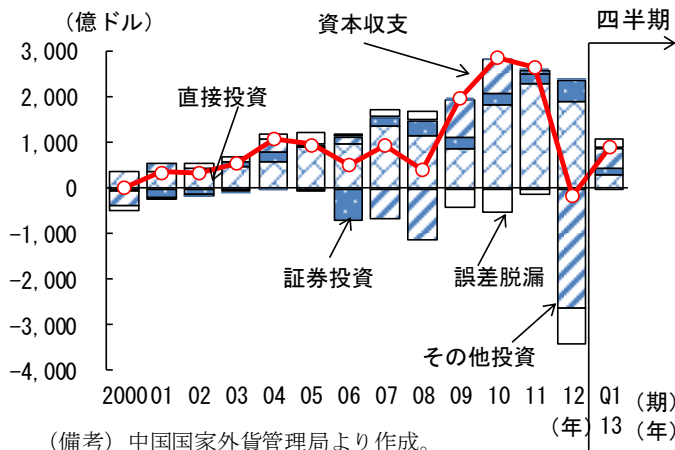


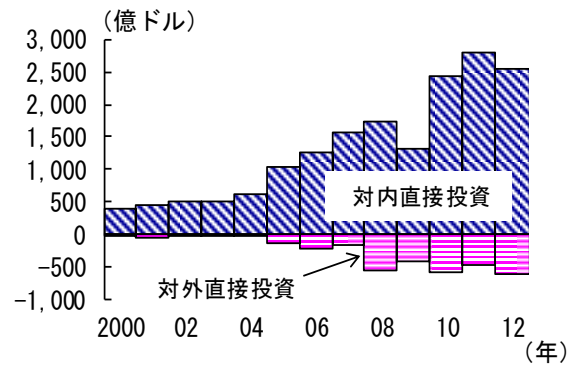
加えて、中国への資金の流出入の状況⁵を資本収支の状況から確認すると、直接投資の形での流入も顕著である。一方で、対外直接投資も2000年代半ばから増加しつつある。

第2-3-11図 中国への資金流入の状況：直接投資は増加傾向

(1) 資本収支



(2) 直接投資 (対外・対内)

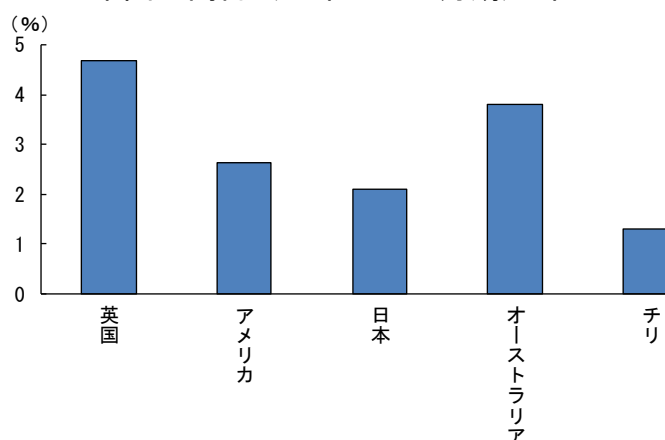


また、銀行の中国に対するエクスポージャーは、このところ増加傾向にある。13年4～6月期時点では中国への与信は約5,000億ドルであり、インドの約2,500億ドルの2倍となっている。中国への与信の割合が大きい国をみると、日本やアメリカ等の主要先進国及び資源輸出国であるチリやオーストラリアが上位にあることが分かる。それぞれの国の対外与信に中国が占める割合は4%程度であるが、その割合は世界金融危機前のピークの08年4～6月期と比較すると3%程度上昇している(第2-3-12図)。

ただし、外国銀行の与信(GDP比)をみるとその割合は低い。アメリカの32%、日本の12%と比べると中国は7%であり、外国銀行の中国への与信の規模は必ずしも大きくないともいえる。

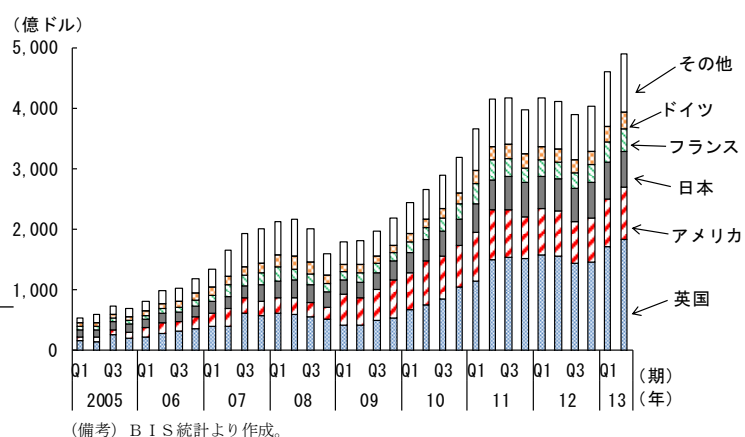
⁵ 12年の資本収支の赤字について、中国当局は国内の経済成長の鈍化や金融緩和実施による資金流出と、人民元為替レート改革の推進の表れと指摘。

