

日中韓の流通及び物流に関する
共同報告書
(中国編)

2006年5月

第一部 全体報告

第 1 章 中国の流通業の発展に関する総合的評価	6
1. 中国流通業の重大な変化と成果	6
(1) 不断に拡大する流通産業の規模	7
(2) 大幅に向上した流通産業における市場化の程度	11
(3) 不断に安定・強化される流通産業の基礎的地位とその先導的役割	13
(4) 基本的に形成されている多元的市場主体による競争形態	19
(5) 急速に発展する新しいタイプの業態と現代的流通方式	20
(6) 不断に発展する市場システム建設	21
(7) 不断に向上する対外開放の規模とレベル	24
(8) 次第に進化する流通企業の制度改革	26
(9) 重大な変化を遂げた政府による管理方式	27
(10) 進展を遂げる法体系の建設、さらに規範化される流通秩序	28
2. 中国流通業の発展において存在する問題	30
(1) 不完全な政府による管理体制	30
(2) 系統的な政策、法体系、発展計画の欠如	31
(3) 依然としてかなり混乱している市場秩序	32
(4) 流通主体の競争力欠如	32
第 2 章 中国流通業の発展環境とトレンドに関する予測	40
1. 中国流通業のマクロ的発展環境	40
(1) リスクが増加し、競争が激化する国際的経済環境	41
(2) さらに優勢となる国内的発展環境	45
2. 中国流通業の発展トレンドに関する予測	49
(1) 流通業は今後も急速で安定した発展を維持	50
(2) 将来的期間内(第 11 期 5 ヶ年計画)における発展データ指標	51
(3) 2010 年までに 5 大体系を基本的に構築	53
(4) 流通の現代化レベルが向上、流通方式も一段と発展し、流通企業の競争力は高まる	59

第3章 中国流通業の発展政策に関する方向性 62

1. 統一的計画による発展観の確立	62
(1) 都市流通業の発展と農村における流通業の発展を統一的に計画する	62
(2) 流通業の地域的発展を統一的に計画する	63
(3) 流通業の国内的発展と対外開放を統一的に計画し、内外貿易の一体化を継続的に促進する	64
(4) 流通業の規模拡大、発展速度を統一的に計画し、流通業における品質、効率・利益との関係を高める	64
2. 流通産業の発展綱領と全体計画の制定と実施	66
(1) 都市における商業発展計画の合理的制定と実施	66
(2) 地域によって異なる流通業の発展方向	66
(3) チェーン経営を主体とする市場組織の重点的発展、小売業におけるチェーン経営組織の中心的地位の基本的確立	67
(4) 小売業の発展	67
(5) 異なるモデルによる農村の流通サービス・システムの確立	67
3. 流通システム改革の迅速化、流通の産業構造の調整	69
(1) 統一的な規範、安定してオープンで、スムーズで高い効率を有する流通管理システムの確立	69
(2) 人材に対する訓練と育成の強化、従業人員の資質の向上	69
(3) 中国の流通産業構造の全面的調整、産業内各業界の協調的で急速な成長の保持	70
(4) 流通システム改革におけるテスト作業の深化	70
4. 流通企業改革の進化、流通企業の競争力の向上	71
(1) 流通業の発展に対する公平で優遇した政策を制定・実施	71
(2) 国有流通企業における企業体制改革を大々的に推進	71
(3) 大型の流通企業グループに対する育成を加速	72
(4) 中・小の流通企業に対する規制緩和	72
(5) 流通インフラに対する投資建設の増加、財政的資金援助とマクロ的管理	73
(6) 流通及び物流分野における地域及び国際的協力の推進	75
(7) 流通及び物流業界の法整備と基準化整備の迅速化、流通及び物流業の発展に有利となるオープンで公平な、有効性のある市場競争環境の構築	77
(8) 業界、協会等の仲介組織による役割の発揮	80

第二部 特定テーマ別発展報告

第1章 流通業の特定テーマに関する発展報告	81
1. 中国の卸売業の発展	81
(1) 中国の卸売業の全体的な状況	81
(2) 現段階における中国の卸売業発展の主な特徴	85
(3) 中国の卸売業に存在する問題	88
(4) 中国の卸売業の発展の趨勢	90
2. 中国の小売業の発展	92
(1) 中国の小売業の発展現状	92
(2) 小売業発展の新しい進展	103
(3) 中国の小売業に存在する問題	107
(4) 中国の小売業の発展の趨勢	110
3. 消費財市場の発展についての報告	114
(1) 消費財市場の発展の現状	114
(2) 消費財市場に存在する問題	122
(3) 消費財市場の発展の趨勢	126
4. 中国生産材市場の発展に関する報告	129
(1) 2004年の生産材市場の運営に関する主要な特徴	129
(2) 生産材市場主体の更なる発展・拡大	138
(3) 目下の生産材市場に存在する主要な問題	141
(4) 2005年における生産材市場の情勢展望	142
5. 商業における外資利用の報告	146
(1) 中国の商業分野における外資に対する開放政策	146
(2) 中国の商業分野における外資開放の現状	149
(3) 外商投資商業の発展の趨勢	153
第2章 物流業の特定テーマに関する発展報告	156
1. 中国物流の発展の回顧と評価分析(2004年以前)	156
(1) 改革開放以前の中国物流(1978年以前)	156
(2) 物流概念の導入と経済体制の軌道修正期の中国物流(1978年—1998年)	157
(3) 世紀の境目における中国物流の発展(1999年—2003年)	159

2. 2004年の中国物流発展の環境	176
(1) 国がマクロコントロール政策を実施、中国経済は穏やかに比較的速い成長を持続	176
(2) 国務院の指導層が物流の発展を重視し、政府関係部門が推進に力を入れている	177
(3) 物流発展に対する各地方政府の支持がいつそう実務的・具体的に	181
(4) 外資・外国貿易の高度成長、物流市場のさらなる開放	182
3. 2004年の中国物流発展の新たな進展	185
(1) 主要経済指標が引き続き成長を持続、経済社会に対する物流の支柱・模範としての役割がより一層顕著に	185
(2) 物流ニーズが構造調整と増加方式の転換の中で集まり発生する	193
(3) 物流企業が整理統合と改造の中で大きく発展	197
(4) 外資物流企業は拡張を加速	200
(5) ハブ港がブロック物流発展の“エンジン”に	203
(6) 物流管理・技術及びサービスの新事業創出に新たな“スポットライト”出現	205
(7) 物流情報化を深く掘り下げ推進	209
(8) 更新続く物流インフラと技術設備	212
(9) 物流業界に於ける基本的業務の着実な足取り	220
(10) 新たな発展が見られる物流理論研究・報道面での宣伝及び人材育成	221
4. 2004年中国物流の発展で見られた主な問題点	224
(1) 根本的に変化がない粗放経営の形態	224
(2) 需給不均衡の矛盾が依然として存在	224
(3) インフラの“ボトルネック”制約が更に突出	225
(4) 更なる改善が必要な物流の発展環境	226
5. 中日韓間の物流技術交流を振り返る	228
(1) 技術交流：会議により生み出された中・日・韓交流の場	228
(2) プロジェクト推進：重視されるパレット標準化とアジアパレット共用システムの構築	229
第3章 中国国際貨物輸送代理業特別報告	231
1. 中国国際貨物輸送代理業の発展を振り返る	231
(1) 国際貨物輸送業の概念とサービス範囲	231
(2) 中国国際貨物輸送代理業の管理体制と政策の変遷及び法規の形成	232
(3) 中国国際貨物輸送代理業の各時期における業務発展	236
(4) 中国国際貨物輸送代理業の対外開放と中国のWTO加盟に関する約束	240
(5) 中国国際貨物輸送代理業界協会の設立と発展	244
(6) 2004年に於ける中国国際貨物輸送代理業の新たな進展	245
(7) 中国国際貨物輸送代理業市場の2004年に於ける新たな発展	247

2. 2004年に於いて中国国際貨物輸送代理業が抱える主な問題	256
(1) 市場経済の発展に応える中国貨物輸送代理業界の管理体制構築が急がれる必要性	256
(2) 業界の主体は中小企業で、強い競争力を持たず、物流の発展を困難にしている	258
(3) 市場開放により圧迫される従来の貨物輸送代理業務	260
3. 中国の国際貨物輸送代理業発展の流れ	262
(1) 経営主体から見た、民営化・株式制の企業という時代の流れー大型国有資本・民間資本・外資による三者並立形態の形成	262
(2) 経営環境から見ると、加熱する市場競争により業界の分裂・再編が行われる	263

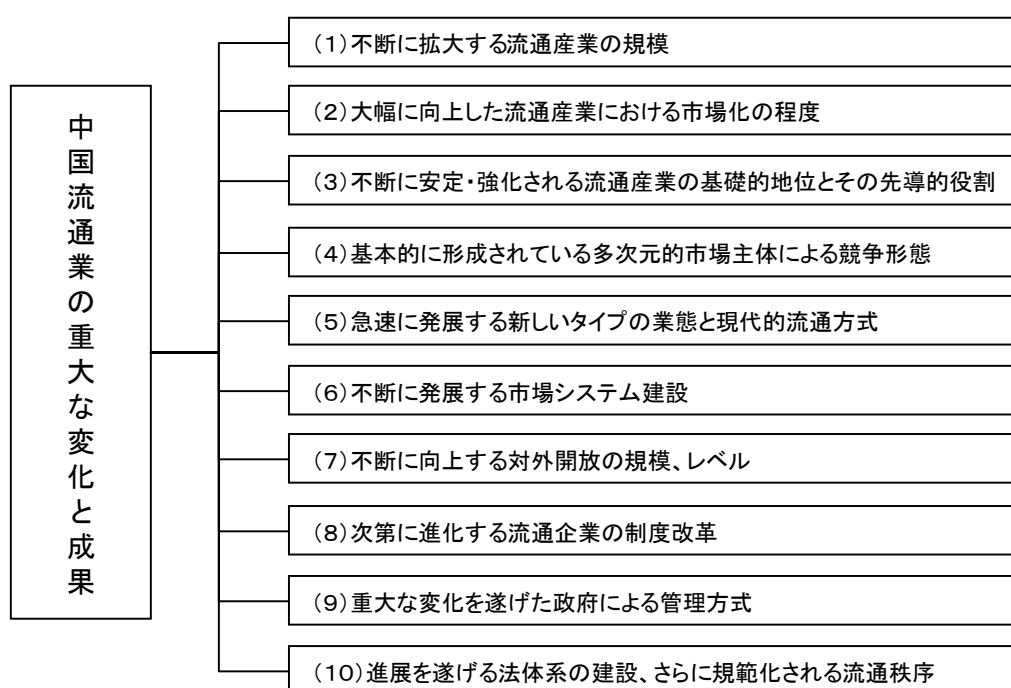
第三部 国際提携と交流

1. 絶えず深まる国際提携	282
2. 中国・韓国の経済貿易での交流	284
(1) 中韓経済貿易での交流及び投資	284
(2) 韓国の主要な商業性流通企業の中国での状況	286
(3) 韓国主要物流企業の中国での状況	287
3. 中日経済交流	289
(1) 中日貿易と投資	289
(2) 日本の商業型流通企業の中国での状況	290
(3) 日本の物流企業の中国での状況	291
4. 日韓流通企業の中国での経営特徴	293
(1) 重点的な投資分野としての商業性流通業	293
(2) 急速に発展する物流	293
5. 中国物流に於ける国際提携の歩み	295
6. 中国商業に於ける対外開放の歩み	296

第一部 全体報告

第1章 中国の流通業の発展に関する総合的評価

1. 中国流通業の重大な変化と成果



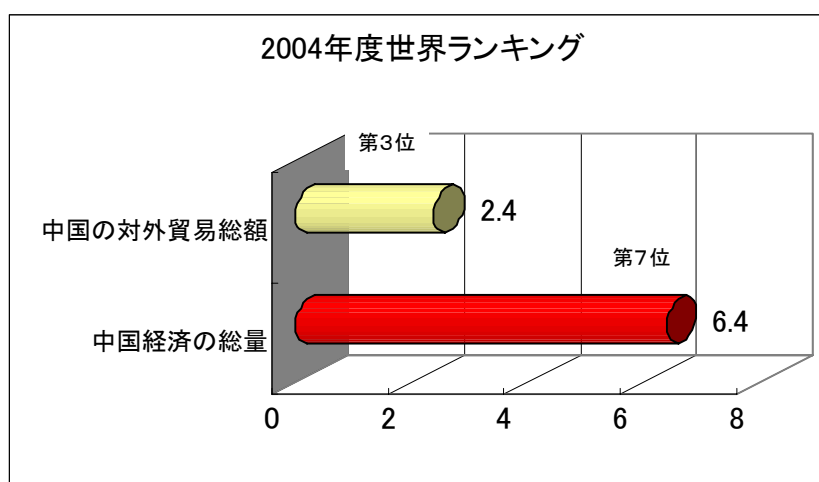
改革開放以前においては、計画経済の「重工軽商」（工業を重視し、商業を軽視する）、「重生産軽流通」（生産を重視し、流通を軽視する）といった思想観念の影響を受け、中国の流通業の発展は長期に亘り製造業の発展から遅れをとり、流通業の経済に対する貢献度も非常に少ないものであった。過去 20 年間の改革開放の中で、絶え間ない模索と実践を通じて、中国の流通業に根本的な変化がもたらされた。今日、流通業は既に過去の計画経済時代の欠乏し、萎縮した状態に別れを告げ、流通の規模が不断に拡大し、経営主体が一層多元化し、多種の経済成分が十分な競争を行っている。また、現代的流通方式がゼロの状態から急速に発展し、流通業が社会生産の末端業界からリーディング業界へと上昇している。流通業の生産の促進、消費の牽引、経済の構造調整と経済成長方式の転換の促進、等における役割は日増しに大きくなっており、流通業の国民経済における重要性も日増しに増加し、既に消費を動かし、経済成長を牽引する重要な原動

力となっている。オープンな流通構造が初期的に形成され、市場に導かれる商品流通システムが基本的に確立されている。中国経済が欠乏型経済から過剰型経済へと転換し、社会主義市場経済システムが不断に完備されたことに伴い、また、WTO に加盟し、中国経済が世界経済システムに組み込まれるテンポが加速したことに伴い、中国の流通業は今後、より大きな発展の可能性を見出すことになる。

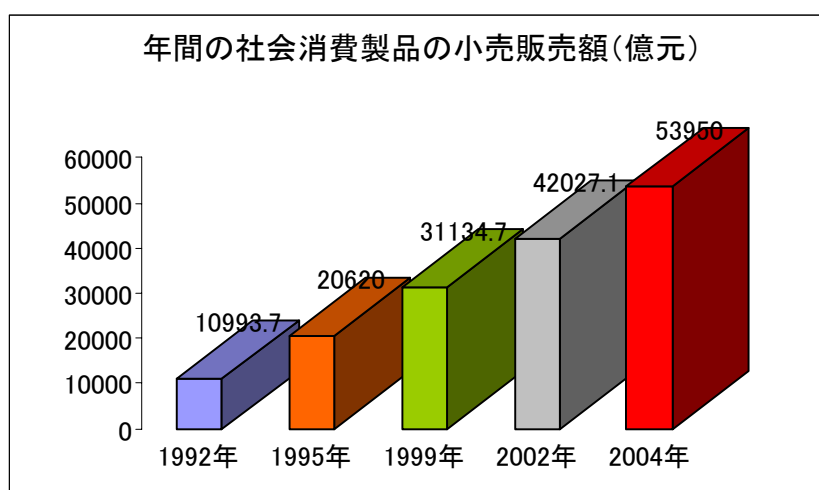
(1) 不断に拡大する流通産業の規模

改革開放以後、中国の流通体制改革は不断に進化し、対外開放のレベルも不断に向上したことにより、現代的な流通システムが初期的に確立された。現在の流通部門は、伝統的な商業（卸売、小売、飲食）が含まれるほか、交通輸送業、郵便通信業、物資供給、倉庫業をカバーするものとなっている。また、流通の要素には商品が含まれるほか、さらに資本、貨幣、技術、土地、労働力、所有権等の有形無形の要素も含まれ、流通の範囲は益々拡大し、流通の要素は日増しに増加している。流通の規模が拡大したことに伴い、流通業の経済に占める比率も次第に増加している。流通業の年平均成長率は GDP の成長率を一貫して超え、GDP に占める流通業の増加値の比率は 8% 前後を維持し、第三次産業の増加値の中ではトップに位置している。目下、流通業に従事する人員は 5 千万人を超え、農業以外の産業としては製造業に次いで 2 番目の就業機会を提供している。流通業はまた、産業構造の優越化、就業問題の解決、経済成長の促進において益々重要な役割を果たすようになっており、流通業は既に国民経済のリーディング業界となっている。

目下、中国の流通産業の規模は不断に拡大し、マクロ経済の環境から見ると、2004 年の中国経済の総量は 1.65 億米ドルに達し、世界第 7 位に位置するほか、対外貿易の総額も 1 兆米ドルを超過し、世界第 3 位の貿易大国になっている。

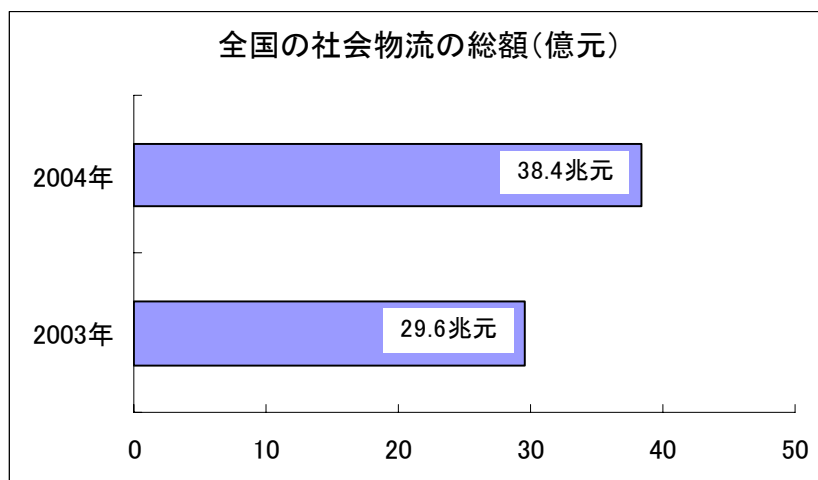


1978年から2004年にかけて、年間の社会消費製品の小売額は1558.6億元から53950億元へと35倍に増加し、毎年の平均増加率は15%前後となり、物価要因を除いてもその年間平均実質増加率は9%以上となる。1992年の中国の小売総額は初めて1兆元を突破し、10993.7億元となった。1995年には2兆元を突破し、20620億元となった。1999年には3兆元を突破し、31134.7億元に達した。2002年には4兆元を突破し、42027.1億元を達成した。それまでの消費製品の小売総額が1兆元を増加させるのに3、4年の時間が必要とされたが、2004年に消費製品の小売販売額が5兆元を突破する際には僅か2年の時間を要しただけであった。これは中国市場の巨大な潜在力を十分に示すものである。

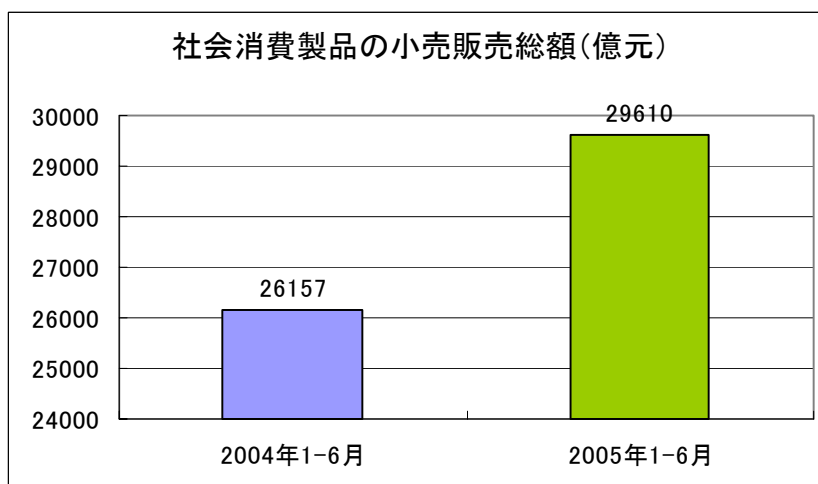


対外貿易の発展速度についてみると、2004年の輸出入総額は11547億米ドルに達し、その内、輸出は5934億米ドルで前年比35.4%増加した。また、輸入は5614億米ドルで36.0%増加した。年間の貿易黒字額は320億米ドルで、前年を65億米ドル上回った。

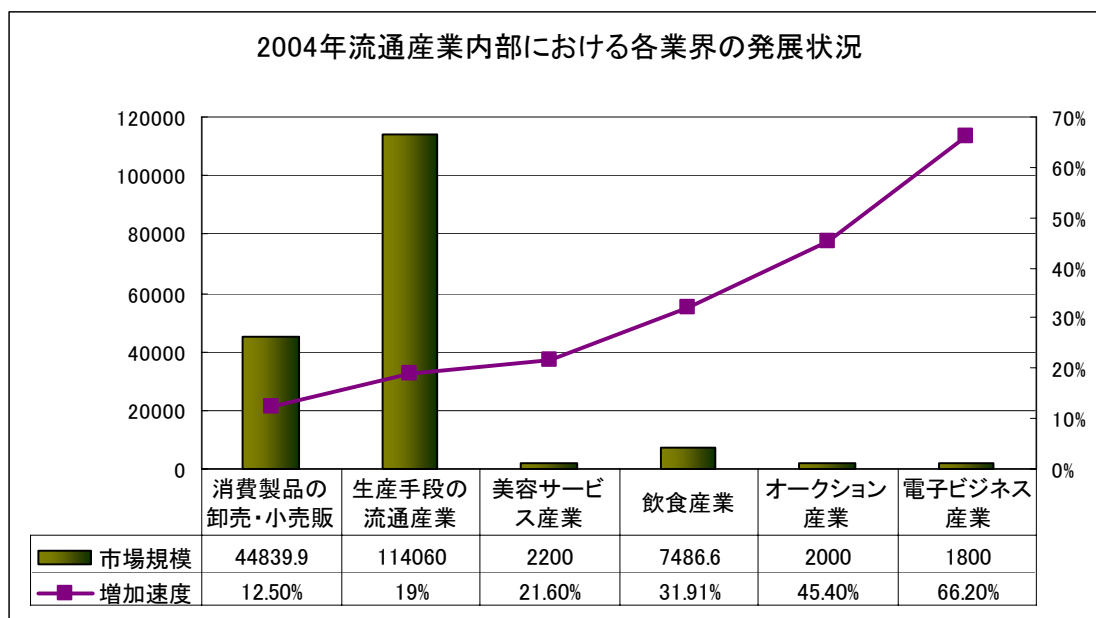
2004年の全国社会物流総額は38.4兆元で、現在の価格に基づいて計算すると、前年比29.9%の増加となり、生み出された増加値は8000億元を超過する。2004年の社会生産手段(必需品)の販売総額は11.4兆元に達したが、これは1994年の4.8倍で、年間の平均増加率は15.85%となる。2005年の生産手段の販売総額は13兆元を超えるものとなる。



2005年の1-6月については、社会消費製品の小売販売総額は29610億円で、前年同期比13.2%増加した。また、輸出入総額は6450億米ドルで、同期比23.2%増加した。この内、輸出は3423億米ドルで、32.7%増加し、輸入は3027億米ドルで、14.0%増加した。貿易黒字額は396億米ドルであった。2005年の社会消費製品の小売販売総額は6兆元を超えるものとなる。



個別の業界について見ると、飲食消費が国内消費需要を安定して増加させる重要な力となっている。1994年に販売額は初めて1000億元を突破し、2004年には7000億元に到達し、2005年の上半期の飲食業の小売販売額は4016億元となり、17.9%増加している。年間の飲食業の小売販売額は8800億元を実現し、前年比17.6%増加することが見込まれる。また、2004年の卸売・小売販売取引における社会消費製品の小売販売額は44839.9億元で、1991年の6.5倍、2005年上半期の卸売・小売販売業の小売販売額は24739億元で、同期比12.9%増加した。目下、国内の各卸売・小売販売取引の経営ネットワーク地点は既に1700万ヶ所余りとなっており、基本的に都市の流通ネットワークをカバーしている。2004年には、電子ビジネス産業、オークション産業、美容サービス産業、展示産業、等の新しいタイプの流通サービス産業が急速に発展し、市場の規模も不断に拡大し、流通業の成長に新たな活力を注いでいる。



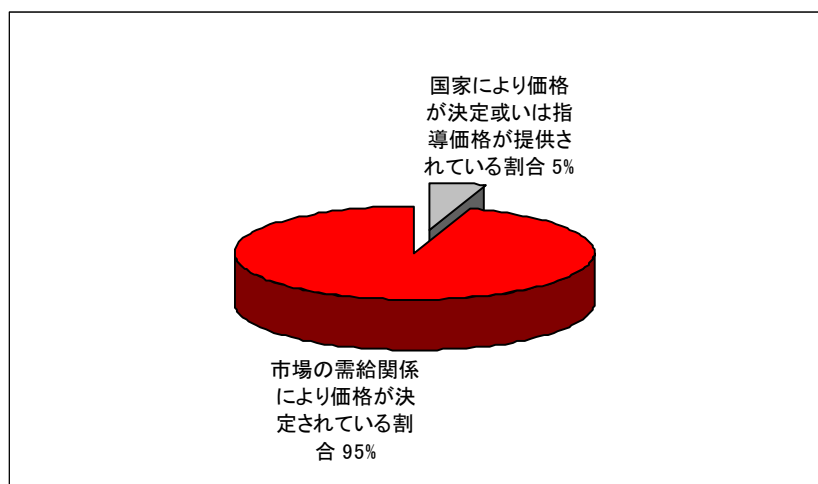
近年、流通業発展の基礎となっている物流業は急速な成長を継続して維持しており、物流企業の数は既に73万社余りに達している。特に3PL(third-party logistics)企業の発展は目覚しく、2003年の3PL市場の規模は600億元を超えると共に、年率30%のペースで成長している。2004年には、全国の貨物輸送総量は161億トンとなり、全社会の物流総額も38.4兆元に達した。また、物流の総コストは29114億元で、同期比16.6%増加した。社会の物流総コストとGDPに占める比率は21.3%で、前年同期比01%減少した。なお、物流の固定資産投資は20%以上の増加を維持している。

物流業の発展状況に関する表

指標	2004年	前年比増加率(%)
社会の物流貨物総量(億元)	383000	29.9
社会の物流総コスト(億元)	29114	16.6
物流業の増加値(億元)	8459	8.4
3PLによる物流の増加値(億元)	1000	30
物流業の固定資産投資(億元)	7000	22.5

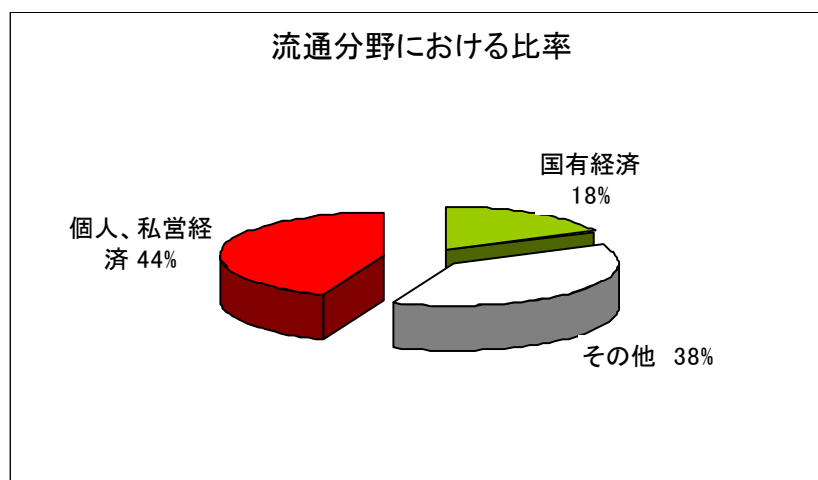
(2) 大幅に向上した流通産業における市場化の程度

現在、中国経済は既に欠乏型経済に別れを告げ、過剰型経済へ移行し、市場経済に適応する流通マクロ調節メカニズムと市場調節メカニズムが初期的に確立されているほか、様々なタイプの経済成分、経営方式、チャンネルが並存する流通構造が既に構築され、流通業の市場化の規模は大幅に高まっている。目下、商品価格は基本的に制限されておらず、市場の資源の配置、価格形成に対する役割は明らかに増加している。また、市場取引の透明性、開放度、公平性も不断に向上しており、市場競争は日増しに激しいものとなっている。大部分の商品は、市場において自由に流通し、商品価格も市場における需給関係により決定されている。



少数の国家の民生計画に関わる重要な商品については、国家により価格が決定或いは指導価格が提供されているものの、商品価格の95%については、既に規制から外されている。予測データに基づけば、目下のところ、市場により商品価格が決定される割合は、社会の消費製品の小売販売総額中の96.1%、農業副産物製品の購入総額中の94.5%、生産手段の販売総額中の87.3%をそれぞれ占めている。また、工業消費製品と多数の生産手段に関しては、「買い手市場」の時代となっている。商務部が600種類の主要な消費製品に対するモニター分析の結果が示すところによると、2005年上半期の600種類の主要な商品の内、供給過剰となっている商品が全体の73.2%、需給がバランスしている商品が全体の26.8%をそれぞれ占め、需要が過剰となっている商品はなかった。また、これとは別に、生産手段市場における300種類の主要な商品に対するモニター分析の結果が示すところによると、2005年上半期の300種類の主要な商品の内、供給過剰となっている商品は69種類で全体の23%、需給がバランスしている商品が177種類で全体の59%をそれぞれ占め、需要が逼迫している商品は54種類で全体の18%であった。生産手段市場は全体として需要と供給がバランスしている状態にあると言える。

国民経済の戦略的調整と非公有経済の急速な成長に伴い、流通分野において様々なタイプの経済成分が競合し、共に発展する状態が形成されている。市場の内在的ルールを基礎とした新しいタイプの生産販売関係と購入販売チャンネルが既に基本的に確立されている。



流通チャンネルは多くのチャンネルによる、中間段階が少ない、オープンな販売ネットワークへと発展し、国有企業が独占していた状態を打開した。国有経済の市場シェアは全体の18.2%となる一方、個人、私営経済が流通分野における主な牽引力に成長し、その市場シェアは全体の44%となっている。都市・農村間の流通ネットワークが不断に拡大するのに伴い、経営業態も過去の閉鎖的で単一的な業態から、多様な業態が共存する新たな構造へと転換している。チェーン方式による経営、物流の配送、電子ビジネス等を代表とする新しいタイプの流通方式、スーパーマーケ

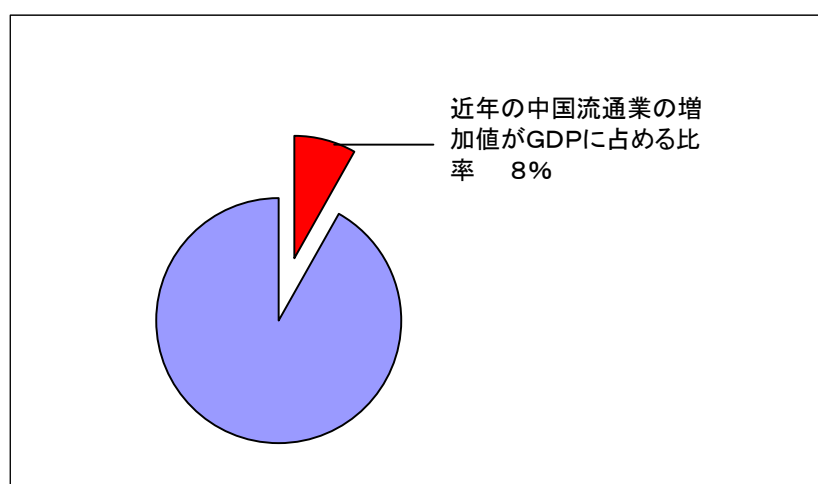
ット、倉庫式デパート、ショッピングセンター、コンビニエンスストア、ディスカウントショップ（量販店）、等の新型の業態が急速に発展している。流通業は既に中国市場において最も発展が速く、市場化のレベルが最も高い産業となっている。

(3) 不断に安定・強化される流通産業の基礎的地位とその先導的役割

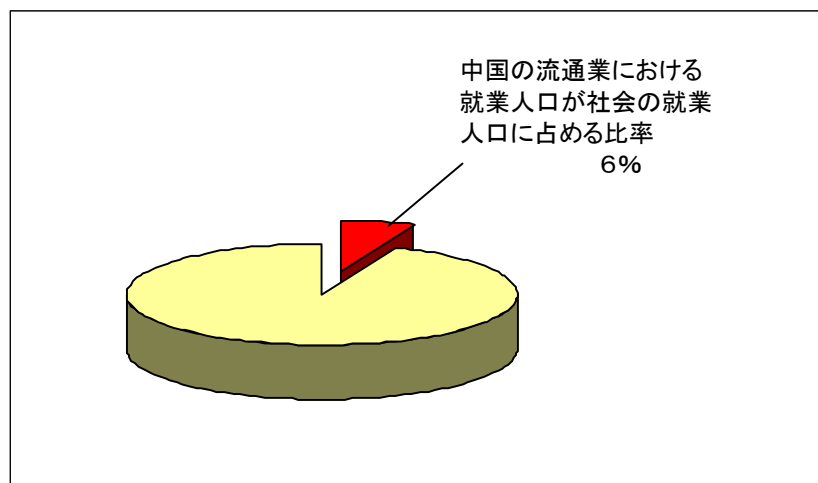
中国の社会主義市場経済体制が不断に完備されるに伴い、流通は既に国民経済の運営における重要な部分となっており、既に中国経済の持続する、急速で健全な発展の重要な要素となっている。流通業は生産のリード、消費の牽引、物価の安定、就業者の吸収、全社会的取引コストの低減化、資源配置の優越化、等の面において日増しに重要な役割を果たしており、既に現代経済の「血管」と「神経」として、国民経済の発展をリードする産業となっている。流通業の基礎的地位とリードする役割は不断に安定・増加している。

1) 国民経済の運営の基礎となる流通

中国経済は過去 20 年余りの継続的發展を経て、商品市場が全体的に欠乏した状態から過剰な状態へと転換し、売り方市場から買い方市場へと転換したほか、経済発展に対して市場の需要が持つ拘束力が益々大きくなっている。社会分業の細分化と生産効率の向上に伴い、製品の生産に使用される時間が平均で 10%以下となり、90%以上の時間が流通の過程に費やされている。現代流通は既に経済の運営スピード、品質、効率と利益を決定する重要な要素となっている。近年、流通産業の国民経済に対する貢献度は徐々に増加し、その増加のペースは GDP の増加のペースを一貫して上回っている。



流通業の増加値が GDP に占める比率は 8%前後となっており、第三次産業の約四分の一を占め、第三次産業の増加値の中でも各業界のトップとなっている。



社会の就業人口に対する従業員数の比率は 6%に達し、納税額も徐々に増加している。現代流通システムの確立と電子ビジネス、現代物流等の先進的流通手段の発展に伴い、流通業は、国民経済の質的向上、産業の全面的レベルアップ、経済運営方式の転換において重要な役割を果たすようになってきている。流通業は既に中国の国民経済の成長を牽引する重要な推進力となっている。

2) 消費を牽引し、生産をリードする

内需の拡大は中国の経済発展における長期的、基本的立脚点となるものである。消費需要の持続的増加は国民経済が比較的ハイペースで成長するための基礎となる。消費は生産の目的であり、社会的再生産における重要な部分である。関連する研究が示すところによれば、消費が 1%増加する毎に GDP の成長率を 0.87%引き上げることが可能であるのに対し、投資を 1%増加させても GDP の成長率を 0.24%しか引き上げることが出来ない。GDP の増加に対する消費の貢献度は中心的位置を占めている。人々の生活レベルが不断に向上するに伴い、中国の消費構造に明らかな変化が引き起こされ、過去の貧困型の消費スタイルは衣食が足りる低級層型、生活に余裕を持てる中級層型の消費スタイルへと転換するようになった。生活の需要は従来の衣食を中心とするものから、科学、健康、流行、娯楽等を中心とするものへと転換し、消費構造も実物型の消費スタイルから実物型とサービス型が共存する消費スタイルへと発展するなど、消費構造は多元化すると共に、その範囲も不断に拡大するようになった。2003 年には中国の一人当りの平均 GDP は 1090 米ドルに達し、国民経済が新たな発展段階に入った。

2004年の中国における自家用車の販売台数は231万台に達した。また、新規に設置された電話加入者数は1.12億に上り、これはイギリスとフランスの人口を合わせた数に相当する。農村人口の消費構造についても、少し余裕のある生活レベルに向かって発展し続けており、家電製品の消費に対する普及段階を迎えるに至っている。中国の工業化と都市化が進展するに伴い、新たな消費構造のレベルアップが今後、相当な期間に亘って継続し、消費構造のレベルアップがもたらす消費需要は将来の中国の経済成長の重要な原動力となる。流通は市場の最前線に位置し、現代的流通はあらゆる消費需要を実現しつつある。流通は国民経済部門の架け橋であり、生産と消費の仲介であり、市場経済の条件下においては、全ての部門における存在と発展も流通を離れてはあり得ず、直接的或いは間接的に流通の制約と影響を受けることとなる。消費は流通を通じて実現され、消費は流通を通じて生産を決定する。また、現代的な流通方式だけが現代的生産を動かし、大規模な流通方式だけが大規模な生産を率いることが出来るのである。こうしたことから、消費を転換させる役割を持つ流通業はGDPの成長と密接な関係を有し、消費を牽引し、生産をリードする重要な推進力となっている。

2004年の主要消費製品の生産量状況

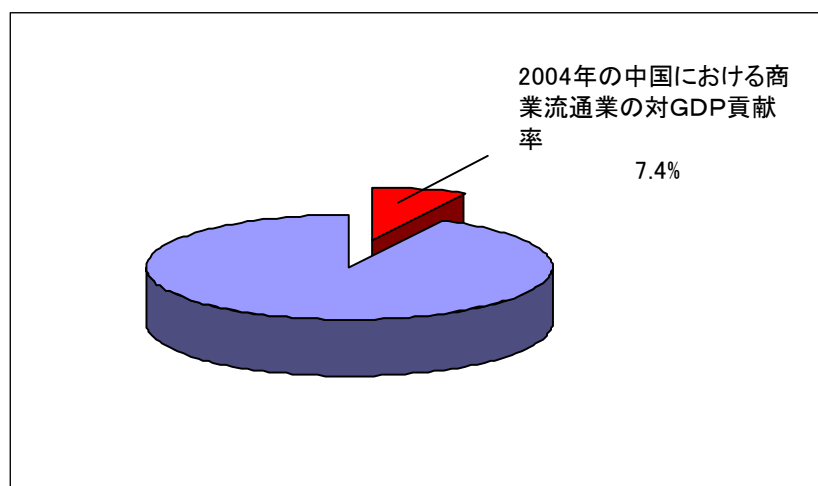
製品の名称	単位	生産量	前年比増加率(%)
自動車	万台	507.41	14.2
内、自家用車	万台	231.4	11.7
携帯電話	万台	23344.58	28.1
小型コンピュータ	万台	4512.41	40.3
カラーテレビ	万台	7328.8	12
家庭用冷蔵庫	万台	3033.38	35.3
エアコン	万台	6646.22	37.9

3) 社会にサービスを提供し、価値を創造し、物価を安定させ、就業者を吸収し、消費レベルと品質を向上させる

流通は現代経済の牽引車であり、流通は生産を決定し、社会の各分野にサービスを提供している。経済の成長に伴い、流通業が製造業にサービスを提供する部分は不断に縮小し、社会生活の分野にサービスを提供する部分が益々拡大するようになると共に、製造業に対する拘束力が日増しに強まるようになる。製造業が生み出す富は、現代的流通を通じてのみ実現することが出来、流通産業は流通を加速化し、在庫を減少することを通じて経済の運営のペース、品質、速度を決定すると共に、資源の優越的配置、現代社会の大量生産に対するサービスを実現し、国民経済の健全な発展を確保する。

流通業が生み出す富、創造する価値はまた、サービス業務の主體的にし、発展させる重要

な推進力でもある。過去 5 年の間、流通業が生み出した増加値が GDP に占める比率は一貫して 8%前後となっている。



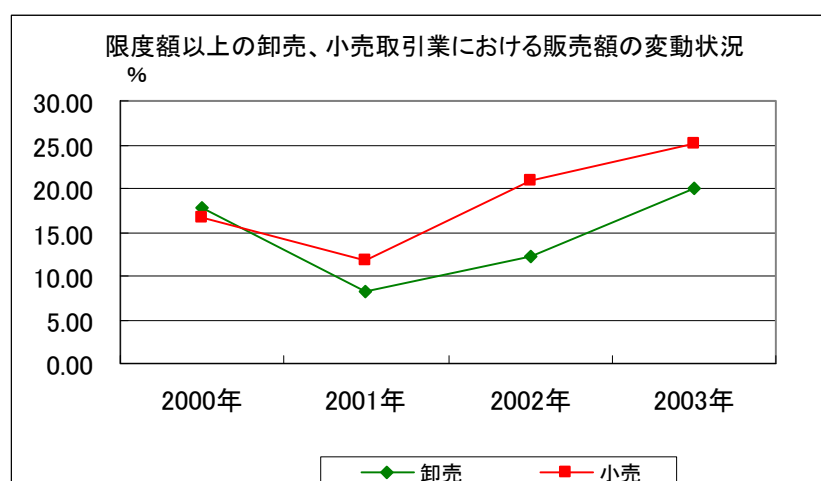
2004年の中国の商業流通業(卸売小売取引、飲食業の増加値)は、1兆元の販売総額を達成し、GDPに対する貢献率が7%となり、第三次産業中に占める比率も23.28%となった。2005年1-6月には、飲食業の小売販売額が順調に増加し、累計で4016.2億元となり、前年同期比609.8億元の増加、17.9%の増加となった。これは社会消費製品の小売販売総額の増加幅を4.7%上回り、社会消費製品の小売販売総額の13.6%を占めている。また、社会消費製品の小売販売総額を2.33%引き上げると共に、社会消費製品の小売販売総額に対する貢献率も17.7%となっている。年間の飲食業における小売販売額は8800億元、前年度比(7486億元)17.6%増となることが見込まれている。目下、欧米の先進国においては、商業流通業が第三次産業に占める比率は凡そ40-50%であり、国民経済全体に占める比率は10%程度である。こうした欧米の先進国に対し、中国の流通業のGDPに対する貢献度は相対的に低く、今後高めて行ける余地がある。

2000－2004年の卸売小売取引、飲食業のGDPに占める比率

年度	総額(億元)	対GDP比率	対第三次産業比率(%)
2000年	7316	8.2	24.46
2001年	7918.8	8.1	23.89
2002年	8476.7	8.1	23.50
2003年	9238.1	7.9	23.76
2004年	10100.0	7.4	23.28

限度額以上の卸売、小売取引業における販売額の変動状況

年度	2000年	2001年	2002年	2003年
卸売	17.80%	8.30%	12.30%	20.10%
小売	16.60%	11.70%	21.00%	25.20%



流通は物価の安定に対して、経済的にアブソーバーの役割を果たすことが出来る。2004年、中国の穀物、鋼材、石油、石炭等の重要商品の価格にかなり大幅な上昇が起こり、年間の消費者物価が3.9%上昇したほか、流通部分の生産手段価格も13.6%上昇した。また、原材料、上流製品の価格上昇幅は最終製品よりも高くなったことから、期間中の流通産業は国内と海外の二つの市場、二種類の資源を十分に利用することを通じて商品の流通、配送の能力を増加し、物価の急速な上昇の阻止、インフレ圧力の緩和、等の面において重要な役割を發揮した。

流通業は就業、就業人口の吸収において基礎的な役割を發揮している。予測に基づけば、

重工業部門に一人の労働力を配置する場合、10000 元の固定資産が必要となる。同様に、軽工業の場合は 6000 元が必要となる。これに対し、流通業においては 1 万元について 10 人以上の就業人口を配置することが出来る。産業構造の調整に伴い、特に農業労働力の転移に伴い、流通産業における就業人口は益々拡大し、とりわけ労働集約型の卸売小売・飲食業は、労働力就業の主要なチャンネルとなっている。2000 年以後、卸売小売・飲食業の年間就業人口は平均で 200 万人となり、社会における就業人口の 6.52%を占め、目下のところ、流通業の就業人口は 5 千万人を超え、非農産業の中では製造業に次いで、二番目の就業部門に成長している。

流通は生産と消費の間の架け橋であり、流通を通じて消費レベルと製品の品質を向上させることが可能となる。経済の発展に伴い、中国の人々の消費需要は正に物質的なものを中心とする、衣食の足りた温飽型の消費段階から、精神、サービス、文化等の非物質的なものを中心とする、生活に少し余裕のある小康型の消費段階へと転換しており、商品の消費に占める部分が減少する一方、サービスの消費に占める比率が上昇している。住居、自動車、情報通信、旅行が新たな消費の成長ポイントとなっている。流通の仲介作用は消費と生産を密接に関連させると共に、消費者の製品に対する需要・嗜好も流通部分を通じて生産者にフィードバックされ、生産者が不断に製品の品質を改善し、消費者の需要を満足させることを促している。

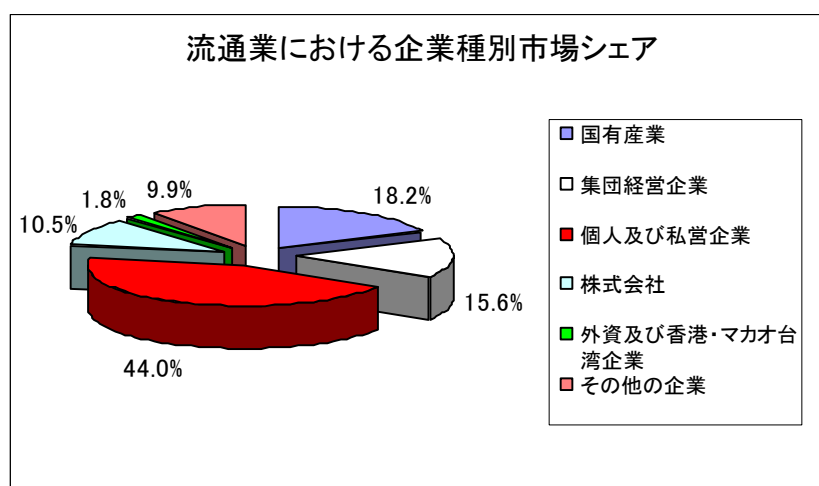
4) 流通業は一国の総合的な経済力と社会の発展レベルを反映

流通業はサービス業の重要な構成部分であり、流通業は有形の製品を提供すると共に、無形のサービスを提供することで社会的生産と生活における様々なレベルの需要を満たしている。また、生産部門が生み出す物質的製品の価値を実現すると共に、「サービス」自身が生み出す価値を付加する、重要な経済部門でもある。現在、サービス業の GDP に対する貢献率は益々高まっており、世界的にサービス業の占める比率は 60%を超えており、先進国では 75%以上となっている。目下、中国の GDP において第三次産業の占める比率は 30%程度であり、流通業の第三次産業に占める比率は 25%程度と先進国に大きな遅れをとっている。先進国の発展経験を見ると、工業化が一定のレベルに到達する際、必ず流通が近代化される段階を経ている。例えば、日本はかつて 60 年代に連続して 3 つの流通の近代化を推進する 5 年計画を打ち出し、工業化をさらなる発展を促している。また、韓国も 70-80 年代においてこうした手法に倣い、流通産業のレベルを大幅に向上させており、それは自国経済の競争力の強化、輸出主導型発展戦略の実現において積極的な役割を果たした。中国の現段階の経済レベルから見ると、商品流通業は第三次産業の主体であり、発展のための重要な推進力となっている。社会主義市場経済システムの確立と完備に伴い、第三次産業の発展を加速することが産業構造の発展に必然的な趨勢であり、流通産業の率先的な発展はまた第三次産業を牽引することとなる。こうしたことから、流通業の発展は一国の国力を見極める基本的な指標であり、一国の総合的な経済力と社会の発展レベルを集中的に反映するものとなって

いる。

(4) 基本的に形成されている多元的市場主体による競争形態

中国の商品流通体制は過去 20 年の改革を経て、国有商業が市場を独占する硬直した流通構造が打破され、多元的市場主体による競争が基本的に形成されている。改革開放の当初、国有と集団商業による経営額は、社会商品流通総額の 90%以上を占めていたが、現在では私営、個人、中外合弁、外資、パートナーシップ企業の占める比率が 70%近くとなり、既に流通業の主体となっている。

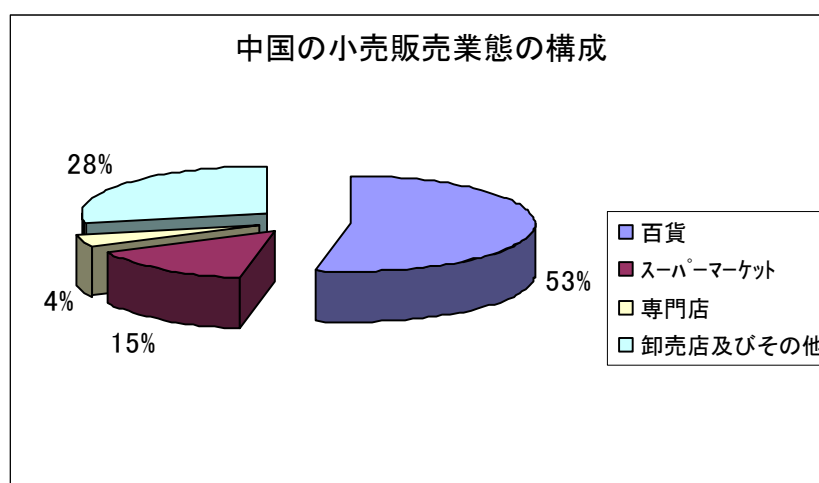


統計によれば、今世紀の初めにおいて、国有企業の市場シェアは 18.2%に減少し、集団経営企業も 15.6%に減少する一方、個人及び私営企業が 44%、株式企業が 10.5%、外資及び香港・マカオ・台湾企業が 1.8%、その他の企業が 9.9%に上昇した。中国チェーン経営協会の調査結果によると、2004年のチェーン企業トップ 100の小売販売額中、投資主体別の比率は国有企業 45%、民営企業 32%、外資 23%であった。現在、民営企業と外資の比率が不断に上昇し、若干の地方においては既に中心的な地位を占めるに至っている。大型国有商業企業は既に多元的株式制改革を基本的に実現しており、対外開放に対する商品流通の範囲と進度も引き続き拡大している。また、外資の小売販売業は中国市場に急速に進出している。現在、国有資本が資本参加し、親会社となる大型の株式制商業が主導し、民営商業が主体となり、外資導入を特徴とする多元的な経済により発展される商品の流通市場構造が徐々に形成されており、多元的市場主体による競争形態が不断に進化・発展している。

(5) 急速に発展する新しいタイプの業態と現代的流通方式

商業流通の分野は過去の伝統的単一的な百貨業的スタイルから様々な業種が並存するスタイル、公平な競争、共同发展といった状況に発展している。伝統的経営方式が徐々に改革され、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、専門販売店、倉庫式ショッピングセンター等の新たな業態が急速に成長している。

2004年、全国の限度額以上のチェーン販売企業数の店舗総数は5.49万軒で、2003年末と比べ26.5%増加した。また、小売販売額は4510億元で、2003年末と比べ30.2%増加した。2004年末の時点において、中国のフランチャイズ・システムは既に2000件を超え、世界のトップに位置し、加盟店舗数は12万軒、従業員数は180万人となっている。



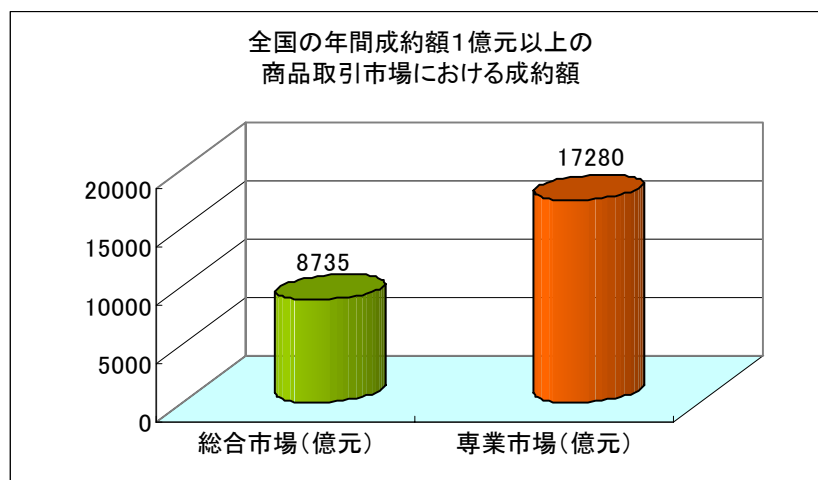
1990年以降、電子ビジネス、チェーン経営、物流配送、フランチャイズ経営に代表される現代的な流通が急速に発展した。統計によると、2003年の中国の電子ビジネスによる取引額は合計2756億元で、2000年と比べ2.5倍に増加した。電子ビジネスの発展は既に商品市場における新たな成長軸となっている。チェーン経営は、20世紀90年代初めに立ち上げられ、十数年の発展を経て既に小売販売業、飲食業、サービス業において普遍的に採用される経営方式、組織形態となっている。また、力強いバイタリティーと発展の潜在力を示し、企業合併、資産の再構築、資本参加或いは商標、商号、経営管理技術の輸出、フランチャイズ経営の発展等の方式を通じて、既存のチェーン企業の規模を拡大すると共に、チェーン経営の範囲をさらに拡大し、一層その勢力を拡張するに至っている。

先物取引に代表される新興の商品取引方式の登場は、流通の手段を極めて豊富なものとした。1992年10月、中国の先物市場が深圳で取引をスタートして後、近年では取引の品種は徐々に増加し、銅、アルミ、天然ゴム、大豆、小麦等の主要な大口原材料や農業製品の先物取引を基礎と

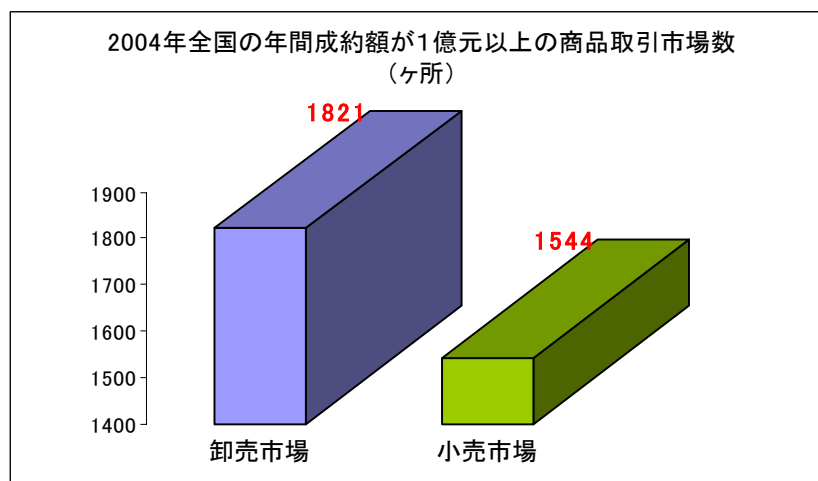
しながら、燃料油、綿花等の新たな取引商品も相次いで上場されている。統計資料によると、1994年から2004年までにおいて、全国の先物取引市場は年率34.7%のペースで成長しており、2004年の先物取引額は14兆元を上回った。流通業の発展に伴い、若干の流通企業では企業改革を実現し、現代的な企業制度を確立し、グループ化による発展を歩んでいる。電子ビジネスは流通企業において幅広く応用され、中国の物品コードセンターのサンプル調査結果によると、2003年において、全国の62.7%の小売企業において地域ネットワークを構築し、38.8%の小売販売企業がネット上において商品情報を公開し、17.9%の小売販売企業がネット上における販売サービスを提供している。小売販売企業は普遍的にPOS(販売時点情報管理システム)、MIS(管理情報システム)、EDI(電子データ交換)等の現代的情報技術を導入しており、企業の情報化と管理レベルは明らかに向上している。

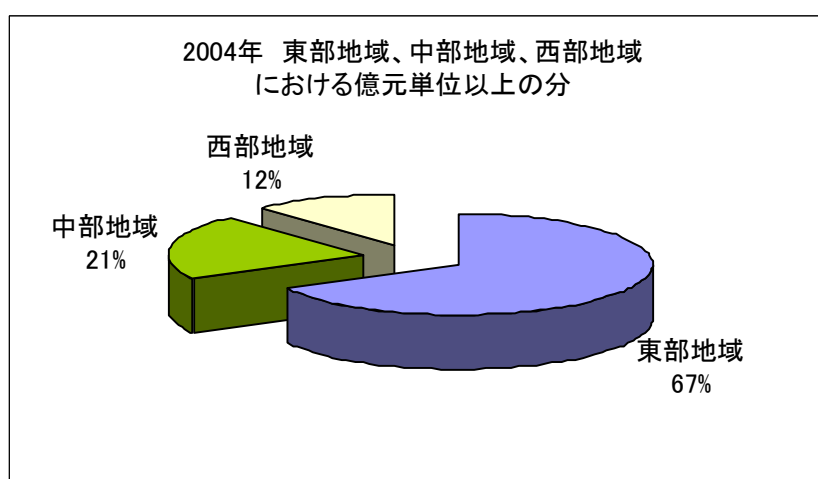
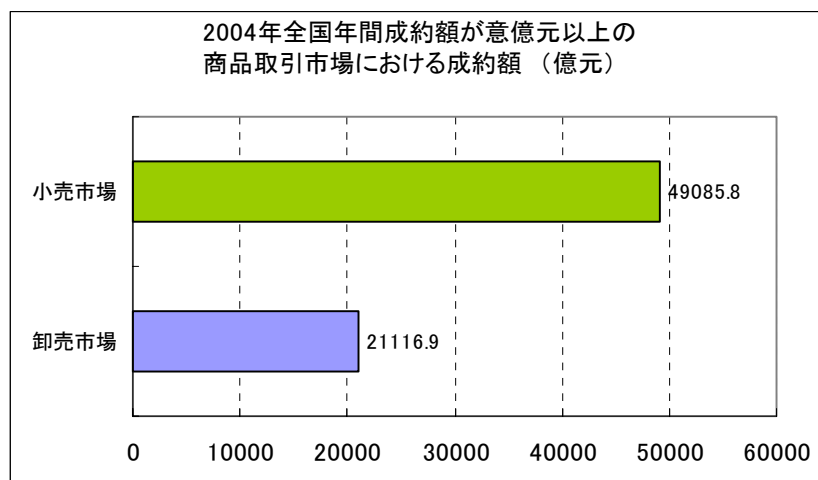
(6) 不断に発展する市場システム建設

社会主義市場経済システムの確立と不断の完備に伴い、商品取引市場は大幅な発展を達成し、要素市場と各種の無形の市場も誕生するようになった。資本市場、労働市場、広告市場、サービス仲介市場、オークション市場、ネット市場、等がゼロの状態から登場すると共に、徐々に発展するようになった。また、先物取引等の新たな取引形式も登場し、価格発見や価格形成において一定の役割を發揮している。卸売、小売市場を中心とする様々な経営方式が並存する商品市場取引システムは既に初期的な規模に成長していることに加え、専門化の趨勢が一層明らかになってきている。2004年において、全国の年間成約額が1億元以上の商品取引市場は3365ヶ所に達し、取引額は26102.7億元であった。この内、各種の総合市場の数は1563ヶ所で、成約額は8735億元であった。また、各種の専門市場の数は1789ヶ所で、成約額は17280億元であった。商品取引市場における専門化経営の特徴はさらに明確となっており、取引の方式と手段が段階的に規範化され、卸売経営を中心とする市場の発展速度は、小売経営を中心とする市場のそれを上回っている。



2004年において、億元単位以上の卸売市場の数は1821ヶ所で、成約額は21116.9億元、前年比25.5%増加し、億元単位市場における成約額の80%をしめた。また、小売市場の数は1544ヶ所で、成約額は49,085.8億元、億元単位市場の成約額に占める比率は20%に及ばなかった。地域別に見ると、2004年における東部地域、中部地域、西部地域における億元単位市場の数は、それぞれ2274ヶ所、697ヶ所、394ヶ所で、成約額もそれぞれ20,686.6億元、3,426.3億元、1,979.8億元、前年比それぞれ22.2%、12.3%、30.2%増加した。





中国の商品取引市場の発展を全体的に見た場合、東部地域の経済発展の速度が速く、経済総量の規模も比較的大きいほか、商品取引市場も比較的発展していると共に、一定の程度において商品取引市場の発展方向をリードしている。中、西部地域の経済発展レベルは東部地域に比べ相対的に低いが、経済の構造調整のペースが加速し、国家による西部地域の開発政策が実施されるに伴い、中、西部地域の経済発展は徐々にかなり急速な発展段階を迎えており、中、西部地域の商品取引市場の発展の加速化に有利な条件が提供されるようになっている。

近年、中国の商品市場建設のペースは加速し、大都市と中心的都市における商品取引市場システムと機能は不断に完備され、中心都市においては農業製品の中心卸売市場システムや工業製品、大口の生産飼料の卸売市場システムが形成されるなど、中心都市の商品集散能力と輻射能力は不断に強化されている。商品市場を主とし、生産資料市場、先物取引市場、要素市場、各

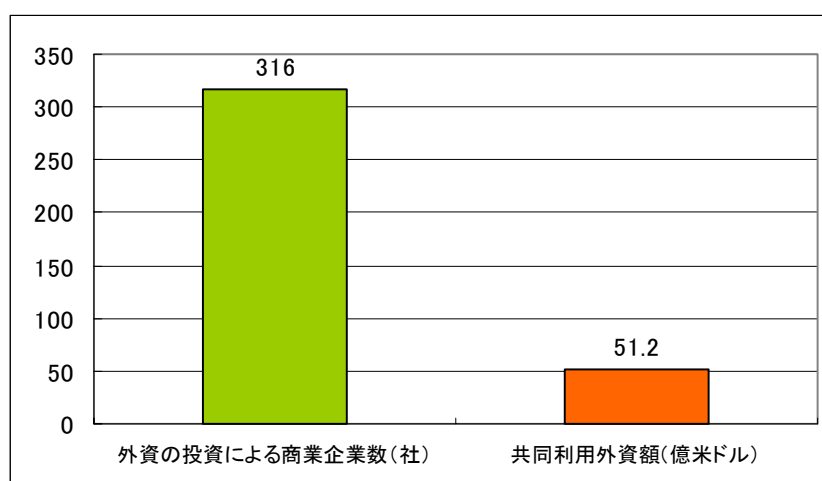
種の無形の市場によって補完される現代的な流通市場システムが既に確立され、消費製品、生産資料、農業製品、各種の特殊商品を内に含む有形無形の市場、先物市場、現物市場、卸売市場、小売市場、都市市場、農村市場がお互いに発展する様々なレベル、種類、形式に亘る商品市場システムが初歩的に確立されている。

2004年 中国の億元単位以上の商品取引市場の状況

類別	市場の数(カ所)	露天数(カ所)	営業面積(m ²)	成約数(億元)
全国	3365	2229818	12477.5	26102.7
総合市場	1563	1309300	4611.6	8735
専業市場	1789	912730	7833	17280
その他の市場	13	7788	32	87

(7) 不断に向上する対外開放の規模とレベル

中国は 1992 年から国内の小売市場を外国企業に開放している。外国企業が小売商業企業に投資する地域は既に全国各省の省都・都市、直轄市、経済特区に拡大している。統計に基づけば、目下、世界の小売企業の大手 50 社の内、既に 70%が中国市場に進出し、中でもウォルマート、カルフルー、メトログループ等は既に一定の規模に達している。外資の卸売市場への進出ペースは加速しており、国家統計局の 2003 年末の統計によると、卸売業に投資する外資企業は 531 社(香港・マカオ・台湾企業は 199 社)で、資産総額は 915 億元、2003 年に実現した販売総額は 231.2 億元であった。1984 年に米国のフェデラル・エクスプレス(FedEx)が中国の物流業に進出したが、現在では同社の内地サービスの対象となる都市は 202 都市に達している。2001 年に米国のユナイテッド・パーセル・サービス(UPS)は中国に直行する権利を獲得している。現在、外資流通企業は独資を主としており、東部の発展地域における中心都市と大型の総合都市等を主な投資先としている。

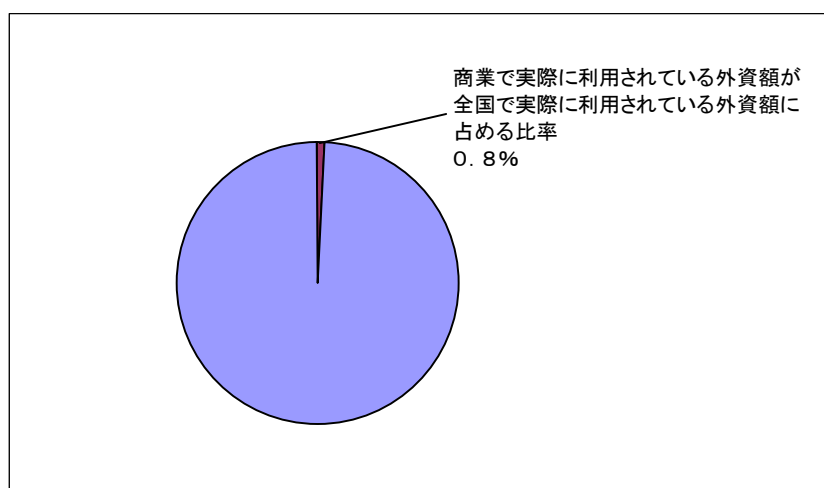


商務部の統計によると、2004 年末までの時点で、中国政府が設立を認可した外商の投資による商業企業数は合計 316 社で、共同利用外資額は 51.2 億米ドル、開設した店舗数は 5366 軒、営業面積は 828.6 万平方メートルに達している。2003 年には既に 6 社の外資商業企業が全国のトップ 30 のチェーン企業にランクインし、販売額も 30 社の総販売額の 18.3% を占めた。今後、外資商業企業の市場シェアはさらに上昇することが見込まれる。流通分野の対外開放は海外資金を吸収しただけでなく、先進的な経営理念、流通方式、営業販売技術を導入させ、中国の流通の近代化を促進させた。この他、外資の投資による商業企業は中国国内において調達センターを設置し、中国を世界的に重要な物流センターとして位置付け、中国において大量の消費製品を調達し、グローバルな販売ネットワークを提供することで中国製品の輸出を拡大している。2004 年のウォルマートの中国における調達・輸出額は 180 億米ドルであり、カルフルーは 30 億米ドル、メトログループは 26 億米ドルとなっている。

2004 年までの流通業における対外開放状況

項目	合計	商業	石油化学	自動車
外商の投資による商業企業数(社)	316	302	4	10
共同利用外資額(億米ドル)	51.2	45.35	4.52	1.33
開設店舗(軒)	5366	3903	1451	12
営業面積(万㎡)	828.6	828.6		

2004年に商務部が公布した『外商投資商業領域管理規則』においては、さらに踏み込んで外資の商業企業に対する投資が緩和化された。中国のWTO加盟に際しての約束に基づき、数量、株式権利、地域、経営商品の種類等の面における規制について、一段と外商の商業企業に対する投資を緩和化した。目下、中国の外資の商業的利用は比較的低いレベルに留まっており、実際に商業に利用される外資額は全国で実際に利用される外資総額の0.8%となっている。外商の投資による商業企業の小売販売額が全社会の消費製品の小売販売総額に占める比率も3%に満たない。上海、北京等の外商が集中している都市であっても、外資の小売販売額の比率は10%前後を占めるに過ぎない。こうしたことから、中国が外商による商業投資を吸収する潜在力は、さらに大きな可能性を有している。

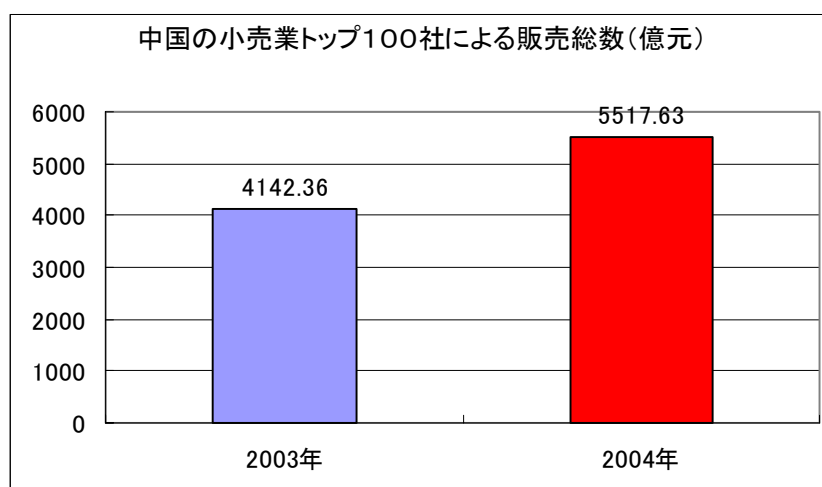


(8) 次第に進化する流通企業の制度改革

流通サービス業は最も早く市場改革を行った業界であり、国有の大型流通業は所有権制度を中心とする改革が不断に進展したほか、現代的企業制度を確立する要求に依拠して、コーポレート・ガバナンスの構造が完備すると共に、企業組織の形式と経営メカニズムの転換がなされた。現在、国有の大型商業企業は株式会社制度による改造を経て、多元的投資主体が発展し、資本運営を通じて企業合併、リストラクチャリング(企業再編)が行われているだけでなく、既存の流通ネットワークが拡大し、徐々に電子情報技術、物流配送技術等の現代的技術手段が企業の経営過程に導入され、商業のオートメーション化、現代化が段階的に推進されるようになってきている。目下、深圳と上海の両市では、商業企業は企業全体の10%前後を占めている。統計データによると、共同した企業再編により中国の大型流通企業の成長が加速し、流通の組織化の程度が不断に向上している。2004年の中国の小売販売業トップ100社による販売総額は5517.63億元で、2003年のトッ

プ 100 社による販売総額を 33.2% 上回ったほか、各社の平均販売額も 2003 年のトップ 100 社の場合よりも 13.7 億元増加した。目下、中小の流通企業が流通の主体であり、全国の流通企業総数の約 99% 以上を占めている。中小の流通企業については、株式合作制度（従業員持ち株制度）、請負リース、販売等の方式を通じて、基本的に自由な企業活動が行われている。

(9) 重大な変化を遂げた政府による管理方式

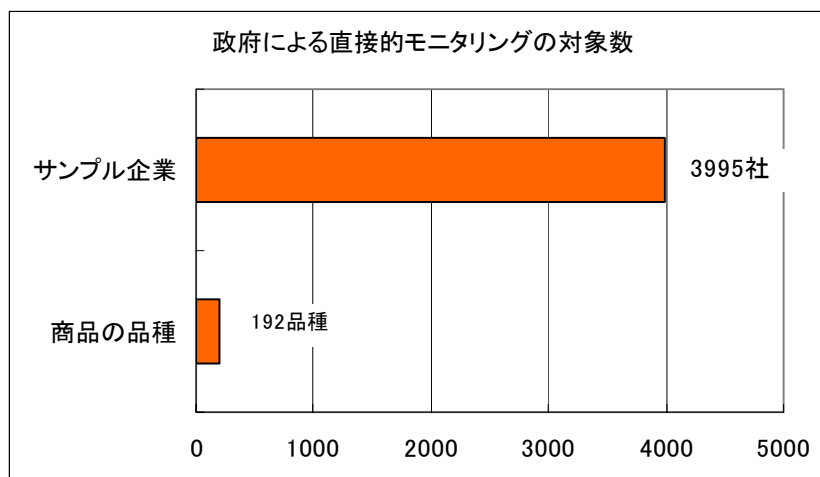


政府の役割が変化したことに伴い、政府の流通業に対する管理方式も大きく転換した。それまでの政府の計画手段を主とする直接的調整・コントロールから、経済的、法律的手段の総合的運用を主とする間接的調節・コントロールへの転換がなされ、税収、利率、貨幣、財政等の経済的手段、経済的テコの運用を通じて、市場の需給関係が調整されるようになった。こうした変化は主に、政府の流通及び物流の基礎的インフラに対する投資の増加したこと。また、市場モニタリング・システムを確立し、穀物等の特殊商品に対する中央備蓄制度を確立したほか、資金封鎖、市場の需給に基づく調節を行い、市場の価格を安定させたこと、さらに、重要商品に対するリスク基金、価格調節制度等を設置し、国民生活において重要な商品の市場における供給バランスを保障し、流通企業にとって良好な政策と市場環境を整備したこと、等に表れている。

近年、政府は流通の基礎的インフラに対する資金投入を拡大させており、中心都市、交通の要所等における商品集散センターを巡り、一群の商品備蓄倉庫、大型農業副産物卸売市場、物流配送センター等の新しい流通設備を建設している。同時に、流通企業が従来型の物流設備を更新することをサポートし、政策を制定して商業ネットワーク・ポイントに関する発展計画を強化することで、商業ネットワーク・ポイントの配置を合理的なものとしている。2005 年に商務部と国家開発銀行は、「商務部、国家開発銀行が流通業の開発的金融協力を支持する協議」を締結している。同

協定は、国家開発銀行が500億元に上る政策的貸出を行い、大型の流通企業が都市と農村を結ぶ現代的な流通ネットワークの基礎的インフラを建設することを、専門的に支援するものとなっている。特に、大型の流通企業の物流配送センター、情報システム及びコンピューター・ネットワーク、都市と農村を結ぶ流通ネットワークの新規建設、改修・拡張建設等のインフラ設備と技術的改良プロジェクト及び流通企業の買収・リストラクチャリングを支援する内容となっている。

商品市場の運営に対するモニタリング・システムが確立されたことにより、政府の市場に対する調整・コントロール能力が増強された。目下、直接的にモニタリングされている商品の品数は、105種類から192種類に増加し、サンプル企業の数も3000社から3995社へと拡大した。また、600種類の消費製品と300種類の生産手段の供給状況を調査・分析する方法も完備されている。市場に対する調整・コントロール制度と機能は日増しに万全なものとなり、中央、地方の各レベルにおける重要商品に対する備蓄制度も段階的に確立されてきている。2005年には、全国25の省において既に地方的備蓄制度が確立され、2004年度と比べて7つ増加している。備蓄の対象となった品数は、肉類、穀物、野菜、化学肥料、農薬、洪水時の救済物資、等23品数となっている。



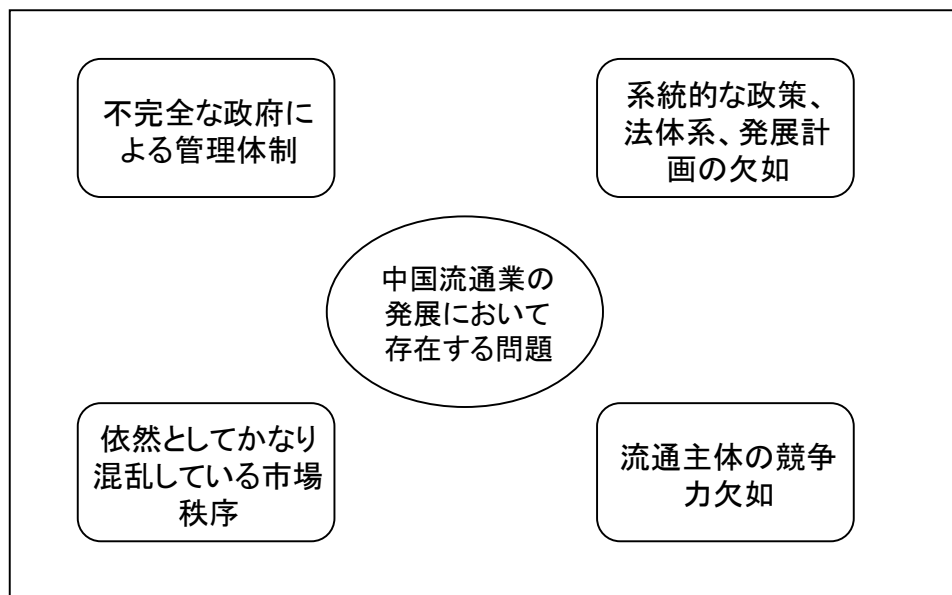
(10) 進展を遂げる法体系の建設、さらに規範化される流通秩序

商品流通市場の法律体系の枠組みは既に初歩的な段階に達している。また、商品市場の法制化のプロセスが速められ、市場流通に関する法律・法規の整理作業が整えられる過程において、110件の法律文書が廃止される一方、「反不正競争法」、「オークション法」、「ダンピング行為の禁止に関する規定」、「商品市場の登記管理規則」、「チェーン店経営の管理規則」、「小売販売の業態分類における規範的意見」、「フランチャイズ経営の管理規則」、「穀物流通の管理条例」等の一連の法律・法規と政府部門の規則が相次いで公布された。これにより法律に基づく市場の管理、

競争の奨励、市場経済の運営に適応する法律体系の枠組みが初歩的に整えられ、市場の規範的発展が促されることとなった。WTO の規則には、さらにサービス分野の市場を開放することが記されているが、2004年に公布された「外商の商業分野投資における管理規則」により、外商の投資による商業企業に対して、数量、株式権利、地域、取引商品の品種等の領域における制限が一層緩和化されている。2004年に商務部が公布した「全国流通業の発展綱領」では、中国の流通業の発展における4つの重点が提起されている。即ち、第一に、消費製品、生産手段、農業製品、市民生活のサービス市場を主とする現代的な商品流通システムを構築する。第二に、チェーン経営、現代的物流、電子ビジネスを代表とする現代的な流通システムの発展を推進する。第三に、モニタリングの精度が高く、反応が迅速で、随時市場の運営に対する調節・コントロールが行えるモニタリング調整・コントロールシステムを確立する。第四に、独占に反対し、市場における十分な競争を促進することを核心とし、国内・海外貿易に対する一元化された市場流通の法律体系を確立する、というのがその内容である。

本年、関係部門では流通の市場秩序を整備・規範化する作業に対する取り組みを強め、商品と生産要素の自由な流通を阻害する地方及び部門の規則制度を整理し、部門により分割され、地方により封鎖されるという状況を打破していくことで、全国的な統一市場の確立を加速化させると共に、各種の企業が公平な競争出来る環境を整備する。こうした重要な措置は、主に次に挙げるようなものである。財政政策、行政審査等の分野においてチェーン企業に対して便宜を提供する。競争メカニズムを導入し、サービスのレベルを向上させる。信用貸出、財政的な利息控除、税収の調節を運用し、特定項目のための発展基金等を設置することを通じて重要商品の備蓄倉庫、大型の農業生産品の卸売市場、社会的な物流センター、公共サービスに関する情報ネットワーク、電子ビジネスのプラットフォーム等のインフラ設備の建設をサポートする。企業に対する信用システム、市場運営のモニタリング・システム、ビジネスに対する信用システム、食品の安全基準検査システムの確立を加速化する。コピー商品の製造、販売を徹底して取り締まり、消費者の合法的権益を保護すると共に、食品・薬品に関する安全管理と知的所有権の保護を強化する。また、海賊版による著作権侵害に対する取り締まりを通じて、流通秩序を一段と規範化していくと共に、流通業の健全で秩序のある、規範化されバランスのとれた発展を促進していく。

2. 中国流通業の発展において存在する問題



中国の流通業は 20 年余りの改革開放による建設と発展を経験し、大きな成果を収めてきたものの、先進国との間にはまだまだ大きな較差が存在している。中国の流通業の発展には若干の問題が存在し、それが業界の全体的レベルの向上を制約している。これらの問題は主に流通体制の不完全性、流通分野における法律、行政法規、基準の未整備、社会的信用システムの未整備、市場秩序における規範性の欠如、現代的流通業の発展の遅れ、流通企業における競争力の欠如、流通の国民経済に対する貢献度の低さ、等の面において現れている。

(1) 不完全な政府による管理体制

現在、商務部が流通業の主管部門であることを除き、国家発展改革委員会、農業部、工商局、品質検査局等の政府部門・委員会が全て商品の流通管理に関係しているため、状況が煩雑で、効率も低下している。部門の利益を重視し、部門間のバランスが欠如しているため、互いに責任を押し付けたり、反目しあったりといった現象が度々引き起こされ、作業効率の低下を招いている。政府機構の配置状態は合理的なものでなく、機能も重複し、政府の管理機能の優位的配置、配置不足、配置ミス、行政による独占、地域的封鎖といった状況が依然として存在し、現代的市場システムの建設を制約している。その他、若干の政府機構においては、経済、法律的手段の運用に精通せず、過度に行政的手段に依頼して市場の調節・コントロールを行い、企業の投資経営活動に対してもかなり頻繁に直接的に関与する等、企業が本当の意味で市場の主体となることを妨げて

いる。こうしたことから、政府の市場経済活動における職責範囲を合理的に確定しておく必要がある。政府は経済的調節と市場の監督・管理をしっかりと行うと共に、社会的管理と公共サービスにもっと力を入れ、マクロ経済活動に対しては、過度の直接的に関与する状況を根本的に改めなければならない。また、機構の配置を完備し、機能の分業を明確にし、法律に基づく行政を推進すると共に、外部の監督体制を強化し、政府の自己抑制メカニズムを完備していくことが求められる。

(2) 系統的な政策、法体系、発展計画の欠如

目下、流通業における立法作業は相対的に遅れており、流通市場の発展に必要な若干の法律、法規の面においては依然として空白が存在し、法律の体系は未整備な状態となっている。既に公布された法律・法規には細則がなく、運用性にかなり問題を抱えており、法律・法規の効力を低下させている。法が存在していても法に依拠せず、法を執行してもそれが徹底されないといった問題が依然として存在している。特に、地方や部門の利益にからむ法律には拘束力が不足しているため、市場秩序の混乱や市場競争の環境に欠けるといった問題を招く結果となっている。現在、流通の法律体系は既に流通業の発展の要求に応えることが出来ないものとなっている。

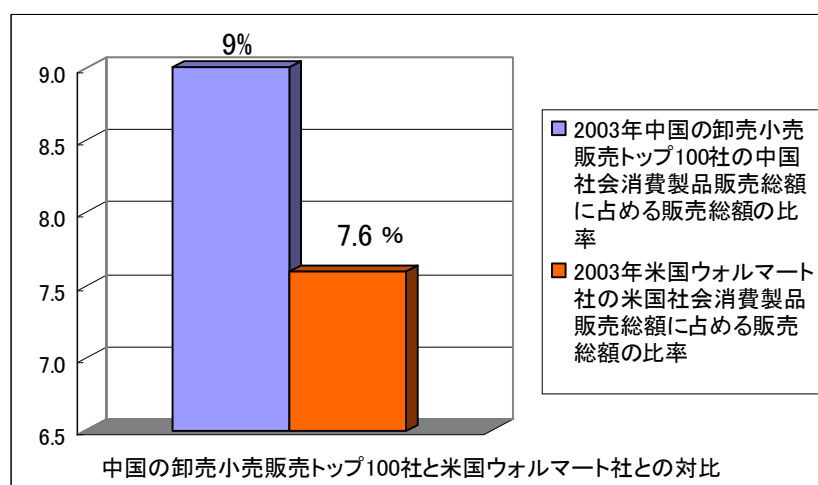
近年、中国の流通業は急速な発展を成し遂げたが、流通業には全体的な発展計画がない。そのことは、マクロ調節・コントロールの不足、盲目的な投資、重複的建設、外商の規則違反による店舗開設等の問題において比較的突出した形で現れている。例えば、流通設備の開発と投資の面において、流通規模の拡大に伴い、大型の現代的経営設備、物流配送設備が相対的に欠乏している。また、新たに建設された都市のコミュニティーや都市においては、利便性や多機能なサービスを提供することを主とする新しい商業的サービス設備の開発が往々にして投資者に無視され、そこから大型の従来型の流通設備に対する過度の開発と重複建設が行われる一方、小型で利便性のある商業的流通設備に対しては資金の投入が不足するという現象が生まれている。こうしたことから、若干の地域においては、大型商業ネットワーク・ポイントの建設構造がバランスに欠け、整合性のない、機能が重複するものとなると同時に、現代的卸売取引センター、物流センター、配送センター、倉庫の建設等の発展が緩慢となる結果を招いている。その他、商品市場の発展が地域的に偏っているため、経済的に発展している東部沿海省が多くの小売販売ネットワーク・ポイントを有し、発展も速く、相対的市場シェアも大きいものに対して、中、西部地域では、小売販売企業の数が少なく、発展も緩慢で市場シェア率が少ない状況となっている。また、別の面から見ると、都市と農村における市場発展の格差が広がっている。都市における市場の発展は速いものに対して、農村における市場の発展は比較的緩慢となっている。

(3) 依然としてかなり混乱している市場秩序

政府による不断の整理が行われたにも関わらず、流通市場の秩序は依然として混乱しており、市場の取引においては様々な法律や道徳規範に違反する行為が存在している。特に、商業的信用システムの整備が未だになされておらず、コピー商品や劣悪商品が幅を利かし、商業的詐欺が深刻な問題となっているほか、品質、衛生安全に関する問題も際立ってきている。例えば、偽粉ミルク、毒の入った酒、偽酒等により消費者の健康と生命の安全が損なわれる事件が時々発生し、流通業の健全な発展を大いに阻んでいる。

地域的封鎖と地方の保護主義も依然として深刻な問題である。若干の地域や部門では、地方や部門の利益に配慮し、行政的手段により商品の自由な流通を制限している。特に、自動車、アルコール類、タバコ、薬品、化学工業製品等の利潤が高い産業において地域的封鎖が突出している。地方、部門による保護主義の存在は、公平な競争による市場環境の形成を阻むほか、社会主義市場体制下の統一的開放に対して不利であり、市場システムの確立を阻害するものとなっている。

(4) 流通主体の競争力欠如



先進国と比較した場合、中国の流通の主体には競争力が欠けている。それは主に、流通企業の規模が小さいこと、集約化の程度が低いこと、国際化の程度が低く競争力が弱いこと等に表れている。中国国内の1700万余りの流通主体の中で、単体で経営されている個人商が全体の流通に占める比率は93%に上るのに対し、販売額が億元単位以上の大型の流通企業の数僅か200社余りに過ぎない。2003年の中国の卸売小売販売業トップ100社の販売額は4129.8億元で、全社会消費製品小売販売総額の僅か9%を占めたただけであった。これに対し、世界最大の小売販

売企業である米国のウォルマート社の 2003 年度の販売額は、2630 億米ドルに達し、米国の同年の全社会消費製品小売販売総額の 7.6%を占めた。中国で最大の流通企業である上海百聯集團の 2003 年度の販売額は 921 億元で、これはウォルマート社の同年度販売額の 4.2%を占めているに過ぎない。また、流通企業の現代化レベルは高くないほか、企業の経営管理レベルも低く、流通の効率もかなり低いものとなっている。2003 年の中国トップ 500 社の商業企業流動資金について見ると、その年間平均資金回転速度は僅か 2.4 回であるのに対し、先進国の少雨業企業の資金回転率は、最高で毎年 20 回に達している。中国の流通企業が情報化建設に投入する資金は、販売額の 0.1%から 0.3%であるのに対し、海外では一般的に 1.2%から 2%である。6.8%の流通企業だけが電子ビジネスを行い、ネットワークを利用して販売、調達、決算を行っているのは僅か 10%で、先進国に遥かに及ばない状態である。流通の主体における競争力の欠如は、既に中国の流通業の発展におけるボトルネックとなっており、企業合併を通じて現代的企業制度の導入を通じて大型の流通企業を建設し、それにより外資との競争を図ることが急務となっている。

付属文書：

2004 年全国小売販売トップ 100 社の販売総額、小売販売総額の統計

2004	企業名	業種	販売総額	小売販売総額		
番号			千元	比率± %	千元	比率± %
1	百聯(集團)有限公司	百貨店/スーパー/ コンビニ	67627140	22.46	67627140	22.46
2	国美電器有限公司	家電専門店	23878860	34.25	23878860	34.25
3	大連大商集團有限公司	百貨店/スーパー/ コンビニ	23084920	26.96	15035460	12.46
4	蘇寧電器連鎖集股份 有限公司	家電専門店	22107640	79.55	22107640	79.55
5	家樂福(カルフル・ 中国地域各企業)	スーパー	16240500	20.87	16240500	20.87
6	北京華聯集團投資控 股份有限公司	百貨店/スーパー	16000000	17.65	16000000	17.65
7	上海永樂家用電器有 限公司	家電専門店	15849100	62.37	15849100	62.37
8	蘇果超市有限公司	スーパー/コンビニ	13880000	44.89	13880000	44.89
9	農工商超市(集團)有	百貨店/スーパー/	13703000	10.68	13703000	10.68

【中国編】

	限公司	コンビニ				
10	北京物美投資集團有限公司	スーパー/コンビニ	13276740	56.11	13276740	56.11
11	三聯商社股份有限公司	家電専門店	13255800	24.17	13255800	24.17
12	重慶商社(集團)有限公司	百科/スーパー/コンビニ	13113150	17.97	9062498	21.57
13	好又多管理諮詢服務(上海)有限公司	スーパー	12000000	155.29	12000000	155.29
14	華潤万家有限公司	スーパー	11014437	6.69	11014437	6.69
15	天津一商集團有限公司	百貨店	10079595	25.07	1438271	28.43
16	江蘇五星電器有限公司	家電専門店	3978900	83.65	3978900	83.65
17	広州百貨企業集團有限公司	百貨店	9072810	5.09	7202230	6.75
18	新一佳超市有限公司	スーパー	8500410	44.07	8500410	44.07
19	天津勸業華聯集團有限公司	百貨店/スーパー/コンビニ	8041240	11.38	4005300	11.12
20	武漢武商集團股份有限公司	百貨店/スーパー/専門店	7859510	11.78	6468646	10.85
21	江蘇文峰大世界連鎖發展股份有限公司	スーパー/会員制ショッピングスーパー/会員制ショッピング/専門店	7642621	33.67	5118165	44.39
22	ウォルマート(中国)連鎖超市有限公司	スーパー/会員制ショッピング	7635420	30.47	7635420	30.47
23	易初蓮花(中国)連鎖超市有限公司	スーパー	7394050	39.91	7394050	39.91
24	合肥百貨大樓集團股份有限公司	百貨店/スーパー/コンビニ	73000000	16.12	33000000	32.64
25	家世界連鎖商業集團有限公司	スーパー	72235390	37.05	72235390	37.05
26	上海大潤發有限公司	スーパー	70391938	28.20	953759	17.69
27	錦江麦德龍現購自運	スーパー	6364450	13.23	6364450	13.23

【中国編】

	有限公司					
28	人人樂連鎖商業(集團)有限公司	スーパー	6200130	92.93	6200130	92.93
29	武漢中百集團股份有限公司	百貨店/スーパー/コンビニ	6087690	34.59	3995485	32.54
30	北京王府井百貨(集團)股份有限公司	百貨店	5870670	23.30	5870670	23.30
31	北京京客隆超市連鎖集團有限公司	スーパー/コンビニ	5237740	12.74	5237740	12.74
32	利群集團股份有限公司	百貨店/スーパー/コンビニ	5105025	48.65	3257322	31.82
33	重慶百貨大樓股份有限公司	百貨店	4881704	9.31	3481882	10.19
34	武漢中商集團股份有限公司	百貨店/スーパー/コンビニ	4578410	24.76	4223571	32.81
35	山東銀座商城股份有限公司	百貨店/スーパー/専門店	4421640	42.55	4421640	42.55
36	江蘇無錫商業大廈集團有限公司	百貨店	3925364	1.49	3589963	2.85
37	上海豫園旅游商城股份有限公司	百貨店	3813443	26.93	2343471	11.18
38	江蘇時代超市有限公司	スーパー	3678690	35.75	3678690	35.75
39	山東家家悦超市有限公司	スーパー/会員制ショップ/ディスカウント店	3536900	52.60	3536900	52.60
40	上海欧尚超市有限公司	スーパー	3511780	62.65	3511780	62.65
41	山濰坊百貨集團股份有限公司	百貨店/スーパー/コンビニ	3392520	35.75	3392520	35.75
42	上海家得利超市有限公司	スーパー	3198000	33.25	3198000	33.25
43	北京一商集團有限責任公司	百貨店	3178627	-9.41	988237	-34.71
44	安徽商之都有限責任	百貨店/スーパー	3031791	57.95	2575008	45.47

【中国編】

	公司					
45	南京中央商場股份有限公司	百貨店	2877471	13.77	2798483	15.58
46	長春欧亜集団股份有限公司	百貨店	2826140	22.65	2826140	22.65
47	深圳天虹商場有限公司	百貨店/スーパー/ コンビニ	2822693	66.99	2822693	66.99
48	湖南友誼阿波羅股份有限公司	百貨店/スーパー/ 専門店	2807835	19.67	2595110	18.40
49	深圳百佳超級市場有限公司	スーパー/コンビニ	2749960	25.66	2749960	25.66
50	天津濱集團有限公司	百貨店	2723858	-9.29	1251926	- 45.82
51	石家莊北国人百集團 有限責任公司	百貨店	2696309	34.14	2696309	34.14
52	成都紅旗連鎖有限公司	スーパー/コンビニ	2463100	11.90	2463100	11.90
53	濟南人民商場股份有限公司	百貨店	2312580	23.85	2312580	23.85
54	成都人民商場(集團) 股份有限公司	百貨店	2307270	38.76	2182601	44.92
55	河南通利量販有限公司	スーパー/コンビニ	2278790	5.25	618170	29.52
56	北京新燕莎控股(集團) 有限責任公司	百貨店/スーパー/ コンビニ	2264010	29.51	2264010	29.51
57	北京西单友誼集團	百貨店/スーパー/ コンビニ	2155338	18.24	2154221	24.34
58	北京超市發連鎖股份有限公司	スーパー	2141130	12.97	2141130	12.97
59	步步高商業連鎖股份有限公司	百貨店/スーパー/ コンビニ	2117000	52.30	2117000	52.30
60	中興一瀋陽商業大廈 (集團)股份有限公司	百貨店	2061509	13.68	2018388	14.67
61	寧波三江購物俱樂部 有限公司	スーパー	2049740	27.98	2049740	27.98

