

(旧・「京大上海センターニュースレター」)

京都大学経済学研究科東アジア経済研究センター

2010年9月27日

## 目次

- 「中国経済研究会」のお知らせ
- 中国自動車シンポジウム: 中国自動車市場のボリュームゾーンを探る
- 上海万博雑報 : その1
- 読後雑感 : 2010年 第17回
- チベット自治区における企業活動の現状について(その2)
- 【中国経済最新統計】(試行版)

### 「中国経済研究会」のお知らせ

10月の中国経済研究会(13回目)は中国経済学会学術研究会(西日本部会)と共同で下記の内容で開催することになりました。ご関心のある方はぜひご参加ください。なお、今回の研究会の時間と場所は従来と異なるので、十分ご注意ください。

2010年・中国経済学会学術研究会(西日本部会)  
京都大学経済学研究科東アジア経済研究センター中国経済研究会  
共同研究会プログラム(仮)

日時: 2010年 10月23日(土) 13:30~17:10  
場所: 京都大学 吉田キャンパス 法経東館3階311演習室

#### ■経済発展セッション

時間: 13:30-14:20

報告者: 李小春(愛知大学中国研究科博士課程)

テーマ: 「中国僻地における貧困問題研究—陝西省白水県を事例として」

時間: 14:20-15:10

報告者: 牧野文夫(法政大学経済学部)・羅歆鎮(東京経済大学経済学部)

テーマ: 「経済格差、社会階層と教育格差: 中国浙江省・貴州省の事例(仮題)」

時間: 15:10-16:00

報告者: 劉徳強(京都大学経済学研究科)

テーマ: 「中国経済はルイス転換点を超えたのか?」

————— コーヒー・ブレイク : 16:00-16:10 —————

#### ■企業金融セッション

時間: 16:10-17:00

報告者: 唐成(桃山学院大学経済学部)

テーマ: 中国の中小企業金融—マイクロデータによる分析—

時 間： 17:00-17:50

報告者： 胡海青（西安理工大学）・白石麻保（北九州市立大学）・矢野剛（京都大学経済学研究科）

テーマ： Ownership Effects for the Efficiency of Financial Intermediation through  
Trade Credit in China

（\*研究会終了後、有志による懇親会がありますので、ご自由に参加下さい）

第 14 回 中国経済研究会予告

時 間： 2010 年 11 月 9 日(火) 16:30-18:00

場 所： 京都大学吉田キャンパス・法経済学部東館 3 階第 3 教室

報告者： 李曉（吉林大学経済学院教授・中国世界経済学会副会長）

テーマ： 「人民元国際化の最新戦略及び動向」（仮題）

注：本研究会は原則として授業期間中の毎月第 3 火曜日に行います。2010 年度における開催(予定)日は以下の通りです。

前期： 4 月 20 日(火)、5 月 18 日(火)、6 月 15 日(火)、7 月 6 日(火)、7 月 20 日(火)

後期： 10 月 23 日(土)、11 月 9 日(火)、12 月 21 日(火)、1 月 18 日(火)

\*\*\*\*\*

主催

京都大学東アジア経済研究センター

共催

東京大学ものづくり経営研究センター

東京大学社会科学研究所現代中国研究拠点

京都大学人文科学研究所附属現代中国研究センター

後援

京都大学東アジア経済研究センター協力会

中国自動車シンポジウム

中国自動車市場のボリュームゾーンを探る

——小型車・低価格車セグメントにおける代替・競争構造——

2010 年 11 月 6 日(土) 13 時

京都大学百周年時計台記念館百周年記念ホール

総司会 京都大学大学院経済学研究科教授 楢山 泰生

13:00-13:10

挨拶 京都大学大学院経済学研究科長 田中秀夫

東京大学ものづくり経営研究センター ディレクター 新宅純二郎

13:10-13:50

京都大学大学院経済学研究科 教授 塩地 洋

新興国における小型車・低価格車セグメントの構造  
—全体テーマと報告構成—

第 1 部 非自動車セグメントのボリューム

13:50-14:20

エイムス ディレクター

菊地 捷

低速電気自動車の車体構造と普及の見通し

14:20-14:50

東京大学社会科学研究所 教授

田島 俊雄

「汽車下郷」と中国的農用車・微型車の命運  
—日本の「軽自動車」の再検討—

14:50-15:20

## 第2部 日中韓自動車メーカーのマーケティング戦略

15:30-16:00

明治大学国際日本学部 准教授

呉 在垣

現代自動車の現地適応戦略  
—エラントラが売れる理由—

16:00-16:30

東京大学ものづくりセンター 助教

李 澤建

奇瑞汽車のマーケティング戦略

16:30-17:00

日産自動車中国事業部 部長

西林 隆

日産自動車の中国事業戦略

17:00-17:05

閉会

17:20-19:30

懇親会（参加費無料） 於カンフォーラ

司会 京都大学東アジア経済研究センター協力会 理事 宇野輝

開会挨拶 京都大学東アジア経済研究センター長 劉徳強

閉会挨拶 京都大学東アジア経済研究センター協力会 副会長 大森経徳

\*\*\*\*\*

## 上海万博雑報 : その1

21. SEP. 10

中小企業家同友会上海倶楽部代表

東アジアセンター外部研究員(協力会理事) 小島正憲

上海を起点として行動していながら、お膝元の上海万博にはなかなか行くチャンスがなかった。先々週、殺人ダニ騒動のおかげで、急にスケジュールが空いたので、やっと万博会場に足を運ぶことができた。

## 1. アメリカ館のスポンサーにアムウェイ(安利)。

1年ほど前、マスコミではアメリカ館の資金が半分ほどしか集まっておらず、建設が遅れているという報道がかまびすしかった。もし万博開催日までにアメリカ館の建設が間に合わなかった場合、それが大きな汚点になるのではないかと心配されていたのである。しかしその後、なぜかその話題はマスコミにぎわすことがなくなった。私はいったいだれがスポンサーになったのだろうか、不思議に思っていた。

今年に入り、地下鉄や虹橋空港などが整備され、上海市全体が万博ムードに一色に染まってきた。私は新設の虹橋空港のオープン日に、新たにそこに乗り入れることになった地下鉄2号線に乗って行ってみた。大きなトラブルもなく、虹橋空港に着き、豪壮な新設空港に見とれていた私は、その空港の入り口でおもしろい広告に出会った。その広告にはデカデカと「上海万博アメリカ館のスポンサー:アムウェイ(安利)」と書いてあった。



《



## 虹橋空港の安利の宣伝広告》

万博会場に入って、まず私はアメリカ館に行き、それを確かめてみたかった。ちょうど小雨が降っており、夕方でもあったため、万博会場に入るには待たされずに入ることができた。それでもアメリカ館の前にはかなりの人数が並んでおり、入館するまでに30分かかった。やっとのことで、入館してみると、最初の部屋の壁にずらりとスポンサーの名前が掲示されていた。その中央付近にアムウェイ(安利)があった。それは簡単にみつけることができた。

