

中国教育産業における市場拡大と民間企業の参入

姜 紅 祥

目 次

- | | |
|---------------------|---------------------|
| I. はじめに | IV. 中国教育市場における企業の多角 |
| II. 中国における教育産業化政策と | 化と企業統合 |
| その問題点 | V. おわりに |
| III. 中国教育市場の拡大と民間企業 | |
| の参入 | |

I. はじめに

中国の教育産業は 1990 年代以降、著しい市場規模拡大を遂げてきている。伝統的な対面教育において義務教育の普及と高等教育の募集枠拡大などが行われ、情報技術の進歩によってオンライン教育も勃興し、教育産業は今、サービス産業の重要な一翼を担うようになってきた。1992 年 6 月 16 日、中国政府が『第三次産業の発展を加速する決定』を公布し、従来の公的教育を中心とした教育分野が明確に第三次産業と指定され、市場経済における価格形成メカニズムの下での「産業化」が提起された。そして 1999 年 6 月に開催した「第三次全国教育工作会識」において「教育産業化」を本格的に施行し始めた。

それ以来、中国の教育市場は急速に拡大してきた。義務教育段階を含めて各種の学歴教育機関への進学率が向上し、特に大学などの高等教育機関へ進学する学生数は、大学募集枠の拡大により急速に増加した。高等教育機関への進学率（粗入学率）を見てみれば、1992 年にはわずか 3.9 % に対して、1999 年には初めて 10 % 台を超えて 10.5 % までに向上し、2013 年には 34.5 % に達した。また、中国の普通大学（本科と専科の合計、成人教育と通信教育などを除く）の在校生数を見てみれば、教育産業化政策を本格的に実施し始めた 1999 年の約 409 万人に対して、2016 年末には 2696 万人に達した¹⁾。したがって、中国の高等教育は次第に一部の国民しか受けられないエリート教育から大衆化へと変わったといえる。さらに、世界的にみれば、2011 年、中国の教育市場は 3820 億米ドルに達し、アメリカ（11330 億米ドル）に次ぐ世界第 2 位であり、第 3 位の日本（2500 億米ドル）をはるかに超えている。また、2000 年と比較してその 10 年間の増加率をみれば、アメリカの小幅な増加（34.2 % 増）と日本の横這い（3.2 % 増）と比べ、中国は 195.2 % という大幅な増加が見られる²⁾。

1) 中国教育部発展規画司各年度統計データによる (http://www.moe.gov.cn/s78/A03/ghs_left/s182/ 2017 年 9 月 10 日アクセス)。詳しくは図 3 と付表 1 を参照されたい。

2) 世界主要国の教育市場の規模は三井物産研究所（2013）、p.3 を参照されたい。中国の場合、市場規

中国を世界有数の教育市場に押し上げた背景には、政府系の各学歴教育機関だけではなく、民間企業も重要な役割を果たした。教育産業化以来、民間企業も教育サービスを提供することができるようになり、義務教育と高等教育の分野に国・公立教育機構を補足する形で参入し、幼児教育、課外教育、職業教育と各種の能力教育などにおいても民間企業が主役になっている。

民間企業が参入する教育分野は、大きく分けると、小学校就学前の幼児教育分野、義務教育から高等教育までの学歴教育とその関連分野、職業訓練と技能教育分野という3つの領域がある。そのうち、幼児教育は主に幼稚園と保育園教育と幼児教育関連サービス、学歴教育と関連分野は学歴授与が認可される各種の私立学校とそれを補助する分野、職業訓練と技能教育分野は主に企業と個人に対する専門的業務研修や職業技能訓練を指す。教育産業化政策が実施されて以来、民間企業はこの3分野での躍進が非常に目立ち、学生の課外教育、言語教育、IT教育や各種の職業訓練、文化やスポーツなどの趣味教育、企業関連のマネジメントや実用スキル訓練などあらゆる細分化された市場に参入し、教育産業化の中核を担っているといっても過言ではない。そのため、中国の教育市場を分析する際に、民間企業の動きを無視することはできない。

一方で、グローバリゼーションが深化する現在、人材獲得の競争は世界規模で行われる。各国は政治、経済、文化などでの様々な考慮から、外国人留学生を受け入れたり、自国から海外に留学生を派遣したりして、自国の影響力ないし海外との交流を強化している。そこで、自国の教育資源を活用することで外国人留学生の受け入れによって外貨収入を増やし、人材の利用と労働力不足の解消、消費の促進などの経済的要因が重要視される。欧米の先進国の中には、留学ビジネスがすでに経済の一角を形成しており、義務教育段階における大量の資金投入を回避し、留学生の受け入れによって世界各地から人材を誘致する国も少なくない。

日本政府は2008年に「留学生30万人計画」を公表し、2020年までに日本への留学生を14万人から30万人に増やすことで、国際的な人材の強化、諸外国との人的ネットワークの形成、相互理解と友好関係の深化というスローガンを掲げている。それを実施するために入国審査の簡素化、国際化拠点大学の育成（グローバル30）、奨学金の充実などの受入れ環境改善などの具体策を講じている。その背後には、少子高齢化・人口減少という構造的な問題の解決、経済の活性化、教育資源の活用などが考えられており、高度な人材の企業への供給、大学など教育機関の国際化推進と定員割れ問題の解決なども考慮されている。

2016年5月1日時点で、日本における外国人留学生の数は約24万人で、「留学生30万人計画」はほぼ順調に伸びていると言えよう³⁾。出身国・地域別状況を見てみると、中国が一番多

ノ 模全体は大きいですが、PPP（購買力平価）ベースで一人当たりの金額は、439ドルにとどまり、アメリカ（3631ドル）、イギリス（2627ドル）日本（1479ドル）などの先進国よりはるかに及ばず、ブラジル（794ドル）とロシア（661ドル）、メキシコ（730ドル）とトルコ（674ドル）などの新興国よりも少ない。また、この研究レポートは、コンサルティング会社のIHS社のデータを使っており、市場規模は、児童・生徒・学生に限らず、あらゆる年齢層を対象とした教育機関、通信教育や補助学習などに対する公費および私費支出に合計額で計上され、国連とOECDなどの統計が使われている。統計源の違いがあるため、本稿の本文に取り上げた数字と一致しない場合がある。

3) 日本学生支援機構「平成28年度外国人留学生在籍状況調査」による。2016年5月1日現在、留学ノ

く、約 10 万人（9 万 8483 人）で全体の 41.2% を占める。その次は、ベトナム（5 万 3807 人、22.5%）、ネパール（1 万 9471 人、8.1%）、韓国（1 万 5457 人、6.5%）と続く。実際、地理的・文化的に近い中国は一貫して在日外国人留学生の主な供給源であり、アジア地域からの留学生が留学生全体の 93% を占める現状の中で、在日外国人留学生に関する諸問題、日本の大学の国際化などを議論する際に、中国を抜きに論じることはできない。

このような背景の下で、本稿は、日中両国の教育分野での協力を念頭に置き、その第一歩として中国教育市場の状況を考察する。教育という準公共財に市場原理を導入し、教育市場の拡大に直結した教育産業化政策を議論し、その問題点を明らかにする。そして、高度成長期から「経済新常态」といわれる安定成長期に入った中国経済において、高度成長を維持している教育市場と教育産業化の現状を考察する。その上で民間企業による教育市場への参入に焦点を絞り、異業種企業による教育分野への多角化、教育市場競争の現状とあり方を経済学の視点で検証する。

II. 中国における教育産業化政策とその問題点

1990 年代はじめから中国は、ソ連の崩壊と東西冷戦の終焉、天安門事件により経済成長の鈍化など国内外の経済情勢の急変を受けて、さらなる改革開放の深化を実施した。すなわち、1992 年、鄧小平の「南巡講話」は中国経済を新たな成長軌道に導き、その後、約 20 年間にわたった高度成長をもたらした。この改革開放の深化は教育分野にも及び、様々な教育政策が 1990 年代初頭から講じられた。例えば、教育資金調達多様化政策⁴⁾、農村部における 9 年間義務教育の実施⁵⁾、国・公立大学の有料化⁶⁾、教育機関による経営活動への許可⁷⁾、学校選択料の徴収⁸⁾、公立学校から私立学校への転身、国・公立高等教育機関による民間企業との共同教育⁹⁾、不動産開発の方式で「大学城」の設立¹⁰⁾など、今現在の中国教育システムを形成した重要な教育政策はその

、生総数は 23 万 9287 人であり、そのうち、高等教育機関には 17 万 1122 人、日本語教育機関には 6 万 8165 人である。

4) この教育資金調達多様化政策は、農村部の教育資金不足問題を克服するために講じた政策であり、中央・地方政府の財政資金に加えて企業や農村住民の負担金、教員や生徒の労働収入（勤工儉学）などによって教育資金を多様な方法で調達する政策である。

5) 中国は 1986 年に「義務教育法」を制定し、9 年間の義務教育の実施を明確に決めた。1990 年代初頭、主要都市では普及されたが、農村部の普及率は非常に低く、小学校までの初等教育しか達成しなかった。

6) これまで実施してきた国・公立大学の授業料無料を変えて学費徴収することを指す。

7) 教育機関に対して、教育活動のほか、保有土地の貸出や企業設立などの営利活動を許可することである。

8) 学生が異なる学区に移動する際に徴収された費用を指す。多くの場合は、寄付金、教師慰問金なども徴収される。

9) 例えば、国・公立大学に民間資本を受入れ、「二級学院」「独立学院」など事実上の私立大学を設立することがその後、数多く見られた。

10) 「大学城」は欧米の University Town を真似て、複数の大学が立地して形成する町である。大体、政府主導の場合は多く、都市の郊外に莫大な敷地を開発して複数の大学をそこに移転させ、高等教育を中心とする町が形成される。現在、「大学城」は全国各地に点在し、建設中と企画中の大学城も少なくない。

