

## 研究ノート

ビジネス特性からみた華僑と中国人  
～東南アジア華僑との貿易取引における歴史的経緯から考える～The Business Characteristics of the Overseas Chinese and the  
Chinese:  
From the Viewpoint of the History of Trade with  
the Overseas Chinese in Southeast Asia

木元清明

KIMOTO Kiyooki

## 1. はじめに

本稿は、多くの日本企業が長い取引関係を持っている東南アジア各国における「華僑系貿易商」と、中国本土における比較的短い取引関係しか持たない「中国企業」を比較して、両者が同じ中国人という民族性や多くの生活文化性を共有しているにも関わらず、日本企業からみた双方のビジネス特性になぜ大きな差異があるのかという疑問に答えるための一つの示唆を現場視点から提供しようとするものである。

筆者はかつて大手電機メーカー（以降P社と称する）に37年間勤務し、25年間ほど東南アジアや中国におけるグローバル事業を担当してきた。そのような経歴の中で、実際に台湾やシンガポールに15年間駐在して多くの現地得意先に接触してきた。これら多くの現地取引先は、東南アジアにおいては台湾人や香港人はじめ華僑あるいは華人と呼ばれる中国大陆にルーツを持つ人々であり、中国大陆においては中国人そのものであった。ここでの実体験から出てきたのが上記のような疑問であり、当時アジアや中国とのビジネスの第一線に立つ多くの日本企業駐在員が等しくこの疑問を共有した経験があると感じている。

筆者は、華僑の歴史やその実態に関する学術的専門知識を持っているわけでもなく、本稿を執筆するにあたって多くの文献にあたった訳でもない。しかしながら、第二次世界大戦を挟んで長い歴史をもつ華僑系貿易商と日本企業との取引形態と、閉鎖的な自給自足経済体制から一気に市場開放経済体制に転換した中国における現地企業と日本企業の取引形態を相対比較し、特に貿易取引形態における経緯を比較すればその大きな差異の原点が見つけられると考え「実際に体験したビジネス現場実証主義」の立場で明らかにしてみたいと思う。

さて、第二次世界戦後における一般的な日本メーカーのアジア向け輸出は、1950年代後半から現地国における華僑系貿易商を窓口としてスタートした。この時の輸出品

は、アジア各国が自国で生産していない建築関連材料などのインフラ資材、およびラジオや乾電池などの生活関連商品が多かったといわれている。つまり、第二次世界大戦後に旧宗主国からの独立を勝ち取ったアジア諸国では、国民の社会生活に必要な物資と同時に、工場や交通インフラ建設に関わる資材を海外から調達する必要に迫られていたからである。

日本とアジア諸国との貿易は、商社などを通じて第二次世界大戦前から行われていたが、当時も現地国の「華僑系貿易商」が取引相手であった。欧米宗主国が支配するなかで、古くから現地において商業資本の蓄積を図ってきた華僑系業者のみが輸入に必要な代金決済機能を持ち、現地国内における輸入商品の国内流通ネットワークも持ち合わせていたからである。（現地国内流通ネットワークもまた華僑系業者が占めている）

一方で、中国において日本企業が本格的に進出するのは1990年代中盤以降になってからであり、それまでに日本大手企業として本格的に進出していたのは1987年に日中合弁企業として設立された北京松下彩色光管会社の日本側出資者である松下電器産業（現パナソニック）のみであった。しかし、このときの松下電器産業はカラーテレビの製造技術支援を行うことを主目的としており、日本からの完成品輸出や中国国内における販売には殆んど関与していない。

つまり、第二次世界大戦前から戦後の復興期を経て高度経済成長期にかけて、日業のアジア地域における取引相手は「華僑」であり、日本企業側の彼らに対する一般的な見方は「商売に長けた中国系業者」というようなものであったが、少なくとも輸出入という国際貿易を通じて彼らのビジネス特性の一端は掌握していたといえる。

一方で、中国本土における日本企業のビジネスは1972年に中国との国交回復があったものの、実質的に本格的な日本企業の進出は1990年代半ば以降まで待たなければならなかった。つまり、それまで日本側企業にとって中国側企業のビジネス特性を判断する何の材料も機会も持ち合わせていなかったということになる。しかし、日本側企業にしてみれば中国本土でのビジネス経験はないものの、長年にわたって東南アジアにおける華僑系貿易商とのビジネス関係の蓄積があり、「中国」に対して華僑を通して見た漠然としたイメージを持っていたことは否めない。（後になって日本企業は、この漠然としたイメージが完全に日本企業側の独りよがりな幻想であったことに気づくことになる）

