

中国の紡織・アパレル産業と日中合弁企業

富 澤 修 身

1. はじめに
2. 中国および上海における紡織・アパレル産業の位置と性格
3. 上海市域の紡織・アパレル企業と市場
4. むすび

1. はじめに

本稿では、中国の紡織・アパレル産業を分析する。中国が急成長した巨大アパレル生産・輸出国であることは周知であり¹⁾、これだけで十分研究に値するが、筆者の直接の問題関心は以下の通りである。①これまで先進国産業の構造調整という視点から日本の紡織・アパレル産業を研究してきており²⁾、調整典型産業である当該産業の縮小を産業の空洞化とみるのか、広域経済圏の中での再定置の過程とみるのかで、その評価と将来の見通しはかなり異なる。これに答えるには、当然、これまで行ってきた日本国内の分析と並んで中国の分析が必要である。②日中間の繊維関連貿易の政治問題化である。業界のいう「輸入秩序化」要求は、1970年代半ばから始まっているが³⁾、1999年の中国からの輸入急増を踏まえて、同年11月16日に出された日本ニット工業組合連合会（以下、ニット工連と略）の「大変です 国内製造業を守ろう」宣言は、同年12月1日の日本繊維産業連盟会長の全面支持表明を経て、輸入規制要求の大きな動きになった⁴⁾。緊急輸入制限措置であるセーフガードの発動要請は、繊維製品以外にも広がり、2001年4月23日に日本政府は、農産品3品目の輸入に200日間の暫定セーフガードを発動し、これに対して同年6月22日に中国政府は日本製自動車・空調機・携帯電話に対する100%の特別関税で対抗した。こうした深刻な対立を生み出している要因を冷静に分析する必要がある。③『通商白書2001（総論）』は、「東アジアにおける雁行形態的な発展も、近年中国の台頭によって変化が見られる。その特徴としては、中国が生産面及び輸出面での量の拡大に加えて、比較的労働集約的な繊維産業から、比較的技術集約的な機械産業に至るまで国際競争力を向上させていることである」⁵⁾とした。こうした中国の国際競争力に対する評価は、生産及び輸出入統

キーワード：中国、上海、繊維、アパレル、合弁

計から導出されており、大きく間違っていない。しかし、産業分析としては一面的であり、しかもここに現れていない側面の方が重要かもしれない。それゆえ、筆者としては、生産及び貿易統計以外の資料を用いて中国産業・企業の諸側面を描出したい。そのためには、キャッチアップが容易な産業であるとともに、今日の中国においても依然として巨大な輸出産業である繊維産業が、好個の検討対象であると考えた。

以上のような相互に関連する3つの問題関心から中国の繊維・アパレル産業を検討しようとした時、先行研究は十分これに答えるものではない⁶⁾。辻美代、康賢淑両氏の優れた研究はあるが⁷⁾、筆者の関心に答えるには、独自の調査を踏まえる必要があった。また、関満博氏の精力的な中国産業研究は周知であるが、その力点は機械系産業にある⁸⁾。

以下では、まず2節で中国経済と上海市経済における繊維・アパレル産業の位置と性格を確認する。次に3節では筆者の行った3度の調査結果等を用いて上海市の繊維・アパレル企業と市場について分析を行う。最後に、4節で評価を行う。

2. 中国および上海における繊維・アパレル産業の位置と性格

2.1 中国繊維・アパレル産業の位置と性格

中国繊維・アパレル産業の位置は、2つの視角から明らかにできる。つまり、世界の繊維・アパレル産業における中国の位置の検討と中国経済における繊維・アパレル産業の位置の検討である。

表1：各国の衣料・テキスタイルの輸出入額（1996年、単位は億ドル）

	衣 料		テキスタイル	
	輸 出 額	輸 入 額	輸 出 額	輸 入 額
日本	5.0	196.7	69.3	60.8
EU15カ国	513.2	808.9	600.4	548.1
イタリア	161.7	50.3	132.1	61.5
ドイツ	75.8	246.5	137.9	118.9
フランス	55.3	108.9	73.0	70.4
イギリス	51.8	97.0	54.0	80.8
ポルトガル	35.9	8.7	16.1	52.0
アメリカ	75.1	433.2	80.1	107.0
中国	250.3	10.4	121.1	119.8
香港	219.8	136.3	141.5	165.2
韓国	42.2	15.3	127.2	38.4
台湾	32.1	9.3	120.5	17.8

出所：日本化学繊維協会編『繊維ハンドブック2000』
（日本化学繊維協会資料頒布会発行、1999年）218 ページ。

まず、世界の紡織・アパレル産業における中国の位置について輸出入額から検討しよう。表1から分かることは、日本からの衣料輸出の異常な少なさである。それに対して、輸入は大きい。輸入額/輸出額を計算すると、アメリカ5.7、ドイツ3.3、フランス2.0、イギリス1.9、イタリア0.3に対して、日本は39.3であった。日本のポジションと正反対にあるのが、中国(0.04)である。つまり、中国は輸入に比べて輸出が著しく大きいのである。同時に、その絶対額も他国のそれと比べ極めて大きい。

テキスタイル貿易についてもみよう(表1)。日本のテキスタイル輸出は他国と比べて見劣りする。アメリカ、フランスより少ない。日本はかろうじて黒字であるが、EU15カ国ではその大きな輸出入額と、イタリア、ドイツの黒字が目立つ。衣料貿易と異なる点は、韓国・台湾の黒字が大きいこと、中国はかろうじて黒字、香港は赤字となっていることである。また、主要国と比べ中国のテキスタイル輸出額はそれほど大きくない。

以上の簡単な検討から中国のテキスタイル貿易と衣料貿易ではだいぶ様子が異なっていること、EU15カ国の衣料輸出額の大きさ(日本の102.6倍、中国の2.1倍)からみて中国品とは異質な製品の貿易が存在することが分かる。中国の繊維製品の輸出は、以上のような性格を持ちつつ、世界市場の廉価量産品部分で行われているのである。しかも、NAFTAとEUの周辺には強力なライバルが存在するのである⁹⁾。つまり、すべての商品領域、すべての地域市場で中国製品の独壇場というわけではない¹⁰⁾。それゆえにこそ、特定の商品領域と特定の地域市場では、猛威を振るうことになる。

次に、中国经济における紡織・アパレル産業の位置と性格を検討しよう。この場合、どの点に注目すべきであろうか。以下では、巨大な純輸出産業(外貨獲得産業)であるとともに、構造調整を行っている産業であるという点に注目しよう。

輸出産業という点について。1999年の機械・電気機器等の輸出額は521億ドルで、これに繊維原料及び同製品の413億ドルが続いた。輸出総額が1949億ドルであったからそれぞれ27%、21%を占めていた。この輸出額1位、2位の産業群は、純輸出でみると繊維原料及び同製品は273億ドルの輸出超過、機械・電気機器等は-110億ドル、つまり輸入超過であった。両者の性格はかなり異なっている。ちなみに貿易収支全体は、292億ドルの黒字であった。これと比べても繊維原料及び同製品の黒字273億ドルの大きさとその意義が分かる。当該産業分類内では、衣類等だけで輸出273億ドル、輸入11億ドル、純輸出262億ドルを占めていた。純輸出額の大きい産業としては、ほかに102億ドルの履物・帽子・傘他がある¹¹⁾。

構造調整という点について。1993~99年の間の就業者の変化をみよう¹²⁾。この7年間のピーク時と99年の就業者をみると、製造業全体では、1943万人減少(36%減)している。とくに大きな減少をみると、繊維業338万人減(49%減)、一般機械製造業193万人減(44%減)、非金属鉱物製品製造業162万人減(38%減)、特殊用途機械製造業126万人減(41%減)、製鉄業104万人減(30%減)、輸送機械製造業101万人減(27%減)であった。巨額の純輸出を記録する衣服

その他繊維工業でも59万人減(33%減)であった。

もう1つの指標として、独立採算工業企業の主要指標の1つである産業別の利潤総額(1997年)をみよう。38産業中4つの産業で赤字であり、そのうち紡織業の赤字額26.5億元が最大である。他方、衣服その他の繊維工業は、38.1億元の黒字であった¹³⁾。

以上のように、外貨を稼ぐ産業であるとともに大幅な人員削減・経営赤字の部門を含む、いわば二面性をもつ繊維産業ではあるが、どの地域に注目すべきであろうか。隣接している上海市、江蘇省、浙江省を1つの地域として取り扱えば、1997年にはこの地域に合成繊維生産量の54.8%、糸生産量の26.6%、布生産量の33.2%、毛糸生産量の37.6%、毛織物生産量の62.0%、絹糸生産量の57.3%、ミシン生産台数の70.7%が集まっていた¹⁴⁾。この数字からもこの地域の大きさが分かる。確かにこれら1市、2省の中では、ミシン生産を除き江蘇省が突出しているが、大消費都市(流入人口を含めなくても、1996年末の人口1304.3万人のうち961.02万人が市区にいる¹⁵⁾)であるとともに、後述の通り大工業都市でもある上海市の構造調整の動きは、他地域における近い将来の方向性を先取りしておりきわめて重要である。日本との関係を見ると、2000年8月末現在の「繊維・衣服製品製造業」における日本製造企業の中国への進出数は、上海が186(全体の27.8%)、江蘇省が170(同25.4%)であった。また、上海進出した製造企業全体のうち、「繊維・衣服製品製造業」の割合は、27%であった¹⁶⁾。後述のように、構造調整が外資を活用しながら行われてきたことを考えれば、上海市の位置づけは明瞭といえよう。集積の利益を生んでいる「上海は、天津に比べ人件費は圧倒的に高いものの、協力工場の存在、素材提供先等のバックヤードに恵まれている」¹⁷⁾のである。

