

所得分配，需給調整，政府統制

— 家計消費拡大のための3つの力点 —

江蘇省行政学院経済社会発展研究所教授 範 金
 国家信息中心経済予測部処長 傘 鋒
 江蘇省行政学院経済社会発展研究所講師 袁 小慧

家計消費の拡大は、中国経済の長期的・持続的な発展にとっても、社会主義「和諧社会（各階層間で調和のとれた社会）」建設の推進にとっても、あるいは経済発展方式の転換という目標の実現にとっても重要な戦略的意義をもっており、今回の金融危機後の国際環境や国内経済の構造転換がいずれもこの点を実証した。しかしながら、長期に渡って形成されてきた、消費成長を抑制する体制メカニズム的な各種の要素が存在し、また足枷となるような各種要因も絡み合っているため、家計消費の拡大には尚も困難な努力が必要とされる。そこで私たちは、家計消費拡大は所得分配体制の健全化，社会需給環境の万全化，政府統制の強化などの面から着手すべきだと考える。

1. 都市・農村家計所得水準の向上に取り組んだ上で、国民所得の分配関係を調整する

家計消費の成長は、都市・農村家計所得の向上と平均消費性向の拡大の如何にかかっている。都市・農村家計所得水準の向上は、経済成長速度にもよるし、家計所得が国民所得分配に占める割合にもよる。その一方で、全社会の平均消費性向の向上のためには、持続的な所得格差の縮小が求められる。

長年に渡り、都市・農村世帯の国民所得の中に占める割合が低下を続けているのに比べ、企業と政府の国民所得に占める割合は著しく上昇している（郭，呂，2011；方，2009）。世界銀行の研究報告によると、1990年代中頃から、中国のGDPに占める賃金所得の比重が絶えず下降の趨勢をみせており、ここ数年では下降速度がさらに速まっている。このような分配構造のもとで、家計消費を拡大することは不可能だ。そのため、国民所得の分配と再分配の調節を通じて、公共サービス製品の均等化を確実に保証し、所得格差を絶えず縮小することが求められる。第1次分配において、家計所得が国民所得に占める割合を引き上げ、各級政府の予算外・体制外の所得^(註1)を徐々に減らして最終的にはなくし、企業には規定に従った利益分配^(註2)と国有資本経営予算制度の実行を強制して、家計所得成長と経済成長の速度が釣り合うよう保証することによって、大衆が経済社会発展の成果をより多く享受できるようにしなければならない。国民所得再分配の段階では、積極的に政府支出の方向性を転換して公共支出を拡大し、低所得者、離退職者、失業者の所得を安定的に増やして所得格差を縮小することによって、都市・農

★本稿は、範金が代表者である国家自然科学基金プロジェクト『全球化背景下中国城鄉居民消費收斂的結構性路徑分析和政策研究』（70873052）、袁小慧が代表者である国家社会基金プロジェクト『構建擴大消費長效機制的着力點研究』（12CJY072）、および範金が代表者である江蘇省高等教育機關哲學社会科学重大プロジェクト『江蘇省擴大消費需求的思路与对策研究』（2011ZDXM011）の中間報告で、中国語の原文タイトルは『收入分配，供需調整，政府治理：擴大居民消費的三個着力點』である。

村間や地域間の公共サービス製品の均等化を保証しなければならない。第3次分配では、政府による誘導、市場による促進、民間の互助などの形式によって、救済や寄附などの社会慈善事業と公益事業を進展させ、厳正で合理的な3次分配制度を確立することで、「和諧社会」の建設を促進しなければならない。

つまり、家計所得の拡大と同時に所得格差を絶えず縮小することにより、社会全体の平均消費性向を向上させることが必要である。そこで以下の5つの面から着手すべきだと考える。

1.1 間接税主体から直接税主体の税制への転換を積極的に推進し、中低所得者の税負担を軽減する

聶、劉（2010）によれば、短期的にみると全ての間接税は逆進的であるが、長期的には税負担の逆進性は低下する。営業税は長期的には累進性をみせるが、最大税目である増値税（付加価値税）はなお逆進的であり、所得分配の調節作用に限りがある。間接税主体の税制は、必然的に各級政府の無駄を増やす重大な体制的要因であることが分かる。他方、直接税主体の税制のもとでは、経済効果と税収が関連しており、企業利益と個人所得が増加しない限り、政府に入る法人税と個人所得税が増加することはない。直接税主体の税制は投資抑制と消費拡大を後押しするのである。その他に、中国の当面の税制のもとでは、中低所得者とサラリーマン層が個人所得税の主な課税対象となり、これらの層の消費の成長に不利である。このため、第11期全人大常務委員会第21回会議は（2011年6月）30日午後、「全人大常務委員会の個人所得税法改正に関する決定」を採択し、個人所得税の基礎控除額を2,000元から3,500元に引き上げ、賃金・給与所得に適用する個人所得税率を、9段階の超過累進から7段階の超過累進に改正した。個人所得税基礎控除額の引き上げと、高所得者層からより多くの個人所得税を徴収することを通じて、所得と消費に対する税制による調節作用をより一層発揮させて、所得の相対的公平性を促進しようとしている。

