

## 論 説

## 商品市場に関する試論

—— 中国の義烏雑貨市場を事例にして ——

田 村 安 興  
張 敏\*

## 目次

## 序

1. 商品市場の成立要因
2. 商業統計からみた卸売市場
3. 労働統計からみた義烏市場
4. 義烏市場と經紀人(ブローカー)の役割
5. 義烏市場と価格形成

## 結

## 序

中国浙江省義烏市は人口70万人余の一地方であるが、雑貨を取扱う義烏国際商貿城(別名福田市場)、中国小商品城(衣類・アパレル専門市場)、賓王市場(食品市場)の三つの巨大卸売市場のほかに、建築建材、機械部品、重機などの世界的な大規模卸売市場が立地している。全市が巨大商品市場の中にあると言っても過言ではない。本稿で言う義烏市場とは、特に断っていなければ義烏市の中心的な市場であり、数万店の卸売店舗を有する義烏国際商貿城を指す。

1980年代の義烏市場は一地方市場に過ぎなかったが、今や食品、日用品・雑貨から重機に至るまで100万を超えるアイテムを揃え、世界200カ国以上からバ

イヤーが集まる市場となった。しかも同市場周辺部と後背地の諸県には無数の加工工場が集積しており、2014年現在、雑貨市場だけをとっても取引総額2兆円を超える。人口5000万人余りの省人口の中で、義烏市の人口はわずか2パーセント程度であるが、市場取扱額総額は省内卸売額の30パーセントを占める。義烏市場の例は、商品市場が未発達な市場が短期間にグローバル市場へと発展した一つモデルを我々に示してくれている。

世界一の雑貨市場となった義烏市場に関して、従来一部商社を介して(株)ダイソーなどへの輸入先として日本に知られているにすぎなかったが、日本向けの輸出はさほど多くなく、商圈は今や全世界に拡大している<sup>1</sup>。新興国における生産と消費の爆発的な拡大によって巨大商品市場が生まれる事が、義烏市場の例から確認できる。本稿は、このような義烏市場を事例にして、商品市場の存立要件を検討する事が課題である。

## 1. 商品市場の成立要因

市場とは取引の場だけを指す場合と、抽象的な市場という二重の意味があるが無論それは関連している。一般に市場の機能は価格形成の場、リスク回避の場がその前提である。市場が物理的に存在していなくても買い手と売り手の相互作用も市場取引という場合がある。また、市場取引には現物取引と先物取引があり、現物取引には競売と入札・相対取引がある。

ひとつの商品市場の周辺にはいくつかの階層の市場が存在する。①生産者の市場、②ブローカー市場、③卸売人市場、④バイヤー・小売市場である。以上の階層の中で最も重要であるものは生産である。生産に関する優位性が失われると当該市場の優位性も失われ、市場の存立基盤は喪失する。次いで重要な市

---

<sup>1</sup> 義烏市場を紹介したケーススタディは、陳雲「中国山間部地域の発展課題と経験—『内発的モデル』の義烏バージョン」『龍谷政策学論集第1巻第2号』2012年3月、伊藤亜聖「義烏のジレンマと発展のダイナミクス」三田学会雑誌103巻1号2010年、今井健一・丁可「中国の雑貨産業における高度化」『中国高度化の潮流—産業と企業の変革』調査研究報告書アジア経済研究所、2007 刘建丽 王欣「义乌指数与市场功能创新」『义乌中国小商品城转型升级研究』经济管理出版社、胡国富『义乌科学发展之路』浙江人民出版社 2008年 などがある。

場は卸売業者間の市場である。卸売人市場は卸売市場それ自体のソフトと物的設備、輸送手段、取引コストを含む。したがって売買参加者の取引コストによって市場の優位性が決まる。ブローカー市場は生産者と卸、小売が零細である場合は重要な役割を果たす。

商品市場が局地的市場からより広域的市場へ、さらにグローバル市場に発展するためには必要条件がある。比較優位の商品市場が成立するための必要条件は、集荷過程において優位性を持つ商品が市場周辺に存在すること。交通、通信、施設を含めた市場の物的要素と市場卸売業者の資本的・人的要素が集積しており、従って当該市場が他の流通チャンネルに比して競争力を持っている事。分荷過程においても競争力を持っている事、生産、小売において有力な独占・寡占が存在せず卸優位の流通である事、以上の諸点が卸売市場の存立のための前提である。

以上の要素を比較優位性をもった市場が存立するための要件とすれば、それらの要素が多少なりとも減少すれば、市場の存立基盤は後退する。卸は巨大メーカーや大手小売業者によって排除され、やがて市場はその役割を終える。市場そのものは流通の物的な要素にすぎないものであり、生産過程と小売の独占・寡占によって、卸は減少、排除もしくは変質せざるを得ない。

マーシャルはかつて『経済学原理』において「一方の極端には世界市場があつて競争は地球上のあらゆる部分から直接に作用する。他の極端には片田舎の市場があつて遠方からの直接の競争はここには入ってこない。ただし間接に波及する競争はかかる市場にさへ<sup>ママ</sup>も及ぶ。大多数の市場はかれら両極端のほぼ中間に位する。経済学者・実業家の研究を要するは即ちこの市場である。」<sup>2</sup>と述べた。

