

令和2年度  
中国短期海外調査 報告書



リモート  
遠隔で覗く、現代中国

# 目次

卷頭言 ……p. 1

---

一橋大学大学院経済学研究科長・経済学部長 岡田 羊祐 ……p. 1  
特任講師 中川 聰夫 ……p. 2  
特任講師 朴 敬玉 ……p. 3

報告書（日本語） ……p. 4

---

中国におけるオンライン教育  
何 晓暢 ……p. 4  
なぜ中国で急速に IT 化が進んだのか  
齊藤 大樹 ……p. 9  
中国の医療保険制度における格差と格差是正  
塩飽 正典 ……p. 14  
生産者からみた農村 E コマースの価値  
竹内 風平 ……p. 20  
コロナウィルスパンデミックが中国の小売業に与えた影響  
陳 天天 ……p. 25  
私たちは中国から何を学べるのか——「中国と貧困」から考察する  
野沢 紗夏 ……p. 30  
中国の公共外交について  
増田 聖夕 ……p. 37  
中国経済における女性の社会的立ち位置——20 年間の変遷  
宮川 紗矢香 ……p. 43

REPORTS (ENGLISH) ……p. 47

---

The Rise of Online Education in China  
Xiaochang He ……p. 47  
China's Rapid Digitalization: What Are the Contributing Factors?  
Daiki Saito ……p. 53  
China's Public Health Insurance System:  
Current Disparities and Challenges That Lie Ahead  
Masanrori Shiwaku ……p. 58  
The Benefits of E-Commerce for China's Rural Farmers  
Sohei Takeuchi ……p. 63

The Impact of the Covid-19 on the Chinese Retail Industry

Tiantian Chen···p. 68

Lessons Learned from China's Poverty Alleviation Efforts at Home and Abroad

Suzuna Nozawa···p. 74

China's Public Diplomacy

Seiya Masuda···p. 82

Chinese Women under the Economic Reform:

Changes in Their Social Status over the Past Twenty Years

Sayaka Miyakawa···p. 90

---

## 訪問先記録

···p. 95

パナソニック・オートモーティブ 中国事業紹介

···p. 95

壹基金講演まとめ

···p. 97

講演会記録－CAITEC－

···p. 99

日本国際協力機構(JICA)

···p. 101

板谷工作室

···p. 103

ENEOS

···p. 105

アップル中国

···p. 107

都市と農村の文化消費

···p. 108

---

## 編集後記

···p. 110

## 中国短期海外調査報告書の刊行に寄せて

一橋大学大学院経済学研究科長・経済学部長 岡田 羊祐

一橋大学経済学部では、日本語・英語の両方で優れたコミュニケーション能力を持ち、経済学の専門知識と分析スキルに基づいて活躍できるリーダーの育成を目指す「グローバル・リーダーズ・プログラム」（GLP）を2013年度から実施しています。このGLPが目指すのは、内外の状況と課題を正確に理解し、その解決方法を探るため幅広い教養と深い専門性がブレンドされた能力を併せ持つ学生の養成です。そのような意欲と能力を持つ学生を世界に送り出すことをGLPは目指しています。

中国短期海外調査はGLPの一環として毎年9月に実施してきました。しかし、今年度は、急速に広がるコロナ禍のため、止む無く現地調査を断念せざるを得ませんでした。この決定は経済学部としても苦渋の決断でしたが、幸いにも短期海外調査に関わる関係各位の皆さんのご尽力のお蔭で、10月以降、オンライン講義やオンライン討論会を中国現地の方々と結んで実現することができました。

調査に参加した学生は、中川聞夫先生、朴敬玉先生の担当される「基礎ゼミナールA」（春夏学期：4月～7月）と「基礎ゼミナールB」（秋冬学期：9月～1月）を履修しています。学生たちは基礎ゼミAで事前準備を周到に行なったうえで、オンラインによるプレゼンテーションやディスカッションに臨みました。また、基礎ゼミBでは、現地調査で得た成果を和文と英文でまとめた報告書を執筆しています。英文の執筆に際しては、佐賀裕実先生にもご指導を頂戴しています。従って、この調査報告書は「短期」と銘打ってはいますが、教員と学生の1年にわたる濃密な共同作業が生んだ成果といえるものです。多彩なテーマにわたり熱心に学生をご指導いただきました中川先生、朴先生、佐賀先生には、この場を借りて厚く御礼申し上げたいと思います。

海外との様々な繋がりを要する調査研究を大学の講義の一環として実施するためには、多くの方々のご協力とご支援が不可欠です。貴重な学生交流の機会を与えて下さった華東師範大学、中国人民大学の皆さん、また、ご多忙のなか学生によるオンライン訪問を温かく迎えて下さった国際協力機構（JICA）、現地日系企業や如水会北京支部の皆さん、学生への支援を惜しまれなかった一橋大学中国交流センターの賈申さん、グローバルオフィスの平井美千子さん、西千紘さん、高田智恵子さん、この他、中国短期海外調査を実現するためにお力添えを頂いたすべての方々に心から感謝を申し上げます。

最後になりますが、むろん最小でなく、海外調査に参加された学生の皆さんには、コロナ禍の難局のなか、中国の様々なテーマに取り組み実りある成果を挙げてくれたことに、心からの声援と拍手を送りたいと思います。この現地調査で得られた知識と経験が、皆さんのがローバルな舞台でのさらなる活躍へと繋がるようにと強く期待しております。

## グローバルリーダーもオンライン育ち？

特任講師 中川聞夫

2020年、不思議な時間が過ぎた年である。新型コロナウィルスは世界の時計を逆回転させたのか、はたまた早回したのだろうか？決めるのは、これから私たちだ。

一橋大学で中国をテーマにしたゼミを担当して7年目になるが、学生たちに生の中国を体験してもらえたかったのは今年が初めてだ。メインディッシュ抜きのコース料理を出してしまった後ろめたさが拭えない。

5月ようやくオンラインで始まった私たちのゼミだが、Zoomは資料やPPTを共有するのも便利で、講師が無駄話をしない分だけ、学生たちの発表が円滑に進んだように思う。9月、10月にオンラインで実施した中国の華東師範大学、中国人民大学との交流会と討論会は、やはり臨場感や迫力には物足りなさを感じたが、双方とも資料の充実度は例年を上回っていたように思えた。中国の第一線で働く方々からのお話を聞く場も数多く設けたところ、内容にじっくりと集中でき、オンラインの方が理解が深まるのではとすら感じた。個人レポートの作成に取り掛かってからも、課題の絞り込み、論理展開、サポート資料、結論へと、オンラインで情報を収集することに長けた世代の学生たちは、淡々と効率的に作業を進めていく。大したものだ。オンライン、「あり」だ。

こうして今年の報告書も例年にひけをとらないレポートを揃えることができた。現地調査を通じて中国に直接触れてみることは叶わなかったし、ゼミで議論した仲間の息づかいを感じることもなかつたが、オンラインがこれからの学びの場のオプションになる手応えは感じられた。オンラインをうまく使えば、学部、学年、大学さえも越えた教育が可能になるだろうし、開かれた大学として実社会との関係強化も容易になるだろう。インターネット配信される公開授業をオンラインゼミでフォローするなんてどうだろうか？

原点に帰れば、世界のグローバル化に貢献し活躍できる人材を育成するための、誠に小さな試みがこのゼミの出自である。カネ、モノ、ヒト、情報のボーダレス化がグローバル社会の基本方向であったはずだが、只でさえ、ここ数年はグローバル化をめぐって世界は大きくのたうっている。そこへ新型コロナだ。特にヒトの往来は大きく制限をされてしまうことだろう。グローバル化の時計の針は巻き戻されてしまうのか、オンラインの普及という新たなメソッドを得てジャンプ出来るのか？知恵と工夫が問われている。例えば、オンラインを通じて議論をしてきた日本と中国の学生たちが、実際に手を取り合って理解を深める交流を持てるようなプログラムが、近い将来生まれることを願ってやまない。

## 中国短期海外調査を振り返って

特任講師 朴 敬玉

今年度の基礎ゼミは緊急事態宣言下で始まりましたが、コロナウィルスの第3波の到来により、終わりも緊急事態宣言下である非常事態となりました。このような状況の下でも諦めず、みんなで中国の経済や社会について調べて、熱く議論し、熱心に学び、自分なりに中国という国で起きていることを理解・解明しようと努力した成果物である中国短期海外調査報告書が出版されることになり、たいへん感慨深いです。

学生のみなさんにとっては、中国に滞在しながら、中国の変化ぶりを肌で感じることがたいへん楽しみであったはずですが、今年度は中国への渡航を実現することができなかつたので残念に思っています。ただ、オンラインで中国商務部国際貿易経済合作研究院（CAITEC）や日本国際協力機構（JICA）の方から「中国と国際援助」、「中国の一帯一路」、「日本の対中ODA40年」についてお話を伺うことができました。その他にも有名な日系企業（パナソニック、ENEOS）やアップル中国社の方々から中国でのビジネスについてお話を伺いました。そして、中国のビジネス社会や教育分野で奮闘している日本人の方から中国のベンチャー・イノベーションの最前線についてもご講演いただきました。また、ビジネス分野だけではなく、中国における公益事業を率いる壹基金というNGO団体の方からお話を伺い、中国で農村社会学の分野では有名な華東師範大学の先生に都市と農村の格差についてもご講演いただきました。日々目まぐるしく変化している中国社会で奮闘している方々から、様々な面から中国の過去や現在のお話を聞いてたいへん刺激を受けたと思います。

そして、華東師範大学の大学生とお互いに大学生活を紹介した英語での交流会、中国人民大学の大学生と行った英語での研究討論会は、日中の学生同士の相互理解と友情が深まり、またお互いに刺激を受け、ともに未来について考えていく良いきっかけになったと思います。

一年間の基礎ゼミや講演会を通して、学生のみなさんがより客観的に正確に中国を捉えようとして、中国から何かを学ぼうという姿勢になったことはとてもやりがいを感じたことでもあります。オンラインではあったものの、グローバルリーダーとしての成長に非常に相応しいプログラムであったと想いますし、学生のみなさんにとって有意義な時間であったと確信しています。今後は世界を舞台に活躍する一橋大学のみなさんとともに過ごす時間をこれからも大切にしたいと考えています。

最後に、短期海外調査にご協力をいただいた中国人民大学と華東師範大学の皆様、政府機関や企業の皆様、その他短期海外調査の順調な遂行にお力添えをくださった多くの方々に、心より深く御礼申し上げます。

# 中国におけるオンライン教育

経済学部2年 何 晓暢

## 1. はじめに

筆者がオンライン教育というテーマを選んだきっかけは、今年行われた中国人民大学との交流会である。交流会で行ったプレゼンテーションでは、中国のコロナ禍からの経済回復でオンラインプラットフォームが果たした役割について議論した。筆者は高校時代、オンライン教育のユーザーであったが、高校を卒業してから、一度も中国のオンライン教育を利用したことはなかった。プレゼンテーション作成の際に中国のオンライン教育について調べてみた結果、業界の成長ぶりに驚いたので、オンライン教育をテーマとして今回のレポートを作成することにした。

本稿では、中国におけるオンライン教育の現状を調査し、オンライン教育が中国全体と国民に与えたプラスの影響について検討し、今後の発展について考察する。

## 2. 中国におけるオンライン教育の現状

オンライン教育とは、インターネットを通して遠隔で行われる教育の形態である。中国において、教育機関や教師が教育コンテンツを、業者がクラウド技術やビッグデータなどの技術サポートを提供し、オンラインプラットフォームを通して教育コンテンツをユーザーに届けるという業界構造が現に成立している。

オンライン教育は、様々な需要に応じて、幼稚園児から高校生までを対象としたK12教育、語学教育、社会人を対象とした職業教育、早期幼児教育、大学レベルの教育コンテンツを扱うという高等教育、音楽やスポーツの素養を身につけるための素養教育などに分けられる。Iresearchによると、その中で高等教育と職業教育とK12教育が最も人気で、市場規模の95.9%を占めている。K12教育の成長の勢いが特に凄まじく、K12教育が2019年に市場全体の21.3%を占めていたが、2022年に28%前後にのぼると予想されている〔張穎・鄧江嶧 2020〕。

中国ではオンライン教育の利用者が年々増えており、2020年6月にユーザー規模がすでに3億8000万人に達している。中国のインターネット利用者全体の40.5%が、オンライン教育のユーザーであるということになる。ユーザー数は、コロナウィルスが収まる前の全国で一斉オンライン授業が行われていた2020年3月と比べてやや減少したものの、2019年6月の1.6倍以上になっている〔CNNIC2020〕。

サービスの提供者側の状況を見てみると、中国のオンライン教育業者は2020年前半で計143.4億元の融資額を受け、2019年前半と比べて48.3%と大きく成長している〔曹磊・陳礼騰 2020〕。2020前半の時点で、中国のオンライン教育業界ではすでにユニコーン企業が12社存在しており、中国全体のユニコーン企業数の10%になる。

### 3. オンライン教育の利点

ここでは、中国のオンライン教育の成長によって、国全体と個人にもたらされるメリットについて検討する。そのためには、オンライン教育の特徴について議論する必要がある。

伝統的なオフライン教育と違い、オンライン教育では時間と空間の制限を越えることができる。オフライン教育では教師と学生が同じ時点で同じ場所に集まって授業を行わなければならぬのに対し、ライブ配信を使った授業では教師と学生が違うところにいても、同時にライブ配信アプリに接続していれば授業ができるようになり、さらにオンデマンド式では時間の制限もなくなる。

まず、時間と空間の制限を越えるというオンライン教育の特徴が、中国の教育格差の縮小につながるのではないかと考えられる。中国の都市部と農村部の間には、著しい教育の格差が存在している。中国教育追跡調査（CEPS）が2013～2014年度に在学中の中学生を対象にした調査によると、市と県の中心部にある学校に対する学生あたりの財政支給が1317.28元だったのに対し、農村部にある学校では794.76元しかなかった。また、非農業戸籍の家庭では、子供に大学本科以上の学歴を身につけて欲しいと考える親が全体の73.27%を占めていたのに対し、農業戸籍の家庭ではその比率が53.44%にとどまっている〔余秀蘭2018〕。中国の教育格差が生まれる一つの要因として、優秀な教師や教育施設といった教育資源が、発達している地域の都市部に集中しており、空間的な隔たりによって農村部や発展が遅れている地域の人々が良質な教育資源に恵まれないという不平等であることが考えられる。そこで、オンライン教育の普及により、例えば都市部の教育機関に在職している教師がオンライン教育のコンテンツ提供者になるといった形で、遠く離れている農村部の人々が良質な教育資源にアクセスできるようになり、教育格差が縮小される。農村部や発展が遅れている地域の人々にとって、教育格差が縮小されると勉学次第で所得を増やし、より良い生活を送る可能性が大きくなる。国全体にとって、教育格差の縮小が社会格差の拡大を減速させ、社会の安定につながる。それだけでなく、農村部出身の才能に恵まれた人々に良質な教育を受けるチャンスを与えることで、彼らの才能を開花させ、経済成長を加速させることになるだろう。

次に、オンライン教育が時間と空間の制限を越えているため、マイナーな需要にも対応することが可能になる。前述の通り、オンライン教育は高等教育や職業教育など、様々な種類に分かれしており、各種類をさらに細かく分けることもできる。例えば、楽器とスポーツには種類が非常に多いので、音楽やスポーツの素養を身につけるという素養教育をさらに分けると、一つ一つの需要が大きいとは限らないが、その数が非常に多く、細かい需要が成り立つはずである。伝統的なオフライン教育では、教育機関が比較的近いところに生活している人々の需要にしか対応できないため、人々細かい需要が地域によってさらに細かくされているので、オフライン教育があまりにも細かい需要には対応し難い。それに対して、オンライン教育は全国というレベルで教育に

に対する需要に対応可能であるため、多少マイナーなニーズも供給とマッチングされる。その結果、個人にとっては、さらに多くの素養や仕事のスキルを身につけられるようになるため、より高水準で多彩な生活を送るチャンスが増えるだろう。経済全体を見ると、今まで対応されないままだった需要が対応されるようになるので、さらなる経済の活性化が考えられる。

さらに、自然災害やウィルス感染拡大など、特別な状況下においても授業ができるというのも、空間の制限を越えたオンライン教育ならではの強みである。あるプロジェクトグループが一斉オンライン授業の実施状況について、今年2月末から3月初めまで中国で広範囲にわたってアンケート調査を行った結果、アンケート調査に答えた3110の教育行政機構のうち、オンライン教育によって「停課不停学」（授業が止められても学習は続ける）という活動を行った機構が全体の97.01%を占めた。また、アンケート調査に答えた学生のうち、71.1%がオンラインでの勉強に対して「非常に満足」あるいは「比較的満足」と答えた。調査を受けた学生の親のうち7割が、子供がオンラインでの勉強に「完全に慣れている」か「基本的に慣れている」と答えていた〔王繼新・付衛東 2020〕。このように、オンライン授業が実施不可能という状況下において、オンライン授業が概ね満足のいく代替になりうることが分かる。

オンライン教育の特徴として、時間と空間の制限を越える以外にも、技術が活用されやすいという点が挙げられる。オンライン教育はインターネットを通して行われているので、インターネットに接続できるデジタルデバイスが不可欠である。そのため、伝統的なオフライン教育と比べて、AI やクラウドコンピューティングのような科学技術がデジタルデバイスを介して導入されやすくなっている。技術が活用されることにより、学生の学習状況が自動的に記録され、膨大な学習状況のデータを分析することで、個々の学生に応じて最適な学習計画が作成されることが可能になり、学習の効率性と柔軟性が上がるだろう。特に教育需要の数が膨大な人口大国の中国において、そういう学習内容のカスタマイズがありがたいのではないかと筆者は思う。

#### 4. 中国におけるオンライン教育の今後の展望

中国のオンライン教育の今後の展望について述べる。筆者は、中国においてオンライン教育の成長が今後も続くだろうと考えている。

まず、中国のオンライン教育が今後成長し続ける理由として、ここ数年の教育支出の成長が挙げられる。国家統計局が発表したデータによると、2019年中國一人当たりの教育文化娯楽支出が2513元であり、2018年の2226元と比べて12.9%成長したことになる。一人当たりの教育文化娯楽支出が総支出に占める割合も、僅かながら0.5%成長した〔徐玲玲・徐牧 2020〕。その背景には、一人当たり可処分所得の増加や、学歴競争の激化といった事情がある。51jobが2019年に行った調査によると、38.8%の世帯が、世帯年収の20%から30%を、塾など子供の学校以外の教育に費やしている。また、78.3%の親が、子供の成功のために自身の日常生活を犠牲にする

準備ができていると答えた〔51job2019〕。教育に対する需要が伸びている一方、それを支える所得も安定して増加している。近年の経済成長とともに、一人当たり可処分所得が2013年の2万元未満から、2019年の3万733元まで成長している〔徐玲玲・徐牧2020〕。このように、教育支出の成長によって、オンライン教育の規模がますます大きくなっていくと考える。

次に、中国の地域間の教育格差が挙げられる。前述の通り、地域間の教育格差の存在により、伝統的なオフライン教育よりも空間の制限を越えたオンライン教育の方が、農村部や発展が遅れている地域の人々にとって良質な教育資源に触れやすいので、より望ましいと思われる。Mob研究院が発表した『2019オンライン教育研究報告』によると、2018年8月に比べて、2019年8月に三線都市からのユーザーが、オンライン教育のユーザー全体に占める割合が1.7%、四線以下の都市からのユーザーが全体に占める割合が2.1%増加している〔Mob研究院2019〕。両方を合わせると、ユーザー全体の半分以上を占めている。このように、比較的に発展が遅れている地域のユーザーが、オンライン教育の成長の源として有力になっていくだろう。

最後に、技術の発展が考えられる。上述したとおり、技術が活用されやすいのがオンライン教育の特徴の一つであるが、オンライン教育を支える様々な技術が近年中国でめざましい発展を遂げている。例えば、Deloitteが発表した『中国人工知能産業白書』によると、2020年には中国の人工知能市場規模が710億元にのぼり、2017年の3倍以上、2015年の6倍以上になると予想されている〔Deloitte2018〕。中国において、人工知能の発展と応用が非常に速く進んでいることがわかる。また、5Gの普及により通信速度が速くなり、新たな技術やその応用がオンライン教育において可能になることが考えられる。

ここまでオンライン教育のメリットと、中国においてオンライン教育が今後成長し続ける理由について述べてきたが、オンライン教育によってオフライン教育が将来消滅すると筆者は考えていない。オフラインにも、学生と教師とのコミュニケーションをスムーズにすることなどのメリットが存在する。そのため、オンライン教育が完全にオフライン教育に替わるより、オンライン教育とオフライン教育両方の利点をとるように、OMO(Online Merge Offline、オンラインとオフラインの融合)が現実的ではないかと思われる。実際、各地の学校が優れたオンライン教育コンテンツを取り入れるよう模索するといったOMOを促す政策がすでに打ち出されている。中国の教育界において、OMOが将来の主流になる可能性が高いと筆者は考える。

## 5. 終わりに

中国においてオンライン教育が成長し、ユーザー規模と市場規模が拡大しているほか、様々な業種に業者の進出が見られるようになった。時間と空間の制限が越えられ、技術が応用されやすいといったオンライン教育の特質により、オンライン教育の成長が中国全体と個人にとって有益であるに違いない。加えて、オンライン教育の特質と中国の経済社会の現状を合わせて考える

と、オンライン教育が今後も成長を続けるだろうと考える。将来的には、オンライン教育とオフライン教育両方の利点をとり、両者の融合を図る OMO が主流になるだろう。

## 参考文献

- ・張穎・鄧江嶒「Iresearch: 2020Q1 オンライン教育市場規模が 680.6 億元、去年同時期より 3.9%増」Iresearch 2020 年 4 月  
<http://report.iresearch.cn/content/2020/04/322437.shtml> (最終アクセス: 2020/12/20)
- ・CNNIC『第 46 回中国インターネット発展状況統計報告』2020 年 9 月  
[http://www.cac.gov.cn/2020-09/29/c\\_1602939918747816.htm](http://www.cac.gov.cn/2020-09/29/c_1602939918747816.htm) (2020/12/7 取得)
- ・曹磊、陳礼騰「2020 年（上）中国オンライン教育市場データ報告」網経社 e コマース研究センター、2020 年 8 月  
<http://www.100ec.cn/zt/2020szzjybg/> (最終アクセス: 2020/12/18)
- ・余秀蘭「2018 年農村学生の教育獲得：都市と農村教育分化視点に基づく分析」中共中央党校（国家行政学院）新型先端シンクタンク建設データベース、2018 年 3 月  
<http://ccps.pishu.com/rs/book/35/1004259/online.jspx?pageStatu=no> (最終アクセス: 2020/12/19)
- ・王繼新・付衛東「疫情下の中小学校オンライン教育ビッグデータ画像」中国青年報、2020 年 4 月  
[http://zqb.cyol.com/html/2020-04/13/nw.D110000zgqnb\\_20200413\\_2-08.htm](http://zqb.cyol.com/html/2020-04/13/nw.D110000zgqnb_20200413_2-08.htm) (最終アクセス: 2020/12/20)
- ・徐玲玲・徐牧『オンライン教育研究洞察報告』Huawei OptiX lab、2020 年 4 月  
<https://www-file.huawei.com/-/media/corporate/pdf/ilab/2020/online-edu-insights-report.pdf> (2020/12/10 取得)
- ・51job「2 歳の子供に塾を通わせ、ホワイトカラーの親が収入の 3 割を教育機構に送る」2019 年 5 月  
<https://hrawards.51job.com/essay.php?id=429304> (最終アクセス: 2020/12/20)
- ・Mob 研究院『2019 オンライン教育研究報告』2019 年 10 月  
<https://www.mob.com/mobdata/report/77> (2020/12/20 取得)
- ・Deloitte『中国人工知能産業白書』2018 年 11 月  
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cn/Documents/innovation/deloitte-cn-innovation-ai-whitepaper-zh-181126.pdf> (2020/12/18 取得)

# なぜ中国で急速に IT 化が進んだのか

経済学部 2 年 齊藤 大樹

## 1. はじめに—中国で急速に進展する IT 化の様相

現在、中国では IT 関連企業が熾烈な競争を繰り広げており、オンラインショッピング、ウェブサイト、ネットゲームなど多種多様で高品質のサービスを提供している。そして、その中には、アメリカの巨大な IT 企業に匹敵する企業も存在する。それらは、バイドゥ、アリババ、テンセント、ファーウェイなどであり、中国の莫大な人口と高い技術力を糧に、世界の IT 市場を席捲している。実際に、世界の時価総額ランキングトップ 10 社の中にアリババとテンセントの 2 社の中国の IT 企業がランクインしている。

さらに、驚くべきことに中国では IT 化が国民の個人レベルの生活にまで深い影響を与えているのだ。現在では、中国では現金の代わりに QR コード決済が広く普及しており、QR コードの決済のみ受け入れているお店も少なくない。また、中国の学生との討論会を通じて感じたことは、オンラインショッピングによる買い物を趣味として挙げる学生が非常に多かったということだ。中には、冗談交じりではあるものの、オンラインでの買い物中毒(shopaholic)を自称する学生もあり、オンラインショッピングの浸透具合を肌で感じることができた。ほかにも、中国において特有なのはライブコマースの発展である。ライブコマースとは、生産者や販売者自身がスマートフォンなどを通じて消費者にライブ配信を行い、直接商品の良さを伝えて商品を販売するというものである。このように、スマートフォンなどのデバイスが広く普及したこと、個人が中国全土に対して自分の商品を販売することが可能になっている。

このように、いまだに現金による決済が主流であり、依然として実際の店舗での購買が盛んに行われている日本と比べて、中国では IT 化が急速に進展して個人レベルで深い影響を与えていることが見て取れる。そこで、なぜ中国においてこのような急速な IT 化が進んだのかという疑問が生じた。そのため、このレポートの中ではその要因について考察する。

## 2. なぜ、中国で急速に IT 化が進んだのか

私は、中国での急速な IT 化の背景を、①政府による IT 化に向けた投資について、②従来の機器やサービスが未発達であったこと、③コロナウィルスの IT 化への影響といった三つの観点から考察する。

### 2.1 政府による IT 化に向けた投資について

中国では、政府が国内の IT 化に向けて積極的に投資を行っている。ここでは、人材の育成及び IT 企業の育成や支援の二つの観点から考察したいと思う。

まず、人材の育成から考える。中国では、海外へ留学に行く学生が多く、特に優秀な学生は国家の支援を得て留学することが可能である。近年では、国民の生活水準の向上によって、自費での海外留学も可能になった。そのため、2000 年に 100 万人に満たなかった留学生が 2017 年には 600 万人まで増加している。彼らは、アメリカの大学を卒業後、シリコンバレーなどにある最先端の IT 企業に勤務して最新鋭の技術をさらに学んでいる。そして、特徴的なのは、中国政府が留学生の帰国を促す政策をとっていることだ。中国政府は、帰国した留学生に金銭的な補助を出して、居住費や医療サービス、その他の社会福祉を提供することで留学生に帰国をする動機付けを提供している。実際に、2016 年には 43 万人が大学終了後に中国へと帰国しており、2011 年と比べると 60% も増加している。この様にしてまた中国に帰国した留学生が、自ら学んだ技術や知識を自国へ還元している。このような人々は「海亀」と呼ばれており、以前は技術や知識の蓄積が未発達であった中国に対して、IT 関連の最新技術を持ち込んだ。例えば、近年中国では自動運転技術が急速に発達しているが、これはアメリカの大学や Google などのシリコンバレーに位置する最先端 IT 企業で働いた優秀な技術者が中国へ帰国して、その技術を中国国内へ持ち帰ったことに起因している。

次に、IT 企業の育成や支援から考える。中国政府は IT 企業を育成するために、スタートアップ企業への金銭的な支援を充実させている。中国は、2015 年の世界のベンチャーファイナンスの投資資本総額で 2 位であり、2016 年の中国のベンチャーキャピタルの資金源の内訳は政府・国有企业が 35.3% と最高である。また、企業家に対しての金銭的な支援も手厚く、例えば深圳市は、起業者 1 人につき約 1,400 万～2,500 万円の支援金、さらに有望プロジェクトには最大約 14 億円のプロジェクト資金を無償で提供している。このように、スタートアップを始めるにあたって資金調達が行いやすく、起業者支援体制が整っているため、起業への障壁が低い。それ故に、多くのスタートアップ企業が生まれて熾烈な競争が行われ、多種多様なサービスが供給されている。

## 2.2 従来の機器やサービスが未発達であった

中国における IT 化やイノベーションが進んだ背景に、日本などの先進国で存在していた様な従来の技術が未発達であったことが挙げられる。逆説的ではあるが、従来の技術が流通していなかったことで、新しい技術を取り入れることが容易になり、従来の技術を新技術に代替することが積極的に行われた結果として、IT 化が進展したと思われる。

そのうちの象徴的な例としては、家庭用の固定電話が挙げられる。日本では、固定電話のインフラ整備が進んでおり、固定電話は当たり前の様に一家に一台ある。スマートフォンが台頭してくる前は、主要な通信手段として重要な役割を果たしていた。一方で、中国では以前から

固定電話は普及していなかった。その理由としては、次の二点が挙げられる。まず一点目としては、国としての経済レベルがそこまで高くなく、各家庭が固定電話を購入しその通話料金を支払えるほどには豊かではなかったということだ。二点目としては、中国の国土の大きさが挙げられる。固定電話を使用するには、そのための通信インフラを国内に整備する必要がある。日本などの場合では、国土がそこまで大きくないため、中国に比べて通信インフラのコストを低く抑えることが可能である。しかしながら、中国は日本よりも格段に国土が広いことから、国土全体にインフラを整備しようとすると、他国にも増して莫大な費用がかかってしまう。先述した様に、以前の中国は経済的に豊かではなかったことも相まって、中国国内全体に通信インフラを整備することが困難であった。そのため、中国では固定電話があまり普及していなかった。そのような状況下で、携帯電話が普及していった。なぜなら、携帯電話は固定電話に比べて通信インフラの整備が安価であって通信インフラの整備が進んだからである。さらに、アメリカの Apple 社に端を発してスマートフォンが登場した。従来の携帯電話とは異なり高いスペックを持つのに加え、インターネット接続による検索機能や高度なアプリケーションを起動することができるデバイスである。それと時期を同じくして中国国内の経済発展によって中国国民の収入が増加して生活が豊かになったことから、中国の国民は固定電話の代わりの通信手段としてスマートフォンを所持する様になった。このようなスマートフォンの普及は、中国の IT 化の進展の前提となっている。

IT 化において特に注目すべき技術は、QR コード決済である。日本では現金がいまだに根強く使われているが、中国では QR コードの普及がめざましい。理由は三点ある。一点目は、中国では現金への信頼が低いということである。現金が ATM で認識されなかったり、偽札が流通していたりと現金の所持を拒む動機が存在する。二点目は、クレジットカードが普及していないことだ。現金を使わない決済の方法として先進国ではクレジットカードが主要であるが、それが普及していなかった。三点目は、スマートフォンが急速に普及したことだ。スマートフォンの急速な普及率によって、多くの人が QR コード決済にアクセスすることが可能になった。以上のように、国内においてサービスやシステムが未発達であることがかえって新たな技術の導入を加速させることで、先進的な国々よりも新技術の導入が進むことができた。

