

注目される中国の富裕層

北京オリンピックがいよいよ来年に迫りました。経済発展を続ける中国では、地域間格差や大気汚染など、数多くの国内問題を抱えてはいるものの、「富裕層」は確実に増加しています。一方、日中関係は今年日中国交正常化35周年を迎えるなど、回復傾向にあり、ビジネス機会もますます増えています。そこで、中国で増加する富裕層がどのような人たちなのかデータで紹介します。

文/松尾伸彦

中国の富裕層とはどんな人たちなのか

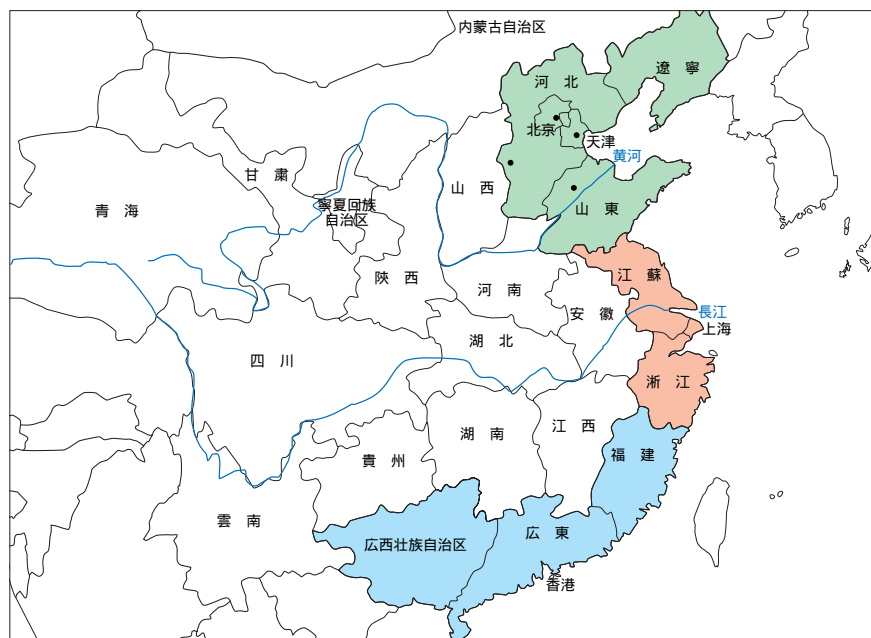
計画経済時代における中国国民は、全て何らかの「単位」に所属し、給与、医療、教育、住宅、老後の保障といった行政サービスや福利厚生を、「単位」を通じて供給されていました。

鄧小平の主導によって1978年に「改革開放」政策が採用されたのに伴い、1980年代からこの「単位」の枠から抜け出る層（個人経営者や私営企業）が生まれ始め、90年代には沿海部で民営企業の台頭が進みました。それに伴い、市場経済の導入、国営企業の民営化や不採算企業の閉鎖、人民公社の廃止と請負制の実施、外資導入など、経済政策の方針変換による国有企業や政府機関のリストラが盛んになり、大量の人々が「単位」の枠外に移ることになりました。

その後は周知の通り、安い人件費や膨大な人口を背景にした製造業を中心とした輸出中心の産業が大きく成長し、北京圏（北京、天津およびその周辺）、長江デルタ（上海とその周辺）、香港と隣接している珠江デルタ（広東省とその周辺）の三大成長エリアで人口の増加と所得の増大がもたらされました（図表1）。

図表1 三大成長エリア

三大成長エリア
北京圏 (北京、天津、山東省、遼寧省、河北省)
長江デルタ (上海、江蘇省、浙江省)
珠江デルタ (広東省、福建省、広西省)



注目される中国の富裕層

こうした急速な市場経済化の恩恵を受けたのは、年齢では現在20代後半から40代位までで、文化大革命（1966～76年）の影響を受けなかった世代が中心とされます。改革開放後に高等教育を受け、外資系企業のホワイトカラーや私営企業での高級管理職、あるいは中央・地方の幹部公務員、専門職といった人々で、上昇志向が強く、仕事を通じてより高い地位と収入を求めてきた人が富裕層を形成していきました。

中でも北京、上海における最高収入世帯（10%）の可処分所得は、10万元を超え、それに次ぐ高収入世帯（10%）では7万元前後、中高収入世帯（20%）でも5万元を超えています（図表2）。この年収10万元を超える人々が「富裕層」と呼ばれ、同じく年収5～10万元未満の層が「中産階級層」を形成しています。なお、1元は現在の為替で約15円に相当し、10万元は150万円となるが、物価水準が異なるので日本でいえば年収1,000万円に相当する豊かさを享受していることになります。

