

# 『中国集市大観』に見る中国の自由市場

石 原 潤

## I はじめに

中国の伝統的集市は、解放後の商業の社会主義化政策の下で冷遇され、とりわけ文化大革命期においては批判・圧迫の対象となったが、1978年に始まる経済改革によって、むしろその存在が積極的に評価されるに至った。筆者は、前稿において、そのような集市が自由市場として活発に機能しているさまを、『全国主要集市名冊』（以下『名冊』と呼ぶ）の分析と、蘇州地域における実態調査をもとに概観した<sup>1)</sup>。

しかるに筆者は、その後『中国集市大観』（中南工業大学出版社、1988年3月刊、以下『大観』と呼ぶ）を閲覧する機会を得た。『大観』は、『名冊』に比べ、収録集市数こそ劣るが、集市の諸属性に関する情報量においてははるかに優れている。したがって、本稿においては、本書を分析することによって、中国の自由市場の実態に少しでも接近することを目指したい。

利用する資料は、『大観』第3部の「大中型集市概況」で、全国の3,633の集市の諸属性についての一覧表である。説明によれば、「大型集市」とは参加者数1万人以上、「中型集市」とは参加者数5千人から1万人の集市を言うが、所属県・市の重点集市・專業集市の場合は、5千人未満の集市をも一部「大中型集市」に含ませてあると言う。

記載内容は、以下の16の属性に及んでいる。即ち、①集市名称（以下「名称」と略称）、②地址（以下では「所在集落」）、③類型、④占地面积（以下では「敷地面積」）、⑤建設面積（以下では「建造物面積」）、⑥室内市場、⑦頂棚市場、⑧售货台（以下では「荷売台」）、⑨集期（以下では「開催頻度」）、⑩上市人数（以下では「参加者数」）、⑪外地客商（以下では「外来商人率」）、⑫現每集通常成交金額（以下では「売上高」）、⑬主要商品、⑭銷往外地的主要品種（以下では「移出商品」）、⑮引進主要品種（以下では「移入商品」）、⑯交通状況である。

これを『名冊』の記載内容に比べると、①名称・②所在集落は同じであるが、③類型の区分法が異なっている。また、市場設備に関する記載が、『名冊』では簡単であったものが、④から⑧まで詳細に記されている。さらに、『名冊』に無かった⑨開催頻度の情報は貴重である。ただし、『名冊』にあった常時・臨時の出店者数の記載はなく、代わって、⑪参加者数と⑫売上高が市場の規模を表している。⑪の外来商人率も、『名冊』には欠けている項目である。また、⑬の主要商品は『名冊』にも記されていたが、⑭移出商品と⑮移入商品は記載のなかったものであ

る。なお、最後の⑩交通状況は、『名冊』の記載とほぼ同じであるが、『名冊』にあった電話の敷設状況についての情報は欠けている。以上、1、2の点では『名冊』の方が詳しい面もあるが、多くの点では『大観』の方が優れた情報を伝えていると言えよう。

したがって本稿では、このような『大観』の記載内容を分析することによって、以下のような諸点を明らかにすることを目的とする。まず、(1) 集市の概況を全国規模で明らかにする。次に、(2) 集市の地域差を省・自治区別の数値により明らかにし、あわせて地域差を生み出す要因についても考察する。なお、(1)・(2)については、前稿では検討できなかった、開催頻度、市場設備の詳細、参加者数、売上高、外来商人率、移出・移入商品について、特に留意する。また、(3) 事例地域を取り上げ、集市の分布状況を具体的に把握すると共に、その諸特性のミクロな地域差をも検討する。さらに、(4) 集市の属性間の関係を検討し、類型化や名称の付与がどのようになされているかを推定する。

以上のような目的を達成するため、次のような分析方法を採用した。まず、集市の諸属性中、比例尺度で表現されるもの(平方メートル単位の④・⑤・⑥・⑦、人数で示される⑩、パーセント表示の⑪、および元で示される⑫)は、そのまま比例尺度変数とし、それ以外のものは、コード化し名義尺度変数として扱った。(1)の全国的概況を見るためには、比例尺度変数については、平均値等の統計量を算出するとともに、一定の階級区分を行い、階級別分布をも検討した。また、名義尺度変数については、カテゴリ一別の単純集計表を作成し、度数分布を検討した。(2)の地域差の検討のためには、各省・自治区別に同様の作業を行い、その結果を比較検討するとともに、各変数と都市化率・所得水準との相関分析をも行った。(3)の事例地域としては、データが最も整っていると推定される湖南省を取り上げ、諸変数の地図化によって、その地域的分布状態を把握した。最後に、(4)属性間の関係を見るためには、比例尺度変数相互間については相関分析を行い、名義尺度変数相互間についてはクロス表を作成し度数分布状態を検討し、比例尺度変数と名義尺度変数との関係については、名義尺度変数のカテゴリ一別に比例尺度変数の平均値を求め、それらの間に有意差があるかどうかをも検定により検討した。

各名義尺度変数の分類・コード化および各比例尺度変数の階級区分について略記しておく。まず、①名称については、地名の後に続く呼称法に注目し、「市場」、「農貿市場等」(農貿市場、集貿市場、総合市場など)、「専業市場等」(専業市場、商品名+市場など)、「集市等」(集市、集、市、場、会など)、「商場」、「その他」に、6分類した。ただし、「集市等」については、必要に応じて細分類して検討したことがある。②所在集落については、集市の所在地が、市(シ)の中の市街地であるか(「市」)、県城であるか(「県」)、鎮ないし類似の町場の集落であるか(「鎮」)、郷や村であるか(「郷」)により、4分類した。③類型については、ほぼ記載どおりに、「総合市場」、「専業市場」、「批発市場」(卸売市場)、「専業批発市場」に、4分類した。なお、批零市場(卸小売市場)は批発市場に含めた。④敷地面積については、後の表に示されているように、8階級に区分した。⑤建造物面積は、まず、0(建造物なし)を区分し、1以上

(建造物あり)を8階級に区分した。⑥室内市場, ⑦頂棚市場, および⑧荷売台については, 同様に, それぞれ0(なし)のほかに, 1以上(あり)を7階級に区分した。⑨開催頻度については, 毎日市, 旬の周期の市, 十二支の周期の市, 週の周期の市, 月の周期の市, その他の定期市, および大市(年に1ないし数回開かれる市)の, 7つに分類した。ただし, これらを「毎日市」, 「定期市」, 「大市」の三つにまとめて検討した場合もある。⑩参加者数および⑪外来商人率は, 8階級に, ⑫売上高は, 9階級に, それぞれ区分した。⑬主要商品, ⑭移出商品, および⑮移入商品については, まず, 中国の慣用的用語となっているいわゆる農副産物を13種類, 鉱工業製品を5種類に分類した上で, 農副産物1種類の集市(「単一農副産物の市」), 農副産物複数種類の集市(「複数農副産物の市」), 鉱工業製品1種類の集市(「単一鉱工業製品の市」), 鉱工業製品複数種類の集市(「複数鉱工業製品の市」), および「農副産物+鉱工業製品の市」, の5つに分類した。ただし, 必要に応じて, 13+5種類の細分類を用いて検討した場合もある。最後に, ⑯交通状況については, 公路(幹線道路)の便の有無, 鉄路(鉄道)の便の有無, 水路(海路を含む)の便の有無を, それぞれ区別した。

## II 全国的概況

本章では, 単純集計表をもとに, 集市の全国的概況を見ることにする。

①名称については, 第1表に示したように, 末尾が単に「市場」であるもの(その多くは, 「地名+市場」)が55.2%で過半を占め, 「農貿市場等」であるものが22.7%, 「專業市場等」であるものが8.1%, 「批發市場」であるものが0.7%, 以上, いずれにせよ市場を語尾に付けているものが86.7%に上る。末尾が伝統的呼称法の「集市等」であるものは11.7%にすぎず, そのうち「集市」が10.7%, 「集」が0.2%, 「市」が0.5%, 「場」が0.1%, 「会」が0.2%である。その他「商場」が0.8%, 「その他」が0.6%見られる。以上により, 集市の呼称法としては, 少なくとも公的には, 伝統的呼称法よりも, 現代的な呼称法が志向されていることがわかる。

②所在集落については, 第2表に示したように, 「市」が22.4%, 「県」が14.2%, 「鎮」が39.8%, 「郷」が23.6%である。都市的集落たる「市」・「県」の合計が36.6%に上るが, これは, 当資料に収録されているのが「大中型集市」であるためであろう。なお, 『中国統計年鑑』<sup>2)</sup>によれば, 1988年の全集市中, 都市(城市)にあるものが17.9%であるので, 当資料の収録集市が, 都市の側に偏りを持っていることは明らかである。

③類型については, 第2表で示したように, 「綜合市場」が85.1%と大部分を占め, 「專業市場」が11.6%, 「批發市場」が3.1%, 「專業批發市場」が0.3%である。ちなみに, 『名冊』では, 分類方法が異なり, 「城市集貿市場」が収録集市の約61.5%, 「農村集貿市場」が約13.8%, 「專業市場」が約20.0%, 「農副産物批發市場」が約4.6%であった。『大観』の「綜合市場」が『名冊』の「城市集貿市場」および「農村集貿市場」にほぼ相当し, また, 前者の「專業市場」

第1表 集市の名称

省・自治区	市場	農産市場等	専門市場等	批発市場	集市等	商場	その他	採録集市数
3.河北	61.5	14.4	12.1	0.6	10.3	0.0	1.1	174
4.山西	33.3	26.1	4.4	0.9	35.7	0.0	0.0	115
5.内蒙古	59.7	22.6	4.8	3.2	6.5	1.6	1.6	62
6.遼寧	29.3	47.6	15.8	3.0	2.4	0.0	1.8	164
7.吉林	43.4	28.9	17.1	0.0	5.3	1.3	3.9	76
8.黒竜江	41.7	39.3	15.5	1.2	1.2	0.0	1.2	84
10.江蘇	26.0	58.7	11.3	2.0	0.7	1.3	0.0	150
11.浙江	13.2	36.7	30.9	0.0	16.2	2.9	0.0	68
12.安徽	50.0	26.2	19.4	0.0	2.3	1.1	1.1	88
13.福建	52.5	37.6	8.8	1.3	0.0	0.0	0.0	80
14.江西	41.9	43.5	11.1	0.0	3.4	0.0	0.0	117
15.山東	71.2	5.0	3.6	1.2	16.5	2.6	0.0	423
16.河南	67.0	19.6	9.3	0.0	1.0	1.4	1.9	215
17.湖北	36.8	51.7	10.3	0.0	0.0	1.1	0.0	87
18.湖南	62.0	18.2	6.0	0.0	12.9	0.9	0.2	468
19.広東	73.2	20.2	4.9	0.0	1.3	0.0	0.4	228
20.広西	78.8	7.6	6.8	1.7	5.1	0.0	0.0	118
21.四川	30.3	34.7	8.5	0.9	23.8	0.0	1.7	231
22.貴州	68.3	14.9	2.4	0.0	19.0	0.4	0.0	248
23.雲南	63.5	1.0	1.9	0.0	33.8	0.0	0.0	222
25.陝西	60.0	7.5	12.6	0.0	16.3	1.3	2.5	80
26.甘粛	65.6	18.8	4.7	0.0	9.4	1.6	0.0	64
1.北京	40.0	40.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	5
2.天津	0.0	85.7	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	7
9.上海	37.5	37.5	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8
24.西藏	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	5
27.青海	75.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	4
28.寧夏	62.5	25.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	8
29.新疆	61.8	39.3	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	34
全国・%	55.2	22.7	8.1	0.7	11.7	0.8	0.6	100.0
全国・実数	2,004	829	293	25	429	30	23	3,633

