

移行期中国における自営業=「個体戸」の発展動向（2）

(法政大学) 菊池 道樹

I. はじめに

II. 政策

III. 動向（以上、2020年11月号）

IV. 経営（以下、本号）

V. まとめ

IV. 経営

1. 生産・販売動向

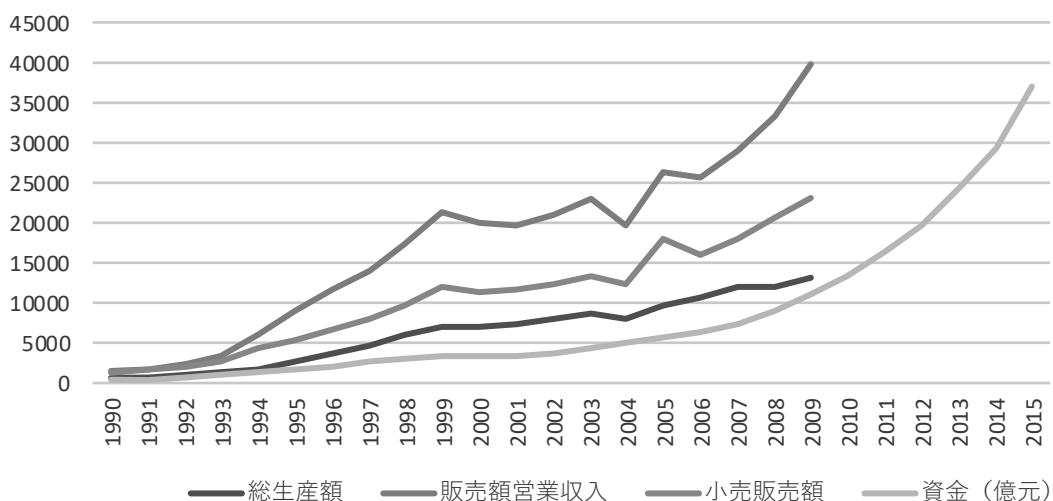
自営業全体の生産・流通の規模に関するデータは管見の限り、国家工商行政管理総局編（2011、180頁）所収の1990～2010年の統計のみであり、その概要是図6に示すとおりである。2010年度の数値が前年度からの増加幅は異常であるなど、厳密な議論には耐えられないことを承知のうえで、90年代から2010年までの約20年間の生産額（計画経済期の中間財の生産額をカウントする「総生

産額」表示）、営業収入、飲食・宿泊などを含む消費財・サービスの卸売業・小売業の販売額=「社会消費品零售額」、地方政府の工商行政管理局に提出した運営資金の四つの項目の大まかな動向を概観すると、90年代は資金・生産額・販売額とともに前年比20%台の増加が続く。90年代末から2004年までは1桁台の増加に留まるが、これは既述のように行政当局による「幽靈個体戸」の整理作業の結果が反映している可能性がある。その後、05年からは再び成長が上向き、06年以降は、成長率は10～20%台に持ち直す。

これらのデータのなかで、国民経済全体のなかに占める自営業の比重を知る手がかりが得られるのは、消費規模を示す消費財の小売り販売額である。全国の小売総額に占める自営業による販売額の比率は1990年の15.3%から徐々に高まり、99年には33.7%に達する。以後、比率は低下し続け、

図6 自営業の生産額・売上高・小売業売上高・運営資金の推移

(単位、億元)



出典：国家統計局国民経済総合統計司（2010）、59頁。

(2)

2008年には19.0%にまで落ち込む⁽³⁾。これはWTO加盟後の中国経済の急成長は生産、流通領域における企業・事業体の大型化を促進し、デパートや大型商店の開業、小規模店舗の大手スーパー・マーケットによるチェーン店化など大型店舗による販売額の伸び率が小規模な自営業の伸び率を上回り続けた結果によるとみられる。前章で確認したように2000年代前半からは自営業の戸数、就業者数の右肩上がりの増加傾向が続いているものの、企業・事業体の大型化、合理化によりマクロ経済に占める自営業の比重は低下している。

自営業のマクロ動向に関連して次の2点を補足しておく。まず、生産・販売・資金のいずれの項目の金額にも無届の自営業者の分は含まれていないことから、実際の自営業の規模はさらに大きく、また国民経済に占める比率も高い。次に後にふれるとおり、近年、中国の行政当局は自営業を事業体として極小企業（「小微企業」もしくは「微型企業」）の範疇に入れ、中小企業政策の一部門として扱う傾向にある。こうした政策に関わる報告で、例えば2000年度において就業者7人以下の「微型企業」の大半は都市の商工業自営業であり、国内総生産の12%を占める、として国民経済のなかで無視できない存在であることを指摘している（労動和社会保障部労動科学研究所（2003）、57頁）。

2. 業種

業種の分類は時期により異なるが、表4の1990年代前半の業種別戸数・就業者の構成をみると、自営業の中核を成すのは商業であり、戸数・就業員数ともに全体の50%前後を占めている。次いで工業（採掘業を含む）、交通・運送業、飲食業が戸数、就業員数いずれも10%前後で続く。

これらの業種が自営業に占める比率が高い原因は、計画経済期において流通・飲食業などのサービス部門は公有セクターによる供給不足が深刻であったこと、また比較的少額の資金で始められる事業が多かったことによるとみられる。工業についてはこの時期、生産額ベースで国民経済全体に占める比重が比較的大きかったことは既に指摘したとおりであるが、それは計画経済期の「不足の経済」のメカニズムが完全に解体されるには至らず、小規模な資本、低レベルの技術で参入できる領域が少なくなかったとみられる。

その後2000年代の大まかな発展動向は表5の、4回にわたる経済国勢調査の結果を手がかりに概観することができる（第1のみ許可証なし、無届の自営業者も含む）。実際の調査にあたっては、経営収支、納税額などの聞き取り、集計も行われた模様であるが、多くの企業、自営業者が帳簿をつけていない、報告が過小申告だった、などの理由で公表しなかったとみられる（中国国家統計局

表4-1 1990年の自営業の業種別構成

	戸数（万）	%	従業員（万人）	%
商業	719.6	54.3	1032.7	49.3
工業	163.6	12.3	350.3	16.7
飲食業	136	10.2	268.2	12.7
交通・運送業	126.5	9.5	177.6	8.5
建築業	2.7	0.2	14.4	0.9
修理業	89.1	6.7	117.8	5.6
サービス業	78.4	5.9	112.6	5.4
その他	12.4	0.9	19.2	0.9
合計	1328.3	100	1060.1	100

出典：中国経済年鑑編纂委員会編（1992）、III-269頁。

表4-2 1994年の自営業の業種別構成

	戸数（万）	%	従業員（万人）	%
商業	1154.2	53.4	1833.4	49.2
工業	259.5	12	616.5	16.6
飲食業	217.6	10.1	471.7	12.7
交通・運送業	247.1	11.4	353.7	9.5
建築業	4.6	0.2	26	0.7
修理業	110.4	5.1	160.2	4.3
サービス業	135.6	6.3	210.3	5.6
その他	31.1	1.4	51.8	1.4
合計	2005.9	100	1890.2	100

出典：国家統計局貿易外経統計司（1997）、537頁。

表 5-1

第1次		2004年					
	戸数(万戸)	%	就業者(万人)	%	就業者/戸	有証戸数(万戸)	%
卸し・小売業	1831.1	46.7	3295.3	35.0	1.80	1160.3	53.1
交通・運送業	621.7	15.9	933.4	9.9	1.50	298.4	13.6
旅館・飲食業	293.9	7.5	955.3	10.1	3.25	174.1	8.0
建築業	56.5	1.4	461.6	4.9	8.17	11.5	0.5
工業	532.3	13.6	2565.8	27.2	4.82	217.3	9.9
サービス・修理業	413.8	10.6	502.4	5.3	1.21	132.4	6.1
その他	172.6	4.6	708.5	7.5	4.10	192.8	8.8
計	3921.9	100.0	9422.3	100	2.40	2186.8	100

表 5-2

第2次		2008年			
	戸数(万戸)	%	就業者(万人)	%	就業者/戸
卸し・小売業	1549.1	53.9	3677.6	44.9	2.37
交通・運送業	459.6	16.0	1402.7	17.1	3.05
旅館・飲食業	226.3	7.9	977.8	11.9	4.32
工業	227.4	7.9	845.8	10.3	3.72
サービス・修理業	269.3	9.4	769.1	9.4	2.86
建築業	26.4	0.9	199.9	2.4	7.57
その他	115.6	3.9	322.6	3.9	2.79
計	2873.6		8195.4		