### 2.3 コロナウィルスの IT 化への影響

私は、コロナウィルスによって従来の中国の IT 化のトレンドがさらに加速したと考えている。例えば、オンライン教育サイトなどが挙げられる。中国ではコロナウィルス感染対策のために、対面での授業を中止して、一時的ではあるものの全国で公式にオンラインによる授業が行われる様になった。さらに他にも、生徒の自学自習をサポートするアプリの開発なども積極

的に行われた。これによって、それまでの傾向を引き継いだ形でオンライン教育ユーザーの増加が続いている。このように、コロナウィルスの感染防止の観点から対面での接触を避けねばならない社会的な要請が高まった。そのため、人との接触なしに教育、購買や会議などを行うことを可能にする技術の開発や普及が加速した。今回のコロナウィルスの流行は、全体的に進展傾向にあったデジタル化をさらに推し進めたと考えることができる。

### 3. 終わりに—急速な IT 化の個人への影響

IT 化が中国において急速に進展したことは、中国の個々人に多くの便益をもたらしていると感じる。オンラインショッピングが普及することでわざわざ店舗まで出向いて商品を購入せずに自宅で買い物をすることが可能になったり、QR コード決済では取引にかかる手間や閉店後の現金の収支の確認に必要なコストを減らしたりと、個人の生活がより便利になったと考える。さらに、ライブコマースを用いて農民が直接作物を宣伝や販売することで、従来はビジネスチャンスに恵まれていなかった農民が豊かになるきっかけが生まれた。

一方で、急速な IT 化の流れから取り残されつつある主体があることも忘れてはいけない。それは、新しい社会の傾向についていくことを難しく感じる高齢者である。高齢者が IT 化に順応することが難しい理由は以下の三点が考えられる。まず、人は歳を重ねるごとに新しいものよりも自分が慣れ親しんだ物に執着する様になることだ。スマートフォンは、高齢者にとって慣れない難しいものの様に捉えられることが多く、使う様になるまでの心理障壁が高い。次に、文字やパネル自体が小さいため、年齢の影響で視力が低下して小さい文字を見ることができない高齢者にとってスマートフォンは使いにくい。最後に、タイピングに専用の知識を要することだ。中国語をスマートフォン内でタイプするためにはそれ専用の知識が必要であるが、高齢者はその様な知識を持っておらず操作に苦労することが多い。以上の様な理由から、中国では高齢者が急速な IT 化から取り残されている。例えば、中国では Uber taxi や DiDi などのタクシー配車アプリが普及している。これらのアプリを使う人が増えてアプリによる配車が一般化した結果、高齢者が路上でタクシーを拾うことが困難になっている問題が存在している。スマートフォンの普及はそれを使うことのできる多くの人の生活を便利にしたが、逆にそれにアクセスがない人を排除してしまいかねない構造を作っていることも同時に忘れてはならない。

### 参考文献

- ・「世界時価総額ランキング 2020」（2020 年 12 月 17 日アクセス）  
[https://www.180.co.jp/world\\_etf\\_adr/adr/ranking.htm](https://www.180.co.jp/world_etf_adr/adr/ranking.htm)

- Meredith K. Stewart 「中国の海亀」 2019年9月18日 (2020年12月17日アクセス)  
<https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=26a9bc90-30ca-4892-96a0-4aa45e4d1807>
- 「中国の留学生が帰国するときに何が起こるのか」 The Economist, 2020年11月, (2020年12月17日アクセス)  
<https://www.economist.com/special-report/2018/05/17/what-happens-when-chinese-students-abroad-return-home>
- 藤代康一「中国スタートアップ勃興の背景」 2018年2月 (2020年12月17日アクセス)  
[https://www.mitsui.com/mgssi/ja/report/detail/\\_icsFiles/afieldfile/2018/06/14/180221i\\_fujishiro.pdf](https://www.mitsui.com/mgssi/ja/report/detail/_icsFiles/afieldfile/2018/06/14/180221i_fujishiro.pdf)
- 「中国で普及のモバイル決済、日本で進まないのはなぜか」 2019年11月10日 (2020年12月17日アクセス)  
[https://www.afpbb.com/articles/-/3253524?cx\\_amp=all&act=all](https://www.afpbb.com/articles/-/3253524?cx_amp=all&act=all)

# 中国の医療保険制度における格差と格差是正

経済学部2年 塩飽 正典

## 1. はじめに

中国社会は、教育や所得など様々な格差に直面してきた。また、今日の中国におけるもう一つの深刻な格差は、医療・保健サービスへのアクセスの格差であり、この問題の大きな要因の一つは、現在の中国の医療保険制度に起因していると考えられる。そこで、今回のレポートでは、中国の医療保険制度における格差とそれらの格差是正における問題について考察する。

## 2. 中国の公的医療保険制度の構造について

中国は2011年に国民皆保険の適用をほぼ達成した。特徴的なのは、現在の中国の医療には2種類の保険制度があることであり、都市職員（職工）基本医療保険（UEBMI）、都市・農村民基本医療保険（URBMI）の2つに大別される。第1に、「都市職員基本医療保険」に注目する。

図表1 中国の公的医療保険制度の体系

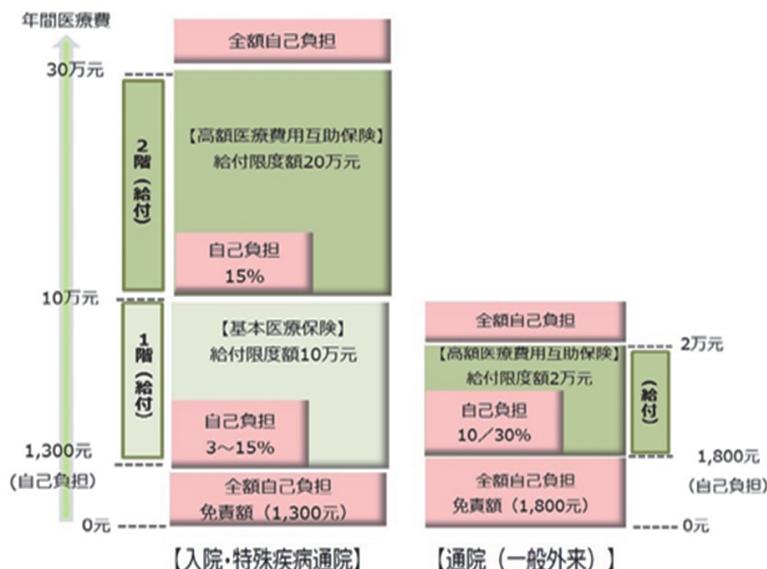
公的医療保険制度			
制度	都市		農村
	就労者	非就労者	農村民
	都市職員基本医療保険 (1951年導入、1998年制度改革)	都市・農村民基本医療保険（2016年に制度統合を発表） 【旧】都市住民基本医療保険 (2007年導入)	【旧】新型農村合作医療保険 (1959年導入、2003年制度改革)
被保険者	都市で働く企業就労者（都市戸籍・農村戸籍） 自営業者・公務員など	都市戸籍の非就労者・ 学生・児童など	農村民
加入形態	強制加入	任意加入	任意加入
加入者数	2億9,532万人（2016年）	4億4,860万人（2016年）	6億7,000万人（2015年）
加入状況	52.4%（現後の加入者数／都市の就労者人口で算出、2016年）	-	98.8%（国家衛生・計画出産委員会発表、2015年）
制度構造	1階：基本的な医療費の給付 2階：高額な入院費、特殊疾病通院費などを給付 個人口座：通院治療費、薬代の支払いに活用 (1階・2階とも公的医療保険基金から給付)	1階：基本的な医療費の給付 2階：高額な入院費、特殊疾病通院費などを給付（大病医療保険） (1階は公的医療保険基金から給付、2階は官民協働運営の大病医療保険から給付)	
保険料	1階（基本医療保険） ・事業主負担：従業員の賃金総額×8% ・従業員負担：従業員の前年平均賃金×2% 2階（高額医療保険） ・各地域で異なる	1階（基本医療保険） ・予め設定された複数の保険料から選択して納付（保険料は各地域で異なる） 2階（大病医療保険） ・基本的になし	
保険者（給付）	1階、2階ともそれぞれの保険料を積み立てた基金から給付	1階部分は保険料を積み立てた基金から給付、2階部分は1階部分の保険料負担・基金積立金から一定額を転用して給付	
財源		保険料、国庫、個人負担	

出典：片山ゆき「中国の公的医療保険制度について」

この保険は、サラリーマンや公務員、自営業者などの定職に就いている都市部の住民が加入することが義務付けられている保険である。一方、学生、老人、子供など都市部と農村部の両方に住む人は、「都市・農村住民基本医療保険」と呼ばれる制度に任意で加入することができる。

第2に、それぞれの医療保険制度の自己負担割合について見る（自己負担金：医療費のうち保険会社が支払わない部分について、被保険者が支払う必要があるもので、具体的には、処方箋や受診などの都度必要となる定額の料金）。まず、都市職員基本医療保険を取り上げ、定職に就いている都市部在住者の医療費が通常どのように保障されているのかを見ていく。

図表2 北京市の都市職員基本医療保険の給付構造



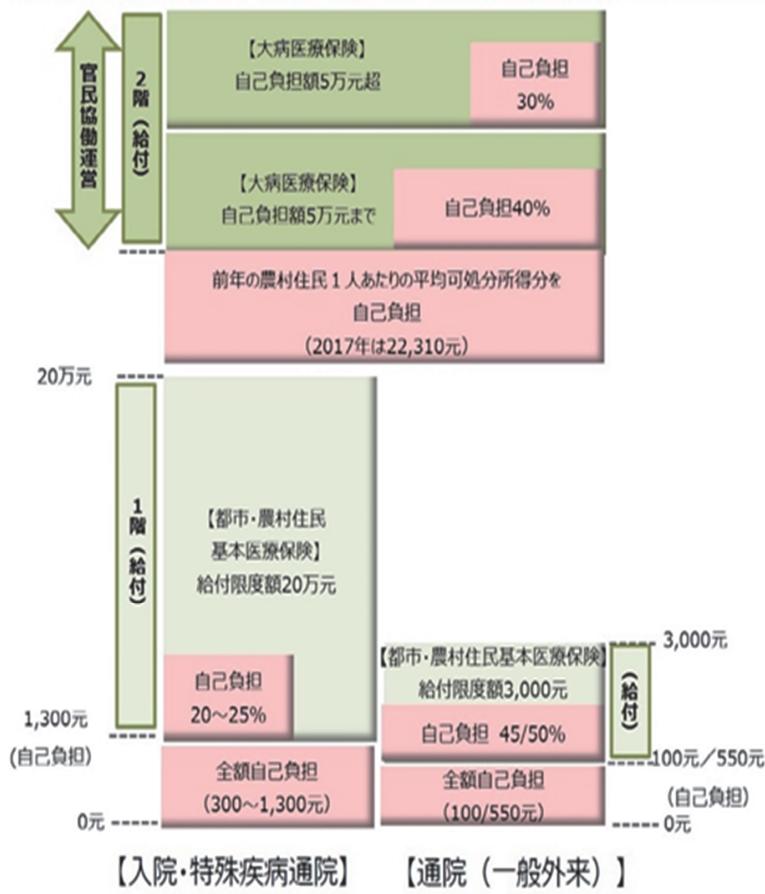
(注) 高額医療保険の名称は、各地域でそれぞれ異なる。

北京市の場合、通院については、高額医療費用互助基金から給付される。

出典：片山ゆき「中国の公的医療保険制度について」

上の図から、入院か外来かによって、自己負担率が異なることがわかる。入院して治療を受けた場合、このような3段階で構成された医療費全額負担制度が適用される。第1段階は、健康保険プログラムが支払いを開始する前に、個々の患者が支払わなければならない固定料金を表しており、これは「免責金額」（免責額）と呼ばれている。都市職員基本医療保険制度では、免責額は1300元（人民元）に固定されており、1300元以内の範囲内であれば、個人の患者は保険適用される医療サービスの費用を全額支払わなければならない。次に、医療サービスの費用の合計が1300元以上10万元未満の場合、加入者は総費用の3~15%支払わなくてはならない。さらに、医療費が10万元を超えた場合、30万元以内であれば、患者自身が15%の費用を支払うことになる。

図表3 北京市都市・農村住民基本医療保険の給付構造



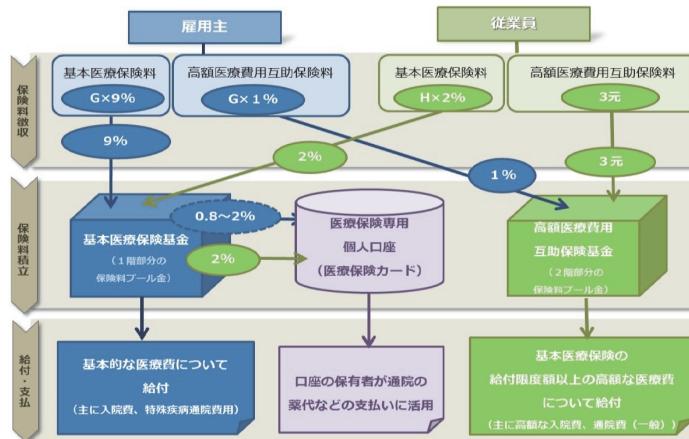
出典：片山ゆき「中国の公的医療保険制度について」

最後に、都市・農村住民基本医療保険を見る。

こちらも最初の医療費は1300元までは全額自己負担だが、医療費が1300元～20万元の間であれば、20～25%の自己負担となり、20万元を超えると、個人の負担は全体の30～40%にまで増加する。

第3に、この2つの保険の財源はどうなっているのかという問題を見ていく。都市職員基本医療保険の財源を見ると、保険料は、雇用者と従業員が共同で負担していることがわかる。

図表4 北京市における都市職工基本医療保険の保険料負担（在職者の場合）

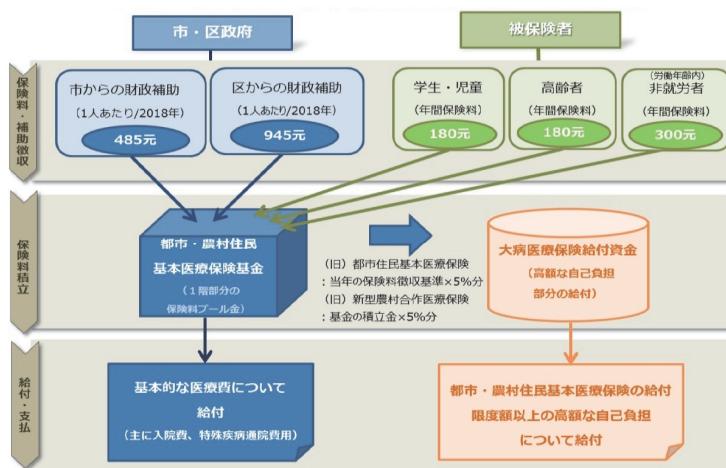


(注) G: 従業員の賃金総額、H: 従業員（本人）の前年の平均賃金

(出所) 北京市基本医療保険関連規定より作成

事業主は労働者一人一人の収入の10%、従業員は収入の2%を保険料として自己負担している。

図表5 北京市における都市・農村住民基本医療保険の保険料負担



(出所) 北京市都市・農村住民基本医療保険についての関連規定、大病医疗保险の関連規定、保険料徴収通知などから作成

一方、都市・農村住民基本医療保険の場合は、地方自治体が実質的に負担しているため、学生や老人は180元、非労働者は300元で済んでいる。

### **3. 収支状況・財政構造**

制度ごとに収支状況を確認する。まず、都市職員基本医療保険について。都市職員基本医療保険は、2016年の収入を見ると、保険料が全体の95.9%を占めている。保険給付など支出分を保険料でほぼ賄えている状態で、収支は黒字となっている。一方で、都市・農村住民基本医療保険は、収入のおよそ8割が財政補填で支えられており、保険料収入のみでは制度を支えることができず、財政補填がなければ収支は大幅に赤字となる。保険料が相対的に少額であり、基金の規模自体も小さい一方で、加入者数が公的医療保険制度全体の8割にあたる11億人超と極めて多いことが要因となっており、財政及び社会全体に大きな影響を及ぼしている。また、それぞれの財政支出は、2011年と比較すると、都市職員基本医療保険では約3倍（2000億元から6000億元）に、都市・農村住民基本医療保険では約2倍（2000億元から4000億元）に増加しており、医療保険への今後の支出も増加していくことが予想される。そのため、現在大幅な赤字となっている都市・農村住民基本医療保険制度は、更なる赤字拡大が、また現状では黒字の都市職員基本医療保険においても今後赤字に転換する可能性があると考えられる。

### **4. 現行システムの問題点と課題**

現行システムが今抱えている問題点について考える。ここまで、現在の中国の公的医療保険制度は、2種類の保険制度で構成されていることを説明してきた。この2つの医療保険制度構造のために、制度全体にはいくつかの問題が生じているが、今回は医療給付額の違いに注目する。すなわち、国民がどちらの医療保険制度に加入しているかによって、2つの点において医療給付額が異なるという問題である。1つ目は、給付総額の観点、2つ目は、外来診療に支払った給付額の観点である。問題点を明確にするために、北京市の状況を例に挙げる。まず、医療給付の合計額の違いについて考える。上記の2つの表（図2と図3）を比較すると、2種類の医療保険制度で保険料が違うことがわかる。都市・農村住民基本医療保険に加入している非労働者の方が、仕事をしていて都市職員基本医療保険の被保険者になっている人よりも、はるかに高い保険料を支払わなければならないことがわかる。次に、外来に支払われる給付金に注目すると、またしても大きな格差があることがわかる。都市職員基本医療保険の被保険者は医療費の10～30%しか負担していないが、都市・農村住民基本医療保険の被保険者は45～50%を負担しなければならない。このような保険の種類による違いが、新たな貧富の格差の原因となっており、これらの格差は是正される必要がある。そのため、中国における医療保険制度の課題は、公平な皆保険制度の設立であり、中国は医療保険制度の構造の差異から生じる格差是正に努めなければならない。

## 5. まとめ

中国における医療保険制度の課題は、公平な皆保険制度の設立である。これまで、都市職員基本医療保険と都市農村住民基本医療保険の構造について考察し、それぞれの制度の財政状況の悪化が予想されること、また現行システムの問題点などを見てきた。中国の少子高齢化のスピードは日本よりも早く、2025年には高齢社会に突入することが予想されているため、医療保険費の拡大による財政支出圧迫が進んでいる。また、中国の人口は日本の約10倍であり、公平な皆保険を普及させることは簡単なことではない。これらのことから、医療保険の構造設計の差異から生じる格差を非難することは簡単だが、実際、中国において公平平等な皆保険制度を設計することは、中国にとってかなり難しい社会経済問題であることがわかる。ただ近年、中国も困難を認めた上で、公平平等な皆保険制度の設計に努めており、実際に、大病医療保険において、民間の医療保険の導入や、医療保険制度の構造の違いを生じさせている原因である都市戸籍と農民戸籍を統一させようとする動きも起きている。これらのことから、少しづつではあるが、着実に中国における医療保険制度の格差は無くなってきており、今後も格差縮小が進んでいくと考えられる。

## 参考文献

- ・川島博之. 『データで読み解く中国経済』 東洋経済新聞社. 2012, pp. 43～47
- ・「中国の公的医療保険制度について（2018）——老いる中国、14億人の医療保険制度はどうなっているのか」（最終閲覧日 2020/12/7）  
<https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=57625&pno=4?site=nli>
- ・「世界の高齢化率ランキング」（最終閲覧日 2020/12/7）  
<https://www.digima-japan.com/knowhow/world/8704.php>
- ・「農村戸籍」（最終閲覧日 2020/12/7）  
<https://ja.wikipedia.org/wiki/農村戸籍>

## 生産者からみた農村 E コマースの価値

経済学部 3 年 竹内 鳩平

### 1. はじめに

E コマースの普及が目覚ましい中国。とりわけ農村地域において大きな広がりを見せており、これに伴い、消費者にとっては買い物の選択肢が増える等の利便性があり、プラットフォームとしてのアリババをはじめとするオンラインマーケット運営企業にとって農村地域のさらなる消費者の開拓などのビジネスチャンスがあるということは想像に難くない。一方、農村地域で農作物を生産する生産者にとってはこの潮流はプラスに働いているのだろうか。

今回、農家の方々にとっての E コマースの影響を考えるにあたり、彼らが E コマースを用いて消費者として買い物をする場合ではなく、あくまで彼らが自ら生産したモノを生産者・販売者として E コマースで販売する場合にのみ焦点を絞る。

### 2. 中国における農村 E コマース

まず、OECD によると E コマースとは『物・サービスの売却あるいは購入であり、企業、世帯、個人、政府、その他公的あるいは私的機関の間で、コンピュータを介したネットワーク上で行われるもの<sup>1</sup>』と定義されている。ここでは『受発注がすべてインターネット上で行われる、モノの売り買い』と平たく解釈しておく。

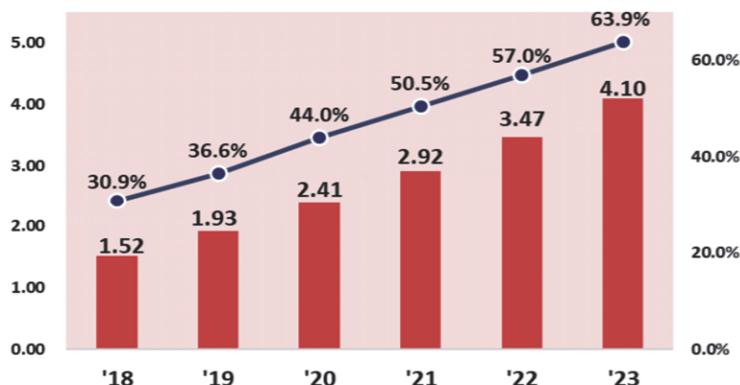


図 1 中国の BtoC-EC 市場規模と EC 化率の拡大予測(単位：兆 US ドル)

出典：経済産業省『令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）』

<sup>1</sup> OECD Glossary of Statistical Terms

<https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4721>

中国ではこのEコマース市場が急速に拡大しており、経済産業省の『電子商取引に関する市場調査の報告書』によると、2021年にはEコマース化率が50%を超えると予想される。

続いて、農村部でのEコマース業の拡大を見てみよう。以下のグラフは中国電子商務報告によるものである。棒グラフが農村のEコマースでの小売り売上高、折れ線グラフがその伸び率を表している。農村でもEコマースを用いた販売業がますます普及していることがわかる。



図2 中国における農村のEC小売り売上高とその伸び率(前年比)の推移

出典：中華人民共和国商務部 電子商務情報技術部『中華電子商務報告2019』

### 3. Eコマースの普及が農民に与える影響

#### 3.1 農家のEコマース市場への参入機会

農村の住民がEコマースを活用した販売を行うことでどのようなメリットがあるのか考えてみると、やはり一番は販売先の拡大であろう。地域での地産地消から、全国の消費者に向けて農作物の出荷が可能となる。

しかし、これはあくまで農家の人々がEコマースでの商品販売に成功した場合の話であることを忘れてはならない。Eコマースの全国的な普及、国民のニーズの多様化など、農家のEコマース参入を後押しする要素はあるものの、急速に発達するオンラインマーケットはまさに熾烈な競争市場と言える。この弱肉強食のビジネス領域に、農家は果たして参入することができるのだろうか。次ではオンラインマーケットで数々のネットショップの中で埋もれず成功するために図るべき三つの差別化を提示したい。

### 3.2 E コマース市場で成功するための三つの差別化

第1に、「商品の質の差別化」である。これはリアルな販売方法においても真っ先に考えうる重要な差別化であるが、とりわけオンラインマーケットにおいては消費者が書いたレビュー・評価を第三者が自由に閲覧できることから、重要性がうかがえる。

第2に、「サービスの質の差別化」である。店頭で客との直接的なコミュニケーションの機会はないが、一方で、商品の配送連絡や包装などの間接的な客への対応サービスが差別化につながる。

最後に、インターネット上の広告・宣伝の差別化である。これはまさにオンラインマーケットならではの差別化要素であり、技術的にも農家の人々にとって大きなネックとなるであろう。私が農家のEコマース市場での存続が厳しいと考える理由の一つとしてこの広告・宣伝技術の不十分さがある。

### 3.3 企業による農家支援

農家がEコマースに参入するにあたり大きなネックとなる広告・宣伝技術を補填するため、各企業が参入支援を行っている。例えば2014年11月にスタートした「農村タオバオ」は、Eコマースのサービス拠点として農村に設置され、商品の販売代行などを請け負っている〔王芸璇2020〕。また、行政府に認証された龍頭企業という企業も登場し、ホームページを作成したり、農家が生産した農産物の加工、包装、販売などを代行したりしている。

しかし、これらは実際に農家に利益をもたらしているのだろうか。結局農家に商品の価格決定権はなく、これら販売の仲介者のみが利益を上げる構図が見て仕方がない。農家はEコマースによってビジネスチャンスを得るどころか、プラットフォームや仲介企業にその恩恵を搾取されているといえるのではないだろうか。

## 4. ライブコマースによる農家の差別化

2017年頃から始まり、中国で流行となりつつあるのがEコマースの新たな形、ライブコマースである。ライブコマースとは「商品の宣伝をインターネットでライブ配信し、視聴者が配信画面から商品を購入できるスタイルの販売方法<sup>2</sup>」である。このライブコマースは一見Eコマースよりも高度な知識と技術が必要で農家の人々にとって敷居の高いもののように思えるが、実際はEコマース参入の敷居を下げている。

---

<sup>2</sup> 経済産業省 商務情報政策局 情報経済学科(2019年5月)「平成30年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」

ライブコマースに必要な機材は映像配信用のスマートフォン一台と手軽であり、従来の E コマースのようにネットショップ上での広告・宣伝を作成する必要もなく、受発注用のシステム管理なども簡略化される。加えて、ライブコマースでは農村の雄大な自然がそのまま消費者を引き付ける広告・宣伝となる。ライブコマースを利用する消費者も、どのような風土で作物が育てられているのかといった雰囲気や風景などリアルな姿を感じ取ることを目的としている。ライブコマースは農家がその特色を活かして他のネットショップとの差別化を図る一つの有効な手段だといえる。

## 5. 最後に

これまで、農村タオバオや龍頭企業による広告・宣伝・販売の代行サービスによって、農家はひとまずインターネット上での広告・宣伝、そして配送サービスの技術的な課題を克服することが可能であること、ただしそれが農家の利益につながるのかに関しては疑問であること、そしてライブコマースという新たな手段によってこれらの差別化が図れるようになったことを述べてきた。

しかし、これまで商品の差別化に関しては一切言及していない。E コマースの農村での急速な普及は、農家に対して『いかにして自分の農産物を売るか』という観点を与えたものの『いかにしてより良いものを作るか』という観点は与えていないと私は考える。もちろん前述したように、E コマースのフィールドでも商品レビューや口コミのシステムを通して商品の質が重要視されることは間違いない。しかし、E コマースという言わば便利な道具を用いて、販売対象が地域から全国へ一気に広がると、商品の質を高め、口コミ・レビューで高評価を増やし、売り上げを伸ばすという地道で時間のかかるような方法ではなく、とにかく多くの消費者の目につくような広告や販売戦略を練るといった目先の売り上げ向上という近道を選択してしまいがちであると感じる。

農村での E コマースの普及が農家に恩恵をもたらしていないのではないかと考える理由として、プラットフォーム・仲介企業による利益の搾取を挙げたが、加えて、この農家の開発努力を阻害し、農産物の質の向上を遅らせる点も今後問題視していかなくてはならないと強く感じる。

## 参考文献

- OECD Glossary of Statistical Terms  
<https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4721>
- 経済産業省 商務情報政策局 情報経済学科「内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業(電子商取引に関する市場調査)」2020年7月  
<https://www.meti.go.jp/press/2020/07/20200722003/20200722003-1.pdf>

- ・経済産業省 商務情報政策局 情報経済学科「平成 30 年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」2019 年 5 月  
<https://www.meti.go.jp/metilib/report/H30FY/000786.pdf>
- ・王芸璇「中国江南省農業の発展ポテンシャルに関する研究—農産物の電子商取引とコールドチエーンを中心に—」2020 年 1 月 10 日
- ・柳偉達「中国の小売業における電子商取引の発展について」『近畿大学短大論集』 第 51 卷第 1 号、2018 年 12 月、pp. 11–24
- ・高口康太 Yahoo!ニュース Japan「中国のいま『農村ライブコマース』動画の生配信で产地と消費者がつながる—コロナの時代を占う非接触型販売とは」2020 年 5 月 25 日  
<https://news.yahoo.co.jp/feature/1708>

# コロナウィルスパンデミックが中国の小売業に与えた影響

経済学部2年 陳 天天

## 1. はじめに

新型コロナウィルスが世界各地に急速に広がることにより、世界の国々がウイルスを封じ込めるために経済活動を抑制せざるを得ない状況にある。そのため、世界経済がかなり大きな打撃を受けた。国際通貨基金によると、2020年の世界経済成長はマイナス4.4%と予想される<sup>1</sup>。中国もパンデミックの影響を受け、2020年第一四半期のGDPがマイナス6.8%となり<sup>2</sup>、1992年以後初めてのマイナス成長となった。

一方、各國におけるロックダウンや外出制限といったコロナウイルスを封じ込めるための政策も、人々の生活に大きな影響を与えた。特に中国において、経済活動や人と人の接触が厳しく制限される時期があった。人々のライフスタイルの変化によって、インセンティブが与えられ、すばやく成長した産業もあるが、従来の客の流失でダメージを受けた業界もある。

世界二位の経済大国である中国が一体どれほど深刻なダメージを受けたのか？本レポートでは、まず、中国におけるコロナショックによる経済的なダメージを概観する。次に、真っ先に影響を受けた小売業に焦点を当て、人々のライフスタイルの変化が小売業に与えた影響について考察する。それを踏まえ、中国国内の小売業について将来への展望を描きたいと思う。

## 2. コロナショックが中国経済に与えた影響

### 2.1 全体的な影響

中国における新型コロナウイルスの感染拡大は2020年1月中旬から始まり、それに応じて政府が厳しい外出制限政策を導入していた。また、元々1月24日から1月30日までの春節連休も2月中旬まで延ばされ、地域によって2月下旬まで職場に戻れないところもあった。特に状況がもっとも深刻な武漢市では、3月20日まで都市封鎖が解除されなかった。そのため、もっとも大きな経済的なダメージを受けたのは2020年1月から2月までの二ヶ月間だと言えるだろう。この二ヶ月間において、中国国内の投資額、工業生産額の成長率が大幅に減少した。中国国家統計局によると、国内小売業の売上は前年同期に比べてマイナス20.5%の5兆2130億元となり、固定資産投資も前年同期と比べて24.5%下がった。また、工業生産額が前年同期と比べて13.5%下がり、輸出額もその影響を受けて19.1%下がった。