図表2 地域別7所得階級別都市部世帯可処分所得（2004年）

（単位：元）

		最低収入	低収入	中低収入	中収入	中高収入	高収入	最高収入
		(10%)	(10%)	(20%)	(20%)	(20%)	(10%)	(10%)
全国	平均	9,618	14,350	18,675	24,418	31,385	41,020	67,250
東部	北京	16,180	24,142	31,418	41,080	52,800	69,011	113,138
	天津	11,584	17,284	22,493	29,411	37,802	49,408	81,001
	遼寧	8,348	12,455	16,209	21,194	27,241	35,604	58,370
	上海	17,090	25,499	33,183	43,388	55,767	72,889	119,496
	江蘇	11,291	16,847	21,924	28,666	36,845	48,157	78,950
	浙江	11,291	16,847	21,924	28,666	36,845	48,157	78,950
	福建	11,293	16,850	21,929	28,673	36,853	48,168	78,957
	山東	9,848	14,694	19,123	25,004	32,138	42,005	68,863
	広東	13,538	20,199	26,287	34,371	44,177	57,740	94,661
	海南	7,446	11,110	14,458	18,905	24,299	31,759	52,066
中部	河北	8,347	12,455	16,208	21,193	27,239	35,602	58,367
	山西	8,170	12,191	15,864	20,743	26,661	34,847	57,129
	吉林	7,966	11,885	15,467	20,224	25,994	33,974	55,698
	黒龍江	7,582	11,313	14,723	19,251	24,743	32,340	53,018
	安徽	7,764	11,584	15,076	19,712	25,336	33,115	54,289
	江西	7,901	11,788	15,341	20,059	25,781	33,697	55,244
	河南	7,945	11,854	15,427	20,171	25,926	33,886	55,553
	湖北	8,053	12,016	15,637	20,445	26,279	34,347	56,309
	湖南	8,729	13,025	16,950	22,163	28,486	37,232	61,039
	内蒙古	8,375	12,495	16,261	21,262	27,328	35,718	58,558
西部	広西	8,512	12,700	16,528	21,611	27,776	36,305	59,518
	重慶	9,389	14,009	18,231	23,837	30,638	40,045	65,650
	四川	7,686	11,469	14,925	19,515	25,082	32,783	53,746
	貴州	7,471	11,147	14,507	18,968	24,380	31,865	52,240
	雲南	8,493	12,672	16,491	21,562	27,714	36,223	59,385
	西藏	8,644	12,898	16,785	21,947	28,209	36,869	60,444
	陝西	7,582	11,313	14,722	19,250	24,742	32,338	53,015
	甘肅	7,412	11,059	14,392	18,819	24,188	31,614	51,828
	青海	7,386	11,020	14,341	18,751	24,101	31,501	51,643
	寧夏	7,418	11,069	14,404	18,834	24,208	31,640	51,872
新疆	7,324	10,927	14,220	18,594	23,899	31,236	51,209	

