

2020

6

月号

第31巻1号

ISSN 1348-091X (PRINT)
ISSN 2189-549X (ONLINE)

東アジアへの視点

北九州発アジア情報

公益財団法人 アジア成長研究所

[寄稿論文]

「新型コロナウイルスの感染と北九州の「地方創生」」……………1

大塚 啓二郎

[所員論考]

「日本における外国出身高度人材の就職地選択行動と影響要因」……………11

戴 二彪

[投稿論文]

「中国の新興決済機構のイノベーション」……………34

趙 彤／水ノ上 智邦

[BOOK REVIEW]

「安倍政権の大戦略：強い日本を、取り戻す。」……………54

高橋 孝治

[AGI便り]……………57

【寄稿論文】

新型コロナウイルスの感染と 北九州の「地方創生」

神戸大学特命教授／アジア成長研究所特別教授 大塚 啓二郎

要旨

西欧諸国と比較すれば、日本は新型コロナウイルスの感染を抑え込むことに大成功しつつある。筆者は、その大きな原因の1つが日本人の協調性にあると考えている。この日本人の精神構造は、感染症の拡大を防ぐばかりでなく、企業間の円滑な取引に貢献し、日本経済を支えていると思う。これは日本経済の再生にも、また地方創生にも活用すべき日本の財産である。特に、北九州のように産業基盤が整っている地域では、日本人の協調性を活かしつつ新しい産業を創生することは夢ではない。

はじめに

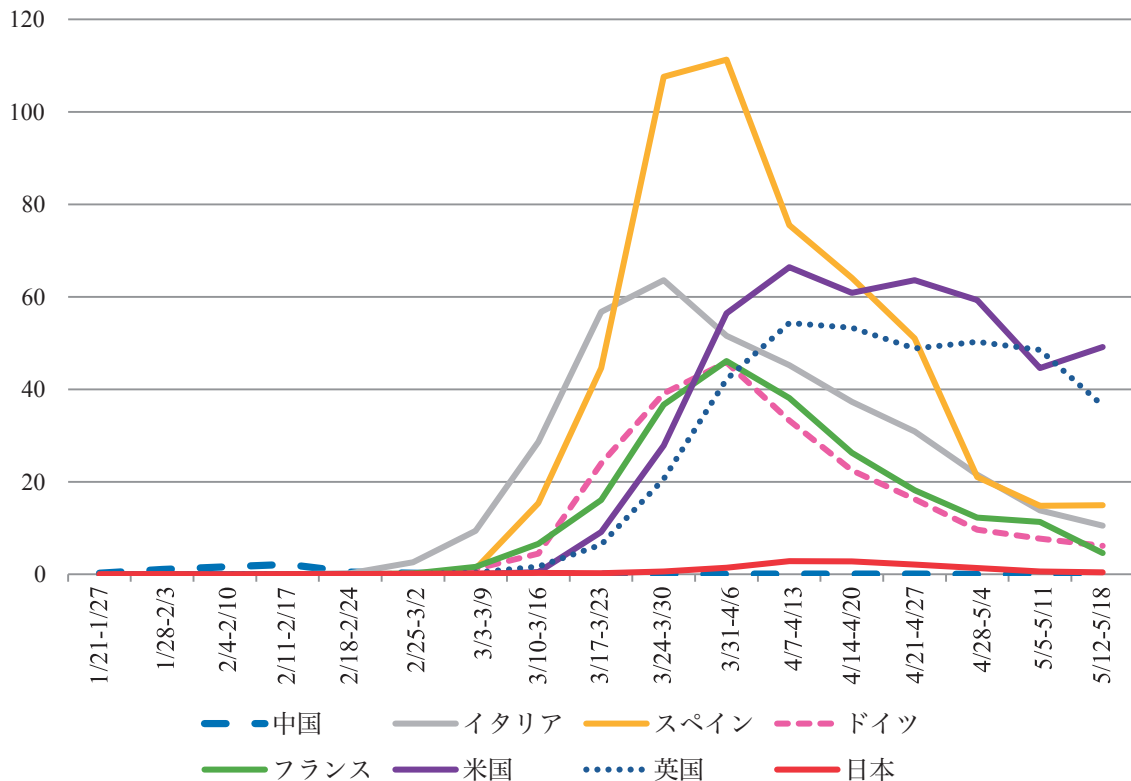
新型コロナウイルスの大流行によって、5月23日の時点で、世界中で約520万人もの人々が感染し、約34万人もの死者が出たと報道されている。しかも、世界全体の感染者数が減少する兆しはない。また、アフリカやインドのような貧しい地域では、PCR検査も受けられないまま死んでしまう人々も多いと推察されるので、実際の感染者数や死亡者数は上記の数値をはるかに上回るであろう。他方日本では、感染者数は約1万6,500人、死亡者数は800人である。しかも、感染者数は明らかに減少傾向にある。第2波や第3波の感染も予想されるので油断は禁物であるが、国際的に見て日本は明らかにコロナウイルスの封じ込めに成功したといえるであろう。

それはなぜだろうか？筆者は、日本人の「思いやり」あるいは「協調性」に富んだ精神構造に大きな原因があると考えている。それは日本経済の財産であり、それを活用することが日本経済の再生や「地方創生」につながると見ている。この小論では、筆者のこの考え方についてもう少し詳しく議論してみたい。

1. 新型コロナ感染の国際比較と日本人

図1は、いくつかの国々について、人口10万人当たりの1週間ごとの新型コロナウイルスの新規感染者数の推移を示したものである。感染が最初に発生したのは中国であり、この国では感染拡大が1月中旬頃から起こった。しかし、10万人当たりの感染者数にすると、感染はたいして拡大しなかったように見える。とはいえ、中国が正直に正確なデータを公表しているかどうかは疑わ

図1 1週間ごとの人口10万人当たりの新型コロナウイルス感染者数（単位：人）



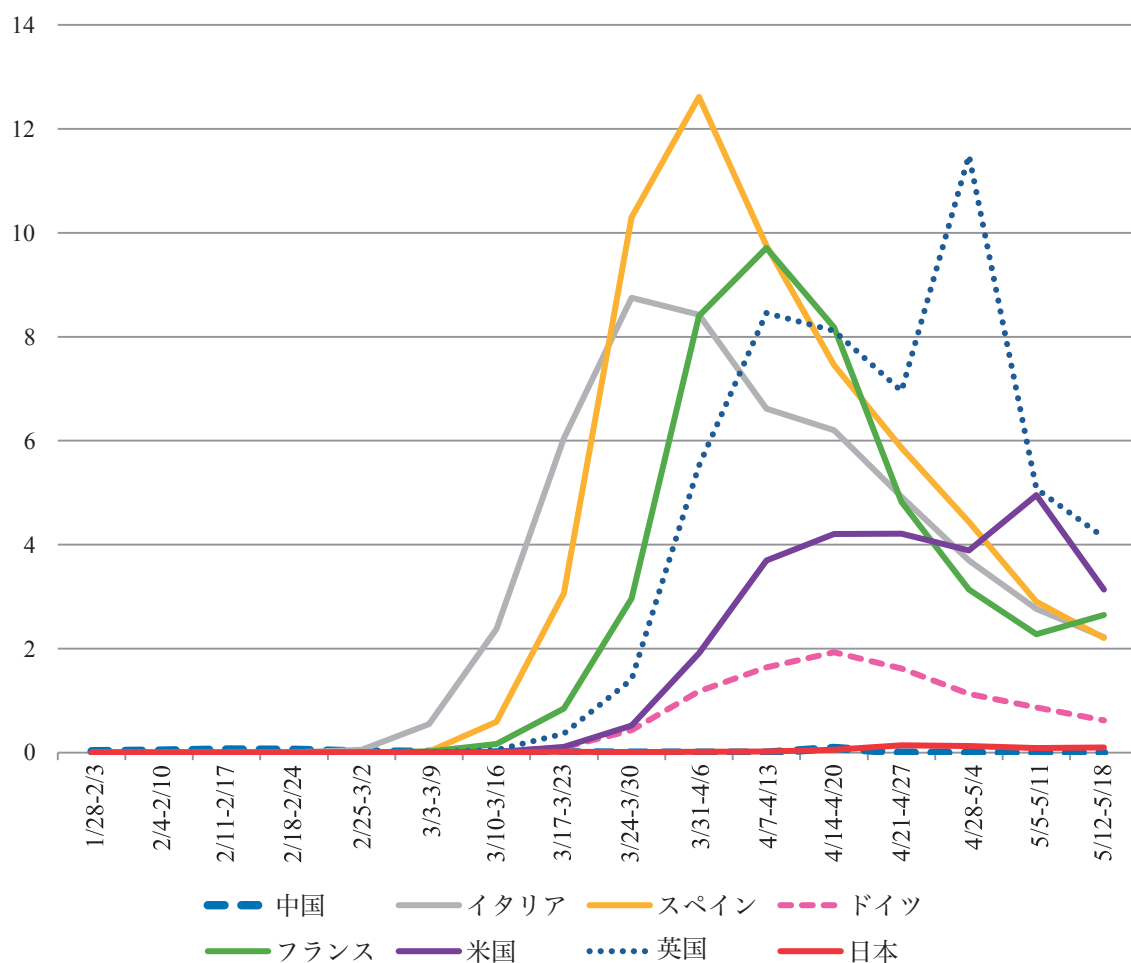
（出所）感染者数と死亡者数は世界保健機構（World Health Organization）の報告に基づく。それを国連人口部（United Nations Population Division）が *World Population Prospects, 2018 Revision* で報告している 2018 年の人口を用いて、10 万人当たりに換算した。

しい。2 月後半になるとイタリアで感染爆発が始まり、3 月になるとスペイン、ドイツ、フランスへと感染が拡大し、3 月中旬以降は米国や英国で感染爆発が起こった。それとは対照的に、日本の 10 万人当たりの新規感染者数は、ほとんど横軸に張り付いたままである。つまり、人口に比して、日本の感染者数は非常に少ないのである。やがて欧米でも感染者数の減少が起こるようになったが、それは強制力を伴った都市封鎖を行った結果である。しかしそれでも米国では、感染者数があまり減少していない。日本では、強制力のない自粛要請で、多い時は 1 日で 700 人を超えた新規感染者数が、5 月末には 30 人前後にまで減少するに至った。

図 2 は図 1 に対応して、新型コロナウイルスの感染による死亡者数の推移を示したものである。全般的な傾向は、2 つの図であまり変わらない。ただし死亡者数のピークは、感染者数のピークより時期的に少し遅れている。これは感染者数の多い時期に医療崩壊が起こり、少し遅れて多くの人々が命を落としたためであろう。英国や米国の状況は 5 月中旬でも深刻であり、死亡者数に歯止めがかかり切っていない。それに対して、ドイツの死亡者数が少ないことが目にとまる。ドイツでは医療設備に余裕があり、医療崩壊を防げたことが死亡者数の抑制につながったといわれている。他方、日本はここでも優等生であり、死亡者数は国際的に見れば極端に少ない。

なぜ日本のパフォーマンスが良かったのかについては、いろいろな説がある。日本には世界的

図2 1週間ごとの人口10万人当たりの新型コロナウイルスによる死亡者数（単位：人）



（出所）図1と同じ。

にトップクラスの感染症研究者がいて政府に対して適切なアドバイスを行った，マスクをする習慣があるので飛沫感染を抑制できた，握手やハグをする習慣がなく人間同士の直接的な接触が少ない，BCGをやっていることが予防につながっている，日本の医療従事者の献身的な努力が際立っている等である。おそらくどれも，真実の一端をついていると思う。しかしながら，人口密度が高く，どうしても密集や密接が避けにくい環境の中で，しかも政府の対応が遅れ気味の状態の中で，日本が自粛要請に従ってコロナウイルスの感染を抑え込んだことの背景には，日本人独特の「思いやり」の精神が威力を発揮したのではないかと筆者は考える。

全ての米国人や欧州人に当てはまるわけではないが，彼らの行動様式は一般にきわめて個人主義的である。彼らが外出するかどうかは，外出することの個人的メリットと，コロナに感染してしまうかもしれない個人的デメリットを比較して決定される。都市封鎖が起これば，外出は罰金を伴うかもしれないので，外出のメリットが減る，あるいはデメリットが増えるから我慢して家にいることが多くなる。日本人も外出することのメリットとデメリットを比較するが，それだけではない。多くの日本人は，自分がもしかしたら無症状感染者で，外出したら他の人を感染させ，

多大な迷惑をかけてしまうかもしれないというデメリットをも考慮に入れる。そういう考えの人が多くなると、外出すること自体が犯罪的な行為のように感じられるようになり、外出することを恥じ入るようになる。日本では、政府や自治体からの自粛要請に応じて、またマスコミを通じてウイルスの感染の仕組みがよりの確に理解されるとともに、「他人への迷惑」のウェイトが大きくなり、罰金刑もない中で、多くの人が自粛をしたのだと筆者は思う。これは疑いもなく、世界に誇るべき成果である。

この点が如実に表れているのが、マスクの着用である。マスクを着用すれば、新型コロナウイルスから自分の身を守る程度守ることができるが、それ以上に大きな効果は、他人への飛沫感染を防げることである。それを知っているのに、多くの日本人がマスクを着用している。それは、他人への思いやりがあるからに他ならない。ところがトランプ大統領のように、他人への思いやりのなさそうな人は、マスクを着用しない。他の米国人の多くも、また欧州人の大半もトランプ大統領に似ているのではないかと思う。口のまわりがもそもそして不快であるという理由で、マスクを着用することを嫌うのは、日本人のセンスからすれば言語道断である。

米国で 10 年以上暮らした筆者の経験からいえば、日本で起こったことは米国では起こりえない。おそらく欧州も、同じであると思う。「思いやり」の心は、あるいはその結果としての協調的な日本人の行動様式は、この国の財産であり、今回の出来事は欧米人には理解できない快挙である。事実、日本の新型コロナウイルスの感染縮小は、外国人記者には不可思議な出来事とされているようである。

2. 思いやりの心と日本経済の強み

思いやりの心は、日本経済における協調的な企業行動につながっていると思う。日本人経営者ならば、機械が故障して、納期通りに生産が間に合いそうもなければ、取引相手が困ると思って、残業してでも納期に間に合うように努力するであろう。欧米の経営者であれば、機械が故障したので納期を守れなかったのは仕方がないと考え、納期を遅らせるであろう。中には、機械が故障していないのに機械が故障したとって、納期が遅れたことの言い訳にする企業もいるかもしれない。

日本企業であれば、不良品をだまして売りつけるようなことは滅多にしない。そんなことをすれば、消費者が迷惑を被り、それは企業にとって恥であると考えている。つまり企業には、製品を買った人への一種の思いやりがある。ところがアフリカを旅行していると、中国製のトラクターや精米機がすぐに故障して困る、中国製の革靴は 1 週間しかもたない、といった中国製の不良品に対する批判が渦巻いている。中国人は、アフリカの人々をだまして金儲けをしようとしているように思えてならない。ずるいことをすれば、短期的には儲かる場合があるかもしれないが、多くの日本人の経営者はあえてそれをしない。こうした誠実で協調的な行動が、企業間での信頼関係を生み、膨大な数の中小企業と一握りの大企業という、日本に独特の経済システムを作り上げている一因だと思う。

大企業が部品を含めて何から何まで生産するのは効率が悪く、部品の生産に限れば、中小企業

に任せたほうが効率が高い。しかし、多くの企業が生産に関与するということは、多くの企業の間で部品や原材料の取引をしなければならないことを意味する。取引にはインチキがつきものであり、下手をすると取引がスムーズに行われない恐れがある。もしそうなれば、大企業と中小企業の分業システムは効率が悪いということになってしまう。

ここで、トヨタの車の生産について考えてみよう。車を1台作るのに、3万点の部品が必要であるという。ということは、おそらく3万社に近い数の下請企業が1台の車の生産に関わっているであろう。だから、取引の過程でトラブルが起こっても不思議はない。ところが現実には、そうした多くの企業が一糸乱れずに協調し、ジャスト・イン・タイムを実現し、効率性の高い生産システムと相まって、質の高い自動車を生産しているのである。それは、日本人の「思いやり」の心、あるいは協調的な精神なければ実現することのできない神業であるようにさえ思われる。それは、国民が協力して新型コロナの感染を防いだことに通じるものがある。

日本とは対照的に、中国では下請システムは機能しないといわれている。短期的な利益を求めて、下請企業が時として不誠実な行動をとるからであるらしい。最終製品のメーカーと1次下請の関係までは何とかなくても、2次や3次の下請企業を含めると、取引がうまくいかなくなってしまうという。その結果、中国は先進国に輸出できるような質の高い自動車を生産することができない。同様に、中国は機械を生産するのが一般に苦手である。米国も中国に似て、あるいは中国以上に企業間の信頼関係の構築ができないようである。その結果、米国は製造業が全般的に不振である。

経済学では、企業間取引の費用を「取引費用」と呼ぶ。取引費用の中には、価格も入るが、サーチ、交渉、質のチェック、罰則、訴訟等を行う費用も含まれる。日本経済の最大の特徴は、取引費用が低いことであると筆者は考えている。大学でろくに勉強もせず、英語もしゃべれないサラリーマンや公務員が大半で、博士号を取得して科学的知識に精通した勤労者となるような人が極端に少ない日本が、先進国であり続けているのは不思議なくらいである。そもそも教育水準は、経済の豊かさの最大の決定因である。だから各国の労働人口の平均就学年数と、1人当たりとの所得水準の間には、驚くほど強い相関関係がある。しかしそうだとすると、教育「不熱心」な日本は、中進国に転落してもおかしくない。しかし取引費用が国際的に見て著しく低いことが、経済の効率性を支え、日本を先進国の一員にとどめているのではないかと筆者は考えている。つまり、「思いやりの心」が日本経済の競争力の源泉になっていると思う。

3. 途上国における産業集積の発展

筆者は開発経済学を専門としており、アジアやアフリカの貧しい国々で、農業や製造業の発展について現地密着型の実証研究を続けてきた。製造業に関しては、いわゆる「産業集積」あるいは「産地」の発展に注目し、日本で2ヵ所（備後の作業衣、浜松のオートバイ）、台湾で2ヵ所（台中の工作機械、新竹のプリント基板）、中国で4ヵ所（温州の電気製品、湖州の子供服、重慶のオートバイ、江蘇省東部のプリント基板）の調査を皮切りに、ベトナム、バングラデッシュ、パキスタン、タンザニア、ケニア、エチオピア、ガーナにおいて、総計20ヵ所を越える産業集積で

独自の企業調査を実施してきた（園部・大塚，2004；Sonobe and Otsuka，2006，2011，2014；Otsuka et al.，2018）。それに加えて，日本の明治期以降の経済発展における産業集積の役割や，戦後のヨーロッパにおける産業集積の実態にも関心を寄せてきた（Hashino and Otsuka，2016）。また現在は，タイとインドと南アフリカにおけるオートバイ産業と自動車産業，タイとパキスタンの食品加工業の集積についても研究を継続している。

なぜ産業集積にこだわっているかといえば，多くの産業が集積していることが経済発展の原動力になっているからに他ならない。英国の産業革命では，グラスゴーといえば造船，マンチェスターといえば繊維，といった具合に産業集積が形成された。現在でも，シリコンバレーやバンガロールの IT の集積は有名である。また，驚異的ともいえる中国の経済発展は，集積型の製造業の発展が牽引したといわれている。日本でも，大田区の金属加工，鯖江のメガネフレーム，岐阜の婦人服，児島の学生服，豊田市周辺の自動車等々，産業集積は枚挙にいとまがない。多くの国々のさまざまな産業において，産業集積は時と場所を越えて重要な役割を果たしているのである。

それではなぜ，産業は集積するのであろうか。大きくいえば，理由は2つある。第1は，近くに立地することで企業間分業を進めやすいことである。組立メーカーと部品メーカー，1次下請と2次下請，商社とメーカー，それぞれの取引の費用は企業が隣接することによって節約できる。ある意味で，産業集積とは人為的に形成された「共同体」といってもいいかもしれない。何十，何百という企業が密集した小さな空間に立地していると，多くの経営者同士は知り合いである。そうした社会では，ゴシップがいつでも飛び交っている。悪いことでもしようものなら，悪い噂があつという間に集積中を駆け巡り，不誠実な経営者がいる企業は商売を続けることができなくなってしまう。だから，たとえ本来の性格が不誠実な経営者でも，集積内では誠実かつ協力的な行動を取らなければならない。その結果，集積内部での企業間の取引は円滑に行われる。もし，もともと誠実で協調的な性格の経営者が集まっていれば，取引は一層円滑に行われるであろう。だから，産業集積は日本人の性格にフィットした経済組織なのである。

産業集積のもう1つのメリットは，他の企業から学ぶことが容易であるということである。つまり，模倣がしやすいのである。中国のアパレル産地で聞いた話だが，新しく売れ筋のデザインの服が登場したら，3日間くらいのうちにどの企業も同じデザインの服を製造するようになるという。これは極端な話だが，日本のオートバイ産業の場合にも，ホンダが先進的な製品を売りに出すとヤマハがしつこく模倣したという話を耳にした。革新的な企業にとっては迷惑な話だが，ある製品で革新的な企業も他の製品では模倣者になるという場合もあるかもしれない。もしそうなれば，お互い様であろう。またもし新規参入した企業が集積地から遠く離れた場所に立地したとすれば，他の企業から学べないだけに，流行についていけないことになる。だから，新しい企業は続々と集積地に集まってくるのである。

しかしながら，この模倣がしやすいという産業集積の利点は，実は産業集積の弱点でもある。例えば，革新的な企業が新しい製品を開発して1億円の利益を得たとしよう。それを見ていた近所の企業50社がそれを模倣して，それぞれが1億円の利益をあげたとしよう。この場合，革新者が手にした私的利益は1億円だが社会的利益は51億円である。このような場合，そもそも革新的企業には，私費を投入して革新的技術を開発する誘因があったであろうか。もし革新を起こすの

に 2 億円の研究費がかかるとすれば、たとえ社会的利益が 51 億円でも、革新的企業は革新を起こそうとはしなかったであろう。もし、模倣によって値崩れが起きたりすれば、革新者の利益はそれだけ減ることになり、革新者はますますやる気を喪失してしまったであろう。

つまり、企業がばらばらに行動している限り、模倣があるために産業集積では革新が起こりにくいのである。しかし、革新が起こるか否かは産業集積の命運を決める。革新が起こらない産業集積は長期的に停滞し、革新が原動力となって発展した産業集積では、企業規模が拡大し、製品の質が向上するために先進国への輸出が活発になり、分業体制が整備されてますます活況を呈する。アジアの産業集積は発展型が多く、アフリカの産業集積は停滞型が多い。これが、20 数カ所の産業集積の事例研究から得られた重大な結論の 1 つである。

4. 産業集積における革新

個々の企業が独立に行動していれば、産業集積では革新が起こりにくい。そうであるであるとすれば、発展型の産業集積ではどうして革新が生まれるのであろうか。確かに、豊田佐吉や本田宗一郎のような天才が発明を主導し、それが産業全体の革新につながったケースもある。しかしながら、それ以上に大切なのは、生産者組合の役割であり、現場に近い地方政府の支援である。

革新的なアイデアは、何人もの経営者が使っても減るものではない。市場の情報なども、共同で使うことができる。経済学では、こういう性質のものを「公共財」と呼ぶ。公共財から得られる利益は、多くの人が同時に享受できるのであるから、多くの人が協力して公共財を作り出すことが望ましい。先の例に戻れば、革新から得られる社会的利益が 51 億円であるとすれば、革新の費用が 51 億円未満である限り、51 社が共同で革新を生み出すのが賢明である。ただし、51 社が他社を裏切ることなく全員の利益を考えて行動することが前提条件である。個人主義的な経営者は、費用を負担せずに、他の企業に革新を起こしてもらって、それをひたすら模倣しようとするかもしれない。これはただ乗りの行動と呼ばれるが、個人主義的な経営者にとっては合理的である。しかしながら、そういう経営者が集まっていれば、そもそも共同的行為はなされないことになり、革新は生まれにくい。それは、社会的には合理的ではない。換言すれば、社会的に望ましい共同的行為を実現するためには、経営者の協調的行動が必須条件である。

