

中国の流通業における対外開放

包 振 山

Abstract

Since 1978's Reform and Open policy, China has been seeking for transiting the planned economy into market economy. Internally, opening the domestic market for introducing foreign capital, management and technology, and participating in international division of work. Within such a background, China's circulation industry has undergone comprehensive transformations, especially in 1992, the open policy in circulation industry had broken up the existing closed circulation system. On the other hand, facing the dramatically changing environment especially the transitions resulted from the large scale entrances of foreign companies, China's circulation industry also goes through tremendous changes. So it becomes an important issue to explore China's circulation industry's developments and to explain the social, economy and environmental factors related with the circulation.

This paper focuses on the opening up of China's circulation industry. Firstly, it probes into the process of the opening up, mainly concerning the background, reasons and development phases. Secondly, it analyzes the industry status quo and its construction, clarifies the structural reasons of its developments.

キーワード……流通業 対外開放 発展現状と構造

はじめに

1978 年に中国が「改革開放（対内経済体制の改革と対外開放政策）」という方針転換をしてから三十余年が過ぎた。それまで中国は閉鎖的な社会主義計画経済を三十年近く経験し実施していたが、これを大きく転換したのである。対内政策としては中央政府の指令による計画経済¹⁾から市場経済²⁾への移行と、地方、民間部門への経済権限の委譲とによって経済発展を促し、対外政策としては、国外資金及び先進的な企業管理や生産技術などの導入を図り、国際市場へ参加しようとするものであった。流通業もこのような流れに伴って、発展してきた。特に 1992 年以降、流通開放政策の展開によって、閉鎖的な流通システムにはこれまでに経験したことのない大変革がもたらされた。とりわけ 2001 年、中国の WTO（世界貿易機関）への加盟以降、

流通市場をいっそう開放的にする政策がとられるようになると、外資企業が本格的に参入してくるようになり、国内外の環境が急激に変化した。このように、流通業態、流通業の戦略地位などの面で現在著しい変化が生じており、新たな発展に向けて開放的、競争的な流通システムが構築されてきている。以上を踏まえて、中国流通業の発展経緯と発展動向を探ること、特に、社会的、経済的な環境変化との関連を解明し、流通経済の発展が国民経済の成長にとって果たす役割を明らかにすることは必要不可欠な課題であると考えられる。

そこで、本稿は中国流通業における対外開放に着目し、その変化の一つである卸・小売業の発展経緯と構造変化の面からアプローチする。本稿では、まず、流通業の対外開放の経緯、主に対外開放の背景、原因、発展段階を明らかにする。次に、中国流通業における発展現状と構造変化をデータに基づき分析し、流通業の対外開放の特徴をまとめる。

1 中国の対外開放の背景

1.1 対外改革の内的背景

中国経済は1950年代から70年代までの間、発展起伏が非常に激しかった。1970年以降中国経済は次第に停滞し、落ち込みからの回復力も小さくなっていた。この原因は主に1966年から1976年までの十年間の文化大革命によるものであるといえよう。1978年の第11期3中全会で、改革開放という歴史的な政策が決定された。これまでの改革開放三十年以上の経済発展を振り返ると、計画経済体制は中国の国民経済の発展を束縛したものであり、市場経済体制は中国の国民経済の発展に適応し、且つそれを推進するものであることは明らかであろう。

賀耀敏は計画経済体制の改革の必要性を四点から分析した。第一に、計画経済体制では企業の独立性や自主性に重大な制限が加えられ、ともすればそれが奪い取られてしまうという問題である。企業は自主的に経済活動に従事していく権利と自由を徐々に失い、投資における決定権を持たず、自主的な経営はできず、価格設定をすることもできなかった。第二に、計画経済体制は先進工業国に一早く追いつくこと等の理由から、重工業の発展を優先させるという経済発展戦略をとることになり、重工業は発展するが軽工業や消費財の生産は発展しないという産業部門間の不均衡がもたらされた。第三に、計画経済体制は経済計画を中国経済の調整、制御の主な手段としており、すべて経済計画に基づいて運営された。しかし、現実の推移は計画が万能と考えることが正しくないことを示した。第四に、計画経済体制は膨大な政府の行政システムにより執行されなければならない、行政組織、行政命令および行政手段を不可欠の前提とした。これは必然的に官僚主義の隆盛と経済効率の低下をもたらした³⁾。このように、賀耀敏は計画経済体制の改革の必然性を論じたが氏の議論は説得的なものである。

また、従来、中国の経済建設では、鉅状価格を利用して農業部門から工業部門への価値移転

が主要な蓄積メカニズムとして機能してきた。つまり農業が工業化の蓄積源であった。農業はこのように工業化資金を提供していたのであるが、その一方、農業生産発展、農村建設は国家資金によらず、自力更生で行なうことが要請されていた。その制度的枠組が人民公社であった。王曙光は人民公社の解体の原因を次のように論じた。人民公社制度の下では、農家が独自に生産することができず、とりわけ食糧以外の作物や副業が厳しく制限されていた。その結果、農民の現金収入は少なく、生活水準は向上しなかった。鄧小平は 80 年代に毛沢東時代の農業政策を批判した。「農業では食糧のことだけを語るのとは駄目だ。農、林、牧、副、漁業を全面发展させなければならない」と農家の多角経営の重要性を強調した⁴⁾。一方、人民公社制度の下では、集団労働体制の効率低下と労働報酬分配の悪平等などの弊害で、農民の生産意欲は抑えられ、農村経済の効率化を著しく低下させた。この状況を変えるために、1979 年から、一部の地域で農業生産請負制が徐々に始まり、1980 年の後半から全国に広がった。その効果は直ちに現れ農産物の増産と農民の所得は増えた。1983 年の「農村商品流通体制を改革する若干の問題についての試行規定」では、農産物の国家一括買い付け（統購）と、割り当て買い付け（派購）制度の対象となる農産物品目を減らし、協議買い付け（議購）と、協議販売（議銷）の新制度を新たに導入することを決定した。それと同時に、郷鎮企業のいっそうの発展を奨励する措置として、農産物や養殖業のみならず、飼料、食品、加工業、小型炭鉱、製造工場、建築業などへの郷鎮企業の参入を認めるようになった。さらに、余剰農産物の販売市場として、全国で農産物の卸売市場が多数設立された。これにより、従来の計画経済的な流通体制が次第に改められ、農村経済は事実上社会主義的流通システムからの脱皮を開始した⁵⁾。

