

# 1980年代の中国消費文化について

— 『人民日報』と『朝日新聞』を中心に —

呉 金 海

## 1 はじめに

中国消費文化は、1978年末の改革開放策の開始とともに復活し始めた。今日の中国では、消費文化の影響力の拡大に伴い、消費や消費文化に関する社会学的研究も見られるようになった。例えば、現時点の中国の消費実態に対する調査（「零点調査」会社 2006）、いくつかのカテゴリーの消費財を通じて1990年代の都市部における中国消費文化の変遷に関する論述（Deborah Davis、Mary S Erbaugh、傅、盧など 2006）、家計調査による1990年代後半以降の中国都市部における家計消費の研究（黄、陳、呂 2004）、商品流通における変化という側面から1990年代に起きた消費変革への分析（李 2004）、カルチャラル・スターデイズの視点から消費と身分やアイデンティティ構築の関係について分析した実証的な研究（姚 2006）などがある。

これらの研究から、今までの中国消費文化研究は以下の二つの点で不十分だったことが分かる。第一に、市場経済が確立した1992年以降の中国社会に偏っている。つまり、中国消費文化に関する史的研究が不十分である。第二に、断片的研究がほとんどであり、中国消費文化の全体像が見えてこない。そこで、中国消費文化研究における上述のような不十分さを補うため、本論では、『人民日報』と『朝日新聞』<sup>1)</sup>を通じて、今まで研究されなかった1980年代の中国消費文化の様相の究明を試みる。

しかし、今日我々が語る消費文化は、そもそも

欧米資本主義先進国において生まれたもので、社会主義国である中国消費文化を語る際には、まず、中国社会の特殊性に応じて、消費文化を如何に定義するかを考えなければならない。

### 1.1 消費文化の定義について

消費文化に対する理解は多種多様であるが、多くの場合に語られる消費文化は、産業社会から消費社会への転換によって、一種の普遍的な社会現象あるいは生活方式として欧米資本主義先進国に定着していったものとして扱われている。「消費文化は、現代の消費社会に固有の文化、例えば、消費財のタイプ、販売やセールスの方法、消費のスタイル、消費者意識などを意味することが多いようである」（間々田 2000：10）。つまり、消費文化とは、消費の文化的影響が強くなる20世紀中頃の資本主義先進国で現れたような人々の消費様式、消費財のあり方、消費者意識とそれらと関わる人々の社会意識とライフスタイルであるといえよう。消費文化は、消費社会（ポストモダン）が産業社会（モダン）に取って代わってからのものであると強調されている意味合いが読み取れる。そのほか、「消費文化は20世紀後半に欧米社会における物質的文化の特殊な形式である」（Lury 1996 = 2003：1）というCelia Luryの消費文化に関する論述にも同じニュアンスを感じ取ることができる。また、BaudrillardとFeatherstoneの研究においても、十分な豊かさが実現された後の20世紀後半の欧米先進国を対象とし、あるいはポストモダニズム理論背景の下で消費文化と消費

社会に関する議論が行なわれた（Baudrillard 1970=1995、Featherstone 1999=2003）。

したがって、20世紀後半の欧米資本主義先進国で現れ、資本主義自由経済と民主主義における生活方式とセットされた消費文化を、社会主義イデオロギー支配下にあるという特殊性をもった中国社会を語る際にそのまま用いることは不適切だと考えられる。ポストモダニズムと深く関連付けられる欧米資本主義先進国で語られている消費文化と対照的に、中国消費文化は、前産業社会、産業社会的特徴を強く持つだけでなく、従来の社会主義イデオロギーを覆す役割を果たしてきた。このため、筆者は、上述の消費文化に対する理解を踏まえながら、「消費文化は社会主義イデオロギーによる革命的禁欲主義や極端な平均主義を否定するものである」という意味を加えたい。まず、1980年代の中国の消費概況を見てみよう。

## 1.2 1980年代の中国消費概況

1978年の改革開放策の開始までの極端な共産主義と反消費主義政策によって、人々の生活水準は低く、生活様相が画一化され、禁欲的で、消費文化の不毛な時代が作り上げられた。1978年発足した改革開放策はこの状況を変えた。改革開放策は、長期間に亘る階級闘争に終止符を打ち、社会的混乱・経済的貧困に転換点を与えた。党の活動重点を、「ブルジョア階級と全ての搾取階級を徹底的に覆すこと」と「階級闘争を要すること」から、「社会主義的現代化建設」へ切り替えることが決定された。従来の西方に対する全面的な封鎖から開放へと転換し、私有経済が次第に認められ、テレビといった家電製品が生産と消費の中心的位置を占めながら急速に普及するようになった。こうして、建国後30年間近くにわたって中断されていた中国消費文化は復活を果たした。

本文では、以下、中国消費文化が復活する環境の形成、外国消費文化の影響と消費者問題という三つの側面から1980年代の中国消費文化の全体

像をスケッチする。

## 2 「富」と消費への承認

### 2.1 「富」の追求への憧れと恐怖心

周知のように、「富」は消費が行なわれる前提である。改革開放までの集団主義と極端な平均主義の影響で、人々は、改革開放後も、「富」に憧れる一方、それに対する恐怖心も強く残っていた。

改革開放策の実施は、農業集団化から各戸請負制への転換、郷鎮企業の拡張、個人商工業の出現といった変化をもたらした。農村における従来の「人民公社」<sup>2)</sup>が代表する極端な集団主義と平均主義の姿は消えつつあった。その代わりに、今までの都会の労働者と農村部の農民の間だけでなく、労働者間、農民間にも、収入の格差と生活のあり方の差異が現れ始めた。「共に富裕になる社会主義の道をゆくためには、一部の者がまず富裕になることが必要である」という鄧小平の言葉に示されているように、「富」を願い、貧を嫌うのは、人情の常である、「富」は人の世の正道である」といった考えは人々の間に広がり、徐々に定着していったにもかかわらず、急に現れた経済的格差と「万事お金」という風潮の強まりは、人々の神経に強く刺激を与えた。従来の「共に富裕」という共産主義的理想が現実から遠ざかっていく中、「紅眼病」と呼ばれる他人の裕福に対する嫉妬心がしばしば見られ、時には、他人の「富」に対する略奪や暴行まで生じてしまうケースも少なくなかった（R.1987.12.19、R.1988.1.20）<sup>3)</sup>。

1980年5月、潘曉と名乗って雑誌の『中国青年』に「なぜ人生の道を歩めば歩むほど狭くなっていくのか」という手紙を送った一人の読者がいた。その手紙は結局、『中国青年』に掲載され、人生観についての大規模な論争を起こした。その手紙は「潘曉来信」と名づけられ、大変有名になった。「潘曉来信」における大胆な主張と憤激の感情は、10年に亘る文化大革命が過ぎ去った後の1980年代初期に限って起きえたものであり、

その後の「信仰危機」に関する大討論の開始を告げた」(孟 2003:20)。潘曉氏は23歳で、小さい工場で働く女性であり、従来の共産党が教えてくれたことと現実で起きていることとの食い違いに戸惑いを感じ、人生の先が見えず、自分の存在する価値を分からなくなってきたため、涙を流しながら手紙を書いたという。手紙の主な内容は以下のようなものである。

私は今年23歳で、本当の人生が始まったばかりだと言うべきであるが、人生のすべての神秘さと楽しみが既に消えてしまい、人生の行き詰まりにきていると感じる。自分の歩んだ道を振り返って見ると、それは、紫紅から灰色への過程でもあり、希望から失望への過程でもあり、無私が思想の源であると信じ込む状態から最終的に自己に帰する過程でもあった。

以前は、私は人生に対する憧憬と楽しみが溢れていると感じた。小学校の頃、人から『鋼鉄が如何に鍛えられたか』と『雷鋒日記』<sup>4)</sup>を耳にしたことがある。すべてを理解したとはいえないが、英雄の事跡がいつも私を夜眠れないほど感動させた……。父、母、祖父みんな共産党員であり、私も共産主義を信じ、将来入党することは疑いなく思う。

小学校に入ってまもなく、文化大革命が開始され、その勢いは日に日に増していく……。私は茫漠とした。周りの世界が本に書かれていることと全く違うと感じ始めた。本を信じるのかそれとも自分の目を信じるのか、学校の先生を信じるのかそれとも自分を信じるのか、私は自分に聞き続けた。(中略)

人生の意味を探るため、私は教えを請う……。しかし、私が満足できる答えは一つもなかった。もし革命のためだと言うなら、空中楼阁のように思われるし、決して今説教はもう聞きたくないし。もし名声のためだと言うなら、普通の人々には遠いものである……。もし人類のためだと言うなら、現実離れになる……。もし享楽のためだと言うなら、それもつまらないし。

