

中国における小売業の発展の社会・経済的背景と特徴

趙 曄

Abstract

The development of a country's Retail Industry depends on, to a great extent, the local politics, economy and social culture environment. In China, since the implement of the "Reform and Opening" policy, and along with the progress of the economic system innovation, the Retail Industry in China changed from Seller Market, which means consumers' need exceeds the market supply, to Buyer Market in which there is abundant and sufficient goods consumers can choose. During the late 90s, Retail Industry in China experienced giant changes through the reforming of Merchandise Circulation policy.

This article focuses on the changes of Merchandise Circulation policy, reviews the development of Retail Industry since the reform in China, and furthermore, unfolds the characteristic of the development progress.

キーワード…… 改革開放 流通政策 連鎖経営 特徴 公的権力の介入

1. はじめに

一国の小売業の発展は、社会的、経済的、地理的といった極めて多様な要因によって、さらには政府による公的規制によって大きな影響を受けている。中国は社会主義国家であるため、必然的に政治的な環境要因が絶大な影響力を持っている。したがって、中国では小売業の発展に政治的な環境要因が強く作用している。

よく知られているように、中国は経済改革・対外開放（以下、改革開放と省略）30年の発展を経て、先進国の商業が100年以上かけて培ってきた小売業の形態を確立した。それには百貨店や商品卸売市場をはじめ、チェーン展開する総合スーパーマーケット、ショッピングセンター、コンビニエンスストア、専門店、ディスカウントストア、加盟店のほか、店舗を持たないネットショッピング、テレフォンショッピング、直接販売などの販売方法も含まれる。特に、1990年代後半流通開放政策の実施が、従来の閉鎖的な流通政策の転換、伝統的な小売流通構造の変革の出発点として位置づけられる。それは一時代を画する重大なできごとである。さらに、WTO加盟を受けて、2004年12月11日以降、中国における外資小売企業に対する出資制限、地域制限及び数量制限を撤廃した。これによって流通分野は本格的な開放の局面を迎えたので

ある。

中国では、中央集権制による政治の意思決定を通じて、流通政策や行政の直接的な介入などの手段で小売業の発展や小売企業の競争が規定されている。中国における小売業の発展を分析するためには、公的権力の介入である政治的な環境要因を重点的に分析する必要があると考えられる。そして、中国における小売業の発展は社会体制の転換および経済発展の動きなどに大いに影響を受けるため、流通政策の変遷を中心にして、各時期の社会・経済背景の変化を明らかにすることが、小売業の発展のメカニズムを解明するには欠かせない作業であると考えられる。本稿では、小売業の発展の社会・経済背景の歴史の変遷から、流通政策は各時期にどのように変革してきたに焦点を当てて分析し、その上で、小売業の発展の特徴を明らかにする。

2. 小売業の発展の社会・経済背景の歴史の変遷

中国における小売業の発展は、その歴史的なプロセスから 1949 年の新中国の成立から 78 年の改革開放の開始までと改革開放以降との二つの段階に分けられる。改革開放までは、中国の小売業の業態は単一で伝統的な経営方式が中心だったが、改革開放以降は、所有制度、小売業態の形式、市場を主導する力と供給関係など全面において重大な変化が発生した。この間についてはさらに 1978～1991 年と 1991 年からで現在に至る時期とに区分することができる。

2 では、まず、2-1 で改革開放における小売業及びそれを巡る社会・経済背景について簡単に論じ、次いで、2-2 では前述した二つの時期について詳しく論じることとする。

2-1 改革開放前（1949～78 年）における小売業を巡る社会・経済背景

1949 年 10 月 1 日、中華人民共和国の誕生は、過去の古い経済体制に対する全般的な否定を意味した。帝国主義列強の勢力が駆逐され、あらゆる特権が取り上げられたことは、自主的に国民経済を発展させるための前提条件を作り上げた。また、いわゆるマルクス主義を思想理論の基盤に置く中国共産党が政権党の位置を占め、旧中国の資本主義経済の 80% を占めていた国内の帝国主義列強の所有企業と官僚資本がすべて国有の形で新中国政府に握られたことは、新中国をいわゆる社会主義の軌道に乗せることを規定づけた。新中国の成立まもなく、旧中国の古い経済制度に対して、根本的な改造が行われた。それを要約すると以下の三点になろう。① 官僚資本を没収し、土地改革を行い、財政経済を統一した。② 農業、手工業および資本主義工商業に対して社会主義的改造を行い、全人民所有制と集団所有制を主要形態とする社会主義公有制構造を確立した。③ 工業、物財、交通運送、財政、金融信用、労働賃金などを含む、集中統一的な計画経済管理体制を成立させた（劉国光 1989；5）。