2.2 上海経済における繊維・アパレル産業

上海市の就業構成をみよう。1978~96年の期間では、表2のように、第1次産業の割合は、34.5%から10.0%へ減少している。ただし、1992年から96年までは微増しており、これは興味深い。第2次産業は、1978年の44.1%から90年の59.3%まで増加した後、96年の52.0%まで減少した。第3次産業は、1978年の21.4%から96年の38.0%まで一貫して増加した。依然として上海市は大工業都市なのである。

高い比率を占める第2次産業の就業者411.98万人の内訳(1996年)は以下の通りである。採掘業0.05万人、製造業361.08万人、電気・ガス・水供給業7.25万人、建設42.41万人、地質探査・水保全1.19万人であった。製造業が、第2次産業の88%を占めている¹⁸⁾。

工業のうち、独立採算工業企業の就業構成をみよう(表3)。1996年の就業者総数297.79万人のうち、紡織業32.6万人、衣服その他の繊維工業17.53万人で、これらだけで17%を占めていた。紡織業に次ぐ就業者をもつ産業は、一般機械24.44万人、輸送機械23.15万人、電気機械21.62万人、特殊用途機械20.60万人であった。これら機械系4業種の合計は89.81万人で30%である。さらに、電子・通信機器の10.92万人を加えると34%となる。以上の繊維・衣服その他

表 2 : 上海市の就業構成 (%)

	第一次産業	第二次産業	第三次産業
1978年	34.5	44.1	21.4
79	31.6	46.4	22.0
80	29.0	48.6	22.4
81	27.3	50.0	22.7
82	25.4	50.9	23.7
83	23.0	52.7	24.3
84	19.5	55.1	25.4
85	16.4	57.5	26.1
86	14.2	58.4	27.4
87	13.0	58.8	28.2
88	11.8	59.0	29.2
89	11.3	59.1	29.6
90	11.1	59.3	29.6
91	10.4	59.0	30.6
92	8.7	58.3	32.0
93	9.5	57.9	32.6
94	9.6	56.1	34.3
95	9.8	54.5	35.7
96	10.0	52.0	38.0

出所：上海市統計局編『上海統計年鑑 1997』
(中国統計出版社、1997年) 15ページ。

の繊維工業と機械系 5 業種だけで51%と半数を占めた。

独立採算の国有企業に限定すると、これらの産業のうちいくつかは問題を抱えている(表3)。繊維業の税引後の対コスト利潤率は、マイナス(-0.38%)である。また、特殊用途機械、電子・通信機器の当該利潤率も、マイナス(各々-1.63%、-3.41%)である。電気機械と一般機械では低水準(各々1.92%、0.63%)となっている。機械系 5 業種では輸送機械だけが4.35%と突出している。また、独立採算の国有企業では、約 3 割の製造部門で税引後対コスト利潤率がマイナスになっている。就業者数でも34%が赤字部門で働いている。このように繊維業の状況は、国有企業を念頭に置いた場合、特殊ケースではないのであり、かなり深刻である。さらに、独立採算の国有企業の衣服その他の繊維工業の高い利潤率(4.20%)と比べると繊維業の深刻さは一層明らかである。

表3：上海市の工業（1996年）

	独立採算の企業		独立採算の国有企業		独立採算の大中規模国有企業	
	雇用(万人)	税引後対コスト利潤率	雇用(万人)	税引後対コスト利潤率	雇用(万人)	税引後対コスト利潤率
総計	297.79	5.10(%)	133.69	3.61(%)	101.88	3.96(%)
非金属鉱業	0.08	-0.22	0.02	-10.76		
食品加工	3.78	0.74	1.80	-0.05	0.91	1.15
食品製造	5.51	-0.33	2.41	5.98	1.21	7.78
飲料	1.65	9.05	0.56	-3.60	0.37	-1.39
タバコ	0.70	32.35	0.64	35.37	0.64	35.37
紡織品	32.60	1.17	15.89	-0.38	11.74	-0.55
衣服・その他の繊維製品	17.53	3.16	1.20	4.20	0.41	6.49
皮革・毛皮・その他の製品	5.32	1.84	1.36	-1.87	0.71	-1.64
木材加工・竹・その他の製品	1.92	0.69	0.83	-1.21	0.47	-1.99
家具	1.88	1.04	0.65	2.57	0.12	-0.33
製紙・紙製品	4.42	1.00	1.80	0.53	0.99	0.74
印刷・レコードプレス	4.48	7.66	2.30	8.68	1.41	10.21
文房具・教育スポーツ用品	6.66	5.52	2.64	-1.20	1.51	-0.95
石油・コークス	1.92	1.76	1.68	1.72	1.64	1.71
原料化学品・化学製品	15.80	4.27	8.72	0.48	6.77	0.60
製薬	5.04	3.87	2.90	2.32	2.57	2.02
化学繊維	6.07	10.67	1.43	0.86	1.37	0.90
ゴム製品	6.05	2.71	1.84	-1.12	1.41	-0.98
プラスチック製品	6.49	2.07	1.72	1.20	0.70	0.73
非金属鉱物製品	10.93	4.82	5.19	0.51	4.14	1.05
製鉄	15.51	7.44	12.12	7.85	11.87	7.90
非鉄金属	3.88	-0.61	2.03	-1.22	1.77	-1.10
金属製品	16.80	2.55	5.83	6.37	2.98	10.21
一般機械	24.44	6.34	11.27	0.63	8.41	0.76
特殊用途機械	20.60	0.98	12.29	-1.63	10.16	-1.36
輸送機械	23.15	11.15	12.70	4.35	10.36	4.66
電気機械	21.62	1.97	6.50	1.92	4.64	-0.93
電子・通信機器	10.92	5.79	2.60	-3.41	1.95	-5.06
工具・計器・その他	10.25	2.48	5.70	2.01	4.08	1.23
その他の製造業	5.11	1.62	0.99	-0.52		-0.18
電力・蒸気・湯	3.92	7.37	3.85	6.06	3.82	6.08
ガス	1.40	-5.57	1.39	-5.60	1.37	-5.60
水道	1.35	-2.30	1.13	-5.06	0.96	-5.53

出所：『上海統計年鑑 1997』206, 208, 217, 219, 220, 222, 225, 227, 250, 255ページ。

最後に、上海市の1978～96年の生産量の推移についてみよう(表4)。糸では1988年がピークで40.67万トンの生産であったが、96年には22.79万トンと44%減となっている。布でも1988年がピークで16.66億メートルの生産、96年には5.23億メートルと69%減となっている。かなりの構造調整が行われてきたが、先の利潤率の状況を考えると大きな成果をあげたとは言えない。また、衣服の生産量では、1978～81年は増加、82～83年は減少、84～87年は増加、88～94年は減少を含む停滞、95～96年に大きく増加となっている。つまり一貫して増加したわけではない。ちなみに、1983年に衣服の配給券制度が停止された。生産量のこのような変動は、家庭用洗濯機、家庭用冷蔵庫、カラーテレビの生産の推移にもみることができる。生産量の変動は、新しい仕組み作りの模索の反映といえよう。

表4：上海市での生産量

	家庭用 洗濯機 (万台)	家庭用 冷蔵庫 (万台)	カラー テレビ (万台)	糸 (万トン)	布 (億m)	合成 繊維 (万トン)	衣服 (万着)
1978年			0.24	34.30	14.63	9.00	7324
79			0.53	35.85	15.34	10.94	9234
80	0.81	0.42	0.55	38.13	16.14	12.32	11912
81	3.83	0.48	0.66	39.78	16.55	12.88	14374
82	16.55	1.09	5.34	39.46	16.51	13.20	16370
83	31.80	1.53	15.02	39.00	15.81	13.05	15304
84	61.55	3.41	24.44	39.05	15.24	14.93	20291
85	113.85	20.49	71.75	38.72	14.97	19.55	23346
86	129.42	20.20	74.58	39.68	15.14	19.82	23520
87	159.33	28.76	85.86	39.65	14.85	20.33	28891
88	177.04	57.45	108.56	40.67	16.66	21.01	27961
89	138.79	63.15	86.45	39.43	16.60	22.02	27532
90	101.29	53.36	81.48	34.17	14.90	22.28	24285
91	92.26	67.93	108.13	35.25	14.63	23.17	29024
92	100.91	75.76	112.29	36.36	13.93	25.83	29328
93	118.85	95.18	98.29	31.61	11.71	25.11	23685
94	182.00	110.90	132.99	30.36	9.50	29.43	27261
95	144.80	128.72	111.77	29.80	8.85	34.51	63030
96	141.52	93.12	42.59	22.79	5.23	34.79	71416

出所：『上海統計年鑑 1997』199～202ページ。

以上の基本的な統計数値を用いた産業分析を踏まえて、次節では上海市域の紡織・アパレル企業分析を行う。中国における産業の構造調整と試行錯誤の市場経済化の理解に役立つと考えるからである。