市場をとりまく歴史的な影響によって、実際の市場形態は、需給の寡占・独占や様々な混合形態やモデルがありうる。一物一価が成立するためには、その商品が世界規模の自由な競争が行われている事、市場買参人、生産者、仲卸、ブローカー等市場をとりまく関係者による独占・寡占がなく、自由な競争が保

<sup>2</sup> マーシャル『経済学原理分冊3』1925年4月改造社版17頁

証されている事、市場の公的・私的な規制が少なく商品の完全な代替可能性があること、市場価格情報の完全な公開、自由な参入と退出の保証がある場合などに限られるが、そのような市場は現実には少ない。

従来の市場理論では、経済学と商学のそれぞれの側面に関する研究は多くの蓄積があるが、その両面を見据えた労作はさほど多くない<sup>3</sup>。

実態経済において一物一価の条件が成立するためには、売買参加者の合理的経済行動、生産用途の転用が容易、貨幣中立性、国家干渉がないなどの条件が妥当する時、完全競争市場が成立されるとされてきた。しかし、純粹理論の中ではともかく、実際の経済行動の中において一物一価なる条件は虚構ではなかったのか。卸売市場においては通常多くのアイテムが売買参加者と取引されている。一物一価が実現するかに見えても実は一物多価であり、全く同一の商品であっても卸段階において異なる価格で取引されている。生鮮食品の相對・セリ取引は無論の事、雑貨においても取引量に応じて卸の販売価格が異なる。e-コマースが実現しても完全な一物一価で売買されてはいない。商品が均質であり、最も一物一価に近いと考えられていた金融市場であるが、現実の世界の株式市場において、絶えず無数の取引が行われている。あらゆる市場では一物一価ではなく一物多価、一物個価とも言える。一般に、証券、貴金属市場など高度に組織化された市場は均衡市場であり、その対極が生鮮野菜市場であるとされるが、いずれも厳密な意味の一物一価が成立しているわけではない。

市場経済の初期においては、公的規制と産業保護策によって市場が成立する側面が少なからずある。メーカー、卸、小売による情報の独占・寡占化が進むと、小規模卸、仲卸、ブローカーを抱えた市場はその存立意義を失う傾向がある。また新興国では卸機能の肥大化傾向がみられる。

あらゆる商品市場は商品の物的、資源的、社会的性格によってそれぞれ特質を持っている。総じて、雑貨に代表される商品市場は、生産、流通、価格形成に関して、最も独占、寡占化が少ない。葉物野菜、果実などの生鮮食品もこれに含まれる。その対極にある市場が、金融、貴金属、原油などである。このよ

<sup>3</sup> 斎藤一夫「市場についての覚書」『農業総合研究8巻1号』（1954年1月）

うに商品卸売市場には素材ごとにいくつかの特徴がある。第一に、原油市場の様な地域的、政治的な影響に左右されやすい商品は価格支配力を持つ勢力に依存する。石油メジャー、OPEC、新興資源国の寡占時代を経て、国際先物石油市場が形成されるような寡占市場である。石油のような商品は、卸の価格差は次第に平準化される。第二に、食品は、生産費の地域別格差が大きい。先物価格形成に強みを持つCBOT（シカゴ商品取引所）は、交通の要衝と生産地の外延部に設置された歴史ある市場である。取引所の集分荷機能が変化すると市場の役割も変質せざるをえなかった。第三に、義烏雑貨市場にみられる様に、商品が常に入れ替わり、長期安定的に供給される市場がある。

F.A.ハイエクは自由市場において、価格競争で優位にある生産を妨げられないが、その競争は中央の指示では決して生み出すことができない、ただし「大部分の経済活動部門においては、この状態がほぼ完璧に達成される事は決してなかった。」<sup>4</sup>と附言する事を忘れなかった。市場経済における政府の役割は、市場メカニズムが働かない分野、つまり市場の失敗を是正することであるが、中国は20世紀前半のドイツや日本の様に、統制型市場経済をつくった<sup>5</sup>。

1980年代、旧計画経済の国々は、チューネン“孤立国”モデルを彷彿とさせる初期市場の形態が各地で見られたが、そのような市場が短期間で巨大市場に変貌するものが現れた。就中、中国では広大な国内市場の存在と市場間競争、産地形成の結果、21世紀初頭において世界的な商品市場が形成されてきた。社会主義市場経済と自称するシステムは1980年代の中華人民共和国が導入した経済体制であり、市場経済を通じて社会主義を実現するとされた。

取引の場としての卸売市場とは卸売商が販売し、小売・売買参加者が商品を求める場である。洋の東西を問わず特定の区域以外での市場は統制された期間があった。1970年代までの中国では、自由市場は禁止であり、貨幣経済の発展

<sup>4</sup> F.A.ハイエク『ハイエク全集第10巻・法と立法と自由』邦訳版 春秋社 107-108頁

<sup>5</sup> 統制型市場は19世紀から20世紀初頭において欧米食品市場にみられ、日本では20世紀前半に軍と内務省、農林省が主導して市場制度が導入された。日本では戦前戦後の統制経済を経て官僚主導型、規制が強い市場制度が維持されてきた日本の中央市場制度は内務省、軍主導で企画され、米穀法同様、統制的性格をもち、かつ以後半世紀以上この制度が維持された世界でもまれな制度である。田村安興『日本中央市場史研究』1994年清文堂。