さらに、これらに当時の国際環境が加わる。当時中国にとっては、先進資本主義諸国から経

済的な援助を求め、経済復興の頼りとするどころか、反対に共産党政権の存立にまでかわりかねないような厳しい時期であった。また、1949年発足したコム¹⁾および1951年5月にアメリカの操作により、国連を通った対中国の「禁輸」決議と1952年9月にコムに増設された中国委員会は、いっそう中国に対する経済的な圧迫と封鎖を強めるものであった。それらの現象は、結局のところ資本主義と社会主義の両体制の本質的な違いとその対立的な関係、および社会主義諸国の独立によって資本家達が大量の既得経済利益を失ったことに、その根源を求めることができるのではないと思われる。その中で、建国初期に工業化を急ぐ社会主義中国にとって、集権経済の破綻がまだ見えなかった旧ソ連の経済発展モデルが手本として全面的に取り入れられたのであった。

中国は元来「平等互惠・有無相通じる」という対外貿易方針を唱えてきたが、これは国際貿易を国際分業の一環であるとする認識レベルにははっきりと到達していなかったことを物語っている。工業化のための蓄積源は時期による量的な変動はあったが、基本的には上原一慶氏が指摘するように、「主には農村からの低価格・計画的穀物供出→都市労働者の相対的低賃金→企業利潤の国家集中→重工業への投資、という蓄積メカニズムを中心とする農業を蓄積源とした建設方式であった」（上原一慶 1978；53）。

小売業の発展は多くの国において百貨店の誕生から始まる。中国の場合も例外ではなく、1900年の百貨店の誕生から始まった。そして百貨店の誕生から1950年頃までわずかの数の百貨店が莫大な数の零細な小売店とともに度重なる戦争や政権交代をくぐりぬけながら小売業のリード役を演じた。そして、1949年に共産党は政権を握り、小売業における環境が大きく変化した。前述したように、中国建国以来ほとんどあらゆることについて、他人の力を求めずに自国内部の人力・財力・物力のみで頼るという理解で工業化を進めてきた。経済建設はほとんど閉鎖的な環境の中で行われ、一種の内部循環の状態にあった。この内外環境の影響を受けて、その後、中国では消費財の流通は長期にわたり商業部と全国供給販売協同組合により行われ、日用品や農産物などの流通は高度に集中した計画経済体制のもとにおかれ、国家の計画に従って行われるものとなった。そのため中国の小売業の業態は単一で伝統的な経営方式が中心であった。小売企業といえば百貨店²⁾、総合商店³⁾、専門店⁴⁾くらいしか存在しなかった。サービス業にいたってはさらに単純かつ伝統的で、店舗も小さいものであった。（趙曄 2008；25）

2-2 改革開放後（1978～今日）における小売業を巡る社会・経済背景

1978年から2008年まで、中国の改革開放はすでに30年が経過した。この30年間の中で、中国の各業種は飛躍的に進歩して、小売業は同様に大変革の時代を迎えた。30年間の中で、中国における小売業は次のように二つの発展段階をたどったのである。この二つの発展段階において、所有制度、小売業態の形式、市場を主導する力と供給関係、すべてに劇的な変化が生じた。

第一段階：（1978～1991年）改革開放への転換期である。この段階では、国営小売企業は主導的な地位を占めていて、その次は集団所有制小売企業である。小売業態は主に百貨店と副食品店であった。この時期に計画経済による物資の構造的な供給不足や小売業に対する小売業が国の保護を受けており、消費者の選択が機能することはあまりなかった。また、この段階においては、対外開放の面からみても、全額外資企業だけでなく、合弁企業や合作経営企業⁵⁾の設立も認めず、小売分野は依然として政府の保護産業とされていた。この時期では、中国の小売企業間の競争は激しくなく、小売業は「卖方市場」（売り手市場）段階にあるといえる。

第二段階：（1992～現在に至る）小売業の本格的な展開期である。1992年以降経済の仕組みは市場が計画経済にとって代わってきて、主導するようになった。それに伴い、流通業においても大きな変革がもたらせた。この段階は、さらに「中国小売企業の本格的な展開期」（1992～2000年まで）と「外資系小売企業の本格的な開放への転換期」（2001～現在に至る）に分けることができる。

「中国小売企業の本格的な展開期」においては、小売企業の所有制度は多様な所有形態になって、小売業態も多様化になった。チェーンストアは発展速度の一番速い業態となっている。商品の供給もますます豊富となった。この段階の中で、中国の小売企業間の競争は激しくなると、小売業は「卖方市場」（売り手市場）から「买方市場」（買い手市場）に転換してきた。市場は商品流通の主要な場が変わってきた。また、流通業における対外開放政策はこの時期に開始されたが、まだきびしい制約が課せられた。

