

中国の消費市場と農民問題

著者名(日)	晨 光
雑誌名	神田外語大学紀要
巻	19
ページ	235-254
発行年	2007-03-31
URL	http://id.nii.ac.jp/1092/00001224/

中国の消費市場と農民問題

農 光

Abstract

If rapid economic development is sure to bring “hierarchical consumption” (M. Ozawa), the solution can only be to give property to all of the people in the country. In China, economic development in recent years has brought about a social separation. As a result, the phenomenon of inactive consumption has occurred. Scholars are recognizing that they can do nothing but attempt to expand the consumer market to maintain continuation and development of the economy. Thus, a conclusion can be drawn that if the consumption of the farmers, who make up the majority of China’s population, is encouraged, the problem of inactive consumption can be solved. However, this rise in farmer’s consumption can not be achieved through impracticable theory. It is necessary to present a concrete method. This paper proposes that the best method of farmer consumption expansion is to give land privatization to farmers in the farming village areas of China. Of course, it is also acknowledged that the problem might also be solved if property is given to farmers through a method other than privatization of land.

I. 問題の提起

近年、中国経済の発展は目覚しく、世界の注目を一身に浴びている。しかし、多くの経済学者が指摘したように、それは外資依存と輸出依存の経済発展である。事実、中国の対外貿易はGDPの40%以上を占めているにも関わらず、

国内消費はGDPの8%にしか値していない。これは、明らかに内需不足の状況である。現在中国の国内消費はすでに経済発展のボトル・ネックになっているという議論が盛んに行われ、経済学者だけではなく、社会学者も積極的に消費不振、内需不足の原因を分析している。

確かに中国は市場社会主義を実行して以来、毎年、社会消費量が増えている。中国の社会消費財小売総額の推移から見れば、国内市場規模がどんどん拡大していることがわかる。開放改革の当初1978年から2004年までの26年間、中国社会消費財小売総額は、1558.6億元から53950.1億元へ34.6倍になり、年成長率は平均11.5%に達している。『中国統計年鑑』の説明によると、「社会消費財小売総額」とは「国民経済における各業種が住民や社会集団に直接販売する消費財の総額」とあるが、その大部分は家計における消費である。

現在の中国では、需要より供給の少ない商品はもう無い。人々の消費意欲を引き起こすために、政府は、年に3回の長期休暇（一月の春節、五月の労働節、十月の国慶節）を実施し、多くの都市にも百貨店からコンビニエンスストアに至るまでの小売業種がすべて揃っている。中国では、間々田孝夫のいう消費社会の「物質的」、「精神的」、「社会的」な三要素が全部揃っている（間々田、2000：8）。ではなぜ消費不振なのか。

上述した「社会消費財小売総額」の半分以上は都市部の消費であり、その都市部の消費はすでに飽和状態になり、中国人口の半数以上を占める農民は消費に消極的であるため、消費不振の問題が現れると多くの人が指摘している。この指摘は正しいが、その原因をもっと詳しく分析すべきと思われる。筆者は中国消費市場不振の原因は、大衆消費社会が未達成のまま、すでに消費市場の階層化になることだと思う。消費市場の階層化は、都市部の現象でもあるが、なんといっても都市と農村の間の格差の問題である。本文は、この問題を取り上げて論じたい。

「階層消費」という概念は、経済学者の小沢雅子が1985年に提起したもの

中国の消費市場と農民問題

である。小沢は、日本の消費市場を分析した際、日本では大衆消費の期間は15年間しかなく、1970年代の後期から階層消費の時代に入ったと指摘し、階層消費時代の特徴は、1.資産所得の上昇率のほうが、勤労所得の上昇率よりも高くなる。2.勤労所得の個人間の格差も、資産所得の個人間の格差も、ともに、大きくなる。3.購買力は消費者の収入・資産によって左右される、と論じた(小沢、1989:プロローグ)。

では、中国の場合、この資産問題が農民の消費問題とどう関連しているか。農民たちは本当に貧困だから消費しないのか。中国政府は、1950年代に土地国有化政策を実行して農民から土地という資産を取り上げ、また戸籍制度によって農民の都市へ移住を禁止した。さらに長い間、義務教育制度がなかった⁽¹⁾ので、農村の教育レベルが一般的に都市部より低く、農民の社会移動に影響を与えている。私は、中国政府の土地国有政策、戸籍制度、教育制度などは、農民たちを不平等に扱い、これらの制度上の理由で農民の職業、収入、さらに消費を抑制しているのではないかと考えている。

