

## 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 ～

### [要旨]

1. 中国は、アジア通貨危機による輸出不振、国有企業改革に伴う雇用環境の悪化などを背景に1998年に内需拡大政策を打ち出し、内需主導の経済成長への転換を図ってきた。この政策の下で小売売上高は、2005年に前年比13%増の6.7兆元となり、1998年の2.3倍となった。しかし、個人消費の実質GDP成長率への寄与度は1998年の4.8%から2005年には2.8%に低下し、経済成長のメインエンジンとして機能していない。
2. 内需拡大政策の下で、GDPベース個人消費は2004年に全国平均では1997年の1.67倍となった。ただ地域別にみると、東部地域は1.86倍(都市部2.35倍、農村部1.35倍)、中部地域は1.76倍(同2.30倍、1.28倍)、西部地域は1.63倍(同2.08倍、1.27倍)となり、東部都市と西部農村との最大格差は拡大している。消費格差の背後には、地域間の所得格差がある。都市・農村間の所得格差は1998年の2.5倍から2005年の3.2倍に広がった。
3. 2004年末現在、都市部所得上位20%層の1人当たり消費支出に占める食料品の割合(エンゲル係数)は、すでに日本の高度成長期の水準(30%台)まで低下してきたが、先進国の現状と比べまだ高いレベルにある。それにもかかわらず、「交通・通信」、「保健・医療」、「教育・教養娯楽」の3費目の合計割合は、都市部が33.5%、農村部が26.1%であり、日本の高度成長期よりも高い水準にある。
4. 個人消費に影響する要因を整理すると、消費拡大を阻害するものとして「制度的な要因」が挙げられる。一方、通信技術の進歩に伴う携帯電話やインターネットの普及(「技術的な要因」)、1人っ子政策の影響および経済発展に伴う都市化の進行(「人口的な要因」といったプラスの要因もある。
5. 中国政府は個人消費を拡大するために、2006年に①医療費用に対する管理強化、②農業税の完全撤廃、③農村部流通ネットワークの整備、④農村部義務教育の完全無料化、など一連の消費関連政策を打ち出している。こうした消費拡大策が順調に実施されれば、2006年は個人消費が新たな拡大を迎える年になる可能性が高い。もっとも、本格的な消費拡大には①医療・養老・失業保険などを含む全国民向けの社会保障制度の構築、②勤労者世帯の所得水準に見合うマイホームの供給や教育サービスの提供、などが必要となり、これらの取り組みが急務となろう。

アジア調査部中国室 研究員 劉家敏

Tel : 03-3201-0587

E-Mail : jiamin.liu@mizuho-ri.co.jp

[目次]

<b>1. はじめに</b> .....	<b>3</b>
<b>2. 中国における個人消費</b> .....	<b>4</b>
(1) 個人消費と経済成長 .....	4
(2) 都市部中心の消費拡大 .....	5
(3) 消費格差と所得格差 .....	6
<b>3. 消費パターン</b> .....	<b>8</b>
(1) 消費パターンの変化 .....	8
(2) 現時点の特徴 .....	9
<b>4. 個人消費に影響する要因</b> .....	<b>12</b>
(1) マイナス要因 .....	14
a. 社会保障制度 .....	14
b. 雇用制度 .....	16
c. 教育制度 .....	17
d. 住宅制度 .....	19
(2) プラス要因 .....	20
a. 技術的な要因 .....	20
b. 人口的な要因 .....	26
<b>5. 主な消費拡大策と今後の見通し</b> .....	<b>29</b>
(1) 消費拡大政策 .....	29
(2) 今後の見通し .....	30

## 1. はじめに

中国はアジア通貨危機による輸出不振、国有企業改革に伴う雇用環境の悪化などを背景に1998年に内需拡大政策を打ち出し、内需主導の経済成長への転換を図ってきた。しかし、内需の重要項目である個人消費については、2005年になっても経済成長のけん引役となるほどの顕著な拡大はみられていない。今後、中国が持続的な経済成長を実現するために、個人消費の一層の拡大が求められている。

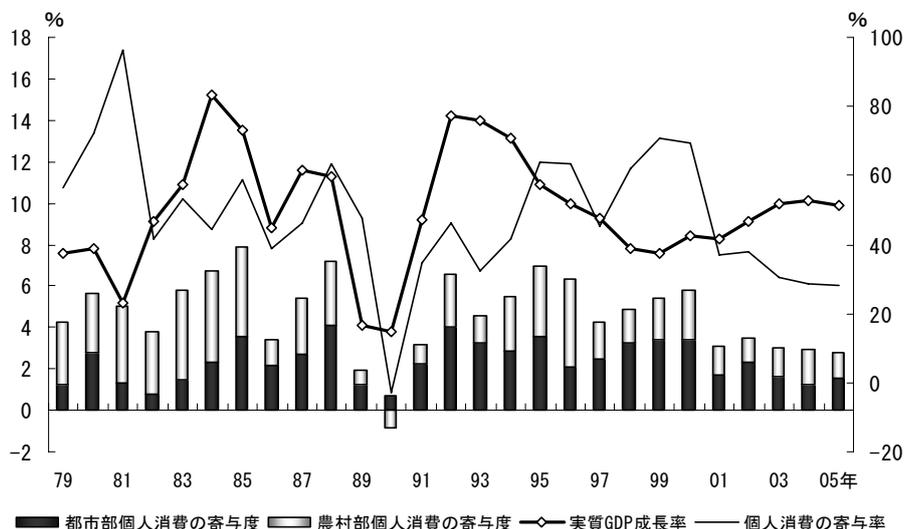
本稿では、まず、1998年以降の中国经济における個人消費の実態を明らかにする。また、地域・階層別に家計部門の消費パターンに生じた変化を考察し、その特徴を日本の高度成長期と比較しながら説明する。次に、家計の消費性向の低下をもたらす「制度的な要因」、消費拡大に寄与する「技術的な要因」や「人口的な要因」を取り上げて検討する。最後に、改革・開放以降実施されてきた消費関連政策とその効果を分析し、個人消費の行方を展望する。

## 2. 中国における個人消費

### (1) 個人消費と経済成長

中国の2004年実質GDP成長率は、1996年以降最高となる10.1%<sup>1</sup>に達した。このうち、個人消費の実質GDP成長率への寄与度は、1998年の4.8%(うち、都市部3.2%、農村部1.6%)から2000年に5.8%(同3.4%、2.4%)に上昇した後、同年をピークに2005年には2.8%(同1.5%、1.3%)に低下した(図表1)。一方、固定資本形成の寄与度は1998年の3.1%から2005年には5.0%へ上昇し、経済成長のメインエンジンとなっている。また、GDPベース個人消費は、金額でみれば1998年の3.7兆元から2005年の7.1兆元<sup>2</sup>へ2倍弱に拡大したが、GDPに占める比率をみると、1998年の47%から2005年は38%に低下した<sup>3</sup>。同比率が35%から42%へ上昇した固定資産形成とは対照的である。

図表1：実質GDP成長率に対する個人消費の寄与度と寄与率



(注)1.1993年以降の都市・農村部の個人消費は発表されていないため、筆者が推算した数字を用いて算出した。

2. 寄与率=(寄与度/GDP成長率)×100%

(資料)「中国統計摘要2006年」中国統計出版社、2006年4月、CEIC DATAなどより作成。

<sup>1</sup> 中国政府は2005年12月20日に経済センサスの結果により、名目GDPを上方修正した。2006年1月9日に1993年以降の改定値も発表した。各需要項目の改定値がまだ発表されていないため、本稿は、上方修正額(2.3兆元)の93%が飲食業などサービス業によるものである(「国家統計局紹介2004年国民経済運行情況」国家統計局、2005年12月25日)ことを参考に改正後の個人消費額を推計した。

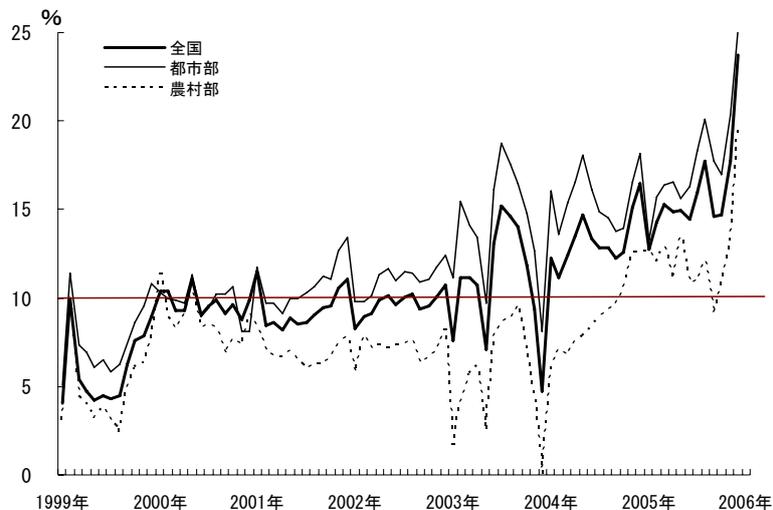
<sup>2</sup> 1998年の名目個人消費は「中国統計摘要」(2006年)より筆者が推算したものである。

<sup>3</sup> 米国(60~70%台)や日本(50%台)より低い水準にある。中国の同比率は2010年に58~63%、2020年に64~69%へ上昇していくという予測もある(「四大因素導致我国投資与消費率失衡」全景網、2004年9月8日)。

## (2) 都市部中心の消費拡大

経済成長のけん引役として期待されるほど力強くはないにしても、個人消費は1998年以降、都市部を中心に着実に拡大している。小売売上高(「社会消費財小売総額」)は、2005年に6.7兆元となり、1998年の2.3倍となった。月次ベースでみると(図表2)、小売売上高の実質伸び率は2000年から2004年まで前年同月比10%増前後で推移した後、2005年以降は伸び率が大きく上昇している。

図表 2：小売売上高の実質伸び率

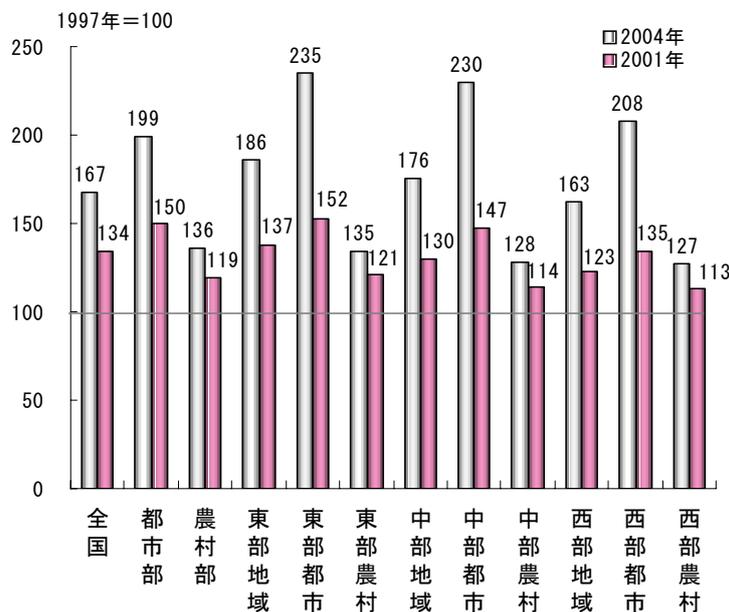


(注)季節調整済みの前年同月比実質伸び率(2006年3月末現在)。  
(資料)CEIC DATAより作成。

次に、1998年以降、内需拡大政策の下で個人消費がどの程度まで拡大したかを地域別にみよう。1997年のGDPベース個人消費額<sup>4</sup>を100とし、1998年から2004年にかけて地域別にその変化をみると(図表3)、2001年に全国平均では134となったが、そのうち、都市部は150、農村部は119となり、都市・農村間に31ポイントのギャップが見られた。さらに、東・中・西部地域別に变化をみると、東部地域は137(うち、都市部は152、農村部は121)、中部地域は130(同147、114)、西部地域は123(同135、113)となり、いずれの地域も都市部が農村部を上回って拡大し、東部都市と西部農村との間には39ポイントの最大格差が見られた。2004年には全国平均は167となり、そのうち、都市部は199、農村部は136である。都市・農村間のギャップは2001年時点から倍増し、63ポイントとなった。東・中・西部地域別にみると、東部地域は186(うち、都市部は235、農村部は135)、中部地域は176(同230、128)、西部地域は163(同208、127)となり、東部都市と西部農村との最大格差がさらに108ポイントまで拡大した。

