

GSID

**Discussion Paper No.188**

ミドルクラス出現による消費パターン変化と産業構造変化  
—日本の経験と中国の事例研究—

長田 博

**March 2012**

**Graduate School  
of  
International Development**

NAGOYA UNIVERSITY  
NAGOYA 464-8601, JAPAN

〒464-8601 名古屋市千種区不老町  
名古屋大学大学院国際開発研究科

# ミドルクラス出現による消費パターン変化と産業構造変化 －日本の経験と中国の事例研究－

名古屋大学大学院国際開発研究科  
長田 博

## 1. はじめに

アジア諸国の経済発展とともに、多くの国で中間所得層（以下、ミドルクラスあるいは中間層）が出現し、経済・社会・政治などに多面的な影響を持ち始めている。中でも、人口が大きな中国やインドでのミドルクラス人口の拡大は、新たな消費市場の形成をもたらすと考えられ、ビジネスチャンスとして注目されている。日本の通商白書においても、このことは重要な課題として取り上げられている。2009年版の第2章では、世帯可処分所得5001ドル以上、35000ドル以下を中間層とみなし、アジア諸国における中間層家計に所属する人口が1990年の1.4億人から2008年には8.8億人と急増したことが指摘され、そのうち中国とインドについては中間層の出現と共に購入が増加する商品について、商品の原産国と所得別購入分布が示されている（経済産業省2009：176-181）。

このアジアの中間層の出現に関して、近年、多くの研究が始まっている。

ジェトロによる2冊の出版物（高橋2010、大木2011）もアジアにおける富裕層の出現やそれに続く中間層の出現が生む新たな消費市場や、低所得層の所得向上によるBoP (Base of Pyramid)市場について、新たなビジネスチャンスであるという観点から詳細な国別分析情報を提供している。しかし、新たな消費市場の先行きを展望する際に重要なのは中間層の規模の把握である。この観点から、中間層の定義、中間層の規模のモデル推計に始まり、消費市場の将来予測をおこなったのがMcKinsey Global Institute(2006, 2007)である。いずれも大部の文献であるが、2006年が中国、2007年がインドについての分析である。みずほ総合研究所(2010)はASEAN市場についての分析であるが、中間層の規模についてはEuromonitor International社によるデータベースWorld Income Distributionに依拠している。Deutsche Bank Research (2009)は中間層の規模についてはWorld Bank(2006)に依拠しつつ、消費市場だけではなく中間層の出現がもたらす多面的な影響についてコメントしている。このほか、アジア各国における都市化現象（メガリージョンの出現）の過程の中で中間層の出現とその経済的影響を論じたものに大泉(2011)がある。

中間層の規模の推計は色々あるが、貧困や所得不平等の状況の把握のためになされている家計所得の階層分析からのアプローチによる推計の方が本格的である。World Bank (2006)は84カ国の家計調査データを駆使したモデル分析で2000年には世界人口の7.6%をしめた中間層<sup>1</sup>が、2030年には16.1%になると推計してい

---

<sup>1</sup> 3914ドル(2000年のブラジルの平均所得)から16746ドル(2000年のイタリアの

る。OECD 開発センターの Kharas (2010)は、ミドルクラスを一日の所得が PPP レートで 10 ドルから 100 ドルと定義し、世界 145 か国の家計調査データを使用した所得パターンの分布形推計と GDP の将来予測を組み合わせ、2040 年までの中間層比率を予測した。これによれば、2040 年には世界人口の 40% が中間層となる。Asian Development Bank (2010)も、「Rise of Asia's Middle Class (アジア中間層の台頭)」という章を設けて、2008 年には 19 億人(アジアの人口の 56%) が中間層になったとしている。ただし、ここでの中間層の所得範囲は低く、1 日の所得 2 ドル以上 20 ドル以下(2005 年 PPP 基準)と定義されている。

以上のように、アジアの途上国に関する多くの既存研究は、中間層の定義、規模の予測、そして消費市場への影響に留まっているものが多い。本稿の目的は、それが生産構造にどのような影響をあたえ、一国の経済発展パターンをどう変化させていくかにまで考察を広げることである。実証分析の対象としては、ミドルクラスの出現が最も顕著な中国を取り上げる。そして、そのことが、かつて日本でそうであったように、中国の成長構造を外需主導型から内・外需両輪の主導型へと転換してゆく可能性について検討する。なお、中間層の出現は社会構造や政治構造に影響をもたらし、さらにそれが経済構造に影響するという側面もあるが、この点は本稿の分析範囲を超える<sup>2</sup>。また、ミドルクラスの定義のところで詳しく述べるが、本稿でのミドルクラスは、いわゆる都市型ミドルクラスをイメージしており、ADB(2010)のように BoP 市場と関連した低所得層は含まない。

以下、第 2 節では、ミドルクラスの出現がもたらす消費構造、ひいては生産構造の変化を知るためにはどのような現象に着目すべきかについておよその見当をつけるために、1960 年代の日本経済の事例を検討する。第 3 節では、時代は変わってグローバル化下の現代中国でのミドルクラスの出現がどのような経済現象あるいは社会現象になって現れているのか概観する。第 4 節では、ミドルクラスに関する諸定義を比較検討し、中国経済の変化を適切にとらえるための定義を提案する。続いて、中間層に属す人口規模について簡単な推計をする。第 5 節では、中間層の出現がもたらす消費パターンの変化が、いかに生産構造を変化させるかさらに輸入構造にどのような影響を与えるかについて 2007 年投入産出表を使用して数量分析する。これによって、中国経済が外需依存型発展から内需依存比率を高めた内外需両輪型の経済発展パターンに移行できるかどうかについて一定の示唆を得たい。

## 2. 1960 年代の日本の事例－ミドルクラス出現の実態と成長構造への影響のプロトタイプとして－

ミドルクラスの出現は、どのような典型的な現象として現れるであろうか。中

---

平均所得)までを中間層として定義している。2000 年 PPP 換算。

<sup>2</sup>中国とインドを対象にした社会・政治的な影響の研修には Jaffrelot and van der Veer(2008)がある。より広いアジアについての分析としては、やや古いが服部・船津・鳥居(2002)が参考になる。

国を含むアジア諸国においては経済的離陸(テイクオフ)ともいえる高度成長期にミドルクラスが出現している。テイクオフ時には年率10%前後の高い経済成長が10年程度継続する。日本の1960年代も同様であった。さらに、日本の場合は、人々の意識においても「一億総中産階級化」という表現が当時頻繁に使われたことが示すように、社会経済構造の変化は明瞭であった。その意味で、典型例として日本の事例を簡単にレビューしておくことは、中国の事例を分析する上で一定の比較基準として参考になる<sup>3</sup>。

ミドルクラス出現の核心は、単に所得が中位にある人口比率の増加ではなく、新たな価値観を持ち、新たな消費行動をする人たちの出現である。日本では、1964年のオリンピック開催や新幹線開通などの象徴的イベントを通じて、人々は日本経済の先進国入りが近いことを実感し、自分たちの生活にも将来展望が開けはじめたことを感じた。また、「人並み」意識はミドルクラスの典型的な消費様式の形成に貢献した。

表1は、1960年代10年間の主要な社会経済変化を示したものである。1人あたり名目所得(米ドル表示)は、まさに貧困な472ドルから、中所得国なみの1947ドルへと増加した。円ベースの実質所得では2.3倍である。1960年代の10年間に、月額給与も大幅に増加した。一般男性の場合は22000円から68400円へ、一般女性の場合は9900円から35200円へ増加した。なお、消費者物価水準で見た10年間のインフレ率は75%であった。重要なことは、賃金増は労働時間増ではなく生産性の増加によってもたらされたということである。製造業常用雇用労働者月間労働時間数は、この10年間で、コンスタントに207時間から187時間へ減少した。学歴による賃金格差と所得増による教育費負担能力の拡大は、大学進学率を8%から17%に増加させた。また、この時期に農村から工業化が進む都市への労働移動が進み、核家族や単身世帯が増加した。これも消費パターンと住宅事情に影響を与えた。都市の住宅需要は主に団地(共同住宅)の建設でまかなわれた。建て方別の統計によれば、一戸建てが10年間で1467万戸から1862万戸へ増加したのに対し、共同住宅は254万戸から645万戸へと顕著な伸びを示した。