図表1 商品別市場の特質

	雑貨	衣類	穀物	原油	生鮮食品	木材	金属
供給側の独占・寡占	×	×	×	○	×	×	○
卸売業の独占・寡占	×	×	△	○	×	×	○

も抑制された。したがって、中国など旧社会主義圏の市場は初期的なものしか許されておらず、他のアジア諸国と比較しても大きな格差があった。1980年以降における中国で行われた実験は、党と政府の権威によって支えられた開発独裁型市場経済であった。そのような制度設計は今日まで矛盾を孕みながら成功してきたかのように見なされてきた。

中国が改革開放政策を開始した1980年代、国務院の一行が、市場経済の設計をするヒントを得ようと高知県などを視察した。彼らが一番注目したものは、日本ではさほどの存在感がない土地開発公社であった。中国地方政府の土地再開発部局は日本の土地開発公社とは、結果として似て非なるものになった。すなわち、土地に関するすべての権限を有する地方政府が土地を転売する事によって得た資金によって大規模なインフラ投資を行うシステムであった。中国の地方政府は、土地取引によって得た資金力によって市場経済の循環をつくった。狭義の市場建設もその一つである。雑貨市場の優位性を決定する最も基本的な要素は、商品の競争力であり、それを決定するのは安価で優秀な労働力である。

義烏市場の強みは、卓越した荷引力と荷捌き能力にある。換言すれば集荷・分荷力が極めて大きい事が同市場の競争力である。そのことが、20年間以上の間、市場取扱い額が右肩上がりに上昇した理由である。市場の競争力を構成するものは、1. 商品生産の競争力（価格、品質、量、資本、労働力）、2. 取引の場としての市場自体の整備、3. 買受人の分荷力である。集荷の中でも重要な要素は、競争力がある商品を安定的に市場に供給できるか否かである。しかも適正価格と品質、数量、品揃えが必要であるが、当該市場の強みは膨大な加工業者が周辺部に集積した事であった。

市場経済を導入した中国では市場間競争を経て世界的市場が生まれた。その

市場の中には世界的な市場が形成されている。例えば、模造宝石、漢方薬、木材、建材、衣服、食品、雑貨などである。いずれも地方政府が開設主体となり、卸売業者は政府と同業者団体の許認可を必要とする。ただし市場価格の形成に関して政府の介入はなく、生産者、卸売業者、輸出業者の需給関係が保たれている。中国が標榜する「社会主義的市場経済」の強みは、政府主導で構築した公設市場を拠点にして、世界に商品を安価に輸出するシステムであった。義烏市場は1990年代以降、多品目、大量に安価な雑貨を供給する世界市場となった。

先進国の雑貨はブランド力を形成したメーカーしか存続し得なくなっている。雑貨・衣料の大量・低価格商品は先進国から新興国に常に移動してきた。義烏市場は低価格製品の分野に登場した史上まれにみる巨大な市場となり、すでに世界のこの分野では、新興国、途上国、先進国を問わず、現地の商品を駆逐してグローバル商品市場としての地位を築くに至った。

義烏市場に展示される商品は、企業による市場細分化や先端型のマスマーケティング戦略とは対極をなす商品群である。すなわち大量生産によるコストダウン、単一製品による流通の効率化、市場全体に向けた単一的な広告により、市場シェアを一気に確保してしまうような戦略ではなく、市場周辺に立地する多くの中小零細工場を通じて、無数のアイテムの商品を大量生産するマスマーケティング戦略である。しかも商品はオンリーワンとは言い難い商品である。市場をとりまく諸要素、商品群と卸、ブローカー、生産者は不断の競争によって淘汰され、かつ安価で優秀な労働力が補充されるために低価格商品の生産は拡大し続けた。義烏市場それ自体が市場のイノベーションであった。

## 2. 商業統計からみる中国の卸売市場

中国の卸、小売売上高は2007年～2011年のわずか5年間で3倍となった。図表2、3は中国省別商業統計である。卸、小売の特化係数は、大都市を抱え、農村部人口が少ない北京市、上海市、天津市が際立って大きい数値を示している。それら直轄都市は卸、小売機能が集中しており、消費地卸と小売機能が集中しているためである。特に上海市、北京市の卸特化係数は8を上回っており、

消費地市場が広く展開している事を伺う事が出来る。『中國統計年鑑』によれば浙江省の一人当たり省別 GDP と卸の集積度は、上海市、北京市、天津市に次ぐ水準である。農村部を含む省の中では浙江省がトップである。浙江省、江蘇省はこれら直轄市につぐ高い数値を示している。これはこの両省が上海市という巨大なマーケットの周辺に位置しているためである。1990年代初頭、長江を巨龍と見なし、その龍頭にある上海市の再開発が進んだ。もともと国際的商業都市であった上海市周辺には分厚い産業拠点が集積した。上海市の外延部である浙江省、江蘇省において卸特化係数が高い事は、義烏市場の様な産地市場、産地卸が上海市周辺に形成されたためであろう。

