

中国いちば雑記

加藤弘之

中国を旅行する楽しみの一つは、市場（いちば、以下同じ）を歩き回ることである。見るべき名所旧跡がなにもない田舎町にも、市場は必ず存在する。よほど運が悪くなければ、格好の暇つぶしができること請け合いである。売られている品物の多様さ、珍奇さ、売り手と買い手の漫才のような掛け合い、ときには喧嘩のように聞こえる激しい言葉のやりとりなど、市場の喧噪の中にいるだけで、時を忘れ、多少の興奮状態に陥ってしまうのは私だけではあるまい。

市場の存在は人類の歴史と同じぐらい古い。このことからわかるように、市場と、抽象概念である「市場」（しじょう）や経済システムを意味する「市場経済」とを単純にイコールで結ぶことはできない。しかし、「いちば」を観察することから、「しじょう」の有り様を考えることは、それほど無謀な試みではないだろう。というのは、「市場経済」が発達した先進国では、市場における売り手と買い手との関係はしだいに規範化され、ほとんど違いがなくなっているからだ。私たちは、スーパーに行って野菜や肉を買い、大型電器店で耐久消費財を買う。最近では、インターネットで書籍やDVDを購入することも、先進国に共通する消費スタイルになりつつある。ところが、発展途上国には、様々な市場が並存している。その有り様を観察すれば、その国の「市場経済」がどのようなものかを知るヒントを得ることができるかもしれない。

本稿は、筆者が2006年4月から1年間北京に滞在したときの個人的体験に基づき、市場をめぐるいくつかのエピソードを取り上げ、改革開放後の中国における「市場経済」の現段階を考察しようとする試みである。

I 地図を売る男

最初のエピソードは、市場の喧噪からほど遠い1人の孤独な売り手の話である。北京滞在中の秋から冬にかけて、私は週に2回、北京外国語大学・日本学研究センターで「日本学特殊講義（日本経済論）」を担当するため、宿舎近くの「国貿」駅から地下鉄1号線に乗

り、「公主坟」の駅で降り、そこからタクシーに乗り換えて出勤していた。この話は、ほぼ毎回、駅で実際に体験したことである。

「公主坟」は周りに観光地もなく、いわば普通の市民が乗り降りする駅である（神戸でいうなら「名谷」、大阪ならさしずめ谷町線の「谷町6丁目」、東京は不案内だが、丸の内線の「本郷3丁目」とでもしておこう）。「公主坟」駅の地上出口付近に、いつ頃からか1人の男が地図を売っているのに気がつくようになった。

男は若くもなく、とって老人でもなく、背は低いがかっちりとした体格で、いかにも「工人」（労働者）といった風情である。この男は、私がこの出口を通る10時過ぎと帰りの4時半頃、声を枯らして北京の地図を売っている。私が通り過ぎるときだけそこにいるとは考えにくいので、朝から晩までそこで地図を売っているに違いない。その男は、「北京の地図、北京の地図！2元、2元！」。それだけを声を枯らして叫んでいる。私はもう何度も通っているので、もうそろそろ、私が北京の地図を買いそうにないことに気がついてはよさそうなのに、必ず買うに違いないという決然とした態度で、その男はとても熱心に私に地図を売ろうとするのだ。

地図は1枚が2元だから、販売収益が2元より高いはずはない。ほとんど原価がタダに近いとして、1枚当たりの儲けが1元50銭だと仮定しよう。さて、1日で何枚地図が売れるだろうか。「名谷」駅で神戸の地図が、「本郷3丁目」駅で東京の地図が1日何枚売れるか想像してみしてほしい。1日10枚も売れたら、ほとんど奇跡に近いのではないかと思われる。毎日奇跡が起これば、かつ30日間休みなく働いたとして、この男の月収は450元（6500円ほど）にしかならない計算である。この水準は、北京市の最低賃金をはるかに下回っている。

このような現象がいったいなぜ起きるのだろうか。経済学の常識には到底当てはまらないように当時の私には思えた。この男が失業者で他にいい職が見つかるまで地図を売っているという説明は、とりあえずの仮説としては悪くないが、なぜ2元の地図だけで、5元とか10元の地図は売らないのか、地図以外に新聞や雑誌もいっしょに売ったらどうか、地図を買う人はそれほど多くないだろうから、それほど声を枯らして叫ばなくても、道ばたに座って地図を並べ、自分は新聞でも読んでいればよいではないかなど、疑問は深まるばかりだった。