実際問題、生産者組合が革新を起こすうえで重要な役割を果たした事例は数多い。青森のりんごの生産者組合、桐生の絹織物の生産者組合、温州のさまざまな業種の生産者組合、パキスタンの医療器具の生産者組合、戦後ヨーロッパで成功したいくつもの産業集積の生産者組合、いずれも革新的知識を海外や国内の他の地域から導入して産業集積の発展に貢献した (Hashino and Otsuka, 2016)。アジアの産業集積の多くが革新を実現して発展した背景には、生産者組合の革新への積極的な取り組みがあり、また近隣の諸国に参考になる革新的知識が存在したことが重要であったと筆者は思う。生産者組合は代表者を先進地域に派遣して、新しい知識を導入して組合員に伝達した。また生産者組合は、先進的な知識を普及するために研修所を作って技術のグレードアップに努めた。中国の製造業の発展についていえば、日本や台湾からの技術導入が大きな役割を果たした。また、地方政府が人材面や財政面で生産者組合の革新に向けた取組みを支援して成

功した例も多い。

生産者組合のもう 1 つの重要な役割は、製品の質の向上によるブランドの構築と維持である。温州には、ふとどきな企業もあって質の悪い製品を売りまくったことがあったらしい。しかしそのおかげで、温州製品の信用はがた落ちになった。ある産業集積の製品の質はいいという「信用」や「評判」も、産業集積にとっては公共財である。そうした評判は、集積内の企業の努力で構築し、全ての企業がメリットを享受することができる性質のものである。温州の生産者組合は、粗悪品を製造していた企業を閉鎖に追い込んで、温州ブランドの名誉を守ったという。同じような話は、日本経済の発展の過程でも、また現在の途上国の発展型の産業集積でも起こっている。

要約すれば、生産者組合が革新を志向し、集積のブランドを作り上げることが産業集積の発展にとって不可欠である。そのためには、経営者の協調的な姿勢が必須条件である。日本人の協調的な性格は、生産者組合主導の産業集積の発展に適している。また、地方の政府が生産者組合を支援することも有効である。

途上国の場合には、革新のもとになっているのは海外からの知識の導入であることが多い。それは、模倣と言い換えることができるかもしれない。ただし、模倣と猿真似は違う。労働者の質、入手可能な原材料の種類等、国際間には生産環境にさまざまな相違があるから、適切な修正を施さなければ、途上国による模倣（つまり国際的技術移転）は成功しない。だから、途上国の革新は「模倣的革新」と呼ぶのが適切である。

5. 途上国の発展と日本の「地方創生」

日本では、東京一極集中を避けるために、地方の経済を活性化させようという「地方創生」への期待が根強い。北九州は「都市」であり、「地方」と呼ぶのにはふさわしくないかもしれないが、東京との対比で「地方」の中に便宜的に含めておきたい。ここでの問題は、途上国での産業の発展戦略と「地方創生」のための発展戦略と何が違うかという点である。

まず第 1 にいえることは、途上国の場合も地方の場合も、産業の発展は「集積型」が望ましいということである。取引費用が安く、新しい知識が普及しやすいという産業集積のメリットを想起すれば、集積型の発展以外は考えにくい。日本は、伝統的に産業集積依存型の発展を経験しており、集積型の発展を追求することに抵抗はないであろう。

第 2 にいえることは、生産者組合を結成し、革新を目指すことの重要性はどこも同じであるということである。革新がなければ、産業集積は発展しえない。革新を起こすためには、革新的知識が公共財的性格を持つ限り、生産者組合の役割が決定的に重要である。この点は、途上国と日本の地方との間に、本質的な相違はない。日本人の協調的な性格を考えれば、日本の地方は生産者組合を中核にして革新を目指すことに向いている。この点アフリカは、生産者組合が機能した経験がほとんどなく、心もとない。したがって、生産者組合に代わって中央政府や地方政府、あるいは JICA（Japan International Cooperation Agency：国際協力機構）のような援助組織が活躍しなければならないように筆者は思う。

途上国と日本の地方では、いくつかの決定的な相違がある。まず第 1 に指摘したいのは、途上

国の特徴は、教育水準の低い非熟練の労働者が多く賃金が安いことである。したがって、途上国には、アパレル、製靴、単純な金属加工業のような簡単で労働集約的産業に比較優位がある。他方日本では地方を含めて、国際的に見れば賃金が高く、匠の技を持った熟練工、科学に精通したスタッフ、優秀なエンジニアやデザイナーが雇用可能であり、高級な原材料や製造機械が入手可能である。したがって日本では、1970年代から繰り返し提唱されてきた「知識集約的」な産業を育成しなければならない。さもなければ、日本の産業は国際競争に勝てない。

第2は、どこから革新的知識を導入するかという問題である。労働集約的な産業を発展させようとするのであれば、過去に中進国や先進国で発展したという経緯があるから、途上国はそれらの国々から学べばいい。明治期以来の日本の経済発展は、先進国からの模倣に大きく依存したことはよく知られている。それは、きわめて合理的なやり方である。同じように、台湾や韓国や中国が日本から真似をして発展したのは合理的であった。しかし、知識集約的で先進的な産業については、真似の標的になる先進国の数は少ない。強いてあげれば、現在の日本にとって参考になるのはドイツであろうか。なぜさまざまな製造業がドイツで発展しているかは、もっと研究する価値があるように思う。

日本の地方にとって革新的知識の最も重要な源泉は、大学であろう。その点では、米国のやり方が参考になるかもしれない。米国には、ニューヨークやロサンゼルスやシカゴのような大都市とともに、ボストンやミネアポリスやパロアルトのような地方中核都市が数多くあり、そうした都市には必ず評価の高い大学がある。日本でも、札幌、仙台、名古屋、京都、神戸、福岡のような都市が発展を続けているのは、優秀な大学があることと無関係ではなかろう。大学と密接に連携し、世界最先端の科学的知識を活用することは、地方の活性化のための必要条件であると筆者は確信する。それに加えて、優秀な大学が能力の高い人材を育成していることも、地方創生に欠かせない要素であろう。彼らが、地域の経済と大学を結びつけるという重大な役割を担うことが期待される。逆にいえば、近隣に優秀な大学がない地域は、「地方創生」に成功する可能性が低いであろう。

途上国と地方のもう1つの決定的な違いは、産業基盤の有無にある。いうまでもなく、何の産業もないような途上国で産業を興すのは至難の技である。実際には、アフリカのきわめて貧しいような国々でも、アパレル、製靴、家具、金属加工等の産業集積が存在する。ただし、革新が起らず原始的ともいえる技術を使って、細々と質の低い製品を生産している場合が多い。筆者自身は、こうした産業集積にも研修を通じて新しい技術や経営手法（例えば日本流のカイゼン）を普及させることができれば、アフリカでも工業化は可能であると考えている。事実、JICAと共同で実験的に経営研修を企業経営者に提供し、エチオピア、ガーナ、タンザニアで成果があることを筆者は確認している。こうした途上国と、歴史的に産業が発展した経験のある日本の地方とでは、前提条件に大幅な相違がある。この意味で、北九州は抜群に優れている。長い歴史を有する中小企業群が、現在でも操業しているからである。これは地方再生にとって、決定的に有利な条件である。逆にいえば、こうした産業基盤がない地方では、地方再生の可能性はきわめて低いであろう。北九州が地方創生に失敗したとすれば、どこが地方創生に成功するのであろうか、と筆者は思う。

6. 北九州の創生：結びにかえて

これまで議論してきたように、経済学者は産業発展を成功させるための基本的な条件について議論することはできる。しかしながら、どの産業が有望であるのか、その有望な産業を育成するためには何をすべきか、特にどの大学のどの教授陣が役に立つのか、等々の具体的な問題を見極めることは得意ではない。とりわけ途上国の発展問題を研究している筆者のような経済学者は、日本の地方の現場の知識を持ち合わせていない。しかしながら、既存の産業基盤を活用し、新たな知識集約型の産業集積を育成し、生産者組合を活用しつつ大学と連携して、革新を起こすことを目指すべきであるという点に、疑いをはさむ余地はないと筆者は思う。また、日本人の協調的性格はこの目的に適合しており、とりわけ北九州のようにすでに企業群が存在する地域は、新しい産業を発展させる条件が整っていることも間違いない。

「革新」は英語では Innovation であるが、Innovation の中味は既存の人材や知識を再結合させる、あるいは新たな結合を行って新しく画期的な何かを生み出すことである。したがって、革新の代わりに「新結合」という用語も用いられている。この革新の原点に立ち返れば、まず北九州で行うべきことは、地元の企業経営者や技術者、科学的知識に明るい九州大学等の研究者、国際的事情に精通した商社マン、地方創生に意欲を持つ行政官、経営学者や経済学者を一堂に集めて、どのような新結合によってどのような産業を発展させることが、北九州の「創生」にとって最も有望であるかを検討することにある。また有望な新結合を実現するためには、どのような企業間連携が有効であるか、どのような技術支援組織が必要かということについても、検討する必要がある。それは、企業が共同で運営し行政が支援する研究所であるかもしれないし、研修センターであるかもしれない、あるいは既存のビジネススクールの強化かもしれない。もしそうした革新を目指す取組が軌道に乗れば、北九州の事例は、日本で初めての本格的な地方再生の成功モデルとなりうるのではないかと確信する。それはまた、新型コロナウイルスを封じ込めた日本人の特徴を色濃く反映した産業発展の姿になると、筆者は予測している。

参考文献

- Hashino, T., and K. Otsuka (2016) *Industrial Districts in History and the Developing World*, Dordrecht, Netherlands: Springer.
- Otsuka, K., K. Jin, and T. Sonobe (2018) *Applying the Kaizen in Africa: A New Avenue for Industrial Development*, New York, NY: Palgrave Macmillan.
- 園部哲史, 大塚啓二郎 (2004) 『産業発展のルーツと戦略：日中台の経験に学ぶ』 知泉書館
- Sonobe, T., and K. Otsuka (2006) *Cluster-Based Industrial Development: An East Asian Model*, Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.
- Sonobe, T., and K. Otsuka (2011) *Cluster-Based Industrial Development: A Comparative Study of Asia and Africa*, Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.
- Sonobe, T., and K. Otsuka (2014) *Cluster-Based Industrial Developments: Kaizen Management for MSE Growth in Developing Countries*, Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.

【所員論考】

日本における外国出身高度人材の 就職地選択行動と影響要因

アジア成長研究所研究部長・教授 戴 二彪

要旨

近年の日本において、少子高齢化の加速に伴い、留学生の受入れがさらに重視されるとともに、外国人の就労・定住に関する規制も大きく緩和されている。こうした背景の下で、外国出身高度人材歓迎政策が各地で打ち出されている。しかし、大都市圏と比べ、多くの地方自治体では、一定の政策効果があったものの、期待されたほど大きくはない。その原因の1つとして、多くの人材誘致策は外国出身高度人材の就職地選択行動を十分に理解したうえで策定されたものではないからだと考えられる。

本研究は、統計データと聞き取り調査に基づいて、新卒外国人留学生をはじめ、日本における外国出身高度人材の就職地選択行動を考察した。さらに、都道府県レベルのパネルデータと固定効果モデルを用いて、外国出身高度人材の就職地選択行動に対する目的地の地域特性による影響を検証した。こうした分析の結果とその政策示唆を踏まえて、最後は、地元北九州市の海外人材受入れ・定着促進政策に関して、いくつかの対策を提言したい。

1. はじめに

1960～90年代までの長い間に、日本を含む東アジア諸国の多くは、「人口ボーナス（労働人口の増加速度が総人口増加速度を上回る状態による経済成長へのプラスの影響）」を享受していた（Bloom and Williamson, 1998）。しかし、（欧米諸国と比べ）外国出身者の比率が非常に低い日本では、その後の人口出生率の低下と長寿化によって、人口の年齢構造が著しく変化し、総人口における高齢者の比率は世界で最も高くなっている。急激な人口構造の変容の結果、日本の経済成長に対する「人口ボーナス」効果が消えており、少子高齢化によるマイナスの影響が顕著になっていると検証された（Dai and Hatta, 2019）。さらに、人口規模（特に労働人口規模）の減少とともに、若者の行動に、新しい領域や異なる環境でチャレンジしていく意欲も弱くなっていると懸念されている。

こうした人口構造における変化によるマイナスの影響を緩和するために、近年の日本では、さまざまな対策が検討されているが、若い外国人労働力の受入れの拡大もその中の選択の1つとなっている。特に、日本の言語・文化・法律をよく理解できる在住留学生（2018年末に約30万人）に関する就職促進政策は日本社会から広い支持を得ており、従来の規制が大きく緩和されている。

これに伴い、卒業した留学生をはじめとする外国出身高度人材をめぐる地域間競争も起きている。しかし、一部の地域では海外人材が顕著に増えているものの、多くの地方自治体では、人材誘致効果はまだ期待されたほど大きくない。

日本の地方の海外人材誘致策の効果を高めるために、グローバル化時代の専門人材の就職地選択行動の解明が求められている。近年では、日本における外国出身高度人材を対象とする関連調査が増えているものの（JASSO、各年版；厚生労働省、2019；ディスコ、2019）、仮説と統計分析に基づく実証研究はまだ少ない。その中に、留学生卒業後の帰国就職・日本就職・第3国就職を巡る選択行動については、いくつかの興味深い研究が報告されているが（Peng, 2012；Liu, 2016）、日本国内の就職地選択に関する実証研究は、ほぼ見当たらない。

こうした現状を踏まえて、本研究では、日本における留学生をはじめとする外国出身高度人材の日本国内の就職地選択行動に着目し、その行動の特徴と影響要因を明らかにしようとする。本研究は5つの節から構成される。次の第2節と第3節では、統計データを用い、日本における外国出身高度人材の増加動向および就職地選択行動の特徴を考察する。第4節では、2015～18年の都道府県別パネルデータを用いた固定効果（Fixed Effect）モデルに基づいて、地域の新規就職留学生・新規就職外国出身高度人材の人数規模に影響する要因を検証する。第5節では、本研究の分析結果とその政策インプリケーションを要約したうえで、地元北九州市の海外高度人材受入れと定着促進戦略について提言する。

2. 日本における外国出身高度人材の増加動向

多くの先進国と同様、日本における外国出身高度人材の供給源は、①日本の高等教育機関で教育を受けた留学生と②海外から直接採用された人材、の2つに大別できる。本節では、まず留学生をはじめとする日本における外国出身高度人材の動向を概観する。

2.1 日本における留学生の推移

日本における留学生政策は、中曽根内閣が「留学生受入れ10万人計画」を策定した1983年以来、受入れ人数を拡大する方向で実施されてきた（文部省学術国際局留学生課、1983；文部科学省、2020）。

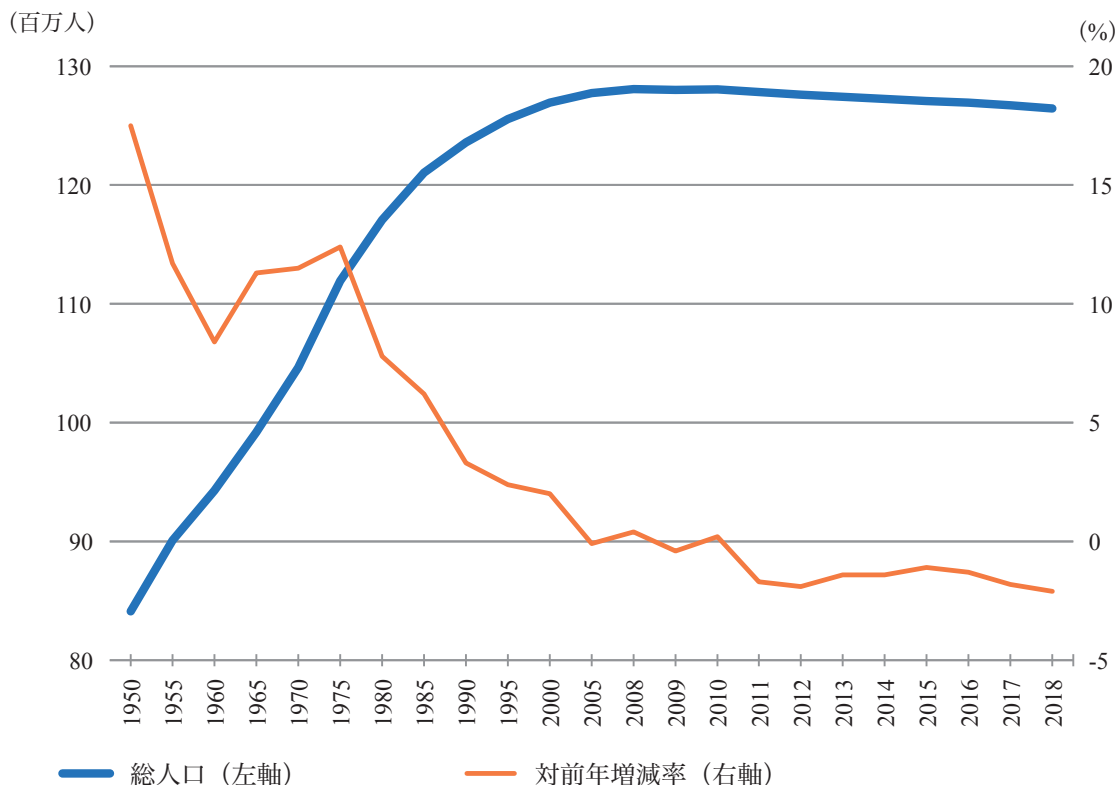
1980年代半ばまでは、日本における外国人留学生の数はまだわずか1万人程度でしかなかった。しかし、1985年の「プラザ合意」以降、急速な円高が進行した結果、日本企業の本格的な海外進出が始まり、国際ビジネス活動を支える人材に対する需要が急増した。それと同時に、円高によって、米ドルで評価される日本の所得水準・賃金水準と国全体の経済力が顕著に上昇し、日本は世界有数の高賃金労働市場と国際人口（留学生、専門人材、労働者）移動における魅力的な目的地候補に躍進した。このような背景の下で、1980年代半ばから、日本政府は、「途上国の人材育成への貢献」、「国際友好関係の強化」、および「我が国の企業の世界進出や貿易の促進等」を主な目的として、「留学生受入れ10万人計画」を本格的に実施し始めた。

2003 年に、当初の目標である 10 万人の受入れがはじめて達成された。そして、2008 年 7 月 29 日に、2020 年を目途に 30 万人の留学生受入れを目指す新しい「留学生 30 万人計画」が日本政府によって新たに公表された。これは、日本を世界により開かれた国とし、アジア、世界との間のヒト・モノ・カネ、情報の流れを拡大する「グローバル戦略」の一環であった（文部科学省、2008；2019）。

振り返ってみると、1983 年以来、調整・波動はあったものの、日本政府は留学生受け入れ拡大戦略を実施し続けている。このような留学生政策は、日本の教育界・経済界をはじめ、社会全体から強い支持を得ているといえる。特に近年では、少子高齢化による国内の人口減少（図 1）および労働人口減少・大学受験生減少など人口構造上の問題が深刻化しつつあり、留学生受入れ拡大政策の重要性は、大学・企業・地域社会・マスメディアなどに一層理解されるようになってきている（文部科学省、2018）。こうした政策を積極的に実施した結果、日本における外国人留学生は、1983 年の 1 万 300 人から 2018 年の 30 万人近くにまで急増した（表 1）。

ただし、注意すべきことは、日本における留学生の規模は大きく拡大したとはいえ、2018 年の留学生総数の半分以上は日本語学校・準備教育課程・専修学校に在籍しているものである。高等教育機構の正規コース（大学院・学部）に在籍している留学生はまだ 14 万人未満で、今後さらに増加していく余地があると思われる。

図 1 日本の総人口および対前年増減率の推移（単位：百万人，％）



（出所）総務省統計局『日本の統計 2020』第 2 章「人口・世帯」（<https://www.stat.go.jp/data/nihon/02.html>）より作成

表1 日本における留学生数の推移（単位：人）

年	留学生 総数	高等教育機関				日本語 教育機 関	年	留学生 総数	高等教育機関				日本語 教育機 関
		大学院	学部・ 短大・ 高専	専修学 校（専 門課程）	準備 教育 機関				大学院	学部・ 短大・ 高専	専修学 校（専 門課程）	準備 教育 機関	
1983	10,698	3,905	5,963	830	—	本調査 対象外	2001	78,812	25,146	39,502	12,324	1,840	本調査 対象外
1984	12,410	4,590	6,216	1,604	—		2002	95,550	26,229	50,321	17,173	1,827	
1985	15,009	5,384	7,201	2,424	—		2003	109,508	28,542	57,911	21,233	1,822	
1986	18,631	6,838	8,291	3,502	—		2004	117,302	29,514	62,311	23,833	1,644	
1987	22,154	8,035	9,803	4,316	—		2005	121,812	30,278	64,774	25,197	1,563	
1988	25,643	9,354	11,246	5,043	—		2006	117,927	30,910	63,437	21,562	2,018	
1989	31,251	10,568	13,486	7,197	—		2007	118,498	31,592	62,159	22,399	2,348	
1990	41,347	12,383	16,390	12,574	—		2008	123,829	32,666	63,175	25,753	2,235	
1991	45,066	13,816	18,710	12,540	—		2009	132,720	35,405	67,108	27,914	2,293	
1992	48,561	15,004	21,364	12,193	—		2010	141,774	39,097	72,665	27,872	2,140	
1993	52,405	16,592	23,677	12,136	—		2011	163,697	39,749	71,244	25,463	1,619	25,622
1994	53,787	17,740	25,009	11,038	—		2012	161,848	39,641	71,361	25,167	1,587	24,092
1995	53,847	18,645	25,477	9,725	—	2013	168,145	39,567	69,339	24,586	2,027	32,626	
1996	52,921	19,779	25,504	7,638	—	2014	184,155	39,979	67,782	29,227	2,197	44,970	
1997	51,497	19,856	25,502	6,139	—	2015	208,379	41,396	69,405	38,654	2,607	56,317	
1998	51,298	20,483	25,159	5,656	—	2016	239,287	43,478	74,323	50,235	3,086	68,165	
1999	55,755	22,679	26,160	6,916	—	2017	267,042	46,373	80,020	58,771	3,220	78,658	
2000	64,011	23,585	30,612	8,815	999	2018	298,980	50,184	87,806	67,475	3,436	90,079	

注）「出入国管理及び難民認定法」の改正（2009 年）により、2010 年 7 月 1 日付けで在留資格「留学」「就学」が一本化された。2011 年 5 月以降は日本語教育機関に在籍する学生も「留学生」として計上。

（出所）JASSO（2019）より作成

独立行政法人日本学生支援機構の調査結果を見ると、現在日本における留学生の出身国（地域）構成、専攻分野構成、都道府県別分布については、次の特徴がある。

（1）出身国構成については、1980～2000 年代の時期に、中国・韓国・台湾など東アジア出身者が常に留学生全体の 8～9 割を占めていたが、その後、日本企業の海外進出先の変化に伴い、東南アジア出身の留学生の割合が急速に上昇している。特にベトナムとネパールは、韓国・台湾を追い越して、第 2 位と第 3 位の留学生出身国に躍進している（表 2）。

（2）専攻分野構成については、上位 3 位の人文科学、社会科学、工学を専攻する留学生は、それぞれ 14 万人（全体の 47%）、7.4 万人（全体の 25%）、3.5 万人（全体の 12%）になっており、科学技術大国日本における留学生としては、理工系学生の割合がやや低いと思われる（表 3）。ただし、表 3 の統計では、日本語学校で勉強している学生（理工系の学部・大学院への進学を目指す学生も含む）をすべて「人文科学」のカテゴリーに分類しているため、理工系学生の割合を幾分過小評価していると見られる。