<sup>4</sup> 上方修正後の地域別データがまだ発表されていないため、ここでは、修正前の統計データに基づいて算出した。

図表 3：地域別 1998 年以降の消費拡大



(注)GDP 需要項目の個人消費額を指数化したものであり、上方修正前の統計データをもとに作成した。

(資料)CEIC DATA より作成。

### (3) 消費格差と所得格差

消費格差の背後には地域間の所得格差がある。1998 年から 2004 年にかけて、都市部の 1 人当たり可処分所得は 5,854 元から 9,422 元 (約 1.61 倍) に、1 人当たり消費支出も 4,616 元から 7,182 元 (約 1.56 倍) に増加した。一方、農村部の 1 人当たり純収入<sup>5</sup>は 2,210 元から 2,936 元 (約 1.33 倍) に、1 人当たり生活消費支出は 1,577 元から 2,185 元 (約 1.39 倍) になったが、いずれも都市部より上昇幅が小さい。よって、都市・農村間の所得格差<sup>6</sup>は、1998 年の 2.6 倍から 2004 年の 3.2 倍に、消費格差<sup>7</sup>は 2.9 倍から 3.3 倍に拡大している。

東・中・西部地域別にみると、東部都市の 1 人当たり可処分所得は 7,146 元から 11,287 元 (約 1.6 倍) に、1 人当たり消費支出は 5,588 元から 8,479 元 (約 1.5 倍) になった。これに対し、西部農村の 1 人当たり純収入は 1,520 元から 2,072 元 (約 1.4 倍) に、1 人当たり生活消費支出は 1,159 元から 1,658 元 (約 1.4 倍) になり、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 倍に、最大消費格差は 4.8 倍から 5.1 倍に拡大した。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。

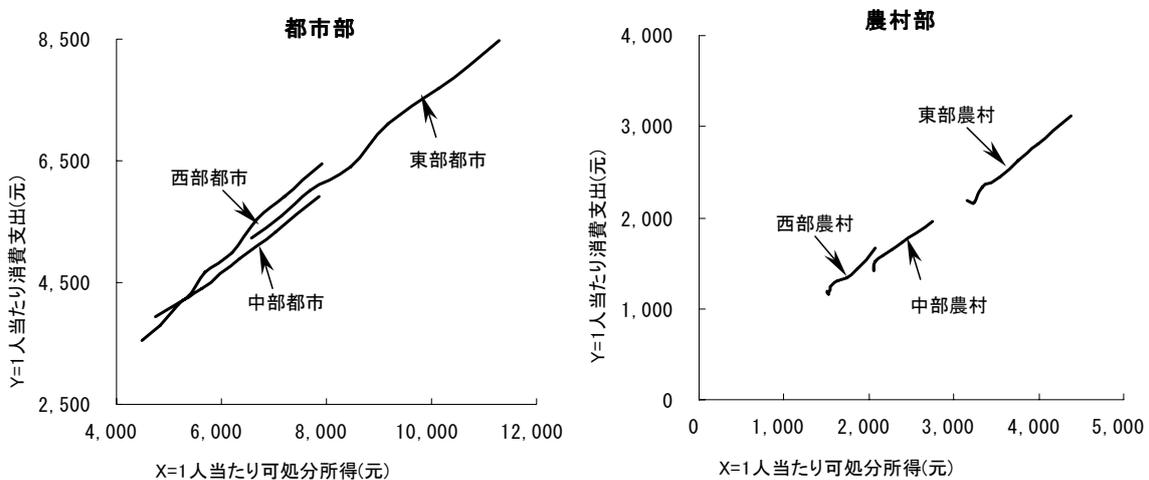
<sup>5</sup> 中国では、1 人当たり純収入が農村部家計の 1 人当たり可処分所得、1 人当たり生活消費支出が農村部家計の 1 人当たり消費支出と見なされている。

<sup>6</sup> 都市部 1 人当たり可処分所得 ÷ 農村部 1 人当たり純収入

<sup>7</sup> 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

消費関数理論によれば、家計の消費額を決定する最も重要な要因は可処分所得<sup>8</sup>である。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<sup>9</sup>で回帰してみると、**図表4**のような右上がり曲線が得られた。地域別の限界消費性向<sup>10</sup>(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見て取れる。また、1990年時点の同指標(都市部平均0.847、農村部平均0.852<sup>11</sup>)と比べ、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。

**図表4：地域別 1人当たり可処分所得と消費支出の関係**



(注)すべては1998年を起点とし、2004年を終点とする右上がり曲線である。

(資料)「中国統計年鑑」1998年～2005年より作成。

**図表4**からみてわかるように1人当たり消費支出の増額( $\Delta Y$ )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たのに対し、農村部では中・西部農村の消費拡大は、都市部に比べ緩慢な東部農村よりさらに一步遅れたペースで緩やかに進んでいる。

<sup>8</sup> 家計所得には、經常所得、信用によって借り入れた資金、過去の貯蓄などの金融資産や実物資産から得られた広義的な所得が含まれているが本稿では、經常所得のみを対象とする。

<sup>9</sup> 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。

<sup>10</sup> 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。ちなみに、アメリカ全体としての限界消費性向は約0.9である(Joseph E. Stiglitz “Macroeconomics”(1997))

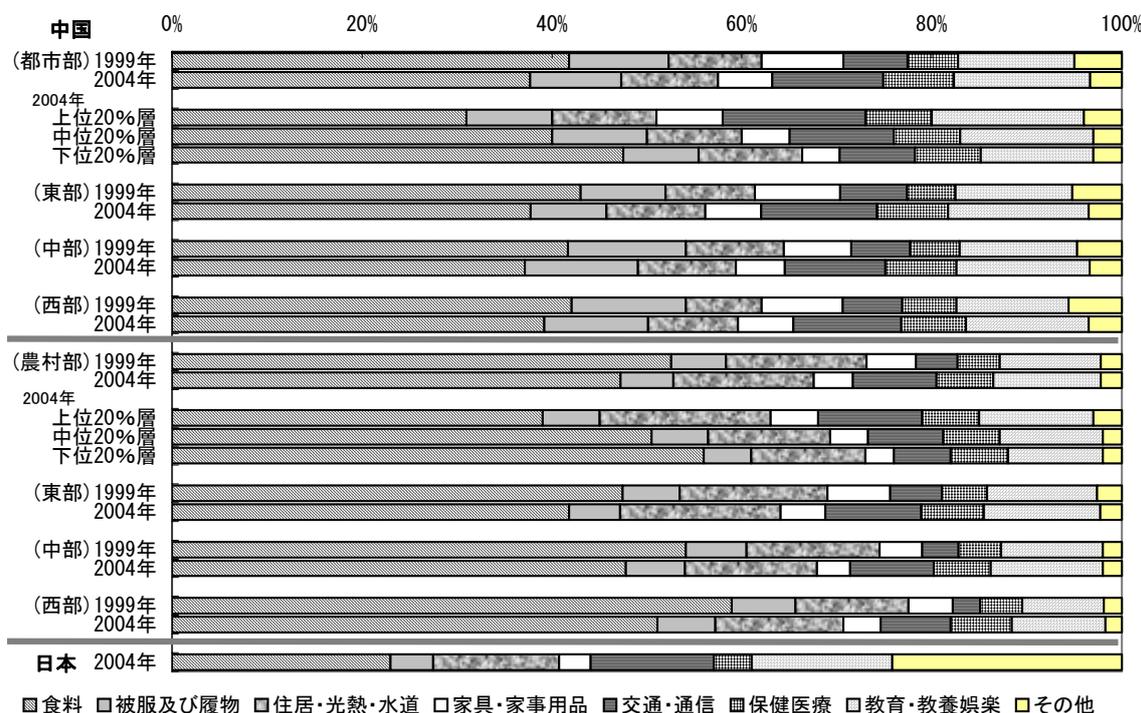
<sup>11</sup> 「四大因素導致我国投資与消費率失衡」全景網、2004年9月8日。

### 3. 消費パターン

#### (1) 消費パターンの変化

1 人当たり消費支出を 8 つの費目(①食料、②被服および履物、③住居・光熱・水道、④家具・家事用品、⑤交通・通信、⑥保健・医療、⑦教育・教養娯楽、⑧その他)に分類し、1998 年以降の消費パターン(消費支出額に占める各費目の割合)に生じた変化をみてみよう(図表 5)。

図表 5：地域・階層別 消費パターンの変化(1999 年と 2004 年)



(注)中国では、香港などを除く 31 の省・自治区・直轄市がある。その省・自治区・直轄市がさらに東部(12 行政区画)、中部地域(9 行政区画)、西部地域(10 行政区画)に分けられている。人口の割合は 2004 年に都市部 41.8%、農村部 58.2%となり、また、東部 42%、中部 35%、西部 23%となっている。  
(資料)「中国統計年鑑」2000 年～2005 年、CEIC DATA より作成。

1999 年から 2004 年にかけて、1 人当たり消費支出に占める食料の割合(以下、エンゲル係数)は、都市部は 41.9%から 37.7%に、農村部は 52.6%から 47.2%にいずれも低下を辿った。所得階層別にみると、2004 年に最も豊かな階層(都市部所得上位 20%層)の同係数は 31.4%に低下したのに対し、最も貧しい階層(農村部所得下位 20%層)は 55.6%に高止まっている。

エンゲル係数と同様に 1 人当たり消費支出に占める割合の低下が進行しているのは、「被服および履物」と耐久消費財への支出などを含む「家具・家事用品」の両費目である。「被服および履物」の同割合は都市部が 10.5%から 9.6%、農村部が 5.8%から 5.5%に小幅ながら低下した。「家具・家事用品」の同割合は都市部が 8.6%から 5.7%、農村部が 5.2%から 4.1%

にいずれも顕著な低下が見られた。食料と同様に基本消費財とされる「被服および履物」の割合の低下は、主に所得向上によるものと思われるが、「家具・家事用品」の割合の低下は①都市部における耐久消費財の取得が一巡したこと、②農村部における販売ネットワークが不十分であること、③医療や教育サービスの値上がりなどを背景に、都市・農村部低所得者層の耐久消費財を取得する能力や買い替え能力が弱まったこと、などが原因として考えられる。

一方、消費支出に占める割合が上昇しているのは「交通・通信」、「保健・医療」、「教育・教養娯楽」の3費目である。1999年から2004年にかけて1人当たり消費支出に占める「交通・通信」の割合は、都市部が6.8%から11.7%、農村部が4.4%から8.8%にいずれも倍増した。また、「保健・医療」の同割合は都市部が5.3%から7.4%、農村部が4.4%から6.0%に、「教育・教養娯楽」の同割合は、都市部が12.3%から14.4%、農村部が10.7%から11.3%に上昇が続いている。