<sup>1</sup> 国際通貨基金『世界経済見通し』、2020年10月

<sup>2</sup> 中国国家統計局 2020年4月17日

## 2.2 インセンティブが与えられた業界

コロナパンデミックにより、人々のライフスタイルが変り、平均在宅時間がかなり長くなった。それにつれ、新たなビジネスチャンスが誕生し、それを見事に掴んで急成長した業界もある。代表的な業界として、オンライン教育、ゲーム、宅配サービス、ネット通販、動画配信サイト、SNS、オンラインミーティングソフトウェアなどが挙げられる。オフラインサービスがほとんど利用できない状況で、オンラインサービスを利用するのを習慣化させられ、コロナショック後もオンラインサービスから切り離すことが出来ないユーザーがかなり多く存在すると予想される。また、コロナショックを機にこれらの業界が急速に成長し、オンラインサービスの質の向上にも繋がる。これらの業界は今後も成長し続け、コロナショック後の経済回復の担い手となるだろう。

## 2.3 コロナショックにもたらされた失業問題

新型コロナウイルスを封じ込めるために、中国政府はかなり厳しい経済抑制政策を導入した。しかし、それにより1-2月に国内の都市部失業率も大幅に上昇し、6.2%となった。それに対して、2019年1-2月の平均都市部失業率は5.2%で、2020年を1%も下回った。失業率の上昇が2020年の平均初任給にも反映されている。2019年の新卒平均初任給が毎月5610元に対して、2020年の数字が55%増の8688元に上がった。コロナショックの中で、このような平均初任給の上昇の原因は経済成長だとは考えにくい。これらのデータから、コロナショック直後の中国において就職活動の競争が激しくなり、失業者が多数出ていたと考えられる。

## 3. 中国の小売業が受けた影響

### 3.1 コロナショックの概観

1月に新型コロナウイルスの感染拡大が始まった後、厳しい外出制限により小売業が真っ先に影響を受けていた。また、政府の規制により衛生基準を満たしていない店が営業できなかったため、たくさんのスーパーや地元の市場が閉店を余儀なくされた。日常商品の供給はかなり減ったが消費者の需要が依然として高く、特にパンデミックが原因で食料品や医療用品に対する需要が爆発的に上昇していた。こうした状況の中で、従来配達が遅いと思われていたネット通販に目を転じる消費者が多くなった。一方、客の流失や政府に規制されたため資金不足に陥るスーパーやショッピングモールもかなりあった。

デロイトと中国連鎖（チェーン店）経営協会のショッピングモール、スーパー、コンビニとネット通販ウェブサイトの経営者を対象とした調査によると、90%以上の経営者がコロナショックのために客が減ったと答えた。また、37%の経営者は客が50%以上減少したと答えた。更に、約半分の経営者が一年以内に資金不足になると答えた。しかし、この調査結果の内訳まで見ると、67%のネット通販ウェブサイトの経営者は客が減少していなかつたと答えたことがわかる。そ

のため、ショッピングモール、スーパーとコンビニが受けたダメージがネット通販ウェブサイトより遥かに大きく、後者がコロナショックで相対的に有利な立場に立てたと言っても過言ではない。

### 3.2 実例

中国コンビニチェーンの全時(OurHours)の例を紹介したいと思う。全時は首都エリアにおいてもっとも多い店舗数を持っているコンビニチェーンの一つで、一時的に店舗数トップにもなっていた。しかし、今年のコロナショックを受け、経営が破綻し、今年の5月に首都圏エリアからの撤退を発表した。

一方、中国のIT大手アリババが創設した、オンライン化が進んだ次世代スーパー「盒馬鮮生」のアプリ画面を示す。



アプリで簡単に日常生活用品の注文ができる盒馬鮮生

盒馬鮮生(Freshhippo)の状況について見てみよう。盒馬鮮生は通常の店頭販売業に加え、オンラインショッピングや食材の調理と配送業務も行っているスーパーマーケットチェーンである。今年のコロナショックで、オンラインで食料品や生活用品を買う人が急激に増え、盒馬鮮生の売上は史上最高に達した。去年同期より売上高が220%にも上がった。

### 3.3 中国小売業界で進んでいるIT化

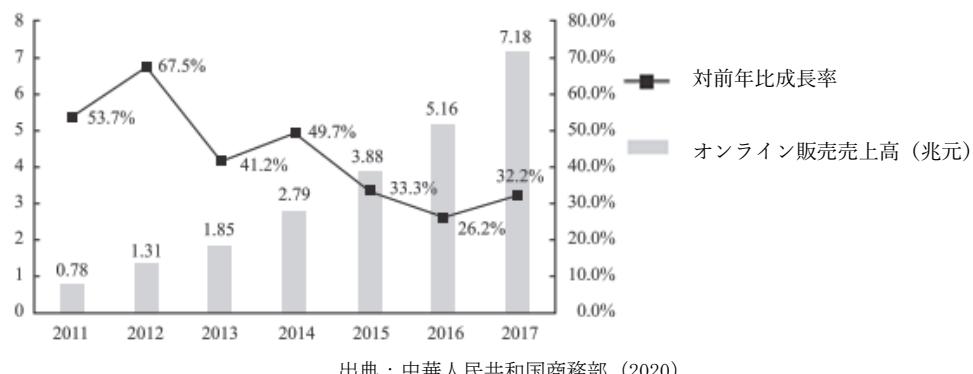
コロナショックを受け、店頭販売ができなくなるショッピングモールや農家もIT化への道を模索している。たくさんのショッピングモールチェーンがライブコマースに参入し、店頭販売の代わりにライブという方法で商品を売るようになった。これは従来のネット通販よりもインタラクティビティがよく、商品の魅力をより良く伝えることができるメリットがあると言われている。

また、農村地域においてもライブコマースブームが巻き起こっている。政府の制限により地元の市場で農産品を売ることができなくなり、ライブで農産品を売るようになった農家がたくさんいた。ネット空間で市場を作り、全国の消費者向けに農産品を販売する。とても皮肉的だが、コロナショックによって、ライブでの売上が何倍も伸びた農家すらいた。

### 3.4 中国における小売業のオンライン化

前述したように、コロナショックによって店舗販売業が落ち込み、オンラインショッピングサービスが有利な立場に立てた。一見、コロナショックで中国の小売業界の構造を変わったように見えるが、実はそうではない。10年前から既にオンラインショッピングの売上成長率が店舗販売業の売上成長率を越えたのである。

図1 2011-2017年中国オンラインショッピングの売上成長率



出典：中華人民共和国商務部（2020）

図2 2018-2019年1-2月中国实体店消费品零售额月度增速

Figure 2 Monthly growth rate of retail sales of consumer goods in physical stores in China from 2018 to January to February 2019



出典：i Media Research (2019)

グラフから分かるように、オンラインで行う商品販売の売上が2011年から成長率を2桁に維持し続けており、それに対して、最近の店頭で行う商品販売の売上成長率が一桁しかない。こうした成長率のギャップがコロナショック前にもあったのである。今年のコロナショックがただ既に存在しているプロセスを加速したに過ぎないと言っても過言ではない。

#### 4まとめ——今後の展望

急速に成長し続けている中国のオンライン販売は、店舗販売業を完全に代替するのだろうか？私はそうでもないと思う。いくら革新的だと言っても、オンライン販売には限界があるのである。例えば、実際に商品を使ったり触ったりすることができないので、実体験が重要視される商品はむしろ店頭のほうが良く売れる。個人的な意見としてオンラインショッピングも最終的に成長が収まって、店舗販売業を代替するのではなく店舗販売業と相互補完関係になると思う。オンライン販売と店頭販売の属性に応じて、消費者も日常生活用品など多様性が低く、需要が大きい商品をオンラインで、家具や化粧品など実体験が重要視され、多様性が高い商品を店頭で買うようになると思われる。オンライン販売も店頭販売も、特徴に応じて商品の種類を特化していくだろうと思う。

#### 参考文献

- ・瀟湘晨报（2020/9/28）「秋季新卒平均初任給」  
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1679078364347150773&wfr=spider&for=pc>
- ・東方財富網（2019/3/19）「中国国内1-2月失業率」  
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1628401579272162781&wfr=spider&for=pc>
- ・デロイト・中国連鎖經營協会（2020）「新型コロナウイルスが中国小売業界にもたらした影響についての報告書」
- ・財経塗鴉（2020/2/13）「パンデミックの中に盒馬鮮生の売上が220%も伸びた」  
<https://kuaibao.qq.com/s/20200213A066RG00?refer=spider>
- ・東方財富網（2020/3/1）「新型コロナウイルスが中国経済に与える影響」  
<http://finance.eastmoney.com/a/202003161419930173.html>
- ・国際通貨基金（2020/6）「世界経済の見通し」  
<https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/09/30/world-economic-outlook-october-2020>
- ・中華人民共和国商務部（2020/7/2）「中国経済報告書」  
<http://images.mofcom.gov.cn/wzs2/202007/20200703162035768.pdf>
- ・iMedia Research（2019/12/20）「2018年店頭で行う商品販売の1-2月売上成長率」  
<https://data.iimedia.cn/data-classification/detail/30404739.html>
- ・中国国家統計局（2020/4/17）「3月の主要経済指標が大幅下降」  
[http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202004/t20200417\\_1739339.html](http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202004/t20200417_1739339.html)
- ・新食品評介（2020/5/12）「全時が北京から撤退」  
[https://m.sohu.com/a/394639630\\_210328](https://m.sohu.com/a/394639630_210328)
- ・青蜂侠新聞（2020/3/6）「1-2月城鎮失業率が6.2パーセントにのぼった」  
[http://k.sina.com.cn/article\\_7285844747\\_m1b2452b0b02000np5n.html](http://k.sina.com.cn/article_7285844747_m1b2452b0b02000np5n.html)

# 私たちは中国から何を学べるのか——「中国と貧困」から考察する

経済学部2年 野沢 紗夏

## 1. はじめに

貧困とは何か。生活のための必需品を得られない状態、最低限度の暮らしはできるが豊かな暮らしはできない状態など人によって定義は異なるであろう。しかし、解決する必要がある問題だということは誰しも思っているのではないか。私もそう思っている人の一人であり、このテーマに興味を抱いたのも将来的に貧困解決に携わりたいと思っているからだ。高校時代をインドネシアで過ごし、生まれや育ちといった本人の意志とは関係のない要因によって生活水準や、将来展望に差が生まれる状態をおかしいと思ったからである。

そんな中、中国も貧困に苦しみ、戦ってきた国の一である。また急速な経済成長を遂げ、絶対的貧困率を改善した面では、中国は突出した特徴を持った国でもある。さらに、中国は国際機関からの支援で貧困を改善しただけでなく、今では対外援助を行い、他の発展途上国の貧困解決にも携わっている。このような貧困の「援助受け入れ国」であり「支援国」でもある中国に私は興味を抱いた。

このことを踏まえてレポートでは、国際機関による支援と、中国における対外援助の2つの視点から「中国と貧困」について考察していく。

## 2. 国際機関による貧困支援

### 2.1 中国における貧困の概観

中国は2019年にて、およそ13億9800万人の人口をもつ大国である<sup>1</sup>。この巨大な人口の中でも中国は経済格差によって、富裕層と貧困層の二つに大きく分けられている。では、中国の貧困の現状はどうなのか、実際のデータを見ていきたい。

2017年時点では、国家貧困線をもとにすると、貧困層は3.1%となっている<sup>2</sup>。このデータだけを見れば中国の貧困はそこまで深刻ではないかも知れないが、必ずしもそうではない。世界銀行は2018年から各国の貧困の現状をその国の所得階層によって判断する新しい手法を取り入れ、1日当たりの米ドル計算で低所得国は\$1.90、下位中所得国は\$3.20、上位所得国は\$5.50で貧困

---

<sup>1</sup> The World Bank Database

<https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=CN>

<sup>2</sup> World Bank Group Poverty & Equity

[https://databank.worldbank.org/data/download/poverty/33EF03BB-9722-4AE2-ABC7-AA2972D68AFE/Archives-2019/Global\\_POVEQ\\_CHN.pdf](https://databank.worldbank.org/data/download/poverty/33EF03BB-9722-4AE2-ABC7-AA2972D68AFE/Archives-2019/Global_POVEQ_CHN.pdf)

度合いを判断することとなった<sup>3</sup>。結果、2015年には中国の人口のうち27.2%、およそ3億7300万もの人々が貧困に苦しんでいた。また、中国の2016年におけるジニ係数は46.5とされており、ジニ係数が高いことからは国内での貧富の差が未だにかなり激しいことがわかる。それでは、急速な経済成長を果たしつつも、貧困の削減に取り組んできた中国において、国際機関はどのように貧困削減に携わり、貢献してきたのであろうか。

## 2.2 世界銀行による支援

今回は、国際機関の中でも世界銀行による支援について考えていく。世界銀行では、「中国西南貧困削減プロジェクト」を1995年から行なっていた。貧困とは、1つの要因によって生じるものではなく、教育の有無、健康や生活水準、インフラ整備や生産性といった様々な経済的・社会的要因の相互作用によって生まれる社会的課題である。従って、このプログラムでもこれらの要因を包括的にカバーするプログラムを実行していた。例えば、教育に関しては小学校の建設や学費補助の提供、教師の育成を行い、健康に関しては医療サービスにアクセスしやすい環境を整えた。また農家とその土地の開発のためには、豊富な種類の農作物の提供や環境に配慮した土地使用のシステムなどの助言も行なった<sup>4</sup>。

その結果として、人々の収入の増加や識字率の上昇、インフラ建設の促進、そして何よりも貧困率の削減に繋がったと言われている。プロジェクト前には31.5%だった貧困率もプロジェクト後には17.7%となり、プロジェクトを行わなかった地域と比較してもより貧困が改善されたことが分かる<sup>5</sup>。

Poverty indices	Project Villages		Comparative Villages	
	1995	2000	1995	2000
Poverty Incidence	31.5	17.7	21	13
Poverty Depth Index	5.8	3.6	3.3	2.5
Poverty Intensity Index	1.23	1.11	0.5	0.73

*Source: Rural Socioeconomic Survey Team of the State Statistical Bureau, Report on Poverty Monitor (Guangxi, Guizhou, Yunnan) 2000, China Statistics Publishing House, 2001*

図1 プロジェクトによる貧困の削減度合い

<sup>3</sup> “Poverty And Equity Briefs”, World Bank

<https://www.worldbank.org/en/topic/poverty/publication/poverty-and-equity-briefs>

<sup>4</sup> “The China Southwest Poverty Reduction Project”, World Bank p9-10

[http://documents1.worldbank.org/curated/en/476881468744028171/pdf/307760CHA0SW0Povety01see0also0307591.pdf](http://documents1.worldbank.org/curated/en/476881468744028171/pdf/307760CHA0SW0Poverty01see0also0307591.pdf)

<sup>5</sup> 同上書 p 13

## 2.3 プロジェクトの問題点と展望

このプロジェクトにもまだ課題はあった。まずお金の貸し付けのシステムである。このプロジェクトは開発型であり、農家にお金の貸し付けを行なっていた。そしてその条件は十分な労働力を持っていること、としていた。つまり、労働力が十分にない農家は貸し付けを受け取ることができず、貸し付けからは除外されてしまう人々こそが社会の中でも最下層に属し、援助が必要な人々なのであった<sup>6</sup>。そのため、最も必要としている人たちに対する支援を行えたかどうかは定かではない。

次に農作物をはじめとする必需品の値段が下落したことにより人々に購入を促し、生活を少しでも豊かにすることことができたが、その一方で家族経営の農家にとっては値段の下落は収入の減少に繋がった。これらの農家の消費が制限され、貧困に戻ったということも考えられる<sup>7</sup>。

さらに農家の収入の要因である。プロジェクトに参加した多くの農家は収入が増加したが、この変化の一番大きな要因は労務輸出、つまり出稼ぎ労働であった。出稼ぎ労働者が都市部で働き、現金収入を得たことで農家の収入が増加したことが大きかったのである<sup>8</sup>。しかし、出稼ぎ労働は、都市部で働き、現金を得ることはできるが、それは生活環境の悪化などを招き、貧困問題をうやむやにしているだけではないだろうか。つまり、これは根本的に貧困を解決し、当事者にとって状況が改善されたと言えるのであろうか。

このように、世界銀行による貧困削減プロジェクトの効果をある程度評価することはできるが、まだ足りない部分もあることがわかった。近頃、世界銀行は新たなプロジェクトを始め、工業化を通じた中国国内の貧困削減に力を注いでいる。このプロジェクトが貧困削減に与える影響、そして有効性を知るにはまだまだ時間はかかるが、世界銀行を始めとする多くの国際機関が中国の貧困削減に関与していることは伺えるのである。

## 3. 中国による対外援助

### 3.1 対外援助とは

ここでは、中国にとっての「国外」がどう「中国国内」の貧困を削減しようとしているか、ではなく、「中国」がどう「国外」の貧困に携わろうとしているかについて考えていく。一国が他国に対して支援を行うことを、「対外援助」と呼んでいる。それでは、対外援助とは何であろうか。

---

<sup>6</sup> 川崎高志「中国の貧困対策と世界銀行プロジェクトの実施状況と評価」 p82

<sup>7</sup> 同上書 p87

<sup>8</sup> 同上書 p87

対外援助とは、一般的に定義すると、外国に対して行う経済的・技術的・軍事的支援である。対外援助と言わると、技術協力や国内研修を含む無償援助、無利子や優遇借款を連想する人が多いであろう。目的としては、「経済成長や発展の促進」、「生活水準の向上や貧困の解決」がある。また対外援助を行う「援助国」と援助を受け取る「受け入れ国」という認識が、一般的に対外援助を成り立たせている。

### 3.2 中国の対外援助とは

もちろん中国の対外援助もOECD諸国のような方法を採用している面もある。だが中国にとっての対外援助は、OECD諸国との対外援助とは少し定義が異なる部分があり、一線を画しているのだ。まず、中国の支援の根本にある信念が異なる。中国は何よりも、援助の受け入れ国との公平な関係性を強調しており、受け入れ国の主権を大事にしている。そのため中国は「援助国」と「受け入れ国」の境界線を引かない姿勢を取っており、中国自身は自国を「援助国」ではなく「パートナー」と位置付けている<sup>9</sup>。次に、「援助国」と「受け入れ国」相互の利益が一番だとし、双方の国にとって利益のある協力関係、win-winな協力体制を築くことが中国における対外援助にて重要視されている。さらに、優遇バイヤーズクレジットといった中国はその商業的色合いから対外援助の定義には含まないが、受け入れ国からは援助と見なされている場合もある。

### 3.3 中国の対外援助の問題点

受け入れ国に密接型の対外援助にも問題点はいくつかある。第1に、商業主義的な色彩が強すぎる点である〔北野尚宏 2019〕。「win-winな協力体制を敷くこと」を第一にしており、「国益の確保を最重視すべきである」という議論が増し、「平等互恵」や「共同発展」も大事だが、中国側にとっても有利な条件を与える必要があるとしている〔前田宏子、p. 7-8〕。従って、商業的に中国に利益があるような援助も時には行われ、それは眞の「支援」なのかどうか、疑問を与えていている部分である。

第2に、受け入れ国の債務持続性に関してである。近頃では、低所得国の債務残高のGDP比が上昇しており、低所得国の債務脆弱性への対処や債務の透明性および持続可能性の促進といった側面まで、援助する側として考慮していかなくてはならない〔北野尚宏 2019〕。

---

<sup>9</sup> “China’s Foreign Aid: A Primer for Recipient Countries, Donors, and Aid Providers”, Center for Global Development

<https://www.cgdev.org/publication/chinas-foreign-aid-primer-recipient-countries-donors-and-aid-providers>

第3に、中国の援助の捉え方にある。中国は援助の際に、「受入国の中の政治体制や経済政策に条件をつけない方針を探っている」〔前田宏子、p.7〕。受け入れ国からすれば自国に不干渉であることは主権を保てるという意味で迎え入れられるかもしれない。だが、実際問題は違う。受け入れ国には人権の保障が十分ではない国、独裁政権であり政治的弾圧が生じている国、民主化を推し進めていない国がある。政治体制に不干渉であることは、人権の保護や国の民主化に貢献していないこととなる。例えば、私が高校時代を過ごしたインドネシアでは、政治は腐敗が浸透しており汚職問題が往来し、社会の中でも国際的問題が生じている。そのうちの一つはパプア問題である。パプアは独立を試みるものの現在でもインドネシアの領地の一つとされており、その傍らでは人種の観点から差別を受けている。そのような人権的・倫理的問題があるとされ、議論の余地がある国でも、中国は援助を行なっているのである。

また、経済政策に条件をつけない面では、中国が行なった支援が本来分配されるべき箇所に分配されず、生産性が高まらないことも考えられる。開発や成長を支援する面から、経済的発展を促すセクターや国民の生活を豊かにするセクターへの援助の分配が行われるべきだが、そのアドバイスを中国は行わず、自国の判断に任せることでそのような望ましい分配は実行されない可能性もある。従って、援助受け入れ国の主権を尊重しつつも不干渉の姿勢を取る中国は、受け入れ国の更なる成長や発展に本当に寄与しているのか、見直す必要があるのではないだろうか。

### 3.4 中国にとっての対外援助

冒頭でも述べたように、中国は「援助受け入れ国」であり「支援国」でもある。このような二面性を持つ国は世界の中でも珍しい。また、中国は著しい経済成長を果たし、多くの先進国よりもGDPが大きい面では、発展途上国、または「援助受け入れ国」からはお手本として見られている側面もある国である。

中国の対外援助はOECD諸国の援助とは異なる部分がある以上、先進国からは反感を買い、批評を受けている部分も確かにある。だが、その対外援助は完璧ではなくとも、中国は「発展途上の状態から経済成長を果たした」という功績から、他の発展途上国にも希望を与えているのではないだろうか。他の発展途上国も発展を遂げる手助けとなるよう、中国は独自の路線で対外援助を行なっているのである。

同時に中国にとって、対外援助は他国と“win-win”な関係を築くための手段でもある。対外援助の条件に「中国企業の海外進出」を課す場合もあり、中国の経済発展、雇用の確保、生活水準や貧困の解決をも成そうとする「一石二鳥」のような点も見受けられる〔前田宏子、p.7〕。そのような点からも、中国にとっての対外援助は、他国と中国を結びつけ関係性を築き上げる手段であり、さらなる成長を保証していくためのツールでもある。

#### 4. 最後に

以上のことより、国際機関による支援と中国による対外援助という二つの観点から、貧困解決や発展に関する中国と世界との関わりを見てきた。もちろん、両者はその取り組みや実績において賛否両論に分かれる部分を兼ね備えている。国際機関のプロジェクトであれば、見方を変えれば貧困解決を後進させた側面がある。一方、中国の対外援助であれば、援助の信念に「不干渉」という考えが根本にあることで、人権の保障やSDGsの促進といった現代社会において対外援助が果たすべき他の役割を担っていないのではないか、という批判も生まれている。

だが、ゼミナール内でのCAITEC(Chinese Academy of International Trade and Economic Cooperation)の方による講演を聞いて、私はあることに気が付いた。それはここで大事になってくるのは「普遍性」ではないかということだ。確かに、国際機関が行う援助、中国が行う対外援助、はたまた先進国諸国が行なっている対外援助があり、それぞれ方法も、信念も、理念も違うであろう。だが、その根底には全て、「発展途上国の成長を促したい」、「貧困に苦しんでいる人々を救いたい」、「この社会をより良い世界にしていきたい」という共通した、普遍的な考えがあるはずである。

もちろん、その援助の方法が不適切なのであればより良くしていくためにも指摘は必要である。ただ、それは「指摘」であって、一方的な「批判」であってはならない。中国国内、国外での成果をしっかりと評価している人もいるが、「中国」というレッテル越しに物事を見て先入観で「批判」している人々もいるのは確かである。現代社会に必要なのは、物事の表面に捉われるのでなく、より深い真意を見ることだ。そして多様化した社会であるからこそ、今一度「普遍性」に立ち戻り、世界中が団結して貧困をはじめとする社会問題に取り組んでいくことが求められているのである。「他国とは違う」と評価されやすい中国を研究対象として見たからこそ、私はそのことに気づくことができた。この「普遍性」の考えに基づき、中国をはじめとする国や人々はこれから社会をより良くしていくために、各々の責任を担い、果たしていく必要がある。

#### 参考文献

- Foreign Aid, Dictionary.com  
<https://www.dictionary.com/browse/foreign-aid>
- The World Bank Database, World Bank  
<https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=CN>
- World Bank Group Poverty & Equity, World Bank  
[https://databank.worldbank.org/data/download/poverty/33EF03BB-9722-4AE2-ABC7-AA2972D68AFE/Archives-2019/Global\\_POVEQ\\_CHN.pdf](https://databank.worldbank.org/data/download/poverty/33EF03BB-9722-4AE2-ABC7-AA2972D68AFE/Archives-2019/Global_POVEQ_CHN.pdf)
- “Poverty And Equity Briefs”, World Bank

- <https://www.worldbank.org/en/topic/poverty/publication/poverty-and-equity-briefs>
- Wu Guobao, Qiulin Yang and Chengwei Huang, “The China Southwest Poverty Reduction Project”, World Bank、2004 年
- [http://documents1.worldbank.org/curated/en/476881468744028171/pdf/307760CHA0SW0Pov](http://documents1.worldbank.org/curated/en/476881468744028171/pdf/307760CHA0SW0Poverty01see0also0307591.pdf)  
erty01see0also0307591.pdf
- 川崎高志「中国の貧困対策と世界銀行プロジェクトの実施状況と評価」、2004 年 3 月 1 日
  - Leah Lynch, Sharon Andersen and Tianyu Zhu, Center for Global Development, “China’s Foreign Aid: A Primer for Recipient Countries, Donors, and Aid Providers”，2020 年 7 月 9 日
- <https://www.cgdev.org/publication/chinas-foreign-aid-primer-recipient-countries-donors-and-aid-providers>
- 北野尚宏「中国の对外援助の現状と課題」、日本経済団体連合会 21 世紀政策研究所、2019 年 1 月 31 日
- [https://www.keidanren.or.jp/journal/times/2019/0131\\_09.html](https://www.keidanren.or.jp/journal/times/2019/0131_09.html)
- 前田宏子「中国の对外援助」、PHP 総合研究所、2009 年 2 月 3 日
- [https://thinktank.php.co.jp/wp-content/uploads/2016/05/policy\\_v3\\_n13.pdf](https://thinktank.php.co.jp/wp-content/uploads/2016/05/policy_v3_n13.pdf)

## 中国の公共外交について

社会学部2年 増田 聖夕

### 1. はじめに

2020年中國短期海外調査は、中國武漢から発生した新型コロナウイルスが世界を席巻する最中に始動した。世界が未曾有の感染拡大と経済停滞に悩まされる中、中國は早期の徹底した防疫対策が功を奏し、1~3月には前年比6.8%まで落ち込んだGDPも4~6月には同3.2%と持ち直し、世界に先んじて経済活動を再開させた。その後中國は、世界各国にマスク、人工呼吸器、医師などの医療物資を提供するコロナ外交を行ったが、これに対する各国専門家からの意見は賛否両論であり、コロナ禍で中國の影響力が拡大したとの声が挙がる一方で、感染源であるにも関わらず支援に対する感謝を強要し反中政策を助長しているという意見も見られた。このように、中國は感染源でありかつ國際社会への初期の対応が非難されたことによる悪印象を払拭とともに、コロナからいち早く復活を遂げ他国にも援助の手を差し伸べたという「救世主」的イメージを各国にもたらせ、さらに日欧に対して懐柔姿勢を見せる目的での公共外交を行った訳だが、結果としてそのイメージ戦略は成功を収めたとはいえないと思われる。ここ数年中國は經濟・軍事両面において急速に強大化し、アメリカとの覇権争いも囁かれる勢いであったが、國際社会のリーダーとなる上で戦略的な国家イメージの形成は欠かせない。これらの経緯を踏まえ、本稿では中國の公共外交の現状を考察していきたい。そこでまず、「公共外交」の定義を確認した上で、具体的な政策例として日本人である筆者と人民大学生が交流会にて提示した事例を紹介し、そこに見られる中國の特徴的な「公共外交」に対する認識を考察する。そして、今後中國が国家イメージの戦略的な宣伝を成功させるためにいかにすべきかを筆者なりに考察し意見を述べたい。

### 2. 公共外交（Public Diplomacy）の定義

張(2015)によると、「冷戦終結後、同時多発テロ事件とアメリカの対テロ戦争を契機に、ジョセフ・ナイによるソフト・パワー論が世界規模の議論を引き起こし、公共外交はそのソフトパワーの重要な活用方法として注目を集めた」という。故にまず、ソフトパワーの定義について確認する。童(2010)によると、それは「自らの目標達成のために非強制的な手段と非利益的な誘導を通じ、文化的感化力、価値観の求心力、外交政策の合理性と道義性をもって他人を感化する能力」である。

次に、公共外交の定義について。学術的な定義は明確には存在しないが、複数論文では以下のように記載されている。

「國際社会の中で自国の存在感を高め、自国のイメージを向上させ、自国に対する理解を深めるために、従来のやり方である相手国政府に向けるのではなく、相手国の国民に直接働きかけていく外交活動」〔星山、2008〕

「従来型の外交が政府間交渉による外交であるのに対し、パブリック・ディプロマシーは政府が民間の協力も得ながら相手国の国民や世論に直接働きかけを行い、「ソフトパワー」を活用して自国に対する信頼や肯定的イメージを獲得し、国際社会における自国の影響力を拡大させていこうとする外交である。」〔藤原、2016〕

### 3. 中国の公共外交政策の具体例

#### 3.1 孔子学院

中国の公共外交政策として私が最初に孔子学院を想起したのは、2020年8月当時、ポンペオ米国務長官が、中国語普及を目的に国外に設置している中国政府の非営利団体「孔子学院」を中国政府の在米公館と同じ「外交機関」と認定し、中国共産党のグローバルな宣伝機関でありスパイ活動を行う拠点であると指摘し批判したことが契機である。

孔子学院とは、中国政府が世界の大学と提携し設置している、中国語や中国文化の普及を掲げる非営利教育機構である。2004年に韓国ソウルに設置されたのを皮切りに、2019年12月には、世界162ヶ国550ヶ所に拡大し学生・受講生の総数は約2,500万人に及ぶ。日本でも早稲田大学・立命館大学・桜美林大学など20以上の教育機関に設置されている。