II. 都市と農村の消費市場と社会階層

現在の中国は、市場経済への転型期にある。1980年代より中国の消費市場の商品価格は、政府の統制から解放され市場調節へと移行し、さらに1990年代には証券市場が設立され、2000年から不動産市場も開放された。これらの実施によって中国はそれまでの社会主義計画経済から一気に社会主義市場経済へと転換しはじめた。しかし、これらはすべて都市部の変化であり、農村部と関係するのは、農産品の商品価格の開放くらいであろう。

中国では市場化することにより都市化を拡大している。中国の統計によると、2003年の時点で中国の都市人口はすでに52376万人(全人口の40.53%)に達し、農村人口は76851万人(全人口の59.47%)まで減少した。開放改革前の都市と農村人口の比率は2:8であったが、今はそれが4:6である。以

上の資料は大都市の流動人口（農民の出稼ぎ労働者など）を都市人口として計算していないので、流動人口を計算に入れれば、中国の都市人口の比率はさらに高くなるだろう。

では『中国統計年鑑—2004』⁽²⁾を利用してまず中国社会状況を都市部と農村部の家計を見てみよう。『中国統計年鑑—2004』には、2003年に都市部で48028世帯、農村部では68190世帯を調査して、その収入と支出の状況をまとめたデータがある。これらの世帯は中国全世界帯の0.028%と0.036%を占める。これらのサンプルはランダム・サンプリングの方法によって抽出されたもので、したがって、その代表性があると考えられる。

統計資料は都市部と農村部の世帯をそれぞれ異なる階層に分ける。収入と消費額によって都市部では7つの階層、農村部では5つの階層に分けられている。都市部の7つの階層は、「最低収入世帯」、「低収入世帯」、「中低収入世帯」、「中位収入世帯」、「中高収入世帯」、「高収入世帯」と「最高収入世帯」である。農村部の5つの階層は、「低収入世帯」、「中低収入世帯」、「中位収入世帯」、「中高収入世帯」、「高収入世帯」である。それぞれの世帯はどのような消費をしているかを2003年の資料を見て分析する。

まず都市部の各階層の状況を見てみよう。これらの世帯の特徴は何と言ってもきれいな階段状になっていることである。収入の高い世帯ほど世帯規模が小さく、またその一人当たりの収入と消費支出はだんだんと多くなる。全消費額に占める食糧の消費（エンゲル係数）は収入の高い世帯ほどその比率が低くなるが、その他の消費が増えている。近年、都市と農村と共にエンゲル係数が下がっている。ここでは収入と消費支出はすべて正相関している。これらの項目の中に特に交通通信費において各階層の格差が大きい。農村部と都市部は基本的に同じ傾向が見えるが、農村部と都市部の間の格差が目立つ（図表1、図表2）。農村家庭の自給自足度を考えると、都市部との差がどれほどあるのか、後ほど詳しく考える必要があると思われる。とにかくわれわれは、

中国の消費市場と農民問題

これらのデータから中国社会は社会主義時代の平等を捨て、競争原理の導入によって社会的資源ならびにその獲得機会が不平等になっていると感じる。

図表 1：2003 年中国都市世帯の一人当たりの収支状況（元／人）

項目 \ 階層	最低収入世帯	低収入世帯	中低収入世帯	中位収入世帯	中高収入世帯	高収入世帯	最高収入世帯
世帯規模(人)	3.40	3.28	3.13	3.03	2.87	2.76	2.68
平均年収(元/人)	2762.43	4209.16	5705.67	7753.86	10463.66	14076.07	23483.95
消費支出(元/人)	2562.36	3549.28	4557.82	5848.02	7547.31	9627.58	14515.68
消費支出／平均年収(%)	93	84	80	75	72	68	62
食品	1222.76	1594.67	1926.06	2293.98	2762.75	3337.82	4332.62
衣服	198.71	329.15	456.14	617.54	791.36	945.33	1276.08
居住	309.01	387.88	459.56	588.75	779.81	965.22	1794.64
家庭用品およびサービス	91.99	156.26	228.41	343.06	472.55	687.17	1172.69
医薬費	175.77	236.76	325.14	415.13	560.89	757.57	1070.24
交通通信	174.17	300.65	427.79	598.16	826.32	1106.03	2081.14
教育娯楽文化活動	327.71	454.53	605.57	811.91	1102.89	1482.57	2208.97
その他の消費とサービス	62.25	89.41	129.17	179.54	250.79	345.91	579.33
各項目の占める%							
食品〔エンゲル係数〕	47.72	44.93	42.26	39.23	36.61	34.67	29.85
衣服	7.75	9.27	10.01	10.56	10.49	9.82	8.79
居住	12.06	10.93	10.08	10.07	10.33	10.03	12.36
家庭用品およびサービス	3.59	4.40	5.01	5.87	6.26	7.14	8.08
医薬費	6.86	6.67	7.13	7.10	7.43	7.87	7.37
交通通信	6.80	8.47	9.39	10.23	10.95	11.49	14.34
教育娯楽文化活動	12.79	12.81	13.29	13.88	14.61	15.40	15.22
その他の消費とサービス	2.43	2.52	2.83	3.07	3.32	3.59	3.99

