

「改革開放」と「日中ビジネス」の一考察

ー中国「天洋食品」薬物混入を一例としてー

久 野 輝 夫

キーワード：日中ビジネス、中国食品、改革開放、市場経済、冷凍ギョーザ

はじめに

- 1 改革開放以後の「対中ビジネス」とその背景
- 2 「社会主義的市場経済」と対外ビジネス
- 3 対外ビジネスと「社会主義的市場経済」

まとめ

はじめに

JTフーズが輸入・販売した中国製「冷凍餃子」への農薬混入のニュースは、2008年1月31日の各紙の朝刊では次のように報じられた¹⁾。「千葉県、兵庫県の3家族計10人が昨年12月28日から今月22日にかけ、市販されていた中国製の冷凍餃子を食べた後、吐き気や下痢など食中毒の症状を訴え、女兒(5)が一時、意識不明の重態になるなど9人が入院していたことが、30日に分かった。両県警が調べたところ、餃子とパッケージの一部から有機リン系農薬「メタミドホス²⁾」が検出された。

商品は、いずれも中国河北省の工場で製造されており、パッケージには穴など外部から混入させたような形跡がないことなどから、警察当局は、「製造段階で混入した可能性が高い」と見ているが、国内の流通過程についても詳しく調べている。輸入元で日本たばこ産業(JT)の子会社「JTフーズ」の(東京都品川区)は同日、この工場で生産された23品目の自主回収を始めた。」とのことであった。

当初には、冷凍餃子による食中毒、農薬が混入による食中毒として新聞、テレビでは報じられた。論者はこのニュースを見て、自身が発信している「中国ビジネス専門家³⁾」というブログにおいてコメントを発信した。このブログは論者の個人ブログである。

1月31日にブログの書き込みをした後に朝日新聞から取材依頼の電話があった。これ以後、論者はこの「中国餃子薬物混入」に巻き込まれることとなった。1月31日に朝日新聞からの

取材は次の内容であった⁴⁾。(問)「深刻な中国被害をもたらした中国製餃子。有機リン系薬物はいつ、どのように餃子にはいりこんだのか」情報が不十分ななかで、「可能性はなにか？」ともにブログを見ての連絡であり質問であった。

この可能性について、次のように答えた「中国では10月1日の「国慶節」のころに1週間ほど(多くの)工場が止まる。その前に虫の卵が付かないよう倉庫を薫蒸(除虫)する習慣がある」。「問題の製品は昨年10月1日と20日に製造されたとみられる。倉庫内に保管されていた袋も薫蒸され、薬剤が残った状態で休み明けに餃子が詰められた。「包装に農薬が付いていれば、餃子一つ一つを調べても検出されない。全国各地で被害が出たのは、その時の袋が各地に出荷されたからではないか」との可能性をしめした。翌日の朝日新聞の全国紙でその仮説が報じられた。その後、NHK、民放各社に出演することとなったのである。中国企業「天洋食品」の不可抗力説「薬物混入」を展開することとなった。結果、2月1日から3日までにのべて20回余りのテレビ、新聞取材の依頼と調査当局からの協力依頼があった。

今回の「中国餃子薬物混入」をめぐるのは、残留農薬の可能性や原料への混入説、製品へ故意の混入説や、製造段階、流通段階での混入などが専門家によって論じられている。

本日(2月10日)の時点では、故意であったのか、あるいは、過失であったのかは明らかになっていない。この「中国餃子薬物混入」は日本の食生活のあり方、日本の海外生産依存の社会、食の安全性、企業倫理にいたる問題として社会の基盤から企業モラルまで、多岐に渡っての日本人が考え直す機会を与えたものと思っている。今後の薬物の混入の原因の解決には国境、政治的な体制の違いもあり、時間と相互の協力が不可欠なことでもあろう。日本と中国の関係分野においての真摯な取り組みにおいて真相が明らかになり、一刻も早い解決を迎えなくてはいけないことだと思う。

論者は化学専門の研究者でもなく、また、食品の専門家でもない。最初に指摘した包装材からの混入原因説においても、朝日新聞では詳しく報道されなかったが一つの仮定の上での発言である。その仮定とは中国の「管理問題」を指摘した上でのことである。

これについては、NHKのインタビューでは「中国の(資材、原料)の管理は日本よりもラフである」との仮説の上での「薬品の混入」(薫蒸などの際の誤入)の可能性を指摘した。具体的に問題を指摘したのは、論者は1990年代にこの工場を訪問していることからである。