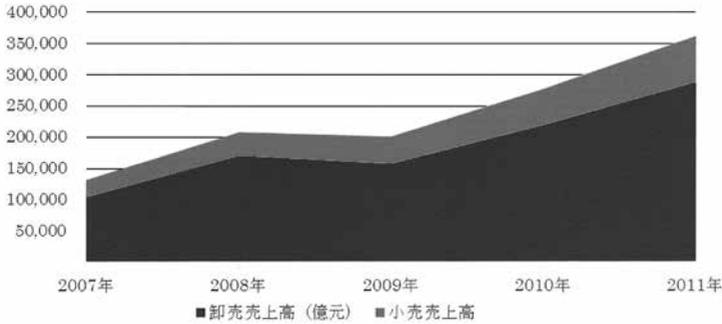
W/R 比率の計算式は厳密には、(卸売業販売額 - 産業用販売額 - 海外販売額) ÷ 小売業販売額であるが、ここでは多少の誤差があるが、卸売業販売額 ÷ 小売業販売額を用いている。日本の W/R 比率はかつて 4 以上であったが現在は 3 を切るまで減少した。一方でアメリカは 2 を下回っている。中国は商品分類別、地域別に大きな相違があるが、概ね 4 に近く、かつ地域差がある。浙江省は大都市圏に次いで W/R 比率が高く、産地卸を複数経て流通する事を意味している。

### 3. 労働統計よりみた義烏市場

フィリップス曲線は、失業率の低下とインフレ率の上昇という短期の右下がりの関係があるとされる。ただし、①インフレ率と失業率が中長期的に低下する時期。②期待インフレ率の低下する時期。③短期的に供給ショックなどの外部要因がある場合、などによって影響される。さまざまな要因によってインフレーションと失業のトレードオフ関係が無くなる場合がありうる。フィリップス曲線は経済成長率、インフレ率、失業率のほかに、就業者数自体の統計の問題、労働力移動の制限などによってもフィリップス曲線は変動する<sup>6</sup>。

<sup>6</sup> 長期のフィリップス曲線は、インフレ率と失業率には逆相関の関係はない、垂直になると主張するマネタリストらの主張、ポール・クルーグマンらの、低インフレからデフレ領域においては長期においてもフィリップス曲線が右下がりとなるとする主張があるが、中国の統計ではこれらの主張はいずれも正鵠を得ていない。

図表2 中国小売・卸売上高



	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
卸売業売上高	105,620	170,260	157,835	219,121	288,701
小売業売上高	27,121	37,970	43,332	57,515	71,825

『中国統計年鑑』2012年、一定規模以上卸・小売業（億元）

図表3 中国省別卸・小売統計一覧

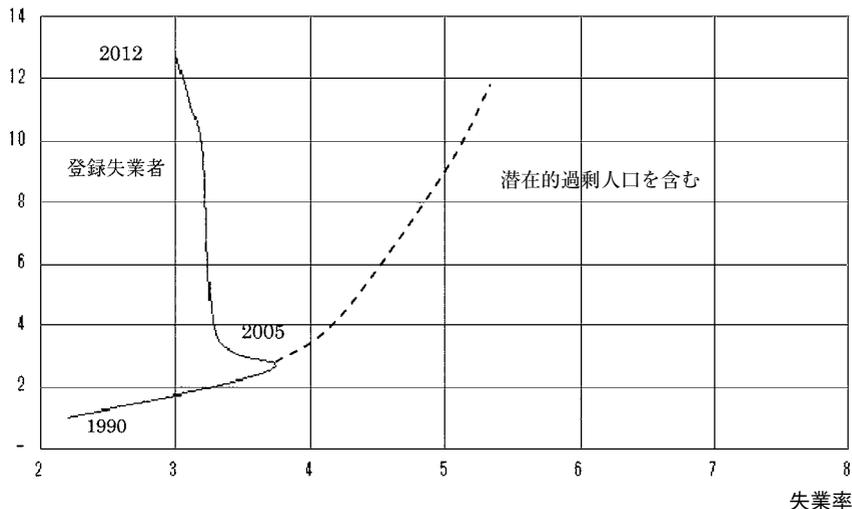
	卸売販売額	小売販売額	W/R 比率	卸特化係数	小売特化係数
全 国	257,890	71,825	3.6	1.0	1.0
北 京	33,294	5,951	5.6	8.6	5.5
天 津	14,962	1,635	9.2	5.7	2.3
河 北	5,810	1,685	3.4	0.4	0.4
山 西	5,623	1,679	3.3	0.8	0.9
内 蒙 古	2,057	1,429	1.4	0.4	1.1
遼 寧	10,798	2,876	3.8	1.3	1.2
吉 林	1,555	1,175	1.3	0.3	0.8
黑 竜 江	3,163	1,130	2.8	0.4	0.6
上 海	36,253	4,462	8.1	8.0	3.5
江 蘇	23,805	6,249	3.8	1.6	1.5
浙 江	22,365	5,271	4.2	2.1	1.8
安 徽	4,139	1,890	2.2	0.4	0.6
福 建	8,234	2,549	3.2	1.2	1.3
江 西	1,576	759	2.1	0.2	0.3
山 東	13,142	6,662	2.0	0.7	1.3
河 南	4,741	2,628	1.8	0.3	0.5
湖 北	6,241	2,992	2.1	0.6	1.0
湖 南	2,573	2,399	1.1	0.2	0.7
広 東	28,962	6,988	4.1	1.4	1.2
広 西	2,285	821	2.8	0.3	0.3
海 南	1,067	425	2.5	0.6	0.9
重 慶	5,159	1,950	2.6	0.9	1.2
四 川	4,363	3,048	1.4	0.3	0.7
貴 州	1,212	676	1.8	0.2	0.4
雲 南	3,715	1,240	3.0	0.4	0.5
甘 肅	3,602	1,640	2.2	0.5	0.8
青 海	2,063	525	3.9	0.4	0.4
寧 夏	489	107	4.6	0.4	0.3
新 疆	495	259	1.9	0.4	0.8