「外資系小売企業の本格的な開放への転換期」では、WTO加盟によって中国小売業は本格的な対外開放を実施し、外資系小売企業に対して、中国の流通開放が試験的な開放段階から本格的な開放段階に転換した。国際小売業の王も中国市場に進出し始めた。小売企業間の競争は非常に激烈で、真の「买方市場」（買い手市場）になった。

2-2-1 改革開放への転換期における小売業を巡る社会・経済背景

中国における本格的な経済改革とその一環である対外開放が実行されるようになったのは1978年12月以降のことで、中国共産党第十一期三中全会で戦略的な方案として提起されたものであるということは周知の通りである。その背景については、すでに多くの論者によって論じられているが、以下内外二つの側面から要約する。

まず、国内部からの圧力としては、①70年代後半から、文革がもたらした社会的混乱による経済発展の停滞、②旧蓄積様式の限界による産業構造転換の切迫性、があげられる。また、外部からの衝撃として、①資本主義世界における産業技術の高度化の進展と中国の経済発展レベルとの格差の広がり、特に隣接している日本やNIESとの目立った経済発展の格差、②世界競争の危機が減少するもとの、国内の軍需生産の縮減による産業構造の変化、③ソ連・東欧諸国における改革の強烈な影響、が考えられる。（王耀東1993；238）

さらに、国際的環境の観点からも、1972年2月の「米中共同声明」および1972年9月の「日中共同声明」の発表は「建国後30年余にしてはじめて、中国は対外関係を全面的に展開する国際的環境をもつことになった」という指摘は重要であろう。(松野則二1988;69)

1978年までは、経済各分野で国の統制が支配的な時代であり、流通機構は基本的に「配給機構」としてしか機能していなかった。周応恒(2000;21-23)によれば、果物や野菜は、①農家の余剰農産物を国家が統一的・計画的に買い付け、②都市住民には国家が、国営商店を通じて公定価格で統一的に定量配給する機構が堅持されていて、③国家が農産物市場と商業活動を厳格に管理・統制する体制になっていた。

1978年11月に中国共産党第十一期三中全会において、公有制⁶⁾を主とする計画経済の改革と国内経済の対外開放が決まった。

まず、国内改革の面から見てみる。1979年から84年まで、改革の重点は農村に置かれた。中国で20年間にわたって人民公社が重要な役割を担っていたが、「包幹到戸」と言われる農家生産請負制によって解体された。これは人民公社の生産用具や家畜など各戸の農家に委託か有償で譲渡し、農地を割り当てて経営させるというものであった。国には農業税や供出する割り当て量を決め、残りの生産量を各農家で所有できるという家族経営の方策であった。そのために、各農家が所有する農産物を自由に取引できる農貿市場を設立した。それは、従来の「配給」から市場経済システムとしての「流通」の最初であったということができる。(田中道雄・鄭杭生・栗田真樹・李強2005;22-23)そして、1984年10月の中国共産党第十二期三中全会から1988年まで、改革の重点は農村から都市に移って行った。改革の対象となったのは企業の管理体制であった。改革以前、国有企業は国家の一工場的存在であったため経営自主権を保有しておらなかった。経営監視システムとして職工代表大会が設けられたが、支配的立場にある党委員会の行動を監視する機能を持たないという基本的欠陥を有していた。改革によって所有と経営の部分的分離が進み、各企業が経営自主権を有し始めた。そのことによって、国家による指令方式から市場方式という企業の自主的な裁量権が認められ、それが拡大された。そのことにより取引対象は「物資」から「商品」に変わったのである。

次いで、対外開放の面から見てみる。1979年に改革開放政策が打ち出されて以来、従来の配給品分配システムに市場メカニズムの導入が漸進的に推し進められてきた。それは1980年に深セン、珠海、汕頭、厦門、そして海南という南部の沿海地域の都市からなる経済特別区を設置することによって着手された。そこでは、当該特別区に参入する外資系企業は税制面で優遇されると同時に、各特別区には対外的な経済活動に対する自主権が与えられた。1984年5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、北海も沿海開放都市として指定された。1985年2月には、揚子江デルタ地域、珠江デルタ地域及び閩南デルタ地域も沿海経済開発区(13市、46県、2区鎮を含む)として開放された。そして、1984年から1985年にかけて、第一次対中投資ブームが始まった。

1979年7月中国は初めての外資法である「中外合資経営企業法（合弁企業法）」を制定し、外国からの直接投資を拡大するための政策、優遇措置を打ち出した。1983年には「中外合資経営企業法実施条例」が公布され、外資導入の業種リストも公表された。具体的には、

- ① エネルギー開発、建築材料、化学工業、冶金工業
- ② 機械製造業、計器メーター工業、海上石油開発設備製造業
- ③ 電子工業、電子計算機と通信設備製造業
- ④ 軽工業、紡績工業、食品工業、医薬品・医療器械工業、包装資材工業
- ⑤ 農業、牧畜業、養殖業
- ⑥ 観光・サービス業