時期から次々に打ち出された。中でも、最も深刻な影響を及ぼしたのはいうまでもなく、教育産業化政策であろう。

(1) 教育産業化政策提起の経緯

教育産業化とは、教育分野を明確に第三次産業に属すると規定し、市場経済原理に基づいて教育資源を配置し、市場メカニズムを用いて教育を管理することである。つまり、教育分野の「サービス産業」という属性を強調し、市場競争と価格メカニズムを用いて教育資源を効率的に配分し、これまでの教育資金不足、教育分野における教育資源と管理の政府独占問題を解決し、教育分野を発展させようと考えられる。具体的には、前述したように、国・公立大学の学費の有料化、教育機関による利益をもたす経営活動への許可、学校選択料の徴収、公立学校から私立学校への転身、国・公立高等教育機関による民間企業との共同教育、私立学校の設立、不動産開発の方式で「大学城」の設立が含まれている。そのほかに、幼児・児童に対する課外教育や教材・教具分野の経営など、義務教育段階や高校以上の学歴教育段階における教育関連分野の市場化も含まれる。

そもそも、中国における「教育産業化」は単一の政策ではなく、一連の政策の総称である。また、それに関する議論も今まで続き、賛否両論の意見が見られている。まず、教育産業化政策の形成を見てみよう。

教育産業化の正式な提起と見られるのは、1992年に公布された『中共中央、国務院關於加快發展第三產業的決定（中国共産党中央委員会ならびに国務院による第三次産業の発展を加速する決定）』である。この『決定』の中には、交通運輸業、郵政・通信業、科学研究、教育事業、公共事業を明確に第三次産業に定義し、それを重点的に発展させることが書かれていた。また、主要な政策と措置としては、「産業化という方向を用いて、活力を持つ自己発展メカニズムを構築し、大多数の第三次産業を経済実体として転換して企業化経営を実施する。大多数の福祉型・事業型・公益型第三次産業組織を経営型に転身させ、企業化管理を実行する。（中略）価値規律に従って、価格体系を改革し、第三次産業が長期にわたり価値補償不足問題を解決する。確実に国が価格を制定する、あるいは費用徴収を規定しなければならない一部の分野を除き、第三次産業の大部分の価格と費用徴収基準を開放し、状況によって変動価格制、同業による価格協議制、自由価格制を実行し、合理的な価格形成を促進する」と書かれている¹¹⁾。この政策の提起には、1992年はじめに行われた鄧小平の「南巡講話¹²⁾」により、中国が改革開放をさらに深化すると

、い。しかし、大学などの高等教育機関は民間の不動産開発と同じように、学費収入や既存の不動産などを担保として商業銀行から融資して大学城に校舎を建設することが多い。この方式は多くの大学の負債超過をもたらした一方、汚職の温床になるという厳しい批判を受けていた。

11) 「中共中央、国務院關於加快發展第三產業的決定」『人民網・中国共産党新聞文献資料』による (<http://cpc.people.com.cn/GB/64184/64186/66684/4494137.html> 2016年8月26日アクセス)。

12) 鄧小平が1992年1月から2月にかけて武漢、深圳、珠海、上海を視察し、改革開放の深化を呼びかけた。同年10月12日に開催した中国共産党第14回全国代表大会では、この「講話」の精神に従い、「社会主義市場経済」を全面的に打ち出した。それ以降、中国経済は再び高速成長の軌道に乗った。

いう背景がある。教育分野への財政投入不足、それに伴う教育経費不足問題を解決する狙いのほかに、ほかの分野と同じように市場経済原理を導入して成長性と効率性を図ろうとする目的が考えられる。

その後、1999年6月15日から6月20日までに『第三次全国教育工作会識¹³⁾』が開催され、『中共中央、国務院關於深化教育改革全面推進素質教育的決定（中国共産党ならびに国務院による教育改革を深化し、および素質教育を全面的に推進する決定）』を公布し、教育産業化政策を全面的に打ち出した。会識では、中国の教育分野の方向性をこのように定めている。「教育は優先的に発展すべき戦略的分野であり、その分野の発展は非常に重要で、緊迫性がある。わが国の労働者は教育水準が低く、教育サービスに対する需要が旺盛に存在する。教育を発展させることは、学生と保護者の教育需要を満たすことができ、教育消費を拡大することもできる。それは、内需の拡大、経済の持続的成長、雇用の促進などにおいて大きな意味を持つ。また、国民貯蓄の中に、教育資金としての国民貯蓄が膨大な金額であり、国民の教育分野の消費意欲が非常に強く、民間による教育分野への参入意欲も顕著に見られるため、教育分野の潜在力が大いにある。そのため、今の教育構造を調整し、高校と高等教育の規模を拡大し、各種の職業教育も発展しなければならない。それを達成するために、教育資源と潜在能力を掘り出し、公立学校の力を発揮する。ほかに、民間の力を活用して私立学校の建設を促進する。民間による高校段階、高等職業教育、普通高等教育への参入を支援し、公立学校と私立学校が共存する局面を構築する¹⁴⁾。この教育会識の結果では、「教育産業化」という文字自体が出なかったが、本格的な教育産業化という方針が決まられたと考えられる。

(2) 教育産業化政策に対する賛否論争

実際、1980年代から第三次全国教育工作会識が開催するまで、経済改革の実行、つまり市場経済体制へと移行することに伴って、中国の教育分野をどう改革するかについては、盛んに議論されてきた。経済の高度成長によって、中国は多くの分野では売り手市場から買い手市場に変わり、計画経済時代の供給不足から供給過剰に転じており、需給関係のアンバランスが改善されたにもかかわらず、教育分野では従来の規制が多く存在し、教育資金の不足や人材育成機能の欠如が問題視された。それに加えて、アジア金融危機¹⁵⁾発生後の中国経済は需要不足が発生し、如何

13) この全国教育工作会識は一般的に「全教会」と略称し、不定期に開催される。改革開放以降、4回しか開催されず、教育分野に関する根本的な政策を決定する重要な会識である。最近では、第四次全国教育工作会識（2010年7月13日～14日）が開催され、「国家中長期教育改革および発展計画綱要（2010～2020年）」が決定された。

14) 「全国教育工作会識（1999年6月15～20日）」『中国共産党新聞』（<http://dangshi.people.com.cn/GB/151935/176588/176597/10556604.html> 2016年8月27日アクセス）。

15) 1997年7月以降、タイを初めとしたアジア諸国は急激な通貨下落現象を指す。タイ、インドネシア、韓国は特に大きな打撃を受け、マレーシアやフィリピンや香港もある程度の打撃を受けた。東アジア、東南アジアの各国経済に大きな悪影響を及ぼした。一方で、中国と台湾は直接の影響はなかったが、他国から間接的な影響を受けたという。

に消費を拡大し、投資と輸出を促進するかが議論された。このような背景の下で、教育分野に市場経済の原理を導入し、教育改革を通じて教育市場規模を拡大させ、教育に関する消費と投資の促進によって、経済成長をけん引する目的がうかがわれる。

当然ながら、教育産業化に対して賛否両論があり、それぞれの理由は以下である。

教育産業化に賛成し、それを積極的に推進する主な理由は、消費・投資・雇用を拡大させ、教育資源配分の効率性も向上され、経済成長に直結するということにある。具体的に言えば、第一に、教育分野では、教育サービスを提供することが主であり、個人や社会に経済的利益をもたらすことができるため、産業という属性を持ち、市場での需給関係が存在する。したがって、市場経済の価格調整メカニズムを教育分野に導入し、市場競争原理で教育資源の配置を行い、政府はマクロ的な調整役を果たすべきである。第二に、学校が企業として利潤最大化という原理の下で独自の経営を行い、営利と損失とも自己責任を負うべきである。第三に、教育分野はほかの産業と同じように利潤とコストを計上し、それによって効率的な経営を図るべきである。このような教育産業化は根本的に教育経費不足の問題を解決し、バランスが取れた需給関係を維持することができる。教育産業化のメリットは、第一に、教育を重視する中国人は、膨大な貯蓄の中に教育資金があるため、教育産業化を実行すれば、大学などの高等教育機関による募集枠の拡大や私立学校の新規設立や職業教育の拡大によってその教育資金が有効に活用され、消費拡大をもたらす、内需の拡大により経済成長が促進されることである。第二に、教育産業化によって教育機関に限らず、教育関連産業の勃興も促進され、大きな雇用促進効果が期待される。第三に、教育産業化によって、私立学校や教育関連分野での新規参入など、利潤を追求する投資が行われ、投資促進効果が期待できる。第四に、計画経済時代から維持してきた教育体制が変わり、高等教育機関の学生募集枠拡大や教育機関間の競争が促進され、サービスの差別化によってより社会の教育ニーズを満たすことができ、教育資源の配分効率を向上することができる。総合的に、教育産業化は中国経済のさらなる成長を維持し、多様な人材を育成することが不可欠であると主張されている。

一方で、教育産業化に反対する意見も多く、その理由は主に教育に関する公平性の問題に集中している。具体的に言えば、教育分野は公共財ないし準公共事業に属し、公益という特性を持ち、公平性を配慮しなければならない。各種の学校は非営利機関であるべきで、企業の利潤最大化原理と根本的な違いがあるため、市場原理を教育分野に導入すべきではない。経済的利益だけを追求すれば、すなわち、公共財である教育を個人の経済的な支払能力に依存する市場行為に変えれば、教育サービスの公益性と公平性が著しく損なわれ、社会的厚生に重大なマイナス影響を及ぼす恐れがあるという論点である。

(3) 教育産業化の問題点

いずれにせよ、教育産業化政策が制定される前にも施行された後にも、積極的にそれを推進する意見があれば、全面的な実行を阻止する有識者も少なくない。市場経済移行期にある中国で

は、結局、教育産業化政策が実行されたが、先進諸国の経験を取り入れながら政策の修正を絶えず行い、今日に至ってきた。この政策の現状を見ると、教育格差の拡大を導いた反面、教育産業規模の拡大や競争促進という効果も明らかである。

では、教育産業化の現状から政策の問題点を見てみよう。教育産業化の問題点は、主に学歴教育分野に集中し、教育格差を拡大させたことである。つまり多くの批判を受けたのは、準公共資源としての教育の公平性が著しく欠如したことにある。詳しく言えば、農村部と都市部の経済的格差により、高額な学費を徴収することで農村学生の経済的負担が重くなり、一部の農村学生にとって教育権利が奪われると批判されている。この教育格差については、農村と都市間に限らず、都市の高所得層と低所得層、中心都市と地方都市、経済発展水準の高い農村部と遅れた農村部の間にも見られており、まさに中国における格差問題を表す象徴的な存在でもある。

