

中国地域間の「段階的な私有化」に関する考察

—北京・温州・重慶における市民調査の比較分析を中心に—

葉 剛

I はじめに

中国においては、生産手段の私有化が法的に認められたのは経済移行の始動から10年以上もかかった¹。しかし、実際には私的所有の経済活動は法制度が出来上がる前に既に行い始まった。政府は私的所有の企業組織の経済活動を黙認しその動向を窺いながら私有化の方向性を段階的に定める、あるいはそれらを追認する手法を採ってきた²。また、経済移行の当初からは中国はロシアなどと異なり、国有企業の所有権帰属を触れずその経営の改革を始めた。つまり、中国の生産手段の私有化と国有企業の所有権の明晰化は価格の自由化・市場化³と同様に漸進的な移行である。そのため、中国の市場化・私有化への移行が最初からは石を敲きながら橋を渡っていくような行程だとよく喩えられている。

上述のような中国国内の要因があったため、初期には私有企業が国有企業の陰にかくれているようにみえる。また、ロシアなどが採った、国有企業の資産を株にしてその株を国民に均等に配分する方法はあまりにも際立っており、中国のそれとは対照的な存在である。この二つの要因があったからかもしれないが、今まで日本においては中国の私的所有の企業が国有企業と郷鎮企業（農村部の企業—集団所有企業が比較的多い）ほど注目されていなかった。私的所有の組織、またそれらの経営に関する研究が非常に少ないが、二点の地道なフィールドワークに基づく先行研究を特に筆者は注目した。一つは「个体戸」（個人経営、自営業）、あるいは「个体経済」に関する青木國彦の研究⁴である。もう一つは「私営企業」、あるいは「私営経済」についての嚴善平の研究⁵である。

前者の青木氏は中国の私的経営の初期段階において実地調査を行った。氏が北京と大連のいくつかの自営業を入念にインタビューしたあと、自営業の経営様態を詳細に記した。氏の研究が日本の中国における私的経営の研究においては先駆的なものだといっても過言ではない。一方、後者の嚴氏は中国では私的所有経済が最も先進的な地域である温州の私有企業⁶を調査した。同氏の調査対象が資本金であれ、従業員であれ、売上高であれ、個人経営（自営業）と異なりある程度の規模を有する企業である。氏はこれらの企業の成長要因としての経営組織、所有構造等の諸相を考察し、さらにこれらの事例研究を通して個別の私的所有企業の企業像を浮き彫りにした。

ところで、本研究は個別企業を含んでいる私有企業の一般を如何に評価するかに焦点を当てる必要があるのではないかと考えた。むしろ、アンケート調査がこのような評価に役立つ方法である。それはなぜかというならば、母体を反映しうる十分なサンプル本数の認識に基づく統計分析によって、一般的な企業像をみることができからである。その際、企業の経営陣、従業員を対象にアンケート調査を行い、企業側が如何に私有企業を見ているかを知ることができる。また、一般大衆を対象にアンケート調査を行い、一般大衆の目を借用して私有企業を考察することもできる。この研究では一般大衆の認識に基づく私的所有の経営への考察方法が用いられる。

本研究では、一般大衆の認識を統計分析し、それを通して私的所有の経営パフォーマンスがど

こまでに到達しているかを明らかにする。また、中国的私有化は単なる弱小から出発し徐々に成長していくだけでなく、地域間のその進展の格差がみられる。よって、アンケート調査資料に基づいて統計分析を行い、私有化の段階的な進展に伴った影響が地域別における私有企業の経営に及んでいるか否かを検証する。

II アンケート調査の問題意識と質問の設定

1. 問題意識

よく知られているように、中国の市場経済の移行は農村部から始まった。また、対外開放政策は沿海部から展開してきた。実際は、中国の私有企業が最初に工業が立後れた沿海部から多く誕生しはじめた。『中国私営企業発展報告（1978～1998）』によると、1997年に私有企業資本金総額ランキングの上位10位の地域には沿海部の広東省、浙江省、江蘇省、山東省、上海市、河北省、福建省が含まれている⁷。だが、工業都市の天津市は13位で、首都の北京市は28位である。一方、自営業全体戸数の64%は農村部を拠点にして経済活動を行っている⁸。

しかし2004年に入ると、私有企業と自営業の地域分布が塗り替えられた。過半数（56%）の自営業は都市において経済活動を行うようになった⁹。つまり、都市部は大逆転した。一方、私有企業資本金総額ランキングの上位10位地域には依然として7の沿海部の地区が含まれている¹⁰。だが、7年前の28位の北京市は6位にランクインされるようになり、13位の天津市も11位にまであがった。北京市に入れ替わられた沿海部の河北省は天津市のあとについている。

中国の私有企業は工業生産が比較的少なかった沿海都市から誕生し、徐々に工業生産が比較的多かった都市や内陸部へと拡大していった。言い換えれば、中国の私有企業は段階的に全国に広がっていったといえる。本研究はこうした中国の私有企業発展の特徴を重要視する。すなわち、私有企業の先発地域と後発地域において、このような時間的ラグがそれぞれの地域の私有企業経営に如何なる影響を与えているかにわれわれは分析の着目点を置く。私有企業の発展における地域間の格差をより正確に把握するために、アンケート調査地として、工業が比較的弱かった沿海部の温州市（温州市の所在する浙江省は人口一人当りの私有企業資本金で1997年に1,043元、2004年に8,281元）¹¹、工業が比較的強かった沿海部の北京市（同上、1997年に187元、2004年に19,031元）と内陸部の重慶市（重慶市の所在する四川省は人口一人当りの私有企業資本金で1997年に161元、2004年に1,572元）を選んだ。しかも、これらの地域の市民が普通の日常生活をしていれば、同じ頻度で市場を介して私的所有の企業と接触していると想定される。