注：名称欄の数字は、各名称の集市数の採録集市数に対する％。

が後者の「専門市場」に、前者の「批発市場」および「専門批発市場」が後者の「批発市場」にほぼ相当するものと思われる。

次に、集市の面積規模を示す変数として④敷地面積については、第3表に示した。最小85㎡、最大800,000㎡、平均は11,649㎡であり、かなり広いと言えよう。ただし、この平均値は、面積が極めて大きい一部の市場によって引き上げられているのであり、最頻値はより小さい2,000-4,999㎡の階級にあり、5,000-9,999㎡の階級がそれに次いでいる。

同じく、集市の面積規模を示す⑤建造物面積については、第3表に示した。最小0㎡、最大

第2表 集市の所在集落と類型

省・自治区	所在集落				総合	類 專業	型 批發	專業批發
	市	県	鎮	郷				
3.河北	10.9	31.6	43.1	14.4	82.2	13.8	3.4	0.6
4.山西	13.9	40.9	37.4	7.8	90.4	8.7	0.9	0.0
5.内蒙古	37.1	1.6	54.8	6.5	87.1	11.3	1.6	0.0
6.遼寧	57.9	10.4	28.0	3.7	68.3	26.8	4.9	0.0
7.吉林	36.8	19.7	39.5	3.9	75.0	23.7	1.3	0.0
8.黒竜江	58.3	21.4	19.0	1.2	56.0	40.5	1.2	2.4
10.江蘇	28.7	14.0	38.0	19.3	75.3	20.0	4.0	0.7
11.浙江	25.0	7.4	63.2	4.4	58.8	29.4	10.3	1.5
12.安徽	25.0	28.4	19.3	27.3	72.7	27.3	0.0	0.0
13.福建	13.8	6.3	58.8	21.3	83.8	11.3	2.5	2.5
14.江西	25.6	10.3	40.2	23.9	85.5	13.7	0.9	0.0
15.山東	13.9	9.0	44.4	32.6	88.9	5.4	5.2	0.5
16.河南	25.6	27.0	14.0	33.5	85.6	14.0	0.5	0.0
17.湖北	29.9	10.3	55.2	4.6	86.2	12.6	1.1	0.0
18.湖南	15.6	11.8	40.0	32.7	89.7	8.1	2.1	0.0
19.広東	31.6	8.8	57.0	2.6	91.2	6.6	2.2	0.0
20.広西	10.2	12.7	37.3	39.8	95.8	0.0	4.2	0.0
21.四川	16.9	11.3	41.6	30.3	81.4	12.1	6.5	0.0
22.貴州	8.9	13.7	40.7	36.7	96.8	2.0	1.2	0.0
23.雲南	5.0	5.4	48.6	41.0	97.7	2.3	0.0	0.0
25.陝西	27.5	13.8	45.0	13.8	77.5	11.3	10.0	1.3
26.甘肅	34.4	17.2	15.6	32.8	90.6	6.3	3.1	0.0
1.北京	100.0	0.0	0.0	0.0	80.0	0.0	20.0	0.0
2.天津	100.0	0.0	0.0	0.0	85.7	0.0	14.3	0.0
9.上海	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	62.5	25.0	12.5
24.西藏	20.0	20.0	40.0	20.0	40.0	60.0	0.0	0.0
27.青海	0.0	0.0	75.0	25.0	100.0	0.0	0.0	0.0
28.寧夏	87.5	0.0	12.5	0.0	87.5	12.5	0.0	0.0
29.新疆	55.9	17.6	17.6	8.8	76.5	20.6	2.9	0.0
全国・%	22.4	14.2	39.8	23.6	85.1	11.6	3.1	0.3
全国・実数	813	517	1,445	858	3,091	420	111	11

注：数字は、当該集市数の採録集市数に対する％。

196,000㎡、平均値は3,310㎡であり、やはりかなり大きいと言えよう。建造物のない(0㎡)集市が26.4%を占めているが、これらは街路や広場で開かれる完全に露天の市であろう(『名冊』の「露天式市場」の一部はこのようなものであろう)。しかし大部分(73.6%)の集市はなんらかの建造物を持っているのであり、その中では、2,000-4,999㎡の階級に最頻値が見られる。

以下は、これらの建造物の内容を示しているが、まず⑥室内市場とは、『名冊』で「商場式市場」とされていた、大きな建物内で開かれる市場を指すものと思われる、この欄に記されている面積は、この建物の敷地面積を示すものであると思われる。第3表に示したように、最大は

第3表 集市の敷地・建造物・室内市場・頂棚市場・荷売台

省・自治区	敷地面積 m <sup>2</sup>	建造物		室内市場		頂棚市場		荷売台	
		ある割合 %	面積 m <sup>2</sup>	ある割合 %	面積 m <sup>2</sup>	ある割合 %	面積 m <sup>2</sup>	ある割合 %	面積 m <sup>2</sup>
3.河北	27,280	79.8	5,485	52.4	2,881	62.5	1,236	59.5	653
4.山西	6,944	76.3	1,698	48.2	927	55.8	421	64.3	286
5.内蒙古	10,368	64.5	3,061	41.9	749	48.4	387	58.1	166
6.遼寧	11,776	66.5	2,264	34.1	614	44.8	627	75.6	431
7.吉林	6,092	85.5	2,526	46.1	824	43.4	481	71.1	312
8.黒竜江	5,306	77.4	1,957	20.2	202	58.3	895	84.5	325
10.江蘇	11,720	90.7	4,718	46.7	476	80.7	1,001	37.6	410
11.浙江	5,238	79.4	3,417	32.4	229	95.6	1,493	52.9	264
12.安徽	24,145	72.4	5,274	52.4	3,523	58.3	1,267	25.0	66
13.福建	5,037	96.2	2,818	53.8	1,407	70.5	1,079	64.5	193
14.江西	9,093	85.8	2,610	25.7	355	85.8	1,209	43.4	145
15.山東	26,952	43.4	3,068	12.9	605	30.8	783	53.0	490
16.河南	19,085	69.7	6,236	41.6	1,460	53.1	1,004	57.9	260
17.湖北	7,314	91.2	2,368	26.2	457	63.7	831	55.0	312
18.湖南	6,003	84.6	2,407	23.3	429	75.9	1,385	49.1	216
19.広東	4,203	97.8	2,731	55.3	1,307	70.6	1,064	79.4	301
20.広西	5,964	94.0	2,451	43.1	1,171	74.1	1,371	86.2	292
21.四川	6,658	77.2	2,539	21.5	252	78.1	1,016	57.5	183
22.貴州	9,826	52.4	3,666	4.4	49	37.9	329	37.1	123
23.雲南	12,974	42.8	4,687	3.2	78	14.4	404	40.5	253
25.陝西	11,601	74.4	1,471	35.9	614	47.4	512	25.6	58
26.甘肅	7,490	59.4	2,065	53.1	1,435	28.1	220	25.0	53
1.北京	7,248	80.0	3,368	80.0	2,008	20.0	160	60.0	394
2.天津	4,418	85.7	1,826	71.4	1,170	57.1	723	71.6	237
9.上海	1,680	75.0	554	37.5	178	87.5	409	100.0	205
24.西蔵	-	-	-	-	-	-	-	-	-
27.青海	6,032	-	4,723	100.0	4,323	75.0	168	25.0	13
28.寧夏	14,216	87.5	9,068	37.5	4,419	62.5	585	87.5	260
29.新疆	20,604	91.2	5,942	82.4	3,166	76.5	2,194	44.1	818
全国	11,649	73.6	3,309	31.5	840	57.7	917	54.6	286

注：「ある割合」とは、当該設備が存在する集市数の採録集市数に対する％。

「面積」とは、当該設備の面積の平均値。

800,000m<sup>2</sup>で、平均値は840m<sup>2</sup>である。ただし、この種の建物を欠くものが68.5%で過半を占めており、上記の平均値はこれらを0m<sup>2</sup>として計算しているため値が低く出ているが、建物のあるものに限れば、最頻値は1,000-1,999m<sup>2</sup>と2,000-4,999m<sup>2</sup>との階級に見られ、かなり規模の大きいものであることがわかる。筆者の中国における見聞に従えば、このような室内市場は、いわゆる建制鎮程度以上の集落に見られ、多くはコンクリート建ての立派なものである。

⑦頂棚市場とは、『名冊』で「棚頂式市場」とされていた、簡単な屋根を伴った細長い売り場を持つ市場を指すと思われる、この欄に記されている面積は、このような売り場の敷地面積を示

すものと思われる。第3表に示したように、最大で21,000㎡、平均値は917㎡である。ただしこの種の売り場を欠く集市が42.3%に上っており、上記の平均値はこれらを0㎡として計算しているので値がやや低く出ている。持つものに限れば、最頻値は1,000-1,999㎡の階級にあり、かなり大きいものであると言えよう。筆者の現地での見聞によれば、このような頂棚は、主として街路の両側に細長く作られ、小規模な中心集落においても、かなり一般的に見られるものである。

これに対して、⑧荷売台とは、屋根がなく、ただ売荷を広げる台のみが作られている場合を指し、この欄に記されている面積は、そのような台の敷地面積を示しているものと思われる。第3表に示したように、最大は42,000㎡であるが、平均値286㎡に過ぎない。ただし、売荷台を欠くものが45.4%に及んでおり、上記の平均値はこれを0㎡として計算しているため、値がやや低めに出ている。しかしながら、荷売台のあるものに限っても、最頻値は1-199㎡の階級にあり、200-499㎡の階級がそれに次ぐのであって、一般にこの種の施設は小規模であると言えよう。なお、室内市場や頂棚市場を欠き、荷売台のみの市場も『名冊』の分類に従えば、「露天式市場」に属するものと思われる。

次に、当資料にのみ見られる貴重な情報としての⑨開催頻度については、第4表に示した。「毎日市」（1年のうち数カ月間毎日開かれるものをも含む）が41.1%、比較的短い周期で開かれるいわゆる「定期市」が58.3%、比較的長い周期（年に1ないし数回）開かれるいわゆる「大市」が0.6%の内訳である。毎日市の割合がかなり高いのは、当資料が「大中規模集市」を対象としていることの結果であろう。一方、大市の割合が著しく低いのは、この種の市が少ないと言うよりは、この種の市の多くは「庙会」等と呼ばれ、伝統的に「集市」の範疇に含まれないからであろう。なお、定期市の内では、伝統的な旬の周期の市が48.4%と最も多く（なかでも、旬2回の市が23.8%、3回の市が16.0%）、同じく伝統的な十二支の周期の市が4.1%、月の周期の市が0.5%見られる他に、おそらく解放後普及したと思われる週の周期の市が5.1%存在する。

さらに、集市の取引規模を表す変数である⑩参加者数（1日当り）については、第5表に示した。最小は50人、最大は実に400,000人で、その差は大きい、平均は14,323人である。最頻値は5,000-9,999人の階級にあり、10,000-19,999人の階級がこれに次いでいる。いずれにしても、これらの値はインド亜大陸やその他の地域における市の事例に比べ相当大きく<sup>3)</sup>、当資料が「大中規模集市」を対象にしていることの表れであると思われる。

同じく、集市の取引規模を表す変数である⑪売上高（1日当り）については、第5表に示した。最小1,000元、最大4,520,000元と、やはり差が大きい、平均は51,857元で、最頻値は20,000-49,999元の階級にある。総額としてはかなりの額であると言えるが、売上高平均値を前項で見た参加者数平均値で割って見ると、一人当たり3.62元に過ぎず、参加者個々人は僅かの消費しかしていないとも言える。