第2-3-12図 外国銀行の対外与信に占める
中国の割合（13年4～6月期）：低い



(備考) B I S 統計より作成。

第2-3-13図 外国銀行の中国への与信：増加



(備考) B I S 統計より作成。

このように、経常黒字体質の下、人民元の先高観がある中で、規制を回避した資金流入もあることを踏まえると、現在の規制を維持するのが難しくなっていく可能性がある。先行国と同様、資本の自由化、為替の自由化が徐々に進むことが考えられる。事実、中国政府は、これらの自由化について、長期的な課題と位置付けている。前節でみたように、資本自由化は、資本流入の増加を通じて好況期の到来をもたらすが、金融資本市場が過熱した場合はその崩壊によって経済の大きな落ち込みを招くおそれもある。そのため、資本取引の自由化は金融資本市場のプルーデンス政策の整備とともに進めることが重要といえる。

3. 中国経済の構造変化の影響

以下では、中国経済が成熟化した場合の財、資本の連関を通じた世界経済への影響について検討する。

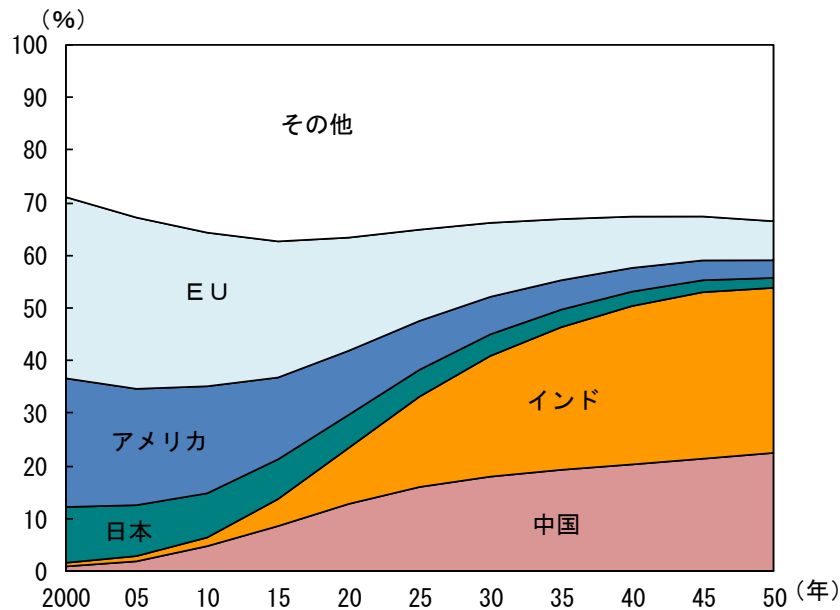
(1) 消費主導に向けた転換

中国は投資主導から消費主導への転換をマクロ経済運営の重要課題に掲げてきた。消費主導型への転換のためには社会保障制度や戸籍制度等、様々な改革が必要となるため、これまでのところその取組は十分に成功したとはいえないものの、中長期的には所得の拡大に伴って耐久消費財や、更にはサービスを中心に市場が拡大することが見込まれる。

それでは、中国を始めとする新興国の所得増加は世界の消費市場にどのようなインパ

クトを与えるのかみてみよう。これを世界全体における中所得者層⁶による消費のシェアの推移からみてみると、中国及びインドを始めとする新興国での堅調な経済成長が続いた場合、2000年にはアメリカ、EU及び日本で7割程度を占めていた中所得者層のシェアは徐々に低下し、25年には中国及びインドの消費のシェアが先進諸国を上回ると見込まれている（第2-3-14図）。

