

中国の消費と流通経済

徐 涛

A Study on Consumption and Distribution in China

Tao Xu

(2011年11月25日受理)

1. はじめに

改革開放政策の実施以降、中国経済は急速な成長をみせている。1979年から～2007年までの30年間のGDP成長率は年平均で9.8%となっており、最近の10年(1998年～2007年)は年平均成長率11.8%を維持している。中国はBRICs諸国の中でもとりわけ高い成長率を保持しており、今後10年間は世界で最も経済発展する国だと言われている。かつて「世界の工場・潜在的な市場」と言われていた中国は、いまや着実に「世界の市場」になりつつある。これは中国の流通産業にとっても極めて重要な変化としてインパクトを与えている。一方、2008年の中国の対外貿易は米国に端を発した世界金融危機により、深刻に落ち込んだが、1人当たりGDPが3,000ドルの大台を越えるのを維持するためには、中国政府はますます内需によって経済成長を引っ張るべきだと認識した。

しかし、中国国内において、内需の重要な部分である消費の問題については、未だにさまざまな問題があると有識者の中でいわれている。近年、中国の「上海証券報」の報道¹によると、中国人民銀行副行長・蘇寧氏は、中国のGDPに占める最終消費の割合は、80年代の62%から2005年の52.1%に下落し、個人消費の割合も1991年の48.8%から2005年の38.2%に下落し、ともに過去最低を記録したと述べた。過剰な貯蓄率、個人消費率の低水準という構造的な矛盾から一連の問題が発生し、現在の金融的な調整策が直面すべき最大の試練となっている。

そこで、本論では上述のように、中国における消費と流通の諸問題に関して以下の方法で考察する。まず、中国における消費の現状とこうした状況下での問題点を解明する。次に、それらが中国の流通経

済にどのような影響を及ぼすのかについて分析する。最後に、それらの問題を対応する際の対策や注意点について提案を行う。

2. 中国における経済発展なかでの消費の現状と問題点

改革開放後の30年、特にここ10年間で中国の経済規模は急激に拡大してきた。2008年にはGDP総額はすでに30兆元を上回り、世界第三位に位置している。2011年1月の中国国家統計局の発表によると、2010年の国内総生産(GDP)が実質で前年比10.3%増加したという。日本の内閣府の発表と比較すると、中国の2010年の名目GDPはドル換算で5兆8790億ドル、日本の名目GDPは5兆4740億ドルで、中国を約4000億ドル下回る。名目GDPが日本を抜いたのは明白で、日本は42年間にわたり保ってきた世界第2位の経済大国の地位を中国に譲ることになった(図1を参照)。公共投資や輸出が経済をけん引した中国は、世界的な金融危機の後遺症から抜け出せない日米欧とは対照的な高成長を実現した。しかし、国の経済規模は大きくなるものの、国民がそうした利益を獲られる割合が絶えず減少し続けている。なかでも、最も際立っているのが消費率と投資率の変化である。

まず、中国の消費について見てみよう。周知のように、これまで中国では「消費・投資・輸出の『3頭立て馬車』²が経済成長を牽引するだろう」と言われ続けてきた。この「3頭立て馬車」は、すなわち国家の統計上の最終消費支出、資本形成の総額と物品・サービスの純輸出になる。最終消費支出と資本形成の総額は内需となり、それをけん引する。しかし、この最終消費支出には個人消費と政府消費が

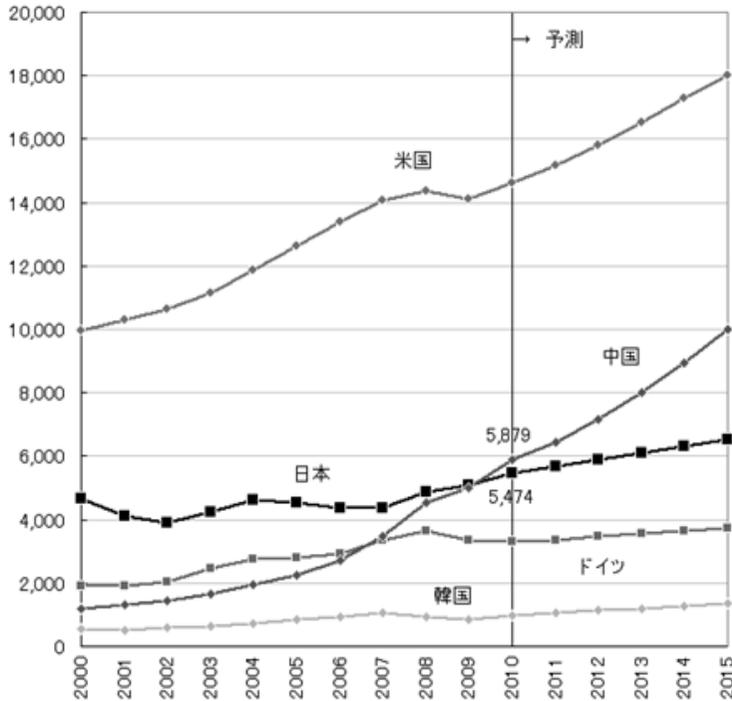
別刷請求先：徐涛，中村学園大学流通科学部，〒814-0198 福岡市城南区別府 5-7-1