しかしながら本論では、これらの原因追求を求めるのではなく、この「中国餃子薬物混入」をとらえて、現代の日本と中国の貿易関係の問題点を指摘しようとするものである。

つまりは中国ビジネスに25年従事してきた実務を論理的に考察する「中国ビジネス研究者」としての見解から、現在の「日中ビジネス」に潜む問題点、また、その問題に対してどのように対処すべきか、また、日本側と中国側の双方にはどのような姿勢が必要なのかについて「ラフ」な提言をすることを目的として論ずるものである。

「改革開放」以後の日中ビジネスについての著書は少なくないが、それはどれも中国側の背景についてまでは考察がされていない。そのために中国への一方的な批判書や擁護書となっているのが現状である。中国のビジネスは「改革開放」以後に急速に「市場経済」化をして国際的な首位となったが、そのビジネスを支えている企業の背景には「社会主義」(的)が存在しているのが現状である。中国の対外ビジネスの背景には体制としての「社会主義」とビ

ビジネスとしての「市場主義」の条件で生かされているのだ。これが、鄧小平の提唱した「社会主義的市場主義」であることは中国ビジネスを行うものは忘れてはいけないことである。

1 改革開放以後の「対中ビジネス」とその背景

1972年10月、日本国と中国は国交関係を正常化した。これ以後、「友好貿易方式⁵⁾」による中国専門商社と中国の「対外貿易公司⁶⁾」の計画輸出による個別方の輸出入から、日本の企業、財界による大型訪中団による大型プラント契約へと対中貿易は変化した。その後の「四つの近代化⁷⁾」政策路線を継続する形で「改革開放政策⁸⁾」「(社会主義的)市場主義」の実践によって日本と中国のビジネスは拡大を続けている。1972年に日本と中国が国交を正常化した当時の日中間の貿易取引の主な商品は、原材料が多く取引されていた。これが、1978年の「改革開放政策」によって、日本からの製品輸出と中国からの原料の取引と変化した。1980年代には、日本企業から中国への「技術移転」を基にした「加工貿易⁹⁾」「来樣加工¹⁰⁾」へと取引は多様に変化してきた。

1980年の後半からは、「合作貿易」「補償貿易」「合併企業」などの取引形態が拡大し、従来の製品輸出入の貿易形態とは大きく変貌した。同時期には、日本企業が中国の「豊富な労働力」を求めての工場移転があった。以後、1990年代から現在に至るまで、日本の企業は中国の「豊富な労働力」と中国の市場を求めて進出をしている。結果、中国は「世界の工場」として現在に至っている。日本と中国の輸出入の金額は2006年で2113億ドル、中国の貿易における対日依存度はアメリカとの14.69%¹¹⁾について、第二位、14.54%¹²⁾になっている。国交を正常化して以来、日中間のビジネスは拡大してきた。また、貿易の内容も原材料の取引関係から、製品の貿易取引へと変化してきた。

次に、製品の貿易、ビジネス変化について述べることにする。1970年代から1980年代の中国から日本への輸入品の主なものは繊維製品が主であった。次の時代、1980年代から、1990年代へと日本と中国の貿易方式、日中ビジネスは変化した。その後の1990年代には中国への技術移転によって電化製品、いわゆる「白物家電¹³⁾」の輸入が主となってきた。現在、中国からの「白物家電」の輸入依存度は80%¹⁴⁾とされている。

1995年以後には、中国の規制緩和によって、日本の自動車産業は中国現地生産への路線を拡大してきた。その後の日本の自動車産業関連企業の進出は周知のごとくである。

軽工業、家電などの商品の日中ビジネスが拡大する中で、一つの特徴があったことは特記すべきである。それは、技術専門家の存在である。軽工業、家電などの技術を伴う日中ビジネスには、それぞれの技術専門家の派遣が条件であった。いわゆる「技術移転¹⁵⁾」には「技術専門家」による指導が伴っていたのである。つまり、中国のビジネス拡大には、中国ビジネス実務者としての商社と技術専門家としてのメーカーがお互いに協力して対中ビジネスをおこなっていたのである。

当時、対中ビジネスはどの様に考えられていたのか？ 論者が中国貿易専門商社に入社した時の上司は、中国からの帰国者であった。戦後に中国に残留して中国での生活が長く、また中国人の気質や、中国内部の政治や経済にも精通していた。当然に中国語も堪能であった。