改革開放から30余年、体制改革に伴って、家計の財産所得が大きく向上した（鄭，2010）。生産要素のうち、労働を除いて、社会各層の資本、土地、技術、管理、鉱物などの資源要素の保有高にはすでに大きな格差が生じ、中でも土地（不動産）や資本などを始めとする家計財産所得は、所得格差のさらなる増大を直接もたらすことになるため、財産税、相続税、社会保障税、環境税の導入を積極的に検討し、消費税の課税範囲を適度に拡大することが極めて重要である^(註)。最後に取引の領域においては、資本利得税や印紙税などを通じて貧富の格差を縮小し、この部分の税収を低所得者層の消費を促進するための社会保障支出に充てること、「和諧社会」の建設という目標の実現にとっても重要な現実的・戦略的意義をもっている。

1.2 雇用拡大に取り組み、起業を積極的に奨励する

雇用は民生の基本であり、家計所得成長の重要な源泉である。市場による雇用主導、政府による雇用促進、個人による自助努力が組み合わさった雇用メカニズムを確立し、雇用吸収力の大きな労働集約型産業、サービス業、中小企業、非公有制企業の発展を加速させ、サービス業と中小企業に対する財政支援力を強化し、税の減免や利子補給などの手段によって、サービス業の発展を促進しなければならない。投資構造の調整を加速し、雇用促進作用の大きな投資プ

プロジェクトに対して、国の産業政策に合致することを前提として、用地などの面で優先権またはさらに政策上の優遇を与えるべきである。各種の非営利・非政府組織の発展を奨励し、公益的な雇用ポストを開発する。雇用サービス体系と貧困層再就業支援の制度を確立整備する。起業精神を大いに発揚し、民間起業、自主的起業、冒険的起業を積極的に後押しする。様々な道を新たに切り開き、大卒者の雇用難の緩和に取り組む。労働力の自由な流動を促進し、農村出稼ぎ労働者に対する職業訓練を強化し、農民の非農業分野での就業を促進する。

1.3 農民の所得水準を向上し、都市・農村間の消費断層を絶えず縮小する

中国の都市と農村の消費水準には常に大きな格差が存在し、都市と農村の間に消費ギャップをつくっている。伝統的消費財または中低級の耐久消費財が絶対多数の都市部住民世帯で飽和に向かいつつある中で、大部分の農村住民世帯には同類の消費財がなかなか浸透しないため、都市と農村の家計消費には少なくとも10年の開きがある。農村家計消費の成長が緩慢なことが、消費ギャップができる主な原因である。消費ギャップを埋め、都市・農村家計間の消費格差を縮小するには、7億5,000万の人口を擁する農村大市場を開拓することが欠かせない（羅，2012；陳，2009）。

そのためには、①「多予，少取，放活（投入拡大，負担軽減，活性化）」の方針をつらぬき、工業化による農業再生と都市による農村支援の強化に力を入れ、「社会主義新農村」建設を契機に、農村の生産と生活の条件の改善への投入を拡大しなければならない。②農民が農業機械、化学肥料、種子などの農業生産財を購入するための直接的補助を引き続き徹底・浸透させる。③農業の規模の経済化・産業化を重点に、農民の経営所得を向上する。④農民の賃金労働所得の向上をめぐる、農民の出稼ぎ就労に対するサービスを確実に強化し、出稼ぎ労働者の賃金が滞りなく額面通り支払われるよう制度面から保証する。⑤国が農村インフラへの資金投入を拡大していく中で、「以工代賑（公共工事を実施し、農民を労働者として雇い賃金を支払うことによって救済する）」プロジェクトを増やし、農民の所得増にとって有利な条件を創り出す。

1.4 中所得者層を育て、徐々に拡大する

2011年12月14日、中央経済工作会議で初めて「中所得者比重の引き上げ」が打ち出され、「内需拡大」に関連付けられた。中所得者層は消費と経済社会の安定の中心的存在である。先進国の最終消費率が高い重要な要因の1つは、膨大な中流層が存在することであり、家計消費構造は両極が小さく中間が大きい「つぼ型」構造をしている。中国はそれとは反対に、中間が小さく両極が大きい「ダンベル型」構造である。中流層は、所得見込みが安定的している上に、上昇傾向を示すため、消費嗜好が時代の潮流に追いついていくことができ、社会全体の消費パターンを先導し模範を示す役割をはたす。近年の中国の自動車と住宅の市場の繁栄は正に中流層が引っ張った結果である。従って、国民経済全体に対する消費の寄与度を大幅に向上させ、最終的に中国を「消費社会」に仲間入りさせるためには、中流層を育ててその比重を拡大し、中国の消費構造の大幅な格上げを牽引する主力たらしめ、住宅、自家用車、電子類消費財、旅行、文化芸術、スポーツ・レジャーなどを主な購買対象とした消費構造の格上げを、より長い期間持続させる必要があるのである。

1.5 移転支出制度を一層万全化し、教育への投入と医療衛生体制の改革を強化して、消費者の信頼感を向上する

中央財政の移転支出は、民生の改善や地域間財政力格差の均衡化に重点を置き、基礎的公共サービスの均等化を推進すべきである。移転支出を中西部地域、特に西部地域と少数民族地域にもっと比重を傾け、中西部地域の公共サービス能力を向上しなければならない。特定用途の移転支出は、教育、医療、社会保険および「三農（農業・農村・農民問題）」などの民生分野に一層注ぎ込み、投入を増加することが必要である。基礎的公共サービス均等化のための指標体系を研究・制定することで、財政移転支出による効果を数量評価しやすくし、財政移転支出の改善を後押ししなければならない。引き続き医療、教育、住宅などの制度改革を進展させ、医療保険制度を万全化し、適性料金または低料金の国立病院の建設に力を注ぎ、高医療費問題や医療難民問題を徐々に解決していかなければならない。