資料：『中国統計年鑑 2004』に基づいて作成

図表2：2003年中国農村世帯の一人当たりの収支状況（元／人）

項目	階層				
	低収入世帯	中低収入世帯	中位収入世帯	中高収入世帯	高収入世帯
世帯規模(人)	4.61	4.34	4.11	3.90	3.54
平均年収(元/人)	1573.40	2327.99	3123.12	4219.52	7999.28
消費支出(元/人)	1064.76	1377.56	1732.74	2189.27	3755.57
消費支出／平均年収(%)	68	59	55	52	47
食品	575.66	714.11	840.82	999.23	1429.05
衣服	59.47	77.69	97.70	125.64	214.06
居住	141.56	180.85	240.93	339.43	726.39
家庭用品およびサービス	39.35	51.55	66.33	90.53	181.74
医薬費	63.83	81.70	104.25	124.85	228.51
交通通信	56.91	84.09	128.85	183.21	412.72
教育娯楽文化活動	109.94	161.37	218.34	276.81	465.45
その他の消費とサービス	18.03	26.21	35.52	49.56	97.65
各項目の占める%					
食品〔エンゲル係数〕	54.06	51.84	48.53	45.64	38.05
衣服	5.59	5.64	5.64	5.74	5.70
居住	13.30	13.13	13.90	15.50	19.34
家庭用品およびサービス	3.70	3.74	3.83	4.14	4.84
医薬費	5.99	5.93	6.02	5.70	6.08
交通通信	5.34	6.10	7.44	8.37	10.99
教育娯楽文化活動	10.33	11.71	12.60	12.64	12.39
その他の消費とサービス	1.69	1.90	2.05	2.26	2.60

資料：『中国統計年鑑2004』に基づいて作成

中国の消費市場と農民問題

では、中国全国の状況を理解するために、私なりの方法でこれらのサンプルからそれぞれの母集団を推定しよう。まず以上のデータに基づいて中国全国の世帯数を計算しよう。都市部では平均一世帯 3.01 人で、農村部では一世帯 4.1 人であるから、都市の世帯数は 17401 万戸で、農村の世帯数は 18744 万戸であろう。

都市部では、最低収入世帯は全世帯の 10% を占め、1740 万世帯である。しかし、その世帯規模が最も大きいので、都市人口の 10% ではなく約 11.3% の 5916.34 万人になる。低収入世帯から高収入世帯までは都市部全世帯の約 80% を占め、13921 万世帯である。最高収入世帯も都市世帯の 10% を占め、1740 万世帯であるが、その世帯規模が小さいので、全都市人口の約 8.9% を占める 4663.2 万人になる。

農村部の場合は、どうなるかを考えてみよう。低収入世帯は農村全世帯の 10% を占める 1874.4 万世帯で、その世帯規模はもっとも大きいから 8641 万人で、全農村人口の 11.2% を占める。中低、中位、中高の収入世帯は農村全世帯の 80% を占める。その数は約 14995 万世帯である。高収入世帯は農村全世帯の 10% で、その数は 1874.4 万戸になるが、その世帯規模が小さいので、全農村人口の 8.6% を占める 6635.38 万人になる。

中国人の学者は一般的に高収入以上の世帯数を少なめに、低収入以下の世帯数を多めに考えている（李培林など^④）。しかし彼らは大体一つの都市の調査に基づいて計算しているので、中国国家统计局の分類とは異なる。筆者の計算にももちろん誤差がある。しかしこれ以上の統計資料が現われない限り、誤差を承知の上、こう計算しても分析には支障がないと考えている。この計算に基づいて次の図表を作る。これは中国社会の各階層世帯の家計と消費の全体状況を表す（図表 3、図表 4）。

