

中国における大衆消費社会の現状

瀋陽における事例

姜 粉香

近年、中国では社会主義市場経済による高度経済成長に伴い、国民の収入が大きく変化し、大衆消費社会が出現しつつある。なかでも、都市部に住んでいる市民の消費生活の水準は驚くほど上昇している。都市の中でも収入の差、階層の差などによって消費の現れ方も大きく異なっている。

本稿では、大衆消費社会の中で瀋陽市民にどのような消費の仕方が現れてきたのかを、瀋陽市民に対して行ったインタビュー調査から明らかにした。まず、中国の大衆消費社会はどのように出現および展開してきたのかについて、W・W・ロストウが『経済成長の諸段階』で述べた経済成長段階説に対応させて、中国における経済発展段階を封建統治時代、近代、中華人民共和国の解放以後、改革開放以後、大衆消費時代に分けて分析した。そして筆者が瀋陽の都市部に住んでいる市民に対して行ったインタビュー調査をもとに、消費階層間における消費の差異について、収入と支出、飲食、服装、耐久消費財の所持率、消費の変化といった観点から分析した。

調査から得た結論を要約すると、テレビ、洗濯機などの日常の耐久消費財から見ると瀋陽はすでに大衆消費社会に入ったと言える。しかし、食品と服装の購入に関しては階層の高い人々は消費レベルが大きく上がったが、階層の低い人々は前とあまり変わらない生活をしている。そして収入と階層の高低によって人々の消費に対する観念の変化も大きく異なっていることが分かった。

キーワード：中国の経済成長 大衆消費社会 階層

1 本稿の目的

本稿の目的は、中国における大衆消費社会¹⁾の現状を、中国・瀋陽市²⁾における事例を用いて検討することである。

世界的にみて大衆消費社会の象徴となったのは、「自動車の普及」であった。アメリカでは1920年代前半に自動車の普及率が50%に達した(常松, 1997:1)。西ヨーロッパや日本で自動車の普及率が50%に達したのは1950年代であり、イギリスやイタリアで自動車の普及率が50%に達したのは1970年代半ばであった(Rostow, 1960=1961:16)。しかしながら、1980年代から1990年代にかけての、中国の都市部における大衆消費社会の出現は「自動車の普及」ではなく、「カラーテレビ等情報型耐久消費財の急速な普及」であった(李, 2004:5)。このように中国においては、世界の先進諸国と異なる大衆消費社会が形成されつつあると思われる。

中国は近年の経済成長があまりに急激なものであるため、ごく最近になってから成長を開始したかのような錯覚に陥りやすい。けれども中国の近代的機械工業は19世紀半ばに勃興した(加藤・上原, 2004:17)。中華人民共和国の解放以後の中国経済成長の過程においては、中央集権的計画経済体制にもとづき、重工業優先の戦略が強力に推し進められた。中国は、1978年から社会主義計画経済に市場経済を導入しはじめ、市場経済によって急速に高度経済成長が達成された。

近年、中国では社会主義市場経済による高度経済成長に伴い、大衆消費社会が出現しつつある。中国は大衆消費社会の到来に伴って、国民の生活は大きく変化した。中国におけるGNP(国民総生産)の推移を見ると、1978年には222.7ドルだったのが、2003年にはすでに1000ドルを超えている。こうした国民の収入の変化に伴って、消費水準も上昇した。なかでも、都市部に住んでいる市民の消費生活の水準は驚くほど上昇している。しかし、その消費の現れ方は、都市部と農村部とでは大きく異なっているし、また、都市の中でも収入の差、階層の差などによっても違っている。収入が多い人達、階層が高い人達は消

費生活が大きく変化しているが、下崗労働者などの収入が低い人達は、以前とそれほど変わらない生活をしている状況にある。李培林・張翼の重慶調査によれば、低消費階層と高消費階層の人々は、消費に対する欲求が強く、中間階層は消費に対する欲求が比較的保守的な態度をとっていると言った（李・張, 2004）。

本稿では、大衆消費社会の中で瀋陽市民にどのような消費の仕方が現れてきているのかを、瀋陽市民に対して行ったインタビュー調査を用いて明らかにしていきたい。

まず第二節では、中国の大衆消費社会がどのように出現および展開してきたのかについて、W・W・ロストウが『経済成長の諸段階』で述べた経済成長段階説——伝統的社会、離陸のための先行条件期、離陸、成熟への前進、そして高度大衆消費時代——に対応させて、中国における経済発展段階を封建統治時代、近代、中華人民共和国の解放以後、改革開放以後、大衆消費時代に分けて分析する。第三節では、筆者が瀋陽の都市部に住んでいる市民に対して行ったインタビュー調査をもとに、消費階層間における消費の差異について、収入と支出、飲食、服装、耐久消費財の所持率、消費の変化といった観点から、みていくことにする。最後に第四節で、中国における大衆消費社会の発展段階をまとめて、インタビュー調査から得た知見を整理する。

2 大衆消費社会

この節では、中国の大衆消費社会がどのように出現および展開してきたのかについて概観する。

マルクスが封建主義・ブルジョア資本主義・社会主義・共産主義に区分したのにたいして、ロストウは伝統的社会・先行条件期・離陸・成熟・高度大衆消費時代に分けている（Rostow, 1960=1961:195）。高度大衆消費時代というのは、ロストウが経済成長段階説の最終段階として提示したものである。工業化への離陸が終わり、成熟期を経るうちにかつての工業化への反省が行われ、消費生活水準の向上と福祉国

家の実現が目標とされ実現されるようになる。ロストウは経済成長の段階に注目し、高度大衆消費時代を経済成長段階の最終段階として位置づけた (Rostow, 1960=1961)。

本論では大衆が自由に商品を選択し、そうした大衆の大きな購買力が大量生産の方向を左右する社会を大衆消費社会として定義したい。以下では、ロストウが『経済成長の諸段階』で述べた、経済発展段階説を用いて、中国における経済発展段階を封建統治時代、近代、中華人民共和国の解放以後、改革開放以後、大衆消費時代に分けて分析する。

2.1 伝統的社会—封建統治時代：秦（前 221～前 206 年）～アヘン戦争（1840 年）

伝統的社会とは、その構造の発展が、ニュートン以前の科学と技術とに基礎をおくとともに、外的世界に対するニュートン以前の態度に基礎をおいた社会である。伝統的社会においても中央の政治的支配力が存在していたが、政治権力の重心は土地所有者または土地管理者の手中にあったとロストウは述べている。

