

Title	中国の産業発展における業界組織と地方政府の役割：自転車産業の事例から
Sub Title	The roles of governments and industry organizations in China's industrial development : the case of bicycle industry
Author	駒形, 哲哉(Komagata, Tetsuya)
Publisher	慶應義塾経済学会
Publication year	2011
Jtitle	三田学会雑誌 (Keio journal of economics). Vol.104, No.1 (2011. 4) ,p.113- 130
JaLC DOI	10.14991/001.20110401-0113
Abstract	
Notes	研究ノート
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-20110401-0113

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

研究ノート

中国の産業発展における業界組織と地方政府の役割

——自転車産業の事例から——

駒形 哲哉

第1節 はじめに

中国では制度改革と対外開放という環境条件の下で、新規参入、域外資本の進出、国有企業集団の解体により、企業間の競争が活発になった。社会的分業が深く、分業の各環節において競争が激しいことは、中国の産業発展の特徴の一つである。中国が「世界の工場」となっている自転車産業等は、それが観察される典型的事例である。

しかし、企業間競争が産業発展の主体的要因であったとしても、それだけが産業の発展を導いてきたわけではない。制度改革と絡み合う産業発展の過程で、業界組織や地方政府が一定の役割を果たしてきたことも事実である。そこで本稿では、自転車産業（自転車産業の枠組みから発展してきた電動車両も含む）を事

例に、産業発展をめぐる業界組織と地方政府の役割について論じてみたい。

本稿で業界組織と地方政府の両者に共通して見出したいのは、「中間組織」としての役割である。⁽¹⁾ある一つの産業の発展が社会的に（あるいは市場により）要請されている場合や当該産業を取り巻く環境に変化が生じた場合になされるべき対応が、個々の企業の能力を超えているとき、「中間組織」がそのギャップを埋める補完的役割を果たしうる。本稿は、業界組織のみならず地方政府も「中間組織」と位置づけるものである。ただし、地方政府については、資源配分に対する政府の介入を内容とする、産業政策の担い手として位置づける視点もすでに存在している。中国では、「資本市場の代替、補完」「収獲遞増産業への投資促進」といった役割が、「産業政策の実施に必要な情報が、地理的に分散していること」により、中

中央集権的な形をとらず、地方政府に分権化されてきた(今井(2000) pp.151-154)⁽²⁾。地方政府の役割は、民営企業の台頭によって変化しているが、開発成果をめぐる地方政府間競争がなお存在するとともに、「情報の分散」はなお地方政府の役割を意味づけていると考えられる。政府と企業との間の情報の非対称性を低減することが業界組織の役割の一部を構成するとすれば(Lynn and Mckeown (1988)), 業界組織と同じ脈絡で、中央政府と企業との間に位置する中間組織としての役割を、地方政府にもたせることになるのである。そこで地方政府の役割は、「中間組織」であり、また「産業政策の主体」でもあり、この二つが一定程度重なり合っているものとしてみていきたい。

経済改革(制度改革)と対外開放という環境の下で、業界組織と地方政府が地域産業の構造変化と発展に対して果たした役割を、自転車産業(自転車産業の枠組みから発展してきた電動車両も含む)を事例に考察するのが本稿の課題である。

第2節 中国における自転車産業の業界組織

2-1 業界組織成立の一般的背景

中国では、市場経済化とともに業界組織に対する関心が強まった⁽³⁾。このことの背景には、一つには市場経済化が企業の自律性の強化と民営化を伴い、政府と企業との関係が両者の直接的な報告・指令関係で調整されなくなっ

-
- (1) 一般的に「中間組織」は政府と企業との間に位置するものと想定される。たとえば、今井(1982)は「中間組織」を、政府と企業との間に位置して市場の失敗と内部組織の失敗の両方に対処する組織と位置づけている。「中間組織」の代表例が業界組織であり、業界組織は、政府と企業との間の情報の非対称性を低減し、政策策定に有用性をもつと同時に、企業側からみて経済的、政治的な意味で集团的行動をとることを可能にする(Lynn and Mckeown (1988) pp.2-3, 米倉(1993) pp.184-188)。しかし、橋川(1992)では業界組織、企業集団のほかに、さらに政府も「中間組織」に含めている。中国とその他の国との間での「政府」という用語のもつ意味の違いには注意しなければならないが、ここでは中央政府と企業との間に位置するものとして地方政府も「中間組織」に含める。
 - (2) 今井健一は、Montinola, Qian and Weingast (1995)の「中国型連邦制」の議論、Oi (1992) (1995)の「地方コーポラティズム」の議論をふまえ、生産活動そのものが地理的にきわめて分散しているうえ、情報の流通ネットワークが未発達であることから、産業政策の実施に必要な情報が地理的に分散していると述べている(今井(2000) p.156)。ただし、これらの議論は地方政府が所有を通じて公有制企業と利害を共有している状況が広範に存在した90年代半ばまで特に妥当性をもったと考えられ、今井自身が、90年代後半以降、民間資本が新たな投資主体として台頭してきており、地方政府は役割転換を迫られていることを指摘している(今井(2000) p.159)。投資主体としての地方政府の役割の領域の変化については、梶谷(2008)などを参照されたい。
 - (3) 業界組織の役割、機能としては①製品のプロモーション(広告や展示会開催など)、②労使関係の調整(協定の監視、集团的交渉の支援、福利厚生調査など)、③業界規格策定、④情報・データの収集と会員への提供、⑤研究開発(実施、資金助成、技術情報の普及など)、⑥経済的サービスの提供(共同購入、保険、会員割引、経営指導、技術サービスなど)、⑦教育的サービスの提供(トレーニング、情報の伝播など)、⑧会員総会・会議などの主催、⑨広報活動——が想定される(Lynn and Mckeown (1988) p.3)。

てきたことがある。計画経済期や制度改革の初期段階においては、所有関係を通じて政府主管部門と国営企業とが一つの組織をなし、「市場の失敗」は存在しえなかったし、政府と企業との間の「中間組織」としては業界組織ではなく、企業集団が計画経済を効率化する役割を期待されていたのである。⁽⁴⁾

しかし、制度改革が進むにつれ、自律的な企業の行動に立脚した個別産業の発展を、政府が直接介入せずに通導するために、いわゆる「中間組織」としての業界組織の役割が注目されるようになった。企業の自律性の強化に伴い、一部の政府部門は計画管理の役割を失い、政府の機構改革が行われた。この一部の政府部門が業界組織へと転換されたのであった。

他方、民営企業が多数形成されるに伴い、これらの企業にとっては、いかにして自社ないし地域産業の権益を守り、健全に発展していく環境を確保するかということも切実な課題になってきた。そこで政府に対する交渉窓口としての業界組織が必要となった。

これらがいわゆる「中間組織」の機能であるが、さらに、比較制度分析の理論の中国への伝播、そして地域産業発展における産業集積のもつ政策的含意がマイケル・ポーターの産業クラスター論、競争戦略論とともに中国に伝わってきたことも「中間組織」の研究を活発にさせていると考えられる。計画経済から市場経済への移行期における業界組織の研究、たとえば余（2003）、天津市自行車電動車行業協會の事例を扱った謝（2005）、謝・王（2006）

