

動き出した「一带一路」構想 —中国版マーシャル・プランの実現に向けて—

関 志雄

■ 要 約 ■

1. 「一带一路」構想は、中国が世界経済の中心的地位を占めていた古代シルクロードの再現を意識しながら、アジア、ヨーロッパ、アフリカ大陸に跨がる一大経済圏の構築を目指すものである。「一带一路」におけるインフラ整備を資金面から支援するため、シルクロード基金や、アジアインフラ投資銀行（AIIB）、新開発銀行、上海協力機構開発銀行などの設立計画が、中国の主導で進められている。この一連の取り組みは、戦後米国が西欧諸国を対象に実施したマーシャル・プランを思わせるものであり、一部のメディアでは「中国版マーシャル・プラン」と呼ばれている。
2. 「一带一路」構想は、中国にとって、①更なる改革開放のために、②アジアにおける地域協力のために、そして、③世界の平和と発展のために必要である上、中国企業に多くのビジネスチャンスをもたらすだろう。その一方で、その実現に向けて、①域内外の大国の支持を得ることが困難である、②対象国は、発展段階や、宗教、文化などの面で大きく異なっており、経済統合の求心力が弱い、③中国は、一部の対象国との間で領土や領海の問題を抱えている、そして、④投資に伴うリスクが高いことなど、乗り越えなければならない課題も多い。

I はじめに

2013年に、就任してまだ間もない習近平国家主席は、中国の周辺外交の軸として、また新しい対外開放戦略の一環として、「シルクロード経済ベルト」（中国語：絲綢之路經濟帶）と「21世紀海上シルクロード」（中国語：21世紀海上絲綢之路）からなる「一带一路」という構想を打ち出した。2015年2月1日に、張高麗副首相の主宰で「『一带一路』建設工作會議」が開かれたことに続き、同年3月28日に国家發展改革委員会、外交部、商務部が「シルクロード経済ベルトと21世紀海上シルクロードを推進し共に構築する構想と行動」（以下、「構想と行動」）を発表したことに象徴されるように、同構想は実行の段階に移っている。

Ⅱ 「一帯一路」とは

習近平国家主席は、2013年9月に、カザフスタンのナザルバエフ大学で演説した際、ユーラシア各国の経済連携をより緊密にし、相互協力をより深め、経済発展を促すために、新しい協力モデルを生かし、共同で「シルクロード経済ベルト」を建設する構想を初めて打ち出した¹。続いて、同年10月に、インドネシアの国会で演説した際、中国は、ASEAN諸国と海上協力を強化し、中国政府が設立した中国-ASEAN海上協力基金の活用を通じて、海洋協力のパートナーシップを発展させ、共に「21世紀海上シルクロード」を建設しようと提案した²。

両者を合わせた「一帯一路」構想は、中国が世界経済の中心的地位を占めていた古代シルクロードの再現を意識したものであり、中国の対外開放新戦略のコアと位置付けられている。「構想と行動」によると、「一帯一路」は、アジア、ヨーロッパ、アフリカ大陸に跨がっている。その内、シルクロード経済ベルトは、①中国から中央アジア、ロシアを経て、ヨーロッパに至る、②中国から中央アジア、西アジアを経てペルシア湾、地中海に至る、③中国から東南アジア、南アジア、インド洋に至るという3つのルートからなる。また、21世紀海上シルクロードは、①中国の沿海の港から南シナ海を経てインド洋やヨーロッパに至る、②中国の沿海の港から南シナ海を経て南太平洋に至るという2つのルートからなる。「政策面の意思疎通」、道路をはじめとする「インフラの連結」、「貿易の円滑化」、「資金の融通」、「民心の意思疎通」の五つの分野での協力を進める。

Ⅲ 「一帯一路」構想の戦略的意義

「一帯一路」構想の中国にとっての戦略的意義について、張業遂・外交部副部長は、次のように述べている³。

まず、更なる改革開放のために必要である。近年、中国が経済発展において大きな成果を収め、GDPが世界第2位、財貿易の規模が世界一になったとはいえ、多くの課題にも直面している。例えば、東部と中西部の格差問題である。中西部が飛躍的な発展を遂げるには、生産能力の東部からの移転を加速させ、中西部地域と隣国間の交流と協力を強化しなければならない。これまでの中国経済の成長は、東部沿海地域の率先した対外開放の恩恵を受けたものであり、海外からの直接投資と先進国市場に頼っていた。しかし、現在、中国は全面開放と海外進出を同様に重要視するようになり、先進国だけでなく、発展途上国との経済協力強化も目指すようになった。「一帯一路」はまさにその一環である。