第2-3-14図 中所得者層による消費のシェアの推移：中国及びインドが拡大



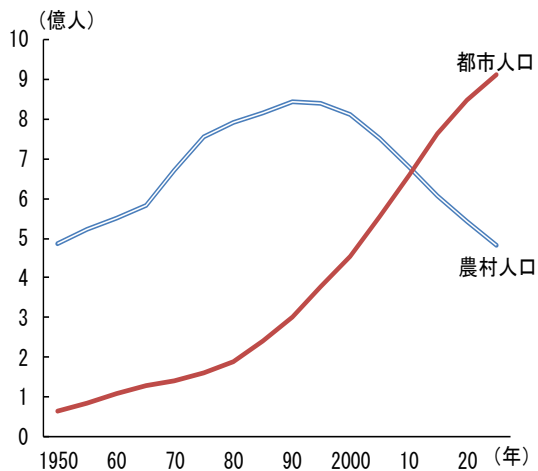
(備考) Kharas (2010) "The Emerging Middle Class in Developing Countries"
OECD Development Centre Working Paperより作成。

また、中国では、経済の成熟化に伴って都市化が進展し、農民工等の農村出身者の教育等へのアクセスが徐々に改善されていくことで所得水準が底上げされ、消費主導型経済への転換が更に進んでいくことが期待されている。中国では、90年をピークに農村人口が減少に転じ、15年には都市人口が農村人口を上回る見込みである。また、過去は人口50万人以下の比較的小規模な都市に所属する住民が多かったのが、25年には人口500万人以上の都市に在住する都市住民の割合が3割近くに達するなど、人口の集約が進んでいくことが見込まれている（第2-3-15図）。

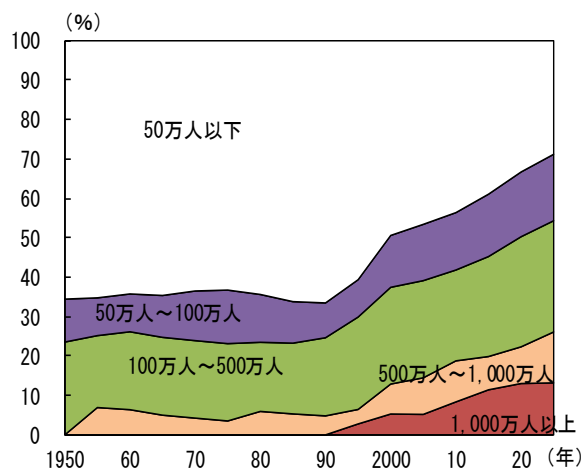
⁶ Kharas (2010)参照。一日当たり一人当たり所得（PPPベース）が05年で10ドルから100ドルの間の層を指す。

第2-3-15図 中国の都市人口の推移：都市化・大規模化が進展

(1) 都市人口と農村人口の推移



(2) 都市規模の推移（都市人口シェア）



(備考) 国際連合「World Urbanization Prospects The 2011 Revision」より作成。

加えて、中国では富裕層向けの市場も拡大することが見込まれている。都市世帯における収入別の家計数の各国比較をみると、20年には中国の都市部では3万4千ドル以上の所得層は2千万世帯を超えるとの推計がある。これは20年当時の日本やドイツの同所得層とほぼ同規模であり、これらの層向けに強みを持つ先進諸国にとっても大きなビジネスチャンスが生じる可能性があるといえる（第2-3-16表）。

第2-3-16表 都市世帯における収入別の家計数の各国比較：中国は富裕層も増加

(万世帯)

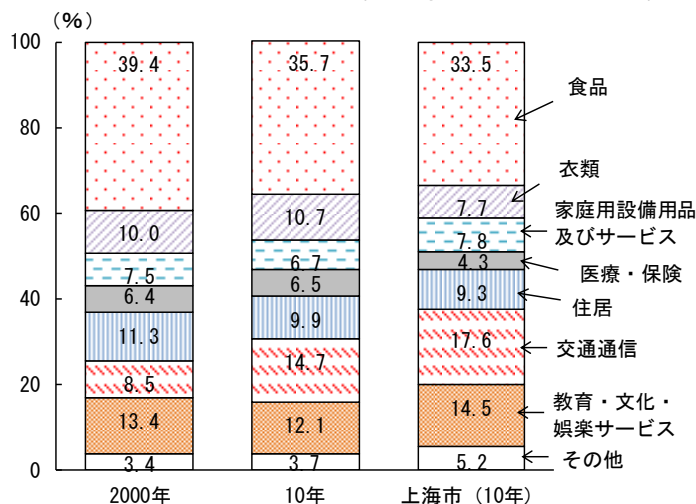
	中国 (10年)	20年見通し					
		中国	アメリカ	日本	ドイツ	ブラジル	インド
富裕層 (34,000ドル超)	426	2,093	8,213	2,539	1,437	597	1,386
主流層 (16,000～ 34,000ドル)	1,369	16,657	3,308	2,359	1,914	973	5,299
中流層 (6,000～ 16,000ドル)	18,390	11,645	872	54	413	2,176	12,485
貧困層 (6,000ドル未満)	2,366	2,408	217	0	59	2,193	7,101

