

[論文]

中国図書市場の独占と競争

孙 亚 锋
鷺 尾 紀 吉

〈目次〉

- はじめに
- I. 中国図書の消費と供給の特性
 - 1. 図書消費需要の特性
 - 2. 図書供給の特性
- II. 中国図書市場の変化と矛盾
 - 1. 図書についての理念と図書市場
 - 2. 規制機構の変化
 - 3. 中国図書市場の急速な発展における問題点
- III. 中国図書市場構造の分析
 - 1. 参入障壁と市場集中度
 - 2. 行政企画と二重参入障壁
- おわりに

はじめに

社会的経済活動の中で、出版業は特殊な生産活動に属する。それは人間の思想、知識、経験、習慣、儀式などを特定の符号により著作として、大衆の閲読に供するものである。出版は、その本質は精神的活動であるので、一定のキャリアの助けを借りなければならず、その過程を経て、各種情報と内容を合体させたキャリアは出版物になる。

国連教育科学文化機関によると、出版物は定期出版物と不定期出版物で構成される。定期出版物は主に新聞、雑誌で、不定期出版物は主に図書である。図書は不定期に、知識・思想・技能を記録し、蓄積し、伝播する目的で、文字、画面及び符号を利用して素材に記載、印刷、出版されるものである。

本論文は、主に図書内容の製作を対象にして、図書市場で図書内容の製作者、即ち出版社の構成、行動及び市場供給と資源配置に対する影響に着目する。

I. 中国図書の消費と供給の特性

1. 図書消費需要の特性

商品としての図書については、需要と供給の面での特性の研究が図書市場を深く理解するうえで重要な段取りとなる。図書は精神的生産品であり、実質生産品と有形生産品の2つで構成される。日常生活における一般商品として、購買時にその商品の実体を消費するからである。図書を購入する時には、その何十枚と重なる紙自体は必要としない。その紙は単なるキャリアで、購入したいものはその有形生産品に盛り込まれる知識、文化、思想などの内容である。従って、図書消費需要にはいくつかの特性がある¹⁾。

(1) 図書需要の段階性

有名なマズローの欲求階層説は人間の欲求がそれぞれの優位度にしたがって、最低欲求から、最高欲求へと順に階層を形成して、人間の欲求満足化が低次欲求から高次欲求へと逐次、段階的に移行すると主張する。この理論によれば、図書消費は衣食住を超えて、もっと高次の

人間欲求といえる。この意味で、生活水準が高く物質生活が豊富になるにつれて、総体的に言えば図書の需要が増加する。加えて、図書消費自身にも強い段階性がある。大学生にとっては、小学校の教科書は完全に価値がなく、またプロにとっては、科学普及的な図書もあまり価値がないといえる。

(2) 図書消費の外部性

図書は精神的商品であるから、消費者が図書を消費したあと、それを外部に広める可能性がある。例えば、読者が読み終わった内容を回りの人間に伝播するなどの行為である。それだけではなく、図書を読み終わった読者自身の行為に影響のある可能性がある。例えば良い本を通じて、読者の道徳的文化水準を高めて、社会全体の福祉を高めようとするなどである。この意味で、図書の内容が最も重要である。

(3) 図書購買の非重複性

食品のように消費と同時に実体が消えるものと違って、図書は何度も繰り返して消費が可能である。従って、図書の購買は一般的に一度だけで、読書は自分が買った図書にどのような評価をしても、重複購買はほとんどなされない。

(4) 図書消費の非対称性

消費者は図書の読者として、出版社のように前もって図書内容を完全に知ることはできない。読者としてはどの本も一度しか買わないので、その本の品質は読み終わらなければ分からないわけである。故に、消費者にとって本の選択は難しいといえる。

2. 図書供給の特性

(1) 図書市場の不可予測性

教科書などの一部の図書を除いて、図書市場の予測は大変難しいものである。図書の消費者がその図書に対して購入以前に完全に知ることができないのと同じように、図書の出版者もその図書の売れ行きを完全には予測できないのである。売れ行きの良い図書を一冊出版すれば、出版社の年間収益にも決定的な影響を及ぼすが、図書市場の予想は容易ではない。特に社会の発展につれて、流動性が大きくなり、思想も多様化し、文化が多面的にな

1) 近年、この知識、文化と思想などの内容のキャリアが技術の進歩につれて、インターネットを含めて、大変豊富になった。これも図書需要を減少させるものであり、「図書離れ」現象を出現する原因の1つである。

ると、消費者の需要を捕らえることは大変難しくなる。現実には、一生懸命企画された本の大部分が最終的に倉庫に落ち着くということが少なくない。この原因こそが20世紀70年代に、日本の研究者故大宅壮一が「出版漁業論」を表出した所以である。それには「出版というものは漁業である、つまり、天災地変でもない限り一定の収穫と利潤が予想される事業である農業に反して収穫が予想されないで非常に投機的な性格を持つところの漁業である。」とある²⁾。日本でかつて大勢の人を驚かせた『五体不満足』という本の販売量は400万冊に達したが、初版はただの4000冊であった。需要予測の差が随分大きいといえる。このような商業的予測の巨大格差は、他の市場では比較的少ないであろう。

(2) 図書市場拡大の限界

所得が低いときに比べて、現在の図書消費は随分増加しているが、図書の市場空間には限界がある。「読書は識字能力と読解力を前提とし、緊張感・持続力・忍耐力が要求されるので、読書人口にはどうしても限界がある。」³⁾。それに図書消費の非重複性で、図書市場の大きさは読者の需要総量を基数として、一人が一冊を購入すると、市場の大きさは一冊分減少する。ガソリンの価格下がると、同じ自動車について売れる量が増加することと全く違う。また、図書消費の段階性もある時期に図書市場の上限を決定する⁴⁾。図書市場は、潜在的にある本を読みたい人、または読める人にとどまる。