その後、機会があるたびに私は、この不思議な男の物語を北京の知人・友人に話してきかせた。なんとか合理的な答えを聞き出したいと考えたからである。中国社会科学院工業経済研究所のL先生と会食したとき、例のごとくこの話を持ち出したところ、L先生は次のように明快に答えてくれた。以下、会話風に再現すると……（LはL先生、Kは加藤）。

L：加藤さんは1日で地図がどんなに売れても10枚と推測したようだけど、僕は30枚売れたとしても驚かないね。なぜかといえば、「公主坟」は決して普通の地下鉄の駅じゃな

いから。新しくできた北京西駅知っている？古い北京駅には地下鉄2号線が通じているけど、北京西駅はいまのところ、地下鉄と繋がっていない。北京西駅で降りた外地の人で、地下鉄に乗り継ぎたい人は、北京西駅から一番近い地下鉄の駅に向かうでしょう。その駅は「公主坟」。だから、「公主坟」には北京の地図を欲しがるといえる外地の人が多ということになる。また、「公主坟」には長距離バスのターミナルがあり、その乗降客も地図を買うかも知れない。もし1日で30枚地図が売れたとして、1枚当たりの利益が1元50銭なら1日で45元。30日で1350元の収入なら、そんなに悪い稼ぎじゃないよ。

K：なるほど。先日の北京青年報では大卒の初任給が1500元と出ていたからね。でも、地図を売るだけなら、それこそ北京西駅とか、王府井とか、もっと観光客や乗降客が多い場所があると思うけど。

L：これは推測だけど、それぞれの駅には縄張りがあって、だれでも好きに商売ができるわけではないと思うよ。日本にも「黒社会」があるでしょ。地図を売る仕事を「黒社会」が支配しているかどうかはわからないけど、どんな小商売でも、利益があがる限り縄張りはずとあると考えるべきだと思う。また、仮に自由に商売ができるとしても、たくさん地図が売れそうな場所には競争相手も多く、たとえ100枚の地図が売れても、10人地図の売人がいたら、結局、「公主坟」の方が得ということになる。

K：うむ。では、2元の地図だけで、5元とか10元とかの地図、雑誌や新聞を売らないのはどうしてだろう。

L：高い地図というのは、詳細な区域情報があったりして便利だけど、はじめて北京に来て、北京西駅から地下鉄の駅にやってきた外地の人は、とりあえず、北京の交通概要を知りたいわけだから、詳細な地図は買わないと思うね。ひょっとしたら、その男も最初はいろいろな地図を売ろうとしていたかもしれないけど、結局、2元の地図しか売れないことを学習したのかもしれない。雑誌や新聞については、仕入れのルートも複雑そうだし在庫管理も必要になる。それに、地下鉄の駅の中でも売っているから、競争も激しそうだ。確実に売れる、最も安い地図に特化する彼の販売戦略は、決して悪くないと思う。

K：最後の疑問。どうしてあれほど声を張り上げて熱心に売るのでしょうか。

L：想像するに、地下鉄の出入口で地図を持って立っているだけなら、だれもその男が地図を売っているとはわからない。2元の地図、1種類しか持っていないしね。大声で叫んではじめて、ああ地図を売っているのかとわかるのでは？

L先生の説明を聞いて大いに納得してしまった私は、結局、地図を売る男への突撃インタビューを実施しないまま帰国してしまった。最後に彼を見たのは、2006年12月22日、北京外大での最終講義の日だった。男が地図を売る地下鉄の出入口は北向きで、北風が出入口に向かってまともに流れ込むため、乗降客はみな厚いダウンのコートの襟を立てて、通り過ぎる。ちなみに、この日の北京の最高気温は零度だった。男は、饅頭のようなもの

をかじりながら、いつものように「2元, 2元! 北京の地図, 北京の地図!」と叫んでいた。男と目を合わさないように足早に通り過ぎた私だった。

地図を売る男のエピソードから得られる第1の教訓は、一見経済合理性に欠けるように見える行為も、詳しく検討すれば、合理性をもっているということである。地域研究者としては、常に自戒しておきたい点である。第2の教訓は、北京では簡単な市街地図という情報がいまだに価値をもっていることだ。先進国では、地図情報は、かなりの詳細なものまでインターネットで簡単にダウンロードでき、お金を払う必要はない。地下鉄の路線図は、しばしば駅の入り口付近に置かれ、自由にお持ちくださいとなっている。なにが市場で売られ、なにが売られていないかは、その国の「市場経済」の成熟度を示す重要な指標なのである。