表 2 日本における外国人留学生の国籍別構成（2018 年）（単位：人，％）

国・地域名	留学生数 (人)	構成比 (%)	国・地域名	留学生数 (人)	構成比 (%)
中国	114,950	38.4	フランス	1,493	0.5
ベトナム	72,354	24.2	ドイツ	924	0.3
ネパール	24,331	8.1	カンボジア	913	0.3
韓国	17,012	5.7	ロシア	771	0.3
台湾	9,524	3.2	イタリア	715	0.2
スリランカ	8,329	2.8	ブータン	714	0.2
インドネシア	6,277	2.1	英国	703	0.2
ミャンマー	5,928	2.0	カナダ	483	0.2
タイ	3,962	1.3	ブラジル	466	0.2
バングラデシュ	3,640	1.2	オーストラリア	460	0.2
モンゴル	3,124	1.0	スウェーデン	425	0.1
マレーシア	3,094	1.0	シンガポール	408	0.1
米国	2,932	1.0	パキスタン	397	0.1
フィリピン	2,389	0.8	スペイン	386	0.1
ウズベキスタン	2,132	0.7	その他	8,137	2.7
インド	1,607	0.5	計	298,980	100.0

(出所) JASSO (2019) より作成

表 3 日本における外国人留学生の専攻分野別構成（単位：人，％）

専攻分野	留学生数 (人)		構成比 (%)	
	2018 年	2017 年	2018 年	2017 年
人文科学	140,200	124,305	46.9	46.5
社会科学	74,037	67,664	24.8	25.3
理学	3,981	3,452	1.3	1.3
工学	35,463	30,804	11.9	11.5
農学	3,984	3,739	1.3	1.4
保健	5,027	4,356	1.7	1.6
家政	5,083	4,787	1.7	1.8
教育	3,541	3,221	1.2	1.2
芸術	10,219	8,432	3.4	3.2
その他	17,445	16,282	5.8	6.1
計	298,980	267,042	100.0	100.0

(出所) JASSO (2019) より作成

表 4 日本における留学生の都道府県別分布（単位：%，居住地登録ベース）

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年			2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
全国（人）	246,679	277,331	311,505	337,000	滋 賀		0.37	0.33	0.35	0.37
北 海 道	1.42	1.33	1.29	1.34	京 都		3.90	3.72	3.66	3.81
青 森	0.14	0.13	0.12	0.12	大 阪		8.06	8.21	8.60	8.82
岩 手	0.14	0.11	0.11	0.11	兵 庫		3.22	3.24	3.28	3.37
宮 城	1.69	1.67	1.56	1.49	奈 良		0.36	0.36	0.35	0.33
秋 田	0.18	0.13	0.13	0.11	和 歌 山		0.15	0.14	0.12	0.14
山 形	0.10	0.11	0.09	0.09	鳥 取		0.09	0.08	0.08	0.09
福 島	0.25	0.28	0.27	0.26	島 根		0.11	0.10	0.10	0.11
茨 城	1.57	1.58	1.48	1.40	岡 山		1.34	1.28	1.20	1.20
栃 木	1.05	1.01	1.01	0.98	広 島		1.48	1.48	1.51	1.57
群 馬	0.69	0.75	0.85	0.86	山 口		0.53	0.56	0.54	0.54
埼 玉	5.72	5.87	5.97	6.23	徳 島		0.11	0.11	0.12	0.12
千 葉	5.71	5.84	5.95	5.83	香 川		0.22	0.21	0.17	0.20
東 京	35.44	36.11	35.80	35.15	愛 媛		0.27	0.19	0.19	0.19
神 奈 川	5.36	5.40	5.35	5.42	高 知		0.25	0.24	0.23	0.21
新 潟	0.84	0.82	0.78	0.74	福 岡		6.46	6.04	6.13	5.92
富 山	0.26	0.24	0.24	0.23	佐 賀		0.27	0.27	0.28	0.28
石 川	0.72	0.70	0.69	0.64	長 崎		0.76	0.68	0.64	0.65
福 井	0.13	0.14	0.15	0.17	熊 本		0.46	0.40	0.40	0.39
山 梨	0.44	0.41	0.36	0.32	大 分		1.48	1.30	1.18	1.11
長 野	0.59	0.61	0.57	0.58	宮 崎		0.21	0.22	0.23	0.23
岐 阜	0.62	0.64	0.60	0.58	鹿 児 島		0.28	0.25	0.25	0.29
静 岡	1.08	1.05	1.10	1.14	沖 縄		1.10	1.00	0.87	0.89
愛 知	4.00	4.28	4.57	4.95	未定・不詳		0.01	0.01	0.04	0.01
三 重	0.39	0.36	0.41	0.43						

（注）居住地登録ベースの「留学生」在留資格所持者には、一部の学業修了者も含まれているので、本表における留学生総人数は JASSO の統計（表 1～表 3）より若干高い。

（出所）法務省（各年版）より作成

（3）留学生の都道府県別分布については、3 大都市圏での集中が目立っているが、地方の一部自治体（例えば九州の福岡県）においても、全国平均をはるかに超える割合の留学生を受入れている（表 4）。

なお、多くの先行調査によると、近年では、日本の大学に在籍している留学生の 6 割以上は日本で就職したいと考えている（JASSO，各年版）。後述するように、その中に実際に日本の企業などに採用され、日本で就職する高度人材になった留学生の人数と（卒業した留学生全体に占める）割合は、近年上昇しつつある。

2.2 日本で働く外国出身高度人材の動向

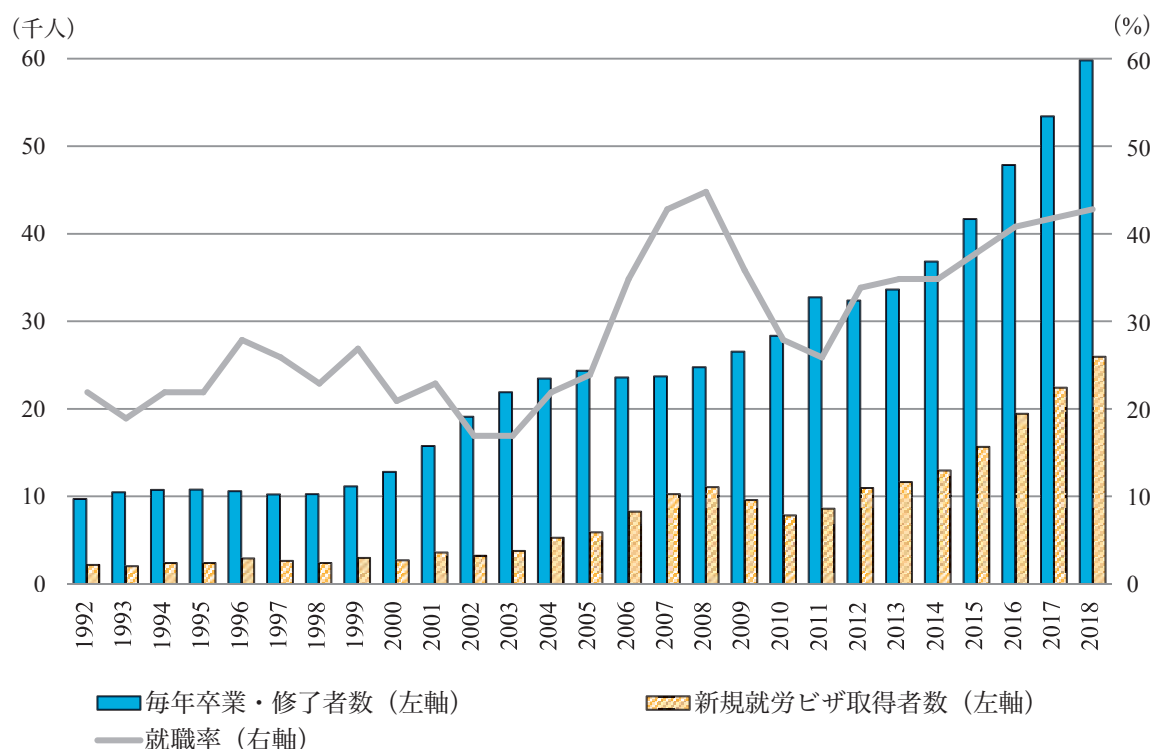
1980 年代末に、外国出身高度人材のスムーズな受け入れをサポートするために、日本政府（法務省）は、出入国管理法の改正を通じて、「技術」・「人文知識・国際業務」（2015 年以降、「技術・人文知識・国際業務」へ合併された）など 10 数種類の外国出身高度人材向けの就労ビザ（正式名称は在留資格）を設けた。2020 年現在の日本には、外国人に対するビザ（在留資格）が 28 種類あるが、それぞれのビザには、該当する活動内容（職務内容）が法律で定められており、活動内容に変更があった場合にはビザの変更が必要になる。その内、主に高度人材を対象とする「就労ビザ」には、「技術・人文知識・国際業務」、「経営・管理」、「高度専門職」、「技能」、「企業内転勤」、「教授」、「芸術」、「宗教」、「報道」、「法律」、「会計業務」、「医療」、「研究」、「教育」など 14 種類がある。毎年、新規採用（就職）の外国出身高度人材のうち、8～9 割は「技術・人文知識・国際業務」ビザの取得者であり、そのほとんどは各分野の民間企業に雇用されている。

前述したとおり、日本における外国出身高度人材の供給源は、①日本の高等教育機関で教育を受けた留学生と②海外から直接採用された人材、の 2 大カテゴリーに大別できる。日本法務省（出入国在留管理庁）は毎年、在留資格が「留学生」から「技術・人文知識・国際業務」など 10 数種の就労ビザへ変更された留学生に関する統計を公表するとともに、「技術・人文知識・国際業務」ビザを交付されたすべての外国人に関する統計も公表している。この 2 つの統計に基づいて作成された図 2 と図 3 は、それぞれ、日本における新規就職の留学生と「技術・人文知識・国際業務」ビザを取得した新規就職の外国出身高度人材全体の推移を示している。

図 2 と図 3 からは、次の動向が確認できる。

- (1) 2008 年以前は、新規採用の留学生人数が日本の外国出身高度人材に対する需要を大きく下回る時期である。この時期においては、在籍留学生の規模がまだ小さいと同時に、学業修了後の日本での就職率も、最終の数年を除けば、ほとんど 20% 前後に過ぎなかった。このため、毎年、新規就職外国出身高度人材全体に占める新規就職留学生の割合は、20～40% 程度にとどまっていた。
- (2) 2008～12 年の時期は、新規採用の留学生人数が日本の外国出身高度人材に対する需要に近い時期である。世界金融危機が発生した直後のこの時期においては、高度成長と所得水準の上昇を続けていた中国などからの留学生が増加しつつあるが、経済減速の影響で日本国内の外国出身高度人材に対する需要がかなり減少した。このため、期間中の新規就職外国出身高度人材全体に占める新規就職留学生の割合は、90% 以上まで上昇した年もあった。
- (3) 2013 年以降は、外国出身高度人材に対する需要が新規採用の留学生人数を再び大きく超える時期である。この時期においては、「アベノミクス」の実施によって、大企業が集積している 3 大都市圏をはじめとする地域では、好景気が続いているのに加え、少子高齢化も加速している。これに伴い、外国出身高度人材を含む労働力への需要全般が拡大しつつある。ただし、この時期では、留学生の人数が大きく拡大しているものの、需要側と供給側の質あるいは専門分野上のミスマッチなどの原因で、日本企業の間には、国内在住の留学生の中から必要な人材を採用するとともに、直接海外から優秀人材を採用する動きも広がっている。

図2 日本における新規就職の留学生（新規就労ビザ取得者）の推移（単位：千人，％）

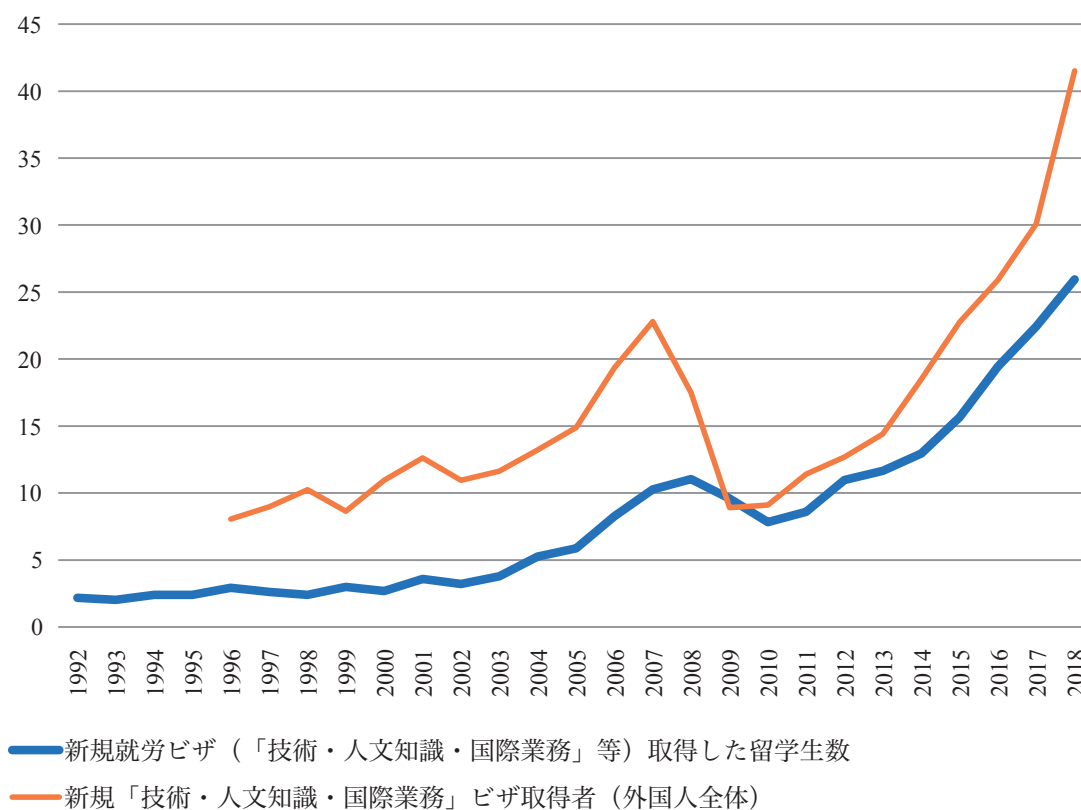


(注) 毎年卒業・修了者の数は、公表統計データがないので、前の年の在籍留学生総数の 5 分の 1 として推定される。

(出所) 法務省出入国在留管理庁（各年版 a），JASSO（2019）の統計に基づいて作成

ここで注目すべきことは、新規就職の外国出身高度人材の主な職務内容と出身国構成の変化である。表 5、表 6 に示されるように、2001 年ごろまでは、経済グローバル化の拡大に伴う英語教育需要の拡大もあって、米国など英語圏先進国が日本企業（民間言語学校を含む）に採用された外国高度人材の主な出身国である。その後、2001 年に WTO 加盟を果たした中国を始めとするアジア諸国への日本の対外直接投資の急増と IT（情報技術）人材に対する需要の拡大に伴い、中国・韓国・インド・ベトナムなどアジア諸国が日本で働く外国高度人材の主要出身国となった。さらに、近年では、中国など東アジア諸国と日本の間で専門人材の賃金水準格差が縮小しつつあるとともに、日本企業の対アジア直接投資の重点地域が北から南へシフトしているため、東南アジア・南アジア諸国（特にベトナム、インド）出身者が多く採用されるようになっている。こうした変化は、主に九州の企業を対象とする当研究所の聞き取り調査においても確認されている（戴，2020）。

図3 日本における新規就職の留学生と外国出身高度人材（全体）の推移（単位：千人）



（注）「技術・人文知識・国際業務」ビザの新規取得者の人数は、常に各就労ビザ（10 数種類）の新規取得者数の 8～9 割を占めているので、本稿では、便宜上、「技術・人文知識・国際業務」ビザの新規取得者の動向を新規就職の外国出身高度人材全体の動向と見なす。

（出所）法務省出入国在留管理庁（各年版 a, b）に基づいて作成

表5 新規「技術・人文知識・国際業務」ビザ取得者の国籍構成（トップ5）の変化（単位：人）

順位	2001 年	2008 年	2011 年	2015 年	2018 年
第 1 位	米国 2,540	中国 5,467	中国 2,395	中国 5,707	ベトナム 9,927
第 2 位	中国 1,867	韓国 2,469	米国 1,576	ベトナム 2,469	中国 8,209
第 3 位	英国 1,520	米国 1,855	韓国 1,381	韓国 2,464	韓国 4,606
第 4 位	オーストラリア 1,312	インド 1,631	インド 1,231	インド 2,284	インド 3,341
第 5 位	韓国 1,167	ベトナム 963	ベトナム 575	米国 1,920	台湾 2,316
その他	4,212	5,105	4,246	7,912	13,111
合計	12,618	17,490	11,404	22,756	41,510

（出所）法務省出入国在留管理庁（各年版 b）に基づき作成

表 6 新規「技術・人文知識・国際業務」ビザ取得者の主な職務内容の変化

年	主な職務内容
2001	職務内容別では、教育 6,029 人 (47.8%), 技術開発 (情報処理以外) 1,478 人 (11.7%), 情報処理 1,147 人 (9.1%) が過去数年同様上位を占めている。教育の中で多数を占めているのは語学教育であり、翻訳・通訳、海外業務、貿易業務等と合わせると、語学に関するものが全体の約 53% を占めている。
2008	職務内容別では、情報処理 5,541 人 (31.2%), 技術開発 1,934 人 (11.1%), 設計 1,710 人 (9.8%), 教育 2,258 人 (12.9%), 翻訳・通訳 1,481 人 (8.5%), 販売・営業 650 人 (3.7%) が上位を占めている。
2011	職務内容別では、情報処理分野 2,618 人 (23.0%), 教育分野 1,878 人 (16.5%), 技術開発 1,392 人 (12.2%), 翻訳・通訳分野 1,283 人 (11.3%) が上位を占めている。
2015	職務内容別では、情報処理分野 6,271 人 (27.6%), 翻訳・通訳 2,725 人 (12.0%), 販売・営業 2,253 人 (9.9%), 教育 2,240 人 (9.8%) が上位を占めている。
2018	職務内容別では、情報処理分野 9,400 人 (16.5%), 翻訳・通訳 7,746 人 (13.6%), 設計 5,698 人 (10.0%), 技術開発 5,468 人 (9.6%) が上位を占めている。

(出所) 法務省出入国在留管理庁 (各年版 b) に基づき作成

3. 外国出身高度人材の就職先の地域分布

前節では、少子高齢化の加速と「アベノミクス」の実施に伴い、近年の日本における外国出身高度人材が増加しつつあることが明らかになった。ただし、外国出身高度人材の増加動向には、大きな地域間格差がある。本節では、新規就労ビザを取得した留学生と新規「技術・人文知識・国際業務」ビザを取得した外国出身高度人材全体の就職先の地域分布を、それぞれ考察する。

3.1 留学生の就職地の都道府県別分布

日本法務省出入国管理庁は、毎年、「留学生の日本企業等への就職状況」を公表している。新卒留学生は企業や大学・研究機関などに雇用されたら、従来持っていた「留学生」という在留資格(ビザ)は「技術・人文知識・国際業務」をはじめとする 10 数種の専門人材向けの就労目的の在留資格(ビザ)へ変更される。

表 7 は、新規就労ビザを取得した留学生の就職先の都道府県別分布を示している。また、表 8 は、新規就労ビザを取得した留学生の就職先の 3 大都市圏・地方別分布を示している。

この両表からは、次の特徴が確認できる。

- (1) 新規就職留学生の就職先は、3 大都市圏に集中している。3 大都市圏が就労ビザを取得した留学生全体の 8 割強を吸収していることに対して、地方はその 2 割弱しか受入れていない。この地域分布パターンは、近年かなり安定している。
- (2) 3 大都市圏の中でも、東京圏への集中が非常に目立っている。日本の首都および世界有数の

表 7 新規就労ビザを取得した留学生の就職先の都道府県別分布（単位：人）

地域	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	地域	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
北海道	181	261	282	259	京都府	385	450	657	701
青森県	8	13	15	13	大阪府	1,614	1,989	2,228	2,598
岩手県	12	6	11	19	兵庫県	343	461	561	596
宮城県	113	166	135	195	奈良県	51	65	72	86
秋田県	6	4	10	6	和歌山県	30	21	28	23
山形県	12	30	46	43	鳥取県	13	12	10	8
福島県	22	47	78	117	島根県	9	5	8	16
茨城県	181	208	335	326	岡山県	132	133	157	167
栃木県	104	169	224	244	広島県	199	209	241	305
群馬県	325	484	539	531	山口県	32	42	36	45
埼玉県	530	742	940	1,042	徳島県	10	10	9	14
千葉県	473	587	820	976	香川県	34	34	46	33
東京都	7,626	9,265	9,915	11,971	愛媛県	37	37	38	30
神奈川県	808	1,088	1,278	1,618	高知県	6	9	9	15
新潟県	51	62	62	66	福岡県	525	703	892	781
富山県	50	56	65	70	佐賀県	10	21	34	34
石川県	61	63	55	69	長崎県	36	47	59	49
福井県	20	25	36	55	熊本県	95	52	68	42
山梨県	63	80	123	136	大分県	56	62	93	83
長野県	76	74	113	127	宮崎県	10	6	11	29
岐阜県	96	97	259	191	鹿児島県	37	45	32	30
静岡県	204	255	349	410	沖縄県	88	135	175	233
愛知県	746	949	991	1,183					
三重県	63	81	96	117	不明	22	23	51	98
滋賀県	52	52	127	142	合計	15,657	19,435	22,419	25,942

（出所）法務省出入国在留管理庁（各年版 a）より作成

グローバル都市として、高度な都市機能と多様な可能性を持つ東京の外国出身高度人材に対する吸引力が他の地域をはるかに超えていることは、歴然である。

- (3) 地方の各自治体の内、もっとも多くの新規就職留学生を受入れているのは福岡県である。これは、アジアに近く、在籍留学生の数は常に全国上位（2～4 位）で、アジアに進出している企業の数も多い同県の人材需給関係を反映しているといえる。一方、在籍留学生の数は全国 10 位前後にランキングされている大分県など一部の地方自治体は、企業に高く評価される卒業生を数多く送り出しているものの、地元（所在県）での就職を選択したのは卒業生全体の 1 割未満にとどまっている。

表 8 新規就労ビザを取得した留学生者の就職先の 3 大都市圏・地方別分布（単位：人，％）

地域	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
東京圏（人）	9,437	11,682	12,953	15,607
名古屋圏（人）	905	1,127	1,346	1,491
大阪圏（人）	2,393	2,965	3,518	3,981
地方（人）	2,922	3,661	4,602	4,863
全国（人）	15,657	19,435	22,419	25,942
東京圏（％）	60.3	60.1	57.8	60.2
名古屋圏（％）	5.8	5.8	6.0	5.7
大阪圏（％）	15.3	15.3	15.7	15.3
地方（％）	18.7	18.8	20.5	18.7
全国（％）	100.0	100.0	100.0	100.0

（注）本稿における三大都市圏のそれぞれの地域範囲は、次の通りである。東京圏：東京都，埼玉県，千葉県，神奈川県；名古屋圏：愛知県，岐阜県，三重県；大阪圏：大阪府，京都府，兵庫県，奈良県。

（出所）法務省出入国在留管理庁（各年版 a）より作成

3.2 新規就労ビザを取得した外国出身高度人材全体の就職先の地域分布

第 2 節で述べたように、近年の日本では、IT をはじめとする一部の専門分野における人材不足が顕在化し、国内留学生の新規採用だけでは解消できなくなっている。このため、多くの企業（事業主）は、直接海外から必要な優秀人材を受け入れている。その結果、日本で働いている外国出身高度人材全体の中に、日本に留学した経験のない人材が占める割合が大きく上昇している。

日本法務省出入国管理庁は、毎年、新規就労ビザ取得者の内、「日本企業等への就職を目的とした『人文知識・国際業務』および『技術』に係る在留資格認定証明書交付状況について」を公表している。前述したように、「技術・人文知識・国際業務」ビザの新規取得者の数は常に全就労ビザ取得者の 8～9 割程度を占めているので、その地域分布は、各種就労ビザを取得した外国出身高度人材全体の地域分布にかなり近いと考えてよい。