米国生まれのアムウェイは中国最大の企業であり、最高の利益をあげている集団である。したがってアムウェイがアメリカ館のスポンサーになっても、中国ではだれも不思議には思わない。しかしながら日本でのアムウェイの活動を見聞してきた私にとっては、アムウェイが大手を振って、社会の前面に出て来て、堂々と万博の米国館スポンサーに名を連ねることには、いささか疑問を感じる。もちろんアメリカ館のスポンサーは、50社余であり、アムウェイはその中の1社に過ぎないと見ることができる。それでもアムウェイのような業態の企業からも、支援を受けなければアメリカ館が開催できなかったということは厳然たる事実である。

アムウェイに惹かれてアメリカ館に入った私は、そこで皮肉にも新たな発見をした。その意味ではアムウェイに感謝している。なぜならアメリカ館には展示物がまったくなく、順次3部屋を回りビデオを鑑賞するようになっているだけで、いわばまぬけの殻であったからである。長時間並んでアメリカ館に入った多くの中国人は、出口付近で、なにかまだ

---

特別の展示物があるかと思ひ、そのあたりをうろろ見回していた。しかしそのまま外へ押し出され、ブツブツ言いながら詐欺同然のアメリカ館を後にし、次の館に向かう人が多かった。大阪万博でアメリカ館が話題の「月の石」を展示したことを思うと、それは雲泥の差であった。私はこのアメリカ館を見て、「中国はアメリカになめられた」と思った。またこのアメリカ館が上海万博や現在の中国を象徴しているのではないかとも思った。なぜなら建物の外観は立派だが、中身がさっぱり伴っていなかったからである。もちろん上海万博のすべてのパビリオンを回ったわけではないので、そのように結論付けてしまうわけにはいかないが、おそらく私の推測は大きく外れてはいないだろう。10月末まで、まだ期間は残っているのでその仮説を検証するために、再度、万博会場を訪ね、「上海万博雑報:その2」をお届けしたいと思っている。

## 2. 上海万博の入場者数、5千万人の大台突破。

9月11日、上海万博開催側は、開幕から133日目で、来場者数が5千万人を突破したと発表した。開催側は、「このままで推移すれば、当初の予定の7千万人をクリアし、8千万人に届きそうな勢いである」と強気な発言をしている。

たしかに来場者数という量的側面だけから見れば、上海万博は大成功で終わりそうである。しかし来場者の満足度を含めて質的側面から見た場合、果たして及第点をつけられるかどうかは疑問である。過去の万博が、その開催国や開催地の人民に与えてきたインパクトと、比較検討してみる必要もある。

## 3. 「瀬戸&上海ジョイントコンサート」の「第九をうたう会」大成功。

以下は中小企業家上海倶楽部同友会事務局員の報告である。少し古い話になるが、掲載する。

上海万博開催中の5月29日に、“第九”のきずなを愛知から上海への願望で、愛知万博の共演から5年を経て、瀬戸市の瀬戸第九合唱団と上海交響楽団による「瀬戸&上海ジョイントコンサート」が、上海東方芸術センターで開催されました。今回ステージに上られたのは瀬戸の合唱団及び全国第九をうたう会連合会の有志者二百四十人、それに上海市内の合唱団約五十人を加わり、総勢約三百人でした。

私は芸術センターへ聞きに行きましたが、客席はほぼ満員で、彼らの熱唱はすっかり聴衆を魅了した様子でした。

【瀬戸第九をうたう会】会長を務めていらっしゃる加藤洪太郎様は、我が中小企業家同友会上海倶楽部会員です。2005年7月愛知万博の会場があった瀬戸市で、第一回ジョイントコンサートを開催されましたが、日中友好を深めようとの願いを込め、上海でも共演することとなり、2008年から準備を進めてきました。同年8月上海交響楽団との間で契約書の調印を行なわれました。

中小企業家同友会上海倶楽部事務局は準備段階からご相談を受け、いろいろなアイデアを出し合って、積極的にご協力をして参りました。今回の成功に心から喜んでおります。加藤様は、次のミラノ万博でも、引き続き「第九をうたう会」を開催しようと企画されています。私たちも全力で支援をさせていただこうと思っています。やがて全世界が「第九をうたう会」で手をつなぐことになれば、本当に素晴らしいと思います。

◎会員の加藤様から下記のような暖かいお言葉を頂きました。

5/29上海東方芸術センターでの公演に、多大のご支援をくださり、ありがとうございました。

おかげさまで何とか、所期の目的を達成することができました。

成るか成らぬか、心細い心境の時に、お仲間のご支援がどんなに心強いものか、あらためて実感しました。

## 4. 上海万博レポート。

以下は中小企業家同友会事務局員のレポートである。6月のものであるが、現在と比較して読んでいただくと、それなりにおもしろいと思う。私も閉幕までには、ここで推奨されている館などに行って、中国人に混じって買い物を楽しんでみたいと思う。

### <万博の入園状況>

6月13日の上海万博の入場者数は41万7300人で、5月1日の開幕から44日間の累計入場者数が1356万人となり1300万人を超えた。万博ネットサイト6月13日午前中のデータによれば40数日間の運行で全国万博接待指定旅行社の団体ツアー客119587組、4513303人が入園し、内上海市旅行社のツアー客が約6割以上を占めるという。

5月15日から、団体ツアー客の毎日入園数は12万人から18万人を安定していたが、最も多い時18.52万人であった。その中、一般団体ツアーは90%を占め、中小生ツアーは21.38万人で、僅か7%を占めた、大学生ツアーは2.01万人で、全体の0.7%を占めた。6月に入ってから、万博は夏時間になり、各パビリオンの閉館時間を夜10時半に延長することになった。このほか、6月の高校入試と大学入試が終わると、夏休みに入るので、万博を訪

れる学生が多くなる。特に長三角からの来園を主要な地方客源と考えた場合、節句休日などのある下旬には1日当たり60万人の来場の可能性が予想され、6月には来場規模は1200万人以上になると考えられる。

#### <万博の販売状況>

データにより、開園一ヶ月の5月の入園人数803.27万人であったが、一日当たり25.91万人になり、商品販売の総額は4.13億元を実現し、一人当たり51.36元の計算となった。その内、浦東会場の販売額は3.69億元で総額の89.4%を占め、浦西会場を大きく上る。

中国初の開催となる今回の万博は、のべ7000万人が訪れると予想され、この中には、中国のハイエンド消費者層がほとんど包括されていると言える。この巨大なビジネスチャンスをどのようにつかみ、競争力のある自国の製品をどのように売り込むかは、参加各国の共通の課題となっている。

「人民網日本語版」2010年6月10日の最新の統計によると、現在万博会場における一日あたりの販売額はすでに1千萬元を突破しているという。これには世界各国の参加企業も大喜びだ。

クロアチア館では、半円形の展示エリアが様々なネクタイに「占領」され、中国人観光客の注目を集めている。ここで展示されているネクタイは様々なタイプに分かれており、価格は200元から500元まで、様々だ。

ポーランド館では、10平方メートルほどの展示エリアにポーランド産の琥珀が所狭しと並べてある。ポーランドの琥珀アクセサリーは世界的にも有名で、同国で最も競争力のある製品のひとつだ。この琥珀販売コーナーはとても人気を集めており、スタッフによると1日の販売額は約10萬元に上るといふ。