3. 上海市域の紡織・アパレル企業と市場

3.1 利用する資料

以下では、1994年10月18日から31日、1996年12月9日から22日、2000年9月23日から10月2日の期間に行った3回の聞き取り調査結果を主資料として使う。調査対象は、表5のように16社であった。補足資料としては、1996年調査時の入手資料、通商産業省と業界で構成する「繊維産業貿易に関するタスク・フォース」の中国調査ミッション（2000年6月11日～18日）の報告書（2000年6月23日付、以下では中国調査ミッション報告と略）、岡山県アパレル工業組合青年部の上海研修（2000年9月26日）の報告を用いる。

表5：聞き取り調査対象企業（A～P社）の概要

企業	所有形態	設立ないし始業年	事業内容、パートナー	所在地
A社	国有	1956	紳士シャツ製造；輸出比率80%	市区部
B社	合弁	1991	婦人服、婦人ブラウス（シルク）製造	県部
C社	国有	1972	化学繊維（ファイバー）製造	県部
D社	国有	1952	紳士シャツ製造	市区部
E社	私有	1979	毛紡織	県部
F社	私有	1995	ニット縫製	県部
G社	合弁	1987	婦人服、ブラウス製造；上海服装工業会社がパートナー	市区部
H社	合弁6社	1987他	ストッキング・靴下製造、ニット縫製；上海第19綿紡織廠がパートナー	市区部
I社	国有	1921	綿紡績	市区部
J社	国有	1930年代	アパレル小売	市区部
K社	合弁	1995	紳士服製造；上海第7シルクがパートナー	市区部
L社	商社	1961	衣料製造・輸出	市区部
M社	不明	不明	ニット製造、輸出比率は25%	不明
N社	合弁	1956	ダウン衣服製造、輸出比率は100%	県部
O社	合弁	1993	毛紡織、紳士服・婦人服製造	県部
P社	合弁	1991	紳士服製造；上海第2毛紡がパートナー	県部

注：A～Cは1994年の聞き取り企業、D～Mは96年の聞き取り企業、N～Pは2000年の聞き取り企業である。また、Hは6社から構成されるが、日本側の主要企業が同一であるため、表記はただHとのみにした。C社とJ社はともに1993年に株式会社化した。表中の設立ないし始業年には、前身会社のものを掲げたケースがある。例えば、N社である。L社の所在地が、市区部となっているのは、事務所の所在地のため。

3.2 時期区分

中国の紡織・アパレル産業の展開は、輸出や外資導入と密接に関わっている。以下では、次項(3.3)の理解を容易にするために、新中国の誕生から今日までの時期を5期に分けて日中貿易、日本企業の対中国進出について基本的な特徴と背景を明らかにしておく¹⁹⁾。

3.2.1 1949年新中国の誕生から1978年までの時期：交易会方式

年2回の交易会方式で貿易が行われた。友好商社が中心であった。1972年9月、日中の国交が正常化し、1977年には中国共産党第11回全国代表大会で「四つの近代化」が掲げられた。また、この頃から、日本の商標を中国製産品に付けることが認められるようになり、日本製資材・素材等の使用へと議論が進むことになった。それまでは、中国製素材を用いた衣服の輸入であった²⁰⁾。

3.2.2 1978年12月中国共産党11期3中全会から1980年代半ばまでの時期：工場・ライン指定方式

中国共産党第11期中央委員会第3回全体会議(11期3中全会)での「改革と開放」の決定は、言うまでもなく貿易面でも大転換をもたらした。まず、工場指定である。これは、それまでの交易会方式では、同一物であっても注文のたびに製造工場が異なることからくる製品のバラツキを克服するための対応であった。しかし、工場を指定しても、そこでさまざまな国向けの製品を生産している場合、期待通りの製品ができあがってこない。これを克服するための措置が、ライン指定である。工場の中にあるいくつかの製造ラインのうち、特定のラインを発注の際に指定するのである。しかし、これも最後のまとめでは他ラインの製品、たとえば要求品質の異なるアメリカ向け製品と一緒にされてしまうので、新たな対応を必要とした。これが、次の時期に始まる合弁企業の設立である²¹⁾。これにより、例えば日本向け生産が、国内向け生産やアメリカ向け生産から分離された。

3.2.3 1980年代半ばから1990年代初めまでの時期：初期合弁方式

繊維での対中国直接投資は1984年から始まる(表6)。その直後、日本国内では、バブル期初めの円高、人手不足・賃金上昇により、衣服の国内生産が限界に直面していた。他方で、1984年に人民公社が解体され、その工業部門が合弁のパートナーとなる準備が整った²²⁾。1986年には上海市で紡織企業の改革が始まる。この日中双方での2つのベクトルは、両国企業間の合弁方式による会社設立に結果した。当初である1987、88年頃はまだ合弁は珍しく、この頃上海の国営工場の労働者の賃金は月200元であり、ものの無い時代であった²³⁾。1988年には、原材料と販路を外国に依存する「両頭在外」政策が繊維産業にも応用される。

北京の天安門事件の1989年には、進出は停滞するが、90年以降も増加を続け、1992年2月の鄧小平の南巡講話以降、進出が加速した。

表6：製造業および繊維産業の対中直接投資（許可・届出ベース、単位は百万円）

	製 造 業		繊 維		
	件 数	金 額	件 数	金 額	1件当りの金額
1980年度	2	383			
81	3	979			
82	3	872			
83	3	376			
84	30	5,046	4	306	76.5
85	51	4,863	5	245	49.0
86	38	3,650	5	140	28.0
87	58	9,702	8	519	64.9
88	116	25,998	23	2,053	89.3
89	85	27,569	23	1,453	63.2
90	113	23,691	40	3,081	77.0
91	178	41,998	87	9,540	109.6
92	381	83,799	187	15,501	82.9
93	579	158,656	247	26,797	108.5
94	558	194,226	283	34,905	123.3
95	675	336,769	255	45,533	178.6
96	303	203,187	112	21,159	188.9
97	187	185,718	59	27,380	464.1
98	79	102,718	7	4,724	674.9
99	59	60,322	3	3,057	1,019.0

出所：『財政金融統計月報』452号，1989年12月，58，59ページ；同548号，1997年12月，60，61ページ；同584号，2000年12月，58，59ページ。但し、1980～88年度の金額は、ドル表示の原数値を、各年度の円相場（インターバンク直物中心レート）で円換算した。この円相場は、『2000年版 経済白書』所収の長期経済統計（9ページ）を使用した。

3.2.4 1990年代初めから1995年までの時期：加速する合併方式

進出する側からみると、日本国内のバブル崩壊後の価格破壊の動きと1995年にいたる円高傾向を挙げることができる。価格破壊との関係では、郊外型紳士服専門店チェーンの急速な拡大と規制緩和下での量販店の大增床を挙げることができる。他方、為替レートの動きは以下のようであった。年平均対米ドル・円レートは、1986年168.03円から88年の128.20円へと上昇したのち、90年144.88円まで円安に動いたが、以後1995年93.97円へと上昇した³⁰⁾。1995年4月19日には79.75円をつけた。1990年代前半のこうした為替相場の趨勢に加えて、先進国では唯一日本市場は繊維製品の輸入制限を行っていなかった。中国を衣服の生産拠点とする条件が揃っていたのであり、アパレル関係企業の中国への進出を加速した。

3.2.5 1990年代後半の時期：進出の著減

進出は1995年をピーク（投資額で）に以後減少するが、1997年6月のタイ通貨バーツの危機

を引き金としたアジア通貨・経済危機の発生により一段と減少した。しかし、表6の繊維の1件当たりの投資額に示されているように、1995年を挟んで数年間、川上部門である素材企業の進出が行われた。97年以降日本のGDPが縮小を続けることにより、採算面で対日輸出は厳しくなり、新規の対中国進出は冷却するが、1999年以降対日製品輸出にドライブがかかった。これが、日本国内の不況の中で、緊急輸入制限措置の発動要請への動きを生み出したのである。

3.3 聞き取り等から得られた論点の整理

3.3.1 対象企業について

調査対象企業は、表5のような上海市域所在の企業である。その業種は、表7のように繊維(ファイバー)生産から小売りまで含んでいる。また、調査時期は1994年、96年、2000年であり、1990年代をほぼカバーできたし、この間の変化も限られてはいるが確認することができた。要点である技術・技能の移転については表8にまとめておいた。

表7：調査企業の業種分類

	ファイバー	糸	織	縫製(織編生地)	小売
中国(国有、私有等)	C	E I	E (I)	A D F M	J
日本(合弁)	H	H	H	BGHKLNOP	K

注：G、H、Lが先発組。織で(I)となっているのは、1994年に製織を止めたため。

3.3.2 聞き取り論点の整理

以下では、項目ごとに整理しよう。出所は、記述直後に、簡略に例えば(A社)と表記した。

a. 双方リストラ

1980年代後半から日本企業も中国企業もリストラによる構造調整に直面していた。日本企業の場合、それまでの設備削減による調整から海外進出を再度視野に入れた構造調整に迫られていた。それゆえ、ここではともにリストラを行うという点で、利害が一致していた(H社、I社)。かつてあった上海の36紡織廠は半減し(H社)、アパレル合弁企業には、中国側から上海第X毛紡とか上海第Yシルク、上海第Z綿紡織といった国有企業が出資した(図1、表5)。これは、中国側の紡織企業の繊維内での事業多角化の一環と言える³⁵⁾。これは、1980年代に行われた欧米進出の際の動機とは異なっていたし、80年代後半の東南アジアへの進出の動機とも異なっていた。国有紡織企業であるI社は、合弁事業部分を算入して初めて利益を出せたのであり、本体の人員削減分の多くを合弁企業に再雇用してもらった(H社)。

b. 日中合弁企業

日本国内では、紡織・アパレル生産は、細かな企業間分業によって行われているため、日本企業が上海に進出する際にも、各工程の専門企業の力を借りた。たとえば、専門商社系である

