

米中貿易戦争が問う 中国成長モデルの限界

——迫る“中国版プラザ合意”の波紋——



後藤 康浩

亜細亜大学 都市創造学部
教授

米中貿易戦争は当初の予想を上回ってエスカレートし、米中両国とも妥協点を見つけられない危うい状態に陥っている。直接の原因は米国が抱える巨額の対中貿易赤字だが、本質は1980年代以降の中国経済の成長モデルにあるだろう。「外資の資本と技術を利用して自国製造業を成長させ、製品を先進国市場に好きなだけ輸出する」という成功方程式を1人当たり国内総生産(GDP)が9000ドル水準になっても継続し、グローバル経済への対応を怠る中国への反撃である。日本、韓国も輸出主導型の高度成長を遂げたが、貿易摩擦の激化とともに市場開放と対外投資でバランスをとり、グローバル経済に溶け込んだ。これに対し、中国は共産党一党支配のもと国内市場を統制しながら、グローバル市場で自由を満喫する「非対称の競争」を続けてきた。トランプ大統領の意図がどこにあるにせよ今、中国は成長モデルの総決算を迫られている。

「歴史的」合意の名の由来

今年7月、ニューヨークの名門ホテル、プラザホテルが6億ドルで売却され、再び持ち主が変わった。幾度目かの転売劇の売り手はインド企業とサウジアラビアの投資家、アルワリード王子、買い手はカタールの政府系企業。オイル・ガスマネーと不動産ファンドがかかわる典型的な「不動産転がし」にすぎないが、「プラザホテル」の名前を耳にすれば、年配の日本人はため息にも似たある種の感慨をもたざるを得ない。

1985年9月、このホテルで開催された日米独仏英の主要5カ国の財務相・中央銀行総裁会議で合意された「円安から円高への転換」が戦後復興、高度成長を経て、世界の経済大国になった日本の運命を大きく変えたからだ。いわゆる「プラザ合意」である。

円は合意直前の1ドル=237円からおよそ1年後の1986年秋には150円台にまで上昇、合意から2年余が経った1987年末にはさらに120円近くまで円高が進ん

だ。プラザ合意を挟んだ2年間で円は2倍に上昇した計算である。1973年以降、主要国通貨は変動相場制に移行したが、これほど激しい変動は南米やアフリカの経済破綻国の通貨が暴落する以外に例はない。日本の対米、対欧州の貿易黒字を削減するという目的の荒療治としても、日本の製造業や農業さらには国民生活すら破壊しかねない劇的な円高だった。

合意の名称がなぜ、こうした歴史的な決定では通例の地名をとった「ニューヨーク合意」でも、開催日時を示す「1985年合意」でもなく、開催場所の特定ホテルの名前を冠するようになったのか。理由は不明だ。会議の会場名をつけた合意には1971年12月にワシントンのスミソニアン博物館で合意された「スミソニアン協定」がある。金本位制に基づく固定相場制度の終焉となった歴史的な会議であるが、世界的な博物館である「スミソニアン」の名前は合意の重さに位負けはしていない。「プラザ合意」は決定内容の世界経済への影響の大きさにもかかわらず、オーナーが変われば簡単に名前が変更されるホテル名が冠せられたことに違和感がある。日本人としては「合意内容の理不尽さに後ろめたさを感じた米国が歴史的事実として矮小化したかったからではないか」と詮索もしたくなる。

日米関係・米中関係の類似性

結果として、これほど円高が進行しても日本経済は生き残り、1990年になっても対米貿易黒字はほとんど縮小しなかった。「プラザ合意」は貿易不均衡の是正に為替相場の誘導だけでは有効でないことを立証する合意にもなってしまった。よく知られた歴史を今、あえて振り返ったのは、当時の日本の国際経済における立場と、今、米中貿易戦争に採まれる中国の状況にある種の類似性があるからだ。

共和党のレーガン政権と中曽根政権は「ロンヤス」

と呼ばれたように一見、コミュニケーションは良好で信頼関係は深くみえたが、日本は米国の対日貿易赤字に関する「怒り」のマグニチュードを読み間違え、プラザ合意という劇薬を飲まされる羽目に陥った。今の習近平政権も当初、トランプ政権と「新しい大国関係」というレトリックで協調できるとの見方をとっていたが、ある日、激しい攻撃を受けることとなった。四半期ベースで、具体的な業績をみることに慣れたビジネス界出身の大統領には「貿易赤字縮小に向けた具体的かつ効果的なアクションをとらない中国」は不誠実で信用できない存在に映り、攻撃に転じたといっているだろう。

