

## 第2章

# 中国の地域経済発展と地方政府の役割

—プラットフォーム経営者の視点から—

丁 可



### はじめに

本章の目的は、中国の地方政府の研究に新たな分析の視点を取り入れることである。中国の高度経済成長が地方政府によって牽引されてきたことは、周知の事実である。地方政府は、中央政府が推進した財政面での分権化および人事面での集権化により、地域の経済発展に対して強いインセンティブをもつようになった。地方政府は同時に、経済発展の大前提である土地をも実質的に所有していた。こうした状況のなかで、1980年代に中国では地方政府が自ら郷鎮企業を創設し、その運営に当たっていた。そして1990年代後半以降になると、地方政府は企業誘致を行うなど、地域の土地の開発、運営に取り組む形で地域経済に介入してきた。

本章では、1990年代後半以降の土地の所有者と土地の経営者という二重の性格をもつ地方政府の行動様式に焦点を当てたい。この時期から、中国では地方政府の郷鎮企業経営から土地開発への役割転換にともなって、「政府搭台、企業唱戲」というキャッチフレーズが流行し始めている。これは地方政府が企業に対してプラットフォームを提供し、そのプラットフォームにおいて、企業は役者が演劇をするように、企業経営に取り組むことを意味する言葉である。アカデミックな世界では本格的に検討されてこなかったコンセプトではあるが、地方政府の本質を見事についていると

思われる。「政府搭台，企業唱戲」の視点からみると，「プラットフォーム経営者」としての地方政府の姿が鮮明に浮かび上がってくる。

ところで，プラットフォームとは，「複数の階層（レイヤー）あるいは補完的な要素（コンポーネント）で構成される産業やシステム商品において，他の階層や要素を規定している下位構造（基盤）」のことを指している（丸山 [2006]）。地域経済発展の視点からみると，プラットフォームには，工業団地や「市場（いちば）」など，地域経済を支えるさまざまな産業基盤が含まれている。したがって「プラットフォーム経営者」としての地方政府に関する研究は，工業団地などの産業基盤の整備で地方政府が果たした役割を検討することにほかならない。

以下，第1節で簡単に中国の行政システムの特徴を紹介し，改革・開放期における地方政府の役割転換の実態とその原因を説明する。そして，第2節では，中国の地域経済発展の基盤になっている各種のプラットフォームを紹介しながら，プラットフォーム運営に際して地方政府が果たした役割を具体的に検討する。第3節では，地方政府間競争のメカニズムを分析し，プラットフォームが進化する要因を解明する。第4節では，地方政府によるプラットフォーム経営の問題点を指摘する。「おわりに」では，どのようなプラットフォームが将来的に中国の地域経済を主導していくかを検討し，締めくくりとする。

## 第1節 経済発展の視点からみた中国の行政システムの特徴

### 1. 中国の行政システムの特徴

ここでは，まず簡単に中国の行政システムの特徴を紹介しておこう<sup>(1)</sup>。中国では中央政府の下に，まず省レベルの行政単位が置かれている。2008年末時点（以下同じ）で，中国全土で34の省または省と同格の行政単位（直轄市，自治区，特別行政区）がある。省の人口規模は一般的に数千万人になっている。

省の下に、333の市レベルの行政単位（地級市、自治州、地区）が設置されており、およそ百万人単位の人口規模を抱えている。市の下には県レベルの行政単位（県、県級市、自治県、市轄区）があり、その数は2859に上っている。県の人口は通常数十万人程度だが、沿海では大量の出稼ぎ労働者が流入していることもあって、百万人を超える県も少なくない。本章では、主に市と県レベルにおける中国の地域経済発展と地方政府の行動様式に焦点を当てている。

県の下に設置されるのが、郷レベルの行政単位である。郷、民族郷、鎮、街道（主に都市部に設置）を合計すると、郷レベルの行政単位の数は4万以上に上っている。郷鎮の人口規模は地域によってばらつきがあるが、沿海部の大きな郷鎮の場合、人口が数十万人単位に上るところもある<sup>(2)</sup>。

経済発展の視点から整理してみると、現代中国の行政システムについて、大きく3つの特徴を指摘できる。

第1の特徴は、政府が土地を所有しているために、経済発展に対して、他国にあまりみられないような大きな権限をもっていることである。中華人民共和国が成立してから、土地改革が実施されたこともあって、中国の土地の所有権は各レベルの地方政府によって実質的に掌握されていた。土地は、常に経済発展の大前提である。そこで、中国の各レベルの地方政府は土地の利用者の選別や、土地の用途、その開発、整備方法などに関する意思決定に積極的にかかわることを通じて、経済発展に対して大きな権限を行使してきた（曹・史[2009]）。

中国の行政システムの第2の特徴は、党と行政、つまり政治家と官僚が一体となっていることである。中国では中央政府から政権の末端まで、各行政単位と同レベルにおいて、必ず共産党組織が並立している。行政のトップは、一般的に共産党員が担当することになっており、党は各種政策に対して最終的な意思決定を行う権力を有している。このシステムは当然ながら民主主義社会に存在し得ないさまざまな問題点を抱えている。しかし、経済発展の視点からみると、経済政策に関する意思決定が迅速に行われ得る、という大きなメリットがあることも認めなくてはならない。2008年のリーマン・ショック以降、中国政府が他国にみられない速さで内需拡大

策を打ち出し、成功を収めることができたのは、まさに中国の行政システムのこうした特徴と大きく関連している。

中国の行政システムの第3の特徴は、中央政府が中央集権的な経済運営に必要な情報を正確に把握することが困難である、ということである。中国では、国土面積が広いうえに複雑な行政システムが設置されている。各レベルの地方政府の利益は、必ずしも中央の目標と一致しない。このため、地方政府が自身の利益を考慮して、不都合な情報を隠ぺいしたり、水増しした統計データを上級政府に報告することがしばしばある。その結果、政権の末端の情報はなかなかスムーズに上層部に上がってこない。

以上の3点、すなわち政府による土地所有、党と行政の一体化、さらに末端情報獲得の困難さは、結果的に地方主導の経済発展につながった。中央政府は、一方では、地方政府に対して地域経済発展へ介入する大きな権限を与えてきたが、その一方で、激しい地域間競争を展開させる制度設計を行うことによって、チェックアンドバランスを図ってきた。

## 2. 地域経済を牽引する主役の交代<sup>(3)</sup>

曹・史[2009]は、土地の使用権<sup>(4)</sup>には、主に(1)農業経営権、(2)商工業経営権、(3)土地開発権、という3つの排他的権利が含まれると指摘している。先に紹介したように、現代中国では、国は土地の究極的な所有者である。このため、政府は、土地に関連する諸権利を自ら行使するのか、それとも民間の個人または組織に授与するのかを決定する権限を有している。政府は自身の利益に合理的だと判断すれば、民間に対して全く権利を授与せず、3つの面における土地権を独占することも可能である。

改革・開放期の状況についてみると、1980年代中国政府は次第に家庭生産請負責任制を導入し、それまで独占していた土地の農業経営権を農民に授与した。しかし、土地を商工業用地として使用する権利は、依然として民間企業に授与せず、政府の手中でコントロールした。財政請負制で強いインセンティブを与えられたこともあって、民間企業のかわりに、郷と鎮の政府および村は、直接企業の経営にあたった<sup>(5)</sup>。その結果、1980～1990

表1 中国における郷鎮企業の工業生産高

	郷鎮企業の工業 生産高 (万元)	全国の工業生産高 に占める割合 (%)
1978	3,887,634	9.2
1979	4,249,486	9.1
1980	5,190,782	10.1
1981	5,851,736	10.8
1982	6,494,106	12.3
1983	7,542,178	11.7
1984	10,210,096	13.4
1985	18,272,000	18.8
1986	24,434,887	21.8
1987	34,124,009	24.7
1988	49,929,043	27.4
1989	61,005,485	27.7
1990	70,970,498	29.7
1991	86,995,846	32.7
1992	131,933,743	38.1
1993	235,585,803	48.7
1994	346,880,026	49.4
1995	512,591,701	55.8
1996	562,390,208	56.4
1997	658,514,816	57.9

(注) 1978～1984年の郷鎮企業のデータは、郷鎮所有と村所有のデータのみとなっている。1985～1997年の郷鎮企業のデータには、農村部に位置する個人経営企業のデータも含まれている。従って、1985年以降、実際に郷と村により運営された企業の生産高の全体に占める割合は、表1の数字よりやや低めだと思われる。

(出所) 農業部郷鎮企業局編 [2003] および国家統計局工業交通統計司編『中国工業経済統計年鑑』(中国統計出版社) 各年版のデータより筆者作成。

年代では、「郷鎮企業」と呼ばれる集団所有の企業形態が勃興を極め、中国の高度経済成長を牽引する最初の原動力となった。表1は、郷鎮企業が中国の工業化で果たした役割を如実に反映している。これをみると、1980年代初頭に、中国の工業生産高に占める郷鎮企業の割合は、まだ10%程度の非常に低い水準にあった。しかし、1980年代、1990年代を通じて同値は一貫して上昇していった。1997年になると、全国の工業生産高の6割近くは、郷鎮企業によって創出されていた。