教育産業化が本格的に実施された 2000 年代初頭、小・中学校の義務教育段階から高等学校までの学歴教育に属する各種の学校は様々な名義で教育費を徴収し、「乱収費（学費徴収が様々な名義で混乱する状態）」が横行し、社会的不満を招いた。それは、学費を徴収するほかに、各種の資料費などの雑費や高額な「転校費（学区を越える学校に進学する際に徴収する学校選択料）」、さらに時間外補習費、教員の課外指導料などが氾濫している¹⁶⁾。各地域に教育資源が重点学校に集中し、一般公立学校や職業学校などとの教育水準の格差も現れていた。その問題に対して、中国政府は規制政策や教育資金の投入増加によってある程度解決したが、義務教育段階ではない高等学校においてはいまだに大きな問題として存在している。

大学などの高等教育については、教育産業化が実施されて以来、教育格差問題が相変わらず存在してきた。高等教育の問題点としては、学費の高騰、農村部出身学生の経済的負担の増大や進学機会の低下、大学間の学生募集競争の激化と私立大学の国・公立大学との格差、教育サービス水準の低下、大学負債の増加などの点に集中する。

学費の高騰については、1990 年代初めまで中国の大学（その時、殆んどの高等教育機関は国立あるいは公立であった）は、政府の投入によって運営されており、しかも学生の募集枠が限定されて、大学進学できるのはごく一部の高校生であった。表 1 で示したように、教育産業化が実施した後の 1996 年に、政府投入は 80% に低下し、学費収入は 13.65% を占めるようになった。2005 年では、大学の財源における政府投入は半分以下に低下し、学費の徴収は政府投入の不足分を補う重要な存在になっており、雑収入も 1996 年の 5% 台から 2005 年の 18% に増加し、企業設立など教育サービス以外のビジネス活動から資金を調達することが増えてきた。また、表 1 で示した財源構造は主に政府系大学を取り上げており、学費収入と雑収入に依存する私立大学が含まれていない。このような学生納付金の徴収によって一般家庭にのしかかる重い負担は、所得

16) 例えば、多くの小・中学校では学習義援金を徴収しており、教材費、教具費、補講費、電気代・水道代、駐輪費、ノート代などあらゆる名目で費用を徴収してきた。また、学区以外の学生に対して多額な「転校費」や「増員費」を徴収することも一般的な現象であった。それによって教育産業化に対する社会的不満が空前に高まった。

表1 中国の普通高等学校（大学）における財源別収入の構成（単位：億人民元）

	1996 年	2000 年	2005 年	2010 年
政府投入	262.55 (80.34%)	531.19 (58.16%)	1090.84 (42.77%)	2901.80 (52.78%)
私立学校投入	0.57 (0.2%)	6.59 (0.72%)	180.13 (7.06%)	26.96 (0.49%)
寄付金収入	3.70 (1.13%)	15.18 (1.66%)	21.08 (0.83%)	29.64 (0.54%)
事業収入	—	—	—	2216.56 (40.32%)
学費収入	44.62 (13.65%)	192.61 (21.09%)	791.92 (31.05%)	1676.1 (30.49%)
その他収入	15.35 (4.70%)	167.78 (18.37%)	466.26 (18.28%)	322.91 (5.87%)
合計	326.79 (100%)	913.35 (100%)	2550.24 (100%)	5497.86 (100%)

注：①政府投入は公共財政支出教育費であり、事業費、科学研究費、基本建設費、教育税などが含まれる。

②四捨五入のため、比率の合計が100%にならない場合がある。

③普通高等学校には、普通高等学校の本科・専科と職業技術学院以外に、事実上の私立大学である独立学院が含まれる。成人高等学校、独立学院以外の私立高等教育機構は含まれない。

出所：中国国家统计局「中国統計年鑑」、各年版より作成。

の低い階層、特に農村出身者の大学進学及び進学後の学習活動を妨げる要因になっていた。また、教育産業化以降、国・公立の大学は入学統一試験を通じて学生を募集する際に、地域別で募集定員数を定める制度を導入し、都市部学生に偏る傾向が見られており、特に重点大学における農村部出身学生の比率は著しく低下している¹⁷⁾。

一方で、1999 年以降、教育産業化の一環として中国の高等教育機関は学生募集枠の拡大を実施した。適齢人口が労働市場に進入する時期を遅らせることによって就業の圧力を軽減することと、人的資本の蓄積によって産業構造の転換に対応することが当初の目的であった。中国の高等教育機関は、1998 年の年間 108 万人から 2008 年の年間 607 万人へと、10 年の間に 5 倍以上の募集枠拡大が達成され、年平均 40～50 万人の募集枠増となった¹⁸⁾。1999 年から 2008 年まで、高等学校の高等教育進学率が 10.5% から 23.3% に増加し、大学などの高等教育はエリートから大衆へと拡大している¹⁹⁾。このように大学の学生募集枠増大が優秀な学生を取り入れる重点国公立

17) 大学学費の徴収拡大による農村学生の負担増大と教育上の不平等については、楊常宝（2010）が詳しく論じている。楊の研究によれば、2000 年の農村部世代の平均年収（労働者 4 人の世代）は、そのすべてを一人の大学生に投入しても一年間の学費と生活費を負担できない。大学生を抱える多くの農村部家庭では、長年にかけた貯蓄ないし親族・友人からの借金で学費を賄うしか選択肢がないという。

18) 呉要武・趙泉（2010）、p.93 を参照されたい。

19) 馮建華（2009）「大学拡招十年成就与問題」『中国共産党新聞網』2009 年 9 月 10 日記事（<http://theory.people.com.cn/GB/10025333.html> 2016 年 9 月 1 日アクセス）。

大学の学生募集競争を高める一方、教育産業化政策に応じて新規参入した私立大学や地方の無名大学が素質の良い学生を集めることができず、不利な地位を被っている。また、大学の募集規模の急拡大は、大学の教育水準を低下させるとの批判が高まり、特に地方の無名大学では、卒業生は就職難問題にさらされている。ほかに、多くの大学は学生規模拡大や大学間の競争激化に対応するために金融機関から巨額な資金を調達し、教育施設や学生寮、さらに大学城を建設することによって多大な負債を抱えてしまい、財務状況の悪化問題に直面している。

上記のように、教育産業化政策が実施されて以降、多くの問題が発生した。しかしながら、中国の教育産業の規模が急速に拡大し、一大産業として成長してきたことを看過することはできない。

本稿の冒頭にも触れていたが、三井物産戦略研究所のデータを見てみれば、2011年、中国の教育市場は3820億米ドルに達し、アメリカ（11330億米ドル）に次ぐ世界第2位であり、第3位の日本（2500億米ドル）を遥かに超えている。教育市場の規模がGDP（国内総生産）に占める比率を見ると中国は5.2%に達しており、日本（4.3%）とイタリア（4.8%）より高いものの、ドイツ（5.3%）と同水準になっている。また、2000年比の増加率をみれば、アメリカの小幅な増加（34.2%増）と日本の横這い（3.2%増）と比べ、中国は195.2%という大幅な増加が見られ、世界主要国の中で際立っている存在である。2010年における高等教育の就学者数と総就学率はそれぞれ3104万6735人と26%であり、2000年のそれぞれ736万4111人と8%と比べると遥かに増加してきた²⁰⁾。

また、同レポートでは、市場規模に限らず、民間教育関連企業の成長にも注目した。教育関連企業を、学校を運営する企業、理解度を深めたり各種試験に合格するための補助学習サービスを提供する企業、教材や試験の提供および学校支援を行う企業の3つのカテゴリーに大別し整理し、それぞれのカテゴリーに代表的な企業を紹介している。具体的な事例としては、オンラインとオフラインで学校運営のChinaEdu Corporation（弘成教育、2007年に米国ナスダック上場）、中国最大の教育サービス業者であるNew Oriental Education & Technology Group（新東方教育科技集団、2006年にニューヨーク証券取引所上場）、オンライン教育大手のXueda Education Group（学大教育集团、2010年にニューヨーク上場）とAmbow Education（安博教育集团、2010年にニューヨーク上場）、小・中学校課外補習サービスに従事するTAL Education（学而思教育集团、2010年にニューヨーク上場。2013年8月以降、中国語の会社名を「学而思」から「好未来」に変更）という中国大手教育企業を取り上げている。これらの企業は中国教育関連企業の代表格であり、アメリカの株式取引所に上場し、中国教育市場の成長と拡大において象徴的な存在である。

2012年3月5日に開催した第11回全国人民代表大会では、国務院総理の温家宝（当時）は『政府工作报告』の中に、財政資金による教育支出を国内総生産（GDP）の4%程度に引き上げ

20) 三井物産研究所（2013）、pp.3～4.