筆者も4月時点では、「貿易摩擦」が「貿易戦争」に至るほど激化するとは予想もしておらず、今はその不明を恥じるばかりだ。その時点での筆者の見方は本稿5月号でも示したが、米国が中国のICT技術の急激な進化を米国への脅威と受け止め、中国の台頭を押さえ込もうとバッシングしている「デジタル覇権をめぐる米中の戦い」という分析だった。つまり分野や原因が限定された貿易摩擦の“局地戦”を想定していた。それゆえ、米中間で中国が半導体の一部の自主開発をあきらめて、米国企業からの輸入を続け、大豆、石油、液化天然ガス（LNG）という米国戦略輸出品を大量に輸入することでお互いがメリットを見出して解決できる、という予想だった。そうした先端技術、戦略商品をめぐる米中間の対立と駆け引きという要素は今も貿易戦争の軸のひとつと考えているが、米中の戦いはより根本的かつ広範な分野に及び総力戦になってきたといえる。

プラザ合意の真の効果

さて、もう一度、1980～90年代に話を戻すと、プラザ合意は日米の貿易不均衡の是正には短期的な効果は薄かったが、企業の投資行動、製造業の立地には大きな変化をもたらした。日本の製造業の生産拠点の大規模かつ継続的な海外への移転である。家電や電子機器の米国、欧州への生産拠点の移転、すなわち「現地生産」はすでに1970年代から急速に進み、80年代に入ってからホンダの米オハイオ工場に始まり、自動車産業も急激に完成車工場を米欧に建設していった。日米両国政府が日本からの対米自動車輸出を「年間168万台を上限」とすることで合意したことから、各社は与えられた枠以上に米国市場に売ろうとすれば、米国内に生産体制を構築するしかなかったのだ。

プラザ合意がもたらした生産拠点移転の波はまったく異なり、マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピンなど東南アジアへの工場進出だった。「現地で販売するものを生産する」のではなく、円高によるコスト増の回避が目的だった。そして、東南アジアへの展開が一般化した1990年代半ばに、天安門事件（1989年6月）に伴う国際制裁で止まっていた中国への投資が再開されると、日本企業は中国沿海部へ怒濤の工場移転を開始した。対中投資は円高回避という目的以上に、中国の低賃金で豊富な若い労働力を活用できる点が魅力となった。

経済産業省海外事業活動基本調査などによると、日本の製造業の海外生産比率は1985年の3.0%から95年には9.0%に急上昇、2005年には18.0%、15年には25.3%とプラザ合意以降の30年間で22ポイント以上も高まり、今も確実に上昇を続けている。純内需型の企業を除く、「海外進出済み企業」だけでみれば海外生産比率は今や40%に達している。その間、円の対ドル相場はほぼ持続的に上昇し、05年には1ドル80円を突破するまで円高が進み、日本の製造業の海外への工場展開の背中を押し続けたのである。

合理的な企業行動と国全体の成長力の低下

工場の海外への移転は日本経済にとって成長力の減退につながった。日本の国内総生産（GDP）に占める第二次産業の比率は1980年代には約30%を占めていたが、そこから本来、日本国内で生み出されていたはずの生産が工場とともに海外に去った。プラザ合意以降の海外生産比率の上昇分22%ポイントはきわめてラフな計算をすればGDPの6～7%分の喪失になったのかもしれない。いずれにせよ日本は貿易不均衡の是正を工場の海外移転というかたちで達成し、今や懐かしい言葉になったが「空洞化」という犠牲を支払った。

ベトナム北部のバクニン省。首都ハノイに隣接し、日本、韓国、台湾などの製造業の工場が建ち並ぶ。かつては住友商事が開発したタンロン工業団地などを中心にキヤノン、ホンダ、パナソニックなど日本企業が圧倒的な存在感を示していた地域だが、今、ここで外資製造業といえば、圧倒的にサムスン電子である。世界シェアでトップを走るスマートフォン「ギャラクシー」シリーズの半分以上がバクニン省で生産されている。韓国国内の人件費の高さと労働組合の影響力を回避する目的だが、高いシェアを誇る米欧市場向けを韓国ではなく、ベトナムから出荷することは韓国の対