各パビリオンを巡る中国人観光客はこのほかにもフランスの手袋、チリのワイン、アイスランドのミネラルウォーター、ベルギーのチョコレートなどなど、様々な製品を見て周っている。素晴らしい商品と販売技術に、中国人観光客たちはつい財布の紐を緩めてしまう。

5月1日-23日にかけて、万博会場の累計販売額は2億7663万1400元に上ったという。開幕から3週間目以降は、会場の1日当たり販売額が1千萬元を超えている。

#### <私の見た日本館>

日本館のナショナルデーの式典が6月12日、上海万博会場の万博センターで開かれた。日本の菅直人首相の特使として鳩山由紀夫前首相が出席した。

開幕から日本館はますます熱気を帯びている、待ち時間3時間—4時間で、一日あたり約2万人の入場者がある、日本館の熱気の源はなんだろうか、私はその好奇心を持って訪ねてみた。

「こころの和、わざの和」をテーマとする日本館は万博会場のAゾーン的位置にある、敷地面積は6000平米となっている。パビリオンは発電する膜に覆われ、生命体のように呼吸する環境に優しい建築となっている。館内は過去・現在・未来の3つの展示エリアに分かれ、実物と映像で2020年の未来の都市生活を表現しているほか、日中両国の文化の根源、自然と共生する日本人の生活、活力とファッション性に満ちた日本の現代の都市、地球環境の問題に対する先進技術、自然保護に向けた市民の活動などを紹介している。

また、地球環境問題の解決に向けた日本の先端技術が展示されている、トヨタ自動車株式会社が開発した人間型ロボットは最後に繊細な動きでバイオリンを弾き、中国の民謡「茉莉花」を演奏するパフォーマンスを披露している。僅か1時間の観賞だったが、とても素晴らしく思い、進んだ技術に感動した。



<ロボットがバイオリンを弾き>



<日本館の外観>

<その他>

開幕 44 日目を迎えた上海万博では、人気館と不人気館をはっきり分かれている。サウジアラビア館、日本館、ドイツ館、イギリス館、中国館、イタリア館、韓国館、フランス館、スペイン館、スイス館など行列者数が多いパビリオンである。中でも日本館は 3—4 時間も待ち時間があり、サウジアラビア館はなんと 9 時間にも及ぶことがあった。話によれば館内の映像はとても感動的なものである。

上海万博開幕してからまだ 44 日間しかたっていないが、史上最大規模とも言われているこの万博に、ぜひ一度足を運んでみられたら如何でしょうか。



<待ち時間 9 時間くらいの看板>

## 5. 尖閣沖衝突と上海万博。

尖閣沖衝突事件を巡り、9月18日、中国各地で抗議行動が行われた。万博開催中の上海では、万博会場や上海総領事館周辺で、過激な抗議行動が起きることが心配されていたが、会場では変わった動きはなく、総領事館前でも抗議者10数人が横断幕をかかげたりしたもの、すぐに当局によって排除された。

ただし上海総領事館の周辺は、通常よりかなり警戒が厳しかった。周辺道路は通行止めとなったし、私服を含めて、200名ほどの警察官が出動して、警戒に当たっていた。うわさでは、近くの極秘の場所に、6000人ほどの警察官が待機していたという。

以上

\*\*\*\*\*

## 読後雑感：2010年 第17回

24. SEP. 10

中小企業家同友会上海倶楽部代表

東アジアセンター外部研究員(協力会理事) 小島正憲

1. 「蟻族」
2. 「外交官が見た“中国人の対日観”」
3. 「なぜ、横浜中華街に人が集まるのか」
4. 「上海バブルは崩壊する」

### 1. 「蟻族」副題「高学歴ワーキングプアの群れ」廉思編 関根謙監訳 勉誠出版刊 9月30日発行

この本は、今、話題の「蟻族」と呼ばれる中国人若者の生態を、赤裸々に描いたものである。ここに登場する「蟻族」が、今後の中国を背負っていくわけだから、中国の将来を見極めるためには、一読しておく必要がある。本文は、序盤が理論的な分析編であり、中盤以降が体験告白編である。まず中盤以降を読んでから、序盤へ進むと「蟻族」がよく理解できるのではないかと思う。

廉思氏は、「この集団の典型的な特徴は、“大学を出ている”、“所得が低い”、“1か所に集まって暮らしている”の3点である」と指摘し、この集団を「大卒低所得群居集団」と命名し、それを短縮かつ擬態化して「蟻族」と呼んでいる。なお、この「蟻族」の大部分は1980年代に生まれた、もっとも典型的な「80后」の集団でもある。さらに廉思氏は、「“蟻族”の大多数は農村もしくは県級市出身で、家庭の収入は低く、両親は社会の中下層である。“蟻族”たちは、しっかり勉強して大学に入り人生を変えるのだということを、小さい頃から教えこまれてきた。蛻雪10年、大学に合格した後、良い仕事を見つけるために勉強に励んだ。しかし卒業するころになって、確かなコネがないために、また“村”に戻るしかないことに気づくのだ。夢破れたその瞬間、思うにまかせない人生を社会のせいにし、自分と社会とを対立させるのである。これを放置すれば、重大な社会問題を引き起こすことは想像に難くない」と書いている。

なお、この廉思氏らの調査研究は、もともと個人的興味から出発したものであるが、北京市人民政府委員会から注目され、専門調査を委託されるに至り、その調査結果は温家宝首相からも重要視されることになったという。

“蟻族”の発生原因について廉思氏は、「ここ数年、社会の大学生に対する求人増加スピードは、大卒者数の増加スピードに追いついていない。一方、下級労働者になりうる者や高校あるいは職業専門学校卒業生に対する需要は増えている。これは、大学教育の大衆化に伴い、大学を出ただけで何の特長もない大量の大学生が、就職において中途半端な状況に立たされていることを物語っている」、「学校の専門配置と市場のニーズとのミスマッチにつながり、大量の大学生の就職難を招いている。このため、大学の教育システムと社会の需要とのギャップが、“蟻族”形成の潜在的な原因となっている」と分析している。

さらに“蟻族”の心理状態について、「“蟻族”の仕事は非常に不安定で、多くの者が絶えず転職してより良い職を求めている。頻繁な転職により長期的高覚醒状態にあり、各種の学習情報や募集情報に対する高い欲求により情報に対して非常に敏感になっている」と書き、その行動特性を「“蟻族”は“80后”として、インターネットにもっとも熟練した集団であり、利益にかかわる意思表示は自然とインターネットを利用し、インターネット上から情報を得て個人の意見を加え、再度ネット上に返すのである」、「“蟻族”の多くはインターネットの急速な発展と共に成長してきた“80后”

世代であり、インターネットを通じたコミュニケーション習慣や匿名性、さらに苦しい現状から家族に本当のことを話したくないなどの状況により、インターネットとは“蟻族”が外界と交流し憂さを晴らす主要な手段となっている」と分析している。