図表3：2003年都市各階層世帯の基本情報

階層 項目	最低収入 世帯	低収入 世帯	中低収入 世帯	中位収入 世帯	中高収入 世帯	高収入 世帯	最高収入 世帯
世帯規模(人)	3.4	3.28	3.13	3.03	2.87	2.76	2.68
消費支出(元/人)	2562.36	3549.28	4557.82	5848.02	7547.31	9627.58	14515.68
世帯消費額(元)	8712.024	11641.6384	14265.9766	17719.5006	21660.7797	26572.1208	38902.0224
世帯総数(万戸)	1740.1	2784.16	2784.16	2784.16	2784.16	2784.16	1740.1
人口数(万人)	5916.34	9132.0448	8714.4208	8436.0048	7990.5392	7684.2816	4663.468
全世帯消費額	1516億元	3241億元	3972億元	4933億元	6031億元	7398億元	6769億元

資料：『中国統計年鑑2004』に基づいて作成

図表4：2003年農村各階層世帯の基本情報

階層 項目	低収入世帯	中低収入 世帯	中位収入 世帯	中高収入 世帯	高収入世帯
世帯規模(人)	4.61	4.34	4.11	3.9	3.54
消費支出(元/人)	1064.76	1377.56	1732.74	2189.27	3755.57
世帯消費額(元)	4908.5436	5978.6104	7121.5614	8538.153	13294.7178
世帯総数(万戸)	1874.4	4998.27504	4998.27504	4998.27504	1874.4
人口数(万人)	8640.984	21692.51367	20542.91041	19493.27266	6635.376
全世帯消費額	920億元	2988億元	3560億元	4268億元	2492億元

資料：『中国統計年鑑2004』に基づいて作成

消費レベルから考えると、都市部の最高収入世帯、高収入世帯と中高収入世帯は世帯の年間消費額が2万元を超えている。これらを上層階層とまとめる。農村部の高収入世帯の世帯年間消費額は都市部の低収入世帯と中低収入世帯の世帯年間消費額の間に入るので、都市部の低収入世帯、中低収入世帯、

中国の消費市場と農民問題

中位収入世帯と一緒に中層階層となる。都市部の最低収入世帯と農村の中高収入世帯以下の世帯は一緒に下層階層となる。

統計年鑑のデータに基づいて計算した結果、都市と農村を総合して中国社会を全体的に上層、中層、下層にまとめることもできる（図表5）。中国の上層階層の世帯は16%の人口で社会消費財小売総額の41%を占めている。その階層にはほとんど都市部の住民である。中層階層の世帯は人口の25%で社会消費財小売総額の29%を占めている。その階層も都市部の人口が多い。それに対して下層階層の世帯は人口の59%で、社会消費財小売総額の30%しか占めていない。この階層は、ほとんど農民である。これは中国社会における家計と消費の階層化の現状である。農民たちは、中層階層までに上昇しなければ、消費市場の活況がないと考えられる。

図表5：中国社会の階層人口数と消費額

	下層	中層	上層
人口数(万人)	76286	32917	20338
%	59	25	16
消費額(億元)	14227	14638	20198
%	30	29	41

次は、農民の消費が少ない原因について分析し、その解決方法を考えてみよう。

Ⅲ. 農民消費不足の原因分析

社会学から見れば、市場は家計（消費）と企業（生産）を結ぶ交換の場である。富永健一はこの三者によって経済交換システムを形成するという。氏は市場を「準社会」と呼んで、経済交換システムを社会交換システムの特例ケース

と考えている(富永、1986:144)。社会学は近代化の発展によって社会が分化し、より効率的に運営するようになると認識している。社会分化の内容は基礎集団の家族と機能組織の企業が分離し、両者の間の交換の場—市場によって結ばれている。家族は労働市場を通して企業から給与を貰い、収入となる。企業は消費財市場を通して、家族から売上を得て、利潤を得て拡大再生産を行う。市場は社会的資源の交換を実現する場所となる。社会階層は社会的資源ならびにその獲得機会が不平等に分配されることによって形成した社会構造である。したがって市場と社会階層とは密接な関係がある。すなわち市場を通して社会階層が形成される。社会階層もまた市場に消費行動、投資行動を通して影響を与える。収入の高低はもちろん社会階層を決める重要な指標の一つであるが、消費額も社会階層を示す重要な指標である。収入の多い社会階層の家族はより多く消費している。要するに、消費(支出)の階層化は家計(収入)の階層化によるものである。ヴェブレンは「顕示的消費」によって社会階層と市場行動の研究に先鞭をつけた。