E-mail：xutao@nakamura-u.ac.jp

¹ 2006年11月24日「上海証券報」

² 中国語では「三架馬車」という、「投資，消費，輸出」を重視するトロイカ体制。

図1 各国の GDP と今後の予測 単位：10億米ドル



(注) 日中2010年はIMFではなく、中国国家統計局・日本内閣府発表(11年1月20日、2月14日)による。

(資料) IMF, World Economic Outlook Database, October 2010, 東京新聞2011年2月14日夕

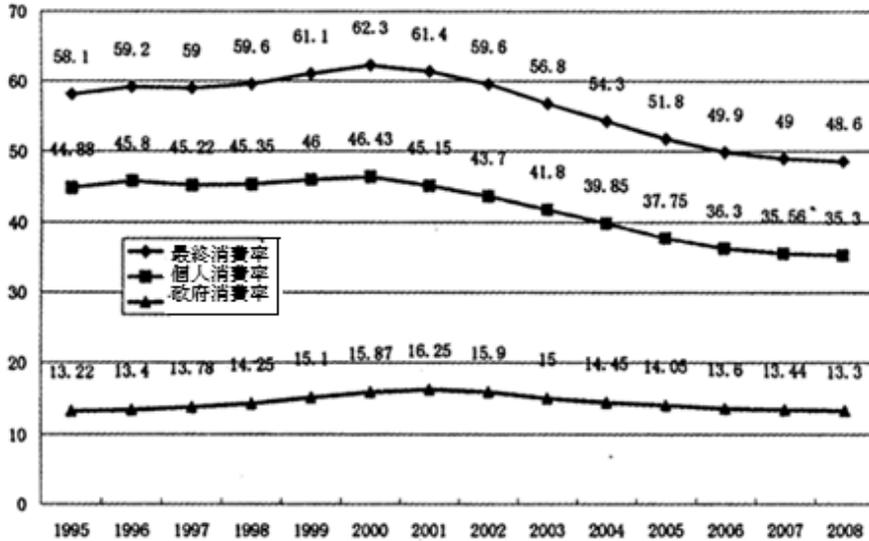
含まれる。また、消費問題を論じるときには、主に個人消費に焦点を当てる。これはすべての国の国民経済の発展を考える際の基本的な問題である。同時に、消費は一国の国民経済運営、発展モデル、発展速度と経済構造に影響を与える重大な戦略の問題である。

なお、中国では、個人消費は基本的消費、あるいは生存的消費ともいうが、享受的消費、発展的消費に区分することができる。基本的消費は、いわゆる人間の生存に関わる基本的な必需品の消費である。国民生活水準は貧困とほぼ自給可能な段階にあると、通常は基本的消費が主であり、エンゲル係数は50%~60%の間である。国民の生活水準はやや豊か段階に入ると、生産力の発展に伴い、さまざまな享乐的・発展的な製品やサービスが増え、消費のレベルアップが実現する。そして、エンゲル係数は40%~50%の間になる。国民の生活水準は豊かな段階に入っていくと、享受的消費、発展的消費が主となり、エンゲル係数はさらに30%~40%の間までに下がる。中国は全体的にすでにやや豊かな段階に入っているが、都市と農村の格差、地域間・各グループの格差によっては、それぞれの基本的消費、享受的消費、発展的消費の状況は異なってくる。