一方、都市部では労働者の相対的低賃金、企業利潤の国家集中が経済発展を抑制する大きな要因であった。1970 年代末、中国が国民経済の再建に取り掛かった時、何よりもまず都市労働者の賃上げから着手しなければならなかった。農民の生産意欲を高めるという農業改革が成功したので、次いで、都市部でも低賃金の改善という経済改革が取られるようになったわけである。都市部の工業企業では、まず、企業の自主権拡大を推進し、企業内部の活性化が図られた。これは効率化を目指すように企業や労働者を仕向ける改革と捉えることができる。次に、中国の企業は生産技術、経営管理などの方面で先進国企業と較べかなり後れていることから、次のような改革が選択されたと捉えられる。すなわち、先進的な設備、技術の導入と同時に、生産管理、技術運用、新製品開発のノウハウなどの導入である。とりわけ、技術者の研修と労働者の訓練が重視され、企業の生産管理を大きく向上させることが目指された。

もう一つ重要な内的要因は中国国内の経済改革である。1978 年の第 11 期 3 中全会で、職務復帰した鄧小平は、党の方針を旧来の「階級闘争」から「経済建設」に転換した。これを契機として、経済についての改革は、市場の導入によって段階的に変わりつつある。とりわけ 1992 年初頭、鄧小平の「南巡講話」⁶⁾を契機として、市場が本格的に導入された。

以上述べたように、経済体制は改革開放前の指令的体制で統治されたものから指令、指導、

市場調節の三つの要素からなるものへと変化し、市場経済が本格的にスタートした。農業の改革で農民の生産意欲が高まり、都市部での工業企業の改革で、企業の活性化、生産管理の向上、特に、経済発展のスピードが速くなるにつれ、国民の可処分所得、とりわけ消費レベルがアップした。こうした状況の中で、生産と消費を繋ぐ流通業の改革が不可欠となった。

1.2 対外改革の外的背景

改革開放前まで、中国では、対外閉鎖型、自給自足型の経済発展戦略が原則であった。この間中国では「大躍進運動」、「人民公社運動」、「文化大革命」などが展開されたが国民経済の発展にとってはこれらは悪影響をもたらした。これと対比的に、その時期世界的には経済は大きな変化を遂げた。

第二次世界大戦後から 1970 年代にかけて、西ドイツ、イタリア、スペイン、日本などの国が高度経済成長を経験し、1970 年代には台湾、韓国、香港、シンガポールというアジア四小龍と呼ばれる 4 地域が急速な経済発展を遂げた。中国の第 11 期 3 中全会前の 1978 年 10 月に、鄧小平は日本を訪れ、新日鉄君津製鉄所、東海道新幹線や日産自動車などの先進技術、施設の視察を精力的に行った。この訪日で鄧小平が目当たりにした日本の躍進振りは、後の改革開放政策の動機になったとされる。こうして、「世界的な範囲でおこりつつある新しい技術革命は、わが国の経済発展にとって新たな好機でもあれば、挑戦でもあることを見て取らなければならない。この点からも、我々の経済体制は、現代科学技術の最新の成果を吸収して、科学技術の進歩を促進し、新しい生産力を生み出すより強大な能力を備えるように求められており、改革の要請はいつそう切実のものとなっている」⁷⁾。

次の重要な外的要因は世界政治の変化である。第二次世界大戦後の世界にはアメリカを盟主とする資本主義・自由主義陣営とソ連を盟主とする共産主義・社会主義陣営との対立構造であった。しかし、アメリカが対中戦略を転換し、米中和解が実現されると、中国と西側諸国との交流は飛躍的に高まった。中国は 1971 年 11 月に国連総会で台湾に代わって代表権を獲得し、1972 年 2 月、米国ニクソン大統領の訪中、同年 9 月、日本首相田中角栄の訪中、日中国交正常化など、中国と西側諸国との交流が緊密となり、中国は国際社会に向けて更なる開放姿勢を示し、世界各国との全面的交流を深めた。2000 年までに、中国域外投資を受け入れた国家（地区）は既に 150 余りに達しており、投資主体も多元化している。中国の外資受け入れ額が多い地域をあげると、「まず、香港、マカオ、台湾地区であり、それに次いでアメリカ、日本、EU 諸国と東南アジア諸国である」⁸⁾。この投資の中身は、主に国際金融機関からの借款と外国政府による借款、そして商業貸与である。外国の資金、技術、マネジメントが導入されるとともに、改革開放地域はまず、1980 年「深圳、珠海、汕頭、厦門」と後れて「海南島」に経済特区を設けるということから始まり、1984 年 4 月、大連、秦皇島、天津、煙台、青島、連雲港、南通、

上海、寧波、温州、福州、広州、湛江、北海という一四ヵ所の沿海港湾都市に拡大、さらには 1985 年 2 月長江デルタ、珠江デルタ、閩南三角地区、および膠東半島、遼東半島、環渤海地区の一部の市、県を沿海経済開発区にするというように拡大された。1990 年代以来、改革開放地域は沿海部だけではなく、1992 年 7 月に重慶、武漢、蕪湖などの五つの長江沿岸都市とハルビン、フフホト、成都など一八の内陸省都も全面開放された。

以上述べたように、第二次世界大戦後のヨーロッパ諸国、日本の高度経済成長、1970 年代からの台湾、韓国、香港、シンガポールというアジア NIES が急速な経済発展を遂げたことが、中国「経済建設」のための良い経済環境となった。世界政治の変化の中で、特に米中和解、米国ニクソン大統領の訪中、日本首相田中角栄の訪中、日中国交正常化などによって、中国と西側諸国との交流が緊密になったことが、中国「経済建設」のための良い政治環境となった。

