第4章

価格をめぐる国家発展改革委員会と企業

佐々木 智弘

(日本貿易振興機構アジア経済研究所)

要旨：

企業は慢性的なコスト上昇により値上げをしたい。他方、当局は社会安定重視から物価を抑止したい。こうした2010～2012年の当局と企業の構図の中で、企業が値上げを発表した後、国家発展改革委員会（発改委）がこれら企業や業界団体を呼びつけ、値上げをしないよう説得というよりもむしろ命令し、企業はそれを受け入れ、値上げを延期するという企業の価格調整に対する発改委の介入実体を明らかにするために食用油、インスタント麺、日用化学製品などのケースを取り上げ、そのアクターを明らかに、介入プロセスを明らかにした。

キーワード：

約談 物価 価格司 価格管理

はじめに

2011年は、世界的な原材料価格の値上がりを受けて、中国国内でも、企業が小麦粉の価格の値上げ、それに伴うコスト負担に耐えきれず、インスタント麺の値上げ、それ以外にも食用油、インスタント麺、シャンプーや洗剤を指す日用化学製品（中国語で「日化品」）の値上げに追い込まれた。

他方、2010年から物価上昇が大きな問題となった。国家統計局によれば、2011年7月のCPI（消費者物価指数）が前年同期比で6.5%上昇し、37カ月ぶりの高値を更新した。物価上昇は社会不安に直結することから、当局は物価対策を最重点としていた。

物価上昇を抑えるために、2010年11月19日に国务院が「消費価格の総水準を安定させ、民衆の基本生活を保障することに関する通知」を発表し、価格安定のための16項目を提示し、政府が介入することを表明した。

企業は慢性的なコスト上昇により値上げをしたい。他方、当局は社会安定重視から物価を抑止したい。本稿が対象とする2010～2012年の状況には、委譲のような構図

が見られた。

その中で、企業が値上げを発表した後、国家発展改革委員会（発改委）がこれら企業や業界団体を呼びつけ、値上げをしないよう説得というよりもむしろ命令し、企業はそれを受け入れ、値上げを延期するということが起きた。このとき、発改委がとった一連の行動は中国語で「約談」と言われ、注目された。

このプロセスは、日常生活に直結することから社会的な関心も高いため、メディアが比較的詳しく報道したことから、発改委と企業の間を垣間見ることができる。

本研究では、企業の価格調整に対する発改委の介入実体について、いくつかのケースを通じて分析し、発改委と企業の相互作用を明らかにする。

本稿では、いくつかのケースについて、その主たるアクターを明確にし、介入プロセスを明らかにする。そして、発改委の企業に対する価格管理手段である「約談」について、いくつかの見解を紹介しておく。なお「約談」派中国語であり、適切な訳語がないため、本稿では「座談会」と訳している。

本研究では、さらに 2010～2011 年にかけての物価上昇にいたるマクロ経済状況、国务院、発改委の物価抑制策の整理、発改委の物価管理機能の制度的位置づけなどを明らかにしなければならない。これらは研究会 2 年目の課題となる。

第 1 節 いくつかの値上げ、価格問題に関するケースの整理

1. 食用油値上げ問題（2011 年 11 月～2012 年 8 月）¹

(1)アクターの列挙

①政府系機関

- 国务院
- 国家発展改革委員会（発改委）
- 財政部
- 国家糧食局
- 中国農業銀行
- 地方の糧食局

②企業

- 中粮集団（ブランド製品「福臨門」）＝中央企業
- 益海嘉里（ブランド製品「金龍魚」）
- 中紡集団
- 九三糧油集団

¹ 『21 世紀経済報道』 2010 年 12 月 2 日、2011 年 4 月 12 日。

—魯花集団

—匯福

(2) プロセス

2008年から国家は大豆の備蓄を始め、700万トン超を備蓄していた。2011年5月末までに500万トン超を販売し、200万トンしか残っていない²。

食用油の原料となる大豆の輸入価格が2010年に入り上昇していた。7月には一級大豆油の価格が、1トンあたり7250元が、10月には9300元、11月中旬には10400元にまで跳ね上がり、12月頭には9600元前後で安定している。

11月30日、発改委が前週、中糧集団、益海嘉里、中紡集団、九三集団と座談会を開き、製品供給の安定と、市場価格の安定を保障するために、この先4カ月小パックの食用油の値上げをしないよう求めたことが明らかになった。この4社は国内の小パックの食用油の主要供給企業で、中糧集団、益海嘉里の2社で市場の6割を占めるため、4社の動向で市場全体を統制できる。会議後、小パックの食用油が5～10元下がった。

