



## 都市の富裕層

しばた ひろとし  
柴田 弘捷

前北京日本学研究中心派遣専門家・専修大学文学部教授

近年、中国の富裕層への関心が高まっている。海外のブランド品、自家用車、マンション、レジャーなどに手が届く「富裕層」が北京、上海、広州などの大都市に大量に出現し、高額商品の消費者として「富裕層ビジネス」の対象になってきたからである。1970年代、自転車、マシン、腕時計が「三種の神器」と言われたが、現在はマイカー、マイホーム、海外旅行がそれだと言われる。

北京市の保有自動車台数はこの4年間で100万台増加し、07年5月に300万台を超した。その8割は自家用車である（北京市交通局）。市民の購入する自動車は、セダン型が主流で、10万元以下の小型車やエコノミー車よりもステータスシンボルとなる中・高級車に人気があり、しかも分割払いは減少し一括払いの割合が増加しているという（『人民日報』07.8.5）。

郊外には次々と高層マンション（多くは1戸100㎡以上）が建設され、比較的豊かな層が購入している。筆者が所属していた北京外国語大学の教員にも、大学の敷地内のアパートから出て郊外マンションに転居する傾向が見られた。都心部には1㎡4万元を越える（最も高いものは48,037元）超高級マンションも建設されている（『人民日報』07.7.10）。

2000年以降、大改造されつつある北京一の繁華街王府井には、六本木ヒルズに匹敵するような最新の高層オフィスビル（日系企業も多数入居している）と外資系五つ星ホテル、アジア最大のショッピング・モール東方新天地で構成されている東方広場が出現した。その東方新天地には、富裕層を顧客対象としていると思われる、宝石、一流ブランド品のウエア、靴、アクセサリーなどのショップ、デパートが outlet している。

今年の7月末に北京のイトーヨーカ堂が売り出した、中国産米の20倍にもなる1キログラム約100元の

日本産米（新潟県産コシヒカリと宮城県産ひとめぼれ）2キログラム詰り3000袋が僅か2週間で完売したという。

個人投資の証券市場も過熱気味である。

このように、自家用車の増加、新しいマンションの増加、高額ブランド品の出現は、北京市民の中にこれら商品の購入可能な「富裕」と思われる層が増加したことの顕われであろう。

外国資本も、「労働力市場として」ではなく、膨大な「消費市場としての中国」への進出が目立つようになった。

### 「富裕層」とは誰か

しかし、雑誌『フォーブス』の長者番付（資産10億ドル 約60億元以上、2007年）の世界の富豪にランク入りするような（946人中19人）あるいは資産額8億元以上の500人（2006年）などの超々資産家は別にして、「富裕層」といったときの基準はまちまちであり、したがってその人数・世帯数も確定しがたい。

05年8月の所得税法の修正時、中国政府は年収10万元以上を高額所得者と定義している。中国の調査会社（新生代市場監測機構）は北京、上海、広州、深センの4大都市では世帯収入年8万元以上を、他の都市では6万元以上を富裕層とし、調査の対象としている。

マスターカード・インターナショナル（MCI）社は、07年、北京、上海、広州3市の世帯年収1.6万元以上900人の調査を行い、2.5万ドル以上層を富裕層として分析している。

中国招商銀行は個人金融資産50万元以上の人は、都市部人口の5%、全国人口の1.5%と推計し、MCI太平洋地域主席顧問の王月魂氏は05年時点で年収2.5万ドル以上の世帯を290万世帯と推計している。また、中国経済・社会の研究者であ

る徐向東氏(キャストコンサルタント社長)は就労者の5%程度、3~4千万人程度と推定している。

中国政府は05年に高額所得者として、「個人経営者、土地開発ディベロッパー、芸能人、弁護士、税理士、アナリストなど」特定の職業を指定している。

MCI調査によると、富裕層の属性は、76%が男性、64%が31~46歳、67%が既婚者、83%が大学(本科)卒以上である。その多くは、多国籍企業のホワイトカラー、国有企業の高級技術者や管理スタッフ、個人企業家であり、それが中国の富裕層の「年齢の若さ」を特徴付けていると、先の王氏は推定している。

徐向東氏はその属性を次のように述べる。企業経営者層、私営企業家層、名目賃金がさほど大きくないが、実質所得や生活水準が高いとされる国家と社会管理者層、いわゆる中央と地方の官僚の三階層が富裕層のほとんどを占める。やや広く取ると、IT関連や外資企業の一部の専門職や管理職は、創業者や経営者でなくても、高所得を手に入れ、富裕層の仲間入りをしていると考えてもよい。

