

第3部 西部地域中等都市発展戦略を考察する

第3部 西部地域中等都市発展戦略を考察する

1. 都市の産業を発展させる

本調査の目的は「中国・西部地域中等都市の発展戦略」の策定であるが、産業発展と都市発展は必ずしも同義ではない。しかし、都市発展には産業発展（広義には経済発展）は最重要な鍵の一つであり、本章における産業発展戦略策定は、西部地域中等都市発展に寄与すると考えられる産業の発展を促すことが本章の目的である。

一方、都市域と産業立地は空間的に一致するとは限らないこと、および産業発展の波及便益が必ずしも当該産業立地地域にもたらされるとは限らないことから、本調査では都市発展に寄与する産業の立地としての地理的、行政区域的制約は設けず、都市発展のための産業振興戦略は、産業発展による便益を都市発展に誘導することを前提にして策定・提案する。

1.1 本報告書で使う「産業」の定義

都市発展の目的（都市化促進）を実現するため、一次産業人口（特に農業人口）を二、三次産業にシフトする産業構造改革を実現することが求められる。このため、この戦略研究における「産業発展」は二、三次産業の発展に重点をおき、農業、林業、漁業の発展は、これら一次産業の産品を利用する二次産業の原料としての関連での記述に留める。即ち、本項における「産業」は二、三次産業を意味するものとする。また、「工業」は製造業を意味し、鉱業は中国における一般的分類として二次産業に含められる。

1.2 経済発展の牽引車としての産業：都市発展戦略の中核

労働生産性、設備生産性等において一次産業（特に農業）に優る二、三次産業の振興は経済の加速的発展の鍵であり、この経済重点のシフトにより生まれる労働生産性の増分所得が新たな需要を創出し、市場の拡大と地域的集中と都市の発展をもたらす。また、産業の発展には市場の存在がその必要条件であり、従って都市を中心に形成される市場が都市型産業の集積をもたらす。中国西部地域においても、各地域の市場の中心である省都を中心に産業発展が見られるが、全体として所得レベルの低い地方中小都市、農村地域における産業集積は未だ見られない。

1.3 西部地域の産業の現状と動向

1.3.1 工業

(1) 西部地域の工業の特徴

西部地域（内蒙古自治区、広西壮族自治区を除く 10 省市自治区）の一定規模以上企業の生産額（2002 年）の内訳をみると重工業が 67%を占めるのに対して軽工業は 33%である。東部地域（58%）と比べて重工業の比率が高い。企業形態別にみると生産額に占める国有企業の比率が高く、外資系企業の比率は小さい。

工業生産の規模、成長率面では東部沿海部との格差が拡大している。西部地域は、面積では全国の7割、人口では3割近くを占めるが工業生産では11%を占めるに過ぎない。工業生産の伸び率も東部地域に比べて低い。鄧小平による「先富論」を契機に東部沿海部への重点的優遇措置が導入され、沿海部の市場化を先行させ、その発展を内陸部へ波及させる戦略が採られたのである。その結果、東部沿海部は工業化が急速に進展し、西部地域との格差が拡大した。外国直接投資は、中国の工業の高度化と輸出拡大を牽引する役割を果たしているが、外国直接投資は東部沿海部に集中しており、西部地域では少なく、工業生産に占める外資系企業の比率も小さい。

(2) 西部地域の工業が有する優位性

西部地域が有する優位性としては、第一に豊富な資源の賦存が挙げられる。西部地域は、鉱産物、エネルギー資源、生物資源に恵まれている。西部地区では、エネルギー、鉱産物、観光と農業、牧畜業の資源が豊かで、開発の潜在力が大きい。西部地区の鉱物埋蔵量の潜在価値は最大であり、特に石炭、石油、天然ガス、カリ塩、クロム鉄鉱、希土、磷、ニッケル、バナジウム、マンガン、銅、アルミニウム、亜鉛などが多く賦存する。水力発電資源の9割が西部地域にあり、西北地区の化石エネルギー埋蔵総量は全国の4割を占める。また、全国の牧草地の7割、未開発土地の8割を占める。まだ全面的に開発されていない地区として、市場競争力は比較的弱いが、発展の潜在力が大きい。その他の点では、労働コスト等生産コストが東部沿海部に比べて相対的に安いこと、重慶、成都、西安などの中核都市には大学、研究所が集まっており、基礎研究や高技術製品の開発・生産面での技術集積が進んでいること、国家の西部大開発政策によって大型投資が実施されたり、優遇措置が与えられていること、などが挙げられる。

(3) 西部地域の工業が抱える課題

1) 地理的なハンディキャップとインフラの未整備

西部地域は内陸部に位置するため輸出入の面ではハンディを背負っている。インフラ整備が一般的に遅れており、地理的ハンディを補うだけの物流インフラも整備されていない。輸出あるいは沿海部市場で販売する際のコストを考慮すると、人件費でのコスト優位性はなくなってしまう。西部地域は東南アジア、中央アジアへの陸路でのアクセスが近いという優位性を有しているが、やはり物流インフラの未整備、周辺国の経済開発が進んでいない等の点で優位性を活かしきれていない。

2) 産業リンケージの発達の遅れ

西部地域における工業化は、60年代中頃からの「三線建設」において戦略的に重大工業プラントが建設されたことが契機となった。四川、湖北、湖南など各省には軍需工場の建設や軍事インフラ整備が進められた。その結果、西部地域には工業基盤が形成され、沿海部の工場や技術者らが移転した。しかし、立地面を重視した投資決定であったため、投資効率は低くなり、地場産業とのリンケージの小さい孤立した産業となった。

改革解放後、地方分権が拡大するなかで各地方政府は内向きの産業政策を採り、外からの製品の流入に対して市場障壁を設ける一方で、基本的製品を自前で生産するフルセット型の工業化が志向された。経済規模に達しない工場が建設され、重複投資と地域間分業の未発達の問題を生んだ。

3) 偏った産業構造

西部地域の工業は、資源依存型であり、軍需産業を中心に発達したため重厚長大に偏った構造になっている。高付加価値製品の生産やハイテク産業の立地は東部沿海部に比べ遅れている。西部地域は、豊富な資源の賦存を基礎にして沿海部に原材料、一次加工品などを供給し、沿海部はより高度な製品を生産して国内市場に供給するという分業体制ができています。また、沿海部は立地優位性を活かして労働集約型産業の集積が興り、中国における輸出拠点となった。一部東部沿海部から西部地域への労働集約型産業のシフトは見られるものの、地理的ハンディ、労働者の質が低いことなどから西部地域においては労働集約型産業の発展は進んでいない。東部沿海部においては温州モデルに代表されるように民営中小企業を中心とした産業集積の内的発展がみられるが、西部地域においては民営企業、中小企業の発展も遅れている。

4) 外部からの投資の不足

産業の高度化のためには投資や技術導入が不可欠である。株式会社化したものを含めて国有企業は、総じて技術更新が遅れており、経営管理レベルも低い。製品の高付加価値化のためには新規投資が必要であるが、外部からの投資は少ない。とくに最新技術の導入に重要な役割を果たしている外国投資が少ない。これが西部地域の競争力向上のネックになっている。一方で、各地方政府は工業化の牽引役として外部からの直接投資に期待する度合いが強く、大型プロジェクトの誘致を中心に工業化政策を考える傾向がある。単に外部からの投資に依存するだけでなく、総合的に事業環境を改善し、自力で発展する方策を考えることも求められる。

(4) 西部大開発における工業開発

西部大開発総体計画における工業開発に関連する政策としては、1) インフラ建設、2) 産業構造の積極的な調整と合理化、3) 科学技術教育の発展がある。

インフラ建設では、運輸インフラ建設によって近隣地域とのリンケージを高めると同時に市場へのアクセスを改善することが目指されている。線で点を結び、点で面を引っ張っていくことで、開発拠点の発展を周辺地域に波及させる戦略である。また、都市化により分散している工業を小都市に集中させることも考えられている。産業構造調整は、技術革新、製品高度化、経営構造改善等によって各地域に競争力のある産業群を育成することを目指しており、産業構造のより柔軟で市場志向型への転換が目的とされている。科学技術教育面では、科学技術能力の向上、科学技術プロジェクトの実施、人材開発・導入等を通じて産業への技術・人材の供給が目指されている。人材導入では辺境地手当での支給や戸籍制度改革なども盛り込まれている。

1.3.2 第三次産業

(1) 西部地域の第三次産業の特徴

経済発展の進展に伴って産業構造が成熟化すると第三次産業の比率が高まる傾向を示す。中国は一般的に第三次産業の比率は他アジア諸国と比べても低いが、西部地域についてもこれが当てはまる。GDPに占める第三次産業の比率は、西部地域（内蒙古自治区、広西壮族自治区を除く10省市自治区）においては2002年で38.9%である。中部地域の35.6%を上回り、東部地域の40.9%よりやや低い水準になっている。97年の産業構造と比較すると各地域とも第一次産業。他の地域の比較

例えば、農業向けサービス、地質検査・水利管理、教育文化、政府サービスが東部地域よりウェイトが高く、反対に商業、金融、不動産、社会サービス等が小さくなっている。

(2) 西部地域における第三次産業の重要性

第三次産業は、雇用吸収力の大きさと新規消費需要の喚起という効果が期待される。西部地域においては第一次産業が就業人口（2002年）の60.0%を吸収し、第二次産業は13.7%を占めるに過ぎない。他の地域に比べ第一次産業の比率が圧倒的に高く、反対に第二次産業の比率が小さい。そのなかで第三次産業は26.3%を占め、雇用吸収の重要な役割を果たしている。他の地域と比べて第三次産業の雇用人口の伸び率は高い。また、家電製品の普及率の上昇で分かるように都市部を中心に「モノ」に対する需要は一巡しつつあり、新規需要を喚起するうえでも産業構造をサービス化の方向に転換することが重要になっている。また、西部地域は、豊富で多彩な観光資源を有しており、とくに自然景観、歴史的文化遺跡、少数民族の風俗などは国内でも有数の観光資源である。観光開発によって観光産業を一つの基幹産業に育成することが重要な課題になっている。

四川省の例を挙げると、第一次産業の雇用が97年の2,872万人から2002年には2,517万人に減少、第二次産業の雇用が911万人から764万人に減少する一方で、第三次産業は831万人から1,386万人に増加している。第三次産業が、第一次産業、第二次産業の雇用減少分を吸収し、さらに新規雇用の吸収を行なった形になっている。とくに、商業、運輸・通信、そして第二次産業では建設が主要吸収源になっている。また、企業形態別では国有企業の比率が急速に低下する一方で、个体企業、民営企業の比率が増加している。

(3) 西部地域の第三次産業の課題

市場が未発達であり、3億の人口を有する地域であるという市場潜在力を活かせていないことが最大の問題である。西部地域は広大なうえに人口が少ない。農業人口の割合が大きいため所得水準が相対的に低く、都市化レベルも東部沿海部より低い。このため消費市場の発達が遅れている。流通システム、物流システムなど商業インフラの整備も不十分である。各地方政府の地域優先主義によって市場開放も遅れている。このため、投資効率が悪いため新規投資需要も起こりにくい。

労働コストが相対的に安いということは、サービス産業にとって強みとなる。ソフトウェア産業に代表される知識集約型サービス産業は、地理的なハンディキャップに影響を受けにくい。しかし、こうした知識集約型サービス産業の人材の集積や基盤整備は遅れている。

(4) 西部大開発における第三次産業開発

西部地域において所得向上と消費需要刺激を図ることにより巨大な消費市場を創出するというのが西部大開発戦略の一つの柱になっている。また、人口20万人程度の小都市を各地域に建設し、商業及び工業を発展させて、第一次産業の余剰労働力を吸収することが目指されている。このための流通システム、物流システムの整備等が必要となっている。観光関連インフラの建設を重点に観光業及び関連サービスを基幹産業の一つに育成することも戦略に含まれている。その他、教育サービス、住関連サービスも西部地域の産業振興を支える重要な役割を果たすと考えられる。

表 I.3.1.1 対象5都市の工業化の現状（2001年）

	工業生産額	規模以上企業 工業生産額	規模以上企業 企業数	GDPに占める 二次産業比率	主要産業
	億元	億元	社	%	
都江堰	56.9	18.2	72	29.2	機械・製薬・建材
徳陽	353.9	192.4	373	38.4	重電・食品・冶金
大理	46.7	33.7	42	52.3	ビール・煙草・建材
玉溪	293.1	237.7	214	65.0	煙草・冶金
懐化	123.8	73.8	412	28.5	発電・非金属工業・冶金

出所：JICA 調査団作成

1.4 西部地域産業発展戦略をどう考えるか

ポイント1 政策的誘導の限界

市場経済主義における経済は市場原理に基づいて機能することを前提に均衡するとする。しかし、一国の経済の自己完結性の欠陥により生ずる外部経済との均衡作用が、自己経済の持続的均衡を不可能にする場合、政策補完政策による介入が必要になる。しかし、市場形成が不十分で、市場経済制が必ずしも定着しておらず、行政・行政組織・法制等の改革が不十分な中国西部地域の経済・社会環境に当てはまり、且つ実証性のある産業政策を提案することは極めて困難である。本戦略策定における政策の提案について、当面、中国西部地域における経済の現状に対して経験的に有効性が想定される政策提案を、経験のある中国政府関係者が選定して実施し、その後の政策適用段階における試行錯誤と周辺環境の改善・整備と平行して実証的政策に修正する継続的作業が必要になると考えられる。

日本における産業政策は、日本の経済成長がダイナミックに展開した1960～75年までの15年間に行われた通商産業政策が殆どの分野を網羅している。しかし、個々の政策そのものは特別なものではなく、欧米から学んだ施策またはその修正・改良版であり、日本における政策の特徴は、それらが体系的に整備されていることと、その背景となる経済のシステムおよび社会環境にあるといわれる。また、日本における産業政策の効果については、経済を飛躍的に発展させた要因は政策誘導にあるのではなく、民間の活力が要因の主体であり、政策支援による効果は僅かであったと考えられている。但し、この僅かの政策支援が経済成長の成否を分けたとも言われる。

即ち、中国西部地域の産業発展重要政策の基本としては、民間企業の活力を最大限誘引する事業環境整備を含む政策・施策の策定を主要政策とし、これに関連して行政官のキャパシティ・ビルディングとモラル構築、行政組織の改善および官民の協調と信頼関係の構築、民間企業の共同化促進等に関する一連の政策・施策の策定と実施である。民間企業の経済活動意欲を高揚する政策の策定には、市場指向の投資動機を含む民間企業の経済活動動向の研究が重要であり、西部地域中等都市における産業振興政策の策定の基礎となすべき条件である。

ポイント2 西部地域市場の重要性

中央計画経済体制から市場経済体制に移行した中国経済において、特に西部地域のように経済発展の遅れた地域においては、依然として旧体制の名残としての「生産重点指向」の発想が色濃く残っている。世界の工場と言われる東部沿海地域の輸出を主体とする急速な経済発展と巨大な

メガロポリス市場の形成に対し、経済発展の立ち遅れた西部地域における市場形成は所得格差を反映して緩慢であり、比較的ハイレベルな消費市場である省都圏を除き、需要の伸びは小さく規模市場としての魅力に乏しい。即ち、産業は全て市場の需要発生に応じて創出するものであり、産業の創出が市場需要を形成するものではないことに留意すべきである。5 都市調査において見られた企業家の「良いものを安く作れば売れる」的発想もその製品の市場における評価と市場ニーズを無視した発想であり、市場の経済合理性に反している。

西部地域における市場の未発達は、必ずしも所得レベルの低さによるものばかりではないと思われる。流通している地域市場商品が当該地域市場のニーズに見合ったものでない可能性、地域の流通システムの問題、価格・品質・デザインの問題、商品種の選択範囲の問題、アフターサービスの問題、等が不必要に購買意欲を減退させている可能性がある。中国に進出している日系企業によれば、目標とすべき西部地域市場は省都止まりであるとのコメントが大半で、中等都市市場を目指す外部企業は国内企業か台湾、香港資本の投資家に限定されているのが現状である。しかし、今後の経済発展と市場開発次第によっては市場規模が拡大され、西部中等都市は市場として魅力を持つことにより産業集積が始まる事になる。よって、先ず西部中等都市の市場拡大阻害要因を除去することで潜在需要を引き出し、西部地域市場の拡大を先行させる戦略展開が重要である。

一方、東部沿海地域において続く急激な経済発展は、輸出生産拠点としての外国直接投資に負うところが大きく、生産額の約 60~70%が輸出であると言われる。また、主要輸出先である米国との貿易摩擦が顕在化してきており、ダンピング提訴件数は年間 30 件を越える。これらダンピング対象製品（繊維品、家具等の軽工業品）の米国における経済的インパクトは取るに足らないものであるとしても、為替問題（元高圧力）、知的所有権問題、金融・通信・農業分野の市場開放といった重要な課題に対する政治的交渉への戦略的・段階的アプローチであるとも考えられ、国内市場の解放に先立って国内市場を拡大し、貿易バランスの改善を実現する事は中国にとり重要な経済的課題である。

ポイント3 投資家の視点

市場経済制における産業投資は自由競争の環境下で、民間資本によって実施されることが基本である。即ち、民間資本による投資は、純粋に収益動機に基づくものであり、投資家の保有する経営資源を最大限に活用して最大の収益をあげるために、経済合理性に基づく収益性評価によって投資案件の諸選択が行われるのが常である。市場調査、一般投資環境調査、立地選択調査、生産設備計画、資金調達計画、収益性評価、操業計画、等々の調査結果に基づき実施内容が決定される。特に、投資対象拠点の決定は多くの対象地域の比較結果として最良と考えられる場所が選定される。一方、本都市発展計画調査における産業振興戦略は、当該都市に望ましい産業投資が起きることを期待して作成されるが、必ずしも競合する他の都市との比較において最善の条件設定を確信している訳ではない。また、通常の投資誘致戦略は、投資家の考え方を十分理解した上で策定している訳でもない。

よって、西部地域中等都市への投資を促進するには、まず当該中等都市が投資家にとって充分魅力的であるかどうかを知る必要がある。このため、同一経済圏における大都市、中等都市との投資環境比較調査および投資家の意向・動向調査を通じて、“投資家の視点に立った”現状投資環境の改善点を明らかにし、上述の「市場拡大戦略（市場インフラ整備、市区内市場の整備、流システムの合理化等）」と併せて投資環境の改善・整備を促進する必要がある。

ポイント4 行政の役割

地方政府の行政には、かつての国営企業管理行政の体質が残っており、民間企業に対しても「管理者」としての姿勢が見られる。また、株式会社や官民合弁企業に移行した国営企業の場合も、株式所有者としての政府権限と経営管理権の分離が不明確であり、コーポレートガバナンスの明確な認識を一層強化する必要がある。また、企業に対する行政の役割をもっと明確にし、官民協調のパイプを強化し、企業に対する政府の介入を可能な限り限定すると共に、企業活動の規律ある誘導と支援体制の整備により企業活力を削ぐ事がないように配慮すべきである。更に、行政官の旧体制的思考を改めるための再教育と能力開発、人材開発も必要である。

