

# 大 連 市 ( 中 国 )

## - 北の香港をめざす -

### 1. 交通の枢要に立地する大連市

大連市の位置は、東経 120°58' - 123°31' 北緯 38°43' - 44°10' であり、日本の仙台市と同じ緯度線にある。中国東北部 (黒龍省、吉林省、遼寧省) の最南端に位置し、「東北の窓口」とも呼ばれ市当局は「北の香港」と自称し国際事業の促進に力を注いでいる。市の総面積は 12,574 平方キロメートル、うち市街地の面積は 248 平方キロメートルである。

現代国際流通センターを有し、中国東北地域の交通枢要の拠点となっている。また、同時に環渤海経済圏の地域拠点でもあり、韓国、日本、ロシアの港湾へも便利に接近できる。現在、中国東アジア地域の経済発展の下で、中継貿易事業の拡大や、外資事業の導入、合併事業の展開、産業構造の向上、サービス業の発展などが大いに期待される。

大連市は、人口 560 万人、7つの区、3つの県級市、1つの県がある。すなわち、中山区、西崗区、沙河口区、甘井子区 (空港所在地)、旅順口区、金州区、開発区、庄河市、普蘭店市、瓦房店市、長海県である。

大連市の地図



### ~~市の簡単な歴史~~

- 1880・清政府、旅順口を軍港化
- 1898・ロシア：旅順・大連を租借し軍事基地化
- 1905・日本：ロシアの代りに占領、以後 99 年間大連を租借
- 1945・日本敗戦、中国へ返還、ソ連軍駐屯
- 1955・ソ連軍撤退、完全返還
- 1981・「旅大市」から大連市と改称

出所：『中国全国地図』より

## 2. 市の経済概況

1978年に始まった改革開放政策の一環として1984年に経済技術開発区に指定され、日系企業の進出が著しい。大連港は中国第3の港湾都市であり、最大の石油輸入港である。2003年輸出総額は95.3億米ドル、輸入総額は77.7億米ドルであった。2006年現在、新港の建設が進められている。2003年の経済成長率は15%に達する。

### 大連市の経済概況（2002-2003年）

		年次	2002	2003
域内総生産				
全市（億元）			1,406	1,633
前年比（%）				+15.2
一人当たり域内総生産（元）			25,276	29,206
GDPに占める産業の割合（%）				
うち	第1次		8.4	9.0
	第2次		47.0	47.9
	第3次		44.6	43.1
社会消費財小売額（億元）				568
工業生産額（億元）				1,546
うち	外資系企業（億元）			591
	香港・マカオ・台湾の企業（億元）			54.79
海外直接投資の受入				
新規契約件数（件）			832	879
新規契約額（億ドル）			30	46
契約実行額（億ドル）			1.6	22.1
労働者平均賃金（元）（年間）			15,525	17,560
在留日本人数（人）			1,429	2,312

出所：『中国経済データハンドブック』2005年版

### 3 . 大連市の商業

1949年の建国から1970年代末までの大連ではソ連型の社会主義・計画経済体制が商業分野を支配した。この時代は商業者というよりも「配給機関」として、国营企業が政府の供給計画と物品の割り当てを担ってきた。

その後、1978年末に改革開放政策が実施された以降は、国营企業の独占状態から徐々に個人・民営の商店が台頭し、配給制度に取って代わった。その後、外資系企業が進出し、高級百貨店、スーパー、ディスカウントストア等の新しい業態が出現した。チェーン経営のスーパーマーケット、ディスカウントストア、コンビニエンスストア、各種の専門店チェーン等も次第に成長してきている。大連市の商業セクターの変化プロセスは次のようである。

#### 1) 大連商業の本番のスタート

1994年当時の大連は、スーパーは一軒もなく、あるのは国营百貨店と自由市場のみであった。店員は商業機関の公務員であり、仲間同士は私語を交わしたり、商品やお釣りを客さんの前に投げ出したりしていた。生鮮3品(肉・魚・野菜)は自由市場で計り売りでしかなかった。当時の大連市長薄熙来(現在中国商務大臣)が先頭に立ち、伝統小売業の欠点を一掃し、商業の近代化に力を入れてきた。

1998年、マイカル、ダイエー(2006年現時点では、すでに大商集団に売却したがマイカルの名前だけが残る)等の日系流通企業が大連市に進出しはじめ、同市の商業近代化の幕開けを果たした。大連市は、日系流通企業の参入以前に、市経済開発区への日系企業の誘致に成功した。2000年、欧米系の流通業は、都市消費レベルの向上してきた大連市に参入し、また2001~02年において中国国内の有力な流通企業が、大連市に軒を連ねることとなった。現在、大商集団や友誼集団、他の商業局系流通企業が、カルフルー、ウォルマート、北京華聯、上海聯華、楽購との外部企業らを迎え撃ち、まさにひしめき合い、しのぎを削る状況となりつつある。