(億元)

(億元)

図表4 浙江省のフィリップス曲線

インフレ率



実線の失業者は登録失業者、浙江省賃金は暦年農村純収入推移『中国統計年鑑』より作成

先行研究では、中国の物価上昇と失業率にはほとんど関係がないと言われてきた。中国の失業率は、公式失業率だけでも90年代前半までは3%台の前半であったものが、後半から増加しはじめ、05年から09年まで4.0%~4.3%の間で推移している。したがって中国の公式の失業率は決して高くはない。公表統計の制限はあるが、試みにフィリップス曲線を実線で示した。

図表4に示したように、中国のフィリップス曲線は、1990年代において、失業率の上昇と物価上昇は正の相関がある。2000年代に入ると失業率は低下するが、物価は上昇する。すなわち、公式統計から見たフィリップス曲線は1990年代は右上がり、2000年代以降左上方であり、右下がりの通常の関係は観測されない。ただし統計上には表れない潜在的過剰人口を含む実際の失業率を考慮すると、フィリップス曲線は一貫して右肩上がりになると推定される。

浙江省は義烏市場に代表されるような市場が存在するために農村工業が発展し、出稼ぎ工、農民工の雇用が他の省より多い。しかし、潜在的過剰人口を含めた実質的な失業率は2000年以降も増加しておりそれを点線で示した。十分な

労働力が供給され続けていることが義烏市場の強みでもある。

中国の農民戸籍を有する国民一人当たり純収入に関して、義烏市が立地する浙江省の農村賃金は隣接する上海市と全国平均の間である。

政治都市である北京市の登録失業率は低い。大商工業都市である上海に隣接する浙江省、江蘇省の二省の就業者は多く、この二省は上海の労働市場の補完的役割を果たしているといえよう。

図表5は人口比でみた就業者の特化係数である。雑貨市場の競争力を決定するものは安価で優秀な労働力である。浙江省は北京、上海について就業者の特化係数が高い。すなわち、人口比でみた就業者数が多い。

同表の特化係数の母数、就業者はいわゆる登録失業者数のみの数値である。中国の失業者には、農村戸籍の者は除かれており、農村からの出稼ぎ労働者を含めるとこの数値よりはるかに多い。

低価格雑貨商品の競争力を維持するためには安価で豊富な労働者の供給が不可欠であった。中国は農村戸籍を有するものは都市への定住が許されず、労働の移動は制限されている。しかし、義烏市場周辺の県、市は山村からの出稼ぎを奨励し、助成金をつけて義烏市場周辺の労働力補充に力を入れてきた。

今日では義烏市場周辺部の加工業の主な担い手は出稼ぎ労働者である。歴史的に浙江省では手工業の伝統があり、かつ農家副業としての生産者の層が形成されている。義烏市場が拡大するとともに、市場に出荷する生産者の立地は義烏市内の市場周辺部から郊外の農村へと広がり、市場から距離が離れた地域に主要生産地が拡大した。不足する労働力を補充するために、労働力移動の制限を撤廃して山村からの出稼ぎ労働を奨励し、奨励金を地方政府は拠出した。これによって100万人以上ともいわれている山村の低賃金労働者が大量に流入し、市場生産拠点の労働力が補充された。このことが労働市場から見た市場の強みである。

公表統計上の中国農村人口は2012年時点で6億4千万人であり、人口構成比は47パーセントを占めている。ただし山村の潜在的過剰人口は数億人といわれている。農村から都市（城鎮）への戸籍移動の自由はなく、労働市場は政府によって原則的にコントロールされている。

図表5 省別就業者特化係数

全 国	1.00
北 京	2.30
天 津	1.10
河 北	0.63
山 西	0.73
内モンゴル	0.96
遼 寧	1.29
吉 林	0.99
黒竜江	0.92
上 海	2.05
江 蘇	1.75
浙 江	1.88
安 徽	0.72
福 建	1.27
江 西	0.91
山 東	0.95
河 南	0.65
湖 北	1.00
湖 南	0.77
広 東	1.21
広 西	0.68
海 南	0.95
重 慶	1.15
四 川	0.70
貴 州	0.48
雲 南	0.80
チベット	1.06
陝 西	0.81
甘 肅	0.62
青 海	0.87
寧 夏	1.07
新 疆	0.74