前述のように中国の体制は1949年から何も変わってはいない。

中国の対外ビジネスにおいての変化は、「社会主義的市場経済」の導入のみである。論者は1982年に「対中貿易専門商社¹⁴⁾」、いわゆる「旧・友好商社」に入社して、中国ビジネスを経験してきた。1982年から1985年までの北京駐在の時代に、各地での輸出商品のトラブルの解決の一方で、現地企業の工場視察などを行ってきた。1990年代の当時の日中専門商社はメーカーの専門家の技術者と同行して、通訳として中国での交渉をおこなうことが主な業務であった。すなわち、商社と専門家が中国との「総合的」な交渉に当たっていたのである。

この「総合的」と言う対中ビジネスとはなにか？ この「総合的」と言う業務には、対中工作「対共産党」への配慮と交渉を示すことである。中国は1978年以後に「改革開放」政策を導入したが、旧国有企業、国営企業には政治的な体制が継続されている。企業を例にすれば、企業の経営責任、売り上げや業績には実務者の責任が所在しているが、企業の運営、人事には共産党組織が関与しているとした二重の支配体制が存在していた。当時、現場での交渉はうまくできたが、契約の段になるとうまくいかないというケースがよくあった。現場ビジネスをしていると組織の共産党の存在については、日本側企業ではなかなか理解できないことがあった。しかし、政治的な体制が異なる環境における「取引」の特殊性として継続していたことは間違いのないことだ。

中国との交渉において、この「総合的」な対中交渉が必要なこの状況は現在も変わっていない。1980年代までの、中国ビジネスにおいて、中国ビジネスの専門家は「政治的」な調整役の業務の重要性も理解していたのである。論者が長年の対中ビジネスの実践を元にして論ずる「対中ビジネス専門家には歴史と政治の知識が必要」な所以である。中国ビジネスの特殊性とはこの「政治的」は部分であり、「総合的」交渉術の一部だといえよう。

1990年代、中国の「改革開放」の完成につれて「対内改革」から、「対外開放」へと進むに伴い、中国の「対外貿易公司¹⁵⁾」の解体、編成がおこなわれた。具体的には業務体制の改革であった。

今回の「天洋食品¹⁶⁾」もその「対外貿易公司」の業務体制の解体、編成によって生まれた「対外貿易権」を持つ「旧・国有企業：河北省食品進出口公司」の業務体制の変化後の一部である。この企業にも政治体制としての共産党組織は存在しているのである。毒物混入が発生した「天洋食品」にも対日「ビジネス」としての「餃子の生産」責任と、企業管理と人事管理と言った社会主義(的)な「政治」体制が存在しているのだ。

つまり、中国との貿易取引、対中ビジネスにおいて、「社会主義(的)市場主義経済」とは何かについて再考する場合には、日中間の政治的な体制の相違や歴史観の違いの存在と中国国内の体制の違いを十分に理解すべきであろう。

2 「社会主義的市場経済」と対外ビジネス

1980年代後半には沿岸開放地区以外の内部においても「市場主義」が導入された。1990年代までには「旧・国有企業」においても対外開放が進み、対外貿易権も制限付ではあったが開放された。海外からの企業が中国で「合併会社」を設立する際には中国側のパートナーと

して、対外貿易権をもっている旧国有・国営企業との合併関係が多かった。

すなわち、海外の企業が中国で「合併会社」を作ることは結果として、海外技術が「合併会社」を通じて旧国有・国営企業に移転されることも意味していた。以前に中国で日本製のオートバイの模造品が作られたニュースが流れたとき、それは合併会社からの技術流出だと言うオートバイの部品メーカーの技術者もいた。

1990年代後半になると、日本企業の中国からの撤退、合併解消が増加してきた。この原因には「合併会社」の董事会の争議、いわゆる日本側の経営者と中国側のパートナーの意見の不一致による合併企業の解消があった。主に利益配分、企業管理の問題が発生することが多かった。この董事会には中国側の共産党幹部の参加が条件となっていた合併企業もあった事例もある。この董事会においては党の発言が強い、いわゆる労働者側の強い企業もあった。

論者も天津と上海において、日本企業の合併解消の依頼を受けたことがある。そのケースでは「販売」と「生産」の利益配分であった。その背景には企業内の共産党の存在があった。企業内の共産党についての論考は別の機会に論ずることとする。

1980年代後半に日本と中国の企業合併が各地で成立した。繊維、軽工業からサービス産業にいたるまで各分野で合併企業が設立されたが、食品製造関係の合併企業は大規模な企業が先行した。ビール製造などがその例である。

