

製造業の競争力強化を図る「中国製造 2025」の狙いと今後の課題 —期待される金融面の支援—

李 立栄

■ 要 約 ■

1. 中国は製造業の付加価値額において世界一となったが、質的な面では依然として先進国との間に大きな格差が存在する。また、中国の製造業は多くの分野で生産能力が過剰となっているほか、エネルギー効率が悪く環境汚染問題も深刻になっている。このような製造業の問題点を克服するため、中国は「メイド・イン・チャイナ 2025」という 10 カ年計画を策定し、製造業強化への取り組みを始めた。同計画では、30 年間で総合的な実力において「製造強国」となることを目標としている。
2. 「メイド・イン・チャイナ 2025」では 9 つの重点戦略と 5 大プロジェクトが盛り込まれ、多数の具体的な政策が用意されている。例えば、人治社会から法治社会のためのルール整備の推進、公平な市場競争環境の整備、財政・税制支援の強化、製造業の対外開放の拡大、人材育成システムの確立などである。
3. 具体策のなかでも、金融に関する政策の拡充は最も注目される。これは、金融部門の市場化・効率化を通じて「製造強国」の実現を促進させようとするものであり、金融改革のスピードアップにも資すると考えられる。銀行による戦略産業分野への金融支援はすでに顕在化しているが、今後は資本市場の活用も期待されよう。
4. 加えて、中国政府はインターネットと製造業の融合を図る行動計画「インターネット・プラス」を策定し、実行に移している。この計画は「メイド・イン・チャイナ 2025」とともに、中国の産業構造転換を図る目的で打ち出されたものであり、相互に関連する部分も多い。中国のインターネット人口急増などの環境変化を考えれば、製造業とインターネットの融合によって新たな産業が生まれる可能性もあり、注目される。
5. 「メイド・イン・チャイナ 2025」の今後の課題としては、①市場のインフラとなる法律やルールの整備、②国内の格差是正、③国有企業改革の徹底、などが挙げられよう。

I 「製造大国」から「製造強国」を目指す中国

中国経済は、年率 2 桁の高度成長から安定成長へと移行し、構造転換による産業の高度化を目指した新たな段階、いわゆる「新常态」（ニューノーマル）と呼ばれる局面に入った。現在、中国は「世界の工場」ともいわれ、製造業において圧倒的な存在感を誇っているが、近年の人件費の高騰や成長の減速、および東南アジア諸国やインドなどライバル国の台頭により、陰りが見え始めている。すなわち、コストだけでは競争に必ずしも勝てない状況となっており、製品の品質やブランド力の向上によって競争力を高める必要があるになっている。

このようななか、2015 年 5 月 19 日、中国国務院（日本の内閣府に相当）は、国内製造業の競争力強化を図るべく、中長期的な国家戦略・産業政策である「中国製造 2025」（以下、「メイド・イン・チャイナ 2025」）という 10 ヶ年行動計画を公表した¹。同計画は、イノベーションの推進、製品品質の向上、環境保全の改善、構造調整の深化及び人材育成の強化を基本方針とし、中国を 2025 年までに「製造大国」から「製造強国」へ転換することを戦略目標に掲げている。

本稿では、中国製造業の現状を概観するとともに、「メイド・イン・チャイナ 2025」の策定背景と戦略目標・方針などを確認したうえで、今後の課題に触れたい。

II 世界一の「製造大国」となった中国とそのジレンマ

1. 「世界の工場」となった中国

製造業は中国経済発展の根幹である。「第 12 次五ヵ年計画」以来、国内外の複雑な環境変化の中で、中国の製造業は安定的な発展ぶりを示し、総合的な実力や国際競争力は明らかに強化され、世界トップレベルの規模に達している。製造業は、中国共産党第 18 回全国代表大会が掲げた「2020 年までに工業化と小康社会の全面実現」という戦略目標への主たる推進力としても位置づけられている。

ここ十年余り、中国の製造業は持続的発展を遂げ、国内の経済や社会の発展のみならず、世界経済の発展にも大いに貢献してきた。中国の製造業は国際的地位が大幅に向上し、世界一の製造大国となった。2014 年の中国の工業の付加価値額は 22.8 兆元と、中国名目 GDP（63.6 兆元）の 35.86%を占めるに至った（図表 1）。2013 年の世界の製造業の付加価値額は 11.9 兆ドルに対して、中国は 2.9 兆ドルと世界の製造業全体の 4 分の 1 を占めており、4 年連続して世界一の地位を維持した。

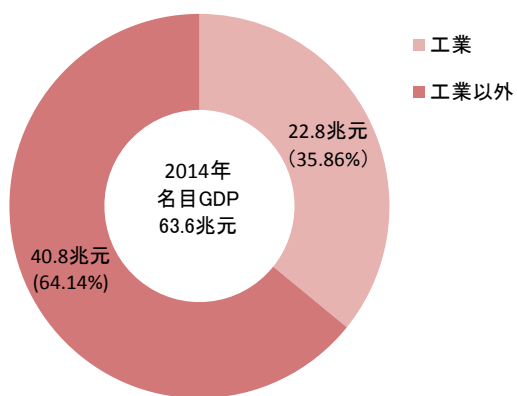
主要先進国と比較しつつ経緯を見ると、中国の製造業の付加価値額は、2001 年にドイツを上回っており、2006 年に日本を抜き、金融危機後の 2010 年に米国を追い抜いた（図

¹ 国務院「中国製造 2025 の通知」、国发〔2015〕28 号、2015 年 5 月 8 日付、http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/19/content_9784.htm

表 2)。近年、中国をはじめとする新興国の台頭は、急速な経済成長に伴い、製造業の付加価値対実質 GDP のシェアも急拡大しつつある（図表 3）。実際、世界の製造業の付加価値に占める中国の割合は、1997 年の 5.6%から 2013 年の 24.52%まで急上昇した（図表 4）。2010 年に中国の製造業の付加価値対世界のシェアは 18.8%に達しており、米国の 18.7%を上回り世界 1 位となった。このように、中国は「アジアの工場」としてのみならず、「世界の工場」としての地位を獲得した。2015 年 3 月の英経済誌エコノミスト²によると、世界の市場において、中国製の製品は、空調（80%）、携帯電話（70%）、靴（60%）などにおいて大きなシェアを占めている。中国の工業・情報通信化部によれば、2013 年の主要工業製品 500 種類余りのなかで、220 種以上の品目で中国は生産量世界一を誇る³。