計6類19業種を外資進出が可能な分野としている。（謝憲文 2008；154）

この時点では、サービス産業のなかで観光・サービスの2業種以外の業種の外資進出を認めていない。従って、この段階のサービス産業に対する外国投資は基本的にはホテル建設・運営、あるいはホテル内のレストランの出店などの集中していた。あきらかに小売分野はこれまでと同様に、開放禁止の業種として政府の保護下におかれていた。

80年代後半から、中国の外資投資環境が次第に改善され、外資導入の量と質がともに大きく高められた時期である。この時期の外資政策の展開からみると、1986年と1988年中国政府は「外資企業法（全額外資企業法）」と「中外合作経営企業法」を公布した。また、1986年10月、国務院は「外国投資奨励規定」⁷⁾を制定した。この規定の制定によって、中国の外資導入が新しい局面を迎えた。1987年には「外商投資方向指導吸収暫定規定」も制定し、外国投資の奨励・制限・禁止についての業種リストを規定した。ただし、これは内部施行にとどまり公表されなかった。1989年3月には、国務院が制定した「当面の産業政策の要点に関する決定」を公表した。一方、1990年12月に「全額外資企業法実施細則」を公布した、その中では、国内商業、対外貿易などは投資禁止の業種であった。（中国対外経済貿易部条法司 1992；111）1988年、国務院は沿海地区経済発展戦略を打ち出し、上述の三つ沿海経済開発区の範囲をさらに拡大した。そして、遼東半島、山東半島、環渤海地区および北部湾付近の一部の市、県なども沿海経済開発区に指定された。同年、海南島も海南経済特区として開放され、現行の経済特区以上の優遇政策が講じられることとなった。（国務院発展研究中心・UNDP 項目組 1994；98-99）さらに、1990年には、中央政府は上海浦東新区の開発と対外開放を決定し、10年来の改革開放政策のなかで相対的に立ち遅れていた上海を浮上させた。1988年から1989年にかけて第二次対中投資ブームが起こった。ただし、小売分野はこの時期では、全額外資企業だけでなく、合弁企業や合作経営企業⁸⁾の設立も認められず、依然として政府の保護産業とされていた。（謝憲文 2008；155）

ようするに、この転換期においては、市場の導入によって、流通も部分的に変化してきたけれども、全体的には従来の流通システムに大きな変革がなかった。

2-2-2 本格的な展開期における小売業を巡る社会・経済背景

(1) 中国小売企業の本格的な展開期

1992年には、鄧小平の南巡講話を契機として計画経済を部分的に温存させながら市場経済化を進める社会主義市場経済という体制が敷かれた。流通業の側面から言えば、前述のように、80年代末まで小売分野における外資系企業の参入が許可されなかった。92年以降、部分的な自由化が許可された。それは、1992年7月に国務院が内部通達「商業小売領域における外資利用問題に関する許可（国務院82号）」において、北京、天津、上海、広州、青島、そして大連の6都市、および経済特別区で、各1社または2社の合弁、合作による外資系企業の導入を実験的に認めたことである。それ以降、小売市場の開放が推進されてきた

外資系企業の進出に伴う中国の様々な産業で競争の激化を促進された。経営基盤が脆弱な企業の淘汰が進行している。こうした事態に直面した中国小売企業の中では、経営基盤の強化や展開領域の拡張を通じる対応を模索されている。中国政府はこれを推進するため、様々な政策と対策を立てた。

政策としては、1995年には国務院の了承に基づき、国家発展計画委員会、国家経済貿易委員会、対外貿易経済合作部が共同で『外国企業投資産業指導目録』を発表した。そこでは、小売業、卸売業、そして生産財流通業などの国内商業を「制限業種（乙種）」に指定し、外資系企業の参入が幅広く認められるものの、全額出資の独資企業の設立は許可されなかった。そして、1997年には上記目録が改正され、小売業、卸売業、そして生産財卸売業を一括して制限業種に位置づけ、外資系企業による全額出資の禁止と中国企業側による51%以上の出資を原則として、中国企業側が経営主導権を握ることを条件として付けられた。

対策としては、①従来の商業、貿易、そして物資流通の行政管理部門とその傘下にある国有企業や集団所有企業を再編することで大規模企業集団が形成されていることである。例えば、上海商業局を改組するかたちで華聯集団、上海友誼集団、上海一百集団が誕生した。②連鎖経営店舗の推進されていることである。長年、中国においては、地域保護あるいは排他主義的な政策が地域をまたがる展開を防げてきた状態にあり、小売業の地域を越える展開は数多くみられなかったが、近年では、国営企業の改革や外資系企業への対抗策として全国チェーン組織を構築し、仕入れや販売力を高めていくことの必要性が政策的に認識されようになった。（田中道雄・鄭杭生・栗田真樹・李強 2005；97-100）