表2 中国における土地の管理、運営権に関する一連の法規

	法規名	内容
1990年5月	『国有の土地使用権の譲渡と転売に関する暫時条例』	国有地の使用権の譲渡と転売を管理する権限が市と県の政府にあると初めて規定
	『外商による大規模な土地投資、開発、経営に関する暫時的管理方法』	外資系企業による土地開発と土地経営業務に携わることを許可。外資が土地開発を始める際にまず開発予定地の市、県政府の同意を得ること、かつ土地の範囲、用途、年限、譲渡金額および他の条件を確定し、双方によって国有土地使用権転売契約を交わさなければならないと規定
1994年7月	『中華人民共和国都市不動産管理法』	民間個人と私営企業による不動産開発を許可。市、県政府が不動産用地の計画と国有土地使用権の転売業務に対して責任をもつこと、また（市、県政府が）関連する申告、許可手続きを行うことを規定
1998年12月	『中華人民共和国土地管理法实施条例』	農村集団所有土地の収用作業は市、県政府によって実施されることを規定。開発業者（または建設業者）は市、県政府に対して建設用地を申請すること、許可された後、市、県政府が建設用地批准書を発行し、市、県政府の土地管理部門と土地使用者の間で、国有土地有償使用に関する契約を交わさなければならないことが規定されている

（出所）曹・史[2009]をもとに筆者作成。

ところが1990年代に入ると、中国経済に大きな情勢変化が生じた。一方では、市場経済化の進展にともなって、郷鎮政府による企業経営の非効率さが次第に露呈し、郷鎮企業では大幅な赤字が続くようになった。その結果、多くの地域では、所有制改革が実施され、郷鎮企業は民間へ払い下げられることになった。その一方で、中国政府は同時期に一連の土地の管理、運営に関連する法律、規定、および制度を制定していった（表2）。中国では国が名義上土地の唯一の所有者であるが、国有の土地の管理、運営などの実質的な支配権は、長期にわたり各級政府によってばらばらに掌握されていた。1990年代の一連の法律、規定により、それまで分散していた土地への支配権が、次第に市と県の政府のもとへ集中するようになった<sup>(6)</sup>。

郷鎮企業の所有制改革および土地支配権の市、県政府への集中により、

1990年代中期以降、中国では経済発展を牽引する経済主体が交替するようになった。郷と村にとって代わって、市と県の政府が経済発展の主役となった。市、県政府は土地の支配権を実質的に掌握している、という点を活用しながら、プラットフォームの経営者として、中国の地域発展に積極的にかかわるようになった。「政府搭台、企業唱戲」という言葉が象徴するように、政府は企業経営に直接介入することなく、企業に活躍の舞台を提供する役目に徹底していた。役者である企業の経営パフォーマンスは、政府が提供した舞台の品質と大きく関連しているし、企業のパフォーマンス次第で、地方政府の経済的利益も大きく左右されることになった。

## 第2節 地域経済の発展パターンと地方政府の役割

### 1. 中国における地域経済の発展パターン

Markusen [1996] は、地域経済の発展パターンに関する代表的な研究である。それによると、企業の経営規模、企業間関係、関係企業が域内志向なのか、それとも域外志向なのか、といった基準によって、地域の経済発展は、4つのパターンに分類できる。このマークセンの分類と比較すると、中国では、プラットフォーム経営者としての地方政府というユニークな経済主体が存在していることもあって、地域経済の発展パターンは、一般の国とはかなり異なる様相を呈している。ここでは、まずマークセンの分類を紹介しよう。

この分類をわかりやすく説明すると、地域経済発展の第1のタイプは中小企業産地（Marshallian Industrial District）である。そこでは、地域経済が地場の同業種の中小企業を中心に展開しており、企業間のインタラクションが活発に働いている。第2のタイプは企業城下町（Hub-and-spoke District）である。そこでは、少数の地場の大企業と関連するサポーティングインダストリーの下請け企業を中心に、地域経済が展開している。第3のタイプは工業団地（Satellite Industrial Platform）である。そこでは、地

域経済が域外から誘致した（必ずしも同業種ではない）企業を中心に展開している。工業団地がこれらの企業を支えるプラットフォームとして機能している。第4のタイプは、政府機関主導型集積地（State-anchored Industrial District）である。そこでは、地域経済が国営の大学や研究機関、軍事施設などを中心に展開している。

マークセンはアメリカの地域経済の経験を前提に議論しているが、それ自体ある程度の普遍性があり、日本やヨーロッパの地域経済の分析に応用する際に、かなりの説得力をもつ。しかしながら、中国の地域経済についてみる場合に、現代中国独特の移行経済としての社会背景を勘案して、この枠組みに対して一定の修正を行わなければならない。

具体的には、まずプラットフォーム経営者としての地方政府の存在により、中国では工業団地だけでなく、他の種類の地域も政府からプラットフォームを提供されている可能性が大きい、ということである。

続いて、すべての地域の経済発展が政府部門から強力な介入を受けているため、あらゆる種類の地域経済は、政府機関主導型集積地の特徴を帯びている、ということである。

第3に、社会主義計画経済を経験したため、中国にはアメリカのウォルマートや日本の総合商社または問屋のような有力な商業資本が存在していない。中国の地域経済による広域市場とのリンケージ方法は、他国とはかなり異なっている、ということである。

前記のファクターを加味すると、中国の地域経済は、大きく3つのパターンに分けられる。第1のパターンは、マークセンの分類通りの工業団地というプラットフォームをベースに展開する地域経済である。第2のパターンは、広域市場と強力なリンケージをもつ「市場」というプラットフォームをベースに展開する中小企業産地である。商社のような個々の流通企業ではなく、「市場」という伝統的な流通システムを活用しながら、地域経済を広域市場と緊密に結びつけたところに、このタイプとマークセンのイメージした中小企業産地の最大の違いがある。第3のタイプは、国有や郷鎮所有（またはその持ち株会社）の大企業を中心に展開する公有制大企業城下町である。こうした中国ならではの公的企業を中心に展開する企業城



表3 18の典型地域にみる中国の代表的なプラットフォーム

地域	省	行政単位	プラットフォームのタイプ	代表的なプラットフォームまたは大企業
浦東新区	上海	区	工業団地	外高橋保税区, 金橋出口加工区, 陸家嘴金融貿易区, 張江高科技園区
昆山	江蘇	県級市	工業団地	昆山経済技術開発区
威海	山東	市	工業団地	威海経済技術開発区
東莞	広東	市	工業団地	市内各鎮に工業団地が点在
吉安	江西	市	工業団地	江西井岡山経済技術開発区
長沙	湖南	県	工業団地	長沙経済技術開発区
義烏	浙江	県級市	「市場」	義烏中国小商品城（雑貨）
泉州	福建	市	「市場」	泉州石獅服装城（アパレル）
寿光	山東	市	「市場」	寿光野菜卸売市場（野菜）
深圳	広東	市	「市場」	華強北電子市場集積（エレクトロニクス関連製品）
綏芬河	黒竜江	市	「市場」	日用雑貨, 繊維, 金属加工製品, 建材, 家電, 野菜果物, 電気機械, ロシア向け商品といった7つの市場システム
麗江	雲南	市	「市場」	麗江古城（世界遺産の町）
温州	浙江	市	「市場」	温州商会およびこれを組織する温州市政府
定西	甘肅	市	「市場」	500以上の専業合作経済組織（馬鈴薯）
江陰	江蘇	県級市	—	46の国家レベルの企業集団
蕪湖	安徽	市	—	奇瑞自動車, 海螺集団
鄂尔多斯	内モンゴル	市	—	資源エネルギー, 農業関係で4大企業集団
鉄西	遼寧	区	—	装置産業国有大企業の集積

（出所）中央政策研究室・中央財經領導小組辦公室聯合調査組 [2008] およびその他インターネット資料をもとに筆者作成。

下町の広範な存在も、マークセンの枠組みでは想定されていなかった<sup>7)</sup>。

ところで中国の中央政策研究室と中央財經領導小組辦公室的共同調査チームは、2008年に、改革・開放30周年を記念すべく、中国の高度成長の過程を代表する18の典型地域に対して現地調査を行い、報告書を作成した（中央政策研究室・中央財經領導小組辦公室聯合調査組 [2008]）。この報告書を分析すると、18地域の発展パターンが先に指摘した3つのタ

イブに分かれていることが鮮明に確認できる（表3）。

まず、18地域のうち、工業団地を中心に展開する地域は6カ所ある<sup>(8)</sup>。続いて、興味深いことに、8つもの市、県において「市場」をベースに展開する中小商工業者の集積地が地域経済発展の主たるパターンとなっている。なお、大企業を中心に展開する企業城下町は4カ所にとどまっている。公有制大企業城下町の経済発展は、主に地域内で発展した国有企業、または郷鎮企業が主導してきた<sup>(9)</sup>。しかし、そこでは地方政府が、大企業の重点育成に取り組んでおり、公有制大企業城下町における地方政府の役割はプラットフォーム経営の範囲を超えている。そのため、公有制大企業城下町は以下の地方政府の役割に関する検討の部分では分析の対象から外すこととする。