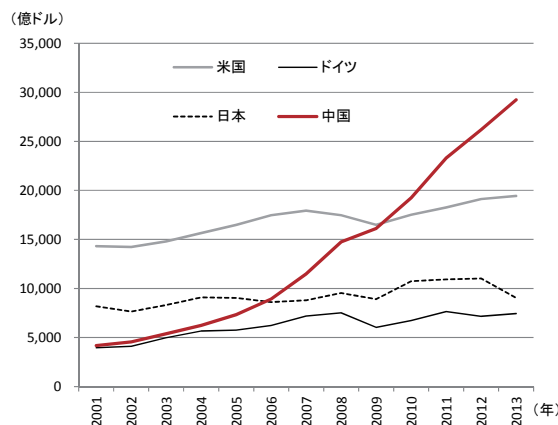
さらに、米経済誌フォーチュンが発表した 2015 年の世界企業売上高ランキング（Fortune Global 500）によると、2015 年度のフォーチュン・グローバル 500 の収入は 12.5 兆ドル、利益は 9,450 億ドルを記録した⁴。500 社入りした企業数を国別でみると、米国が 128 社（2014 年度と同数）でトップを維持したほか、中国が香港、マカオ、台湾系を含めて 106 社、大陸だけで 94 社（2014 年度はそれぞれ 100 社、93 社）の企業がランクインし（図表 5）、2 年連続して米国に次いで 2 位となっている⁵。

図表 1 中国の名目 GDP に占める工業の割合
(2014 年)



(出所) 世界銀行、World Development Indicators より
野村資本市場研究所作成

図表 2 中国と日米独における製造業の付加価値の推移



(出所) 世界銀行、World Development Indicators より
野村資本市場研究所作成

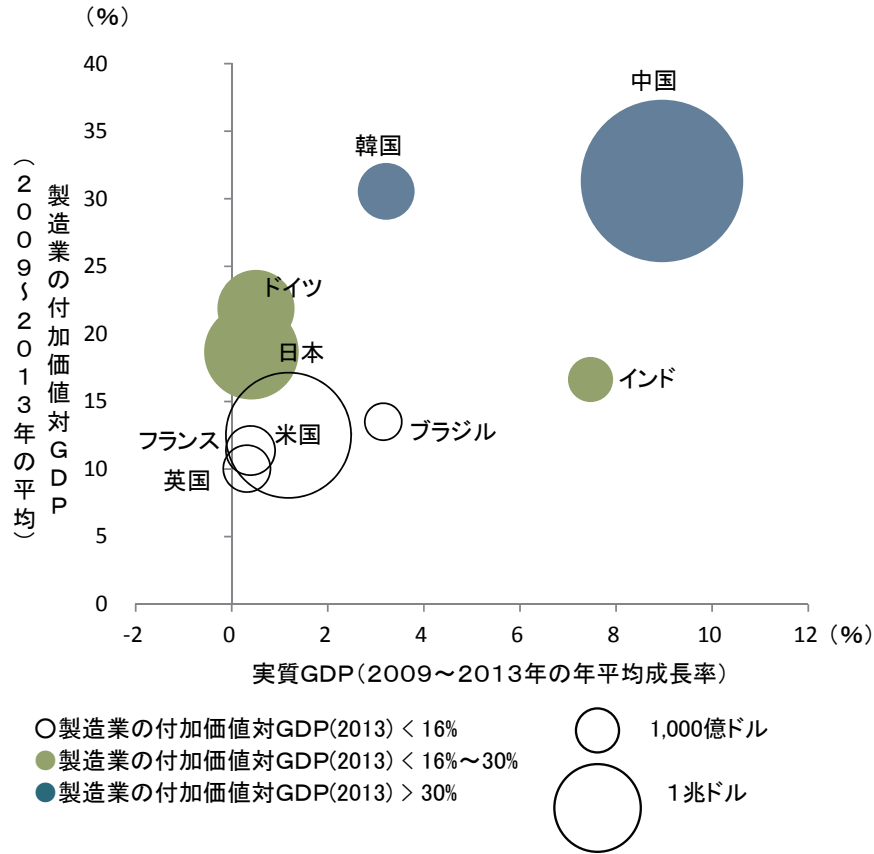
² The Economist, "Made in China", March 14-20, 2015, pp.11.

³ 中国工業・情報化部「中国製造 2025 解説の二 新たな段階に入った我が国製造業の発展」2015 年 5 月 19 日付、<http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11294042/n11481465/16595200.html>

⁴ Fortune Global 500、<http://fortune.com/fortune500/>

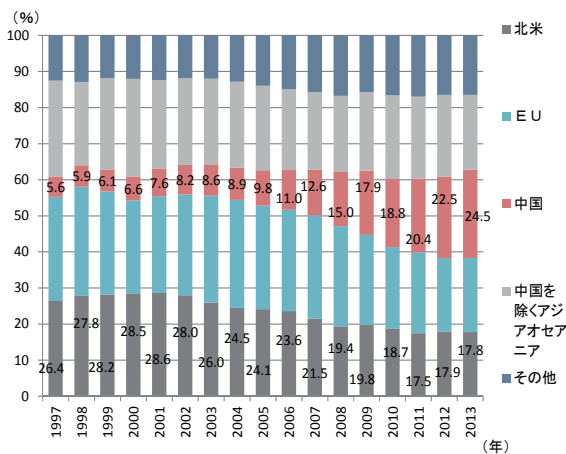
⁵ 財富中文網「106 社の中国企業が 2015 年フォーチュン・グローバル 500 にランクイン」、2015 年 7 月 22 日付、http://www.fortunechina.com/fortune500/c/2015-07/22/content_244436.htm

図表3 中国・新興国と先進国における経済成長と製造業の付加価値の相関



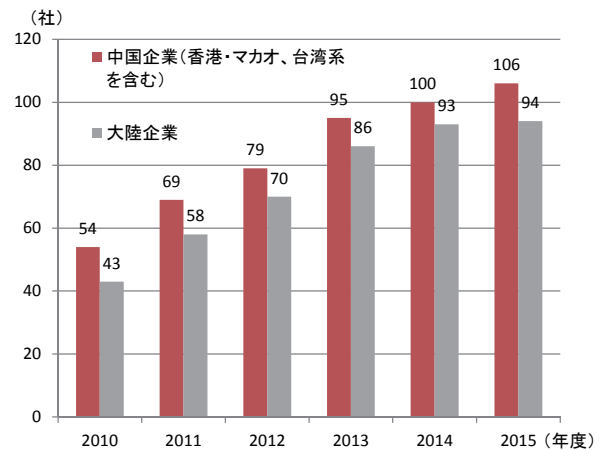
(注) 中国は名目GDPを使用。バブルのサイズは製造業の付加価値額(実質ベース、2013年)。
(出所) 世界銀行、World Development Indicators より野村資本市場研究所作成