しかし、国際的な大豆価格は下がっていない。原料価格が上がる中、製品価格を下げることで、企業の経営は悪化する。国は4社の製品価格引き下げにあたり、国の備蓄油の競売で適当な政策優遇を与えることを約束した。国の第2回備蓄植物油放出で、競売参加の企業は各地の糧食局の推薦が必要な中で、中糧、中紡、益海の3社が(推薦なしの)直接参加した。また市場価格の安定のために、国が12月3日には臨時用備蓄大豆30万トンを競売した。

2011年1月中旬、国家糧食局が中糧集団、益海嘉里、中紡集団、九三油脂、匯福の5社を招集し会議を開き、これら企業に対し50万トンの食用油の指向性販売(特定の目的をもった閉鎖的な販売—筆者注)を宣言した。これにより中糧集団と益海嘉里の2社が22万トンの指向性販売食用油を獲得した³。

4月に、第2回指向性販売が行われ、ナタネ油45万トンが第1回と同じ価格で販売された⁴。

4月11日、益海嘉里の関係者が「政府関係部門がわれわれに(値上げを)2カ月延期するよう求めた」と述べた。两会終了後、発改委が食用油企業との座談会を開き、価格の安定を希望しており、企業によれば政府が企業に対し一定の補てんを考慮しているとしている。

² 『21世紀経済報道』2011年7月21日。

³ このときの指向性販売のナタネ油は1トン当たり8900円で、市場価格よりも1000元前後安く、指向性販売の大豆油も1トン当たり3500円で、市場価格よりも200～300元安い(『21世紀経済報道』2011年4月12日)。

⁴ 『21世紀経済報道』2011年6月1日。

5月24日、発改委、国家糧食局、財政部、中国農業銀行が「全国食用植物油在庫検査工作の展開に関する通知」出したことが判明した。検査対象は、中央備蓄油、国家臨時備蓄油、地方備蓄油の在庫で、これには中儲糧、中糧、華糧、中紡の政策性油脂備蓄請負企業の商品油の在庫も含まれる。

6月21～29日、国家糧食局が8つの聯合抽出検査工作組を上海、江蘇、安徽、山東、湖北、広東、四川、陝西の重点地方に派遣し、26の地級市、50の政策性油脂備蓄点で抜き取り調査を行い、106.9万トンの在庫油脂を検査した。また28の非政策性油脂企業に対しても検査を行った。

7月10日、魯花集団が落花生油を5%値上げすると発表した。しかしその後、値上げを撤回した。これに追随し、益海嘉里（金龍魚）と中糧（福臨門）が発改委と交渉し、5%前後の値上げを求めた。

（値上げ制限令の終結）

8月1日、発改委が金龍魚の値上げを批准した。

2. 小麦粉値上げ問題

(1)アクターの列挙

①政府系機関

- 国家發展改革委員会
- 財政部
- 国家糧食局
- 農業發展銀行

②製粉企業

- 中糧
- 五得利
- 古船面粉
- 天津利達面粉
- 中儲糧大連面粉廠

③カップ麺製造企業

- 康師傅
- 卡夫
- 達能
- 冷凍食品企業

(2)プロセス

2010年11月27日と30日、発改委が、中糧集団、五得利集団、古船面粉、天津利達面粉など国内の大型製粉企業の責任者を集め、座談会を開き、翌年2011年の两会（全

国人民代表大会と中国人民政治協商会議)前に価格の引き上げをしないよう求めた⁵。会議に参加したある企業は会議後、500グラム当たり1-2分引き下げた。

遡って経緯を見てみる。

2010年に入り、小麦供貨商が2度価格を引き上げ、年初よりも10%上昇し、ここ数年では最高値となった。

原料小麦の買い取り価格は、夏から500グラム当たり1元を突破し、さらに小麦の供給不足が重なり、製粉企業も値上げを始めた。6、7月で500グラム当たり3-4分値上げし、1トンあたり100元を超えた。

小麦粉の値上がりに伴い、各種主食が値上がりし、北京では50グラムの焼き餅が1元に、500グラムの麺が2元に、500グラムの大餅が2.4元に値上がりした。冷凍食品企業も製品価格を調整した。