第4表 集市の開催頻度

省・自治区	毎日市	定 期 市					計	大市
		旬の 周期	十二支 の周期	週の 周期	月の 周期	その他 のもの		
3.河北	16.1	83.9					83.9	0.0
4.山西	57.4	36.6					36.5	6.1
5.内蒙古	62.9	37.1					37.1	0.0
6.遼寧	73.0	21.5		4.9		0.6	27.0	0.0
7.吉林	84.2	13.1		2.6			15.8	0.0
8.黒竜江	85.5	1.2		1.2	2.4	1.2	6.1	8.4
10.江蘇	74.0	20.0		0.7		4.7	25.3	0.7
11.浙江	75.0	25.1					25.0	0.0
12.安徽	71.6	27.3					27.3	1.1
13.福建	62.5	37.6					37.5	0.0
14.江西	64.1	35.9			14.4		35.9	0.0
15.山東	14.7	85.4					85.3	0.0
16.河南	43.3	56.7					56.7	0.0
17.湖北	73.6	26.4					26.4	0.0
18.湖南	39.1	60.0		0.9			60.9	0.0
19.広東	41.2	58.3					58.4	0.4
20.広西	11.0	10.2	61.9	2.5			89.0	0.0
21.四川	31.4	67.7	0.4	0.4			68.6	0.0
22.貴州	7.7	40.8	16.1	35.5			92.3	0.0
23.雲南	21.2	35.3	15.3	27.1			77.4	1.4
25.陝西	43.8	56.4					56.2	0.0
26.甘肅	39.1	61.0					60.9	0.0
1.北京	100.0						0.0	0.0
2.天津	85.7	14.3					14.3	0.0
9.上海	100.0						0.0	0.0
24.西蔵	100.0						0.0	0.0
27.青海	100.0						0.0	0.0
28.寧夏	62.5	37.5					37.5	0.0
29.新疆	41.2			58.8			58.8	0.0
全国・%	41.1	48.4	4.1	5.1	0.5	0.2	58.3	0.6
全国・実数	1,491	1,754	148	188	19	9	2,118	20

注：数字は当該集市数の採録集市数に対する%。

次に、集市の外部との交流の程度（開放性ないし中心性）を示す変数として、⑪外来商人率を第5表に示した。平均値は17.4%、最頻値は10.0-19.9%の階級にあるが、やはり差は大きく、最小は0%、最大は75%である。このような集市間の差がなぜ顕著に表れるか、興味深い点である。

さらに、以下の三つの変数は、集市における取扱商品に関するものである。まず、⑬主要商品については、第6表に示したように、農副産物が挙げられている集市が44.0%（うち、1種



第5表 集市の参加者数・売上高・外来商人率・交通状況

省・自治区	参加者数 平均 人	売上高 平均 元	外来商人率 平均 %	公路の便 あり %	鉄路の便 あり %	水路の便 あり %
3.河北	26,701	77,753	18.7	100.0	30.2	0.0
4.山西	10,571	28,349	20.2	100.0	47.8	0.9
5.内蒙古	10,861	17,404	13.3	100.0	41.9	4.8
6.遼寧	18,198	56,561	18.4	99.4	62.8	10.4
7.吉林	12,370	30,210	13.1	99.7	85.5	3.9
8.黒竜江	15,818	154,164	14.7	100.0	86.9	39.3
10.江蘇	13,426	25,580	23.2	96.7	36.7	46.0
11.浙江	8,164	36,593	20.8	100.0	32.4	63.2
12.安徽	12,380	42,245	12.9	100.0	33.3	35.6
13.福建	9,635	44,295	20.6	100.0	31.3	41.3
14.江西	9,291	19,714	17.0	100.0	29.9	23.1
15.山東	19,311	70,892	14.3	100.0	15.9	0.7
16.河南	18,532	58,186	19.3	97.7	26.5	1.9
17.湖北	11,143	46,120	18.8	100.0	27.6	41.4
18.湖南	10,475	41,689	22.7	100.0	25.5	25.5
19.広東	11,757	64,519	20.3	99.6	12.7	45.6
20.広西	14,488	78,297	22.9	100.0	19.5	22.9
21.四川	11,476	48,043	11.8	100.0	22.9	26.0
22.貴州	13,564	40,342	10.4	100.0	9.3	4.5
23.雲南	15,430	46,386	7.1	98.6	7.6	1.4
25.陝西	18,710	29,804	13.5	100.0	30.0	2.5
26.甘粛	9,680	21,119	20.4	100.0	23.4	0.0
1.北京	39,200	44,000	55.0	100.0	0.0	0.0
2.天津	3,579	203,571	45.7	100.0	71.4	42.9
9.上海	4,108	58,625	30.3	100.0	50.0	62.5
24.西藏	-	-	-	100.0	0.0	0.0
27.青海	6,383	10,767	23.8	100.0	0.0	0.0
28.寧夏	5,775	93,125	25.6	100.0	62.5	0.0
29.新疆	17,308	75,691	14.8	100.0	39.4	0.0
全国	14,323	51,857	17.4	99.5	28.2	17.7

類が3.5%、複数種類が40.5%)、鉱工業製品が挙げられている集市が7.9% (うち、1種類が2.2%、複数種類が5.7%)、農副産品+鉱工業製品の集市が48.0%である。全般的に農副産品が主要な取引品であることが多く、鉱工業製品は副次的地位にあると言えよう。

次に、⑭移出商品については、第7表に示した。「なし」とされたものが27.0%、農副産品が挙げられているものが57.1%と過半を占め(うち、1種類が17.3%、複数種類が39.8%)、鉱工業製品が挙げられている集市が6.7%(うち、1種類が4.0%、複数種類が2.7%)、農副産品+鉱工業製品の集市が8.8%である。農副産品の比重が主要商品の場合以上に高まっていると言え

第6表 集市の主要商品

省・自治区	単一農副 産品の市 %	複数農副 産品の市 %	小計 %	単一鉱工業 製品の市 %	複数鉱工業 製品の市 %	小計 %	農副産品+ 鉱工業製品 の市 %
3.河北	8.0	30.5	38.5	7.3	7.5	14.8	46.6
4.山西	3.6	20.9	24.5	0.9	5.2	6.1	69.6
5.内蒙古	0.0	32.3	32.3	0.0	4.8	4.8	62.9
6.遼寧	0.6	42.7	43.3	4.8	13.4	18.2	38.4
7.吉林	1.3	46.1	47.4	2.6	7.9	10.5	42.1
8.黒竜江	0.0	40.5	40.5	6.0	13.1	19.1	40.5
10.江蘇	6.8	70.5	77.3	0.7	9.6	10.3	12.3
11.浙江	13.3	66.2	79.5	2.9	11.8	14.7	5.9
12.安徽	6.8	29.5	36.3	6.8	11.4	18.2	45.5
13.福建	2.6	52.5	55.1	0.0	1.3	1.3	43.8
14.江西	4.3	54.7	59.0	1.8	7.7	9.5	31.6
15.山東	2.1	24.2	26.3	1.4	3.8	5.2	68.4
16.河南	4.6	12.6	17.2	7.0	11.7	18.7	64.0
17.湖北	4.5	67.8	72.3	0.0	10.3	10.3	17.2
18.湖南	4.2	53.3	57.5	1.3	2.4	3.7	38.8
19.広東	2.1	36.2	38.3	0.0	1.8	1.8	59.8
20.広西	1.8	50.0	51.8	2.7	0.0	2.7	45.6
21.四川	5.1	42.9	48.0	0.8	3.5	4.3	47.2
22.貴州	1.6	39.9	44.5	0.0	1.2	1.2	57.3
23.雲南	1.0	47.7	48.7	0.0	1.4	1.4	50.0
25.陝西	10.3	32.5	42.8	7.6	12.5	20.1	37.5
26.甘肅	1.6	15.6	17.2	0.0	7.8	7.8	75.0
1.北京	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2.天津	0.0	42.9	42.9	0.0	0.0	0.0	57.1
9.上海	0.0	62.5	62.5	0.0	37.5	37.5	0.0
24.西藏	0.0	40.0	40.0	0.0	40.0	40.0	20.0
27.青海	25.0	75.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
28.寧夏	0.0	87.5	87.5	12.5	0.0	12.5	0.0
29.新疆	2.9	20.6	23.5	0.0	8.8	8.8	67.6
全国・%	3.5	40.5	44.0	2.2	5.7	7.9	48.0
全国・実数	131	1,462		80	205	285	1,736

よう。

一方、⑮移入商品については、第8表に示した。「なし」とされたものが21.3%、農副産品が挙げられているものが29.5%（うち、1種類が8.9%、複数種類が20.6%）、鉱工業製品が挙げられている集市が27.6%（うち、1種類が5.9%、複数種類が21.7%）、農副産品+鉱工業製品の集市が21.7%である。この場合は、移出商品とは逆に、鉱工業製品の比重が相対的に高くなっている。

最後に、⑯交通の便については、第5表に示した。公路の便は99.5%の集市が「あり」であっ

第7表 集市の移出商品

省・自治区	なしの市 %	単一農副 産品の市 %	複数農副 産品の市 %	小計 %	単一鉱工業 製品の市 %	複数鉱工業 製品の市 %	小計 %	農副産品+ 鉱工業製品の市 %
3.河北	21.8	24.9	29.9	54.8	8.6	5.2	13.8	14.9
4.山西	30.4	16.5	33.0	49.5	6.9	5.2	12.1	7.8
5.内蒙古	37.1	14.4	40.3	54.7	0.0	3.2	3.2	4.8
6.遼寧	28.0	12.1	42.7	54.8	9.1	4.9	14.0	3.0
7.吉林	46.1	20.9	28.9	49.8	1.3	2.6	3.9	0.0
8.黒竜江	45.2	12.0	36.9	48.9	3.6	2.4	6.0	0.0
10.江蘇	42.0	13.4	28.0	41.4	1.4	4.0	5.4	2.7
11.浙江	36.8	29.3	26.5	55.8	4.4	2.9	7.3	0.0
12.安徽	20.5	14.7	50.0	64.7	10.3	2.3	12.6	2.3
13.福建	10.0	27.7	51.3	79.0	5.2	2.5	7.7	3.8
14.江西	28.2	16.4	48.7	65.1	4.4	1.7	6.1	0.9
15.山東	32.6	12.9	40.4	53.3	4.9	1.9	6.8	7.1
16.河南	25.1	18.9	28.4	47.3	6.1	3.7	9.8	17.7
17.湖北	34.5	17.0	42.5	59.5	0.0	2.3	2.3	3.4
18.湖南	24.6	20.7	39.7	60.4	3.7	2.1	5.8	9.0
19.広東	26.3	17.4	36.8	54.2	3.1	3.5	6.6	12.7
20.広西	8.5	21.1	57.6	78.7	2.5	1.7	4.2	8.5
21.四川	31.2	10.3	42.0	52.3	1.7	0.0	1.7	14.7
22.貴州	16.1	19.6	46.4	66.0	1.6	1.2	2.8	14.9
23.雲南	22.1	13.2	47.7	60.9	0.5	1.8	2.3	14.9
25.陝西	22.5	22.6	31.3	53.9	8.8	8.8	17.6	6.3
26.甘肅	29.7	12.6	57.8	70.4	0.0	0.0	0.0	0.0
1.北京	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0
2.天津	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
9.上海	62.5	0.0	0.0	0.0	12.5	25.0	37.5	0.0
24.西藏	40.0	20.0	0.0	20.0	20.0	20.0	40.0	0.0
27.青海	75.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
28.寧夏	62.5	37.5	0.0	37.5	0.0	0.0	0.0	0.0
29.新疆	11.8	32.3	41.2	73.5	2.9	0.0	2.9	11.8
全国・%	27.4	17.3	39.8	57.1	4.0	2.7	6.7	8.8
全国・実数	997	628	1,445	2,073	146	99	245	318