【中国編】

62	上海可的便利店有限公司	コンビニ	2049740	29.18	2049740	29.18
63	山東新星購銷總部	百貨店/スーパー/ コンビニ	2000000	11.11	2000000	11.11
64	南京華誠超市有限公司	スーパー/コンビニ	1965170	18.50	1965170	18.50
65	主聯商業集團有限公司	スーパー/コンビニ/ ディスカウント店	1963496	-0.33	1963496	-0.33
66	広州市広百股份有限公司	百貨店/家電	1925450	19.86	1925450	19.86
67	杭州大厦購物中心	百貨店	1885325	16.21	1885325	16.21
68	上海捷強煙草管理 (集团)連鎖有限公司	スーパー/專業店	1855690	5.22	1855690	5.22
69	西安開元商城有限公司	百貨店	1764476	12.00	1764476	12.00
70	鄭州丹尼斯百貨有限公司	百貨店/スーパー/ コンビニ	1725550	35.21	1725550	35.21
71	遼寧興隆百貨集团	百貨店	1704700	27.22	1704700	27.22
72	上海徐家彙商城股份有限公司	百貨店	1660861	16.85	1658741	16.78
73	南京新街口百貨商店 股份有限公司	百貨店	1648429	-1.15	1408394	-2.53
74	深圳歲宝百貨商店股份有限公司	百貨店/スーパー	1635630	29.00	1614850	33.85
75	瀋陽商業城股份有限公司	百貨店	1632279	21.24	1520175	16.59
76	青島維客集团股份有限公司	百貨店/スーパー/ コンビニ	1531809	45.81	1531809	45.81
77	浙江人本超市有限公司	スーパー/コンビニ/ ディスカウント店	1505000	24.59	1505000	24.59
78	北京城鄉貿易中心股份有限公司	百貨店	1503520	6.70	1503520	6.70
79	北京翠微大厦股份有限公司	百貨店	1475582	36.22	1475582	36.70
80	成都百貨大楼集团有	百貨店	1473003	-3.61	1141263	0.32

【中国編】

	限公司					
81	長春百貨大樓集團股份有限公司	百貨店	1410042	-5.29	1410042	-5.29
82	唐山百貨大樓集團有限責任公司	百貨店	1400966	39.98	1241283	37.34
83	広州友誼商店股份有限公司	百貨店	1372359	16.78	1372237	16.79
84	北京廉美連鎖商業股份有限公司	スーパー/コンビニ	1370000	61.94	1370000	61.94
85	南昌百貨大樓股份有限公司	百貨店	1349989	20.32	1053210	25.06
86	南昌洪城大廈股份有限公司	百貨店	1325844	38.48	1171912	50.84
87	広州吉之島天貿百貨有限公司	百貨店	1306204	25.95	1306204	25.95
88	河南八方電器有限公司	家電專業店	1283000	-5.66	354000	-6.23
89	上海良友金伴便利連鎖有限公司	コンビニ	1277670	15.88	1277670	15.88
90	百大集團股份有限公司杭州百貨大樓	百貨店	1271523	7.78	1271523	7.78
91	河南金博大購物中心有限公司	スーパー	1263040	15.03	1263040	15.03
92	福建新華都購物廣場有限公司	百貨店/スーパー	1213880	139.17	1213880	139.17
93	杭州解百集團股份有限公司	百貨店	1198330	-6.24	1019381	-7.56
94	漯河双彙商業連鎖有限公司	コンビニ	1185860	20.99	1185860	20.99
95	新疆友好(集團)股份有限公司	百貨店	1180889	7.85	1180889	7.85
96	河北保龍倉商業連鎖經營有限公司	スーパー	1150000	9.52	1150000	9.52
97	広東天河城百貨有限公司	百貨店	1134459	17.27	1134459	17.27

【中国編】

98	山西華宇商業發展股份有限公司	スーパー	1125260	37.51	1125260	37.51
99	賽特購物中心	百貨店	1105235	13.82	1105235	13.82
100	北京北辰實業股份有限公司北辰購物中心	百貨店	1062903	-8.29		

第2章 中国流通業の発展環境とトレンドに関する予測

1. 中国流通業のマクロ的発展環境

国内と海外の経済環境が示すところによると、中国の経済発展は供給量の欠乏を解決することを主要な目標としており、数量の増加、総量の拡張を主な特徴する段階は既に基本的に終了している。粗放型の経済成長方式も日増しに継続していくことが困難となってきた。今後も経済を発展させていくためには、新たな思考を有することが必要であり、必ず科学的な成長観を確立すると共に、経済の構造を優越的にレベルアップすることに着目し、経済構造の戦略的調整を行なわなければならない。また、国民経済の全体的資質と効率を向上させ、経済と社会の持続可能な発展を実現していかなければならない。

中国は巨大な発展の潜在力を有する国家である。過去 20 年余りに亘り急速な経済成長を維持してきたものの、中国の一人当たり平均所得は依然として非常に低いレベルにあり、世界で 110 番目に位置している。中国の都市化率は 43% しかなく、人口の半数は工業化によってもたらされる都市文明を直接的に享受する機会を持たない。13 億の生活レベルを向上させるための強い願望、都市化と工業化による大きな発展の可能性は、将来の中国経済の発展に大きな需要をもたらすものとなる。国務院発展研究センターが中国の経済成長の可能性と見通しに対して行った分析と予測結果によると、「第 11 期五年計画」の時期(2006-2010 年)における中国の GDP 年平均成長率は 8% 程度を持続し、今日のレートで計算した場合、2010 年の一人当たり平均所得レベルは 1700 米ドルに達し、2020 年には一人当たり平均所得レベルは 3200 米ドルを超えると考えられている。

今後の中国経済の発展過程において、国際環境の影響は益々大きなものとなる。中国は資源賦存のバランスがとれていない国である。労働力資源は豊富であっても耕地、水、鉱物資源等の自然資源が相対的に欠乏している。経済の総量が不断に拡大するに伴い、海外資源に対する依存度が不可避的に上昇することとなる。中国は国際的分業の末端に位置しており、自らの刷新能力を高める努力を行うと共に、先進的技術の導入が中国の将来の技術的進歩の重要な基礎となる。こうした基本的な国情から、中国は開放による発展の道を拡大し、経済のグローバル化に積極的に参加することを通じて、自国の発展を推進するしか歩む道がない状況となっている。

日増しに成長する中国経済は、世界に対しても大きな影響を与えるものとなっている。中国は既に世界第三位の貿易大国であり、近年、中国の世界の貿易と経済成長に対する貢献度は益々高まっている。中国に対する輸出の増加は、多数の国家にとって経済成長の主要な要因となっている。WTO のメンバーとなって以後、中国は新たな貿易交渉に積極的に参加し、より開放的で、一

段と自由で、一層安定したグローバルな貿易システムの建設に取り組んでいる。発展途上国でありながら、中国の外貨準備高は既に 6000 億米ドルを超え、累計の対外投資額も 377 億米ドルとなり、将来的投資先としての中国の潜在力が初歩的に垣間見られるようになっている

(1) リスクが増加し、競争が激化する国際的経済環境

目下、中国は複雑で変化の激しい国際経済環境の中にあり、リスクは大きくなり、競争も激化している。但し、世界経済環境における三つの基本的趨勢については、短期間内に変化することはない。

第一に、経済のグローバル化の趨勢が強化される。経済のグローバル化における制度的基礎は、「グローバル経済の市場化」或いは「市場経済のグローバル化」にある。国際経済組織、特に多国籍企業の急速な成長は、経済のグローバル化を加速させる重要な組織的原動力となっている。

第二に、情報技術を核心とする新たな科学技術革命が急速に進展する。これは必ず生産、生活、消費のスタイル、企業の経営方式、政府の管理方式等に対して大きな影響を与えるものとなる。

第三に、グローバルな産業構造調整のテンポが加速化し、国際的競争がさらに激しくなる。新たに起こる世界の産業構造に対する大規模な調整局面においては、中国は産業構造の優越的レベルアップを急がなければならず、若干の分野については、垂直的分業による序列から水平的分業による序列へと移行し、比較優位を引き続き維持すると共に、改革と発展のプロセスを加速化させていかなければならない。

経済のグローバル化の趨勢に適応するために、中国は開放の拡大を通じて、改革と発展を推進する戦略を採用してきた。過去四半世紀の期間内において、中国は閉鎖的な発展状態から急速に世界経済システムに組み入れられてきた。1993 年以後、中国は一貫して海外の直接投資を最も多く吸収する途上国であり、中国の安定した政治情勢、質の高い低廉な労働力、完備されたインフラ設備、膨大な国内市場により海外の投資家を吸収してきた。多国籍企業は対中国投資を通じて中国における販売を拡大するか、或いは労働集約型製品の加工輸出基地を建設してきた。最新の見積もりによると、海外の直接投資の存量は 2600 億米ドルに達するとされている。海外の直接投資は大々的に中国の対外貿易を発展させ、中国の対外輸出総額は 1978 年の 206 億米ドルから、2004 年には 1.15 万億米ドルにまで増加し、世界第三位となった。この対外輸出額の内、外資が投資した企業による輸出は全体の半数を上回っている。

1) 引き続き進展する経済のグローバル化の趨勢

経済のグローバル化とは、商品、サービス、情報、生産要素等の国境を越えて流動する規模が不断に拡大し、その形式も不断に発展する中で、各国が国際分業を基礎にして、世界的規模で資源の配置効率を高めていくプロセスを意味する。経済のグローバル化が進展するに伴い、各国間の貿易、投資、生産要素等の流動する範囲が拡大し、そのことが各国経済の

相互依頼のレベルを日増しに深めると共に、世界各国の経済生活に大きな影響を与えるようになってきている。人類社会が新世紀の世界経済の発展を歩むことについて見てみると、世界経済の発展のペースに伴って、経済のグローバル化の潮流がその独自の方式により全世界を猛烈な勢いで席卷していることに気付かされる。

第一に、国際経済組織の努力により経済のグローバル化にとって良好な発展環境が整えられたほか、先進国の多国籍企業の活動が依然として経済のグローバル化による発展の主要な原動力となっている。また、技術的進歩、情報やネットワーク技術の発展も経済のグローバル化を促している。IMF、世界銀行、WTO は世界的レベルで商品の貿易障壁を削減する一方、段階的にサービス貿易分野を開放し、投資の利便化を実現する努力を懸命に行っている。WTO は 2001 年 11 月にカタールの首都であるドーハで開催された第 4 回大臣クラス会議において、新たな多国間貿易交渉をスタートさせた。今後の交渉結果は、必ず WTO 枠内の商品貿易、サービス貿易、投資活動にとってさらに多くのチャンスをもたらすものとなる。

第二に、先進国の多国籍企業はその資本、技術上の独占的優勢を利用して、企業の利潤を最大化すると共に、生産、経営、研究・開発等の活動をグローバルなレベルで展開している。多国籍企業は海外での直接投資を通じて、完成し標準化された段階にある技術を世界の各地に輸出すると共に、各国間の経済的交流や世界的産業構造の移行プロセスを大いに加速させ、国際分業の発展を進化させている。

第三に、ハイテク技術である。特に情報やネットワーク技術の開発と応用は、各国間の距離を大幅に縮小させ、情報、資金の移転をさらに迅速なものとしている。

第四に、地域経済の一体化した発展と経済のグローバル化が相互に補完する関係となっていることである。EU は現在、新たな加盟国の受け入れ、その地域経済グループの勢力範囲の拡大し、その世界政治経済における地域を高めることに奔走している。20 世紀の初めにユーロは誕生したが、現在では既に米ドル、日本円と肩を並べる世界的な通貨となっている。2002 年にユーロの対ドルレートが大幅に引き上げられたことで、ユーロは重要な貿易、投資の通貨に発展した。これに対し、東南アジア諸国では 1997 年に起こった金融ショックの洗礼を受けた後、経験と教訓を総括した上で、目下のところ、健全な経済発展の道を歩んでいる。

2) 加速する地域経済の一体化のプロセス

地域経済の一体化は、世界経済の発展の必然的結果であり、現代の社会生産力の発展と生産関係の変化の客観的反映であり、客観的要請である。地域経済の一体化は経済のグローバル化の進展に伴い不断にその発展がレベルアップする。世界各国の間には生産力のレベル、経済構造等の面において大きな較差が存在しており、完全なグローバル経済の一体

化を達成するのはまだ先のことである。20 世紀 50 年代以後、地理的に接近した若干の国家や地域が、経済協力の強化を通じて、リスクコストや機会資本の最小化と利益の最大化を模索するため、一体化のレベルがかなり高い地域経済協力組織或いは国家グループを構築するようになった。その後、半世紀も経ない間に、地域経済協力には二度の波が起こった。最初の波は 20 世紀 50-60 年代において起こり、1956 年に成立した EC (欧州経済共同体) をシンボルとする。二回目の波は 20 世紀 90 年代初頭に起こり、その際のシンボルは欧州統一市場の形成、北米自由貿易協定 (NAFTA)、アジア太平洋経済協力会議 (APEC) の誕生であった。

20 世紀 90 年代末期になると、世界の地域経済の一体化が急速に発展するようになり、三回目の波が起こるようになり、それは今日に至っている。今回の波の特徴は、地域貿易協定であり、特に二国間 FTA が世界の各地で誕生していることである。WTO の統計によると、2003 年 5 月までの時点で、世界の WTO/GATT における貿易協定の数は、既に 265 件を超えており、その中の 190 件の協定については既に発効しているほか、138 件の協定は 1995 年 1 月 1 日以後に締結されたもので、大部分が二国間 FTA に属するものとなっている。また、2005 年までに正式に発効する地域貿易協定の数は、既に 300 件に達している。

3) 加速する技術的進歩と産業の高度化

前世紀中期に起こった新たな科学技術革命は、世界の技術進歩と経済発展に非常に大きな影響を与えた。ハイテク技術の急速な発展、新興産業の継続的発展、科学技術成果の商品化、産業化周期の大幅な短縮は、人類社会の生産力を空前の発展に導いた。新たな世紀においては、科学的発見や技術の発明により、特にハイテク技術及びその産業化がさらに加速することにより、科学技術と経済の結合がより緊密となり、世界の発展と人類文明の進歩が大いに推進されることが予測される。こうした情勢の下、科学技術の進歩とイノベーションを加速化し、ハイテク技術を発展させ、産業化を実現することは、世界各国が直面する共通の課題となっている。

過去 10 年余りにおいて、経済のグローバル化は急速に進展した。その新たな重要な特徴として、科学技術のグローバル化の趨勢が現れ、それが不断に強化されたことが挙げられる。科学技術のグローバル化とは、技術とイノベーション能力が大規模に国境を跨いで移動することを意味する。また、科学技術の発展に関連する要素はグローバルなレベルで優越的に配置され、科学技術能力の中の益々多くの部分が国境を跨いでグローバルなシステムを形成すると共に、各国の科学技術の発展が相互依存関係を不断に強化するようになる。科学技術のグローバル化は技術的発展と産業的分業構造により決定される。科学技術のグローバル化は主として市場の力によって導かれるプロセスであり、このため、必然的に「Win Win」(互いに利益を得る関係)が前提となる。つまり、技術を所有する側が技術の国際移転が自国での独

占的利用よりも利益があると判断し、かつ技術を受け入れる側も外部の技術を組み入れた方が単に自国の技術に依拠するよりも大きな競争力があると判断した場合において、科学技術のグローバル化が引き起こされるのである。それが意味するところは、科学技術のグローバル化は、グローバルなレベルで科学技術資源の配分効率を高めているということである。

こうした環境において、各国は利用可能な外部技術資源を大幅に増加させている。グローバルな技術を効率的に活用出来るかどうかは、一国の産業競争力や経済成長の状態に影響を与える重要な要素となっている。近年、比較的多くの海外の技術資源を導入、活用している若干の発展途上国において、力強い成長の勢いや産業をレベルアップする能力が示され、中にはこれらの技術を発明し所有している先進国を上回る実績を挙げているケースも出てきている。先行する国家と比べて、条件が比較的良好な若干の発展途上国については、今後の発展において、「後発の利益」がいつそう明確に現れてくる可能性がある。独自に研究・開発する技術と技術移転により技術の獲得という主な二つの獲得手段のほか、これらの発展途上国は、多国籍企業が導入する技術を利用する、コア技術を所有する海外企業を買収合併する、海外における研究開発センターを設置する、技術開発連盟を設立する、第三者の研究・開発・設計機構に技術開発を委託する、等のより多くの手段により外部の技術資源を獲得することが可能である。

4) 各国間の競争が激化し、貿易摩擦も頻繁となる

目下、世界の主要な先進国の間では消費需要の側面において大きな較差が存在している。また、主要な経済グループ間における貿易の不均衡が激化するようになっている。こうした二つの要因が反ダンピング、反補助を主要な形式とする保護貿易主義の増加を招いている。WTOの統計データによると、1995年にWTOが正式に運営を開始してから2004年6月までにおいて、各加盟国は合わせて2537件の反ダンピング調査を発起しており、これは世界が貿易摩擦の多発期に入ったことを示している。貿易摩擦の増加は、経済のグローバル化の趨勢が激化する中、世界の経済と貿易が発展しているという一つの重要な表れでもある。こうした貿易摩擦は先進国家間で起こっているだけでなく、発展途上国間、及び先進国と発展途上国の間においても起こっている。但し、目下の国際貿易における衝突と矛盾は依然として主に貿易大国間のものであり、新興貿易国家である中国も、当然、他国からの反ダンピング、反補助の重要な対象となる。但し、国際的経験に基づけば、米国、欧州、日本の間の所謂「貿易戦争」が度々引き起こされても、相互の経済的交流が中断したことのないのである。国際貿易は常に摩擦と争いがあり、その中で国益バランスが均衡するポイントが模索され、国際貿易の絶え間ない前進が推し進められている。こうしたことから、他国が中国に対して行う反ダンピング、反補助については、中国は理性的に対応し、平静さを失ってはならない。

5) 各国の産業発展の要である流通サービス業

商品流通業の経済発展における重要性については、二つの側面から簡単に述べる事が出来る。まずは商品流通業の経済的役割からみると、商品流通業は生産と消費を結びつける橋渡しであり、生産メーカーと広大な消費者の間の架け橋である。各種の経済関係はこの架け橋に頼っている。また、社会の再生産に対してもこれを制約し、決定する役割を有している。さらに、商品生産の前提条件でもあり、最終部分でもある。次に、商品流通業の経済に対する貢献度及びその戦略的地位から見ると、グローバルな経済の商品化、貨幣化の程度の高まりに伴い、商品流通業の戦略的地位は益々重要なものとなってきており、今後は需要を満足させる方向から需要を創出する方向へと転換すると共に、市場を開拓することで国家経済において主導的な産業へと成長することが見込まれる。特に、20世紀の最後の20年間において、電子情報技術に代表されるハイテク技術が急速に発展したことにより、市場の国際化のレベルが分野、規模、速度のいずれの分野においても急速に進展するに至った。インターネットや電子ビジネスは、グローバルな規模において、商品・サービスの提供者と消費者との間の取引を、顔を合わせることなくして成立させている。貨物貿易と国際資本市場も急速に発展している。その他、金融、電子通信、コンピューターサービス等の知識型、ハイテク技術型の産業やサービス部門が急速に発展している。サービス業の生産値は急速に増加し、以前、生産に附属していた伝統的地位から分離され、新たな巨大市場を形成するようになっていく。市場の国際化におけるこうした新たな進展は、世界の各国をして流通サービス業の発展に力を注がせている。統計によると、目下、専心国の流通サービス業がGDPに占める比率は一般的に60%以上であり、その内、商業の経済発展に対する貢献度は10%–15%となっている。これに対し、中国では僅か8.3%となっている。

(2) さらに優勢となる国内的発展環境

過去20年余りの改革開放と発展を経て、中国国内の経済環境には三つの大きな変化が引き起こされた。

第一に、中国の生産力レベルがレベルアップし、商品の欠乏状況が基本的になくなると共に、市場の需給関係に大きな変化が引き起こされた。現在、農業製品、工業消費製品、主要な生産手段については、初歩的な柄買い方市場が形成されている。

第二に、社会主義市場経済体制が初歩的に確立され、市場体制は資源配置の面において日増しに基本的な役割が明確に発揮されているほか、経済発展の体制的環境においても重要な変化が引き起こされた。

第三に、全方位型の対外開放の状況が基本的に確立され、開放型経済が急速に発展しているほか、経済関係に重要な変化が引き起こされた。中国経済の対外貿易依存度は既に40%近くとなっており、外資による投資が多く産業分野に及び、30万社近くの外資企業は既に国際市場競

争をかなりの程度国内化させている。WTO 加盟は中国が積極的、主体的なグローバル経済に参加する上で重要なステップであり、中国の対外開放が新たな段階、より高いレベルに入ったことを示している。

1) 経済及び社会の環境、消費の環境

目下、中国経済は新たな成長の周期の中にある。今回の成長は、国民の消費構造が全面的に少し生活に余裕のあるレベルへと向かう中から推し進められたものであり、そこでは都市住民の居住、労働条件の全面的改善、大量の農民の市民への転向などが含まれている。また、その本質的意義は、人々の生活レベルが衣食の満たされたレベルから大幅に向上したことにある。中国の目下の一人当たり平均 GDP は既に 1000 米ドルを超え、中国の工業化も中後期の段階に突入している。消費構造のレベルアップによりもたらされた産業の高度化と激しい構造的変動の結果、巨大な市場需要が形成されるようになった。新たな成長により、工業化と都市化が緊密に結合され、都市化のプロセスが加速化している。また、それにより巨大な発展の可能性も形成されるようになっている。これと同時に、自動車、住居、通信及び観光といった若干の新しいタイプの消費については、産業に関連する効果があり、非常に重要で明らかな特徴は、「エスニック的」であるという点にある。この成長の特徴は局部的、短期的な作用といった要素では説明できないものであり、中国経済のあらゆる分野における成長によるものであると言える。その他、中国経済の発展と世界の産業構造の調整に伴い、国際的産業、資本が次々と中国に転移した結果、中国が海外投資家のパラダイスとなり、世界でトップの投資先となっている。中国は現在、世界の製造業が注目するところとなっており、世界の製造業の中心として邁進している。また、それにより生み出された輸出は、過去連続3年高い成長を維持しており、こうした点も今回の経済成長の重要な特徴の一つである。

2003 年下半期から、中央銀行 121 号文書の公布に示されるように、中央政府は経済の過熱化現象を調整するため、一連の政策措置を相次いで打ち出した。目下のところ、一定の成果が得られたとすることが出来る。政府は今回、マクロ的調整・コントロールの過程において、経済、法律、行政的手段を総合的に活用した。今回のマクロ的調整・コントロールの狙いは、構造的調整を行い、体制とメカニズムを改革し、経済の成長方式を転換すると共に、経済生活における不安定、不健全な要因を取り除き、穏やかで速いテンポの経済発展を維持することに置かれた。

消費の面においては、長年に亘り、農民の消費不足が一貫して消費市場の起動を抑制する重要な要因であった。しかしながら、2004 年に穀物価格が上昇し、国家の直接的補助政策が実施され、また農民の税負担が軽減されたことから、農民の収入が大幅に増加した。国家統計局の数値が示すところによれば、2004 年上半期において、中国農村の一人当たり平均現金収入は 1345 元、実質増加率は 10.9% で、前年同期比 8.4 ポイント上回る増加ペースであった。これは 1997 年以後の収入増としては最も良い一年であり、その増加幅は年の実質増加率(8.7%)を上回るものであった。農民の収入増加は消費支出の増加をもたらし、8 月には県及び県以下の社会消費製品の小売販売額は 1442 元となり、前年同期比 11% 増加した。

2) 体制及び政策の環境、法制の環境

第16期第3回中央全体会議の精神の全面的実施に伴い、中国経済の発展における制度的環境は徐々に完備された。社会主義市場経済体制の確立と完備を図る重要な措置として、2004年7月16日に国務院は投資体制改革に関する決定を正式に発布した。この改革措置は構造的調整、改革の進化、経済成長方式の転換に対して積極的な役割を果たすものとなる。これと同時に、外商の投資と海外投資に関する管理が改善されたことにより、対外開放がさらに有利な状況となっている。また、海外と国内の二つの市場、二種類の資源を上手に利用することで、経済発展の可能性がさらに大きなものとなっている。

中国共産党は、非公有制経済の人々が中国の特色のある社会主義事業建設者であるとの論述や第16期3中全会における「二つの揺るぎない」の重要精神、及び「憲法」において、個人財産の保護を明確にすると共に、相次いで非公有制経済の発展を支援・促進させる政策的措置を打ち出し、社会の富の源泉を十分に行き届いたものとする環境を創出している。また、非公有経済を発展させるための体制的環境を大幅に改善し、安定した状況の構築を目指している。

行政の審査・批准制度の改革は順調に進んでおり、2004年8月の第10期全国人民代表大会常務委員会第11回会議においては9件の関連法律の修正案が採択された。国務院の各部門においても取り消しされ、調整された審査批准プロジェクトは、1806件に上り、審査・批准案件総数の50.1%に達した。審査・批准事項が多くて冗濫する状況は明らかに変化し、科学的で民主的な政策決定メカニズムが徐々に確立されるようになっている。

中国の現代的流通方式の発展を推進していくため、国家は既に一連の文書や措置を制定している。例えば、国務院弁公庁が元国務院体制改革弁公室、元国家経済貿易委員会に転送した「チェーン経営の発展の促進に関する若干の意見の通知措置」(国務院弁公庁発[2002]49号)、国家発展改革院会等9部・委員会が発布した「我が国の現代的物流業の発展の促進に関する意見」(発展改革委員会運行[2004]1617号)、「国務院弁公庁の電子ビジネスの発展の加速化に関する若干の意見」(国務院弁公庁発[2005]2号)等がそれである。目下、現代的流通システムにおいて現れている新たな状況や新たな問題について、国家の関係部門は積極的に協力し、発展を促進する関連政策や措置の制定を行っている。例えば、目下、商務部では「流通業の発展の促進に関する若干の政策的意見」を検討・制定しているが、その主な政策は流通企業の改革をサポートすることに関する政策、流通企業のインフラ設備に対する投入、商業用地の合理的計画等の問題に及んでいる。目下、文書は既に国務院の名義の下で全国に発布され執行されている。この他、商務部では国家開発銀行と協議し、2005年から国家開発銀行が政策的資金貸出を行うと共に、特定プロジェクトを通じて、大型の流通企業が都市と農村間において現代的流通ネットワーク・インフラ設備を建設することを支援している。この特定プロジェクトには主に流通企業の物流配送センター、情報システム、

都市・農村間の流通ネットワーク・ポイントの新規建設、拡張建設、企業の買収合併などが含まれている。

3) 技術的環境

技術が日進月歩する時代において、流通組織や商業の営業販売方式にも重大な変化がもたらされている。バーコード・システムに引き続いて、更に先進的なRFID技術が既に英国等の国家のスーパーにおいて普及・使用されている。RFID(radio frequency identification)は、一種の無線周波数を識別する技術で、製品に標識を与える手段である。その知能化のレベルはバーコード・システムを上回っている。この技術は小売販売商やサプライヤー商に大量のユーザー需要に関する情報を提供することが可能となっている。また、CRM技術の発展、各種の応用ソフトの改善とレベルアップにより、これまでの企業と顧客、消費者との関係モデルに根本的な変化が引き起こされるようになり、双方の交流チャンネルが大幅に拡大された。ネットワーク技術分野における不断の発展により、様々な種類と機能を備えるサービス項目が登場している。新たな時代においては、インターネット技術は衛星を通じたものとなり、世界はさらに緊密化されることになる。こうした技術的環境の中、流通企業はグローバルなレベルにおいて、支店業務を統一的に管理することができるほか、需要と供給の双方をネットワーク上で協議させ、需要に応じたサービスを提供する等、流通の効率と競争力を大幅に向上させることが可能となる。

2. 中国流通業の発展トレンドに関する予測

21世紀の経済は流通主導型の経済である。流通の概念、内容は革命的に変化し、これまでにない発展の趨勢が表れている。

第一に、流通に与えられた要素に根本的な変化が起きた。

これまで流通において与えられた要素は、有形で、ハード的なものが主であった。例えば、有形の商品、有形の貨幣、有形の資産等がそれである。現在、多数の無形で、ソフト的で、一層高いレベルの形態の要素が流通に導入されるようになってきている。例えば、無形の商品、無形の貨幣、無形の資産等である。もともと実物の流通を主な主体とした商品流通は、商品流通、物流、情報流通、価値流通等に分化するようになったほか、現物取引や先物取引等に分化するようになった。

第二に、流通に国際化、社会化、情報化、多元化といった時代の特質が表れるようになった。現代の流通は既に国境を超えるようになり、あらゆる国家の生産と消費は世界的なものとなっている。従来の流通が容量、密度、規模、速度において制限を受けていたため、本当の国際化を実現することが出来なかったのに対し、現代の流通はハイテク、ハイレベルなインテリジェンス、現代的な営業販売手段を用いて、あらゆる国家を国際的流通の軌道に乗せている。生産の社会化、情報の社会化は流通における一切の物的・非物的キャリアを益々社会化させている。流通の社会化は、流通に取り込まれたあらゆる流通物が一体となって作用した必然的結果である。情報が流通に取り込まれたことは、最も活力を生む要素であり、情報化は既に一国を抜け出し、グローバル化した経済を結びつけるものとして、現代の流通の特徴を最も示すものとなっている。

第三に、生産と消費が日増しに融合し、周辺領域の境界線が益々曖昧になった。

社会の生産力が加速的に発展し、科学技術の刷新のペースが益々速くなっていることにより、あらゆる交換可能な要素が流通のカテゴリーに含まれるようになってきている。産業革命時代の生産過程と流通過程が相対的に独立していた形態が徐々に姿を消し、社会の分業と取引が流通の「ふくろ」に飲み込まれるようになった。

第四に、流通組織の形態に革命的变化が起きた。

流通革命は、従来の生産分野における利潤を流通中の小売分野へと移転させ、市場の需要を出発点とすると共に、即時的な消費需要を満足させ、潜在的な消費需要を開発し、斬新な需要を作り出すことにより、新たな流通組織の形態を構築している。第一に、社会化した物流の配送システムを確立させ、3PL (third-party logistics) を要とするサプライ・チェーン、販売チェーンを組織させると共に、新しいタイプの小売システムを再構築させた。第二に、一群の大型の多国籍流通企業グループを組織させ、チェーン方式、フランチャイズ等の形式、現代的な管理手段により企業の組織コストを最小化させ、企業の限界生産ラインを極大化させた。第三に、各種の新たな経営形態、スーパー市場、倉庫型ショッピングセンター、コンビニエンス、専門店、無店舗型販売等の新型の業態を生み出し、これらを大々的に発展させた。

世界の流通業に見られるこうした発展の趨勢は、中国の流通業においても既に若干表れており、今後、中国の改革開放が更なる進展に伴い、こうした趨勢が徐々に中国の流通業の発展に取り込

まれていくことになる。この他、目下の中国の流通業の発展の現状とレベルに基づき、今後、中国の流通業に以下に述べる発展趨勢が現れることが予測される。

(1) 流通業は今後も急速で安定した発展を維持

流通業は国民経済に関係する重要な産業であり、流通業の発展は国民経済の持続性、一定の成長テンポ、バランスのとれた健全な発展を促進していく上で、重要な役割を有している。目下、中国の流通業における改革開放は既に新たな段階に突入しており、この新たな段階において重要な目印となるのは、中国の商品市場の需給構造に根本的変化が起きていることである。過去 20 年余りの持続的で急速な経済発展を経て、商品市場は既に総体的に欠乏した状態から過剰な状態に変化すると共に、売り手市場から買い手市場へと転換し、市場の需給の経済発展に対する拘束力は益々強くなっている。2004 年末までの時点において、中国の輸出入総額は既に 1 兆米ドルを超過し、世界第三位の貿易大国となり、国際的な貿易摩擦に遭遇する機会も益々多くなっている。

こうした背景の下においては、現代的流通の発展を通じて、国内の有効な消費需要を拡大することが中国経済の発展の基本的立脚点となることは疑う余地がない。

国民経済の運営という側面から見れば、現代的流通は経済の運営速度、品質、効率・利益を決定する重要な要素である。中国経済は過去 20 年余りに亘り持続し、急速な経済発展を実現してきたが、経済運営の効率と利益については十分なレベルに達していない。その主な理由は、現代的流通の発展が遅れていることにある。社会の分業の細分化と生産効率の向上に伴い、製品生産が占める時間は平均で 10%以下に減少し、90%以上の時間が流通分野において占められている。現代的流通を大いに発展させることは、国民経済の発展テンポの加速化、低いコスト、高い効率による運営を促進させると共に、経済成長方式を転換する上でも有利となるものである。

内需の拡大、市場の活性化、人々の生活レベルの向上といった側面から見ると、現代的流通は最も利便性があり、スピーディーな方式を通じて消費需要を実現している。市場の最前線に位置する流通は、消費との関係が最も密接となっている。国家の繁栄、都市の繁栄は、まず市場と流通の活性化において表れる。

「3 つの農業問題」の解決、都市と農村との間の格差の縮小といった角度から見ると、現代的流通は重要な役割を果たしている。農村における現代的流通システムの確立を加速化することは、農業の増産、農民の収入増加の促進、「3 つの農業問題」の解決、都市と農村との間の格差の縮小にとって重要な意義を有している。流通の社会主義市場経済における重要性をしっかりと認識しなければならない。社会主義市場経済体制のプロセスを完備することとは、即ち流通の発展を加速化するプロセスであり、現代的流通を理解しないことは即ち社会主義市場経済を理解しないことになるのである。現代的流通を大いに推進し、現代的消費需要を育成し、引き出していくと共に、

現代的流通により現代的生産を動かし、国民経済の持続する、テンポの速いバランスの取れた健全な発展を促進していくことが必要である。

中国の今後の国民経済の発展において、流通はこのように重要な位置を占めている。こうしたことから、今後、流通産業のリーディング産業としての役割は益々突出したものとなり、中国経済の新たな成長ポイントとなることは間違いない。これと同時に、政府も今後は一連の政策を打ち出していくことで、流通業の改革に対するサポートを強化し、2010年の初頭までに流通の現代化を実現するよう力を注いでいく。

(2) 将来的期間内(第11期5ヵ年計画)における発展データ指標

近年、中国経済の発展には二つの重要な変化が起こった。一つは、欠乏する状況がなくなり、経済発展が全面的に競争する市場環境の段階に突入したことである。もう一つは、中国の経済が新たな成長期に突入したことである。生活や職業に代表される消費構造の高度化により、住宅、電信、自動車等の産業の高度成長が牽引され、産業の高度化のペースが明らかに加速した。WTO加盟を契機として、中国の開放型経済の発展速度が加速し、産業の高度化と企業の競争力の向上が促された。国有経済の戦略的調整、政府機能の転換、市場秩序の整理により肯定的な結果が得られた。また、民間投資のペースも加速し、企業の資質も全体的に改善されると共に、経済成長に対する市場の調整力が明らかに強化されたため、今回の経済成長については、「第11期5ヵ年計画」期間全体を通じて持続することが見込まれている。こうした背景の下、「第11期5ヵ年計画」期間の経済発展の主な特徴としては、以下を挙げる事が出来る。

1) 経済構造の側面については、低いレベルの平面的拡張状態が高いレベルで構造化された状態に取って代わる。

投資と重工業については、今後も高い成長が継続する。従来 of 経済における高い成長は、主に比較的低い技術レベルにおける生産能力に依拠し、外見的成長を中心にした拡張をサポートしたものであったため、工業構造の高度化は不十分なものとなった。これに対し、新たな経済における高い成長は、主に電子通信、自動車、住宅等の産業に依拠して牽引される。これらの産業の生産技術の多くが複雑であるほか、産業の前方と後方との産業連関がかなり長いものであることから、生産技術の向上が推進されれば、各産業に対する影響もかなり大きいものとなり、結果的に工業構造の高度化の速度を加速化することに繋がる。国際分業に参加する中においては、こうしたことが中国の加工製造業の全体的高度化のプロセスとなる。また、これは生産過程をさらに「迂回」化したものとし、中間需要を拡大し、生産手段の生産部門のシェアを高めることにもなる。さらに、それは産業の装備レベルを高め、資金・技術の密集度を高めることになる。こうしたことから、重工業の比重と投資率が高められ、重工業と投資は今後においても比較的高い成長速度を維持することが出来るようになる。こうした現象は現在、既に現れ始めている。

2) 総供給と総需要における動きの特徴に変化が生じた。

周期的な供給不足が周期的な供給過剰に転換した。繁栄は過熱に行き着くことではなく、生産が過剰となることである。異なる条件下における総供給と総需要は均衡点も異なる上に、そこで決定される経済成長のレベルも異なったものとなる。新たな経済成長においては、これを供給の面から見るならば、以前の如何なる時期よりも良く、最終消費製品であれ基礎的な商品であれ、成長の可能性は非常に大きい。また、資金、技術、労働力等の要素における供給は充足されている。需要の面から見るならば、人々の住宅、自動車の購入ペースは、初期の急速な上昇から総体的に安定化したペースに変化する。住宅や自動車といったこれらの製品の普及は、家電製品に見られたような「波を打つような」急速な形で進展はしない。こうしたことから、需要不足が主要な矛盾となる。需要のレベルは供給の成長速度を決定し、供給不足は経済の急速な成長を遂げる若干の産業や部門においてしか存在せず、その持続時間も長いものとはならない。一時的な生産の過剰はこうした成長の中でも突出した問題である。このことは「第11期5ヵ年計画」期間の国内市場において競争が遍く存在し、しかも激しいものとなることを示している。

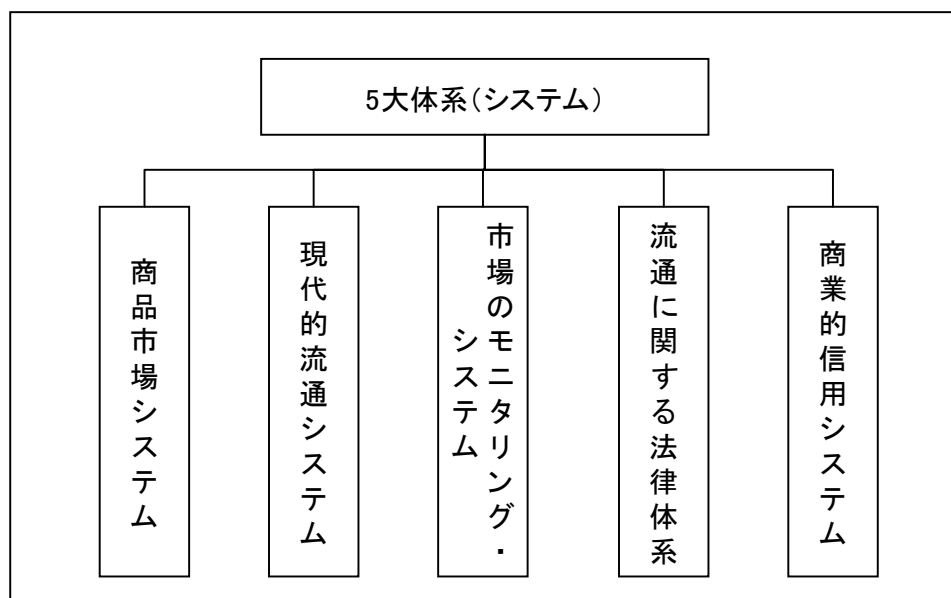
3) 計画軌道の市場軌道への転換が加速され、経済成長が市場調節を中心としたものになった。

改革開放以後の長い時間に亘り、国有企業、国有銀行、政府管理部門によって構成される計画管理システムは依然として、大きな範囲において資源を配分する役割を發揮し、それは通常「計画軌道」と称されてきた。改革が徐々に進展するに伴い、特に、市場競争が激しくなるに伴い、国有企業は競争的分野から退出し、国有経済の政府関連管理部門に委託されたほか、国有商業銀行等もこれに伴い機能を転換させるに至った。「計画軌道」は「市場軌道」へと転換を加速し、市場により資源が配分される範囲は不断に拡大すると共に、経済成長も市場の調節を中心とするものとなった。需給の総量関係、蓄積と消費の比例、製品構造、産業構造等の分野における関係は、全て市場調節の環境下に置かれ、主に市場により決定されるようになった。行政主導の場合、各種の直接的調節・コントロール措置に対して反応が敏感となるのに対して、市場主導の場合、各種のミクロ的効率・利益に影響を与える間接的措置に対して反応が敏感となる。こうしたことから、資源の配分方式が転換されたことに伴い、マクロ的調節・コントロールにおいても新たな課題と向き合うこととなり、若干の市場化に対する調節・コントロール手段については、検討を加えた上で実施することが必要となっている。

以上の特徴は、新たな経済の成長における需要条件、供給条件、成長の内容と構造的特徴、成長のメカニズムと体制的特長が以前とは異なり、中国の現代的生産力の基礎と経済制度が全面的に構築されるプロセスにおいて表れる比較的高いレベルの経済成長であることを示している。

「第 11 期 5 ヶ年計画」期間において中国経済は速いテンポの経済成長を持続し、年間平均の成長速度も 8%前後を維持することが見込まれている。固定価格(2000 年の価格)に基づいた計算によると、「第 11 期 5 ヶ年計画」の末期において、中国の GDP 総量は、米ドル基準で 24000 億米ドル前後に達し、2000 年のドイツの GDP 総量を上回り、一人当たり平均 GDP も 1700 米ドル前後となる。2010 年の中国の輸出入における調節・コントロール目標は 18000 億米ドルで、年間平均増加率は 7%である。2020 年の中国の輸出入における調節・コントロール目標は 30000 億米ドルで、年間の平均増加率は 5%である。貿易構造と効率・利益は明らかに改善すると共に、輸出商品の付加価値も明らかに向上し、国際的に影響力のある自主品牌製品が登場することとなる。国内の流通業の規模は拡大し、そのレベルも明らかに向上するようになる。2010 年までに、国内生産総価値に占める流通業の増加値の比率は 10%に達し、最終消費率は 60%に達するよう努力する。また、社会消費製品の小売販売額は 10 兆元となり、年間平均増加率は 11%以上となる。生産手段の販売総額は 20 兆元となり、年間平均増加率は 15%以上となる。年間販売額が 500 億元以上の流通企業数は 30 社に達する。2010-2020 年において、全社会消費製品のの小売販売総額における年間平均実質成長速度は、GDP を 1-2 ポイント上回るものとなる。

(3) 2010 年までに 5 大体系を基本的に構築



1) 商品市場システム

商品市場は現代的市場システムの重要な構成部分であり、国民経済中の商品とサービスを交換する基本的場所であり、その主要な形式である。大いに商品市場を発展させることは、消費を喚起、拡大すると共に、人々の生活レベルの向上に有利である。また、生産をリードし、取引コストを低減するほか、流通速度を加速し、国民経済の運営の質と効率を向上させる上でも有益である。さらに、就業機会の増加、人々の生活環境の向上、都市化プロセスの加速化、都市の繁栄の促進にとっても好ましい。こうしたことから、戦略的拠地から商品市場システムの発展と完備することの重要な意義を十分に認識し、具体的な措置をしっかりと行うことが必要となる。

商品市場システムの建設における指導方針は、鄧小平理論と「3つの代表」による重要思想を指導方針とし、党の第16期大会と16期第3回中央全体会議における精神を全面的に実施すると共に、科学的発展観を確立しこれを貫徹し、国民経済全体に服務することを堅持し、流通の指導的役割を發揮させ、経済成長方式の転換を促進させる。また、人々の不断の消費需要を満足させ、市場化の方向性を堅持し、市場のメカニズムを十分に發揮させる。さらに、市場の統一性を堅持し、全国的統一市場の形成を阻害する各種の障害を取り除く。その他、都市と農村、地域、国内外における市場の計画的発展を堅持し、上手に国内外の市場と資源を利用する。

商品市場システムを建設する目標とは、秩序あるオープンな競争が行える統一的な市場システムを構築する要求に基づき、2010年までに合理的で、構造的に優越化した、機能が完備し制度が整った、現代化のレベルが比較的高い商品市場システムを初歩的に配置し、国民経済における商品市場の地位と役割をさらに高めることである。

商品市場システムの建設における任務とは、優越化した構造の基礎の上に、市場規模の拡大に努力し、市場機能を完備させ、現代的な商品流通ネットワークを確立することである。また、商品市場に関する法律体系を整え、市場ルールを完備し、市場秩序を整えると共に、良好な市場運営メカニズムを確立することである。さらに、地域的封鎖状況を打破し、全国的統一市場を確立し、商品の全国レベルでの自由な流動を実現することのほか、市場主体を育成し、流通企業の活力を強化すると共に、市場競争を促進することである。その他、政府の機能を転換し、商品市場に対する指導と調節・コントロールを強化すると共に、市場経済の要求に適合する管理体制を確立することである。

2) 現代的流通システム

目下、所有権改革、電子ビジネス、チェーン経営、物流配送等を主要な内容とする流通の現代化プロセスは既に全面的に始動している。流通の現代化の全般的実施は、中国が流通の刷新を通じて全面的に国民経済の運営速度、品質、効率・利益、総合的競争力を高めるという新たな段階に突入していることを示している。

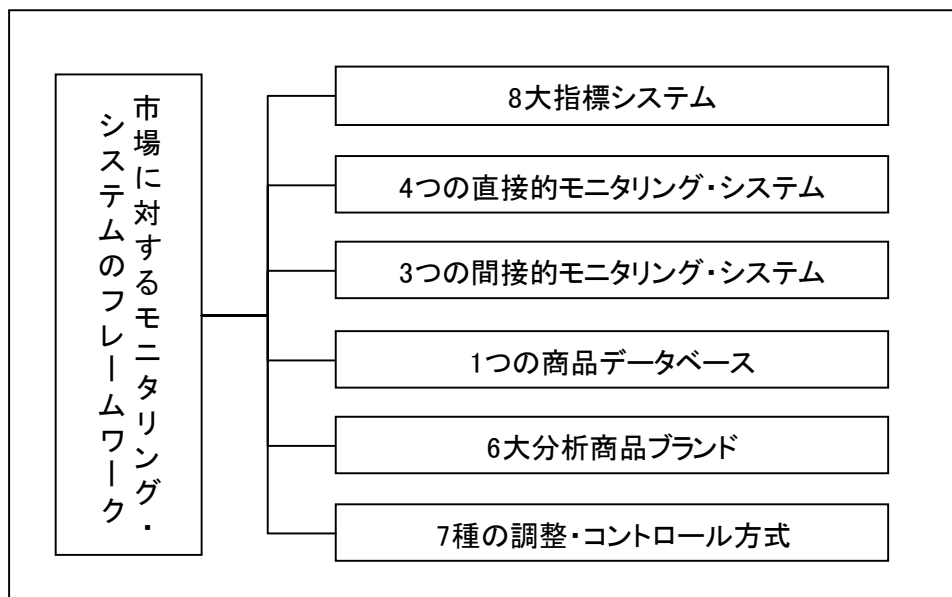
中国共産党第16期大会における報告では、生活に少し余裕のある社会を建設するプロセスにおいては、「市場の資源配分における基本的役割を大幅に発揮させ、統一した、開放的、競争的、秩序ある現代的市場システムを完備する」、「流通体制の改革を進化させ、現代的流通方式を発展させる」、「業界の独占、地方的封鎖状態を打破し、商品と生産要素が全国市場において自由に流動させる」ことの必要性が明確に提起されている。こうした目標を実現するため、中国は有効な措置を採用し、流通の現代化のペースを加速させることが必要となっている。

最新の動向が示すところによると、生活に少し余裕のある社会を全面的に建設するプロセスにおいては、様々な背景が絡み合っているという事情もあり、中国の現代的流通業を発展させ壮大にするという課題は、既に経済工作の最前線に押し上げられている。こうした状況において、流通業の状況は、各マクロ調節・コントロール目標との関係が益々密接化し、流通産業政策の重要性は益々突出したものとなってきている。こうした新たな変化、新たな特徴に基づき、マクロ調節・コントロールには財政政策、貨幣政策、収入分配政策が必要とされるだけでなく、流通産業政策が必要とされるようになってきている。また、現代化のプロセスにおいては、流通産業の現代化プロセスの加速化が特に求められるようになってきている。

上述の背景については、凡そ以下の10の問題にまとめることが出来る。即ち、(1)どのようにして内外貿易の一体化を加速化していくか、(2)いかにして市場経済体制を確立、完備していくか、(3)いかにして買い方市場が常態となっている中で、商品の好調な販売体制を確立していくか、(4)いかにして電子ビジネスを通じて既存の流通業を改造していくか、(5)いかにして就業機会の拡大を図っていくのか、(6)いかにして経済構造を優越的に調整し、経済の成長テンポを加速化し、経済の運営の質を向上させていくのか、(7)いかにして内需を拡大し、消費を増加し、輸出を促進していくのか、(8)いかにして新たなタイプの工業化の道を開拓していくのか、(9)いかにして「3つの農業問題」と都市と農村の問題を解決していくのか、(10)いかにして西部地域の開発を加速化していくのか、といった問題である。これらの問題は全て流通の現代化の問題と非常に密接な内在的関連性を有しており、中国の既存の流通業が現代的流通業に向かって歴史的な一歩を早急に歩むことを求めていると言える。

こうしたことから、マクロ経済の目標の見地から、現代的流通業の新たな時代、様々な面における重要な役割を充分に発揮すること高く重視し、流通業の貢献率を向上させることは既に当面の急務となっている。また、正確で、信頼性のある、実用的な流通の現代化に対する評価指標システムと流通の状況を追跡してモニタリングするシステムを構築することは、その中の重要な基礎となるものである。

3) 市場のモニタリング・システム



目下、中国では既に「8 大指標システム、4 つの直接的モニタリング・システム、3 つの間接的モニタリング・システム、1つの商品データベース、6 大分析商品ブランド、7種の調整・コントロール方式を主要な内容とする市場運営のための調節・コントロールのフレームワークを初歩的に確立しており、正確なモニタリング、踏み込んだ分析、科学的政策決定、スピーディーな反応、時間を選ばない調節・コントロールといった指導方針が十分に体现されている」。2004年以後、中国は市場運営の調節・コントロールにおいて大きな成果を収めている。まず、市場モニタリング・システムの建設が一層完備され、中央、省、市、県の4つのレベルの市場モニタリング・ネットワークシステムが初歩的に確立された。国家統計局が批准したモニタリング報告制度に基づき、都市の生活必需品市場、重要生産手段市場、重点流通企業、特殊産業に対しては、4つのモニタリング情報の直通通知システムが構築されている。また、社会情報の収集、特定項目調査、専門家による評価といった3つの間接的モニタリング・システム、全国の商品流通のデータベースの建設が完了している。これにより、市場の規模、運行のクオリティ、消費構造、商業ネットワーク・ポイント、重要商品、重点企業、現代化のレベル、組織化のレベルに対しては、8つの大きなカテゴリー指標による市場のモニタリングが行えるようになっている。このように、現代的情報技術に支えられた比較的完備された市場モニタリングプラットフォームは既に初歩的に構築されている。今後においてもさらにこの方面に力を注ぎ、市場モニタリング・システムを完備させていくことが必要である。

4) 流通に関する法律体系

今日、中国の流通分野における法律制度の建設は、改革のプロセスから遅れをとっており、流通業の発展の需要に適応することが出来ない状態となっている。これは主に国内流通業に関する立法が少なく、体系的に完備されていないことによる。目下、流通分野については、全国人民代表大会及びその常務委員会、国務院により発布された法律、行政法規の数は少なく、「オークション法」、「タバコ専売法」、「反不当競争法」、「生きている豚の屠殺管理条例」等の少数の法律法規が存在するだけとなっており、科学的、かつ明確で的確な法律体系が構築されていない。また、流通分野の立法の基礎や依拠となる全体を調節するための基本的法律が存在していない。また、地域的封鎖常態や業界による独占状況が全国的統一市場の形成を阻害すると共に、流通業の改革と発展を制約するようになっている。

商務部は過去二年間に亘り、流通分野に関する法律の整備に対して多くの作業を行い、一定の成果を収めている。第一に、流通に関する法律文書に対して全面的な整理作業を行い、1100 件余りの文書を整理した。また、1993 年以後に発布された国内貿易に関する法律文書 495 件に対して重点的審査を行った。整理した結果によると、廃止となった法律文書が 110 件に上った。第二に、商務部では流通における法律体系のフレームワークに関する方案を提起し、今後の一時期における流通立法に対する指導、方針とした。第三に、流通立法に関する作業の進捗が加速された。「反独占法」、「直接販売管理条例」、「商業フランチャイズ経営管理条例」、「都市商業ネットワーク・ポイント管理条例」等 6 つの法律法規の起草作業が既に完了し、国務院に提出され審査にかけている。また、「生きている豚の屠殺管理条例（修正案）」が近く国務院に提出され審査される。外商が投資した商業分野、自動車ブランド商品の販売、抵当、オークション、フランチャイズ経営、リース等 10 余りの分野に関する規則についても、既に発布され実施に移されている。

中国の流通分野の立法において存在する主な問題に対し、また、流通分野の法制建設を強化するため、商務部は「健全な中国の流通法律体系の確立に関する枠組み」（以下、「枠組み」）についての初歩的な方案を提出しているが、その中には流通の基本法律制度を基礎とする市場主体に関する法律制度、市場運営に関する法律制度、市場秩序に関する法律制度、市場モニタリングと管理に関する法律制度、信用に関する法律制度といった 5 つの柱が含まれているほか、各制度の下に具体的内容が盛り込まれている。「枠組み」の中心は、「1 つの基礎と 4 つの主要ライン」であり、即ち市場流通の基本法及びそれに属する 4 つの分野に亘る法律制度が含まれている。具体的には、流通の基本法律制度を基礎とする市場主体に関する法律制度、市場運営に関する法律制度、市場秩序に関する法律制度、市場モニタリングと管理に関する法律制度が含まれることになる。また、その中でも基本法は流通分野の原則、一般的規則を抽出したものであり、その他の専門的法律規範の依拠ともなるものである。

「枠組み」においては、市場主体に関する法律制度は各種業態における経営主体や業界の自律的組織をカバーすると共に、各種市場における主体の資格の取得、変更、取消し等の手続について規定を定められている。市場行為については、各種流通方式における要素や段階に対して規範を与えるものとなっており、フランチャイズ経営、電子ビジネス等の新しいタイプの流通方式、物流、商事代理等の専門化したサービス、各種の販売促進行為、ローン販売といった類の販売方法等が含まれている。また、市場秩序に関する法律による競争秩序の調整、知的所有権の保護、価格や商業的信用に関する情報等に関しては、反独占法がその重要な内容をなすものとなっている。さらに、商業ネットワーク・ポイントに関する計画、生活必需品の応急管理、アルコール類や製品オイル等の特殊製品に対する管理、屠殺や飲食等の特殊業界に対する管理及び市場流通の促進等、人々の日常生活に密接に関連する法律については、市場の調節・コントロールと管理に関する法律制度により、これを規範化するとされている。

5) 商業の信用システム

目下、経済秩序の全国的整理と規範化を実施している指導小グループ弁公室は、中国企業に対する商業的信用システムの構築を積極的に進めており、近く大きな進展が得られることになっている。現在、同弁公室に所属する信用グループのメンバーは関連機構に対する調査を活発に行っており、既に提出された各種の法案の評価も行っている。

全国的な企業の信用システムが構築されていない現段階においても、既に吉林、北京、上海等では前後して部分的な企業の信用システムが確立されている。上海においては、上海市ローンの大口取引に関するかなり詳細な信用情報データベースが立ち上げられており、金融機構はその評価情報を利用して企業の返済能力等について有効な判断を下すことが可能となっている。北京においては、2001年に北京市工商局がブラックリストを作成し、商業行為において信用違反を犯した企業について記録ファイルを整備している。但し、こうした信用システムは全て地域的なものであり、主導する部門が単一化されていることから、こうした信用システムのカバーする範囲は狭く、企業全体の信用状況を反映させることは難しい状態となっている。中国のWTO加盟に伴い、中国企業は徐々に世界経済の舞台に進出するようになったが、世界貿易は信用を基礎としており、国家レベルの企業に対する信用システム・プラットフォームを完備する必要がある。国家が商業的信用システムを始動する本来の目的はまさにここにある。

中国の商業的信用システムは米国モデルとヨーロッパモデルを兼ね備えたものとし、より正確で高い効率を有する中国モデルを構築しなければならない。その他、中国の商業的信用システムの建設は商業的行為でなければならない。同時に政府の指導とサポートから離れるものであってはならない。こうしたシステムは取引に直接関与しない中立的機構のもとに預け、独立し、公正な第三者によって運営が行われるようにしなければならない。関係部門の中には、商務部が制御・管理する一つの商業化された運営機構によって操作し、運営機構は株

式会社制を採用するのが良いとする意見もある。また、こうした商務部の関係機構の他にも、国内外の経験を有する機構や企業を加盟させることも可能である。

(4) 流通の現代化レベルが向上、流通方式も一段と発展し、流通企業の競争力は高まる

1) 流通の現代的レベルの向上

中国の流通の現代化レベルを全体的に向上させるため、今後の一定期間内において、中国の流通業は次の 4 つの事項の発展に力を注いでいく。第一に、消費製品、生産手段、農業製品、市民生活に向けたサービス市場を中心的な内容とする現代的商品市場システムを構築する。第二に、チェーン経営、現代的物流、電子ビジネスに代表される現代的流通システムの発展を推進する。第三に、正確なモニタリング、スピーディーな反応、時間を選ばない調節・コントロールが可能な市場運営モニタリング・システムを確立する。第四に、独占に反対し、市場における十分な競争を促進することを核心とし、内外の取引に共通する市場流通に関する法律体系を整備する。

以上の 4 つの事項の発展に関して、主要な措置としては以下の内容が含まれる。

流通企業と流通管理体制の改革を一段と進化させる。所有権制度の改革を重点として、国有流通企業の株式会社制による改革を大いに推進する。企業が業界、地域、所有制を超えて資産的リストラクチャリングを実施することをサポートする。穀物、綿花、製品オイル等の商品流通体制の改革を進化させ、市場経済の要求に一致する流通システムを構築する。

国内商業企業とグローバルな商業企業との合併協力を促進し、競争の中で国内商業企業の競争力を向上させていく。商業の外資利用における配置と構造を絶えず優越化していく。外資の中西部地域への投資と農村における商品市場の建設、投資先商品の流通インフラ設備の建設を導き、支援していく。

国内の大型流通企業の海外での営業販売ネットワークの構築を支援し、国内商品の輸出をリードすると共に、企業の内外市場、内外資源を利用する能力とレベルを高めていく。グローバルな小売販売グループによる調達センターの設立をサポートし、国内生産企業とグローバルな小売販売グループにおける長期的で安定した商品供給関係を確立し、グローバルな営業販売ネットワークを通じて輸出の拡大を促進していく。

商業設備の発展計画を制定する。国民経済と社会発展のレベルに基づき、商品市場の発展計画を制定し、建設の重点を明確にすると共に、投資先に対するガイドを強化し、東部地域、中部地域、西部地域の市場システムにおけるバランスのとれた発展を促進していく。都市商業ネットワーク・ポイントの計画を制定し、都市商業ネットワーク・ポイントの空間的配置、業態構造、発展速度を合理的に配置する。商業設備の建設、開業手順を規範化すると共に、大型商業施設に対する聞き取り調査を実施し、重複建設を避ける。

流通業の発展環境をさらに改善する。市場経済秩序に対する一層の整理と規範化に対し

て力を注ぐと共に、法律に依拠してコピー商品、劣悪商品、詐欺行為を厳しく取り締まり、消費者の合法的権益を保護していく。地域的封鎖状況や業界による独占を打破し、全国的な統一市場の確立を加速化していくと共に、各種の企業が公平に競争できる市場環境を構築していく。チェーン経営の発展を妨げる各種の障害を取り除くと共に、税収政策、行政審査等の面においてチェーン企業に対して便宜を提供していく。

信用貸出、財政的補助、税収調節を活用し、特定項目の発展基金等を設立することを通じ、重要商品の備蓄倉庫、大型の農業製品の卸売市場、社会的な物流配送センター、公共サービス情報ネットワーク、電子ビジネス・プラットフォーム等のインフラ設備の建設をサポートしていく。また、卸売市場における情報化を支援し、農村と辺境、発展の送れた地域における市場ネットワーク、都市コミュニティの商業、生活サービスのネットワーク・ポイントの建設を支援すると共に、中西部地域と東北地域等の古い工業基地における市場システムの建設を支援していく。さらに、市場運営のモニタリング・システム、商業ビジネスにおける信用システムの建設を支援し、食品の安全基準検査システムの建設も支援していく。

2) 現代的流通方式の一層の発展

流通方式における重大な技術的変化により、また電子ビジネス領域における絶え間ない発展により、発展が遅れた国家は流通の産業化プロセスにおいて他国の後人を配する必要がなくなっている。先進国の歩んだ道を歩むことなく、より高い地点を選択し、新しい技術的手段と企業モデルを利用することで先進国に追いつき、飛び級型の発展が可能となった。中国は国内において既に電子ビジネスを実践しており、流通業は十分な能力を備えていると共に、こうした発展を達成することが可能となっている。今後、中国はさらに流通業における対外開放の範囲と度合いを拡大させ、国際的に進んだ商品流通モデル、経営理念、営業販売方式を導入、吸収していく。特に、潜在的需要に相応する新たなタイプの業態と組織を発展、実現させていく。この他、中国は国際的に進んだ技術に対する追跡研究を調査すると共に、国情に合った開発と刷新を行い、商品市場における取引ルール、取引方式、取引手段を国際市場に合致させ、中国の流通業の国際的レベルを不断に向上させていく。

3) 流通企業における競争力の向上

今後の一定期間において、中国の流通企業の競争力は大幅に向上する。それは主として次の二つの側面において現れる。一つは大型の流通企業の育成であり、もう一つは中小の流通企業に対するサポートである。

一群の国際的競争力を有する大型流通企業の育成を加速化する。特に、大型のチェーン企業グループの育成を加速化していく。また、実力のある流通企業を市場競争の中で強化することをサポートする。市場経済のルールと WTO のルールに基づき、著名な製品ブランドや自主的な知的所有権を有し、主力業務が突出し、核心的競争力が高く、国際的競争力を有する大型の流通企業を積極的に育成していく。さらに、優勢な競争力を有する流通企業が株

式参加、持ち株所有、請負、合併、買収、委託管理、フランチャイズ経営等の手法法を通じて規模を拡張することを支援し、流通企業の発展を誘導し、サポートしていく。

政府の関連部門は、流通企業の強化をサポートし、中央外国貿易発展基金や国債資金を配置、財務企業の設立、株券や債権の発行、金融サービス等の面において支援を行っている。重点的に育成された大型の流通企業に関しては、商務部に対して輸出入額、許可証、国营貿易の経営権、関連する資格等を直接申請することが可能となる。地方の各レベルの人民政府も実際の状況に合わせて具体的措置を採用し、国家や地方が重点的に育成する大型の流通企業の発展をサポートしていく。

中小の流通企業を更に活性化していく。政府の関連部門は資金使用の分野や手順に基づき、中央外国貿易発展基金、中小企業発展特定プロジェクト資金、中小企業科学技術イノベーション資金等の配置の面において、中小流通企業の発展をサポートしていく。また、条件を満たす中小企業の海外流通業務を支援していく。さらに、地方の各レベルの人民政府も具体的で実効的な措置を採用し、中小企業の発展を支援すると共に、市場参入、信用担保、金融サービス、物流サービス、人材育成、情報サービス等の面において支援を行っている。

第3章 中国流通業の発展政策に関する方向性

1. 統一的計画による発展観の確立

科学的発展観は、中国の今後の発展における長期的戦略である。科学的発展観とは、人間を中心とした、全面的にバランスの取れた持続可能な発展のことである。科学的発展観の核心と根本的要求は、統一的計画(国家の利益と各方面の利益を兼ねること)にある。国家の発展方針から見た場合、中国における統一的計画に関する基本的内容は、次の5つの事項となる。即ち、(1)都市と農村の発展における統一的計画、(2)地域的発展における統一的計画、(3)経済的社会的発展における統一的計画、(4)人間と自然とのバランスにおける統一的計画、(5)国内の発展と対外開放における統一的計画である。具体的には、中国の流通産業に関する統一的計画の内容に関しては、都市の流通業の発展と農村の流通業の発展における統一的に計画すること、また、流通業の国内的発展と対外開放を統一的に計画し、真の内外取引の一体化を実現すること、さらに、流通規模の拡大、発展速度と流通業の品質・効率の向上を統一的に計画すること、となる。

(1) 都市流通業の発展と農村における流通業の発展を統一的に計画する

中国の長年に亘る都市と農村の二元化した社会経済構造は、都市と農村の流通業における格差を大きなものとしている。こうしたことは具体的には、農村の購買力と消費能力の低下、農村における水道、電機、道路等のインフラ設備の未整備、消費環境の格差、農村の市場システム建設の遅れ、現代化された流通ネットワークの未整備、農村市場秩序の混乱、深刻化するコピー商品や劣悪商品といった問題に表れている。こうした状況を改善するため、今後、中国の流通業の発展においては、統一的に計画されたバランスのとれた発展と共に、農村に対する大幅な政策的転換を行い、農村の流通業の発展に対して政策的支援を強化していくようにしなければならない。また、農村の地域的流通業の発展に対する指導を強化すると共に、都市の流通の農村の流通に対する輻射作用を拡大し、都市を以て農村を成長させ、都市を以て農村をリードしていく。

小都市の流通業の同時的発展を重視する。「第11期5ヵ年計画」期間において、中国は行政区画のテスト・ポイントにおける改革を起動し、統一的計画による都市と農村の発展に対する要求に応じて、大・中の都市と小都市におけるバランスのとれた発展方針を堅持することで、それぞれの特色ある集約的都市化の道を歩むようにしていく。こうした集約的都市化の道は、人口の脱非農業化、非農業人口、非農産業の一定地域への集中を増加させることとなる。こうした新たな小都市は、流通業と併せて提起される新たな要求に対して、大・中の都市とは異なり、また、既存の農村・

村落、鎮とは区別された特質に基づいて、流通の構造を科学的に計画していかなければならない。同時に、小都市を基盤として農村の消費製品市場を開拓して行く必要がある。小都市や新興都市の開発建設に対しては、商業流通施設の開発建設を強化すると共に、多元化した商品経営主体と多様な商品経営方式を積極的に育成していく。また、農村市場に対するサービスを育成し、国内外の流通主体が小都市や新興都市に経営ネットワークを展開するよう支援していく。

(2) 流通業の地域的发展を統一的に計画する

中国の国土は広く、東部地域、中部地域、西部地域の3つの地域経済の発展レベルには明らかな格差が存在している。今後における中国の流通業の発展は、国家の西部地域開発、中部地域の発展、東北地域の旧工業基地の再興等一連の重大な地域発展政策を巡り、各地域の優勢を十分に発揮させると共に、短所を長所で補い、互いに協力しあう形で、共同発展していくようにしなければならない。流通業の発展の重点は、中西部地域を支援すると共に、東部地域・沿海地域といった発展地域の流通企業が中西部地域に投資するよう誘導し、現代的経営理念や流通方式を中西部地域に導入していくことにある。

中西部地域の市場建設と発展を重点的に育成し、支援していくことが必要である。中西部地域の市場の優勢に対しては、既存の業態や新興市場の形式を組み合わせた発展モデルを採用すると共に、一群の現地の資源製品の集散を主とする専門的卸売市場を重点的に発展させる。東部地域の優良で廉価な日常製品を中西部地域に販売すると同時に、中・西部地域の資源製品や特色のある農業副産物を全国市場や国際市場に売出すことを促進していく。また、東部地域と中西部地域の市場が相互に連動する関係を構築する。特に、中枢に位置する中部地域の優位性を発揮させると共に、鉄道、道路、水路、航空路等の総合的、立体的な現代的物流システムを大いに発展させ、中部地域の発展を促進させていく。

既に形成されている珠江デルタ地域、長江デルタ地域、北京—天津—河北地域といった三大経済地域はそれぞれ異なる特徴を有しているが、その中で、珠江デルタ地域の一人当たり平均 GDP が最も高く、GDP の増加速度も長江デルタ地域や北京—天津—河北地域と比べて、それぞれ 5.14、5.81 ポイント上回っている。また、長江デルタ地域は、流通業の発展レベル(大型流通企業の数、現代的流通方式の実現率等の分野において)が最も高く、北京—天津—河北地域は消費市場、外資利用、輸出入の面において、三大経済地域の中で増加速度が最も速い。三大経済地域の流通業の発展はそれぞれ地域的な優位性を有している。長江デルタ地域、珠江デルタ地域、北京—天津—河北地域といった 3 つの主要な経済地域における商品市場の一体化を重点的に推進すると共に、地域的商品市場の統一的計画や配置的調整を強化することで、地域内の商品市場の役割を全体的に発揮させ、それにより商品市場の資源が地域内において優越的に配置されるようにする。さらに、三大経済地域内の政策的協力を強化していく。市場主体間の協力を推進すると同時に、ネットワークが地域を跨えて拡張するよう再構築・経営し、市場の一体化の形成に

向けたテンポを加速していく。

(3) 流通業の国内的発展と対外開放を統一的に計画し、内外貿易の一体化を継続的に促進する

今後、中国はWTOのルールに基づき、全方位的な対外開放を展開し、国際経済システムにより大々的に深いレベルで組み入れられるようになる。卸売や小売業による投資は、目下、中国においては、対外投資を行う業界の中で比較的高く、約15%となっている。但し、投資する企業数、投資額、競争力はいずれも国際的レベルから程遠いものとなっている。こうしたことから、今後は外資を大々的に吸収、導入していくと共に、関連措置を採用することで、中国の流通企業が海外において新たな産業に投資出来るよう鼓舞、支援を行っていく。

また、中国の流通業は今後、依然として国内の発展を基盤にし、国内取引を大いに発展させていく必要がある。国内貿易(取引)の役割は、生産の誘導、消費の促進、内需の拡大、就業機会の増加等の面に突出的に表され、国民経済の価値を実現する確かな手段となっている。国内取引は細分性、分散性、サービス性を有し、人々の生活と密接であるという特質を有している。このことは、国内取引が人々の消費レベルや生活レベルの向上、バランスのとれた社会を構築するという戦略において重要な位置を占めることを決定している。

内外取引の一体化は、市場経済体制と行政管理体制の改革における内在的要求であり、大市場、大流通を確立し、流通産業の国民経済における地位と役割を向上させる前提条件であるほか、経済のグローバル化に対する挑戦であると共に、世界の取引体制に合致するための必要な手段であり、内容となっている。内外取引の一体化は、社会主義市場経済システム建設の段階的目標であり、「第11期5ヵ年計画」の商務工作における全体目標を達成するための基礎的条件と主要な内容でもある。国内取引は基礎であり、海外取引はその延長であるとして、内外取引が密接に関連するものとして捉え、「大取引、大流通、大市場」に基づくシステムを共同して構築していくことが必要である。また、内外取引企業の業務の融合を積極的に促進させ、内外取引が一体化した市場主体の育成を加速していく。さらに、各レベルにおける政府の内外取引におけるバランスのとれた管理を強化し、流通の体制改革を進化すると共に、真に国内取引と海外取引を一体化させ、二つの資源、市場を十分に活用していくようにする。

(4) 流通業の規模拡大、発展速度を統一的に計画し、流通業における品質、効率・利益との関係を高める

発展は第一の任務であり、中国の流通業の発展はGDPの成長速度に適応していくと同時に、適度にそれを上回っていく必要がある。但し、こうした発展は、資源節約型、低コスト、高い効率によ

る成長でなければならず、速度、構造、品質、効率・利益の統一を達成し、流通効率の向上を重視したものであることが必要である。

2. 流通産業の発展綱領と全体計画の制定と実施

全国的な流通業の発展綱領と「第 11 期 5 ヵ年計画」の流通発展の総体発展計画を制定・実施し、流通分野における各業態企業の投資先と地域的分布を誘導することを通じて、経済発展の要求に対応すると共に、生産をリードし、人々の多様な消費需要を満足させる。

(1) 都市における商業発展計画の合理的制定と実施

都市の全体計画と国民経済の発展計画を結合し、海外の都市における商品市場に関する計画と発展経験を参考にした上で、現地の消費製品市場の発展の実際状況に合わせていく。また、新たな「小売販売業態の分類基準」、「都市商業ネットワーク・ポイントの計画管理条例」等を都市商業ネットワーク・ポイントに関する計画作業における重要な拠りどころとし、都市の商業発展計画を合理的に制定・実施することにより、商業投資の方向を誘導・規範化すると共に、投資者や経営者の利益を保護し、都市の健全で秩序のある、バランスのとれた発展を促していく。さらに、専門家、コミュニティ住民、業界組織等により大型のネットワーク建設に対する評価システムや公聴会システムを共同で組織し、大型商業施設に対する審査手続を明確にすることにより、盲目的な投資を減少させると共に、過度な競争を回避していく。特に、大型ショッピングセンターの建設に対しては慎重な手続を行う。都市の商業計画においては、都市の商業機能を強化・完備することを基調とした上で、中核的商業エリア、エリア内の商業センター、居住区内の商業、郊外エリアの商業及び特色のある商業エリアを合理的に配置すると共に、機能が明確化され合理的な役割分化がなされた重層的な都市商業システムを構築する。

(2) 地域によって異なる流通業の発展方向

西部地域の大・中都市は、新たなタイプの業態が発展する環境の下、様々な手段を使って国内外の資金を導入し、大型商業施設の発展を加速化することで、新たなタイプの小売業態が基本的に不足している状況を改善していくことが可能である。また、北京、上海、広州等の大都市及び総合的实力を有する各省の省都・市・計画単列市（特別に中央から指定された有力都市）等では、各種の小売業態の総数と配置構造を合理的に計画し、既に飽和状態となっている或いは飽和状態に接近しつつある大型のショッピングセンター、総合スーパー等の新規建設プロジェクトを厳しく制限していく必要がある。

(3) チェーン経営を主体とする市場組織の重点的発展、小売業におけるチェーン経営組織の中心的地位の基本的確立

多様な投資主体、直接融資、合併・再構築等の手法を導入することにより、直営チェーンを発展させ、チェーン企業の規模の急速な拡張を達成していく。また、商品ブランド、商号、管理へのサポートを基礎として、フランチャイズや自由加盟チェーンを発展させ、分散化している小型の小売主体を吸収・統合すると共に、その組織化のレベルを引き上げていく。さらに、標準化、専門化、規模の拡大化に対する需要に基づいて、チェーン企業における経営の効率化を誘導していく。

(4) 小売業の発展

特色があり、機能が明確化され、経営方式が多様な専門スーパーを大いに発展させる。また、コンビニエンス・ストアの発展を速め、住民の生活に密着し、総合的サービス機能を備え、便利な消費スタイルを提供するコンビニエンス・ストアの小売販売ネットワークを構築していく。さらに、既存の小売業態を調整、効率化し、大・中型以上の都市においては、百貨店の数と規模を適度に制限することで、盲目的な発展を回避していく。その他、政府計画を強化し、参入する際の資格基準を完備すると共に、市場におけるモニタリングレベルを向上させること等を通じて、都市における小規模商品市場や日曜工業製品の売取市場の発展を規範化していく。

(5) 異なるモデルによる農村の流通サービス・システムの確立

農村市場システムの確立と完備は、中国の「3つの農業問題」を解決し、都市と農村間のバランスのとれた発展を実現する際の重要な方途である。農村の消費レベルや構造における地域的格差に基づいて、類別化を図り、異なるモデル、異なるレベル、クラスに対応する農村の現代的流通ネットワークを構築する必要がある。また、条件の整っている地域では、財政予算から一定の資金を配分することで支援を行っていくことも必要である。さらに、優位性を有する流通企業がチェーン経営方式を活用して農村の流通ネットワークを整備し、様々な方式を採用して農村市場を開拓し、農村の消費を誘導するようにサポートしていく。

生活消費製品の経営ネットワークを構築していく。「万村千郷」市場プロジェクトを通じて、農村における消費製品のチェーン経営ネットワークを構築し、農民の日常的消費におけるリスク、不便、損失といった問題を解決すると共に、コピー商品や劣悪商品、特に人々の健康に有害な食品、薬品の農村市場への流入を減らし、途絶していく。商務部の協力の下、2005年から実施されている「万村千郷」市場プロジェクトにおいては、3年の時間をかけて、テスト・ポイント区域内に一群の「農家商店」を育成することを通じて、都市の商店によりリードされ、郷鎮の商店により支えられ、村レベルの商店を基盤とする農村消費経営ネットワークが形成されることとなっており、それにより都市と

農村間の格差が段階的に縮小されるようになる。また、このプロジェクトの実施に際しては、企業を主体とした上で、政府の支援と市場メカニズムを結合していくことのほか、市場を導き手とし、「農家の商店」建設と現地の実地の状況とを結合させると共に、効率と利益を基盤として、企業の長期的発展と農民の利益を結びつけていくことが必要となる。

農業生産手段の購入・販売サービス・ネットワークを構築する。基層レベルの販売供給社や農業機械ステーション等の農業資材販売企業を基盤として、農業資材チェーン経営の発展テンポを加速する。また、集中的調達、統一的配送を中心とし、農業資材販売が技術、リース等のサービスと組み合わせられた新たなタイプの農業資材販売サービス・システムを構築する。さらに、偽化学肥料、偽農薬、偽種子及び農業資材価格の乱発的引き上げ等、農民が関心を有する問題の解決に力を注いでいく。

農業副産物製品の流通ネットワークを構築する。農村市場の開拓は、農民収入の増加と一緒に行う必要がある。購入困難といった問題を解決すると同時に、農民の販売困難といった問題の解決に協力する必要がある。農業副産物製品の生産加工を行うリーディング企業を大いに育成し、会社＋基地＋農家といったモデルを通じて、農民の組織化レベルを引き上げることが必要である。また、農業製品の卸売市場の建設を強化すると共に、農業製品の卸売市場の機能面におけるレベルを向上させる必要がある。さらに、農業製品のチェーン・スーパーへの出荷を誘導し、農業製品の販売を拡大していくことが必要である。その他、農業製品のチェーン経営によるテスト・ポイントを設置するほか、増徴税についても一般の納税者が免税農業製品を購入する場合、13%の控除率が適用され、税額が帳消しとなるようにする。テスト・ポイントとなった企業に対しては、農業生産部門から農業製品を購入する場合、税額が帳消しとなる証書として、農業生産部門が発行する普通伝票を取得するように促す。

農村における総合的サービス・ネットワークを構築する。農村においては、生活消費製品と農業資材販売、農業副産物製品の購入、文化・リクリエーション、科学教育、生活に対するサービス等が一体となった総合的なショッピング・エリアと総合サービス・センターの建設を適度に推進していく。これにより、農村市場の開拓と農村における消費環境の改善を結合させると共に、農村におけるコミュニティ建設の強化と農民の生活レベルの向上を同時に図っていく。

3. 流通システム改革の迅速化、流通の産業構造の調整

(1) 統一的な規範、安定してオープンで、スムーズで高い効率を有する流通管理システムの確立

商務部及び地方の商務庁、局等は中国の流通産業の管理部門として、「規範的行動、バランスの取れた運営、公正さと透明性、清潔で高い効率性」といった要求に基づき、政府機能を適切に転換し、「管理と審査批准を主とする機能」から「サービスと促進」を主とする体制、システム面における転換を加速すると共に、法律に基づいて行政を行い、制度的コストを低下させ、オープンな政務を推進していく必要がある。また、電子ビジネスによる政務建設を強化し、商務に対する管理とサービスのレベルを全面的に向上させていく必要がある。

大規模な市場を建設し、大規模な流通を展開し、大規模な取引を発展させるといった要求に基づき、流通の管理体制における改革を深化させると共に、流通管理機能を健全化し、完備したものとしていく。また、流通管理資源を積極的に統合化し、内外取引の一体化を図るほか、生産と流通の有機的に結合し、国際的に通用する手法による新しいタイプの流通管理体制を構築する。さらに、中央から地方に至るまで、内外取引に関する管理機構の整合性を段階的に達成し、内外取引部門の人材、情報の交流面における作業システムを確立する。その他、行政管理メカニズムを整理し、不合理、不公正、非合法的な政策や規則制度を取り消すほか、政府部門の重複作業、互いに責任転嫁するといった現象をなくしていくと同時に、窓口を一本化し、行政の効率化を図っていく。

(2) 人材に対する訓練と育成の強化、従業人員の資質の向上

人材不足は中国の流通業の発展において突出した問題となっている。今後、人材育成を戦略的任務としてしっかり行い、教育を強化し、育成に力を入れていくことが必要となる。また、多様な形式による育成を通じて、現代的流通概念を備え、現代的流通ルールに精通し、現代的流通管理や今日的流通技術を習得した高いレベルを有する、複合型の人材群を擁立していくことが必要となる。今後の数年間については、第一に、高等教育機関では、物流配送、電子ビジネス、フランチャイズ経営等の専門科目を設置し、流通の現代化のための人材を育成していくことが必要である。第二に、流通の現代化に必要な人材育成基金を設立し、人材育成を確保していくことが必要である。第三に、チェーン経営、物流配送分野に対して、資格認証制度を実施すると共に、それを労働部内の就業人員業務資格の系列に組み入れることが必要である。

(3) 中国の流通産業構造の全面的調整、産業内各業界の協調的で急速な成長の保持

日本、韓国等の国と異なる点は、中国の流通業には卸売・小売業、物流配送業等の商業的取引が含まれているほか、さらに飲食、宿泊、クリーニング、修理、家政等の住民サービス業、中古品流通、抵当、リース等の特殊サービス業及び電子ビジネス、レクリエーション・娯楽等の新興のサービス業が含まれていることである。中国の流通業におけるこうした特徴に基づきながら、国民経済や社会的発展の需要に適応していくため、既存の商業取引業務、住民生活サービス業務を継続的に発展させていくのと同時に、現代的流通業を大いに発展させ、流通サービスの刷新を推進していく必要がある。

「国務院弁公庁が国務院体制改革委員会・国家経済貿易委員会に転送した、チェーン経営の発展を促進させる若干の意見に関する通知」(国務院弁公庁発[2002]49号)における各種の政策的措置に基づき、チェーン経営、フランチャイズ経営、物流配送、電子ビジネス、貿易と工業の一体化、代理性等の現代的流通方式と組織形態を重点的に発展させると共に、供給チェーンのシステムを優越化させると共に、スーパー、コンビニエンス・ストア、ディスカウント・ショップ、専門店、専売店、場所が固定されない販売等の新しいタイプの業態の発展を推進していくことが必要である。また、既存の流通サービス業、特にコミュニティ向けの商業サービスを改善し、構造的に優越化していくことが必要である。さらに、持続的発展観を貫徹し、循環性のある経済発展を促していくと共に、財政等の面からもリサイクル資源の回収企業がチェーン経営等の方式を通じて回収ネットワークを構築出来るよう支援を行っていく。

(4) 流通システム改革におけるテスト作業の深化

商務部、中央編成委員会弁公室、体制发展改革委員会、財政部、人民銀行、税務総局、銀行監督委員会等による「流通体制の改革テスト・ポイントを深化させる方案に関する通知」に基づき、遼寧省、湖北省、厦門市、南京市、成都市、濰坊市、綿陽市における流通体制改革のテスト・ポイント工作が実施されている。テスト期間は2005年1月からスタートし、2007年末に終了する。テスト・ポイントにおける日常作業に関しては、商務部が担当するほか、関係部門が参加する調整体制が設置され、テスト・ポイント方案の実施、テスト・ポイント作業における重大問題に関する研究、テスト・ポイントを調節するための政策的措置を担当する。テスト・ポイント地域においては、現地の人民政府の指導の下、相応の作業体制を整えていくと共に、実際的状況や現地の特徴に応じて、改革の突破口を選び出し、実行可能な政策的措置を採用していく必要性がある。

4. 流通企業改革の進化、流通企業の競争力の向上

(1) 流通業の発展に対する公平で優遇した政策を制定・実施

中通産業の発展が直面する問題と困難を解決すると共に、既存の内外における不平等、所有制における不平等、業界内の不平等、地域間における不平等等の現象を取り除いていく。また、土地の譲渡、融資、債務処理、政策的債務処理(審査による債務の放棄)等の面から、流通企業に対して対等或いは優遇政策を与えると共に、統一化した納税制度、他の工商企業と同じ電力ネットワーク・電力消費価格制度を実行する。

(2) 国有流通企業における企業体制改革を大々的に推進

所有権制度改革を重点とし、市場メカニズムを発揮させていく。また、現地の状況に応じて、様々な方式を採用することを通じて国有流通企業における企業体制改革をサポートしていくほか、国有流通企業の活力を高め、利益獲得能力を向上させていく。過剰負債、長期の赤字を抱え、黒字転換が困難な国有流通企業に対して、法律にもとづいてリース、販売、債務再建、営業停止による破産を実施していく。また、優秀な企業に対しては、業界、地域、所有制にとらわれることなくその資産再建をサポートすると同時に、内外の様々な資本の流通企業改革、流通産業構造調整への参加を促していく。さらに、流通企業の改革を深化させていく過程においては、銀行からの信用貸出資産の保全に留意し、銀行債務の貸し倒れを防止する。その他、国有流通企業の株式会社化による改革を推進し、現代的企業制度を確立すると共に、コーポレート・ガバナンスの構造を完備し、企業内部の人事、労働、分配制度における改革を深化させるほか、科学的な政策決定のプロセスや奨励・抑制に関するシステムを確立していく。また、企業の調達、販売、物流、資金、財務等の面における管理を強化するよう誘導していくほか、現代的情報技術を積極的に活用し、管理の効率とレベルを向上させていく。

国有流通企業の歴史的マイナス遺産を適切に処理していく。国有流通企業については、それが使用している、又は既に計画により配分されている土地を売却する手続を取らせ、土地の売却金を企業の総資産に組み入れさせることにより、企業債務を帳消しにさせることを許可していく。また、財政、国有資産管理部門の同意を経て、国家の関連規定に照らした上で、国有流通企業が所有する国有の所有権を売却させることで、これまでの負債の償却することを認める。

従業員を適切に配置し、国有流通企業の改革にかかるコストを低減させる。国有流通企業はこれまで、国家経済貿易委員会等 8 部門による「国家経済貿易委員会企業改革[2002]859 号」に基づく措置の対象となる。また、流通企業が法律に基づき自らの経営或いは事務所部屋の所有権を売却して得た収入、及び企業が使用する土地を貸し与えて得た収入に関しては、これらを社会保険費の納入や従業員の配置に優先的に使用出来る。さらに、企業の経営者或いは従業員に対

して売却した国有の中・小流通企業の資産については、「看板を掲げる」手続を規範化した上で、政策の決定、資産の精査、財務審査、資産評価に関する審査手続を履行した後に、企業の従業員の権益を擁護し、同等の価格条件下で該当企業の従業員に優先的に売却するようにしなければならない。また、他の部門に売却する場合には、元の企業の従業員に対する配置を適切に行わなければならない。納税が困難な流通企業については、現行の規定に基づき、生産用建物に対する家屋税と土地の使用税を減免する申請を行えるものとする。

(3) 大型の流通企業グループに対する育成を加速

流通及び物流資源を結合し、大型の流通グループを育成する。中央貿易発展基金や国際資金を設置するほか、財務企業を設置して株券や債権の発行、金融サービスの提供等の分野に対してサポートを行っていく。また、重点育成の対象となった大型の流通企業については、商務部に対して輸出入額、許可証、国営取引経営件、関連する資格等を直に申請出来ることとする。

内外貿易企業の改革・再構築のテスト・ポイントプロジェクトを選択的に実施し、対内取引企業の国内市場における経営設備、ネットワーク・チャンネル、顧客資源、経営管理人材等の優位性と対外取引企業の国際市場経営における優位性とを組み合わせ、一定の条件を有する対内取引企業による対外取引業務や「海外進出」を積極的に誘導し、経営活動を展開していく。また、対外貿易企業の国内市場開拓をサポートし、国内販売ネットワークや物流システムを発展させると共に、生産品の生産加工基地を設置して産業化による経営を図っていく。さらに、国内の大型流通企業と外資の小売販売業との協力を加速させていく。その他、今後 5 年から 8 年の間に、商品ブランド企業と自主的知的所有権有する企業を 30 社育成すると共に、突出した主力業務、強いコア技術分野における競争力、初歩的な国際的競争力を有する大型流通企業を育成していく。

(4) 中・小の流通企業に対する規制緩和

商務部、発展改革委員会、財政部、科学技術部等の関係部門は、資金の使用目的やプロセスに基づき、中央外国貿易発展基金、中・小企業発展特定プロジェクト資金、中・小企業科学技術イノベーション資金等を配置する面において、中・小企業の発展をバックアップしていくことが必要である。

海外の経験に倣い、トップダウン方式、統一的な中・小企業向けの流通促進とサービス・システムを確立するほか、コンサルティング、情報提供、企業診断、経営指導、人材育成等を通じて、中・小企業に対する各種のサービスを提供していく必要がある。また、専門的な中・小企業の流通促進機構を設立し、中・小企業の法律、政策の制定、執行状況の研究を通じて、中・小企業の流通発展計画を制定し、政府部門とのバランスを図ると共に、全国的な調査研究、情報の交換、人

材の育成、イノベーション技術に関するサービス等の事項を組織・指導していく。これと同時に、中・小企業の社会的サービス体系の確立をサポートし、国内外企業、社会团体及び個人の中・小規模の流通企業に対してバックアップを行うと共に、各種の中・小企業向けの流通発展サービス機構の整備を図っていく。

中・小企業を発展させるには、融資、市場状況、マクロ政策、人材等の分野における大量の情報が必要とされる。しかしながら、情報ソースの不足や情報分析能力は、中・小企業において共通する弱点となっている。こうしたことから、政府の流通部門においては、専門的情報の提供とコンサルティングを行う機構を設置し、各業界の生産状況、業務発展、技術、市場情報を集めこれを中・小企業に配信することが求められると共に、関連するメカニズムを構築することで、中・小企業が自主的に自らの関連情報を提供して情報データ・ベースを構築し、中・小企業が迅速にいつでも情報サービスを受けることが可能となるようにしていく必要がある。また、政府部門は、専門的に中・小企業にサービスする、全国的、地域的な中・小企業向け情報ネットワークを計画・構築していく必要がある。

(5) 流通インフラに対する投資建設の増加、財政的資金援助とマクロ的管理

流通インフラ設備に対する建設投資に力を入れ、流通インフラ設備が市場の発展から遅れる問題を解決する。これと同時に、流通インフラ設備分野における盲目的な投資や重複建設に留意する。都市と農村における実際的需要や客観的条件に基づき、計画を統一化することとし、一概に大規模化を求め、経済発展や住民の消費の実態からかけ離れたものとなってはならない。また、物流エリア、商品取引センター等を盲目的に建設することは出来ない。流通のインフラ設備に対する投資には、商品流通、物流、情報の流通等の内容が含まれ、具体的には国家(中央)、地方における各種の貯蔵倉庫、回転周期型の貯蔵庫、港の埠頭、大型の卸売市場、物流配送センター、流通情報に関する公共施設が含まれる。流通インフラ設備の建設においては、国家による投資以外にも、民間資本が参加し、株式形態による運営と管理が行わなければならない。

1) 社会的な物流施設の合理的配置と建設を推進する。

全国的、地域的な物流配送施設に関する発展計画の制定を加速し、運輸ターミナル、中心都市、大型中央卸売市場等の商品の集散ターミナルを基盤として、若干の総合的な物流基地或いはエリア、及び地域的卸売市場、産地における卸売市場に対応する専門化した物流配送センターを重点的に開発すると共に、社会的な物流配送施設のシステムを構築する。また、物流配送センターの発展をバックアップしていく。さらに、企業が利用、又は以前利用していた国有地(国から分与された土地)の使用権を利用して資金や設備を導入し、物流配送センターの建設を行う場合には、法律に依拠して経営用土地として売却手続を取ることとし、その際、市場価格に基づき、土地使用権の売却金額を追加納入すれば、法人資産として土

地使用权を売却することが可能となる。その他、都市計画の必要性に応じて、旧貯蔵倉庫等の設備を撤去し土地を更地としたり、新たに物流配送センターを新規建設したりする場合には、都市政府は建物が撤去或いは企業の土地使用权が回収される際に、法律に基づいて合理的な補償を行うと共に、都市物流の計画用地に相応する配置を行わなければならない。

2) 都市に比べて発展が遅れている農村流通のインフラ設備については、重点的な投資を行っていく。

財政的補助等の政策的措置を積極的に活用し、農業生産物卸売市場、物流配送センター等のインフラ施設に対する投資に力を入れていく。また、農業生産品の流通における特殊な需要に対しては、農業生産品卸売市場のレベルアップを図るほか、農業生産品の冷蔵・低温倉庫の建設、運輸を中心とする冷蔵配送システム、農業生産品の加工・包装を中心的機能とする物流配送システムの構築を加速させる。さらに、流通企業の冷蔵・低温貯蔵庫の建設、運輸を中心とする農業生産品の冷蔵配送システムに対しては、減価償却のテンポを早めて行うことが出来る。その他、食品の安全性を強化し、「3つのグリーン・プロジェクト」の発展をサポートすることで、流通段階における食品の検査システムを確立・完備すると共に、人体に害を及ぼさない処理制度を整えることとし、これにかかる費用については財政負担として各レベルの財政予算に組み入れる。

3) 健全な流通分野における公共情報サービス・システムを構築する。

流通分野における公共情報サービスは、この数年でかなり成長している。しかし、全体としてみれば、公共情報サービスは未だに統一化されておらず、相互にオープンで、効率性の高いシステムとはなっていない。情報化建設を加速し、公共情報サービス機能を強化していくことは、各レベルの流通行政機構の重要な作業内容である。政府は資金を集め、先進技術を応用することで、既存の情報ネットワークのレベルアップを急がなければならない。また、政府は、情報伝達のためのプラットフォーム、マルチメディア・ブロードバンド、データ・ベースの建設と整備を加速すると共に、容量規模を拡大し、段階レベル、サービス・レベル、情報資源、データ・ベースに対するアクセス率、コンピューター・ネットワーク率を向上させることにより、情報の流れが迅速なブロードバンド、インテリジェンスといった機能を備えた情報伝達のためのプラットフォームと伝達ネットワークを確立しなければならない。

国家財政は 2005 年から毎年、一定の資金を割いて全国の流通分野における公共情報サービス・システムの建設をサポートしている。また、中央対外貿易発展基金からも、全国の市場情報サービス・システムの建設をバックアップするため、一定の資金が配分されている。地方の各レベルの財政についても、大量の資金を投入して、現地の商品情報サービス・システムの建設と運営メンテナンスを支援していくことが必要である。商務の主管部門は流通分野における公共情報サービス・システムの建設計画を制定し、管理を強化していくことが必要とさ

