

消費するアジア～新興国市場の可能性と不安～

中公新書 大泉啓一郎著

180781170 浅川昂輝

第一章

近年、アジアの消費市場が注目を集めている。

2009年中国の自動車販売台数がアメリカを抜き世界最大になり、中国や東南アジアで韓国製家電製品の売れ行きが日本製品の脅威になっていることなどから「アジア消費ブーム」と呼べる盛り上がりを見せており、とくに世界金融危機以降、先進国の景気低迷が続くなかで、アジア諸国の景気がV字回復したことは、アジア諸国の期待を高めている。日本経済にとって重要な新興国はアジア諸国である。アジアのGDPは年々増加し、なかでも中国经济の成長は著しく2010年には世界第二位となった。その結果「日本とアジア」という視点から「アジアの中の日本」へとシフトし、急速に変わるアジア諸国にいかに対応するかという時代に突入している。アジアは生産拠点という従来の機能に加えて、消費市場としての魅力も増した。

つい最近まで「途上国」と称していた、中国やASEAN諸国などもいつからか総称して「新興国」と呼ぶようになった。新興には、「新たに生起する」という意味があり呼び名の変化には成長力を重視したものへと変わったことを反映している。広大かつ多様なアジアの消費市場を捉えるには市場細分化が必要である。この点でアジア消費市場を「富裕層」、「中間所得層」、「低所得層」の3つに区分しそれぞれの価格帯にあった市場を、その地域の、気候や文化などニーズにあった機能を持つように工夫しなければならない。

第二章

1950年以降世界で都市人口が急増し、その中でもアジアは増加がとて著しく農村に住み、農業によって生計を立てていたのが経済発展とともに、都市人口が急激に増加し、都市化のスピードはさらに増加すると思われる。都市の人口が増加した要因として①都市区域内の「自然増加」と、②都市以外の地域からの移動による「社会増加」の2つが説明されることが多い。20世紀の都市化の特徴は、都市化率の急増に加えて、「メガロポリス」と呼ばれる大都市の出現であった。都市には、移動による人口増加が経済発展を促すという「都市経済のロックイン効果」がある。都市人口の増加が市場を拡大させ、市場の拡大に対応した分業を含む大量生産システムが形成され、生産される多様で安価な製品・サービスは、都市の経済社会をより豊かなものにし、都市住民の賃金を引き上げ、追加的な人口移動を誘発する。この循環が都市をますます大きくするよう作用する。しかし、途上国では雇用に加えて、食料や住居環境の供給能力に対して人口が過剰であることから、「過剰都市化」と表現された地域もあり問題になっていたが経済発展に伴い、過剰都市問題も徐々に克服してきた。この例の中でも代表的な都市はタイのバンコクであり従来の都市という枠組みを超えて経済

領域を拡大させた。

第三章

アジアでは、メガ都市を中心とした発展の領域が拡大し、さらに他の都市と連結することで一大経済圏を形成する傾向が強まっており、地理的に連続した広範囲な経済圏は、「メガリージョン」と呼ばれ注目を集めている。メガリージョンは単なる都市と異なり、世界経済の牽引役であり、途上国では、イノベーションとクリエイティビティの新しい生産拠点へと変貌する可能性の高い地域である。メガリージョンの発展のカギとなるのは、中心となるメガ都市の競争力であり、競争力を展望するためには、競争力を評価する必要がある。そこで有用な示唆を与えてくれるのが「グローバル・シティ」という概念である。グローバル・シティは①多国籍企業など世界の事業に対する司令塔的役割②金融を含めた専門的サービスの提供③イノベーションの促進機能④財・サービスを消費する市場の4つの機能が必要である。

第四章

アジアは、さまざまな格差に悩む地域でもある。地域間所得格差は、古くからある問題であるが、21世紀に入って新しい展開をみせている。情報技術の発展により、地理的距離が地域の経済発展を左右するという障壁は低くなったという指摘がある一方、経済のグローバル化は、メガリージョンなどの先進地域の成長を促進するだけでそれ以外の地域との格差は拡大に向かっているという指摘もある。アジアは最近まで、世界で最も多くの貧困人口を抱える地域であったが、低所得地域でも所得が向上し、貧困率が急速に低下した。かつてアジアは人口増加の著しい地域であったが、これから人口減少に向かうことが確実視されている。人口減少の主因は出生率の低下である。出生率の低下は即座に高齢化につながるわけではなく、子供と高齢者の人口比率が低い、働き手が多い社会であり、経済成長を促進する機会を得る。このように人口構成の変化が経済成長を後押しする効果は「人口ボーナス」という。しかし、人口ボーナスの効果はいつまでも続くわけではなく、逆のメカニズムが働き、成長を下押し、負担が増え生産が縮小する。

第五章

アジア新興国の持続的な経済成長には、牽引役であるメガ都市・メガリージョンの競争力強化が不可欠である。アジア新興国のメガ都市・メガリージョンは、世界向けの輸出生産拠点として成長し、当該国を先進国へ引き上げるため生産性を高めることが求められているが、その実現は容易ではない。これは「中所得国のワナ」として議論されていて、途上国から中所得国に成長してもそれまでの成長路線に固執していると成長率は次第に鈍化し、先進国にたどり着くのは困難になるということである。これを回避するためには①多様化した産業構造から特化した産業構造への移行。②労働と資本の投入の絶対量に依存した成長

から技術革新を基盤とした成長への転換。③義務教育を含めた基礎教育制度の整備から大学や研究機関などの高等教育の促進を通じた人的資本開発へのシフト。の 3 つを挙げている。アジア地域の社会安定を担保するためにも、アジア新興国の将来に楽観的な見方をするべきではなく、日本の経済社会の発展のためには、アジア諸国との関係を深めることが重要である。

第六章

消費市場の拡大は、経済を活性化させる一方で、より多くの資源やエネルギーを使用することになるため、深刻な環境問題を引き起こすため消費が地球規模で資源・環境に新しい問題を投げかけている。またその消費がハイテク製品の原材料となる鉱物資源の需要バランスにも影響を及ぼしている。日本は、資源の安定供給を確保するために、資源国との「資源外交」を重視するようになっている。そこで日本は市場開放や経済支援を相手国に行う見返りとして、資源の共同開発を行い、資源の安定供給を担保することができた。近年、「温室効果ガス」の空気中の濃度が上昇しそれが地球の気温を上昇させているとする「地球温暖化問題」が注目を集めているが、世界中がエネルギー消費を今後も化石燃料に依存するのであれば、二酸化炭素排出量の急増は避けられない。「温室効果ガスの排出量の急増に歯止めをかけるためには、国際的な取り組みが不可欠で。その中で地球温暖化防止条約の目的を達成するために、「京都議定書」が採択されたが、アメリカが離脱したことや新興国が加盟していないことから実効性は限定的なものになっている。このような課題克服のためには、企業などの供給者側だけでなく、消費者である我々一人ひとりの生活による意識改革が必要であり、この意識改革がこれからのアジアの中の日本の新しい立ち位置に影響を与えるに違いない。