図表4 中国の製造業の付加価値対世界シェアの比較(2013年)



(出所) 世界銀行、World Development Indicators より野村資本市場研究所作成

図表5 フォーチュン・グローバル500における中国企業数



(出所) 財富中文網より野村資本市場研究所作成

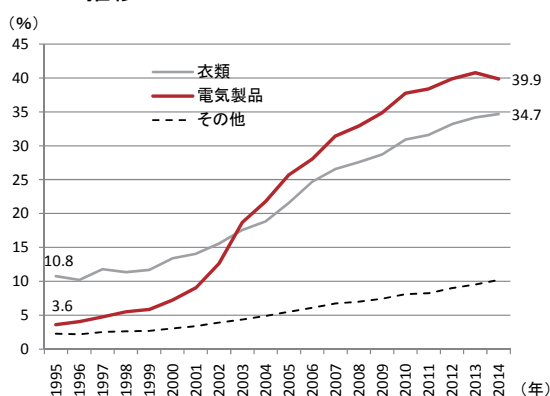
2. 中国国内のジレンマ

もともと、中国は量の面では製造大国になったものの、質的な面では依然として先進国と比べて大きな格差が存在する。中国の製造業は、主にローエンド製品の製造に集中し、利益率が低く、人材も不足している。このため、スマートフォン、集積回路などの市場においては、コア技術が欠如している。例えば、衣類や電気製品といった分野では、1995年に中国対世界輸出の割合がそれぞれ10.8%、3.6%であったが、2014年に34.7%と39.9%と、1990年代末以降は上昇傾向が続いている（図表6）。しかし、これらの中国製品は過去3年間、米国市場での販売価格が2%下落している。加えて、2008年の世界金融危機後、輸出の低迷や国内人件費の上昇等により、中国製造業はかつてない状況に直面している。

また、中国の製造業の構造には、多くの問題がある。1点目は、鉄鋼や電解アルミ、鉄合金、コークス、自動車などの分野で生産能力過剰に陥っていることである。例えば、鉄鋼分野において生産能力の大幅増強を背景に、2014年の中国の粗鋼生産量は8.2億トン（日本の1.1億トンに対して7.5倍）と、諸外国と比べて突出した高水準となっている（図表7）。OECDによれば、2015年に世界の鉄鋼市場における需給ギャップは6.5億トンと予測しており、過剰供給となっている。そのうち、中国の2015年における過剰生産能力は2億トン超と推定され、全世界の約4割を占めている。

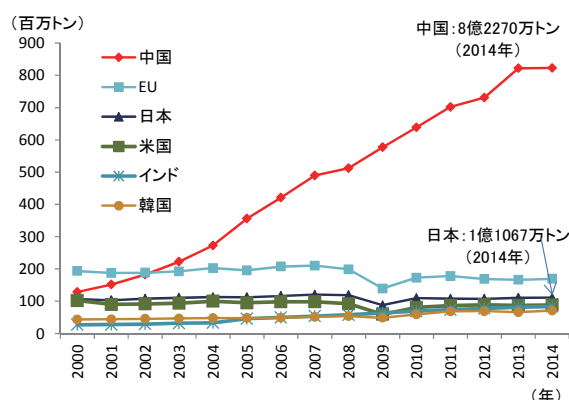
2点目は、エネルギー効率が悪いことである。中国は、非効率的なエネルギー供給体制から脱却しないまま、近年、急速に経済成長をしたことで、エネルギー消費量が急増している。中国は、2009年には米国を抜いて世界最大のエネルギー消費国となった。その結果、製造業の生産コストが高く、環境汚染問題も日増しに深刻になっている。今後製造業の省エネやエネルギー効率の改善を目指して様々な取り組みが必要である。

図表6 品目別における中国対世界輸出シェアの推移



(出所) United Nations Conference on Trade and Development より野村資本市場研究所作成

図表7 各国粗鋼生産量の推移



(注) EUは2013年まで27カ国、2014年は28カ国。
 (出所) 2013年までは World Steel Association, Crude steel production annual data 1980-2013、2014年は Crude steel production monthly data 1990-2014 より野村資本市場研究所作成

3点目は、中国では製造業の拠点が全国地域に分散し、集積度が低いことである。加えて、製品設計やコア部品の開発、工作機械などは、基本的に輸入に依存しているため、中国の製造業の大半は低付加価値の製造に特化せざるを得ない。したがって、既存の労働集約型の製造業に満足したままで、技術革新や産業構造の転換を図らなければ、コスト優位が失われるに依り、中国の製造業は「空洞化」の危機に直面することになる。

III 「メイド・イン・チャイナ 2025」策定の背景とその注目点

1. 策定の背景

このような中国の製造業の問題点を克服するために、中国は「メイド・イン・チャイナ 2025」という 10 年計画を策定し、製造業強化への取り組みを始めた。「メイド・イン・チャイナ 2025」策定の背景については、以下の 3つの要因が指摘できる（図表 8）。

第 1は、世界の先進諸国の「製造業強化」への回帰である。これまでの産業政策論では、製造業は付加価値が低く、金融業のような付加価値が高く、資本効率が良い産業に転換すべきだとの主張が多かった。しかし、高いレバレッジでハイリスク・ハイリターンを追求する欧米の金融機関が巨大な損失を被った世界金融危機の後、欧米先進国は金融部門を偏重する政策を見直し、製造業の重要性を再認識した。実際、多くの国が製造業の高度化による持続的な経済成長を目指す政策を推進している。具体的には、米国では、オバマ大統領主導の下、2011 年 6 月に「米国の先進製造業のリーダーシップを確実にするために」

図表 8 「中国製造 2025」策定の背景

<p>1. 世界先進諸国の経済政策の「製造業強化」への回帰</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産業の主導権をめぐる国際競争の激化 ⇒製造業の高度化 <p>2. 中国の製造業競争力の相対的低下(製造業の空洞化問題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・労働コストの高騰 ・低コストを武器にした後発新興国の追い上げ ・自主創造の欠如 ⇒コア技術や先端設備の海外依存 ・産業構造のアンバランス ⇒先端設備産業とサービス産業の発展の遅れ ・品質管理の不十分 ⇒グローバルブランドの欠如 <p>3. 先進国におけるイノベーション重視の政策転換</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報技術と製造業の融合による産業構造の変化 ⇒知能ロボット・工作機械による人工代替の進行 ⇒スマート製造による商品性能や生産効率の向上 ⇒クラウドソーシングの普及によるグローバル分業の深化 ・技術革新とベンチャー支援の強化