(3) 図書出版における発行量収益逡増

一般的に、図書コストは原稿料、編集・校正・製版費、管理費、印刷費、発行費で構成される。原稿料には2種類がある。1つは固定原稿料で、今1つは印税である。原稿料が印税形式のとき、編集・校正・製版費と管理費の大部分は固定費用なので、発行量が多ければコストは低くなる。固定原稿料のときは、原稿料も固定コストになるので、発行量が増えれば増えるほど出版社の収益があがる。

(4) 図書供給の質と量の矛盾

図書供給者としては、市場の他のすべての生産品の経営者と同じく、より多くの消費者に迎えられれば、一層

利潤を上げることができると考える。しかし、発行量だけを重視すれば、図書本来の質を失う恐れがある。つまり人類文明を伝承し、物事の内在的ロジックと規律を分析し、人間に科学的思考に基づいて思想をより深くさせるという目的を満足させることはできない。このような図書の文化的価値と売上げが反比例することがよくみられる。

このような図書の特性が、図書市場の発展にさまざまな影響をもたらす。精神的生産品の特性、外部性の存在、質と量の矛盾などに対して、各国とも図書市場に一定の特殊な政策を打ち出している。その中で中国は最も特徴がある国と思われる。

II 中国図書市場の変化と矛盾

1. 図書についての理念と図書市場

図書に対して、2つの違った理念で、中国の図書市場は2つの時期に区分できる。図書の精神的生産品としての時期は、1949年－1978年である。この段階では、図書に対して厳しい規制が敷かれ、その原因は図書に関する理念であった。この時期、図書は商品ではなく、精神的生産品であった。新中国が成立した後の計画性と集権性は、図書の領域において色濃く反映された。図書出版業は思想文化と政治領域の道具産業として、社会的効果とイデオロギーを最も重視した。

1949年中華人民共和国が成立したとき、没収した旧国民党政府官僚出資の少数の出版機構を除いて、出版業は主に民営であった。1950年の211社中、私営が184社で、87%を占めた。1951年から、民営出版社に対する連合経営、合併と公私合営などの形式で整理整頓された。1956年までに、全国範囲での出版業の社会主義改造が終了し、ごくわずかの宗教出版社以外には、私営書業は独立の形態としてはすでに存在しなくなった。1957年には、出版業は単一の公有制形態となった。この時期出版された図書の品種は単一だが、出版部数特に政治読み物の部数は相当に高かった。その後の出版業の発展はそんなに早くないが⁵⁾、1976年までの10年間の文化大革命で出版業は大

2) 大宅壮一が「出版ニュース」(1976年4月下旬号)でこの論説を提出して、この問題の討論を引き起こした。植田康夫『変貌する読書空間』学陽書房、1982年、p.146。

3) 西谷能雄『思いは高く 出版五十年の反省をこめて』未来社、1991年、p.40。

4) 何明星「図書消費行為の特性研究」『中国出版』、2005年第4期。

きな損失を被った。この時期は出版の規模は小さく、量も少なかった。北京、上海など少数の大都市を除いては、各省には一つの出版社しかなかった。出版経営方式は典型的な計画経済モデルで、国家から投資が行われ、国家が出版計画を設定した。全国の出版業は政府が完全に独占して、出版社の間には競争は全く生じなかった。出版社の重要な目的は政治のためだったので、政府の財政の支援に頼って運営され、利潤と経営のことを考える必要がなかった。1978年になると、10億人に近い中国に、出版社はわずか104社しかなかった。

図書が商品になる段階は1979年からのことである。これは、政府の図書市場に対する規制が緩和し始めた時期である。1979年は中国改革の元年といわれる。国家発展戦略が政治優先的政治路線と階級闘争から、経済を中心とする方向へと転換する。1983年の中国共産党と国務院が「出版を強化することに関する決定」を発表して、その中に「社会主義出版は、まず精神世界に対する影響と実践に対する指導効果に注意しなければならない。それと同時に、出版物を販売の経済効果を注意する商品として見る必要がある。」と述べてあった。

このような政府指導の思想の変化に基づいて、出版社の地位は単純な「生産型」部門から、「生産経営型」部門へと変化しはじめた。この時から、各出版社は自身の判断で、市場の需要と自身の編集能力に応じて、図書を出

版することが認められた。理論界では図書の本質についてのさまざまな論争を経て、次第にその見解は統一されていった。改革当初は、精神的生産品として、政治のための図書に商品性があるのかどうかについての議論が大きかったが、1980年代の半ば、この論争は「図書は特殊商品」という共通認識で終わりを告げた。1990年代の半ばには、出版社はより大規模な市場へと進出して、図書市場での競争が出現し始めた。経済効果と社会効果の間でどのように協調していくかという問題が重要になった。これを背景に、図書の属性についての新たな討論が巻き起こった。論点は、「図書は商品であるが、同時に特殊かどうか」であった。討論の結果、1990年代の末、図書の一般商品性が共通認識となった。これによって、出版部門は思想文化部門であるとともに国民経済の産業部門の1つになったわけである⁹⁾。

2. 規制機構の変化

中国においては、1つの事業はこれに対応する一つの政府機構によって管理されるのが基本である。従って、政府機構の設置と変遷は、これに管理される事業に直接かつ重大な影響をもたらす。新中国が成立してから、出版界においては、表1に示すように管理・規制機構が何度も変化した。

表1 中国図書出版規制機構の変化

1949年	中央人民政府出版総署を設立、国務院に直属
1954年	中央人民政府出版総署を取り消し、その職能は文化部に属する国家出版局にて行使する
1973年	国務院に直属する国家出版局を設立
1982年	当時の文化部、対外連絡部、国家出版局などを合併して新しい文化部を設立、その下に出版事業管理局を設立
1986年	国家出版局は文化部から独立、国務院に直属
1987年	中華人民共和国新聞出版署を設立、国務院に直属
2001年	中華人民共和国新聞出版署は中華人民共和国新聞出版総署と改める

