

中国短信

経済動向

生産・投資は減速も、物価は高水準で推移…………… 1

工業生産は重工業を中心に減速、投資は鈍化傾向が一服
食糧物価は低下見込みも、生産財価格は高水準で推移

特集

上海・中高所得者層の消費実態に迫る…………… 3

中高所得者層の概要：上海全世帯の20%、エリート層110万人
中高所得者層の消費実態：住宅、自動車、旅行、外食、娯楽、教育、健康
上海「20万元世帯」の消費：住宅、通信、教育、旅行に集中
唐雯斐の場合

最近の話題

国有企業改革、MBOは是か非か…………… 9

国務院国有資産監督管理委員会は大型国有企業のMBOに否定的見解
MBOを巡る制度環境が未整備 - 「経営権・所有権分離」にも逆行
資産制度改革、資産譲渡・取引の仕組みづくりが必要

東北振興

東北振興国際シンポジウムが開催される…………… 11

東北振興戦略の加速に向けた6大任務を、曾培炎副総理が発表
老工業基地改造&ハイテク化に向け160プロジェクト

2004年10月

株式会社 旭リサーチセンター
遼寧中旭智業有限公司

1. 経済動向：生産・投資は減速も、物価は高水準で推移

7～9月の実質GDP成長率は前年同期比9.1%増と、4～6月期の同9.6%から減速し、投資抑制に一定の効果があったと報道されているが、ここでは8月までの経済指標をもとに分析している。

工業生産は重工業中心に減速、投資は鈍化傾向が一服

中国経済は、過熱気味の工業生産と固定資産投資に落ち着きが見られ始め、輸入増加ペースは鈍化しているが、物価上昇率は依然、高水準で推移しており、過熱抑制の明確な証拠はまだない。

主要経済指標の推移

(単位：前年比、%)

	全国		遼寧省	
	2004.1～8	2004.1～7	2004.1～8	2004.1～7
工業生産	17.1	17.3	20.9	21.0
固定資産投資	30.3	31.1	48.0	45.7
輸出入総額	38.2	38.3	26.5	25.5
輸出総額	35.8	35.5	23.2	20.2
輸入総額	40.8	41.3	30.4	31.7
海外直接投資	18.8	15.1	95.7	100.8
小売売上高	12.9	12.8	13.9	14.2
消費者物価	4.0	3.8	3.6	3.3

8月単月の工業生産は前年比15.9%増となった。ここ3ヵ月間は15～16%増のペースで推移している。軽工業、重工業ともに拡大ペースが鈍化しているが、最近3ヵ月の重工業の鈍化幅は5.6%と大幅に減速している。固定資産投資は4～6月期に大幅に鈍化したあとは、増加ペースは横ばい状態にある。財政、金融政策は現在、抑制気味に運営されているが、政策発動以前に認可されたプロジェクトが実行段階にあることから、ペースが落ち切っていないとみられている。4月以降は新規の土地開発や認可プロジェクトも減少していることから、10～12月期にかけて投資抑制効果が出てくると見込まれている。

食糧物価は低下見込みも、生産財価格は高水準で推移

小売売上高の伸びは最近3ヵ月、横ばい状態にあるが、物価上昇要因を差引けば実質8.3%程度となり、ここ数年の間で最低水準にある。投資主導の景気拡大のもと、今後、消費は遅行して拡大してくる可能性はある。

輸出入の増加ペースもほぼ横ばい状態であるが、固定資産投資の減速を受けて輸入増加ペースは明らかに鈍化してきた。輸出は高水準で推移しており、今後、鈍化の可能性もあるが、通年では輸出入金額が1兆ドルを突破するのが確実視されている。

8月の消費者物価上昇率は前年比5.3%となった。9月は昨年水準が低かったことから上昇率が高まると見込まれているが、基調としては落ち着きを取り戻しつつある。食糧収穫は好調で生産量は市場予測を上回っており、主要な食糧の価格はここ数ヵ月下落するなど、この方面からの物価上昇圧力は減じてきた。一方、工業製品の出荷価格は8月も前年比6.8%と、石油・関連製品や鉄鋼など金属製品の価格上昇の影響が出ている。生産財物価は8.7%と、消費財の1.6%と対照的なものとなっている。

2. 特集：上海・中高所得者層の消費実態に迫る

中高所得者層の概要：上海全世帯の20%、エリート層110万人

中国の高所得世帯とは一般に、一人当たりの年収が2万元（約27万円）以上の世帯のことをいう。上海交通大学の都市経済・地域経済研究所では、上海の中高所得者層を「世帯の年間可処分所得が6万元（約81万円）以上で、マンションを所有し、レジャーや娯楽、旅行などの消費余力のある層」と定義している。このような層は現在、上海の全世帯のうち約20%で、今後5年のうちに50%を超えるとみられている。上海で就業する中高所得者は110万人で、各産業のエリート層を構成している。