(出所) 野村資本市場研究所作成

(Ensuring American Leadership in Advanced Manufacturing)という報告書がまとめられ、産学官連携のパートナーシップ構築を提唱した⁶。続いて 2012 年 7 月には、「先進製造業における国内競争的優位性の獲得」という報告書を発表した⁷。さらに 2014 年 10 月には「米国の先進製造業の加速」という 12 の提言を表明し、製造業のイノベーション力強化を図った⁸。他方、ドイツでは、2011 年 11 月に政府の高度技術戦略である「ハイテク戦略 2020 行動計画」⁹として、「インダストリー4.0 (第 4 次産業革命)」が採択された¹⁰。イギリスは 2013 年 10 月に「製造業の将来：イギリスのための機会と挑戦の新たな時代」¹¹を公表し、次世代製造業の具体的なビジョンを明確にした。このように、各国は製造業回帰に向けてイノベーションの促進やベンチャー企業の育成を通じて、製造業を高付加価値型産業へシフトすることにより競争力を向上させることを目指している。

第 2 は、中国の製造業競争力の相対的な低下である。2000 年以降、中国では賃金が上昇し続け、これまでの低コスト・低賃金の比較優位性が後退している。逆に、インドや東南アジアの後発新興国は、豊富な資源と低い労働コストを武器に、ミドル・ローエンドの製造業に注力し、世界から労働集約型の製造業を呼び込んでいる（図表 9）。人件費の上昇や製造業による環境破壊が進む中、中国の低付加価値・労働集約型製造業もより労働コストの低い国や地域への移転を加速させており、今日の中国は、1990 年代の日本と同様に空洞化問題に直面しているといえよう。失業率の上昇など、労働市場の不安を払拭するため、製造業でも新しい産業の育成が喫緊な課題となっている。

また、中国の製造業には自らイノベーションを起こす力が不足しており、コア技術や先端設備では海外依存が高い。すなわち、技術力でリードする先進国と、コストの優位性で猛追する後発の新興国の狭間にあつて、中国の製造業は、この「二重の圧力」によりかつてないほど厳しい競争を強いられている。さらに、先端設備とサービス業の発展が遅れ、製品の品質管理も不十分である。加えてグローバルブランドが確立されていない。

第 3 は、為替政策上の要請である。2014 年に中国の第 3 次産業（サービス業）が名目 GDP に占める割合は 48.1%と、3 年連続で第 2 次産業（製造業）を上回った（図表 10）。中国は、かつての「ものづくり」の「製造大国」からサービス産業を主体とする「消費大国」に転換しつつある。にもかかわらず、今般、製造業を強化する理由としては、輸出を伸ばすことを通じて外国から外貨を獲得する狙いがあると見られる。

⁶ <https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/microsites/ostp/pcast-advanced-manufacturing-june2011.pdf>

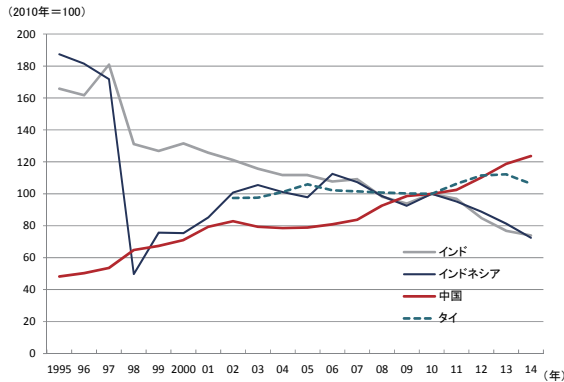
⁷ https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/microsites/ostp/pcast_amp_steering_committee_report_final_july_17_2012.pdf

⁸ https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/microsites/ostp/PCAST/amp20_report_final.pdf

⁹ https://www.bmbf.de/pub/hts_2020_en.pdf

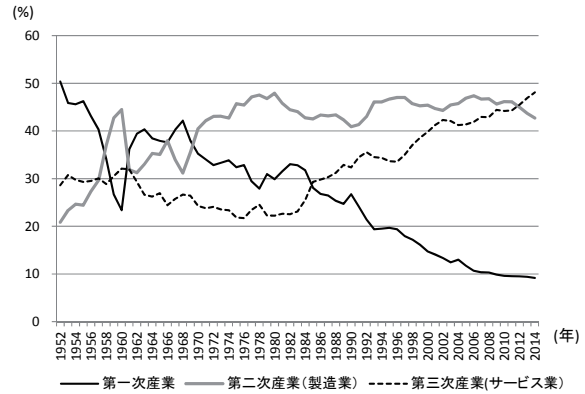
¹⁰ acatech, “Securing the future of German manufacturing industry: Recommendations for implementing the strategic initiative INDUSTRIES 4.0”, April 2013, http://www.acatech.de/fileadmin/user_upload/Baumstruktur_nach_Website/Acatech/root/de/Material_fuer_Sonderseiten/Industrie_4.0/Final_report__Industrie_4.0_accessible.pdf

¹¹ U.K. Government Office for Science, “The Future of Manufacturing : a new era of opportunity and challenge for the UK”, 30 October, 2013, <https://www.gov.uk/government/publications/future-of-manufacturing>

図表9 中国と東南アジア諸国の単位労働コスト
(Unit Labor Cost) の比較

(出所) Bloomberg、OECD Competitiveness Indicator、Bank of Thailand のデータより野村資本市場研究所作成

図表10 中国における産業別対名目 GDP 割合の推移



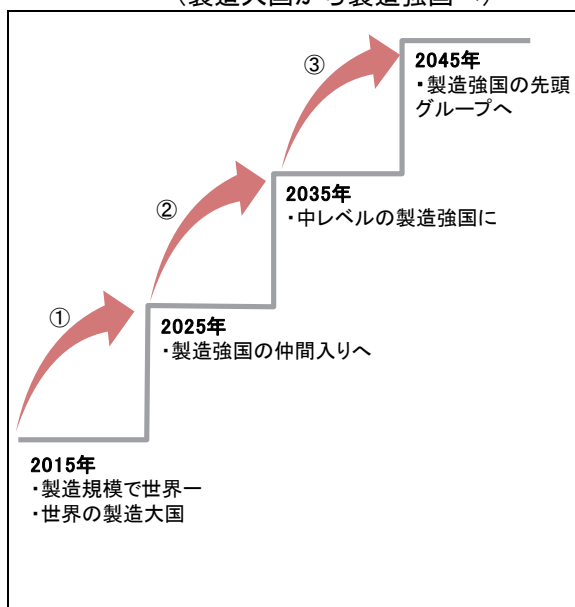
(出所) CEIC データベースより野村資本市場研究所作成

2. 三段階の戦略目標・5つの基本方針と9つの重点戦略・5大プロジェクトの概要

「メイド・イン・チャイナ 2025」では、製造強国の実現に向けて「三段階の発展」（中国語は「三步走」）の戦略目標が明記された。10年を1段階とし、「三段階」で製造強国作りを実現させるというものである（図表11）。具体的には、①2015年～2025年の10年間は製造業の基盤を構築したうえで、さらにイノベーションを通じて製造業の高度化、品質と効率の向上で世界の「製造大国」から「製造強国」に仲間入りする、②2025年～2035年の10年間は国内製造業の全体の水準を「中レベルの製造強国」の水準に引き上げる、③2035年～2045年の10年間は、中国建国100周年を控えた時期であり、製造業の総合的な実力で世界の製造強国の先頭グループに入る、としている。

