GLOBAL VIEW

中国

中国農村部の社会発展に向けた取り組み
桂林銀行による農村振興活動の事例

川嶋一郎

はじめに

2024年４月、清華大学の先生らに同行して桂林市郊外の農村部を視察する機会を得た。そこには、訪問前には想像していなかった世界が広がっていた。

桂林は山水画のような風景で世界的に有名な観光地だが、その一方で、郊外の山間部には最近まで政府が「貧困村」と認定していた農村地帯が広がっている。

「桂林銀行が農村振興に力を入れているので、その状況を見に行かないか」と誘われたのだが、正直、訪問前はさほど期待していたわけではなかった。

百聞は一見に如かず。現地を訪問すると、銀行の若い行員たちが大変実直に業務に当たっており、訪ねた村々も「中国の貧しい農村」のイメージとは違っていた。10カ所ほどの村を訪問し、数多くの企業や施設を見学したが、どこも「こぎれい」だった。お金をかけて道路や建物を一新したというわけではなく、日頃から環境美化に努めていることが感じられた。村落のリーダーや事業に奮闘する起業家たちも、村の暮らし向きがよくなっている状況に自信を持ち、生き生きと活躍していた。

近年、日中間の人的往来が停滞する中で、メディアには「不動産バブル崩壊」「失業率上昇」といった報道が溢れている。また、過去10年ほど、中国の経済発展といえば、デジタル分野を中心とした新興企業や最先端のイノベーションが関心を集めてきた。

桂林の農村振興の現場で目の当たりにしたのは、そういった華やかな世界とは異なる、純朴ともいえる光景だった。現地で出会った人々の地に足の着いた活動は、筆者にとって衝撃だった。

翌５月、新たな視察の機会があるとのことで、喜んで現地を再訪した。以下に紹介する農村振興の状況は、あくまで桂林の事例であり、全国の農村部や貧困地域で同様な動きが起こっているわけではない。しかし、今日の中国農村部で現実に起きている一つの事象として、現地で見聞きした状況を紹介したい。

1　広西チワン族自治区・桂林市の概況

広西チワン族自治区は、経済発展著しい広東省の西隣りに位置する。面積は23.7万㎢で日本の本州より少し大きい（図１）。

人口は5047万人で、都市人口が全体の55.7％、農村人口が44.3％。農村人口の割合が全国平均（34.8％）に比べて高い。「自治区」という名前のとおり、チワン族を含めて12の少数民族が暮らしており、全人口の37.5％を占めている。

一人当たりGDPは５万2164元

図1 広西チワン族自治区の位置

で（1元＝約22円）、甘粛省、黒竜江省に次ぎ、全国で下から3番目である[注1]。

広西チワン族自治区の北東に位置する桂林市は、面積が2.8万㎢で、日本の四国より一回り大きい。市内の行政区分は、中心部の6つの区のほか、周辺部に1つの県級市、8つの県、2つの少数民族自治県がある[注2]。

常住人口は495万人で、農村人口比率は44.9％と、広西チワン族自治区全体の比率より若干高い。山間部には一昔前まで外部との往来も厳しい「陸の孤島」だった村落も多く、今日でも一人当たりGDPは4万9196元と、自治区の平均より低い。

主な産業は観光と農業で、市のGDPに占める第一次産業の割合は25.5％と、製造業を主とする第二次産業（21.7％）を上回っている。農産品では柑橘類などの果物が全国的に知られている。

2 桂林銀行の概況

桂林銀行は1997年に設立された国有の地方商業銀行である。桂林市の城市信用合作社（都市部の組合組織による金融機関）7社を前身として、桂林市政府、地域の有力企業・個人などが出資して設立された。

連結ベースのグループ社員総数は約9400人[注3]（桂林銀行単体では約7600人）。2023年度のグループ売上高は115億元（約2500億円）で、日本の地銀の中でも上位ランクの九州フィナンシャルグループ（鹿児島･熊本）や八十二銀行（長野）とほぼ同規模である（表1）。事業展開地域は、地元の桂林市を中心に、広西チワン族自治区全域に広がっている（河池市など一部地域を除く）。