(備考) McKinsey (2012) “Meet the 2020 Chinese Consumer” より作成。

消費の構成についても、所得向上に伴って変化が生じると見込まれている。10年時点では、家計消費のうち食料及び衣服のシェアが50%近くを占めていた。しかし、例えば

所得水準が最も高い上海市では、食料及び衣服のシェアは40%程度であり、娯楽や交通通信等の裁量的経費が多くなることが分かる（第2-3-17図）。このように、消費額の増加によって消費の質も成熟化が進んでいくことが期待される。

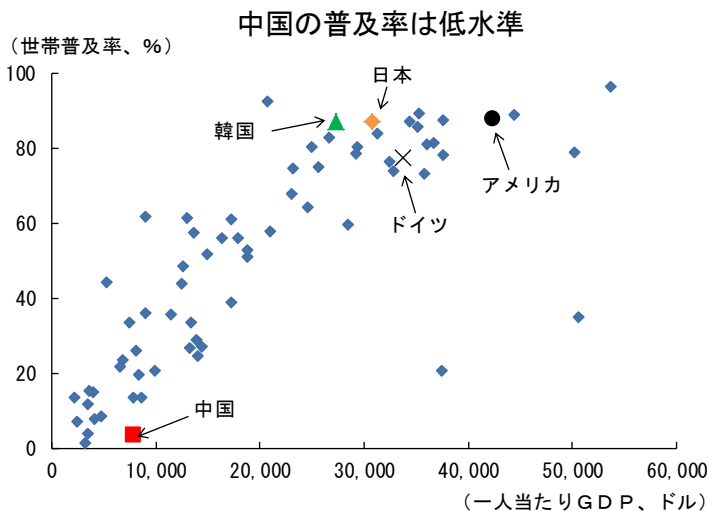
第2-3-17図 中国の家計年間消費の構成：裁量的経費が増加する見込み



(備考) 中国統計年鑑より作成。

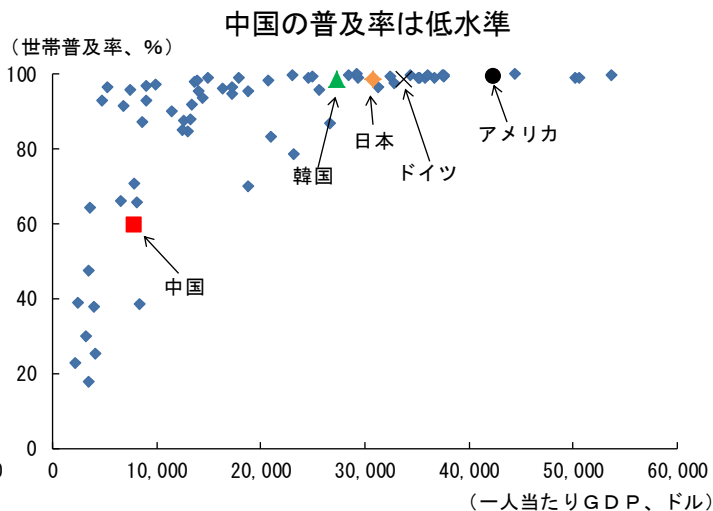
市場拡大が期待される耐久消費財としては、例えば、自動車や冷蔵庫等が挙げられる。自動車や冷蔵庫の普及率は主要国と比較すると低い水準に止まっており、今後の成長が期待されている（第2-3-18、第2-3-19図）。