また、アジアにおける地域協力のために必要である。アジアは世界経済の牽引役であり、経済のグローバル化の担い手でもあるが、その一方で、多くの問題に直面している。例え

¹ 習近平「共に『シルクロード経済ベルト』を建設しよう」2013年9月7日。

² 習近平「共に『21世紀海上シルクロード』を建設しよう」2013年10月3日。

³ 張業遂「一帯一路の建設を通じて中国の対外開放のレベルを一層高めよう」『中国発展観察』2014年第4期。

ば、アジア地域の一体化は、ヨーロッパ、北米と比べると、遅れている。特に、アジア各地域間の発展格差が大きく、連携が少なく、交通インフラがつながっていないことが、地域間協力の障害となっている。また、貿易・投資・エネルギーを巡る国際環境が大きく変化している中で、アジア諸国は経済高度化の正念場を迎えようとしている。「一带一路」は大きな翼となり、南アジア、東南アジア、西アジア、そしてヨーロッパの一部の地域をつなぎ、アジア全体の発展を推進する。「一带一路」は、インフラ建設と体制改革を促進するなど、地域内と関連国家のビジネス環境の向上に寄与する。

そして、世界の平和と発展のために必要である。古代のユーラシア大陸は多くの戦争と苦難を経験してきたが、シルクロードは一貫して平和、協力、友好の象徴であった。シルクロード沿いの各国は商品、人員、技術、思想などの交流を通じて、経済・文化・社会の前進、異なる文明同士の対話と融合を促進してきた。古代シルクロードで見られた平和、友好、開放、包容、ウィンウィンの精神は中国だけではなく、世界にとっても貴重な財産であり、無形文化遺産でもある。古代シルクロードの精神を継承しながら、新しい時代の特徴を取り入れる「一带一路」構想は、世界の平和と発展に貢献できるという。

IV 中国企業にとってのビジネスチャンス

「一带一路」構想の推進は、中国の次の産業分野に多くのビジネスチャンスをもたらすと期待される。

まず、インフラ建設関連の産業である。その中には、建設業、設備製造業、建築材料業（鉄鋼、セメントなど）が含まれている。「一带一路」沿いの国々は、発展途上国が多く、経済発展に向けて、インフラ建設関連のニーズが非常に高い。一方、中国では、固定資産投資の伸びが鈍化するにつれて、建設業と鉄鋼など一部の製造業における深刻な生産能力過剰という問題が浮き彫りになってきた。「一带一路」構想の推進に伴うインフラ建設関連の輸出拡大はこの問題の解決につながると期待される。

第二に、交通と輸送の関連産業である。中国は、「一带一路」構想の実施を通じて、対象国を結ぶ交通網の整備を目指している。このことは、港湾、空港、道路、鉄道の建設と運営に加え、関連設備の生産と物流などにかかわる中国企業にとって、朗報であるに違いない。

第三に、エネルギー産業である。その中には、石油・天然ガスの輸入パイプラインと発電所の建設や、電力関連設備の製造などが含まれている。安定した石油・天然ガスの輸入ルートを確認するのは「一带一路」の重要な戦略目標である。近年、中国では石油・天然ガスの需要が急増している。その主な輸入ルートは、マラッカ海峡を経由する海上輸送に頼っている。リスクを分散するために、陸路を経由する新しい輸入ルートの開拓は急務となっている。それに伴い、中国向けに石油・天然ガスを輸送するパイプラインの建設需要も増えると予想される。

最後に、貿易と観光産業である。「一带一路」における交通の便が改善されれば、域内

の貿易を通じて物的交流だけでなく、人的交流も盛んになると予想される。特に、歴史的
文化遺産など、シルクロードの特色が生かされる形で、観光業も大いに盛り上がるだろう。

V 実現に向けての課題

このように、中国では政府だけでなく、企業も「一帯一路」の構築に大きな期待を寄せて
いる。しかし、その実現に向けて、まだ乗り越えなければならない課題が多く残っている。

まず、域内外の大国の支持を得ることが困難である。中国は、米国、EU、そして日本
との間で、「一帯一路」における資源を巡って、利益の衝突が予想される。その上、ロシ
アやインドは、それぞれ、中国の中央アジアや南アジアへの進出を警戒している。

また、対象国は、発展段階や、宗教、文化などの面で大きく異なっており、経済統合の
求心力が弱い。各国が実施している高関税も、国境を越える貿易の妨げとなっている。

さらに、中国は、一部の対象国との間で領土や領海の問題を抱えている。特に南シナ海
と、中印の国境地域において、緊張が続いている。

最後に、投資に伴うリスクが高い。一部の紛争地域を含め、対象国の多くは、政治、経済、
社会の面において、安定していない上、道路や港湾などのハード面のみならず、法律や税制
といったソフト面でのインフラがまだ整備されておらず、改善を待たなければならない。

VI 構想から実行へ

「一帯一路」構想を推進するために、習近平国家主席と李克強首相は、積極的に関係国
を訪問し、支持を呼び掛けている。すでに約 60 の対象国に加え、ASEAN、EU、アラブ
連盟など多くの国際組織が支持を表明している。そして、中国はすでにカザフスタン、カ
タールなどの国と協力覚書を締結した⁴。

