

第5章

国内需要の概観

－投資、消費、地域的階層構造－

大原盛樹

要約：本稿の目的は、中国の各産業で見られる、分散的な多数の企業による激しい価格競争の背景となった国内需要を概観とすることである。そのような作業の出発点となる初歩的な仮説は、そのような競争は、多数の企業に参入の機会を与えるだけ市場規模が大きく、また多様性であること、特に能力的に未熟な企業の成長の苗床として機能する中下位市場に厚みがあるということである。そのために本稿は、中国の需要を、投資、消費（都市と農村）、地域間の多様性(格差)という視点から、主に統計データを整理することで概観する。日本の経験とインドとの比較を随時行う。最終的に、中国の多数の企業による分散的な激しい競争の背景には、所得面で市場に大きな多様性、重層性があること、それは都市と農村のそれぞれの内部の格差と地域的な格差の広がりをもたらしたことを確認した。また各所得セグメントがそれぞれ大きく成長しているもわかった。多様性、重層性を深める要因として、巨大都市の急速な高度化と底辺市場の規模的成長が同時に起こったことも確認できた。それはより多様性の少ない日本やインドとの比較からより明らかになったと考えられる。

キーワード：消費、投資、地域的重層性、所得階層、都市と農村、日本、インドとの比較

1. はじめに

本稿は、中国の1990年代から約20年間の中国の国内市場の地域構造の変化について概観する。中国を都市部（巨大都市と大都市）と非都市部（県中心部を含む農村部）および東部、中部、西部に分け、この20年間にそれぞれがどの程度規模的に増大したのかを検討する。

改革開放期から現在までの中国の製造業の発展とそれを担う主要企業の成長を概観すると、中国においては各種産業で、他国よりよりたくさんの企業が参入し、激しい価格競争を行って

いることがわかる。例えば中国と所得レベルと人口規模に近いインドと比較すると、各種産業で中国でより多数の企業が参入し、上位企業のシェアも低い (Ohara[2011])。プロダクトサイクル理論が示唆するとおり、主要先進国の経験では、その国である産業が勃興する当初は多数の企業が参入し、各社の平均生産規模が小さい中で市場シェアを分散的に分け合う状態にあるが、徐々に優勝劣敗の趨勢がつきはじめ、生産規模の大きな少数の寡占的企業が市場シェアを分け合うようになる。また多くの発展途上国の事例では、幅広い分野で先進的な能力を備えた外資系企業がそのような主導的地位につくことが多かった。東南アジア諸国はその顕著な事例である。

中国においては、1980年代の経済体制の改革・開放や1990年代の工業企業の経営改革が進展するとともに、従来型産業に多数の企業が新規参入し、各種新産業も勃興した。しかし各種産業において、参入する企業の数が他国に比べて多く、さらに上位企業への市場シェアが集中する傾向が、他国の経験と比べてあまり顕著でないように見受けられる。市場シェアの集中化が見られる場合でも、例えば日本の経験と比べれば、その速度は緩やかな場合が多い。さらに圧倒的多数の企業が地場企業であり、各種の産業で外資系企業は全体的な市場シェアの点でも他国の同一産業におけるほど支配的な地位を占めていない。その際、中国の多くの産業で見られる現象は、先進国の経済発展と同時に成長したような、製品開発から流通・アフターサービスまで幅広く優れた能力を備えた統合型の企業とその国の産業の明確な主役とは必ずしもならなかった。むしろ個々の企業規模は小さく、能力的には狭い範囲で限定された能力しかもたないが、フレキシブルな生産ネットワークの中で外部資源を積極的に活用し、ブランド力は弱いものの、主に低価格と素早い顧客対応に依拠した膨大な企業群が市場シェアのかなりの部分を占め続けるのである。そして、中国の産業発展の過程を見るとき非常に重要な点は、そのような企業群の中から、激しい競争を経て、次代の主要企業となるような力を蓄積した企業が次々に出現してくるという点である。世界各国でグローバルな巨大企業が圧倒的主役となっている乗用車やIT機器の分野においても、中国ではレノボ、BYD、奇瑞と言った地場メーカーが出現している。BYDは自動車分野では10年程度の経験しか持たないが、数年で年産数十万台を生産するに至っている。外部資源を積極活用する経営方式をとっているため、市場さえあれば生産拡大のペースは早いのである。

以上のような展開は、上述用のような巨大農村国家であるインドと異なるだけでなく、規模的により小国である韓国や台湾の産業発展の過程でも見られなかったものである。

このような新興企業の勃興の背後には各種の諸要因が考えられるが、既存研究は基本的に企業成長に関わるサプライサイドに集中していた。一方、本稿は、彼らに発展の機会を提供した需要の側面について考察することを目的とする。特に、多くの新興企業の初期、中期段階の発展を支えた、国内の中下位市場の規模と質に注目する。その中でも、1990年代から現在までの地域的な重層性とその規模の変化について検討する。

2. 需要と消費の全体的傾向

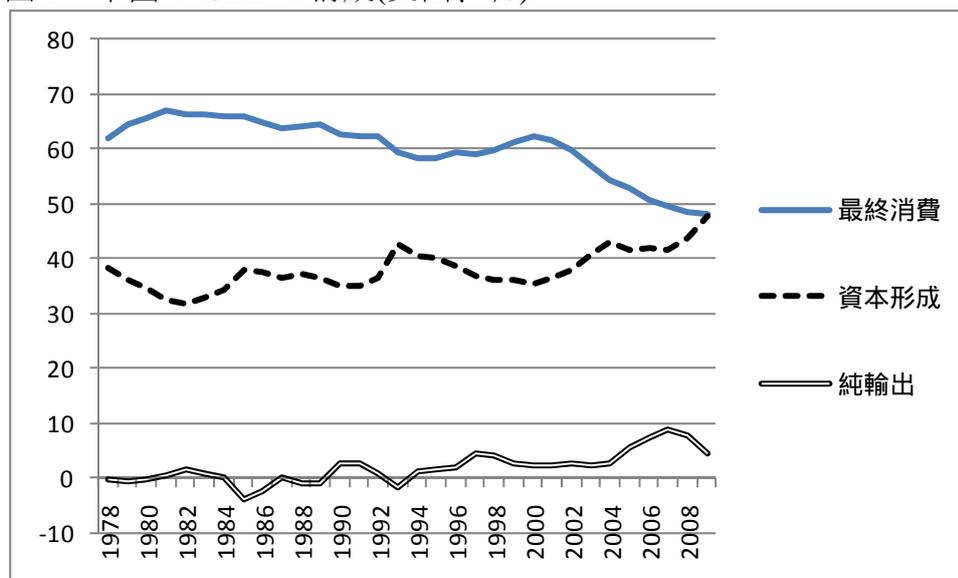
2.1. GDP 構成から見た需要

改革開放期の中国の急速な経済成長を導いた需要面の要因を見てみよう。一国で新たに生み出された付加価値の総額（GDP）の最終的な支出先は、最終消費、資本形成、純輸出に分けられる。改革開放期の中国の GDP は、国内の最終消費に支出される割合が減少し、資本形成に支出される部分が増加してきた（図1）。2009年には最終消費と資本形成の割合が同じにまでなった。純輸出（総輸出マイナス総輸入）による部分も徐々に増大し、2007年には GDP の9%にも上った。

この高度成長に対する投資と輸出の高い貢献は、日本の過去の高度成長期の経験を上回る(図2)。日本では高度経済成長期に資本形成の割合が40%に達したが、1970年代初頭以降、その割合は一貫して低下している。日本経済の戦後の成長過程では、国内市場の消費水準の上昇が企業の生産水準の向上を牽引する形で、両者が同期的に発展したと見なすと、相対的に、中国では生産水準の増大が消費水準の深化のペースを上回ってきたと考えることができる。それは近年になればなるほど程度が甚だしかった。ただし、後述するように、中国の需要は地域的な多様性が強く、国内需要の高度化も地域的に多様な段階が同時並行的に進行しており、それが地域的に同質的な市場の高度化を達成した日本と異なる。

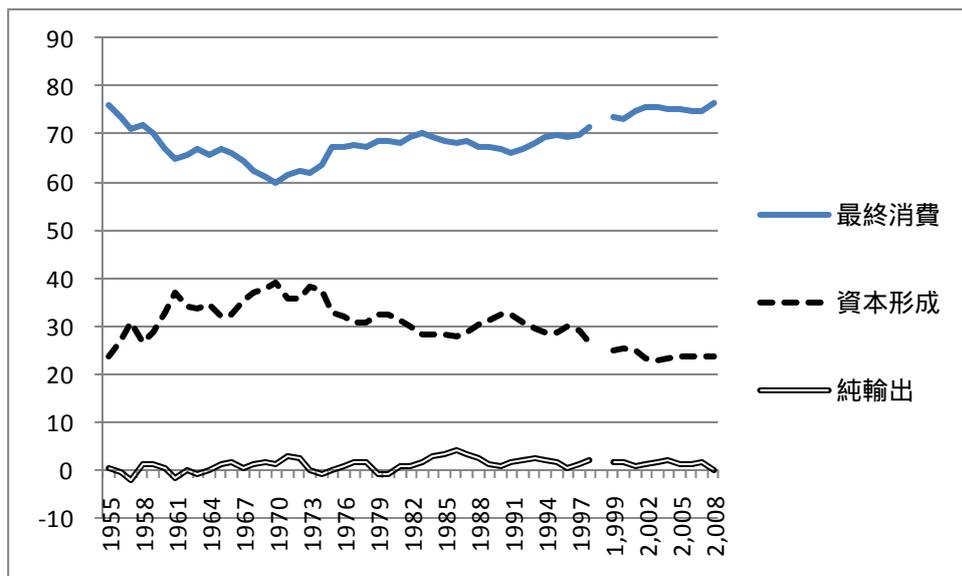
中国の投資の増大速度が消費のそれを上回る理由として、雇用不安や社会保障システムの未成熟が貯蓄率を上昇させていると指摘されている（Horioka and Wan[2008]）。

図1 中国の GDP の構成(支出、%)



(出所)『中国統計年鑑 2009 年版』

図2 日本の GDP の構成 (支出、%)