表 5-3

第3次		2012年			
	戸数(万戸)	%	就業者(万人)	%	就業者/戸
卸し・小売業	1642.7	50.1	4166.6	46.2	2.54
交通・運送業	878.6	26.8	1674.5	18.6	1.91
旅館・飲食業	240.8	7.3	1069.4	11.9	4.44
工業	174.8	5.3	937.6	10.4	5.36
サービス・修理業	214.6	6.5	715.2	7.9	3.33
建築業	18.5	0.6	90.8	1.0	4.91
その他	109.1	3.3	359.3	4.0	3.29
計	3279.1		9013.4	100	

表 5-4

第4次		2018年			
	戸数(万戸)	%	就業者(万人)	%	就業者/戸
卸し・小売業	3184.6	50.6	6443.2	43.2	2.02
旅館・飲食業	759.1	12.1	2235.3	15.0	2.94
交通・運送業	580.4	9.2	1637.4	11.0	2.82
サービス・修理業	547.6	8.7	1303.9	8.7	2.38
工業	448	7.1	1637	11.0	3.65
建築業	288.5	4.6	950.3	6.4	3.29
その他	487.7	7.7	1188.1	8.0	2.44
計	6295.9	100	14931.2	100	

出典：中国国家統計局ホームページ、統計数拠／経済普查公報。

(4)

のホームページ、www.stats.gov.cn「馬建堂等就第三次全国經濟普查結果答記者問、國家統計局／統計數拠、閱覽2014年12月16日）。また、人件費・納稅額・収支費用が調査員を通じて外部に漏れることを警戒していた（『嘉興日報』、2014年5月8日）などの理由から正確な情報は得られなかつたようである。

経済国勢調査は、対象を法人単位・産業活動単位（法人単位に付属し、独立した事業を独自に行ない、収入支出などの業務の計算を把握できる単位）、及び個体経営戸の三つの範疇に区分して調査を行なっている。表4と表5とでは業種の区分は異なるが、表4の「商業」は表5の「卸し・小売業」に、また表4の「サービス」に含まれていた「旅館」を「飲食」と合わせて表5の「旅館・飲食業」に、さらに表4の「サービス」の「旅館」以外の業種と「修理」との組み合わせで表5では「サービス・修理」にそれぞれ対応するとみてよいであろう。

全体としては戸数・就業者数ともに増加傾向にあるものの、全ての業種が一貫して増加しつづけるわけではなく増減幅の落差が大きい。例えば交通・運送業の場合、許可証を持つ自営業の戸数は第1回が298.4戸であったが、その後459.6戸（第2回）→878.6戸（第3回）→580戸（第4回）、就業者数は1402.7万人（第2回）→1674.5万人（第3回）→1630.4万人（第4回）と推移する。第2回から第3回にかけて、戸数は91.2%増に対して、就業者の増加は19.4%に留まり、第3回から第4回にかけては戸数が34.0%、就業員は2.7%それぞれ減少する。増減の理由も、また何故戸数、就業者数の増減の幅に大きな差があるのかは不明である。

いずれにせよ、およその傾向としては90年代前半以降引き続き、自営業の戸数は、流通・サービス部門へ集中していることに変化はない。戸数をみると、卸し・小売業が一貫して全体の50%前後

を占め、これに交通・運送業、旅館・飲食業、サービス・修理業を加えたいずれもサービス、流通部門の上位4業種の合計比率は全体の80.6%（第4回）。第1回の届け出戸数は80.7%、無届を含む全体では80.6%）から90.8%（第3回）までと大半を占める。

就業者数では業種により1戸当たりの就業者数に幅があることからやや分散する傾向がみられるが、それでもこの4業種で全体の77.8%（第4回）から84.6%（第3回）までを占める（第1回の無届を含む全体では60.4%）。繰り返しになるが、少額の資金、低レベルの技術で参入できる分野に集中するの自然の成り行きと言える。

業種別の戸数・就業者数については国家工商行政管理局（当時）による調査が同局編纂の年鑑に掲載されている。この調査には都市・農村別のデータも収録されているが、業種の区分がより細分化され、第1次産業の商工業従事者（おそらく、農水産・畜産物の加工・販売を営む）も対象になるなど経済国勢調査とは対象が可能性もある。筆者が参照できた2010年、2015年の2年度分のうち（中国工商行政管理年鑑編輯部（2011）、172頁、同（2016）、640頁）、2010年度は調査戸数3,452.9万戸、内訳は卸し・小売業63.0%、旅館・飲食業8.7%、サービス・修理業10.3%、交通・運送業4.5%と4業種合計が全体の86.4%である。

2015年度は調査戸数5,408.9万戸のうち、卸し・小売業64.8%、旅館・飲食業9.7%、サービス・修理業9.7%、交通・運送業2.7%と4業種合計が全体の86.9%である。両年度ともに、卸し・小売業が60%を上回り、いずれの経済国勢調査より10ポイント程度高く、流通・サービス部門への集中が高い、対照的に交通・運送業は経済国勢調査のいずれの年度の半分以下の比率である、都市・農村の比率は類似しており、全国の構成比との大きな差異はない、などの点が確認できる。

1戸当たりの就業者は全業種の平均で、無届の

自営業者を含む第1回調査が2.40人、その後は登録した自営業者が対象となり、2.37人（第4回）～2.85人（第2回）である。業種別にみると第1回が卸し・小売業、交通・運送業、サービス業が2人を割り込むのに対して、建築業8.17人と工業4.82人は就業者数の平均をかなり上回る。第2回以降は、工業は3.65人（第4回）～5.36人（第3回）、旅館・飲食業が2.94人（第4回）～4.44人（第3回）であるのに対し、交通・運送業では1.91人（第3回）～3.05人（第2回）、卸し・小売業が2.02人（第4回）～2.54人（第3回）とかなりの開きがある。工業、旅館・飲食業では家族外からの雇用を受け入れる一方、交通・運送業や卸し・小売業ではほぼ家族構成員で業務を賄っていた、とみられる（前掲の国家統計局のホームページ、統計数拠／統計公報／経済普查公報、閲覧2014年12月16日）。

なお、先に挙げた工商局の調査結果でも、全業種平均で2010年2.03人、2015年2.15人、両年度ともそれぞれ卸し・小売業が1.77人、1.85人、交通・運送業も1.67人、1.68人と2人を割るなど、ほぼ同じ傾向がみられる。

最後に、各業種のなかで自営業と法人企業とがいかなる関係にあるのかについて、第1回調査をもとに小売業を取り上げ検討してみる。自営業は1,616.2万戸、法人企業は35.3万社で、売り上げ収入は自営業が2兆7,438.7億元と法人企業の1兆8,681.8億元を約1.5倍にのぼる。これは自営業が低価格の商品・サービスの提供を担い、販売・流通市場において法人企業との間で棲み分けができていることを示している。

具体的には次のような武漢市の美容院のチェーン店と自営業の店との間の各種料金の差に表れている。標準の理髪料金がチェーン店では58元であるのに対し自営業の理髪店では15元であった。所得格差が拡大するなかで、自営業は低価格の商品・サービスの提供を通じて多くの中・低所得者の需要に応え、結果として社会不安の緩和に貢献

している（林漢川・秦志輝・池仁勇他編（2014）、151頁）。

また、地域のなかで資産規模に応じて自営業の業種別棲み分けがみられる。『大連日報』網（2015年4月9日）によれば、2014年度の大連市の自営業8,814戸を対象とした抽出調査の結果、自営業者はピラミッド型の比較的安定した収入の階層構造をなしていることが明らかとなった。年収10～50万元の層が全体の52%を占め、主に卸し・小売業、修理以外のサービス業を営み、この層が全市の自営業の発展の中軸となっている。

次いで年収10万元以下の層が36.1%で、主な職種は住民向けサービス業、修理業、小売業であり、市場の空間は狭く、技術レベルも低く、多くは生活維持か就業の解決策として選んでいる。年収50～100万元の上位層が10.8%で（職種は不明）、うち100万元以上の最上位層は全体の1.1%とごく少数であり、主として飲食業を営む。