その上、多くの具体的プロジェクトも動き出している。まず、交通インフラでは、対象
国は陸海空を一体化した立体的交通網の整備に取り組んでいる。新ユーラシアランドブ
リッジ計画（江蘇省の連雲港を出発点として、西安、ウルムチ、中央アジア、ロシアを経
由して、アムステルダムまで鉄道を建設する計画）を筆頭に、中国・シンガポール経済回
廊、中国・インド・ミャンマー経済回廊など、「一帯一路」の基幹ルートが形成されつつ
ある。次に、「一帯一路」の沿線には、様々な物流センターが急ピッチで建設され、自
由貿易区も続々と設置されている。そして、インフラ整備を資金面から支援するため、シ
ルクロード基金や、アジアインフラ投資銀行（Asian Infrastructure Investment Bank, AIIB）、
（BRICS の 5 カ国が主体となる）新開発銀行、上海協力機構開発銀行などの設立計画が、
中国の主導で進められている。

2015 年 3 月に開催された第 12 期全国人民代表大会第 3 回会議における「政府活動報告」
において、李克強首相は「『一帯一路』の建設と地域の開発・開放を結合させ、新ユーラ

⁴ 「『一帯一路』は 60 カ国の参与を得、戦略計画を数カ国語で発表予定」『上海証券報』2015 年 1 月 23 日。

シアランドブリッジ、陸海通関拠点の建設を強化する必要がある。」という政府の方針を示している。その後に発表された「構想と行動」では、重点地域として、西北地域（新疆、陝西、甘肅、寧夏、青海、内モンゴル）、東北地域（黒龍江、吉林、遼寧）、西南地域（広西、雲南、チベット）、沿海地域（上海、福建、広東、浙江、海南）、内陸地域（重慶）が指定された。それに合わせて、これらの地域は投資計画の推進に積極的に取り組もうとしている。

VII 中国版のマーシャル・プランに向けて

シルクロード基金や、AIIB の設立をはじめ、「一帯一路」の実現に向けた中国政府の一連の取り組みは、戦後米国が西欧諸国を対象に実施したマーシャル・プランを思わせるものであり、一部のメディアでは「中国版マーシャル・プラン」と呼ばれている。

2008 年 9 月のリーマン・ショックを受けて、マーシャル・プランに匹敵する途上国への新しい援助計画の必要性を巡って、多くの提案がなされてきた。

まず、世界銀行の林毅夫・チーフエコノミスト（当時）は、2009 年 2 月 9 日にワシントンにあるピーターソン国際経済研究所での講演で、景気浮揚と世界的な金融危機の影響緩和のため、第 2 次世界大戦で被災した欧州の復興支援策マーシャル・プランをモデルに、発展途上国向けに先進国が GDP の 1% 相当の資金を拠出し、世界銀行が運営する基金を創設することを提案した⁵。これにより、途上国がインフラ関連投資から生まれる利益を享受できる一方で、世界経済を大きく押し上げる効果も期待できるとした。もっとも、同提案では資金の提供者として、中国ではなく、先進国が想定されていた。

続いて、中国の全国政治協商会議委員で前国家税務総局副局長の許善達氏は、2009 年 3 月に、中国が主導する「中国版マーシャル・プラン」の必要性を初めて訴えた⁶。その具体的内容は、2009 年 7 月に開催された全国政治協商会議専門会議において明らかになった⁷。その中で、許氏は、中国が 5,000 億ドルを拠出して基金を設立し、発展途上国のインフラ建設を支援するため、これらの国に資金を提供することを提案した。5,000 億ドルは大規模とはいえないが、人民元の国際化を後押しし、巨額に上る外貨準備高を減らし、中長期にわたるドル安というリスクを軽減することができるとして、「貸付リスクの国家による負担」、「企業の過剰生産能力の解消」、「人民元の国際化」という三位一体がこの計画の核心だとも説明した。

かつて、マーシャル・プランは、西欧諸国の戦後の復興に大きく貢献をする一方で、米国企業には巨大な欧州市場を提供した。「一帯一路」を中心とする「中国版マーシャル・プラン」も、中国と周辺諸国とのウィンウィン関係の発展につながると期待される。

⁵ Justin Lin, “The Causes and Impact of the Global Financial Crisis: Implications for Developing Countries,” *Event Summary*, The Peterson Institute for International Economics, February 9, 2009.

⁶ 許善達「中国版『マーシャル・プラン』の推進を通じて外需を盛り上げよう」『人民政協網』2009年3月6日。

⁷ 「全国政治協商会議委員が輸出拡大策として中国版『マーシャル・プラン』を提案」『中国新聞網』2009年7月13日。