は、まさに比較制度分析の手法を援用したものである。

2-2 自転車産業の業界組織の体系

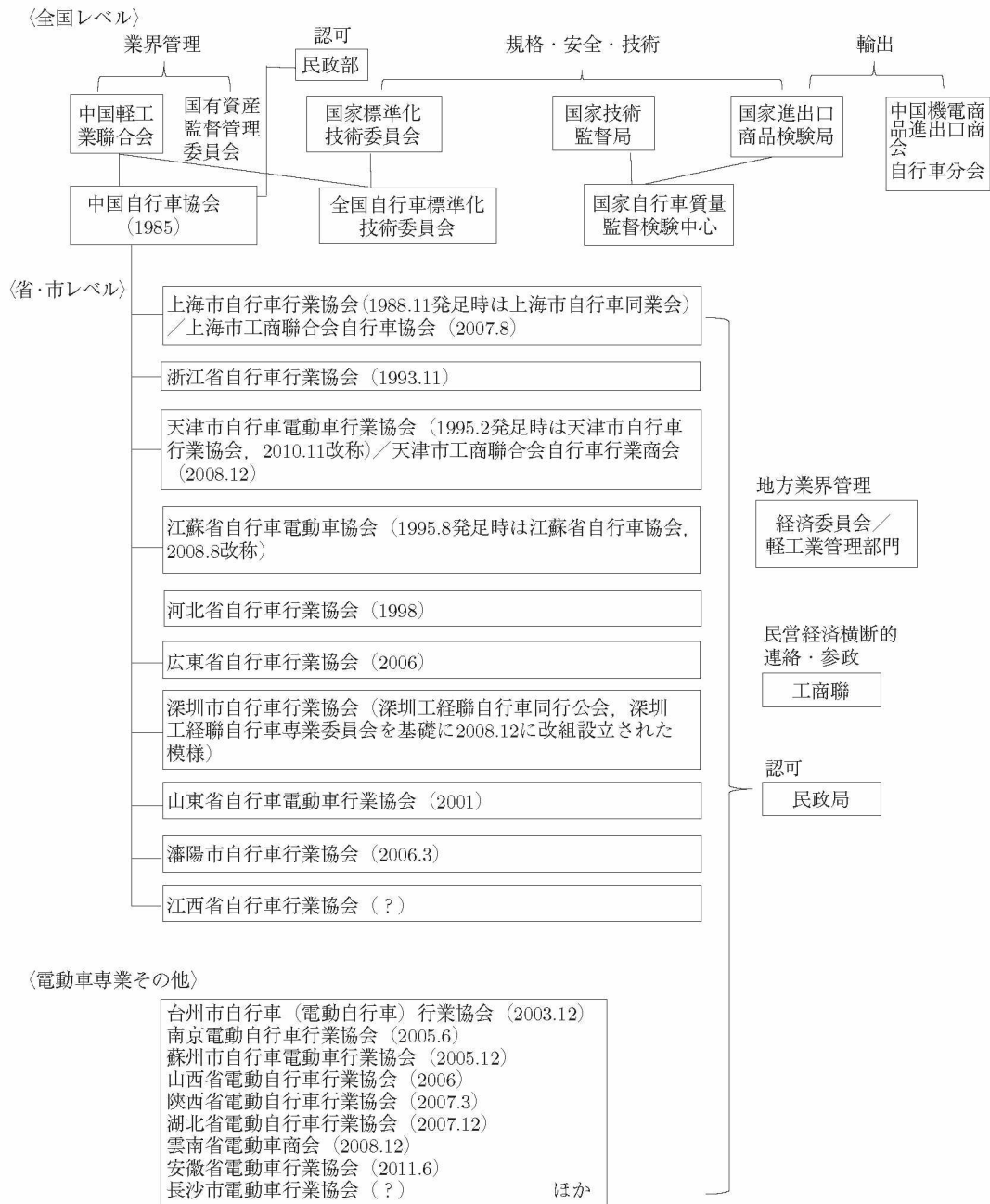
中国における自転車産業の業界組織は、全国組織である中国自行車協會（所在地：北京、団体会員数約500）と、その支部ではなく独立して存立する団体である地方業界組織から成る。一部の地域では省レベルの協會のほか、さらにその下の行政地域である市レベルにも電動車メーカーを中心とした業界組織がある。中央組織と地方組織とは、かつて自転車産業を管轄した軽工業部門が中央レベルと地方レベルとから成り、両者は指導関係にはあっても人事関係がなかったのと同様に、専従スタッフの人事面や財政面で独立した関係にあり、中国自行車協會は中央政府の民政部、地方組織は各地方政府の民政局にそれぞれ登録する「社団法人」（非営利性の法人格をもつ社会組織）である。

ただし、中央組織である中国自行車協會と地方組織とがまったく独立した関係であるというわけでもない。

地方組織と中国自行車協會の両方に参加している会員企業が存在しており（省レベルの組織と省以下のレベルの組織でも同様）、有力企業は地方組織の理事単位となっているだけでなく、中国自行車協會の理事単位にもなっている。また、中国自行車協會には企業だけでなく、主要地方組織も加わっており、天津、江蘇、浙江の協會は副理事長単位に選出されて

(4) 今井（1982）、橘川（1992）の議論に着想を得ている。

図1 中国の自転車産業業界組織と関連機関



(出所) 中国自行车协会網, その他各種情報による。

いる。

さらに中国自行车協会は、かつて自転車産業が軽工業部に属していたことから、軽工業

部の流れを汲む中国軽工業聯合会に参加しており、中国自行车協会の理事長は中国軽工業聯合会の副会長を兼ねている。中国自行车協

会の理事長は軽工業部門の出身であるといわれるが、中国軽工業聯合会の会長（2009年1月現在）は元軽工業部長である。中国自転車協会の常務理事会での理事長、副理事長選出にあたっては、その候補者リストとそのリストにもとづく選出が中国軽工業聯合会の審査・同意を経て行われており、緩やかな形ではあるが、かつての主管系列の関係が残っているといえよう。

2-3 自転車産業の業界組織成立の背景

中国の自転車産業の業界組織には、小売り業者だけ、あるいは部品メーカーだけといった専門的組織がなく、地方組織の場合、地域産業の代表という性格が強く、中央組織である中国自転車協会も地方の各協会も、いずれも主に企業（メーカーおよび一部商社、流通業者）から成る組織である。近年は、ペダル式の自転車だけでなく電動二輪車産業も含む業界組織となっており、「自転車電動車行業協会」という名称の業界組織が増えつつある。

2-3-1 中国自転車協会

(1) 成立の経緯

中国における自転車産業の業界組織設立の契機は、1980年代初頭に生産転換を迫られた農業機械や軍事工業といった機械工業部門や、雇用創出・財政収入確保を動機づけられた地方政府が、当時利幅が大きかった自転車