3. 経営状況

1) 自営業の展開

これまで国民経済のなかでの自営業全体としての動向をみてきたが、本節では自営業の経営状況を、①1978年から1990年までの市場経済体制への移行開始直後、②移行に向けた改革が本格化した1990年代、③新たな局面を迎えた2000年代、の3期に分けて検討する。

①移行開始直後の自営業

自営業が本格的に始動するこの時期の経営の実態を総合的に解明するうえで唯一の資料と言えるのは、国家経済体制改革委員会・国家工商行政管理局（当時）が、広範な地域で自営業、私営企業の経営状況について調査した結果をまとめた『中国個体私営経済調査——経営・利潤・収入』（国家経済体制改革委員会・国家工商行政管理局（1993）、軍事説文出版社）である（以下『調査』）

と略称)。

これは1991年11月から1992年2月までの間に、上海市・深圳市・浙江省・広東省などの沿海地域、瀋陽市・成都市・河南省・山東省などの中部地域、甘肃省・広西チワン族自治区などの西部地域の、1直轄市、6計画単列市、12省・自治区に存在する48,400戸の自営業(=個体戸)、および私営企業3,201社から得た情報をもとにしている。91年末の全国の自営業者は1,417万戸であるから本調査が対象としているのは全国の自営業者全体の3.4%ということになる。

しかし、調査が実施された当時は天安門事件の余燼が燻る、南巡講話が未だ公にされる前の、市場が冷え込み、個体戸や非公有セクターに対する規制、監督が厳しい環境にあり、経済のみならず政治的な環境においても自営業の成長にブレーキがかかる時期であった。しかも、調査対象は無作為抽出によるのか、何らかの基準をもとにしているのかは明らかではなく、全国の自営業の状況をどの程度反映しているのか、を判断するのは難しい。さらに回答者がどれだけ正確に自らの経営に関わるデータを記入しているのか、『調査』本文においてもそうした懸念が記されている。そのうえ、例えば自営業者の学歴について、『調査』は全国平均より高い水準にある、と国家統計局によるデータとはほぼ正反対の結果が示されている。

このように慎重に扱わざるを得ないデータ群ではあるが、自営業発展の出発時点での経営者たちの境遇、経営様式、経営動機などの特徴の一端を知るうえで欠かせない詳細な資料である。対象となったのは総数48,400戸(=経営の主体となる人の戸数)であるが、設問毎に回答が得られない、もしくは不明の人を除外しているため、項目ごとの総数の人数は総数とは異なる、そこで以下においては、必要に応じて項目ごとに対象となった戸数を、括弧を付して示すこととする。

『調査』の構成は、自営業と私営企業とに大別

されるが、本稿が参照するのは、調査の要旨とコメントをまとめた「第一篇 個体工商戸」(1~60頁)と集計結果の表「付表目録(一) 個体工商戸」(116~342頁)であるが、一部を除き引用箇所の頁は省略する。

i) 調査対象の概要

調査対象の業種の構成比をみると(47,436戸)、商業57.3%、飲食業9.6%、工業9.0%、サービス業8.3%、修理業7.8%、建築業7.0%、交通・運送業6.8%、その他6.0%、と商業が半数を超え、工業の比重も比較的高く、前掲の表4-1の1990年度の全国規模での構成比に近い。自営業の営業地別では(47,649戸)、農村33.6%、県城25.2%、建制鎮19.8%、都市17.1%、都市郊外4.2%、と農村と小都市・町が多く、大・中規模の都市は少なめである。開業(41,297戸)の年次は、1978~84年の7年間に24.3%、1985~1989年の5年間に75.5%と80年代後半に開業数は大きく増加している。

ii) 経歴、年齢

調査対象者(46,422人)の前職・経歴をみると、農民2万9,925人(64.5%)、失業者5,571人(11.6%)、無職4,496人(9.7%)、辞職2,049(4.4%)、離職・退職者1,857(4%)、「停薪留職」1,525人(3.3%)などであり、農民がほぼ3分の2を占める。調査時点の1991年の、全国の自営業者に占める農村での自営業就業者はちょうど70.0%であり、これに近似した比率と言える(本稿(1)のⅢ-2-(1)の表1、28頁参照)。

営業地点別に前職が農民の占める比率をみると、農村(88.9%)、建制鎮(70.4%)のみならず、県城(53%)においても高く、都市部でも全自営業者7,937人のうち2,099人(26.4%)、都市郊外では1,952人中、1,232人(63.1%)と高い比率を占める。本稿のⅡ-1-(1)でふれたとおり、農民の都市への移動が本格化したことを裏付けてお

り、国務院が1981年に発布した条例が、農民の移動を伴う転業を合法化し、都市での就業を後押しした結果と言える。

都市部全体の自営業者7,937人の経歴の内訳は、失業者1,836人（23.1%）、無職1,252人（15.8%）、離職・退職者884人（11.1%）、辞職1,033人（13.0%）、「停薪留職」7.0%となっており、失業者・無職の人々の受け皿として自営業が機能していたことを表している。共産党、政府が公有制企業の制度改革をうえで決め手となる人員削減策として奨励した「停薪留職」であるが、公有制企業所属の職員・労働者に保証されたフリンジベネフィットに見合うだけの収入を自営業では見込めない以上、応募者が全体としては少なかったのは当然と言えよう。

年齢（47,960人）は44歳以下の若年層が全体の75.2%を占めるのに対し、45～54歳14.3%（6,834人）、55歳以上10.5%（5,039人）と退職者など中・高年齢層の比率は低い。自営業者の学歴については、高卒が全国で16.0%、都市部では21.3%と全国平均を大きく上回っており、その後の各種調査結果と比較して、学歴がかなり高い構成比となっている。

iii) 経営形態と雇用

調査に回答した46,156戸のうち、経営主が単独で事業を営む個人経営が67.1%（31,811戸）と家族構成メンバーも加わる家庭経営の30.6%（14,496戸）を大きく上回り、個人同士の共同経営＝「個人合伙」は2.4%（1,129戸）に過ぎない。個人経営は都市においては76.6%であるのに対し農村では62.6%、他方、家族経営は農村で35.1%であるのに対して都市においては20.6%と対照的である。いずれにせよ、家族経営の比率が半数にも満たず、個人経営が支配的である。

職人（＝「帮工」）を有するのは全体の58.8%（28,474戸）で平均は1.8人、内訳は1人もしくは

雇用なしが52.4%、2～4人が40.7%、4人以上が6.9%と、2人前後が全体の78.2%を占める。業種別では、建築業3.1人、工業2人、サービス業1.9人、交通・運送業1.8人、修理業1.8人、商業1.5人、経営形態別にみると、個人経営1.7人、家族経営2.0人、共同経営3.5人、と雇用人数の面では共同経営の規模が大きい。

職人として親族を雇う自営業者は25,578戸で、平均の雇用人数は1.3人、内訳は1人が62.5%、2人26.2%、3人7.6%、4人3.7%であり、業種別では商業、修理業1.2人～飲食業1.6人など業種を問わずいずれも2人弱であり、三つの各経営形態いずれにおいても平均は2人に達しない。

一方、見習工（＝「学徒」）を雇うのは7,021戸で1戸平均2.3人、業種では建築業4人、工業が2.9人と平均を上回り、経営形態別では共同経営が3.8人と多い。

iv) 資金の規模と調達方法

1978～1989年の12年間の全国の1人当たりの平均所得をみると、前半の1978～84年は都市住民（可処分所得）で496.9元、「職工」に限ると773.6元、農民（純収入）は234.8元、後半の1985～89年は都市住民1,039.2元（「職工」1,523.6元）、農民は486.1元となっており、都市、農村ともに80年代後半は前半と比較して1人当たりの名目所得は2倍強に増加している。1990年には都市住民1,510元（「職工」2,140元）、農民686.3元となっている（国家統計局国民経済総合統計司（2010）、25頁、8頁）。

開業年度に使用した資金（47,282戸）は平均で5,908元、うち300元未満は18.4%に過ぎないことから、農村では80年代前半の開業の場合、その多くが、開業資金が年収を大幅に上回っていたことになる。また、使用金額4,000元以上が26.3%、そのうち12,200元以上が9.8%であることから、多額に資金を投入した少数の層が平均値を引き上げていたとみられる。