れる。

電子ビジネスと商品、サービス市場に関する情報プラットフォームの建設を加速する。まず、商品、サービス市場における情報化の発展に関する特定プロジェクトの計画要綱を制定し、標準化、広域型、基礎的な商品オーダーシステム、商品取引ネットワークを確立・完備すると共に、出来るだけ多くの企業、商品、商業活動が電子ビジネス分野に参加出来るようにする。次に、各種の流通主体における情報化の発展テンポを加速し、实际的措置を講じて流通企業における情報技術のレベルアップ、システム建設に対する投資が増加するよう促していくことが求められる。また、それにより、企業内部の情報管理を電子化し、情報技術を活用して取引や運営手段を改善していくと共に、各種の先進的な管理ソフトやシステム等を導入し、商品市場における現代的情報技術の応用レベルを全体的に引き上げていくことが求められる。さらに、流通分野における情報技術の応用に関する研究と開発に力を入れ、流通産業、企業、製品が電子ビジネスを通じて活動を展開する新たな形式や方途に関する研究を積極的に行う。また、上流・下流企業間の情報交流を始め、情報を共有化するネットワークの建設や管理面における刷新をサポートし、電子ビジネスをさらに幅広い領域において発展させていくようにする。最後に、ネットワーク取引に関する法律体系を整備していく。先進国における電子ビジネスの経験を参考にし、中国の現状と組み合わせる上で、一日も早く具体的に取扱うことが可能な「電子ビジネス法」及び関連法律を施行し、中国の電子ビジネスの健全な発展を促す法律体系を整備していく。

(6) 流通及び物流分野における地域及び国際的協力の推進

流通及び物流分野における地域及び国際的な協力を推進する。特に、日・中・韓における流通及び物流の協力を推進していく。国際貿易摩擦に対する対応能力を向上させると共に、国際市場におけるリスクに対する緊急対応メカニズム、長期的効果を生み出すメカニズムを構築する。

1) 中国は 1992 年から小売業を海外に開放するテスト・ポイントを設置している。

過去 10 数年において、こうした商業の対外開放により、海外資本が呼び寄せられ、先進的な経営理念、流通方式、営業販売技術が導入されるようになった。また、それにより中国の小売業の現代化は大幅に進展すると共に、人々の消費需要を満足させ、中国の消費製品の輸出をもたらした。中・小企業もこうした商業の対外開放を通じて、互恵的な協力関係、「Win Win」(お互いに利益を得る関係)を実現させている。

今後、中国の流通業は、流通の改革と発展を自由に促す新たな段階を迎えるため、全面的に開放されることになる。中国は WTO 加盟以後の過渡期における各種の対応措置をしつかりと検討し、段階的に流通業の対外開放を進展させることになる。中国経済が安定して速いテンポで成長していくのに伴い、産業構造に対する調整テンポも絶えず加速している。消

費構造は衣食の問題が解決されるレベルから生活に多少のゆとりを持てるレベルへと移行しており、中国の流通市場は安定した発展が継続すると同時に、国際的投資を今後も受け入れ、新たな発展のチャンスと更なる市場開放を行っていくことが必要である。

2005年において、外資小売企業が中国市場に進出する際の株式比率、数量、地域に対する制限は全て取り消された。現地化のテスト・ポイント段階をクリアした外資小売企業は今後、拡張のテンポと範囲をこれまでの開放テスト・ポイント都市から戦略的意義を有する大・中型都市や経済都市に向けて増大させると共に、単独ポイントを軸にした拡張から資本運営を軸とする方向へと転換し、管理輸入による経営から全方位的現地化による経営へと転換することとなる。また、経営の領域においても、小売販売領域から卸売、物流等流通の内部領域において発展を深めていくようになる。目下、外資流通企業の中国の流通分野に占める比率は比較的低いが、その発展の勢いは力強く、また、主に東部地域に集中し、特に大都市における大型スーパーは、外商の商業投資が最初選択する業態となっている。こうした地域や業態における投資のアンバランスを改善するため、今後は業態、投資地域に関して、合理的な投資を行うよう誘導し、政策の上でも外資流通業が中西部地域に投資するよう促していくと共に、中西部地域に投資を行う外資に対して、関連部門が審査批准作業において便宜を与えていくことが必要である。

2) 中国の流通企業が海外に進出し、海外で投資を行うこと、国際分業と国際競争に参加することを促していく。

周辺国家、特に日本、韓国との対話交流を拡大していく。また、国際的、地域的な流通組織、協会に積極的に参加し、アジア太平洋地域における小売企業大会等の大型のイベント等を積極的に主催すると共に、国際フォーラムを組織し、国家、地域間の政府、協会、企業レベルの視察、相互訪問に力を入れていく。

3) 国際市場が日増しに厳しさを増し、保護貿易主義が台頭し、貿易摩擦が増加するといった新たな情勢への対応としては、国内企業が業界の自律性を強化し、価格競争、低価格販売といった不利な競争を互いに防止するよう指導していくと共に、輸出市場を規範化した上で、国内企業の対外的団結を促し、国際市場における競争力と発言力を向上させていく。

4) 中国の経済発展、人々の消費レベルの向上は、若干の重要商品に対する需要を引き上げ、国際市場に対する依存度を高めている。

国内外の二つの資源と二種類の市場を充分に活用し、グローバル化した商品に対して資源配置を行うことは、中国の人々の生活需要を保障し、高い消費レベルと品質を向上させるための重要な方途となっている。それは重要商品の競争市場を育成し、新たな流通体制を生み出すのに有利となるばかりでなく、国民生活を保障し、国家の経済的安全を守るという前提

の下、中国の重要商品の保障システムを構築することを可能とさせるものでもある。重要商品の保障システムには、主に貯蔵、応急・リスク防止、モニタリング、予防警報、輸出入調節等の事項が含まれる。

国家的貯蔵を商業的貯蔵と組み合わせた新たなタイプの商品貯蔵システムを設置する。穀物、綿花、食用油、食用砂糖、化学肥料、農薬、石油等の重要商品に関する資源や消費の状況に基づき、貯蔵倉庫の計画と建設を強化し、合理的な貯蔵レベルを確立していく。こうした基盤の上に、レベル別の貯蔵制度を制定し、中央レベルの貯蔵、地方レベルの貯蔵及び商業レベルの貯蔵が相互に組み合わせられた総合的な貯蔵制度を段階的に構築していく。また、中央レベルの貯蔵商品に関する貯蔵費用は、関連する規定に基づいて決定する。地方についても、各レベルにおける人民政府が実際の状況を踏まえて地方の生活必需品に対する貯蔵制度を確立し、貯蔵に必要な経費については地方政府が決定する必要がある。さらに、経営主体が必要な商業レベルの貯蔵を行うよう重点的に誘導すると共に、必要な政策措置を講じて、経営主体が貯蔵設備の設置に投資するよう促していく。

緊急コントロールが必要な事態に迅速に対応する・メカニズムを構築する。中央レベルでの緊急コントロールに対して発生する費用に関しては、商務部が財政部と協議した上で、国家的突発性事件に対する緊急保障に関する規定に基づいて、緊急物資の供給に必要な合理的費用を保障する。また、地方レベルでの緊急コントロールに対して発生する費用については、地方の商務主管部門が地方財政部門と協議した上で、現地の人民政府の関連規定に基づいて処理する。

(7) 流通及び物流業界の法整備と基準化整備の迅速化、流通及び物流業の発展に有利となるオープンで公平な、有効性のある市場競争環境の構築

1) 地域的封鎖状況や業界による独占状態を打破し、全国的な統一市場の形成を加速する。

「国務院が市場経済活動中の地方的封鎖の実行を禁止することに関する規定」(国務院303号令)、「国務院の市場経済秩序の整頓と規範化に関する決定」(国発[2001]11号)、「国務院弁公庁が国務院体制改革弁公室・国家経済貿易委員会に転送した、チェーン経営の発展を促進させるための若干の意見に関する通知」(国弁発[2002]49号)、「国務院弁公庁の2004年全国の市場経済秩序の整頓と規範化における工作要点を印刷配布することに関する通知」(国弁発[2004]42号)、商務部、国務院法制弁公室等7部門の「市場経済活動中の地域的封鎖の実行を整理する規定に関する通知」等の文書に基づき、商品が全国的にスムーズに流通することを妨げる各種の法規、規則、文書については、これを整理し、取り除いていく。

地域的封鎖状況を打破し、行政による障壁の設置、市場の分割化、公平な競争に対する

妨害行為を正していくと共に、行政の審査批准手続を簡略化し、条件を備えている流通企業に統一納税を行うよう促していく。また、企業に対する重複審査を回避すると共に、徴収に対する監督管理を強化し、大規模な流通の発展、大規模な市場を建設していくために有利な市場環境を整備していく。さらに、各種の非合法的な徴収を取り消すほか、全国において高い効率性を有し、新鮮な農業製品を流通させる「グリーン・ロード」の建設を推進していく。

市場参入を緩和化する。特に若干の独占的経営或いは専門的経営の分野については、一段と国内資本に対して市場を開放し、各種の経済的要素を有する企業が公平な競争機会を獲得出来る環境を形成しなければならない。また、独占的業界が競争を制限する行為に対しては、これをしっかりと審査処罰していく。審査処罰に際しては、独占的立場を利用しての強制的取引、強制的なサービス行為、消費者権益の無視といった各種の押付け条項が審査処罰の対象となる。

2) 中国の流通分野における法律法規の制定を加速する。

オープンで秩序ある競争による現代的市場システムを確立・整備することからスタートする。また、法律に基づく行政と全社会流通の統一的管理に対する要求に依拠して、先進国の流通立法の経験を参考にし、これを中国の豊富な流通における実践と組み合わせた上で、商品の流通活動、流通主体、市場行為、市場の調節・コントロール、管理等の規範化に関する法律法規の改訂のスピードアップや制定を検討していく。

「反独占法」を制定し、「反不正競争法」を改定するほか、「行政許可法」を促進する等、これらの法律を有効的に実施していく。また、これらの法律を有効的に実施するためには、先進国において反独占問題に対する法律執行機関が設置されていることに学び、中央と省の各レベルにおいて独立し、権威を有する反独占問題に対する法律執行機関—国家公平取引委員会—を設置しなければならない。また、同委員会は調査検査権、審査批准権、行政処罰権、行政的強制措置権、行政裁判権を保有するものでなければならない。さらに、国務院の各部門、地方の各レベル政府及びその部門による競争を制限する行為に対しては、同委員会は直接処理する権力を保有するものとしなければならない。

「商業フランチャイズ、チェーン経営の管理条例」、「小売商、サプライヤー商の取引管理規範」、「酒業専売条例」、「リサイクル資源の回収利用条例」、「抵当業条例」を制定・実施することで、各種の取引関係、流通産業等が法律・法規の直接的な規制対象となるようにし、取引する双方が公平な原則の下で各自の経済的利益を追求できるようにする。

3) 市場の特定項目に対する取り締まりを行い、法制による宣伝を強化することで、市場経営主体や従業員が国家の法律・法規を自覚的に執行するように誘導する。

各種の商業的詐欺行為に対する取り締まりを強化する。例えば、商業的小売企業の規範に反する販売促進行為、美容理容業等のサービスにおける詐欺行為、商業フランチャイズ経営における偽り、詐欺行為、対外取引分野、対外請負プロジェクト、対外労務協力、対外投

資分野における様々な詐欺行為の取り締まりに力を入れていく。人々の健康と生命・安全に直接関係する食品、薬品市場の特定項目に対する取り締まりを重点的にしっかりと行う。また、食品生産加工企業に対する整理・整頓を大々的に行い、食品添加物の生産に対する監督管理を強化するほか、非食用原料や有毒物質を食品添加物の生産に使用する違反行為を厳重に取り締まる。

4) 商業的信用システムの建設をしっかりと行う。

商業的職業道徳の確立を強化し、様々な形式の「誠実と信用による商業の興隆」活動を展開することで、「誠実と信用による商業の興隆」における経営理念を確立する。食品、薬品、完成品オイル、商品の卸売・小売、飲食サービス、美容理容等の人々の生活と密接に関連する重点商品、重点業界、重点企業を選定し、商業的信用システムの建設テスト・ポイントを設置する。また、重点業界や重点企業における商業的信用に関する記録文書システムの構築を模索し、商業的信用に関する公告制度や信用喪失に対する懲戒メカニズムを確立する。

知的所有権に対する保護を強化し、製品ブランド戦略を実施する。流通企業が商標信用を確立・維持出来るよう支援を行う。また、権利を侵害する行為に対する取り締まりを強化し、著名な流通企業、全国的、地域的な老舗の「著名な商標」や「名の通った商標」に対する認定・保護作業を強化する。

5) 基準の制定とプロモーション作業を強化し、商品市場の標準化に対する管理と認定サービスを推進すると共に、商品市場への参入に必要な制度を実施し、商品市場の参入認証基準を確立する。

また、標準化された商品の取引と流通を促進する。さらに、市場経営主体の資格認証と管理制度を構築する。

標準化は国際貿易の発展にとって必然的な趨勢となっている。国際貿易においては、関税障壁の役割が徐々に低下し、非関税障壁の部分が益々頻繁に多数の国々の貿易において応用されるようになっていく。標準化の手段(技術的法規、標準、合格評定、出入国検査・検疫等)を利用して技術的障壁を築くことは、先進国の保護貿易主義における重要な戦略となっている。中国流通業の技術的標準化の基礎作業は非常に脆弱であり、若干の分野においては国家標準が存在しているとはいえ普及や応用がなされておらず、流通の現代化のプロセスを制約している。また、国家標準についてみれば、特に物流技術標準は国際的標準と合致しておらず、国際的協力や中国流通業の国際化レベルを制約している。中国の2万余り存在する現行の国家標準の中で、6500余りは国際標準を援用したものであり、援用率は40%近くになる。さらに、ISO/IECについてみれば、現行の17000項目余り存在する標準の中で、中国が起草して批准されたものは20項目余りしかない。中国が起草し現在審査批准されているものを合わせても50項目余りで、全体の3%を占めるに過ぎない。上述の状況を改善するためには、中国の流通産業の内部、外部環境に基づき、国際的標準を参考とした上で、中

国の流通産業に関する統計指標システムを設計して、客観的で常時中国の流通産業の運行状況を反映させることのほか、国際的標準の制定に実質的に参加することが必要である。

(8) 業界、協会等の仲介組織による役割の発揮

更に仲介機構の建設を強化し、市場化の原則に基づいて、各種業界における協会、商会等の自律的組織を改革・発展させ、仲介組織の業界内の協調、海外貿易に対する制限や市場開拓等への対応といった独自の役割を十分に発揮させていく。一方、政府部門は考え方や機能面における転換を急ぎ、政治と経済の関係を分離し、業界組織の発展に有利となる体制環境を積極的に作り上げていく。また、市場経済のルールに基づき、政府部門と業界における協会の役割を決め、今日の業界内の協会を本当の社団法人にした上で、しかるべき役割を發揮させる。さらに、普遍的に存在する「二つの政府」といった現象に対しては、既存の協会の改善する力を強化し、業界内の協会自身による建設を強化することで、協会による機構建設と運営メカニズムを健全なものとしていく。その他、市場化の原則に基づき、流通分野における業界内の協会、商会の活動を規範化し、発展させることにより、会員全体の利益と業界利益を代表させると共に、政策制定、情報交流、価格調整、品質認定、専門的訓練等の面において積極的な役割を發揮させ、流通業界の自律性と経営規範を促進させていく。

中国において、目下、実力が比較的に強く、全国的な影響力を有する流通業界における協会としては、中国商業連合会、中国物流と調達連合会、中国貨物運送代理協会がある。中国商業連合会は1994年に設立され、現在、500社余りの会員を有する。また、中国商業連合会に代理管理を委託している協会、学会は39団体ある。中国物流と調達連合会は1980年に設立された中国物資経済学会、1984年に設立された中国物流研究会、1995年に設立された中国物資流通協会と度々名称を変更した後、2001年4月から現在の名称となっている。中国物流と調達連合会に代理管理を委託している団体は26団体ある。中国貨物運送代理協会———。この三大協会以外にも、全国工商連合会、地方工商連合会が組織・設置した、或いは自発的、ボランティア的に組織された若干の専門的性質を持つ「総商会」、「民間商会」、「出先商会」がある。また、同業商業協会的な性質を持った団体もある。こうしたタイプの機構は上述の政府主導型、事業単位型の業界内の協会と異なり、体制外の社会団体組織に属し、主に中国の民営経営経済が発展した地域、例えば広東省、浙江省等の地域に集中しており、かなり強い地域性を有している。中国の流通業は今後、こうした協会組織の機能や役割を十分に發揮させていく必要がある。

第二部 特定テーマ別発展報告

第1章 流通業の特定テーマに関する発展報告

改革開放以来、中国政府は積極的かつ穏当に流通体制改革を推進し、物流企業の経営自主権を徐々に拡大し、市場に配置された資源の基礎的な役割を果たさせ、物流分野における対外開放と物流の近代化を積極的に推進してきた。20年余りにわたる改革開放を経て、中国の物流分野は本質的な変化を遂げ、流通ルート、流通主体、流通方式、経営業態から運行メカニズムや管理体制に至るまですべてが根本的に変化した。現在、中国の商品市場は初歩的な規模を備え、市場メカニズムが打ち立てられ、流通主体が多様化し、物流の設備と技術が絶えず改善され、近代化流通方式はゼロからスタートして急速に発展し、対外開放のレベルが絶えず向上し、「多ルート、少ポイント、開放式」の物流構造が一応の形成を見、市場化を標識とした商品の物流システムがほぼ確立した。2004年、中国の卸売・小売貿易と飲食業全体の増加値は1兆98億5000万元で、1978年の38.04倍、同従業員数の全国就業人口に占める割合は、1978年の2.84%から2002年には6.74%に増加した。2004年中国の社会消費財の小売総額は5兆3950億元で、1978年の34.6倍になった。

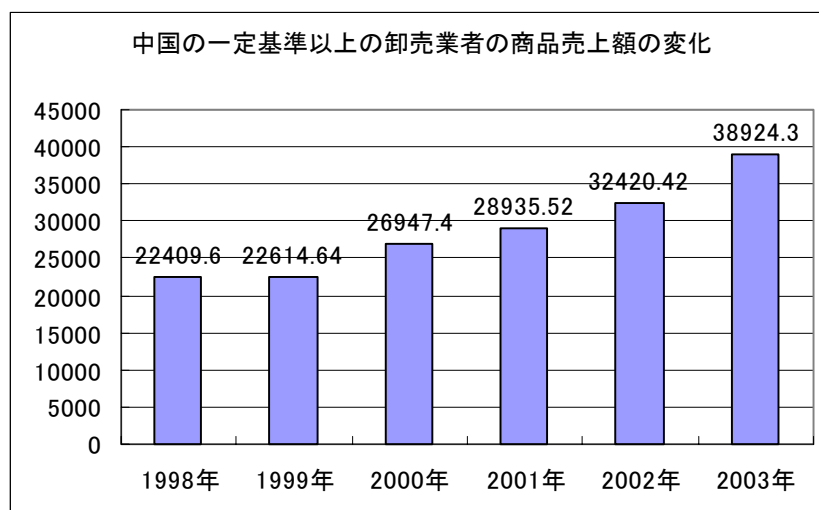
1. 中国の卸売業の発展

(1) 中国の卸売業の全体的な状況

1) 商品販売規模

中国経済の持続的かつ急速な発展は、中国の消費市場の規模をも持続的かつ急速に拡大させ、商品の流通量は比較的速いスピードで増加し、卸売業は物流の各ポイント中の重要ポイントとして、その商品販売規模が急速に拡大している。2003年全国の卸売市場の商品売上額は2兆1616億7000万元で、1998年に比べて60.7%、2002年に比べると12.7%の増加となった。そのうち、消費財の卸売市場の売上額は1兆1004億6000万元で、1998年に比べて31.1%、2002年に比べると6%増加した。生産手段の卸売市場の売上額は1兆612億1000万元で、1998年に比べて110%、2002年に比べると20.7%【1】増加した。2003年、全国の一定基準以上の卸売業者【2】の商品売上額は3兆8924億3000万元で、2000年以来、全国の一定基準以上の卸売業者の商品売上額の増加はスピードアップの様相を呈している。

2000年～2003年の同商品売上額の増加率は、2000年19.2%、2001年7.3%、2002年12.5%、2003年20.1%となっている。2003年における一定基準以上の卸売業者の売上額のうち、鉱産品、建材および化学工業製品が41.1%、機械設備、金物電器および電子製品が16.3%、たばこ製品が13.2%を占めた【3】。



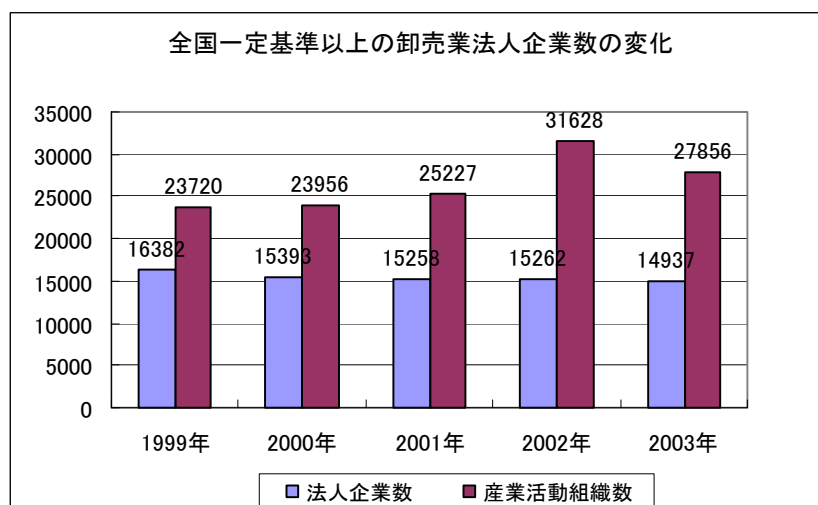
【1】データの出典は国家工商行政管理総局《工商行政管理統計集》

【2】一定基準以上の卸売業者とは、年末現在で従業員20人以上、年間売上額2000万元以上の業者を指す。

【3】データの出典は国家工商行政管理総局《工商行政管理統計集》

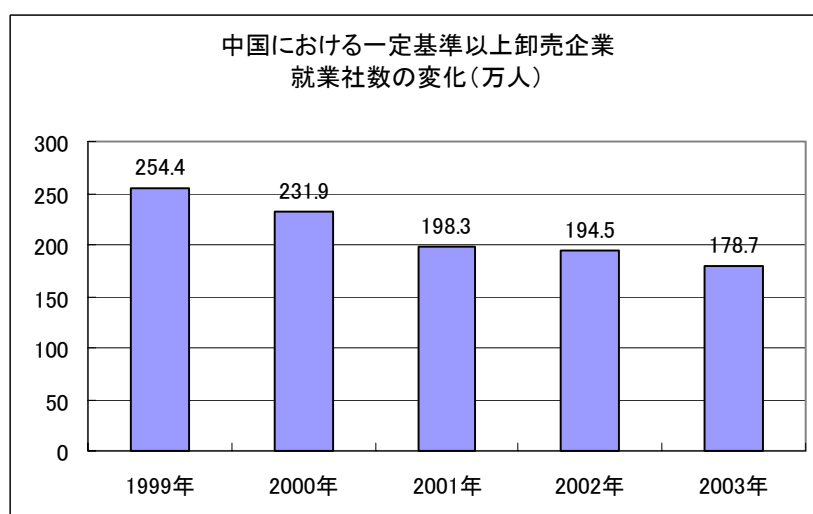
2) 卸売企業の数

2004年末現在、全国の一定基準以上の卸売業法人企業は1万483613社、個人の卸売業者は2045609戸となっている。卸売業務市場への参入許可の環境が絶えず緩和され、市場が絶えず拡大してきたため、中国の卸売業は数のうえでも増加し、また企業規模も常に拡大を遂げてきた。1999年に比べて9.9%減少している。近年来、全国の一定基準以上の卸売業法人企業数は年ごとに減少傾向にあり、その主な原因は卸売企業間の統合、買収、再編で、1999年～2003年、全国の一定基準以上の卸売業法人企業数は、1999年1万6382社、2000年1万5393社、2001年1万5258社、2002年1万5262社、2003年1万4937社となっている。また同時期における卸売業の産業活動組織数は、1999年2万3720、2000年2万3956、2001年2万5227、2002年3万1628、2003年2万7856となっている。



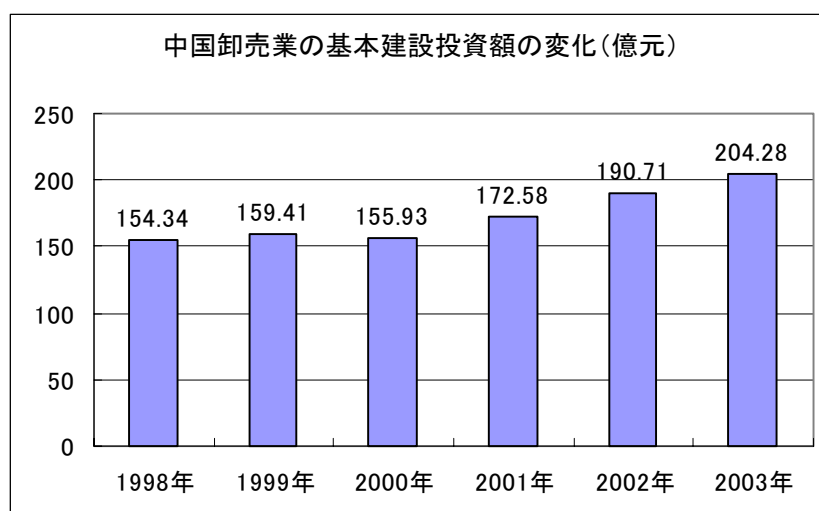
3) 就業者数

改革開放以来、中国の卸売業は新しい発展段階に入り、発展の過程で曲折はあるものの、全体的な発展の趨勢は強大である。特に 90 年代中期以降、国家による積極的な財政貨幣政策の実施と物流業の地位の高まりによって、卸売業の急速な発展が促され、卸売業の就業者数も常に増加してきた。統計の都合で、全国の卸売業の現在の就業者数はわからず、卸売・小売貿易、飲食業の就業者数の変化を示すことしかできない。2002 年末現在、中国の卸売・小売貿易および飲食業の就業者数は 4969 万人で、1995 年に比べて 15.8%増加した。全国の一定基準以上の卸売企業の就業者数を見ると、2003 年末現在で、全国の一定基準以上の卸売企業の就業者数は 178 万 7000 人で、1999 年に比べて 29.7%減少した。



4) 投資

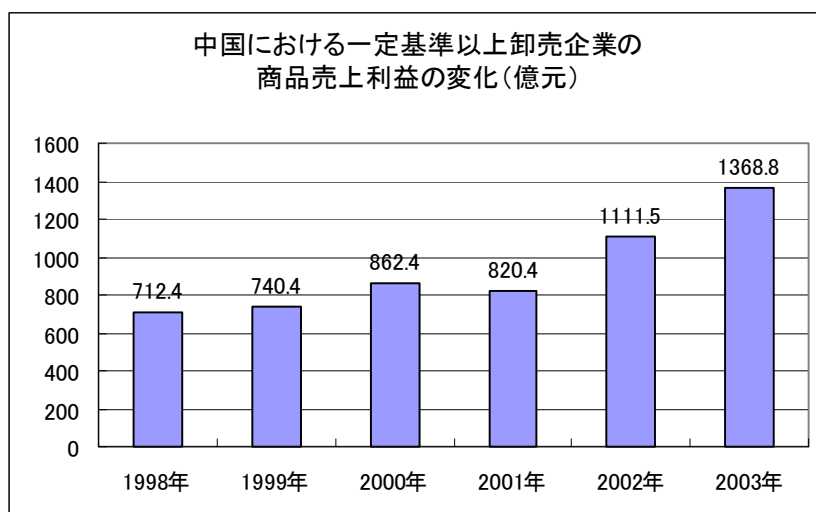
2003年の全国の卸売企業の登録資金は1兆8615億5000万元【4】であった。2003年中国の卸売業の基本建設投資額は204億3000万元で、1998年に比べて32.4%増加した。近年、物流費用を下げ、流通の効率を上げることが、物流業発展の重要な課題となっており、インフラへの投資の増加速度も加速している。2001年、2002年および2003年の中国の卸売業の基本建設投資はそれぞれ10.7%、10.5%および7.1%であった。基本建設投資が比較的急速に増加しているのと同時に、中国の卸売業の設備更新・技術改造投資も穏やかに増加しており、2003年、中国の卸売業の更新改造投資額は35億9100万元で、1998年に比べて53.5%増加した。



【4】データの出典は国家工商行政管理総局《工商行政管理統計集》

5) 企業収益

企業規模の拡大、商品販売規模の比較的急速な成長に伴い、企業規模の効果がいつそははっきりと現れてきた。90年代中期以降の発展を見ると、1998年、中国の一定基準以上の卸売企業の商品売上利益は最も低調で、1999年から安定的な成長の軌道に乗り始めた。2003年、中国の一定基準以上の卸売・小売企業の商品売上利益は1368億8000万元で、1998年に比べて92.1%、2002年に比べると23.2%の増加となった。一定基準以上の卸売企業が実現した商品売上利益のうち、たばこ、エネルギー、金属等の伝統的な大口製品の卸売業の貢献が最も大きく、2003年、一定基準以上の卸売企業のうち、たばこ製品の卸売業者が実現した商品売上利益は512億8000万元で37.5%を占め、商品売上利益は1998年に比べて93.8%増加した。石油および石油製品の卸売業が実現した商品売上利益は1998年に比べて199.4%増加し、金属および金属鉱の卸売業の実現した商品売上利益は82億1000万元で6%を占め、商品売上利益は1998年に比べて224.5%増加した。



2003年の一定基準以上の卸売企業の商品売上利益のうち、国有企業は696億3000万元で50.9%を占め、有限責任会社は245億2000万元で17.9%を占め、株式会社は200億4000万元で14.6%を占め、個人経営企業は57億5000万元で4.2%を占めた。

(2) 現段階における中国の卸売業発展の主な特徴

1) 中国の卸売業は転換発展期にある

建国以来、中国の卸売業は複雑な発展過程を経てきた。計画経済期には、中国は高度に集中した、区画ごとに設置された一、二、三級の卸売ステーションを顕著な特徴とする生活手段および生産手段の卸売システムを作りあげた。この卸売システムは卸売企業に対して卸売対象、供給地域、価格の割引率を固定するという政策を実行し、同時にまた、卸売企業として国有および集団企業しか経営を認めなかった。1978年中国は経済改革と対外開放を実施し、中国の経済が計画体制から市場経済体制へと徐々に転換するにしたがって、各種の高度に集中した区画行政式の卸売システムが、商品の流通の発展を著しく阻害し、国民経済の発展を阻害するに至ったので、国家はこの卸売システムに対して改革を行い、たちまち伝統的な三級の卸売システムを徹底的に打破した。その後の発展のなかで、小さな卸売ステーションは、卸売会社が「国有民営」の政策の下、「転換、貸出、売却、請負」などの方法で、他の業務経営に転換させたり、市場に向けて自主経営を行う卸売企業に転換させたりした。また大きな卸売ステーションは卸売会社との合併、再編など整理・再編成の措置を経て、大規模な国有卸売企業として組織され、国家の経済と人々の生活にかかわる重要な製品の卸売業務の経営をすることとなった。

1984 年から、各地で次々に取引対象は「どこの土地の公私だれでも」で、卸の量で価格を決める「工業品貿易センター」が設立され、卸売業を営み始めた。しかし工業品貿易センターは、取引ポイントの削減や時間、空間、数量、所有権の分離といった問題を根本的に改善することができず、まもなく市場から姿を消した。

改革開放後、市場と経営権の開放によって、郷鎮企業、個人経営企業、自営業者が急速に発展し、農産物・副産物、水産品、生鮮品の生産量も急速に増加した。商品の生産者が多く、商品の種類も多く、生産のロットサイズが小さいという市場の特徴に適応し、生産と販売の矛盾を調整するため、農産物・副産物の卸売市場と工業品卸売市場が時運に乗じて生まれた。1993 年党の第 14 期三中全会の《社会主義市場経済体制確立の若干の問題に関する決定》において、「現有の商品流通システムを改革し、商品市場をさらに発展させ、重要な産地、販売地あるいは集散地に、大口の農産品、工業消費財および生産手段の卸売市場を建設する」と示された。このときから、中国の卸売市場は急速な発展段階に入ったのである。2003 年末現在、中国には 7454 カ所の消費財卸売市場と 6711 カ所の生産手段の卸売市場がある【5】。

【5】データの出典は国家工商行政管理総局《工商行政管理統計集》

1992 年、中国の商業分野が対外開放され、外資系小売企業の進出と国内資本の小売企業の規模の拡大により、小売企業の商品買付センターの発展が促され、それによって、大型小売企業の卸売業務の発展も促進された。2002 年、上海一百は日本丸紅株式会社と合併で卸売企業—上海百紅貿易有限公司を組織し、外資による中国の卸売業への進出の幕開けを告げる旗印となった。

計画経済体制下の卸売システムを打破し、市場経済の発展に適応した新しい卸売システムを確立するため、20 年余りにわたって中国は積極的な探求と実践を行ってきた。国家によるたゆまぬ改革措置の推進の下、また、市場経済における資源配置の最適化機能の調節の下、新しい卸売システムを確立して卸売業発展を促進する過程で、多くの実績と経験を得、多種類の所有制、多種類の方式による卸売企業の共同発展構造をほぼ形作ったと言わねばなるまい。また、物流の効率を向上させ、生活、生産消費を満足させることについては、製品構成を調整し、国民経済における物流業の地位の向上に積極的に貢献した。近年来、中国の卸売売上額と小売売上額の比率は 3:1 程度で、卸売売上額の比率は下降の形勢にあるが、このことは卸売ポイントの減少と物流効率の向上を意味している。しかし、近代化された大規模物流システムを確立するには、中国の卸売業は効率的にも機能的にも先進国と比べてまだ大きな格差があり、現代物流の発展要件に適応した、効率がよく、機能が高い卸売システムの形成にはまだ一定の距離がある。現在、中国における物流業の地位は日増しに高まり、物流は商品の流通コストの低減と流通効率の向上の必要に迫られており、国際的な物流業とリンクして協力を強化する新しい形勢の下、中国の卸売業も新しい転換発展期に入った。転換発展の核心はすなわち、伝統的な大型国有卸売企業の改革を加速し、近代的な大型卸

売企業を育成し、チェーン化の発展を促進し、伝統的な卸売業や卸売市場のサービス機能を拡大し、卸売業と物流業の融合を促進し、物流のインフラ建設を強化し、卸売業の構造を調整し、市場における卸売業の主体を確立し、外資との協力を強化し、情報化技術の応用レベルと管理レベルを高めることである。

2) 卸売業の多元化発展

中国の計画経済体制下の「三級卸売」システムが打破されて以降、卸売業は社会主義市場経済に向けて転換する発展時期に入った。中国の卸売業の現状から見ると、多元化は当面中国の卸売業の顕著な特徴であり、卸売業の多元化は主に二つの面に現れている。

そのうちの一つは、卸売業の経済要素の多元化である。国有および集団の卸売企業による経営のみだった局面から、国有および集団企業、有限責任会社、株式会社、個人経営企業、外商投資企業などが共存し、共同で経営するという局面に発展したのである。2003 年一定基準以上の卸売業法人企業のうち、国有企業が占める割合は 38.2%、集団企業は 8.3%、有限責任会社は 24.1%、株式会社は 6.9%、個人経営企業は 15.7%であった。

二つ目は、卸売キャリアと卸売形式の多元化である。現在中国の商品卸売業務の卸売キャリアおよび卸売形式は主に 6 種類が見られる。1. 伝統的な卸売形式。主に国有大型卸売企業によって経営され、卸売業務は食糧、綿花、食用油、砂糖、酒、たばこ、塩、化学肥料、農薬、石油、石炭、自動車、鋼材などの大口農産物・副産物や生産手段製品の分野に集中している。2. 生産企業が直接生産企業や小売企業に販売する直接販売。3. 卸売取引市場を通しての卸売。消費財卸売取引市場は、現在農産物・副産物、衣服、綿布類、雑貨など日用工業製品の卸売の重要なキャリアおよび形式となっている。4. インターネットによる卸売取引。iResearch(艾瑞市場諮訊有限公司)の《2004 年中国 B to B 電子商務研究報告》によると、2004 年末現在、中国における B to B 電子商取引市場の取引額は 3160 億元に達している。5. 展示即売会での卸売取引。6. 大型小売企業の卸売。これは主に、大型小売企業が商品の買付配送システムを利用して、買付、輸出あるいは他の中小の小売企業への配送を行うこと。

3) サービス機能の絶え間ない拡大

中国の卸売業は改革発展の過程において、市場環境の変化にしたがって、そのサービス機能も絶えず拡大させてきた。伝統的な卸売業および卸売市場の機能は主に、商品を取り扱って、市場に出回る商品の量を調節することであるが、中国の市場経済の徹底的な発展に伴い、物流コストを下げ、滞りのない効率のよい供給チェーンを打ち立て、生産企業、物流企業、小売企業の経営発展において等しく重要な役割を果たすようになってきている状況の下、伝統的な卸売企業および卸売市場の業務は、生産企業の商品専売店や代理店、物流企業の配送業務、小売企業の配送業務、商業経営および代理業、およびその他の新型卸売業

態との激しい競争を経験している。このため伝統的な卸売業および卸売市場は発展の過程において、価値チェーンを徐々に生産部分と小売部分の双方向に伸ばし、次第にそのサービス機能を拡大している。その現れとして、1. サービス地域を拡大し、多地域にわたる経営を行う。2. 商品の取り扱い範囲を広げ、多業種にわたる経営を行う。3. サービス項目を増やす。たとえば運送、倉庫保管、加工、仕分け、包装、配送、設計、基準、製品の展示、先物取引の代行、倉荷証券による質入れ、銀行決算、情報、アフターサービスなどのサービス。4. 近代化管理システム設備、情報処理システム設備を構築し、効率と電子商取引レベルを向上させる。

(3) 中国の卸売業に存在する問題

1) 市場の主体がはっきりしていない

20 年余りにわたる発展を経て、中国の卸売業は経済要素の多元化、卸売キャリア、サービス形式の多元化といった発展の局面を呈している。しかし中国は市場経済体制を施行してからあまり時間が経っておらず、卸売業の資源最適化機能に対する市場の役割が、まだ完全には果たされていない。同時に、中国の経済はいま比較的急速な成長期にあり、市場はまだ飽和状態に至っていないことから、中国の卸売業は現在のところまだ調整、最適化の時期にあり、中国の市場経済体制や、経済成長の需要と消費需要の増加に適応した卸売のシステムと構造はまだ形成されておらず、卸売産業の集中度は低い。この現状を反映した重要な状況としては、卸売業の市場主体がいまだはっきりせず、各種の卸売企業と卸売形式が激しい市場競争に置かれ、卸売業務の形式のうち一つとして成熟したものはなく、また、卸売形式のうち一つとして安定した、市場を主導する優勢なシェアを獲得できたものもない。現在、伝統的な大型国有卸売企業と卸売市場のシェアが比較的大きいが、それらも改革と機能の向上の必要に迫られており、それらの現在の卸売モデルは、中国の卸売業の主流の発展方向を代表できるものではなく、また卸売業主体の代表となることもできない。

2) 企業の規模が小さく、大規模卸売業者が不足している

2003 年末現在、全国の国内資本の卸売業法人企業は 42 万 5808 社で、このほか非常に多くの個人企業と個人経営者がいる。42 万 5808 社の国内資本卸売業法人企業のうち、商品売上額が 2000 万元以上、従業員数が 20 人以上の法人企業は 1 万 4406 社にとどまり、3.4% を占めるにすぎない。2003 年、卸売市場 1カ所当たりの商品売上額は全国平均で 1 億 5000 万元にすぎず、卸売市場における各卸売業者の売上額の平均はさらに少ない。これらのデータは、中国の卸売業のうち 96%以上が中小企業で、卸売業者は「小さく、分散し、質が悪く、秩序がない」状態で、近代的な科学技術と先進的な管理によるサービス機能が多岐にわたり、業務半径が広く、販売商品の規模が大きい大規模な卸売企業、大規模卸売業者の不足が

深刻であることを物語っている。

3) 卸売企業の改革は滞り、経営概念は遅れている

小売業の発展と比較して、中国の卸売業の発展は滞っている。その主な原因は卸売業の改革の滞りである。計画経済体制の下、中国の伝統的な卸売業は、物資、商業、外国貿易、食糧がすべて購買販売協同組合の行政管理部門に所属しており、たばこ、医薬品、石油などの商品は専売とされ、強力な業種別分割、部門ごと地区ごとの分割という特徴があった。20年余りにわたる改革発展を経て、これらの特徴はある程度弱まったものの、現在でも伝統的な卸売業の業務区分は、比較的強く業種別分割、部門ごと地区ごとの分割という特徴を有している。生産手段の卸売分野では、市場は基本的に業種の特徴のはっきりした大型国有卸売企業によって主導されており、市場への参入制限が比較的厳しく、いまだに比較的強い市場の「独占」という特徴がある。商品の輸出入権はまだ完全には開放されておらず、国内貿易と対外貿易はまだ完全には統一されていない。こういった状況が卸売業務市場の競争を不十分なものとし、卸売企業の多地域、多業種、多所有制への発展を阻害し、卸売業の発展が抑制されている。同時に、中国の伝統的な卸売企業、特に大型国有卸売企業では、歴史が残した債務問題や部門利益問題がいまだに解決されておらず、財産権制度や人事制度の改革にも比較的大きな困難があり、中国の伝統的な卸売企業は近代的な企業制度に基づく改革の進展が比較的遅く、ゆえに現在中国の伝統的な卸売企業の大部分は経営概念が遅れた状態にある。

4) 近代化技術の応用レベルが低い

中国の物流企業の情報化投資は平均で総資産の2%にも及ばず、外国の大企業の8%－10%という平均レベルとの差は大きい。現代卸売業の最終的な目標は高い効率の実現であり、高い効率を形成する重要な要素は現代情報技術の広範な応用である。現在中国の卸売業の効率が悪く、大規模卸売業者が不足している重要な原因は、現代情報技術の応用範囲が狭く、応用レベルが低い。え、大部分の企業はまだ、電子データ交換システム(EDI)、電子支払サービスシステム(EPS)、ネットワーク位置測定システム、販売時点情報管理システム(POS)、管理情報システム(MIS)などの現代物流に必要な情報管理システムを体系的に応用していないことにある。全国の98%以上の農産品の卸売市場がまだ、伝統的な現物、対面取引を主としている。多数の卸売企業はまだ電子商取引方式をうまく採用できず、卸売企業の管理職員のデータ分析・運用能力は比較的低く、卸売企業の情報システム用ビジネスソフトの開発の発展は緩慢である。

5) 科学的な発展計画が不足している

長期にわたって、中国は生産を重視し、流通を軽視する思想概念の影響を受けてきた。中国が経済の改革開放を実行して、「三級卸売」体制を打破して以来、物流分野では「小売を

重視し、卸売を軽視する」という思想が、卸売業の発展に大きな影響を与えてきた。改革開放後の20年余りにわたる発展のなかで、国家は卸売業発展のための産業政策による指導が不十分で、中国の卸売業全体の発展の科学的な計画に乏しかった。このことが中国の卸売業の発展をまとまりのない状態に置き、いまだに卸売企業や卸売市場が盲目的に重複して建設されるという現象が深刻である。

(4) 中国の卸売業の発展の趨勢

1) 卸売業の合併買収・再編が大規模卸売業者の誕生を促進する

多くの近代化された大型の卸売業者を持つことは、一国の現代卸売業発展の標識であり、物流ポイントを減らし、物流効率や製品構造の最適化を高めるという目的を達成するためには、多くの主導的役割を果たす大型の卸売業者を持たなければならない。なぜなら大規模卸売商品があつて初めて現代情報技術の応用レベルを絶えず引き上げることができ、そうすることで初めて完全なサービスシステム、供給チェーンの機敏性、滞りのない流通性が保証される。現在、中国の物流業は国民経済の先導的業種としての地位が日増しに際立ってきており、現代物流業を発展させることは政府と社会各界のコンセンサスとなっており、大規模卸売業者を育成することは政府と企業の共同任務となっている。一群の著名ブランドと自主知的財産権のある、主要業務が最優先されている、核心競争力が強い、国際競争力のある大型物流企業を積極的に育成することは、すでに国家政策に組み入れられた。このため、中国の卸売業の今後の発展においては、出資参加、持ち株、合併、買収、資産再編などの方法が、卸売企業の規模の急速な拡大を実現することになり、大規模卸売業者の重要な戦略的措置となるであろう。

2) 卸売市場構造におけるさらなる調整と機能の向上

現在、中国の卸売市場は基本的に家屋不動産を経営し、売り場制を実行している。販売方式では、80%の卸売市場は卸売小売兼業である。また、これまでの卸売市場の重複建設や盲目的な建設により、卸売市場は多く、分散し、秩序がなく、取り扱っている商品構造が重複している。卸売市場のこういった管理概念と技術手段の遅れ、取引方式のレベルの低さ、主要業務の不明確さ、サービス機能の単一さ、構造が合理的でないという状況によって、卸売市場は現代物流業、現代卸売業発展の要件に適応できておらず、卸売市場構造のさらなる調整と機能の向上は、今後中国の卸売市場改革発展の主流方向となるであろう。卸売市場構造の調整には地域、業態、販売方式、所有権などの構造の調整が含まれ、生産地、販売地、集散地における卸売市場の合理的な設置を促進し、総合卸売市場と専門卸売市場の比率を調整し、卸売業務を強調し、所有制構造を改革し、民営卸売市場を現代企業制度に基づいて改善する。経営方式の転換では、売り場制の経営管理から代理、取次販売、自営

へと転換する。取引方式やサービス機能は絶えず新機軸を打ち出し、レベルアップして完全なものにし、電子商取引、競売、配送、倉庫保管、運送、加工、決算、情報などの現代物流業発展に適応した取引方式と機能を整える。

3) 物流業と卸売業の融合

現在、中国の物流業、卸売業におけるインターネット商取引、配送などの業務の発展によって、伝統的な卸売企業は現代物流企業の挑戦と競争を受けており、伝統的な物流企業もまた現代卸売企業の挑戦と競争を受けている。こういった発展の趨勢は、中国の卸売業と物流業を融合の方向に発展させており、卸売企業と物流企業は互いに相手の伝統的な業務をもするようになってくる。すなわち卸売企業は運送、倉庫保管業務を追加し、物流企業は卸売業務を追加し、同時に配送など現代卸売業と物流業のその他のサービス機能を整える。実現方法としては、一つ目は、卸売企業と物流企業が自らの力で発展する。二つ目は、物流企業が卸売企業に対して出資参加、持ち株、合併、買収を行い、卸売企業が物流企業に対して出資参加、持ち株、合併、買収を行うことで業務の融合を実現する。業務の融合を通じて、中国の物流分野において、一群の大型物流企業であり同時に大型卸売業者であるという現代物流卸売企業が形成されるであろう。

4) 卸売業の主体の確立

中国の新しい卸売システムが確立され、各政策措置の推進および市場経済の資源最適化配置機能が徹底的に発揮されるにしたがって、主体が明確で、構造が合理的で、サービス機能が高く、現代情報技術の応用が広範で、そのレベルも高く、市場競争力の高い卸売市場構造が形成されるであろう。数のうえでは中小の卸売企業が主体となるが、市場シェアでは大規模卸売業者、大規模代理業者、大規模仲買業者が主導することになる。発展のモデルは専業卸売会社が主流となり、製造業者の卸売機構、小売業者の卸売機構、卸売代理業者と仲買業者によって補足される。

2. 中国の小売業の発展

(1) 中国の小売業の発展現状

1) 小売業の規模が急速に拡大している

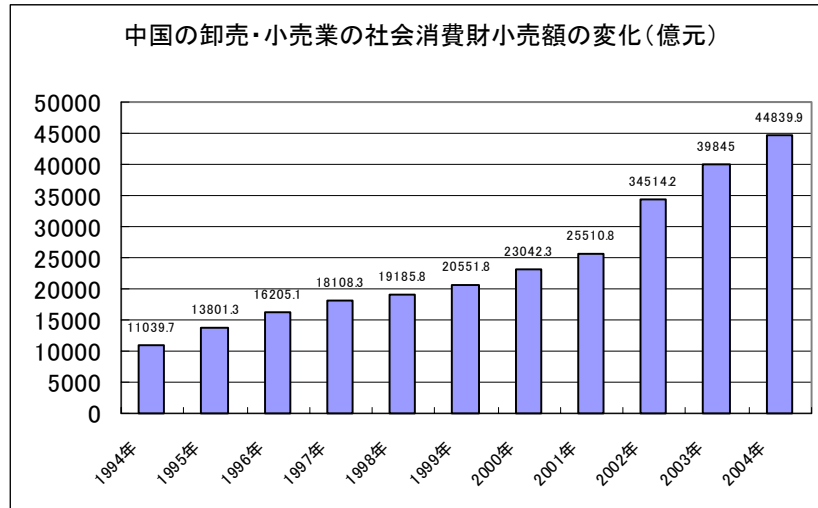
経済の持続的かつ急速な成長、住民の消費水準の絶え間ない向上は、中国の小売業の急速な成長を促し、小売業の規模が急速に拡大している。2004 年末現在、中国の小売企業は 131 万 887 社に上り、そのうち、法人企業は 20 万 7766 社で、このほか、非常に多くの個人経営体があり、2004 年末現在、中国の卸売・小売業個人経営体は 1118 万 6251 に上っている【6】。

【6】データの出典は国家工商行政管理総局《工商行政管理統計集》

2004 年、卸売・小売貿易業の社会消費財小売額は 4 兆 4839 億 9000 万元で、1978 年の 32.88 倍、1991 年の 6.5 倍になった。建国後、卸売・小売貿易業は社会消費財小売額が 1 兆元に達するのに 44 年余りの時間がかかったが、1 兆元から 2 兆元になるのに 4 年余り、2 兆元から 4 兆元になるのは 5 年しかかからなかった。1991 年以降、中国の卸売・小売業における社会消費財小売額の成長率は、年平均で 13%を超えている。

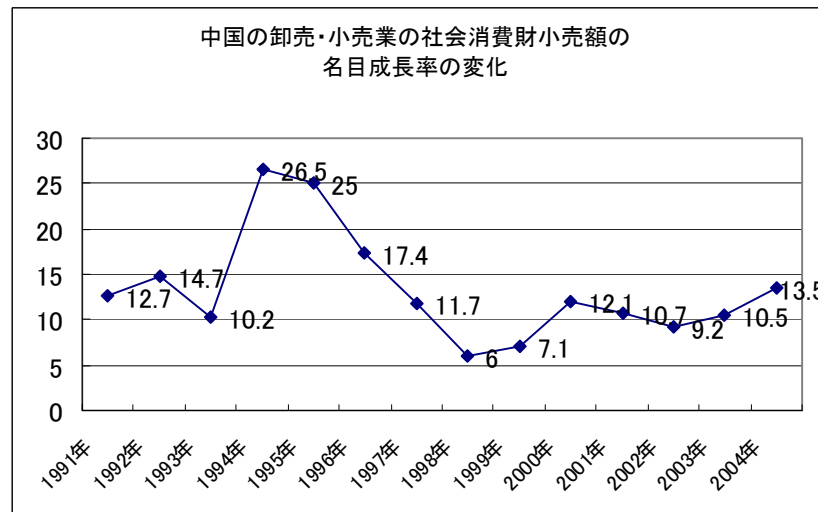
2003 年末現在、中国の一定基準以上の小売企業【7】の法人企業は 1 万 2403 社で、1999 年に比べて 15.6%増加した。2003 年における一定基準以上の小売企業の社会消費財小売額は 8079 億 4000 万元で、2001 年に比べて 60.4%増加した。

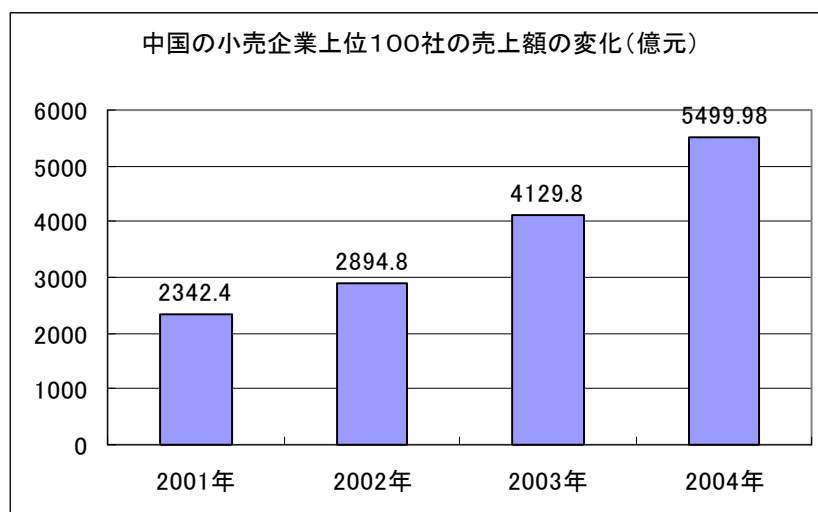
2001 年、2002 年、2003 年および 2004 年における中国の小売企業上位 100 社の商品売上総額はそれぞれ 2342 億 4000 万元、2894 億 8000 万元、4129 億 8000 万元および 5499 億 9800 万元で、前年比それぞれ 32.5%、23.5%、42.7%および 33.2%の増加となった。商品小売額はそれぞれ 1903 億 4000 万元、2413 億 3000 万元、3560 億 9000 万元および 4923 億 4000 万元で、前年比それぞれ 28.9%、26.8%、47.6%および 38.3%増加し、全社会消費財の小売総額に占める割合はそれぞれ、5.1%、5.7%、7.8%および 9.2%であった【8】。



【7】一定基準以上の小売業とは、年末現在で従業員数 60 人以上、年間売上額 500 万元以上を指す。

【8】データの出典は中華全国商業情報センター





2) 就業者数の割合が絶えず高まっている

中国の卸売・小売貿易業および飲食業の就業者数の規模は、1978年の1140万人から2002年には4969万人に拡大し、1978年の4.36倍になった。

卸売・小売貿易業および飲食業の就業者数の全国就業者数に占める割合は、1978年の2.84%から2002年には6.74%に増加した。第三次産業の就業者数に占める割合は、1978年の23.31%から2002年には23.56%に増加した。

中国の卸売・小売貿易業および飲食業の就業者数のうち、私営企業と個人経営体の就業者数は、1989年の1272万6000人から2003年には3813万9000人に拡大し、卸売・小売貿易業および飲食業の就業者数に占める割合は、1989年の45.94%から2002年には76.75%にまで増加した。

3) チェーン経営がチェーン業発展の主流モデルとなっている

1990年代に初めて中国にチェーン経営形式が出現し、十数年の発展の結果、喜ばしい成果を収めた。特にWTOに加盟して以来、発展が加速され、全国のチェーン商業企業の売上額の成長率は、ここ2年ずっと20%【9】以上を維持している。

2004年、中国における一定基準以上のチェーン小売企業の店舗総数は5万4891店で、2003年に比べて18%の増加となった。

2004年、中国における一定基準以上チェーン小売企業の店舗の営業面積は3517.1万㎡で、2003年に比べて26.5%の増加となった。

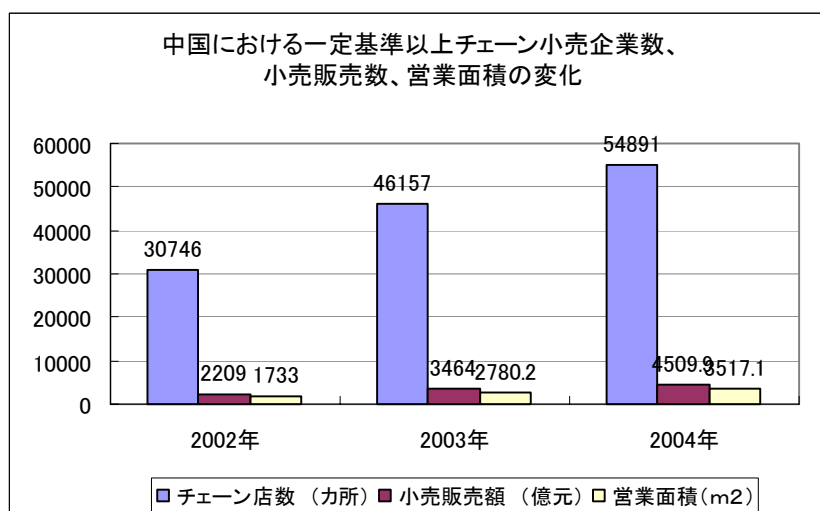
2004年、一定基準以上のチェーン小売企業が実現した売上額は5580.7億元で、2003年に比べて31.1%増加した。

2004年、一定基準以上のチェーン小売企業が実現した小売額は4509.9億元で、2003年に比べて30.2%の増加となった。

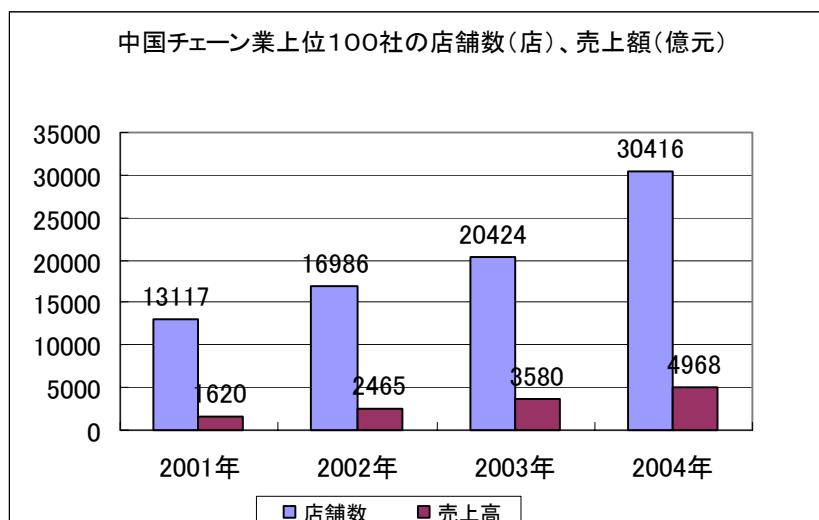
2001年、2002年、2003年および2004年の中国のチェーン業上位100社の店舗数はそれぞれ1万3117店、1万6986店、2万424店および3万416店で、前年比それぞれ56%、30%、20%および49%の増加となっている。売上額はそれぞれ1620億元、2465億元、3580億元および4968億元で、前年比それぞれ48%、52%、35%および39%【10】の増加となっている。

2002年、中国の一定基準以上チェーン小売業の小売額が全社会消費財小売総額に占める割合は5.3%だったが、2003年には7.6%、2004年の小売額が全社会消費財小売総額に占める割合は8.4%を占め、2003年と比べて0.8%上昇した。2004年、北京、上海、天津において、チェーン経営の小売額が現地の社会消費財小売総額に占める割合はそれぞれ29%、37%、23%【11】であった。

【9】2004年11月に行われた全国チェーン会議における商務部張志剛副部長の講話による。



【10】データの出典は中国チェーン協会



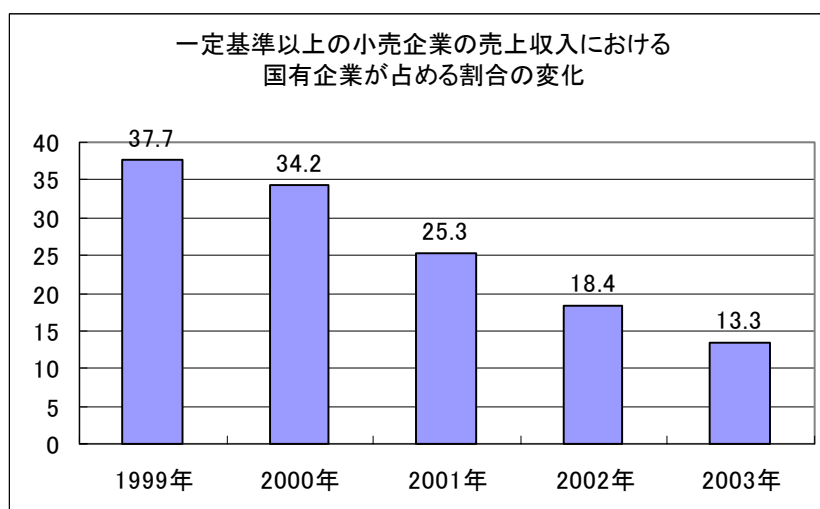
【11】データの出典は中国チェーン協会

4) 国有企業の売上比率が大幅に減少

建国初期の数除を除いて、中国の経済が改革開放される前は、国有経済および集団経済の商業が絶対的統治的な地位を占めており、1977年には国有経済および集団経済商業の小売額が占める割合は史上最高の98.32%となった。1978年の改革開放後、その他の経済要素の商業が発展し、消費財市場におけるシェアが絶えず拡大してきた。特に個人経営の経済が急速に発展し、国有経済および集団経済商業企業の小売額の占める割合は減少し続け、1997年には、国有経済商業の小売額の割合は1977年の54.26%から23.28%に、集団経済商業の小売額の割合は1977年の44.06%から17.47%に減少した。また個人経営商業の小売額の占める割合は、1977年の0.16%から34.84%に増加した。

一定基準以上小売企業の売上収入のうち、1999年～2003年における国有企業の売上割合は、1999年37.7%、2000年34.2%、2001年25.3%、2002年18.4%、2003年13.3%と年々減少し、2003年は1999年に比べて24.4ポイント減少した。内資のうち、有限責任会社、私営企業売上収入が占める割合は、1999年の10.6%、2.9%から2003年には30.1%と18.7%に上昇した。

2004年、一定基準以上内資チェーン小売企業の売上額のうち、国有企業の売上額が占める割合は10.9%に過ぎず、2002年に比べて0.41ポイント減少した。有限責任会社、株式会社および私営企業の売上額はそれぞれ28.2%、37.8%、18.5%であった。



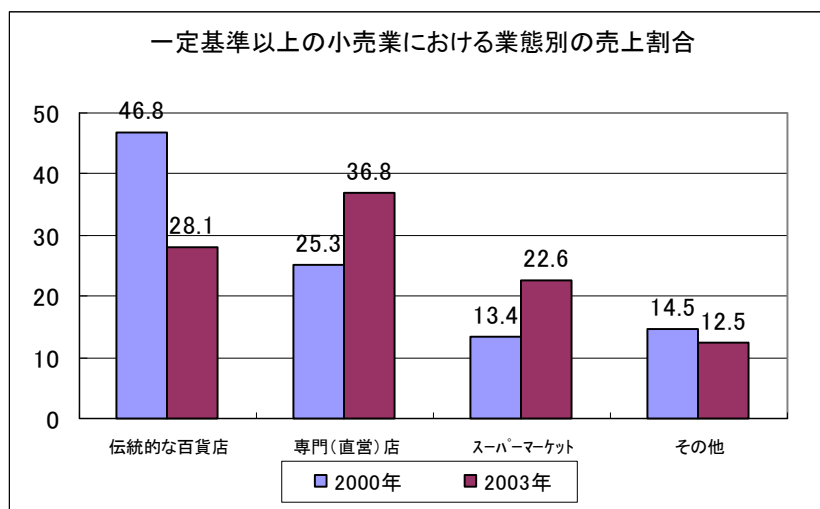
5) 小売業態の変化が急速である

現在、中国の小売市場における小売業態には、世界中のほとんどすべての小売業態が含まれている。新しい《小売業態分類》国家基準では、中国の小売業態を 17 種類に分けている。すなわち、食料品雑貨店、コンビニエンスストア、ディスカウントストア、スーパーマーケット、大型スーパーマーケット、ウェアハウスストア、百貨店、専門店、直営店、ホームセンター、ショッピングセンター、メーカー直販センター、テレビショッピング、通信販売、ネットショップ、自動販売機、テレフォンショッピング。

2001 年～2003 年、中国の商業小売業態は大きな変化を経験した。一定基準以上の小売業のうち、伝統的な百貨店の発展はゆるやかで、3年間の平均売上成長率は 4.5%、一定基準以上の小売業におけるシェアは 2000 年の 46.8%から 28.1%に減少した。

専門(直営)店は発展が著しく、3年間の平均売上成長率は 40.5%に達し、売上シェアは 2000 年の 25.3%から 2003 年には 36.8%に増え、現段階では中国の商業の主要な業態となっている。

スーパーマーケットの発展速度はその他の業態を超えており、3年間の平均売上成長率は 47.3%となっている。売上シェアは 2000 年の 13.4%から 2003 年には 22.6%となった。



基準以上のチェーン小売店企業の基本的状況(1)								
指標	合計			占める割合%			増加%	
	2002年	2003年	2004年	2002年	2003年	2004年	2003年	2004年
チェーン店総数 (ヶ所)								
百貨店	30746	46517	54891	100	100	100	51.3	18.0
スーパー	1550	2129	2637	5.0	4.6	4.8	37.4	23.9
専門店	10281	11717	14073	33.4	25.2	25.6	14.0	20.1
専門販売店	12177	22132	25867	39.6	47.6	47.1	81.8	16.9
コンビニ	3324	6799	7755	10.8	14.6	14.1	104.5	14.1
その他	513	92	66	10.7	0.2	0.1	-82.1	-28.3
営業面積(m ²)	1733	2780.2	3517.1	100.0	100.0	100.0	60.4	26.5
百貨店	334.6	456.0	611.1	19.3	16.4	17.4	36.3	34.0
スーパー	930.5	1331.4	1594.3	53.7	47.9	45.3	43.1	19.7
専門店	352.6	887.9	1187.4	20.3	31.9	33.8	151.8	33.7
専門販売店	34.2	32.0	39.3	2.0	1.2	1.1	-6.3	22.8
コンビニ	43.5	69.0	83.3	2.5	2.5	2.4	58.7	20.6
その他	37.6	3.8	1.7	2.2	0.1	0.0	-89.8	-56.9
従業員数(万人)	63.32	92.4	105.6	100.0	100.0	100.0	45.9	14.3
百貨店	10.87	12.2	13.9	17.2	13.2	13.2	11.9	14.3

【中国編】

スーパー	31.01	44.4	51.1	49.0	48.	48.4	43.3	15.0
専門店	14.86	27.6	31.7	23.5	29.9	30.0	85.7	14.9
専門販売店	2032	2.7	3.3	3.7	3.0	3.1	17.6	19.5
コンビニ	2.81	5.3	5.5	4.4	5.7	5.3	87.2	5.4
その他	1.45	0.2	0.1	2.3	0.2	0.1	-84.3	-59.8
販売総額(億元)	2658.3	4258.6	5580.7	100.0	100.0	100.0	60.2	31.0
百貨店	484.7	596.5	744.7	18.2	14.0	13.3	23.1	24.8
スーパー	1318.2	1925.6	2409.9	49.6	45.2	43.2	46.1	25.2
専門店	657.5	1581.4	2206.7	24.7	37.1	39.5	140.5	39.5
専門販売店	85.5	69.0	79.7	3.2	1.6	1.4	-19.3	15.4
コンビニ	49.2	83.5	138.3	1.9	2.0	2.5	69.8	65.5
その他	63.3	2.6	1.4	2.4	0.	0.0	-95.9	-45.7
小売販売額 (億元)	2209	3464.1	4509.9	100.0	100.0	100.0	56.8	30.2
百貨店	431.9	524.3	663.8.	19.6	15.1	14.7	21.4	26.6
スーパー	1098.1	1610.2	2007.2	49.7	46.5	44.5	46.6	24.6
専門店	502.2	1193.9	1644.5	22.7	34.5	36.5	137.7	37.7
専門販売店	71.7	55.4	63.9	3.2	1.6	1.4	-22.7	16.4
コンビニ	45.4	78.4	129.3	2.1	2.3	2.9	72.7	64.9
その他	59.6	2.0	1.2	2.7	0.1	0.0	-96.7	-39.1

基準以上のチェーン小売店企業の基本的状況(2)								
指標	合計			占める割合%			増加%	
	2002年	2003年	2004年	2002年	2003年	2004年	2003年	2004年
利潤総額(億元)	23.1	57.3	78.7	100.0	100.0	100.0	148.2	37.3
百貨店	8	10.2	12.7	34.6	17.7	16.1	27.0	14.8
スーパー	4.9	12.4	20.5	21.2	21.6	26.0	152.4	65.5
専門店	8.8	35.4	46.2	38.1	61.8	58.7	302.6	30.5
専門販売店	1.2	1.8	1.9	5.2	3.2	2.4	52.5	4.8
コンビニ	-1.2	-2.5	-2.6	-5.2	-4.3	-3.3	105.6	5.6
その他	1.4							
資産総額(億元)	937.1	1450.7	1800.6	100.0	100.0	100.0	54.8	24.1
百貨店	231.6	282.1	317.0	24.7	19.4	17.6	21.8	12.4
スーパー	408.3	624.1	740.9	43.6	43.0	41.2	52.9	12.4
専門店	207.7	490.5	670.0	22.2	33.8	37.2	136.1	36.6
専門販売店	34	25.4	34.3	3.6	1.8	1.9	-25.3	34.9
コンビニ	17.5	27.7	37.9	1.9	1.9	2.1	58.1	37.1
その他	37.9	1.0	0.4	4.0	0.1	0.0	-97.5	-60.3
負債総額(億元)	703.5	1063.8	1309.4	100.0	100.0	100.0	51.2	23.1
百貨店	167.3	208.1	234.0	23.8	19.6	17.9	24.4	12.4
スーパー	318.8	488.0	567.8	46.3	45.9	43.4	53.1	16.4
専門店	149.9	328.6	458.8	21.3	30.9	35.0	119.2	39.4
専門販売店	24.3	12.0	18.6	3.5	1.1	1.4	-50.4	54.2
コンビニ	14.8	26.3	30.5	2.1	2.5	2.3	77.7	15.9
その他	28.3	0.7	0.5	4.0	0.1	0.0	-97.5	-34.4
配送センター数 (ヶ所)	1202	1747.0	1925.0	100.0	100.0	100.0	45.3	10.2
百貨店	70	71.0	81.0	5.8	4.1	4.2	1.4	14.1
スーパー	557	673.0	755.0	46.3	38.5	39.2	20.8	12.2
専門店	409	712.0	780.0	34.0	40.8	40.5	74.1	9.6
専門販売店	90	220.0	230.0	7.5	12.6	11.9	144.4	4.5
コンビニ	55	67.0	75.0	4.6	3.8	3.9	21.8	11.9
その他	21	4.0	4.0	1.7	0.2	0.2	-81.0	0.0

2004 年末の時点で、基準以上のチェーン小売販売店中、専門店は店舗数、利潤総額で占める割合が最も大きく、それぞれ 47.1%と 58.7%となっている。スーパーは、営業面積、従業員数、販売額、販売小売額、総資産額、負債総額で占める割合が最も大きく、それぞれ 45.3%、48.4%、43.2%、44.5%、41.2%、43.4%となっている。専門店は配送センター数においてもその占める割合が最大で、40.5%となっている。

発展ペースで見ると、2004 年において、チェーン経営を行っている百貨店の店舗数と営業面積の増加が最も速く、それぞれ 23.9%と 34%となっている。スーパーは、利潤総額の増加ペースが最高の 65.5%となっている。また、専門店は負債総額の増加ペースが最も速く、54.2%となっている。コンビニには販売総額、小売販売額、資産額の増加ペースが最も速く、それぞれ 65.5%、64.9%、37.1%となっている。

6) 都市と農村における発展の不均衡

2004 年、中国の都市における社会消費財小売額は 3 兆 5573 億 2000 万元で、1978 年の 47.5 倍、1991 年の 7.85 倍になった。中国の社会消費財小売総額に占める割合は 65.94%で、1978 年に比べて 17.94 ポイント、1991 年に比べると 17.8 ポイント増加した。1978 年以降、都市の社会消費財小売額が中国の社会消費財小売総額に占める割合は年々増加の傾向にある。

2004 年、中国の農村市場における社会消費財小売額は 1 兆 8376 億 9000 万元で、1978 年の 22.68 倍、1991 年の 3.76 倍になった。中国の社会消費財小売総額に占める割合は 34.06%で、1978 年に比べて 17.94 ポイント、1991 年に比べると 17.8 ポイント減少した。1978 年以降、農村市場における社会消費財小売額の中国の社会消費財小売総額に占める割合は年々減少の傾向にある。

2004 年、一定基準以上のチェーン小売販売企業のうち、東部 11 省市には合計 3 万 6209 社であり、基準以上のチェーン小売販売企業の店舗数に占める割合が 66%となっている。中部 8 省の一定基準以上の店舗総数は 7269 社で、全体の 13.2%を占めている。西部 12 省市の一定基準以上の店舗総数は 11327 社で、全体の 20.64%を占めている。2004 年における基準以上のチェーン小売販売企業の販売額中、東部地域は全体の 85.3%、中部地域は同 10%、西部地域は同 4.7%を占めている。

東、中、西部の基準以上のチェーン小売店企業の基本的状況

地区	店舗総数 (ヶ所)	占める割 合(%)	営業面積 (m ²)	占める割 合(%)	従業員数 (万人)	占める割 合(%)	販売総額 (億元)	占める割 合(%)	小売額 (億元)	占める割 合(%)
全国	54891	100	3517.1	100	105.6	100	5580.7	100	4509.9	100
東部地区	36209	66	2670.6	75.9	79	74.8	4762.5	85.3	3815.2	84.6
中部地区	7269	13.2	559.2	15.9	16.3	15.5	556.6	10	470.6	10.4
西部地区	11327	20.6	287.3	8.2	10.3	9.7	261.5	4.7	224	5

2004年、社会消費財小売額の上位10位までの省市(広東、山東、江蘇、浙江、河南、湖北、遼寧、上海、河北、四川。この10省市は2003年も上位10省市であった)の小売額の合計は3兆4138億9000万元で、社会消費財小売額の下位10位の省区(雲南、山西、内モンゴル、甘肅、貴州、新疆ウイグル、海南、寧夏回族、青海、チベット。この10省区は2002年も下位10位であった)の小売額の合計に比べて、2兆9404億4000万元高く、その差は2003年に比べて3689億4000万元拡大した。

2003年、東部11省市(北京、天津、河北、遼寧、上海、江蘇、浙江、福建、山東、広東、海南)の社会消費財小売額の合計は3兆1739億7000万元で、前年比14.3%増、全社会消費財小売総額の58.84%を占めた。中部8省(山西、吉林、黒竜江、安徽、江西、河南、湖北、湖南)の社会消費財小売額の合計は1兆3901億3000万元で、前年比15.2%増、全社会消費財小売総額に占める割合は25.77%であった。西部12省市(内モンゴル、重慶、四川、貴州、雲南、チベット、陝西、甘肅、青海、寧夏、新疆ウイグル、広西チワン族)の社会消費財小売額の合計は8908億4000万元で、前年比14.5%増、全消費財小売総額に占める割合は16.52%であった。

東、中、西部地区の社会消費財小売額の状況

地区	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
小売額(億元)						
東部地区	18555.9	20429.7	22562.4	24516.6	27766.4	31739.7
中部地区	8429.2	9234	10160.1	10896.4	12071.9	13901.3
西部地区	5492.3	5997.2	6591.4	6895.2	7783.2	8908.4
小売額の割合(%)						
東部地区	59.6	59.82	60.01	58.34	60.57	58.84
中部地区	27.07	27.04	27.02	25.93	26.33	25.77
西部地区	17.64	17.56	17.53	16.41	16.98	16.52
小売額の成長率(%)						
東部地区	9.2	10.1	10.4	8.7	13.3	14.3
中部地区	7.9	9.5	10	7.2	10.8	15.2
西部地区	7.5	9.2	9.9	4.6	12.9	14.5
人口の割合(%)						
東部地区	36.88	37.62	37.54	37.55	37.62	37.92
中部地区	33.37	33.28	33.23	33.16	33.14	33.11
西部地区	28.5	28.56	28.56	28.56	28.57	28.57

(2) 小売業発展の新しい進展

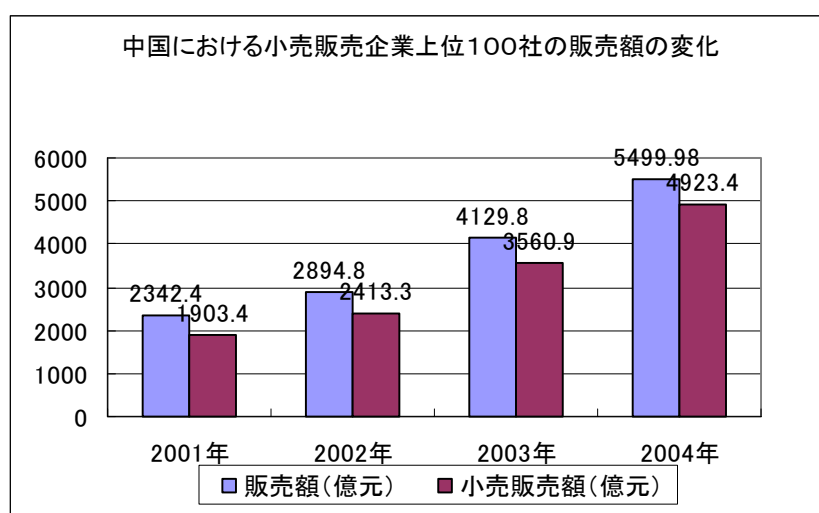
1) 外資に対して正式に開放され、外商投資小売企業の拡大のスピードが加速

1992年に上海ヤオハンが中外合弁小売企業として国内で初めて正式に批准されてから、外資系小売企業が中国の小売市場に進出して12年になるが、現在までに、世界の小売企業上位200社のうち、すでに13%以上の企業が中国に進出している。中国の小売業の開放前期には、外資系小売企業に対して数量、地域、出資などに制限を加えていたため、中国の市場における拡大速度がその影響を受けていた。2004年12月11日以降、中国は外資系小売企業に対して、数量、地域、出資などの制限を撤廃し、政策の下での制限撤廃の推進と中国の小売市場の巨大なポテンシャルの誘惑によって、2004年以降、外資系小売企業はこぞって店舗展開を加速した。たとえばウォルマートは1996年に中国に第1店舗を出店し、2003年末までの8年間に32店舗を展開、2004年7月末には47店舗に達し、2003年に比べて46.9%の伸びを示した。2004年以降の開店数が31.9%を占めている。また、カルフルーは1995年に中国に進出、2003年末までの9年間で41店舗を展開、2004年7月15日には62店舗に達し、2003年末に比べて21店舗増え、2004年以降の開店数が33.9%を占めている。

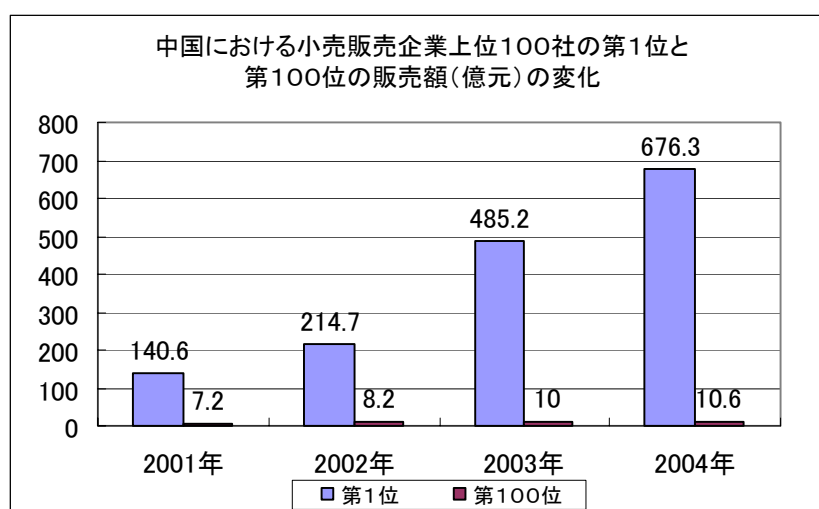
ロータスは1997年に中国に進出、2003年末までの7年間で15店舗を展開、2005年8月17日、店舗数は51店に達し、2003年末に比べて36店増え、2004年以降に開店した店舗数は70.6%を占めている。メトロは1996年に中国に第1店舗を出店し、2003年末までの8年間に18店舗を展開、2004年から2005年8月末までに7店舗を開設し、これは25店舗中の38.9%を占めている。外資系小売企業の中には一級都市で拡大を続ける一方で、同時に二級、三級都市への拡大を加速させている企業もある。

2) 企業規模が引き続き急速に拡大

現在、価格の優位性が競争力の核心である状況の下、規模がなければ価格の優位性も得られないため、大型小売企業は規模の拡大を自己発展の最も重要な戦略と位置づけており、大型小売企業の規模は引き続き比較的速いスピードで拡大している。中国の小売企業に関する中華全国商業情報センターの調査統計によると、2004年中国の小売企業上位100社が実現した売上総額は5499億9800万元で、2003年の上位100社の売上額の合計に比べて33.2%増加した。2004年小売業上位100社のうちベスト10企業の商品売上総額は2256億5000万元で、2003年の小売業上位100社のうちのベスト10企業の商品売上総額に比べて35%増加した。ベスト10企業の小売業上位100社の売上総額に占める割合は41.1%で、2003年のベスト10企業の売上額が占める割合に比べて0.6ポイント増加した。上位100社の1企業当たりの平均売上額は55億元で、2003年に比べて13億7000万元増加した。2004年中国の小売業上位100社の商品売上額は4923億4000万元で、社会消費財小売総額に占める割合は9.2%、2003年に比べて1.4ポイント上昇した。



合併・買収、組織再編によって一部の小売企業は売上規模を急速に拡大しており、売上額が100億元を上回る小売企業が日増しに増えている。2004年小売業上位100社のうち、売上額が100億元を上回った小売企業は15社で、2003年に比べて5社増え、その売上額合計は上位100社の売上総額の51.8%を占めており、2003年に比べて11.3ポイント上昇した。この15社のうち、売上額が100億～200億の企業は11社で、売上額合計は1484億1000万元に達し、売上額が200億～300億の企業は3社で、売上総額は690億7000万元であった。上海百聯(集団)有限公司は小売業のトップの地位を守り続け、売上額は676億3000万元に達し、2003年に比べて191億1000万元増え、前年比39.4%の伸びを示した。第2位の企業の売上額は400億元強で、小売業上位100社の売上総額の12.3%を占めている。



3) 合併・買収、組織再編の幕開け

競争の徹底化に伴い、単純に新しい店舗を開設するという方式では大型小売企業の規模拡大の需要を満たすことができなくなり、一部の企業では買収、組織再編の方式に転換し、一部の地方政府も積極的に大型小売企業の買収、組織再編を指導、促進している。商業のネットワークや拠点の選択も小売企業経営の成否に重要な役割を果たしている。しかし、近年大都市における商業配置はすでにほぼ形成されており、条件のよい開店地点はすでに稀少で、一部の小売企業は合併・買収によって立地の優位な店舗の獲得を始めている。中国の小売市場に新規参入した外資小売企業の中は、スピーディーに一定の市場シェアを獲得するため、買収の方式を選択している企業もある。商業ネットワーク計画の実施に伴い、一部の小売企業は制度が自己発展に影響を及ぼすことを回避するため、買収によって拡大を進めている。これらの要因から、大型小売企業の買収、組織再編の事例が増加している。たとえば、2004年7月14日、英国最大の小売企業テスコ社は2億6000万ドルで台湾の頂新グループ傘下の楽購チェーンの50%の株式を購入した。また、東北の大商集団は巨資を投じて黒竜江省佳木斯市の二大小売商業企業一佳木斯百貨大楼と華聯商厦、および鶏西市の二

大商業企業一鶏西世紀商厦と鶏西商埠を合併・買収した。華潤集団はまず4億5700万元の資金を拠出して、万佳百貨の72%の株式を一挙に買い取り、またこれと前後して、7億5000万元を超える資金で蘇果の85%の株式を取得した。物美集団は大商集団とスーパーマーケットの展開で争奪戦を繰り広げている。上海百聯集団は大商集団の株式を購入し、2005年4月28日、B&Qは上海にて、親会社のキングフィッシャーグループがすでにドイツの欧倍徳OBIの中国投資におけるすべての小売業務を買収し、取引関連金額は約8500万ポンドであったと発表した。また、一部の大型小売企業は積極的に買収対象を選択し、一部の経営の困難な小売企業もひそかに買い手を探している。

4) 関連法律・法規の制定を加速

現在、中国は統一開放、秩序ある競争による現代市場システムを構築し整備することから始めて、法に基づく行政と社会全体の流通の統一管理の要求を実現し、先進国の流通立法の経験を参考にし、中国の豊富な流通実践を結合して、商品の流通活動、流通主体、市場行為、市場のコントロールや管理などを規範化する法律・法規や行政規定の改訂と研究・制定を加速している。

《外商投資商業領域管理弁法》が2004年6月1日に正式に発布・施行された。《反独占法》は市場経済の「経済憲法」、「経済基本法」と称され、市場秩序を規範化する最も重要な法律である。2003年3月から、商務部が《反独占法》の草案の起草を担当し、2004年末起草作業が完成し、国務院に提出され審議された。草案では独占協議の禁止、市場の支配的地位乱用の禁止、経営者集中の制御、行政的独占の禁止、反独占調査、法律責任などについて規定をつくった。このほか《直販管理条例》、《商業特許経営管理条例》、《都市商業ネットワーク管理条例》などの法律・法規もすでに起草作業を終え、国務院に提出されて審議されている。一部の地方政府からは小売企業の競争行為の規範化に関する地方性法規が登場した。たとえば、北京市では2004年に《北京市商業小売企業販売促進行為規範》および《北京市商業小売企業仕入取引行為規範》が、2005年8月15日には《北京市商業スーパーマーケット仕入取引契約》が登場した。

立法作業を加速すると同時に、関連の科学的計画や基準化作業にも力を入れている。たとえば第11期五カ年計画発展期の流通業発展計画、全国大中都市の商業ネットワーク計画、《小売業同業損害評価方法》などである。

5) 企業の拡大は理性的な方向に向かっている

ここ数年、市場競争は激烈で、小売企業、特に大型小売企業は拡大の加速を余儀なくされている。一部の企業では拡大の過程で比較的深刻な盲目性が存在し、資金チェーン、人材の管理などの継続が難しく、管理水準が落ち、売上額は増加したものの、1店舗当たりの平均売上額、1人当たりの売上額、営業面積当たりの売上額が下がったり、経費が増加して利

潤が減少し、規模の効果の体現が難しいというところもある。資金チェーンが断絶して、廃業、倒産した企業もある。2001年、2002年、2003年におけるチェーン店上位100社の売上額成長率はそれぞれ48%、36%、30%で、店舗数の増加率はそれぞれ56%、52%、36%で、おしなべて売上額成長率より比較的大幅に高かった。2004年に入り、大型小売企業の拡大は理性的になってきて、規模と収益の統一、規模と資金の統一、規模と管理能力の統一を重要視し、店舗拡大のスピードを緩和したが、売上額は比較的速い成長を維持し、2004年中国のチェーン企業上位100社の店舗増加率は28%、売上額成長率は33%で、近年来初めて売上額成長率が店舗数の増加率を超えた。

6) ボランタリーチェーン方式が中小企業の発展戦略に加わる

現在、中国の小売企業は、チェーン経営のうち主に直営店チェーン方式を採用している。中国の一定基準以上のチェーン小売企業のうち、2002年、2003年および2004年上半期における直営店店舗数が占める割合はそれぞれ72.1%、86.8%および62.3%であった。中国の小売企業のうち、90%以上が中小企業で、内資、外資の大型直営チェーン小売企業の急速な発展は、中小の小売企業の経営に大きな競争圧力を与えている。しかし中小小売企業は直営チェーンやフランチャイズチェーンで発展するには大きな困難がある。そのため、中小小売企業は市場競争力を高め、規模の効果をもたらす利益を享受するため、ボランタリーチェーン方式の採用を始めている。たとえば、湖南步步高超市、山東家家悦超市、寧波三江購物俱樂部公司、広西佳用商貿公司の小売企業4社が省区を超えて共同で組織したスーパーマーケット仕入連盟「上海家聯聯盈採購有限公司」および「中永通泰電器營銷有限公司」といった仕入連盟の出現は、ボランタリーチェーン方式が始まったことのシンボルとなっている。2005年以降、世界の二大ボランタリーチェーン組織—SPAR(世界最大の食品小売チェーングループ)とIGA(国際食品雑貨連盟)は中国での盟友を探す歩調を加速している。2005年は小売業界によってボランタリーチェーン年と定められた。中国の小売市場の絶え間ない規範化に伴い、ボランタリーチェーンは急速に発展し、多くの中小小売企業に競争力を高める発展手段を提供することになるであろう。

(3) 中国の小売業に存在する問題

1) 小売業に関する立法の立ち遅れ

中国の小売業に関する立法の立ち遅れは三つの面に表れている。一つ目は、すでに出されている法律・法規の多くの内容に明らかな段階的特徴があり、変化して新しくなった情勢の要件にすでに適応できなくなっている。市場参入規則を例にとると、中国の小売業における対外開放は、試験、規範に沿った発展、正常開放の三つの段階を経ってきたので、それに相応するそれぞれの段階における市場参入制度も絶えず調整されなければならない。

二つ目は、中国の小売業の発展の過程で、その経営発展を規範化し保護するための立法が立ち遅れている。立法の立ち遅れによって、小売業の発展や政府の監督管理などの根拠となる法律がない。大部分の企業がいわゆる国際慣例に基づいて消費者の行為を制限し、商品供給業者から雑多な名目で費用を受け取り、長期にわたって商品代金を支払わず、消費者と商品供給業者の利益を損なっている。大規模小売店舗の発展に対しても法律・法規の規定がなく、中小小売企業が発展するための法律・法規のサポートや保護が不足している。長期にわたって加盟店の発展も法律的空白状態に置かれており、フランチャイズではなく随意加盟について、2004年12月30日によく《商業特許経営管理弁法》が登場した。三つ目は、WTO加盟に伴う過渡期が終わり、承諾に基づいて、外資小売企業の参入制限の撤廃がさらに進んだが、たとえば外資小売企業による買収といった外資参入の新形式や新たに出現した問題に対応する法律が空白状態である。

2) 科学的な小売業発展計画が不足している

現在、科学的な小売業のネットワーク発展計画が不足し執行も厳格でないので、小売ネットワークの開設は、基本的に自由で無秩序の状態に置かれている。商業ネットワーク計画、商業区計画を制定している地方もあるが、それらの計画は地方の指導者の行政上の成績意識や主観意志によるものであるので、随意性、可変性が比較的大きい。

都市の計画のなかには、住民の生活に密着したコミュニティとセットになった商業計画が不足しているものもある。既存のコミュニティの中には、商業発展の空間が確保できなかったり、不足しているために、住民の利便を図る商業の発展に影響が出ているところもある。

都市の商業区(あるいは商業圏)の機能に対して、徹底的な研究と分析が不足しており、認識は型にはまって単一で、一途に大きな利益を求めている。依然として伝統的な集中的商業中心区という概念に陥っており、都市建設の発展の変化に基づいて、異なった需要に対応して、レベルや機能の異なる商業区を分散して設立していない。

異なる小売業態に対して科学的、協調的な発展の概念がないので、小売業態を主要なものと同副次的なものに区別して、重点を決めて発展させることをしておらず、そのため大型スーパーマーケットは過多で氾濫しており、大型ショッピングモールの開発も過度になっている。

3) 企業融資が困難である

中国の小売業はすでに多元化した投資体制を形成しているとはいえ、投資は所有制構造の転換においてまだ市場の需要を満たし切れておらず、市場への参入制限、企業の合併・買収、再編および店舗発展における国有企業のコンプレックスは依然として存在している。小売業の投資では、国有投資が依然として比較的大きな比重を占めている。2002年中国の卸売・小売業投資のうち、国有投資が50%以上を占めていた。中国の商業分野が1992年に外資に対して開放されたとはいえ、1998年～2000年における卸売・小売貿易業および飲食業における外国企業の直接投資は、実行ベースで平均2.4%を占めるにとどまっている。2004年

末現在、全国の商業分野における利用外資の累計は51億8000万ドルで、全国の商業分野における利用外資総額の0.5%【12】を占めるにすぎない。融資ルートの単一性と企業、特に中小企業の融資難の状況は、一向に有効な解決を得ることができていない。資金的に厳しいため、供給業者の資金を利用して開店し、供給業者から雑多な名目で費用を受け取るやり方が、小売企業に普及している。

【12】データの出典は商務部

4) 規模は小さく、チェーン化のレベルは低い

全国の流通主体のうち、93%以上が単体経営の個人経営体である。2004年における中国の小売販売企業上位100社の小売販売額は4923.4億元で、全社会消費財小売総額に占める割合は9.2%となっている。2003年、中国の小売企業上位100社の小売額は3560億9000万元で、全社会消費財小売総額に占める割合は7.8%であった。2003年、世界最大の小売企業アメリカのウォルマート社の売上額は2630億ドルで、アメリカの同年の全社会消費財小売総額に占める割合は7.6%【13】に達した。2004年、中国の一定基準以上のチェーン小売業および飲食業の小売額が全社会消費財小売総額に占める割合は9.1%だった。全国のチェーン経営企業の社会消費財小売総額に占める割合は約15%【14】だった。しかし欧米先進国ではチェーン経営の売上額が60%以上を占めており、アメリカでは80%に達し、そのうち食品チェーンが90%を占めていた【15】。

【13】データの出典は商務部

【14】データの出典は中国チェーン経営協会《中国チェーン業年度発展報告》

【15】データの出典は商務部張志剛副部長が2004年チェーン業界の会議における談話

5) 企業の核心競争力が低い

海外先進国と比べて、中国の小売企業の核心競争力は比較的低い。

一つには、小売業態の位置づけが不明確で、主体業態が明確でない。世界の多国籍小売大手はその主体業態が非常にはっきりしている。このため、われわれはウォルマート、カルフルと聞けば大型総合スーパー、メトロと聞けば大型ウェアハウスストア、B&Qと聞けばホームセンター、セブンイレブンと聞けばコンビニエンス・ストアだとわかる。しかし上海百聯、大商集団、首聯などの大型小売企業の名前を聞いても、その企業が経営発展の上で重点を置いている主体小売業態を即座に言い当てるのは難しい。

二つ目は、サービス理念が不明確である。世界の大きな小売企業はみな明確なサービス理念を持っている。たとえば沃爾瑪(ウォルマート)の「エブリデイ・ロープライス」、「ワンストップ・ショッピング」、「アッドバリュー・ショッピング」、家樂福(カルフル)の「エブリデイ・ロープライス」などである。しかし中国の内資小売企業は明確なサービス理念を持っていない。

三つ目は、プライベートブランド商品の不足である。アメリカのプライベートブランド製造協会提供の資料によると、現在、スーパーマーケットの年間売上額に占めるプライベートブランド

商品の割合は、アメリカで 40%、英国 32%、フランス 24%、カナダ 23%となっている。ある資料によると、ウォルマートの売上額の 30%、利潤の 50%がプライベートブランド商品によってもたらされているという。しかし中国の小売企業の大部分はプライベートブランド商品を持っていない。

四つ目は、情報化技術のレベルの低さである。中国の流通企業の情報化投資は平均で総資産の 2%にも満たず、海外の大企業の 8%—10%という平均水準に比べてその差は比較的大きい(15)。海外のチェーン小売企業の商品配送の割合は一般的に 90%前後だが、2004 年末、中国の一定基準以上のチェーン小売企業のプライベートブランド商品と非プライベートブランド商品の配送の割合はわずかに 50.2%と 25.7%にとどまっている。