一般的に、我々日本人にとって「華僑」あるいは「華人」と「中国人」の区別は曖昧であり、中国本土に住んでいるか海外に住んでいるかという程度の差異しか認識していない。日本国内においても、神戸や横浜の中華街に多くの中国本土にルーツを持つ「華僑」あるいは「華人」と呼ばれる人々が戦前から居住しているが、日本社会に完全に同化することは少なく、その傾向は中国語や中国伝統の文化および慣習を数世代にわたって保持し継承を続けていることからみて明らかである。このことから考えても、一般の日本人にとっての「華僑」あるいは「華人」と「中国人」の認識差異は少ないといっても過言ではないであろう。

## 2. 本稿における「華僑」あるいは「華人」の定義

大辞林によれば「華僑」とは以下の解説の通りである。

【「華」は中国、「僑」は仮住まいの意】

長期にわたり海外に居住する中国人およびその子孫。東南アジアに多く、経済的に大きな影響力をもつ。今日では移住先に定着し、自らを華人と規定することが多い。

同様に「華人」とは以下の解説の通りである。

- ① 中国人。
- ② 居住国の国籍・市民権を取得した華僑の自称。

※中華人民共和国国籍法第3条には「中華人民共和国は、中国の公民が二重国籍を認めない」としているので、居住国の国籍を取得した華人は法的に中国人ではなくなる。(筆者注)

以上のように「華僑」「華人」ともに中国にルーツを持つ長期海外居住の人であるとしているが、「華人」はその中でも「居住国の国籍・市民権を取得した華僑」として区別されている。しかしながら、「華僑」の歴史と当時の国際状況を勘案すれば、彼らの祖先が中国本土を離れ現在の居住国にたどり着いた当時に、パスポートや入出国管理制度は未だ確立しておらず、彼らがたどり着いた国そのものの多くが欧米植民地の非独立国であったことから考えると、「華僑」と「華人」の厳密な区別はあまり意味がないと考えられる。

本稿では「華僑あるいは華人とは、数世代にわたり海外に居住する中国人およびその子孫であり、言語・文化・慣習など中国本土由来のものを色濃く継承している人たち。」と定義をしたいと考える。

東南アジア各国の中国人口

国名	華人人口	全人口	比率
ブルネイ	54,150	212,840	25.4%
インドネシア	4,166,000	147,000,000	2.8%
マレーシア	4,214,282	12,736,637	33.1%
フィリピン	699,000	46,000,000	1.5%
シンガポール	1,856,237	2,413,945	76.9%
タイ	6,000,000	46,100,000	13.0%
合計	16,989,669	254,463,422	6.7%

出典: Leo Suryadinata. China and the ASEAN States, The Ethnic Connections

なお東南アジア各国における華僑あるいは華人の人口については様々な統計資料があるが、参考資料として前ページの表のようにまとめてみた。各国における華僑については、タイのように現地はかなり同化しているといわれる華僑もあるが、いずれにしても純現地国人と比較すると商才と計数能力に優れており、民間資本に大きな勢力を占めると言われている。

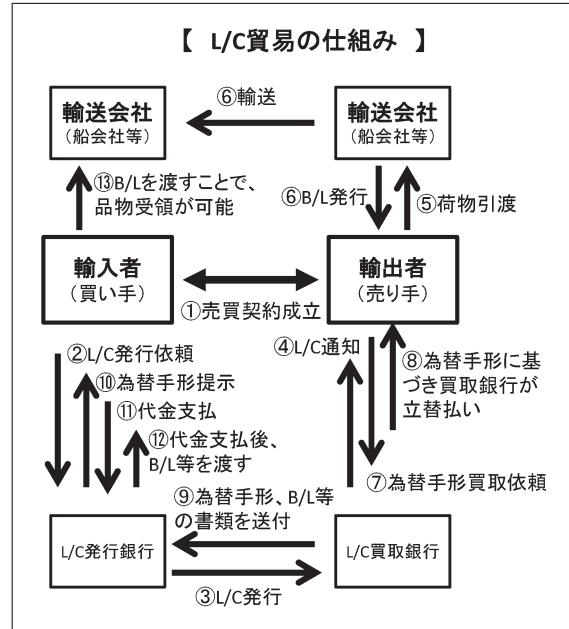
### 3. 東南アジア華僑ビジネスと貿易決済

東南アジア各国華僑とのビジネスにおいて、商品の輸出入に関わる貿易決済という側面からみれば、当時から国際的な貿易決済方式である「L/C（Letter of Credit=信用状）貿易」が一般的に用いられていた。これは世界中の国々における標準的な貿易決済方式であり、現在においても海外現地国における第三者との貿易決済に用いられている。

