

## COMMENT

都報告は事業戦略、出店状況、消費者需要への対応などの面から、仏カルフルと日系イトーヨーカ堂の比較を通じて、外資系小売業者の中国市場でのマーケティング戦略を明らかにしようとするものである。

中国のWTO加盟により、流通業の対外開放に踏み切った。これは小売業多国籍企業の対中進出を行うきっかけとなった。巨大な中国市場では数多くのビジネスチャンスが潜んではいるものの、競争の激しい中国小売業界では現地の市場に密着な経営戦略を展開しないと、失敗するリスクも大きいのである。こういう意味では、日仏の代表的な小売業者を対象に、事例研究を行うのは重要な意味がある。

都報告は仏カルフルとイトーヨーカ堂の比較を通じて、スーパーマーケットという形態で、店舗増加や大量販売を通じて、低コスト・低価格を展開するカルフルと百貨店や中型スーパーマーケット、小型コンビニという形態で技術力と経営ノウハウを生かし、特定の分野（生鮮食品）で競

唱 新（福井県立大学）

争優位を構築するイトーヨーカ堂という興味深い結論は評価すべきである。

しかし、小売業の多国籍企業のグローバル戦略を評価するにはこれだけでは不十分である。この報告の将来方向として、次の3点を指摘しておきたい。

- (1) 研究の立脚点として、流通業のマーケティングと製造業のマーケティングの相違点を明らかにした上で、流通業マーケティングの特徴から事例研究をすべきではないかのことである。
- (2) 流通業の多国籍企業の競争優位はグローバル標準化である。しかし、現地の消費者行動や市場状況に適応しないと、市場参入も難しい。ここでグローバル標準化と現地適応化のバランスをいかに取れるかのことである。
- (3) 自社の特有な技術と経営ノウハウをいかに現地企業に移転するかのことである。そのため効果のある教育・訓練システムをどう構築すればよいかのことである。

## 「経済外交」の側面から見た中国対外政策

— 「経済外交」の実施組織の分析を中心に —

海老原 毅（富山商船高等専門学校）

### 1. はじめに

中国の対外政策についてこれまで様々な研究が発表されたが、中国政府の側では、改革開放政策

への転換後、「独立自主の平和」外交政策が展開される中で「経済建設のために有利な」国際環境が創出されたと論じられている。最近では、中国外相の発言や外交部の活動において「経済外交」

を強化する姿勢が見られる。これらから、中国対外政策において経済面が重視される傾向があることが指摘できる。

本報告では、近年中国でたびたび取り上げられている「経済外交」の側面から中国対外政策を分析することを目的とする。分析の焦点は、中国のWTO（世界貿易機関）加盟をめぐる日中二国間協議を取り上げ、「経済外交」の中国側の実施組織を析出することに置く。

## 2. 「経済外交」の概念

「経済外交」の概念は、日本外交研究の中で提起され始めたが、その定義は一元化されてはいない。中国の学界では、日本外交研究に続き、中国外交に対して「経済外交」を用いた研究が見られるようになった。その中で、日中両国学者による「経済外交」研究には2つの表現形式があることが指摘されている。第一は、国家がその経済目標を実現するために行う外交活動を指し、換言すれば「経済を目的とする経済外交」外交である。第二は、国家がその外交目標を実現するために行う経済活動であり、換言すれば「経済を手段とする経済外交」である。

## 3. 事例研究 —— 中国のWTO加盟をめぐる日中二国間協議

改革開放以降、中国は多国間外交にも力を入れ始めた。中国は、1986年7月にガット（関税および貿易に関する一般協定）への加盟（中国側は「地位の回復」を主張）を申請した。だが交渉は容易に妥結せず、1995年1月にはWTOが成立したため、加盟協議はガットからWTOへと引き継がれ、2001年11月に中国のWTO加盟が承認された。ガット/WTO加盟に向けた交渉は、参加メンバーが一堂に会する多国間協議と、中国との個別交渉を行う二国間協議の場で実施された。ここで取り上げるのは日本との二国間協議である。