(資料出所) 中国新華ホームページ

<http://news.xinhuanet.com/zhengfu/2003-02/26/content-746710.htm>

および宋木文『中国の出版改革』桐原書店、1998年、pp.92-100によって作成

- 5) この段階の中国の出版業の状況は、以下の2つの文献に詳しく紹介内容がある。方卿 徐麗法芳『中国大陸非国有書業発展過程研究』中国書刊発行協会非国有書業委員会ホームページ(2005年12月24日)、<http://www.cbook.org/2005122445729.shtml>; 劉国鈞『図書の歴史と中国』(松見弘道訳)理想社、1963年。この文献によると、1949年から1953年まで、マルクス、エンゲルス、レーニン、スターリンの著作1540万冊を出版した。毛沢東の著作は2550万冊を出版した。劉少奇の『論党』も247万冊を出版した。同書第8章、p.233。
- 6) 李春成 方卿『我国図書營銷研究総述』『出版科学』、2002年増刊(『出版科学年評(第1巻)』)

改革後の1982年、政府機構改革の中で、対外文化連絡委員会、国家出版局、国家文物局、外文出版局が合併して、文化部が成立した。1986年、出版管理の強化のために、文化部から独立する国家出版局を設立した。その翌年、新聞の管理面にも混乱があったため、図書出版の管理をさらに強化するために、中華人民共和国新聞出版署を設立した。目的は新聞、図書の統一管理・監督と新聞社、出版社にサービスと支持を提供することであった。2001年、中華人民共和国新聞出版署は中華人民共和国新聞出版総署と改められた。政府機構改革、簡素化の過程の中、出版の規制機構の行政レベルは部級に昇格していた。

この機構の度重なる改革をみていると、中国政府の出版業に対する規制が安定性を欠くのではないかと感じると同時に、一貫して図書出版の管理を重視していることが特徴である。図書の商品性の認可については、国家は出版社に対して政策面では指導し、経済面では自主管理をするよう励ます。各省、國務院の各部と委員会、各民主党派に自分の専門領域での出版社を創立することを認める。出版社の経営方式も段々と企業化してきている。

1979年からの経済発展と出版社の自主権利が拡大するにつれて、図書市場における「出版も難しい、購買も難しい」状況は一変し、1985年までに超高速の発展をみるに至った。実はこの段階の市場が出版社にとっては黄金の時期であり、出版量は販売量に直結し、市場の規模は生産能力次第で決まるという時期であった。しかし、これは図書市場が長期にわたる計画経済下での文化的抑圧に対する反抗に過ぎない。1986年から、このような異常な状況の発展が停止して、先進国のような在庫の増加、返品率の増加、そして図書市場構造上の問題も噴出してきた。1990年代に入ると、事態は一段と厳しくなった。

3. 中国図書市場の急速な発展における問題点

(1) 図書新刊点数と印刷部数の乖離⁷⁾

中国図書出版業の発展は急速であった。新刊点数でみ

ると、1974年1.54万点、1985年4.56万点、1995年10.11万点、2004年には20万点を越えて、名実ともに出版大国といえるようになった。しかし、表2にみるように、新刊点数が年毎に増加すると同時に、平均印刷部数は年を追って減少している。平均印刷部数は、出版した本の予想読者数を反映している。もしも新刊点数と平均印刷部数が正比例して増加すれば、理想的な市場状況といえる。しかし、実際には表2に示すように反比例している。それには3つの原因が考えられる。その1つは、出版社が消費者の図書多様化の需要に応じて、図書市場を細分化するようになっている場合である。当然平均印刷部数は減少する。今1つは、図書の質が高くなって、消費者の需要を満足できない状況である。さらに3つ目は、図書の生産量が需要に比べて多すぎる場合である。

(2) 図書平均販売部数の減少と在庫量の増加

もしも平均印刷部数が新刊図書の予想読者数に反映するならば、新刊図書の販売量は図書市場の実際読者数に反映されるはずである。1978年の新刊点数は1.45万点、総販売部（枚）数は37.7億、平均販売部（枚）数は25万である。2003年新刊点数が19.03万、総販売部（枚）数は67.96億、平均販売部（枚）数は4万で、1978年の16%しかないのである。図書販売部数増加率もGDP増加率によ

表2 1996年—2004年 中国図書新刊点数と印刷部数

年	新刊点数	印刷部数 (億部〔枚〕 ⁸⁾)	平均印刷部数 (部〔枚〕)
1996	112813	71.58	63448
1997	120106	73.05	60823
1998	130613	72.39	55420
1999	141831	73.16	51585
2000	143376	62.74	43759
2001	154526	63.1	40834
2002	170962	68.7	40184
2003	190391	66.7	35033
2004	208294	64.13	30788

(資料出所)『中国出版年鑑』⁹⁾

7) 図書新刊点数は、書籍の個々の書名を1点として新刊の不定期刊行物を対象としている。平均印刷部数は、出版社の1点当たりの印刷部数である。

8) この中には装丁しない単枚の地図、教育用掛図なども含めているので、販売部数は増大するが、比較するときにはあまり影響がない。

9) 本文の『中国出版年鑑』各年のデータは、すべて中国資訊行 (INFOBANK) によっている。
http://www.bjinfobank.com/IrisBin/Search.dll?ReSearch。

りはるかに低い。

図書図書販売部数は、生産した図書の読者数を反映し、図書の質をも一定程度反映できる¹⁰⁾。印刷部数と同様に、平均販売部数の減少は読者の興味の多元化を反映しているが、図書在庫の変化は、図書市場の実態を測る今1つの指標である。

中国の図書在庫は1978年が4.32億元、2004年が449.13億元で、1978年の104倍になる。『中国出版年鑑2005』によると、2004年の図書総販売額が486.02億元で、在庫額の449.13億元の108%で、それほど違わないのである。この年、吉林省、上海、浙江省、西藏自治区の在庫額はすべて総販売額を越えた。全体として、中央出版社2004年総販売額は508843万元、在庫額は1676072万元で、在庫額は総販売額の2.8倍となった。