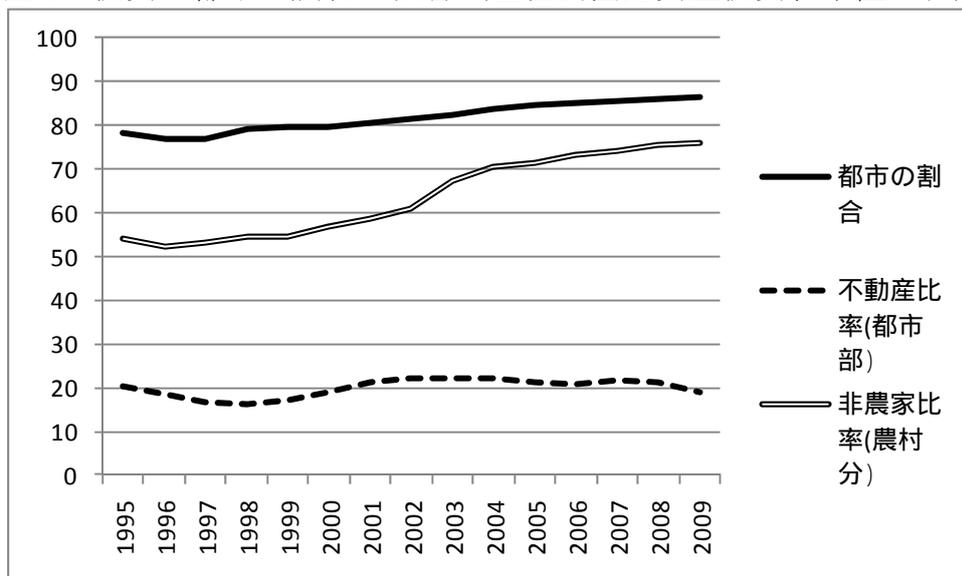


(出所) 『日本の長期統計系列』『日本統計年鑑』

2.2 投資の主体

経済成長を主導した投資の主体を見よう。中国を都市部門と農村部門に分けると、投資の主役は都市であることが分かる(図3)。また農村部での投資のうち、農家によるもの以外の投資の割合(図3の「非農家比率」)もほぼ8割に達しており、投資の面で中国はすでに農業国家ではない。

図3 投資の都市・農村の割合(全社会固定資産投資、単位：%)



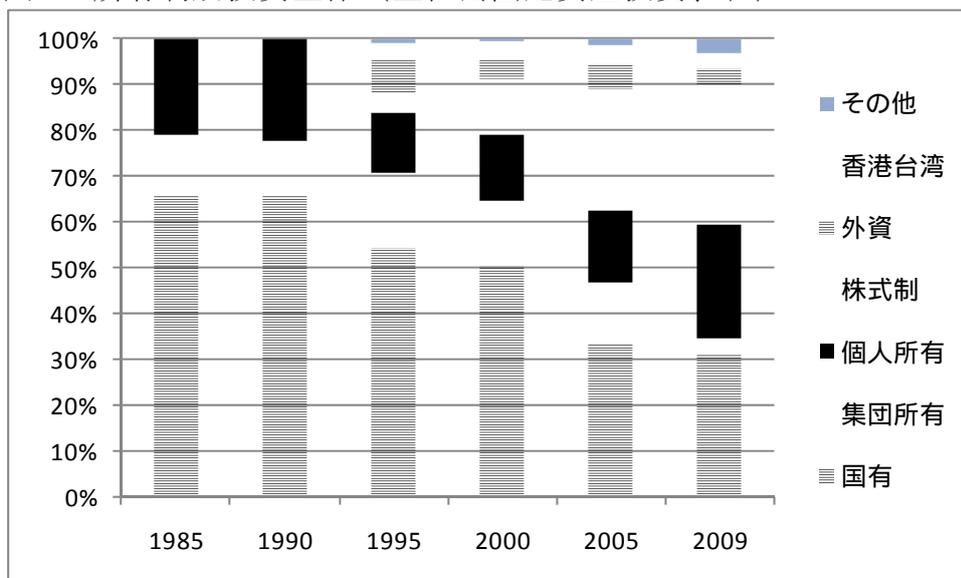
(注) 「都市の割合」= 全体の全社会固定資産投資で都市部で行われた部分。「不動産比率」= 都市部における全社会固定資産投資に占める不動産開発の部分。「非農家比率」= 農村部で行われた全社会固定資産投資に占める非農家による部分の割合。

(出所) 『中国統計年鑑』2010年版より作成。

投資の主体として、政府部門の比率は低下しているが、しかし未だ非常に重要な投資主体と

なっている。図4のとおり、全社会固定資産投資に占める公有部門（国有部門と集団所有制部門の合計）の割合は未だ35%程度を占める。日本の経験を鑑みれば、日本の国民経済会計における資本形成のうち、公的部門によるものは長期間20~30%の間にあった。生産面の高成長を実現するとともに、物的なインフラ整備の余地が大きい段階にある中国の現状を考えれば、投資面での政府の役割が大きいことは不思議ではない。

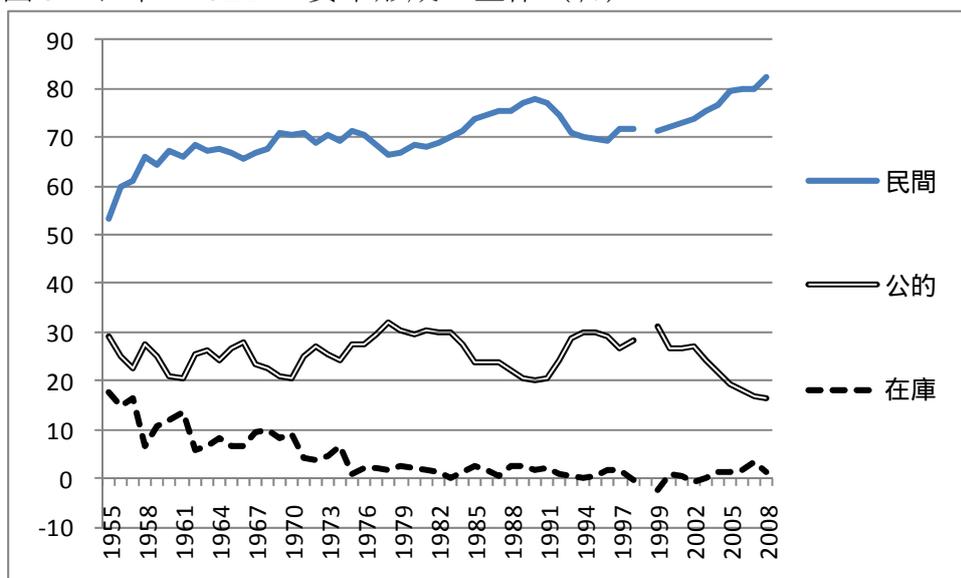
図4 所有制別投資主体（全社会固定資産投資、%）



（注）1985、90年は国有、集団所有、個人所有に分類されるもののみ掲載されている。個人所有は「私営」を含む。

（出所）『中国統計年鑑』2001年、2010年版に基づき筆者作成。

図5 日本のGDPの資本形成の主体（%）



（出所）図2に同じ。

ただし、投資の主要な舞台である都市部に限れば、政府部門の役割は非常に大きい（農村部

での政府による投資が未だ少ないことが示唆される)。表 1 によれば、2009 年時点で、新規の全社会固定資産投資のうち国が(政府)が過半数の出資を行う部門(国有主体部門=中国語で「国有 Kong 股」部門)が行っている。もう一つの公的部門である集団所有部門を加えれば 55%に達する。ただし、計画経済時代とは異なり、国有主体部門の主な投資先は「交通運輸、倉庫、郵便」、「水利、環境、公共施設管理」、「電気・ガス・水道」等の公共インフラ部門が中心となっている。それら部門における国有主体部門の投資は 7～9 割を占める。ただし製造業や不動産部門にも国有主体部門の投資の 20%が投入され、それぞれの部門で 2 割近いシェアを占めていることも注目される。

都市における民間部門(民間主体部門と外資部門)は、製造業と不動産部門に集中しており、ビジネスにおける主役となっている。外資部門は投資全体の 8%を占める。

表 1 都市部の全社会固定資産投資の分野別投資主体 (2009 年、所有制別、%)

	国有主体		集団所有主体		民間主体		外資主体		計
	内訳	分野内比	内訳	分野内比	内訳	分野内比	内訳	分野内比	
農業	2.0	50.7	2.4	8.3	1.7	40.4	0.3	1.2	100.0
採掘	5.5	58.5	4.2	6.0	3.5	34.6	1.0	1.7	100.0
製造業	12.0	18.4	24.5	5.1	49.1	69.9	52.0	13.1	100.0
電気・ガス・水道	12.4	79.5	5.2	4.5	2.3	13.6	4.5	4.7	100.0
建設	1.0	55.8	1.6	11.7	0.6	31.8	0.2	1.4	100.0
交通運輸、倉庫、郵便	23.8	89.0	5.0	2.6	2.2	7.6	2.8	1.7	100.0
通信サービス	2.1	76.2	0.4	1.9	0.3	9.1	4.4	25.6	100.0
卸売・小売	0.7	13.6	4.6	12.1	4.0	72.1	1.4	4.3	100.0
飲食・宿泊	0.4	15.4	1.3	7.0	2.1	73.8	1.2	7.8	100.0
金融	0.3	71.2	0.4	14.0	0.1	13.8	0.1	2.1	100.0
不動産	10.1	23.1	28.5	8.8	29.5	62.5	29.5	11.0	100.0
ビジネスサービス	1.1	52.5	1.8	11.3	0.8	33.6	0.7	5.4	100.0
科学・技術・地質調査	0.8	66.9	0.6	6.1	0.3	25.6	0.2	2.6	100.0
水利、環境、公共施設管理	17.9	86.7	9.5	6.2	1.5	6.7	0.9	0.7	100.0
住民サービス	0.2	27.7	0.7	15.5	0.4	55.9	0.1	1.9	100.0
教育	3.1	83.9	1.3	4.9	0.4	11.0	0.1	0.5	100.0
衛生、社会福祉	1.6	81.7	0.9	6.4	0.2	11.5	0.1	0.9	100.0
文化、体育、娯楽	1.4	59.3	1.6	8.8	0.8	29.9	0.6	4.0	100.0
公共管理・社会組織	3.6	77.7	5.6	16.4	0.3	5.8	0.0	0.1	100.0
計	100.0	46.7	100.0	6.3	100.0	43.2	100.0	7.6	100.0

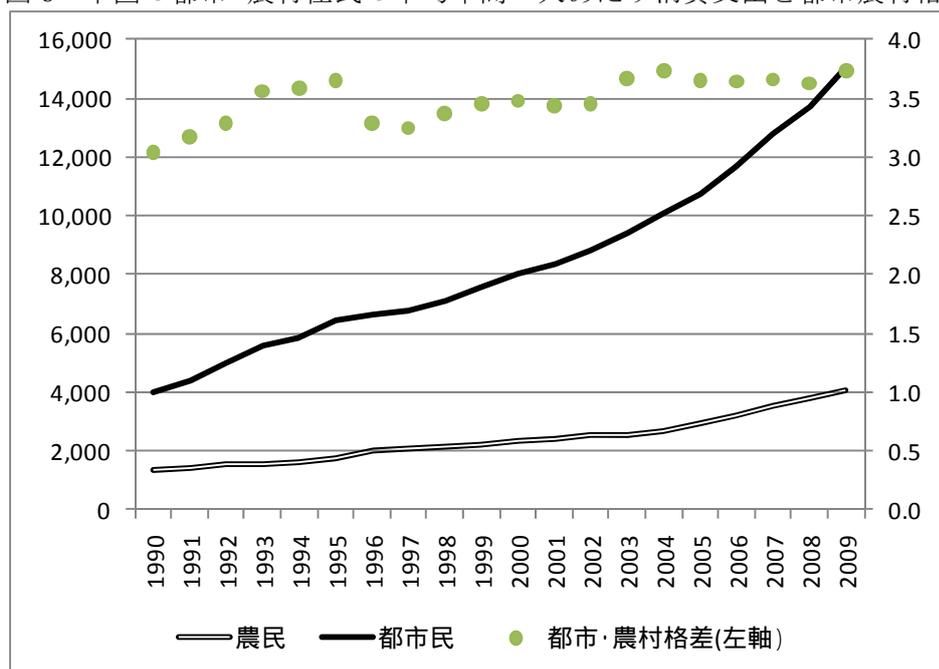
(注)「国有主体」とは株式の過半数が国有資本が占める投資主体による投資。「集団所有主体」「民間主体」「外資主体」も同様の意味である。