2. 都市・農村家計の増え続ける消費需要の満足に最大限努力した上で、差別化した供給政策を採る

目下、中国は経済の高度成長と社会階層の絶え間ない分化の途上にあり、異なる消費者層間の消費格差が比較的大きい。従って、細分化したそれぞれの消費市場に合わせ、差別化された供給政策を採り、異なる地域・異なる層の都市・農村家計の増え続ける消費需要を満たすことが求められる。

2.1 消費の奨励と持続可能な消費のどちらも重視する消費政策を実行し、健全で前向きな消費スタイルの形成を導く

節約型社会の建設の必要性の見地に立って、「低炭素消費」という健全な消費理念を高く位置づけ、高所得者層による過剰消費や贅沢消費を抑制し、限りある供給をまず低所得者層と生活条件の改善が急がれる層の需要満足に充てなければならない。これは「和諧社会」建設を促進する1つの重要な方向性でもある。このために、2012年5月16日、温家宝國務院総理が國務院常務会議を開催し、『国家基礎的公共サービス体系「第12次5ヵ年」計画』を審議採択、省エネ家電などの製品消費を促進するための政策措置を確定し、265億元の財政補助を割り当て、省エネ基準を満たすエアコン、薄型テレビ、冷蔵庫、洗濯機、湯沸かし器の普及に乗り出すことを決定した。期間は暫定1年である。その他、省エネ電球とLEDランプの普及に22億元、排気量1.6ℓ以下の省エネ自動車の普及に60億元、高効率モータの普及に16億元を割り当てて支援する。また、世論から積極的に合理的な消費を導きながら、経済的手段もプラスして、過剰消費と贅沢消費を抑制し、節約・自然エネルギー・低炭素の消費理念を唱導する。段階式の水道料金や電気料金を全面的に導入し、家計の基本的需要を満たした上で、資源性を持つ製品の消費需要を調節する。資源の過剰占有費を徴収したり、保有している期間に課税したりする方式で、特大面積住宅を制限し、理性的な消費を導く。燃料税を課税するなどの措置により省エネ・エコの小排気量自動車の消費を奨励し、大排気量や特大排気量の自動車購入を減らす。引き続き贅沢品の輸入関税税率を引き上げて、高級贅沢品の輸入量の調節を強化する。「減

「量産、再利用、再循環」の原則に基づき、循環経済の理念を消費財の生産基準の中に浸透させ、各種消費財の省エネ基準の実施を強制して、消費者に社会的責任感を根付かせることを重視しなければならない。過度の包装を禁止し、使い捨て包装の使用を減らし、製品包装と不要になった電子製品を回収するようにする。

2.2 インフラ建設を強化し、流通コストを引き下げる

近年中国の都市インフラ建設は著しい改善をみた⁽³⁴⁾。中国にはすでに世界的にみて比較的優れたインフラがあるが（張他，2007）、春節や5月と10月の「ゴールデンウィーク」期間、並びに大都市の恒常的な交通渋滞の現状は、中国のインフラ建設がまだまだその需要に追いついていないことを如実に物語っている。また、農村インフラ建設への投入も増やし、水道、電気、道路、通信などのインフラ建設を強化する必要もある。引き続き電力網改造への取り組みを拡大し、農村の電力料金を引き下げて、エアコン・冷蔵庫・洗濯機など家電が大規模・全面的に農村世帯に浸透するために有利な条件を創り出さなければならない。農村の商業流通網を整備・発展させ、農村消費市場の建設を強化して、農村市場の流通コストを引き下げなければならない。独占的な業界と部門に対する監督を強化し、道路通行料の徴収を厳正化し、情報通信サービス価格を引き下げて、商品流通コストを削減しなければならない。目下、中国では道路通行料の違法な徴収や徴収期間経過後（償還後）も有料のままという問題が際立ち、地域経済間の物流コストを大幅に引き上げ、道路利用率と輸送効率を著しく損ね、旅行や運輸など交通業界と密接に関連した業界の発展を制約している。2009年からは大部分の省で償還主義を採る2級道路の有料制を徐々に廃止してきたが、多くの1級道路と維持管理有料制を敷く2級道路の通行料徴収が依然存在しているため、これら道路の有料制が各地で徐々に廃止されるよう、さらに指導・奨励するべきである。情報通信分野においては、独占経営が存在することにより、情報通信サービス価格が発展水準の似通った他の国よりも著しく高くなっており、潜在的な消費能力の成長を抑制するとともに、情報入手コストも引き上げている。