以上のように、中国小売企業の中では、経営基盤の強化や展開領域の拡張を通じる対応を促進するため、政府の対策としては重点企業の構造改革を推進する中で、吸収合併、聯合提携、チェーンストア化の推進などが試みられていた。こうした展開は、中国企業の経営基盤を強化する同時に、中国の環境条件に適した小売業の発展を可能にするものと考えられる。（田中道雄・鄭杭生・栗田真樹・李強 2005；98）

このように、流通業においても開放政策が進められているようになったが、政府も部分的な自由化しか許可しないという不十分なものであった。しかし、この期間に小売業の変革が進み、部分的な自由化から完全な自由化への転換が準備されたとの判断がなされるようになり、流通業からいっても、WTO への加盟に踏み切ることができるようになった。

（2）外資系小売企業の本格的な開放への転換期

2001年12月、中国のWTO加盟によって、対外開放政策は新たな段階を迎えた。流通分野においては、小売業態の成長や外資小売企業の進出加速など、中国小売業を取り巻く環境は激変している。

WTO加盟を受けて、2002年に中国政府が改正された「外国企業投資産業指導目録」を公布した。その中で、1995年以降外国投資が制限されてきた一般商品の小売・卸売業を制限業種から奨励業種に変更している。一方、書籍・新聞・雑誌小売市場の開放が2002年に始まり、北京や上海など6都市と5経済特区に事業地域が限定されていたが、2003年からは重慶、寧波及びすべての省都、自治区首府に拡大した。

2003年に入って、最後のフロンティアと呼ばれる医薬品小売市場の開放もついに実施され、深センに進出した米国のドラッグストア企業 Medicine Shoppe に続き、スイスの Zuellig Pharma 社も中国出店を決めている。さらに、何よりも重要なのは、2004年12月11日以降、中国における外資小売企業の出資比率、出店地域及び企業数に対する制限が全廃されたことである。（謝憲文 2008；205-206）これもWTOに加盟した際の中国の承諾であり、すなわち、加盟3年以内に一部の特殊商品の小売販売を除き、中国小売業は本格的な対外開放を実施するということである。（荒木一郎・西忠雄；68-70）このような変化は、外資系小売企業に対して、中国の流通開放が試験的な開放段階から本格的な開放段階に転換したことを意味するものといえる。

3. 中国における小売業の発展の特徴

よく知られているように、近代小売業の歴史における最大の特徴は、小売業態の多様化である。中国では、政府の流通開放政策の実施により小売業を取り巻く環境が激変し、かつて先進国で経験した小売業態の多様化が中国でも同じように起こっているのか。中国小売業の発展の特徴はいったいどこにあるのか。中国小売業の発展の特徴を浮き彫りにするため、以下の視点から分析したい。

3-1 小売業の資本形態の変革

前述したように、中国では外資開放政策の面において、1992年以前には農業と工業が主な開

放分野であったが、1992年に始めて外国の投資が流通分野においても条件付きで認められるようになった。そして、中国政府の流通開放政策によって、以前禁止されていた小売業への自由参入を認めるようになった。その後、特に個人資本の小売業への新規参入が急速に増加し続けている。このように、流通業の一連の改革により、中国の小売業に大きな変化が現われた。また、中国の経済発展とともに、国有企業は経営合理化の一環として人員のリストラ策を実行し続けている。そのため、第3次産業がその人員の受け皿として大量の従業員を吸収し、特に小売業に従事する者が著しく増加している。

表 3-1 中国小売業の所有形態⁹⁾

(単位：億元，%)

	1988年	1992年	1996年	2007年
社会消費財小売総額	7,440	10,993	24,774	27,121
国有企業	39.4	41.3	27.2	6.9
集团所有	34.4	27.9	18.4	2.2
私营企業	—	—	—	26.6
個人経営	17.8	20.3	32	—
共同経営	0.4	0.7	0.5	0.6
株式制企業	—	—	—	20.1
有限責任公司	—	—	—	29.6
外資企業	—	—	—	8.1
港、澳、台企業	—	—	—	3.9
その他	8.0	9.8	21.9	2.0

出所：(中国国家统计局『中国統計年鑑』各年版)により筆者作成

その結果、小売業は著しく発展し、小売業の資本形態の変革をもたらした。経営主体は多様化して、非公有制小売企業は急速な発展してきた。表 3-1 の中国小売業の所有形態をみると、1992年からの流通開放政策の実施によって、小売業における国有企業と集团所有企業に占める割合は69.2%に低下し、1996年にはそれがさらに45.6%に低下した。逆に、同年の私营・個人所有などの比率は54.4%と過半数を超えるシェアを持つようになった。2007年には国有と集团企業数が9.1%までに低下した。つまり、中国の小売企業における資本の所有形態は、公有制