第2-3-18図 自動車普及率：



(備考) 1. Penn World Table, Euromonitorより作成。
2. 一人当たりGDPはPPP, 05年ドル基準。

第2-3-19図 冷蔵庫普及率：



(備考) 1. Penn World Table, Euromonitorより作成。
2. 一人当たりGDPはPPP, 05年ドル基準。

加えて、中国も都市部においては洗濯機、冷蔵庫、カラーテレビ等はかなり普及して

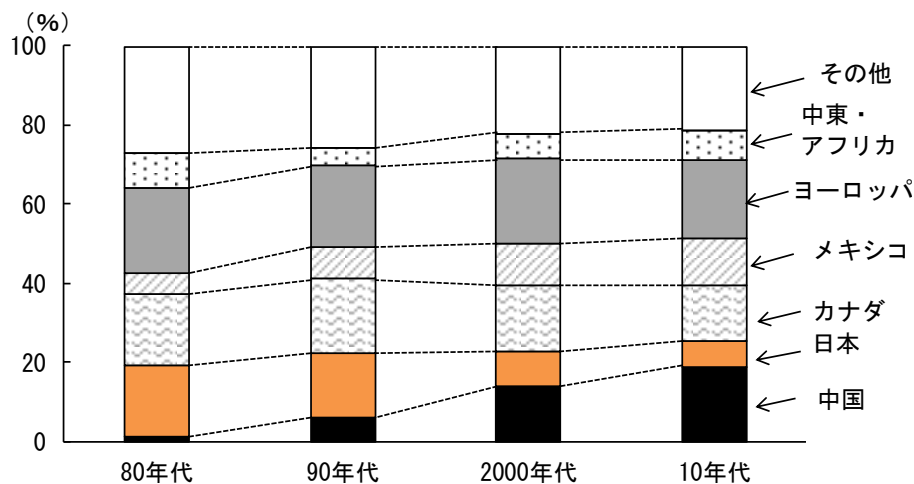
いるものの、今後は環境に配慮した製品等への買い替え需要が高まる可能性もある⁷。

(2) 貿易の高度化と競合

中長期的な傾向として中国の貿易は次第に高度化しており、今後も輸出産品について高付加価値化が進められることが予想されるため、先進国を中心に競合関係が生じることも予想される。

まず、中国の最大の輸出相手国であるアメリカの輸入に占める中国のシェアの推移をみると拡大していることが確認できる。アメリカの輸入シェアは、80年代は日本が約20%を占めていたものの、90年代以降は中国及び韓国のシェアがやや拡大し、特に10年以降は中国のシェアが20%近くにまで拡大している（第2-3-20図）。

第2-3-20図 アメリカの国別輸入シェアの推移：2000年代は中国のシェアが拡大



(備考) 1. IMFより作成。CIFベース。
2. シェアは各年代の平均値。10年代は10～12年の数値。

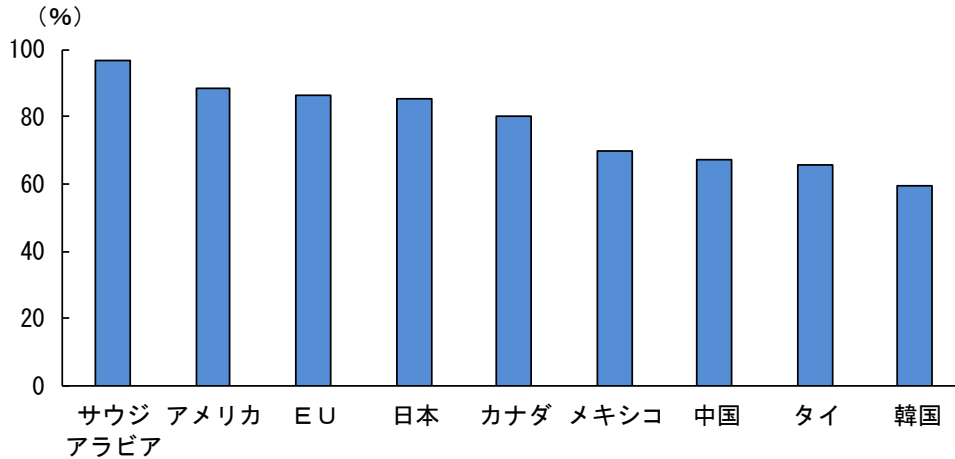
ただし、付加価値ベースの輸出をみると、中国の総輸出に対する国内付加価値の割合は、09年時点で70%を切っている。国内付加価値の割合は、鉱物資源を保有する国や先進国が高い傾向にあるが、中国は、メキシコ、タイ、韓国等の工業国に近い割合である。このことから、中国が世界的なサプライチェーンの一部として組み込まれていることがうかがえる（第2-3-21図）。

世界的なサプライチェーンの変化によって、輸出競争力が低下した場合はほかの競合国にその地位を奪われるおそれがある。中国が世界の工場としての地位を保てなくなった場合は、製造業を核とする成長が十分には進まず、サービス業主体の内向きな経済と