ケインズの消費理論も基本的に同じ立場である。消費を決める要因は収入であり、収入を決める要因は職業である。一人の人間の職業を決めるのはその定位家族における消費パターンである。これらの社会交換活動は一つの交換のサイクルを形成する。収入の格差によって社会階層が形成されるから、消費の階層化がある。

しかし、このケインズの消費理論には以下のような問題があると指摘されている。第一、人は消費をするときに、現在の所得に応じて機械的に消費するのではなく、一生涯のことを考えて、具体的には老後のための蓄えなども考えて消費をするのではないかという問題点がある。第二に、人は所得だけでなく、現在保有する資産によっても消費量は違うのではないかという問題点がある。これは、同じ給料の人であっても、資産をまったく持っていない人と、資産をたくさん持っている人では消費量が違うはずだということである。

中国の消費市場と農民問題

以上の問題を解決するために、経済学にはライフサイクル仮説が生まれた。ライフサイクルとは、「誕生、就学、就職、退職、死亡」など人生の一連の局面をいう。ライフサイクル仮説とは、「人々は一生涯での消費額を一生涯で使えるお金と等しくなるように毎年の消費量を決める」というものである。この考えにしたがえば、人々は、若いときに一所懸命働き、資産を手に入れる。年をとると、所得がなくなるが、若いときに貯めたお金と資産を使って生活する。ところで、「一生涯で使えるお金」とは、現在持っている資産と今後退職まで得られる所得である。したがって、「現在保有する資産+将来得られる所得=一生涯での消費量」ということになる。

中国の学者の中に、中国社会は二重構造の社会なので、都市と農村を同じ基準で計ることができないと主張する人がいる。彼らは都市と農村のジニ係数を一緒に計算すると、中国社会の格差が過大視する恐れがあると指摘する（趙人偉、2002、海兵、2002）。この指摘が正しいと思う。前出した資料を見て考えてみよう。

まず、表1と表2に基づいて収入と支出の関係を見る。都市部と農村部では、その差が歴然である。絶対値から見れば、都市部の収入と支出ともに農村部のそれよりずっと多いが、しかし、都市部の支出は収入の中に占めるパーセントが高く、農村部のが低い。すなわち、都市部の最高収入世帯は、収入の約62%を消費して、最低収入世帯は、収入の約93%までを消費している。それに対して、農村部の高収入世帯は、収入の約47%を消費して、低収入世帯は、収入の約68%を消費している。都市住民は、何から何まで買わなければ生活ができないが、農民たちは、食糧を生産し、野菜も作り、また住宅も自分で建てるので、ある意味でまだ自給自足の生活を送っていると考えられる。住居に関しては、同じ『中国統計年鑑—2004』によると、農民の居住面積が都市住民のより広い。それにもかかわらず、食と住は、農民生活におけるもっとも重要な支出部分となっていて、この二項目は都市住民の食と住より比較

的に多く支出している。そのほかの消費はすべて都市住民のものより絶対値からパーセンテージまで低くなっている。

自給自足の生活から市場化が進めば、農民たちが市場に提供している商品は増え、また市場から購入する商品も増えているはずである。しかし、食糧と住居は農民の自給自足の主な内容であるのに、その部分だけ支出が多いという現象をどう理解すればよいか。やはり、農民たちには生活の基本欲求以上のことを満足させる余裕を持たせない何かの問題があるのではないかと考えざるを得ない。

まず、農民の収入の問題を見てみよう。昔、農民たちは農繁期に農作業をし、冬になると、出稼ぎに出て現金収入を得ていた。そのなけなしの現金収入を主に生活の基本部分に使い、それ以外の消費には使っていなかった。現在は、多くの農村の余剰労働力は農村工業に勤め、また都市へ出稼ぎもする。現金収入が多くなったはずである。しかし、農民たちは都市住民ではないので、雇用面の差別を未だに受けている。現在、中国全国約1億以上の農民が都市へ出稼ぎに来ているが、彼らの給料は、およそ都市住民の半額である。その理由は、ただ農民だからである（劉維佳、2006）。だから、農民たちは、基本的にライフスタイルを変えるほどの収入を得られないといえる。

次は、社会福祉のことを見てみよう。農民たちは、農民のゆえに国家の医療保険、年金などの社会福祉を享受できないし、自由に都市への移住もできない。子供の教育が都市よりはるかに遅れているという状態に置かれている農民たちは、社会移動のチャンスが都市の人より少ない。老後の生活を維持するために、依然として市場化の影響を受けず、できるだけ現在の生活を自給自足のものにしようとする。すなわち、市場社会において農民の生存能力が弱いから、消費市場から逃げていることになる。

