

週目点

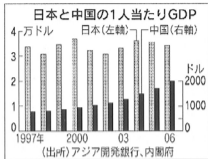


早稲田大学教授

川本 裕子

三月十五日、中国で米大リーグの野球試合が初めて開催される。経済発展に伴い、中国は従来の低賃金を背景にした「生産地」から、十三億人の消費者を抱える「消費地」に転換しつつあるようだ。

中国の国民一人当たりの名目国内総生産（GDP）は現在約二千ドル。一般に一人当たりGDPが一万ドルを超えると成熟した消費地とされる。中国はまだこの水準には達していないが、急



▶米大リーグ、中国で試合(15日)

巨大消費地への転換 象徴

速な経済成長などを背景に消費地として存在感が増していることは確かだ。世界的なプロスポーツの中国進出は、モノの消費だけでなく、サービス消費も今後拡大する予兆といっていよい。

米国の信用力が低い個人向けの住宅融資（サブプライムローン）問題で世界経済は減速しているが、米国経済が減速してもそれ以外の地域が世界をけん引するというデカップリング（非連動）論も一方で盛んだ。ほかの新興国も中国と同様に消費地として発展すればデカップリングは現実となる可能性もある。すでに化粧品など日本企業の一部は中国での営業展開を積極的に進めている。だが全体的にはまだ生産地というイメージを捨てきれない企業も多い。所得格差や法整備などの問題があるのは確かだが、大リーグの中国開催は「消費地・中国」への関心が深まる機会となりそうだ。