て、集市間の条件の差は小さい。しかし、鉄路の便については、「あり」は28.2%で、むしろ少数派である。水路の便に至っては、17.7%と一部の集市にのみ見られるに過ぎない。したがって、交通の便についての集市間の差異は、鉄路および水路の便の差として表わされると言えよう。

第8表 集市の移入商品

省・自治区	なしの市 %	単一農副 産品の市 %	複数農副 産品の市 %	小計 %	単一鉱工業 製品の市 %	複数鉱工業 製品の市 %	小計 %	農副産品+ 鉱工業製品 の市 %
3.河北	24.1	10.9	13.2	24.1	8.5	17.8	26.3	25.3
4.山西	13.9	5.2	13.0	18.2	7.0	20.0	27.0	40.9
5.内蒙古	16.1	3.2	21.0	24.2	8.1	4.8	12.9	46.8
6.遼寧	24.4	4.2	28.0	32.2	10.9	11.0	21.9	21.3
7.吉林	11.8	2.6	46.1	48.7	1.3	10.5	11.8	27.6
8.黒竜江	9.5	11.9	29.8	41.7	6.0	20.2	26.2	22.6
10.江蘇	38.0	12.7	37.3	50.0	2.0	7.3	9.3	2.7
11.浙江	13.2	35.4	29.4	64.8	7.4	13.2	20.6	1.5
12.安徽	18.2	11.3	21.6	32.9	1.1	38.6	29.7	9.1
13.福建	3.8	5.0	50.0	55.0	0.0	7.5	7.5	33.8
14.江西	16.2	9.4	29.9	39.3	1.7	26.5	28.2	16.2
15.山東	37.8	6.4	9.7	16.1	7.5	22.5	30.0	15.8
16.河南	10.7	9.4	13.0	22.4	11.7	36.7	48.4	18.6
17.湖北	24.1	19.4	34.5	53.9	0.0	11.5	11.5	10.3
18.湖南	19.4	13.7	12.8	26.5	11.4	17.5	28.9	25.0
19.広東	22.8	4.7	27.6	32.3	3.9	8.8	12.7	32.0
20.広西	40.7	1.7	12.7	14.4	10.1	13.6	23.7	21.2
21.四川	18.2	8.7	22.9	31.6	1.7	19.0	20.7	29.4
22.貴州	10.5	4.0	19.8	23.8	0.0	56.9	56.9	8.9
23.雲南	24.3	5.2	16.7	21.9	0.0	26.1	26.1	27.9
25.陝西	20.0	14.0	25.0	39.0	3.8	15.0	18.8	22.5
26.甘肅	6.3	14.1	7.8	21.9	15.6	32.8	48.4	23.4
1.北京	0.0	0.0	60.0	60.0	0.0	20.0	20.0	20.0
2.天津	0.0	0.0	42.9	42.9	0.0	0.0	0.0	57.1
9.上海	50.0	12.5	0.0	12.5	12.5	12.5	25.0	12.5
24.西藏	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	60.0	60.0	0.0
27.青海	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0
28.寧夏	0.0	12.5	75.0	87.5	0.0	12.5	12.5	0.0
29.新疆	8.8	0.0	14.7	14.7	8.8	35.3	44.1	32.4
全国・%	21.3	8.9	20.6	29.5	5.9	21.7	27.6	21.7
全国・実数	774	320	749	1,069	215	778	1,003	787

### III 地域差の検討

前章では、中国全体の集市の概況を見たわけであるが、第1～8表にも示しておいたように、集市の各属性は、省・自治区毎に、かなりの地域差を示している。そこで本章では、このような地域差の状況を明らかにするとともに、それらが生ずる要因についても検討したい。

まず、集市の多くの属性は、各地域の都市化の程度や、経済的發展の程度と関係が深いと思われるので、前者を示す指標としての都市人口率、後者を表す指標として一人当たり所得額を採り(第9表参照)、これらと、集市の16の属性をあらわす36の変数(第10表参照)との間で、相関分析を試みた。ただし、『大観』に収録されている集市の数が50未満の地域、即ち、北京市、天津市、上海市、西藏自治区、青海省、寧夏自治区、および新疆自治区については、考察の対象外とした。分析結果は、第10表のとうりである。

最初に所在集落について見ると、「市」に立地する集市の割合は、都市人口率および所得額と有意な正の相関を示し、当然のことながら、都市化の進んだ地域、また所得の高い地域に卓越する。これに対し、「郷」に立地する集市の割合は、両者と有意な負の相関関係にあり、農村的な地域、所得の低い地域に多いことを示している。

次に集市の名称について見ると、「農貿市場等」は都市人口率および所得額と、「專業市場等」は所得額と、「批發市場」は都市人口率と、それぞれ有意な正の相関があり、これらの名称が、都市化の進んだ地域や、所得の高い地域に卓越することを示している。一方、「市場」および「集市等」は、所得額と有意な負の相関関係にあり、これらの名称が所得の低い、低開發地域でより多く見られることを示している。

そこで集市の類型別に見ると、專業市場が都市人口率および所得額と有意な正の相関を示し、綜合市場は逆に両者と有意な負の相関を示す。專業市場の現れかたは、名称の場合と整合的であり、綜合市場についても、それらが名称としては「市場」「集市等」と呼ばれると考えると、その現れかたは納得される。即ち、都市化の進んだ地域、所得の高い地域では、市場の専門化がより進んでおり、專業市場の割合が高く、逆に農村的な地域、所得の低い地域では、依然、綜合市場が多いと言えよう。

次に集市の設備に関する一連の変数について見ると、まず敷地面積については、都市人口率・所得額の両者と負の相関係数を示し、どちらかと言うと、農村的・低所得地域で大きい傾向を示すが、係数は有意ではない。建造物の平均面積は、都市人口率と有意な負の相関を示し、農村的な地域において、より大きいと言える。しかし、室内市場および頂棚市場に関する諸変数は、有意な相関関係を示さない。以上のことから、市場の設備は、都市化地域・高所得地域で整っているとは言えず、むしろ、敷地や建造物の総面積について言えば、スペースに恵まれた農村的な地域において、より大きな市場が存在すると言えよう。ただ、荷売台が「ある」割合は、都

第9表 都市人口率と一人当り所得

省・自治区	都市人口率 % (1988)	一人当り所得 元 (1989)
3. 河北	13.80	1,081
4. 山西	20.52	1,013
5. 内蒙古	28.14	991
6. 遼寧	42.20	1,977
7. 吉林	37.11	1,273
8. 黒竜江	38.66	1,476
10. 江蘇	17.52	1,630
11. 浙江	15.26	1,667
12. 安徽	13.12	917
13. 福建	14.81	1,247
14. 江西	15.26	842
15. 山東	14.46	1,263
16. 河南	10.82	819
17. 湖北	20.64	1,164
18. 湖南	13.21	906
19. 広東	22.25	1,729
20. 広西	10.89	726
21. 四川	12.23	813
22. 貴州	9.50	631
23. 雲南	10.18	774
25. 陝西	16.83	859
26. 甘肅	14.88	1,044
1. 北京	59.46	3,321
2. 天津	54.55	2,774
9. 上海	61.99	4,624
24. 西蔵	8.95	785
27. 青海	23.82	1,044
28. 寧夏	21.21	978
29. 新疆	28.00	1,230
全国	18.48	

出典：都市人口率は、『中国城市建设年鉴』  
1988-89年版による。  
一人当り所得は、『中国統計年鉴』  
1991年版による。

市人口率および所得額と正の有意な相関を示し、またその平均面積も所得額と有意な正の相関関係にある。

集市を開催頻度別に3区分して見ると、毎日市の割合は、都市人口率および所得額と有意な正の相関を示し、定期市の割合は、両者と有意な負の相関関係を示す。即ち、都市化地域・高所得地域では、毎日市の割合が相対的に高く、農村的な地域・低所得地域は、定期市の割合が相対的に高いと言うことであるが、これらの事実は、伝統的市に関する従来の定説に整合的である。ただし、大市の割合も、都市人口率と正の有意な相関を示すが、これについては、記載されている大市の実数そのものがわずかであり、その解釈は容易ではない。

集市における取引の規模を示す平均参加者数および平均売上高の両変数は、都市人口率・所得額の両者に対して、有意な相関関係を示さない。ただし、平均売上高は両者に対して0.2以上の正の相関係数を示し、どちらかと言えば、都市化が進み所得の高い地域で集市の売上高が大きいとは言えよう。なお、集市の外部との関係の深さを示す外来商人率は、所得額と有意な正の相関を示している。経済発展の進んだ地域において、集市の外部地域との結合性がより強まっていると言えよう。

集市における取引の内容に関する諸変数について見ると、まず主要商品については、「鉱工業製品のみ」の市（「単一鉱工業製品

の市」+「複数鉱工業製品の市」）の割合が、都市人口率と正の有意な相関を示す。これは、先に集市を類型別に見た時、「専門市場」が都市化地域で多かったことと対応していると言えよう。また移出商品については、「農副産品のみ」の市（「単一農副産品の市」+「複数農副産品の

第10表 変数間の相関係数

集市の属性を示す変数		都市人口率	一人当り所得	
所在集落	市	.8579**	.6257**	
	県	.0173	-.1425	
	鎮	-.1213	.1485	
	郷	-.7616**	-.6872**	
名称	市場	-.3542	-.4636*	
	農貿市場等	.4295*	.5430**	
	専業市場等	.3036	.4600*	
	批発市場	.4578*	.3544	
	集市等	-.3333	-.3819*	
	商場	-.0923	.1465	
	綜合市場	-.5563**	-.6014**	
	専業市場	.6229**	.5647**	
類型	批発市場	-.0637	.2684	
	専業批発市場	.1558	.3263	
	敷地面積	-.2594	-.1464	
	建造物あり	.1270	.2617	
設備	建造物面積	-.4095*	-.1445	
	室内市場あり	.1298	.2688	
	室内市場面積	-.1718	-.0783	
	頂棚市場あり	-.1107	.2112	
	頂市場面積	-.2811	.1264	
	荷売台あり	.5213**	.3928*	
	荷売台面積	.2519	.4734*	
	開催頻度	毎日市	.6537**	.5471**
	定期市	-.6455**	-.5395**	
	大市	.3764	.1251	
規模等	参加者数	.0339	-.0005	
	売上高	.2773	.2143	
	外来商人率	-.0342	.3713*	
主要商品	農副産品のみ	-.0403	.2579	
	鉱工業製品のみ	.3596*	.2745	
移出商品	農副産品のみ	-.3866*	-.3728*	
	鉱工業製品のみ	.1241	.1833	
移入商品	農副産品のみ	.2641	.4920**	
	鉱工業製品のみ	-.3933*	-.4836*	
交通状況	鉄路の便あり	.8610**	.4356*	

注：\*\*は1%レベルで有意。\*は5%レベルで有意。

集市の属性を示す変数は、第1～8表による。

市J)の割合が、都市人口率および所得額と負の有意な相関関係にある。これは、言うまでもなく、農村的地域・低開発地域における集市を通じての主要移出品が、農副産品であることを示