2.3 製品構成を絶えず向上し、都市・農村家計の衣食類商品の消費需要を満足する

所得水準の成長に伴って、都市・農村家計消費の中に占める食品消費の比重は著しく低減しているが、都市部では食品の安全や味、栄養に対する要望が高まって、より科学的・合理的な食事を追求するようになり、農村では肉類や鳥卵類の消費も着実に伸びている。都市・農村家計の絶え間ない食品消費構造の向上の需要を満足させるためには、①食品安全を一層重視し、天然・無公害食品の生産拠点の建設と産地認証業務を万全にし、学生や乳幼児向けの食品に対する監督管理を強化し、生産から販売までの全プロセス追跡監視体系を確立しなければならない。②都市・農村に健康的・合理的な食事構成を根付かせ、栄養不足や栄養過多を防止しなければならない。③地場ファストフード業と「社区（居民委員会の管轄地域内で政策的に形成される都市住民の生活共同体）」の飲食サービス業の発展に力を入れ、都市・農村家計の日常的な外食需要を満足させる。④各種のグルメフェスタや博覧会を開催することによって、中国の伝統的飲食文化を発揚する。

近年、中国の都市部家計の衣類消費は、デザインや色彩、ブランドの質によりこだわり、個

性的な服装をますます追求するようになり、農村家計の衣類（消費）も既製服志向へと転換し、健康・流行・ブランドを追求し始めている。都市・農村の衣類消費の需要を一層満足するには、①デザイン、生産、販売、生地の研究開発などの各領域で、消費者が満足できる製品やサービスを提供し、国際的に知名度のあるブランドを創造し、異なる社会層、異なる年齢層、異なるTPOに応じた衣類消費の需要を満足しなければならない。②農村衣料市場を活性化し、各種衣料の卸売・小売市場および各種ブランド衣料の専門店やチェーン店の建設を促進して、多様化しつつある農村家計の衣類消費需要を満足しなければならない。③各種のファッションフェスタや展示即売会などのキャンペーンを開催して、服飾文化を普及させなければならない。

現在、都市部家計の家電市場はすでにほぼ飽和し、「以旧換新（買換え補助金政策）」では都市部のごく一部の市場しか開拓できなくなり、消費者層の主流が農村へとシフトし始めている。このような背景のもとで、都市世帯向けの家電製品はスマート家電や省エネ・エコ家電、そして広い居住空間に適した大型家電へと転換し、都市部の買い替え需要を満足することが必要である。農村家電市場の開拓の過程、特に「家電下郷（家電農村普及政策）」の実施過程ではサービス網の構築を強化し、ビフォーサービスとアフターサービスを増強し、消費者に対する講習や指導を強化しなければならない。農村家計消費の特性に合わせ、品質が良くて低価格、性能に信頼のおける製品を多く開発し、偽物粗悪製品の根絶を断行しなければならない。

都市・農村家計の自動車消費を適度に拡大し、都市・農村家計の情報通信製品・サービスの消費促進に力を入れる。目下、中国はすでに全国的に自家用車が一般的となり、近年は大中都市の自動車消費が爆発的成長段階に入った。都市の環境汚染や交通渋滞など、爆発的成長がもたらすいくつかのマイナス影響がすでにはっきりと現れてきている。従って、このような爆発的な自動車消費熱には適度に規制を加えて、都市の公共交通や軌道交通の発展に力を入れ、マイカーについては都市交通における一種の補助手段として適度な発展をさせるべきである。ファミリーカーの生産構造を調整し、省エネ・エコ型、小排気量、ハイブリット、電気自動車の研究開発と生産を促進する。2009年に始まり2010年末に終了した「汽車下郷（自家用車農村普及政策）」や「以旧換新」などの実施が都市・農村自動車消費市場に与えた影響は顕著であったため、関連する消費刺激政策を継続し、農村普及政策の実施過程では排気量1.3ℓ以下の小型車の農村市場進出をさらに推進し、自動車の買換え補助金政策の実施過程ではサービス範囲を拡大して、都市のタクシーの車種入れ替えと「イエローラベル車（新しい排ガス基準に適合しない車種の総称）」の淘汰を奨励・促進する必要がある。また、都市・農村家計の情報通信製品・サービスの消費の促進にも力を入れなければならない。都市・農村の電信料金、特に通信料金とインターネット接続料金の基準の引き下げを継続し、「三網融合（電信ネットワーク、コンピュータネットワーク、ケーブルテレビネットワークの融合）」の実施過程で、異なる消費者層間の「デジタルデバイド」を埋める必要がある。

2.4 社会の製品供給構造を向上・改善し、サービス業を大いに発展させ、新しい人気消費対象を育てる

消費範囲の拡大と消費構造の格上げは、家計消費能力の向上如何による一方で、供給構造の改善上の制約も受ける。供給の面からみると、中国の工業消費財の中には供給過剰のものがあ

る反面、消費者サービス製品の有効な供給は不足し、サービス業が十分に発達しておらず、消費者の需要を満足するのが難しい。目下、中国の消費者サービス製品の規模・種類・質は需要構造に適切しておらず、サービス支出が家計消費支出に占める比重は国際的平均水準のおよそ50%を大きく下回っている。その一方で工業消費財の生産は、重複生産によって供給過剰となっている。サービス製品に対する家計消費需要をより良く満足するには、①製品構造の調整に力を入れ、サービス製品の供給を拡大し、サービスが充実し消費者が満足できる製品を絶えず打ち出して、生存型消費から快楽型、発展型消費への転換を促進しなければならない。②新興消費分野の産業政策を速やかに制定・整備して、公開・平等・厳正な業界参入制度を確立し、民間資金のサービス業への流入を奨励し、非公有制経済の比重を高める。③都市化プロセスを推進して、都市サービス業、「社区」サービス業、金融サービス業の発展を促進する。④文化レジャー娯楽消費をルール内で発展させ、アニメ産業の発展に力を入れ、健全な消費を誘導・奨励し、大衆のますます高まる精神的な満足感と文化消費の需要を満足する。⑤実用科学技術の知識や蓄財情報、大衆娯楽製品など、多くの農民が喜ぶような心を満たす製品を提供し、農民の文化的・精神的欲求を満たす製品に対する消費の需要を満足する。