表3で表すように、2000年以來、在庫増加率が連年販売増加率を大きく上回る。その結果、在庫図書は大量増加し、資源の大きな無駄になっている。図書需要の多元性と不確実性で、図書在庫が他の市場より高くなるのは自然のことであるが、これほどの在庫量の増加状況は決して正常とはいえない。

平均印刷部数と平均販売部数の連年減少の原因についてはさらに深く分析する必要があるが、少なくとも大きく増加する在庫量の原因の1つは、中国図書市場に於ける需要と供給の乖離で説明できるといえる。

(3) 図書市場構造の不均衡

一般的に、図書市場は3つの市場に分けられる。即ち大衆図書市場、教育図書市場と専門図書市場である。大

表3 2000—2004年中国図書在庫状況

(億元、%)

指標	年				
	2000	2001	2002	2003	2004
純販売額	376.86	408.49	434.93	461.64	486.02
在庫額	272.68	297.58	343.48	401.38	449.13
販売増加率	6.00	8.39	6.47	6.14	5.28
在庫増加率	12.85	9.13	15.42	16.86	11.90

(資料出所)『中国出版年鑑』

10) 巢峰『中国出版業の滞脹現象』中華読書報、2005年2月。

11) 程三国「理解現代出版業」『中国読書商報』、2002年10月。

12) 陳佳「中国出版業は滞脹にはいるか」『東方早報』、2005年5月。

13) 図書定価総額は、図書の定価に印刷部数を掛けてその年発行した図書の全部価値。 $M = \sum_{i=1}^n P_i \times Q_i$ 、Mは定価総額、iは図書の点で計算する種類、nは全部の発行点数、Pは毎点の図書の価格、Qは印刷部数。

衆図書は大衆の日常生活、レジャー読書など文化体験に関する図書である。教育図書は勉強、教育、訓練養成に関する図書で、教育図書市場は最も標準化され、計画性のある市場である。専門図書は職業と業種に関する図書で、最も専門化され、奥深く細分化された図書市場である。一般的に言えば、図書出版業の発展は図書教育市場の教科書から出発する。また、往々にして教育出版図書は全体出版業に占める割合が出版業の発展と反比例する。

アメリカ、イギリスなどの先進国では、出版業の構造の大体の比率は大衆出版が60%を占め¹¹⁾、教育出版と専門出版が合わせて35%、政府出版4-5%が占める¹²⁾。

関連の販売データがないため、表4では図書の定価総額で中国3つの図書市場の構造を表す¹³⁾。

現在の中国図書市場では、教科書だけで40-50%を占め、教科書に組み合わせる指導用書を合わせると、図書市場の70%を占めている。これらのデータでみると、中国図書市場の主な問題点は供給と需要の乖離である。現在大きな市場シェアを占める教科書は、また政府独占程度が高い市場でもある。もしもこの状況がある程度変えてみると、図書市場の供給と需要の矛盾を一層目立たせることができると思われる。

表4 1995年と2003年における3つの図書市場の構造

出版物	1995年	2003年
大衆図書	22.2	23.10
教育図書	68.23	65.70
専門図書	9.48	11.20

(資料出所) 劉生全『書展から出版を語る』、2005年12月
<http://www.bnup.com.cn/main/newsdetail.cfm?iCntno=2584>

III 中国図書市場構造の分析

1. 参入障壁と市場集中度

集中度 (Concentration Ratio, CR) は市場構造を測定する際の常用の指標で、市場中の最も規模の大きい幾つかの企業の市場シェアで表わされる。アメリカ、ドイツ、イギリス、カナダなどの先進国では、図書市場は主に巨

大企業にコントロールされている。2000年では、アメリカの上位11位の出版企業が全図書販売額の80.42%を占める¹⁴⁾。イギリスの上位10位のそれも66.2%を占める¹⁵⁾。これらの国々に比べると、中国の市場集中度はまだ低い。表5は2004年の新刊点数、印刷部数と定価総額で計算した上位3社、上位8社と上位12社の市場集中度である。この表でみると、上位12位の出版社の市場シェアは、新刊点数の指標で17%しか達しておらず、印刷部数の指標でも17%を少し超えるほどである。図書定価総額でみれば一番高いが、それでも4分の1を少し超える程度である。もちろん、他国の市場集中度とは完全に比べものにならないのである。故に比較するときに留意すべきことは、①中国全図書市場の販売額は入手できないから、他の3つの指標で計算する。②中国は現在出版集団が16あるが、本当の意味での運営総合体ではない。③再販価格維持、書店への割引比率固定、在庫変動が大きくない時に、ある程度比較できる、ということである。

上位企業による低市場占有率をみると、他国に比べ中国の大型出版社には市場コントロール力が少なく、多くの出版社が図書市場で競争し合っているというような結論が出そうであるが、実はそうではない。一般的に、図書市場への進出は登録制度で、行政官庁へ一定事項の登録が義務付けられている。一定の経済条件を満たし、法律に基づいていれば登録できる。しかし、中国の図書市場進出は審査許可制度による。経済的条件以外に、行政部門の許可を得なければならず、必要な審査を経て、出

表5 2004年中国図書市場の集中度

集中度	新刊点数	印刷部数	定価総額
CR3(上位3社)	0.0774	0.0571	0.1112
CR8(上位8社)	0.1347	0.1259	0.2016
CR(上位12社)	0.1682	0.1732	0.2554