図2で示したように、中国の投資率は1998年の36.2%から上昇し続け、2007年には42.3%に達しており、10年間の平均投資率は40%以上である。世界の平均投資率の約20%に比べ、20%近く高くなっている。一方、最終消費率は1998年の59.6%から2007年の48.8%まで下がっている。10年間平均の消費率は56.6%である。世界の平均消費率の78%に比べて、20%余り低い。しかも、中国の消費率は世界の平均的水準よりはるかに低くだけでなく、長期にわたり下降傾向も示している。

現在、中国の消費における問題としては、以下の点が指摘できる。まず、国民の所得分配の構造が合理的ではないため、特に労働報酬の占める割合が下落し続けているということである。国民の収入における格差は絶えず拡大し、社会保障システムは整っていない。投資と消費構造のバランスが悪く、体制的に消費を抑制するマイナス要素が依然として深刻である。消費率は低いレベルにあり、最終消費に占める個人消費がGDPに占める比重と、消費の経済成長における貢献度のどちらも下がっている。消費率は世界の平均的水準より大きく下回り、消費問題はすでに経済体制改革と発展モデル転換を進める上でのボトルネックになっている。具体的には以下の

図2. 1995～2008年における中国の消費率の推移



出所：中国統計年鑑 1995－2009年のデータをもとに筆者作成。

5つの問題がある。

(1) 依然として低い個人消費率

消費率の高さは決して一国の経済発展水準を反映しているものではなく、経済に対する消費のけん引力と国民所得の初期配分の状況を反映している。世界銀行の統計によると、2000年～2007年の間において、低収入国家の平均的な国民個人消費率は75%である一方、高収入国家のそれは62%であり、中等収入国家では57.5%である。結果的に、世界平均値は61.5%となっている。しかし、中国は中等収入国家の1つとして、最終消費率は2001年の61.4%から2008年の48.6%に下がっている。そのうち、個人消費率は45.2%から35.3%まで下がっている。都市部住民の消費性向は1995年の82.6%から2008年の71.2%まで下がり、農村住民の消費性向は83.2%から76.9%までに下がっている。

このことは、少なくとも2つの問題があることを示している。1つは改革開放以来、国民の収入の増加がGDPの成長と同調していないことである。1979年～2008年の間、GDP平均成長率が9.8%であるにもかかわらず、都市部の住民収入の年平均成長率は7.2%で、農村住民家庭の1人当たり収入の年成長率は7.1%である。住民収入の成長速度が経済成長の速度に遅れをとっていることは、住民の消

費成長を制約する根本的な要因となっている。もう1つは、投資と消費との関係を考える際、過度に投資を強調する一方で、消費の効果を軽視してきた傾向があるということである。2001年～2008年の間、投資率は年平均で41.2%増加している。過去に同じ工業化水準に達し、1人当たりGDP約3000ドルに達していた日本、韓国の値と比較しても、中国の投資率は10%以上高くなっている。

(2) 合理的ではない所得分配構造

国民経済の初期配分において、労働者報酬が占める割合は1995年の51.4%から2007年の39.7%まで下がった³。国際比較から見ると、労働者報酬の占める割合は世界平均で約50%～55%である。日本や韓国は重化学工業時代に、同割合が一時的に40%以下の年度もあったものの、一度も下がり続けることはなかった。英、米、独などの国も工業化時代に、労働者報酬が占める割合は常に最大であった。その他に、都市と農村、業界間、住民グループ間の収入の分配が不平等であり、そのギャップが非常に大きい。国際的に住民の所得分配の格差及び貧富の格差を評価するジニ係数がすでに0.4の警戒ラインを上回っている。これらは住民の消費を控えさせる主要因にもなっている。

³ 2004年統計方法の調整による影響もある

(3) 公共サービスの不足

国際的な状況から見れば、経済発展のレベルアップに従って、政府の公共サービス支出、特に教育、医療と社会保障の3項目の主要な公共サービス支出の比重は上昇するのが一般的である。2008年における中国の教育、医療と社会保障の公共サービス支出が政府の歳出を占める割合は29.7%である。1人当たりGDPが3,000ドル以下の国と3,000～5000ドルの間の国の平均値と比較した場合、中国はそれぞれ13%と24.3%低くなっている。政府のサービス提供の不足は、国民所得の第2次配分時に、国民の所得をきわめて少なくし、国民自身の収入により本来政府が支払うべき支出を強制的に負担させている。それが必然的には国民の消費を控えさせ、さらに心理的にも国民の消費予想を下げ、貯金率を高めさせたのである。