五つ目は、資質の高い人材がきわめて不足している。海外の大型小売企業は全世界から文化程度が高く、知識水準が高く、先進的な理念を持つ高級管理人材を選抜している。しかしながら中国の小売企業の中高級管理職員は大部分が経験型の人材で、現代小売業の発展の必要に適應できる高い資質を持つ人材が不足している。

(4) 中国の小売業の発展の趨勢

1) 小売業の規模は比較的急速に発展している

2020 年までに国内総生産を 2000 年の 2 倍にするという目標に基づいて、中国の社会消費財小売総額の成長率は年平均 9%以上を達成しなければならない。2004 年の社会消費財小売総額を 5 兆 3950 億元として計算すると、2020 年には社会消費財小売総額は 21 兆 4000 万億元に達する見込みである。中国の経済および社会の発展の環境から見て、中国の社会消費財市場は今まさに急速な発展期にあり、消費財市場は飽和にはまだ遠く、中国の城鎮化(訳者注:農村における中規模都市化・近代化)建設も加速しており、都市化のレベルは毎年 1 ポイント以上の速度で向上している。小売業の外資に対する全面開放は、外資小売企業の中国での急速な発展および内資小売企業の急速な発展の促進に、深く積極的な影響をもたらしている。また、小売業の発展は内需の拡大、製品構造の調整という重大な任務を担っているだけでなく、就業の拡大という重大な任務をも担っている。そのため、政策上国家のサポートを受けているのである。これらの要素が中国の小売業の発展のために巨大な市場環境と発展の原動力を提供しているので、小売業は比較的速い速度で発展し、将来の比較的長い期間において、小売業は企業数規模だけでなく、売上額規模においても、持続的かつ急速に拡大していくであろう。

2) 業態構造のさらなる変化

住民の消費の個性化の発展および市場競争レベルの強まりに伴い、中国の小売企業は小売業態の整合、ブランドの新たな位置づけの時期に入り、取り扱う商品の種類がさらに細

分化され、新しい小売業態が絶えず出現してくるであろう。百貨店は大・中型店を主体とし、店舗数の増加率は絶えず減速し、主に中・高級ブランド商品を取り扱い、贅沢品直営店はこれら百貨店の中で急速な発展を遂げるであろう。チェーン経営による直営店は都市や町において小売業態の主体となり、取り扱う商品の種類はさらに細分化されるであろう。スーパーマーケットは農村地区への発展に伴い、引き続き急速に成長を続け、生鮮食品を主としたコミュニティ型スーパーマーケットの今後数年における発展のポテンシャルは大きい。コンビニエンス・ストアはさらに急速な発展時期に入り、サービス機能は絶えず増加し、特に飲食機能が広範に導入されるであろう。今後中国の小売業の業態構造としては、大型総合スーパー、大型百貨店が主導し、中小のスーパーマーケットと専門店が主体となり、その他の業態を特色として、多種類の業態が併存する小売市場業態構造が形成されるであろう。経済構造としては、国有資本が出資参加する株式制商業が主導し、民営商業が主体となり、外資商業が補充するという構造が形成されるであろう。規模構造としては、大型チェーン小売企業が主導し、中小小売企業が主体となり、小規模個人経営体が補充するという多レベルの小売ネットワークが形成されるであろう。

3) チェーン経営は引き続き急速に発展する

チェーン経営はいま商品流通業のなかで最も活力のある経営方式となっており、現在中国の小売業、飲食業などのサービス業界であまねく応用されている。しかしながらまだ発展の日が浅いので、現段階における中国のチェーン経営の総体レベルは依然として比較的低く、際立った現象として、企業規模が小さく、規範化のレベルが低いことが挙げられる。中国の流通産業の組織化レベルと現代化レベルを高め、小売業などの業界におけるチェーン化のレベルを上げるため、国家はチェーン経営の促進を流通業発展における重要な任務としている。2002年8月《国务院弁公庁が国务院体改弁と国家経貿委に転送するチェーン経営発展の促進に関する若干の意見通知》のなかで、大型チェーングループを育成し、物流配送センター建設を加速するために、さらに対外開放を拡大し、行政の審査手続きを簡素化し、納税を統一するなどの明確な政策上の要求を行った。2005年8月国务院の《流通業発展の促進に関する若干の意見》のなかで、国务院の各部門および地方の各レベル人民政府に対して、実施の方法をさらに研究し制定して完全なものにし、《国务院弁公庁が国务院体改弁と国家経貿委に転送するチェーン経営発展の促進に関する若干の意見通知》の各項目の政策措置が実際に行われるように要求した。国家が重要視し、現代小売業発展への要求および巨大な市場があるので、中国の小売業のチェーン経営は必ず引き続き急速な発展が促されるであろう。

4) 買収や組織再編が大型小売企業の規模の急速な拡大を促す

中国の小売業が西側先進国に比べて格差があることの一つは、小売企業の規模が小さいことである。2004年、中国最大の小売企業、上海百聯(集团)有限公司の商品売上額は676

億 3000 万元で、ドルに換算するとおよそ 82 億ドルであった。ところが 2004 年、ウォルマートの全世界における売上額は 2852 億ドルで、上海百聯の 34 倍以上であった。2004 年、中国の小売企業上位 100 社売上額 (5499 億 9800 万元) はウォルマートの 23% にしか相当しない。小売企業の規模が小さく、主体業務が明確で、経営規模が大きく、国際競争力のある大型小売企業がなければ、中国の小売業全体の健全な発展は望めず、小売業のグローバル化の趨勢の要求に適応することもできない。このため、大型小売企業の育成は、政府にとっては促進・指導の、企業にとっては自己発展のための、両者共同の戦略目標となっている。国家は 5 年～8 年以内に、有名ブランドと自主知的所有権を擁し、主体業務が明確で、核心競争力が強く、国際競争力を持った大型流通企業グループを 15～20 育成したいとしている。国家は大型流通企業発展に関する体制、発展戦略、管理、資金、ネットワーク・拠点、技術、人材などの要素から着手して、適切に指導、サポートを行っていく。そのうち、現在の大型流通企業に対して買収、組織再編を積極的に指導、サポートすることは、流通企業の規模の急速な拡大を促す手っ取り早い手段である。政府の指導、サポートの下、市場競争力の圧力の下、中国の小売業における買収や組織再編はさらに件数が増え、それによって小売企業は急速に拡大するであろう。

5) 農村市場の発展も加速するであろう。

長期にわたり、都市と農村の二元経済構造の影響と農村の生産力レベルの低さの制約を受けて、農村の商品流通には組織が不足し、方法が時代遅れで、コストが比較的高く、農民の市場参入が比較的に難しいといった問題が存在し、農業生産と農民の増収に影響を及ぼしているだけでなく、農民の消費を抑制し、農村の市場化プロセスを遅らせている。この状況をできるだけ迅速に改善するため、2004 年 7 月 国務院弁公庁は商務部などの部門に《農村における商品流通を更によくすることに関する意見》を転送し、《国務院弁公庁が商務部等部門に転送する農村商品流通作業を更によくすることに関する意見の通知》の精神に基づいて、農村消費を拡大し、農村に流通する商品の質を向上させるため、2004 年 2 月 商務部は《『万村千郷』市場プロジェクト実験展開に関する通知》を公布し、2005 年から全国で一部の県市を選んで「万村千郷」市場プロジェクトの建設実験を展開することを決定した。各種大・中型流通企業を直接実験地点である県市の農村に誘致して投資建設し、「農家店」を改造しチェーン化する。各種の大・中型チェーン企業が小型企業を吸収して加盟させる方式で農村に建設し、「農家店」を改造する。各種の中・小型企業がボランタリーチェーンを通じ、すなわち企業がボランタリーに結合し、共同で仕入れ、共同で販売ネットワークを打ち立てる方式で「農家店」を建設することをサポートする。2005 年から 3 年の時間をかけて、試験地域に 25 万軒前後の「農家店」を育成し、全国の 50% 以上の行政村および 70% 以上の郷と鎮をカバーし、市街地店を主導的立場とし、郷鎮店を中核とし、村レベルの店を基礎とした農村消費経営ネットワークを形成し、都市と農村の消費格差を徐々に縮小していく。2005 年 8 月、商務部と財政部は《商務部財政部 2005 年「万村千郷」市場プロジェクトの資金サポートに関する通知》を發布

した。国家が農民増収政策措置と農村流通業発展の政策措置を併せて促進するなか、中国の農村における小売業および小売市場の発展は加速するであろう。

3. 消費財市場の発展についての報告

(1) 消費財市場の発展の現状

1) 消費財市場の規模は急速に拡大している

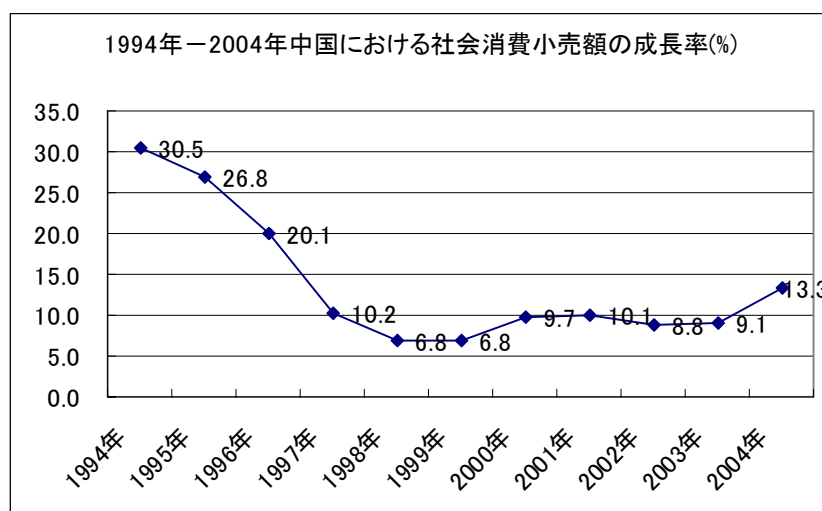
中国における社会消費財小売総額の規模の拡大は急速で、特に経済の改革開放以降、中国の社会消費財小売総額の規模は1000億元に達するのに約22年かかり(建国から1972年の1023億3000万元まで)、1000億元から1兆元に達するのに約20年かかり(1973年の1106億7000万元から1992年の1兆993億7000万元まで)、1兆元から2兆元になるのには3年かかり(1993年の1兆2462億1000万元から1995年の2兆620億元まで、この3年の商品小売価格指数は最高で、1993年113.2%、1994年121.7%、1995年114.8%)、4兆元から5兆元に達するのには約26カ月であった。

2004年、中国の社会消費財小売額の成長速度は2003年に比べて4.2ポイント上昇し、成長速度の上昇幅も1997年以来最高で、社会消費財小売総額の名目成長率は明らかに加速し、社会消費財小売総額の規模が急速に拡大した。5兆元の大台を大幅に突破して、5兆3950億元になり、1人1日当たりの社会消費財小売額も10元を突破して11.3元になり、2003年に比べて0.6元増加した。社会消費財小売総額の規模が5兆元を突破したことは、単純な数字上の変化ではなく、シンボリックな変化である。一つには、中国の社会消費財の市場規模の発展がさらに高レベルの段階に入り、社会消費財小売総額の基数が大幅に向上し、消費財市場が安定した比較的速いスピードで成長している情勢の下、成長率1ポイントごとに含まれる消費財市場規模拡大の空間がさらに大きくなり、社会消費財小売総額規模が1兆元拡大するのに必要な時間がさらに短縮されたことを表している。二つ目には、国民経済の成長に対する消費財市場の成長の牽引力が強まったことを表している。

2) 消費財市場の安定した比較的急速な発展

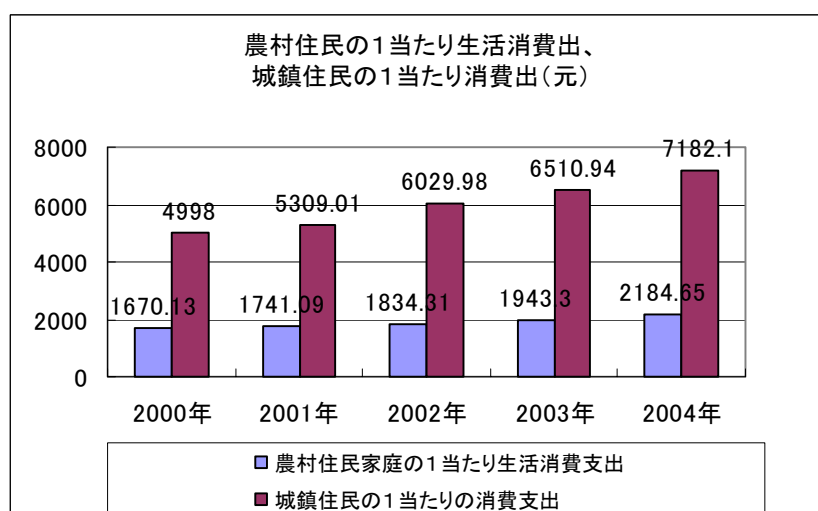
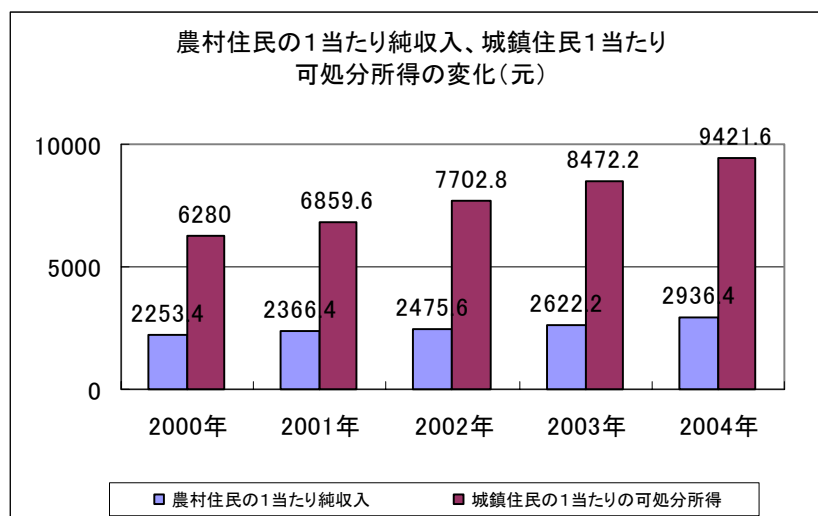
近年来、中国住民の消費構造のレベルアップの持続、範囲の絶え間ない拡大、消費措置の拡大に対する国家の持続的な推進力の増強により、中国の社会消費財市場は比較的急速な成長街道を歩んでいる。社会消費財小売総額の規模が絶えず拡大し、社会消費財小売総額の成長の基数が絶えず大きくなっているものの、1998年以来社会消費財小売総額の名目成長率は安定した急速な成長を維持し、1998年には6.8%だったが、2004年には13.3%にまで加速された。社会消費財小売総額の実質成長率も1997年以降9%以上の水準を維持している。特に2004年、物価水準の上昇が比較的大幅な状況の下、社会消費財小売総額の実質成長率は10.2%に達し、2003年に比べて1ポイント上昇した。消費財市場の安定した比較的速い成長は主に四つの面からサポートされている。一つ目は、住民の収入が比較的速く増加しており、2004年、城鎮住民の1人当たり可処分所得は9422元に達し、

名目成長率は11.2%で、2003年に比べて1.2ポイント高かった。農村住民の1人当たり純収入の名目成長率は12%で、2003年に比べて6.1ポイント高かった。二つ目は、就業の安定的な増加が、住民の就業への確信を安定させている。2004年、中国の城鎮における新しく増えた就業人数は980万人で、当初の目標より80万人多かった。年末の城鎮における登記失業率は4.2%で、2003年より0.1ポイント下がった。三つ目は、住民の貯蓄残高規模が絶えず拡大し、住民の「財産」が増えていることである。2004年末、中国の住民1人当たりの人民元貯蓄残高は約9197円で、1997年に比べて5453元増えた。四つ目は、社会保障範囲のさらなる拡大と保障レベルのさらなる向上によって、住民の後々の心配が徐々に軽減していることである。2004年末、基本養老保険に加入している人の数は全国で1億6342万人となり、前年より836万人増えている。また、失業保険に加入している人の数は全国で1億584万人となり、前年より211万人増えた。



3) 住民の購買力がさらに向上している

国民経済の持続的かつ比較的速い成長と、国家が住民の収入水準を引き上げる措置の促進にさらに力を入れていることは、都市と農村の住民の収入の持続的かつ安定的な成長を促し、かつ収入の増加速度も加速の様相を呈している。2004年、城鎮住民の1人当たり可処分所得は9421.6元に達し、2000年に比べて50%、2003年に比べると11.2%増加した。農村住民の1人当たり純収入は2936.4円で、2002年に比べて30.3%、2003年に比べると12%増加した。2004年、農村住民の1人当たり純収入の増加速度は近年来最高、最速であった。収入の安定的な増加は、住民の購買力をもさらに向上させ、2004年、城鎮住民1人当たりの消費支出は7182.1円で、2000年に比べて44%、2003年に比べると10.3%増加した。農村住民の1人当たり生活消費支出は30.8%で、2003年に比べて12.4%増加した。2004年、農村住民の1人当たり生活消費支出の増加速度も近年来最高、最速であった。



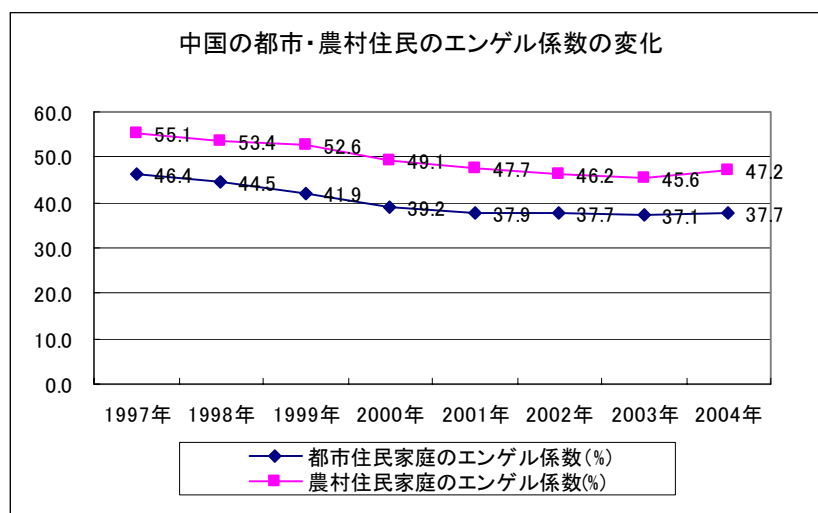
4) 商品の需給関係は引き続き好転している

中国は産業構造の調整が絶えず進み、国民経済が持続的、安定的、急速な発展を維持し、対外貿易が引き続き急速に成長し、住民消費が安定的かつ比較的急速に成長していることに伴い、国内消費財市場では2003年以降、供給過多商品の割合が減少し、需給がほぼ平衡している商品の割合が増加しており、需給関係は引き続き好転している。2004年下半期における600種類の主要商品のうち、需給がほぼ平衡しているものは154種類で25.7%を占め、上半期に比べて2.7ポイント増加し、供給過多の商品は446種類で、74.3%を占め、上半期に比べて2.7ポイント減少した。中国の消費財市場の需給関係が好転し続けているとはいえ、まだ70%以上の商品が供給過多の状態にあり、特に住民の日常生活消費と密接に関係

のある工業品の供給過多の割合は 84%に達している。このため、全体から見て、現在中国の消費財市場における供給過多の構造は根本的には変わっていない。現在中国の消費財市場における需給の際立った特徴は変動性が増大していることで、主に四つの面に表れている。一つ目は、経済速度の加速によって資源性製品の需給の変動性が増大している。二つ目は、民間投資および住民投資が徐々に増加し、各地で盛んに不動産投資、小規模な炭坑や製鉄所の建設などの投機的な投資が行われ、基礎エネルギー、基礎原材料の需要が上昇し、短期間のうちに急速に増大し、市場の需給への影響が比較的大きくなっている。三つ目は、住民の消費に対するレベルアップの欲求が増大し、人気消費財への需要に対する集中的な放出は、短期間内にいくつかの製品の市場における需給を変動させている。四つ目は、大口貿易製品に対する国際市場の影響が増大している。

5) 消費構造はいつそう向上している

住民収入の安定的な成長と消費環境の絶え間ない改善に伴い、ここ2年間住民消費構造のレベルアップが続き、2004年にはいつそうの向上の情勢となった。2004年、食品価格の大幅な上昇によって、都市と農村の住民のエンゲル係数は2003年に比べて上昇し、2004年の城鎮住民、農村住民のエンゲル係数はそれぞれ 37.73%、47.23%で、2003年に比べてそれぞれ 0.61ポイント、1.64ポイント上昇した。



城鎮住民の消費構造を見ると、城鎮住民の消費支出は外食、旅行、自動車、教育、文化娯楽、住宅商品にいつそう重きが置かれ、2004年、食品消費のうち、外食支出が急速に伸び、2003年に比べて 21.57%増え、増加幅は2003年より 15.56ポイント上昇し(2003年は SARSの影響あり)、消費支出全体に占める割合は 7.44%で、2003年に比べて 0.69ポイント上昇し

た。交通消費支出は30.97%増え、増加幅は2003年に比べて19.78ポイント増え、消費支出全体に占める割合は0.86ポイント上昇した。文化娯楽サービス消費支出は39.32%増え、増加幅は2003年に比べて43.03ポイント上昇し、消費支出全体に占める割合は0.63ポイント増加した。教育支出は8.75%増え、増加幅は2003年に比べて4.95ポイント上昇した。2004年、城鎮住民の耐久消費財所有数量はいっそう向上し、城鎮住民の100世帯当たりの自動車所有数量は2.2台で、2003年に比べて0.8台増え、携帯電話の所有数量は111.4台で、2003年に比べて21.3台増え、エアコンの所有数量は69.8台で、2003年に比べて8台増えた。

城鎮住民1人当たり項目別年間消費の消費支出全体に占める割合(%)						
項目	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
消費支出	100%	100%	100%	100%	100%	100%
食品	42.99	39.44	38.2	37.68	37.12	37.73
1.食糧・食用油類	7.53	6.08	5.59	4.96	4.93	5.32
2.肉類・卵・水産品類	13.68	12.23	11.72	11.34	10.82	10.76
3.野菜類	4.31	3.85	3.66	3.54	3.63	3.57
4.砂糖・煙草・酒・飲料類	4.72	4.57	4.39	4.16	4.13	3.98
5.生・乾燥のウリ類果物類	3.39	3.03	2.94	2.78	2.69	2.64
6.菓子・牛乳及び乳製品	2.14	2.21	2.31	2.57	2.74	2.64
7.飲食サービス	5.76	6.04	6.2	6.88	6.75	7.44
服飾	10.68	10.01	10.05	9.8	9.79	9.56
家庭設備用品及びサービス	7.5	7.49	7.09	6.45	6.3	5.67
医療・保健	5.44	6.36	6.47	7.13	7.31	7.35
交通と通信	7.45	8.54	9.3	10.38	11.08	11.75
1.交通	3.6	3.89	4	4.43	4.56	5.42
2.通信	3.85	4.66	5.3	5.95	6.51	6.33
娯楽教育文化サービス	13.31	13.4	13.87	14.96	14.35	14.38
1.文化娯楽用品	4.47	4.36	3.99	4.07	4.06	3.57
2.文化娯楽サービス	1.69	1.76	1.82	2.68	2.39	3.02
3.教育	7.16	7.28	8.07	8.21	7.89	7.78
居住	11.31	11.31	11.5	10.36	10.74	10.21
1.住居	4.92	4.77	4.7	4.02	3.94	3.45
2.水道電気燃料及びその他	5.68	5.93	6.16	5.92	6.34	6.29
雑項目の商品及びサービス	3.52	3.44	3.51	3.25	3.3	3.34

城鎮住民1人当たり項目別年間消費支出の増加速度(%)					
項目	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
消費支出	10.65	6.22	13.58	7.98	10.31
食品	1.52	2.88	12.02	6.39	12.11
1.食糧・食用油類	-10.61	-2.43	0.84	7.32	19.06
2.肉類・卵・水産品類	-1.07	1.78	9.9	3.01	9.74
3.野菜類	-1.18	1.04	9.88	10.73	8.5
4.砂糖・煙草・酒・飲料類	7.03	2.1	7.51	7.26	6.25
5.生・乾燥のウリ類果物類	-1.24	2.97	7.63	4.23	8.4
6.菓子・牛乳及び乳製品	14.29	11.05	26.26	15.12	6.51
7.飲食サービス	15.99	9.05	26.02	6.01	21.57
服飾	3.75	6.63	10.72	7.92	7.7
家庭設備用品及びサービス	10.54	0.45	3.32	5.56	-0.71
医療・保健	29.52	7.92	25.28	10.67	10.97
交通と通信	26.89	15.67	26.75	15.19	16.99
1.交通	19.29	9.42	25.74	11.19	30.97
2.通信	34.02	20.92	27.46	18.17	7.22
娯楽教育文化サービス	11.36	10.01	22.5	3.56	10.53
1.文化娯楽用品	7.93	-2.85	15.88	7.87	-2.95
2.文化娯楽サービス	15.62	9.88	67.25	-3.71	39.32
3.教育	12.53	17.73	15.62	3.8	8.75
居住	10.69	8.03	2.24	12.01	4.88
1.住居	7.25	4.74	-2.77	5.73	-3.35
2.水道電気燃料及びその他	15.47	10.39	9.14	15.6	9.4
雑項目の商品及びサービス	8.12	8.61	4.93	9.86	11.67

農村住民の生活消費構造を見ると、農村住民の生活消費は飲食の質の向上のほか、服飾、耐久消費財、居住、交通、通信などに重きが置かれている。2004年、農村住民の服飾消費支出の増加率は8.98%で、2003年に比べて3.93ポイント加速した。家庭設備用品およびサービス消費支出の増加率は9.18%で、2003年に比べて7.56ポイント加速した。居住消費の増加率は5.16%で、2003年に比べて2.43ポイント加速した。交通および通信消費支出は2003年には26.46%で、2004年には18.52%となった。2004年、農村住民100世帯当たりの家庭耐久消費財の所有数量もいっそう向上し、オートバイは36.2台で、2003年に比べて4.4台増、カラーテレビは75.1台で、2003年に比べて7.3台増、固定電話は54.5台で、2003年に比べて5.4台増、携帯電話は34.7台で、2003年に比べて11台増となり、携帯電話が農民

家庭に入って以降、農村住民 100 世帯当たりの所有移動電話の増加台数が最多の1年となった。

農村住民1人当たり項目別生活消費の消費支出全体に占める割合(%)						
項目	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
生活消費支出	100%	100%	100%	100%	100%	100%
食品	52.55	49.13	47.71	46.25	45.59	47.23
服飾	5.83	5.75	5.67	5.72	5.68	5.5
居住	14.75	15.47	16.03	16.37	15.87	14.84
家庭設備用品及びサービス	5.22	4.52	4.42	4.38	4.2	4.08
医療・保健	4.44	5.25	5.55	5.66	5.96	5.98
交通と通信	4.36	5.57	6.32	7.01	8.36	8.82
文化教育娯楽用品及びサービス	10.67	11.18	11.06	11.46	12.13	11.33
その他の商品及びサービス	2.17	3.14	3.24	3.15	2.21	2.21

農村住民1人当たり項目別生活消費支出の増加速度(%)					
項目	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
生活消費支出	5.88	4.25	5.35	5.94	12.42
食品	-1.03	1.24	2.13	4.43	16.47
服飾	4.35	2.81	6.38	5.05	8.98
居住	11	8.05	7.56	2.73	5.16
家庭設備用品及びサービス	-8.26	1.99	4.42	1.62	9.18
医療・保健	25.14	10.27	7.56	11.45	12.78
交通と通信	35.52	18.15	16.82	26.46	18.52
文化教育娯楽用品及びサービス	10.93	3.16	9.19	12.08	5.05
その他の商品及びサービス	53.06	7.43	2.3	-25.48	12.33

6) 農村住民の消費の増大は加速している

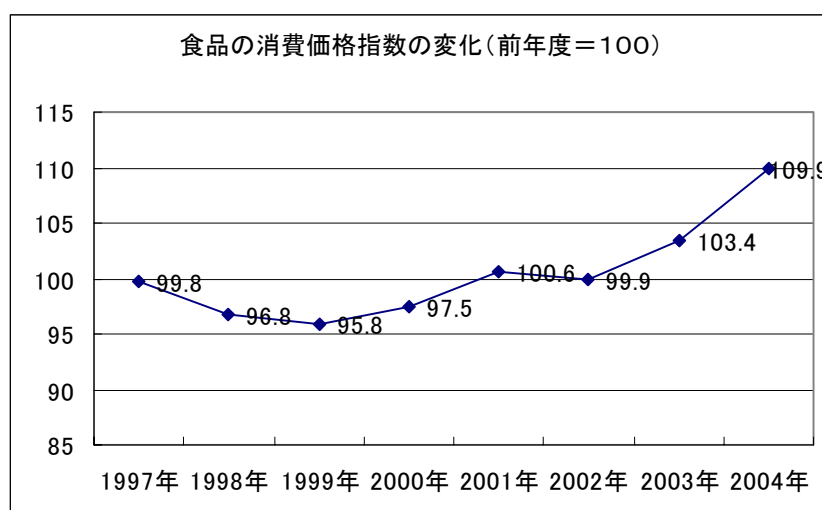
2004年、県および県以下の社会消費財小売額は1兆8377億元を実現し、前年比、名目10.7%増、前年を3.9ポイント上回った。1997年以降増加速度が最速で、増加幅が最高の年となり、2004年中国の社会消費財市場における最大の注目点となった。農村の消費財市場の成長速度の比較的大幅な上昇は、中央政府の「三農」(農業、農村、農民)問題に対する

政策面でのサポートと実行力が空前の強化を見たこと、食糧作付け農民への直接補助、農業税の減免、食糧が豊作だったこと、食糧などの農産品や副産品の価格の上昇、支払が滞っている農民工への給料の完済、農村の外へ働きに行く人の安定的な増加などの要因から、農村住民の収入の増加が緩慢だった状況が比較的是っきりと改善されたことによる。2004年、農民1人当たりの純収入は2936元に達し、実質で6.8%増加し、増加速度は2003年に比べて2.5ポイント加速し、1997年以降、増加速度が最速で、増加幅が最高の年となった。

7) 物価水準の上昇幅が大きい

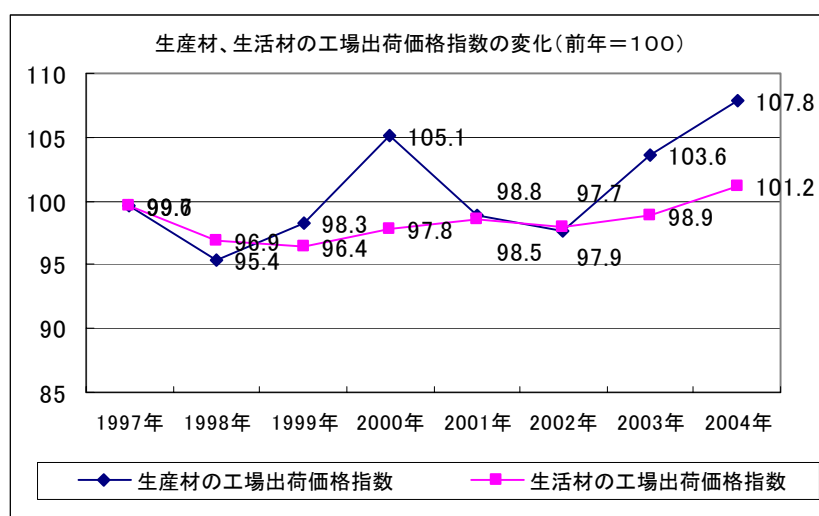
食糧価格の大幅な上昇、固定資産投資の急速すぎる増大、国際石油価格の大幅な上昇による基礎原材料およびエネルギーの価格の急速な上昇といった2003年の高騰要因の影響により、2004年、中国の消費財市場の物価水準は2003年に比べて比較的大幅に上昇し、1997年以降における物価上昇幅の最大の年となった。2004年、住民消費価格指数は2003年に比べて3.9%上昇し、上昇幅は2003年に比べて2.7ポイント増加した。商品小売価格の上昇は2.8%で、2003年、商品小売価格指数は0.1%低下した。工業品出荷価格指数は6.1%上昇し、上昇幅は2003年に比べて3.8ポイント増加した。原材料、燃料、動力の購入価格指数は11.4%上昇し、上昇幅は6.6ポイント増加した。

食品価格の上昇は住民消費価格総水準の上昇を牽引する主要な原動力となり、2004年、食糧価格の上昇は26.4%で、肉類およびその製品は17.6%、水産品価格は12.7%、油脂価格は18.2%、生鮮卵価格は21.2%上昇し、この5項目の合計で住民消費価格総水準を2.96ポイント引き上げ、総上昇幅3.9%の76%を占めた。



生産手段価格の上昇は工業品の出荷価格水準の上昇の主要な原動力となっており、2004年、生産手段の出荷価格の上昇は7.8%で、工業品出荷価格の上昇5.8ポイントを牽引

した。生産手段の出荷価格の上昇幅が大きいのは、主に石油、石炭、鋼材、非鉄金属などの基礎エネルギーおよび原材料の価格の大幅な上昇が影響している。2004年、原油の出荷価格の上昇は20.3%、黒色金属（訳者注：鉄、マンガン、クロム）の製錬および圧延製品の出荷価格の上昇は18.9%、原炭の出荷価格の上昇は16.6%、非鉄金属の製錬および圧延製品の出荷価格の上昇は18.9%であった。



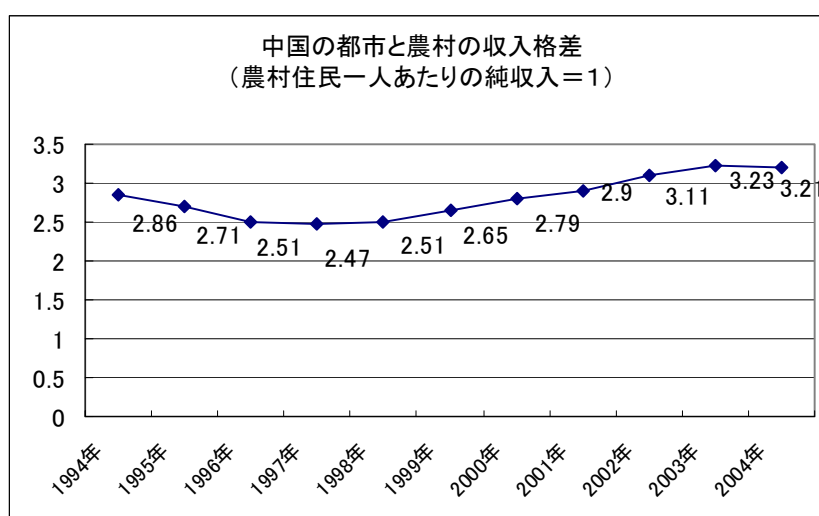
8) 消費のホットスポットが拡大している

2004年、住民消費構造のレベルアップの特徴を反映した消費のホットスポットが引き続き拡大している。一つ目として、自動車、住宅商品、通信機材が主導する実物消費のレベルアップから、飲食、旅行、文化娯楽などサービス性消費のレベルアップに拡大していることが挙げられる。2004年、中国の私用出国者は延べ2298万人で、55.2%増え、出国人数の79.7%を占めた。年間国内旅行者数は延べ11億人に達し、26.6%増えた。二つ目は、いくつかの消費レベルアップ商品の消費集団が、都市から農村へ、中年・青年から老人・小中学生へと急速に拡大しており、たとえば携帯電話の消費について見ると、2004年新しく増えた携帯電話ユーザーは6487万件で、3億3483万件に達し、2003年に比べて24.6%増加した。三つ目は、生活必需品から贅沢品に拡大している。四つ目としては、車や家を買う人々が絶えず拡大し、家や車を買いたいと考える住民への影響や刺激が一段と強まった。2004年、全国の乗用車の売上は232万7000台で、2003年に比べて15.2%増え、2003年に比べて増加率の減少は比較的大幅だったとはいえ、絶対量は相当なものである。2004年、全国の住宅商品の売上額は1兆376億円で、30.0%の増加となった。そのうち、個人への販売が30.4%増加し、93.3%を占めた。

(2) 消費財市場に存在する問題

1) 収入の格差、貧富の格差の拡大が消費財市場の成長に影響を及ぼしている

近年来中国の住民収入水準は拡大の趨勢にある。城鎮住民における1人当たり可処分所得の低所得世帯と高所得世帯の格差は、1999年の1:3.38から、2004年には1:5.52に拡大している。農村住民における1人当たり純収入の低所得世帯と高所得世帯の格差は、2000年の1:6.43から、2004年には1:6.88に拡大している。また、農村住民の低所得世帯の1人当たり純収入と城鎮住民の高所得世帯1人当たり可処分所得の比率は、2000年の1:14.1から2004年には1:20に拡大している。農村の低所得世帯の、2004年における1人当たり純収入は1007円で、2000年と比べて25.6%の増加にとどまっている。しかし城鎮住民の高所得世帯の、2004年における1人当たり可処分所得は2万101.6円で、2000年と比べて77.9%増加した。2000年、農村住民の1人当たり純収入と城鎮住民の1人当たり可処分所得の格差は1:2.79から、2004年には1:3.23に拡大している。収入格差の拡大は富を少数の人々に集中させ、貧富の格差を拡大している。収入の格差、貧富の格差の拡大は、住民の消費全体を低下させ、消費の成長に一定程度影響を及ぼしている。中国の城鎮住民の平均消費性向は2000年の0.7959から2004年には0.7685に下がり、限界消費性向は2000年の0.8969から2004年には0.7064に下がっており、消費性向の低下は住民収入のうち消費に当てられる割合の減少を意味している。

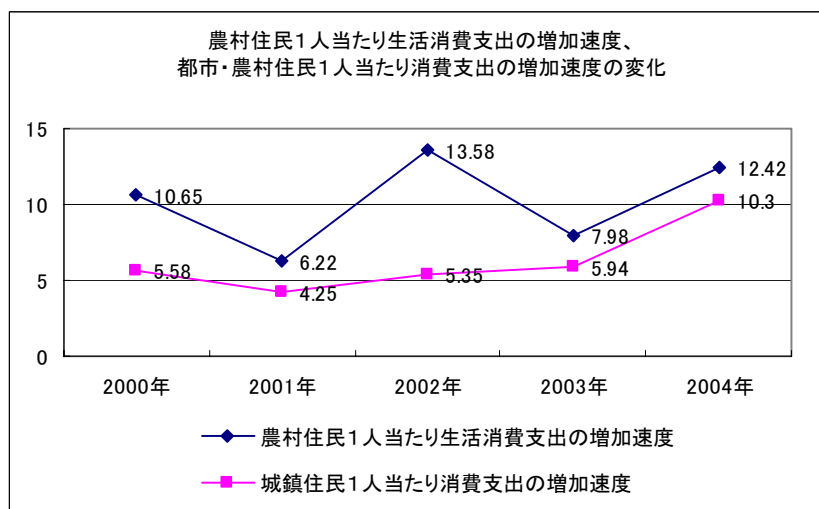


中国の都市、農村住民の平均消費性向									
項目	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
農村住民の平均消費性向	0.8162	0.7737	0.7356	0.7137	0.7411	0.7358	0.7408	0.7411	0.7442
城鎮住民の平均消費性向	0.8100	0.8111	0.7984	0.7885	0.7959	0.7740	0.7828	0.7685	0.7623

2) 都市と農村、地域間の消費の不均衡

中国の都市と農村、あるいは地域間の経済および社会発展の不均衡、収入の格差、消費環境の格差は、現段階において、中国の都市・農村間、地域間の消費の不均衡を生み出している。2000年、中国の農村住民の1人当たりの生活消費支出は1610.3元、城鎮住民の1人当たりの消費支出は4998元で、その差は3387.7元で、農村住民の1人当たり生活消費支出と城鎮住民の1人当たり消費支出の比率は1:3.1であった。2004年、中国の農村住民の1人当たり生活消費支出は2184.65元、城鎮住民の1人当たり消費支出は7182.1元で、その差は4997.6元となり、農村住民の1人当たり生活消費支出と城鎮住民の1人当たり消費支出の比率は1:3.29となった。2004年、中国の農村住民の1人当たり生活消費支出は2000年に比べて35.7%増え、城鎮住民の1人当たり消費支出は43.9%増えた。

2004年、中国の西部12省(区、直轄市)の城鎮住民の1人当たり消費支出は6433.58元で、全国平均より748.5元低かった。2004年、中国の城鎮住民1人当たりの消費支出は7182.1元で、この水準より高い省(区、直轄市)は10、低い省(区、直轄市)は22であった。2004年、城鎮住民の1人当たり消費支出が最高だった上海市(1万2631元)は最低だった河南省(5294.2元)に比べて7336.8元高かった。2004年、中国の農村住民の1人当たり消費支出は2184.7元で、この水準より高い省(直轄市)は10、低い省(区、直轄市)は22で、農村住民の1人当たり生活消費支出が最高だった上海市(6328.8元)は最低だった貴州省(1296.3元)に比べて5032.5元高かった。



各地域城鎮住民の1人当たり消費支出の状況					
地域	城鎮住民1人当たりの消費支出(元)	地域	城鎮住民1人当たり消費支出(元)	地域	城鎮住民1人当たり消費支出(元)
全国		雲南	6837.0	河北	5819.2
上海	12631.0	山東	6673.8	海南	5802.4
北京	12200.4	遼寧	6543.3	新疆	5773.6
広東	10694.8	広西	6445.7	青海	5759.0
浙江	10636.1	湖北	6398.5	安徽	5711.3
天津	8802.4	四川	6371.1	山西	5654.2
チベット	8446.2	陝西	6233.1	黒竜江	5567.5
福建	8161.2	内モンゴル	6219.3	貴州	5494.5
重慶	7973.1	吉林	6069.0	江西	5337.8
江蘇	7332.3	甘肅	5937.3	河南	5294.2
湖南	6884.6	寧夏	5821.4		

3) 食品安全問題が住民消費に影響を及ぼしている

中国は社会主義市場経済を実施してまだ日が浅いので、中国の消費財市場はまだ成長期にあり、消費財市場は飽和にはほど遠く、市場競争が激烈である。そして中国政府は市場秩序の管理における経験が不足しており、関連の法律・法規が完備しておらず、製品、特に食品の市場参入制度は不完全で、基準体系が完備しておらず、同時にまた、市場が巨大で、食品の生産企業や取次販売企業は大部分が小規模で、数が多いことから、食品等商品の品

質安全の監督作業にも大きな困難をもたらしている。中国政府が食品の安全、住民消費の安全を保障する作業や措置の強化を絶えず図っており、比較的大きな効果を上げているとはいえ、現在食品安全問題が依然として際立っている。たとえば農産品・副産品の農薬残留、食品の違法加工、飲食業の違法営業など、そして近年来食物安全に関する国際的な事件、たとえば大腸桿菌、ダイオキシン、狂牛病、口蹄疫、鳥インフルエンザなども次々と発生し、消費財の消費安全を脅かし、住民消費の成長に一定程度影響を及ぼしている。

4) 商品構造が住民消費のレベルアップ構造の要求に適応できない

産業構造が持続的に調整され、商品構造が絶えず改善されているので、中国の商品消費市場の種類は日増しに豊富になり、住民の消費水準の絶え間ない向上への要求が満たされ、住民消費の拡大に重要な積極的役割を果たしているとはいえ、中国の産業構造の調整はまだ目標に達しておらず、現在中国の消費財市場における商品の種類は西側先進国に比べてまだ大きな格差があり、工業品のうち 80%以上の商品において供給過多が比較的深刻である。現段階における中国の住民消費構造のレベルアップの要求に対して、現在の商品構造はまだ適応できていない。たとえば住民消費の個性化への要求、高収入集団のさらにハイクラスの消費への要求、農村住民の消費能力や消費環境の現状への要求を満たすことができていない。

5) 信用消費環境の改善が待たれる

市場経済は信用経済とも言え、信用消費は西側先進国住民の重要な消費方式であり、先進国の個人消費ローンの貸付総額は一般に銀行ローン貸付総額の30%を占めている。2004年末、すべての金融機関の人民元消費ローン残高は2兆円で、年末現在ですべての金融機関の本位貨幣および外貨の各項目預金残高の10.6%を占めた。中国住民の消費ローンの占める割合が低いのは、もとより中国住民の消費習慣の影響もあるが、良好な社会の信用消費環境やクレジットシステムの欠如も、重要なあるいは根本的な原因といえる。このため、住民消費を拡大するため、中国の信用消費環境のさらなる改善と、クレジットシステムおよび信用消費システムの建設のさらなる加速が求められている。

(3) 消費財市場の発展の趨勢

1) 消費財市場の発展は引き続き安定した比較的高速なスピードを維持するであろう

2004年、中国の国内総生産は13兆6875億9000万元に達し、中国の1人当たりGDPは約1275ドルとなり、2003年に比べて約175ドル増え、15.9%の増加となった。西側先進国の経験から見ると、1人当たりGDPが1000ドルに達した後、住民消費は消費がレベルアップ

し、消費の成長が加速する段階に入る。近年来の中国の住民消費から見ると、市場消費はすでに中国の住民消費構造のレベルアップ、消費の成長の加速という特徴を反映している。国内、国際環境から見ると、今後中国の経済は引き続き健全に、安定的に、比較的速いスピードで発展を続け、城鎮化水準が絶えず向上し、中産階級集団が持続的に拡大し、社会保障制度が徐々に完備するので、消費財市場は引き続き安定的に比較的速いスピードで発展するであろう。「第 11 次 5 年計画」期間、消費財市場は年平均 9%以上のスピードで成長するであろう。

2) 農村消費財市場のシェアは引き続き低下する

発展の趨勢から見ると、中央政府が農民収入増加の政策・措置を絶えず強化しているので、農民収入は安定して加速成長し、農村消費財市場の成長速度も安定しつつ加速しているとはいえ、農村住民の都市や城鎮への移転、都市への出稼ぎ労働者の安定的な増加、農村人口基数の年々の減少、また、現在都市と農村の消費規模格差が比較的大きいことから、社会消費財小売総額に占める農村の消費財市場の割合は相当長期間にわたって微少な下げ幅で低下し続けることになるであろう。近年来、中国の農村住民は年平均 1000 万人以上のスピードで減り続けている。2004 年末現在、中国の農村住民は 7 億 5705 万人で、2001 年に比べて 3858 万人減少し、年平均 1286 万人の減少となった。2004 年、農村常住戸籍者のうち出稼ぎ労働者数は 1 億 1780 万人で、2003 年に比べて 3.4%増加した。

3) 住民消費の多様化、個性化が進む

住民の収入水準、生活水準が高くなるにつれて、消費に対する多様化、個性化の要求がより明らかになっている。このため、中国の住民生活水準の継続的な向上、市場商品構造の継続的な調整に伴い、中国の住民消費はさらに多様化、個性化の方向に発展し、消費は必需品から非必需品へ、生理的基本的需要を満たす普通型消費概念から享受型、健康型、レジャー型、文化型、体験型、環境保護型など新型の、多様化、個性化、流行型の消費概念に変化していくであろう。

4) 安全、観光保護の意識がいつそう高まり、消費のレベルアップが加速する

住民の生活水準が上がるにつれ、自身および家族の健康を重要視し、大切にするようになり、住民の文化素養が高くなるにつれ、環境保護の意識も高くなる。中国の経済の持続的、安定的かつ比較的急速な発展に伴い、中国住民の生活水準、文化素養も必ずや高まる。このため、消費において商品の安全性、環境保護性をさらに重要視するようになるであろう。同時に、中国政府および商品の生産者、販売者の、商品の安全性、環境保護性への重視もさらに強まり、今後食品を含むいくつかの商品の生産認証制度、安全認証制度、商品品質検査制度、市場検査監督制度、および危険な商品の生産・販売に対する処罰のための法律・法規などが絶えず健全化し、整備され、商品安全信用システムの構築もさらに徹底的になっ

ていくであろう。安全および環境保護の消費意識がさらに高まり、安全、環境保護の消費環境が絶えず改善され、住民消費のレベルアップがさらに加速するであろう。

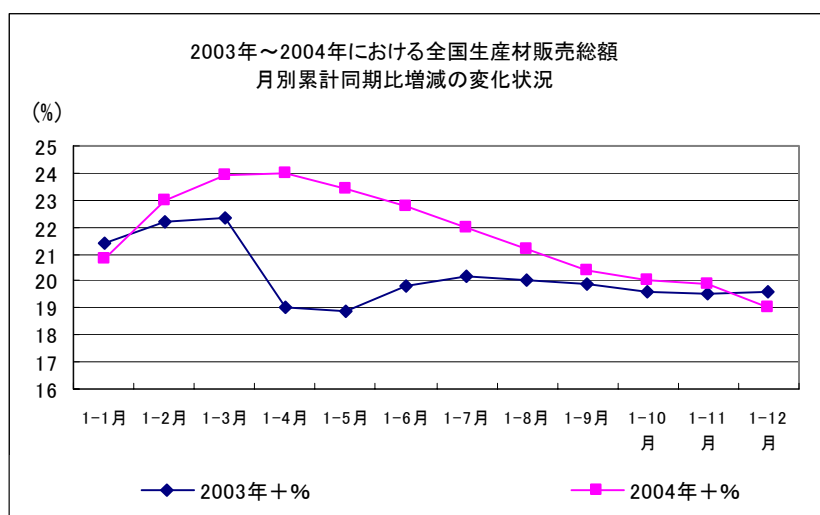
4. 中国生産材市場の発展に関する報告

2004年に中央の「引き締めるべきは引き締め、緩めるべきは緩める」政策によるマクロ調整が明らかかな成果を収め、経済発展は良好な状態を維持した。生産材市場の需要は比較的速い成長を達成し、価格レベルは高値で安定した。また、需給関係が改善され、市場規模も不断に拡大し、若干の不健全な要素が有効に抑制されたほか、全体的な運営状況が良好であったことから、2005年の生産し両市場の発展に重要な基礎が築かれた。但し、市場全体としては依然として高いレベルで運営されており、市場の供給能力の増加が急速に進み、生産材価格の変動幅がかなり大きいほか、海外の石油等の重要商品価格が大幅に上昇し、変動が激しくなっていることは、今後、生産材市場の発展にかなりの影響を与えるようになる。

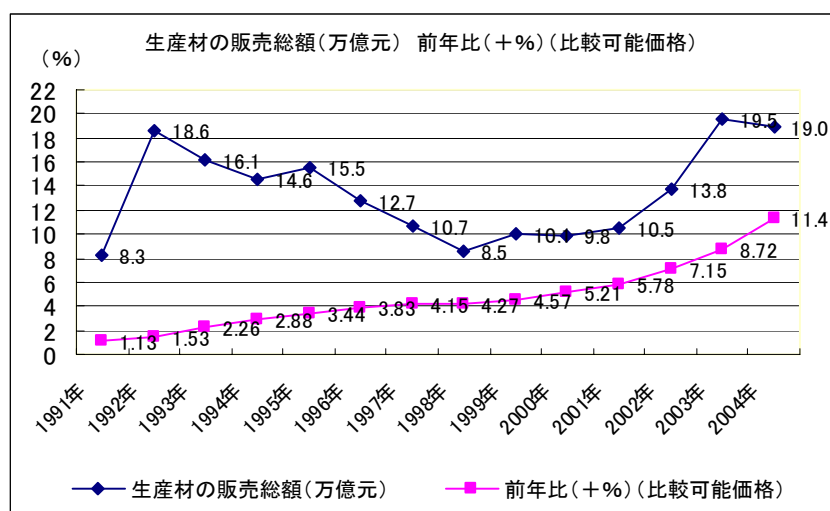
(1) 2004年の生産材市場の運営に関する主要な特徴

1) 市場販売が急速な増加から平穏な増加に転換

2004年始め、国内の生産材市場における販売は、前年の急速な増加を基礎として、加速的に増加する運営状態を示し、4月末の累計販売増加幅は24%に達し、市場の成長のピークとなった。第二四半期以降、加速的な増加の状態は次第に抑制され、加熱し続けた市場の需要は落ち着きを見せるようになり、市場の販売増加も緩やかに20%前後に下がった。年間の生産材の販売総額は11.4万億元を突破し、比較可能な価格に基づいて計算すると、前年比19%増加し、増加速度は4月のピーク値と比べ5%落ち込んだ。



2004年に中国の生産材販売総額の増加は、1991年以降2度目となるピークを迎えることとなり、2003年を僅かに0.5%下回ったが、13.3%の平均増加速度を5.7%上回り、全体としては速い拡大状態を示した。これは2004年の生産材市場が高投資によりリードされ、市場の需要が急速に膨張したことを反映するものであるほか、中国の経済が長年連続して積極的な財政政策を実施し、発展が新たな急成長の段階に入っていることを反映している。特に中国経済が重化学工業の発展時期に入るに伴い、生産材市場は2001年から新たな急成長の段階に突入するようになった。



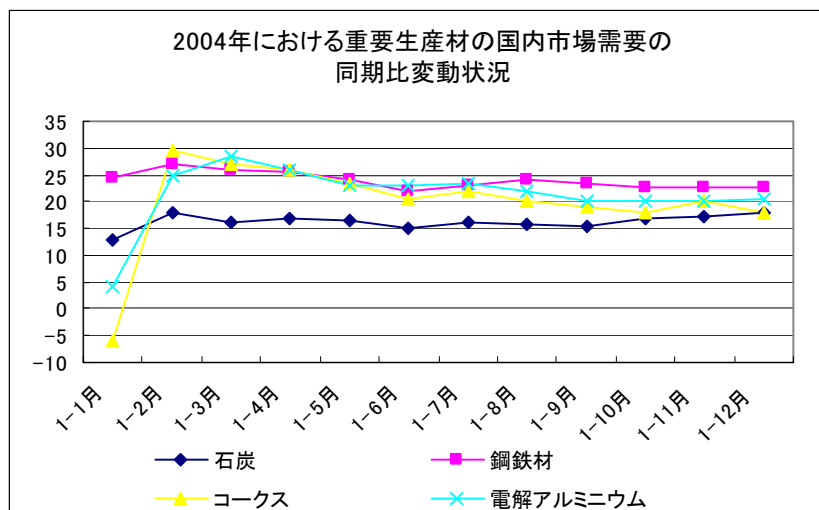
2) 主要生産材市場の全体的需給バランス

市場の供給能力の急速な増加がある程度抑制された。2004年末までの時点で、30種類の生産材資源の供給は平均17.2%増加した。第1四半期と比較すると、資源供給の増加速度は4.4%下回っている。また、前年上半期と比較した場合、資源供給の増加速度は2.54%下回り、前年第3四半期と比較した場合、資源供給の増加速度は0.4%下回っている。この内、鋼鉄材、電解アルミニウム、コンクリートについては、国内生産の増加速度は年初の31.7%、24.2%、21.7%から、それぞれ23.5%、20.2%、15.7%に落ち込んだ。市場の環境は改善し、石炭、電気、石油の輸送・需要が緊張する問題は初歩的に緩和されることとなった。

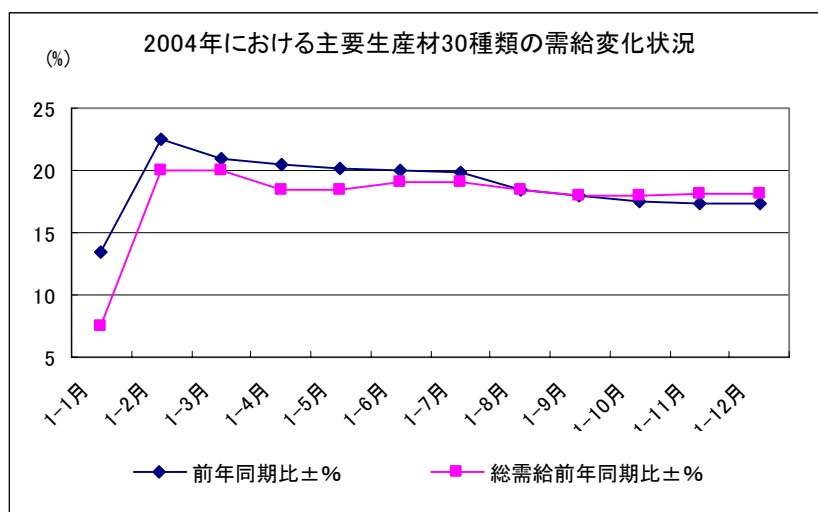
前年の石炭、コークス、鋼鉄材、コンクリート等の主要な生産材の生産量は、それぞれ19.7トン、1.77トン、2.97トン、2.97トン、9.34トンに達し、それぞれ15%、25.8%、23.5%、15.7%増加した。また、生産規模についても全て世界第一位となっている。電解アルミニウムの生産量は656万トンで、20.2%増加し、世界第二位となっている。

消費需要が次第に安定した増加で落ち着くようになった。2004年第1四半期の国内市場における需要は平均で21.3%増加し、1991年以来最高となった。これにより石炭、電気、石油及び運送の緊張と再生不能資源の過度の採掘による資源環境の破壊が引き起こされ、国家と社会の注目と関心を呼ぶようになった。一連の調整政策を通じて、市場に対する需要の

急速な膨張は抑制され、次第に安定した発展に転換していった。2004年の国内市場の需給は平均で17.2%増加したが、第1四半期と比べ4.13%下回り、前年上半期と比べても1.73%下回ったほか、前年第3四半期と比べても0.75%下回った。鋼鉄材、電解アルミニウム、コンクリート、コークス等の主要な生産材市場の需要の増加は、第1四半期の27.2%、28.5%、23%、25.9%から18.2%、20.5%、15.9%、22.4%へと緩やかに低下した。



市場の供給は全体としては基本的にバランスがとれている。30種類の主要な生産材市場における需給増加の変化から判断すると、市場の供給と需要の増加速度は基本的に一致しており、市場の需給差率は1.26%となっている。これは資源の供給が若干市場の需要を上回っていることを示している。市場の需給差率は前年度中の1.8%をから0.54%低下したが、これは国家のマクロ調整措置が効果を発揮したことにより市場の需給関係が改善し、市場が全体として緩やかな発展を維持するようになったことを反映している。



2004年における主要生産材 30 種類の需給変化状況

品種	単位	総資源量		内訳		総需要量		内訳	
		合計	前年度比±%	生産量	輸入	合計	前年度比±%	国内消費	輸出
石炭	万トン	199098	15.36	197200	1898	19842	17.28	189175	8667
コークス	万トン	17749	25.80	17749		17320	20.33	15819	1501
原油	万トン	29722	14.04	17450	12272	29298	15.02	28748	549.2
ガソリン	万トン	5250	10.20	5250		5216	11.82	4675	540.7
オイルコークス	万トン	1252	20.40	970.8	282	1231.9	19.16	1027.1	204.8
ディーゼルオイル	万トン	10437	21.52	10162	275	10333	16.69	10269	63.6
燃料オイル	万トン	5141	18.73	2082	3059	5176.8	20.38	4994.8	182.0
鋼鉄	万トン	27632	21.71	27246	386	27461	22.42	26855	606
鋼鉄材	万トン	32669	17.53	29739	2930	32258	20.43	30835	1423
鉄鉱石	万トン	51819	29.14	31010	20809	49448	20.85	49448	
生鉄	万トン	25267	24.19	25185	81.7	25127	23.20	24998	129.1
銅	万トン	341.61	3.89	203.50	138.11	348.0	17.74	335.3	12.6
アルミ	万トン	759.09	19.80	655.75	103.34	750.6	23.45	582.2	168.4
酸化アルミ	万トン	1289.38	9.39	702.38	587.0	1262.8	8.85	1260.8	2.0
鉛	万トン	184.11	9.67	175.35	8.76	181.3	12.96	134.8	46.5
亜鉛	万トン	299.60	14.67	253.70	45.90	292.2	9.18	265.8	26.3
錫	万トン	13.56	19.73	11.72	1.83	12.6	7.95	8.7	3.89

ニッケル	万トン	13.72	-1.74	7.15	6.57	12.7	5.62	11.2	1.54
銅材	万トン	558.64	20.62	439.10	119.54	548.7	21.70	509.7	39.0
錫材	万トン	509.71	22.81	448.40	61.31	502.7	24.32	459.6	43.1
コンクリート	万トン	93636	15.67	93369	266.9	92497	16.01	91792	704.4
硫酸	万トン	4005	16.68	3825	180.3	3984	17.31	3983	0.52
苛性ソーダ	万トン	1065.3	13.47	1060.3	5.03	1064.5	12.05	1038.2	26.38
純アルカリ	万トン	1286.5	13.58	1266.8	19.72	1280.1	17.51	1137.3	142.80
プラスチック原料	万トン	3627	8.92	1791	1836.0	3608.0	9.08	3584.3	23.70
天然ゴム	万トン	185.4	5.36	57.4	128.0	166.9	3.86	166.8	0.08
合成ゴム	万本	257.2	10.47	147.8	109.5	259.1	13.27	250.7	8.49
タイヤ	万トン	24356	19.01	23926	429.6	24927	22.24	4957.9	19969
パルプ及びパルプ板	万台	5474	16.75	4863	611	5251.7	13.52	5150.7	101.0
自動車		524.6	13.56	507.0	17.6	514.7	14.13	473.8	40.9

説明：総資源量(供給量)＝国内生産量＋輸入量

総需要量＝国内消費量＋輸出量

表中のデータは、国家統計局『工業統計速報』と税関統計月報のデータに基づいて整理したものである。国内消費の数値は試算数値であり、資源需給バランスを分析するための参考として用いられるものである。

これと同時に、市場の需給関係にも変化が現れ始めた。特にこの二年において、市場はそれまでの絶対多数品種の供給が需要を上回る「買い手市場」から「売り手市場」と「買い手市場」が共存する関係に転換した。エネルギーと相当な部分の原材料製品については、例えば石油、石炭、鉄鉱石、鋼鉄材、一部の化学工業原料等は既にかなり明らかな需給が緊迫した状態となっている。これは今後、中国が市場に対する調整を強化する際に真剣に検討する必要のある新たな特徴、問題である。

3) 輸出が持続的に拡大し、輸入が次第に減少している

国際市場における需要の増大、株価の継続的な高騰、業界投資の過度の増加といった状況が次第に抑制される、等の要因が相互に作用したことにより、2004年における中国の生産材の対外貿易は輸出の増加速度が徐々に加速し、輸入の増加速度が徐々に減速するといった特徴が示されるようになった。このことはまた、国際市場の需給バランスにも影響を与えることとなり、市場の高値運営を引き起こす重要な要因ともなった。統計によると、2004年における主要生産材 30 種の輸出は平均で 29.7%増加し、増加速度は前年第 3 四半期を 8.1%上

回った。輸出が市場の総需要に占める割合は 5.5%となり、2003 年を 0.62%上回った。月毎に輸出を伸ばした製品は主に金属材料と自動車であった。例えば、鋼鉄の輸出は 606 万トン、鋼鉄材は 1423 万トン、生鉄は 129 万トン、銅及び銅材は 51.6 万トン、アルミ及びアルミ材は 211.5 万トン、自動車は 40.9 万トンであった。また、前年の輸出量と比較すると、鋼鉄は 4.12 倍、鋼鉄材は 2.05 倍、生鉄は 80.6%、銅及び銅材は 72.1%、アルミ及びアルミ材は 39.4%、自動車は 3.09 倍増加した。

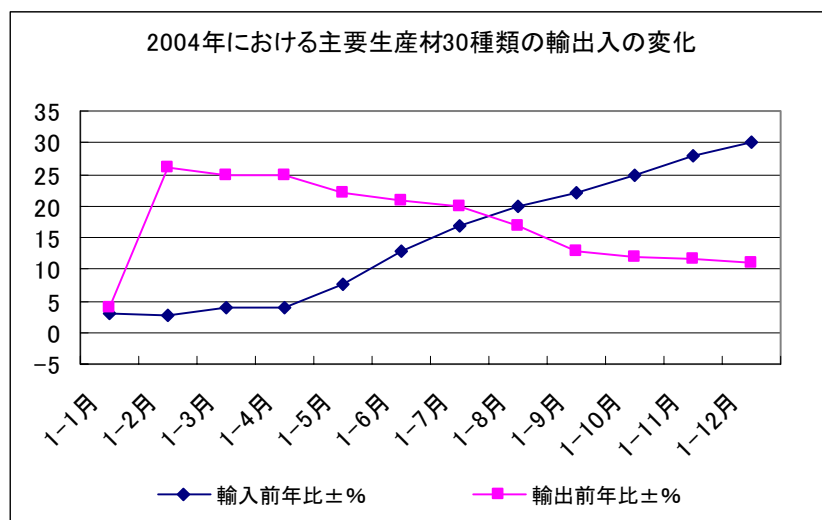
輸出に対する需要が持続して増加すると同時に、輸入資源の増加幅が月毎に減少するようになった。2004 年における主要生産材 30 種の輸出は平均で 12.7%増加し、前年第 1 四半期を 12.1%下回った。また、前年上半期と比べると 9.8%、前年第 3 四半期と比べると 1.9%それぞれ下回った。輸入資源が市場の総資源に占める割合は 12.76%となり、2003 年を 0.79%下回った。主要生産材 30 種の中でみると、鋼鉄、鋼鉄材、銅、ニッケル、苛性ソーダ、純アルカリ、硫酸等の製品の輸入は明らかに減少した。この内、鋼鉄の累計輸入量は 386 万トンで、前年輸出比 202 万トン減少した。

2004 年における主要生産材 30 種の輸出入状況

期間	1-1 月	1-2 月	1-3 月	1-4 月	1-5 月	1-6 月	1-7 月	1-8 月	1-9 月	1-10 月	1-11 月	1-12 月
輸入 (億元)	657	1388	2013	2780	3378	4076	4705	5282	6132	6710	7402	8131
前年比 ±%	4.1	25.8	24.8	25.9	23.2	22.5	20.5	17.5	14.6	14.1	13.4	12.7
輸出 (億元)	206	381	616	874	1146	1452	1749	2054	2370	2666	3041	3461
前年比 ±%	2.0	1.4	3.0	4.4	8.7	14.4	17.3	20.4	21.6	24.5	27.9	29.7

2004年の主要生産材の輸出入が国内市場に占める割合

品 種	輸出が総資源に対して占める割合%		対 2003 年比 ±%	品 種	輸出が総資源に対して占める割合%		対 2003 年比 ±%
	2004 年	2003 年			2004 年	2003 年	
原油	41.29	24.99	6.3	石炭	4.38	5.8	-1.42
オイルコークス	22.49	18.14	4.36	コークス	8.67	10.4	-1.73
燃料オイル	59.50	54.43	5.07	原油	1.87	3.18	-1.3
鋼鉄材	8.97	13.62	-4.65	ガソリン	10.37	16.33	-5.96
鉄鉱石	40.16	36.20	3.96	オイルコークス	16.63	17.97	-1.35
銅	40.43	47.08	-6.65	燃料オイル	3.52	1.67	1.84
アルミ	13.61	13.82	-0.02	鋼鉄	2.21	0.65	1055
酸化アルミ	45.53	47.55	-0.21	鋼鉄材	4.41	2.56	1.18
ニッケル	47.91	55.43	-7.52	銅	3.63	1.95	1.68
銅材	21.40	24.54	-3.14	アルミ	22.44	19.39	3.05
アルミ材	12.03	12.78	-0.75	銅材	7.11	5.31	1.8
プラスチック原料	50.62	46.70	3.92	アルミ材	8.57	6.77	1.8
天然ゴム	69.04	68.24	0.8	コンクリート	0.76	0.61	0.15
合成ゴム	42.56	44.15	-1.59	純アルカリ	11.16	11.65	-0.5
自動車	3.35	3.69	-0.34	自動車	7.94	2.29	5.02



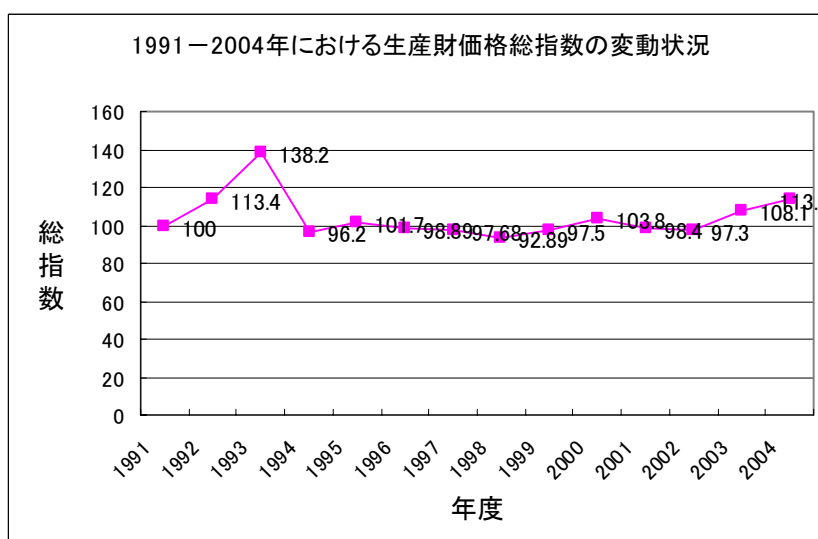
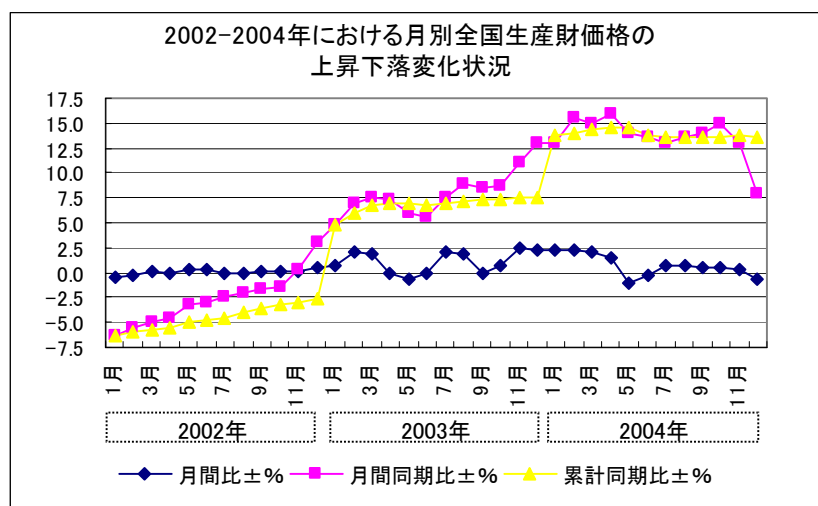
全体的にみると、生産財の国内外両市場の相互依存性は一段と強まっており、生産財の輸入貿易額が生産財販売総額に占める割合は既に「第八期五カ年計画」時期の 21%から「第九期五カ年計画」時期の 21.7%へと上昇し、「第十期五カ年計画」時期には更に 26.5%へと上昇し、特に 2004 年には 28.5%までに上昇している。

4) 市場価格の上昇幅が比較的大きくなり、変動が頻繁となる

2004 年前半の 4 ヶ月の市場価格が急激に上昇し、価格の全体レベルが月間平均比でそれぞれ 1.9%、1.9%、1.3%、0.9%上昇した。また、1-4 月の累計同期比でも 15%上昇し、1994 年以後上昇幅が過去最高となる時期となった。5、6 月には加熱する業界投資が減少したことに伴い、継続して上昇した市場の需要が徐々に落ち着くようになった。また、鋼鉄、電解アルミニウム、コンクリートに対する需要が緩慢となったこと、市場が相場の下落を予想したこと、投機資本が撤退したことにより、市場価格は連続 7 ヶ月上昇した後下落し、5 月の価格は月間比 1.4%下落し、6 月の価格も月間比 0.3%下落した。下半期に入ると、市場の外部環境が改善し、市場需要が安定して増加するようになったが、国際市場におけるエネルギーや金属等の基礎原材料価格が上昇すると共に高値で変動するようになった影響を受けて、国内の生産財の市場価格が下落から上昇へと転じ、7 月以降再び小幅な上昇を維持する傾向を示している。年間の市場価格は、国際市場と国内の調整が相互に影響を及ぼす状況の下、高値で安定しており、生産財価格全体の上昇幅は 13.6%となっている。

2003年以後の月別生産財価格の上昇下落状況(%)

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
月間比	2003年	0.9	1.7	1.5	同じ	-0.8	-0.1	1.4	1.1	-0.1	0.7	2.2	2.0
	2004年	1.9	1.9	1.3	0.9	-1.4	-0.3	0.86	1.22	0.84	0.86	0.43	-0.78
同期比	2003年	4.8	6.9	8.0	7.8	6.1	5.4	7.8	9.6	9.3	9.4	11.4	13.0
	2004年	14.1	15.2	15.0	15.8	14.3	13.7	13.3	13.7	14.3	15.2	13.4	8.2
累計 同期比	2003年	4.8	6.0	6.6	6.9	6.7	6.5	6.7	7.0	7.3	7.5	7.8	8.1



全体としてみると、2004年の国内生産財市場は、急速に高値で運行され、価格の上昇幅も大きく且つ変動も頻繁となっている。これは主に以下の幾つかの面の要因が相互に作用した結果である。第一に、国内経済がマクロ調整の下で安定する中、急速な成長を継続して維持し、生産財の消費需要が一定して増加したことである。第二に、国際経済の回復ペースが加速したことにより、基礎原材料に対する需要が増加し、輸出に対する需要を絶えず高めることを促したことである。第三に、国際市場価格が高値で安定し、主要な原材料製品の価格が明らかに国内価格の水準を上回るようになったため、国内市場価格の下落する余地がそれにより小さくなり、価格が高値の状態で行われたことである。第四に、国内運送というボトルネックの制約を受け、一部の物資の地域的、段階的な不足状態が引き起こされ、価格の変動が誘発されたことである。

(2) 生産財市場主体の更なる発展・拡大

1) 流通企業の経営効率の改善

全国 47 社の重点生産財の流通企業に対する調査結果に基づくと、2004 年における企業の販売規模は急速に拡大し、商品の実質販売収入も大幅に増加した。また、資産構造も合理的に調整され、資産の流動性、資金の回転が増加したことで、企業の競争力と経済的実力が幾分レベルアップし、産業の集中度も幾分高まるようになった。

企業の経営規模が急速に拡大した。2004 年において、全国 47 社の重点生産材を扱う流通企業の実質販売収入は、累計で 2858 億元に達し、前年比でも 748 億元増加し、35.4%の増加となり、明らかに全国の平均レベルを上回った。

企業の経済効率が明確に高まった。2004 年において、全国 47 社の重点生産材を扱う流通企業の総利益は 28.5 億元で、前年比 10.6 億元増加し、58.9%の増加となった。また、主要な経營業務利潤の累計額は 72.9 億元に達し、前年比でも 25.6 億元増加し、54.2%増加した。さらに、その他の業務利潤額は 10.1 億元で、前年比 1.1 億元増加し、12.1%増加した。

企業の集中度も幾分高まった。浙江物産集团公司、中国鉄路物資総公司、天津物資集団総公司、広東物資集団公司、中国中鋼集团公司、中国航空油料総公司、上海物資集団公司、安徽省徽商集团有限公司、中国誠通控股公司、等 9 社の年間実質販売収入額は 100 億元を超えている。この他、重慶物資集団有限責任公司、広東物資集団公司、山東黒馬集団有限公司、中国鉄路物資総公司、中国金城黄金物資総公司、中国誠通控股公司、中国鉄路物資総公司、等の企業における実質販売収入の増加速度は明らかに加速しており、非常に強力な発展能力を示している。2004 年におけるこれらの企業における実質販売収入の増加幅はいずれも 50%以上となっている。

企業の資産配置状況も良好であった。2004 年における業界の平均起債経営比率は 75%であり、所有権比率は 25%であった。業界の資金回転状況及び資産配置状況から、物資流通

業界の全体的経営が良い方向に向かって発展しており、自己資本の総資産に占める割合が正常なレベルを維持していることのほか、資産構成も比較的健全であり、企業経営を拡大発展していく能力がかなり強いことを見て取ることができる。

2) 強化された卸売市場の役割

生産材市場の流通規模が不断に拡大するに伴い、中国における生産材の卸売市場の建設も更に強化され、市場の規模、地域的分布、産業の集中度が全て幾らか改善された。これは農村・都市、地域における生産材の流通を促進させ、中国の都市・農村における工・農業生産の生産材に対する需要を満たしたほか、市場を通じた資源配置の基礎的な役割を發揮させるものとなった。

卸売市場における販売規模が不断に拡大した。2003年における全国億元規模以上の主要な生産資料卸売市場の成約額は、3257.386億元に達し、前年比23%増加した。この内、金属材料の卸売市場の成約額は2244.6億元で、同30.3%増加した。建築装飾材料の卸売市場の成約額は798.58億元で、同16.2%増加した。

卸売市場の地域的分布が改善された。過去二年の中国における地域経済構造に対する調整により、特に西部地域の大開発戦略の実施が根を張るようになったことで、中国の生産材市場の地域分布も東部地域から西部地域へと展開するようになった。2003年における全国億元規模以上の主要な生産材市場についてみると、東部地域は269ヶ所で、前年比1.82%減少したが、市場の成約額は3144.59億元となり、前年比25.4%増加した。西部地域は51ヶ所で、前年比18.6%増加した。市場の成約額も223億元となり、前年比27.42%増加した。中部地域は71ヶ所で、前年比11%増加した。市場の成約額も300.99億元となり、前年比9.8%増加した。

全国億元規模以上の主要な生産材卸売市場の概況

市場のタイプ	市場の数量(ヶ所)			成約額(億元)		
	2003年	2002年	増減%	2003年	2002年	増減%
金属材料市場	113	115	-1.74	2244.6	1722.63	30.30
石炭市場	11	13	-15.38	40.93	56.69	-27.80
木材市場	22	27	-18.52	146.98	147.62	-0.43
建築装飾材料市場	136	121	12.40	798.58	687.51	16.15
農業生産材市場	7	12	-41.67	26.3	32.42	-18.86
合計	289	288	0.35	3257.39	2646.86	23.07

全国億元規模以上の主要な生産材取引市場の地域分布状況(ヶ所)

市場のタイプ	東部地域		中部地域		西部地域	
	2003年	増減%	2003年	増減%	2003年	増減%
金属材料市場	88	-3.30	13	-7.14	27	12.5
石炭市場	10	-16.67			2	
木材市場	26	-13.33	4	0.0		
建築装飾材料市場	142	6.7	50	19.05	21	31.25
農業生産材市場	3	-62.50	4		1	
合計	269	-1.82	71	10.94	51	18.61

東・中・西部地域における億元規模以上の主要な生産材取引市場の成約額(億元)

市場のタイプ	東部地域		中部地域		西部地域	
	2003年	増減%	2003年	増減%	2003年	増減%
金属材料市場	2158.17	38.06	101.916	-26.66	139.58	40.46
石炭市場	38.79	-29.10			4.3	-13.07
木材市場	140.26	-7.00	19.24	169.29		
建築装飾材料市場	801.85	11.11	156.56	36.38	74.93	12.51
農業生産材市場	5.52	-64.90	23.27	74.47	4.21	2.41
合計	3144.59	25.47	300.99	9.7	223	27.42

3) 現代的物流方式の一層の推進

2004年における中国の物流業の発展は継続的に加速し、現代的物流方式が一段と普及した。これは主に次の幾つかの点に示されている。第一に、社会的物流貨物の総価値が大幅に増加した。2004年における社会的物流の総額は38万億元前後に達し、前年比29.5%前後増加し、増幅の割合も前年比を2.5%上回った。第二に、社会的物流の総コストが幾分低下した。2004年における社会的物流の総コストは約2.9億元で、前年比16.6%前後増加したが、対GDP比率では21.3%前後となり、1991年の24%から3%低下した。この内、運送コストは約1.6万億元で、物流コスト全体の57%前後を占めている。また、保管コストは約0.8万億元で、物流コスト全体の29%前後を占めている。さらに、管理コストは約0.4万億元で、物流コスト全体の約14%を占めている。第三に、社会的物流の増加価値と経済が同時に増加し、8-10%の範囲で安定している。物流業の増加価値は約0.8万億元で、2003年よりも8.4%増加し、第三次産業の平均レベル8.3%を少し上回っている。また、第三次産業の増加価値の18.5%を占

めており、第三次産業の発展をリードする安定要素となっている。第四に、現代的物流が急速に発展した。2004年における中国の現代的物流、特に3PLが急速に発展した。米国のマーサーヒューマンリソース・コンサルティング(Mercer Human Resource Consulting)と中国物流・調達連合会が共同で行った調査によると、中国における3PL企業の営業額は毎年30%のペースで増加し、2001年には400億元、2002年には600億元に接近し、2003年には800億元に接近した。2004年には1000億元を超える見込まれている。第五に、物流の発展する潜在力が大きい。中国経済が急速に発展し、物流に対する需要が不断に増加している。推計に基づく、目下、価格要因を除いた社会的物流総額の増加率は、運送の実物量が20%前後で増加する必要のあるのに対し、2004年における実質の運送総量は10.6%の増加にとどまり、物流に対する需要増加幅と比べて9%の差が存在している。また、物流業の投資速度が物流需要の増加速度をかなり下回っている。2004年における中国物流産業の固定資産投資総額は約0.73万億元で、前年比24.3%増加し、増加速度も同期の社会的物流総額の増加速度を5.6%下回ったほか、同期の全社会固定資産投資の投資増加速度も下回った。このことは物流産業が更に一段と発展する潜在力を有していることを示している。

(3) 目下の生産材市場に存在する主要な問題

2004年における生産材市場は全体的に良好な発展を収め、経済発展の生産材に対する需要を満たした。但し、それと同時に若干の注意しなければならない問題が存在している。

1) 市場価格の変動が経済運営に与えた不安定要素

市場価格が不断に上昇した。特に国際市場価格が不断に上昇すると共に、国内市場にもそれが波及し、価格レベルを高値とさせた。また、コスト面の促進要素が益々明らかとなり、下流の製品価格の上昇圧力が徐々に増加し、国内市場の物価水準に対して影響を与えることとなった。

2) 明らかに向上した生産材の在庫レベル

在庫の増加が常態となった。国家統計に基づいた統計によると、2004年末の時点において、企業の製品在庫は前年比24.7%増加した。この内、冶金製品の在庫が前年比52.2%増加し、石炭製品の在庫が39.9%増加した。また、石油・石油化学製品の在庫が同55.2%増加し、有色金属製品の在庫が同28.1%増加したほか、建築製品の在庫が同20%増加し、自動車製品の在庫が32%増加した。市場規模の拡大は、必然的に製品在庫の増加をもたらすことになるが、生産材の製品在庫は全体として依然として正常なレベルを保っている。但し、一部の製品は売り惜しみ、買い溜め、資金供給チェーンの緊張、港・倉庫での放置、運送の緊張、一部の製品に見られる過度の生産能力、等による影響を受け、市場に製品を溜めておく兆しが現れた。

3) 生産材の急速な輸出成長が国内市場の需給にもたらした影響

2004年における中国の原材料、部品パーツ等の中間製品の輸出は前年比40.8%増加し、輸出の前年平均増加幅を5.4%上回った。鋼鉄材、銅、アルミ等の主要な金属材料を代表とする重要なインフラ生産建設材料の輸出は、顕著な増加を示した。この内、鋼鉄材の輸出については1423万トンに達し、2003年に比べて2倍に増加した。鋼鉄の輸出は606万トンに達し、4.12倍の増加に達した。両者を合わせると2000万トンを超えることとなる。輸出の増加は、産業構造の調整を促進させ、国際市場における中国の産業の競争力を工場させる上で非常に有益なものとなる。但し、それはエネルギーや鉱山資源の大量消費を代価とするほか、製品構造の多くは低価格で低い技術レベルを主とする原料型製品の急速な輸出増加は、国内の需給が依然として比較的高いレベルを維持している状況下において、必ず内外市場における資源を巡る争い、価格を吊り上げる局面を引き起こすこととなる。長期的な観点から見た場合、そうしたことは国民経済の持続可能な発展の実現に不利となる。目下の情勢をみた場合でも、石炭、電気、輸送といった面において緊張した状態が一定の程度で激化している。

4) 益々直接的となった国際市場の変化が国内市場に与える影響

中国経済と国際市場との関係が一段と緊密になるに伴い、国際市場の不確定要素が国内市場に及ぼす影響が益々大きなものとなっている。第一に、世界経済の回復、国際市場のエネルギー、原材料に対する需要の不断の増加、持続する価格の上昇は、中国の基礎原材料の輸出を刺激し、国内基礎原材料資源の需給バランスを維持することを難しくさせている。これと同時に、価格の不断の上昇が投資、生産能力の拡張を誘発し易くしているほか、低レベルの重複建設も生産建設の外部条件が緊張に向かう局面を緩和させることを困難にしている。第二に、国内で不足している資源製品の輸入依存度が高まり、輸入を通じた国際市場価格が国内市場価格の変動に対して及ぼす影響が一段と顕著且つ直積的となっている。

(4) 2005年における生産材市場の情勢展望

2005年は中国が「第十期五カ年計画」を実施する最後の一年であり、科学的発展観を貫徹し、マクロ調整の成果を強固なものとするほか、経済社会の良好な発展情勢を維持し、「第十期五カ年計画」の発展に良好な基盤を打ち立てる重要な年でもある。国内外の状況や条件から判断すると、中国経済は今後も良好な発展を継続して維持していくこととなる。経済の安定した高度成長は生産材市場の発展を促進させる役割を発揮するようになり、年間を通じて生産材市場は安定した成長を維持していくほか、国際市場や海外資源を利用することにより、国内市場の資源の需給バランスを保つ情勢が一段と明確になる。また、国際価格の変動が国内市場の需給バランスに対し

て与える影響も更に増大するようになり、生産材市場価格は緩やかな引き下げが大きな流れとなる。

1) 市場の継続的發展を基本条件とすることを支持

第一に、中国経済は比較的急速な發展段階にある。重化学工業の急速な成長や消費構造のグレードアップ、都市化の加速等は、生産材に対する消費需要の安定した増加を継続的に促していくこととなる。また、西部地域の大開発、東北地域等の旧来の工業基地に対する復興戦略の実施の加速化、地域的協力分野の不断の開拓は、全て基礎原料産業の發展に多くのチャンスと更に幅の広い事業空間を提供するものとなる。第二に、世界經濟の發展は依然として安定した上昇局面を維持している。国連、IMF、世界銀行等の権威のある機構の予測によると、2005年における世界經濟の成長は2004年における力強い回復から安定した成長へと転換し、成長率も凡そ3.1-4.3%になるとされている。世界經濟の安定した成長は、中国の經濟發展の外部環境を改善していく上で有利となるものであるほか、「資源を外に送り出す」、「資源を中に引き入れる」という方法を通じて二つの市場を十二分に利用することを通じて、二つのタイプの資源が国際的な協力や競争に広範囲に参加する上で良好な条件を提供するものとなっている。第三に、經濟發展における外部の運行環境が継続して良好な方向に向かっている。国家はマクロ調整を継続して強化、改善し、一部の業界、特に不動産投資の過熱といった問題は更なる解決が見られるようになる。また、投資に対する需要も合理的なものとなり、經濟發展におけるエネルギー、原材料等の基礎製品に対する需要も合理的なものとなっていく。さらに、生産材価格や不動産価格の過度の上昇に対する取り組みに力を入れ、重点的にこれを抑制していく。マクロ調整の成果が継続的に現れるようになるに伴い、經濟發展に存在する若干の深いレベルの矛盾や問題点も徐々に緩和されるようになる。成長の方式の転換、經濟構造の転換、調和のある發展の推進のテンポが加速されるようになるほか、石炭、電気、原油の輸送供給状況も継続して改善されることが見込まれる。

2) 市場の發展に影響を与える不利な要素と不確定要素

第一に、国際的相場の起伏や変動が頻繁となっている。目下、石油、化学工業、有色金属、鋼鉄、等の大部分の基礎原材料製品の国際市場価格は依然として、異なる程度で国内市場価格を上回っており、中国の生産材市場の發展に対してもかなり大きな影響力を有している。第二に、生産材価格の上昇、コストの増加による圧力が益々大きくなっている。中国の石炭、電気、原油の輸送は依然として供給が需要に追いつかない状況であり、価格が明らかに下落する可能性は少ない。それと同時に、燃料及び輸送価格におけるコスト上昇が明らかになり、企業経営における難度と圧力を増加させている。第三に、エネルギー、原料、輸送の緊迫常態といった矛盾は未だに緩和されていない。石炭、電気、原油の輸送といったボトルネックによる制約は、2005年においても引き続き存在する。それは炭の新規増産能力や生産量の明らかな不足、一部の地域における電力供給の不足、主要な原油製錬設備の継続的高負担による運営、鉄道輸送力における緊張状態の激化といった問題に突出して示される。鋼鉄業界が必要とする石炭品種の供給は困難となるほか、コークスも依然として供給不足で

値が上ることとなる。また、電力使用が緊張する状況についても今後も継続し、特に鉄道の貨物輸送、港の荷卸しについては、電力を石炭輸送に使用する割合が比較的大きい状況を見ると、鉄鉱石や原料補助材料、製品鋼鉄材の輸送問題は今後、一層突出したものとなる。

3) 2005年における生産材市場の運営情勢

有利な要素と不利な要素の両者を踏まえて総合的に判断すれば、2005年における中国の生産材市場の全体的情勢に大きな変化が引き起こされることはなく、需要と供給も継続して安定した増加が維持されるようになる。また、市場の需給は基本的にバランスが保たれ、市場価格の全体水準も高値で維持される中、若干の下落が起こるようになる。第一に、市場の需要は依然としてかなり旺盛な局面を維持しており、増加幅もGDPの増加レベルを継続して上回るようになる。年間の生産材販売額は13.2億元を超え、増加幅も15%にまで達することが可能である。第二に、市場の供給は基本的に消費需要を保障するものとなるほか、需給もほぼバランスを保っており、少数の製品、例えば石炭、製品オイル等は、一部の地域や時期において供給不足が起こるかもしれない。第三に、国際的相場の影響及び市場に対する需要により、生産材の市場価格は全体的に高値安定となる。但し、その増加幅は2004年を明らかに下回るようになり、年間価格の平均上昇幅は5%以内になることが見込まれる。

4) 主要な生産材の需給情勢

(A) エネルギー製品:

2005年において、中国の重化学工業の発展情勢は依然として継続し、電力、鋼鉄、コンクリート等のエネルギー高消費産業の成長速度は急速で、新たに形成された生産能力は必然的にエネルギー消費を引き上げるようになる。このため、年間のエネルギー消費に対する需要は急速な増加を維持し続けることになり、需要により引き起こされるエネルギーの緊張局面が一定の程度において、一部の地域、異なる段階において現れることとなる。特に国際的エネルギー価格の急激な上昇といった大きな流れの下、国内のエネルギー製品価格は継続して硬直したものとなり、全体としても高値で推移し続けるようになる。

(B) 原油:

国内の生産が安定を維持し、輸入総量が不断增加すると共に、市場の対外依存度も不断增加する状況の中で、2005年における国内市場の需給全体は、基本的にバランスを保つこととなる。但し、国際価格が大幅に上昇するといった影響を受ければ、国内市場は価格が継続的に高値となる。

(C) 石炭:

2005年における石炭市場全体の需給状況は安定し、年間の全国石炭生産量は20.8億トンに達するものと見込まれる。また、需要は20.4億トン前後となることを見込まれる。石炭価格は高値安定で推移しながら、若干値を下げるようになる。

(D) コークス：

鋼鉄産業の過熱した投資による成長が有効に抑制され、国内のコークスに対する需要は落ち着くようになる。また、コークスの輸出については、国家のマクロ調整の下、2004年の輸出総量が維持され、年間の市場消費額は2004年と比べ17.6%増加する。さらに、市場に対する需給バランスは基本的に維持され、市場価格も安定して推移するようになる。

(E) 鋼鉄製品：

2005年の鋼鉄製品市場は依然としてかなり旺盛な局面を維持し、年間の鋼鉄生産量は3億トン、鋼鉄材は3.3億トン、生鉄は2.8億トンをそれぞれ超え、前年と比べ約15%以内の範囲で増加することが見込まれている。全社会の鋼鉄材に対する需要は約3.5億トン前後であり、輸入が引き続き低いレベルに留まることを考慮すれば、輸出が活力と急成長を維持する要素となることから、年間の鋼鉄材市場の需給は適度な増加を維持し、ほぼ均衡した状態が保たれる。但し、市場の生産能力の拡大といった圧力は依然として大きく、供給が需要を上回る矛盾が再び現れると共に、市場価格に影響を与える可能性も存在している。鋼鉄製品の市場価格は高値安定が維持されることが見込まれるが、下半期以降に市場が頭打ちとなる状況が現れ、価格が下落する可能性もある。

(F) 化学工業製品：

建築材料、不動産、電子電信、自動車、包装等の業界については急成長が継続する状況の下、化学工業製品の需要は引き続き増加を維持し、基本科学原料、合成材料等の製品における生産の安定した成長を導くようになる。化学肥料、農薬については、国家の農業政策により促進される状況の中、市場の相場は引き続き良好なものとなる。コスト、需要、国際的相場は依然としてかなり高い要因により支えられており、市場価格は大幅に値下がることはなく、高値変動が化学工業製品市場の基本的な状況となる。

(G) 自動車：

自動車の消費人口の増加、国内外の自動車市場における更なる融合、関税の低下、国内生産能力の不断の拡大に伴い、自動車市場における競争は更に激しさを増し、価格を競争手段とするのが2005年における自家用車市場の基本線となる。また、年間の市場価格については、安定安値を主とし、年間の市場に対する需要の増加は15%前後を維持するようになる。

5. 商業における外資利用の報告

(1) 中国の商業分野における外資に対する開放政策

1992年、中国は商業分野における外資に対する開放政策を行ったが、中国の商業分野における外資開放の過程から見ると、その開放は地域、業務範囲、株式、店舗数量、許認可権などの面で、順を追って徐々に開放していく政策を実行してきた。この順を追った開放政策によって、総じて言えば、経験を蓄積し、開放の政策と管理を整備し、外国の現代商業の先進技術や経営管理理念を導入・学習し、内資商業企業の発展を保護・促進するという目的を達成した。この順を追った開放政策は以下の面に具現化されている。

1) 開放区域としては、まず経済の発展が速く、商業が比較的発達していて、政府の外資系企業に対する管理経験が比較的多く、商業企業の競争能力が比較的強い都市を選んで開放した。

1992年7月、国務院は北京、上海、天津、広州、大連、青島の6都市および深圳、珠海、汕頭、廈門、海南の5つの経済特区で、各地域1～2の中外合弁あるいは合作経営の商業小売企業を試験的につくることを批准した。