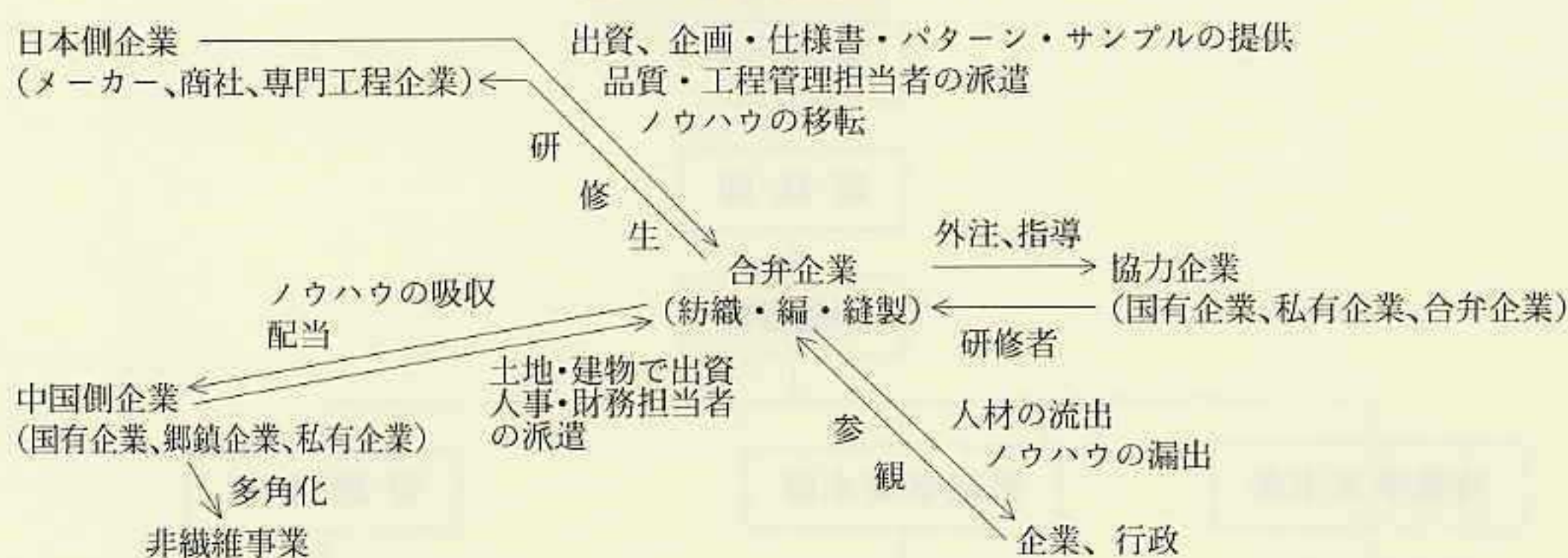
表8：技術・技能の移転等

企業	内 容
A社	デザイン、サンプル、商標は日本のもの。技術の確認を取引先にしている。ミシンはJUKI製。
B社	指図書は日本から来る。副資材は日本製。日本の方法を導入。日本人技術者2名駐在。技術と生産を分担。半年毎に研修生を日本に派遣。
C社	工場のプラント56セットは主に日本から輸入。帝人と鐘紡からポリエステル設備を、そしてクラレからアクリルのプロセスを導入していた。
D社	JUKI製ミシンが目立った。
E社	国有企業の技術者を雇用。イタリア製生地や流行の生地を提供してもらって色柄・デザインを決める。
F社	台湾製ミシンと並んでJUKI製ミシンを使用。
G社	日本の紡績企業とニッターが協力。副資材は日本製。外注先にノウハウを教示。日本のパターンを使用。日本の工場と同じ機械を使用。日本人は7名駐在。立ち上げ時、12人をひと月、日本で研修。
H社	日本の設備を移設。染料・助剤は日本製を使用。日本のレサイプを使用。JUKI製ミシンを使用。外注先の研修のために人員を無料で派遣。立ち上げ時、15名を日本へ研修派遣。日本人14人が駐在。
I社	日本の企業と合弁企業を設立し、基礎管理、現場管理、5S、商品開発の考え方等を学習。ミシン糸開発で応用し、成功。
J社	日本の生地、ファッション情報を収集。日本の企業と取り引きしている。中国紡織大学と情報・デザインを交流している。日本の雑誌を参考にしている。
K社	日本人3名が駐在。ゲージ、アタッチメントを日本から持ち込んだ。中国人9名を立ち上げ時に日本に研修派遣。高級品では日本製副資材を使用。パターンは日本からワッセット持ち込んだ。
L社	素材、附属品、パターンを日本から持ち込んだ。技術者を外注先に常駐ないし巡回派遣。
N社	技術やパターンについての情報を日本の企業からもらう。
O社	日本人を20名派遣。
P社	日本人技術者が2名駐在。設備は日本から持ち込んだ。立ち上げ時は、26人を8ヵ月、研修生として日本へ派遣。その後も、研修生を日本へ派遣。素材・副資材はほとんど日本製。

出所：筆者の聞き取りにより作成。

注：技術・技能の移転には、日本企業から合弁を含む中国企業への移転と中国企業間での移転がある。

図1：企業間関係（一例）



出所：筆者作成。

B社の設立では、縫製メーカーの力を借りた。G社の場合には、ニッターと紡績企業の協力を得ていたし（G社）、H社グループ内のある企業の場合はソックス・メーカーの力を借り、H社グループ内の別の企業の場合は糸染め専門メーカーの力を借りた。技術・技能の移転はひとつにはこのようにして専門工程企業を介して行われている。

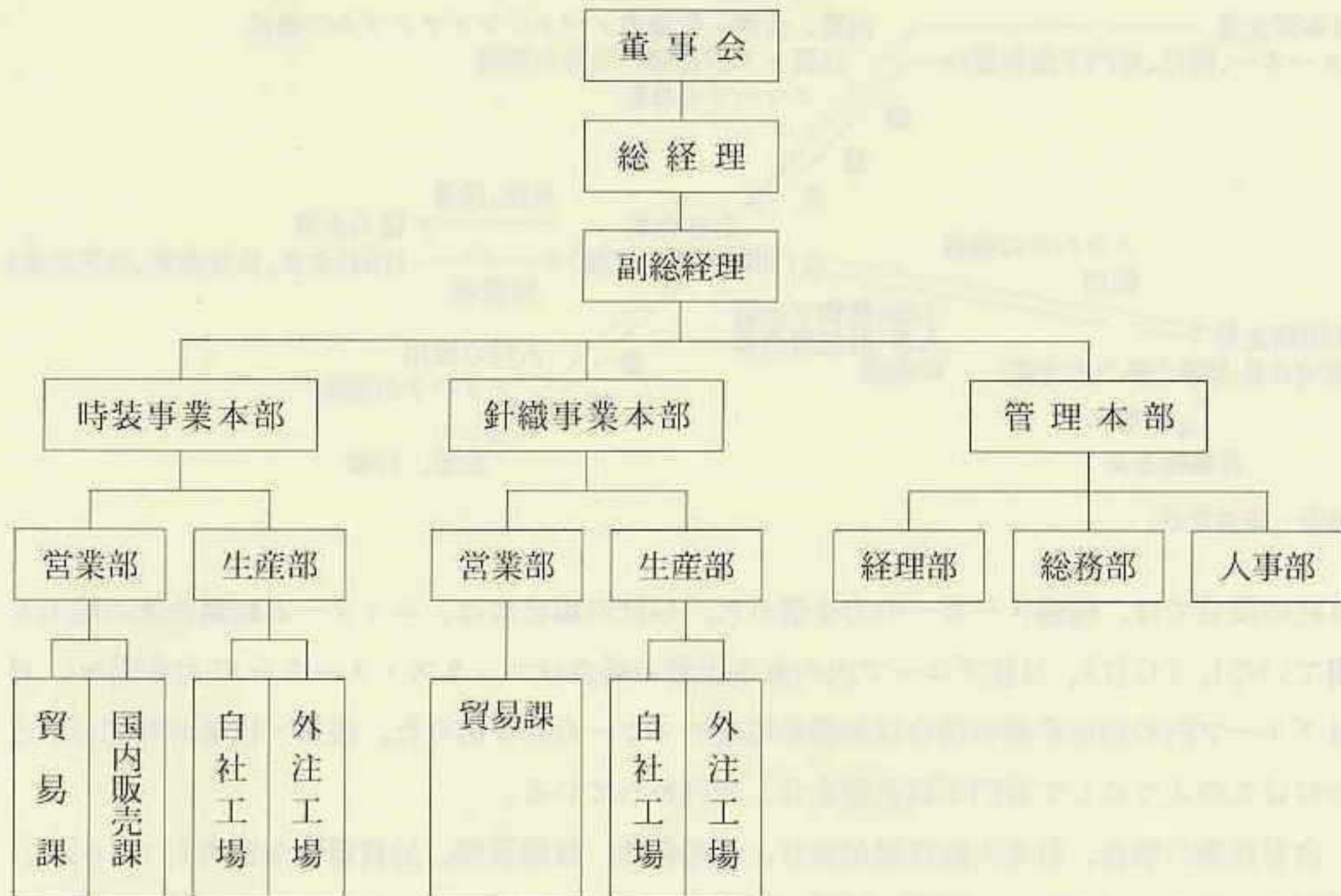
合弁企業の場合、日本人駐在員がおり、工程管理、設備管理、品質管理を担当している²⁶⁾。現場フロアのレイアウト、設備、素材・化学品、アタッチメント、ゲージを日本から持ち込んだ。財務、人事担当は、中国方のパートナーから派遣されていた（H社、K社）。