ところで、先ほど述べたように生産手段の私有化を通して経営の改善を行い、そして経済の成長につないでいくことは移行経済の本来の目的である。この研究においては一般大衆が私的所有を代表とした企業の経営改善を如何に見ているかを考察するため、北京、温州、重慶の市民を対象にアンケート調査を行うことにした。もちろん、アンケート・シートに私有企業の経営活動を表す指標を設定する必要がある。

周知のように、企業者が企業の経営活動を司る主役であり、企業と共に経済発展に貢献する。シュムペーターは、経済循環のなかで、経済の不景気から景気への転換を促すのが企業者達のイノベーションだと指摘した¹²。氏が特に生産効率の向上、新製品の不断な創出、販路の積極的な開拓、サービスの向上、新素材の使用を企業者のイノベーションとしてみている。一方、企業の役割についてペンローズは企業を「帝国建設者」と「職人的経営者、あるいは生産的経営者」に区別して述べた¹³。ペンローズによると、後者（生産的経営者）が企業利潤を増やすために「製

品の品質向上」「コストの引き下げ」「技術の改良」「消費者へのサービス向上」「新製品の導入」に関心を常に寄せているという。つまり、企業が経営活動を維持し、なおかつそれを改善していくのに、「製品の品質向上」「コストの引き下げ」「技術の改良」「消費者へのサービス向上」「新製品の導入」「新素材の使用」等が欠かせない経営政策である。

本研究の対象が中国の私有企業であり、これらの企業を国有企業と比べると、規模が相当小さい。しかも、創業の浅い企業がほとんどである。そのため、現在の中国の私有企業がベンローズのいった「生産的企業」に当てはまるとされる。他方、この研究は一般大衆の認識に基づいて私有企業の経営を分析するものであるため、一般大衆が目で見えている私有企業の経済活動の結果をわれわれは取り入れる必要がある。一般大衆に強く感じられているのは「コストの削減」、「技術の開発」ではなく、「生産効率の向上」、「新製品の創出」、「優れた販売能力」、「よりよいサービスの提供」のような身近なものわれわれは推測した。したがって、これまでの議論を踏まえて「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」を私有企業の経済活動の結果（私有企業の経営パフォーマンス）としてとりあげる。また、この研究のアンケート・シートに「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」をアンケート調査の本題質問として設けることにした。各項目には5段階の評価をつけた。

2. 市民調査の基礎データ

前項のアンケート調査の本題質問のほか、調査対象の個人的基本属性に関する情報の質問項目も必要とされている。北京、温州、重慶での調査アンケート・シートに調査対象の個人的基本属性に関する調査項目としては、性別、学歴、職業、収入等を設定した。

アンケート調査は、2005年7月から10月まで北京において、2005年7月から11月まで温州において、2005年11月から2006年3月まで重慶において行った¹⁴。調査対象を年齢別で五つのグループ（20代、30代、40代、50代、60歳以上）に分けた。年齢グループごとに標本を抽出する方法をとり、それぞれの調査対象を無作為に抽出し、面接方式でアンケート調査を実施した。北京で回収したアンケート・シートは「05 アンケート（北京）」と、温州で回収したアンケート・

表1 調査地域の調査場所点数と有効回収標本数

調査地域	北京市	温州市	重慶市
調査年月	2005年7月～10月	2005年7月～11月	2005年11月～2006年3月
標本抽出場所点数	64	23	36
有効回収標本数	469	510	500

出所：「05 アンケート（北京）」「05 アンケート（温州）」「06 アンケート（重慶）」により筆者が作成。

表2 調査対象の基本属性データ

単位：%

学歴	北京	温州	重慶	職業	北京	温州	重慶
小学校	5.23	13.35	16.77	会社員	45.22	38.69	63.01
中学校	32.90	44.76	51.33	公務員	7.39	11.42	10.26
高校	50.98	40.45	26.38	教員	10.00	7.40	12.41
大学	7.19	1.44	4.50	学生	16.74	1.90	7.16
大学院	3.70	0.00	1.02	その他	20.65	40.59	7.16

出所：「05 アンケート（北京）」「05 アンケート（温州）」「06 アンケート（重慶）」により筆者が作成。

シートは「05 アンケート (05)」と、重慶で回収したアンケート・シートは「06 アンケート (重慶)」と称する。表1によって示されているように標本抽出場所の点数はそれぞれが64、23、36である。回収したアンケートのサンプル数はそれぞれが469、522、500である。本題質問の無回答のサンプルを取り除いて、有効サンプル数は温州だけが変わって510となっている。

調査対象の個人的属性をみると、学歴別では中学校卒と高校卒は最も多く、調査対象全体の約80%に占めている(表2)。調査対象の学歴の分布が極端に偏っていないことが判断できる。職業別では会社員が比較的多く、全体の4割から6割に相当する。その他のなかに定年退職者と自営業等が含まれていると思われる。温州の場合はその他の職業がやや多く、そのなかでは自営業者が少なくないと推測される。