いずれにせよ年収の水準と比較すると、開業にあたっては相当多額の資金の確保が必要であったことは窺える。なお、業種別では交通・運送業23,044元、建築業14,711元、工業7,124元、と自動車、トラックや機械、道具類など開業にあたりまとまった金額の設備投資を必要とする業種と、設備をさほど必要としない商業4,534元、飲食業4,018元、サービス業3,922元、修理業3,381元との間の差は大きく、交通・運送業と修理業の格差は6.8倍にのぼる。

1990年の1年間で実際に使用した資金額(45,048戸)は平均で7,899元である。開業年次が分散しているため、開業時との比較は不可能であるが、使用金額5,000元以下が戸数全体の73.6%を占めていることから開業時同様、多額の資金を投入する少数の層が平均値を押し上げているとみられる。なかでも、共同経営(1,071戸)が平均資金額22,720元と平均値を大きく上回り、また家族経営(13,981戸)も8,452元と平均を超えるのに対し、数のうえでは最も多い形態の個人経営(30,169戸)は6,902元と資金規模は小さく、経営形態間の資金額の格差が顕著である。

業種別にみると、交通・運送業が24,361元、建築業22,723元と開業時同様平均値を大きく上回るのに対して、工業9,111元、商業6,600元、修理業4,975元となっており、最大/最小は4.9倍でこの点では業種間の資金規模は縮小している。

開業資金のうち、自ら所有していた資金(45,312戸)の額は平均3,212元、開業時に全て自己資金で賄ったのは54.1%である。さらに投資額の55~99.9%を自己資金に依った15.9%を加えると、戸数全体の70%が開業時に経費の半額以上を自己資金で営業をしていたことになる。これに対し、半額以上を借入金に依存する29.9%の自営業者のうち、自己資金が25%以下の層は10.7%である。

90年になると44,299戸のうち、平均の資金所有額は7,120元、年間の経費の70%以上を自己資金

で賄う自営業者が90%、そのなかの82.9%は全てを自己資金により営業を続ける。経営形態・営業地点・業種を問わず、いずれも平均値では90%以上を自己資金で賄っている。

自営業の資金調達に関する2点補足しておく。一つは開業資金についてである。1986年7月、筆者は自営業を中心に民間企業が急速に発展しつつあった浙江省温州市郊外で事業に成功した複数の自営業者を訪問し、経営の実情ヒアリングする機会を得た。その際、開業にあたっての資金をどのように調達したのかを尋ねたところ、共産党政権下において特に文化大革命の時期には、私的な経済活動は一切禁止されたが、ビジネスに挑戦する機会がいずれ来ると信じて、密かに少しずつ蓄えておいた貯えで資金を全て賄った、という話を聞いた。現地の人たちによれば、そのように将来に備えて貯蓄に励むのは温州では普通に行われていた、ということであった。

今一つは民間の個人・互助組織などからの借入についてであるが、『調査』では「私人借款」と表現されている。これには個人間での直接の貸借の他に、「銀背」という貸借を取り持つ仲介人、「錢莊」(両替兼銀行業)、「聚会」「搖会」「成会」「標会」などの無尽・賴母子講が含まれているとみられる。当時は非合法的行為だったが、まとまった資金を調達するうえで、こうした友人・親戚などが現金を出し合い、順次使い手を決める伝統的なシステムが機能していたことはよく知られている(袁恩楨(1987), 101~114頁)。

v) 経営収支、生活費

1990年の自営業者の平均収入(46,403戸)は6,689元、階層別にみると1,000元以下11.0%, 1,000~2,000元-23.0%, 2,000~5,000元-37.5%, 5,000~13,000元-18.7%, 13,000元以上9.8%となっている。2,000元以下、2,000~5,000元、5,000元以上の3階層に区分するといずれも3割前後であり、

最上位のはぼ1割強が「万元戸」であったとみられる。

経営地点別では都市近郊が10,729元、都市9,770元、県城6,547元、建制鎮5,962元、農村5,072元、また業種別では建築業の12,481元から商業6,147元、修理業の4,713元までといずれも格差が大きい。しかし、都市においても農村においてもこれらの自営業者の平均収入は、前記の90年度の都市、農村の就業者1人当たりの可処分所得、純収入を大きく上回る。

ただし、自営業者にとって、「攤派（強制徴収される割当金）」・寄付・援助などの出費（平均で収入の4.8%）は避けられないうえに、自営業の事業と家計の収支は混在しており、可処分所得を割り出すことは困難である。言うまでもなく自営業者においては、収益のなかから次年度の経営のための資金を捻出しなければならない。

そこで、収入に占める生活費の比率を通じて自営業の生活面での余裕の有無、程度をみておく。収入が生活費を上回る、即ち黒字の自営業者が46,028戸中36,647戸で79.6%，そのうち黒字額は4,000元以上が29.7%と3割弱、他方、赤字は9,381戸で20.4%である。

支出に占める生活費の占める割合は、40%以下の比較的余裕がある層が32.6%，なかでも生活費が20.0%以下の一層余裕がある層は11.1%であるのに対し、支出の80%以上を生活費に充てる層が31.0%，残る36.4%は支出比率が40~80%という分布である。

都市では生活費が嵩むことを反映して、余裕がある層は30.1%と農村の36.4%を下回り、余裕がない層は都市が33.2%で農村の27.8%を上回る。いずれにせよ、平均として収益のほぼ7割をこれら生活費と貯蓄とに充てるとしており、これに対し事業を継続するために再投資する比率は平均で28.4%である。従って、収益に占める貯蓄を含む生活費、事業費の比率についてはデータ間には整

合性があるとみてよいであろう。

自営業者の生活水準については、耐久消費財の普及状況から推測することも可能である。例えば、カラーテレビの100世帯当たりの普及度において都市では、全国平均が59.0台に対して自営業者は48.3台と平均を10ポイント以上下回る。対照的に農村では全国平均4.7台、自営業者34.5台と自営業者の世帯が平均を大幅に上回る。

但し、『調査』の「解説」によれば、これは農村出身で都市に居住し、営業する業者が所有している場合、所有の場所を都市ではなく、農村と回答していることと関係がある、とみている。さらに、年収7,600元以下の世帯では耐久消費財の普及度は平均を下回り、16,100元以上の自営業者においても全てがカラーテレビを所有しているとは限らず、都市の一般家庭より飛びぬけて普及度が高いわけではない。

既に指摘したとおり、公有制企業・国家機関の従業員に与えられる住宅・医療・年金などのフリンジベネフィットについては、自営業者は全く享受できず、社会保障に関わる経費を全て自己負担しなければならず、結果として実質の所得差は小さく、むしろ日常的に生活不安に悩まされることになる。

「万元戸」はともかく、多くの自営業を営む者にとって収入が少なくとも国有単位への就業に憧れる所以である。「解説」では総じて、農村では一部の人には確かに「先富起来」をもたらしたが、「個体戸の消費水準は一定程度高いものの、一部の人が想像するような豪華なものではない」と結論づけている（『調査』、58頁）。

vi) 経営の目的、環境と今後の対応

そもそも自営業を開業する目的は何か、という問い合わせに対しては（46,218人）、「生計維持」が最多の3万1,628人（68.4%）、次いで「多く稼ぐ」5,550人（12.0%）であり、生活の維持・改善が自営業

起業の動機であることは当然のことであろう。さらに、「事業を志す」4,158人(9.0%),「役立つことをする」3,077人(6.7%),「家産を作り出す」1,677人(3.6%)なども起業の目的として挙げられているが、これらも生活維持を前提にしたうえでの選択であろう。市場経済体制への移行開始間もない時期に、自力で家族の最低限の生活を維持することを余儀なくされた多くの人々にとっては、自営業以外に選択の余地はなかった。

経営がうまくいっている原因としては(29,707人),「同業の競争が激しくない」44.0%,「経営環境が良い」24.0%,「社会の購買力が強い」18.3%,「政策が良い」10.1%という結果となっている。回答数が全体の6割程度に留まっており、自営業者全てが経営は順調だと受け止めているわけではないが、競争が少ない、激しくないことを挙げていることには意外な感じがする。

「解説」においてもこの点について、考えさせられる、としたうえで、競争が少なく、経営が容易だ、と感じるのは社会的な需要に対して自営業者の数、供給の不足によるのではないか、と分析したうえで、当時としては市場メカニズムが最も有効に機能した1988年に経営が良好だった原因として「社会の購買力が強い」、「政策が良い」を挙げている経営者が多い、とも指摘している(『調査』, 44~45頁)。