赤字は、中高収入で5万元、高収入で7万元、最高収入で10万元を超えた地域

中国「国家統計局」より

マーケット&テクニカルリサーチ
注目される中国の富裕層

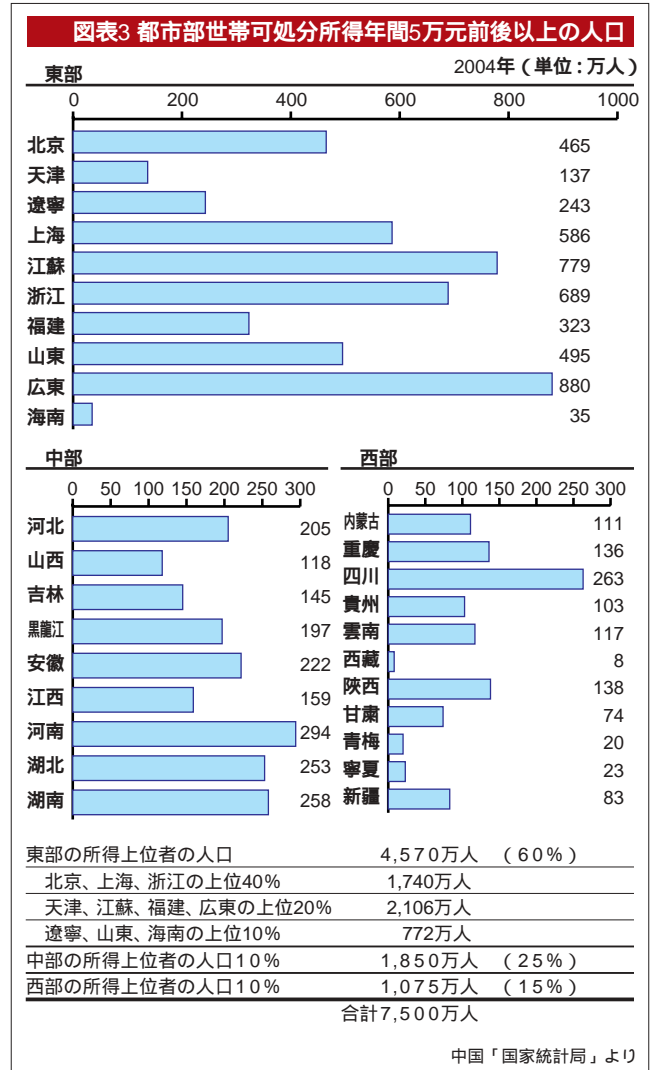
富裕層はどれくらいいるのか

都市部世帯において可処分所得が5万元前後以上の人口を見ると、約7,500万人で、全人口比では5.7%となります。その内訳は、前述の三大成長エリアのある東部で60%であるのに対し、中部25%、西部15%となります(図表3)。

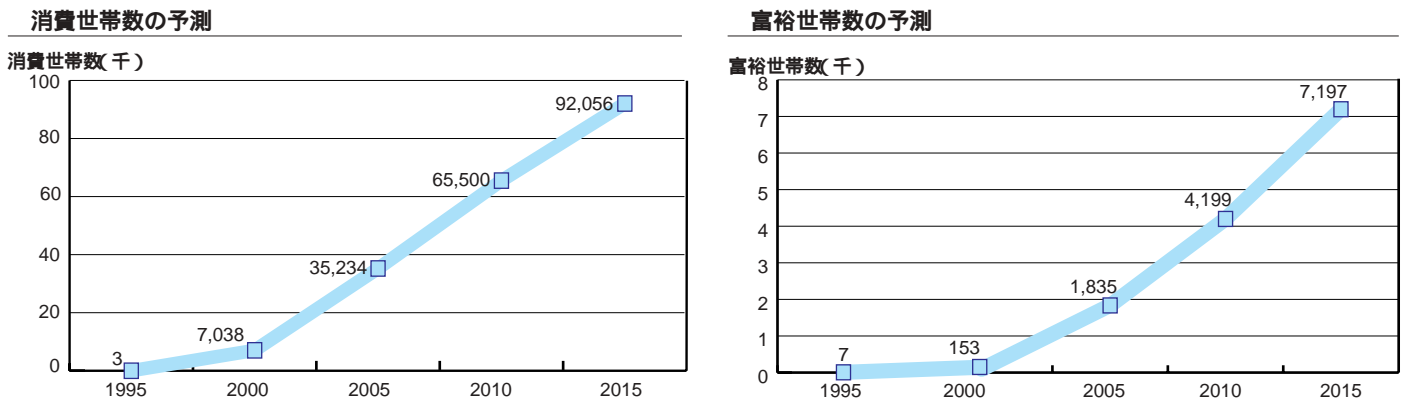
中国社会科学院によれば、こうした人たちは1999年に全体の約15%だったものが、毎年1ポイントずつ増え、2020年には38%前後となり、階層分布はピラミッド型から中間にふくらみのあるタマネギ型になると予想しています。

また、別の調査(マスターカード・ワールドワイド、INSIGHTSレポート「急速に発展する中国の消費者市場 地理学的な展望」)でも、今後総収入4万元~12万元の「消費(中産階級)世帯」と、同じく12万元以上の「富裕世帯」は、右肩上がりに増加していくという同様の結果が出ています。中国全体の「消費世帯」は、2005年時点で約3,500万世帯であり、2010年には6,500万世帯、2015年には約9,200万世帯に達すると予想しています。一方「富裕世帯」は約180万世帯で、2010年には約420万世帯、2015年には約720万世帯になると予測しています(図表4)。

中でも、三大成長エリアは「消費世帯」の大多数が居住する地域で、2005年に2,300万世帯(全消費世帯の65%)に達し、2015年には5,210万世帯(同56%)になると予測、このうち北京圏の都市型「消費世帯」の増加率が、北京圏にある山東省と河北省の急速な発展により高くなっています。また、珠江デルタ地域は「消費世帯」が「富裕世帯」に急速へ移行するのに伴い、「消費世帯」が減少するとされています。