その他、廉思氏は“蟻族”について、下記のような指摘をしている。“蟻族”の1か月の平均所得は、1956円で、都市部の労働者の平均収入を大幅に下回っている。“蟻族”の職業は、男性の大半は、ウェブサイト管理・プログラマーなどの専門技術に従事し、女性の大半は、顧客サービス・セールス・文書作成などの販売あるいはサービス職・事務職に従事している。“蟻族”は一般的に行動によってその利益を表明することに賛成だが、集団行動に参加する傾向は強くない。その理由は、「i. まだ集団行動が爆発する臨界点には達していない、ii. この集団は高等教育を受け、民主的傾向を持つと同時に非常に理性的である。このため利益申し立ての選択をする際に、多くが合法的な利益申し立て方法と合法的なルートによる意志表明を選択する。iii. インターネットが、この集団の社会的憎悪や不満のはけ口となるだけでなく、利益表明の重要な手段ともなりうる。それによって、社会的憎悪の規模と強さをある程度減少させ、集団行動を誘発する可能性も下げている」。

この本の体験告白編には、上記以外に“蟻族”の生態として、中国の若者の間に、マルチ商法がかなり広まっていること、仲間うちに、こそ泥などが蔓延していることなどの、嘆かわしい事態が進行していることが書かれている。また“蟻族”居住地を縄張りとして、“蟻族”からショバ代を取り立てる“蟻食”のような輩が出現していることなどが記述されており、驚かされる。

最後に廉思氏は、「“蟻族”は“出稼ぎ農民”や“農民”と同じく弱者の階層に置かれてはいるものの、本質的には全く違うということを強調しておきたいと思います。“出稼ぎ農民”や“農民”は小学校か中学校のレベルの教育しか受けてなく、中国社会において将来上昇していく可能性はきわめて限られています。これに対して“蟻族”はみな大卒者であり、何年かのちには中国社会発展の中堅となるはずの階層です」といい、したがってこの“蟻族”に関心を持ち、それへの対策を打つことが、「中国社会の持続的発展の可能性」にとってきわめて重要なことであると主張している。

## 2. 「外交官が見た“中国人の対日観”」 道上尚史著 文芸春秋刊 8月20日発行

この本のタイトルは、「外交官が見た」ということを強調しているが、「外交官が聞いた」と訂正した方がよいと思う。実際、本文中で、著者の道上氏が中国の現場に立ち、直接取材をして書いているのは、1 個所のみである。あとは、ネット上での意見の紹介、中国人知識人との対話、中国青少年との交流の記録などである。これで、「中国を見た」というのは、ちょっとおこがましいのではないかと思う。

道上氏は、外務省の所属で、韓国大使館や中国大使館での勤務経験を持っておられ、韓国・中国・日本を比較しての論調は鋭い。たしかに道上氏が言うように、中国人は日本人への態度よりも、韓国人への態度の方が横柄であることが多い。私も日本で20年間、韓国で2年間、中国で20年間の縫製工場経営の経験を持っているし、ことに中国では、工場現場で韓国人といっしょに働いたことがある。そのときの経験からも、中国人は韓国人を蔑視するようなことがあるといえる。それは歴史上、韓国が中国の植民地のような状況にあったことからきているのではないかと考える。

以下に、本文中の参考になる個所を少し抜書きしておく。

### ・北京のエリート高校生の日本修学旅行の体験談

「日本の会社では心を込めて仕事をし、社長になろうとは思わない。一生苦労してそれで満足するそうだ。中国ではほとんどの人が社長、リーダーになりたがり、部下になるのをいやがる。本当に地道に仕事をする人は、それほど多くない。国土が狭く資源の乏しい日本が、世界第2の経済大国になり、アメリカに次ぐ発達した国になったのは、奇跡といえる。彼らの民族性はやや狭隘なのかもしれない。だが、細かいことを大事にし、どんなことでも努力する。民族の恨みによって我われが彼らから何も学ばないとしたら、彼らよりもっと狭隘なのではないか？」

### ・日中青年交流の事務方の中国人若手教師の作文

この学生は、ボランティアで中国に来ていた優秀な日本人教師の熱心さと温かさに感動し、自分も教師になろうと決意。「その後いろいろな日本人と出会い、もっと理解するようになった。やさしさ、思いやり、勤勉…。私はすでに日本語教師になった。これからは私が、後輩にいろいろと教える番だ！」

### ・中国人の知識人の意見

「日本人に関して一番心配なのは、社会人も高校生も、“明日は昨日と同じ、10年後もきっと同じようなものだろう”とか、“世界のことなど関係ない。考えも及ばない”という内向きな、ダラッとした覇気のなさです。海外については、中国の若いビジネスマンのほうが関心が強い。世界の動きが、自分の商売にも自国の評判にも直結することを誰でもわかっています。広い世界を知りたい、できるものなら、アメリカにも日本にもヨーロッパにも行ってみたいと思っています。それに、中国では自分の努力と能力次第で、10年後と言わず、1年後が天国にも地獄にもなる。青少年にとってもこれが当たり前です。だから目の色を変えて頑張る」

## 3. 「なぜ、横浜中華街に人が集まるのか」 林兼正著 祥伝社新書刊 9月10日発行

この本には、中国情勢に関連する記述はないが、日本での華僑の生き方を知り、横浜中華街の歴史などの知識を学ぶことができおもしろい。

まず林氏は、「一見、繁栄を続けているように見える横浜中華街でも、この4年間に92店舗が閉店に追い込まれていった」と書き、したがって「必要なのは、町を復興させることではなく、“町の経営力”によって、町の衰退をいかにして止めるか、ということなのだ」と主張し、「企業でも同じことがいえる。企業も創業と同時に倒産に向かってエネルギーが働いている。何もしなければ、会社は潰れる。したがって、歴代の経営者たちは、企業を倒産から守るために必死で働くのだ」と付け加えている。

また林氏は、「町おこし」のためには、「都市計画法」が大きな壁となって立ちはだかると書いている。これには私も同感である。私が日本で工場を経営していたとき、この理不尽な「都市計画法」にずいぶん泣かされた。反面、これにいじめられたお陰で、すっきり日本を後にする決心ができたということもできる。

横浜中華街の歴史については、ペリー来航のとき、開港と同時に外国人居留地の働き手として、多くの中国人が進出してきた結果、誕生したという。また関東大震災で完全に中華街が倒壊し、大空襲でも全滅するという事態に遭遇した。それでも戦後の横浜中華街は、日本人のための中華街としてよみがえった。中華街が中国人を対象としないので、その地の国の人々を顧客にして成功するのは、世界的にも珍しいという。横浜中華街の住人は、日本人の好みに合わせた中華料理を開発し、中華街の振興に努力し続けた。

その後、横浜中華街の華僑は資金を出し合って、立派な関帝廟を作った。さらに2006年に媽祖廟を完成させた。次いで孔子廟なども計画中だという。すべて住人の自己資金であり、横浜中華街を守り抜こうとするその団結力には頭が下がる思いである。また危機管理意識も高く、鳥インフルエンザへの対応策など完璧に作成されている。毒入りギョーザ事件のときも、守りに入るのではなく、徹底的に勉強会を行い、横浜中華街にその悪影響が及ぶのを防いだという。