ただし、近年の日本における大手メーカーでは世界各国に製造販売拠点を設立しており、これらの親子間における輸出入にはL/C貿易決済方式を採る事例は数%にすぎないといわれている。（「日本機械輸出組合」調べ）

また、同様に近年におけるインターネットなどの情報通信ネットワークの発達によって、日本にいながら海外現地の様々な情報がリアルタイムに入手できるなどの環境変化もあり、コストや時間のかかるL/C貿易よりも簡単なT/T貿易（電子送金）が多くなってきている。

代表的な貿易決済方式には、L/C貿易方式の他に「送金（前払送金・後払送金）」と「DA・DP（取立）方式」があるが、輸出者側のリスクからみれば「前払送金」の次に「L/C貿易」のリスクが低いとされている。逆に言えば、輸入者側からみれば「L/C貿易」はリスクの高いということになるが、これは輸出者と輸入者の「力関係」、つまり輸入者側が欲しい商品であれば多少輸入者側のリスクが高くても輸出者側が提示する貿易決済方式を受け入れざるを得ないということになる。



さて、ここで代表的なL/C貿易決済の仕組みについて上表のように纏めてみた。実際のビジネス現場におけるL/C貿易決済の仕組みは、もう少し複雑であり例外事項も多く存在しているが、基本的な仕組みとしての特徴は以下の通りである。

- ① 輸出商品の代金決済について、輸出地側の銀行（L/C発行銀行）による支払い保証が得られる。（L/C取引とは輸出者（受益者）と発行銀行との間の保証契約である）
- ② 荷為替手形（外国為替手形に船積書類を添付）決済であるので、その手形を輸出地側銀行（買取銀行）で買取（割引）してもらうことにより、輸出商品代金を手形サイトとあまり関係なく、船積後速やかに入金することができる。

以上のメリットは輸出者側からみたメリットではあるが、L/C貿易の基本的な仕組みの特徴は、別図で理解されるように輸出者側と輸入者の双方ともに自国における銀行を介させた仕組みであるということである。（単に送受金の窓口という単純な役割ではなく、銀行側にある程度の支払い保証というリスクを請負わせた仕組みが特徴である。）

さて、ここで時間軸を50年ほど巻き戻して考えてみたい。

1945年に終結した第二次世界大戦後のアジアにおける状況を振り返ってみれば、各国で差異はあるが概ね戦前の宗主国の植民地であった状況から独立を果たしたものの、独立国としての社会インフラは殆んどなく、社会インフラそのものを構築する各種の産業基盤がもともと存在していなかったという状況に直面した。従って、独立後の国造りの基本は、電力・鉄道・道路という社会インフラ基盤そのものから始まり、工場・住宅・商業施設などの生活インフラ建設に進むことになった。しかしながら、戦前の植民地統治時代には社会インフラ構築に必要な産業用資材の多くは宗主国から持ち込まれ、植民地現地においては生産されていなかった。（ただし、台湾は日本による50年の統治期間

において多くの農業および産業基盤整備が行われ、水力発電をベースとする電力発電施設や、その電力を利用した各種産業での現地生産が行われており、これらの産業基盤と義務教育普及による高い識字率が第二次世界大戦後のNIES諸国の一角として先頭を走った台湾の経済成長の背景にあるとする説は、台湾の李登輝元総統の各種出版物や講演会での発言から明らかである。）

いずれにしても、第二次世界大戦後に旧宗主国からの独立を果たしたアジア各国は、独立国としての社会インフラの構築を始めるが、それらのインフラを形作るためのハードやソフトを自前で持ち合わせていなかったのである。

