HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	中国遼寧省現地価格調査報告
Author(s)	南川, 高範
Citation	地域経済経営ネットワーク研究センター年報, 7, 63-66
Issue Date	2018-03-30
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/71056
Type	departmental bulletin paper
File Information	073Minamikawa.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

2018 . 3

＜第 2 回研究会＞

中国遼寧省現地価格調査報告

南川　高範

はじめに

本稿は，2017 年 3 月に中国遼寧省で行った現地価格調査の内容と，そこで示唆された中国遼寧省の価格分布に関する特徴についてのものである。中国には，物価に関する経済指標として代表的な消費者物価指数，小売価格指数だけでなく，工業生産者出荷指数，固定資産投資価格指数などが，中国国家統計局により公開されている。これらの指数は，前年を 100 としたときの当年の価格を指数で表したものであり，物価上昇率に相当するものである。これらの各指数は，省，省級市，自治区（以下省と呼称）別の指標も公開されているが，いずれも物価上昇率に相当するものであるため，省間の物価水準の差については情報を含んでいない。仮に特定の年の価格を基準とし，価格の変化に関する累積和の系列を作ったとしても，基準年時点における省間の差が考慮されない指数であることになる。

物価水準に関する指標が公開されてはいないが，省間における物価の差は無視できるほどのものではないと考えられる。現在利用可能な 2015 年時点の名目付加価値生産額の値を概観すると（『2016 年版中国統計年鑑』），最も低い甘粛省の額は最も高い天津市の 4 分の 1 程度である。2015 年の年平均為替レートでドル表記した二地域の付加価値生産額をみると，甘粛省が 4,200 ドル，天津市が 1 万 7,329 ドルという水準である。これは，名目付加価値生産額であるため，物価水準の差も包含した所得の違いであるが，これら二つの地域で，物価水準が無視できるほどの差であるとは考えにくい。こうした中国の物価水準の差に関する



現状の把握を行うことを目的に，遼寧省を対象として，現地調査を行った。この現地調査は，以降 7 月の黒龍江省，10 月の江蘇省の価格調査と合わせて省間価格の差について把握するための予備的な調査でもあり，これらの調査は環日本海経済研究所（ERINA）の研究事業の一環である。

現地調査の対象

今回の現地調査では，中国遼寧省の三つの都市を対象とした。対象地域は日本でも比較的知名度の高い大連，瀋陽という大都市と，瀋陽から高速鉄道（日本の新幹線に相当）で 20 分程度で移動できる小都市の鉄嶺で，それぞれの地域の価格差に注目して調査を行った。『2016 遼寧統計年鑑』によると，人口は瀋陽が最も多く，2015 年時点で 730.4 万人，大連が同 593.6 万人で鉄嶺は同 300.4 万人である。一方同年の名目一人当り付加価値生産額をみると，大連が 11 万 682 元で最も高く，瀋陽が 8 万 7,734 元，鉄嶺が最も低い 2 万 7,885 元である。これはドル表記に直すと大連が 1 万 7,766 ドルで，大体天津市と同水準，鉄嶺市が 4,476 ドルとなり，大体甘粛省と同程度で，

ほぼ中国の最も低い所得水準の省と高い所得水準の省に符合する。また『中国城市統計年鑑』によると面積は，瀋陽が 12,980㎢，大連が 12,574㎢で，鉄嶺市が 12,980㎢と 3 つの地域はほぼ同程度の大きさである。

調査の対象としたのは各都市の中心部であり，都市名と同じ名前の駅の周辺約 1㎢ほどの地域である。調査期間は各都市約 12 時間ほどであり，衣服, 家電, 食品について価格調査を行った。また，調査対象とした三都市に共通して，駅周辺約 1㎢の地域に中高所得者向けの百貨店，スーパーマーケットと低所得者向けの商業地域が同時に存在していることが確認された。調査の結果この二元構造が大都市である瀋陽，大連と地方都市である鉄嶺では異なることを確認した。

さらに，三地域でほぼ同一の品質で，異なる生産要件の下で生産されると考えられるケンタッキーフライドチキンで提供されている商品の価格を比較することで，ある側面からの三都市の価格を比較する。これは『エコノミスト』が考案し毎年公開されている[1)]，ビッグマック指数と同様の考え方に基づいており，ケンタッキーフライドチキンについては，三都市すべてに存在していたことから対象とした。

現地調査の結果

三都市の価格を中高所得者向けの商品価格，低所得者向けの商品価格，交通，特定商品の項目で比較した。ここではすべての商品について瀋陽を 1 としたときの価格比を表している。中高所得者向けの食品衣料の価格を**表 1** に示した。中高所得者向け商品とは, 大連については, 駅付近のショッピングセンター，瀋陽と鉄嶺については，駅周辺の百貨店の価格を表している。瀋陽や大連と鉄嶺では，食品の低価格帯のところで価格差があるものの，高価格帯では差は見られず，衣服については，大連と鉄嶺で価格差が見られないという結果となった。