ポイント5 市場志向の新産業育成の必要性

沿海部大都市を中心に発展する中国の産業は、(a) 電気・電子機器を中心とする先進国資本による輸出製品、および(b)米市場向けを中心とする中国製の靴、繊維品、玩具、一般工作機械、白もの家電、金属製品、家具、照明機具等の軽工業品が主体である。しかし、前者は輸入コンポーネント部分が大きく、労働力付加価値と僅かの関税収入以外の付加価値の大半が投資国のものとなり、後者は労働集約型の製品が多いことと、過当競争に依る価格低下により、やはり付加価値が低く押さえられる。こうした状況を改善し、競争力のある工業製品（あるいはサービス）を生み出すためには、目標とすべき市場のニーズに合ったオリジナル製品、またはブランド商品を開発する必要がある。中国における工業化は、郷鎮企業の同業乱立に見られるように、しばしば過当競争による疲弊を招く傾向が見られる。この問題改善の為には特許権、意匠権、等の知財問題のルール遵守を基本に、新たな産業と新製品創出への挑戦を奨励する環境を作る必要がある。こうした、新産業の育成と新製品開発は、西部地域独特の伝統、民族、文化、地域産品等の特色を活かしたオリジナル産品の開発を中心に研究・開発をすすめる事で、他の地域との差別化と独自の市場アクセスを積極化する戦略によって進める必要がある。

1.5 工業振興戦略

1.5.1 戦略

西部中等都市において、今後、促進すべき産業・製品群の条件としては、①所得弾力性が高く、所得水準の上昇による需要の伸長が期待できること、②生産性の向上が見込まれること、③広域市場への販売拡大が期待できること、④高付加価値化が期待できること、などが挙げられる。雇用吸収力も考慮すべき要因であるが、これはあくまでも生産性の向上を前提としなければならない。一方、西部中等都市が有する優位性としては、①原材料となる天然資源の賦存、②西部市場へのアクセス、③沿海部に比して低いコストで労働力の確保が可能なこと、などが挙げられる。

以上の点を勘案すると、西部中等都市において促進すべき産業として、①資源加工型産業における技術水準引き上げと製品高度化、例えば、リン誘導体を用いた製品多角化、薬草資源を利用した製薬、林業資源を利用した木製品など、②西部開発に伴って需要拡大が予想される消費地立地型産業の製品高度化、例えば、建材、金属加工、など、③広域市場をターゲットとした機械産業や軽工業、例えば、食品、繊維など、④都市立地型の高技術産業、例えば IT 産業、包装、印刷、各種工業支援サービスなど、が考えられる。

これらの産業を振興するためには、積極的に産業構造の近代化を推進すると同時に産業調整を

進めていく必要がある。西部地域の中等都市においては、①外部との産業リンケージが未発達である、②既存の基幹産業では技術の陳腐化や経営近代化遅れなどの問題に直面している、③インフラ整備から人材育成まで産業基盤が脆弱である、などの課題を抱えている。従って、工業振興のためには以下の戦略が必要となる。

(1) 産業リンケージの緊密化

現代的製造業セクターの発展構造は、産業集積と企業間・産業間リンケージによってもたらされる。東部沿海地域に見られるメガロポリスの産業構造が好例で、産業集積を構成するのは、産業機能間にわたる緊密な連携ネットワークである。従って、西部地域において工業集積を実現するには、企業レベルでのネットワークを築きあげる戦略が求められる。西南部地域では、重慶-成都、南寧-貴陽-昆明の2つの工業ベルトが形成されている。各都市はこれらの工業ベルトとの産業連携ネットワーク構築を目指す必要がある。これにより各工業ベルトにおける成都、昆明など中核都市の発展は地方中等都市に波及し、地方中等都市の工業化は工業ベルト全体の底上げにつながる。

例えば、西部地域において産業構造の高度化を実現していくための課題の一つは、機械産業の振興である。中国全体でも伸び率の高い産業であるが、最終組立企業と部品供給企業との間でピラミッド型の広範な産業リンケージが必要とされる産業でもある。機械産業、金属加工業は中間投入比率が高く、産業連関上も他の産業に与える影響度が大きい。重慶-成都地域には機械産業が多く立地しており、地域間での部品相互供給の産業リンケージは西部地域のなかでは比較的形成されている。しかしながら、沿海部と比べると未だ低い水準にある。これまでは、一つの企業のなかで部品から最終製品まで生産する形態が多くみられた。しかし、規模の経済による生産効率化による競争力強化を考えた場合、専門化と分業化の促進が求められる。また、新規投資促進のためにも産業リンケージの存在が必要となる。

(2) 地域最適化の観点からの産業再配置

WTO 加盟による国際化と市場経済化の更なる進展により市場競争はより厳しいものになってくる。低水準の技術で小規模生産を行なっている企業の生き残りは困難である。これまで、西部地域の中等都市においては基礎的生活物資の生産の多くを1つの都市のなかで賄う傾向がみられた。集中による規模の経済を考えるならば、1つの都市の範囲内での最適生産あるいはフルセット生産を目指すのではなく、より広い地域のなかでの最適産業配置を考えていく必要がある。都市の枠を越えた一つの経済圏のなかで産業調整を進めていくのである。この場合、各都市は、各々の特性と比較優位を活かすように産業の選択と集中を行っていく必要がある。

この為には、省、市といったレベルを越えて、より広域的な地域レベルで産業再配置を検討することが求められる。この場合、留意すべき幾つかの方策が考えられる。一つは、集約化である。現在、中国では鉄鋼などの業種で小規模工場の閉鎖と企業合併により企業規模の適正化を図る政策が採られている。一つは集積の促進である。都市の規模や多様性というメリットを活かして同一業種とその関連産業の集積を図るのである。産業集積による技術のスピルオーバー、取引コストの低減、専門技能者市場の創出などの要因を活かしていくのである。もう一つは、都市-都市間、都市-農村間の分業である。都市-都市間では、上述の産業リンケージのかたちでの垂直・水平リンケージが考えられる。また、都市-農村間では、都市立地企業の下請け企業としての農

村企業の振興、産業サポート・サービスや商社機能といった都市機能を利用した農村部における地場産業振興などが考えられる。

(3) 市場拡大と市場志向型産業化

市場が全ての産業成立の必要条件であり、市場無くして産業は存在しえない。西部地域の市場は一部の大都市を除くと整備が遅れており、規模も小さい。西部地域における市場の拡大が西部地域の工業発展の重要な鍵となる。市場拡大が投資を招き、都市化を促進する。市場の拡大は所得水準の向上が前提となるが、同時に都市部の市場整備、地域レベルでの流通システムの整備、取引コストの低減等によって西部地域の市場整備を図っていくことが重要である。

また、西部地域の中等都市における産業政策をみても市場に対する視点が不足しているという問題がみられる。まず、狙うべき市場がどこなのか、市場で求められている製品は何かを考えたうえで、市場の要求に対応した戦略的産業化（生産拠点の経済合理的配置、市場と連結する物流機能等）を考える必要がある。市場指向型で振興される産業は、潜在的需要を顕在化するものでなければならない。これによって西部地域における消費を喚起し、さらに新たな投資を招くというかたちで有効需要を創出し、所得効果を生み出すのである。これが波及していけば、新たな派生産業に対する需要喚起につながっていく。

(4) 民営企業を中心とする企業活力の活用と中小企業・ベンチャー企業育成

工業化のための政策は、いかに企業の活力を引き出すかに重点が置かれる必要がある。全ての事業活動は個人の利潤動機から始まる。官主導の企業は、多くの場合、効率において民営企業に及ばない。民営企業のバイタリティに発展のエンジン役を求めるのが最も効果的である。経済合理性の無い企業は今後益々淘汰が進むとの前提に立ち、変革に意欲的な企業が活動しやすい事業環境を整える。

また、中小企業やベンチャー企業に対する支援措置も拡充する必要がある。中国の工業セクターが抱える問題の一つは、同種工業の過当競争である。また、古い製造技術と設備を使い、旧態依然とした製品や安価だが品質の悪い製品を生産している将来性の無い企業が多数存在する。こうした状況を打破するため、新技術や新規産業の創業促進が、西部中等都市における次世代の産業を育成するのに不可欠である。

(5) 産業調整の推進（都市型産業の振興と伝統産業の近代化）

中等都市においても都市立地型産業の成長を促進していくことが求められる。生産性向上に伴って工業セクター全般の雇用吸収力は低下傾向を示している。しかし、研究開発型産業や技術サービス産業など技術者や高技能者を必要とする産業は典型的な都市型と言えるが、これらの産業の雇用は増加していくと考えられる。西部地域への投資メリットとして、優秀な人材が沿海部よりも安価で雇用できることが挙げられる。こうした背景から西安、成都へのIT産業の投資が拡大している。また、食品、繊維、素材加工などの伝統産業は、既存の技術を活かしながらさらに技術力を向上させ、販売力も強化していく。これにより所得水準向上に伴って求められる製品の高付加価値化や多角化に対応していく。一方で、規模が小さく生存困難な企業については、インセンティブを与えて市場からの退出、合併、業種転換などを促進していく。また、産業調整に伴って発生する、労働力の移動や労働者の技能向上などが円滑に進むようにする必要がある。

各中等都市で産業コーディネーターの役割を果たす人材を育成することが、上述の産業リンケージの緊密化やここで述べた産業調整を進めていくうえで有効であると考えられる。

1.5.2 政策・制度

日本においては、地方への工業立地促進、産業再配置、地域格差の是正などの目的から、これまで「低開発地域工業開発促進法（1961年）」、「地域振興整備公団法（1962年）」（以上、全国総合開発計画以前）、「新産業都市建設促進法（1962年）」、「工業整備特別地域整備促進法（1964年）」（以上、全国総合開発計画時期）、「農村地域工業導入促進法（1971年）」、「工業再配置促進法（1972年）」、「工業立地法（1973年）」（以上、新全国総合開発計画時期）、「高度技術工業集積地域促進法（1983年）」（以上、第三次全国総合開発計画時期）、「地域産業の高度化に寄与する特定事業に関する法律（頭脳立地法）（1988年）」、「他局分散型国土形成促進法（1988年）」、「地域拠点都市地域の整備及び産業業務施設の再配置の促進に関する法律（地方拠点法）（1992年）」（以上、第四次全国国土総合開発計画時期）などの法制度が導入された。具体的な施策としては、産業基盤整備や企業立地に対する補助金交付、低利融資、利子補給、政策性金融機関からの融資、税の減免、特別償却、などの支援策が実施された。

また、地方における産業振興策としては、「過疎地域対策緊急措置法（1970年）」、「特定不況地域中小企業対策臨時措置法（1978年）」、「特定地域中小企業対策臨時措置法（1987年）」、「産業構造転換円滑化臨時措置法（1987年）」、「特定中小企業業種の活性化に関する臨時措置法（1992年）」、「地域産業集積活性化法（1997年）」などの法制度が導入され、それらに基づいて支援事業が実施されている。地方産業地域産業振興策の具体的施策は、概ね、助成金、特別融資、利子補給、道路などのインフラ建設、工業団地の造成、技術試験場等での開発研究、収集情報の提供、宣伝・販売支援などから構成される。欧米諸国をみても、地方産業振興策のための施策は、同様の内容で構成されている。

中国西部地域での工業振興のための政策・制度としては、以下のようなものが考えうる。各々の都市において、その都市の経済環境、工業化段階などの特性を勘案したうえで、その都市に適した制度・政策を選択し、組み合わせていくことが必要である。中等都市政府が工業振興のために期待される役割は、あくまでも市場原則のもとで企業が自らの意思決定で自由に事業を行える環境作りである。市場自由化が進んだとは言え、政府の企業活動に対する介入や規制は未だ残されている。政府の役割は、市場メカニズムの維持や産業調整が主となるべきである。

(1) 工業化計画策定における市の独自性の確保

各都市の産業政策は、現在、国や州の産業政策や経済開発の基本方針に従って計画、実施されている。しかし、工業振興に本格的に取り組んでいくためには各都市はさらにイニシアティブを強め、各中等都市の個性を活かせるような産業育振興戦略を策定する必要がある。このため、工業化政策策定における中央政府、州政府と市政府との役割分担を見直し、市政府の自主性、独立性を向上させる。これに関連して、各中等都市の発展戦略策定・実施のためのキャパシティ・ビルディングを実施する。

(2) 規制緩和と行政サービス改善による企業の事業環境の改善

各種規制、煩雑な行政手続き、経営への介入などが企業活力の発揮を妨げる大きな障害となっている。各種規制の緩和、民営企業・外資企業に対する公平な待遇、各種申請手続きの迅速化・簡素化による行政サービスの効率化、スピードアップなどにより企業が活動しやすい事業環境を創出する。

市政府は企業の代表の協力を得て、企業部門とくに民営企業の意見を反映した「事業環境改善のためのアクション・プラン」を策定し、段階的に規制緩和・手続き簡素化など事業環境の改善を進めていく。これを通じて市政府と企業との新たな協力関係を構築する。

こうした施策は、投資誘致の観点からも重要である。市場としての西部地域の重要性やコスト格差から、工場の地域分散の一環としての沿海部を中心とする他地域から西部地域への投資が今後、増加すると見込まれる。投資誘致においては、工業団地、道路、電力などのインフラ整備も重要であるが、同時に、自由な事業環境や効率的な行政サービスも重要となる。

(3) 産業集積、産業リンケージ強化、産業クラスター形成のための制度・政策実施

1) 分業・協業型産業ネットワークの創造

コスト低減、迅速な製品開発、短納期化、需要への柔軟な対応を実現して企業が競争力を強化するためには企業の枠を超えた外部企業との事業連携が必要となる。産業ネットワークを活かした産業全体の効率化、取引コストの削減、情報集積・情報発信を実現するために、アウトソーシング型、下請型、協業型の産業ネットワークを促進する。

企業に対して様々なビジネス支援サービスを供給するアウトソーシング産業は都市型産業であり、ビジネス支援産業は、エンジニアリング、メンテナンス、ソフトウェア開発、情報処理、機械設計、デザイン、宣伝広告、コンサルティング、人材派遣等が含まれる。これまで企業が内製化していた製造プロセス、例えば機械加工、サブ組立、検査などの工程を外部企業に発注するものが下請け型産業ネットワークであり、企業のバリューチェーンのなかの機能を複数企業で共同して行なうのが協業化である。こうした産業ネットワークは、都市部における産業集積、雇用創出、新たな事業機会の創出につながる。

具体的には、以下の方策を実施する。

- ・産業リンケージ強化のためのコーディネート機能を果たす機関を設置する。
- ・企業情報データベースの整備及びオンライン・ベースでの情報提供による垂直・水平リンケージ企業間分業を促進する。
- ・市場情報に基づいて生産・供給を行なうサプライ・チェーン・マネジメント（SCM）のモデル・プロジェクトを実施し、一般への適用を図る。
- ・産業間技術交流を活性化させる。
- ・産業ネットワークの中核となる企業に対するコンサルティングを強化する。
- ・企業の下請け企業育成活動に対する支援を実施する。（創業支援、マッチング・サービス、技術指導など）
- ・仕入れ、生産、研究開発・商品開発、物流、マーケティング等での共同化・協業化を促進する。
（中核となるリーダー企業の認定と支援、異業種交流の促進、市場・技術情報など関連情報の提供など）

- ・都市部（経済開発区など）の再活性化とインキュベーション・センターなどの施設提供により企業向けサービス産業の立地を促進する。

2) 地域間・域内産業リンケージの緊密化

市場経済化の進展と競争の激化は、広域レベルでの市場共通化と競争の大規模化を招いている。西部地域の企業にとって、自らの市場が広がると同時に、他の地域の企業が新たな競争相手になろうとしている。市の特色のある産業、専門性の高い産業を振興すると同時に省レベルの中核都市や周辺地域との産業リンケージを強化していくことが求められる。各市は、市という枠に囚われず広域連携による産業振興を目指す必要がある。また、沿海部や周辺東南アジア諸国とのリンケージも視野に入れてビジネス・チャンスを発掘していく。そのためには、以下のような施策の実施が求められる。

- ・ 市政府間の交流活発化による経験や政策ノウハウの情報交換
- ・ 民間企業を含めた域内連携産業振興のための委員会設置
- ・ 広域連携による企業誘致活動の実施
- ・ 地域産業の中核的役割（オーガナイザー機能）を果たす卸売業、商社などの誘致・設立
- ・ 域内部品情報データベースの構築
- ・ 地域間・域内物流システムの整備
- ・ 域内連携 R&D 活動の奨励
- ・ トレード・ショー、製品フェア等の共同開催

3) 産官学共同による産業クラスター形成支援

企業と企業の連携、企業と大学・研究機関との連携を通じて新しい技術や製品が連鎖的に創出されることによって産業クラスター形成が形成される。分業・協業型産業ネットワークの創造、地域間・域内産業リンケージの緊密化は産業クラスター形成の土台となるものである。核となる企業（群）を中心に、地方自治体、大学、公的研究機関、企業支援機関などの支援グループが加わって産業クラスターを創り出すための活動を実施する。

(4) 技術力向上による地元資源の高度活用と循環型産業システムの構築

一般にエレクトロニクス、情報通信、精密機械、食品、ファッション、生活日用品、印刷、医療関連機器、環境・リサイクル機器などが都市型産業とされる。しかし、西部各都市は鉱物資源、生物資源など独自の地元資源を有しているが、これらの資源を利用する技術レベルは総じて低い状態にあることから、資源加工技術の高度化によって製品の高付加価値化を図っていくことが求められる。また、中国の経済発展が持続するなか環境への負荷が高まっており、資源利用の無駄を削減し、環境保全技術の確立することにより、地域での循環型産業システムを構築することにも留意する必要がある。よって以下のような施策を実施する必要がある。

- ・ 産官学連携による技術開発促進
- ・ 技術情報提供、特許情報提供、技術導入斡旋などの支援
- ・ 最新設備・革新的技術導入の際の資金、税制面での支援
- ・ 工場立地、工場規模の最適化の促進（工場立地等に関する法制度・規制の導入）
- ・ 環境基準、リサイクル関連法規の見直し

(5) 総合的産業基盤づくり

1) 人材育成

地方中等都市においては有能な人材が不足する一方で、国有企業の退職者、農村部からの流入者が増加しており、人材のミスマッチが存在する。経営センスを持った人材、先端技術を導入できる人材、新規創業ができる人材、マーケッターを育成し、人材のミスマッチを解消していく必要があることから、以下のような施策を実施する必要がある。

- ・人材データバンクの構築と人材斡旋サービスの実施
- ・高等教育機関、職業訓練所等のカリキュラム見直し（教育内容・水準を先端のニーズに合わせる、インターンシップ制・企業実習制の導入など）
- ・企業の教育訓練所の外部開放の促進
- ・大学、研究機関、業界団体による企業が求める最新テーマに関する研修
- ・大学、研究機関、企業間の人材交流の活発化

2) 天然資源開発

鉱物資源、林業資源、農業資源などの豊富な賦存が西部地域の優位性の一つとなっている。工業原材料となるこれらの資源の安定供給、品質向上、低価格化は、各都市の資源加工型産業の競争力に大きく影響を与えることになる。こうした観点から天然資源開発を進めていく必要がある。以下のような施策を実施する。

- ・既存資源の拡大（探査、植林、作付けなど）
- ・新規材料資源の発見のための研究開発
- ・技術導入による既存資源採掘、栽培の高品質化、効率化など

3) 中小企業・ベンチャー企業振興

産業集積と柔軟な産業リンケージの創出のためには活力と企業家精神と活力に溢れた中小企業・ベンチャー企業が継続的に生まれてくることが不可欠である。これらの企業が産業全体の柔軟性、小回りを高め、専門化による技術・コスト面での優位性を獲得させる。その観点から中小企業育成、ベンチャー企業振興を図る。これらの企業は一般に経営資源が不足している。インキュベーター機関の設置、経営・技術・金融面での支援など幅広い支援を実施していく必要がある。また、企業からのスピニアウト創業への支援や企業交流の活発化などによる企業化精神の醸成が重要となる。

4) 産業金融メカニズムの円滑化

各都市に立地する企業が経営上の問題点としてまず指摘するのが銀行借り入れの困難さである。信用情報の整備、金融機関の審査能力向上、信用保証制度の整備、外部からの投資資金の導入、市による銀行設立、地元企業からの出資によるベンチャー基金の創立など産業金融メカニズムの円滑化のための方策を検討する必要がある。