## 2. 工業団地の運営と地方政府の役割

以下では、工業団地と「市場」という2つのプラットフォームを中心に検討しながら、中国の地域発展の実態と地方政府の役割を明らかにしたい。まず工業団地を中心に展開する地域について検討しよう。

工業団地は、中国で「経済技術開発区」や「保税区」、「高新技术（ハイテク）産業園区」などと呼ばれており、一般的に域外から誘致した企業で成り立っている。これらの工業団地は初期には、主に沿海地域に建設されていた。そこでは、外資系企業を中心に企業誘致を行っており、輸出向けの生産に特化している。表3の浦東新区、昆山、威海、東莞がその代表事例である。このうち中国の工業団地として最も注目されている昆山では、1990年代の金融危機を契機に、地元政府は台湾のIT製造企業を中心に企業誘致を行ってきた。目下、昆山はIT精密機器の世界的な集積地に成長しており、世界シェア約3分の1を誇るノートパソコンが現地で製造されているといわれている。

ところで中国の沿海部では、2000年代半ば以降、人件費が高騰し始めた。同時期に、内陸部の大都市で消費需要も伸び始めた。こうした状況のなかで、一部の沿海部の大企業は、相次ぎ製造拠点を内陸部へ移転するように

なった。これらの大企業の受け皿として、近年、内陸部でも多くの工業団地が建設されることになった。表3に示された江西省の吉安および湖南省の長沙は、こうした工業団地の典型である。

工業団地の所有者そして運営業者として、地方政府は企業誘致を行うために、さまざまな取り組みを行っている。地方政府は一般的に企業に対して、税制面で優遇措置を与えている。土地や工場も極めて安いコストで提供している。さらに、商業施設、物流施設、金融関連施設の整備も行っている。

進出してきた企業に定着してもらうために、政府は制度面でもさまざまな創意工夫を行っている。たとえば昆山では、1997年の金融危機以降、台湾のIT製造企業を中心に誘致してきた。IT製造業では短いリードタイムが求められているが、当初の通関制度では、昆山の台湾企業は300キロメートル以上離れた江蘇省の省都南京の税関を経由して、通関手続きを行わなければならなかった。そこでこの問題を解決するために、昆山市政府は、台湾の保税区の経験を学び、輸出加工区の設立に乗り出した。輸出加工区設立の許可を得るために、昆山市の関係者は、7カ月の間に84回も北京に行き関係部門に働きかけた。最終的に、昆山輸出加工区は中国で初めての「封関運営 (Operation in Customs-closing Status)」の輸出加工区として設立を許可された(張・張 [2007: 225-226])。

工業団地を運営する地方政府は、サポーティングインダストリーの整備にも力を入れている。朽木と辻らの一連の研究(Kuchiki and Tsuji eds. [2005, 2008])では、日本企業の事例を念頭に置きながら、外資系の組立メーカーを誘致すると、関連する下請け加工業者も自ずとついてくる、と論じられている。しかしながら、実質的に日本以外の海外企業が中国に進出する時、加工業者が必ずしも組立メーカーと行動を共にしない。そこで、サポーティングインダストリーを形成するうえで、地方政府の果たす役割が決定的となる。昆山の例でいうと、地元政府は台湾IT製造の大企業を誘致するとともに、意図的に関連する中小加工メーカーも台湾から誘致してきた。そのうえで、昆山市政府は地場の下請け加工中小企業の育成にとりわけ政策の重点を置いてきた。

具体的にみると、昆山では地場下請け加工企業と外資系企業のマッチングを促進するために、企業情報データベースを構築した。また、政府は各種の懇談会の開催を通じて、外資系企業と地場企業にマッチングの場を直接提供してきた。地場企業による外資からの下請け加工業務の受注を奨励するために、政府は財政面でも支援政策を打ち出している。たとえば、昆山市が発布した『昆山市外向配套重点項目考核獎勵辦法（昆山市外資系企業向け加工業務重点プロジェクト評価獎勵方法）』によると、投資金額が1000万元以上、投資総額に占める設備投資額の比率が50%以上の外資系企業向けの下請け生産に関連するプロジェクトを実施する民間企業は、市の重点プロジェクトにリストアップされ、市の財政で利息の面で補助を受けることができる、と規定されている（昆山市人民政府辦公室 [2006]）。昆山市政府が積極的に支援政策を推進した結果、同市のサポーティングインダストリーは急速に発達を遂げた。1998～2006年に、昆山市で外資系企業向けの下請け加工に携わる地場企業の数、プロジェクト数、下請け受注額はいずれも急上昇している（表4）。とくに下請け受注額の伸び率が大きいことから、1社当たり、および1プロジェクト当たりの下請け額が拡大し続けていることがみてとれる。この地場の中小サプライヤーの育成は、まさに中国の工業団地を他国のそれと差別化する最大の違いであるといえよう。

ところで中国、とくに沿海部の工業団地は、現在2つの方向に展開しようとしている。沿海部の工業団地は、これまで長期間にわたって先進国市

表4 昆山における地場下請け企業の概要

	企業数	プロジェクト件数	受注額（億元）
1998	237	408	20.50
1999	300	605	33.03
2000	349	619	45.20
2001	376	668	58.20
2002	479	816	73.90
2003	584	1,002	102.60
2004	685	1,156	132.80
2006	1,020	1,517	252.00

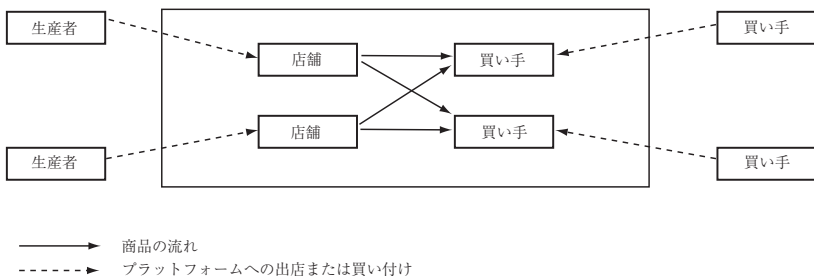
（出所）張・張 [2007: 173-174]。

場向けの輸出加工を中心に発展してきた。しかし、金融危機の発生を契機に、国内市場や海外の新興市場とリンケージをもつようになり、生産の集積から「市場」型の集積への転身を遂げようとする工業団地が現れ始めている。この点については、後ほど詳細に検討する。工業団地のもう1つの展開方向は、海外の留学経験者を招へいしたうえで、彼らに創業支援を行うことである。中国は改革・開放期、およそ136万人（2009年時点）の留学生を海外に送りこんだ。しかし、その後帰国した学生はまだ37万人程度にとどまっている<sup>(10)</sup>。多くの一流の人材は依然として、海外の研究機関や会社に勤めている。これらの人材をいかにして招へいし、中国の地域経済発展に寄与させるかは、近年、工業団地を抱えた地域の政府部門の重要課題となっている。

### 3. 「市場」の運営と地方政府の役割

続いて「市場」を中心に展開する地域について検討しよう。「市場」の本質は、図1に示されるツーサイド・プラットフォーム（Two-sided Platform）である。その最大の特徴は、おびただしい数の売り手（その大多数は生産者）が、商人などの仲介業者に頼ることなく、プラットフォームにおいて、遠隔地からやってくる買い手と直接取引できる、という点である。生産者は自ら販売のリスクを背負わなければならないので、買い手

図1 ツーサイド・プラットフォーム



（出所）Hagiu [2007] をもとに筆者作成。

表5 義烏市場の売り手と買い手

	店舗数	1日当たりの 買い手の数（人）
1990	8,900	10,000
1998	34,000	110,000
2004 上半期	42,000	214,000

（出所）義烏市場の各種資料より筆者作成。

の数が多ければ多いほど、生産者の直面するリスクは低下する。その結果、より多くの生産者がプラットフォームを利用することになる。その一方で、買い手にとって、生産者の数が多ければ多いほど、商品の選択肢が増え、商品の値段が安くなる。多くの生産者はより多くの買い手を惹きつけることになる。売り手と買い手の間では、こうして「間接的ネットワーク効果」と呼ばれる活発なインタラクションが働いている。

前述（表3）の18の典型地域を検討すると、ツーサイド・プラットフォームと同様の構造をなしている地域が8地域に上っていることがわかる。現時点では厳密に論証することは難しいが、「市場」に基盤を置く産業発展様式は、中国における地域経済発展のユニークさを最も代表しているパターンといってよい。この8地域はさらに2つのサブタイプに分けることができる。