1998年4月、国務院は中西部地区の省都都市について、国家の批准を経て、国内商業の開放試験を行うことができることとした。

1999年6月、小売業の中外合弁、合作の試験地域範囲がすべての省都都市、自治区首府、直轄市および計画単列市に拡大された。

2004年6月1日以降、卸売業にたずさわる外商投資商業企業の地域制限が撤廃された。

2004年12月11日以降、外商投資小売企業の地域制限が撤廃された。

2) 業務範囲は業種地位、業種競争力、管理難度、法律(法規)による保障などの要素を総合的に考慮して、適時適度に開放していく。

その政策の実施は主に次のとおり:

1992年7月から、11の試験都市あるいは経済特区で1～2の中外合弁あるいは合作経営の商業小売企業が試験的につくられた。行えるのは百貨小売業務と商品の輸出入業務で、商業卸売業務と輸出入代理業務は行えなかった。

1995年10月、国務院は北京と上海で中外合弁のチェーン商業企業2社の試験的経営を許可することとした。

1996年9月、合弁対外貿易会社に対して自ら輸入した商品の国内卸売業務が許可されたが、その小売業務は許可されなかった。

1999年6月、4つの直轄市で、各1社ずつ中外合弁・合作経営の卸売企業の試験的経営が許可された。

2001年12月11日、中国は正式にWTOに加盟し、小売サービスと卸売サービスに関して、5年以内に漸次書籍・新聞・雑誌、医薬品、農薬、農業用プラスチック・フィルム、化学肥料、製品油、原油の取り扱い制限を撤廃することを承諾した。

2004年6月1日、開放範囲が卸売・小売からコミッション代理、場所を限定しない販売にまで拡大された。外商投資による農産品や農業生産手段の流通や、その商業企業の設立を奨励し、地域、出資比率、投資金額の制限を撤廃した。批准を経て、小売業務にたずさわる外商投資商業企業は、商品の小売、自社取扱商品の輸入、国内製品の仕入れ・輸出、その他の関連業務を行えるようになった。卸売業務にたずさわる外商投資商業企業は、商品の卸売、コミッション代理（競売を除く）、商品の輸出入、その他の関連業務が行えるようになった。また、外商投資商業企業はフランチャイズ方式によって他人に店舗を開設させることができるようになった。

3) 外国企業の合弁参入資格は、まず大型企業次に小型企業に与えられた。

目的は現代商業経営の先進的な技術と管理経験を導入し、商業のインフラ建設を促進することにある。

1995年10月、国務院は北京と上海において中外合弁のチェーン商業企業2社の試験的な経営を許可したとき、合弁パートナーの外国企業はヨーロッパ、アメリカ、日本のチェーン商業を専門に経営している大型多国籍企業でなければならないと規定した。

1999年6月17日に国務院が批准し、1999年6月25日に国家経済貿易委員会、対外貿易経済合作部が発布した《外商投資商業企業試点弁法》では、以下のとおり規定されている。すなわち、会社を設立して小売業務を行う申請をしている合弁商業企業の外国側パートナーは、申請前3年の年平均商品売上額が20億ドル以上、申請前1年の資産額が2億ドル以上でなければならない。会社を設立して卸売業務を行う申請をしている合弁商業企業の外国

側パートナーは、申請前 3 年の年平均商品卸売額が 25 億ドル以上、申請前 1 年の資産額が 3 億ドル以上でなければならない。

2004 年 6 月 1 日、商務部が正式に発布し実施した《外商投資商業分野管理弁法》のなかで、中国側、外国側の投資者に対する資本と業績の要件が撤廃された。

4) 合弁企業の外国側パートナーの持株、外商投資小売企業の店舗数量に対する制限は、政策上一貫して厳しい。

主な目的は、中国市場における外商投資商業企業のシェアの急速な発展を制限し、内資商業企業の成長や競争力の向上のために、比較的良好な市場環境と比較的十分な時間をつくりだすことにある。

1999 年 6 月 17 日、《外商投資商業企業試点弁法》は次のように規定した。すなわち、3 カ所以上の支店を持つチェーン方式を採用した合弁商業企業（コンビニエンスストア、専門店および直営店は除く）では、中国側パートナーの出資比率が 51% 以上でなければならない。3 カ所以下（3 カ所を含む）の支店を持つ合弁商業企業と、チェーン方式のコンビニエンスストア、専門店、直営店は、中国側パートナーの出資比率が 35% を下回ってはならない。卸売業務（小売企業が卸売業務も兼業している場合を含む）にたずさわっている合弁商業企業は、中国側パートナーの出資比率が 51% 以上でなければならない。

2001 年 12 月 11 日、中国は正式に WTO に加盟し、以下について承諾した。卸売業務については 2002 年 12 月 11 日までに外商投資を許可し、外資比率は 50% に達してもよいこととする。2003 年 12 月 11 日までに外国側による株のコントロールを許可する。小売業務については 2002 年 12 月 11 日までに外資比率が 50% に達することを許可し、2003 年 12 月 11 日までに外国側による株のコントロールを許可する。

2004 年 12 月 11 日以降、外商投資商業の持株に関する制限を撤廃した。

外商投資小売企業の店舗数量に関しては、政策で一貫して厳格な制限を設けてきたが、2004 年 12 月 11 日以降、店舗数量の制限が撤廃された。

5) 許認可権については、2004 年 6 月 1 日以前では國務院にあったが、それ以降は権限の一部が省レベルの商務主管部門に委ねられた。

(2) 中国の商業分野における外資開放の現状

この10年余り、中国における対外開放の焦点は小売業で、コミッション代理、卸売業、フランチャイズは小売業に比べて開放レベルが低く抑えられ、あるいは外資参入のスピードもずっと遅く抑えられていた。10年余りにわたる対外開放を経て、中国における外資商業企業の発展の現状は主に以下のとおり。

1) 2004年末現在、中国に正式に参入している外商投資商業企業は304社

1992年、中日合弁の第一ヤオハンが上海浦東に開業し、中国の商業分野における外資に対する開放の始まりのシンボルとなった。1999年末現在、国務院によって正式に批准された外商投資商業企業は21社にとどまり、各地で形を変えて創立された外商投資商業企業は277社に上った。2000年末現在、正式に批准された外商投資商業企業は28社であった。2001年9月には、正式に批准された外商投資商業企業は累計で40社に達し、このとき各地で形を変えて創立された外商投資商業企業は326社に上った。1997年8月、国務院は各地の形を変えて創立された外商投資商業企業に対して整理・整備を開始し、整理・整備を経て、そのうちのいくつかが正式に批准された。2003年9月現在、中国において創立を許可された外商投資商業企業は累計で264社であった。2004年末現在、創立を許可された外商投資商業企業は累計314社で、開設された支店は3997店、営業面積は920万㎡【16】に達した。

2) 2004年末現在、商業分野における利用外資は実行ベースで51億8000万ドル

1992年から2000年末までにおける、全国の商業分野における累計利用外資は実行ベースで約20億ドルであった。2003年9月末現在、全国の商業分野における累計利用外資は実行ベースで約30億ドル、全国の累計利用外資金額(実行ベース)の約0.6%を占めた。2004年9月末現在、全国の商業分野における累計利用外資は実行ベースで約41億ドルとなり、全国の累計利用外資金額の約0.75%を占めた。1992年から2004年末において、全国の商業分野における累計利用外資金額は51億8000万ドルで、全国の累計利用外資総額の約0.5%を占めた。

【16】資料の出典は商務部

3) 外商投資商業企業における商品売上額の成長速度は内資商業企業を上回っている

財政部が編集した外商投資企業会計資料によると、2003年、中国ですでに生産が始まっている外商商業企業の商品の売上収入は3425億元で、2000年に比べて2490億元増加し、年平均増速度は54.2%(注:国家統計局貿易外経統計司統計資料に基づいて算定すると約51.3%)であった。

国家統計局貿易外経統計司統計資料に基づいて算定すると、同時期の内資(個人経営体商業を含む)卸売・小売業の商品売上額は3兆331億元増加しているものの、年平均増速度は13.6%にとどまっている。

すべての外商投資商業企業のうち、小型(一定基準以下)商業企業の売上成長速度は大・中型外商商業企業を上回っており、前者の2001年、2002年、2003年の3年平均売上成長速度は55.7%で、後者より5ポイント余り高かった。

4) 2004年における外商投資商業企業の小売額の割合は3%に満たない

2004年、外商投資商業企業の商品小売額が全社会消費財小売総額に占める割合は3%に満たなかった【17】。2004年、上海市における外商投資商業企業の小売額が上海市の全社会消費財小売総額に占める割合は12.9%であった。

アモイ市における外商投資商業企業の小売額が北京市の全社会消費財小売総額に占める割合は7.9%であった。大連市における外商投資商業企業の小売額が天津市の全社会消費財小売総額に占める割合は7.8%であった【18】。

5) 外商投資商業企業の仕入れ商品の輸出額は大きい

2004年、ウォルマートが中国から仕入れた商品の輸出額は180億ドルに達し、カルフルは32億3500万ドル、メロは26億ドルで【19】、この3社が中国から仕入れた商品の輸出額の合計は1900億元以上になり、2004年の中国におけるすべての外商投資商業企業の小売額(2004年の外商投資商業企業の小売額が全社会消費財小売総額に占める割合を3%として計算すると、約1619億元となる)を大幅に上回っている。

2001年、2002年、2003年、2004年、ウォルマートが中国から仕入れた商品額はそれぞれ100億ドル、120億ドル、150億ドル、180億ドルで、カルフルは13億ドル、16億ドル、21億5200万ドル、32億3500万ドルで、両社とも中国における同時期の商品小売額を大幅に上回っている【20】。

【17】資源の出典は2005年に行われた全国流通会議での呉儀副総理の講話

【18】資料の出典は商務部

【19】資料の出典はウォルマート、カルフル、メロの公表データ

【20】資料の出典はウォルマート、カルフルの公表データ

一部の外資系小売販売企業の中国における経営発展状況			
外資系小売販売企業	2004 年末の店舗数	2004 年の販売額(億元)	販売額の増加率%
カルフル	55	162.4	20.9
ウォルマート	42	76.4	30.5
易初蓮花(ロータス)	40	73.9	40.0
麦徳龍(メトロ)	23	63.6	13.2
欧尚(オーシャン)	11	35.1	62.7
百安居(B&Q)	21	20.1	43.5

6) 一部の外商投資商業企業の規模は急速に拡大している

2004 年、カルフルの中国における売上額は 162 億 4000 万元に達し、20.9%の成長、沃爾瑪ウォルマートの同売上額は 76 億 4000 万元で 30.5%の成長、ロータスの同売上額は 73 億 9000 万元で 40%の成長、メトロの同売上額は 63 億 6000 万元で 13.2%の成長、欧尚オーシャンの同売上額は 35 億 1000 万元で 62.7%の成長となった。

2004 年における小売業上位 100 社のうち 10 社が外資企業で、それらは家樂福(中国地区各企業)、好又多管理諮詢服務(上海)有限公司、沃爾瑪(中国)投資有限公司、易初蓮花(中国)連鎖超市有限公司、錦江麦徳龍現購自運有限公司、蘇果超市有限公司、華潤万家有限公司、上海欧尚超市有限公司、深圳百佳超級市場有限公司および広州吉之島天賀百貨有限公司であった。このうち 4 社は小売額が 100 億元を超えており、家樂福(中国地区各企業)と蘇果超市有限公司はベスト 10 に入っている。2004 年、小売業上位 100 社入りの外資企業 10 社の売上額合計は 821 億元で 26.56%の成長となり、上位 100 社の売上総額に占める割合は 14.9%で、2003 年の水準とほぼ同じであった(【21】)。

【21】データの出典は中華全国商業情報センター

7) 外商投資小売企業の平均売上額は内資小売企業を上回っている

2004 年上半期、一定基準以上の外商投資チェーン小売企業の店舗の月平均売上額は 207 万 2000 元で、内資企業の 131 万 6000 元を上回り、月平均小売額は 180 万 5000 元で、内資企業の 120 万 4000 元を上回った。また、1 人当たりの月平均売上額は 4 万 8000 元で、内資企業の 5000 元を上回り、1 人当たりの月平均小売額は 4 万 2000 元で、内資企業の 8000 元を上回った。単位面積(1 m²)当たりの月平均売上額は 1588 元で、内資企業の 309 元を上回り、単位面積(1 m²)当たりの月平均小売額は 1383 元で、内資企業の 366 元を上回った。

一定基準以上の内資・外資チェーン小売企業の店舗、人、単位面積当たりの月平均売上額の対比

企業タイプ	1店舗当たり月平均売上額 (万元)		1人当たり月平均売上額 (万元)		単位面積当たり 月平均売上額(元)	
	2003年	2004年	2003年	2004年	2003年	2004年
内資企業	67.958	75.598	1235.4	1278.8	3.756	4.33
外商投資企業	185.905	207.154	1520.3	1587.7	4.323	4.82
うち:香港・マカ オ・台湾企業	178.552	202.688	1191	1165.4	3.944	40411
外資企業	190.399	209.768	1806.7	1997.1	4.575	5.087

一定基準以上の内資・外資チェーン小売企業の店舗、人、単位面積当たりの月平均小売額の対比

企業タイプ	1店舗当たり月平均小売額 (万元)		1人当たり月平均小売額 (万元)		単位面積当たり 月平均小売額(元)	
	2003年	2004年	2004年	2003年	2004年	2003年
内資企業	5.288	60.114	986.9	1016.9	3.000	3.443
外商投資企業	164.19	180.464	1342.8	1383.2	3.818	4.199
うち:香港・マカ オ・台湾企業	168.647	190.067	1124.9	1092.8	3.725	4.136
外資企業	161.465	174.843	1532.2	1664.6	3.880	4.240

8) 外商投資商業企業は主に東部地区に集中し、小売業態は主に大型店舗である

外商投資商業企業は地域としては、主に経済の発展が比較的速く、住民の生活レベルが比較的高い東部地区の省都都市およびいくつかの中小都市を選択したため、すべての外商投資商業企業のうち 80%【22】は中国の東部地区に集中している。中華全国商業情報センターが中国に進出したウォルマート、カルフル等 13 社の外資系小売販売企業に対して行った調査統計によると、目下、これら外資系企業の店舗数の 75%は、北京、天津、遼寧、山東、上海、江蘇、福建、浙江、広東に出店している。外資系投資小売販売企業からすると、主にハイエンドな小売販売業態を發展させており、その發展の重点は大型店、例えば、大型ホームセンター大型ショッピング売り場、倉庫式ショッピングセンター、大型家具店等となっている。2004 年上半期、一定基準以上のチェーン小売企業のうち、外商投資企業の店舗数は 6.9%だったが、小売額は 22.2%を占め、営業面積は 20.1%で、外商投資チェーン小売企業の 1 店舗当たり平均営業面積は内資チェーン小売企業の 2.53 倍であった。いくつかの都市

においては、営業面積が 8000 m²以上の大型スーパーのうち、外商投資企業が占める割合は 23%までにとどまり、50%【23】に達する都市は少ない。

【22】資料の出典は商務部

【23】資料の出典は商務部

(3) 外商投資商業の発展の趨勢

8年にわたる「GATT 復帰」交渉と「WTO 加盟」交渉を経て、さらに3年の過渡期も終わり、2004年 12月 11日 から中国の小売業はポスト WTO 時代に入り、外国資本がさらに自由に何の障害もなく中国の流通分野に入ってきて、全方位に向けて拡大している。

一部の外資系小売販売企業の中国における店舗の分布(2005年 6月末)

地域	合計	カルフル	ウォルマート	ロータス	メトロ	オーシャン	B&Q	イトーヨーカ堂	万客隆	TESCO	パークソン	IKEA	E-MART	華僑梅蘭
北京	30	6	2	4		2	5	5	2		2	1		1
天津	22	5	2	4	1	1	1		2	5	1			
山西	2		1								1			
内モンゴル	1										1			
遼寧	26	4	5		2		1			9	5			
吉林	5	3								1	1			
黒龍江	7	3	2		1		1							
上海	57	8		15	4	4	9			11	2	1	3	
江蘇	31	4	1	10	3	3	6			2	2			
浙江	13	1		1	2	2	3			4				
安徽	2	1								1				
福建	10	1	5		2		2							
江西	2		1		1									
山東	19	3	2	2	1		3			8				
河南	2			1						1				
湖北	10	3	1	3	2		1							

湖南	5	1	1		1					2				
広東	37	8	13	6	1		8			1				
広西	2		1							1				
重慶	9	3	1	1	1					3				
四川	14	5			1	1	2	2		3				
貴州	4		2							2				
雲南	7	2	3				2			1				
陝西	5			1	1					1				
甘肅	1									1				
新疆	3	2								1				
合計	326	60	46	48	24	13	43	7	4	32	43	2	3	1

1) 外資の参入スピードが加速している

2004年以降、中国の商業分野への外資の参入は、政策に基づく参入からWTO条項に基づく参入へと転換している。最恵国待遇、内国民待遇を享受し、地点、規模、業態および資本構成比率の制限を受けない。このため外資の中国の商業分野への参入スピードは加速し、すでに中国の商業分野へ参入している外資商業企業においては、その拡大スピードも加速するであろう。これは外資大型商業企業だけでなく、中小商業企業の参入の場合にも言えることである。

2) 探索期から戦略発展期への転換

事前に大陸で合弁の試験を行っていた外資小売企業は、現地化の試験段階がほぼ終了し、中国における発展の戦略的な計画を次々と制定した。たとえば、ウォルマートは2006年末までに中国で合計90店の大型スーパーを開設する目標の達成に努め、カルフルーは2005年に、北京、上海、広州、深圳の四大都市において1都市12店ずつ新店舗を開設し、その他の大都市では各々6～8店の新店舗を開設、2007年までに中国で「Dia」というディスカウントストアを600店開設することを計画している。マクロは2010年までに中国に30店を開設、ロータスは2006年までに中国に100店舗を展開する。百安居(B&Q)は2010年までに126店舗を増やす。レロイ・メルリンは5年以内に中国全土に20店の大型ホームセンターを開設する。メトロは3～5年以内に40店舗を新しく開設する。イトーヨーカドー傘下のコンビニエンスチェーンセブンイレブンは、2008年までに中国で約500店舗の展開を目指す。

3) 一、二線開放都市から三、四線開放都市への伸展

一線開放都市とは1992年合弁試験が許可された5つの経済特区と六大都市のことで、二線都市とは1999年合弁試験が拡大された省都、直轄市および計画単列市を指す。三線都

市とは戦略的意義のある大中都市で、その他の都市はすべて四線都市とされている。外資の配置は、一、二線都市のネットワーク・拠点を強固なものにすると同時に、三、四線都市へと伸展している。

4) 店舗ごとの拡大から資本運営への転換

株のコントロール、合併・買収、丸ごとの買収は今後外資の参入と拡大の主要な形式となるであろう。たとえば、2004年7月14日、英国最大の小売企業Tesco社は2億6000万ドルを投入して、台湾頂新グループ傘下のチェーンスーパー楽購の株式50%を取得した。華潤集団は4億5700万元で万佳百貨の株式72%を、7億5000万元で蘇果の株式85%を購入した。2005年2月、ホーム デポは2億ドルを上回る代価を支払って、東方家園の株式49%を取得した。2005年4月28日、B&Qの親会社英国キングフィッシャーグループは、ドイツの欧倍徳 OBI が中国で投資したすべての小売業務を買収し、その取引関連金額は約8500万ポンドであった。

5) 管理輸入から全方位現地化経営への転換

外商投資商業企業は人材の現地化、経営の現地化、商品の現地化という戦略の実施を加速し、さらに強力な市場競争力を得るようになるであろう。

6) 小売業への参入から流通分野へと伸展

外資は前期における小売店舗の開設を主としたものから、仕入れセンターの建設、物流配送の発展へと伸展し、倉庫保管、加工などへの投資も重視するようになるであろう。また、生活手段市場から生産手段へと伸展し、小売業から卸売業、仲買、代理、フランチャイズ、ボランティアチェーンなどへと拡大していくであろう。

第2章 物流業の特定テーマに関する発展報告

1. 中国物流の発展の回顧と評価分析(2004年以前)

(1) 改革開放以前の中国物流(1978年以前)

中華人民共和国建国後から改革開放政策開始前(1949-1978年)にかけて、中国は集中度の高い計画経済管理体制をしいており、国家全体の経済運営は厳格な計画管理の下に置かれていた。“物流”の概念はまだ中国には導入されておらず、現代物流の概念はなおさらのこと存在していなかった。

この時期、国家はさまざまな商品、特に生産財と主な消費財に対し、指令による計画生産・割り当て・供給を実行してきた。商品流通企業の主な職務は指令的な割り当て計画の実現を保証することにあつた。流通分野の費用を削減するため、政府はそれぞれの輸送方式を総合的に発展させ、物資の倉庫保管・輸送拠点を無駄なく配置している。また、合理的な在庫体制を構築し、主要物資の合理的な流通の図を編成するとともに絶えずこれを修正し、各輸送方式の総合的な利用や一貫輸送の発展などを提唱している。しかしながら、全体的には計画生産・在庫及び輸送ののっとり、計画的な分配と供給を実現しているのが現状である。

1963年に物資部門は供給・販売中継倉庫を一括して管理することを実現した。全国の商品の物流活動は基本的に各レベルの物資倉庫保管・輸送会社と商業倉庫保管・輸送会社が担っており、計画経済の下で物物流通モデルを作り上げた。物資倉庫保管・輸送会社は「収入をもって支出に充て、収支を均衡させる」という原則を遵守し、何回中継をしようとも、国家が規定した費用基準にのっとり、貨物のユーザー機関から該当回の輸送に限定した管理費を徴収した。物資システム内部の物資調達では管理費を徴収していない。国家は物資企業に貯水池の役割を果たすことで、社会の物資在庫量をたゆまず増加させ、物資の回転速度をゆるめることを求めていた。工業消費財の在庫と輸送は3レベルの卸売りによる供給・販売体制で運用していた。すなわち、1級・2級・3級の商品卸売り供給ステーションそれぞれに対応する商業倉庫保管・輸送会社を設立し、3レベルの卸売り過程の倉庫保管・輸送業務をそれぞれ請け負っていた。当時の商品小売業は主に国営の百貨店・穀物店・副食店ならびに各種物資供給ステーションで構成されていた。こうした店舗などが物流の最終拠点をなしており、しかもそのほとんどの規模は大きくなく、内部の物流活動は主に在庫の倉庫保管であった。これに対応して、企業の生産は計画にのっとり行われ、物資の供給は計画に従って割り当てられ、製品の販売は計画にのっとり分配され、輸送は計画に沿って行われた。あらゆる生産資材及び消費資材はほぼすべて各レベルの政府が部門・行政地域にのっとり計画された方法で割り当て供給していた。物資の調達・輸送・倉庫での保管・梱包・

加工・配送など「物流」の各段階については、計画された方法で完全に管理とコントロールを行っており、企業は自主経営の余地がなかった。

計画経済体制の下で構築された物流管理方式は社会のニーズに合わず、経済の発展を制約した。生産規模が小さく、産業構造が簡単で、インフラ設備が整備されておらず、物資の供給が欠乏状態にある経済発展段階にあつては、政府が当時の社会物資の供給状況を比較的簡単に把握でき、一定の範囲に於いて過不足を調整し、社会の供給を相対的に安定した状態に保つことができた。しかしその反面、縦割りで、それぞれに体制を作っているがために、組織が重複している状態を招いていた。生産・流通・販売などの各プロセスが互いに連係がなく、社会で抱えている在庫量が多く、物資の回転速度がゆっくりで、必要資金も比較的多かった。

この時期の中国はまだ「物流」の概念がなかったといえよう。資源の割り当てと供給体制の構築は行政区画にのっとり行われており、物流活動の主要目標は国家の指令による計画割り当て指標の確実な実行であり、物流の経済効果目標は二の次に追いやられていた。物流活動は商品の倉庫保管と輸送に限られていた。物流のプロセスは相互の連係がなく、システム化には程遠く、全体的な経済効果は低下した。

(2) 物流概念の導入と経済体制の軌道修正期の中国物流(1978年—1998年)

1979年6月、中国物資経済学会は代表団を派遣、日本で行われた第3回国際物流会議に出席し、帰国後この代表団が初めて物流という概念を中国に紹介した。1987年7月11日、安徽省蚌埠で中国物流研究会第一回年次総会が開催された。この会では、中国物流学の基本理論、物流の発展戦略・物流技術など関連する理論と実践について突っ込んだ討議が行われ、中国の物流業発展のさきがけを切り開いた。この段階に於いて、中国の社会制度・経済発展に適応し、中国の物流は計画性のある商品経済の下での物流と、社会主義市場経済の下での物流の二つのプロセスに分けることができた。

1) 計画性のある商品経済の条件下での物流は、1980年代初めから1990年代初めまでこの時期、中国経済は計画経済からだんだんと市場経済への移行を始める。

製品とサービスの商業化及び市場化に伴い、市場競争が日増しに激しくなり、各種企業が現在物流の役割の重要性を意識するようになった。流通部門が物流管理体制を強化しただけではなく、生産部門も物流問題を重視し始めた。国営物流企業の構築が強化されただけでなく、集団経営ならびに個人経営の物流企業の一部も発展した。物流業は部門・地区の境界を打ち破り始め、社会化・専門家の方向へと発展し始めた。しかしながらこの時点ではまだ本当の意味での現代物流運営もなく、現代物流企業も存在しなかった。

中国は内部を活性化し、対外開放を進める政策を実行することにより、マクロ経済環境に

大きな変化が生まれた。企業経営の自主権が増加し、さまざまな種類の経済要素が市場に入り込み、国民経済は高スピードの成長期に入った。これと同時に、中国の物資割り当て(分配)体制・商品流通体制・交通輸送体制にも大きな変化が生まれた。政府は企業に対する生産・物資・価格の管理を徐々に緩め、工業分野の企業は原材料の調達・購入、製品の生産ならびに販売を自主的に決定するようになった。商業・貿易分野の企業は劉津体制改革と供給方法の調整・変化に基づき、商品物流配送センターのモデル拠点を設け、業務を展開した。交通・輸送分野の企業は伝統的な観念を打ち破り、業務範囲を輸送業務の前後両方に拡張した。貨物輸送代理企業は、荷送人(託送委託者)と輸送請負者の間の橋渡しと結びつけの役割を果たし、貨物の託送・荷送りと荷受の接受・輸送手段の予約ならびに積載・一貫輸送サービスなど、多岐にわたる業務を創設した。海外の先進的な物流概念と物流管理方式は、外資系の投資企業とともに中国にはいつてきた。

経済活動が商品経済へと変革を始めていたため、物流業は経済効果を重要視し始めた。物流活動もすでに受動的な倉庫管理と輸送だけに限られるのではなく、システム運営に力を入れ始めた。すなわち、輸送・倉庫保管・梱包・荷積み・荷卸し・流通加工を含めた物流システムの全体的な効果を考え始めたということである。システム化構想にもとづき、倉庫の一括作業・コンテナユニット化技術・自動化された立体倉庫・各種輸送手段の総合的な利用・一貫輸送などシステム応用形式を打ち出し、システム構想により物流の全工程の質を高め、物流にかかる総費用を最安値に抑えた。この時期、物流の経済効果と社会効果に増加がみられた。

2) 社会主義市場経済体制構築開始時期の物流、すなわち 1990 年代中・後期

1993 年、党の 14 期三中全会で《社会主義市場経済体制構築の若干の問題に関する決定》が採択された。中国は経済体制改革の歩調を速め、経済体制の構築は新しい歴史的な発展段階に入った。科学技術の急速な発展と情報技術の普及ならびに応用、消費ニーズの個別化の傾向の強まり、競争メカニズムの確立により、中国の工業・商業分野の企業、特に中国資本と外資による合弁企業が競争力を高めるため、新しい物流ニーズを提示した。また、中国の経済界は物流の発展を議題に挙げ始めた。国家は古い倉庫・輸送企業に対する改革・改造及び再構築に徐々に力を入れ、こうした企業にたえず新しい物流サービスを提供させた。これと同時に、市場経済発展の需要に見合った現代物流企業が複数出現した。

国内市場に出現したさまざまな形式の物流サービス企業には、大まかに以下 4 種がある。第一種は商業・物資倉庫保管・輸送分野の企業で、既存の倉庫保管設備を利用し、商品物流配送センターを設立、ユーザーに物流配送サービスを提供している。第二種は交通輸送企業と貨物輸送代理企業(一貫輸送・コンテナ業も含む)で、業務経営範囲を拡大することにより、ドア・トゥー・ドア輸送を展開し、さらにユーザーに物流サービスの一部を提供する方向転換を図っている。第三種は工業生産企業で、自ら相対的に独立した物流組織あるいは物流実体を作り上げ、原材料と製品・完成品のロジスティクス保証サービスを自ら全て担っている。

第四種は物流サービスを専門に行っている少数の企業で、社会全体に公共型の物流サービスを提供している。このほか、チェーン商業代理配送・航空便による速達輸送および EMS サービスなどが登場している。

(3) 世紀の境目における中国物流の発展(1999年—2003年)

改革開放の20年間の啓蒙と試みを経て、世紀の境目の時期の中国物流はスタート段階に入っていた。1999年11月、元国家経済貿易委員会と世界銀行が「現代物流発展国際シンポジウム」を開催した。時の国務院副総理・呉邦国氏は現代物流を「中国経済発展の重要な産業であり、新たな経済成長ポイントである」とはっきり位置づけている。

新世紀の最初の年は、中国物流発展の「第一歩の年」と称されている。2001年3月、全国人民代表大会第9期四回会議で採択した《中華人民共和国国民経済・社会発展に関する第10次5カ年計画要綱》は、現代物流の発展を力強く発展する新型サービス業務の一つとして列記している。これは物流の発展に関する内容が初めて5カ年計画に盛り込まれたということでもある。3月2日、国家経済貿易委員会、鉄道部、交通部、情報産業部、対外貿易経済協力部、中国民用航空総局など政府5部門が共同で《中国の現在物流発展加速に関する若干の意見》を発表した。これは中国の政府関係部門が物流発展について公布した初の総合文書である。4月20日、中国初の全国規模の物流業界社会団体組織—中国物流及び調達連合会が成立した。8月、中国の物流分野における第1番目の基本的な基準—国家基準《物流専門用語》が国家品質技術監督局の批准を経て正式に実施された。9月、ハイアールグループは第一の“中国物流モデル基地”と命名された。

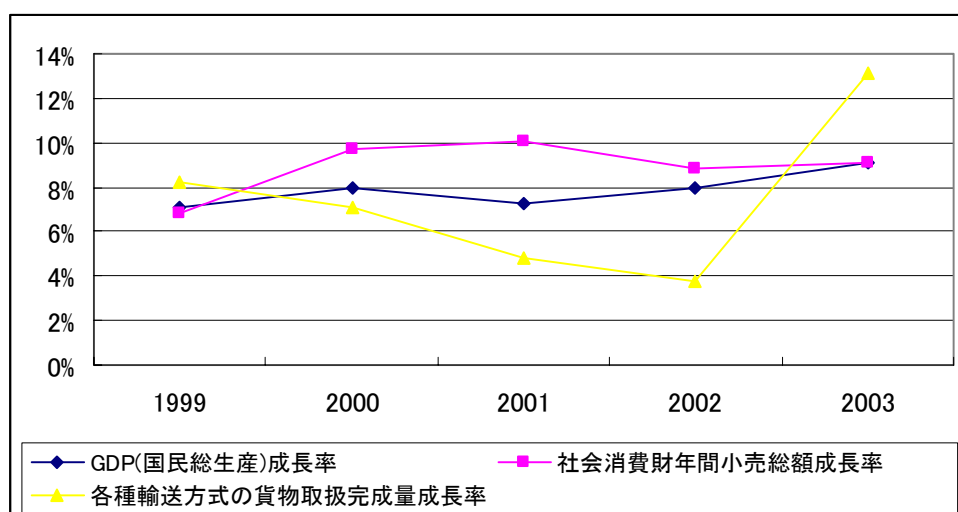
世紀の境目の時期に、中国の物流の発展に新たな特徴が現れた。

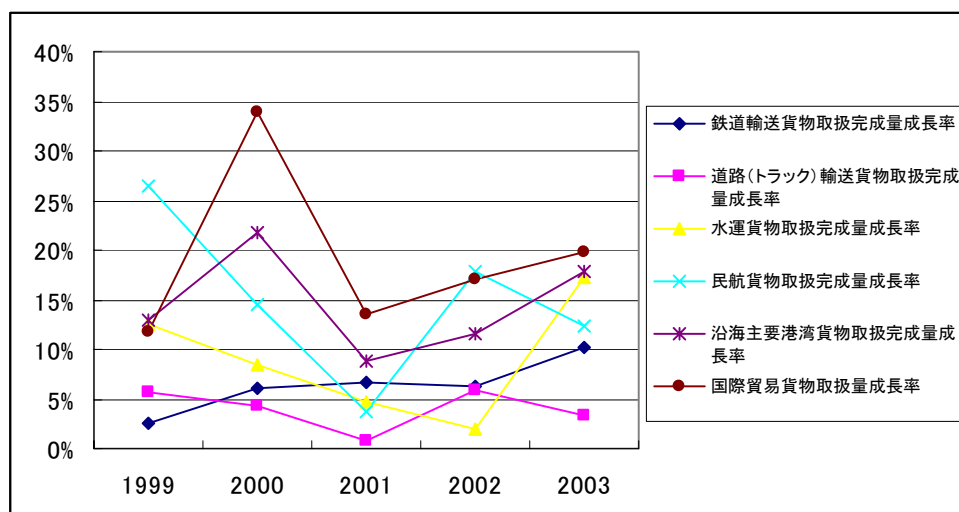
1) 国民経済の盛んな成長が現代物流にニーズの保障を提供した

世紀の境目の時期に、中国の国民経済は安定的な成長を維持した。2003年中国のGNP(国内総生産)はすでに11兆7000億元に達し、前年同期比で9.1%増加した。社会消費財の小売総額は4兆6000億元で、前年同期比9.1%増加した。国際貿易輸出入総額は8512億米ドルであった。1999年から2003年にかけて、国民経済は7.1%から9.1%の間で穏やかに成長しており、物流業の発展の加速を推進した。2003年、中国の貨物輸送量は150億トン、貨物取扱量は1kmあたり5.7万トンである。港湾貨物取扱量は約30億トンで、前年同期比17.9%増加した。コンテナ港の貨物取扱量は4735万3000TEUに達し、前年同期比30.9%増加した。コンテナ輸送量が世界に占める比重はすでに19.4%にまで達しており、世界第一位に名を連ねている。

指標	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
GDP(国民総生産)成長率	7.1%	8.0%	7.3%	8.0%	9.1%
社会消費財年間小売総額成長率	6.8%	9.7%	10.1%	8.8%	9.1%
各種輸送方式の貨物取扱完成量成長率	8.2%	7.1%	4.8%	3.8%	13.1%
鉄道輸送貨物取扱完成量成長率	2.6%	6.1%	6.7%	6.2%	10.2%
道路(トラック)輸送貨物取扱完成量成長率	5.6%	4.4%	0.8%	5.9%	3.4%
水運貨物取扱完成量成長率	12.6%	8.5%	4.7%	1.9%	17.3%
民航貨物取扱完成量成長率	26.5%	14.6%	3.8%	17.9%	12.3%
沿海主要港湾貨物取扱完成量成長率	13.0%	21.7%	8.8%	11.6%	17.9%
国際貿易貨物取扱量成長率	11.8%	33.9%	13.6%	17.0%	19.8%

(資料出典:数年の中華人民共和国国民経済及び社会発展統計公報)





2) 政府各レベルが物流業の発展を大いに推進

中央政府は物流業発展を促進する産業政策を試験的に制定し、物流業を経済発展全体計画に徐々に組み入れている。2003年、党の十六期三中全会は《社会主義市場経済体制の更なる完備についての若干の問題に関する決定》を採択、“市場の内外への開放推進に力を入れ、要素価格の市場化を加速させ、eコマース(電子商取引)、チェーン・オペレーション、物流配送など現代流通方式を発展させ、諸ヒント要素が全国の範囲で自由に流通し十分な競争ができるよう促進する”ことを提案した。《決定》は中国が経済体制改革をさらに深めるために方向を示し、現代物流の発展を加速させるために有利な環境を作り出した。

国務院の関係部門は産業発展の要求にかなう政策と措置と積極的に制定し、物流業の発展を導いた。国家発展改革委員会は“全国物流発展計画を制定し、物流業の発展を指導する”関連内容を“三定”法案に書き入れ、現代物流の重要プロジェクトに対し利子補填型貸付を行い、当該プロジェクトを支援する。商務部成立後、現代物流業務をかなり重視し、特に商品流通分野のサービスについて専門テーマ研究を行う。交通部は8企業を現代物流モデル企業と確定する。鉄道部は輸送専門企業に対して体制改革を実行する。中国民航総局は航空物流に対し全面的な配置を行う。国家標準化管理委員会は物流の標準化に協力的である。財政部・国家税務総局は物流の財政・税務に関心を寄せている。国家統計局は物流統計指標システムの指導を推進している。税関総署は通関効率の工場に政策・措置を提案している。科学技術部・労働部及び国家工商行政管理総局などの部門は現代物流を重視し、これを支持している。こうした現象は前代未聞であり、それぞれが異なった角度から、中国の現代物流の発展に対し、推進ならびに促進の役割を果たした。

地方政府は物流産業の戦略的な位置づけを明示し、関連政策と協力メカニズムを公布した。深圳市は2000年9月に初めて全国で《深圳市“第10次5カ年計画”および2015年現代

物流業発展計画》を世に問い、現代物流業を深圳の産業の三大柱の一つとして発展させることを発表した。2003年、深圳市は現代物流業発展業務指導グループの指導の下で、《重要物流プロジェクトの立案・審査・批准を加速させることに関する若干の意見》及び《重要物流プロジェクトの認定・試行方法》などを発表し、当該市の物流産業の規模を高めることを積極的に促進した。上海市は従来計画していた国際経済・金融・貿易センターに加え、国際航空輸送センター、すなわち国際物流センターの建設も計画に組み入れた。このため《上海市“第10次5カ年計画”現代物流産業発展計画》を発表し、港湾沿岸物流・配送物流・Eコマース（電子商取引）物流ならびに5ヶ所の物流産業パークの発展に重点を置くことを表明した。天津市は2000年から“天津市現代物流発展綱要”の制定に着手し始め、中国及び北東アジア地区の物流ならびに情報の重要なハブ拠点となるよう、努めている。2003年点紳士は“物流管理弁公室”を設立、《現代物流業の発展を加速させる総合政策意見》を発表し、当該市の物流業発展の方向をさらに明らかにした。広東省はすでに物流産業の発展を省の“第10次5カ年計画”に列記するとともに、経済分野において力を入れて推進する四大政策の1つとしており。香港は国際的なサプライ・チェーン・マネジメントセンターを設立する計画とあわせ、内陸部の物流と代理販売業務に積極的に関与していくと発表した。

3) 企業物流改造の成果が徐々に現れだした

中国の物流の専門化の度合いは低く、80%を超える物流は企業内部で自ら完成させているものである。このため、企業物流の発展状況は中国の物流レベルを決めるカギとなる要素になっている。工業・商業分野の企業の物流プロジェクトは規模が大きく、範囲が広く、効果が目に見えて現れており、世紀の境目の時期における中国物流市場の主役になっており、きわめて豊富な成功の経験を蓄めている。

まず、国内の製造企業の非常に多くが積極的に物流管理理念を導入し始め、企業物流資源に昨日集約ならびに整合を図り、企業内部の物流プロセスに対し改造と最適化を行った。青島ハイアールグループを例にとれば、1999年から資材の調達・倉庫保管ならびに配送機能を統一し整合をとり、海爾物流推進本部を設立、一体化したサプライ・チェーン・マネジメントを実施した。毎年調達コストを5%下げ、倉庫面積を88%減らし、在庫管理資金を63%削減することが可能になった。全国をカバーする配送時間は4日間を越えることはない。多くの製造企業が物流業務を中核業務から切り離し、業務の外部請負を実施するかあるいは物流企業と長期的な協力パートナー関係を築くことにより、中核部分の競争力を強化した。江蘇省の小天鵝は主体と店舗を分離し、中遠・広東科龍電器と共同で安泰達物流公司を設立し、物流業務を外部請負に出し、物流コストを20%以上下げた。春蘭グループはグローバルな調達・商品供給ネットワークシステムを構築した。その後、自らの専門ネットワーク上に調達情報及び入札プロジェクトを発表するだけでなく、さらに調達・商品供給ネットワークを通じ、世界のメーカーに商品供給体制を開放している。ネットワーク上で直接国際調達業者と連絡をとるかあるいは競争入札で資材の調達をすることにより、春蘭の製品販売及び部品調達の“グ

ローバル対流”効果はたえず高まった。また、コストも大幅に圧縮され、40%近くコストダウンを実現したプロジェクトもある。一件ごとの注文書処理コストも従来をベースとすると50%削減できる。上海自動車グループ・上海自動車工業販売総会社と天地物流持ち株会社が合弁で安吉天地自動車物流有限公司を設立した。物流公司への投資総額は4951万米ドルで、登録資本は3000万米ドルである。

次に、大型商業貿易企業の一部はチェーン・オペレーションと物流配送の発展を中核にし、供給と販売の物流を整理統合することを重点とし、前プロセス・後プロセスの企業とサプライ・チェーン戦略の協力パートナーシップ関係を築くよう努力している。華聯スーパーが投資した上海華聯スーパー物流会社が2002年に設立された。上海を中心とし、上海・南京・北京などの地で5つの現代化共同ネットワークの配送センターを設置し、全国規模の配送の枠組みをひとまず完成させ、1000件近い小売店向けに配送を行っている。倉庫保管面積は8万平方メートル、可能在庫量は90万箱、1日あたりの貨物取扱量は15万箱である。上海山聯社は家電のチェーン経営発展を中核とし、家電産業の川上(=前工程)につながっている家電生産企業22社、たとえば海爾・聯想(レジェンド)・シーメンス・エレクトロラックスなどの企業、及び川下(=後工程)の120余の小売商や多くの金融企業が家電電子商取引連盟を設立した。天津物資グループは積極的に“貿易と物流”の発展モデルを模索しており、30余りの生産・流通・金融企業との間に相互に情報交換をし、共に利益を上げるサプライ・チェーン戦略同盟関係を構築した。この結果、2002年の販売額は150億元、2003年は250億元に達した。

第三に、交通・郵政分野の企業は主業務の基礎をしっかりと固めた上で、物流も中に含めた業務モデルを徐々に模索し始めている。物流サービスの機能を整理し、物流サービスを積極的に発展させている。広東交通グループ・河南豫鑫交通発展有限公司・青島交運グループは内部の物流資源を整理することにより、専門の物流会社を設立した。商品の配送・倉庫保管サービス・幹線貨物輸送及び貨物輸送代理など全方位型の現代物流サービスを行っている。中国の郵政部門は2003年に中国郵便物流有限公司を設立し、郵政ネットワークと情報技術の優位性を発揮し、“1つの「多」(輸送便数の多さ)”“2つの「高」(付加価値の高さ、時間効率の高さ)”“3つの「小」(体積の)小ささ、重量の軽さ、便数の少なさ”を特徴とした“さらに磨きのかかった物流”市場を積極的に開拓し、広く切り開いている。

4) 各種物流企業が高スピードで成長

何年かの蓄積を経て、中国の物流市場に多種所有制・多種経営規模及び多種サービスモデルが共に作り上げた、各社それぞれに特色を持った物流企業群が現れ始めた。1種類目は伝統的な国有企業が物流企業に生まれ変わったものである。中外運・中郵物流・中鉄快運・中運物流・中海物流・誠通物流・中国儲運・招商局物流などがその例で、市場の主導的な地位を依然として占めている。2種類目は新興民営物流企業で、宝供・南方・大通・大田・宅急送などがその例で、市場でのシェアが急速に上昇している。3種類目は外資系の物流企業で、DHL・TNT・EXEL・APL・OOCLなどがその例であり、市場シェアも徐々に拡大しており、

主にハイテク市場でシェアを持っている。4種類目は生産流通企業から生まれた物流企業であり、海爾物流などがその例である。生産企業との密接な関係を生かし、サプライチェーンサービスを発展させている。

1999年から2003年にかけて、伝統的な企業が業務の組織再編と資源の整理・統合の歩をいっそう速めた。新興企業は規模の拡大とレベル向上に努力し、外資系企業は中国物流市場の完全解放前夜に“市場制覇作戦”にいちだんと力を入れている。各種専門物流企業では組織改変により大規模化している事例が現れた。

(A) 中運物流:

2003年9月、香港で上場した中運太平洋は11億8000万人民币元で親会社に対し中元物流の49%の株式所有権を買い付けると宣言、中運物流会社は中運物流有限公司と改名した。中運物流は受領した7億3400万人民币元の現金を主に地域分配センターの創建・物流情報システムの開発ならびに販売ネットワークの完備に使った。目標は第三者物流業務を毎年50%超のスピードで成長させ、3年から5年以内に中国物流市場の5%シェアを獲得し、中運の“グローバル・キャリアー(全地球規模の輸送業者)”から“グローバル物流運営者”への転換を実現することである。

(B) 中郵物流:

中国の郵政部門の資源の優位性を市場での優位性に帰るため、国家郵政局は2003年1月18日に正式に看板を掲げ、中国郵便物流有限責任会社を設立した。“親会社一子会社一支社”のモデルに照らして、全国規模で省クラスの子会社を20余社と地方都市分社を多数設立した。これにより全国をカバーする郵政物流専門システムをひとまず作り上げた。市場と顧客のニーズをめぐり、自身の中核能力を結集し、一本化・制度化した一層磨きのかかった物流サービスを提供し、すでに物流業界をリードする企業の1つとなっている。

(C) 中儲:

2003年、中儲は会社全体のモデルチェンジを行い、運営部門の動きを強化した。これにより、物流業務全過程で新たな進展を得られた。河南新飛電器と交わした物流総代行プロジェクトにより、中儲は外部の力を借り、大規模にシステム外の物流資源を整理し始める同時に、特許経営の方向に発展を始めた。貨物現物市場は顧客に多くの付加価値の加わったサービスをもたらし、倉庫保管・取り次ぎ販売・担保品の監督管理・加工・配送・情報などのサービスを動かしていく中で重要な役割を果たした。基盤となる物流サービス、たとえば配送は29%増え、倉庫保管は20%増えた。中儲総会社に所属する20の機関は倉庫単位の担保業務を展開している。信用授受額は20億元を超え、前年比2倍以上となった。

(D) 宝供:

2003年初め、全世界に先駆け、在庫貨物の倉庫管理及びサプライ・チェーンについて、ソフトウェア解決法案が執行された。供給業者EXEのEXCEED倉庫管理システムが宝供の蘇州物流センターで運用に入った。このシステムは宝供が自主的に開発した倉庫在庫管理システムに取って代わり、既存の業務の流れを隙間ない集積を実現し、端から端までの在庫管理

の完備度合いをさらに高めることができ、在庫コントロール能力を高め、設備と倉庫ゾーン面積の使用効率を最大限高めることができた。2003年10月、宝供は総投資額5億円の順徳国際総合物流基地の建設に着手した。完成後40万パレット分の貨物あるいは70万立方メートルの商品を保管でき、毎日6000枚の注文書・2万個パレット相当分の貨物の処理が可能で、貨物の年間取扱量は700万パレットに達する。

(E) 大通:

2002年に上海実業と組織改変を行って以来、大通は中国大陸と香港地区に100社近い支社ならびに事務所を設立した。サービス範囲は国内1100余りの都市をカバーしており、上海実業が物流産業を発展させるための主なプラットフォームになっている。2003年9月、北京市順義区の天竺空港工業区で、敷地面積が67ムー(*訳注:1ムーは15分の1ヘクタール)で、投資総額が8000余万元の大通物流センターの建設が始まった。

(F) 大田:

2003年、大田は北京空港にある倉庫保管貨物分配センターを既に完成、スタートさせている。アメリカのフェデラル・エクスプレスと合弁関係を結んだのに続き、大田はヨーロッパ最大の自動車物流サービス業者—フランスの捷富凱と合弁趣意書を締結、自動車物流企業の設立の準備に入った。まもなく設立される合弁会社は、双方が半分ずつ株を所有し、自動車及び部品の総合物流サービスを主業務とする。

(G) 中鉄:

2002年、中国の鉄道システム最大の物資流通企業—中国鐵路物資総公司是国内の6機関と共同で中国鉄道現代物流科学技術有限公司を立ち上げた。株式資本総数は1億1859万株である。現在、国内10の大都市にすでに支社を設けており、19の地域配送センターと218の協力配送センターを設立した。

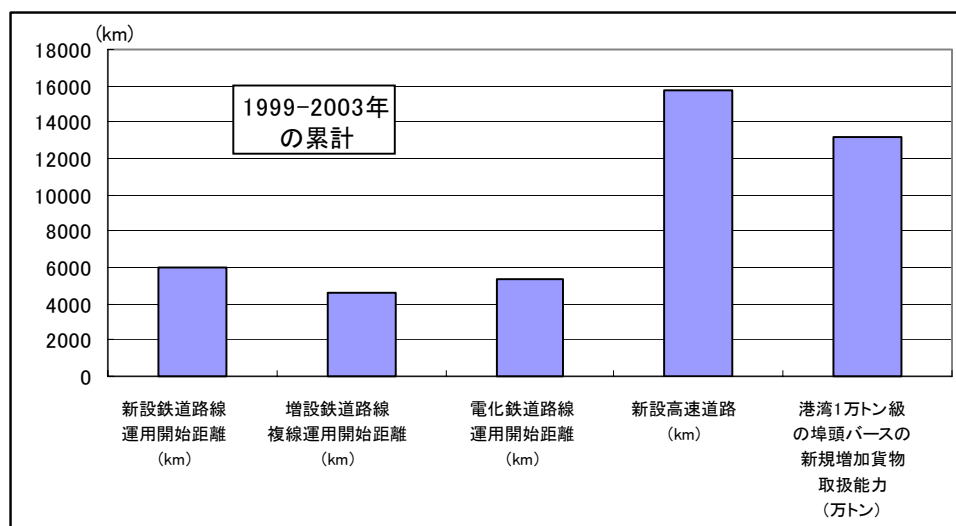
5) 物流インフラは集中増加期に入る

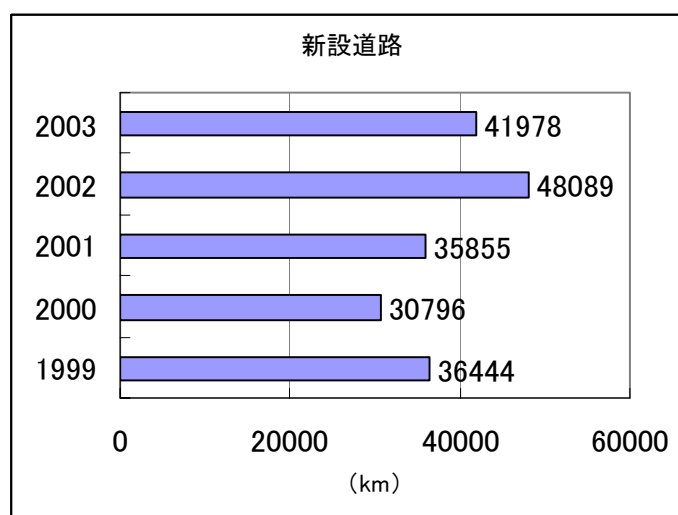
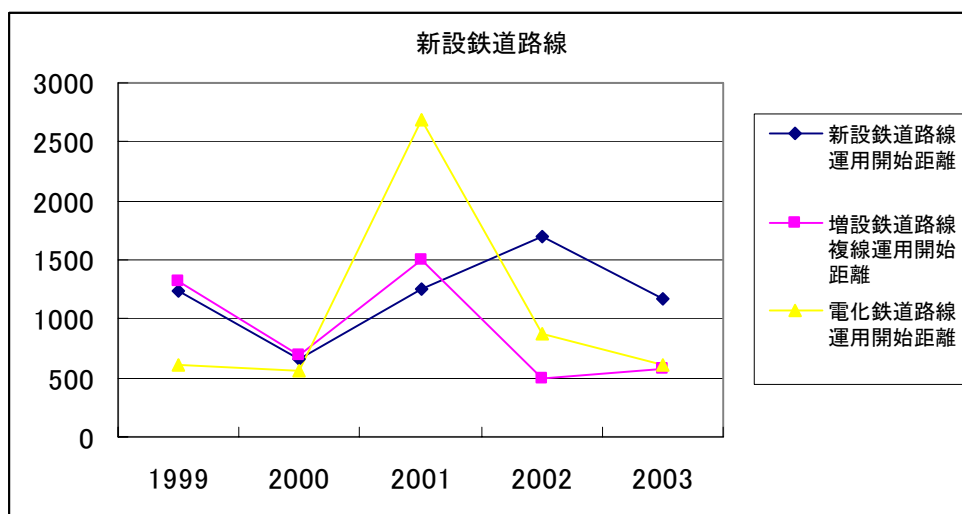
中国は鉄道輸送・道路(トラック)輸送・水路輸送・空路(民航)・パイプライン輸送を組み合わせた物流輸送インフラシステムを基本的に構築した。2003年中国の鉄道営業距離は7万3000キロメートルであり、1978年に比べ41%増えた。道路の総距離は179万6000キロメートルで、1978年に比べ102%、1997年に比べ47%増えた。このうち高速道路は1997年に比べ5倍あまり増えた。内陸河川航路の総距離は12万2000キロメートルである。中国は鉄道輸送・道路輸送ステーションと貨物輸送のハブ拠点・海上輸送と内陸河川の港・飛行場をまとめた数量建設した。2003年には沿海港の1万トンクラス以上の水深の深いバースが600箇所近くに達している。輸送路線と荷役作業設備にも大幅な改善が見られた。“第十次五ヵ年計画”の要望に基づき、“八縦八横”の鉄道主幹線・“五縦七横”の公道国道主幹線および道路輸送メインハブ拠点45箇所、道路輸送コンテナセンター及び積み替え用ステーション130箇所・鉄道輸送コンテナセンターステーション・メインハブ港43箇所の建設に力を入れ始めた。こうしたインフラが完成し、使用を始めれば必ず日々高まる交通事情の逼迫した状況が緩和

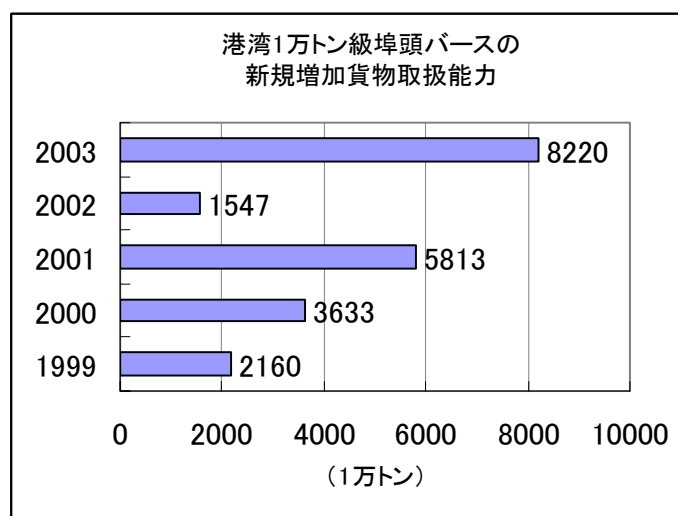
され、物流の発展のために基礎的な条件を提供するであろう。

指標	単位	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	1999-2003年
新設鉄道路線運用開始距離	km	1242	655	1246	1696	1164	6003
増設鉄道路線複線運用開始距離	km	1311	698	1504	500	583	4596
電化鉄道路線運用開始距離	km	616	554	2680	866	615	5331
新設道路	km	41978	48069	35855	30796	36444	193142
このうち 高速道路	km	2639	4467	3149	5545	4639	15800
港湾1万トン級の埠頭バースの新規増加貨物取り扱い能力	万トン	2160	3633	5813	1547	8220	13153

(出典:数年の中華人民共和国歴年国民経済及び社会発展統計広報)







各地の物流パークは設計計画段階から建設・運用段階へと大きく歩を踏み入れた。この段階では、企業の積極的な参加と、政府の大いなる推進により、中国の物流パークの建設の進展は比較的早かった。物流パークの機能はだいたい以下の2つの面に及ぶ。1つ目は経済中心都市(工業生産・商業貿易流通・港湾などのタイプを含む)の物流組織と管理の基礎機能で、主に物流センター・配送センター・運輸ハブ設備・輸送組織及び管理センターと物流情報管理センターを通じて具現化している。2つ目は基礎機能を頼りにした物流サービス機能で、主な役割は都市住民の消費組織や企業の直近生産・地域生産組織を満足させるために必要な物流サービスを提供することである。上述の物流パークの二大機能をまとめ・分析することにより、中国の現存の物流パークは、北京通州物流産業パーク・南京王家湾物流パークのような地域物流組織型と、石家庄中儲物流配送センターのような商業貿易型、上海外高橋物流パーク・北京順義空港物流パークのような輸送ハブ型、浙江省の傳化物流基地・大連国際物流センターのような総合型物流パークなど、いくつかのタイプがある。物流パークの開発・建設モデルから分析すると、主に政府の投資あるいは政策支持の下での開発や建設モデルが主であり、企業の合弁・合作による開発や建設モデルも兼ねている。

6) 港湾建設の歩みが加速する

2003年、全国主要港の国際コンテナ貨物取扱量は4735万3000TEUに達し、前年同期比で30.9%増加し、世界でのシェアは19.4%まで既に向上しており、世界第1位である。上海・深圳両港そろって1000万TEUの大きな関門を突破し、それぞれ世界第3・第4の大きな港になった。

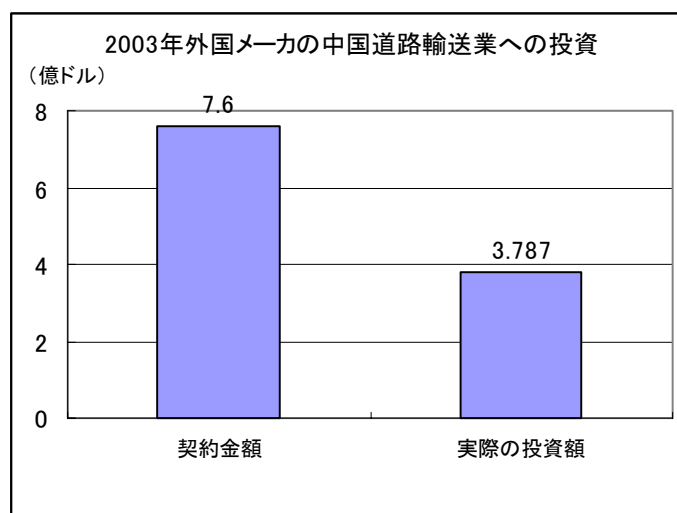
2003年、中国の港湾の貨物取り扱い完成量は33億トンで、前年同期比で17.9%増加した。上海・寧波・広州・天津・青島・大連・秦皇島・深圳など8港の年間貨物取扱量は1億トン

を超えた。

港湾の生産活動が強靱に成長することが後押しとなり、第一陣の港湾建設がまさに各地でその歩を速めている。上海港・青島港・天津港・大連港・広州港および内陸に位置する重慶港はいずれも物流業の発展を充分重視しており、それぞれ巨額の資金を投入して物流インフラを整備するとともに、物流専門企業と手を携えて物流市場を開拓している。青島港と鉄行・馬士基・中運グループが、共同で大陸沿海港最大の埠頭を建造する合弁プロジェクト契約を締結した。上海洋山深水港の一期工程は計画通り順調に進んでいる。大連港と日本の郵船が合作し、自動車の車両を港湾と船舶間で直接乗降させることが可能な専用埠頭を建設する。

港は国際物流の集積・分配基地であり、中国の改革解放の前線に配置された陣地でもある。改革開放が深みを増すにつれて、地方政府の多くが港の優位性を頼りに、強大な国際貿易物流ニーズの助けを借りて、開発区・保税區に相応の物流サービス業を發展させ、港から放射線状に輸送可能な能力を拡大することにより、港を現代物流の成長ポイントならびに集中地区にしている。例えば上海外高橋保税區は、2003年7月末までに、すでに72カ国から6500社の企業が進出、営業を始めており、92000人あまりの従業員がここで創業している。この中には世界のトップ500に名を連ねる企業が85社、物流事業を専門に展開する企業が784社ある。物流ネットワークは全世界にまで伸びており、物流サービスによる税収は保税區の全税収の20%を超えている。中国の港湾管理体制改革が進むにつれて、港湾への権限の地方へ移管と政経分離が進んだ後、港湾の發展と地域經濟の關係はますます緊密になり、港の物流は發展の歩を速める新たなチャンスに直面している。

7) 物流業の對外開放がさらに拡大している



外資系の物流会社は大規模に中国に進出した。交通部が提供した数値データによると、2003年、外国メーカーの中国の道路輸送業への投資は全部で57プロジェクトあり、そのうち53件が批准を得ている。契約金額は7億6000万米ドル、実際の投資額は3億7870万米ドルで、それぞれ前年比1.38倍・2.18倍の伸びである。外資の中国物流業への投資の新たなピークが既に到来していると信じる理由がここにある。

2002年、上海航空公司と日立物流・香港正大船務公司是上海で現代物流企業を創業した。同年、交通部が批准した合弁物流企業—大衆(フォルクスワーゲン)交通の51%持ち株による上海大衆佐川急便が正式に成立した。大衆佐川は4種サービスの受け手、すなわち多国籍会社・大企業・発展の勢いがすさまじい中小企業と民間企業を取捨選択の後、選定した。2002年、交通部はアモイ象嶼保税區惠建埠頭有限公司が海上国際コンテナ港での荷役(貨物の積み下ろし)・倉庫保管・積み替え業務を行うことを批准した。これは国際主管部門が批准した国内初の外資の持ち株による中国企業と外国企業の合弁による埠頭公司(会社)である。2003年7月30日、保利グループと佐川急便は提携により1000余万米ドルを投資し、深圳に保利佐川急便有限公司を設立した。11月、北京京泰実業有限公司・日本の住友商事会社と日本の佐川急便株式会社の共同投資により、北京住商佐川急便物流有限公司が北京で設立された。川崎汽船・日本郵船はそれぞれ中海グループ・大連港などの企業と自動車物流合作プロジェクトを実行した。キャタピラー物流は中国でターゲットとする顧客に第三者物流サービスを提供すると宣言した。老舗の貨物輸送代行企業・萬路環球も中国物流市場への投資を拡大すると宣言。欧州の物流会社・捷富凱は大田グループと提携すると宣言したなどである。物流分野も徐々に外資が最も関心を寄せる分野の一つになってきた。

このほか、国際ブロック物流合作はひとまずの成果を収めた。全方位型に国際物流合作を展開したという基礎の上に立ち、2003年中国と周辺国家のブロック物流合作にはおしなべて新たな進展がみられた。温家宝首相は中日韓首脳第5回会合と上海協力機構メンバー国首相会合の際に、個別に物流プロ説における非関税障壁を減少させ、物流協力メカニズムを構築する提案を行った。中日韓の北東アジア物流の協力面において、中国の関係業界の協会と企業は、パレット標準体型と公共システムの構築について、定期的な交渉を続け、一応の協力の趣意をまとめられる段階に達した。ASEAN地域との物流協力面について、中国は中国—ASEAN交通協力に関し提出した6項目の新たな提議には、各国より前向きな回答を得られた。大湄公河次ブロック便利輸送協定の交渉事業は一定の成果を得られた。上湄公河航道の改修工程は基本的に竣工した。中央アジア地区との物流協力面では、中国は上海協力機構交通担当大臣会議において、31のメンバー国と《アジア公共路網政府間協定》について一致をみた。アジア・太平洋地域の物流協力面で、中国物流・調達連合会はアジア・太平洋物流連盟の重要メンバーとして、積極的に事業に参画し、重要な影響力を発揮した。

8) 物流の情報化の開始が現代物流の重要な内容になった

情報化は現代物流の主な特徴であり、情報技術(IT)を広範囲に採用し伝統的な業務を抜本的に改革していくことが現代物流発展の主な内容である。

9) 製造業(メーカー)の物流は一元管理の趨勢にある。

製造業の情報化は生産前後のプロセスの整理・統合とさらなる質の向上に重点を置いている。サプライ・チェーン・マネジメントの理念は既に多くの企業で重視されている。特に冶金・自動車・家電などの業界の情報化プロジェクトはみな、業務の重点を調達・分割販売・物流配送などのプロセスにおいている。例えば、TCL は情報化技術を利用し、もともとはそれぞれ独自に行っていた各プロセスのサプライ・チェーンを関係づけて一貫したものにし、絶えず変化する販売管理構造と多角的な製品を支える一体化した物流管理プラットフォームを構築した。これにより在庫管理コストが大幅に削減され、サービスレベルが大幅に向上した。

10) 商業貿易業界物流ではサプライ・チェーン・マネジメントを導入した。

商業・貿易業界企業はチェーン化の過程において、情報システムの構築を“ライフ・ライン”としている。“同仁堂チェーン・マネジメント・システム”は E6 情報プラットフォーム技術を支えとし、伝統的な商品流通・物流・情報の流れと調達・輸送・倉庫保管代理・配送・精算などの各プロセスを、科学的な方法及び手段で密接に関連づけ始め、完璧なサプライ・チェーン・マネジメントを形成した。この結果、効果的に調達・物流コストを削減し、企業の中核となる競争力を上昇させた。山東三聯電子は“物流とEコマース(電子商取引)プラットフォーム”を構築した。川上には海爾・厦華・LG など、家電メーカー50 余社が、川下には全国百軒超の分割販売業者がそれぞれ連なり、前工程を受けて後工程に引き継ぐ、総合運用を支えるプラットフォームをひとまず構築し、E コマース(電子商取引)と現代物流システムを中核とする需要・供給をつなぐシステムを形成した。

11) 第三者物流は資源の整理・統合に重点を置いた。

伝統的な物流企業が現代物流企業に発展するには、体制上の変革以外に、最も中心になる施策は、物流情報システムを構築し、資源を整理・統合し、流れをよりよきものにし、フォロー・アップ・サービスを提供することである。中外運・中鉄などがその例である。第三者物流の情報化にも大いなる発展が見られた。宝供・大田・大通などがその例である。

12) 各種物流基地(パーク)情報システムプラットフォームの成功事例が豊富になってきた。

例えば上海陸上貨物輸送交易センター・雲南交通貨物輸送ステーションは先進的な情報技術を採用することにより、一方では貨物輸送の需用・供給情報がコンピュータ・ネットワークを通じて集められ始め、即時発表・随時検索・迅速なる成約が可能になった。その一方で、情

報化によりサービスの標準化・管理の標準化を実現でき、多面的に利潤を上げる局面を作り出した。

13) 物流と関連した電子政務プロジェクトは明らかな進展を見せた。

例えば、電子通関・医薬品の監督管理・交通の費用徴収などのシステムがみなブロック単位・地域限定での成功を収め、全国に貴重な経験を広め、これを蓄積することができた。国家科学技術部はEコマース(電子商取引)に力を入れるべき十四運技術として開発した。このなかで現代物流の情報化の発展に向けて、重きを置いて支持する内容の一つとした。これを基礎に、9都市を全国インテリジェント交通システム応用モデル工程のモデル都市として確定した。この9都市とは上海・天津・重慶・済南・青島・広州・中山・深圳・杭州である。税関総署の“電子港プロセス”は緒戦を勝利で飾った。上海港データセンターが正式に運用を開始し、上海の大通関工程の持続的な発展に優良な技術的な保証を提供した。上海港の輸出完成品はペーパーレス通関で所要時間はわずか50分、最速であれば30分である。輸入通関のスピードは既に15分間にまで短縮しており、原料・部品の一部には6分間にまで短縮されているものもある。

14) 中小物流企業向けの、低コストで当該企業にみあった情報化解決案が既に発表された。

例えば、易通交通情報発展有限公司が自社開発・応用している物流情報システムには低コストで簡単・実用的な特徴があるのに加え、企業の発展に伴って絶えず改良を進めている。目下、情報のフォロー・アップ・サービスとデータの発掘応用などの面で有益な模索をすすめており、物流分野の小企業の情報化応用の成功事例の一つになっている。

15) 物流業界の基本的な業務が重要視されている

物流の基本的な業務は中国の物流発展の重要な基盤であり、中国物流の実践的な発展の要求であり、実践の指導がさらなる高水準において発展する上での需要でもある。物流の基本性は政府・協会・企業・学校という多方面の努力の下、無から有へ、自らの本来の影響力を発揮し始めている。

標準化業務面では、物流の標準化業務は専門委員会が管理し、政府・企業の多くが関与する体制を作った。政府は“全国物流標準化技術委員会”と“全国物流情報管理標準化技術委員会”を設立した。2003年、各関連部門の積極的な努力と多方面にわたる協力により、国家標準化委員会が2つの物流関連の標準化技術委員会を批准・設立させた。中国が物流標準化業務を系統あった展開するために組織的な基礎を打ち立てた。

政府と協会の努力の下で、物流の標準化研究と制定面で際立った成果があった。一つは、中国の物流標準体制の枠組み・Eコマース(電子商取引)の標準システムの枠組み及び現代物流を発展させるカギとなる基準を制定したことである。二つ目は、目下、中国の物流設備・

物流業務及び物流システムの構築などがまだ規範化されておらず、非標準化の物流装備・設備・情報表示及び情報交換が依然としてかなり普及しているという現象に対し、《物流標準化総体規則》が制定されたことである。三つ目は物流情報標準化に大きな進展があり、実用的な物流・E コマース(電子商取引)などの情報化関連業界の基準が発表されたことである。国家品質監督検査検疫総局が2002年に正式に発布した国家基準2件《大口商品電子取引規範》と《デジタル倉庫応用システム規範》がまさに具体的な進展である。この2件の国家基準は2002年9月1日から全国で正式に実施を開始した。年末、交通部は港湾管理情報システム・データ字典など業界基準8件を発表した。そのほかの重要な基準文献、例えば物流情報システム開発ガイド・物流標準化システム研究は現在制定中である。四つ目は、物流標準化の研究が深みを増し進んでいることである。例えば中国物品コードセンターの“現代物流情報マーク体系研究”、中国物流及び調達連合会の“物流企業分類基準に関する研究”などである。

同時に、企業は積極的に物流標準化に関与している。まず、奇病は標準の制定に積極的にかかわっている。例えば、中儲物流オンライン有限公司はすでに《デジタル倉庫実用システム規範》《物資銀行》《物流倉庫管理業務サービス規範》などの基準を既に制定した。次に、企業は物流管理過程において、積極的に物流標準を採用し、物流効率を向上させている。例えば、杭州華商グループ有限公司は自動化管理の度合いを高めるために、国内で先進的な物流配送センターを設立し、ITF-14 バーコードを使用して仕分けと配送を行う予定である。上海聯華スーパーもバーコードの使用を基本とした現代化配送センターを積極的に設立中である。さらに、物流技術標準と物流情報技術標準化に対する企業の要望は日増しに強くなり、制定と普及にかかわる積極的な姿勢は目に見えて高まっている。

物流統計指標体制の構築はこれまで行われていない。2003年、国家発展改革委員会と国家統計局の指導・推進の下で、中国物流及び調達連合会・中国物流情報センターは幅広く調査研究を実施、これを基に物流業基本統計指標体系を発表した。この指標体系は現存の国民経済統計体系にもとづき中国物流の発展を推計する基本統計データである。このデータはマクロの見地に立って中国の物流業の発展状況を評価したり、国際的に同業と横並びの比較研究をすることに役立つ。データ発表後、業界内ならびに社会から大きな反響があった。

16) 物流科学技術の進歩・理論研究と人材育成の成果が顕著である

物流科学技術面において、物流科学技術が中国物流に与える影響はますます重要になっている。その1つはIT企業が物流分野に急速に参入している。例えば、北京用友・招商迪辰・中軟冠群・快步易捷・匯傑国際・甲骨文ソフトウェア・北大方正・シンガポールコンピュータ・上海億馬などで、物流企業と企業物流のために物流情報プラットフォームを設計している。中国物流情報センターは2002年物流情報化優秀事例事業に選ばれたことを基礎に、2003年にもまた優秀事案として10件が選ばれた。二つ目は物流施設・設備の製造レベルが

向上したことである。2003年、中国物流及び調達連合会とドイツの漢諾威展覽会社が上海で開催した第四回アジア物流設備展覧会において展示された、中国と外資の合弁企業と中国企業が製造した物流設備のうち、かなりのものが国際先進レベルに達しており、内外の顧客・業者から大いに興味を寄せられている。三つ目は科学技術部の批准により設立した全国物流業界の最高科学技術賞、すなわち“中国物流及び調達連合会科学技術賞”は2003年に初めて評定を開始し、科学技術進歩賞14件、科学発明賞1件を選出した。四つ目は科学技術部が“Eコマース(電子商取引)と現代物流のモデルプロセス”を“第十次五ヵ年計画”で取り組むべき重要プロジェクトとし、その一部は既に完成し、モデル効果を発揮し始めていることである。科学技術部が主催した2003年北京国際現代物流技術大会及び展覧会において、現代物流優秀モデル5つが広められた。モデルとはそれぞれ、成都市新都農村医薬品配送モデル・港湾物流情報プラットフォームモデル・三聯グループサプライ・チェーンモデル・蘇州物流パークモデルならびに上海海鼎情報化モデルである。五つ目は国家科学技術中長期計画で物流が現代サービス業の特定テーマ計画内容のひとつに列記されていることである。中国物流及び調達連合会が起草した“物流サービス業科学技術発展中長期計画の研究”はすでに関係部門に報告・送付された。

物流理論研究面では、百貨斉放の局面が形成された。ひとまず把握した状況によると、全国に物流専門研究機関が既に30余軒あり、このほかに多くの研究機関・諮問機関が物流研究にかかわっている。これらの機関と関係業界協会が卓越した効果のある理論研究と調査分析を展開し、ひとまとまりの重要な成果を生み出した。総じて見ると、物流研究は主に以下4つの面に分けることができる。1つは基礎理論研究である。例えば、中国物流及び調達連合会が取り組んだ物流コストに関する研究・物流統計情報体制に関する研究、南開大学と天津市統計局が共同で完成させた《中国物流産業コスト計算制度及びコスト計算体制研究》などである。2つ目は実用技術研究である。科学技術部が取り組んだ“第十次五ヵ年計画”科学技術重要プロジェクトがその例である。3つ目は政策研究である。国家経済貿易委員会と国家計画委員会が取り組んだ全国物流計画研究、財政部が中国物流及び調達連合会に委託したWTO加盟後中国が物流を発展させるための財政税制対策研究などがその例である。4つ目は事例研究である。中国物流及び調達連合会が取り組んだ、物流と調達の情報化の優秀事例の評価・選出などである。研究内容も絶えず深みを増しており、研究布陣も絶えず拡大し、特色のある理論研究部グループも現れた。例えば、北方交通大学はブロック経済と物流及びEコマース(電子商取引)物流について研究をすすめている。北京科学技術大学は物流技術・設備と物流標準化について研究している。中国人民大学と華中科学技術大学は物流とサプライ・チェーン・マネジメントの理論について研究している。中国人民解放軍ロジスティクス指揮学院は軍事物流を進めている。これらの研究が物流理論界に既に一定の影響をもたらしている。2002年11月末、中国物流学会は広東省南海市で第一回年次総会を開催し、物流研究の最新の成果を提示し、合計70編の論文が受賞した。受賞者には政府の役人・高校教師・高校生・企業経営者・研究機関の学者などがおり、物流関連業界から幅広く受賞者

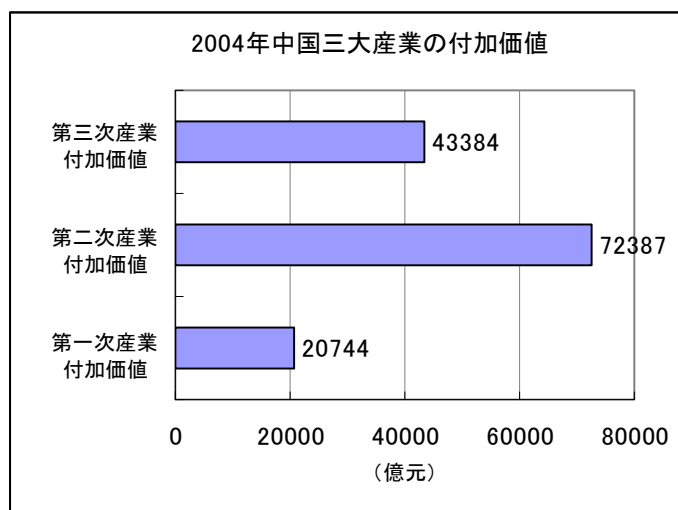
が出ている。中国物流及び調達連合会と中国物流学会が 2001 年に始めた“中国物流専門家フォーラム”は 2003 年で 6 回目になった。特に第六回フォーラムの“物流パーク”に関する討論は、激しい議論を巻き起こし、社会でも比較的大きな反響が起きた。何年にもわたり、中国物資出版社・清華大学・中国人民大学出版社・上海社会科学院出版社・经济管理出版社などの出版部門が数十種類の優秀な教材や科学普及読み物を出版し、専門著書も複数出版・発行された。中国物流及び調達連合会が中心となって編集した《中国物流年鑑》と《中国物流発展報告》は年 1 度の出版を継続しており、その権威はますます強まっている。

物流人材育成面においては、物流人材育成体制がひとまず出来上がった。統計によると、2001 年以前中国の国家高等教育機関(日本の大学・短期大学に相当)の中で実際に物流専攻の学生を募集しているまたは物流専門の方向で学生募集をしている(物流管理あるいは物流プロセスの専攻の成立をめざしている)ところは、おおよそ 15 の機関である(この中で教育部の正式な批准を受けているものは 2 校のみである)。2002 年、本科教育のみについていえば、中国が正式に物流管理または物流プロセスの専門を専攻の形であるいは専攻化の方向で出している大学は少なくとも 40 校ある。50 余校の大学が交通輸送と交通プロセス・E コマース(電子商取引)各専攻など、物流と関係する専攻を開設した。2003 年、全国の 47 大学が物流管理あるいは物流プロセス専攻を既に設置し、70 余の大学・短大が物流関連課程を開設した。これにより職業高校・高等専門学校・大学専門学校・大学本科から大学院教育に渉る多層の物流教育体制がすでにひとまず出来上がった。労働部は“物流士国家職業資格”基準をすでに発表、中国物流及び調達連合会と全国物流標準化技術委員会は全国で物流士(高級物流士・物流士・物流士補佐)の訓練・試験・認定を始動させた。中国交通輸送協会はイギリスのロイヤル物流及び輸送学会(ILT)の国際物流資質認証体制を導入、イギリス側が中国側に 4 等級の職業資格体系証書を提供した。中国倉庫保管協会なども物流人材訓練業務を展開した。

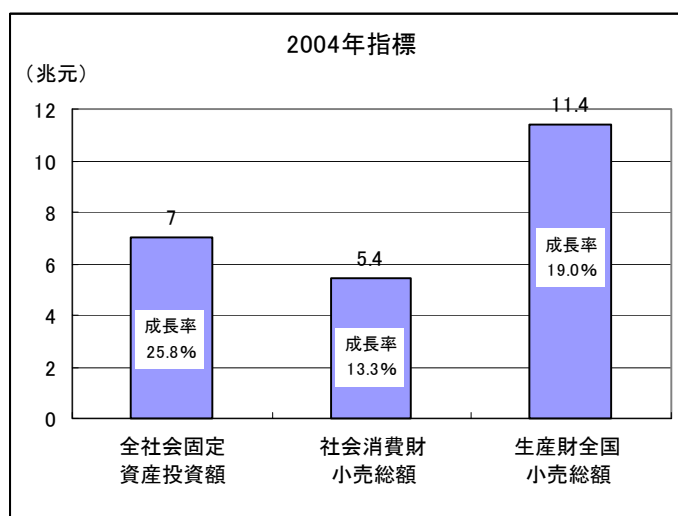
2. 2004年の中国物流発展の環境

中国物流の発展はマクロ環境の改善に有益である。2004年、党中央・国務院が時機を判断し情勢を押し量り、マクロコントロール政策を実施したところ、国民経済は穏やかに比較的早い成長を維持し、物流産業に強靱なニーズの基礎を提供した。現代物流は科学発展観の要求にみあっているために、政府関連部門と地方政府各レベルの重視と支持を得た。国家发展改革委員会など9つの部・委員会が《中国の現代物流業発展促進に関する意見》を発表したことを象徴として、中国の物流発展の政策環境に実質的な改善が現れ始めた。

(1) 国がマクロコントロール政策を実施、中国経済は穏やかに比較的速い成長を持続



国民経済の安定成長は物流発展の基礎である。国家統計局が発表した《2004年国民経済と社会発展統計広報》によると、年間GDP(国内総生産)は13兆6515億元であった。比較基準価格に基づき計算すると、前年比で9.5%増加した。そのうち、第一次産業の付加価値は2兆744億元で、6.3%増加した。第二次産業の付加価値は7兆2387億元で、11.1%増加した。第三次産業の付加価値は4兆3384億元で、8.3%の増加であった。全工業の年間付加価値は6兆2815億元で、前年比11.5%の増加だった。このうち中規模以上の工業の付加価値は5兆4805億元で、16.7%増えた。製品販売率は98.1%で、前年に比べ0.2ポイント上昇した。社会全体の建築業は年間付加価値9572億元を達成した。比較基準価格に基づき計算すると、前年比8.1%増加であった。



2004年全社会固定資産年間投資額は7兆73億元で、前年比25.8%増加した。増加スピードは前年比で1.9ポイント下落した。社会消費財年間小売総額は5兆3950億元に達し、前年比13.3%増加した。物価上昇の要素を取り除くと、実質10.2%増加した。中国物流情報センターの統計資料によると、生産財全国小売総額は11兆4000億元で、19%の増加幅であった。

国家マクロコントロール政策の実施は物流業に積極的な影響をもたらした。その1つは経済規模が成長を続け、物流総規模の上昇持続を推進した。2つ目に、産業構造調整と企業プロセスの改造が物流の発展に新たな空間を提供した。3つ目に、物流パークの徹底的な整理・たて直しにより、物流業の安定的な発展のためにいちだんとしてしっかりした基礎ができた。調査によると、整理されたのは主に市場に基礎がない、あるいは納入計画がないプロジェクトであり、投資の無駄遣いを避けるとともに、現れる可能性がある無秩序な競争も避けられた。

(2) 国務院の指導層が物流の発展を重視し、政府関係部門が推進に力を入れている

2004年は、政府関係部門が物流発展推進に最も力を入れた一年であった。象徴的である主な事件は以下の通りである。

1) 国家発展改革委員会など9つの部・委員会が《中国の現代物流業発展促進に関する意見》を公表

2003年12月、温家宝氏・黄菊氏・曾培炎氏など国務院の指導者は、全国政治協商会議の《中国の現代物流の状況に関する調査研究報告》に書面で重要な指示を与えた。2004年8月、国家発展改革委員会など9つの部・委員会は書面指示の精神に基づき、国務院の批准を経て《中国の現代物流業発展促進に関する意見》(以下、《意見》と略称)を公表し、物流

業発展促進の政策・措置を提出した。

《意見》の主な内容は以下の通りである。1 つ目は、現代物流業の発展に有利な良好な環境を作り上げる。このなかには、現行の行政管理方式を調整し、物流企業の税収管理体制を完備し、市場秩序を整頓し規範に合うようにし、費用徴収管理を強化することが含まれる。2 つ目は現実に合うような有効な措置をとり、現代物流業の発展を促進する。このなかには、工業・商業分野の企業が徐々に原材料の調達・輸送・倉庫管理など物流サービス業務を切り離し、専門物流企業を利用し、業務を委託することを奨励する、積極的に融資ルートを広げる、積極的に物流市場の対外開放を推進する、工業・商業分野の企業が物流管理の質を高める、物流設備の整理統合と社会化されたブロック物流センターの建設を加速させる などが含まれる。3 つ目は基礎的な業務を強化し、現代物流の発展に支えと保証を提供する。このなかには、物流標準化体制と統計体制を構築し完備させる、先進的で使用に適する物流専用車両と設備を広げる、物流情報化のレベルを向上させる、従業員の質を高めるなどが含まれる。4 つ目は、現代物流業務に対する計画を強化し、管理を改善し協力を強化する。こうした措置はかなりの的を射ており、実用性も高く、業界内でおしなべて関心を呼び、また好評を得ている。

《意見》の要求に基づいて、国家發展改革委員会がけん引役となり、商務部など 13 の政府部門と中国物流及び調達連合会・中国交通運輸協会が“全国現代物流業務部門間連合会議”を立ち上げる見込みである。その主な機能は原題物流發展政策を提出すること・全国の原題物流發展計画と協力すること・發展中の重要な問題を研究・解決すること・原題物流業の發展を主体的に推進することなどである。このことは中国が物流發展を推進する総合的な協力体制が中央政府側で形作られ始めていることを象徴的に示している。

2) 国際貨物代理輸送企業の経営資格審査・批准の取り消し

2004年5月19日に国務院が出した《行政審査批准項目の取り消しと調整第3弾に関する決定》によると、国務院は国際貨物代理輸送企業の経営資格についての行政審査・批准を取り消した。これによると、商務部は国際貨物代理輸送企業経営資格の審査・批准業務を停止した。審査・批准と関連した《中華人民共和国国際貨物代理輸送企業批准証書》もこれに応じて取り消された。税関は国際貨物輸送代理などの業務の経営に対し、また、輸出入貨物の通関・納税などのことがらについて代行手続きを行う委託を受ける企業に対し、案件の臨時報告記録登録制を実行している。

3) 保税物流パークの拡大設立

2004年8月16日、国務院弁公庁は国家税関総署に対し、意見付き返答を行い、上海外高桥保税区和蘇州シンガポール工業パークにテストポイントを置き、これを基礎に、青島・寧波・大連・張家港・アモイ象嶼・深圳塩田港・天津港の保税區を“物流パークと港の連動”テストポイントの範囲とし、保税物流パークを設立することに同意した。保税物流パークが採用した

“物流パークと港の連動”モデルは、機能の上で国際“自由貿易区”とリンクし、より一層保税
区とこれに面する港湾との間で放射線状にサービス機能を発揮させることができる。

4) 《中華人民共和国道路輸送条例》実施開始

2004年7月1日から実施された《中華人民共和国道路輸送条例》では、以下のように規定
している。道路輸送の経営及び道路輸送と関連する業務に従事するものは、法にのっとり経
営し、誠実に約束を守り、信用を重んじ、公平に競争を行わなければならない。道路輸送管
理は公平・公正・公開でなおかつ便利でなければならない。いかなる機関も個人も道路輸送
市場を封鎖あるいは独占してはならない。

5) 車両通行料徴収基準の引き下げ

2004年11月11日、交通部と国家發展改革委員会が共同で《車両通行料徴収基準引き
下げに関する意見》を発表した。2005年1月1日から、10トンを超える貨物輸送車の道路通
行料の徴収基準を20%から30%引き下げることになった。推計によると、積載重量10トンから
15トンの貨物輸送車1台が、山西省大同から天津まで貨物を運んだ場合、引き下げ後の通
行料支出は287元減少し、総輸送コストが5%引き下げられる。石家庄から広州への場合、通
行料支出は1300元の減少となり、総輸送コストは7%低くなる。これは輸送距離が長くなり、
有料道路利用距離が長くなり、積載重量が重くなる車両ほど、コストの低下幅がよりはっきり表
面化するということである。10トンを超える貨物輸送車の通行料基準引き下げの意図するところ
は、車両容積トン数の代償による価格比較見解を調整することにより、輸送業者と自動車生
産企業(メーカー)が車両型式構造の調整を加速させることを促進すると同時に、“過積載問
題刷新”作業の長期的効果メカニズムを構築するのに有利である。

6) 新版の一貫輸送伝票の使用を開始

国家税務総局は2004年11月1日より新版《全国一貫輸送業貨物輸送統一伝票》の使用
を開始した。輸送費用と立て替え費用・その他の費用を別々に記載するようになった。輸送費
用と雑費を合算して記載しているこれまでの伝票では、増値税を正確に計算し一般納税者の
収入から税額を差し引くことが難しかった状況がこれにより変化し、物流企業の税収改革に税
金計算統計の基礎を築いた。

7) 国内航空貨物輸送市場参入の門戸を広げる

民航総局の発布により、2004年6月1日より施行された《国内航空貨物輸送加速の若干
の政策措置に関する意見》で、国内航空貨物輸送発展を加速させる政策措置が明確に示さ
れ、国内航空貨物輸送市場参入の門戸がより一層広がった。貨物輸送の全航空会社を激励
し発展させ、国内貨物輸送航空路線と航空便に対する審査批准管理方法を改革し、企業に
ゆったりとして経営環境を作り出すと同時に、貨物輸送用航空機(Freighter)の購入について

の審査批准プロセスをより一層簡略化する予定である。上海と海南の航空貨物輸送を開放するほか、天津・広州・深圳・武漢・昆明など多くの空港の優先権を上記企業に与え、航空貨物輸送の中核となるよう激励する。

8) 多国籍資材調達グループによる独立資本形式での輸出業務展開を許可

2004年2月5日、商務部・税関総署・国家税務総局・国家外貨管理局が発布した《外国企業の投資による輸出調達センター設立に関する管理方法》が実施に移された。《方法》の公布は、多国籍資材調達グループが独立資本形式で輸出業務を展開してもよく、それ相応の輸出税還付待遇を受けられることを意味し、それと同時に外国企業が輸出調達センターに投資する際の登記資本及び業務範囲などの要件が明確になった。

9) 中国とアメリカが民間輸送協定議定書に正式に署名

2004年、中国の航行権開放の歩みは過去10年の総計をものいだ。航空貨物輸送面では特に明らかである。7月24日、中米双方は民航輸送協定議定書に正式に署名した。当該議定書によると、双方は現在貨物輸送引受業者各4社を有していることを土台とし、今後6年以内に、貨物輸送引受業者をさらに各5社ずつ指定し、中米航空輸送市場に参入できる。これと同時に、各方向の航空便の数を現在の毎週54便から段階的に249便に増やし、このうち111便を航空貨物輸送便とすることも許可した。このほか、開放分野には旅客貨物輸送権・貨物輸送センター設立・コードシェア・チャーター機などである。

10) “過積載問題刷新”業務への共同取り組みが各地で全面的に展開

《車両過積載状況刷新業務の全国展開に関する実施法案》によると、2004年6月20日から、全国各地の交通・公安などの部門が34万キロの国道・省道・幹線道路を主とする道路網で、統一した見解で、統一した基準で、統一した行動により、全国共同で“過積載問題刷新”業務に取り組み始めた。《中国交通報》の報道によると、年末までに、過積載率は刷新開始前の80%超から、すでに10%前後に落ち着いている。統一した“過積載問題刷新”の総合的な効果が以下のような各方面に現れている。全国の道路交通事故は26.7%減少した。道路の路面状況と道路設備の完備率は“過積載問題刷新”前と比較し明らかに好転した。全国道路貨物輸送車の平均走行時速はこれまでの50キロメートルから70キロメートルまで上がった。長きにわたり歪曲されてきた道路輸送費が理性のきいた価格へ戻る現象が現れた。大型トレーラーとコンテナトレーラー車両の販売量に伸びが見られた(“東風”だけでも大型トラック販売量は前年同期比129%成長であった)。輸送力構造も質の向上が見られ、過積載問題刷新業務は段階的に成果を得られている。

“過積載問題刷新”業務は難易度が極めて高い“陣地攻撃戦”であることを実践も証明している。過積載問題刷新と輸送保証の関係、過積載問題刷新とさまざまな面の利害関係、過積載超過問題刷新と多くの部門の政策調整及び法律ルールなどの問題にどう取り組むかに

については、真剣な対応が必要である。一部地方・部門及び法律執行者の業務における格差も、全面的に持続して過積載問題刷新を持続していくと重大な結果を招きかねない隠れた要因を残している。過積載問題刷新業務の意義は重大で、その執行の任は重く、ゴールまでの道は遠いことの現れである。温家宝首相はこのためはっきりと以下のような指示を出している。“この業務の複雑さを十分に認識した上で総合的な刷新に務めよ。法律及び経済的な手段の運用を重視し、長期的に効果がある管理体制を築き、成果をゆるぎないものにせよ。”

(3) 物流発展に対する各地方政府の支持がいつそう実務的・具体的に

2004年、各地政府の現代物流に対する認識がより一層深まり、講ずる措置も実務検討や具体化がよりいつそう進んでいる。

浙江省は省政府が指導牽引役を分担して受け持ち、各関連部門が参加する“現代物流弁公室(事務所)”を設立した。弁公室(事務所)は省発展計画委員会に設置された。物流企業が行き当たった多くの具体的な問題の調整・解決を弁公室が率先して行っており、企業から大いに歓迎されている。2004年、浙江省は物流企業が参加する“浙江港湾物流ドッキングフォーラム”を開催、杭州蕭山国際空港建設プロジェクト・温州空港拡張建設プロセスプロジェクト・嘉興港2期プロセスプロジェクト、上海―杭州高速軌道交通プロジェクト及び金塘島開発プロジェクトなど五大物流プロジェクト実行に力を入れることを提案し、国内外の物流及びインフラ投資者に開発への協力を力強く要請した。

2004年9月7日、《深圳市重要物流企業認定試行方法》が実施に移された。《方法》の規定では重要物流企業を総合型と技術サービス型の2種類に分類しており、それぞれに応じた基準を提出した。市政府の各関係部門は市の物流弁公室が発布した審査の上許可された文書と証書に基づき、政府の規定により有するべき関係優遇政策サービスを重要物流企業に提供した。《深圳市現代物流支援維持資金管理暫定方法》が2005年1月1日より施行された。補助と利子つき融資の2種類の方法を採用し、市物流主管部門が認定した重要物流企業に対し600万間未満の特定資金を与え、支援する。

天津市は2004年現代物流工作会議を開催し、電子情報手段を通じて、北方に放射線状に伸びる国際物流体制の構築の推進を加速させ、現代商業物流の発展を激励し、第三者物流の発展を支援することを提案した。市商業委員会は生鮮スーパー開設優遇政策を発表した。新しく回転する生鮮食料品スーパーに対し、コミュニティ商業の関連政策と照らし合わせ、年以内は営業税・都市建設税・教育追加費用・企業所得税の徴収を免除する。

廈門市は未来の発展の方向性を定めた。すなわち長江デルタと珠江デルタの間に挟まれた重要な都市となり、重要な航空輸送物流センターとなり、航空輸送業・物流業は廈門市が主導している産業であると評価を受けられるようになるのが目標である。

《中国共産党遼寧省委員会・遼寧省人民政府の大連北東アジア国際航空輸送センター設立を

速めることに関する決定》は 2004 年 12 月 2 日に発布・実施され、大連国際航空輸送センターの建設を早める政策環境を明確に規定している。用地の徴用・海の使用・林の徴用・引越し・税収などの面で現行政策を実務に確実に反映し、新たな需要に基づきよりいっそう政策支援に力を入れる。