1.6 中小企業発展戦略

1.6.1 中国における中小企業の現状

(1) 中小企業の概況

2001年7月31日付けの「人民網日本語版」によれば、当時、国家経済貿易委員会中小企業司長であった衛東氏は、中国の中小企業の現状につき、「中小企業数は全国企業総数の99%に当たる800万社に達し、中小工業企業の工業総生産に占める割合は60%、経常利益に占める割合は40%で、中小企業が全国の都市労働者の75%に就業機会を提供している」ことを明らかにした。さらに「中国の中小企業は技術的立ち遅れ、融資・情報・人材の不足、脆弱な経営能力など難題を抱えるものの、近年では技術革新や融資分野で明らかな改善がみられる。現在、中国では中小企業の技術改革サービス・センターが40カ所、生産力促進センターは500カ所、ハイテク企業のインキュベーターが約100社、大学の科学技術パークが約30カ所、留学生起業パークが約20カ所あり中小企業の技術革新に効果的な支援を行なっている。融資面では、各国有銀行が中小企業融資部門を設置、金融サービスの改善に着手しており、また全国で既に百余りの都市で中小企業信用保証機構が設置され、資金総額4億8,000万ドルを基礎に銀行からおよそ48億ドルの融資を確保することが可能となっている」と述べている。

また上海市工商連合会の任会長は2002年の日本・海外貿易開発協会（JODC）からの上海市小企業サービス・センター機能強化策策定調査の報告書贈呈式において、2001年における上海の資産1,000万元当たりの大企業雇用者数は62人であり、一方、中小企業では300人となっており、小企業の従業員総数は610万人強と全市従業員の80%以上を占めていることから、中小企業の振興は雇用増に直結すると指摘した。

さらに現在国家発展改革委員会中小企業司長である蘇波氏は2003年9月15日に雲南省で行った講演において、中国の中小企業の趨勢につき、下記のように延べている。

- ・ 「全国工商連統計」によれば、1990年から2002年に至る13年間に、全国の個体・私営企業数は95.6%増加し、従業員数は2.6倍、生産額は30.5倍、消費財販売額も21.9倍となっている。
- ・ 「国家工商局統計」によれば、1992年以降個体・私営企業が創出した新規就業者数は4,777万人（毎年600万人の純増）で、これは社会全体の増加就業者数の3/4にあたる。
- ・ 国有企業をレイオフされた労働者の内65.2%が個体・私営企業に再就職している。
- ・ 結論的に、民営経済は農村部の労働力移動を促進して、わが国の都市化を加速し工業化の進展に寄与していると言える。

加えて全国工商業聯合会・黄孟復主席は2004年6月16日の談話で、現在中国の民営企業は毎日平均1500社以上のペースで増加しており、その登録資本は毎日30億元ずつ増加していると述べている。

いずれの指摘からも、1992年以降私営・個体企業の業績が急速に伸びていること、また雇用の受け皿としての役割を十分に果たしていることから、中小企業が中国経済の成長と社会の安定に大きな貢献をしていることが伺える。

上述した、国家発展改革委員会中小企業司長・蘇波氏の2003年9月15日・雲南省での講演に從えば、2001年末における中国の中小企業の90%以上は民営経済であり、逆に民営経済のうち

99.5%が中小企業となっている。同講演で開示されたデータに基き 2001 年末の中小企業の状況を概観してみると次のようになる。

表 I. 3. 1. 2 全国企業に占める中小企業の状況

全国の総企業数 (*)	302.6 万社	100%
従業員 1,000 人以下の中小企業数	300.7 万社	99.4%
従業員 50 人以下の中小企業数	248.4 万社	82.1%
年間売上高・固定資産簿価 1 億円以下の企業		99%以上
年間売上高 100 万円以下の中小企業		60.5%

注：* は郷鎮企業 2,115 万、个体工商業者 2,377 万を除く。

出所：講演資料

表 I. 3. 1. 3 个体・私営企業の状況（2002 年末「国家工商局統計」）

登記済み个体工商企業	2,377 万軒
私営企業	243 万社
合計従業員	8,152 万人（全国都市人口の 33%以上）
消費財小売額	2 兆 152 億元（全国消費財小売額の 49%）
毛紡業界	（全国生産額額の）78.2%
ニット業界	（同上）85.9%
アパレル業界	（同上）95.2%

出所：講演資料

表 I. 3. 1. 4 企業業績に占める中小企業の状況

中小企業の最終製品とサービスの価値	全国 GDP の 50%以上
同・製品・技術・サービス輸出	全国の輸出の 60%
同・総租税収入	全国の 43%
同・都市部就業者数	全国都市部就業者の 75%

出所：講演資料

表 I. 3. 1. 5 工業関連中小企業の状況

A.総数	B.規模以上企業数	大企業	中小企業
134.46 万社	178,876 社	1,588 社	134.3 万社
		* 対 A : 0.12%	* 対 A : 99.88%
		* 対 B : 0.9%	* 対 B : 99.1%

出所：講演資料

表 I.3.1.6 民営経済の情況

	総数	国有及び持株会社	非国有企業
企業数	302.6 万社	国有：36.9 万社（12.2%） 集体：85.6 万社（28.3%）	民営：132.3 万社（43.7%）
工業関連企業	134.46 万社	4.27 万社（3.18%）	130.18 万社（96.82%）
全工業付加価値	4 兆 5,900 億元	36.22%	63.78%
GDP		37.7%	62.3%
社会固定資産		47.31%	52.69%
全租税収入		35.58%	64.42%
全輸出		44.96%	55.04%
就業人員		30.6%	69.4%

出所：講演資料

このように中国の中小企業は急速な発展を遂げつつあるが、国有企業を中心とする所有制改革は現在も進行中であり、この結果レイオフされる労働者の数は依然として増加している。一方、沿海部の急速な経済成長に象徴される農村部と都市部の経済格差は拡大を続けていることから、農村人口の都市への流入も益々その勢いを増している。さらに若年人口、特に大学卒業者の数が今後急速に増えることが予測され、雇用吸収の受け皿となり、小康社会実現の原動力となる中小企業の更なる振興は、社会的安定を維持するためにも国家的な意義を有する緊急の課題と言えよう。

(2) 中小企業の課題

一般に中小企業が直面する課題として次のような問題点が挙げられることが多い。

中小企業の課題

経営全般	社会的信用の欠如、家族経営から派生する前近代的経営管理、経営者の経営能力の不足、同業者・異業種とのネットワークの欠如
経営資源	資金調達難（固定資産、流動資金）、人材不足、原材料購入の問題（割高な仕入れ価格、入手難）
技術	立ち遅れて低水準の生産技術力、旧式かつ低水準な生産設備、低品質、自主開発力の弱さ、設備の低稼働率、高コスト、新製品開発能力の弱さ、新規技術情報の不足
販売	取引条件の制約、狭小な市場規模、脆弱な製品競争力、販売力の不足、市場情報の不足、新規市場開拓力の弱さ

これらの障害により、経営基盤が定まらず、経営規模の拡大が望めず、利益水準が低位に止まり、成長が阻害され、従って社会的信用も向上しないという悪循環に陥りやすいことが中小企業経営の最大の特徴であると言える。中国においてもこの傾向は顕著であるが、更に改革開放以降の最大の問題として、私営企業・个体経営者等についての法的・社会的な認知が確立されていなかったことから、中小企業や同経営者の合法的な権益が保護されるかどうかさえ定かではなかったことがあげられる。しかしながら後述の如く、1999年3月の憲法改正および2003年の中小企業促進法の制定により中国の中小企業に市民権が与えられた結果、この根源的な問題が解決され、ようやく上記の中小企業経営

の制約条件の解消に向けての取り組みが本格化しつつある段階にある。

中国の中小企業が経済先進国の中小企業と同様の発展を果たし、名実共に社会の中核となってゆく為には上述のように多くの課題が解決される必要があるが、中国においてはいくつかの課題の背景には歴史的・社会的理由が存在しており、そのことが当該課題の解決を困難にしている。例えば、中国においては従来の計画経済時代（公有経済の時代）の経験から、特に「信用」に関する概念の形成が遅れ、適正な「信用審査」に基づき判定される「企業信用」に応じて為されるべき「企業向け融資」が立ち遅れる原因となっている。同様に国有企業に対する信頼感の厚さから、依然として非公有経済に属する企業への就職に対する「格落ち」意識も残り、これが中小企業の人材不足の原因の一つになっている。また社会主義市場経済が正式に認知されて12年しか経っていないため、市場経済に適した経営意識・経営技術が一般化していないことも事実である。さらにこうした経営意識・経営技術の向上を図るための経営相談・研修についても、市場経済のなかでの経営経験を有しない政府職員・学者等により行われるのが普通であり、経営の現場で力となりうる実務的知識の習得は順調には進んでいない。また計画経済時代からの「系統」支配の残滓が今でも見られ、包括的・統合的・効率的な経済施策・運営を可能にする社会横断的な企業ネットワークの構築や企業の自由意志によるグループ化も未ださしたる進展を見せていない。

後述する「中小企業促進法」の内容を見てみると、中小企業振興の障害となる問題点の所在に関する中国政府の認識が明らかになる。同法によると中小企業振興のための政策支援がなされるべき分野として、「資金支援、創業支援、技術革新、市場開拓、社会サービス」の5分野が挙げられ、中小企業政策財源の準備・中小企業発展基金の設立・中小企業信用情報システムの構築・中小企業信用保証システムの構築・中小企業サービス機関の設立・技術サービス機関の創設等の政策手段・制度の導入が規定されているが、制度的にはともかくとして、いずれも実務的に有効な組織の構築・運営方法の確立からはほど遠い段階にある。

1.6.2 中国における中小企業振興政策の推移と現状

(1) 中小企業振興政策の推移

改革開放以降、中国政府は企業関連法の立法化を急ぎ、下記のような法律が制定された。

- ・ 私营企業暫定条例（1988年6月発布）
- ・ 全民所有制小型工業企業租賃經營暫定条例（1988年6月発布）
- ・ 郷村集体所有制企業条例（1990年6月発布）
- ・ 城鎮集体所有制企業条例（1991年9月発布）
- ・ 公司法（1993年12月全人代常務委員会通過。1999年修正12月）
- ・ 郷鎮企業法（1996年10月公布）
- ・ 合伙（テキ）企業法（1997年2月公布）

さらに1992年1月の鄧小平氏の南巡講話を受け、同年10月の第14回党大会において社会主義市場経済システムの構築を経済体制改革の目標とする事が承認されると、経済体制改革の流れを加速すべく、様々な立法措置が打ち出されることとなる。また同党大会では、国有企業改革を推進するにあたり、国有中小企業は規模が小さく、技術水準が低く、財務構造が脆弱であるが故に市場経済システムの中での存立が危ぶまれたため、特に国有中小企業の改革と発展を促すこと

に留意する決定が盛り込まれた。一方、社会主義市場経済システムの導入承認を受け、私営企業・
個体経営の中小企業が勃興期を迎えることになる。

1995年には、党・政府は「摺大放小」政策を採用し、大型の国有企業の改革の一層の進展と国
有中小企業を国・地方政府から切り離し自由に活動させることを意図した。しかしながら、同政
策は国有中小企業にとってその後ろ盾を失うことを意味し、経営の急速な悪化を招いたため、経
営改善策を本格化に検討する必要性が生じる結果となった。またこうした国有企業改革の過程で大
量にレイオフ人員が発生することになるが、その受け皿として、一方で急速に発展しつつあった
非公有経済に属する中小企業が注目されることになった。

このような流れの中、1999年3月の第9期全人代（全国人民代表者会議）で、私有経済の法的
保証、即ち私営企業を「社会主義市場経済の重要な構成部分」として認知する憲法改正案が上程
可決され、中小私営企業の振興に関する下記のような様々な立法・政策意見の提出が相次ぐこと
になる。

- ・ 国有中小企業と集体企業の制度改正過程の金融債権管理に関する国務院通知（1998年6月）
- ・ 中小企業技術創造基金の暫定規定に関する通知（1999年5月）
- ・ 中小企業技術創造基金の申請に係る注意事項（1999年6月。科学技術部）
- ・ 中小企業信用保証制度構築の試みに関する指導意見（1999年6月。国家経済貿易委員会）
- ・ 中小企業向け金融サービスの改善に関する意見（1999年6月。人民銀行）
- ・ 民営科学技術企業の発展に関する若干の意見（1999年7月。科学技術部）
- ・ 個人独資企業法（1999年8月公布）

1998年7月には、中小企業政策を担当する機構として国家経済貿易委員会に中小企業司が設立
され、2000年6月には中小企業司と社会科学院の共同編集により、中国で始めて包括的に中小企
業の実態と育成方向を論じた「中国中小企業発展と予測」（日本の「中小企業白書」にあたる）が
出版されている。

2000年に入ると中小企業振興に関する政策意見の発出は益々加速し、「中小企業育成のための社
会化サービス体系に関する若干の意見」（4月）・「中小企業の技術開発を強化する体系の構築に関す
る若干の意見」（7月）が国家経済貿易委員会から、さらに「中小企業の国際市場開拓資金管理方法
に関する通知」（10月）が財務部から出されている。同年8月には国家経済貿易委員会が「中小企
業の発展の奨励と促進に関する若干の政策意見」を公布し、①各級政府は中小企業の創業支援、科
学技術成果の製品化、技術革新プロジェクトに対する利子補填などに使用する資金を準備する、②
中小企業の保証人となることができる機構は地方政府が設立し、保証業務による収入については3
年間営業税の徴収を免除、③商業銀行による中小企業への融資を奨励し、中小企業に対する融資比
率を増加させる、④ハイテク・輸出・地域サービスなどを扱う中小企業を重点支援する、という4
項目の新政策を提案した。また2001年には「中小企業融資保証機構のリスク管理に関する暫定手
法」（3月・財務部）「中小企業の信用管理強化に関する若干の意見」（4月・国家経済貿易委員会）
が出され、中国政府の中小企業振興政策の骨格が出揃うことになった。

こうした政策意見を集大成する形で、中国において最初の、包括的な中小企業振興政策を規定
する「中小企業促進法」（以下「促進法」という）が、2002年6月29日の第9回全国人民代表代
会常務委員会第28回会議を通過し、2002年6月29日中華人民共和国主席令第69号として公布
され、2003年1月1日に施行された。促進法の概要は以下の通りである。

1) 総則

法の目的 (第1条)	①中小企業の経営環境の改善、②中小企業の健全な発展を促進、③都市と農村の就業機会の拡大等
中小企業の定義 (第2条)	中華人民共和国内において法により設立され、社会のニーズを満たし、就業を増加させ、国家の産業政策に合致する、生産経営規模が中小型に属する各種所有制と各種形態の企業。中小企業の区分標準は雇用者数・売上高・資産額等に基づき別途制定。
政策担当部署 (第4条)	国務院・企業担当部署および関係部署が中小企業に関する政策を制定し、政策と企画の実施を組織し、総合的な協調・指導とサービスを提供する。県レベル以上の地方における各級人民政府・企業担当部署・関係部署は当該行政区域内の中小企業に対し指導とサービスを提供する。
中小企業の保護 (第6条)	国家は中小企業とその出資者の合法的な投資と収益を保護する。いかなる機関・個人も中小企業の財産・合法的な収益を犯してはならない。

2) 政策

政策	政策手段
資金支援	中小企業政策財源の準備、中小企業発展基金の設立、金融機関に対する中小企業向け融資の奨励、直接融資ルートの拡充、ベンチャー投資機関に対する税制優遇措置、中小企業信用情報システムの構築、中小企業信用保証システムの構築、中小企業による互助的融資保証の奨励
創業支援	政府関連部門による創業条件の整備、情報・相談サービスの提供等、税制優遇措置、地方政府による政策相談・情報提供、中外合資企業・中外合作企業の創設の奨励、工業所有権・非特許技術による個人・法人の経営参加の奨励
技術革新	技術革新を奨励する政策の制定、借入利息優遇措置の適用、技術サービス機関の創設、生産力促進センターとインキュベーション・センターの設立推進、研究機関・大学との共同技術開発・交流の支援
市場開拓	大企業による中小企業振興の促進を支援、合併・買収等による資産再編と資源配置の改善の指導・推進・規範化、政府購買における中小企業製品・サービスに対する優先的配慮、中小企業サービス機関による製品展示会・情報提供活動の奨励、輸出振興の指導・援助・促進、政策系金融機関による輸出金融、輸出信用保険等の供与による国際市場開拓の奨励、対外投資・国際貿易への参入および国際市場開拓の奨励に関わる政策の制定
社会サービス	中小企業サービス機関の設立、中小企業サービス機関と各種専門サービス提供機関の連携による中小企業へのサービス提供（創業指導・企業診断・情報提供・マーケティング・投融資・借入保証・工業所有権取引・技術援助・人材斡旋・人材養成研修・対外協力・展示販売界・法律相談等）、関係機関・大学等による中小企業経営・生産技術に関する教育訓練の奨励、業界または中小企業の自立的組織によるサービス提供

2003年の第10期全国人民代表大会（全人代）第1回会議で国務院機構改革案が可決され、3月には対外経済貿易合作部と国家経済貿易委員会が統合されて商務部が設立された。同年5月には国家発展計画委員会と国家経済体制改革弁公室が統合されて国家発展改革委員会が設立され、従来国家経済貿易委員会が担当していた業界計画、産業政策、経済運行調節、技術改造投資管理、さまざまな資本形態の企業のマクロ指導、重要工業品・原材料の貿易計画等の職能を引き継ぐこととなり、同時に、中小企業振興に関わる業務も同委員会が担当することとなった。これにより、「中小企業司」も国家発展改革委員会の下に移管されている。

国家発展改革委員会の下での中小企業司の機能は、①中小企業・非公有経済の振興に関する問題の研究、②多様な所有制企業の公平な競争と共同発展の促進、③中小企業振興支援政策と具体

的措置にかする研究、④中小企業サービス・システムの構築等と規定されている。

(2) 中国における中小企業の基準

「中小企業促進法」の公布に伴い、2003年2月19日には国家経済貿易委員会、財政部、国家統計局により「中小企業標準暫定規定」が發布され、下記基準のいずれかに該当すれば中小企業とみなされることとなった。

「中小企業標準暫定規定」

	中型企業			小型企業		
	従業員数	売上高	資産総額	従業員数	売上高	資産総額
工業	3百~2千人	3千万~3億元	4千万~4億元	3百人以下	3千万元以下	4千万元以下
建築業	6百~3千人	3千万~3億元	4千万~4億元	6百人以下	3千万元以下	4千万元以下
卸売業	1百~2百人	3千万~3億元		1百人以下	3千万元以下	
小売業	1百~5百人	1千万~1億5千万元		1百人以下	1千万元以下	
交通・運輸業	5百~3千人	3千万~3億元		5百人以下	3千万元以下	
郵政業	4百~1千人	3千万~3億元		4百人以下	3千万元以下	
ホテル・飲食業	4百~8百人	3千万~1億5千万元		4百人以下	3千万元以下	

この暫定基準と下記の日本の中小企業の定義との大きな違いは、暫定基準で「中型企業」とされている企業の規模が相対的に大きいことで、一般的に見て、「中型企業」を「中小企業」の範疇に含めることには疑問がある。さらに日本で一般の中小企業と区別している「小規模企業者」（下記参照）の規定も含まれておらず、売上規模が小さく経営基盤も脆弱な小規模企業が主流を占める中国の中小企業の実態に照らし合わせて見ると、さらなる改善が必要なように思われる。