(4) サービス業停滞

中国の国民生活水準がやや豊かな段階に入るにつれて、エンゲル係数が下がり、商品消費からサービス消費へと変化することは必至である。しかし、中国のサービス業は発達しておらず、特に金融、教育、コンサルタント、医療、家事労働サービスなどの発展は遅れている。2008年において中国のサービス業がGDPに占める割合は40.1%であるのに対して、世界の平均は68%であった。そのうちの先進国は72%、発展途上国は52%であった。サービス業の有効な雇用創出が不足しているため、国民消費のレベルアップに深刻な影響を及ぼすと同時に、全国の就業率にも影響している。

(5) 依然として低い都市化率

2009年における中国の都市人口は6.22億人であり、都市化率は46.6%である。これまでの国際的経験によれば、1人当たりのGDPが3,000ドルに達した時、都市化率は通常60%程度となっている。中国はまだ10%以上低くなっている。中国では、一般的に約2.4億人の農村出稼ぎ労働者が都市部に流入しているとみられている。しかし、戸籍制度の制限により、彼らの消費行動、消費レベルと都市部住民のそれとの間には大きな格差がある。

要するに、消費の不足が中国経済の国内成長を制約する主要因となっているのである。

3. 中国の流通・消費に影響を及ぼす要因

中国の流通経済と消費に影響を及ぼす主要因として、以下の7つが考えられる。

(1) 消費体制

中国は1949年建国して以来、マルクス主義と社

会主義体制に基づき、国家運営を行ってきた。特に、毛沢東思想により共産党のすべての仕事における根本的な目的は最大限に人民の物的生活と精神的な生活の需要を満足させることであり、2大部類の物資（生産手段と消費財）、2大生産（単純再生産と拡大再生産）、2種類の消費（個人消費と社会消費）をバランスよく発展させていこうと発表した。しかし、十月革命の成功以降の社会主義陣営が確立するまで、あらゆる社会主義国家の実際を振り返ってみれば、消費問題に関する政策方針は絶えずに揺れ動き、定まらなかった。これらの国々では一時は旧ソ連モデルを見本としたものが定着したため、深刻な負の影響を及ぼした。

中国では、改革開放前は、左偏りの共産主義政治思想のもとで、長期にわたり社会再生産の各段階の関係がねじれた。特に、生産と消費との関係に関する認識上の誤りにより、「生産と蓄積を重視するが、消費と流通を軽視する」という傾向が非常に際立っていた。労働者賃金の底上げは20年間凍結され、農産物の価格は数十年変わらなかった。都市と農村の国民生活水準の成長速度は非常に緩慢としたものであった。低収入、低価格、低消費の構造を形成する一方、硬直した福祉・消費体制をも形成することとなった。このような体制は労働者の生産意欲を極めて抑制し、労働者に必要な消費の権利まで剥奪した。

改革開放以降においても、分配体制、流通体制、消費体制の改革は停滞している。消費問題では、住宅の個人購入から改革をはじめ、医療、教育、老後の保障、失業保障などの面では国と個人負担の責任を明確にすることにした。ただし、様々な実験を行ったものの、三十数年経った現在でも、どのような消費体制を構築すればよいのかは、依然として非常に難しい課題である。

(2) 消費能力

前述のように1979年～2008年の間、都市部と農村ともに国民収入の成長速度は経済成長の速度に遅れをとっている。しかし、国民の収入は確実に伸び、支払能力が上昇していることは事実である一方、国際比較をした場合、中国国民の消費能力はなお限定的であることが分かる。その主な原因は国民経済の分配構造が合理的ではないことである。住民の収入はまだ低く、貧富の差が大きすぎるのである。そしてそれは、中国国民の消費の増加に影響を及ぼしているのである。現在では高収入者の消費意欲不足と低収入者の支払能力の不足が同時に共存するという局面が形成されている。