都市・農村家計の教育消費需要の面では、基礎教育と職業技術教育の発展に力を入れ、高等教育の質を絶えず向上する必要がある。都市・農村の学齢期の全ての青少年が9年制義務教育を受けられるよう保証し、義務教育段階の公平性を維持しなければならない。中等と高等の職業技術教育を強化し、農村地域と少数民族地域に対する教育支援を拡大し、より多くの新しい適用人材を育成しなければならない。国外の高等教育機関の運営モデルと運営クオリティを参考にして、中国の高等教育を発展させ、ハイレベルな創造的才能をもった人材に対する需要を満足しなければならない。民間の学校運営を積極的に奨励し、中等と高等の私立学校を、ルール内で大きく発展させなければならない。

都市・農村家計の旅行消費需要の面では、厳選ツアーとモデルツアーを周到に設計・開発し、分散した観光地を带状につなげて、一帯丸ごと活性化を促進しなければならない。様々なスタイルや特色をもったレジャー・リゾートツーリズム、文化ツーリズム、「レッドツーリズム（中国共産党の革命にまつわる地をめぐるツアー）」、エコツーリズム、アドベンチャーツーリズムの育成にも力を入れ、各層の需要を満足しなければならない。観光市場の秩序整理に力を入れ、「零団費（団体受け入れに対しては料金をとらず、主に観光客の現地での消費によって利益を賄う手法。観光客が欲しくない物を買わされるなどトラブルが多い）」や、ぼったくりを根絶して、観光客が納得して消費できるようにする。辺境の景勝地の交通・通信や電力など観光インフラ建設を促進し、観光資源開発と生態環境保護をかみ合わせる。

医療保障体系を整備し、都市・農村家計の快楽型、発展型消費の需要を満足する。①社会保障体系を引き続き強化・整備し、都市部の社会保障サービスの被覆面を拡大し、農村の新しいタイプの「合作医療（農民による互助共済型の医療保障）」制度と貧困層の救済制度を全面的に実施する。②厳正な管理を前提として、病院運営主体の多元化を加速し、都市・農村の医療保健に対する多様化した需要を満足する。③医療保健消費市場を積極的に開拓し、全民の健康状態の改善を促進する。

2.5 供給拡大を軸に、多チャンネルからなる住宅供給モデルを形成し、都市・農村家計の差別化した住宅需要を満足する

不動産市場での供給制限は、需要抑制にならないどころか、却って住宅価格の上昇を助長し、家計のその他消費需要を圧迫することが実証された。従って、供給拡大から始めて、都市・農村家計の差別化した住宅需要を満足するべきである。①土地供給構造を調整して、土地供給に占める居住用地の比重を適度に高め、不動産開発投資を増やし、建物開発における各種租税公課を削減・厳正化し、需給矛盾を緩和し、住宅価格を抑える。②住宅供給構造を調整して、中低所得者向けに中小型住宅を積極的に発展させ、「経済適用住宅（中低所得者に販売される比較的low価格の住宅）」の開発を厳正化し拡大する。③低賃料賃貸住宅の供給体系を速やかに打ち出し、政府が建設し賃料補助を与えるなどの多様な方法によって都市困窮世帯の住宅問題を解決し、低賃料賃貸住宅、「経済適用住宅」、中古住宅、新築分譲住宅など多くのチャンネルからなる住宅供給モデルを形成する。これについては、2011年9月30日、國務院弁公庁が『保障性住宅供給プロジェクトの建設と管理に関する指導意見』を出し、「第12次5ヵ年」計画期間末までに、全国の保障性住宅の被覆率を20%前後にするよう求めている。④中古住宅取引市場をさらに活性化させ、取引手続を簡素化し、不動産仲介業者の経営行為を厳正化する。⑤住宅管理レベルを向上し、住宅の安全と居住の質をさらに改善する。⑥各地の現状に応じて農村に水洗式トイレ、セントラルヒーティング、バイオガス消化槽、上水道などの住宅付帯施設を普及させ、農村の住生活の質を向上する。

2.6 3つの「ゴールデンウィーク」集中休暇制度を改革し、労働者の「有給休暇」制度を確立し、旅行リゾート消費のための良好な制度的環境を創り出す

春節は別にして、「5月1日（労働節）」や「10月1日（国慶節）」のゴールデンウィーク、および学生と教職員が主な顧客源となる夏季の観光市場の活況は、ある意味で中国の都市・農村の家計所得増加後の旅行消費の巨大な需要を反映している。しかしながら、交通、宿泊、観光地などの供給と実際の需要とのギャップは、一連の社会問題を引き起こしている。集中的な休暇がもたらす需要の膨張を抑え、旅行客を合理的に分散させ、商業資源をより理性的に使用するためには、仕事と休みの時間を合理的にやりくりするよう大衆を導く必要がある。全国的に「有給休暇」制度を確立して、旅行消費からレジャー・娯楽への格上げを誘導しなければならない。目下、中国で「有給休暇」制度を享受する労働者は主に教育部門と少数の機関・事業単位に集中しているため、より大きな範囲に普及・実施すべきである。各界も有給休暇制度の実施について一致した認識をもつべきで、異なる地域、異なる業界、異なる部門が、自らの実状に照らしながら実行可能な有給休暇制度案を模索できるようにするべきである。