馬場（2010）によると、設置による中国側のメリットとしては、①世界各地の教育機関の既存の施設・設備を利用できるため、自前の施設・設備のための投資が不要となる、②世界各地で中国教育を担っている人的リソースを利用できる、③世界各地である程度中国教育が開始されることで、極めてソフトに中国主導の中国教育の開始が可能となる、等が挙げられ、一方世界各地の教育機関側からは、①中国からの「お墨付き」を得て権威づけられた中国語教育が可能となる、②中国からの提供を受け、教材・教員不足が解消される、③新設される孔子学院に対する必要経費の補助、中国留学に対する資金援助、等が魅力的であり、双方向的に利益のある政策であるといえる。しかしその反面、懐疑的な姿勢を見せる各国政府も散見される。孔子学院は非営利団体であるが、中国教育部傘下の国家漢語国際推進指導小組弁公室（以下、国家漢弁）が運営機関であり、中国共産党指導部が意思決定を行なうべきとした中国政府機関である。そして実際に孔子学院建設は中国の外交戦略の一部と位置づけられており、2014年に孔子学院総本部理事長が「孔子学院は、中国共産党の価値観を外国に輸出するために存在する」と公言した事で、中国共産党の価値観を相手国社会に信じさせる世論工作のための装置とする認識が生まれ、民主主義国からの警戒心を高めることとなった。今回米政府が監視強化を明言したのは、このような経緯から教育機関の名を借りた世界規模のプロパガンダ機関との疑いが生まれ、学問の自由や学院の実態の透明性確保を図った故であるといえよう。

### 3.2 メディア利用

人民大学学生は、米国公共外交諮問委員会による定義を用いて、“伝統的”な公共外交を、「米国の主要な政策を支持させるために外国市民に情報を提供し関与させ影響を与えるプロセスであり、その中核的な目的は「政策の支持」である」とし、「公共外交は文化・教育・情報プログラム・市民交流などの政府主催の報道を含む」と述べた。しかし一方で、「世界政治のパターンと国際秩序が大きく変化するにつれ、近年新たな公共外交へと変化している」との見方も示した。具体的には、急速な情報技術の発展や世論の多元主義化により、政府のみが主導する公共外交から、政府、シンクタンク、メディア、企業、公共などが共に関与する公共外交へと移り変わったという。

これらを前提とし、人民大学生が例示したのはコロナ禍における大手中国国際チャンネル、CGTN の成果であった。CGTN(China Global Television Network 中国国际电视)は、BBC News や CNN News に先駆けて豊富なフォロワー数、レポート数、動画数、視聴回数を誇り、中国の国営テレビ局中国中央電視台における中国グローバルテレビジョンネットワークの国際ニュース放映チャンネルである。人民大学生によると、コロナ禍における CGTN の働きは主に 3 つ挙げられる。一つ目は、タイムリーな国際世論を追い、一部外国メディアによる中国の名誉棄損となる報道に対抗し真実を伝えるべく “Fact Tell” というコーナーを創設したこと。二つ目は、コロナの最前线であった武漢市内病院内の看護師の食事事情、特別検疫区内における彼女らの働き、コロナ禍の病院で行われたある看護師の結婚式の様子等を報道することで世界中の人々の共感を喚起したこと。そして三つ目は、イタリア・フィリピン・インドなど世界各国への医療チームの派遣や、オーストラリアとの協力関係を報道し、人類共通の利益やよりよい価値を追求する姿勢をアピールしたことである。そして最後に、インターネットを基盤とするグローバル市民社会においてメディアの広報としての役割の発展は、中国の公共外交やソフトパワーの強化に不可欠であり、国際社会において中国が発言権を獲得するための重要な一步となると結論付けた。

### 4. 「公共外交」に対する中国の認識

「中国の公共外交」をテーマとした互いの発表を踏まえ、筆者は「党主体」「価値観の共有」の 2 点を中国の公共外交の特色であると考える。

#### 4.1 党主体

非営利組織の孔子学院と、国際放送メディア CGTN は一見民間組織からの公共外交への関与のように伺えるが、実際は両者とも共産党指導部が意思決定権を保持しその管理下に置かれている。公共外交を、「外交目的を達成するためには、相手国の政府に働きかけるだけではなく、国民レベルに働きかけていくことが必要である、という認識に基づいて行われる政府活動」

〔星山 2008〕とすると、相手国の市民レベルへの働きかけという点では一致しているが、働きかける側について、党管轄外の活動も公共外交の一貫として認可し、主たる担い手はあくまで市民であり双方向に市民レベルで行われる交流・活動と捉えるか否かについては相違が見られる。例えば、芸術・食・スポーツに代表されるフランス文化、情報力・高等教育機関・ハリウッド映画から先進的で強いヒーロー的イメージが想起されるアメリカ文化を見ると、政府の関与も多少なりとも存在はするものの、政府からの急進的な推進や強制というよりはむしろ、市民レベルで自ずと発生した文化交流が肯定的なイメージ形成に貢献している様子が伺える。今後の展望にて後述するが、政府主体であることは一長一短であり、相手国市民が自然と受容するものとすると、政府の関与や強制力の気配を感じさせることは効果を減少させる可能性がある。一方で、人民大学生の考えでは相手国市民の感情にいかに訴えかけるかという方策に主眼を置いており、党主体に関してはあくまで議論不要の前提であった点からもこの相違は明白であろう。

#### 4.2 値値観の共有

この点に関しては複数論文を参照した上での推論とする。中居(2011)、中川(2012)によると、「1990 年代の中国にとって公共外交とは体制の生き残りをかけた重要な外交手段の一つ」「中国脅威論を緩和し、国際秩序への適応をスムーズに進めるという防御的性格」であったが、胡錦涛に継承された 2000 年代からは「それまでの防御的性格を脱し、積極的に『中国モデル』を提唱するようになった」「根本的な中国のソフト・パワーの向上のために、中国的文化の創造と世界への浸透に踏み込んだ」という。これを踏まえ、実際に人民大学との交流会をその側面から参考すると、孔子学院では、教育内容に中国文化の普及を明示し、また中国留学を積極的に支援しており、CGTN ではその成果の一つとして各国市民への共感の喚起が挙げられている事から、文化ひいては価値観を共有することで、中国モデル・文化を国際社会の中で馴染みのあるモノへと移行させる試みを行っているのではと推測した。無論中国に限らず、日本のジャパンハウス、ドイツのゲーテインスティテュートの様に自国文化の認知度を高める試みをする国は数多く存在するが、感情や感覚の共有をも図る面から中国はより顕著に価値観の共有に重きを置く傾向にあるのではないだろうか。

#### 5. 今後の展望

以上を踏まえた上で、今後中国の公共外交がより成果を残すために何を為すべきかについて私見を述べる。中国が近年急速に経済軍事両面において増強している点は自明であるが、戦後數十年ソフトパワーを使って世界に影響を与えることに成功した米国が、その後経済軍事のハードパワーを積極的に運用し世界征服を試みた結果 9.11 を発生させ、反って世界に対する影響力を弱めてしまった先例を見るに、膨大な軍事費を運用する中国に対して周辺国が中国脅威論を

唱える現状は非常に似通っているため、ハードパワーが上昇している今こそソフトパワーに注力し周囲に中国台頭を受け入れやすくさせることができると考える。ただし、現在の党主体・国家中心主義的傾向のままソフトパワーの向上を図るべく公共外交を展開する場合、そこには限界が存在する。一つ目に、中央集権的な党指導下に置かれている故に現代版宣伝工作のイメージを拭いきれない点、そして素早く集中的に実行に移せるという利点から生まれる政策の急進性が、反って相手国市民に強制を感じさせ不信心を募らせてしまう点が挙げられる。二つ目に、同じく党指導下に置かれる国内情勢と公共外交を比較しそこにギャップが生じる場合、公共外交を通じた国家イメージは内実を伴わないと判断されその形成はより困難になる。しかし一方で、中国の外交政策に対してのみ警戒心が高まる要因を考えるに、そこには脅威論の存在や政策上の問題のみではなく、根本的にイデオロギーが異なるために西側諸国から過剰に反応を受けている可能性も考え得る。

いずれにせよ、公共外交を効果的に機能させる上で、党主体の中央集権体制の緩和が最も重要なとなる。中居によると、近年、以前と比較すると、国有企業、メディア、市民、大学、研究機関等も対外政策に関与するようになり、徐々に広範で継続的な公共外交活動を行えるよう変化しつつあるという。共産党体制下で中央集権体制を完全に排除することは不可能であるが、公共外交で押し出されるソフトパワーは市民レベルの自発的な受容で最も効果を發揮する故、あえて指導下にない組織に関与させ、それが真に自由意思の活動である事を各国市民に認識させる、という面での後押しを検討していく必要があると考える。

## 参考文献

- ・馬場毅（2010）「中国の対外教育—孔子学院を中心に—」ICCS Journal of Modern Chinese Studies Vol. 2 (1) (2020/12/15 アクセス)  
<https://iccs.aichi-u.ac.jp/archives/report/036/5091fc32b415a.pdf>
- ・大塚豊（2016）「中国の対外言語教育戦略と孔子学院」福山大学教育センター『大学教育論業』第3号
- ・「米排除『孔子学院』、日本で蠢く中国の宣伝工作——米中貿易戦争の裏側で『シャープパワー』外交—」『東洋経済』2019/12/25 (2020/12/15 アクセス)  
<https://toyokeizai.net/articles/-/320882?page=2>
- ・中居良文「中国の公共外交（Public Diplomacy）：批判的検討」(2020/12/15 アクセス)  
[http://www2.jiia.or.jp/pdf/research/h22\\_Chugoku\\_kenkukai/02\\_Chapter2.pdf](http://www2.jiia.or.jp/pdf/research/h22_Chugoku_kenkukai/02_Chapter2.pdf)
- ・中川涼司（2012）「中国のソフト・パワーとパブリック・ディプロマシー — Wang, Jian ed. Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication, の検討を中心に —」『立命館国際地域研究』第35号 (2020/12/15 アクセス)

<https://core.ac.uk/download/pdf/60536591.pdf>

- ・張雪斌「台頭する中国のパブリック・ディプロマシー（公共外交）概念の変容を促す要因」  
(2020/12/15 アクセス)

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/asianstudies/61/3/61\\_18/\\_pdf](https://www.jstage.jst.go.jp/article/asianstudies/61/3/61_18/_pdf)

- ・童倩「中国のソフトパワー戦略の強みと弱み」(2020/12/15 アクセス)

[https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/gaikou/vol3/pdfs/gaikou\\_vol3\\_10.pdf](https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/gaikou/vol3/pdfs/gaikou_vol3_10.pdf)

- ・星山隆（2008.6）「日本外交とパブリック・ディプロマシー－ソフトパワーの活用と対外発信の強化に向けて－」IIPS Policy Paper 334J (2020/12/15 アクセス)

<http://www.iips.org/research/data/bp334j.pdf>

- ・藤原夏人（2016.10）「【韓国】公共外交（パブリック・ディプロマシー）法」国立国会図書館調査及び立法考査局 (2020/12/15 アクセス)

[https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo\\_10202194\\_po\\_02690109.pdf?itemId=infondljp/pid/10202194&contentNo=1&lang=en](https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_10202194_po_02690109.pdf?itemId=infondljp/pid/10202194&contentNo=1&lang=en)

# 中国経済における女性の社会的立ち位置——20年間の変遷

社会学部2年 宮川 紗矢香

## 1. はじめに

中国は日本にとって非常に身近な存在である。それ以上に中国が私にとって身近である理由は、母が中国出身だからである。中国に関して考えるとき、これまで私の視点は身内に対するそれであった。しかし今回このゼミに参加したことで、初めて中国を客観的に学術的観点から見つめることができたと思う。中でも私が関心を持ったのは、中国におけるジェンダーの問題である。日本において、政治的局面においても経済的局面においても決して達成されているとは言えない男女平等を、中国はどのくらい実現できているのか。その歴史を見てみると、単に同じアジアの国としてだけではなく、社会主義の国としての特徴があらわれていて非常に興味深かった。今回は主に労働分野に着目し、その実情を、『中国社会の変容と女性の経済参画——北京会議から20年』〔金一虹、2014〕に沿って考察していく。

## 2. 中国における女性の経済参画

中国における女性の社会的立ち位置について考えるうえで切り離せないものは、1980年代から始まった改革開放政策である。実際にそれによって社会転換が加速し、経済構造にまで転換が及んだのは1990年代初期のことであった。市場経済が導入され、社会全体の仕組みが変化したことで、中国における女性就業の在り方と経済状態にも大きな影響が与えられた。

### 2.1 就業率の変化

1990年代、グローバル経済に参加し、そこで競争力を高めるため、中国政府は企業改革産業構造調整による経済体制改革を推進した。その中で、国内の就業率には次のページに挙げたグラフのような変化がおきた。

男女ともに就業率は低下しているが、特に女性の低下幅が大きいことが見て取れる。女性全体の就業率は20年間でおよそ19.6%低下した。また、都市の男女と農村の男女というより細かい区分で見てみると、一番就業率が低下しているのは都市女性であることがわかる。女性の非就業者の理由のうち、最も多いのは家事従事であるとのことだが、裏を返せば以前は家事従事を理由に仕事に就かなかった女性が少なかったということである。労働体制改革の中で重要視されたのは、企業の余剰人員を削減し、経営効率を高める「減員増効」と、リストラされた人々を再就職させる「下崗分流」だが、中国における女性の定年退職年齢が男性よりも低いことが女性のリストラの基準年齢の低下を招き、よりリストラされやすくなってしまったことが男女の差異を

作った。また、市場経済化の中で、平等を求める社会主義では忌避された性別分業が進んだことがより女性の就業率の顕著な低下の原因であると考えられる。

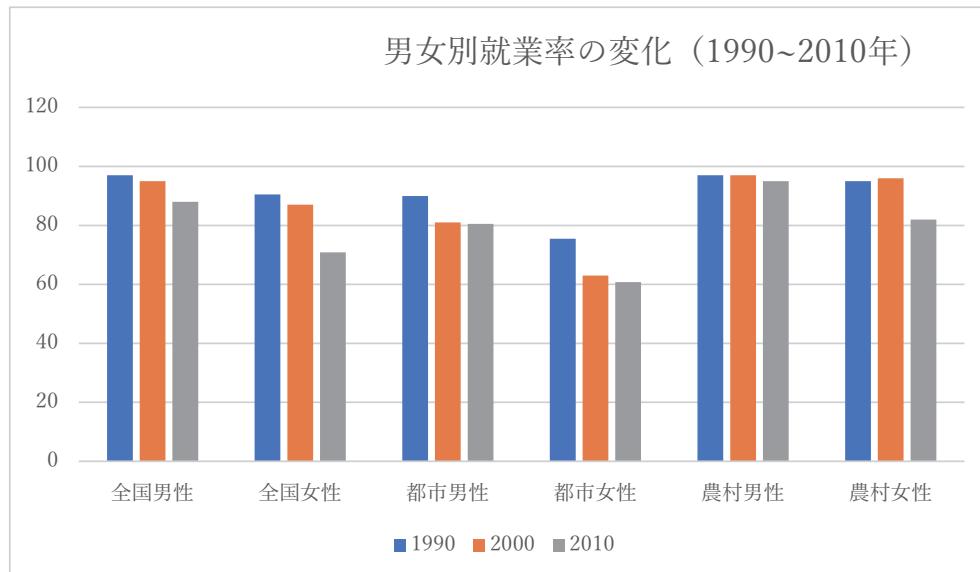


図1 男女別就業率の変化（1999～2010年）単位：%

## 2.2 男女間における賃金格差

就業率とともに着目しておきたいのが男女の賃金格差である。男性の賃金が女性よりも高い問題は他国でも普遍的に存在しているわけだが、その裏に性差別が存在しているのは確かである。中国において経済転換が進む中で、男女賃金格差が拡大したのか、縮小したのかについては、以下の三つの主張がある。第一は、市場競争によって様々な要素が次第に合理化されるため、性別による格差は縮小するというもの、第二は、経済転換と市場化にともなって、賃金における女性差別は深刻化するというもの、第三は、経済転換が男女の賃金格差に与える影響はまだ確認できないというものである。

全国婦女連と国家統計局の中国女性社会地位調査からみると、1990年の女性の平均賃金は男性の77.5%であったのが、2010年には67.2%とこの20年間で男女の賃金格差はおよそ10%拡大していることがみてとれる。

董曉媛と張丹丹の研究によると、私営企業において女性の賃金が彼女たちの生産効率に見合った金額ではないことから女性が差別されていることがわかり、市場が主導した社会変化は女性に不利に働くとのことだ。

## 2.3 労働における性別分離

業種と職種には、明確な性別分離が存在していることを以下に述べる。

ジョンソンらの研究によると、性別による差別が存在するがゆえに女性は高収入の業種に参加することが困難であるそうだ。現在中国では独占的な業種の賃金が平均賃金の10倍を上回るほど高くなっているが、市場独占率が高い10業種のうち8つにおいて、女性の割合はここ10年間で低下している。タバコ、水道、電力、ガス、石油・天然ガス、航空輸送、鉄道輸送の業種で女性が占める割合は4割未満であり、とくに電力、鉄道輸送の分野では30%未満となっている。

職種においても性別分離が見られ、男性が集中するか比較的多い職種、男女が均衡している職種、女性が集中するか比較的多い職種にわけられる。そのうち男女のバランスがとれた職種は増加傾向にあるものの、女性が集中するか比較的多い職種は減少、男性が集中するか比較的多い職種は増加と女性の参入がやや困難になっていることが読み取れる。また、女性の非正規労働が増加していることがさらに職業の性別分離を拡大させる恐れがある。

## 2.4 社会の階層分化と性別階層分化

男女間には就業機会、就業モデルや職種、収入において格差が存在するだけではなく、性別による階層分化も存在する。中国女性社会地位調査データでは、勤労収入を5つの階層にわけたとき、都市・農村ともに女性就業者は低収入層と中・低収入層に集中している。同様に、職業に基づく社会的文化は、階層化されていると同時にジェンダー化されている。

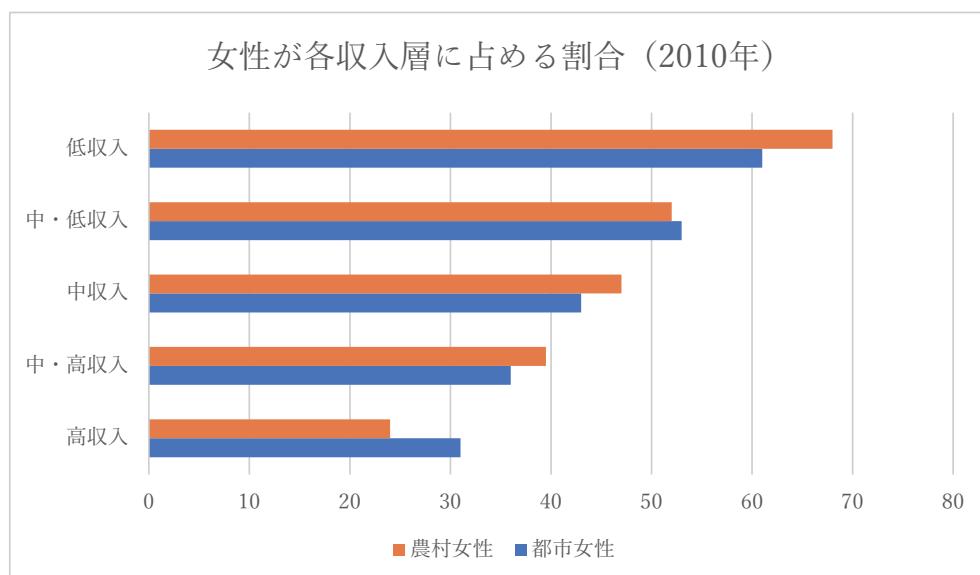


図2 都市と農村の女性が各収入層に占める割合（2010年）単位：%

## 2.5 女性の経済発展

一方で、20 年の間でステータスの高い職業に従事する女性も目立つようになった。例えば、国家・党・企業等の組織の責任者における女性の割合は 1990 年の 11.5%から 2010 年の 29.1% に、専門技術者における女性の割合はおなじく 45.3%から 52.4% に増えた。都市で働く女性の 5 人に一人は専門職に従事していると考えるとこの数字は非常に高いものである。また、2017 年時点では日本における女性管理職比率が 10.7% であり、30% に到達することを目標としていることから鑑みると、日本よりも女性の社会進出が進んでいるような印象を受ける。この 20 年の女性の就業率の悪化は女性の高学歴化を招き、結果として一部の女性がステータスの高い職業に就けるようになったことは、特筆しておくべきであろう。また、1995 年に中京中央統一戦線部と全国工商連合会が全国の私営企業を対象に行ったサンプル調査では起業家のうち女性が占める割合は 11.4% にすぎなかったが、2010 年には 25.1% となった。2017 年の就業構造基本調査では、日本における起業家に占める女性の割合は 2 割に満たないことから、ここでも日本は中国に後れをとっているといえるだろう。

## 3. まとめ

中国が社会主義市場から市場開放経済に方針を転換したことで性別による分離が進んでしまったという点が非常に興味深かった。経済市場における女性に対する差別は日本と同様にあるなかで女性の社会進出の現状に差がついているのは、やはり中国では社会主義国家としての特質上以前から女性の就業率が安定して高い傾向にあったことから、その当時と比較した現在の中国における女性の就業率の低下に対する危機感があったのではないかと感じた。それによる高学歴化という現象は、日本ではない中国特有のものである。今回こうして中国におけるジェンダーの実情の一端を垣間みえたことで、日本も負けてはいられないと強く感じられる意義のある考察ができたと思う。一人の女性として、日本におけるジェンダー問題にも真剣に向き合っていきたい。

## 参考文献

- ・小浜正子・秋山洋子『現代中国のジェンダー・ポリティクス』勉誠出版、2016 年
- ・金一虹『中国社会の変容と女性の経済参画』2014 年
- ・全国婦連婦女研究所課題組『中国社会転型中の婦女社会地位』中国婦女出版社、2006 年
- ・宋秀岩『新時期中国婦女社会地位調査研究（上巻）』中国婦女出版社、2013 年
- ・経済産業省『女性起業家等実態調査』2015 年  
[https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinrai/joseikigyouka/pdf/joseikigyou\\_report.pdf](https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinrai/joseikigyouka/pdf/joseikigyou_report.pdf)

# The Rise of Online Education in China

Xiaochang He

Sophomore, Faculty of Economics

## 1. Introduction

This paper explores the recent rapid rise of online education in China, a topic that was inspired by our online discussion with some Chinese students from Renmin University held in fall, 2020, as part of the short-term research program of this academic year. During the discussion, all the participants delivered presentations on their own selected topics, and I spoke about the roles of online platforms in China's economic recovery after the Covid-19 outbreak. When I was attending senior high school in China several years ago, I used to be quite familiar with online education. However, since graduation in 2017, I had had no opportunities to experience online learning services available in China. Therefore, when I researched into China's online platforms for preparing my presentation, I was very surprised by the recent rapid growth of the industry, particularly in the sector of online learning. Since my presentation was by no means exhaustive, I decided to investigate the same issue focusing more closely on China's online education and write a paper on it.

This report consists of three parts: first, it examines the latest situation of online learning in China, then considers its positive influences on both Chinese economy and individual learners, and conclude with my views on its future potential.

## 2. The Current Situation of China's Online Education

Online education is a type of education that is provided remotely via the Internet. China's online education industry has now established a solid industrial structural system, where online education enterprises provide such technologies as cloud computing and big data, and enable educational institutions and teachers to provide learning contents for students via online platforms.

In China, there are a wide range of online education services, and they can be classified into the following categories: K-12 education covering the years from kindergarten through 12th grade or senior high school levels, foreign language learning, vocational education for adult learners, early childhood education, tertiary education at university level, and cultural learning for the enhancement of artistic talents or athletic skills. According to Iresearch, the three most popular categories are tertiary education, vocational education, and K12 education, which altogether accounted for 95.9% share in China's online education market in 2019. Among the three, the growth of K-12 education has been remarkable, with the share rise from 21.3% in 2019 to about 28% in 2022 in the domestic market (Zhang & Deng, 2020).

In China, online education users have been steadily growing year by year. According to *the 46<sup>th</sup> China Statistical Report on the Internet Development* released by CNNIC (2020), as of June 2020, the number of online education users in the country reached 381 million. This means that 40.5% of the total Internet users in China were using online education services. While this figure was a slight decrease from 423 million in March 2020, a period of covid-19 pandemic, when online classes were held across the country as a replacement for normal classes, it was an increase by more than 60% compared to June 2019.

The online education service industry is growing in its entirety. According to *China's Online Education Market: The First Half of the 2020 Analytical Report* released by Wangjingshe, the total amount of financing during the first half of 2020 reached 14 billion RMB, a huge increase by 48.3% compared to the figure for the first half of 2019 (Cao & Chen, 2020). During the first half of 2020, there were already as many as 12 unicorn companies in China's online education industry, accounting for 10% of the total number of unicorn companies based in China.

### **3. The Benefits of Online Education**

This section considers the benefits of China's developed online education services to both the whole society and individuals. For this purpose, let us first focus on two characteristic features of online education system in general.

One distinct advantage of online education is that it can reach students beyond the temporal and spatial limit. In a traditional, offline education setting, teachers and students need to gather in the same place at the same time, but online education allows both sides to join the class from any locations so long as the accessibility to the live streaming application is secured. Moreover, on-demand online streaming services enable learners to watch lesson videos whenever they want, thus entirely freeing them from time constraints.

Such a feature can contribute to the reduction of the gross educational inequality between urban and rural China. According to China Educational Panel Survey (CEPS), a study on China's junior high school students in the 2013~2014 academic years, the average public educational fund per student was only 794.76 RMB in rural agricultural areas compared to 1,317.28 RMB in central areas of both cities and county towns. The rural-urban educational disparity is also seen in parents' views on the educational opportunities for their children: 73.27% of parents with the non-agricultural registration status want to have their children receive tertiary education of undergraduate level or over, but the figure lowers to 53.44% among those parents with agricultural registration status (Yu, 2018). The educational disparities in China are partly attributable to the unequal concentration of educational resources in urban and developed areas, which, consequently, denies rural residents the access to the high-quality learning opportunities including the

instruction by competent teachers and high-quality educational facilities. In this respect, the rise of online education sector will be a boon to rural residents because it can offer them an alternative access to quality education, and thus reduces the country's existing educational inequality. For example, by gaining easier access to online contents posted by teachers in urban areas, rural learners will have better educational and employment opportunities, and eventually will take advantage of those opportunities to earn higher income and live a life of higher quality. This will also be beneficial at national level because the decline of educational inequality will promote the reduction of social inequality too, thus bringing more stability of Chinese society overall. Moreover, if rural learners can receive appropriate education to develop their talents, they will put their talents to good use and contribute to the economic and social development of the nation.

Secondly, online education is not subject to time or space restrictions but is flexible enough to meet a wide variety of user needs. As mentioned above, it can be classified into several categories such as tertiary education, vocational learning and others, and these categories can be sub-divided even further. For example, within cultural learning, there can be as numerous sub-categories as the number of musical instruments and sports. However, traditional offline classes normally target only those learners who live in the physical vicinity to educational facilities, so inevitably fail to meet different needs of potential learners in wider regions. On the other hand, online education platforms can meet user needs from across the country whatever specific and unique they may be, and thus strike the supply-demand balance. As a result, individuals will gain greater opportunities to develop their talents or improve professional skills and be able to live a healthier, wealthier, and more fulfilling life. The boost of new demands will simultaneously bring benefits at national level by activating economic activities nationwide.

Thirdly, another advantage of online education is that it does not affect in case of emergencies such as natural disasters and virus outbreaks. This strength was proven by an extensive survey on the introduction of online classes at educational institutions nationwide conducted by a Chinese research project from late February to early March, 2020. Among the 3,110 institutions that responded to the questionnaire, 97.01% said that they implemented online classes during the period of school closures due to the pandemic. In addition, 71.1% of the students responded that they were "very satisfied" or "moderately satisfied" with the online classes; 70% of the parents of these students too said that their children were "completely accustomed" or "moderately accustomed" to the online learning environment (Wang & Fu, 2020). As these results demonstrate, under a special circumstance where normal administration of offline learning is unavoidably hampered, online classes can serve as a viable alternative.

Another feature that is yet to be discussed is that the use of latest technologies is much easier in online education than in classroom education. Since online classes are delivered via the Internet, digital

devices to connect the Internet are essential for online learners. Therefore, different from classroom education, online education promotes the introduction of new technologies like artificial intelligence and cloud computing into the educational sector. The use of these technologies makes it possible to automatically record individual students' learning progress and recommend the most suitable study plan to each, and thus help them learn more efficiently and flexibly than in a classroom setting. Given China's huge population and a wide variety of educational needs, customizing study plan for each student's strength, needs, and interests will raise the quality of education in China overall.

#### **4. The Future of Online Education in China**

This section envisions the future of online education in China. I believe that online education in China will continue to grow steadily in the future for the following reasons.

Firstly, it is noteworthy that the average household spending on education has been growing in the last few years. According to the statistics issued by National Bureau of Statistics, the average private expenditure on education, culture, and entertainment in China has kept growing since 2013. If we take more specific figures, in 2019, the average private expenditure on education, culture, and entertainment was 2,513 RMB, a 12.9% increase from 2,226 RMB in 2018. As of 2019, the average proportion of the expenditure on education, culture, and entertainment to the total expenditure per person too showed a 0.5% growth compared to the previous year (Xu, L. & Xu, M., 2020). The factors behind these statistics include the growth of the average per capita disposable income and the increasing emphasis on academic background. According to a survey conducted by 51job (2019), 38.8% of China's households spend 20% to 30% of their income on after-school education for children, and 78.3% are willing to sacrifice the comfort of their daily life for children's education and success. The increasing educational expenditure has been met because the household income too has been steadily increasing. Such a change can also be seen in the average disposable income per person, which was less than 20,000 RMB in 2013 but increased to 30,733 RMB by 2019 in proportion to the country's recent economic growth (L. Xu & M. Xu, 2020). Thus, the household expenditure on education is estimated to grow further, and the scale of online education too will continuously expand.

Second point to look at is regional education inequality in China. As mentioned above, online education is a viable alternative for people in rural and underdeveloped regions because it can provide them with easy access to quality educational resources regardless of their locations. According to *2019 Online Education Research Paper* published by Mob Research Institute (2019), as of August 2019, the proportion of online learners in the third-tier cities to those in the whole nation saw a 1.7% year-on-year growth, and the proportion of those in the cities of the tier six and lower increased by 2.1%. In addition, regional online

learners in the cities of the second-tier and lower accounted for more than half of the total online learners nationwide. From these figures, it is safe to say that regional users will become a main driving force that promotes further growth of China's online education.

Finally, online education will continue to grow with the aid of the latest technologies. As mentioned above, online education is suitable for the introduction of technologies, and there has been a remarkable advancement in the teaching-and-learning-related software and hardware in China these years. For example, according to *The White Paper on China's Artificial Intelligence Industry* published by Deloitte (2018), China's artificial intelligence market is estimated to reach 71 billion RMB in 2020, which is more than three times as large as the market size in 2017, and more than six times larger than it was in 2015. These statistics demonstrate the rapid development and practical application of artificial intelligence in China. In addition, the high penetration rate of 5G in China has enabled faster data transmission, and will promote wider application of innovative technologies to online learning.