2 流通業の対外開放の展開

中国が対外経済開放へと経済建設の方針を切り替えたのは、1978 年の中国共産党第 11 期 3 中全会である。それからの中国は市場の導入を進めるが、流通業の対外開放は 1992 年から本格的にスタートした。

2.1 対外開放までの閉鎖期（～1992 年 7 月）

中国の改革開放政策は 1979 年に始まったが、製造業への外資導入の促進に重点が置かれ、卸売業と小売業への外資系企業の参入は原則的に禁止されていた。ただし、外資系メーカーには、中国国内の工場で生産された製品を一定の割合で国内販売することが認められていた。1983 年の「農村商品流通体制を改革する若干の問題についての試行規定」などの政策によって、国内で農産物が市場で流通するようになった。次に、都市部での改革、特に工業企業の改革で、工業製品が大量に市場に供給されるようになった。これらの大量農産品、工業製品が市場で流通するようになると、国内の市場が活発になった。しかし、1983 年の「中外合資経営企業法实施条例」によって、中国国内での小売や卸売合弁企業の設立は禁止されていた。また、1990 年の「合資企業実施細則」によって、外国の企業が中国国内商業や対外貿易などの業界で中国国内において企業を設立することはどのような形であれ禁止されるという厳格な規制がなされていた。すなわち、この時期には、全額外資企業だけでなく、合弁企業や合作経営企業の設立も認められなかった。流通業は政府の保護産業とされていた。

2.2 対外開放の黎明期（1992 年 7 月～1995 年 5 月）

中国共産党中央委員会と国務院は、1992 年 6 月に「第三次産業の発展を加速することについての決定」を公表した⁹⁾。これに基づいて、サービス産業の発展の奨励、外資導入の促進などの新しい開放政策が打ち出された。しかし、この決定は、全面的に流通市場を対外開放しようとするものではなかった。同年 7 月 4 日、国務院は「商業小売分野の外資利用に関する通達（国務院 82 号函）」を出して、中国の流通業への外資進出を条件付で認めた。その主な内容は次の五つの点に集約できる。

- ① 六つの沿海開放都市（北京、上海、天津、広州、大連、青島）と五つの経済特区（深圳、珠海、汕頭、廈門、海南島）でそれぞれ 1～2 社の合弁または合作経営の小売企業を試行的に設立する。
- ② 全額外資（100%外資）の小売企業は認可しない。
- ③ 試行期間中、外資系小売企業は設立する際、地方政府を通じて国務院に届け出て、審査、認可を受けなければならない。すなわち試行プロジェクトに関する認可の権限は国務院にある。
- ④ 国家の設立許可を得た外資企業は輸出入権をもつことができる。年間輸出入商品の総額は当該企業の年間売上高の 30%を超えてはならない。
- ⑤ ④で述べた外資企業で扱う商品は百貨類商品¹⁰⁾、輸出入商品は自社の扱う小売商品に限り、卸売業務や輸出入代行業務を行なってはならない¹¹⁾。

1993 年 3 月、国務院が公表した「全国第三次産業発展計画の基本指針についての通知」で、政府の許可のもとで、一部の都市と地域で外国と合弁する小売企業、物資供銷企業を試行的に設立することができることになった。ここでいう物資供銷とは生産財の卸売のことで、中国の卸売業も部分的に開放することとなった¹²⁾。

2.3 対外開放の成長期（1995 年 6 月～2001 年）

1995 年 6 月、国務院の認可を経て公布された「外国企業投資産業指導目録」により、外資系企業が流通業へ参入することが一定程度許されることとなった。同年 10 月、国務院は北京或いは上海で 2 社の合弁チェーンストア企業を試験的に設立すること、合弁チェーンストア企業の審査・認可権は国務院がもつことを決定した。また、国内貿易部が流通業の外資導入についての新たなガイドラインを打ち出し、今後のプロジェクトは以下の四つの原則に従うこととした。

- ① 合弁パートナーは、欧米、日本などの資本力があり、進んだ小売業管理経験を積み、国際的に知名度の高い会社でなければならない。
- ② 出資比率は、中国が 51%以上を占めなければならない。
- ③ 合弁期間は 30 年を超えてはならない。

④ 試行が認可されると、一定の輸出入権をもつことができるが、輸入商品は自社の扱う小売商品に限り、輸入総額はその年の売上総額の 30%を超えないものとする。外資収支は自らバランスを取り、輸出が輸入を上回るようにする¹³⁾。

1996 年 9 月 30 日、対外貿易経済合作部によって「中外合弁貿易企業の試行的な設立に関する暫定条例」が公布され、輸出入業への外資参入が条件付で認められるに至った。同年 9 月、上海の浦東新区と深圳経済特区で中外合弁対外企業の試行が決められた。

他方、92 年の部分的開放の後、地方政府は 92 年 7 月の通達を逸脱し、地方政府が審査・認可を行うというケースが増大した。そこで、1997 年 5 月、国務院弁公室は「地方の外資商業企業の審査・認可を即座に禁ずる通達」の中で、今後地方政府による外資商業企業の審査・認可を禁止し、その権限はすべて中央政府に集中することなどを規定した。同年 8 月から地方政府の認可した外資企業に対する整理のキャンペーンが開始され、規制強化の動きが現れるに至った。また、同年には国内貿易部の中にチェーンストア経営を推進するための専門部署が設置され、政府は積極的な財政支援策と税制優遇策を実施した。

1998 年 4 月、国務院は外資流通企業の試行地域を現在の 11 の沿海開放都市・経済特区から内陸の省都にまで拡大し、海外の著名な流通企業の対中投資を積極的に誘致することを決めた¹⁴⁾。

1999 年 6 月 25 日、国家経済貿易委員会と対外貿易経済合作部は「外商企業の商業投資に関する試点弁法」を交付し、流通外資企業の設立要件などをはじめて専門法規で明確にした。これは従来の政策における不透明さを克服するための新しい兆しともいえよう。