3. 家計消費拡大のための良好な消費環境を積極的に創り出す中で、政府統制能力を強化する

良好な消費環境は、家計消費の安定的成長を促進するための前提条件である。中でも、政府の職務遂行能力と奉仕のレベルを引き上げ、政府の職能を科学的に履行し、政府の「見える手」

の役割を発揮することによって、関連政策を万全なものにして消費環境を最適化することが、家計消費拡大の実現にとって重要な裏づけとなる。流通コストの引き下げを保証するために、消費者信頼感と消費者心理を向上し、消費促進に有利な各種の補助的要素を確立する。消費環境の改善のために、政府統制能力を強化して成長保持、民生保護、安定保持の3つの面に具体的に反映させる。

3.1 経済社会発展に奉仕するための政府の職能を強化する

世界的金融危機によって生じた国際市場の縮小に際しては、必然的に家計消費の内需を中国経済の持続可能な成長を支える力にする必要がある。①経済運営を適時に調節する機能を発揮することである。有効な投入を増やし、構造最適化を前提に投資規模を拡大し、インフラプロジェクト、産業プロジェクト、生態環境プロジェクト、民生プロジェクトの建設を加速させ、政府投資によって民間投資を誘導・触発する。家計所得を増やすことによって消費能力を向上し、人気消費対象を育てることによって消費空間を開拓し、関連政策の整備によって消費環境を最適化し、消費によって内需を拡大する効果を増強し、消費需要、特に家計消費需要を積極的に拡大する。輸出市場の多元化を強力に推進して、輸出製品構造調整を加速し、輸出に対する政策支援を強化して、対外輸出の安定的成長を維持する。各級政府や金融部門と企業との共存共栄の理念、困難共有の意識を強化し、積極財政政策の浸透度合を拡大し、銀行貸出の経済成長に対する支援力を強化し、企業発展環境の改善に努力する。②産業発展を正しく導く機能を発揮する。外部経済環境の変化により形成される反発メカニズムを存分に活用し、産業発展の誘導を通じて、断固として発展方式の転換を推進する。設備製造業の研究開発能力と国産化水準の向上に力を入れ、重大プラント設備やハイテク設備の発展に尽力し、製造業のハイエンド化発展を後押しする。新エネルギー、新材料、新医薬、環境保護などの戦略的新興産業の発展を加速させ、実力を備えてハイエンド競争に参加する。政策面から企業の技術イノベーションを支援し、企業が積極的に新技術・新工程・新設備を導入するよう誘導し、更新改造の足取りを加速させ、伝統産業のブランド化発展を後押しする。事業所サービス業の発展に力を入れ、近代的サービス業集積地の建設を速め、新型サービス分野を積極的に開拓し、近代サービス業競争での新たな強みを加える。リーディングカンパニーの合併再編による拡充を奨励し、関連産業や上下流企業の統合再編を促進し、資源配分効率と国際競争力を向上する。③良好な発展環境を創り出す機能を発揮する。複雑に目まぐるしく変化する経済環境に直面し、政府は企業に対する支援力を強化し、良好な発展環境を創り出すべきである。そして企業に対する金融支援力、企業に対する財政支援力を強化する。それには、財政による特定目的の援助資金を設け、租税支援措置を実施し、租税公課減免政策を全面的に浸透させ、企業負担を一層軽減することである。また企業の自主革新に対する支援力を強化する。それには、各種の革新支援政策を浸透させ、様々な形式の産学協力を深化させ、企業が自主知的財産権や自主ブランドをもつより多くの製品を生み出すことができるよう支援することである。④無秩序な費用徴収行為をなくし、「民間の利益を奪う」行為に反対する。批判の絶えない「遺産相続公証費^(註5)」、スポーツ宝くじ、福祉宝くじなど各種の体制外・予算外の徴収に対する管理を強化すべきである。『遺産法』や『賭博・富くじ法』などの政策法規の導入を通じて、高額な「公証費（手数料）」を

なくして2%の相続税を徴収するようにし、その収入を国庫に納めることを検討する。「国民から得たものは国民に使う」という根本理念に根ざして、社会全体の福利水準を向上する。