すものである。一方、移入商品については、「農副産品のみの市」の割合は、所得額と正の有意な相関を示し、「鉱工業製品のみの市」の割合が、都市人口率および所得額と負の有意な相関を示す。即ち、集市を通じての高所得地域の主要移入品が農副産品であり、逆に、農村的地域・低所得地域のそれが鉱工業製品であることを、示していると言えよう。

最後に、交通状況について見ると、「鉄路の便あり」とされる集市の割合は、都市人口率および所得額と正の有意な相関関係にあり、集市の交通条件も、都市化や開発の進んだ地域において優れていることを示している。

以上のように、集市の諸属性の多くは、都市化と経済的発展の程度との関連において、地域差を現していると言える。しかしながら、以下に述べるいくつかの属性については、それらとは異なった要因で、地域差を生じていると考えられる。そのような諸事例について、検討して見よう。

まず、開催頻度についてであるが、定期市の市日のサイクルに関しては、伝統的な慣習の地域差が現在も残存している。即ち、大多数の地域では、定期市の卓越する周期は、旬のサイクルであるにもかかわらず、西南地方には、民国時代以前について先学が明らかにしたりと同様に、十二支のサイクルが、広西自治区(全集市の61.9%)、貴州省(16.0%)、雲南省(15.3%)、および四川省(0.4%)において見られる。また、現代に起源する週のサイクルも、貴州省(全集市の35.5%)、雲南省(27.1%)など、西南地方に集中して見られるが、これは、伝統的暦に依存する十二支のサイクルから、近年、現代生活に適應するため、変更された結果ではないかと推測される。

次に、移出商品についてであるが、単一の農副産品または鉱工業製品を移出商品とする集市の地域的分布を見てみると、地域の自然的・社会的条件に対応して発展した特産地ないし集中的生産地域が、浮かび上がって来る。即ち、各地域の全集市のうち、特定の種類の農副産品または鉱工業製品のみを移出商品とする集市が5%以上を占める場合をピックアップしてみると、穀物については安徽省・福建省・山西省・河南省・山東省・広西自治区、蔬菜については江蘇省・湖北省・遼寧省・福建省・広東省・江西省・陝西省、果物については河北省・陝西省・広西自治区・福建省、家畜については河南省・広東省・吉林省・陝西省、卵については貴州省、水産物については浙江省・福建省、林産物については浙江省、鉱産物については山西省、繊維製品については遼寧省・陝西省が挙げられる。これらの多くは、当該商品の特産地ないし集中的生産地域である。

最後に、交通状況のうち、水路の便についてであるが、古来、「南船北馬」と言われるように、中国における水運は、自然条件に恵まれた華中・華南のとりわけ平地区において発展してきた。したがって、「水路の便あり」とされる集市の割合は、浙江省(63.2%)、江蘇省(46.0%)、広東省(45.6%)、湖北省(41.4%)、福建省(41.3%)など華中・華南の平地区・臨海部で高く、河北省(0.0%)、甘肅省(0.0%)、山東省(0.7%)、山西省(0.9%)、雲南省



(1.4%) など、華北や山地部で低い。

#### IV 湖南省の事例

前章では、中国全体について集市の地域差を検討した。本章では、事例地域として湖南省を取り上げ、そこにおける集市の特徴を把握した上で、その諸属性の地域差をよりミクロに検討して見たい。なお、分析にあたっては、各属性毎に多くの分布図を作成したが、ここでは、紙数の都合により、その一部を提示するにとどめる。

湖南省を取り上げる理由は、採録されている集市が、他の省に比べ、本省において最も地域的偏りが少ないからである。即ち、省を構成する全市県のうち、採録されている集市が存在する市県が95%に上り、ほぼ全省から集市が採録されていると言える。また、1市県当りの採録集市数も、4.7ヶ所と、山東省の9.0ヶ所、広東省の7.4ヶ所に次いで多い点でも、好適な対象地域である。

湖南省は、華中内陸部に位置し、水運の発達がある程度見られる。しかし、第17表に見るように、都市化率や一人当たり所得水準においては、低位にあり、そのことが前章で見たような関係において、本省の集市の諸特徴を規定していると考えられる。省内の東北部には、洞庭湖を中心に低地が広がるが、それ以外の部分は、山地が卓越し、それらを縫って狭い河谷平野が見られるに過ぎない。

まず、第1図によって、採録集市の分布状態を確認しておこう。一部には採録集市を欠く市県があり、また1、2ヶ所のみが採録されている市県がある一方、多数の集市が採録されている市県もある。このように採録率に地域差があることは、資料上の制約として認識しておかねばならない。しかしながら、大局的に見れば、採録集市は全省にわたってかなり均等に分布している。したがって、以下においては、集市の各属性毎に、湖南省全体の特徴を述べるとともに、省内の地域差について分布図から得られた知見をも略述する。

①名称については、第1表に示したように、湖南省は、全国に比べ、「市場」と「集市等」の構成比が高く、「農貿市場等」・「專業市場等」・「批發市場」の割合が低い。分布図(省略)からは、「集市」が山地の卓越する中南部に多いことがわかる。また、しばしば県毎に名称の付け方に統一性が認められる。

②所在集落については、第2表に示したように、本省は、全国に比べ、「市」と「県」の構成比が低く、「鎮」と「郷」の割合が高い。しかし分布図(第1図)からは、すべての市部とほとんどの県域に採録集市が存在することがわかる。特に市部には、複数の採録集市があるのが一般である。

③類型では、第2表に示したように、本省は、全国に比べ、「綜合市場」の構成比がやや高く、その他の構成比がやや低い。分布図(省略)からは、「批發市場」・「專業市場」の大部分が

市部または県域に立地していることがわかる。

④敷地面積については、第3表に示したように、本省は、全国に比べ、平均値が約半分と、小さい。分布図(省略)からは、市部よりも、むしろ県域の集市に大規模なものが多いことが知られる<sup>9)</sup>。

⑤建造物については、第3表に示したように、本省は、全国に比べ、それが「ある」割合は高いが、面積の平均値はかなり小さい。分布図(省略)からは、市部・県域の集市の場合、建造物面積が一般に大きいと言える。

設備のうち、⑥室内市場については、第3表に示したように、本省は、全国に比べ、それが「ある」割合は低く、面積の平均値も約半分と、小さい。分布図(省略)からは、顕著な傾向は読み取れない。

一方、⑦頂棚市場については、第3表に示したように、本省は、全国に比べ、それが「ある」割合はかなり高く、面積の平均値もかなり大きい。分布図(省略)からは、市部・県域の集市の場合、頂棚市場の面積が一般に大きいと言える。

また、⑧売荷台については、第3表に示したように、本省は、全国に比べ、それが「ある」割合はやや低いが、面積の平均値はやや大きい。分布図(省略)からは、市部・県域の集市の場合、荷売台の面積が一般に大きいと言える。

⑨開催頻度については、第4表に示したように、本省は、全国に比べ、毎日市の割合がやや低く、定期市の構成比がやや高いが、大差はない。分布図(第2図)からは、市部・県域の集市の場合、毎日市が多く、また、毎日市は省の北部・中部に卓越し、その他の地域には、ブロック状に旬に2回や3回の定期市が分布していることがわかる。なお週のサイクルの集市が西南部に若干分布するが、貴州省に近い地域であるので、十二支のサイクルからの変更かも知れない。

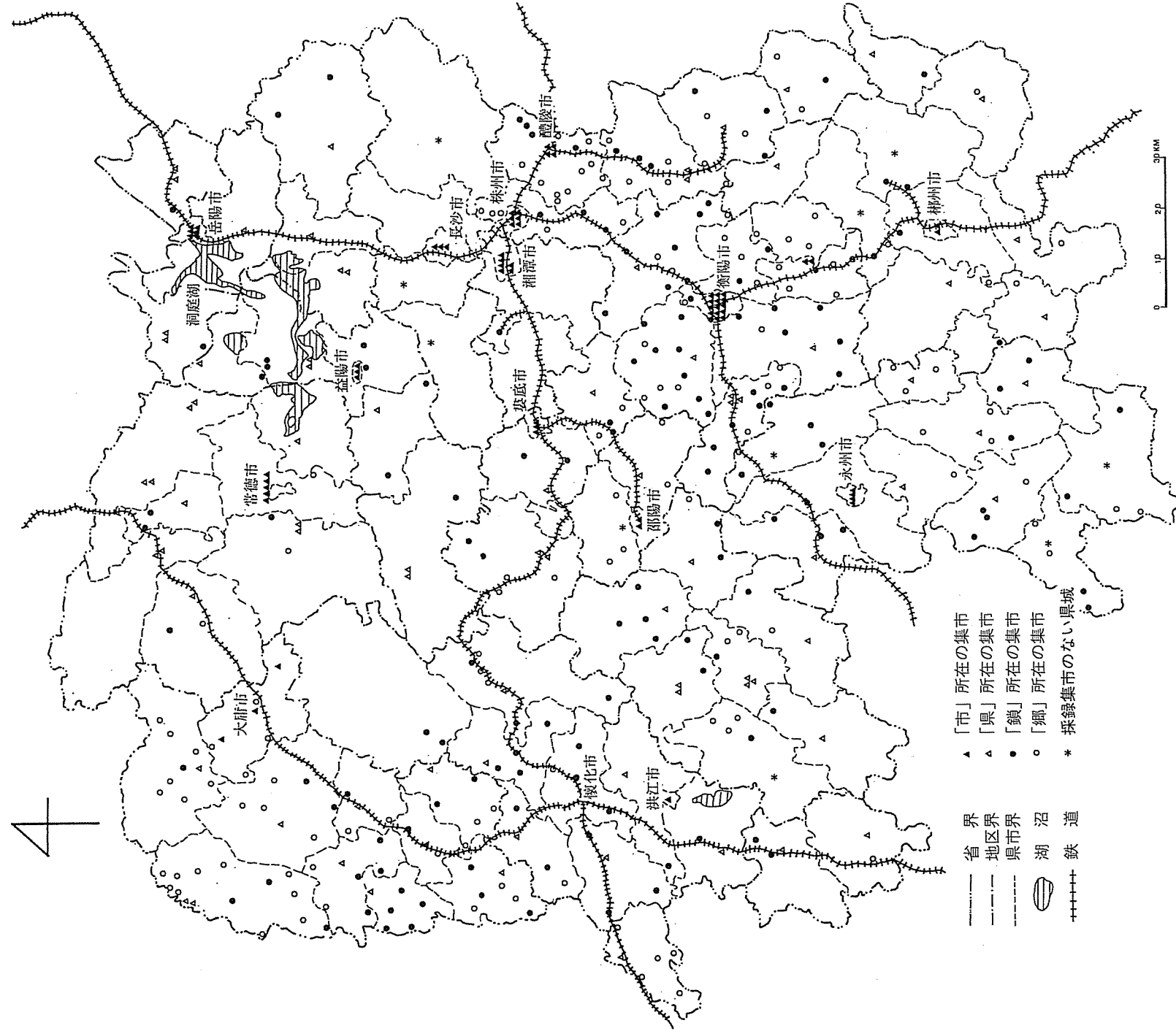
⑩参加者数については、第5表に示したように、本省は、全国に比べ、平均値がかなり小さい。分布図(省略)からは、市部・県域の集市は一般に規模の大きなものが多いことが知られる。