また、製造強国の実現に向けて次の5つの基本方針を定めている。第1は、イノベーションの促進である。イノベーション支援制度の整備や業界を越えた協業によるイノベーション支援などが含まれる。第2は、品質の向上である。独自ブランドの育成や法規による品質基準の整備のほか、品質管理システムの構築などがある。第3は、環境への配慮である。環境保全のための技術や設備の利用促進や、資源回収利用の強化などによる循環型経済発展の促進である。第4は、構造調整である。先端製造業の発展促進に加え、生産型からサービス型の製造業（製造業のサービス化）への転換に注力し、製造業の高度化と品質の向上を実現する。第5は、人材育成である。合理的な人材育成メカニズムの確立や製造業の専門技術者・管理職の人材育成を強化する（図表12）。

図表 11 「中国製造 2025」の戦略目標
(製造大国から製造強国へ)



(出所) 中国国務院「中国製造 2025」より野村資市場研究所作成

図表 12 製造強国の実現に向けての基本方針

1. イノベーションの促進
 - ・イノベーション支援制度の整備
 - ・業界を越えた協業によるイノベーション支援
 - ・コア共通技術の開発
 - ・製造業におけるデジタル化、NW化、知能化
2. 品質の向上
 - ・独自ブランドの育成
 - ・法規による品質基準の整備
 - ・品質監督システムの構築
3. 環境への配慮
 - ・環境保全のための技術、工芸、設備の利用促進
 - ・資源回収利用の強化などによる循環型経済発展の促進
4. 構造調整
 - ・先端製造業の発展促進
 - ・生産型からサービス型の製造業への転換
 - ・コア競争力のある産業群や企業グループの育成
5. 人材育成
 - ・合理的な人材育成メカニズムの確立
 - ・「大衆による起業、万人によるイノベーション」のための環境整備

(出所) 中国国務院「中国製造 2025」より野村資本市場研究所作成

「メイド・イン・チャイナ 2025」は通常の意味での中長期発展計画ではなく、現在と将来にわたる行動計画である。上述の基本方針の実現へ向けて具体的に何を指すかについて、以下の9つの重点戦略と10の重点産業を挙げている(図表13)。前者は、①国家レベルの製造業イノベーション能力の向上、②情報化と産業化の融合の推進、③工業分野の基礎力の強化、④品質向上、ブランド構築の強化、⑤環境にやさしいグリーン製造の推進、⑥重点分野におけるブレイクスルーの促進(10大重点産業を含む)、⑦製造業の構造調整の促進、⑧製造業のサービス化と生産型サービス業の積極的な発展、⑨製造業の国際水準のレベルアップ、で構成される。同時に、世界の工業の主導権を掌握すべく、次世代情報技術、ビッグデータを活用する工作機械・ロボットの活用、先端設備、新素材、バイオ医薬などの10分野を重点的に育成する方針を示した。

また、「メイド・イン・チャイナ 2025」では、5大プロジェクトを打ち出した(図表14)。具体的には、①2025年までに産業技術の研究開発センターの建設、②2025年までに運営コスト・生産周期・不良品率の半減のための製造工程の知能化、③工業基礎の強化、④資源の再利用などの環境保全、⑤高度な設備の開発、である。これらの5大プロジェクトを通じて、具体的な目標を掲げることにより競争力強化を図ろうとしている。

図表 13 「中国製造 2025」の9つの重点戦略

重点戦略の内容	
1	国家レベルの製造業イノベーション能力の向上
2	情報化と産業化の融合の推進
3	工業分野の基礎力の強化
4	品質向上、ブランド構築の強化
5	環境にやさしいグリーン製造の推進
6	重点分野におけるブレークスルーの促進
	①次世代情報技術
	②高度な数値制御工作機械・ロボット
	③航空・宇宙設備
	④海洋工程設備及びハイテク船舶
	⑤先端鉄道交通設備
	⑥省エネ・新エネルギー自動車
	⑦電力設備
	⑧農業機械設備
	⑨新素材
	⑩バイオ医薬及び高性能医療機器
7	製造業の構造調整の促進
8	製造業のサービス化と生産型サービスの積極的な発展
9	製造業の国際水準のレベルアップ

(出所) 中国国務院「中国製造 2025」より野村資本市場研究所作成

図表 14 「中国製造 2025」の5大プロジェクト

1	産業技術の研究開発センターの建設 ・2025年までに40カ所
2	製造工程の知能化 ・2025年までに運営コスト、生産周期、不良品率2015年比50%削減、短縮、低減
3	工業基礎の強化 ・基礎的な素材、部品、工芸の自主開発
4	環境保全 ・資源再利用、単位エネルギー消費量の削減
5	高度な設備の開発 ・高度な設備やコア技術の対外依存度の低下

(出所) 中国国務院「中国製造 2025」より野村資本市場研究所作成

IV 「メイド・イン・チャイナ 2025」の具体策

1. 市場経済の深化を志向する「メイド・イン・チャイナ 2025」の具体策

「メイド・イン・チャイナ 2025」の実現に向けて、中国政府は法治・市場ルールの整備などの制度改革や、財政・税制支援の強化、金融支援政策の拡充、中小企業の支援強化、製造業の対外開放の拡大、人材育成など包括的な政策を掲げた。これらの政策の多くが、市場経済の深化を志向していると考えられる。

「メイド・イン・チャイナ 2025」の具体策の主な内容についてみると、以下の通りである(図表 15)。

第1は、体制改革の深化である。具体的には、①法治による行政執行の全面推進、政府職能の転換や政府管理方式の変革、②行政簡素化や、イノベーションにおける産学連携の確立、③市場による価格決定メカニズムの形成、公共資源の合理的な配分、などに取り組むとされる。