劉（2006）氏の分析によると、都市・農村間の

所得格差⁴は、1998年の2.6倍から2004年の3.2倍へ、消費格差⁵は2.9倍から3.3倍へと拡大している。東部都市・西部農村間の最大所得格差は1998年の4.7倍から2004年の5.4倍へ、最大消費格差は4.8倍から5.1倍へと拡大した。所得や消費の拡大傾向は地域を問わず共通しているが、西部農村は所得も消費もかなり低い水準に止まっている。1998年から2004年にかけて、都市・農村別に東・中・西部地域の1人当たり可処分所得と1人当たり消費支出をケインズ型消費関数⁶で回帰分析を行ってみると、図3のような右上がりの曲線が得られた。地域別の限界消費性向⁷（曲線の傾き）は、東・中・西部都市がそれぞれ0.77, 0.77, 0.82, 東・中・西部農村がそれぞれ0.70, 0.72, 0.79となっており、所得水準が低い西部地域の消費性向は東部地域より高いことがみて取れる。また、1990年時点の同指標（都市部平均0.847, 農村部平均0.852）と比較すると、それぞれ0.06~0.15ポイント低下している。限界消費性向の低下が個人消費の伸びを抑えていることがわかる。

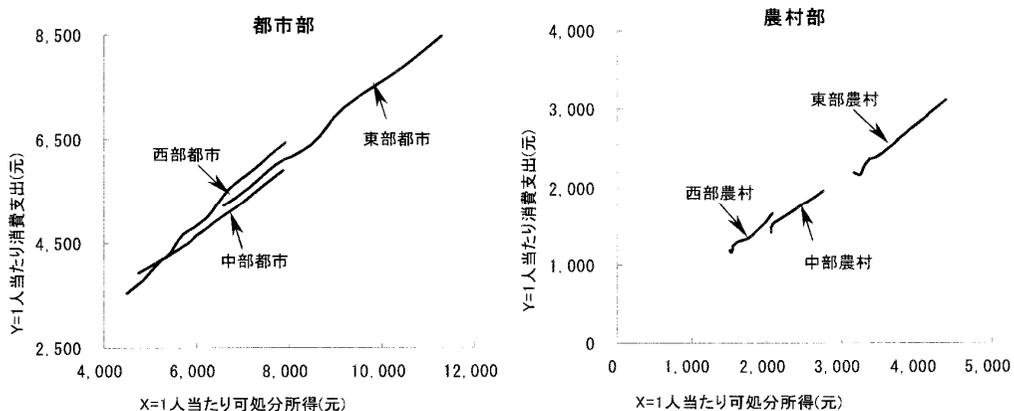
図3からもわかるように、1人当たり消費支出の増額（ ΔY ）が最も大きいのは東部都市であり、最も小さいのは西部農村である。都市部では所得向上に伴い、東部都市、続いて中・西部都市でも消費支

出が顕著に拡大しているのに対し、農村部では中・西部農村の消費拡大は都市部に比べ緩やかなものであり、東部農村から進んでいることがわかる。

(3) 消費政策

1949年建国後、当時の経済水準により、中国は「低消費」の全体政策を実行し、それによって具体的な主要消費財の配給制を主とする消費政策を制定した。しかし、国民の生活はなかなか改善を得られなかった。改革開放以降、時期によっては、消費を促進する政策と抑制する政策のいずれかが実行されたこともあるが、全体的には消費を促進する政策がとられてきた。特に、1997年のアジア通貨危機と2008年の世界金融危機の影響を受け、中国ではかつてない消費刺激策として、行政、経済、法律などの総合的な政策手段を運用して、明らかな効果を得ることができた。消費政策の調整を通じて、国民の消費を促進するための条件を備えることとなった。具体的には以下の①~④である。①都市と農村の住民収入は大きく増加した。1人当たりGDPはすでに3000ドルを上回り、1978-2008の間で都市部の年間1人当たり可処分所得は46倍増加し、消費支出は36倍増加した。農民の1人当たり純収入は35.6倍増加し、消費も31.5倍増加した。都市と農村の個人預金残高は1978年から2008年までに

図3 地域別の一人当たり可処分所得と消費支出の関係



注：すべて1998年を起点とし、2004年を終点とする右上がり曲線である。

出所：劉家敏「中国の個人消費－1998年以降の消費実態と個人消費に影響する要因－」『みづほ総研論集 2006年Ⅲ号』PP.7。

⁴ 都市部1人当たり可処分所得÷農村部1人当たり純収入

⁵ 都市部1人当たり消費支出÷農村部1人当たり生活消費支出

⁶ 今期の消費(C)は今期の可処分所得(Y)に依存するという単純な消費関数(C = a + bY)を指す。

⁷ 可処分所得が1元増加した時に消費が増加する量を限界消費性向(Marginal Propensity to Consume)という。所得増加に伴う消費の上昇は消費関数の正の傾きとして表されており、限界消費性向はこの傾きに等しい。