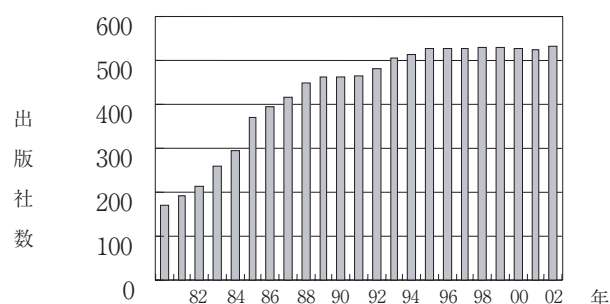
(資料出所)『中国出版年鑑2005』によって作成

版の資格を得る¹⁶⁾。

このように他の業種と違って、進出したい企業すべてが進出できるわけではない。政府の進出制限のため、中国図書市場の出版社数の変化は遅い。図1は、1980年代からの出版社の変化状況である。この図でみると、改革の始めの時期は出版社の発展が速く、1990年代に入ると余り変わらなくなる。2003年570社、2004年568社、2005年573社となっている。実は、中国の図書市場では撤退もあまりない。政治的過誤によるもの以外に、経営が原因で倒産する出版社はほとんどない。即ち、中国図書市場は、膨大な出版社数と大量進出、大量退出のアメリカ、日本、中国台湾等と違って、出版業界は安定している。このような状況はしばらくは変化がないであろう。2005年、中華人民共和国新聞出版総署副署長の話によると、最近では原則的に新しい出版社の進出は許可していないそうである。

管理機構が図書市場への進出資格を制限すると同時に、進出した出版社にもブックコードで図書出版総量に制限を課す。ブックコードはもともと図書出版のときの身分証明符号であるが、中国の図書市場では、国家の規則で新聞出版総署が全国统一配置し、出版社の編集人数で確定される¹⁷⁾。改革の後、このような制限は次第に緩和し

図1 1980年—2002年中国出版社数の変化



(資料出所) 中国業種発展報告：図書出版発行業2002年

14) 呉明華「中外出版産業集中度の比較分析」『出版発行研究』、2002年第9期。

15) 金霞「市場を理解する、戦略優位を獲得」『中国図書商報』、2005年6月。

16) 「出版管理条例」によると、出版市場の進出に当たっては、「出版社に対する審査制度を設け、主役者は所在地の省、自治区、直轄市の人民政府に申請し、許可を得た上、國務院出版行政部門に申告する；出版会社の設立のため管理・経営主役部門が要し、且つこの主役部門が中央にて部級以上・地方にて局級以上の党行政機構、業界協会、研究所、高等学校等々であること。出版会社は国有独資、事業編成とするものとし、企業資本、個人資本、または外資などの社会資本の浸入を厳禁し、非国有出版社、または国有出版社の民営化を禁止する；出版社の合併、及び資産再構築に関して審査する。國務院出版行政部門（即ち新聞出版総署）により、全国出版社の総量、構造、配置に関する企画・指導・協調する」などの条件が必要である。

17) 20世紀90年代半ばから出版社の編集者人数によって全国的にコントロールされていたが、2000年代に入ると地方行政部門に権限委譲されている。

てくるけれども、根本的には変化していないのである。

政府の図書市場制限の目的は簡単いえば、2つある。1つは政治、文化面での目的、今1つは経済面での目的である。いうまでもなく図書は精神的生産品であるから、どの国でもある程度の政策がある。政府の規制から中国図書市場の方向性を把握することが出来るが、他の方法でも可能であることは後で分析するとして、ここでは経済面での分析を行う。政府が市場介入するには、通常2つの目的がある。それは効率をあげることと衡平性を保つことである。中国図書市場の政府介入は市場の安定性においてはその役割を果たしているが、この2つの目的は達成されていないといえる。

(1) 効率の問題

産業組織論の研究では、参入障壁は大変重要な概念である。その定義するところでは企業行為と市場成果の研究に緊密な関係がある。ステークホルダー、ボウモウル、ダムサイズは各自の定義で研究を進めているが、どの定義でも、中国の図書市場には一目瞭然に参入障壁がある。産業に障壁があるときは市場の資源配置に影響を与え、最終的には社会福祉に対する損失をもたらす。参入障壁によって産業内の既存企業は競争圧力が弱くなり、コストを下げるインセンティブが不足する。その結果、独占価格になりやすい。これは、実は既存企業に対する保護である。

中国の図書市場に国家が極めて高い参入障壁を設置する動機は、出版業界内の出版社の総量、構造、構成を総体的に企画できるからである。しかし自然独占性質がない出版業に対しての厳しい参入障壁の存在は、多くの潜在競争者の進出を抑制すると同時に、産業内の出版社間の競争をも抑制することになって、既存企業の低効率を助長する。国家の独占政策の保護で、中国図書出版業は依然として高い利益水準を保っているが、販売利益率は20%ほどである。

このような利益水準は工業より遥かに高いが、参入障壁の存在で高い利益率を長期にわたり保つことができている¹⁸⁾。さらに、新規企業の進出が人為的に制限され、さらに出版社の特殊な管理制度などの原因により、経営効率がいくら悪くても、倒産することはなく、図書出版

業界の競争力低下を促進している。

(2) 図書市場主体間の衡平性の問題

ブックコードの制限は、企業間の不均衡性を形成させる。ここでは、政府が設定する図書総量の効率性については論じないが、ブックコードの制限で、少なくともこのような矛盾をもたらす可能性が大きい。即ち、能力がある出版社はブックコードが足りないのに、出版の権利がなく、もしくは権利が不十分である。他方、出版権利があっても能力がなく、もしくは能力が不十分である出版社もある。これも文化資源の配置を不均衡にさせる。最近、ブックコードの規制が緩和して、良好な出版社にはブックコードを年ごとに10%増加し、優秀な出版社には数量の上限枠を取り除いている。しかし、これですべてが解決されるわけではない。1つは、ある程度能力の高い出版社が社会により多くの優れた図書を提供する上限は突破できるが、その度合いは規制機関がいかに良好、あるいは優秀と判断するか、その正確さ次第である。今1つは、その出版社に能力があっても、権利がないという問題がまた残る。

