

中国の西南部経済開発過程における 消費生活の変化

—— 貴州省の都市部における消費実態調査を中心に ——

リ カイ ホウ
李 海 峰

目次

- 1 はじめに
- 2 経済発展と地域間格差
 1. 貴州省の経済発展と収入の増加
 2. 消費生活水準の上昇
 3. 西部・東部地域間の格差
- 3 都市部における実態調査
 1. 貴陽市の経済と生活状況
 2. 消費生活の実態調査
- 4 貴陽市の消費者生活、意識・行動の変化
 1. 社会的、経済的特性
 2. 消費支出の動向
 3. 購買行動の変化
 4. 貯蓄と消費意識
 5. 生活水準と階層意識
 6. 情報環境と広告意識
- 5 考察——他の都市における調査結果との比較分析
- 6 結論と今後に残された課題

1 はじめに

世界最大の人口を持つ中国は1980年から始まった経済改革は26年間も高成長を持続してきた。しかし、中国の経済発展過程はこれまでの欧米、日本などの先進国、地域の発展特徴と異なり、空間的、時間的な格差が拡大している。1990年代から経済発展が先行した東部の都市部では大衆消費社会の現象

が出現した¹⁾。一方、西部地域は貧困状況から離脱されていない状況にある。

1980年代の経済改革の当初から中国政府は、東部沿海地域を優先的に発展させ、その発展の成果を遅れた西部地域へと支援し、中国社会全体の“小康”（まずまずの豊かな生活）水準²⁾に到達させようと、一連の政策を制定してきたのである³⁾。1990年代の後半から、政府は内需拡大、経済高度成長の持続を図るため、「大西部開発」政策の実施を急速に本格化させた。それまでに実行してきた「貧困地域支援」は「西部開発」へとこの経済開発政策の実施は明確化させたのである。即ち、その戦略の一環としては東部、沿海部の経済発展の効果を大西部、内陸部に波及させ、これらの地域における経済格差、貧困を是正するということである。中国の国内研究によれば、「西部における現代化が実現できたとき、中国は真の現代化が実現できたといえよう」⁴⁾。西南地域の経済開発により、地域間、階層間の格差を縮小し、その目的である「小康生活」（まずまずの豊かな生活）が東部から西部へと全面的に実現していく。この戦略的な経済開発政策の実施によって、企業の進出が活発化し、投資が急増した。内陸部における就業が多くなり、収入が増加し、生活水準が上昇していることが推測される。同時にその格差が縮小されていると考えられる。しかし多くの研究によると、「西部開発」政策が2000年から本格的に実施されて5年後、マクロ的に経済成長が増加しているが、地域間格差、階層間の格差は縮小しているのではなく、経済の発展とともに拡大している一方である⁵⁾。

これまでの中国国内研究⁶⁾で論証されたのは、中国の貧困地域の社会経済、生活環境、教育水準などは世界の他の開発途上国の現象と同様、貧困地域は

- 1) 李海峰『中国の大衆消費社会—市場経済化と消費者行動』ミネルヴァ書房、2004年2月。
- 2) 「小康生活」は生活水準が向上し、衣食住が豊かになるまずまずの水準、ある程度裕福であることを意味する。これは1980年代経済改革の当初から政府はあげた「市場経済導入」の主な目的である。鄧小平の経済発展段階論の中で論じられている。黒岩達也・藤田法子著『開かれた中国巨大市場』蒼蒼社、2002年6月。53—55頁参照。
- 3) 侯景新・張志軍・鄭志国著『東部西進戦略』広西人民出版社、2001年1月。
- 4) 馬洪・王夢奎編『中国発展研究』中国発展出版社、2001年5月。
- 5) 何律琴「注重政府宏観調整、構建和諧社会」『第2回貴州経済論集』2004年12月。
- 6) 侯景新著『落後地区開発通論』中国軽工業出版社、1999年6月。

ど格差が大きい。そして中国における貧困の解消は都市化、工業化への道を選択する以外にないと主張されている⁷⁾。2005年現在では、貴州省は1人当たりのGDPは全国で最低水準にあり、しかし貴州省の最大都市貴陽市は全国の大都市のランキング⁸⁾で見ると、最低水準ではない、これは貴州省における大都市と農村の格差が大きいことが示されている。都市化、工業化による経済発展方針のもと、西部地域の開発が都市部から始まり、徐々に農村部に拡大させていくのであろう。東部から西部への技術、人材、物質などあらゆる面の移動により、西部の都市部における社会経済の開発を促進し、社会的、経済的変動をもたらしたと推測できる。

1990年代の半ばごろから、中国は「消費主導型」の経済発展へと転じたのである。住宅制度の改革、ローンシステムの導入などによる「大量消費」奨励が西部も東部と同時に始まった。また情報技術の革新により、インターネット、携帯電話など情報伝達用の商品は急速に普及され、「大量伝達」の社会では、現代的生活スタイルは東部から西部へと同様化されつつある。西部地域における経済的水準が低いにもかかわらず、消費者生活意識、行動、価値観などが類似してきたと考えられる。工業化の発展と共に「サービス経済化」社会は同時に進んでいるならば、従来のベティ＝クラークの産業構造変化の法則⁹⁾に基づいていない発展方式である。

大衆消費社会の形成過程で、社会的、経済的変動の項目として、これまでの日本の研究では指摘された現象¹⁰⁾は、人口の都市集中、産業就業構造、所得格差の解消、家族構造の変化、進学率の増大、物質の豊かさ、マスコミュニケーションの量の増大、所得水準の上昇、余暇時間の増大などである。これまでに1990年代に中国の北京市、上海市などの都市における実証研究で中国の大衆消費社会形成の特徴が欧米、日本などの先進国と同異点があることを解明している。このような大衆消費社会の形成過程の現象は現在東部から

7) 葉裕民『中国城市化之路』商務印書館出版、2002年。

8) 中国国家統計年鑑『中国統計年鑑』2004年版、2005年版。

9) 渡邊利夫『開発経済学』東洋経済新報社、2002年4月。

10) 小嶋外弘『これからの消費者像』ダイヤモンド社、1966年。

西部へと拡大しつつあると考えられる。本稿では、第一歩として文献調査と実態調査をもとに、貴陽市における消費生活意識、行動、消費指向はどのように変化しているのか分析し、さらに東部大都市の上海市などにおける大衆消費社会の形成過程との比較分析を通して、西部地域に位置する大都市の貴陽市の消費生活水準、消費意識、行動、価値観の特徴を解明し、西部経済開発による社会経済の変動を分析する。

2 経済発展と地域間格差

1. 貴州省の経済発展と収入の増加

2002年以後貴州省における経済発展は、マクロ的に見ると、2003年の成長率は10.1%で、前年よりは1.0%上昇した。産業構造の変化で見ると、第一次産業は4.6%で、前年よりは2.4%増加した、第二次産業は13.3%で、前年よりは0.3%減少した。第三次産業の成長率は10.2%で、前年よりは1.1%増加した。就業の増加率は、大きな変化が見られない、2003年も2002年も1.8%である¹¹⁾。

都市の可処分所得は2003年6568.91円で、2004年は7322.04元に、約11.5%増加した。農民の純収入は2002年1489.91円で、2004年は1721.55元に、約11.6%増加した。このように都市も農村も所得が増加しているが、格差も大きく存在している。階層間の格差は表2-1で示されているように、2004年最低収入は2504.39円で、最高収入は17168.78円で格差が大きいことは注目される。また、生活水準を表す一つの指標エンゲル係数を見ると、2003年都市は39.77%、農村は56.93%である。収入階層間で見ると、最低収入層は53.9%、最高収入層は36.2%で、生活水準が上昇していると共に、格差が拡大されている。