#### 4. 「上海バブルは崩壊する」 副題「ゆがんだ中国資本主義の正体」 宮崎正弘著 清流出版刊 9月23日発行

宮崎節に久しぶりにお目にかかった。しかし今回の著作からは、なぜか今までの毒々しい切れ味を感じる事ができなかった。再読してみて、その原因が今までの宮崎氏のスタイルであった現地調査レポートがきわめて少なくなったことにあることがわかった。本の大半はニュース解説であり、それらは現地まで足を運んで確認したものではない。

宮崎氏が今回の著作で、現地調査を行い書き込んでいる部分は、第6章「旧満州はこれから発展する」であるが、これも今までの宮崎氏のものと比較すると、上滑りで中身が希薄である。わが社の工場がある琿春市の工業開発区についても言及されているが、記述は正確さに欠け、実情とはかなり乖離している。読み進めていて、なによりも驚いたのは、「方正県マフィア」という記述の個所(P. 87, P. 153)である。宮崎氏は、池袋北口が新興チャイナタウンと化し、それを仕切っているのが「方正県マフィア」と呼ばれる黒竜江省からの方正県帰国者グループであると書いている。さらに、この方正県というのは、ハルピンから東へ3時間ほどの場所で、中国で唯一例外の日本人墓地があり、そこに今年5月に墓参してきたと付け加えている。この方正県紹介の記述自体は間違いではないが、「方正県マフィア云々」という文言は、宮崎氏の誹謗中傷の類ではないかと思う。なぜなら現在、東京で「方正友好交流の会」が組織され、日本人墓地を維持していくために地道な活動が続けられているからである。私もその仲間の一人に加えていただいているので、会の広報誌などを読んでいますが、当然のことながら、そこからは「方正県マフィア」の匂いなどはまったく嗅ぎ取れない。まだ私は方正県の現地の日本人公墓には訪れたことがないので、近い将来、機会を捉えてそこに行き、その後、この宮崎氏の「方正県マフィア」についての記述について、その真偽を検証したいと思っている。

この本のタイトルは「上海バブルは崩壊する」だが、上海についての記述は第1章と2章のみであり、中身を適切に表したタイトルではない。また中身も、バブル経済の分析が浅く、ことに土地の非バブル化については言及されておらず、あまり参考にはならない。またバブル崩壊の具体的な日時は書き込まれておらず、この予測が外れた場合を想定して用意周到に責任を回避しているものと思われる。また宮崎氏は、現下の中国の人手不足について、中国の深刻な事態として取り上げ記述している。しかし宮崎氏はつい2~3年前まで、中国の主要な問題は「失業」と書いていたではないか。いつから宗旨替えしたのか。ついでに宮崎氏は中国が現在、ルイス転換点に近付いたと書いているが、研究者の間では2003年説も出始めている。宮崎氏は次の本では、さらりとそれに乗り換えてくることだろう。ちなみに私は、中国の人手不足は2003年から発生していると主張し続けてきた。

今回の宮崎氏の著作は、細かいところでもミスが多い。たとえばウズベキスタンにはスターリン時代に朝鮮族が強制移住させられ、戦後、その同胞を頼って韓国企業がワンサカ進出、とくに起亜、現代はバス、乗用車も生産していると書いているが、私が現地で調査してきた結果は、それはワンサカというほどではなく、進出企業も大宇である。

最後に、宮崎氏は「日本はいかに中国と向き合うか」という項を起し、「円安を自ら作り出し、中国工場をカムバックさせよう」と書いている。そこまで書くなら、いつそのこと「日本は鎖国すべき」と主張した方が、宮崎氏らしいと思うのだが、いかがなものだろうか。

以上

\*\*\*\*\*

## チベット自治区における企業活動の現状について (その2)



以下 335 号の続き

### Ⅲ. チベットの農産物加工業

#### 5 チベット特色産業株式会社(西藏特色产业股份有限公司)

以上の企業も興味深いですが、実は調査団全員がもっとも感銘を受けた企業は純粋にチベット族が企業家として成長をした「達氏集団」の「チベット特色産業株式会社(西藏特色产业股份有限公司)」であった。これは、元々は教師で、その後 1 万元を借りて運輸業を開業し、さらに建築関係や貿易関係の仕事をした後、自治区人民政府、自治区糧食局、香港精裕投資公司らと共同出資して(総投資額は 7500 万元、現総資産は 1.68 億元)ダワチョンジュンというチベット族が作った持ち株会社で、集団全体は「ダワチョンジュン」という彼の名前から「達氏集団」とも呼ばれている。集団の下には、①「聖鹿緑色有機食品」とのブランドを持つグリーン食品工業企業、②林芝地区の道路建設を請け負う企業、③チョモランマ近くでミネラル水を取って販売する企業、④これらの製品を内地に販売する企業によって成り立っている。②なども国家の強力な後ろ盾を得た結果と思われるが、チベット族企業家の育成が緊急の課題となっている現在、真に企業家精神をもったダワチョンジュン氏のような人物に期待が寄せられることはよく理解できる。自治区政治協商会議の代表にも抜擢されていると言う。

2003 年 7 月に登記され、2004 年 8 月から生産を開始したこの持ち株会社は工員 101 人、その内の 55%が農牧民の貧困家庭の子女を雇っていて、これは当然チベット族である。集団全体としては 550 人を雇用し、貧困家庭の子女は 80%に達するという。先ハダカ麦ビールもそうであるが、社会貢献ということを明確に意識した企業経営となっている。もちろん、こうした貧困子女には教育水準の問題が付きものであるが、1-2 ケ月上海や浙江省などの内地に研修に出し、あるいは内地からトレーナーを招請して研修をしているので問題はなく、部門經理にまで昇進した者もいるという。なお、内地での研修は漢族との共同となるが民族摩擦はないかと尋ねたが、一切ないとの回答であった。また、10 人の部門經理の内 8 人がチベット族となっている。

また、賃金は最初は 800~1000 元までであるが、経験が重なるに伴って上がり、経歴の長い従業員の平均賃金は 2000 元程度。これ以外にも社会保険、医療保険等の保険料 28%のうちの 20%を企業が負担している。ラサ・ビールほどではないが、かなり高い賃金水準で、労働組合事務所を内部に持つ「活動センター」も充実していて、労働者を大切にする姿勢はよくわかった。特に、労働組合の主席は企業のナンバー3 として、従業員の賃金の調整や福祉状況の改善で影響力を持っている。彼も我々とのヒアリングに参加され、企業側として企業の説明を自信に満ちてされていたのは印象的であった。

この企業は作っている製品もまた「地域貢献的」である。というのは、地元(特に加查、朗県、芒康、左貢、八宿、米林、林芝等の 7 県)でとれるクルミや菜種を使った高級食用油の生産をしているからで、クルミは保存が効くので、農家が言うだけまづは購入しているという。また、クルミの価格も 10 元/500g で一般市場より高く、50 万人の農民が利益を受けているという。この供給地は毎年拡大している。そして、日本やアメリカ、欧州から有機食品としての認定を受け、確かにその認定書も見せてもらった。これらの結果、チベットでは高級食用油の生産は無理との過去の歴史を書き換えたという。こうして、現在ではチベットの農業産業化のリーダー企業となっている(中国では「龍頭企業」という)。