それと同時に、市場内部に政府の制限に相反する働きがある。事実上の能力と権利との間に矛盾があることから、市場主体が自発的に解決しようとした結果がブックコードを取引するブラックマーケットの形成である。出版業に進出したいくて、将来利益を出す自信はあるけれども出版権利がない経済主体は、予測収益よりもサーチコストと間取引コストを含めるコストの方が小さければ、合理的な方法はブックコードの取引で合法的出版身分を獲得することである。これもブックコードの取引が禁止されない原因の1つである。このブックコードの取引は、政府の当初の目的に相反することである。規則違反者の調査、処分と懲罰にも規制コストをかける。合法出版と非合法出版の間の取引コストで、多くの社会資源が無駄になる。

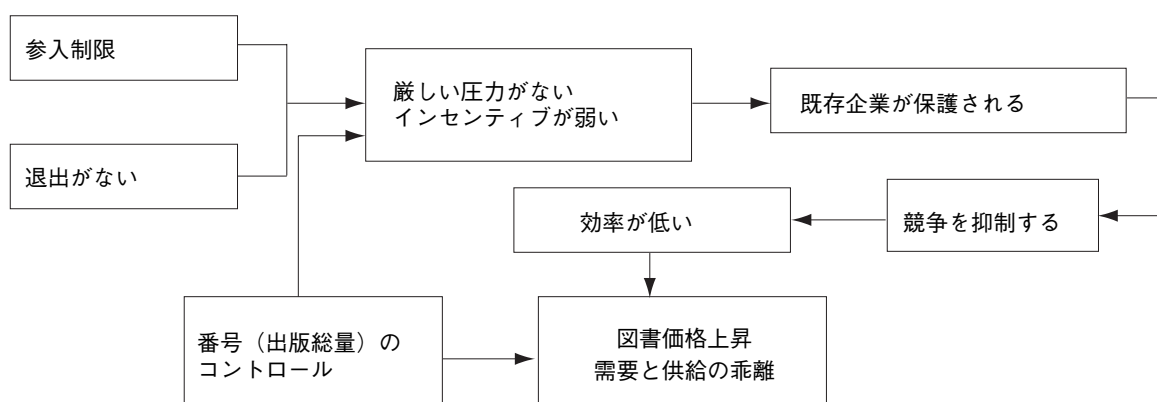
このようなブラック取引の中、直接の損失者は図書の消費者である。取引コストの上昇が必ず価格へと跳ね返ってくるからである。次に間接的損失者はブックコードの購買者である。彼らは出版した図書の収益のうち、前もって出版権利のために一定の支払いをすまさないければ

18) 国家情報センター『2003年出版発行業発展報告 観点提要』<http://report.cei.gov.cn/hy/tscb.htm>。ここには出版業における図書の出版、印刷および発行のすべての段階を含めるが、出版の段階が全出版業の70%を占める。

ならない。一方、利益を受ける者はブックコードを販売する出版社である。ブックコード取引の販売者は、ほとんど生産効率の低い企業である。彼らは効率的経営で生存しているのではなく、単なる権利を有償譲渡すること

によってのみ図書市場で生存している。図2で以上の分析を整理する。このことから明らかなように、保護されて競争力が不十分な図書市場では、かなり需要と供給の乖離が認められるのである。

図2 図書市場制限の分析



(資料出所) 孙亚锋作成

2. 行政企画と二重参入障壁

2004年上位出版社のリストを示したのが、表6である。これによると、新刊発行点数、発行部数および定価総額のどの指標をとっても、上位12社の中で絶対的優位を占めているのは教科書出版を主とする教育出版社である。定価総額でみると、人民教育出版社、江蘇教育出版社、

科学教育出版社、北京出版社、浙江教育出版社はすべて小・中学教科書とそれに組み合わせる指導用書を主として扱う出版社で、高等教育出版社¹⁹⁾、清華大学出版は大学教科書の出版を主とする出版社で、外語教育研究出版社、北京師範大学出版社、上海外語教育出版社は小・中～大学の教科書と教科書に組み合わせる指導用書を出版し

表6 2004年上位12出版社リスト

	新刊発行点数		印刷部数		定価総額	
	出版社	点	出版社	点	出版社	点
1	高等教育出版社	6382	高等教育出版社	13164	高等教育出版社	241603
2	科学出版社	5240	中国地图出版社	11802	外語教育研究出版社	90037
3	人民教育出版社	4497	江蘇教育出版社	11627	人民教育出版社	88668
4	北京出版社	2870	北京師範大学出版社	9498	江蘇教育出版社	86761
5	清華大学出版社	2654	浙江教育出版社	9063	北京師範大学出版社	72576
6	電子工業出版社	2222	科学教育出版社	8839	人民衛生出版社	66273
7	上海教育出版社	2152	人民教育出版社	8828	科学教育出版社	60815
8	化学工業出版社	2048	雲南人民出版社	7907	中国地图出版社	55287
9	北京師範大学出版社	1909	山東教育出版社	7852	清華大学出版社	54723
10	中国建筑工業出版社	1769	外語教育研究出版社	7652	北京出版社	52511
11	中国人民大学出版社	1697	重慶出版社	7452	浙江教育出版社	48267
12	北京大学出版社	1602	科学出版社	7388	上海外語教育出版社	47911