日本の中小企業基本法による中小企業の定義

業種	従業員規模・資本金規模
工業・鉱業等	300人以下又は3億円以下
卸売業	100人以下又は1億円以下
小売業	50人以下又は5千万円以下
サービス業	100人以下又は5千万円以下

(従業員規模あるいは資本金規模のどちらかが上記条件を満たせば中小企業と認定)
 (おおむね常時使用する従業員の数が20人、商業又はサービス業に属する事業を主たる事業として営む者については5人以下の事業者は「小規模企業者」とする。)

1.6.3 中国における中小企業施策の課題

(1) 中小企業認定基準

前項で中国の「中小企業標準暫定規定」に定められた「中型企業」の基準が「中小企業」の概念に馴染まないことを指摘したが、このことは現在の中国の中小企業政策実施状況に照らしてみると明らかである。多くの地方政府の中小企業振興分野における関心事は、ハイテク・バイオ等の新科技企业の育成と同時に、所謂規模（売上高500万元）以下企業の規模以上企業への育成や「小巨人型」・「小商品大市場型」企業の育成にあるが、新科技企业と呼ばれる企業のなかには、

既に「中型企業」基準を上回る一定の規模に達し経営基盤が安定している企業も多い。一方、「規模以下」・「小巨人型」・「小商品大市場型」企業は「小型企業」に属している。これら両者に対する振興・育成策は自ら異なったものとなるはずで、「小型企業」が世界的常識に沿うならば正に中小企業政策の対象となりうるものであり、「中型企業」については一般の経済・産業政策で対応するのが他の先進経済国における通常の戦略であるといえよう。

さらに前述の蘇中小企業司長の指摘によれば、2001年末において中国全土で従業員50人以下の企業が248.4万社存在しているとされているが、これは同年における中国全企業の82.1%に当たる。その他、郷鎮企業が2,115万社、個体工商業者が2,377万あるとされ、企業数で見ると限り零細企業が中国企業を中心をなしており、その振興は中国经济・社会発展の生命線であると言っても過言ではない。従ってこれらに対象を絞った、きめ細かい小規模企業振興策の構築が重要な課題であると言える。その場合、現行の「中小企業標準暫定規定」を更に細分化し、小規模企業を「小型企業」から分離することにより、小規模事業者の育成に絞った政策を実施することが可能になる。例えば日本においては、上記のように中小企業基本法で「小規模事業者」と規定された事業者向けに、通常の中小企業施策とは別に、商工会議所・商工会による経営改善普及事業（地域振興活性化事業・広域にわたる商工会議所・商工会の連携による地域振興対策事業等）、政府系金融機関である「国民生活金融公庫」を通じての小企業等経営改善資金融資制度（設備導入資金・運転資金として無担保・無保証の小口金融を行う）、各都道府県の中小企業振興公社等による小規模企業設備資金制度、中小企業基盤整備機構による小規模企業共済制度等が実施されており、起業・新規事業への進出・事業拡大等種々の面で小規模事業者を支える大きな力となっている。

(2) 中小企業に係る統計の不備

2003年中国統計年鑑、雲南統計年鑑、四川統計年鑑、湖南統計年鑑によれば、私営企業数・個体経営軒数・郷鎮企業数についてはいずれも産業別の内訳は記載されていない（郷鎮企業数については私営・個体・工業・交通運輸別の分類が掲載されているのみ）。また、私営企業・個体経営従業者数を一括した産業別就業者数についての分類はあるが、私営企業・個体経営それぞれの産業別就業人数についての記載はない。工業企業についても規模以上（年間売上高500万元以上）企業の所有制別・「大型-小型企業」別は記載されているが、中小企業が圧倒的多数を占めると考えられる規模以下の工業企業についての統計は見当たらない。このように現状の政府統計からのみでは中小企業の実態を把握することは困難であり、的確な中小企業政策立案のためには、より必要に応じた精度の高い綿密な中小企業統計の整備が待たれる。

(3) 地方政府における統合的・横断的中小企業支援体制の欠如

地方の実情を見てみると、農村部で起業した企業については、たとえ創業後に本社を都市部へ移転したとしても郷鎮企業局（または中小企業局）が、また都市部で創業した企業や体制改革企業（城鎮の国有、集体企業）については経済貿易委員会が管理・サービスを行っていることとされ、各部署が所有するデータからのみではその地方における中小企業の実態の全貌を把握することは困難である。企業活動を行う際には、工商行政管理局への登録が要求されるため、同局のデータが最も包括的かつ統合的なものと考えられるが、現状では工商行政管理局が自ら中小企業に関するデータの精度を上げ、綿密な分析を行い、地方政府の中小企業行政の基礎資料を提供するという意識が顕在化しているとは言い難い状況である。

また今回調査対象となった5都市それぞれによって少しずつ状況が異なるとは言え、ほとんどの都市においては「郷鎮企業管理局」を「中小企業局」あるいは「郷鎮企業局」に改称し、中小企業促進法発布に伴う対中小企業サービス政策実施担当部局としているようである。しかしながら、上述したように都市部発祥の中小企業については依然として経済貿易局が担当しているため、地方政府部内において包括的かつ統合的な中小企業支援策を策定し、実施し得る体制を構築する必要があると考えられる。

さらにこのような分割管理・サービス体制を続けると、中小企業政策担当部局間での勢力争い・成績競争を招来することに繋がり、限られた中小企業振興予算の効率を著しく損なうことにより、地域全般における均衡の取れた中小企業振興の実現が危ぶまれることになる。

(4) 地方における中小企業振興策

2003年1月1日に「中小企業促進法」（以下「促進法」という）が施行されたことにより各級政府は中小企業振興に注力する姿勢を見せており、中央の指導に従い、その政策目標と方法論についての理論的な理解は広まりつつある。しかしながら地方政府組織の主要な関心は依然として基幹企業や比較的規模を有する企業の育成にあり、小規模企業の育成に関しては、その必要性は認めつつも、行政側の経験不足も手伝い、実務的な施策については手探り状態にある。前述のように、中小企業を中心は民営企業かつ小規模企業であり、その資産性（担保力）・信用度が低いことから実務的に踏み込んだ施策の立案に手間取っているのが実情である。「促進法」第6章では、「中小企業サービス機構」を設立し、中小企業のニーズに応じて各種社会サービスを提供するよう規定しているが、既に中小企業サービスセンターが活動を始めている地域においても、そのサービス対象は一定の規模を有する中小企業に限定されているという現実がある。

(5) 中小企業向け融資

中国における中小企業振興の最大の問題点は、事業資金調達が困難なことにある。直接金融は勿論、小規模にとって金融機関からの間接金融の道も極めて限られているのが現状であり、この局面を打開する方策として信用保証制度の拡充が叫ばれている。「促進法」第12条では中小企業基金の設立を定め、第15条において各金融機関に中小企業金融を強化するよう求め、第20条で各種信用保証機構の設立を奨励している。

中国における信用保証制度は、1992年重慶・上海・広東における相互扶助基金会や地域商業性保証会社としてスタートし、その後江蘇省・山東省・安徽省・福建省・北京等の地方政府による保証機構の設立へと進み、1999年以降、国家経済貿易委員会を中心として信用保証制度促進に関する議論が加速されるに至り、各地において各種の信用保証制度・機構・会社が設立されている。しかしながら、一般的に現在でも保証基金規模は小さく、保証倍率も低位に設定されており（通常5倍）、実施された保証件数は限られている。広範な中小規模・零細企業の資金需要に応じている日本の信用保証制度と比較すると、中国では一定規模に達した企業に対する信用保証に傾きがちで、真に資金手当を必要としている膨大な数の小規模企業の需要には応えていない。公的な信用保証機構への出資財源である地方政府の財政資金が限られていること、再保証制度が未発達であること、営利目的の民間資金による商業性保証会社では保証料率が高率であり、かつリスクを極度に嫌うこと等から信用保証制度の裾野は広がっていない。

(6) 中小企業のネットワーク化

中小企業の主流が小規模企業であることから、これら企業の自立を促し、大中企業に対抗しうる存在に育成してゆくためには、組織化・ネットワーク化して行くことが重要な手段のひとつとなると考えられる。経済先進諸国においてこの役割を担っているのは民間機関である各地の商工会議所であるが、中国では政府機関である工商連合会（商会）、个体私営企業労働協会および私営企業協会が類似の性格を有している。最大組織である工商連も人材・資金が限られており、管理が難しい小規模企業を会員に勧誘することをためらう傾向にあり、結果として小規模企業の組織化・ネットワーク化は進んでいない。また同一地域に立地する小規模企業を組織化するクラスター（同一地域に存在する、相互に事業の関連性を持つ組織や個人の集まり：特定産業集積）形成についても地方政府の認識は進んでおらず、Dynamic Cluster 化が可能な地域に対しても有効な振興策・支援策は確立されていない。

(7) 創業支援

ベンチャー・キャピタルの設立、事業資金の優先融資制度等、創業支援の中核をなす施策に関する検討は遅れており、実行に移された施策は限られている。

1.6.4 中小企業発展戦略

「小規模企業に施策を集中し、大中型企業を創出する」（助小成大、有的放矢）

小規模企業の企業経営に関する環境を適正なものとし、より規模の大きな企業への発展（**優化“小”環境、促成“大”気候**）を促すために下記方策を提案する。

(1) 中小企業政策立案・実施基盤の確立

1) 2003年2月19日発布の「中小企業標準暫定規定」の改定：

- ・ 現行規定から「中型企業」を削除し、更に規模の小さい「小規模企業」分類を追加し、中小企業を「小型企業」と「小規模企業」の2種類とする改定を行う。

2) 中小企業に係る統計の整備

- ・ 地方政府の工商行政管理局が行う企業管理調査の際に、中小企業の経営実態をより詳細に把握できる調査項目を加えるよう配慮し、これを中小企業施策のデータベースとして活用するよう制度を改革する。
- ・ 統計局が公表する企業データの項目を再検討し、民間を含む中小企業政策・施策関係者が小規模企業の実態を容易に把握できるように変更する。可能であれば中小企業関連データのみを扱う統計資料の定期発刊を行う。

日本の中小企業統計

総務省による「事業所・企業統計調査」を再編し、中小企業庁が毎年公表する「中小企業白書」に資料として掲載される。

(<http://www.chusho.meti.go.jp/hakusyo> 参照)

3) 中小企業促進法で規定された政策手段実現のための個別立法の促進

- ・ 既述の如く 2003 年 1 月に「促進法」が發布されたが、法に盛り込まれた各施策の実施に当っては、より詳細な権限規定や施策実施要領等を定める法令が制定されない限り、その実効性は期待し得ない。日本の例で見ると、現行上、下記の如く、40 を超える中小企業振興に関わりのある法令が制定されており、中国においてもより詳細な法令の制定が待たれる。

日本における中小企業振興に関わる主要法令

(基本法)	(金融支援)
中小企業基本法	商工組合中央信用金庫法
(政策立案・実施主体)	中小企業金融公庫法
中小企業庁設置法	国民生活金融公庫法
商工会議所法	信用保証協会法
商工会法	中小企業信用保険法
独立法人中小企業基盤整備機構法	(中小企業保護)
(経営改善支援)	下請代金支払遅延等防止法
中小企業支援法(経営相談・研修・企業診断)	中小企業退職金共済法
中小企業経営革新支援法	中小企業倒産防止共済法
中小企業における労働力の確保及び良好な雇用の機会の創出のための雇用管理の改善の促進に関する法律	中小企業の事業活動の機会の確保のための大企業者の事業活動の調整に関する法律
(中小企業のグループ化)	官公需についての中小企業者の受注の確保に関する法律
中小企業等協同組合法	(小規模事業者支援)
中小企業団体の組織に関する法律	小規模企業者等設備導入資金助成法
商店街振興組合法	商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律
(起業・新規分野進出支援)	小規模企業共済法
新事業創出促進法	下請中小企業振興法
中小企業投資育成株式会社法	(特定産業支援)
特定商業集積の整備の促進に関する特別措置法	中小小売商業振興法
中小企業の創造的事業活動の促進に関する臨時措置法	中小企業流通業務効率化促進法
特定中小企業者の新分野進出等による経済の構造的変化への適応の円滑化に関する臨時措置法	中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律
特定産業集積の活性化に関する臨時措置法(クラスター振興)	

4) 財源準備

- ・ 「促進法」は第 2 章 10 条において、中央政府が中小企業振興政策実施のための財源を用意すると共に、地方政府も中小企業に対して財政支援を行うよう定めている。しかしながら現実には中小企業支援に向けられた予算は極めて不十分であり、地方政府が実施できる支援策の範囲もごく限定的なものに留まっているのが現状である。
- ・ 前記の日本の中小企業振興・支援策も、その多くは財政資金の支出によって支えられており、有効な中小企業支援施策の実施には十分な財源の準備が必要となる。市場経済化の流れのなかで、中央・地方政府とも道路・開発区等の産業インフラの整備に多大な予算を投じてきているが、ハード面のインフラのみならず、中小企業振興予算をソフトな産業インフラと捉え、重点的に予算配分を行ってゆく必要がある。

5) 包括的・統合的な中小企業政策の実施を担当する組織の創設

- ・ 現在中国では国家発展改革委員会に属する「中小企業司」が中小企業振興政策の立案と実施を担当することになっているが、下記のように、他国の例を見ると、政策の立案と実施にあたる部署を区別し、総合的な施策実施組織を別途設置しているケースが多い。これら

の中小企業政策実施法人は、実際に中小企業と日常的に接点を持つ分野は地方自治体の中小企業振興部門や商工会議所・商工会に任せ、これらの活動を補完・援助・補強する活動を主に行っている。国家の中小企業振興政策を具現化するために国庫を基に設立されたものではあるが、事業運営にあたっては基本的に独立採算制を取っていることが多い。

- ・ 中国における「中小企業司」は、言わば各国の「中小企業庁」に相当すると考えられるが、中小企業政策の効率的実施に当っては、その手足となる外郭団体の設立が急務であろう。
- ・ 同時に地方の各級政府にも同様の組織を新設し、経済貿易局及び中小企業局・郷鎮企業局等のサービス実施部門を新設/再編される中小企業施策実施部門へ集約化することが必要である。

各国における中小企業政策の立案と実施体制

国・地域	政策担当部署	政策実施部門	備考
日本	経済産業省・中小企業庁	中小企業総合事業団(2004年7月より中小企業基盤整備機構)	
韓国	中小企業庁	韓国中小企業振興公団	中小企業向け金融支援原資として、日本で起債を行った実績あり。
台湾	經濟部・中小企業処 (技術関連は工業局) (ハイテク・クラスター振興は 国家科学委員会)	政府関連公益法人(財団法人) 県・市の中小企業サービスセンターの活動は情報提供に留まる。	中小企業の定義 製造業: 資本金 6,000 万台幣以下又は従業員 200 人以下 小売・卸売: 年商 8,000 万台幣以下又は従業員 50 人以下
アメリカ	Small Business Agency (SBA)	Small Business Development Center(SBDC。全米 57ヶ所、サブセンター950ヶ所。連邦・州・地方自治体・教育機関・民間の共同事業。SBA が 50%負担。)	アメリカの中小企業振興策 金融支援(信用保証が中心) 経営指導(SBDCが One-stop shopとして経営指導・字牛津援助を行う。) 政府調達における中小企業配慮

日本の中小企業総合事業団(2004年7月より中小企業基盤整備機構に改称・改編)の事業内容

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> (1) ベンチャー・経営革新への支援: 創造的中小企業創出支援・事業化支援・新事業開拓促進(同出資を含む)事業 (2) 中小企業の再生支援: 事業再生ファンドへの出資 (3) 高度化事業への支援: 中小企業者が組合等を設立して共同して経営基盤の強化を図る事業等への支援 (4) 中小企業信用保険制度等の運営: 中小企業基盤整備機構への移行に伴い中小企業金融公庫へ移管 (5) 中小企業のための人材育成: 中小企業大学校(中小企業者向け経営研修、中小企業診断士養成講座等) (6) 中小企業のための情報・技術・国際化の支援: 課題対応技術革新促進・戦略的基盤技術力強化事業・IT推進アドバイザー派遣、エキスパートによる国際化支援アドバイス、国際化支援レポート、各種調査・セミナー実施 (7) 小規模企業共済制度の運営 (8) 中小企業倒産防止共済制度の運営 (9) 繊維産業構造改善の支援 (10) 中小企業・ベンチャー総合支援センターの運営 |
|---|

(2) 小規模企業育成のための広範な Platform の構築: 実務的な支援機能を具備した中小企業サービス・センターの設立

1) 中小企業サービス・センターの役割

- ・ 規模以上の中小企業を対象とした必要最低限のサービス機能の具備を目指すのではなく、小規模企業を主対象とした、十分かつ可能な限り最大限の支援機能を備えた組織作りを目指す。
- ・ 中小企業振興施策の管理・監督機関としてではなく施策実施のためのサービス機関と位置づけ、諸施策実施にあたりハブ(Hub)の役割を担う。

2) 中小企業サービス・センターのネットワーク化

- ・予算の制限がある場合、当初は各級市区県が個々に小規模なサービス・センターの設立を行うのではなく、「可能な限り最大限」の機能を具備しうる予算単位（例えば省・市等）が、中核となるサービス・センターを設立する。
- ・各級市区県にはその出先機関（受付機関）となる中小型サービス・センターを設置し、中核となるサービス・センターとの間にサービスのネットワークを組む。

3) 中核となるサービス・センターの備えるべき活動内容

- ・同業協会の組織化支援との協働態勢構築（同業協会会員の取り込み）
- ・ITを利用した業界・市場・経営・技術・政策情報の提供、メール・マガジン発行、会員取引サイトの運営等による会員の組織化
- ・会員企業の経営体質改善と経営力の向上支援（経営診断、経営指導、経営相談、経営者・従業員研修の提供）・経営指導士の養成講座運営と省レベルでの資格認定の推進
- ・金融機関に対する小口融資推薦、信用保証機構への推薦、会員取引サイト入会資格審査等の実施とこれらの基盤となる信用審査基準の設定と審査システムの構築
- ・信用審査基準の設定・運用と審査システム構築に関する金融機関との共同検討・合意取付
- ・政府助成金の取次ぎ
- ・クラスター形成・活性化支援・促進、創業指導・支援
- ・各種 BDS (Business Development Service)提供者の企業への紹介・派遣仲介

4) サービス・センターの運営原則

- ・サービス・センターが有する各サービス機能の統合的運用を目指す。
- ・企業家意識の向上・経営力の強化・信用力の向上を実現するために「広報活動→小規模企業のグループ化→企業研修／経営診断・指導・相談→経営改善→信用力向上」と連なるサービス・フロー（Service Flow）を確立する。
- ・向上した信用力を基盤に、「明確な基準に基づく信用審査→小口融資推薦→低い事故率→信用保証推薦→企業融資の拡大→経営規模の拡大」のフローへと結び付ける。

5) サービス・センターの職員構成

- ・責任者は同業協会により互選された人間とし、職員については当初は各級政府の経済貿易委員会・中小企業局・工商局・工商連等関連部署からの出向者及び同業協会・金融機関からの出向者で構成するが、将来的にはサービス・センターが採用する専属職員が主流となる。
- ・また将来的には工商連の活動を吸収することにより、民間機関として一本化する。

6) サービス・センターの運営資金

- ・中央、省その他各級政府からの拠出金と民間からの寄付金により基金を設立。この基金を基に公益法人化を行う。運営費は会員から徴収する会費とサービス対価で賄い独立採算制をとる。