⑪売上高についても、第5表に示したように、本省は、全国に比べ、平均値がかなり小さい。分布図(省略)からは、参加者数と同じことが言える。

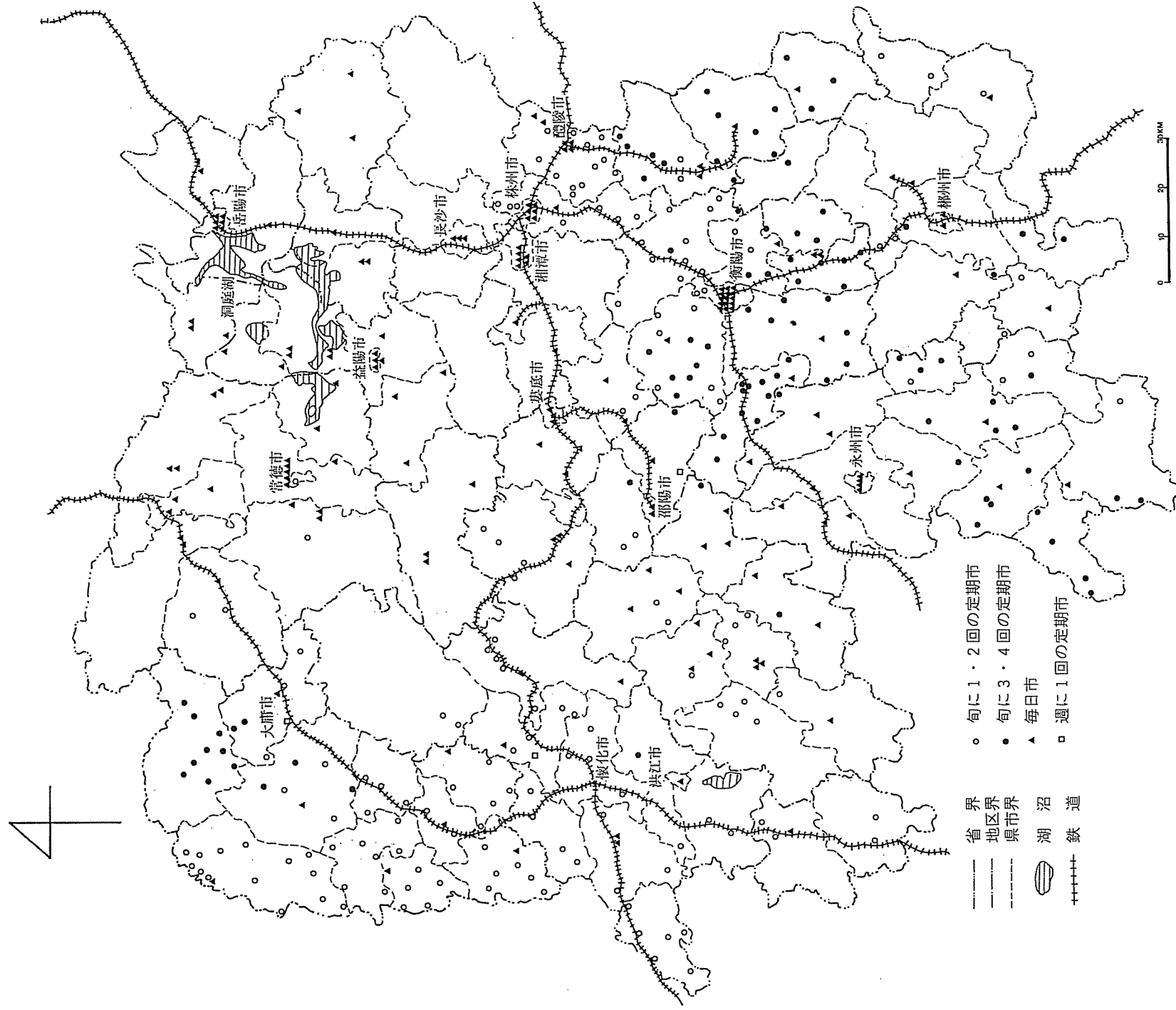
⑫外来商人率については、第5表に示したように、本省は、全国に比べ、その平均値が高い。分布図(省略)からは、顕著な傾向は読み取れない。

⑬主要商品については、第6表に示したように、本省は、全国に比べ、「農副産品のみの市」の割合が高く、「鉱工業製品のみ市」および「農副産品+鉱工業製品のみ市」の構成比が低い。分布図(省略)からは、県毎に記載内容に統一性があることが読み取れる。

⑭移出商品については、第7表に示したように、本省は、全国に比べ、「農副産品のみの市」の割合がやや高く、「鉱工業製品のみ市」の構成比がやや低い。分布図(省略)からは、北東



第1図 湖南省における所在集落別集市の分布



第2図 湖南省における開催頻度別集市の分布

部低地に水産物を移出する集市がやや多く、山地に林産物や家畜を移出する集市がやや多く分布することが知られる。

⑮移入商品については、第8表に示したように、本省は、全国に比べ、「農副産品のみの市」の割合がやや低く、「鉱工業製品のみ市」の構成比がやや高い。分布図(省略)からは、東部と西部で果物を移入する集市が多く、西部と北部で繊維製品を移入する集市が多く分布することが知られる。

⑯交通状況については、第5表に示したように、本省では公路の便は全ての集市が備えているが、鉄路の便では全国平均に劣っており、逆に水路の便では全国平均より優っている。分布図(省略)からは、当然のことながら、鉄路の便「あり」とされた集市は鉄道沿線に立地しており、水路の便「あり」とされた集市は主要河川沿いに立地していることが知られる。

以上、湖南省の集市は、基本的には、全国に比べ都市化や経済発展の程度が低位にある、本省の地域的性格を反映している。即ち、①名称、②所在集落、③類型、⑧荷売台、⑫売上高、⑪外来商人率、⑬主要商品、⑭移出商品、⑮移入商品、⑯交通状況の各属性について、本省の示す数値は前章で見た全国的な地域差の傾向を正しく反映したものである。しかしながら、④敷地面積、⑤建造物、⑥室内市場、⑩参加者数の各属性について、本省の示す値は、全国的傾向には必ずしも当てはまらない。その原因がどの辺にあるのか、現時点では明らかにしえないのが遺憾である。

なお、都市化の程度と各属性との間に全国的規模において見られた関係が、湖南省という地方的規模において確認されるかどうかを検討してみると、上述のように、①名称、③類型、⑧荷売台、⑨開催頻度などに見られる、湖南省の都市部と農村部の地域差は、全国規模での都市化による地域差の傾向と一致している。しかし④敷地面積、⑤建造物、⑦頂棚市場、⑨参加者数の湖南省内の地域差は、全国規模の都市化に伴う地域差とは異なった傾向を示している。したがって、地域のスケールが異なると、同じ要因が異なった働きをしようすることにも、注意すべきであると言えよう。

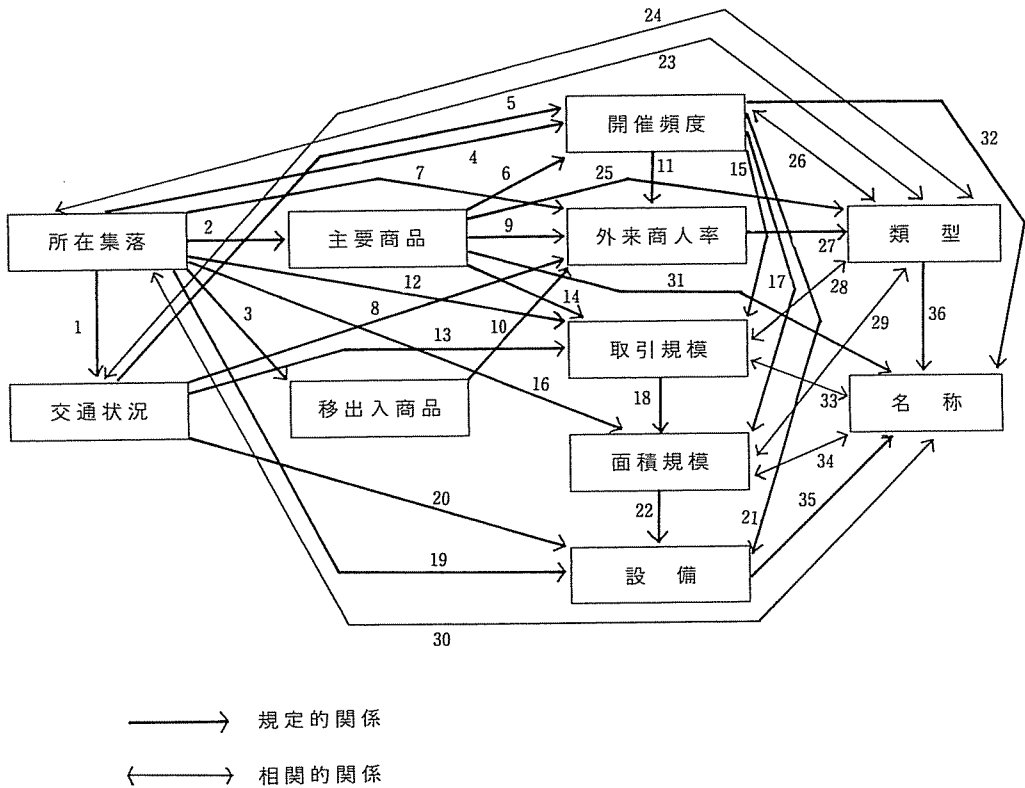
それと同時に、この地方の集市は、単に都市化や経済発展の地域差によって特徴づけられるだけでなく、⑨開催頻度、⑭移出商品、⑯交通状況等に見られたように、地方的ないし局地的なさまざまな自然・社会条件に規定されつつ、多様な姿を展開していることが出来る。

## V 属性間の関係

前章までの分析結果によってもある程度推測されることであるが、『大観』に記されている集市の16の属性は、互いに全く独立しているのではなく、何等かの形で深い関係を持っている。本章では、そのような属性間の関係を明らかにしたい。

そこです、16の属性中、⑤敷地面積と⑥建造物面積を統合し「面積規模」とし、⑥室内市場・⑦頂棚市場・⑧荷売台を統合し「設備状況」とし、⑩参加者数と⑫売上高を統合し「取引規模」とし、さらに⑭移出品と⑮移入品を統合し「移出入品」として、合計11の属性へと整理した。次に、これらの属性を並べ替えて、第3図のように、より説明変数的なものを左上に、より被説明変数的なものを右下に配した。そして、各属性を表現する変数間の関係を、相関分析、クロス表の分析、カテゴリ別平均値の比較等により検討した結果、意味のある関係が認められた場合には、図中に実線を引き、妥当と思われる規定関係を矢印の方向によって示した。以下、このような属性間の関係を順次記述する。図中の関係の番号と、以下の記述の番号とは、対応している。

1、まず、集市の「交通状況」を規定するものとして、集市の「所在集落」が挙げられる。即ち、都市的集落に立地するほど、鉄路の便がある割合が高く（「市」で56.7%、「県」で



第3図 集市の属性間関係

37.1%、「鎮」で19.9%、「郷」で9.2%）、水路の便がある割合も高い（「市」で25.6%、「県」で17.9%、「鎮」で19.1%、「郷」で7.4%）。

2、次に、集市の「主要商品」を規定するものとしても、集市の「所在集落」が挙げられる。即ち、都市的集落ほど鉱工業製品を「主要商品」とする専門市場的な集市の割合が高く（「市」で16.4%、「県」で13.6%、「鎮」で4.2%、「郷」で2.5%）、農村的集落ほど農副産品＋鉱工業製品を「主要商品」とする総合市場的な集市の割合が高い（「市」で30.7%、「県」で45.9%、「鎮」で54.5%、「郷」で55.0%）。