職業・職種面からみると、以下の5グループに分類される。

専門・技術職：各機関の専門職や科学技術職、たとえばエンジニア、教授、研究員、医師、弁護士、会計士などである。中高所得者層としては約50万人おり、上海の中高所得者層全体の44.5%を占める。

事務・管理職：公務員や外資企業などのホワイトカラー層で約40万人、36.3%を占める。

サービス職：商業やサービス業に従事する非専門職で、金融証券会社やコンサルティング・ファーム等の従業員や営業マン、旅行ガイド、タクシー運転手などである。就業者数は大きいが所得水準は高くなく、中高所得者層としては10万人程度で、上海中高所得者層の9.7%である。

国家機関、党組織、企業経営者など国家・社会の管理者層で約10万人、9.5%を占める。

外国人や香港・台湾の人間が約35万人おり、上海の中高所得者層の重要な構成要素となっている。それ以外にも、国内で流動する人間のうち相当部分が中高所得者層に該当しており、5万人程度が上海の中高所得者層に算入される。

性別には男性優位で73%、女性は27%である。

年齢で見ると30～50歳が主流で、最も多いのは30歳代で全体の37%を占める。次いで40歳代が31.3%である。

学歴では修士以上の層の平均所得が最高で、一人当たり平均月収が約12,000

元（約 16.2 万円）である。

具体的な職業でみると、私営企業経営者の所得が最も高い。所得上位の職業は株式会社経営者、外資企業の中高級マネジャー、IT企業の専門職、個人経営者、仲介サービス、旅行ガイド、美術工芸家などである。

中高所得者層の消費実態：住宅、自動車、旅行、外食、娯楽、教育、健康

中高所得者層の消費構造をみると、他の社会階層と比べてサービス消費のウエイトが高い。モノ消費のウエイトは下がっており、また、対象も住宅や自動車など耐久消費財に向かっている。

2002年の上海市統計局の中高所得世帯消費調査によると、中高所得世帯のうちパソコンなど情報通信機器の購入計画がある世帯が25.6%、高級家電は19.9%、内装や家具などを含めた住宅が14.4%、自動車が12.8%となっている。住宅、自動車、旅行、外食、娯楽、教育、健康などが消費のホットスポットとなっている。

食：生活水準の向上にともない、高所得者層の飲食観も変化している。穀物類の消費のウエイトが低下する一方、副食品の消費が増えている。エンゲル係数は36%で、全国都市住民平均の41%より低い。栄養と風味にこだわり、手の込んだ料理や珍しい料理への関心が高い。生活リズムが速くなるなか、外食支出も増加している。中高所得世帯では食費のうち32.2%が外食費で、これには公費での飲食は含まれていない。なお、中流世帯の外食支出は食費全体の17%程度である。

衣：ファッションはブランド志向が強く、デザイン、品質、個性にこだわる。色は純色や明るい色、柔らかい中間色を好み、自然で心地よいカジュアルなファッションが人気である。柔軟かつ繊細ですっきりした生地、シンプルで軽快なデザインで、庶民レベルとの違いを表現しようとしている。

生活用品：ハイテクで流行の先端を行く高級家電への関心が高い。ノンフロン冷蔵庫、デジタルテレビ、オーディオコンポ、ホームシアター、強冷・低音エアコン、マイクロビデオ、デジタルカメラなどである。携帯電話は急増し、高級楽器や電気調理器具なども増加している。

住：高所得世帯の平均住宅面積は 111.3m² である。間取りは 1 K が 4.2%、2 K が 38.3%、3 K が 41.9%、4 K 以上が 11% となっている。高所得世帯の内装にかかる平均支出は 5.2 万元で、平均住宅購入金額は 21.8 万元（約 300 万円）である。

上海中高所得者層の住宅消費で特徴的なのは、内装を重んじることである。新規購入した住宅の内装にかかる支出は、住宅価格の 15～30% と推計されている。なお、これには家具と家庭電気製品は含まれていない。

自動車：高所得世帯の自動車保有率は 100 戸に 22 台であり、保有世帯の平均支出は 19.95 万元である。車種別の保有率は桑塔納（サンタナ）が 26.4%、奥拓（アルト）12.9%、富康 9%、夏利（シャレード）6.9%、捷達（ジェッタ）3.9%、別克（ビュイック）2%、奥迪（アウディ）1.9%、紅旗 1.4%、他の国産車 19%、輸入車 16.7% となっている。