7) 東京都中小企業振興公社の組織

- ・中小企業サービスセンターの組織を検討するための参考として、日本の東京都中小企業振興公社の組織図を記載する。

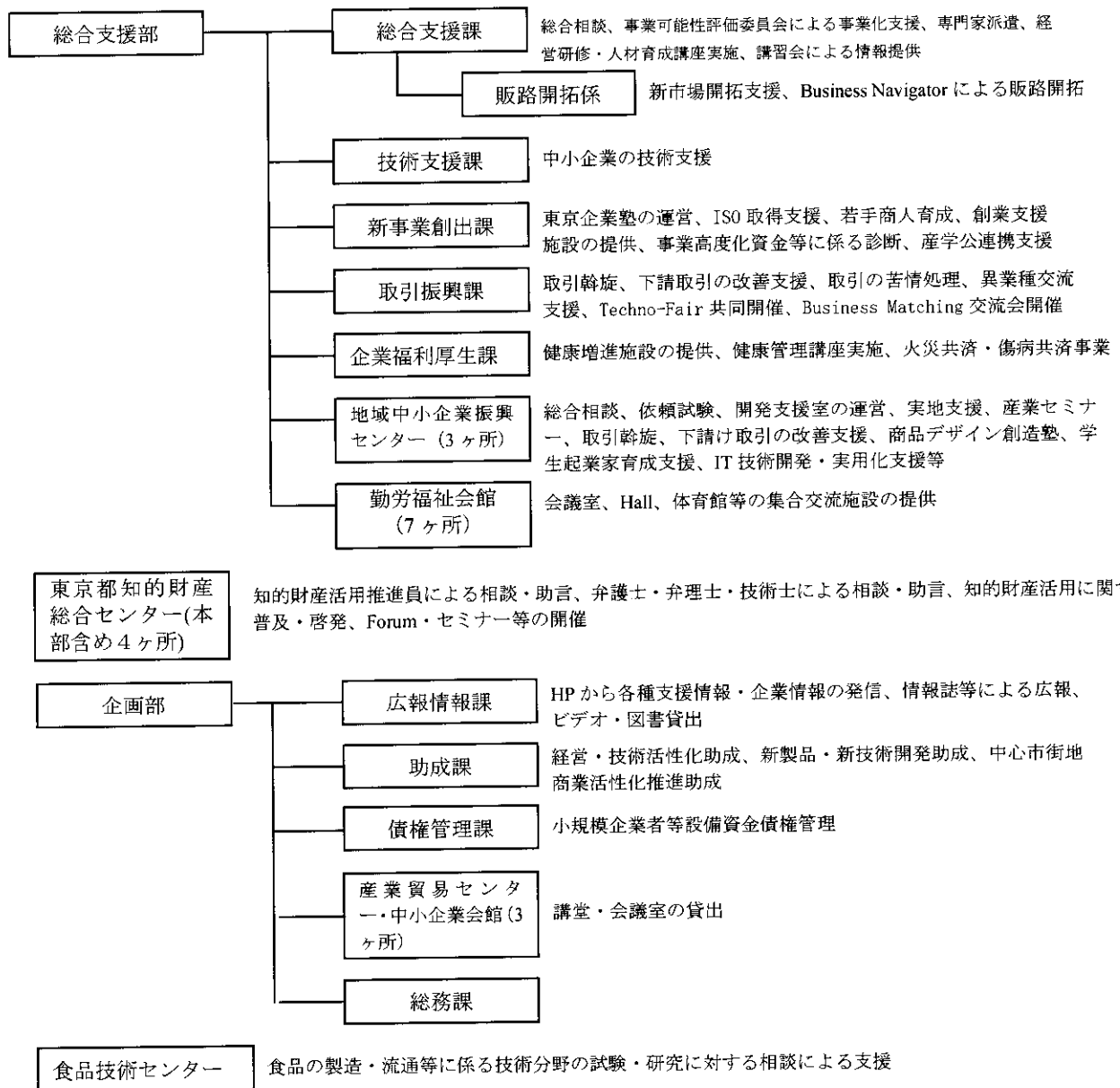


図 I. 3. 1. 1 財団法人東京都中小企業振興公社組織

出所：財団法人東京都中小企業振興公社資料

(3) 中小企業向け融資制度の段階的拡大：小口融資推薦制度と重層的信用保証システムの構築

1) 小口融資推薦制度

- 日本では商工会議所の経営指導員による経営指導を原則6ヶ月以上受けている従業員20人以下（商業・サービス業では5人以下）の小企業を、商工会議所が政府金融機関（国民生活金融公庫）へ融資推薦する「小企業等経営改善資金融資制度」がある。1企業当りの融資限度は1,000円以下（設備・運転資金合計）と小額ではあるが、融資期間は運転資金4年以内、設備資金6年以内と長く、商工会議所が推薦した企業については、金融機関は実質的には信用審査を行わ

ない。この制度に基づく融資は無担保、無保証ではあるが延滞比率は比較的低いと言われている。なお同公庫では、雇用創出を伴う事業・的確なビジネスプランを有する者が創業する場合、自己資金を2分の1以上準備可能であることが確認できれば、550万円を限度に無担保・無保証で、最長で設備資金を7年間、運転資金を5年間（内据え置き期間はいずれも6ヶ月以内）融資する新創業融資制度も実施している。

- ・中国において類似の制度を実施する場合には経営者研修から始める必要がある。融資推薦に至る過程は、まず事前研修としてサービスセンターにおいて財務諸表・事業計画の作成指導、資金・人事管理の手法等を教育し、合わせて最低3ヶ月程度の期間経営指導を行う。融資提携銀行との合意により設定された審査基準に達したと判断された企業を金融機関に推薦することとなるが、融資実行後の経営指導を義務付けることにより不良債権化の防止につなげる。
- ・融資限度額の参考例としては、懷化市で実施されているレイオフによる失業者に対する小額貸付制度が参考になる。信用保証会社が、中央政府と地方政府が折半負担する保証基金1,000万元を元に、保証倍率5倍、5,000万元の保証枠を設定し、2,500人に対し就業機会を創出するための融資を銀行から引き出すことを目標にしている。すなわち一人当たり平均2万元の融資確保が考慮されている。
- ・中央政府が設立した信用保証会社である中国経済技術投資担保公司（以下、「中投保」という）が、信用保証供与にあたり要求する反担保（信用保証の見返りとなる差入れ担保）を50万元以下の保証については免除していることも参考となる。
- ・当面、半年ないし1年間程度の運転資金に見合うべき金額（10～15万元）を小口融資の限度額とし、実績をみて増額交渉を金融機関と行うようにする。
- ・提案される小口融資制度は金融機関側からみればリスク・マネーと受け取られ、一般の商業銀行が実施するには困難を伴う可能性も考えられる。最適な対応策としては、公的資金（債権の発行による資本準備も含む）による中小企業振興を目的とした金融機関を設立し、各地の中小企業サービスセンターと連携を取りながら本制度を導入・実施することが考えられる。

2) 重層的信用保証システム

- ・中小企業サービスセンター会員からの出捐と各級政府の拠出金を基盤に、非営利の信用保証機構の設立を目指す。現在各地で推進されている民間資金による投資保証行為や保証基金への出資に対する見返りを期待した保証制度は、投資機関が行うべき業域であり、中小企業振興に向けた本来の信用保証制度には馴染まない。信用保証基金出資機構の最小単位は同業協会とし、同業協会信用保証機構は会員に対する信用保証行為を行うと共に、基金の一部を地域信用保証機構へ出捐する。地域信用保証機構は同業協会信用保証機構と地方政府の財政からの出捐金を基に、中小企業サービスセンターから推薦のあった企業に対する信用保証と同業協会信用保証機構への再保証を行うと共に、上級行政区信用保証機構への出捐を行う。上級行政区信用保証機構は、地域信用保証機構と省政府からの出捐金を基に、地域信用保証機構に対する再保証と省信用保証機構への出捐を行い、省信用保証機構は、上級行政区信用保証機構及び中央政府からの出捐金を基に上級行政区信用保証機構に対する再保証を行い、これにより重層的な出捐構造を実現する。
- ・サービスセンターは、前項記載の制度を通じてその推薦により小口融資を受けた企業で、返済成績が良好でかつ業績が進展している企業を信用保証機構に推薦する。資金の借り手である中

小企業の信用度が向上する分、保証倍率を引き上げ（現在の実質3～5倍から10～20倍へ：事故率を5～10%と想定。日本の平均は通常50倍強）、同時に100%保証、低保証料率を実現する。

- ・ サービスセンターは同業協会を基盤とする信用保証機構の振興を図るため、会員企業の下承を取り付けた上で、その企業情報を金融機関へ提供する等、緊密に連携しつつ融資機会の拡大に資するよう努力する。
- ・ 課題は中長期保証の実現であるが、一般に中長期預金に対する中長期貸付金の比率は120%が限界とされており、商業銀行の中長期貸付が大中企業に流れ勝ちである現状では、小規模企業への中長期融資の実現のためには政府系中小企業金融機関の設立が要請されることである。
- ・ 2004年1月10日に開催された「中小企業融資フォーラム」の席上、国家発展改革委員会・欧新黔副主任は中国における中小企業向け融資の現状・問題点・対応策につき、次のように語っている。（2004年1月12日付け「人民網日本語版」）

「融資方法が単一で融資ルートが不十分なことが、現在の中小企業の資金調達難の主な原因であり、今後、さまざまな有効な措置を採り、中小企業向け融資ルートを拡大したい。中小企業に対する融資体制の早期確立の具体案は次の4点にある。：(a)「中小企業発展基金管理弁法」「中小企業信用担保管理弁法」等法規の制定を急ぎ、法に基づき融資環境を改善する。(b) 関係部門は中小企業信用制度の整備を推進し、中小企業信用情報収集システム、信用格付け評価システムの確立を急ぎ、中小企業信用情報調査、サービスの社会化を実現する必要がある。(c) 中小企業信用担保システムの確立を急ぐべきである。担保機構のリスクコントロールと信用担保の資金補償、奨励メカニズムを早期に提起し、信用担保評価と業界の自律制度を確立することで、信用担保業界の発展を指導し健全化する。(d) 中小企業発展基金の早期設立を推進し、中小企業へのサポートを強化する。」

3) 日本の中小企業向け資金調達支援の例

日本の中小企業向け資金調達・融資支援制度は次の通りとなっている。

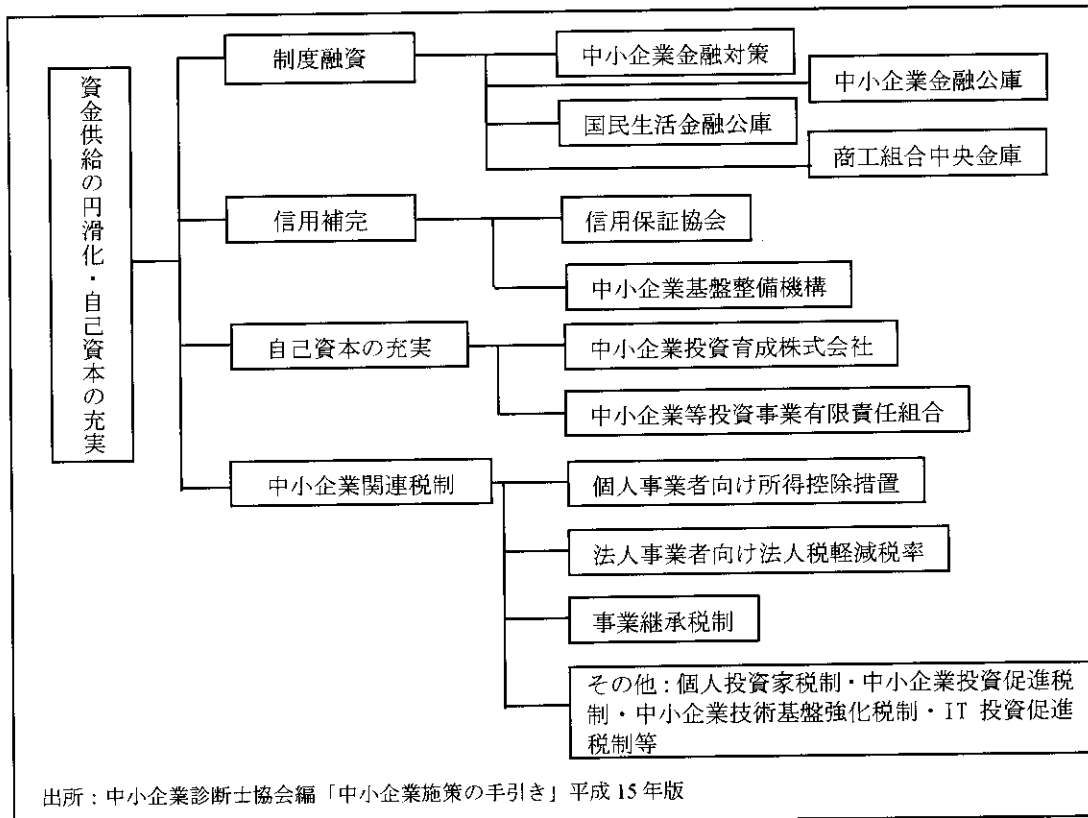


図 I. 3. 1. 2 日本の中小企業向け資金調達・融資支援制度

また日本の信用保証及び信用保険制度について下記するが、現在では信用保険制度の利用を拡充し、ベンチャー支援や破綻金融機関から融資を受けている中小企業者に対する救済融資等が行われている。

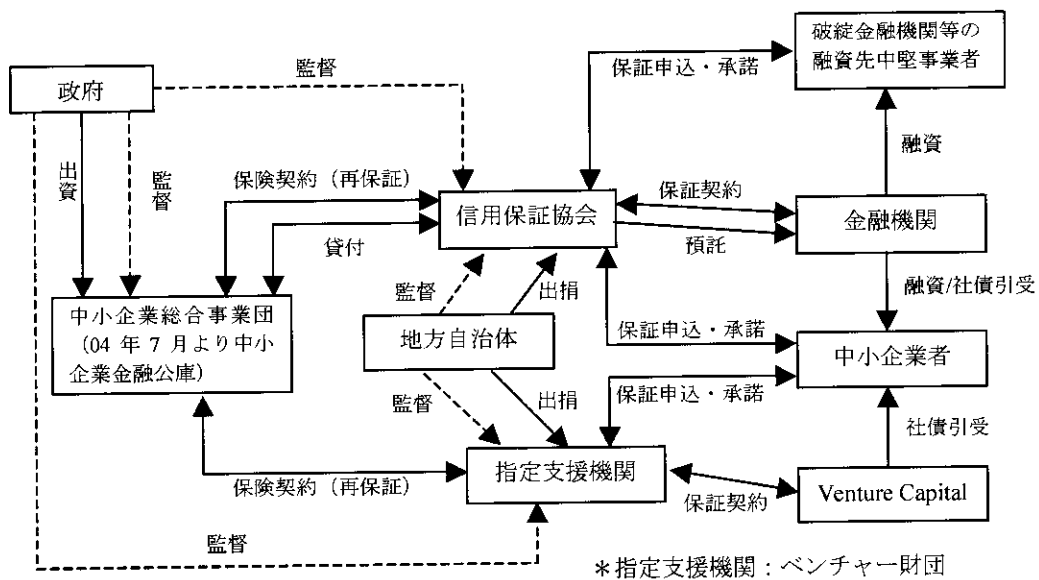


図 I. 3. 1. 3 日本の信用保証及び信用保険制度

出所：中小企業総合事業団ホームページ

(4) 就業機会拡大・産業高度化：新事業創出・クラスター化・起業支援

1) クラスター形成・地域産業活性化支援のプロセス

- ・ 今回の調査対象である 5 都市には一定の特定産業が集積している地域が見受けられ、各地方政府もこれら産業集積地の発展に期待を寄せている。またこれから特定産業の集積化を図ろうという動きを見せている地方政府も存在する。しかしながら、特定産業が一定の地域に集積しているというだけでは、当該産業が高度化し、さらに新規事業を創出し、新規雇用を生み出す力とはなり得ない。近時世界的に、クラスター発展理論を用いて一定地域内の特定産業集積を再生・高度化する試みが多く見られる。この理論の骨子を借りて、クラスター化のプロセスの概要を下記に示す。
- ・ 政策の目的：行政及びサービスセンターの協働体制によるダイナミック・クラスター（特定産業集積）形成と地域産業活性化への支援体制構築
- ・ クラスター化のプロセス
 - ① 地域協業会 (Collaboration Unit) 結成支援によるクラスター形成に向けた核の確立
 - ② 構成員のオーナーシップを高めるための、クラスター分析・クラスター活性化計画作成指導
 - ③ 地域協業会を対象とした企業家精神養成講座、経営体質改善・経営力向上支援（経営診断、経営指導、経営相談、経営者・従業員研修の提供）および技術セミナー・ワークショップの開催による経営の近代化・高度化への協力（「企業家意識」の醸成と経営力強化）
 - ④ 協・分業、下請け、共同仕入れ、共同販売体制の構築指導・支援（経費の一部補助を含む）によるクラスター化の実現（Horizontal & Vertical Linkage の形成）
 - ⑤ 特に最終製品産出に向けた取り組み（例えば、設計能力の養成、直接販売力の強化等）を支援し新事業を創出（製品付加価値の向上と雇用促進）
 - ⑥ サービスセンターが運営する会員取引サイトを通じたマーケティング支援、市場視察にかかわる補助、展示会出品補助、市場情報の提供等による販売力強化（Forward Linkage の形成）
 - ⑦ 経営・技術・デザイン・法律・会計・マーケティングの専門家等の BDS 提供者の紹介、派遣仲介および政府による専門家派遣費用の一部負担
 - ⑧ 優先的融資推薦及び取引・提携仲介によるリーディング・カンパニーの育成支援
- ・ クラスター形成に伴い「共同機構」を法人化し、クラスターメンバーが「共同機構」法人に連帯保証を提供することにより、融資の確保が容易になることが期待できる（連帯責任制にすることによる不良債権発生抑制効果、不良債権発生時の連帯保証による金融機関への回収保証等の結果、信用力の向上期待しうる）。
- ・ また政府による BDS 提供斡旋・補助に関しても、「共同機構」を通じることによる公共性の確保が可能となる。

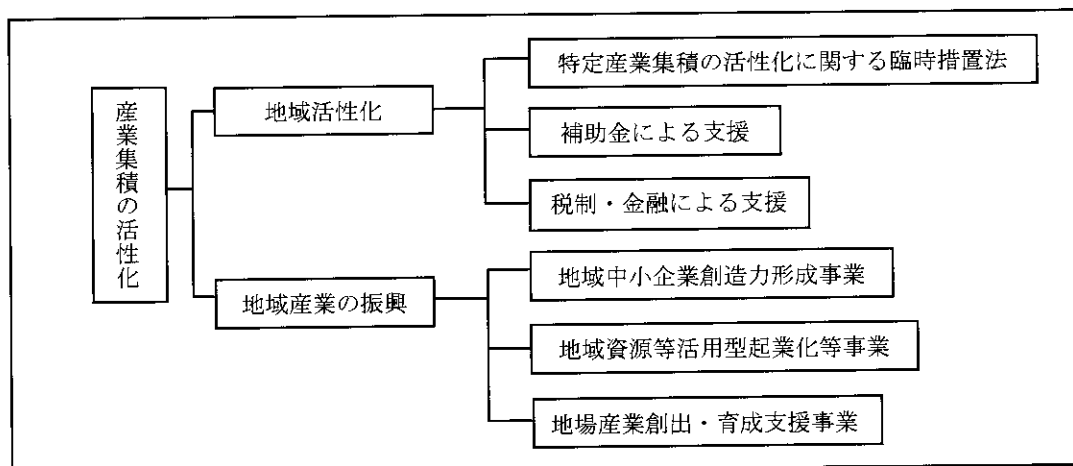


図 1.3.1.4 日本の産業集積の活性化政策

出所：中小企業施策の手引き平成 15 年版

2) 起業支援

- ・現在地方政府における起業支援策としては、登録資本金 50 万元以下の企業を創立する際に資本金の分割払込を認めたり、懐化市の例に見られるように、信用保証を利用したレイオフされた人向けの創業資金貸付制度等があるが、いずれも単発的な政策であり、包括的・組織的な政策は実現していない。
- ・起業に係る支援策としては下記のような施策が考えられる。
 - ① サービス・センターの運営する情報提供システムを通じたの起業指導
 - ② サービス・センターにおける財務諸表・事業計画・資金計画の作成指導、資金・人事管理手法、会社法務、開業手続き等の経営研修の提供
 - ③ サービス・センター自体あるいはサービスセンター会員の協力によるインキュベーション・センターの設立・運営
 - ④ ベンチャー・キャピタルの創設
 - ⑤ 事業資金の優先融資等の財務支援
 - ⑥ 税制面での優遇措置の適用
 - ⑦ 製造業においては、起業希望者（特に設計技術者）とクラスターとの協調を図り、製造設備を最低限に抑えながら最終製品生産を可能にする体制（Fab-less 化: Fabrication Less）の構築支援
- ・日本においては中小企業総合事業団（2004 年 7 月から中小企業基盤整備機構に改組）が運営する「中小企業・ベンチャー総合支援センター」や各地方自治体の中小企業振興公社の「中小企業支援センター」等において、上記のような起業相談・支援実施・インキュベーション・センターの運営等を行っているが、同時に政府においても下表に示すように種々の支援政策が取られている。