いわゆる白物家電やテレビなど耐久消費財の普及も進んだ。表1は1960年からデータが利用可能な非農家世帯における普及状況を示している。農家世帯も含んだ全世帯のデータは1964年から利用可能であるが、その数値は表1の数値よりやや低い程度であり、耐久消費財の普及の程度は農家世帯と非農家世帯では大きな差はなかったことがわかる。たとえば、全世帯の1970年の白黒テレビ普及率は90.2%、冷蔵庫は89.1%、洗濯機は91%であった。表1に掲げたものの他、石油ストーブ、扇風機、掃除機などもこの時期に普及した。

1960年代になって初めて購入が始まったのは小型乗用車である。スバル360やマツダのファミリアに代表される低排気量の超小型車の開発が、少し豊かなミド

<sup>3</sup>第2節の統計データは、いちいち断らないがすべて総務省統計局(2006)に依拠している。

ルクラス世帯に乗用車の購入を可能にさせた。1970年には22%の世帯が自家用車を所有するようになった。

消費パターンの変化は、上記の耐久消費財の購入増加だけではなく、エンゲル係数の低下やサービス需要の増加となって現れた。1963年から利用可能な勤労者世帯の家計消費支出の内訳を見ると、食料費は36.6%から1970年には32.2%へと低下し、特に穀類は9.0%から5.3%へと顕著な低下を示した。他方、交通通信費が3.2%から5.5%へと、教養娯楽が7.3%から9.2%へと増加した。

	1960	1970
一人あたり所得(米ドル)	472	1947
賃金(男・月額・千円)	22.0	68.4
大学進学率(%)	8.2	17.1
核家族世帯比率(%)	53.0	56.7
単身世帯比率(%)	16.1	20.3
非農家家計の普及率(%)		
電気冷蔵庫	10.1	90.8
電気洗たく機	40.6	91.6
電気掃除機	7.7	73.8
扇風機	34.4	85.5
白黒テレビ	44.7	89.8
乗用車(*は1961年)	2.8*	22.0
オートバイ・スクーター	9.6	20.4
共同住宅数は1963-1973に、2.54倍に。		
6大都市土地価格は、6.06倍(消費者物価は1.74倍)		
資料)総務省統計局(2006)		

次にミドルクラスの出現により消費パターンが1960年代にどのように変化したか、同時期に日本経済の生産構造がどのように変化したかを産業連関表データに依拠して概観する。なお、本節で見る生産構造の変化は諸々の要因の結果で、消費パターンの変化の影響のみを抽出したものではない。ここで使用したのは、行政管理庁他共同編集(1975)『接続産業連関表 昭和35-40-45年』の1960年と1970年の統一分類による名目表である。実質表も利用可能であるが、あえて名目表を使用した。その理由は、第1にそれぞれの年についての変数間の比率を主に見ること、第2に相対価格の変化が激しく、品目構成や品質にも大きな変化があった消費パターンの変化を観察する場合、各品目の実質数量よりも名目の価額の方が消費者効用をより正しく反映していると考えたためである。部門分類は59部門をここでの分析用に35部門に統合したが、ミドルクラスの消費パターンで重要な民生用電気機械、自動車、新築住宅については159部門分類の情報を使用了<sup>4</sup>。

表2によって消費パターンの変化を見る。食生活の近代化によって肉・酪農品

<sup>4</sup> 分析用35部門分類と接続表部門分類とのコンバーターは付表1に示した。

の消費は増加したが、それ以外の食品への支出割合は大きく低下した。他方、支出比率が増加したのは家電、自動車、娯楽サービス、飲食店、不動産関連などである。すなわち、ミドルクラス増大によるエンゲル係数の上昇、ミドルクラス型消費の拡大、住宅建設ブームが起きていることが確認できる。

分析用分類	民間消費支出のパターン		国内生産パターン		国内生産に対する輸出比率		内需に対する輸入比率		民間消費額増加率	国内生産額増加率
	1960	1970	1960	1970	1960	1970	1960	1970	1970/1960	1970/1960
01 農業	2.6	2.9	4.3	2.2	0.5	1.3	19.7	21.8	483	219
02 畜産	1.4	0.6	1.1	0.9	0.6	0.1	18.9	8.3	185	343
03 林業	0.6	0.1	1.9	0.7	0.4	0.5	8.2	32.2	80	150
04 漁業	1.6	1.1	0.9	0.6	12.1	3.4	1.4	4.9	277	270
05 鉱業	0.1	0.0	1.0	0.6	0.2	0.5	51.0	70.4	37	252
06 肉・酪農品	2.2	2.7	0.7	0.8	1.1	0.3	10.5	9.0	520	455
07 その他食品	20.8	10.4	6.6	3.6	2.1	2.3	4.9	6.2	215	232
08 飲料・たばこ	6.6	4.5	2.1	1.5	0.3	0.2	0.5	1.3	294	301
09 衣服など	2.8	2.9	1.0	1.1	15.8	7.2	0.7	1.6	448	434
10 その他繊維製品	5.0	3.4	5.1	2.7	16.2	11.9	1.1	3.7	290	226
11 木・皮革・ゴム加工	2.1	2.0	5.6	5.5	4.5	3.0	1.1	2.7	414	413
12 化学	1.4	1.6	4.1	3.8	3.9	8.5	8.0	7.3	498	386
13 石油・石炭製品	0.4	0.9	1.7	1.9	0.9	1.5	10.8	8.6	988	454
14 窯業土石製品	-0.2	0.1	1.4	1.7	9.0	4.7	1.2	0.8	-	505
15 金属	0.2	0.7	10.0	10.5	5.3	7.8	5.2	4.0	1676	441
16 一般機械	0.5	0.4	4.1	5.1	5.0	8.4	6.4	4.7	321	532
17 家電	1.9	2.1	1.1	1.5	16.3	24.6	0.5	1.2	459	582
18 電気機械(家電除く)	0.0	0.0	3.5	3.2	2.4	6.3	1.2	4.9	606	387
19 自動車	0.1	0.6	1.3	2.7	7.4	11.7	1.3	1.0	2565	885
20 輸送機械(自動車除く)	0.9	0.9	2.4	2.0	14.4	23.0	2.7	5.6	395	349
21 精密機械	0.5	0.7	0.6	0.7	17.4	21.9	8.2	12.3	591	512
22 その他製造業	0.9	1.3	0.9	1.4	26.3	11.6	1.4	5.0	627	612
23 住宅新建築	0.0	0.0	1.7	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	-	78
24 建築(住宅除く)	0.0	0.0	3.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	-	879
25 土木	0.0	0.0	3.6	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	-	404
26 電気・ガス・水道	2.0	1.8	1.7	1.6	0.1	0.0	0.1	0.0	385	396
27 商業	13.3	15.4	6.7	8.8	2.4	3.1	0.5	0.9	496	555
28 金融・保険	3.6	4.5	2.3	3.0	0.3	0.3	0.0	0.4	535	568
29 不動産業	9.2	12.1	2.2	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	566	582
30 運輸・通信	5.5	6.3	4.7	4.6	13.5	15.4	3.6	6.0	485	411
31 公共サービス	5.9	7.7	3.1	3.4	0.1	0.0	0.1	0.0	565	466
32 娯楽サービス	2.6	3.5	0.9	1.4	0.3	0.4	0.5	1.0	565	634
33 飲食店	3.4	4.2	1.2	0.2	0.0	5.5	0.0	0.0	521	58
34 その他サービス	4.5	4.7	2.2	4.2	0.2	0.2	0.5	1.0	448	800
35 その他	-2.4	0.0	5.5	4.4	1.1	2.3	1.9	3.1	4	340
68 内生部門計	100	100	100	100	4.5	5.2	4.9	5.1	428	422

資料) 行政管理庁他共同編集(1975)『接続産業連関表 昭和35-40-45年』から筆者計算。  
注) 1960年の民間消費支出パターンで「14 窯業土石製品」の数値がマイナスとなっているがこれは、屑・副産物のマイナス投入による。このため、民間消費額増加率は計算していない。

ミドルクラスの出現は国内最終需要変化の大きな一要素であり、輸出増加などの要因とあいまって、生産構造にどのような変化をもたらしたのであろうか。表2によれば、生産パターンの変化は消費パターンの変化に類似していることがわかる。さらに、消費比率の増加が生産比率を増加させたような製造業部門においては、国産に対する輸出比率も一層顕著に増大していることがわかる。国内生産額は名目で4.22倍になり、国産に対する輸出比率は4.5%から5.2%へと増加している。この増加は、内需に対する輸入比率の増加(4.9%から5.1%)よりも大きい。輸入の増加が顕著なのは原材料、精密機械、自動車を除く輸送用機械などであり、生産拡大のための原材料輸入と国内で生産できない資本財輸入である。民間消費の増加率と国内生産の増加率を各部門について比較すると、輸入に関する産業特性が異なるため、必ずしも両者に安定的な正の相関があるとはいえない。ただ、民間消費額合計の増加率は428%、国内生産額合計の増加率は422%と比較的近い数字となっている。ここでの分析は因果関係に関するものではないが、大多数の国民がミドルクラスとなった1960年代日本経済は、内・外需両輪型の成長構造を実現した。このことは、ミドルクラスの出現とその規模次第では、中国においても内需拡大による成長への貢献が輸出と同時に成長の牽引車となる可能性を示している。