中国は周秦時代から封建主義社会に入り、アヘン戦争（1840 年）以前に至るまでの約 3000 年の中国の歴史は、すべて封建主義時代であったが、この時期を伝統的社会と言えるだろう。秦の時代から、土地が個人所有制に転化した後、中国では新しい地主階層が生まれ、地主階層を基礎とした中央集権的封建主義の政治体制が形成された。封建統治階級——地主・官僚・貴族・皇帝——は、政治的権力を利用して土地を収奪して大土地所有者となった。大部分の農民は非常に狭い土地を所有することしかできないか、もしくは土地を所持することができなかった。中国の封建統治階級は農民から搾取して得られた所得を、一部分は自らの統治階級を強固にするために使い、一部分は奢侈な生活の中で浪費し、一部分は土地の再収奪に使った (翦, 2006)。

2.2 離陸のための先行条件—近代（1840～1952）

この時期に近代科学の知識は農業及び工業に取り入れられはじめ、世界市場の横への拡大とその市場を目指す国際競争が始まった。離陸のための先行条件期の決定的な特徴は、伝統的地主階級の地域利害・植民勢力・あるいはその両者に対抗するところの新しいナショナリズムに動かされた勢力連合の上に立った中央集権の国民国家の建設であった。

アヘン戦争の後、中国では資本主義の萌芽は生じていたが、外国資本主義に圧迫されて、資本主義社会へと発展することはできず、半植民地・半封建社会³⁾の状態が1949年まで続いた。中国人民は外国資本主義を排し、封建主義を倒す民主主義革命をつづけていた(米沢, 1968: 2)。アヘン戦争から始め1949年から1952年までの経済復興期を含めて離陸のための先行条件期としておく。中国の国内市場と商業の半植民地的・半封建社会では、外国資本主義が、旧中国の工業、農業、財政、金融、交通などの各部門を支配していたばかりでなく、旧中国のすべての重要な通商港、税関、対外貿易及び国内商業を支配し、中国を自らの超過利潤を獲得する独占市場にしていた。外国資本主義の旧中国市場支配の過程で、農民の階級分化と、農村の副業の破壊と、手工業の農業からの分離が進み、都市・農村の商品経済が発展し、中国の国内市場が次第に形成された(米沢, 1968: 72)。長年にわたる大規模な戦乱が、もともと脆弱な中国の社会経済体制と生産力を破壊し、中国開放初期の社会経済の運営は「貧困の悪循環」に陥っていた。1949年から1952年までの3年間は経済復興期であった。中国の成立したその月から、全国的なインフレが始まったが、政府はインフレの収拾、後半では、中央集権型経済体制の樹立に力をいれた。戦争の結果、立ち遅れていた中国経済は、都市と農村の別なく徹底的な打撃をうけた。

2.3 離陸—中華人民共和国の解放以後(1952~1978年自力更生、計画経済の開発戦略)

離陸期においては、新しい工業が急速に発展して利潤を生み出し、その利潤の大部分が新しい工場設備に再投資され、農業が商業化する

につれて、新技術が農業に普及していくとロストウは言った。

投資率が 5%以下から 10%以上に増加すること、主導産業があらわれ他の産業部門の成長を誘発すること、そして経済成長を持続するための政治的、社会的、制度的な枠組みから成立することの三つの判定基準にもとづいて W. W. ロストウによれば中国の離陸期は 1952 年から始まったと推定している（内田，1998）。1952 年から 1970 年代末まで、中央集権的計画経済体制にもとづき、重工業優先の発展戦略を強力に推し進めたが、この時期が離陸期と言える。1953 年に中国で実施された第一次 5 ヶ年計画は、「社会主義的改造」と、「重点産業開発政策」を基本方針とする「社会主義工業化」の 2 点にまとめられる〔王，2001:65〕。社会主義改造により私営企業が国営企業化された。また従業員への雇用は保証され、大規模な国営企業の中に住宅・学校・病院・福祉などの生活施設が整えられ、従業員の老後の生活でさえも企業によって支えられていた。「重点産業開発政策」は「第一次五ヵ年計画」の基本方針とされ、国営企業を中心に重化学工業を優先的に発展させる政策である（王，2001:65）。1958～61 年の大躍進（経済建設運動）の失敗、1966～76 年までの 10 年間の文化大革命により、経済はマイナス成長を記録し、都市と農村の個人、市営経済、さらに定期市取引さえも「資本主義の尻尾」として切り落とされ、集団経済も国営経済に移行することが常に求められた。

2.4 成熟への前進－改革開放以後（1978 年～1980 年代半ば）

成熟期とは、経済が離陸に力を与えた最初の産業を乗り越えて進みうる能力を誇示する段階であり、また経済が（当時における）近代技術の最も進んだ果実を吸収し、それを資源のきわめて広い範囲にわたって一全範囲ではないが一有効に適用することができる段階であるとロストウは述べた。

中国の改革開放⁴⁾は 1978 年十二月に開催された中国共産党第十一期中央委員会第三回全会（十一期三中全会）で全面的に実施された。70 年代後半から国営企業の利潤の政府へ上納が廃止され、また所有と経

営の分離の方針が明確化され、国は企業経営に直接関与しないこととなった。80年に外資企業・合併企業が誕生し、1981年には都市部での個人経営が容認され、88年には私営企業が合法化された。農村部での生産請負制の実施に対して、都市部での経済改革は、その初期段階では主として企業自主権の拡大から、経済改革の突破口を開いた。一方で、大中型国有企業では、旧来の経営体制と雇用政策により、大量の余剰人員を抱えることが問題視されるようになった。経済の効率性を重視する企業経営体制の変革によって、過剰人員問題の解決が、企業にとって急務となってきた(王, 1996:65)。

ロストウが言っているのとは異なり、波動的で、持続的な長い進歩の期間とは言えないが、改革開放政策の実施により、中国の経済は成長の軌道に乗り、発展の時代、工業化の時代を迎えた。したがってこの時期を中国の成熟への前進期にしたい。

2.5 高度大衆消費時代(1980年代後半～)

高度大衆消費時代は、主導部門が大衆消費財とサービスに向かって移っていく時期である。高度大衆消費時代がすすむにつれて、社会の関心は供給から需要へ、生産の問題から消費の問題へ、また福祉の問題へと移っていった。

世界でいち早く大衆消費社会が出現したのはアメリカであった。アメリカでは1920年代には耐久消費財およびサービスの時代の成果と帰結とを長期にわたって社会が吸収した最初の時期である。1946～1956年にかけて長期的に完全雇用の状態が続いたため、郊外住宅、自動車、家庭用電気器具が人々のあいだに急速に普及していった。西ヨーロッパ諸国は、アメリカと同じ時期に成熟期に達していたが、高度大衆消費時代に入るのは大幅に遅れた。西ヨーロッパ社会では、成熟期以後の段階において、増大した資源を人々の社会福祉や社会保障に割り当てるという政策をとった。1945年戦後、西ヨーロッパは耐久消費財およびサービスの局面に突入していった

(Rostow, 1960=1961:101-119).