So far, I have discussed the benefits of online education and examined the contributing factors to the steady rise of online education in China. However, in my view, online education is not going to replace traditional offline education in the future; instead, the two will most likely merge and complement with each other, demonstrating the possibility of OMO (Online Merge Offline) in education sector. Offline education has its own unique advantages such as the promotion of inter-personal communication between students and teachers. In fact, across the country, educational policies have been implemented to encourage the attempt to introduce high-quality online educational contents to classroom teaching. Therefore, I believe that OMO is likely to be China's major educational approach in the future.

## 5. Conclusion

The steady rise of online education in China can be observed in the growing number of users, the expansion of the market scale, and a wide array of learning categories that were made possible by online educational services. It will be safe to conclude that the growth of online education is beneficial to both China as a whole country and its individuals. Characteristically, online education can not only transcend the temporal and spatial limit that has restricted traditional classroom education but also make good use of latest technologies. Considering the benefits of online education and its impact on the current economic and social circumstance in China, I believe that online education will continue to grow. In addition, I believe that in the future, the dominant educational approach will shift to the model of OMO, where traditional offline education and new online education merge with each other and make China's education system more beneficial than it is today.

## References

- Cao, L. & Chen, L. (2020, August 17). *China's Online Education Market: The First Half of the 2020 Analytical Report*. Wangjingshe E-commerce Research Center.  
<http://www.100ec.cn/zt/2020szxjybg/>
- CNNIC. (2020, September 29). The 46th China statistical report on internet development.  
[http://www.cac.gov.cn/2020-09/29/c\\_1602939918747816.htm](http://www.cac.gov.cn/2020-09/29/c_1602939918747816.htm)
- Deloitte. (2018, November 26). *The white paper on China's artificial intelligence industry*. Deloitte.  
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cn/Documents/innovation/deloitte-cn-innovation-ai-whitepaper-zh-181126.pdf>
- 51job. (2019, May 31). Sending 2-year-old children for additional classes: white-collar parents pay 30% of their income for children's education. <https://hrwards.51job.com/essay.php?id=429304>
- Mob Research Institution. (2019, October 30). The 2019 online education report. *Mob Tech*.  
<https://www.mob.com/mobdata/report/77>
- Xu, L. & Xu, M. (2020, April 28). New insights into online education. Huawei OptiX Lab.  
<https://www-file.huawei.com/-/media/corporate/pdf/ilab/2020/online-edu-insights-report.pdf>
- Yu, X. (2018, March 1). Educational gains of rural students in 2018: a comparative analysis of urban and rural education in China. Party School of the Central Committee of C.P.C (National Academy of Governance) New High-end Think-tank Construction Database.  
<http://ccps.pishu.com.cn/rs/book/35/1004259/online.jspx?pageStatu=no>
- Zhang, Y. & Deng, J. (2020, April 30). China's online education market reached 68.06 billion RMB in Q1, 2020; a year-over-year increase by 3.9%. *Iresearch*.  
<http://report iresearch.cn/content/2020/04/322437.shtml>
- Wang, J. & Fu, W. (2020, April 13). Big data: China's online education at elementary and secondary school under pandemic conditions. *China Youth Daily*.  
[http://zqb.cyol.com/html/2020-04/13/nw.D110000zgqnb\\_20200413\\_2-08.htm](http://zqb.cyol.com/html/2020-04/13/nw.D110000zgqnb_20200413_2-08.htm)

## **China's Rapid Digitalization: What Are the Contributing Factors?**

Daiki Saito

Sophomore, Faculty of Economics

### **1. Introduction**

There is a fierce competition in China's IT industry today, and Chinese customers have easy access to a wide range of high-quality online services such as online shopping, search engines, and online games. Some of Chinese IT companies have grown so powerful as to rival even American technology giants. Among others, Baidu, Alibaba, Tencent, and Huawei are the most successful enterprises in this sector. Boasting no shortage of able employees and advanced technologies, they are increasingly driving the global market of online commerce. As of November, 2020, Alibaba and Tencent ranked in world's top ten most valued companies, proving the increasing Chinese presence in the global economy ("The Ten Largest Companies in the World," 2020).

What is more surprising is the deep penetration of the Internet technologies among the personal lives of Chinese people. The prevalence of QR code payment has made cash payment increasingly obsolete, and not a few stores accept the former only. According to the Chinese students I talked to at the online conference, online shopping has grown into a type of popular hobby among Chinese youth to spend their leisure time. When one student half-jokingly called herself shopaholic, I realized how deeply online purchase had taken root in their daily life. Another unique feature of China's IT industry is the rise of live commerce. It is a new term that refers to the combination of e-commerce and the broadcast of live streaming video in real time, allowing retailers and producers to advertise and sell their products directly to consumers. The rapid growth of this costumer-costumer business model is attributable to the high penetration rate of smartphone and other digital devices in China.

In China the rapid development of digital economy has been influentially transforming the lives of individuals, making a striking contrast to Japan, where majority of shoppers still choose the use of cash and shopping in physical stores. Such a difference between the two countries called my attention, and this paper aims to examine what factors are driving the rapid growth of the China's digital economy.

### **2. Three Contributing Factors to the Rapid Digitalization in China**

I will examine the major factors behind China's rapid digitalization from the three perspectives as follows: (1) the Chinese government's investment in industrial digitalization; (2) the underdevelopment in the existing IT and service sectors; and (3) the impact of the covid-19.

## **2.1 Investment in Industrial Digitalization by the Chinese Government**

Characteristically, the central government is taking an active role as a major investor in China's digital economy. In this section, I would like to discuss the roles of the government both in the human resources development and in the promotion of the domestic IT industry.

First, let us look at the education and training of talented youth. Among Chinese students, studying abroad has been a major option now, and highly talented students are eligible for the government scholarships for study abroad. In addition, as China's living standards improved, self-financed study abroad has become a reasonable alternative. Consequently, the number of students who study abroad increased from fewer than 1 million in 2000 to 6 million in 2017 (Stewart, 2018). After finishing their university courses—most typically in some prestigious American universities, these students often remain there, get a job at the cutting-edge IT companies in Silicon Valley, and engage in the development of the latest technologies. On the other hand, the Chinese government offers incentives to these students to return home, which include housing allowances, medical benefits, and other social welfare payments. These incentives seem to be effective enough because as of 2016, Chinese returnee students reached to 430 thousand, a 60% increase compared to the figure in 2011 ("What Happens When Chinese Students Abroad Return Home," 2018). Now a growing number of Chinese students abroad choose to return home and contribute to the development of their home country by making use of the expertise including latest technologies they gained while abroad. For this reason, they are often called "sea turtles." For example, the rapid development of autonomous vehicle technology in China owes a lot to those returnees who quit the leading IT companies in Silicon Valley and brought the newest technologies back home.

Next, let us examine the Chinese government's efforts to promote the country's IT industry. China is offering government funding to start-up companies as a part of its push to develop the domestic IT industry. As of 2015, the total sum of innovation investment made in China ranked second in the world, and as of 2016, the government was the largest investor in this field, accounting for 35.3% of the total domestic innovation investment. There are a range of government funds for young entrepreneurs too. Thus, thanks to the government's active involvement in the innovation incubation, Chinese nationals are in a strong position when they start a new business and find funds, which consequently has promoted both the rapid rise of innovative enterprises offering various products and services and the fierce competition in a range of new markets.

## **2.2 The Underdeveloped Technologies and Services in China's Traditional Sectors**

The rapid digitalization and a remarkable growth of entrepreneurship in China became possible because of the underdevelopment in conventional technology and service sectors, which had long been

established in other developed countries like Japan. Paradoxically, the absence of conventional industries and protocols simultaneously meant the absence of conservative mindset, and resulted in nurturing open-mindedness toward the adoption of alternatives including new technologies and digitalization.

To illustrate the point, let me give an example of the fixed-line telephone. In Japan, where the telecommunications infrastructure developed before the arrival of the Internet era, so almost every household has one set of fixed-line telephone even today. People relied heavily on the fixed-line telephone as a major telecommunications system at least before the emergence of the smartphone. On the other hand, China did not have such developed telecommunications infrastructure mainly for two reasons. Firstly, China's economy was still very weak, and average households couldn't afford to purchase a telephone set and pay the fee. Secondly, China's vast land area posed a financial challenge to the nationwide construction of telecommunications infrastructure. In a small country like Japan, the cost for telecommunications network can be held down; but in China, especially before its unprecedented economic expansion, it was substantially impossible to realize the standard of one telephone per one household. Then came the age of the cellphone, and the infrastructural building for mobile networks were financially much more reasonable. The combination of all these factors eventually contributed to the current prevalence of smartphones among Chinese people ("The Mobile Payment in China and Japan," 2019). Then Apple launched iPhones, and numerous other IT companies entered the smartphone market. Compared to the cell phone, the smartphone is equipped with enhanced functionality and able to run search engines and other useful applications via the Internet. In China, the dawn of the smartphone era precisely coincided with the period when the economic growth brought about the increased income of the average household, making the smartphone an affordable device for ordinary people. This is how the rapid shift from the fixed-line telephone to the smartphone took place in China, and the extraordinarily high smartphone penetration is one of the major factors that has made China's rapid digital development happen.

One noteworthy feature of China's digitalization is its advanced technologies for QR code payments. While the Japanese people still generally prefer cash transactions, the Chinese have been almost completely comfortable with QR code payments, and there are three reasons for such a difference between the two nations. Firstly, in China, cash is not considered a very trustworthy means of transactions. For example, ATMs often fail to recognize notes or coins, and forgery of banknotes is not rare, so the Chinese people tend to avoid carrying cash with them. Secondly, among the Chinese, credit cards are not a popular alternative for cash, and this is a very distinctive difference from other developed nations. Thirdly, the high level of smartphone ownership in China allowed the general population easy access QR cord payments. As we have seen so far, China's technologies and systems in the conventional sectors used to lag behind, but such underdevelopment worked to the advantages of the rise of China's IT industries and services ahead of

other developed nations.

### **2.3 The Impact of Covid-19 on China's Digitalization**

In my opinion, China's shift toward digitalization had been taking place prior to the outbreak of Covid-19, but there is no doubt that the pandemic accelerated the move sharply. For example, online education services gained the momentum for growth during the coronavirus emergency period. The Chinese government suspended face-to-face classes temporarily, and full-scale online classes were introduced nationwide. In addition, a wide range of self-study applications were launched. Although online education services were thriving even before the pandemic, but users continued to rise during the pandemic, and the increase doesn't seem to stop after the pandemic. The need to prevent the spread of infection resulted in the launches of various services and products that allow us to hold meetings and take lessons without physical contact. Thus, in China, the pandemic helped the preexisting shift to digitalization speed up rather than slow down.

### **3. Conclusion: The Impact of the Rapid Digitalization on the Lives of Individuals**

China's rapid digitalization has greatly benefited the lives of individuals. Online shopping sites allow people to shop at home, and QR code payments not only save the time and costs of business transactions but cut the cost for closing cash register: thus, thanks to digital economy, lives of people have become incredibly convenient. Moreover, live commerce gave farmers a new retailing option, by which they can advertise and sell their products directly to consumers. This new retailing model has opened doors to those who had scarcely any business opportunities to increase their sales and become wealthy.

On the other hand, we should remember that some people are left behind the new wave of digitalization. Those who are most negatively affected will be elderly people, because they will find it extremely difficult to adapt themselves to new digital devices, particularly the smartphone. The biggest challenges for aged users will be the following three. First, elderly people often find it difficult to be familiar with a new device which they never used when they were young. Therefore, the use of smartphones can pose psychological obstacles to them. Secondly, ageing naturally means weaker eyesight, and elderly people have difficulty in watching a small panel or small letters on the display screen. Lastly, smartphone users need to learn some practical skills such as how to type, and it is particularly hard to type letters in Chinese. Currently, however, the opportunities for the elderly to gain smartphone skills is very limited. Another digital system that has so far fails to cater for the elderly is taxi dispatch apps like Uber or DiDi. They are so popular among the younger population in China that the traditional type of cruising cab service is diminishing. As a result, there are substantially no taxi services that elderly passengers can hail on the

road. The smartphone has enhanced almost exclusively the convenience of those who can use it, but it has also posed some structural problems that may exclude the socially disadvantaged people from its benefits.

## References

- Fujisiro, K. (June 14, 2018). The factors behind the rise of China's start-ups. *Mitsui and Co. Global Strategic Studies Institute*.  
[https://www.mitsui.com/mgssi/ja/report/detail/\\_icsFiles/afieldfile/2018/06/14/180221i\\_fujisiro.pdf](https://www.mitsui.com/mgssi/ja/report/detail/_icsFiles/afieldfile/2018/06/14/180221i_fujisiro.pdf)
- The mobile payment in China and Japan: the factors behind its unpopularity among the Japanese. (November, 10, 2019). *AFPBB News Com*. [https://www.afpbb.com/articles/-/3253524?cx\\_amp=all&act=all](https://www.afpbb.com/articles/-/3253524?cx_amp=all&act=all)
- Stewart, M. K. (September 18, 2019). China's Sea Turtles. *Lexiology*.  
<https://www.lexiology.com/library/detail.aspx?g=26a9bc90-30ca-4892-96a0-4aa45e4d1807>
- The ten largest companies in the world by market capitalization in 2020. (November, 2020). *Think 180 Around*. [https://www.180.co.jp/world\\_etf\\_adr/adr/ranking.htm](https://www.180.co.jp/world_etf_adr/adr/ranking.htm)
- What happens when Chinese students abroad return home. (May 17, 2018). *The Economist*.  
<https://www.economist.com/special-report/2018/05/17/what-happens-when-chinese-students-abroad-return-home>

# **China's Public Health Insurance System: Current Disparities and Challenges That Lie Ahead**

Masanrori Shiwaku

Sophomore, Faculty of Economics

## **1. Introduction**

Chinese society has been faced with disparities in various areas such as education and income. Another serious disparity in China today is unequal access to medical and healthcare services, and the disparity is fundamentally attributable to the structural problems inherent in the country's current health insurance system. This paper examines the major causes of the disparity inherent in the structure of the current system and discusses the challenges that lie in the country's progress towards the universal health coverage.

## **2. The Structure of China's Public Health Insurance System**

China largely achieved universal health insurance coverage in 2011. Characteristically, the country's current medical insurance system provides two types of insurance programs as follows: the Urban Employees Basic Medical Insurance (UEBMI) and the Urban Rural Residents Basic Medical Insurance (URBMI).

China's healthcare insurance system			
	Urban Residents		Ruarral Residents
Insured	Working Person	Non Working Person	Ruarral People
Insurance system	Urban Employee Basic Medical Insurance(UEBMI)		Urban-Ruarral Resident Basic Medical Insurance(URBMI)
Subscription form	Mandatory	Voluntary	

Figure 1 *China's Health Insurance System*

As Fig. 1 indicates, urban residents with regular jobs such as salaried workers, civil servants, and the self-employed are required to enroll in UEBMI. On the other hand, the other residents, both in urban and rural areas, including students, the elderly, and children—who tend to voluntarily enroll in URBMI.

Next, let us look at the co-payment ratio of each program (Co-payment refers to the portion of medical expenses that the insured must pay that is not paid by the insurance company; specifically, a fixed

fee that is required for each prescription, visit to the doctor, etc.). First, I will examine the basic medical insurance program for urban employees and explain how medical expenses of urban residents with a regular job are usually covered.

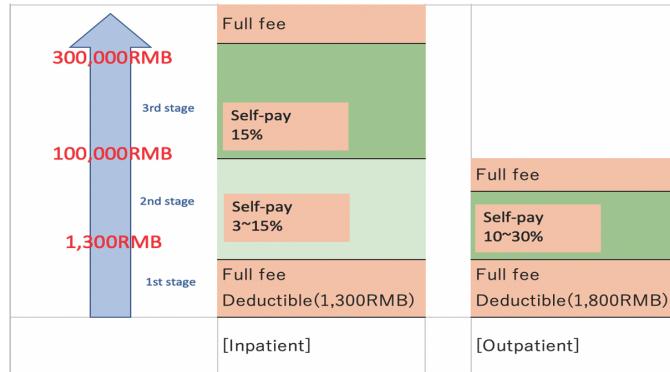


Figure 2 *Copayment Ratios (UEBMI)*

As Figure 2 demonstrates, the co-payment rate differs depending on whether an insured receives inpatient or outpatient care. In the case of inpatient care, the medical expenses are fully covered by the health care program according to the three-tiered scheme shown in the figure. The first tier represents a deductible, or a fixed amount paid by the individual patient before the insurance program begins to pay. UEBMI has fixed the deductible at 1,300 yuan (RMB), and within 1,300 yuan, an individual patient is required to pay the full cost of the medical services when they cost lower than 1,300 yuan. Second, if the total cost of medical services is 1,300 through 100,000 yuan, the insured are required to pay only 3-15% of the total expense. Furthermore, if the total expense is from 100,000 to 300,000 yuan, the patient is required to pay 15%.

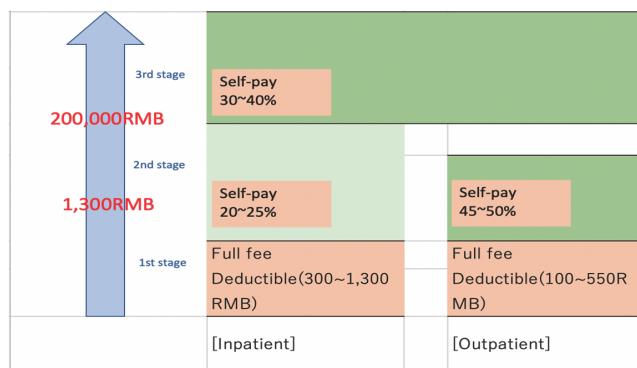
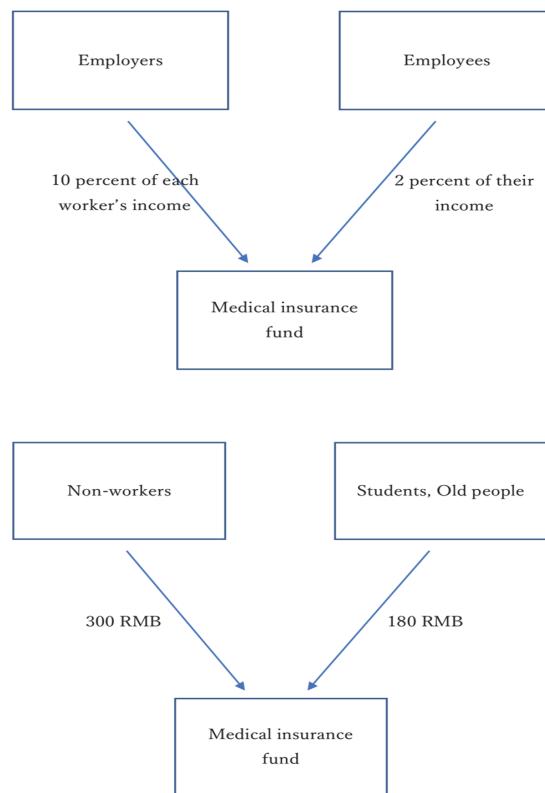


Figure 3 *Copayment Ratios (URBMI)*

As Figure 3 represents, URBMI too requires the insured to pay entirely for the first 1,300 RMB of his medical expenses. However, when the medical cost is from 1,300 RMB to 200,000 RMB, the insured are required to pay 20~25% of the entire medical cost. Furthermore, if the cost gets higher than 200,000



RMB, the individual's burden increases up to 30~40% of the entire cost.

Figure 4 *Financing Sources for UEBMI (above) and URBMI (below)*

The third point to look at is the question of how these insurance programs are financed. In the case of UEBMI (Figure 4, above), the premium is paid jointly by the employer and the employee. Employers pay 10% of each worker's income while employees pay 2% of their income. On the other hand, in the case of URBMI (Figure 4, below), the major financing source is local governments, and the burden of the insured is limited to either 180 yuan (students and the elderly) or 300 yuan (non-workers).

### **3. Revenues and Expenditure: The Financial Structure of the Current System**

In this section, I would like to examine the revenues and expenditures of China's public health

insurance programs. As to UEBMI, the insurance premium accounts for 95.9% of the revenues for the fiscal year 2016. This figure suggests that UEBMI has managed to maintain balanced financing. On the other hand, in the case of URBMI, about 80% of the revenue comes from government subsidies, and such an overwhelming dependence on government aid means the fragility of this financial structure pregnant with the potential risk of facing deficit. Despite the relatively cheap premium and small fund size of URBMI, 1.1 billion enrollees of the program account for 80% of China's public healthcare insurance system, causing financial and political pressure in the country. In addition, compared to 2011, both programs have seen a significant increase in expenditures: the spending of UEBMI steeply rose from 200 billion yuan and has tripled to 600 billion, and that of URBMI has increased from 200 billion to 400 billion, and this rising trend is most likely to continue for the foreseeable future. Given the circumstances, it is highly probable that the current deficit of URBMI will progressively increase and that the sound financing of UEBMI might run into red figures in the future.

#### **4. Issues and Challenges of the Current System**

Let us now consider the problems that the current system is facing now. As I have explained above, the current health insurance system in China consists of two types of insurance programs. In my opinion, this twofold system has caused a series of structural problems in the entire system. Among others, I would like to focus here on the problem of unequal medical benefits. Depending on the type of the program one has enrolled in, medical benefits differ both in terms of the total amount and in terms of the amount paid for outpatient care.

To make the problem specific, let us take the situation in Beijing as an example. First, let us focus on the difference in the total sum of medical benefits. As Figure 4 demonstrates, the premiums vary depending on which program one has enrolled in. Non-workers who are insured by URBMI are required to pay much higher premiums than those with regular jobs and insured by UBEMI.

Another huge disparity is discernible if we pay attention to the benefits paid for outpatient services. While those insured by UBEMI pay only 10-30% of the total sum of their medical costs, those insured by URBMI are required to pay as much as 45-50%.

These differences due to the types of health insurance programs have eventually caused the growing disparity between the rich and the poor, and it is urgently necessary to address and correct these disparities. In my opinion, the most fundamental challenge that China has faced now is the growing need to establish a universal national health insurance system and correct the healthcare disparities caused by the country's current health insurance system.

## 5. Summary

China needs to take on the challenge of building a universal health insurance system that provides accessible medical services for all the citizens. In the previous sections, I have discussed such issues as the structural differences between UBEMI and URBMI, the growing fiscal deficits of both programs, and the major problems of the current system. The process of declining birthrate and population aging in China has been accelerating faster than in Japan, and the country is estimated to become an aging society by 2025. Population aging inevitably drives up health insurance costs and causes financial difficulties in both programs.

Given that China's population is about ten times larger than that of Japan, the establishment of a universal health care system will be a daunting challenge for China. It is easy to criticize the structural problems of the current system, but it is also true that various socioeconomic problems hinder health care reform in China. Recently, however, China has been making a series of efforts to acknowledge the current problems and establish a universal basic health care system providing affordable health services to all. For example, the moves such as the introduction of private medical insurance programs for major illnesses and the attempt to reform the traditional urban-rural household registration system attest to China's progress toward the realization of a universal health insurance system. Attempts like these are contributing factors to the recent gradual reduction of health care disparities in China, and the country will make steady progress towards the universal health coverage in the future.

## References

- Katayama, Y. China's public health insurance system: How will China provide health coverage for its 1.4 billion population? (2018, January 15). *NLI Research Institute*. <https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=57625&pno=4?site=nli>
- Kawashima, H. (2012). *Understanding China's economy: A statistical approach*. Tokyo: Toyo Keizai Shimbun.
- Rural household registration. (2019, February). *Wikipedia*. <https://ja.wikipedia.org/wiki/農村戸籍>
- World rankings of countries with the oldest population. (2020, March 25). *Digima*. <https://www.digima-japan.com/knowhow/world/8704.php>

## The Benefits of E-Commerce for China's Rural Farmers

Sohei Takeuchi

Junior, Faculty of Economics

### 1. Introduction

China is experiencing a massive boom in e-commerce, and the trend is especially remarkable in rural areas. Not surprisingly, the boom has provided consumers across the country with a wide range of shopping options. Marketplace platforms such as Alibaba have too taken the advantage of this boom by building broader clientele in rural China. On the other hand, a question occurred to me if crop producers in agricultural villages have managed to ride on the wave of e-commerce. Do they enjoy the benefits of the current surge in China's e-commerce? Aiming to explore this question, the present paper considers the impact of e-commerce upon China's farmers, focusing on how they advertise and sell their products as e-commerce retailers rather than how they purchase as consumers.

### 2. The Present Situation of E-Commerce in Rural China

According to OECD, an e-commerce transaction can be defined as “the sale or purchase of goods or services, conducted over computer networks . . . between enterprises, households, individuals, governments, and other public or private organizations” (“Electronic Commerce,” 2013). So far as the present report is concerned, the term will be used in a narrower sense to refer to the act of purchase and sale via the Internet as its method for receiving and placing orders.

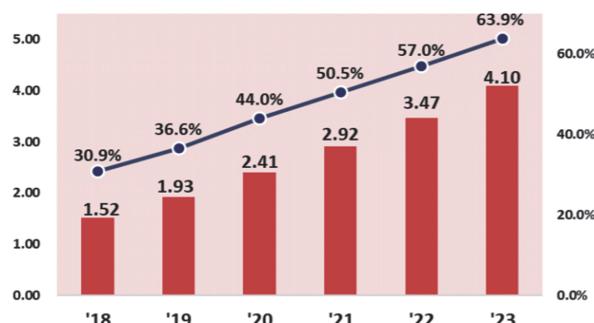


Figure 1 *Projections of Growing B2C-EC Market Size and the Percentage of EC Transactions in China*<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Source: Department of Information Economics, Commerce, and Information Policy Bureau, Ministry of Economy, Trade, and Industry, *The fiscal year 2019 global economy survey project for the formulation of economic growth strategies at home and abroad: A market survey of e-commerce transactions*.

China's e-commerce market has been rapidly expanding, and as *E-commerce Market Survey* by Ministry of Economy, Trade, and Industry (Figure 1) demonstrates, e-commerce transactions in China are projected to account for more than 50 percent of the total commercial transactions in 2021.

Next, let us examine the expansion of e-commerce business in rural China by looking at Figure 2 cited from *2019 China E-commerce Transaction Report*. The bar graph shows the e-commerce sales volume in rural China, and the line graph represents its year-on-year growth rate. As these graphs clearly demonstrate, retailing in e-commerce has been increasingly popular in agricultural areas.



Figure 2 *Transition of Retail Sales in E-commerce and Its Year-on-year Growth Rate in Rural China*<sup>2</sup>

### 3. The Impact of the Booming E-Commerce on Rural Agriculture

#### 3.1. E-Commerce as New Business Opportunities for Farmers

Viewed from farmers' perspectives, one of the most important advantages of e-commerce is that it helps them develop new sales channels. Different from traditional retailing, where rural farmers typically sell their locally produced crops for the local consumption, e-commerce allows them to expand their business model by shipping their products nationwide.

However, e-commerce does not necessarily bring rural farmers wealth and success. It is true that there are several positive factors that encourage rural farmers to start selling on e-commerce sites: the nationwide spread of e-commerce and the diversification of consumer needs, to name a few. On the other

---

<sup>2</sup> Source: The Office of Electromechanical Products & Science and Technology Industry, The Ministry of Commerce of the People's Republic of China, *2019 China E-commerce Transaction Report*.

hand, e-commerce sellers unavoidably participate in a fierce competition, and it is not certain if all farmers can be competitive enough to survive. What, then, do farmers need to do if they want to be a successful e-commerce seller? In the next section, I would like to consider this question by discussing three winning strategies that they should learn to differentiate themselves from their competitors.

### **3.2. Three Types of Differentiation for Successful E-Commerce Retailing**

First, let us think about the differentiation of product quality. It is a very important type of differentiation in conventional retailing too, but more so on online marketplaces, where many consumers make purchasing decisions based on the product reviews written by other consumers.

Second, the quality of services is another factor of differentiation. Although e-commerce retailers cannot have face-to-face interaction with customers, they can differentiate themselves through other indirect customer services including shipping and packaging.

Last, Internet advertising is another means of differentiation. Being a unique feature of online marketing, this can pose big technical challenges for farmers when they try to open online shops. In my view, farmers' lack of expertise in online advertising strategies is a major obstacle to their survival on e-commerce marketplaces.

### **3.3. China's Private Enterprises as a Booster for Farmers' E-Commerce**

Many private e-commerce enterprises have been eager to provide technical support and advice to rural farmers who are interested in online marketing. One typical example is the project of Rural Taobao implemented in November, 2014, which established support centers in rural villages to offer interested farmers a wide range of consulting and advisory services including the product sales on behalf of the producer themselves (Wang, 2020). In addition, among leading private e-commerce enterprises, some are authorized by the government and called "dragon head enterprises," acting as an intermediary between rural e-tailers and their potential customers by offering the former a series of technical and strategic support ranging from the creation of websites to the processing, packaging, and online marketing of their farm products.

However, it is questionable whether these efforts have been entirely beneficial for rural farmers themselves. After all, rural e-tailers have no voice in the pricing decisions, and the current model of rural e-commerce seems to be based on a structural scheme which overwhelmingly benefits the intermediary enterprises. Under such a scheme, famers tend to be exploited by online platforms and intermediaries rather than seize new business opportunities that can benefit themselves.

#### **4. Live Commerce Differentiating Rural Farmers from Other Competitors**

Live commerce is the latest type of e-commerce that has been increasingly popular in China since around 2017. It can be generally defined as “a type of e-commerce where retailers broadcast live videos in real time via the Internet to promote and sell their products while shoppers can purchase those products while they view the videos” (Department of Information Economics, Commerce, and Information Policy Bureau, 2019). Live-commerce may seem to require retailers to have specialist expertise in online marketing, and pose various challenges to interested farmers. The fact is, however, that it has contributed to making e-commerce less daunting for them.

What is useful about live commerce is that anyone can start it if they have a smartphone. Different from the conventional type of e-commerce, there is no need to make advertisements for the online marketplaces, and the system administration including placing and receiving orders is far easier. In addition, live streaming of rural farmers surrounded by the magnificent natural landscape of their villages will hold considerable appeal to viewers. Customers too will expect live commerce to give them direct access to the visual information of who the producers are and where the products are grown. Thus, live commerce is an effective means for farmers to differentiate themselves from other online retailers and make the most of their resources.

#### **5. Conclusion**

As I have discussed so far, with the help from private e-commerce giants such as Rural Taobao and so-called “dragon head enterprises,” China’s rural farmers can theoretically overcome some technical and strategic challenges concerning the online advertisement, promotion, and shipment of their products. On the other hand, I have also pointed out that it is open to question whether China’s e-commerce viewed as a structural system has been beneficial enough for farmers as e-tailers. In this sense, the development of live commerce has turned the tide in farmers’ favor because it has provided them with a new means to differentiate themselves from other competitors on online marketplaces.