なお、製品を具体的に並べると、「チベット野生クルミ油」、「チベット無量健康食食用油 (Tibetan Health & Healing Cooking Oil)」、「クルミ素油 (Walnut Oil)」、「チベット油 5 号セイヨウアブラナ油 (Tibetan No.5 Canola Oil)」、「チベットニンニク油」、「チベットセイヨウアブラナ油 (Tibetan Coleseed Oil)」などとなる。これらを合わせると年間 2300 トンのセイヨウアブラナ、6000 トンのクルミを加工し、年間 300 トンのニンニク油、300 トンのサンショウ油、300 トンのトウガラシ油を生産していることとなる。立派なものである。

付言すると、この企業集団の③のミネラル水企業は世界最高地の水の販売ということで興味深いですが、我々が訪問した多くの企業それぞれがミネラル・ウォーターを自社生産していたのも興味深い。先ハダカ麦ビール企業も、その本社のラサ・ビールも、さらにシャンバラ・ホテル集団も、後に述べるチベット自治区葯工場も「製造」していた。それだけ「水」は重要な商品であり、かつまたそれに適した水でチベットは満ち溢れているのかも知れない。

#### 6 チベット奇聖食品公司

我々のラサでの企業調査ではラサ経済技術開発区の弁公室副主任旺林氏(チベット族)のヒアリングも伴ったが、その旺林氏が開発区内で特別に紹介してくれたのは、上記のハダカ麦ビールと香港資本の 4 つ星ホテル(ラサ開発区企業家会所)と以下に紹介する「チベット奇聖食品公司」であった。ラサ開発区は、まだまだ

空き地が目立つが国家級開発区として開発のスピードは早く、すでに 208 社の立地が決まっているとのことであるが、この「チベット奇聖食品公司」はその中でも確かに興味あるものであった。

というのは、漢族総経理の設立によるものであるが、製造している食品はヤクの肉などすべてチベットの特産物を使ったものであり、またおいしく、土産物にぴったりのため、観光バスと観光客でごったがえしていたからである。具体的には、ヤクの干し肉などの加工食品、乳製品、チベット高原で取られる野生薬、野生植物、動物、お茶等の加工された健康食品であり、一部には旅行記念品もあった。特に、この販売が工場横の店舗でのものであったから、何と販売費用がゼロとなっている。観光客の需要をよく理解した抜群の起業アイデアであると思った。

なお、従業員は 110 人で、うち 9 割以上がチベット族であった。また少なくとも販売所の店員は殆どが若い女性で、彼女たちは自治区内だけではなく、甘粛省、青海省、四川省のチベット族地区から来ていた。ただし、同じチベット族でも、チベット方言はかなり強く、ラサ語は分からないので、と北京語で話をしていたのが興味深かった。確かにチベットの方言は非常に強く、これが北京語の普及の非常に重要な理由となっているのかも知れないと感じた。

## 7 政府のチベット農業支援の窓口チベット現代農業模範園地

続いて紹介するものは元々は「企業」ではない。ラサ市の西郊外にある「チベット自治区農牧科学院」の一部が 2004 年 9 月にチベット隆鑫科技開発有限公司として独立採算企業となったもので、その高い技術を用いて、主にスイカ、ナス、トマト、白菜、キュウリ、かぼちゃ、ミニトマト、瓜、セリ、大根、へちま、瓢箪、イチゴなどの野菜や果物、それに花や野生薬、高原動物等の新種開発、育成・栽培、生産などを行っているものである。400 ヘクタールの実験耕地面積を持ち、新種を栽培し、収穫は販売もしているが、より重要な活動は、現代的な施設の使用法、新種の栽培方法、ワクチンの繁殖方法、食用菌の生産方法無公害野菜の栽培方法をチベット農民たちの技術指導することにある。

チベット農業は前述のようにハダカ麦を主要作物とする長い歴史を有するが、そのため野菜や果物は長らく食べられなかった。しかし、食べ物の現代化は野菜や果物の栽培を必要とするようになり、それをチベットという高山地域で行なうための新技術の開発や技術指導が必要となる。そして、それがまさに農民の収入アップの近道でもある。そうした必要を担うために作られたのがこの施設である。農民らを無料で研修することであるから、それに必要な費用は国家補助としてなされていると言われた。毎年 300 万元の国家投資となっていると言われた。

研修は具体的にはここでの長期・短期の研修と、技術指導員が各地を回って指導するという二通りの方法で行なわれている。ここでの研修の際は食費も宿舎代も交通費も政府持ちで、一部の農民はここで一年間働いている。また、こちらから現地に指導に回る際にはチベット語ができる指導員が望ましく、そうした指導員を 6 名持っているが、チベット語のできない 9 名の漢族も苦勞して可能な限りチベット語をできるように努力しているという。指導範囲はラサ堆龍徳慶県、達孜県、昌都地区など 11 県、山南地区加查県及び阿里地区まで至っている。そして、この指導の効果は防虫など極めてはっきりと表れているという。長短期のここでの研修では毎年 1500 人を受け入れているが、それとともにすでに 400 人近い農民や村落幹部を育成しているという。

なお、こうした事業を担う科学技術人員の 70%が、企業幹部では 60%がチベット族で、従業員全体としては 95%ということであった。給与は人によって違うが、基本の 1000 元に各種手当を追加して 2000-3000 元程度ということであった。

## 8 チベット自治区蔵薬工場（西藏自治区藏药厂）

最後に紹介するのは、1969 年設立され、現在では全国最大規模の伝統的チベット薬製造工場であるチベット自治区蔵薬工場である。ラサにあるチベット医学病院の一部局として存在するものであるが、病院自体が国立なので、このセクションも「企業」という形をとっていない。つまり、公務員として工場長も「総経理」ではなく自治区衛生局が任命する「工場長」となっている。しかし、もちろん、「工場」ではあり、従業員は三百数十人で大部分がチベット族。また、20 数名の部門経理のうちの 95%はチベット族ということであった。

製造しているチベット薬は 350 種類余りあるが、内 12 種類が「国家中薬保護品」と指定され、年間の総生産量は 100 トン、生産額は 1.4 億元で殆どは病院に提供している。しかし、外部への販売も 20%程度あるということであった。また、最低賃金は 850 元であるが、福祉等を加えると毎月平均 2000 元程度ということであった。

## IV、チベット族経営個人・私営企業の現状

以上8社の状況からみると、いずれも事業で成功しており、拡大し続けている。チベット特色産業株式会社が一部の商品をすでに日本、アメリカ、東南アジア諸国から衛生面で認定を受け輸出し始めている。チベットハダカ麦ビール有限公司も来年から海外輸出を目指している。原材料生産基地を拡大しており、事業に関わって多くの収益を得ている農家も増えている。いずれの会社でも従業員の八割以上がチベット族からなっており、多くの雇用機会を作り出していることは重要である。

これらの調査した企業の状況を踏まえながら、中国で公表されている企業基本データに基づいて、チベット企業活動の全体像を紹介したい。このデータセットは「伊梅資源有限公司」が公表したデータ（以下では「伊梅データ」と略す）であり、財務データではないが、企業名、業種、企業責任者名、一部企業は従業員数等があり利用価値もある。チベットの場合企業責任者名から経営決定権を握っているものは何族であるか大体は判断できる。ただし、チベット族の何割かは漢族との通婚によって漢族名を持っているので、この基準ではチベット族が過小評価されることには注意しなければならない。