戦後日本の第三次産業が著しく伸びたことや、耐久消費財およびサービスが新しい規模をもって農民にいたるまで普及したという事実は、日本人もまた大衆消費水準の拡張に大きな基礎をおくところの成熟期以後の典型的成長の波を経験しつつあることを示していた。日本は1955年から1975年までが高度成長期で、それなりに実質所得が上昇し、自家用車や家庭用電化製品については大衆消費が実現したが、郊外住宅建設は欧米ほどの規模では進まなかった。

1980年代後半からの高度経済成長に伴って、中国の都市部における大衆消費社会の出現は、「カラーテレビなど情報型耐久消費財の急速な普及」であった。中国における大衆消費社会は、都市と農村部において同時に生じたのではなく、大都市から地方都市、小都市、農村へと段階的に生じたという点で特徴的であると言える。

1981年には北京や上海のような大都市でも百貨店だけが唯一の大型商業施設であったが、1992年から流通市場における改革が本格的に行われ、スーパー・マーケット、百貨店、専門店などの小売業態が急激に増えた。中国の都市部では、1980年代半ばから家電製品、服飾を中心に大衆消費が起きた。中でも、経済成長の著しい東南部沿海の広東、福建省をはじめ、沿海地域では外国製や香港・台湾製の家電製品、ファッションに対する人気が高く、金製品も人気商品の一つとなり、金飾店が急増した。1993年12月から、上海では分割払いによる販売方式が始まり、上海市内の24の大型デパートや大型専門店で、ルームエアコン・カラーテレビ・ピアノ・パソコン・大型家具など、当時上海で人気が高く高価な商品である20数種類を対象に分割払いサービスを始め、大衆消費のブームが一層熱を帯びるようになった。近年の消費ブームの中で、人々の消費志向を象徴する「三種の神器」にも大きな変化が起きた。1960年代の後半に生まれた「三大件」という言葉は、70年代の後半頃までは自転車、腕時計、ミシン、または自転車、腕時計、ラジオといった商品を指した。しかし、1980年代のはじめ頃から、カラーテレビ、冷蔵庫、洗濯機、またはカラーテレビ、冷蔵庫、ラジカ

セを「新三大件」と呼ぶようになり、1990年代に入って以降、消費志向の多様化と消費構造の分散化によって「三大件」という言葉には、はっきりした定義が定まらなくなった。このように全国の消費水準が大幅に向上し、大衆消費社会が出現したのである。

近年中国で消費を支えているのは、いうまでもなく国民所得の大幅な増加である。中でも80年代以来の指導部の「先富方針」（一部の国民をさきに豊かになるのを認める方針）に刺激され、一足先に改革開放の恩恵を受けた高所得層の出現は、中国経済に大きく寄与した。計画経済から市場経済への移行が着実に進む中で、個人・私営企業が大量に出現し、合弁企業、さらに外資系企業の進出により、国民の所得に大きな変化が生じることになり、一般労働所得者よりはるかに高い収入を得る高所得層が現れた。一方では、経済発展の速度の違いによって、地域間の経済格差問題が次第に深刻化し、とくに、東部・南部沿海地域と内陸奥部（とくに西北部・西南部地域）との経済格差が大きく広がりがつつある。中でも、経済特区や経済技術開発都市に指定された沿海部の都市およびその周辺では、一般の労働者の平均賃金が急増したのに対して、内陸部の辺鄙な農村では、それほど所得の増加はなかった。

本論ではこのような中国での大衆消費社会が瀋陽市ではどのような形で現れて来たのかを見ていきたい。

3 瀋陽市民におけるいくつかの事例



図-1 瀋陽市の位置

市場経済体制の導入は中国社会を大きく分化させ、階層構造も大きく変化をした。計画経済期の政治、戸籍、行政の身分制度に依拠した政治階層が、貧富の差、収入の差を基礎とした新しい社会階層に

よって取って替わられた。改革開放に伴い、外国資本と、中国資本とでつくられた「三資企業」で働く専門技術者、管理者などのホワイト・カラー層が増えた。この新しいホワイト・カラー層、政府の管理者、国有部門の専門技術者などは都市の中層になった。その一方で、国有企業の体制改革により、縮小、倒産の厳しい現状で数多くの従業員が失業、下崗⁵⁾職工となった。瀋陽の階層も中国の他のどの都市とも同じように、政府の高い位置に立っている人々と成功した企業人が上層、ホワイト・カラー層と政府の職員、自営業者などが中層、サービス業の従業員と工場労働者そして下崗職工が下層になっている。1996年から財政赤字による国営企業の倒産やリストラが相次ぎ、2000年の「瀋陽市統計年鑑」によれば、「下崗職工」が60万人を超えたという。中国中央政府は、東北の古い工業基地を振興させる計画を立て、瀋陽に対しては「東北を振興するのに、瀋陽は前に立つ」というスローガンを打ち出した。また、1988年から始まった本格的な対外開放により、瀋陽は対外開放の窓口として大規模経済技術開発区などを設立して外資企業を引き入れたほか、民営企業も多くみられるようになった。就職口の増加や、個人で商売を始め収入を得ることができるようになり、下崗職工から上の層に上っていく人も見られるようになった。全体的に市民の生活レベルが向上したのに伴い、2004年末には「下崗職工」が大幅に減少し25万人になった。