私は人類の知恵の宝庫に助けを求めた——一生懸

命本を読んだ。エンゲルスやダーウィンやバルザックなどの作品を読んだ。巨匠たちは刀のような筆で人間性を剥き出した。それによって、私は世の中のすべての醜いことを見抜き、現実と巨匠たちが描いた世界の相似に驚きを感じた。(中略)利害関係の前では、誰でも人間の本能に従って選択し、行動を取る。普段口にする高尚な道徳や信念に従う敬虔な者は一人もいない……。以前、私は「人は他人がより良い生活ができるために生きているのだ」、「人民のためなら何でも惜しまず」と信じ込んでいた。今考えたら、それは可笑しくてたまらない。

私はこんな道理を体得した。つまり、どんな人でも、生存するためにせよ、創造するためにせよ、主観的には自我のためであり、客観的には他人のためである。これは、太陽の光を放つことがまず自己の生存運動による必然な現象であり、万物を明るく照らすことが派生した客観的な意義にすぎないということと同じである。このため、私は、自分を忘れるほど立派な人間はいないと思うし、一人一人の人間が力を尽くし、自我の生存価値を高めさえすれば、人類社会全体の前進も必然的だとも思う。

時代が前進していると言う人がいるが、私はその(時代前進の)力強い翼に触れることができない。世の中にもっと偉大な事業があると言う人もいるが、私はその事業がどこにあるか分からない。人生の道はなぜ、歩めば歩むほど狭くなるのだろうか。私はもう大変疲れを感じている……。

編集同志、私がこのようなことを打ち明けてしまったことは、あなたたちからの名案を望んでいるわけでもない。もしあなたたちが勇気をもってこの手紙を掲載し、全国の青年たちに見せてくれるなら、私は大変うれしいと思う。私は全国の青年たちの心が互いに通じていると信じている……。

(『中国青年』1980年5月 潘曉)

潘曉氏の手紙は、自我の目覚めを意識した民衆の声を代弁し、改革開放までの30年にわたる共産主義イデオロギー教育に対して疑問を投げた。従来の「大公無私」精神が否定され、自我の生存

価値の追求、「公」より「私」の利益を求めるのは人間の本性であるという人々の意識面における大きな転換が、この手紙によって、表面化した。手紙が掲載された後に起きた大規模な「論争」は、当時の中国社会における矛盾した両側面を物語っている。一つの側面とは、潘曉氏を代表とする若い世代の自我意識の強い人生観である。もう一つの側面は、従来の「大公無私」という共産主義理想がまだ年寄りの人々の中である程度機能していることである。

改革開放後、自我意識の高まり、私的利益の追求は政策上も認められ、広がりつつある現実となった。しかし、30年にわたる共産主義イデオロギーの影響はそれほど簡単に消失するわけではない。一部の人たちは、他人の「富」への追求に憧れを抱くとともに強い嫉妬心もみせた。そして、先に「富」を実現した人たちも他人からの嫉妬によって「富」に対する恐怖心を抱き始めた。以下、『人民日報』を通じてこの時期における人々の「富」に対する憧れと恐怖心の真相を見てみよう。

【先に「富」を実現した農民を恐れさせてはいけない】：

最近、本県の四明郷政府が六名の年収1万元以上の専業戸に、「県政府が行う専業戸代表会議に参加してください」という通知が届けられた。結局、参加したのは二人だけだった。残りの四人はいくら説得しても参加しないだけでなく、今後専業戸から身を引くとまで表明した。

それはなぜだ？と聞いたところ、彼らは周りの人々の話を聞いて恐れているのだ。「人は足るということを知るべきだ、千元があったら万元を目指すのはだめだ、きっといつか資本主義の尻尾として切られるんだ」、「いつか負担が加重されるんだ。このまま金儲けに走り続けるならば、儲かるどころか、そのとき元金さえ取られてしまう」などの話を耳にする。このように人を恐れさせる話をする人の中に、親戚もいれば幹部もいる。実際に助言したいと思う人もいれば、人の災難を喜ぶ人もいる。他人の

「富」を嫉妬する人もいれば、党の政策を知らず盲目的に判断する人もいる。

専業戸の出現を制限する動きが一部の地方で現れたが、党の政策教育や思想政治工作を通じて是正された。上述の専業戸を恐れさせる行動は「左傾」の影響がまだ完全に消えていないためだ。このため、幹部たちは党の経済政策の宣伝に熱情を注ぐべきだ。農民たちの恐怖心を取り除かせ、彼らの内心から勤労で「富」をなすことは正道であると思わせるべきだ。

（『人民日報』1984年1月3日 江蘇省射陽県 顔玉華）

「富」に対する当時の人々の複雑な心境は、上述の投書からその一端が伺える。建国後続く階級闘争と10年間にわたる文化大革命の嵐による傷跡が人々の心の中に鮮明に刻み込まれている。改革開放策の発足に伴い、「富」の追求が政策上で正当化されたにもかかわらず、多くの人々は半信半疑な思いを抱き続けていた。

確かに、収入の差の拡大が人々に与えた刺激は、長年にわたる画一的な生活様式に慣れてきた人々にとっては強いものであった。まだ豊かになっていない人たちが既に裕福になった人たち対して抱く嫉妬も、先に裕福になった人の自分が目立つことによって生まれた恐怖心も、そのような社会背景の下で生じた現象である。

このような現象がよく見られる中、繰り返して行なわれた政府の教育と宣伝によって、「富」を追求することが正道であるという認識は着実に広がり、浸透しつつあった。物質的豊かさという「禁断の木の実」を味わった民衆は、もはや歴史を引き返すことはできないだろう。

こうして、中国社会は従来の画一化された生活・消費様式から多様性・差異性が見られる生活・消費様式へと変容を遂げた。収入の格差の拡大につれ、人々の間で不公平感が広がりつつあった。『人民日報』では、社会公平についての弁論が行われた。その中で、「富」のチャンスは客観

的に平等なものであり、決まって誰かが裕福になることは駄目だ」、「配分制度において画一した標準と尺度を定めてはいけない」、「平均主義」を復活させてはいけない」といった新たな変化に賛成する見方もあれば、「社会貢献が大きいほど先に裕福になるべきだ」、「従来の「按労分配」（労働に従う配分）原則に反するものは全て不公平である」、「社会効率より社会公平を優先すべきだ」といった従来の社会主義理念を固執する見方もある。また、上述のような「制度的」不公平だけでなく、「官倒」<sup>5)</sup>現象から見られるような「人為的」不公平も議論の焦点の一つであった（R. 1988. 7. 11/12）。

結局、この十年間を通じて、格差の拡大による不公平感が生み出されたが、「富」への追求は次第に承認されようになった。それによって、消費の行なわれる前提が形成されつつあったといえよう。現実には、それと同じ時期に、都市部を中心とする人々は既に消費を通じて物質生活の多様性を、身を以って体験し始めた。

## 2.2 消費と社会主義イデオロギー

改革開放開始後、中国人の消費生活は、表面的に見れば明らかな変化が見られる。とりわけ都会における消費生活の変化をいち早く身をもって示してくれたのは、若者たちであった。すなわち、それは、革ジャン、ラッパズボン、リーゼントスタイル、パーマ、サングラス、スカート、ディスコなど、いわば主に服飾における流行現象という形で出現した。しかし、当時の中国社会では、このような流行現象に対する異議がよく見られる。

【「奇装異服」と治安破壊を同一視してはいけない】：

社会治安を整備し、刑事犯罪を攻撃することは、犯人たちを控えさせ、多くの人々に大変擁護されている。しかし、わが市では、「奇装異服」も攻撃的となっている。工場の入口に「奇装異服の者は立ち入り禁止」という紙が貼られている。役所の前も、

「変な髪型またはひげを伸ばしている者の立ち入り禁止」という張り紙が目立っている。要するに、あっちこっちで貼られている規定は、男性が花柄の入った服を着ること、女性がスカートをはくことが禁止されているといったことであり、規定に違反する者は無断欠勤とされる。もっとひどいのは、一部の人がはさみを持ちながら、街中や映画館や駅などで（奇装異服の）男女青年を追いかけたり、ラッパズボンをカットしたりすることだ。