However, what about the differentiation of production quality? The rapid spread of e-commerce in rural areas has helped raise farmers’ awareness of how to increase their sales, but not of how to improve the quality of their products. As I have mentioned earlier, the quality of products highly matters in the e-commerce sector because shoppers are strongly influenced by the reviews and evaluations by other shoppers. Nevertheless, as they get accustomed to the usefulness of e-commerce targeting at a broad range of consumers nationwide, e-tailers often tend to pay more attention to immediate profits through arresting advertisements and viable sales strategies and dismiss the importance of taking a long view and devoting themselves to the growth of high-quality products and the gradual increase of their reputation and profits.

China's rural e-commerce has brought huge profits to online shopping platforms and intermediaries, but the boom is not entirely to farmers' advantage. In a sense, rural e-commerce unfairly takes farmers away their profits that they deserve, and prevents the sustainable development of rural economy based on the farmers' efforts to cultivate high-quality products.

## References

- Department of Information Economics, Commerce and Information Policy Bureau, Ministry of Economy, Trade, and Industry. (2019, May). *The fiscal year 2018 report on the infrastructural development for the creation of data-driven society in Japan: An e-commerce market survey.* <https://www.meti.go.jp/metilib/report/H30FY/000786.pdf>
- Department of Information Economics, Commerce, and Information Policy Bureau, Ministry of Economy, Trade, and Industry. (2020, July). *The fiscal year 2019 global economy survey project for the formulation of economic growth strategies at home and abroad: An e-commerce market survey.* <https://www.meti.go.jp/press/2020/07/20200722003/20200722003-1.pdf>
- Electronic commerce. (2017, January 17). *OECD Glossary of Statistical Terms.* <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4721>
- Liu, W. (2018, December). On the development of e-commerce in China's retail sector. *The Bulletin of the Junior College of Kinki University*, 51 (1), 11-24.
- The Office of Electromechanical Products & Science and Technology Industry, The Ministry of Commerce of the People's Republic of China. *2019 China e-commerce transaction report.*
- Takaguchi, K. (2020, May 25). China now: Live commerce in rural China connecting farm producers with consumers. *Yahoo! News Japan.* <https://news.yahoo.co.jp/feature/1708>
- Wang, Y. (2020, January 10). *A research on agricultural development potential in Henan Province of China: focusing on cold chain and electronic business transaction of agricultural products.*

# The Impact of the Covid-19 on the Chinese Retail Industry

Tiantian Chen

Sophomore, Faculty of Economics

## 1. Introduction

The rapid spread of the Covid-19 around the world has forced governments all over the world to curb their economic activities to contain the pandemic. Inevitably, the world economy dealt a serious blow as a result. According to the International Monetary Fund, the global economic growth in 2020 is expected to be minus 4.4% (2020). China's economy was also affected by the pandemic, and its GDP in the first quarter of the fiscal 2020 was a year-on-year decrease of 6.8%, the first negative growth since 1992 (National Bureau of Statistics of China, 2020).

On the other hand, government measures to contain the covid-19, such as lockdowns and restrictions on going out, have had a great impact on people's lives. Especially in China, economic activities and close person-to-person contact were once severely restricted. As people adopt this new lifestyle, some industries gained positive incentives and grew rapidly while others were hit hard by the decreased customers.

"How seriously has China, the world's second-largest economy, suffered from this pandemic?"—this is the question that this report attempts to explore. The first section provides a general overview of the impact of the coronavirus on China's economy. The second section will focus on China's retail industry, the sector that faced a hit from the pandemic first in the country, and consider how its business was affected by the changes in people's lifestyles. Finally, based on the discussions in the prior sections, the last section attempts to predict the future landscape of China's retail industry.

## 2. The Impact of the Covid-19 on the Chinese Economy

### 2.1 An Overall Perspective

The Covid-19 began to spread in China in mid-January 2020, and the government introduced a strict stay-at-home policy in response to the outbreak. In addition, the Chinese New Year commonly known as the Spring Festival was postponed from its original schedule (January 24th to 30<sup>th</sup>) until mid-February, and in some areas, people were not allowed to return to workplaces until late February. Especially in Wuhan, where the situation was the most serious, the lockdown was not lifted until March 20th. This means that the Chinese economy in 2021 was hit hardest during the two months from January to February. During that period, both the domestic investment and the industrial production output in China has decreased significantly in their growth rate. According to the National Bureau of Statistics of China, domestic retail sales decreased by 20.5% year-on-year to 5213 billion yuan, and fixed asset investment, too, fell by 24.5% year-on-year. In addition, the value of industrial production fell by 13.5% year-on-year, and the value of

exports fell by 19.1% as well.

## **2.2 Industries That Gained Incentives during and after the Pandemic**

The corona pandemic has changed people's lifestyles and significantly increased their average time spent at home. Along with that, new business opportunities have emerged, and some industries have grown rapidly by seizing them. Typical industries include online education, games, home delivery services, online shopping, video sharing sites, social media, and online meeting software. It is estimated that after the habitual use of online services while offline services were rarely available, quite many people will find it hard to live without online services even after the corona shock. In addition, the corona shock will promote the rapid growth of these industries, which, in turn, lead to improved quality of their services. These industries will continue to grow and take a leading role in the China's economic recovery after the corona shock.

## **2.3 Unemployment Problem Caused by the Corona Shock**

To contain the new coronavirus, the Chinese government introduced quite strict economic restraint measures. However, this policy also led to a significant increase in the domestic urban unemployment rate from January to February to 6.2 percent, which is 1 percent higher than the figure of the same period in 2019. The rise in the unemployment rate is also reflected in the average starting salary for new graduates, which was 5610 yuan per month in 2019, but increased by 55% to 8688 yuan in 2020. Considering the slowdown in the Chinese economy during the corona shock, such a rise is not attributable to the economic growth. These data suggest that the domestic job market became fierce immediately after the corona shock, resulting in large unemployed population.

# **3. The Impact of the Covid-19 on the Chinese Retail Industry**

## **3.1 An Overall Perspective**

The outbreak of the Covid-19 in January was followed by the strict stay-at-home policy, and this immediately gave a blow to China's retailers. In addition, many supermarkets and local markets were forced to close because they did not meet the sanitation standards set by the government. Although the supply of daily commodities declined considerably, consumer demand in general remained high, and especially the demand for food and medicine enormously grew due to the corona pandemic. Under these circumstances, many consumers turned to online shopping, which had previously been seen unreliable because of the frequent delay in delivery. On the other hand, there were quite a few supermarkets and shopping malls that were short of funds due to decreased customers and the regulatory measures by the government.

According to a survey conducted by Deloitte and China Chain Store & Franchise Association, more than 90% of owners of shopping malls, supermarkets, convenience stores and online shopping websites in China say that the number of customers decreased due to the corona shock. In addition, 37% say that customers decreased by more than 50%. Furthermore, about half say they will run out of money within a year. However, it is also noticeable that if we focus on online shopping websites, 67% of the owners responded that they did not lose customers even during the pandemic. Therefore, it is no exaggeration to say that the corona shock hit shopping malls, supermarkets, and convenience stores much harder than online shopping websites, giving the latter competitive over the former.

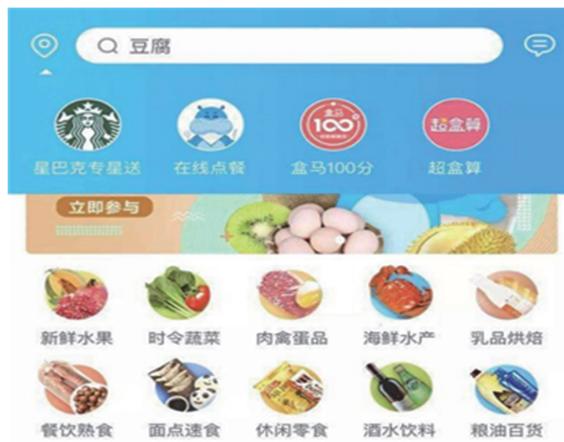


Figure 1 *Freshippo's mobile app offers customers easy access to online purchase of daily necessities*

### 3.2 Examples of Retailers

Let us take some examples from both online and offline retailers to see how China's retail industry was affected by the corona shock. OurHours was a Chinese convenience store giant with most of its shops in the metropolitan areas. Though the chain once boasted the largest network of chains across the country, it faced a business slump due to the corona shock and announced withdrawal from the metropolitan areas in May, 2020.

On the other hand, a next-generation supermarket chain Freshippo managed to thrive during the corona shock, making a stark contrast to OurHours. Founded by the Chinese IT major company Alibaba, Freshippo runs not only traditional store-based retailing but also online shopping sales which include delivery services of food materials and cooked dishes. The corona shock caused a sharp increase of customers who rely on online shopping for purchasing groceries and other daily necessities, and the advent of this new style of customer purchase has contributed to Freshippo's record-high annual turnover in 2020.

at a growth rate of 220% year-over-year.

### 3.3 The Growing Trend towards Digitalization in the Chinese Retail Industry

In reaction to the corona shock, the major consumer purchase pattern shifted from bricks-and-mortar to online shopping, and this trend inevitably forced retailers such as shopping centers and farmers to look for alternative retailing strategies by adopting internet technologies. Many shopping malls entered live commerce market and are now selling their products via livestreaming e-commerce instead of in physical shops. Compared to the more conventional type of internet shopping, livestreaming e-commerce is said to be more interactive and allow sellers to advertise their products more effectively.

The live commerce is booming in rural areas as well. Due to the ban on the commercial transactions in local markets, many farmers turned to livestreaming commerce, created a virtual market on the Internet, and began to sell agricultural products to consumers nationwide. Very ironically, some farmers even saw severalfold sales increase after the corona shock.

### 3.4 Digital Transformation of the Chinese Retail Industry

As mentioned above, the corona shock decreased traditional store-based retailing sales, putting online shopping services in an advantageous position. At first glance, the corona shock may seem to have directly triggered the structural transformation of the Chinese retail industry. However, the fact is that the

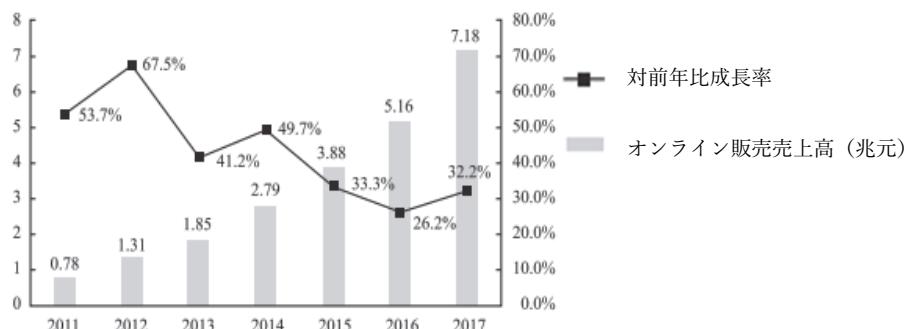


Figure 2 Monthly Retail Sales via Online Platforms in China (2011-2017)

transformation had started more than ten years prior to the outbreak of covid-19, when the growth rate of online retail sales exceeded that of brick-and-mortar retail sales.

图 2-5 2018-2019年1-2月中国实体店消费品零售额月度增速  
 Figure 2-5 Monthly growth rate of retail sales of consumer goods in physical stores in China from 2018 to January to February 2019



Figure 3 Monthly Growth Rate of Retail Sales in Physical Stores in China (2018-2019)

As you can see from the graphs above, online retail sales have continued to record double-digit growth rate since 2011 while the recent retail sales in physical stores has stagnated at single-digit growth rate. The tide had turned in favor of online retail business even before the corona shock. Thus, it is not too much to say that the corona shock only accelerated the ongoing transformation process in China's retail industry.

#### 4. Conclusion: The Future Landscape of the Chinese Retail Industry

Will China's fast-growing online business completely replace brick-and-mortar business? I don't think so. No matter how innovative it may be, online retailing has its limits. For example, since online shoppers cannot try out or physically touch a product, certain types of products will sell better in physical shops particularly when customers' direct experience of the product is essential for their purchasing decisions. In my opinion, online commerce will eventually slow down, and the Chinese retail industry will enter a new phase where brick-and-mortar and e-commerce will complement each other rather than compete. Customers too will become more knowledgeable about different attributes of the two types of shopping, and will choose online purchase when they buy highly standardized products such as daily necessities, but will go out for shopping in physical stores when they buy, for example, things such as furniture and cosmetics, because in this case the purchasing decisions often crucially depend on customers' personal taste and direct experience of products. Online and physical retailing models in China will become increasingly differentiated according to the categories of products and target customers, and the best word to describe the future landscape of China's retail industry will be not the competition but the coexistence of the two types of sales formats.

## References

- The average starting salary for Fall, 2020. (2020, September 28). *Xiaoxiangchenbao*.  
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1679078364347150773&wfr=spider&for=pc>
- China's unemployment figures for January-February, 2019. (2019, March 19). *Dongfangcaifuwang*.  
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1628401579272162781&wfr=spider&for=pc>
- Deloitte, China Chain Store & Franchise Association. (2020). A report on the impact of the Covid-19 on the finance and operation of China's retail industry.
- Freshippo's sales increased by 220% after the pandemic. (2020, February 13). *Caijingtuya*.  
<https://kuaibao.qq.com/s/20200213A066RG00?refer=spider>
- The impact of the covid-19 on China's economy. (2020, March 1). *Eastmoney.com*.  
<http://finance.eastmoney.com/a/202003161419930173.html>
- The International Monetary Fund. World economic outlook. (2020, June). *International Monetary Fund*.  
<https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/09/30/world-economic-outlook-october-2020>
- Ministry of Commerce, PRC. (2020, July 2). China e-commerce report.  
<http://images.mofcom.gov.cn/wzs2/202007/20200703162035768.pdf>
- Monthly growth rate of retail sales of consumer goods in physical stores in China, from January to February, 2018. (2019, December 20). *iiMedia Research*.  
<https://data.iimedia.cn/data-classification/detail/30404739.html>
- National Bureau of Statistics of China. (2020, April 17). Decline of major economic indicators significantly narrowed down in March. *National Bureau of Statistics of China*.  
[http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202004/t20200417\\_1739339.html](http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202004/t20200417_1739339.html)
- OurHours announced withdrawal from Beijing. (2020, May 12). *Xinshipipingjie*.  
[https://m.sohu.com/a/394639630\\_210328](https://m.sohu.com/a/394639630_210328)
- Unemployment rate in urban China rose to 6.2% for January to February, 2020. (2020, March 16). *Qingfengxaxinwen*.  
[http://k.sina.com.cn/article\\_7285844747\\_m1b2452b0b02000np5n.html](http://k.sina.com.cn/article_7285844747_m1b2452b0b02000np5n.html)

# **Lessons Learned from China's Poverty Alleviation Efforts at Home and Abroad**

Suzuna Nozawa

Sophomore, Faculty of Economics

## **1. Introduction**

What is “poverty”? The definition of the term will vary from person to person. Some may define it as the condition in which an individual cannot have even daily living necessities; others may take it slightly differently as the condition in which an individual can maintain the minimum standard of living but is unable to live an affluent life due to limited resources. However, there seems to be a universal consensus that ‘poverty’ is a social problem which needs to be solved. I too support this view, and I got interested in the present topic because I want to engage in solving poverty in the future. Spending my high-school days in Indonesia, one of the developing countries in South East Asia, I started to feel that it was very unfair that the living standard and future of an individual did not depend on one’s determination or abilities but on some external factors such as birth and backgrounds.

China too is one of those nations which have suffered and fought against poverty. In addition, it is a nation which has a rather unique history in that it successfully reduced absolute poverty after decades of rapid economic growth. Furthermore, after having reduced domestic poverty with the aid of international organizations, China has now been actively involved in foreign aid activities to eliminate poverty in other developing nations as well. Thus, China is simultaneously a donor and a recipient of foreign aid, and I have found this characteristic feature very interesting.

This paper, therefore, aims to investigate China’s poverty reduction performance from two perspectives: China as a foreign aid recipient nation fighting against its domestic poverty and China as a donor nation contributing to the eradication of global poverty.

## **2. China’s Poverty Alleviation with the Aid of International Organizations**

### **2.1 An Overview of Poverty in China**

As of 2019, China was a country with the population of about 1.398 billion (The World Bank, 2019). However, due to economic disparities, there is a division within this large population between the ‘rich’ and the ‘poor.’ Let us now look at some statistical data and examine the current situation of poverty in China.

As of 2017, according to the national poverty line set by the government, China reported that the population living under poverty line was 3.1% (The World Bank, April, 2019). This figure does not always correctly represent the seriousness and complexity of the poverty issues in China today. On the other hand, in 2018, the World Bank adopted a new method for measuring the level and seriousness of a nation’s poverty on the basis of the income level of each nation: the method applies the standard of \$1.90/day for low-

income countries, \$3.20/day for lower-middle income countries, and \$5.50 for upper-middle income countries (The World Bank, 2020). If we apply this standard for China as of 2015, it turns out that about 373 million Chinese, which accounts for 27.2% of its total population, struggled from poverty, and thus the picture gets much grimmer than when we adopt China's own national standard of poverty (The World Bank, April, 2019).<sup>2</sup> In addition, given that China's Gini coefficient in 2016 was 46.5, it can be inferred that disparities between poor and rich have persisted.<sup>2</sup> China achieved a rapid economic growth while committing itself to poverty reduction simultaneously. In the next section, I would like to consider the role of international organizations in China's fight against poverty and their contribution to the country's poverty reduction.

## **2.2 A Poverty Reduction Project Supported by the World Bank**

For my present purpose, I will limit the discussion to the China Southwest Poverty Reduction Project implemented (SWPRP) by the World Bank in 1955-2001. Poverty is a social problem which is caused not by a single factor but by a combination of mutually related factors such as education, health, living standard, infrastructure, and productivity. This project too took a comprehensive approach to address wide range of factors of poverty. The support was provided for several areas. As for education, it supported primary school construction and the provision of tuition assistance and teacher training. In terms of basic health services, the SWPRP increased the accessibility to healthcare services at the village and township level. The project also contributed to the improvement of farming, by providing the assistance for the introduction of a wide variety of agricultural crops and giving advice for an environmentally friendly integrated land use system (Wu, Yang, and Huang, 2004, pp. 9-10).

Among the achievements of the project, the following improvements are specifically worth noting: an increase in farmers' income, an increase in literacy rate, an improved basic infrastructure, and above all else, a reduction in poverty rate from 31.5% to 17.7% on the completion of the project. Thus, it is obvious that the project contributed to poverty reduction even compared with non-project areas (Wu, Yang, and Huang, 2004, p. 13).

Poverty indices	Project Villages		Comparative Villages	
	1995	2000	1995	2000
Poverty Incidence	31.5	17.7	21	13
Poverty Depth Index	5.8	3.6	3.3	2.5
Poverty Intensity Index	1.23	1.11	0.5	0.73

*Source:* Rural Socioeconomic Survey Team of the State Statistical Bureau, Report on Poverty Monitor (Guangxi, Guizhou, Yunnan) 2000, China Statistics Publishing House, 2001

Figure 1 *Changes in Poverty Index in the SWPRP Areas*

### 2.3 The Controversies over the SWPRP

Although the comprehensive evaluation of the SWPRP has been generally positive, it does not mean that the project did not encounter difficulties and shortcomings. Let us take up its lending system, for example. Since one of the target areas of the project was the development of farming, it made loans to farmers. However, in applying for the loan, farmers were required to have enough labor force. In other words, those who did not hold sufficient labor were not considered qualified borrowers. What is ironic here is that those who belonged to the lowest social stratum and were desperate for loan were refused access to the project loan (Kawasaki, 2004, p. 82). Therefore, there is a view that the project failed to target those who were in desperate need of financial support.

It is also argued that the fall of prices of commodities including crops promoted personal consumption and contributed to the improvement of rural living, but falling prices resulted in the decreased income of farming households and strained their budget. It should also be noted that the consumption expenditure of these farmers was more likely to have decreased than to have been promoted, and some of the households were probably forced to live in severer poverty (Kawasaki, 2004, p. 87).

The increase in farmers' income is yet another controversial issue. This project increased the income of farming households in general. However, the major contributing factor to their increased income was labor export or the flow of migrant workers: many rural inhabitants found off-farm jobs in urban areas, bringing in additional cash earnings to their households in rural areas (Kawasaki, 2004, p. 87). Labor movement like this seems to have been worsening rather than improving the poverty issues in rural China because urban migrant workers often are forced to accept wretched working and living conditions in exchange for gaining a new source of income. I presume that migrant labor does not always bring about the comprehensive improvement of farming households in rural areas, and that it cannot be a fundamental solution to rural poverty.

As I have discussed so far, the SWPRP implemented by the World Bank has had some positive impact on the improvements of rural living, but it was not satisfactory enough to be a comprehensive solution to

rural poverty in China overall. Recently the World Bank has been undertaking a new project, which addresses poverty reduction by adopting an approach through industrialization. It is still too early to assess the effectiveness of this project, and many international organizations including the World Bank have been actively involved with the poverty alleviate in China.

### **3. China's Foreign Aid Operations**

#### **3.1 What Is Foreign Aid?**

So far, I have mainly discussed China as a recipient nation of the aid operations by international organizations. In this section, I would like to shift my focus to China as a foreign aid donor and its contribution to global poverty reduction. The term “foreign aid” will remind many people of a type of help given by a country to other countries, but let us try to find a less ambiguous and more precise definition below.

According to a dictionary definition, foreign aid refers to “economic, technical, or military aid given by one nation to another for purposes of relief and rehabilitation, for economic stabilization, or for mutual defense” (“Foreign aid,” 2021). With this definition, many people will associate some typical examples such as technical cooperation, interest-free loans, preferential loans, and grant aid. Major goals of foreign aid include the promotion of economic growth and development and the improvement of the standard of living, and poverty alleviation. Furthermore, a mutual recognition between a “donor country” and the “recipient country” forms the foundation of a successful implementation of an aid operation.

#### **3.2 The Distinctive Features of China's Foreign Aid**

In its foreign aid operations, China adopts similar approaches to those of OECD countries. Yet, China's foreign aid differs from those by OECD countries in many respects. Firstly, China's foreign aid relies on aid principles that diverse from traditional donor nations: it emphasizes the equal relationship with the recipient nations and respects the latter's sovereignty. In a sense, China does not draw a sharp line between the “donor” and the “recipient,” referring to itself as a “partner” (Lynch, Andersen, and Zhu, 2020). Furthermore, the country claims that its foreign assistance is premised on equality between partners and mutual benefits, aiming at the establishment of a win-win cooperation (Lynch et al., 2020). In addition, China provides a type of preferential loan called preferential buyer's credit—which is fundamentally commercially motivated, so not categorized as foreign aid normally—and some countries consider it part of China's foreign aid.

### **3.3 The Controversies over China's Foreign Aid**

There has been controversy over China's recipient-oriented foreign aid. First, China's foreign aid is often described as commercially-motivated (Kitano, 2019). Behind this is a rise of public opinion in China that its foreign assistance should aim at "the establishment of win-win cooperation," especially "the promotion of the national interests" (Maeda, 2009, p.7). According to this view, China's national benefits through its foreign aid are no less important than the principles of equality and mutual benefit or joint development (Maeda, 2009, p.8). Consequently, China's foreign aid programs sometimes seem to pursue China's own commercial interests, and have caused controversy about its fundamental nature and motives.

Another problem concerns the debt sustainability of recipient countries. Given the recent rise in the debt-to-GDP ratio of low-income countries, China as a donor country will need to consider such issues as debt vulnerabilities, debt transparency, and debt sustainability of emerging countries (Kitano, 2019).

Third, the China's view and definition of foreign aid are often seen as controversial. Characteristically, China claims that in providing foreign aid, it does not impose recipient nations neither political nor economic conditions (Maeda, 2009, p.7). Recipient nations may appreciate China's principle of non-interference in their domestic affairs because it may ensure the independence of their sovereignty. However, China's foreign aid has been criticized for its lack of ethical and moral principles. More specifically, China gives aid even to those countries which have problems such as the oppression of human rights, dictatorship, anti-democratization, and the lack of political freedom. China's non-interventionism can be taken as the country's failure to contribute to the promotion of human rights protection and democratization in recipient nations.

Let us take Indonesia, where I spent my high-school days, as an example of the countries which have received China's foreign aid. The country has various unsettled problems such as corruption, bribery, and territorial issues, and the so-called Papua conflict is an ongoing conflict in Western Guinea. While Papua seeks independence from Indonesia, it is still regarded as the latter's territory, where Papuans have suffered racial discrimination. Thus, China offers aid to even those countries which have ethical problems including human rights issues.

Furthermore, China's unconditional economic aid can mean the possibility of inappropriate distribution of the assistance and, consequentially, no growth in productivity. For the effective promotion of the autonomous development of a recipient, aid programs should target those sectors which can substantively contribute to the economic development and the improvement of the quality of life in the recipient nation. Yet, China's aid in principle neither intervene in nor give advice on the recipients' decisions regarding these issues, thus hindering the effectiveness of its aid programs.

Therefore, China's respect for the recipient's sovereignty and non-interference principle poses a

question if the country's foreign aid has been substantially conducive to the development of the recipients.

### **3.4 The Logic and Motives of China's Foreign Aid**

As I have mentioned in the introduction, China is simultaneously a recipient and a donor of foreign aid, which is the feature that distinguishes the country from other major donors. Moreover, because of its remarkable economic growth with a GDP larger than that of most developed countries, recipient countries often view China as an exemplary model of aid provider.

As China embraces its own unique aid principles but not those of OECD countries, developed countries often criticize the Chinese model of foreign aid. It will also be true, however, that China's remarkable growth trajectory from a developing nation into an economic superpower has set an inspiring example to other emerging nations. In this sense, the global implication of China's foreign aid deserves reappraisal in its positive influence on recipient nations.

Simultaneously, for China, foreign aid is a strategy for securing win-win cooperation with recipient nations. China's aid sometimes requires its recipients to accept "the expansion of Chinese companies," which is ultimately meant to serve as a solution to China's domestic issues such as economic growth, employment creation, the improvement of standard of living, and poverty reduction (Maeda, 2009, p. 7). In a sense, China's foreign aid model may be fundamentally meant to be "killing two birds with one stone." Hence, China views its foreign aid as a strategy for both building international relationships and boosting its economic growth.

## **4. Conclusion**

So far, I have examined China's approach to poverty alleviation from two perspectives: China as a recipient of foreign aid supported by international organizations and China as an aid donor to promote global development and poverty reduction. Each of these foreign aid models has its own advantages and disadvantages in terms of principles and achievements. As for the SWPRP implemented by the World Bank, it held back the progress toward poverty reduction in rural China. Similarly, China's foreign aid cannot avoid the criticism that its non-intervention principle hinders China's contribution to the solution of such contemporary social issues as the protection of human rights and the promotion of SDGs.

Yet, the lecture by CAITEC (Chinese Academy of International Trade and Economic Cooperation) gave me an opportunity to learn one thing: foreign aid in general should be based on the concept of universality. There is no doubt that the strategies, logic, and principles will vary according to the provider of each specific aid program. Nevertheless, at the root of foreign aid lies universal determination to promote the development of emerging countries, save poverty-stricken people, and make the world a better place to

live in.

Inappropriate strategies and principles must be reexamined, but the reexamination should be carefully distinguished from one-sided criticism. As for China's approach to poverty alleviation, there is fair criticism based on objective evaluation of the country's efforts both at home and abroad, but some critics seem to be unfairly prejudiced and reinforcing a negative cultural stereotype of China. We should not be influenced too much by the surface of things but should try to see the truth hidden beneath their appearance. Moreover, as the diversity of opinions is increasingly valued, the concept of universality is being called for today more than in any other times to strengthen unity among countries and address global issues including poverty reduction. In solving social problems, the awareness of universality really matters, and I have realized this clearly just because I participated in the China studies program and began researching into China, which is often viewed as "different" from other countries. China and all the nations in the globe need to share the idea of universality and take on responsibility for making the world a better place to live in.

## References

- Foreign aid. (2021). *Dictionary.com*. <https://www.dictionary.com/browse/foreign-aid>
- Kawasaki, T. (March 1, 2004). Analytical Studies on the World Bank's Southwest Poverty Reduction Project in China. *Soudai-Chugoku-Ronsyu*, 7, 77-89.
- Kitano, N. (January 31, 2019). China's foreign aid: Its current situation and challenges. Policy and Action, Keidanren. [https://www.keidanren.or.jp/journal/times/2019/0131\\_09.html](https://www.keidanren.or.jp/journal/times/2019/0131_09.html)
- Lynch, L., Andersen, S. & Zhu, T. (July 9, 2020). China's foreign aid: A primer for recipient countries, donors, and aid providers. *Center for Global Development*.  
<https://www.cgdev.org/publication/chinas-foreign-aid-primer-recipient-countries-donors-and-aid-providers>
- Maeda, H. (February 3, 2009). China's foreign aid. *PHP Policy Review*, 3(13), 1-9.  
[https://thinktank.php.co.jp/wp-content/uploads/2016/05/policy\\_v3\\_n13.pdf](https://thinktank.php.co.jp/wp-content/uploads/2016/05/policy_v3_n13.pdf)
- The World Bank. (2019). Total population of China. *The World Bank*.  
<https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=CN>
- The World Bank. (April, 2019). Poverty and equity brief: China. *The World Bank*.  
[https://databank.worldbank.org/data/download/poverty/33EF03BB-9722-4AE2-ABC7-AA2972D68AFE/Archives-2019/Global\\_POVEQ\\_CHN.pdf](https://databank.worldbank.org/data/download/poverty/33EF03BB-9722-4AE2-ABC7-AA2972D68AFE/Archives-2019/Global_POVEQ_CHN.pdf)
- The World Bank. (Fall, 2020). Poverty and equity briefs. *The World Bank*.  
<https://www.worldbank.org/en/topic/poverty/publication/poverty-and-equity-briefs>
- Wu, G., Yang, Q. & Huang, C. (2004). *The China Southwest Poverty Reduction Project*. The International

Bank for Reconstruction and Development, the World Bank.

<http://documents1.worldbank.org/curated/en/476881468744028171/pdf/307760CHA0SW0Poverty01see0also0307591.pdf>

## **China's Public Diplomacy**

Seiya Masuda

Sophomore, Faculty of Sociology

### **1. Introduction**

The 2020 Global Leaders Program of the Faculty of Economics, Hitotsubashi University, was launched while the coronavirus was billowing out across the world from Wuhan, China, the pandemic's first epicenter. As the world was experiencing an unprecedented health crisis and economic stagnation caused by the epidemic, China implemented stringent anti-epidemic measures at an early stage and became the first major economy to achieve a recovery with 3.2 % year-on-year GDP growth in the April-June quarter, 2020, bouncing back from 6.8 % year-on-year contraction in the January-March quarter. After the economic recovery, China soon conducted coronavirus diplomacy offering medical assistance including face masks, ventilators, and doctors to the countries suffering from the pandemic, but experts are divided in their reactions. While those in favor recognize China's increased influence abroad in the coronavirus disaster, others give a negative view that the country has triggered anti-China sentiments worldwide by forcing the recipient nations to be grateful to China for its support while failing to clarify its own responsibility as the epicenter of the pandemic. Thus, under the covid-19 pandemic, China conducted its foreign diplomacy aiming at multiple goals: to sweep off the negative image as the source of the outbreak and to deflect the criticism against its delayed release of the virus information to the international community; to build a positive national image as "the savior" in the global battle against the virus by playing the role of a benevolent aid donor; and eventually to placate Japan and Europe. However, these diplomatic strategies do not seem to have been as successful as China expected. Over the past few years, China has rapidly increased its presence as an economic and military superpower, and its battle for the global supremacy with the United States has risen to surface. If China tries to fulfill its aspiration for the global leadership, the country will desperately need a strategic national image building.