### 3. 中国におけるミドルクラス化現象

高度成長による所得増大は2000年以後ミドルクラスを徐々に増大させたが、新たな消費文化を持つ新ミドルクラスが都市部において顕著に見られるようになったのは2005年頃からである。2008年のオリンピックや2010年の万博で北京と上海のインフラも整備され、街の外観も随分と綺麗になった。特に道路網や地下鉄の整備と近郊への延伸は、郊外団地から都市中心部に通勤するという新ミドルクラスの生活を可能にした。

筆者は2010年10-11月と2011年3月に短期間であるが、北京と上海においてミドルクラスの生活圏を観察し、ミドルクラスと考えられる人たちやその予備軍である大学生などから簡単なヒアリングを行った。そこから、イメージされる典型的な新ミドルクラスは、学歴が大卒以上で共働きであり、郊外の団地に住み、週末にはスーパーで買い物をし、コンビニにしばしば立ち寄る人たちである。住宅には家電が完備されており、子供が生まれる頃には小型乗用車を持つようになり、子供の塾通いの送迎などに忙しい毎日を送っている。このような高学歴の勤労者層は新ミドルクラスの核としてこれからさらに拡大する。このほか、個人業主など起業による高所得者層もミドルクラスあるいはそれより所得が高いニュー・リッチを構成する。

表3は、ミドルクラスにまつわる社会経済指標の2000年から2009年への変化を示したものである。一部の変数については2010年のデータが利用可能である。1人あたりGDPは名目で946ドルから2010年には3734ドルへ、2000年基準の実質元では2.71倍となった。実質経済成長率も、2001年が8.3%、2002年、2008

年、2009年が9%台であったが、それ以外の年は10%を超えており、まさに高度成長期である。ただし、広大な中国では地域所得格差が大きく、それぞれの地域のみドルクラスの比率も異なる。別途計算した2009年の省別1人あたり所得額および省別一人あたり民間消費額（括弧内）によると<sup>5</sup>、上海市が11468ドル（4923ドル）、北京市が10139ドル（3188ドル）、天津市が8767ドル（2181ドル）であり、これら都市では多くの住民が一般に言うミドルクラス<sup>6</sup>である。今後そのようなになってゆくのが上海に近接する浙江省、江蘇省、そして広東省で、所得は6000ドル台となっている。これらに5000ドル台で続くのが山東省、内モンゴ、遼寧省、福建省である。そのほかの地域のみドルクラス化は相当先のことである。

都市賃金は当然のことであるが国全体の1人あたり所得水準より高く推移している。特に最近では都市部の工場労働者のストライキなどを契機に、都市労働者の賃金が上昇し始めた。『通商白書2011』（経済産業省2011：41-42）によれば、都市労働市場が変化し始めている。80年代以後生まれの教育水準が高い農民工の出現、法定最低賃金の引き上げ、有効求人倍率の上昇、国全体の求人倍率が2010年第1四半期に1を超えるなどの現象がおきている。今や、中国は労働市場の転換点に近づきつつあり、特に都市部においてその影響が大きく出るとするならば、都市部のみドルクラス化が一層進展するものと思われる。

都市近郊の地下鉄沿線での大規模住宅団地建設も進んでいる。不動産バブルとも言うべき価格急上昇により実需を大きく上回る投機的資金が流入し2010年にかけて価格が急上昇したが、ここに来て実需以外を規制する政府の施策と経済の減速により、価格は下落した。しかし、このように変動しつつも住宅床面積の竣工分の増加率は2005年以後増加率を高めている<sup>7</sup>。

ミドルクラスの出現とともに小売業形態も大きく変化している。スーパーマーケットとコンビニ、そのほか家電量販店などの普及である。『中国統計年鑑』では、小売業については形態別にコンビニ、スーパー、百貨店、特定ストア<sup>8</sup>等の統計が2002年から利用可能であるが、2007年から分類が詳細になり小売り業態に変化が現れたことを裏付けている<sup>9</sup>。2007年からの分類では、コンビニとスーパーは、コンビニ、ディスカウントストア、スーパーマーケット、ハイパーマーケット<sup>10</sup>、倉庫クラブ、など一層詳細に区分されている。表3の数値はスーパーマーケットとハイパーマーケットの合計値である。現在では、上海においても北京において

<sup>5</sup> 『中国統計年鑑』から筆者計算。なお、本節の統計データは断りのない限り『中国統計年鑑』各年版に依拠している。

<sup>6</sup> ミドルクラスの所得定義については次節で検討する。

<sup>7</sup> 2004年までは5%以下。2005年16.2%、2006年-4.7%、2007年9.2%、2008年10.4%、2009年8.1%。

<sup>8</sup> ガソリンスタンドなど特定商品に特化した小売業。

<sup>9</sup> 旧分類による2007年のデータと新分類による2007年のデータの間には整合性が見られないので、表3において2005年と2009年への変化は厳密には比較できない。

<sup>10</sup> OECD基準では売り場面積が5000㎡以上がハイパーマーケット。ただし、中国では10000㎡以上と定義されている。(Chen, Shepherd, and da Silva 2005: p.6)



も、あちこちの街角にコンビニ<sup>11</sup>が見られ、スーパーやハイパーで日用品を買い、高級品は総合百貨店かショッピングモールでというように、日本と変わらない光景が見られる。このような業態の普及は、外資の参入も大きく関係している。1990年代は、試験的輸入期であったが、WTO加盟後しばらくした2004年12月以後は外資完全自由化期となり、名だたる海外のスーパーやコンビニが店舗数の拡大をおこなった（矢作・関根・鍾・畢 2009：45-75）。このように2005年以後は、ミドルクラスの拡大と共に外資系・内資系を含めてミドルクラスを顧客層とするチェーンストアの展開が本格化した。

都市部では耐久消費財としての家電製品もほぼ行き渡っている。表3に例示したように、洗濯機、冷蔵庫、カラーTV、エアコンの2009年における各家庭への普及率はほぼ100%かそれ以上であり、ミドルクラスにふさわしい耐久消費財購入パターンが観察される。これに対して農村部ではカラーTV以外の普及率はまだ低い。これを受けて、政府は2009年2月に「家電下郷」政策を導入し、農村戸籍の家電（品目と上限金額は順次拡大）購入者に13%の補助を与えた（経済産業省 2010：84、2011：38）。また、「以旧换新」政策により、表3にリストされた家電買い換えに10%の補助を与えた。この結果これら家電の売り上げは2009年7

	2000	2005	2009
一人あたり所得(米ドル)	946	1726	3734
都市賃金(元、年額)	9333	18200	32244
都市賃金(ドル、年額)	1127	2221	4720
CPI(2000=100)	100	106	118
住宅床面積(竣工分、1万平米)	54860	66142	82102
コンビニ店舗数	3324*	10043	15779
スーパー(ハイパー含む)店舗数	10281*	18924	35717
小型自家用車新規登録台数(万台)	149*	371	979
耐久消費財普及率(100世帯あたり台数)			
洗濯機(都市家計=U)	91	96	96
洗濯機(農村家計=R)	29	40	53
冷蔵庫 U	80	91	95
冷蔵庫 R	12	20	37
カラーTV U	117	135	136
カラーTV R	49	84	109
エアコン U	31	81	107
エアコン R	1	6	12
PC U	10	42	66
PC R	0	2	7

資料) 中華人民共和国国家統計局、『中国統計年鑑』各年版。  
注)\*は2002年データ

<sup>11</sup> 中国のコンビニは、まず特定都市で展開が開始される。上海では「可的」、「良友」、「喜子多」と並んで日系の「全家（ファミリーマート）」、「7-eleven」、「羅森（ローソン）」などが見られる。チェーンストア全体については中国連鎖経営協会編『中国連鎖経営年鑑』が詳しい。これによれば、スーパー、コンビニとも外資系の大手が本格的に参入していることがよくわかる。