と非公有制資本の地位が逆転したわけである。

このように、非公有制企業の発展から 1992 年の流通開放政策を受けて、小売業では私有制の許容が明確にされ、規制の緩和がさらに進められていることが分かる。

3-2 新型業態の導入の段階性

よく知られているように、近代小売業の歴史における最大の特徴は、小売業態の多様化である。中国では、政府の流通開放政策の実施により小売業を取り巻く環境が激変し、かつて先進国で経験した小売業態の多様化が中国でも同じように起こっている。

表 3-2 中国の小売業態の変遷

小売店	出現時間	シンボリックな事件	導入期	発展期	現在のライフサイクル
百貨店	1900年	1996年に大型百貨店の倒産騒動が成熟期に入ることを示している	1900～1970年	1970～1996年	成熟期
スーパーマーケット	1981年	1991年聯華超市の成立は成長期に入ることを示している	1981～1990年	1991年	発展後期
コンビニエンスストア	1987年	1996年7-11広州店の成立は生長期に入ることを示している	1987～1995年	1996年	発展期
専門店	1985年	1993年第1軒真維斯上海店の成立は成長期に入ることを示している	1985～1993年	1994年	発展期
ショッピングセンター	1996年	1996年広東天河城広場の成立はショッピングセンターが導入を始めることを示している	1996年	—	導入期
倉庫型商店	1992年	1996年ウォルマート、メトロが次々と中国に入るのが成長期に入ることを示している	1992～1996年	1997年	発展期
大型総合スーパーマーケット	1995年	1999年本土の大型総合スーパーブームが生長期に入ることを示している	1995～1998年	1999年	発展期

出所：（于偉霞 2000：18）により筆者加筆作成

小売業の発展は先進国においては 100 年以上かけて、しかも段階を踏んで様々の業態を發展させてきたという経緯がある。19 世紀以前は一般小売店舗の時代で、1852 年に百貨店が出現し、

20世紀初期までリーダーの地位にある。1930年に世界中初めて典型的なスーパーマーケットが出現、50年代に世界中に流行した。50年代初期アウトレット店が出現した、その後の60年代にコンビニエンスストアが出現し、70年代にショッピングセンターが出現した。最近の四十年は新たな業態が相次いで出現した。百貨店——スーパーマーケット——チェーンストア——無店舗経営形態など、各国の社会事情や経済の発展段階によって、時が経つにつれて、順次登場した。(李飛・王高2006:104)

中国では、1979年に始まる政府の改革・開放政策の実施によって、中国における流通業を取り巻く環境が激変した。中国の経済改革は、最初に計画配給体制の打開から始まった。そして、1992年までの流通改革においては所有制度の根幹に手をつけず、農産物流通の自由化、流通市場への非国有経済の自由参入、経営請負制などの企業内部改革などの「迂回戦略」が採用された。(黄リン2002:84) それ以来、とくに1992年、中国共産党第14回全国代表大会は社会主義市場経済体制を創設することで従来の改革方向を調整し、経済政策(特に流通業の開放政策が実施された)、国営企業、外資導入など領域での改革が強化されている。また、同年以降「社会主義市場経済」の旗印のもとで国有企業の所有制度、そして政府の機能に関する改革がなされた。地域や商品分野によって改革の進展状況はさまざまであるが、流通体制全体に共通した変化が見られた。こうした状況の中で小売業が著しく変化し、流通チャンネルの短縮化、業態の多様化が急速に進んでいる。しかし、中国では、先進国の国々とは異なって、「同時業態多様化」という特徴がある。特に、外資の主導で小売業態の革新が盛んに行われ、多資本、多業態の小売業は一気に大都市部に登場し、お互いに競争しながら発展している。百貨店を除けば、すべての近代的な業態特徴を具備している小売業態はほぼ1990年代に登場した。(表3-2に参照。)その後、中国の経済成長によって、消費財小売販売額が増加し、多業態の間で競争しながら発展している。

こうした1990年代から、中国の小売業は政治的な環境要因の促進により急速に発展している。特に、政治的な環境要因である公的権力の介入が小売業の同時業態多様化という特徴を作り出した。

3-3 小売業の推移

前述のように、政府による小売業の改革、流通開放政策の実施によって、小売業の近代化が急速に進んでいる。表3-3は中国における小売業の推移状況を示している。以下では、中国における小売業の推移を二つの時期に分け、分析してみる。すなわち、①1988年から1996年までの全数データで、②1998年以後の「限額以上」の企業に関するサンプルデータである。

小売企業の事業所数が急速に拡大することは、表3-3から確認できる。1992年から1996年までの間で事業所数は約434万増加した。そして、1998年から2007年までの「限額以上」企