1,034倍増加し、21.7兆人民元に達成している。②1997以降は、中国はすでに物不足経済に別れを告げ、供給が常に需要を上回っている。つまり、国民消費がレベルアップできる環境にある。③WTO加盟後、中国経済は世界経済に合流する速度がより速くなり、グローバルな購買・生産・消費が現実のものとなった。④都市と農村の消費環境は改善され、特に消費のインフラ整備、消費者ローン、消費者権益、消費方式などに大きな変化があった。

(4) 消費の対象

ここでいう消費の対象は、消費の総供給が総需要を満たせるかどうか、また供給構造が消費構造の絶え間ない変化に適応できるかどうかにも関わる。中国の現況から分析して、消費の総需要と供給の全体量は均衡がとれている。商務部から監視測定されている600の主要な消費財と300の主要な生産財の分析によると、大部分は供給が需要を上回る、あるいは需給バランスがとれている状態となっている。しかし、供給構造から分析すると、ギャップは依然として大きく、また必要とする高級な消費財、ハイテク製品と原材料の製品を輸入しなければならない状況にある。サービス業が発達していないため、サービス消費の種類は明らかに不足している。

消費は明確に段階性を持っている。国民の消費は一般消費財から耐久消費財、サービス消費へと漸次レベルアップする。産業構造もしばしば消費構造のレベルアップに伴って高度化する。改革開放後の1980年代の軽・紡織工業、90年代の家電産業、2000年以降の自動車工業と不動産産業の発展、いずれも国民消費がレベルアップをした結果である。消費構造の向上は相応しい供給構造と互いにマッチングすることが必要である。もし効果的にマッチングできなければ、いくつかの製品の過剰と一部の需要が満たされない状況が併存することによる矛盾が発生し、国民経済の発展を制約することになる。需要構造、消費構造及び供給構造の動的な均衡を実現するのは国民経済の理想的なモデルである。

(5) 消費観念

国民が長期にわたり物不足の経済の中で生活してきたため、やや豊かな生活水準になっても、東洋文化に関わる消費慣習の影響が強く、消費観念は保守的であった。それらを打破し、新たな消費観念を形成していかなければならない。具体的には以下の①～⑤が考えられる。

①現金取引や「明日の銭は今日使うな」という考

え方を変え、消費者ローン産業を適切に育成すべきである。消費者ローンは貸付けを利用した、消費財の売買を促進する重要な手段である。中国では銀行カードはクレジットカード、キャッシュカードとデビットカードに分かれている。1985年6月4日に中国銀行が国内の最初のクレジットカードの「中銀カード」を発行してから、2009年末現在まで19億枚が発行され、そのうち、「銀聯カード」(デビットカード)は12.5億枚ある。平均1人当たり1.56枚の銀行カードを持っていることになり、銀行カードの取引がすでに社会消費財小売総額の約35%を占めるに至っている。中国は徐々に非現金取引の国の一つになり、消費者ローンは次第に庶民の家庭に入りつつある。

消費者ローンの前提条件は、個人と家庭の支払負担能力である。予測可能な個人と家庭の将来長期収入予想が良ければ、その消費者ローンの負担能力と自信はより強くなる。先進国と発展途上国における消費者ローンの総負債と投入の比率は通常30%～40%程度に抑えられている。住宅ローンは通常は20%～30%前後となっている。イギリスの2008年の銀行カードの消費総額は412億ポンドで、そのうち、クレジットカードとデビットカードによる消費はそれぞれ52%と48%を占めている。中国は国民の収入がまだ完全に貨幣化されておらず、個人信用制度が乏しい。消費者ローンのリスク防止メカニズムも整っていないため、消費者ローンはスタートしたばかりで、規模は大きくない。サービスの種類は主に住宅・自動車購入、耐久消費財の購入と一部の学資ローンのようなものに集中している。2006年までの統計によると、中国の消費者ローンはすでに銀行の貸付残高の12.5%⁸を占めているが、先進国より平均10～20%低く、発展の余地はまだ大きい。

現在、中国の自動車ローンの割合は全体の10%程度で、先進国平均の70%以上を大きく下回っている。これはBRICs諸国のインド、ブラジルなどの発展途上国の平均値60%よりも低いものである。今後の5～10年は、自動車消費者ローンが急速に成長すると予測される。