月以後急増した。家電の普及率をミドルクラス化現象として捉える場合にはこの政策効果について留意しなければならない。

自家用車についても、ミドルクラス上位の所得層とニュー・リッチによる購入が急拡大している。大型や中型自家用車の新規登録台数はほぼ横ばいか減少傾向にあるが、ミドルクラス向けの小型自家用車の新規登録台数は2005年の371万台から2008年には592万台、2009年には979万台へと急増している。また、小型の下のミニクラス自家用車も2008年の12万台から27万台へと急増している。これには、ミドルクラスの出現と共に交通網の整備、安価な小型車の供給、内外自動車メーカーによる相次ぐ小型モデルの投入などが関係している。実際、都市部には、北京市海淀区閔庄路<sup>12</sup>に見られるように内外自動車ディーラーが軒を並べている地域も増加しており、モータリゼーションの一般家庭への普及が感じられる。なお、自家用車についても2009年1月から10月末まで1600CC以下の車輛購入税が10%、2010年末までは7.5%軽減されたという政策要因に留意しなければならない（経済産業省 2010:84）。

#### 4. 中国ミドルクラスの定義と規模

世界的には多様なミドルクラスの定義があり、定義の仕方も様々である。表4は中国についての代表的な定義を、比較しやすいように、期間(月・年)、通貨(元・ドル)、収入あるいは支出の単位(世帯(=家計)・1人)について共通単位に換算したものである。ただし、名目価格表示であるので、比較のためには物価上昇率を考慮する必要があるが、ドルベースで見ればその影響は少ない。月収を年収に換算する際には、労働者のボーナスを考慮して、1年=13ヶ月の換算率を使用した。この他、GDP、家計所得額、家計消費支出額がカバーする項目は大きく異なるので注意しなければならない。まず第1に、GDPは、家計消費支出額の合計である民間消費支出の他に、政府消費支出、固定資本形成、在庫変動、純輸出を含む。従ってGDPは家計消費支出額より遙かに大きい。例えば、2009年では家計消費支出額はGDPの35%でしかない。また、厳密に言えば、所得額と支出額とは異なる。家計調査における消費向けの支出額は、各家計の経済活動に基づく所得額に他の家計等からの所得の純移転を加え、更に貯蓄分を除いた部分である。また2009年家計調査によれば、都市部家計の消費向け支出は家計総収入額の65%であり、農村部では56%である。

諸定義のうち、ADB(2010)の定義は、ミドルクラスを1日2ドルの貧困予備層以上としており、BoP(Base of Pyramid)ビジネスの分析には適切かも知れないが、ここで対象としているミドルクラスの分析には適さない。政府統計である『中国城市(鎮)生活與価格年鑑』(以下、家計調査)では、所得および支出の10分位の

<sup>12</sup> ここには、日産、VW、KIA、Roewe、Buick、トヨタなどの現地合弁企業の車を販売するディーラーが軒を並べており、2010年11月にはお客で混み合っていた。

うち下から 3 分位から 8 分位までをミドルクラスとし、更にそれが低位・中位・高位ミドルクラスに 3 分割されている<sup>13</sup>。ただし、この統計の不便な点は、それぞれの所得層の所得範囲が示されておらず、各所得の平均所得が示されているだけである。このため、表 4 においても下位ミドルクラスの平均から上位ミドルクラスの平均までをミドルクラスの範囲とせざるを得なかった。もう 1 点は、統計の代表性の問題である。この家計調査は都市を対象としたもので、2009 年の都市人口は約 6.2 億人である。これに対し、2009 年の調査世帯数は 65506 世帯であり、世帯あたりの平均人数 2.89 人で換算すると約 19 万人である。つまり、0.03% のサンプルであり、解釈においては、この点に留意する必要がある。

中国でよく参照される中国の研究者あるいは研究機関による定義に、国家統計局の Cheng Xuebin 氏の定義がある。2005 年に、年間所得 60,000 元から 500,000 元（世帯収入、世帯平均 2.96 人）を中間層と定義した（Tan 2010）。1 人あたりでは、20,000-168,918 元である。社会科学院の 2004 年の報告では、所得定義を使用せず、1 人あたり資産が 150,000-300,000 元（\$18,100-36,200）と定義されている（Wong 2010）。また、海外の研究機関によるもので、中国についてミドルクラスを定義したものに、McKinsey Global Institute (2007)がある。ここでの定義は、2000 年の 1 人あたり年収が 25000 元から 100000 元である。Deutsche Bank Research (2009)は、範囲を 1 人あたり年間可処分所得が 1300 ドル～2400 ドルとしている。

この他、世界各国について統一的なミドルクラス基準として、Euromonitor の World Income Distribution を使用した、経済産業省『通商白書 2009 年版』やみずほ総合研究所（2010）の、世帯可処分所得 5000 ドルから 35000 ドルという定義がある。また表 4 には載せていないが、World Bank (2006)では、1 人あたり所得をブラジルの 1 人あたり年間所得（3914 ドル）とイタリアの 1 人あたり年間所得（16746 ドル）の間に設定している。

表 4 の諸定義を年間 1 人あたり所得で見ると、両極端の ADB と McKinsey を除けば、下限が 2000 ドル前後となっている。上限はバラついており、低いのが家計調査の 3374 ドル、Euromonitor と McKinsey が 12000 ドルあたりとなっている。Cheng の 20615 ドルは、いわゆるニュー・リッチを含んでいると思われる。

次節では、ミドルクラス像を踏まえた数量分析をおこなうので、ここで筆者なりの大まかな定義をしておきたい。北京におけるヒアリングに基づけば、大卒夫婦の所得の将来像は次のようになる。大卒あるいは修士修了の初任給（月給）を 3000 元とし、年収をその 13 倍とすれば、年収は 39000 元（6.77 元/ドルで 5760 元）となる。30 才の月収を 4000 元とすれば年収が 52000 元（7766 ドル）、40 才になると個人差が大きくなるが、月収 5000 元とすれば 65000 元（9601 ドル）となる。夫婦共働きとすれば、世帯収入は、その 2 倍である。この世帯の夫婦がそろって 30 才になった時、小型乗用車の価格は夫婦の年収の 1 年分にあたる。また、

<sup>13</sup> 付表 2 として、2000 年、2005 年、2009 年のデータを示した。

郊外の簡素な団地住宅は100万元から150万元であるので、夫婦の年収の10～15年分に当たるが、一人っ子であるので両方の両親からの補助があるケースも多いようである。これを参考に、本稿では、ミドルクラスを年間1人あたり所得(GDP)が5000ドルから15000ドルの人々と定義する。この数値は、家計調査のミドルクラスの定義ともそうかけ離れてはいない。まずGDPに35%をかけて民間消費支出に換算すると1750ドル(6.831元/ドルで11952元)～5250ドル(35857元)となる。2009年の家計調査の階層ごとの1人あたり平均所得は、低位ミドルクラス(中等偏下収入戸)で12345元、中位ミドルクラス(中等収入戸)で16858元、上位ミドルクラス(中等偏上収入戸)で23050元、その上の高収入戸で31171元である。従って、筆者の定義は、2009年家計調査のミドルクラス全体(全家計の60%)とその上の10分位(全体の10%)にほぼ対応している。上限の15000ドルには自家用車や住宅購入が可能となる所得水準を反映させた。ここでの分析目的は新たな消費パターンを持つ新ミドルクラスであるので、BoP層やニュー・リッチは定義から除くべきであると考えた。

オリジナルの定義		比較のための換算(所得表示で統一)					比較のための換算値の名目年、他
		世帯、年、元	人、年、元	人、月、元	世帯、年、ドル	人、年、ドル	
Euromonitor: 世帯、年、ドル(2009年)、所得							
下限	5000	34157	11819	909	5000	1730	2009年、市場為替レート
上限	35000	239100	82733	6364	35000	12111	
Chen Xuebin(国家統計局): 世帯、年、元(2005年)、所得							
下限	60000	60000	20270	1559	7322	2474	2005年、市場為替レート
上限	500000	500000	168919	12994	61020	20615	
McKinsey Global Institute: 人、年、元(2000年実質)、所得							
下限	25000	78250	25000	1923	9452	3020	2000年、市場為替レート
上限	100000	313000	100000	7692	37806	12079	
ADB: 人、日、ドル(2005年PPP)、中位ドル\$4-10、上位ドル\$10-20							
下限	4	14910	5037	387	4322	1460	2005年、PPP為替レート
上限	20	74548	25185	1937	21608	7300	
2009年都市家計調査: 人、年、元(2009年)、下位ドル平均-上位ドル平均、所得							
下限	12345	35677	12345	950	5223	1807	2009年、市場為替レート
上限	23050	66615	23050	1773	9752	3374	
長田の定義: 一人あたりGDP、年、ドル(2009年)							
下限	5000	34548	11954	920	5058	1750	2009年、市場為替レート
上限	15000	103643	35863	2759	15173	5250	
資料) 経済産業省(2009), McKinsey Global Institute (2006), Tan(2010)、国家統計局都市社会経済調査司(2010).							
注) 1. 市場為替レートは年平均レート、2005年PPPレートは3.45元/\$。1世帯平均人数							
2. 都市世帯平均人数は、家計調査結果の3.13人(2000年)、2.96人(2005年)、2.89人(2009年)。							
3. ボーナスを考慮して、1年=13ヶ月で換算。							
4. 2009年データによれば、家計消費支出はGDPの約35%							
5. Euromonitorについては、使用データ集の年である2009年を基準年とみなした。							