中国における小売業の発展の社会・経済的背景と特徴（趙）

業の推移も増加傾向にあり、2007年にはその数が95429店舗となっており、1998年の6.6倍以上に達したことが分かる。このように、小売企業の事業所数が急速に拡大することから、新しい小売業態及び外資小売企業の導入によって、大・中型小売企業による市場開拓のスピードは加速していることが分かる。

表 3-3 中国小売業の推移（1988～2007）¹⁰⁾

項目	事業所数 (箇所)	年間商品販売額 (億元)	従業者数 (千人)
1988年	——	——	17,721
1992年	9,627,964	7,922	19,097
1994年	11,875,243	7,075	26,531
1996年	13,963,162	9,040	31,892
増減率 88～96	45%	14%	67%
1998年	14,304	5,056	——
1999年	19,220	5,392	2,379
2000年	18,482	6,288	2,166
2001年	21,872	7,022	2,063
2002年	28,751	8,498	2,246
2003年	29,381	——	2,281
2004年	99,855	15,529	2,832
2005年	73,774	18,230	2,951
2006年	84,658	23,220	3,194
2007年	96,429	28,378	3,553
増減率 98～07	574%	461%	49%

出所：（中国国家统计局『中国統計年鑑』各年版）により筆者作成

また、1995年以降、中国小売業の特徴的な変化の一つである「連鎖経営」¹¹⁾企業の発展のスピードが速められ、小売業におけるその成長ぶりが群を抜く勢いを見せている。その急成長は小売流通構造の新しい変革をもたらし、小売流通近代化の歩みを速めている。中国における本格的連鎖経営企業の展開は、1990年代後半から始まった。この時期に政府によるフランチャイ

ズ関連の法整備や地方政府の積極的な低金利の貸し出し、財政支援、税制優遇が行われ、小売業者がフランチャイズチェーンの事業展開に乗り出し、加盟店を積極的に募集したり、低めの加盟費を設定したりすることによって、連鎖経営企業の数が急速に増加したのである。特に近年急速に企業の規模も拡大した。(表 3-4 に参照。) こうした、政府の積極的な公的権力の介入は「連鎖経営」だけを発展させたのではなく、明らかに中国における小売革新の促進及び小売業の発展という成果をももたらしている。

表 3-4 限額以上¹²⁾連鎖小売企業の基本状況

年 度 (年)	店舗総数 (個)	従業員数 (万 人)	販売総額	
			(億 元)	小売販売額
2002	30746	63.3	2658.3	2209.0
2003	46517	92.4	4258.6	3464.1
2004	54891	105.6	5580.7	4509.9
2005	75885	136.9	9114.7	7003.5
2006	90504	142.1	9873.0	8055.2
2007	102096	156.8	11707.3	9527.2

出所：(中国国家统计局『中国統計年鑑』) 各年版により筆者作成

3-4 まとめ

以上のように、1992年から実施されている流通開放政策は、小売業の近代化に欠かせない存在となった。すでに、2-2-2で述べたように、この流通開放政策の実施は一時代を画する重大なできごとであり、従来の閉鎖的な流通政策の転換、伝統的な流通構造の変革の出発点として評価できる。そして、中国の小売業は、主に政府の流通改革、政策の転換によって促進された。すなわち、中国における小売業の発展は政府の公的権力の強力な主導のもとで展開されているという特徴がある。

4. 終わりに

以上、中国における小売業の発展の社会・経済背景の歴史の変遷から、流通政策は各時期にどのように変革してきたに焦点を当てて分析し、その上、小売業の発展の特徴を明らかにした。

すでに述べたように、中国政府による流通業の改革、流通開放政策の実施によって、小売業の近代化が急速に発展した。政府主導による小売業の近代化の促進策は小売業の著しい発展を促進し、変革をもたらした。また、この小売近代化の促進により、中国における小売業態の多様化は促進された。それに伴い、中国の流通環境が急速に変化し、小売業の規模拡大が急速に進んでいる。こうした環境の変化に伴って、中国の小売業が様々な競争により、今後とも発展するということが考えられる。このことから、小売業に影響する環境の変化に伴って、今後政府の公的権力の介入は市場経済の原理によって、弱められるということも予想される。

しかし、WTO加盟後の流通開放の進展につれて、外資小売企業の勢力範囲が拡大し、中国小売業におけるその存在感もますます高められてきている。中国国内では、急速な外資拡張による国内企業の危機感が次第に強まり、「流通開放をし過ぎた」といった批判がなされている。外資に対する規制強化を求める声が高まっている。このこと批判の台頭は、中国企業が危機感を強めていることを表し、当然に政府部門の政策づくりにも反映されることとなった。このことから、国内流通業に対する政府の圧力が強まるということも考えられる。