ると明言し、2020年までに高等教育の入学率が40%になるという長期目標を設定していた²¹⁾。この教育支出比率は先進国並みの数字で、中国の経済規模で測れば膨大な金額になる。2012年、中国の名目GDPは82241億ドルであり、その4%は3290億ドルである。そのため、多額な財政資金を教育分野に投入し、教育産業を促進しようとする中国政府の強い意思がうかがわれる。

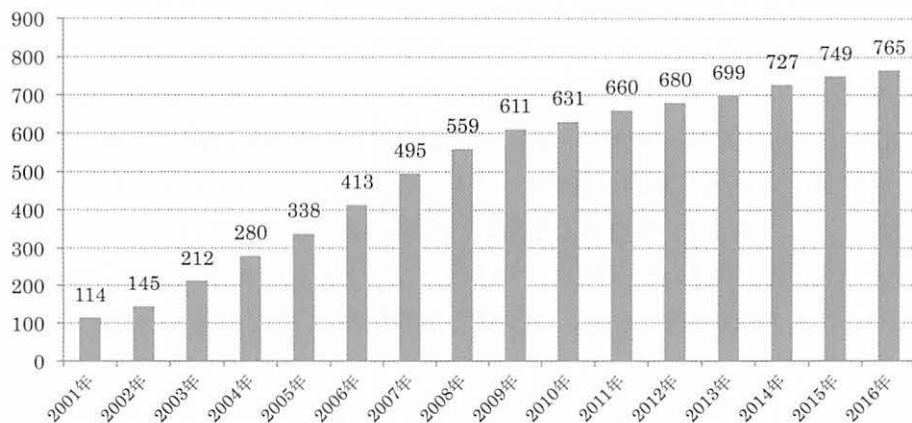
Ⅲ. 中国教育市場の拡大と民間企業の参入

経済成長スピードの鈍化、一人っ子政策による学生数の減少という背景の下で国民の教育に対する支出の意欲が一段と高まり、中国の教育市場では政府投入の増加に加えて民間企業による教育への投資が活発化している。教育市場は数少ない成長市場と見なされて教育関連企業が相次いで新規参入し、一部の企業は短期間に大きく成長してきた。また、ICT（情報通信技術）の発展とインターネットの普及によって中国では対面教育という形のオフライン教育に加えて、インターネットを通じて教育サービスを提供するオンライン教育が著しく発展してきた。以下では、中国教育市場の状況と民間企業の参入を見てみよう。

(1) 中国教育市場の急速な規模拡大

前述したように、教育産業化政策が1992年から施行され、1999年から本格的に導入された。それ以来、中国の高等教育機関（大学、大学院、短大、成人高等教育機関を含む）の学生募集と卒業生数が急増し、高等教育は2000年以前のエリート教育から大衆化教育に変わった。図1を見ればわかるように、2001年、中国の高等教育機関を卒業する大学生は110万人程度であったが、2016年末、765万人に達した。また、2001年末、高等教育機関が1225校、在学学生数が

図1 中国における高等教育機関の卒業生数（2001年～2015年、単位：万人）



出所：中国教育部発展計画司の統計データより作成。

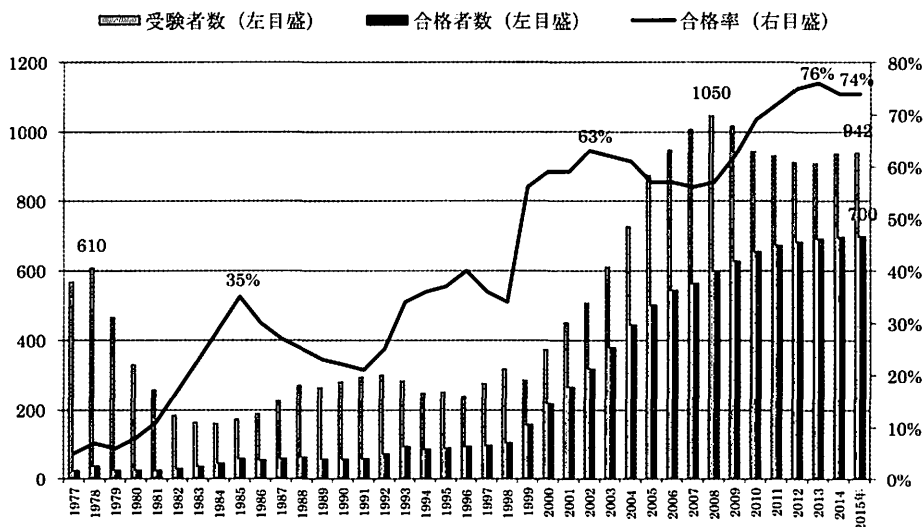
21) 「2012年国務院政府工作報告」『中国政府網』2012年3月15日記事による。(http://www.gov.cn/test/2012-03/15/content_2067314.htm 2016年6月23日アクセス)。

719 万人程度に対して、2015 年末、高等教育機関数は 2001 年と比べて 2 倍以上の 2852 校、在学学生数は 5 倍以上の 3647 万人となっており、高等教育機関への入学率は 40% にも達している。2015 年末の高等教育機関数の内訳を詳しく見れば、普通高等学校 2560 校（275 の独立学院を含む）と成人高等学校 292 校があり、そのうち、4 年制の大学本科（4 年制学部）が 1219 校、3 年制の高等職業大学専科（短期大学相当）が 1341 校である²²⁾。

高等教育機関の入学者選抜の推移に基づいて、普通高等学校招生全国統一試験（大学進学統一試験、中国語では“高考”と呼ぶ）を通じて全日制高等教育機関への進学状況を把握することもできる。図 2 で示したように、大学進学統一試験の受験者数は、制度復活の 1970 年代末に一時ブームになり、大学進学ができた人はわずかである。1990 年代半ば以降、受験者数は急増加し、2008 年にはピークを向かえ、1050 万人に達した。適齢受験者数の減少、海外留学の増加、学歴に対する価値観の変化など、様々な要因の下で受験者が減り続け、2015 年には 942 万人であった。一方で、合格者数は一貫して増加し、2015 年には約 700 万人に達した。この受験者数と合格者数で見ると、高等教育機関の合格率は 2010 年以降、70% 台で推移している。

また、各教育段階の進学率を見てみれば、表 2 で示したように、1990 年に普通小学校から中学校は 70% 台、普通中学校から高校は 40% 台、普通高校から高等教育機関は 30% 未満であったのに対して、2016 年にはそれぞれ 98.7%、93.7%、94.5% に達した。普通学校の粗就学率も図 3 で示したように着実に高めてきており、中国の教育事情が大きく改善されたことはうかがえる。

図 2 大学統一進学試験における受験者、合格者、合格率の推移（1977 年～2015 年）（単位：万人、%）



注：合格率＝合格者数÷受験者数×100%で算出。合格者数は大学の本科と専科合格者の合計である。
出所：中国教育部發展規画司の統計データより作成。

22) 中国教育部發展規画司「2015 年全国教育事業發展統計公報」による。

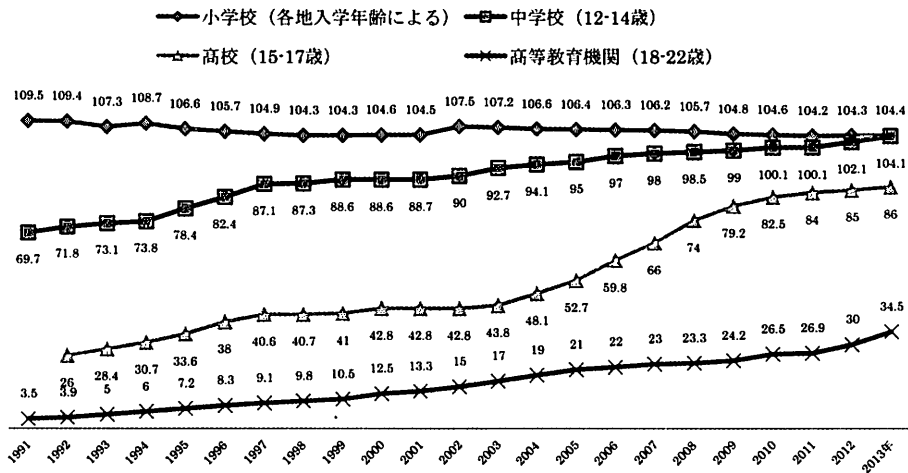
表2 各教育段階における普通学校卒業生の進学率（1990年～2016年、単位：%）

年	普通小学校→ 中学校	普通中学校→ 高校	普通高校→ 高等教育機関	年	普通小学校→ 中学校	普通中学校→ 高校	普通高校→ 高等教育機関
1990	74.6	40.6	27.3	2008	99.7	82.1	72.7
1995	90.8	50.3	49.9	2009	99.1	85.6	77.6
2000	94.9	51.2	73.2	2010	98.7	87.5	83.3
2001	95.5	52.9	78.8	2011	98.3	88.9	86.5
2002	97.0	58.3	83.5	2012	98.3	88.4	87.0
2003	97.9	59.6	83.4	2013	98.3	91.2	87.6
2004	98.1	63.8	82.5	2014	98.0	95.1	90.2
2005	98.4	69.7	76.3	2015	98.2	94.1	92.5
2006	100.0	75.7	75.1	2016	98.7	93.7	94.5
2007	99.9	80.5	70.3				

注：高校から高等教育機関進学率＝高等教育機関学生募集数÷普通高校卒業生数×100%

出所：中国教育部「各級普通学校卒業生進学率」データベース。

図3 各教育段階における普通学校の粗就学率（総就学率）の推移（1991年～2013年、単位：%）



注：粗就学率（総就学率）＝就学者数÷教育制度計画上の相当年齢人口×100%

出所：中国教育部「各級教育毛入学率」データベースより作成。

(2) 教育市場における民間企業の参入と現状

教育産業化以降、中国においては大学の学生募集枠の拡大だけでなく、私立大学の設立が相次ぎ、それを含めて民間資本による教育分野への新規参入は増加した。従来、国・公立大学によって独占された高等教育分野では、2015年末、私立高等教育機関は734大学（独立学院275カ所を含む）、在学学生数も610万人に達した。単純計算すると、私立大学は、高等教育機関数の約4分の1、在籍学生数の約6分の1を占める。また、高等教育だけでなく、幼稚園、小学校、中学校、高校、各種の専門学校などの教育分野にも民間資本は参入し、中国の学歴教育の重要な担い手となってきている。2015年末時点で、私立幼稚園では14.64万校と在園児童2302万人、私立普通小学校では5859校と在学学生714万人、私立普通中学校では4876校と在学学生503万人、私立普通高校では2585校と在学学生257万人、私立中等職業学校（専門学校相当）では2225校と在

学生 183 万人となっている。そのほか、職業訓練など、学歴以外の各種学校は民間資本にとって最も活躍する分野で、2015 年末に 21403 校に達し、955.46 万人がそれらの学校で教育訓練を受けたという²³⁾。

