

中国短信

経済動向・最近の話題

2006年は消費主導の成長に向かうか 1

投資と輸出は減速が必至：投資 22%増、輸出 20%増

都市低所得者層と農民の消費拡大がポイント - 前年比 11%増程度か

(2005年の経済成長率は 9.9%と発表されたが、その他の統計は正式に発表されていない。今月の経済指標報告は省略する)

特集

中国の春節事情 2006..... 2

春節とは：旧暦新年、大晦日には家族全員が揃って食卓を囲む

春節の伝統的習慣：掃塵、守歳、爆竹、拜年、食べ物

2006年の春節商戦：主要商店は前年比 2割増、ブランド志向

東北振興

観光旅行で沸いた東北の春節 9

黒龍江省：冰雪風情は最大の観行資源

吉林省：長白山の冬景色、吉林の樹氷、温泉

遼寧省：スキー、農村での迎春ツアー

2006年2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・最近の話題：2006年は消費主導の成長に向かうか

投資と輸出は減速が必至：投資 22%増、輸出 20%増

国家情報センター経済予測部によると、2005年は9%台の成長を遂げた中国経済も、2006年は世界経済の減速や国内マクロ調整の影響を受け、成長率は8.8%に減速すると見込まれている。

問題は成長率よりも、その内訳だ。投資や輸出は国内外の環境からみると、減速が避けられない。不動産や過熱業種への投資抑制策は今後も続けられるとみられる一方、財政支出抑制や「粗放型」経済成長からの転換が図られるので、2006年の固定資産投資は22%程度の伸びに鈍化しそうだ（2005年は約27%）。

また、人民元切り上げや貿易摩擦の激化、輸出増値税還付率引き下げ、海外からの直接投資減少にともなう加工貿易の伸び悩みなどから、2006年の輸出は20%程度の伸びにとどまりそうだ（2005年は約28%）。貿易摩擦の影響で繊維製品の輸出が減少したが、他の輸出製品にも影響は波及しつつある。もっとも、輸入は増加が見込まれ、貿易黒字の急拡大には歯止めがかかるとみられる。

都市低所得者層と農民の消費拡大がポイント - 前年比 11%増程度か

投資と輸出は伸び悩むと見込まれるなか、2006年は消費の拡大が期待される。第11次5ヵ年計画では消費主導の経済成長が強調されているが、2006年はそのスタートの年として所得増加、消費拡大策が講じられるものとみられる。財政支出のための国債発行は2005年から増加は見込めないものの、財政支出の内訳としては農村向け、社会保障整備や公共サービスなど、消費刺激につながるものに重点が置かれよう。都市部の消費ブームは中高所得者層が中心となっているが、都市低所得者層や農民の所得向上につながれば、消費者心理はかなり明るくなるものと期待される。2006年には個人所得税の課税対象を800元から1,600元に引き上げられることとなっており、中低所得者層や中西部地域の消費拡大につながる。

2006年の小売売上高は前年比13%増が見込まれおり、今と同じ2%程度の物価上昇を考慮すれば、実質消費は同11%程度となる。都市部の小売売上高は13.8%増、農村部は11.4%増と見込まれている。

2 . 特集：中国の春節事情 2006

春節とは：旧暦新年、大晦日には家族全員が揃って食卓を囲む

春節。中国の農曆（旧暦）新年は中国で最も盛大で、最もにぎやかな伝統的祭日である。春節の歴史は非常に古く、その起源は殷周時代の年末年始における祭神、祭祖先活動にさかのぼるといわれている。古代において春節は元日、元旦、新年と呼ばれていたが、辛亥革命後、春節というようになった。長い歴史の中で春節の行事内容も変化し、迷信的なものは廃れていったが、今でも様々な習慣が続けられている。



