

未発達な外食産業

木崎 翠

外食はまだ 中国といえば中華料理の国であり、香港の様子からの連想も手伝って、非日常的 さぞ多種多様なレストランが町に軒を並べているのでは、とのイメージがあるかもしれない。また実際、外国人が中国に旅行すれば各地で大きなレストランに案内され、豊かで地方色のある料理を毎食もてなされることになる。大きなレストランとテーブルいっぱいのお食事が、イメージに焼き付けられることになる。

たしかに中国、特に北京には清朝以来の歴史を誇る老舗のレストランが何軒かある。観光客が案内されるのも往々にしてこういうレストランだ。しかし、いったん団体観光客の立場を離れ、自分ひとりで町を動き回ろうとすると、中国の町のまったく異なる顔が見えてくる。食事をとれる場所がないのだ。宴会を開くか大人数で繰り出すにはよさそうなレストランは見つかるが、ひとりかふたりでごく日常的な食事をできそうな場所がない。実際にそれが可能な店で

も、値段は現地の物価からみて非常に高く、「日常的」な食事の場ではないことが一目でわかる。

旅行者風の中国人はどうしているのだろうかと観察してみると、彼らは往々にして大量のパンやソーセージや即席ラーメンと食器を身につけ、車内や路上で適宜空腹を満たしている。せいぜい、運が良いと麺や弁当を売る店を見つけどすことができる程度だ。

中国の外食産業は発展の途上にある。というよりむしろ、より正確には、はなはだ未発達だ。中国は、都市部であっても大衆消費社会にはまだ遠い段階であり、大衆向け外食産業を支える消費の力はない。実在するレストランも、一般市民にとってはまだ大方が公的な接待や特別の社交に用いられる場である。

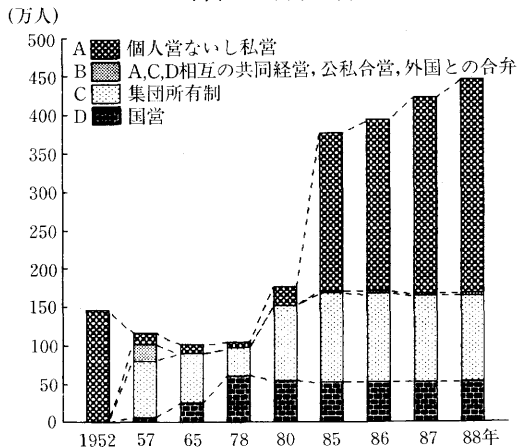
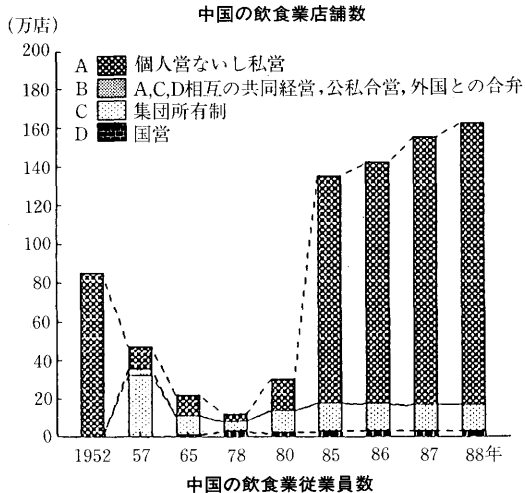
体制による要因

中国の外食産業が未発達である理由には、大衆の消費水準、言い換えれば所得水準の問題の他にもいくつか考えられる。

外食産業はその業態から、個人営業やそれに近い小規模の店が重要な役割を占めるはずのだが、このような経営形態の店舗は、一九五〇年代終わりごろから一貫して抑制され、発達のすべがなかった。また、主要食料品の供給は国家の統制下におかれ、特に主食は厳密な配給制度下におかれたため、容易には外食産業に回され得なかった。

さらに、中国においてはサービス産業そのものが、圧倒的に未発達であった。従業員を抱える場としての職場が、福祉の一環として、衛生設備も娯楽施設も提供する仕組みの社会であっ

た。勤労者家庭では共稼ぎ家庭が圧倒的に多く、外食への依存度は高いのだが、これは職場の食堂に頼っており（一般に中国の職員食堂は一日三食を供給する）、外食産業とは呼べない。あく