2.4 対外開放の全面開放規範期（2001 年～）

2001 年に中国が WTO に加盟したことによって、対外開放はさらに大きく変化した。流通を含むサービス分野の対外開放を全面的に行なうことが求められるようになる。2002 年に改正された「外国企業の投資産業に関する指導目録」では、小売業、卸売業を含む国内商業が「奨励」業種に指定された。2004 年に商務部が公表した「外国企業の商業分野向けの投資に関する管理規則」によって、外資の商業企業に対する規制がさらに緩和された。同年末までに、流通業に対する制限は他の産業より先行して、ほぼすべて撤廃された。2007 年に「外国企業の投資産業に関する指導目録」が改正されサービス業の外資への開放はさらに拡大した。そこでは、「サービスアウトソーシングの受け入れ」や「現代物流」などが奨励項目に追加された¹⁵⁾。

これらの政策によって、100%外資商業企業設立の認可、販売代理業務およびフランチャイズ経営の認可、登録資本金の最低額の引き下げなどの規制緩和が行われた。このような対外の全面開放によって、外資系卸・小売企業の中国市場への進出は、合弁、合作経営という形のみならず、単独投資でも可能となった。

3 中国流通業の現状と構造

3.1 中国流通業の現状

1978 年の改革開放政策の実施以来、急速な発展を続ける中国では、流通部門も例外ではなく、著しい変貌を遂げつつある。流通業は 1979 年から徐々に変化し、1980 年代に入ると、自由市場や私営企業、外資企業¹⁶⁾の参入などが、流通業自由化への歩みを加速させた。1990 年代に入ると、外資流通企業¹⁷⁾の参入によって、中国流通業に劇的な変化が現れてきた。2001 年中国が WTO（世界貿易機関）に加盟したことによって、流通業への制限が段階的に撤廃され、日系や欧米系などのグローバル流通企業は中国市場に本格的に参入するようになった。

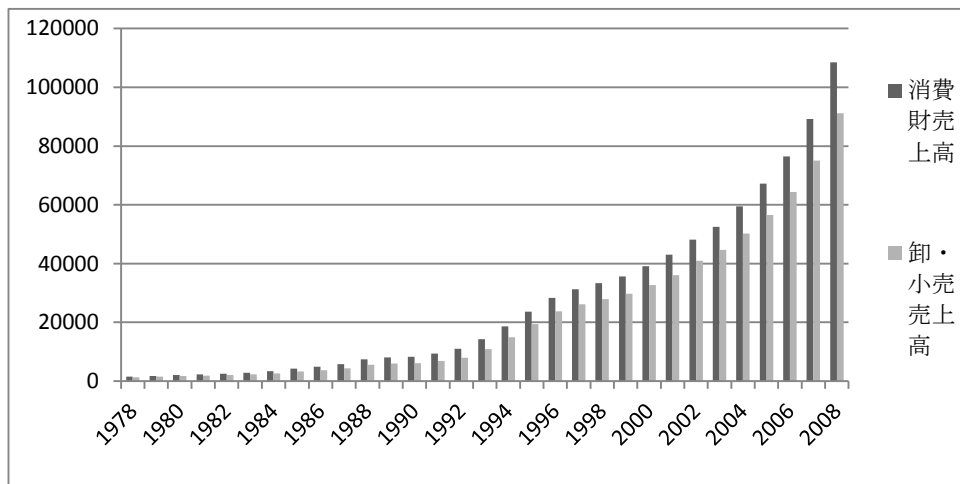
1978 年以来的消費財小売総額と卸・小売業の売上高の年毎の変化には眼をみはるものがある。消費財の小売総額は 1978 年の 1,558.6 億元から 1990 年の 8,300.1 億元と 5.3 倍増大した。90 年代に入って、特に 1992 年社会主義市場経済体制が確立した後に、多くの商品が自由に市場で流通するようになった。こうして、流通業も高度成長期に入った。とりわけ 2001 年中国の WTO への加盟後、2010 年までの 10 年間で、消費財の小売総額は年平均 14.9%の伸び率を示した。2010 年小売業トップ 100 の規模は 2001 年の 7.1 倍、小売総額に占める割合は 5.4%から 10.6%に昇った。その中で、小売業トップ 10 の販売総額は 2001 年 792.4 億元、販売総額に占める割合の 1.8%から、2010 年販売総額 7,837.3 億元、販売総額に占める割合の 5%となった。2001 年に資本が百億元規模の企業は聯華超市しかなかったが、2010 年までに 45 社となった。その中で 500 億元規模の企業は 6 社、千億元規模の企業は 4 社あった。また、外資を導入することによって、2010 年の外資卸・小売業と飲食業は 2001 年の 6 倍となり、法人企業数は 2001 年に比べ 68,133 社増加した。

図 1 に示すように卸・小売売上高と消費財売上高はほぼ同様に増大している。『中国統計年鑑』では、社会商品は（社会）消費財と農業生産資料を含み、その中の（社会）消費財は卸・小売業、宿泊業、飲食サービス業で扱う商品を含んでいる。改革開放以後の 1978 年から 2008 年まで、消費財売上高の総額は 69.6 倍以上増大した。その中での卸・小売売上高は 1978 年の 1,363.7 億元から 1990 年までの 6,127.4 億元、4.5 倍となった。1990 年代に入って、流通開放政策が実施されたことによって、外資流通企業が中国市場に参入し、それと同時に中国の流通企業も大規模になった。1978 年と比べると、2008 年までに、三十余年間の発展によって、卸・小売売上高の総額は 66 倍以上となった。このように、消費財の売上高の増大と同時に、卸・小売売上高も増大した。すなわち、消費財売上高の増大が卸・小売業の発展にとっては、良いマクロ環境を作ったといえる。

また、図 1 を見ると、改革開放以後の消費財の売上高は 1978 年と比べると、1992 年まで 7.05 倍となり、2004 年まで 38.18 倍となり、2011 年まで 118 倍となった。卸・小売の売上高は 1978