合弁企業の中には、上海で高級品を作る、そのために、人をふんだんに使いたい、手間のかかるものをやりたい、といったケースが見られた（K社）。これは、安い賃金で大量生産して、日本国内に持ち込むといった進出時の通例とは異なる。

外注利用が行われている（図1、図2）。これは、合弁企業だけではなく、中国の国有・私有企業でも確認することができた（B社、E社、F社、G社、J社、L社）。各企業が、事前の計画に従って特定の製品あるいは工程について担当したかつての工場体系とは明らかに異なる仕組みが、変動する受注への対応の中で形成されている。その際、日中合弁企業は、外注先から研修者を無料で受け入れたり、工場管理・サンプル提示・ミシン調達等すべてを教えている（G社、H社）²⁷⁾。これ以外に中国国内での技術の移転は、中国人技術者の短期・長期の移動によっても行われている（E社）。企業の再編に伴い、国有企業から賃金の高い私有企業へ技術者が移動している。労働力の引き抜き、引き抜かれは、とくに周辺に新工場が建設された際にみられた（P社）。日中合弁企業は、技術者や技能者を育成する役割も果たしてきたし、ショールーム的な役割も果たしてきた（G社）。ノウハウなどの移転は、契約によって行われるだけでなく、さまざまな漏出によっても行われている。

合弁企業を含む中国企業の間には、その縫製能力にかなりの高低差がある。なかでも最高水準にあると思われるO社を見学した学校制服メーカー社長の印象を紹介しよう。「新しい設備

図2：G社の会社組織



注：1996年1月現在。

と教育、技術指導とレイアウト、工程管理など日本でもなかなか見られない工場だった。作業の仕方や姿勢の良い悪いを写真で壁に貼ってあるのが印象的。床も木張り。配列も整然とし、各スペースも理想的。作業も丁寧で技術の高さが窺える²⁸⁾。トップレベルの企業はここまで移転しているのである。

c. 品質管理

日本側が考える品質に到達するためにさまざまな変更が行われた。そのうちの2点、①B格品でもよい、②品質は最後に確保する、という従来の中国の常識の変更をみよう。

①について。中国ではB格品が売れるのであり、B格品を生産してもよいではなかというオペレーターの常識を改めさせなければならなかった。そのためにB格品の生産は企業にとって損失を生みだし、それが賃金減となって自分たちに跳ね返ることを教えた(H社)。4段階の作業評価システムやボーナスと罰金とを組み込んだ歩合給部分の設定(N社、P社)なども、品質管理のための手段といえる。また、ただたんにB格品はダメだと言うだけでなく、B格品を分解して問題箇所を理解させる努力もした(K社)。

②について。中国では、生産後の工程で、上がってきた製品に手を加えて品質を確保する方式できたが(G社)、これを改め、中途にバキュームを入れて検査したり、各工程でゲージを用いた品質検査を行う努力をした(K社)。ここまでしなくても数回の検査、たとえば生産現

場での仕掛品の検査、生産後の検査、箱詰め後の抜き取り検査を行うことで品質を確保しようとしている(N社)。また、作業方法を指定し²⁹⁾、これを容易にするためにアタッチメントをふんだんに用いたり(B社)、オペレーターを各現場で指導管理できるライン責任者(中国人グループ・リーダー)を養成し配置している(K社)。

また、先に述べた日本人技術者の派遣、日本製機械の導入、日本の品質検査基準の導入を会社案内に謳って取引先を安心させる努力もしている(B社、H社)。

d. 日本国内のアパレル企業

日中合弁企業の側に立つと、日本国内のアパレル企業の脆弱化がみえてくる。たとえば、まともな型紙(パターン)が送られてこない、アパレル企業が買い付け商化(バイヤー化、セレクト化)している、現地で技術指導もしない(G社、L社)。こうした状況は、型紙確認のための通信費がかかる、商品の提案を日本国内で行わなければならないといった事態を生んでいる(G社)。日本国内では空洞化が進行しているのである。

e. 縫製企業化、ブランドへの関心

合弁企業を含む中国の多くの企業は、縫製企業の段階にある。その内容や水準は多様であり、1ロット20万枚(A社)の仕事もあれば、1ロット平均500枚で月40種類作る企業(B社)、1ロット200枚で1枚流ししている企業もある(G社)。受注生産と見込み生産を組み合わせで1枚流ししている紳士服製造企業もある(K社)。とくに日本向け輸出の場合、縫製加工賃仕事になっている。優れた縫製機能を有する企業(O社)であっても、企画機能は期待されていない。サンプルや商標は、外国(日本を含む)のものを使用している(A社)。まだ、技術ノウハウを生み出せる状況に無いという(K社)。

新しい変化としては、1990年代半ば頃から、マーケティングやブランドへの関心が高まっている(D社、G社、J社)。商品に付けられた単なる印とは異なるブランド(力)への関心である³⁰⁾。背景には、商品が市場に溢れており、とりわけ選択眼を持つようになった都市の消費者が商品を選ぶ時代になったことが挙げられる。G社はデザイナーを抱え、中国国内向け自社ブランドを開発し、販売している。しかし、ここでもデザイナーがブランドコンセプトを十分理解して製品化していないとの課題を抱えている(G社)。

f. 現場労働者、労務管理

採用は、面接・筆記・実技等の試験で決め、見習い期間がある(A社、B社、K社)。

教育訓練には、日本への研修派遣と採用直後の現地での訓練とがある。企業設立時に日本へ派遣された労働者は、グループ・リーダーとして、企業の立ち上げ時に大きな力を発揮した(G社、K社、P社)。

輸出用コンテナへの積み込みに間に合わせるため以外は、基本的に残業を組まないようにして、労働者が定着するよう努めている。日本の現場で見られるような、オペレーター間のヨコの信頼を前提とした、自発的な改善・改良を期待することはできない³¹⁾。上下関係にないオ

ペレーター間での注意行為により人間関係が壊れることを極度に恐れるからである（K社）。それゆえ、試用期間に能力に問題がある見習工の場合には、本採用しないでくれとオペレーターからいわれると言う。自らの出来高給（歩合給）部分に悪影響がでることを恐れてのことである。

上海市の都市部では、人を集めにくくなっているが、日本と比べオペレーターは若く、器用で仕事は速い。郊外（松江県）地域の合弁企業の縫製女工の平均年齢は20歳で、94%が中卒であった（B社）。合弁企業では、オペレーターを熟練者として定着させようと努力している（G社）。技能者であり、下級管理者であるグループ・リーダーを養成できるかが、ポイントになっているからである。

オペレーターは、地元から調達するが、不足する場合には地元以外からも調達している。自宅通勤できない者のために、寮が併設されている。地元出身者の定着率は高いが、出稼ぎ者の場合には、集団で他社に移動することがある。昼食は、企業が無料支給したり、一定額（3元、5元）まで会社が負担している（H社、K社、L社）。これを超えて昼食を食べる時は、超過分は自己負担となるが、これはほとんどないという（H社）。

賃金では、最低賃金に相当する部分（賃金の約3分の1）は保証し、これに出来高給部分と諸手当が追加される（P社）。出来高給では、好成績の場合には報奨部分（ボーナス）が追加支給され、製品の出来具合を含めて成績³⁰が悪ければ罰金部分が減額される（N社）。こうした方式以外に、基本給700元プラス手当（交通費・シャワー費等）という方式もあった（K社）。手取り賃金は月約1000元（1996年、2000年）であり、企業にはこれ以外に負担分がある（P社）。労働時間は1日8時間、週44時間（A社、B社）、1日8時間、週40時間である（G社、P社）。週4時間の差は、調査時期が異なることによる。労働時間は厳格に守られている。

g. 中国企業の日本企業への期待

小売企業では、日本の情報を入手したいとの希望は大きい（J社）。これは、「日式（日本流）」の流行と関わっている（2000年観察）。縫製企業では、日本の厳しい基準と指導力に期待をかける企業がある（N社）。

h. 輸出

合弁企業でも国有企業でも、輸出は儲かっていない、輸出は厳しい、国内販売をやりたい、国内販売に力を入れたい、輸出よりも国内向け販売の方が利益が高い、という説明を繰り返し受けた（D社、E社、H社）。輸出が儲からない理由として挙げられた価格水準、中間収奪はともに輸出会社と関わっていた（A社）。D社やM社は輸出主・国内販売従から国内販売主・輸出従に転換した（D社、M社）。輸出の急拡大が、中国の国際競争力の強さとほぼ同じものとして理解されがちである点から考えると意外である。