産業に参入したことにあった。計画経済時代には自転車産業はほぼ軽工業部門の管轄下にあったが、新規参入により自転車産業は20の省・市・自治区、そして六つの工業部門——軽工業部、機械工業部、航空工業部、兵器工業部、航天工業部、中国船舶工業総公司（いずれも当時）に跨がることになった。1984年に完成車メーカーについては軽工業部の管轄下に移されたが（当代中国叢書編輯委員会（1986）pp.186-187, Zhang（1992）pp.168-169）、業界管理の必要から、85年に中国自転車協会が設立された（中国自転車協会（2005）p.39）。

(2) 目的と業務

業界組織は中央も地方も、いずれも基本的に、中国の法と政策を守り、会員の合法的権益を守り、会員企業の技術・管理レベルの向上、産業の発展に資することを目的に掲げ、会員企業と政府との間の橋渡し役となって政府に対し会員のニーズを伝え、会員には政府の意図を伝えることを任務としている。

中国自転車協会の定款（章程）を例にとると、その目的を「国家憲法、法律、法規と国家政策を遵守し、社会道德風尚を遵守すること」「国家の政策、法令の執行を貫徹し、会員の合法的権益を守り、業界全体の経済技術と管理水準を絶えず高め、業界全体の健全な発展を推進する」（第3条）こととしている。そして、同会の任務は「会員と政府部門との間

(5) 2008年12月の協会理事会で役員の改選が行われ、理事長が王鳳和氏から馬中超氏に交代した（王氏は名誉理事長へ）。馬新理事長は軽工業部人事司副司長、中国軽工業対外経済技術合作公司副総裁などを歴任しているという（『サイクルプレス』No.823, p.26）。

(6) 「中自協常務理事会召开」中国軽工業商務網自転車行業
http://www.clib.com.cn/info/LineInfo_Show.aspx?ID=36235&SortID=85

の架け橋と紐帯の役割を果たし、会員の願い、要求を反映させ、政府の意図を伝達し、政府部門の業界管理を助ける」(第6条) こととしている(中国自転車協会ウェブサイト/具体的業務範囲については文末参照)。

地方組織も国外との業界交流を行うが、業界全体を代表して国外と接触するのは中国自転車協会である⁽⁷⁾。

2-3-2 地方業界組織

——天津市自行車電動車行業協會の例

(1) 成立の経緯

天津では1992年の富士達の参入を嚆矢として小規模な民営完成車メーカーが数十社、自転車産業に参入してきた。市場秩序の維持と企業間協調を目的に、業界の退職幹部数名の発起により、94年より設立準備が始まり、95年に業界組織「天津市自行車行業協會」が設立された。しかし、当初、国有の飛鴿集団は、私的経営の側に立つ協会を敵視し、小規模民営企業群も協会の存在意義を理解できず会費負担を重荷に感じていた(謝(2005) p.213)。だが、98年までに国有の飛鴿が経営難で立ち行かなくなる一方、大量に参入してきた小規模企業は悪性競争(品質向上を伴わず、品質・デザイン・使い勝手対価格比で示される「値打ち感」を低下させるような、価格を手段とする競争)を展開しており、地域産業としては秩序の整備が不可欠となっていた。

この頃、現理事長が飛鴿集団を退職して協会の秘書長に着任し、天津の自転車産業の健

全な発展に力を発揮していった(天津自行車行業生産力促進中心(2006) pp.170-171)。協会スタッフは2009年現在約40名といい、地方協会のなかで突出した人員規模であるという⁽⁸⁾。2010年11月に協会は名称を「天津市自行車電動車行業協會」に変更している。

(2) 目的と業務

2004年改正の協会定款によれば、「国家、会員単位の合法權益を守り、業界の大局的利益を守って、業界の経済技術と企業管理水準をたえず高めること」「政府と関係部門が業界管理を具体化することを助け、業界ルール規範に従い天津市の自転車と部品企業の健全な発展を促進すること」を活動の目的としている(第3条)。そのうえで協会の任務を「会員単位と政府部門の間の架け橋と紐帯の作用を果たし、会員単位の要望・要求を反映させ、政府の意図を伝え、政府部門が天津市の自転車業界に対する系統を集約した管理を徐々に行うことを助ける」(第6条) こととしている(天津市自行車行業協會(2005b) pp.1-8 / 具体的業務範囲については文末参照)。

人員の規模は地方ごとに異なるようだが、地方協会はいずれも実質的には、地方政府の自転車産業に関わる政策決定の具体案を検討し作成する機能をもっているとみられる⁽⁹⁾。

(3) 協会が設立、機能しえた理由

各地方協会の成り立ちはさまざまである。江蘇省の場合、計画経済時に自転車メーカーへ鋼材を配分していた軽工業庁の一部門が政

(7) 輸出価格その他貿易に関わる内容の場合、機電商会が対外窓口となる。

(8) 谷雲南開大学経済学院副教授のご教示による。なお、2004年段階では20名であった。

府部門から離れてできた有限公司で、企業と協会との二枚看板を掲げる組織であり、理事長は計画経済時代に無錫の自転車メーカーに勤務していた人物であった。⁽¹⁰⁾上海市の場合は工商業聯合会の傘下の同業会として発足（1988年）しており、秘書長（当時）は上海の自転車・部品メーカーに勤務した経歴をもち、併設の研究所（技術サービス会社）の所長を兼務していた。⁽¹¹⁾山東省自行車電動車行業協會の場合は、秘書長は山東省輕工業庁で一貫して自転車を担当してきた。

天津市の協会の場合、現理事長は協会の秘書長を長く務めていたが、もともと、天津の国有企業に長く勤務し、部品総廠の副工場長、自行車工業公司の副総工程師など各部門の職務を経て集団の副總經理を11年にわたり務めた経歴を有している。⁽¹²⁾業界組織の中心人物はいずれにしても、すべて長く業界に身を置き、当該地域の業界を熟知している。

ただ、天津の場合、江蘇や山東の場合とは異なり、政府部門の流れを汲んでおらず、また上海のような工商業聯合会の枠組みで形成されたものでもない。謝（2005）で「外部介入型」、謝・王（2006）で「嵌入型」と呼ばれているように、天津の業界組織は、いわば既

存の制度にない制度を外から「嵌め込む」形で形成されている。では、なぜ制度の「嵌め込み」が成功したのか？

さまざまな主体間の取り引き（生産者と消費者との間、消費者間、生産者間、政府と企業との間等々の取り引き）の秩序・ルール管理・運営を広い意味でのガバナンス（中国語でいう「治理」）と呼ぶことにしよう。中小民営企業群が多数創出され、かつての主管部門と国有企業というガバナンスの及ばない空白が短期間で生まれ、政府部門（や政府部門内部の人物）が新たなガバナンスの形成に必ずしも十分な役割を果たせずにいた。新たなガバナンスの形成を目的に設立されたはずの天津市自行車電動車行業協會（当時は天津市自行車行業協會）も、1998年に現理事長を秘書長に迎えるまで、その形成に成功していなかった。

そのようなとき、業界における長年の経験、専門的な知識・経験の基礎の上に、現理事長が政府部門や業界各方面との非公式なパイプ（人間関係）を生かして、業界組織によるガバナンスの形成に成功した（謝・王（2006）p.171）。現在機能している地方業界組織はいずれも業界での長い経験ならびに各方面の人脈をもつリーダーを擁していると考えられるが、天津⁽¹³⁾