住宅関連支出を含む「住居<sup>12</sup>・光熱・水道」の同割合は同期間に都市部が9.8%から10.2%に小幅ながら上昇した<sup>13</sup>。また、農村部は都市部より高い水準(14.8%)にあるが、顕著な上昇は見られない。都市部の同割合上昇の背後には、1998年以降の住宅制度改革<sup>14</sup>がある。政府のマイホーム促進策の下で、①都市部家計は居住環境の改善<sup>15</sup>に伴い、光熱・水道など住宅関連支出が大幅に増加したこと、②ほとんどの新築住宅が購入後改築や内装工事が必要とされるため<sup>16</sup>、工事費などの支出も増加していること、などが原因として考えられる。一方、農村部家計は財政補助を受けてマイホームを取得できる都市部家計と違って、住宅制度改革による影響はほとんどない<sup>17</sup>。

## (2) 現時点の特徴

2004年末現在、最も豊かな階層(都市部所得上位20%)のエンゲル係数は日本の高度成長期並みのレベル(30%台)<sup>18</sup>まで低下してきたが、2004年の日本(23%)と比べ、まだ高いレベルにある。しかし、「交通・通信」、「保健・医療」、「教育・教養娯楽」といった3費目の

<sup>12</sup> 住居費とは家賃と建築用材料である。家賃は持ち家の帰属家賃を含まない。建築用材料は内装工事費や住宅改装費がある。家計調査において住宅購入費は消費支出から除かれている。

<sup>13</sup> 1994年時点では6.8%である(「中国統計年鑑」(1995))。

<sup>14</sup> 「住宅制度改革」は、主に、①国有企業などが賃貸住宅(福祉住宅)を低家賃で提供する制度を廃止し、代わりに住宅補助金を支給する、②福祉住宅の家賃は住宅建設コストおよびリフォーム費用に見合うレベルまで引き上げる、③既存の福祉住宅の払い下げを推進する、④住宅金融制度を整備し、個人のマイホーム取得を促進する、などを軸に推進されている(劉家敏「急成長を見せた中国都市部の住宅投資」国際金融、2003年2月1日)。

<sup>15</sup> 都市部1人当たり居住面積(建築面積であり、専有面積はその7割に相当する)は1998年の18.7m<sup>2</sup>から2004年には25m<sup>2</sup>に約34%増となった。

<sup>16</sup> 上海などの地方政府は2003年から新築物件の100%を内装済みの物件(「全裝修房」とする方針を示したが、2004年はかなりの新築物件が取得者の好みに合わせて内装工事が行われた。

<sup>17</sup> 農村部家計は100%自己資金で自宅を建てなければならない。

<sup>18</sup> 日本のエンゲル係数は1953年の45.0%から1971年の31.4%に低下した(森美奈子「中国都市部における消費パターン」、環太平洋ビジネス情報、2005年Vol.5)。

割合(合計)は、都市部が 33.5%(都市部所得上位 20%層が 38.1%)、農村部が 26.1%(農村部所得下位 20%層が 21.5%)となり、いずれも日本の高度成長期<sup>19</sup> (12%から 20%へ)を上回る水準に達している。特に、都市部家計の同割合はすでに日本の現状(2004 年、32%)を超えている。

地域別に 3 費目の割合変化をみると(図表 6)、「交通・通信」<sup>20</sup>の同割合は 2004 年に都市部 11.7%(東部 12.2%、中部 10.5%、西部 11.3%)、農村部 8.8%(同 10.1%、8.8%、7.4%)となり、日本の同指標(高度成長期は 1.8%から 5.9%へ、2004 年現在、13.0%)と比べ、東部都市に限らず、中・西部都市もかなり高い水準に達している。それらの割合上昇は、主に通信費の支出増によるものであると思われる。通信技術の近代化により、携帯電話やインターネットなどは先進国のみならず、発展途上にある中国においても一部家計の日常生活に欠かせないものとなっている<sup>21</sup>。「保健・医療」の割合も 2004 年に都市部 7.4%(同 7.5%、7.5%、6.8%)、農村部 6.0%(同 6.6%、6.0%、6.4%)となり、すでに日本の高度成長期(2.2%から 2.6%へ)<sup>22</sup>の水準を超え、2004 年の同指標(4.0%)をも上回っている。また、「教育・教養娯楽」の同割合は 2004 年に都市部 14.4%(同 14.8%、14.0%、12.9%)、農村部 11.3%(同 12.2%、11.8%、9.9%)であった。日本の同割合が高度成長期に 8.1%から 11.9%へ 18 年間で 4 ポイントしか上昇しておらず、2004 年現在でも 14.8%であることを考えると、中低所得者層にとって教育費はすでに家計の重荷となっている。

家計部門の消費パターンは、所得の向上に伴い、「モノ」の割合低下と「サービス」の割合上昇(いわゆる、消費のサービス化)が同時に進行していくことが知られている。しかし、1 人当たり可処分所得が最上位 20%の所得階層でも 3,000 米ドル弱(2005 年末現在、1 米ドル=8.1 元)と低い中国のサービス消費割合が、現状の日本を上回るほど高いことは、その背景にある中国固有の事情があることを窺わせる。

<sup>19</sup> 日本の高度成長期は 1953 年から 1971 年までの期間を指す(森美奈子(2005 年)、CEIC DATAより)。

<sup>20</sup> 2004 年に都市部家計の「交通・通信」支出の約 54%が通信費支出である。

<sup>21</sup> 中国の携帯電話の人口普及率は 2002 年から住宅用固定電話の同普及率を超え、2005 年末現在、30%に達している。もっとも、北京では同普及率が先進国並みの 98%に達したのに対し、貴州省では 13%に止まっている。

<sup>22</sup> 森美奈子(2005 年)、CEIC DATAより。

図表 6：1人当たり消費支出に占める3費目の割合変化

(%)

項目	交通・通信		保健・医療		教育教養・娯楽	
	1999年	2004年	1999年	2004年	1999年	2004年
都市部平均	6.7	11.7	5.3	7.4	12.3	14.4
東部都市	7.0	12.2	5.1	7.5	12.3	14.8
最 高	10.8	16.4	7.1	9.7	15.2	17.4
最 低	4.9	8.9	3.1	5.8	8.8	11.7
中部都市	6.3	10.5	5.2	7.5	12.4	14.0
最 高	7.2	12.8	8.0	9.7	14.5	15.9
最 低	5.5	9.5	3.1	5.0	9.7	10.9
西部都市	6.3	11.3	5.7	6.8	11.8	12.9
最 高	7.4	14.2	8.9	9.1	13.4	16.5
最 低	5.3	9.4	3.9	3.8	7.0	7.4
農村部平均	4.4	8.8	4.4	6.0	10.7	11.3
東部農村	5.4	10.1	4.8	6.6	11.6	12.2
最 高	7.1	11.4	7.3	11.0	15.0	16.1
最 低	2.0	7.3	2.3	4.3	10.2	9.3
中部農村	3.8	8.8	4.5	6.0	10.7	11.8
最 高	4.6	11.6	6.2	8.2	13.5	14.4
最 低	2.9	7.1	3.3	5.0	8.3	10.1
西部農村	2.9	7.4	4.4	6.4	8.6	9.9
最 高	4.6	10.5	5.7	9.7	14.7	16.0
最 低	1.3	5.4	2.2	2.0	1.0	2.6

(注)網かけ部分は当該費目の年度最高(最低)省・自治区の割合である。

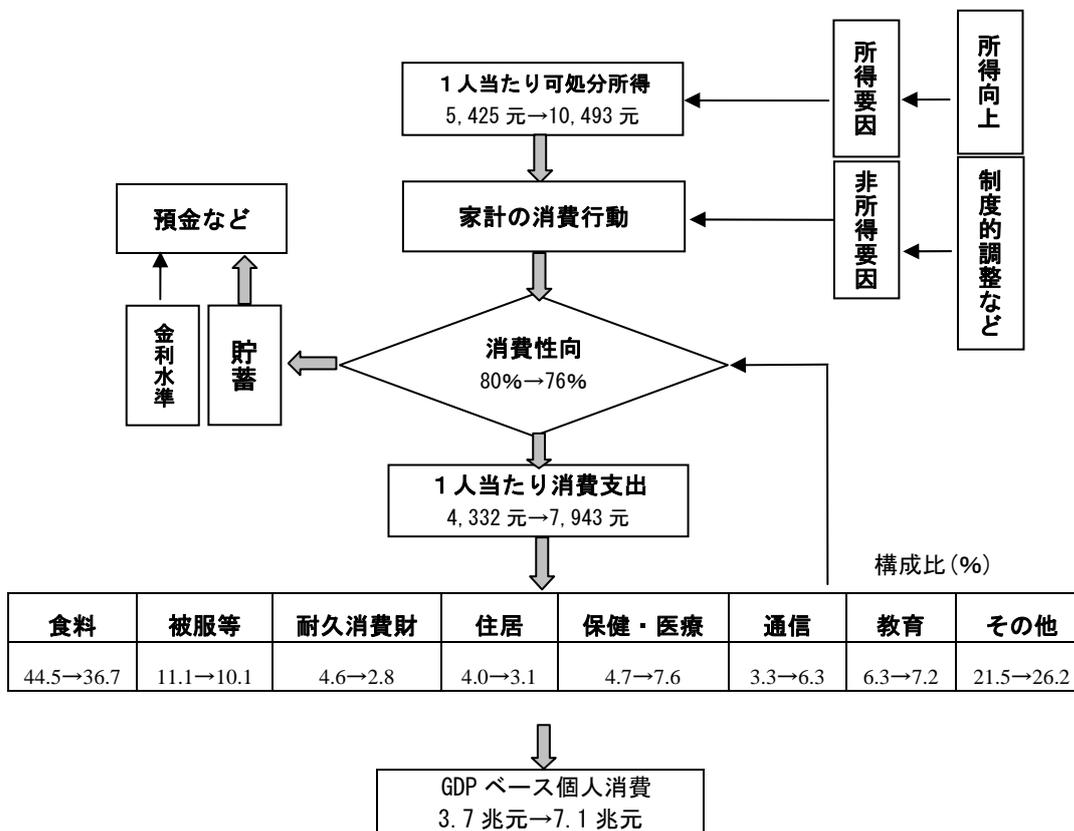
(資料)「中国統計年鑑」2000～2005年、CEIC DATA などより作成。

#### 4. 個人消費に影響する要因

家計の消費支出に影響する要因として、家計の可処分所得や消費対象となる財・サービスの価格が挙げられるが、それに加え、①マズローの5大欲求<sup>23</sup>に基づく消費のステージアップ効果、②消費生活における新たな製品やサービスの定着、③世帯構成員数の変化、など消費性向に影響する非所得要因も存在する。

図表7は、都市部家計の消費支出に影響する要因を図示したものである。1998年から2005年にかけて、都市部家計の1人当たり可処分所得は5,425元から10,493元に約1.93倍増加したが、消費支出に向けられた割合(平均消費性向)が80%から76%に低下したため、1人当たり消費支出の伸びは1.83倍(4,332元から7,943元へ)と可処分所得の伸びを下回っている。

図表7：都市部家計の消費支出に見られた変化(1998年と2005年)



(注)1.すべての数字は1994年から2005年への変化を示すものである。  
 2.「その他」には、耐久消費財以外の家事用品、光熱・水道、交通、教養娯楽などが含まれる。  
 3.消費性向は平均消費性向(可処分所得に占める消費支出の割合)を指す。  
 4.「住居」には光熱・水道費が含まれていない。  
 (資料)「中国統計年鑑」(2000～2005年)などより作成。