それに対して、都市市民は国家からあらゆる社会福祉の保障を受けて、それによって日常生活において消費能力を持っている。あるいは、消費しても

中国の消費市場と農民問題

かまわないことになる。国家の社会福祉保障に守られ、都市住民はさらに多くの資産も持つようになる。しかし、都市市民は国家からもらうが、農民たちは、国家から略奪されている。農民たちは、次のようにいう。市場化改革の前に政府はわれわれから金、食糧、命を取り上げた（農業税、食糧の統一買い付け、計画出産ということ、中国語では、「要銭、要糧、要命」）。開放改革になってから、ようやくこれらの問題が解決されると思ったら、今度国家は、われわれからもっと大事なものを取り上げるようになる。それは、土地である（中国語で「要地」）。

農民にとって土地が命である。これは農民たちの資産である。しかし、農民の資産であるはずの土地が、国有であり、農民たちの持っているのは、使用权だけで、所有権ではない。だから政府は、その土地を簡単に取り上げることできる。この数年来、中国の各地で土地徴用による紛争が頻繁に起きている。

要するに、都市住民と比べて、農民は、医療保険、義務教育などの社会福祉を享受できないし、国民として平等に働けない。さらに土地という資産を持たない。このような制度上の制限から、農民の収入、消費が抑制されると言える。中国の現状は、日本の階層消費と異なる一面がある。また経済学のライフサイクル仮説にも少し異なる様子を呈している。

実は、中国都市部の若者は、よく消費をする。彼らは都市住民の身分で、社会保障、資産の保障があるから、老後の憂いがなく、若くても消費をするという行動を説明できる。だから、都市住民は、現在保有する資産+将来得られる所得である一生涯で「使える」お金が増える結果、一生涯での「消費」が増加し、一年間での「消費」も増加することになる。逆に、資産を持っていない農民は、現在保有する資産+将来得られる所得である一生涯で「使える」お金がないので、一生涯での「消費」が減少し、一年間での「消費」も減少することになる。

すなわち、中国の場合、現在は市場化が進行中であり、農村部は、市場化の辺縁であり、その達成度が都市部よりはるかに低い。だから農民たちの生活は、社会分業の枠組みに組み込まれていない部分が多いし、消費もまだ少ない。ロストウ(W.W.Rostw)やカトーナ(G.Katona)らのいう「大衆消費社会」という概念がもし「大量生産、一切の消費財を賃金で購入する勤労者が社会の大多数を占めること、所得の平準化」(有斐閣『経済辞典』第4版)という特徴をもつならば、中国社会はまだそのような大衆消費社会になっていない。だから中国の学者たちもあまり「大衆消費社会」という概念を使用しない。現在、中国の消費市場はむしろ「階層消費」という特徴を持つ半市場化、あるいは部分市場化のようなものである。

IV. 農民消費問題の解決策

中国人はすでに貧富の格差が消費の欲求を抑制していると認識している。家計と消費の階層化は上層階層の過剰貯蓄と下層階層の低消費を引き起した。高収入世帯では、ほとんどの耐久消費財が揃っているので、彼らは高級品や不動産と金融消費に目が向かっている。これによって彼らの資産がまた増える。現在中国の金融資産と貯蓄の80%は上層階層のもので、20%は中高収入世帯のものである。下層階層は消費力が弱く、金融資産などをほとんど持っていないと言われている。下層階層の消費者は将来に対する楽観的な展望が次第に消えていくと中国の社会学者は警告している。農民は、資産のない社会階層である。これによって農民は、中国の格差社会においてもっとも低い地位に置かれているわけである。

このような状況では、経済が順調に成長すれば問題はないが、不況になると、社会不安の増大という危険があると誰もわかっている。しかし、広い国土、膨大な人口を持つ中国では社会階層間の格差をなくすことは不可能である。問題は、今のままでは、この格差は経済上、消費市場の停滞をもたらす

中国の消費市場と農民問題

恐れがあり、政治、社会上の社会不安定要因となり、社会対立を引き起こす危険さえある。これらの問題をいかに解決するか。いままで中国政府、特に地方政府は農民の出稼ぎ労働者に対して低賃金労働、差別政策を採取するために、社会格差が維持され、消費市場の階層化が形成された。だから、まず政府の政策を変えなければならない。

根本的解決方法は経済の持続的発展と格差を向上心へ繋げる努力である。すなわちより高い階層へ進むために努力することを国民に認識してもらうことである。しかし、これには、欲望を充足するために手段を選ばずという単純なものではなく、より高度の理性が要求される。これは、今の中国にとって難しいことであると思われる。しかし、事実はそうではない。