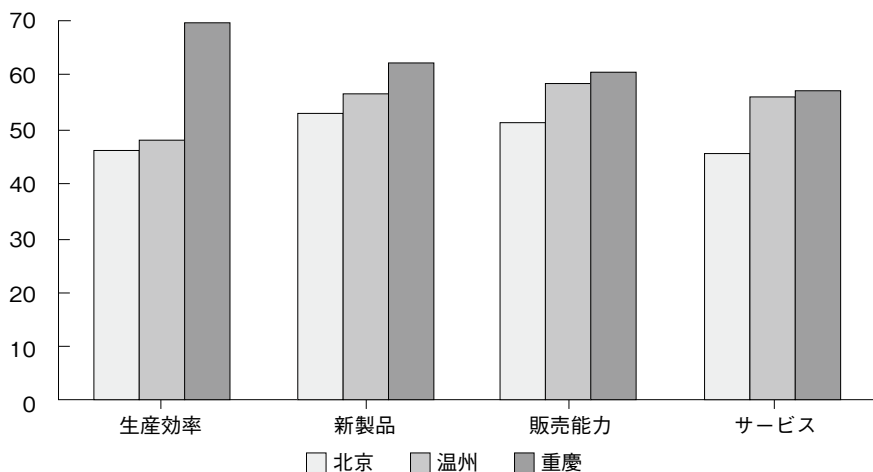
Ⅲ 全体の評価からみた地域間の格差

これから本題調査項目について統計分析を行う。この分析を通して私有企業の経営パフォーマンスにおける地域間の差異を明らかにする。アンケート・シートには「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」のほか、私有企業が経済発展に如何に貢献しているか(以下は「経済発展の寄与」と略す)を選択問題として設けた。ここでは、二つの総計分析作業を遂行する。まず一つ目は調査対象全体の認識における地域間の差異を検証することである。その次に、経営パフォーマンスを表す四つの項目と「経済発展の寄与」との関連性を、回帰分析によって明らかにする。

1. 調査対象の全体的な認識

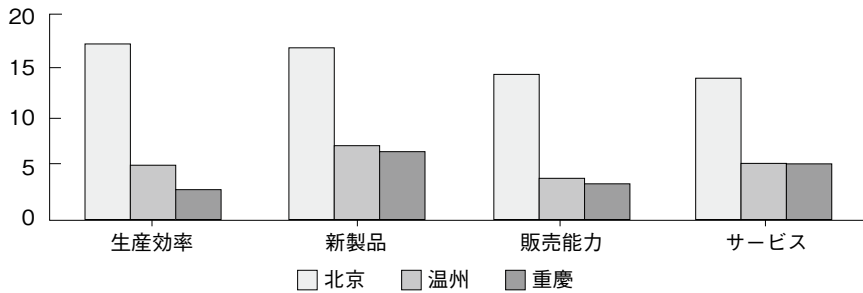
図1と図2を合わせてみると、好評の割合は極めて高い。まず「生産効率」については、北京の好評の割合は比較的lowく46.06%である。温州は北京よりやや高く47.53%である。これに対して、重慶は非常に高く、約7割となっている。一方、低評価を下した回答者の割合では北京は最も高く17.48%である。温州と重慶は5%かその以下となっている。「生産効率」に「高い」と回答した人数は北京と重慶では、最も多い。「非常に低い」という回答では、温州と重慶の人数がひと桁であるのに対して、北京の場合は二桁で45人もいる。

そして二つ目の「新製品」については、好評を下した人数の割合では重慶と温州はそれぞれが



出所：「05 アンケート (北京)」「05 アンケート (温州)」「06 アンケート (重慶)」に基づいて筆者が作成。

図1 全体的な認識 (好評) における地域間の比較



出所：「05 アンケート（北京）」「05 アンケート（温州）」「06 アンケート（重慶）」に基づいて筆者が作成。

図2 全体的な認識（低評価）における地域間の比較

62.12%と56.34%である。これに対して北京は52.69%であり、最も低い。私有企業の「新製品」の創出が「多い」と思う調査対象者数の割合は三つの地域も同じ傾向があり、最も高い。また、低評価について北京の場合は前項と同じく、三つの地域の中では最も高く17.20%である。温州と重慶はそれぞれが7.27%と6.61%である。「非常に少ない」という回答では前項と同じく、北京の場合は二桁の人数にのぼった。しかし、温州と重慶はひと桁にとどまっている。

三つ目の「販売能力」については、温州と重慶は好評を下した人数の割合がおおよそ60%であるが、北京のそれが51.60%となっている。評価しない人数の割合では、北京は高く14.38%であり、温州と重慶はそれぞれが4.15%と3.40%である。販売能力が非常に低いと思う調査対象の人数について北京の場合は前述の二つの項目より少なく、22人となっている。温州は4人で、重慶は3人である。

四つ目の「サービス」に対して、調査対象の多くが「好評」を与えた。温州と重慶の「好評」はほぼ同じ、おおよそ57%に占めている。一方、北京の場合は「好評」が比較的安く、45.30%である。一方、低評価を下した回答者の割合では、北京はほかの地域より高く13.88%である。温州と重慶は同じく、5.6%である。私有企業のサービスに関しては、「非常に悪い」と回答した人は最も少ない。特に北京の場合は前項の「販売能力」より「非常に悪い」と回答した人が少なく、12人にすぎない。温州と重慶の回答者はそれぞれが1人と2人である。

上述の相違点のほか、この四つの項目についての評価の順位は地域によってそれぞれが異なっている。すなわち、私有企業の経営パフォーマンスに対する北京市民の評価では「新製品」は最も高い。その次は「販売能力」「生産効率」「サービス」という順位になっている。これに対して、温州の場合は、評価の順位が「販売能力」「サービス」「新製品」「生産効率」となっている。そして、重慶の場合は、その順位が「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」となっている。

これまでの分析によると、北京は5割前後の人、温州は5割以上の人、重慶は6割前後の人が私有企業の経営に高い評価を下したという。一方低評価を下した人の割合では北京は最も高く10数パーセントである。これに対して、温州と重慶は1割未満となっている。全体的にみると、重慶は私有企業の経営に対する市民の評価が他の地域より高い。