中国教育市場は、小学校、中学校、高校、各種の専門学校、大学という学歴教育段階だけではなく、言語教育、放課後の進学補助、各種の資格・認証取得のための教育、芸術・スポーツなどの趣味と教養教育、就業訓練と企業管理教育など、学歴以外の分野も大いに繁栄しており、それらの分野はごく一部の政府系就業訓練企業を除けば、ほぼすべてが民間企業に運営されている。特にインターネットの急速な普及により、インターネットを通じて各種の教育活動を行うオンライン教育（Online Education、e ラーニング）が著しく発展してきた。地理的距離と時間、さらに教員の質など教育資源のアンバランスという制限を超えて、標準化・高品質の教育サービスを提供することができるオンライン教育は、先進国と比べて教育インフラの整備が欠けている中国において大きな発展を遂げてきた。

中国におけるオンライン教育には、高等教育機関を指定し、インターネット教育を通じて学歴の授与を許可する、いわば学歴教育の一環としての存在がある²⁴⁾。しかし、それは莫大な中国オンライン教育市場のわずかな部分に過ぎない。電子授業計画やデジタル教材の提供など一方的な教育資源の供給、教育ゲームとアニメーションなど教育ソフトウェア開発という双方向教育資源の供給、MOOC²⁵⁾のような双方向型教育サービスの提供、教育企業が業務を遂行するためにプラットフォームの提供、ビデオなどオンライン講義製作や教学ツールの提供、教育検索専用サイト、教育調査サービス、教育分野に関連する技術・ソリューションの提供など、中国のオンライン教育市場は多岐にわたっている。また、経済成長が鈍化した中国において、教育市場は数少ない成長市場としてその将来性が見込まれ、多くの新規参入が発生している。騰迅（Tencent）、網易（NetEase）、百度（Baidu）、新浪（Sina）のような大手インターネット企業が既存の経営資源を用いてオンライン教育分野に参入したほか、インフラ建設に従事する中泰橋梁による国際学校とオンライン教育への参入など、異なる分野企業による教育分野への新規参入も盛んに行われてきた。Deloitte（徳勤有限公司、世界的会計事務所 Deloitte Tohmatsu Consulting の傘下企業）中国のデータによれば、中国のオンライン教育市場は 2012 年、723 億元（約 115 億ドル）に達し

23) 中国教育部発展規画司「2015 年全国教育事業発展統計公報」による。

24) 例えば、2000 年、中国政府の教育部は 68 ヶ所の高等教育機関を指定し、インターネット教育とそれに関連する学歴の授与を許可した。

25) MOOC とは、Massive（公開）、Open（公開）、Online（オンライン）、Course（コース）という言葉の頭文字で、インターネット上で公開される大規模なオンライン講座を指す。基本的には無料で、インターネット環境さえあれば誰でも受講できるという仕組みを持ち、2008 年にアメリカで提唱され、瞬く間に世界に拡大した。有名大学などの教育に接することができ、地理的・時間的・経済的、年齢的制限がなく、しかも高額な学費が不要なため、「教育の民主化革命」と高く評価された。アメリカでは、スタンフォード大学、ハーバード大学、マサチューセッツ工科大学などの名門大学、日本では東京大学と京都大学の講義が MOOC の公認プラットフォームを通して講義される。ちなみに、日本では MOOC の普及と拡大を図るため、2013 年 11 月に JMOOC（一般社団法人日本オープンオンライン教育推進協会）が設立された。

たという²⁶⁾。

IV. 中国教育市場における企業の多角化と企業統合

産業組織論的アプローチでは、多角化とは、企業が異なる産業に参入することにより、製品の多様性を増加させることをさす。多角化は、企業成果だけではなく、産業組織にも重要な影響を及ぼす。つまり、企業の多角化には、範囲の経済性というメリットを生かし、企業が既存の分野から異なる分野に参入し、結果として参入した分野の競争を促進する。これに対して、企業結合は2社あるいはそれ以上の企業が組織的につながり、共同で何らかの企業行動を行うことであり、各種のカルテルや企業合併がそれに該当する。近代社会では、企業間競争が独占禁止法や各種の法律の下で促進され、競争を制限する各種のカルテルや大型企業買収は法的規制の対象となる。しかし、企業は利潤の最大化を図るため、企業買収・合併 (M&A) を頻繁に行い、技術や管理ノウハウ、人材や販売チャンネルを取得し、市場シェアや競争力の向上を図る。つまり、企業結合は異なる分野の企業が多角化によって新規参入してくる場合、市場の企業数が増え、市場集中度が低下するが、同分野での企業結合、特に提供する製品やサービスが同一となる競争ライバル企業間の M&A の場合は、結合によって企業数が確実に減り、市場集中度が高くなり、競争を制限する働きがある。大型企業買収に対する直接規制を行わなければ、企業結合が絶えず進み、市場構造が寡占や独占市場になる可能性がある。結果的に企業が利潤最大化を図るために独占力を発揮し、市場成果が好ましくない方向に向けてしまい、社会的厚生水準が低下する恐れがあるのである。

では、中国の教育市場はどうだろうか。上述したように、現在、市場集中度の水準が全体的に低く、企業間競争がかなり激しいとみられるが、企業結合が盛んに行われるならば、将来的に、市場集中度が高くなる可能性がある。以下では、企業結合の代表的な企業行動である多角化と買収・合併を見てみよう。

(1) 企業買収・合併 (M&A)

中国経済は、リーマン・ショック以降の大規模な景気対策を経て、「新常态」を迎えている²⁷⁾。マクロ経済の成長が鈍化する中で、製造業には過剰な生産能力を持ち、不動産業もバブルといわれる好景気から成長低迷になってきている。一方でインターネットを通じて取引を行う EC ビジ

26) Deloitte (2012)『中国民衆教育行業發展思考 2012』、p.6。

27) 「新常态 (ニュー・ノーマル)」という言葉は、中国国家主席の習近平が2014年5月、河南省視察の際に発言したことを最初にして、同年11月に北京で開催された APEC (アジア太平洋経済協力会議) において提起した言葉で、中国経済が高度成長期を終えて中高度成長期という新たな段階に入っていることを示す経済用語である。すなわち、①経済成長率が大幅に低下してきたこと、②成長のエンジンが労働力という生産要素の投入量の拡大からイノベーションなどによる生産性の向上に移っていること、③経済構造の転換が進んでいること、④金融・財政リスクが顕在化することがこの「新常态」の特徴である。そこで、中国政府は経済政策の軸足を「景気対策」から「供給側改革」に移している。

ネスやオンライン決済システムが著しく進み、中国ではインターネット関連のビジネス分野が急ピッチで発展してきた。このような背景で、教育産業が将来性のある市場と判断され、競争が激しくなる一方で、教育企業間の買収・統合が頻繁に行われ、異なる分野の企業による新規参入も多く見られる。したがって、企業買収・合併が最もよく使われる手法になってきている。また、中国国内企業による企業買収だけではなく、海外企業による中国の教育企業への買収も現れてきた。さらに、中国教育企業が海外に進出し、グローバル競争に参加することも最近、注目すべき点である。

まず、中国国内企業による買収を見てみよう。中国国内企業は、資本市場を通じて教育企業、特に教育分野のベンチャー企業への投資により、資本構造上で当該企業を取得する。その後、資本市場への上場により、企業を売却することが多い。特に「新三板」という中国の店頭市場に上場した企業にはこのタイプの企業が多い。2016年10月現在、「新三板」市場には201社の教育企業が上場し、すでに一大分野に形成している²⁸⁾。この201社の上場企業の主業を見ると、乳児に対する母子教育が1社、就学前教育が26社、教育情報が58社、K12教育分野²⁹⁾が35社、職業教育が46社、教育コンサルティングが3社、高等教育が7社、外国語・留学サービスが9社、その他が16社である。

次に、大企業が上場するA株市場³⁰⁾にも、近年、教育企業への買収が盛んに行われており、教育市場が中国株式市場の新たな成長点として注目されている。中国の大手政府系証券会社の中信証券の報告書によれば、2010年から2016年10月末まで、A株市場上場企業による教育企業への買収・合併がエスカレートし、2010年から2012年までの年間0件から、2015年の年間60件と2016年1～10月の24件まで増加した。買収金額は2010年～2012年の0元、2013年の6.89億元から2015年の397.13億元と2016年1～10月の289.6億元に増加した。A株市場上場企業による買収案件全体に占める割合も2013年の0.28%から2016年1～10月の13.08%へと著しく増加した(表3参照)。

このA株市場の具体的なM&A案件を見てみると、大型化という傾向が読み取れる。たとえば、2013年8月27日、上海証券取引所に上場した新南洋(株式コード600661.SH)が5.82億元

28) 多様化する企業の資金需要を満たすため、2012年、既存の上海証券取引所(上海メインボード)及び深圳証券取引所(深圳メインボード、中小企業ボード、創業ボード)に加えて、中国に全国規模の場外証券取引市場(店頭取引市場)が設立され、すなわち、全国中小企業株式譲渡システム(新三板市場)が設立された。新三板の主な機能は、非上場株式の公開譲渡、融資、買収に関連するサービスを提供することであり、その登録には、財務諸表の数値に関する基準が設けられておらず、証券監督委員会の審査認可を必要としないなど、比較的容易に利用できる点が特徴である。

29) K-12は元々米国やカナダの英語圏で使われる言葉で、幼稚園(Kindergarten)に加えて小学校から高校を卒業するまでの12年間という教育期間のことである。今は世界的にこの言葉が使われ、基礎教育段階の通称となっている。

30) 中国本土では、上海、深圳市場にはA株市場とB株市場がある。基本的に、A株は中国国内投資家専用、B株は日本人を含む外国人専用市場というように区別がされている。A株はQFII(適格国外機関投資家制度)で認可された国外の機関投資家を除き、基本的に中国人しか投資できない人民元建ての株式のことを指す。

表3 A株市場における教育産業のM&A案件と金額（2013年～2016年）

時期	M&A 件数 (件)	M&A 合計金額 (億人民元)	A株市場における教育へのM&Aの割合 (%)
2013年	3	6.89	0.28%
2014年	13	19.26	0.26%
2015年	60	397.13	2.77%
2016年	24	289.60	13.08%