図表4 消費世帯数と富裕世帯数の予測



マスターカード・ワールドワイド、INSIGHTSレポート「急速に発展する中国の消費者市場 地理学的な展望」より

マーケット&テクニカルリサーチ 注目される中国の富裕層

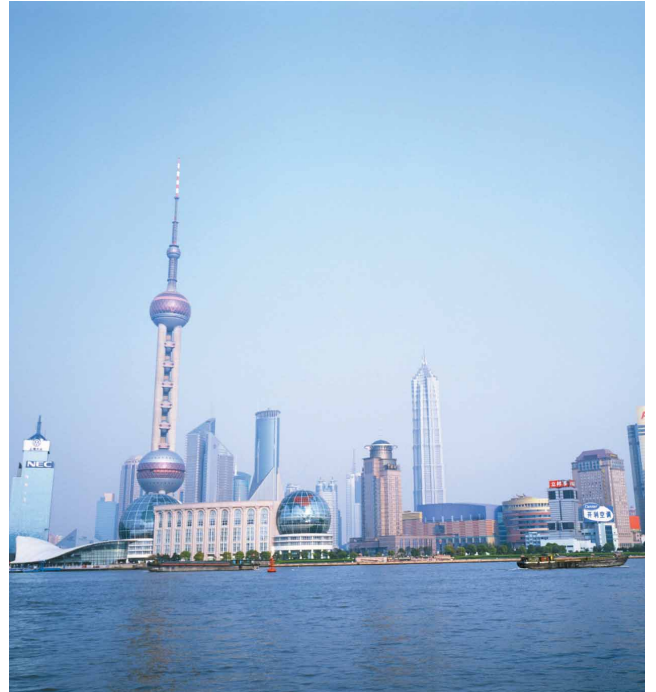
中国の一人当たりのGDP予想

5年に1度行われる中国共産党全国代表大会が今年10月に行われました。この開幕式の冒頭で、胡錦濤国家主席が、2020年の一人当たりのGDPを2000年の4倍とすると述べました。国家統計局によると、2000年の中国の一人当たりGDPは7,078元、当時の為替レートでは約856ドル。2020年までに4倍が実現されれば、2万8,000元を超え、3,500ドル前後に達することになります。

世界の主要国が経験してきたように、一人当たりGDPが1,000ドルから3,000ドルの水準に変化する時期は、消費構造に大きな変化を生じさせます。今後の中国の消費構造は、例えば食品や衣類、家具への消費支出の割合が減少し、交通、通信、雑貨商品および関連サービス、住居、文化・娯楽用品および関連サービス、医療・保険関連の増加といった変化が生じると予想されます（日本能率協会研究所「2007年版中国ライフスタイル白書」より）。

ちなみに、世界各国で一人当たりGDPが3,000ドルに達したのは、アメリカが1965年、日本が1973年、旧西ドイツ・英国が1975年、香港が1980年、台湾が1984年となっています。

また、中国のGDP成長率が、将来の成長も過去5年間とほぼ同じペースだとすると、2010年にはイタリア、フランス、イギリスを抜いて2兆6,174億ドルに、2015年にはドイツを抜いて3兆6,710億ドルに達すると予測されます。



マーケット&テクニカルリサーチ 注目される中国の富裕層

富裕層のライフスタイルと価値観

中国国民の消費スタイルを見ると、日本同様、“三種の神器”が登場します。80年代には自転車、ミシン、腕時計（中国では「小三件」といわれた）であったのに対し、90年代にはそれが千円単位の冷蔵庫、カラーテレビ、洗濯機（こちらは「大三件」）が都市部家庭に急速に普及しました。その後はエアコン、電子レンジ、パソコン、電気炊飯器、浴室温水器などの消費が広まり、21世紀に入ると中国都市部の消費レベルは1万円単位から10万円単位に急速に上昇し、不動産、自動車、教育等が「新三件」となり、新しい消費目標となっているようです。

一方、中産階級層の中でもニューリッチ（新富裕層）の人たちの行動が注目されています。中国のマーケットリサーチ会社・新生代市場監測機構の「新富裕層」によると、ニューリッチのコア年齢は25～34歳で、約6割を占め、その約8割は短大卒以上の高学歴層です。