瀋陽市の異なる階層にいる人々に、それぞれ違う消費様式が見られるようになった。過去における中国の都市住民の消費領域は狭く、内容も衣、食、日常用品と日常生活の最低必需品にかぎられていた。昔から食を重視していた中国であるが、瀋陽市では収入が高くなることによって、人々は栄養が高く、味も良く、もっと安全性の高い食品を求めるようになった。服装に関して、瀋陽の富裕層は服装の「個性」、「ブランド」、「流行」を重視する一方で、収入の低い人々は「実用性」を重視する傾向があるといえる。耐久消費財から見れば、中国都市家庭ではテレビ、冷蔵庫、炊飯器などは「必需品」であり、瀋陽でも

はや飽和状態になっている。瀋陽市において家電製品は、1980年代半ばから人気が高くなり、大衆の消費が急増した。

この節では、瀋陽の都市住民に対するインタビュー調査の結果を用いて、収入と支出、飲食、服装、耐久消費財の所持率、消費の変化について分析していく。

本論で使用するインタビュー調査は、2006年2月7日から14日まで、瀋陽市に住んでいる8人に対して行った調査である。インタビューは外資企業の社長をはじめ、夜市で商品を売りながら不安定な生活を続けている下崗職工に至るまでの瀋陽市民に対して行った。調査対象は瀋陽市の戸籍を持っている瀋陽市民で、何らかの形で住宅を所持している人を選んだ。調査対象者⁶⁾の中で、生活レベルに対して本人が中の上ぐらいだと思っている人が2人いて、中の中ぐらいだと思っている人が3人いて、下層だと思っている人が3人いる。インタビューに応じてくれた8人よりも、生活レベルがもっと上の層や、家も持たずにさらに貧しい生活をしている人々も瀋陽市内では大勢いると思われる。

3.1 収入と支出

今回調査の中で家族収入が一番高いMさんの場合だと、妻が月2000元ぐらいで、Mさん本人の収入が基本給8500元にプラスボーナスである。反面一番低いHさんは収入が不安定で一日商売がいい時5~60元、悪い時は10~20元だと言っている。これだけを見ても瀋陽市内での収入の差がかなり大きいことが分かる。Yさんは「私の基本給は3,500元、ボーナスは5,000元ぐらい、ボーナスは秘密。会社の中では絶対秘密にしている。夫は3,000から5,000元の間」と言っていた。

Yさんの収入を見ればボーナスの方が基本給よりも高いことが分かる。会社の制度として基本給はほかの会社より低く設定されていて、ボーナスを毎月もらえることになっている。Yさんは元々国营企業で働いていたが、リストラされて一時期下崗職工になったが、年もまだ若くて大卒であるために再就職ができて、中層に上がった人の例である。

表—3—1 調査対象者リスト

	年齢	性別	民族	職業	家族	一ヶ月の収入 (元)	一ヶ月の支出 (元)	生活レベル
M	40	男	漢民族	外資企業 社長	妻, 息子 (中 一), 妻の母	8,500 + ボーナス 妻2,000	1万	中の上
K	37	男	朝鮮族	旅行社 副社長	妻, 娘	年収10万 妻2,000	4,000	中の上
Y	37	女	朝鮮族	旅行社 部長	夫, 娘	3,500 ボーナス5,000 夫3,000~5,000	3,000 ~ 4000	中の中
L	27	女	朝鮮族	外資企業 事務	夫, 両親, 弟	3,000 + 翻訳 3,000 ~ 6,000 夫2,000	5,500	中の中
O	47	男	漢民族	タクシー運 転手	妻, 息子 (大 学生)	4,000~5,000	3,500	中の中
T	45	女	漢民族	下崗職工 無職	夫, 娘	本人800 夫1,000~2,000 娘1,000	1,500	下
W	28	男	漢民族	銀行警備員	妻, 息子 (3 歳)	1,500	1,100	下
H	58	女	漢民族	夜市商売	夫, 二人の息 子 (別居)	50~60/日	900 ~ 1,000	下

中国では、下崗職工に対して働いていた職場から2年間の補助金が支払われるが、それ以後は何ももらえないのである。

Tさんは収入の質問に対してこう答えた。「家の部屋を一つ空けてマージャン店にして月800元、夫は毎月違って、1,000元いかない時もある、一番多い時は2,000元。娘は1,000元ぐらい」Tさんは下崗して職場から離れた後、家事のお手伝いをしながらお金を稼いだが、去年からマージャン店を開いた。Tさんの家族の場合は、一人一人の収入は少ないが、家族が3人とも働いているため、給料を合わせるとそれほど低い金額ではないのである。瀋陽では、下崗をして仕事につかない人は、朝市、夜市で小物を売ったり、あるいはお昼ぐらいに学校や会社の外でお弁当を作って売ったりして生活をしている人も多くみられる。

Hさんは「商売がいい時は5~60元ぐらい稼げるし、悪い時は10~20元。一番多かった時が120元で、一つも売れてなかった日もある」

と答えた。Hさんの場合は夫が病気で働けないため、生活がさらに難しいのである。Yさんも同じようにリストラされて再就職ができたのに対して、TさんとHさんは再就職ができなくて固定的な仕事を持たずに一時的な仕事をするか、市場で物を売りながら生活している。以上の8人の収入に関する回答を見ると、Wさんは子供がまだ小さくて面倒を見てくれる人がいなくて働けなく、Tさんは下岗して再就職ができなく家でマージャン店をやっているが、夫婦ともに働いていることが多いのである。

収入に対しての全体的な月の支出を見ると、インタビューを通して基本的には収入の高い家族は消費する金額も高く、収入の低い家庭は消費する金額も低いことが分かった。例えば、Hさんの家族における1ヶ月の支出は、Mさんの中学生の子供の1ヶ月のお小遣いと等しいのであった。そしてOさんには大学生の息子がいるが、一月のお小遣いが1000元だと言った。これはOさんの一月4000～6000円の収入で考えるとかなりの金額である。瀋陽では学生がアルバイトができる場所がファーストフード店、家庭教師くらいしかなくて、時給も低いので、ほとんどの家庭ではOさんの息子と同じように子供が大学を卒業するまで、学費、生活費などはすべて親が出してくれている。中国のタクシーは会社が運営しているものと個人で運営するものとの二種類ある。前者の場合は会社が運転手を雇っているため、運転手の収入は高くないが、後者の場合は車を個人で買い求めているため、収入もある程度高いのである。Oさんの場合は後者であり、階層の枠組みから考えれば中層に入るだろう。