(9) たとえば山東省の協会は常勤人員わずか2人ながら、地方政府の自転車産業関連政策ドキュメント案作成を一手に担っているという（山東省自行車電動車行業協會・山東省自行車電動車産業化弁公室における聴き取りによる。2010年8月3日訪問）。

(10) 江蘇省自行車協會における聴き取りによる（2007年8月30日）。

(11) 上海市自行車行業協會における聴き取りによる（2007年3月14日）。

(12) 天津市自行車行業協會（当時）における聴き取りによる（2005年11月25日）。

(13) 山東の協会秘書長は長く自転車産業に関わってきただけでなく、農村へ下放経験をもち、農村の需要を熟知していたことから、「家電下郷」の追加品目選択の際、電動自転車を選択することを提案している（山東省自行車電動車行業協會・山東省自行車電動車産業化弁公室における聴き取りによる。2010年8月3日訪問）。

の場合、新たな制度を「嵌め込む」必要から、個人の力に依存する部分がより大きかったと考えられる。また、業界組織構成員間の協同行動についても、現理事長の個人的な要素が求心力の一部を構成していることは否定できない。

2-4 具体的事業展開とその成果

2-4-1 中央レベルの業界組織が果たした役割

中央レベルの業界組織が果たした役割のなかで、特に顕著であったのは、フル電動での走行が可能ながら「電動自転車」とよばれる電動二輪車の発展環境の整備に関してである。

電動二輪車は、ペダル式自転車で激化した競争の出口として、自転車産業にとって重要な新興産業であった。1988年の道路交通法に照らせば違法とも判断できる状況ながら、⁽¹⁴⁾中国自転車協会の管轄組織である中国軽工総会（旧軽工業部）は、上海千鶴が量産化に成功する以前の96年に電動二輪車の業界規格を制定するグループを組織し、翌97年に「電動自転車安全通用技術条件」を發布している。

また、2003年の道路交通法改定に際しては、業界組織である中国自転車協会が、国务院政策研究部門、人民代表大会や政治協商会議の委員に対して電動二輪車産業の発展を説明して、電動二輪車を正式に「軽車両」に区分させることに成功している。

2-4-2 地方レベルの業界組織が果たした

役割——天津市自転車電動車行業協会の例

地方の業界組織の役割を天津市の事例で見ると、大きく3点をあげることができる。

まず第1に需要搬入、情報収集の場の提供である。

現理事長は秘書長に着任してから、機会主義的行動を伴ういわゆる「悪性競争」の原因を生産増に対して販路開拓が不足していることとみて、上海の展示会に天津の業界をあげて参加し、受注の成果をあげた。1999年から2000年にかけての増産500万台のうち4分の1近くが、2000年の上海展示会での受注分であった。そして2001年には天津で「第1回中国北方国際自転車展示会」を開催し、以後毎年天津で展示会を開催しており、現在は上海に次ぐ、中国を代表する展示会となっている（表1参照）。展示会は中国内外からの需要搬入効果（主に国内需要）があるだけでなく、製品情報収集の場となっている。

第2に、業界の秩序立てと産業発展の方向を示すことである。⁽¹⁵⁾

上記の「悪性競争」への対応に関連して、業界としての信用確立を掲げたほか、ペダル式自転車の競争激化の出口として、市場が急速に拡大してきた電動二輪車について、発展の芽が摘まれず秩序ある発展が実現するよう、規格策定に積極的に関与し、さらにペダル式自転車・電動二輪車の両方に関して協会内に

(14) 1988年の「道路交通管理条例」第3条によれば、「非機動車」（軽車両）とは「自転車、三輪車、人力車、畜力車、障害者用車」を指し、第19条には「自転車や三輪車に動力装置を付けてはならない」と明記されていた。しかし、自転車にモーターを付け、フル電動で走行できるものであった。

(15) 一部は市場の失敗への対応という産業政策に含まれる役割であることも事実である。

表 1 北方国際自転車展示会開催規模

年	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
参加企業数(社)	205	276	301	340	400	430	500	500	520	550
ブース数(個)	380	625	1,020	1,300	1,800	1,850	2,000	2,200	2,300	3,000
来場延べ人数	2万	5万	7万	16万	17万	17万	26.2万	21万	n.a	n.a
成約総額(億円)	6	n.a	n.a	10	12.66	19.2	23.2	27.3	50.8	65.3
完成車成約台数(万台)	n.a	n.a	n.a	566	476	320	428	210	750	864
電動車成約台数(万台)	n.a	n.a	n.a	n.a	7.8	68	96	62	n.a	n.a
部品成約額(1,000万円)	n.a	n.a	n.a	1.75	n.a	28	30	60	n.a	n.a

(出所) 天津市自行車行業協會資料、天津市自行車電動車行業協會ウェブサイトと関連報道による。

生産力促進センターを設立し、新素材の応用に産学官連携で取り組んでいる。協会はマグネシウム合金の応用を目指して青海、山西のマグネシウム産地への視察を組織し、中国マグネシウム協会とも検討会を重ね、マグネシウムサプライヤーの誘致にも取り組んでいる。マグネシウム合金フレームの自転車はすでに製品化されているが、天津が最も製品化に積極的である。

加えて産地としてのレベルアップを目指し、総合自転車産業園区である「中華自転車王国」の建設を天津市自行車行業協會(当時)と長城国際体育会社が2005年に発案し、翌2006年に市の指導者の支持を得て、2007年より、「中華自転車王国」建設計画は独立した事業会社の運営により進められている(天津市自行車行業協會(2007) pp.50-52)。この計画は2013年までに、王国としてのブランド形成、材料革命(マグネシウム合金利用、軽量化)、動力革命(電動車のモーター、電池特にリチウム電池の開発)を実現し、企業誘致190社(内外企業ともに含む。計画面積から割り出した数字)、誘致投資金額300億元、年間売り上げ1,000億元、税引前利潤200億元を目指すという壮大なも

のである(2007年11月の聴き取りによる)。

いずれの事業についても、天津の場合は、市指導層の支持の取りつけ、業界組織会員企業との協調をはじめ、現理事長の個人的力量に負うところが大きいと思われる。

第3に、地域の産業発展に不利益をもたらす状況への対処である。

2003年に天津の電動自転車産業の対象市場である地域で突然、電動自転車の走行制限が決定された際、天津の協会は他地域の協会と連携してこれに対処したという(謝・王(2006) pp.167-168)。さらに2009年12月に電動オートバイに関する国家規格が公布され、大多数のメーカーの存続への影響が懸念された際⁽¹⁶⁾、他の地方協会と連携して、この規格の施行延期を働きかけ、中央の国家標準化管理委員会の公布した規格の施行を延期させることに成功している。なお、天津の協会は山東の協会と並び、一貫して1999年国家規格に従う自転車タイプの電動自転車の発展を推進してきた。これはそのことが、天津の電動自転車産業の対象市場と天津のもつ生産条件(自転車の部品調達に優位性がある)をふまえ、天津のメーカーの利益に適っているからでもある。