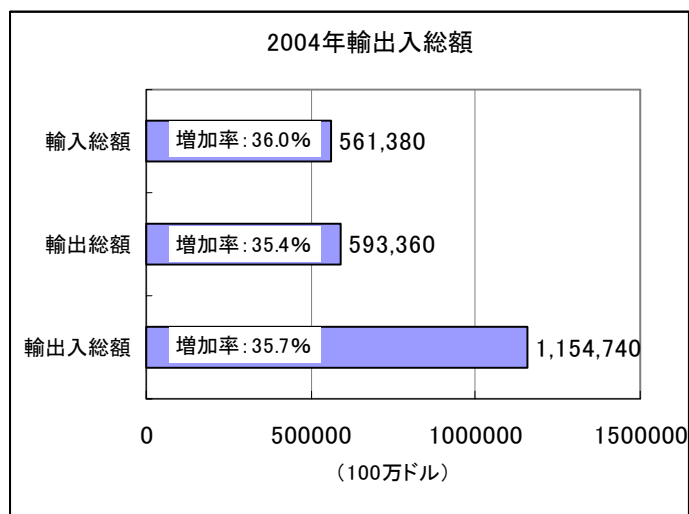
四川省發展改革委員会・商務庁・成都税関などが共同で“四川の現代物流業發展促進”の一連の特別優遇政策措置及び関連計画を公布した。このなかには物流企業の上場を激励及び支援・24 時間通関の実現・不要な通関前審査批准手続きの取り消し・地区封鎖の撤廃などが含まれている。

《河北省現代物流業發展計画》論証を通過した。《計画》では、河北省は河北省中部・河北省東部・北京天津周辺部・河北省南部の 4 大物流ブロックに重点を置いて育成すると提案している。

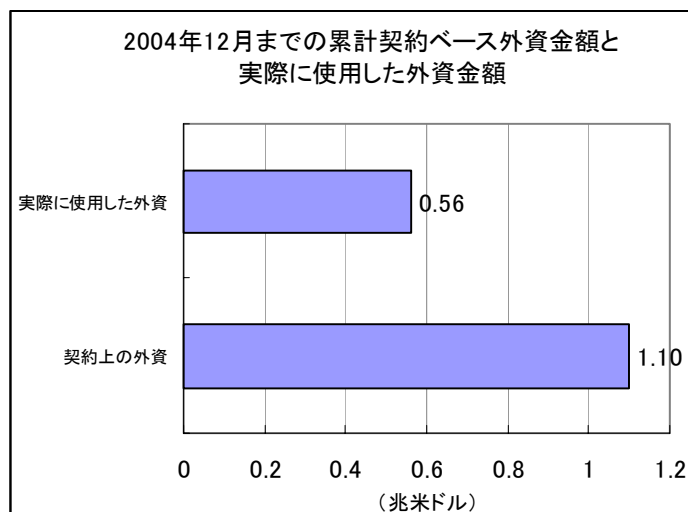
北京市政府は 9 月に香港で開かれた“第 8 回北京香港經濟協力シンポジウム及びオリンピック經濟市場紹介・推薦会”に“北京香港物流紹介・推薦展示会”の内容を取り入れた。北京は物流交流プラットフォームを構築し、物流分野で香港との協力関係をより一層強化することを望んでいる。

(4) 外資・外国貿易の高度成長、物流市場のさらなる開放

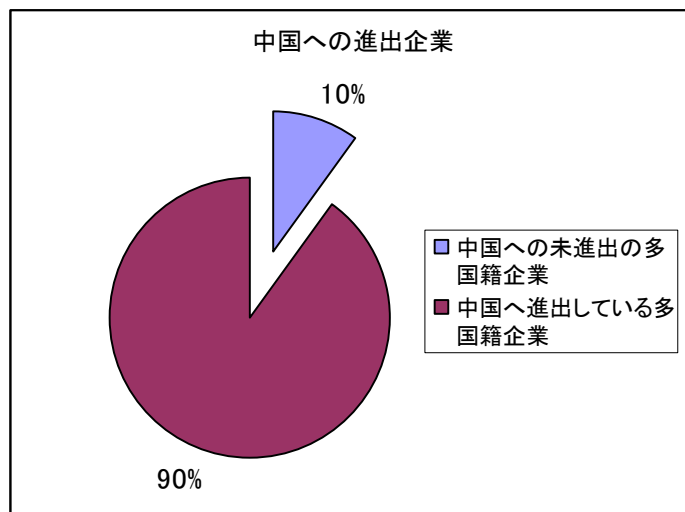
指標	2004 年(億米ドル)	増加率(%)
輸出入総額	11547.4	35.7
輸出総額	5933.6	35.4
輸入総額	5613.8	36
輸出入差額	319.8	25.6



2004年、中国の対外貿易額は1兆1500億米ドルにまで達し、前年同期比35.7%増加した。このうち輸出は5933億6000万米ドルで、35.4%の増加、輸入は5613億8000万米ドルで、36%の増加である。年間で貿易黒字319億8000万米ドルを実現した。商務部の統計によると、中国で外国企業の投資により設立された新企業は43664社、契約ベースの外資金額は1534億7900万米ドル、実際に使用した外資は606億3000万米ドルで、それぞれ前年比6.29%、33.38%、13.32%増加した。



2004年12月末までで、中国の外国企業の投資による企業設立批准累計件数は50万9000件、契約ベースの外資金額は1兆1000億米ドル、実際に使用した外資は5621億米ドルである。



外国企業がさまざまな方法で投資し設立した研究開発センターは700社近くある。500社のグローバル多国籍企業のうち既に450社が中国に進出しており、中国で地区本部を設立したところは既に30社を超える。

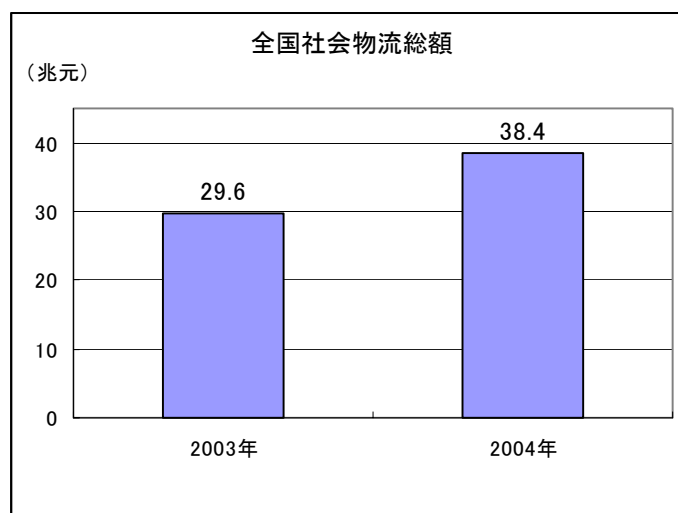
外資・国際貿易の発展が加速したことにより、新たな物流理念とニーズがもたらされ、中国物流の発展が加速する有用な要因になっている。2004年12月11日より、中国はWTO加盟時約束(コミットメント)を履行し、道路貨物輸送・倉庫管理・海上定期便輸送及び船舶代行などの面でさらに外国企業の参入条件を緩和し、中国物流は国際化競争の新時代を迎えた。

3. 2004年の中国物流発展の新たな進展

2004年、中国物流は非常に多くの面で新たな進展があった。主に以下10つの面に現れている。

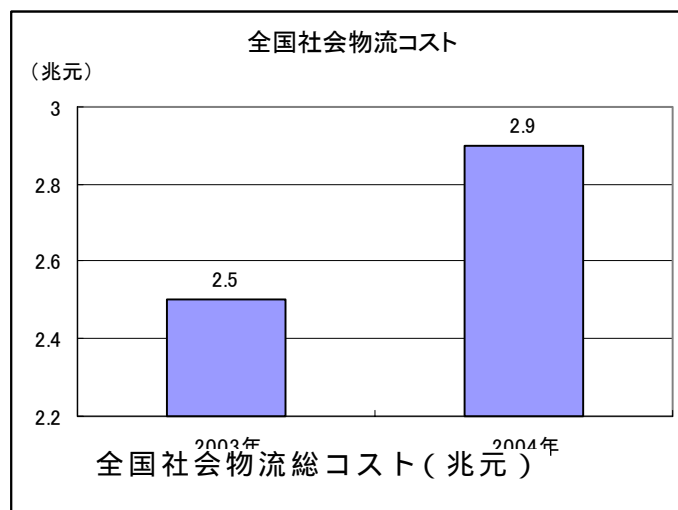
(1) 主要経済指標が引き続き成長を持続、経済社会に対する物流の支柱・模範としての役割がより一層顕著に

1) 社会物流ニーズが引き続き高度成長を続け、国民経済の物流への依存度がさらに上昇

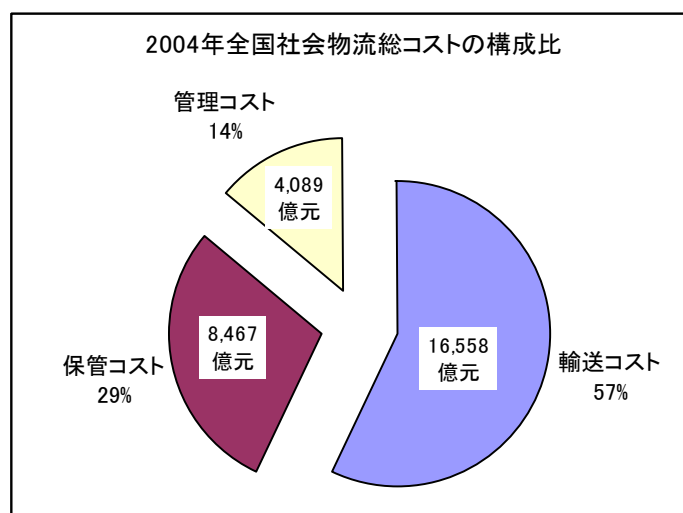


中国物流情報センターの統計推計によると、2004年、全国社会物流総額は38兆4000万円で、前年同期比29.9%増加した。増加幅は前年同期比2.9ポイント上昇し、2001年比2倍になり、ここ10年で増加が最も速い1年であった。2004年、物流総額とGNP総額を比較した物流ニーズ係数は2.8で、“第8次5カ年計画”期の1.6、“第9次5カ年計画”期の1.7を上回っている。これは経済社会発展の物流への依存度が明らかに増大したことの現れである。

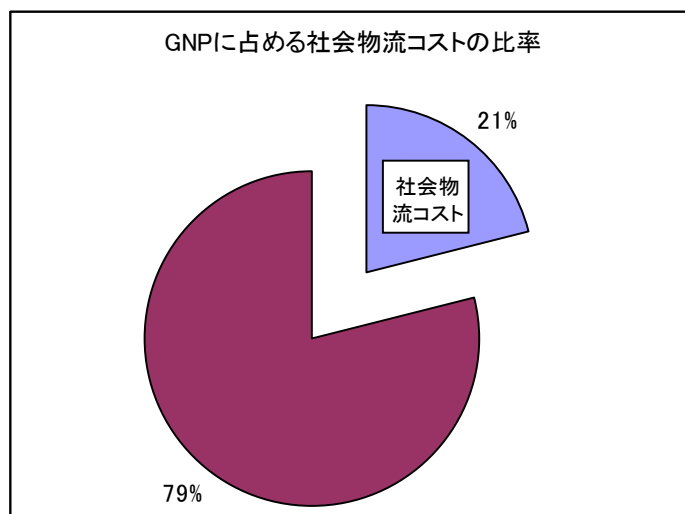
2) 社会物流コスト総規模はさらに拡大、GNP比は下降傾向を呈している



2004年、全国社会物流総コストは2兆9114億円で、前年同期比16.6%増加した。増加幅は前年同期比で3ポイント拡大した。

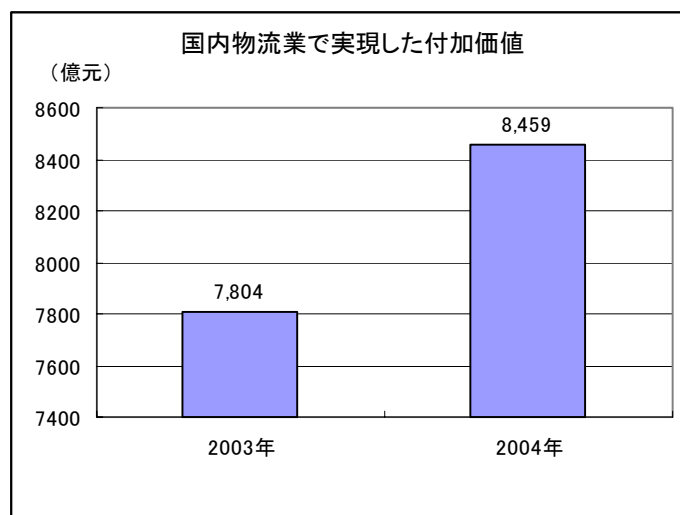


全国社会物流総コストのうち、運輸コストは1兆6558億円で、前年同期比18%増加し、社会物流総コストの57%を占めている。保管コストは8467億円で、前年同期比14.8%増加し、社会物流総コストの29%を占めている。管理コストは4089億円で、前年同期比14.5%増加し、社会物流総コストの14%を占めている。

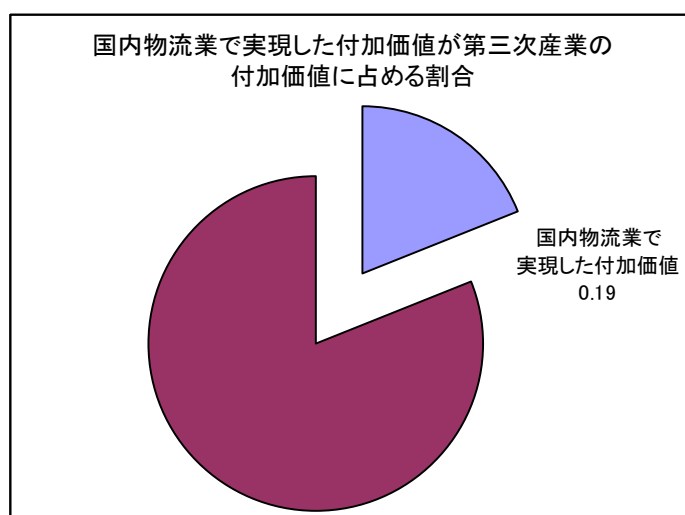
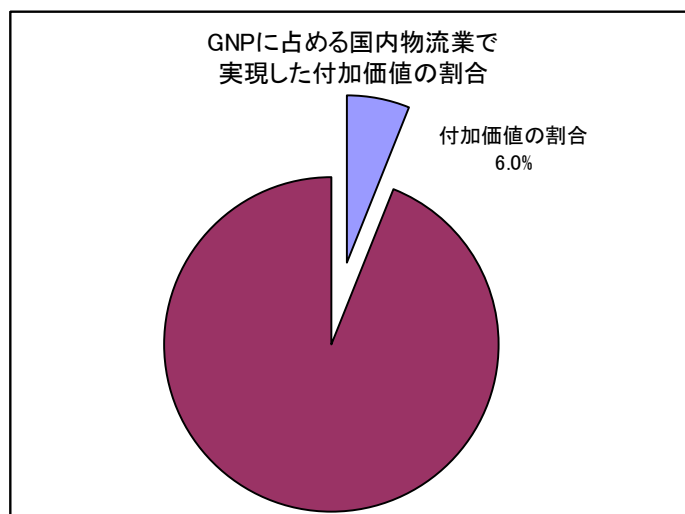


社会物流総コストがGNPに占める比率は 21.3%である。前年同期比 0.1 ポイント低下し、1991 年比で 2.7 ポイント低下した。これは中国の物流運営の質が向上したことの現れである。

3) 物流業の付加価値は穏やかに上昇し、新興物流サービス業の発展は速い

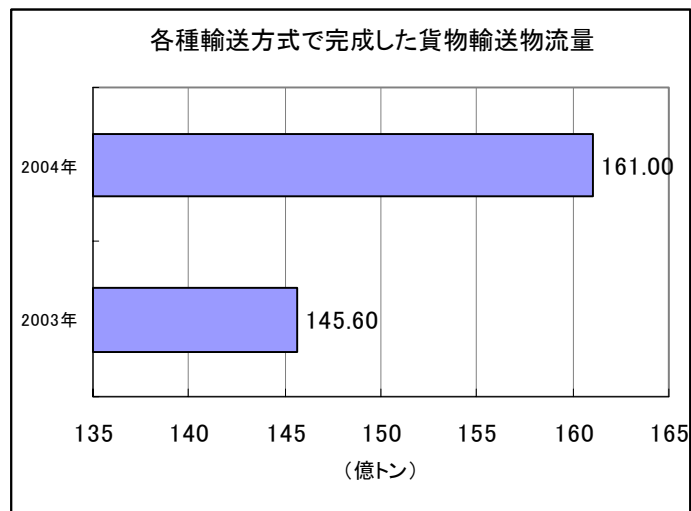


2004年、国内物流業で実現した付加価値は8459億元で、前年同期比8.4%増えた。増加幅は去年同期比で 1.4 ポイント向上した。

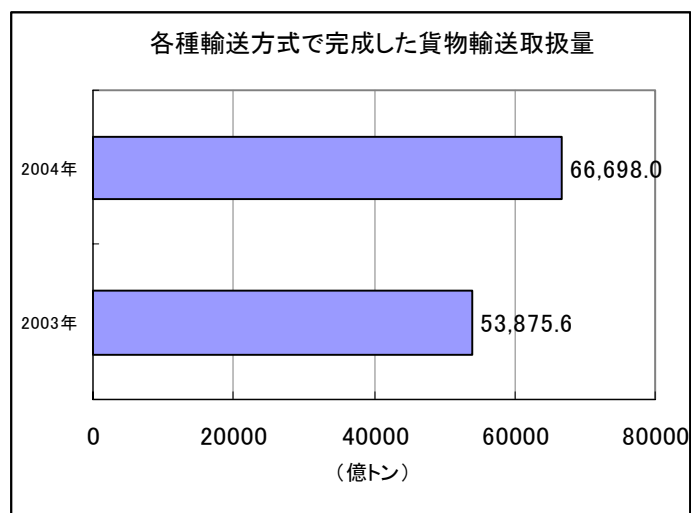


2004年物流業の付加価値はGNPの6%、第三次産業の付加価値の19%を占めている。物流業がまさに第三次産業の中核産業であり、国民経済の重要な構成要素になっていることの現れである。推計によると、第三者物流の市場全体の成長は20%を超え、沿海部の省・直轄市の物流市場の増加幅は30%を超えている。特に配送・加工・区分け・梱包など新興物流サービス業の付加価値は15%増加し、中国の物流業発展の方向を具体的に表した。

4) 輸送ニーズが全面的に増加し、輸送費が少しずつ上昇した

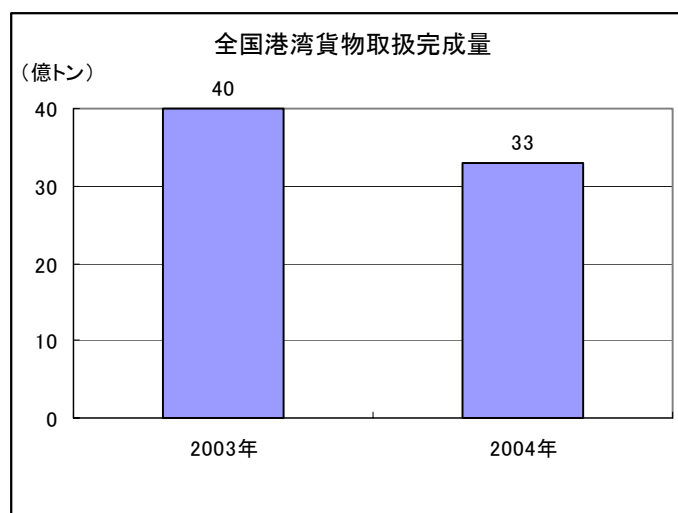


各種輸送方式で完成した年間貨物輸送総物流量は 161 億トンで、前年比 10.6%増加した。このうち、鉄道路線による輸送が 22 億トンで、9%増加した。道路輸送が 121 億トンで、9.9%増加した。水運輸送が 18 億トンで、18%増加した。民航輸送が 273 万トンで、24.5%増加した。



各種輸送方式で完成した年間貨物輸送取扱量は 6 兆 6698 億トンであり、前年比 23.8%増加した。このうち、鉄道路線による輸送は 19289 億トンで、11.8%増加した。道路輸送は 7596 億トンで、7.0%増加した。水運輸送が 3 兆 8973 億トンで、35.7%増加した。民航による

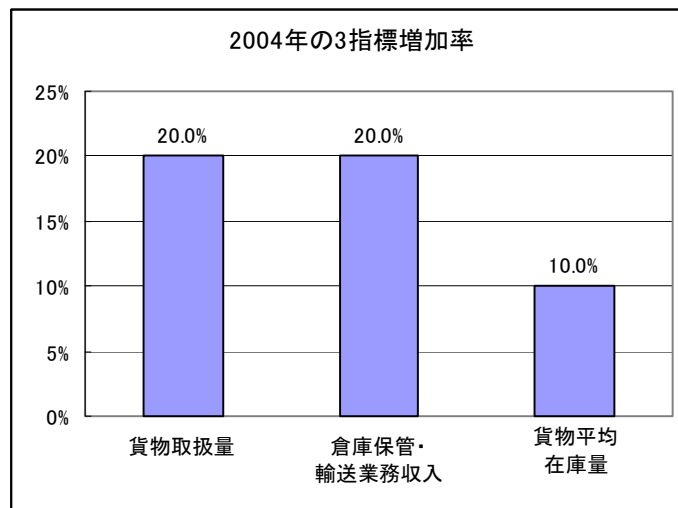
輸送(航空輸送)は 72 億トンで、24.0%増加した。パイプライン輸送は 768 億トンで、3.9%増加した。



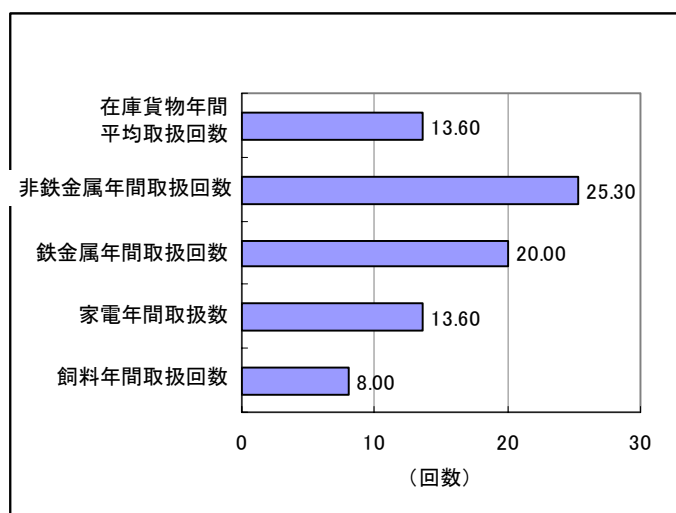
全国港湾貨物年間取り扱い完成量は 40 億トンで、前年比 21.3%増加した。このうち国際貿易貨物取扱量は 11 億 5000 万トンで、18.4%増加した。コンテナ取扱量は 6150 万 TEU で、前年比純増加量は 1300 万 TEU であり、26%増加した。

輸送ニーズの全面的な増加により、輸出能力全体がかなりタイトになった。それに加えて国際原油価格の上昇と、国内では過積載問題刷新により、2004 年の中国の輸送か買う全体が上昇の様相を呈した。海上輸送価格を例にとると、以下の通りである。輸出コンテナ輸送価格指数は、2004 年 10 月中旬に 1203.47 ポイントに達し、すでに 2000 年の史上最高ポイントに近づいている。バルティックのドライカーゴ及びバルクカーゴの輸送費指数 (Freight Index) の 2004 年 1 月から 8 月の平均値は 4373 ポイントで、前年同期の 2 倍相当であり、10 月以降も引き続き徐々に上昇している。バルティックの海上原油輸送費指数は、年初の 2300 ポイントから 10 月 14 日の 2700 余ポイントまで一気に上昇した。東アジア定期船同盟 (FEFCO) は 2005 年には 4 期に分けてアジア欧州西行き航路コンテナ輸送費の価格引き上げを行うと近く公布した。このうち 1 月・4 月の価格引き上げ基準はそれぞれ 150 米ドル/TEU・250 米ドル/TEU である。

5) 倉庫保管・輸送業務量が増え、貨物取り扱いが加速

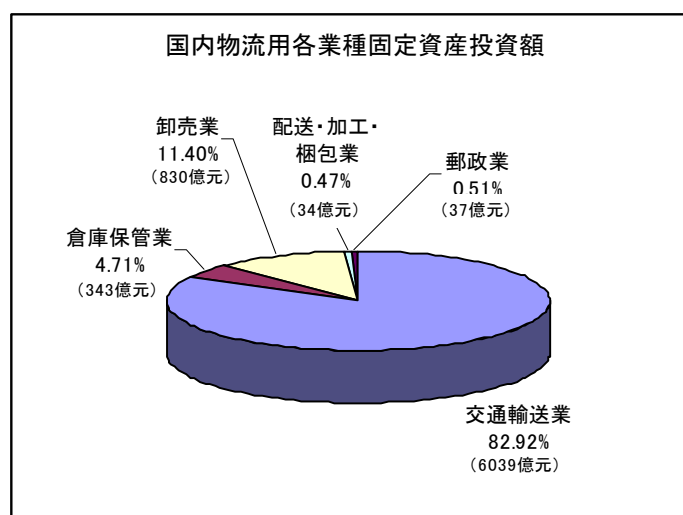
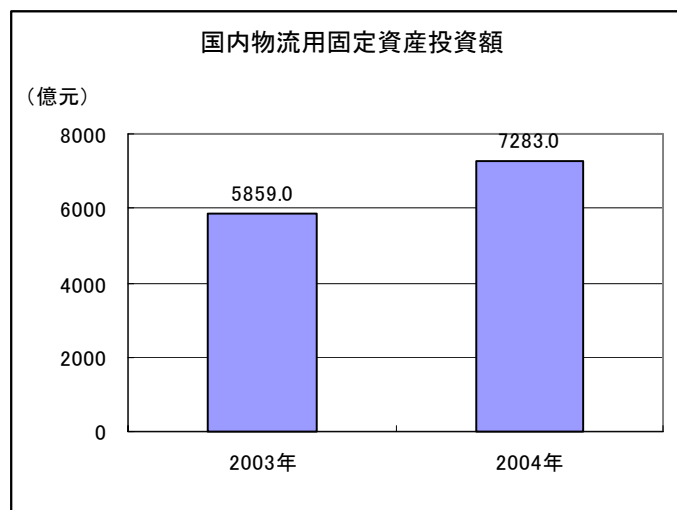


全国 20 の省都 (*訳注: 省の行政府所在地。日本の県庁所在地に相当) に分布している中国物資倉庫保管輸送総講師の 40 の倉庫と中国物資倉庫保管輸送協会の 10 の倉庫の統計によると、2004 年の貨物取扱量は 20% 前後増え、倉庫保管輸送業務収入は平均 20% 増えた。このうちバンニング・デバンニング運搬収入は 20% 増加した。配送収入は 19% 増加した。貨物現物市場収入は 56% 増加した。加工業務収入は 100% 増加した。これと同時に、貨物平均在庫量は 10% 増えた。石炭・鋼材の在庫量はそれぞれ前年比 66%・14% 増加し、貨物取扱量はそれぞれ 37%・21% 増加した。家電の貨物取扱量は前年比 34% 増加した。



在庫貨物平均取り扱い回数は13.6回で、前年の取り扱い回数に比べ3回速まった。このうち非鉄金属の年間取り扱い回数は25.3回、鉄金属の年間取り扱い回数は20回、家電の年間取り扱い回数は13.6回、飼料の年間取り扱い回数は8回である。

6) 物流用固定資産投資の伸びが比較的速い



2004年、国内物流用固定資産投資額は7283億元で、前年同期比24.3%増加した。増加幅は前年比13ポイント上昇し、2000年以来増加幅が最も高い1年でもあった。このうち、交通輸送業固定資産投資額は6039億元で、前年同期比23.3%増加した。倉庫保管業の固定

資産投資額は 343 億元で、前年同期比 12.3%増加した。卸売業の物流用固定資産投資額は 830 億元で、前年同期比 39.7%である。配送・加工・梱包業の物流用固定資産投資額は 34 億元で、前年同期比 17.3%増えた。郵政業の固定資産投資額は 37 億元で、前年同期比 18.3%増加した。

7) 物流の関連業界に対する模範としての役割が日増しに鮮明に

現代物流は経済の持続的高度成長に強力な支えと保証を提供した。その 1 つ目は、物流規模の拡大、物流量の増加であり、国民経済運営のニーズを保証したことである。

二つ目は構造調整と成長方式の転換を促進し、新興の業態と経営モデルの誕生を促したことである。例えば、現代物流システムを支えとしたチェーンマネジメント・即杯サービスなどが今まさに人々の生活・消費習慣を変えつつある。現代物流仮と技術の実用化が、企業の業務プロセスと生産経営方式を変え、すでに最も重要な競争手段になっている業界や企業もある。

3 つ目は現代物流が龍津速度の加速と効率の向上を推進する重要な要素になっていることである。2004 年、工業企業の流動資産の年間回転回数は前年の 2 回から 2.1 回に上がった。中国物流情報センターが全国の重要生産財流通企業 50 社の統計をとったのによると、生産財流通企業の流動資産回転数は前年の 2.3 回から 2.6 回に上がった。商品在庫回転期間は前年の 29.3 日から 28 日に短縮された。

4 つ目は物流施設・設備・情報手段・諮問サービス・金融保険及び訓練教育など関連産業が比較的強力な模範としての役割をはっきりしたことである。2004 年、クレーン設備・フォークリフト及び輸送機械の製品生産量はそれぞれ前年比で 22.6%・25.2%・34.8%増加した。このほか、現代物流は就職口の創出・投資環境の改善・環境汚染及び道路渋滞の減少などの面で、同様にますます重要な役割を果たしている。

(2) 物流ニーズが構造調整と増加方式の転換の中で集まり発生する

1) 製造分野の企業と物流分野の企業が戦略的な協力を通じ物流ニーズを集める

製造分野の企業と物流分野の企業はそれぞれの優位性を発揮し、戦略的な協力を達成し、ともに双方の主業務の優位性を高め、徐々に共通認識を形成する。特に大企業の一部には大きな動きがあった。2004 年、中遠物流はハイアール・長虹・中核グループ・TCLなどと戦略的協力関係を築き上げた。また日立と物流総下請け契約を交わすとともに、悦達物流の筆頭株主になり、東風悦脱起亜自動車とさらに緊密な協力関係を形成した。中郵物流公司与雅芳公司是年々輸送・倉庫保管・配送・流通加工・情報及び貨物代金引換などのサービスを拡大し、これを基礎に、戦略協力パートナーシップ関係を構築した。また共同で専売店を開店するなど新しい分野に協力関係を拡張する見込みである。中海グループと宝鋼グループは《戦略

協力協議》に署名した。その内容は情報資源の享有・長期的な国際海上輸送及び国内河川・海上輸送の協力・国際バルクカーゴ遠洋輸送の研究・協力・物流の質向上組合の検討と研究・資源の優位性を十分に活用した双方の主業務の競争力向上など多岐に渉る。宝鋼国際・第一自動車解放・日本の住友商事の三者が《冷延鋼板庫の倉庫保管・加工・配送一体化管理実施協力協議》に署名した。これにより第一自動車が生み出した“ゼロ在庫”を推進すると同時に、宝鋼の先着供給商の地位を揺るぎないものにした。三者の合資プロジェクト一汽宝友鋼材加工配送有限公司が長春に設立され、生産を開始した。

2) 業界のリーディングカンパニーがシステムの整理統合を行ったことで、サプライ・チェーン・マネジメントに初めて手がかりが出現

国内各業界のリーディングカンパニー、例えば新華製薬・広東美的・江蘇春蘭・上海タバコグループ・雅戈爾グループなどが相次いでSCM管理の実用を実施に移した。このうち格蘭仕は代理販売ルートの整理統合を基礎に構築したサプライ・チェーン・マネジメントシステムが市場反応速度をさらに高め、顧客ニーズを正確に予測することができ、科学的に生産販売計画を行い、在庫の回転を加速させ、長期在庫を抱えることを避けることができている。山東省の魯能帆茂物流社は石炭分野でサプライ・チェーンの構築を始めた。石炭の掘り出し・輸送から石炭の燃え殻の回収・利用及び廃棄物を深層に埋めるまで、炭鉱の採掘物流から代理販売物流まで、一体化した情報管理を実現させた。サプライ・チェーン・マネジメントシステムにははっきりした特徴が2つある。その1つは業務範囲がさらに広くなり、物流ばかりではなく商品流通から資金の流れに至るまでサービス内容は顧客の要望に基づき拡張しており、個性的な特徴もさらにはっきりしていることである。2つ目は情報システムの開放度をさらに高めることを求め、顧客のシステムと接続を良くし、整理をし合い、業務の協同を実現させなければならないことである。サプライ・チェーン・マネジメント技術の実用化は中国の企業が生産経営モデルを転換させることの重要な現れであると見なければならない。

3) 一部業種の現代物流の発展が前に抜きん出ている

(A) 自動車物流

かつて、自動車生産メーカーが自動車を販売するといえば、販売業者あるいはユーザーがメーカーに商品を引き取りに行く形で行われていた。現在、自動車は一旦生産ラインを離れると、第三者物流会社が直接車両を各地の代理販売網の拠点に輸送して届けており、“ゼロ走行”輸送を実現した。自動車物流はこうした輸送の必要性から生まれた。目下の不完全な統計によると、国内で商品車両輸送サービスに従事している物流企業は千社近くあり、専用輸送車両は2万台を超えている。中国の自動車物流企業には目下、主に以下4つの形式がある。1つ目は伝統的な輸送企業から転身したものである。2つ目は自動車製造企業から分割したものである。3つ目は市場動向に伴って創立された民営企業である。4つ目は中国資本と外資の合弁による自動車物流企業である。2004年、この4種の記号のいずれにも大きな動き

があった。6月、大連港グループ・日本郵船・中遠太平洋の合弁により、総投資額6億元の大連自動車埠頭建設プロジェクトが正式に始動した。10月、広州港は6000台の車両を積載できるロールオン・ロールオフ式自動車専用輸送船が停泊できる自動車埠頭が使用を開始した。天津港北港埠頭も既に着工しており、10万両の商品車両を引き受け積み卸しできる。上海港も独自の物流プロジェクトを実施している。これと同時に自動車のサプライ・チェーンの構築も新たな進展があった。自動車部品の物流も業界からは技術が最も複雑な“ハイテク市場”といわれていたが、今ではすでに、例えば中遠物流・安吉天地・長安民生・上海虹鑫などのような影響力のある専門サービス業者が存在している。

(B) タバコ物流

2003年初めから工商分離を開始して以降、タバコ流通企業は情報化・ネットワーク化の面で全面的な進歩をみた。2004年の前半半年までの統計では、中国のタバコ業界は配送センターを計2281箇所、顧客サービスセンターを2294箇所、電話貨物予約センターを1444箇所設立した。このうち、電話予約を行っている小売顧客は総数の60%を超えており、電子生産を行っている小売顧客は総数の20%を超えている。重要生産企業が業界全体で36社あるうち、18社がすでに自らのオートメーション化された倉庫の建設を終えている。タバコ業界の物流の現代化はすでに国内製造業物流管理の先端を歩んでいる。

タバコ業界物流が得た成果は高度に統一された管理体制、及び豊富な経済的な実力とは切り離せない。国家タバコ千杯局が2003年から力を入れて構築したタバコ全業界情報化プロセスは、業界内からは“No1プロセス”と呼ばれ、非常に大きな役割を發揮した。その基本的な考え方は、情報化によってタバコの現代化をリードし、統一したプラットフォーム・統一したデータバンク・統一したネットワーク構築という要望に基づき、タバコ業界の情報化構築を進め、システムの集積・資源の整理統合・情報の共有を努力の末実現させた。現実合う指導力強化を行うため、2004年5月に国家タバコ局副局長がグループ長を務め、関係部門及び企業が参加する“タバコ業界現代物流業務指導グループ”を設立した。業界の主管部門の推進により必ず成果を上げる体制がとられた。

(C) 家電物流

家電業は国内で企業物流管理問題に関心を寄せるのが最も早い業界の一つである。ここ数年、多くの家電企業がプロセスの改造・サプライ・チェーン・マネジメントの面で大きな成果を挙げ、比較的速い段階から国際化競争に直面した。家電業は2004年には業績がまた好転した。これは物流管理レベルの向上とは切っても切り離せない。例えばハイアールブランドの成功はまさにハイアール物流を土台に、グローバルな調達戦略とグローバルなサプライ・チェーン・マネジメントの完備に絶えず努め、ハイアールの国際競争力を構築したことによるものである。生産企業が現代物流に役立つと同時に、大型専門家電チェーン業者も大規模に投資し自らの物流管理の品質向上に着手し始めている。例えば蘇寧電器は北京に合計12店舗を所有し、10市街地区をカバーしている。物流システムを自社で構築する方式をとり、貨物発送がタイムリーに行われない割合を従来の約1000分の8から現在の1000分の2にまで引き

下げた。管理コスト費用も大幅に削減させた。国美はサービスとコストの両者間のバランス点をずっと探っている。自らは所有する配送車両はごく少数で、店舗間の大量配送のみを行っている。配送車両と運転手の大部分は第三者のもので、国美は管理・使用権を持っている。1個ものの商品の一部は配送を全面的に外注するモデルも採用している。例えば、携帯電話配送業務を大田物流に引き渡した後、都市間物流コストは20%削減した。2003年より、国美は“集中配送”モデルを全面的に実施し、毎年車両使用費を135万元減らし、人件費を290万元減らし、店舗倉庫の家賃を1600万元減らした。このことから、物流の優位性は家電生産企業だけではなく、流通企業の中核となる競争力であることがわかる。

(D) チェーン小売物流

チェーン小売業は現代物流を支えとする新興業態である。商務部が公布した2004年全国トップ30社商業チェーン小売企業の経営状況統計の結果によると、2003年に30位のチェーン小売企業の販売額は26億1000万元であったのが、2004年にはすでに45億8000万元に達している。これは中国のチェーン小売企業の集中度がさらに高まったことの現れである。ここ数年の統計から見ると、トップ30に名を連ねている企業のほとんどは経営が安定しており、国内チェーン経営のリーダー企業になっている。物流管理を重視し、物流発展を加速させることはこれら企業がともに追及していることである。

1つは外国企業がチェーン小売企業に投資しさまざまな種類の物流モデルを採用していることである。2004年中国のチェーン小売企業名簿のトップ30に入っている外国企業が投資した企業は合計8社あり、合計販売額は864億元で、34.6%増加し、チェーン小売企業トップ30の販売総額の22.5%を占めている。このほか、トップ30に入らなかった百安居・欧尚グループの2004年販売額の増加幅はともに60%を超えており、発展の勢いはすさまじい。ウォルマートが中国に進出してきたときにも同様にアメリカの経営モデルをコピーし、広東と天津に2つの配送センターを設立した。これに対しカルフルは“十分に権限を授け、店長を中核とする”と強調し、供給業者直送を主とする経営モデルを採用した。

2つ目はチェーン小売企業が積極的にブロック配送センターに投資していることである。物美グループ株式会社は香港の創業板への進出に成功した後、華北に放射線状に展開する物流配送センターを設立する予定である。現在、物美はすでに天津方面と合意に達し、天津で敷地面積2500ムー(※1ムーは15分の1ヘクタール)の大型現代化商業貿易物流配送センターを創設する見込みである。青島利群グループ株式会社物流センターはすでに2期工程の計画の論証作業を始めており、最終的には山東半島全体に物流網を展開する予定である。2004年の年初、総投資額約2億元の蘇果馬群物流配送センターが正式に営業を開始する予定である。当該センターの敷地面積は250ムー(約16万6666平方メートル)、倉庫建屋1棟1階層あたりの面積は3万8000平方メートルに達し、合計3万個の標準パレット式貨物保管場を備えており、商品の保管可能総数量は150万箱に達する。配送する商品の種類は1万5000種類あり、年間配送総額は52億元から60億元に達し、半径250キロ以内の600余軒のチェーン店のニーズを同時に満足させることができている。

3 つ目は物流の外注に発展が見られたことである。北京物美と和黄天百が 2002 年に協力協議に署名したのに続き、深圳新一佳と招商物流が物流協力で合意し、物流の全てを外注することになった。広東好又多物流の経営モデルも外注を取り入れている。当該会社の会社紹介によると、外注の利点は社会資源を利用でき、資金は自社側で掌握・コントロールでき、配送は第三者に委託できることである。

4 つ目は配送サービスの対象を拡大し、商品配送・販売業務を展開することである。チェーンスーパー企業の一部、例えば上海華聯・杭州家友などは自らの強みである物流配送能力を利用し、一般社会に普遍的な配送業務を開始した。こうした配送方式は物流サービスを提供するだけでなく、商品の販売から管理的な輸出までも伴う。こうした企業が配送サービスを展開している目的は、これによって産み出されるサービス収益以外に、更に主要なのは企業の販売をリードし、企業の販売規模を拡大し、仕入れと販売の差額を稼ぐことである。

このほか、医薬品物流・食品物流(冷凍食品チェーンも含む)・図書物流・軍事物流などにも新たな進展があった。

(3) 物流企業が整理統合と改造の中で大きく発展

予測によると、2004 年中国の第三者物流市場の成長は 20%を超えている。重要物流企業の主管業務収入と利潤総額などの指標がみな大幅に増えており、多くの経験も積んだ。このうち資源の整理統合・ネットワーク構築は現段階で中国の物流企業が大いに発展する上での主な手段である。

1) 市場の細分化・専門の適切な位置づけ

多くの物流企業が市場ニーズと自らの優位性に基づき市場を細分化し、機能に適切な位置づけをし、中核となる競争力を培った。機能が比較的しっかりしている“リーディングカンパニー”は中小規模・専門的な物流サービス提供者を整理統合し、専門分野で資源をコントロールし、付加価値をつけたサービスを提供し、だんだんと川上・川下に手を伸ばし、専門市場における主導的地位を確立した。例えば、中遠物流は国際化ネットワークの優位性を力にして、市場を細分化し土台にし、自動車物流・家電物流・小売物流・展示品物流・電力物流・石油化学物流を開拓し、顧客に付加価値の高いサービスを提供した。中郵物流は郵政の特色と優位性を十分に発揮し、都市・農村の両都市に立脚し、一体化した物流業務を中核にして、積極的にブロック配送・貨物代理輸送及び小口貨物輸送・代理販売及び通信販売購入業務を積極的に発展させ、さまざまな種類の顧客のニーズを満足させるとともに、国際物流市場をゆっくりと開拓している。中鉄快運は鉄道路線の長距離・輸送能力の大きさ・全天候輸送可能な輸送手段であることの優位性を発揮し、徐々に道路及び航空へと手を伸ばし、複数輸送手段による一貫輸送を通じて、中小顧客を開拓することへより一層力を注いでいる。

2) 資源の整理統合・新たな業務の創出

企業に既存の業務基盤の上に内部資源を整理統合するものもあれば、社会資源の整理統合もある。例えば、中外運(シノトランス)はグループ資源を整理統合し、陸・海・運三大貨物輸送体系を支柱とする総合物流プラットフォームを構築した。海運では、輸送力構造と配置を積極的に調整し、バルクカーゴ(バラ積み貨物)と石油・自動車名D特殊商品輸送分野で低コストによる業務拡張を行った。陸路輸送では、小口貨物の即配線用専用線業務を開拓した。航空輸送では、“外運発展 e 速”サービスプロジェクトをタイムリーに打ち出した。中国東方航空公司・中国遠洋輸送グループ及びTごく貨物輸送航空会社の3社が共同出資して上海東方遠航物流有限公司を設立し、航空貨物の地上での代理輸送体制を完備し、荷積み・荷卸・輸送・積み替え・倉庫保管・配送・迅速な通関などの一体化したサービス能力を備えた。中郵物流と中鉄行包などの会社は共同出資し、新時速運通会社の資本登記を行った。また2004年5月18日に郵便物輸送専用列車を開通させ、中郵物流の北方・南方・華東三大集散網をつなげ、郵政物流のネットワーク運用能力を大幅に向上させ、大口顧客をひきつけた。これにより貨物速配業務はすさまじい勢いで発展した。

3) 資本運営、対外協力

大田グループは北京で欧州最大の自動車物流供給業者 GEFCO(中国名・捷富凱)と“捷富凱-大田物流有限公司”を設立した。また、その後武漢と上海にそれぞれ支社を設立し、“神龍”などの自動車会社に国際化水準の自動車物流サービスを提供し始めた。中鉄現代物流科学技術会社と伊藤忠商事株式会社は共同出資で中鉄伊通物流有限公司を設立した。登録資本は日本円で1億4000万円であり、主に自動車及びその部品の鉄道とトラックによる輸送ならびに物流サービスを提供している。中郵物流とオーストラリア郵政物流は合弁で上海に賽誠国際物流有限公司を設立した。双方が各々の運営能力を生かし、顧客に中国—オーストラリア間の国際物流サービスを提供している。2004年10月21日、深圳航空有限公司・ドイツのルフトハンザ貨物輸送航空会社とドイツ投資及び開発有限会社が共同出資した翡翠国際貨物輸送航空会社の設立協議が北京で署名された。これは真の意味で国内外の航空会社が共同で設立した中国初の航空会社である。また中国で外国人が総経理を勤める初めての航空会社でもある。当該会社は投資総額が9000万米ドル、初期投資ならびに登録資本は3000万米ドルの予定である。

同時に、国内三大航空輸送リーダー会社は近年相次いで日本の海運トップ企業と合弁し、自動車海上輸送市場に参入した。2004年4月、中国対外貿易運輸(グループ)総公司(シノトランス)と株式会社商船三井が合弁で設立した中外運—商船三井航運有限公司が正式に看板を掲げ成立した。これ以前の2002年10月、中遠グループと日本郵船株式会社が合弁で中遠日郵汽車(=自動車)船運輸有限公司を成立させた。2003年11月、中海グループも日本の川崎汽船と合弁により中海川崎汽車船運輸有限公司を設立すると宣言した。注目に値するのは3社の主業務が中国沿海航路の完成車輸送サービスにとどまらず、合弁相手も

全て日本からの海運トップ企業であることである。

4) ネットワークのターミナル配置を行い、実力を向上させる

宝供物流はサプライ・チェーンの効率と顧客サービスの付加価値を向上させ、効果的にサプライ・チェーンコストを低下させるために、国内で現代化物流サービスプラットフォームを回路集中心とする運用ネットワークを形成した。2002年から今までに蘇州・広州及び合肥に物流基地を既に建設した。上海・広東省の順徳・南京・北京・天津の物流基地もまさに積極的に計画・建設中である。中外運公司(シトランス)は北京・上海・瀋陽・武漢・西安・青島・蘇州など国内の非常に多くの大都市・中都市に相次いで数十個の中央倉庫(CDC)・地域分配センター(RDC)または地区配送センター(LDC)を設立した。2004年10月18日、招商局(=企業誘致局)と深圳市政府は、港湾・物流など220億元の資産を整理・統合・再編することを基礎に、深圳で物流など産業の本部と基地を設立することについて全面てきに協力するメモランダムに署名した。今後3年から5年以内に、深圳で100億香港ドルを投資し、交通設備と技術を基盤とする物流業務を重点的に発展させる計画である。

5) 多方面にわたり準備を行い、積極的に対処する

中国はWTO加盟時約束を履行し、全面的に物流市場を開放している。しかも一部分野の業務は既に前もって解放しており、外資は比較的速いスピードで三周をしているところである。投資規模は段々と大きくなり、業界の競争は全方位で行われている情勢で、国内の重要な物流企業はこれに積極的に対処している。大田グループは国際化への発展とサービス水準向上の需用に応えるため、全国502の都市に経営網の拠点を設立した。これと同時に管理本部を天津から北京空港に移し、外国籍の高級管理スタッフ13名をすでに招聘した。中遠物流は毎年優秀な青年労働者を毎年選出し、イギリスのクランフィールド大学へ留学させ物流及びサプライ・チェーン・マネジメントの修士学位を修めさせている。また、IBMと協力し、現代通信技術を融合させた情報システムを構築している。宅急送はアメリカの安永国際会計事務所を招聘し会社の上場監査業務を担当してもらっている。JPモルガンと台湾資本の倍利証券がこの上場売り出し担当者となり、2005年に香港で上場する予定である。

6) 新しいサービスを創出し、海外へ進出する

顧客のサプライ・チェーン・マネジメントが複雑さを増すにつれ、中国本土物流企業は付加価値の高い物流サービス分野に少しずつ足を踏み入れている。中遠物流と北京ジープ自動車は循環貨物引取り(MILK RUNS)物流サービス協議に署名し、天新築から上海及びその周辺地区へとサービス範囲を拡張した。中郵物流は戴爾コンピューターに物流サービスと提供していることを基盤に、プリンター・消耗品などの製品の物流サービスを加えた。また、リアルタイム注文処理・VMI・逆方向物流など新しいサービス内容を新たに始めた。これと同時に中国本土物流企業のサービスも顧客の市場に伴って海外へ都伸びていった。中遠物流とTCL

グループ持ち株のグローバルなカラーテレビ最大手企業TTEがアメリカ・ヨーロッパ・アジア・中国などの地域の海外物流協力についての趣意書及び協議書に署名した。招商局(=企業誘致局)物流とシンガポール保世高会社がマクドナルドの玩具の輸出物流サービス提携協議に署名した。

7) 提携連盟の新しい動向

一方では、大企業が合弁提携面で実質的な一歩を踏み出している。上海交通輸送グループと台湾のダイエー及びドイツの豪治、韓国の大宇などが提携を行っている。ここ2年、長年にわたり普通貨物輸送に携わってきた伝統的な貨物輸送企業が“専門プロジェクト・専門的な貨物・専門の顧客”の輸送を行う現代企業グループに転換した。既存の業務分野における地位を確固たるものとし、これを基盤に、現代物流に参入し発展する方向を確立した。沿海地域の大型貨物輸送企業の多くも相次いでこうした業務を展開した。提携所帯が比較的良好な一部の企業は合弁会社の設立も試みている。その一方で、中小行企業の提携連盟の勢いはすさまじいが、実質的な進展はほとんど見られない。ここ2年あまり、特に2004年には、東部と中部・西部で大規模な加盟式が行われた。しかし具体的な投資及び仕事となると一転、躊躇して前進しない。このため、多くは限定された地区及び限定された業務での提携にとどまっております、当初予定していた状態とはかなりの開きがある。

8) “中国物流モデル基地”と“中国物流実験基地”の構築

“中国物流モデル基地”・“中国物流実験基地”は中国物流と調達連合会が選出を行った。企業自らが名乗り出るもの・関連業界協会の推薦を経て、専門家評議審査委員会評議審査グループが厳格な審議を行った。評議審査の後指名された機関は製造業・流通業・物流専門企業にそれぞれ属し、いずれも所属業界分野では物流面でのリーダー企業である。2001年以降、毎年1度選出している。2004年、中海グループ物流有限公司・南方物流企業グループ有限公司・北京宅急送快運有限公司は“中国物流モデル基地”と名づけられた。中鉄現代物流科学技術股份有限公司・北新建材(グループ)有限公司・浙江傳化物流基地有限公司は“中国物流実験基地”と名づけられた。今回の選出後、“中国物流モデル基地”が6社、“中国物流実験基地”が12社になった。

(4) 外資物流企業は拡張を加速

長年苦勞して経営を続けてきた結果、外資物流企業は中国で既に一定の基盤を築いている。中国物流市場が全面的に開放されるにあたり、これら企業は絶えず動きを見せ、新たな発展の様相を呈している。

1) 中国域内業務が群を抜いて発展

大多数の外資物流企業は中国に進出後、比較的早く発展している。多くの企業が2004年に高度成長を果たし、多くの利潤を得た。アメリカのユナイテッド・パーセルサービス(UPS)の中国輸出業務は強力な成長の勢いを保持しており、2004年の成長幅は125%に達した。1984年に中国に進出した英運物流有限公司(EXCL)は中国進出後既に21年目である。当該社は早期の貨物代理輸送企業から航空輸送・海上輸送・陸路輸送・契約物流などの業務を有する総合物流企業へと発展している。2004年、英運の業務量は60%以上増加した。2004年末、中外運敦豪(シトランスDHL)の支社56社は中国全土の300余りの都市をカバーし、中国での業務は50%の成長率を維持した。

2) 機関を向上させ、投資を増加させる

中国での業務の急速な発展と投資環境の改善により、外資物流企業の中国市場での見通しが明るくなっている。フェデラル・エクスプレス(FEDEX)は上海で中国業務支ブロック本部を設立すると宣言した。現在航空便が毎週11便北京・上海・深圳の3港を経由し、220の内陸都市にサービスを展開している。また2004年の下半期には新たに7つの支社を増設、汕頭(スワトウ)・潮州・東莞及び中山などの地に設立した。2004年10月、アメリカ交通省はフェデラル・エクスプレスに中米間の航空便12往復路線増設を批准した。オランダTNTの中国地区総本部も正式に北京から上海に移転し、今後3年から5年以内に中国で2億5000万ユーロの投資を行う計画である。この投資は物流設備の増加とスタッフの訓練に使われ、中国を自社にとって欧州以外の最大の市場にする計画である。ドイツのSCHENKERは2003年に北京首都空港に面積16500平方メートルの物流センターを設立したのに続き、2004年に上海外高橋保税區でも面積15000平方メートルの物流センターを設立した。取り扱い可能な物品には自動車・半導体・化学製品・機械物品などが含まれる。DHLと上海外高橋保税區は提携趣意書に署名し、保税物流パーク内に15000平方メートルの物流センターを創設する予定である。これ以前にDHLは外高橋自由貿易区内で11000平方メートルの物流センターを既に有している。DHLの親会社ドイチェ・ポスト取締役会でここ5年以内に再び中国に2億1500万ユーロを投資し、中国の4つの港湾にある業務センターを拡大・完備し、14の支社を増設し、速配物流センター3箇所と戦略スペアパーツセンター16箇所を設立する決定を既に下している。

3) サービス内容には絶えず新しいものが生み出され、独立資本の傾向が更にはっきり

近年、海外物流企業は物流サービスの内容面で絶えず、拡大発展と新事業の創出を続けており、多国籍企業の物流ニーズを満足させている。UPS サプライ・チェーン解決法案会社は広東・上海地区で9万余平方メートルの倉庫を管理しており、顧客にサプライヤー・マネジメント・貿易直送・サービス部品物流(SPL)などのサービスを提供している。アメリカのBAXはDELLなどの多国籍企業にサプライヤー在庫管理(VMI)サービスを提供している。EXCLは北

京に星網工業パークを設立し、ノキア及びそのサプライヤーに全方位型の物流サービスを提供している。

目下、外資物流企業の業務は主に多国籍企業のハイテクサービスに集中している。2004年、別の海外物流企業が複数、自社の大口顧客とともに中国に進出してきた。例えば、5月には、ベンツのドイツでの物流サービス企業BLGグループが北京に来訪。2005年に北京で生産するベンツの乗用車及び福州で生産するワゴン車のためにそれぞれ部品物流提携パートナーを探した。また、技術・管理・問題解決面でこのパートナーの全面的な支持を得る予定である。

同時に、ますます増える多国籍物流とサプライ・チェーン・マネジメント専門サービス業者は視線を中国国際物流市場に向け、日増しに管理が複雑になる中国企業のサプライ・チェーンを手助けしている。例えば、アメリカのプレジデント汽船物流サービス公司(APLL)は深圳塩田港の近くに物流センターを設立し、顧客に貨物の積み地(の輸出)管理・国際貨物輸送管理・目的地(の輸入)管理・国内貨物輸送管理及び配送センター管理を含む一本化したサプライ・チェーンサービスモデルを提供している。コントロール・融通が利く、単独ポイントで接触可能という顧客のニーズを反映している。物流関連の土地・物流情報・物流保険など関連分野でも外資の足跡を見ることができ、全方位開放の時期は既に到来している。

外資系企業の業務拡張と本土への進出度合いが深まり、中国市場が全面的に開放されるにつれ、外資物流企業の独立資本傾向は日増しにはっきりしてきた。2004年12月、UPSと中外運(シトランス)は協議に署名した。1億米ドルを出資し、自社が中国の23都市に展開する国際即配業務を直接掌握・コントロールする予定である。UPSはこうした掌握・コントロールを通じて中国でより早く投資を行い、顧客との距離を近づけ、報酬をより多く得ることができるよう望んでいる。中国の“WTO加盟”協議に基づき、2005年12月11日以降、外資の即配会社は中国で独立して国際エクスプレス業務を展開することができる。UPSの上層部は、「業務解禁への時間が近づくにつれ、我々にも更に選択肢が広がるであろう。顧客ニーズが増すにつれ、我々は未来のあらゆる可能性を考えているところである。」と表明している。上記“臨機応変な考え方”による確信はかなり代表的であり、外資物流企業は時機を見て中国での戦略を調整するであろう。

4) 香港資本の物流企業が大量して内地に進出

輸送物流サービスは香港の主要な経済四本柱の一つである。その4分の3の貨物輸送は中国内地の貿易と関係がある。香港の製造業が珠江デルタに移転するにつれ、非常に多くの貨物輸送及び物流サプライヤーも北へ追随した。CEPA実施後、香港物流企業は更に積極的に内地へと赴き発展している。

5) 内地への進出を申請する物流企業が非常に多い。

統計によると、2004年8月31日までに、香港工業貿易署は香港サービス提供者証明書申

請合計 528 部を受理し、456 部を批准した。この中で、内地に赴き経営するのに必要な香港サービス提供者証明書・申請書のうち物流業が最も多く、256 部に達しており、すでに香港工業貿易署の批准を受けているものが 231 部である。物流業の申請者が占める割合が半分近くであることが見て取れる。

6) 海外の物流会社の一部は自社の香港子会社が中国内地市場に前もって進出していることに助けを借りている。

アメリカのBAXが広州に設立した伯靈頓貨物輸送代理(広州)有限公司は CEPA の枠組みの中で中国政府の批准により初めて成立した香港企業独立資本の子会社である。日本の日通も香港法人の名でトヨタの広州工場周辺地区に 100%投資の子会社を設立し、自動車・家電・情報設備企業に部品生産計画にみあった JIT 物流サービスを提供している。

7) 早い時期に内地に進出した香港資本の物流企業の一部は拡張の歩みを速めている。

例えば、嘉里物流は3億8000万人民元の費用を捻出し、段階的に内地物流サービスサプライヤー大通グループの権利 70%を買う予定である。内地及び中国の大中華地区の物流ネットワークを拡張し・これを強化し、自社の大中華地区での業務基盤を更に確固たるものにするためである。東方海外物流は上海外高橋保税物流パークにある13400平方メートルの倉庫を借りる長期契約に署名した。2004年7月に正式に営業を始め、輸出貨物集荷輸送サービス・輸出貨物倉庫保管及び配送、ならびに多国家からの集荷輸送サービスを提供している。この倉庫はこの企業が中国各主要地区で物流拠点を設定するための重要な要素となった。

(5) ハブ港がブロック物流発展の“エンジン”に

中国の外国貿易が高度成長を持続し、外国貿易への依存度が上昇するにつれて、沿海港湾特に大型ハブ港のブロック経済に対するリーダーとしての役割はますます重要性を増しており、すでにブロックの物流と経済の発展を推進する“エンジン”になっている。

1) 世界レベルの大型港が急速に出現

2004年、上海港の貨物取り扱い完成量は3億7900万トンであり、全国の一定規模以上の沿海港湾貨物取扱量の約15%を占めている。既にロッテルダム港を抜き、シンガポール港に継ぐ世界第2の貨物輸送港になった。コンテナ貨物取り扱い完成量は1455万4000TEUであり、全国の一定規模以上の港湾のコンテナ貨物取扱量の約24%を占めており、世界第3位である。洋山深水港の第1期工程が基本的に完成し、貨物取り扱い能力は250万トンの設計である。上海港が上回っていることを以下の数字がはっきりと示している。1949年から1984

年にかけて、上海港の貨物取扱量は1億トンに達し、この達成に35年を要している。2000年には2億トンを突破した。この1億トン分の達成に16年を要した。しかしながら3億トンの突破にはわずか3年を要したのみである。寧波港は2004年11月22日に貨物取扱量が2億トンを突破した。中国大陸の1億トン級の大型港湾8箇所の中で2億トンの大台に乗った2番目の港である。広州港・天津港もこの後をぴったりと追っており、相次いで2億トン級の港に足を踏み入れる列に並んでいる。

2) 港湾は物流機能の集約地区に

2004年、深圳港の貨物取扱量は1億3500万トンに達し、前年同期比20.33%増加した。コンテナ貨物取扱量は1365.54TEUであり、国内港湾では第2の、世界の港湾では第4の港である。輸出入貨物量が絶えず増加するのに伴い、定期船会社で深圳に支社や事務所を設立したところは既に32社に及ぶ。馬士基陸海運・アメリカプレジデント汽船など華南コントロール部をすでに国外から深圳に移転したところもある。世界全体で49余りの定期船会社が新たに25の航路を増設し、航路総数は131路線に達している。中遠・中海・東方海外・地中海航運・フランス達飛・以星汽船など船会社はコンテナ積載量8000TEUの船舶を多数投入し欧米主航路を運営している。既に3双のコンテナ船が「深圳」と命名されており、深圳港の全世界での知名度もたゆまず上昇している。青島港は良好なサービスで非常に多くの船会社と荷主企業を引きつけており、2004年だけでも25の航路を増設している。青島港は既に世界の130以上の国家及び地区の450余りの港湾と航路を開通させており、毎月420便の定期船が入港している。

3) 物流の機能が川上・川下(前工程・後工程)にも拡張

天津港は集約化経営実現の過程において、たえず港湾の加工・物流・交易などの面の機能を拡張してきた。港湾周辺では原油・精錬・鉄鋼・電力などの臨港工業の発展に力を入れた。コンテナ物流センター・バルクカーゴ(バラ積み貨物)物流センター及び科学飛鳥・鋼材・鉄鉱石など多分野にわたる貨物の仕分け配送センターの建設を更に加速させ、現代物流業の発展に力を入れた。貨物交易ビルにより、金融など関連サービス機能を誘致し、交易サービス機能を更に完備させ、顧客に総合的な物流サービスを提供する努力をした。大連港は東北地区の主要都市から内陸への海上輸送・鉄道輸送の一貫輸送体制をひとまず構築した。2004年コンテナの海上・鉄道一貫輸送は18万TEUで、海上・鉄道一貫輸送取扱高全国一の港という地位を再度保持した。さらに海・陸双方向に後背地を拡大し、港湾の機能を拡張している。

4) 港湾がブロック経済において明確に発展し一定の地位を確保

2004年12月24日、国务院の温家宝首相の主催により第74回国務院常務会議が開催され、《長江デルタ・珠江デルタ・渤海湾ブロック沿海港湾建設計画》を審議し原則として採択し

た。長江デルタ地区の経済発展は上海が国際航空輸送センターに向かって邁進するのを推進している。珠江デルタの港湾は 10 年余り市場化競争による穏やかに発展を経て、既に香港国際航空センター・深圳ブロック航空輸送センターおよび広州港など非常に多くの都市港湾を細くするコンテナ港湾群をひとまず備えている。青島・天津・大連の三大港は環渤海経済圏港湾群の中核である。市場経済体制下及び港湾の管理が地方に委譲されて後、互いの関係は既に競争があり、それぞれ異なる市場での位置もあり、業務分担し協力する関係もある。各地方政府は“港湾で市を興す”ひいては“港湾で省を活性化する”という考え方を提起しており、港湾建設への投資により一層力を入れ、未来の港湾競争で有利な地位を勝ち得るよう期待している。未来の競争は港湾の内陸地への輸送能力、すなわちどれだけ多くの都市との輸送ルートを確認できているかと、海外への積み替え輸送能力にかかっている。

5) ブロック物流提携が国際分野へと拡張・進展

2004 年 11 月 29 日から 30 日にかけて、ラオスで行われた第 10 回 ASEAN 首脳会議において、中国と ASEAN は《中国—ASEAN 経済全面協力枠組み協議・貨物貿易協議》に署名し、中国—ASEAN 自由貿易区の構築が速度を上げ始めた。6 月 3 日、3 日間の会期で広東省・香港・マカオの 3 箇所を転戦する“汎珠江デルタブロック協力及び発展フォーラム”が広州で閉幕し、“9+2”の政府行政首脳が協同で《汎珠江デルタブロック協力枠組み協議》に署名した。5 億 300 万人の人口を擁する ASEAN と 5 億 4000 万人の人口を有する汎珠江デルタ経済圏の 2 大市場の対峙は、この広大なブロックの物流発展にとって将来有力な推進力になるであろう。

(6) 物流管理・技術及びサービスの新事業創出に新たな“スポットライト”出現

近年、中国の物流管理と技術は絶えず新しいものを作り出し、新サービスの創出も促進しており、物流発展の重要なしるしになっている。

1) 倉庫リストを抵当に

俗にいう“物流銀行”とは、物流中の貨物を抵当とし、融資を実行し、同時に決算の付加価値サービスを提供することをさす。2004 年、中国物資保管輸送総公司の下には既に倉庫リスト抵当業務を展開している機関が 20 社あった。抵当の監視管理信用授与額は 20 億元を突破した。抵当製品の期末在庫量は公司全体の年間在庫量の 22%を占めている。製品は鉄金属・非鉄金属・建材・食品・家電・自動車・紙切れ・石炭・化学工業など及第種類に及ぶ。中儲は 4 大国家の商業銀行及び中信実業銀行・広発銀行など十数件の金融機関と協力関係を打ち立てた。目下、統一した信用授与方式を試している。すなわち、銀行は融資額を直接中儲に信用授与し、中儲は顧客のニーズと条件に基づいて抵当融資と最終決算を行う。銀行は基本的には抵当融資項目の具体的な運用には関わらない。中儲の倉庫リスト抵当業務は今まさに静態抵当から動態抵当へと転換しており、しかも既に中儲以外の倉庫まで拡張

していた。物流のプロセスでは、すなわち倉庫保管のプロセスから、原材料調達から製品生産及び製品販売のサプライ・チェーン全過程まで拡張した。“物流銀行”モデルは迅速に各業界に広まり始め、より多くの中小企業もここから利益を得る。例えば環京物流と広発行の協力、福建中海物流公司と泉州正大グループ、中信銀行の協力などである。

2) 保税区和港の連動

保税倉庫の整理・統合と輸出監視管理倉庫の機能の整理・統合を主に基礎とし、保税倉庫と輸出監視管理倉庫がそれぞれに輸入・輸出貨物を専門に保管しており、なおかつそれぞれが離れている状態にしていたのを打ち破り、この2つの倉庫の機能を集約・拡張する。主に保税倉庫・簡単な加工及び付加価値のあるサービス・国際物流配送・輸出入貿易・国際中継貿易・物流情報処理などがある。

2003年12月8日、国務院弁公庁は正式に税関総署に《上海外高橋保税区と港湾区の連動モデルポイント案》に同意すると回答した。2004年7月15日、全国初の保税物流パーク—上海外高橋保税物流パークは正式に運営を封鎖した。2005年1月15日までに国内外の有名な物流企業と船会社18社が既に進駐しており、投資金額は1900万米ドルを超えている。半年で各種輸出区貨物の監視管理が5507票、貨物金額は5億2000万米ドルに達する。このうち“輸出同様と見なす”貨物が2857票で、貨物の金額は2億7000万米ドル近くある。保税物流パーク国際中継・国際配送・国際調達業務が全面的に展開されている。例えば東方海外貨物航空輸送(中国)有限公司は江蘇・浙江のいったいで五金工具と厨房用品を集中して調達した後、梱包し集めて日本・アメリカなどの国の大型スーパーへ運ばれている。先鋒製造(中国)有限公司国際調達プロジェクトで調達してきた商品が“地区に入り税金を払い戻し”し、“一括調達・分割配送”のモデルをとっている。輸出入及び中継貨物はみなパーク内で分割・集積したのちイギリス・日本・ブラジルなど十数カ国に輸出される。物流コストは40%—70%削減された。2004年8月、国務院弁公庁は“地区と港湾の連動”を認め、保税物流パーク内のモデルポイント設立を8件まで拡張した。

3) チェーン化の整理統合

中国の物流企業のネットワーク構築は資産の角度からいうと、基本的に2本の異なる道を歩いた。1本は経営製の資産を構築し、自らの実力を壮大なものとし、“実資産”の道を歩いた。2本目はチェーン加盟を通じ、社会資源を整理統合し、“軽い資産”の道を歩いた。前者の例は宝供であり、後者の例は錦程である。大連錦程国際物流グループは1990年から貨物輸送業界に参入し始めた。前半10年歩いたのは“実資産”の道で、支部組織4,5社を有するに至った。後半10年は“軽い資産”の道を模索し始めた。特にここ最近5年も満たない時間の中で、錦程の支部機構はすでに102社まで発展し、海外への拡張を始めた。錦程本部は各加盟企業に基本的に資本参加のみで持ち株にはせず、各企業の経営者は引き続きボスである。各加盟企業は錦程公司の名前で署名した船主の資源を共同で使い、分散して操作し、顧客

市場資源を整理統合し、拡張効果を形成した。2004年12月8日、錦程グローバル船舶予約センターは全国無料船舶予約電話を開通し、グローバル船舶予約センタープロジェクトが開始した。その1つはチェーン経営で、小型の貨物代理を整理統合し、顧客の資源を集積し、総合物流サービスを提供する。2つ目は集中して調達し、低価格の製品を世に問い、グローバル物流卸売業者を行う。道路貨物代理輸送・倉庫保管配送などの分野でもチェーン化整理統合の趨勢が現れた。

4) 物流不動産

物流不動産業者が土地を選定し物流幹線施設を建設した後、製造業者・小売業者及び物流企業に賃貸する。日常の物流業務は物流会社が行い、不動産業者は投資開発とぶつ不動産管理にのみ責任を負う。“物流不動産”モデルの価値は顧客が運用資金を管理し、コストを下げるのに更に効果的になり、企業の中核となる競争力が増すことにある。プラスの中国での活動がその代表であるといえる。プラスはアメリカニューヨークの証券取引所に名を連ねる上場会社であり、世界中で120億米ロ津を超える資産を開発・管理している。賃貸している不動産の総面積はすでに2300万平方メートルを超えている。ここ2年、プラスはすでに上海で上海西北物流パークを協力の上開発した。蘇州物流パーク内で第二次開発を行い、さまざまな顧客のニーズに基づき、当該物流パークに一般倉庫・保税倉庫・輸出監視管理倉庫などを提供した。2004年8月、プラスと深圳塩田港グループが提携協議に署名した。双方は今後5年以内に、10億元を越える共同出資をし、塩田港地区後方の陸地地域に力を合わせて国際物流パークを作る予定である。物流不動産の概念はますます多くの方に知られるようになり、倉庫を建設して賃貸しをするのが一つの流行となっている。瀋陽では第2環状線の外に数十個の倉庫ができ、倉庫保管企業群が形成された。北京の東・南・西の三方向にも多くの倉庫保管企業が出現した。鄭州では、この種の倉庫は数十社ある。こうした倉庫は一般的に規模が比較的小さく、業務手続は簡単で、コストは比較的低く、一定の競争力を有する。

5) さまざまな形式の一貫輸送

2004年4月22日、連雲港—アラムト国際コンテナ“5つの「定」定期列車”（定点・定時・一定価格・一定便数・一定路線）が開通した。これは信ユーラシアブリッジが1992年に開通して以来、初めて開通する多国籍コンテナ直通定期列車である。11月24日、上海—無錫陸空一貫輸送が正式に開通した。輸出入企業は自社の近くで通関し税金を払い、直接港湾に貨物を持ち込むことができるようになった。陸空複合輸送は定時・定価・定期便方式を採用し、効果的に物流時間を短縮し、通関スピードを早め、通関コストを削減した。深圳から南昌への海上—鉄道一貫輸送が正式に開通し、内陸部分は主に“5つの「定」定期列車”が担当している。黒竜江から温州まで食糧の河海一貫輸送専用航路が開通した。輸送船舶はウスリー江東安港・松花江の同江港と黒竜江の勤得力港から出航し、扶遠・ロシアのアムール川を通り、韃靼海峡を通過し、日本海・朝鮮海峡・東シナ海を経て直接中国の東南沿岸各地へと至る。

6) 各種エクスプレス通関モデル

深圳税関と成都税関が共同で《成都深圳両地の海上・鉄道一貫輸送業務支援に関する枠組み案》を制定し、最大限に通関手続きを簡素化し、両地で積み替え通関する貨物の通関時間を半減させた。天津保税区和首都空港の両地点間で“航空輸送輸出直通業務”が開通した。これは北京で積み替え通関する貨物専用設置された業務である。これまで積み替え通関する貨物は2回通関していたものを1回の通関に簡素化し、効果的に通関効率を高めた。北京税関と上海外高橋保税区和税関が正式に《北京上海両地の保税貨物の積み替え通関に関する連携協力方法》に署名した。北京上海両地の保税物流の双方向運動の仕分け配送モデルが正式に開通した。南京税関はこれまでの監視管理倉庫・輸出監視管理倉庫・保税倉庫の異なる機能を1つのプラットフォームに整理し、情報化ネットワークを式、“3倉庫連動”“1ターミナル式監視管理”を実行している。

7) サプライヤー在庫管理(VMI)

レジェンドグループは北京・上海・恵陽の3地点の工場でサプライヤー在庫管理の方式を取り入れた。聯想は生産要求に基づき定期的に在庫管理者すなわち第三者物流会社としての伯靈頓(BAX)グローバル貨物輸送物流有限公司に貨物発送指令を出し、第三者物流会社が生産ラインへの配送を完成させる。発送通知を受けてから確認・分配輸送・通関申告及び生産ラインへの配達までの時間はたった2.5時間である。当該プロジェクト実施後、聯想のサプライチェーンは尾幅に短縮され、コストは削減され、融通性が強化された。大田グループは蘇州税関B型保税物流センターの敷地面積が2万平方メートル近くある倉庫でサプライヤー在庫管理(VMI)と域内税金還付の物流サービス業務を開始した。基本的な運用モデルは、製造業企業とサプライヤーの在庫を解消し、製造業企業の生産現場周辺で、物流企業が倉庫を借用・管理するというものである。物流企業は製造業企業の生産進捗に基づき、サプライヤーに貨物の倉庫への搬入を要求する。その後製造業企業のニーズに応じて分割して必要な物資を直接生産現場の作業場へ送付する。また実際の使用状況にあわせて、物流企業が双方の決済を請け負う。これを基盤とし、物流企業はそれぞれ国際仕分け配送センターとブロック仕分け配送センターを設立、注文書に基づき製造業の製品をエンドユーザーに発送している。現在、大田はすでに800余社のサプライヤーにサプライヤー在庫管理サービスを提供しており、ブロック仕分け配送センターを7つ、国際仕分け配送センターを2つ設立した。

8) 物流パーク(基地・センター)

物流パークは地域の概念でもあり、機能上の概念でもある。近年、各地の物流発展計画において、ほぼどこでも物流パークの計画・建設問題が提示され、全国各地に家内Rの数の物流パーク・基地・センターが出現した。これと同時に物流パークの計画と建設にも非常に大きな議論が起こった。国務院は物流パークを他のパークとともに整頓の範囲に組み入れる決定を行った。しかし、これは国家が物流パークを行うことに反対しているという意味ではなく、科

学的に物流パークを計画し発展させるべきだということである。物流パークは基礎性・公共性・サービス性という特徴があり、一般の開発区・工業パークとは異なっている。現代物流の運営に不可欠な機能の1プロセスである。物流パークの建設は各種物流機能と要素を集約し整理統合し、一体化した運営を行い、物流サービスの専門的なレベルを高めるのに有利である。そればかりか物流企業が一定規模の経営を実現させ、物流効率を高め、構築の重複を避け、少ない敷地での運営という目的を達成するのにも有利である。

2004年から中国の物流パークなど関連専門インフラの建設状況を分析すると、名称には大きな較差があり、それぞれ物流パーク・物流基地・物流センター・配送センター・デジタル倉庫など数多くの呼び名がある。こうした違いは専門的な物流インフラの機能や役割の違いも反映している。一部地方の経験から見ると、位置づけが明確で、ニーズに密着し、市場経済の規則に基づいて発展してきた物流パークの運営状況はおしなべて比較的良好である。例えば、北京空港物流パーク・上海外高橋物流パーク・深圳塩田物流パーク・広州南方物流パークなどである。みな輸送組織機能を備えた港湾ステーションハブを中心としている。輸送と物流サービスの資源を整理し、構築した物流パークの設備システムは運営が成功している典型である。浙江傳化物流基地は交易プラットフォーム型の物流パークであり、2年という短い時間の中で整理統合し、360余社の各種物流企業が駐在し、30余万台の社会車輛資源を有する。一日の取引額は5億元に達し、杭州市及び周辺地区の工業・商業・貿易分野の企業6000余社に物流サービスを提供している。2004年の営業額は10億元を達成し、物流ニーズを集め、物流資源を整理統合する重要な役割を果たした。

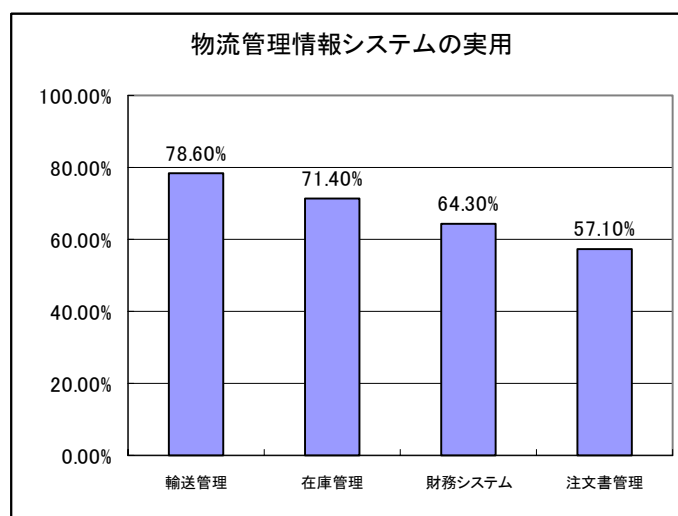
ニーズによる支えという基盤があるのに加え、違法・規律違反による土地占拠の調査をしたため、過去数年やみくもに(物流パーク・物流基地・物流センター・配送センター・大型倉庫を含む)物流インフラを建設し発展させてきた局面は改善された。

(7) 物流情報化を深く掘り下げ推進

物流業本体の“整理統合・新事業創出”は情報化の支えと切り離せない。物流情報化は物流現代化の技術的な手段であり重要なしるしでもある。2004年、物流情報化は数年間の発展を基盤にし、企業から業界・ブロック・物流運営環境全体へと全面的に推進する発展の勢いが現れた。

1) 物流企業の情報化はサプライ・チェーン・マネジメントの方向へ

現在の状況から見ると、輸送と倉庫保管は物流業務の最も主要な業務であり、物流企業の情報化における主要な機能である。中国物流情報センターの調査によると、物流管理情報システムを構築済みの物流企業で、輸送管理・在庫管理・財務システム・注文書管理の実用化比率はそれぞれ78.6%・71.4%・64.3%・57.1%に達している。



これを基盤に、サプライ・チェーン・マネジメントを代表とする情報システムが始まった。例えば宝供グループは自社開発した注文書全面管理システム(TOM)をシステムプラットフォームとして、同時に倉庫管理システム(WMS-EXE)・輸送調整管理システム(TM)及び自動識別システム(RF)を導入した。また、既存の運用ネットワークと情報ネットワークを活用し、サプライ・チェーンの質の向上の角度から、顧客に商品の倉庫保管・仕分け・配送・加工・梱包・注文書処理・在庫管理・分割販売カバー・交差業務・情報処理などの総合サービスを提供する。中儲総会社はサプライ・チェーン・マネジメントを利用し、IT 技術・要素による資源の整理統合を行い、労働効率を比較的早く向上させ、在庫貨物の平均回転数を前年の 10.6 回から 2004 年には 13.6 回に引き上げた。生産製造企業が生産前・生産中・生産後の各プロセスにおいて、原材料・半加工品・完成品に対し必要とする資金を大幅に削減した。宝供はユーザー—紅牛飲料会社の情報システムと接続し、サプライ・チェーン・マネジメントプロジェクトを実施、“2004 年全国物流情報化優秀事例”に入選した。このほか、鉄鋼・自動車などの業界のサプライ・チェーン・マネジメントの実用化にも複数の成功事例が出現している。これはサプライ・チェーン・マネジメント情報システムの実用化がすでに IT・家電及び小売分野から重化学工業へと進んでいることの現れである。更に重要なのは中国の製造業、特に重化学工業は駆動型の生産モデルに向けて歩み始めており、産業チェーンの形成は予想より更に早いことをこの事例が反映しているということである。

2) 物流情報プラットフォームは専門化の方向へ

業界の特徴に特化した情報プラットフォームを構築し、ネットワーク・情報の整理・統合を経て、新しい商業モデルの創出を促進した。2004 年、医薬品物流情報プラットフォーム及び貨物輸送情報プラットフォームの構築はともに試行段階である。例えば、2004 年 9 月、浙江省杭

州漢方薬(煎じて飲むタイプ)物流情報プラットフォームは省経済貿易庁が指定した専門家の鑑定を通過した。当該プラットフォームは現代化した物流配送と煎じて飲むタイプの漢方薬を定量で小さく梱包することを推進し、院内の漢方薬の在庫を減らし、煎じて飲むタイプの漢方薬の鮮度を増した。更に1例挙げると、亮成物流科学技術などの会社が自主的に研究・製作した物流情報プラットフォームは、インターネット技術・無線通信技術・衛星定位検索技術(GPS)・地理情報技術などを融合させ一体化し、貨物輸送を主とし、サプライ・チェーン・マネジメントの各プロセスもカバーするシステムを実用化した。サプライヤー・製造業者・貨物輸送業者・代理販売業者・エンドユーザーの総合情報ニーズを満足させている。このほか、情報内容サービス面では、貨物代理輸送情報サイトが主であった従来の状態を基盤に、新たな参画者が多数出現した。例えば、貿易情報サイトが物流業務へと拡張し、チェーン化の方向で模索を始めている。これは注目に値する傾向の一つとなっている。

3) ブロックと物流の接点である情報プラットフォームの構築

物流計画の重要な内容のひとつである、地方物流情報プラットフォームの構築も議題に上がっている。例えば、アモイ市物流情報プラットフォームは、税関・国境検査など港湾部門をつなぎ、情報の共有とネットワーク電子化業務を実現した。深圳市産学研が共同で開発している重点プロセスプロジェクト―“深圳現代物流公共プラットフォーム”も既に開始された。空港・港湾・駅・物流パークを主とした物流ポイント情報プラットフォームの構築と発展はとても速い。例えば、新白雲空港の“空港物流監視管理情報プラットフォーム”の開発と建設はブロックと港湾が連動した情報化を実現した成功事例である。長江航空輸送景気指標体系調査が正式に運用を開始し、航空輸送企業の経営戦略と政府の業界企画に重要な指導・参考となる役割を果たしている。税関総署と鉄道部は満州里・阿拉山口・二连浩特及び綏芬河など中国の北方主要鉄道港湾4箇所の情報プラットフォームをいっしょにして構築することを順調に終えた。呉江開発区物流センターは先進的な倉庫管理情報システムを取り入れるとともに、税関監視管理機能に加入し、税関管理の厳格さと顧客の要望への融通性の間の矛盾を大変よく解決でき、物流センターの中核となる競争力を大幅に増強した。

4) 電子政務と公共情報プラットフォームの構築

2004年、公共サービスと政府の監視管理面が電子政務の重点になり始め、物流情報プラットフォームの構築に対し、促進の役割を発揮した。その主な現われは以下の通りである。1つ目は電子港湾と通関システムの進展が早いことである。例えば、2004年5月1日、天津税関は天津港に出入港する国際航行船舶の紙のみの通関申告を撤廃、EDI方式で船舶のデータ通関申告を受理することに改めた。出入港する国際船舶のペーパーレス通関を実現した。江蘇省が構築した“グリーンベルト”通関情報システムは、ハイテク企業の輸出では事前通関・ネットワーク通関・快速積み替え通関・訪問つき検査免除・緊急通関・担保つき検査免除など6つの便利な制度を享受できる。2つ目は交通公共プラットフォームの構築である。例え

ば、交通部はネットワークでつなぎ費用を徴収・安全の監視制御・公共情報サービスなど3つのプラットフォームの構築で新たな進展を得られた。科学技術部が“第10次5ヵ年計画”の機関に確定した10のインテリジェント交通システムモデル都市のうち、交通総合情報プラットフォームの研究開発は多くの都市で一定の進展が見られ、高速道路管理体制と新たな運営モデルの模索・完備に経験を提供した。3つ目は政府の監視管理がプラットフォーム構築を促した。2004年以来政府は医薬品・食品・保税物流などの分野で監視管理を強化した。監視管理の範囲・レベル及び方法いずれにも新たな変化があった。政府も監視管理情報化面での投資に更に力をいれ、電子政務の重要な内容となっている。

物流の過程で及ぶ通関・税金徴収・交通・保税監視管理など主管部門の電子政務プラットフォームの構築と実用化以外に、部門間の提携やより広範囲・多層にわたるプラットフォームの形成が行われている。例えば商務部と税関・銀行の電子政務プラットフォームが提携し、まさに内外の貿易業務を関係した企業安全証書が徐々に電子港湾統一身分認証システムに移行しており、“マルチカード”及び一体化したサービスシステムを構築している。

5) RFIDを代表とする新技術が強大な攻撃力を明らかに

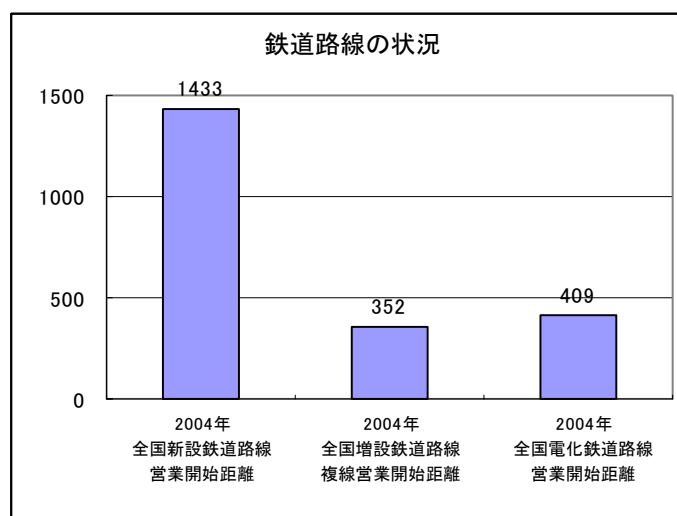
無線識別技術(RFID)は2004年の物流情報化の技術的なホットポイントである。特に海外の強豪企業の推進により、当該技術の実用化の行く先に注目が集まっている。中国にも既に鉄道部車輛調節システムのような実用成功事例があるが、全国で言えば、実用辞令の欠乏が依然として当該技術推進の主たる要素に影響を及ぼしている。その他の影響要素には、コストが高すぎる・基準が不統一であるなどがある。したがって、相対的に見ると依然として供給側は熱心で、需用側は慎重であるという状況である。しかしRFIDお背後にある無線通信技術の実用は今まさに活気が出ている。移動ビジネスのニーズと全プロセスに監視・コントロールがきく運営管理の要望により、無線通信技術は日増しに物流情報システムの基礎技術になっている。例えば、ハイアールの物流は、データ収集プロセスで無線スキャン技術を採用しているだけでなく、データの伝送・共有などのプロセスでも無線在庫管理ネットワークを構築した。これを基盤に情報処理能力を増強し、管理レベルも高めた。物流業務に移動的要素を伴うため、無線通信技術の発展に今後もよりいっそう頼ることになるであろう。

(8) 更新続く物流インフラと技術設備

1) 交通運輸ネットワークの建設

(A) 鉄道:

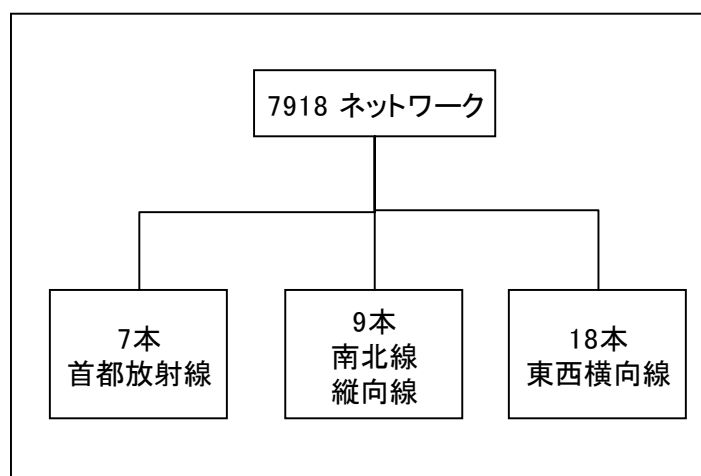
2004年全国新設鉄道路線営業開始距離は1433キロ、増設鉄道路線複線営業開始距離は352キロ、電化鉄道路線営業開始距離は409キロであった。



2004 年末までで、全国鉄道営業キロ累計は 7.4 万キロであった。国务院常务会议で原則的に可決された『全国中長期鉄道ネットワーク計画』では、規模の拡大・万全な体制作り・品質の向上・輸送能力拡充の加速・設備レベルの迅速な向上という鉄道ネットワークの発展目標が確定された。そして2020年までには、全国鉄道営業キロは10万キロに達し、運行本数の多い主要幹線では旅客列車・貨物列車の分線化が実現し、複線化率と電化率がそれぞれ50%に達するとされている。また輸送能力は国民経済と社会発展の需要に応えられ、主要な技術設備も国際的な先進レベルに到達するかそれに近づくであろう。

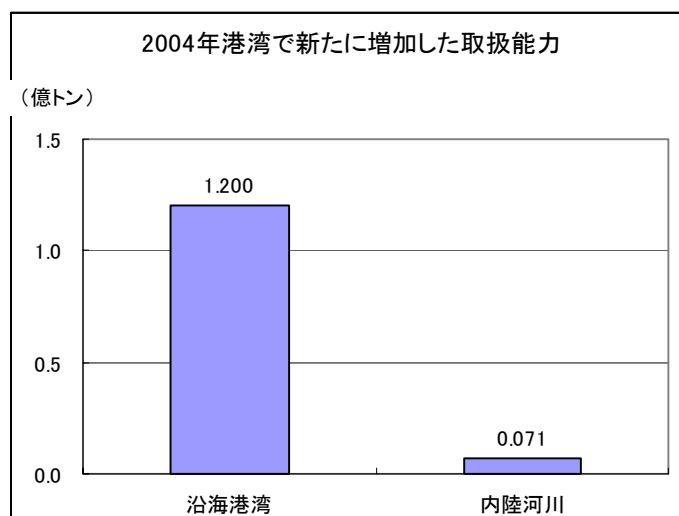
(B) 自動車道路:

2004 年末までで、全国自動車道路総延長は 185.6 万キロに達し、46111 キロが新設された；高速道路総延長は 3.42 万キロに達し、4476 キロが新設された。2005 年 1 月に公布された『国家高速道路ネットワーク計画』では、我が国で今後 30 年にわたり 8.5 万キロの国家高速道路ネットワークが建設されることが打ち出されている。新たな道路ネットワークは 7 本の首都放射線・9 本の南北縦向線及び 18 本の東西横向線により形成されるもので、略称で「7918 ネットワーク」と呼ばれる。そしてこれら 7 本の放射線のうち 1 本は、北京から台北に至る高速道路である。



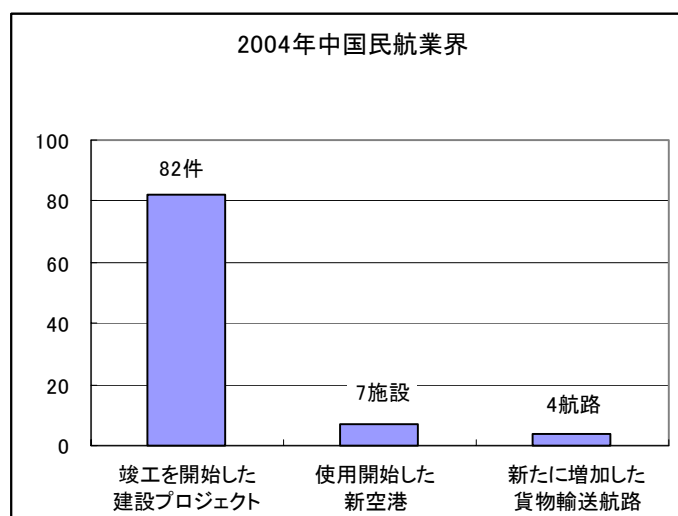
(C) 水運:

2004年、沿海港湾では67基のバースが新設され、そのうち47基が一万トン級大水深バースであり、新たに増加した取扱能力が1.2億トンであった。内陸河川港湾の取扱能力は新たに710万トンが増加し、内陸河川通航距離数では691キロが改善された。



(D) 民用航空:

2004年、中国の民用航空業界の固定資産投資総額は196億元で、合計82件の建設プロジェクトが竣工し使用を開始した。この一年で使用開始された新空港が7ヶ所で、運用されている航空便運輸空港が137ヶ所となった。貨物輸送航路は4本が新たに増加され、平均で毎週11便の貨物輸送便が増加し、トン数でも35.4%の増加を見た。

