

北京消息 第10号

2009. 2. 1

日本財団法人新潟産業促進中心北京代表処
(新潟市 北京事務所)
中国北京市東城区建国門内大街1
恒基中心 1号楼704室 〒100051
TEL +86-10-6517-2460 FAX +86-10-6517-2461
E-mail ipc-beijing@nbc.pavc.ne.jp
URL http://city.niigata.org.cn



皆様、新年明けましておめでとうございます。日本では、新年を迎え1ヶ月が経過いたしました。中国のお正月である「春節」は1月26日でした。

昨年は日中平和友好条約締結30周年に当たり、5月には胡錦濤国家主席が訪日し、福田総理大臣との間で『戦略的互惠関係』の包括的推進に関する日中共同声明を行うなど日中関係がさらに進展した年でした。

また、中国においては、1月～2月の寒波や雪害に続き、5月12日には四川大地震が起きるなど年の前半は多難な状況でした。しかし、日本など国外からの支援、そして何といたっても中国国民の一致団結した救助、復旧活動によって被災地を立て直し、8月の北京オリンピックを迎えた記憶に残る年となりました。

新潟市北京事務所としては、昨年1月の新潟への投資に興味を持つ企業との個別相談会から始まり、日本産米の販売促進活動、経済貿易博覧会、国際旅游博覧会出展などへの支援を行い、中国への新潟市情報の提供や新潟産品の紹介・販売、観光客の誘致活動などを積極的に行ってきました。

今年は、急激な世界同時不況の影響を受け中国経済も減速しており、事務所の活動への影響も懸念されますが、昨年同様、各分野での中国との交流をさらに推進して行きたいと思っております。よろしくお願いいたします。

News

2009. 1.10

1

北京イオンモールに「ビジット・ジャパン情報コーナー（仮称）」OPEN!

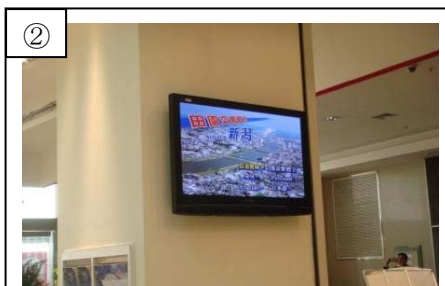
1月10日、イオン北京国際商城ショッピングセンター1階に「ビジットジャパン情報コーナー」（仮称）がオープンしました。イオン北京国際商城ショッピングセンターは北京市の北西、昌平区で昨年11月に開店したモータリゼーション時代に適応した総合ショッピングセンターです。（北京消息第9号で既報）

「ビジットジャパン情報コーナー」（仮称）は訪日観光の情報発信拠点としてJNTO 北京観光宣伝事務所と交通公社新紀元旅行社有限公司とが共同で設置したものです。JNTOによって日本各地域の観光パンフレットなどの資料が豊富に取りそろえられており、店内の装飾を季節などに応じて変え、旅行意欲を盛り上げることも検討されています。

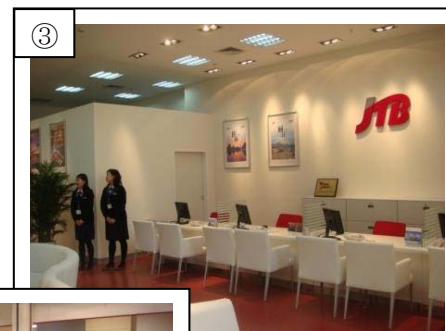
また、来場者に対してアンケート調査を行うことや自治体などの要望によってイベントスペースとして使用させることも予定されていることから、当事務所としても新潟の観光宣伝に活用して行きたいと考えています。



【写真①】開所式の様子



【写真②】店内に設置されているモニター各都市のPR映像を放映



【写真③】旅行社のカウンターも設置



【写真④】パンフレット設置コーナー（新潟県・新潟市の観光パンフレットも設置済）



【写真⑤】各都市のパンフレット設置コーナー

1 新潟県産コシヒカリの試食宣伝会を実施

年明け早々の1月8日～11日までの4日間、北京と上海において、中国向け新潟米輸出促進協議会（新潟県・新潟市・上越市・三条市・新潟県農業共同組合中央会・全国農業共同組合連合会新潟県本部）が、新潟県産コシヒカリの試食宣伝会を開催しました。