表1 桂林銀行の財務概況（連結ベース、2023年）

売上高（経常収益）	115億元
営業利益	25億元
総資産	5,426億元
自己資本比率	11.75%
貸出金残高	3,199億元
預金残高	3,847億元

出所）桂林銀行「2023年度 年度報告」

桂林銀行は都市部における他行との競争が激化する中、2019年10月から農村振興事業に大きく舵を切った。当時は政府が農村振興を重点政策に掲げた時期だが、桂林銀行の路線転換は必ずしも政府からの指示によるものではない。歴史が比較的浅い後発の銀行として、都市部での競争を極力回避し、ブルーオーシャンを求めた結果、事業の注力対象を農村振興に移したものである。

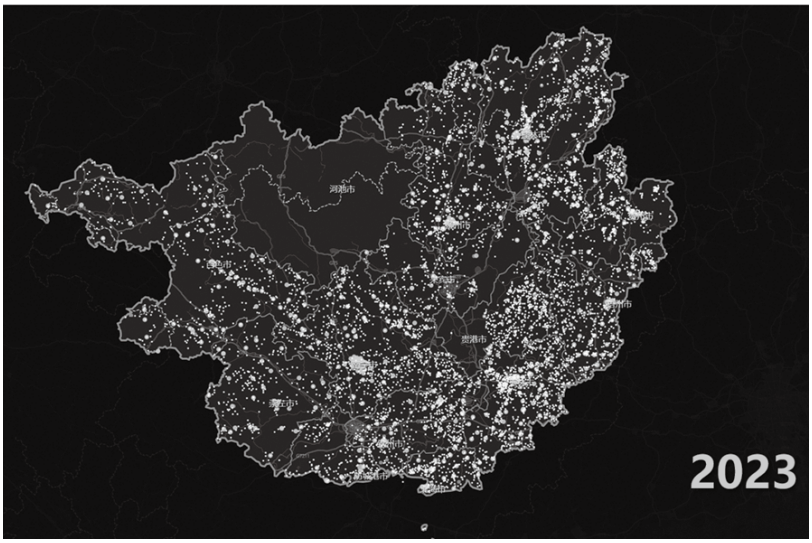
2023年末の拠点数は表2のとおりである。桂林銀行の店舗は4つの階層からなる。①桂林や南寧、柳州、梧州などの主要都市には12の「分行」（中核支店）が設置されている。②都市部や県には「支行」

表2 **桂林銀行の拠点区分と店舗数**

所在地	名称	店舗数	うち農村部		
主要都市	分行（中核支店）	12			
都市部／県	支行（支店）	172	県	県域支行	79
都市部／郷鎮	社区／小微支行（出張所）	671	郷鎮	小微支行	369
村	服務点（簡易店舗）	約7,000	村	服務点	約7,000

出所）桂林銀行「2023年度 年度報告」より作成

図2 **急拡大する拠点網**



出所）桂林銀行提供

（一般の支店）があり、③都市部の社区[注4]には「社区支行」が、農村部の郷や鎮には「小微支行」（出張所）がある。④行政区分の末端に位置する村には「服務点」[注5]と呼ばれる簡易店舗が置かれている。

農村振興に注力し始めて以来、農村部の拠点網が急拡大しており、郷鎮にある小微支行や村の服務点が急増している（図２）。

次章では、小微支行や服務点での取り組み内容を具体的に紹介しつつ、直近４～５年間で桂林銀行の農村振興事業が末端の村落にまで浸透していった過程について見てみたい。

全方位の生活支援による農村部への浸透

1　郷鎮の小微支行：地元出身行員による実直な取り組み

郷や鎮に設置されている小微支行（出張所）の店構えには大きな特徴がある。店内には銀行独特のガラス越しにやり取りする窓口カウンターがない。代わりに応接テーブルとイスが置かれており、顧客が来店するとまずはそこに案内される。イスに座って世間話をしながら用件を聞くと、総合サービス端末を使ってお金の預け入れ、引き出し、振り込みなどを行う[注6]。端末の操作に不慣れな顧客には、行員が寄り添って操作をサ

図3 小微支行の店内

出所）2024年５月筆者撮影

ポートする（図３）。

店内には、こうした総合サービス端末が２台置かれており、ほかにATMが１台ある。小微支行が日常的に取り扱う現金は総合サービス端末やATMの中のお金で事足りるため、あえてカウンターを設ける必要がないのである。

