

「<ナント>海外視察ミッション」（中国・上海市）参加報告

平成 22 年 9 月 15 日から 17 日までの日程で、南都銀行主催の「<ナント>海外視察ミッション」に参加し、中国・上海市を訪問させていただく機会を得ました。

今回の視察は、「日中ものづくり商談会@上海 2010」や「上海国際博覧会（上海万博）」などの見学を通して、躍動する中国ビジネスの息吹や成長を続ける中国市場を肌で感じられるよう企画されたもので、南都銀行取引先企業の経営者を中心に総勢 15 名が参加しました。

1. 上海市の概要

上海市は、中国に 4 市存在する直轄市の一つで、省と同格の一級行政区画である。常住人口は 1,921 万人（2009 年末時点）で同国第 1 位。経済規模でも中国最大の都市であり、同国の商業・金融・工業・交通の中心となるメガシティだ。

市内を流れる黄浦江の東側に広がる浦東地区は、元々は農村が広がる湿地帯だったが、政府の号令のもと 1990 年から「浦東開発プロジェクト」が始動。日本の森ビルが開発した高さ 492m の高層ビル「上海環球金融中心」（通称：上海ヒルズ）や、高さ 468m のテレビ塔「東方明珠塔」などの高層建築物が立ち並ぶ、中国発展のシンボルの地区となっている。



上海ヒルズ 100 階展望台（高さ 474m）からの東方明珠塔の眺め（左）／きらびやかにライトアップされた外灘の風景（右）

黄浦江沿いからは対岸に外灘（バンド）と呼ばれる旧租界地区（19 世紀後半から 20 世紀前半にかけてイギリス・アメリカ・フランスなどが設定した外国人居留地）を眺めることができ、当時建設された西洋式建築群が美しくライトアップされている。

ちなみにライトアップ用の電気代は政府が援助しており、国を挙げて上海夜景の威容をサポートしているとのこと。地方における電力不足の問題は未だ深刻なようだが、上海は別世界のように光り輝いている。これが、「先に豊かになれる者か

ら豊かになれる」という有名な鄧小平理論の実践でもあるのだろう。

2. 日中ものづくり商談会@上海 2010

日系企業の現地活動状況等を把握するため、南都銀行をはじめ上海進出の各地方銀行・地方自治体等 26 団体が共催する「日中ものづくり商談会@上海 2010」の会場を視察した。

南都銀行が開催する上海ビジネス商談会としては 5 回目になるもので、今回は主に機械・金属・電子部品製造業の日系企業 300 社以上が出展。来場者数は約 3,200 社／5,300 人にのぼり、8,500 件を越す商談が行われ、中国で開催される地銀商談会としては過去最大規模となった。



今回のミッション参加者一同（左）／「日中ものづくり商談会@上海 2010」会場内の様子（右）

出展企業からは、商談会規模の拡大により商談件数が大幅に増加し、非常に有意義であった等の声が聞かれた。

奈良県に本社を置くある出展企業の話では、現地行政当局の指導への対応、現地ローカル企業との競争激化、中国国内の物価上昇に伴う人件費・物件費の高騰などの様々なリスク要素を分析し、慎重に中国市場への対応を進めているとのことだった。

3. 2010 年上海国際博覧会（上海万博）

10 月 16 日に累計入場者数が 6,460 万人に達し、

1970年の大阪万博（6,422万人）を超え史上最多記録を更新した上海万博。規模の面でも、189カ国と57の国際機関という史上最多の出展者を集め、万博全体の経済効果は1,000億元（約1.3兆円）以上で2008年の北京五輪の3倍以上に及ぶのではないかと予測もある。

その上海万博の象徴とも言うべき「中国国家館」は、中国古代木造建築の技法「斗拱」（^{とぎょう}軒を支える木材の組物）をデザインモチーフにした高さ約70mの巨大なパビリオンである。

入館するとすぐに、スクリーンで近代中国の歴史をつづった映像が上映される。中国共産党の指導のもと民衆が目覚ましい経済的躍進を遂げ、豊かな消費生活を送れるようになったというストーリー仕立ての映像で、国民を鼓舞しその結束力を高めることを意図した内容だ。



中国の経済的躍進をたたえる映像の一場面（左）／1978年当時の庶民の部屋を再現した展示（右）

文化大革命の混乱が収束し、鄧小平による改革開放路線が開始された1978年は、中国にとって非常に重要な意味を持つ年だが、その1978年当時の庶民の部屋の様子も展示物として再現。儉しい生活が豊かで近代的に変化していったということ、年代を追い一目で把握できるようにしている。

上海などの都市部で見られる豊かな生活を送っているのは13億人に及ぶ中国人全体のほんの一部であり、今後中国全土にこのような消費生活が広がっていくことが予想される。それは消費市場の拡大を意味し、日本企業にとってチャンスでもあるが、一方で尖閣問題やレアアース問題に見られるような資源獲得競争がより激化する時代への突入も意味しており、今後はそうした社会的リスクへの備えも同時に求められるだろう。

4. ユニクロ上海南京西路店

ニューヨーク・ロンドン・パリ・心齋橋に並ぶ世界5か所のユニクロ“グローバル旗艦店”の一

つであり、2010年5月にオープンした。

グローバル旗艦店とは、ユニクロにおける最高水準の商品・サービスなどを意識した、世界的情報発信の拠点となる大型戦略店舗のこと。中でも上海の同店は、床面積3,600㎡で現在世界最大のユニクロ店舗となっている。



ユニクロ上海南京西路店の外観（左）／心齋橋店と同じく『フライングマネキン』が吹き抜けを上下に移動する（右）

2002年の最初の中国進出時に、現地事情に合わせた過度のコストダウンによる品質低下で失敗した経験を踏まえ、価格設定・店舗内装・サービスに至るまで「日本のユニクロをそのまま海外に持っていく」という現在の同社の方法論をそのまま実践している。

同社の柳井正会長兼社長は、「中国は発展途上国から世界の成長センターになった」として、2020年までに中国で1,000店舗を出店し売上高1兆円を目指す意欲的な方針を示している。日本の製造・小売業の今後を占う上でも、「日本は世界で稼がないと本当は食えない国だ」と常々公言している柳井氏の今後の一手に注目していきたい。

5. おわりに

今回の我々の訪問は尖閣問題が過熱化する寸前であったため、直接的には同問題の余波を感じることはなかったが、帰国後、連日の過激なデモ行動等の報道を見るにつけ、中国リスクというものへの備えの必要性を感じずにはいられなかった。

しかし、アジアで中国以外の投資先として注目を集めるベトナム・インド・タイ・インドネシアといった国々にも、中国と同じく一長一短があり、どの国とのビジネスでもリターンを得るにはある程度のリスクを取らねばならない。中国が今後も世界のビジネスの鍵を握り続けることは間違いなく、リスク分散等の対策を常に念頭に置きながら、この大国と上手く付き合っていくことが必要であろう。（吉村 謙一）