(出所)『中国統計年鑑 2001 年版』に基づき筆者作成。

2.3. 国内消費の傾向

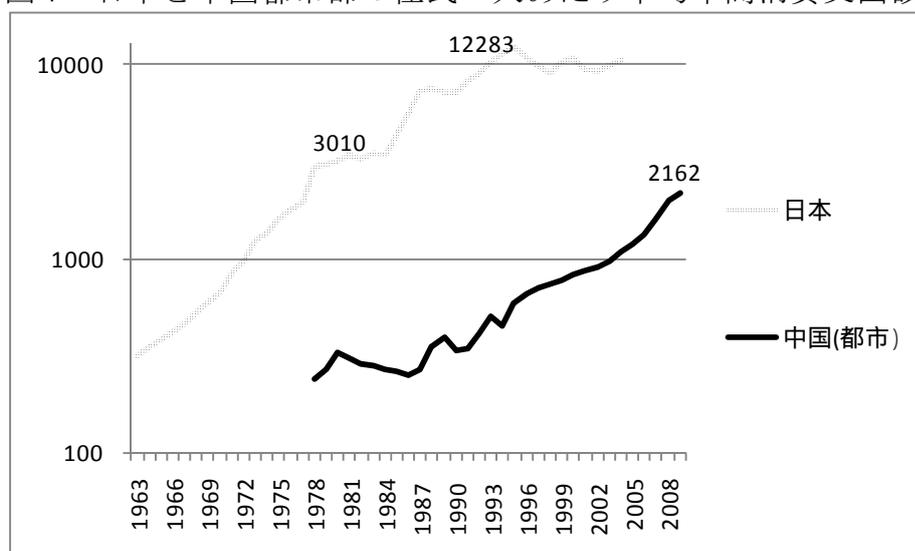
経済成長を投資が牽引する程度が他国より高いとは言え、国内の消費市場も急速に成長している。図 6 のように、都市部の国民一人あたりの平均年間消費支出は 1 万 5000 元 (1800～1900 ドル) で、2000 年の約 2 倍、1990 年の約 4 倍である。但し農村部 (同 4000 元、約 500 ドル) との格差は大きく、この 20 年間で徐々に格差が開いている。都市部と農村部の格差は、後述する中国市場の地域的重層性と需要の多様性の基本的な要因となっている。

図6 中国の都市・農村住民の平均年間一人あたり消費支出と都市農村格差(元、2009年価格)



『中国統計年鑑』2010年版より作成

図7 日本と中国都市部の住民一人あたり平均年間消費支出額(名目、ドル)



(出所)『中国統計年鑑』2010年版、『日本の長期統計系列』より作成

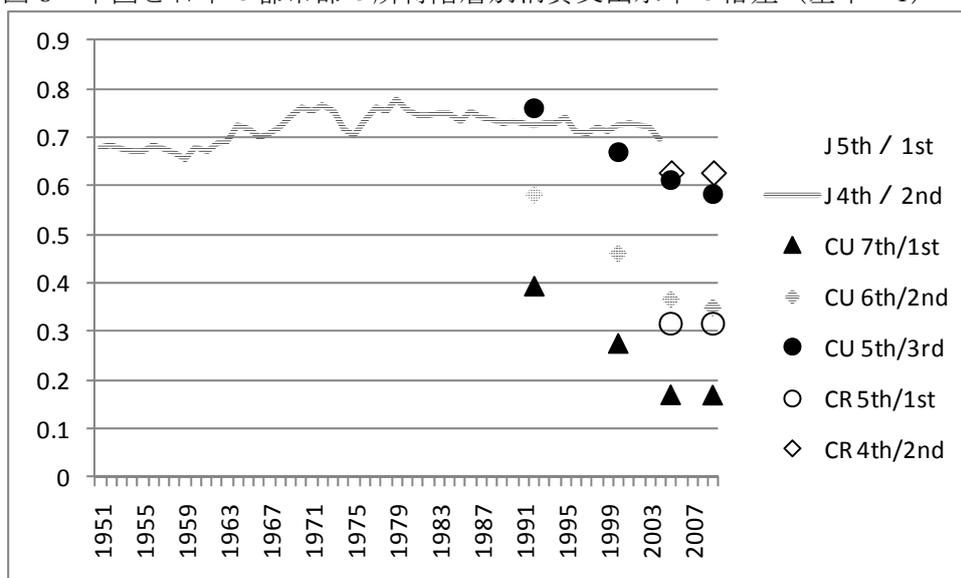
図7によれば、中国の人々の平均的な消費水準は、都市部に限れば、日本の1970年代後半から80年代前半の水準に相当するとおおまかに考えられる¹。しかし、中国の消費水準の高度化は、上述の中国社会の需要の著しい多様性、格差の存在と、その時代に普及する財、サービ

¹ 図7に見られる一人あたり消費支出の増大する速度は、日本の戦後から1990年代前半までのペースと比べると若干緩いように見えるが、これは為替レートの変動が少なからず影響している。中国で1980年代から1990年代半ばまで元の対ドルレートが一貫して下落していたのに対し、日本で1970年代から1990年代半ばまで円の対ドルレートが一貫して上昇していた効果が大きく影響している。

スの種類や価格レベルの違いにより、日本の経験と直接的に比べることは難しい。

都市及び農村内部の格差、重層性を図 8 から見てみよう。日本の都市部の経験では、1950年代に異なる所得階層間で消費支出の格差が拡大した。調査対象世帯を収入レベルで最上位 20%、中上位 20%、中位 20%、中下位 20%、最下位 20%に分け、各レベルの平均消費支出額を比べると、最下位層の最上位層に対する割合が 0.4 から 0.33 へ低下し、中下位層の中上位層に対するそれが 0.68 から 0.65 へ微減している。しかし高度経済成長の本格化にともない²、1980年代初頭に向けて格差は縮小へ向かった。中国では都市部、農村部とも、その数値は 1990 年代初頭にはおおよそ日本の 1980 年代の水準と同等であったが、1990 年代から近年までの 20 年間に格差は急速かつ大幅に拡大した。2000 年代後半に格差拡大のペースは鈍化した感があるが、しかし日本の 1960 年代のような縮小化へ進んでいない。上述の都市と農村間の格差の拡大と併せ、都市、農村間の所得格差の急速な拡大は、中国の高度経済成長パターンを特色づけている。異なる所得水準は、後述するように、各階層の消費需要に対しても相違をもたらしている。

図 8 中国と日本の都市部の所得階層別消費支出水準の格差（基準=1）



(注) J は日本、CU は中国都市部、CR は中国農村部。日本は調査家計を所得別に上位から下位まで 20% ずつ 5 階層に区分し、中国の都市部は最上位 10%、上位 10%、中上位 20%、中位 20%、中下位 20%、下位 10%、最下位 10% の 7 階層に分ける。中国農村部は日本と同じ。その上で、日本については J 5th/1st：最上位 20% 層家計の平均消費支出額を最下位 20% 層の同額で除した値、J 4th/2nd は同様に第二層である上位 20-40% 層と第三層である上位 60-80% 層の比率を示した。中国は同様に、CU 7th/1st が上位 10% と最下位 90-100% 層、CU 6th/2nd が上位 10-20% 層と 80-90% 層、CU 5th/3rd が上位 20-40% 層と 60-80% 層のそれぞれの比率である。J 4th/2nd と CU 5th/3rd が両国の同じ階層を対象としている。CR 5th/1st と CR 4th/2nd は日本と対象階層が同じ。なお、日本の 1974 年、75 年の J 5th/1st については異常値だと思われるのでここでは掲載していない。

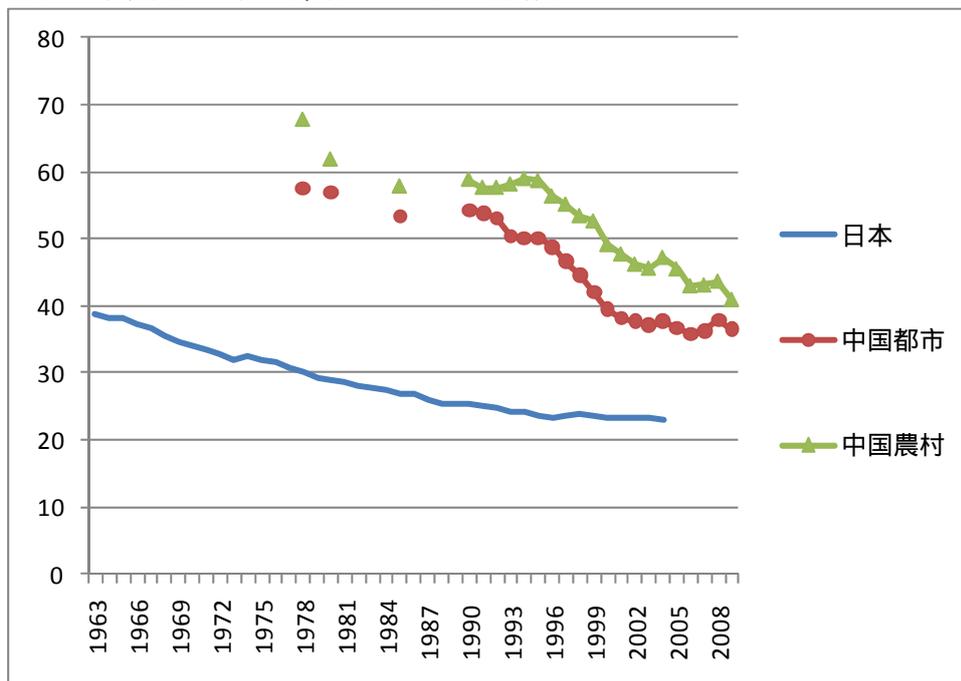
(出所) 『中国統計年鑑』各年版、『日本の長期統計系列』

以下に、中国の消費支出の内容を概観しよう。

² 高度成長と連動した国内労働市場の逼迫（農村の余剰労働力の枯渇）によるものと考えられる。

エンゲル係数（家計の消費支出額に占める食料費の割合）を見ると(図 9)、平均的には、中国の消費水準は都市と農村で、それぞれ日本の 1960 年代後半および 1960 年代初頭の水準に相当するように見える。エンゲル係数が都市部において、1990 年代に急速に低下したのに対し、2000 年以降は横ばい(下げ止まり)を続けているのは興味深い。そもそも食料価格は中国の方が日本よりも遙かに安価だと考えられる。日本が経験した以上の食生活の高度化が起こっている可能性や、あるいは分母となる家計支出額が日本と異なり、そもそも技術的に比較が難しいという可能性が考えられる。