Given China's position in the current fluid international situation mentioned above, this paper aims to consider the recent development of China's public diplomacy. Starting with a definition of the concept of "public diplomacy," the first section will provide some examples of China's foreign policies, based on the online dialogue held between the present author and a Renmin University, China, held in October, 2020. Next, the focus will shift to the characteristic features of China's understanding of public diplomacy. The final section will present the author's personal views on what strategies China will need to adopt in the future for the successful construction of its national image.

## **2. The Concept of Public Diplomacy**

According to Zhang (2015), “the world of the post-Cold War entered a new era when the September 11 Attacks took place, and the US declared the war on terrorism, and it was in this international context that Joseph Nye’s concept of “soft power” captured global attention as a viable notion to be utilized in the field of public diplomacy.” This suggests that we need to define the concept of “soft power” before we clarify what foreign diplomacy refers to. Tong (2010), for example, defines soft power as “the ability to affect others to fulfill one’s goals by non-coercive and non-profitable means such as cultural inspiration, the force of values, and foreign policies based on good sense and morality.”

Next, as to the term public diplomacy, there is no single definition accepted in academia, so let me cite two experts to summarize the concept from non-partisan perspectives. First, according to Hoshiyama (2008), public diplomacy refers to the following:

Various activities sponsored by a government that directly communicate with foreign publics rather than with foreign governments, with the aim of expanding the country’s presence in the international community, fostering a better image of itself in the world, and promoting foreign understanding of its culture and values. (Hoshiyama, 2008).

As another variation, let me quote the definition by Fujiwara (2016) too:

Whereas conventional diplomacy is inter-governmental, public diplomacy relies on people’s soft power to directly influence foreign peoples and publics, aiming to inspire trust in and favorable views of the country abroad, and ultimately increase its influence in the international community. (Fujiwara, 2016)

## **3. China’s Public Diplomacy: Policy and Strategy**

### **3.1 The Confucius Institutes**

In August 2020, referring to the center managing the Confucius Institutes in the United States, the then U.S. Secretary of State Mike Pompeo labelled it “an entity advancing Beijing’s global propaganda and malign influence” and required it to register as a foreign mission. Funded by the Chinese government, the Confucius Institutes are non-profit educational centers that are set up overseas for the promotion of foreign publics’ understanding of Chinese language and culture. However, Pompeo accused them for their activities to recruit “spies and collaborators” and said that those on the U.S. university campuses should all be shut down by the end of the year. It was these remarks by Pompeo that made me realize that the Confucius Institutes are part of China’s public diplomacy (Reuters staff, 2020).

The Confucius Institute is a non-profit project established by the Chinese government, and it has built educational partnerships with universities in various parts of the world with the aim of promoting the

foreign publics' understanding of Chinese language and culture. Starting with the establishment in Seoul, South Korea, in 2004, it has expanded to 550 locations in 162 countries, and as of December, 2019, the total number of students has reached to about 25 million. In Japan, the partnerships have been established with more than 20 institutions by now, including such universities as Waseda, Ritsumeikan, and Oberlin.

According to Baba (2010), the benefits of this project for China are as follows: (1) The use of existing educational facilities of the partner institutions allows China to cut its investment; (2) those who are in the existing China-related educational sectors abroad can be employed as the teaching staff for the project; (3) the project enables China to steadily but not forcibly promote the learning about China worldwide under its own leadership.

On the other hand, the partner institutes abroad will mainly gain the following advantages: (1) the partnership gives their courses and programs an official seal of approval by the Chinese government; (2) the support from China can help solve the shortage of material and human resources; (3) they can gain financial support from the Chinese government including subsidies for the running expenses and student grants for the applicants for study programs in China. Thus, the project overall benefits both China and the partner institutions, but some foreign governments are skeptical about the motives and objectives of the Chinese government.

The Confucius Institutes are a non-profit organization run by the Office of Chinese Language Council International, which is itself affiliated with the Chinese Ministry of Education, so the institutes are substantially a governmental body under the control of the Chinese Communist Party. Therefore, they are naturally expected to bear a role in the overall diplomatic strategy of China. In 2014, the President of the institutes publicly stated that they played the role of exporting the values of the Chinese Communist Party overseas. This statement sent to the international community an implicit message that the institutions served as an opinion manipulator directed by the Chinese government, and consequently alarmed democratic nations. This is the context in which the U.S. government heightened its vigilance against the Confucius Institutes on its soil: as a democracy, the United States has a good reason to suspect that the institutes are nothing but "an entity advancing Beijing's global propaganda" under the name of the educational dissemination of Chinese values. In other words, for the United States, academic freedom and the transparency in educational administration can never be slighted, but the Confucius Institutes guarantee neither of them.

### **3.2 The Use of the Media in China's Public Diplomacy**

As I have mentioned in the introduction of this paper, we had an online discussion with some students of Renmin University. During the session, one Renmin student cited the U.S. Public Diplomacy Advisory

Committee and defined traditional public diplomacy as the process of “informing, engaging, and influencing foreign publics so that they may, in turn, encourage their governments to support key U.S. policies,” and described the core goal of public diplomacy as “advocacy of the government policies.” In her view, public diplomacy includes “government-sponsored international broadcasting; cultural, educational, and informational programs; and citizen exchanges.” However, she also mentioned that “the radical shift in the global politics and order in the recent years has caused a remarkable transformation in what public policy means.” More specifically, a series of social factors including the rapid rise of information technology and the multi polarization of public opinions has put an end to the era of government-led diplomacy, ushering in a new era of public diplomacy where governments utilize the soft power of various non-governmental sectors such as think tanks, the media, private enterprises, and the general public.

To illustrate this shift in China’s diplomacy, this Renmin student cited the achievements of CGTN (China Global Television Network) during the coronavirus pandemic. CGTN is China’s state-controlled international news broadcaster, and its scale is so large as to exceed even BBC and CNN in the numbers of SNS followers, news stories, streaming videos, and program viewers.

According to the Renmin student, CGTN played an important role in China’s public diplomacy during the pandemic, and its contributions can be classified into three categories. First, the broadcaster created a section on its website called “Fates Tell” (or “A Magnifying Glass”), which provides the “truth” of current international issues and refute disgraceful narratives about China reported by part of the non-Chinese media. Second, CGTN evoked a favorable response from foreign audiences by featuring the dairy lives of China’s medical staff on the virus frontline in Wuhan, including their food situation, their work in the special quarantine areas, and even one nurse’s wedding held at a hospital. Third, it also effectively emphasized China’s dedication to common causes of humanity by broadcasting the country’s overseas dispatch of medical teams to Italy, the Philippines, and India, and the China-Australia cooperation to defeat the virus. Finally, according to the aforesaid Renmin student, given that the global civil society today is founded on the Internet, the role of the media as China’s public channel will become increasingly important because it will not only be indispensable in the enhancement of China’s soft power diplomacy but prepare an important first step toward China’s having a voice in the international community.

#### **4. How China Understands Public Diplomacy**

Based on our online presentations on the common theme of China’s public diplomacy, in this section I would like to focus on two characteristic features of the country’s public diplomacy. First, China’s public diplomacy is fundamentally led by the government, and second, it emphasizes the notion of sharing values.

#### **4.1 The Government-led Approach**

A non-profit organization Confucius Institutes and a global news broadcaster CGTN may look like private actors participating in China's public diplomacy, but they both are under the control of the leadership by the Communist Party and have no power of decision making. If, as Hoshiyama (2008) says, public diplomacy refers to "those political activities which embrace a principle that successful diplomacy needs not only communication with foreign governments but with foreign publics," views are divided on the issue whether the activities beyond the party's direction can be approved as part of China's public diplomacy conducted as cultural exchanges at civilian level. For comparison, let us look at public diplomacy of other countries. For example, French culture is often represented by its art, food, and sports, and American culture reminds us of a heroic forerunner of a new age linked with the country's advanced information technologies, high-quality tertiary education, and Hollywood films. In both countries, cultural influence at personal level has naturally contributed to presenting a favorable national image to foreign publics whereas the role of the government is limited to a reasonable level. As I will discuss later in detail, the government's strong leadership in public diplomacy has both advantages and disadvantages. If public diplomacy should be something that directly influences foreign publics and gently changes their attitudes toward a country, the signs of a government's forceful involvement can reduce the effectiveness of public diplomacy. However, the Renmin student has a different opinion on this matter, saying that the main issue of China's public diplomacy is a strategic question of how to appeal to the sentiments of foreign publics, and that the government's involvement is a basic premise but not an issue open for debate.

#### **4.2 Sharing Chinese Values with Foreign Publics**

In this section, I would like to develop my argument based on several papers that are relevant. According to Nakai (2011) and Nakagawa (2012), in the 1990s, public diplomacy was "one of the most important diplomatic tools for the survival of the Chinese regime," and it was mainly conducted "for the self-protective purposes including the alleviation of so-called "China threat theory" and the acquisition of its position as a constructive actor in the international order." Then, a shift in the policy took place in the 2000s, when under the leadership by Hu Jintao, China's public diplomacy "broke out of its old style and entered a new phase of 'Chinese model,'" which aims to create and propagate Chinese culture overseas by tapping the country's soft power."

These expert analyses help me look back on our discussion with Renmin students from a different perspective. The Confucius Institutes have pronounced the promulgation of Chinese culture and values as its primary mission, and is making efforts to attract more international students to the study programs in the Chinese mainland. The broadcast of CGTN, too, has contributed to the creation of pro-Chinese

sentiments among foreign publics. These examples suggest that China's public diplomacy emphasizes the creation of sympathy between the Chinese and foreign publics through civilian-level cultural interactions, and its ultimate goal is to establish Chinese values and culture as credible and legitimate models in the international community. Of course, this type of public diplomacy is not exclusively Chinese: cultural institutes such as Japan Houses and Germany's Goethe-Institutes are similarly meant to be an effective diplomatic channel. However, in my opinion, the emphasis on civilian-level sympathy is a striking feature uniquely seen in China's public diplomacy.

## 5. The Future Outlook for China's Foreign Diplomacy

Based on my argument in the prior sections, now I would like to conclude this paper by giving my personal views on the challenges that China needs to address to make its public diplomacy more effective. Given that China has been increasingly strengthening its economic and military presence in the world, the country should learn lessons from a precedent provided by the United States. In the decades after the WWII, the United States successfully wielded an international influence by using its soft power, but the country eventually lost the influence when it attempted to establish its global dominance by relying on its hard power in economic and military sectors and consequently triggered the September 11 attacks. The present state of China's diplomacy seems to be quite similar to the situation where the U. S. resulted in this failure. In the recent years, the rapid increase of China's military expenditure has caused the rise of the China threat theory among other nations, and to rebut this theory, China should commit itself to the more effective use of its soft power instead of hard power, and reduce the other nations' resistance against the growth of China's global influence.

However, if China's public diplomacy is going to remain as government-centric as it is now, the effectiveness of the country's diplomacy will be inevitably limited. First, the public diplomacy under the central government's control reminds other nations of a modern version of political propaganda. In addition, the swift implementation of diplomatic policies—which is an advantage uniquely seen in the government-led Chinese model of diplomacy—necessarily bears a sign of coercion and causes distrust among foreign publics. Secondly, to the eyes of foreign publics, there often seems to be a discrepancy between the reality of China's domestic situation and the message sent through its public diplomacy, and this will spoil China's attempt to build a positive national image though public diplomacy. Having said this, when we think of the factors behind the growing doubt about China's public diplomacy, we will also need to consider not only the China threat theory or other strategic problems on Chinese side but also the possibility of the overreactions from the Western bloc due to the fundamental differences in cultural, political, and social ideologies embraced in each camp.

Whatever the fact is, the highest priority for China's public diplomacy is to diminish its overconcentration of political power in the Communist Party. According to Nakai (2011), in recent years, China's public diplomacy has been undergoing a gradual and steady transformation as the range of actors are widening to include state-owned enterprises, the media, citizens, universities, and research institutes. Under the strong control by the Communist Party, decentralization of political power is hard to achieve. However, given that soft power can work most effectively when civilian-level cultural exchanges naturally improve nation-to-nation relations, China should make a deliberate effort to allow more non-governmental independent groups and organizations engage in its public diplomacy and let foreign publics recognize that its public diplomacy is fundamentally supported by the voluntary activities by private sectors.

## References

- Baba, T. (2010). China's education diplomacy: A study of the Confucius Institutes. *ICCS Journal of Modern Chinese Studies*, 2 (1), 212-220. <https://iccs.aichi-u.ac.jp/archives/report/036/5091fc32b415a.pdf>
- Hoshiyama, T. (2008, June). *Japan's diplomacy and public diplomacy: Strengthening the country's global influence through soft power*. Tokyo: Institute for International Policy Studies. <http://www.iips.org/research/data/bp334j.pdf>
- Nakagawa, R. (2012, March). China's soft power and public diplomacy: A Review of Wang, Jian ed., *Soft power in China: Public diplomacy through communication*. *Ritsumaikan International Area Studies*, 35, 71-93. <https://core.ac.uk/download/pdf/60536591.pdf>
- Nakai, Y. (2011, June 6). China's public diplomacy: A critical examination. *The 2011 report on China's Diplomacy* (pp. 14-27). The Association of Analytical Studies of China's Diplomacy. [http://www2.jiia.or.jp/pdf/resarch/h22\\_Chugoku\\_kenkyukai/02\\_Chapter2.pdf](http://www2.jiia.or.jp/pdf/resarch/h22_Chugoku_kenkyukai/02_Chapter2.pdf)
- Ohtsuka, Y. (2017, March). China's language education diplomacy and the Confucius Institutes. *The Department Bulletin, Fukuyama University Educational Center*, 3, 33-54. [https://fukuyama-u.repo.nii.ac.jp/?action=pages\\_view\\_main&active\\_action=repository\\_view\\_main\\_item\\_detail&item\\_id=8701&item\\_no=1&page\\_id=31&block\\_id=65](https://fukuyama-u.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=8701&item_no=1&page_id=31&block_id=65)
- Ohara, B. & Kuwahara, K. (2019, December 25). The United States Tries to Remove the Confucius Institutes: China's propaganda activities taking place in Japan. *Toyo Keizai Online*. <https://toyokeizai.net/articles/-/320882?page=2>
- Reuters staff. (2020, September 2). Pompeo hopeful China's Confucius Institutes will be gone from U.S. by year-end. *Reuters*. <https://www.reuters.com/article/us-usa-china-pompeo/pompeo-hopeful-chinas-confucius-institutes-will-be-gone-from-us-by-year-end-idUSKBN25S6AV>
- Tong, Q. (2010, November). Strengths and weaknesses of China's soft power strategies. *Diplomacy* 3,

33-41. [https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/gaikou/vol3/pdfs/gaikou\\_vol3\\_10.pdf](https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/gaikou/vol3/pdfs/gaikou_vol3_10.pdf)

Zhang, X. (2015, May 22). *The rise of China's public diplomacy: Major contributing factors to the transformation of the concept.* (Doctoral dissertation).

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/asianstudies/61/3/61\\_18/\\_pdf](https://www.jstage.jst.go.jp/article/asianstudies/61/3/61_18/_pdf)

# **Chinese Women under the Economic Reform: Changes in Their Social Status over the Past Twenty Years**

Sayaka Miyakawa

Sophomore, Faculty of Sociology

## **1. Introduction**

For most Japanese, China is a very close nation, and I myself feel strong affinities with it because my mother is from China. For quite a long time, I used to look at China from an insider's perspective. However, my participation in our China Studies seminar allowed me to see China from an objective and academic perspective for the first time. Among others, I was particularly interested in the gender issues in China. Given that gender equality in Japan has lagged far behind other nations both in political and economic spheres, how much progress has been made toward gender equality in China? The history of women's progress in China has some characteristic features common to Asian nations, but it has also some unique aspects that are attributable to its espousal of socialism. Based on the insights obtained from Yihong Jin's *The Transformation of Chinese Society and Women's Economic Participation: Twenty Years after the World Conference on Women in Beijing* (2014), this paper will examine the present state of women's participation in China's labor and economy.

## **2. Chinese Women's Participation in Economic Activities**

The social position of Chinese women cannot be separated from the reform and opening-up policy that began in the 1980s. However, it was only in the early 1990s that this new policy substantially accelerated the country's social reform and eventually triggered economic restructuring too. The introduction of market economy and the profound changes in Chinese society as its consequence also made a significant impact on Chinese women's employment and economic conditions.

### **2.1 Changes in the Employment Rate**

In the 1990s, in order to participate in the global economy and increase its competitiveness, the Chinese government promoted economic transformation through enterprise reform and the structural adjustment in the industry. In consequence of a series of reforms, China's employment rate underwent such changes as shown in Figure 1 below.

During the last two decades, employment rates declined generally regardless of gender, but the female employment declined more steeply by approximately 19.6%. If we look more closely at the detailed classification of employees into four categories, i.e., urban men, urban women, rural men, and rural women,

we can see that the employment of urban women fell most sharply. The low female employment today can be explained as the consequence of the increased female full-time homemakers, but this will simultaneously suggest that many women once used to work outside the home while being full-time housemakers too. However, currently in China the legal retirement age for women is lower than that for men, and this has caused women's job dismissal at a lower age on average, making them more likely to be laid off when reduction in workforce is necessary. All these factors have contributed to the gender inequality in China's employment. Another factor behind the pronounced decline in female employment seems to be attributable to the deepened gender division in labor, which used to be avoided due to the socialist espousal of egalitarianism but has become acceptable since the introduction of the market economy.

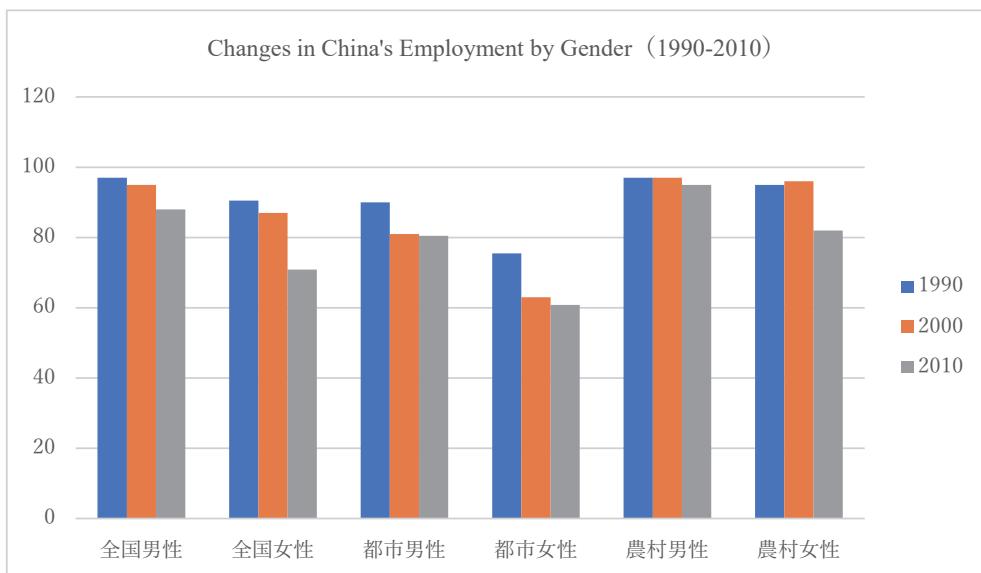


Figure 1: Changes in Employment Rate by Gender (1999-2010) (Unit: %)

(From the left to the right) 1. Men nationwide, 2. Women nationwide, 3. Urban men, 4. Urban women, 5. Rural men, 6. Rural women

## 2.2 The Gender Wage Gap

Along with the gender gap in employment, the gender wage gap is another issue to look at. This problem has remained unresolved globally, and one clear factor behind it is sexism. As to China, there has been a debate over if the country's economic transformation has widened or narrowed the gender wage gap, and the opinions can be divided largely into three types as follows. According to one view, market competition will bring about a gradual rationalization of Chinese economy, and consequently narrow the

gender wage gap. On the other hand, another theory predicts that the wage discrimination against women workers will worsen in accordance with the advance of economic transformation and marketization. The third view suggests that it is still too early to assess the impact of the economic transformation on the gender wage gap.

According to a survey on the social status of women in China conducted by the National Women's Federation in collaboration with the National Bureau of Statistics, as of 1990, the average wage for Chinese female workers was 77.5% of the median earnings of male counterparts, but in 2010 it dropped to 67.2%, indicating that the wage gap in China has widened by about 10% in the past 20 years.

According to Xiaoyuan Dong and Dandan Zhang, discrimination against women is more salient in private enterprises because they see that wages for women do not commensurate with their productive efficiency, and in this sense, market-oriented social reforms have worked to the disadvantage of women.

### **2.3 Gender Segregation in the Labor Market**

This section focuses on the problem of industrial and occupational segregation by gender.

According to Johnson et al., the existence of gender discrimination makes it difficult for women to participate in high-income industries. Currently in China, the wages in monopolistic industries can be more than tenfold as high as the median wage, and over the last decade the rate of female workers has been declining in eight of the ten industries where a small number of enterprises have a virtual monopoly. More specifically, in the industries such as tobacco, water, electricity, gas, oil and natural gas, air transport, and rail transport, women account for less than 40% of the workforce, and the figure gets even lower to less than 30% in the electricity and rail transport sectors.

Gender segregation can also be observed across and within occupations, which can be divided into the following three categories according to the gender ratio of employees: those with a high or relatively high concentration of the male, those with a balanced gender ratio, and those with a high or relatively high concentration of the female. Although the occupational gender inequality has been narrowing overall, female-dominated occupations are decreasing whereas male-dominated ones are increasing, indicating that women are forced to limit their choices to a narrower range of jobs than before. In addition, it is feared that the increase of female non-regular workers will make the problem of occupational gender segregation more extensive and pervasive.

### **2.4 Gender as a Dimension of Social Stratification**

Discrimination by gender is not limited to employment opportunities, employment models, occupations, and income, for there is another dimension to this question: stratification by gender. According

to a survey on Chinese women's social status, which divides China's income-earners into five brackets based on the labor income, women in both urban and rural areas are overwhelmingly concentrated in the low- and middle-low-income brackets. Similarly, the occupation-based social culture is both stratified and gendered.

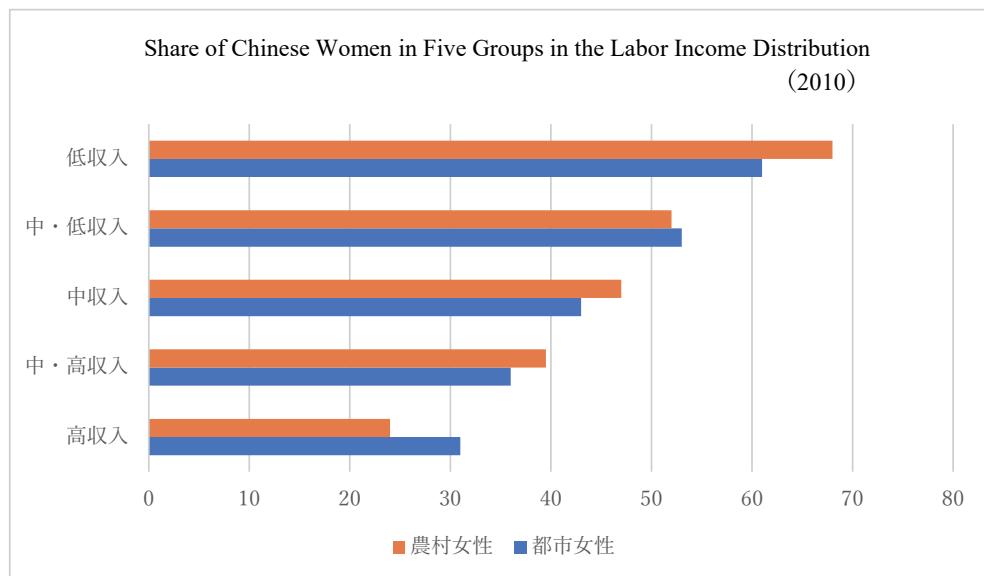


Figure 2: Share of Chinese Women in Five Groups in the Labor Income Distribution (2010) (Unit: %)

Orange: women in rural areas, Blue: women in urban areas

(From the top to the bottom) 1. Low income, 2. Low-middle income, 3. Middle income, 4. Middle-high income, 5. High income

## 2.5 Women's Economic Empowerment

Over the past two decades, an increasing number of Chinese women have participated in high status occupations. For example, the percentage of women in charge of state, party, and business organizations increased from 11.5% in 1990 to 29.1% in 2010, and those in professional and technical positions too increased from 45.3% to 52.4%. These figures are noteworthy when one considers that one out of every five women working in cities is engaged in a professional occupation. Considering that the percentage of Japanese women in management positions remained 10.7% as of 2017 while the government unveiled a plan to push the number to 30% by 2020 but failed to achieve it, it will be fair to say that women are making more progress in China than in Japan. It should be noted that, in China, the reduced female employment over the past two decades has encouraged women to attend tertiary institutions and caused the increase in

well-educated women, which consequently helped females of a specific population group get high-status jobs. There are some more figures that deserve special mention. According to a sample survey of private enterprises across the country conducted jointly by the Chukyo Central United Front Department and the National Federation of Industry and Commerce, as of 1995, Chinese women accounted for only 11.4% of total sum of the entrepreneurs, but this figure rose to 25.1% by 2010. As for Japan, on the other hand, the 2017 Basic Survey on Employment Structure reported that the percentage of women entrepreneurs did not reach 20%, showing that Japan lagged behind China in this regard as well.

### 3. Conclusion

While writing this paper, I was most interested to know that China's shift from a socialist market economy to an open-market economy has consequently increased gender-based employment segregation in the country. Although Japanese women are similarly discriminated in the labor market, the greater political and economic participation of Chinese women today will be attributable to the nation's characteristic features inherited from its past as a socialist nation. That is, traditionally in China, female employment tended to keep stable at a high rate due to its socialist views on economy, and the government must have taken precautions against a steep reduction in female employment compared to how it used to be in the past. The rise of women in higher education as its result is something uniquely seen in China and not in Japan. Finally, our one-year China Studies seminar gave me a valuable opportunity to have a glimpse into the realities of gender problems in China, and helped me realize that we should take action to redress gender inequality in Japan. As a Japanese woman, I am now determined to face this long-standing problem head-on in our society.

### References

- All China Women's Federation. (2006). *China's social transformation and women's economic participation*. Chinese Women's Press.
- Jin, Y. (2014). *The transformation of Chinese society and women's economic participation: Twenty years after the World Conference on Women in Beijing*.
- Kohama, M. & Akiyama, Y. (2016). *Gender politics in contemporary China*. Tokyo. Bensei Shuppan.
- Ministry of Economy, Trade and Industry of Japan. (2016, March). *A fact-finding survey of women entrepreneurs and others in Japan*.  
[https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/joseikigyouka/pdf/joseikigyou\\_report.pdf](https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/joseikigyouka/pdf/joseikigyou_report.pdf)
- Song, X. (2013). *A study of Chinese women's social position in a new era: Vol. 1*. Chinese Women's Press.