11月末の発改委主催の座談会後の12月1日以降、各地から小麦粉の値下げの情報が流れた。2.5キログラムの小麦粉が平均1-2元値下げした。

11月末の座談会で、発改委は企業に対し、競争購入で低価格で小麦を購入でき、損失を小さくできるよう安排した。

12月3日、国家糧食局は、最近1つの公告を発した。その内容は、「引き続き最低買い取り価格の小麦をオークション販売することを安排すると同時に、逆ざや販売の原則に沿って、一部の大型製粉企業を選び、小麦の指向性販売を進め、小麦粉を加工し、市場に供給し、市場の供給を増やす」であることを明らかにした。この公告は、国务院の「消費価格の総水準を安定させ、群衆の基本的生活を保障することに関する通知」を貫徹実現するためのもの。これには、五得利集团、中粮集团、古船集团、天津利達、中儲糧大連面粉廠が2度の国家備蓄小麦オークションに参加した⁶。ここではそれぞれ400万トン、200万トンの競売が行われた。国家備蓄穀物の指向性オークションは市場価格に比べ1トン当たり80元安い。しかし、関係部委は、指向性オークション穀物を獲得した企業に対し、小麦粉の出荷価格を1トン当たりそれ以前の出荷価格よりも60元安くするよう求めている。

1度目のオークションでは400万トンが競売され、五得利集团が187万トン、中粮集团は47万トン、古船集团は22万トンを獲得した。2度目のオークションには、1度目の参加5社以外に、上海の企業を含む一部の民営企業も参加した。200万トンのオークションでは、五得利集团が90万トンを獲得したが、その他の企業の獲得量は少なかった⁷。

⁵ 『21世紀経済報道』2011年4月19日。

⁶ 『21世紀経済報道』2011年4月19日。

⁷ 五得利集团にとって計277万トンは252日分(約8カ月)の生産加工量に相当し、中粮集团の47万トンは52日分に相当する(『21世紀経済報道』2011年4月19日)。

しかし、落札しても、納品されない事態が続いている。また、康師傅やカ夫、達能などのインスタント麺やクッキーの製造業には恩恵がっていない。

夏にもこの事態は見られた。7月20日、発改委、財政部、国家粮食局、農業発展銀行などが、7月23日に製粉企業への供給量500万トンの小麦取引会の開催を発表。この取引会の前オークションに比べ、製粉企業は厳しい規定を行い、今回は落札後30日以内に納品されるよう求めた。しかし、最低買い取り価格の小麦の取引は50.8万トンにすぎなかった。参加した企業は2万トンを落札したが、半月後にも未納のままだった。

3. カップ麺・日用化学製品の値上げ問題（2010年6月～⁸）

(1) アクターの列挙

① 政府系機関

— 国家発展改革委員会

② カップ麺製造企業

— 康師傅控股有限公司：乾宗副総裁、李宜霖北京弁事処代表

③ 日用化学製品製造企業

— 聯合利華（ユニリーバ）

— 宝潔（プロクター・アンド・ギャンブル）

— 広州立白

— 納愛斯集団

④ 業界団体

— 中国洗淨用品工業協会

— 広東省食品行業協会：張俊修会長

(2) 値上げの背景

2010年6月から12月までにLAS（直鎖アルキベンゼスルホン塩酸）、脂肪アルコール、工業パームステアリンなどの日用化学製品の主要原料価格が1トンあたり48%以上上昇した。

2011年3月、インスタント麺の主要原料である植物油と小麦粉が前年同期比で17.8%、21%上昇した。

(3) プロセス

3月21日、康師傅控股有限公司が、物流と原料のコスト上昇を理由に、2011年4月1日から大部分のカップ麺を0.5元値上げすると発表した。上げ幅は10-15%。

発改委は、関係企業を招き座談会を開き、調査組を関係企業に派遣し、日用化学製

⁸ 『東方早報』2011年3月31日、4月1日。

品とカップ麺の値上げについて調査した。

座談会には、聯合利華、宝潔、広州立白、納愛斯集団の日用化学製品企業が出席した。この4社は、4月から価格を5-15%引き上げる検討をしており、「価格連盟」の疑問を質されていた。座談会で発改委は、関連企業の状況を理解し、各企業は社会的責任を強化し、自由に便乗値上げをしてはならない。共謀しての値上げ、物価のつり上げを認めないよう明確に示した。

これまでの値上げは多国籍企業が先行し、国内企業が追随する形だった。しかし、今回は多くの企業が同時に値上げしたことで、「価格連盟」の嫌疑があり、発改委は調査組の派遣に至った。