省別人口に対する就業者特化係数。就業者は以下の合計。民営企業就業，投資者，個人経営就業，都市・農村民営企業と個人企業，民営企業と個人企業，城鎮単位企業，自営業者経営者を含む。政府機関を除く。『中国統計年鑑』2012年

移動の自由が制限されている農村には膨大な余剰人員が滞留している<sup>7</sup>。農村には下崗（一時帰休者）状態にある実質的な失業者達がいるが公式統計上の失業者には入らない。下崗とは国営企業との契約は残っているものの、雇用を失った労働者である。

2012年『中国統計年鑑』によると全中国の流動人口は2億3千万人であり、人口構成比の中の17パーセント、推定就業者比では約36パーセントである。義烏市の人口が70万人余りである事を考慮すると、100万人と言われる義烏市場周辺への出稼ぎ労働者の数は中国の平均値と比較してもはるかに多い。

中国において統計上失業者に分類されるのは、都市戸籍を持つ者のみある。すなわち統計上の失業者とは、失業保険に加入する都市部の都市戸籍を持つ労働者であり、かつその中でも男性は16～50歳、女性は16～45歳である。都市部の出稼ぎ労働者（農民工）はこれに含まれていない。都市戸籍を持つ労働者はわずか2億1千万人に過ぎず、就業人口7億9千万人と比較しても大きな乖離がある。2000年以降急激な賃金の上昇があったが、これは主に都市部の技能を持ったホワイトカラーに限られた。毎年の新規労働力さえ、雇用が吸収できていないことは政策当局も認識しており、そのために経済成長が重要な政策目標とされてきたのである。

#### 4. 義烏市場と經紀人（ブローカー）の役割

あらゆる市場には市場立地の優位性がなければ存立せず、存立意義を失い、市場存続のためには合理的な存立基盤が必要である。商品市場には直接的生産地と流通拠点に近く、かつその生産地が競争力を有し、売買参加者の参入障壁が低いことが条件となる。

一般に市場が立地するためには集荷、分荷、ハード、インフラ、情報、輸送などに関する条件が重要である。市場が成立するためには他の流通チャンネルに

---

<sup>7</sup> 中国の雇用問題の蓄積は数多いが、Qin Xiaoli「中国失業統計における定義及び性別表章の検討」『統計学』第88号2005年3月、王雷軒「中国の失業率統計」『金融市場』2010年6月号農林中金総合研究所

比して、以上の様な集荷・分荷機能と市場機能の優位性がなければ市場は成り立たない。商品市場は生産、ストック、集荷、取引、情報、価格決定、分荷、配送という商品流通の各段階の中心であり、それら流通の各段階における利便性と優位性が市場成立のための条件である。加えて顧客ニーズの把握、原材料確保まで卸が行っている場合がある。

市場を類型化すると、生産地とその周辺に立地する産地市場、大消費地に立地する消費地市場、産地から仕入れ広域に転送するための転送市場、という三類型、およびそれらの複合した市場がありうる。

商品の性格と政府の規制、生産者と小売、仲卸の集積度によっても市場立地は影響される。生産者が零細分散し、生産地が集積している場合、市場の機能は最も重要となる。逆に生産、小売の寡占・独占化、産地市場機能の減少によって市場の存立は影響される。市場の存立は商品の性格によっても依存する。生鮮食品、雑貨などアイテム数が非常に多く、生産、流通、小売が零細である場合、市場機能は重要な役割を果たす。逆に商品のアイテムが少なく、商品の寡占・独占が進むと、零細な卸は淘汰され巨大化する卸が生まれる。

中国の市場流通を媒介する担い手の中で、特徴的である者は經紀人の存在である。“經紀人”という言葉の意味は仲卸人、ブローカーである。彼らの業務は、①市場卸売会社からニーズをさぐる ②卸から委託された原料を加工者に渡す③商品の品質管理 ④顧客への輸送手配 ⑤受託加工先の人材確保、手配 ⑥受託加工 以上である。

經紀人の業務はこのように多岐にわたる。ただし、商品の企画、原材料の仕入れは市場内卸売商人が行う。

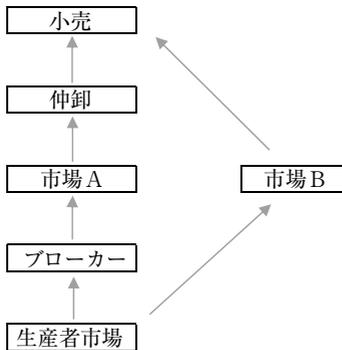
義烏市場は、ブローカーである經紀人と卸売業者の分厚い層が形成されており、彼らが流通の隙間を補ってきた。經紀人は自己資本がなくとも仕事が始められる仲介業者であるため新規参入者が多く、生産者同様に經紀人も能力によって淘汰され、成功して大きな企業家となったものもある。經紀人は商品情報、原料仕入、消費者ニーズの把握、生産者情報を有している。これに加えて、中国社会にあっては地方政府職員、村幹部宋族との強い繋がりが不可欠である。經紀人がそれらを兼ねている場合もある。