第1のサブタイプは、名実ともに「市場」の形をとっているプラットフォームを抱えた地域経済である。表3のなかの義烏、泉州、寿光、深圳、綏芬河がこのサブタイプに属する。中国最大の「市場」である義烏中国小商品城（以下、義烏市場と略す）の事例についてみると、1990年の時点で同市場の店舗数（すなわち売り手の数）と1日当たりの買い手の数はほぼ変わらなかったが、その後、店舗数の増加にともない、買い手の数が急増し、1998年には店舗数の3倍に上った。2004年になると、1日当たりの買い手の数が店舗数の5倍に相当する21万4000人にまで増えている（表5）。売り手と買い手の間で、顕著な「間接的ネットワーク効果」が働いてきたのである。義烏市場が立地する義烏市は、もともと農業を中心とする貧困地域だったが、義烏市場が成長した結果、地元では多くの中小零細メー

カーが広域市場と結び付けられることになり、製造業の発展が一気に進んだ。2007年時点で義烏市には約2万5000社の中小雑貨メーカーが集積しており、8つの全国的な産地を形成している<sup>(11)</sup>。

前述の5つの地域以外に、「市場」の形こそとっていないものの、本質的にツーサイド・プラットフォームの構造をなしている地域が3つある。うち麗江は、中国きっての観光都市である。同市では、国連世界文化遺産に指定された麗江古城そのものが取引のプラットフォームとして機能している。麗江古城には、多数の観光記念品作りの職人や旅館業者が出店しているが、彼らは売り手の役を演じており、世界中からやってくる観光客は買い手にほかならない。2003～2008年に、同市の古城地域では、観光記念品作りの職人や旅館業者を中心とする文化産業関連業者の数が378社から2640社にまで増加した<sup>(12)</sup>。ほぼ同時期（2003～2007年）に、麗江の観光客数は、301万4800人から530万9300人へと増加している<sup>(13)</sup>。このように、売り手と買い手の間ではやはり顕著な「間接的ネットワーク効果」が働いている<sup>(14)</sup>。

続いて、温州は遠隔地取引が伝統的に盛んであることで知られている。中国国内および海外では、総計200万人以上の温州出身者が商売に携わっている。これらの在外温州人は、その地縁型ネットワークを活用することによって、温州企業が生産する消費財を広域的に販売している。中国および海外では、180以上の温州商会があり、多くの温州企業と在外温州商人はこれら商会の仲介を通じて取引関係を結んでいる。温州市政府は、近年、商会組織の整備に乗り出しており、5年に1度、世界温州人大会を開催して、世界中の温州商会間の交流を促進している。いうまでもなく、温州の場合では、商会そのものが地元温州企業と在外温州商人を結ぶプラットフォームの1つとして機能しているのである<sup>(15)</sup>。

甘粛省の定西の場合、地元政府は、現地の共産党員を中心に、500以上の専業合作経済組織を設立した。これらの仲介組織を通じて、地元の馬鈴薯農家等（売り手）と広域市場（買い手）が緊密に結びついている（中央政策研究室・中央財經領導小組辦公室聯合調査組[2008：183]）。

「市場」は、「市」と「場」の2つの部分から成り立っている。「市場」



というプラットフォームの整備に関しても、地方政府は市況の繁盛と、取引場所の整備という両面から取り組んできた。

「市」についてみると、地方政府はまず中小民間企業が自由に取引に参加できるように、企業経営に対するさまざまな制度上の制約を撤廃した。たとえば、義烏市場が正式に開設された 1982 年には、中国全土で農民による遠隔地取引が禁止されていた。こうした状況のなかで、地元政府は遠隔地取引の規制が公式に撤廃される 1984 年より 2 年も早く規制緩和を行い、農民出身の個人経営者の遠隔地取引への参加を認めた。

また「市場」所在地の地方政府は、往々にして工業団地の場合と同じように、積極的に企業誘致を行っている。「市場」はツーサイド・プラットフォームなので、地方政府は売り手だけでなく、買い手の誘致も行わなければならない<sup>(16)</sup>。買い手は、売り手とは異なり、各地におびた数が多い数が多い。彼らを誘致するためには、地方政府は「市場」の知名度を上げなければならない。これを実現するために、地方政府はよく中国中央テレビ（CCTV）のような全国的なメディアを利用して、ゴールデンタイムに「市場」の宣伝広告を出している。広告以外に効果的なのは、見本市の開催である。義烏市では 1995 年から中国小商品博覧会を開催した。その後、毎年、雑貨に関連する多数の見本市を開催している。2001 年には見本市の開催件数が 11 件だったが、2005 年になると 27 件にまで増えた。「市場」での見本市で興味深いのは、その中国的な開催方法である。中央省庁との共催にする、有名芸能人を宣伝イベントに招へいする、著名研究者が参加する産業発展フォーラムを開催するなど、さまざまな工夫がされている。その結果、「市場」の所在地域の知名度が高まり、ますます多くの新規買い手を惹きつけることになる<sup>(17)</sup>。

「市」の繁盛ぶりを持続させるために、「場」、すなわち取引インフラの整備も行わなければならない。まず取引規模の拡大にともなって、「市場」のインフラを拡張し続ける必要がある。義烏市場についてみると、同市場の店舗数は、1982 年に 700 しかなかったが、数回にわたる拡張工事の結果、2009 年には 6 万 2000 にまで増えている。その結果、市場取引が拡大する前提条件が確保され、ますます多くの売り手が同市場に集積してきた。こ



れに対して、多くの発展途上国では、土地所有制度に制約され、取引規模が拡大しようとする時期でも、新たな取引のインフラが提供されない場合が多い。結局、商人が「市場」のなかの店舗を長年独占することになり、市場の拡大が阻まれることになってしまう。

市場経済で需給関係を調整する最も重要な手段は価格である。しかし、「市場」の取引では、値引き交渉が常に行われているため、価格の情報が公開されないことが多い。不透明な情報のもとで、価格競争は激化の一途をたどっていく。こうした状況を改善するために、中国の各業界のトップレベルの「市場」では、地方政府が価格情報を収集して、指数に編集したうえで定期的に公表することで対応している。前述の「市場」を抱えた8地域のうち、義烏では、「中国義烏小商品指数」という雑貨製品の価格指数が、深圳では「華強北指数」というエレクトロニクス関連製品の価格指数が公表されている<sup>(18)</sup>。

「市場」の取引には、新規の売り手と新規の買い手が不断に参入してくる。そのため、市場の取引規模の持続的な拡大を実現するために、新しい取引相手との間で、短期間に信頼関係を築くための制度設計を行う必要がある。このことに関して、中国の「市場」では、政府が取引参加者以外の第三者として、市場内店舗の信用度に関する情報を公表する形で対応している。1980～1990年代に、地方政府は一般的に信用店舗のコンテストを開催する形で、信用度の高い店舗の情報を公開していた。近年では、この信用評価のシステムがより改善されている。たとえば、義烏市場では、5万以上ある店舗の信用度を6つのレベルに分けている。2008年のデータによると、同市場では、AAA評価を受けた店舗が1306、AA評価を受けた店舗が3511、A評価を受けた店舗が4万6827、B評価を受けた店舗が46、Cを受けた店舗が46、D評価を受けた店舗が19となっている<sup>(19)</sup>。これらの店舗の情報はすべて市場内のパソコンを通じて公表されている。

「市場」というプラットフォームは、政府の管理、運営のもとでますます進化を遂げてきている。そして、近年、このプラットフォームを活用しながら、工業団地型から「市場」型の地域発展様式へ転換を果たした地域が現れ始めている。その代表事例が深圳である。

1980年代、珠江デルタ地域には、外資系エレクトロニクス企業が多数進出し、地元の工業団地を中心に輸出加工を行った。地元出身者、深圳で事務所を設立した内陸部の国有企業の関係者、さらに外資系企業の元従業員は、相次ぎ部品加工メーカーを創業し、現地エレクトロニクス関連産業のサポーティングインダストリーの主力となった。そこで、この部品加工の厚い基盤を活用しながら、1990年代から、深圳ではコンシューマーエレクトロニクス製品の完成品を組立生産する地場メーカーが多数現れた。これらの企業は、ゲーム機、VCD、DVD、MP3、携帯電話、カーナビなどを次から次へと開発していった。深圳における華強北という卸売市場の集積地の存在が、完成品組立メーカーの急増を可能にした。1988年の成立当初、華強北地域には賽格という電子市場しかなかった。しかし、20年以上たった現在、同地域には25カ所の電子市場が開設されており、店舗数は2万弱にまで増えている。とりわけその集客力には目を見張るものがある。1日平均にして、実に40～50万人のバイヤーが中国各地、そして新興市場からやってくる。この華強北市場の活用により、おびただしい数の地場組立メーカーが自前の販路を確保できるようになった。深圳の工業団地は、こうして国内市場、そして海外の新興市場と強いリンケージをもつようになった<sup>(20)</sup>。

#### 4. 3つのタイプの比較

以上、工業団地を中心に展開する地域と「市場」を中心に展開する地域に関して、定性的な説明を行った。次に、前掲の18地域の調査資料（表3）に沿って、工業団地、「市場」、そして公有制大企業が地域経済を支えている場合に、それぞれ経済指標の面でどのような特徴があるのかを把握してみたいと思う（表6）。