一部の若者、特に年上の幹部たちは、ちょっと目立つ服装を着ることイコール道徳低下と考える傾向にある。確かに、社会治安を破壊する者の中に「奇装異服」の者がいるが、「奇装異服」が社会治安を破壊すると考えてはいけない。若者たちの髪型や服飾などに対して、暴力を使ってもいけない。一部の若者たちは「どのような服装を着るなら許されるか、ズボンのすその大きさがどのくらいであればオーケーなのか、髪の毛の長さはどこまで伸ばしてよいのか、といったことを憲法に書き入れればいいじゃないか。そうしたら、俺たちがどうすればいいかわかるよ。」と文句を言う。もし本当にそうなったら、これは世の大笑いになるに違いない。

目立つ服装は推奨しないが、それを社会治安の悪化と繋げ、そこまで干渉すべきでない。

（『人民日報』1981年8月23日 読者投書コラム 湖南省邵陽市 靈芝）

物質的豊かさを目標とする改革開放の発足後、上述のような「左傾」思想の残存による消費に対するイデオロギー的決め付けのケースがよく見られるが、人々のより快適な物質生活を送ることは日に日に正当化され、消費に対する従来の見方も徐々に変化し始めた。例えば、『人民日報』では、「美を追求する心は誰にもある」（R. 1983. 5. 17）、「家庭生活方式の変化を歓迎すべきだ」（R. 1985. 1. 23）などと題した記事からその一端を察することができる。人々の適度な消費を通じて物質生活を改善しようとすることは認められるようになった。また、以下の『羊城晚報』<sup>6)</sup>から『人

民日報』に転載された記事にも、中国政府の消費政策における大きな転換が見られる。

【『羊城晩報』における「消費問題の討論」の内容紹介】：

1984年第4季、『羊城晩報』が「消費問題の討論」を行った。発表されたあわせて15の論文の主な内容をまとめて紹介する。

第一に、人々の消費問題を重視すべきだ（中略）。

第二に、消費における偏見を見直すべきだ。一部の論文では、人々の消費問題に対する見方を分析した上で、批判を行った。

見方①「消費が国家の資金蓄積を妨害する」。消費と蓄積の間には矛盾した面もあれば、両立した面もある。消費、軽工業の発展の軽視は、最終的に蓄積の増大に影響を与える。消費を提唱することと蓄積を増大させることの両者は対立するものではない。消費の活発化により、生産が発展し、人々の収入も上昇することは、蓄積の増加に有利となる。消費を制限することは逆に蓄積の増大を妨害する。

見方②「消費が浪費を助長する」。時代の違い、経済発展のレベルの相違によって、節約と浪費の内容も異なってくるし、浪費であるかどうかを判断する標準も違ってくる。消費イコール浪費ではない。両者の区別は、どのぐらいお金を使ったかということにあるのではなく、自分の支払い能力と経済的レベルとが適合するかどうか、またはよい消費効率が達成されるかどうかといったところにある。

見方③「消費を提唱することは勤勉の伝統美德を捨てさせる」。消費生活の中、節約と素朴への要求は時間や地点や条件の相違によって変化する。昔の「新三年、旧三年、縫縫補補又三年」（買った新商品は新しいままの最初の三年間、新しさを失った後の三年間が経ったら、縫ったり修理したりすれば、また3年間使える）が言っているような素朴な生活は、当時の経済的水準に決定されたものである。今日になって、経済的発展によって、昔のように消費を制限し続けるべきでない。勤勉はわが党の優良な伝統ではあるが、（中略）勤勉イコール無理やりの節約

ではなく、現実の経済水準ではすでにひたすら無理して節約をする必要がなくなっている。

見方④「より良い生活はブルジョアの腐朽的な生活方式である」。ブルジョア生活方式に対して、われわれが反対するのは、その中の寄生性、腐朽性、放縦性、過度浪費性、損人利己<sup>7)</sup>などであり、人々のより良い且つ「豊富」な生活を否定するものではない。

第三に、消費を科学的に引導すべきだ（後略）。

（『人民日報』1985年2月4日 洪 琦）

東西冷戦時期であって、資本主義との区別、あるいは資本主義に対する警戒心は相変わらず存続していたが、改革開放の進展に伴い、上述の記事に見られる消費政策における転換が示しているように、消費を通じた経済的豊かさの実現が政府と民衆との間の共通な目標であるという認識は普及するようになった。とはいえ、改革開放策とともに鄧小平により提出された「社会主義四つの原則」<sup>8)</sup>が、人々の消費生活面、精神面を抑圧するだけでなく、欧米資本主義の異質性も強く強調され、消費文化の成長に相応しくない環境が依然として存在していた。したがって、改革開放による外国消費文化の流入に対して、中国政府の取り締まりや規制強化の動きが繰り返されていた。以下、1980年代の中国における外国消費文化を見てみよう。

### 3 外国消費文化に対する崇拜と警戒

改革開放直後、新聞やテレビにおける外国製品のCMが登場し始めたが（A. 1979. 3. 17）、外国製品の入手はもちろんのこと、人々が直接外国製品に触れることも極めて珍しいことであった。その中、日本製品は例外であった。日中関係の蜜月期であった1970年代における両国の経済・文化的交流によって、日本の時計やテレビといった家電製品、映画やテレビドラマなどは既に当時の中国で現れ、高い知名度を得られた（A. 1980. 3. 6）。

しかし、輸入された数少ない外国消費財は高価で普通の人々の手の届かない贅沢品であったため、人々にとって、外国消費財より、外国映画や音楽といった外国娯楽消費文化に触れることが相対的に容易であった。「政治に奉仕する文化」の中で育てられてきた人々にとって、欧米娯楽消費文化は、熱情溢れ、自由奔放で自分たちとまったく違った新鮮な世界であった。ディスコや日本芸能界の山口百恵、高倉健、栗原良子や台湾歌手鄧麗君（テレサ・テン）の人気から見られるように、長い間にわたって抑圧されてきた欲望の扉が開けられ、人々は外国娯楽消費文化に対して大変強い興味を示した（A.1979.2.9、A.1979.7.6、A.1981.10.31）。

改革開放によって出現したこのような予想を超えた外国崇拜風潮に対して、中国政府は警戒を続けていた。1980年1月22日付の『人民日報』では、「祖国の青年たちへ」という若者に向けて書かれた手紙が大きく掲載された。この手紙は、33年ぶりにアメリカから帰国した一人の中国人の王昌煦氏（当時の全米華人協会英語秘書）が書いたものである。手紙の中で、王氏は、「髪のを長く伸ばし、奇異な服装を身につける若者の姿」、「外国映画が上映されている映画館の入口での黒山のような男女の青年たちの人だかり」、「広州の海珠広場、上海の福州路の曲がり角で行なわれるテレビやステレオテープレコーダーといった不法密輸入品の密売」、「北京金魚胡同のコーヒー屋で恋愛曲を聞き、抱き合いながら社交ダンスをすることはお洒落だ、中国人の最前線に立っているのだと自慢する人々」などを取り上げ、「外国のものさえであれば、分別せず歓迎する」という風潮を自分の目で確認し、「青年たちが外国の輸入品と西側のライフスタイルを追い求める」風潮を批判した。

手紙は、当時の中国政府を代弁するものであると同時に、人々の外国崇拜の様子を描き出す内容でもあった。王氏は、外国崇拜には、豊かさを示す外国消費財に対するものと外国ライフスタイル

に対するものという二つの側面があると述べ、西側の文化を二分法で見て、批判的に吸収すべきだと主張しながらも、ひたすら西側の文化の消極的な側面を取り上げ、否定し続けた。結局、西側の文化のよさがどこにあるのか、どの部分を吸収すべきなのかということは明確にされなかった。彼の論述によると、外国の「進んだ科学技術」と「必要な機械・器材」以外に、吸収すべきものは何もないようだった。特に外国娯楽消費文化に対して、それが資本主義の残滓だと断じ、中国青年たちに強い警告を発した。

1980年代は、まさに王氏の手紙が示しているように、人々の外国崇拜の広がりや政府のそれに対する規制の繰り返しによる交錯の時期であった。以下、1980年代の中国消費文化における外国崇拜の動きを、豊かさを示す外国消費財と外国の娯楽消費文化という二つの側面に対する政府の規制を通じて見てみることにする。

### 3.1 外国消費財に対して

外国消費財に関する広告の登場に伴って、外国消費財も、種類と数量がごく限られたが、次第に中国に流入し始めた。その中、最も中国消費者に影響を与えたのは日本製品であった。特に日本製の腕時計、テレビや冷蔵庫やラジカセといった電気製品が大きな人気を集めていた。日本の家電製品のブランドイメージはまさにこの時点から中国で定着したといえよう。当時の『朝日新聞』に「「かつぎ屋」芸術団」という記事が載せられている。「上海の『文匯報』日刊紙は、最近、日本を訪れた上海の芸術団がカラーテレビや冷蔵庫などをこっそり買い込み、中国へ持ち帰ったことで、当局に品物をすべて没収され、取調べを受けていると報道した」（A.1980.8.17）。