年と較べると、1992 年まで 5.8 倍となり、2004 年の流通業の全面開放まで 36.85 倍となり、2008 年まで 66.87 倍となった。両者とも持続的に増大しているが、卸・小売業は流通政策の転換によって、段階的に発展したという特徴がある。2008 年リーマン・ショックに対応するため、経済政策は対外貿易を主導することから国内消費市場の重視という政策へ転換したことによって、国民経済は依然として 9.2% の高成長率を維持している。国内の内需拡大という政策への転換によって、消費財売上高の伸び率がさらに高まるといえよう。また、流通業に関連する設備投資が増大し、卸・小売売上高の伸び率はこれまで以上に高まると予想される。すなわち、生産と消費を繋ぐ流通業は国民経済での地位と役割をもっと高めると予想され、流通企業もさらに大きく発展することが期待される。

図 1 改革開放以降の中国における消費財売上高と卸・小売売上高（単位：億元）



出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2009 年）』より作成。

小売業態から見ると、現在中国市場における小売業態は、百貨店、ショッピングセンター、スーパーマーケット、大型スーパーマーケット、倉庫式売場、専門店、専売店、コンビニエンスストア、ホームセンター、メーカー直売センター、インターネット通販、食料雑貨店、TV ショッピング、ディスカウントショップなどの先進国にある業態のほとんどすべてが存在している。

表 1 と図 2 に示すように、中国市場の卸・小売企業の経営現状から分析すると、卸・小売業の法人企業数は 2009 年を除いて、毎年少しずつ増加している。2008 年のリーマン・ショックは、中国の対外貿易に悪影響をもたらした。大勢の出稼ぎ農民工¹⁸⁾は解雇され、故郷に戻ることとなった。そこで、中国政府は輸出を主導する経済政策から国内消費市場を拡大させるという経済政策へと転換した。同年 11 月 5 日、国务院は内需拡大による経済成長促進の 4 兆元投資

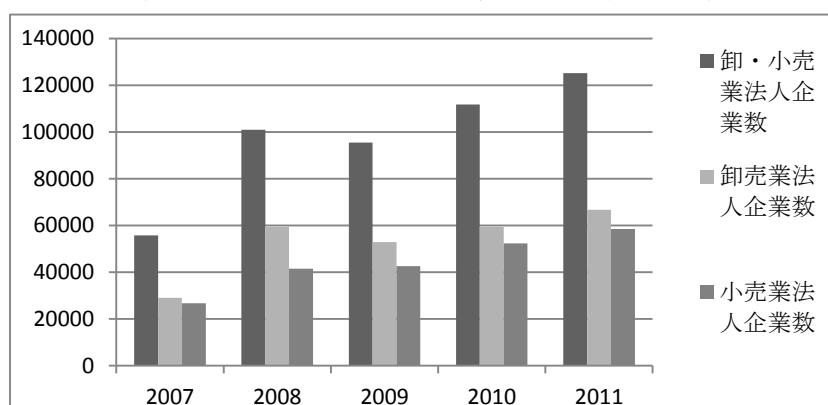
という政策を決定し、2009 年 2 月、中国の消費減速に歯止めがかかった。「家電下乡」¹⁹⁾をはじめとする消費刺激策が実施されたことが大きな要因であると考えられる。これらの政策によって、リーマン・ショックの影響は緩和され、GDP は緩やかに増大した。表 1 に示すように、卸・小売業の中で、2009 年の卸売業の法人企業数のみが減少したが、2007 年から 2011 年までの 5 年間では、卸・小売業法人企業数は 2.25 倍となった。その中では、卸売業法人企業数は 2.3 倍、小売業法人企業数は 2.19 倍となった。特に小売業の営業面積は毎年 18%という高い伸び率を示しており、2011 年には 2007 年の 1.31 倍となった（表 1）。この 5 年間で、卸・小売法人企業数、従業員数と小売業の営業面積は大体同じように増大した。

表 1 中国における卸・小売業の基本状況(2011 年)

	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
卸・小売業法人企業数(社)	55,737	100,935	95,468	111,770	125,223
従業員数(万人)	604.9	737.4	749.0	852.2	901.1
卸売業法人企業数(社)	29,046	59,432	52,853	59,464	66,752
従業員数(万人)	249.6	315.4	312.3	350.9	373.5
小売業法人企業数(社)	26,691	41,503	42,615	52,306	58,471
従業員数(万人)	355.3	422.1	436.7	501.3	527.6
営業面積(万 m ²)	16,091.1	19,075.5	22,727.9	26,189.8	21,227.8

出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012 年）』より作成。

図 2 中国における卸・小売業の企業数（2011 年、単位：社）



出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012 年）』より作成。

3.2 卸売業の現状と構造

表 2 と図 3 に示すように、卸売業²⁰⁾について資本形態別から見ると、内資系、外資系、香港・マカオ・台湾系企業数の割合はそれぞれ 94.63%、3.48%、1.89%、従業員数はそれぞれ 86.28%、8.76%、4.96%、売上高はそれぞれ 87.19%、9.52%、3.29%となる。前述したように、中国流通業はすでに全面対外開放展開期に入ったが、卸売業での内資系企業は依然として大きな割合を占めている。1 社当たり売上高を分析すると、外資系企業は内資系企業の 2.97 倍、香港・マカオ・台湾企業は内資系企業の 1.8 倍となった。内資系企業の総売上高は絶対額としては大きい、経営管理、販売技術などの方面で外資系企業（香港・マカオ・台湾企業を含む）と較べると、競争力は低いといえる。