<sup>23</sup> アメリカの心理学者であるマズローは「生存」、「安全」、「所属」、「承認」、「自己重視」が人類の5大欲求とした。各段階の欲求に応じて消費水準もステージアップされていく(水谷允一など(1996年))。

1人当たり消費支出は、予算制約の下で、獲得・消費すべき財の組み合わせに向けられる。支出可能な所得(予算)と消費される財・サービスの価格が与えられれば、一定の好みを持った家計は各種の財・サービスに支出を配分することになる。前述のように、都市部家計の消費行動は、同期間に「食料」、「被服等」、「耐久消費財」、「住居」といった「モノ」の費目への支出割合が低下した一方で、「保健・医療」、「通信」、「教育」を中心とするサービス関連費目への支出割合は、合計で約47%にまで上昇し続けている。ちなみに、70年代の日本は、1人当たり消費支出に占めるサービス関連支出の割合は、合計で3割弱であった<sup>24</sup>。「保健・医療」や「教育」への支出増は他の費目への支出減をもたらすだけでなく、予備的な動機による貯蓄増(消費性向の低下)につながる可能性もある。

地域別に中国の平均消費性向をみると(図表8)、都市部全体では<sup>25</sup>、1992年の82%から2004年には76%に6ポイント低下したが、東・中部都市は全体を上回るスピードで低下が進んでいる。農村部全体では同期間に84%から74%に都市部全体より期間中の下げ幅が大きい。2000年以降は下げ止まっている。一方、所得水準が比較的低い西部地域は都市・農村部を問わず高止まり状況が続いている。

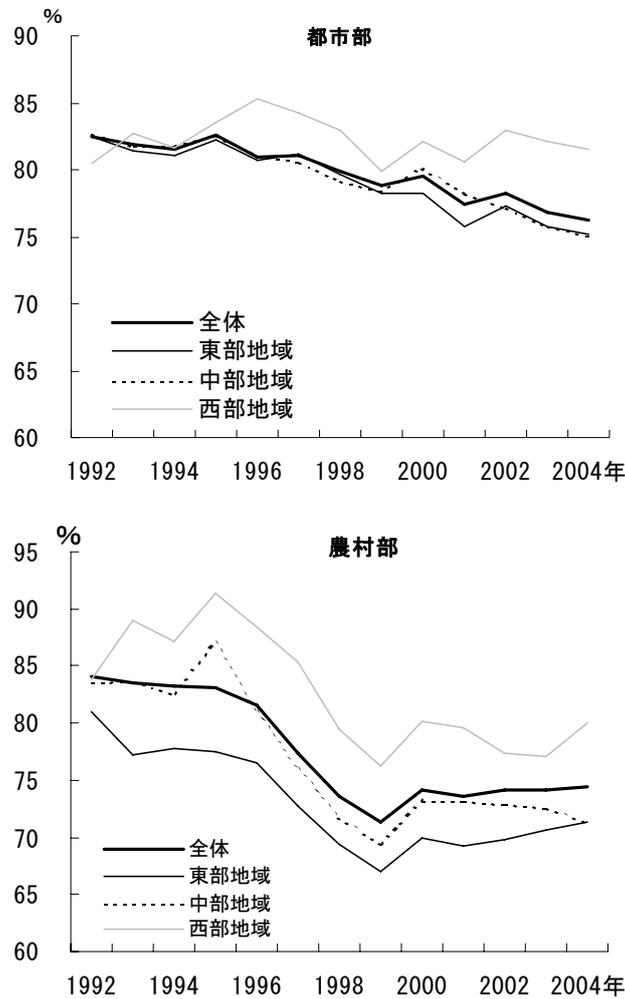
都市部を中心とする消費性向の低下は、市場経済への移行過程における制度的な改革によってもたらされた面もある。2002年7月に実施された家計調査では、貯蓄を増やす主な理由として、①医療サービスの自己負担増(被調査対象の38%)、②収入への不安やレイオフの恐れ(同28%)、③教育サービスの値上がり(同20%)、④居住コストの上昇(同10%)、が挙げられた。2005年末に実施された同調査でも、①「子供の教育」、②「老後生活」、③「マイホーム取得」、が主な貯蓄動機として挙げられている<sup>26</sup>。社会保障制度、教育制度、住宅制度など社会制度面の不全が、消費拡大を妨げる要因になっている可能性がある。以下では、市場経済へ移行するために避けては通れない社会保障制度、雇用制度、教育制度、住宅制度などの諸制度改革が、個人消費にどのように影響してきたかを説明する。また、IT(情報技術)などの技術革新や人口動態が消費に与える影響も検討する。予め大雑把に整理すれば、制度要因は消費にマイナス、技術・人口要因はプラスに、各々作用してきたといえることができる。

<sup>24</sup> 中村隆英(1993年)。

<sup>25</sup> 改革・開放初期の81年代には0.91であった(「城鎮居民消費傾向為何下降」中経網、1999年5月4日)。

<sup>26</sup> 中国社会科学院が発表した「2005年社会ブルーブック」の数字である(「存款増多的中国人為何越来越不敢花钱」2006年1月)。

図表 8：地域別 平均消費性向の推移



(注)平均消費性向=1人当たり消費支出÷1人当たり可処分所得。  
 (資料)CEIC DATA などより作成。

(1) マイナス要因

a. 社会保障制度

中国の社会保障制度には、年金保険、医療保険、失業保険、労災保険、(女性の)出産保険などが含まれる。1997年に国連と合意した「経済社会と文化権利に関する公約」は2001年7月に正式に発効したが<sup>27</sup>、2006年3月現在、全国民向けの社会保障制度は整備途上の段階にある。労働および社会保障部が発表したりポート<sup>28</sup>によれば、2004年末に年金保険の加入者は2.2億人に達し、1998年の1.3倍となった(図表9)。地域別にみると、都市部の同加入者は1.64億人(1.9倍)に達したのに対し、農村部(農村年金)の加入者は0.54億人とな

<sup>27</sup> 当該公約の加入国は全国民を対象に社会保障を提供する義務が付けられている(「戸籍改革：衝撃全国13億人」全景網、2002年1月8日)。

<sup>28</sup> 「労働および社会保障事業の発展に関する統計報告」、労働および社会保障部、2005年12月14日。

り、1998年から約2,600万人減った。農村部における人口移動が激しいことや、年金基金に対する監督・管理が不十分であることなどが原因として挙げられる。一方、都市部住民を対象とする医療保険の加入者は、1998年の510万人から2004年には1.24億人に約24倍となり、失業保険、労災保険などの加入者も同期間に約2倍増加した。しかし、年金保険加入率は都市部人口の30%、農村部人口の7%、医療保険加入率は都市部人口の23%、労働者人口の16%に過ぎず<sup>29</sup>、いずれも極めて低い水準にある。

図表 9：社会保険加入者の推移

形態	1998年(a)	2004年(b)	b/a
年金保険(万人)	16,501	21,737	1.3
都市部	8,476	16,353	1.9
農村部	8,025	5,384	0.7
医療保険(万人)	510	12,404	24.3
在職者	402	9,045	22.5
定年者	108	3,359	31.1
失業保険(万人)	7,928	10,584	1.3
労災保険(万人)	3,781	6,845	1.8
出産保険(万人)	2,777	4,384	1.6

(注)1.新制度へ移行した後の加入者数である。

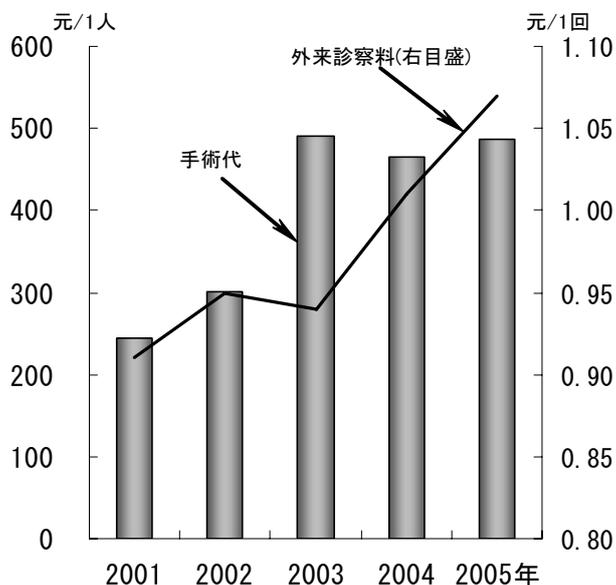
2.農村部の年金保険(農村年金)は都市部と異なるシステムで運営されている。

(資料)「労働および社会保障事業発展統計公報」(1998年、2004年)、労働および社会保障部、2005年12月14日より作成。

社会保障制度改革が推進されている中で、医療費の上昇も進んでいる。2001年から2005年にかけて、1回当たり外来診察料は約18%値上がりし、患者1人当たりの手術代も約2倍となった(図表10)。その背後には、①参入規制や医療施設の投資不足により医療サービスの供給不足が続いている、②収益志向の医療機関が増えている、などが挙げられる。医療保険の加入率の低さや医療負担の増加などを背景に、家計部門の1人当たり消費支出に占める「保健・医療」支出の割合が上昇し続けている。その割合上昇は、他の費目への支出増を抑制するだけでなく、消費性向の低下にも影響を及ぼしたと考えられる。

<sup>29</sup> 2005年3月現在、都市部住民の44.8%、農村部住民の71.9%が医療保険制度に加入していない(「緩解“看病貴”明年将有一系列新举措」工人日報、2005年12月15日)。

図表 10：医療サービスの価格推移



(資料)CEIC DATA より作成。

## b. 雇用制度

中国の雇用制度は改革・開放を契機に、政府が労働力を企業に配分するような雇用制度(「固定工制度」)から、企業が自主的に人員採用・解雇ができる制度へ移行してきた。

旧雇用制度は、労働意欲の不足や労働効率の減退が問題視されたため 1985 年に見直され、1997 年には完全に廃止された。これと併行して 1986 年に国有企業をはじめ、企業部門に「労働契約制度」が導入され始めた。1994 年 7 月に実施された労働法の第 16 条～35 条によれば、「労働契約制度」は、労働者の採用に当たって契約期間、業務内容、労働条件、労働規律などを明記した労働契約を締結することを企業に義務付ける制度である。同制度の下で、企業は自主的に労働者を募集・採用することができる。また、労働者は、自己の適性、希望に合った就職先を選択することも可能となった。

雇用制度改革により、労働者の職探しはかなり自由化されたが、失業のリスクも高くなった。都市部登録失業者数は 1984 年の 236 万人から 2004 年には約 3.5 倍の 827 万人になり、上昇傾向にある<sup>30</sup>(図表 11)。国有企業改革も企業内余剰労働力の解消を通じて、登録失業者数を押し上げてきた。余剰労働力のレイオフ<sup>31</sup>により、国有企業の就業者は 1995 年の 1.13 億人から 2004 年には 0.67 億人に減少し、都市部雇用者数に占める割合も 71%か

<sup>30</sup> 2005 年の大卒の就職率は同年卒業生の約 83%である(「中国版フリーター“漂族”大量発生」週刊東洋経済、2006 年 1 月 28 日)。

<sup>31</sup> 1997 年末時点で約 1,200 万人の労働者が国有企業からレイオフされ、そのうち、約 600 万人が事実上の失業者となった(「中国就業 55 年改革、発展和輝煌成就」労働和社会保障部労働科学研究所、2004 年 9 月)。レイオフ者の多くは、職業訓練に不利な状況にある 40～50 代の労働者であったため、最終的に失業者となる可能性が高い。