3月30日、康師傅の乾宗副総裁が、4月1日からのカップ麺の価格変更をしばし延期することを明らかにした。康師傅の責任者は、政府の介入には言及していない。同日、康師傅北京弁事処の李宜霖代表が、価格引き上げの見送りについて、「企業のコスト圧力以外に、国家の大環境に配慮しなければならない」と述べた。コスト圧力は、小麦粉と油などの原料価格の上昇であると説明した。

同日、聯合利華中国公司の曾錫文総裁は「最新の政策に基づき、価格問題に関して、回答しない」と述べた。

3月31日午後5時、聯合利華が美通社を通じ「発改委の要求に基づき、4月1日からの価格調整をしばし延期する」との公告を発表した。広州立白、納愛斯集団も同日、「個別製品以外の大規模な値上げ計画を出さない」とした。

広東省食品行業協会の張俊修は「宝潔と聯合利華が使っているのは中国の原料であり、中国の市場にあるものである。それなのになぜ連合して価格を引き上げるのか。市場は公平であり、外資が自由に価格を引き上げることができて、国内企業はダメとは言えない」と述べ、価格連盟を否定した。

東方艾格大宗商品アナリストの馬文峰は「物価が全体的に上昇しており、発改委が表に立って企業に値上げしないよう求めても、効果には限界がある。中央銀行が政策を出して金利を引き上げ、大量の低金利融資を抑えない限り、物価を下げることはできない」と述べた。

中投顧問化工行業の常鉄智研究員「もしいくつかの大手日用化学製品企業が本当に相互に通じているか、集団で共謀して値上げするのならば、独占的値上げ、不当な集団値上げに属し、政府は干渉する権利を有する」

5月6日、発改委は聯合利華が3月下旬に日用化学製品の値上げを発表し、一部地域で日用化学製品を先を争って買う現象を誘導したことを、聯合利華の行為が「値上げ情報流布が市場秩序を混乱させた」ことに属し、法に基づき200万元の高額罰金とした。

しかし、5月25日、広州、上海の一部スーパーが、聯合利華から値上げの通達を受

け、販売価格の上げ幅は10%内とされた。

4. ビール、白酒値上げ問題⁹

(1)経緯

①白酒の値上げ状況

茅台は2011年1月1日から出荷価格を20%値上げすると発表し、53度飛天茅台の出荷価格は619円で、販売価格は1000円を突破した。

古越流産が2011年初、五十陳、三年陳を最高42%値上げしていた。郎酒集団が10年紅もの花郎白酒を398元から498元に値上げし、30年ものと50年もの上げ幅はさらに大きかった。

②ビールの値上げ状況

1月、華潤雪花、燕京、青島が各自の優勢地域で値上げした。華潤雪花は四川、遼寧、安徽などで平均10%値上げした。燕京は10度燕京清爽を16%値上げ。青島は2月3月に出荷価格を10%値上げした。

③2011年3月の攻防

3月に入り、3社の白酒製造企業が立て続けに白酒を値上げした。

古越龍山が3月19日から値上げした。上げ幅は約7%。

古井貢股份は3月21日から2つの系列製品を3~5%値上げした。

山西汾酒は3月29日から青花汾酒と老白汾年汾酒の販売価格を20%、10%引き上げた。

3月31日午前、発改委価格司と価格検査司、商務部酒類流通管理弁公室が、中国酒類流通協会、醸造行業協会、華潤、青島、燕京、百威の4大ビール集団（国内シェア58%）と座談会。値上げ延期問題を協議した。発改委価格司はビール製造企業のコスト上昇による値上げは「理解できる」と発言した。しかし、価格コントロールは敏感な瀬戸際にあり、ビール製造のリーディング企業は値上げを延期した。

31日午後、中国酒類流通協会が、貴州茅台、五糧液、瀘州老■、洋河、劍南春、水井坊、汾酒などの企業のトップに連絡をとり、「政府の決定を断固支持、擁護することを示す」よう求めた。

4月2日午前、発改委価格司、発改委経貿司、商務部市場運行司が、17の協会責任者を集め、重要消費品行業協会座談会を開催。参加した協会は、全国工商聯（水産、農業産業、焙煎〈茶葉、タバコ〉、医薬業）、中国食品工業協会、百貨商業協会、飲料工業協会、乳業協会、家用電器協会、糧食行業協会、肉類協会、野菜協会など¹⁰。