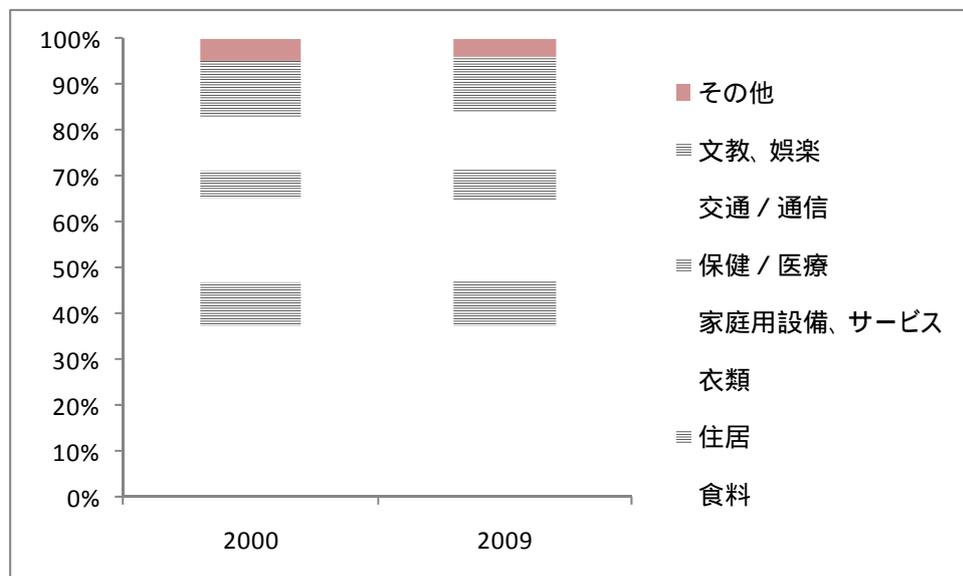
図 9 中国と日本の家計エンゲル係数



(出所)『中国統計年鑑』2010年、『日本の長期統計系列』

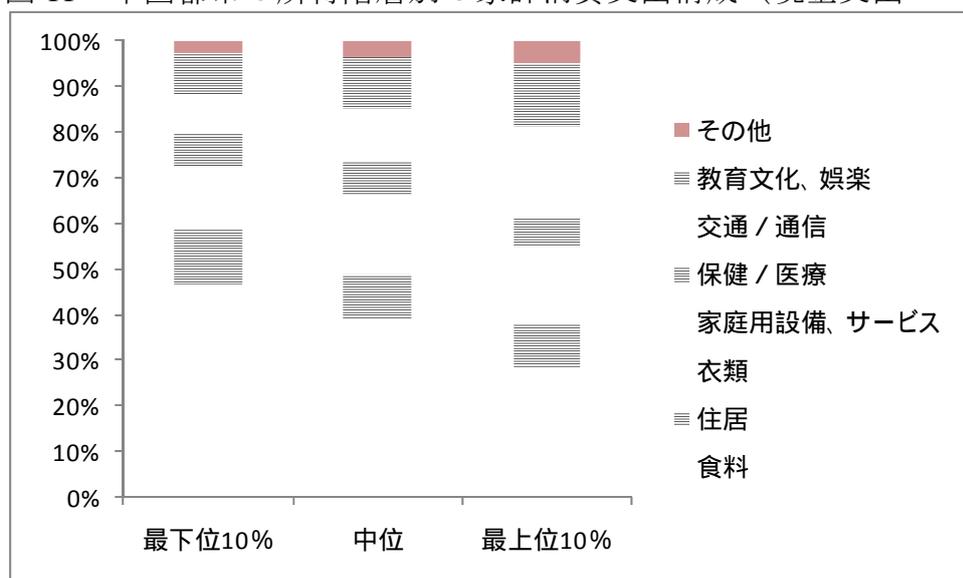
食料費以外の消費支出の構成を見ると(図 10)、日本と比べ(図 13)、中国の都市部での住居費と交通・通信費の比率が高い。日本の統計では「その他」(交際費、雑費、使途不明金、送金等)が 25%を占めかなり多いが、それを差しひいても、日本の 1980 年代と比べて、中国の住居費と交通・通信費のシェアは高い。日本で持ち家比率が高いのに比べ、中国では市場経済化の中で住宅問題がより深刻になっていることを示唆している。また後述する携帯電話やパソコンなど現代社会生活に不可欠な交通・通信製品・サービスは、先進国の過去の発展段階を超えて、中国社会で普及しており、それが相対的に高い支出につながっていると考えられる。さらに、日本の 1980 年代と比べると、医療・保健により多くの割合を支出している。公的な医療保険制度の未成熟と医療の市場化による高コストが影響しているものと推測できる。日本と比べれば、それらへの相対的に高い支出が、教育や教養・娯楽面への支出を抑制しているように見受けられる。

図 10 中国の都市の家計消費支出構成（現金支出ベース、%）



(出所)『中国統計年鑑』2001年、2010年版より筆者作成。

図 11 中国都市の所得階層別の家計消費支出構成（現金支出ベース、%）



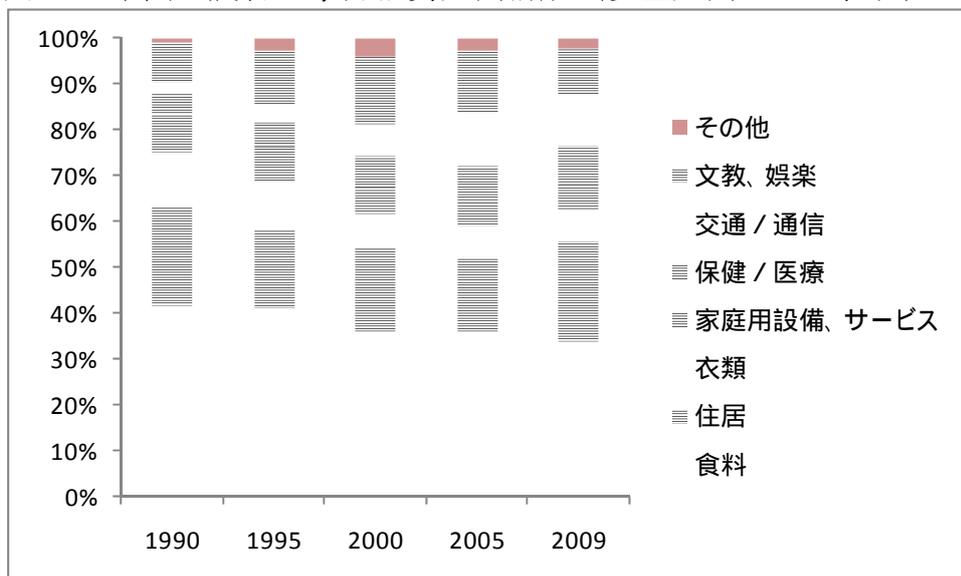
(出所)『中国統計年鑑』2010年版

図 11 によれば、都市部で所得の高い層ほど通信・交通に高い割合を支出しており、それらの層の IT 製品・サービスや輸送サービスへの高い需要を示唆している。後述するように、近年の都市部での乗用車への需要の高まりも反映していると推測できる。図 14 にあるように、先進国でも同様に、社会が近代化し、所得が上昇するほどこれら部門への支出が高まっている。

農村の家計支出は、そのような傾向をさらに明確に示している（図 12）。食料と住居費の割合が極めて高く、さらに医療と通信・交通への支出割合が相対的に高いため、衣料、家庭製品・

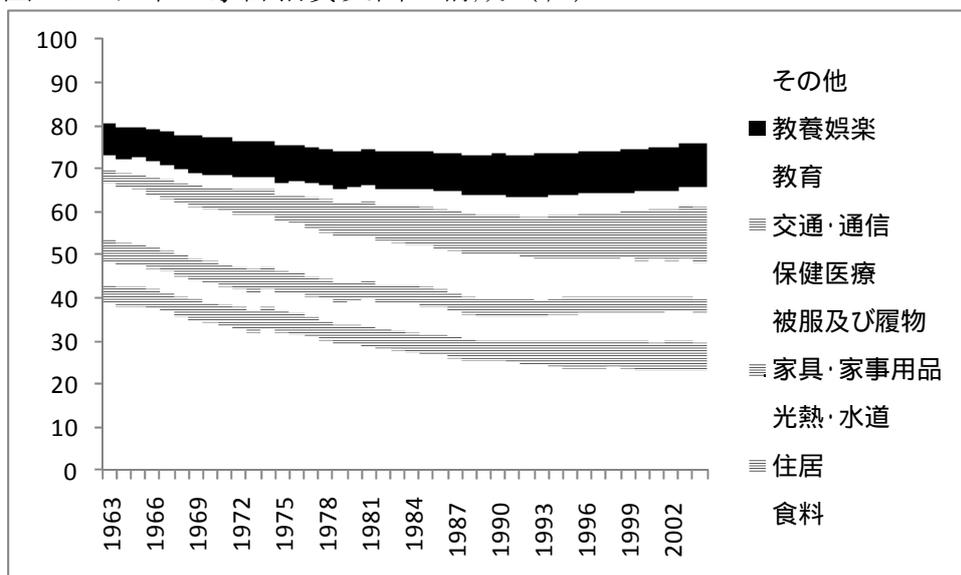
サービス、教育・娯楽への支出は非常に制限されている。

図 12 中国の農村の家計消費支出構成（現金支出ベース、%）



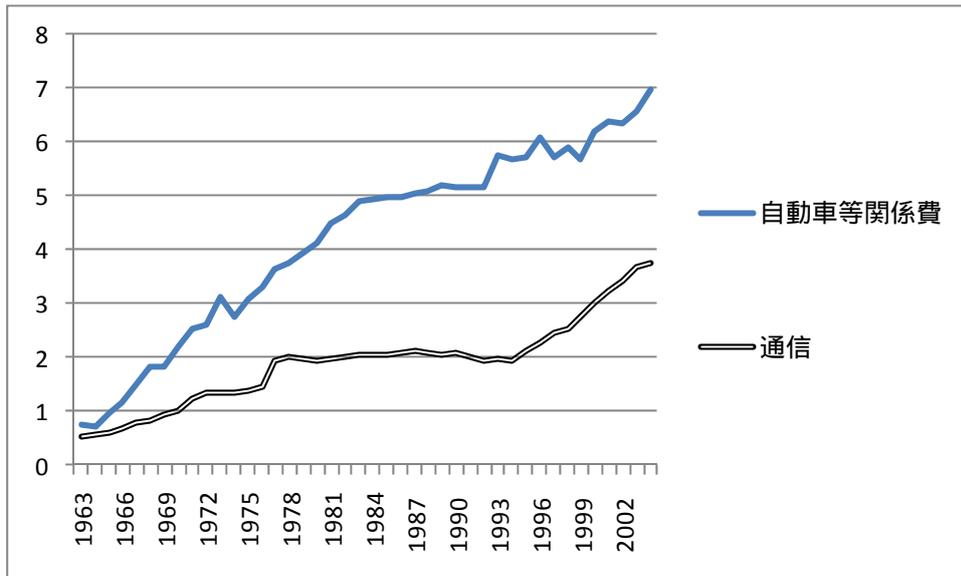
(注)現物消費ベースだと食料費の構成がより高くなる。
 (出所)『中国統計年鑑』2001年、2010年版より筆者作成。