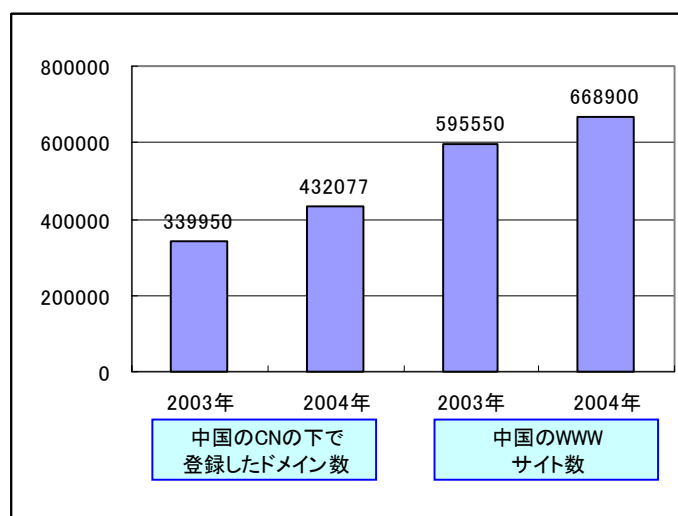


2) 倉庫保管施設の建設

大型生産・流通及び物流企業の中には、エリア配送センターを賃借または自ら建設し、自社貨物の集散地としているところもある。大型運輸企業は貨物輸送ステーション・貨物区分けセンターへ投資を行い、小口貨物輸送業務の発展される力となっている。多くの国際企業は保税区内に大型倉庫保管設備を自ら建設または賃借し、貨物分配のための物流センターとしている。例えば、武鋼は現在 10 億元を投資し 200 ヘクタールの物流センターを建造している。また海爾(ハイアール)・蘇寧・物美等の有名企業も全て自社の配送センターを建設している。そして華寧物流もすでに全国各地に多くの区分けセンターを建設している。ウォルマートの場合は上海外高橋保税区内に 40 万平方メートルを有する購入分配センターを建設予定で、ネスカフェ社は上海・成都・武漢に中国華東・西南・中南地区の物流センターを建設した。日本の物流企業で中国に企業又は支部を設立したものは 320 社以上に及び、そのうち 50 社は倉庫保管企業である。例としては、日本の王子製紙による紙製品の物流センター・医薬物流配送センター・図書物流センター等が挙げられる。

3) インターネットの発展状況

2004 年、我が国のインターネット利用者総数は 9400 万人であり、前年同期と比べ 1450 万人増加した。増加率は 18.24%。



2004年12月31日までで我が国の国家ドメインCNに登録したドメイン数は432077件で、前年同期と比べ27.1%の増加であった。我が国のWWWサイト数は668900サイトで、前年同期比で73350サイトが増加し、増加率は12.3%であった；2004年我が国の国際輸出ブロードバンド総量は74429Mで、前年同期比で47213Mの増加で、増加率は173.5%であった。インターネット技術の急速な普及と向上により、我が国の物流情報化に強力な技術的サポートがもたらされることとなった。

(A) 物流技術と設備の発展

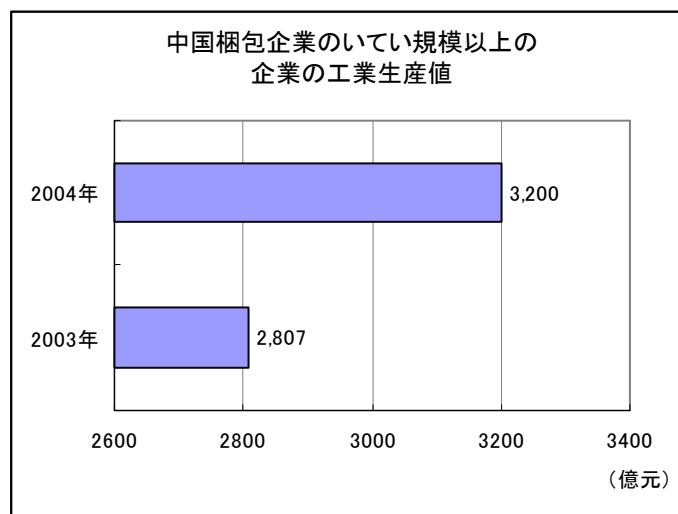
2004年は、我が国の物流技術と設備に於いて発展の速度が最も速かった一年であった。強力な需要を追い風に、製品技術レベルと集積能力が向上し、進化躍進が加速され、物流業の運営条件にも改善が見られた。

(B) 新式倉庫:

新式倉庫では、倉庫棚・パレット・フォークリフトの組み合わせが主流である。新設された倉庫は一般に門型軽鋼構造で、倉庫棚・パレット・フォークリフトの組み合わせ方式を効率的に広めていくことになった。自動立体化倉庫は需要が大幅に伸び、この一年で50軒程度建設された。低温・冷蔵・冷凍等の特殊な需要が伸びている。

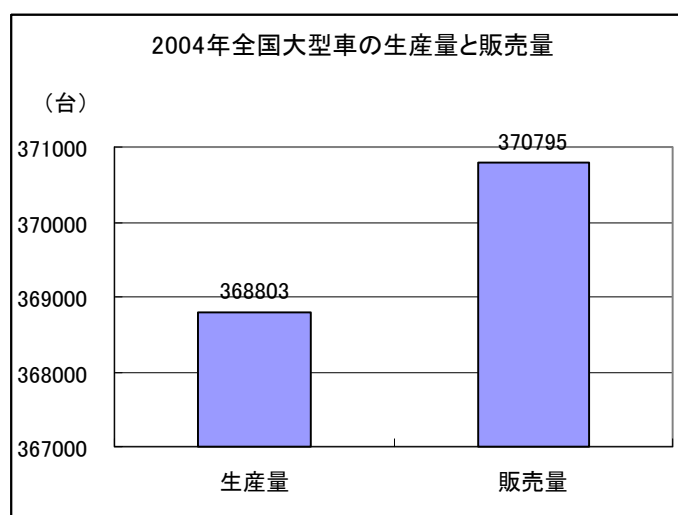
(C) 梱包業:

2004年、我が国の梱包業に於ける一定規模以上の企業の工業生産値はおおよそ3200億元で、前年同期比で14%程度増加した。そのうち紙梱包製品の生産値に占める梱包業総生産値は40%で、2004年の生産値は恐らく1280億元程度に達すると見られる。



(D) 大型車:

2004年1～12月に於ける大型車の全国生産台数は368803台で、前年同期比で40.9%の増加であった；また販売台数は370795台で、前年同期比で44.98%増加した。大型車の販売台数は生産台数より多少多いのみならず、生産販売の増加幅が自動車業界の平均増加幅である16%を遥かに上回っている。市場の需要と政策的な支援が追い風となって、15トン以上のトレーラーが売り上げを伸ばしている。

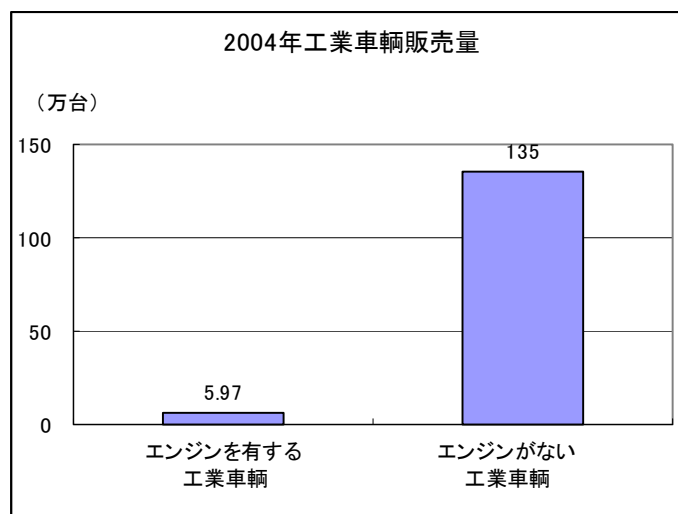


(E) パレット・倉庫棚:

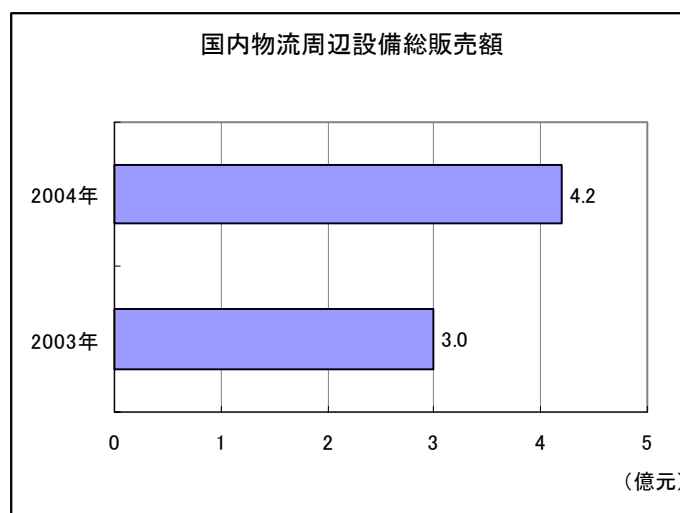
2004年、我が国のパレット生産量は2455枚で、実現生産値は29.02億人民元であった。そのうち鉄製パレットとプラスチック製パレットの生産増加幅はそれぞれ30%と20%程度である。中国物流購入連合会のパレット専門委員会の大まかな統計では、2004年末までで、我が国のパレット総保有量は1.2億から1.4億枚の間であった。倉庫棚の技術上の発展は急速で、双肩高度式倉庫棚・運転式倉庫棚・後ろ押し型倉庫棚及び楼閣式倉庫棚はすべて広く使用されている。数年前には、倉庫棚の単独の契約で100万元以上であればすでに巨額の契約と見なされていた。しかし2004年には、三四百万元の契約も比較的良く見られ、なかには1000万元を超える発注もあった。

(F) 工業用車輛:

2004年、我が国の物流関連サービス用の工業用車輛は引続き安定した成長で推移している。この一年のエンジンを有する工業車輛の販売台数合計は59676台で、前年同期比で31.2%増加している;エンジンがない工業車輛の販売台数合計は135万台で、前年同期比で43.8%の増加、そのうち輸出はすでに80万台を超えている。



4) 物流周辺設備



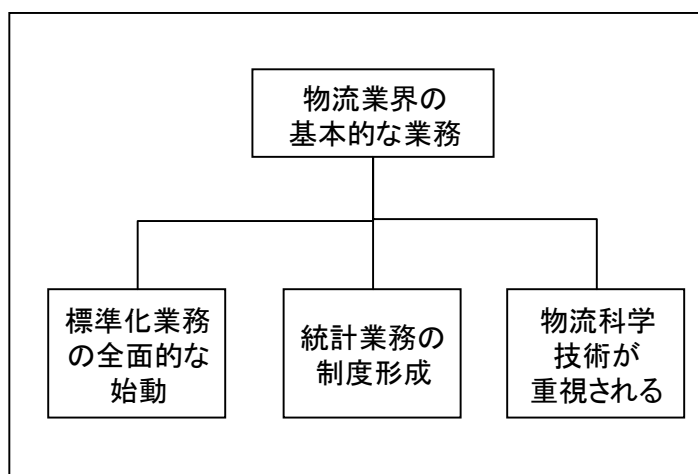
初期統計によると、2004年の国内物流周辺設備の販売総額は4.2億人民元に達し、前年同期比で約40%増加した。そのうち工業用ドアの生産販売量は約25000個で、専門的な向上式工業用ドアがすでに70%から80%を占めている。そしてそれ以外は依然として押し引き式及び巻き上げ式ドアである。積み降ろし用運搬車設備の生産販売量は約8000台であり、倍近くの増加を見た。積み降ろし口密封システムの生産販売量はおよそ5000個に達したと見られ、大幅な成長がなされた。

5) 区分け設備

2004年、区分け設備の使用量はその前3年間に使用した合計量の7割を占め、主にタバコ・医薬品・宅配業・小売・図書等の業界で用いられている。先進的な物流倉庫保管施設・設備を大量に使用することで、人件費を削減するばかりでなく、労働効率を向上させ、さらに物流プロセスの緻密さを直接向上するものであり、物流の現代化への基本的条件である。

(9) 物流業界に於ける基本的業務の着実な足取り

政府関連部門による強力な推進と、同業組合の具体的組織と広範な企業による意欲的な参与により、物流業界の基本的業務は 2004 年に突破的な進展を見た。



1) 標準化業務の全面的な始動

国家品質監督検査検疫総局と全国標準化委員会の協調のもとで、2003 年部門・業界を超えた全国物流標準化技術委員会及び全国物流情報管理標準化技術委員会が相次いで創設された。両委員会は『我が国の物流標準発展規則』を制定し、至急を要する、改正された 300 項余りもの物流標準を提起し、『物流標準体系表』を作成した。国家標準と業界標準の制定・改正作業は一部がすでに開始され、『物流企業分類と評価指標』は試験段階に置かれている。改正されたものは国家標準として実施が開始されることになっている。

2) 物流統計作業の形成制度

2004 年、全国物流統計作業が国家開発改良委員会・国家統計局の批准を経て、正式に国家統計目録に記載されることとなった。さらにそれは中国物流情報センター(中国物流購入連合会科学技術情報部)により組織・実施され、そのデータ資料が公表された。中国物流情報センターは 1991 年以後に於ける国家の物流発展に関する重要な指標をすでに算出している。これにより中国の物流は権威ある統計データを有することとなった。また 2005 年からは、全国の主要物流企業に対する調査も始動する。

中国物流購入連合会と国家統計局企業調査隊の共同努力のもと、国家経済の先行指標体系－製造業に於ける購買管理指数(PMI)の測定でも重要な進展があった。一連の定点検査・調査研究及び踏み込んだ研究を経て、製造業に於ける購買管理指数の質問用紙はすでに編集を終えている。この調査は国家統計局の調査目録に含まれ、2005 年 1 月より試験的

に実施された。この指数システムの構築により、実態把握の空白部分を明白にし、中国の物流を国際的に通用させるばかりでなく、製造業ないしは国家経済全体の発展への流れを測定・予測し、企業の経営戦略に対する指導にも重要な意味を有するのである。

3) 重視される物流科学技術

「物流サービス」については、政府により初めて「全国中長期科学技術発展計画」に記載されることとなった。そして最近では関連部門が一部分の物流科学技術プロジェクトについて各方面からの支持を行っている。例えば「中国物流購入連合会科学技術賞」は科学技術部の批准を受け、省レベルの賞にならって設立され、すでに二回にわたる審査が行われている。2004年の合計18項目を有する中国物流購入連合会科学技術賞(そのうち、一等賞2項目、二等賞7項目、三等賞9項目)は全て化学技術進歩賞である。宝供物流企業グループが創設した「宝供物流賞」は2004年から「光華科学技術基金会中国物流発展専門基金」に組み込まれている。基金は一年おきに宝供物流企業グループにより100万元の出資を受け、「宝供物流賞」に用いられている。また、この賞の初回審査・授与はすでに終了している。

以上に見られる基礎作業の進展がなされ、それにより物流が産業・業界として形成された。また業界の発展を促すため、同業組合は業界が行う基礎作業の構想と方法に参加しているが、これも基礎作業により初歩的な調査が行われているのである。

(10) 新たな発展が見られる物流理論研究・報道面での宣伝及び人材育成

1) 物流理論研究

物流理論と実際の運営面で発展が見られるのに伴い、物流研究機関が急速に拡大発展している。不完全な統計によれば、すでに正式に開業した専門物流研究コンサルティング機関も100社に近づいている。また専門の物流研究コンサルタントも千人余りにのぼり、全国で物流研究に従事する専門人員も3000人を下らないと見込まれる。近年、特に2004年には物流基礎理論と応用理論の両面で大きな発展があった。基礎理論の面では、徐寿波アカデミー会員の「大物流論」、何明珂教授の「物流システム論」、王宗喜教授の「物流場理論」、汪鳴研究員の「物流複合産業論」等が基礎理論に於ける比較的影響力がある研究成果である。応用理論の研究では、物流計画・物流コスト・物流企業評価・物流情報化・物流標準化・第三者物流・サプライチェーン理論・応急物流等の全てで新たな進展が見られた。物流研究機関の数も増加し、その特色が明確になり、そして研究成果のいくつかは実際の運営面に応用されている。研究成果の応用には、例えば以下のようなものがある；全国及び地方の物流計画及び物流政策の制定。物流計画と政策に関する研究成果を応用したもの；国家物流統計制度の構築。物流コスト及び統計情報システムに関する研究結果と切り離せないもの；標準化体系表の作成。物流設備と技術及び標準化に関する研究が推進力となったもの；中国物

流人材教育課程。物流人材教育と学科建設に関する研究が強力な指導的役割を果たしたものの;さらに従来の企業工程に対するリエンジニアリングと業務転換に関する研究は、多くの企業が業務運営の中で応用している。物流の学術的著作・通俗的なテキスト・学歴が異なる読者のための教材が相次いで出版され、研究成果の普及と応用を促す役割を負っている。中国物流協会の主催による「第三回中国物流学術年会」には合計 322 部の論文が提出され、そのうち 57 部が受賞した。その内訳は一等賞 2 部・二等賞 10 部・三等賞 20 部・優秀賞 25 部である。

2) 物流の報道宣伝

物流発展の過程はやはり宣伝作業の充実に伴うものであり、報道宣伝は物流の発展を強力に促進する役割を果たしている。数年の作業を経て、流通に関する報道宣伝作業はすでに一定の規模とレベルを有している。そして中央・地方・部門・業界と新聞・刊行物・テレビ・ラジオ・ウェブサイト等の各種メディアが組み合わさり宣伝網を形成するようになった。中国物流購入連合会が二年に一度「中国物流・購入業界の好新聞(素敵な知らせ)」の審査を主催しているが、2004 年にこの審査で 66 部の賞が授与された。その内訳は一等賞 2 部・二等賞 10 部・三等賞 20 部・優秀賞 25 部であった。各種のメディアがさらなる宣伝を行うことで、物流業の発展が促進されてきている。

第一に参与するメディアが増加した。中央から地方にかけて、全国に100余りある報道媒体が意欲的に物流のニュース報道と知識伝播に加わっている。

第二に、中央の総合性メディアが特別の関心を寄せている。中央テレビ局・『人民日報』・『経済日報』・新華社通信・中国新聞社(通信社)等はみな専門の記事・時間又は大紙面により物流について重点的な宣伝を行っている。

第三に、特集号・専門編集・特集コラムを編集する業界新聞がますます多くなり、物流の宣伝がその特色となっている。『経済参考報』『中国産経ニュース新聞』『国際商報』『中国交通報』『中国商報』『物資情報新聞』等がその例である。

第四に、物流業界の専門メディアが物流宣伝の分野でさらに充実したものとなり、業界内部で広範な影響力をもたらしている。『中国物流と購入』『物流技術と応用』『物流時代』『物流世界』『世界サプライチェーン』『中国貯蔵運輸』等がその例として挙げられる。

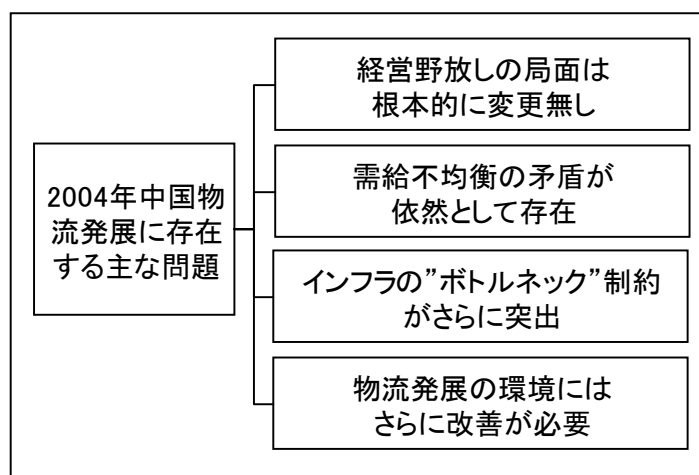
第五に、物流ウェブサイトも急速な発展をみた。「中国物流と購入サイト」(一年のアクセス数が延べ 697 万人で、その前数年分の合計の 2.48 倍)に代表される物流ポータルサイトは物流情報宣伝・サービス部門で重要な役割を發揮している。中国物流商品ウェブサイト・国際海運

ウェブサイトにて代表される専門物流ウェブサイトもそれぞれの特色を打ち出している。2004年、中国物流総合ポータルサイトは発展がさらに目覚しく、物資情報の報道がさらに豊富になった；企業のサイトは専門化にさらに関心を払い、企業の物流運営とサービスを重視している。2005年2月25日に使用された世界で最も有名なウェブサイト検索エンジンの検索結果によると、物流関係の中国語ホームページ数は現在657万を超え、前年同期比で3倍余り増加した。また各種物流サイトの数も2800サイトを超えている。

3) 物流教育研修

教育部の支援のもと、中国物流購入連合会は2001年に「中国物流人材教育課程の始動」を打ち出した。我が国で開設された物流専門の大学は4年前には9校であったが、現在では97校に増加した。中等専門学校・大専(短大に近い専門学校)・本科・大学院での教育を含む物流専門教育システムが形成されつつあり、学科システムの構築も着実に進められている。また労働・社会保障部により『物流士専門資格国家基準』が公布された。全国物流標準化技術委員会と中国物流購入連合会により共同で組織された研修認証だけでも、1万人が物流士と物流補助師の資格を取得し、上級物流士の研修認証作業に着手することになる。中国物流購入連合会と中国交通運輸協会等の同業組合、そして各種学校では国際物流・購入分野の資格認証を導入し、国内学生の海外研修計画の組織を行った。これらにより物流関連の人材が非常に不足している状況が多少解決されたのである。

4. 2004年中国物流の発展で見られた主な問題点



(1) 根本的に変化がない粗放経営の形態

近年、我が国の現代物流は大きな成果を収めた。しかし全体的に見てみると依然初歩的段階にあり、また依然として粗放経営のレベルに留まっていて、品質と効果・利益面で理想的とは言えない。世界では一般的に物流コストが GDP に占める比重が、物流効率と効果・利益を評価する重要な指標とされている。先進国は現代物流を普及させることで、この指標が 10%程度に調整されている。しかし我が国では社会全体の物流コストが GDP に占める比重は、1998 年に 21.4%に低下してから、7年にもわたって上下を繰り返し、2004年でも依然 21.3%であった。産業構造が多少異なるとはいえ、ある側面から見れば中国物流の粗放さと遅れを反映していると言えよう。2004 年、中国にある工業型企業の流動資産平均回転数は 2.1 回で、流通業界でも 4 回に至っていない。それに対し先進国は我が国の数倍さらには十数倍でさえある。我が国の物流分野の根底に存在している問題には高い関心を払わなければならないだろう。

(2) 需給不均衡の矛盾が依然として存在

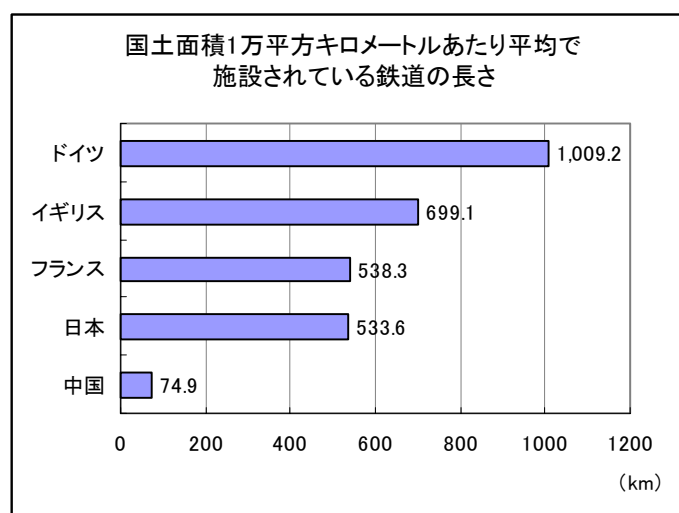
一方で企業の物流運営様式は「大而全」「小而全」(大企業・小企業が全ての機能を自己で備える自給自足型経営)という経営観念の影響を受け、システムの自己完結・自ら行うサービスに慣れてしまっている。そのため物流面での多くの需要が潜在的に眠っているものの、未だ効果的な市場需要になっていない。また他方で物流企業は小規模で実力が弱く、機能も単一的であり、サービスの質と効率も社会に通用する物流需要になかなか見合わないのである。ここ数年、我が国の第三者物流は急速な発展を見せている。しかし真に一体化されたサービスを提供できる企業は未だ多

くない。生産流通企業の外注促進、物流需要の算出、物流企業の供給能力とサービスレベル等の部分での向上をいかに行っていくかに関して、政府の関連部門には効果的な政策・措置が不足しているのである。

(3) インフラの“ボトルネック”制約が更に突出

近年、我が国の物流はインフラ面で急速に発展している。しかし物流需要の増加と相容れないのが、物流供給面で顕著に不足している「ハード面の欠落」現象である。2004年、我が国で輸送を必要とされていた実物量は20%程度増加した。しかし実際に行われた貨物総輸送量は10.6%増加したのみであり、そのため貨物の輸送時間延長・貨物の港での滞積・倉庫での滞積といった現象は深刻になっている。

我が国の鉄道総営業キロは世界第三位であり、完成作業量も世界第二位、そして一キロ当たりで鉄道が行った貨物輸送量では世界第一位である。しかし依然として社会の物流に対する需要は満たされていない。全国各地で毎日鉄道部門に申請される車両は15万から16万両であるが、実際には9万両分余りの需要しか満たしていない。我が国が現在行っている路線建設と社会発展への需要の間には矛盾があり、それは日を追って顕著になってきている。国土面積当りの平均路線密度で算出すると、1万平方キロメートルあたり平均で敷設されている鉄道の長さは、ドイツでは1009.2キロ、イギリスは699.1キロ、フランスは538.3キロ、日本は533.6キロである。しかし我が国では僅か74.89キロで、世界では第60位と後れをとっている。また人口平均で計算すると、我が国一人当たりが有する鉄道距離は0.56キロで、世界第100位とこれも後れをとっている。



現在、我が国のコンテナ取扱量は 90%以上が沿海部の主要な港に集中し、コンテナ取扱能力の深刻な不足と港でのコンテナ業務の需要が急速に増加していて、計り知れない対照を生み出している。特にターミナル港の取扱能力の不足という矛盾はさらに顕著である。同時に港に繋がる道路・鉄道・内陸河川航路等の貨物集散輸送システムの不完全と不調合は、我が国のコンテナ輸送の発展をある程度制約するものである。

ここ数年沸き起こった「物流ブーム」の中で、各地では物流エリアプロジェクトがいくつか計画され、またこの機会に乗じて「地上げ」を行い、土地を占拠し不動産を行うという問題も起こっている。しかし真に運営されるエリアは多くなく、物流のインフラ建設停滞の問題はさらに顕著になっている。この根本的な原因は、物流向け固定資産投資の実際の成長幅が需要の成長より目に見えて低いことである。2004年に於ける物流インフラ固定資産投資総額は0.7万億元で24.3%の増加である。この増加速度は同時期の社会全体に於ける物流総額の増加速度より5.6%低く、また同時期の社会全体に於ける固定資産投資増加度25.8%のレベルよりも低くなっている。特に需給の矛盾が最も顕著な鉄道輸送の投資増加幅は僅か16.5%であった。

(4) 更なる改善が必要な物流の発展環境

第一に見られるのは体質面での障害である。物流の産業形態と業界での地位が不明確で、物流組織の配置が分散していて、さらに物流資源と市場分割、地方の閉鎖性と業界の独占が資源統合と一体化運営を行うのに体質的な障害を生み出している。物流企業には一般的に以下のような状況が見られる；多くの地方で現地企業と他地方からの企業が対等に見なされず、地方の自己保護性の問題が存在している；物流企業は他地方での支部設立・業務受託・車両通行等で多くの困難に突き当たり、時にトラブルも発生する；一部の地方では貨物輸送企業に対し文書を提出し、指定された貨物置場の運営を統一して行うよう要求するところもある。

第二に、政策的環境の影響である。物流産業の複合性により、物流に関する政策はさまざまな部門に属し、統一性と透明な産業政策システムに欠けている。九部委(中華全国総工会・国家発展と改革委員会等九つの組織よりなる委員会)はすでに『意見』を発表したが、必要なのはそれを実行に移すことである。問題には以下のものがある；商工行政管理部門には明確な基準に欠け、物流企業にも明確な定義づけがないと考えている企業も少なくない；企業登記・領収書の使用・税込減・企業品質評定等の管理に於いて、全て自社保有の車両台数の厳格な規定がある。これが社会資源統合に於ける大きな障害となっている；物流企業が業務を外注する時、営業税の税率が高めになり、輸送費用以外のその他外注の物流費用も通減されず、また大型の物流企業が設立した地方の支部は未だ所得税(法人税)の統一納付ができない；道路保全費、運輸管理費、貨物輸送追加費、道路・橋梁通行料の部分で徴収される費用が高額で、企業の負担も重くなる；各地でトラックが都市へ進入するのが制限されているため、物流企業の中には小型の乗用車で貨物輸送しているところも少なくなく、この場合安全ではなく、コストが増加し、さらに敏速な配送が難しく

なる;全体的に見て、税関・動植物検疫・衛生検査・輸出入商品検査・外貨管理局等の関連部門が足並みを揃えられなくなり、企業の情報システムとも接合できなくなるのである。また企業による事前記録ができないことで、通関速度等も緩慢になってしまうのである。

第三に市場競争の「信頼の喪失」と「規範喪失」である。現在、多くの場所で信頼の不足と無秩序な競争という問題が存在している。そして例えば以下の問題も比較的深刻である;法律執行機関と関係者が機に乗じて費用・罰金の不当な徴収を行う;さらには暴力団がのさばり、市場を不当に独占する;企業間の悪性競争、行き過ぎた「価格破壊」;規範に沿わない入札、入札の不正操作等の問題。中国の河北・河南・山東省等の地方にある貨物輸送企業の中には、多くの地方で、貨物輸送企業による入札に参加した際提示された入札価格が原価を下回っていると述べているところもある。これらの現象は物流市場の発展と正常な秩序の構築に悪影響を与えるものであり、真剣な解決が待たれる。

5. 中日韓間の物流技術交流を振り返る

経済のグローバル化という環境のもとで、北東アジア経済圏は発展を遂げ、中日韓三カ国政府と各界有識者の高い関心を集めている。近年、中日韓三カ国間の国際貿易量は毎年目に見えて増加し、経済分野での相互依存も徐々に強まっている。その中でも最も基盤となる経済活動の一つとして、物流分野での三カ国の協力と交流は日を追って深まっている。特に物流技術交流については、中日韓三カ国間交流と協力は常に広範な関心を呼んでいる。またいくつかの重要な提携プロジェクトも一歩踏み込んだ展開を見せている。

(1) 技術交流: 会議により生み出された中・日・韓交流の場

2002年からは、「中日韓物流技術と応用交流会」が中国物流購入連合会・日本ロジスティクスシステム協会・韓国物流協会・日本の流通研究社により共同で組織され、すでに四回にわたって開催されている。この会議に対しては中・日・韓三カ国の物流協会、物流研究機構、物流技術企業からの反響も大きく、毎回の会議では開催地の地方自治体からの強力な支持を得てきた。この会議の開催に見られるように、中・日・韓の物流技術分野は以前の不定期で、分散して、小規模なものから、定期的で、組織化された、大規模な技術交流に変化してきたのである。毎回の交流会では、日・韓両国はそれぞれ自国の代表団を組織し会議に派遣していて、技術会議以外にも協議及び視察活動を行うプロジェクトもあり、中国内外の関連企業に歓迎されている。中・日・韓の物流技術と応用交流会はすでにこの三カ国により作られた広範な技術交流の場だと言える。

1) 第一回中・日・韓物流技術と応用交流会

第一回中・日・韓物流技術と応用交流会は、2002年1月に江蘇省無錫で開催された。この会議には、中国物流購入連合会の丁俊発常務副会長、無錫市の楊惠菊副市長、韓国物流協会の徐炳倫会長、韓国物流協会の安台鎬名誉会長、及び日本の流通研究社の間野勉社長が出席した。また海爾物流、昆船物流、太原剛玉、南方天奇、日本の大福株式会社、東芝物流、及び日本パレットレンタル株式会社等の有名企業もこの大会に参加した。会議では主に物流自動化システムに関して討議が行われた。内容は実践性が高いもので、実用的な議題を結集し、積極的な成果が得られた。

2) 第二回中・日・韓物流技術と応用交流会

第二回中・日・韓物流技術と応用交流会は2002年9月に青島で開催された。会議には、中国物流購入連合会の呉清一副会長、青島市の宗和副市長、韓国物流協会の徐炳倫会長、及び日本側代表団の漆崎栄二郎団長等の来賓が出席。この会議では現代物流倉庫保管技術と第三者物流に関して討議が行われた。会議の内容は物流技術の実用性を重視し、需給業者双方の対話、事例分析及び現場見学を組み合わせた形式を取り入れたもので、国内外の代表者に歓迎された。

3) 第三回中・日・韓物流技術と応用交流会

第三回中・日・韓物流技術と応用交流会は2004年6月に大連で開催された。この回の会議は東北地方大開発を契機としたもので、また中・日・韓三カ国首脳が参加した「10+3」会議(ASEAN及び中日韓3カ国の首脳会議)の席上で中国の温家宝総理により提起された「中日韓物流交流と交流体制構築に関する」精神を実行に移すために開かれた大規模技術交流会である。会議では物流の情報化技術に重点が置かれて討議がなされ、講演の内容も物流システムの各部分に関連した技術と応用事例に及んだ。会議では技術の実用性を引続き重視していくことを基盤にして、事例分析が強化された。そして物流技術を応用した企業である海爾、広州本田、神龍自動車、青島利群、長春フォルクスワーゲン、及び中集等が招待を受け出席し、国内外の物流技術専門家と実質的な交流を行った。

4) 第四回中・日・韓物流技術と応用交流会

第四回中・日・韓物流技術と応用交流会は、2005年6月上海で開催された。会議には、中国物流購入連合会の会長、中国機械工程学会の名誉理事長、上海市発展改革委員会の副主任、上海市委員会委員、上海港務グループの副総裁等が出席した。会議では「製造業の物流－技術と応用事例」を主題に討議がなされ、中日韓三カ国からの300名余りの代表者が会議に出席した。会議では交流と協力の分野で多くの成果が得られ、また多くの企業が会議を通じて提携協力の機会を見出した。

総じて言えば、毎年一回の中・日・韓物流技術と応用交流会はすでに三カ国の物流技術分野で毎年定期的に行われる壮大な集いとなり、三カ国の物流技術交流の舞台となっている。そして三カ国の物流技術専門家・研究機関・技術設備企業に良好な交流手段を提供し、中日韓三カ国の物流技術交流と協力に貢献するものである。

(2) プロジェクト推進:重視されるパレット標準化とアジアパレット共用システムの構築

重要な物流技術プロジェクトでの中・日・韓の協力に向けた討議は、物流標準を中心に行われている。中日韓の間で国際貿易量が増加(即ち物流量の増加でもある)したため、国際物流コストを低下させ、物流速度を加速し、できるだけ速やかに共同のパレット流通システムを構築する必要がある。そして共同のパレット流通システムもパレット標準化の基盤に立って構築されなければならない。そのため近年パレット標準化とパレット共用システム構築のプロジェクトでの協力に関して、中日韓の検討が日を追って深まっている。

まず中・日・韓三カ国の民間機関と物流技術専門家が技術交流と検討を開始したのである。2002年に東京でアジア7カ国パレット標準化専門家会議が開催された;2003年にはソウルでアジア9

カ国パレット標準化専門家会議が開催された;続く 2004 年にはソウルで中・日・韓パレット作業会議が開催された;そして 2005 年 4 月にはソウルで中日韓三カ国代表パレット作業会議が開催された。これらの基礎に立って、2005 年 6 月には北京で会議が開催され、アジアパレット標準の構築と、アジアパレットシステム協議会の創設問題で具体的な協議が行われ、アジアパレットシステム協議会を 2006 年 5 月頃に設立させることを決定した。

その次に、中・日・韓パレット標準と、パレット共用システム関係のプロジェクト構築での協力、及び技術面での検討が各国の権威的機関で注目を集めだしている。2003 年と 2004 年には北京と東京に於いて、中国貿易促進会・日本経団連・韓国産業人連合会により中・日・韓経済協議会が開催された。中国物流購入連合会により呉清一副会長が中国物流代表団の責任者として派遣され、席上「アジアパレット共用システムを構築し、中・日・韓の物流提携を促進する」とした報告を行い、会議で注目を浴びた。

アジアパレットシステムの構築はアジア物流の国際化という問題に影響し、国家経済の発展にも係わってくる。この構築に対し民間レベルでの協力で進展が得られたことを基礎に、次第に中・日・韓三カ国政府の支持をなされるようになってきた。2004 年秋、中・日・韓政府の共同発起による高級物流論壇が北京で開催された。この会議には中国商務部の張志剛副部長、及び日本・韓国の産業経済部門の副大臣が出席した。また中国物流購入連合会の呉清一副会長も出席し、パレット標準とパレット共用システムの管理問題で講演を行った。日本の副大臣も主題講演中にアジアパレット共用システム構築の問題に触れた。アジアパレット共用システム構築のプロジェクトも三カ国政府の注意を集め始めたのである。

著者:中国物流購入連合会研究室 賀登才

(010,68391422 13621073053)

中国物流購入連合会研究室 周志成

雑誌『物流技術と応用』 王継祥

2005 年 9 月 18 日

主な参考資料

中国物流の発展報告(2001)(2002)(2003-2004)(2004-2005)

第3章 中国国際貨物輸送代理業特別報告

1. 中国国際貨物輸送代理業の発展を振り返る

(1) 国際貨物輸送業の概念とサービス範囲

国際貨物輸送代理業は輸出入貨物の荷受人・荷送人の委託を受け、委託者の名義又は自己の名義で、委託者のために国際貨物の輸送及び関連業務を行い、サービスの報酬を受け取る業種である。国際貨物輸送業者協会連合会(略称、FIATA)の当該業種に対する規程は以下の通り：専門的な知識・自己のネットワークを有し、顧客の指示に基づき、顧客の利益のため貨物を受託し、安全・敏速・的確・節約を原則に、貨物輸送の合理的な組織化を行い、貨物輸送の全過程を管理するもの。このためこの業種は国際貨物運輸の組織者かつ設計者だと見なされている。また、統計によれば、世界全体の国際貿易での貨物輸送はその約 80%が国際貨物輸送代理業により請け負われている。

国際貨物輸送代理業は国際貿易と国際輸送の発展に伴って誕生し発展してきたものである。そのため国際貨物輸送代理業は本質的には本国と関連国家との間の輸出入貿易業務である。そしてその主要な責務は輸出入貿易を行う商品貨物の国内外での輸送と関連業務である。それ故国際貨物輸送代理者は、本国の貿易政策・関連法規及び商品知識を把握し、各種の輸送方式と手続を熟知するのみならず、商務・税関・銀行・保険・商品検査・交通・税務等の担当部門と密接な関係を保つことが求められている。中国では、国際貨物輸送代理業務のサービス内容には主に以下のものがある：船便・機械・船倉・車両の予約、貯蔵；貨物積込・積み下ろしの監督、コンテナ詰め、コンテナ開梱；国際複合輸送；国際宅配便(私信を除く)；通関手続、検査・試験の報告、保険；関連書類の作成、運賃交付、決済、雑費交付及びその他の国際貨物輸送代理業務。

国際貨物輸送代理業務は輸出入業者に対し国際輸送の仲介業務を行うことで、合理的な報酬(即ち「手数料」)を得るサービス業種である。そのため国際貨物輸送代理業は一種のサービス市場であり、国際サービス貿易の重要な部分を構成している。そしてこの業種については、20世紀の90年代に『関税と貿易に関する一般協定』(GATT)【24】第八回ウルグアイラウンドで締結された『サービスの貿易に関する一般協定』(GATS)の内容にも盛り込まれている。1995年7月、世界貿易機関の統計情報局が公表したサービス貿易統計分類でも、「貨物輸送代理サービス」は第11項(運輸サービス)第8号に記されている。

20世紀の九十年代以来、中国の現代物流業は急速に発展し、中国の国際貨物輸送代理業はすでに中国現代物流業の重要な一部分を構成している。

(2) 中国国際貨物輸送代理業の管理体制と政策の変遷及び法規の形成

1949年10月1日、北京で中華人民共和国の成立が宣言されてから現在に至るまで、中国の国際貨物輸送代理業に於ける管理体制の変化は、国家による統制管理体制の形成段階・計画経済期の統制管理体制の強化段階・そして改革開放以来次第に市場開放を行い、競争システムを導入し、社会主義市場経済に適合した新たな貨物輸送代理業の管理体制樹立を積極的に模索する時代という三つの段階に分けられる。

1949年10月から1956年の時期は新中国により国際貨物輸送代理業を統制管理する体制基盤が形成された段階であった。貨物輸送代理業は対外貿易のためのものであるため、その管理体制は国家の貿易体制と一致していなければならなかった。中華人民共和国成立以前の対外貿易は、国民党政府が掌握しているという名目のもとで、しかし実際には米・英等の国家により独占されていた。加えて長年にわたる戦争により、当時中国は対外貿易・対外輸送等とも、基本的に全て壊滅状態に置かれ復興が待たれていた。そのため毛沢東主席は人民共和国の建国直前に、当時の国内外の情勢に鑑み、新中国の対外貿易を国家の元に掌握させ国家による独占的経営の実施を決定したのである。毛主席は「国内向けの資本統制と対外的な統制貿易は、この国家の経済闘争での二大基本政策である。」「人民共和国に於ける国民経済の回復と発展は、対外的な貿易統制政策なしには不可能である。」と指摘。そして【25】新中国の成立時から、中央人民政府内部には中央貿易部が設立され、国内の対外貿易業務を統制管理した。そして中国の貿易及び貿易運輸に対し独占的経営を行うことを決定したのである。さらにそれに前後して貿易運輸を管理する行政部門、及び中国海運公司(会社)・中国陸運公司・中国船舶チャーター会社等の企業が設立された。その後1955年に、上記会社が統合され中国対外貿易運輸公司(略称、外運公司/SINOTRANS)が成立した。当時は国家规定により、各輸出入専門商社の貨物輸送と折衝業務は全て、分業委託関係により外運公司に業務委託をしなければならなかった。このようにして貿易運輸業務は完全に一つの機関に集中し、外運公司により統一的に全国の貿易運輸に関する経営担当業務が行われることとなったのである。そして1956年、国家が上海・天津・広東・福建・山東等の場所の民営貿易業界に対し社会主義的改造を行い、官民共同経営を経て、最終的には現地の対外貿易商社に吸収合併した。ここに、新中国の貿易運輸は一つの業種となり、全国規模で集中的な統一が実現したのである。

【24】『関税と貿易に関する一般協定』(GATT)は1947年に設立。1995年に世界貿易機関(WTO)に引き継がれた。GATTは第二次世界大戦後成立した、国際貿易の自由化促進を目的とし、各国政府が代表参加して国際貨物貿易の発展に向けて調整を行う唯一の多国間機構であった。GATTは存在していた47年の間、一連の重要な多国間貿易ラウンド交渉を組織することで、各国の関税率の引き下げと国際貿易の自由化の発展を効果的に促進し、且つ日を追って強化されるグローバルな多角的貿易体制の形成をも促した。グローバル化する21世紀の経済という条件の下で、商品貿易・サービス貿易・知的財産権・貿易紛争の解決等の更に複雑で重要になってい

く課題に対応するため、1994年4月にGATTの締結国は共同で『WTO協定』を締結。この協議に基づき、1995年1月にGATTに取って代わる世界貿易機構(WTO)が設立され、それと同時に『WTO協定』が発効した。

20世紀の五十年代半ばから八十年代にかけては、中国の計画経済期であった。中国の対外貿易は絶えず発展し、輸出入での貨物輸送量が日を追って増加していった。これらによる必要性から、中国政府は貿易運輸の管理機構に対し絶えず調整と強化を行い、計画経済の発展に適応した貿易運輸の経営管理に関する各種規則・制度を次第に築き上げ整備させていった。1958年2月、中国対外貿易部は内部機関である輸送局と外運会社の合併を決定し、全国に於ける貿易運輸の行政的管理と企業経営の二重の任務を担当することとなった。ここにいわゆる「一套人馬、三塊牌子(三社を率いる一つの軍団)」という官民共同機関が形成されたのである【26】。その後このような組織形態は三十年近く(1986年まで)絶えることなく続けられた。この体制は、中国の計画経済期の貿易統制・貿易運輸の独占的経営及び全国の総貿易規模が大きくなかったという国情(1986年、中国の輸出入貿易総額は600.9億米ドルであった)に適合していた。この時期貿易運輸部門は、中国の交通・鉄道・民用航空・税関・商品検査等の各部門の緊密な連携の下で、中国政府の関連政策を誠実に実行・貫徹した。そして各方面と歩調を合わせ、中国国内で発生した十年動乱である「文化大革命」運動(1966年～1976年)が貿易業務に及ぼした困難を全力で克服し、最終的には輸出入貿易の需要に基づき、適切な輸送方式を選択したのである。また当部門は政府が指示した貿易運輸の任務を適時・正確・安全な方法で全うし、中国の国民経済の発展にも積極的な貢献をなしたのである。

【25】毛沢東『中国共産党第七期中央委員会第二次全体会議での報告』『毛沢東選集』(中国語版)第四巻1371ページ。

【26】当時の「一套人馬、三塊牌子(三社を率いる一つの軍団)」の官民共同機関とは中国の対外貿易部運輸局、中国対外貿易運輸公司及び中国船舶チャーター会社の三機関が合併したもの。統一指導部の指導の下、内部の分業を通じて中国の全国貿易運輸の行政的管理と貿易企業経営という二重の任務遂行を担当した。

20世紀の八十年代から現在に至るまでは、中国では国内の活性化・改革を行い、対外開放という新たな基本的国策を実行し、これにより社会主義市場経済体制が徐々に形成されていく時期である。中国経済における体制変革が全面的に展開され進化されていくのに伴い、中国における対外貿易管理体制・交通運輸管理体制も変革され、これが中国の国際貨物輸送代理業の管理体制で実施された改革にも重大な影響力を与えた。中国の対外貿易管理部門は本来の体制では国営の貿易商社の一社による独占的経営しか認めなかったが、九十年代からは「大経貿(貿易・経済の大統合)」戦略を実施するものに変更していった。即ち国家が発展対外指向型経済により指導を行い、国内外の各種の所有制を有する企業、国内各省・市・自治区、各部門に対し中国と世

界が有する二種類の資源・二種類の市場を積極的に利用することを奨励し、対外貿易を発展させたのである。中国は貿易管理体制でも政府機関の簡略化と権力移譲・官民分離・貿易経営権の移譲・競争の奨励・政策と法律法規の改正・サービスの改善等に見られる一連の改革を行っている。そしてそれらを力強く推進することで中国の輸出入貿易は毎年二桁の成長率を維持し、健全に発展しているのである。

中国はこの時期交通運輸の管理体制に関する改革により、水運・空運・鉄道輸送・道路輸送等の各分野での経営に競争制度が導入された。また国有企業が独占的経営していた状況も改善を見て、船舶貨物の種類ごとの統一管理という形態も徐々に打破されていった。そして中国政府が沿海部の港を開放し地方自治体に引き続き管理権を移譲したのに伴い、地方自治体では船団・棧橋・輸送用の自動車隊が発達し、各地の航空会社を創設する政策等が取られた。政府はこれらの政策を支持し、地方で交通運輸事業が積極的に発展していくのに対しては調整作業を効果的に行い、さらなる輸送能力を付与し貿易運輸の発展を促進した。

1980-1998年の中国に於ける交通運輸の発展状況

種類 (単位:万キロ)	1980	1990	1998	1990年～1998 年の増加率(%)
鉄道開通総距離数	4.99	5.34	5.76	15.43
自動車道路開通総距離数	88.33	102.83	127.80	44.68
内陸河川通航距離数	10.85	10.92	11.03	1.66
民用航空路線距離数	19.53	50.68	150.58	671.02
輸送路線距離	0.87	1.59	2.32	166.67

資料出所:『新中国経済の50年』(1949-1999)よりの資料整理に基づく。中国計画出版社 1999年版

中国の国際貨物輸送量の絶えざる増加、貿易・交通管理体制の変革、貿易運輸市場の活性化に対応するため、この期間において中国政府は本来の貨物輸送代理業の管理体制に対する改革を絶えず進化させていった。例えば船舶代理・貨物輸送代理企業の業務を規定し、多社による経営と相互兼業を実行させることで、経営統制の緩和を進めた。船舶会社と荷主は船舶代理業者と貨物輸送代理業者を自由に選択できるようになった;またいかなる部門も行政的な干渉と制限が行えなくなった。1984年、中国対外貿易経済合作部(以下「外経貿部」と略す)の批准を経て、中国対外貿易倉儲総公司(対外貿易保管会社本部)と外運会社が合併し、中国各省・市の各対外貿易倉儲分公司(支部)も現地の外運会社の支社とそれぞれ合併した。これにより中国の貿易・

貯蔵・輸送を一体化した能力が向上することとなった。中国の経済貿易・交通(自動車道路と水運業)・民用航空等の政府部門と本来所属する企業との間でも政府と企業、政府と資本の分割が進められた。そして経済貿易部門は政府機能の改善に努め、マクロ調整と分類化された指導を行い、社会主義市場経済の発展に適応した新たな貨物輸送代理業の管理体制の形成を積極的に模索した。それにより各種の所有制を有する国際貨物輸送代理企業は中国市場で公平競争に基づく市場構造を初歩的に形成し、中国全体に及ぶ貨物輸送代理業界の飛躍的な発展が促されたのである。

中国では改革開放以来、国際貨物輸送代理業の法制建設でも積極的な進歩が得られた。そのなかでも重要なのは中国『対外貿易法』(1994年)の制定・交付を基礎にし、中国国務院が1995年6月に批准し外経貿部により公布・実施された『中華人民共和国国際貨物輸送代理業管理規定』(この『管理規定』については特別報告の関係書類を参照のこと)である。さらに1998年1月、旧中国外経貿部は『中華人民共和国国際貨物輸送代理業管理規定実施細則』を示した。これは中国が計画経済から市場経済への転換・発展を行うという歴史的条件下で公布されたもので、国家レベルで初めての中国国際貨物輸送代理業の職業規則である。この『管理規定』では中国国内で国際貨物輸送代理業務運営のための申請を行う企業の設立条件・審査認可の手続き・運営範囲・市場の監督と処罰等の方面について初めて立法というレベルで作成された明文規定である。中国では、国家が国際貨物輸送代理企業の経営に関する規範づけを行い、法に基づく国際貨物輸送代理業界の管理・法による国際貨物輸送代理市場の整備・この業界の健全な発展への促進を行ってきた。この『管理規定』が実施されたことで、これらに重要な役割を發揮したのである。

2004年1月1日、中国商務部は情勢の変化に基づき、この業界に於ける政府の主管部門として公告第82号を公布した。公告ではこの『実施細則』に対し重要な改正と新たな公布を行い、2004年1月1日から施行されている。この時の改正での重点は、国際貨物輸送代理企業の設立条件に新しい規定を定め、初めて自然人の国際貨物輸送代理企業への投資を許可したことである。この部分の改正は大きな意味を有し、社会的に高い評価を得て、国内の多くの投資者にも歓迎されている。関連分野の専門家の分析では、この改正の重大な意味は以下の二つである;第一に、これにより国際貨物輸送代理業が中国ではすでに行政的な制限を受けなくなり、全面的に開放された、かつ投資による発展に対し社会資本と公衆(自然人を含む)の参加を奨励する競争力のある業界になった。第二に、これにより市場経済の公平な競争原則が体現され、国内の民間資本・民間企業を含む国内外の投資者は、事業に対して同様の発展機会が与えられ、平等な待遇を受けられることとなった。

(3) 中国国際貨物輸送代理業の各時期における業務発展

1) 新中国成立初期の国際貨物輸送代理業務

新中国の国際貨物輸送代理業務は、非常に困難な環境の中で開始された。一方では、人民共和国成立前には遠洋貨物船が一隻も残されていず、また戦争により鉄道・道路・港・空港等の有限なインフラもその程度こそ違え破壊されていた。そして国際民用航空に至ってはまたまったく存在していなかった。また他方、新中国の設立当初、アメリカの意図により朝鮮戦争が発動され、またさらに新中国が必要とする各種物資に対し全面的な海運「封鎖・禁輸」及び「航行管制」措置を行うようアメリカに強制された国家もあった。当時中国はまだ海運船団がなく、国際船舶チャーター業務にも熟知していなかった。新中国は経済復興に輸入貨物を必要とし、また朝鮮戦争でアメリカを打倒し(北)朝鮮を支援するのに差し迫った急務であった戦略物資を揃える必要があった。そしてその時貿易運輸部門が直面した任務はいかに適時かつ安全な方法でこれらの物資を輸送するかに策を練ることであった。中国の貿易運輸部門は困難にも怯むことなく、一方でソ連・ポーランド・チェコスロバキア等の社会主義国家と中国が鉄道で連結されているという長所を生かし、国際鉄道連合を通じて輸入貨物を輸送した；また他方で、香港代理である華夏公司を通じて、これら企業の国際船舶チャーター市場での関係を生かすことで船舶をチャーターした。そこには華僑船主からの船舶チャーターを通じて北欧籍の船主と提携を結んだことも含まれている。中国はこれらの成果により海上の輸送航路を積極的に開いていった。また、中国・ポーランド両国の合弁による中・ポーランド汽船株式会社を通じて、ポーランドのグディニア港に貨物中継点を開設した。国内で必要な重要物資はここで海運から陸運に変更されるか、チャーター船舶等の措置を利用して中国に輸送された。このように各方面の努力と協調関係により、反「封鎖・禁輸」は効果的に機能し、同時に新中国は最初の海上航路を開設し、海上輸送の組織化でも主導権を握ったのである。

2) 新中国の計画経済期に於ける国際貨物輸送代理業務

20世紀の五十年代、中国の貿易運輸業務は鉄道の国際輸送が主な特徴であり、国際鉄道の輸送量は中国の輸出入総輸送量の約40-50%を占めていた。1951年、中国は旧ソ連と『中ソ鉄道複合一貫輸送協定』を締結し、複合一貫輸送業務を開始した。続く1954年には、中国はさらに当時の社会主義12カ国と共同で『国際鉄道貨物複合一貫輸送協定』を締結し、輸出入貨物が荷札一つで直送できる国際貨物鉄道複合一貫輸送を実施した。こうしてユーラシアを貫き多国間に跨る国際鉄道の大動脈が形成され始め、沿線国家の関係者との交流と経済発展が促進されたのである。

20 世紀の五十年代に於ける中国貿易輸出入総輸送量の統計表

輸送量単位: 万トン

年度/輸送量	貿易輸出入総輸送量	そのうち鉄道貨物輸送量	
		輸送量	国際総輸送量に占める割合(%)
1950	634	243	38
1951	673	268	40
1955	1317	613	47
1959	2208	1023	46

資料出所:『今日の中国対外貿易』(下)211 ページ。中国当代中国出版社,北京 1992 年版

20 世紀の六十年代に入ってから、国際情勢の変化と中ソ関係の悪化に伴い、中国の対外貿易の相手国が次第に本来のソ連東欧諸国から西側資本主義国家に移行し、中国の貿易運輸方式も徐々に海洋輸送が主体になってきた。

1961 年に、中国は初めて遠洋船隊を創設した。中国遠洋輸送公司(略称、中運公司)が国家の批准を受け設立されたのである。五十年代から七十年代初期にかけて、海輸による輸出入貨物は絶えず増加していた。しかし中国の遠洋船団はこの需要に応えるには未だ創成期にあり、中国の国際貨物輸送量で約半数以上を占める輸送法は外運会社の姉妹企業である中国船舶チャーター船会社が国際市場から船舶をチャーターするという方式であった。この時期、中国船舶チャーター会社は中国政府の指定による唯一の船舶チャーター機構であった。当社は弾力的な定期用船・航海用船等の方式を通じて、適時に多量の船舶をチャーターし、貿易運輸の任務遂行に重要な役割を果たした。国有遠洋船団の編成を速やかに行うため、1970 年に外運公司是国家の決定に従いそれまで十五年間にわたり経営を続けてきた香港遠洋輪船会社に所属する自社船団(27 隻・30 万載貨重量トン)を交通部門に無償譲渡し、中遠公司が国家船団に発展する重要な基盤とした。同時に国家により更に大規模な資金投入が行われ、自国のこの船団は毎年約 100 万トンの速度で拡大発展することとなったのである。また他方で、中国貿易運輸部門は輸出入物資の船倉予約と積み込みを行う際は、一貫して「自国船舶優先」の原則を堅持し、これにより自国船舶の国際貨物輸送量が年々増加していくのが保証された。1976 年には、中国側の船舶による輸送量のうち自国船舶の運搬量は 76.1%を占めていた。1987 年、中国商船隊は 1385 隻・1820 万載貨重量トンを有し、世界で第八位の規模を持つ商船隊であった。七十年代末から、海運は中国の国際総輸送量の 90%を占め、そのうち中国の遠洋船団は常に主力艦隊としての役割を果たし続けた。中国が多くの国々との間に二国間又は多国間の通商・航海等に関する協力協定を締結するにつれ、それが貿易運輸の健全な発展にさらに有用な条件となっていった。八十年代中国の海運航

路は 20 路線余りに達し、中国商船の輸送により自国貨物の輸出先となった国外の港は 200 ヶ所余りに上った。そして荷揚げをする国外の港は 300 ヶ所余りで、世界 170 余りの国又は地域に及んだ。またこれと同時に、中国では対外貿易の発展に応えるため、国内沿海部の港・栈橋・貿易品貯蔵設備の建設が進められた。1987 年の年末には、全国の一万吨級の大水深バースは 199 ヶ所に増加した。港が業務能力を増強していくのに伴い、入出港船舶による混雑・荷物陸揚げの遅れに伴う舶出航の遅れ・滞貨という状況が次第に減少していった。

計画経済期の国際貨物輸送業務に含まれることには、中国外運会社が陸・海・空という多種の輸送方式を組織化することで、中国政府が多くの発展途上国に対し対外経済援助用の海外援助物資を多量に輸送する手段を開いたこともある。そのためベトナム人民の対米戦争（ベトナム戦争）の物資運搬と香港・マカオ同胞に対する物資供給等に見られる任務をも支援できたのである。

20 世紀の六十年代～八十年代に於ける中国の貿易輸出入総輸送量の統計表

輸送量単位：万吨

年度/輸送量	貿易輸出入総輸送量	そのうち海運貨物	
		輸送量	国際総輸送量に占める割合(%)
1960	2031	1027	51
1970	3071	2510	82
1980	8809	7946	90
1986	15320	13448	88

資料出所：『現代中国の対外貿易』(下)212 ページ。中国当代中国出版社,北京 1992 年版

3) 改革開放以降の中国国際貨物輸送代理業務

中国では 20 世紀の七十年代末からの改革開放実施後、対外貿易面で持続的で急速な発展が見られ、中国の国際貨物輸送代理業者にも大きなビジネスチャンスをもたらした。この期間に、中国では経済が急速に発展し、改革が絶えず進化し、開放された領域も拡大していった。そして中国はWTO加盟を果たし、グローバルな競争に積極的に参与してもいる。またさらには科学技術の進歩、情報化の普及等の総合的な要素により中国の国際貨物輸送代理業の市場においては次のような重要な変化が見られた。

第一に中国の国際貨物輸送量が持続的に増加した。国際貨物輸送代理業のサービス対象も、従来に見られた単一の国営貿易商社から輸出入貿易に従事する各種外向型企业に変化していった。中国に「大経貿(貿易・経済の大統合)」の形態が形作られ、各方面で貿易

発展が積極的に促進されていった。そして中国の貿易輸出入総額は1978年の206億米ドルから2003年の8512億米ドルに増加した。これは25年間で41倍の増加を見たことになり、中国は世界第4位の貿易国となったのである。中国の国際貨物輸送量は1980年の8809万トンから2003年の9.4億トン(国際貨物取扱量)に増加し、10倍余りの増加を見た。同時に「大経貿」の形態のもと、中国の輸出入業務を運営する荷主の構造にも根本的な変化が起こった。本来荷主は国家レベルの数社程度という少数の専門商社であったが、それが貿易経営権を有する数十万社もの企業と機関へと変化したのである。そしてその分野は貿易・対外経済・商業・流通・生産・科学研究機関等の各業界に及び、企業の類型にも国有・私営・中外合弁・株式制等の各種が見られるようになった。これと同時に、これらの輸出入業者は全て貿易運輸のサービスについて品質・時間効率・方法及び安全性等の面で以前よりもさらに高い要求を持つようになった。

第二に、市場競争と科学技術の進歩という要素により、国際貨物輸送代理企業はサービスが質的に向上し運営内容も拡大した。政府は競争を奨励し、経営政策の統制を緩め、国有・外資・中外合弁合作・民営等の所有制が異なる国際貨物輸送代理企業が同じ土俵で競争することでそれぞれ長所を發揮し合う体制を形作った。それにより貨物輸送代理業界のサービスは品質面で明らかな上昇が見られるようになったのである。

輸送手段が移り変わり、情報化技術が貨物輸送代理業で広範に応用されるに伴って、国際複合輸送・国際宅配便・国際展覧品輸送等の業務が国際貨物輸送代理業務の一部分を構成するようになった。これにより国際貨物輸送代理企業の経営内容と利潤の出所が多岐にわたるようになり、貨物輸送代理企業の社会的役割も向上し、経営方式も更に専門化していった。

第三に、国際貨物輸送代理業は中国ではすでに新興サービス産業として大まかな形作りがなされるようになった。市場規模・従事者数・社会的な役割・技術設備及び経済的な特徴等の産業経済学理論的な分析によれば、国際貨物輸送代理業はすでに中国では一定の規模を有し、部門・地域・所有制の枠を超え、かつ対外貿易と交通運輸という分野から独立した新興サービス産業として発展しているとしている。商務部の2005年度の最新統計によれば、各地の商工部門で登録し、現地の商務部門で届出をした貨物輸送代理企業はすでに5000社近くにのぼり、直接又は間接的に貨物輸送代理業務に従事する人数は50万人を超えているとしている。さらに国際貨物輸送代理業は対外貿易・雇用の創出・外資の吸収・現代化した物流の発展等に見られる方面でも重要な役割をもたらしているとしている。

第四に、中国にある多くの各種貨物輸送代理企業は積極的に現代的物流企業への変革に足並みを揃え、そのため中国全体の国際貨物輸送代理業界もすでに国家により物流産業と認められ、中国の現代物流産業を構成する重要な基礎となった。中国の中央政府と各レベルの地方自治体、そして社会各界では、中国物流産業に対する理解・重視・支持が日を追って深まっている。中国政府はそれに伴い現代物流産業を奨励、促進させるため、一連の政策措置を続けて実行し着実に遂行している。そのため中国で国際貨物輸送代理業界が持つ重

要な役割はさらに目に見えるものになっていくであろう。中国では未来の物流市場は発展への巨大な可能性が秘められ、発展段階が異なる物流利用者が物流サービスに持つ需要も全て同じではない。そのため将来中国の物流市場では、需要を生む顧客群がさまざまなスタンダードに及び、長期に渡って比較的安定して存在し続けるのである。新たな歴史的環境の下では、中国の各種貨物輸送代理企業は体制作りを整えてさえおけば、全て自己の可能性に見合った市場を見出せるのもそのためなのである。

(4) 中国国際貨物輸送代理業の対外開放と中国の WTO 加盟に関する約束

中国の国際貨物輸送代理業はこの国のサービス貿易で重要な部分を構成しているばかりではなく、中国で最も早くから対外開放を実施してきたサービス貿易業界である。その手始めになったのは、1980 年に国際宅配便サービスという【27】先進的な輸送方式を真っ先に中国に導入することに成功したことである。当時の中国外貿部と税関総局の批准により、この年 6 月に外運会社と日本の海外新聞普及株式会社(日本 OCS 会社)が我が国初の宅配代理業務協議を締結したことがそれである。これにより OCS 会社が中国に配達する商用文の配達サービス業務は外運会社により代理されることになった(後に双方は合弁宅配会社を設立)。それに続いて、「国際宅配便サービスの創始者」と言われる国際 DHL 株式会社は 1981 年の批准以来、相互代理の方式で外運会社と共同による国際宅配業務を展開している；DHL は 1986 年には北京に中国で初の宅配会社である中外運－DHL 国際宅配有限公司を設立。その後世界の主要な国際宅配会社(例えばオランダ TNT ポストグループ、アメリカ UPS/ユナイテッド・パーセル・サービス、FEDEX/フェデラルエクスプレス等)が中国外貿部の批准を受け、中国企業との合弁という方式により中国に進出した。国際宅配業務が即座に中国に進出した背景には以下のものがある：

【27】国際宅配サービスは、新しいスタイルの国際輸送方式として、1969 年にアメリカで誕生し、20 世紀の七十年代以降急速に発展した。このサービスと従来の輸送方式との主な違いは、迅速、期限内(一般には翌朝又は翌日配達)、安全、信用、追跡調査可能、ドア・トゥ・ドア又はデスク・トゥ・デスクの航空貨物輸送宅配業務を顧客に対して行うことである。このサービスは主に商用文書・金融証書・小型サンプル等の重要物品を配達する。サービス範囲が広い地域にまで及ぶため、顧客は上述物品を投函するための複雑な交通手段を手配する必要がなく、それらの接続・乗り換え等に費やす手間が省ける。そして同時に貴重な時間も節約でき、そのぶん顧客は本来の業務に時間を費やせる。このサービスが各国で歓迎されているのもそのためである。

1978 年 12 月、中国共産党第十一期中央委員会第三回全体会議で、経済建設を主軸にすえ、改革開放を実行し、国民経済を発展させ、以て社会主義現代化建設を加速させる路線が決定され、全国人民と社会各界からの熱烈な支持を得た。しかし国際間の対外貿易・経済・文化等の交

流は実践面でまず問題に突き当たった。それは中国と外国双方にとって商業文書・銀行証書及び各種の関連文書による迅速な意思疎通が急務であったことである。当時国際宅配サービスという目新しい輸送方式はすでに欧米や日本等の先進国では非常に発達していたが、中国国内では全くといっていいほど基礎がなかった。国際宅配サービスはその概念を理解し経営する業者が存在しない一方で、国内外の個人営業者にとっては確実に必要なもので、特に国外の顧客は国際宅配会社が中国に進出し宅配業務が行えるようにすることを積極的に奨励していた。中国は外国と相互協力を励み、その結果貿易部門によりこの新方式の国際貨物輸送代理業務【28】の導入は速やかに批准された。そしてこの宅配方式は中国で瞬く間に発展することとなったのである。1986年外経貿部は郵政部門による中国宅配サービス会社の設立を許可し、また国内でのEMS(国際スピード郵便)業務の運営を開始した。その後関連の法律が制定され、この業務の発展を保護する後ろ盾となった。そして実際の業務開始後、国際宅配サービスの「ドア・トゥ・ドア」「デスク・トゥ・デスク」のダイレクトなサービス形態は、本来の輸送方式と従来の郵便配達方式よりも更に迅速・安全で、現在の国際貿易とグローバル化する経済が急速に進む社会の需要により見合ったであることが示された。そのため市場の発展には将来大きな可能性があると言える。このサービスの誕生は、国内外の商業界にそろって歓迎されたばかりでなく、一般大衆にも認知され、現在では社会各界に多品種の宅配サービスを提供するまでに成長している。中国では長年に渡り国際・国内宅配業が急速に発展し続けたため、このサービスは中国の貿易・経済事業の成長、中国の製造業と中国製品の国際競争力向上、国際交流の促進、国民生活への利便性に重要な役割を果たしている。

【28】 1979年、DHL 香港は以前から中国南部のある省で郵便局と代理業務について合意に至り、宅配業という新方式の市場競争的な性質を持つサービス業務を中国で展開することを望んだ。しかし中国国内の郵政部門への申請時には、郵便物は中国郵政の専管であるという等の理由で拒否されてしまった。その後 DHL は在米中国大使館商務処に連絡を取り、同様の要求を行った。在米中国大使館商務処はこの件を中国外貿部に報告、外貿部は検討の結果国際宅配サービスという先進的な輸送方式の導入は、中国の対外貿易の発展と国際交流に有益であると判断し、これに同意し中国外運会社と関連の国際宅配会社に共同でこの業務を発展させる権限を授与した。この新しいサービスが中国で発展する初期段階では、その性質と機能について十分な理解が得られず幾つもの紆余曲折を経なければならなかった。しかし実際業務の発展に伴って、次第に各方面の一致した理解を得られるようになっていった。1986年11月、中国外経貿部弁公庁は国家工商行政管理局に書簡を送り、次のように指摘した：「航空宅配サービスは現在世界各国で一般的に用いられている迅速な“デスク・トゥ・デスク”方式の航空貨物輸送業務である。これは特殊な輸出入向け航空貨物輸送の一種で、世界では一般に貨物輸送代理業に属している。そして中国外運会社本社が宅配業務を行うのは国家の関連規定に適合している。」同年、中国全国人民代表大会常務委員会による『郵政法』草案の検討過程で、外経貿部は特別に書簡を送り状況説明を行い、かつこの法律の修正会議に参加。宅配業務と郵政業務の違いと非郵政部門による宅配業務を許可する理由とその必要性を述べた。そして中国の立法機関は最終的にこれらの意見を取り入れる

こととなった。同年 12 月に可決し公布された『郵政法』第八条の規定には以下のようにある:「郵便物と郵便物の性質を有する物品の配達業務は郵政企業の主管によるが、国务院が別に規定したものは例外である。」そして郵便物とは書状と葉書を指すと明記されている。中国の非郵政企業が宅配業務を運営する合法的な権益が法律の上で保証されたのである。1995 年 6 月、中国国务院が批准、公布、施行した『中華人民共和国国際貨物輸送代理業管理規定』には国際貨物輸送代理企業が私信以外を取扱う国際宅配業務の運営が行えることを明記されている。その後、1996 年に中国外経貿部は『外国事業者国際貨物輸送代理企業投資審査認可規定』『台湾海峡兩岸の貨物輸送代理業に関する管理規則』を公布した。2003 年中国政府が公布した『中国本土・香港經濟貿易緊密化協定』(略称、『CEPA』)では、国際貨物輸送代理企業が法に基づき国際宅配業務を運営する権限を有していると重ねて言明している。これらにより中国宅配業の発展に対する保護と促進が効果的に行われているのである。

1985 年、我が国初の中外合弁国際貨物輸送代理企業である大連国際輸送有限会社が設立された。会社設立後の発展は順調で、この会社は瞬く間に全国規模のサービスネットワークを形成し、規範に即した作業工程は国内の貨物輸送代理業者に衝撃を与えるものであった。外国事業者が中国の經濟發展と国際貨物輸送代理業市場の将来性を見込んだことで、数多くの投資者が中国で合弁貨物輸送代理企業を創設した。20 世紀の九十年代になると、中国の對外開放は全方位・多種のレベル・広大な分野を特色とする新しい形態を形作っていった。これに相応するように、中国の国際貨物輸送代理業の對外開放が更に強力に進められるようになり、かつ法に基づく開放を目標に進むようになった。1996 年中国の對外貿易經濟合作部は『外国事業者の国際貨物輸送代理企業投資審査認可規定』(本特別報告の關係書類を参照)と『台湾海峡兩岸の貨物輸送代理業に関する管理規則』(本特別報告の關係書類を参照)を公布した。そしてこれらにより、外国の会社・企業は批准を経れば合弁・合作(提携)方式で中国国内に外国事業者の投資による国際貨物輸送代理企業が設立でき、以下の事業が行えると規定された; 船便予約、貯蔵; 貨物の積込・積み卸し監督、コンテナ詰め、コンテナ開梱; 国際宅配便(私信を除く); 通関手続、検査・試験の報告、保険; 関連書類の作成・運賃交付・決算、雑費交付及びその他の国際貨物輸送代理業務。この規定は陸・海・空による輸送代理業の各方面に及ぶようになった、またこの業界に対し具体的に開放する事項が明確に規定されたので、国際資本と台湾事業者の投資が促進されている。

中国本土と香港特別行政区は共存共栄を進め、中・港双方とその他の国と地域の經濟貿易關係を強化するため、双方で幾度もの協議を重ねた後、2003 年 6 月 29 日に香港で『中国本土・香港經濟貿易緊密化協定』(略称『CEPA』)。CEPA で規定された国際貨物輸送及び関連業種の協定に関しては、本特別報告の關係書類を参照のことに締結した。続いて双方は 2004 年 1 月 1 日より『CEPA』のもとで貨物貿易とサービス貿易自由化の具体的取り決めを実施した; また相互の開放關係を絶えず拡大することで、『CEPA』の内容が付加され充実したものとなった。『CEPA』に基づき 2004 年 1 月 1 日から、香港企業は単独資本の形式で中国本土に於いて貨物輸送代理サービスが行えるようになった。また香港企業が中国本土で投資を行い国際貨物輸送代理企業が設立で

きる最低登記資本額の要求も中国本土の企業に対する基準にならって実施されることとなった。『CEPA』の実施は香港同胞の熱烈な歓迎を受け、すでに多くの香港同胞が中国本土で投資を行い、国際貨物輸送代理企業を設立している。

2001年12月11日、中国は世界貿易機関(WTO)の加盟国となった。中国はWTOへ加盟したことで、経済のグローバル化に関わる範囲が更に広がり、その領域もさらに深まった。そのため対外開放も新たな段階に入ったといえる。中国のWTO加盟に関する『議定書』附属書9に記載された中国『サービス貿易における特定の約束にかかる表、第2条最恵国待遇免除』『市場参入制限』の条項の規定では、国際貨物輸送代理業に直接関連した特定の約束は二ヶ所、レベル承諾は一ヶ所である。特定の約束とは:一、「貨物輸送代理サービス(CPC748,749、貨物検査サービスを含まない)」に関しては、「最低でも連続して3年の経験を有する外国の貨物輸送代理業者が中国で合弁貨物輸送代理企業を設立することを(中国の)WTO加盟時から許可する。ただし外国企業の持ち株比率が50%を超えないこと。中国の加盟後1年以内に、外国企業が多数の持ち株を所有することを許可する。また中国の加盟後4年以内に、外国企業の単独資本による子会社設立を許可する。」と規定している【29】。(この部分については外経貿部が2002年に新たに発表した『外国事業者貨物輸送代理業投資管理規定』を参照のこと。中国での貨物輸送代理業開放の実情については、中国政府が期限前に約束を実行したため、2001年のWTO加盟時の『議定書』に規定された開放の条件よりもさらに緩和されている)【30】。二、「宅配サービス(CPC75121、現在中国の郵政部門が法に基づき専門営業を行うサービスを除く)」に関しては、(中国が)「加盟時に、外国のサービス事業者による合弁企業の設立を許可する。ただし外資が49%を超えないこと。中国の加盟後1年以内に、外資が多くの持ち株を有するのを許可する。また中国の加盟後4年以内に、外国のサービス事業者が外資による単独資本の子会社設立を許可する。」と規定している【31】。レベル面での約束は(「当該の“特定の約束にかかる表”が含む全ての部門」に適用されるもの):「契約合意又は持ち株合意、或いは現在の外国のサービス事業者が経営を行い又はサービスを提供するための許可の中で列挙された所有権・経営及び活動範囲の条件の設立又は批准に対しては、これに中国のWTO加盟の日よりも強い制限を与えるものではない。」というのが規定である【32】。上述した約束では以下のことが厳粛に表明されている;第一に、中国政府は貨物輸送代理業を含むサービス貿易分野全体の自由化プロセスを積極的かつ着実に推進する。第二に、WTO加盟後、中国政府は— WTO加盟以前にすでに合法的に取得した各種権益を含み — 引き続き誠意を持って中国に対する全ての外国投資を保護する;また国内全ての部門がWTO加盟時の約束に相反することを行う — 外国事業者の合法的権益を侵害する政策・法規を含む — のを禁止し、かつ国内外の社会的監督を受け入れる。中国政府はWTO加盟以来、関連する約束を誠実に履行して、それ故外国事業者も中国の貨物輸送代理業の発展に確信を強め、投資額も目に見えて増加している;同時に改革の過程で発生したいくつかの新たな状況と問題に対しても、中国政府は外国事業者を含む各方面の意見と要望に誠意を持って耳を傾け、早急に交渉を行い適切に処理することで改革を推進してきた。そのため外国事業者の理解も得られ、良好な効果が表れている。

また、業界に関する角度から見れば、上述の『サービスにおける特定の約束にかかる表』の中で、陸・海・空の国際輸送・通関手続・保管サービス・貨物と商品の代理サービス等に関わる内容は、全て国際貨物輸送代理業界の発展と密接に関連し合い、かつ同じく物流産業の範囲に含まれている。そのため中国の貨物輸送代理業者はこれらの分野でも同様に非常に重視されている。

【29】『中国のWTO加盟知識読本』(三),人民出版社,2002年1月第1版,853ページを参照のこと。(ダイジェスト版あり)

【30】『中国のWTO加盟知識読本』(三),人民出版社,2002年1月第1版,853ページを参照のこと。(ダイジェスト版あり)

【31】 同上,822ページ。

【32】 同上,808ページ。

(5) 中国国際貨物輸送代理業界協会の設立と発展

改革開放という基本的国策に導かれ、20世紀の八十年代以降、中国の対外貿易は持続的で急速な発展を実現し、貿易運輸の規模も絶えず拡大してきた。国際貨物輸送代理業界では競争原理を導入、独占制を打破し、そして対外開放を次第に進めて、各種所有制を有する貨物輸送代理企業が平等に競争するようになった。市場の需要供給関係でも重大な変化が生じ、貨物輸送代理市場は史上空前の活気を呈してきた。そして市場体制がこの分野で資源を分配していく役割が日を追って目に見えるようになってきた。これと同時に、政府は市場経済体制の需要に応じて、政府と企業・政府と資本・政府と事業の分割を行い、経済機能を変化させ、政府・市場及び社会の関係を合理化し、以前の万能型の政府から有限のサービスを提供する政府へと変化していった;政府は規範に沿った業界団体等の社会での仲介機構を積極的に発展させ、その役割を十分に果たすことを求めている。そのため提起されてきた問題は、中国の市場経済の発展に対する需要に適応するように、中国国際貨物輸送代理業の業界団体を組織し、業界の自主管理を強化、また公平な競争原則を有する市場の秩序を維持することで、我が国の貨物輸送代理業の健全な発展を促進するということである。

中国国際貨物輸送代理協会(略称、中国貨代協会)は数年の準備期間を経て、2000年9月に旧外経貿部(現商務部)・民政部の批准を経て設立された。これに前後して、各地の省・市・区の国際貨物輸送代理協会のなかには、現地の貿易経済主管部門・民政部門の批准を経て続々と成立され、積極的に事業を展開しているところもある。中国貨物輸送代理協会の成立以来、商務部の適格な指導と広範な国際貨物輸送代理企業の積極的な支持のもとで、中国貨物輸送代理協

会は規約設定と体制作り、内部建設、企業サービス、政府部門により委託された役割の誠実な履行、政府と企業間の関係での意思疎通、企業の合法的権益の保護・研修・宣伝等の方面で積極的な模索をおこない、初期的な効果を示している。また対外交流の面では、中国が国際貨物輸送業者協会連合会(FIATA)に正式に加盟し、この連合会の副会長の地位に就いたことが代表的な例である。中国はこの連合会等の国際的な同業者団体と重点的に交流・相互関係・協力を行うことで、即時に貨物輸送代理業の国際社会での発展状態を把握し、国内の貨物輸送代理企業と国外の貨物輸送代理・物流企業との業務提携を積極的に推進した。そしてそれにより我が国の貨物輸送代理業・現代物流業の国際的な影響力が力強く伸びたのである。2004 年末までで、中国貨物輸送代理協会の会員(企業を主体とするもの)は 576 名に達し、これに 23 名の団体会員(各地の省・市・区の国際貨物輸送代理協会)の構成員を加えると、合計会員数は 5000 名余りとなる。これらの会員は中国国際貨物輸送代理業の主要な構成部分をなしている。中国貨物輸送代理協会は初期段階で以上の業務を成し遂げ、中国政府と各レベルの自治体の担当部門による評価と広範な貨物輸送代理企業の賛同を得ている。

(6) 2004 年に於ける中国国際貨物輸送代理業の新たな進展

2004 年は世界経済と国際貿易の急速な成長により、中国の交通運輸・物流の発展への可能性にも良好な土台作りが行えた。中国経済は引き続き高い水準で推移し、国内総生産(GDP)の増加率は 9.5%に達し、貿易の発展は依然力強く、中国は世界第三位貿易国に躍り出た。一年を通しての輸出入額は 11547 億米ドルに達し、去年の同期比で 35.7%成長している。投資と工業生産も急速な増加を見せ、エネルギー・原材料の需要も依然として高い。これらの要素は全て中国の貨物輸送代理業市場の発展に良好な可能性をもたらしていると言えよう。

2004 年は中国の貨物輸送代理業発展の歴史に於いて折返し点となる一年であった。法治による政府を建設し、政府機能の改革を加速するため、『中華人民共和国行政許可法』が 2004 年 7 月 1 日から実施されたからである。これは政府の行政許可の設定と実施行為を規範付ける重要な法律である。当法律の第 13 条の規定では、市場競争システムは効果的な調整が行え、業界団体・仲介機構を通じて自主管理できる、又は政府の事後調整を通じて解決できる事項は行政機関の許可制度を設定しないとしている。貨物輸送代理業は競争性を有するサービス業界に属し、本法の規定により、業界代理業務の市場参入許可に対しては、政府は行政的許可過程を設定する必要がないからである。

3. 『行政許可証法』の実施を徹底させるため、2004 年 5 月 19 日中国国務院は『国務院行政審査認可項目の第 3 次廃止・調整に関する決定』(国発[2004]16)(以下、『決定』と略す)を公布した。『決定』では商務部による国際貨物輸送代理業務に対する運営資格の行政審査廃止を明確にし、同時に『決定』により、貨物輸送代理業務と緊密に連携しているその他の審査認可項目も廃止ま

たは監督方式の調整がなされている。例えば中国税関総局の通関代理業務を運営する企業に対する登記権の廃止、そして中国民航空総局が民航販売代理企業に対して行う行政審査認可を業者の自主管理を中心とするものに改正したことなどがその例である。『決定』により20年の長きに渡って貨物輸送代理企業及びその業務実行に対して厳格な審査を行ってきた歴史が根本的に終わりを告げた。これは中国の貨物輸送代理業管理制度にとっては革命的事件であり、将来の貨物輸送代理業の発展にも大きな影響を与えるだろう。

以下、体制改革の意味・市場を主体とする発展・行政組織の振興等に見られる三つの大きな方面から、2004年の中国貨物輸送代理業の発展について総括的な評論分析を行うと：

2.1 中国国際貨物輸送代理業の政策に関する重大な調整策：行政の審査認可制から届出制に『行政許可法』と『決定』の実施により、民間企業による貨物輸送代理業務の運営禁止という体制的障害を取り除き、当業界に於いて所有形態が異なる貨物輸送代理企業が公平な競争を行える環境作りを行う。

『決定』の実施前は、中国貨物輸送代理企業の資質審査認可の根拠は、旧外経貿部が国务院の批准を経て1995年に公布した中国国際貨物輸送代理業の『管理規定』であった。この規定によれば、貨物輸送代理業の投資・運営には厳格な審査認可手続があり、投資者の資格と持ち株比率等にも厳格な制限があった。そのうち重要な二点は、貨物供給元の基盤を有する企業のみが貨物輸送代理企業として申請でき、自然人による貨物輸送代理業務の運営は許可できないというものであった。

2004年7月1日に貨物輸送代理業審査認可制が登記制に改正された後、商務部は新たな情勢の変化に対応するため、関連部門と積極的に意思疎通を行い、2005年の初めに国家工商総局と共同で『国際貨物運輸代理企業の登記と管理の関連問題に関する通知』（以下『通知』と略す）を公布、その後『国際貨物運輸代理企業届出（暫定）規則』（商務部令2005年第9号、以下『規則』と略す）を新たに公布し、新しい情勢のもとで貨物輸送代理企業が登記届出をする条件と手続きを明確にした。『通知』の規定によれば、新たに設立する国内資本の貨物輸送代理企業については、投資者の資格と持ち株比率に対してもはやいかなる制限を加えるものではないと規定している。そして『中華人民共和国公司（会社）法』に規定された会社設立の条件に適合し、経営体制が異なる貨物輸送代理業務が必要とする登録資本の要求を満たし、かつ現地の工商局で直接登記を行いさえすれば、国際貨物輸送代理業務の運営が行えるとしている。同時に『規則』の規定に基づき、本来審査認可を経た貨物輸送代理企業か新たに設立された企業かに拘らず、全て現地の商務部門に赴き新たに届出を行わなければならない。政府はこれによりこの業種に対し引き続き監督を強化できるのである。まさに『通知』と『規則』の実施は、中国の貨物輸送代理業界による届出登記という基礎に立った業界の自主的発展という新しい段階が形作られたことを意味している。本来の

行政審査認可制に比べ、届出登記制は以下の三点に於いて積極的な意味を有している：第一に、政府の事務効率を向上させ、企業が必要な時間とコストを節約する；第二に、民間経済が貨物輸送代理業務に投資・運営してはならないとする障壁を根底から打破する；さらに貨物輸送代理業経営と関係した、例えば通関の代理業務・民航販売代理等に見られる貨物輸送代理業の経営に関連した業務の行政審査認可が廃止された。これら全てにより民間経済が貨物輸送代理業界で急速に発展していくために、統制の緩い政策的環境がつけられ、当業界が公平な競争を行う市場環境を形成する力となったのである；第三に、貨物輸送代理企業の経営については、持ち株比率の点で制限が撤廃され、企業による新たな財産権の案出・処理が行いやすくなった。また関連業界の間でのM&B・組織改正等の資本運用活動が促進され、大・中型の貨物輸送代理企業が規模拡大・経営強化を行うのが促進されることで、中国の貨物輸送代理企業の競争力も向上しているのである。

(7) 中国国際貨物輸送代理業市場の 2004 年に於ける新たな発展

1) 加速される外国資本による株式所有と単独資本経営への足取り

中国では、貨物輸送代理サービス業は現代物流産業とサービス貿易の重要な一部分を構成している。そして貨物輸送代理サービス業のうち貿易輸送の部分は、中国の輸出入貿易と密接な関係がある。そのためこの業界は、中国が 1979 年から改革開放政策を実施して以降、比較的早くから外国に対し開放されてきた重要な分野ともなっている。また、我が国は WTO 加盟時に、貨物輸送代理サービス(貨物検査業務を除く)については、加盟後 4 年以内に(即ち 2005 年 12 月までに)、外資の単独資本による子会社設立を許可する(付録を参照のこと)と約束している。現在、経済はグローバル化に向けて発展し、世界の製造業は中国への移転に更に力をいれている。そのため中国のマクロ経済は引き続き高いレベルで推移し、対外貿易も急速な発展を維持している。中国の陸・海・空の交通運輸設備は絶えず整備を重ね、また物流市場の需要も活況を呈し、近年では 20%以上の増加率を見ている。国内外にこれらの好材料が見られるため、外国事業者は将来の中国貨物輸送代理業物流市場に対して明るい展望を抱くようになり、国外の多国籍物流企業も国内市場に上陸するスピードを速め、戦略的拡張の足並みを揃えるようになった。

2004 年末の中国に於ける物流インフラと技術設備の発展状況

物流インフラの発展状況	
項目	規模
鉄道営業キロ	7.4 万キロ
自動車道路総延長	185.6 万キロ(その内高速道路 3.42 万キロ)
海港の一万吨級大水深バース数	600 基を超える
内陸航路総延長	12 万キロ余り
中国の物流技術設備の発展状況	
中国の陸・海・空のターミナル港に設置された技術設備は全面的に改善が見られた	
中国各地に現代的な物流エリア・物流配送センター等が多数誕生した	
中国では公共通信ネットワークの大規模建設が見られ、物流情報化へ向けた重要な技術的基盤となった	

資料出所:『中国物流購入連合会会員通信』2005 年第 8 期

中国の国際航空宅配業を例に見てみよう。この業界は国際航空運輸に依存して発展し、そして中国国際貨物輸送代理サービス業の重要な一部分を構成している。そのため中国経済全体と輸出入貿易は持続的な発展に恵まれ、国際宅配市場の需要も活気を帯びている。現在中国では、国際宅配業の年業務量は毎年 30%-35%の速度で成長を続け、全世界の成長率である 11%を遙かに上回っている。世界の宅配大手(DHL・FEDEX・UPS・TNT)はこの成長を原動力に中国で単独資本による経営発展を追い求めている。例えば、2004 年 9 月オランダ TNT ポストグループは中国の上海に総本部を設立し、自動車物流・宅配とダイレクトメール業務に重点を置いて発展していくと発表した;続く 11 月、アメリカ・フェデラルエクスプレス社(FEDEX)は上海に中国業務地区総本部を設立し、中国地区での全業務の発展を企画運営することとなった。これにより FEDEX 社は中国国内での単独資本による経営の道を切り開いたのである;12 月には、アメリカ・ユナイテッド=パーセル=サービス社(UPS)が 1 億米ドルという高値で長年提携関係にあった中国企業である中国外運公司本社(SINOTRANS)から株式を“取り返し”た。これにより 2005 年以降、中国で最も重要な商業都市に於いて国際宅配業務を行う独占経営権を手中に収め、単独資本経営への第一歩を踏み出したのである。また 2004 年 6 月には、陸・海・空に及ぶ総合貨物輸送代理業務で知られ世界規模の多国籍企業であるスイス・パナルピナ(PANALPINA)とフランス SDV も CEPA【33】の方式で中国に於いて単独資本による会社を設立させ、上海に本部を設置した。これらのことからある一つの傾向が明らかになっている:以前は中国国内では行政政策による統制が原因で、外国企業は弁事処(代表処とも言う。事務所)を設立し、中国企業と代理業提携協議を締結するか、合弁会社の方式を通じてでなければ中国の貨物輸送代理市場に参入できなかった;しかし政策の自由化に

伴って、外国企業は中国国内で中国企業と利益を分担し合う提携形式では満足しなくなり、単独資本を望む声が現れてきた。現在、大多数の会社はグローバル戦略に基づく必要から、経営戦略を調整し、中国に直接制御可能な単独資本による会社を設立し、中国での貨物輸送代理・物流市場の開拓を強化しているのである。

2) M & A(合併吸収)・組織再編等の資本運用が理論から実践へ

現在、中国に於いて貨物輸送代理企業の競争力が足りない明確な原因は経営規模が小さいことである。中国の貨物輸送代理企業は、経済のグローバル化という挑戦を受け、また市場開放後外資が大量に流入してきたという情勢にも直面している。このことに関して、すでに数年前に専門家が指摘し、また中国の多くの貨物輸送代理企業も認識していたのは、これらの企業が規模拡大と体質強化を目指すには、M&A・組織再編・上場等の資本運用の手段を用いる必要があるということである。中国政府の積極的な支持、政策障壁の撤廃等に見られる好条件は、資本運用が貨物輸送代理業で実践される環境作りをしている。

【33】 中国商務部は、香港・マカオと中国本土の間に緊密な経済貿易関係を樹立し、香港とマカオのサービス業者に中国本土で国際貨物輸送代理業務を行う企業の設立を奨励するため、中国國務院が批准した『中国本土・香港経済貿易緊密化協定』と『中国本土・マカオ経済貿易緊密化協定』に基づき、『外国事業者の国際貨物運輸代理企業投資管理規則』(外経貿部 2002 年第 36 号令)に以下の補充規定を設けている:2004 年 1 月 1 日より、香港とマカオのサービス事業者が中国本土で合弁・合資・単独資本の形式で国際貨物輸送代理企業を設立するのを許可する。

2004 年の資本運用活動は、中国の貨物輸送代理業に於いて運営面で比較的良い結果が得られた。例えば、中国最大の貨物輸送代理企業である中国外運グループは、2003 年 2 月の組織再編・制度改革を経てその傘下にある中国外運株式有限会社の香港での上場に成功させた。さらに中国外運が 40 数億香港ドルもの資金を募ったことで、業界では海外株式公開に於ける「中国物流の初上場」と称された。そしてこれがその後進められる一連の資金運用活動に着実な基盤を築いたのである。2004 年、中国外運は海運市場では千載一遇のチャンスをつかみ、古い船舶の売却・合弁等の方式によりタンカーと自動車運搬船の輸送分野への参入に成功し、業界内では「低コスト型規模拡大の典型例」と言われている;そして資源の融合と、脆弱な部分の補強を行うため、この年当社は株式買収と増資の方式で、中国福建省では絶対的な優位を築いていた民間物流企業・裕利グループの 75%の株式を取得したのである。

2004 年、この業界内に比較的大きい影響力を与えたもう一つの事例は、香港・嘉里物流グループによる大通国際運輸有限公司の買収である。1985 年に設立された大通国際運輸有

限公司是中国で最も早くからある国有持ち株会社で、また中外合弁企業でもあった。当社は20年間に渡り発展を続け、現在では機能が多岐にわたり、規模も比較的大きく、また整備されたネットワークを有する大型貨物輸送代理企業になっている。しかしこの企業には中核的な競争能力を高め、物流業界に於いて規模拡大と体質強化という目標を実現する必要があった。そこで株主である華通公司是国際提携路線で発展戦略を堅持することを提案したのである。2004年9月20日、多方面での接触の中で、多国籍企業の郭氏グループ(郭鶴年)傘下のグループ企業で、香港上場企業でもある嘉里建設有限公司の、さらに全額出資子会社である嘉里物流と華通公司の間で協議が合意に達した。嘉里物流は二段階に分けて大通公司の株所有に参加し、全体で大通公司有する株式の70%を買収し、その関連金額は3.8億人民元に及んだ。これは嘉里物流がアジアの一流企業に歩みを進めた重要な一步であったと言える。また大通公司の発展を加速するため資金面での支援も行うという、両社が共存共栄する道を求めた動きでもあった。

これらのM&A・組織再編という活動は企業全体の戦略配置のみならず、具体的項目の運用をも含むものである。例えば中国外運グループを例にとると、当社は中国国内の低温冷蔵物流市場に大規模に参入するため、2004年12月に福建漳州裕和グループ(中国で初の冷蔵輸送を中心としたグループ化民営企業)に所属する上海裕和冷蔵宅配有限会社が有する株式の60%を買収した。また山東省には海豊国際航運集団有限公司という貨物輸送代理業を主要業種にした、民間資本が株式所有を行うグループ企業がある。2004年11月当社は世界の海運大手であるマースク社の子会社であるマースク物流(中国)有限公司と二回目の項目提携合意を締結した。そして両社は360万米ドルを共同出資し、上海浦東に合弁会社・上海怡豊貯蔵運輸有限会社を設立、その後貯蔵・分配・コンテナ詰め・コンテナ開梱・陸運・貨物輸送代理・通関手続き等の一貫性サービスを運営している。

3) 地勢的差異が貨物輸送代理企業の経営発展に与える影響が日々顕著になってきた

2004年の中国貨物輸送代理業協会会員企業の1年点検資料についての分析により、次のような興味深い現象が見て取れる:貨物の供給源が有する規模・顧客数・経営スタイルでも、管理レベル・財務収益・発展への展望等に見られる多くの点でも、内陸部と沿海部臨港地区の貨物輸送代理企業には明らかな差異が見られる。沿海部臨港地区の貨物輸送代理企業は経営状況が内陸部よりも遥かに良好で、この現象は大規模な企業グループの内部か、一社一社の中小企業間での比較かに拘らず一様である。企業間にある差異の原因は、我が国の経済発展レベルが不均衡で、地域的に顕著となっている差異が客観的に反映されているものであり、また業界の経営特色とも密接な関係がある。一般的には、長江三角州地域(上海・南京を中心とした地域)・珠江三角州地域(香港・広州を中心とした地域)等のような東部沿海部の先進地域は現在中国で最大の経済総量を誇り、経済発展速度が最も速く、外国事業者の投資も最も多い地域である。最新の統計によれば、2004年には上海はコンテナ貨物取扱量が標準コンテナにして1300万箱を超え、世界第三位のコンテナ港となっている。上海は