まず、GDPについてみてみよう。3つのタイプごとに平均して比べてみると、工業団地を有する地域のGDPが最も大きい。各地域の人口や面積が異なるが、工業団地は企業誘致を行う際に、意識的に大企業を誘致しているため、地域全体の経済規模が大きくなった、ということが考えられる。

表6 18 の典型地域の主な経済指標 (2007年)

地域	GDP (万元)	GDP 伸び率 (%)	1人当たり GDP (元)	1人当たり GDP 伸び率 (%)	農村住民1 人当たり純 収入 (元)	農村住民1 人当たり純 収入 伸び率 (%)	農村住民1人 当たり純収入 伸び率 (%)	城鎮住民1人 当たり可処分所得 (元)	城鎮住民1人 当たり可処分所得 伸び率 (%)	輸出額 伸び率 (%)
<b>【工業団地】</b>										
浦東新区	27,507,600	14.80	14,526	—	12,730	—	24,273	14.50	—	—
昆山	11,520,000	18.60	171,061	17.50	12,168	10.70	21,927	9.40	48.70	48.70
威海	15,834,500	15.30	63,226	14.80	7,737	—	16,285	—	38.10	38.10
東莞	31,519,100	18.00	46,014	12.10	11,514	9.70	26,983	9.40	28.80	28.80
吉安	4,060,000	10.90	8,600	9.70	4,029	—	11,120	8.10	10.30	10.30
長沙	2,878,751	15.40	36,491	15.10	7,000	—	15,834	10.50	41.92	41.92
平均値	15,553,325	15.50	56,653	13.84	9,196	10.20	19,404	10.38	33.60	33.60
<b>【市場】</b>										
義烏	4,100,000	15.10	59,144	14.10	10,200	12.50	24,800	—	46.70	46.70
泉州	22,886,000	17.70	29,664	15.60	7,244	10.80	18,097	8.70	32.20	32.20
寿光	3,329,000	14.60	32,664	14.10	6,619	15.60	13,806	12.70	25.80	25.80
深圳	67,654,100	27.40	79,221	12.80	—	—	24,870	—	30.70	30.70
蔡芬河	505,665	21.30	80,962	16.20	6,688	—	14,850	—	40.50	40.50
麗江	848,176	7.90	6,984	6.90	1,922	6.00	11,918	6.90	—	—
温州	21,450,000	15.10	28,362	13.80	8,591	9.80	24,002	—	58.10	58.10
定西	1,001,031	8.10	3,422	7.30	1,863	6.80	8,343	7.60	10.20	10.20
平均値	15,221,747	19.22	56,331	14.56	7,688	10.25	19,284	8.98	34.90	34.90
<b>【大企業】</b>										
江陰	11,900,000	—	99,490	15.70	10,641	10.10	21,013	9.50	31.70	31.70
蕪湖	5,811,200	9.99	25,294	8.89	5,208	6.85	13,234	8.66	—	—
鄂尔多斯	11,509,100	15.30	75,161	14.00	6,123	9.30	16,226	7.10	17.10	17.10
鉄西	4,670,000	13.20	49,100	11.30	9,190	9.70	13,656	9.80	17.40	17.40
平均値	8,472,575	12.83	62,261	12.47	7,791	8.99	16,032	8.77	22.10	22.10

(注) 各種伸び率は1978～2007年の年平均成長率を指している。

(出所) 表3に同じ。

ただ、1人当たり GDP の平均値については、公有制大企業城下町が最も大きい。大企業は規模の経済を働かせて、より多くの付加価値を創出しているためと思われる。

次に、1978～2007年（以下同じ）の GDP の伸び率について比較してみよう。工業団地や公有制大企業城下町に比べ、中国の代表的な「市場」は、一般的に自発的に形成された「大通り市場」から発足することが多い。その後、間接的ネットワーク効果を働かせることによって、売り手と買い手を急速に集積させ、取引規模を一気に拡大させてきた。出発点の低さの割に成長が速かったため、「市場」を抱えた地域の発展のペースは一般的に非常に速い。この点は各地域の GDP 伸び率と1人当たり GDP 伸び率の数字に明確に現れている。

続いて農村住民の1人当たり純収入についてみれば、工業団地を抱えた地域の農民の収入が最も多い。地元住民が土地収入などで所得を伸ばしている可能性が考えられる。ただ、この統計では、出稼ぎ労働者が算入されていないことも考慮しなければならない。農村住民1人当たり純収入の伸び率については、1978年と2007年の2つの時点のデータを確認できた地域が少なかったため、判断が不可能である。

都市住民1人当たり可処分所得についてみると、「市場」と工業団地を抱えた地域の所得はほぼ同水準にある。前者は民間中小企業が地元で多数創業していることに関連している。また、後者は外資系企業の給与水準の相対的高さが理由として考えられる。なお、この2つのタイプに比べ、公有制大企業城下町の所得水準の方が断然低い。それは、主に瀋陽鉄西の国有企業が不景気であることと、蕪湖の奇瑞自動車の開業期間が短く、給与水準が全体的に低いことに関連している。都市住民1人当たり可処分所得の伸び率に関しても、2つの時点のデータを確認できた地域が少なかったため、判断が不可能である。

最後に、各類型の地域の輸出の伸び率についてみよう。やや意外なことに、輸出志向の工業団地よりも、「市場」を中心に展開する地域の輸出の伸び率の方が大きい。それは、工業団地が発足当初から先進国向けの輸出加工に携わっていたためである。その結果、輸出額の基準値が高くなり、

輸出伸び率がそれほど顕著に表れない。それに対して、中国のほとんどの「市場」は内需の開拓から発足している。そして近年、強力な集積機能を生かしながら、次第に新興市場に向けての輸出を拡大し始めている。ここでも、出発点の低さが、輸出伸び率の高さにつながったのである。なお、公有制大企業城下町の輸出比率は圧倒的に低いが、それは地場の大企業が主に国内販売を中心に展開しているためである。

### 第3節 地域間競争のメカニズム

#### 1. 競争はどのように生まれたのか？

中国では、地方政府に経済発展の主導権を与えている一方で、さまざまな制度設計を通じて、地方政府の行動に対してチェックアンドバランスを図ってきた。その主たるポイントは、財政面の分権化と人事面の集権化を通じて実現した地域間競争である（姚 [2008: 27-37], 周 [2008], 黄 [2009]）。

具体的にみると、中国では、改革・開放の初期に、財政面で請負制度が導入された。各レベルの地方政府は、上級政府との協議にもとづき、毎年一定の金額または一定の割合の財政収入を上納し、残りはすべて地方政府のとり分となることが決定された。この制度は、財政収入の増加をめぐる地域間競争を促進し、地方政府に対して地域経済発展へ介入する強いインセンティブを与えることになった。

1994年より、中国では税制改革が行われ、分税制が導入され、税金は国税、地方税、共有税という3つのタイプに分けて徴収されるようになった。1994年時点で、税収全体に占める中央のとり分が59.6%、地方のとり分が40.4%であった。2008年になると、それぞれ62.7%、37.3%に変化し、中央のとり分がわずかながら上昇した<sup>(21)</sup>。日本の国税と地方税の配分比率は、1994年の62.4%対37.6%から2007年には56.7%対43.3%へと変化しており、中央のとり分が若干低下した<sup>(22)</sup>。税収面の変化をみるだけでは、分税制が実行されて以降、中国において中央集権が強化され、地方

表7 18の典型地域における財政収入とGDPの伸び率の比較(2007年)

地域	GDP 伸び率 (%)	財政収入伸び率 (%)
<b>【工業団地】</b>		
浦東新区		
昆山	18.60	18.20
威海	15.30	18.80
東莞	18.00	23.40
吉安	10.90	15.40
長沙	15.40	19.30
平均値	15.64	19.02
<b>【「市場」】</b>		
義烏	15.10	21.60
泉州	17.70	21.50
寿光	14.60	13.70
深圳	27.40	34.40
綏芬河	21.30	29.60
麗江	7.90	14.90
温州	15.10	20.40
定西	8.10	10.90
平均値	19.22	24.16
<b>【大企業】</b>		
江陰	—	20.40
蕪湖	9.99	13.80
鄂爾多斯	15.30	27.10
鉄西	13.20	24.70
平均値	12.83	21.50

(出所) 表3に同じ。

政府の財政面での裁量権が減少したかのようにみえる。

しかし、これは改革・開放期に地方政府の財政収入がGDPを上回るスピードで伸びてきた事実と相反している。表7が示すように、18の典型地域のうち、寿光と昆山の2地域を除くすべての地域の財政収入は、GDPを大きく上回るスピードで伸びていた。この現象を理解するためには、地方政府の財政収入において、「税外収入」が大きなウェイトを占めている、というユニークな事情を説明しておく必要がある。税外収入は税金以外の財政収入のことを指しており、税収に比べて地方政府の裁量で比較的自由に用途を決定できる<sup>(23)</sup>。2004年の税外収入のデータしか提示できないが、これをみると、同年に全国税外収入の総額は約1兆元に達しており、全国財政収入の39.8%を占めていた。中央政府では、税外収入は中央財政収

