべきか」について、IT・通信・新エネルギー・環境・医薬・ヘルスケア・保険・自動車などの分野を取り上げて、深く検討している。

この本の著者たちは、「2010年、中国は実質 GDP で日本を抜いて世界第2位の経済大国になり、今や国際経済における中国の存在感はきわめて大きい」という中国認識を前提にして、「一方で中国は、国内にさまざまな問題を抱えているのも事実だ。30年以上の高度経済成長を経た中国が直面することになった“構造変化”は次の通りだ」と書き、その最初に「国家構造の変化→人口構成の変化」を上げている。そして本文中の随所で、「中国は長期的に労働力が不足する。あるいは人件費が上昇する可能性が高い。企業としては、“無尽蔵の低コスト労働力の供給は、今後にはできない”という前提に立つべきだろう」と警告を発している。このような文章を読むと、つい数年前まで、「中国の最大の課題の一つが失業者問題」という認識が、中国の政府関係者や学者、そして日本のチャイナ・ウォッチャーや学者までも含むほとんどの人の常套句であったことを思うと、隔世の感がする。一体、あの大合唱はなんだったのだろうか？ またぞろ彼らはそれを反省せず、またその真因を追求しようともせず、無定見にも常識化した人手不足の原因を、「一人っ子」政策に求めている。その程度の認識では、今後の中国の動向を正しく把握することは不可能である。

なお本書は、「内陸への進出は物流上の課題は残るものの、外資企業にとって有力な選択肢となる」と書き、「内陸部地域ではまだまだ土地に余裕があり、人件費などのコストが沿岸部に比べて低いというメリットがある」と記している。しかし実際には内陸部でもさして人件費は安くはないし、ストライキなども頻発しており、大儲けできるという保証はない。

3. 「中国産業地図」 亜州 IR 編 日本経済新聞社 10月24日

帯の言葉：「急成長する中国の実力を豊富なデータと関連図で読み解く！」

編者は本書の目的を、「急ピッチの成長が続く中国の各種産業は、業界を取り巻く環境や業界内の勢力地図も大きく変化しています。ここ数年は、特に国有企業の株式上場、大手企業間の買収・吸収、海外事業との戦略提携などが加速している状態です。そこで本書は、主要業界の最新動向を分析した上で、複雑化する業界内の資本関係や勢力バランスをわかりやすく図示してみました。(…中略)。中国における事業展開や中国経済の研究、中国株への投資などに本書をご利用いただければ幸いです」と書いている。たしかに関連図はわかりやすいし、データも豊富である。しかしながら「11年度は中国の経済成長ペースがやや鈍化する見通し。(…中略)。しばらくの間は9%台の成長を強いられそうですが、それでも先進諸国と比べた場合は突出した高水準であることに変わりはありません」という基本認識で書かれている本書は、あまりにも教科書的で、中国株で大儲けようとする穴場狙いの読者には物足りないであろう。

編者は、「8月までのPMIは、景況判断の分かれ目となる50を30か月連続で上回る状態。この点を見ても、過度に先行きを懸念する必要がないといえそうです」と書き、8月までのデータをもとにして、景気判断を下しているようだが、10月のPMIは早くも50を下回った。貿易についても、「日米欧との貿易が全体に占める割合は、輸出が01年の56%から11年度は48%に低下しています。裏を返せば、新興国との貿易が、よりハイペースで伸びていることを意味します。新興国の高い経済成長が背景にあるのはもちろんですが、中国が開発援助や民間投資を通じて世界的に影響力を強めていることも要因でしょう」と書いているが、11年度の輸出の大きな伸びは東南アジア向けである。それは労働集約型外資が中国から東南アジア各国へ逃避し、中間財などがそれらの各国に輸出された結果の数字であること、つまり日米欧の顧客が東南アジア各国に奪われたことの証明であるという認識がない。

不動産については、一般のマスコミ同様の誤りを犯しており、土地とマンションを混同しその解説を行っている。この項には、工業用地や農地などの値上がりについての記述はまったくない。図表や統計数字もすべて住宅のものばかりである。そして不動産は、「いずれにせよ、長期的にはなお“右肩上がり”の流れが期待されます」と書いている。現在、沿岸部諸都市のマンション価格は、すでに20%近く下落し、来年の旧正月前までにさらに下がると予測されている。そのとき編者は、この本の改訂版を出すつもりなのだろうか。

4. 「中国成長企業50社—長江編—」 NET CHINA・ブレインワークス編 カナリア書房 11月10日

帯の言葉：「急成長を遂げる中国で、注目すべきはこの企業だ！ パートナー探し、進出企業探して大活躍すること間違いなし」

この本は、上海を中心にした親日ベンチャー企業のPR雑誌である。そのほとんどが100人以下の中小企業で、しかもハイテクや知識集約型ではなく、むしろローテクで労働集約型である。したがって「中国成長企業」という題名と中身には相当の落差がある。たとえば本書の中のある家具製品の貿易会社の社長は、「家具製造業は労働集約型産業でもある。そのため、付加価値が低いいためコスト競争に陥りやすい。今後の業界の動向を考えてみれば、3~5年後にこれらの企業は次第に中国の北部または西部に移転することになる。だからこそ、新製品の開発が大きな付加価値を与えるのだ。わが社は常に新製品の開発に取り組んでいる」と語っている。しかし現実はずで家具製造業者の多くは、中国の内陸部ではなく、東南アジアにシフト替えしてしまっており、この会社もそれに付いて海外進出を考えねばならない段階に入っているのであり、とても「中国成長企業」とは呼べない状況に陥っているのである。

それでもこの本の中には、ユニークな製品を売り出している会社もあった。その一つは、「使い捨てトイレカバー」の会社である。そこには「セット使用ができる使い捨てペーパーパッドも用意している。輸入された天然パルプで作られている。清潔に使用できるよう、先端には持ち手があり、手触りが柔らかく折り痕がつかない。また、快適で暖かく徹底的に病原菌を隔離する。また、水に濡れると分解され、無害である。便座を拭くために消費されていたトイレペーパーを大幅に節約することができ、コストの削減も可能である」と、写真付きで紹介され、中国の一流ホテルなどで採用されていると書いてある。残念ながら、私はそれにお目にかかったことがない。早く、見てみたいものである。またその他に、竹繊維の下着やどうもろこし繊維のエコバッグなどを売り出している会社もあった。

中には30年以上の社歴を持つアウトドア製品の製造販売会社があり、テントなどが写真付き紹介されていた。それを見て私は、四川省大地震のときに、湖北省にある私の服装縫製合弁会社で、救援用のテントを何日間も徹夜で縫ったことを思い出した。きっとこの会社も大活躍したにちがいないと思い、読み進めていったが、残念ながら最後までそのような記述はなかった。

5. 「上海・華東進出 完全ガイド」 NAC 国際会計グループ カナリア書房 9月20日

副題：「中国最新 IFRS・移転価格・内部統制とサービス業種進出」

この本には、上海・華東地域でビジネスを展開している日系企業や、これから進出しようとしている企業への的確なアドバイスがもりだくさん詰め込まれている。ただし公式見解のみで、裏話に類するようなものはほとんどない。以上