小微支行は、店舗責任者である行長と２～３人の行員で運営されている。行長と行員は20～30代の若者で、地元郷鎮の出身者である。都市部の大学を卒業した後、「故郷の発展に尽くしたい」と出身地に戻ってきた。

桂林銀行では人材採用に当たって試験を行っているが、「地元郷鎮の出身者を優先して採用している」という。地元出身の行員は来店客と顔見知りで、親近感のある対応が可能になる。現地には、大手銀行の拠点や伝統的な金融機関である農村信用合作社の店舗もあるが、そこではガラス越しに無機質なやり取りが行われており、顧客からするとサービスに大きな違いがある。

なお、桂林銀行の小微支行では、地縁や血縁を活かした体制を組んでいるため、行長や行員が別の郷鎮にある小微支行に異動することはない。優秀な人材は、地元の小微支行で業務経験を積んだ後は、上位の県域支行（県レベルの支店）、都市部の支店、本店など、縦方向に昇進していく。

小微支行の主な業務は、①来店客や融資などの対応、のほか、②新規顧客の開拓、③郷鎮内の各村における人脈構築と新規服務点（村に設置されている簡易店舗。次節参照）の開拓、などである。

小微支行の各店舗では、大きな模造紙に近隣住民や商店などが書き出され、「口座開設済み」「融資あり」など、取引状況によって色分けされている。中には「未取引」の住民や商店もあり、そうした潜在顧客を重点的に訪問し、新規顧客の開拓を進めている。

郷や鎮の域内には、いくつかの村がある。域内の村々を訪問し、村の有力者たちと関係を築き、服務点の運営を任せられるパートナーを探し出すことも、小微支行の重要な役割である。

２　村の服務点：有力者を通じた村落への浸透

郷鎮の小微支行が桂林銀行の自前の拠点で、そこで働く行長や行員が銀行の社員であるのに対して、村に設置されている服務点では、「站長」と呼ばれる店舗責任者に、桂林銀行が運営を委託している。站長は銀行の社員ではなく、

図4 村の服務点と站長

出所）2024年４月、５月筆者撮影

党支部書記、村長、医者といった村の有力者やその親族・知人である。店舗も桂林銀行の自前拠点ではなく、站長の自宅の一角を改装したものである（図４）。

站長を委託された地元の有力者は、彼らが持つ人脈、信用力、影響力、情報力、責任感などをいかんなく発揮している。初めて銀行と取引する村民も少なくないので、銀行が融資をするにも信用評価は難しい。站長と村落の住民たちとは顔なじみであり、融資を申請した個人や家庭の事情だけでなく、親族の状況や友人関係までも知り尽くしている。銀行にとっては融資の適否判断は站長から上がってくる情報が頼りである。こうした方法が奏功し、「農村部の貸倒れ率は都市部より低い」という。

服務点の店舗では、桂林銀行が自社開発した簡易端末が使われている（図５）。タブレットPCを活用した簡単な機器だが、その上で提供されるサービスは入出金や送金など、銀行業務に関する項目にとどまらない。公共料金の支払いをはじめ、社会保険料の納付、養老保険の受給資格の認証から近隣病院の予約まで、住民の生活を支援するさまざまなメニューが盛り込まれている。

服務点では簡易端末を通じた生活支援サービスのほか、站長が集落の住民たちに呼びかけ、道路の補修や街灯の設置など生活環境の整備や環境美化を後押している。

いくつかの服務点では、「生態文明ポイント制度」と書かれたポスターを目にした。站長が旗振り役となって、住民の話し合いによって生活向上のためのルールがつくられているのである。「庭の３分の１以上を緑化している：＋20点」「村の環境整備・防災活動に参加した：１回につき＋５点」「子供が大学に進学した：＋10点」「隣人や家族と揉めごとを起こした：１回につき－20点」など、30項目ほどのルールが並んでいる。ポイントが貯まると、服務点の店内に並べられている米、洗剤、歯みがき粉といった生活用品と交換できる。

服務点による生活支援は、そのほかにも、両親が出稼ぎに出ていて祖父母と農村に残っている留守児童や一人暮らしの老人の支援活動など幅広い。集落における站長のリーダーシップや能力を前面に押し出しながら、桂林銀行が資金、人材、ノウハウ、政府機関や企業