ら25%に大幅に低下した。しかし、レイオフ者の多くは再就職の可能性が低い中高齢労働者であるため、対象となった世帯の減収は避けられなかった。前述のように「収入への不安」や「レイオフの恐れ」が主な貯蓄動機として挙げられた背後にはこうした事情がある。一方、大量の余剰労働力を抱えている農村部から都市部への労働力の流出は続いている。都市部での職探しは新雇用制度により緩和されてきたが、低賃金かつ短期間の仕事にしか就けない都市部流入者にとって安定した収入は望めない。

図表 11：都市部の雇用状況(1992年～2004年)

項目	1992年	1998年	2004年
総就業者数(億人)	1.6	2.1	2.6
うち、国有企業の就業者	1.1	0.9	0.7
新規就業者数(万人)	736	471	980
登録失業者数(万人)	360	571	827
登録失業率(%)	2.3	3.1	4.2
レイオフ者数(万人、年末)	n. a.	892	153
再就業したレイオフ者数(万人)	n. a.	259	510

(注)1992年の登録失業数は同年の「待業者」の数字である。

(資料)「労働和社会保障事業発展年度統計公報(1992-2004年)」中国労働和社会保障部、「中国統計年鑑」などより作成。

### c. 教育制度

中国は1998年を境に、「物不足」経済から「物余り」経済に転じている。これをきっかけに中国政府は「何を生産するか」ではなく「だれが消費するか」を重視するという政策転換に踏み切った。デフレ経済からの脱却を図るために、政府は98年に内需拡大政策を打ち出したが、これを契機に教育サービスが潜在的な需要が大きい内需として注目を集めるようになった。

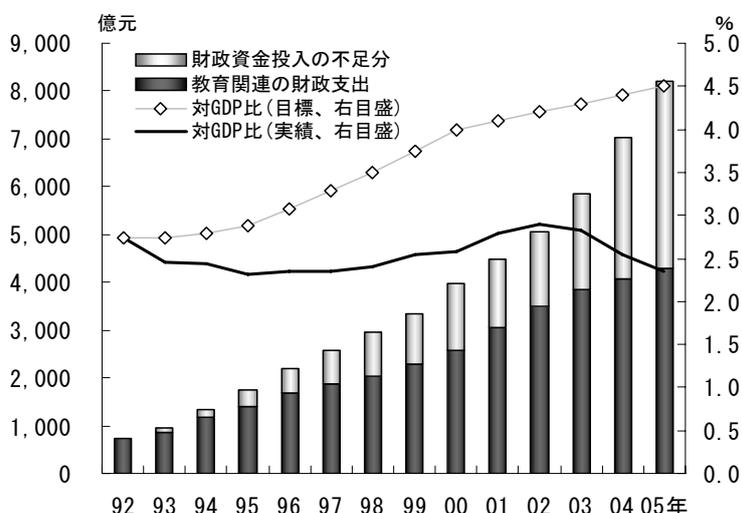
中国では、教育への財政支出は、92年の729億元から2005年には約6倍の4,300億元に達したが、その対GDP比は2.7%から2.4%にむしろ低下している<sup>32</sup>(図表12)。これは世界平均(1998年4.8%)を下回り、低所得国と比べても低い水準である<sup>33</sup>。1993年発表の「中国における教育改革と発展要綱」には、2000年に同指標を4%に引き上げることを目指したが、2005年現在でもそれに及ばない状態が続いている<sup>34</sup>。

<sup>32</sup> 修正後のGDPで算出した。

<sup>33</sup> そのうち、高所得国は5.7%(米国は7%)、中所得国は4.9%、低所得国は4.0%となっている(世界銀行が発表した数字、「我国高校收費改革該向誰看齐」『小康』2005年3月)。

<sup>34</sup> 北京大学の研究によれば、全国の教育費支出額は2005年の0.78兆元(GDPの4.3%)から2010年に1.23兆元(GDPの6.8%)、2020年には3.13兆元(GDPの8.6%)に達すると見込まれ、それに応じて教育への財政支出は2005年の0.45兆元(GDPの2.4%)から2010年の0.82兆元(GDPの4.5%)、2020年にはさらに1.85兆元(GDPの5.1%)へ引き上げる必要がある。

図表 12：教育関連財政支出とその対 GDP 比



(注)1.2004 年以降は予測値である。

2.1993 年に中国政府は教育への財政支出を 2000 年までに GDP の 4%に引き上げると公表した(「中国教育改革和发展綱要」国務院、1993 年 2 月 13 日)。

(資料)「我国高校收費改革該向誰看齐」『小康』2005 年 3 月、CEIC DATA などより作成した。

当時、1 人っ子政策の下で子供を大学に行かせる親の意欲が高まっており、大学教育に対する潜在的な需要が大きいと見込んだ政府系シンクタンクの研究者は、家計部門の 1 人当たり教育支出が低いことや預金残高が高いことなどを根拠に、1998 年に「教育の産業化」を提案した。「教育の産業化」とは、教育への財政投入の不足分を民間資金で補い、需給によってサービスの価格(授業料など)を決めることである。その提案をベースに中国政府は、1999 年に大学の入学募集枠を拡大する方向に一步踏み出した。その結果、1998 年から 2004 年にかけて、大学数は 1,022 校から 1,731 校に約 69%増加した。そのうち、総合大学は 72 校から 351 校に、理科系大学は 271 校から 617 校に、いずれも急増を見せた<sup>35</sup>。2004 年における大学の入学募集枠は 1998 年の 4 倍に相当する 447 万人に上り、大学院<sup>36</sup>の入学募集枠も 5 倍に相当する 33 万人となった。

大学の在学者数が急増したため、各大学が運営経費の不足に陥り、授業料が引き上げられた。それにより、80 年代には無料であった大学の授業料は 90 年代半ばになると、年間 200 元に、2004 年にはさらに年間 3,570 元<sup>37</sup>に上り、それに学生寮の利用料金や食事代などを加えると、現在では年間 1 万元以上の支出を要するといわれている。2004 年の 1 人当たり年間可処分所得が都市部 9,422 元、農村部 2,936 元であることを考えると、授業料が

<sup>35</sup> ここでの大学は 4 年制の総合大学と 3 年制の専修大学を指す。

<sup>36</sup> 修士課程や博士課程を含む。

<sup>37</sup> 2005 年末現在、5,000 元台に上昇してきた(「85.3%公衆感覚生活負担比 10 年前更重」中国青年報、2006 年 3 月 20 日)。

いかに高いかがわかる。中低所得者層は、不急不要な消費需要の抑制・節約により経常支出を減らし、教育費支出に備えている。中国社会科学院が発表した「2005年社会ブルーブック」によれば、子供の教育費は家計の最優先消費費目となっている。

中国国内の代表的な市場調査機関である零点調査および指標データネット<sup>38</sup>は、2006年2月に「2005年中国家計の生活指数に関するレポート」<sup>39</sup>を発表した。同レポートによると、2004年10月から2005年10月にかけて、在学中の子供を持つ世帯の消費支出に占める教育費支出の割合は、大都市25.9%、中小都市23.3%、農村部32.6%となっている。教育費支出は、低所得者層にある農村部家計にとって重荷となっている。

#### d. 住宅制度

1998年から本格的に始まった都市部住宅制度改革も、個人消費に影響する重要なファクターである。都市部住宅制度改革は、国有企業改革を背景に、政府が都市住民の住宅を計画経済時代の国有企業所有の福祉住宅（低家賃の賃貸住宅）から市場経済時代に見合う「私的財産」（マイホーム）へ転換させ、住宅投資を民間需要の一部として育成・拡大していくことである。この改革の下で、①国有企業などが賃貸住宅（福祉住宅）を低家賃で提供する制度を廃止し、代わりに住宅補助金を支給する、②福祉住宅の家賃は住宅建設コストおよびリフォーム費用に見合うレベルまで引き上げる、③既存の福祉住宅の払い下げを推進する、④住宅金融制度を整備し、個人のマイホーム取得を促進する、などが推進されてきた。

住宅制度改革により、都市部家計の①居住環境の改善による耐久消費財の新規需要、②転居による耐久消費財の買い替え需要、などの喚起が期待されている。一方で、マイホーム取得を目指す家計は当期消費を抑える可能性もある。

経常所得に制約がある場合、マイホームを取得するために家計部門は、①預金を増やすこと、②住宅ローンを組むこと、によってマイホームを手に入れることができる。「新築物件価格÷世帯当たり年間可処分所得」で家計部門の住宅取得能力をみると、都市部全体では、2004年に9.1倍と高まっており、中低所得者層にとってマイホームは手に届かない高額な資産となっている。

もっとも、90年代後半からは、住宅ローンを中心とする消費者ローンの利用が可能となった。消費者ローンの残高は2004年末現在、約2兆元となり、1997年(172億元)から急増した。その8割を占める住宅ローンの残高は、1997年の131億元から2004年には1.6兆元に増加し、全金融機関貸出残高の9%に達している。消費者ローン残高の急増により、世帯負債率(世帯当たり平均消費者ローン残高÷世帯当たり年間可処分所得×100%)は

<sup>38</sup> <http://www.horizonkey.com/>.

<sup>39</sup> 2005年10月に北京、上海など8都市、浙江省や福建省など7省にある中小都市および周辺の農村地域を対象に行われたアンケート調査の結果である。有効なサンプル数は4,128である(「調査顯示教育花費成為城鄉居民致貧首因」中国青年報、2006年2月7日)。

2004 年末現在、北京が 88%、上海が 82%となり、内陸部の重慶と比べると、かなり高い水準に達している(図表 13)。今後、①マイホームを取得しようとする世帯は貯蓄を増やすこと、②住宅ローンを利用してマイホームを取得した世帯は住宅ローンの返済を最優先すること、が予想され、いずれも当期消費を抑制する要因となろう。

図表 13：2004 年における主要都市の家計負債率

	北京	上海	重慶
世帯当たり可処分所得(元)	45,975	56,494	27,639
世帯当たり消費者ローンの残高(元)	40,526	46,488	3,331
家計負債率(%)	88	82	12

(注)1.家計負債率=(世帯当たり消費者ローンの平均残高÷世帯当たり年間可処分所得)×100%  
世帯当たり年間可処分所得などは世帯構成員数で算出した。

2.2004 年の世帯構成員数は北京 2.94 人、上海 3.03 人、重慶 3.00 人である。

(資料)「2004 年北京市金融運行報告」「2004 年上海市金融運行報告」「2004 年重慶市金融運行報告」  
中国人民銀行、CEIC DATA などより作成。

## (2) プラス要因

前述のように、消費拡大を阻害する制度的な要因が存在しており、それらを取り除くことは個人消費の本格的な拡大のカギとなっている。一方、①通信技術の進歩に伴う携帯電話やインターネットの普及(技術的な要因)、②70 年代後半から実施されてきた 1 人っ子政策の影響および経済発展に伴う都市化の進行(人口的な要因)、など消費拡大に寄与する要因もある。以下では、それらの要因による消費拡大効果を説明してみよう。

### a. 技術的な要因

家計部門の消費生活における新たな製品やサービスの定着も、消費拡大に寄与する要因として考えられる。現時点で消費に働く「技術的な要因」として挙げられるのは、通信技術の進歩に伴う携帯電話やインターネットの普及である。