日中二国間協議は、1993年2月の日中混合委員

会で設置が決定されて始まり、1999年7月に全面合意に達して終了した。協議期間は3つの時期に分けられる。第1期（1993年2月～1994年12月）は、中国のガット加盟を目指して協議を始めてからWTOが発足するまでである。第2期（1995年1月～1997年9月）はWTOが発足してから物品に関する部分合意に至るまでである。第3期（1997年9月～1999年7月）は部分合意から全面合意に至るまでである。協議での争点としては、第1期は主に関税引き下げ、第2期は関税引き下げに加えて、サービス分野の市場開放や非関税障壁の撤廃であり、第3期にはサービス分野での市場開放が中心となった。また協議は課長級、次官級、閣僚級など複数のレベルで行われたが、中国側では対外貿易経済合作部からの参加者が多く、交渉団長を同部副部長が務めていることから、同部が協議参加者を輩出する中心的な組織であったことが分かる。

## 4. 対外貿易経済合作部と外交部の役割

WTO加盟をめぐる日中二国間協議の中国代表団への参加組織として、対外貿易経済合作部が中心であったという特徴は、第4回WTO閣僚会議への中国代表団に同部のWTO加盟関係部門から19人、同部の二国間関係部門から5人が参加していることにも表れている。つまり、対外貿易経済合作部からの参加者がきわめて多く、外交部からの参加者は限られていたのであるが、この外交交渉の場において、対外貿易経済合作部が外交部よりも大きな役割を果たした理由について2つの点から説明が可能である。第1点は、職責上、WTOに関わる問題は対外貿易経済合作部の主管領域だということである。第2点は、対外政治関係に関わる事項は外交部が担当し、対外経済関係に関わる事項は対外貿易経済合作部が担当するとの役割分担が存在するという点である。

## 5. おわりに

本報告では、「経済外交」の概念を取り上げて、それに対する2つの表現を指摘した。次に事例分析の結果を受けて、中国「経済外交」の中心的な実施組織としての対外貿易経済合作部の役割を職責と役割分担の点から描いた。これらを踏まえると、外交部は「経済を手段とした外交」、対外貿易経済合作部は「経済利益を目的とした外交」という立場をそれぞれ重視する傾向にあると考えら

れる。

本報告では3つの課題が残された。第1点は、中国の対外政策を「経済外交」と性格付けした場合、それに該当しない側面も存在することである。第2点は、近年対外開放の深まりや国際関係の複合化が生じており、対外経済関係と対外政治関係の区別が明確でない事柄が生まれていることへの注目の必要性である。第3点は、対外政策過程における共産党の役割の分析が必要であることである。

## COMMENT

第一分科会海老原会員報告『『経済外交』の側面から見た中国対外政策』は、次の2点で新たな研究水準を切り拓く内容をそなえている。

第一に、鄧小平の25年（1978-2001年）と概括しうる改革開放政策の展開は、2001年末WTO加盟によって新たな段階に入ったが、そのグローバル化への順応過程に中国「経済外交」がいかなる役割を果たしたのか、従来実証的には解明されてこなかった。海老原報告は「経済外交」を政治の従属変数としてではなく一定の範囲における独立変数としてとらえ、WTO加盟をめぐる日中二国間協議（1993年-1999年）における中国側対外貿易経済合作（2003年商務部）の果たした積極的役割を実証的に分析し、説得的であった。ただ、バイ協定とマルチ協定の相互関連性を中国側がどのように認識していたのかなどは、今後の分析課題として残されている。今日、WTO協

西村成雄（大阪外国語大学）

そのものの困難性がクローズアップされているもとでは、むしろ中国側のそれぞれの対応を再認識する必要があると思われる。

第2に、報告は中国WTO加盟をめぐる「経済外交」を外交部の政治的役割との関連性の中に位置づけつつ、外交部の役割を実証的に抽出している。ただ報告者も指摘するように、「経済利益」確保そのものと「経済力の行使」は中国国家戦略の下位カテゴリーであり、いわゆる「国益」論の二つの側面であることをどのように位置づけるのか、より一層の実証的理論的解明が必要になっている。

これは日中関係の経済的・政治的関係を論理的に展望する上で刺激的問題提起となるように思われる。

報告者による実証的分析にもとづく定式化を期待したい。