2-5 業界組織の事業の性格

2-5-1 日本との比較

日本の自転車産業振興は、自転車競技の売り上げを源泉とする資金を利用して行われてきたという特殊な経緯をもっている。そして日本の業界組織の体系も主にその振興事業資金の利用を前提に形成されてきた。振興資金は、財団法人自転車産業振興協会を主要な窓口の一つとし、業態別に形成された協同組合を経由して、あるいは直接に、自転車関連企業によって活用されてきた。

他方、国有企業改革が行われ、かつ民営企業が多数生まれて業界の主要な担い手となって以後の中国は、自転車産業に特定された恒常的な振興資金や制度融資をもっていないとみられることから、この振興資金の有無は、日中自転車産業の大きな違いである。また、協同組合の形成や制度融資の実施は、中小企業政策とも密接な関わりをもっており、これが乏しい中国とは中小企業政策においても大きな違いがあることを示唆する。⁽¹⁷⁾

また、業務として資材の共同購入や金融事

業といった日本の業界組織がかつて行ってきた事業は、中国の業界組織は行っていない。

2-5-2 財務と関連事業

——天津市自転車電動車行業協会の例

主要な業界組織はウェブサイトで情報発信を行っているほか、展示会開催や業界情報誌の発行といった事業を行っている。業界組織は事業体を別にもっていることもあり、これらを含めた財政面の実態は不明である。天津市自転車電動車行業協会の場合、業界情報誌の発行は行っていないが、会員向けに、天津市の協会ならびに自転車産業動向の取りまとめ資料は作成されている。

天津市自転車電動車行業協会については1995年2月～98年9月と1998年9月～2001年12月の収支状況が得られる。表2をみると1998年9月～2001年においては収入の約6割を展示会（およびその他）収入が占め、展示会への依存度が高まっている。展示会を主催するようになって以後の収支状況は不明で、さらに展示会開催には展示会運営会社関わっているため、展示会それ自体の収支が協会本

(16) 2009年12月4日に「電動オートバイ」についての国家規格が公布され、「電動自転車」として免許不要な範囲が設計時速20km以下、最大重量40kg以下に限定され、2010年1月1日から施行されるはずであった。ところが自転車産業の地方業界組織、電動自転車メーカーの強い抵抗を受け、わずか11日後の12月15日に新たな国家規格の施行は延期された。新規格で「電動自転車」の範疇を超える製品を生産するメーカーは、オートバイメーカーとしての許可を取得する必要があるが、それには固定資産投資1億以上（土地使用権などの無形資産を含まず）、30万台の年産能力（二輪の場合。三輪車は15万台）、組み立てからプレス・溶接、塗装などの工程や検査設備の保有という高いハードルが設定されていた。しかし、電動自転車メーカーの多くは外注を活用して組み立てに特化しており、年間生産台数の実績で見れば、30万台を超えるのは、2,000社以上あったといわれる完成車メーカーのうち10社もない。

(17) 少なくとも1940年代末から70年頃までの日本の自転車産業振興策は、比較的潤沢な資金を得て、国内の生産力・供給力の向上に多大な貢献をした。しかし、特に90年代以降の市場環境の変化、調達エリアの拡大、業界の担い手の変化を受けて、日本のメーカーが日本国内で生産することを前提にした産業振興は根本的方向転換を迫られることになった（駒形（2009a）参照）。

表 2 天津市自行車電動車行業協會の財政収支

単位：元

	1995年2月～98年9月	1998年9月～2001年12月
収入	515,891.46	481,106.42
：会費	232,000.00	133,300.00
：入会申請費	131,000.00	49,400.00
：会務費	25,000.00	3,652.53
：展示会代理費	79,051.30	294,753.89
：製品指南	6,000.00	
：その他収入	42,840.16	
支出	484,152.20	499,244.06
：事務費	57,964.27	66,478.09
：出張旅費	53,386.80	84,766.20
：接待費	26,652.30	
：車代	79,042.93	
：賃金ボーナス福利	165,580.64	217,728.00
：成立大会及び記念品経費	31,708.50	
：会員登録費	46,946.80	
：納税	13,729.79	
：その他	5,670.10	
：自動車ガソリン・修理		87,619.48
：上納会費		900.00
：空調設置		2,200.00
：業界活動支出費用		39,552.29

(出所) 天津市自行車行業協會 (2005d) により作成。

体の収支にすべてが反映されるわけではない。しかし、天津の協会の場合、協会の人員が個人の資格で出資して設立した展示会運営会社が天津の展示会開催に携わっており、協会と展示会運営会社とは実質的には一体化している。天津以外の各地の地方業界組織によっても、展示会開催会社と組んで展示会が開催されて⁽¹⁸⁾いる。

展示会開催は、天津の協会が上海への展示会参加で需要搬入に成功し、その後展示会を

主催するようになったことが示すように、参加メーカーにとって製品情報の獲得や需要搬入の効果をもつ。同時に、主催する（ないしその一端を担う）ことで一定の収益が見込めることが、開催のインセンティブになっているとみられ、自転車・電動自転車の業界組織以外も（特に電動車の）展示会を開催しており、中国国内だけでも展示会開催スケジュールは過密である。

日本の自転車産業の業界組織の活動におい

(18) 上海で開催されている中国国際自転車展覧会は、地方組織ではなく中国自転車協会が主催する展示会で、浙江と江蘇の展示会は1980年代初頭の部品調達会の流れを汲むものである。これら以外は地方組織が新たに開催したものである。

ては、自転車競技の収益という、自転車の直接的製造販売の外側にある資金が一定程度機能しているの⁽¹⁹⁾に対し、中国の業界組織の活動は、企業による自転車・電動車両の製造販売活動それ自体をサポートすることにより得られる資金で支えられている。中国の、特に地方の業界組織は、当該地域の自転車産業の発展促進を直接動機づけられていると同時に、展示会は当該地域外のメーカーの参加も（その成否は別にして）意図したものであるから、広く中国の自転車・電動車両産業の発展促進を動機づけられている。

展示会開催の成否は、今や地方組織の存立にも関わりうる事業の一つとなっていると考えられるが、各地の展示会は相互に競争関係にあると同時に、棲み分けの関係もあり、より多くの、多様な情報発信、情報収集、需要搬入の機会を提供するという点で各展示会は協力関係にあるといえ、同時に出展企業獲得をめぐる競争関係にある。

こうした仕組みが機能しうるのは、一つには、世界生産が中国に集中していることと国内消費市場自体が巨大であるという条件を中国がもっているためであろう。

第3節 地域産業の形成と 発展をめぐる地方政府の役割⁽²⁰⁾

3-1 地域市場保護の困難性

地方政府指導者は当該地域の経済発展を動機づけられている⁽²¹⁾。地域振興には時として、域内市場の保護（封鎖）という消極的施策も採られてきた。しかし、自転車産業に関しては、①産地が特定地域に集中していること、②メーカーの多くが非国有企業となり、生産の多くも非国有企業によっていること、③流通も非国有のメーカー自身や非国有の流通業者が販路ネットワークを築いており、競争も激しいこと——などにより、市場の人為的分断は生じにくくなっている。