また、日本法務省出入国管理庁は、毎年、居住地登録ベースの『外国人在留統計』も公表している。この統計に基づいて、都道府県別居住地ベースの「技術・人文知識・国際業務」ビザ所持者の新規増加数も算出できる。毎年、在留資格を「技術・人文知識・国際業務」から「永住」へ変更した者や日本国籍に帰化した者は少なくないが、外国出身高度人材の永住在留資格変更率・帰化率の都道府県間格差が小さいので、このような在留資格変更と帰化は、「技術・人文知識・国際業務」ビザ所持者の地域分布の動向に与える影響はかなり小さいと思われる。

これらの統計データに基づいて作成された表 9 と表 10 は、それぞれ、新規「技術・人文知識・国際業務」在留資格を取得した外国人全体（留学生を含む）の都道府県別分布と 3 大都市圏および地方の分布を示している。両表のいずれにおいても、就職地ベースの分布と居住地ベースの分布が示されている。

表 9、表 10 と前出の表 7、表 8 を比べてみると、次の特徴が明らかである。

表 9 新規「技術・人文知識・国際業務」在留資格取得者の都道府県別分布（単位：人）

地域	新規許可数（企業所在地別）				対前年増加数（在留居住地別）			
	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
北海道	404	540	712	862	298	391	498	593
青森県	15	32	49	75	17	30	37	59
岩手県	30	40	28	35	11	42	19	71
宮城県	132	161	190	238	55	141	143	221
秋田県	25	32	24	23	-2	10	10	9
山形県	15	35	46	43	15	52	34	96
福島県	76	97	125	115	85	104	78	199
茨城県	230	328	226	498	130	325	398	719
栃木県	196	226	221	375	218	272	392	525
群馬県	274	321	454	659	422	520	637	583
埼玉県	440	497	587	980	1,001	1,719	2,388	2,761
千葉県	659	709	807	1,244	1,250	1,525	2,000	2,781
東京都	11,162	12,827	13,596	18,557	5,133	8,381	8,338	9,230
神奈川県	2,096	1,929	2,042	2,774	1,531	2,065	2,483	3,502
新潟県	47	51	113	155	18	23	161	201
富山県	75	89	113	110	38	45	293	251
石川県	58	50	63	164	29	44	27	126
福井県	26	26	45	76	-2	24	52	82
山梨県	52	80	95	157	7	103	176	176
長野県	105	161	194	349	69	120	214	263
岐阜県	163	154	324	590	82	126	285	553
静岡県	321	384	540	680	192	329	588	786
愛知県	1,495	1,776	2,244	2,901	923	1,635	1,934	2,953
三重県	155	200	257	516	57	158	347	729
滋賀県	57	83	195	480	50	117	346	774
京都府	183	221	361	671	222	371	511	690
大阪府	1,111	1,600	2,134	3,176	1,287	2,045	2,631	3,353
兵庫県	449	513	686	1,158	293	515	675	1,135
奈良県	32	30	62	211	28	55	101	210
和歌山県	21	20	35	42	20	25	40	47
鳥取県	17	14	12	21	3	27	-2	-6
島根県	21	18	18	29	21	14	20	111
岡山県	119	136	178	394	110	132	214	343
広島県	334	340	341	481	223	269	254	413
山口県	73	66	92	93	31	29	44	99
徳島県	16	23	31	32	-7	7	7	22
香川県	85	105	120	131	7	46	48	60
愛媛県	52	10	10	70	26	-7	41	-21
高知県	4	38	85	13	6	2	3	14
福岡県	670	741	948	722	501	822	864	736
佐賀県	31	36	50	42	28	29	79	61
長崎県	165	169	103	77	170	117	-63	63
熊本県	88	100	192	193	32	51	168	286
大分県	142	66	124	64	16	104	101	64
宮崎県	27	35	45	31	7	17	11	49
鹿児島県	30	36	69	101	28	46	60	89
沖縄県	253	377	467	475	260	406	416	412
合計	22,756	25,888	30,065	41,510	14,912	23,418	28,149	36,451

（出所）企業所在地別のデータは法務省出入国在留管理庁（各年版 b）に、在留居住地別のデータは法務省（各年版）に基づき計算

表 10 新規「技術・人文知識・国際業務」在留資格取得者全体の地域別分布（単位：人，％）

地域	新規許可数（企業所在地別）				対前年増加数（在留居住地別）			
	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
東京圏（人）	14,357	15,962	17,032	23,555	8,915	13,690	15,209	18,274
名古屋圏（人）	1,813	2,130	2,825	4,007	1,062	1,919	2,566	4,235
大阪圏（人）	1,775	2,364	3,243	5,216	1,830	2,986	3,918	5,388
地方（人）	4,811	5,432	6,965	8,732	3,105	4,823	6,456	8,554
全国（人）	22,756	25,888	30,065	41,510	14,912	23,418	28,149	36,451
東京圏（％）	63.1	61.7	56.7	56.7	59.8	58.5	54.0	50.1
名古屋圏（％）	8.0	8.2	9.4	9.7	7.1	8.2	9.1	11.6
大阪圏（％）	7.8	9.1	10.8	12.6	12.3	12.8	13.9	14.8
地方（％）	21.1	21.0	23.2	21.0	20.8	20.6	22.9	23.5
全国（％）	100	100	100	100	100	100	100	100

（出所）企業所在地別のデータは法務省出入国在留管理庁（各年版 b）に、在留居住地別のデータは法務省（各年版）に基づき計算

- （1）新規就職留学生の就職地分布と同様、外国出身高度人材全体の就職地分布も、3 大都市圏に集中している。ただし、後者の場合、3 大都市圏が占める割合は 8 割弱で、留学生に関する同割合（8 割強）をやや下回っている。一方、地方は、外国出身高度人材全体の 2 割強を受け入れている。このような地域分布パターンは、近年かなり安定している。
- （2）新規就職留学生の就職地と同様、外国出身高度人材全体は、3 大都市圏の中でも東京圏に特に集中している。ただし、東京圏が占める割合は、留学生の分布における割合より低い。
- （3）地方の各自治体の中に、最も多くの外国出身高度人材を受入れているのは福岡県と北海道である。いずれも人口規模の大きい地域で、高度人材に対する需要も大きいと考えられる。
- （4）外国出身高度人材全体の居住地分布パターンは、その就職地分布パターンと類似している。ただし、就職地分布と比べると、居住地分布の場合は、東京圏の割合が幾分下がっているのに対して、名古屋圏・大阪圏・地方の割合がいずれも上がっている。また、東京圏の地域内においては、東京都の割合がかなり下がっているが、周辺数県（神奈川、埼玉、千葉）の割合が上昇している。これは、外国出身高度人材にとって、就職地としての東京の魅力が抜群に高いが、居住地としての東京の魅力が若干下がることを示唆している。

4. 外国出身高度人材の就職地選択の影響要因

4.1 実証分析のモデル

前の第 3 節では、日本における新規就職（採用）の外国出身高度人材の地域分布の特徴を明らかにした。では、こうした地域分布はどのような要因に影響されているのであろうか。本節では、これについて、より詳しい統計データと計量分析モデルに基づいて解明してみる。

具体的には、最近 4 年間（2015～18 年）の外国出身高度人材の就職地・居住地の都道府県分布に関するパネルデータ（4 年分の 47 都道府県別データ）と固定効果（Fixed Effect）モデルを用いて、都道府県別外国出身高度人材（新規就労ビザを取得した留学生、新規「技術・人文知識・国際業務」ビザを取得した外国出身高度人材全体）数を被説明変数として、その影響要因を検証する。モデルを構築する際、外国人移民の就職地・居住地に関する先行研究・関連調査と第 3 節の考察結果を踏まえ、次の仮設に基づいて説明変数を選ぶ。

仮説 1：都道府県別新規就職の外国出身高度人材の人数は、当該地域の労働市場状況（市場規模、需給関係、賃金水準など）に大きく左右される。

仮説 2：都道府県別新規就職の外国出身高度人材の人数は、当該地域社会の外国人・異文化に対する寛容度（多文化共生環境）に影響される。

仮説 3：都道府県別新規就職の外国出身高度人材の人数は、当該地域の生活コスト（家賃など）にも影響される。

本研究の実証分析で使われる固定効果モデルは次の通りである。

$$Y_{it} = \alpha + X'_{it} \beta + u_i + \varepsilon_{it}$$

$$i = 1, 2, \dots, 47; t = 2015, 2016, 2017, 2018$$

ただし、

Y は被説明変数である。

X と β は、それぞれ諸説明変数とその係数のベクトルである。

u_i は地域 i 特有の個別効果（固定効果）である。

ε_{it} は誤差項のうち、時間とともに変化する部分である。 α は定数項である。

表 11 に示すように、本研究の実証分析で設定される被説明変数と諸説明変数の意味は次の通りである。

newSKst：都道府県別諸就労ビザを新規取得した留学生（略称：新卒留学生）の人数（即ち、「留学」ビザから諸就労ビザへ変更した人数）

newSKwp：都道府県別（就職地別）「技術・人文知識・国際業務」ビザを新規取得した外国人の人数

newSKre：都道府県別（居住地別）「技術・人文知識・国際業務」ビザを持つ外国人の純増加数

pgrdp：都道府県別 1 人当たり地域総生産

salary：都道府県別勤労者平均年収

pop：都道府県別総人口

sforeign：都道府県別総人口における外国出身人口の割合

dsratio：都道府県別有効求人倍率（年平均）

hrent：都道府県別平均家賃

上述した諸変数の基本統計量は、表 12 に示されている。

表 11 モデルにおける被説明変数と諸説明変数の意味とデータ出所

変数	説明	データ出所
newSKst	都道府県別「技術・人文知識・国際業務」等の在留資格（諸就労ビザ）を新規取得した留学生数	法務省出入国在留管理庁（各年版 a）
newSKwp	都道府県別「技術・人文知識・国際業務」在留資格を新規取得した外国人数	法務省出入国在留管理庁（各年版 b）
newSKre	都道府県別「技術・人文知識・国際業務」在留資格を持つ外国人の純増加数	法務省（各年版）
pgrdp	都道府県別 1 人当たり地域総生産	内閣府「県民経済統計」（2020）
salary	都道府県別勤労者平均年収	内閣府「県民経済統計」（2020）
pop	都道府県別総人口	内閣府「県民経済統計」（2020）
sforeign	都道府県別総人口における外国籍人口の割合	法務省（各年）と内閣府（2020）より計算
dsratio	都道府県別有効求人倍率（年平均）	総務省統計局（2020）
hrent	都道府県別平均家賃	総務局統計局（各年版）

（出所）筆者作成

表 12 モデルにおける変数の基本統計量

変数	サンプル数	単位	平均値	標準偏差	最小値	最大値
newskst	188	人	442.9	1,443.0	4.0	11,971.0
newskwp	188	人	628.1	2,093.4	4.0	18,557.0
newskre	188	人	547.5	1,280.3	-63.0	9,230.0
pgrdp	188	千円	2,831.8	491.6	2,062.4	5,482.7
salary	188	千円	4,333.8	391.4	3,559.0	5,657.4
pop	188	千人	2,697.8	2,726.1	560.0	13,822.0
sforeign	188	%	1.4	0.8	0.3	4.1
dsratio	188	—	1.5	0.3	0.9	2.2
hrent	188	円／3.3 平米	4,350.8	988.8	3,178.0	8,631.0

（出所）筆者作成

ただし、一部の説明変数の間に高い相関関係があるので、これらの変数を同時にモデルに入れることを避けるべきである。実際の実証分析では、異なる説明変数の組み合わせで構成される複数のモデルを用いて、検証を行った。

4.2 留学生の就職地選択の影響要因

表 13 は、「新卒留学生の就職地（都道府県）別人数」を被説明変数として、2015～18 年のパネルデータと固定効果モデルを用いて分析した結果（2 つのモデルの分析結果）を示している。同表からは、次の関係が判明できる。

表 13 諸説明変数による新卒留学生の就職地選択への影響

モデル 1					モデル 2				
説明変数	Coef.	Std. Err.	t	P>t	説明変数	Coef.	Std. Err.	t	P>t
pgrdp	0.124	0.269	0.46	0.65	salary	0.191	0.239	0.80	0.43
pop	9.405	0.617	15.23	0.00	pop	9.348	0.591	15.82	0.00
sforeign	391.993	184.755	2.12	0.04	sforeign	372.320	186.890	1.99	0.05
dsratio	387.322	151.910	2.55	0.01	dsratio	382.544	144.125	2.65	0.01
hrent	0.087	0.334	0.26	0.80	hrent	0.001	0.347	0.00	1.00
定数項	-26,778.1	2,456.110	-10.90	0.00	定数項	-26,691.3	2,224.198	-12.00	0.00
R ² : within = 0.7625					R ² : within = 0.7633				
between = 0.5954					between = 0.5939				
overall = 0.5800					overall = 0.5785				

(出所) 筆者作成

- (1) 被説明変数「新卒留学生の就職地（都道府県）別人数」に対して、当該地域の労働市場の規模を反映する pop（地域総人口）、雇用機会を反映する dsratio（地域の有効求人倍率）、異文化に対する寛容度（多文化共生環境）を示す sforeign（地域総人口における外国人の割合）など 3 つの説明変数は、統計的に有意な（顕著な）プラスの影響を与えている。そのうち、p 値が示しているように、pop（地域総人口）の影響は特に顕著である。
- (2) 被説明変数「新卒留学生の就職地（都道府県）別人数」に対して、地域の所得水準を示す pgrdp（1 人当たり地域総生産、モデル 1）と salary（地域の勤労者平均所得、モデル 2）の両説明変数による影響は、統計的に有意ではない。また、地域の家賃水準による影響も、統計的に有意ではない。

こうした実証分析の結果は、前述した 3 つの仮説の内の 2 つを概ね支持しているといえる。ただし、地域総人口の影響が非常に突出している理由は、日本の場合、地域の人口規模と地域の所得水準との相関性が比較的高いので、「地域総人口」は地域の労働市場の規模だけでなく、地域の所得水準もある程度反映しているからと思われる。

4.3 外国人高度人材全体の就職地選択の影響要因

表 14 と表 15 は、それぞれ「新規採用の外国人高度人材の就職地別人数」と「新規採用の外国人高度人材の居住地別人数」を被説明変数として、同じ 2015～18 年のパネルデータを用いて分析した結果を示している。両表からは、次の関係が判明できる。

- (1) 被説明変数「新規採用の外国人高度人材の就職地別人数」に対して、該当地域の労働市場の規模を反映する pop（地域総人口）と異文化に対する寛容度（多文化共生環境）を示す sforeign（地域総人口における外国人の割合）の両説明変数は、統計的に有意な（顕著な）プラスの影響を与えている。そのうち、pop（地域総人口）の影響は特に顕著である。一方、雇用機会を反映する dsratio（地域の有効求人倍率）はプラスの影響を与えているが、モデル 1

では統計的に有意（顕著）であるものの、モデル 2 では有意と認められない。

- (2) 被説明変数「新規採用の外国人高度人材の居住地別人数」に対しても、pop（地域総人口）と sforeign（地域総人口における外国人の割合）の両説明変数は統計的に有意なプラスの影響を与えている。そのうち、pop（地域総人口）の影響は特に顕著である。しかし、dsratio（地域の有効求人倍率）の影響は、モデル 1 とモデル 2 のいずれにおいても有意ではない。就職地選択と比べ、居住地選択の場合は、雇用機会という要因の重要性が弱くなると考えられる。
- (3) 被説明変数「新規採用の外国人高度人材の就職地別人数」と「新規採用の外国人高度人材の居住地別人数」のどちらに対しても、地域の所得水準を示す pgrdp（1 人当たり地域総生産，モデル 1）と salary（地域の勤労者平均所得，モデル 2）の両説明変数による影響は統計的に有意ではない。また、地域の家賃水準による影響も、統計的に有意ではない。

表 14 諸説明変数による新規採用の外国人高度人材の就職地選択への影響

モデル 1					モデル 2				
説明変数	Coef.	Std. Err.	t	P>t	説明変数	Coef.	Std. Err.	t	P>t
pgrdp	-0.540	0.595	-0.91	0.37	salary	0.425	0.530	0.80	0.42
pop	13.947	1.366	10.21	0.00	pop	14.363	1.310	10.97	0.00
sforeign	1,092.943	408.648	2.67	0.01	sforeign	968.252	414.281	2.34	0.02
dsratio	625.157	335.999	1.86	0.07	dsratio	420.232	319.483	1.32	0.19
hrent	0.630	0.739	0.85	0.40	hrent	0.488	0.770	0.63	0.53
定数項	-40,664.3	5,432.517	-7.49	0.00	定数項	-44,066.2	4,930.416	-8.94	0.00
R2: within = 0.6360					R2: within = 0.6355				
between = 0.5794					between = 0.5818				
overall = 0.5561					overall = 0.5583				

(出所) 筆者作成

表 15 諸説明変数による新規採用の外国人高度人材全体の居住地選択への影響

モデル 1					モデル 2				
説明変数	Coef.	Std. Err.	t	P>t	説明変数	Coef.	Std. Err.	t	P>t
pgrdp	-0.185	0.43	-0.43	0.67	salary	-0.274	0.381	-0.72	0.47
pop	7.676	0.98	7.81	0.00	pop	7.762	0.941	8.25	0.00
sforeign	1,617.977	294.17	5.50	0.00	sforeign	1,645.665	297.668	5.53	0.00
dsratio	116.778	241.87	0.48	0.63	dsratio	122.154	229.554	0.53	0.60
hrent	-0.411	0.53	-0.77	0.44	hrent	-0.287	0.553	-0.52	0.60
定数項	-20,294.7	3,910.67	-5.19	0.00	定数項	-20,447.5	3,542.6	-5.77	0.00
R2: within = 0.6855					R2: within = 0.6863				
between = 0.8020					between = 0.8044				
overall = 0.7503					overall = 0.7524				

(出所) 筆者作成

4.4 分析結果の比較と解釈

表 13, 表 14, 表 15 で示されている実証分析の結果を比較してみると, 次の共通点・相違点が特に興味深いと思われる。

- (1) 新卒留学生, 新規採用の外国人高度人材 (就職地ベース), 新規採用の外国人高度人材 (居住地ベース) の就職地・居住地選択に対して, pop (地域総人口) はいずれも顕著な影響を与えているが, その重要度は新卒留学生, 新規採用の外国人高度人材 (就職地ベース), 新規採用の外国人高度人材 (居住地ベース) の順になっている。新卒留学生に対する地域総人口の影響が最も顕著になっている理由は, 留学生の大都市志向が強いということよりも, 彼らの日本語力が高く求職競争の厳しい大都市においても職を得やすい, という解釈が妥当ではないかと思われる。一方, 大都市の居住環境は必ずしも良いとはいえないので, 新規採用の外国人高度人材 (居住地ベース) の地域分布に対しては, 地域人口規模による影響が若干弱くなると考えられる。
- (2) 3 つの被説明変数に対して, sforeign (地域総人口における外国人の割合) もいずれも統計的に有意な影響を与えているが, その重要度は, 新規採用の外国人高度人材 (居住地ベース), 新規採用の外国人高度人材 (就職地ベース), 新卒留学生の順になっている。すでに日本社会の一員になっている多くの新卒留学生よりも, 日本語力も日本社会に対する認識と情報収集力も相対的に低い新規採用外国人高度人材 (特に居住地選択の場合) のほうが外国人の割合の高い地域を選好する, という傾向が伺える。
- (3) 地域労働市場における需給関係を反映する dsratio (地域の有効求人倍率) の影響の顕著度は, 新卒留学生, 新規採用の外国人高度人材 (就職地ベース), 新規採用の外国人高度人材 (居住地ベース), の順になっている。そのうち, 就職地選択と比べ, 居住地選択においては雇用機会という要因の重要度が弱くなることは容易に理解できる。一方, 新卒留学生と比べ, 新規採用の外国人高度人材に対する dsratio (地域の有効求人倍率) の影響が弱くなっているのは, 日本語能力の低い後者は, 多くの在日留学生のように自由に日本各地の労働市場情報にアクセスすることができず, 就職地を選択する力も弱い, ということが原因と解釈できるのではないかと思われる。実際, 地方で働いている多くの外国出身高度人材は, 人材派遣会社や個人ネットワークの紹介で現在の企業に雇用されたケースが多く, 完全に労働市場の需給関係の影響で行動したわけではないと考えられる。

5. 分析結果の政策インプリケーションと北九州市への提言

5.1 分析結果の政策インプリケーション

本研究では, 日本における外国出身高度人材の就職地選択行動 (地域分布) に着目して, その特徴と影響要因を考察・分析した。主な分析結果は, 次のように要約できる。

- (1) 近年の日本では, 景気の回復と少子高齢化の加速に伴い, 外国出身高度人材の日本への就職

は大幅に増加している（付表 1）。

- (2) 日本で教育を受けた留学生をはじめ、外国出身高度人材の就職地・居住地は、東京圏・名古屋圏・大阪圏など 3 大都市圏に集中している。ただし、一部の地方自治体においても、外国出身高度人材が顕著に増加している。
- (3) 日本における外国出身高度人材の地域分布は、地域の労働市場規模を反映する地域総人口、地域の異文化に対する寛容度（多文化共生環境）を反映する総人口における外国人の割合、および地域の雇用機会を反映する有効求人倍率、の 3 変数（要因）に大きく影響される。特に地域総人口の影響は最も顕著である。
- (4) 上述した 3 大要因による影響は、高度人材のカテゴリーによって若干異なる。外国出身高度人材全体と比べ、日本国内の労働市場状況などを相対的に把握している留学生の就職地選択においては、地域総人口と地域有効求人倍率の影響がより顕著である。一方、外国出身高度人材全体の就職地選択・居住地選択（特に後者）においては、総人口における外国人の割合の影響は、留学生の就職地選択における同影響よりも顕著である。
- (5) 留学生・外国出身高度人材全体の就職地選択・居住地選択行動において、地域所得水準や家賃水準は、統計的に有意な影響を与えていない。

以上の分析結果から、外国出身高度人材の受入れを推進している地方自治体にとって、次の政策示唆（インプリケーション）が得られる。

- (1) 外国出身高度人材は大都市圏での就職・居住を選好するという現実を受け止めて、大都市の優位性に対抗できるような地方都市の魅力を創出し、効果的にアピールする必要がある。
- (2) 自分の地域に対する外国出身高度人材の親近感・好感度を上げるために、海外先進国や国内大都市圏の事例・経験を参考し、伝統文化を大切にしながら多文化共生の環境づくりを重視しなければならない。
- (3) 国内在住の留学生と海外の高度人材のそれぞれの長所・短所および就職地選択行動の特徴を理解したうえで、地域社会のニーズに合うグローバル人材戦略を構築すべきである。
- (4) 大都市圏よりも少子高齢化問題が深刻になっている地方の有効求人倍率は、近年かなり高くなっているものの、求職者に周知されていない。デジタル時代に相応しい人材リクルート方法の改善と人材戦略における産学官連携の推進は、地方の企業・大学・行政の急務である。

5.2 北九州市への提言

北九州市は九州を代表する産業都市である。日本企業の対外直接投資が本格的に始まった 1980 年代後半以来、TOTO、安川電機など上場企業をはじめ、多くの北九州企業は海外進出など国際投資・国際貿易活動の活発化に伴い（戴，田村，2017）、徐々に外国出身社員の雇用を拡大した。近年の北九州では、IT など新しい産業分野の成長と景気状況の改善が続いているなか、少子高齢化の加速による労働人口と総人口の自然減少に加え、人口の社会減少（純転出）も起きているため（田村，戴，2016）、北九州の労働市場における供給不足が一層顕在化し、各種の外国出身人材

に対する需要が大きく増大している（戴，2020）。

一方，約 1,600 万人以上の非正規労働者が存在している日本では，労働人口の「量」が本当に不足しているとはいえない。労働需給の地域間・産業間・職種間のミスマッチ問題が解決されれば，労働力不足問題はある程度改善できると考えられる。特に，世界中で猛威を振るっている新型コロナウイルス（COVID-19）の影響で，これからの日本経済・アジア経済・世界経済は大きな減速リスクに直面しており，労働市場における需給関係が急速に変化する恐れがあると予想できる。