中国におけるミドルクラスの人口規模については、人口・所得成長・所得階層パターンの連動モデルによる推計が近年盛んであるが<sup>14</sup>、多くの仮定にも基づいた推計である。それぞれの定義を前提とし、通商白書（2010）では Euromonitor のデータに依拠して 5 億人（2010 年）、McKinsey Global Institute (2006) では独自のモデル推計により 9 億人（2015 年）が提示されている。

筆者の大まかな推定では、ミドルクラス人口は 2009 年時点で約 5 億人である。まず、中国の 1 人あたり年収が 5000 ドル以上の省/省級市/省級区の人口合計は、4.36 億人（2009 年）である。これに 5000 ドル以下の省の都市部におけるミドルクラスが加わる。約 5 億人という推計値は、そう的外れではないだろう。

## 5. 中国ミドルクラス出現の経済構造への影響

ミドルクラス出現の経済的影響は、典型的には消費行動の変化となって現れる。消費パターンの変化は、家計調査などの統計に基づくが、それはサンプル家計におけるデータであり、国全体の消費構造との関係が直接的にはわからない。そこで、家計調査情報をも含んでいると考えられるが、更に多くの統計との整合性などが検討されて作成されたと思われる総額が国民所得統計の家計消費と一致する統計を利用する。表 5 は国民所得統計の家計消費を品目別かつ農村と都市に分け、消費構造変化を示したものである。この品目分類で最も遡及できるのが 2006 年であるが、新ミドルクラスの消費行動が顕著になったのが 2006 年以後と言っても良いので、一定の変化を捉えることが出来る。前提として指摘しておかなければならないことは、消費支出は農村と都市に分けられ、約 75% は都市の消費であるので、都市の消費構造の変化が国全体の消費構造の変化に与える影響が大きいと言

	農村		都市	
	2006	2009増減	2006	2009増減
食品	41.1	-0.4	29.1	0.3
衣服	5.7	0.1	8.4	0.0
住宅	18.2	-1.1	17.7	-0.2
家庭用品・サービス	4.3	0.8	4.7	0.5
医療保健	6.6	1.6	8.6	1.0
交通通信	9.7	0.3	10.7	0.5
教育・文化・娯楽	10.3	-1.8	11.3	-1.5
金融サービス	1.4	0.2	2.3	-0.1
保健サービス	0.5	0.5	1.6	0.1
その他	2.2	-0.1	5.5	-0.5
計	100.0	0.0	100.0	0.0

資料) 国家統計局、『中国統計年鑑』各年版。  
注) 都市家計消費支出額は総家計消費支出額の74.1%(2006年)、76.2%(2009年)。

<sup>14</sup> 例えば、柳川範之・森直子（2010）、McKinsey Global Institute (2006)、Homi Kharas (2010)、World Bank (2006) など。

うことである。消費パターンを見ると、農村では食品への支出が減少しているものの、都市では食品への支出が増加している。両地域において、消費に占めるシェアが増加したのは耐久消費財を含む家庭用品・サービス、医療保険費、交通通信費などである。これに対して、教育・文化・娯楽や住宅費は減少している。つまり、中国においては、集計的に見ると「エンゲル係数の減少とサービスの増加」というように単純には要約出来ない複雑な変化が起こっている。

さて本節の目的は、ミドルクラスの出現が消費行動の変化を通じて、どのように経済構造（生産構造）に影響を与えるかを数量的に把握し、将来の動向について示唆を得ることである。分析には、利用可能な投入産出表の中では最新の『2007年中国投入産出表』（国家統計局国民経済核算司作成）を使用する。分析方法は、標準的な産業連関分析による最終需要変化の生産誘発額と輸入誘発額の推計である。モデルとしては、以下のような競争輸入タイプのモデルを使用した。

$$X = (I - (I - \hat{M})A)^{-1} ((I - \hat{M})F_d + E) \quad (\text{式 1})$$

ここで  $X$  は生産額ベクトル、 $A$  は投入係数行列。 $\hat{M}$  は輸入係数行列（対角要素は品目ごとの輸入係数で、その他要素はゼロ）で、輸入係数は内需に対して定義した。 $F_d$  は国内最終需要行列（あるいはベクトル）、 $E$  は輸出ベクトルである。 $\hat{M}F_d$  は国内最終需要のうち直接輸入によって供給された部分である。また、輸入誘発額は  $\hat{M}X$  で与えられる。分析に使用したのは、42 部門統合表である。

シミュレーション分析では、投入係数と輸入係数は 2007 年に固定したままで、最終需要マトリクスの中の民間消費ベクトル（ $C$ ）を変化させた。

第 1 の分析では、ミドルクラス出現による消費パターンの変化が、生産構造と輸入構造に与えた影響を見る。具体的には、2006 年の消費パターンを維持したまま所得が 2009 年水準となった場合の民間消費ベクトル（ $C_1$ ）による生産誘発額（ $X_1$ ）と輸入誘発額（ $M_1$ ）とのシミュレーション推計（ケース 1: 「2006 年からの比例的成長ケース」と呼ぶ）と、2009 年の現実の民間消費ベクトル（ $C_2$ ）により誘発された生産誘発額（ $X_2$ ）と輸入誘発額（ $M_2$ ）とのシミュレーション推計（ケース 2）を比較する。期間を、2006 年から 2009 年までとしたのは、詳細な消費パターンのデータが利用できるのはこの機関に限られるためである。期間は短いが一応、ミドルクラスの出現が加速した時期と一致しているので、一定の変化を読み取ることは出来るであろう。具体的には、以下の式で示される推計をおこない、誘発額（ $X_1$  と  $X_2$ 、 $M_1$  と  $M_2$ ）の比較をおこなう。

$$X_1 = (I - (I - \hat{M})A)^{-1} (I - \hat{M})C_1 \quad (\text{式 2})$$

$$M_1 = \hat{M}X_1 + \hat{M}C_1 \quad (\text{式 3})$$

$$X_2 = (I - (I - \hat{M})A)^{-1} (I - \hat{M})C_2 \quad (\text{式 4})$$

$$M_2 = \hat{M}X_2 + \hat{M}C_2 \quad (\text{式 5})$$

第 2 の分析では、消費パターンの変化の影響を際立たせるために、全国民がミドルクラス化するという大胆な仮定をおいた民間消費ベクトル（ $C_3$ ）による「シミュレーション推計（ケース 3）、をおこない、その結果を「比例的成長ケース」（ケ

ース 1) と比較する。推計式は以下の通りである。

$$X_3 = (I - (I - \hat{M})A)^{-1} (I - \hat{M})C_3 \quad (\text{式 6})$$

$$M_3 = \hat{M}X_3 + \hat{M}C_3 \quad (\text{式 7})$$

ここでは、国民所得統計と整合的な 2009 年家計消費構造に 2009 年家計調査の中位ミドルクラスの消費パターンを仮定し、家計消費総額には 2009 年データを使用した。