最後に、Lさんの家族収入はそこそこ良いが、Lさんの両親はLさんと一緒に住んでいて、弟の学費、生活費もLさん夫婦が負担しているため消費金額も高いのである。Lさんの両親は、以前は小さな商売をしていたが、二人とも体調がすぐれないため、現在は仕事をしていない。このように収入が高くても家族の人員構成が多い場合には支出にも影響をするのである。

3.2 飲食

食品と日用品の購入に関しての回答には、スーパー・マーケットか市場の二つのパターンに分かれた。2000年から2003年にかけて世界の大型スーパー・マーケットのチェーン店が中国の市場に入り、全国の広い範囲で拡張していった。中には食品や、日用品、服装、電気製品などが売っていて、日本のスーパー・マーケットとほとんど変わりはない。スーパー・マーケットが瀋陽市内に現れる前までは、人々はみんな市場で買い物をしてきた。一般家庭の主婦たちは普段食べる食材を購入するには、市場のほうがなれていて、価格も適当だと考え、市場で買い物をする場合が多い。市場も日中市場と朝市、夜市三種類ある。日中市場は固定的な場所があるが、朝市と夜市というのは日本の歩行者天国のように、時間になるといつもの決まった道沿いに商売をする人々が集まって商品を売り、また終わりの時間になれば道路がきれいに片付けられて車が通る面白い風景である。

中の上層のMさんの家庭ではスーパー・マーケットで食品を購入すると答えて、それ以外の家庭ではスーパー・マーケットと市場を併用するか、市場で買い物をしていると答えた。普段の買い物についての答えを見よう。Lさん「肉と野菜とかの食料品の買い物は母が毎日近くの市場で買って来る。スーパー・マーケットは週に一回ほど行く」；Oさん「食卓に上がってくるものは、妻が毎日市場で買って来る。日用品はスーパー・マーケットで買う」；Tさん「食料品は毎朝、朝市で買っている。日用品と衣類品などは、五愛市場か、近くの北行市場（五愛市場よりは規模が小さい市場）で買っている」。一般家庭ではまとめ買いの場合は、スーパー・マーケットを使っている。毎日家で料理をしている主婦達にとって肉、野菜などの買い物は市場の方がなれていて、値段も手頃なので、家の近くの野菜市場を利用する場合が多い。

3.3 服装

瀋陽市で衣料品を購入できる場所は、デパートか衣類品市場である。

デパートで販売されている服は世界のブランド品から、香港、台湾、中国国内のメーカーの商品まで様々な商品がある。瀋陽市で市場として一番知られているのは五愛市場で、五愛市場は中国北方の一番大きい小商品の問屋であり、敷地面積は 13.9 万平方メートル、一日の来客数は 30 ～ 40 万人である。主に服装、靴帽子、紡績服飾、布、靴、家庭用電子製品、日用品、ベッド用品などの 14 種類 2 万品種を取り扱っている。

MさんとKさんは衣料品をデパートで購入すると話していた。デパートの商品はメーカー品なので、市場のよりは質やデザインが良いため、高所得者層に好まれる。また収入が多い人達は、他の人と比較して、自分たちの身分、地位などを強調するために高価な服を着ていることもある。

そして自分たちの生活レベルが中の中ぐらいだと思っている三人の話を見てみよう。Yさんは「中興—瀋陽商業ビル（瀋陽で一番大きなデパート）」；Lさんは「服はデパートで買っている」；Oさんは「衣類品については、私達は市場で買ったり、デパートで買ったりするけど、息子は市場のものはちっとも着ようとしなない。いつもメーカーの商品を買ってる」と話してくれた。生活レベルは三人とも中の中ぐらいだと思っているが、服装の買い求め方は少し異なっているように見える。YさんとLさんはデパートで購入していると答えたのに対して、Oさんは自分と奥さんは市場で服を購入する時もあるが息子は市場で購入した服を着ようとせず、デパートで購入したものしか着用しないといっている。ここから分かることは、中高年層は服を購入する場所にはこだわらないが、大学生の息子は服に対しての関心がみられ、若者の間では、服装で人と競い合うような考え方がすでに形成されていることが分かる。

自分の生活レベルが下層だと思っているTさんは、デパートの商品は高価で購入できないため、五愛市場か北行市場で購入すると言っていて、デザインが良いものもいっぱいあると答えている。市場で売られている衣服は質と加工の面ではデパートと比べると劣るが、ブラン

ドの類似品なども多く売っているため、デザインが良いものが数多くある。したがって中下層の人々は値段の安さを求めているため、市場の衣服をしばしば購入している。そしてWさんの家族は、市場で衣服を購入しているが、メーカー製の衣服も購入する場合があると答えた。Wさんのように若い人は服に対する欲求も高いため、他で節約してもお金を貯めて欲しい衣服を購入する場合もあると思われる。

李培林・張翼（2004）が重慶市における調査で「実用性」は階層の上昇によって低下していると述べている。「個性」、「スタイル」、「ブランド、流行」などは、上の階層になればなるほど重視されていて、中間層の人は他の階層と比べて「価格」を重視していると述べている。今回の調査でも下層では「実用性」が高くて経済的な市場の衣服を購入していて、上の階層の人々はデパートで購入すると答えた。デパートの商品はメーカー品なので、市場のものより質やデザインが良いため、高所得層に好まれる。また収入が多い人たちは、他の人と比べて、自分たちの身分、地位などを強調するために高価な衣服を着ていることもある。少し違う答えが出たのはOさんの家庭である。親は市場で販売されている衣服を購入して着用するが、息子は市場で販売されている衣服は着ようとしないと答えている。そしてWさんもメーカー製の衣服も買うと答えた。ここから若い人は「個性」、「スタイル」、「ブランド、流行」などに関心を持っていることが分かる。

3.4 耐久消費財の所持率

最近一般の家庭ではテレビ、冷蔵庫、洗濯機、炊飯器などの日常生活で必要としている家電製品はみんな所持している。中国の家電市場では基本的に外国製製品は値段が高くて、国内産は安いのである。日本、韓国などの外国メーカーの電気製品は中国国産の製品よりデザインと質が良いので値段が高くて人気はある。