11) 貴州省統計局編『貴州省統計年鑑』2004年版、2005年版。

表2-1 貴州省の都市部住民家庭の一人当たり総収入と可処分所得 単位：元

指標	2003年	2004年	2004年と2003年比べると 増長の割合 (%)
平均一人当たり総収入	6745.8	7518.71	11.5
最低収入戸	1919.47	2504.39	30.5
低収入戸	3100.36	3727.01	20.2
中等偏下戸	4324.67	5066.2	17.1
中等収入戸	5908.59	6925.66	17.2
中等偏上戸	7786.32	8967.98	15.2
高収入戸	10575.5	11580.29	9.5
最高収入戸	18075.03	17652.48	-2.3
平均一人当たり可支配收入	6568.91	7322.04	11.5
最低収入戸	1798.72	2438.99	35.6
低収入戸	3006.2	3664	21.9
中等偏下戸	4221.85	4961.66	17.5
中等収入戸	5748.09	6740.03	17.3
中等偏上戸	7573.24	8719.08	15.1
高収入戸	10294.5	11226.46	9.1
最高収入戸	17708.59	17168.78	-3

出所：『貴州統計年鑑』2005年版，238頁より作成。

2. 消費生活水準の上昇

中国の西部貴州省開発の成果をまとめた報告書¹²⁾によると、急速な経済の発展と共に「小康生活」進展が急速に大都市から中都市、小都市へと拡大している。その具体的な成果は次のように評価されている。

国家統計局の発表した『全国人民生活小康レベルの基本基準』に基づき、2003年貴州省の「小康生活」の進展が評価された。それによると、2003年の小康生活の実現度は75.3%、前年に比べ、3.5%上昇し、2000年より9.9%上昇した。しかし、それは全体的な目標にはかなり距離があり、全国の1995年の水準にもまだ達していない。

都市部郊外の住民の生活レベルは小康基準の指標で見ると、88.6%に達し、前年より1.6%上昇した。経済発展の水準実現度は91.2%で、前年に比べて、5.7%上昇した。物質生活の水準実現度は100%であり、人口素質実現度は10

12) 貴州省人民政府発展研究センター・貴州省人民政府研究室『貴州経済情勢分析と予測』（経済藍皮書）貴州人民出版社，2004年6月，64-70頁。

%, 精神的生活実現度は95.2%, 前の年に比べ、2.8%上昇した。しかし、生活環境の実現度はまだ50%しか達していない。

農村住民の生活水準は小康標準の59%に達し、前年より3.9%上昇した。収入分配、物質的な生活、人口の素質、精神的な生活、生活の環境、社会保障実現などすべての面において、前年に比べて、上昇した。

住居環境の改善が顕著である。2003年の末まで、都市と農村部における住民一人当たりの居住面積は20.56平方メートルになり、「小康」標準より8.56平方メートルを超えた。

表2-2で示されているように、「小康生活」に関する五つ基準の中に、貴州省全体は「小康生活」基準に達するまでにまだ大きな差があり、経済発展と全人口の生活水準の引き上げは重要な課題であると指摘された。今後、貴州省の全面的な「小康」社会建設を実現するには、都市を中心に発展させ、農村部に拡大させていく方式は選択されるべきであると指摘されている。

表2-2 2003年貴州省「小康生活」の指標とその実現度

			权数	「小康」値	実現度
経済水準	一人当たりの GDP (90价)	元	14	2500	77.8
物質生活			48		75.5
収入	市町一人当たりの支配収入(90价)	元	6	2400	100
	農民一人当たりの純収入(90价)	元	10	1200	46.2
居住	市町一人当たりの居住面積	平方メートル	5	12	100
	農民一人当たりの鉄筋コンクリート居住面積	平方メートル	7	15	100
栄養	一人当たりの蛋白質摂取量	グラム	6	75	81.9
交通	都市部一人当たりの道路面積	平方メートル	3	8	20.2
	農村における各行政村の道の割合	%	5	85	77.7
消費構造	エンゲル係数	%	6	50	69.9
人口素質	義務教育受けた割合		14		38.9
教育	成人の識字率	%	6	85	90.7
健康	一人当たりの予期寿命	歳	4	70	—
	赤ちゃんの死亡率	‰	4	31	—
精神生活			10		91.1
	教育娯楽の支出率	%	5	11	100
	テレビ普及率	%	5	100	82.2

生活環境			14		97.7
	森林の覆う面積の割合	%	7	15	100
	農村部における初級衛生保健基準に満たした町の割合	%	7	100	95.4
	合計				75.3

出所：『貴州統計年鑑』2004年版より作成。

3. 西部・東部地域間の格差

中国統計年鑑の数字によると、省レベルのGDPは2004年実績ですべての省市区が2桁の成長を遂げ、全国平均9.9%で、前年の9.1%より上昇した¹³⁾。1人当たりのGDP（省レベルの1人当たりGDP）を見ると、省間の格差は依然として大きく、上海6,682\$で、貴州の509\$より13倍も高い¹⁴⁾。これは1999年の10倍よりも高いということはその格差は拡大されていることがわかった。このことから西部地域も東部地域も上昇しながらその格差も拡大されていることは「西部開発」の目的である格差是正の効果が現れたとは言えない。

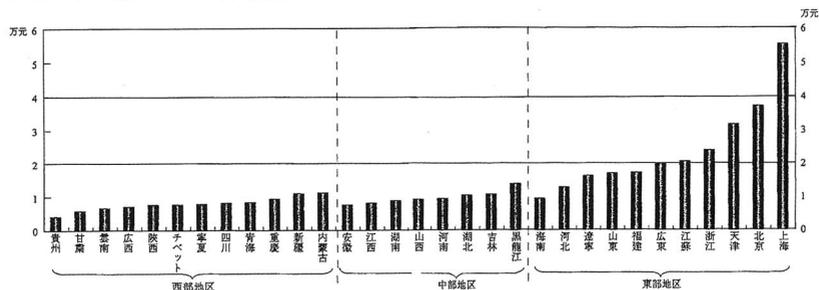
図2-2で示されているように、東部と西部、また都市と農村は大きな差が存在し、大衆消費社会の形成は時期的には大きな空間と時間の差が存在している。都市部における収入の格差が1980年代よりも、1990年代は拡大していることはジニ係数の変化で示されている。21世紀に入って、どのようになっているのか、図2-3で示しているように、時間と共に拡大している¹⁵⁾。