⁷ 内閣府（2011）参照。

なる可能性もある。それを回避するためには、貿易の高度化が不可欠である。

第2-3-21図 総輸出に占める国内付加価値の割合：中国は先進国と比べると低い



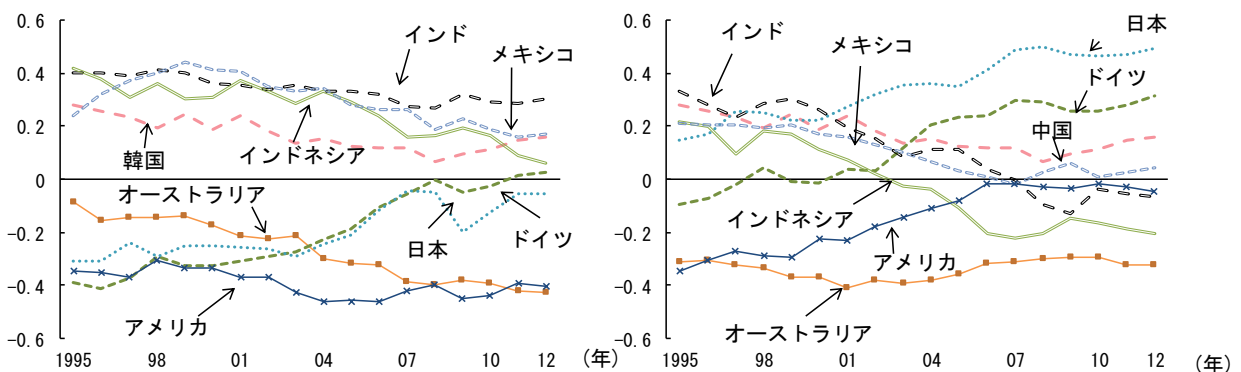
(備考) OECDより作成。各国・地域ともに09年時点。

この点、中国と先進国等との競合関係を貿易構造の類似性を示す貿易相関係数⁸の推移で確認すると、中国は資源国であるオーストラリア等や最終需要地であるアメリカとの競合は低いものの、日本、ドイツ及び韓国との相関係数は上昇傾向にあり、競合が生じつつある可能性を示唆している。これを80年代後半まで中国と同様の高度成長期を続けていた韓国と比較してみると、日本、ドイツと並びアメリカについても相関係数は上昇傾向にあり、競合が生じつつあることがうかがえる(第2-3-22図)。このように、中国が産業の高付加価値化を進めていった場合、先進国では競合が激しくなる可能性がある。

第2-3-22図 貿易相関の推移：中国とドイツ・日本等との競合が生じつつある可能性

(1) 中国の貿易相関

(2) 韓国の貿易相関



(備考) UNCTADより作成。

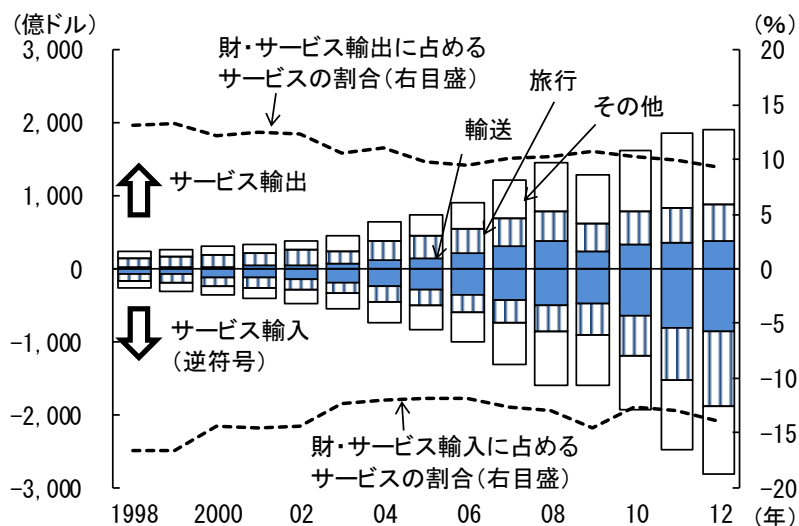
⁸ 各財の貿易特化係数 (= (輸出-輸入) / (輸出+輸入)) を算出した上で、それぞれの国の間での相関を算出したもの。

(3) サービス貿易の進展

中国の貿易を通じた中国の世界経済との連関の中では、サービス貿易の発展も想定される。これは、中国におけるサービス需要の拡大に加え、中国の輸出財が高度化し、繊維から鉄鋼、家電、半導体等へと高度化するにしたがって、先進国からの輸出は貿易のメリットを享受しやすいサービス分野にシフトしていくことも考えられるためである。

まず、中国のサービス貿易の推移を確認すると、輸出・輸入ともに拡大しているが、貿易の総額に占める割合は、10%前後にとどまっておられ、20%前後のアメリカ、ドイツ、日本等の先進国や約30%のインドに比べるとその割合は小さい（第2-3-23図）。また、サービス貿易の規模は12年にはアメリカの約16%に達しており、中国の経済規模の拡大に伴ってその割合は上昇傾向にある。