市場の棲み分けがあるとすれば、それは主に地域の購買力や輸送費といった条件で形成されている。そのことは域外資本の進出の誘因となるが、域外資本の進出は当該地域経済にとっては雇用創出や税収面で有益であり、当該地方政府が自ら投資して企業を興すよりも地域振興コストが安く、リスクも低くなりうる。

(19) この点については駒形（2009a）を参照されたい。極論をいえば、日本の場合、自転車に乗る人が増えなくても競輪の車券を買う人が増えれば業界組織の活動の原資は増える可能性があるが、中国の場合、業界組織の活動を利用したために利益があがったとメーカーが認識しなければ業界組織の活動原資は増えない。

(20) 橘川（1992）は、企業集団や業界組織に加え政府も「中間組織」に含めている。

(21) ①地域の財政収入の拡大、雇用・福祉水準の向上、②指導者としてのプロモーション、③個人の名声獲得といった動機が考えられる。②③にはたとえば中央や上級行政区の人民代表大会代表への選出も含まれる。

3-2 域外市場でのサポート

域内立地企業が域外市場で不利益を被るような状況に陥った場合、それは当該企業が立地する地方政府の財政や地域の雇用に影響が及ぶ恐れがある。そして当該企業単独で不利な状況が改善しにくい場合、地方政府が交渉をサポートするか場合によっては交渉の前面に立つことがある。さらに、そうしたことが海外市場をめぐるでも起こりうる。

たとえば、1990年代前半のアメリカのAD（アンチダンピング）訴訟の際、中国の中央政府は天任車料に対し「投降」を勧めたのに対し、広東省下の一地方政府にすぎない順徳政府が同社をサポートして勝訴したというのである。⁽²²⁾

3-3 新産業形成における地方政府の役割

地方政府は実質的には地方業界組織と連携しており、業界情報の入手や具体的施策案策定は業界組織に依存していると考えられる。しかし、メーカーへの研究開発補助金の給付については、筆者の知りうる限りでは自転車産業の業界組織は行っておらず、補助金の仲介機能もほとんどもっていないとみられる。そして自転車産業に関連する補助金給付の場合、中央政府よりも地方政府が直接その役割を果たしていると考えられる。また、製品の市場条件を規定する交通ルールに関しては、地方政府への分権的特質が看取される。

3-3-1 メーカーへの研究開発資金の助成

——天津の電動二輪車産業の例

ペダル式自転車の競争が激しくなり、1990年代半ば以降、自転車産業にとって有望な新製品として、電動二輪車が各地の自転車産地で注目されるようになっていた。天津では、基礎的な開発は80年代から国有企業・研究所により取り組まれてきたが、量産化開発にあたって、天津市政府（科学委員会）は、研究開発の公募を行い、公募により選ばれた単位に研究開発助成金を出した（天津市自行車行業協會（2005c）p.10）。そして助成金を受けた単位から初期の天津電動二輪車産業を牽引するメーカーが生まれ、後続の参入を誘発したのである。

3-3-2 ローカル・ルールの制定と域内市場

の活用——上海の電動二輪車、山東の電動四輪車の例

中国における新産業の形成と発展にとっての利点は、地域市場の規模が大きく、特定域内だけで一定の産業形成の実験が可能なことである。

このことは電動二輪車の例にみることができる。道路交通法（当時）に違反していると判断されてもおかしくない電動二輪車を、需要者と供給者の両方が存在している上海市が、ローカル・ルールで「軽車両」とした。このことは少なくとも近隣産地には多大な影響を及ぼし、結局は、全国の実験が続いた後の2004年に、ようやく電動二輪車を軽車両とする中

(22) 「選択“人和”得“地利”發展仍需“安天下” 広東天任車料有限公司董事長湯偉談在順徳投資發展体会」『珠江商報』2008年11月18日。

央の交通法規改定がなされた。

さらに注目すべき事例は、電動四輪車である。ガソリンエンジン車と同等レベルの走行性能をもつものとは異質であるこの低速タイプの電動四輪車には、専門メーカーのほか、農用車メーカーおよび自動車メーカーからの参入がみられるというが(張・方(2010))、自転車産業から参入したメーカーも少なからず存在する。特に山東省では、農用車メーカーや自転車・電動二輪車メーカーが低速タイプの電動四輪車を生産している。多くは、特殊設備の範疇に入る、公道を走行しない巡回車両や観光車両であるが、なかには乗用車タイプや既存の農用車を代替して公道を走行するものを製品化し、すでに一部販売を始めている。低速で走行する電動車両については、中央レベルでは基本的に電動二輪車・三輪車の交通法規や技術条件しか存在していない。

しかし山東省は四輪車を含む電動車両を重点発展対象産業に掲げ、省内の一部の都市では、それぞれ独自の走行条件をローカル・ルールで条例化し、道路交通法の地方運用規定についても準備が進んでいる⁽²³⁾。

3-4 「情報の地理的分散」「中央政府—企業間の情報の非対称性」と域内市場の規模

既述のように、中国では産業政策の具体化、実施にあたり「情報の地理的分散」が存在しているがゆえに、地方政府への分権化が行われ、地方政府が「産業政策の担い手」となっ

ていた。また、地方政府を中央政府と企業との間の「中間組織」ととらえれば、地方政府は、中央政府と企業との間の情報の非対称性を低減する存在と位置づけられた。これら二つの把握には重なる部分があり、つまるところ、地方政府は、地域経済を支える企業の育成、生産経営環境を方向づけるルール・制度面を整備する主体ということになる。

新たな財のニーズが中国国内のいくつかの特定地域に存在し、特定地域の一部企業はそのニーズに気づいており、全国的発展の潜在的可能性があるという状況があるとする。ところが、「情報の地理的分散」「中央政府—企業間の情報の非対称性」のゆえに、中央政府はその可能性を捕捉することができないか、捕捉できても新たな財の利用環境や生産情報をふまえて全国的な制度・ルールを整備していくにはコスト(時間を含む)が高い。しかし地方政府は中央政府よりも新たに生まれた財の市場や生産者に近接し、地方政府によって特定地域の環境に即した制度・ルールが制定され、財の利用、生産が促進されやすくなる。このとき、地方政府の制度・ルールが適用される市場の規模が一定程度大きければ、生産にあたって規模の経済性が働き、参入の増加と企業間の競争により財の生産コストは低下し、財の利用がいっそう促進され、財の利用が促進されれば、参入もまた増加する可能性がある⁽²⁴⁾。目の前の需要が大きいとみれば、ローカル・ルールを定めて実験を行える空間と、一定

(23) 安徽省、江蘇省の各一都市でも低速電動四輪車に関する地方規格ないし、低速電動四輪車を自動車と位置づける交通規定が制定されている。

の実験結果が出るまでの時間的アドバンテージが地方政府に与えられるのである。

このように特定地域での実用化を兼ねた実験が、複数の地域で、あるいは単独の地域であっても実施され、それが蓄積されれば、中央政府がその情報をふまえて、新たな財の利用環境、生産条件についての全国的制度・ルールを決めることができる。このことは地方レベル、企業レベルからのボトムアップタイプの新産業形成に限らず、中央レベルで技術的タネが開発され、新産業の方向性が形成されているときにも、一部地域での実験という形をとることが中国では可能である。