他方、経営が困難な原因として、単一項目の選択では「競争が激しい」がトップの17.8%,複数回答では57.2%に達する。この結果について「解説」はただ「競争が個体戸を制約する重要な要因である」として、先の、競争が激しくないことが、経営が順調である要因だ、とする回答の結果とは相反することにはふれず、将来の一層の発展のためには市場規律と競争メカニズムによる管理の強化を図るべきだ、とコメントするに留めている。

他に経営を困難にしている要因としては、「販

売が難しい」13.9%,「税負担が重い」12.8%,「出費が多い」9.5%,「代金が回収されない」8.1%,「治安が良くない」7.2%,「「擁派」が多い」7%,「借入が難しい」5.8%などが挙げられている。

事業が好調の理由として「競争が激しくない」ことを理由に挙げる自営業者が多い一方で、「競争の厳しさ」が経営を困難にしている、と受け止めている人も少なくない。これは競争の程度は地域や経済活動の領域によって市場メカニズムの浸透の速度、程度が異なるものの、商品・サービスの供給不足が続く状況のもと、いち早く生産市場・流通市場の原理に適応してまとまった収益を獲得する業者が勝ち残る一方で、競争が激化してくると少なからぬ業者が採算をとれず、廃業、撤退を余儀なくされる、という事情によるものとみられる。

こうした経営環境のもとで、自営業者は自らの事業の将来についてどのように考えていたのか。この質問に回答した45,961戸のうち、「現状維持」が74.1%と圧倒的に多く、自営業は自らの事業を生業と意識する層であることを如実に物語っている。次いで「事業の拡大」が14.5%、「事業の縮小」が4.7%、「廃業」4.3%,「方向転換」3.6%と続く。但し、事業の資金規模により将来目指す方向の違いは大きく、年間の運営資金が500元以下の6,189戸では「現状維持」が80.4%,「事業の拡大」9.6%であるのに対し、運営資金18,000元以上の4,617戸ではそれぞれの項目を挙げたのは67.3%, 20.3%, と対照的な結果となっており、事業規模の大きい層には事業の拡大を志向する自営業者が多い。

市場経済体制への移行直後のこの時期は、天安門事件に象徴されるような政治情勢に、企業・自営業を問わず経営が左右され、将来の見通しも不確実であった。しかし、計画経済体制のもとで続いた供給不足は、自営業を志す者にとって有利な環境でもあった。供給が不足していたサービ

ス・流通部門への参入は比較的容易であり、資金は基本的に自分で調達したが、地域・業種によつては競争が激しく、撤退・廃業に踏み切る者もかなりの数にのぼった。ただ、それにも関わらず、それを上回るだけの新規参入者があり、結果として自営業の戸数は増加し続けた。

生き延びる自営業者の多くは生活を維持したうえで、事業継続のための資金の大半を自ら確保し、外部への依存度は低い。しかし、自営業者の平均的な収入は都市住民・農民のそれを上回る水準にあったものの、医療・年金などの社会保障制度の枠外にあった。それゆえ多くは現状維持を望むものの、将来の生活への不安が大きく、公有制企業・機関所属の労働者、職員への憧れが強かった。

その後、市場経済体制への移行が進むにつれて、自営業の戸数・就業者数の増加とともに、1戸当たりの就業者数、および運営資金も拡大する傾向を示す。Ⅲ-2-(1)の表1を手がかりに、1981年以降、5年刻みで、自営業1戸当たりの就業者数をみると、

1981年(1.25人)→1985年(1.51人)→1990年(1.58人、2,992元)→1995年(1.83人、7,169元)→2000年(1.97人、12,893元)→2005年(1.99人、23,578元)→2010年(2.03人、38,772元)→2015年(2.17人、68,412元)2018(2.19人)

1戸当たりの就業者数は年々増加する傾向にあり、1990年の1.58人から2007年にちょうど2人となり、2018年には2.19人となっている。近年では2人前後の経営が多数を占めているとみられる。

地元の工商局へ登録した1戸当たりの資金の推移をみると、1990年(2,992元)→1995年(7,169元)→2000年(12,893元)→2005年(23,578元)→2010年(38,772元)→2015年(68,412元)と1990年の2,992元から2015年には68,412元と前年比名目の金額で年平均13.3%の伸びが続いてきた。特に、南巡講話直後の1993、94年はそれぞれ前年比が23.5%、24.6%増と著しく増加し、また、2010~15年にお

いても2014年を除き、10%台の伸びを記録している(1990~2010年は国家工商行政管理総局編(2011),180頁、2015年は国家工商行政管理年鑑編輯部(2016),640頁)。

このように1戸当たりの就業者数の増加に加え、運営資金の増大も自営業の経営規模が拡大し、以前と比較して経営単位として安定してきたことを裏付けている。

②1990年代の自営業

1992年の南巡講話を契機に市場メカニズムが有効に機能し始めるなか、経済発展の遅れた地域の一つである、寧夏回族自治区統計貿物処は同自治区において自営業がもたらしつつある地域の経済発展を供給面の変化を中心に次のように報告をしている。

市場経済体制への移行初期においては日用雑貨、醤油・食用油・塩・酢など調味料の低級品を扱っていたが、次第に衣服・家電・高級家具・楽器・オートバイなど高価格の多種類の商品を扱うようになり、それに伴い仕入れ先も近くは西安・蘭州から遠くは広州・石獅まで及ぶようになり、様々な季節ものの商品も国営の流通業より1四半期前後繰り上げて提供できるようになった。

自営業に携わる人たちも大きく変化し、かつては主に生活を維持するための仕事がない暇な人達が自営業を営んでいたが、今は様変わりして文化、知識を備えた失業者・退職した幹部・職工を中心とする隊列が主体となり、大卒者のなかにも自営業で自らの才能をのばしたいと思う者もいる。

こうして経済活動が活発になるにつれて様々な問題が生じてきたが、その一つが外地から自営業者の参入が増えていることである。江蘇省・浙江省・四川省などから進出して来た自営業者は1991年には1万人近くに達した。彼らのおかげで第3次産業が発展し、市場が繁栄し、住民の生活に便利さをもたらしたもの、現地の労働力に

とっては就業の門戸を閉ざす結果となっている（国家統計局貿易物資統計司（1993），327～329頁）。

こうした地域に対して、外部から商品・サービスと人を送り出して、地域経済を活性化させた代表的な地域が浙江省温州市、特に市周辺の農村である。80年代半ばころから、個人・家庭単位の自営業、小規模な私有企業が広範囲に生産、流通活動を展開し、全国平均と比べて極めて低い水準にあった個人所得が、短期間に大幅に伸びたことから「温州モデル」として全国的に注目を浴びていた。

詳細は別稿で扱ったので省略するが、当時の改革派のメディアや地元政府は「家庭経営」という表現で社会主義イデオロギーからの批判を躲すなかで「前店後廠」という表現が示すように、自宅の奥・裏で商品を生産し、道路に面した表側に商品を陳列して販売したり、地元で生産した商品を扱う専業市場を建設したりして、全国各地から仲買人を受け入れた。その一方、同じ地域の住民が集団で全国各地の都市に直接進出し、卸し売り・小売業を営む商店街（＝「温州街」）を形成した。

北京オリンピック開催を前に取り壊された北京市南部の「浙江村」はそうした温州出身の流通・販売に携わる人たちの居住空間であった。商品の運送にあたっては同郷の運送業者を中心とする流通ネットワークを利用した。

なかでも温州市郊外で十大専業市場と呼ばれた、特定の商品の生産、流通に特化する町・村は、供給が不足していた小間物（＝「小商品」）、公有制企業が生産販売に関わっていない、ニッチ商品の発見・開拓に成功したことにより急成長を遂げた。

ネームプレート・ビニール製証書入れ・アルミ製バッジなどの製造・販売を行う金郷鎮、ビニール製手提げ袋の蕭江鎮、多種類のボタンの橋頭鎮などが典型的な事例である（菊池道樹（1988），15～19頁）。

このように、南巡講話後の1990年代前半は農村中心に自営業は、取引地域の拡大、取り扱う商品・サービスの量的拡大・質面での改善、部分的にはいえ学歴の高度化による市場秩序の改善、遠隔地からの参入、といった現象は各地でみられた。