では、どのようなことを契機として社会インフラの構築をスタートしたのか考察してみたい。

一つは、日本国政府が行った「戦後賠償」がきっかけとなった社会インフラの構築である。

第二次大戦敗戦にともなう日本の戦後賠償は、「中間賠償（日本国内の資本設備を撤去してかつて日本が支配した国に移転、譲渡すること）」や「在外資産による賠償（政府や個人が海外に持っていた公私の資産を提供することによる賠償）」なども含まれるが、本稿で取上げる戦後賠償とは、「占領した連合国に対する賠償」と「占領した連合国に対する賠償に準ずる賠償」に限定する。これらの賠償は、ビルマ（現ミャンマー）、フィリピン、インドネシア、ベトナム、ラオス、カンボジア、シンガポール、マレーシア、ミクロネシアに対して実施され、賠償協定締結当時（1955年から1969年）の円換算金額で約4,300億円規模であった。（賠償並びに戦後処理の一環としてなされた経済協力及び支払い等 - 外務省資料）

これらの賠償は、それぞれの賠償協定により実施されたが、現金による賠償ではなく「日本国の生産物あるいは日本人の役務の提供」という形で実施されたのである。つまり、賠償協定の相手国が望む日本国の生産物や、それに対する日本人の役務提供という形で実施されることになるが、例えば「農業機械の生産設備一式および付帯する原材料と、それらの生産設備を稼働させるための日本人技術者による指導」というようなフルセットで実施される事例が多かった。

例えば、1955年に最初の戦後賠償協定が締結されたビルマ連邦共和国（現ミャンマー連邦共和国）に対して、当時の日本政府が行った賠償提供は以下の4項目であった。

- ① 農機具類の生産設備および製造技術（久保田鉄工＝現クボタ）
- ② 軽トラックの生産設備および製造技術（東洋工業＝現マツダ）
- ③ トラックの生産設備および製造技術（日野自動車）
- ④ 電球・配線器具などの生産設備および製造技術（松下電器産業＝現パナソニック）

以上のように、当時のビルマ政府が要望した社会インフラ形成のための4大プロジェクトとして賠償が実施されたのである。これらの賠償は日本政府の費用と主体性のもとに行われたが、実施現場における主体者は上述のような4つのプロジェクトを日本政府

から請負った民間企業であった。

因みに、筆者は1995年に軍事政権下のビルマに入国し、軟禁状態にあったアウンサン・スーチー女史邸のすぐ横にあった現地ビジネス・カウンターパートナー宅で商談をしたことがあったが、彼の紹介で古びた国营工場に案内され、1960年代初めに日本政府によって実施された戦後賠償の一つであった照明用電球と蛍光ランプの製造プラントが瀕死の状態でかろうじて稼働しているのを見て非常に驚いた記憶がある。（当時のミャンマー軍事政権は、西側諸国から経済制裁を受けており、厳しい外貨制限のもとで生産設備維持に必要な補修部材や主要部品が日本から輸入できない状態が続いていた。しかし、軍事政権下における「ビルマ式社会主義経済」の影響により、1990年代後半まで日本政府が戦後賠償とそれに続くODA＝政府開発援助で前述の4大プロジェクトに属する商品は、事実上ミャンマーにおける独占ブランドとして存在を続けることになった）

次に、戦後賠償を継承した形で日本政府による有償・無償のODA（政府開発援助）が長期間実施されることになるが、これらの賠償および援助によって東南アジア諸国の社会インフラ整備が進んだことは否定できない。また、戦後賠償およびODAによる直接効果と並行して、社会インフラへの投資は現地民間商業資本の動きも刺激し、民間ベースでの貿易による様々な社会インフラ構築に必要な周辺商品の輸入促進ももたらすことになった。

このような民間資本ベースによる輸入には、ミャンマーだけではなく多くの東南アジア諸国に定着する「華僑」の力なくしては不可能であった。華僑の歴史に詳しい文献によれば、少なくとも19世紀半ばには東南アジア諸国における華僑は、現地国における商業資本の重要な位置を占めるほどの地位を確立し、華僑同士のコミュニティーを通じた貨幣の両替や手形の交換などの貿易に必要な手段を保有していた。つまり、商品の輸入に必要な機能を保有していたということであり、端的に言えば現地銀行あるいは華僑系金融機関からある程度の与信枠を与えられていたということになる。