なお、地域多様性のゆえに、地方への分権はある程度は恒久的であるともいえ、そのことは時限付き免税などにもあらわれている。たとえば、「家電下郷」政策による税還付の追加的品目選択権が地方政府に与えられ、山東省など複数の省では電動二輪車を追加品目に選択している。その際、山東省政府は、業界組織の提案をもとに電動二輪車を選択し、かつ対象品目を規格対応タイプに限定することで、電動二輪車生産を規格遵守に誘導することを目指していた。

第4節 おわりに

本稿では、業界組織を企業と地方政府・中央政府との間に位置する「中間組織」、そして

地方政府を産業政策の担い手であり、かつ企業と中央政府との間に位置する「中間組織」であると位置づけた。そのうえで、自転車産業を事例に、業界組織と地方政府が経済制度改革下で産業の発展にいかなる役割を果たしてきたかについて論じた。

特に国民経済の制度改革に関連しての役割が大きかったとみられるのは、業界組織である。中国における業界組織の成立は、経済制度改革、民営企業の形成・参入と深く関わっている。自転車産業の業界組織は、中央レベルでは、制度改革に伴い、国民経済規模で既存の主管部門を超えた新規参入が発生したことを契機に生まれた。地方組織は、天津の事例でみれば、当該地域域内に、既存主管部門とのつながりをもたない新たな生産経営主体が多数生まれ、それらが自律的な意思決定で相互に競争したり取り引きを行ったりするようになったことを契機に設立された。業界組織は、競争秩序を整え、需要搬入、情報収集の場を創出し、さらに、技術的な規格の制定にも役割を果たして業界ないし地域産業の発展に貢献した。すなわち、業界組織は、計画経済から市場経済への制度改革の過程で変化した政府・企業間関係、ないし企業間関係の「ガバナンス」の新たな担い手となったのである。

その業界組織は非営利組織であるはずだが、展示会開催などの営利事業をもち、業界ないし地域産業の発展を強く動機づけられており、

(24) たとえば電動二輪車産業への参入は容易であり、分業の各環節での競争も激しい。その点で競争促進が産業発展促進の手段となっているが、国内市場を土俵とした競争促進による産業発展促進にあたり、国内メーカーは保護されている。輸入関税をみると自転車の完成車13%に比べ、電動二輪車は45%と高い税率が設定されている。

地方業界組織は時として競合する関係にある。

さらに業界組織は電動車両（電動二輪車）に関して、交通法規上「軽車両」に分類することを勝ち取り、ペダル式自転車の激化した競争の出口を確保したが、それに先立ち、技術規格の制定に協力するとともに、新興産業としての発展の芽を摘まれないよう（中央政府により走行や製造を禁止されないよう）、特に地方組織が秩序形成に尽力してきた。業界組織は中央政府に対して「中間組織」として機能し、この意味においては、地方組織は互いに協力関係にある。

自転車産業・電動車両産業は地域産業としての側面を強くもち、産地では地方業界組織と同様、地方政府も業界の発展に強いインセンティブをもつ。それゆえ、業界組織や地方政府は場合によっては当該地域の企業が域外で受けた不利益にも対応する。

業界組織と地方政府のうち、地方政府の役割は域内市場に関して、より大きいといっただろう。電動車両という既存の法規・制度に収まらない新興産業に関して、地方政府は研究開発資金を拠出して製品化を促したり、中央政府の動向に留意しつつもローカル制度・ルールを作ったりして支援を行ってきた。こうしたことが可能なのは、一つにはローカル制度・ルールを適用できる範囲が広く市場規模が大きいためであると考えられる。新興地域産業の発展の芽をつぶしたくない地方政府は業界組織と連携しながら、中央政府の態度を見極めつつ、いまだ中央レベルの制度・ルールがない領域について、域内企業の実験を見守り、制度・ルール案を策定する。実験が広

がり、その結果が国民経済全体に有用であると中央政府が判断すれば、中央レベルの正式な制度・ルールができるだろう。完備された制度・ルールを待たずして、実験が実用化を兼ねて進行し、さらに競争を通じ、製品の安定性や技術性能が高まっていく。あるいは制度・ルールが追いつかなくても国民経済全体に有用である（国民のニーズがある）ならば、制度・ルールの検討整備作業と並行して実用実験が継続される。こうしたことが中国の電動車両産業で観察された。「情報の地理的分散」「中央政府—企業間の情報の非対称性」と財の実用実験空間としての地域市場の存在が、中間組織、産業政策の担い手としての地方政府の役割を大きなものになっている。

（経済学部教授）

〈参考〉

- 中国自転車協会の業務範囲（中国自転車協会ウェブサイト）
- 1) 業界の調査研究を展開し、基礎資料の収集、データ情報の統計を行い、業界の発展方向を研究し、政府部門に業界の全体的な計画、経済技術政策、経済立法などの面での建議を提出するとともに関連する活動に参加する。
- 2) 業界内外のさまざまな形式の連合を推進し、業界内部の企業の生産経営、技術開発、技術協力と競争における問題を調整し、自転車業界の技術進歩を促進し、経営管理水準を高める。
- 3) コンサルタント業務を展開し、会員単位のため国内外技術、経済と市場の情報を提供し、交流活動を組織し、業界誌を編集出版し、協会のウェブサイトを立て上げる。
- 4) さまざまな形式をとって、会員単位のために各種専門人員への研修を行い、その科学技術人員、経済管理人員の素質を高める。

- 5) 国外の関連する組織との連絡を発展させ、業界を代表して国際的な自転車業界の関連組織や会議に参加し、国内外の経済技術面での協力、交流と展示販売活動を展開する。
- 6) 関係部門の委託を受けて国家、業界の関連製品の規格、業界職業規格などの起草を組織する。
- 7) 輸出、外資利用、技術導入などの面で、業界内において情報を通じあい、交流と協力を促進する。
- 8) 業界規約の取り決めを組織し、その遵守を監督する。
- 9) 会員の合法的権益を守り、会員の採め事を調整し、業界の関係を調和させる。
- 10) 政府関係部門からの委託業務を引き受け、担う。
- 11) 会員に有益なその他の業務を展開する。