こうした人口構造と経済環境の変化動向および地域社会・日本社会の文化伝統を総合的に考えると，外国人労働者の大規模な受入れは，やはり社会の合意を得たうえで慎重に推進すべきである。ただし，外国人労働者の内，日本で高等教育を受けた留学生をはじめ，専門技術・知識をもつ高度人材は，北九州を含む日本の様々な分野の成長・発展と雇用創出に貢献できるとともに，日本社会との融合も（単純労働者より）比較的容易であるので，彼らを積極的に受け入れるべきである。

外国出身高度人材の受入れ・定着に関する具体的な戦略・対策については，本研究の分析結果と北九州市の特徴を踏まえ，次のように提言したい。

- (1) 企業の外国出身人材のリクルート方法を改善すべきである。AGI の研究報告書（戴，2020）で報告されているように，多くの北九州企業は，外国出身人材をリクルートする際に，依然として個人ネットワークという伝統的な方法に大きく依存している。企業のニーズに合う人材をより効率的に見つけるためには，従来の方法を大事にしながら，求人・求職サイト・産学共催の合同説明会など他のリクルート方法も積極的に利用すべきである。
- (2) 求めている人材の職種・専門性によって，リクルートの戦略を調整する。日本語能力に対する要求が高い職種については，日本で教育を受けた留学生の中から人材を募集すべきであるが，IT 関連分野をはじめとする理工系専門人材を求める職種については，国内外の人材リクルート会社と連携し，海外から直接募集することも重視すべき選択肢である。特に近年では，中国・韓国・台湾・インド・ベトナムなど東アジア諸国（地域）では，IT 関連分野をはじめとする理工系分野の卒業生の量も質も顕著に上昇しており，専門スキルについては日本国内で高等教育を受けた学生（留学生を含む）の平均水準を上回る若者が大量に養成されている。彼らは，幼い頃から日本のアニメ文化に影響され，日本語の上達も早いので，重要な人材資源として開発・利用すべきである。
- (3) 企業は，賃金以外の魅力を求職者にアピールする必要がある。大都市圏と比べ，北九州企業の名目賃金水準がやや低いと見られるが，家賃・物価水準などの要因を考えると，実質賃金の地域格差はそれほど大きくないと考えてよい。実際，本研究の実証分析結果は，留学生など外国出身人材は就職先（就職地）を選択する際に，賃金水準についてあまり重視していないことを示唆している。したがって，優秀な人材を引き付けるために，北九州の企業は，キャリアの発展機会やスキルの向上可能性など，賃金以外の魅力を求職者にアピールする必要がある。
- (4) 日本国内有数の留学生規模を持つ北部九州（特に福岡県，大分県）の高等教育機関と企業の

連携関係を推進し、留学生の地元での就職率を上げていくべきである。北九州において、世界中に知られている有名企業も数社あるが、ほとんどは中小企業である。その中に、環境・建築・介護・観光・IT など成長ポテンシャルの高い分野で事業を拡大している企業が少なくない。留学生にインターン機会の提供や、産学共同研究会・企業説明会の定期開催などを実施すれば、地元企業および地元全体に対する留学生の理解・好感・絆が生まれ、応募・就職・定着する優秀人材も増えるはずである。

- (5) 日本を代表する産業都市の 1 つとしての北九州は、多くの中小都市にない重要な産業インフラ（国際空港・新幹線を含む）・多くの高等教育機関・研究機関・文化施設を有するとともに、世界中最も強い経済成長を続けているアジアに近いという地理位置の優位性も持っている。伝統的な重工業都市というイメージが強いが、東アジアのハイテク創造都市・文化都市・環境首都に変身しつつある。地域行政と大学・研究機関などが、こうした有利な条件と資源を生かし、国際交流事業を通じて北九州の新しいイメージを積極的にアジア・世界に発信すれば、北九州全体の知名度が上昇し、人材誘致に大きなプラスの影響を与えることができる。本研究の結果に示すように、総人口における外国人人口（特に地域の経済発展に大きく貢献できる高度人材）の割合の上昇傾向が定着すれば、人材集積が加速すると期待できる。

参考文献

〈日本語〉

- 厚生労働省（2019）『『外国人雇用状況』の届出状況表一覧』（https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_03337.html）
- JASSO（独立行政法人日本学生支援機構）（2019）「平成 30 年度外国人留学生在籍状況調査」（https://www.jasso.go.jp/about/statistics/intl_student_e/2018/index.html）
- JASSO（独立行政法人日本学生支援機構）（各年版）「外国人留学生進路状況・学位授与状況調査結果（平成 16 年～平成 29 年）」
- 総務省統計局（2020）「統計でみる日本・一般職業紹介状況（職業安定業務統計）労働市場関係指標」（<https://www.e-stat.go.jp/about>）
- 総務省統計局（各年版）「社会生活統計指標－都道府県の指標」（<http://www.stat.go.jp/data/shihyou/index.html>）
- 戴二彪（2020）「日本における外国出身高度人材の就職地選択行動と影響要因－北九州市の海外人材受入れ政策への示唆－」『2019 年度アジア成長研究所調査報告書』
- 戴二彪、田村一軌（2017）「北九州企業の海外進出と国際ビジネスの展開」『新修・北九州市史（経済編）』pp. 623～648
- 田村一軌、戴二彪（2016）「九州地域における人口減少対策：国際観光都市別府の事例からの示唆」『東アジアへの視点』第 26 巻 3 号，pp. 1～12
- ディスコ（2019）「外国人留学生／高度外国人材の採用に関する調査」株式会社ディスコ
- 内閣府（2020）「県民経済計算」（https://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/sonota/kenmin/kenmin_top.html）
- 法務省（各年版）「在留外国人統計（旧登録外国人統計）統計表」（http://www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei_ichiran_touroku.html）
- 法務省出入国在留管理庁（各年版 a）「留学生の日本企業等への就職状況」2001～12 年（http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri01_00013.html）

2013 年以降 (<http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou>)
 (2015 年以降, 入国管理局から出入国管理庁へ昇格・名称変更した)
 法務省出入国在留管理庁 (各年版 b) 「日本企業等への就職を目的とした『技術』又は『人文知識・国際業務』に係る在留資格認定証明書交付状況」
 2001～12 年 (http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri01_00013.html)
 2013 年以降 (「日本企業等への就職を目的とした『人文知識・国際業務』及び『技術』に係る在留資格認定証明書交付状況について」とタイトル変更) (<http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou>)
 文部省学術国際局留学生課 (1983) 「21 世紀への留学生政策に関する提言について」『学術月報』(日本学術振興会編), 36 巻第 7 号, p. 514～516
 文部科学省等 (2008) 「留学生 30 万人計画」骨子」(https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/ryugaku/1420758.htm)
 文部科学省 (2018) 「外国人留学生の就職支援について」(<https://www8.cao.go.jp/kisei-kaikaku/suishin/meeting/wg/hoiku/20180305/180305hoiku01.pdf>)
 文部科学省 (2019) 「留学生政策の基本方針」(https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/043/siryo/_icsFiles/afieldfile/2019/01/21/1396556_6.pdf)
 文部科学省 (2020) 「留学生政策に関する各種提言等」(https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/007/gijiroku/030101/2-2.htm)

〈英語〉

Bloom, D. E. and J. G. Williamson (1998), “Demographic transitions and economic miracles in emerging Asia.” *World Bank Economic Review*, Vol.12, No.3, pp. 419-455.
 Dai Erbiao and Hatta Tatsuo (2019), “The effects of demographic changes on regional economic growth: Evidence from Japan”, *Singapore Economic Review*, (forthcoming) (<https://doi.org/10.1142/S0217590818420109>).
 Liu, Yang (2016), “To Stay or Leave? Migration decisions of foreign students in Japan”, RIETI Discussion Paper Series 16-E-097.
 Peng, Xue (2012), “Why does overseas Chinese talent intend to return: A case study on the determinants of Chinese talent in Japan”, ICSEAD (AGI) Working Paper Series, Vol.2012-08.

付表 1 近年の日本における外国人就労者全体 (在留資格別) の推移 (単位: 人)

	2014 年		2015 年		2016 年		2017 年		2018 年	
	人数	対前年増減比	人数	対前年増減比	人数	対前年増減比	人数	対前年増減比	人数	対前年増減比
外国人労働者総数	787,627	9.8%	907,896	15.3%	1,083,769	19.4%	1,278,670	18.0%	1,460,463	14.2%
専門的・技術的分野の在留資格	147,296	11.1%	167,301	13.6%	200,994	20.1%	238,412	18.6%	276,770	16.1%
うち技術・人文知識・国際業務	—	—	121,160	—	148,538	22.6%	180,367	21.4%	213,935	18.6%
うち技術	43,948	12.0%	—	—	—	—	—	—	—	—
うち人文知識・国際業務	61,033	12.5%	—	—	—	—	—	—	—	—
特定活動	9,475	22.5%	12,705	34.1%	18,652	46.8%	26,270	40.8%	35,615	35.6%
技能実習	145,426	6.5%	168,296	15.7%	211,108	25.4%	257,788	22.1%	308,489	19.7%
資格外活動	146,701	20.5%	192,347	31.1%	239,577	24.6%	297,012	24.0%	343,791	15.7%
うち留学	125,216	22.1%	167,660	33.9%	209,657	25.0%	259,604	23.8%	298,461	15.0%
身分に基づく在留資格	338,690	6.2%	367,211	8.4%	413,389	12.6%	459,132	11.1%	495,668	8.0%
うち永住者	187,865	10.4%	208,114	10.8%	236,794	13.8%	264,962	11.9%	287,009	8.3%
うち日本人の配偶者	69,727	1.9%	72,895	4.5%	79,115	8.5%	85,239	7.7%	89,201	4.6%
うち永住者の配偶者	7,878	7.4%	8,968	13.8%	10,441	16.4%	12,056	15.5%	13,505	12.0%
うち定住者	73,220	0.6%	77,234	5.5%	87,039	12.7%	96,875	11.3%	105,953	9.4%
不明	39	21.9%	36	-7.7%	49	36.1%	56	14.3%	130	132.1%

(注) 各年 10 月末現在のデータ。

(出所) 厚生労働省 (2019) より作成

【投稿論文】

中国の新興決済機構のイノベーション

徳島大学准教授 趙 彤[†]徳島文理大学准教授 水ノ上 智邦[§]

要旨

近年、中国ではオンライン決済とモバイル決済が一気に急拡大した。その理由として、旺盛な起業家精神のみならず、既存の金融機関が敬遠しがちな個人決済業務からイノベーションが起こったこと、さらに金融当局が支援を惜しまなかったことが挙げられる。これにより中国はリテール金融サービスにおいて、一気に最先進国の座に登りつめた。

本稿は、中国の新興決済市場を経済学的な視点から解説する。特に、新興決済機構が利用者の決済口座と資産運用口座をまとめたことを「統合型決済口座」と名付け、日本などで普及している決済機能のみを有する「専用型決済口座」と比較することで、その影響力を説明している。両者は機能上の違いに留まらず、その潜在的な能力において、まったくの別物である。中国の新興決済機構は、決済などのサービスをユーザーに低コストで提供し、収集したビッグデータを用いて稼ぐというエコシステムを確立しつつある。

1. はじめに

中国では 2010 年以降、オンライン決済とモバイル決済が飛ぶ鳥を落とす勢いで急拡大し、日本経済新聞の報道によれば、2016 年の中国におけるモバイル決済の年間総額は、IT 最先進国である米国の 50 倍以上に上る。Analysys 易觀（2018）によれば、2017 年のモバイル決済とオンライン決済の取引金額はそれぞれ 109.07 兆元と 24.54 兆元となる。中国では百貨店や大型ショッピング・モールだけではなく、個人商店や市場の売店においても、モバイル決済を当たり前のように使うようになった。その範囲は中国国内にとどまらず、日本の大手コンビニチェーンであるセブン・イレブン・ジャパンやローソンにおいても、日本国内の全店舗でアリババ傘下の決済アプリであるアリペイを使えるようになった。

中国では 2010 年からオンライン決済の普及が始まり、さらに 2015 年からスマートフォンの普及とともにモバイル決済が広まることによって、中国の人々の決済行動は大きく変化するようになった。QR コードを読み取り可能なスマートフォンさえ持てば、スーパーマーケットからデパート、タクシー、病院、露店まで生活のすべてのシーンで支払いを完結できる。さらに、電話代や

[†] 徳島大学大学院社会産業理工学研究部准教授 Email: zhaotong@tokushima-u.ac.jp[§] 徳島文理大学総合政策学部准教授 Email: mizunoue@tks.bunri-u.ac.jp

公共料金はもちろん、交通違反の切符までクリック 1 つで支払いできる。今や中国の大都市では、財布を持たずに出かけることが一般的になりつつある。このような決済方法の変化は、表面的に見れば決済方法が改善するだけであるが、ちょうど 1990 年代にインターネットが我々の生活に浸透しはじめ、わずか 10 年の間に生活を大きく変えてしまったのと同じように、キャッシュレス決済には、電子商取引やネット金融を大きく変化させ、シェアエコノミーの根幹を作り上げ、今の電気や水道のように我々の将来の日常生活の基礎インフラとなる可能性が潜んでいる。

中国の決済機構を大きく分けると銀行系決済機構と非銀行系決済機構があり、非銀行系決済機構は、中国では一般的に「第三者決済機構」（第三方支付機構, Third-Party Payment）^{注 1)} と呼ばれる。非銀行系決済機構をさらに分けると、日本でも馴染みのあるユニオンペイ（銀聯電子支付）のようなクレジットカード系列の決済機構と、アリペイやウィーチャットペイのような IT 企業から派生した新興決済機構がある。本稿が主要対象とするのは、後者の新興決済機構である。

改革開放後、中国では経済発展にともない決済サービスも大きく発展してきた。中国の経済発展と決済サービスの成長の経緯をみると、2010 年までの決済サービスの発展は多くの国の発展経路と同じく銀行系の決済機構によるものであり、経済規模が拡大すると共に決済需要が増え、銀行の決済業務もそれに応じて大きく拡大してきた。一方、2010 年以降の成長は主に新興決済機構によるものであり、電子商取引の急拡大や現金決済の電子化への誘導によって、新興決済機構が決済市場の裾を大きく広げ、取引規模を飛躍的に拡大した。

非銀行系決済機構の業務は大きく分けて、オンライン決済、モバイル決済、およびクロスボーダー決済の 3 業務である^{注 2)}。2010 年 6 月 21 日に公布された「非銀行機構支付服務管理弁法」（非銀行系決済サービス管理方法）^{注 3)} によれば、非銀行系決済機構とは取引に決済サービスを提供する金融サービス機構であり、預貯金や貸出のような銀行機能を持たない金融機構である。図 1 と図 2 は中国における非銀行系決済機構のオンライン決済とモバイル決済の年間取引総額の推移と対前年増加率の推移である。オンライン決済は 2010 年から急速に増加し、2013 年に 6 兆元近くになり、2017 年には 24.5 兆元に達した。その増加率は 2015 年までは 50% 近くあったが、最近では 30% 弱にまで落ちている。非銀行系モバイル決済の取引総額の増加速度はさらに著しく、2013 年の 1.3 兆元から 2017 年の 109 兆元まで、実に 100 倍近くへと急拡大した。さらに、2013 年ではオンライン決済の取引金額は、同年のモバイル決済の 4 倍以上であったが、4 年後の 2017 年ではその関係が逆転し、後者が前者の 4 倍以上となっている。これはスマートフォンの普及に伴い、非銀行系決済の主戦場がオンラインからモバイルに移動した結果であり、これから両者の差はますます拡大していくであろう。

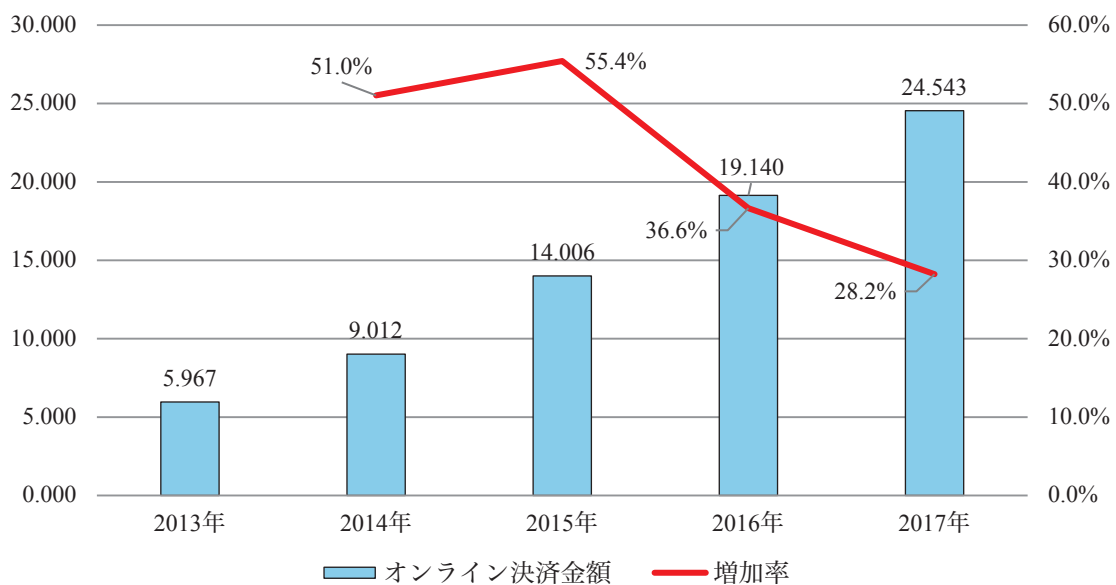
注 1) 中国では「第三者決済機構」と呼ぶのがむしろ普通であり、ニュースや日常生活の中で「第三者決済機構」と呼ばれている。「非銀行系決済機構」という呼び名は「非銀行機構支付服務管理弁法」という省令の中ではじめて作られた造語である。本稿では日本語のニュアンスでも直感的に理解しやすいように正式の「非銀行系決済機構」を使用する。ただし、本稿では「第三者決済機構」と「非銀行系決済機構」はほぼ同じ意味であることを留意されたい。

注 2) オンライン決済とはインターネットの Web ページ上で提供される決済サービスである。モバイル決済とは、スマートフォンやタブレット端末を用いる決済サービスである。クロスボーダー決済とは、複数国あるいは複数通貨の間で行われる決済サービスである。

注 3) これは中央銀行である中国人民銀行から出された省令である。全文は下記のサイトを参照されたい。http://www.gov.cn/flfg/2010-06/21/content_1632796.htm

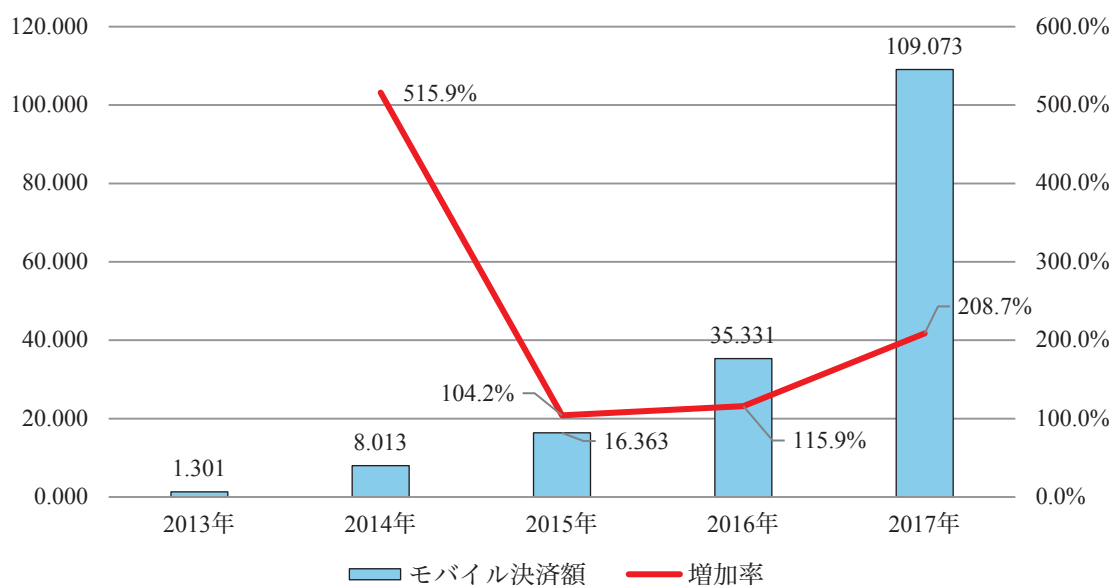
Analysys 易観（2018）によれば、2018 年第 1 四半期は、非銀行系モバイル決済市場において、シェア上位 2 社のアリペイ（Alipay, 支付宝）とウィーチャットペイ（WeChatPay, 微信支付）が取引総額に占める割合はそれぞれ 53.76%と 38.95%であり、両社によって市場の 92.71%が占められており、寡占がかなり進んでいた。一方、同じく 2018 年第 1 四半期では非銀行系オンライン

図 1 中国におけるオンライン決済金額の推移と増加率（単位：兆元，%）



（出所）Analysys 易観（2018）より著者作成

図 2 中国におけるモバイル決済金額の推移と増加率（単位：兆元，%）



（出所）Analysys 易観（2018）より著者作成

決済の総額では、アリペイが 23.83%、ユニオンペイが 23.53%、ウィーチャットペイが 10.14% であり、モバイル決済ほどではないものの、上位 3 社による市場シェアは 57.5% と高い。現在、中国の非銀行系決済市場ではアリペイとウィーチャットペイ両社の間で激しい競争が繰り返されているが、両社の背後にそれぞれニューヨーク証券取引所に上場するアリババと香港証券取引所に上場するテンセントがある。2 社の時価総額は 2019 年 9 月現在、共に 4,000 億ドルを超え、世界時価総額ランキングの 7 位（アリババ）と 8 位（テンセント）にある巨大企業である^{注 4)}。上位 2 社の競争は、決済サービスでのシェア争いだけに納まらず、電子商取引や SNS などを含む IT プラットフォーマーとしての覇権争いの一環として捉えるべきである。

本稿は、中国の新興決済市場がこのような躍進を遂げた理由について経済学的な視点から考察する。その背景には、起業家精神だけではなく、既存の伝統的な金融機関が軽視していた市場にイノベーションが起きたという幸運もあり、さらに中国の規制当局による支援体制がある。また、具体的な仕組みとしては、後に詳述する「統合型決済口座」というイノベーションが爆発的な普及を引き起こしたことを解説している。新興決済機構におけるイノベーションは単なる決済の利便性向上に留まらず、グーグルが無料の検索エンジンサービスを足掛かりとして広告で稼いでいるように、決済などのサービスをユーザーに低コストで提供することで収集したビッグデータを用いて稼ぐというエコシステムを確立しつつあるという大きな流れを紹介する。なお、本稿では新興決済機構単独でのデータが得られないため、非銀行決済機構のデータを新興決済機構の代用として使用している。クレジットカード系の決済機構による取引は、非銀行系決済市場では非常に小さな割合しか占めてない。Analysys 易觀（2018）の 2017 年のデータによれば、非銀行系決済機構の取引額上位 10 社には、クレジットカード系の企業としては、オンライン決済においてユニオンペイの 1 社だけが存在し、モバイル決済においては 1 社もない状態であり、非銀行決済機構のデータを新興決済機構の代用とすることが可能であろう。

本稿の構成は以下のようになる。第 2 節では、新興決済機構の発展軌跡を簡単に紹介し、第 3 節は新興決済機構の具体的なイノベーションを取り上げる。第 4 節では経済学の観点から新興決済機構の躍進した理由を分析する。第 5 節ではキャッシュレス決済の影響を分析し将来を予測する。最後の第 6 節では本稿をまとめ、データ社会の行く末を展望する。