II 偽ブランド品を見分ける方法

次のエピソードは、偽ブランド品にまつわる話である。市場での売り手と買い手の駆け引きに、無情の喜びを見いだす人は少なくない。それこそが市場を徘徊する醍醐味というのだ。しかし、他方で日常的にそうした駆け引きをすることはけっこう煩わしいものでもある。そして大概の場合、損をするのは買い手である旅人に決まっている。

ジョン・マクミランは、情報不足と情報を得る費用の観点から、なぜ旅人が法外な値段を支払うことになるかを説明している（『市場を創る』NTT出版社、2007年）。ここでは、バザールで真鍮の壺を土産に買いたい旅人がいることを想定しよう。この買い手は10ドルまでなら壺に支払ってもよいと考えている。他方、バザールの売り手は、5ドル（卸売り価格に地代や利益を加えたもの）であれば売ってもよいと考えている。もし売り手が1人だけなら、独占価格が成立して旅人は10ドル支払い、売り手は100%の利潤を得る。他方、売り手が多数いて、買い手は最低価格が5ドルであることを知っている場合、売り手どうしの競争の結果、壺を5ドルで手に入れることが可能となる。しかし、これは情報がタダで手に入ることを前提にしなければ成立しない。情報がタダでないとき（これが一般的なケース）には、すべての売り手が10ドルの値札をつける。なぜなら、売り手が1人だけ7ドルの値を付けたとしても、（情報収集には時間とコストがかかり、旅人には時間がない）、その売り手だけが安い値段をつけたことを買い手は知らないわけだから、結局、他の売り手と同じだけの数だけしか壺が売れず、この売り手は売値を10ドルに引き上げた方が得だと悟ることになる。

要するに、競争が機能するためには、低い値段をつけた売り手が報われなければならないが、情報収集に費用がかかる場合には、売り手は価格を引き下げても損をするだけなのである。では、こうした予備知識をもとにして北京の実例を見てみよう。

北京・天壇公園近くの紅橋市場では、偽ブランド商品が半ば公然と売られている。ただ

し、高額商品の場合（バックなど）は一種のカatalog販売が普通で、売り場にあるのは一見して偽物とわかる安物が大半である。客が目当ての「本物」は売り場には置いていない。客はカatalogを見て注文し、しばらく待っていると売り子が黒いポリエステル製の袋に入れた「本物」を持って近くの倉庫から戻ってくる。客はそれを手にとり、そこからやかましい駆け引きが始まるわけだ。このやりとりを観察していて気がつくことは、客が「本物」をどれだけ知っているかが決定的に重要だということである。

旧知の日本人女性Nさんは、買い物経験が豊富で、商品の知識も半端ではない。紅橋市場に来る前に、東京銀座にあるブランド・ショップで本物を入念に観察してきたという強者である。あるブランド品の布製バッグに対する売り子の言い値は800円（1万2000円）、本物なら2万円はするとの口上だ。ところが開口一番、Nさんは、100円（1500円）だという。それを聞いた売り子の顔は、とても形容できないほどの形相である。「この本物そっくりの、（当局の目を盗んで？）わざわざ目立たないように倉庫から持ってきて、親切にもお前に売ってやろうとしているのに、100円というのは物を知らないにも程度がある、いったいどういう了見か」といったもの凄いの形相である。Nさんがその形相に無反応なのを知ると、そのあとはお決まりの値段交渉である。売り子の言い値は次第に下がってゆくが、Nさんは100円を連呼するばかりである。その結末はといえば、驚いたことに最初に値付けしたとおりの100円で、Nさんはそのバッグを手に入れることができたのである。これは、マクミランの事例でいう最低価格を買い手が知っているケースに当たるだろう。

次のエピソードはその応用編にあたる失敗例である。私の宿舎に長期滞在した友人のKさんが、秀水市場でシャツを購入したいというので付き合った。一昔前の秀水市場は、米国大使館の裏通りに軒を並べた屋台通りのような風情であったが、いまではこぎれいなビルに生まれ変わっている。しかし、ビルの中身は昔とさほど変わっていない。どの店も同じような間口数メートルの店構えで、床から天井までシャツが隙間なくつるしてある。ポロ競技をする人物のマークで有名な某ブランドのシャツがあったので値段を聞くと、700円（10000円）だという。例によって値段のやりとりがあり、最終的に100円で購入した。そのときは、妥当な買い物をしたと思っていたが、商社で繊維関係の仕事に携わる別の友人との雑談では、必ずしもそうでないことを思い知らされた。