## パナソニック・オートモーティブ 中国事業紹介

陳 天天

### 1. パナソニックの車載事業

車載事業の売上はパナソニックグループ全体の売上の 20%を占めている。そして、具体的な業務として車載機器と車載電池という二つのセグメントがある。車載事業の目的は、新たなモビリティ社会の実現であり、最近では車の上質化と統合安全そして電動化を課題として取り組んでいる。中国においての事業展開は 25 年前に始まった。中国にたくさんの生産拠点と販売拠点を持っており、またたくさんの中国メーカーと協力関係を結んだ。今後も、パナソニックならではの強みを活かし、ものづくりの「質」にこだわりつつお客様に信頼と安心を提供していくとお話をいただいた。

### 2. 中国の自動車市場概況

新型コロナウィルスの感染拡大により中国経済は大きな打撃を受けたのだが、今後は好転していくと見込まれる。中国の自動車市場も同じく回復傾向が見られる。特に日系ブランドは 2019 年よりもいい販売実績が出るそうだ。また、需要促進のために中国も様々な政策を打ち出した。特にナンバープレートの規制緩和が注目される。電動化や自動運転によりもたらされた業界変革がサプライヤーへかなり大きい影響を与えた。今後の自動車市場において競争がより激しくなるだろうと思われる。それに対して、日系サプライヤーに現地調達の見直しや非コア部品の生産外出しや売却などの打ち手が求められる。

### 3. 所感

これまで自動車業界については僅かしか知らなかつたので、今回のパナソニックの方にご講義いただけたのはとても勉強になった。

今回は、パナソニックの車載事業だけではなく、中国の自動車市場についてもたいへん勉強になった。現実の自動車業界は自分の今までの理解とちょっと違つて、とても複雑な業界である。中国の自動車市場は完全に開放しておらず、外資系の企業が中国市場に入るには、中国国内の企業と合弁会社を作らなければならない。また、NEV 車の業界については、政府による外資の制限が更に厳しい。中国政府は自動車業界の外資系企業への規制を導入することで、確かに国内企業を成長させるといういい点があるが、競争不足で技術力が向上しないこともあります。これから技術力の向上を目指すには、中国政府も自動車市場改革を進めるべきだと考える。



## 壹基金講演まとめ

何 晓暢

今回の講演会で、我々は壹基金の丁さんに、壹基金について紹介していただくことになった。

壹基金は俳優ジエット・リー（李連傑）によって2007年に深圳で設立され、中国全土で事業を展開しているチャリティー基金である。2019年に5000万以上の人々から3億元以上の募金を得ており、そのうち一般大衆から集めた募金が8割以上を占めている。「一人一人が慈善活動に協力できるプラットフォームを作る（为每一个人打造参与公益的平台）」という壹基金が掲げる使命からも、一般大衆の一人一人の行動を求めるという壹基金の姿勢がうかがえる。

壹基金は中国の商業界に強い支持を得ており、その理事会はアリババの創業者であるジャック・マー（馬雲）やテンセントの創業者であるポニー・マー（馬化騰）など有名人揃いである。そのため、壹基金はアリババやテンセントが得意としているオンライン決済を生かしたネット募金に強みを持っている。

壹基金は主に災害救助と児童支援、公益サポートという三つの分野にわたって事業を展開している。災害救助では、全国にわたるネットワークと、様々な業界で活躍している企業との協力関係に基づき、災害に速やかに対応できる体制が整っている。また、日常防災策として、ボランティアからなるコミュニティ救助隊が結成されており、コロナ禍において活躍していたという。児童支援では地元の公益事業者と学校と連携して、県単位でプロジェクトを進めている。子供達に飲料水を提供する「浄水計画」や、音楽と体育の教育の普及を目指す「壹樂園」という農村部の子供を対象とするプロジェクトのほか、障害を持つ子供をサポートする「海洋天堂」も展開されている。災害救助と児童支援と違い、公益サポートは主に都市部で展開されている。ゴミ分類と減量を目指す「壹起分」と不用品の再利用に注目する「一 JIAN 公益」は、どれも社会全体の協力が欠かせないプロジェクトである。このように、壹基金の事業展開の特徴は、直接問題解決に取り掛かるのみならず、他のNGOをサポートしたり、政策に助言をしたり、一般人にボランティア活動に参加するよう呼び掛けたりするということである。

中国の慈善事業は発足が遅く、経済成長ほど注目を集めているトピックではない。今年はコロナの影響で、残念ながら壹基金の方々に直接会えないが、こうして壹基金と中国の慈善事業の実態について知ることができて大変良い勉強になったと考える。

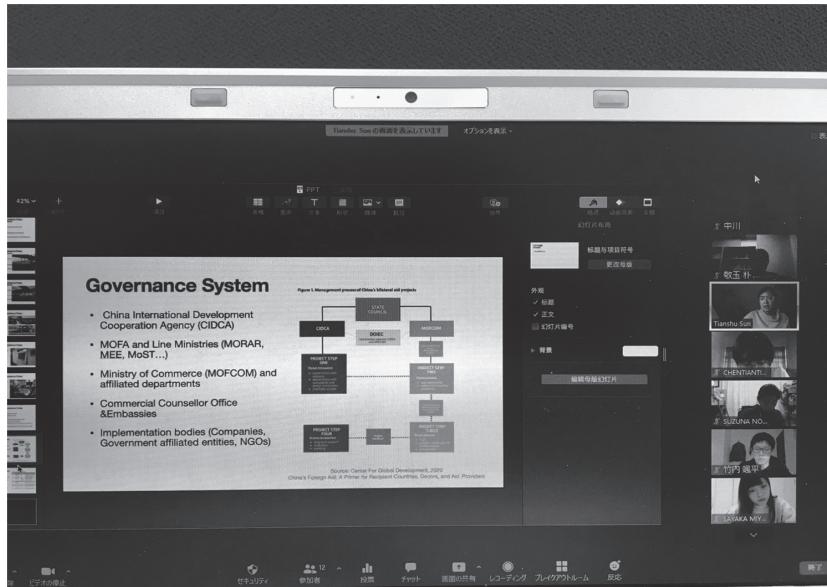


## 講演会記録—CAITEC—

野沢 紗夏

「CAITEC とは何だろうか。」中川先生・朴先生から講演会のスケジュールについての知らせを頂いた際に一番最初に思ったことである。“CAITEC”という名前はその時初めて聞いたからであった。調べてみると、“CAITEC”とは“Chinese Academy of International Trade and Economic Cooperation”の略称であり、日本語では「中国商務部國際貿易經濟合作研究院」と言うことがわかった。だが、主に何を行なっている団体なのかよくわからないまま、講演会当日を迎えた。

講演会は11月17日に、Tianshu SunさんによってZOOM上で行われたが、最初から驚きの連続だった。まずこの講演では、「中国と対外支援」をテーマとしてお話しして頂いた。私が人民大学との討論会でテーマにした話題であった。テーマを知らずにこの講演会の担当を申し出たにもかかわらず、共通点があったことにまずは驚いた。また講演会が始まると、プレゼンテーションのタイトルについて話して顶いたが、そこにも新たな視点という面で驚きを得た。そのタイトルは「China and International Aid (中国と対外支援)」であった。お話しによると「China's International Aid(中国の対外支援)」にする可能性もあったが、「China and International Aid (中国と対外支援)」をテーマ名にしたとのことだった。その理由は、中国は支援において、援助されつつ援助している立場であるという二面性を持っているからだと仰っていた。中国は経済成長を遂げる前には先進国から援助を受け、遂げた後も貧困問題をはじめとする社会問題がまだ存在するため国際的に援助を受けていた。同時に中国は東南アジア諸国など、周辺諸国に経済的に对外援助を行なっている側面もある。よって援助を受け、与えるという二面性を兼ね備えていることから、世界との関わりへの言及なしでは、中国における对外支援を話すことはできないというのだ。この「二面性」という視点も全くの新しいものであった。中国の对外援助と言われると、国際的には批判を受ける側面もある。だが、中国の对外援助に関する話を過去・現在という時間軸で考えると、中国自身も発展途上国であったからこそ、被援助国が発展のために何が必要なのかを熟知しており、きめ細やかな援助を行うことができるのだと理解することができた。そのため、对外援助をテーマとして発表した身としては最初から驚きを得た講演会であり、後の報告書作成のためにもより知識や理解を深めることを可能にした機会であった。



## 日本国際協力機構(JICA)

竹内 鳩平

### 1. 講演日

2020年11月24日

### 2. JICAとは

独立行政法人国際協力機構(JICA)は、日本の政府開発援助(ODA)を一元的に行う実施機関として開発途上国への国際協力をやっている。今回はそのJICAで東・中央アジア部長を務められている中里太治さんに主に以下の二点について伺った。

### 3. この30年間のユーラシア統合と一带一路

「一带一路」とは、中国からユーラシア大陸を経由してヨーロッパにつながる陸路(一带一路)と中国沿岸部から東南アジア、南アジア、アラビア半島、アフリカ東岸を結ぶ海路(一路)の二つの地域で、インフラ整備、貿易活性化、資金提供の枠組み作り等を通して相互の理解と発展を目指す中国の広域経済構想である。中国が一带一路を推進する背景として、中国の対米外交の変化や過剰生産能力の輸出など様々な見解があるが、中里さんは一带一路提唱の前からユーラシア統合の潮流が始まっていたり後から受動的に名前を付けられたという側面がより根源的な背景だと語っておられた。また、一带一路によってスリランカなどで对中国債務負担が増加するなど問題も発生しており、日本も含め各国うまく対応していく必要があるとおっしゃっていた。

### 4. 日本の对中国ODA

中国という巨大マーケットでのビジネスや資源戦略、改革派支援などを目的として日本は中国に様々なODAを行ってきた。中里さんが紹介して下さったなかでも特に印象的であったのが、世界一きれいなフェスと言われるフジロックフェスティバルの運営ノウハウの輸出だ。インフラ建設だけでなくこういった技術の輸出を行っている点に日本らしさ、JICAらしさを感じた。

### 5. 所感

一带一路構想によって債務の罠など各国が警戒感を強める事態となっている。中国はこうした対外姿勢に問題を抱えているように感じる。一带一路による他国での勢力拡大を想定していないとしてもそのように誤解されかねない姿勢をとることで中国は損をしている。新型コロナウィルスの世界的な感染拡大においても同じ姿勢が感じ取れる。いち早く拡大を防いだことは素晴らしいことであるが、世界的に悲惨な状況が続くなか当たり前に以前の日常生活を送

る中国の映像を見て他国の人々はどう感じるだろうか。もし同じようなことが日本で起きたとして日本人としてどのような姿勢を世界に対してとるべきだろうか。そう考えずにはいられない。



## 板谷工作室

宮川 紗矢香

12月1日の講演は、板谷工作室の板谷さんが担当してくださいました。板谷さんは現代中国で日本人であることの強みを生かしながらビジネスで成功されている方で、まさに「生きた中国」についてのお話を伺うことができました。

板谷さんはもともとコンサルタントとして日本の会社で働いていました。ある仕事で中国に行く機会があった際に、中国でのビジネスにやりがいを感じて自ら起業することを決意されました。板谷さんが中国を初めて訪れたのは約10年前のことですが、そのとき中国は発展しへじめたばかりで様々な分野における伸びしろがあり、大きなビジネスチャンスがここにあることを悟ったのだそうです。板谷工作室では、主に次の三つの事業を取り扱っています。

- ① 日本企業向けの戦略コンサルタント
- ② 日系企業向けの中国投資アドバイス
- ③ 中国企業向けの日本投資アドバイス

まさに中国と日本のビジネスの架け橋となるような役割です。板谷さんがおっしゃるには、中国はまだ完全に発展しきってはいなかったからこそ日本やヨーロッパなどほかの先進国にあるような固定観念にとらわれておらず、そこが中国の大きな魅力の一つだそうです。たとえば、アプリにおける課金制度は、ゲーム機やカセットが普及しきっておらず、ゲームに対する考え方が柔軟だったからこそ中国で編み出された新しいお金の稼ぎ方でした。また、中国では既に全国に普及している電子マネーも、クレジットカードやその他の支払方法の設備が整いきってはいなかったからこそ日本やほかの国と比べて早い段階で広く導入されていたとのことでした。また、中国において板谷工作室で扱っている投資の分野は非常に活発に動いていて、なんと世界を股にかけて活躍している韓国のアイドルグループ BTS の事務所であるビッグヒットエンターテイメントの大きな投資主も中国だそうです。

昨今はコロナ禍で今まで通りにはいかないと思いきや、中国では2020年の6月頃からコロナの流行はおさまっていて、講演がおこなわれた2020年12月時点では、国民の感染情報や行動域もQRコードによって管理されており、おおむねコロナ禍以前の生活が戻りつつあるようでした。特にテレワークや遠隔医療、オンライン教育やECなどの分野で高成長が見られたとのことです。遠隔医療に関しては日本で発展したという話をここまで聞かないので、リモートでおこなう医療という概念が新鮮でした。これも日本ではもう医療制度が整ってしまっていたからこそオンラインへシフトするという感覚が生まれなかつたのだろうと思います。

中国には大きい市場と豊富な人材、そして様々な領域における未発達の分野が存在し、コロナで経済が失速すると思われるがちなこれからもまだまだ発展し続けるだろうと板垣さんはおっし

やっていました。上場するまでの放任主義、そして企業が大きく成長してからの国家による規制の餡と鞭で上手に経済発展を遂げてきた中国と日本は、ビジネスでもっともっと協力し合う関係になるべきなのではと思わされました。



## 1. 講演会日

2020 年 12 月 15 日

## 2. ENEOS とは

ENEOS 株式会社は、持株会社 ENEOS ホールディングスの傘下である。業務内容は、石油製品の精製及び販売等を行うことを中心としており、その他にもガス、石炭、電力、新エネルギーなどの販売なども手がけている。日本の石油元売として最大手であり、燃料油の販売において、国内シェアの 50%を超えていている。

## 3. ENEOS の中国ビジネス

ENEOS の中国におけるビジネスは、潤滑油製造・販売、機能化学品販売、水素事業、再生エネルギーと多岐にわたっており、中国のエネルギー供給を支えている。潤滑油製造・販売では自動車、建設機械、空調機向け潤滑油を販売しており、上海、天津、広州、山西に潤滑油工場、販売会社を設けている。機能化学品販売ではリチウムイオン電池(LiB)用負極材液晶ポリマー(LCP)や、スクリーン用透明フィルム「KALEIDO SCREEN」などの販売を手がけている。水素事業では中国国営石油会社と協業検討の覚書を締結(2018 年 10 月)し、中国国内における水素サプライチェーンの実証実験も始まっている。再生エネルギーでは風力発電の開発、特に 2019 年 4 月には台湾最大の洋上風力発電事業への参画を決定している。その他の新規ビジネス創出においては LNG トレーディング、天然ガス事業、イノベーション(IoT など)などの幅広いビジネスを手がけている。

## 4. 所感

西村さんの講演会では、ENEOS の中国における取り組みだけでなく、中国の人たちの価値観、考え方やどんな行動を取る傾向にあるのかなど、大変興味深いお話をたくさん聞くことができてとても貴重な機会だった。中国では、数年前に PM2.5 などの環境汚染が目に見えるほど悪化したが、現在ではそれらの環境汚染も確実に改善している。また、再生エネルギーの推進や NEV の普及に向けた取り組みも積極的に行っており、中国が環境を破壊していると批判されるという状況はだんだん過去のものになっていると改めて感じ、中国の成長のスピードに改めて驚いた。また、世界的に低炭素社会へと移行していく動きがある中で、エネルギー事業をビジネスの軸としている ENEOS が今後どのようにビジネスを開拓していくのかという課題についてのお話は大変興味深かった。さらに、中国の人々の価値観が日本人と異なると感じたお話の中に、近年

の日本の若者は車離れが進んでいるが、中国では大きい車を所有していることが一種のステータスになっており、そのような傾向から中国には軽自動車が無いといったお話があり、大変興味深く、人々の考え方の違いが購買行動の違いを生み出すのかと再認識できた。冒頭にも述べたように、西村さんのお話は大変幅広く、興味深いものであり、貴重な機会となったので、この場を借りて改めて御礼申し上げます。ありがとうございました。



## アップル中国

齊藤 大樹

今回のご講演は二つのパートから構成されていた。一つ目は、中国におけるアップルに関する企業説明である。二つ目は、一橋大学学生からご講演の方に向けた質疑応答コーナーであった。今回のレポートでは、ご講演の内容をかいつまんで説明しようと思う。

まず、ご講演に関しては三つの観点からまとめたいと思う。一つ目は、アップルの中国法人の一般的な情報である。アップルの中国法人は、2008年に北京で開店した小売店舗が始まりである。現在は、中国での拠点を増やしており、2008年から現在にかけて1万4,000人に雇用を提供してきた。

次に、アップルが主導する“Green initiative”について述べたいと思う。アップルでは環境問題に力を入れており、「私たちが出会った地球よりも、よりきれいな地球を残す」ということをテーマとしている。具体的には、アップルのオフィスの電力供給における再生可能エネルギーの割合を増やすことや、iPhoneの充電器に生成に多くのエネルギーを要する貴金属を減らす動きなどがとられている。

最後に、雇用におけるジェンダーギャップをなくすという観点があげられていた。非常に印象的であったのは、アップルの中国法人では、幹部の地位の40%を女性が占めているということである。アップルの中国法人が、企業の採用や昇進における男女格差の是正に積極的に取り組んでいるということが分かった。

上記の講義内容に関連の深い二つの質問とそれに対する返答を取り上げたいと思う。一つ目は、アップル中国法人の具体的な業務内容である。中国法人では、中国での顧客層の獲得のための営業を行う部隊が存在する。中国は人口が多いため潜在的な市場が多い。そのため、iPhone 11 pro, pro maxなどの効果で高性能な機器はお金持ちしか買うことができないが、近年の経済発展の結果としてお金持ちの数も多く十分な市場が存在している。また、商品の研究開発部門もあり、ソフトウェアやサービス開発を通じてエコシステムの構築を目指す。

次に、女性の登用方針についての質問について触れたい。アップルでは、新卒採用時にどれくらいの割合で女性を採用するかを決定している。そのため、新卒採用時に男女の偏りが少ない。その後も昇進についての男女差を減らすことと、幹部に占める女性の割合を増やしている。

この講義を受けた全体の感想としては、アップルが革新的な政策をとっていることに驚いた。実際に、採用における男女差を減らすことで女性の地位向上を達成していることは、日本もお手本にできると思う。

## 都市と農村の文化消費

増田 聖夕

### 1. 講演概要

講演日：2021年1月5日

講演者：華東師範大学社会学部教授 張文明さん

### 2. 講演内容

講演では、日本学者による上海及び上海周辺（江南）研究の紹介と、張教授の上海における都市部と農村部の文化消費の比較研究が紹介された。

張教授は上海の農村研究をされており、日本の中国或いは歴史研究者である石田・三谷・小島らと調査を共にした経験のある人物である。まず、清末から中華民国時代の江南地域の農村共同体意識について述べている一橋大学佐藤仁史教授の著書が紹介された。この著書は農村社会の三層構造という新たな視点を取り入れた貴重な資料であるが、一方難点として村民の記録史料が存在しないために地方エリート勢の資料のみを参考にしている点が挙げられる。またここに、そのような歴史資料の制限、マルクス主義的想像、中国底部の眞の理解が不可能な点といった日本の中国調査の限界が見受けられるという。同時に、中国学者側の調査の限界についても、満鉄のような一部分野に関連する資料の不足、方法論の過度な追求、他国での調査経験の硬直的利用などが言及された。

張教授の研究領域は中国農村の発展の可能性についてである。その中で、今回は上海の都市部と農村部（中心部から30～40km離れた区域）の文化消費の格差について紹介された。ここでいう文化とは、伝統的演劇や美術展といった高級芸術や文学作品など領域、映画や祭りといった文化活動が含まれる準正統領域、娯楽やファッションなどの任意領域に分類される。これらの消費傾向について都市部と農村部で比較したところ、高級芸術・文学作品・準正統文化活動については都市居住者の消費傾向の方が高かったのに対し、ファッション分野に関しては農村居住者の方が高い数値を示した。これは60年代の東京都心部と埼玉の消費傾向と類似しているといえる。この研究から、都市と農村の格差は居住者の文化消費傾向に格差をもたらす事が証明された。ただし、張教授は、これは社会空間ではなく地理的空間が決定しているものだとした。つまり、「中国の戸籍制度や都市と農村の二元構造が、都市民と農民という身分を分化させ、都市文化と農村文化を区別し、都市趣味と農村趣味という完全に分断された文化的審美まで構築させた」という。

### 3. 所感

前期のゼミ内にて度々取り上げられた中国農村の実態や発展について、その分野の第一人者である方にお話を伺える貴重な機会となった。都市部と農村部の格差は国を問わず見られる現

象であるが、中国においてはやはり戸籍制度の存在は欠かせない。現在はかつてほど住み分けに対して直接的な強制力を持たない制度となっているが、張さん曰く未だ社会保障制度との結びつきは強く、例えば医療体制が整う上海市への移住者が増えることで市が負担する社会保障費が増大する、という事態を防ぐ効果をもつという。それすなわち、各省の財政能力を加味した上で間接的な住み分けの後押しとなっているといえよう。今回文化消費における格差のお話を頂いたが、戸籍制度による格差は文化として浸透するほど社会に根付いており、単なる住民戸籍統一化が即座に機会均等、格差解消へと繋がることは難しいと考えられる。今後教育面や社会保障面における待遇の改善や三農問題を解決する上で、中国がこの戸籍制度とどう向き合っていくことになるのか非常に興味深く感じた。

上海と上海農村（郊外）

表1.1 行政区划（2016）

地区	镇	乡	街道办事处	居民委员会	村民委员会
全市	107	2	105	4,253	1,590
浦东新区	24		12	910	365
黄浦区			10	183	
徐汇区	1		12	305	
长宁区	1		9	185	
静安区	1		13	275	1
普陀区	2		8	259	7
虹口区			8	212	
杨浦区	1		11	307	
闵行区	9		4	427	132
宝山区	9		3	370	104
嘉定区	7		3	190	143
金山区	9		1	99	124
松江区	11		6	231	65
青浦区	8		3	113	184
奉贤区	8		2	116	175
崇明区	16	2		74	270

（注）本表数据由上海市统计局提供。

第6回人口調査のデータによる  
人口：2016年 2419.7万 内戸籍：1450万

表12.3 主要年齢農村戸数、人口和从业人員

年 代	人 口			
	2000	2010	2015	2016
総 数 (戸)	115.17	114.22	99.20	99.13
人 口 (万人)	360.71	365.68	-	-
农村从业人員(万人)	253.45	188.70	-	-
第一产业	81.45	34.06	-	-
第二产业	119.89	109.84	-	-
第三产业	52.11	44.80	-	-

注：農業統計制度規定、本表中2010-2012年第一产业从业人口中包括  
农村从业人口从业人员从第一产业中划分、归入第三产业。

## 編集後記 学生交流

何 暁暢

中国出身にもかかわらず、北京や上海に訪れたことがほとんどなかったため、大都市とその近辺の農村という、今までよく知らなかつた中国的一面をしつかり見ることが、私の中国海外調査に参加するメインの目的でした。しかし、残念なことに、コロナウィルス感染拡大に見舞われ、肝心な現地訪問には行けず、ゼミでさえオンラインでしか行われないという状況になってしまいました。けれども、授業がほとんどオンライン化されているという状況下で、主ゼミのない2年生の自分にとって、海外調査ゼミが先生と学生たちと知見を共有できる貴重な場になりました。プレゼンテーションと討論会を通して、ブラインドボックスの流行など今まで耳にしたことがない中国の事情や、現代中国に対する日本人視点の考えに色々と触れることができました。さらに、プレゼンテーションと討論会を通して、語学力や文章力、プレゼン力の向上も実感しています。現地の雰囲気を肌で感じることは無理でしたが、こうしてリモートで現代中国を覗くこともそれなりに有意義だったと思います。

最後に、一年間を通してオンラインゼミを充実にしてくださった中川先生と朴先生、英語の指導を担当してくださった佐賀先生に感謝申し上げたいと思います。

齊藤 大樹

私が中国に関するレポートや講演会のまとめを書きながら感じたことは、中国に関する固定観念と中国の現状との乖離である。中国に対しては、低い技術水準による低品質・低価格の製品を作る産業しか存在していないという考え方や、先進国の技術の模倣をしているだけだという考えが強かった。しかしながら、中国では急速にIT化が進み、女性の社会への参画も日本よりも進みつつある。特に、IT化においては、例えば日本がいまだに現金の利用が主であるのに対して、中国ではQRコード決済が主要な金銭的取引の手段となっている。私はここで中国のほうが日本よりも優れているということを述べたいのではない。日本の中国に対する目線や考え方をアップデートし、新しくなった中国を受け入れたり、中国から何かを学ぶ姿勢を持ったりすると、新たな視座が得られ興味深いのではないかと考える。

竹内 颯平

私はゼミでのプレゼンテーション、中国の大学生との交流会そして講演会を通じて、自分の意見を発信することの大切さを強く感じました。突然意見を求められたときにパッと答えるため

には普段から身の回りのことだけでなく世界で今起きていることに当事者意識を持つていなくてはいけない。そして自分の意見を持ったらそれを発信する自信を持たなくてはいけない。間違っているかもとか、こんなこと言つたら嫌われるかもとかそういうことを考えていたらせっかく回ってきた発言のチャンスを逃してしまうと痛感しました。

始めは単純に中国の現在を知ることが面白うだとゼミへの参加を決めましたが、結果として主張が弱い自分の意識改革に非常に役立つ経験となりました。

私は唯一三年生でこのゼミに参加し秋冬学期は特に就職活動の準備と並行する形となりました。このゼミを通して各企業で活躍されている方々のお話を聞けたこと、そして意見を発信する自信を少しでも身につけられたその成果が就職活動で大いに發揮されるといいなあ、と思いながら深夜、この後記を書いています。

最後に、お忙しいなかご講演くださった方々、ご指導いただいた中川先生、朴先生、佐賀先生に心から感謝申し上げます。ありがとうございました。

塩飽 正典

中国ゼミに入った当初は、中国について全然知らないことの方が圧倒的に多かった。そんな僕も通年のゼミや学生交流、講演会などを通じて以前よりは遙かに中国について知っていると言えるようになった。また、現在の中国の体制、民族の多様性、歴史、地理などを改めて学んだことで得た視点が、中国だけでなく、他の国の政治や人々の価値観などを客観的にかつ正確に捉えていく際にも有効であると感じる。このように、中国について学んだことを通じて、中国についてより詳しくなっただけでなく、自分自身の視野が広くなった。このような経験ができたのも、通年のゼミに参加し、学生交流や講演会などの様々な刺激を受ける機会を提供していただいたからであるので、コロナ禍で僕たち学生のためにご尽力してくださった中川先生、朴先生にこの場を借りて改めて感謝を申し上げる。ありがとうございました。

ただ、今年の中国ゼミはパンデミックもあり、例年とは全く異なる形で進んでいくことの方が圧倒的に多かった。普段のゼミはオンラインであり、中国に実際に訪問することも叶わなかった。もちろん、オンラインでの学生交流を通じてたくさんの刺激を受け、また、講演会により中国の最先端の分野に明るい先生方のお話を聞けたことは大変勉強になった。しかし、やはり中国の話を聞けば聞くほど、中国について学べば学ぶほど現地に実際に行き調査をしたいという気持ちが高まった。実際に訪問できず、オンラインでの学びとなってしまったにも関わらずたくさんのこと学べたからこそ、普段のゼミも学生交流も講演会も対面で出来ていたらどんなに良かったかと考えてしまうというのが率直な感想である。最後になるが、今年度一年間大変お世話になった中川先生、朴先生、佐賀先生に改めて御礼申し上げたい。ありがとうございました。

陳 天天

私は中国から来た留学生だが、外国の立場から自分の国について考察してみたかったので、今回の中国調査ゼミナールに参加しました。残念ながら、今年はコロナ禍で、対面で同期たちと話し合いが出来ず、一緒に中国に行って現地調査することも出来なかつた。先輩たちの感想文を見て、とても充実した一年のようで、羨ましかつた。そうは言つても、この一年間はとても有意義な一年間だったと思う。オンラインで日本人の同期と話したり、会社や組織の方の講演会を聞いたりすることで、自分の国に対して改めて考え直すようになったのである。また、ゼミの報告書を作成するためにたくさんの新聞記事や論文を読んだりすることで知識量もかなり増えた。更に、英語の報告書を作るための勉強を通して、自分の英語作文力もアップできたと思う。実際に現地に行って調査はしてないが、かなり勉強になった一年間だった。ゼミの同期生とご講演くださつた方々、華東師範大学と中国大学の方々、中川先生、朴先生、佐賀先生に心から感謝申し上げたい。ありがとうございました。

野沢 紗夏

私は自分自身がインドネシアで高校生活を過ごし、経済成長が与える影響として人々の生活や活気、そして貧富の差を目りました。そこで私はより経済のこと、経済が人に与える変化、そして格差問題を知ることができそうな中国への短期海外調査を選びました。しかし新型コロナウィルス感染症の影響で今年度は私たちにとって変化の年となり、学期が始まった頃は不安の連続でした。大学に行くことはできず、授業形態はオンライン。初めてのオンライン授業に、人生初めてのゼミナールはオンライン。中国への短期海外調査も延期され、そして最終的には中止となりました。時が経てば状況は改善するかと思われていましたが、結局一度も教授の方々やゼミナールの仲間に実際にお会いすることなく終わりを迎えてしました。

このような前代未聞なことによって例年通りに行かなかつた短期海外調査、そしてゼミナールでしたが、そんな中でも様々なことを行いました。それは、生徒が中国に対して興味を持っていることの発表、大テーマから各々テーマを絞っての発表、中国の大学の生徒との交流・討論会、そして数々の方々による講演会を体験することができました。そのことを可能にしてくださつた中川先生、朴先生、そして幅広い興味から私に新たなる見解を与えてくれたこのゼミナールの仲間には感謝の気持ちで一杯です。この短期海外調査を通して出会つた全ての方々にはここに記しきれないほど感謝しています。本当にありがとうございました。

増田 聖夕

この短期調査への参加を考えた 2020 年 4 月は、前年に米中摩擦が公然化し、1 月から中国武漢発のコロナウィルスが蔓延し始めた、そんな時期でした。テレビを見れば新聞を読めば“中国”的な文字は必ず目に入ってくる。国内政治の話題と負けず劣らず、毎日のように多くの中国関連の情報が報道されて耳に入ってくる中、その影響の強さを肌で感じ隣国中国に興味を持つようになりました。しかし、メディアの影響で調査を始めた私ですが、次第にメディアからの情報で形成されたイメージはほんの一側面でしかなく、その実態を捉えるには一筋縄では行かないと気付かされました。まずもって広大な国土、膨大な人口、異なるイデオロギー等、前提として認識しているスケールや価値基準が日本と大きく異なり、日本の常識に囚われたままでは中国の核心に迫ることは出来ないという事、そして、飛ぶ鳥を落とす勢いで成長する今の中国に当てはまるスタイルは存在せず、前例に頼るのではなく今現在の中国をリアルタイムで観察し仮説を立て調査をしていく必要性があるということ、これらをこの 1 年間を通してひしと感じさせられました。今後更に中国の影響が増すと予想される中、こうして能動的にその実態を見る機会が与えられ、多面的な視点を得られたことは、私にとって非常に有意義な経験であり大きな収穫であったと感じております。最後になりますが、この異例の事態で例年とは大きく異なる短期調査を余儀なくされた中、私たち学生がこの機会を最大限に生かせるよう尽力し協力して下さった全ての皆様に深く感謝申し上げます。

宮川 紗矢香

私は昨年一橋大学中国交流センター主催の「中国を知ろう、中国へ行こう！」体験ツアーに参加させていただきました。母が中国出身で、中国人の親戚も多くいますが、同じ年の中国の方とお話しする機会は今までになかったので、そちらで経験させていただいた中国の学生との交流がとても刺激的で楽しかったため、本年度もぜひ中国へ行ってまたさまざまな知見を得たいと考えていました。大変残念なことに、今年はコロナの影響で私たちが中国に直接行って対面で現地の学生と交流することは叶わず、とても悔しい気持ちでいっぱいでしたが、オンラインという形でも学生同士の交流ができたのは素直に喜ばしいことだったと思います。

今回の学生交流では、華東師範大学の皆さん、中国人民大学の皆さんとお話しをすることができました。華東師範大学からは約 10 人の学生が参加してくださいました。時間も一時間半と限られていたため、主に自分たちがどんな学生でどの分野に関心を持って勉強しているのかについて自己紹介をしあって交流会の時間は終わってしまいました。しかし、中国の大学生の皆さんの普段の生活やいま中国の若者間で流行っているものなど、なかなか知ることができないであ

らうことについてたくさんお話を伺えたのでとても楽しい時間となりました。中国人民大学の皆さんとは2時間程度の討論会を2回にわけて行いました。お互いの興味・関心をプレゼンテーションという形で発表しあい、それをうけて自分の新しい興味分野を見つけたり、質疑応答で意見を交わしあったりというのが主な内容で、とても有意義な時間になりました。私自身はジェンダーに関しての発表を行ったのですが、人民大学の皆さんの中でもジェンダー分野に関心を持っている学生さんがかなり多かったようで、たくさん質問や意見をいただけました。同じ学生であっても、生まれ育った国は違うからこそ同じ物事に関しての考え方や目の付け所に新鮮味があり、それでいて共感できる部分も多々あってこの討論会を通してとてもいい刺激を受けることができました。

対面ではなかったことで学生個人間での交流を深めることが難しかったのは事実です。この人と興味関心が合いそうだと思っても、オンラインミーティングの場では個別にその人に話しかけるというのはなかなかできませんし、その場にいるからこそその会話や高揚感というのはやはり生まれづらかったです。そのため、現地で交流ができたならよかったです、と思う気持ちはあります。しかし、だからこそ討論会では終始冷静に、客観的に物事を見ることができたと思いますし、その分深い議論も生まれたのかなと思います。コロナ禍でもこうした場を用意してくださったことに感謝します。また中国に伺う機会があつたらぜひとも参加したいと思います。

最後に、1年を通してお世話になった中川先生、朴先生、英語を指導してくださった佐賀先生や中国の皆さん等、本プログラムに関わってくださったすべての方に感謝の気持ちを述べたいと思います。ありがとうございました。



HITOTSUBASHI  
UNIVERSITY