上海の自動車消費は住宅よりもブームになるのが遅れているが、市場の将来性は大きい。住宅が郊外へと広がり、道路交通網が整備されるにしたがい、多くのホワイトカラー層はマイカー志向を高める。自動車消費がブームになれば、レンタカー、アフターサービス、メンテナンス、車情報誌、広告、レジャーなど多くの関連産業も発展すると見込まれる。

通信：インターネットが広範囲に利用され、電話普及率も年々高まっている。携帯電話所有数は前年より倍増した。情報通信サービスは巨大な消費市場となっており、中低所得者層より先行して消費に向かっている。

投資：経済体制改革の深化にともない、個人の投資チャネルも拡大している。証券投資への関心は高く、一人当たり平均投資額は年 15% 増のペースで拡大している。高所得世帯のうち 26.2% はすでに株式投資を行っており、商業とサービス業への投資が 16.1% で、国債購入は 8.4% である。高所得世帯の投資は経済全体のなかでも無視できない存在となってきた。高所得世帯のうち 16% は株式投資の計画があり、商業とサービス業への投資を計画するのは 6.1% である。

高所得世帯は保険と教育へも支出を惜しまない。1999 年の高所得世帯の生命保

険支出は平均 2,065 元（約 28,000 円）、損害保険は 1,185 元（約 16,000 円）である。保険加入世帯は 49.3%にのぼる。

教育：教育投資は、消費支出の重要構成要素である。よりよい就職機会獲得に向けて、教育投資が重要視されるなか、教育に支出する金額は年々増加している。高所得世帯の子供にかかる年平均教育支出は 11,301 元（約 15 万円）で、学習費用は 3,193 元（約 43,000 円）、学校選びに 3,925 元（約 53,000 円）、その他費用に 4,183 元（約 56,000 円）をかけている。国有学校への就学が 89.1%、海外就学は 3.4%、国内私立学校への就学は 7.5%である。高所得世帯の文化教育支出は、子供の知的開発と素質向上への志向を高めている。

上海の一人当たり教育支出は、1990 年の 32 元から 2001 年は 890 元に増加した。年平均成長率は 35.3%で、2002 年度の学費で 23 万元（約 310 万円）もする Executive M B A が非常に人気を呼んでいる。

旅行：日常的な消費支出のほか、旅行がレジャー消費の大人気となっている。名所旧跡を見学したり、海外の異国情緒を味わったりすることは、高所得者層のレジャーに欠かせなくなっている。

個人コンサルティング・サービス：その他、高所得世帯の投資コンサルティング、法律顧問、財テクサービス、医療サービスなどの個人向けサービスもビジネスチャンスが広がっている。高所得者個人向けの医師、弁護士、財テク顧問などのサービスが上海で台頭してこよう。

ローン：高所得者層のなかでも下位層の消費はローンを利用することになる。ローン消費の対象は主に住宅、自動車、教育の三方面に集中している。所得水準が高まるにしたがって、自動車ローンのシェアが高まり、教育ローンのウエイトは低下する。

上海「20 万元世帯」の消費：住宅、通信、教育、旅行に集中

上海では約 10%の世帯の年間所得が 20 万元（約 270 万円）に達している。復旦大学産業経済研究所の 2003 年「上海高所得層消費行動研究」によると、上海には住宅と自動車を保有、又は保有能力を持つ高所得層は人口の 15.4%にのぼる。

上海高所得世帯の最大支出は住宅、通信、教育と旅行に集中している。これら世帯は主に 30 歳以上の高給ホワイトカラーであり、住宅、車や旅行に加えて、家政婦を雇っている世帯もある。「20 万元世帯」の生活は刺激に溢れ、流行好きで、さまざまな情報のなかから自分の好みのものを選び、流行雑誌は手離せない。生活のベースは安定を好み、海外に留学や就職のチャンスがあっても、多くは帰国して仕事をする道を選ぶ。

多くの世帯は現金を溜め込まず、証券投資を行う。しかし、彼らは子供を最大の投資とみなして、子供の教育を最優先する。20 万元世帯に「一番重要な投資は何か」と問えば、必ず「子供の養成」という答が返ってくる。生活の質を重視し現在の生活を楽しむとともに、子供の教育や将来への投資も大切にしている。

住宅、乗用車、レジャー旅行は 20 万元世帯に欠かせない「新三種の神器」で、このほか所得と年齢にふさわしい消費スタイルを身につけている。流行に敏感で成熟したブランド品を好み、友だちの輪を大切にし、ありきたりのバーや喫茶店には行かない。