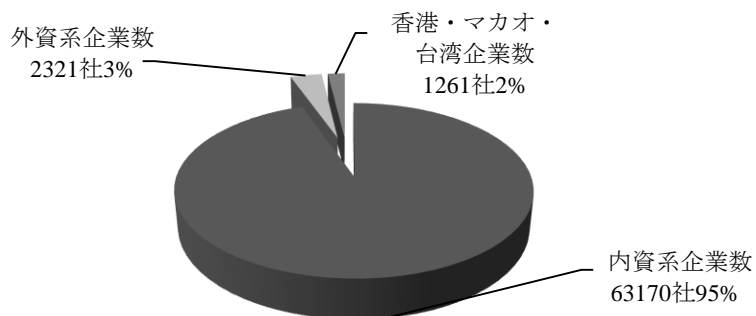
また、内資系卸売企業について分析すると、表 3 と図 4 に示すように、国有企業数は 21,979 社がある。比重は計画経済体制のもとでの 100%独占経営から 32.92%まで大幅に減少した。株式企業数は 1,675 社、2.5%しかないが、1 社当たりの売上高が一番高い。私営企業数は 37,980 社、56.9%を占めている。改革開放以来の三十余年の発展によって、市場シェアの 0 から半分以上に増大した。しかし、私営企業数は国有企業の 1.72 倍、従業員数は国有企業の 1/6 弱、売上高は国有企業の 1/5 に相当である。要するに、私営企業数は多いが、従業員数は少なく、1 社当たり売上高が一番低い。要するに、私営企業は「過小過多」あるいは「零細過多」という特徴をもつと指摘できる。

表 2 中国における卸売業の資本形態別経営状況（2011 年）

	企業数 (社)	従業員数 (人)	売上高 (億元)	卸売業全体に 占める割合 (%)	1 社当たり売上高 (万元/社)
合 計	66,752	3,734,886	288,701.0	100	43,249.79
内資系企業	63,170	3,222,606	251,717.2	94.63	39,847.59
外資系企業	2,321	327,197	27,480.8	3.48	118,400.69
香港・マカオ・台湾企業	1,261	185,083	9,503.1	1.89	75,361.62

出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012）』より作成。

図3 2011年中国における卸売業の資本別形態別企業数（単位：社）



出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012）』より作成。

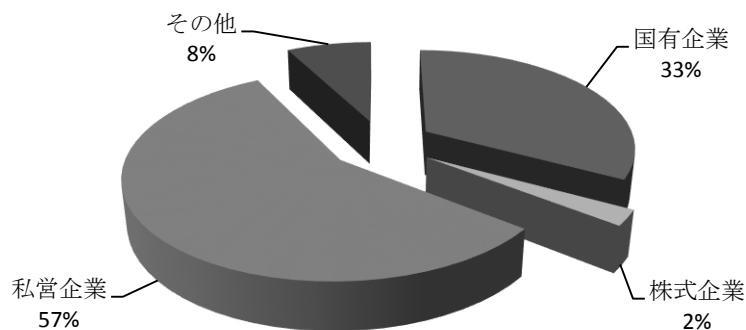
表3 中国における内資系卸売企業の経営別状況（2011年）

	企業数 (社)	従業員数 (人)	売上高 (億元)	卸売業全体に占める割合 (%)	1社当たり売上高 (万元/社)
合 計	61,634	3,163,306	248,725	100	40,355.16
国有企業	21,979	1,659,972	147,010.2	32.92	66,886.66
株式企業	1,675	399,594	33,687.4	2.50	201,121.79
私営企業	37,980	1,103,740	68,027.4	56.90	17,911.37

注：国有企業は国有企業、集体企業、国有株式合作企業、その他の国有企業を含んでいる。

出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012）』より作成。

図4 中国における内資系卸売企業の経営別状況（2011年）



出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012）』より作成。

3.3 小売業の現状と構造

表 4 と図 5 に示すように、小売業²¹⁾について資本形態別から見ると、内資系、外資系、香港・マカオ・台湾系企業数の割合はそれぞれ 97.11%、1.54%、1.35%、従業員数はそれぞれ 87.44%、7.11%、5.44%、売上高はそれぞれ 86.6%、7.65%、5.73%となる。内資系企業は企業数、従業員数、売上高すべてで絶対的に優位な地位にあるが、1 社当たりの売上高は外資系企業の 1/6 弱、香港・マカオ・台湾系企業の 1/5 程度である。内資系は一人当たり売上高の順番でも外資系、香港・マカオ・台湾系、内資系で一番末である。内資小売企業は企業数、従業員数が圧倒的に大きな割合が占めるが、競争力は低い。外資企業と香港・マカオ・台湾企業の導入によって、中国小売業は多様な業態を現すようになった。これらの企業は小売業の全体に対する割合は小さいものの、先進国の経営管理、販売技術などに基づく、高い競争力によって中国流通業にインパクトをもたらした。今後、中国経済の発展につれて、これらの企業が中国内陸部へと進出して、中国の流通企業との競争がさらに厳しくなると予想される。

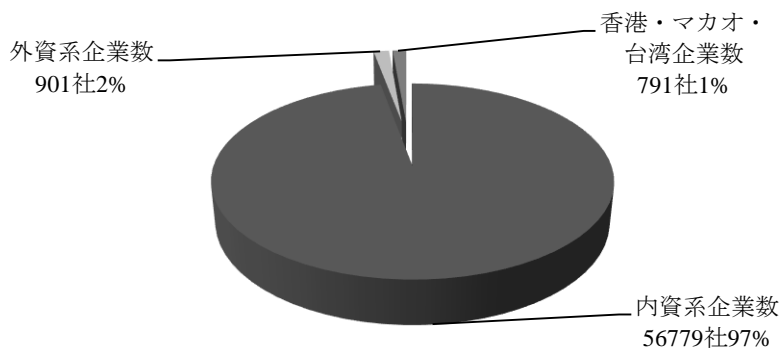
また、内資系小売企業について分析すると、表 5 と図 6 に示すように、国有企業数は 22,542 社、小売業の 38.55%を占めている。卸売業での国有企業と同様に、改革開放以来、外資企業の導入、国有企業体制の改革などによって、国有企業の比重が低くなった。株式企業数は 1,991 社、3.4%を占めているが、一人当たりの売上高は一番高く、今後の発展が予想される。私営企業数は国有企業の 1.37 倍、株式企業の 15.13 倍、1 社当たり売上高は国有企業の 1/2 弱、株式企業の 1/10 程度、一人当たり売上高も一番少ない。中国小売業での私営企業は日本の小売業と同じような「零細過多」という特徴がある。

