

## 目次

- 中国経済研究会のお知らせ
- アジア経済発展論研究会のお知らせ
- 上海街角インタビュー ③②
- 【中国経済最新統計】

### 「中国経済研究会」のお知らせ

2014年度第2回（通算第41回）の中国経済研究会は下記の要領で開催することになりましたので、ご案内いたします。大勢の方のご参加をお待ちしております。

#### 記

時 間： 2014年6月17日（火） 16:30-18:00

場 所： 京都大学吉田キャンパス・法経済学部東館地下1階みずほホール

報告者： 李 妍蓉（京都大学大学院農学研究科博士後期課程）

テーマ： 「中国農村での垂直的組織化と農地への投資行動—湖南省を事例として—」

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。2014年度における開催（予定）日は以下の通りです。

前期：4月16日（火）、5月20日（火）、6月17日（火）、7月22日（火）

後期：10月21日（火）、11月18日（火）、12月16日（火）、1月20日（火）

（この件に関するお問い合わせは劉徳強（liu@econ.kyoto-u.ac.jp）までお願いします。なお、研究会終了後、有志による懇親会が予定されています。）

\*\*\*\*\*

### アジア経済発展論研究会のお知らせ

今年度のアジア経済発展論研究会を開始致します。今年度は第1木曜日を基本として開催致します。早速ですが、6月5日に以下の要領で第1回目の研究会を開催致します。日が迫ってからのご連絡で恐縮ですが、皆様の積極的なご参加をお待ちしております。

なお、今回は報告者のお一人のサポートのために手話通訳がつく予定です。

研究会 website

<http://www.cseas.kyoto-u.ac.jp/~fmieno/Asia%20Economic%20Seminar.html>

アジア経済発展論研究会

（経済学研究科、東南アジア研究所、アジア研究教育ユニット、東アジア経済研究センター共催）

#### ■6月研究会

日時： 2014年6月5日（木） 17:00-18:30

場所： 病院西地区（薬学部構内）東南アジア研究所 稲盛財団記念館

3F 中会議室（下記地図 35 番のビル南はし）

[http://www.kyoto-u.ac.jp/ja/access/campus/map6r\\_m.htm](http://www.kyoto-u.ac.jp/ja/access/campus/map6r_m.htm)

[吉田キャンパスではないのでご注意ください！！]

報告者： 森 壮也 氏 （アジア経済研究所）

報告論題 :

フィリピン障害者の生計と彼らを取り巻く社会 :  
ルソン島の都市/農村部データの世帯データによる経済分析

参考

<http://www.keisoshobo.co.jp/book/b107665.html>

[http://www.fasid.or.jp/award\\_detail/5\\_index\\_detail.shtml#award-17-1](http://www.fasid.or.jp/award_detail/5_index_detail.shtml#award-17-1)

言語 : 日本語

研究会幹事 :

東南アジア研究所 三重野 mieno-lab@cseas.kyoto-u.ac.jp 075-753-7311

経済学研究科 矢野

経済学研究科 高野

\*\*\*\*\*

## 上海街角インタビュー ③②

社団法人大阪能率協会アジア・中国事業支援室副室長 (海外委員)

順利包装集団董事 (在上海)

福喜多技術士事務所所長

福喜多俊夫

### 「中国はニセモノ大国」といわれることを上海人はどう思うか？

改革開放以来、販売競争は日増しに激しくなり、儲け第一主義も横行、市場には有名ブランドの偽物や粗悪品も数多く出現している。人々は出来るだけ良質の商品を求めて、信用あるメーカーの商品を買い求めようとする。食品・飲料、服装・靴・帽子、家庭電化製品、医薬保健品、化粧品・トイレタリー製品、日用雑貨・・・しかし、我々が日常使用するこれらすべての商品に偽物が存在している。調査によれば90%以上の消費者およびメーカーは偽物の被害を受けているという。

「中国はニセモノ大国だ」といわれるが、この事について一般の上海人はどう感じているのか聞いてみた。

#### 1. 20歳代後半の女性

残念ながら事実だから「ニセモノ大国」と言われてもしかたがないです。中国はまだ市場の開放度が低く、輸入ブランド物やウイスキー、ワインに高い関税をかけているから、偽物で儲けようとする人が出てくるのです。私は偽物業者を非難できません。DVDは道端の露店でコピー品を買っていますから。

#### 2. 30歳代前半の女性

「ニセモノ大国」といわれると、とても恥ずかしいです。でも事実だから反論できません。買う人は絶えないし、政府も真剣に取り締まっています。

詐欺まがいのニセモノもいろいろありますよ。騙されないでください。

Ipad に対して Iped

Iphone に対して Hiphone

Omega に対して Owega

Armani に対して Anmani

康帥傳 に対して 康帥夫 (康帥傳は食品ブランド、即席麺で有名)

