

新・パンダ外交

中国は台湾にパンダを「平和と団結」の象徴として贈る。台湾側は受入れを決定していないが、台湾住民には歓迎ムードが強いという。陳水扁政権は「統一工作としてパンダ問題を操っている」として警戒感を示した。(サンケイ新聞1月7日付け)。

日本には日中国交回復直後の一九七二年十一月に贈られ、熱狂的なパンダブームが起きた。当時は、現在からは想像できないような日中友好ムードであり、パンダはその愛らしさにより、「善意」の国家としての中国のイメージを高めるのに貢献した。

中国お得意のパンダ外交が久しぶりに展開されたわけだ。台湾へのパンダ贈呈は、「善意」だけによるものではなく、政治性が極めて強いことは、昨年五月の国民党の連戦主席訪中を受けての決定である



ことから明らかである。中国は、「贈り物」を効果的に使った外交が得意だ。台湾にはパンダを利用したが、多くの国との外交では「FTA(自

由貿易協定)」が使われている。FTAは貿易を發展するための手段だが、米国など政治的な目的で活用する国もある。中国もその一國であり、安全保障、資源確保、WTO加盟時の差別是正などを目的に二七カ国とFTA交渉を行っている。

資源国とのFTAの典型がサウジアラビアやクウェートなど中東の産油国六カ国で構成されるGCC(湾岸協力会議)との交渉であり、エネルギー資源の確保がその狙いである。ASEANやアイスランドとのFTAでは、中国を市場経済国と認定させ、WTO加盟時の差別を改めるのに成功した。中国のFTA外交が効果的なのは、言うまでもなく、巨大で高成長を続ける市場を背景としているからである。「市場」の魅力を具現化しているのがFTAであり、中国外交の強力なカードになっている。

ASEANに対しては、ASEANの特産品である熱帯果実など農産品を早期に自由化(中国市場を開放)することでASEAN側に譲歩した。中国の外交巧者ぶりは定評があるが、自国の魅力を効果的に活用している。

日本は、アジアの先進国として「援助」を外交カードの一つとしてきた。しかし、東アジアでは、経済発展により援助から卒業する国が増えつつある。FTA外交が農業問題により機動的に展開できず、援助も従来に比べ外交カードとしての魅力が薄れつつある。アジアとの外交カードとして何が日本の魅力なのか、考えるべき時期がきている。

(アジア研究所教授・石川幸一)

中国・国内総生産を上方修正

二〇〇四年の中国の国内総生産(GDP)は、当初の発表より一六・八%も多いことが判明した。この結果、〇四年の経済成長率は九五%から一〇・一%へと〇・六ポイント上方修正されることとなった。

今回のGDPの修正は、中国が〇四年十二月に実施した最初の全国規模での経済センサスの結果を踏まえたものであった。今回の経済センサスは、主に第二次と第三次産業を対象としたもので、調査には一三〇〇万人が動員され、二〇億元の経費が投入されている。

〇四年のGDPは、当初発表値より二兆三〇〇億元の増加となったが、その九三%は第三次産業の増加によるものであった。この結果、〇四年の産業別構成比は第一次十三・一%、第二次四六・二%、第三次四〇・七%となった。

このセンサスの結果は、中国でも第三次産業が急速に発展していること、〇四年にはイタリアを抜いて世界第六位の経済大国になったことなどを教えてくれるが、同時に第三次産業の集中する都市とその発展の遅い農村との所得格差がより拡大したことをも示唆している。(HK)

訂正とお詫び

本誌第一二〇号(一ページ中段)の『文藝春秋』平成十七年九月号は、平成十七年十月号の誤りでした。ここに訂正しお詫び致します。