13) 三菱総合研究所『中国情報ハンドブック』2005年版、332頁-335頁。

14) 前掲『中国情報ハンドブック』2005年版、360頁-361頁。

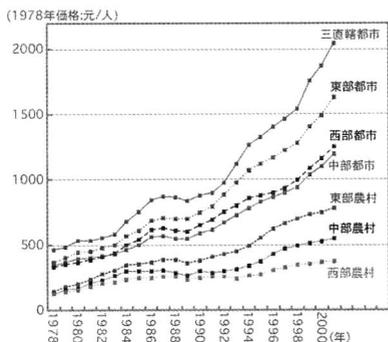
15) 前掲『中国の大衆消費社会-市場経済化と消費者行動』参照。

図 2-1 省レベルの1人当たり GDP



出所：『中国情報ハンドブック』2005年版，334-335頁。

図 2-2 地域間、都市・農村間における収入の格差



出所：『中国統計年鑑』より作成。

図 2-3 都市における階層間の収入格差

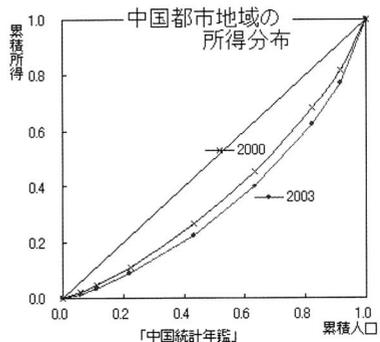
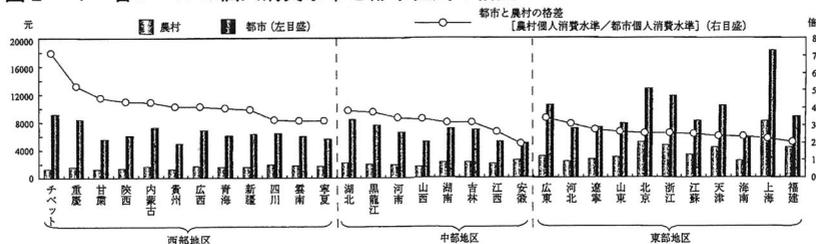


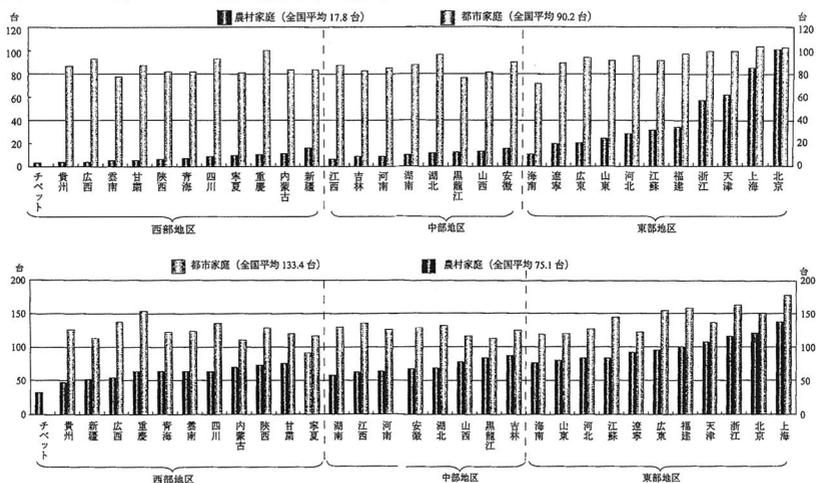
図 2-4 省レベルの個人消費水準と都市住民の格差



(資料：『中国統計年鑑』2004年版)

これまでの研究では、貧困地域ほど格差も大きいといわれている。中国の現状は省レベルの1人当たりの所得と都市・農村間格差、省レベルの個人消費水準は、図2-4で示されているように、貧困地域より豊かになっている都市ほど格差も大きいことがわかった。これは従来の研究と逆の現象である。

図2-5 省レベルの耐久消費財の普及



(資料：『中国統計年鑑』2004年版)

耐久消費財の普及率で見ると、東部地域も西部地域も都市の家庭ではテレビはすでに普及され、液晶やプラズマでスプレアのデジタルテレビへの買い替えが進んでいる。中国の都市家庭にとっては「三種の神器」はパソコン、携帯電話、デジタルカメラだと言われる。

第10次5ヵ年計画では一般家庭にマイカー購入を奨励し、コンピューターの普及率を高めることが目標にしている。

活意識、価値観は東部も西部も同様のことは推測される。これについて実態調査を通して、分析する必要がある。そこで都市化、工業化による貧困地域の発展と同時に出現している「サービス経済化」社会の特徴も示すことができる。

3 貴州省の都市部における実態調査

1. 貴陽市の経済と生活状況¹⁶⁾

貴陽市は貴州省の最大の都市で、政治、経済などすべての面で貴州発展の中心的な役割を果たし、産業の発展の核となる都市として位置づけられている。

2003年貴陽市のGDPは380.92億人民元に達して、前年より13%上昇した。これは全国、全省の平均水準よりそれぞれ、3.9%と2.9%高い。第一次産業は28.81億人民元、6.7%増加、第二次産業は191.94億人民元、14.8%増加、第三次産業は160.17億人民元、11.8%増加した。財政収入は91.6億人民元に達し、22.1%増加した。貴陽市の社会小売消費総額は153.67億人民元に達し、前年より12.5%上昇した。消費品物価指数は100.8%である。全市金融機関の貯蓄残額は893.6億に達し、161.81億人民元が増加した。貸付金は763.61億人民元に達し、168.01億人民元が増加した。

貴陽市住民の平均収入は2003年には7,985元に達し、前年より9.3%増加した。農民の純収入は2,510元に達し、前年より6.4%増加した。「貧しい人を助け、農村の基礎的な施設の建設、都市機能の改善、生産生活環境の改善を主な内容とした10項の事業」が実現した。失業とリストラされた人に小額保証ローンを1,200万人民元、失業保険金2,100万人民元は分配された。リストラされた人の1.82万人の再就職の問題が解決された。農村の余剰労働力は1.03万人も転移された。71の自治会と町村では労働保証所を設立し、427の自治会における低保障の生活者の労働保障所が設けられた。しかし18の特別貧困町と449の貧困村がある。

16) 前掲『貴州経済情勢分析と予測』181-187頁。

貴陽市住民の生活はどのような状況にあるのか、2002年と2003年の変化は表3-1で示されている¹⁷⁾。

表3-1 貴陽市の生活概況

指標	単位	2003年		2002年	
		全市	市轄区	全市	市轄区
居住人口（使用面積と同じ）	万人		141.09		137.26
在職職員平均人数	万人	54.53	46.16	52.38	44.63
在職職員給料総額	万元	664234	561680	575551	489334
住民一人当たり可支配收入	元		7985		7306
住民一人当たりの消費支出	元		6324		5801
# 食品	元		2447		2210
衣服用品	元		547		538
家庭設備、日常用品及びサービス	元		326		297
医療保健	元		475		384
交通と通信	元		770		597
娯楽、教育、文化サービス	元		1034		1017
住居	元		487		510
100戸あたり家庭の所有状況					
家庭用車	台		0.69		1
家庭用コンピュータ	台		26.83		16.63
一人当たり住居使用面積	平方メートル		15.53		14.9
住民消費価格係数（前年100とする）			100.8		98.4
年末離職、定年、退職人数	万人	21.5	20.44	20.75	19.69
離職定年退職員の保険福利費用総額	万元	247383		221199	
基本養老保険参保人数	人	284144	254253	255286	226655
基本医療保険参保人数	人	329608	315674	222780	211029
失業保険参保人数	人	264009	232524	274753	245035
社会福利施設	個	75	37	69	33
社会福利施設ベッド数	張	1582	1146	1872	1454
社区サービス施設数	個	1239	1100	1227	1109
住民最低生活保障線以下の人数	人	71623	60748	79310	68285