注：2016年のデータは1～10月のものである。

出所：中信証券研究部（2016）によるまとめ。

の金額を提示し、上海市に本拠地を置く教育大手企業の昂立教育（上海昂立教育科技有限公司）の100%株式を買収すると発表した。この企業買収は証監会（中国证券监督管理委员会の略称）に『民弁教育促進法』違反という理由で拒否されたが、非営利的な学校業務を分離させるなどの手法で、2014年6月18日には買収が認可された。この買収によって新南洋はA株市場初のK12教育分野の上場企業となる。また、2016年1月、深圳証券取引所に上場した勤上光電（株式コード002638.SZ）は20億元で職業教育訓練大手企業の広州龍文（広州龍文教育科技有限公司）を買収すると発表し、この買収は2016年6月29日に許認可された。さらに、2017年2月10日、上海証券取引所に上場した四通股份（株式コード603838.SH）は45億元で、留学大手企業の啓行教育（広東啓行教育科技有限公司、留学大手企業の啓徳教育集団の主要子会社）を買収すると発表した。このような企業買収は、教育市場における企業買収が大型化の時代に入ったことを象徴している。すでに一大市場として成長してきた象徴でもある。

ちなみに、この3件の買収案件は異分野企業の多角化による教育市場への参入と業務強化に目的がある。新南洋と昂立教育は特に上海交通大学とのつながりが強い企業であり、新南洋は教育・サービス業務のほかに、精密機器製造、デジタルテレビというメディア運営に従事し、太陽光発電分野にも携わっている。昂立教育への買収は、太陽光発電など不採算分野からの撤退、教育産業への集中という目的がみられる。また、勤上光電はこれまでLED照明器具を製造する大手企業であって、広州龍文を買収する目的は、教育という将来の成長産業に手を伸ばし、もう一つの花型フロンティアを育てることにほかならない。四通股份は元来、日用と芸術の磁器製品に特化する製造企業であり、啓行教育への買収は異なる分野への新規参入としか解読できない。もちろん、これらの企業買収は複雑で、精査しない限りでは簡単に結論を説くことができない。少なくとも共通資源が存在せず、範囲の経済性という経済学の根拠が乏しい買収案件だと見られて、裏口上場（back door listing）などの目的がその背後に働きかけている可能性がある。

また、M&Aという手法で中国の教育産業に参入することは、中国の国内企業に限らず、海外企業によるものも増えつつある。実際、海外企業による中国教育企業への買収は、投資規模が大きく、中国国内企業の投資額をはるかに凌ぐ存在感がある。表4で示したように、2007年から2011年までの5年間で、金額ベースで上位10件の企業買収・投資案件の中で、海外企業による

表4 中国教育企業に対する上位10企業買収案件（金額ベース、2007年～2011年）

順位	買収時期	買収類型	買収先企業	買収企業	買収企業 本社所在地	買収金額 (百万 US ドル)
1	2011年11月	海外企業による買収	環球雅思	Pearson Group (英国培生集團)	イギリス	294.00
2	2007年10月	海外企業による買収	東方大学城有限公司	Raffles Education Corporation Limited (萊佛士教育集團)	シンガポール	266.70
3	2010年12月	海外企業による買収	中国教育國際 服務有限公司	美中通道有限公司	アメリカ	155.40
4	2009年4月	海外企業による買収	華爾街英語	Pearson Group (英国培生集團)	イギリス	145.00
5	2011年9月	国内企業による買収	Shanxi Rising Educ Invest Co	中国双語科教集團	中国	108.02
6	2008年10月	海外企業による買収	安博教育控股 有限公司	未公開	イギリス	103.00
7	2006年7月	国内企業による買収	山東万傑医学 院	山東万傑高科技股份有限公司	中国	79.01
8	2009年6月	国内企業による買収	四川外語学院 成都学院	四川新華文軒連鎖股份有限公司、 四川弘明置業有限公司	中国	75.39
9	2010年3月	海外企業による買収	湖北工業大学 商貿学院	双威教育集團	香港	66.18
10	2008年4月	海外企業による買収	重慶師範大学 涉外商貿学院	双威教育集團	香港	64.97

注：買収金額については、人民元建ての場合、当該年の人民元対 US ドル平均為替レートで算出した。

出所：各メディアから情報収集して筆者作成。

ものが7件を占め、買収金額全体の81%にも及んだ。このことから、中国の教育産業が海外企業にとっても魅力的な投資先になっていることがうかがえる。

表4で示した買収案件の中、規模が一番大きかったのは環球雅思（環球教育集團）への買収である。2011年11月21日、中国大手教育企業の環球教育集團が、イギリス大手教育・出版企業である英国培生集團（Pearson Group）からの企業買収を受けて、同企業の傘下に入ると発表した。Pearson は環球教育集團のすべての株を取得し、買収金額は2.94億ドルに及んだ。

環球教育集團は張永琪が2001年に設立した教育企業であり、英語教育に特化する企業である。海外留学に必要な英語能力試験のTOEFLとIELTS、海外大学進学試験のSATとACTなどを主な業務とするが、一般の英語教育も行い、中国全土100以上都市で英語教室を設け、同分野最大手の新東方と並んで中国最大の言語教育企業の一つとなっている。2006年9月にソフトバンクから2500万USドルの投資を受けて環球天下教育科技集團（Global Education & Technology Co., Ltd.）に社名を変えた。傘下子会社の環球雅思は2010年10月8日、米国ナスダックに上場した。Pearson に買収されたことは、双方の合意下で実施した友好的企業買収である。すなわち、世界で展開するPearson Groupのチャンネルとノウハウを活用することで、環球教育集團はグロ

ーバル化することができ、教育という長期的・連続的資源投入が必要とする分野でさらに国際競争力を強化することにつながる。それゆえに、環球教育集团はナスダックでの上場廃止を選んで買収される道を歩んだのである。Pearson は高度成長の中国の教育市場を見逃さないように、この企業買収を通じて中国市場で勢力を拡大していくことは間違いない。

(2) 異分野企業による教育市場への参入

前述したように、中国の教育産業には、市場規模の拡大により、新規参入が盛んに行われており、近年、大型企業買収・合併の中に、教育産業以外の企業に実施された買収が多くみられる。経済が「新常态」の時期にシフトした中国は、製造業や不動産業、インフラ・資源関連産業などでは、市場成長のスピードが鈍化し、多くの企業が業績の伸び悩みに直面している。特に製造業では、多くの企業が過剰な生産能力を持ち、海外に輸出拡大するか、新たな成長分野を探して多角化するか、ということを選ばなければならない時期に入ってきている。したがって、教育産業への新規参入は多くの企業が選んだ戦略的行動である。

Deloitte (2017) の研究報告では、2016 年から 2017 年 6 月までの中国教育市場の企業買収案件を収集した³¹⁾。この報告によれば、この 1 年半の間に企業買収を実施した 139 社の内、最も割合が高い業種は製造業であり、約 36% を占めている。つまり、139 社の買収企業の中に、50 社は製造業企業である。そして 2 番目多い企業の業種は教育産業であって、43 社で 31% を占める。それゆえに、同じ教育産業に属する企業同士による買収も多く、細分市場への多角化、あるいは同細分市場での市場占拠率拡大という目的がうかがわれる。その次の業種は、コンピューター情報関連サービス (17 社、12.2%)、文化産業 (10 社、7.2%)、不動産業 (9 社、6.5%) である。つまり、コンピューターとインターネット、あるいは出版・メディアという教育と密接する共通資源の利用で、教育市場に参入する動きが見られており、経済理論から見ると合理的な行動であろう。しかし、不動産業による教育分野への参入が目覚しく、注目すべき動きである。いったい、不動産企業が教育分野に参入する理論的根拠はどこにあるのか、新しいビジネスモデルとして成立する可能性があるだろうか。以下では、不動産開発企業による教育市場への参入を見てみよう。

表 5 で示したように、中国の不動産開発企業は教育分野に参入する際に、3 つのビジネスモデルが見られる。すなわち、寄付・暖簾借り型モデル、共同展開型モデル、独自展開型モデルである。

寄付・暖簾借り型モデルは、文字通りに、名門学校のブランドを借りて、建設した不動産の入居者に当該学校の優先入学や学費減免などの優遇措置を設けて、不動産販売を促進するというモデルである。学校に対しては、校舎などの建築を建設し、学校に建物の使用权を寄付するが、学校の運営に基本的に参加せず、出資もしない。代表的な企業は華潤置業、中国金茂集団といった

31) Deloitte (2017) 「邁向新高度 - 2017 年徳勤教育行業報告」、p.18 のデータより整理。

表5 不動産開発企業による教育市場参入のビジネスモデル

	寄付・暖簾借り型	共同展開型	独自展開型
ビジネス・モデル	不動産開発企業が名門学校と契約し、校舎を建設する。学校あるいは政府が建設済み校舎の使用権を持つ。 不動産開発企業が建設した不動産の入居者に、名門学校の優先入学権や学費減免を与える。	不動産開発企業が校舎の建設、教学設備の購入、建築物のメンテナンスなどを出資として当てる。 学校側が教師を派遣し、日常の管理と運営を行う。	不動産開発企業が自己ブランドで開発する不動産の中で学校を建設する。 教師募集、学生募集、教学などの学校運営全般を不動産企業が行う。 主に私立の国際学校、2ヶ国語教育学校が対象とする。
代表的企業	華潤置業、中国金茂集団など	中泰橋梁、万達集団、保利地産など	碧桂园、万科集団など
プロジェクトの実例	北京金茂府、唐寧 ONE など	中科幼兒園、青島実験小学、福州市融僑小学校など	広州碧桂园学校、万科塾、陽光国際学校など
リスクと収益	ローリスク・ローリターン	ミドルリスク・ミドルリターン	ハイリスク・ハイリターン

出所：筆者によるまとめ。

企業で、間接的に教育分野に参加するため、ローリスク・ローリターンである。

共同展開型モデルは、不動産開発企業が教育組織（学校）と共同で出資し、教育を行うモデルである。不動産企業は校舎など建物の建設と管理、教学設備の購入などハード面を分担し、協力学校は教育全般を担う構造となる。代表企業は中泰橋梁、万達集団、保利地産などで、不動産販売の促進や成長分野へのシフトというメリットがあるが、大規模かつ長期的投資が必要とするため、中リスク・中リターンの収益構造と思われる。