經紀人の様な存在は、古今東西あらゆる市場においてみられるブローカーであり、彼らは卸売会社・商社へと業務を拡大した。中国では經紀人と総称されている。1980年以降、中国における市場制度を補完する者はこの經紀人であった。經紀人の総数は全中国では数百万人ともいわれている<sup>8</sup>。その分野はあらゆる職種に及んでいる。ブローカーによる市場機能の補完は、中国のみならずあらゆる初期市場にみられる。日本においても木炭、野菜、果実、家畜など、多くの商品市場においてブローカー、仲買人が大きな役割を果たしてきたが、20世紀初頭以降ブローカーは排除されてその役割は変質した。市場経済導入以降の中国は、ブローカーを規制、制限せず、これに依拠して市場経済化を進めてきた。義烏市場は極めて限定的空間においてブローカーが重要な役割を果たしている事例である。

図表6は雑貨市場の物流過程を示した。

市場A 販売価格 - (仕入れ価格 + 卸利潤) > 市場Aからの仕入れ価格 - (ブローカー手数料 + 生産者委託料 + 原材料費 + 倉庫配送費) が、数量、価格、品質とも安定的に成立することが市場存立と市場取引優位性を維持するための条件である。

図表6 雑貨市場の物流



<sup>8</sup> ひとつの事例研究は張馨元「中国のトウモロコシ流通市場における『經紀人』の役割 吉林省の事例」『アジア研究』Vol. 56, No. 5, 2010, 10

また、仲卸・小売など売買参加者が市場Aを利用する条件は、市場Bなど他市場、生産者から直接仕入れるより仕入れ価格が安い場合に限られる。

市場利用の経費、ハード、配送、仕入れ経費を含む市場利用経費、商品の品揃え、品質、など市場自体の魅力如何が買い出し人の吸引力を決定し、それが市場間競争の源泉となる。

義烏市場の発展を支えてきたものは義烏市周辺の雑貨生産拠点の形成と地方政府による振興策が重要な意味をもった。図表7は義烏市周辺部の諸県における委託加工工場、従業者、經紀人の一部である。一瞥するだけで分厚い生産者が組織されていることを示している。

図表7 義烏市場出荷業者の一部

蘭溪市行政区別	委託加工ブローカー	委託加工企業数	工場数	従業者数
霊洞郷	22		15	2,010
水亭郷	33	9	17	2,400
柏社郷	83	15	35	4,500
横溪鎮	43	12	6	2,500
游埠鎮	55		13	4,503
諸葛鎮	49	10	28	4,520
黄店鎮	50			4,400
梅江鎮	57			3,000
蘭江街道	107	17	41	
雲山街道	78			9,000
上華街道	40			
永昌街道	63	19	11	
その他	220	82	166	

	經紀人数	加工企業数	工場数	従業者数
蘭溪市	900	190	300	70,000
松陽県	157	49		15,600
龍泉市	190	11		20,000
逐昌県	400			20,000
浦江県	650			27,000
慶元県	230			32,000
武義県	900		2,019	40,000

義烏市場紹介資料(義烏市場弁公室)より作成

義烏市場の生産拠点である松陽県政府の事例では、加工業就業者と經紀人に資金面の奨励金制度を実施している。県政府からの補助金対象になる者は農民の増収に貢献する加工団体や個人である。また、彼らが使用する加工工場家賃の奨励金もある。

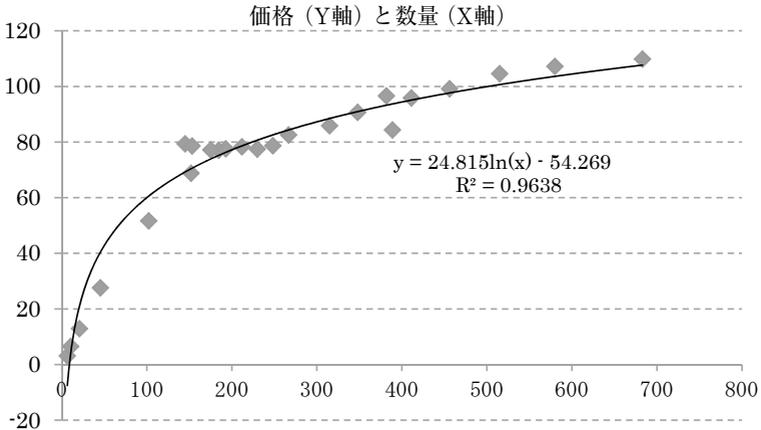
2013年において、松陽県政府から支払われた奨励制度は以下の通りである。加工業者への奨励金は手工業の場合、生産額に応じて0.5万元から2万元、機械工業の場合、1万元から3万元が支払われる。優秀加工者には500元が支払われ、その他、団体加工用場所、家賃の補助制度、加工場が標準化に達するまで2.5万元の助成制度がある。