3、さらに、集市の「移出入商品」を規定するものとしても、「所在集落」が挙げられる。即ち、都市的集落ほど移出商品「なし」の集市の割合が高く（「市」で52.2%、「県」で21.7%、「鎮」で20.1%、「郷」で19.8%）、消費市場的な性格を示しており、移出商品がある場合は、鉱工業製品である割合が高い（「市」で10.8%、「県」で7.4%、「鎮」で5.1%、「郷」で4.0%）。一方、農村的集落ほど移出商品が農副産品である集市の割合が高い（「市」で33.8%、「県」で61.5%、「鎮」で68.8%、「郷」で66.5%）。加えて、都市的集落ほど移入商品が農副産品である集市の割合が高く（「市」で42.2%、「県」で29.6%、「鎮」で29.5%、「郷」で17.1%）、農村的集落ほど移入商品が鉱工業製品である集市の割合が高い（「市」で22.9%、「県」で26.1%、「鎮」で24.8%、「郷」で37.8%）。

集市の「開催頻度」を規定するものとしては、集市の「所在集落」、「交通状況」および「主要商品」が挙げられる。

4、まず、「所在集落」について、都市的集落ほど毎日市の割合が高く（「市」で82.5%、「県」で61.1%、「鎮」で29.8%、「郷」で8.8%）、農村的集落ほど定期市の割合が高い（「市」で16.4%、「県」で38.7%、「鎮」で69.9%、「郷」で90.4%）。

5、次に、「交通状況」について、「鉄道あり」の集市の大部分（68.9%）は毎日市であり、逆に「なし」の集市の大部分（69.3%）は定期市である。また、水路「あり」の集市の大部分（66.5%）も毎日市であり、逆に「なし」の集市の大部分（63.8%）は定期市である。

6、さらに、集市の「主要商品」について、専門市場的な「単一農副産品の市」、「単一鉱工業製品の市」、および「複数鉱工業製品の市」は、いずれもその大部分（それぞれ55.4%、70.0%、77.1%）が毎日市であり、逆に総合市場的な「複数農副産品の市」および「農副産品＋鉱工業製品の市」の大部分（それぞれ52.0%、70.2%）は定期市である。

集市の「外来商人率」を規定するものとしては、「所在集落」、「交通状況」、「主要商品」、「移出入商品」および「開催頻度」が挙げられる。

7、まず、「所在集落」について、都市的集落ほど外来商人率が高い（「市」で平均21.6%、「県」で平均17.8%、「鎮」で平均16.3%、「郷」で平均15.0%）。

8、次に、「交通状況」のうち、「鉄道あり」の集市は「なし」の集市より外来商人率が高い（前者は平均20.5%、後者は平均16.2%）。また水路「あり」の集市も「なし」の集市より外来

商人率が高い(前者は平均21.2%, 後者は平均16.6%)。

9, さらに、「主要商品」に関して、専業市場的な、「単一農副産品の市」、「単一鉱工業製品の市」、および「複数鉱工業製品の市」は、いずれも外来商人率が高く(それぞれ平均32.3%, 平均30.3, 平均25.4%), 逆に総合市場的な「複数農副産品の市」および「農副産品+鉱工業製品の市」は、それが低い(それぞれ平均18.9%, 平均18.8%)。

10, 同様に、「移出入商品」について、専ら鉱工業製品を移出商品とする「単一鉱工業製品の市」、および「複数鉱工業製品の市」は、いずれも外来商人率が高く(それぞれ平均27.3%, 平均27.4%), それ以外の「単一農副産品の市」、「複数農副産品の市」、「農副産品+鉱工業製品の市」、および「移出商品のない市」は、外来商人率が低い(それぞれ平均20.9%, 平均18.0%, 平均21.8%, 平均21.0%)。

11, 最後に、「開催頻度」について、毎日市では外来商人率が高く(平均19.6%), 定期市ではかなり低く(平均15.9%), 大市では最も低い(平均6.7%)。

集市の「取引規模」を規定するものとしては、「所在集落」、「交通状況」、「主要商品」および「開催頻度」が挙げられる。

12, まず、「所在集落」について、都市的集落ほど参加者数が多く(「市」で平均16,332人, 「県」で平均17,702人, 「鎮」で平均14,369人, 「郷」で平均10,444人), 売上高も多い。(「市」で平均65,842元, 「県」で平均65,939元, 「鎮」で平均49,097元, 「郷」で平均35,127元)。<sup>9)</sup>

13, 次に、「交通状況」について、「鉄道の便あり」の集市で参加者数は平均16,824人, 「なし」の集市で平均13,431人であり, 両者間に有意な差がある。売上高についても, 鉄道の便「あり」の集市で平均63,361元, 「なし」の集市で平均47,615元であり, 両者間に有意な差がある。

14, また、「主要商品」については、一般に、単一の商品を扱う集市よりは、複数の商品を扱う集市の方が、また、農副産品を扱う集市よりは、鉱工業製品を扱う集市の方が、取引規模が大きい。参加者数の場合、「複数鉱工業製品の市」で平均20,200人と最も多く、以下、「農副産品+鉱工業製品の市」で平均19,200人, 「単一鉱工業製品の市」で平均16,500人, 「複数農副産品の市」で平均16,400人, 「単一農副産品の市」で平均10,500人の順である。売上高の場合も, 「複数鉱工業製品の市」で平均145,180元と最も大きい, 以下の順序はやや異なり, 「単一鉱工業製品の市」平均72,000元, 「農副産品+鉱工業製品の市」平均65,000元, 「単一農副産品の市」平均58,900元, 「複数農副産品の市」平均50,300元の順である。

15, さらに、「開催頻度」別には、定期市が最も大きく、毎日市がそれに次ぎ、大市が最も小さい。参加者数では、定期市が平均15,200人, 毎日市が平均13,100人, 大市が平均10,700人であり, 売上高では、定期市が平均53,700元, 毎日市が平均49,500元, 大市が平均35,100元である。

一方、集市の「面積規模」を規定するものとしては、「所在集落」、「開催頻度」および「取引規模」が挙げられる。



16, まず, 「所在集落」別には, 敷地面積では, 「県」が平均16,996㎡と最も大きく, 次いで「鎮」が平均12,952㎡, 「郷」が平均9,646㎡と続き, 「市」が平均7,975㎡と最も小さい。建造物面積でも, 「県」が平均5,117㎡と最も大きく, 「鎮」が平均3,649㎡とそれに次ぎ, この場合は「市」が平均3,002㎡とその後にきて, 「郷」が平均1,858㎡と最も小さい。<sup>7)</sup>

17, 次に, 「開催頻度」別には, 敷地面積については, 定期市が平均14,407㎡で最も大きく, 毎日市は平均8,130㎡, 大市は平均2,347㎡で, 規模の差が顕著である。一方, 建造物面積については, 毎日市が平均3,434㎡で最も大きい, 定期市も平均3,237㎡あり, その差は僅かであるが, 大市は平均1,192㎡と著しく小さい。

18, さらに, 「取引規模」と「面積規模」との関係を見ると, 参加者数と敷地面積の間には, 1%レベルで有意な相関関係があり, 相関係数も0.3を越えている。なお, 参加者数と建造物面積, 売上高と敷地面積の間にも1%レベルで有意な相関があるが, 相関係数は0.2未満である。

集市の「設備状況」を規定するものとしては, 「所在集落」, 「交通状況」, 「開催頻度」および「面積規模」が挙げられる。

19, まず, 「所在集落」別には, 室内市場の面積は, 「県」が平均1,664㎡と最も大きく, 「市」が平均1,020㎡, 「鎮」が平均748㎡, 「郷」が平均299㎡で, 著しい差がある。頂棚面積についても, 同じく「県」が平均1,487㎡, 「市」が平均1,152㎡, 「鎮」が平均848㎡, 「郷」が平均433㎡の順で, 差が大きい。売荷台面積についても, 同じく「県」が平均569㎡, 「市」が平均364㎡, 「鎮」が平均236㎡, 「郷」が平均113㎡の順で, やはりかなりの差がある。<sup>8)</sup>

20, つぎに, 「交通状況」に関して言えば, 室内市場の面積は, 「鉄道の便あり」の集市(平均1,093㎡)が, 「なし」の集市(平均742㎡)より, かなり大きい。頂棚面積も, 「鉄道の便あり」の集市(平均1,241㎡)が, 「なし」の集市(平均793㎡)より, また, 「水運の便あり」の集市(平均1,089㎡)が, 「なし」の集市(平均884㎡)より, それぞれかなり大きい。

21, さらに, 「開催頻度」別には, 毎日市が, 室内市場面積, 頂棚市場面積, 荷売台面積のいずれについても, 最も大きく(それぞれ平均1,122㎡, 1,194㎡, 353㎡), 定期市がそれに次ぎ(それぞれ平均640㎡, 670㎡, 240㎡), 大市が最も小さい(それぞれ7㎡, 47㎡, 30㎡)。

22, 「面積規模」についても, 敷地面積と室内市場面積・頂棚面積・荷売台面積との間には, それぞれ1%レベルで有意な相関関係があり, 特に室内市場面積との相関係数は $r=0.4225$ とかなり高い。また, 建造物面積と室内市場面積・頂棚面積・荷売台面積の間にも, それぞれ1%レベルで有意な相関関係があり, やはり室内市場面積との相関係数は $r=0.4404$ とかなり高い。

さて, 集市の「類型」区分と有意な関係を持つ他の属性としては, 「所在集落」, 「交通状況」, 「主要商品」, 「開催頻度」, 「外来商人率」, 「取引規模」, および「面積規模」が挙げられる。

23, まず, 「所在集落」については, 都市的集落の集市ほど, 専業市場・批発市場に類型区分

される割合が高く(専門市場の構成比は、「市」で23.4%、「県」で16.4%、「鎮」で7.8%、「郷」で3.9%、批発市場のそれは、順に、7.5%、4.5%、1.4%、0.8%)、逆に総合市場に類型区分される割合が低い(総合市場の構成比は、「市」で68.3%、「県」で79.1%、「鎮」で90.7%、「郷」で95.2%)。

24、次に、「交通状況」について、「鉄道の便あり」の集市は、「なし」の集市に比べて、専門市場・批発市場・専門批発市場に類型区分される割合が高く、総合市場に区分される割合が低い(「あり」の集市は、専門市場18.1%、批発市場6.0%、専門批発市場0.6%、総合市場75.3%、「なし」の集市は、順に、9.1%、1.9%、0.2%、89.8%)。同様に「水路の便あり」の集市も、「なし」の集市に比べて、専門市場・批発市場・専門批発市場に区分される割合が高く、総合市場に区分される割合が低い(「あり」の集市は、専門市場17.0%、批発市場5.1%、専門批発市場0.9%、総合市場76.9%、「なし」の集市は、順に、10.5%、2.6%、0.2%、86.7%)。

25、さらに、「主要商品」について、「複数農副産品の市」の大部分(90.0%)と「農副産品+鉱工業製品の市」の過半(54.1%)が総合市場とされるのに対して、「単一農副産品の市」、「単一鉱工業製品の市」および「複数鉱工業製品の市」の過半(それぞれ、58.0%、76.3%、67.8%)は、専門市場とされている。

26、また、「開催頻度」別には、定期市のほとんど全ては総合市場とされるが(総合市場94.3%、専門市場4.5%、批発市場1.1%)が、毎日市および大市では、専門市場および批発市場とされる割合が相対的に高い(それぞれ、総合市場72.4%と55.0%、専門市場21.2%と40.0%、批発市場5.8%と5.0%)。