2. 経済発展への私有企業の貢献

「経済発展の寄与」という項目は一般大衆が、私有企業の経済発展に貢献している程度を如何に見ているかを考察するためのものである。ここでは、「生産効率」「新製品」「販売能力」「サー

表3 経済発展の寄与をめぐる経営パフォーマンスの回帰分析

	北京	温州	重慶
切片 a	0.6010	0.7802	0.7619
	(5.7506)	(5.0159)	(5.1474)
b 生産効率	0.2107	0.2080	0.1704
	(4.6200)	(4.2764)	(3.0140)
b 新製品	-0.0367	-0.0089	0.0453
	(-0.7558)	(-0.1889)	(0.9284)
b 販売能力	0.2390	0.1515	0.1658
	(4.5185)	(2.8514)	(3.2847)
b サービス	0.3216	0.2196	0.2221
	(6.9059)	(4.3382)	(4.8663)
F	1.1867E-59	3.2220E-17	8.8559E-19
R2	0.4539	0.1521	0.1673
R*2	0.4492	0.1453	0.1606
n	469	510	500

出所:「05 アンケート(北京)」「05 アンケート(温州)」「06 アンケート(重慶)」により筆者が算出・作成。
注:1. () の数値は t 値。

ビス」を説明変数とする。これらの項目の回答としての「好評」「低評価」「どちらでもない」を全て説明変数に入れて総合的に検証する。そして、「経済発展の寄与」(y)が「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」の一次多変量関数である。つまり、下記の式が成立する。

$$y = f(x_{\text{生産効率}}, x_{\text{新製品}}, x_{\text{販売能力}}, x_{\text{サービス}})$$

アンケート・シートに基づいて線形回帰分析を行った。その結果は表3のとおりである。まず、北京の場合は経営パフォーマンスに対する評価が比較的少ないが、「経済発展の寄与」では「新製品」のほか、いずれも高い値を示している。一方、重慶の場合、経営パフォーマンスに高い評価を与えたが、「経済発展の寄与」をそれほど認めていないことが見て取れる。つまり、この三つの地域では経営パフォーマンスに対する見方と「経済発展の寄与」に対する見方が一致していないところが多くみられる。

また、これらの地域の共通点は「新製品」があまり経済の発展に寄与していないとみられていることである。Ⅲの1で分析したように「新製品」に対する好評の割合は決して小さくないのに、なぜそれが経済の発展にあまり寄与していないとみられたかが理解に困難であるかもしれない。しかし、「新製品」に対する調査対象の低評価に目を転じてみると、謎がとかれるはずである。なぜかという、それは「新製品」に低評価を下した回答者の割合も高かったからである(図2)。

3. 小括

三つの地域では私有企業の経営パフォーマンスに評価を与えた人数の割合が低評価を与えた人数の割合より遥かに高い。特に内陸部の重慶は評価と低評価との間の人数の差が極めて顕著である。逆に北京の場合は低評価を下した人数の割合が温州と重慶より高く10数パーセントであり、しかも、評価を下した人数の割合がほかの地域より低い。工業化の先発地域と後発地域における認識の違いが明らかになった。

一方、私有企業の経営パフォーマンス（「新製品」を除く）の向上が経済の発展に貢献しているというのが共通認識となっていることもわかった。但し重慶の場合、私有企業パフォーマンスへの評価が高かった反面に、私有企業の経済発展への貢献を北京と温州ほど高評していない分析結果は私有企業発展の地域の差異を反映していると思われる。つまり、内陸部として重慶市の私有企業がほかの地域（例えば温州市と北京市）より遥かに立遅れているため、私有企業が経済全体の変革に役立つのより従来の国有企業の経営にもたらされた不便で、不経済な局面を変えるのを期待されていると本論は考えている。

IV 年齢別のクロスセッション統計分析

今まで調査対象の全体回答を分析した結果から、地域間にばらつきがあることと、私有企業の経営パフォーマンスへの評価が比較的高いことが読み取れた。これから調査対象を年齢別に分けてそれぞれの認識を詳しく分析する。それはなぜかというならば、私有企業の経営パフォーマンスに対する認識が世代によって違ってくると思われるからである。そこで、まず年齢グループ間の差を統計分析によって検定する。そして次は年齢グループ別のクロスセッション統計分析を通して、年齢別における地域間の相違を検出することを試みる。

1. グループ間の差の検定

われわれは、年齢別グループ間に私有企業の経営パフォーマンスに関する認識の差異があると推測している。ここでは層化無作為抽出法によって行われたアンケート調査資料に基づいて統計分析を行い、それらの差異があるか否かを確認する。アンケート・シートの回答内容を「好評」「不評」「どちらでもない」という三つの「認識群」に分けて、本題質問の「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」ごとにL×M分割表を作成し、それぞれの仮説（つまり五つの年齢グループ（階層）の間に評価の差がない）の有意確率を算出し、グループ間の差異を検定した。

このL×M分割表の統計解析結果が表4によって示されている。すなわち、各本題質問項目（「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」）でも、各地域（北京、温州、重慶）でも有意確率（p値）は有意水準（ α ）の0.05より小さいため、帰無仮説 H_0 の「五つの年齢階層に評価の差がない」は棄却され、その対立仮説 H_1 （「五つの年齢階層に評価の差がある」）は成立する。つまり、三つ

表4 本題質問項目における年齢グループ間の差の検定

	生産効率	新製品	販売能力	サービス
自由度 ϕ	4	4	4	4
検定統計量 X^2 値				
北京	320.5704	262.7321	262.9727	259.7895
温州	2093.1730	344.3359	387.0404	418.6455
重慶	545.8202	411.8750	442.8383	342.5971
有意確率 p 値				
北京	3.95E-68	1.18E-55	1.04E-55	5.06E-55
温州	0.0000	2.93E-73	1.75E-82	2.60E-89
重慶	8.20E-11	7.56E-88	1.53E-94	6.95E-73