出所：中国貴陽市統計局編『貴陽統計年鑑』2005年版、20-21頁より作成。

17) 中国貴陽市統計局『貴陽統計年鑑』中国統計出版社、2004年版。

2. 消費生活の実態調査

中国国内の研究によると、2000年以後「西部開発」という経済発展戦略が実施されて以来、貴州省、特に経済中心地の貴陽市は大きく発展され、開発の目的である「小康生活」レベルの実現はほぼ達成されたという。このような社会経済環境の中で、貴陽市の経済発展状況を観察するため、都市部の生活水準、消費者意識、行動について、実態調査をもとに検討することにする。

(1) 調査内容

社会・経済的变化は消費者意識に反映される。どのような意識構造を經由して、どのような形で現れるか、それを把握するにはいろいろな考え方があつた。本調査では、筆者はこれまでに他の都市で行われた時系列の調査内容、アンケートに基づいた¹⁸⁾。

(2) 調査方法

理論的に言えば、各種の分析における統計的検定の問題があり、基本的には標本抽出に無作為性が保証されなければならない。中国国家統計局城市調査部門と貴陽市統計局城市調査部門に依頼した無作為抽出は次のように行われた。ランダムにより抽出された区、居民委員会の住民世帯を348.70万人母集団とし、400標本が抽出された。すなわち貴陽市内区（南明区、雲岩区）、郊外区から（花溪区、烏当区、白雲区、小河区、清鎮市）、20の居民委員会が選別された。各居民委員会から住民戸数により20世帯ずつ、計400世帯をランダム・サンプリングによって抽出した。

（貴陽市地図¹⁹⁾は附録参照）

調査の実施はまず調査員に対する実施訓練を行い、問題があるかどうかを確認するために、まず実験的に調査を行った。その後、戸別訪問により、アンケート調査票を配布し、その場で記入してもらって、結果を回収した。これは2006年12月28日－31日の4日間にわたって、行われた。有効回答率は100%（400世帯）である。

18) 李海峰『中国の市場経済発展に伴う消費者行動の変容と大衆消費社会の形成に関する実証研究』（平成16年度科学研究成果報告書）参照。

19) 張忠編集『中国城市地図集』成都地図出版社、2003年出版。

4 貴陽市の消費者生活、意識・行動の変化

1. 社会的、経済的特性分析²⁰⁾

統計集計の結果、貴陽市での調査は回答者の中で男性210人で、52.5%を占め、女性は190人で、47.5%を占めている。年齢層で見ると、20代から40代の人是最も多い。職業階層で見ると、国家公務員は最も多く、14.50%で、その次は労働者13.0%、私営企業の社員と管理者を合わせると、14.5%である。国営企業の社員は8%で、商業、サービス業の社員は6.75%である。学歴階層で見ると、大学卒業者は33.5%で、初中学校卒業者23.75%で、高等学校、職業高校の卒業者は21.75%で、短期大学卒業者は16.50%である。世帯主の職業は最も多いのは国家公務員で20.0%、その次は労働者で16.75%である。私営企業の職員と経営者をあわせると、13.25%である。国営企業の社員は7.75%で、農民は6.5%である。

家族の人数は3人と4人は最も多く、それぞれ36.75%と27.25%である。2人は10.75%で、6人以上は7.25%である。もともと自分の家を持っている人は37.5%であり、自分で家を購入した（ローンによって購入されたのも含む）のは31.25%、借家16.0%で、国や政府、企業の住宅に住む人は11.75%で、最も少ない。市場経済導入以前は都市では、ほとんどの住民は国や政府、勤め先などのアパートに安く住んでいた。このように住宅の状況が一変したのは市場化が進行していることがうかがわせる。年収を見ると、最も多いのは10,000以下の層で、21.25%であり、その次は10,000-12,000円の層で17.25%である。そして中間層18,001-20,000円から28,001-30,000円の6層は合わせると、26.0%しかない、そして高い収入の5層は18.75%で最も少ないことがわかった。性別に見ると、低収入層の1000円未満は男性17.6%で、女性は25.3%である。これと対照に、高収入層の38000円以上は男性5.2%、女性は1.6%であり、男性よりは女性の収入が低いことがわかる。これは男女性別間に収入の格差が存在していることから、男女平等であった理念は変化しつつあるといえる。

20) 調査結果を表す図表は掲載すべきところ、文面の限定により、図表を省略する。

家庭の金融の扱い方を見ると、銀行貯金は77.75%で最も多い、株や証券などを利用しているのも11.75%であり、まったく貯金はないのは10.5%である。そして生活水準を測る一つの指標である耐久消費財の所有、購入欲求の変化を分析してみると、「どんな耐久消費財を所有しているのか」について見ると、カラーテレビ92%で、冷蔵庫72.5%、洗濯機78.75%で、いわゆる旧「三種の神器」はほぼ普及しているといえよう。このほかにコンピュータは36.25%、自家用車は11.5%、携帯電話は64.0%、住宅所有者は47.0%で、それぞれ予想より多い。今後の購入予定で見ると、自家用車は40.25%、最高比率で、その次は住宅32.25%、コンピュータ21.00%が続く。

2. 消費支出の動向

今後「最も購入したい耐久消費財」については、「自動車購入」は最高比率40.25%で、その次は「自宅購入」32.25%、「コンピュータ」21.0%、「高級家具」14.75%が続く。

「お金の余裕があったとき、どの面に支出するか」については、5年前の支出は「住宅」22.25%、「子供教育」18.25%、「娯楽、個人の趣味」14.5%、「主食、副食」14.0%という順が続く。現在は5年前の支出パターンと変化し、最も高いのは「子供の教育」で、27.75%、その次は「住宅」16.0%、「健康」15.0%である。5年後は「健康」は最高比率となり、25.25%で、その次は「子供の教育」21.0%、「旅行」20.5%である。このように支出面から見て、消費生活は「基本的な生活」から「健康」「旅行」などのレジャー指向へと変化していくようである。

年齢階層による現在の消費動向を分析してみると、表4-1で示されているように、20歳以下は「おしゃれなど」28.0%、「健康、スポーツ」16.0%、「住宅」12.0%、「旅行」12.0%と言う順になっている。20-24の年齢層は「娯楽、個人趣味」26.8%、「住宅」18.3%、その次は「おしゃれ」と「健康」と言う順になっている、30代、40代の年齢層は最も「子供の教育」に重点を置くが、50代層は「健康、スポーツ」に支出重点を移すという傾向にある。

表4-1 年齢階層に見た今後の消費支出の重点 (2005年の調査, 貴陽市, %)

今後どの面に支出するか?	20歳未満	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60歳以上
食事など	8.0	0.0	0.0	1.6	0.0	9.4	12.5	9.1	14.3	10.5
おしゃれなど	28.0	15.5	11.3	1.6	3.7	1.9	0.0	3.0	0.0	0.0
子供の教育	8.0	9.9	18.9	41.9	44.4	54.7	43.8	6.1	14.3	10.5
娯楽, 個人の趣味	8.0	26.8	15.1	12.9	11.1	9.4	18.8	12.1	0.0	0.0
住宅	12.0	18.3	26.4	9.7	16.7	11.3	25.0	15.2	14.3	10.5
高級家具	4.0	1.4	0.0	9.7	5.6	1.9	0.0	3.0	0.0	0.0
家庭用電気	4.0	2.8	1.9	3.2	0.0	5.7	0.0	3.0	14.3	10.5
健康, スポーツ	16.0	15.5	11.3	14.5	9.3	1.9	0.0	33.3	35.7	42.1
ペットなど	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0
旅行	12.0	8.5	15.1	4.8	9.3	3.8	0.0	15.2	0.0	15.8