企業は法人企業と非法人企業に分けられる。企業法人は公司制企業であり、工商企業管理局から「企業法人経営許可証」が交付され、法人代表が決められる。法人企業の責任者は法人代表、経理、取締役などがなっているケースが多い。非法人企業は個人独資企業と合作企業を含めるが、工商企業管理局に企業責任者が登録され、「営業許可証」が交付される。非法人企業の責任者は企業の「経理」か、「主任」か、或いは「工場長」を指す。チベットでも法人企業と非法人（工場）企業両方あり、法人企業は比較的新しく設立されていて、工場は人民公社の延長で見ることができると、以下では法人企業と工場を分けて見てみる。

表2 伊梅データから見た法人企業数とチベット族経営企業比率

(2004年末まで登録された企業)

	合計	チベット族経営企業数	チベット族経営企業比率(%)	製造加工業数	チベット族経営企業数	チベット族経営企業比率(%)
西藏	1000	387	38.7	72	29	40.3
阿里地区	29	16	55.2	1	1	100.0
昌都地区	62	30	48.4	6	3	50.0
ラサ地区	596	145	24.3	41	14	34.1
林芝地区	63	15	23.8	11	2	18.2
那曲地区	66	44	66.7	5	3	60.0
日喀則地区	138	100	72.5	5	4	80.0
山南地区	46	37	80.4	3	2	66.7

表2は伊梅データに記載されている2004年末までに登録された法人企業（公司制企業）数とチベット族経営企業数及びその比率、うち製造加工業の数とチベット族経営製造加工業及びその比率を示している。全体からみるとチベットにある企業法人は1000しかない。6割に近い596社がラサに位置し、13.8%が日喀則(シガツェ)地区に分布し、阿里地区では最も少なく29社がある。企業責任者の民族属性からみると全体のうち38.7%がチベット族経営企業であり、那曲地区、日喀則地区、山南地区では66%以上を占めている。そのうち製造業及び加工業企業が72社しかなく、主にラサ市と林芝地区に集中している。またそのうち40%がチベット族経営企業である。

表3は主に従事している主な経営範囲を示しているが、食品加工、アルコール製造、建築原材料製造、紡織、飼料加工、木材加工、家具製造、工芸品製造、絨毯製造、薬製造など日常生活と直接的に関わる部門がほとんどである。

表3 チベットでの製造加工業企業法人の所属産業

阿里地区	コンクリート原料製造
昌都地区	ボトル入りの飲用水、木材加工
ラサ地区	他の都市で生産されている製品以外に、ジュエリー製造、レザー、毛皮、ダウン及び関連製品、羊毛織物、絨毯製造
林芝地区	木材加工、漢方薬製造、食品加工、繁殖・育成

那曲地区	食肉製品及び副産品製造、石炭製品、飼料加工、電気機械及び機器製造
日喀則地区	アルコール製造、食用植物油製造、天然植物繊維の工芸品を製造、木製家具
山南地区	繁殖、建築用タイル製造、精油、化工生産専用設備

表 4 は非法人企業（工場）の状況を示している。チベットにはおよそ 339 社の工場があり、ラサ市内では最も多い 131 社、日喀則地区では 59 社、昌都地区では 47 社、阿里地区では 7 社と最も少ない。うちチベット族経営工場は 54% の 183 社あり、阿里地区、那曲地区、日喀則地区では 7 割以上はチベット族経営である。総数からみれば、製造業に従事している企業は半分以上であり、別の少数民族地域に比べて比較的多い。しかし、従事している産業は日常生活と関わる部門が多い。企業法人よりも工場ではチベット族経営の比率が高い。これは有限公司や株式制などの現代的企業制度にチベット族が慣れていないからだと考えられる。また工場の多くは人民公社の延長で存在している集団所有制企業である可能性が高い。いずれにせよ、チベット族経営企業がこのように多いということは良いことである。このデータは 2004 年末までに登録された企業を対象としているから、最近の政府の支援政策でこれらの企業が拡大し、多くの雇用機会を提供しているものと思われる。

表 4 伊梅データから見た非法人企業（工場）数とチベット族経営企業比率  
(2004 年年末まで登録された企業)

	合計	チベット族経営企業数	チベット族経営企業比率 (%)	製造加工業数	チベット族経営企業数	チベット族経営企業比率 (%)
西藏	339	183	54.0	175	95	54.3
阿里地区	7	6	85.7	2	2	100.0
昌都地区	47	18	38.3	29	10	34.5
ラサ地区	131	52	39.7	67	30	44.8
林芝地区	34	15	44.1	15	5	33.3
那曲地区	24	18	75.0	12	8	66.7
日喀則地区	59	49	83.1	28	24	85.7
山南地区	37	25	67.6	22	16	72.7

## V. 私が感じた問題点

ラサ市はチベット仏教の信者にとっては、イスラム教徒にとってのメッカの様な存在である。チベット内外からラサ市に一生の内一度も礼拝に来られない信者もいると聞いている。街には朝からマニ車を回し、口でお経を唱えながら大昭寺やポタラ宮に向かう僧侶達や一般人を多く見かけた。非常に真剣で、まるで周りの世界に無関心でいるように感じた。彼らの礼拝場所である観光地は国内外からの観光客で賑わっていた。私はタクシーの運転手などから片言のチベット語を覚えて使ってみたが、チベット族の反応はよく、よく笑顔で答えてくれた。その一言で親近感を感じた。

チベットは確かに早いスピードで発展していて、交通もだんだん便利になっている。成都市から日喀則市までの空路が何年かの内にはできるなどといった情報もあり、これからも観光客が増えるに違いない。ラサ市西郊外に建てられている高級マンションが、ラサ市のこれからの発展のシナリオでもあり、人口は増加し、経済活動が活発になるだろう。とりわけ観光ビジネスの機会は多く、開発されていない観光地や、すでに開発中の観光地がさらなる投資によってさらなる雇用機会を生み出すことは間違いない。

内地からビジネス機会を目指して来る者、旅行に来る者はもちろん活発な漢族であり、現地でビジネスを起こしている漢民族の経済的利益は現地住民、つまりチベット族から取得されるものではなく、内地からの漢族あるいは海外からの観光客から取得されるものである。そうすると彼らはチベット語を勉強する直接的なインセンティブがとても小さく、雇われるチベット族がこのような機会を掴むには漢語を最低限勉強しなければならない。ラサ市内だけではなく、訪問した江孜(ギャンツェ)や日喀則(シガツェ)市内のあちこちで求人広告があった。多くはサービス業であるが、漢語ができるチベット人の求人も多くあった。現在でも

求人広告がそんなにあるということは、そのような仕事をこなす能力のあるチベット族が少ないということである。他の少数民族地域でも同じであるが、チベットでは言語の壁がもっと高い様な気がする。ビジネスチャンスがチベット族にも同じくたくさんある。少数民族の共通の問題でもあるが、現代市場経済になじめないために漢族に負けてしまい、不満を持つことがほとんどのように思われる。タクシー運転手はチベット族の人も一部いたが、レンタルでやっても月收入が3000元以上であるという。何人かの漢族の運転手からも訪ねてみたが、平均月收入は6000元もあるという。商店街でも漢族の店の方が品目数や店の飾りなどで明らかにチベット族の店より優れていて、やる気満々である。資金面で問題があるかもしれないが、消費者の心理をよくわかっているのは漢族である。チベット族経営の飲食店もそれなりにあったが、立派なものは少なかった。近いうちに漢族経営のチベット料理レストランなども多く出てくるかもしれない。