117ページの表のL/C貿易の仕組みをみて分かるように、輸出側・輸入側双方に銀行が介在しており、特に輸入側には輸出側への支払い保証という機能が特徴的であり、現地銀行の信用がなければL/C開設そのものが不可能であることに着目したい。つまり、現地国の華僑輸入者は長年の取引関係がある現地銀行（なおかつ輸出国側銀行側からみても信用力のある現地銀行でなければならない）から、それまでの取引実態から勘案された信用がなければ輸入そのものが不可能となるのである。

また、一方でL/C貿易は国際的なルールに基づいて運用される貿易決済方式であり、基本的に「ローカルルール」は存在しない。つまり、東南アジアにおける華僑系輸入商は少なくとも「国際貿易ルール」の順守なしにはビジネスそのものが成り立たないことを歴史的に充分承知しているといえる。日本企業からみた東南アジア諸国の現地華僑貿易商を語る場合に、少なくとも「彼らは商品の輸出入に関わるビジネスルールには従う」というのがコンセンサスになっている。

多くの日本企業は、第二次世界大戦後からの復興期および高度経済成長期にかけて様々な商品を東南アジアに輸出してきたが、日本企業による直接輸出か専門商社を介在させた間接輸出であるかどうかを別として、輸出相手国における貿易相手は圧倒的に現地の華僑系貿易商であったことは間違いない。これは、輸出相手国における現地華僑系貿易商以外の純粋な現地商人では商業資本の蓄積が殆どなかった（つまり、銀行からの与信力が乏しい＝輸入業者になりえない）ということに起因している。

1980年代後半より、急激な円高による日本企業の海外生産移転に伴って、それまで日本から輸出されていた商品の多くが現地生産に切り替えられ、それとともに日本企業による自前の現地販売会社設立という現象が起こった。これによって、それまでの現地華僑の輸入貿易商は、日本企業が現地生産拠点で生産した商品を日本企業の現地販売会社から現地通貨建てで仕入れて従来の国内得意先に販売するという「単なる国内代理店」の位置づけとなった。

従って、日本企業との取引形態はL/C貿易ではなく、現地国の法令と慣習に基づいた現地国内決済にとって代わることになったが、長年にわたった日本企業との取引によって資本蓄積を図ってきた華僑系貿易商にとっては日本企業から提示された取引条件を呑みしかなく、日本企業からみれば「華僑は、日本企業が満足するある一定のビジネス取引ルールは守る存在である」との認識を持たせることにつながったのである。

また一方で、1960年代から1980年代後半における華僑系貿易商は、その間の為替変動を利用して大きな資本蓄積を形成してきた事実も見逃すことができない。華僑系貿易商のビジネスモデルは海外から商品を輸入し（US\$建輸入）、その商品を現地国内で卸売業者に再販（現地国通貨建て）することである。つまり、為替動向次第で輸入時に為替益が発生し、国内で再販時においても為替変動を理由に売買利益率を変更して一定の売買益の確保ができたのである。つまり、この間において華僑系貿易商は大きな資本蓄積を行うとともに輸入拡大に必要な銀行からの与信枠拡大（つまりは輸出元日本企業からの信用拡大につながる）というプラスのスパイラルに進んだわけである。

さて、日本企業の東南アジア進出が急速に進んだ1980年代後半から1990年代前半は、日本企業による本格的な中国大陸進出は未だ始まっておらず、中国本土におけるビジネス相手先がどのようなビジネスルール概念を持っているか日本企業側は知り得ていなかった。

一方で、日本企業は第二次大戦後の長年にわたる東南アジアにおけるビジネス相手である「華僑」については既に熟知していたので、彼らが中国本土をルーツとする中国系であることから、「華僑はそのルーツが中国人であり、今でも中国式生活文化を継承している中国本土人と似たようなものだろう（≡ニアリー・イコール）」と錯誤してしまったのである。

この「華僑≡中国本土人」と誤った認識をもったことは、日本企業の中国本土進出にあたって長年にわたる大きな障害となってしまっているのである。



#### 4. 中国とのビジネス関係の始まり

1980年代に入って、鄧小平が主導した改革開放経済政策によって海外企業の中国本土への進出と投資が本格的に始まったが、多くの日本企業の進出までにはまだ時間が必要であった。