表 4 中国における小売業の資本形態別経営状況（2011 年）

	企業数 (社)	従業員数 (人)	売上高 (億元)	小売業全体に占 める割合 (%)	1 社当たり売上 高 (万元/社)	1 人当たり売 上高 (万元/人)
合計	58,471	5,275,718	71,824.9	100	12,283.85	136.14
内資系企業	56,779	4,613,019	62,205.2	97.11	10,951.81	134.85
外資系企業	901	375,233	5,497.1	1.54	61,011.10	146.50
香港・マカオ・ 台湾企業	791	287,466	4,122.6	1.35	52,118.84	143.41

出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012）』より作成。

図5 2011年中国における小売業の資本形態別企業数（単位：社）



出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012）』より作成。

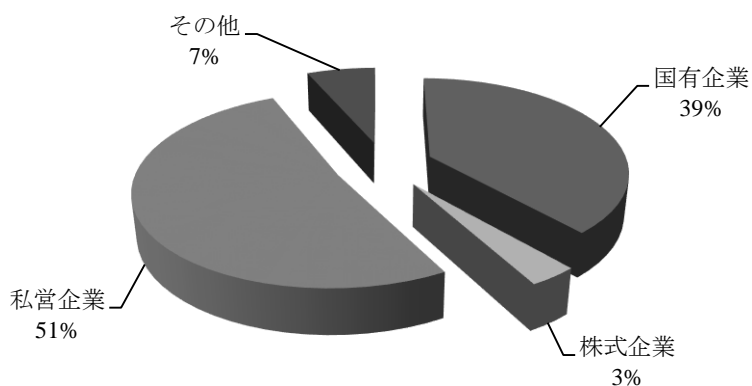
表5 中国における小売業の経営別状況（2011年）

	企業数 (社)	従業員数 (人)	売上高 (億元)	小売業全体に占 める割合 (%)	1社当たり売上 高 (万元/社)	1人当たり売上 高 (万元/人)
合計	54,655	4,484,532	60,674.7	100	11,101.40	135.30
国有企業	22,542	2,290,802	30,011.6	38.55	13,313.64	131.01
株式企業	1,991	548,056	10,990.0	3.40	55,198.39	200.53
私営企業	30,122	1,645,674	19,673.1	51.52	6,531.14	119.54

注：国有企業は国有企業、集体企業、国有株式合作企業、その他の国有企業を含んでいる。

出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012）』より作成。

図6 2011年中国における内資系小売企業経営別状況（2011年）



出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012）』より作成。

3.4 チェーンストア型小売店の現状と構造

表 6 と図 7 に示すように、チェーンストア型小売業について資本形態別から見ると、内資系、外資系、香港・マカオ・台湾系企業数はそれぞれ 90.96%、5.51%、3.53%、店舗数はそれぞれ 86.68%、10.45%、2.87%、従業員数はそれぞれ 79.57%、12.36%、8.03%、売上高はそれぞれ 85.57%、8.41%、6.02%となる。1 社当たりの店舗数を計算すると、内資系企業は 77.4 店舗、外資系企業は 153.8 店舗、香港・マカオ・台湾系企業は 66.2 店舗となる。チェーンストア型小売業での内資系企業は企業数、店舗数、従業員数、営業面積、売上高すべてで絶対的に優位な地位にあるが、1 社当たりの売上高は外資系企業の 1/6、香港・マカオ・台湾系企業の 1/5 程度で、競争力が低いといえる。1 社当たり売上高の順番で香港・マカオ・台湾系企業が一番高いが、企業数などは多くなく、今後発展すると予想される。

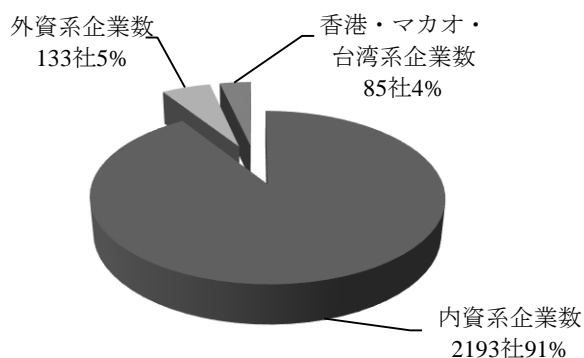
また、内資系チェーンストア型小売業について分析すると、表 7 と図 8 に示すように、国有企業数は 1,117 社、店舗数は一番多く、40.65%を占めている。株式企業数はわずか 260 社だが、1 社当たりの店舗数は多く、売上高は国有企業の 2 倍弱、私営企業の 11 倍で、1 社当たりの従業員数と営業面積も一番多い。要するに高い競争力があるといえる。私営企業数は 776 社、20.74%を占めている。1 社当たり売上高は国有企業の 1/4、株式企業の 1/35 に相当である。要するに「零細過多」という特徴と指摘できる。

表 6 中国におけるチェーンストア型資本形態別の経営状況（2011 年）

	企業数 (社)	店舗数 (社)	従業員数 (万人)	営業面積 (万 m ²)	売上高 (億元)	店舗数全体に 占める割合 (%)	1 社当たり売 上高 (万元)
合 計	2,411	195,779	249.1	13,670.7	34,510.7	100	143,138
内資系企業	2,193	169,699	198.2	11,475.8	29,530.1	86.68	134,656
外資系企業	133	20,456	30.8	1,337.3	2,902.6	10.45	218,240
香港・マカオ・台湾企業	85	5,624	20.0	857.7	2,078.0	2.87	244,470