春節は家族、親戚が集まる日でもあり、遠く離れた子どもたちも両親のいる実家に帰省し、家族団らんの時を過ごす。除夕（大晦日）の夜は、家族全員が食卓を囲んで一緒に夕食をとるのが決まりで、大晦日の夕食は団円飯とも呼ばれる。一家の主は家族が揃ったことに安らぎと満足をおぼえ、老親は子どもや孫に囲まれ目を細める。



春節の行事は、旧暦 12 月 23 日の竈（かまど）の神を祭ることから始まり、旧暦 1 月 15 日の元宵節まで、約 1 ヶ月は正月気分が満ち溢れる。ピークは大晦日

と元日で、「門神」「春聯」「年画」「福」の字を貼ったり、切り紙細工やもち、餃子を食べ寝ずに年を越す（除夕守歳）。



財神爷



“福”倒了



窗花



对联

新年を迎えると爆竹を鳴らして祝い、朝になると年下のものは年長者に年始のあいさつをし、年長者はお年玉を配る。親戚・友人の間では「恭賀新喜」、「恭喜發財」、「恭喜」、「過年好」などのあいさつが交わされる。もっとも、最近では年始の挨拶回りは、電話や携帯電話のショートメールで済ますようになってきている。それでも親戚、友人は春節休暇中に必ず一緒に会い、一緒に遊んだり、街に繰り出したり、食事をするのが慣わしだ。



春節の伝統的習慣：掃塵、守歳、爆竹、拜年、食べ物

掃塵：呂氏春秋には堯舜帝の時代から、掃塵の習慣があると記されている。中国語では「塵」と「陳」は同じ発音（chen）で、「陳」には「古い」という意味があり、「除陳布新」（古きを除き、新しきを招く）という含意となる。春節前の数日は家族みんなで大掃除、洗濯をし、家の中を清めて新年を迎える。

守歳：大晦日の夜は、寝ずに年を越すのが古くからの決まりで、これを「守歳」という。最近では、家族揃って食事をした後、家族一緒に中央テレビの「春節文芸晚会（春晚）」を見るのが習慣となっている。「春晚」は夜8時から夜中の1時半までで、番組を見終わってから就寝する。1980年代に始まった「春晚」では歌や踊り、喜劇などが放映され、日本の紅白歌合戦（かつての？）のように視聴率も高く、年末年始の新習俗となっている。



2005年春晚：“千手観音”



2006年春晚：“吉祥三宝”

午前0時に近づくと、みんな外に出て爆竹を鳴らし、花火を上げて、正月気分は最高潮に達する。新年の鐘が鳴り響き、中国の都市という都市は花火で皓皓と照らされる。農村でも「旺火」が焚かれ、燃え盛る火の回りで子どもたちが爆竹を鳴らし、はしゃぎまわる風景がみられる。



爆竹：新年、真っ先にやることは爆竹を鳴らすこと、ともいわれる。一時、都市部で禁止された爆竹だが、数千年の歴史を持つ習慣は、そう簡単には止められない。爆竹を鳴らすことこそ、新年のイベント、楽しみであり、縁起がいいものなのだ。最近は爆竹の種類や彩りも豊富になり、春節に限らず結婚式や新築祝い、開業などおめでたい行事には欠かせないものとなっている。ちなみに、爆竹の代表的産地としては湖南・瀏陽、広東・仏山、江西・宜春、浙江・温州が有名である。



拜年：年始のあいさつのことで、元日の朝は早く起き、一番いい服を着て、おめかしをし、親戚・友人宅に年始のあいさつ回りをする。年下のものが年長者の家を訪ねる場合もあれば、同僚同士で招待しあうこともあるし、みんなが一堂に会することもある。

年下のものが年長者の長寿安康を祝い、年長者は年下のものにお年玉を配る。お年玉は「压岁钱」といい、「歳」と「崇」は発音が同じ(sui)なので、たたりを抑えるという意味になる。お年玉は大晦日の夜、子どもが寝た後に、枕元に置くこともあり、今でも盛んに行われている。



