

「世界第2位」は時間の問題

先日、中国で日中経済について集中して議論する会議に出席してきた。また、世界的金融危機の問題が話題の中の相当部分を占めるとはいふものの、中国の多くの専門家は明らかに危機後の世界経済やアジア経済に視点を移しつつあるようだ。金融危機から完全に回復した

わけではないが、急速に需要が拡大してきている中国経済の自信が感じられる。不況の影におびえて、年の後半からまた景気が失速するのではないかという悲観的な話題が飛び交っている日本とは大分状況が異なる。

今回の会議で特に印象に残ったことは、何人かの人が今年か来年にも中国が日本を抜いて世界第2の経済規模になる可能性について取り上げたことだ。実際今のままで行けば、中国のGDP（国内総生産）が日本のそれを抜くのは時間の問題だろう。中国人にとっては、日本を抜いて世界2位に躍り出るというのは大

きなことのようにだ。

人口が日本の10倍以上である中国経済であるので、GDPの規模で日本を抜いたからといって、一人あたりの所得で見れば日本の10分の1前後にしかならない。ただ、世界の政治経済の様々な場での中国の影響力や発言力は増しており、日本としても中国にGDPで抜かれたことをい

中国経済の成長と日本の将来

ろいろな局面で意識せざるを得ないだろう。

中国経済が大きくなることは日本にとって必ずしも好ましくない面も多い。たとえば、中国の軍事規模はGDP以上のスピードで拡大を続け

ており、これは日本の安全保障上も大きな脅威となる。また食料や石油などの一次産品の分野で、日本は中国に買い負ける傾向が出ている。急激な勢いで成長を続ける中国は世界中で資源や食料を買いまくっている。これは日本にとっては大きな脅威である。

ただ、こうした脅威はあるものの、中国経済が成長することは基本的に日本にとって様々なチャンスを提供することになる。脅威は脅威として対応しつつも、チャンスをきちっとつかむように心掛けることが重要である。とりわけ、経済分野においては中国市場にいかにか食い込むかということが大きな課題となっている。輸出に依存する程度が大きい静岡県等の経済にとっても、中国経済とのかかわりを深めていくことが重要である。

日本からの輸出といつと、どうしても自動車やエレクトロニクス産業を考へてしまう。これらの分野が重要であることは言うまでもないが、今回の金融危機からの教訓は自動車やエレクトロニクスなど特定の分野にあまりにも頼りすぎてはいけないということであったはずだ。

本県も将来の関係考へる時

中国経済の成長は、日本の他の多くの産業に拡大のチャンスを提供している。たとえば、日本の飲料メーカーは中国市場で着々と売り上げを

拡大している。日本の製品というブランドイメージも中国で有利に働いているのかもしれない。最近、キリンとサントリーの合併の動きが明らかになったが、こうした大型再編が日本国内で起きていることの背景には中国市場などでの激しい国際競争への対応という面があることは明らかだ。

食料飲料以外にも、アパレル、化粧品、日用雑貨などの分野でも中国市場は日本企業に大きな市場となりつつある。資生堂、ユニクロ、ユニチャームなどのブランドが、中国市場で急速に広がっていることはテレビや新聞の報道で知っている人も多いはずだ。

静岡県経済の将来像を考へる上でも、中国との関係は大きな意味を持つ。これまで静岡県経済はどちらかと言えば、米国経済の方を向いていたような気がするが、これは筆者の勘違いであろうか。20年後に日本の隣に日本の2倍から3倍の規模ができるとしたとき、静岡県の経済はどのような姿になっているべきか今から考へておく必要があるだろう。

(総合研究開発機構
理事長・東大教授)

*この記事は静岡新聞社編集局調査部の許諾を得て転載しています。