その内、北京では、最高級百貨店「新光天地」の地下に入っている「BHGマーケットプレイス（スーパーマーケット）」を会場に開催されました。

中国国内での販売促進活動は、一昨年夏の日本産米の輸出解禁時から数え、今回で3回目となります。

今回は初の試みとして、当宣伝会の会場であるスーパーと協力し、限定100セットで、専用化粧箱に他の日本製品を自由にセレクトできるギフトセットを企画しました。

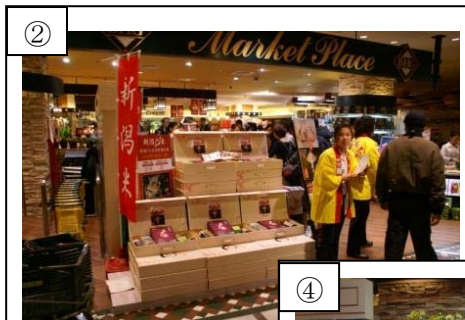
また、10日（土）・11日（日）の2日間は、北京市内の高級日本料理店の料理長を招聘し、実演をしていただきました。

実演が始まると同時に、たちまち人の輪ができ、料理長の手際の高さに見入ると同時に、調理方法の説明に熱心に聞き入っていました。

試食された方々からは、一様に微笑みがこぼれ、「ハオチー（おいしい）」という声上がるなど評判で、コシヒカリの美味しさを十分に理解していただいたようです。

今回の試食宣伝会は、中国の春節（お正月）向けの贈答用として購入していただくべく、用意されたものですが、この4日間ではほぼ予定数量が販売され、試食宣伝会としては成功裏に終了いたしました。

試食宣伝会終了後には、「どこへ行けば買えるのか。」と事務所へも問い合わせをいただいております、早急に次の輸入が待たれているところです。



【写真①】販売コーナーと販促スタッフ
【写真②】販促コーナーの様子



【写真③・④・⑧】特別化粧箱とセット見本ディスプレイ



【写真⑤】北京日本料理店「日本橋」渡辺料理長
【写真⑥・⑦】試食宣伝会の様子





西園寺 一晃先生の

中国問題リポート

NO.10

中国経済は09年が正念場、人民元は「国際化」の方向

新しい年を迎えたが、世界各国は米国発世界同時金融危機に喘ぎ苦しんでいる。中国も決して例外ではなく、特に対欧米輸出基地である珠江デルタ地域の労働集約型中小企業は大きなダメージを受けた。

中国には約4200万社の企業があるが、その90%は中小企業で、全輸出の60%を担っている。労働集約型中小企業の働き手の8割近くは出稼ぎ農民（農民工）である。欧米をはじめ、輸出先国経済の急速な落ち込みで、輸出を担うこれら中小企業の多くは、生産の縮小、調整や倒産に追い込まれている。この過程でまず切られるのは立場の弱い農民工だ。現在農村からの出稼ぎ者は全国で約1億2000万人。多くが職を失い、農村に帰らざるを得ない。しかし農村に帰っても職が無く、と言って多くは農業だけでは生活できないのが現状だ。昨年下半年の失業率は、政府発表で4.0%だったが、その後急速に悪化している。中国社会科学院が最近発表した数字では9.4%。この数字には事実上の失業であるレイオフ者が含まれているかどうか不明だが、実際の数字は10%を超えているだろうというのが一般の見方である。

中国西南証券の高級アナリストである董先安氏の調査によると、08年上半年の就労人口は農林水産業3億8700万人、製造業9900万人、小売・貿易・飲食業5900万人、建設業4億6400万人だった。このうち下半期に失業したのは、製造業で1980万人、建設業で1546万人に上る。製造業、建設業とも末端労働力の主力は農民工だ。董氏は「このデータを基に推計すると、失業率は中国社会科学院発表の9.4%を上回り、11%程度に達する」との見方を示している。

さらに09年は大卒者が610万人も出る。中国社会科学院は「610万人の大卒者のうち、約4分の1は就職できないだろう」と見ている。なお、多くの研究機関、アナリストは、不況のボトムはこれからで、春から夏にかけて最も苦しい時期が来る、景気回復の兆しが現れるとしたら、早くとも下半期以降だろうと予測する。これらの問題は単なる経済問題ではない。農民の不満、失業率の上昇は治安の悪化につながり、対処次第では政府が大きなプレッシャーを受け、それが共産党一党独裁の屋台骨を揺るがしかねない。09年は農民工対策、失業者対策、大卒者の雇用問題が大きく政府にのしかかる。