ここで、食品企業の合併企業として中国への進出が他の企業よりもなぜ遅れたのかについて、また、合併企業の内部問題について、さらには現在の「新興民族企業」の設立までを具体例をあげて説明しておく。食品産業は、他の産業に比べて利益率が低い産業である。そのため、生産工賃は低い部類に入るであろう。合併企業で働く労働者には企業の福利と厚生管理部門の経費がかかる。合併企業であれば生産利益のうち一定の割合で従業員の福利に対して経費がかかる。企業利益の多少を左右するのは主に、原料と労働賃金、あとはインフラのコストである。そのため、合併企業の労働者(従業員)の福利負担を回避するために合併企業の設立を行わなかった企業もあったようだ。

例えば、郷鎮企業と合併企業を設立した場合には合併以前の旧郷鎮企業の共産党支部の存在も(労働者)権利として残す場合が通常である。合併会社の設立以後に、この郷鎮企業内の党支部の存在が利益配分、合併企業の運営に関与することも多く、合併企業内部の問題として合併の解消にいたる企業も存在した。

次に「新興民族企業」についてのべることとする。この合併企業が解消された以後、「旧・合併企業」はどうなるのか? この解消された合併の設備と技術は、合併会社の財産として残されることとなる。残された設備を利用して中国側のパートナー「郷鎮企業」は「旧・合併企業」の財産を使用して国内において新しく「新興民族企業」として、同様の事業を起こすことが多いと言われている。2000年以後に、中国ではこの「新興民族企業¹⁷⁾」が地方で発生した。

「豊富な労働力」と、「現地調達」の材料、合併会社の「旧遊設備」とが存在して、「新興民族企業」が設立される。あるいは、中国側の合併のパートナー「郷鎮企業」が再度、同事業を行うことは容易である。設備のコストが「合併解消」によって清算されているので、インフラ設備のコストは不要である。これが、低コストの「新興民族企業」が設立される所以

である。

合併を解消した企業の「旧遊設備」を用いての「新興民族企業」が存在するという事例については、一般にはあまり知られていないが、中国との合併企業の経験者ならば、周知のことである。論者は以前に山東省で合併解消企業を訪問したことがある。この企業は日本から設備の提供をうけて合併会社を設立した。その後に合併が解消したので、合併企業の残した「旧遊設備」を再利用して、新規に企業を設立したいとの相談であった。中国に残された合併企業の「旧遊設備」が中国側で再利用されている例である。

「天洋食品」の場合がどのような経緯で工場が設立されたのか、どのような経緯で「冷凍品の生産工場」となったかは定かではないが、中国の企業のなかで、合併企業の解消から「新興民族企業」へと発展した例も少なくないようだ。中国の各地で「合併企業」が解消されて、「新興民族企業」となる経緯は以上である。

このような企業は生産のコストが安くでき、また設備も日本製の設備であることが多い。合併企業において、技術を取得しているので生産技術については国際的な技術を持っている。中国の「新・民族企業」はコスト的に優位になることは容易に理解できよう。

しかし、この「新興民族企業」は、中国の「社会主義的市場経済」のもとでビジネスを拡大していることは忘れてはならない。

3 対外ビジネスと「社会主義的市場経済」

中国と日本の食品ビジネスは「社会主義的市場経済」の路線のもとで行われていることは前述したとおりである。

中国の国内企業には党組織が存在して、企業の運営と人事に関与している。日本とのビジネスの面において出現することは一般的にはないが、今回のような偶発的な事故が発生した場合には内部の問題と、対外的なビジネスとの矛盾が発生するのは考えられることである。政治が経済に関与することは日本ではないことである。現在の日本人ビジネスマンには理解できないことかもしれないが、これが中国のビジネスであり「社会主義的市場経済」流ビジネスである。現在の中国の企業においては、企業の運営と人事を党が管理して、ビジネスは企業が管理するとした状況が存在しているのである。

何度も繰り返すが、日本と中国の政治体制は異なるのである。対中ビジネスを行うにも、この基本的なことは忘れてはいけない。

以上が、中国の「社会主義的市場経済」と対中ビジネスの関係、中国企業の内部の事情についての説明である。

まとめ

かぎられたスペースにおいて、中国と日本の政治的な相違や「社会主義的市場経済」についての論考をおこなうには限度があり、膨大な資料と実務事例を取り上げなくてはならないことは周知のことである。結論として本論においては「天洋食品の薬物混入」を事例として、

中国の「社会主義的市場経済」と「対外ビジネス」の背景についての理解を必要とすることを指摘したものである。これらの中国の事情を理解しての対中ビジネスを行うこと¹⁸⁾が、中国ビジネスの専門家の姿勢である。中国の歴史、政治体制を十分に理解して中国とのビジネスを行うべきである。論者が述べた「社会主義的市場経済¹⁹⁾」体制理念のとらえかた、中国企業の共産党組織などの事情は「中国専門ビジネス」実務者の常識である。日本の担当者は中国ビジネスが拡大する一方で、中国の事情を理解することなく、「ラフ」な付き合いをしてきているのではないかと指摘である。日本の企業は、拡大する中国ビジネスばかりに熱中して、対中ビジネス専門家の育成をしてこなかったのである。コストの削減のため適切に中国ビジネスの専門家の育成を忘れていたのである。「コスト」ばかりを追求していたことが問題でなかったか。