## 5. 義烏市場と価格形成

義烏雑貨市場に上場される商品の多くは比較的安価な必需品であるために、需要の価格弾力性は一般に非弾力的である。本来の商品の性格は、価格が多少変動しても価格の変化ほどに需要は変化しないものであり、供給量も然りである。ただし義烏雑貨市場が供給する雑貨の場合、低価格、高品質、品ぞろえ、供給量があるために極めて競争力がある。豊富な労働力と工場・設備が絶えず注入されてきた。そのために世界の雑貨市場の中において新たな市場を形成してきた。ただし今後もこの傾向が継続するかという疑問である。例えば、①外延部の農村へと拡大した義烏市場の生産能力と資本の集積・人的物的能力が飽和状態になる・②義烏市場以上の競争力を持った市場ができる・③低賃金に依拠してきた周辺の賃金が上昇する・④市場への公的統制が厳しくなる・そのような事態が生ずれば義烏市場は普通の雑貨市場となり、供給の価格弾力性も変化する。

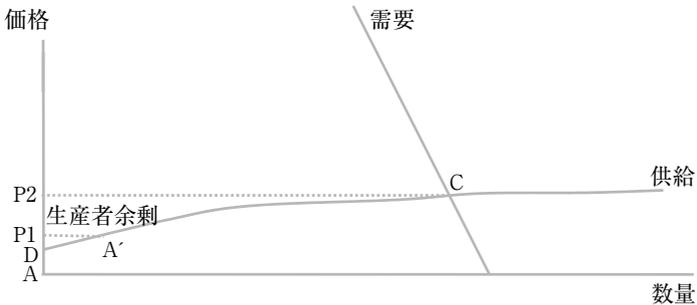
図表8、9は初期義烏市場の価格形成モデルである。この価格と数量の関係から供給曲線の価格弾力性は大きいと推察される。生産余剰の中で、直接委託加工する労働者に支払われる加工賃はA'-D-PIにすぎない。その他の生産余剰は經紀人、市場管理者、輸送業者、村行政政府側にある。加工者へ支払われる価格は、最低賃金者が周辺の山村から流入し続けるためにほとんど上昇しない。

図表 8 義烏市場の価格と数量



『中国統計年鑑』、『義烏市国民経済和社会発展統計公報』『義烏市城郷建設志』より作成

図表 9 義烏市場の需給モデル



日本の成長期と同様、高成長が続く中国の卸売物価はかつての日本と同様に比較的安定的であり、市場卸売価格は消費者物価ほど高騰しない。そのことが市場価格の価格安定と大量、多種類供給を保証している。買参人の増加に併せて供給量、需要量は増加するとしても生産余剰は増加する。市場卸売価格が、買出人にとって適正であり、品質が保証される限り市場は存立する。

当該市場の価格形成は需給が一致する C で決定され、卸売価格が決定される。右肩上がりの需要に応じて商品供給力は増加する余地がある。ただし、加工費価格は高騰しないために生産余剰の増加分は直接的生産者より、經紀人、卸売

会社、市場開設主体である政府の側にある。低賃金の出稼ぎ労働者は常に過剰であるためである。經紀人が設定する任意の価格の時に生産者は任意の量を供給する。かつ任意の賃金で雇用される生産者は補充される。義烏市場において最も競争力がある商品は依然としてこのような性格を持つ手工業製品である。

数百年の歴史を持つシカゴ穀物市場、チャオプラヤ川流域に広がるバンコクの米穀市場、藩政時代から成立した京阪神の青物市場、日本各地の水産物産地市場などは、いずれも市場が立地する地域において、比較優位性をもった産地としての強みがあったからこそ成立した。義烏市場も然りであったが、義烏市周辺に分布する手工業生産地が後退するなら、義烏市場は存立意義を失い、平凡な一地方市場となるであろう。

## 結

義烏市場の競争力は以下の事がある。1. 政府・党主導であること。しかも地方政府の政策と財政支援によって市場の在り方が左右されてきた事。2. 自由競争と大量流通、大量生産を前提とする市場にあっては、数百万人といわれる膨大な数のブローカーと卸がリスクを補っている事。3. それら前近代的な流通組織を政府が財政的、制度的に支援しており、地方政府主導で生産余剰を分配している事。4. 本来、利益を追求しないはずの地方政府が生産余剰の拡大をめざし、卸売会社の設立、株式上場に関与して利益優先の政策をとってきたこと。5. 卸売関係の業者と政府が生産余剰の大半を得、農家副業による手工業者の手取りは最低水準に保たれている事。6. 直接的商品生産の低賃金構造は地方政府による人口流動化策によって支えられており、それらのことが市場の競争力の源泉になっている。

中国において、このような事は雑貨市場にだけ特有なものではなく、農産品をはじめ各種商品市場でも生じていた。中国の場合、政府・党主導型で進められ、經紀人といわれるブローカーが市場の不確実性を埋めるものとして機能した。しかも労働市場において低賃金労働者の不断の供給によって市場の競争力が保たれている事も特筆すべきである。

地方政府と党によって統括された土地と富を背景にした統制型市場の実態は、実はかつての日本やドイツよりも自由度が高い制度であった。しかし今やその矛盾はピークに達している。雇用と就業構造も矛盾の中で最たるものであり、制度疲労が散見される。直接的生産者が、地方政府、卸売業者、ブローカーらによって搾取され、低賃金が維持される仕組みはいずれ修正されざるを得ない。想定されるシナリオは、市場経済の主たる担い手である市場開設者自体が完全に民営化され、党と政府から独立した場合、經紀人、低賃金労働者に依存してきた中国的市場経済の実験は新たな制度設計に迫られるであろう。