図 13 日本の家計消費支出の構成（%）



(注)全国の家計調査による一月平均金額をベースにしたもの。「その他」は交際費、雑費（理容や煙草類購入費）、仕送り、使途不明の小遣い等からなる。
 (出所)『日本の長期統計系列』

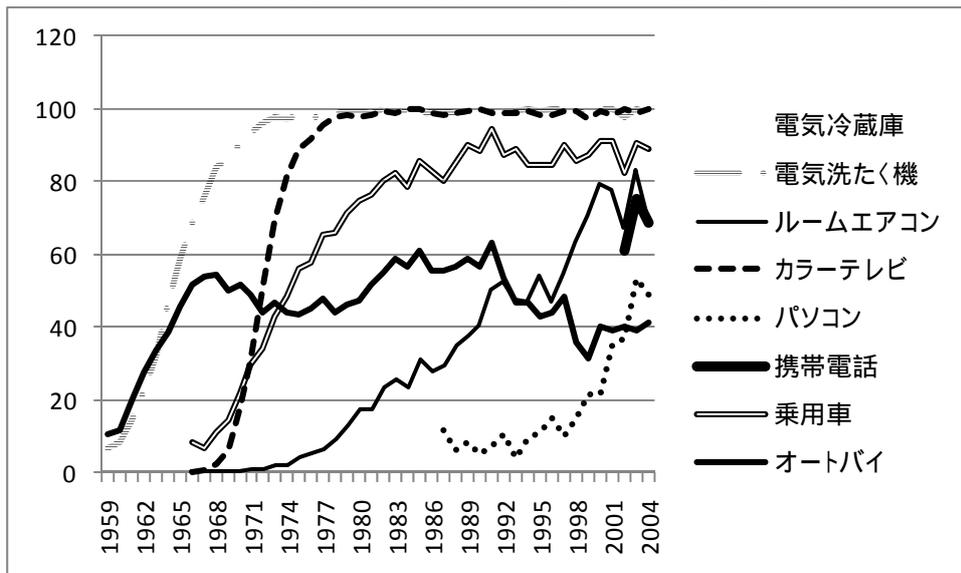
図 14 日本の家計消費支出に占める自動車関係・通信関係支出の割合（％）



(出所) 『日本の長期統計系列』

主要製品の普及率を、都市、農村部について日本と比較しよう。まず、各種製品の普及の過程でいくつかの相違が見られることを確認しよう。①急速に普及する「必需品」型、②普及が簡単に進まない「非必需品」型、③一家に一台型、④一人一台型、⑤頻繁に買い換えされるもの、⑥一度買うと長く廃棄されないもの、⑦他の財に代替されないもの、⑧所得上昇とともに他の財に代替されるもの。テレビや携帯電話は①、④の性質があり、洗濯機や冷蔵庫は①、③、⑥、⑦、乗用車やエアコンは②、⑥、⑦、オートバイは⑧、⑥という異なる性質を併せ持つ。

図 15 日本における消費財の普及率の推移（各製品を所有する世帯の割合、都市、％）



(出所) 『日本の長期統計系列』

図 16 中国の消費財の普及率(都市) (100 世帯あたり保有台数)

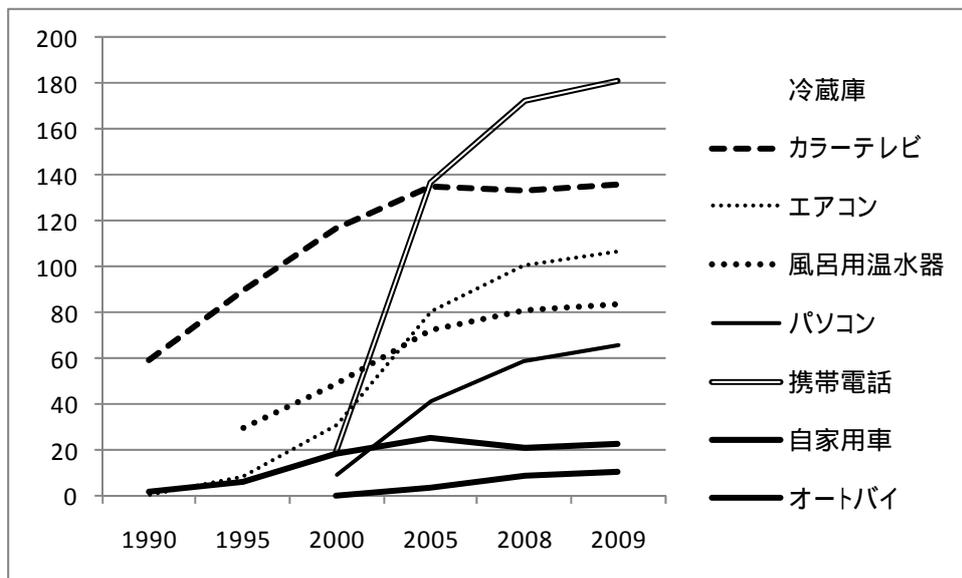
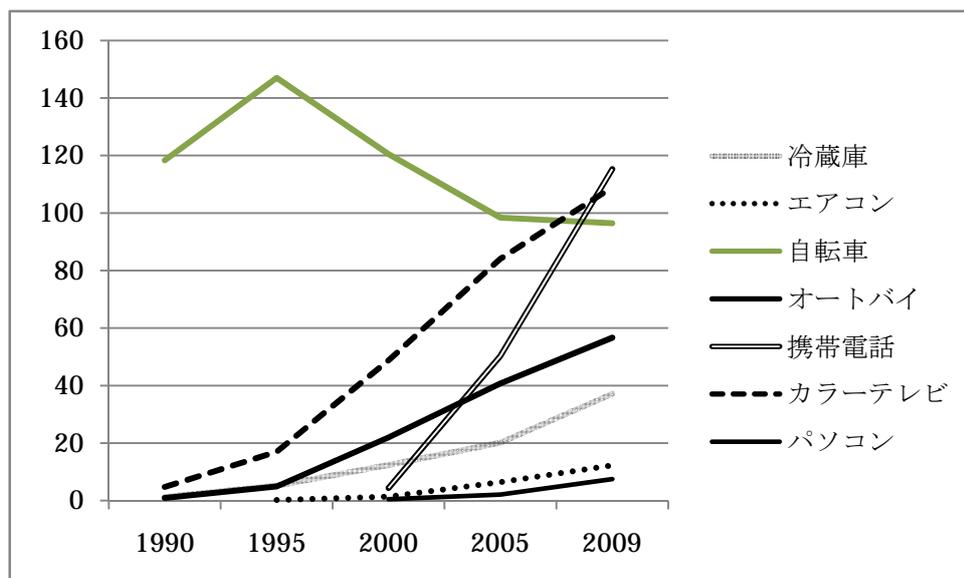


図 17 中国の消費財の普及率(農村) (100 世帯あたり保有台数)



(出所)『中国統計年鑑』1994 年版

まず中国の都市と日本を比較すると (図 15, 16)、冷蔵庫、洗濯機、カラーテレビの急速普及型の必需品は、すでに両国で一般化している。乗用車やエアコンのように必ずしも必需品ではなく、高価で住環境 (駐車環境、家屋の機密性や電源等) にも影響される製品は、一般に普及するのに時間がかかる。日本では乗用車はスピーディーに普及し、1970 年代末には 7 割近い家庭に普及していたが、現在の中国の都市では 10% にすぎない。一方、エアコンは中国で 2000 年

の 40%から 2008 年にほぼ 100%に上昇し、むしろ日本の普及の速度の方が緩慢であった。これは商品の標準化や価格の下落のタイミングの違いが影響しているかもしれない。

ただし、中国では乗用車とエアコンは所得水準が上がると非常に急速に普及する傾向があるようで(図 18)、乗用車は所得水準が高い上層家庭(上位 10%)では保有比率は 4 割に上っている。中国の都市部の上位層と下位層の需要の質の違いは大きく、上位層の現代的製品に対する需要は旺盛なようだ。

携帯電話は中国の方が日本よりも普及が速やかで、普及率も高いようだ。この商品は、都市内部の所得階層による保有率の格差は他の商品よりも小さく、また都市、農村間の格差も小さい。現代社会における必要度の高さと価格の低下も相まって、テレビと同様、中国社会で最も一般的に受容されている商品である。

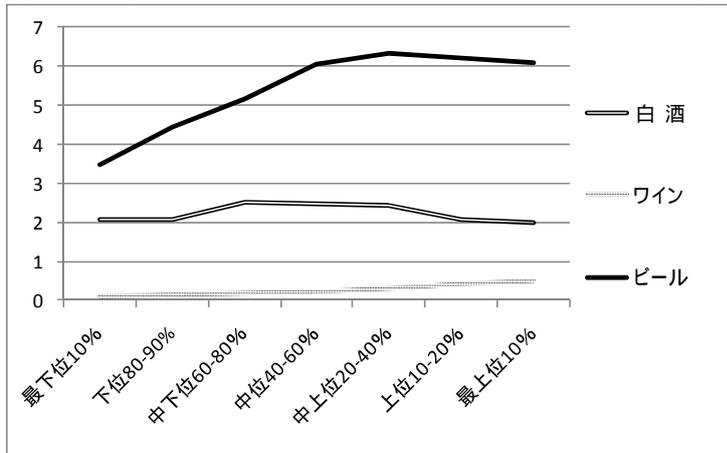
一方、技術的には同じ IT 関連製品でも、パソコンは都市と農村で普及度が大きく異なり、また都市内部でも所得階層による普及率が比較的高い。職業や学歴等のリテラシーの違いにより影響されているようである。日本と中国の都市部で普及率の差はあまりない。

