

「家電下郷」

家電製品を農村で普及させるため、中国は昨年、山東・河南・四川の三省および青島市で、農民の購入者に補助金を出す仕組みを試験的に実施したが、今年は全国で展開することになった。この取り組みを「家電下郷」と呼ぶ。文化大革命期に新卒の若者二千万人が農村へ送られたのを「下郷」と言ったが、今度の対象は人ではなく物である。

もともとは農民の生活条件改善が主な趣旨だったが、世界的な経済悪化に対応して内需拡大が加えられ、「一石二鳥」の政策となった。輸出が大幅に落ち込んで苦境にあえぐ家電業界にとっても福音である。

対象品目はカラーテレビ・冷蔵庫・洗濯機・携帯電話の四機種で、メーカーが政府に申請し、品質やアフターサービスなどが審査された上で、補助対象品目に認定されると、一世帯各一台にかぎり売価の一三%が財政から補助される。四機種それぞれに補助金の最高限度額が設定されており、カラーテレビは二千元、携帯電話は千元、などとなっている。中央財政が八〇%、省クラス財政が二〇%を負担するのが原則だが、財政難の省には中央の補助率を増すこともある。実施期間は暫定四年。

年末に第一次の機種認定が公表されたが、外国製品は韓国の携帯電話のみだった。

農村向けの家電製品には、実情に合わせた工夫が不可欠である。たとえば、一部の農村では電圧が不安定なので、それに耐える部品が求められる。またネズミにコードをかじられないよう、露出部分にはすべてカバーを付けねばならない。携帯電話の呼び出し音は、都会向けより大きくする必要がある。これらは、かねてから提起されていたながら、メーカーが重視してこなかったのだが、今回を契機に「農民というお客様」と正面から向き合うことになるろう。

昨年の三省一市でのテスト結果によると、普及政策実施前と比べ、販売量の伸び率が三〇ポイント上昇した由であり、補助を全国で四年間実施することにより、販売量が四億台を超えると予測されている。

中国は農業・農村・農民の「三農」の振興を、すべての政策の最重点に位置づけており、二〇二〇年までに農民一人あたり純所得を二〇〇八年より倍増させ、消費水準を大幅に向上させることを目標に掲げた。農村での家電普及を目ざす今回の政策は、歳入が五兆元の大台に乗ったことを抛り所に、「三農」向けの財政出動を一段と増額するものである。さらに、家電市場の拡大には販売とアフターサービスの拠点づくりが不可欠なことから、これをテコにして、農村の流通・販売機構の整備も進むことが期待されている。