こうした民間セクターにおける競争の激化はかつて村松祐次氏が、中国の経済体制の特徴の一つとして挙げた、零細な生産者同士の激しい競争状態が、社会主義の規制が外れたことで復活し、地域経済の活性化の原動力となっている、とみることもできる（村松祐次（1975），56～75頁）。

90年代後半になると、都市での出稼ぎにより貯蓄に励み、故郷に戻り、商工業の店舗や工場を開業する動き（＝「返郷創業」）が目立つようになり、メディア各紙で報道されるようになった。ここでは『経済日報』（1996年10月30日）に掲載された、四川省の農村の状況を紹介しておく。

四川省では省外へ出稼ぎに赴く農民が500万人、省内の居住地からの出稼ぎ者全体では1,200万人にのぼり、郵便局で実家へ送金する額は年に107億元に達する。

近年の新しい現象として注目されるのは、出稼ぎ者のなかに就業中に技術を身につけ、情報、資金を家に持ち帰り、工場や鉱山の経営に乗り出し、企業経営を続けている者が30万人前後に達し、いまなお拡大し続けている、という事実である。

主な業種は、建築・内装、機械加工、食品開発、電気機器製造、冶金、絹、紡績、資源採掘、化学工業、醸造、製紙、皮革、家具、及び農業総合開発など10余の業種に及ぶ。年収が1億元を超えるのは7企業で、うち最大の規模の企業は固定資産5億元余、昨年の売上額はほぼ17億元で税込み利潤は1億元余、雇用は3,000人以上を吸収している。

同記事は事業に成功した具体的な企業を例に挙げて説明したうえで、こうした動向は農業の余剰労働力の就業先の拡大、地方経済の発展、地元の

建設のために重要な貢献をなしており、農家経営請負制を継承して以後の四川農民の壯挙、と讃えている。

「返郷創業」の動きは無論、多数の小規模な自営業が開業する結果をもたらした。農村地域において広範にかつ綿密な現地調査をもとに地域の経済、社会変動の実態を精力的に解明しつつあったScott Rozelle氏らは、1990～2000年の間の河北省など6省の1,199戸の農家を対象に雇用を中心に調査を行い、自営業が農村経済の発展に大きく貢献している、と評価している。

Rozelle氏らは自営業self-employmentの範疇を7人以下の小規模なビジネス単位に所属している者、とする中国政府の1980年代の公式見解に従い、業種を(1)運送・流通など資本の設備投資を要する高生産性自営業、(2)旧来の労務サービス、および(3)手工業などさほど資本設備を必要としない低生産性自営業、に分類したうえで、1990年から10年間、前者が大幅に伸びたのに対して後者は明らかに衰退した、という事実を示し、出稼ぎから戻る農民が地元で起業した自営業者が農村経済の、ダイナミックな牽引車としてその役割を高く評価した(Mohapatra,S, et al (2006))。

調査対象の1,199戸の自営業者から浮かびあがってくる1990年代の自営業者とはおよそ以下のようである。

経営の主体は夫単独のケースが過半を占め、さらに妻・子供それぞれ単独、および夫妻を主体とする経営のケースを合わせると95.1%にのぼる。経営に直接参加しないメンバーは農作業を引きうけるなど家族間の分業がみられる。従業員が家族構成員である場合、無給がほとんどで、賃金を受け取るのは1%に過ぎない。

雇用者数（経営主体以外の就業者）にはばらつきがあるが平均2.3人、8人以上の雇用は3%に過ぎない。経営を共にするのは家族構成メンバーであり、友人などをパートナーとすることは少ない。

但し、経営規模が大きい場合、資金調達とリスクの分散のため、大部分が経営を親戚・友人と共同で行ない、経営が軌道に乗り、規模が大きくなると小さい事業体に分割する。

資金は自己資金のみが64%で、残る36%も借り入れは足りない分を補充するためである。2000年度に開業した自営業者の81%は資金を全て家庭内から調達した。財政面では大部分が健全で、自営業者の1時間当たりの所得は7.8元と労働賃金の2元を上回るが、それはリスクプレミアムが大きいことを反映している。学歴は比較的高く、能力・技術は経営を左右する重要な要素である (Zhang, Jian et al (2006))。

自己資金を中心であるなど経営内容は1990年前後とほぼ変わらないが、資金について補足しておく。1997年のアジア通貨危機が中国経済に与えた影響、対処戦略について調査をするために、1999年1月に筆者が温州市を訪れた際、マクロ経済の成長が落ち込む中での経営状況を自営企業の経営者に資金の問題を尋ねたところ、多くはこういう時に備えて資金は自分で用意してあるので問題はない、と答えた。やはり資金は少なくとも最低限は自ら貯めて備えており、外部からの借入はあっても限定的であり、経営への影響はほとんどない様子であった。

③2000年代の自営業

こうしたなかで、2004年頃から沿海地域において出稼ぎ農民の労働力不足（＝「民工荒」）が表面化する。その要因については、賃金上昇が続く沿海地域から内陸地域への工場の移転、若い世代の低賃金忌避などが挙げられ、労働力の過剰から不足に転じ、雇用面からみた経済の近代化のメルクマールと言われる、アーサー・ルイス（Arthur Lewis）の「転換点」をめぐる論争が起きた。2008年9月に発生したリーマン・ショックにより中国の輸出は停滞し、一時は失業者が増加し社

会問題となつたが、翌09年には回復軌道に乗り、再び「民工荒」が沿海地域の輸出企業を中心に影響を及ぼすようになる。

このような「民工荒」という出稼ぎ労働の供給不足は自営業の在り方にどのような影響をもたらしたのか？前述のとおり、出稼ぎから戻る農民が地元で起業した自営業者が農村経済のダイナミックな牽引車となつたと評価していたRozelle氏は2011年に発表した論文において、「近年はより高い賃金を求めて雇用への流れの変化がみられ、帰郷した農民たちが、自営業よりもより高い賃金を得られる企業への雇用を選択する傾向がみられる」と指摘している（Wang, Xiaobing et al (2011)）。つまり、2006年時点とは正反対の結論である。

農村地域における出稼ぎからの帰郷者を対象とした研究であるが、途上国における雇用形態はSelf-employment自己雇用＝自営業から、賃金を含むより望ましい雇用条件を満たす企業の雇用労働者への流れを促進すべきだ、と捉える、近年のILO（国際労働機関）、世界銀行など国際機関が共有している政策課題に対する一つの回答と言えようか⁴。

都市においてはどうか。1992年の南巡講話以降の3年間（1993～95年）、制度改革が大幅に進み実質GDP成長率は連続して10%を超えたが、この間の都市部の自営業者数も前年比25.7%、31.7%、27.3%と高い水準の増加率が続いた。その後、1997年から「下崗」が制度化され、実質的な失業者が増加し、さらに2001年のWTO加盟を契機として多くの領域の企業で人員削減がすすんだ。

一方、「国進民退」が進み、実質的な公有セクターが増加する傾向がみられたものの、企業間の競争が激化するなかで各企業では不斷の合理化が不可欠となり、余剰人員を抱える余裕はなくなった。2011年4月16日には国務院が『個体工商戸条例』を公布し、開業に関する規制緩和が緩和されたこ

ともあり、自営業は大幅に増加し、私営企業とともに雇用の受け皿としての役割が一層大きくなつた。2003年に都市の自営業者が農村のそれを上回るようになり、その後その差は拡大し続け2019年には都市1億440万人に対し農村が5,597万人となった背景にはこのような事情があつた（Ⅲ-2-(1)、表1参照）。

労働市場においては「下崗」に象徴される制度改革による失業者の増加に加え、技能・資格面での需給のミスマッチ、いわゆる3Kの仕事を忌避するなど青年層の職業観の変化、高学歴化に伴う新卒者、特に大卒の増加などの要因が失業者の年長化、長期化をもたらしている。こうした労働市場でのもとでも自営業にとって求人はあまり深刻ではない。既存の自営業者の労働需要はほぼ飽和状態にあり、必要な場合は伝統的な血縁・友人関係を通じて人員を確保するからである。自営業の就業者は経営拡大による雇用者の増加によるではなく、新たな自営業の設立による（中国個体私営経済与就業関係研究課題組（2015）、54頁）。要するに、自営業が企業として経営規模を拡大するのは限定的であることを示唆している。