第2は、公平な市場競争環境の整備である。例えば、①市場参入制度の改革や、ネガティブリスト管理方式の導入や事後監督・管理の強化、全国的に一律の市場制度の形成を阻害するような政策の全面廃止、②偽物・粗悪品の製造販売の取締りの強化、市場独占や不正競争の処罰の厳格化、③産業の淘汰で生じた従業員の再配置、債務清算、事業転換など政策措置の完備、市場退出メカニズムの確立、などが挙げられている。

第3は、財政・税制支援の強化である。特に①製造のスマート化、基礎的なコア部品、基礎的工芸、基礎的な素材及び基礎的な産業技術(中国語は「四基」)の発展、先端設備

図表 15 「中国製造 2025」の主要な政策

主要な政策	主な内容
1. 体制改革の深化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 法治による行政執行の全面推進、政府職能の転換や政府管理方式の変革 ・ 製造業に関わる発展戦略、計画、政策、業界標準などの制定と実施 ・ 業界自律や公共サービス提供能力の強化、産業マネジメントのレベルの向上 ・ 行政簡素化、イノベーションにおける産学連携の確立 ・ 市場による価格決定メカニズムの形成、公共資源の合理的な分配 ・ 省エネ、ガス排出権、汚染物質排出権、水権利取引制度の改革促進 ・ 国有企業改革の深化、企業統治の完備、混合所有制経済の発展促進、企業独占の打破 ・ 国防科学技術工業の改革、軍民産業融合の推進、産業安全審査制度や法制度の完備
2. 公平な市場競争環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市場参入制度の改革、ネガティブリスト管理方式の導入や事後監督・管理の強化、全国的に一律の市場制度の形成を阻害するような政策の全面廃止 ・ 省エネ、土地節約、節水、環境保全、技術、セキュリティなどに関する市場参入基準の制定と完備 ・ 偽物・粗悪製品の製造販売の取締りの強化、市場独占や不正競争の処罰の厳格化 ・ 知財権の創造、運用、管理、保護メカニズムの確立、技術市場の発展促進 ・ 産業の淘汰で生じた従業員の再配置、債務清算、事業転換など政策措置の完備、市場退出メカニズムの確立
3. 財政・税制支援の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 製造のスマート化、基礎的なコア部品、基礎的な工芸、基礎的な素材及び基礎的な産業技術(「四基」)の発展、先端設備の製造などの重点分野における製造業への財政支援強化 ・ PPP(官民パートナーシップ)モデルの活用、重大プロジェクトの建設や企業技術の改造、コアインフラ設備の建設などにおける民間資本参画の促進 ・ 「建設補助」から「運営補助」へと財政運営方法の変更、財政利用効率の向上 ・ 科学技術計画(プロジェクト、ファンド等)の管理改革、製造業におけるイノベーション、産業構造転換の促進 ・ イノベーションによる商品・サービスに対する政府調達への拡充、製造業におけるイノベーションの研究開発および応用の促進 ・ 製造業の産業構造転換を促進するための税制優遇策の導入、増値税改革の推進、企業研究開発費の統計方法の完備
4. 製造業の対外開放の更なる拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・ 投資前の内国民待遇とネガティブリスト管理方式の導入などの外商投資管理システム改革の深化 ・ 安定、透明、予期可能な事業運営環境の整備、事業登録制をメインとし、許認可制をサブとする管理モデルの確立 ・ 委託開発、特許授権、クラウドソーシング、コ・クリエイションなどによる先進技術やハイレベル人材の取込み ・ 企業の海外事業展開に関わる法律の整備、産業ファンド、国有資本などのチャネルの活用による高速鉄道、電力設備、自動車などの産業による海外展開、M&Aの支援強化
5. 人材育成システムの確立	<ul style="list-style-type: none"> ・ 専門技術、経営管理、特殊技能などのスキルをもつ人材の育成強化、研究開発から製造・管理までの人材育成システムの完備 ・ 企業と学校の協業、産学連携の推進 ・ 産業関連の人材需要予測の強化、人材データバンクや人材スキル評価制度、人材情報提供プラットフォームの整備 ・ 製造業に関わる人材サービス機関の増強、人材の流動や活用メカニズムの確立 ・ 国際訓練基地の設立、専門技術者の海外における学習訓練機会の拡充、優秀な経営者や人材の海外からの誘致

(出所) 中国国務院「中国製造 2025」より野村資本市場研究所作成

の製造など重点分野における製造業への財政支援強化、②PPP(官民パートナーシップ)モデルの活用、重大プロジェクトの建設や企業技術の改造、コアインフラ設備の建設などにおける民間資本参画の促進、③税制優遇策の導入、増値税¹²改革の推進、などの支援政策が示された。

第4は、製造業の対外開放の更なる拡大である。例えば、①投資前の内国民待遇とネガティブリスト管理方式の導入などの外商投資管理システム改革の深化、②安定、透明、予

¹² 増値税は物品の販売や加工、修理、補修役務の提供、物品の輸入を行う場合に適用される税金である。

期可能な事業運営環境の整備、事業登録制をメインとし、許認可制をサブとする管理モデルの確立、③企業の海外事業展開に関わる法律の整備、産業ファンド、国有資本などのチャンネルの活用による高速鉄道、電力設備、自動車などの産業による海外展開、M&Aの支援強化、などである。

第5は、人材育成システムの確立である。①専門技術、経営管理、特殊技能などのスキルをもつ人材の育成強化、研究開発から製造・管理までの人材育成システムの完備、②企業と学校の協業、産学連携の推進、③産業関連の人材需要予測の強化、人材データバンクや人材スキル評価制度、人材情報提供プラットフォームの整備、などの側面から製造業に関わる人材開発や人材の活用に注力している。

以上のように、中国政府は市場経済化を加速させることで、中国国内の構造問題を是正させ、産業構造の転換をしようとしている。

2. 注目される「金融支援政策」の拡充

「メイド・イン・チャイナ 2025」の支援政策の中で、とりわけ注目されるのが「金融支援政策」の拡充である（図表16）。2015年3月の第12期全国人民代表大会（全人代、日本の国会に相当）の第3回全体会議の政府活動報告では、実体経済に対するサポートの強化を前提に金融改革を推進する方針が示唆された。これは、実体経済に対する金融部門のサービス機能を十分に発揮させようとする政府当局の意向を反映しているだけでなく、金融部門の市場化・効率的な資本配分が中国経済の構造転換や新たな改革の重要な構成部