航空貨物輸送の市場規模も北京地域の2倍で、中国及びアジア太平洋地域ではすでに押しも押されぬ国際貨物輸送と物量の中心である。そして貨物物流業務の発展には大変恵まれた場所だと言えるだろう。上海以外にも、深圳・青島・寧波・広州等の中核的な港湾都市は交通の要所にあり、位置的にも優れ、広大な土地を有している。そしてまた物流・情報・商業活動・人材が集中し、世界各国の大規模船舶会社・航空会社はこれらの場所に中国地区又はアジア太平洋地区の総本部を設置している。これらの都市では船倉・運賃等の資源や顧客が得やすく、制御ルートが滞りなく、業務面での利便性もある。そのためこれらの地域の中国・外国の貨物輸送代理・物流企業は中国の他の地区にある同業者と比較すると、経営利潤が高く、市場規模が大きく、発展の可能性も良好であると言える。

4) 市場競争により中国の貨物輸送代理業界で見られるようになってきた「マタイ効果」

「貧しき者はより貧しく、豊かな者はより豊かに」—この現象は「マタイ効果」と呼ばれている。現在、貨物輸送代理業の市場競争は日を追って過熱しているが、零細貨物輸送代理業者の中には、悲惨な経営状況におかれ、事業が立ち行かない会社もあり、その一方で大規模貨物輸送代理業者の中には日々発展し、経営にも十分な余裕がある会社も見られる。これが「マタイ効果」が貨物輸送代理業界に於いて反映されているものである。具体的に見てみると、貨物輸送代理企業は資源の集積・経営業績・市場シェア・従業員への待遇等に見られる点でも、同様に「マタイ効果」の影響が目に見える形で表れている。実情を見ても分かるように、経営を大規模化して発展した貨物輸送代理企業が有する重要な成功要因(KSF)は、貨物の供給源・資金・ネットワーク及び一体化したサービス能力の四つである。中国外運株式会社・中国遠洋貨物輸送公司等の大企業は近年の組織再編・制度改革以降、従来経営がそれぞれ独立していた分散経営形態による問題がかなりの程度克服され、競争力も大幅に強化された。これらの会社は上述の四つのKSFを全て有し、加えてここ数年市場の情勢が良好だったこともあり、大規模経営の効果が現れ始めてきたのである：例えば、集中購買は運賃の面で更に競争力を有することに優越性があり、市場開発の一体化は運営コストが中小の貨物輸送代理業者よりもかえって低くなるのが長所である。しかし、中小の業者は所有する資源が限られているため、特色がある経営を売りにしなければならない。さもなければ市場競争が過熱するに伴い、「マタイ効果」の作用による大小貨物輸送代理業者の間にある差は更に拡大していくであろう。

5) 主要業務を明確にし、中核的な競争力を発展させる中国貨物輸送代理企業

政策の緩和及び中国に於ける市場経済体制への改革が深化することで、国内貨物輸送代理企業が強く認識したことは次の通りである：競争が日に日に激しくなっている市場で生き残り、発展し、自分の居場所を確保するには、経営方式を改善しなければならないということ：従来の「規模を重視し、数量を追求する」といった粗放経営の様式から、「効果・利益を重視し、品質を追求する」という集約経営への発想の転換を実現する必要があること：そしてこの発想

転換を実現させるには、買い手市場が特徴である市場環境に即した変化を成し遂げなければならないということ:また、自社の資源面での条件と業界の発展が日に日に専門化していく時代の趨勢を融合して、主要業務が何かを明確に示し、中核的な競争力として発展させる必要があること:企業はこれらの根本的な努力により始めて発展が持続できること。2004 年には、大規模の貨物輸送代理企業か、或いは中小規模かにかかわらず、全てこれらの戦略的思想を貫徹している。例えば、中国外運グループは 2003 年以来二年続けて『中国国際貨物輸送代理業百大業者』の首位に立っているが、この会社は現在資本運営により、従来からの貨物輸送代理業務を規模拡大・体質強化させる路線を歩んでいる;また、大連錦程物流グループは国内で発展著しい大型の民間企業(2004 年『中国国際貨物輸送代理業百大業者』の第 5 位)であるが、新たに「フランチャイズ経営による実体のあるサービス・ネットワークを発展させ、開放型の電子商務プラットフォームを通じて情報サービスネットワークを構築する」というモデルを作った。ネットワーク経営により事業を拡大発展したい中小貨物輸送代理企業にとっては、これは良い見本と言えるだろう。そして多くの中小企業も業界の発展という時代の趨勢に沿って、考え方を調整し、資源を統合させながら、専門化と特色のある経営への足並みを揃え、「専門・緻密・特化・新しさ」という方向に発展しつつある。

2004 年度に於ける中国国際貨物輸送代理業百大業者順位表(1～10 位)

本部所在地	順位	社名	総売上高 (億人民元)	会社の所有形態
北京	1	中国外運(グループ)会社本部	340.67	国有
北京	2	中遠国際貨物輸送代理有限公司	316.03	国有
北京	3	五礦国際貨物輸送代理有限責任会社	56.71	国有
北京	4	中国物資貯蔵運輸会社本部	55.23	国有
遼寧	5	錦程国際物流グループ株式有限会社	53.30	民営
上海	6	東方国際物流(グループ)有限公司	49.23	国有
北京	7	嘉里大通物流有限公司	31.02	合弁
上海	8	錦海捷亜国際貨物運輸有限公司	27.42	合弁
上海	9	華貿国際貨物運輸有限公司	25.65	合弁
天津	10	天津大田グループ有限公司	25.62	民営

資料出所:『2004 年度中国国際貨物輸送代理業百大業者』資料整理 中国『国際商報』2005 年 7 月 6 日特別号

6) 中国現代物流の発展を加速させる大型貨物輸送代理企業

貨物輸送代理業務の向上と物流サービスの発展はすでに中国の大型貨物輸送代理企業の間で共通に認識されているものとなった。これらの企業はここ数年で組織再編・制度改革・株式上場等の戦略的な措置を実施し、競争力も大幅に増強した。そして物流発展のために自社でソフト・ハード面の条件を揃えている。また資源の統合・プロセスエンジニアリングを通じて、現代物流企業への改革に向けてその歩みを速めてもいる。例えば、中遠グループ(COSCO GROUP)は「世界的な運送取扱業者から海運による世界物流事業の経営者へ向けての変化」を目標にすえ、そのために2002年初めに中国遠洋物流有限公司(略称、「中遠物流」)を組織した。その後わずか二年の間に、サプライチェーンの管理強化の上で努力、家電・自動車・展覧会・電力・化学工業・小売の六大物流ブランドの開発を重点的に行い、物流売上高(Turnover)は毎年50%の速度で増加した。2004年は業務が飛躍的に向上し、好成績が相次ぎ、国内第三者物流(商品の供給側・受取側ではない、純然たる輸送専門業)市場の牽引役としての地位に登り、中国物流購入連合会・中国交通運輸協会等の10大貨物物流業界団体から中国最大の第三者物流企業と見なされるようになったのである。

2004年中国誠通ホールディング・カンパニーは物流金融業務(倉庫証券担保)部門の開発で新たな発展を見た。倉庫証券担保とは企業に対する銀行の融資業務の一種で、物流企業が銀行と商工業に従事する顧客と協力してこの三者で展開するものである。つまり、一定の条件を有する専門物流企業が銀行に対して行うもので、商工業者の顧客が有する倉庫証券の担保融資について調整サービスを行い、在庫物を担保とすることにより、商工業者の顧客が銀行から融資サービスを受けられるようにする物流金融サービスである。このサービスは我が国の企業に見られる資金不足・融資の困難という現段階の問題が解決され、同時に銀行が金融上のリスクを回避できる効果的な方式である。2004年、このグループ傘下の中国物資儲運総公司(中国物資貯蔵運輸会社本部;略称、「中儲」)は顧客への融資額が40億元に達し、業務収入は前年より387%の増加を見た。中儲は我が国で最も早くからこの業務で模索を始めていた企業であり、統合を繰り返しながら、1999年に倉庫証券担保業務を正式に開始、現在中儲はすでに中信・広開・招商・建設・工商銀行等の数十社の金融機関と提携関係を築いている。この業務には発展に向けた大きな可能性があり、また外運グループを含む多くの中国物流企業が意欲的にこの業務を展開している。このほか、上海東方国際物流グループ等の大型企業も資源を統合させ、自社の優越性を融合させることで、物流発展に向けた目標を打ち出し、物流業務の拡大発展を行っている。

7) 中国の貨物輸送代理業者の同業組合が果たす役割が重要になる

中国国務院により2004年3月に公布・実施された『法治行政全面的推進の実施概要』(以下、『概要』と略す)の規定に基づき、以後中国政府と各レベル地方自治体の新たな機能は経済調節・市場監督・社会の管理と公共サービスであり、社会と経済発展に指導的な役割を果

たすものと定義づけられた。その中であって、同業組合は中国の社会主義市場経済体制で進められている重要な部分をなし、中国の新しい社会管理体制で重要な一部分を構成している。中国共産党と政府の要求は次の通り明確である：「市場化原則に則り、各種の同業組合・商会(商工会議所)等の自主組織の規範設定を行い発展させていく；社会団体・業界団体・社会仲介組織がサービスを提供し、意見を反映させ、活動の規範設定を行う役割を促進させ、社会管理と社会へのサービスという機能を結合させる【34】。」新たな形態と要請が現れたことで、中国共産党と国家の業界団体には大きな期待が寄せられ、また業界団体が進む方向も指し示されているのである。

2004年中国の貨物輸送代理業管理システムで生まれた新たな状況と市場の新しい変化に対し、中国国際貨物輸送代理業協会は全国23ヶ所の地方貨物輸送代理業協会を結束させ、「政府との意思疎通、企業へのサービス、利益の調整、発展の促進」という方針を貫き、意欲的な姿勢でサービスの刷新に努めている。そのため当協会の役割と影響力も絶えず広がっている。

2004年7月、貨物輸送代理業に対する行政審査認可が廃止された。中国国際貨物輸送代理業協会(CIFA)は、その廃止後に旧制度から新制度へ即時に効果的な移行が行えるよう、貨物輸送代理企業の代言人として意欲的に意見・提案を提出し、また内部で固く結束し協力しあった。それにより新しい形態のもと政府が発表した新たな貨物輸送代理業管理規則に対し基盤となる作業を多く行ったのである：そして、中小貨物輸送代理企業の海外ネットワーク展開を促進するため、国外の同業者とも協力提携を深めた。2004年6月、CIFAは世界貨物輸送連盟(WCA)加盟者を結集し初の大規模な中国・外国貨物輸送代理企業協議会の北京での開催に成功した。後にこの協議会は企業からは最も良い効果をもたらした活動であったと評価されている。2004年、中国各省・市の貨物輸送代理業協会も同様に活発であった。例えば、廈門(アモイ)市貨物輸送代理業協会は廈門市対外経済貿易企業協会・廈門市コンテナ輸送協会等の団体を結集し協議を行った。その場では、コンテナ封印費用廃止問題で世界海運大手であるマースク社と激しく対立したが、熱心な説得を続け、結果貨物輸送代理企業の正当な権益を積極的に擁護したため、業界の広範な関心を呼んだのである。2004年にCIFAは全国規模の第三回貨物輸送代理業従業者の研修と試験を組織した。試験の参加人数は2万人近くになり、業界内と社会に対し積極的な影響力を与えた：そして2004年9月、中国国際貨物輸送代理業協会は努力を重ねた末に、国際貨物輸送業者協会連合会(FIATA)により中国本土で唯一の「FIATA 貨物輸送代理業資格証書」(FIATA Diploma in Freight Forwarding)の研修及び試験の主催者の資質を有するものとして権限を授与された。これは中国の貨物輸送代理業の従業者研修・試験が本格的に世界各国と連結されたことを意味すると言えよう。そして以上のことから、すでに同業組合がこの業界の規律正しい運営を維持し、業界の発展を推進する重要な力となっているということが見てとれよう。

【34】 中国共産党十六期中央委員会第四次全体会議『中国共産党中央委員会による党の執政能力建設に関する決定』(2004年9月19日)第七部分:積極的な要素全てに対し最も広範で最も十分な調整を行うことを堅持し、調和がとれた社会主義社会を構築する能力を絶えず向上させる。

2. 2004年に於いて中国国際貨物輸送代理業が抱える主な問題

(1) 市場経済の発展に応える中国貨物輸送代理業界の管理体制構築が急がれる必要性

1) 従来の貨物輸送代理業管理体制では開放型の競争を行う中国貨物輸送代理業市場の発展にすでに対応できない

20世紀の八十年代以降、中国の貨物輸送代理業に於ける政府主管部門は貨物輸送代理業での独占を打破し、国内外で次第に強まる開放への需要に応える必要があった。そのため従来の貨物輸送代理業管理体制に対し絶えず部分的な改革と調整を行い、すでに重要な変革を成し遂げた分野も現れている:例えば自然人による国際貨物輸送代理業務の運営許可・貨物輸送代理業界の行政審査認可制から届出登記制への改正等がその例である。これらの改革措置は貨物輸送代理業の市場化へ向けた発展を進めるのに重要な役割を果している。しかし全体的に見てみると、我が国の業界では計画経済の条件下で形成してきた貨物輸送代理業の管理様式と枠組みの影響が依然として大きい。この業界の管理体制が市場経済の発展に適応し、各方面と協調でき、秩序だった運営を行えるのが理想であるが、それらは未だに構築されていない。実際の運営面から見ると、このような状況は我が国に於ける貨物輸送代理業のさらなる発展と対外開放にはすでに不利な要素となっている。

今日、我が国の貨物輸送代理業の発展環境は計画経済期と比較して、以下に見られる五つの根本的な変化が起こった。第一に、貨物輸送代理業界は性質面で、従来の国家による独占経営から、長年にわたり絶えず開放措置を行う段階を経て、すでに今後国内外に対し全面的に開放された競争性があるサービス業界に変化した。第二に、貨物輸送代理企業の運営規則と方式は、本来は会社数としては多くない国有貨物輸送代理企業が、国家の指令的な計画に基づいて、経営を独占し、損益責任は全て国家が負っていた;しかし現在では全ての貨物輸送代理企業は市場をその方向性とし、市場経済の要求に基づき、自主経営・自己による発展・損益の自己責任を実施しなければならないように変化している。第三に、貨物輸送代理業界の市場主体は、従来の僅か数十社の国有貨物輸送代理企業から、数にして万単位の社会各界の自然人・民間・国有・中外合資・外国事業者による単独資本等の多種多様な所有形態を有する企業が同じ土俵で競争・発展し、また共同で国内外の顧客に貨物輸送代理サービスを提供する巨大な市場集団を形成している。第四に、貨物輸送代理業務のレベル向上による変化がある。従来、大・中型の貨物輸送代理企業は分担式による陸・海・空の運輸代理業務・貯蔵運輸・通関検査報告等の貨物輸送代理サービスを行っていた。しかし今ではより多くの大・中型企業が情報化を基礎とする「一站式(同一ポイントで行う方式)」である全過程のサービスが行える現代物流業務に向けて変化を加速させている。これは貨物輸送

代理業市場の変化に対する需要に適応するものであり、また貨物輸送代理企業が顧客のニーズを満たすと同時に、自社の市場での生存と競争能力の必要性を高めてもいる。第五は、政府機能と管理方式の根本的な改革である。政府は以前の「万能型」・統制型の政府から、『概要』の要求に基づく、サービス提供型で権限が有限な政府・責任追及可能な政府への改革を始めている；政府の管理方式も以前の単純に行政的・指令的性質に依存した管理から、各種貨物輸送代理業の市場主体に対するサービスに次第に変化し、そのためこれら企業の発展に良好な環境をもたらしている；今後は市場と業界の発展に対する需要に基づき、主に経済と法的手段の運用により貨物輸送代理業を管理し、法に基づき政府の市場監督機能を履行することが求められる。それにより市場監督の公正性と有効性を確保するのである；それと同時に完全なる競争性を有する業界として、政府はまた貨物輸送代理業協会等に見られる仲介機構の役割を十分に活用させなければならない。それにより政府には、政府自身の法治行政と業界の自主性・世論による監督の強化、及び大衆が参与する度合いの増加を有機的に融合することが求められている。そして融合させることで、この「四結合」の市場監督システム【35】が完成するよう尽力していかなければならない；これらにより、開放・競争・秩序だった現代的市場システム建設が加速されるだろう。

2) 貨物輸送代理業『管理規定』の改正を速やかに行い、政府部門の協調管理を完成させる。

国务院の『概要』の規定では、法治行政の最も基本的な要求は「合法的な行政」を行うことである。『概要』では、「行政機関による行政管理の実施は、法律・法規・規則に規定されている内容に基づき進められなければならない」と要求されている；同時に、「社会主義市場経済体制を万全なものとし、対外開放と社会の全面的進歩の需要を拡大するため、現行の行政法規・規則に対し改正又は廃止を適時に行い適応させること【36】。」と規定されている。我が国で現在実行されているのは1995年に国务院の批准を受け、旧外経貿部が公布・実施した貨物輸送代理業『管理協定』及びそれに関連した『実施細則』である。この十年、『管理規定』は我が国の貨物輸送代理業で初の權威性を有する業界法規文書であり続け、貨物輸送代理企業の経営と貨物輸送代理業界の管理に関して規範を設定するのに重要な役割を果たした。しかし同時に、政府主管部門は、上述のように急速に変化する貨物輸送代理業界と市場の状況、及び国家の貨物輸送代理業界に対する再定義という課題に直面し、時代に即して歩む必要性が出てきた。そのため主管部門は『概要』の原則と要求に基づき、我が国の貨物輸送代理業界の特徴、国家による対外貿易・現在物流の発展に関する法規と政策を統合し、さらに国内外の関連業界による改革の実践と経験を参考にしなければならない。そして関連部門と共に、同業組合・各種の貨物輸送代理企業・社会各方面の顧客・専門家等の各方面の広範な意見と提案に十分に耳を傾け、その基礎に立って、『管理規定』の全面的な改正を行う必要がある。これは我が国の貨物輸送代理業が将来全面的な開放と競争に直面するという環境のもとで、政府・企業・社会の相互関係と権力・責任を明確にし、貨物輸送代理業の

監督管理体制を刷新するものである。そして政府の合法的な行政の実行、企業同士の秩序ある競争、さらには我が国貨物輸送代理業の健全な発展を促進するためのものである。

【35】 2003年10月に可決した中国共産党十六期中央委員会第三次全体会議の『決定』では「市場システムの整備、市場秩序の規範設定」の部分で、「行政の法律執行・業界の自主性・世論による監督・大衆の参与が融合した市場監督システムを整備する」ことが求められている。人民出版社単行本19ページ参照。

【36】 中国国務院が公布した『法治行政全面的推進の実施概要』(2004年3月),中国法制出版社単行本7、13ページを参照。

またその一方で、貨物輸送代理業務は輸送手段全ての補助的サービスとして、多くの政府部門と関連性がある。そのため貨物輸送代理業界の主管部門が自ら進んで各関連部門・同業組合等と共に、現在の意思疎通の経路と方式を改善し、各方面が協力し、秩序ある運営を行う貨物輸送代理業界の協調体制を速やかに構築しなければならない。そしてこれにより問題の研究・解決を行うことで、貨物輸送代理業の発展を共同で促進していく必要がある。

(2) 業界の主体は中小企業で、強い競争力を持たず、物流の発展を困難にしている

現在、中国国内にある貨物輸送代理企業の80%は中小企業であり【37】、将来この比率は更に増えるだろう。中小の貨物輸送代理業者の特徴は次の5つの字により簡単に要約できる:「小」(経営規模が小さい)、「少」(サービス規模と専門的な人材が少ない)、「弱」(融資能力が低い)、「散」(ネットワークが欠如又は分散し、経営面での秩序が規範から外れている、また経営レベルがまちまちである)、「低」(市場開拓の手段と競争力が低い)。「小」「少」は各種中小企業に普遍的に見られる特徴である。そして「散」は特にネットワークが分散し、経営面での秩序が規範から外れているという部分が貨物輸送代理業に特有である。そして上述の特徴により、これらの企業の経営発展には以下の困難と問題点が普遍的に存在している:

【37】 旧国家経済貿易委員会・国家発展計画委員会・財政部及び国家統計局が2003年2月19日に公布した『中小企業基準暫定規定』の規定に基づき、交通運輸業の中小型企业は以下の条件を満たさなければならない:従業員数3000人以下、又は販売額30000万元以下。そのうち、中型企業は同時に従業員数500人及びそれ以上、販売額が3000万元以上という条件を満たすこと:それ以外は小型企業と見なす。郵政業での中小型企业は以下の条件を満たしていること:従業員数1000人以下、又は販売額30000万元以下。そのうち、中型企業は同時に従業員数400人及びそれ以上、販売額が3000万元以上という条件を満たすこと。それ以外は小型企業と見なす。これらの条件により、我が国では貨物輸送代理企業の80%が中小企業だと言える。

第一に資源がちりぢりに分散していること。まず経営規模が小さいため、資産・貨物の供給源・顧客等の要素をまとめ上げることができない。特に貨物の供給源の構造を見てみると、中国の貨物輸送代理企業、とりわけ中小企業は運賃先払い貨物の輸出請負を主にしていて、市場開拓のための手段は主に運賃で勝負するか社会的な人間関係を利用するかによっている。現在、FOB 指定による貨物輸送方式が中国の対外貿易に占める比重で 50%を超えている(これらの貨物運輸は主に世界的貨物輸送代理業のサービスネットワークという優位性があるキューネ=アンド=ナーゲル(KUEHNE & NAGEL)・パナルピナ(PANALPINA)・シェンカー(SCHENKER)等の多国籍貨物輸送代理会社の手中にある)。それに対し、現在大多数の中国貨物輸送代理企業は海外代理ネットワーク等の要素が欧米企業などと比較し、不足しているため、競争力が劣っている。国際輸送市場の需給関係の変化に伴い、船側等の運送取扱人が市場で主導権を握っているため、現在国内中小貨物輸送代理企業は運賃・船倉等の面で貨物取扱人に過度に依存し、顧客が必要とする気配りを軽視してしまう。そのため中小貨物輸送代理業の業務は代替性が高く、顧客の定着度が低く、また専門的なサービスのレベルが低く、且つ市場競争力も弱いという問題を起こしている。

第二に融資が困難なこと。現在、中国の貨物輸送代理企業の経營業務では往々にして荷主に一定期間の運賃を立て替えなければならず、中小の貨物輸送代理業 — 特に私営貨物輸送代理業は保有する運営資金に限られているため、資金供給面で逼迫してしまう:同時にこれらの会社の多くは資産・設備と、担保とする適切な抵当物が不足し、銀行からの借入れが困難になるのである;また、政策的条件に限られているため、株式公開を通して資金面の解決を求めるのは更に困難となる。そのため資金不足が企業の発展を妨げる深刻な原因となっている。

第三にネットワークシステムの欠如。貨物輸送代理サービスがその他業界のサービスと異なる一大特色は、ネットワークによる土台作りが必要なことである。ネットワークは貨物輸送代理業の血であり肉であると言え、また貨物輸送代理企業の経営・発展に於いても非常に重要な戦略的資源である。改革開放以来、中小貨物輸送代理企業の会社数は多くなった。しかしながら、大規模で他の地域にまで跨る — さらには全国規模の運営ネットワークを構築し、統一的な管理のもとに運営している会社は非常に少ない。海外代理業ネットワークに至っては全くといっていいほど見当たらない。ネットワーク構築が手薄になっているのは、中小貨物輸送代理企業の発展を妨げる別の大きな障害である。

第四に、物流の発展が困難であること。競争に直面することで多くの貨物輸送代理企業は、物流サービスというものは経営発展のために避けて通れない道であると認識するようになった。現代物流を運輸、包装、貯蔵、積込・積み降ろし、流通加工、情報という六つの機能から見ると、それはまさに貨物輸送代理業の機能が系統化したことによる集積と延長上にあるものである。しかし実際には、中国の貨物輸送代理企業は中小企業を主体にしていて、長きにわたって仲介者の立場で業務展開を行ってきた。そのためハード面の設備(車両・倉庫・運搬設備等)が不足し、また物

流サービスのソフトパワー(情報化・一体化したサービス能力)等も欠如している。そして資源も分散して分布し、専門化されたサービスのレベルも低い。これらの要素も、企業が物流経営を発展させるのに悪影響を与えている。

(3) 市場開放により圧迫される従来の貨物輸送代理業務

市場開放前、我が国の貨物輸送代理業は相対的に独立した業界であった。この業界に参入する敷居も比較的低かったため、従来の貨物輸送代理業務と関連性が高い現代物流産業は中国で急速に発展した。そしてそれにつれ中国では対外貿易・交通運輸業の開放が活気を帯びてきた。また競争を奨励し、船荷の統合・船主と貨物輸送代理企業の相互経営等を許可する政策が政府により打ち出された。そのため貨物輸送代理業務とその他貨物輸送業務の融合が強まり、貨物輸送代理市場は拡大していった。しかし顧客にとっては、運送事業者と貨物輸送代理企業に対する選択肢が増えたことになり、それが同時に従来の貨物輸送代理企業の活躍場所を圧迫しているのである。

例えば船舶会社・外航利用運送事業者・船舶代理業等の企業が貨物輸送代理業務を運営する状況は以下の通りである。2002年から実施されている『中華人民共和国国際海運条例』により、貨物輸送代理業・船舶代理業・外航利用運送業等の業務は境界があいまいで互いに重複している部分もできてしまった。特に運送事業者である船主は、業務連鎖を拡張するため貨物輸送代理業を中核とする物流サービスをも直接運営するようになった。船主は運賃と船倉面で支配的な力を持つようになったが、それが従来の貨物輸送代理企業にとっては経営上非常に大きな脅威となり、従来の貨物輸送代理企業の利潤が低下してしまったのである。

さらには第三者物流業務の発展も、従来の貨物輸送代理業務が弱体化する原因となっている。第三者物流業務と従来の貨物輸送代理業務は、顧客との提携関係が根本的に異なっている。前者は大抵の場合、顧客との間に比較的長期の提携を基礎にした戦略的同盟関係を築くのに対し、後者は大概顧客との間に一般的で短期的な売買関係を築く。実際の運営上、第三者物流企業は業務統合及び一体化したサービスの面で高い能力を有し、顧客の定着度も良好である。これらの企業は受託項目・業界物流サービス等の点で貨物輸送代理企業に比べ一段勝っているのもそのためである。

いずれにせよ従来の貨物輸送代理業務は、中国にこれからも存在し発展し続けるであろう。これは、一方で中国の国内経済と対外貿易が持続的に発展し、これにより市場の貨物輸送代理サービスに対する全体的な需要も増加するからである。また他方で、現代物流は我が国ではまだ初期的段階であるからである。国内外の大企業はこの業界は現在最高点にあると考えているが、実際

にはこれらの企業が物流業務面の需要で限りがあるのもそのためである。それに対し従来の貨物輸送代理業務には、依然として市場で主体的地位にある多数の中小商工業者からのサービス需要が溢れている。特に中国は対外貿易と国際提携交流の分野で、将来相当長い期間に於いて、現代物流業務が成長する比重は相対的に多少高いものの、従来の貨物輸送代理業務も市場での発展可能性が依然として高いであろう。

3. 中国の国際貨物輸送代理業発展の流れ

我が国の貨物輸送代理業界は市場を発展方向に見据え、競争性がある。この業界が将来発展していく時の最大特色は、市場の資源配分で基盤となる役割を十分に発揮することである。それは具体的には次の点に表わされる。

- 経営方針: 専門化と物流化を二つの基本路線とする
- 経営内容: 貨物輸送代理企業が、内に深く外に広く発展する
- 経営方式: M&A 等の資本運用方式を加速される
- 業界の発展: 同業組合の役割がさらに強化される

(1) 経営主体から見た、民営化・株式制の企業という時代の流れ—大型国有資本・民間資本・外資による三者並立形態の形成

民間経済の体制は、貨物輸送代理業サービスが求める効率・責任・利便性等の特色に比較的適合するものである。加えて体制的に弾力性に富み、業務体質の変化も早い。そのため我が国で貨物輸送代理企業の届出制度が実行された後、民間企業は我が国の貨物輸送代理市場では重要な新規軍となるであろう。

国有貨物輸送代理企業に関しては、中国外運に代表される大型国有貨物輸送代理企業は長年の組織再編・制度改革・上場を経て、市場競争力も大幅に上昇し、国内貨物輸送代理業界の牽引役となっている。しかし従来各レベルの経済・貿易システムに属する国有中小貨物輸送代理企業は、現在商務部が批准している5000社余りの国際貨物輸送代理企業の中で、ほぼ半分のパイを持っていくことになろう。これは本来国際貨物輸送代理企業の審査認可に於いて、前提条件の一つとして安定した貿易貨物の供給源を持つことが求められているからである。しかし、この種の企業は資金・設備等の“ハード面”が不足し、更に企業の構造面で遅れが見られ、また粗放経営で、良い人材が留まりにくい。これらの原因により、大多数は発展が緩やかで、中には請負・係留等による収益に依存している企業もある。そして市場の規制緩和・競争の激化に伴い、この種の企業はもし迅速な変革をなしえなければ、大多数は淘汰されてしまうだろう;そして元々あった市場シェアも瞬間に他の競争者により奪われてしまうであろう。

現在中国に進出している外国資本の貨物輸送代理業は大部分が世界的ネットワークを有し、十分な実力を持つ大規模の多国籍企業である。市場開放に伴い、国外にある相当数の中小貨物輸送代理業も合弁合作・相互代理等に見られる多種の方式で中国市場に進出するようになった。そのため外国資本の貨物輸送代理業は国内市場では極めて重要な存在となったのである。

時代の趨勢から見てみると、将来中国の貨物輸送代理業界は「大きい両端、小さい中間部」という

「ダンベル」型の分布形態を呈するであろう。「大きい両端」4.2 経営環境:「両端」は市場競争のさらなる過熱に伴い、市場の秩序により徐々に形付けられてきたものである。そのうち一端は中国外運・中遠物流に代表される大型国有企業を指し、もう一端は私営経済を主体とする多数の中小企業を指している。「小さい中間部」とは中型貨物輸送代理企業の中で、一定の規模とネットワークを持つ会社の数が相当少ないことを指している。そしてこれらの企業について、資源の条件・競争の形勢を総合分析してみると、この種の企業は経営発展の面で相当困難であると言える。

(2) 経営環境から見ると、加熱する市場競争により業界の分裂・再編が行われる

付録:

対外貿易経済合作(協力)部 御中:

国務院は『中華人民共和国国際貨物運輸代理業管理規定』を批准し、貴部にて公布・施行を行うものとする。

附:中華人民共和国国際貨物運輸代理業管理規定

国務院

一九九五年六月六日

『中華人民共和国国際貨物運輸代理業管理規定』は1995年6月6日に国務院の批准を経て、ここに公布・施行する。

対外貿易経済合作部長 呉儀

一九九五年六月二十九日

第一章 総則

第一条 国際貨物輸送代理行為に規範を与えるため、輸出入貨物の荷受人・荷送人及び国際貨物輸送代理企業の合法的權益を保障し、対外貿易の発展を促進するために、本規定を制定する。

第二条 本規定で言う国際貨物輸送代理業とは、輸出入貨物の荷受人・荷送人の委託を受け、委託者の名義又は自己の名義で、委託者のために国際貨物の輸送及び関連業務を行い、サービスの報酬を受け取る業種を指す。

第三条 国際貨物輸送代理企業は法に基づき中華人民共和国営利法人資格を取得しなければならない。

第四条 国務院対外貿易経済協力主管部門は全国の国際貨物輸送代理業に対する監督・管理に責任を負う。

省・自治区・直轄市及び経済特区の人民政府対外貿易経済協力主管部門(以下、地方対外貿易主管部門と略す)は本規定に基づき、国務院対外貿易経済協力主管部門が授権した範囲内で、本行政区域内の国際貨物輸送代理業の監督・管理の実施に責任を負う。

第五条 国際貨物輸送代理業に対する監督・管理の実施には、以下の原則に従わなければならない:

- (一) 対外貿易の発展に関する需要に応えるため、国際貨物輸送代理業の合理的な構成を促進する;
- (二) 公平な競争を保護し、国際貨物輸送代理業サービスの品質向上を促進する。

第六条 国際貨物輸送代理業務を行う企業は、中華人民共和国の法律・行政法規を遵守し、関連法・行政法規の規定に基づき業界に関連した主管機関により行われる監督・管理を受けなければならない。

第二章 設立条件

第七条 国際貨物輸送代理企業を設立するには、その業界の特徴に基づき、以下の条件を満たさなければならない:

- (一) 企業が行う国際貨物輸送代理業務に適合する専門家を有する。
- (二) 固定の営業所と必要な営業設備を有する。
- (三) 輸出入貨物の安定した供給市場を有する。

第八条 国際貨物輸送代理企業の最低登録資本額は以下の要求に適合すること:

- (一) 海上国際貨物輸送代理業務を運営する者の最低登録資本額は 500 万人民币元である。
- (二) 航空国際貨物輸送代理業務を運営する者の最低登録資本額は 300 万人民币元である。
- (三) 陸上国際貨物輸送代理業務又は国際宅配業務を運営する者の最低登録資本額は 200 万人民币元である。

前条の二項以上の業務を運営する者の最低登録資本額はそのうち金額が最も高い項の最低資本額とする。

国際貨物輸送代理企業は国際貨物輸送代理業務を行う支部を一ヶ所設立するごとに、登録

資金を 50 万元ずつ増加すること。

第三章 審査認可順序

第九条 国際貨物輸送代理企業の設立申請については、申請者は国際貨物輸送代理企業を設立する予定の所在地にある地方対外貿易主管部門に申請を行うこと。そして地方対外貿易主管部門は意見を提出した後、国務院対外貿易経済協力主管部門に審査・批准を行うよう回付すること。

国務院部門の北京に在する直属企業が北京に国際貨物輸送代理企業を設立する場合は、国務院対外貿易経済協力主管部門に直接申請を行うことができ、その場合国務院対外貿易経済協力主管部門が審査・批准を行う。

第十条 国際貨物輸送代理企業の設立申請には、以下の文書を提出すること：

- (一)申請書；
- (二)企業定款の草案；
- (三)責任者と主要な従業員の氏名・職務及び身分証明；
- (四)資金信用証明と営業設備の状況；
- (五)国務院対外貿易経済協力主管部門が規定したその他の文書。

第十一条 地方対外貿易経済協力主管部門は国際貨物輸送代理企業設立申請の申請書及びその他文書を受理した日から 45 日以内に意見を付けて国務院対外貿易経済協力主管部門に回付すること。

国務院対外貿易経済協力主管部門は国際貨物輸送代理企業設立申請の申請書及びその他文書を受理した日から 45 日以内に批准するか否かを決定すること；設立を批准した国際貨物輸送代理企業に対しては、批准証書を公布する。

第十二条 国際貨物輸送代理企業は国務院対外貿易経済協力主管部門が公布した批准証書に基づいて、関連法・行政法規の規定により企業の設立登記・税務登記等の手続を行うこと。

第十三条 申請者は批准証書を受理した日から 180 日以内に正当な理由がなく営業を開始しない場合は、国務院対外貿易経済協力主管部門は批准証書を取り消すこと。

第十四条 批准証書の有効期間は 3 年である。

国際貨物輸送代理企業は批准証書が満了した時、引き続き国際貨物輸送代理業務を行う必要がある場合は、批准証書の有効期間満了の30日前までに国務院対外貿易経済協力主管部門に批准証書の更新を申請すること。

国際貨物輸送代理企業が前号の規定により批准証書の更新を申請しなかった場合は、その企業が行っている国際貨物輸送代理業務の資格は批准証書の有効期限満了時に自動的に喪失する。

第十五条 国際貨物輸送代理企業が営業を停止する場合は、本規定第九条が規定する設立申請・批准手続きに基づき、所在地の地方対外貿易経済協力主管部門又は国務院対外貿易経済協力主管部門に報告し、批准証書を返還すること。

第十六条 国際貨物輸送代理企業が国際貨物輸送代理業務を行う支部の設立申請を行う場合は、本章規定の手続に従うこと。

第四章 業務

第十七条 国際貨物輸送代理企業は委託を受け、以下の一部又は全部の業務を代行できる：

- (一)船倉の予約、貯蔵；
- (二)貨物の貨物積込・積み下ろしの監督、コンテナ詰め、コンテナ開梱；
- (三)国際複合輸送；
- (四)国際宅配便。私信を除く；
- (五) 通関手続、検査・試験の報告、保険；
- (六) 関連書類の作成、運賃交付、決算、雑費交付；
- (七)その他の国際貨物輸送代理業務。

国際貨物輸送代理企業は批准された営業の範囲内で営業活動を行うこと。前号の関連業務を行うには、関連法・行政法規の規定に基づき、政府の関連する主管機構で登記を経るべきものは、関連する主管機構へ登記を行うこと。

国際貨物輸送代理企業の間でも、本条第一号で規定した業務手続を相互に委託できる。

第十八条 国際貨物輸送代理企業は安全・敏速・的確・節約・便利の経営方針に従い、輸出入貨物の荷受人・荷送人にサービスを提供すること。

第十九条 国際貨物輸送代理企業は、国家の関連規定に基づいて料金基準を確定し、企業の営業所でそれを公表すること。

第二十条 国際貨物輸送代理企業が国際貨物輸送代理業務を行う時は、税務機関の許可を経た領収書を使用すること。

第二十一条 国際貨物輸送代理企業は毎年 3 月末までに、その所在地にある地方対外貿易主管部門に前年度の経営状況を表わす資料を提出すること。

第二十二条 国際貨物輸送代理企業は以下の行為をしてはならない。

- (一)不正な競争手段で経営活動を行うこと;
- (二)貸し出し・賃貸し、又は批准証書と国際貨物輸送代理業務証書の譲渡。

第五章 罰則

第二十三条 国際貨物輸送代理企業が本規定第十九条・第二十一条の規定に違反した場合は、国務院対外貿易経済協力主管部門により警告を受け・期限内に改善するよう命令される;期限内に改善がなされない場合は、その批准証書が取り消されることがある。

第二十四条 国際貨物輸送代理企業が本規定第十七条第二号・第二十条・第二十二条の規定に違反した場合は、国務院対外貿易経済協力主管部門は警告を与え、営業停止・組織再編を命令し、さらにはその批准証書を取り消す;商工行政管理・税関・税務等の関連する主管機関は関連法・行政法規の規定に基づいて処罰することができる。

第二十五条 本規定に定めたことに違反し、本規定第十七条に定めた国際貨物輸送代理業務を無断で行った者に対しては、国務院対外貿易経済協力主管部門はその非合法的な経営活動を取締り、また商工行政管理機関が関連法・行政法規の規定に基づいて処罰する。

第二十六条 本規定に違反し、罪を犯した者は、法に基づき刑事責任を追究される。

第六章 付則

第二十七条 国際貨物輸送代理企業は法に基づき国際貨物輸送代理業協会を設立することができる。協会はその定款に基づいて会員に対し調整・指導を行い、サービスを提供する。

第二十八条 本規定は公布日から施行される。

『中華人民共和國税関の通関業者に対する登録登記管理規定』はすでに 2005 年 3 月 9 日の署内会議を経て審議・可決された。ここにこれを公布し、2005 年 6 月 1 日から施行する。

中国税関総局署長 牟新生

二〇〇五年三月三十一日

中華人民共和国税関の通関業者に対する登録登記管理規定

第一章 総則

第一条 税関の通関業者に対する登録登記管理に規範を与えるため、『中華人民共和国税関法』及びその他の関連法と行政法規に基づき、本規定を制定する。

第二条 中華人民共和国税関は通関業者の登録登記管理を行う主管機関である。

第三条 通関業者が通関業務を行うには、国家の関連法・行政法規と税関規則の規定を遵守し、相当の法的責任を負うこと。

通関業者はそれに所属する通関士の通関行為に対して相応の法的責任を負うこと。

第四条 法律・行政法規又は税関規則に別途定めがない限り、通関業務を行う通関業者は、本規定に基づき税関に赴き登録登記を行うこと。

第五条 通関業者の登録登記は、通関企業の登録登記と輸出入貨物の荷受人・荷送人による登録登記に分かれる。

通関企業は直属税関(税関総署の指示又は指導により、一定の地域範囲内で業務を管轄する税関。従属税関の上部機関)により登録登記の許可を経た後、始めて登録登記が行える。輸出入貨物の荷受人・荷送人は、所在地の税関に直接赴いて登録登記を行うことができる。

第六条 輸出入貨物の荷受人・荷送人は本業界に所属する通関士を通じて通関業務を行うか、又は税関が登録登記を許可した通関企業に委託し、通関企業に所属する通関士に代わりに通関業務を行わせること。

第七条 税関ですでに登録登記を行った通関業者は、再度税関に登録登記申請を行っても、税関はこれを受理しない。

第八条 本規定での用語の意味は以下の通り：

通関業者とは、本規定に基づき税関で登録登記を行った通関企業と輸出入貨物の荷受人・荷送人を指す。

通関企業とは、本規定に基づき税関による登録登記の許可を経た者で、輸出入貨物の荷受人・荷送人から委託を受け、輸出入貨物の荷受人・荷送人の名義又は自己の名義で、税関に対し代理通関業務を行い、通関業務に従事する国内の営利法人を指す。

輸出入貨物の荷受人・荷送人とは、法に基づき貨物の輸出入を直接行う中華人民共和国関税地域内の法人・その他の組織又は個人を指す。

通関担当者とは、本企業に対する通関業務に対し具体的な責任を負い管理を行う、企業の法定代理人又は社長・所属長(部門管理者)等の企業経営者を指す。

通関士とは、法に基づき通関士の従事資格を取得し、税関で登録登記を行った者で、税関に対し輸出入貨物の通関業務を行う人員。

通関業務とは：

- (一)規定に基づき輸出入貨物の商品コード・実際の取引価格・原産地及び相応の特恵貿易協定のコード等を偽りなく申告し、税関申告書の記入・提出等の申告に関連した手続を行うこと。
- (二)納税・確定申告・税返還の申請を行う；
- (三)加工貿易契約の届出・変更と照合抹消及び保税監督等の申請を行う；
- (四)輸出入貨物の減税・免税等の申請を行う；
- (五)輸出入貨物の検査・通関手続等を行う；
- (六)通関業者により行われるべきその他の通関事項。

第二章 通関企業登録登記の許可

第一節 通関企業登録登記の許可に関する規定

第九条 通関企業は以下の条件を有していること：

- (一)国内の営利法人としての資格条件を有している；
- (二)企業登録資本が 150 万人民元より少なくない；
- (三)健全な組織機構と財務管理制度；
- (四)通関士の人数が 5 名より少なくない；
- (五)投資者・通関担当者・通関士に密輸の犯罪歴がない；
- (六)通関担当者は五年以上にわたる対外貿易業務の経験又は通関業務の経験を有する；
- (七)密輸という違法行為が原因で税関により登録登記の許可を取り消された記録がないこと；
- (八)適切な通関業務を行うのに必要な固定の営業所と設備；

(九)税関が監督を行うのに必要なその他の条件。

第十条 通関企業による登録登記の許可申請には、以下の文書を提出すること：

- (一)通関企業登録登記の許可申請書；
- (二)『営利法人営業許可証』の副本又は『企業名称事前認可通知書』の写し；
- (三)企業定款；
- (四)出資証書の写し；
- (五)通関業務に従事する者として採用予定の人員の『通関士試験合格証書』写し；
- (六)通関業務業を行える能力を示す研究報告
- (七)通関担当者の職務経歴書
- (八)通関業務を行う営業所の所有権証明・借用証書
- (九)その他登記の許可申請に関連する資料

第十一条 申請者は所在地の税関に赴き申請を行い、さらに登録登記の許可申請に関する資料を提出すること。

直属税関は外部に対して申請受理の場所を公表すること。

第十二条

申請者は代理人に登録登記の許可申請を委任することができる。

申請者は代理人に申請を委任する場合は、授権委託書を発行すること。授権委託書には以下の事項を具体的に明記し、また委託者は署名捺印し委託日を明記すること。

- (一) 委託者及び代理人の簡潔な紹介。委託者又は代理人が法人又はその他組織に属する場合は、名称・住所・電話番号・郵便番号・法定代理人又は責任者の姓名・職務を明記すること；もし委託者又は代理人が自然人である場合は、姓名・性別・年齢・職業・住所・電話番号及び郵便番号を明記すること；
- (二)代理で行う登録登記の許可申請、申請書類提出、法律文書の受取等の委託する事項と権限；
- (三)委託代理の開始と終了期日；
- (四)法律・行政法規及び税関規則規定に明記されているその他の事項。

第十三条 申請者が行う申請に対して、税関は以下の状況に基づいてそれぞれ処理を行うこと：

- (一)申請者が通関企業として登録登記の許可申請をする資格を有していない場合は、却下の決定を行うこと；

- (二)申請書類に不備があり又は指定様式に適合しない場合は、その場又は申請書類を署名・受理してから五日以内に、補正すべき全ての内容を一度申請者に告知すること。期限を過ぎて告知しなかった場合は、申請書類を受け取った日から受理したものとする；
- (三)申請書類に見られる誤りが文字・技術又は装丁上等のその場で訂正できるもののみである場合は、申請者にその場で訂正を行うことを許可すること。そして申請者は訂正内容に署名捺印による確認を行うこと；
- (四)申請書類に不備がなく、指定様式に適合している、又は申請者が税関の要求に基づき全てを補正した申請資料を提出した場合は、通関企業による登録登記の許可申請を受理し、受理の決定を行うこと。

第十四条 所在地の税関が申請を受理した後、法定条件と手続に基づき全面的な審査を行い、登録登記の許可申請を受理した日から二十日以内に審査を完了し、かつ審査意見を付して、全ての申請書類を直属税関に提出すること。

直属税関は所在地の税関が報告した審査意見を受け取ってから二十日以内に決定を行うこと。

第十五条 申請者の申請が法定条件に適合する場合は、税関は法に基づき登録登記を許可する決定を書面により行い、申請者に通知すること。

申請者の申請が法定条件に適合しない場合は、税関は法に基づき登録登記を許可しない決定を書面により行うこと。また申請者に対しては、法に基づき不服申し立てを申請するか又は行政訴訟を提起する権利を申請者が有していることを通知すること。

第二節 通関企業の他管区に在する支部登録登記の許可規定

第十六条 通関企業はもし登録登記の許可を受けた管区以外で通関業務を行う必要がある場合は、法に基づき支部を設立し、登録登記予定の場所を管轄する税関に通関企業の支部に関する登録登記の許可申請を提出すること。

通関企業はその支部の行為に対して法的責任を負うこと。

第十七条 支部登録登記の許可申請を行う通関企業は以下の条件に適合していること：

- (一)通関企業は税関が発給した『中華人民共和国税関による通関企業の通関登録登記証書』(関係書類1参照)を取得した日から二年以上過ぎている。
- (二)通関企業は申請の日から最近二年において密輸により処罰を受けたことがない。
- 通関企業は他管区の支部登録登記の許可申請を一回行うごとに、登録資本を 50 万人民币元

増加させること。

第十八条 通関企業は他管区に設立する支部の登録登記の許可取得を望む場合は、以下の条件を備えること：

- (一)国内で営利法人の支部設立のための条件に適合する；
- (二)通関士の人数が3名より少なくない；
- (三)通関業務を行うのに適合した、必要な固定の営業所と設備を有している；
- (四)支部責任者が五年以上にわたる対外貿易業務の経験又は通関業務の経験を有する；
- (五) 通関担当者・通関士に密輸の犯罪歴がない。

第十九条 通関企業が他管区での支部の登録登記の許可申請を行う場合は、支部の所在地にある税関に赴き以下の申請書類を提出すること；

- (一)通関企業の他管区に在する支部の登録登記の許可申請書；
- (二)『中華人民共和国税関の通関企業の通関登録登記証書』写し；
- (三)支部が通関業務を行える能力を示す研究報告
- (四)通関業務に従事する者として採用予定の人員の『通関士試験合格証書』写し；
- (五)支部責任者・通関担当者の職務経歴書；
- (六)通関業務を行う営業所の所有権証明・借用証書；
- (七)通関企業の登記地にある直属税関が発給した、当該通関企業の本規定第十七条に適合することを示す証明資料；
- (八)通関企業支部設立の登録登記の許可を申請するためのその他の資料。

第二十条 税関は通関企業登録登記の許可手続に基づき、他管区の支部の登録登記を許可するか否かの決定を行う。

第三節 通関企業登録登記の許可制限

第二十一条 通関企業は登録登記の許可を取得した直属税関の管区内にある各港又は税関監督管理業務が集中している各所で通関業務ができる。しかし通関業務を行う予定の港又は税関監督管理業務が集中しているところには、法に基づき支部を設立しなければならない。また通関業務を始める前に、本規定第十九条(二)、(三)、(五)、(六)項に規定された文書資料と支部の営業認可証を直属税関へ持参し届出をしなければならない。

登録登記の許可取得をした他管区にある通関企業支部は所在地の港又は税関監督管理業務が集中しているところで通関業務を行うこと。

第二十二條 通関企業及び他管区のその支部については、登録登記の許可期限は全て二年である。被許可者は登録登記の許可の有効期限を延長する必要がある場合には、登録登記の許可期間延長手続を行うこと。

通関企業が登録登記の許可期間延長手続を行っていない、又は税関が登録登記の延長を許可していない場合は、登録登記の許可が喪失した日から、その他管区支部の登録登記の許可は自動的に効力を失う。

第四節 通関企業の登録登記の許可変更と期間延長

第二十三條 通関企業及び他管区に在するその支部の登録登記の許可に於いて、以下の内容に変化がある場合は、『中華人民共和國税関による通関企業の通関登録登記証書』・企業の変更決議等の資料正本と写しを登記地の税関へ持参し、書面により登録登記の許可変更を申請する。

- (一)企業及びその支部の名称；
- (二)企業の登録資本；
- (三)法定代理人(責任者)

第二十四條 被許可者が行った登録登記の許可変更申請に対し、登記地の税関は登録登記の許可手続に基づき初回審査を行い、直属税関に報告し決定を仰ぐこと。直属税関は法に基づき審査を行い、法定条件に適合した、標準的なものに対しては変更を許可し、かつ変更を許可する決定を行わなければならない。

税関により登録登記の変更を許可された通関企業及び他管区のその支部は、政府の関連する管理部門に赴き変更手続を行うこと。

第二十五條 通関企業は登録登記の許可期間延長手続を行う場合は、有効期限満了の四

十日前までに税関に申請を行い、以下の資料を提出すること：

- (一)登録登記の許可期間延長申請書；
- (二)営利法人営業許可証写し；
- (三)通関業務分析・通関業務に於ける誤りの状況及び原因
- (四)『通関業者状況登記表』(関係書類 2 を参照のこと)；
- (五)提出すべきであると税関により見なされたその他の資料。

他管区に於ける支部の登録登記の許可を取得した通関企業は、支部の登記地にある税関に

登録登記の許可期間延長の申請を行う場合、以下のものも提出すること：

- (一) 支部の営業許可証の副本；
- (二) 所属する通関企業の『中華人民共和国税関による通関企業の通関登録登記証書』の写し。

第二十六条 税関は登録登記の許可手続きに基づき、有効期限満了前までに通関企業の申請に対し審査を行うこと。そして、登録登記を許可する条件に適合し、かつ法律・行政法規・税関規則に規定された期間延長登録登記を許可されるために必要なその他の条件に符合する者に対しては、法に基づき二年間の有効期間延長の決定を行うこと。規定に基づいて申請を行わなかった場合は、税関は以後その通関企業が通関業務を行うのを許可しない。

税関は登録登記の許可有効期間満了までに、期間延長を許可するか否かの決定をしなければならない；期限を過ぎても決定しない場合は、延長を許可したものと見なし、法に基づきその通関企業に対し登録登記の許可期間延長申請を行うこと。

第二十七条 通関企業又はその支部が登録登記を許可される条件を失い、又は法律・行政法規・税関規則に規定された期間延長登録登記が許可されるために必要なその他の条件に適合しない場合、税関はこれに対し登録登記の許可期間延長を行わない。

第五節 通関企業の登録登記の許可に関する取消・抹消及び監督

第二十八条 以下の状況のうちいずれか一つに当てはまる場合は、登録登記の許可決定を行った直属税関は、利害関係者の請求、又は職権に基づき、登録登記の許可を取り消すことができる；

- (一) 税関職員が職権を濫用し、責務を疎かにすることで、登録登記の決定を許可した場合；
- (二) 法的権限を越権して登録登記の決定を許可した場合；
- (三) 法定手続に違反して登録登記の決定を許可した場合；
- (四) 申請資格を有さない又は法定条件に適合しない申請者に対し登録登記を許可した場合；
- (五) 法に基づき登録登記の許可を取り消すことができるその他の状況。

被許可者が詐欺・賄賂等の不正な手段により登録登記の許可を取得した場合は、取り消さなければならない。

前二号の規定に基づき登録登記の許可を取り消すことで、公共の利益に重大な損害をもたらす恐れがある場合は、取り消さない。

本条第一号の規定に基づき登録登記の許可を取り消す場合で、かつ被許可者の合法的な権益が損害を被った場合は、税関は法に基づき被許可者が直接被った損失を賠償しなければならない。また、本条第二号の規定に基づき登録登記の許可を取り消す場合は、被許可者が登録登記の許可により得られた利益は保護されない。

第二十九条 以下の状況のうちいずれか一つに当てはまる場合は、税関は法に基づき登録登記の許可を抹消できる。

- (一)有効期限満了後に期間延長をしない場合；
- (二)通関企業又は他管区のその支部が法に基づき業務を終了した場合；
- (三)登録登記の許可が法に基づき取消・撤回、又は登録登記を許可した証明書が法に基づき没収された場合；
- (四)不可抗力により登録登記により許可された事項が実施できない場合；
- (五)法律・行政法規で規定された、登録登記の許可を抹消されるべきその他の状況。

第三十条 上級機関にあたる税関は下級機関である税関に対し、登録登記の許可に関する監督検査を強化し、許可実施中に於ける違法行為を即座に是正すること。

第三十一条 通関企業が、登録登記の許可決定を下した税関の管轄区域以外で違法に通関業務を行った場合は、違法行為の発生地にある直属税関は、法に基づき通関企業の違法の事実・処理結果を登録登記の許可決定を行った直属税関に報告すること。

第三十二条 税関は通関企業が行う通関業務及びその営業所に対し、法に基づき監督と実地調査を行い、法に基づき書類を調査するか、又は関連資料を提出するよう通関企業に要求すること。通関企業は積極的これに協力し、偽りなく関連状況を報告し、資料を提供しなければならない。

第三章 通関業者登録登記

第三十三章 通関企業の申請者は直属税関による登録登記の許可を経た後、商工行政管理部門に赴き許可された経営項目の登録登記を行い、且つ商工行政管理部門での登記日から九十日以内に企業所在地にある税関に赴き、登録登記手続を行うこと。期限を過ぎた場合、税関は登録登記を許可しない。

第三十四条 通関企業が登録登記の申請を行う場合は、下記の文書資料を提出すること：

- (一)直属税関が登録登記を許可した証明書写し
- (二)『営利法人営業許可証』副本(支部は営業許可証を提出する)；
- (三)税務登記証の副本

- (四)銀行口座開設証明写し
- (五)組織機構番号証副本
- (六)『通関業者状況登記表』・『通関業者管理者状況登記表』(関係書類 3 を参照);
- (七)通関企業と採用した通関士が締結した労働契約写し
- (八)その他通関登録登記関連の文書資料

第三十五条 輸出入貨物の荷受人・荷送人は、規定に基づき所在地の税関に赴き通関業者登録登記手続を行うこと。

輸出入貨物の荷受人・荷送人は税関で登録登記を行った後、中華人民共和国の関税地域内にある各港又は税関監督管理業務が集中している各所で本企業の通関業務を行うことができる。

第三十六条 輸出入貨物の荷受人・荷送人が登録登記を申請する場合は、以下の文書資料を提出すること:

- (一)営利法人営業許可証の副本(個人独資・合名会社又は個人商工業者は営業許可証を提出する);
- (二)対外貿易経営者届出登記表写し(法律・行政法規、又は商務部により届出登記が不必要と規定されたものを除く);
- (三)企業定款写し(非営利法人は提出する必要なし);
- (四)本規定第三十四条(三)・(四)・(五)・(六)項に規定した文書資料;
- (五)その他登録登記に関連した文書資料。

第三十七条 登記地の税関は法に基づき登録登記の申請資料に不備がないか、また指定様式に適合しているかを照合する。

申請資料に不備がないとは、税関が本規定により公布された条件に基づき全資料の不備なき提出を申請人に求めることを指す。

申請資料が指定様式に適合しているとは、申請資料が法定時限に適合しているか、記載事項が法による要求に適合しているか、書式が規範に適合しているか否かを指す。

申請資料に不備がなく、指定様式に符合している申請者に対しては、登記地の税関は『中華人民共和国税関による通関企業の通関登記登録証書』又は『中華人民共和国税関による輸出入貨物荷受人・荷送人の通関登録登記証書』(関係書類 4 参照) を発給し、通関業者はこれに基づき通関業務を行う。

第三十八条 『中華人民共和国税関による通関企業の通関登記登録証書』の有効期限は二年で、『中華人民共和国税関による輸出入貨物荷受人・荷送人の通関登記登録証書』の有効期限は三年である。

通関企業は登録登記の許可期間延長の手続を行うのと同時に、『中華人民共和国税関による通関企業の通関登記登録証書』の更新手続を行い、輸出入貨物の荷受人・荷送人は有効期限満了の三十日前までに登記地の税関に赴き更新手続を行うこと。

期限を過ぎても税関に赴き更新手続をしない場合は、『中華人民共和国税関による通関企業の通関登記登録証書』又は『中華人民共和国税関による輸出入貨物荷受人・荷送人の通関登記登録証書』が自動的に失効する。

第三十九条 輸出入貨物の荷受人・荷送人が更新を行う場合は、登記地の税関に以下の資料を提出すること：

- (一)営利法人営業許可証の副本(個人独資・合名会社又は個人商工業者は営業許可証を提出する)；
- (二)対外貿易経営者登記届出書の写し(法律・行政法規、又は商務部により届出登記が不必要と規定されたものを除く)；
- (三)『中華人民共和国外国事業者投資企業批准証書』・『中華人民共和国台湾・香港・マカオ・華僑投資企業批准証書』写し(外国投資企業のみ提出)
- (四)『通関業者状況登記表』；
- (五)『通関士状況登記表』(関連書類 5 参照)(通関士がいない場合は提出の必要なし)；
- (六)『通関業者管理者状況登記表』。

第四十条 資料に不備がなく、指定様式に適合する通関業者に対しては、登記地の税関は『中華人民共和国税関による通関企業の通関登記登録証書』又は『中華人民共和国税関による輸出入貨物荷受人・荷送人の通関登記登録証書』を発給する。

第四十一条 以下の機関が対外貿易経営者届出登記表を取得していない場合で、かつ国家の関連規定により非貿易性国内外輸送活動に従事する必要がある場合は、暫時的登録登記手続を行うことができる：

- (一)国外企業・報道・経済貿易機構・文化団体等、法に基づき中国国内で設立する常駐代表機構；
- (二)少量サンプルの国内外輸送機関；
- (三)国家機関・学校・科学研究機関等の機構；
- (四)寄贈・贈呈品・国際援助の臨時的な接受を行う機関；

(五)国際船舶代理企業；

(六)非貿易性国内外輸送活動を行うことができるその他の機関

第四十二条 暫時的登録登記を行う機関は、税関に申告する前に輸出入を行う予定の港又は税関監督管理業務が集中しているところの税関に対し、暫時的登録登記の手続を行う。

第四十三条 暫時的登録登記を行う場合は、本組織が発行した委任者派遣証明又は委任状及び非貿易性活動の証明資料を持参すること。

第四十四条 暫時的登録登記を行う機関に対して、税関は登記登録証明を発給しない。暫時的通関業者登録登記証明のみを発給する。

暫時的登録登記の有効期限は最長で七日であるが、法律・行政法規・税関規則で別途定めがあるものはこの限りではない。

通関登録登記をすでに行った輸出入貨物荷受人・荷送人に対して、税関は暫時的登録登記の手続を行わせない。

第四章 通関業者の登録登記変更及び抹消

第四十五条 通関業者が登録登記変更の許可取得後、又は輸出入貨物の荷受人・荷送人の組織名称・企業の性質・法定代理人(責任者)等の税関への登録登記内容に変更が発生した場合は、変更の批准日から三十日以内に、登記地の税関へ変更後の商工業者営業許可証又はその他の批准文書及び写しを提出し、変更手続を行うこと。

第四十六条 通関業者に次の各号に掲げる事由のいずれか一つが発生した場合は、書面により登記地の税関に報告すること。税関は関連手続を完了した後、法に基づき登録登記の抹消手続を行わなければならない：

- (一)破産・解散・通関業務権の自主的放棄又は二社以上の新会社に分離した場合；
- (二)商工行政管理機関により登記抹消または営業許可証を没収された場合；
- (三)独立して負担する責任能力を喪失した場合；
- (四)通関企業が登録登記の許可を喪失した場合；
- (五)輸出入貨物の荷受人・荷送人の対外貿易経営者届出登記表又は外国投資企業批准証書が失効した場合；
- (六)法に基づき登録登記を抹消しなければならないその他の状況。

第五章 通関業者の職責と義務

第四十七条 通関企業が通関業務を行うには、以下の義務を履行すること。

(一)法律・行政法規・税関規則の各項の規定を遵守し、法に基づき代理人の職責を履行し、税関の監督業務に協力し、通関業務権の違法な濫用を行ってはならない；

(二)法に基づき会計帳簿と営業記録を作成する。そして委託を受けて行った通関業務の活動全てを真実・正確・完全に記録し、輸出入の時間、荷受人・荷送人、通関申告書番号・貨物価値・代理手数料等の内容を詳細に記録する。さらに委託業者が提出した各種の書類、領収書、通信文書を不備なく保存し、税関の査察を受ける。

(三)通関企業は委託側と書面による委託協議を締結しなければならず、委託協議には受託した通関企業の名称、住所、委託事項、双方の責任区分、領収書、期限、委託者の名称・住所等の内容を明記し、双方が署名捺印により確認すること。

(四)いかなる形であれ名義を譲渡し、他人が通関業務を行うのに供してはならない。

(五) 通関代理を行った貨物が密輸という違法行為に抵触する場合は、税関が行う調査を受け入れ又はこれに協力すること。

第四十八条 通関業者は税関が発給した登録登記証書等の関連証明文書を適切に保管すること。遺失があった場合は、通関業者は即座に書面により税関に状況説明を行い、無効にする旨を刊行物により表明すること。税関は状況説明を受け刊行物による表明によりそれが証明された日から三十日以内に再発行を行うこと。再発行手続中、通関業者は通関業務を行うことができる。

第四十九条 通関業者は税関に提出する書類については、輸出入貨物通関証書には本業者の通関専用章(公印)で捺印を行うこと。また通関専用章は使用前に税関に届け出ること。

通関専用章は税関総局が統一規定した要求に基づき製作すること。

通関企業の通関専用章はそこに明記された港と税関監督管理業務が集中しているところのみ使用でき、各港又は税関監督管理業務が集中している各所の通関専用章は1つのみでなければならない。

輸出入貨物の荷受人・荷送人の通関専用章は全国の各港又は税関監督管理業務が集中している各所で通用する。複数の通関専用章を有する場合は、順番に通し番号を明記すること。

第五十条 通関業者に所属する通関士が離職した場合は、通関士が離職した日から七日以内に税関に報告し、通関士証書を登記地の税関に提出し抹消手続を行うこと。通関士が通関業者に通関士証書を返還しなかった場合は、通関業者は刊行物により無効を表明し、登記地の税関に対し抹消手続を行うこと。

第五十一条 輸出入貨物の荷受人・荷送人は、登録登記の許可を取得しておらずまた税関で登録登記を行っていない業者又は個人に、通関業務を委託してはならない。

第六章 法的責任

第五十二条 通関業者が本規定に違反した場合は、税関は『中華人民共和國税関法』・『中華人民共和國税関行政処罰実施規定』等の関連規定に基づいて処理をする；また、罪を犯したものに対しては、法に基づき刑事責任を追及する。

第五十三条 通関業者が次の各号に掲げる事由のいずれか一つが発生した場合は、税関は警告を行い、業者に対し改正を指示し、1000 人民元以上 5000 人民元以下の罰金に処することができる。

(一)通関企業が登録登記の変更許可を取得した後、又は輸出入貨物の荷受人・荷送人の組織名称・企業の性質・企業の住所・法定代理人(責任者)等の税関への登録登記の内容に変更が発生したが、規定に基づき税関に対し変更手続を行わなかった場合；

(二)税関へ届出をせず、「通関専用章」を無断で変更又は使用した場合；

(三)所属する通関士が離職したが、それを規定に基づいて税関に報告し、関連手続を行わなかった場合。

付則

第五十四条 申請者は税関の規定により関連文書資料を提出し、そのうち写しの提出を規定している場合は、正(副)本の原本を税関に提出し検査照合に供すること。

第五十五条 『中華人民共和國税関通関企業通関登録登記証書』・『中華人民共和國税関輸出入貨物の荷受人・荷送人通関登録登記証書』・『通関業者状況登記表』・『通関業者管理者状況登記表』・『通関士状況登記表』等の証書及び記入用紙は、税関総局の規定様式によること。

第五十六条 本規定の解釈は税関総局の責任による。

第五十七条 本規定は2005年6月1日より施行される。また、税関総局はこれと同時に以下

を廃止する;1992年9月9日に公布した『中華人民共和国税関による通関業者と通関士に対する管理規定』(税関総局令第36号)・1994年10月24日に公布された『中華人民共和国税関による通関専門企業に対する管理規定』(税関総局令第50号)・1995年7月6日に公布された『中華人民共和国税関による通関代理企業に対する管理規定』(税関総局令第52号)・『税関総局による対外貿易経営者の通関登録登記の手續事項に対する公告』([2004]25号)・『税関総局による通関企業の通関登録登記の手續事項に対する公告』([2004]26号)。

第三部 国際提携と交流

1. 絶えず深まる国際提携

中国・日本・韓国の三カ国は地理的に隣り合い、文化的にも似通っている。そして経済的に相互に依存し、協力提携でも大きな可能性を秘めている。近年この三カ国間の貿易・投資が急速な発展を見て、北東アジア地区はすでに世界で最も活力が溢れる経済地区となっている。そして地域経済の拡大、流通の促進と物流分野での国際提携は三カ国の企業界に於いて共通の願いとなっている。そのため 2003 年インドネシアのバリ島で開催された ASEAN 及び中日韓 3 カ国の首脳会議で、中国・日本・韓国の三カ国の首相が『中日韓三カ国間協力促進共同宣言』に署名し、成立の運びとなった。これにより流通分野及び物流分野での提携強化と協力体制構築の共通認識が成立した。三者は流通、特に物流での協力体制を構築し、三カ国の貿易面でのさらなる利便性を着実に促進することで同意した。このことは、世界の物流量で 30%を占める北東アジアの国々で、協力関係がすでに始動したことを示していると言えよう。

三カ国首脳が達した共通認識に基づき、中国側は日本・韓国の関連部門と意欲的な協力をを行い、三カ国の指導者の認識を共同で実行に移していった。2004 年にジャカルタで開催された中日韓アセアン経済大臣会合では、中国商務部の薄熙来部長が、2005 年から毎年『中国・日本・韓国流通及び物流政策白書』を編纂することを提案。この提案は三カ国流通及び物流提携の貴重な成果として、日韓双方から積極的な賛同を受けたのである。2005 年、商務部では、政府・同業組合及び企業界の有識者で物流視察団が組織され、日本と韓国に視察と訪問を行い、交流を深めることで三カ国の流通と物流の協力体制を強化した。続く 2005 年 8 月には、中韓物流提携第一回会議が北京で開催され、中国交通部と韓国建設交通部により『中韓物流分野提携了解事項覚書』を締結され、両国の物流分野での提携範囲と方式を明示された。これにより両国の物流提携へ向けた良好な枠組みが作られたのである。2002 年からは、「中日韓物流技術と応用交流会」が中国物流購入連合会・日本ロジスティクスシステム協会・韓国物流協会・日本の流通研究社により共同で組織され、すでに四期にわたって開催されている。この会議に対しては中・日・間三カ国の物流協会・物流研究機構・物流技術企業の反響も大きく、物流技術専門家・研究機構・技術設備企業には有効な交流の場を提供することとなった。

中国では、経済の急速な発展に伴い巨大な流通市場が形成された。しかし現在中国では商工業者の 80%近くが依然として従来の物流方式を用い、物流コストも GDP の 20%以上を占めている。現代的な物流業の発展という課題は中国経済が引き続き急速に発展していく重要なポイントである。日韓両国は比較的成熟した物流システムを持っているが、自国の市場はそれぞれ飽和状態に近づきつつある。対して中国は広大な市場を有し、物流の発展では巨大な可能性を秘めているの

で、日・韓物流企業の発展には得がたい場所となっている。そのため三カ国間にとって、流通と物流分野での国際提携と交流を深めていくことは時代の大きな流れであろう。それに関して、中国政府は以下の施策を行っている。

;三カ国の政府・同業組合及び物流企業の間での広範で多種多様な協力関係を意欲的に促進する。

;国外の資金・設備及び技術を活用し国内の物流設備を構築・運営することを奨励する。

;中日韓の流通及び物流提携を絶えず促進し、二国間及び多国間の政策の交流・人材交流・基準設定・投資促進等の分野で協力を深める。

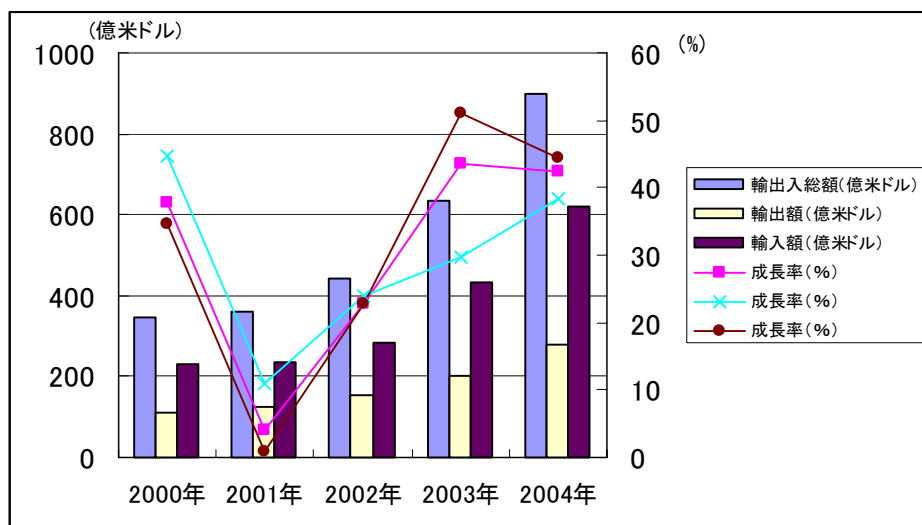
2. 中国・韓国の経済貿易での交流

(1) 中韓経済貿易での交流及び投資

中韓両国は1992年の国交樹立以来、経済分野での協力が絶えず深まり、両国政府は『中韓政府貿易協定』『投資保護協定』『鉄道交流と協力協定』等の一連の政府間協定を相次いで締結した。そのうち産業面では、1994年6月両国政府は北京で『中韓産業協力委員会の発足に関する協定』を締結、共に関心を寄せる産業分野で協力を進め、経済貿易で中韓協力関係の更なる発展を進めることとなった。また他に、中韓両国は2002年5月に投資協力委員会を設立、共同協議を行い両国の投資促進プランを実行し、両国の相互投資をさらに強化することとなった。その結果両国では貿易投資・産業協力・流通等の分野で一定の進歩が見られた。2003年7月、韓国の盧武鉉(ノムヒョン)大統領の訪中時に、中韓は「包括的な提携パートナー関係」の樹立に同意し、一連の重要な成果が得られた。なかでも経済分野での協力が持続的に深まっている。中韓貿易額は1992年の国交樹立時には50億米ドルであったが、2004年には900億米ドルに増加し、この13年で17倍成長したことになる。2005年には1000億米ドルに達するとされ、また予測によると、両国間の貿易は引き続き急速な成長を保ち、2010年には両国の貿易額は恐らく2000億米ドルに達するとされている。

2000年以降に於ける中韓貿易の発展と変化

年度	輸出入総額 (億米ドル)	成長率 (%)	輸出額 (億米ドル)	成長率 (%)	輸入額 (億米ドル)	成長率 (%)	貿易差額 (億米ドル)
2000年	345	37.8	112.9	44.6	232.1	34.7	-119.2
2001年	359.1	4.1	125.2	10.9	233.9	0.8	-108.7
2002年	440.7	22.7	155	23.8	285.7	22.9	-130.7
2003年	632.3	43.5	201	29.7	431.3	51	-230.3
2004年	900.7	42.5	278.2	38.4	622.5	44.3	-344.3



現在韓国は中国の第三位の貿易相手国であり主要な投資国でもある。中国商務部の統計によれば、2004年韓国の中国への投資計画は5625件、契約金額は139.1億米ドルであり、実際使用金額は62.5億米ドルにのぼる。2004年末までに、韓国の対中国直接投資計画は累計で32753件、その契約金額は505.6億米ドル、実際使用金額は259.4億米ドルになる。韓国の対中国投資の特徴は次の通り:投資分野では、投資金額の90%以上が製造業であり、サービス業界と卸売・小売業界の投資は投資総額の1%程度を占めるのみである:投資主体では、対中国投資は中小企業による投資が中心であるが、製造業の大規模企業グループが投資の主な投資主である。現在韓国の大企業の中には、対中国投資を加工組立工程から、製造の前後プロセスに延長し、研究開発、部品生産、卸売・小売及びアフターサービスに対する対中国投資の度合いを多少強め、また産業チェーン全体の中国への移転を行うという新たな動向が現れている。韓国による投資の対象地域では、北京・山東・天津・東北地方(旧満州)での投資が対中国投資全体の64%を占めている。山東地区で投資を行う韓国企業だけでも8000社余りで、現在見られている趨勢は東部沿海部に偏っていた投資対象地域が次第に中国内陸部の省へと拡大し、投資方法も主に外国事業者の単独資本によっていることである。中国の流通分野で改革開放が進むにつれ、韓国による卸売小売業向けの投資も増加している。韓国輸出入銀行の統計によると、2003年の韓国卸売小売企業の対中国投資は4430万米ドルに達し、同期の対中国投資総額の8.8%を占めた。

また2004年、中国商務部の批准と届出を経て、韓国で設立された中国資本の非金融企業は19社になる。

中国側の協議投資額は6.1億米ドルである。2004年末までに、韓国に於いて投資・設立された中国資本の非金融企業は累計で91社にのぼり、中国側による協議投資総額は9.1億米ドルであった。

(2) 韓国の主要な商業性流通企業の中国での状況

現在、韓国の小売業は日を追って飽和状態になっているのに対し、中国は巨大な市場であり続けている。そのため韓国の商業性流通企業は中国市場には非常に楽観的である。韓国産業資源部が行った韓国 564 社の小売業者とフランチャイズ販売業者に対する調査によれば、大多数の小売企業は中国を最も可能性がある投資市場と見なしており、37%の会社が中国を最も理想的な投資対象国と考え、これに次ぐアメリカ(29.6%)と日本(11.1%)を引き離している。現在中国市場に進出している韓国の商業企業は 15 社ある。その大部分は中小の小売業者で、経営形態はフランチャイズ経営が中心であり、投資額は一般に 50 万韓国ウォンを下回っている。しかし注目すべきは楽天百貨店・新世界百貨店・現代百貨店等の韓国商業界大手は中国での投資にさらに比重を置き、スーパーマーケットを開店するなどして、市場開拓を行うようになったことである。

韓国最大の商業流通グループである新世界グループは、1997 年に初の易買得(E-Mart)スーパーを上海で開店した。現在上海易買得はすでに支店を 3 店舗開店している。新世界は将来 5 年以内に中国の上海・天津・北京等の大都市に 25 店舗の易買得ハイパーマーケットを開店し、全国規模の店舗ネットワークを形作る計画である。新世界の 5 年戦略計画によると、このグループは投資額にして約 11 億米ドルを毎年新たに増資し、また易買得全店が仕入れる商品の中で中国製品の占める割合を現在の 8%から 40%に増加させる計画である。2004 年に新世界の中国での仕入額は 6 億米ドルであったが、今年の商品仕入額は 6 億米ドルを超える見込みである。

農心グループは韓国最大の食品企業グループであるが、この傘下の每家瑪スーパーは中国で 4 店舗のスーパーを開店した。続く 2005 年には每家瑪の投資により南京每家瑪店が開業、この支店の営業面積は 1 万平方メートルを超えている。中国江蘇省の常州市にある超市店は我が国内陸部で初の外国事業者単独資本による大型スーパーである。農心グループは 2008 年末までの間に上海－南京・上海－杭州を機軸にして、大型スーパーを 18 店舗開業する予定である。每家瑪は経営上ファッション性を前面に押し出し、農心グループ特有の優位性を活かして、韓国風食品の製造を運営し、さらに韓国ブランドの服飾品を輸入している。そのため現在売場内では韓国からの輸入商品が 5%程度を占めている。

現代デパートは韓国では最大の規模と実力を有する小売業者で、また韓国の三大ホームショッピング企業の一つである。2004 年、韓国の現代デパートと深圳銅鑼湾百貨グループは共同で深圳現代銅鑼湾貿易会社を設立しテレビショッピングの分野で発展していくことになった。2005 年には、韓国の現代デパートが投資先に大連を選び、大連の華南グループと協議を行いショッピングセンターとデパート等を共同経営することになっている。

楽天百貨株式会社は楽天グループの主な子会社の一つである。中国市場を重視するこの会社

は、現在ではすでに上海に駐在員事務所を設立し、また中国に大型百貨店を開業する予定である。

韓国第三の多国籍企業である SK グループはエネルギー化学工業を主体にした、韓国最大のエネルギー化学企業であり、また同時にアジアに於ける石油化学工業の大手企業でもある。SK(中国)中国投資会社の計画によれば、将来の 10 年間で中国企業との提携を行い、これを通じて原油の卸売・小売の分野に進出するとしている。そして化学工業の分野で生産規模を拡大し、市場開拓ネットワークを構築することで、生産・販売・物流・施工等の全部門の中国現地化を行い、2008 年までに販売ネットワークを中国全域に拡充させることになっている。

韓国主要企業の中国での流通業展開状況

名称	営業形態	中国での業務	将来の発展計画
新世界グループ易買得スーパー	大型総合スーパー・標準型スーパー・ディスカウントストア	1997 年中国に進出。現在 4 店舗のスーパーを出店。	今後 5 年で中国に 25 店舗の易買得ハイパーマーケットを開業。
農心グループ每家瑪スーパー	大型スーパー・食品スーパー・農産品チェーン店	2000 年に中国に進出、現在 4 店舗を出店。	2008 年までに 18 店舗の大型スーパーを開業。
現代デパート	大型デパート	2004 年中国に進出。	大連に合弁又は単独資本でデパートを開業予定。
楽天百貨株式会社	大型デパート	2004 年上海に駐在員事務所を開設。	上海にデパートを開業予定。
SK グループ	石油化学	1990 年に中国に進出、化学工業製品の生産。	原油の卸売・小売業務を展開予定。

(3) 韓国主要物流企業の中国での状況

中国は巨大な物流市場を有し、多くの韓国物流企業の投資を呼び寄せている。また中国は韓国の物流企業にとって最大の投資相手国になっている。中国商務部の統計によれば、2005 年の前半期、韓国の運輸貯蔵企業の対中国投資は 62 件、投資額は 9500 万米ドルで、対中国総投資額の 2.9%となっている。現在韓国の運輸代理業協会の会員である 744 社の企業のうち、62 社がすでに中国に進出、合計で 186 ヶ所の支社を設立している。それらは主に上海(36 ヶ所)・青島(31 ヶ所)・天津(20 ヶ所)・香港(15 ヶ所)に集中している。

1995 年、韓進海運が中国に進出し、上海に単独資本による韓進海運(中国)有限公司を設立、さらに上海・青島・天津・香港に物流支店を設立した。また大韓通運は 2000 年に山東省に、続く 2004 年に上海に事務所を開設した。そして現代宅配は 2003 年に中国企業と合弁で上海現代亜輪国際貨物運輸有限会社を設立した。2005 年、LG グループは単独資本による LG(中国)物流有限公司を設立し、中国にある LG 電子・LG 化学・LG 建設等の企業に物流サービスを行い、中国市場での競争優位性を引き上げる力となっている。

3. 中日経済交流

(1) 中日貿易と投資

中国税関の統計によると、2004年の中日2カ国の貿易額は1678.66億米ドルであり、前年の同期比で25.7%増加し、中国の貿易総額では14.5%を占めている。そのうち中国の対日輸出は735.13億米ドルで、23.7%の増加を見た；日本からの輸入は943.53億米ドルで、27.2%増加した。1993年～2003年に於いて日本は11年続けて中国最大の貿易相手国であった。2004年中日二国間貿易額はEU・米国を下回り、日本は現在中国の第三位の貿易相手である。また、日本税関の統計によると、2004年には日本の対外貿易に占める日中貿易の比重は16.5%に上昇し、2003年に比べ0.9%上昇した。日米貿易の比重は18.6%に低下し、2003年に比べ1.8%減少した。もし日本の対中国大陸と香港の貿易額を一括して計算すると、日本の貿易比率では20.1%となり、中国は始めてアメリカを超え、日本にとっての最大の貿易相手国になったことになる。

中国商務部の統計によると、2004年日本の中国への投資計画は3454件で、契約金額は91.6億米ドル、実際使用金額は54.5億米ドルにのぼっている。2004年末までで日本の対中国直接投資計画累計は31855件で、その契約金額は666.5億米ドル、実際には468.4億米ドルが投入されている。日本は中国にとって世界第三位からの外資供給源であった。20世紀の90年代、日本は対中国直接投資の分野で多様化の流れがあるものの、投資は80%が製造業に集中し、サービス業への投資は比較的少ない。投資方式では、単独資本の持ち株所有を基礎にして意欲的にM&A等の新たな方式をとり、対中国投資でのランクを上げていくであろう。日本の『読売新聞』が最近日本の主要な大型企業100社に対して行った調査によれば、現在日本の主要大企業が持つ対中国投資への意欲は高いとしている。この調査では、日本の大企業中57%が対中国投資を拡大・維持していくと明言し、21%の企業が中国での投資を引き続き拡大するつもりであり、そして36%の企業は現在の投資規模を維持していくとしている。そして投資規模の縮小又は中国市場からの撤退を考えている企業は一社も見られなかった。中国市場での戦略に関しては、37%の企業が中国市場の発展状況に基づき、中国での投資を増加させるとしている。そして32%の企業はアジア市場でのバランスという問題を重視していくと考え、14%の企業は中国での合弁企業のリスク管理強化を考えているとしている。中国ではWTO加盟以後サービス市場の規制が緩和しているが、それに伴い日本企業による流通・物流分野での投資が増加している。

2004年、中国商務部の批准又は届出を経て、日本で設立された中国資本の非金融企業は26社で、中国の協議投資額は2782.6万米ドルであった。2004年末までに、日本で投資・設立された中国資本の非金融企業は累計で276社になり、中国の協議投資総額は1.17億米ドルになった。「三九」グループとハイアールグループ・海信グループ等は日本国内での直接投資を開始し、日本で販売会社を設立した。ただ中国の対日直接投資はまた基礎的段階で、投資額も少ない。

(2) 日本の商業型流通企業の中国での状況

現在流通・物流等のサービス分野は日本企業の対中国投資での新たな注目点であり利潤を生み出す分野でもある。中国市場の開拓を進めるため、日本の多国籍企業はサービス業、特に卸売・小売分野での投資を更に重視するようになってきている。日本が海外投資を行う中でかつて重要な役割を果たしてきた総合商社は、中国の流通分野への投資を拡大し、その他の日本企業の中国での投資に物流・関連設備等の総合的なソリューションを提供してきた。1992年から上海ヤオハンが国内で正式に批准された初の中外合弁小売企業として今に至っている。またジャスコ・イトーヨーカ堂・ダイエー等の日本の小売業大手も次々に中国投資を行い開業している。

日本のイオングループはアジア最大、世界第13位の商業小売グループである。2004年9月にイオンは永旺(中国)商業有限公司を設立し、イオングループの中国本土での総本部兼購買センターとし、グループの中国での小売及び輸入仕入れ業務を企画運営することとなった。中国でジャスコブランドの大型総合スーパーを引続き中国で開業していく以外にも、華南地区に物流センターを開設し、集中購買と配送業務を展開していく。イオンは中国で出店を重ね5年以内に合計60～70店舗にする計画である。

イトーヨーカ堂は日本第二の小売商で、1996年に中国各地での業務展開を開始、中国での展開を始めて許可された外資系小売商である。ヨーカ堂は現在8支店を有し、2008年までには10店舗に増加する予定。

伊勢丹グループは日本では119年の歴史を有し、百貨店業務を中心に現在中国の上海・天津・済南にすでに3店舗のデパートを開業している。伊勢丹はファッションの先端をいくデパートとして、若い女性用流行服の絶好のショッピングスポットとなっている。

日本企業の中国での流通業展開状況

名称	営業形態	中国での業務	将来の発展計画
イオン(永旺)グループ	大型総合スーパー・標準型スーパー・ディスカウントストア・家具建材	1996年に中国進出。現在出店スーパーは15店舗。	将来中国に50店舗のスーパーを開業。
イトーヨーカ堂	大型スーパー・食品スーパー・コンビニ・飲食サービス	1997年に中国進出。現在出店は8店舗。	2008までに10店舗の大型スーパーを開業。
伊勢丹グループ	百貨店	2000年に中国進出。現在出店は4店舗。	
イトキン	衣料品	2002年に中国進出。現在専門店が4店舗。	

(3) 日本の物流企業の中国での状況

近年日本の三井物産・伊藤忠・住友商事等の有名な大商社が次々に中国の物流業に投資を行っている。これは中国国内にある製造業者に全面的な物流サービスを提供し、コスト削減・競争力向上を助けるものである。

2002年3月、三井物産と上海宝钢国際は3000万米ドルの合資により鋼鉄流通企業である上海宝井を設立した。5月には、三洋電機の物流子会社である三洋電機ロジスティクス株式会社が、自動車輸送会社を青島に投資・設立し、また輸送ネットワークと倉庫を青島・北京・上海・杭州に設立、中国の生産基地から日本へ貨物を輸送する物流基地を構築した。続く10月には、佐川急便が住友商事等の企業と共に合弁で配送会社を上海に設立、「宅急便」を開始した。

2003年2月、住友商事は江蘇省無錫市の高新物流との合資により住商高新物流有限公司を設立した。この企業は登録資本が5000万米ドルであり、中国初の物流と輸出入貿易を兼ね備えた外国資本企業である。そしてその営業範囲には国際貨物輸送代理業・国内運輸・貯蔵サービス及び国際貿易が含まれている。続く3月には日本の三井物産株式会社が中国国家郵政局に所属する物流子会社——中国郵政物流有限責任会社と提携して、企業又は公共団体向けの冷凍貨物配送業務を開始した。そして計画では今後2～3年以内に全国規模で72時間以内に中国のいかなる場所にも貨物を送り届ける物流ネットワークを構築することになっている。5月に、伊藤忠商事と重慶医薬株式有限会社は戦略的パートナーとして結束し、双方の合弁により専門の物流会社を設立、「五時間の快速配達」と国内外の薬品を低価格で仕入れる事業を実現した。同年、東

風日産・東風本田等の自動車部門の展開開始に合わせ、伊藤忠は中国鉄路物資総公司(会社本部)と合弁で、湖北省武漢に武漢華通物流公司を組織した。そして11月、日本の「住友倉庫」と上海の企業が合弁で「上海住倉国際貨物輸送」会社を設立した。この会社は総資本が200万米ドルで、日本側が70%、中国側が30%出資している。この主な業務は、日本から輸入される原材料及び中国から輸出される製品の陸運・海運、保管及び通関手続の業務を行う。

2004年には、東芝物流株式会社が上海で上海東芝外服貨運代理有限公司を設立、そして同月に営業を開始した。この企業は東芝物流がすでに大連・杭州・香港に設立した会社に次いで4番目に開設した支社である。新会社の設立は、東芝グループの華東地区(上海を中心に江蘇省・浙江省一帯に及ぶ長江デルタ地帯)での各企業に利便性を与えるばかりでなく、東芝以外の顧客の輸出入・国内外運輸及び国内販売の分野で万全な物流サービス体系を提供するものでもある。

4. 日韓流通企業の中国での経営特徴

(1) 重点的な投資分野としての商業性流通業

商業性流通業は中国で最も早くから開放された業界であり、1992 年から小売業の対外開放のモデル事業を行い、外資の吸収を通して先進的な経営理念・流通方式及び市場開拓技術を導入してきた。そしてこれらが中国小売業の現代化を大幅に進める力となってきたのである。2005 年に中国が国内小売業を全面的に開放してからは、外資の小売企業の中国市場進出に於ける持ち株比率・設立形態・数量及び地域の制限がすべて廃止され、外国資本の進出はさらに順調になった。北京・上海・広州・深圳等の都市に於いて新興業態の売上額の中で国内・外国資本企業が占める割合は 50%に近づき、或いはこれを超過している。現在日韓の商業性流通企業は中国を重要な市場と見なし、小売・卸売・物流・貨物輸送代理業等の分野で合弁又は単独資本の企業を設立することで、中国での業務展開がさらに強力になった。日本のイオン・イトーヨーカ堂・ダイエー、韓国の每家瑪・易買得等は全て中国小売業市場に進出し、体制作りを速めている。日・韓の小売業が中国市場に参入している業態には、デパート・スーパー・大型総合スーパー・コンビニ・専門店等全て現代型小売業の業態を含んでいる。しかし主要な形式はやはりスーパー・フランチャイズ経営等の業態に集中している。日韓小売企業と欧米企業には経営面で明確な違いが見られる。欧米小売企業は中国ではハイパーマーケットの開設が主で、例えばウォルマート・カルフルの店舗は全て一万平方メートル余りで、規模で優位を保っている。日韓小売企業はフランチャイズ経営・コンビニをより重視する方向に発展し、ネットワーク体制を強調している。イトーヨーカ堂の傘下にあり中国進出予定の 7-11 はその典型であろう。現在中国で投資を行う日韓企業は単独資本化する傾向が明確であり、併合・増資等の方式で従来からある合弁企業の株式を取得する企業もますます多くなっている。

(2) 急速に発展する物流

中国では 2002 年から北京・上海・天津・深圳等の八つの省・市で外国事業者による物流業投資モデル地区事業を開始した。近年では日韓単独資本の物流企業が中国市場への投資を加速している。例えば大田聯邦宅配 (FEDERAL EXPRESS-DTW CO.,LTD.)・日本通運・佐川急便・日本郵船・韓国現代等の国際的に著名な物流企業が次々に中国市場に進出し、物流ネットワークを構築している。これら外資の進出により、中国には先進的な経営理念・経営様式及び管理技術がもたらされ、中国物流業は現代化でのレベル向上が図られた。また他方、日韓の製造業者・小売業者等のなかには、国内で真っ先に物流業務を外注し、中国の第三者物流市場の育成と成長を促進している企業もある。

中国の対外開放が進むにつれ、流通業に於ける対外開放の基本的な形態が形作られ、中日韓三カ国は流通業で国際提携を深め、交流会も盛んになっていった。中国のWTO加盟に係わる協議に基づき、2004年までに道路貨物輸送・貨物リース、一般貨物の卸売・小売及びそれらの物流配送、出入国自動車輸送会社等の地域・持ち株比率等に見られる分野での外資の制限を廃止し、流通分野での更なる対外開放を実現させる。現在日韓流通企業は発展戦略を次々に制定し、発展への足取りを速め、以下の改善を行っている;そして多国籍購買センター・物流配送の発展・貯蔵サービスの開発・流通加工の展開等に見られる分野でさらなる投入に力を注ぐ;拡張展開を行う区域の経済的中核となる都市から大・中規模都市への変化;部門ごとの拡張から資本経営・持ち株・M&A 及び総合的な買収に向けた変化;輸入管理から全方面の現地化経営への変化。小売から卸売・物流等の深い領域への発展。

5. 中国物流に於ける国際提携の歩み

1. 2003 年中国の温家宝総理が、中・日・韓三カ国首脳が参加した「10+3」会議上で中・日・韓物流交流と相互理解の体制構築を提案。
2. 2004 年中国商務部の薄熙来部長が、ジャカルタで開催された中日韓アセアン経済大臣会合に於いて、2005 年から毎年『中国・日本・韓国流通及び物流政策白書』を編纂することを提案。
3. 中国交通部と韓国建設交通部は『中韓物流分野提携了解事項覚書』を締結し、両国の物流分野での提携範囲と方式を明示。これにより両国の物流提携へ向けた良好な枠組みが作られた。
4. 2005 年、商務部では、政府・同業組合及び企業界の有識者で物流視察団が組織され、日本と韓国へ視察し、交流を深めることで三カ国の流通と物流の協力体制を強化した。
5. 2002 年から、「中日韓物流技術と応用交流会」が中国物流購入連合会・日本ロジスティクスシステム協会・韓国物流協会・日本の物流研究社により共同で組織され、すでに四期にわたって開催されている。

6. 中国商業に於ける対外開放の歩み

1. 1992年7月、国務院により「商業小売分野の外資活用問題に関する回答」を発表し、北京・上海・天津・広州・大連・青島の六都市及び深圳・珠海・汕頭・廈門(アモイ)・海南島の五つの経済特区で一～二社の中外合弁及び合作経営の小売企業を試験的に設立し、暫定的に外国事業者の単独資本による小売商業企業を創設しないと規定した。

2. 1995年6月、国務院により『外国事業者による投資方向性の指導暫時規定』及び『外国事業者投資産業指導目録』が発表され、商業小売業が「外国事業者投資制限産業目録」の乙類目録に記載されることとなった。これにより一定限度内で外国事業者による単独投資は許可されたが、外国事業者による単独資本は許可されていなかった。

3. 1999年6月、国務院により『外国事業者投資商業企業のモデル地区規則』が批准・公布され、小売業の中外合弁範囲が全ての省会(省の行政府所在地、省都)・自治区及び計画単列市(経済・社会発展等で省から独立し、単独で全国計画に編入されている都市)に拡大した。

4. 2004年に商務部により『外国事業者投資商業分野管理規則』が公布され、小売業は全面的に対外開放された。

中国商務部

2005年9月29日