出所：「05 アンケート（北京）」「05 アンケート（温州）」「06 アンケート（重慶）」に基づいて筆者が算出・作成。

注：1. 有意水準（ α ）は0.05。

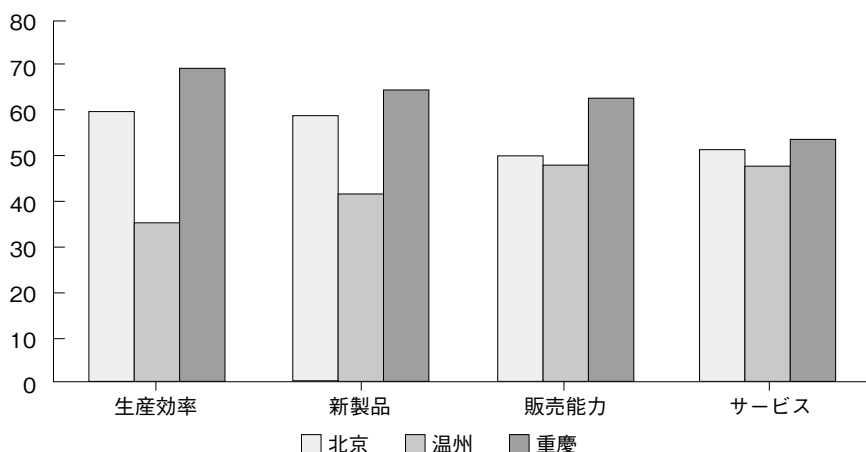
の地域において調査対象の各年齢グループの間に私有企業の経営パフォーマンスに対する認識が異なっていると判断される。

2. 年齢別における地域間の比較分析

先ほどの統計分析によると、年齢グループ間に認識の差異があるということで、これらの年齢別グループがそれぞれ如何に私有企業の経営パフォーマンスを見ているかを検証していく。

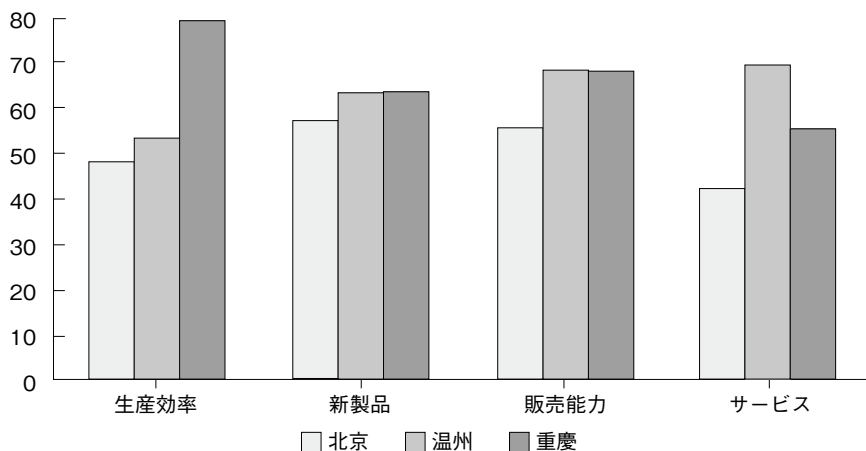
1) 20代グループについての検証

20代グループの私有企業への好評では地域間のばらつきがあるとみられる。Ⅲの(1)で検証したように、全体の傾向は好評を与えた人数の割合の順位が重慶、温州、北京となっている。しかし、20代グループの場合、重慶の好評が最も多く好評を下したところでは重慶全体とかわっていないが、温州の好評の割合が北京のそれを下回っている(図3)。とくに「生産効率」と「新製品」については温州の20代からの評価は案外少なく、それぞれが35.51%と42.06%にすぎない。



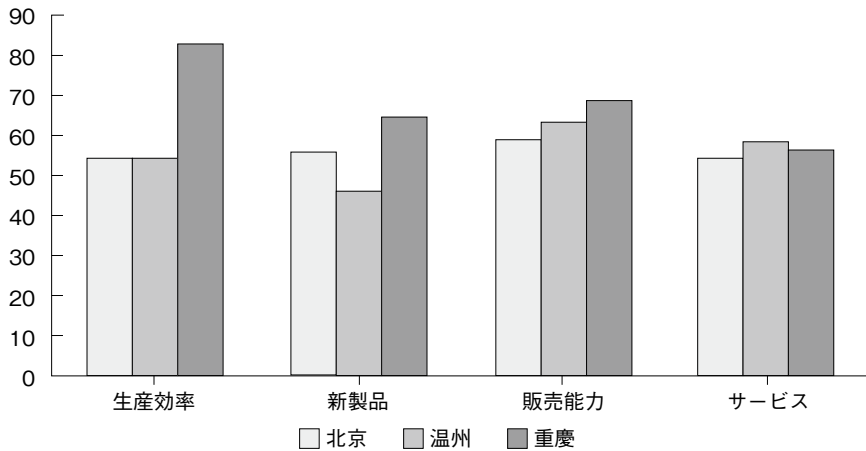
出所：「05 アンケート (北京)」「05 アンケート (温州)」「06 アンケート (重慶)」に基づいて筆者が作成。