入のわずか11.2%にすぎないが、省および省以下の地方政府の税外収入は、地方財政収入の74.8%を占めていた（王・楊[2008]）。この財政収入の7割以上も占める税外収入こそ、中国の地方政府による地域経済への介入のモチベーションを上げる最有力手段であるといえる。

プラットフォーム経営の視点からみると、地方政府の最も重要な税外収入の1つは、工業団地や「市場」などのプラットフォームの利用者から徴収する使用料である<sup>(24)</sup>。とくに「市場」型のプラットフォームでは、間接的ネットワーク効果が働いているため、多くの売り手がますます多くの買い手を惹きつけている。そのため、成功したプラットフォームでは、潜在的な利用者が多く、店舗の供給が需要に追いつかず、店舗使用料が大幅に上昇する場合が多い。人気の高い店舗の使用権は、しばしば入札で決定される。落札価格は場合によっては大都会の一流繁華街の商店の使用料よりも高い<sup>(25)</sup>。その結果、地方政府はプラットフォーム経営を通じて、税金とともに、多額の税外収入を得ることができるのである。

財政面の分権化と対照的なのは、人事面での集権化である。つまり、中国では各レベルの地方政府の幹部の任命に関して、上層部の政府機関が決定権を有している、ということである。この点は、いうまでもなく、中国と民主主義国家の政治制度の違いに由来している。しかし、それは同時に思わぬ形で中国の地域間競争の促進に役立ってきた。

具体的にみると、改革・開放期に入ってから、中国の各レベルの地方政府は次第にGDP伸び率を幹部評価の最重要指標として用いるようになった。経済発展で実績を残し、高いGDP伸び率を達成できた地域の幹部ほど、昇進する機会に恵まれた。Li and Zhou [2005]と周[2007]は、1979～2002年の省レベルのデータを用いて、地方幹部の昇進と地域経済パフォーマンスの関係を系統的に検証した。それによると、省レベルの幹部の昇進の確率は、省のGDP伸び率と顕著な正の相関関係にあり、省のGDP伸び率が高ければ高いほど、省幹部の昇進の可能性が大きくなる、という結果が出た（周[2008:92]）。GDP伸び率が幹部評価の最重要基準と定められている以上、地方政府の幹部は、昇進を目指すべく、GDP伸び率の向上を目指して、他の地方と熾烈な競争を繰り広げるようになる。一部の研究者は、このような昇進をめぐる競争

のことを「政治選手権」と称している（周 [2008: 87-122, 2009]）<sup>(26)</sup>。

## 2. 競争加速のメカニズム

財政分権と人事集権という2つの要素は、中国の地域間競争のメカニズムをうまく説明している。しかし、多くの先行研究が示唆するように、中国では、地域間競争が他国にみられない熾烈な形で展開されている（姚 [2008], 張 [2009]）。その背景を理解するためには、別のファクターにも目配りをしておく必要がある。ここでは、地域間競争を加速させる要因として、次の2点を挙げてみたい。

第1に、中国において地域間で相互に学習しながら情報交換を行うシステムが存在している、ということである。周知のように、企業間競争が発生している場合に、競争参加者は、なるべく自身の情報を相手に知られないようにする。その結果、競争の度合いは、多少なりとも軽減されてしまうことになる。それに対して、中国での地方政府間競争では、成功した地域の経験とノウハウは、さまざまなルートを通じて、積極的に公表および共有されている。その結果、地方政府間でより質の高い競争を展開することが可能になる。

このような情報共有が実現できる背景には、中央政府と地方政府の双方の取り組みが欠かせない。中央政府は、一般的に、経済発展に成功した地域の経験を全国レベルで共有することを意識的に推進している。中央政府は、しばしば自ら掌握するマスコミを通じて、先進地域の成功例の宣伝を集中的に行っている。先に紹介した18の典型地域の調査報告は、まさに代表的な宣伝の1つである。そして、中央政府はよく人事異動を通じて、先進地域で成功をおさめた幹部を後進地域に異動させ、その経験とノウハウで後進地域の開発を推進させている。中国で最も経済発展が進んでいる蘇州市についてみると、蘇州市党委員会書記（2001年就任）であった陳徳銘は、2002年に後進地域である陝西省へ異動し、同副省長、省長を歴任した後、現在は商務部長の職についている。また、蘇州市書記（2002年就任）であった王珉は、2004年に吉林省へ異動し、同省党委員会の副



書記、省長、党書記を歴任した<sup>(27)</sup>。

一方、地方政府同士でも、情報交換が活発に行われている。代表的なやり方は、先進地域への視察を通じた学習である。先に紹介した義烏の例をみると、1990年の時点で同市はすでに212の視察団、延べ人数2846人の見学者を受け入れていた（義烏年鑑編纂領導小組辦公室編[1992:264]）。そして、2000年代に入ると、ほぼ毎日、全国各地から視察団が殺到し、その実態は統計で把握しきれないほどになっている<sup>(28)</sup>。視察団の大部分は、各地で「市場」を運営する地方政府から送り込まれたものである。

地域間競争を加速させるもう1つの重要なファクターは、企業のモビリティである。わかりやすく説明すれば、企業のモビリティとは、企業が投資先を自由に選択する能力のことを指している。つまり、企業が条件の整った地域に対して自由に投資を行い、また投資環境が悪化すれば、当該地域から自由に撤退できる、ということである。企業のモビリティが高ければ高いほど、企業誘致をめぐる地域間競争が激しくなる。これに関連する先行研究では、基本的に資本が土地や労働に比べ、最もモビリティの高い生産要素であるという一般論で議論が進められてきた（姚[2008]、周[2009]）。そのため、中国の企業は他国に比べ、いっそう高いモビリティをもつ可能性があることが見落とされている。

ここでは、中国の企業を商業、サービス業、製造業に分けて、そのモビリティを検討しよう。中国の商業とサービス業において特徴的なのは、市場の情報に敏感であり、他社よりも短期間に地域間移動を行う地域商人集団が多数存在していることである。これらの地域商人集団は、全国各地に地縁ネットワークを広げており、同郷から伝わった情報をもとに、自身にとって最も優れた経営環境、最も市場の機会が多い場所を探し求めて、各地を転々としている。地域商人集団の代表事例は、先に紹介した温州商人である。全国各地および世界中に温州人は200万人以上点在している。表8は、広東省の主要都市に進出している温州商人の状況を示している。広州と深圳ではそれぞれ10万人、またその他の地方都市でも数万人単位の温州人が活躍している。彼らは往々にして現地の「市場」への出店を通じて、流通業を手始めに地域経済に参入している。経営が定着してくるにつ

表8 広東省の温州商人

都市	人数	主なビジネス
広州	100,000	アパレル、皮具、メガネ、化粧品、金属加工製品、生地、付属品、印刷、化工、ジュエリー、自動車部品、美容美髪化粧品、電子
東莞	30,000 ～ 40,000	皮具、革靴、革製品、アパレル、ボタン、家具、金属加工製品
深圳	100,000	消費電子、携帯電話、金属加工製品、電気機械、計器、ゴム印刷、内装、通信設備、アパレル
佛山	40,000	弱電電器、家電、繊維、ステンレス製品、トイレタリーセラミックス、金属加工製品、バルブ、革靴、アパレル、建材、照明器具、ギフト、家具
中山	20,000	照明器具、アパレル、電器、電子
肇慶	2,000	弱電電器、不動産、電気機械、セラミックス、アパレル、メガネ

(出所)「温商広東六年分布図」(『温州商報』<http://sb.66wz.com/system/2008/05/09/100545440.shtml>, 2010年1月15日アクセス)。

れ、製造業へ参入する企業も現れてくる。しかしながら、温州商人の活動範囲は決して広東省にとどまらない。全国各地の温州人ネットワークを通じて、彼らは広東省にいながらにして、世界規模で投資を行っている。大規模投資に相応しい地域が見つければ、彼らは躊躇なく家族を現地に送り込むか、経営基盤をまるごとそちらへ移転するのである<sup>(29)</sup>。そこで中国各地の工業団地や「市場」は、温州商人に代表される地域商人集団を獲得するために、懸命に経営環境の改善を行い続けている。

次に製造業企業のモビリティについて検討しよう。商業やサービス業と比較すると、製造業は、より多くの初期投資を必要とするため、企業のモビリティが一般的に低い。しかし、中国の場合、地方政府というプラットフォーム経営者が存在しているため、企業経営に必要な固定費用のかなりの部分は、政府によって公共財の形で提供されている。たとえば、中国最大のプラスチック金型産地である浙江省余姚では、金型市場が開設されている。そこには、R&Dセンター、展示センター、情報センター、職業訓練センター、検査測定センター、また加工機械をシェアする精密加工基地が設立されている<sup>(30)</sup>。こうして、プラットフォームの機能が充実すればするほど、中小企業は経営にかかわる固定費用のかなりの部分を節約でき、