(資料出所) 『中国出版年鑑2005』によって作成

19) 中国の高等教育の意味は日本と違って、大学以上の教育を指す。

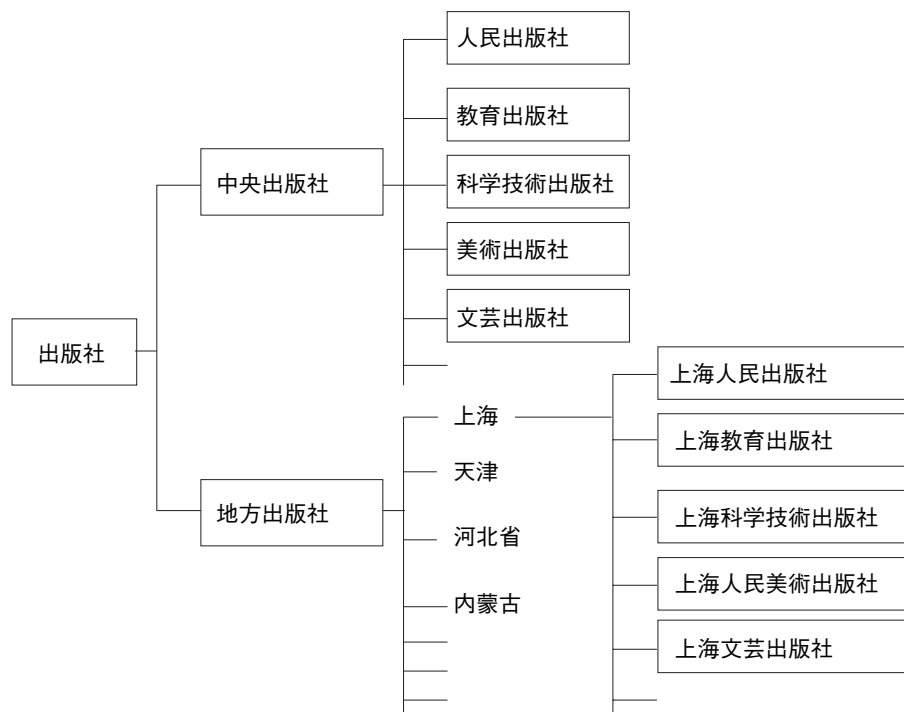
ている。一見教科書と関係がなさそうな中国地図出版社は、全中国教科書に組み合わせる地図帳と白地図の専有出版権をもっている出版社である。

中国図書市場の中で、規模が大きい出版者はある程度で教科書出版と関係がある出版社といえる²⁰⁾。その中の高等教育出版社の定価総額は全体の6%を超えており、他の出版社より遥かに多い。第2位の外語教育研究出版社の2.7倍、第12位の上海外語教育社の5倍となっている。

現在の中国図書市場では、教科書は最も安定性のある部分で利益も高い。新華社の2004年の報道によれば、中国出版業の市場販売では小中学教科書の割合は80%で、教科書と組み合わせた指導用書を加えると、その販売利益は全業種平均の80%に達した²¹⁾。この教科書関係図書の高い利益率が、もしも出版社の競争力と効率からもた

らされているのであれば研究の必要はないが、問題なのは現在の中国の出版体制である。長い間、図書は一貫して精神的生産品とみなされ、図書を提供する出版社も「事業」として存在し、企業としてではなかった²²⁾。「出版社」を設立するという企画とその設置は、政府の管理の便利さから出発したものである。中国の行政の骨組みは横の地方政府と縦の中央から地方への垂直システムで構成されるから、出版社の構成にもその行政特徴が顕著に表れる。すべての出版社は、中央出版社と地方出版社から構成される(図2参照)。2004年、中央出版社は220社で、地方出版社が353社。中央出版社、地方出版社は各級の政府に属するから、政府との関係が非常に密接である。出版社を設立する前に、主管部門はその出版社の出版領域と範囲を確定させる。どの省にも数量、規模、範囲の一致する出版社がある。ほとんどの省に人民出版

図2 中国の出版システム



(資料出所) 孙亚锋作成

20) 吳明華「中外出版産業集中度の比較分析」『出版発行研究』2002年第9期。

21) 祝俊初「教科書独占を打ち破ることはありふれた話にならないよう」

<http://www.southcn.com/opinion/topics/200404300155.htm>

22) 中国の「事業」部門は、日本の特殊法人と類似して経営と利益を目標とするのではなく、社会発展と進歩の保障を目標とする社会公益福祉と奉仕を行う部門である。

社、教育出版社、科学技術出版社、美術出版社、文芸出版社などがある。各出版社は勝手に自分の出版範囲を拡大することが出来ない。

このような同じシステムの出版社の存在が全国に多く存在するので厳しい競争をもたらさず、はじめの指導は、各地域の出版社がその地に根ざす事実上の地域閉鎖から始まっている。このように厳格に分業し、範囲以外での出版は禁止された地域独占主義により幾つかの専門出版社は競争がなく、長期的に独占地位を占め、出版利益をも独占する。例えば、小中学教科書を担当する教育出版社はほとんど現地の教科書市場を握っている。

教科書は、図書として2つの特殊性がある。①需要の規模が大きく、計画性と学期による影響が強いため、安定性、系統性、長期性のある図書である。②購買決定者は最終消費者ではない。このため図書の需要弾力性が低くなる。教科書の需要規模と消費意思決定権を握るのは消費者の代理人—教育行政部門である。これは教育行政主管部門が市場資源と社会資源配置の権利をもって、教科書市場を決定する力の1つになる。教科書自体の特性、教科書の出版独占と事実上の自由定価は暴利の原因でもある。このような市場において教科書市場の進出には高い教育水準の教科書を出版すること以外に、進出する権利も獲得しなければならないのである。教科書市場に進出しようとする者は、この権利の獲得のために二重の障壁を超えなければならないのである。1つは出版市場に参入する障壁で、今1つは教科書専門市場に参入する障壁である。既存企業にとっては、二重の保護と事実上の自由定価のもとで、高い利益を獲得し得る市場であるのももちろんのことである²³⁾。

おわりに

本論文を終わるに当たって、中国図書市場および出版社の改革の方向を以下のように提示することとしたい。

第1に、中国図書市場は、政府の規制によって局部的には独占であるが、全体的には分散している。市場構造の集中度が高いかどうかは、競争の結果によって決まり、

競争の前提ではないはずである。改革の中で、図書は中国計画経済の最後の拠点といわれるが、政府の規制が緩和するにつれて、図書市場の経済主体間の競争によって形成される市場はより効率的な市場となるであろう。