Mさんは「テレビ4台（リビングと各部屋に一台ずつ）、冷蔵庫、洗濯機、DVD プレーヤー、ステレオ・スピーカー、パソコン、あと何がある？」と答えた。Mさんの家には、売られている電気製品であれば

たいていどんなものでも所有していると思われる。Oさんは「部屋には、テレビ、冷蔵庫、洗濯機、お風呂の湯沸かし機、炊飯器、加湿機、マッサージ器…今電気製品も安いから、少し節約すれば何でも買えると思います」と答えた。Hさんは「テレビ、冷蔵庫、洗濯機は買ってから結構時間がたったもので、炊飯器、電子レンジ、これで全部だ」と答えた。このようにテレビ、洗濯機、冷蔵庫、炊飯器などの最低限日常生活に必要なものはもはやどの家庭でも所有している。

瀋陽における調査を見ると、テレビは現在中国の都市生活において生活必需品となっていると言っても過言ではない。2004年の瀋陽市におけるテレビの所持率は127%になっている。生活レベルが中の上、中の中までは、耐久消費財、電子メディアなどの所有状況が多く持つようになって、所有している種類もさまざまであるが、下層の人々は最低限生活に必要なものだけを購入し、長い間同じものを使い続けている。

3.5 消費の変化

インフォーマントの評価をもとに、生活レベルが、上位であるとこたえた人から順にみていくことにする。

Mさんは「ここ数年はあんまり変わってないと思うが、昔私達が子供の頃と比べるとその変化は大きいと思う。昔は手元にお金もなかったし、商品も今みたいに多くなかったよね。今は、週末に時間があるときは、家族とショッピングに行くが、必要あるのか、ないのか分からないほど大量に買い物をしている。家はほかの人達と比べると結構消費はするほうだと思う」と言っているが、これはおそらくMさんが裕福になってから時間がある程度経っているので、そのように言っているのかもしれないと考えられる。一般的な家庭なら必要なものだけを購入し、必要ではないものは購入しないものと思われるが、必要な物まで大量に買入れることが分かった。そして「買いたいものがあれば買えるし、食べたいものがあれば食べられるし…現在の生活に対して結構満足している」と答えてくれた。

Kさんは「ここ何年で大きく変わったと思う。以前と比べると随分よくなった。お金があるから」と答えた。Kさんは消費水準の変化に対して肯定的な態度をとっている。消費レベルについては収入が増えたことによって良くなったと答えている。また、食物の買い物に対しても、以前は市場で購入していたが、現在は主にデパートで購入していると答えている。そして趣味でゴルフを楽しんでいると言った。

Lさんは「収入が多くなるにつれて、支出も多くなったね。貯金はしようと思っているが、なかなか思うとおりに行かない。消費レベルはあんまり変わっていないと思う。支出は多くなったが、昔からの商品を今も買い続けているし、市場も毎日使っている」と答えた。消費に対する考え方の変化についてLさんは「消費に対する考え方の変化というと、やはり商品の種類が多くなって、買わなければならない商品が多くなった点だね」と言った。これは瀋陽だけではなくて、中国全体にもいえるが、改革開放以前は、みな同じような服を着て、同じような食べ物を食べ、家具、電気製品なども中国国内製の限られた商品しかなかった。しかし改革開放以後は、商品の種類もますます多くなってくるし、同じ商品でもデザインが異なって値段も違う商品が市場に多く並んでいるため、選択範囲も広がったといえる。

Oさんの家でも消費に対する変化がはっきりと見えてくる。「昔はそのもの自体を知らなかったから使わなくて済んだけど、知らないうちにそのものが必需品になって、なくてはならないものになってきたのが多いと思う」とこたえていて、例としてOさんは携帯電話、加湿機、マッサージ器を挙げている。食品に関しても、昔は食べたことのないものが現在では人々の大好物になっている場合があるといえるだろう。また、「前は、節約しながらお金を使っていたが、今は、瀋陽にも飲食屋が多くて、韓国料理、中国各地の料理、海鮮料理など安くておいしく食べられるところがいっぱいあるから、食べたいものを食べながら生活をしている」とこたえたことから、Oさんの場合も消費の変化がはっきりとみられることが分かる。

Wさんは「夫婦二人しかいない時は、共働きでしたので、生活がそ

んなに大変だと思っていなかったが、子供が生まれてからは結構難しくなった」といった。中国では一般の家庭は共働きをしているため、子供が生まれると夫婦どちらかの親が預かっているが、W さんの場合は、親に子供を預かってもらえないため、W さんだけが仕事をして、W さんの妻は家で子供の面倒をみななければならないので、生活が大変だという。そして消費に対する考え方が変わったのかの質問に対して「変わったというより、買いたいものはいっぱいあるけど、稼いでいるお金が少ないから嫌な時がある」と答えた。若い人は年配者に比べ、新しい物事に対しての好奇心と欲求が強いため、買いたいものがあっても、お金がないため買えないと語っているのではないかと思われる。

H さんの話からは社会に対しての不満の気持ちがうかがえる。H さんは消費レベルは「そんなに変わったことはないと思う。いつも同じ生活を繰り返してるね」と答えた。そして消費に対する考え方に関する回答については、「昔はみんなの水準がそこからここまでだったが、現在は、貧富の差があまりにも大きくて、不公平だと思う時もある。私が何のためにこんなに頑張っているのかを考える時もあった。お金を持っている人は、もっとお金持ちになっていて、貧しい人はいつも同じ生活を繰り返している。」と答えた。ここで見られるのは、中国では全体的の生活レベル、消費レベルは上がっているが、貧富の差もますます大きくなっていることだ。自分達は収入が少なく生活が苦しく、消費レベルも以前とあまり変わりのないが、裕福な人々の生活を見ると不満の気持ちが生まれてくると考えられる。

消費のレベルの変化に関しては、W さんと H さん以外の人々は時代の変化によって大きく変化したという。改革開放以来、商品の品種・種類の増加に伴って、消費レベルも上がったが、W さんと H さんの場合は日常生活において経済的な困難をかかえているため、消費レベルは大きく変化していないと思われる。全体的にみて人々の収入が多くなったため、消費水準に変化をもたらしたが、その一方で、収入の差異によって、消費の変化の程度も異なっているといえる。消費レベルの変化には、収入が大きく関連しているが、家族の人数もまた大きく