また、同年の3月25日の『朝日新聞』にも「資本主義の波 北京にも？」と題した記事の中、「やみドル、輸入テレビ、外国時計、サングラス……と何でも手に入る広州市のやみ市はもはや周知の事実だが、この「黒い波」が北京にも波及

……」と書かれている。当時の人々の外国製品に対する熱い憧れが伺える。

一方、人々の間に広がる外国消費財の人気に対する論争の波紋も拡大した。「外国シールめぐり論争」という『朝日新聞』における記事がその論争の一端を表している。

【サングラス・外国シールめぐり論争】：

[北京八日＝船橋特派員]夏が近づくにつれ、北京の町はサングラスの若者があふれ返っている。それもシールつき、つまり、小さな外国メーカーの商標がベタッと眼鏡の上についているのが流行だ。ところが、地元紙に、「これは舶来崇拜だ」との投書が載ったことから「そんなことに目くらまを立てるなんて」、「いやそうではなく、墮落の表れだ」と「大論争」に発展、とうとうお堅い『人民日報』までが乗り出してきた。

六日付の中国共産党機関紙『人民日報』は、『北京晩報』が最近行った町のサングラス調査を載せている。「なぜシール付きなの」と質問したところ、「格好いいから」、「外国の証明だから」などの答えが返ってきた。調査記事は、これらの答えから「中華民族の堂々とした立ち居振る舞いを忘れないように」とくぎをさしている。

だが、『人民日報』は、『晩報』が反対意見だけでなく賛成の意見も載せ、「討論の場」をつくったことを取り上げ、何でもすぐレッテルをはった「林彪、四人組」時代とは違う新しい啓発のやり方だと高く評価。「以前はみんなシール付きのサングラスだったのに、三十七人しか会わなかったということ自体が、この紙上討論の建設的な成果」と持ち上げている。

(『朝日新聞』1980年6月9日第13版)

政府の代言人としての『人民日報』は、「『晩報』が反対意見だけでなく賛成の意見も載せ、「討論の場」をつくったことを取り上げ、何でもすぐレッテルをはった「林彪、四人組」時代とは違う新しい啓発のやり方だと高く評価」するにも

かかわらず、晩報が行った「サングラス調査」において、「三十七人しか会わなかったこと」(つまり以前より減ってきたという意味)をこの討論の「成果」としている。これは、中国政府が人々の外国崇拜の行動を止めようとする姿勢の表れである。

また、外国製品に憧れを感じるだけでなく、外国人との結婚を通じて出国を図る女性も現れ、もうひとつの論争の焦点となった。『朝日新聞』は『中国青年報』の「外国人と結婚する中国人女性の不幸」という記事を紹介した。記事には「外国人と結婚して外国で贅沢な生活をしたい「夢」に「毒されている」」中国の女性たちに対して、「娘よ、ピカピカの自動車や冷蔵庫、電気オープンに心を奪われてはいけない。外国人と結婚する前に、もう一度よく考えなさい」と警告した(A. 1981. 12. 27)。当時の中国では、国際結婚は難しく、場合によっては、政府に干渉されることもある(A. 1981. 11. 11)。

こうした外国崇拜の現状に対して、1982年1月11日付の『人民日報』にも、浙江省杭州市五四中学教師陳筱慧の手記「私が親類を訪ねるため渡米したが、なぜ早く戻ってきたか」を大きく掲載し、アメリカ社会の実態はいかに暗く、いかに非人間的であるかを描き出し、一部の人たちが思っているような天国ではなかったと伝えた。その手記の中、「私がアメリカに行く前に、周囲の知り合いに、三人の兄弟もアメリカにいたので、今回アメリカに行くチャンスを利用して米国に残ったらどうかと勧められた。当時、私も心が少し動揺した。しかし、私が実際にアメリカ社会の現実を目にした後、そんな心つもりがすぐなくなった」。アメリカは「物価が高く、税金も重い」、「人と人との関係は完全に金銭関係である」、「民族差別も依然として残っている」、「自分と同じ仕事をしている中小学校教師の惨めな境遇」などを取り上げ、自分の帰国の決意に対して満足していると述べた(R. 1982. 1. 11)。

この手記は決して陳筱慧氏の心の本音ではない

とは断ずることはできない。冷戦時期において人々に対するイデオロギ的の教育と愛国心の高揚によって、西側を好まない人も確かに多く存在したことは否めない。しかし、この陳筱慧氏の考えはすべての人々を代表するものではない。むしろ、若者を中心とする多くの人々が政治的には西側の国々を敵とみなしながらも、西側の物質的豊かさには憧れを感じていたことは間違いない。

各地の新聞で取り上げられる外国崇拜に関する議論や外国崇拜をやめようという呼びかけにもかかわらず、人々の外国に対する関心は高まる一方だった。それ故、1983年に入って、つい中国政府が外国崇拜の規制を指示することに乗り出した。当時の中国共産党総書記を務める胡耀邦氏は、「資本主義の悪影響として①金銭、美女、外国製品など物質面から中国人を腐敗させるもの、②資本主義の思想、文化芸術、生活様式など精神面から中国人を蝕むものがある。外国崇拜現象を報道してはいけない」(A.1983.1.3)と資本主義の文化、思想、生活様式の流入を強く規制する方針を示した。

このような政府による規制方針に加えて、1980年代の中国では実際に外国消費財の流通も極く制限されていたため、外国消費財による「悪影響」は、その後、次第に注目されなくなった。その代わりに、外国映画や音楽といった外国娯楽消費文化の流入に対して激しい論争が行なわれた。特にラジカセの普及に伴い、港台(台湾と香港の略称)を中心とする外来流行音楽の広がりは新たな論争の焦点となった。

### 3.2 外国娯楽消費文化に対して

改革開放直後の1980年代の前半、ラジカセは、テレビと並び、最も人気のある商品となった。都市部では、ラジカセの普及率が1981年の100世帯12.97台から1985年の41.16台までに急上昇した。「中国もラジカセの時代に突入し、ラジカセが家庭娯楽の中心の座になっている」(A.1985.9.3)。ラジカセが人気商品となったのは、

港台や山口百恵を代表とする日本の流行音楽が絶大な人気を博しているからである。山口百恵は当時中国の若者の間で誰にも知られているほど人気歌手であった。

このような港台を中心とした流行音楽の広がりに対して、中国政府は強い警戒心をみせ、厳しく批判する姿勢をとっていた。北京にある名門の清華大学では、大学生の音楽鑑賞を引導し、流行音楽をやめ、クラシック音楽を聴くようになった学生らを表彰した(R.1980.6.14)。また、蘇夏と署名した人の「流行音楽について」という『人民日報』における記事の中で、「本質的にいえば、流行音楽とは、資本主義社会の大衆文化の一部であり、資産階級が音楽の娯楽性を利用して、青年たちを麻酔させ、社会的矛盾に関心を薄めさせるものである」、「近年、西側の流行音楽はわが国の都市部ではそれほど市場を有しないが、不健康な港台の「時代曲」は大流行となっている」、「港台の「時代曲」(蘇氏の考えでは港台の「時代曲」は流行音楽の特殊な一種であるようだ)は資本主義の畸形社会の産物であり、その中に民間歌謡と郷愁にかられるものが一部あるものの、その多くは、内容が消極的かつ頹廢的で、情調も下品かつ卑俗で、「恋」というテーマばかりを露骨に持ち出すものである」と港台の「時代曲」を厳しく批判し、その流行の原因が「香港からのカセットテープの大量流入、一部の青年の思想の空虚、審美趣味の低下、長期に亘る封鎖政策による自らの音楽創作の単調」などにあると分析した(R.1981.3.25)。

蘇氏が書いた記事は、冷戦時期において、資本主義に対する敵意が強く、「恋愛」をテーマにした「時代曲」が人々の思想を腐食させ、資本主義との闘志を弱めさせると恐れていたという中国政府の考えを表しているといえよう。

こうした中で、1983年10月に開かれた党の十二期二中全会でブルジョア的思想文化の汚染を防止する「精神汚染防止」キャンペーンが提起された。『朝日新聞』は、その直後の上海紙の『解放