表1と表2のデータをみれば都市部と農村部は、同じく収入と消費の階層化が形成していることが分かる。その上、さらに都市と農村の間に大きな格差が存在している。しかし、都市内部の格差が大きく、農村内部の格差が小さい。これは、中国における都市と農村は、二つの社会であり、それぞれ異なる経済、社会原理によって説明されることを意味する。すでに説明したように、都市部と農村部では、世帯の収入格差だけではなく、消費面の格差がより大きい。しかし、どの社会も社会移動があり、中国のような社会移動の伝統がある社会には、社会移動の意欲がより強く存在している。問題は、政府がいかに政策上、それを助けることである。

以上のことと関連する二つのことを考えてみよう。一つは教育費娯楽文化活動への支出額である。表1と表2を見れば、将来のために農民たちは、収入の10%以上を教育娯楽文化活動の費用として支出しているが、農村の娯楽活動が都市部よりはるかに少ない現状を考えると、農民たちはこの部分の費用を主に教育費として支出していると考えられる。それに対して、都市部の各階層は、農村部の階層より高いパーセンテージの教育娯楽文化活動費用を支出しているが、その中身は、娯楽の部分が多いではないかと推測すること

ができる。したがって、絶対数から都市部の住民は農民より教育費を多く支出しても、パーセンテージで考えれば農民たちは、都市住民より決して低くない教育費を支出しているのではないかと思われる。すなわち、中国の文化伝統に基づいて、農民たちも社会移動への意欲を強く持っている。

もう一つの問題は、個人所得税のことである。近年、中国政府は累進所得税制を導入したが、最高収入世帯の一人当りの個人所得税は多くなったけれども、中収入以下の世帯ではほとんど所得税がない。しかし、収入と比べると、個人所得税の額は極僅かである。これはあまり収入の調整にならない。すなわち、都市部の上層階層に対して中国の税制は今のままでは絶対不十分である。上層社会の収入がもっとも不透明であるから上層社会に対する税制強化をすべき、累進税制で社会平等への接近を図る。そして中層社会に対してもっと自由をあたえ、規制緩和して社会中間層を拡大させるべきである。また一部の都市部の富を農村部に還流しなければ、都市と農村の格差を緩和することにはならない。

具体的に問題を解決するために、法制国家の建設、国民教育を行う。教育制度の改革をよりいっそう強化すべきである。これから教育への投資、都市建設、法制化に力を入れなければいけない。特に下層社会、農民たちに対する教育費の援助、最低生活の保障を行うべきである。下層階層の中層階層への上昇を促すことは何より重要である。農民たちに対して自由の移住を認めることはもっとも重要であろう。

開放改革までの中国消費市場は国家配給制の中に組み込まれていた。人口の大部分を占める農民はこの制度に参加することができず、農村の零細市場で消費品の交換を行った。それに対して、都市住民の全てが平等な分配市場を利用した。開放改革後、特に1990年代市場社会主義を実行して以来、中国経済は目覚ましい発展を実現した。全国市場の規模が形成されると共に市場の内容も豊富になった。近代化の発展途中には、必ず資本と労働力が都市へ集中

中国の消費市場と農民問題

し、都市化現象とともにサラリーマン化が起こる。しかし今でも中国では戸籍管理制度が人口の自由流動を抑制しているため、農民は都市へ出稼ぎに出ても、そこで永住の権利も都市市民と同等の福祉も収入も享受できない。すなわち都市と農村の格差は構造的なものである。中国社会を発展させるために農民たちに国民として平等と自由を与える法的な保障をしなければならない。戸籍制度をすぐ完全に解決することが出来なくても、農民工の給与差別を解消すべきである。これだけで、毎年、第二産業部門と第三産業部門で働く農民たちに1兆元近くの収入増加をもたらす。劉維佳は、例の調査報告の中で、出稼ぎ農民の戸籍の問題、訓練の問題、人権の問題、管理の問題を提出した。さらに申培軒は、農民の教育、特に大学教育が農民の社会移動における重要性を強調している（申培軒、2004）。農村の問題を徹底的に解決するために、やはり義務教育を実行し、農民の子供にも将来への希望を与えなければならない。