食べ物：代表的な食べ物として、お餅「年糕」がある。「糕」は「高」と発音が同じ（gao）で、「年高」（毎年毎年、向上する）という縁起のいい食べ物というわけだ。黄色や白のお餅は、それぞれ黄金、白銀を表し、いずれも金持ちになるとの意が含まれる。

北方のお餅は甘く、蒸したり揚げたりしたあと砂糖をつけて食べる。南方では甘辛兼用、うるち米でつくられ、あっさり味。蒸す、揚げる、炒める、さらにスープに入れたりする。甘い餅は、もち米に砂糖やラード、バラ、モクセイ、ハッカなどを加え、蒸したり、卵白をつけて油で揚げたりする。



お餅「年糕」

東北地方では旧暦 12 月になると、先ず豚を殺して、村人に食べてもらうことでお祝いとし、新年の元日と 5 日は餃子を食べるのが習慣になっている。河南地域では大晦日の夜は夜通し食事をし、暦が替わると魚が運ばれる。「魚」は「余」と同じ発音（yu）で、余りが出るほどの豊かさというような意味になり、おめでたいとされる。上海ではお餅、蜂蜜入りお餅など、「糕」＝「高」（給料や職位が毎年上がっていく）が好まれている。四川では、大晦日の火鍋は「紅火（盛んなさま）」、元日の朝の湯圓（もち米で作っただんご：tangyuan）は一家団欒（団圓：tuanyuan）に引っ掛けたものとして食されている。湖南の大晦日は鶏（雄のみ）、豚肉、魚の 3 点セットである。

2006 年の春節商戦：主要商店は前年比 2 割増、ブランド志向

経済成長、所得水準の向上にともない、年々、春節商戦は盛り上がっている。全国各地の主要な商店街、店舗では春節商品を取り揃え、盛り沢山のイベントも繰り広げられており、春節は一大ショッピング・シーズンとなっている。



春節前に正月食品を買い揃えるのは伝統的な習慣だが、今年は特に生鮮食品や果物類、ブランドものの酒や煙草、贈答菓子折りなどが売れ筋となっている。北京の大型百貨店の売上高は元日だけで 1.2 億元を突破、全聚徳などのレストランでは大晦日の夜で 300 万元の売上があがった。小売売上高は前年比 10% 以上の増加、レストランの売上も同 9.4% 増との統計も発表された。花卉市場もブレイク、北京では特売で 1,000 万セット以上の花卉類が売れたという。売れ筋は胡蝶蘭、シクラメン、ツツジ、ポインセチアなどである。



今年の春節商戦には、以下のような特徴がみられた。

春節前に休日がなく、気温も低かったため、商戦のピークは春節前より年明け後になった。

春節期間中のスーパー、コンビニの売上は前年比 2 割増と大幅に伸びた。

特に、北京の家世界、物美大売場、華堂商場、万客隆、易初蓮花、欧尚などの大型スーパーでは人が溢れかえった。

ブランド志向がますます高まり、商品を選ぶのに、一にブランド、二に生産・賞味期限、三に価格という順となっている。特に、肉製品でブランド志向が強くなっている。

贈答品市場も盛り上がっており、北京では前年比 20%以上の伸びとなった。赤い絹をかけて金色の包装の贈答品が飛ぶように売れ、犬をあしらった壁飾りや置き物、ペンダントも大人気であった。数量限定販売の戌年記念金銀コインも、あっという間に売り切れてしまったようだ。

北京の全聚徳、便宜坊、東来順、豊澤園など有名レストランでは、春節 2 週間前には予約で満席となり、全聚徳の直営 4 店では大晦日の売上高が 103 万元（客の入りは 5,466 人）、豊澤園は 19 万元と過去最高の売上高を記録している。大晦日に有名レストランで年越しの食事をするこも、新しい流行となりそうだ。