3. 購買行動の変化

「高級品を購入する」際、「安い店に行く」は52.25%、「高級店に行く」は47.75%である。「ブランド品のお洋服や化粧品,あるいは家具などを購入するとき,「他人と異なるものを購入する」は74.25%、「周りと同様のものを購入する」は25.75%である。「耐久消費財を購入する」際,「実用的,価格の安いもの」を選択するか,それとも「ブランド品」を選択するのかについては,前者は77.25%,後者は22.75%であり,ブランドよりも,実用的で,安いものの方を選択することがわかった。

回答パターンの差異が年齢階層の間に目立っている。例えば,表4-2で示されているように20代,30代の年齢階層は「なるべく高級店に買い物に行く」「他人と異なるものを選択する」などの回答率が40歳以上の年齢層よりは高いことが示されている。収入階層的に見ると,低収入層の「ブランド志向」は16.5%,高収入層は41.7%であり,収入が高いほど「高消費」志向である。

表 4-2 貴陽市における年齢階層別の消費行動の変化 (2005年, %)

		20 以下	20- 24	25- 29	30- 34	35- 39	40- 44	45- 49	50- 54	55- 59	60 以上
Q5	a) 安い店に行く	52.0	45.1	34.0	48.4	44.4	60.4	62.5	69.7	100.0	68.4
	b) 高級店に行く	48.0	54.9	66.0	51.6	55.6	39.6	37.5	30.3	0.0	31.6
Q6	a) なるべく周りと異なるものを選択する	80.0	76.1	81.1	83.9	85.2	69.8	87.5	57.6	35.7	36.8
	b) なるべく他人と同様を選択する	20.0	23.9	18.9	16.1	14.8	30.2	12.5	42.4	64.3	63.2
Q7	a) 値段が安く、実用的なものを選択する。	80.0	77.5	83.0	77.4	68.5	77.4	68.8	81.8	85.7	73.7
	b) ブランド品購入する。	20.0	22.5	17.0	22.6	31.5	22.6	31.3	18.2	14.3	26.3
Q8	a) お金と時間の余裕があるとき、旅行に行く。	48.0	42.3	49.1	37.1	61.1	39.6	56.3	39.4	28.6	26.3
	b) お金があっても、旅行に費やしたくない。	52.0	57.7	50.9	62.9	38.9	60.4	43.8	60.6	71.4	73.7

4. 貯蓄と消費意識

「貯蓄目的」については、5年前は「万一のことを備えるため」最高比率40.0%、その次は「子供の教育」16.25%となる。現在は「子供の教育」は最高比率32.32%、その次は「万一のことを備える」15.75%となった。5年後は「老後のため」最高比率25.0%で、その次は「教育のため」24.25%である。

年齢階層的に「貯蓄目的」がどのように異なるかが、表4-3で示されている。20代未満は「旅行」、30代から40代は「子供の教育」、55歳以上は「安定的な老後生活」というようになっている。日本とどのように異なるのか、興味深い。

表4-3 年齢階層に見た貯蓄の目的 (2005年の調査, 貴陽市, %)

貯蓄の目的は何ですか?	20歳以下	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60歳以上
万一のことに備えるため、緊急用(病気になった時など)	20.0	16.9	9.4	12.9	9.3	15.1	31.3	15.2	42.9	21.1
旅行	20.0	22.5	15.1	4.8	7.4	15.1	6.3	9.1	0.0	26.3
自家用車購入など	4.0	5.6	18.9	12.9	7.4	7.5	0.0	0.0	0.0	0.0
住宅購入など	16.0	18.3	18.9	3.2	11.1	3.8	12.5	6.1	0.0	0.0
将来, 安定的老後	12.0	5.6	7.5	1.6	1.9	0.0	12.5	15.2	35.7	42.1
子供の教育	8.0	15.5	18.9	53.2	55.6	49.1	37.5	30.3	21.4	0.0
特に目的はない	16.0	14.1	9.4	9.7	7.4	7.5	0.0	21.2	0.0	10.5
その他	4.0	1.4	1.9	1.6	0.0	1.9	0.0	3.0	0.0	0.0

「お金があったとき、貯金するか、それとも贅沢品を購入するか」について、79.0%は「貯金する」と回答した。「節約」か「高消費」かについて、69.0%は「節約」を選択した。

年齢階層の特徴は表4-4で示されている。どの階層でも「節約は美德」である回答率が高く、お金があれば、銀行に貯蓄して、「消費よりも富を蓄積する」のは特徴である。しかし、30代の階層は「消費は美德」の回答率は他の階層よりは高いことが示されている。収入階層に見ると、収入が高いほど「消費は美德」などの高消費の回答率が高い。

表4-4 貴陽市における年齢階層別の消費意識の変化 (2005年, %)

	20以下	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60以上	
Q	a) 環境汚染を考え、高消費生活を避ける。	80.0	64.8	62.3	61.3	64.8	71.7	93.8	75.8	85.7	73.7
	b) 環境汚染を考えず、できれば、高消費生活を選択する。	20.0	35.2	37.7	38.7	35.2	28.3	6.3	24.2	14.3	26.3
Q	a) 節約は美德	88.0	70.4	64.2	59.7	63.0	67.9	81.3	72.7	85.7	73.7
	b) 消費は美德	12.0	29.6	35.8	40.3	37.0	32.1	18.8	27.3	14.3	26.3
Q	a) 古いものは再修理すべき	84.0	69.0	66.0	61.3	63.0	67.9	62.5	66.7	71.4	68.4
	b) なるべく新しいものを買う	16.0	31.0	34.0	38.7	37.0	32.1	37.5	33.3	28.6	31.6
Q	a) 銀行に貯金する	88.0	81.7	73.6	77.4	70.4	77.4	93.8	78.8	92.9	84.2
	b) 高消費、ぜいたく品購入する。	12.0	18.3	26.4	22.6	29.6	22.6	6.3	21.2	7.1	15.8

5. 生活水準と階層意識

貴陽市における生活水準に対する階層意識は表4-5で示されている。5年前「中の上」8.5%、「中」35.5%、「中の下」31.75%、現在は「中の上」は22.0%で、「中」は45.%で、5年前よりはるかに上昇した、5年後はさらに上昇する傾向にあり、「上」は現在の1.9%から19.0%に、「中の上」は31.25%に上昇する。年収は他の都市に比較し、低いにもかかわらず、階層意識が確実に上昇していることは、将来の社会、経済に対して期待していると言えよう。

年齢階層で見ると、若年層ほど階層意識が高いことが特徴である。例えば、現在は「中上階層」である回答率は20歳の48.0%高い比率に対し、30-34歳は22.6%、40-44歳は15.1%、50-54歳は15.2%で、60歳以上は10.5%である。

「自分の生活に満足するか」について、5年前は「非常に満足する」7.0%、「満足」37.75%で、現在はそれぞれ9.75%、43.5%に上昇した、5年後は「非常に満足になる」という回答率は23.75%に増加し、将来の生活に対する楽観的な期待が窺われた。

表4-5 あなたの生活はどの階層に属するか(5年前-現在-5年後)

5年前	①上	17	4.25
	②中の上	34	8.5
	③中	142	35.5
	④中の下	127	31.75
	⑤下	80	20
現在	①上	7	1.75
	②中の上	88	22
	③中	181	45.25
	④中の下	98	24.5
	⑤下	26	6.5
5年後	①上	76	19
	②中の上	125	31.25
	③中	140	35
	④中の下	41	10.25
	⑤下	18	4.5