発改委価格司の見解：ビール製造企業のコスト上昇による値上げは「理解できる」。

⁹ 『東方早報』2011年4月8日、『21世紀經濟報道』2011年4月8日、

¹⁰ 『東方早報』2011年4月13日

しかし、コスト変化の大きくない白酒製造企業の価格制定行為は「妥当ではない」。

4月6日、中国酒類流通協会が「重要状況通報」を発出。発改委が最近白酒が代わる代わる値上げをしていると非難。発改委価格司が次の3つの要求を行ったことを明らかにした。(1)人為的に製造抑制をしない、(2)便乗同調値上げをしない、(3)価格調整は協会、政府と必ず疎通しなければならない、便乗値上げを集中しない、コスト上昇を超えず合理的な幅での値上げとし、事前に値上げ情報を公布せず同調値上げをさせない。

4月7日、中国酒類流通協会の劉員副会長兼秘書長が「現段階では、国家の大局から出発して、白酒企業の値上がり抑制は可能である。われわれも企業がまず協会と疎通し、合理的な範囲内で価格を調整することを希望する」

4月13日、全国工商聯の農業産業商会、焙煎業公会、水産業商会、医薬業商会、紡績服装商会など24の商会が「供給を維持し、物価を安定させ、調和を促す」提議書を発出し、全国工商聯行業商会の会員企業と企業主が絶対に、(1)流れに乗って便乗値上げしない、(2)値上げ情報をねつ造、散布しない、投機しない、物価をつり上げない、(3)不法な手段を利用して仕入れルート、卸価格を独占しない。(4)ニセモノや悪い品を良品と偽ったり、生産不足などの手段で価格詐欺をしない、(5)協議、決議、協調など方法で連携値上げをしない、(6)業種の優勢な地位を利用して価格を操作しない、(7)生産量、供給量などを制限する方法で人為的に値上げをしないことを強調した¹¹。これは、4月2日の発改委との座談会への対応で、発改委の決定への支持を示すものであった。しかし、強制力はなく、インフレ問題の根本については触れていない。

劉員「酒は企業に価格決定権がある。平時は完全に市場に基づき調節される。しかし、現在（インフレ）にリーディング企業は社会的責任を負う必要があり、業種に対し必ずしなければならないことである」

劉員「今回の発改委の激怒は、去年の茅台の販売価格の大幅値上げが大きく関係している」「国の不動産マクロ・コントロールにより、遊休資金が出口を探しており、多くの人が名酒に注目しており、これが茅台の値上げを助長した」

5. 石炭価格問題¹²

(1)経緯

石炭価格の上昇が続いていた。環渤海発電用石炭（中国語で「動力煤」）価格指数が、9月末に1トン当たり720元前後だったものが、11月末には最高値となる796元に跳ね上がっていた。発改委は、石炭価格の大幅な上昇で、電力企業はコスト圧力が高ま

¹¹ 『東方早報』2011年4月14日。

¹² 「煤価受圧」『21世紀経済報道』2010年12月3日

り、電気料金の価格を引き上げ、コスト圧力を軽減することを求めることを考慮しなければならなかった。

11月末、発改委が定例ではない省・直轄市石炭生産工作座談会を開催し、石炭価格の上昇が速すぎることに對し、「産煤大省」と呼ばれる石炭産出の多い省と大型石炭産出中央(国有)企業に對し、自律的でなければならず、石炭を省から出荷することを制限してはならず、市場価格を安定させなければならない、と指示した。會議の具体的な目的は、(1)産出地域と大型中央企業に對し、石炭産出を安定させ、安全な産出と安定した供給の關係のバランスをとることを指示し、(2)産出地域と大型中央企業に価格安定の重責を負うことを指示し、(3)まさに始まろうとしている石炭企業と電力企業の石炭価格の年度契約で大幅な価格引き上げを避けることにあった。

座談会に出席したのは、山西省などの石炭産出大省と、中煤集團、神華集團などの大型中央企業。ある省の石炭協調責任担当官は、石炭産出大省と中央企業はすでに年間目標の産出を終えており、習慣的に年末には産出制限を行うが、ある程度制限を緩和し、産出制限の懸念を打ち消さなければならないと語った。さらの會議の後、中煤集團、神華集團の2社が価格引き下げを行った。中国の石炭産出量は32.48億トンで、中煤集團と神華集團の2社で5億トンを占めるに過ぎない。そのため2社の価格動向の石炭価格全体への影響力には限界があるかもしれない。しかし、12月1日の環渤海発電用石炭価格指数は794元と2元下降しており、市場安定の見通しに影響を与えている。