その友人いわく、「偽ブランドといっても何種類もの偽があることを知らなければならぬ。衣料品ならほとんどすべてのブランド品が中国国内で製造されているといってもよい。つまり、正規品を扱う工場が、この国のどこかにあるということだ。ブランド品の製造元が、その工場に発注するとき、当然、型紙、襟元などにつけるブランド名が入ったタグ（この管理が一番厳しい）、布地、その他のアクセサリー（ボタンやファスナー）を提供する。しかし、アパレル製品には流行というものがあるから、必ず予想通りに売れるとは限らない。また不良品がでる可能性もあるので、大概の場合は発注量を上回る原材料が提供されている。つまり、その工場は、出荷後の予備の原材料を使って、本物とまったく差がない

偽物を製造することが可能となる。これが、業者でも見分けがつかない最も本物に近い偽物ということになる。その次のランクは、正規品の工場またはそこから型紙の提供を受けた別工場において、偽のタグと別の布地で偽物が製造されるケースである。このランクでも、本物に限りなく近い布地が使われていて、布地の質を見分けるプロの目がなければ、素人では本物と区別つかないものもある。最後のランクが、型紙もタグも布地も本物とはまったく異なる低級品で、本物とは似ても似つかない代物である。もっとも、本物を見たこともなく触ったこともない買い手なら、この手の低級品でもけっこう商売になるようだ。さて、あなたが100円で買ったというシャツだが、もし第1ランクの偽物なら得をしたことになり（最低でも200元の価値）、第2ランクならまずまず妥当な買い物、第3ランクの代物なら、たぶん半値でも買えただろうね。」

要するに、素人ではわからない布地の質を見分ける目がなければ、情報を独占する売り手に対抗できないというわけである。先にみたマクミランの事例では、消費者は最低価格の情報を事前に知ることによって売り手に対して有利な立場に立てたのだが、偽シャツの事例で示したように、最低価格は実は50元から200元まで可変的であり、素人は（低級品を50元以下で購入した場合を除いて）買ったあとも得をしたか損をしたかわからない状態に置かれることになる。

Ⅲ 使えないトラベラーズ・チェック

最後のエピソードは、玄人でさえもだまされてしまうので、市場が縮小した事例である。これも私が実際に体験したことである。

北京から広州に短い出張をしたときのことである。たまたま人民元の現金の持ち合わせが少なかったので、日頃は使わないトラベラーズ・チェック（TC、以下同じ）を出張に持参することにした。ある一流ホテル（4つ星）でチェックインを済ませた後、会計で両替をしようとする、両替は現金のみ、TCは受け取らないという。会計係の女性がいうには、今日は日曜日なので閉まっているが、明日なら近くにある中国銀行の支店が開くはずだから、そこで両替すればよいとのことである。4つ星ホテルなのにTCが使えないとはなにごとかとひとしきり文句をいったあと、その日は引き下がった。翌日には中国銀行で問題なく両替できると思ったので、心理的に余裕があったからである。

そして翌日である。仕事の合間の昼休みを利用して中国銀行に出かけ、30分以上も待たされたあげくに、窓口で両替を頼むと、「TCは受け取れない。両替したければ、〇×通りにある本店にゆけ」という。財布のなかの現金が少なくなってきたこともあり、かなり頭に血が上がり、窓口の女性と言い争ったが、結局らちがあかず、TCでの両替を断念しなければならなかった（ちなみに、私が持参したTCは円建てだったが、ドル建てであっても両替はできないという説明だった）。蛇足になるが、広州から北京に飛ぶ飛行機を白雲空港で待ってい

るとき、さすがに空港では両替ができるのではと試してみた。中国銀行の支店は見つからなかったが、中国工商銀行の支店が見つかった。そこで TC が両替可能かと聞くと、なかば予想した通りであるが、「ここではできない。市街地にある（空港から市街地まで1時間ほどかかる）本店にゆけ」という答えだった。最終的に私が発見したことは、広東省広州市ではごく限られた店舗（中国銀行や中国工商銀行の広東省における本店）以外では、TC は両替できないという事実である。

なぜこのような現象が起きるのか、少し考えてみた。広東省で TC が使えない第一の可能性は、消費スタイルの変化が進み、キャッシュレスが高度に進んだからというものである。どの店でもクレジットカードが使い、現金を持ち歩く必要がないか、あるいは「銀聯」加盟銀行のキャッシュカードがあれば、ATM でいつでもどこでも手数料なしに現金が引き出せるという環境が、たしかに沿海部の大都市では整いつつある（この面では、日本の銀行は中国以下の水準にある）。こうした中では、TC は使い勝手の悪い時代遅れの金融商品ということになる。