農夫山泉 に対して 農大山泉 (農夫山泉はミネラルウォーターのブランド)

雪碧 に対して 雲碧 (雪碧はスプライトのこと)

#### 3. 40歳代前半の男性

個人的な見解ですが、模倣するのは途上国が必ず歩む道ですから恥ずかしくありません。西側世界が主張している知的財産権は過剰なものが多い。例えばマイクロソフトの Windows などバカ高い。しかし、中国は途上国から発展国へ変化しています。そろそろ模倣から独創を尊ぶ風土を作っていかなければなりません。

---

ん。中国は官民とも知的な権利を尊ぶ雰囲気が無さ過ぎます。このままでは、「創造」の芽が育ちません。民間人の発明と研究欲が生まれません。中国は肉体労働者保護に力を入れています、頭脳労働者への尊敬と報酬を重視しなければなりません。

すぐには中国のニセモノは消えないでしょう。あと 20 年はかかると思います。国民収入と生活レベルが上がり、特に教育レベルを高めねばなりません。ニセモノを買わない覚悟がないと偽物退治は出来ません。

#### 4. 40 歳代中頃の女性

私は外資系企業で働いているので外国人からよく言われます。事実だから反論できません。とても恥ずかしいです。

#### 5. 50 歳代前半の男性

中国はニセモノ大国であることは周知のことなので、外国人から言われても違和感はありません。ニセモノを取り締まる法律は整備されつつありますが、取り締まりそのものが緩いので実効が上がりません。その最大の理由は地方政府の GDP 優先、および官商癒着にあります。国民が監視をもっと強めて地方政府に圧力をかける必要があります。

ブランド品のコピー商品には、結構品質の良いものがあります。違法なコピー商品など作らず、独自ブランドを作れば良いと思うけど、残念ながら皆、コピー品作りに走っています。時間をかけて自前のブランドを作るより、ニセモノで手っ取り早く儲けたい人が多すぎます。もちろん立派な事業家もいます。スマホの「小米」などはその代表です。

#### 6. 70 歳代の男性

一番悪質なのは食品、医薬品のニセモノを作る業者だ。健康被害や甚だしくは死者が出て何とも思っていない金の亡者が中国にはたくさんいる。我々はニセモノを掴まされないように自衛するので精一杯だ。

#### 7. 40 歳代の女性

中国は「ニセモノ大国」に違いないけれど、本物のブランド物を買える階層の人はコピー商品を買わないと思う。コピー商品を買うのは本物を買えない庶民層。この層だってコピー商品を買いたいと思って買っているわけではない。デザインの良い安いものがないからコピー品を買うわけです。中国のデザイン力が上がればブランド物のコピー品は廃れると思います。

### 中国市場における偽物の実態

現状、中国の偽物には以下の特徴がある。

- ①偽物商品の種類、数量は多く、生産資材から生活日用品、国内販売商品から輸出商品、一般汎用品から高級耐用商品、日常生活用品から高科学技術製品に至るまで偽物のないものはない。この中でも製造利益が高く、販売回転率が高い有名タバコ、銘酒、医薬品の問題が深刻である。
- ②偽物は生産、供給、販売の地域化が出来ており、拠点が流動的で隠蔽性が高い。また、村ぐるみ、地区ぐるみで拠点化され、生産、貯蔵、物流が大規模化されている。また、これら偽物集団に倉庫、輸送手段を提供し、銀行口座を貸すことも組織化されている。犯罪集団は摘発されても再生能力が高い。中国国境沿いの外国で偽物を生産し、中国国内に持ち込むケースも見られる。
- ③国外ブランド品の偽物問題はますます増加している。
- ④重大な悪性案件が増加しており、金額も大きくなっている  
偽物劣悪品が消費者やメーカーに与える損害は、消費者のブランドに対する不信感の醸成、経済損失、健康被害が生命の危険におよぶ場合もある。メーカーにとっては信用失墜と経済的損失、中国製品に対する信用失墜による輸出への影響、中国国家に対する国際的信用失墜がある。

偽物商品は偽物防止ラベルの偽物を身にまとっている。偽物商品はブランドタグの偽物をつけ、偽物防止ラベルの偽物で包装されている。“道高一尺、魔高一丈”、偽物の氾濫は偽物防止技術の発展を刺激したが、偽物防止技術の開発はそれをコピーする技術とのイタチごっこである。市場である製品が好評を博し、利益率も高いと知れると、直ちに偽物が出現する。偽物生産には研究開発費も広告宣伝費もいらない。悪徳業者にとっては利益率の高い事業である。偽物商品には明らかに騙すことを目的とした偽物と、有名ブランドのブランド名を騙り、コピー商品であることを標榜してネット等で販売しているものがある。後者には高級時計のコピー商品が多い。