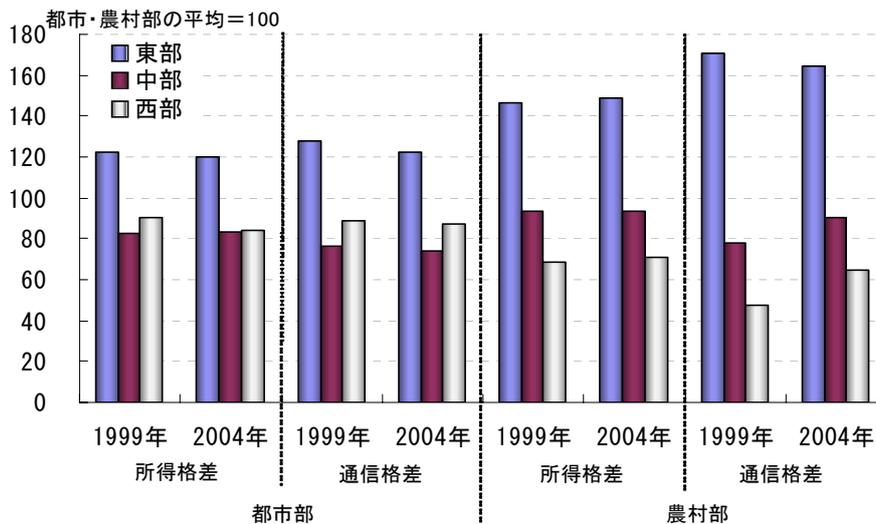
2005 年末現在、中国の携帯電話加入数は 3 億 9,343 万件と世界第 1 位(世界総加入数の 19%、図表 14)、インターネットのユーザー数は 1 億 1,100 万人と米国に次ぐ世界第 2 位(世界総ユーザー数の 9%)となり、いずれも驚異的な成長を見せている。携帯電話やインターネットの普及を背景に、地域間の通信格差は縮小傾向にある。都市部(農村部)全体の 1 人当たり可処分所得や 1 人当たり通信費支出を 100 とし、東・中・西部地域の平均値を指数化し、所得格差と通信格差の推移を比較してみると(図表 15)、1999 年から 2004 年にかけて都市・農村部を問わずに所得格差が拡大したのに対し、通信格差はむしろ縮小した。通信格差の縮小が消費拡大にどのように寄与するかを携帯電話やインターネットの普及からみてもみよう。

図表 14：携帯電話加入数の世界ランキング(2005年)

順位	国名	加入数(億件)	構成比(%)
1	中国	3.93	19.0
2	米国	2.02	9.8
3	ロシア	1.15	5.6
4	日本	0.95	4.6
5	ブラジル	0.86	4.2
6	インド	0.79	3.8
7	ドイツ	0.73	3.5
8	イタリア	0.59	2.9
9	イギリス	0.58	2.8
10	フランス	0.47	2.3
-	その他の国	8.58	41.5
-	世界全体	20.65	100.0

(資料) Computer Industry Almanac (CIA)、CEIC DATA などより作成。

図表 15：都市・農村間の所得格差と通信格差(1999年と2004年)



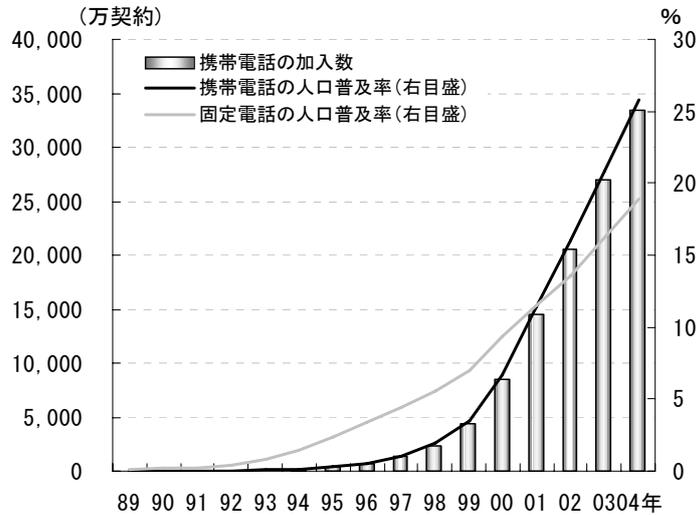
(注)都市部は1人当たり年間可処分所得、1人当たり年間交通・通信費支出、農村部は1人当たり年間純収入、1人当たり年間交通・通信費支出を指数化したもの。

(資料)CEIC DATA より作成。

(a) 携帯電話の普及

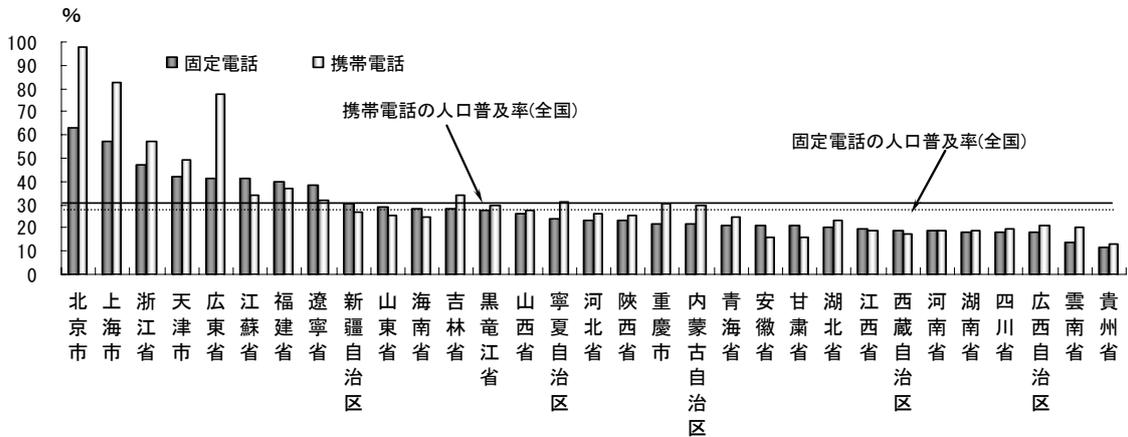
中国の携帯電話の人口普及率は、2002年以降住宅用固定電話の同普及率を超え(図表 16)、2005年末現在、30%に達している。省別にみると(図表 17)、東部の多くは全国平均を上回るレベルまで普及が進んでいるのに対し、中・西部は全国平均に及ばない地域が多い。また、北京では携帯電話の人口普及率が先進国並みの98%に達したのに対し、貴州省では13%に止まり、携帯電話の普及にも地域格差拡大が進行している。もっとも、中・西部地域でも東部地域と同様に、携帯電話が固定電話を上回って普及が進んでいる特徴がみられ、地理環境の厳しい地域だけに、固定電話より携帯電話が普及しやすい面もあると考えられる。

図表 16：携帯電話の加入数とその普及率の推移



(注)1.人口普及率=(電話加入数÷人口)×100%  
 2.固定電話の加入数は住宅用電話を対象とするもの。  
 (資料)「中国統計年鑑 2004」、CEIC DATA より作成。

図表 17：地域別 固定・携帯電話の人口普及率(2005年)



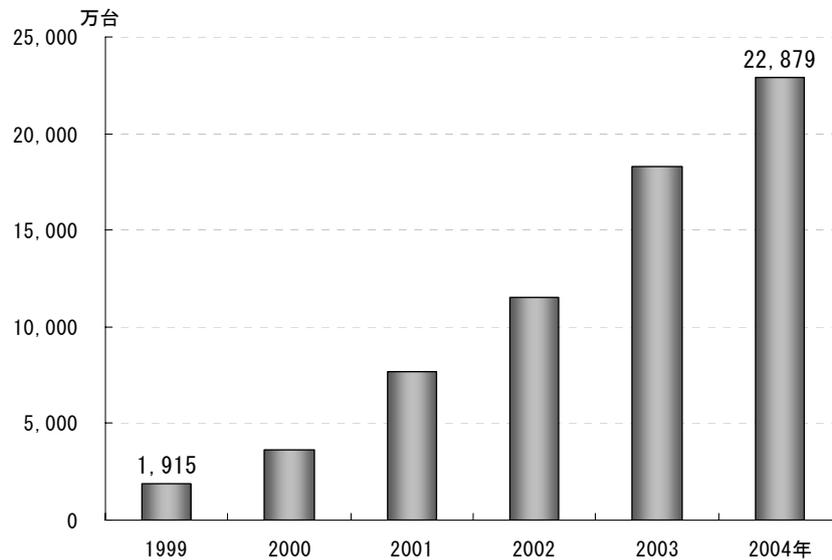
(注)人口普及率=(電話加入数÷人口)×100%、  
 固定電話の人口普及率は非住宅用固定電話を含むものである。  
 (資料)「中国統計年鑑 2004」、CEIC DATA より作成。

携帯電話の普及は、①通信端末の販売拡大、②通信費の支出増、③携帯電話の持ち主の情報交換による消費意欲向上、などの消費刺激効果を持つと考えられる。

まず、通信端末の販売状況をみよう。携帯電話機の販売台数は1999年の年間1,915万台から2004年の年間2.3億台へと急伸している(図表18)。携帯電話の普及が進む中で、総通話時間は2004年に前年比50%増の9,455億分(その9割は域内通話)となり、1加入1日当たり通話時間は前年比33%増の8分間となった。また、ショート・メッセージの交換は2004年の2,178億件から2005年には3,047億件に、爆発的なスピードで拡大している。

携帯電話の普及を背景に、1人当たり年間交通・通信費支出は2004年に都市部844元、農村部191元となった。いずれも1999年の約3倍である(図表19)。一方、携帯電話の持ち主を対象に発信した携帯広告(ショート・メッセージ)も急増しているが、受信者の8割はそのメッセージを開けずに削除したといわれる<sup>40</sup>。現時点で携帯電話の所有によって発生した需要は主に通信端末の購入や通信サービスの利用であり、持ち主間のショッピングに関する情報の共有や交換は親族や友人を対象とするものであり、派生的な需要が創出される可能性は低いと思われる。今後、携帯電話の普及がさらに進むと、個人の消費生活に大きな変貌をもたらすことになるだろう。

図表 18 : 携帯電話機の販売台数の推移



(注)2005年携帯電話の世界販売総台数は8.125億台である(米調査会社 iSuppli による)。  
(資料)CEIC DATA より作成。

図表 19 : 1人当たり年間交通・通信費支出の推移

	1999年(a)	2004年(b)	b/a
<b>都市部平均(元)</b>	311	844	2.7
東部	396	1,032	2.6
中部	237	623	2.6
西部	275	732	2.7
<b>農村部平均(元)</b>	69	191	2.8
東部	118	314	2.7
中部	54	173	3.2
西部	33	123	3.7

(注)農村部家計調査では「交通」と「通信」を合計した「交通・通信」となっているため、ここでは、合計した数字で比較した。  
(資料)「中国統計年鑑」、CEIC DATA より作成。

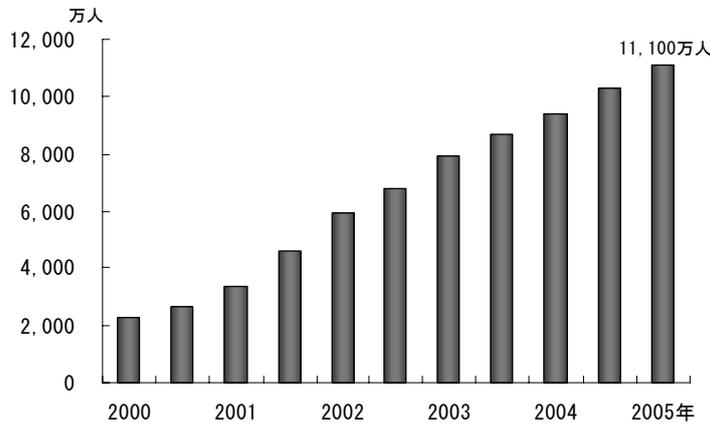
<sup>40</sup> 「手機短信広告：新服務面臨政策用戶双重考驗」中国消費者報、2005年11月2日。