輸出の中でも日本向けはやりたくないという企業があった（H社）。これは、品質や納期の要求水準が厳しい割に価格ないし加工賃が低い、中間に商社が入ってピンハネされるというの

が理由である(A社)。しかし、日本向けをやり、ノウハウを吸収し、取引拡大を期待する企業もあった(N社)。また、輸出では資金回収が容易であり、外国の情報も入るので重要とする企業もあった(M社)。

生産合弁企業では外貨バランスを自社で取る必要があるため、生産の7割を輸出しているが、できれば中国国内での販売を追求したいとの展望を示した企業もある(G社、H社)。これは、輸出に比べて極めて粗利益が大きいことが最大の理由であるが、他方で売掛金の回収難という壁が躊躇させている点も幾度となく確認できた。

i. 課題

聞き取り調査をしてみると、物流の改善、卸売業の育成の必要性がよく聞かれた(H社、K社、L社)。輸送中に商品がなくなるなど、物流業への信頼性は高くない。それゆえ、商品・原材料等の輸送は、自社で行っている(K社)。中国に卸売業がないわけではないが³³⁾、中国国内販売では、小売店(企業)に売ることが中心となっており、小売店の前段階の間屋に販売する話しはほとんど聞くことができなかった。広範囲に分散している小売店に売るときには、アパレル企業自身の子会社や弁事所を設置して、ここから小売店に売ることになる(D社)。

中国国内で販売する際の大きな問題は、売掛金の回収難である(H社、I社、K社、L社)。これは、商業信用制度の低発達と関わっているといえる。したがって、アパレル企業のみにもみられる問題ではないし、合弁企業にのみ関わる問題でもない。これゆえに、中国国内での販売を希望しながら、躊躇する企業が多い(L社)。売掛金を確実に回収しようとするれば、商品が小売企業にとって極めて重要であり、商品が供給停止されると小売店が困る状況を作り出せる商品力が最も重要とのことであった(H社、M社)。

j. 中国企業の経営

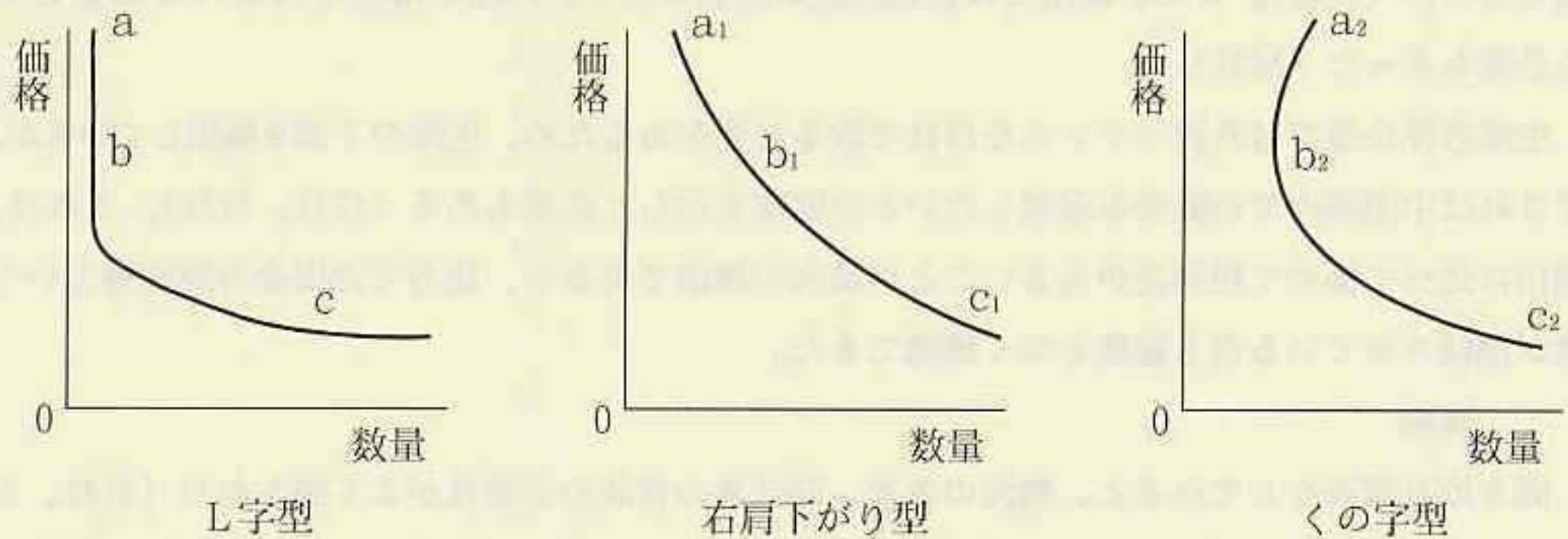
かつての単品生産企業から多様な製品にまたがる大規模企業集団、例えば何々集团公司への再編が急速に行われてきた。D社が属する集团公司は1994年に設立された(D社)。しかも、これは企業経営者の自主的判断で行われている。非繊維部門への多角化も行われている(A社、I社)。

1990年代に入ってから若手経営者が登場してきた。調査時、E社の社長は41歳、I 廠長は42歳であった(E社、I社)³⁴⁾。

k. 上海市場

上海市場の特徴として、L字型の市場を想定できる(図3)³⁵⁾。低価格市場品が大きな部分を占めている。加えて、Y軸に接しながら細く上方に向かって突き立っている高額品市場がある。大都市では、この部分も膨らんできてはいるが、所得格差の拡大の中でこうしたL字型形状が大きく変わることはないようである。衣服はあふれてはいるが、後述のようにこの価格も対月収比で高価格であるため、市場規模はそれほど大きくはない。また、この相対的高価格が、国内向けの方が利益が高い、という状況を生みだしているといえよう。

図3：需要構造の3タイプ



こうした市場構造は、小売店間の大きな価格差にもみることができる。外資系大型店を含む、大型店の建設ラッシュを経て、フランス系、日系³⁰⁾、香港系、国有系と、対象とする購買層や店内の混雑度の違いをはっきりとみることができる。これ以外にも欧米の超高級ブランド専門店と街路に面した零細小売店との落差も大きい。

もちろん国有大型百貨店自体も大きく変化している。たとえば、上海中心部にある第一百貨店の展示方法の変化を挙げることができる。2000年の観察では、婦人服、紳士服売場では、日本との差はほとんどない³¹⁾。また、1994年時点の国有百貨店の観察では、1階の生地売場が大いに目立った存在であったが、1996年時点では目立たないほどまでに、縮小していた。

1. 価格調査

①以下は、1994年10月25、27、28日現在の四川北路沿いの小売価格である（単位は、元）³²⁾。当時、1元は約12円であった。縫製工の年間賃金（支給分）は1万元で、これは中の上の水準という（A社）。これを12で割って1ヵ月あたりに換算すると月約830元となる。これと以下の衣服や家庭電化製品、乗り物の価格を比べてみるとランダム調査によってもその高価格の様を確認できる。

【衣服等】

ブレザー 298 758；男性ブレザー 140。

セーター 98；男性カーデガン 98；洒落たセーター 200。

女性細糸セーター 68；女性セーター 68 248；女性ハーフコートセーター 300。

男性毛セーター 280；イタリア製毛糸使用セーター 168。

女性カルソパンツ 28.8 35 38 48 68。

女性スーツ 318 318 500。

男性毛スーツ 800；男性スーツ 188 238 580 645。

男性スラックス 58 60；コール天ズボン 68；ジーンズ 68。

男性革コート 658 1980；男性ハーフコート 168；男性コート 280。

女性革コート 2000 ; 女性毛コート 480 ; 女性革ロングコート 4000。

男性革ジャン 550 ; ジャンパー・ブルッソン 58。

男性ポリエステル・ジャンパー 78 100。

綿製カラーシャツ 58 ; 男性ドレスシャツ 15 20 25。

女性ブラウス 58 ; 女性ブラウス(装飾付き) 78。

デニム製のつなぎスカート 68。

フリルのある女性パジャマ 39 ; 女性ガウン 180 ; プリントTシャツ 28。

男性ブリーフ 9 ; 羊毛製股引 38 ; 女性ショーツ 4 4 9 13 13 ; ブラジャー
4 13 14 15 16 18 20 39 ; 女性ニット・パジャマ(フリル付き) 138。

肩パッド1個 2.5 ; ファスナー(約25cm) 1.09。

【口紅、ストッキング、靴下、ネクタイ】

口紅 20 47 ; ネクタイ 10 ; 幼児用毛糸靴下 2.8 ; パンスト 4.5 ; ストッキング
4.8 ; 女性用の洒落た帽子 40。

【靴、鞆】

スポーツシューズ 80 128 190 ; 革靴 120 200 ; 男性革靴 200 ; 女性革靴 68
; 布製子供靴 30 ; 室内スリッパ 22 ; 動物の形をした小児用室内スリッパ 30 ; 毛足の長
い室内用スリッパ 21.8 ; 旅行用キャリアケース(大) 438 ; アタッシュケース 200 300 ;
ハンドバッグ 250。