「住宅に対する満足度」については、5年前は「非常に満足」9.0%、「満足」40.25%、現在はそれぞれ10.5%、43.0%に増加した。5年後は「非常に満足になる」と予測している人は23.5%にもなる。「将来、経済状況はますますよくなり、生活の上昇に自信を持つ」という回答者は85.75%であり、「そう思わない」は低比率で14.25%である。

このように時間と共に、収入の増加につれ、若年層ほど消費者は将来の生活に期待感を持つことは解明された。これは経済発展の原動力とも読み取れる。

6. 生活情報環境と広告意識

消費指向へのもう一つの傾向は広告に対する消費者の態度からも知ることができる。この調査でまず消費者の広告への関心度、接触度を調べて見る。表4-6で消費者の広告意識の変化が示されている。

表4-6 広告意識、態度の変化（5年前—現在）

質問：広告はあなたの生活にどんなインパクトを与えると感じますか？	5年		現在	
	人数	%	人数	%
1) 広告は消費者に不必要なものを買わせた	93	23.25	41	10.25
2) 広告は新製品の特徴やデザインを知らせる	123	30.75	66	16.5
3) 広告は消費者に最新の流行に注目させる	28	7	45	11.25
4) 広告は消費者の購買の意思決定を助ける	42	10.5	43	10.75
5) 広告は企業の収益を増大させるように作られた	51	12.75	76	19
6) 広告は広告される製品の価格を上昇させる	17	4.25	43	10.75
7) 広告は人々の生活を豊かにする	24	6	68	17
8) その他	3	0.75	2	0.5
9) 不明	19	4.75	16	4

表4-6で示されているように、5年前も現在も50%以上が広告について肯定的な見解を表明している。しかし、詳細に調べてみると、5年前は「広告宣伝は消費者に新製品の特徴とデザインを知らせる」に対する回答は30.75%であったが、現在は16.5%に回答率が低下した。対照的に「広告は消費者に最新の流行に遅れないようにさせる」は5年前の7.0%から現在の

11.25%に上昇した。また「広告はわれわれの生活を豊かにする」は5年前は6.0%であったが、現在は17.0%に上昇した。広告の役割に対するこのような肯定的な認識への変化は消費者の消費指向の変化を表しているといえる。

5 考察——他の都市における調査結果との比較

本稿の前半の文献研究で明らかにしたように、貴陽市の経済水準は他の都市、特に東部都市と比較すると、大きな格差が存在している。しかし、消費者意識、行動、価値観などは、他の都市と比較し、どのような同異点があるのか、まだ研究されていないようである。本稿はこれを解明するために、筆者が2004年12月に他の都市で行われた調査結果と比較し、考察してみることにする²¹⁾。

1. 収入状況について

表5-1で示されているように、貴陽市は24,000元までの低収入階層の比率は72.99%で、24001から38001以上の高収入層はわずか27.0%しかないとわかった。最低収入層は重慶市より低いが、上海12.33%、石家荘市15.5%よりはるかに高い比率で、最高収入層で各都市を比較すると、貴陽市は8.25%で、上海市の25.67%よりはるかに低い比率であるが、臨界の重慶市1.33%より高いことがわかった。

表5-1 各都市の収入状況 (2004年, 2005年)

人民元・都市 (%)	上海	石家荘	重慶	貴陽
10000元未満	12.33	15.5	27	21.25
10000-12000	7	11	18.33	17.25
12001-14000	8.33	6	9.67	8.25
14001-16000	3.33	12	10.67	5.75
16001-18000	4.33	4	3.67	2.75
18001-20000	7.33	8.5	8.33	5.75
20001-22000	6.67	6.5	5	7.75

21) 上海市など他の都市のデータは2004年11月-12月にかけて、筆者は行ったものであり、前掲の『中国の市場経済発展に伴う消費者行動の変容と大衆消費社会の形成に関する実証研究』参照。

22001-24000	6.33	2.5	4	4.25
24001-26000	2	1.5	2	1.5
26001-28000	2.33	5	1.33	2.5
28001-30000	6	8	1.67	4.25
30001-32000	3.33	7	3.67	3
32001-34000	0.67	1.5	0.67	2
34001-36000	1	2	1.33	2
36001-38000	3.33	2	1.33	3.5
38001元以上	25.67	7	1.33	8.25
人数	300	200	300	400

2. 消費支出動向

表5－2で都市間の消費支出の相違点が見られている。貴陽市は最も高い比率は「子供の教育」27.75%で、その次は「住宅」16.0%、「健康」15.0%が続く。しかし上海は「住宅」39.33%で、その次は「子供の教育」「健康」は並列し、18.0%である。

表5－2 各都市の消費支出重点 (2004年－2005年, %)

項目・都市 (%)	上海	石家荘	重慶	貴陽
食べること	6.33	9.5	9.67	4.25
おしゃれ	1.33	6	3	7.25
子供の教育	18	31.5	31	27.75
娯楽, 趣味	5	7.5	4.67	13.75
住宅	39.33	16	24.33	16
高級家具	1.67	4.5	2.33	3.25
家電	5.33	4	1.67	3.5
健康	18	18	17.33	15
自分の好み物	0.33	0.5	0.33	0.5
旅行	4.67	2.5	5.67	8.75
人数	300	200	300	400

3. 購買行動の比較

購買行動は一般的に経済水準によって異なることは推定されている。各都市の購買行動はどのような同異点が見られるのか、表5－3で調べてみる。貴陽市は「高級店に行く」回答率は他の都市より多く、「他人と異なるもの」

「ブランド品」を選択するという消費行動の高級志向、個性化は上海市と同様であることは推定以外の結果となった。

生活向上の一つのしるしは「レジャー志向」である。自由裁量所得の増加、労働時間の減少によって、「レジャー志向」が多くなり、「サービス経済化」が促進される。「レジャー志向」の面では、上海市は52.33%で他の都市より比率が高い、しかし、この4都市の中では貴陽市は上海市に次ぐ44.0%であることが経済的水準によるものであろうか。

表5-3 各都市の消費者行動

		上海	石家荘	重慶	貴陽
Q, 耐久消費財を購入するとき、どのような店に行くのか?	安い店に行く	56	66	67.67	52.25
	高級品店に行く	44	34	32.33	47.75
Q, あなたは普段他人と異なるものを選択するのか、同様なもの選択か?	他人と異なるもの	74	65	70	74.25
	他人と同様のもの	26	35	30	25.75
Q, 日用品など選択の場合、値段の安いものかブランド品か?	値段の安いもの	78	85.5	83	77.25
	ブランド品	22	14.5	17	22.75
Q, お金と時間が余裕があったとき、旅行に出かける旅行に行くのか?	旅行に出かける	52.33	40	37	44
	あまり遠出しない	47.67	60	63	56
人数	人数	300	200	300	400

4. 消費意識の変化

「節約は富を蓄積する、消費は贅沢な生活をする、あなたはどれに賛成するか」について、都市間で比較してみると、表5-4で示されているように、どの都市も「節約」は「消費」より比率が高い。しかし、貴陽市の「消費」選択率は他の都市より高く、消費指向は他の都市より強いことがわかった。消費意識の変化は経済的水準によって変化しているとはいえない。

表5-4 消費に対する態度、「節約か消費か」

項目	上海	石家荘	重慶	貴陽
節約すべき	70.33	71	78.67	69
消費奨励すべき	29.67	29	21.33	31
人数	300	200	300	400