独自展開型は、不動産企業が独自で教育分野に参入し、すべての業務を独自で行うモデルである。大規模かつ持続的な資金投入が必要となるほか、独自の教育理念の下で高い教育水準を維持しなければならないため、碧桂园と万科集団といった莫大な資金力を持つ大手不動産企業が代表である。このタイプのビジネスモデルが成功すれば、大手不動産会社が低コストで取得した土地と社内の建設業務を活用し、低コストで学校を設立することもできるし、学校周辺の高価な不動産物件を開発するというシナジー効果で、従来より高い収益を獲得することもできるという構図である。しかし、不動産企業が学校教育全般を担い、不得意といえる教育分野での遂行能力が問われる。成功すれば多額の収益を手に入れるが、うまく学校を経営することができなかつたら莫大なリスクを抱えるというハイリスク・ハイリターンはこのビジネスモデルの特徴である。

上記の不動産企業による教育産業への参入は、多角化の理論で不可解ではなく、中国のユニークな教育制度と経済事情の下で成立した合理的なビジネスモデルといえよう。すなわち、以下の理由の下で不動産企業が教育産業へと多角化するのである。

第一に、中国の教育格差は、不動産と教育を結ぶことにつながる。教育格差が地域格差と所得格差などと比べてはるかに大きく、今現在大きな社会問題となっている。優秀な教師と高水準の教育を提供する学校は各地域の中で過度に集中し、全国から見ても北京や上海などの大都市に集中されており、地方や農村には、教育水準だけでなく、存続さえ確保できない学校が数多く存在

する。そのため、教育という公共財の配分は、中国でもっとも効率性が悪く、公平性も著しく乏しいと批判されてきた。子供の将来のために大金を払うことを惜しまない中国人の教育意識の下で、進学率や教育水準が高い学校が大人気になり、そこで不動産を買って名門学校への優先入学などができれば、不動産の購入が教育投資に当たると学生の親が考えてしまい、不動産と教育は自然に結びついたのである。

第二に、戸籍と人口移動の制限は教育と不動産のつながりを促進する。周知のように、1950年代から中国は戸籍制度をつくって人口移動を厳しく制限してきた。農民工などの流動人口は、たとえある都市に長期にわたって暮らしても現地の戸籍を取得することができず、子供を就学させることができない。不動産の購入により戸籍の取得、子供の入学が解決されれば、不動産の需要が高まり、ほかの業者と比べて差別化し、その政策を独占する不動産業者はより高価格と高利潤で不動産を販売することができる。そのため、不動産開発業者にとって教育へ参入するインセンティブが生じてくる。

第三に、学区制度が学校周辺の不動産価格を高め、不動産バブルを生み出す一方、不動産開発業者の教育参入を促進した。中国政府は、学校間の教育格差を解消するため、学区制度を導入した。居住地域内の学校に進学する制度であり、外の学区の学校には進学できない。しかし、高額な「择校費³²⁾」を払えば、居住する学区外の学校に通学することができる。そこで、高額な「择校費」を払うよりも、学校周辺の不動産を買えば、自動的にその学区に入るため、「学区房（学区不動産）」への需要が高まってきた。結局、名門校が位置する学区の不動産価格が高騰し、不動産バブルの一因となっている³³⁾。このような構造の下で不動産開発企業は相次いで教育分野に参入し、より高い利潤を得ようとしている。

第四に、不動産と教育の間に生まれたシナジー効果が、不動産企業による教育市場への参入を促進した。特に独自展開型ビジネスの場合、碧桂园と万科集団のような大手不動産企業はすでに莫大な資金力を有するため、グリーンフィールド投資で教育市場に参入し、高水準の教育組織を育成することができれば、本業の不動産にプラス効果を与え、高い収益を得ることが期待できる。

上記のように、教育市場への新規参入が進む中、異分野による参入も増えている。不動産開発企業のように、複数のビジネスモデルで教育産業への新規参入と多角化が見られる。一見、範囲

32) 学区以外の学校に入学する際に徴収された「学校選択費用」のことをさす。「教育寄付金」「教育援助金」「教師慰問金」などの別称もある。この学校選択費用は地域ごと、学校ごとに金額が違うが、進学率が高い有名学校の場合は巨額である。たとえば、北京の小学校で勉強し、学籍は他学区の小学校にある場合、毎学期1万円～15万円（約16万円～240万円）の寄付金が一般的相場といわれる。2012年、「名門学校の中国人民大学附属中学校の学校選択費用は、50万円から80万円に切り上げた」ことが報道された。同年の人民元1円の平均為替レートで換算すると、360万円～576万円に相当することで、「择校費」は如何に高額なのかを理解することができる。

33) 名門学校の学区内にある不動産が高騰したことも社会問題となっている。たとえば、北京市中心部の学区不動産平均価格（中古マンション）は2017年初、1平米あたり15万円（約240万円）に達したと報道された。50平米の中古マンションの場合は、この相場で750万円、日本円に換算すると1億2000万円に相当する。

の経済というメリットが乏しい企業行動であるが、中国の特有な教育事情の下で行われた合理的な行動だと考えられる。不動産分野のほかに、製造業による新規参入の場合は異なる側面で経済的合理性を利用することがあると思われるが、このような異分野企業による教育市場の参入は、教育企業への買収であれ、グリーンフィールドであれ、いずれの手法も教育市場の企業競争を促進する効果があり、社会的厚生水準の向上につながると考えられる。

(3) 教育企業の国際化と海外進出

産業組織論的アプローチでは、企業の国際化、海外進出が国内の競争構造、国内の企業行動や価格政策に影響を与え、企業の競争優位の形成につながると考えている。そのため、以下では中国の教育企業の海外進出を見てみよう。

中国企業の海外進出は 2000 年代から加速し、輸出入貿易、海外直接投資、海外企業との提携、海外プロジェクトの請負など、多様な形式で行われている。特に海外への直接投資を見れば、中国はすでに世界主要な資本輸出国となり、伝統的な資本輸出国のアメリカと日本と肩を並べている。しかし、教育産業の海外進出はまだ初期段階にあり、国際化された企業はまだ少数にとどまっている。しかし、中国の「一帯一路³⁴⁾」政策の推進に並行して教育企業の海外進出は増加傾向にあり、国内市場の競争激化に伴って、これからさらに増えると推測することができる。中国の教育分野の国際化には主に以下の特徴がある。

第一に、国際化を進めた主体は、主に高等教育に従事する組織である。特に、高等教育機関は、外国人留学生の受け入れ拡大、海外分校の建設、海外大学と共同で教育機関の設立などの形式で国際化を展開している。2017 年 5 月現在、中国政府が許認可した海外大学との共同教育機関は 2539 校になり、中国の高等教育機関が海外で 4 つの大学を設立した³⁵⁾。また、2016 年末まで、中国は 140 カ国に 512 の孔子学院と 1073 の孔子教室を設立し、中国語教育を推進している³⁶⁾。

第二に、海外教育企業の買収を通じて、積極的にグローバル化を図る企業が増えつつある。その代表的な買収案件は山東省青島市に本社を置く偉東集団有限責任公司である。この 1998 年に設立して元々不動産開発に従事した企業は、積極的に多角化し、ホテル経営、観光施設開発、教育・コンサルティング、ビジネス・コンサルティングといった分野に次から次へと参入してきた。2016 年 2 月、偉東集団は子会社の偉東雲教育集団を通じて、フランスの職業教育企業デモス社 (DEMOS Group) の株式 75.64% を取得し、グループの傘下に収めた。この企業買収の成

34) 「一帯一路」構想は 2014 年に中国政府が提起した経済圏構想である。「一帯」とは中国西部から中央アジアを経由してヨーロッパにつながる「シルクロード経済ベルト」、「一路」とは中国沿岸部から東南アジア、アラビア半島の沿岸部、アフリカ東海岸を結ぶ「21 世紀海上シルクロード」である。この「一帯一路」の関連国は一つの経済圏になり、インフラ投資の整備、貿易の促進、資金流動の自由化を図っている。

35) 「一帯一路、教育在行动」【人民日報】2017 年 5 月 11 日記事による。

36) 孔子学院本部 HP による (http://www.hanban.edu.cn/confuciusinstitutes/node_10961.htm 2017 年 8 月 25 日アクセス)。

果として、デモス社は偉東集団に経験豊富な教師と教育プログラム設計能力を提供し、B2B（企業間での電子取引、Business to Business の略）職業教育の競争力を強化することになり、同時に、偉東集団もヨーロッパを中心とした世界市場への進出ができたという³⁷⁾。ほかの企業買収案件として、2015年11月、福建省福州市にあるオンラインゲーム・ソフトウェア開発企業の網龍（NetDragon WebSoft Inc.、網龍網絡控股有限公司）は1.3億米ドル（8480万ポンド）をかけて、イギリスオンライン教育会社の Prometheam 社を買収した。この買収によって、Prometheam 社が持つ100カ国・地域に分布するチャンネルを手に入れ、一気にグローバル展開を果たした³⁸⁾。

第三に、職業教育企業の中に、グリーンフィールド型投資でグローバル化を図る企業も現れた。例えば、2016年、杭州邢帥教育科技有限公司（2009年に設立したベンチャー企業）はタイと南アフリカに子会社を設立し、現地進出の中国企業のエデュケーション需要を満たすために職業教育を開始した。寧波職業教育学院は2013年から浙江省大手企業の天時国際と協力して西アフリカに位置するベナン人民共和国に職業訓練基地の建設を準備し始め、2016年、中非貝寧職業技術教育学院を設立した。現地の企業と中国系企業に対して技術人材の育成が目的だという³⁹⁾。

V. おわりに

本稿は、教育産業化以降の中国教育市場に対して、教育産業化の問題点、市場の現状と民営企業による参入の状況を考察してきた。中国の教育市場は1990年代から著しく成長してきており、これからも高度成長を維持する見込みがある。そのため、既存企業の規模拡大に伴って新規参入も盛んに行われている。高度成長期から安定成長期へという経済成長モデルの転換、情報化社会への躍進、教育資源配分の不均衡、所得増加による国民の教育への投入増加、教育重視の伝統思想など、総合的な要因で中国教育市場の拡大を後押しするとみられる。

