

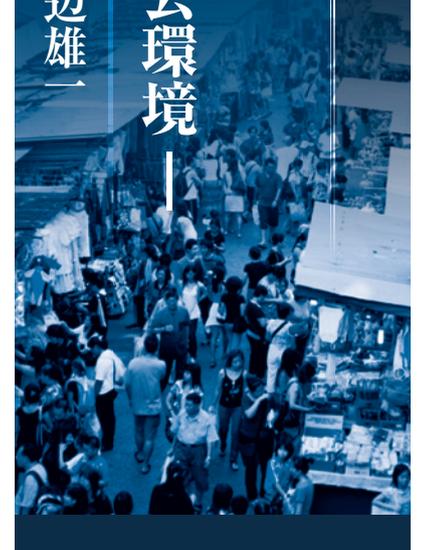
韓国の中間層 -- 階層分化と取り巻く経済・社会環境 (特集 イメージと実態の中間層)

著者	渡辺 雄一
権利	Copyrights 日本貿易振興機構 (ジェトロ) アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp
雑誌名	アジ研ワールド・トレンド
巻	204
ページ	6-7
発行年	2012-09
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	http://hdl.handle.net/2344/00003870

韓国 の中間層

— 階層分化と取り巻く経済・社会環境 —

渡辺雄一



韓国の中間層は、一九六〇年代以降の急速な経済発展にともなう産業構造の変化や一九八〇年代後半に起きた民主化などの社会変革を経て、それらの恩恵を享受し、経済的・政治的な地位を確立しながら拡大していった。しかし、一九九〇年代後半に起こったアジア通貨危機の影響により、国内の労働市場は急速に不安定化し、所得格差が増大したことで、一時的に中間層は縮小したと考えられた（梁「二〇〇五」）。

それでも近年では、一人当たりGDPが優に二万ドルを超えるに至り、総人口五〇〇万人弱の韓国には消費市場としての魅力も大きい分厚い中間層が形成されている。実際に韓国の中間層がもつ購買力をターゲットとして、自動車や小売、外食産業などの分野で日本企業の韓国進出が近年相次いでいる。

そもそも、韓国の中間層とはどのような階層に属する人々のことを指すのであろうか。中間層の定義付けには、所得や資産の分布状況や主観的な階層帰属意識も重要であろうが、ここでは主に社会学者らによって用いられる職業や職種、従業上の地位、雇用形態による分類方法を参考にしたい。

有田「二〇〇二」による韓国の社会階層区分を示した図1によれば、主に組織部門において事務・専門・技術・管理業務に従事するホワイトカラー職を新中間層、専門・技術職以外の自営業者を旧中間層として、この二つの階層を合わせて中間層と捉えている。そして被雇用形態の販売・サービス業務に従事する者や生産職従事者に代表されるブルーカラー職などは労働者層として区分され、賃金や処遇、職業威信などの面で新中間層との間に大きな隔たりが存在する。

図1 韓国の階層分類

		従業上の地位	
		雇用主	被雇用者
業 種	専門・技術	自営 (無給家族従事者含む)	新中間層
	管 理	資本家層	
	事 務	旧中間層	労働者層
	販 売		
	サービ ス		
	技能・労務	農民	
農 林 漁 業			

(出所) 有田 [2002]。

● 内部分化する中間層

現代の韓国には一定の購買力をもつ新旧二種類の中間層が厚く形成されているとはいえず、所得水準や資産規模などで個人・世帯間には当然、中間層内部でも大きなバラツキが存在する。そうした中間

層内部における個人・世帯間の散らばりの背景にあるのが、不安定な雇用環境とその結果としての所得・賃金格差である。

とりわけ、アジア通貨危機以降は企業の構造調整や人員整理が相次いで行われたことで、企業内部の労働市場は融解し、雇用の柔軟化が急速に進行した。日本ほど強くはなかったとはいえ、長期の雇用慣行や賃金の年功制といった雇用システムも急激に弱化した。そして、企業は雇用・解雇コストがかさみ、調整の困難な正規雇用を抑制し、雇用調整のバッファーにもなり得る非正規雇用を拡大していった。その結果、賃金労働者全体に占める非正規雇用の割合はこの一〇年の間、三割以上の高止まりが続いている。

正規職か非正規職かの違いは賃金格差や待遇格差となつて如実に表れてくる。二〇一〇年のデータでは、非正規職は正規職に比べて月収ベースで五割強、時給ベースでも六割強の水準にとどまっております。正規職と非正規職の平均所得格差は年齢とともに拡大する傾向がある。大卒でありながらも非正規雇用に甘んじざるを得なかった若年層を悲観して、彼らの平均月収を表した「八八万ウォン世代」（七万円弱）という言葉が数年前