可変費用さえ負担すればビジネスが成り立つようになっている。中小企業経営にとって、可変費用に関して最も重要なのは原料費と賃金である。原料費については、中国国内で取引される場合に、製品を販売してから原料費を支払うことが多くの業種で慣習になっている。一方、賃金については、多くの労働集約産業において、出来高払制が導入されており、景気の変動により柔軟に賃金水準を調整できる。その結果、製造業の場合でも、企業のモビリティが全体的に高くなっているのである。

#### 第4節 地方政府によるプラットフォーム経営の問題点

これまで地方政府によるプラットフォーム経営のメリットを中心に説明してきた。当然ながら、地方政府が自らプラットフォームの経営者として経済発展に介入するやり方は、数多くの問題点も抱えている<sup>(31)</sup>。ここでは、こうしたプラットフォーム経営のデメリットについて説明しよう。

第1の問題点は、地方政府が企業の利益を重視するあまり、住民の利益を無視、ないし侵害する傾向にある、ということである。地方政府は、工業団地やその他のプラットフォームを運営する際に、誘致の対象企業に対して安価で土地を供給する必要がある。そのために、政府はしばしば農用地を農民から低い費用で収用している。農民は土地という究極の「社会保障」手段をなくしてしまうと、金銭面での適切な補償や安定した職業が提供されなければ、生活が極めて不安定な状況に陥る。近年、中国でいわゆる「群体性事件」(第3章参照)が多発しているのは、まさにこの農地収用の問題と深く関わっている<sup>(32)</sup>。

第2の問題点は、過度な地域開発が環境問題を深刻化させてきたことである。地方政府は企業誘致を競い合う過程で、一般的に希少な資金やその行政資源をインフラ建設などに優先的に配分している。その結果、環境保護事業は、往々にして疎かにされ、必要な資源を獲得できずに現在に至っている。場合によっては、地域の競争力を高めるために、地方政府が意図的に環境保護の基準を緩めたり、深刻な環境問題を起こしかねない企業を

誘致したりすることもあり得る。これらは、いずれも中国の環境問題の深刻さを助長してきた（黄 [2009]）。

さらに、地方政府は企業誘致を促進するために、労働条件の改善を意図的に怠ってきた、という問題点も認識しなければならない。黄 [2009] がいくみじくも指摘しているように、「(地方政府が) 権威的に労働コストを圧縮し、ひいては基本的な安全措置を施さないのも、1日当たり8時間の労働時間を1.5倍から2倍に延長するのも、福祉費用を加算せず、労働組合の結成を許可しないのも、すべて『改革の国家体制』のもとで実行された。これによって、グローバル資本をめぐる誘致合戦で、(中国の地方政府は) 極めて安価な労働力を提供できた。一部の新古典派経済学者のいわゆる『比較優位』を活用しながら、短期間に中国を世界で最も多額の外資を受け入れた発展途上国に変化させたのである」。補足しておきたいのは、中国の沿海先進地域の工場労働者の主体は、農村からやってきた出稼ぎ労働者である点だ。地方政府が地域の1人当たりGDPを算出する際に、出稼ぎ先の戸籍を有していない人々の人数を除外していることが多い。したがって、出稼ぎ労働者の給与水準が低くても、1人当たりGDPの数値には顕著に反映されない。このことによって、GDP伸び率を最優先する地方政府は、出稼ぎ労働者の利益をいっそう無視する方向に走ってしまいがちなのである。

## おわりに

プラットフォーム経営を中心とする地方政府の行動様式が持続していくなかで、今後どのようなプラットフォームが中国の地域経済発展を主導していくのだろうか。中国の地域経済を取り巻く諸条件を考慮すると、筆者は「市場」型のプラットフォームが主流になっていくのではないかと考える。最後にこの点を検討しておこう。

大企業を中心に展開する公有制大企業城下町が、中国の地域経済で大きなプレゼンスを占める可能性はかなり低い。地方政府はプラットフォームの経営者として、常に企業誘致を続けている。そのため、同じ地域の同一

産業内では、企業間競争がますます激化していく傾向にあり（歴史的な原因で発展してきた公有制企業を除く）、いずれかの大企業が長期的に支配的な地位を維持することは考えにくい。その一方で、垂直統合した大企業から得られる税収は、必ずしも複数のプラットフォーム利用者から得られる収入（税収および土地使用料のような税外収入）ほど高いとは限らない。よって、民間企業が垂直統合を図る際に、政府は土地供給などの面でその発展を抑制する可能性も否定できない<sup>(33)</sup>。

一方、第2節でも触れているように、工業団地を中心に展開する地域の多くは、「市場」型集積への転身を遂げつつある。「市場」というプラットフォームの最大の特徴は、無数の中小零細の売り手と買い手に活躍の舞台を提供していることである。新興市場において、これらの中小零細企業はまさに生産と流通を担う主役なのである。したがって、「市場」型のプラットフォームを活用することにより、新興市場に眠る巨大な需要を開拓することが可能である。2008年金融危機が発生した後、輸出加工を中心に展開してきた多くの工業団地は、先進国市場以外の新しい販売先を探し始めている。こうした地域にとって、「市場」型のプラットフォームを活用することは、まさに1つの捷徑であるといえよう<sup>(34)</sup>。

〔注〕

- (1) ここでは、本書の性格に鑑み、中国の行政区画の特徴を簡潔に述べているが、その実態がより複雑であることはいうまでもない。中国の行政区画の詳細については、天見他編[1999]、小島[1995, 2005]を参照。
- (2) なお、郷の下にさらに村がある。村は行政単位ではないが、そこには共産党支部が設置しており、郷レベルの共産党委員会の指導を直接受けている。
- (3) この部分は、主に曹・史[2009]の研究に依拠している。
- (4) 原文では「地権」という用語を使用しているが、文脈から判断すれば土地の使用権のことを指していると思われる。
- (5) 1980年代の郷鎮政府の行動様式の研究については、Oi[1992,1995]、Qian and Weingast[1996]を参照されたい。
- (6) 表2に掲載された関係法規が制定された後、市と県は「土地買取備蓄制度」を通じて土地への実質的な支配権を強化していった。「土地買取備蓄制度」は、主に3つの段階を経て実行された。第1段階は土地の買取である。第2段階は、

土地の整備である。第3段階は、土地所有権の転売である。都市部の住宅や商業不動産開発にかかわる土地所有権の転売先は、一般的に入札で決定される。この高額な転売収入は、地方政府にとって大きな財源となる。一方、工業団地などで企業を誘致する場合、土地をかなり安い価格（場合によっては無料）で提供することもある（曹・史 [2009]）。

- (7) その一方で、豊田市のような純粋の民間大企業を中心に展開する企業城下町があまりみられないことも中国の地域経済発展の大きな特徴である。その原因については、本章の「おわりに」を参照。
- (8) もちろん実際には、3つのタイプが混在していることが多い。ここで筆者は自身の判断にもとづき、当該地域の産業発展を支える決定的なプラットフォームを選択した。
- (9) 2000年代以降、公有制大企業城下町の一部においても、所有制改革が行われつつある。ただ、他の地域と比べると、この地域の企業経営には国ないし地方政府の影響が依然として色濃く残っている。こうした特徴を反映するために、本章では「公有制大企業城下町」という名称を使用することにした。
- (10) 新華網「30年来我国出国留学学生総数已達136万，学成回国37万人」（[http://news.xinhuanet.com/newscenter/2009-01/03/content\\_10596719.htm](http://news.xinhuanet.com/newscenter/2009-01/03/content_10596719.htm)，2010年1月15日アクセス）。
- (11) 筆者が2007年9月に実施した義烏市政府関係者へのインタビューによる。
- (12) 「紅紅火火的文化産業」（<http://www.lijiang.gov.cn/pubnews/doc/read/fzlt/813068215.266316211/index.asp>，2010年1月15日アクセス，原出典は『麗江日報』2009年6月10日）。ところで、売り手が増え続けると、域外出身者が次第に「市場」の主役になる。麗江では、2640社の文化産業関連業者のうち、1735社が域外からやってきた観光記念品作りの職人や画伯たちによって占められている。
- (13) 麗江市政府ホームページ（<http://www.lijiang.gov.cn>，2010年1月15日アクセス）による。
- (14) もちろん「市場」へ変身していく過程で、麗江古城そのものが繁盛を極めるとともに、世界遺産ならではの趣が失われていくことも事実である。
- (15) 各種報道より筆者要約。なお、義烏市場のような沿海部の専門市場も、地元温州企業（とくに中小企業）と在外温州商人を結ぶプラットフォームとして機能している。
- (16) 張 [2009] では、地方政府を典型的なツーサイド・プラットフォームであるショッピングモールの運営業者に例えている。ただし、この研究の実際の議論は、工業団地というワンサイド・プラットフォーム（One-sided Platform）の運営に終始しており、「市場」型のプラットフォームについての言及はなかった。また、