表 1　中高所得者向け商品価格（瀋陽＝ 1）

	食品低価格帯	食品高価格帯	長袖シャツ
瀋陽	1	1	1
大連	1.00	1.00	0.67
鉄嶺	0.86	1.00	0.67

筆者作成。

スケジュールの関係上家電の調査ができなかった大連を除いた家電商品の価格を**表 2** に示した。洗濯機の調査対象地域では低価格帯の洗濯機については，鉄嶺の洗濯機の方が安価で提供されていたものの，高価格帯の洗濯機については瀋陽の方が安価であった。またテレビについても低価格帯では鉄嶺の商品が安価で販売されていたものの，高価格帯ではほとんど価格差がなかった。コンピュータについては，瀋陽，鉄嶺ともに販売量自体が少なく，主要な価格帯だった低価格帯では，瀋陽と鉄嶺で差はなく，高価格帯では鉄嶺の方が価格が高かった。

一方で，低所得者向けの商品については，価格差は顕著だった（**表 3**）。低所得者向けの商品の調査対象は，瀋陽，大連については駅前大通り地下に広がる小規模商店群を，鉄嶺については，駅前通り付近地上に位置する小規模商店群を対象に調査を行った。瀋陽，大連という大都市では，中心地からの距離が同じ場所の地上と地下で高所得者向け，低所得者向けの二元構造があるのに対して，鉄嶺では中心地からの距離に応じて高所得者

表 2　家電製品の価格（瀋陽＝ 1）

	洗濯機低	洗濯機高	テレビ低	テレビ高	コンピュータ低	コンピュータ高
瀋陽	1	1	1	1	1	1
鉄嶺	0.29	1.20	0.50	0.97	1.00	1.17

筆者作成。

1）The Big Mac index，2017 年 9 月 27 日確認。http://www.economist.com/content/big-mac-index

表 3　低所得者向け商品の価格（瀋陽＝ 1）

	食品低価格帯	食品高価格帯	長袖シャツ
瀋陽	1	1	1
大連	1.00	1.00	0.70
鉄嶺	0.60	0.80	0.40

筆者作成。

向けから低所得者向けに分布していくという二元構造があるという特徴が見られた。瀋陽と大連の間に食品価格の差はなく，鉄嶺の食品価格はそれに比べて低いことが示された。また，長袖のシャツの価格については，瀋陽と鉄嶺で大きく差があり，低所得者向けの衣料品については，瀋陽よりも大連の価格の方が安いことが示された。

こうした点から，低所得者向けの商品については，所得水準と矛盾のない価格設定がされている傾向が見られるものの，商品が豊富なものほど価格帯が広いなどの理由からそうした傾向にあてはまらない商品もある。

都市によって一様に初乗り運賃が決定されているタクシーの料金について調査したところ，タクシーの料金は所得水準と矛盾のない価格比であった。瀋陽を 1 とした場合，大連では 1.11，鉄嶺では 0.56 であった。ただしこの価格比については，あくまで初乗り料金のみであり，現地の研究者にインタビューしたところ，そこからの価格の上がり方などの設定については，会社によって異なる場合があるという。

特定の商品から価格の傾向を見るのは困難であるが，ある程度の価格の傾向を表すと考えられる商品として，ケンタッキーフライドチキンの価格について調査を行った。どの都市の店舗にもあると考えられる数種類の商品について，価格を見たところ，いずれの価格についても，その都市の所得水準の順位と矛盾のないものであった（**表 4**）。個々の商品に対する需要の差から価格比にばらつきはあるものの，ある一面でその地区の住民の購買力を表している可能性がある。同様に，同一商品を同じ生産要件で販売しているスターバックスについては，店舗が所在する瀋陽，大連で確認したところ，価格水準は同じであった。この価格設定は，その後訪れた黒龍江省ハルビン，大慶でも同様であったため，少なくとも所得水準と整合的な価格設定が重視されているわけではないことが考えられる。

結論

中国には異地点間の価格水準の差に関する統計指標が存在しないため，今回現地の価格を地道に追うという方法で，価格差についての情報を収集した。しかし，個人で限られた時間の中で調査を行うには，特定地域 1㎢の範囲について，特定商品の価格を調べることが限界であった。その中で見えてきた傾向として，所得水準の低い都市であっても一部の高所得者が存在するため，高価格帯の商品については，大都市と価格差がないという点がある。これは地方都市の，一部の高所得者を相手にする商取引でも持続的に百貨店が営業できるほどの需要になるという，中国の大きな人口規模のもたらす特徴であると考えられる。また，大都市瀋陽や大連と地方都市鉄嶺で高所得向けの販売と低所得向けの販売の二元構造が異なる特徴を持つことを確認した。大都市瀋陽，大連では中心地からの距離が同じ場所でも，地上と地下という形で二元構造があるのに対して，鉄嶺市では，中心地からの距離に応じて，高所得向け商品から低所得向けに二元構造が分布するという特徴が見られた。さらに，ケンタッキーフライドチキンの価格による，価格水準の比較からも，その地域の

表 4　ケンタッキーフライドチキンの商品価格（瀋陽＝ 1）

	チキン	ポテト	ツイスター	ナゲット	コーラ
瀋陽	1	1	1	1	1
大連	1.05	1.05	1.00	1.06	1.05
鉄嶺	1.00	1.00	0.97	1.00	0.80

筆者作成。

住民の購買力に関する情報を得ることができる可能性がある。この点については，引き続き計画している現地調査で理解を深めたいと考えている。

参考文献

中国統計年鑑（2016），中国統計出版社。
遼寧統計年鑑（2016），中国統計出版社。
中国城市統計年鑑（2010），中国統計出版社。