オートバイは、所得水準が低く、社会のモータリゼーションの初期にあたる時期に急速に普及するが、その後、特に乗用車に代替される形で普及率が低下する。少なくとも日本ではそうであった。中国では都市部で 1990 年代にそのパターンを踏襲するかに見えたが、結局、普及率は 20%どまりで、その後、低下に転じた。特に大都市での所有禁止政策がとられ、また電動二輪車のような新製品に代替された。日本のオートバイ普及のパターンは中国ではむしろ農村部で展開されそうである。

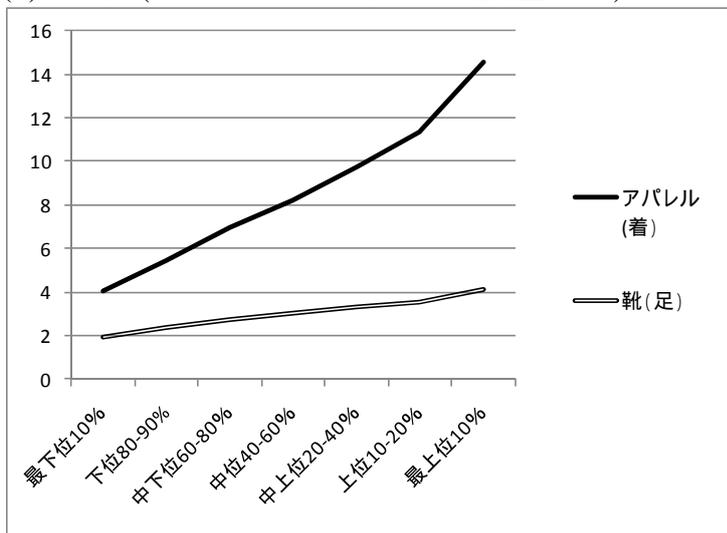
最後に、所得水準が高くなると急速に購入量が増える製品として、アパレルに注目したい。アパレルは製造技術が高いわけではなく、価格もそれほど高価な訳ではないはずだが、自動車やエアコンと同様、都市部で所得水準ごとの購入量が大きく異なる(図 18)。技術的に成熟した産業だが市場性の高さがある理由になっていると考えられる。

総じて、日本の過去の経験と比べ、中国ではより低い支出水準の段階で各種商品の普及率はより高い。むしろ、金額的には日本の 1980 年代初頭に相当するはずの中国(都市部)で、自動車を除けば、ほとんどの製品で当時の日本を上回る商品の普及を見せている。携帯電話のような製品で同時代の日本社会よりも高い普及を見せているように、製品自体を生活の中で受容する程度は同時代の日本社会となんら違いはない。それらの製品の速やかな普及は、日本と比べれば、同様の機能を持っていても日本市場と比べれば格段に低価格の製品の供給と、先の消費支出の構成で見たように、教養や文化面での支出や日本の「その他」で見たようなあまり生活の必要性和関係ない部分の支出を抑えることで達成されているものと考えられる。

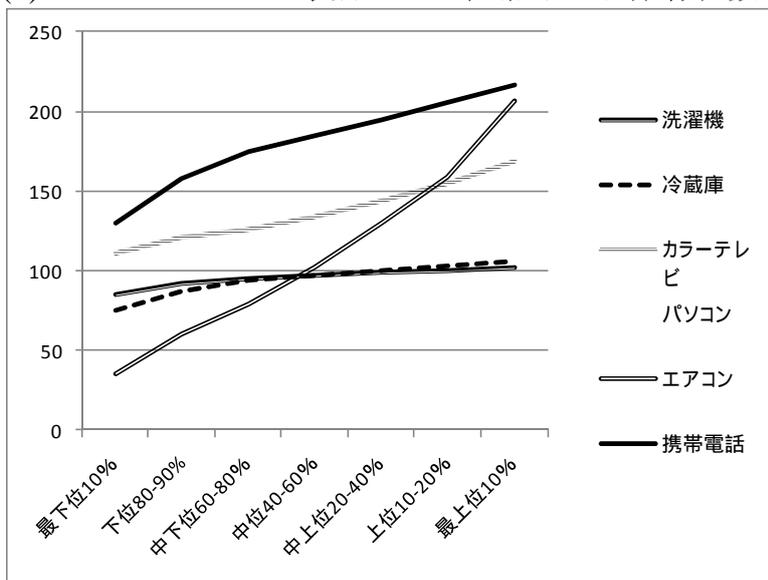
図 18 中国都市部の所得階層別消費量(2009 年)
 (1) 酒類(一人あたり平均年間消費量、リットル)



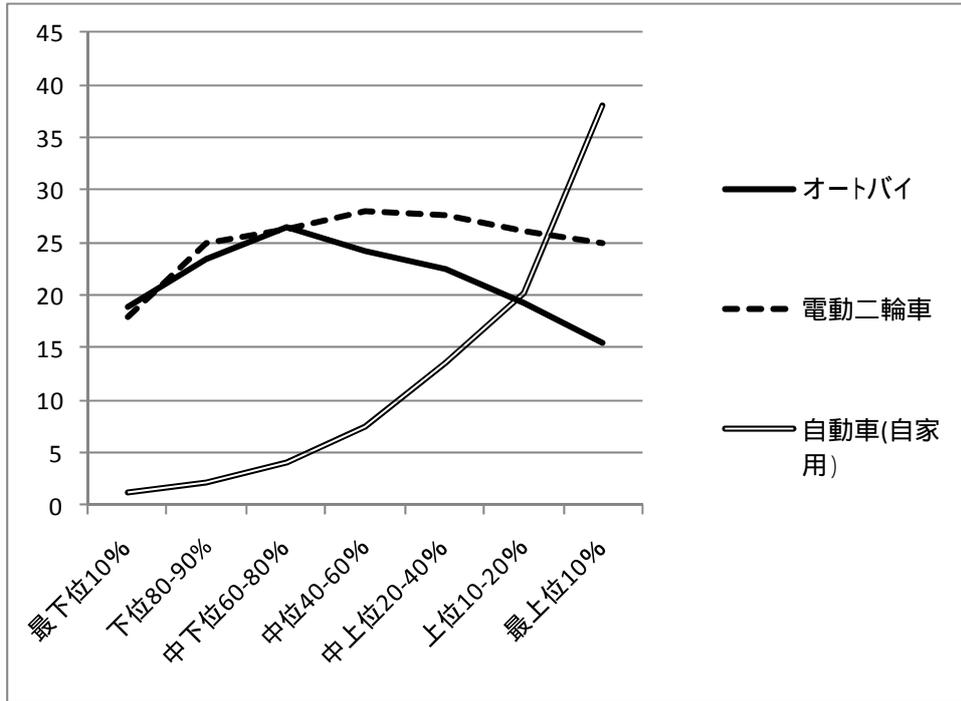
(2)衣料品(一人あたり平均年間消費量、件)



(3)エレクトロニクス製品：100 世帯あたり保有台数 (台)



(4) 輸送機器：100世帯あたり保有台数（台）



(出所)『中国統計年鑑』2010年版

3. 国内市場の地域的重層性

本節では、中国における需要水準の多様性を生み出す重要な要因として、地域的な所得水準の重層性を検討する。経済発展いち早く進展した東部沿海地域やそれを遅れて追いかける中部、西部といった分け方だけでなく、地域内における大都市圏および中小都市圏という視点を加え、1990年代以降の20年間に、中国のどの地域、セグメントで市場がどれくらい拡大してきたのかを検討する。

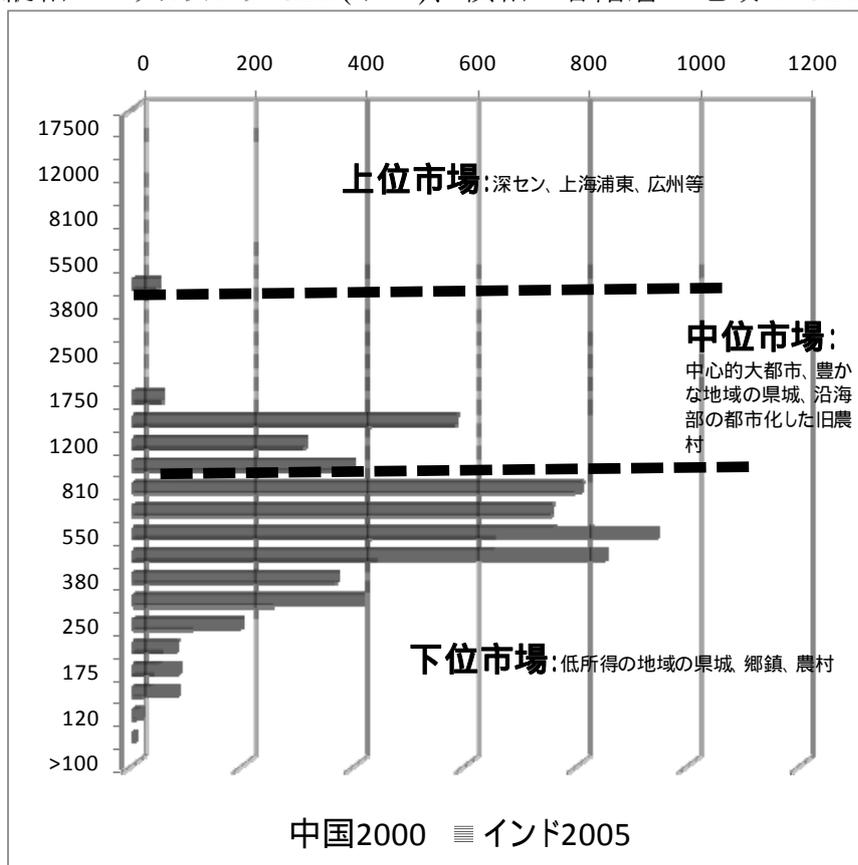
3.1. 人口大国の市場分布—インド、日本との比較

図19と20は、中国の国内市場（GDP）と人口規模の所得階層別分布を、インド、日本と比べたものである。2000年の中国については中国に約2300ある県レベルの行政区のGDPデータを使い、各地区の一人あたりGDPに相当する地点にそれぞれの人口とGDPをプロットした³。インドについては約500ある地区（ディストリクト）の、日本は47都道府県のGDPデータを使用し、同様にプロットした。GDPは名目値を使用し、名目ドルレートで換算した。

³ 2008年については約270ある「地区」レベルのGDPデータを使用した。それぞれの「地区」を非農業人口が過半数を占める「市区」（あるいは「市轄区」とそれ以外（そのため農村をより多く含む）に分けることで、サンプル数を倍にした。