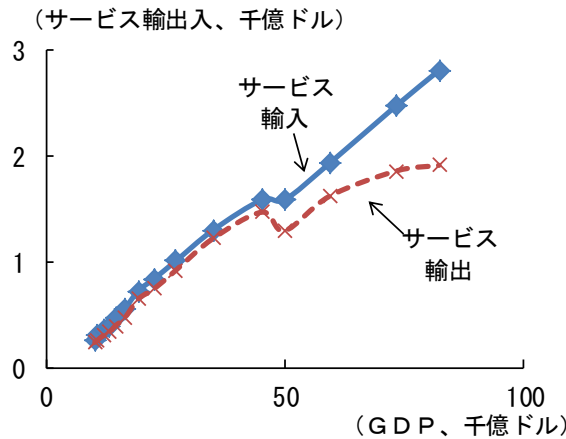
第2-3-23図 中国のサービス貿易の推移：拡大しているが、規模はまだ小さい



(備考) 1. IMF、中国国家外貨管理局より作成。
2. サービス輸入には便宜上マイナスをつけている。

また、中国のサービス貿易とGDPの推移を確認すると、輸出・輸入ともGDPの拡大とともに増加しているが、特に10年以降はサービス輸入の伸びがサービス輸出の伸びを上回っている（第2-3-24図）。

第2-3-24図 中国のサービス貿易とGDPの推移：輸入の伸びが輸出を上回る

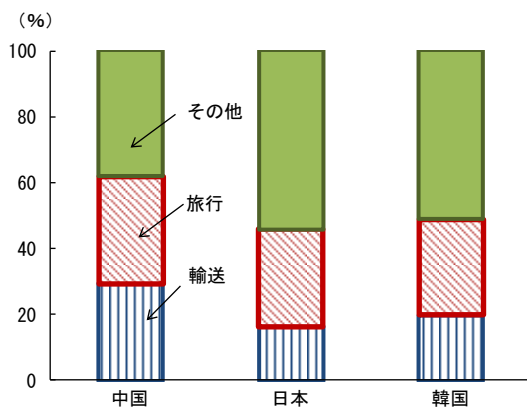


(備考) 中国国家外貨管理局、国家統計局より作成。

中国のサービス輸入の分野別の割合をみると、日本や韓国に比べて、旅行や輸送の割合が大きいことが分かる(第2-3-25図)。さらに、中国は、建設分野の割合が小さい反面、保険分野の割合が突出して高い。中国は、日本や韓国と比べて、特許権等使用料、教養・娯楽サービス分野の輸入割合が小さく、これらの分野は、中国の経済発展に伴い、裁量的支出が増加する結果、拡大していくことが期待される。中国政府は、「サービス業発展第12次5か年計画」において、サービス業発展のために外資誘致を掲げており、保険や金融サービス等の中国の競争力の低いサービスや、高齢化を背景に拡大が見込まれる医療・介護関連サービス等は、外国企業の進出が期待される。