【家電製品】

洗濯機 1550 ; 松下エアコン 6100 7900 8000 12000 ; 東芝エアコン 6980 ; 日立カラー
テレビ 5680 ; 日立カラーテレビ(29インチ) 7600 ; 松下カラーテレビ(21インチ) 3880 ;
カラーテレビ 6000 ; 電卓 80 ; 電子レンジ 1000 2000。
2スピーカーのラジカセ 300 ; アイワ・オートリバーズ・ラジカセ 620 ; ソニーウオーク
マン 1780 ; ソニー3時間ビデオテープ 34 ; ソニー2時間ビデオテープ 30 ; 東芝単3電
池1本 4.8 ; ヘルスマーター 80。

【タバコ、石鹸、飲み物等】

ペプシコーラ(1リットル) 6.2 ; コーラ300cc 1.2 ; タバコ 2 4 8 28 ; タバコ・
ケント 7.5 ; タバコ・マルボロ 10 ; Lux石鹸1個 4.3 ; 花王ホワイト石鹸1個 5.8 ; 花
王フェザーシャンプー 26.2 ; Luxシャンプー(300ミリリットル) 40 ; 花王歯磨きチュ
ーブ150グラム 33 ; 歯ブラシ1本 1 2.8。デコレーションケーキ 50 ; パン3個 2.6。

【自転車、バイク】

自転車 500から600 ; バイク 13800。

【腕時計等】

腕時計 200 4540 ; 36枚取カラーフィルム 12。

【その他】

使い捨てライター 1.5 ; 爪切り 1.75 ; ベビーカー 826 1500 ; ノック式安物
シャープペン 5.8 6.8。

②以下は、1994年10月25日現在の南京東路沿いの小売価格である（単位は元）。

【衣服等】

男性ブレザー 380；毛製ズボン 175；革ジャン 870 973。

男性スーツ 385；男性毛スーツ 700；3Mスーツ 2980；女性スーツ 328。

女性ベルベット・ワンピース 348；女性コート 400；ブラジャー 26 52。

ドレス・シャツ 260；女性ブラウス 50；女性セーター 38。

ジーンズ 138 450；デニム製上着 168 450。ウインドブレーカー 200。

【家電製品】タイガー湯沸かし保温ポット 700 800；電卓 27。

【カメラ、腕時計】ミノルタカメラ 3700；女性腕時計 200；カシオ腕時計 4000。

③以下は、1994年10月25、28日現在の上海財経大学（中山北一路369号にあるキャンパス）近くのヤオハン・スーパーでの小売価格である（単位は元）。

【靴下、飲み物】男性白色ワンポイント付き靴下 6；コカコーラ355ml 2.5。

④1996年の聞き取り調査の中で小売価格に触れられている箇所を3つ紹介しよう。

小売価格は、形態安定シャツで350元、120番手綿糸使いのシャツで280元、80番手糸使いのシャツで180～200元、T/C製シャツで100元前後（一般の市民・労働者が購入）であり、大学教員が買うのは150元くらいのシャツである。シャツ縫製工の賃金は、月800～1000元である（D社）。

パンスト1足12元である。月賃金が800元であれば、1日は32元となる。これでは普通のワーカーはパンストを買えない。月2500元、1日100元の賃金がないと買えないのである。ちなみに上海の労働者の手取り額は月700元、1日28元である（H社）。

初めて立ち上げた新6ブランドは、主に女性向けで、中位から高位のイメージで20歳代から30歳代を狙っている。価格は、300元から1000元であるが、売れている（J社）。

⑤2000年の観察では、第一百貨店や新世界百貨店での女性用スーツの価格は、250元から350元であった。国営企業の労働者の賃金が月200元の1987、88年頃、女性用スーツの価格は700元から800元であった（G社）ことを考えれば、安くなったとは言えよう。一方、中心部から離れた郊外の新興の集合住宅団地のなかのショッピングセンターでは、30元、40元の衣服が売られていた。また、第一百貨店の家電販売のフロアでは、日系メーカーの洗濯機は2000元から3000円で売られていた。この時点での月収が1000元（支給額部分）であることを考えると、まだ高価格といえる。

m. ストリートの若者

2000年9月末には、上海中心部の淮海路沿いの若者向けの小売店ではトレンド（当時日本でも流行したベージュ系のスリムなパンツ、前ファスナーのジャケット）は認められたが、生活者としての若者の間には大きな流行は認められなかった。店頭と消費者との間にズレがあるということである。対収入比で高い価格が大きな原因と考えられる。若者向けショップ店頭では、

日本の流行と上海の中心部やここから特急電車で約2時間、約180km離れた浙江省杭州市の中心部との間にもほとんど差はない³⁹⁾。しかし、ここでもこれが大きな塊となって生活者の間で流行を形成するところまでは行っていない。

4. むすび

中国の変化は、極めて短期間での驚くべき拡大である。これは輸出の急増に象徴されるが、他方で紡織産業だけでなくアパレル産業、機械系企業でも就業者数の減少が見られた。構造調整によるが、中国の実像に迫るためには、高成長を強調するだけでなく、こうした側面からの研究が不可欠である。本稿では限られた範囲とはいえ、これを行った。しかも日本企業がこれに密接に関わっていることも分かった。

日本企業による中国への技術・技能の移転は、急速に進んでおり、その結果中国の縫製水準は高くなっている。他方で、素材部門の状況はかなり深刻であり、また日本企業が期待してきた刺繍などの高度な技能(手仕事)は江蘇省でも消えつつあり⁴⁰⁾、熟練者による刺繍から機械刺繍へと移行しつつある。このことは、単なる縫製工業から国内外の市場で主体的にオリジナルで高付加価値の製品展開をしようとする中国の今後の方向性を考えると、低価格追求の過程で大切な要素を喪失しており、新たな課題を生み出しているといえよう。

合弁や外注取引を介した長期的取引は、利害の一致(いつまで続くかは不明)の上で行われており、資源の結合、モノ・情報の流れ、技術・技能の流れ、縫製と企画管理機能の分担を日中間にみることができる。その際、日本の商社のモノ作りへの関与は、特筆に値する。こうした仕組みの中での中国企業の役割は、縫製の低工賃での請負による廉価なコピー品の製造である。手本あるいは先導者あつての中国企業(模倣者あるいは二番手)という段階である。当然、輸出競争は激化し、利益を生みにくいほどになる。他方、中国国内市場対応は順調かという、企画力やマーケティング能力に課題があるし、商品経済に不可欠な信用制度が低発達のために円滑な決済が行われていない。合弁企業にとってもローカル企業にとっても、これからという段階である。また、以上では取り上げられなかったが、中国の紡織・アパレル産業の仕組み作りという点では、浙江省寧波の大規模アパレル企業や香港に蓄積されている独自のノウハウ、ネットワーク機能の活用が重要であろう⁴¹⁾。また、集団会社の形成が、多角化の展開でプラスになるのか、市場対応で硬直的になりマイナスとなるのか、現時点では評価は難しいが、中国の紡織・アパレル産業の将来を考える上では、看過できない視点である。別の機会に考察したい⁴²⁾。

日中の企業間では、今のところ利害の一致の上でさまざまな関係が形成されている。広域経済圏の方向である。日本国内の繊維関連中小企業の前途を考えると、こうした関係に食い込む必要があり、そのためには少なくともモノ・情報・サービスのいずれか1つを提供できる中小企業ないしそのグループであることが不可欠である。一時的措置としてTSGの発動はありえ

でも、中国のモノ作り能力と潜在的な市場との積極的な関わりなしに、その将来を構想することは難しいだろう。

1994年から96年、2000年にかけての上海観察によれば、とくに百貨店内の展示方法の変化が著しかった。供給側の姿勢は、確実に変わっているが、日本と比較すると対所得比でみると中国国内の衣服の価格は高い。また、製品によっては、日本国内の価格よりも高いものもみられた。これらが市場規模を制約している。しかし、個人消費支出という点では、欲望をそそる家電製品や情報機器が同時かつ大量に市場に溢れているし、1998年以降、住宅の供給方法が大きく市場化されたことにより⁴⁾、可処分所得の支出構成が大きく変化する可能性があり、当然、衣服支出も影響を受けるだろう。また、近い将来に実現するWTO加盟は、中国国内の市場競争を確実に激化させる。中国の繊維産業の構造調整は、これから本格的な段階を迎えることになる。