これらによれば、中国の国内市場の多様性、重層性がインドや日本より際だっていることがわかる。2000年時点の中国（一人あたり GDP 約 1000 ドル）と 2005 年時点のインド（同約 700 ドル）の市場分布と各所得階層の経済規模を比べると、一人あたり 1000 ドル以下の層はほぼ同じ人口規模と分布をしている（そのため市場規模も同じ）のに対し、中国では一人あたり GDP1200 ドル以上のセグメントが大きく広がっている。インドは中国と同じ農村の多い人口超大国だが、中国の方がはるかに市場の多様性があり、規模が大きい。インドは全体的に貧しいものの、一人あたり GDP 水準での格差という意味の多様性で中国に及ばない。図 20 は人口規模について、同様の方法で 2008 年の中国と 2005 年のインド、および 1960 年、70 年、2007 年の日本の分布を重ねあわせたものである。2000 年に比べ全体に所得レベルが上昇し、その最上位層が現在の日本と重なっている。中国の最下位層は 2005 年のインドおよび日本の 1960 年代の上位層と重なっている。一人あたり GDP の分布という意味で、中国一国に日本の 1960 年代から現在までの社会が内包されているイメージである。

図 19 2000 年の中国の国内市場の階層と市場規模(インドは 2005 年、名目)
 縦軸：一人あたり GDP(ドル)、横軸：各階層の地域の GDP（億ドル）



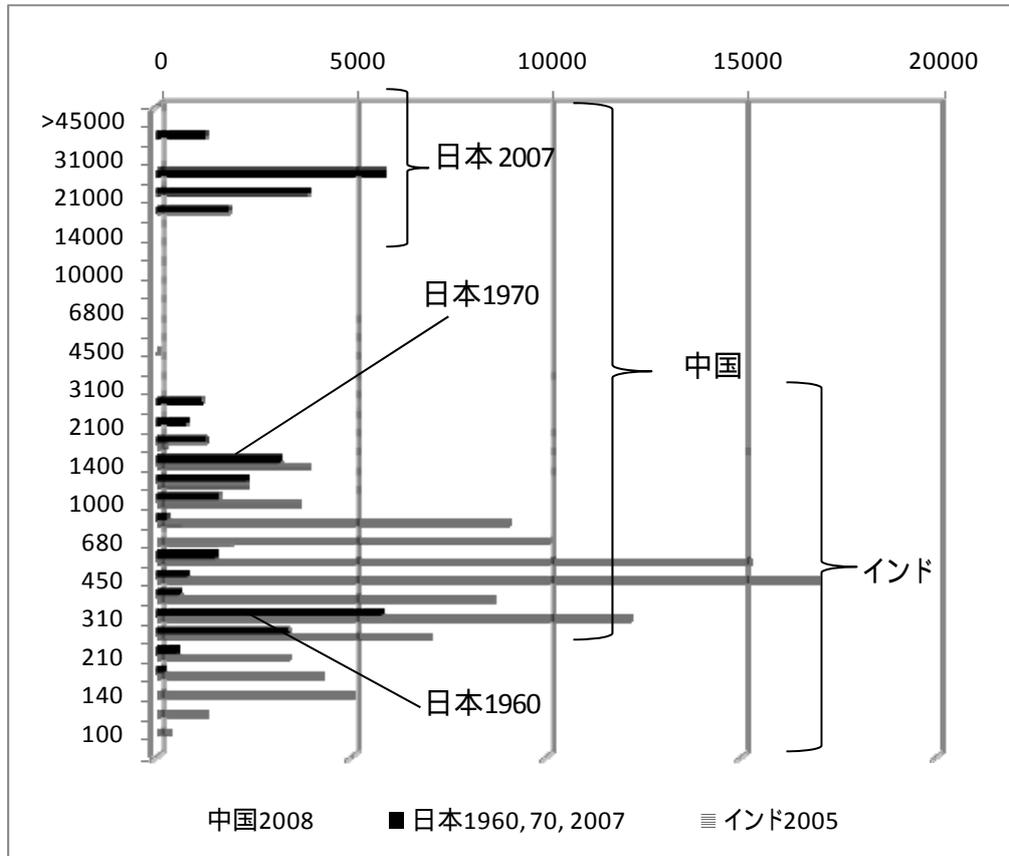
(注) 中国の全国約 2500 の県レベルおよびインドの約 500 の district レベルの行政地域の GDP を、住民一人当たり GDP の階層ごとに集計したもの。

(出所) 中国は『2000 年全国地市県財政統計資料』(中国財政経済出版社)、インドは State Planning Commission ホームページ資料 (

<http://planningcommission.nic.in/plans/stateplan/index.php?state=ssphbody.htm>) による。

図 20：中国、インド、日本の所得水準別人口規模

縦軸：一人あたり GDP(ドル)、横軸：各階層の人口規模 (万人)



(出所)図 19 に同じ。

3.2. 地域間格差

上位市場の高度化と規模の拡大を通じて多様性を増す中国市場だが、その内部がどのような地域から形成されているのかを以下に検討しよう。

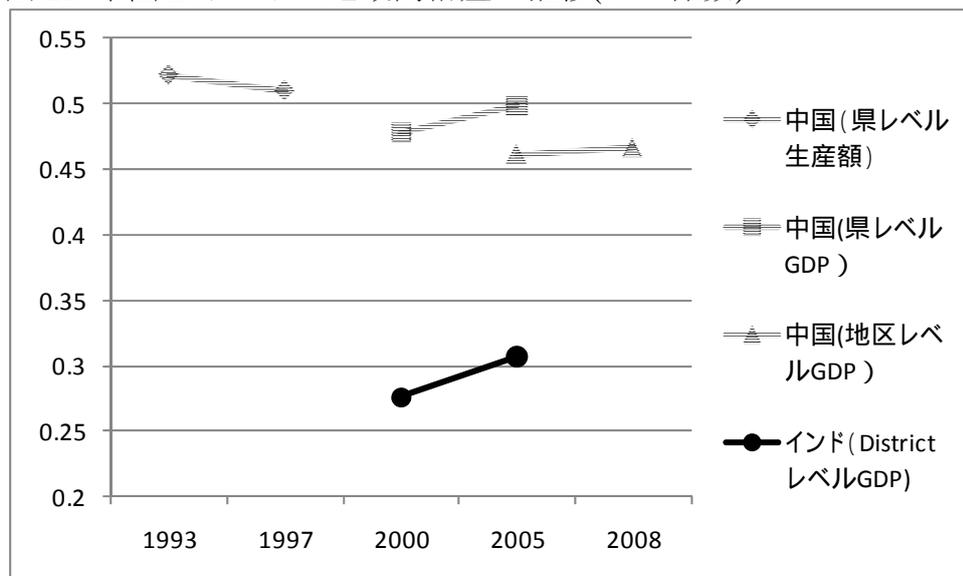
図 21 によれば、中国の地域間格差は、1990 年代前半は全体的に縮小し、2000 年以降は拡大したと考えられる。1990 年代前半は県レベルの GDP データがとれず、工業生産額を使ってジニ係数を計測すると、図 21 のように縮小している。これは工業生産額データが工業生産のみを反映し、「市区」と「市区以外」の地域間の格差が、後者の新たな工業化により、縮小したことによる。2000 年から 2005 年までは格差が拡大し、2005 年から 2008 年までは格差拡大の幅はわずかになった⁴。

またインドと比べ中国の地域間格差がより大きいことがわかる。1990 年に中国とインド

⁴ 2005 年について県レベルデータと地区レベルデータでの結果が異なるのは、地区レベルのデータのサンプル数が小さく(約 500)、同時に一つのサンプル(地区：市区と市区以外に分けてはいるが)に農村と都市が含まれているので、違いが鮮明にならない。一方、県レベルデータはサンプル数が多く(約 2500)、都市化が進んだ地域とそうでない地域がより明確に分かれているため、格差がよりはっきり数字かされるからである。

の一人あたり GDP（米ドル、名目）は約 390 ドルでほぼ同じであったが、その後の 20 年間でその差はほぼ 3 倍になった。地域的な所得面での格差（多様性）は、そのような中国の急速な成長がもたらした側面もあろう。しかし本質的には、その急成長が始まる以前から、インドに比べれば、中国国内に格差がより顕著に存在していたと考えてよさそうである。

図 21 中国とインドの地域間格差の推移(ジニ係数)



(出所)図 19 に同じ。

ここで中国の多様な地域のうち、どの地域がどれくらい経済規模を拡大させたかを検討する。そのために、中国を都市部およびその周辺部（農村を含む）に分け、地域の中心となる都市の規模によりそれらを階層化する。さらにそれらを東部(沿海地域)、中部、西部地域に分類する。入手できる全国の県レベルの人口と所得（GDP）データ（『全国地市县財政統計資料』およびそれを補足するための『中国城市統計年鑑』）を活用するためである。

具体的には、まず、1993 年時点の人口分布により、地区レベルの行政区にある市区(市轄区)を「中心都市」とし、そこに住む非農業人口を「中心都市民」とする。そして「中心都市民」の人口規模により、その「中心都市」および周辺部を分類する。本稿では、この「中心都市」を①「巨大都市」（「中心都市民」500 万人以上、G1）、②「大都市」（同 50 万～500 万人、G2）、③「中堅都市」（同 50 万人以下）に分類する。「巨大都市」は東部に存在する。

表 2 によれば、このようなかなり狭い分類方法で、1993 年に「中心都市民」が 1 億 3800 万人、2008 年に 2 億 3700 万人いることになる。それぞれ、中国で公表されている都市人口 3 億 200 万人（93 年、都市化率 26%）および 6 億 700 万人（2008 年、46%）の半分弱である。この「中心都市民」と都市人口の差は、地区行政区の市区(市轄区)以外の都市（県

レベル行政区の都市<県城>やさらにその下の小市街地<鎮>の住民である。しかしこのデータではそれらの都市民を農民から選別する方法はなく、「中心都市」以外の県レベル行政区の人口として扱われている。少なくとも1993年の時点で、「中心都市」以外の県（県レベル行政区）での都市化率は低く、農民人口は高かった。これら県レベル行政区は、それが行政的に属する地区の「中心都市」の規模により、分類される。本稿では、④「大都市周辺」（①、②の「大都市」を中心とする地区レベル行政区に属する県レベル行政区、G4）、⑤「中堅都市周辺」（③の「中堅都市」を中心とする地区レベル行政区に属する県レベル行政区）、⑥「辺疆」（以上に含まれない市と認定されていない地区の県レベル行政区で、実質上、ほとんどが西部の山岳地帯、広漠地帯の少数民族自治区の自治州等からなる）に分類する。少なくとも都市化がそれほど進展していない1993年時点では、これらの地域(特に沿海地域以外)はその相当部分が農村から構成されていたと考えてよい。