3.2 民生を保障・改善するための政府の職能を強化する

①雇用拡大に特に力を入れる。雇用は民生の基本であり、都市・農村家計の賃金所得を増加させるための主要な手段であり、家計消費拡大の源泉である。従って、市場による雇用主導、政府による雇用促進、個人による自助努力が組み合わさった雇用メカニズムを確立する。税の減免や利子補給などの手段によって、雇用吸収力の大きな労働集約型産業、サービス業、中小企業、非公有制企業の発展を加速させる。国の産業政策に合致することを前提として、雇用促進作用の大きな投資プロジェクトに対しさらに優遇的な政策を与える。非営利組織の発展を奨励し、公益的な雇用ポストを開発する。雇用サービス体系と貧困層再就業支援の制度を確立整備する。②社会保障の整備に特に力を入れる。社会保障は民生の基礎であり、消費者信頼感を増強するための重要条件である。よって、社会保障体系をさらに整備し、大企業従業員の基礎年金保険の被覆率を拡大し、個人積立分の全額負担化（企業負担の一部個人積立分への算入を撤廃）の試行を始動し、省レベルの（基金の）統一管理計画の制定に取り組み、社会保険関係の省内や他地域間での移転継続を行ない、企業退職者の基礎年金を引き続き引き上げる。都市部の労働者と住民の基本医療保険と新型農村合作医療保険制度を整備し、医療保障待遇のレベルを向上させ、企業従業員のうちの困窮者の基本医療保険への加入の問題を徐々に解決する。大学生が都市部住民基本医療保険に加入するための実施方法を検討・制定する。新型農村社会年金保険の試行範囲を拡大し、土地の収用と補償、基本的生活保障の3つを同調させて推進し、土地を収用された農民への全面的保障を確実に保証する。農村出稼ぎ労働者の労災保険と医療保険への加入を推進し、出稼ぎ労働者の年金保険被覆率を拡大する。「脱貧攻坚工程（貧困を脱し、生活困難を克服するという意味）」を強力に実施し、困窮者の基本的生活を確実に保障する。③都市・農村の公共サービス均等化を保証する。そのために、基礎的公共サービスの範囲・種類・基準を確定し、地域と分野を明確にし、財政支出需要の見積もりのための技術的な基礎を固める。基本公共サービスの均等化が必要な地域の財力と財政支出能力を評価し、地方政府の基礎的公共サービス財政能力均等化の実現を保証し、政府間（国と地方間）の供給責任を明確にし、地方政府の供給能力を向上する。公共サービス分野の投資体制を改革・整備し、公共財政の投資効率と基礎的公共サービスの質を向上する。都市化プロセスを加速し、都市と農村の体制的な断絶を排除し、各種の体制的一体化を実現する。

3.3 社会の安定を維持するための政府の職能を強化する

①消費者物価の基本的安定を維持する。落ち着いた物価水準は消費者心理を安定させ、家計消費の健全な成長を促進するための前提となる。2008年から新たな経済拡張期に入ったことに伴い、中国の住宅価格は急速に上昇し、ここ数年は加速度的上昇の趨勢をみせている。住宅は投資財であり、家計消費の枠内には直接算入されないが、住宅価格の大幅な高騰は家計のその他の消費に対して著しいクラウディングアウト効果を与える。2009年第3四半期以降、穀物価格の全体的高騰によって起こった食品価格の高騰が、消費者物価指数の上昇を招いた。

2010年5月からは、穀物価格の高騰が順次波及したこととその他の要因による影響を受け、消費者価格の累計上げ幅が数ヵ月連続で3%の警戒ラインを超え、インフレのリスクが大幅に増大した。中長期的にみると、労働力コストの上昇、原材料価格の高騰、資源性製品の価格改革、環境保護コストの顕在化、そして穀物価格高騰による助長など、消費者物価の高騰を招く要因はまだ沢山ある。これに対し、企業間競争の強化、企業負担の軽減、供給能力の向上などの面から物価の基本的な安定を維持するべきである。②市場経済秩序を整理・厳正化し、製品品質を向上させ、食品安全を保証する。そのために、市場経済秩序の整理と厳正化を強化し、偽物粗悪商品の製造販売という違法犯罪活動を根気よく取り締まり、市場経済秩序を著しく乱す重大・重要事件を漏れなく摘発し、大衆の消費者信頼感を増強しなければならない。農村消費財市場に対する監督管理を大幅に強化し、「偽物粗悪」商品や有毒有害商品を厳しく取り締まらなければならない。連鎖販売を取り締まり、直接販売や代理販売など各種販売形態を厳正化し、誇大広告や虚偽宣伝を厳しく摘発する。品質監督検査検疫の法律法規体系を絶えず整備し、司法監督力を強化して、食品安全を保障し、製品品質を絶えず向上させ、中国製品の国際的信用を守らなければならない。すでに発生している製品品質と食品安全の問題に対しては、国際慣例を参考にし、対内的・対外的に責任感をもって対処しなければならない。③消費者信用制度の確立を促進すると同時に、消費者金融を強力に推進する。先進国では、消費者金融は高額消費財の消費にとって有力な後ろ盾となっている。1999年3月に中国人民銀行が『個人向け消費者金融に関する指導意見』を下達して以来、中国の消費者金融は急速な発展を遂げた。長年来の状況をみれば、中国の住宅・自動車消費や教育にとって個人向け消費者金融の拡大は絶大な促進作用を発揮し、力強く内需を牽引してきたことは明らかである。当面、消費者金融の健全な発展を促進するには、まず消費者金融の法律体系の確立を加速し、次に全国画一の社会信用体制の建設を加速させて貸出リスクを積極的に制御し、さらに資産の証券化を積極的に推進して抵当資産に流動性をもたせる必要がある。④政府消費の家計消費に対するクラウディングアウト効果の低減に努力する。公金消費は公務消費ともいい、公金での飲食、公用車消費、公金での旅行、公費での出国、公金の私的投資、公費でのレジャーなど多様な形態が含まれる。政府の各種消費の中で、公金消費はすでに地方財政の重い負担となっている。現在、中国の行政管理費が財政総支出に占める割合は19%に達し、公務員による公務消費が全国の財政総収入に占める割合は24%に達している。近年、各地の末端政府の高級庁舎など箱物建設の風潮は、政府による浪費の新しい現象になり、競い合って豪華な庁舎を建設する現象が蔓延している。2011年3月、国務院は98の中央部門に対し「三公（出張経費、公用車経費、接待費）」データを公開するよう命じたが、すでに公開されたものは国民を納得させるものではなく、これを機に本当に政府の金遣いを監督しようとするならば、ただ公開するだけでは不十分である。これについては、さらに有効な措置を採り、政府機関の豪華庁舎建設を厳禁し、接待費、公用車消費、公金での旅行などの支出を厳しく統制し、行政支出の管理を強化する必要がある。中央から地方までの財政予算と決算体系を整備し、政府の予算内・予算外の資金を人民代表大会と社会による監督の視野の内におさめ、本当の意味で人民代表大会に監督権と決定権を付与することが欠かせない。公金支出では党政機関の国家公務員公務消費予算支出基準を厳格に遵守しなければならず、監査部門は予算超過収入、部門予算の執行、移転支出、投資プロジェクト、