ショッピングは南京路の恒隆、中信泰富、淮海路の巴黎春天などの高級デパートへ出かけて、高級な品質を追及する。ファッションと家電製品などではブランド志向が強く、家電製品は高品質の海外ブランドを購入する傾向がある。海外に出かける機会の多い人は、そのたびにブランド品を買って帰ってくる。これも、品質がよくて、国内より低価格だからである。

唐雯斐の場合

イギリス留学から帰国後も、唐雯斐と彼女の夫とは消費スタイルを変えていない。鞆はグッチで、メガネはアルマーニ。しかし、彼らも出費には細心の注意を払う。彼女によれば、最高級デパートでこういうブランド品をいつも買っていると出費が過ぎる。節約するには、夫が毎月海外に出かける機会にブランド品を買ってきてもらうことである。品質もいいし、価格も国内より安い。

< 唐雯斐の夫のスタイル >

理美容：2 ヶ月に一回散髪、5.5 割引の美容カード利用で一回 200 元。三週間に一回整髪、一回 15 元で、やはり美容カードを利用。

ファッション：多くは欧米のブランド品。背広は 3,000 元程度（約 4 万円）。
カジュアルウェアは G A P で、20～30 英ポンド程度で、中国国内で買うよりずっと安い。

ベルト：Polo

メガネ：アルマーニ

靴：イギリスで購入。人民元換算で 600 元、上海市場では 2,000 元。

靴：SATCH、イタリアのブランド品。価格は 2,000 元（約 27,000 円）、社長からもらった。

携帯電話：SONY - Z5、イギリスで購入。50 英ポンド、上海では 3,000 元。

ビデオカメラ：SONY、日本で購入。人民元換算で 10,000 元（約 13.5 万円）
で上海市場では 14,000 元。

< 王繆仁一家の 10 月の家庭消費 >

20 年住宅ローンの返済：毎月 2,400 元（約 3 万円）

子供：保険 1,000 元 / 月、ベビーシッターその他費用 1,000 元。

旅行：1,000 元。

スポーツ：2 週間に 1 回、30 元 / 1 時間。

エステ：毎週 1 回、美容カード利用 70～80 元 / 回。

その他：食品（少ない、多くとも 1,000 元 / 月）、衣服（400～500 元 / 月）、
カルチャー（科学技術館と海底世界を見学、チケット 425 元）。

3. 最近の話題：国有企業改革、MBOは是か非か

国務院国有資産監督管理委員会は大型国有企業のMBOに否定的見解

9月29日付け人民日報に、国務院国有資産監督管理委員会（以下、国資委）の「国有企業改革は基本方針を維持して推進する」が掲載された。これは最近、繰り広げられた国有企業改革論争への回答であり、国有企業の経営管理者層による企業買収（MBO）への反対の立場を明らかにしたものである。

国資委は、株式制度自体については大量生産方式と市場経済の発展に必然の産物であり、近代企業として有効な組織運営方式であるとともに、国有経済が主導的地位を確保する手段と認めている。国有企業に株式制度を導入し、国内外での上場を果たすことは国有経済の構造調整実現には欠かせないもので、社会主義市場経済、混合所有制経済の発展につながるからである。

実際、近年、各地で国有経済の構造調整として組織改正・再編、連携、合併、リース、請負経営、株式合併制度、売却など多様な方法で国有中小企業が活性化されてきた。しかし、その過程で構造調整について、競争のある領域すべてから国有経済は手を引くと解釈したり、単に国有企業を売却することとみなしたり、国有企業の過去の負担を減免することと解釈して出資者、債権者、従業員の利益を侵害したりといった事例も頻発した。

また、地方や企業では経営管理者層の株式取得が試みられ、企業革新と企業経営の積極化、活性化には確かに効果がみられた。しかし、株式売買の過程がブラックボックスで不正な操作が行われる、国有資産を担保に融資を受けた挙句経営破たんの責任を金融機関や元の国有企業に転化するなどの問題も生じた。

MBOを巡る制度環境が未整備 - 「経営権・所有権分離」にも逆行

MBOは国有中小企業改革において、経営管理者にインセンティブを与える有効な手法であるが、相応の条件や環境が必要となる。現在、中国の社会主義市場経済は発展途上であり、国有資産の合理的な価格形成メカニズムは確立されていないし、関連法制度も未整備である。株式購入に対する融資体制も不十分で、購入リスクに見合った収益計算もできていない。企業のガバナンス体制も確立されていないなど、条件不備も甚だしい。こうした環境下でMBOが行われれば、い