図5 **服務点の簡易端末**

出所）2024年５月筆者撮影

とのネットワークなどを活かして支えている。

3　愚直な周知活動

桂林銀行が農村振興に舵を切ってからまだ5年ほどしか経っていないが、その間に社員数や拠点数は急増している（表3）。2019年から2023年にかけて、村の服務点の数は約３倍に増え、2023年末時点で約7000店舗に達しており、社員数は約1.8倍増の約7600人となった（それとは別に、服務点の店舗数と同数の站長がいる）。コロナ禍と重なったこの時期に、これだけスピード感を持って規模拡大を進めたのは驚きである。

農村振興を主導したのが、現在、董事長を務める呉東氏である。呉董事長に「最も苦労したことは何か」を聞く機会があった。少し考えてから、「農村振興に取り組む理由、意義、価値観を銀行内外の関係者と共有するのが大変だった」という答えが返ってきた。「毎日毎日、周りの人に自分の考えを話して聞かせ、資料をつくって説明した。それをひたすら繰り返すしかなかった」。

農村振興事業がスタートする前から働いている幹部や行員たちにも大きな苦労があった。

「銀行に就職した頃は、ずっとカウンターの中で仕事をするものだと思っていました。今では毎日農村の現場を飛び回っていますが、そんな姿は想像すらしていませんでした」

「農村部に桂林銀行の名前が浸透するまでは本当に大変でした。毎日、村々を回って歩くのですが、どこでも歓迎してくれるわけではありません。銀行に戻ると、同僚たちと『今日はこんな目に遭った』『こうしたらうまくいった』と情報交換をして、手探りでやっていました」

「村の有力者に玄関払いされる日が続き、伝手を頼って何とか会うことができても、信頼してもらうために毎日毎日通いました。ようやく家に出入りできるようになって、ご飯の支度を手伝ったり、子供の面倒を見たり、そうやって信頼を得て、服務点のネットワークが徐々に広がっていきました」

表3 **社員数と服務点店舗数の推移**

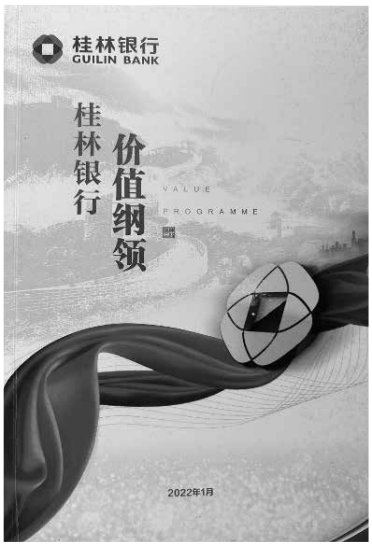
	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
社員数	4,203	4,945	7,071	7,792	7,624
服務点数	2,346	4,030	6,248	6,857	約7,000

※社員数、服務点数ともに各年末時点の数。社員数は桂林銀行単体。若干の派遣社員を含む
出所）桂林銀行「年度報告」各年度版

4　桂林銀行における人材育成

こうした努力を経て農村振興事業が動き始め、社員数や拠点数が急拡大していった。それを支え

図6 桂林銀行の「基本法」ともいえる『価値綱領』とテキスト・冊子類



出所）2024年５月筆者撮影

ているのは研修制度である。成功のポイントは、研修の頻度とコンテンツの整備である。

2023年、桂林銀行が行内向けに実施した研修は、対面研修が計1298回、参加人数は延べ8.76万人に達した。そのほかにオンライン研修が756回行われた。対面研修は行員一人当たり（服務点の站長を含む）平均６回、オンライン研修は18回となる。２カ月に１回は対面研修があり、毎月１～２回オンライン研修を受けている計算となる。

研修や社員の研鑽のためにつくられているテキストや冊子類も充実している。「銀行･金融業務」「人事・労務管理」「成功体験・ナレッジ共有」「党･政府の組織･政策」「産業別状況」など幅広い（図６）。

中でも桂林銀行の「基本法」といえるのが『価値綱領』である。「事業」「戦略」「組織」「人材」のパートに分かれ、全34条からなる。第１条「われわれの使命は金融業務を通じて人々の素晴らしい生活を実現することである」、第２条「われわれのビジョンは農村振興サービスの模範とされる銀行になることである」という具合に、その内容は簡潔にまとめられている。