図表16 「中国製造2025」の金融支援政策

金融支援の政策	主な内容
・金融支援政策の拡充	① 金融分野改革の深化、製造業融資チャンネルの拡大、融資コストの低減 ② 商業金融に政策金融や開発金融を併用することで、情報技術、先端設備、新素材などの重点産業への支援強化 ③ 多様な市場を擁する資本市場を構築し、地域の株式市場（「区域性股権市場」）の発展モデルを確立し、さらには一定の条件のもとで製造業による国内外でのIPOや各種の社債発行の支援 ④ ベンチャーファンド、私募ファンドによる製造業のイノベーションへの投資誘導 ⑤ 一部の製造業向け融資やリース資産の証券化の推進 ⑥ 重点産業領域にある大手企業集団による金融事業の展開や、融資・リース等の活用による事業モデル転換の促進 ⑦ 製造業の発展に資する保険商品・サービスの開発、貸出保証保険や信用保険業務の発展の推進 ⑧ 域内保証・域外貸出（内保外貸）、外貨及び人民元貸出、債券発行、株式発行などの活用による、製造業の海外での資源開拓、海外での研究開発拠点設立及び企業合併・買収（M&A）などへの支援強化
・中小企業への支援強化	① 財政・税制における中小企業優遇政策の導入、中小企業の発展のために提供する特別資金の用途や配分方法の最適化 ② 社会資本の活用による国家中小企業発展基金の早期設立 ③ 条件を満たす民間資本による中小型銀行などの金融機関設立の推進、商業銀行による中小企業向けサービス提供の拡充、中小企業融資担保システムの整備 ④ 中小企業の与信審査システムの整備、中小企業向け融資・リース、知的財産担保融資、信用保険担保融資などの金融サービスの利用促進 ⑤ 中小企業創業基地の整備、ベンチャーファンドによる中小企業への投資促進 ⑥ 中小企業向け公共サービスプラットフォームの整備、中小企業向け総合サービス提供システムの完備

（出所）中国国務院「中国製造2025」より野村資本市場研究所作成

分となることを意味している。

具体的には、政府が以下の 8 つの側面から金融支援政策の拡大を打ち出している。1 点目は、金融分野の改革を深化すること、具体的には、製造業融資チャネルの拡大、融資コストの低減である。中国の製造業の規模は大小様々で、大手企業は大型商業銀行から資金調達しやすいが、中小企業向けの金融サービスが十分ではない状況がある。今後、金融分野改革の深化を通じて、大・中・小、いずれの製造企業も資金調達ができるような環境を整備する。

2 点目は、商業金融に政策金融や開発金融を併用することで、情報技術、先端設備、新素材などの重点産業への支援を強化することである。すなわち、大型商業銀行だけではカバーしきれない情報技術や先端設備など重点分野において、政策金融と開発金融による金融支援を併用することによって、リスクシェアが可能となる。

3 点目は、多様な市場を擁する資本市場を構築し、地域の株式市場（中国語は「区域性股権市場」）の発展モデルを確立すること、さらには一定の条件のもとで製造業による国内外での新規株式公開（IPO）や各種の社債発行を支援することである。

4 点目は、ベンチャーファンド、私募ファンドによる製造業のイノベーションへの投資を誘導することである。

5 点目は、一部の製造業向け融資やリース資産の証券化を推進することである。証券化を推進することによって、より多くのリスクマネーを呼び込むと同時に、銀行に集中している融資リスクを投資家へ分散することが出来る。

6 点目は、重点産業領域にある大手企業集団による金融事業の展開や、融資・リース等の活用による事業モデル転換を促進することである。アリババなどが目指す IT と金融の融合やフィンテック企業の活用による金融ビジネスモデルの転換を促進する。

7 点目は、保険の自由化の側面から、製造業の発展に資する保険商品・サービスの開発、貸出保証保険や信用保険業務の発展を推進することである。

8 点目は、域内保証・域外貸出（中国語は「内保外貸」）、外貨及び人民元貸出、債券発行、株式発行などの活用による、製造業の海外での資源開拓、海外での研究開発拠点設立及び企業合併・買収（M&A）などへの支援強化である。

加えて、リスクマネーを円滑に提供するために、中小企業への支援も強化されている。具体的には、①財政・税制における中小企業優遇政策の導入、中小企業の発展のために提供する特別資金の使途や配分方法の最適化、②国家中小企業発展基金の早期設立、③条件を満たす民間資本による中小型銀行などの金融機関設立の推進、商業銀行による中小企業向けサービス提供の拡充、中小企業融資担保システムの整備、④中小企業の与信審査システムの整備、中小企業向け融資・リース、知的財産担保融資、信用保険担保融資などの金融サービスの利用促進、⑤中小企業創業基地の整備、ベンチャーファンドによる中小企業への投資促進、⑥中小企業向け公共サービスプラットフォームの整備、中小企業向け総合サービス提供システムの完備、である。

すでに 2015 年に入って中国の大型商業銀行は、製造業の構造転換への金融支援に着手

している。

2015年5月22日付の中国金融時報¹³によれば、大手銀行のなかには、設備産業への融資計画を策定し、自主的な革新能力、先端製造に必要な技術力やサービス提供能力を有する製造企業に対して優先的に支援する方針を明らかにした銀行が数行あるという。とりわけ、上述の中国政府が推進する重点産業や重点プロジェクトにおいてモデルとなる企業を中心に金融支援を強化している。

例えば、最大手の中国工商銀行は、工作機械メーカーの最大手の「瀋陽机床(Shenyang Machine Tool (Group) Co., Ltd.)」、アルミ加工製品最大手の「忠旺集団 (China Zhongwang Holdings Limited)」などに対して、企業の設備更新や新製品の開発などへの支援を強化している。

また、同行は、2007年11月、100%子会社となるリース会社の工銀租賃 (ICBC Financial Leasing Co., Ltd.) を設立し、航空機、船舶などのファイナンスリース事業にも注力している。2014年12月時点、同リース会社は、飛行機420機(うち、214機はすでに商用化されている)、船舶280隻、大型設備約3万基を保有し、管理する総資産規模が2,560億元に達した¹⁴。実際、ファイナンスリースは、中国製造業の海外展開を支援するうえで、重要な役割を果たしつつある。大手商業銀行のほか、地方の銀行も同事業に積極的に参入し、航空や船舶のほか、海洋エンジニアリング、電力設備などの大手企業の海外事業展開を後押ししている。

中国工商銀行のデータによると、国内製造業向けの貸出に関して、2009年から2014年までの新規貸出は年平均1,479億元であり、2014年末の貸出残高は1兆5,300億元である。新規融資のうち、先進的な製造業、文化産業や戦略性新興産業に対するものが全体の67%を占めていた。今後は、戦略的産業分野への融資がより増大するものと考えられる。