もちろん中国政府は手をこまねているわけではない。前回のレポートで書いたように、今回の世界金融危機に対し、中国政府の対応はかなり迅速であった。金融引き締めを金融緩和に転換し、向こう2年間で4兆元（約57兆円）の緊急投資を決めた。これらは主としてインフラ整備（道路、鉄道）、環境対策、省エネ関連事業、福祉・医療に使わ

れる。しかし、これはあくまでも緊急、短期的措置である。長期的には経済構造の転換、つまり外需型成長パターンから内需型成長パターンへの転換を図る必要を、中国政府は認識している。内需掘り起こしの鍵は内陸部、農村地域にある。地方によっては、農民が家電を買う場合、補助金を支給するという内需振興策を始めたが、これは当面の処方であって、中長期的には農民、農業、農村という「三農」問題を包括的に解決しなければならない。

これらの金融・経済危機は中国だけの問題ではなく、各国とも直面している共通の問題だ。ある意味で、米国やEUでマイナス成長が予測される中、中国は相対的にはダメージが少ないのかもしれない。08年の経済データが出つつあるが、中国は07年の名目GDP総額を上方修正し25兆7306億元（3兆3838億ドル）と発表した。07年すでにドイツを抜いて米日に次ぎ世界第3位になったのである。ちなみに07年の米国は13兆8000億ドル、日本は4兆4000億ドルだった。中国の08年貿易総額は2兆5615億ドル、輸出は1兆4285億ドル、輸入は1兆1330億ドルで、米国のサブプライムローン問題があったにもかかわらず、貿易黒字は前年を上回り2955億ドルと史上最高になった。貿易黒字総額で、中国はドイツを抜いて初めて世界1に躍り出たのである。08年の中国の輸出総額1兆4285億ドルも、07年世界1位だったドイツを上回る可能性が大だ。このように08年の中国貿易は通年で好調を保ったが、08年11月以降は急速に減速し始めた。単月で見ると11月、12月とも対前年同月比減となった。12月は2.8%減だった。つまり中国の輸出が世界需要の落ち込みをもろに被るのは09年なのである。

しかしこれだけの貿易黒字が出れば、一方で欧米から元の切り上げ圧力が強まることは必至だが、その一方で元の世界経済における存在感がますます増してゆくのは必然だ。このような流れの中で、中国政府は東南アジア諸国連合（ASEAN）など近隣諸国・地域との貿易取引で、元建て決済を徐々に解禁する方針を示した。これまで中国は大部分の貿易をドル決済でやってきた。したがって、輸出産業はドル相場が急落すると大きな痛手を負うことになる。これを徐々に改め、元決済を導入しようというのだ。

これには2つの狙いがある。一つは、国内輸出産業の為替リスクを減らし、輸出を後押しすること。もう一つは、元の国際貨幣としての地位を確立することである。先ず解禁されるのは香港・マカオと上海を含む長江デルタ地帯、広東省の間、さらにASEANと雲南省、広西チワン自治区の間である。中国政府は効果を見ながら、徐々に元決済の範囲を拡大してゆくだろう。将来的には中国、台湾、香港、マカオ、ASEANを含む、そして次には中国とロシア極東部、モンゴル、中央アジアを含む「元経済圏」構想を描いていると思われる。

09年の中国経済を占うキーワードは輸出、雇用、消費だろう。

西園寺 一晃

2009年 丑 について



西暦2009年の幕が開きましたが、中国最大の祝祭日である旧正月は今年、1月26日から始まりました。中国では後漢(紀元25-220)の時代から干支紀年法が普及したとされています。今年の干支は「己丑」(つちのとうし)。漢字語源辞典により、「己」の語源は「紀なり」、すなわち、紀律、法則であり、乱れを正して治めると解釈されています。

また、「丑」の語源は「紐」、「曲がる、ねじる」を意味し、芽が出かかっているが、まだ地上に出ていない様子。伸びきれずにいる状態を表すと解釈されています。

この「丑」を「うし」としたのは、一般庶民に干支紀年法を浸透させるために、12種類の動物の名前を当てたと言われていますが、神様が十二支の動物を決める際、牛は歩くのが遅いため早くから出かけ、門前に一番にたどり着きましたが、背中に乗っていた鼠が飛び降りたため、二番になったという話も伝えられています。