日報』における「精神汚染防止」キャンペーンと軽音楽の関係についての論評を紹介した。この中では、日本でもよく知られている流行曲「何日君再来」（いつの日か君帰る）について、「反動的な政治の歴史を背景としている。抗日戦争（日中戦争）中に敵占領区で流行した歌であり、厳格に禁止し、大衆に害毒を与えることを許してはならない」と強調されていた。同論評は文革中とは違って軽音楽は現在では「社会主義精神文明の一組成部分」となっていることを一応認めながらも、「ここ一、二年の音楽会で軽音楽ばかりが多く、革命的熱情を表現する歌は忘れられ、民族的特色をもつ民間歌曲、民謡は意気が上がっていない」と嘆くとともに、「一部の軽音楽家が自分の責任を無視し、金銭第一忠義の態度をとり、低級な趣味と不正な社会的空気に迎合している」と批判した（A. 1983. 12. 22）。

政府の警戒と批判にもかかわらず、港台を中心とした流行音楽は年々広がっていく一方であった。インターナショナルを歌うことは見られなくなり、街にはディスコや復活したテレサ・サンの歌曲を代表とする港台流行曲が大流行となっている（A. 1985. 7. 15）。

このような港台流行音楽の広がる中、もうひとつの別の分野でも変化が見られるようになった。それは出版物における変化であった。1984年から、国内のタブロイド印刷物が現れ、1985年までに急速に発行部数を広げていった。主に街頭や駅や火車（中国の列車）の中で売られていたタブロイド印刷物の内容は、「カンフーもの」から「恋情もの」、さらに「エロ・グロもの」などがほとんどだった。中には、大新聞をバックに数十万部の発行部数を誇るものもあった。非公認であるタブロイドの流行から、大衆文化の人気と中国政府の文化面における規制が伺える。

特に、新中国の建国以来厳しく禁じられ、タブーであり続けていた「性」領域における新たな変化に対して、中国政府は相変わらず厳しく規制を行っていた。「性」領域は社会主義国家である

中国の資本主義各国と最も区別がつく分野のひとつであると位置づけられてきた。「1949年社会主義政権が成立してから1970年代末の改革開放まで、中国政府は伝統文化に対して厳しい批判的態度を取ってきた。しかし、「性の禁欲主義」という封建的伝統に対しては批判しなかった。「性解放」が人間の墮落の始まりであり、資本主義社会の病理の象徴の一つであるとみなされたからである。「売春がない」ということは社会主義の資本主義に対する優越性の一つの証拠として宣伝されてきた」（鐘 1999：40）。

海外の流行音楽や映画といった娯楽消費文化の拡大と出版物から見られる変化あるいは新たな潮流は、人々の意識面にも大きな影響を与えた。『光明日報』紙<sup>9)</sup>は湖北省武漢市で行なった大学生千人対象の社会調査の結果、「共産主義は実現できる」と答えた人は30%にすぎなかった（A. 1986. 9. 2）。

このように、外国消費文化の広がりの中で起きた人々の意識変容の表面化は中国政府の神経を尖らせた。1986年9月、中国共産党第十二期中央委員会第六回全体会議（第十二期六中全会）が開かれ、今後の中国型社会主義建設を進めるうえでの精神面での指針となる「精神文明建設の指導方針決議」という「経済」と並ぶ綱領的文書が採択され、「開放」の行き過ぎに柵をはめた。「精神文明建設決議」は、外国娯楽消費文化の流入を防ぐためでもありながら、党の指導地位の確保と社会主義路線の堅持が根本的な狙いであった。

それによって、一時的に文化領域に冷たい風が吹き荒れていたが、物質面も文化面もすでに逆戻りできない段階に入った実情の中、中国共産党は既に徹底した取り締まりができなくなったといえよう。結局、ブルジョア自由化の擁護と猥褻なものでなければ、それほど強い取り締まりの対象でなくなっていった

『人民日報』の読者李徳民さんが「精神文明建設決議」が採択された1986年の大晦日（旧暦）のテレビ番組「春節聯歡晚会」（日本の「紅白歌

合戦」のような番組)を見た後の感想をこのように述べていた：「最初は今回の晩会で気楽な歌や楽しいダンスの登場が許されるかどうかを心配していたが、思ったよりいい番組であった。党の反資産階級自由化の風潮の中、新たな運動が起こる心配があったが、やはり今回の反資産階級自由化は、資本主義路線を提唱することと共産党の指導地位を転覆することに対するもので、広大な群衆の利益に適合し、人々を喜ばせるものについては、反対するどころか、保護と発揚をすべきだ」(R, 1987.1.30)。

李さんの感想が示しているように、流行音楽といった娯楽消費文化に対して、中国政府の従来の厳しく批判する姿勢が徐々に変わっているようだった。現実上、「精神文明建設決議」の採択にもかかわらず、港台の流行音楽の人气が高まり続けていった。それだけでなく、国内での流行音楽と娯楽映画創作もその頃から萌芽期を迎えるようになった。中央テレビが行なった全国青年歌手による流行歌曲コンテストは、流行音楽の創作と演出が社会的に承認される証となった。1986年の崔健の名曲『一無所有』、1987年の張芸謀監督の映画作品『紅高粱』を代表に、中国娯楽消費文化の幕が開いた。

従来の「政治に奉仕する文化」という文化観は、こうした音楽、映画面における変化が表わしているように徐々に変わり、多様性と娯楽性に満ちた消費文化を芽生えさせた。このことは、以下の「流行歌曲と文化市場」という『人民日報』における記事からみて明らかである。

【流行歌曲と文化市場】：

この間、全国範囲で「新時期十年金曲（最も人気である曲）と1988年度金星（スター）」を選出する活動が行なわれた。実際には、これはわが国における流行音楽の流行と発展に対する回顧とインスペクションである。この活動の必要性和損得に関してはここで言及するつもりはないが、市場が流行歌曲の発展に対して果たす役割について述べたい。

生産の目的は消費であり、逆に消費は生産に刺激を与える。文化・芸術面においても消費と生産の関係は同様である。その中、文化・芸術の生産と消費を仲介する市場は明らかに重要な役割を果たしている。このことは、近年に現れた流行音楽の創作の繁栄と公演の活発から分かる。

誰も忘れないことだが、数年前、つまり流行歌曲がわが国で現れた頃には、港台のものばかりであった。我々は流行歌曲の創作においても、演出においてもひたすら模倣とコピーをしていた。そのため、流行歌曲は多くの批判を浴びてきた。そこで、市場と人々の消費嗜好が初めて流行歌曲に対する評判者となった。市場規則により、ますます人気が出る歌手もいれば、すぐに消えてしまう歌手もいる。(中略) わが国の流行歌曲の創作・発展における重要な突破点は、それをわが国の民謡と結合させたことである。(中略) なぜ流行歌曲がこのように広がったのか？ これはその流行の背後に人々の消費需要があるからだ。(中略)

思い返してみると、本当に面白く感じる。数年前に長い髪の毛やジーンズに反対する、ディスコを禁じる動きが強く、それらを「洪水猛獣」と見なしていたが、今日はどうなっているだろうか？ 長い髪の毛やジーンズはもちろん、面白いのは、以前ディスコに大反対していた人たちの間でも今ディスコブームが起きていることだ。

今日の多くの文化活動は市場を通じて行なわれているものだ。市場は物質的であれ、文化的であれ、決して封鎖的でなく、時々新しいものが入ってくるのだ。新しいものの中に一部の不健康なものもあるが、ひたすら行政命令による禁止は往々にして効き目がなくなることになる。重要なのは、市場を完備させることだ。流入してきたものより人々に好まれる、人々の需要に適応した作品を外来のものに取り替わらせるようにすべきだ。この十年間の流行歌曲の広がりや発展が我々に貴重な経験を提供してくれた。

(『人民日報』1989年1月25日 焦勇夫)

文化が単に従来の社会主義イデオロギー的宣教、

いわゆる政治に奉仕するものでなく、市場における需要に応じた、或いは人々に好まれる娯楽的な消費文化も発展させるべきという文化領域における市場化を認めるこの記事は、外来消費娯楽文化に対する受け入れだけでなく、娯楽消費文化の国内創作に対しても積極的な姿勢を見せた。

この10年間は、個人利益優先、「富」と消費の正当化という価値観の転換に加えて、外国消費文化に対する従来の強い警戒から承認へと変化する時期であった。それだけでなく、1980年代後半国内での流行音楽の創作と娯楽映画の制作の始まりからも見られるように、この10年間は、長期間にわたって中断されていた消費文化の「内的」復活の時期でもあった。消費文化は、その「個性の重視」や「自由」や「価値観の多様性」といったことが人々に多大な魅力を感じさせ、新世代の若者の中で大人気を集め、彼らの価値観に大きな影響を与え、社会意識の変容に重要な働きかけをしていたと考えられる。以下、消費文化の重要な部分である「消費者の権利意識」がこの時期にどんな状況にあったのかを調べる。