2. 新興決済機構発展の経緯

本節ではアリババが推し進める「アリペイ」とテンセントの「ウィーチャットペイ」の発展の歴史を簡単に紹介する。この 2 社の決済機構は新興決済機構の中で常に上位 2 社の座を占めているだけではなく、上でも言及したように絶対優位的な市場シェアを保持している。さらに、比較のため日本でも馴染みのあるアップルペイの事例も紹介する。

アリペイ アリババは 1999 年に創業した中国電子商取引の雄であり、グループ内で中心的な地位

注 4) アリババとテンセントの時価総額およびランキングは下記のサイトを参照されたい。Think180around (http://www.180.co.jp/world_etf_adr/adr/ranking.htm)

を占めているのがネットショッピングのタオバオであった。タオバオはアマゾンの自社商品の販売や楽天の既存の商店のネット販売と異なり、基本的には無料で個人でも参入できる C2C（一般消費者間の取引）の電子商取引であり、米国の eBay とかなり近い。参入しやすい反面、アマゾンや楽天では生じないような問題が発生することがあり、とりわけ、偽物と決済が取引拡大の足を引っ張り、大きな課題となっていた。これまでも、偽物が横行しているのではないかとマスコミに何度も批判されている。タオバオが創業した当時、中国ではクレジットカードのような決済インフラが十分に整備されておらず、決済は主に取引双方の銀行口座への振込に依存していたため、多くの取引詐欺が発生していた。

2003 年、アリババは取引決済の迅速化および信頼性の担保を目的として、アリペイを創出し、以降、アリペイがタオバオの取引の決済を担うようになった。これによって、決済が便利になっただけでなく、C2C の電子商取引の最大の問題である信用を安価に作り出し、タオバオの発展、ひいてはアリババ全体の発展に大きく寄与することになった。その後、アリペイ自体も大きく発展し、今では中国の人々の日常生活に欠かせない社会インフラになっている。アリペイの決済は、信頼できる第三者（タオバオ）を仲介させ、いわゆるエスクロー方式（第三者担保取引方式、詳細は後述する）で行なわれる。

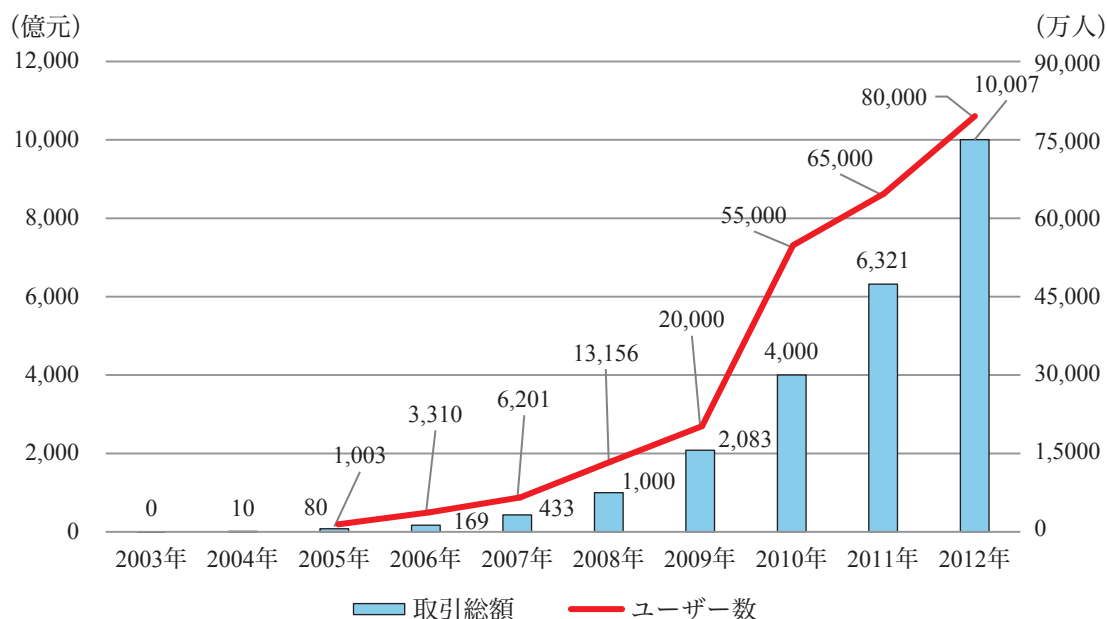
初期のアリペイはタオバオにおける決済手段にしか過ぎず、その役割はあくまでタオバオでの取引を円滑に行われることに限定され、取引における信用の創出と取引費用の削減が主目的であった。だが、ユーザーに無料で提供された取引における信用がタオバオの取引拡大に思わぬ効果をもたらした。アリペイが創出されたことによって、当時の中国電子商取引が抱えていた信用という問題^{注5)}が解決され、結果としてタオバオの取引規模も急拡大した。図3はアリペイのユーザー数とタオバオの取引総額の推移である。

グラフからも分かるように、アリペイのユーザー数とタオバオの取引高の間には強い相関が存在し、両者の相乗効果は一目瞭然である。アリペイの前副総裁邱昌恒の言葉を借りれば、「タオバオがなければアリペイもなかったが、アリペイがなければタオバオもここまで発展しなかった」であろう（姜，2009）。

アリババの快進撃はアリペイだけに止まらなかった。2013 年 6 月にアリペイに「ユエバオ（余额宝）」という機能が新設され、アリペイを単なる決済アプリから中国のキャッシュレス決済のフロンティアに立たせることになった。ユエバオは MMF（マネー・マネジメント・ファンド）に似ており、アリペイの口座に残った資金をユエバオに移せば、資金が自動的にファンドに運用され、毎日その収益が振り込まれる。このようなファンドはこれまで中国のネット上には多く存在していたが、アリババのイノベーションは、アリペイの口座とユエバオの口座をバリアフリーにつなぎ、資金の出し入れがほぼワン・クリックで可能になり、解約もほとんど瞬時にできる上に、その運用利率が銀行の普通預金よりはるかに高かったことにある。ユエバオの収益率は 2013 年当時

注 5) 当時の中国では決済手段よりも取引双方の間の信用欠如がより深刻であった。買い手は購入代金を支払った後、商品が迅速に送ってくれるか、アフターサービスがどうなるか、詐欺に遭った場合どう処理されるかを心配する一方、売り手は買い手が本当に代金を支払うか、クレーマーに遭った場合どう対処するかを心配する。お互いに対する不信が結果として商取引の妨げになる。

図3 アリペイのユーザー数（右軸）とタオバオの取引総額（左軸）の推移（単位：万人、億元）



(注) 2008 年からは B2C の T モール（天貓）の売上も合算している。

(出所) 馬他（2014）第 2 章より著者作成

年率 5%前後で、最高 7%に達し、2019 年 2 月 26 日現在 2.916%である。ちなみに、中国の最大の商業銀行である工商銀行の普通預金の金利は 0.35%であり、両者を比較すれば、ユエバオのリターンの高さが一目瞭然である。

このように普通預金以上の出し入れの便利さと収益率の高さが相まって、ユエバオは瞬く間に非常に人気のあるサービスとなった。サービス開始から 18 日で残高が 66 億元に達し、3ヵ月後に 556 億元となった。これにより運用先の天弘基金が世界一の MMF 運用ファンドになった。WSJ の報道によれば 2018 年 6 月末、ユエバオの残高は 1.45 兆元、ユーザー数が 6 億人近くに達していた（見聞君，2019）。

アリババは中小企業の融資業務を専門とするマイバンク（微商銀行）、個人クレジット・スコアのサービスを提供するジーマ信用（芝麻信用）、消費者金融サービスを提供するアントクレジットペイ（螞蟻花呗）をそれぞれ設立し、さらに、保険にも進出し、短期間のうちに、アリペイを中心とした金融エコシステムを作り上げた。これらの金融会社はアリババから分離され、2014 年 10 月にアント・フィナンシャル（螞蟻金融服務集団）の傘下となり、現在は香港証券取引所への上場が予定されている（由，2017）。WSJ の記事によれば、アント・フィナンシャルの時価総額は 1,500 億ドルと推定され、ゴールドマン・サックスの時価総額を超える可能性がある（Steinberg，2019）。

ウィーチャットペイ ウィーチャットペイは、SNS アプリ「ウィーチャット（WeChat）」と「QQ」を有する中国 IT 大手であるテンセント（騰訊）が提供する決済サービスである。テンセントが提供する決済サービスにはウィーチャットペイ以外に、テンペイ（財付通）と QQ ウォレット（QQ

钱包)がある。ただし、3つのブランドが持つ主要な市場はそれぞれ異なっており、互いに棲み分けている。テンペイはオンライン決済をメインとしているが、QQウォレットは名前の通り、SNSアプリであるQQから派生したサービスであり、QQ関連の決済およびオンラインゲームの決済がメインの市場である。ウィーチャットペイはチャットアプリ「ウィーチャット」から派生した決済サービスであり、今ではモバイル決済をメイン市場とし、10億人以上のユーザー数を抱えており、モバイル決済市場ではアリペイと肩を並べるプレーヤーになりつつある。このように Tencent が提供する決済サービスには3つあるが、以降では利便上、ウィーチャットペイと表記する場合では3つのサービスのことを指す。

ウィーチャットペイは、アリペイより2年ほど遅れた2005年9月からサービスを開始した。アリペイが先導者であるとすれば、ウィーチャットペイは追随者である。当初、ウィーチャットペイはアリペイと同じように、自社のユーザーを対象に決済サービスと信用を提供していた。アリペイの成長がタオバオの電子商取引に依拠していたのに対して、ウィーチャットペイの拠り所はSNSアプリとオンラインゲームで蓄積された膨大な数のユーザーである。ウィーチャットペイが一気に普及したきっかけは、2013年旧暦の正月に行った「紅包」というサービスの提供である。「紅包」は日本のお年玉に近く、正月に互いに「紅包」を贈り合うのが中国の伝統である。ウィーチャット上に新年のあいさつのメッセージを送ると同時に、少額の「紅包」を送ることが流行した(呉, 2017)。

ウィーチャットペイはアリペイと同じく、単なる決済アプリに留まらず、多くの金融サービスに触手を伸ばしている。ウィーチャットペイにはユエバオと似たような「理財通」を組み込み、理財商品^{注6)}はもちろん、MMFやインデックス・ファンドなどをクリック1つで販売できるようになっている。さらに、微衆銀行を設立し、銀行業に進出すると同時に、多くの保険会社に資本参加する形で保険業界にも参入するようになっている。

アップルペイ アップルペイは2014年10月に米国で最初にサービスが開始され、中国では2016年2月に旧正月に合わせてサービスを開始し、同年の10月には日本にも上陸した。アリペイやウィーチャットペイはQRコード方式で決済するのに対して、アップルペイは非接触型のNFC決済方式を導入している。アップルペイは中国の大手銀行や大手の移動通信キャリアと提携し、業務拡大に邁進しようとするが、中国市場では芳しい成果がほとんど上げられなかった。Analysys 易觀(2018)の統計によれば、アップルペイの2017年第1四半期の市場シェアは上位10社にも入れず、1%以下であった。アップルペイが米国の決済市場ではトップシェアを占めているにも関わらず中国ではほとんど存在感を示せていない最大の原因は、中国市場への進出がアリペイとウィーチャットペイに比べてかなり遅れていた点にある。さらに、アップルペイを使えるのはiPhoneを持つユーザーだけであり、決済の受け取りには専用のPOS機械を導入しなければならない。また他の新興決済機構が決済以外に数多くのサービスを提供しているが、アップルペイには決済以外のサービスがなかったのも大きなネックであった。2017年7月にアップルペイは大規模

注6)「理財通」はウィーチャットというアプリの中に提供された資産運用サービスの総称である。理財商品とは中国で販売される資産運用商品の総称である。

の販売促進キャンペーンを打って出たが、市場の反応について、専門家の間では否定的な意見が多かった。2018 年に入って以降、アップルペイは上位 10 社に入るところか、関連する報道もあまりなされなくなった。

3. 新興決済機構のイノベーション

前節で紹介したように、アリペイとウィーチャットペイに代表される新興決済機構が爆発的な勢いで普及してきた。その背景には、新興決済機構による様々なイノベーションが存在する。本節ではその中から特に重要と思われるものを 4 つ取り上げて説明する。

低コストでの決済サービスの提供 アリペイという決済サービスが普及するまで、クレジットカードがあまり普及していなかったため、中国における電子商取引の決済は銀行振込が主流であった。新興決済機構の決済サービスが開始したことによって、取引双方に安価な決済サービスが提供できるようになった。銀行振り込みと比較して、新興決済機構の決済サービスを利用する場合、決済による時間的コストと金銭的コストが大きく節約できる。振込の場合、銀行に行かなければならず、ATM であれ、窓口であれ、振込に費やされる時間的コストは忙しい現代人にとっては決して安いものではないうえに、振り込み手数料もコストとして加算される。「靴底コスト」^{注7)}と振り込み手数料という取引費用が大きいほど、買い手が取引自体をためらいがちになり、とりわけ商品の価格が低いほど相対的な負担が大きくなる。これに対して、新興決済機構のサービスを利用すればスマートフォンのクリックで決済を完結でき、上記の取引費用がほぼゼロに抑えられる。一方、売り手も同様に取引費用の節約というメリットを享受できる。個人商店やレストランなどの中小零細企業の場合、新興決済機構の決済サービスによるメリットがさらに際立つ。これらの中小零細企業は対面販売が多く、銀行の決済サービスを利用する場合、高額な POS 端末が必要となる上、決済手数料も高額である。新興決済機構がサービスを始めた当時、銀行の口座決済の手数料が取引金額の 2% であったのに対して、新興決済機構の場合は 1% 前後であった。現在、激しい競争のおかげで新興決済機構の決済手数料はさらに安くなっている。新興決済機構の POS 決済大手である拉卡拉の場合、簡易バージョンであれば POS 端末の値段が 1,200 元（2 万円弱）であり、決済手数料はデビットカードの場合は取引金額の 0.5%、クレジットカード決済の場合は 0.6% であるが、新興決済機構の場合はほぼ無料である^{注8)}。また、小売店や屋台などでは店舗が個人用の QR コード（多くの場合は店主のもの）をプリントアウトして掲示し、客はそれをスマートフォンでスキャンして決済を行うことが広まっている。このような場合は新興決済機構の決済サービスではなく個人間の送金サービスを利用して決済を行うことになるため、手数料が発生しない。

新興決済機構の決済サービスは、売り手と買い手双方にベネフィットをもたらし、特に少額・

注 7) インフレ率が高い状況において、人々が現金を保有せず、決済の度に預金を引き出すことによる時間的コストを指す。経済学者グレゴリー・マンキューにより提案された概念である。本稿では商取引を行う双方が決済するために銀行に行く場合の時間的コストを指す。

注 8) 拉カラに関するデータはすべてホームページから得られたものである。

<http://www.lakala.com/index.html>

高頻度取引の場合、その効果は絶大である。なお、中国では経済発展が遅れた地域ほど、新興決済機構の決済サービスの利用率が高いことは興味深い。アント・フィナンシャルによる調査によれば 2016 年アリペイの利用率 1 位はチベット、2 位は青海、3 位甘粛であり、データのある 2012 年以降、1 位は常にチベットであった。経済発展が遅れた地域ほど取引費用が高く、新しいイノベーションにより削減できるコストも高くなるとはいえよう^{注9)}。

低コストでの信用サービスの提供 上述のように、タオバオの成功の理由の 1 つはアリペイを通じて低コストで信用サービスを提供できたことにある。具体的には、エスクロー方式により売り手と買い手に決済の信用を提供する。取引および決済の一連の流れとして、バスケットボールの電子商取引を例にとると、商品の注文後、まず買い手がバスケットボールの代金をアリペイのエスクロー口座に振り込む。次に、売り手がバスケットボールを発送する。最後に、買い手がバスケットボールを受け取って、商品に不備がないことを確認した後に、代金が売り手の口座に振り込まれる (Erisman, 2015)。なお、エスクロー方式はアリババによる発明ではなく、eBay が韓国で試みて失敗したものである。

エスクロー方式は平たくいえば、見知らぬ者同士による電子商取引を、信用力のあるものが仲介し、売買双方のモラルハザードを防ぐものであり、保証人を立ててローンを契約するのと同じ効果を持つ。さらにアリペイが提供した信用サービスの急速な普及を強く後押ししたのは、その手数料がほぼ無料という点にある。クレジットカードとクレジット・スコアといった金融インフラが十分に整備されなかった時期に、安価に提供されたアリペイの信用サービスはまさに画期的なものであり、当時の中国の個人間電子商取引に欠けた重要なパーツの 1 つを補ったともいえる。その後、他の新興決済機構はアリペイに倣い、類似した信用サービスをユーザーに提供している。

新興決済機構が信用されたもう 1 つの理由は、新興決済機構がユーザーの口座を銀行口座と直接繋ぎ、口座内の電子マネーを随時かつ瞬時に銀行口座に移動することができるという流動性を確保することによって、電子マネーが法定貨幣と同等の価値を持つことにある。この仕組みは金本位制において中央銀行が金準備を用いて通貨を発行するのと同じ仕組みである。新興決済機構は、銀行のように預金や貸出を行わないことで監督官庁からの厳しい金融規制を回避しながらも、「みなし法定貨幣」という地位を得ることで信頼の獲得に成功した。このように厳しい規制を受けずに「みなし法定貨幣」という地位を得る仕組みができたことによって、金融機関よりはるかに安価な信用サービスを提供することができた。新興決済機構は現在では決済以外の金融サービスも展開しているが、競争力のコアは「みなし法定通貨」から派生したものであると言っても過言ではない。

決済と資産運用の同一口座化 アリババがアリペイを作った最初の理由は、中国の信用インフラが十分に整備されておらず電子商取引における取引費用が非常に高かったためである。アリペイは中国の電子商取引にとってはようやくクレジットカード決済のようなサービスを利用できるよ

注 9) データはアント・フィナンシャルのホームページから得たものである。

https://www.antfin.com/index.htm?locale=ja_JP

うなもので、中国においては大きな進歩であるが、国際的には、ようやく世界基準に追いついたに過ぎないものであった。しかし、2013 年 6 月にユエバオという機能が誕生したとき、本当の意味でのイノベーションが始まった。上述のように、ユエバオは誕生時から非常に人気の高いサービスとなり、わずか半年の間に、8,000 億元の資金が銀行からユエバオへと流れ込んでいた。

ユエバオの人気はなんといってもその運用リターンの高さに支えられている。しかし、一步踏み込んで観察すれば、ユエバオは現存の資源を再配置しただけで、その運用はアリペイあるいはアリババではなく、外部の天弘基金に任せていた。天弘基金の MMF はユエバオの誕生時にすでに存在し、だれでも購入できるものであった。また、ユエバオの資産運用の仕組みはアリペイが開発したものではなく、PayPal が 1999 年からすでに提供していたサービスである (Jackson, 2012)。

ユエバオ独自のイノベーションといえば、決済口座と資産運用口座と銀行口座をバリアフリーに繋げた点にある。例として、月の最初に給料が支払われ、そのすべてが月末までに家計の支出として費やされるケースを想定してみよう。通常、この給料は銀行の普通預金の口座に預けるか、現金として手元に置くかであるため、資産運用がほぼ不可能である。ユエバオを利用すると、給料をまず銀行口座からアリペイの口座に移したのち、ユエバオに移動するだけで資産運用が開始される。現在、中国では大体の支払いはアリペイで決済でき、ユエバオからアリペイの口座に移す際もほぼワン・クリックで実行できるため、極端に言えば決済の直前にユエバオからアリペイの口座にお金を移せば良い。ユエバオにあるお金は、アリペイの口座へと移す前日までの期間、MMF で運用される。もし毎日一定の額を支出し、1ヵ月で給料のすべてを使い切ると仮定すれば、理論上、この1ヵ月間の平均運用残高は給料の半額となる。給料を 100 万円とすれば、運用残高が 50 万円となり、運用利率を 3% と仮定すれば、1ヵ月 1,250 円、1 年間 1.5 万円のリターンとなる。ユエバオという資産運用口座、アリペイという決済口座が本人の銀行口座にバリアフリーに繋がられ、「みなし法定通貨」で口座の流動性を確保され、便利な決済サービスが利用できると同時に高利回りの資産運用サービスも受けられ、これらのサービスが同時に実現したことがアリペイが急速に普及した理由となった。

ビッグデータの収集による新たなサービスの生成 ユエバオに代表される決済と資産運用の統合は中国の新興決済機構を特徴づけるイノベーションであるが、正確に言えばすでに存在したビジネスモデルを中国の国情に合わせて進化し発展させたものである。同様に、中国では個人信用に関して社会的インフラがほぼ未整備であったが、アリババはこの国情に合わせて、ジーマ信用という全く斬新な個人信用ビジネスを展開するようになった。このビジネスを支えたのはアリペイ口座に残された個人の日々の取引履歴というビッグデータである。個人信用ビジネスに関しては、アリババとテンセント以外に、大手商業銀行の平安銀行、検索エンジンの百度、ネットショッピング大手の京東、不動産開発大手の万達なども参入していたが、桁違いのデータ収集能力と先行者利益をバックに、ジーマ信用が一人勝ちしている。

アリペイの口座にはいつ、どこで、なにを、いくらで購入したかというユーザーの詳細な取引データがすべて残されている。ユーザーの中には、ユエバオのサービスが開始した後、アリペイを個人のメインバンクとして使う人も多い。そのため、ユーザーの毎月の収入と支出をかなりの

精度で予測することが可能になる。さらに、アリペイのサービスにはタオバオやユエバオなどアリババ自らが提供する自社サービスだけではなく、次節で紹介する他社サービスも多く含まれており、これらの利用状況も取引履歴として残されている。このような詳細なマイクロデータの集合はまさにビッグデータそのものであり、ユーザーの消費性向と信用状況を推定するのに有効かつ強力な武器である。

アリペイの口座を開設したユーザーは、自動的にジーマ信用の点数（350～950 点）で評価され、点数が一定の基準（大体の場合は 600 点）を超えると、タオバオや T モールで商品を購入する際に自動的に「花唄」という分割払いのサービスを受けられ、「借唄」という小口融資の消費者金融も利用できる。ジーマ信用のスコアがアリババ・グループ中のサービスに留まらず、個人の信用スコアとして様々な場面で広く利用されている。最も多く利用されるのは P2P ネット金融であり、多くのプラットフォームではジーマ信用スコアに応じて借り入れ条件を決めている。2016 年年初、大手商業銀行である光大銀行はアント・フィナンシャルと個人信用業務での業務提携を発表した。この提携により、利用者はアリペイのアプリからオンラインで光銀行のクレジットカードを申請でき、最短 1 日での発行が可能になった。その際、申請者のジーマ信用スコアが発行の可否を決める判断材料として用いられる。光大銀行以外に、興業銀行と華夏銀行も個人信用についてアント・フィナンシャルと提携している。また、広発銀行と浦発銀行はテンセント傘下のテンセント・クレジット（Tencent Credit, 騰訊信用）と業務提携している。

この 2、3 年の間に中国の大都市では「シェア自転車」が一気に普及してきたが、ジーマ信用スコアの高いユーザーには保証金を免除する企業が現れた。大手婚活サイト「百合網」では、登録者の信用を保証するため、本人のジーマ信用スコアが登録時の必須項目の 1 つとなった。

伝統的金融機関は中小零細企業への融資を敬遠しがちである。その理由は情報の非対称性とモラルハザードの他に、中小零細企業の少額、高頻度、短期間という資金需要も金融機関に高コストを強いることが多いためである。しかし日々の取引データや決済の記録があれば、中小零細企業の場合でも、高い精度で企業の経営状況と信用状況を容易に予測できる。そのため企業に信用スコアを与えれば情報の非対称性とモラルハザードといった問題を緩和でき、少額・高頻度融資にも対応できるようになる。アリババはタオバオに出店したネットショップにだけではなく、中小零細企業にも信用スコア・ビジネスを広げている^{注 10)}。