付記：1996年12月、2000年9月の上海調査の際には、東華大学（旧・中国紡織大学）服装学院教授・楊以雄先生に大変お世話になった。記して感謝申し上げたい。

注：

- 1) 世界繊維産業の見取り図中の中国の位置づけについては、富澤修身「グローバル競争下の構造再編——日本繊維産業の事例」（森澤恵子・植田浩史編『グローバル競争とローカライゼーション』東京大学出版会、2000年に所収）169～170ページを参照のこと。
- 2) 富澤修身『構造調整の産業分析』（創風社、1998年）の第2編をみよ。
- 3) 繊維産業政策上、輸入制限が取り上げられたのは、繊維問題懇談会の『当面の繊維対策についての提言』（1975年11月）、繊維工業審議会『新しい繊維産業のあり方について（提言）』（1976年12月）である（通商産業省生活産業局・繊維工業構造改善事業協会編『新しい繊維産業のあり方』通商産業調査会、1977年、20、150、284ページ）。これに先立つ1974年9月5日、綿工連・絹工連・毛工連・麻工連・タオル工連の織布5工連は、東京・神田の共立講堂で「全国織布業者危機突破大会」を開催し、10項目にわたる決議を行った。このなかに「2 織物製品の輸入規制を実行すること」が含まれていた（日本綿スフ織物工業連合会『綿スフ織物情報』965号、1974年9月21日）。
- 4) 2000年7月29日、大阪府泉佐野市と愛媛県今治市にてタオル組合が総決起大会を開催。同年10月5日、東京都日比谷公園で38織物産地が「全国織物産地危機突破大会」を開催。同年12月15日、大阪府議会が「わが国繊維産業の振興に関する意見書」を決議。2001年2月26日、日本タオル工業組合連合会がTSG（WTO繊維協定に基づく経過的セーフガード）発動を要請。その後、有力タオル企業（複数）がこれに反対を表明。同年4月1日、日本被服工業組合連合会が「国産エコ・ユニフォームマーク」を実施。同年5月30日、ニット工連は必要なデータが集まらずTSG発動要請を断念（「同工連傘下の4割の企業が何らかの形で中国生産に関わっており、この間実施した被害実態調査では14%の回答率にとどまったことが申請断念の理由。」「回答してきたのは170社（14%）にとどまる一方、調査回収企業の総枚数の国内生産対比は、アウターシャツ類で19%、セーター類で10%であり、TSG提訴要件（50%以上）を満たさない……。」『日本繊維新聞』2001年6月1日付）。
- 5) 経済産業省編『通商白書2001（総論）』（ぎょうせい、2001年）16ページ。
- 6) 優れた研究を1つ挙げるとすれば、山口重克編著『国士館大学政経学部創設35周年記念双書第2巻

- アジアにおける工業化の諸問題——中国とインドネシアの繊維産業の調査を通して』(国土館大学政経学会発行、1997年)の第1章、第4章、第5章であろう。
- 7) 辻美代「繊維産業の発展と外資」(石原享一編『中国経済と外資』アジア経済研究所、1998年、所収) ; 同「繊維産業」(丸川知雄編『移行期中国の産業政策』アジア経済研究所、2000年、所収) ; 康賢淑『初期条件と経済発展』(名古屋大学大学院経済学研究科2000年度博士学位論文)。
- 8) 関満博『現代中国の地域産業と企業』(新評論、1992年)は、上海(第3章)と大連(第5章)の繊維工業を論じている。同『中国開放政策と日本企業』(新評論、1993年)は、繊維工業を論じていない。同『中国長江下流域の発展戦略』(新評論、1995年)は、江蘇省南部を分析しているが、繊維工業は取り上げられていない。同『中国市場経済化と地域産業』(新評論、1996年)は、浙江省経済の分析であり、繊維工業について少し触れている。同『上海の産業発展と日本企業』(新評論、1997年)には、繊維工業分析はない。同『日本企業/中国進出の新時代——大連の10年の経験と将来——』(新評論、2001年)は、大連を分析しているが、イトキンと一広タオル工業等の事例を紹介しているのみ。以上のように比較的まとまった形で繊維工業を論じた研究は、限られている。
- 9) 富澤修身「第6章 3大繊維市場圏の形成とファッション・ビジネスの変容」(<http://infosv01.med.osaka-cu.ac.jp/koho/vuniv2k/tomi10.html>) 参照。
- 10) しかし、MFA残存クォータがなくなる2005年以降については、現状とは異なる中国の1人勝ちが予想されている。
- 11) 国家統計局編『中国統計年鑑 2000』(中国統計出版社、2000年) 591~592ページ。中国の繊維産業の輸出比率(輸出額/生産額)は、1985年の10%台半ばから1997年の60%弱まで、ほぼ一貫して上昇した(『通商白書2001年(総論)』31ページの第1-2-24図参照)。
- 12) 国家統計局編『中国統計年鑑 1998』(中国統計出版社、1998年) 432ページ ; 『中国統計年鑑 2000』 408ページ。
- 13) 『中国統計年鑑 1998』 447ページ。
- 14) 『中国統計年鑑 1998』 465~466ページ。
- 15) 上海市統計局編『上海統計年鑑 1997』(中国統計出版社、1997年) 8ページ。
- 16) 鈴木洋太郎・桜井靖久・魚江・東嘉偉・佐藤彰彦「日本製造企業の中国立地についての一考察」大阪市立大学『経営研究』第52巻第2号、2001年、6ページ、表3を参照。
- 17) 日系合弁企業による説明を中国調査ミッション報告より。この報告については後述する。
- 18) 『上海統計年鑑 1997』 48ページ。
- 19) 中国の繊維産業の時期区分については、辻「繊維産業」を参照のこと。
- 20) L社で聞き取り(1996年12月20日)。
- 21) L社聞き取り(1996年12月20日)。
- 22) 「郷鎮企業がさらに急速に発展したのは84年からのことで、人民公社制度の解体により、社隊企業は郷鎮企業と名称を改めた」(古澤賢治「中国の経済改革と郷鎮企業の発展」大阪市立大学『季刊経済研究』13巻3号、1990年、19ページ)。「郷鎮企業は、外資との合弁合作においても重要な役割を果たしてきた」(同上、32ページ)。
- 23) この時期にいち早く進出したG社、H社での聞き取り(各々、1996年12月12日、13日)。
- 24) 日本銀行調査統計局編『経済統計年報 1997』(日本銀行、1998年) 255ページ。
- 25) ここで注意すべき点がある。紡織企業が合弁という形でアパレル部門に進出するのは、一見すると垂直統合のように見えるが、アパレル部門で用いられる素材は中国側親企業から供給されるのではなく、外国から輸入される場合が多い。この場合には、一貫経営とはいえないだろう。このほか繊維以外への多角化も行っていった。A社のレストラン経営、I社の印刷事業である(A社、I社)。
- 26) 「中国製品の品質は向上しているため、日本の輸入が増えている。品質を向上させているのは日本の技術者であり、日本人がいなければ、中国の繊維産業は成り立たない」(青島現地駐在員との意見交換

- 時の説明を中国調査ミッション報告より)。
- 27) 日社によれば、移転効率(教授事項のうち吸収される部分の比率)は、「8掛け」のさらに「6掛け」という。「8掛け」は、教える中国人自身が8割しか理解していないことによる効率低下。「6掛け」は、教えられる中国人が6割しか吸収できないことによる効率低下。結局、約5割の移転効率となる。
 - 28) 岡山県アパレル工業組合青年部会上海研修報告より。
 - 29) 国営工場で縫製をしていた人の経験は役立たないため(G社、K社)。
 - 30) ここでは、上海ブランドが沈み、浙江省や江蘇省のブランドが台頭著しい(G社)。
 - 31) 上からの指揮命令にはよく従う(K社)。
 - 32) 賃金よりも原材料費の方が高いため、生産個数よりも品質確保が重視されている(B社、K社)。
 - 33) 佐々木信彰編『中国経済の展望』(世界思想社、2000年)第6章を参照。
 - 34) パイオニアといえる万徳明が1983年に上海第二毛紡績廠長に就任したのは45歳の時であった(山口編、前掲書、110ページ)。復旦大学の李慧中教授によれば、現在、能力のある者が企業のトップになっているかが、コーポレート・ガバナンスの大きな課題であるという(李慧中「中国経済体制改革20年」『大阪市立大学国際学術特別講演会』2001年7月3日)。
 - 35) 所得上昇でa、b部分が拡大することにより、L字型は右肩下がり型へ変化する。b₁部分が両極分解してa₁、c₁部分が增大することにより、右肩下がり型はくの字型へ変化する。
 - 36) 日系の上海I百貨店は「高級店で、上海1300万人の上流層5%をターゲットにした店づくりを行っているとのこと。展示の雰囲気も日本とほとんど変わらず」(中国調査ミッション報告より)。
 - 37) しかし、第一百貨店と道路をはさんで西隣りに位置する新世紀百貨店の2階婦人服売場では、通路沿いにマネキン人形を一直線に並べていた(2000年9月観察)。こうした展示方法は日本ではもはや見られない。国有百貨店の間にもかなりの差があるのである。
 - 38) 1994年10月27日のC社での聞き取りによれば、「製品の価格は、昔はすべて国が決めた。今は、売り先企業に対して自由に価格を言えるようになった」。李慧中教授によれば、当時の価格改革の状況は、1979年以降の価格改革の第3段階(1992年が開始年)にあり、公共的なサービス・公益性の高い部分では計画経済が残るが、これ以外では市場メカニズムの中で企業は価格と生産量を決められるようになっていた(李、前掲講演)。
 - 39) 2000年9月29日観察。
 - 40) G社にて聞き取り(1996年12月12日)。
 - 41) 「香港も、人件費が高いため産地は空洞化しているが、ファッションや素材の情報、金融機能等を有し、世界の司令塔となってオペレーションしている」(香港アパレル商社会での説明を中国調査ミッション報告より)。また、浙江省寧波については、関『中国市場経済化と地域産業』のとくに第8章を参照。
 - 42) 集団形成という点では、I社の動きがこれに当たる。上海第二毛紡績廠を中心とした集団形成については、山口編、前掲書、第4章、第5章をみよ。
 - 43) 佐々木編、前掲書、245~248ページ。