シミュレーションに用いた 42 部門の消費ベクトルは、次のように推計した。まず、ケース 1 とケース 2 であるが『中国統計年鑑』の国民所得統計の一部として提供される 10 部門分類(表 5 の分類と同じ)で示した対象年の都市・農村それぞれにおける消費額を CT(コントロール・トータル)とし、10 部門分類の各部門の消費額を 2007 年投入産出表(以下 I-0 表)の都市・農村それぞれの消費ベクトルの構成比を用いて分割し、最終的に 42 部門の消費ベクトルを推計した。なお、細かな点であるが、国民所得統計から得られる 10 部門分類の消費ベクトルは購入者価格表示であるのに対し、ここで使用する I-0 表は生産者価格表であるので、I-0 表の商業マージン率 0.082 を適用して購入者価格を生産者価格へ変換をするとともに、部門番号 30 に商業マージンを計上した。生産者価格の 10 部門分類でのそれぞれの部門の消費額は、既に述べたように I-0 表の消費ベクトルの部門間比率で分割した。その際に使用した部門コンバーターは、付表 3 の通りである。次にケース 3 では、上記 10 部門分類による都市ミドルクラスの消費構成額の統計は無いので、『中国城市(鎮)生活與価格年鑑 2010』から、10 部門分類に対応する消費パターン(構成比)を得て、これに総消費額を乗じたものを CT とした。シミュレーションに使用した消費ベクトルは、付表 4 の通りである。

シミュレーション結果は、比例的成長のケース 1 をベースケースとし、ケース 2、ケース 3 と比較するという形式で表 6 に示した。実際の計算はケース 1 とケース 2 については都市・農村別に行い、その結果は付表 5 に示したが、明瞭な結論が導出しにくいいため、ここでは表 6 によって結果を検討する。

まずケース 2 の 2006 年から 2009 年への消費パターンの変化の影響はそれほど際立ってはいないが、消費のウェイトが高まった部門で国内生産が増加し、同時に輸入も増えている。また、一次産品の輸入が農林水産業、食品・タバコ、サービスの一部で増加している。全部門合計では生産増が輸入増を上まわっており、消費パターンの変化は総合的には純国内生産を増大させることがわかる。ケース 3 の総ミドルクラス化のケースではその変化は更に顕著である。国全体の生産増は輸入増を大きく上回り、内需主導型の成長メカニズムが強化される。農林水産業では、生産誘発も輸入誘発も大きいですが、金額としては生産増が輸入増を大きく上回る。繊維・衣服部門も生産誘発と輸入誘発共に大きいですが、金額的には生産増が輸入増を大きく凌駕する。逆に、金融、環境保全、不動産、電気ガス水道などの部門の生産誘発が大きく縮小している。これは、ミドルクラスの消費パターンから想定されていることとは一致しない。その原因として、家計調査の消費項目にはこれらセクターとの対応関係を正確に示す情報がないため、仮定した消費パ

ターンではこれらセクターの消費が過小推計され、他のセクターの消費が過大推

表6 消費のパターン変化の生産・輸入への影響									
2006年の消費パターンを2009年消費額に適用した場合を基準とし、下記の消費パターンを2009年消費額に適用した場合の差額を%で示す。									
I-O部門	2009年消費パターン				2009年都市ミドルクラス消費パターン				
	生産誘発	輸入誘発	直接輸入	生産増- 輸入増 (億元)	生産誘発	輸入誘発	直接輸入	生産増- 輸入増 (億元)	
01	農林水産業	-0.37	-0.62	0.15	-117	14.62	21.86	1.69	4608
02	石炭鉱業	-0.06	0.50	-0.26	-2	-16.06	0.35	-4.36	-441
03	原油天然ガス	0.70	0.67	0.00	7	-7.75	-6.55	0.00	-90
04	金属鉱業	3.36	2.23	0.00	4	1.12	2.78	0.00	-8
05	非金属鉱業	4.21	1.38	0.00	12	0.64	5.54	0.00	-4
06	食品・タバコ	-0.44	-1.63	0.49	-142	29.02	17.72	32.42	9349
07	繊維	0.58	0.58	0.20	36	33.16	28.76	2.02	2043
08	衣服・履き物	0.29	0.52	0.20	27	41.74	18.31	39.59	3929
09	木材加工	3.26	0.72	1.18	38	7.44	5.61	3.23	81
10	製紙・印刷など	0.30	-0.04	1.79	10	9.78	7.89	6.07	345
11	石油精製・核燃料	0.56	0.97	-0.85	31	-6.82	1.33	-18.70	-393
12	化学	4.56	3.93	9.21	648	7.57	6.68	15.93	1070
13	非鉄金属	0.23	0.69	-0.19	4	-11.21	5.43	-3.99	-200
14	金属精錬	2.48	2.12	0.00	120	1.71	2.69	0.00	77
15	金属製品	2.23	0.86	1.18	41	5.11	4.65	3.79	88
16	一般機械	2.89	2.52	0.79	76	0.46	0.91	4.02	5
17	輸送用機械	2.26	0.95	3.20	128	4.85	2.62	7.56	269
18	電気機器	3.24	0.49	8.40	90	2.94	-2.75	19.85	76
19	通信機器	2.61	1.36	3.70	11	4.20	2.50	6.32	8
20	精密機器・オフィス機器	0.64	-0.45	6.52	-3	-13.21	-6.35	3.82	20
21	芸術品・その他製造業	11.73	0.87	10.47	-32	46.62	7.30	40.80	-141
22	スクラップ・廃棄物	2.43	1.49	0.00	6	7.01	6.54	0.00	11
23	電気	-0.64	0.62	0.00	-83	-18.37	7.35	0.00	-2372
24	ガス	-1.61	0.62	0.01	-11	-32.78	7.37	0.17	-210
25	水道	-1.76	0.62	0.01	-13	-30.27	7.37	0.17	-217
26	建設業	2.05	0.65	0.00	12	-24.94	6.63	0.00	-154
27	運輸業	1.40	0.33	2.37	113	6.05	6.73	3.00	485
28	郵便	0.29	0.41	0.23	0	11.62	6.77	1.12	5
29	情報産業	3.17	0.76	2.72	142	6.50	2.83	7.13	285
30	卸・小売り業	0.30	0.61	0.00	42	2.49	7.32	0.00	339
31	ホテル・ケータリング	-10.25	-0.15	-10.62	-781	3.33	1.51	4.81	248
32	金融業	1.47	0.30	1.05	122	-28.16	3.94	-14.70	-2355
33	不動産業	-2.23	0.62	0.00	-313	-42.27	7.36	0.00	-5924
34	リース・ビジネスサービス	-3.87	-0.18	-10.74	-101	6.37	0.51	19.54	159
35	研究開発	1.38	0.64	0.00	0	7.06	6.05	0.00	-5
36	総合技術サービス	0.43	0.62	0.00	2	4.96	7.36	0.00	28
37	環境保全・公共施設	-8.87	0.62	0.00	-484	-57.56	7.36	0.00	-3141
38	対家計サービス	6.49	0.21	4.83	201	20.87	3.73	16.26	642
39	教育	-13.95	0.59	-2.60	-630	-8.61	7.28	-1.93	-394
40	保健・社会サービス	13.30	0.62	1.91	1223	-9.56	7.32	-1.35	-885
41	文化・スポーツ・娯楽	-9.86	-0.43	-6.89	-101	5.08	2.49	6.31	45
42	公共サービス	0.60	0.62	0.00	-1	6.91	7.34	0.00	-12
	計	0.26	1.15	1.24	332	3.71	4.75	12.26	7266

出所)筆者計算。

計されたという可能性がある。修正には、現在より更に詳細な家計消費データが必要となる。このようにシミュレーション分析に限界はあるが、少なくとも、ミ



ドルクラスの出現が、中国経済の成長軌道を外需主導型から内外需両輪の主導型へ導く可能性は示されたと考える。

**【付記】**

本論文は、科学研究費補助金（挑戦的萌芽研究、平成 22 年度～平成 23 年度）による研究「新興アジア経済大国における消費爆発と内需主導型発展メカニズムの創出過程」（課題番号 22653033）の研究成果の一部である。