● 天津市自行車行業協會の業務範圍（天津市自行車行業協會（2005b）pp.1-8）

- 1) 国家と天津市の経済発展のすべての任務および天津市の自転車業界の実際状況にもとづき、党と国家の方針政策を積極的に宣伝する。
- 2) 業界の基礎資料の調査研究、収集と整理業務を展開し、わが市の自転車工業の発展方向を研究し、市政府関係部門に対し業界計画、経済技術政策、経済立法の面での建議を制定、提出し、関係活動に参加する。
- 3) 国家、消費者、会員単位の合法的権益を保護し、天津市の自転車製品の信用を保護する。政府関係部門に呼びかけ、規範性のある品質検査を定期的に組織、実施を促し、優勝劣敗を促す。
- 4) コンサルタントサービスを展開する。会員単体に国内外の技術経済と市場情報を提供し、交流を組織し、業界刊行物をまとめ出版する。
- 5) さまざまな形式をとって企業が各種専門人員への研修を行うことを組織、コーディネートし、業界の科学技術、経済管理人員の素質を高める。
- 6) 国内外組織との連絡を発展させ、業界を代表して国内外の自転車業界の関係組織と会議に参加し、技術協力、交流および展示販売活動を行う。
- 7) 関係部門が業界の製品規格を起草、貫徹することと歩調を合わせて、品質監督、検査、認証業務を実施し、科学技術の成果の認定と生

- 産許可証の発行を組織し、これに参加する。
- 8) 会員単位を組織、コーディネートして共同で業界規約を制定し、監督を行う。
- 9) 市政府関係部門の委託業務を受け、同時に市の関係部門と中国自行車協會に対し、会員単位の要求を反映させ、彼らの合法的権益を守る。
- 10) 当業界に有益なその他の業務を展開する。

主要参照・引用文献およびウェブサイト

- 今井賢一（1982）「内部組織と産業組織」今井賢一・伊丹敬之・小池和男『内部組織の経済学』東洋経済新報社、pp.119-134
- （2000）「中国の地方分権型産業政策」丸川知雄編『中国の産業政策』アジア経済研究所、pp.133-164
- （2009）「政策過程と産業発展——鉄鋼業のケース」佐々木智弘編『転換期の中国』JETRO アジア経済研究所、pp.1-9
- 梶谷懐（2008）「中国の土地市場をめぐる諸問題と地方政府——『地方主導型経済発展』の変容」『現代中国研究』第23号、pp.64-85
- 橘川武郎（1992）「日本の競争優位と中間組織——政府・企業集団・業界団体の機能について」持田信樹他『市場と国家』木鐸社、pp.93-121
- 国家統計局編『中国統計年鑑』中国統計出版社、各年版
- 駒形哲哉（2005）「移行期・中国の中小企業論——その射程」『移行期中国の中小企業論』税務経理協会、pp.259-270
- （2006）「中国・自転車産業のビジネスシステム変革」神戸大学経済経営研究所『国民経済雑誌』第194巻1号、pp.63-79
- （2007a）「中国における体制移行と産業発展——天津自転車産業の事例」『中小企業のライフサイクル 日本中小企業学会論集26』日本中小企業学会、同友館、pp.141-154
- （2007b）「体制移行期における産業の再編」渡辺幸男編著『日本と東アジアの産業集積研究』同友館、pp.257-299
- （2009a）「業界組織の意味」渡辺幸男・周立群・駒形哲哉編『東アジア自転車産業論——日中台における産業発展と分業の再編』慶應義塾大学出版会、pp.155-194
- （2009b）「中国自転車産業の発展方向」

- 渡辺幸男・周立群・駒形哲哉編『東アジア自転車産業論——日中台における産業発展と分業の再編』慶應義塾大学出版会, pp.403-428
- (2009c)「天津の自転車産業」『アジア諸国の産業発展と中小企業』モノグラフシリーズ 第3巻 中国の産業発展と中小企業』専修大学社会知性開発研究センター・中小企業研究センター, pp.33-59
- 『サイクルプレスジャパン』インタープレス, 各号
- 財団法人自転車産業振興協会 (1973)『自転車の一世記』
- 財団法人自転車産業振興協会編 (2005)『自転車統計要覧』第39版
- 謝思全 (2003)「制度創新與産業發展——天津自行車産業国退民進的案例研究」天津市自行車行業協會『美麗的天津城』pp.114-124
- (2005)「行業協會在市場体制完善中的角色與作用探討——天津市自行車行業協會的案例研究」天津市自行車行業協會『協會文存』pp.208-218
- 謝思全・王玉珍 (2006)「行業協會與行業秩序的改善——天津市自行車行業協會的案例研究」天津自行車行業生產力促進中心『專家學者：天津自行車産業發展的理論思考』天津市自行車行業協會, pp.167-178
- 中国輕工業商務網 <http://www.clib.com.cn/>
- 『珠江商報』
- 中国自行車協會 (2005)『1985-2005 中国自行車協會成立二十周年紀念』
- 中国自行車協會・全国自行車工業信息中心『中国自行車』各号
- 中国自行車協會網 <http://china-bicycle.com/>
- 中国北方自行車網 <http://tjxh.norbicycle.cn>
- 張雷・方海峰 (2010)「我国小型低速電動汽車發展現狀」東方汽車網 <http://mag.oauto.com/news/html/?7337.html>
- 天津經濟年鑑編輯委员会 (1986)~(1999)『天津經濟年鑑』天津人民出版社
- 天津自行車行業生產力促進中心 (2006)『專家學者：天津自行車産業發展的理論思考』天津市自行車行業協會
- 天津市自行車行業協會 (2004a) (2005a)『天津市自行車工商企業名錄索引』
- (2005b)『協會文存』
- (2005c)『天津自行車行業協會十年大事記』
- (2005d)『天津自行車産業發展形勢分析及對策研究工作會議 會議資料 (二)』9月16日
- (2007)『資料匯編』
- (2008)『2007年資料匯編』
- 天津市自行車行業協會秘書處編 (2003)『美麗的天津城——伝頌着自行車業的一個伝奇故事』
- 当代中国叢書編輯委员会 (1986)『当代中国的輕工業 (下)』社会科学文献出版社
- 余暉 (2003)「行業協會及其在中國轉型期的發展」『制度經濟學研究』第1期 (ただし,「愛思想サイト」の余暉氏專欄の掲載論文を参照した <http://www.aisixiang.com/data/detail.php?id=28685>)
- 米倉誠一郎 (1993)「業界団体の機能」岡崎哲二・奥野正寛編『現代日本經濟システムの源流』日本經濟新聞社, pp.183-209
- 渡辺幸男・周立群・駒形哲哉編 (2009)『東アジア自転車産業論——日中台における産業発展と分業の再編』慶應義塾大学出版会
- Cycle Press, *China Bicycle Yearbook* (中国自行車廠商年鑑)
- Lynn, Leonard H. and Timothy J. Mckeown (1988), *Organizing Business Trade Associations in America and Japan*, American Enterprise Institute for Public Policy Research
- Montinola, Gabriella, Yingyi Qian and Barry R. Weingast (1995), "Federalism, Chinese Style: The Political Basis for Economic Success in China," *World Politics*, Vol. 48, No. 1, Oct., pp.50-81
- Oi, Jean C. (1992), "Fiscal Reform and the Economic Foundations of Local State Corporatism," *World Politics*, Vol. 45, No. 1, Oct., pp.99-126
- (1995), "Role of the Local State in China's Transitional Economy, The China's Transitional Economy," *The China Quarterly*, No.144, pp.1132-1149
- Zhang, Xun-Hai (1992), *Enterprise Reforms in a Centrally Planned Economy: The Case of the Chinese Bicycle Industry*, New York: St.Martin's Press.