前述のようにパナソニック社は大手企業として最初に中国本土への工場建設を行ったが、これは鄧小平が1970年代後半に初来日した際にパナソニック社を訪問し、当時存命であった松下幸之助創業者との直接面談によってカラーテレビ技術供与を求めたことに始まる。これにより、パナソニック社は1987年にカラーテレビ技術供与を行う目的で北京に日中合弁会社を設立することになった。いわば中国本土における市場経済体制が十分でないことを承知のうえで、創業者の政治的決断で進出を決心したのである。

当時の中国は、改革開放経済とはいえども様々な産業分野では国営企業が中心となっており、民間の商業資本は微々たる存在でしかなかった。特に卸売や小売の業界に関しては、それまでの社会主義経済体制のもとでは殆んど存在していなかったため、細々とした零細民間業者が各地で生まれたばかりであり、卸売業と小売業の境界線ですら曖昧であった。

したがって、日本側からの部品輸出などに関しても中国側の輸入相手先は一部の国営企業に限られており、彼らの取引銀行もすべて国営銀行であった。

一方で、日本企業に限らず欧米系企業にとっても中国市場進出にあたっては、中国現地において民間商業資本（特に貿易機能を持つ民間会社）が育っていなかったこともあって、商品の輸入窓口として自社で輸入ライセンスを持つ現地拠点を設立し、自らの資金力と銀行に対する信用力を発揮して本国からの商品を調達したのであった。そして、自らの現地拠点で輸入した商品は、最低限許容できる範囲の現地ローカルルールで国内販売を開始したのである。ただし、この最低限の許容できる現地ローカルルールとは「現金取引」を意味し、基本的には如何なる取引相手であっても「掛け売りはしない」ということであった。そして、この現金取引に関しては、現在に至るも中国国内における商業取引の基本となっている。

このような中国国内における商取引の現金取引方式は、中国における銀行がすべて国営銀行であり、彼らが卸売業や小売業には融資をしていないという基本姿勢から考えてみると容易に理解できる。つまり、卸売業や小売業のビジネスモデル（ある程度の在庫を持たないと商売にならないという基本構造）から考えて、金融機関からの融資を受けられないということは、商品の仕入れも販売も極めて短時間で双方ともに現金取引で行う必要があるということである。この現金取引方式については、P社全ての中国事業で採用されている訳ではないが（B2Bビジネスにおいては例外がある）、現在においてもいわゆる代理店と称する地域単位での卸売業者については、彼らからの現金入金を銀行で確認した後に出荷するという方式を採用している。また、代理店も彼らの得意先（小

売店などの業者や個人)に再販する場合も現金取引方式をとっている。このような現金取引方式でやってきた卸売業者の中にも、20年近い時間的経過を経て資本蓄積を図るところも出現しつつあるが、現在に至るも基本取引形態は現金取引が主体である。

以上のように、中国における日本企業（日本企業だけではなく欧米企業も同様であるが）は、東南アジア市場で歴史的に培ってきた貿易を通じたビジネス（つまりL/C貿易決済という国際ルールに従ったビジネス）のような関係構築ではなく、いきなり現地ローカルルールのビジネスに直面したのである。

前述のように、少なくとも東南アジアにおける華僑系貿易商は貿易ルールを熟知しており、これが海外企業との最低限の取引規範であるとの十分な認識は持っていた。つまり、このような最低限の認識を持たず、あるいは順守する姿勢がなければ彼らのビジネス基盤そのもの（商品があってこそ販売ができ、さらに商品売買利益に加えて為替動向次第では為替差益が見込める）が成り立たないという基本認識をもっていたのである。

しかし、中国における日本企業の相手先は商業資本の蓄積が殆んどない弱小卸売業者が大多数であり、東南アジアにおける華僑系貿易商のような国際貿易の経験もなく、銀行からの融資も受けられないような存在であった。

つまり、ビジネスそのものが現金取引を基本とする「物々交換」のような単純決裁方式であったがゆえに、現金と商品さえあれば何のビジネスルールも必要がないという世界で生きている業者であったといえる。

多くの日本企業は、長いビジネス関係を持ってきた東南アジア華僑系貿易商と中国現地のビジネス相手との特性差異を考慮することなく、いきなり「法の支配」のない、「現金取引以外のビジネスルール」のない世界に飛び込んでしまったのである。一般的に、世界的にみて日本企業は「慎重なビジネススタイル」を保持していると思われる。その日本企業がなぜ中国市場では慎重さを欠いた前のめりの姿勢で進出し、かつ多くの日本企業がビジネスとして決して成功しているとはいえないのであろうか。