#### 4 消費財不足と極めて脆弱な消費者

1949年の建国から30年近くにわたる社会主義建設によって、中国社会は大きな発展を遂げた。しかし、その発展は公共施設の建造やインフラ整備や大規模な国家プロジェクトなどが中心となっていたため、人々の日常生活水準はまったく上昇しなかったとは言えないものの、政治的な不安定といった原因を加えて、人々の生活と密着した軽工業の発展が大幅に遅れ、中国社会全体はまだ低い消費水準に置かれていた。中国の改革開放はまさにこのような貧しさの中で開始されたのであった。

改革開放前の完全な計画経済によって、ほとんどの消費財が配分制度によって配給され、人々の消費者としての経験は極めて乏しく、真の意味での消費者は当時の中国社会で存在しなかったと言

ってよい。消費者問題の発生も当然ながら有り得なかった。改革開放後、自由経済がある程度承認されたことと消費財の配分制度の廃止によって、ある意味で人々を消費者と呼べるようになったとしても、継続していた消費財の量的不足と多様性の欠乏の中で、消費者は極めて弱い立場に置かれていた。消費者問題も、いまでは考えられないほど深刻であった。

##### 4.1 消費財不足の中の「消費者」

消費者の「選択する権利」は、消費者としての最も基本的な権利の一つであると思われる。この消費者権利の理念は、1962年にケネディ大統領が「消費者の四つの権利」（安全を求める権利、知らされる権利、選択する権利、意見が反映される権利）を提唱した後の資本主義諸国においては、社会的常識であるといえるほど定着していった。しかし、改革開放直後の中国社会では、人々の消費行為が復活したものの、まともな消費者の姿が見られなかった。当時の中国消費者は、消費財不足と消費財の単調さゆえに、自由に消費財を選択することさえできなかった。以下、1980年代の中国消費者がいったいどのような姿であったのかを究明するが、それに先立って、当時の消費財不足の状況を見てみよう。

消費財不足、特に人々の日常生活と関わる「小商品」（日常雑貨あるいは日用品）の欠乏問題は『人民日報』における読者投書コラムでよくみられる（R. 1980. 2. 19, R. 1981. 6. 21, R. 1986. 5. 28）。

明らかに、消費財不足問題を生み出した最大の原因は指令性計画経済体制にある。国家計画は、耐久消費財のような大型商品の生産においては、ある程度社会的需要を把握できるが、人々の日常生活と深く関わりのある「小商品」の生産においては、一人ひとりの細かい需要を把握することができないのである。このため、改革開放後の1980年代では、人気の耐久消費財の生産には重点が置かれたものの、身近な「小商品」の生産は軽視され、消費者の細かいニーズが無視されたま

ま生産された日常生活用品には、消費者に好まれないものが多かった。また、「北京百貨大樓で販売されている玩具も、1959年以前には1000あまりの種類もあったが、現在は200あまりの種類しかない」(R.1891.6.21)ということは、1950年代末から1970年代末にかけて行なわれた「大躍進」<sup>10)</sup>(1958～1961)、「文化大革命」(1966～1976)などの政治運動が深刻な消費財不足をもたらした、消費文化を無残に衰退させたことを示している。

しかし、耐久消費財の生産が重視されるにもかかわらず、改革開放後噴出した人々の消費欲によって、消費者の耐久消費財に対する需要に生産が追いつかぬ状態が続いていた。消費者と生産者や販売者の間に明らかな不平等がもたらされ、今では考えられない消費者権利の侵害問題が頻発した。『人民日報』では、売れ行きの悪い商品を人気商品と一緒に消費者に強引に買わせるケース、いわゆる「商品搭配」現象に関する投書がよく見られる。

【自転車の販売でなぜゼロテープを買わせる？】：

編集者同志：(1980年)11月4日、山東省昌邑県城大街にある昌邑二十里鋪供銷社<sup>11)</sup>では、販売中のピカピカの「金鹿」自転車が10何台ほど店頭に表示されていた。取り囲んで眺めている者ばかりで、買おうとする人は少なかった。暫く後、ようやく一人の青年が買った自転車を押しながら人の群れから出てきた。自転車のハンドルには十数個の自転車用の鎖がかかっている。聞いたところ、一台の自転車をかうには157元が必要だが、ついでに15個の自転車用の鎖(単価6元、計90元)、あるいは一箱の絶縁ゼロテープ(200巻き入り、単価1.28元、計256元)を買わなければならない。15個の鎖も買われ、何時になったら使い切れるのか？一箱のゼロテープも個人にとっては何の使いようがあるのか？

売れ行きの良い商品を利用し、売れ行きの悪い商品と一緒に消費者に買わせるなんて、国営企業は明

らかに消費者をバガにしているのだ。

(『人民日報』1981年1月9日 其付)

中国政府は、これらの現象を、「消費者が自ら望む原則」に反し、人々の利益を損ない、政策に違反し、人々の支持が得られない行為であるとし、「直ちに禁じるべきだ」という姿勢(R.1981.1.9)を見せたが、計画経済の下では克服できぬ欠点、つまり、人々の需要に応じない、あるいは消費者に好まれない商品は大量に生産されてしまうことによって、上述のような不正商行為の行なわれる環境が存続していた。1980年代末になっても消えぬこのような不正商行為は、1980年代の中国社会における消費財不足問題の深刻さを物語っている(R.1985.12.16, R.1988.2.11)。

消費財不足、特に人々の生活と深く関わる小商品の欠乏が続く中、「商品搭配」といった堂々と消費者権益を侵害する現象を根絶することは難しいのである。中国政府も小商品の欠乏問題に注意を払い始め、それを改善しようと動き出した。1986年5月28日の『人民日報』では、「小商品の欠乏局面を逆転させよう」という記事の中で、当時の小商品不足問題の原因についての分析が行なわれた。しかし、魯南氏が書いたこの記事における分析によれば、小商品不足の原因が、「小商品生産の薄利」と「各企業トップの小商品生産への重視不足」に帰された。明らかに、この分析には、中国の小商品不足問題を計画経済の下で解決するという想定が見られる。しかし、周知のように、計画経済のデメリットはまさに人々の変化するニーズを直ちに应じられず、人々の生活と密接した小商品の生産が軽視されるところにある。このため、計画経済の下で当時の中国社会における小商品不足問題を解決することは既に限界に近づいていったといえよう。

このような状況の中で、私有経済の急速な発展は、消費財不足問題、特に日常生活用品の不足問題をある程度緩和させる役割を果たしていた。しかし、私企業の製品の品質の悪さ、製品の価格管

理上の不備と個人経営者の目の前の利益を重んじる傾向などによって、私企業・個人経営者と消費者側の間では十分な信頼を得られない状態が続いていた。「その時期（1982年）の広州市の人々が「自由市場」に肉・野菜などを買いに行く時、いつもバネ秤をもっていったが、国営あるいは集団経営の商店でものを買う場合、普通は客が用意した秤で重さを確認しなかった。というのは国営あるいは集団経営の商店は買い手を騙さない、あるいは騙さないだろうと思われたからである」（鐘2002：35）。しかし、私企業の製品、あるいは個人経営者が扱う商品は、その質が保証されないものの、その製品種類の豊富さと価格の安さに加え、たとえ悪質製品であってもそれほど被害が与えられないことによって、市場を拡大し続け、私企業や個人経営者の数も増える一方であった。中国の个体戸（個人経営者または個人商工戸）数は、1980年の47.3万から私有経済の公認が得られた1988年の1,452万まで増加した（川井 1998：11）。1988年の中国における私企業数は既に11万5千社、従業員総数は184万人までに上った（小島 1989：173）。

