

報告 1

瀋陽中謁商貿有限公司、本格的に事業スタート

中越クリーンサービス(新潟市中央区)が中越運送などとともに遼寧省瀋陽市に瀋陽中謁商貿有限公司を設立し、7月3日市内のホテルで開所式を行いました。

当日、新潟から中越通運や中越クリーンサービスの代表が参加、地元からは遼寧省外事僑務弁公室の崔徳勝主任、瀋陽市対外貿易経済合作局の王維信副局長らが招かれた他、瀋陽総領事館の田尻和宏総領事も出席、祝辞を述べられました。当日は、日中合わせて約100名が参加し、その門出を祝いました。

中謁商貿有限公司の業務はビジネスコンサルタント、ビルのメンテナンス、介護用品の紹介などで、特に介護用品は日本の最先端のものを東北地方に紹介していく予定です。

瀋陽は遼寧省の中心都市で、東北地方を代表する都市。人口約800万人、日本の成田、大阪、名古屋、福岡などとの間に航空路があります。遼寧省は、来年9月「中華人民共和国運動会」(日本の国民体育大会に相当。4年に一度実施)を開催するなど東北三省の中で一層その存在感を高めつつあります。(近藤)



挨拶する中越通運 中山社長



鏡開きで開所を祝う

報告 2

株式会社三宝 「拉面玩家 来福士店」

先日上海に出張に行った際、ラーメン店「拉面玩家 (Ramen Play) 来福士店」に行ってきた。「拉面玩家」は新潟県内で多くの飲食店を展開している株式会社三宝(新潟市西区)が上海で立ち上げたラーメン店。現在中国では上海市内に3店舗展開しているほか、シンガポールでも5店舗展開しています。

今回訪れた店は上海市内中心地にある「来福士 (Raffles City)」ショッピングモール内6Fのフードコートの一部にあり、数多くのファーストフード店やカジュアルレストランがひしめく激戦区です。

店に入って早速メニューを見ると麺類以外に焼き鳥や石焼飯類、デザート類などラーメ

ン店らしからぬメニューが見受けられます。

同店に限らず、中国に進出している外資系ファーストフード店やカジュアルレストランに共通して言えることとして、徹底した「メニューの現地化」があげられます。ブランドを代表する各国共通の主力商品以外に、現地の人達の嗜好に合わせた現地ならではの商品が品揃えされています。例えば、日本でもおなじみのケンタッキーフライドチキン（中国名：肯德基）は中国の場合、主力商品であるフライドチキンやバーガー類以外に「カレーライス（中国風）」や「牛肉炒めライス」など、すでにケンタッキーの守備範囲を超えていると思われる商品がたくさんあります。最初にそれらのメニューを目撃したときは「いくらなんでもそれをケンタッキーと言うのは無理があるような・・・」と思ったのですが、その一方で「フライドチキンのケンタッキー」としてのブランドイメージは強固に保たれており、同社は2012年6月時点で店舗数約5300店舗、中国で最も成功した外資系ファーストフードとされています。

今回食べたのは「味噌ラーメン」「石焼豚飯」「焼き餃子」。中国の日本式ラーメンにありがちな「スープがぬるい」「麺がやわらかすぎ」「味が薄い」と言ったこともなく、大変おいしかったです。そして店の内装は日本のラーメン店にはあまり見られない少しモダンでカジュアルなカフェのような雰囲気。掃除も行き届いており、最後までとても気持ちよく食事ができました。

店を出る際、ふと店内を見わたすと日本人らしきお客さん以外に中国人の若い友人、カップル、家族連れなどが楽しそうに食事している様子が印象的でした。（笠原）



店はカフェのような雰囲気



味噌ラーメン 36元（約450円）

スタッフ便

日々良くなる北京の緑化について

北京オリンピックからもうすぐ4年が過ぎます。2008年北京オリンピック開催に伴い、環境保護や都市環境の改善が注目されるようになり、都市建設の緑化について力を入れています。

園林緑化局の最新の統計によると登録されている公園数は過去5年間で190個から348個に増えており、都市公園面積も6300ヘクタールから10063ヘクタール、一人当たり平均緑地面積は50平方メートル近くまで達していると発表しました。新しく増加した公園緑地面積は7500ヘクタールで、16個分の東京ドームの面積に匹敵するとのこと。北京市の

公園緑地は1000箇所以上で、21個の歴史名園、19個の遺跡保護公園、48個の現代都市型公園、28個の文化テーマ公園、24個の森林公園、30個の郊外公園をはじめ、地域型公園なども多いです。

今年北京では大型公園緑地建設を進めており、住宅から500メートル以内に公園緑地の環境を作るよう尽力し、11個のニュータウン浜川森林公園を年内に開放する予定です。北京市の道路の両側にもたくさんの木があり、また、北京市の市花である月季（バラ科）という花が多く植えられています。季節ごとに花の種類も変わります。

北京順義区の郊外にある百合をテーマにした公園では6月15日から2週間「香水ゆり祭」が開催されたり、端午節の時には公園で北京のおばあさん達が粽子の作り方を教えたり、最近では夏休みなどで子供達のためのイベントが公園で開かれたりしています。公園は運動する場だけではなく、コミュニケーションをとる場、伝統民俗を受け継ぐ場など有意義な場所として市民たちの生活に密着しています。