第2に、図書に政治的、精神的、文化的特性があることは、政府が図書市場に介入する際の重要な要因である。しかし、この介入はその特性によりさまざまに分類され、また特定の図書に限定されたりするはずである。①特定の図書には特定の政策が必要である。正の外部性が強い図書は特殊な対象者への影響が大であるが、企業として提供する推進力がない、あるいは提供できないときには、政府の介入が一番いい方式である。従って、特定のごくわずかな出版社は「事業」の形式を保つことを許可すべきである。例えば政治的宣伝の図書の出版、読者は非常に少ないが、軽視できない少数民族読み物の出版、点字読み物の出版などはこの類型に属する。②図書の内容については、現在、主として出版業の参入制限・出版範囲、それに出版内容の事前審査などで規制している。中国の実情は、これらの制限で経済の効率が悪くなることを証明している。そこで多くの国が実施している「事後懲罰制」を参考にすることが必要である。即ち、事前は出版社の自己選択を重視し、もしも問題図書が出版されれば、事後厳しい処罰を課する。これは、もしも法律遵守、出版者の責任を明確にするということを前提にすれば、図書出版前にも図書出版後にも、その内容についての制約を受けていることとなる。③学術性、専門性の高い図書は図書の質と量の矛盾が大きい。民族文化素質を高めるために、国家の技術政策に基づいて、規定項目基金と重要項目で、技術図書の出版を促進させ、このような手段で図書の資と量の矛盾を緩和する。

第3に、中国の教科書、特に小中学教科書は図書出版業の利潤を支えている。小中学教育は強い正の外部性の行動である。小中学教育の基本道具として、教科書の質と価格はほとんどすべての家庭と社会の発展に関係している。2001年からの教科書出版入札試作実施方法で価格減少の成果を挙げなかった原因は、業種からの利益保護とレントシーキングである。全社会に有益である行動が

23) 1988年、新聞出版署の「物価局の『新聞と図書定価方法を改革する意見』を転送する」書類で、教科書とテキスト以外に、新聞と図書の価格は、全面的に利益コントロールしながら出版社自身で決める。2002年から教科書の価格は元本を保証する微量利益の原則のもとで、出版業種の紙型、出版、発行の段階の平均コストのうえに5%の利益を基礎にして確定する。しかし、教科書のコストのコントロールが難しいことから、その価格のコントロールは難しい。

局部の抵抗で実施されなかった。問題の重点は出版体制の改革である。各経済主体の間の公平競争を前提として、それに組み合わせた改革が必要である。例えば、厳格に教科書のコストをコントロールして、利益率を確定する。それに教科書と教科書の重複使用などである。出版社を「教科書の出版権利についての競争」から、「教科書の質を高めて、コストをさげる競争」に転化させる。

第4に、中国出版市場構造のさまざまな問題を解決する根本的な方法は、出版社の企業地位の確立である。中国の出版社は「事業」部門から、「事業部門として、企業式の管理」に転化したが、この行政と市場の二重の役割を同時に果たそうとすると効果が期待できないので、やはり最後の目標は出版社が企業になる以外ないのである。この改革は中国の出版社に対して残酷ともいえる。政府の温室から自然の風雨にさらさせて、出版社の一部は生存を続けることができなくなるかもしれない。しかしそれと同時に、出版能力のある、間接的に出版界に入る国有資本以外の経済主体に、より大きな空間が用意され、消費者にいい図書を提供でき、図書の供給と需要の関係が改善される。市場調節の結果、出版の数量をコントロールできる出版社の数を選択できる。すでに論述したように、さまざまな原因で図書の需要には上限がある。この上限を超えると、社会資源の無駄になる。出版社が企業として経営し、経営に自己責任を負うときに、ある程度図書の過大生産を制限することが出来ると思われる。

最後に、中国図書市場の健全な発展には段階的な改革が必要である。これからの図書発行は、民営と外資の進

出を許可する段階になる。これは、政府の規制を受ける出版段階にも影響がある。また、現在の中国の図書再販価格維持制度も図書販売に影響を及ぼす。この柔軟性の欠ける価格決定方式も図書の在庫を増加する原因の1つである。要するに、特殊商品としての図書に対しては、先進文化の伝播と人類文明を促進する意味から政府の規制が必要であるが、危惧すべきはこれのもたらす経済失効である。最も重要なのは、合理的規制手段、機構および制度で、図書出版の経済主体の自己激励メカニズムを形成することである。

[付記]

本論文は、孙亚锋が進めている研究—中国教育部基地重大项目04JJD790007『中国反垄役法与反不正当竞争法的共同经济原理及其衔接』（邦訳：中国反独占法と反不当性競争法の共同経済原理及び繋がり）（主持人：于立）の成果の一環として執筆したものであり、鷺尾がより適切な内容となるよう補筆したものである。主著者である孙亚锋は、現在中国東北財経大学経済学院副教授で、2005年10月から2006年9月まで滋賀大学経済学部および大学院で助教授として教鞭をとっていた。鷺尾が中国東北財経大学の客員教授を務めていることから、日中経済関係について共同研究を進めている。

[参考文献]

参考文献は、脚注に示した。なお中国語の文献における書籍題名は、日本語に翻訳のうえ表記している。

Monopoly and Competition of Book Market in China

SUN Yafeng

(Dongbei University of Finance & Economics, China)

WASHIO Kiyoshi

(Chuogakuin University)

Abstract

The purpose of this paper is to clarify the monopoly and restriction factors of competition on Chinese book market.

The first chapter explains the characteristic of consumption and supply in Chinese book market. The second chapter describes the change and contradiction of Chinese book market, then point out inconsistent changes of publishing control organizations and disequilibrium of book market structure. The third chapter analyzes the structure of Chinese book market, and discusses the relation between competition control by barriers to entry and inefficiency of book market.

Finally, direction of reform of Chinese book market and publisher will be showed clearly.

Keywords: Chinese book market, Barriers to entry, Market concentration rate, Publishing monopoly, Book market restriction