支援項目	支援政策	政策の内容
創業に対する法的支援	中小企業創造活動促進法による支援	承認を受けた計画による事業に対する 中小企業金融公庫からの融資 信用補完枠の拡大 特別償却・税額控除・投資減税・欠損金 繰り延べ期間の延長等 研究開発費補助 ベンチャー財団による直接金融支援(株 式・社債の引受)
	新事業創出促進法による支援	産業基盤整備基金による債務保証 新規事業投資(株)による新株引受 無議決権株式発行要件の緩和 信用保証協会による保証の特例 中小企業総合事業団による中小企業等 投資事業有限責任組合(ベンチャーへの 投資事業を目的とする)への出資
	組合を活用した創業の促進	中小企業組合制度を利用した創業(会社 と異なり最低資本金規制がない)
資金供給の円滑化		新創業融資制度(ビジネスプランの的確 性の審査。550万円迄の融資) 小規模企業設備資金制度(融資又は設備 リース) 国民生活金融公庫による「新規開業特別 貸付(7,200万円迄。最長15年。普通貸 付利率より低利。
人材の充実・育成支援	人材育成支援	地方自治体・商工会議所等による創業セ ミナーの開催 創業・ベンチャー国民フォーラムの開催 中小企業総合事業団による新規創業支 援研修 創業 Follow-up セミナーの開催と創業事 例集の編纂
新市場創出・販路開拓支援	新市場創出支援事業	新市場創出が期待される分野に関する 見本市
	Business Fair	新規創業企業が開発した新商品・新技術 の展示 Business Matching 支援
	Venture Plaza, Venture Fair 事業	ベンチャー企業と投資家・経営 Partner の出会いの場(Plaza)を提供するシンボ ジウムの開催 ベンチャー企業の販路開拓を支援する Fair の開催

付属資料：中小企業基本法における日本の中小企業施策の体系

政策目的	政策	政策手段
資金供給の円滑化及び自己資本の充実 (第23・24条)	資金供給の円滑化(第23条)	政府系中小企業金融3機関(中小企業金融公庫、国民生活金融公庫、商工組合中央金庫)による融資 信用保険及び信用保証制度による信用力の補完
	自己資本の充実(第24条)	中小企業投資育成会社による投資等 「中小企業等投資事業有限責任組合契約に関する法律」に基づく自己資本充実対策
	中小企業関連税制	個人事業者：所得控除 法人：中小法人の法人税軽減税率、貸倒引当金の特例、事業承継税制 Angel(個人投資家)税制 中小企業投資促進税制
経営の革新及び創業の促進 (第12～14条)	経営革新の促進(第12条)	「中小企業経営革新支援法」の基づく経営革新支援
	創業の促進(第13条)	本文参照
	創造的な事業活動の促進(第14条)	「中小企業の創造的な事業活動の促進に関する臨時措置法」に基づく支援 「新事業創出促進法」に基づく支援 日本版SBIR制度(研究開発費配分制度)に基づく技術開発支援 中小企業の創造的な技術開発に対する助成 地方自治体が設置する公設試験研究機関(工業技術センター等)、中小企業総合事業団による技術開発支援
経営基盤の強化 (第15～21条)	経営資源の確保(第15条)	国・都道府県・地域の3累計の支援センターによる支援事業 Coordination活動支援、Expert Bank事業等による外部経営資源との連携促進 中小企業総合事業団等による人材養成研修事業 中小企業のIT革命への対応 特許制度の利用支援 「物作り」基盤の強化 海外展開の円滑化、国際交流支援、エネルギー・環境問題に対する普及・啓蒙等
	交流又は連携及び共同化の促進(第16条)	中小企業間の連携関係の構築推進、組合等の設立・運営支援 高度化融資(中小企業総合事業団)
	産業の集積の活性化(第17条)	「特定産業集積の活性化に関する臨時措置法」による中小企業集積の活性化対策 地場産業振興対策
	中心市街地の活性化(第18条)	「中心市街地活性化法」を中心とした商店街・商業集積活性化対策 Town Management的手法の導入支援
	中小商業の振興(第18条)	「中小企業流通業務効率化促進法」に基づく物流効率化対策 中小卸売業の活性化対策 中小小売商業対策 中小サービス業対策
	労働対策(第19条)	中小企業の雇用管理の改善等
	取引の適正化(第20条)	不公正取引の是正、取引適正化 「下請代金支払遅延等防止法」に基づく下請取引の適正化
	下請企業の振興	「下請中小企業振興法」に基づく下請中小企業振興対策等
	国等からの受注機会の増大(第21条)	「中小企業者に関する国等の契約の方針」による官公需の受注機会の確保対策
	環境変化への対応 (第22条)	中小企業倒産防止共済制度 災害対策 「中小企業の事業活動の機会の確保のための大企業者の事業活動の調整に関する法律」、「小売商業調整特別措置法」に基づく事業分野の調整対策
小規模企業対策 (第8条)	商工会・商工会議所による経営改善普及事業・基盤施設事業等 小規模等経営改善資金融資制度 設備資金貸付・設備貸与 小規模企業共済制度	
その他の施策	調査	効果的な施策を講ずるための中小企業の景況等の調査・分析 中小企業白書の作成 商工業実態調査の実施
	特別対策	
	業種別対策	

1.7 投資誘致戦略

1.7.1 西部地域における投資誘致現状

西部大開発戦略実施以来、中央と地方政府は一連の投資優遇措置を設け、外資の導入に取り組んできたが、厳しい状況が続いている。2002年末現在、西部には合計1万5,586社の外資企業があるが、中国の外資系企業総数の7.5%に過ぎない。ここ数年間、西部地域への海外直接投資(FDI)は金額的に伸びていないばかりか、全国に占めるシェアも減っている³⁶。2002年、西部12省・市・区のFDI実績は20億ドルしかなく、全国に占めるシェアは3.8%しかなかった(全国合計527億ドル)。同年、西部地域全社会固定資産投資に占める外資の比例はわずか2.9%であった(全国平均水準は7.9%)。

また、西部へのFDIは地域的に相当に偏っている。2002年を例に見ると、四川、広西、陝西3つの省区だけで、西部全体の27.7%、20.8%と18.0%に及ぶFDIを吸収した(西部全域の3分の2に相当)。また、中心都市へのFDIが多く、2001年においては、西部地域全体の約3割のFDIが重慶・成都・西安三大都市の市区部に流入している。FDIの省都への集中はFDIの流入が少ない省においても同様の傾向である。

各統計データ・アンケート調査・現地調査の結果、外資にしる、東部沿海地域の企業にしる、西部進出の最大の動機は西部市場の開拓であることが明らかになった。外資を例に見ると、2002年中国全国における外資系企業による総輸出額は1,700億ドルのうち、西部地域の外資系企業分は13.8億ドルに止まっている。また、中国の輸出に対する外資系企業の貢献率をみると、全国平均が52.2%であるのに対し、西部地域では11.4%しかない。これらのデータは、西部進出外資系企業の輸出傾向が非常に低いことを示唆しており、東部沿海地域から進出している国内企業でさえ、西部地域の市場開拓を最優先しているのが現状である(表I.3.1.7参照)。

表 I.3.1.7 西部進出東部企業の主な動機

西部進出の動機	生産コスト削減	西部マーケット開拓	資源開発	国家の方針に従う
企業比例 (%)	10.0	74.0	12.0	4.0

出所：陸立軍他著『東部企業の西部進出モデルと行動』、中国経済出版社、2004年。

西部地域の3億に上る消費人口、豊富な資源、多様な自然環境、低い賃金、大規模なインフラ整備、優遇政策などは、域外企業を引き付けている。西部進出域外企業の投資は概ねマーケット志向→資源志向→頭脳志向→特殊資産志向の順を見せている(表I.3.1.8参照)。しかし、各企業に共通するのは、コスト要因である。労働力、土地などの要素の供給において、西部は先発の東部沿海地域より低廉である。しかし、低コスト要素だけでは、魅力的な投資環境は形成されない。

³⁶ 2002年西部地域で新設した外資系企業の数、契約ベース金額、実際額は2001年に比べ、それぞれ4.95%、4.9%減と4.31%増であった。全国の同三指標に占める割合は、それぞれ1.59、1.39と0.3ポイント減った。

表 I.3.1.8 西部進出域外企業の投資業種類型

類型	ターゲット	主な業種	備考
マーケット指向型	西部住民	食品・飲料・家電・皮革・靴・スーパー・卸売り、不動産	・輸送コストが高い、輸送に適していない ・企業イメージを確立、地名度拡大に有利 ・密着したマーケット活動が必要
	最終製品生産企業	原材料・部品・パッケージング	・サプライヤーによる派生型投資
	大規模な公共事業	セメント・鉄鋼など建築材料、発電設備・精密機器	・一時的な面が強く、持続可能であるかが懸念
資源指向型	観光資源	ホテル・レストラン・レジャー	・資源指向型投資は、ある程度の外部市場志向性を持っていて、輸移出産業に成長できる可能性が高い。
	鉱物資源	鉱山探査と採掘・冶金・金属加工・化学工業	
	生物資源 ・気候資源	農産物加工・食品加工・漢方薬・木材加工・パルプ・紙・花卉	
頭脳指向型	大学・研究所 ・科学技術者	ソフト開発・e-ビジネス・R&D	・西安・成都両市に集中 ・IBM、モトローラー・HP・ABB などグローバル企業と联想、金蝶、用友など国内有名企業が代表的。
特殊資産指向型	ブランド、上場企業、国有企業再編、軍事産業の民間活用	著しい特徴はない	・東部沿海民営企業と外資を中心とする

出所：JICA 調査団作成

1.7.2 西部地域への投資を妨げる「三大障害」要因

(1) 内陸の奥に位置することによる高い「空間取引コスト」

グローバル時代においては、優良港湾と便利な海外通路を持っているか否かは、経済飛躍のチャンスをつかむ上で、極めて重要な立地条件である。ユーラシア大陸の奥に立地している西部地域は東南アジア・南アジア・西アジア・中央アジアなど周辺地域に近接しているが、いずれも経済発展が遅れている地域である。また、これらの国の中心部へのアクセスも不便であるので、立地上の優位を十分に発揮できない状態にあり、欧米・東アジアなど世界経済の中心から遠く離れている立地の劣位が際立っている。表 I.3.1.9 は西部の主な中心都市から一番近い港と中国三大都市圏の中心都市へのアクセス距離を示している。西部地域の各中心都市から国内三大都市圏の中心までの距離は少なくとも 2,000 キロを超えているのがわかる。

表 I.3.1.9 西部地域の省都から一番近い港と国内三大都市圏中心都市までの距離 (km)

省都	最も近い港までの距離		北京		上海		広州	
	海港	鉄道	公路	鉄道	公路	鉄道	公路	鉄道
重慶	湛江	1,486	2,087	2,087	2,155	2,516	1,870	2,023
成都	連雲港	1,929	2,097	2,042	2,415	2,351	2,200	2,527
昆明	防城港	1,721	3,108	3,183	2,820	2,699	1,530	1,637
貴陽	防城港	1,060	2,458	2,544	2,170	2,054	1,360	1,560
ラサ			3,947		4,280		3,850	
西安	連雲港	1,087	1,224	1,200	1,498	1,509	2,033	2,111
蘭州	連雲港	1,759	1,782	1,803	2,189	2,185	2,724	2,787
銀川	天津	1,515	1,253	1,335	2,178	2,355	2,713	2,957
西寧	連雲港	1,933	2,006	2,092	2,413	2,401	2,948	3,003
ウルムチ	連雲港	3,651	3,820	3,768	4,227	4,077	4,030	4,679
フッホート	天津	839	578	667	2,068	2,130	2,840	2,962
南寧	防城港	438	2,657	2,566	2,195	2,082	709	1,314

注：鉄道線で、もし二つの駅の間には2本以上の鉄道が沿われている場合、一番短いルートや直通快速車の運行距離を選択して計算している。

出所：『中国物流実用参考地図』と陸大道他著『1997 中国地域発展報告』により作成。

物理的な距離による「空間摩擦」と「空間取引費用」は、交通輸送情報通信ネットワークが発達しているならばある程度克服されるが、西部地域には当てはまらない。2002年、全国国土の71%を占める西部全域の鉄道と道路の延長は全国の37%と40%、鉄道密度と等級道路（2級以上の道路）の密度も全国平均の半分しかなかった（表I.3.1.10参照）。第四次鉄道スピードアップが完成した後も、西部の主な都市西安・重慶・成都・昆明・貴陽・ウルムチなどから北京への特急列車はそれぞれ13時間、26時間、27時間、43時間、31時間と60時間を所要している。物流の面から見ても、電子情報技術産業協会の2003年度の調査によれば、上海から西部の最も近い都市重慶と西安までの標準物流には少なくとも8日かかる。

表 I. 3. 1. 10 西部地域の交通輸送条件（2002年）

	面積 (万 km ²)	鉄道			等級道路			河川航路 km
		鉄道延長 (km)	密度 (km/万 km ²)	全国平均 との比較	等級道路 (km)	密度 (km/万 km ²)	全国平均 との比較	
全国	956.85	71,897.5	0.75	100	1,382,926	14.6	100	121,557
西部合計	685.87	26,719.7	0.39	51.7	553,874	8.08	55	23,525
全国に占める シェア (%)	71.7	37.2	51.7	NA	40.1	55.3	NA	19.4

出所：『中国統計年鑑』2003年版に基づいて計算

以上のような距離による「空間摩擦」と「空間取引費用」は、西部地域が労働コストと土地のコストの面で優位性を持っているにもかかわらず、ライフサイクルが短く、納期が厳しく、価格重量比が小さい製品の輸出加工の分野で外資を含む域外資本を引き付けられない大きな「障害要素」である。

(2) 産業集積の欠如

改革開放してから間もない時期は、中国全土において産業集積が発達していなかったもので、立地条件がよく、優遇政策が享受され、政府が外国投資を認めるだけでも外資誘致ができた。しかし、競争がますます激しくなった現在、競争力を高めるため、企業立地は産業集積を強く求めるようになった。産業集積の存在は、企業がサプライチェーンマネジメントを行う上で、重要な立地条件となっている。最近多国籍企業の対中国 FDI において、強い「デルタ」地域志向を示しているのも、上記の原理が働いているからである。特に揚子江デルタ地域・珠江デルタ地域では「一時間経済圏」が形成されつつある。西部地域は対外開放が遅れ、数多い国有企業が高い内製率を見せ、中小企業が未発達、資源の初級加工企業が多いなどの原因で、極少ない都市を除くと、産業集積の基盤ができていない。産業集積の欠如は、域外企業の経営効率改善に貢献し難いことで、自動車・家電製品・情報通信機器・OA 機器など加工組み立て産業の西部移転を妨げる大きな障害要素になっている。

(3) 行政体制・効率と観念による障害

距離の障害は物理的な障害で、産業集積の欠如は産業基盤の障害だとすると、制度環境の障害は人為的な障害と見なせる。西部に既に進出している企業と、進出を検討している企業が西部の投資環境対して、最も不満と不安を持っているのが現地政府の行政的な介入と立ち遅れた観念であることがわかった。西部地域は概して東部沿海地域に比べ、市場化進捗が遅れている。行政対

- ・マイクロ経済への過多の干渉：行政による認可事項と認可内容が多すぎる；契約と法律を無視する行為がしばしば現れる；政策行為に透明な根拠がない。マイクロ経済への過多の介入は政府の行政効率を下げるだけでなく、企業の効率と取引コストにもマイナスの影響を与えている。
- ・膨大な政府機構を抱え、財政負担が重い：政府の各部門の企業に対する多岐に渡る費用徴収の動機づけとなっている。また、公共サービスの不十分さも、企業の収益を間接的に影響している。
- ・閉鎖的で立ち遅れた観念：域外企業による地元企業への合併・買収・合併行動に対し抵触感を示し、高い障壁を設けようとする；地域保護主義に走りだす；現地資源の高度利用により新しい価値を生み出す域外企業に対し、やっかみのうえ排他的になりがち。

中国国家自然科学基金のあるプロジェクトが浙江省・上海・広州・江蘇省の企業で西部へ進出して大中型企業を対象に行ったアンケート調査の結果も上記の見方を証明してくれている（表13.1.11 参照）。

表 1.3.1.11 西部進出に当たって東部企業が最も危惧する要素

企業が最も心配する障害要素	回答企業の割合 (%)	配列順位
現地政府の過多の干渉	43.70	2
地方保護主義	39.26	3
国有企業の改革が遅れ、多くの分野で公平な競争環境が出来上がっていない	15.56	7
金融支援が足りなく、資金運転にスムーズに行かない	33.33	4
地元の人が排他的で、良好な発展雰囲気確立できない	25.93	5
西部の劣悪な自然環境は東部からの人材導入を妨げている	25.19	6
都市化水準が低く、社会サービスが不十分、インフラ整備が遅れていることで、投資環境が良くない	47.41	1

出所：表1.3.1.7と同じ

1.7.3 投資誘致・投資環境改善戦略（中央政府向け）-西部投資の大環境を作り上げる-

(1) 西部地域の大通路改善に力を入れ、空間摩擦を克服し、空間取引コストを下げる

距離による障害を克服するには、発達した交通輸送インフラに頼るしかない。世界経済とのリンクを図り、東部沿海地域との経済協力を促進するためには、様々な手段が考えられるが、最も根本的なものは東西大通路の整備である。広大な国土、土地の節約、コスト削減、省エネルギーなどのことを念頭に入れると、下記の措置が必要である。

- ・三大快速鉄道大通路整備：①西北地域と首都圏を繋ぐ北部大通路；②揚子江の下流・中流と上流を繋ぐ中部大通路；③西南地域と珠江デルタ地域を繋ぐ南部大通路。
- ・通航可能な河川を活用し水運を発展させる。特に揚子江水運を十分に活用することにより、コストの安い海への出口を開拓する。内陸水運については、大型水力発電所の建設との矛盾をできるだけ早めに解決すべきである。
- ・成都・西安・重慶・昆明空港を中心に国際的な航空貨物輸送センターを整備する。これらの都市とその周辺の中小都市はIC、花卉など納期が厳しく、価格重量比が高い「臨空型」産業—いづれも輸移型産業—を発展させるポテンシャルがあるからである。