関連しているように思われる。Lさんは収入から見るとほかの中間層家庭と比べて低くないが、両親と弟と一緒に住んでいるため、消費の変化はそんなには大きくないのである。消費の観念の変化をみると、比較的の上の層の人々は新商品に対して興味を持って買ったりしているが、下層の人々は貧富の差に対する不満が大きくなっている。しかし、Tさんは本人も下層だと思っていて、収入が安定的でないが、家族三人とも仕事をしている。家族の収入は以前より多くなって生活に大変さなどが感じられないため、現在の生活に不満はないといっている。

4 まとめと考察

本論文の研究目的は、中国の高度経済成長に伴って出現した大衆消費社会の発展過程と、その大衆消費社会の到来にともなう都市住民の消費状況、消費意識などについて分析することにある。ここでは、これまで扱ってきたところを要約して、そして消費が中国経済にどのように作用しているのかを検討し、今後の課題について述べる。

本論の第2節では、W・W・ロストウが『経済成長の諸段階』で述べた経済成長段階説に対応させて、中国における経済発展段階を要約した。中国における大衆消費社会は、都市と農村部において同時に生じたのではなく、大都市から地方都市、小都市、農村へと段階的に生じたという点で特徴的であると言える。そして都市の中でも収入の違いによって消費の現れ方も異なっている。経済成長により、国民所得が急速に伸び、消費生活の多様化が実現しつつある。

4.1 インタビューから得た知見

第3節では、筆者が瀋陽の都市部に住んでいる市民に対して行ったインタビュー調査をもとに、消費階層間における消費の差異について見ていくことにした。調査から以下の結果が得られた。第一、収入と支出からは改革開放の「先富方針」により、瀋陽市市民の中でも収入

の差が大きくなっている。筆者は8人の瀋陽市民に対してインタビュー調査を行ったが、収入の多い人々は消費する金額も高く、収入の低い人々は消費する金額も低いのである。下崗職工の中でも再就職ができて収入の高い人もいれば、再就職ができなくて固定的な仕事を持たずに過ごしている人もいる。李培林・張翼によれば、核家族で生活する人と拡大家族で生活する人とは、消費のレベルが異なってくるという。つまり、拡大家族で生活する人の場合は、老人を扶養するのにお金が必要となってくるため、核家族で生活する人よりも消費レベルが低いのだという。この点に関しては、Lさんの事例から、同じことが言えるだろう。第二、食品の買い物に関してはスーパー・マーケットか市場、服装に関してはデパートか市場に分かれていて、生活レベルが高くなるにつれて、スーパー・マーケットとデパートを利用している人が多くなったことがわかった。第三、耐久消費財から見ればそれが外国製の値段の高いものであれ、長く使い続けている中国国内産であれ、テレビ、洗濯機、冷蔵庫、炊飯器などの日常の電気製品はすでにどの家庭にもある。ここから耐久消費財の面では瀋陽も大衆消費社会に入ったことに間違いはないと思われる。第四、消費の観念の変化に関しては中の上、中の中層の人々は前と比べて大きく変わったが、下の層の人々は昔とあまり変わらない生活をしているのである。新しい商品に興味を持って購入しているのも中の中、中の上の消費階層の人々であって、下層の人々の新商品に対する興味はそれほど強くなかった。消費状況に対して不満を感じているのは一番下の層だけであった。下層の中でもHさんのように収入が不安定で少ない場合は、不満がもっと高くなる。

4.2 考察

ロストウは西ヨーロッパや日本では、成熟期以後の段階において、増大した資源を人々の社会福祉や社会保障に割り当てるという政策をとったと言った。中国での大衆消費社会はまたこれらの国とは違う形、格差が見られる形で現れてきたのである。

中国の「社会主義市場経済論」によれば、市場経済の導入は「全人民の生活を豊かにする」ことと、「社会主義は貧困を根絶する」ことであるという。すなわち、社会主義の優越性は生産力を発展させ、全人民の物質面、文化面での生活を改善することにあるという（李, 2004:223）。中国全体から見ると、市場経済の導入は国民の生活を大きく変化させ、消費水準も驚くほど上昇させたのは確かである。しかし、その消費の現れ方はまちまちである。都市と農村、都市のなかでも収入の多い人と低い人によって消費に違いが出てくる。今回瀋陽市におけるインタビュー調査から見ても生活レベルが中の上、中の中の人々は大衆消費社会に入ったと言えるが、下層の人々は耐久消費財を除くと前とそれほど変わらない生活をしていることが分かった。

改革開放以前の長い期間において、国民の多くが低い所得水準とぎりぎりの生活を強いられたが、改革開放以後の著しい経済成長に伴い、個人所得の増加と供給の隆盛にも支えられ、消費水準が大幅に向上し、国内市場は非常に栄えた。先進国と比べると一般の人々が消費できる商品はまだ少ないが、中国自体の発展を見ると商品の種類がますます多種多様になっていて、人々が選択できる範囲も広がっている。収入の差異によって消費の現れ方も大きく異なっているが、現段階において階層間の格差は中国で解決すべき大きな問題になっている。

4.3 今後の課題

本研究は中国における大衆消費社会に関する研究に留まっており、他の国と比較して消費の状況に関して分析をすることはできなかった。大衆消費社会の消費者行動について、日本をはじめとする先進国家との国際比較の観点から分析を行う必要がある。そして本論では、中国の瀋陽市を対象として分析したが、瀋陽のみではなく、上海・北京など中国で発展している都市や、瀋陽よりも発展が遅れている都市もみていく必要がある。また本研究では、8人のインタビュー調査を用いて分析をしたが、量的分析を用いた研究も行う必要がある。