図3 20代グループにおける地域間の差異



出所：「05 アンケート (北京)」「05 アンケート (温州)」「06 アンケート (重慶)」に基づいて筆者が作成。

図4 30代グループにおける地域間の差異



出所：「05 アンケート（北京）」「05 アンケート（温州）」「06 アンケート（重慶）」に基づいて筆者が作成。

図5 40代グループにおける地域間の差異

また、「サービス」については、三つの地域からの好評は割合が高くないが、ほぼ一致しているところが特徴である。この三つの地域にはもう一つの共通点がある。それは不評を下した人数の割合が10%を超えていないことである。

好評の割合の大きさをみると、北京の場合は「生産効率」「新製品」「サービス」「販売能力」、温州の場合は「サービス」「販売能力」「新製品」「生産効率」、重慶の場合は「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」という順番になっている。この点では、20代グループの認識は全体のそれと異なっている。

また、温州の場合は「どちらでもない」と回答した人が多く、全体の40%以上である。北京の場合は30%程度であり、重慶は最も少なく、2割前後となっている。

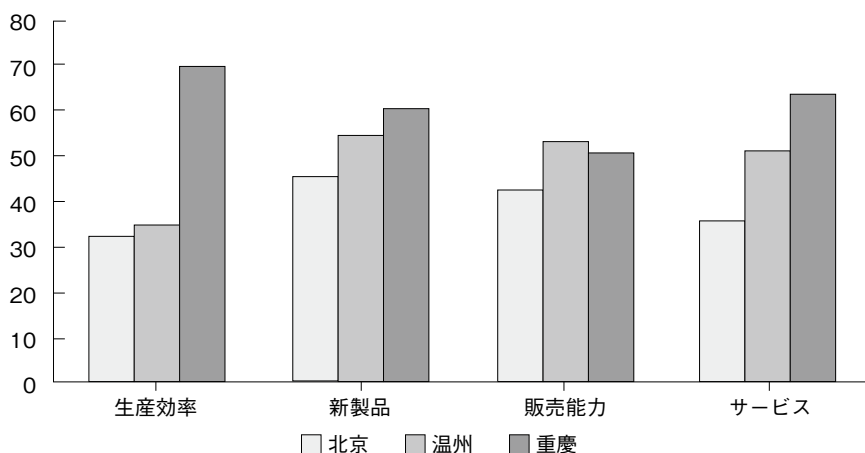
2) 30代グループについての検証

図4の30代グループの回答によると、「生産効率」については重慶の評価は最も高く、温州と北京のそれを遥かに上回っている。そして、「新製品」についての評価は三つの地域がほぼ同じである。「販売能力」に対して、重慶と温州の多くの人が好評を下している。その割合がおよそ70%にも達している。しかし、「サービス」に好評を下した温州市民の割合は最も高く70%である。

一方、不評については重慶と温州はわずかに数パーセントにすぎない。これに対して北京の場合、「生産能率」に低評価を下した人の割合は10.10%、「新製品」は11.11%、「販売能力」は7.14%、「サービス」は9.09%であり、いずれも20代グループのそれを超えている。また、重慶と温州のそれより大きい。

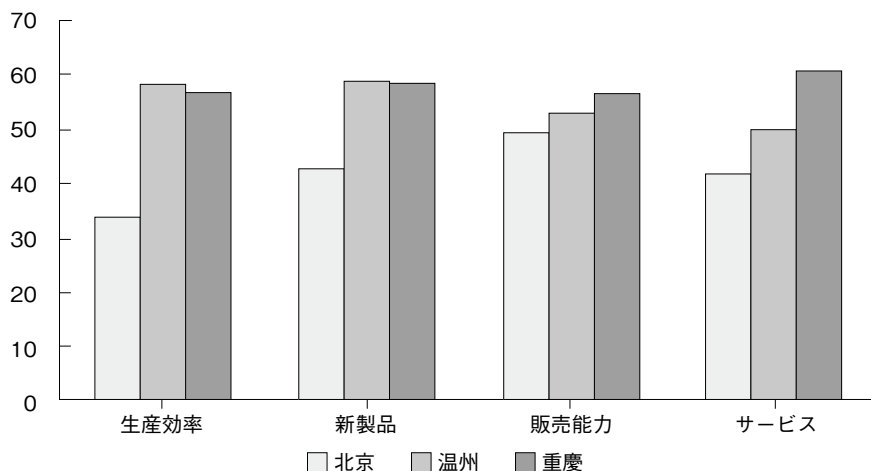
3) 40代グループについての検証

40代グループからの評価においては、北京と温州は「新製品」のほかの三つの項目ではほぼ同じ（図5）。「新製品」についての好評では、北京は温州を約10%も超えている。一方、「サービス」に対して、三つの地域は大抵同様な割合の人が好評を下した。この四つの項目のなかでは、重慶は「サービス」の以外の三つの項目ではその割合が最も高い。



出所：「05 アンケート（北京）」「05 アンケート（温州）」「06 アンケート（重慶）」に基づいて筆者が作成。

図6 50代グループにおける地域間の差異



出所：「05 アンケート（北京）」「05 アンケート（温州）」「06 アンケート（重慶）」に基づいて筆者が作成。

図7 60歳以上グループにおける地域間の差異

また、低評価については重慶と温州の場合は20代、30代グループと同じ、回答者に占める割合が比較的低く、数パーセント程度である。これに対して、北京の40代グループは20代、30代グループより低評価を下した人の割合が増えた。具体的にみると、「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」は同じで13.58%である。

4) 50代グループについての分析

「生産効率」について、重慶の7割の人が好評を与えたが、北京と温州の場合は、好評を与えた人の割合がおよそ30%しかではなかった(図6)。「新製品」への評価については、北京と温州の人が増えたのに対して、重慶の人が減ったとみられる。「販売能力」に好評を下した重慶の人がさらに少なくなった。「サービス」についての評価はより多くの重慶の人が下した。好評を下した北京の人が30%台にとどまっている。