北京の今は緑もずいぶん増え、環境にやさしい・もっと暮らしやすい首都になってきています。（李）

朝陽公園の風景



建国門公園の文化祭



北京市の市花一月季（バラ科）



長安街の歩道

中国自動車メーカーの戦略転換

2012年第2四半期の成長率は7.6%と、第1四半期の8.1%からさらに減速した。輸出の低迷が大きな原因の1つだが、最大の輸出相手EUの混乱が最大のマイナス要因だ。対米輸出はやや持ち直しているが、米国経済も依然不安定だ。外需型成長モデルの中国経済は、当然国際経済の動向に左右される。政府は経済の落ち込みを防ぐ一環として去る6月、3年半ぶりに商業銀行の貸出基準金利と預金基準金利をそれぞれ0.25%引き下げると発表した。この措置により貸出基準金利は、期間1年もので6.31%となる。また定期預金基準金利（1年もの）は3.25%となる。ここにきて、消費者物価上昇率は3%を切るまで落ちたので、かろうじてプラス金利になっている。

内需の相対的低迷が、経済成長減速のもう1つの原因だが、これまで内需を先導してきた不動産と新車販売の落ち込みが激しい。不動産の落ち込みは、政府の過熱抑制政策によるものだ。新車販売は過渡期で、内陸部の都市化がさらに進めば、新車に対する潜在的需要はまだまだあると思われる。自動車各社はこれまで設備投資を積極的に行い、生産能力を高めてきた。数年前は需要に供給が追いつかず、新車を買うのに何か月も待たされる現象すらあった。ただ、新車販売の落ち込み問題はそう単純なものではない。都市部ではインフラ（道路）が車の急増に対応できず、猛烈な渋滞を引き起こし、全体の経済に悪影響を与えたため、新車販売の制限をしている。それだけでなく、北京などでは以前はナンバープレート末尾偶数、奇数で運転制限をしていたが、現在は曜日ごとに、例えば月曜は2、7、火曜日は3、8というように末尾2つの数字を制限するようになっている。富裕層は対策として、車を複数台持つ人が多い。大都市では中流階級がハイスピードで増加している。この中流階級の車に対する需要は大きい。買いたくても買えない、売りたいくても売れないという悩ましい状況が大都市にはあるのだ。販売店は潜在的需要が眠っている内陸部にシフトしているが、需要がすぐに急増するわけではない。ただ中期的に見ると、内陸部の新車需要は大いに伸びる可能性がある。内陸部の都市化が進み、所得が増えれば、都市に比べ交通の便が悪い内陸部で、新車に対する需要は急増するだろう。

自動車各社は内陸部の需要増加を待っているわけにはいかない。国内市場での激しい競争もある。そこで各社とも海外に活路を見出そうとしている。メイド・イン・チャイナの車の輸出振興作戦だ。これまで新車の国際市場は西欧、米国、日本の各社がシェアを分け合っていた。そこに割り込んできたのが韓国であり、その後を中国が追おうとしている。もちろんまだ中国車のシェアは微々たるものだ。しかし、価格の面で欧米、日本はうかうかしてられない。中国の作戦は欧米、日本車にまだ到底勝てない先進国の市場を避けて、発展途上国から攻めるやり方だ。中国革命方式に模して世界の「農村から都市を包囲する」戦略とも言える。

中国には第一汽車、東風汽車、上海汽車、奇瑞汽車、吉利汽車、長城汽車、江淮汽車など多くの自動車メーカーがある。ほとんどが欧米、日本、韓国のメーカーと提携している。このうちの多くは海外戦略を打ち出している。上述のように国内の道路などのインフラの遅れ、競争の激化などで海外進出を考えざるを得ない事情がある。その一方で、「外に打って出る」という政府の方針が追い風になっている。

中国が自動車の輸出に着手したのは2005年ごろからである。当初は商用車が中心で、輸出先は中央アジア、ロシア、中東など限られていた。その後、商用車に代わり乗用車が主役となり、東欧、アフリカや南米にまで輸出先が拡大した。今年の第1四半期は、対昨年比14.2%の二桁成長だった。

幾つかのメーカーの海外戦略を挙げてみると（朝日新聞6月27日報道）：

メーカー	2011年実績	2012年目標
奇瑞汽車	16万台	20万台
長城汽車	8万台	10万台
浙江吉利	4万台	8万台

などだ。これらメーカーはエジプト、イラン、ウクライナ、ウルグアイ、ブルガリア、ロシアなどに組立工場を持っている。

今後は政府の後押しの下、海外展開が急速に進むだろう。品揃えが豊富になり、性能もまあまあなら、価格の安さで欧米車、日本車にとって脅威となるだろう。テレビなどの家電は、長期にわたり日本が「1人勝ち」だった。ところがあっという間に韓国に追いつかれ、追い越された。自動車分野も油断してはられない。遠くに韓国、中国の足音が聞こえてきた。

【筆者プロフィール】

西園寺 一晃（さいおんじ かずてる）氏

1944年生まれ

- 明治の元勳・公爵・首相・枢密院議長である西園寺公望氏を曾祖父に持つ。
- 西園寺公一（きんかず）氏（第一回参議院議員・日中文化交流協会常任理事）の長男。
- 北京大学経済学部卒業
- 朝日新聞社に在籍中は、日中関係の調査研究室長などを歴任。退職後も中国問題の調査、研究にあたる。
- 現在工学院大学客員教授，北京大学客員教授，伝媒大学客員教授，北京城市大学客員教授