この研究は地方政府を地主やショッピングモールの運営業者などに例えているが、プラットフォーム経営者という概念にはついに到達できなかった。

- (17) 企業誘致の状況については、筆者が2008年11月に実施した義烏商域集団関係者へのインタビューによる。
- (18) 興味深いのは、指数の公表の仕方である。たとえば義烏小商品指数は、中国の中国中央テレビ、『経済日報』などを通じて、定期的に公表している。日本というなら、秋葉原電気街の取引情報がNHKや『日本経済新聞』を通じて、定期的に内外へ発信されているようなイメージである（筆者が2008年11月に実施した義烏商域集団関係者へのインタビューによる）。
- (19) 筆者の2008年春に実施した義烏での現地調査による。もっとも、A評価を受けた店舗が4万6827という数字からもわかるように、現在の信用評価システムはまだ初歩的なものであり、より精緻化される必要がある。
- (20) 筆者が2009年9月に実施した深圳市華強北市場での現地調査による。
- (21) 国家税務総局収入規劃核算司「新中国成立60年：税収収入保持良好増長態勢」（<http://news.stockstar.com/info/darticle.aspx?id=JL,20090925,00002021&columnid=1221>, 2010年1月15日アクセス）。
- (22) 総務省「国税及び地方税の累年比較」（[http://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/jichi\\_zeisei/czaisei/czaisei\\_seido/pdf/ichiran06\\_h16\\_0400.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/pdf/ichiran06_h16_0400.pdf), 2010年1月15日アクセス）。
- (23) 王・楊[2008]は、中国政府の税外収入として、(1) 予算内の税外収入、(2) 予算外収入、(3) 予算外管理の枠組みに入っていない制度外収入、という3つを挙げている。
- (24) 都市部では、住宅用地使用権の販売収入も政府の税外収入の重要な部分を占めている。
- (25) プラットフォームの運営には一般的に複数の政府機関が絡んでいる。「市場」の例を挙げると、工商行政管理局、衛生局、一人っ子政策辦公室、交通局などがそれぞれ市場管理に関わっている。長期間にわたって、店舗の経営者はこれらの機関に対して、各種の行政管理費用を支払わなければならなかった（工商管理費は2008年に撤廃された）。こういった税外収入は店舗経営者の負担増につながりかねない一面もあるが、地方政府の経済発展に対する意欲を高めるうえで、かなり有効な手段であったといえる。
- (26) 本章では、地域間競争に関する中国の学界の代表的な見解を紹介している。ただ、地方幹部の経済発展への動機づけを、昇進というファクターのみで解釈することに、筆者は意見を留保したいところもある。コミュニティへの愛着など、別のファクターも取り入れる必要があると考えている。当然ながら、これを実



証するためには、地方幹部の回想録のような資料を大量に収集したうえで、系統的に分析する必要がある。

- (27) 筆者が2009年11月に実施した南京大学商学院の研究者へのインタビューによる。
- (28) 2008年11月に実施した義烏市政府幹部へのインタビューで、この事実が確認された。
- (29) アフリカに進出する温州商人の事例については、丁[2007]を参照。
- (30) 筆者が2006年7月に実施した余姚での現地調査による。
- (31) 黄[2009]は、中国の経済奇跡と社会危機の源泉は、ともに改革・開放期に形成された国家体制に由来している、との確に指摘している。ここでの国家体制の重点は、とりもおさず地方政府が主導しており、地域間競争によって洗練された経済発展体制にはかならない。
- (32) 農地収用の問題は、主に工業団地型のプラットフォームで発生している。「市場」型のプラットフォームは、所要する土地の面積が少ないため、前者ほど深刻な問題を引き起こしていない。
- (33) この点については、河南省少林寺の開発をめぐる河南少林実業发展有限公司と地元登封市の確執を描いた下記の報道を参照。「借佛斂財愈演愈烈，少林与登封的恩怨江湖」([http://news.backchina.com/2010/1/10/gb2312\\_71696.html](http://news.backchina.com/2010/1/10/gb2312_71696.html)，2010年1月15日アクセス，原出典は『南方人物周刊』)。
- (34) 実際に、本章で紹介した深圳の華強北市場集積地にある賽格電子市場は、同様に外資系企業のプレゼンスが大きい昆山で「分市場」（賽格電子市場の支店）を開設し始めている。中国で最も代表的な外資系工業団地の所在地も、ついに「市場」型集積への転身の兆しをみせ始めている。

#### 〔参考文献〕

##### <日本語文献>

- 天児慧・石原享一・朱建栄・辻康吾・菱田雅晴・村田雄二郎編[1999]『岩波現代中国事典』岩波書店。
- 小島麗逸[1995]「中国の都市化と都市化の構造」(『アジア経済』5月号2-29ページ)。
- [2005]「中国の都市化と小都市・町の盛衰」(『アジア経済』10月号26-65ページ)。
- 丁可[2007]「中国の対アフリカ消費財貿易」(吉田栄一編『アフリカに吹く中国の嵐，アジアの旋風』アジア経済研究所133-159ページ)。
- 丸山雅祥[2006]「市場の二面性」神戸大学大学院 MBA プログラムビジネスキーマード ([http://mba.kobe-u.ac.jp/square/keyword/2006/no.14\\_two\\_sided\\_market.htm](http://mba.kobe-u.ac.jp/square/keyword/2006/no.14_two_sided_market.htm)，



2010年4月20日アクセス)。

<英語文献>

- Hagiu, Andrei [2007] "Merchant or Two-Sided Platform?" *Review of Network Economics*, Vol.6, Issue 2, pp.115-133.
- Kuchiki, Akifumi, and Masatsugu Tsuji eds. [2005] *Industrial Clusters in Asia: Analyses of Their Competition and Cooperation*, Basingstoke: Palgrave-Macmillan.
- [2008] *Flowchart Approach to Industrial Cluster Policy*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Li, Hongbin, and Li-An Zhou [2005] "Political Turnover and Economic Performance: The Incentive Role of Personnel Control in China," *Journal of Public Economics*, 89, pp.1743-1762.
- Markusen, Ann [1996] "Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts," *Economic Geography*, Vol.72, pp.293-313.
- Oi, Jean C. [1992] "Fiscal Reform and the Economic Foundations of Local State Corporatism in China," *World Politics*, Vol. 45, No. 1, pp.99-126.
- [1995]. "The Role of the Local State in China's Transitional Economy," *China Quarterly*, No. 144, pp.1132-1149.
- Qian, Yingyi, and Barry Weingast [1996] "China's Transition to Market: Market-Preserving Federalism, Chinese Style," *Journal of Policy Reform*, Vol.1, pp.149-185.

<中国語文献>

- 曹正漢・史晋川 [2009] 「中国地方政府應對市場化改革的策略：抓住經濟發展的主動權」 China Research Papers Online (<http://www.usc.cuhk.edu.hk>, 2010年1月15日アクセス, 原出典は『社会学研究』2009年第4期1-27ページ)。
- 黄宗智 [2009] 「跨越左右分歧：從實踐歷史來探尋改革」 ([http://www.lishiyushehui.cn/modules/topic/detail.php?topic\\_id=286](http://www.lishiyushehui.cn/modules/topic/detail.php?topic_id=286), 2010年1月15日アクセス)。
- 昆山市人民政府辦公室 [2006] 「転市経貿委, 財政局『昆山市外向配套重点項目考核獎勵辦法』的通知」 ([www.ks.gov.cn/Upload\\_zwggk/ggxx20071161629446401993.doc](http://www.ks.gov.cn/Upload_zwggk/ggxx20071161629446401993.doc), 2010年8月4日アクセス)。
- 農業部鄉鎮企業局編 [2003] 『中国鄉鎮企業統計資料(1978-2002年)』中国農業出版社。
- 王大樹・楊長湧 [2008] 「關於中国稅收負擔的思考」 (<http://www.dzlt.com/xknews/oneNews.asp?id=832>, 2010年1月15日アクセス, 原出典は『中国党政幹部論壇』第10号25-27ページ)。
- 姚洋 [2008] 『作為制度創新過程的經濟改革』格致出版社・上海人民出版社。

- 義烏年鑑編纂領導小組辦公室編 [1992]『義烏年鑑 (1986-1990)』(出版社の明記なし)。
- 張国華・張二震編 [2007]『開放条件下的自主创新之路』人民出版社。
- 張五常 [2009]『中国的經濟制度』中信出版社。
- 中央政策研究室・中央財經領導小組辦公室聯合調查組 [2008]『在中国特色社会主义  
旗幟指引下開拓成功發展之路——对全国十八個典型地区的調研報告』研究出  
版社。
- 周黎安 [2007]「中国地方官員的晋昇錦標賽模式研究」(『經濟研究』第 7 期 36-50 ペー  
ジ)。
- [2008]『轉型中的地方政府—官員激励与治理』格致出版社・上海人民出版社。
- [2009]「官員激励, 政府治理与中国經濟增長: 60 年回顧与展望」(史正富編『30  
年与 60 年: 中国的改革与發展』格致出版社・上海人民出版社 292-313 ページ)。