今回の問題についても、安易に「コスト」の問題だけを追及して、生産を中国にすることは消費者を軽視していると言えるのではないか。

今後、日本と中国のビジネス関係は拡大することはあっても、縮小することはないと考えられよう。現在の日本と中国のビジネスには「友好人士」が築いてきた「信頼」と「友好」の関係によって成り立っている。それは、日本と中国の政治やお互いの異なる部分(体制)を認めての理解である。政治体制の異なることを批判することは正論ではない。その体制の違いを認めて、理解をすることでお互いを尊重すること。この対中姿勢が少なくとも対中ビジネスを行うものとしては忘れてはいけないことである。日本と中国は隣国であり、互いの利益と自国の安全を確保するためにも、お互いが信頼関係を持って「互惠平等」のパートナーとなるべきである。そのためにも、日本と中国の「歴史」「政治」「文化」を理解している中国ビジネス専門家の育成は必要なことである。

最後に、長年に中国ビジネスに従事してきた研究者として日中ビジネスの中で発生したこの問題の一刻も早い解決を願うものである。

旧暦 元旦七日

〈注〉

- 1) 読売新聞2008年1月31日1面「中国製餃子10人中毒」
- 2) 「メタミドホス」有機リン系農薬の成分、中国名称は「甲胺磷」(jiaanlin)
- 3) msnブログ「中国ビジネス専門家」
- 4) 朝日新聞31P 社会面「餃子中毒・混入ミスか故意か」
- 5) 「友好貿易」長崎国旗事件以後、中国側の指定商社が中国との貿易を行う「友好的な」業者を指定するとした日中貿易方式
- 6) 「対外貿易公司」中国政府・対外貿易部が管理する対外貿易の機構、1990年代の国有企業の民営化によって、対外貿易権利は一部開放された。これにより、貿易部門は縮小した。
- 7) 四つの近代化：中国が対外開放をする中で、工業、農業、国防、科学技術の近代化をも20世紀末までの目的とした。
- 8) 改革開放政策：対内改革と対外開放の政策をしめす。一般的には「改革開放」とされている。

- 9) 加工貿易：中国の工場に海外企業が生産を依頼して加工をさせる貿易方式、主に香港のアパレル企業が採用した。服の生地、服資材のすべてを持ち込んで加工賃だけを貿易ベースで支払う貿易方式。
- 10) 来樣加工：サンプルを中国企業に提供して様品（サンプル）どおりに製作させる貿易方式。主に軽工業品、工芸品の分野で日本企業が採用した。サンプル提供によって商品を作成する貿易方式。
- 11) 出所：中国貿易統計2006年版
- 12) 白物家電：冷蔵庫、扇風機、洗濯機
- 13) 技術移転：1980年代の対中貿易方式：旧来の設備、生産工程を有する中国の企業に設備を導入させて、生産の技術指導までを行う貿易方式をすること。中国に対しての貿易では設備と軟件（ソフト）を分けてビジネスをすることもあった。そのため、設備はA社から輸入、ソフトはB社から輸入するとして変則的な貿易も発生した。
- 14) 対中貿易専門商社：1972年の日中国交正常化以前に中国との貿易を行っていた「友好商社」の国交正常化以後の総称として1980年代に新興対中企業と区別するために、旧・友好商社で用いられた用語。
- 15) 対外貿易公司：中国の対外貿易部に属し、対外的な輸入、輸出の権利を持った国営企業。
- 16) 天洋食品：1991年設立、工場面積6000平方米、正社員130名、パート・アルバイト844名（朝日新聞：2月1日p31）
- 17) 新興民族企業：定義として、合併企業が合併を解消したあと、中国側の郷鎮企業、あるいは中国企業が新規に中国の資本で企業を再起業したものとした。
- 18) 日本企業の歴史や文化を理解しないことを原因としてのトラブルは過去に何度も発生している。例としては「トヨタ自動車の広告問題、日本航空の乗客サンドイッチ問題である。
- 19) 「社会主義市場経済」とは、中国共産党の第十四回党大会（1992年）において提起されたもので、「経済は市場開放へ、しかし政治は一党独裁維持を」という体制理念のこと。