出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012）』より作成。

図7 2011年中国におけるチェーンストア型資本形態別企業数（単位：社）



出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012）』より作成。

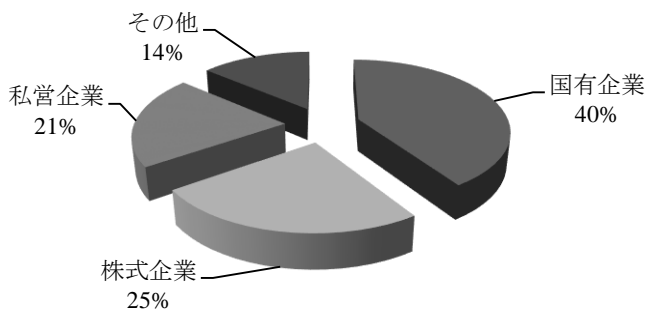
表7 中国における内資系チェーンストア型企業経営形態別経営状況（2011年）

	企業数 (社)	店舗数 (社)	従業員数 (万人)	営業面積 (万 m ²)	売上高 (億元)	店舗数は全体に 占める割合 (%)	1社当たり売 上高 (万元)
合計	2,153	168,664	196.9	11,424.3	29,386.2	100	136,489
国有企業	1,117	79,593	78.1	3,890.8	9,508.8	40.65	85,128
株式企業	260	48,461	85.7	6,462.7	18,261.0	24.75	702,346
私営企業	776	40,610	33.1	1,070.8	1,616.4	20.74	20,829

注：国有企業は国有企業、集体企業、国有株式合作企業、その他の国有企業を含んでいる。

出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012）』より作成。

図8 中国における内資系チェーンストア型経営別状況（2011年）



出所：中国国家统计局『中国統計年鑑（2012）』より作成。

以上の卸・小売業とチェーンストア型小売業についての分析をまとめると、以下のようになる。

①卸売業、小売業、チェーンストア型小売業での国有企業は依然として大きな比重を占めているが、外資系企業（香港・マカオ・台湾系企業を含む）と較べると、競争力が低いといえる。②私営企業は卸売業、小売業、チェーンストア型小売業のいずれの業態でも「零細過多」という特徴がある。③卸売業、小売業、チェーンストア型小売業での外資系企業（香港・マカオ・台湾系企業を含む）は先進国の経営管理、販売技術などがもって競争力が高いから、今後の発展が予想される。

4 おわりに

中国では改革開放の政策が実施されるとともに、流通業についての改革も始まった。三十余年の発展によって、世界では 150 年かけて開発してきたさまざまな流通業態がほとんどすべて中国に導入された。これまでの考察で得られた結論を整理し直すと以下のようになる。

第一、中国における流通業は劇的に発展した。計画経済下では国営の流通企業しかなかった。改革開放以降、流通分野の閉鎖状況を打破し、先進国でみられるあらゆる形態の流通企業が沿海から内陸部まで進出し発展しつつある。

第二、「外資流通企業の進出は中国の流通企業にとって痛みをともなうことであるが、伝統的な流通構造や企業体質の改善を強力に促すことも事実である。したがって、長期的な視点から、中国の流通開放政策を着実に推進していくことが必要であろう」²²⁾。

第三、外資流通企業が中国での戦略的展開で、流通業態および企業間の競争だけでなく、中国内陸部へと進出して、中国の流通企業との競争がさらに厳しくなると予想される。

以上で分析したように、今後、中国の流通業における対外開放によって、中国市場で外資企業をはじめ多資本、多様な流通企業間の競争がさらに厳しくなると予想される。一方で、中国地域市場、あるいは地域流通経済に対してどのようなインパクトをもたらすかについては次の研究課題とする。

<注>

- 1) 計画経済とは、中国では、ソ連型計画経済体制を模倣し、財、サービスなどの価格や生産量等を政府によって決定されるものである。その対立語は市場経済である。
- 2) ここでの市場経済は中国社会主義市場経済を指す。社会主義の枠を守りつつ、市場経済化への移行を進めることである。
- 3) 賀耀敏・大西健夫編『中国の経済——開放戦略の理念と手法』早稲田大学出版部、2002 年、60～61 ページ。
- 4) 王曙光『詳説中国改革開放史』勁草書房、1996 年、61 ページ。
- 5) 同上、65 ページ。

- 6) 南巡講話とは 1992 年 1 月から 2 月にかけて、鄧小平は上海や深圳などの南方都市を視察し、改革開放路線による経済発展とそのための市場経済化導入について積極的な講演・講話をしたことを指すものである。
- 7) 上原一慶『中国の経済改革と開放政策』青木書房、1987 年、18 ページ。
- 8) 前掲『中国の経済——開放戦略の理念と手法』、172～173 ページ。
- 9) 『人民日報（海外版）』1992 年 6 月 30 日付。
- 10) 百貨類商品とは主に百貨店、スーパーなどの小売業で扱う商品のことである。
- 11) 余厚康、李書友「向社会主义市場經濟轉變階段的商業」、万典武主編『当代中国商業簡史』中国商業出版社、1998 年、335 ページ。
- 12) 同上、335～336 ページ。
- 13) 野村シティック編『中国：10 年後の巨大消費市場』日経 BP 社、1996 年、441 ページ。
- 14) 『商場現代化』第 12 期、1998 年、36 ページ。
- 15) 島永嵩子「改革開放後における中国流通政策の展開」、『神戸学院大学経営学論集』第 6 巻第 2 号、2010 年、139～154 ページ。
- 16) 外資企業は前述のように、外資系メーカーは中国国内の工場で生産された製品を一定の割合で販売することができたということである。
- 17) 前述のように、90 年代の外資流通企業が条件付きで中国市場に参入することである。
- 18) 09 年の春節(旧正月)には仕事にあぶれた農民工が二千万人以上出現した。出所：『朝日新聞』2009 年 7 月 25 日付。
- 19) 現在の中国では農村人口が都市人口より上回っている。近年、農村経済の発展や農家の生活レベルが高まったことによって、家電消費市場が拡大し、特に、カラーテレビ、冷蔵庫、携帯電話などの需要が大きくなっている。そこでは、都市部の消費を中心にしてきた家電の開発、販売、各種サービスが、農村部の消費市場を目指す、農村消費の実情に合わせて、家電の販売を促進するイベントという内需拡大政策のことである。
- 20) ここで扱う卸売企業は年主営業収支が 2000 万元以上のものである。
- 21) ここで扱う小売企業は年主営業収支が 500 万元以上のものである。
- 22) 謝憲文『流通構造と流通政策——日本と中国の比較』同文館、2000 年、170 ページ。

主指導教員（菅原陽心教授）、副指導教員（佐藤芳行教授・溝口由己准教授）