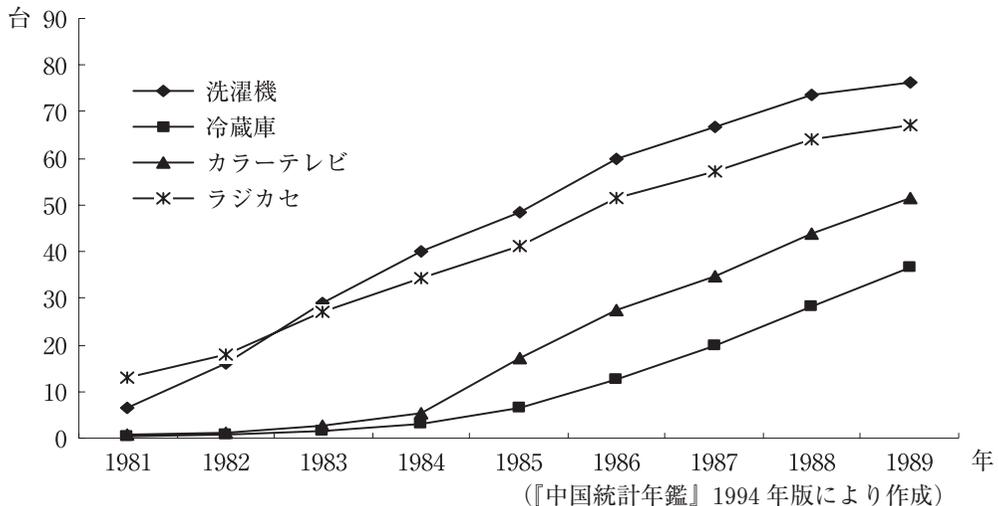
とはいえ、消費財不足の中で急速に拡大する中国の私有経済は、まだ計画経済が主導地位にあり、

消費財不足状態が続く当時の中国では、真の意味で市場経済の法則に従わず、ひたすら成金を生み出しやすいものであった。製品の質を軽視し、量的生産を重視する当時の中国の私企業と個人経営者の間に拝金主義が盛行し、より良い製品とより良いサービスを消費者に提供するという市場経済の洗練で磨き上げられた消費文化の精髓は、中国消費文化の萌芽期から既に「栄養不足」の環境に妨げられ、望ましい姿にはならなかった。

一方、テレビや冷蔵庫といった当時の人気耐久消費財が急速な普及（図1）を見せる中で、生産不足は解決されず、消費者の需要に追いつかぬ状況が続いていた。

当時の消費財不足には、第一に、テレビのような人気耐久消費財の急速に拡大し続ける消費者の需要に増産が追いつかない「絶対的不足」と、第二に、日常生活用品における消費財の質量両面のニーズ変化に適応しない計画経済のデメリットによる「相対的不足」がある。例えば、1986年のカラーテレビの需要は700万台であったが、生産は400万台でしかなかった。白黒テレビの需要は900万台しかなかったのに、生産は1200万台であった（ibid 1987）。

図1 1981～1989年中国都市部における主要な耐久消費財の普及状況の推移



## 4.2 家電製品における品質問題とアフターサービスの悪さ

「商品搭配」現象は経済発展による消費財不足がある程度改善される1980年代後半になると、なくなりはしなかったものの、段々少なくなっていった。その代わりに、家電製品の質の問題とアフターサービスの悪さが大きな社会問題となり、被害の訴えが『人民日報』で頻繁に見られるようになった。

消費者の関心が家電製品に偏ることと計画生産の重点が家電製品のような耐久消費財に置かれていたことが相まって、図1から見られるように、家電製品は1980年代中国社会の消費の中心であった。そのため、家電製品以外の商品の品質が良くなくても、商品の品質やアフターサービスに関する消費者の訴えは家電製品に集中していた。

「商品搭配」が深刻に生じていた1980年代初期において、消費者の権益を保護する専門的組織や機構はまったく存在しなかったが、1984年12月に成立した中国消費者協会は、中国の初めての消費者権益保護の正式な専門機構となった。その後の1980年代中頃、中国消費者協会も含めて、中国商業部、中国標準局などの部門によって消費者保護のための「三包」<sup>12)</sup>政策が公布され、消費者が家電製品の品質やアフターサービスに関する不満を盛んに訴えていることが問題とされ、公式的に取り上げられるようになった。『人民日報』で商品の質問題による消費者の被害を訴える記事が見られたのは、1985年頃であった。

【一部の商品の質が悪くて消費者は苦情を訴える】：

最近、一部の商品の質が悪いため、消費者が苦情を訴える多くの手紙が本紙に届いている。

湖北省大冶県城郷建設局の一人の幹部からの手紙によると、去年8月に、彼は一台の天津産の白黒テレビを買ったが、質が悪いため、テレビ番組をよく見ることもできなかった。買ってから10ヶ月も経っていないのに、既に10数回の修理を行なった。修理しても、いつもまたすぐ壊れてしまうため、修

理部門もうんざりするようになったそうだ。(中略)

多くの読者の報告によると、一部の耐久消費財の生産者は、金儲けだけに集中し、粗製濫造の商品ばかりを作りだしている。人々が生産者に商品の質問題を訴えると、彼らは責任を回避したり、無視したりする。一部の生産者は「消費者自身の運が悪いためだ」と言い出す。

(『人民日報』1985年5月14日第二版)

このような消費者の苦情を訴える記事は、1985年頃の『人民日報』においてはまだ数少なかったが、1980年代中頃の消費者問題の提起後の1987年に入ると急増し始めた。『人民日報』の記事「なぜ家電製品の「三包」を履行しないか」の中にある「品質の保証書を消費者に渡さない、あるいは修理コーナーを設けない」、「保証期間を勝手に書き換え、国が定めた一年間の保証期間を半年にする」、「保証期間内で修理できない商品に対する返品に応じてくれない」(R.1987.5.5)などのような消費者による苦情が相次いでいた。

耐久消費財の急速な普及(図1)と年々大幅な増産(表1)にもかかわらず、相変わらず生産が需要に追いつかぬ状況が続いていた。それゆえ、消費者の苦情を無視する製品のアフターサービスの悪さも大きな問題となり、それに関する訴えも頻繁に見られるようになった(R.1987.5.9、R.1989.8.18など)。

消費者権利意識の目覚めに伴う消費者問題の深刻化によって、耐久消費財の生産・経営を担う国有大企業に対する従来の信頼感は損なわれると考えられる。しかし、消費財供給の不足、つまり生産者が優位に立つ売り手市場の中において、消費者がまだ弱い立場に置かれていたため、当時の私企業や個人経営者よりは、国有企業のほうがまだ相対的に消費者から高い信頼を得ていたといえよう。私有経済の最も発達した当時の浙江省温州の製品は質の悪い商品の代名詞であったのは周知のことである。また、私営サービス業において、強引な客引きや接客態度の悪さなどの消費者問題も

表1 1980～1989年における主な耐久消費財の年間生産量の推移

消費財別	1980年	1981年	1982年	1983年	1984年	1985年	1986年	1987年	1988年	1989年
洗濯機(万台)	24.5	128.1	253.3	365.9	578.1	887.2	893.4	990.2	1046.8	825.4
冷蔵庫(万台)	4.9	5.6	10.0	18.9	54.7	114.8	225.0	401.3	757.6	670.8
テレビ(万台)	249.2	539.4	592.0	684.0	1003.8	1667.7	1459.4	1934.4	2505.1	2776.5
ラジカセ(万台)	74.3	154.6	347.1	497.7	776.4	1393.1	1756.8	1978.0	2540.4	2418.1

(『中国統計年鑑』1990年版により作成)

深刻であった(R.1988.7.6)。消費者が商品を買ってくれるか、くれないかによって接客態度が逆転する洋服屋の個人経営者もいれば、お客を得るために強引に消費者を引っ張り合う飲食店の経営者もいた。

こうして、中国の消費者と生産者の間の不信任感が、1980年代の中国消費文化の復活とともに生まれたといえよう。鐘家新氏は、中国人同士の間の信頼問題が生じる原因を、「中国人同士の信頼が家族主義と宗族主義にとどまり、不特定の他者については信頼しないという国民性の傾向」に帰し、このような中国人の国民性の形成された歴史的要因には、「①資本主義市場経済の発展の不十分であったこと、②長期安定の政府がなかったこと、③社会主義革命、と三つがある」と指摘した(鐘 2002:84)。筆者は、鐘氏が指摘した中国人の国民性も中国の生産者と消費者の間の不信任感にある程度反映されているという見方に賛同するが、それ以上に、消費財不足は中国の生産者と消費者の間の信頼問題を生み出す大きな原因であると強調したい。特に改革開放直後に沸きあがった消費欲と深刻な消費財不足の矛盾によって生産者の圧倒的な優位がもたらされ、人々は自ら消費財を確実に獲得するために、不特定の他者をいつも物の奪い合う相手とし、互いに不信任感を深めていくと考えられる。

## 5 終わりに

総じていえば、1980年代の中国では、まだ計

画経済が圧倒的に主導的地位にあり、社会主義イデオロギーも人々の精神面と消費生活面に対して強く機能しており、社会全体の経済水準もまだ低い段階にあるため、消費文化が復活したものの、消費文化の萌芽期であるに過ぎなかったといつてよい。しかし、『人民日報』と『朝日新聞』を通じた1980年代中国消費文化に対する本論の考察から、少なくとも以下のいくつかのことが分かったといえるだろう。