②「所有権を重んじ、使用権を軽視する」観念を改め、レンタル消費を発展させる必要がある。先進国では、レンタル消費は一大消費分野である。しかし、中国の国民は所有が身分の表れだという考え方から、比較的にお所有権を重視する傾向がある。実

⁸ 譚燕芝 李蘭「論我国消費信貸の発展—基於借鑑美国消費信貸的視角」『消費経済』2008年6月第24巻第3期、pp.35。

際、それは現代消費の流れから見て、すでに時代遅れで中国における割安な賃貸住宅、レンタカー、レンタル商品及びリース業などは発展の余地はかなりあるといえる。2008年現在の統計では、中国の都市部人口のなかでの住宅の自己所有率はすでに87.8%に達しているといわれている。しかし、同比率はフランスやドイツにおいては30%~40%であり、アメリカは68%、イギリスは60%~70%で最も合理的といわれている。なお、2002年現在、中国のレンタル・リース業界の年間売上高は100億元であるが、アメリカの同売上の1%にも及ばないという。⁹

③無店舗販売が拡大し続けている。電子商取引の急速な発展に伴い、無店舗販売やネットショッピングは中国でも急速に流行し、成長している。中国では2009年にインターネットショッピング総額は2600億元を上回っており、社会の消費財小売総額の1.8%を占めている。2015までに年間1兆元超え、社会消費財小売総額の5%に達する見通しとなっている。

④高い貯金率を追求する観念を変え、即時消費を奨励すべきである。長い間、社会保障システムが整っておらず、低い給料制度に加え、一人っ子政策がとられたため、1組の若い夫婦は2組の親の老後の世話をしなければならない。それに、従来から国民には節約や貯金の習慣があり、中国の国民貯蓄率は一向にして高いままで下らない。それは欧米国家と極めて大きく異なっている。即時消費されるべき貨幣が保険的な性格を持つ貯蓄になると、消費の増加に大きく影響する。したがって、多くの国は消費を刺激するため、利下げのテコ入れ経済政策を採用している。

(6) 消費環境

消費環境は1つの総合的な概念であり、消費に関する業態、消費の外部条件、商業集積におけるネットワークの配置、信用システム、インフレとデフレの影響などを含む。異なる消費グループのニーズに応じるため、チェーンストア、ウェアハウスストア、大型ホームセンター、ショッピングセンターなど小売の新しい業態が相次いで登場してきた。商業のネットワークにおいては、各都市に中心的な商業エリア、さらには各コミュニティにコンビニやコミュニティ・サービスネットワークが構築され、家事労働の仲介業や家事労働サービスを提供できるようにする試みが始まっている。

しかし、信用システムが整備されていないことは消費環境において大きな問題である。偽商品、虚偽広告、横柄なメーカー解釈権などが消費者の權益を大きく損害している。さらには、インフレとデフレの影響も時には深刻である。長期にわたるインフレは消費者の恐慌を煽り、消費指数を下落させることにつながる。

(7) 消費のレベルアップ

収入レベルの向上に従って、消費もレベルアップする。また、製品の技術的要素の高まりにより、同様に消費もレベルアップする。日本は第二次世界大戦後から1980年代までに計4回の消費のレベルアップ、或いは消費革命が発生している。中国は1978年以降も、消費のレベルアップを3回経験している。つまり、消費には一定の周期性があり、すべての消費周期内に、いくつかの消費のホットスポットが発生する。現在中国の生活消費のホットスポットは、都市部は住宅、車、教育、通信、旅行であるが、農村は住宅、家電が主な消費対象である。したがって、ポイントは3つある。第1に、生産部門、流通部門は都市と農村住民の消費構造を研究し、ブランド化、系列化など、ビジネスチャンスの変化を捉えなければならないということである。第2に、サービス消費はすでに拡大する傾向にあり、日本などと同様に確実に大衆消費の対象になるということである。第3に、消費のホットスポットは周期的に変化しており、次の周期における消費対象となる製品を研究・開発しなければならないということである。