こうしたニューリッチ層は、90年代の中国経済の高度成長期に社会人となった人たちで、強い購買力により、高くてもブランド重視の買い物をしています。また「新しい物事を試みたい」「お金があれば生活をエンジョイする」という意識を持つ一方、商品を購入する前には販売店やIT関連のウェブサイト、知人友人の紹介など様々な情報チャネルを駆使しているようです。

また、その中でも3高（高学歴、高消費、高感度）の女性がオピニオンリーダーとなり、ファッションなど、自分のショッピング経験や情報を他人に伝えているようです。

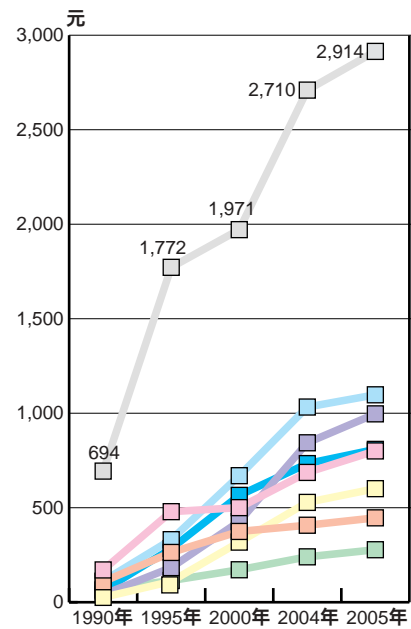
それに伴い、中国の女性消費者の購買力は、2013年までに4,300億ドルに達すると予想されており、その裕福なライフスタイルを反映し、生活必需品への支出を減らし、教育・教養・レクリエーション活動や、外食、ショッピング、旅行や関連する都市型のレジャー活動への消費を増やしていくと推定されています。

一方、2005年の都市部の平均一人当たり（所得区分を問わず）の消費支出合計は7,942.9元でした。その内訳は食品が2,914.4元で最も多く、以下、教育・文化・娯楽サービス（1,097.5元）、交通・通信（996.7元）、住居（808.7元）、衣類（800.5元）などが続いています（図表5）。

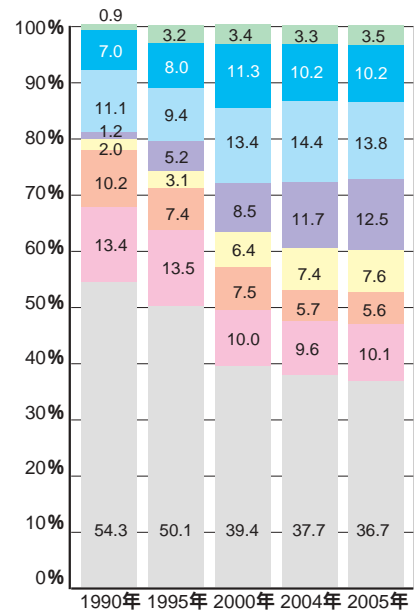
注目すべきはその経年変化で、1990年から2005年の比較では、食品の占める割合は54.3%から36.7%と17.6ポイントの低下を見せる一方、医療・健康支出は2.0%から7.6%へ大幅に増加し、交通・通信支出も1.2%から12.5%へと急増しています。都市部ではすでに消費構造に変化が起きているのです。この背景には所得の増加で、いわゆる“エンゲル係数”が低下し、生活の質が向上、携帯電話やインターネットの普及など、生活水準の急速な改善といった要因が推定できます。