にはメディアを賑わした。

雇用形態の違いによる中間層内部での階層分化と合わせて注目されるのが、旧中間層と呼ばれる自営業層の存在である。韓国の自営業層は、産業化の過程で経済活動の組織化が急速に進展していった一方で、経済成長とともに拡大してきた。開発途上国にみられるような貧困層に近い、いわゆる都市部のインフォーマルセクターとは異なり、一定の所得や生活水準を有する階層である。韓国の場合、全就業人口に占める自営業者の割合が近年でも約三割に達するほど高く（OECD諸国のなかではトルコやメキシコに次ぐ）、退入も激しく流動性が高いことが特徴である。

自営業層のなかで最も多い年代は四〇〜五〇代であるが、これは不安定な雇用情勢から早期退職後に独立するケースが珍しくないと同時に、組織内部における昇進や昇給の可能性が制限されているブルーカラー層などにとって、自営化は社会経済的な地位上昇の経路として重要であることが関係している（有田「二〇〇二」）。しかし、自営化する業種は主に飲食・宿泊業や卸売・小売業、不動産仲介業などに偏重しており、独立以前の職業キャリアで習得した技能や経

験を生かせる同業種での起業は決して多くない。そのため、事業資金として多額の資本借入れを行っても経営が軌道に乗らず、多額の負債を抱え込むケースも珍しくない。

● 中間層を取り巻く学歴競争と不動産神話

韓国は高い進学熱や受験競争の激しい社会として知られているが、中間層の人々にとって、教育水準は社会経済的な地位達成や上昇移動の成否を決定付けるほどの重要な役割を果たしている。有田「二〇〇二」によれば、初職段階においてホワイトカラー職へ就業できるか否かは本人の教育水準が重要な要件となっており、その後の社会的な地位達成を大きく規定している。

一方で、学歴別による賃金水準の格差（高卒よりも大卒、大卒よりも大学院卒が高い）や企業規模による所得水準の格差（中小企業よりも大企業のほうが高い）も大きく存在している。経済的便益の追求とともに、根強く残る「大企業志向」や「ホワイトカラー職志向」といった社会的威信の追求が、人々をより一層の学歴競争に走らせる。今や大学進学率が八割を超える韓国では、単なる大卒・大学

院卒では意味がなく、さらにより「良い」、より「高い」高等教育へと人々を向かわせる。そうした韓国的条件が就業の多様化を阻むと同時に、大学や企業の序列化や労働力需給のミスマッチ、高い青年失業率といった問題を引き起こしている。

熾烈な学歴競争社会ゆえに、子女への教育投資の規模は世代を超えた中間層の再生産や地位上昇という意味でも重要な要素である。特に、世帯主が四〇〜五〇代の家計支出に占める教育費の割合は突出して高く、高所得世帯ほど教育投資の規模は大きくなる。教育支出の主たるものは、私教育（私立学校）と呼ばれる塾や家庭教師など、いわゆる学校教育以外で差別化を図れる教育機会への投資である。私教育費負担は中間層の家計にとって必要不可欠ではあるが、その重荷は頭の痛い問題でもある。

高い教育熱と密接な関係にあるのが、ソウル首都圏を中心とした不動産バブルである。教育熱心な高所得者層が集中して居住する首都圏の一部地域では、その周辺に有力な塾や補習校が集まることで教育需要が高まり、局所的に不動産価格が高騰してきた。韓国では、住宅（主にマンション）価格は上がり続けるという不動産神話が

まだ根強く残り、家計資産の八割近くは不動産が占めるとされる。そのため、中間層の多くが短期変動金利型の住宅ローンで資金調達して実需および運用目的で住宅購入・投資を行っている。

しかし、二〇一〇年以降は不動産市場の低迷により、住宅価格は小幅な下落をともなう調整局面に入った。一方で、住宅ローンが大半をなす家計債務の残高が九〇〇兆ウォン以上に膨れあがっている。住宅市場の低迷と家計負債の増大は中間層発の金融危機を誘発しかねないと危惧されているが、それだけ不動産は教育と並んで中間層の人々にとって関心の高い問題となっている。

（わたなべ ゆういち／アジア経済研究所 東アジア研究グループ）

《参考文献》

① 有田伸「二〇〇二」韓国における中間層の生成過程と社会意識（服部民夫ほか編『アジア中間層の生成と特質』アジア経済研究所）。

② 梁鐘會「二〇〇五」『韓国の中間階級—将来の比較研究に向けて—』（園田茂人編『東アジアの階層比較』中央大学出版部）。