つまり、現代中国の「富裕層」は、改革開放・市場経済導入後の比較的若い年齢の外資系を含む民営大企業の経営者層、私営企業家、上級のホワイトカラー・専門職層そして党・政府の高級官僚層であると見てよいであろう。しかも、ほとんどが4年制大学卒業以上の学歴の保持者(MCI調査では83%)であるといつてよい。

新生代市場監測機構は「新富裕層」の特徴を「高学歴(High Education)、高消費(High Consumption)、高感度(High Sense)とし、「H3」と呼んでいる。

そして、上に挙げた高収入の職業のほとんどは大卒以上でないと就けないという事実が、近年の大学進学率の急上昇(1993年の5%から06年に22%となり、10年には25%に達する見通し)をもたらしている。筆者の接した大学生・院生のほとんどが「高い学歴がないと公務員・よい会社に入れない」と言っていた。現代中国では高学歴を得ることが「富裕」への第一歩と認識されているのである。

## 富裕者の生活

07年のMCI調査に表れた富裕者の生活は以下のようなものである。

彼らは1戸以上のマンションを持っており、2004年時点でその26%が3戸、8%が4戸も持っていた。その広さは平均で1戸目が129㎡、4戸目が208㎡であり、その購入代金を1戸目では49%、4戸目では76%の者が完済していた。マンションの購入は主に投資目的である。

彼らの92%は06年に1万ドル以上を娯楽(旅行、健康のためのトレーニング、テーマパーク遊覧、運動、社交等)に費やし、中でも旅行費が最大の

支出で、過去1年間に43%が3回以上の国内旅行、30%が3回以上の海外旅行をしており、行き先は、香港(85.6%)、マカオ、タイ、シンガポール、日本(18.7%)が主な国・地域である。ヨーロッパに行った者は多くない。なお、若い高学歴の女性に外国映画の鑑賞とする者が多くみられた。

また、彼らの労働時間は平均1日8~10時間であるが、余暇を仕事と同等に重要だと思っており、家庭生活を重視している。仕事のため家庭と余暇を犠牲にするのは当然だ、とするものは5点満点スコアでは2.61でしかなかった。また彼らは公益活動に積極的でもあった。

MCI社と中国国情研究所が共同で行った調査によると、収入と消費行動の関係は、年収2万1,000ドル以上になると、外貨口座と国際クレジットカードを使用したり、ゴルフなどを楽しんだりし始める。2万8,000ドルを超えると自宅購入が消費の主流となり、3万ドルになった場合、自家用車の購入が可能になり、外食、海外旅行も頻繁になる、という(「人民網日本語版」2007/2/15)。

つまり、中国の富裕層は、収入の増加とともに、100㎡を超す広さのマンションを居住用に購入、ついで自動車を、さらには投資目的でマンションを購入し、よく働くとともに、家族との旅行を中心とするレジャーにも時間と費用を費やす生活をしているのである。いわば「よく働きよく遊ぶ」という生活態度なのである(他方では遊ぶ間もないほど仕事に追まわられている、という報告もあるが)。

## 富裕層増大の裏側で

いま、このような富裕層が中国の大都市に増加しつつあるのは確かであろう。

しかし、他方では年収1万円にも満たない層、一人当たり10㎡以下の住宅面積の世帯が多数存在している。北京市内の新しいマンションの裏手に一歩入れば、古い崩壊しかけた四合院に多くの世帯が住み、ドアもなく、水洗でもない、「汚くて臭い」、共同トイレを利用している地域があり、そこには小零細な食堂や食料品、さまざまな日用品を商う店が、場合によれば路上に出ており、そして生ゴミをはじめさまざまなゴミがまき散らかされ、異様な臭いが漂っている世界が存在している。

オリンピックを1年後に控え、都市大改造が進められる中で、北京のこのような地域、住宅は立ち退き・解体が進められつつあり、早晚北京中心部からは消えていくであろう。今、われわれは、その「破壊と建設」のプロセスを老北京の一角、天安門・故宮の南側の前門、大柵欄一帯に見ることが出来る。

立ち退きを迫られている、この地で零細商業を営んでいる相対的に高齢者が多いこの低所得層はどこへ行くのであろうか。