第一に、1980年代を通じて、従来の革命的禁欲主義と極端な平均主義が覆され、「富」と消費への追求の正当性がほぼ公認されるようになった。より良い物質生活への追求は、当時起きた家電ブームが示しているように、従来の共産主義理念に取って代わり、人々の新たな「信仰」となりつつあった。

第二に、娯楽性を帯びた外国消費文化の進入によって、従来の「政治に奉仕する文化」理念が薄くなったと同時に、外国の製品から音楽・映画まで人々の外国崇拜意識が高まっていった。欧米消費文化の影響で、「人還在地上、心却跑到月亮上了」<sup>13)</sup>(黄 2004)という経済水準と人々の意識の間におけるミスマッチが生じ始めた。

第三に、上述の経済水準と人々の意識の間に生じるミスマッチによって、家電製品を中心とする耐久消費財の生産が過度に重視され、日常生活用品の生産とのアンバランスを生み出した。

第四に、消費財不足は、1980年代の深刻な消費者問題をもたらし、極めて脆弱な消費者の姿を作り出した。消費財不足問題は、膨大な人口を抱

え、弱い経済的基盤にある中国の消費社会化における最も大きな課題として、この時点から姿を現した。

本論は、主に新聞記事を参考資料にして1980年代の中国消費文化に対する考察を行なった。限界はあるとしても、新聞による分析から、かなりの程度までは政府の政策や人々の意識や消費生活の様相などを読み取ることができるだろう。

今日の中国消費文化には、経済水準の急上昇とグローバル化の進展の影響で、欧米先進資本主義国で見られるようなポストモダンの側面も出現し始めた。「今日の中国は、伝統、モダン、ポストモダンの文化要素が混在し、衝突しあう時代にあるだけでなく、西側の文化と民族文化の融合の時代にもある」(管 2005)。中国は、多くの欧米資本主義先進国が経験した「伝統→モダン→ポストモダン」という一直線で段階的發展とは違って、複雑性と特殊性に満ちた社会であるため、西側の消費文化理論の中国における適用可能性を再検討する必要がある。むしろ、それに先立って、中国消費文化の發展史を考察・整理し、中国消費文化の複雑性と特殊性を究明することは現段階の急務であるのではないか。本文はまさにこのような思いを念頭に置きながら、1980年代の中国消費文化をスケッチしてみた。

今日の中国消費文化は、隆盛に向かっているが、その反面、顕示的消費の盛況(呉 2005a)、偽物・悪質商品の横行、消費における格差の拡大、消費と資源・環境問題の関連(ibid 2005b)や消費者と生産者の間の不信感、消費者権利侵害問題など多くの課題も抱えている。その中には西側の消費文化理論が解釈できないものが少なくないだろう。それに対して、1980年代の中国消費文化への史的考察は、今日の中国消費文化が直面する課題の解決にヒントを与えてくれるかもしれない。筆者は、それを今後の中国消費文化研究の課題として取り組んで行きたいと思う。

## 注

- 1) 研究方法として、本論は『人民日報』と『朝日新聞』における中国の消費に関する記事を中心的な資料として、1980年代の中国消費文化の実態を考察する。ここで私が『人民日報』と『朝日新聞』を選んだ理由を説明しておきたい。①消費の正当性が十分に公認されず、消費文化という語さえ存在しない1980年代の中国の人々の消費意識、あるいは消費文化の様相に関する資料は極稀少であるが、その中では『人民日報』が最もよくそれを伝えている。『人民日報』は中国共産党の官報ではあるが、最も影響力と一貫性をもった全国紙である。官報のため、人々の意識は直接に反映されない傾向があるものの、人々の意識の変動に対する政府の立場、規制策などから間接的に読み取ることができる。②日本の新聞における当時の中国の人々の意識変化や消費に関する記事を傍証資料として使うために、最も親中的であるといわれてきた『朝日新聞』を選んだ。
- 2) 1958年成立し、政社合一と呼ばれ、生産組織と政治組織とを一本化したもので、農業・工業・商業・文化・教育・軍事など全ての機能を行使。
- 3) 「R.1987.12.19」は、1987年12月19日付の『人民日報』を指す。同じく、「A.\*.\*.\*」は、\*年\*月\*日付の『朝日新聞』を指す。
- 4) 雷鋒とは、毛沢東思想で武装し、自己犠牲に徹して1962年、26歳でその短い生涯を終えた一人の兵士である。1963年、毛沢東による「雷鋒同志に学べ」の呼びかけによって、全国民の学習対象になった理想的な共産主義者である。これを切っ掛けに、「雷鋒同志に学べ」というイベントはいまでも毎年3月5日に行なわれている。『雷鋒日記』とは彼が書いた日記ということ。
- 5) 官職を利用して物資の横流しなどを行い不当な利益を得る行為。
- 6) 広東省広州市の新聞紙。
- 7) 人を傷つけ己を利する。
- 8) 四つの原則とは、①社会主義の道を堅持する、②プロレタリア独裁を堅持する、③共産党の指導を

堅持する、④マルクス・レーニン主義を堅持することを指す。

- 9) 上海市新聞紙。
- 10) 1958～1961年、毛沢東が提唱した高度経済成長政策によって展開される現実から遊離した経済建設運動である。「15年でイギリスに追いつく」を合言葉に鋼鉄大增産、人民公社化などが図られたが、経済均衡の失調、農村の荒棄、多数の餓死者を生み出した。「大躍進」運動は中国共産党党内の分裂をもたらし、文化大革命に至る党内対立の出発点となったといえよう。
- 11) 農民への必需品の供給や農産物・製品の購入販売を行う協同組合。
- 12) 商品の質問題による修理（包修）、交換（包換）、返品（包退）を保証する。
- 13) 直訳では、身がまだ地上にいるものの、心は既に月に着いたという意味であるが、「地上」は中国の低い経済水準を指し、「月」は欧米先進国における消費主義的消費文化を指す。つまり、中国がまだ低い経済レベルにあるにもかかわらず、身をもって欧米先進国の消費文化を体験したい人々の意識傾向を示す比喩な表現である。

#### 参考文献

- Baudrillard, J., 1970, *La Société de Consommation—Ses Mythes, Ses Structures*, Éditions Galilimard. = 今村仁司・塚原史訳, 1995, 『消費社会の神話と構造』紀伊国屋書店〈普及版〉
- Davis, D. 編, 2006, 『中国都市消費革命』社会科学文献出版社
- Featherstone, M., 1991, *Consumer Culture and Postmodernism*, Sage Publications. = 劉精明訳, 2000, 『消費文化与後現代主義』訳林出版社
- 管寧, 2004, (論文)「突破伝統學術疆域的理論探検—近年消費文化研究述評」福建論壇雜誌社 2004年第12期
- 黃平, 2004, (論文)「生活方式与消費文化」中国社会学网：<http://www.sociology.cass.cn>
- 黃昇民・陳素白・呂明杰, 2006, 『多種形態的中国城市家庭消費』中国輕工業出版社
- 川井伸一, 1998, 『中国私営企業と経営：概説と資料』愛知大学経営総合科学研究所
- 李程驊, 2004, 『商業新業態：城市消費大变革』東南大学出版社
- 「零点調査」社, 2006, 『中国消費文化調査報告』光明日報出版社
- Lury, C., 1996, *Consumer Culture*, Policy Press Ltd. = 2003, 張萍訳, 『消費文化』南京大学出版社
- 間々田孝夫, 2000, 『消費社会論』有斐閣
- 孟繁華, 2003, 『衆神狂飲—世紀之交的中国文化現象』中央編訳出版社
- 小島朋之, 1989, 『摸索する中国：改革と開放の軌跡』岩波書店
- 呉金海, 2005, (論文)「後発消費社会としての中国：エネルギー不足問題から見た「制約」—」立教大学社会学研究科年報第12期
- , 2005, (論文)「消費主義と上海の大学生：消費についての日中大学生の比較調査を通じて」日本経済社会学会第X XⅧ期
- 姚建平, 2006, 『消費認同』社会科学文献出版社
- 鐘家新, 1999, 『中国民衆の欲望のゆくえ：消費の動態と家族の変動』新曜社
- 朝日新聞社, 『朝日新聞』1979～1989年分
- 人民日報社, 『人民日報』1979～1989年分
- 中国国家统计局, 『中国統計年鑑』1990・1994年版
- 中国研究所, 『中国年鑑』1987年版
- 中国青年雜誌社, 『中国青年』1980年第五期