表5 質問の回答と年齢階層との相関関係

好評の年齢相関関係		低評価の年齢相関関係	
質問項目	r_1	質問項目	r_2
北京		北京	
生産効率	-0.8836	生産効率	0.9281
新製品	-0.9532	新製品	0.8918
販売能力	-0.3382	販売能力	0.8903
サービス	-0.5256	サービス	0.7044
温州		温州	
生産効率	-0.2862	生産効率	0.3097
新製品	-0.1317	新製品	0.3009
販売能力	-0.2575	販売能力	0.4208
サービス	-0.3059	サービス	0.2888
重慶		重慶	
生産効率	0.6098	生産効率	0.4335
新製品	-0.7963	新製品	0.2368
販売能力	-0.6810	販売能力	1.2819×10^{-17}
サービス	0.6196	サービス	-0.9361

出所:「05 アンケート(北京)」「05 アンケート(温州)」「06 アンケート(重慶)」により筆者が算出・作成。
注: r_1 、 r_2 は相関係数。

三つの地域間の相違は低評価でもみられる。温州と重慶の人の割合がわずかの数パーセントであるのに対して、北京の場合は50代グループの人数が前述の三つのグループよりさらに多くなっている。例えば、「生産効率」は31.13%、「新製品」は27.35%、「販売能力」は27.35%、「サービス」は22.64%でありいずれも2割を超えている。

5) 60歳以上グループについての検証

最後の60歳以上のグループにおける地域間の相違は図7によって示されているように、温州と重慶との間に大きな隔たりが見られない(図7)。大抵5割以上の人は好評を下した。これに対して、北京の人は好評を下したのが50%を下回っている。特に、私有企業の「生産効率」を評価する人はわずか34.15%にすぎない。逆に28%強の人は低評価を下した。北京の場合、ほかの項目についても低評価を下した人の割合が高く、重慶と温州の数パーセントを遥かに上回っている。ちなみに、「新製品」は24.69%、「販売能力」は20.73%、「サービス」は14.63%である。また、このグループの人はどのグループよりも「どちらでもない」と答えた人が少ない。

3. 年齢階層と本題質問との相関関係

前述のように地域を問わず私有企業の経営パフォーマンスに対する各年齢グループの認識が確かに異なっている。ただし、年齢グループ間の格差が如何なるものか、年齢の変化に伴いそれらの認識が如何に変わっていくかはまだ明らかになっていない。これから「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」に関する回答内容を「好評」と「低評価」に分けて、それらの年齢階層との相関関係を検証する。

アンケート・シートの回答内容に基づいて計算した私有企業の経営パフォーマンス(「生産効率」「新製品」「販売能力」「サービス」と年齢階層(20代グループ、30代グループ、40代グループ、50代グループ、60代グループ)との相関係数(r)が表5によって示されている。 r_1 が好評と年齢階層との相関係数であり、 r_2 が低評価と年齢階層との相関係数である。

まず、好評と年齢階層との相関係数(r_1)をみると、地域間の違いが一目瞭然である。すなわち、北京の場合は本題質問項目の全てが「-」(マイナス)となっている。とくに「生産効率」と「新製品」においては r_1 がマイナス1に近づいている。これは年齢が高ければ高いほど好評を下した人数の割合が低下していくことを現している。そして、重慶の場合は「生産効率」と「サービス」の r_1 が「+」(プラス)であるのに対して「新製品」と「販売能力」の r_1 が「-」である。しかもこの二組の r_1 の絶対値がやや1に寄っている。つまり、「生産効率」と「サービス」への好評は年齢階層の上昇につれて評価する人数の割合が増えていく。他方、「新製品」と「販売能力」への好評は逆に年齢階層の上昇につれてその割合が減っていく。温州の場合は全項目の r_1 がマイナスとなっているが、絶対値が大きくない。これは好評の割合が年齢の上昇につれて減っていくが、その傾向が北京ほど強くないことを示している。

そして、 r_2 については北京の場合は低評価が年齢階層と強いプラス相関関係を持っている。つまり、年齢上昇につれて、低評価を下した人の割合が増えていく。そして、重慶の場合は「生産効率」と「新製品」では r_2 がプラスとなっているが、北京のそれほど大きくない。「販売能力」では年齢階層と低評価とは非常に弱いプラス相関関係をもっている。しかし、「サービス」では r_2 がマイナスであり、しかもその絶対値が1に近づいているため、年齢階層と低評価とは強いマイナス相関関係を持っていると判断される。つまり、年齢上昇につれて低評価を下した人の割合が著しく減っていく。温州の場合は全ての項目においては r_2 がプラスとなっているが、北京ほど高くはないため、年齢階層と低評価とはある程度のプラス相関関係にあるとみてよい。

4. 小括

30代の場合は「新製品」に対する見方では三つの地域が非常に近い。40代の場合は「サービス」に関する評価では地域間の違いが少なくほぼ一致している。にもかかわらず、三つの地域における世代間の認識がまちまちであることは今までの分析によって確認できた。