## 引用文献

- Asian Development Bank (2010) *Key Indicators for Asia and the Pacific 2010*.
- Chan, Kevin, Andrew Shepherd and Carlos da Silva (2005), “Changes in Food Retailing in Asia: Implications of Supermarket Procurement practices for Farmers and Traditional Marketing Systems”, FAO Agricultural Management, Marketing and Finance Occasional Paper 8.
- Deutsche Bank Research (2009) “Emerging Asia’s middle class: A force to be reckoned with,” Asia Current Issues, August 21 (available from <http://www.dbresearch.com>).
- 服部民雄・船津鶴代・鳥居高（編）（2002）『アジア中間層の生成と特質』、研究双書 521、アジア経済研究所。
- Homi Kharas (2010) “The Emerging Middle Class in Developing Countries,” OECD Development Centre Working paper N.285.
- Jaffrelot, Christophe and Peter van der Veer (2008) (eds.) *Pateerns of Moddle Class Consumption in India and China*. Sage Publications.
- 経済産業省（2009）『通商白書 2009』
- 経済産業省（2010）『通商白書 2010』
- 経済産業省（2011）『通商白書 2011』
- McKinsey Global Institute (2006) *Form ‘Made in China’ to ‘Sold in China,’* November, (available from <http://www.mckinsey.com>)
- McKinsey Global Institute (2007) *The ‘Bird of Gold’: The Rise of India’s Consumer Market*, May (available from <http://www.mckinsey.com>)
- みずほ総合研究所（2010）「中間層を核に拡大する A S E A N 消費市場」、みずほレポート(6月9日発行)。
- 大泉啓一郎（2011）『消費するアジアー新興国市場の可能性と不安』、中公新書。
- 大木博巳（2011）『アジアの消費ー明日の市場を探るー』、ジェトロ。
- 高橋俊樹(2010)『世界の消費市場を読むー中間層を軸に広がるビジネスチャンス』、ジェトロ。
- Tan, Ye (2010) “Overestimating the Chinese Middle Class” ([http://www.china.org.cn/opinion/2010-09/03/content\\_20859345.htm](http://www.china.org.cn/opinion/2010-09/03/content_20859345.htm)) .
- Wong, Helen. H (2010) “Definition of Chinese Middle Class” (<http://helenhwong.net/2010/01/the-definiton-of-the-China’s-Middle-Class/Author-of-Chinese-Dream>)
- World Bank (2006) *Global Economic Prospects 2007: Managing the Next Wave of Globalization*.
- 矢作敏行・関根孝・鍾淑玲・畢滔滔（2009）『発展する中国の流通』、白桃書房
- 柳川範之・森直子（2010）「アジアの「内需」を牽引する所得層」N I R Aモノグラフシリーズ No.31.

## 統計書

- (日本) 行政管理庁他共同編集 (1975) 『接続産業連関表 昭和 35-40-45 年』、  
全国統計協会連合会。
- (日本) 総務省統計局 (2006) 『新版日本長期統計総覧』、日本統計協会。
- (中国) 国家統計局 『中国統計年鑑』 各年版。
- (中国) 国家統計局城市社会經濟調査司 (2001) 『中国価格及城鎮居民家庭収支調  
査統計年鑑 2001』
- (中国) 国家統計局国民經濟核算司 (2009) 『2007 年中国投入産出表』
- (中国) 国家統計局城市社会經濟調査司 『中国城市(鎮)生活與価格年鑑』 2007、  
2008、2009、2010 年版
- (中国) 中国連鎖經營協會編 『中国連鎖經營年鑑』 2009、2010 年版

付表1. 日本産業連関表分析用部門コンバーター	
分析用分類	59(一部159)部門分類
01 農業	01 一般作物
	02 工芸作物
02 畜産	03 繊維用畜産
	04 その他畜産養蚕
03 林業	05 林業
04 漁業	06 漁業
05 鉱業	07 石炭・亜炭
	08 鉄鉱石
	09 非鉄金属鉱石
	10 原油・天然ガス
	11 その他鉱業
06 肉・酪農品	12 屠殺・肉・酪農品
07 その他食品	13 水産食品
	14 精穀・製粉
	15 その他食料品
08 飲料・たばこ	16 飲料
	17 タバコ
09 衣服など	21 身の回り品(衣服等)
10 その他繊維製品	18 天然繊維・紡績
	19 化学繊維・紡績
	20 織物・その他繊維製品
11 木・皮革・ゴム加工	22 製材・木製品
	23 家具
	24 パルプ・紙
	25 印刷出版
	26 皮革・皮革製品
	27 ゴム製品
	28 基礎化学製品
12 化学	29 化学繊維原料
	30 その他の化学製品
	31 石油製品
13 石油・石炭製品	32 石炭製品
	33 窯業土石製品
14 窯業土石製品	34 鉄鉄・粗鋼
	35 鉄鋼一次製品
	36 非鉄金属一次製品
	37 金属製品
15 金属	38 一般機械
16 一般機械	3702民生用機械(159部門分類)
17 家電	39 電気機械(3702除く)
18 電気機械(家電除く)	3830自動車(159部門分類)
19 自動車	40 輸送機械(3830除く)
20 輸送機械(自動車除く)	4001住宅新建築(159部門分類)
23 住宅新建築	43 建築(4001除く)
24 建築(住宅除く)	44 土木
25 土木	45 電気
26 電気・ガス・水道	46 都市ガス
	47 水道
	48 商業
27 商業	49 金融・保険
28 金融・保険	50 不動産業
29 不動産業	51 運輸
30 運輸・通信	52 通信
	54 公共サービス
31 公共サービス	8400娯楽サービス(159部門)
32 娯楽サービス	8501飲食店(159部門)
33 飲食店	55 その他サービス(8400, 8501除く)
34 その他サービス	53 公務
35 その他	67 梱包
	57 分類不明
	60 不動産賃料
	66 事務用品

注)右欄は行政管理庁他共同編集(1975)『1960-1965-1970接続表』の部門分類

付表2. 階層別所得と収入	一人あたり年収			一人あたり年支出			(元)
	2000	2005	2009	2000	2005	2009	
最低収入戸10%	2678	3377	5940	2540	3111	4900	
低収入戸10%	3658	5202	8956	3274	4295	6743	
中等偏下収入戸20%	4651	7177	12345	3947	5574	8738	
中等収入戸20%	5930	9886	16858	4794	7308	11309	
中等偏上収入戸20%	7524	13596	23050	5894	9140	14964	
高収入戸10%	9484	19687	31171	7102	12102	19263	
最高収入戸10%	13390	31237	51349	9250	19153	29004	

国家統計局城市社会経済調査司（2010）『中国城市（鎮）生活與価格年鑑』

付表3. 消費部門コンバーター	
国民所得統計の消費分類	I-O 42部門分類
食品	01,06
衣服	07,08
住宅	02,11,13,23,24,25,33
家庭用品・サービス	09,10,12,15,16,18,20,21
医療保健	40,
交通通信	17,19,27,28,29
教育・文化・娯楽	31,34,39,41
金融サービス	32
保健サービス	
その他	37,42

付表4. シミュレーション用消費ベクトル

	家計消費パターン					家計消費ベクター(2009)<数値><億円>				
	2006農村	2009農村	2006都市	2009都市	2009都市ミドル	2009農村	2009都市	2009農村	2009都市	2009合計
						(2006農 ハ°ター)	(2006都 ハ°ター)	(2009農 ハ°ター)	(2009都 ハ°ター)	(2009都 ミドルハ° ター)
01	0.20354	0.20156	0.087719	0.088579	0.117429	5869	8096	5812	8175	14224
02	0.00470	0.00441	0.001137	0.001126	0.000643	136	105	127	104	78
03	0.00000	0.00000	0.000000	0.000000	0.000000	0	0	0	0	0
04	0.00000	0.00000	0.000000	0.000000	0.000000	0	0	0	0	0
05	0.00000	0.00000	0.000000	0.000000	0.000000	0	0	0	0	0
06	0.17365	0.17196	0.179722	0.181483	0.240591	5007	16588	4958	16750	29143
07	0.00806	0.00821	0.004049	0.004046	0.005358	232	374	237	373	649
08	0.04402	0.04487	0.073450	0.073393	0.097183	1269	6779	1294	6774	11772
09	0.00184	0.00219	0.001958	0.002169	0.002602	53	181	63	200	315
10	0.00123	0.00146	0.001667	0.001846	0.002214	35	154	42	170	268
11	0.00487	0.00456	0.012328	0.012209	0.006971	140	1138	132	1127	844
12	0.01100	0.01311	0.008209	0.009093	0.010906	317	758	378	839	1321
13	0.00271	0.00254	0.004314	0.004272	0.002439	78	398	73	394	295
14	0.00000	0.00000	0.000000	0.000000	0.000000	0	0	0	0	0
15	0.00126	0.00150	0.001608	0.001781	0.002137	36	148	43	164	259
16	0.00009	0.00010	0.000283	0.000314	0.000376	3	26	3	29	46
17	0.02158	0.02218	0.025016	0.026085	0.026462	622	2309	640	2408	3205
18	0.00762	0.00909	0.007076	0.007838	0.009402	220	653	262	723	1139
19	0.01856	0.01908	0.019271	0.020095	0.020386	535	1779	550	1855	2469
20	0.00110	0.00131	0.000560	0.000620	0.000744	32	52	38	57	90
21	0.00335	0.00400	0.005649	0.006257	0.007505	97	521	115	577	909
22	0.00000	0.00000	0.000000	0.000000	0.000000	0	0	0	0	0
23	0.02733	0.02562	0.034701	0.034366	0.019621	788	3203	739	3172	2377
24	0.00252	0.00236	0.005176	0.005126	0.002927	73	478	68	473	355
25	0.00278	0.00261	0.005086	0.005037	0.002876	80	469	75	465	348
26	0.00000	0.00000	0.000000	0.000000	0.000000	0	0	0	0	0
27	0.02377	0.02444	0.022997	0.023981	0.024327	685	2123	705	2213	2947
28	0.00034	0.00035	0.000661	0.000690	0.000700	10	61	10	64	85
29	0.02524	0.02594	0.030639	0.031949	0.032411	728	2828	748	2949	3926
30	0.08200	0.08200	0.082000	0.082000	0.082000	2364	7568	2364	7568	9933
31	0.04092	0.03365	0.050985	0.044374	0.051653	1180	4706	970	4096	6257
32	0.01757	0.02415	0.036002	0.035586	0.014079	507	3323	696	3284	1705
33	0.12209	0.11445	0.099612	0.098651	0.056324	3520	9194	3300	9105	6822
34	0.00294	0.00241	0.012946	0.011267	0.013116	85	1195	70	1040	1589
35	0.00000	0.00000	0.000000	0.000000	0.000000	0	0	0	0	0
36	0.00000	0.00000	0.000000	0.000000	0.000000	0	0	0	0	0
37	0.02019	0.01920	0.050494	0.045693	0.017900	582	4660	554	4217	2168
38	0.01174	0.01399	0.015829	0.017533	0.021030	338	1461	403	1618	2547
39	0.04652	0.03825	0.032242	0.028061	0.032665	1341	2976	1103	2590	3957
40	0.06069	0.07500	0.079396	0.088197	0.067748	1750	7328	2163	8140	8206
41	0.00419	0.00345	0.007216	0.006280	0.007310	121	666	99	580	885
42	0.00000	0.00000	0.000000	0.000000	0.000000	0	0	0	0	0
計	1.00000	1.00000	1.000000	0.999999	1.000033	28834	92296	28834	92296	121134