27、加えて、「外来商人率」もまた、「類型」区分と一定の関係を持つ。即ち、その平均値は、専門批発市場で最も高く(35.4%)、批発市場(31.2%)、専門市場(23.0%)、の順で低下し、総合市場(16.1%)において最も低い。

28、そのうえ、「取引規模」もまた、「類型」区分とある種の関係を持つ。特に、売上高の平均は、批発市場(132,899円)および専門批発市場(101,815円)ではかなり大きい、総合市場(49,535円)および専門市場(45,956円)では小さい。

29、最後に、「面積規模」もまた、「類型」区分と一定の関係にある。即ち、敷地面積の平均は、批発市場(10,451㎡)および総合市場(12,430㎡)で大きく、専門市場(6,371㎡)および専門批発市場(7,689㎡)で小さい。同様に、建造物面積の平均も、批発市場(3,444㎡)および総合市場(3,471㎡)で大きく、専門市場(2,129㎡)および専門批発市場(2,397㎡)で小さい。

ところで、行政当局によって行われたと思われる集市の「類型」区分に際して、最も考慮された点は、区分された四つの類型の内容から考えて、取扱商品が総合的であるか専門的であるかという点と、取引内容が小売主体であるか卸売主体であるかという点であったと考えられる。

したがって、前者については、25の「主要商品」との関係が、後者については、代替的ではあるが、27の「外来商人率」との関係が、「類型」区分に関する規定的関係であると言えよう。それに対して、その他の、23, 24, 26, 28, 29におけるような関係は、「類型」区分を規定した関係と言うよりは、1~22で見た諸属性間の複雑な規定関係に基づき、いわば「類型」区分の結果として現れた、相関関係にすぎないと言えよう。

最後に、集市の「名称」と有意な関係を持つ属性としては、「所在集落」、「主要商品」、「開催頻度」、「取引規模」、「面積規模」、「設備状況」、および「類型」が挙げられる。

30, まず、集市の「所在集落」については、都市的集落ほど選択される割合が高い名称として、「農貿市場等」(「市」で31.9%, 「県」で27.1%, 「鎮」で25.9%, 「郷」で12.6%), 「專業市場等」(順に, 13.8%, 12.2%, 5.9%, 3.9%), 「批發市場等」(順に, 2.0%, 0.8%, 0.3%, 0.1%) および「商場等」(順に, 1.1%, 2.5%, 0.6%, 0.0%) が挙げられ、逆に、農村的集落ほど選択される割合が高い名称としては、「市場」(「市」で45.5%, 「県」で48.9%, 「鎮」で57.1%, 「郷」で64.8%) および「集市等」(順に, 4.2%, 7.4%, 13.6%, 18.8%) が挙げられる。

31, つぎに、「主要商品」については、「単一農副産品の市」、「単一鉱工業製品の市」および「複数鉱工業製品の市」は、過半(それぞれ, 65.3%, 59.7%, 54.2%) が「專業市場等」の名称を採っているのに対し、「複数農副産品の市」および「農副産品+鉱工業製品の市」は、過半(それぞれ, 52.3%, 64.4%) が「市場」の名称を採っている。

32, また、「開催頻度」から見ると、毎日市・定期市・大市ともに、「市場」の名称を採っている場合が最多である(それぞれ, 41.3%, 65.1%, 40.0%) が、毎日市では「農貿市場等」の名称が次ぎに多い(35.8%) のに対し、定期市では「集市等」の名称が次ぎに多く(16.9%), 大市では「集市等」が「市場」と並んで多い(40.0%)。

33, さらに、「取引規模」について、参加者数で見ると、小規模な集市ほど「專業市場等」の名称が採られている割合が高く(0-999人のクラスで55.0%, 100,000人以上のクラスで0.0%), 逆に、大規模な集市ほど「市場」の名称が採られている割合が高い(0-999人のクラスで10.0%, 100,000人以上のクラスで68.4%)。また、売上高で見ると、小規模な集市ほど「農貿市場等」の名称が採られている割合が高く(0-4,999元のクラスで26.9%, 1,000,000元以上のクラスで0.0%), 逆に、大規模な集市ほど「市場」(0-4,999元のクラスで46.3%, 1,000,000元以上のクラスで60.0%) および「批發市場」(0-4,999元のクラスで0.0%, 1,000,000元以上のクラスで20.0%) の名称が採られている割合が高い。

34, 加えて、「面積規模」についても、敷地面積で見ると、小規模な集市ほど「專業市場等」の名称が採られている割合が高く(0-999㎡のクラスで15.0%, 100,000㎡以上のクラスで0.0%), 逆に、大規模な集市ほど「市場」の名称が採られている割合が高い(0-999㎡のクラスで43.5%, 100,000㎡以上のクラスで60.6%)。建造物面積で見ても、小規模な集市ほど「専

業市場等」の名称が採られている割合が高い(1-499㎡のクラスで9.4%, 50,000㎡以上のクラスで0.0%)。

35, その上, 「設備」のうち, 室内市場について見ると, 小規模のものほど「農貿市場等」(1-199㎡のクラスで36.3%, 10,000㎡以上のクラスで13.1%), 「專業市場等」(1-199㎡のクラスで13.7%, 10,000㎡以上のクラスで2.2%)および「集市等」(1-199㎡のクラスで9.8%, 10,000㎡以上のクラスで2.2%)の名称の割合が高く, 逆に, 大規模なものほど「市場」(1-199㎡のクラスで37.3%, 10,000㎡以上のクラスで80.4%)および「商場等」(1-199㎡のクラスで0.0%, 10,000㎡以上のクラスで2.2%)の名称の割合が高い。

36, 最後に, 「類型」と「名称」との関係を見ると, 総合市場に分類された集市の61.0%が「市場」の名称を採っており, 專業市場に分類された集市の55.2%と專業批發市場と分類された集市の81.8%が「專業市場等」の名称を採っているが, 批發市場に分類された集市の名称は, 「農貿市場等」(27.9%), 「專業市場等」(25.2%)および「批發市場等」(20.7%)に分散している。

これら『大観』所収の集市の「名称」は, 古くからの慣行的名称を踏襲している場合が含まれていることも否定は出来ないが, 集市が地方政府によって管理されている現実から考えると, その多くは, ある時点で地方政府により付与された公的な名称である可能性が高い。「名称」付与の際に考慮された集市の属性は, 実際に採用されている名称から考えて, 主として「主要商品」と「類型」であり, 副次的には, 「開催頻度」と「設備状況」であったと考えられる。したがって, 31, 32, 35, 36の関係は, 「名称」付与に際しての規定的関係であり, これに対して, その他の, 30, 33, 34の関係は, 1-29の諸関係が前提となり, むしろ「名称」付与の結果として現れた相関関係であると思われる。

## VI むすび

以上, 『中国集市大観』所収の集市について, 統計的分析により, (1)全国的概況, (2)地域差, (3)事例地域での状況, および(4)属性間の関係を検討してきた。各章において明らかにされたことを要約するとともに, 若干のコメントを加えて, 結論に代えたい。

(1)第II章においては, 集市の16の属性について, 全国的概況が検討された。とりわけ, 『全国集市名冊』によっては得られなかった, 集市の敷地面積・建造物面積・室内市場面積・頂棚市場面積・荷売台面積・開催頻度・参加者数・売上高・外来商人率・移出商品・移入商品の各属性について, 平均や階級別分布状態など, 概況を示す数値が得られたことは, 意味があろう。

(2)第III章においては, 集市の諸属性について, 省・自治区別の数値をもとに, 地域差の状況と, それを規定する要因について, 検討された。その結果, 中国内部で見られる地域差の多くが, 都市人口率で示される都市化の程度と, 一人当たり所得で代表される経済発展の程度によ

て、説明されることが明らかになった。ただし、諸属性の地域差の一部は、自然環境・伝統的慣習・特産地の存在など、上記以外の地域的諸条件によって規定されていることも明らかである。

(3) 第IV章においては、湖南省を事例地域として取り上げ、全国に対するその位置づけが示されるとともに、地域内で集市とその属性が具体的にどのように分布しているかが検討された。その結果、都市化と経済発展が低位にある同省では、集市の諸属性も一般的にはそれに相応した姿を示しているが、地域内での諸属性の分布に関しては、全国的レベルでの傾向とは、必ずしも一致しないことが明らかになった。

(4) 第V章においては、集市の諸属性間の規定的・相関的關係が、検討された。その結果、集市の諸属性間には、「所在集落」と「交通状況」を基本に、「主要商品」や「移出入商品」を媒介とし、「開催頻度」・「外来商人率」・「取引規模」・「面積規模」・「設備状況」に至る、多面的な規定関係があることが明らかになった。また、集市の「類型」区分や「名称」付与は、行政当局により、これらの諸属性の若干のものを基にして行われたであろうと、推定された。

最後に、本研究における問題点、ないし今後の課題について触れておきたい。

まず第一に、本研究の対象集市が、「大中型集市」であり、「小型集市」を含んでいないことに留意しなければならない。対象集市数3,633は、1987年の全集市数69,683の5.2%を占めるにすぎない。ただし、採録された集市が全て規模の上で全国の上位5.2%に属するかと言うと、そうではなくて、地域によっては、かなり小規模な集市も採録されている。いずれにせよ、全数調査または母集団を正確に反映するサンプル調査に基づく検討が必要なことは、論を待たない。

第二に、中国における統計的資料がしばしばそうであるように、使用した資料において、集市の諸属性について、厳密な定義がなされているわけではない。また、記載内容の正確さについても、全幅の信頼を置けるかどうか疑問な面もなしとはしない。したがって、本研究で得られた分析結果は、他の統計資料等によるクロスチェックや、現地調査を通じてのフィードバックによって、より確かなものにされる必要があろう。

第三に、本研究における統計分析は、出来るだけ厳密なものであるよう心がけたが、なお主観的判断に頼っている部分が少なくない。より高度な分析方法の適用も、検討すべきであろう。<sup>9)</sup>

## 謝 辞

本研究の基本資料とした『中国集市大観』は、神戸市外国語大学の小島秦雄氏より拝借したものである。同氏に深甚の謝意を表したい。なお、資料整理や統計分析には、名古屋大学大学院の、王 徳、Thin Thin Kyaing、金 料哲諸氏の援助を得た。また、本研究には、文部省科学研究費・一般研究(C)「中国の自由市場に関する地理学的研究」(課題番号:04680241)を

使用した。記して感謝の意を表したい。

#### 注

- 1) 石原 潤「中国の自由市場について」, 名古屋大学文学部研究論集, 110, 1991。
- 2) 『中国統計年鑑』1994年版, 中国統計出版社。
- 3) 石原 潤『定期市の研究』, 名古屋大学出版会, 1987, 30頁, 216-218頁。
- 4) Skinner, G.W., Marketing and Social Structure in Rural China. *The Journal of Asian Studies*, Vol.24, Part 1, 1964, p.13.
- 5) 一般に, 集落の規模が拡大すると共に, 集市の面積規模も拡大すると考えるのが自然であるが, 「市」における市場がむしろ小さいのは, 「市」のレベルでは, 集市が商品別・地区別に分立し, 前述のように, 同一市内に多数立地するためであると思われる。
- 6) 参加者数および売上高において, 「県」が「市」を若干上回ることについては, 注5)と同様な理由によるものとおもわれる。
- 7) 注5) 参照。
- 8) 室内市場, 頂棚市場, 荷売台の各面積についても, 「県」が「市」を上回るのは, 前述のように, 「面積規模」において, 「県」が「市」を上回っているためであろう。
- 9) 例えば, 属性間の関係にパス解析法を適用するなどが, 考えられる。