近年、労働市場において供給過剰を引き起こす要因として大学卒業生の急増が指摘されることが多い。4年制と3年制の専科を含む大学の卒業生の有効求人倍率が1を割る年度が続き、低学歴層と比較してその差は大きい。近年、相次いで大学の新設が認可され、学生の人数が大幅に増加し、2019年度の卒業生は4年制395万人、3年制の専科364万人にも及ぶ。就職先がみづからず、卒業後、狭く劣悪な部屋を共同で安く借りて職探しを続ける、「蟻族」とも言われる層が、北京など大都市で多数存在していることはよく知られている。

2012年の北京大学の北大社会調査センターによる調査、『中国民生発展報告2014』では、平均的な賃金は自営業者の方が雇用者より高いにも関わらず、大卒の占める比率が自営業者は雇用者より

低い理由は長労働時間にある、と分析している。同時に、生活の現状の満足度、将来の自信について、自営業の若い経営者は雇用者より大きいに対し、高齢の経営者では逆に小さいのは、社会保障制度の有無に関係があるのでないかとも述べている（中国社会科学網ホームページ<http://www.cssn.cn/> 2015年3月22日掲載、最終閲覧2021年8月10日閲覧）。

このような労働市場のもとでの自営業ではあるが、企業と同様、生成・消滅の速度は極めて速く、そのダイナミズムが中国経済を支える一つの要素であると言っても過言ではない。自営業、企業の浮沈の動向の一端は次のような断片的なデータから窺うことができる。

2017年第1四半期に全国で新規登録した個体戸は227万3,000戸で1日平均2万5,000戸になる（国家工商总局記者会見、中華人民共和国国家工商行政管理总局（当時、以下同様）ホームページ<http://www.saic.gov.cn/> 2017年4月12日掲載、同年6月5日閲覧）。省レベルでは広東省で、2007年度1年間で15万2,886戸の増加（前掲、工商行政管理总局のホームページ 2008年1月25日掲載、2015年6月1日閲覧）、浙江省で2008年上半期に17万6,900戸、1日あたりの平均で982戸増加している（工商行政管理总局のホームページ2008年1月25日掲載、2015年6月1日閲覧）。本稿（1）のⅢ-2-（1）の表1の各年度の自営業の戸数、就業者数は、このような新規の開業分から廃業分を控除し、それに前年度の戸数・人数を加えた数値なのである。

2021年6月1日に行われた、国務院国家市場監督管理总局主催の極小企業・個体戸に対する政策についての記者会見で明らかにされた最新の情報では、2021年1~4月の新規に登録した個体戸は605.9万戸で、2018年、2019年の同じ期間の新規登録戸数、387.5万戸、497.8万戸を大きく上回っている。2020年度1年間の新規に参入、退出した

戸数の比率は例年とほぼ変わりなく、2.4:1であった（国務院新聞辦公室のホームページ<http://www.scio.gov.cn/32344/32345/44688/45767/tw4576>に掲載、最終閲覧2021年8月10日）。

自営業の急速な生成、消滅の動向は小規模な企業と同様であり、例えば浙江省温州市においては2006年度、1日平均新たに25社の企業が開業したのに対し、7.2社が退出した（『温州日報』2007年1月12日）。

国家工商总局による全国規模の調査によれば、企業の寿命は概して短い。2000年以降の新設企業1,322万5,400戸についての調査の結果、2008~2012年に退出したのは394万2,200戸、2012年の時点で平均寿命は6.09年、存続期間5年以下が652.77万戸と49.4%を占める。退出が多いのは設立後3~7年目であり、企業にとっては正念場となっている。全般に経営規模が大きいほど寿命は長い（国家工商总局企業註冊局、信息中心（2013）、『全国内資企業生存時間分析報告』）。

日本においても、自営業を含む常時雇用する従業員が20人以下の小規模な事業者の廃業率は高く、それは主として事業主の高齢化、後継者不足によるところが大きい（中小企業庁（2016）、38頁）。所管の中小企業庁は、2012~2014年に小規模事業者は1,192万人から1,127万人と65万人、5.5%減少したが、米・英・独・仏の先進諸国と比較して開業率・廃業率は低い水準にあり、労働生産性を向上させるためには一層の新陳代謝を促進すべきである、と論じている。

直近のデータでは、2019年に日本の開業率4.2%、廃業率3.4%に対し、2018年度、開業率はイギリス13.5%~ドイツ8.0%、廃業率はイギリス11.3%~フランス4.7%などとなっている（中小企業庁（2021）、144~145頁）。

撤退・廃業か、現状維持か、それとも企業への転換を通じての事業拡大か。自営業が成長の結果として規模が大きくなり企業へと発展するのは自

然の流れとも言える。私営企業3,911社の創業時の資金源についての調査によれば、2011年度は79.1%，2013年度は82.0%をそれぞれ自営業=個体戸としての経営収益から蓄積したものであった（中華全国工商業聯合会（2015），30頁）。

2012年頃から中央の党・政府はこうした個体戸の企業への上昇転化=「個転企」の政策を推進している。中央政府の管理部局は事業体として自営業を小型・極小（微型企業、もしくは小微企業）企業の範疇に入るものとみなしており（国家工商总局全国小型微型企業発展報告課題組（2014）），個体戸の企業への転換をすすめるのは、事業体として業務規模の拡大、管理水準の向上、リスク回避能力の蓄積などを通じて、経営組織として信用を得ることによって資金融資を円滑にすすめ、中国経済全体を牽引する一つのセクターとして位置付けているからである。また、営業税・法人税の課税対象を増やす狙いがあることも明白である（国务院第三次全国経済普查領導小組辦公室編（2000），8~18頁）。

政府がこうした経営の転化を促進する理由の一つは、市場経済体制への移行により国民全体に消費熱が高揚するなかで、自営業者は事業に成功すると収益を浪費してしまい、倒産・廃業や経営不振に陥り、地域経済に悪影響をもたらす傾向がみられたことにあると思われる。

こうして「個転企」が一定程度進展したことは、例えば浙江省において、2012年9月から2014年8月までの間に転換が12万6,500件にのぼった（『杭州網』、2014年8月19日、2015年2月16日閲覧）など、多くの省・市レベルの地方紙に報じられている。しかし、地方政府が繰り返しその意義を訴えていることが端的に示すとおり、「個転企」が順調にすすんでいるわけではなく、多くの自営業者にとっては企業への転化はメリットよりも警戒心を以って受け止められているとみられる。

企業の経営となると、税負担が増加するうえに、

不斷にコスト削減、品質向上などの努力を通じて利潤の最大化が求められる。外部から雇用者を増やし、設備投資を拡大し、家計を経営から切り離し、厳しい競争に立ち向かわねばならない。贅沢な消費、リッチな生活をめざすにしてもリスクをとる必要に迫られる。

「もうけるぞ！」という意欲に満ちた自営業者が多く存在する反面、家族・親族の安定した生活を維持するため、リスクを回避し、前途は不安だから敢えて規模を拡大しないという選択は当然あり得る。「ほどほどに」（「見好就收」）、「生活に余裕があれば十分」（「小富即安」）といった個体戸に関する表現は、自営業を平均的な生活水準を維持するための収入を確保することを優先させることを表している。生業に徹し、企業への上昇転化には消極的であるのは日本でも「事業とでんば（吹き出物）は大きくなるとつぶれる」、「事業と屏風は広げると倒れる」（関西中小企業研究所（2013），69頁）といった諺に示されている。

V.まとめ

本稿を締めくくるにあたり、都市部での自営業の特徴・問題点について、武漢市の自営業を事例（林漢川・秦志輝・池仁勇主編（2014），（157~159頁））を紹介することを通じて整理しておく。

家族、血縁関係を基礎とする経営

創業は自主的に行ない、夫妻、もしくは家族の構成員を単位として経営を進めるので、経営は高密度に安定している、仕事がマンネリ化することもなく、外部コストを省き、協調性を維持することができる。経営規模が拡大し外部に人材を求める場合でも、血縁関係にある人々から選ぶ傾向があるので、従業員間の摩擦は生じず、社会的な矛盾を緩和する効果を持つ。