アリペイを利用すると、上記のアリババ・グループが提供するサービス以外に、外部の企業が提供するサービスの利用も可能である。配車サービスの「滴滴出行」を始め、資産運用の金融商品の購入、新幹線などのチケット予約、水道、電気、電話など公共料金の支払い、交通違反の罰金の支払いなど、数え切れないほどのサービスがアプリ内で簡単に受けられ、決済することができる。ウィーチャットペイもアリペイほどではないものの、多くの外部サービスを提供している。アプリの中で他社のサービスを提供するのは、手数料の収入のほかに、新規ユーザーの獲得と既存ユーザーの囲い込みの効果があり、さらにユーザーの自社以外での消費行動を把握することができ、データの収集に非常に役立つためである。

注 10) 馬（2016）によれば、ジーマ信用はタオバオのネットショップ以外の中小零細企業にも信用評価を行うサービスを開始した。

4. 新興決済機構の成功の要因

前節では中国の新興決済機構のイノベーションを紹介してきた。この節では新興決済機構がなぜ成功したか、その要因を経済学的な視点からもう一度考察してみよう。

中国の新興決済機構の代表であるアリババのアリペイ発展の軌跡には大きく分けて3つのステップがある。第1のステップはアリペイの誕生である。アリババがアリペイというサービスを開発した目的は、電子商取引における決済と信用問題を解決するものであり、決して今のように中国を代表する決済インフラを提供するというビジョンを持っていたわけではなかった。アリペイは、中国の電子商取引が抱えていた大きな問題を解決したが、国際的な視点から見れば中国の個人決済サービスを世界標準に引き上げたに過ぎない。第2のステップはユエバオの誕生である。ユエバオの誕生により、アリペイがタオバオを利用するユーザーだけが用いる決済ツールから、中国の一般の人々が日常的に利用する社会的な決済インフラになった。第3のステップは、アリペイが他の事業者を巻き込んだことである。これによって、アリペイを中心とするエコシステムが形成され、プラットフォーマーとしてのアリババの地位が強固なものとなった。アリペイあるいは中国の新興決済機構がここまで成長できた理由には、アリババ自身の努力以外に、いくつかの外部要因が大きく寄与している。

4.1 ブルーオーシャンな決済市場

アリペイが誕生した当初、中国の個人電子決済市場はほとんど未整備であったといつて良い。中国人民銀行の統計によれば、2008年の1人当たりクレジットカードの保有枚数は0.17枚、2016年ではこの数字が0.31枚になった。日本の2.5枚（2018年3月末、一般社団法人日本クレジット協会調べ）と比較してかなり少ないことが分かる。アリペイ誕生以前は、タオバオの決済はほとんどの場合、銀行振込とネットバンキングで行われ、手続きが複雑であった上に、システム上の問題も多く、取引詐欺を防げなかったため一般のユーザーはタオバオを敬遠せざるを得なかった。一方、伝統的金融機関は個人決済サービスにはあまり興味を示していなかった。ユエバオがサービス開始した前年の2012年、上場していた14社の商業銀行の営業利益に占める決済サービスによる利益は5%に満たなかった（馬他、2014）。また、個人決済は小額かつ高頻度であり、伝統的金融機関にとっては高コストを強いる分野であったため、あまり旨味のないものであった。金融機関にとって個人決済は主要な業務ではない上に、アリペイの主な顧客は伝統的金融機関の顧客層とかなり異なっていた。これらは新興決済機構にとっては非常に幸運であり、生き残りに大きく寄与した。もしアリペイが最初から伝統的金融機関の主要な収益源へと参入すれば、おそらく結果は大きく異なっていたであろう。

アリペイ口座の利用者を増やすことや、口座に滞留した資金で利益を生み出すことを目的にアリババはユエバオを作った。実際に行ったことは、既存のMMFとアリペイ口座を直接に繋ぎ、ワン・クリックで購入できるようにしただけであった。しかしユエバオが生まれたことで、大量の普通預金がユエバオの口座へと流出し、銀行側は大いに反発したが、中国の規制当局が厳しく

規制するのではなく傍観する姿勢をとったことは、アリペイにとってもう1つの幸運であった。もちろん、アリババがすでに膨大なユーザーを抱えていたことがアリペイの成長に大きく貢献したのはいうまでもない。

アリペイ、とりわけユエバオ機能付きのアリペイは、間違いなく中国にキャッシュレス社会をもたらす原動力であった。Christensen (1997) が指摘するように、多くのイノベーションは比較的重要ではなかった市場から始まり、知らないうち成長し、あっという間に市場を席捲するようになる。中国の新興決済機構の発展の軌跡は正にその通りであった。ウィーチャットペイに関してはアリペイが個人決済市場を作り上げた後に参入しており、ある意味ではアリババのイノベーションにタダ乗りしたようなものである。現在、ウィーチャットペイは中国の個人決済市場でアリペイと肩を並べるほどの地位を手に入れたが、最大の理由はウィーチャットと QQ という SNS アプリの莫大なユーザーがあったおかげである。

4.2 政府の強い後押し

中国政府の指導部は 2000 年以降、イノベーションを積極的に奨励してきた。それは口約束ではなく、新しいイノベーションが既存の規制に抵触した場合、基本的に規制よりも見守る態度を取り、新興企業が既存企業の既得権益を侵食した場合、強い指導力を用いて既存企業の既得権益を抑え、イノベーションを守ろうとしていた。

2014 年 9 月、天津市で開かれた「夏期ダボス会議」開幕式で、李克強首相が起業やイノベーションを促す「大衆創業・万衆創新」政策に初めて言及し、翌 15 年 3 月に「政府活動報告」に「インターネットプラス」の行動計画が策定され、5 月に「中国製造 2025」を発表し、7 月に「大衆創業・万衆創新」およびサプライサイド構造改革を「中国製造 2025」に統合し、政府の経済運営の最重要指針としていた。一連の政策からは中国政府の強い決意と危機感が感じられる。

2004 年末、アリペイのアカウントシステムが杭州で産声を上げたとき、社長のジャック・マーは部下に「問題が起きれば、僕が刑務所に行く」といった（李，2018）。銀行業の経験がなく、規制当局からの許可を受けていなかったアリババが突如金融サービス業に参入した。これは当時の状況からすれば極めて異例であったが、中国の規制当局はアリペイというイノベーションには意図的に静観する態度を取っていた。翌 2005 年に中央銀行である中国人民銀行は、電子決済に関する規制の準備として「決済精算組織管理弁法（意見招集稿）」を発表したが、正式な規制は 2010 年 6 月まで公布しなかった。金融当局が規制を先送りした最大の理由は、市場が大きく発展する中で、新しい規制がイノベーションを阻止してしまうのではないかと危惧したためである。アリペイが 2011 年によくやく正式な「決済業務許可書」を受領した時には、サービス開始からすでに 7 年が経過していた。

2013 年 6 月にユエバオができた当初、アリババは投資信託を販売する資格を持っていなかった。この点についてマスコミから指摘された後も、規制当局である証券監督委員会はユエバオを取り締まるどころか、罰則も科さず、管理監督部門への登録だけを要求したため、ユエバオは滞りなくサービスを提供し続けることができた（李，2018）。アリペイの口座は、口座間で振り込みがで

きるだけでなく、銀行口座への移動も可能であり、MMF のような金融商品を購入でき、外部企業が提供するサービスの決済にも利用できる。日本でいえば、アリペイの口座は銀行口座と証券口座の機能を同時に備えるようなものであり、本稿ではこのような口座を「統合型決済口座」と呼び、アップルペイや楽天ペイのような決済のみできる口座を「専用型決済口座」と呼ぶ。表面的には単に機能的な差があるに過ぎないが、実質的にそのポテンシャルが極めて異なり、全くの別物と考えたほうがよい。

どの国でも銀行口座の地位を得るためには、法定準備金や BIS 規制など厳しい規制を守らなければいけない。しかし、アリペイは融資業務を行わない代わりに、これらの規制を守る必要が全くなかった。中国政府の見守り姿勢は結果としてアリペイとユエバオの発展に大きく寄与したことはいうまでもない。中国金融当局がこのような見守り姿勢を取ったのは新興決済業界だけではなく、他のネット金融企業にも同じ姿勢を貫いていた。例えば P2P ネット金融に対してもイノベーションを萎縮させないように「自由放任」な態度を取っていたために、財務内容の開示など投資家保護を目的とした規制をあえて先延ばししてきた。その結果、開業へのハードルが低く、玉石混交様々な事業者が参入するに至り、これまでに開業した P2P ネット金融プラットフォームの 80% 近くが何らかの理由で営業を停止したほどであった（趙・水ノ上，2019）。

Kane (1981) によれば、金融機関と金融規制部門の間にはそれぞれ自己目的最大化のために健全な競争関係が存在する。つまり、金融管理監督部門は金融市場の安定や健全な発展と金融市場の独占・寡占防止などを目的としているのに対して、金融機関は組織の利潤最大化を目的としている。監督部門による規制に対し、金融機関は規制をかいぐるためにイノベーションを起こすが、監督部門はこれに対して再規制を行うということが繰り返される。しかし、アリババとその管理監督者部門である証券監督委員会の間の関係は競争や対立などではなく、一種の同盟あるいは運命共同体になっている。このように、中国の規制当局によるアリババへの対応は、ある意味では度を越えた肩入れともいえるであろう。これは中国政府の新しいイノベーションへの態度を象徴するものであり、決意表明でもあった。このようなことは、日本はもちろん、イノベーションが盛んに行われる米国でもほとんど見られないであろう。

4.3 IT 企業からプラットフォーマーへの転換

アリババは 1999 年 3 月に創業し、2014 年 5 月に米国のナスダックに上場し、現在（2019 年 1 月末）の時価総額は 4,333 億ドルに達し、時価総額の世界ランキングでは 7 位に位置づけられている。中国のもう 1 つの大手新興決済機構であるテンセントは 1998 年 11 月に創業し、現在の時価総額が 4,180 億ドル（香港証券市場に上場）であり、ランキングではアリババに次ぐ 8 位である。ちなみに、同時点の時価総額日本一を誇るトヨタ自動車はその前身である豊田自動織機も含めて 100 年近くの歴史を持ち、世界一の自動車販売台数を誇る巨大企業ではあるが、その時価総額はアリババやテンセントの半分に満たない 1,792 億ドルである^{注 11)}。時価総額にここまでの差が

注 11) アリババ、テンセントとトヨタの時価総額およびランキングは下記のサイトを参照されたい。Think180around
(http://www.180.co.jp/world_etf_adr/adr/ranking.htm)

開いている最大の理由は、アリババとテンセントがプラットフォーマーであるためである。ちなみに、世界時価総額上位十傑の常連である Google (Alphabet), Apple, Facebook, Amazon, いわゆる米国の GAFA はすべてプラットフォーマーである (Moazed and Johnson, 2018)。

プラットフォーマーとは「企業や個人などが、特定のインターネットサイトなどの利用者を対象に、販売や広告などのビジネスを展開したり、情報発信したりする際のサービスやシステムといった基盤（プラットフォーム）を提供する事業者」である^{注12)}。プラットフォーマー自身が、プラットフォーム上でビジネスなどを行うこともあれば行わないこともある。ここまでプラットフォーマーが巨大になり、世界的な支配力を持つようになった要因は、インターネット企業が直面する市場が「多面的市場 (Multi-Sided Platform)」であり、強いネットワーク外部性が働いているためである。多面的市場とはある市場を利用する異なったタイプのユーザー（例えば、エンドユーザーとコンテンツ事業者など）が、互いに依存し、あるユーザーの便益が他のユーザーの利用頻度や質によって決定されるものである (Evans, 2003)。多面的市場の競争の中で決定的に重要なのはプラットフォームが提供するキラーコンテンツである。アリババのキラーコンテンツはタオバオとアリペイであり、テンセントでは QQ, ウィーチャットとウィーチャットペイがこれに該当する。これらのキラーコンテンツが互いに影響し、キラーコンテンツを中心にそれぞれのエコシステムを形成している。また、決済サービスを経由してユーザーの消費行動データを得られるのも重要である。

スマートフォンが普及した後、インターネットの主役が PC からモバイルへと変わり、IT 企業の収益源もハードウェアからネット広告へ移行した。次世代の収益源がいろいろと模索される中、ユーザーの消費行動から信用まで特定できるビッグデータが大きなビジネスになることは間違いないだろう。中国ではこのビジネスのフロンティアに立っているのは新興決済機構である。消費者金融や個人クレジット・スコアといったようなビジネスに進出できるのはすべてこのビッグデータを手に入っていたからである。

中国カーシェアリング業界におけるユニコーン企業である「滴滴出行」^{注13)}とウィーチャットペイの関係は、テンセントがプラットフォーマーであることを示す典型的な例である。「胡潤百富」のレポートによれば、2018 年末、「滴滴出行」の推定時価総額は 3,000 億元（約 4.95 兆円）に達していた。テンセントは「滴滴出行」に出資し、決済システムのウィーチャットペイを同社に全面的に開放した上、ウィーチャットから「滴滴出行」のタクシーを直接呼べるようにした。「滴滴出行」は決済システムを自社で構築することなくビジネスができる上に、ウィーチャットの莫大なユーザーも手に入れた。一方、テンセントは「滴滴出行」から手数料を得られるだけでなく、利用者からすればウィーチャットに新たにカーシェアリングという機能が追加されたようなもの

注 12) 朝日新聞出版「知恵蔵」。

注 13) 「滴滴出行」の大株主の中にテンセントが名を連ねており、ウィーチャット内の唯一のカーシェアリングアプリであるため、「テンセント系列」であるとはいえる。しかし、「滴滴出行」は 2015 年 2 月に「アリババ系列」の「快的打車」を、2016 年 8 月に米国資本の「ウーバー中国（優歩中国）」をそれぞれ合併し、アリババからの戦略投資も受け入れており、その意味では「アリババ系列」であるともいえる。なお、アリペイの内でカーシェアリングサービスを提供しているのは「高德打車」であるが、「高德打車」は「滴滴出行」をはじめ、「首汽约车」、「神州专车」などの会社のサービスを含んでおり、カーシェアリングにおける一種のプラットフォームとなっている。

であり、ウィーチャットの魅力を高め、ユーザーの依存性を強化することができた。テンセントはまた利用者の詳細な日常の移動データを手に入れることができるようになった。テンセントと「滴滴出行」の両社にとって望ましい結果であり、典型的な多面的市場の成功例である。

グーグルが検索エンジンというサービスを無料でユーザーに提供するかわりにネット広告で利益を得るというビジネスモデルを形成した。それと類似するように、中国の新興決済機構、とりわけアリババとテンセントは、決済とそれに関連するサービスをユーザーに安価に提供し、ユーザーから収集したビッグデータで稼ぐというビジネスモデルを確立しつつある。具体的には、「芝麻信用」のクレジット・スコアのサービスを他社に提供し手数料を稼ぐビジネスモデルがある。タオバオやTモールといった小売プラットフォームで得られた顧客の購買履歴をアリペイとユエバオでの資金の出し入れとリンクさせることで、顧客の所得や嗜好を分析した上で、より精度の高い広告や推奨を行い売り上げを増やすことや、プラットフォームへの出店者や関連アクターに対して高度なデータインテリジェンスに基づく優れたサポートを提供することにより、出店者を増やすとともに手数料や広告料を稼ぐことができる。

5. 新興決済機構の未来

ここまでアリババとテンセントを例に、中国の新興決済機構の急成長を紹介し、その要因を分析してきた。本節では新興決済機構の未来を考えてみよう。

5.1 伝統的金融機関への影響

アリペイが誕生したころ、中国政府がアリババに対して惜しまない支援を行ったことはすでに述べた。中国政府がこのような姿勢を取った理由は、金融イノベーションの促進と保護を狙っていたためだと考えられるが、中国政府の本当の狙いは、伝統的金融機関に改革を促すことを目的として外圧をかけることにありと推測される。つまり新興決済機構という外圧を利用して金融システムの構造改革を促進するためであった。周知のように、銀行のような伝統的金融機関は経済システムの中で非常に重要であるが故に、規制に雁字搦めに守られ、新規参入がなかなか認められず、既得権益の温床になっている。中国政府は何度か改革を試みたが、ほとんど骨抜きにされてしまった。とりわけ、中小企業や農業への融資は中国政府が長年にわたって取り組みながらも改善できなかった課題であった。新浪财经の記事によれば 2017 年末現在、中国には 2,800 万社の中小企業法人与 6,200 万の自営業者が存在し、雇用の 80%, GDP の 60%と税収の 50%を担っているにもかかわらず、金融機関からの融資額は全体の 20.1%（融資残高 25.1 兆元、2018 年第 1 四半期末現在）に過ぎない（黄，2018）。中国政府がアリババに肩入れする理由は、消費者金融と中小企業融資に風穴を開け、伝統的金融機関の改革を促せると期待していたのではないかと推測される。

新興決済機構はキャッシュレス決済という新たな市場を開き、消費者金融や中小企業融資に力を入れ始めたが、伝統的金融機関への影響は、現段階ではまだ軽微といわざるを得ない。決済サー

ビスがもともと伝統的金融機関にとっては副次的な業務でしかなく、中小企業への融資業務もまた伝統的金融機関が消極的な分野であった。しかし、伝統的金融機関の改革を促すという目的はある程度達成されている。例えば、銀行最大手の工商銀行は「工行 e 支付」というモバイル決済アプリを作り、自社のホームページに「融 e 購」というショッピング・モールを立ち上げ、理財商品やファンドや貴金属などの取引ができるようになった。他の大手銀行は工商銀行ほどではないが、自社で、あるいは他社と提携して自前のモバイル決済サービスを提供し、キャッシュレス社会に対応している。

今まで新興決済機構のイノベーションは、主として伝統的金融機関の中心的ではない領域で展開されており、現段階では、新興決済機構はまだ金融機関にとって脅威ではない。新興決済機構は個人の消費活動や金融行動というビッグデータを蓄積し分析し、それを用いて将来のビジネスに役立てようとしている。その代表例はアント・フィナンシャルのジーマ信用である。これらのビッグデータ・ビジネスによって新興決済機構はいずれ伝統的金融機関より個人の金融情報を正確に把握し、住宅ローンや保険事業に進出するはずである。アリババの創業者ジャック・マーが 2008 年の講演で「銀行が変えなければ、我々が変わらせて見せる」といったように、新興決済機構がいずれ金融分野に大きな変革をもたらすであろう。今の新興決済機構はまだシュンペーターのいう「創造」の段階であるが、いずれ「破壊」という段階が来るであろう。

ただし、今の新興決済機構の決済システムは根幹の部分が伝統的金融機関の決済システムに大きく依存しており、いわばタダ乗りの状態である。日本の事例になぞらえれば、仮想移動体通信事業者（新興決済機構）が大手携帯電話 3 社（伝統的金融機関）の通信回線（決済システム）を借りて自社ブランドで格安スマホサービス（決済サービス）を提供するようなものである。大手携帯電話の利益に大きく侵食しない限り、このような寄生は政治的圧力でなんとか均衡が保てるが、大手の利益を大きく侵食する事態になればどのような結果になるか、政治力だけでは抑えきれないのが世の常である。いずれにせよ、これからが新興決済機構と伝統的金融機関の戦いの正念場ではないかと思われる。

5.2 イノベーションのインフラとして新興決済機構

最近の中国は、IT やネット金融に関しては絶えずに変化をおこしている。2017 年 6 月初旬、上海市内にコンテナ型の無人コンビニ「Bingo Box（繽果盒子）」が出現した。商品の陳列以外に店舗には人手が不要で、無人で 24 時間営業でき、運営コストは通常の同規模コンビニの 15% 程度に過ぎない。入店する際、ウィーチャットを使って本人確認し、商品を選んだあとは、ウィーチャットペイあるいはアリペイで自動的に決済される。中国の大都市であつという間に流行した「自転車シェアリング」はどこでも乗れ、どこでも乗り捨てが可能である。これを可能にしたのは GPS 位置測定技術とモバイル決済である。「自転車シェアリング」は中国本土に留まらず、すでにシンガポールと英国に進出し、日本のオリンピック開催に合わせて東京でも展開しようとしている。無人カラオケボックスもいつの間にか市民権を得て大型のショッピングセンターには必ずある存在になっているが、それを支えたのは本人確認ができる SNS アプリとモバイル決済である。

2018 年 11 月に杭州に「阿里未来酒店」という無人のホテルが誕生した。店内には接客スタッフが 1 人もおらず、チェックインからチェックアウトまで機械やロボットですべてのサービスを行うと宣伝されている。「Ele.me（饿了麼）」や「美团」という食品宅配サービスが大都市で短期間に一気に浸透し、忙しい現代人の不可欠な手足になった。「フーマー・フレッシュ（盒馬鮮生）」という宅配サービスを行うスーパーマーケットの普及は小売の勢力図を劇的に変えた。2018 年のフランスの大手スーパーであるカルフルの中国からの撤退とテンセントへの売却はまさにその象徴的な出来事であった。

2017 年後半からキャッシュレス決済、ビッグデータ、画像認識やディープラーニングなどの技術との融合によって、無人スーパー、シェアリング・エコノミー、スマートシティといったサービスを提供するベンチャー企業が中国全土に雨後の筍のように生まれてきた。これらのベンチャー企業が誕生した前提、あるいはビジネス・インフラとしてキャッシュレス決済は欠かせないものである。キャッシュレス決済の普及によってシェアリング・エコノミーが生まれ、膨大なデータが蓄積され、政府の強力なバックアップと人工知能など先端技術の進歩と相まって、中国型デジタル・イノベーションのサイクルが動き始めている（李，2018）。

6. まとめ

新興決済機構発展の軌跡を辿れば、個人間の決済という市場の需要がイノベーションの最初のきっかけとなり、ユーザーの需要に応えるうち新たなイノベーションが生まれ、結果としてアリペイのようなキャッシュレス決済を誕生させ、巨大なキャッシュレス市場を作ることになった。新興決済機構はこれに満足せず決済口座に滞留したお金を活用できるようにするため、ユエバオのような便利な個人資産運用口座を作り上げ、ユーザーの支持を得て市場の裾野をさらに拡大させた。市場の需要をいち早くキャッチし、これに応えるために惜しまぬ努力を注ぐという企業家精神が新興決済機構の成功を支えたのはいうまでもない。一方、新興決済機構は伝統的金融機構の本業ではない個人決済サービスからイノベーションを起こし始めたことは、新興決済機構にとっては非常に幸運であった。同時に、中国規制当局の新しい金融イノベーションに対する惜しみない支援と、既得権益者の権益を押さえるためには多少の社会的犠牲を厭わないという姿勢が間違いなく非常に重要であった。新興決済機構のイノベーションによって、中国はリテール金融サービス分野において後発国から一気に世界の最先進国に登りつめ、キャッシュレス決済サービスと個人の信用スコアサービスを安価に提供し、その延長線上にビッグデータ・ビジネスを形成しつつある。

タオバオの出現により小売りとネットショッピングが大きく変わり、ユエバオの出現により一般の人々の資産運用が変えられ、キャッシュレス決済が普及することで、財布を持たずスマートフォン 1 つで出かけられるようになり、食品宅配サービスの普及によって現代人の生活パターンが変化するようになった（キャッシュレス研究会，2019）。さらにはキャッシュレス決済に顔認識技術を融合し、スマートフォンさえ持たずに出かけることも目前に迫っている。キャッシュレス決済を入り口とするビッグデータ・ビジネスは、近い将来中国の社会に大きな影響を及ぼし、一

般の人々の日常生活を大きく変えることはほぼ間違いないであろう。ビッグデータを収集し分析することによって生活の便利さや社会の安全性というメリットを得られる反面、人々の生活パターンが容易に予測されるようになり、個人のプライバシーをさらけ出してしまったというデメリットがある。

近年、中国人のマナーがよくなったとよく聞かれる。社会生活のマナーがよくなったのは大量な監視カメラや SNS の普及によるものが大きいですが、個人信用や契約に関してはジーマ信用のような個人クレジット・スコアが大きく関連している。個人の契約違約や債務不履行から、交通違反や犯罪記録まで、たとえアリババと直接関連しない事例であっても、ジーマ信用にデータが蓄積され、直ちに個人のクレジット・スコアに影響する可能性がある。このような状況に置かれた人々は、自身の信用の毀損を恐れ、慎重に行動するようになった。