もしそういうことなら、広東ばかりでなく、北京や上海でも同様の現象が生じていてもおかしくないはずである。しかし、実際にはそうなっていない。北京や上海の銀行やホテルでは、普通に TC の両替が可能である。当時私が住んでいた北京の宿舎に一番近い中国銀行の支店では、アメリカン・エクスプレスの大きな広告があり、旅行にゆくなら TC を持参せよと宣伝している。この可能性は低そうだ。

第二の可能性は、偽 TC の流行である。中国の料理店、本屋、その他のお店のレジ近くには、必ずといってよいほど偽札発見器が備え付けてある。どのような原理かはあまり定かではないが、客が 100 元札で支払うとこの器械を通して本物かどうかを確認するのが、レジ係の重要な仕事の一部となっている。要するに、いかに偽札が多いかということだが、印刷技術やコピー技術が進歩したとはいえ、偽札発見器をパスするほどの精度で偽札をつくることは容易ではないだろう。500 元札や 1000 元札ができれば、偽札製造のインセンティブが高まるだろうが、当面、政府は 100 元札よりも高額な紙幣をつくる計画を持たない。そこで目を付けられたのが、TC の偽造である。TC の偽造は、デザインが複雑で透かしの入った紙幣の偽造よりはるかに簡単である（と少なくとも素人の私には思われる）。しかも、額面は 100 元よりはるかに高額に設定できる。

もちろん、TC の両替には本人確認が必要であり、通常は身分証明書のコピーがとられるのだが、偽 TC の製造ができれば、身分証明書の偽造も難しくないだろう。あるいは偽 TC であったことを知らない善意の第三者を装うことも可能である。なぜ広東省かといえは、香港やマカオなど、飛行機以外の手段で容易に国外へ脱出できるルートが開かれた地域ということだろう。広東省における使えない TC の事例は、「悪貨が良貨を駆逐する」前例に倣っていえば、「偽 TC が本物の TC を駆逐する」事例だといえよう。

IV 「いちば」から「しじょう」へ

地下鉄出口で地図を売る男、偽ブランド品の販売をめぐる駆け引き、TCが使えない広東省広州市の事例など、いずれも中国の市場が、先進国の市場といかに異なっているかを如実に物語るものである。例えば、日本のどこの地下鉄の出入り口で地図を売る男を見つけることができるだろうか。日本でも、本物そっくりの偽ブランド品を安値で買いたい消費者はたくさんいるだろう。しかし、どこそこにゆけばそれが必ず買えるというような市場は、日本国内には存在しない。大半の銀行のATMが土日祝日は閉まるし、午後6時以降は有料となるなど日本の銀行のサービスはお世辞にもよいとはいえないが、一定規模の支店であればどの銀行でもTCを簡単に両替できる。

本稿では、個人的な体験に基づくエピソードを紹介しながら、中国における市場の有り様を観察してきた。このわずかな事例からも、市場の多様さ、奥深さの一端を知ることができたのではないかと思う。最後に、これまでの議論のまとめと今後の課題をいくつか指摘しておきたい。

第1に、見かけの繁栄とは裏腹に、中国の市場には先進国には存在しないもの（規制により消滅させられたもの、競争の結果淘汰されたもの）がまだ多数残存している。北京と東京の「市場格差」は、小さいようでまだかなり大きいと思われる。

第2に、経済発展が進めば、自動的に市場が規範化されてゆくとは限らない。知的著作権保護は、中国政府の主要な公約の一つであり、少なくとも対外的には精力的に偽ブランド品の摘発を行っていることをアピールしている。しかし、そうした努力は必ずしも成功したとはいえず、ジェトロによれば偽物被害の総額は年間数千億円に達するという推計もある。偽TCの事例が示すように、偽物の横行で本物が流通できなくなり、市場それ自体が縮小（あるいは消滅）することさえ起こりうるのである。

第3は、現段階における中国の「市場経済」システムの特徴を、市場の有り様を通じてミクロレベルから分析する視点の有効性である。私たちが常識と思っていることも中国では必ずしも常識ではない。反対に、中国の常識は私たちの非常識ということが、しばしば起こっている。なぜそのような相違が起きるのかを突き詰めれば、経済システムの多様性とはなにか、中国型市場経済システムがはたして成立し得るかなど、より高次の問題群を分析するための糸口を私たちは見つけることができるかもしれない。

（かとう ひろゆき・神戸大学）