現在内地から商人、観光客が多く進んだ文化を持ってきて、現地のチベット族の視野が広がっているようだが、市場経済の波に乗るには、多くのチベット族が現地から外に出て、内地の生活を知るという経験を重ねる必要がある。1990年代から、小学生から大学生までのチベット族が内地で生活をして教育を受け、その後チベットに帰って活躍するような人物にも多く出会った。彼らの生活水準は高いだろうが、チベット族の総人口全体からみるとまだまだ不足する。

また、さらなる経済発展には社会の安定が決定的であり、観光地の保護や現地文化への尊敬と配慮が必要である。多くのチベット族にとっては観光業による経済的な利益よりも日常的な礼拝の方がまだ重要であるように感じられる。彼らが現代の市場経済に追い付くにまだ時間がかかる。観光地の管理強化や旅行者に対する最低限の教育宣伝が必要なのではないだろうか。それによりチベット仏教徒らの不満を減じることができれば、社会の安定にも寄与することができる。

以上

\*\*\*\*\*

## 【中国経済最新統計】（試行版）

東アジアセンターは、協力会会員を始めとする読者の皆様方へのサービスを充実する一環として、激動する中国経済に関する最新の統計情報を毎週お届けすることにしましたが、今後必要に応じて項目や表示方法などを見直す可能性がありますので、当面、試行版として提供し、引用を差し控えるようよろしくお願いいたします。 編集者より

	① 実質 GDP 増加率 (%)	② 工業付 加価値 増加率 (%)	③ 消費財 小売総 額増加 率(%)	④ 消費者 物価指 数上昇 率(%)	⑤ 都市固 定資産 投資増 加率 (%)	⑥ 貿易収 支 (億\$)	⑦ 輸出 増加率 (%)	⑧ 輸入 増加率 (%)	⑨ 外国直 接投資 件数の 増加率 (%)	⑩ 外国直 接投資 金額増 加率 (%)	⑪ 貨幣供 給量増 加率 M2(%)	⑫ 人民元 貸出残 高増加 率(%)
2005年	10.4		12.9	1.8	27.2	1020	28.4	17.6	0.8	▲0.5	17.6	9.3
2006年	11.6		13.7	1.5	24.3	1775	27.2	19.9	▲5.7	4.5	15.7	15.7
2007年	13.0	18.5	16.8	4.8	25.8	2618	25.7	20.8	▲8.7	18.7	16.7	16.1
2008年	9.0	12.9	21.6	5.9	26.1	2955	17.2	18.5	▲27.4	23.6	17.8	15.9
2009年	9.1	11.0	15.5	1.9	31.0	1961	▲15.9	▲11.3	▲14.9	▲16.9	27.6	31.7
2008年												
8月		12.8	23.2	4.9	28.1	289	21.0	23.0	▲39.5	39.7	15.9	14.3
9月	9.9	11.4	23.2	4.6	29.0	294	21.4	21.2	▲40.3	26.0	15.2	14.5
10月		8.2	22.0	4.0	24.4	353	19.0	15.4	▲26.1	▲0.8	15.0	14.6
11月		5.4	20.8	2.4	23.8	402	▲2.2	▲18.0	▲38.3	▲36.5	14.7	13.2
12月	9.0	5.7	19.0	1.2	22.3	390	▲2.8	▲21.3	▲25.8	▲5.7	17.8	15.9
2009年												
1月				1.0		391	▲17.5	▲43.1	▲48.7	▲32.7	18.7	18.6
2月		(3.8)	(15.2)	▲1.6	(26.5)	48	▲25.7	▲24.1	▲13.0	▲15.8	20.5	24.2
3月	6.1	8.3	14.7	▲1.2	30.3	186	▲17.1	▲25.1	▲30.4	▲9.5	25.5	29.8
4月		7.3	14.8	▲1.5	30.5	131	▲22.6	▲23.0	▲33.6	▲20.0	25.9	27.1
5月		8.9	15.2	▲1.4	(32.9)	134	▲22.4	▲25.2	▲32.0	▲17.8	25.7	28.0
6月	7.9	10.7	15.0	▲1.7	35.3	83	▲21.4	▲13.2	▲3.8	▲6.8	28.5	31.9
7月		10.8	15.2	▲1.8	(32.9)	106	▲23.0	▲14.9	▲21.4	▲35.7	28.4	38.6
8月		12.3	15.4	▲1.2	(33.0)	157	▲23.4	▲17.0	▲2.05	7.0	28.5	31.6
9月	8.9	13.9	15.5	▲0.8	(33.4)	129	▲15.2	▲3.5	10.6	18.9	29.3	31.7
10月		16.1	16.2	▲0.5	(33.1)	240	▲13.8	▲6.4	▲6.2	5.7	29.5	31.7
11月		19.2	15.8	0.6	(32.1)	191	▲1.2	26.7	10.0	32.0	29.6	34.8
12月	10.7	18.5	17.5	1.9	(30.5)	184	17.7	55.9	9.7	-44.6	27.6	31.7
2010年												
1月				1.5		142	21.0	85.6	24.7	7.8	26.0	29.3
2月		(20.7)	(17.9)	2.6	(26.6)	76	45.7	44.7	2.5	1.1	25.5	27.2
3月	11.9	18.1	18.0	2.4	26.3	▲72	24.2	66.4	28.1	12.1	22.5	21.8

4月		17.8	18.5	2.8	25.4	17	30.4	50.1	21.3	24.7	21.5	22.0
5月		16.5	18.7	3.1	25.4	195	48.4	48.9	29.3	27.5	21.0	21.5
6月	10.3	13.7	18.3	2.9	24.9	200	43.9	34.6	8.3	39.6	18.5	18.2
7月		13.4	17.9	3.3	22.3	287	38.0	23.2	12.8	29.2	17.6	18.4
8月		13.9	18.4	3.5	23.9	200	34.3	35.5	21.2	1.4	19.2	18.6

- 注：1. ①「実質 GDP 増加率」は前年同期（四半期）比、その他の増加率はいずれも前年同月比である。
2. 中国では、旧正月休みは年によって月が変わるため、1月と2月の前年同月比は比較できない場合があるので注意されたい。また、( )内の数字は1月から当該月までの合計の前年同期に対する増加率を示している。
3. ③「消費財小売総額」は中国における「社会消費財小売総額」、④「消費者物価指数」は「住民消費価格指数」に対応している。⑤「都市固定資産投資」は全国総投資額の86%（2007年）を占めている。⑥—⑧はいずれもモノの貿易である。⑨と⑩は実施ベースである。
- 出所：①—⑤は国家統計局統計、⑥⑦⑧は海関統計、⑨⑩は商務部統計、⑪⑫は中国人民銀行統計による。