仮に、東南アジアの華僑系貿易商が「印僑」とよばれるインド系貿易商であったならば、あるいは「回僑」とよばれるイスラム系貿易商であったならば、多くの日本企業は中国ビジネスを東南アジアビジネスの延長線であるとの認識を持つことなく、一からビジネス戦略の組み立てをしたと考えられる。（事実、中国市場の後に進出することになるインド市場において、多くの日本企業は東南アジアビジネスの経験延長線上でのビジネス戦略とはまったく異なる戦略を構築している）

つまり、多くの日本企業は東南アジアにおける華僑系貿易商との成功体験、つまり中国にルーツを持つ華僑系貿易商との成功体験が、中国本土における現地ビジネス相手である中国人とのビジネス現場において、デジャブ（既視感）のような錯覚意識を持ったまま始めてしまったのではないかと考えられるのである。

## 5. 結論

前述のように、日本企業の多くは東南アジアでのビジネスにおいて現地国の華僑系貿易商との関係のもとに相互の信頼関係を築いてきた。

その信頼関係の基盤を纏めると以下の通りである。

- ① 現地華僑系貿易商は、日本企業からの商品輸入を国際貿易ルールに従って行ってきた
- ② そこにはローカルルールはなく、L/C（信用状）に表記された項目を相互に順守するという信頼関係があってこそ継続的な取引が可能であった
- ③ 現地華僑系貿易商は、長年にわたる輸入と現地国内における再販によって資本蓄積を図り、日本企業が現地国生産に切り替えたあとも現地国代理店として日本企業との関係を維持し続けてきた

以上のように、多くの日本企業にとっての東南アジアビジネスは、輸出・輸入という国際貿易決済を通じて、お互いがその決済ルールを順守するとともに、お互いの国における貿易決済銀行に信用がなければビジネスそのものが成り立たないということが基盤になっているのである。

一方で、中国ビジネスにおける日本企業のビジネス相手先は以下のようであった。

- ① それまでの社会主義経済体制から市場経済体制に変わったものの、民間商業資本とりわけ卸売や小売の業者は零細業者がほとんどであった
- ② それらの企業そのものに輸入代金決済が可能な資本蓄積と銀行信用力がなかった
- ③ したがって、日本企業は必要な部材や商品を自らが設立した販売会社や工場において輸入し、国内零細卸売業者に人民元建で再販した
- ④ このことは、中国側零細卸売業者に対して東南アジアに見られたような国際貿易ルールによる順法精神を持つ必要性を感じさせず、最初から中国ローカルルールで日本企業とビジネスができるという観念を持たせることになってしまった

筆者は、長年にわたって東南アジアおよび中国の現地ビジネス・パーソンとの関係を持ってきたが、中国企業に共通している「契約や約束に関する順法意識の希薄さ」は、東南アジア華僑貿易商が持つ国際貿易という共通ルールを経験することなく、いきなり日本企業との中国現地ローカルルールでのビジネスを開始したことに起因すると考えている。

いわば、彼ら得意の「俺流で良し」とするような国際的ビジネスルール意識に対する経験不足と欠如が根本的な要因であると考えている。

本稿は、あくまでも筆者のビジネスマンとしての経験からみたことについて、双方の国際ビジネス（貿易）という経験差から比較をしてみたものであり、研究ノートの域を出るものではない。しかしながら、双方のビジネス特性の差異が「共通ルールで運用される国際貿易の経験差」であるとの見方は、多くの日本企業におけるアジア中国担当の

ビジネスパーソンに理解してもらえるものであると考えている。

#### 参考文献

- 【1】 ウィリアム・スキナー 「東南アジアの華僑社会」 東洋書店 1981年
- 【2】 内田直作 「東南アジアの社会と経済」 千倉書房 1982年
- 【3】 斯波義信 「華僑」 岩波新書 1995年
- 【4】 濱下武志 「華僑・華人と中華網」 岩波書店 2013年
- 【5】 若林正文、谷垣真理子、田中恭子「原典中国現代史 第7巻」 岩波書店 1995年
- 【6】 リン パン「世界華人エンサイクロペディア」 明石書店 2012年

(平成26年10月28日受付、平成26年11月14日受理)