5. 階層意識の変化

階層意識の変化は他の都市と比較してみると、興味深いことが示されている。貴陽市の収入は上海市よりはるかに低いにもかかわらず、「中」以上の階層意識の回答率は上海より高い。一方「中の下」の比率は貴陽市よりも上海市は高い。これは都市の経済収入水準が高いほど、階層意識が上昇するという従来の説は否定された。経済水準の高い都市の消費者はさらに高い生活水準を目指していることも読み取れる。

社会的階級の明確的な定義は明らかに難しい、しかし従来のような「中流意識」に属するかと見る点は興味深いところである。貴陽市は他の都市とどのように相違しているのか、図5-1で示されている。どの都市も「5年前」より「現在」、「現在」よりも「5年後」というように「中流意識」が増加している。また「中の下」から「中」へ、「中の上」、「上」へと時間と共に向上していく傾向である。これは広範囲の人々が自分の帰属をより社会的な上方へと移動させようとし、豊かな経済的地位を熱望していることを言える。これは「サービス経済化」社会の現象と同様である。

図5-1 現在の生活水準の階層意識

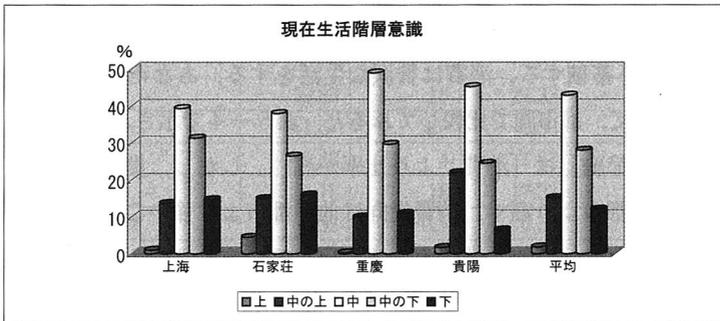


図5-2 現在の生活に対する満足度

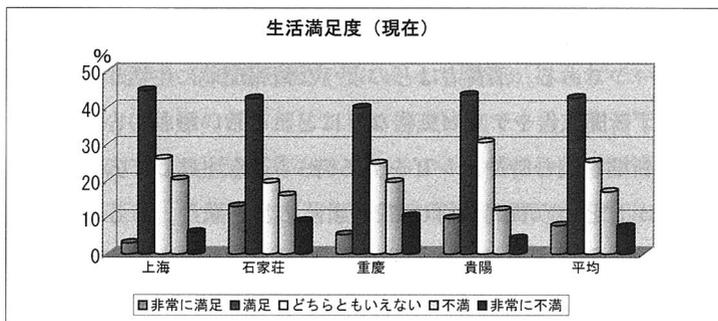


図5-2で「各都市の現在生活に対する満足度」が示されている。「非常に満足」は貴陽市9.75%で、上海市よりはるかに高比率であり、「満足」は貴陽市が上海市よりわずかに1.1%低い。「不満」「非常に不満」は貴陽市が他の都市より比率が低い、しかし、「なんとなくいえない」比率は他の都市よりは高いことがわかった。

表5-5 各都市の住宅に対する満足度

項目	上海	石家荘	重慶	貴陽
非常に満足	4.67	7.5	4.67	10.5
満足	32	41	36.67	43
どちらともいえない	18.33	18	22.67	24.75
不満	29.33	25	24.33	15.25
非常に不満	15.67	8.5	11.67	6.5
人数	300	200	300	400

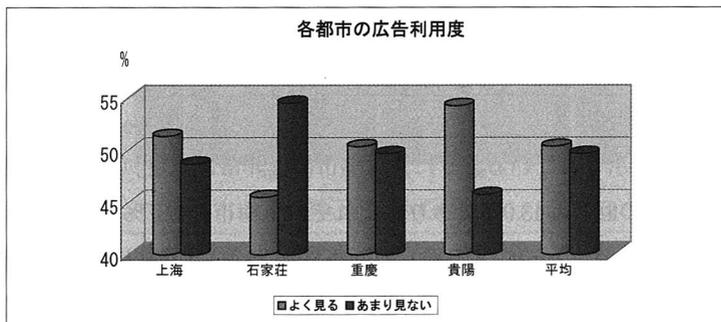
表5-5で示されているように、貴陽市は「非常に満足」の回答は10.5%で、「満足」の回答は43.0%であり、それぞれ上海市の4.67%、32.0%より高いことがわかった。一方、「不満」の回答は15.25%、「非常に不満」は6.5%で、上海市よりは低い比率である。貴陽市の住民が住宅に対して、上海市より「満足度」が高いことは、貴陽市の住宅状況が上海市よりは優位であろうか、さらに考察する必要がある。

6. 情報環境の変化

「情報指向」か「非情報指向」かは、消費者の意識行動に影響する最も重要な変数の一つである。消費者はどのような情報環境に生活しているのか、ここで、まず新聞広告やテレビ広告などにどれぐらい触れているのか、分析してみる。新聞を読む時やテレビを見る時、「よく注意して広告を読む、あるいは見るか」という質問に対して、「よく広告を読む、あるいは見る」は54.25%で、逆の回答者は45.75%である。「よく注意して広告を読む、或いは見る」は「広告をあまり読まない、或いは見ない」より多いことがわかった、他の都市と比較して見よう、図5-3で示しているように、貴陽市は他の都市よりは「広告への関心度」が高いことがわかる。

また、「日常用品や、身の回り品などを購入する」時、「広告を見てから購入するか」、それとも「広告を見ないで、直接店に購入に行くか」に対して、前者は42.5%で、後者は57.5%であった。10年前には他の都市での調査によると、約80%の回答者は「広告を見ないで、直接的に店に購入しに行く」であった。このように、貴陽市における消費生活の中でますます広告が利用されていることがわかった。これは「大量伝達」「大量消費」という大衆消費社会の現象である。「サービス経済化」を促進する要素ともいえる。

図5-3 新聞、テレビ広告の接触



7. 価値体系の変化

人生に対する態度は市場経済に転換してから、大きく変化している。これは1980年代の後半から外国の研究者によって調査が行われている²²⁾。また1994年には筆者の中国の都市部における調査研究でも分析をしている²³⁾。

都市間はどうのような相違が存在しているのか、表5-6で示されている。上海市、石家荘市、貴陽市は「清潔的生活環境」がそれぞれ39.67%、35.00%、27.75%で最も比率が高く、その次は「充実な毎日」で、それぞれ27.33%、25.0%、23.5%である。重慶市だけは「大金持ちになる」「充実な毎日」はほぼ同じ比率で27.67%と27.33%である。

以上のように、どの都市も「社会に貢献できること」を選択したのは低比率であり、上海市は10.67%、貴陽市は9.0%である。そして重慶のほか、どの都市も「社会貢献」よりも「清潔的生活環境」、「充実な毎日」という個人の生活に重点をおく傾向にあり、快適的と質的生活の向上を探求しつつあることが明らかになった。

表5-6 理想的な人生について

項目・都市 (%)	上海市	石家荘市	重慶市	貴陽市
大金持ちになる	14	20.5	27.67	19.25
有名人になる	3.33	1	3.33	3.5
趣味を大切にする	5	6.5	8.33	14
充実な毎日	27.33	25	27.33	23.5
清潔的生活環境	39.67	35	26.33	27.75
社会に貢献できること	10.67	12	7	9
その他	0	0	0	3
人数	300	200	300	400