中国では企業の経営を、例えば親が理事長、息

子が副理事長、娘が経理担当責任者などと権力が高度に家族に集中する管理モデルが広く普及している。この点は身内である故に経営ガバナンスは必要としない、家族企業・同族企業が有する長所として評価されている。しかし、経営が小規模なうちは効率的であり、人材が必要な場合には親戚や友人からスカウトするなどして対処できるものの、企業が拡大すると外部からの適材を入れることは容易ではないことも弱点として指摘されるところである（『中国経済年鑑1999年』、846頁）。

地元に根差したネットワークの利用

血縁に加え、地縁、同業者同士のつながりで結束し、融資などの問題を解決する。

資金調達は現在に至るまで大半は自己資金によるものである。公的金融機関からの借入にあたって差し押さえとする不動産がない、担保とする物件がない、あっても価値が低い、銀行の貸出額は小額であるうえに利息が高いなどの理由から、「銀行は資金があっても貸し出しあしない、個体戸や私営企業はお金が足りないのに借りられない、という奇妙な現象」（98頁）が続いているのが現状である。

こうしたなかで、地元に根付き、大勢の消費者に対して最終消費財・サービスを提供する数多くの小規模なファーストフード、理髪店、クリーニング店、小売店などは固定客があり、販売も堅実で、現金回収能力があることから、まとまって業務用の素材や器具を供給する川上部門の集団に対して交渉する力を持ち、掛け売りを認めさせたり、また同業者間で相互に融資を行う。このように、地元のネットワークが小規模な単独経営の短所を補う機能を果たしている、と言える。

市場の変化に適応

2012年9月～2013年9月の1年間にわたり武漢市洪山区の茶商30戸の経営について調査したところ

ろ、15戸は正常に営業していたものの、7戸は経営不振で退出、5戸は利益が少ないなどの理由で譲渡、3戸が退出か譲渡を検討中ということであった。

経営が困難となっても社会的な不安・混乱が生じることはないのは、自己救済を基本とする生存方式である。外部に依存せず、家族・身内に支えられた経営であるが故に転業や廃業は可能であり、自立した生活を維持することができる。

改革・開放後に形成された、収入を得る場所、就業先を一か所、一業種に絞らず、「一家多地、一家多制」という、家族のメンバーによる構成・関係に支えられている

このような特徴を挙げたうえで同調査は最近の問題点として、近年店舗を持たず、低価格を売り物とするネットショップの参入により、旧来の店舗で営業する自営業は苦境に立たされていることも指摘している。

ここまで、低い生産性、血縁・地縁に依存する前期的性格を有するいわば従来型の自営業の動向をみてきたが、近年、中国の内外から注目されているのは、ITを利用したベンチャービジネスを立ち上げる、新型の自営業の動きである。事業の始めは少人数・家庭単位の自営業であり、なかには馬雲氏のアリババ（阿里巴巴集団）に代表されるように、今では中国の経済成長を牽引する新たな担い手となっている大手企業も存在する。こうしたニュービジネスの担い手のなかには、「海亀派」と呼ばれる主として欧米の大学へ留学した帰国者も含まれている。

このような新型の自営業の一層の発展が予想される一方で、自営業の圧倒的多数を占める、従来型の自営業もまた当面衰退する兆しありはない。企業による雇用拡大が望めないうえに、低価格の商品・サービスの供給の担い手として不可欠の存在であるからである。核家族化が進み、家族の収入源も多様化するなど自営業の在り方は変化

しつつある。進展が著しい中国の家族制度についての研究成果にも学びながら中国の自営業(=「個体戸」)の動向を注視していく必要がある。

[注]

- (3)国家統計局国民経済総合統計司(2010)59頁。
全国の小売総額のなかに自営業による販売額が含まれているか否かは定かではない。本文での数値は含まれている、と仮定して推計であるが、仮に含まれていないとすると、自営業による比率は13.3% (1990年) →25.2% (1999年) →16.0% (2008年)と変化したことになる。
- (4)別稿で扱う予定であるが、先進国・途上国を問わず、decent workの実現という政策目標から自営業から雇用労働者への転換を推進すべきだとする議論が活発である。さしあたり、Gindling,T.H.,David Newhouse(2013)を参照。

参考文献

日本語

- 関西中小企業研究所編(2013)『小企業・自営業がつくる未来社会——「いのち」と「くらし」のネットワーク』晃洋書房。
- 菊池道樹(1988)「温州モデルの現段階——私企業が先導する地域経済の発展」『中国経済』No.274, 1988年10月, 日本貿易振興会。
- 中小企業庁(2016)『小規模企業白書2016年』日経印刷。
- 同(2021)『小規模企業白書2021年』日経印刷。
- 村松祐次(1975)『復刊 中国経済の社会態制』東洋経済新報社。

中国語

- 中国経済年鑑編纂委員会編(1992)『中国経済年鑑1991』経済管理出版社。
- 国家統計局国民経済総合統計司(2010)『新中国六十年統計資料総編』中国統計出版社。

国家工商行政管理総局編(2011)『2010 工商行政管理統計総編』中国工商出版社。

国家工商行政管理年鑑編輯部(2016)『中国工商行政管理年鑑2015』中国工商出版社。

国家工商総局企業登記局、信息中心(2013)『全国内資企業生存時間分析報告』。

国家工商総局全国小型微型企業発展報告課題組(2014)「全国小型微型企業発展状況報告(摘要)」(国务院新聞辦公室のホームページwww.gov.cn/xinwen/2014-03/31/content_2650031.htm, 最終閲覧2021年8月10日)。

国家統計局貿易外経統計司(1996)『中国市場統計年鑑1995』中国統計出版社。

国家統計局貿易物資統計司(1993年)『商業統計分析報告選編』中国統計出版社。

国务院第三次全国経済普查領導小組辦公室編(2000)『第三次全国経済普查分析報告選編』中国統計出版社。

林漢川・秦志輝・池仁勇主編(2014)『中国中小企業発展報告2014』北京大学出版社。

労動和社会保障部労動科学研究所(2003)『就業藍皮書2002年——中国就業報告 経済体制改革和結構調整中的就業問題』中国労動社会保障出版社。

袁恩楨主編(1987)『温州模式与富裕之路』上海社会科学院出版社。

中国個体私営経済と就業関係研究課題組(2015)「中国個体私営と就業関係研究報告」『中国工商管理研究』2015-11。

中華全国工商業联合会(2004)『中国民営経済発展報告 No.1(2003)』中国社会科学文献出版社。

同(2006)『中国民営経済発展報告 No.3(2005-2006)』。

同(2013)『中国民営経済発展報告 No.10(2012-13)』。

同(2015)『中国民営経済発展報告 No.12(2014-2015)』。

英語

Gindling,T.H., David, Newhouse (2013), *Self-Employment in the Developing World*, World Bank.

Mohapatra,Sandeep, Scott Rozelle and Rachael Goodhue (2007) , The Rise of Self-Employment in Rural China : Development or Distress?, *World Development*, Vol.35, January, pp.163-181.

Wang, Xiaobing, Jikun Huang, Linxiu Zhang and Scott Rozelle (2011) , The Rise of Migration and the Fall of Self-Employment in Rural China's Labor Market, *China Economic Review*, 22, pp.573-584.

Zhang, Jian, Linxiu Zhang, Scott Rozelle and Steve Boucher (2006) , Self-Employment with Chinese Characteristic : The Forgotten Engine of Rural China's Growth, *Contemporary Economic Policy*, Vol.24, No.3, July 2006 , pp.446-458.

◆研究会員制度のご案内◆

当研究所は、中国研究者および広く中国に関心のある方々の参加と交流を目的とした個人向けの研究会員制度を設けております。中国研究所の趣旨をご理解の上、ご入会をご検討いただけた幸いです。

〔年会費〕 一般会員 9,600 円 学生会員 5,000 円

〔会員特典〕

- ・『中国研究月報』の無料配布（月 1 部）
- ・附属図書館の閲覧料無料
- ・中国研究所主催の研究会などのご案内・参加料割引（無料招待もあり）
- ・中国研究所発行物の割引購入

当研究所刊行の出版物（『中国年鑑』など）を、定価より 1 割引にて提供いたします。
そのほか、詳細はお問合せください。

一般社団法人中国研究所

〒112 - 0012 東京都文京区大塚 6 - 22 - 18 電話:03 (3947) 8029 FAX:03 (3947) 8039

E-mail: c-chukken@tcn-catv.ne.jp ホームページ: <https://www.institute-of-chinese-affairs.com>