(出所) いずれも『中国統計年鑑』1988, 89年版より作成。

まで企業福祉の一部として会計処理され、それ自体で経営を成り立たせることを目的とした主体とはなっていないからだ。

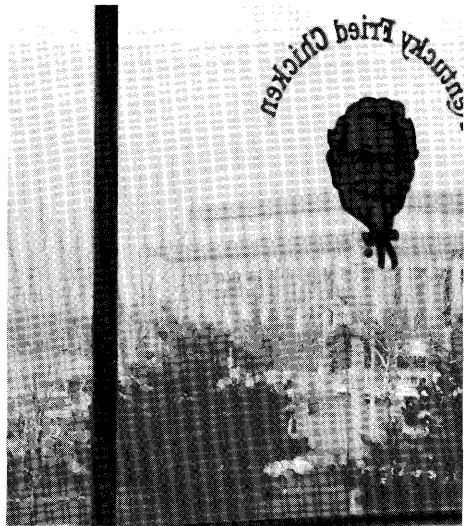
図に中国の飲食業の店舗数、従業者数の推移を描いた。中華人民共和国成立三年後の一九五二年には、飲食業は全国に八五万店、そのほとんどすべてが平均従業者数が二人に満たない個人店であったものが、七八年までに総店舗数は一一万店にまで縮小、特に個人の店は三万余にまで減少している。外食産業の顕著な縮小の過程がわかる。

経済改革により 中国の、このような基本的条件を作ったのは一九七〇年代までの体制で**発展の兆し** あったが、八〇年代の経済改革のなかで、外食産業の変化は特に注目すべき点のひとつに挙げられよう。

経済改革の下、個人経営が可能になったとき、もともと労働力が大幅に過剰であったことも手伝い、てっとりばやく日銭を稼ぐことのできる外食産業に多くが新規参入した。

町の所々に自分の家や軒先を改装した店ができ、軽食から相当本格的な食事まで扱い始めた。この傾向は、香港に隣接した広州をはじめとする南方の諸都市で特に顕著であるようだ。一方、既存の大きなレストランでも、経済改革によって経営がより利益追求型になり、また消費者の所得水準も向上したことから、一般向けのスペースが広げられるようになった。ただし、これらの場所における外食は、前述のとおりいずれも相当高価である。

図では経済改革後の大きな変化が容易に見てとれる。一九七八年にはほとんど壊滅していた



北京の外資系ファーストフード店内から天安門広場を望む。左に人民大会堂、人民英雄記念碑が見える。(1988年2月)

かに見えた個人店が、八八年には一四五万店にまで激増している。そしてこれら個人店の一軒あたり平均従業員数は相変わらず二人に満たない。

さらにここ二、三年ほどの間、北京、上海等の大都市では、外資系のファーストフード・チェーンが出店を開始している。第一号店は、中国の顔である天安門広場脇にでき、大いに話題を呼んだ。しかしこの店では一食あたりの価格が一般の給与所得の二日分程度に、あたてもいうような割高な食事である。あたり、日本の貨幣感覚でいえば一万円札を払って一食、とでもいうような割高な食事である。供されるものは他国の同チェーンと同じと違ってよいが、本来は手軽でかつ比較的安いことが売りのファーストフードも、中国ではまずは高級な西洋の食事として入っているのが特徴的だ。またこの他にも、香港資本のファーストフード店なども繁華街に入り始めている。

なお、一九八〇年代に入って以降の外食産業のこのような成長を可能にした経済的要因は、給与所得者層の全体的な所得上昇もさることながら、経済改革開始以降拡大した所得格差にも求められる。つまり、ここ数年ブローカーやタクシー運転手といった、極端な高所得を享受する層が生まれ、外食産業は彼らの需要に支えられて成長している面が大いにあることを指摘しなければならぬ。

中国の外食産業は、発達の度合いこそ遅いけれども、昼食時などに店頭にできる長い列や、歩道にしゃがんでパンをかじっている人々の姿は、外食産業に対する潜在的な需要の大きさを物語っている。消費規模の拡大、とりわけ富裕な層の拡大が続き、個人の経営に不利でない政策環境が続くかぎり、今後も順調な成長を遂げることになろう。

(きざき みどり/アジア経済研究所地域研究部)