事業や組織が急拡大する中で、明快かつ広範なテキストやルールブックを整備し、手厚い研修を行う手法は、中国が「世界の工場」と呼ばれた頃に巨大工場を次々と建てていった企業や、2000年代に入ってインターネットやデジタルで急成長を遂げた企業などでも見られた。人材を短期間で育成して事業を急拡大させることが苦手な日本企業にとっては一つの示唆となろう。

農村起業家と産業振興の現場

1　桂林銀行による産業振興支援

桂林銀行による農村振興には、前述した農村住民向けのサービスのほか、産業振興活動がある。その中核は企業向けや合作社（農民による共同組合組織）向けの融資である。桂林銀行では、農村企業や産業向け融資に関連して、「示範区」と「信用村（鎮）」という二つの取り組みを行っている。

示範区[注7]は、桂林銀行が有望企業や合作社と戦略提携を結び、農村振興のモデルケースとしているもので、融資をはじめとする各種支援が提供されている（図７）。

信用村（鎮）は、明確な特産品を有する鎮や村に対して一定の与

信枠を設け、スムーズな融資の提供や産業振興支援を行う仕組みである。いわば、「一村一品」に対する支援活動といえる。

桂林銀行は550カ所の示範区、143カ所の信用村（鎮）と提携し、累計で約400億元（約8800億円）の融資を行っている[注8]。

農村産業振興策は、この融資業務のほか、就業・創業支援、特産品の販売促進支援など広範にわたる。

就業・創業支援では、農村に実習基地を設置し、企業や専門家と協力して、近隣農家に対して農作物の植えつけや栽培方法の指導が行われている。コロナ禍では、広東省などに出稼ぎに出ていた者が故郷に戻ってくることも多かったが、そうした人々に対する農業指導も実施された。

特産品の販売促進支援の一環として、桂林銀行はECサイト「天天開心団」を立ち上げ、広西チワ

図7 農村振興サービス示範区（資源県中峰鎮大庄田村）

出所）2024年５月筆者撮影

図8 共同購入サイト「天天開心団」とライブコマース用スタジオ

出所）WeChat「天天開心団」ミニプログラム、スタジオ写真は2024年４月筆者撮影

ン族自治区の各種農産品のオンライン販売を支援している。

近年、中国では動画の生配信で商品をPRしながら販売する「ライブコマース」が人気であり、桂林銀行では農村現地から特産品をライブコマースで売り込むためのスタジオの設置も支援している（図８）。

図9 潘保玉氏と棚田景観区に立つ民宿

出所）2024年４月筆者撮影

2　農村起業家の躍進

続いて、産業の第一線で実際に活躍する二人の農村起業家を紹介しよう。

棚田を一大観光地に仕立て上げたリーダー

龍勝各族自治県にある龍脊鎮大寨村で民宿を経営する潘保玉氏は、先祖代々600年にわたって開墾してきた棚田の風景を活かし、地域を一大観光地に仕立て上げたリーダーである。

1971年生まれの潘氏は貧しい時代を生きてきた世代である。若い頃、棚田で収穫した米を背負って一日がかりで山を下りても、稼ぎは数分（１分は0.01元）にしかならなかったという。その後、北京に出稼ぎに行った経験も持つが、都会に着ていく服がなかったため、村長から古着を譲り受けて北京に向かった。

1999年、地元政府が棚田の観光開発を本格化するという話を聞き、北京から帰郷した。民宿開業の準備をしながら、まず手掛けたのは３万本の植林だった。潘氏は棚田が広がる山を指さしながら、「山の稜線から棚田にかけて木が生えているでしょ。あれを１本１本植えたんです」と説明してくれた。周辺の山々は、住民が薪にするため長年にわたって樹木を伐採してきたので、はげ山になっていた。周りの村民たちに声をかけ、保水と景観回復のための植林を進めた。

道路や下水処理施設など、政府によるインフラ整備も進む中で、潘氏は2003年に民宿を開業。棚田景観区では最早期に建てられた宿泊施設だった。潘氏は大寨村の共産党支部の書記を16年務めたが、自身も少数民族の瑶族であり、瑶族の伝統文化の継承にも尽力している。