- ・情報通信インフラを大いに改善する。西部地域の情報化総合指標は、東部沿海地域はともかく、全国平均水準も下回っている（重慶を除く）。重慶・成都・西安など西部中心都市を中心に、先端な情報通信インフラ整備を加速化し、西部地域の情報産業の発展を図るべきである。また、西安などに集中しつつあるソフト開発、e-ビジネスなどの産業を奨励するため、情報通信インフラの使用においても、西部を優遇すべきである。

(2) 西部の経済成長への貢献が顕著な「輸移出」型産業振興を重点的に支援する

地域経済循環の次元から見ると、地域産製品が大量に域外は出荷される時、経済成長が大いに刺激され、域内の財源も豊かになる。西部地域の経済成長を促すため、まず、輸外型企業を重点的に支援すべきである。しかし、現在の状況では輸出物流コストが高く、産業集積が未発達のため、近いうちには輸出の大躍進を期待し難い。しかし、「輸出」の範疇を広げ、経済発展条件に恵まれ、発展水準が高い東部沿海地域への「移出」をも念頭に入れ、西部の産業に投資し、製品を東部沿海地域へ販売する域外投資家に対し、その輸出と移出の実績に応じ、手厚い優遇措置を与えることを提案する。

(3) 「輸入代替・移入代替」型投資を奨励する

輸移出型産業に比べ、「輸入代替・移入代替」型産業は地域経済への貢献度は高くない。しかし、雇用機会を拡大し、資源の付加価値を高め、関連産業の振興を図り、産業基盤を充実させる意味では、西部地域で輸移入代替型産業へ大いに投資することを積極的に奨励することを提案する。しかし今現在の状況では、企業が「東部生産、全国販売」モデルを「西部生産、西部販売」へ転換すれば、集積のメリットと規模の経済を犠牲することになる。それだけでなく、市場化程度が低いなどが原因で失敗するリスクも考えなければならない。こんなタイプの投資に対し、優遇を与える根拠はここにある。優遇の幅は、実際の投資額、雇用数、中間投入品の現地調達率、税収貢献などに基づいて決められる。

(4) より開放的で、より透明な、より有力な奨励・支援策を講ずる

- ・西部進出外資に対し、投資自由化を実施し、市場参入障壁を大幅に低める：競争的な生産とサービス市場への制限を大幅に緩める；外資企業に対する投資比例・国産化比例・輸出比例・外貨コントロールなどの制限を取り消す。
- ・積極的な金融支援策を講ずる：西部の上記戦略的な産業（輸移出産業、輸移入代替型産業）への投資に対し、補助を与える；商業銀行の貸付に金利補助をする；「雇用補助」を設け雇用拡大を奨励する；株式上場への制限を緩め、資本市場での直接融資を進める。
- ・「西部投資奨励法」を作成し、法律の形で投資者の利益を守り、行政の不透明性と政策の勝手な運用を防ぐ。

(5) 投資の受け皿としての開発区整理・整頓・集約化発展を図る

1992年の全国的な開発ブーム時期設立した各種開発区は、省都にある国家クラスの開発区を除くと、中小都市の開発区は企業進出が予想通り進まず、不動産開発、卸売市場とホテルなどで埋まっている。つまり、工業団地より市街地開発に転用されたのである。西部大開発に乗った域外からの企業進出が始まっている現在、工業用地として計画し、インフラ整備が整えている受け皿

が用意されていないケースが多い。また、開発ブーム時に乱立した各種類・各ランクの開発区の管理においても、行政区域の関係上整合性に欠けている。開発区を整理・整頓し、科学的に計画し、管理体制を整える（一本化）のが急務である。無駄な開発と土地の浪費を避けるため、また、集中による集積効果を形成するために、ポテンシャルの高い都市から絞って段階的に開発することを提案する。

(6) 科学的・綿密な企業誘致政策立案システムをつくりあげる

現在、各地域の誘致促進活動、優遇策の策定、開発区の設置と用地造成するにあたって、裏付けとなる根拠が充分とはいえない。概ねの統計、推測と官僚の意志によって、策定するケースが多い。政策錯誤と失敗を避けるため、市場原理に沿った政策を打ち出すためには、必要なデータの収集と調査を行う体制を作ることが必要である。これは中央と地方の両方にいえることである。特に以下の動向を把握しなければならない。

- ・最近各地域で伸びている産業業種を把握する
- ・業種別工場立地動向、地域別工場立地動向を調べる
- ・工場立地要因調査—特に新規立地企業に対し、立地理由を詳しく調べる
- ・大企業（或いは上場企業）を対象に（特定業種に絞って調べることも考えられる）、設備拡張計画と当該地域への立地意向を打診する
- ・進出した企業の調達状況、販売市場のエリア状況を調べる
- ・工場用地調査を実施し、土地の供給と需要実態を把握する。特に開発区への進出状況と用地譲渡状況を正確に把握する

1.7.4 投資誘致・投資環境改善戦略（中等都市向け）—戦略的な誘致活動を行い、投資環境改善に全力する—

(1) 投資誘致活動の専門性と信頼度を高める

1) 投資誘致専門家を養成する

企業誘致においては、今は招商局あるいは各クラスの開発区管理委員会の役人が主な担当者になっているが、政府の人員編制枠の制限を受けているため人数は限られている。また、担当者は産業誘致方面の専門家であるとはいにくい。その上、役人であるが故に投資誘致業務以外の雑業（行政管理業務）に多くの時間を取られている。ハイレベルのプロフェッショナルな誘致活動を行っているとは限らない。アメリカで導入されているコミュニティ・エコノミック・ディベロッパー（アメリカ経済開発公社が認める企業誘致専門家資格）のようなプロによる誘致活動を行うことを提案する。東部沿海地域から誘致実績と経験の豊かなプロを招聘することも考えられる。

2) 国内外の専門機関と提携し、投資誘致活動の信頼度を高める

目下の政府主導の投資誘致活動には以下の問題が存在している：①投資説明書が類似化し、地域の特色が見当たらない；②精緻な印刷物を作成していても、投資家の関心を呼ぶ肝心な内容—エネルギー・原材料・労働力・土地などの供給状況と値段、環境保全要求、投資収益予測、利用可能なサプライヤーの状況など—が欠けている；③巨額の投入に比べ、効果が顕著でない—政府関係者が主役となって、海外や東部沿海地域へ膨大な数の投資誘致チームを派遣し、盛大な投資誘致活動を行っているが、一回か二回限りの簡単な資料説明・宣伝だけで企業は容易に投資を決

めるわけではない。むしろ、説得力と専門性を重視して、産業界に名高い外部コンサルタント・専門機関・或いは既に進出している大企業と手を組んで取り組むことを提案する。外部コンサルタントのネットワーク資源を活用して、地域の特色をきっちり把握し、詳細な F/S を作成してから目標企業にアクセスするのが効果的であろう。

(2) 地域イメージ作りとそのアピール

今現在、西部地域は大都市と有名な観光地以外は、外部特に海外に多く知られていない。マスコミで、東部沿海地域との格差が大きくなったのような形で取り上げられているケースが多いので、西部という立ち遅れていて、貧しい地域であるというマイナスイメージが強い。しかし、それは本当の西部地域の実情ではない。特に四川省・雲南省・重慶の大都市とその周辺、そして主な経済産業軸では、高密度の人口と安定した所得に支えられ高い購買力が形成されている、自然環境的に恵まれている、鉱物資源・バイオ資源・農産物資源・観光資源が豊富である、「三線」建設で根付いた重化学工業の基盤もある、省都には、大学と研究機関が集積している、数多い世界遺産が語るように誇りある歴史文化をもっている、生活スタイルも独特である。従って、西部の各都市は自分の特徴と魅力をつかみ、磨きをかけ、ブランドをつけ、ビジネス界で有名なメディアを活用して、効率高くアピールすることを提案する。知ってもらい、心を引き付くことから始めて、企業を引き付ける。

(3) 政府部門間でコンセンサスをつくり、良好な行政環境形成に取り組む

産業誘致は国から省、省から市・県、さらにコミュニティ住民にいたる幅広い層が参加して始めて成功する事業である。特に、国際間・国内各地域間で産業誘致競争がますます激しくなる現時点においては、行政・産業界・地域住民間で産業誘致と良好な投資環境づくりを巡り、コンセンサスを形成し、協同システムを構築すべきである。現在の西部地域では、トップレベルの行政官僚は産業誘致に熱心で、野心満々に取り組んでいるが、基層の実行部門の意識と対応が追いついてない。また、優遇政策の解釈と実行においても、部門と地域間で大きなばらつきが生じている。政府は垂直レベルと水平レベルで部門間利益調整を行い、制度イノベーションと観念更新を行い、企業の発展のため良好な制度環境を作りだすべきである。

(4) 企業支援三テンポを確実に実施し、成功モデルを作り上げ、立地ブランドを創出する

多くの地域に共通する点は、新規誘致・フローを重視し、進出後の事業支援を軽んずることである。招商局も誘致した以後のことは知らないという。誘致も大事であるが、地域の持続可能な発展のためにも、引き続き企業を呼び込むにも、進出した企業をどうか成功させるのがキーになる。特に、波及効果の高い最終組み立て企業を誘致した場合、その企業の成功は「集積が集積を呼ぶ」集積メカニズムを作り出す傾向が高いので、立地ブランドになり得る。集積メカニズム作りにおいては、国内の東莞・順徳をはじめとする珠江デルタ地域、企業に対して効率よい行き届いた行政サービスを提供することによって「親商」・「富商」・「安商」モデルをつくった昆山市に習う必要がある。西部でも重慶市のハイテク産業開発区のようなモデルが現れつつある（格力電器を誘致し、短期間で成功させ、投資拡張までつなげた）。立地ブランド創出を巡っては、以下の3段階を踏んで、企業に確実なメリットを与えることが大事である。

・誘致交渉の際のプロセス（過程）のメリット：

相手企業が進出の意思決定をしやすいようにメリットを与えるもので、スピード、熱意のある誘致活動がポイントである。

・立地を決めたときのイニシャル（初期）のメリット：

進出を決めて立ち上がる段階で協力する。各種認可がスムーズに取れるよう、建設工期を早める、人材の雇用に協力する、補助金を出したりする。

・操業していくランニング（経営）のメリット：

シーズの開発に協力する、人材を途切れなく供給する、インフラをより整備する、ランニングコストを下げるために、行政がコーディネートをする。

このようにして、進出した企業が地元根付けるように、各種の問題解決の手助けをするサービスが次の進出の布石になる。進出企業の成功は効果の良い「投資環境」宣伝になる³⁷。

(5) リンケージを促進し、集積のメカニズムを形成する

誘致合戦がグローバルに行われている中、投資誘致促進政策も第三代目を迎えている³⁸。つまり、産業クラスターを作り上げ、充実させたいと、その産業クラスターを立地ブランドとして企業を誘致呼び込む。クラスターの存在する地域と存在しない地域の間では、投資誘致実績に大きな差が出始めている。西部地域で産業クラスターを作り出すことは決して容易なことではない。しかし、成都・重慶など省都とその周辺の中大都市は、経済開発区・ハイテク産業開発区を拠点に、外資企業と地元企業、最終組み立て企業と周辺の部品企業、大企業と中小企業、企業と大学・研究機関のリンケージを促進・強化することによって、産業クラスターの「核」を形成することは可能である。集積メカニズムが一旦確立すれば、集積は「シナジー」効果が起き、周辺の中小都市へ展開されるはずである。総合的な、戦略的な産業クラスター形成プログラムを策定・実施することが必要である。

(6) 中小企業と個人投資家に対し、市民待遇を与える

多くの地方政府が外資系企業、国内の大企業に対しては大いに歓迎し、さまざまな優遇策を提供するが、中小企業または個人投資家に対しては熱心ではない。大幅の優遇策を用意するのは財政能力上無理であるとするならば、せめて域内の投資家が享受できる優遇策を域外からの中小企業・個人投資家にも平等に提供すべきである。言い換えれば、「市民待遇」を与えることである。中小企業と個人投資家へのサービスと支援体制を確立すべきである。この点は特に、中小都市の農産品加工業や部品など機械加工業の新興に不可欠である。

³⁷ 納愛斯の2.5億円の投資誘致に成功した成都周辺の新津県は、浙江省からの民間企業が集中し、「西部温州」と呼ばれている（浙江省からの投資が6割を占めている）。飼料大王に育った「希望」集団の発祥地であることが一つの「投資環境」信号になったのである。今新津県企業の90%以上は非公有制企業で、県GDPの4分の3を生み出している。

³⁸ 第一代目は、投資障害を解除し、投資者にインセンティブを与えるだけで投資を誘致できた。第二代目は、投資促進機関を設け、輸出加工区・経済開発区などのインフラを集中整備することで、投資家を引き付いた。

1.8 商業・物流振興戦略

東部沿海地域工業の製品販売市場が60～70%も輸出市場に依存している現在の市場構造は、元高圧力や更なる経済成長達成を想定した場合非常に不安定な構造である。この構造を是正し、安定的な生産活動と経済成長を維持するため、西部地域の経済レベル向上を前提に、国内市場を活性化し、国内市場需要の拡大を図る戦略は重要な経済課題であると同時に、西部地域の産業構造改革促進および都市発展と軌を等しくする戦略である。特に、物流の発展にはハードインフラ、ソフトインフラの両面の整備が不可欠であり、それが物理的な市場範囲を拡大していくことにつながる。それによって市場での交換が活発になり地域産業の振興とその経済力の向上と同時に、一人ひとりの購買力が向上することによって市場がさらに深化するという好循環につながる事が可能である。

ところが現在、製造業を中心とした外資系民間企業によると、西部地域の市場の活性化と拡大に関する最大の障害は同地域における物流コストの過大な負担と言われている。簡単に言えば「商品が壊れる、無くなる、客が欲しいときに届かない」では商売にならないということである。先進国の市場経済において不可欠なサービス産業である物流が、中国においては経済開放後の新規産業であり、悪くすると地方によっては産業と認識されていない場合もある。また、実際の物流業務には行政の異なる複数の部局が横断的に関連しており、従来からの縦割り行政の弊害ためそれらの関係機関の権限、責任範囲等が外部からは明確でない。これが民間の参入を阻み、産業として近代化が立ち後れている理由であるとも言われている。

確かに、1996年にOECD加盟国入りした韓国でさえ、国内の物流近代化は現在ようやく焦眉の急であると認識されて進展が進み始めているが、かつての人件費が安く輸出志向工業化の時期では、なかなか優先順位は上がりず後回しになっていた分野であることは事実である。日本よりさらに後発先進国である韓国におけるこの物流近代化の短期的な進展の背景には経済成長とともに人件費や為替の面などで他国との競争がますます厳しくなり、コスト削減の圧力が高まったという外部的な要因があると同時にIT化により市場経済が深化し、消費者一人ひとりの嗜好の多様化に対応するための内発的な要因がある。

他方、中国においても物流は将来的に拡大する新しいタイプのサービス業の1つとして「第十次五ヵ年計画」(2001～2005年)に盛り込まれたことも事実である。2001年10月、政府の関係機関は物流を発展させるための8項目の措置を策定、物流産業の発展を速める政策を打ち出している。国務院も「物流・配送」を五ヵ年計画で重点サービス業に指定している。実際、東部地域ではこのようなサービスの需要も高まっており、IT化の進展と相まって、成長サービス産業として外資と提携などし、戦略的に近代化を図っている企業も見られる。ただし、中国全体からみると西部との明らかな格差が市場経済の進展＝物流の近代化の度合いを座標軸としてますます拡大することである。卵が先か鳥が先かと言う話で、まずは優先的投資をとということもあるが、そもそも市場経済は競争を是としており、何事にもコストがあるという経済的合理性を重視している事実を西部地域における行政は明確に意識しなくては行けない。

流通業者に関する商業上の重要な動きとして中国中央政府商務部は2004年4月16日に「外商投資商業領域管理弁法」を公布した。同規則は中国政府の販売サービスに関するWTO加盟の約束に基づき、商業領域における対外開放の地域、スケジュール、業種領域を明確にしたものであり、外国投資者の持分比率が緩和され、企業登録資本及び投資者の規模等の規制が廃止された。これにより、2004

年12月11日より外商独資商業企業の設立が可能となる。西部地域の各中等都市はこの規制緩和による不可避のマクロ的影響に十分留意し、自らの客観的状況を踏まえつつ今後の都市化に有効な商業的発展の方向性を考案すべきである。どのような形であれ、物流コストの最適化を進め、将来の外資系小売の参入にも耐えうる価格競争力をつけることと、地元消費者の購買動向を的確に予測する有効なマーケティングによって消費者を引きつける特色ある魅力を備えることが重要である。以下は商業地区の魅力度を評価する際の一般的な評価軸である。

文化機能等の近接性	公益文化施設、廟・仏閣、緑地・広場、歴史的遺産などと商業地の距離が短く、静と動との魅力的空間となっていれば、多くの人が流れることになり、人は通い慣れた道を主として選択して目的地へ行動する。このような環境を如何に演出し、何度来訪してよい、快適な環境となしえるかの評価軸
催事との交流頻度	地域にある特徴的な行事、催事や各種文化活動の頻度が高ければ高いほど街中活動への反映度が高いが、交流性能を向上して商業地は何を付加価値としてゆうはつしうるか、醸し出せばよいかの評価軸
行動関連性の拡大	ちょっとした買い物や人との交流や対話の場所として、飲食店などからの関連波及性は高いが、その関連行動に合わせた商店街としての関連営業活動のあり方やデザインのあり方に関する評価軸
環境素材及び個別店舗の特徴的 表情	まちに使用されている表象素材（光彩、建築素材、自然）や個別店舗の特徴的特性を評価し、現行または計画上の商品特性や販売活動との関連性を評価する軸性。これは街の店舗ファサードや街路の環境的特徴が「まち」の彩りや「まちの顔」の表情となるため、街空間デザインの評価軸でもある。

出所：http://www.udit.co.jp/kassei「中心市街地の活性化」株式会社タカハ都市科学研究所より作成

(1) 中西部地域の市場拡大のため、物流インフラの整備と最新のシステムを導入する

西部地域市場の拡大戦略と並行して、西部地域市場を対象とする生産拠点投資を促進し、工業製品流通を最適化するための物流インフラ整備を行なう。生産拠点と消費市場を結ぶ物流システムの構築を民間主導で促進するため、先進的技術を持つ流通・販売企業の誘致を図り物流広域ネットの構築を図る。

(2) 卸売り業者の共同体形成を促進する

ITを利用した先進的物流システム（上述）の導入とその効率的活用のため、卸売業者の協業化を促進し、物流システム開発並びにシステムの共同活用を計る。政府は、この種の協業化と共同事業に対する法的支援策（優遇税制、信用保証等）を講じ、流通業全体の合理化促進を支援する。この物流共同体には、上記の先進的物流企業が中心となり、既存の卸売業、輸送業、倉庫業、小売業の共同体を統括し、市場および供給情報の共有化と共に、業種間取引の拡大を図る。

(3) 都市との有機的連携による商業地区の活性化

2004年12月から中国の小売業も外資とのさらに激しい競争が不可避となる。言い換えれば、既存の小売業者も、消費者の同じものならば安くという単純であるが合理的な経済的動機によって判断されることになる。それに対抗するには単に物を売るということではなく魅力的な商業地区を共同で形成するという方向へ展開していく必要があるが、その都市の都市開発計画の状況や商圈などの設定状況によっていくつかのパターンが考えられる。第一に大型商業立地の量的かつ質的競合への特化やその充実をめざし、地域商業従事者が中心市街地として強い基盤を構築することに主眼を置くパターン。第二には地方中等都市の中心商店街では生活関連業務及び文化活動を主軸とする立地へ分極・特徴化させ、商業機能と連担して中心市街地として強く有機的結合す