第2-3-25図 サービス輸入の分野別割合：

中国は、旅行・輸送が大きなシェアで、その他の中では保険分野の割合が大きい



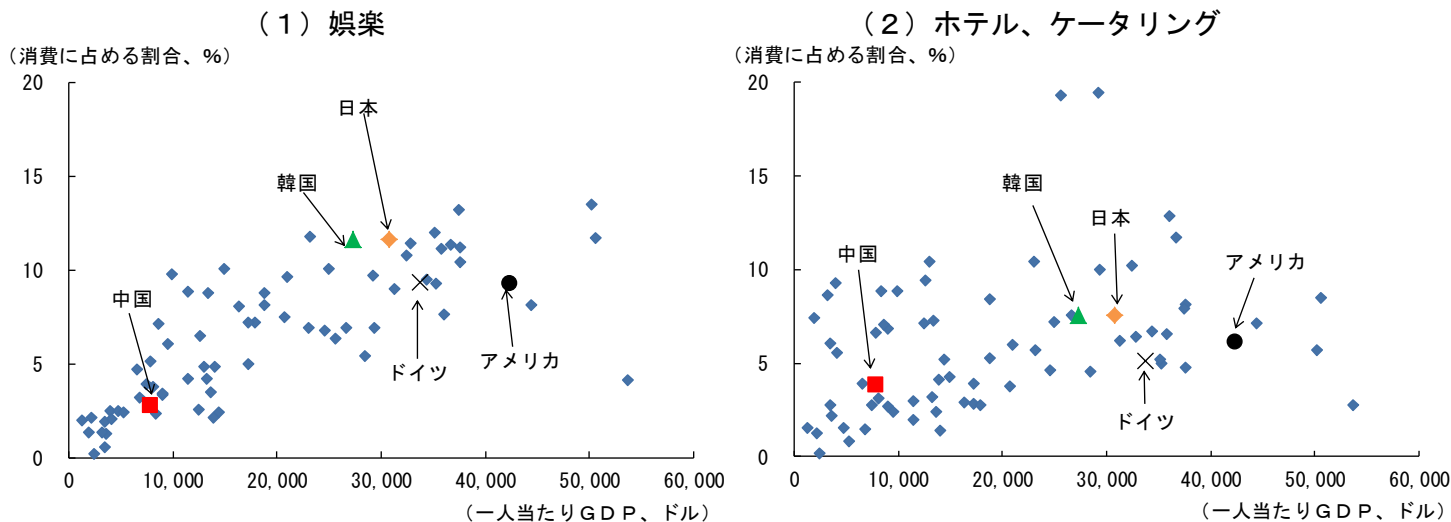
その他サービスの内訳

	中国	日本	韓国
通信	3%	2%	10%
建設	8%	18%	24%
保険	45%	16%	4%
金融	2%	8%	6%
コンピューター情報サービス	9%	10%	4%
特許権等使用料	33%	44%	46%
教養・娯楽	1%	2%	6%

(備考) 1. 国際連合“Service Trade Database”より作成。
 2. 11年時点。
 3. その他サービスの内訳は、旅行、輸送、その他営利業務サービス、その他公的サービス以外の分野のそれぞれの割合。

また、中国の消費需要は、所得水準の向上に伴って、前述の耐久消費財に加えてサービス分野についても今後拡大していくことが期待される。娯楽及びホテル、ケータリングについて、消費に占める割合を一人当たりGDPと比較すると、中国はいずれも低い水準に止まっている。これらの支出は一定の所得水準を超えると所得向上に伴って拡大する傾向があるため、今後はこれらの需要が拡大する可能性もある（第2-3-26図）。

第2-3-26図 消費に占める割合：所得上昇に伴って上昇

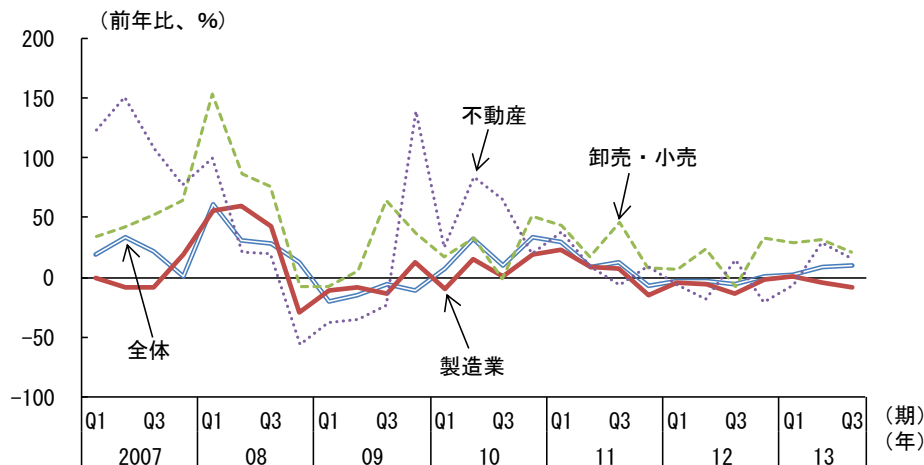


(備考) 1. Penn World Table, Euromonitorより作成。
2. 一人当たりGDPはPPP、05年ドル基準。

(備考) 1. Penn World Table, Euromonitorより作成。
2. 一人当たりGDPはPPP、05年ドル基準。

このような中国におけるサービス化の進展の結果、中国への対内直接投資についてもサービス業への投資が拡大する傾向がみられる。対内直接投資のうち、製造業は11年10～12月期以降、前年比マイナスで推移している一方、卸・小売業の対内直接投資の伸びは堅調に推移している（第2-3-27図）。これは、人件費の上昇から製造業が中国に第三国輸出のための生産拠点を求める誘因が徐々に薄れてきた一方、所得上昇による国内マーケットの拡大が卸・小売業進出の誘因を強めていることが考えられる。

第2-3-27図 対内直接投資の推移（業種別）：サービス化が進展



(備考) 中国商務部より作成。