表2：直轄市と地区級市の市轄区における非農業人口の規模（単位:万人）

規模	都市数		市区人口		非農業人口		非農業比率(平均)		主要都市(93年)
	1993	2008	1993	2008	1993	2008	1993	2008	
合計	259	287	23681	37619	13775	23766	58	63	
>500	3	5	2253	5455	1876	3953	83	85*	上海、北京、天津
100-500	29	49	6257	12742	4800	10052	77	79	瀋陽、武漢、南京、成都、大連、青島等、各省の中心都市
50-100	38	75	3444	7991	2514	5237	73	66	蘇州、無錫、常州、洛陽、唐山、深セン、張家口、南寧、寧波、丹東、黄石、佳木斯等
20-50	116	119	8206	9648	3620	3967	44	41	襄ハン、株州、温州、南通、宝鶏、仏山、東莞、中山、十堰、日照等
<20	73	39	3521	1784	965	557	27	31	商丘、遂寧、金華、武威、威海、巢湖、黄山、宿遷、酒泉、永州、巴中、延安、ラサ等
県城、鎮（県の中心的市街地域、農村部の町）									
農村									

(注)①～③は地区レベル行政区の中心都市。県レベルの都市は含まない。直轄市（北京、上海、天津、重慶）および地区級市における市轄区（市区）の市轄区（市区）に住む非農業人口のみが対象であり、その他の都市人口を含まない。その他とは、市轄区以外の県レベル行政区にある市街地（県城や鎮）や地区級市でない地区級行政区にある市街地がある。また農村にも非農業人口は存在する。

*2008年の非農業人口500万人以上の都市の非農業比率は重慶を含まずに算出した数字。広大な農村部を含む重慶（非農業人口比率42%）を加えると、5市（北京、天津、上海、広州、重慶）全体で62%になる。

(出所)『中国城市統計年鑑』2001年、2009年版

その基準で分類した各地域の2000年から2005年の人口とGDPの変化を表3が示している。またそれを図にしたのが図22である。

それによれば、この期間に名目で一人あたりGDPが2倍以上になった地域は、「巨大都市」と「巨大都市周辺」および「中堅都市周辺」である。先進国の水準に匹敵する部分（「巨大都市」と、農村部分を含む社会の基礎部分である「周辺地域」の経済成長が速いというのは、

中国の躍進ぶりを象徴している。特に西部の「都市周辺」の成長の速さは注目できる。

GDP の規模の面で成長が 2 倍以上になったのは、都市部では、「巨大都市」、東部の「大都市」、東部と西部の「中堅都市」であり、周辺部では東部と中部の「大都市周辺」と西部の「中堅都市周辺」である。基本的に東部は都市、周辺部とも最も成長が速い。ただし東部の「大都市」と「中堅都市」の規模の拡大は、人口成長がもたらした側面が大きい（それぞれ 3 割増大している）。「市区」（市轄区）に含まれる領域が増大したことを示すとともに、それらへ人口移転が進んでいることも示唆していよう。一方、「巨大都市」はあまり人口が増大していない。周辺地区では、やはり東部の経済成長が速い。特に東部の「大都市周辺」は、一人あたり GDP が 2000 年に中部の中堅都市を下回っていたが、2005 年にはそれを上回った。「中堅都市周辺」では西部の増加率が高いことが注目できる。

表 3

		2000-05の増加率 (2005/2000の割合)			各年の規模と所得水準(万人、億元、ドル)					
		人口	GDP	P/C GDP	2005年			2000年		
					人口	GDP	P/C GDP	人口	GDP	P/C GDP
巨大都市(G1)		1.04	2.2	2.1	3480	19738	6917	3341	9069	3278
大都市(G2)	東部	1.34	2.2	1.7	4144	24640	7252	3097	11089	4324
	中部	1.10	1.9	1.8	5218	16033	3747	4734	8277	2111
	西部	1.13	1.9	1.7	4592	12909	3428	4074	6877	2039
中堅都市(G3)	東部	1.33	2.1	1.6	1604	7332	5574	1209	3531	3527
	中部	1.17	1.8	1.6	2796	6337	2764	2381	3491	1771
	西部	1.11	2.1	1.9	1260	2673	2587	1139	1279	1356
大都市周辺(G4)	東部	1.02	2.1	2.1	6173	16293	3219	6070	7631	1518
	中部	1.01	2.0	2.0	8614	11190	1584	8492	5511	784
	西部	1.04	1.8	1.7	5286	5201	1200	5080	2886	686
中堅都市周辺(G5)	東部	1.04	1.9	1.8	21462	34729	1973	20620	18472	1082
	中部	1.04	1.7	1.7	32638	24601	919	31477	14384	552
	西部	1.02	2.0	2.0	22589	16568	894	22110	8345	456
辺疆(G6)		1.04	1.9	1.9	8437	5425	784	8114	2827	421

(注) P/C GDP は一人あたり GDP。

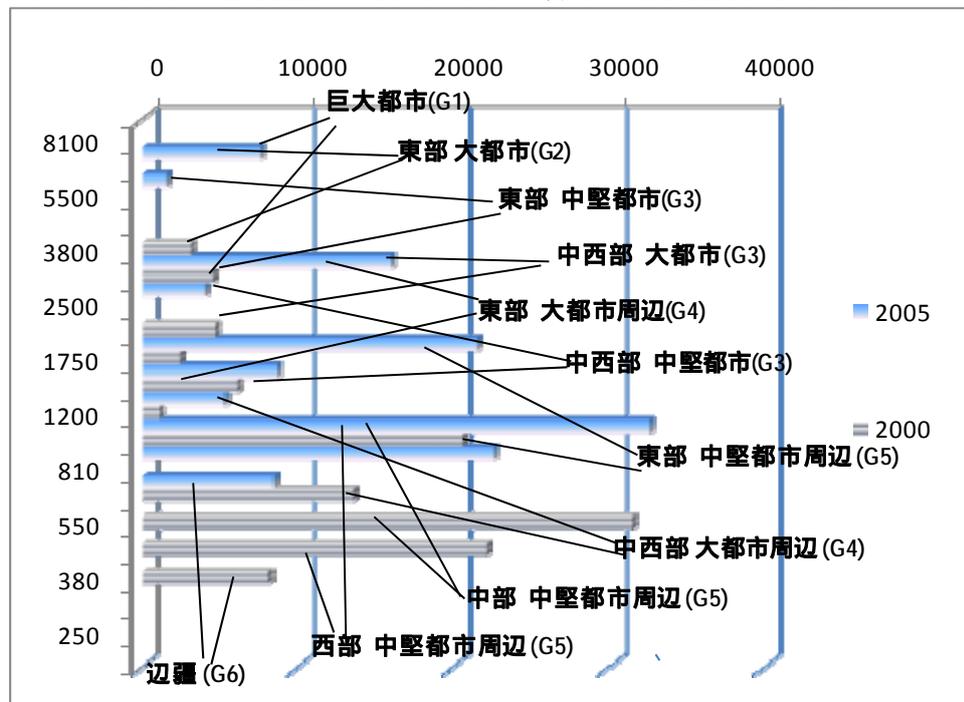
(出所)『全国地市县財政統計資料』2000、2005年版、『中国城市統計年鑑』2001、2006年版

最後に、インドと比較すると、中国で上中位市場が規模的に膨大であることが確認できるが、図 22 によれば、それを主に構成するのは東部地域の都市部と周辺地域（東部全域）と中西部の大都市、中堅都市である。中国市場をインド市場と根本的に異なるものとしているのは、東部沿海地域の都市化と富裕化であり、それを牽引した工業化であったと考えられる。

総じて、地域的にみると、中国では都市部とその周辺地域の両方で全体的に成長している。その中でさらに成長の速いのが、巨大都市を中心とした所得レベルが非常に高い部分と都市周辺の基層部分の所得の向上である。また人口移転を通じた東部の都市部の規模の増大も顕著である。以上の各地域はそれぞれ所得水準が大きく異なり、異なる市場セグメントを構成し、それぞれが大きく成長している。特に規模的、初期条件的に類似点の多いインドと比較

すると、中国には東部全域と中西部の都市部が全く異なる巨大な上中位市場セグメントとして存在している。

図 22 中国の地域別人口分布（中心都市の規模別、万人）



(出所)表 3 と同じ。

4. まとめ

本稿の目的は、中国の各産業で見られる、分散的な多数の企業による激しい価格競争の背景となった国内需要を概観とすることにあつた。そのような作業の出発点となる初歩的な仮説は、そのような競争は、多数の企業に参入の機会を与えるだけ市場規模が大きく、また多様性であること、特に能力的に未熟な企業の成長の苗床として機能する中下位市場に厚みがあるということであつた。

そのために本稿では、日本、インドとの比較を交えつつ、中国の 1990 年代から現在までの 20 年間の投資、消費および地域間格差について概観し、それを通じて以下のことを確認した。①成長促進した需要要因として投資が非常に重要であり、日本と比較し言えば、それは国内消費の高度化の速度を超えた生産の高度化が起こったことに起因している。②投資は公的部門と民間部門の両方が牽引しているが、日本と比較して言えば、公的部門の役割がかなり大きい。ただしビジネスに直接投資する部分は減少し、インフラ建設が中心になっている。投資は基本的には都市部でなされている。③そうは言っても、消費も急速に高度化している。④一人あたり消費支出額は都市と農村で金額的に大きな差があり、さら

に都市内部および農村内部での格差も 1990 年代から急速に広がっている。それは日本の高度成長期の経験を超えている。ただし、それは底辺が窮乏化したからではなく、上位層が急速に高度化したためである。急速な都市化がその背景にある。⑤消費の内容では、高所得者層と低所得者層の差は大きい、製品によってはあまり差がない項目もある。差が大きい項目は、住宅（不動産）、医療、交通・通信、教育文化に関連したものである。特に自動車や通信関連の支出は高所得者層ほど大きく、市場を牽引している。⑥地位間格差は、インドと比較すればかなり大きい。それはやはり、下層部分の停滞ではなく、上位層の急速な高度化が原因である。むしろ従来の貧困地帯を多く含む西部の都市周辺地域の急速な経済成長が象徴するように、社会の基層部分から全体的に高度化している。上層部分の拡大は、巨大都市の富裕化（それは先進国の水準である）と東部の全体的な工業化が牽引していると考えられる。

以上の初歩的な概観から、中国の多数の企業による分散的な激しい競争の背景には、所得面で市場に大きな多様性、重層性があること、それは都市と農村のそれぞれの内部の格差と地域的な格差の広がりがもたらしたことを確認した。また各所得セグメントがそれぞれ大きく成長しているもわかった。多様性、重層性を深める要因として、巨大都市の急速な高度化と底辺市場の規模的成長が同時に起こったことも確認できた。それはより多様性の少ない日本やインドとの比較からより明らかになったと考えられる。

参考文献

〈英語〉

Horioka, Charles, Juji, and Junmin Wan, [2008], “Why Does China Save So Much?” in Barry Eichengreen, Charles Wyplosz, and Yung Chul Park, eds., *China, Asia, and the New World Economy*, Oxford: Oxford University Press

Ohara, Moriki, [2011], “Competition and Management in the Manufacturing Sector in China and India: A Statistical Overview” in Moriki Ohara, M. Vijayabaskar, and Hong Lin eds, *Industrial Dynamics in China and India*, London, Palgrave Macmillan