(b) ネット消費の出現

2006年1月にCNNIC(中国互聯網絡信息中心)が発表したりポートによれば、2005年末現在、中国のインターネットユーザー数は1.11億人に達し(図表20)、そのうち、ブロードバンド接続のユーザー数は6,430万人、全体の58%を占めている。地域別構成比をみると、東部地域は全体の58%を占めており、中・西部の割合(22%、20%)を大きく上回っている。

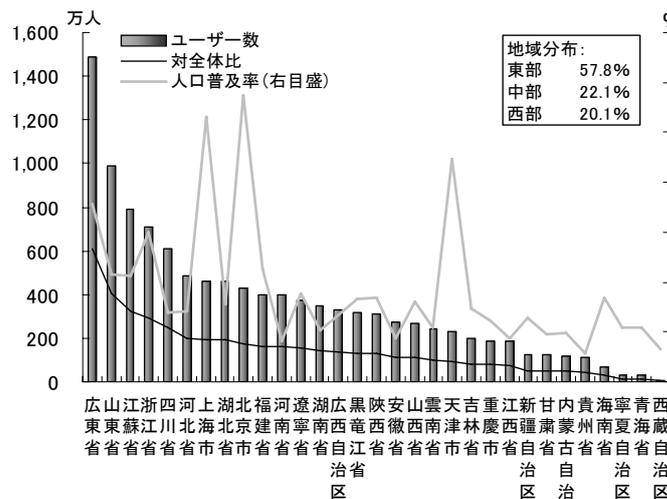
インターネットユーザー数からみると、2005年末現在、中国は世界全体(11.74億人)の9%を占め、米国(2.14億人)に次ぐ世界第2位となったが、人口普及率は8%(全国平均)であり、日本の同普及率(62%)を大きく下回っている。地域別人口普及率をみると、都市部が17%、農村部が3%となっており、また、東部地域が13%、中部地域が6%、西部地域が6%となっている。さらに省別にみると(図表21)、北京、上海、天津といった沿岸都市は20%を超えているのに対し、内陸部の安徽省や貴州省などはまだ5%を下回る状況にある。

図表 20：インターネットユーザー数の推移



(資料)CEIC DATA より作成。

図表 21：地域別 インターネットユーザー数と人口普及率(2005年)

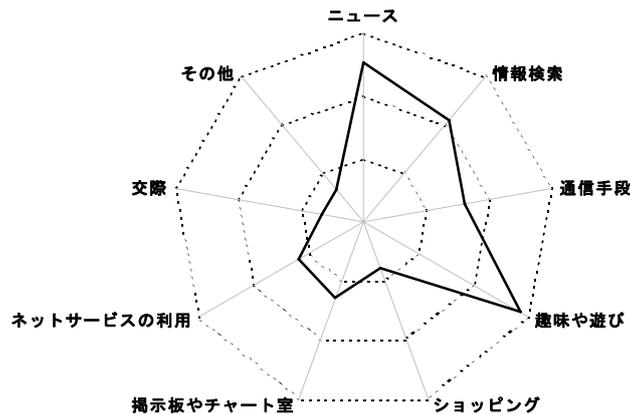


(注)地域別 GDP 分布は 2005 年に東部 58%、中部 25%、西部 17%、人口分布は東部 38%、中部 33%、西部 29%である。

(資料)「中国互聯網絡發展狀況統計報告」CNNIC、2006年1月より作成。

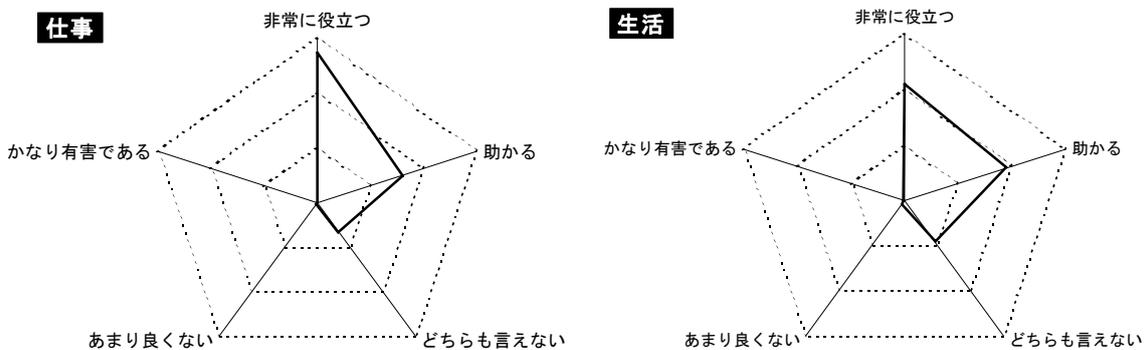
インターネットユーザーが急増している中でネット消費も芽生え始めたが、インターネットの地域別人口普及率をみると、ネット消費は現時点で東部地域を中心とするものであろう。CNNICは2005年12月にネット消費についてアンケート調査を実施した。それにより、ネット消費の実態が明らかになっている。まず、インターネットの用途として、①「趣味や遊び」、②「ニュース」、③「情報検索」、が挙げられており、ネット消費に関する「ショッピング」の割合はまだ低い(図表22)。また、生活面より仕事においてインターネットを利用している姿が見て取れる(図表23)。ネットショッピング経験者の約70%は、家電製品やパソコンなどの耐久消費財を購入しており(図表24)、書籍・雑誌、CD・VCDなども購入対象品目となっている。次に、消費金額については、2005年6月から12月までの6ヶ月間の累計消費額は201～500元である割合が最も高い(図表25)。総合的にみると、中国のネット消費は現時点ではまだ規模が小さく、個人消費への影響が小さいと言えるが、インターネットのさらなる普及により、重要な消費ルートになる日も遠くないであろう。

図表 22：目的別 インターネットの用途(2005年)



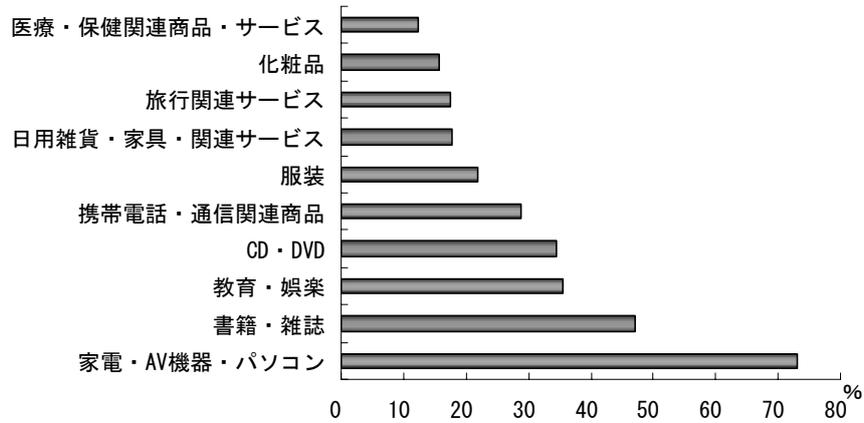
(注)1.情報検索は商品、求人、医療・保健、行政などの情報を検索すること。  
 2.通信手段にはEメール、ネット電話などを含む。  
 3.ショッピングはネット上の予約、オークション、商品購入・販売を指す。  
 4.ネットサービスはインターネットバンキング、eラーニング、電子政府などを指す。  
 (資料)「中国インターネット発展状況統計報告」CNNIC、2006年1月より作成。

図表 23：仕事や生活におけるインターネットの役目(2005年)



(資料)「中国インターネット発展状況統計報告」CNNIC、2006年1月より作成。

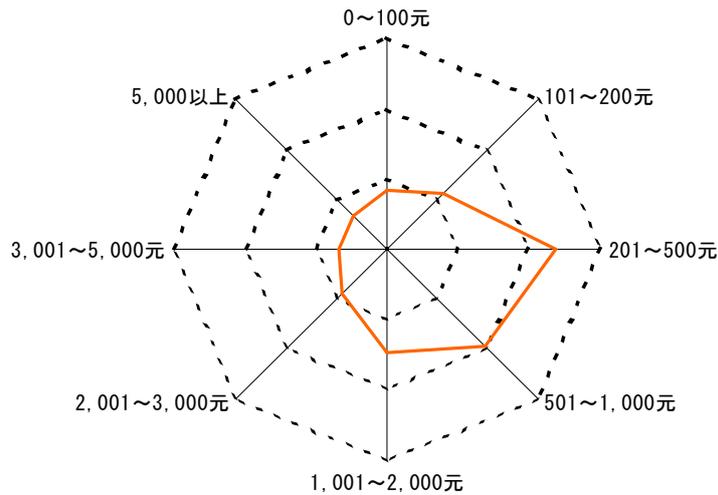
図表 24：ネット消費の主要品目(2005 年下半年)



(注) ネット消費経験者を対象に「半年以内にインターネットで購入した商品・サービス」に対する回答の割合である。

(資料) 「中国インターネット発展状況統計報告」CNNIC、2006年1月より作成。

図表 25：ネット消費の累計金額(2005 年下半年)



(注) 1. ネット消費経験者に対し、「半年でネットショッピングの累計金額」に関する調査結果である。

2. 対象期間におけるネット消費経験者の平均ショッピング回数は8回である。

(資料) 「中国インターネット発展状況統計報告」CNNIC、2006年1月より作成。

## b. 人口的な要因

経済発展の過程における都市化(都市人口の増加)の進行、1977年から国策として打ち出された1人っ子政策の下での1人っ子階層の形成といった「人口的な要因」も消費拡大に寄与すると考えられる。

### (a) 都市化の進行

中国の都市人口は1978年の1.7億人から2005年には5.6億人へ、27年間で約3倍とな

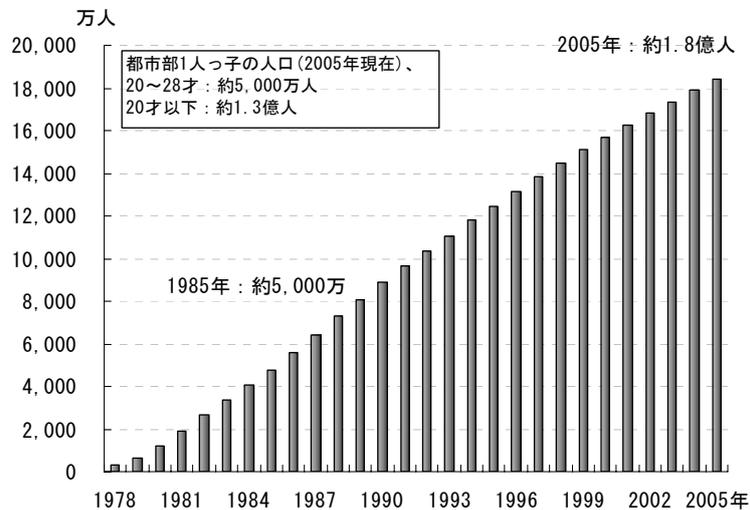
った。総人口に占める都市人口の割合(以下、都市化率)は、18%から43%へと顕著に上昇した。都市人口の増加は、農村部から都市部への人口流出によるものと思われる。先進国の同比率と比べ、中国の都市化率はまだ低く、今後、経済発展に伴い、さらに上昇していくであろう。

1996年以降、都市人口は毎年2,000万人増のスピードで上昇してきた。2004年に都市部1人当たり年間消費支出は7,182円で、農村部(2,936元)の同指標の約3倍であることから都市化による消費拡大効果はかなり大きい。