問題はこのようなビッグデータ収集が、多くの民間企業が参入しているとはいえ、実質的にアリババとテンセントの 2 社による寡占状態になっているという点である。人々は日常生活の中でビッグデータ社会の便益を享受する一方、日々監視されているのではないかと感じている。ユーザーにとっては今の便利な生活を放棄することはほぼ不可能であるし、一方、企業側は自社の競争力を高めたいがためにデータの収集を諦めることはありえないだろう。個人情報の保護と個人データの収集という対立は、現時点ではそれほど表面化はしていないが、いずれ深刻な社会問題になるであろう。とはいえ、技術の進歩、本稿でいえば新興決済機構のイノベーションが止まってしまうのもまた杞憂であろう。新しいイノベーションは往々にして社会を進歩させると同時に新しい問題を作り出し、法律や規制などは常にラグを持って軋轢を調和し対応してきた。これから新興決済機構のイノベーションを注目すると同時に、個人情報の保護にも注意深く観察しなければならない。

謝辞：本研究は徳島文理大学「平成 31 年度 特色ある教育・研究（課題番号 TBU2019-2-4）」の助成を受けたものである。

参考文献

〈日本語〉

Steinberg, J. (2018) 「アリババ傘下のアント、上場控え評価額 1500 億ドルに迫る」『The Wall Street Journal』
(<https://jp.wsj.com/articles/SB10193652833869834691704584155433248541284>, 2019 年 9 月 20 日
閲覧)

キャッシュレス研究会 (2019) 『60 分でわかる！キャッシュレス決済最前線』技術評論社

趙彤, 水ノ上智邦 (2019) 「中国 P2P ネット金融規制について」『パーソナルファイナンス研究』, 6, pp. 81
～97

日本経済新聞, 2017 年 3 月 24 日朝刊「スマホ決済 中国 8 億人に ネット大手テンセント」

李智慧 (2018) 『チャイナ・イノベーション データを制する者は世界を制する』日経 BP

〈中国語〉

- Analysys 易觀 (2018) 「中国第三方支付行業專題分析 2018」『Analysys 易觀』
(<https://www.analysys.cn/article/analysis/detail/20018904>, 2019 年 9 月 20 日閲覧)
- 黃志龍 (2018) 「你知道小微企業的融資缺口有多大嗎？」『新浪財經』
(<http://finance.sina.com.cn/zt/china/2018-07-27/zt-ihfvkitx5074601.shtml>, 2019 年 9 月 20 日閲覧)
- 胡潤百富 (2019) 『2018 胡潤大中華區獨角獸指數』
(<https://www.hurun.net/CN/Article/Details?num=EF8A8559DC86>, 2019 年 9 月 20 日閲覧)
- 姜蓉 (2009) 「支付宝是如何化蛹成蝶的」『中国經營報』
(<http://finance.sina.com.cn/roll/20090627/12426409081.shtml>, 2019 年 9 月 20 日閲覧)
- 見聞君 (2019) 「余额宝們可能見頂了？」『華爾街見聞 (WSJ 中国版)』
(<https://wallstreetcn.com/articles/3392409>, 2019 年 2 月 16 日閲覧)
- 馬梅, 朱曉明, 周金黃, 季家友, 陳宇 (2014) 『支付革命 互聯網時代的第三方支付』中信出版社
- 馬文婷 (2016) 「芝麻信用開始小微企業徵信服務」『京華時報』
(https://www.sohu.com/a/106659807_149146, 2019 年 9 月 20 日閲覧)
- 吳曉波 (2017) 『騰訊傳 1998-2016 中国互聯網公司進化論』浙江大学出版社
- 由曦 (2017) 『螞蟥金服 科技金融獨角獸的崛起』中信出版集團
- 中華人民共和國中央人民政府 (2010) 「非銀行機構支付服務管理辦法」
(http://www.gov.cn/flfg/2010-06/21/content_1632796.htm, 2019 年 9 月 20 日閲覧)

〈英語〉

- Christensen, C. (1997), *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*, Harvard Business School Press. (玉田俊平太監修 伊豆原弓訳 『イノベーションのジレンマ 技術革新が巨大企業を滅ぼすとき』翔泳社, 2000 年)
- Erisman, P. (2015), *Alibaba's World: How a Remarkable Chinese Company Is Changing the Face of Global Business*, Macmillan Publishers. (黒輪篤嗣訳 『アリババ 中国 e コマース覇者の世界戦略』新潮社, 2015 年)
- Evans, D (2003), "The Antitrust Economics of Multi-Sided Platform Markets," *Yale Journal on Regulation*, 20 (2), pp. 325-370.
- Jackson, E. (2012), *The Paypal Wars: Battles With Ebay, the Media, the Mafia, and the Rest of Planet Earth*, World Ahead Publishing.
- Kane, E. (1981), "Accelerating Inflation, Technological Innovation, and the Decreasing Effectiveness of Banking Regulation," *Journal of Finance*, 36 (2), pp. 355-367.
- Moazed, A. and Johnson, N. (2016), *Modern Monopolies: What It Takes to Dominate the 21st-Century Economy*, St. Martin's Press. (藤原朝子訳 『プラットフォーム革命』英治出版, 2018 年)
- Ant Financial (https://www.antfin.com/index.htm?locale=ja_JP, 2019 年 2 月 16 日閲覧)
- 拉卡拉 (<http://www.lakala.com/index.html>, 2019 年 2 月 16 日閲覧)



BOOK REVIEW

安倍政権の大戦略： 強い日本を，取り戻す。

蔡錫勳

翰蘆図書出版（台湾），2019 年 8 月出版，616 頁



立教大学 アジア地域研究所 特任研究員

／韓国・檀国大学校 日本研究所 海外研究諮問委員 高橋 孝治

バブル経済崩壊後の日本は停滞を続けてきたが、安倍晋三政権は「日本を，取り戻す」をマニフェストのカバータイトルに掲げている。このため、安倍晋三政権は、これまでの日本の政権とは異なる戦略を用意しているようである。このような安倍晋三政権の戦略を読み解くのが、蔡錫勳『安倍政権の大戦略：強い日本を，取り戻す。』（翰蘆図書出版〔台湾〕，2019 年。以下「本書」という）である。本書は、台湾において日本語で出版された本である。本書の筆者である蔡錫勳は、台湾人でありながら日本の東北大学大学院経済学研究科で修士号および博士号を取得し、現在は台湾の淡江大学日本政経研究所の所長を務め、日本企業の経営戦略、日本の大戦略を研究領域とし（本書 p. 617。以下、ページ数のみ記す）、既に日本語での著作を多く持つ日本ウォッチャーでもある。なお、台湾では「研究所」とは「大学院」を意味するため、「研究所所長」は「研究科長」に相当する。

p. 9 によれば「大変革時代に鑑み、安倍政権は三本の矢に象徴される経済政策『アベノミクス』を提唱し、円安・株高へと導いたが、本当に『強い日本を，取り戻す』ことはできるのか。本書はこの大変革を正しく理解するために、アベノミクスだけを論じるよりも、『強い日本を，取り戻す』ための安倍政権の大戦略を縦横無尽に見極めるものである」。これに対し、本稿は、本書について以下、縦横無尽に見極めていくこととする。

本書の構成は以下の通りである。

序論

第 1 章 日本の第三次大戦略

第 2 章 経済再生

第 3 章 挑戦（チャレンジ）

第 4 章 海外展開（オープン）

第 5 章 創造（イノベーション）

第 6 章 アベノミクス 2.0 の新三本の矢

第 7 章 文化強国

第 8 章 外交・安全保障再生

第 9 章 日米中「三国志」の新時代

結論 安倍版富国強兵

以下、各章の内容を簡単に見ていく。

第1章は、第1次安倍晋三政権の構想は「美しい国」であったが、第2次政権にはそれが「強い日本」へ変化したと指摘し、その実現のために「経済再生」に力を入れているとする。さらに、「強い日本」は、大日本帝国、世界第2位経済大国に替わる安倍版富国強兵の新たな国家像であると指摘する (p. 43)。

第2章は、バブル経済からバブル崩壊までという日本経済の概況とアベノミクスについての解説をしている。そして、「安倍政権は数々の『好循環』を創造しようとしている」と述べている (p. 100)。

第3章は、アベノミクスにおける成長戦略について解説している。その中では特に原発などのエネルギー政策や労働政策について深掘りしている。

第4章は、日本の海外展開の歴史と TPP などの海外展開の現在地について解説している。特に pp. 157~163 は、日本の海外展開の歴史を、明治維新から大日本帝国の国家像への富国強兵の時代 (1853~1945 年)、戦後復興から経済大国やジャパン・アズ・ナンバーワンの国家像への富国強兵の時代 (1945~91 年)、強い日本の国家像への第3の開国の安倍版富国強兵の時代 (1991 年~) と区分している。

第5章は、日本の電機産業やロボット産業の革新について解説している。そして、第6章は、アベノミクスの新三本の矢について解説している。この新三本の矢導入のきっかけについては「安保法案を通す過程で国民の反感を買ったために、経済最優先で得点を稼ぎたい意図がある」と述べる (p. 280)。そして、「新三本の矢は手段ではなく目指すべき目標である」と述べ (p. 293)、「一億総活躍社会がスローガン倒れにならないためには、保育・介護サービスを担う人材の確保が大きな課題で」、現状の打開がされなければ出生率の向上や介護離職の減少は望めないとまとめる (p. 294)。

第7章は、クールジャパン政策や観光立国政策、日本の「食の魅力」について解説している。そこではモスバーガー、ミスタードーナツといった日本のファーストフード店の詳細な説明もされている。

第8章と第9章では、安倍晋三政権の外交・安全保障政策について解説されている。そして、結論では、安倍晋三政権下の一強多弱体制は、「千載一遇の機会」であると述べ (p. 576)、「米軍との日米同盟及び中国との経済連携の大きなうねりの中で、安倍政権は『強い日本を、取り戻す』ための戦略を考えている」とまとめる (p. 601)。

本書は、「強い日本」という言葉を「経済再生し、暮らしを再生させる」と捉えている (p. 38)。それ自体は「正しい」といえるであろうが、安倍晋三政権では消費税増税などにより格差拡大が加速し、市民の「暮らしを再生させる」にはほど遠いように見える。しかし、それにもかかわらず本書は基本的には安倍晋三政権の施政方針を安倍晋三政権の言葉をそのまま受け入れて執筆されている。もっとも、一部のみではあるが、例えば「第1の矢の大胆な金融政策と第2の矢の機動的な財政政策だけではマネー・ゲームにとどまり、真の経済再生を実現させることは難しい。第3の矢は音だけの鎗矢になる恐れがあるため、第3の矢の成長戦略の加速・進化こそが本番で

あるが、前途多難である」(p. 101), 「一般国民に好景気の実感はない」(p. 584) など、アベノミクスへの疑義も言及している。この意味では本書は、安倍晋三政権の施政方針をそのまま受け入れているのか、それとも批判しているのか評者には分からなかった。また、安倍晋三政権への直接的な批判ではないにしろ、遠回しの批判とも読み取れる表現に、「NHK 世論調査によると、『他の内閣より良さそうだから』は、安倍内閣を支持する主な理由である」(p. 576), 「『勝って驕らず、負けて腐らず』、『謙虚にして驕らず』という言葉がある。自然界では弱き者が強き者に捕食される。絶対的権力は絶対に腐敗する」(p. 576) との言い回しもある。

しかし、本書は、基本的には安倍晋三政権の政策内容を紹介し、その背景知識を説明するにとどめており、筆者の安倍晋三政権への直接の評価に関する記述は見られない。この点から、本書は、「研究書」ではなく、安倍晋三政権下の日本政治を理解するための「資料集」として位置づけられるのではないかと考えられる。筆者が台湾・淡江大学「日本政経研究科」の「研究科長」であることから、日本の政治経済を研究しようとする大学院生が修士論文などの執筆時に、安倍晋三政権の政策を確認する際などには、本書は非常に有用な資料集となろう。その意味では、台湾式中国語で執筆されていた方がより多くの台湾人にとって有用な資料集となったかもしれない。しかし、そこは「日本語で日本政治を理解する」ということを大学院生に求めているのであろう。もっとも、この表現と矛盾するようであるが、安倍晋三政権に対する意見が読み取れない「資料集」という点から、本書は筆者が「日本ウォッチャー」として執筆したものともいえる。その意味では、日本ウォッチャーであり、日本政経研究科長という2つの顔を持つ筆者であるがゆえに執筆できた書籍といえるであろう。

ところで、本書は明治期やバブル経済期などとの連続性や日米貿易摩擦の歴史 (p. 192) など、現在の日本政治を理解するのに必要な背景も丁寧に説明している。この点は、安倍晋三政権の政策の背景を理解したい日本人にとっても必要な知識をまとめていて有用であるといえる。また、安倍晋三政権の政策については、首相官邸のウェブサイトから大量の引用をしている。これらの引用元はいつかは消えてしまうであろう。そのため、後の日本人にとっても、「かつてこのような方針をとっている総理大臣がいた」ということを活字で残している貴重な資料といえる。

また、日本政治を理解するのに必要な背景知識のみではなく、筆者の日本ウォッチャーとしての知識の深さを見せつけるかのように、その他、本筋とは関係ない様々な日本に関する蘊蓄が本書には登場する。例えば、p. 21 は以下のように記す。「場の『空気』は、日本的失敗の本質に迫るためのキーワードである。『空気』の代わりに、『忖度』という言葉がある。風とは『空気』の流れのことである。『風林火山』は、戦国時代の名将・武田信玄が『孫子の兵法』の第7章『軍争篇』の一節を学び、旗印に掲げた有名な語句である」。このような現代の日本政治に直接関係ないものの、他人に話したくなるような日本に関する様々な雑学も知れるところも本書の魅力かもしれない。

もっとも、このような蘊蓄が随所に散りばめられているためか全 616 頁という一読するにもかなりの労力を必要とする大作であることも事実である。しかし、日本語で書かれているため、日本人にもやはり一読してほしい書といえる。



AGI 便り

アジア成長研究所（略称 AGI）は、北九州市のシンクタンク兼学術研究機関として、調査研究・連携大学院教育・各種イベント開催・交流事業等の様々な活動を行っています。このコーナーでは、こうした活動の一部をご紹介します（2019 年 12 月以降の実績）。この他、成長戦略フォーラム開催や各種刊行物の発刊も行っています（詳しくは AGI ウェブサイトをご参照ください）。ただし、2020 年の前半は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため大半のセミナー、イベントが中止となりました。

【AGI セミナー】

AGI では、国内外の優れた研究者をお招きし、概ね 1 ヶ月に 1 回の頻度で AGI セミナーを開催しています（内容は研究者向けですが、一般の皆様にもご参加いただけます）。以下では、2020 年 1 月以降に開催されたものをご紹介します。

■ 2020 年 2 月 4 日（火）

- 講 師：松本 秀暢 氏
（神戸大学大学院海事科学研究科・海事科学部 教授）
- タイトル：「国際航空輸送からみたアジア地域の都市間競争
ー福岡空港の成長の限界と北九州空港の飛躍の可能性ー」



【所員研究会】

AGI では、所員の研究発表や情報交換のため概ね 1 ヶ月に 1 回の頻度で所員研究会を開催しております（外部からのご参加も歓迎いたします）。以下では、2020 年 1 月以降に開催されたものをご紹介します。

■ 2020 年 2 月 18 日（火）

- 報 告 者：坂本 博（AGI 准教授）
- タイトル：「九州を中心とした地域間人口移動の確率分析」



【各種イベント開催・参加・交流】

AGI は、ここまでにご紹介したものの他に、各種学術会議や定期セミナー等のイベントを開催し、また各研究員が学会やシンポジウム、講演会に参加することで、国内外の多数の大学・研究機関等との連携・交流を推進しています。以下、最近の主なものをご紹介します。

■ 2019 年度 AGI－復旦大学共同研究会：「人口移動と都市発展」

AGI は、復旦大学（中国・上海市）の「社会発展と公共政策学院」と 2006 年に交流協定を締結して以来、定期的に共同セミナーを開催しています。第 10 回目となる 2019 年度は、AGI 側がホストで北九州市にて開催されました。復旦大学から 5 名、AGI からは 4 名の研究者が報告者として参加し、中国および日本の都市化と労働移動、人口問題について盛んに討論しました。



- 開催日：2019 年 12 月 10 日（火）
- 会 場：AGI 6 階会議室
- 参加者：復旦大学研究者 5 名、AGI 所員 9 名、他数名、計 10 数名

【報告者とタイトル】（報告・質疑応答は日本語および英語）

開会の辞：八田達夫（AGI 理事長／所長）

- ①王桂新（復旦大学社会発展・公共政策学院教授／都市と地域研究センター長）「上海の都市規模抑制政策と人口高齢化」
- ②田村一軌（AGI 上級研究員）「人口重心移動の要因分解：東京一極集中は日本の人口重心をどの程度動かしたのか」
- ③張力（復旦大学社会発展・公共政策学院教授／人口研究所所長）「Neoliberal Migration Governance in China（中国における新自由主義的移民統治）」
- ④沈潔（復旦大学社会発展・公共政策学院 人口研究所准教授）「Residential Segregation of Migrants in Shanghai 2000-2010（2000～10 年の上海における移住者の居住分離）」
- ⑤張伊娜（復旦大学社会発展・公共政策学院 人口研究所准教授）「Research on the Border Effect of Inner-City Flows: A Case Study of Yangtze River Delta（都市内流動の境界効果に関する研究：長江デルタ地域の事例）」
- ⑥潘澤瀚（復旦大学社会発展・公共政策学院 人口研究所青年副研究員）「The Spatial Features of Migration in China's City Clusters: A Reflection of Stage Theories of Urban Agglomeration（中国の都市クラスターにおける人口移動の空間特性：都市集積ステージ理論の再考）」
- ⑦プラモッド・クマール・スール（AGI 上級研究員）「The Short and Long-term Impact of International Migration on Human Capital Formation of the Left Behind（国際移民が地元

の教育に与える影響：短期的および長期的実証分析)」

⑧孫曉男（AGI 上級研究員）「Demand Shocks, Financial Costs, and Export Margins: Evidence from China（需要ショック、金融コストと輸出マージン：中国からのエビデンス）」

⑨戴二彪（AGI 副所長／研究部長）「Impacts of International Migration on Regional Population Growth in Japan（国際人口移動が日本の地域人口増加に与える影響）」

閉会の辞：張力（復旦大学社会発展・公共政策学院教授／人口研究所所長）

■ 2019 年度 AGI－台湾共同研究会：「日本と台湾の経済・産業・国際関係」

AGI は、2015 年度より台湾の大学・研究機関との共同で年 1 回研究会を開催しています。2019 年度は、北九州市にて第 5 回研究会が開催されました。台湾から 2 名、AGI から 2 名、計 4 名の研究者が報告し、日本と台湾における経済・産業および国際関係の諸問題について討論し相互理解に努めました。

今回の台湾からの参加者は、王健全氏（中華経済研究院副院長）と黄智聡氏（国立政治大学財政学系教授）です。王健全氏は、社会科学系では台湾最大級の研究機関であり政府のシンクタンクでもある中華経済研究院の副院長で、産業経済、産業政策等を幅広く研究し、今回は、米中貿易戦争が台湾およびアジア太平洋諸国の経済成長に如何なる影響を与えるかについて報告しました。同様に、台湾有数の名門大学である国立政治大学教授の黄智聡氏は、米中貿易戦争による台湾の対外・対内直接投資への影響について論じました。他方、AGI 側は、八田達夫理事長／所長が、日本における雇用規制緩和と労働市場流動化の問題について論じ、岸本千佳司准教授は、（安川電機の競合でもある）台湾の大手電機メーカー「台達電子」の事業発展と組織能力について日本のアジア研究者としての分析を披露しました。



（黄智聡氏＝左，王健全氏＝右）



○ 開催日：2019 年 12 月 17 日（火）

○ 会 場：AGI 6 階会議室

○ 参加者：台湾研究者 2 名、AGI 所員 6 名、他数名、計 10 数名

【報告者と報告タイトル】（報告・質疑応答は英語）

開会の辞：戴二彪（AGI 副所長／研究部長）

①八田達夫（AGI 理事長／所長）「Introducing Severance Payment Systems in Japan: A Proposal for Vacancy Decontrol（日本での解雇手当制度の導入：欠員補充規制緩和の提案）」

②王健全（中華経済研究院副院長）「US-China Trade War on Taiwan & Asian-Pacific（米中貿易戦争の台湾およびアジア太平洋諸国への影響）」

- ③黄智聡（国立政治大学教授）「Taiwan's Inward and Outward FDI under the US-China Trade War（米中貿易戦争下における台湾の海外直接投資）」
 ④岸本千佳司（AGI 准教授）「The Business Evolution and Organizational Capability of Delta Electronics（台達電子の事業展開と組織能力）」
 閉会の辞：王健全（中華経済研究院副院長）

■第 1 回 AGI 地域産業振興研究会

AGI では、研究員有志が内部研究会を立ち上げ、特定のテーマの下で定期的にワークショップを開催しています。そのうちの 1 つとして「地域産業振興研究会」が立ち上げられ、近頃第 1 回研究会が開催されました。疲弊する地方都市における地域活性化とは、もはや政府・地方自治体、それに携わる政治家の問題だけではありません。地域からの内発性なくして真の地域活性化の実現はありえないという問題意識に基づき北九州から地域を考える研究会です。今回は、AGI から岸本千佳司准教授と田代智治研究員が、各々サービスロボット開発およびコミュニティビジネスに携わる地元の中小企業・スタートアップの事例を紹介しました。加えて、神戸大学の大塚啓二郎教授および橋野知子教授が新興国の産業集積研究の成果を踏まえ、北九州の発展への示唆を提示しました。



- 開催日：2019 年 12 月 23 日（月）
- 会 場：AGI 6 階特別会議室
- 参加者：神戸大学 2 名，AGI 所員 3 名，その他，計約 10 名

【報告者と報告タイトル】（報告・質疑応答は日本語）

開会の辞：大塚啓二郎（神戸大学大学院経済学研究科特命教授／AGI 特別教授）

- ①田代智治（AGI 一般研究員）「Linked by Fate: Another Epistemological Space of Entrepreneurship（運命の糸「ご縁」によって創造される起業機会：アントレプレナーシップ研究におけるもう 1 つの認識論的空間）」
 - ②岸本千佳司（AGI 准教授）「サービスロボット産業の先駆者 テムザック（tmsuk）社の事例研究：大企業を超える製品開発力の秘密」
 - ③大塚啓二郎（神戸大学大学院経済学研究科特命教授／AGI 特別教授）「アフリカの産業開発戦略」
 - ④橋野知子（神戸大学大学院経済学研究科教授／AGI 客員教授）「アフリカから北九州へ」
- 閉会の辞：岸本千佳司（AGI 准教授）

■「いきいきシニア塾」での講演

北九州サステナビリティ研究所が持続可能（サステナブル）な未来を目指して勉強会を開催することになりました。その「第1回学習会 SDGs 学 私の考える環境問題」にて、末吉興一顧問が講演いたしました。北九州市を環境の街に方向づけた市長時代の経験を基に、環境問題について解説を行い、参加者は30名までとして活発な質疑応答を行いました。



- 開催日：2020 年 1 月 25 日（土）
- 会 場：北九州市立男女共同参画センタームーブ
- 参加者：30 名程度

【講演者と講義タイトル】（報告・質疑応答は日本語）

・末吉興一（AGI 顧問）「公害の街から環境首都へ」

【講演アシスタント】

・田代智治（一般研究員）

■北九州商工会議所正副会頭会議での講演

2020 年 2 月 18 日（火）北九州商工会議所において、八田達夫理事長が講演いたしました。この講演では、今後北部九州が成長していくためには、北九州空港の活用が鍵となることを、データを取り揃え解説し、空港までのアクセスの充実を提案しました。



- 開催日：2020 年 2 月 18 日（火）
- 会 場：北九州商工会議所
- 参加者：20 名程度

【講演者と講演タイトル】（報告・質疑応答は日本語）

・八田達夫（AGI 理事長／所長）「北部九州は成長の壁をどう乗り越えるべきか」