以上の問題に関して、それらの措置を取れば、農民の収入が増える可能性は出てくる。しかし、もっとも重要なのは、農民に土地の所有権を与えることであろう。改革の初期、人民公社の束縛から農民たちが解放され、自分で生産活動ができるようになるだけで、農業生産力が大きく増えた。もし土地の所有権を農民に与えれば、土地に関する短期行為がなくなり、農業生産性の向上が次第に現れるに違いないと思われる。そして、農業生産性が高くなり、農産物の市場化率も高まるはずである。

膨大な人口を持つ中国では、土地は、価値の保つ資産であることが、すでに歴史的に証明された。貯蓄より土地。政治が安定すればするほど、土地の価値が上がる。資産のない人は、消費額が低いという関係が認められている。農民たちは、退職がなければ、年金もない。彼らが依存しているものは何もない。もし土地が資産であるならば、農民の憂いが解消されるに違いない。だから、国内消費不振についてライフサイクル仮説を用いても、都市部にた

いして説明ができるが、農村部には、なかなか説明することができない。消費階層理論ならある程度に説明することができる。

土地私有化ということは、重大な政治問題である。全国に一律に実行するのは、困難であるかも知れない。そのため、土地の私有化は、部分的なものでもいい。都市住民との不平等を解消するために、農民だけ土地を持ってもいいという政策をすればよいと考えられる。

V. 結び

本稿は紙面と資料の関係で中国社会を全体的に論じることができなく、中国政府の公表した資料を利用して現在中国消費市場の階層化と農民の問題について分析した。中国の農民はただの貧困ではない。国民として平等の権利を持っていないから、収入が少なく、消費ができない。具体的に、農民の問題は結局資産を持っていないことである。中国政府は、農民たちに今まで社会移動の重要要因としての義務教育を実行していなかった。教育を受けるチャンスの少ない農民の子供は、将来社会移動の可能性もすくない。また戸籍制度を利用して、農民の移動を制限した。それによって都市に出稼ぎにくる農民たちは、差別的な給料しかもらえない。制度的に農民は国民として差別されているから、収入が少なく、消費も少ない。要するに、農民は、制度的に消費意欲が抑制されている。以上の問題を解決する改革を行えば、農村の市場化が進み、消費額が上がる。そのもっとも重要な内容は土地の私有化ではないか。

開放改革後の中国社会は変化が激しい。それは一つの圧縮された過程である。すなわち西洋先進諸国が何百年、何十年を経てやっと達成した社会変動を中国は数年間の間に経験したわけである。社会発展の中で都市部の上層階層は意欲のある人々で、彼らは発展に協力的であろう。農村部の下層階層の人々にもっと高い動機付けを与える必要がある。農民たちに土地の所有権を

中国の消費市場と農民問題

与えることによって資産を持たせ、消費をはじめ、あらゆる側面において、農村部の変革の基礎を築く条件となる、激しい社会変動の中に社会安定を保つためにこのような改革が必要である。もちろん、資産より、人類の博愛、助け合う精神は重要であり、ある意味で宗教的な意識も必要である。中国社会の安定と発展の継続、国民生活の向上、これらの目標を達成するために中国文化の力を信じたい。

注

(1) 中国政府は2006年9月からようやく全国で義務教育制度を実行することを決めた。

(2) 『中国統計年鑑—2005』すでに出版されたが、ここで利用する資料は2003年のもので、2004年のものではない。『中国統計年鑑—2005』によれば、農村の中位収入世帯の一人当たりの総収入が3535.27元なのに、総支出は5005.02元になっている。これは事実であれば、この世帯の総人口は、2億人いるので、単純計算すれば、全国この世帯の家計だけは3000億元の赤字になる。さらに低収入世帯の家計も赤字なので、農村崩壊という結果になる。これはありえないことなので、2004年のデータのミスがあって利用できないと判断する。

(3) 李培林、張翼「階級階層的消費分層」中国社会科学院社会学研究所 HP、<http://www.csdn618.com.cn/centrury/wencui/020114200/0201142018.htm>

参考文献：

間々田孝夫『消費社会論』有斐閣コンパクト、2000年

小沢雅子『新・階層消費の時代—所得格差の拡大とその影響』朝日文庫、1989年

富永健一『社会学原理』岩波書店、1986年

趙人偉「対我国収入分配改革的若干思考」『経済学動態』2002年第9期

海兵「ジニ係数批判」『経済理論与经济管理』2002年第3期

劉維佳「中国农民工问题调查」中共中央党校『学习时报』第319期

申培軒「農村労働力転移及其对高等教育的需給」『武汉大学学报：人文社科版』
2004年第3期

中国国家统计局 編『中国統計年鑑—2004』中国統計出版社