【注】

- 1) 大衆消費社会とは、大量生産と大量消費のメカニズムが大衆消費によって支えられる社会のことであるという。大衆消費社会において、大衆は大量生産された画一的で均一的な財とサービスを同時にかつ大量に使用し、大衆の好みの共通公分母を満たすことに主眼がおかれるため、文化の平準化の傾向を強めがちである。その一方で、大衆消費社会はゆたかな社会としての性格を強く示し、その結果として生じた大衆の大きな購買力ゆえに、大衆の選好が大量生産の方向を左右するという（森岡ほか編, 1993 : 944）。
- 2) 瀋陽（解放前奉天）は中国東北地方では一番大きな中心都市で、遼寧省の省庁所在地である。中国東北地区の経済、文化、交通と商業貿易の中心であり、中国の工業の重要な都市である。瀋陽を中心とし、半径 150 キロの範囲では、基礎工業と加工工業を主とした 7 大都市が集中している。総面積は 1.3 万平方キロメートルで、市内面積は 3495 平方キロである。2011 年 05 月 18 日現在、瀋陽市の常住人口は 720.4 万人であり、そのうち都市人口は 506.6 万人である。瀋陽市には満族、朝鮮族、回族、モンゴル族など、32 の少数民族が住んでいる。2010 年の全国各都市の GDP の順位をみると 17 位である。
- 3) 半植民地・半封建社会は外国帝国主義の支配のもとで、主権を制限され、政治的・経済的従属におちいり、封建的経済が逐次瓦解し、資本主義的要素がすでに一定程度発展している社会形態。1840 年のアヘン戦争から 1949 年の建国までの中国社会をさす（愛知大学国際問題研究所, 1990:11）。
- 4) 改革開放とは、四つの現代化（農業・工業・国防・科学技術の現代化）を国家目標とした、経済面における市場経済の導入と対外開放政策のことを指し、「全人民の生活の改善、向上」を第一の目的とする政府の方針をもとにしていた（王, 1996:18）。
- 5) 下岗（xia gang）とは通常レイオフ（一時帰休）と訳されるが、一定期間（通常 1~3 年間）賃金の一部が保障された離職であり、この期間内に再就職ができなければ、完全な失業となる。
- 6) 調査対象者：
 - M さん：L さんが勤めている会社の社長である。
 - K さん：筆者が日本に来る前に働いていた会社の上司である。
 - Y さん：Y さんは筆者が日本に来る前に働いていた会社の同僚である。
 - L さん：筆者の高校時代の同級生である。
 - O さん：筆者が偶然に乗車したタクシーの運転手さんで、友達とタクシーに乗って移動する時、インタビューをお願いしたところ、回答してくれた。
 - T さん：T さんは Y さんの知り合いで、以前 Y さんの家で家事の手

伝いをしていたことがある。

Wさん：WさんはLさんの夫の友人である。

Hさん：筆者が夜市を歩いているとき、人通りが少なかったのでHさんに話しかけてインタビューを依頼したところ、回答をしてくれた。

〔文献〕

- 愛知大学国際問題研究所編，1990，『中国政経用語辞典』大修館書店。
- 菱田雅晴，2005，「東亜」『中国：階層化する消費スタイル』霞山会。
- 翦伯贊，2009，「論中国古代の封建社会」，中華国学網，（2011年9月2日取得，<http://www.iguoxue.cn/html/92/n-56092.html>）。
- 加藤弘之・上原一慶，2004，『現代世界経済表書 2——中国経済論』ミネルヴァ書房。
- 草野文男，1985，『現代中国経済史研究』拓殖大学研究所。
- 国分良成，2003，『中国文化大革命再論』慶応義塾大学出版会。
- 古島和雄，1982，『中国近代社会史研究』研文出版・山本書店出版部。
- 李海峰，2004，『中国の大衆消費社会：市場経済化と消費者行動』ミネルヴァ書房。
- 李強等，2002，「学海」『我国社会分層理論的演進』学海雜誌社。
- 李程驊，2004，『商業新業態：城市消費大変革』江蘇省新華書店。
- 李培林・李強・孫立平等著，2004，『中国社会分層』社会科学文献出版社。
- 刘社建，2005，『中国就業變動與消費需求研究』中国社会科学出版社。
- 森岡清美・塩原勉・本間康平編，1993，『新社会学辞典』有斐閣。
- Rostow, W.W., 1960, *THE STAGES OF ECONOMIC GROWTH: A Non-Communist Manifesto*, Cambridge University Press.
- (=1961, 木村健康・久保まち子・村上泰亮共訳，『経済成長の諸段階』ダイヤモンド社。)
- 玉野和志，1989，「戦後日本における消費社会の状況について——プライヴァタイゼーション論との関連で」『流通経済大学社会学部開校記念論文集』流通経済大学。
- 常松洋，1997，『世界史リブレット 48——大衆消費社会の登場』山川出版

社.

常松洋・松本悠子編, 2005, 『消費とアメリカ社会——消費大国の社会史』
山川出版社.

内田真人, 1998, 「中国経済の特殊性」, (2011 年 8 月 27 日取得,
<http://www.mupn.com/t98c010.pdf>).

王曙光, 1996, 『詳説中国改革開放史』勁草書房.

王在喆, 2001, 『中国の経済成長—地域関連と政府の役割』慶応義塾大学
出版会.

米沢秀夫, 1968, 『中国経済論』勁草書房.

中国瀋陽政府門戸網, <http://www.shenyang.gov.cn/index.htm>.

張宛麗, 2000, 「社会学研究」『中国社会階級階層研究 20 年』社会学研究
雑誌社.

(きょう ふんこう・首都大学東京大学院博士後期課程)

Present Situation of Mass Consumption Society in China

Case Study of Shenyang

JIANG Fenxiang

Graduate School of Humanities, Tokyo Metropolitan University

As shown in the mass consumption society consumption society, the improvement of Chinese economy is obvious, and the income of Chinese people was increased with the implement of the socialistic market economy. Especially, the consumption of urban residents accelerated. But the consumptive ways of urban residents were different for the income and hierarchy. In this paper, the consumption ways and characters of urban residents in Shenyang were investigated via visiting and questionnaires.

Firstly, the author analyzed the generation and development of Mass consumption society consumption in different times of China: feudalistic society, modern society, the beginning of the PRC and the innovation time, using the economy glowing stage theory of Rostow, W. W. in 'The stages in economy glowing'.

Then the author investigated the urban residents in the top, middle and bottom hierarchy in Shenyang, and analyzed the difference among the three levels hierarchy in consumption via the detailed rate and changing in income, outcome, foods, clothes and durable goods. Briefly, the urban residents in Shenyang have got into the common mass consumption society regarding the durable goods like television and washing machine, and the consumption for the top urban residents with high income increased a lot in foods and clothes. But the improvement in consumption for bottom urban residents with low income could be ignored.

Additionally, the consumption views of urban residents were various due to their income and hierarchy.

Keywords: Chinese economy glowing, mass consumption society, hierarchy.