4. まとめと政策提言

中国の都市と農村住民の消費の現状と今後の課題について論述してきたが、以下のようなまとめができると思われる。

- (1) 三十数年間の改革開放により、中国経済は高度成長し、すでに世界第2位の経済大国になっている。国民の生活水準も全体的にやや豊かなレベルになってきており、都市と農村住民の収入および消費水準も新たな段階に入った。しかし、国民の消費率が継続的に低下する一方で、国内住民の消費需要の増加は緩慢としたものであり、消費が経済に対する牽引効果が弱く、国民消費の全体状況は楽観視できない。
- (2) 先進国や世界平均レベルとの比較、或いは中国

⁹ <http://bestrent88.com/NewsHtml.asp?ID=44>を参考（2011年6月15日にアクセス）

の都市と農村のレベル、異なる収入消費グループ間のレベルの比較を行っても、かなりの格差がある。

- (3) 農村住民の平均消費水準、消費傾向、消費環境などは都市部住民より全体的に低い。都市と農村住民の消費構造の二元化傾向は明らかであり、さらにその格差が拡大する可能性がある。
- (4) 地域間の経済発展水準の不均衡により、地域間の住民の消費水準の格差が顕著なものとなっている。

そこで、上述した問題点に関して、国民の消費拡大につなげるためには、以下の3点について注力すべきであるといえる。

第1に、従来の消費観念と消費意識を変え、科学的かつ現代的な消費観を形成すべきである。消費は浪費ではないため、市場経済のルールを破ってまで、短期的に行政的・人為的な手段を使い、一部の商品の消費・購入制限を設けたとしても、長期的に見れば経済の発展には有利ではない。また、マクロ的には国民消費を促す政策が必要である。

第2に、社会セーフティネットと公共サービスシステムの整備を速め、都市と農村住民の消費格差の解消、国民消費における安心感を与える取り組みが重要である。それには、国民消費の安定的な増加を促進できる長期的なメカニズムや政策と社会環境を作り出すことが必須である。

第3に、異なる消費グループの変化に注目し、適切にそれぞれのグループに相応しい消費促進政策を実施することが必要である。

最近の動向を見ると、すでに2010年5月以降、中国政府は成長持続の観点から、個人消費の拡大に向けた対策を講じている。一連の対策は、以下の3つに大別できる。第1に、財政補助措置の拡充である。第2に、所得分配の見直しや個人所得の増加に資する取り組みの推進である。第3に、人民元の緩やかな上昇を容認するようになったことである。¹⁰

しかし、個人消費の持続的拡大に関しては、今後の課題も存在する。つまり、財政補助措置に過度に依存しない形で推進できるかどうかである。財政による消費の喚起は限度があり、潜在需要の掘り起こしをすれば、需要先取りになることもあり、措置を拡充すればするほど、反動リスクは増大する恐れがある。また、最低賃金の引き上げや賃上げは、消費拡大や民生向上につながるが、価格転嫁が難しくなっている近年の状況においては、拙速な人件費の

上昇は、企業経営を圧迫し、所得の減少による消費の抑制という逆の効果を招きかねない。したがって、今日の中国にとっては、バランスをとりながら、消費の拡大を図っていくことが求められよう。

参考文献

1. 1995年－2010年の各年中国統計年鑑
2. 譚燕芝 李蘭「論我国消費信貸的發展—基於借鑑美国消費信貸的視角」『消費経済』2008年6月第24巻第3期（中国語）
3. 「上海証券報」2006年11月24日
4. 劉家敏「中国の個人消費—1998年以降の消費実態と個人消費に影響する要因—」『みずほ総研論集2006年Ⅲ号』
5. 王智「対我国居民消費現状与消費潜力的分析」『経貿参考』2010年第2期（中国語）
6. 佐野淳野「個人消費の拡大に注力する中国」『アジア・マンスリー』2010年8月号日本総研
7. 野田麻里子「中国の消費動向—ゆっくりと進む消費のレベル・アップ」『三菱UFJリサーチ&コンサルティング 中国経済レポート No.13』2007年5月31日。
8. 「消費の伸び、当面中国経済成長の重点に」北京週報日本語版2009年7月27日。
9. 野田麻里子「中国の消費拡大への課題—都市部家計調査をもとにその1」『三菱UFJリサーチ&コンサルティング 中国経済レポート No.21』2008年9月9日。
10. 野田麻里子「中国の消費拡大への課題—都市部家計調査をもとにその2」『三菱UFJリサーチ&コンサルティング 中国経済レポート No.22』2008年10月2日。

¹⁰ 佐野淳野「個人消費の拡大に注力する中国」『アジア・マンスリー』2010年8月号日本総研を参照した。