米欧の貿易黒字を目立たなくさせるにも効果的だ。グローバル企業であるサムスンにとって米国との摩擦回避という面で、ベトナムからの輸出は大きな意味をもった。2017年のベトナムの輸出は2138億ドルと前年比21%増と大きく伸び、ベトナムの成長を押し上げた。重要なのは輸出総額の約24%がサムスン1社の輸出だったことだ。ベトナムにおける日本企業の存在感は薄れ、韓国の勢いが目立つが、それは逆に韓国本国が「空洞化」という試練に今、直面し、苦闘していることでもある。

サムスンやLGエレクトロニクスなど韓国メーカーのスマホの海外生産比率は2011年にはわずか16%に過ぎなかったが、16年には90%まで急上昇した。エレクトロニクスメーカーを筆頭に韓国国内からの生産拠点の移転で、韓国では失業率が上昇。求職活動をあきらめたり、アルバイトを続けたりする非公式の失業者も含めて算出する韓国独特の「体感失業率」は今年7月には史上最悪の11.8%にまで悪化した。韓国経済は1998年のIMF危機を機に構造改革が進み、グローバル市場で勝てる企業が台頭したが、それに伴う貿易摩擦の回避でやはり大きな痛みを国民は受けているのである。

中国の対米黒字の中身

さて、中国はどうだろうか？ 米国の相手国別の貿易赤字（2017年）は中国が3752億ドルと圧倒的なトップで、貿易赤字のほぼ半分を占め、金額ベースでも過去最大。日本はメキシコに次ぐ3位で688億ドル。中国の約5分の1以下の規模にすぎない。韓国は8位の226億ドル。米国にとって単一の国との貿易赤字が赤字全体の半分という状況は1980年代の日本以来であり、政権として何かの目に見える対応が中国に対して必要な状況に至っていたのは確かだ。ただ、80年代の日本への対応と違って、オバマ前政権までの中国への矛先は明らかに鈍かった。ゼネラルモーターズ（GM）、ボーイング、マイクロソフト、ウォルマートなど名だたる米企業が中国で莫大な売上高をあげ、工場や研究所など拠点を開設していたことがある。「市場としての中国」の「魔力と幻想」に歴代米政権は絡めとられ、かつての日本に対する激しい貿易紛争ほどの苛烈な圧力をかけられなかった。

別の要因もある。中国の輸出では外資が高い比率を占めてきたからだ。ピーク時の2005年には60%超が外資系企業の輸出であり、部品や中間材料を輸入し、組み立てや加工して輸出する構造だったため、中国が得

られる付加価値も大きくはなかった。米欧日が貿易黒字の批判をしにくかった背景のひとつである。だが、輸出に占める外資企業の比率はその後、着実に低下し、2017年には40%近くに下がった。中国の民族系企業とりわけ民間企業が電機・電子、機械、造船などの産業を中心にグローバル市場で存在感を高めているからだ。

不透明な為替政策に業を煮やした トランプ大統領

21世紀に入って、中国の貿易黒字が膨張していくなかで、米欧、日本は足並みをそろえて中国に人民元切り上げを要求して来た。だが、中国が明確な切り上げを受け入れたのは2005年7月の2.1%の切り上げのみで、あとは「管理フロート制」における人民元の1日の変動幅を拡大する措置で、緩やかに人民元上昇を容認しただけだった。1日あたりの変動幅を2007年に上下0.5%、12年に上下1.0%、14年に上下2.0%に拡大した。理論的には人民元上昇圧力で毎日上限いっぱい上がり続ければ、短期間に50%の上昇でも可能だろう。だが、変動の手綱はあくまで中国政府が握っており、市場ではないところに問題がある。中国政府のご都合主義は2015年8月に実施した「対ドルレートを中心値の算出方法の変更」にある。不透明な為替操作によって3日間で4.7%も人民元は下落したのである。中国は少なくとも為替において、日本が受けた“プラザ合意”のような試練は受けていない。習政権は中国の輸出の失速を防ぐため、為替を自国有利に操作しているのである。先進国含め各国は自国の輸出競争力を考え、為替をウオッチしているのは確かだが、為替操作は「切り下げ競争」につながるリスクがあり、各国政府とも抑制する。中国のみがそうした為替のしがらみを感じていないような行動をとっている。

とすれば、「中国との貿易不均衡是正は為替に代わる関税措置で行う」という乱暴だが、現実的な効果をもつアイデアが出てきてもおかしくはない。きわめてプラグマティックなトランプ政権はそれを躊躇なく選択したのである。