付表 5. シミュレーション結果詳細（都市・農村別）

(1) 2009年の消費額に2006年の消費パターンを適用したケース(ベースケース)									
2006年の比例増大(2006年の消費パターン+2009年の消費額)									
	生産誘発			輸入誘発			直接輸入		
	農村	都市	計	農村	都市	計	農村	都市	計
01	10537	22690	33227	270	824	1093	298	440	738
02	674	2090	2763	29	103	132	18	53	71
03	531	2123	2653	359	1414	1774	16	51	66
04	85	315	400	96	344	441	16	51	66
05	70	250	320	26	90	116	16	51	66
06	7981	25635	33616	149	463	612	213	702	915
07	1282	5191	6473	68	286	354	26	67	93
08	1616	8324	9940	41	164	205	78	383	461
09	266	935	1201	25	88	113	17	56	73
10	830	3007	3837	71	250	321	18	60	78
11	1237	4855	6091	95	327	423	25	123	148
12	3965	13058	17022	628	2112	2741	60	157	218
13	356	1406	1762	23	81	104	17	57	74
14	1142	4112	5254	105	374	479	16	51	66
15	423	1501	1924	34	119	153	17	56	73
16	725	2621	3346	172	614	786	16	55	71
17	1365	4984	6349	106	378	484	75	271	346
18	739	2622	3361	115	422	536	47	144	191
19	607	2146	2754	311	1142	1453	260	863	1124
20	49	162	212	182	641	823	38	87	125
21	30	170	200	93	330	423	83	415	498
22	84	309	393	57	202	259	16	51	66
23	2720	10160	12880	18	62	80	16	51	66
24	84	539	623	18	62	80	16	50	66
25	109	588	697	18	62	80	16	50	66
26	124	471	596	18	64	82	16	51	66
27	1985	6456	8440	69	233	302	41	128	169
28	16	84	100	20	70	90	16	54	71
29	976	3700	4676	31	108	139	45	165	210
30	3257	10600	13858	18	60	78	15	46	61
31	1627	6281	7908	38	131	169	58	221	279
32	1521	6873	8394	25	85	110	19	71	90
33	3795	10204	13999	18	62	80	16	51	66
34	649	2976	3625	190	665	855	34	313	347
35	19	56	75	40	132	172	16	51	66
36	171	516	686	18	62	80	16	51	66
37	619	4829	5447	18	62	80	16	51	66
38	643	2537	3180	26	92	118	24	85	109
39	1391	3134	4524	18	62	80	20	59	79
40	1778	7430	9208	18	62	80	18	59	77
41	195	923	1118	29	101	130	26	108	134
42	-19	-64	-83	18	62	80	16	51	66
計	56252	186797	243049	3721	13070	16791	1846	6007	7852

(2) 2006年から2009年への消費パターン変化の結果(2009年の実態)									
2009年の消費パターン+2009年の消費額									
	生産誘発			輸入誘発			直接輸入		
	農村	都市	計	農村	都市	計	農村	都市	計
01	10411	22694	33104	266	821	1087	295	444	739
02	664	2098	2762	29	103	132	18	53	71
03	536	2136	2672	363	1423	1786	16	51	66
04	90	324	414	100	351	450	16	51	66
05	75	259	334	27	91	118	16	51	66
06	7848	25621	33469	146	456	602	211	709	919
07	1312	5199	6510	69	287	356	26	67	93
08	1648	8321	9969	41	165	206	79	383	462
09	280	960	1240	26	88	114	18	56	74
10	840	3009	3849	71	250	321	18	61	79
11	1246	4879	6125	97	330	427	24	123	147
12	4244	13555	17798	666	2183	2848	69	169	238
13	356	1410	1766	23	81	105	17	57	74
14	1182	4201	5384	108	381	489	16	51	66
15	436	1531	1967	35	120	155	17	57	74
16	756	2687	3443	178	627	806	16	56	72
17	1389	5104	6493	107	382	489	77	280	357
18	781	2690	3470	116	423	539	53	154	207
19	622	2203	2826	317	1156	1472	267	898	1165
20	50	163	213	180	639	819	42	91	133
21	36	187	224	94	333	427	96	454	551
22	87	316	403	58	204	262	16	51	66
23	2661	10136	12797	18	62	81	16	51	66
24	80	534	613	18	62	80	16	50	66
25	103	581	684	18	62	80	16	50	66
26	130	478	608	19	64	83	16	51	66
27	2008	6551	8559	70	233	303	41	131	173
28	16	84	100	20	70	91	16	54	71
29	1003	3822	4824	32	109	140	46	170	216
30	3271	10629	13900	18	61	78	15	46	61
31	1425	5672	7097	38	131	169	51	199	250
32	1711	6807	8518	25	85	110	20	71	91
33	3577	10109	13687	18	62	81	16	51	66
34	639	2846	3485	191	663	854	31	279	310
35	19	57	76	40	133	173	16	51	66
36	171	518	689	18	62	81	16	51	66
37	589	4375	4964	18	62	81	16	51	66
38	706	2681	3387	27	92	118	25	89	114
39	1151	2743	3893	18	63	81	19	58	77
40	2191	8242	10433	18	63	81	18	60	79
41	173	834	1008	29	100	129	24	100	124
42	-19	-65	-83	18	63	81	16	51	66
計	56491	187180	243671	3788	13196	16984	1874	6075	7950



(3) 2009年に全人口がミドルクラス化			
2009年のミドルクラス(中等戸)消費パターン+2009年の消費額			
	生産誘発	輸入誘発	直接輸入
01	38087	1333	750
02	2319	132	68
03	2448	1658	66
04	405	453	66
05	322	123	66
06	43370	720	1211
07	8619	456	95
08	14089	242	644
09	1290	120	76
10	4212	346	82
11	5676	429	120
12	18311	2924	252
13	1564	110	71
14	5343	492	66
15	2022	161	76
16	3361	793	74
17	6656	497	372
18	3460	521	229
19	2869	1489	1195
20	184	771	129
21	294	454	702
22	421	276	66
23	10514	86	66
24	419	86	66
25	486	86	66
26	447	88	66
27	8950	322	174
28	111	96	71
29	4980	143	225
30	14203	84	61
31	8171	172	293
32	6030	114	77
33	8081	86	66
34	3856	860	415
35	80	183	66
36	720	86	66
37	2312	86	66
38	3844	122	127
39	4135	86	77
40	8328	86	76
41	1175	133	142
42	-89	86	66
計	252074	17588	8815