たずらに国有資産の流失をもたらすだけだ、というのが国資委の見解である。

また、政治と企業が分離されていないことが、国有企業問題の核心の一つであった。市場経済化に向けた国有企業改革の重点は所有権と経営権の分離であり、国有企業が自主経営、自らの損益について自ら責任を負う主体となることである。また、国有大型企業は経済・社会の発展に欠かせない役割を担っており、所有権と経営権を分離したうえで、重要な企業は国有資産として株式を保有すべきである。MBOは所有権と経営権が一つになることであり、このような国有大企業改革の方向性に沿わない、というわけだ。

資産制度改革、資産譲渡・取引の仕組みづくりが必要

社会主義市場経済、現代的な企業制度の確立に向けて、企業資産に関する制度を整備する必要がある。資産譲渡、オークション、買収、合併、出資、債権株式化などさまざまな手法や制度を整え、産業構造や資本、資源の構造を最適化し、資産効率を高めて企業と社会の資産拡大に努めなければならない。

企業の国有資産譲渡における問題としては、会計基準が厳格でなく、資産評価も実体を反映しておらず、粉飾されているなどである。資産譲渡が無秩序に行われており、不当に安値で譲渡されたり、譲渡する側とされる側がグルになって国有資産を横領、流失したりしている。いずれにせよ、資産管理や譲渡に関する法制度が未整備で、取引市場も確立されておらず、有効な監督管理もできていないことが背景にある。

ただ、国有資産の譲渡における価格形成はさまざまな要素が絡んでおり、一概に国有資産譲渡、即、国有資産流失とはいえない。また、問題があるからといって、国有資産制度改革の基本方針や過去の成果を全否定すべきでもない。

今後の国有資産制度改革において必要なことは、第一に、取引市場の確立である。国有資産譲渡は国有資産監督管理機関が認めた取引機関において、公開で公平に実施されるべきであろう。第二に、情報を公開・公表することである。所定の内容、方式、時間によって資産譲渡情報を公表・公募し、密室での不正な操作を回避し、価格形成メカニズムを確立する。第三に、取引規則を制定する。第四に、取引の監督管理を強める。このような環境整備を進めることで、国有資産取引における不正行為や国有資産流失を防ぐことが可能となる。

4．東北振興：東北振興国際シンポジウムが開催される

東北振興戦略の加速に向けた6大任務を、曾培炎副総理が発表

9月25日、大連にて東北振興・東北アジア協力国際シンポジウムが開催された。席上、国務院副総理・曾培炎は東北地区の老工業基地の改革と発展について6大任務を挙げた。

第一に、重点産業の改革・調整を推進し、国有企業改革を加速する。設備製造業を振興し、建設機械、発電設備、造船、自動車、石油化学、金属など産業基地を建設する。第二に、農業の現代化を進める。東北地区の食糧生産能力を高め、食糧の生産・流通拠点を整備し、農産品加工を発展させる。第三に、資源型都市を改造する。石炭採掘による沈下地域の改修に注力し、鉱山区の環境改善や汚染防止処理、関連産業の発展に取り組む。第四に、第三次産業の振興を図る。金融などサービス業、中小企業や非公有制経済の発展を促し、雇用拡大や社会保障制度の整備に取り組む。第五に、投資環境の改善、政府機能の改革を進め、市場経済制度を確立し、国内・海外企業の東北地区への投資を誘致する。第六に交通、エネルギー、水利などのインフラ建設を加速し、現在の港湾条件や優位性をさらに発揮できるように、大連を東北アジアの国際水運センターとする。

老工業基地改造&ハイテク化に向け160プロジェクト

また、国家発展改革委員会副主任で国務院東北振興弁公室主任を兼務する張国宝は、付加価値税改革の試行などの政策を実行に移すと発表した。エネルギー、交通などのインフラ・プロジェクトのほか、東北老工業基地の調整改造とハイテク産業化あわせて160プロジェクトも動き始めた。

国務院東北振興弁公室は国務院の各関連機関と調整したうえで、東北三省が策定した振興計画について専門家に諮っている。すでに黒龍江省の振興計画が正式に認可されており、吉林省、遼寧省の計画もまもなく認可される見込みである。

銀行監督委員会の副主席・唐双寧は、東北地区の国有銀行の不良債権問題を解決して、東北地域の金融環境を改善する必要性を指摘し、金融機関の再編や外資導入の積極化に言及した。外資参入を認めた上で資金を集中し産業構造調整、特に機械、電子、石化、自動車、建築業の振興を加速することが狙いである。