中国は古くからの農業国ですが、牛は昔から重要な生産財として、農作活動に大きな貢献をしてきました。そのため、農業生産に携わる人々は牛を人類の友人とみなし、牧歌的な田園風景を思い起こさせるようなおっとりとした印象を抱いています。また、牛は勤勉で苦勞を厭わず、恨み言を言われても気にかけないため、丑年生まれの人々は辛抱強く根気もあって、実直で強い信念の持ち主であると見られています。

中国語辞書を調べると、牛に関わる諺や熟語は100例余りがあります。その中からよく知られているものをいくつか紹介いたしましょう。

【汗牛充棟：かんぎゅうじゅうとう】蔵書がきわめて多いこと

【九牛一毛：きゅうぎゅういちもう】多くの中の、きわめてわずかな部分のたとえ。また、きわめて些細で取るに足りないことのたとえ

【対牛弹琴：たいぎゅうだんきん】牛に対して琴を弾いて聞かせる意から、何の効果もなく無駄なこと

【婦馬放牛：きばほうぎゅう】戦争が終わって平和になるたとえ。また、再び戦争をしないことのたとえ

【牛刀割鶏：ぎゅうとうかっけい】取るに足りない小さなことを処理するのに、大げさな方法を用いることのたとえ

【呉牛喘月：ごぎゅうぜんげつ】過度におびえ恐れることのたとえ。また、疑いの心があると、何でもないものにまで恐れや疑いの気持ちをもつたとえ

【呼牛呼馬：こぎゅうこば】相手の言うのにまかせて、自分では逆らわないことのたとえ

また、「羊頭狗肉(ようとうくにく)」という言葉をご存知でしょうか。羊の頭を看板に出しながら実際には狗(いぬ)の肉を売る—ということから、見かけが立派で実質がこれに伴わないことの喩えとして使われていますが、元々は、「牛首馬肉」であったそうです。

これは、春秋時代、斉という国の霊公が禁令に従わない国民を見て嘆き「我が威令を回復せよ」と命じました。これに対し、臣下の一人が「君はこれを内にお許しになり、外に禁じておられます。そのことをたとえてみますと、牛首を門にかけ実は中で馬肉を売っているようなものです」と諫言を呈し、まずは後宮での肅正を諭したことに由来しています。その後、瞬く間に禁令が国内で遵守されるようになったのですが、後に牛が羊に、馬が狗に代わって伝えられたそうです。

中国では、春節を祝うため、古くからドアに「春聯」(赤い紙に縁起のよい文字を書き、家の外の柱に掛けるもの)や窓に切り紙を貼る習慣があります。春節用の切り紙の色は赤を主にして、図案は人物、花卉、昆虫、獣、魚、文字等多様です。もちろん、毎年、その年に当たる十二支の動物の図案が一番人気があります。これらのまるで生き

ているような牛の切り紙をご覧になり、どんな感想をお持ちでしょうか。

中国では、牛に関する言葉は古代田園詩人の詩によく出てきます。例えば、唐の時代の詩人杜牧(紀元803-852)の「清明」という詩には、「借問酒家何処有、牧童遥指杏花村」との名句があります。牛の背中に乗っている牧童が旅で疲れた詩人に酒屋への道を指差して答えているのどかな田園風景を描いたものです。また、現代の魯迅先生の名句「俯首甘為孺子牛」(謙虚に人民に奉仕するという意味)は中国では既に役人たちの座右の銘になっています。

また、近年では、「牛(ニウ)」という単語は、「すげー」、「イケてる」という意味を表す俗語としても若者の間でよく使われています。さらに、面白いことは、先ほど紹介した「呼牛呼馬」という熟語にあるように、相手に牛と呼ばれば、自分は牛になり、今後、牛のようにこつこつ働かなければならないから、丑年である今年の結婚は不吉だという話がネットで若者の間に流行っていることです。一方、株式市場では、ブル・マーケット(Bull market、中国語で「牛市」とベア・マーケット(Bear market、中国語で「熊市」という言葉を使い、強気の相場を表す言葉にも牛が登場します。ブルは雄牛、角を下から上へ突き上げる動作から来ています。去年の末期から低迷に陥った世界株式市場に対して、この丑年と相まって、力強いイメージを持つ牛の力を借りて、勢いよく難局を打開し、「牛市」に入るようお祈りしましょう。