図表5 都市部平均一人当たりの消費支出と構成（1990～2005年）

一人当たりの消費支出



消費支出の構成



マーケット&テクニカルリサーチ 注目される中国の富裕層

日中若者の消費意識の違いと 今後の日本が取るべき行動

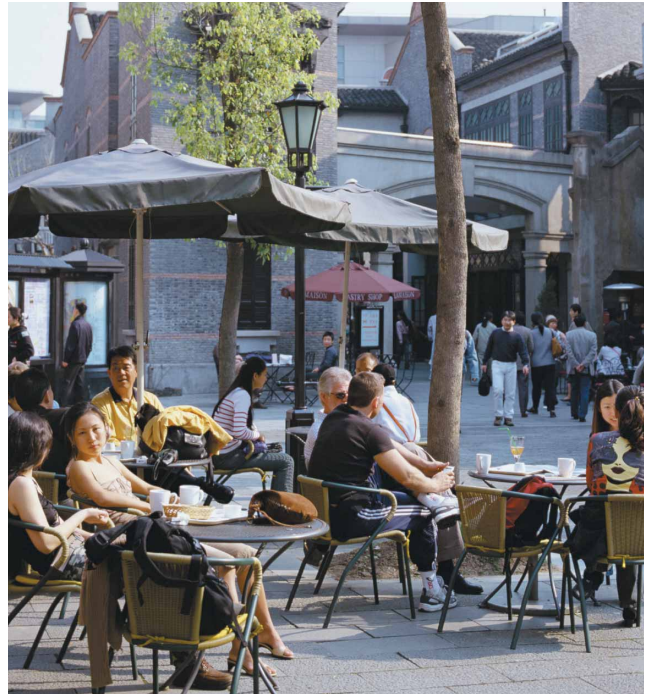
日本能率協会総合研究所が行った『日中若者の消費意識』調査（2006年2～3月、対象：23～28歳の男女合計約1,800人）によれば、現在の生活について「満足している」という若者は中国で65.5%、日本で49.8%と、中国の若者の方が“生活満足度”が高いことが浮き彫りになりました。

また、“今後充実させたい生活領域”を聞くと、「衣料」（日本：53.9%、中国：41.9%）、「食生活」（同50.2%、32.3%）、「住生活」（同54.5%、62.7%）、「レジャー・余暇生活」（同74.9%、58.6%）など、“多少の違い”程度の項目が多い中で、「自動車・家電等耐久消費財の所有」では日本の35.8%に対し中国は62.2%と、中国の若者の“モノ志向”の強さがうかがえる結果となっています。今後の日中の貿易発展にとって、興味深い結果といえます。

中国の経済発展はまだ底を見せず、中国の富裕層はこれからも増加していくことは明らかです。こうした富裕層は、例えば日・米・欧のブランド品が国産品の倍近いプライスタグを付けていても、注文を殺到させてしまうパワーがあるのです。

一方で、元切り上げへの圧力も強く、根強くバブル崩壊といった噂もささやかれてはいるものの、中国政府も安定成長への軟着陸に本腰を入れています。

中国の富裕層は、日本の産業の“消費者”として成長を続けることが十分に予想されます。これからは「世界の工場」として、中国を見るだけでなく、中国の富裕層の消費動向に注目が必要になっていきます。



『中国を知る ビジネスのための新しい常識』(日経文庫)の著者に聞く

中国の富裕層とは

日本で富裕層、資産家といえば、一般には時間をかけてそれなりの地位を築いた熟年世代をイメージするでしょう。しかし中国でこの図式は当てはまりません。富裕層は1960年代以降の生まれ、30代が中心です。

なぜなら、70年代末に再開された高等教育を受け、80年代以降の改革開放政策の波に乗って過去10年の間に駆け上がってきた人たちだからです。政府の幹部職員、研究者や技術者などの専門職、外資系企業職員など、また起業によって大きな富を手にした人も多く含まれています。

富裕層といっても収入は一般的な日本人の半分以下が普通ですから、大したことはないと思うかもしれませんが、「購買力」は別です。「中国は所得格差が大きい」とよく言いますが、食費や交通費など必要最

低限の物価水準はその分低く設定されているので、贅沢をしなれば一人月千元程度で生活は可能です。ですから富裕層からみれば大半が可処分所得で、固定費が高い日本の家計構造とは大きく異なります。

青壮年が中心の富裕層は自己実現に惜しげなく投資するのも大きな特徴です。マイホームやマイカーは彼らにとって自分の空間や時間を手に入れる手段です。これまではこうした耐久消費財が中心でしたが、最近では形に残らないもの、即ち海外旅行やグルメといった新しい経験にお金を使うようになっていきます。

元来、食の嗜好は保守的なものですが、中国の富裕層は若いこともあって新しもの好き、美味しいと聞けば積極的にチャレンジします。生魚は中国では受け入れられないものの

北海道大学大学院
メディア・コミュニケーション研究院
准教授 遊川 和郎

代表でしたが、そんなタブーはいつの間にか無くなってしまいました。元々広い国土で流通も遅れていたのが川魚が中心でしたが、マグロなど新しい食材が広く受け入れられています。

また、中国でも食の安全が大きな問題となる中、安心できるものは高くても構わない、というのも富裕層です。富裕層の拡大と共にこうした考えや行動様式も広まっていくでしょう。

北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院准教授 遊川和郎(ゆかわ・かずお)
著書に『華人経済ネットワーク(実業之日本社、共著)』『現代中国を知るための60章』(明石書店、共編著)、『中国を知る ビジネスのための新しい常識』(日経文庫)など。