さらに、大型ショッピングセンターである百年商城、長興買物中心、新世界百貨店が進出した。平和広場店、北京華連五一広場店、大連商城新瑪特スーパー昌臨店、旺客隆普蘭大売り場、開発区金瑪スーパーといった5つの大型スーパーも開業された。そして、351の新しいチェーン店が進出してきた。大連市におけるチェーン店の売上高は、小売総額の29.2%を占めている。70の実験無公害小売市場が加えて、計100市場となった。大窯湾国際物流パーク、甘井子陸港物流基地、大連食糧専門物流センター及び大連水産品物流センターなど、物流業界の重点基礎施設の建設も順調に進んでいる。



中山広場の周辺、大連では有名な商店街



人気を集めているマイカル百貨店

欧米系が参入した後に変化があった。それまで日系小売業者はあらゆる商品にマージンを乗せて消費者から儲けるシステムであったのに対し、欧米系小売業は食品売り場で大量仕入れ、そのマージンを消費者に還元して集客効果を高め、その代りに付加価値の高い日用品、家電、衣料で稼ぎ、また供給者のメーカーや中間流通業者から様々な形で扱い料や棚代等を徴収する仕組みとしている。

現在、商品供給者であるメーカーが直接市場に参入し競争を激化している。最近大連では、国営工場改革による失業者の増加、教育出費の増加、住宅購入ブームなどにより、市民の消費事情が収縮ムードにあり、加えて食品に対するニーズは味より安さが優先となっている状況になる。

## 2) 世界貿易機関 (WTO) 加盟による規制緩和・外資小売業のさらなる進出

2001年12月、中国のWTO加盟が正式に発効、加盟議定書の附件9には、「小売分野と卸売分野の外資への開放」は以下のように規定された。

この中の最大のポイントは、2年以内には外資資本の割合が大多数を占めることも可能となり、3年以内には外資制限が完全撤廃である。「流通分野での外資の利用をさらに拡大する必要がある」と、国家経済貿易委員会の徐鳴副局长は強調し、WTO加盟時の公約では流通分野の対外開放を加速する方針を改めて打ち出した。

現在中国では、すでに世界の重要な役者である大手小売業が多数の店舗を展開しようとしている。その中でも目立つのは、フランスのカルフルとアメリカのウォルマートだ。2005年末まで、カルフルは大連において3ヵ所を出店した。これに対してウォルマートは1店を出店した、さらに2006年内にもう1店の出店計画を立てている。外資系以外では、香港や台湾の流通企業も大連市で、業務拡大を図っており、まさに“流通外資の見本市”の様相を呈している。



カルフルの玄関  
 (中心街ではなく人口が多いところに出店)



地下3階駐車施設を持つウォルマートの入口

大連市における大手商業者の分布



出所：大連地図に基づき作成

### 3) 地元商業者は背水の陣

海外の大手小売企業の進出は、地元の小売業チェーンには、どのような影響を及ぼしているか。地元の百貨店の売上げの停滞が顕著になっている。大型百貨店はここ数年、続いて閉鎖し、大型百貨店のほかに、中小百貨店の倒産も続出している。

このような厳しい環境の中で、国営百貨店は提携・合併による規模拡大で生き残りの道を探っている。まさに行政主導による大型店同志の合併を推進し、陣営の基盤づくりを行っている。大連大商集団は、こうした施策によって、全国商業者のランキング3位に上った。

中国商務部商業改革発展司は、『2004年中国小売業チェーン企業最新統計報告』を発表した。中国小売業チェーン企業は、安定成長を維持するために、経営力や規模を増強してきている。現在、中国小売業界ではスーパーが主要な業態となっているが、豊富な資金力と経営ノウハウを持つ流通外資企業の進出により、中国国内の流通業の経営環境はますます厳しくなり、合併・提携等の戦略が進んでいる。

### 4) 大連商業がこれから直面する問題

高度成長下のデフレといった難しい経済環境の中では、中国政府は、公共事業等の固定資産に投資して景気を下支えすると同時に、GDPの4割ほどを占める個人消費を活性化させるために、様々な消費刺激施策を打ち出している。1999年以降、公務員の基準賃金の引き上げ、一時帰休の労働者に対して補助金を引き上げ、数次にわたる金利引下げと預金に対する利子課税、年3回の7連休制度の実施等、様々な消費拡大政策が取られてきた。しかし、国有企業の改革に伴う失業者増加等により都市部の失業率は10%を超え、個人所得格差の拡大等により中国の消費者の心理は冷え込んでいる。この不安をどう解消するかが今後の消費拡大の鍵を握るものとみられる。

### むすび

大連の商業は、欧米や日本が数十年にわたって経験してきた過程、すなわち、発展・競争・成熟ということを、この数年間に一気に遭遇している。WTO加盟に伴い、更なる外資系企業進出の背景の下、国内小売業對外資系小売業、百貨店対総合スーパー等を含む様々な競争原理が働くと思われる。しかし、商売の原点は、1人1人の客の満足の積み重ねであり、地域住民に支持されつつあるか否かにかかっている。店舗数の多さや資本金の大きさ、そして内資・外資の区別等とは、それほど関係がない。大事なものは、いかにお客に利便性を提供するか、支持を得られるかが流通企業の優劣を決めるのであろう。現下、大連の商業業界はまさに戦国時代の幕開けといえる。

(エン シュウ・大連市出身)