「中国版プラザ合意」の萌芽

ベトナム、ラオス、カンボジア、タイ、ミャンマー、フィリピンなど東南アジアの後発国で工業団地や労働力の確保がまだ可能な国に6月あたりから企業進出の動きが再び盛り上がる気配が出ている。世界景気その

ものは不透明感を増していることからすれば、明らかに中国からの工場移転の流れとっていい。ベトナムに進出している日本の物流企業関係者によると、ホーチミン周辺の工業団地やホーチミン港周辺で空地进行を求めている企業やサプライチェーン構築に関する相談が増えている。特徴的なのは外資以上に中国企業、台湾企業の動きが活発なことだ。中国からの輸出が「25%の上乗せ関税」で事実上、困難になり、急ぎよ、中国外に工場を移転しようという動き。原産地規制の問題はあるが、中間品を中国からベトナム、カンボジアなどの工場に輸出し、付加価値を付けたかたちで、対米輸出する考えだ。

トランプ大統領が対中貿易戦争の狼煙をあげるや、台湾の鴻海精密工業（ホンハイ）の郭台銘・創業者兼CEOは米ウィスコンシン州に第11世代の液晶パネル工場を90億ドル（約1兆円）をかけて建設すると発表、トランプ大統領の歓心を買おうとした。言うまでもなく、ホンハイは中国子会社、フォックスコンが広東省、河南省はじめ中国に広く工場を展開、iPhone、iPadをはじめアップル製品を生産し、米国に輸出しているからだ。中国で大半が生産されるアップル製品が対米輸出で25%の上乗せ関税を課されれば、アップルもホンハイも企業基盤が揺らぎかねない。中国に生産拠点をもつ外資企業だけでなく中国企業も今や、大なり小なり、東南アジア、南アジアへの工場移転という流れに乗りつつある。中国企業の海外での工場展開はタイ、ベトナム、インドネシア、インドなど国は限られ、規模も大きくはなかったが、今後は一気に拡大する可能性がある。トランプ大統領の「25%関税上乗せ」は中国にとっての“プラザ合意”になったのである。

仮に米中間で関税上乗せ競争が終結したとしても、中国からの工場脱出の動きは止まらないだろう。米中両国の経済面での競合は半導体、電子機器、次世代通信技術、人工知能（AI）、自動運転、Eコマース、電子決済、ブロックチェーン技術、航空宇宙、バイオなど広範な分野で激化し、米中間ではいつ「経済戦争」が再燃するか、わからないからだ。中国の国内市場向けの商品は中国生産で問題ないが、日米欧をはじめグローバル市場向けの生産は中国から離すのが賢明と大半の企業経営者は考えるだろう。

中国はまた日本から学ぶか

世界が目にするのは、中国から打って出た中国企業が日本企業、韓国企業のグローバル展開と同様に海外

での生産・販売を軌道に乗せることができるかである。巨大な国内市場と共産党の庇護を離れた中国企業の真価はこれから問われる。ひとつ参考になる事例がある。

タイでは乗用車の90%近くがトヨタ自動車やいすゞ、ホンダ、三菱自動車など日本メーカーだが、最近、バンコク市内で「MG」のエンブレムを付けた車に出くわす機会が増えてきた。「MG」はもともと英国のスポーツカーのメーカーだが、経営不振に陥り、中国の南京汽車に買収され、同社が上海汽車（SAIC）グループの傘下に入ったことで、SAICグループのメーカーとなった。中国国内ではすでに実績はあるが、中国から初めて打って出たのがタイだった。バンコク東方のチョンブリ県に昨年末、完成したタイ地元資本、CPグループとの合弁の自動車工場が本格的に生産を開始した。「低価格でスポーティーなセダン」というコンセプトが多様化するタイの自動車ユーザーのニーズに合い、販売は好調。2018年は3万台と新車市場（乗用車とピックアップなど商用車の合計）で3.5%程度のシェアを握る計算。日本メーカーにとっては、MGは東南アジアで強力なライバルに育ちつつある。

“中国版プラザ合意”によって中国企業、外資企業が中国から移転していく先は当初は東南アジアとなるが、労働力が遠からず不足するのは必至。そこから南アジアへの連鎖的な工場移転が起きる可能性がある。バングラデシュ、インドが大きな受け入れ先となるとみておくべきだ。問題は中国の沿海部。雇用先である工場が海外に移転する状況は90年代後半から21世紀初頭の日本の地方の姿そのものになりかねない。共産党政権がどんな手を打つか、日本はこの面でも中国の参考になる貴重な先事例になりそうだ。