今後市場の発展の動きと政府の対応の強さがどのようなものとなっていくのかということは詳しく分析する必要がある。筆者は以降その点を解明していきたい。

<注>

- 1) ココム（Coordinating Committee for Export Controls; COCOM）とは、対共産圏輸出統制委員会である。1949年アメリカの主唱により資本主義諸国が結成した、共産圏への戦略物資・軍事技術の輸出規制のための委員会。本部はパリ。
- 2) 百貨店は主に靴、衣類、日用雑貨、時計、メガネ、文化体育用品を中心に扱う総合小売店であった。
- 3) 総合商店は食料品、日用雑貨などを取り扱う中・小型の商店である。
- 4) 専門店は医薬品、文房具などの単一類別あるいは特定種類の商品を扱う商店であり、全部は小規模店舗である。
- 5) 中外合作経営企業とも呼ばれ、外国企業が中国国内で中国企業と共同して生産・経営に従事する形態であり、両当事者が双方の権利・義務を定めた合意契約書に基づき企業を運営し、売上高・損益なども合意契約書の規定によって分配する。共同経営期間を過ぎれば企業は中国側の所有となる。中国側が土地、建物、労働力など提供し、外国側が資金、技術、設備などを提供するのが一般である。
- 6) 公有制には国営所有制と集団所有制が含まれている。
- 7) 「國務院 22 カ条」とも呼ばれる。
- 8) 中外合作経営企業とも呼ばれ、外国企業が中国国内で中国企業と共同して生産・経営に従事する形態であり、両当事者が双方の権利・義務を定めた合意契約書に基づき企業を運営し、売上高・損益なども合意契約書の規定によって分配する。共同経営期間を過ぎれば企業は中国側の所有となる。中国側が土地、建物、労働力など提供し、外国側が資金、技術、設備などを提供するのが一般である。
- 9) 1988年と1992年の「その他」は農民から非農民への販売を指し、1996年は私営企業、株式制企業、外資企業による販売も含む。2007年の「個人経営」は私営企業の中にも含まれる。
- 10) 中国では、国家統計局が商業調査を毎年実施しているが、日本のような細密な調査ではない。例えば、

事業所数、年間商品販売額、従業者数という基礎データでは、1996年までは小売業の全数データは公表されているが、1998年からは、これらの基礎データの対象は「限額以上」の企業だけ公表されている。この表の中に1998年からは「限額以上」の企業を示している。

- 11) 中国の「連鎖経営」はフランチャイズチェーンの意味している。
 12) 「限額以上」とは、年間商品販売額2000万元、従業員20人及びそれ以上の卸売企業と年間販売額500万元、従業員60人及びそれ以上の小売企業を指す。中国では、1998年からは基礎データの対象は「限額以上」の企業だけが公表されているに過ぎない。

<参考文献>

日本語文献

- 荒木一郎・西忠雄 2003年 『全訳 中国 WTO 加盟文書』 蒼蒼社
 上原一慶 1978年 『中国社会主義の研究』 日中出版社
 王 耀 東 1993年 「中国における対外経済戦略の転換」、『立命館経済』第42巻・第2号
 黄 リン 2002年 『WTO 加盟後の中国市場 流通と物流がこう変わる』 蒼蒼社
 柯 麗華 2008年 『現代中国の小売業——日本・アメリカとの比較研究』 創成社
 謝 憲 文 2008年 『流通構造と流通政策——日本と中国の比較 増補版』 同文館
 田中道雄・鄭杭生・栗田真樹・李強 2005年 『現代中国の流通と社会』 ミネルヴァ書房
 趙 曄 2008年 「日中流通業の比較——小売業を中心にして」、(新潟大学大学院現代社会研究科修士論文)
 周 応 恒 2000年 『中国の農産物流通政策と流通構造』 勁草書房
 松野則二 1988年 「中国対外開放の諸相——その政策展開と若干の特徴」、『人文科学研究所紀要』(立命館大学)46号

中国語文献

- 于偉霞 2000年 「中国零售業態發展動因及趨勢研究」 中国学位論文全文データベース(2002年第12期)
 国務院發展研究中心・UNDP 項目組 1994年 『經濟發展：改革与政策(第1卷上)』 社会科学文献出版社
 劉 国 光 1989年 「中国四十年經濟建設与十年經濟改革的艱辛歷程」『經濟研究』第9期 中国対外經濟貿易条法司編 1992年 『中華人民共和國対外法規匯編(1991年卷)』 中国対外經濟貿易出版社
 中国国家統計局 各年版 『中国統計年鑑』 中国統計出版社
 中国連鎖經營協會ネット <http://www.ccfa.org.cn>
 李飛・王高 2006年 『中国零售業發展歷程』 社会科学文献出版社

主指導教員(菅原陽心教授)、副指導教員(藤井隆至教授・溝口由己准教授)