特定用途資金に対する監査を強化しなければならない。民間による公金消費観察員制度を確立し、内部監査と組み合わせて、公金消費行為に対し外部監督を行なう必要がある。幹部の専用車や各機関の公用車を廃止し、幹部や各機関の専属運転手も取り消し、公務員の職級ごとに一定額の交通費手当を実施する必要がある。機関の箱物建設に対する管理制度を万全化し、プロジェクト建設の審査手続や監督管理体制を整備し、公共財政支出管理制度を厳格化し、予算の透明性を向上し、プロジェクト審査、土地利用、資金支出などの各領域から機関の庁舎など箱物建設を厳しく統制する必要がある。

注

- (注1) 中央党校の周天勇教授が2005年8月2日付『中華工商時報』でインタビューを受けた際の見解によると、「全国の各級政府統計内の予算外費用徴収は5,000億元にも上り、統計外の予算外収入も少なくとも3,000億元はあり、この2つを合わせると8,000億元を超えるが、これらの大部分が政府の無秩序な費用徴収と罰金課徴に由来する。」という。このデータが信頼できるものとすれば、各種の体制外・予算外の費用徴収は同時期の増値税の0.8倍近く、営業税の2倍近く、消費税の4倍にも上る。
- (注2) Kuijs (2005) と Asian Development Bank (2010) では、目下、国有企業から国家に対する利益分配は不足し、絶え間ない成長の利益が再分配によって社会に還元されていないことが示されている。
- (注3) 鄭 (2010) によると、中国の1人当たりの資本保有高は米国のわずか20分の1 (2005年) で、資本保有高の向上を目標とした中国の粗放型経営の図式は短期的に根本的変化が生じることはないという。
- (注4) モナシュ大学経済学部の黄有光教授は、「インフラの貢献は、恐らく多くの人が想像しているよりも大きい。インフラの貢献は、分業レベルが不変のままでもたらされる利益を別にすると、取引効率の向上によって取引コストが引き下げられることがより重要である。なぜなら分業と専門化を促進すれば、それによって生産力が向上するからである。」と述べている (範ほか, 2008, 序文より)。
- (注5) 公証費が高い事例として、江蘇省司法庁と省住建庁が共同公布した『建物登記業務において公証職能の役割をさらに発揮することに関する通知』では、建物の相続や遺贈など5種類のケースで建物登記を申請する場合、建物登記申請人は必ず関係の公証証明を提出しなければならないと定められている。なお、公証書の手続費用は受益額の2%を公証費として徴収することになっている。

参考文献

- 陳立中 (2009) 「収入増長と分配対我国農村減貧の影響：方法、特征与証据」『経済学季刊』2009年第2期, pp. 711 ~ 726
- 範金, 傘鋒, 王艶, 袁小慧 (2008) 『中国城郷居民消費取向的情景分析和政策研究』, 中国社会科学出版社
- 方福前 (2009) 「中国居民消費需求不足原因研究 - 基于中国城郷分省数据 -」『中国社会科学』2009年第2期, pp. 68 ~ 82
- 郭慶旺, 呂冰洋 (2011) 「論稅收對要素收入分配的影響」『經濟研究』2011年第6期, pp. 16 ~ 30
- 何其春 (2012) 「稅收, 收入不平等和内生經濟增長」『經濟研究』2012年第2期, pp. 4 ~ 14
- 羅楚亮 (2012) 「經濟增長, 收入差距与農村貧困」『經濟研究』2012年第2期, pp. 15 ~ 27
- 聶海峰, 劉怡 (2010) 「城鎮居民的間接稅負擔 - 基于投入產出表的估算 -」『經濟研究』2010年第7期, pp. 31 ~ 42
- 張軍, 高遠, 伝勇, 張弘 (2007) 「中国為甚麼擁有了良好的基礎設施？」『經濟研究』2007年第3期, pp. 4 ~ 21
- 鄭玉歆 (2010) 「按照經濟規律轉變經濟發展方式」『中国社会科学報』1月14日第12版

Asian Development Bank. (2010), *Asian Development Outlook 2010 Update* (2010年アジア開発展望改訂版)

Kuijs, L. (2005), "Investment and Saving in China," World Bank Policy Research Working Paper 3633.