前出のある省の石炭協調責任担当官によれば、その後、発改委価格司が重点契約石炭はいかなる形でも価格を引き上げないよう指示した。しかし、石炭企業と電力企業の価格交渉過程への政府の関与は難しく、5%前後の引き上げに抑えられるとの見通しを述べた。

6. その他

トウモロコシ価格問題もあるがアクターだけランダムに列挙しておこう。

中国儲備糧管理總公司（中儲糧）：包克辛總經理—中企

中儲糧肇東直屬庫：冬連海主任

肇東市向陽糧庫有限公司：冷旭東總經理

吉林省松原賽力事達公司＝トウモロコシ付加価値加工

中糧集團＝トウモロコシ付加価値加工、中企

中糧生化能源(肇東)有限公司（中糧肇東、黒龍江省）＝アルコール生産

成福集團＝アルコール生産

発改委

燃料エチルアルコール4大企業

①安徽豊原生化
②中糧肇東
③吉林燃料乙醇（エチルアルコール）
④河南天冠集団
陳錫文
向陽市糧食局
華糧
農業發展銀行
国家糧食局・聶振邦局長
黒龍江省糧食局
朱鎔基
華糧集団
中紡集団
中糧集団
中国儲備糧食総公司

第2節 「約談」の役割、意義

第1節のケースから、発改委が企業に対し価格管理を行う手段として「約談」を使うことが特徴的といえる。「約談」は辞書には「時間を約束して、話し合う」という意味が記されているが、発改委の価格管理手段として「約談」は意味が違う。

ある説明では、市場が決定する価格に対する「約談」を、消費品価格が普遍的に上昇している状況に対しては、発改委が価格管理部門として約談方式をとる。行政手段と経済手段の間の方法とする。

他方。政府が決定する価格に対しては、政府が最高限度価格を確定し、企業はこの範囲内で最終価格を決定する。この過程で規範化されていない行為があるため、監督部門の監督や「約談」が必要とする¹³。

2011年4月20日付『人民日報』に、国家發展改革委員会価格司のインタビューが掲載されている。昨今の世界的な原材料価格の値上がりを受け、食用油、インスタントラーメン、洗剤などの日常生活品のメーカーが値上げを表明していたが、業界団体と発改委との「約談」（時間を約束して会談すること）のあと、値上げを中止するということが相次いでいる。これについて、行政関与という批判が最近出ているので、メーカーの自主的中止判断だと弁明しているのがこのインタビューだ。

¹³ 『東方早報』2011年4月8日。

2011年4月2日の発改委の座談会に参加した商会人士は「関係部門が中国石油、中国石化、その他の独占型中央企業の値上げ行為に対してもある程度制約し、座談を進めるべき」希望した¹⁴。民間企業と大型中央企業との扱いの違いに不満がある模様。

発改委価格司の責任者は、「約談」という方式が「一種の事前介入を通じた注意と警告を進める相対的に穏やかな措置である」と説明する。「市場メカニズムの核心は、市場価格の変動を通じて、資源の優化配置を導き、効率を高めることである。しかし、市場メカニズムの役割の発揮は、十分な競争、情報の対称性を条件とする。市場の混乱状況の存在は全体的にみて公平な競争に不利であり、一定程度市場秩序の混乱を生み出した」として、「約談」に政府介入の疑いがあることを一蹴した¹⁵。

石炭と食用油の価格決定に対する発改委の介入実態がよく分かる報道だ。基本的に価格決定過程に政府が介入することは難しいという。しかし、市場占有率の高い中央企業を座談会という形で招集し、発改委の指示を伝えるという行政指導が行われていた。

指示に従わなかった時のペナルティーは分からないが、企業はまず「ノー」を言えないのだろう。その代わり、備蓄植物油の放出では優遇が与えられている。

こうした行政指導が可能なのは、この2つのケースではそれぞれの有力企業が中央国有企業であるということだ。それ故に、発改委の指示は通りやすい。石炭の場合、2社は決して大きなシェアを占めているわけではない。しかし、現段階では、中央国有という所有形態の企業は、業界でのリーディングカンパニーになることを許されている、またそういう存在であることを小企業も承認しているのではないだろうか。しかし、中央国有企業以外の企業が多数市場に参入し、市場が分散化すると、そうした中央国有企業の地位は、非常に脆弱で、いつ崩れるか分からないため、石炭価格への政府介入は今後もっと難しくなるのかもしれない。

¹⁴ 『21世紀経済報道』2011年4月14日。

¹⁵ 『人民日報』2011年4月20日。