**(b) 1人っ子階層の形成**

中国は1977年に、人口抑制政策として1人っ子政策を全面的に実施した。1979年の1人っ子は約610万人であった。それから28年後の2005年末現在、都市部における1人っ子の人口は20~28才の年齢層は約5,000万人、20才以下の年齢層は約1.3億人になると推測される(図表26)。1人っ子世帯は他の世帯より1人当たり可処分所得が約14~31%高く、消費支出も高水準になろう<sup>41</sup>。2000年に実施された家計調査によれば、1人っ子世帯の子供の年間小遣い代は可処分所得の10%を超え、使い道としては、おやつ、文房具、書籍などが挙げられた。

**図表 26 : 都市部における1人っ子人口**



(注)1.1人っ子人口に関する統計がないため、ここでは、1人っ子人口を(年末人口×出生率)×都市部1人っ子人口の割合で算出した。都市部1人っ子人口の割合は都市化率などを参考に推算した。

2.2005年現在、都市人口が5.6億人、世帯当たり構成員数が2.97人であり、都市部総世帯数は約1.9億である。

(資料)「2005年全国1%人口抽様調査主要数拠公報」新華網、2006年3月17日、CEIC DATAなどより算出、作成。

<sup>41</sup> 「20年我国少生2.5億」中国信息報、2000年9月26日。

幼年期からの両親や祖父母の過保護もあり、社会人になっても金銭管理ができず、月給を使い尽くして暮らしている1人っ子(中国語では、「月光族」と呼ばれる)が多いと言われる。家庭を持ち、育児や両親の面倒などに伴う経済的負担を独自で背負わなければならないため、消費支出を抑制する余地は少ない。従って、1人っ子が世帯主になる家計の消費性向は比較的高い水準にあると推測される。

1人っ子階層は、2005年末現在、約1.8億人に達し、総人口の14%に相当すると推算され、その消費行動に関する研究も始まっている。BNPパリバ(中国)<sup>42</sup>は2005年11月に上海のマスコミに対し、中国は、これから、財・サービスの「品質」、「ブランド」、「安全性」、「ファッション」を重視する第3次消費ピーク<sup>43</sup>を迎えると発表した。その根拠としては、①東部都市を中心とする中産階級が形成されたこと、②70年代末に生まれた1人っ子が消費主役になっていること、などが挙げられた。一方、中国国内のエコノミストは1人っ子階層の消費特徴を認めるものの、社会保障制度の未整備や教育費の高騰など消費拡大を阻害する制度的なボトルネックを警戒して、その消費けん引効果に対し、楽観的な評価は控えている。

---

<sup>42</sup> BNP パリバ(中国)のレポートによれば、1981年までに生まれた1人っ子は9,000万人を超え、2005年末現在、25～30才となった。彼らの平均年収は両親より高く、消費パターンも異なっている。また、1982～1998年に生まれた1人っ子は3.2億人に達しており、2008年前後に消費を支える主役になる見通し(「独生代歩入消費年齢、中国将迎来第3個消費高峰」www.XINHUANET.com、2005年11月25日)。

<sup>43</sup> 第1次は1984～1989年、第2次は1992～1997年を指す。

## 5. 主な消費拡大策と今後の見通し

### (1) 消費拡大政策

中国では、家計部門の消費水準が食料費の支出(食べるための支出、中国語では「吃」)から、被服・履物への支出(着るための支出、同「穿」)、電気製品購入などの支出(使うための支出、同「用」)へレベルアップしつつある。今後、マイホーム取得の支出(住むための支出、同「住」)、マイカー取得の支出(移動するための支出、同「行」)へさらにグレードアップしていくことが予想されよう。各消費レベルに応じて政府の消費拡大政策も調整されてきた(図表 27)。

図表 27：主な消費関連政策

	期間	政策	狙い
供給サイド重視の政策	70年代	農業を重視する政策	食料品の供給拡大
	80年代前半	軽工業を重視する政策	服装や日常用品の供給拡大
	80年代後半	家電産業を育成する政策	電気製品の供給拡大
	90年代前半	インフラ整備を重視する政策	流通システムの近代化
需要サイド重視の政策	98年から	利下げ、公務員の所得向上、マイホーム・マイカーの普及促進など	購買力増強や消費意欲向上を通じて家計部門の消費水準を引き上げること
	2004年から	中低所得者層の所得向上、税負担の軽減	中低所得者層の購買力を向上し、地域間の消費格差を縮小すること
	2006年から	社会保障制度の充実と教育制度の見直しなどを重視する政策	個人消費の拡大を阻害する制度的な要因を取り除くことや中低所得者層の所得を向上させることを通じて地域間の消費格差を縮小すること

(資料)中国経済信息网の関連資料をまとめた上で作成した。

前述のように 1998 年以降の内需拡大政策の下で個人消費は全体として拡大経路を辿ってきたが、地域別にみると、消費拡大は東部都市をはじめとする都市部に止まっており、所得の伸び悩みが続く中・西部農村は依然として低消費水準にある。一方、住宅制度改革や社会保障制度の見直しなどを背景に都市部中低所得者層の貯蓄性向が高まり、その消費拡大も限界に達している。こうした局面から脱却するために、中国政府は 2005 年に都市部において①公務員の賃上げ、③就業者の最低賃金の引き上げ、④低所得階層に対する生活

保護の強化、など、農村部において①農業税の減免措置、②農業生産者への財政補助、など、一連の所得向上対策を打ち出し、個人消費を押し上げようとしてきた。農業税の減免措置によって農民は2004年に500億元、2005年には220億元の減税となった<sup>44</sup>。その結果として小売売上高は2005年に前年比13%増の6.7兆元に達し、堅調な拡大が続いている。2006年にはさらに都市部では①医療、教育サービスの価格に対する規制強化、②個人所得税の基礎控除額の引き上げ<sup>45</sup>、農村部では①農業税の完全撤廃<sup>46</sup>、②流通ネットワークの整備、③義務教育の完全無料化<sup>47</sup>の推進、などが実施され、消費拡大の好材料となろう。

農村部住民を対象とする耐久消費財の購入場所に関する調査によると、都市部で購入した割合はテレビ66%、冷蔵庫80%、洗濯機78%となっており<sup>48</sup>、農村地域における家電製品の販売店が非常に少ないことが明らかになった。その対策として商務部(日本の経済産業省に相当)は財政部(同財務省)と共同で、2005年から2008年にかけて25万店舗のスーパーやコンビニエンスストアのチェーンを、農村部に進出させるプロジェクト(中国語では、「万村千郷工程」)をスタートした。2005年末現在、農村部に約7万店舗が開業したとのことである。商務部の調査によれば、96%の農民がこのプロジェクトを評価している<sup>49</sup>。

## (2) 今後の見通し

中国では、90年代から自動車産業、住宅産業、IT産業、飲食産業、娯楽関連産業は潜在的な需要が大きい産業として育てられてきた。しかし、潜在的な需要を実需に変えるには、まず、消費拡大を妨げる制度的な要因を取り除く必要がある。消費性向が比較的に高い中低所得者層の所得を向上させることは、いうまでもなく消費拡大のカギとなっているが、社会保障制度を始めとする制度的な整備など家計部門の将来への不安を払拭することも、消費性向を引き上げる重要な課題である。今後10年間において個人消費が経済成長をどのようにけん引していくかが中国経済の持続的な成長力を見極める重要なポイントである。

2006年からスタートした中国の第11次五ヵ年計画(「十一・五計画」)には、投資主導の成長パターンから消費主導の成長パターンへ転換することが今後5年間の重要な課題として織り込まれている。これらの政策や措置が順調に実施されれば、2006年は個人消費が新たな拡大を迎える年になる可能性が高いと言えよう。もっとも、本格的な消費拡大には①医

<sup>44</sup> 「今年農業税減免予計為農民減負220億元」新華社、2005年12月22日など。

<sup>45</sup> 2006年から個人所得税の基礎控除額は800元(月額給与所得)から1,600元に引き上げ、5~45%の超過累進税率が適用される(経済観察報、2005年10月24日など)。

<sup>46</sup> 1958年に制定された農業税条例は2006年1月1日に廃止となった。2,600年の歴史的背景持つ農業税(「皇糧国税」)の廃止は注目を集めている。ちなみに、中央政府の財政収入に占める農業税の徴収額の割合は2004年の1%から2005年には0.05%に低下した(「中国農民將徹底告別“皇糧国税”」新華網、2005年12月24日)。

<sup>47</sup> 2006年から西部農村、2007年には東・中部農村でも義務教育の授業料の無料化が推進される。農村部貧困世帯に対し、教科書の無料提供や学生寮利用者への助成制度も検討されている(「温家宝主持國務院常務會議 研究加強農村部義務教育」新華社、2005年12月23日)。

<sup>48</sup> 「啓動農村市場難在哪里」中経網、1998年10月。

<sup>49</sup> 「超市將進入中国万村千郷」聯合早報、2005年12月28日。

療・養老・失業保険などを含む全国民向けの社会保障制度の構築、②勤労者世帯の所得水準に見合うマイホームや教育サービスの提供、③農村部家計の所得向上、④農村地域における流通ネットワークをはじめとするインフラ整備、が必要となり、これらの取り組みが急務となろう。

[参考文献]

中国国家统计局『国家统计局介绍 2004 年国民经济运行情况』、2005 年 12 月 25 日

中国国家统计局『中国统计年鉴』、2000～2005 年

中村隆英 編『家計簿からみた近代日本生活史』東京大学出版会、1993 年

西村林『現代の消費経済』税務経理協会、1994 年

日本消費経済学会 編『消費経済の現代的課題』税務経理協会、1986 年

水谷充一・呉世煌・塩田静雄 編著『消費者のための経済学』同文館出版株式会社、1997 年

森美奈子「中国都市部における消費パターン」(『環太平洋ビジネス情報』2005 年 Vol.5)

劉家敏「中国の個人消費に影響する 3 つの所得格差」(『みずほりレポート』2002 年 10 月 9 日)

———「急成長を見せた中国都市部の住宅投資」(『国際金融』2003 年 2 月 1 日)

———「中国経済における農村部個人消費～消費刺激策による 3 大耐久消費財の需要創出効果～」(『みずほりレポート』2003 年 10 月 2 日)

———「中国都市部の新築住宅市場～引き締め政策の効果とマイホーム需要の見通し～」(『みずほりレポート』2005 年 8 月 3 日)

CNNIC『中国互聯網發展狀況統計報告』、2006 年 1 月

「調査顕示教育花費成為城鄉居民致貧首因」(『中国青年報』、2006 年 2 月 7 日)

「我国高校收費改革該向誰看齐」(『小康』、2005 年 3 月)

「手機短信廣告：新服務面臨政策用戶双重考驗」(『中国消費者報』、2005 年 11 月 2 日)

「緩解“看病貴”明年將有一系列新舉措」(『工人日報』、2005 年 12 月 15 日)

「今年中国内需將達 2 万億美元」(『聯合早報』、2005 年 12 月 19 日)

「今年農業稅減免預計為農民減負 220 億元」(『新華社』、2005 年 12 月 22 日)

「温家宝主持國務院常務會議 研究加強農村部義務教育」(『新華社』、2005 年 12 月 23 日)

「中国農民將徹底告別“皇糧國稅”」(『新華網』、2005 年 12 月 24 日)

「超市將進入中国万村千鄉」(『聯合早報』、2005 年 12 月 28 日)

「城鎮居民消費傾向為何下降」(『中經網』、1999 年 5 月 4 日)

「戶籍改革：衝擊全国 13 億人」(『全景網』、2002 年 1 月 8 日)