3．東北振興：観光旅行で沸いた東北の春節

2006年春節、東北三省には雪や氷など冬の自然を求めて多くの観光客が繰り出した。ハルピン（哈尔滨）道台府のヤンコ踊り、吉林・長白山の冰雪温泉、瀋陽故宮の新春朝賀など各地で多彩なイベントが催され、観光客を楽しませた。

1月29日から2月4日までで、黒龍江省には前年比16.5%増の328万人が訪れ、観光収入は同21.1%増の21億元となった。吉林省は同7.5%の156万人、同11.2%増の7.3億元の収入、遼寧省は同15.8%増の296万人、同19.9%増の13.9億元を記録した。

黒龍江省：冰雪風情は最大の観行資源

黒龍江省最大の観光資源は氷と雪で、黒龍江省は中国随一の冬の観光スポットである。春節は観光シーズン真っ只中で、都市や観光名所には人が溢れ、スキーやスケートなどのレジャーを楽しむ人で賑わった。



第18回太陽島雪の彫刻博覧会（2005.12.22～約2ヵ月）は、世界最大の雪のイベントの一つでもある。第32回氷灯遊園会（2005.12.21～2006.1.15）は「中華文化の今昔、中露友好の未来」をテーマに、紅樓夢や水滸伝、西遊記、ロシア風情などのブロックに分けて、氷灯芸術や民族文化が展示された。

ほかにも、ハルピン（哈尔滨）極地館、東北虎林園、金上京歴史博物館などでも、盛り沢山のイベントが繰り広げられた。チチハル（齐齐哈尔）扎龍自然保護

区の観鶴区、五大連池火山冰雪、大海林中国雪郷、小興安嶺林海雪原、鏡泊湖、漠河北極村、省内 22 ヲ所のスキー場は北国の冰雪風情を楽しむ人で賑わった。



哈尔滨ヤンコ踊り



亜布力スキー場



冬泳賀新春

吉林省：長白山の冬景色、吉林の樹氷、温泉

吉林省でも冰雪資源を生かした観光振興に力を入れており、省外からの観光客の滞在日数は長くなり、省内での消費も伸びつつある。

吉林省旅游景点及城市示意图



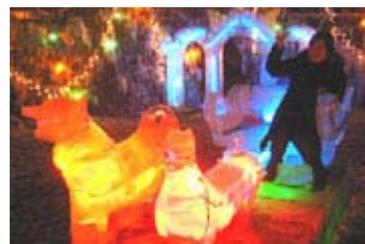
吉林省では「ユニークな冰雪風情、スキー天国」をテーマに、2005～06 年の冰雪レジャーイベントを展開している。長白山の冬景色、吉林の樹氷（霧凇）、查干湖の釣り、スキーや温泉など 5 大ブランド、12 観光旅行ルートで観光客を呼び寄せている。森林地帯や温泉も多く、樹氷は年間 100 日以上見ることができる。長白山の冬の観光は年々、人気が高まっており、付近の旅館の稼働率は 75% 以上まで上がっている。



長白山冰雪温泉



除夜の花火



新春氷灯

遼寧省：スキー、農村での迎春ツアー

遼寧省でも春節に観光旅行やレジャーに出かけることがブームになっている。瀋陽棋盤山の冰雪大世界では1日1万人、多いときには3万人が訪れた。大連・安波、林海、銘湖のスキー場には1日5,000人がスキーを楽しみ、東北アジア、白清寨、瀋陽弓長嶺など9ヵ所のスキー場は春節期間中、娯楽の殿堂と化した。



各地の観光イベントも多彩で、瀋陽の皇寺、故宮、氷川動物園（戌年にちなんで犬の新年挨拶など）、大連の迎春花火爆竹大会のほか、各地でヤンコ踊り、花火大会、灯籠展示会、農村での迎春ツアーなどに多くの観光客が訪れた。



瀋陽故宮“新春朝賀”



大連の花火



瀋陽の吉祥灯会