V 「インターネット・プラス」の推進と産業構造転換の同時進行

中国政府は、2015年3月5日に開催された第12期全人代第3回全体会議で、「インターネット・プラス」、いわゆるインターネットと製造業の融合の行動計画を公表し、すでに実行に移している。この計画は「インターネット・プラス工業版」とも呼ばれ、「メイド・イン・チャイナ2025」とほぼ同時に策定されたことから、2つの行動計画は相互に関連を持っていることは間違いないとみられる。

今日では、情報通信技術の発展によって、現実世界のあらゆる情報がサイバー空間に記録され、それが分析・加工されて現実世界に還元されるというサイバーフィジカルシステム(CPS)が確立されようとしている。CPSによって収集した多様で大規模なデータを、分析・知識化して創出される情報・価値によって、産業の活性化や社会問題の解決を図っ

¹³ 中国金融時報「中国製造2025 銀行業創新服務助製造業轉型昇級」2015年5月22日付、
http://www.financialnews.com.cn/yh/gd_89/201505/t20150522_76775.html

¹⁴ 「ICBC 工銀租賃」の会社紹介、http://www.icbcleasing.com/about_01.asp

ていくことができる、というのが「インターネット・プラス」の根本的なアイデアである。ドイツ政府が推進する「インダストリー4.0」という産官学連携による産業政策プロジェクトにおいても、CPS をベースに製造業を強化しようとしており¹⁵、「インターネット・プラス」が「インダストリー4.0」に影響を受けた可能性は高い。

さらに、中国国務院は、2015年7月に「インターネット・プラスの促進行動に関する指導意見」を公表した。同指導意見は、インターネットと各領域との融合を深化させ、イノベーションの発展を通じて経済成長や構造改革、民生向上、リスク防止などにその役割を果たすことを推進するものである。とりわけ、製造業におけるインターネットの活用に注力しており、製造業のデジタル化、ネットワーク化、モノづくりにおける人工知能の活用、さらには企業間の連携強化などによって、インターネットをベースとした新しい共同生産モデルを発展させようとしている。

「指導意見」では、中国政府は以下の4つの領域を重点的に推進することで、新しい産業エコシステムの形成を加速することを打ち出した。第1は、製造のスマート化である。生産過程において、企業によるクラウド処理やモノのインターネット（IOT）、スマートロボット、3Dプリンター（Additive Manufacturing）などの技術を応用する。特に、工業自動化制御システム、スマートセンサ、クラウド、オペレーティング・システム、工業用ソフトウェアなどのコア技術分野において、企業の開発能力を高めるとともに、ビッグデータ分野での応用を強化する。

第2は、マスカスタマイゼーションに適した生産システムの整備である。マスカスタマイゼーションを展開するには、企業は、インターネットを通じ、ユーザーニーズを幅広く収集・分析することが重要となる。ここでは、設計、研究開発、生産、サプライチェーンなどのコアプロセスにおいて、企業がカスタマイゼーションに柔軟に対応できるようなシステムを構築することが求められる。

第3は、インターネットをベースとした生産システムの確立である。ネットワーク化された生産システムにおいては、企業間でシステムを相互に接続し、製品の生産から品質管理、事業運営まで、クラウドソーシングにより事業を共同で推進していくことが鍵となる。特に、実力のあるインターネット企業は、共同生産のためのサービスプラットフォームを構築し、中小企業向けにクラウドサービスを提供していくことが、中小企業のサービス能力向上や社会資源の有効活用に役立つと考えられる。

第4は、製造業とサービスの融合促進である。製造業が、競争力を向上させるため、従来の製造中心から、製造プラスサービスへとモデル転換することが重要となる。例えば、インターネットを活用した遠隔監視、遠隔保守などの付加価値サービスを開発し、商品価値の空間を広げ、収入源を増やしていくことなどである。これを実現するには、企業がIOT、クラウド処理、ビッグデータなどの技術を活用し、製品ライフサイクルに関するデータの収集・分析を強化していくことが必要不可欠である。

¹⁵ acatech, “Cyber-Physical Systems”, December 2011、http://www.acatech.de/fileadmin/user_upload/Baumstruktur_nach_Website/Acatech/root/de/Publikationen/Stellungnahmen/POSITION_CPS_NEU_WEB_120130_final.pdf

この他、中国におけるインターネット人口の多さを考えれば、モバイル、クラウドコンピューティング、ビッグデータ、IOTなどと製造業の融合が促進されることにより、電子商取引、工業インターネット、インターネット金融など、製造業の枠を越えた新しい産業領域が生まれたり、あるいは中国のインターネット企業が国際市場を開拓するといった可能性も高まると期待される。「メイド・イン・チャイナ 2025」と「インターネット・プラス」で打ち出された施策、支援策が同時進行することにより、中国の製造業だけでなく産業全体が変革される可能性も秘めているといえよう。

VI 今後の課題

以上のことを踏まえて、最後に「メイド・イン・チャイナ 2025」の課題について、以下の3点を指摘しておきたい。

第1は、市場のインフラとなる法律やルールの整備である。中国では、様々な金融・資本市場改革が行われているが、それらを支える法律やルールの整備、浸透が十分とはいえない。とりわけ、グローバル経済における中国のプレゼンスが高まるなか、中国の金融セクターは世界の金融市場から隔離された形で発展してきたことから、将来の資本移動の自由化に備えて、世界の投資家に向けて中国の金融・資本市場の透明性を高める必要がある。

特に、証券市場の発展と改革が重要である。1990年からの中国証券市場の発展は目覚ましいものの、①その市場化のレベルが高くないこと、②資金配分の効率化が不十分であること、③IPOの認可制などの課題が残っている。今後、世界の共通なルールを以って、証券市場の法整備・ルール作りを進めていくことで、リスクマネーによる製造業への投資が可能な環境を整備していくことが重要である。

第2は、都市と農村、地域間、都市部内での格差の是正である。市場化を進めることによって、このような格差が拡大している。中国は農村における都市化政策などによって、その是正に努めているが、経済成長が減速するなかで、取り残された人たちの不満も高まっている。市場経済メカニズムを活用しながら競争を加速させる一方、社会全体の調和を保つことはますます困難になってきており、今後のリスク要因になる可能性がある。

第3は、国有企業の改革の徹底である。国有企業が経済において大きなウェイトを占めているかぎり、新興企業をクラウドファンディングアウトしたり、市場メカニズムの機能不全を引き起こすといった問題は残る。一方、民営企業の活性化のためには、証券市場の活性化を図る必要がある。実際、2015年6月半ば以降の中国株式市場の混乱による新規公開株式の上場停止が現在も続いている。今後、状況の改善が望まれるが、将来は、海外の金融機関のノウハウを活用することなどで民営企業の上場、製造業の海外進出を進めることが期待されよう。