6 結論と今後に残された課題

本稿では、中国の西部経済開発と都市部における消費生活の変化について、文献調査と実態調査をもとに、分析した。さらに東部大都市の上海市などにおける大衆消費社会の形成過程との比較分析を通して、西部地域に位置する

22) 山本武利編著『現在中国の消費革命』日経広告研究所、1989年12月。

23) 前掲『中国の大衆消費社会』参照。

大都市の貴陽市の消費生活水準、消費意識、行動、価値観の特徴が明らかになった。これは西部経済開発による社会経済の変動がどのようなものであるかが示されている。

西部における経済開発政策の実行によって、貴州省の経済発展効果は「小康生活」の実現が地域的に拡大し、高水準に向かっていることは貴州省の経済成長の報告などの中国国内の研究に基づいて分析した。しかし貴州省の経済、生活水準は全国で依然として最も低い、一方、貴陽市は貴州省の中で最も発展している地域であり、生活水準は農村よりはるかに高く、地域間格差が大きいことは注目されている。

経済的水準が低いときに、人々は「節約」の価値観を持っている。貴陽市の所得は上海よりは遥かに低いにもかかわらず、「消費」選択は上海とほぼ同じである。これは経済的な変数より、社会的側面の変数が影響しているようである。貴州省のような GDP 最も低いところでも、「消費」選択は高い比率が示されたことは、物質への期待は着実に増加する広告、マスメディア、内陸部へ流れる新製品によって高められたと考えられる。消費者は大量宣伝の広告によって、物質的欲望、よりよい快適な生活への欲求は、市場経済の発展と共に正当化されてきたといえる。「節約」よりは「消費」への選択はまさに「サービス経済化」社会の現象であろう。

一連の実態調査による分析と考察で明らかになったように、消費欲求が絶えず高次化している同時に、未来の展望に関しても、将来の生活水準が向上し続けていくように、楽観主義である。中国における大衆消費指向は東部から西部へと移行し、消費指向への明確な趨勢が存在する。伝統的な非物質的価値指向は急速に減少し、かわりに強い物質的な価値体系と消費指向が出現した。

「豊かな生活になる」という目的のために、一つの重要な手段は耐久消費財の取得である。1980年代から1990年代に他の都市で調査した結果、1960年代日本の消費者と同じく「三種の神器」が欲しかった、すなわち日常生活を楽しく、かつ快適にするために「カラーテレビ、冷蔵庫、洗濯機」というもの

であった。これは普及された後、日本では3C（自動車 car, 集中暖房 central heating, 別荘 cottage）が熱望されるようになった。しかし、1990年代から中国都市部の消費者は生活水準が上昇につれ、多くの人々が熱望するのは3C, すなわち、自家用車 car, コンピュータ computer, 携帯電話 cell phone などという情報伝達用の耐久消費品である。貴陽市での調査分析でわかったように、収入水準が低いながら、携帯電話の所有者は64.0%も高い比率である。このように所有者の比率は予測よりかなり多く、今後購買予定のものは自家用車, コンピュータ, 住宅となっている。また生活向上の一つのしるしは「レジャー志向」である。自由裁量所得の増加, 労働時間の減少によって、「レジャー志向」が多くなり、「サービス経済化」が促進される。本稿の調査分析では貴陽市の「レジャー志向」は比較分析の4都市の中でも、上海市に次ぐ二番目に高い比率が示された。これは大衆消費社会が急速に形成しつつあることである。このような急速な変化は情報化が進んでいる時代の独特な現象である。テレビの普及, 携帯電話, インターネットなど情報伝達商品の広範な普及によって、現在社会における地域的, 階層間のギャップが充填され、同様な価値観が現れたのである。

フォーゲルの1960年代の日本の大衆消費社会についての表現は「輝かしい新生活」への不断の探究だと論じていた²⁴⁾。中国の消費者は1960年代当時の日本の消費者より情報伝達技術に恵まれ、1990年代から21世紀にかけて、情報技術の分野ではこれまでにない革新が起り、この時期に行われている西部経済開発は情報技術の革新により、情報伝達用の耐久消費財は急速に普及され、あらゆる面での移動はこれまでにないスピードで促進されるようになった。工業発展と同時に「サービス経済化」現象が現れ、従来のようなベティ＝クラークの法則に従っているとはいえない。都市住民は自分の経済水準に相応しないような、よりよい高い生活水準への欲求も向上されることとなった。

よりよい快適な生活への探究は社会主義国の消費者にとっても、正当な受け入れられるべき目標となった。重要なことには、熱望の水準が以前の目標

24) Ezra F. Vogel, *Japan's New Middle Class: The Salary Man and His Family in a Tokyo Suburb* (Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1963), p.25.

が達成されるにつれて上昇し続ける。これはこれまでに他の都市で行われた調査と今回の経済水準が最も低い水準の地域にある貴陽市での調査で解明している。1994年と2004年、2005年の調査で得られた結果を比較すると、消費生活の向上への熱望が東部から西部へ、その水準も急速に上昇していることが本稿で解明している。

西部経済開発政策の実施によって、技術、人材、あらゆる面において、東部から西部へと移動し、産業の誘致により、工業化が発展している。同時に「サービス経済化」も上昇している。人々の消費生活意識、行動、価値観などの変化から示されたように、大衆消費社会の形成は急速になっている。これまでに「内需拡大」政策の実施、ローンシステムの導入によって、東部、沿海部の大都市においては、すでに住宅、自家用車などの購買段階になっている。内陸部においては、まだ「三種の神器」(テレビ、冷蔵庫、洗濯機)購買の段階にあり、内陸部と沿海部の都市住民が異なる消費欲求の段階にあると推定された。しかし本稿の調査分析で、貧困地域にある大都市の貴陽市は東部、沿海地域の都市住民の消費生活、意識行動、価値観の変化は、経済的な面では東部と大きな格差が存在しているものの、消費意識、行動、価値観の変化は東部の大都市と同様点が多く、大衆消費社会の形成の過程にあると推定できる。これは貧困地域における経済開発にとって促進の要素となるのであろう。情報技術の発展によって、都市化、工業化による経済開発の速度が急速になり、生活水準の高低にもかかわらず、人々の価値観、意識行動が同様化されていくことは本稿の調査分析で実証できた。すなわち貧困地域に位置している貴陽市は上海市と経済的な格差が大きいにもかかわらず、消費者の意識行動、階層意識、価値観は同様点が多いことである。

従来の理念では、人々は経済水準の高低によって価値観、意識行動が異なるが、しかし情報技術の革新によって、経済水準だけではなく、情報の伝達環境も重要な影響要因である。今後中国の内陸部における経済開発の有効性を検証するには、情報技術の革新によってもたらした効果は重要な変数となるだろう。

西部経済開発による都市化、工業化がどのように発展しているのか、また西部における大衆消費社会の形成は大都市から小都市へ、そして農村部へと拡大していくという仮説を立てたが、これを全面的に実証するには、貴陽市以外の小都市、農村部での調査分析が必要である。また西部経済開発の過程は従来の経済開発理論にどのような新しい理論を提示できるのか、このような課題は今後さらに探求し続けなければならない。

謝辞：貴陽市における実態調査は2005年度藤原貞雄教授の文部科学省の科学研究費(中国内陸部開発に関わる日中米韓連携大学国際研究のための企画調査)によって、実施することができたものである。藤原貞雄教授にあらためて心より感謝の意を申し上げます。