るパターン。第三のパターンは立地ポテンシャルや集客動線から判定して、大型店舗などとの無理な競合を避け、商店街通りの環境改善（単路部の整備と分枝街路）に主力を置くことである。これらの選択にはまずはその都市の平均的な可処分所得や行政の優先順位、投資可能額を念頭におき、投資限界を現実的な範囲で設定しつつ、商業的な状況と可能性を詳細に検討し、パターン選択して商業地区活性化のためのプロジェクトを形成する。

(4) 小売業の高度化

小売業者は需要の高い地元の製品のみならず多くは全国的な標準品を多種陳列し、顧客の消費パターンを解析し、過剰な在庫を出さず無駄の無い仕入れに対応できるコスト削減のためのデータ解析の最新設備、及び効率的物流システムを備える。外資小売りの市場参入は将来的には不可避であり、中国においても経済発展とともに市民の消費性向がより個性的なライフスタイルの追及と徹底した利便性追求の二極に分化することが予想されるため、これに対応するような小規模商店と大型店舗の協業関係が保たれる業態の育成が望ましい。また、今までの小規模商店に見られる各自バラバラ状態の経営から、より組織された「商店街」の役割は地域に密着した利便性と専門的生活商品情報の提供が重要であり、その為の集団として力を発揮するための販売員一人ひとりから経営者にいたるまでの識見、経営力、販売技術力、情報収集力をいかに獲得するかが業態確立への大きな課題である。これらのことを行うための商店経営者の意識改革や販売員に対する基本的なマナーを含めた各種研修が行われることが不可欠である。

(5) FTA を想定したアジア市場と西部地域の通商戦略を描く

西部地域の内、雲南省からインドシナ諸国（ベトナム、ラオス、タイ、ミャンマー）へのアクセスの研究と条件整備の戦略策定をすすめる。また、特に、インドシナ回廊計画との連結、鉄道連結計画（ベトナム、ミャンマー）の現実性等につき考究を行う。市場拡大が究極の目的であることより、同地域、各国の市場動向を把握し、より需要の高い商品をタイミング良く十分に出せるように地元産業とアクセス経路の連関を強めることが重要である。更に、西部地域から国外輸出市場を窺うための海港アクセス戦略を検討する。

1.9 観光振興戦略

1.9.1 西部地域における観光産業のポテンシャルと課題

中国西南地域は、森林・河川・湖など自然資源が豊富である。また、56の少数民族のうち、29の少数民族がこの地域で生活している。この条件を生かして、南西部の市・省・自治区は、1990年代に省レベルの観光開発に取り組み、成功を収めた。1992年から10年間の国際旅行客入り込みを見ると、西南部5市・省・自治区とその周辺3省・自治区のうち、4つで入り込みの年平均成長率は全国の平均を大幅に上回り、3つで全国平均とほぼ同レベルであった。

表 I.3.1.12 中国西南地域における国際旅行客入込

市・省・自治区	国際旅行客入込（万人）		年平均成長率（%）
	1992年	2002年	
四川省および重慶市	38.22	112.87	11.4
雲南省	31.35	130.36	15.3
貴州省	7.63	22.81	11.6
西藏自治区	2.35	14.23	19.7
湖南省	13.11	56.62	15.8
湖北省	26.30	102.43	14.6
広西自治区	59.48	136.34	8.7
中国 30 市・省・自治区平均			11.8

出所：中国旅游統計年鑑 1992 年、2002 年版

しかし、このような観光業の発展の恩恵を受けたのは、多くが省都を中心とする大都市であり、中等都市における観光の発展は限られたものであった。その主な原因は以下の点にあり、これらの課題を解決することが中等都市の観光の振興につながると考えられる。

- ・市場振興：「観光周遊サーキット」の考えを持たず、観光地を持つ自治体がばらばらに観光資源開発・宣伝を行っていること、また、観光地の対象マーケットを明確化しないまま観光開発・宣伝を行っていること
- ・観光商品：観光資源の価値を損なうような開発が計画・実施されていること
- ・観光と観光関連産業：観光の観光関連産業への波及効果が低いこと
- ・観光サービス：観光サービスの質が低く、国際旅行客と沿海部中国人旅行客のサービス・ニーズに十分応えられていないこと

以下では、最初に南西部の中等都市における観光が 2 つの役割を持つことを説明する。次に、上記の 4 つの課題への対応するための戦略について述べる。そして、西南部でポテンシャルの高い少数民族観光、都市住民へのアメニティとしての村落観光について、それぞれ述べる。

1.9.2 中等都市における観光の役割

南西部の中等都市における観光は、2 つの役割を持っている。第 1 は、都市経済の成長に貢献する、主要産業としての観光である。第 2 は、都市住民に休日のアメニティを提供すると同時に、都市周辺の農村住民が現金収入を獲得する手段となる村落観光である。観光開発戦略策定の際には、これらを踏まえた戦略策定が望まれる。

現実には、全ての中等都市で観光が主要な産業となるわけではない。これが可能となるのは、ポテンシャルの高い歴史文化資源や自然資源を持つ都市に限られる。一方、村落観光は全ての中等都市で実施する可能性を持っている。村落観光の実施によって都市住民の満足度を上げること、村落住民の所得を増やすことの 2 つを達成することができる。

1.9.3 観光振興戦略

(1) 観光商品開発：周遊ルートの形成、有名観光商品と新興観光商品の組み合わせ

中等都市の旅游局は、それぞれが観光振興計画を作り、観光宣伝を行っている。しかし、沿海省の中国人や外国人など、遠方から来る旅行者は一つの観光地だけに滞在するのではなく、複数の観光地を周遊することが普通である。従って、旅行者を受け入れる側も一都市だけで観光開発に取り組むのではなく、周遊サーキットを形成する都市や地域で一体となった観光開発と観光宣伝を行う必要がある。四川省を例に取れば、旅行者の多くは成都を発着地として成都—九寨溝—黄龍—都江堰—成都や、成都—樂山—峨眉山—成都のルートを周遊している。このような周遊ルート上にある自治体（前者であれば成都市、徳陽市、綿陽市、アバ自治州、都江堰市）が協議会を組織して観光開発の相互協力、観光サービスの引き上げ、共同観光宣伝などで協力していくべきである。

このような都市及び地域のネットワーク作りと同時に、確立された観光周遊ルートに新興観光地を組み合わせる努力も必要である。新興観光商品を持つ自治体にとって、これは観光を主要産業に成長させるチャンスであるし、観光周遊ルートの他の自治体からすれば、観光周遊ルートの中身を充実させることにつながる。成都から九寨溝を周遊するルートの例で言えば、徳陽の三星堆を加えることによって、九寨溝へ向かう途中の観光資源を強化することができる。

(2) 対象マーケットの明確化

5つのモデル都市の旅游局へのインタビューでは、これから開発したい観光資源について話を聞くことはできた。しかし、どのようなマーケットを対象にするかについて、明確でないことが多かった。観光資源を開発する際には、どのようなマーケットに向けて売り出すかを明確化したのちにどのような開発を行うかを決定する必要がある。

現在の中国における観光マーケットは以下のように分類できる。

- ・ 国際旅行者（香港、台湾、マカオを含む）
- ・ 省外中国人旅行者
- ・ 省内旅行者
- ・ ビジネスに伴う旅行者

旅游局は、既存の観光地やこれから開発する観光資源がどのマーケットに向けたものか明確にし、それを踏まえた観光施設開発や観光宣伝を行うべきである。例えば、周辺に有名観光地がない場所で新たに観光資源を開発する場合、対象マーケットは市内の住民や省内の住民と位置付け、観光施設の整備を抑えることによって投資金額を少なくすることを考えることができる。

(3) 省レベルの旅游展示会の実施

中国では、毎年11月に上海か昆明で国家レベルの旅游展示会が実施されている³⁹。この展示会では各省ごとにブースを展示し、自治州や市の旅游局と旅行会社・ホテルが参加し、各観光地や観光施設の宣伝を行っている。世界各国の旅行会社も参加し、中国国内の観光客だけでなく国際観光客を呼び込むための重要な展示会となっている。しかし、新しく観光に参加したい都市が、

³⁹ 2003年には11月に昆明で実施された。

国レベルの観光展示会に出展して宣伝を行うことは、費用もかかるし、また、その効果もあまり期待できない。

これと同じような旅行展示会を、省レベルで実施することを提案する。新しく観光に参加する都市に最初に訪問するのは、省内の都市部の人々である。省レベルの旅行展示会を通じて省内の旅行会社やマスコミに宣伝を行い、省の都市部の人々が新しい観光地に訪れる機会を作り出すことが必要である。省レベルの展示会であれば、宣伝のための費用もそれほどかからず、旅游局の財政負担が大きくなることを避けることができる。

(4) 観光資源の保全

過剰な観光開発が進んだ結果、観光資源が魅力を失い、旅行客の入り込みが伸び悩み、観光地として廃れてしまうことは、どのような観光地でも起こりうることである。歴史文化資源・自然資源が本来持つ環境や雰囲気が守られるように、旅游局だけでなく計画に関わる様々な部局が協力して開発をコントロールすべきである。

中国の都市では、都市住民に対するアメニティ施設が不足していることもあって、有名観光地の一部に都市公園や遊園地を作ることが行われている。そしてその結果、観光地の環境がダメージを受けている。最終的には、省外や外国の旅行客の足が遠のいて、観光産業が伸び悩む可能性が大きい。

また、遺跡や建築物の復興・修復にも注意が必要である。学術的な研究を十分に行う前に現在の技術や想像による復興・修復を行った結果、観光資源としての価値が低下し、旅行客が興味を失うことがある。特に、入場料収入の多い歴史・自然観光地では、入場料収入を担保に開発資金を調達して開発行為を進めようという動きが見られる。入場料収入は観光地の環境の保全や観光産業の振興のために利用されるべきであり、観光地管理事務所と市政府の配分の見直しや、人材育成のために一定部分を活用するなど、入場料収入の用途を見直すことが必要である。

(5) 旅游協会の強化

観光において旅行客への観光サービスを行う主体は民間部門である。旅游局は観光開発の方向性の提示、企業競争の枠組み作りとモニタリング、観光宣伝の戦略作りなどの役割を担うことになるが、これらを的確に行うためには観光業界から情報を受け取る必要がある。また、旅游局による上からの指示では観光産業は活性化しない。

観光産業が活性化するためには、個々の企業の企業努力とともに、観光産業に関係する企業が協力し、日々の観光サービスの経験からアイデアを出し合い、それを旅游局など公共部門に提起する場が必要である。そのような場として旅游教会を活用することを提案する。多くの中等都市では、飯店協会などの組織を持っているが、名前だけで活動実体のないもの、旅游協会のコントロールが強く会員企業が意見を言いにくい組織も多い。参加企業主導でこれらの組織が活性化される必要がある。

また、多くの中等都市では飯店と旅行会社しか組織化されていないが、ガイド会社、バス・タクシー会社、観光地、みやげ物店、飲食店など、観光産業の周辺の企業も含めた観光協会に改組し、幅広い視点で観光関連産業振興の方法を話し合い、実施すべきである。

(6) 観光サービスの質の向上と人材育成

中国における観光は旧国営企業の社員の保養から始まっており、西南部ではまだその時代の慣習が残っている（例えばホテルで電話・ミニバーを使うためのデポジットの存在）。観光は旅行者にサービスをして対価を受け取るものだという考えのもと、このような慣習を撤廃し、高い対価を得るためには高いサービスをするという視点でサービスの改善に努めなければいけない。今のところ、中国においては、高いレベルのサービスを望む外国人旅行者と、低料金を指向する中国人の間に、サービスのダブル・スタンダードが発生している。しかし、一人あたり GDP の上昇に伴って、沿海部の省からの旅行者は、近いうちに外国人と同じレベルのサービスを要求するようになると思われる。従って、今から観光サービスの質の向上に取り組まないと、数年先には観光業が頭打ちになってしまうと考えられる。

観光サービス向上のために最も必要となるのが、新人や観光産業に従事する人々へのトレーニングである。雲南省では、新人やガイド試験に受かった人に対して、15日から1ヵ月程度のトレーニングを行っており、その修了者に修了書を発行している。この修了書は省内の観光施設で働く際に必要なものであり、観光産業で働く意思をもつ人の能力を証明するものとなっている。このようなシステムが各省で導入されることが望ましい。新人へのトレーニングに関しては、旅游学校や大学の旅游学部のカリキュラムの中で実際に体を動かすトレーニングをより多く実施すること、ホテルの研修をカリキュラムに加えること、経験のある実務者を講師に迎えることなどの改善が必要である。

これらの研修・訓練の費用負担を誰がするのかというのが大きな課題となる。先述した有名観光地の入場料配分の再検討や、低率の飲食・宿泊税などによって資金を確保し、個別企業や個人の資金負担をできるだけ小さくすることが望ましい。

(7) ホテルのサービスレベルの向上

一般的に、中等都市の宿泊施設のサービス水準は、省都に比べると低レベルである。例えば、同じ4つ星レベルのホテルでも、省都のホテルと中等都市のホテルではサービスの水準が異なり、現状では、中等都市のホテルのサービスが一段落ちるのが現状である。中等都市の宿泊者数を増加させるためには、省都のホテルとも同等、もしくはそれ以上のサービスを提供できるようにする必要がある。

また、宿泊施設全体の中で、3つ星ホテルの層を厚くする必要がある。現在のホテルのランク別の分布は、図 I.3.1.5 の左側に示すように5つ星のホテルが最も数が少なく、1つ星のホテルが最も数が多いピラミッド型の構造となっているが、将来的には3つ星のレベルのホテルを最も多くする必要がある。なぜなら、中国人の所得の上昇によって、中国人観光客の求めるホテルサービスのレベルが高まるためである⁴⁰。

⁴⁰ 大理市の観光部分に記述したとおり、大理市内のホテルでは、現在の段階で4つ星レベルのホテルの宿泊率が高くなり（80パーセント台）、3つ星、2つ星レベルのホテルの宿泊率が低くなる（20-30パーセント台）という現象が見られる。

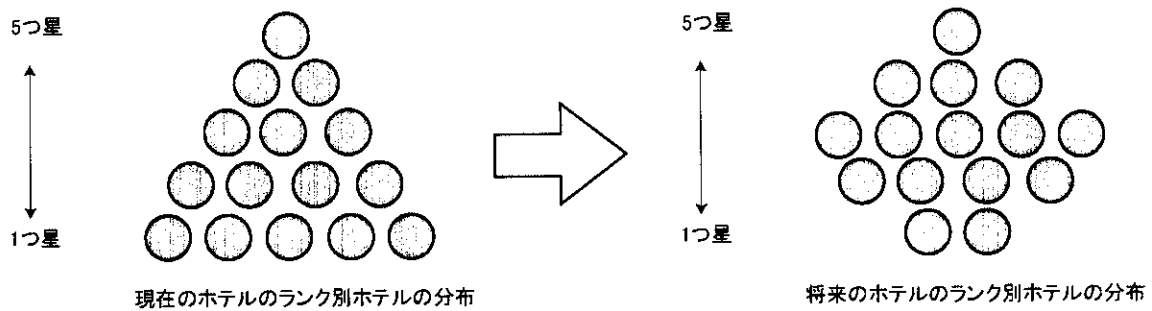


図 1.3.1.5 ホテルの格付けの分布の変化

出所：JICA 調査団作成

これらの問題に対応するために、以下の取り組みを行うべきである。

- ・ 省都に系列ホテルを持つホテル従業員がそのホテルで OJT による訓練を受けたり、省都のホテル従業員やマネージャーが都江堰のホテルに赴任することを、旅游局が推奨し、支援する。
- ・ 省都に系列ホテルを持たないホテルに関しては、旅游局が省都のホテルを紹介するような仕組みを作る。
- ・ 旅游局がホテルで実施している研修を、座学中心でなく、実際に体を動かす内容に変更する。

(8) 少数民族観光による伝統文化の保存・文化の振興

西部地域は少数民族を抱える地域でもあるが、そのような少数民族が現金収入を獲得する手段として観光を振興することができる。その際には、旅行者が中等都市に宿泊し、少数民族の農村を訪問するモデル、旅行者が直接少数民族の農村を訪問し宿泊するモデルなど、地域の実情に合った形態を分析・実施する必要がある。

観光消費が地域住民を潤せば、地域住民は観光消費をもたらす観光資源を保全し、保全された観光資源は観光客に満足をもたらし、それが、一層の観光消費を地域住民にもたらす。つまり、適切に計画された観光は、伝統文化、少数民族文化、歴史遺産、自然環境などの観光資源の保全と開発を両立させる。こうした観光客と地元住民と観光資源の望ましい関係は、図 1.3.1.6 のように示すことができる。

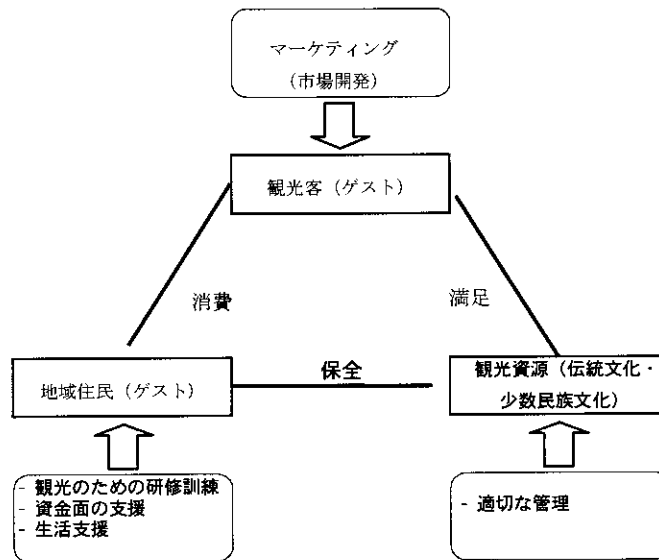


図 I. 3. 1. 6 観光を通じて伝統文化や文化遺産の保全を実現する仕組み

出所：JICA 調査団作成

こうした好循環は自然発生的に成立するのではなく、地域住民に対する観光を通じた社会開発、観光資源に対する適切な管理、観光市場に対するマーケティング（市場開発）という、三角形の3つの角に対応した人為的な努力によって形成される。また、旅游局は観光に参加する意思を持つ村落を探すこと、彼らを会社や組合に組織化すること、彼らに簡単な観光サービスや衛生について教育・トレーニングする必要がある。

(9) 村落観光の実施

中等都市は、人口の急成長や公共部門の開発資金の不足などから都市内に住民のためのアメニティ施設が不足していることが多い。そこで、都市の周辺の農村で都市住民が休日を過ごす村落観光を実施することを提案する。

すでに村落観光を実施している懷化市荆坪村では、数年前から農家が部屋や離れを宿泊施設にし、懷化市の都市部の住民が、家族や友人のグループで日帰り、もしくは一泊で村を訪れるようになった。この結果、都市住民は休日を楽しく過ごすことができ、農家側は宿泊と飲食から現金収入を得ることができるようになった。また、都江堰市の青城鎮でも10年程前から農家が農家楽と呼ばれる同様の宿泊業を始めており、成都市などから客を集めている。

このような観光が都市経済の基盤となる産業に育つわけではないが、都市住民へのアメニティの提供と農民の現金収入獲得は都市発展から見て意義のあることである。この観光を推進していくためには、旅游局が観光に参加する意思を持つ村落を探すこと、彼らを会社や組合に組織化すること、彼らに簡単な観光サービスや衛生について教育・トレーニングする役割を担う必要があり、少数民族観光と同様な行動が必要である。