三つの地域の中では、北京の場合は年齢階層と評価とが極めて強い相関関係にある。これに対して、温州の場合は年齢階層と評価とが比較的弱い相関関係にある。しかも、全体の評価において温州のほうが北京より多い。低評価において温州のほうが北京より少ない。工業化の先進的な地域と工業化の後進的な地域との相違が鮮明に現れた。すなわち、上記の分析結果によって先行の工業都市の北京の上位年齢グループが国有企業のよいところと改善すべきところをよく知っているので、若い世代よりより厳しい眼差しで私有企業をみていることは推察できる。言い換えれば、工業化の先進的な地域では私的所有の経営は国有企業に匹敵するまでに道のりがまだ長いとみられているといえる。一方、工業化の立後れた温州ではどの世代の人も北京の上位年齢の人ほど国有企業、特に国有工業企業をよく知っておらず、私有企業を国有と比較する意識が北京ほど強くないと思われる。それで、世代間の認識のギャップは北京ほど大きくないと思われる。また、視点を変えてみるとこれらのような工業化の後進的な地域では私有企業がそれらの経済、産業の担い手となり、大きな役割を果たしているといってもよい。そのため、私的所有の経営がどの年齢層の人にも支持されている、あるいは多いに評価されていると判断される。

V おわりに

冒頭で述べたように中国の私有企業が生まれてから資金の面でも、生産能力の面でも、従業員の面では強大なライバルである国有企業に遭遇した。そればかりか、実際には生産手段の国有化が維持されながら、国有企業の経営改革が断行された。それらの経営改革が国から付与された投資、人事、生産、販売、購買、給与の意思決定権として現れているだけでなく、国有企業が自らコスト削減、リストラにメスを入れている¹⁵。

そのため、私有企業が生まれてから熾烈な競争を強いられたとみられる。もちろん、激しい競争で勝てるには不断な経営改善が必要とされている。中国の私有企業が国有企業と競争しながら、その企業数、企業の規模の面で飛躍的に拡大している事実はその経営が進歩している¹⁶ことを物語っていると思われる。

以上で、われわれの分析によって私有企業の経営パフォーマンスの良さが証明された。しかし、各地域の初期条件がかなり違ったため、私的所有の経営が同時に全国に広げられたのではなく、段階的に工業化の立後れた沿海地域から徐々に工業化の先進的な地域へ、そして内陸地域へ展開していった。われわれの分析では時間的ラグが私的所有の経営を左右していることは判断しがたい。これに対して、初期条件の相違が私的所有の経営に影響を多かれ少なかれ与えたことは明らかにした。

また、われわれの分析結果からは私的所有の経営が国民経済の発展に貢献していることは見て取れた。一方、経済発展の主な担い手になるには経営能力、特に新製品の不断な創出をよりいっそう改善するのは私的所有の企業がやるべきことである。

しかし、われわれの分析は中国の私的所有の経営を全面的に解析するには限界がある。企業側からの見方との対比的な分析、国有企業との比較がいずれも取り残された課題である。また、このような研究が特定時期の断面で企業をみたため、私的所有の経営が如何に高まってきたかに関する解明は別の研究に委ねることにしよう。

注釈

1. 中国の移行経済が1978年から始まったというのは通説である。その4年後の1982年に可決された修正版の憲法に自営業の容認が盛り込まれたが、自営業が公的所有制度下の脇役でしか認められなかった。さらに1988年に再度の憲法修正案に私有企業の存在が容認された。しかし、私有企業も自営業と同様に公的所有制度下の脇役にすぎなかった。そして、1999年に私有企業、自営業などの私的所有経済がようやく中国の経済の重要な部分である内容は三度目の憲法修正案に入るようになった。
2. 憲法の方針に基づいて中央政府は法律のかわりに相次いで生産手段の私的所有の経営に関する規則や条例などを打ち出した。例えば、1987年に『城郷個体工商戸管理暫行条例』（都市部工業商業自営業の暫定条例）、1988年に『私営企業暫行条例』（私営企業の暫定条例）、1990年に『郷村集体所有制企業条例』（農村部集団企業条例）、1991年に『城郷集体所有制企業条例』（都市部集団企業条例）は、文書化された中国の私有企業に関する重要な制度である。
3. 葉剛「価格自由化の中国における生産財流通機構の再編」日本現代中国学会『現代中国』73号、1999年を参照されたい。
4. 青木國彦「東欧との比較における中国の私的営業（「個体経済」）」『中国研究月報』1987年3月号。
5. 厳善平「温州民間企業の成長過程—代表的な民間企業に対する現地調査の報告」『アジア経済』2003年第44巻第2号。
6. 厳氏が論文の中で、「民間企業」という用語を使ったが、それらの企業の中身をみる限り、「個体戸」（自営業）

ではないことが容易に確認できる。

7. 張厚義・明立志編『中国私営企業発展報告 (1978～1998)』社会科学文献出版社(北京)、1999年、p.64 - 65。
8. 同上、p.71。
9. 張厚義ほか編『中国私営企業発展報告 2005』社会科学文献出版社(北京)、2006年、p.16。
10. 同上、p.3-4。
11. 張厚義ほか編(1999)、p.55、張厚義ほか編(2006)、p.4と『中国統計年鑑』各年版より著者が算出。
12. これについて詳しくはJ.A. シュムペーター『経済発展の理論 上下』(塩野谷祐一、中山伊知郎、東畑精一訳) 岩波文庫、1977年)を参照されたい。
13. E.T. ペンローズ『会社成長の理論 第2版』(末松玄六訳)ダイヤモンド社、1980年、p53。
14. このアンケート調査に当たり、ご協力頂いた北京大学経済学院教授陶涛、温州行政学院教授朱康対、重慶大学経済管理学院教授劉星に感謝する。
15. 例えば、葉剛「中国国有企業の経営改革と市場原理導入」『経済学季報』1998年2月、第47巻第2号と「市場に対応する中国国有企業経営方式の発展」『中国研究月報』1998年11月号を参照されたい。
16. 葉剛「中国における私有企業の生成について」『比較経済研究』2006年4月、Vol.43No.1を参照されたい。