政府とメーカーは被害を防ぐため多くの偽物防止技術を開発し、これらを複数組み合わせ使用している。また、真贋を見分ける方法を広報している。しかし、偽物生産による巨大利益の誘惑に駆られた偽物業者は、偽物防止技術のコピーに力を注ぎ、一般消費者には真贋の区別が益々難しくなっている。

以上

\*\*\*\*\*

## 【中国経済最新統計】

	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 <sub>ドル</sub> )	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
2010年	10.3	15.7	18.4	3.3	24.5	1831	31.3	38.7	16.9	17.4	19.7	19.8
2011年	9.2					1549	20.3	24.9				
10月		13.2	17.2	5.5	34.1	170	15.8	29.1	-0.6	8.7	16.7	14.1
11月		12.4	17.3	4.2	21.4	145	13.8	22.6	-12.9	-9.8	16.2	14.0
12月	8.9	12.8	18.1	4.1	5.7	165	13.3	12.1	-15.4	-12.7	17.3	14.3
2012年						2303	7.9	4.3				
1月				4.5	25.3	273	-0.5	-15.0	4.6	10.8	16.6	14.8
2月		21.3		3.2	—	-315	18.3	40.3	38.7	-0.9	17.8	15.0
3月	8.1	11.9	15.2	3.6	21.1	53	8.8	5.4	-6.5	-6.1	18.1	15.7
4月		9.3	14.1	3.4	19.2	184	4.9	0.4	-26.1	-0.7	17.5	15.4
5月		9.6	13.8	3.0	21.0	187	15.3	12.7	-6.1	0.0	17.9	15.7
6月	7.6	9.5	13.7	2.2	21.8	317	11.3	6.3	-16.3	-6.9	18.5	16.0
7月		9.2	13.1	1.8	20.6	251	1.0	5.7	-7.8	-8.6	18.9	16.0
8月		8.9	13.2	2.0	19.4	267	2.7	-2.7	-12.7	-1.4	18.4	16.1
9月	7.4	9.2	14.2	1.9	23.1	277	9.8	2.3	-6.4	-6.8	19.8	16.2
10月		9.6	14.5	1.7	22.4	320	11.5	2.2	1.8	-0.2	14.6	15.9
11月		10.1	14.9	2.0	20.0	196	2.8	-0.1	-8.7	-5.4	14.5	15.7
12月	7.9	10.3	15.2	2.5	18.8	316	14.0	6.0	-7.8	-4.5	14.4	15.0
2013年												
1月				2.0	20.8	291	25.0	29.0	-12.4	-3.4	15.9	15.4
2月				3.2		153	21.7	-14.9	-35.6	6.3	15.2	15.1
3月	7.7	8.9	12.6	2.1	21.5	-9	10.0	14.2	-19.7	5.7	15.7	14.9
4月		9.3	12.8	2.4	19.8	182	14.6	16.6	13.9	0.4	16.1	14.9
5月		9.2	12.9	2.1	19.7	204	0.9	-0.1	-14.4	0.3	15.8	14.5
6月	7.5	8.9	13.3	2.7	19.9	271	-3.3	-0.9	-17.3	20.1	14.0	14.1
7月		9.7	13.2	2.7	20.2	178	5.1	10.8	1.2	24.1	14.5	14.3
8月		10.4	13.4	2.6	21.4	285	7.1	7.1	-11.7	0.6	14.7	14.1
9月	7.8	10.2	13.3	3.1	19.6	152	-0.4	7.4	-16.8	4.9	14.2	14.3
10月		10.3	13.3	3.2	19.2	311	5.6	7.5	-8.2	1.2	14.3	14.1
11月		10.0	13.7	3.0	17.6	338	12.7	5.4	-9.3	2.3	14.2	14.2
12月	7.7	9.7	13.6	2.5	17.2	256	4.3	8.6	-3.4	-42.6	13.6	14.1
2014年												
1月				2.5	19.8	319	10.5	10.8	-8.6	-4.5	13.2	14.3
2月				2.0		-230	-18.1	10.4	1.3	4.0	13.3	14.2
3月	7.4	8.8	12.2	2.4	17.3	77	-6.6	-11.3	6.1	-1.5	12.1	13.9

- 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は国家统计局統計、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。