高度に成長してきたとはいえ、中国の教育市場は全体的に見て、市場集中度が低く、企業間の競争が激しい。細分市場を詳しく見てみると、学歴市場において民間資本で運営する私立教育機関が総じて不利な状況に晒され、これから新陳代謝が加速化し、高等教育機関を含む一部の私立学校は淘汰されると推測することができる。

一方で本稿においてメインとする民間企業による市場参入は、中国の教育市場に活力を注ぎ、市場成長に伴って一部の企業の成長も著しく、国際化も民間企業を中心に進めている。民間企業が主役となっている非学歴教育市場においては、集中度が高く、寡占化が進んでいる一部の細分市場を除けば、総じて集中度が低く、企業間競争が盛んに行われている。特にオンライン教育分

37) 「偉東雲教育並購法国 DEMOS 欧盟職業認証進入中国」『第一財經』2016年2月29日記事（<http://www.yicai.com/news/4755357.html> 2017年8月25日アクセス）。

38) 「中国網龍公司收購英国教育企業」『新華網』2015年9月17日記事（http://news.xinhuanet.com/fortune/2015-09/17/c_1116598103.htm 2017年8月25日アクセス）。

39) Deloitte (2017)、p.31。「搭建援外平台提昇中国職教影響力」『光明日報』2017年5月11日14面記事。

野は、インターネットの普及と情報技術の躍進で、参入と退出が激しく、企業統合も進めている。サンク・コストの低さがそれを促進すると考えられるが、中国教育市場の大きさと需要の多様性もその背景にある。また、一部の大企業は積極的にイノベーションを行い、全国的チェーンを展開することによって差別化している。地方都市と広大な農村市場にまだ開発の余地が大きいため、中国の教育市場はこれからさらに拡大することは間違いない。しかし、中国の教育市場が大きな課題を有することも確かである。それを以下のようにまとめることができる。

第一に、市場秩序を乱す過当競争が見られるため、如何にして高水準の教育を提供するかが当面の課題である。つまり、教育という準公共財を提供する際に一定の水準を保つことは当然とはいえるが、過当競争の下で市場秩序が乱れ、社会的厚生水準が歪む可能性がある。例えば、2016年10月、英語教育機関の北京環球托業が資金繰りの悪化で突然閉鎖され、千人の学生に及ぶ巨額な被害が発生したと、中国大手マスコミの『新華網』は報道した⁴⁰⁾。また、新華社の集計によると、2016年の一年間、北京、上海、広州、深圳、浙江、湖南などの地域で民間教育機関の「夜逃げ」が数十件発生し、被害額が数十億元に上っている。中には、中小零細企業もあれば、全国的に展開するチェーンと店頭市場に上場した企業もある⁴¹⁾。これらの案件は、氷山の一角に過ぎないと思われる。如何に教育に携わる企業を監督・監視するかが今後の課題であろう。

第二に、教育市場の成長性を巡って異分野の参入が盛んに行われており、経済性が乏しく無駄な投資が発生する恐れがある。前述のように、近年に発生した大型企業買収には、範囲の経済などの論理に沿えず、盲目的な投資が少なくない。このような投資は失敗する可能性が高く、企業に対する影響だけではなく、社会資源の浪費と教育市場への悪影響しか残らない可能性が否めない。

第三に、近年、教育市場に対して資本市場の投資がブームになり、バブル化する恐れがある。中国教育産業の市場規模と投資が拡大する中で、教育企業が資本・金融市場からの資金調達も容易になってきた。特に資本市場において、潤沢になってきた資本は、企業間合併・買収(M&A)、ベンチャー・キャピタルなどの手法で教育企業に投資し、高利潤率を図ろうとしており、その繁栄を助長する。しかし、花形のように姿を現し、短期間で消えていった教育企業は少なくない。短期的に高利潤を追求する資本は、教育という長期的投資と矛盾する面があるため、短期投資が一斉に殺到することでバブルが膨らみ、一件の企業倒産がバブル崩壊につながる可能性がある。すなわち、バタフライ効果が中国の教育市場で起こる可能性を否定することができない。

とはいえ、中国政府は企業のイノベーションを促進する政策を次から次へと打ち出しており、独占禁止政策やそのたの競争政策を完全化しつつある。企業も製品・サービス、市場、マネジメントの面で積極的にイノベーションを行い、競争優位を目指そうとしている。そのため、中国の

40) 「英語培訓機構卷走巨額學費 上一半課被赶出来」『新華網』2016年10月4日記事 (http://news.xinhuanet.com/fortune/2016-10/04/c_129310702.htm 2017年8月28日アクセス)。

41) 「培訓機構予付費模式維權困局：“跑路”頻發退款難」『新華網』2017年9月1日記事 (http://news.xinhuanet.com/fortune/2017-09/01/c_129693985.htm 2017年8月28日アクセス)。

教育市場はさらに発展していくだろう。今後は、中国教育企業がどのようにして資本市場から資金調達するか、中国国内と海外での上場企業がどのような現状にあるか、その主な融資先の資本・金融市場においてどのような問題点を有するかを課題にしたい。

(付記) 本稿の作成にあたり、本誌の匿名レフェリーから貴重なコメントをいただいた。心より感謝を申し上げたい。

参 考 文 献

【日本語文献（五十音順）】

- 酒井三千代（2013）「世界の教育産業の全体像」三井物産戦略研究所『戦略研レポート』2013年11月20日号、pp.1-27。
- 何曉毅（2005）「中国における教育公平性原則の危機－“教育の産業化”がもたらした悪果－」『大学教育』2005年第2号、pp.17-32。
- 神宮健・神山哲也（2008）「中国におけるプライベート・エクイティ市場の現状」『季刊中国資本市場研究』Summer、pp.69-88。
- 国立教育政策研究所（2005）『21世紀初頭における中国の教育政策：動向と分析』国立教育政策研究所国際研究協力部。
- 三井物産戦略研究所（2013）「世界の教育産業の全体像」『戦略研レポート』、pp.1-27。
- 文部科学省（2013）『教育指標の国際比較』（平成25年版）。
- Richard Caves（1967）, *American Industry: Structure, Conduct, Performance*, 2nd ed. 小西唯雄訳（1998）『産業組織論』、東洋経済新報社。
- 矢野経済研究所（2015）『教育産業市場に関する調査結果 2015』矢野経済研究所。
- 楊常宝（2010）「高等教育産業化以降の中国における農家収入と大学生の教育費負担問題」『国立民族博物館研究報告』34(4)、pp.723-764。

【中国語文献（ピンイン順）】

- 陳琪琳・鮑浩波（2014）「中国在線教育發展的歷史与現状」『学園』2014年第26期、pp.184-185。
- Deloitte（2012）『中国民弁教育行業發展思考 2012』、德勤中国調査報告。
- Deloitte（2014）『中国教育多元化發展報告 2014』、德勤中国調査報告。
- Deloitte（2015）『中国民弁教育發展報告 2015』、德勤中国調査報告。
- Deloitte（2017）『邁向新高度－2017年德勤教育行業報告』、德勤中国調査報告。
- 搜狐教育（2015）『2014 搜狐教育行業白皮書』 搜狐教育。
- 搜狐教育（2016）『中国教育行業白皮書 2015』 搜狐教育。
- 王善邁（2000）「關於教育産業化的討論」『北京師範大學學報・人文社会科学版』2000年第1期、pp.12-16。
- 吳要武・趙泉（2010）「高校拔招与大学生就業」『經濟研究』2010年第9期、pp.93-108。
- 中国国家統計局『中国統計年鑑』各年版。
- 中国教育部、統計データベース（http://www.moe.gov.cn/s78/A03/ghs_left/s182/）。
- 中国教育部發展規画司『2015年全国教育事業發展統計公報』。
- 中信証券研究部（2016）『新三板教育行業 2016 年 1 月跟踪報告』。
- 中外教育産業及教育經濟学的比較研究課題組（2002）「教育投資及高等教育産業化的国際比較研究」『全球教育展望』Vol.31(3)、pp.71-76。

（受付 2017 年 10 月 16 日）

付表1 中国の各段階学歴教育における学生の状況（2016年現在、単位：人）

	年度卒業生数	年度募集人数	年度在校生数
一、高等教育			
1. 大学院	563,938	667,064	1,981,051
(1) 博士課程	55,011	77,252	342,027
(2) 修士課程	508,927	589,812	1,639,024
2. 普通本専科	7,041,800	7,486,110	26,958,433
(1) 本科	3,743,680	4,054,007	16,129,535
(2) 専科	3,298,120	3,432,103	10,828,898
3. 成人本専科	2,444,650	2,112,290	5,843,883
(1) 本科	1,021,846	969,387	2,686,619
(2) 専科	1,422,804	1,142,903	3,157,264
4. 通信本専科	1,874,787	2,296,088	6,449,329
(1) 本科	700,906	847,568	2,339,270
(2) 専科	1,173,881	1,448,520	4,110,059
5. 社会人大学院	—	129,438	581,843
二、中等教育	27,856,325	28,834,280	83,274,403
1. 高級中学段階	13,306,142	13,962,617	39,700,588
(1) 高級中学	7,969,902	8,029,206	23,710,461
① 普通高校	7,923,500	8,029,206	23,666,465
② 成人高校	46,402	—	43,996
(2) 中等職業学校	5,336,240	5,933,411	15,990,127
① 普通中等専門学校	2,290,235	2,551,840	7,181,209
② 成人中等専門学校	696,629	595,252	1,411,680
③ 職業高校	1,418,708	1,514,336	4,165,715
④ 技術学校	930,668	1,271,983	3,231,523
2. 初級中学段階	14,550,183	14,871,663	43,573,815
(1) 普通中学校	14,238,679	14,871,663	43,293,684
(2) 成人中学校	311,504	—	280,131
三、初等教育段階	15,932,974	17,524,659	99,962,809
(1) 普通小学校	15,074,466	17,524,659	99,130,126
(2) 成人小学校	858,508	—	832,683
四、就学前教育	16,231,822	19,220,862	44,138,630

出所：中国教育部「各段階各種類学歴教育の学生状況」による加筆・再加工。