現在、「龍脊の棚田」は「漓江の川下り」と並ぶ桂林の代表的な観光スポットとなっている。景観区の観光開発は、龍勝各族自治県人民政府の管轄下の国有観光開発会社と旅行社２社の合弁事業として進められている。景観区の入場料収入の10％が棚田のある村々に還元される仕組みで、2019年には大寨村（63世帯、住民255人）に720万元（約1.6億円）の分紅（利益分配）があった。

周辺の村々を合わせると、棚田の景観区には240世帯、1200人が暮らしているが、域外からの投資もあり、今では民宿が200軒以上建っている（図９）。民宿といっても、客室が15～20室ほどあり、１棟の建築費に400万～500万元（１億円前後）かかるという。観光開発のための投資や観光客が落としていく観光収入などによって極貧だった村に大きなお金の流れが生まれている。

ゼロエミッションを実現した若手養牛家

雁山区雁山鎮の村にある広西嶸盛生態養殖有限公司（以下、広

西嶸盛）の廖栄強総経理は1994年生まれの若者である。廖氏は中国東北部の大学で経営管理を勉強した後、故郷に戻った。実家の一族が養牛事業などを手掛けていたこともあり、2020年に広西嶸盛を起業し、自らも養牛事業に乗り出した。

現在、広さ約19haの農場では、常時4000頭、通年で１万頭の肉牛が飼育され、5000頭が出荷されている。「今後３年で、常時１万頭を飼育する規模に拡大したい」という。

広西嶸盛を訪問して驚いたのは、牛の飼育場に入っても全く臭いがしないことである。飼料の原料には、羅漢果（次節で紹介）やトウモロコシのカス、稲わらなどが使われている。それらをいったん発酵させて飼料にするのだが、発酵促進剤を大学と共同で開発した。発酵促進剤にはアンモニアを分解する成分が含まれており、それを飼料原料の発酵に使うほか、飼育場や牛糞を利用した有機肥料の製造工程でも噴霧している。そのため農場全体で異臭が発生しない。近くには住宅や大学も隣接しているが、「これまで一度も苦情は来ていない」という。

飼料の原料として使われているのは、地元農家や食品加工工場から出るゴミ（残渣）である。それを牛が食べ、排出される牛糞は有機肥料に加工される。有機肥料は年間１万t生産されており、飼料原料を提供している農家に還元される。一般向けの販売も行っており、街路樹や家庭の植木などに使われている。残渣や牛糞を有効活用することにより、ゼロエミッションの事業モデルを確立・実践しているわけである。

広西嶸盛の社員は19人。「最大の経営リスクは感染症」ということで、社員のうち10人は獣医と検査担当員である。飼料づくりからエサやり、有機肥料づくりの担当はそれぞれ２人しかいない。飼料は小型の電動車両に積まれ、飼育場の通路の両側に自動で撒かれるため、多くの人手を必要としない（図10）。

飼料の発酵促進剤にしても、小型電動車両を使ったエサやりにしても、自動化や省力化に向けて随所に工夫していることが垣間見られる。

こうした工夫は広西嶸盛以外の訪問先でも見受けられた。次節では、農村部における身近な技術を使ったイノベーションについて紹介したい。

図10 廖栄強氏と飼育場の様子

出所）廖氏の写真は2024年４月筆者撮影。飼育場の写真は廖氏提供

３ 「身の丈」技術によるイノベーション

農村部の訪問先で見かけるイノベーションは、決して最先端技術による大掛かりなものではない。「身の丈に合った身近な技術を使って、よりよいもの、より便利なものをつくってみて、実際に使ってみて、都度工夫を加えたもの」である。

霊川県の村にあるキノコ栽培工場では、経営者が自作した栽培ルームのコントロールシステムが使われていた。

この経営者はドイツに留学して機械工学を勉強した後、中国に戻って機械メーカーで働いていたが、2019年に霊川県でキノコ栽培会社を起業した。その後、自分で電子部品を買ってきてコントロールシステムをつくり上げたとい

う。栽培ルームの入り口には、社名が印刷されたコントロールボックスが設置されていた。2700㎡のキノコ菌の培養ルームと2560㎡の栽培ルームには、合わせて44基のコントロール設備が設置されており、24時間365日、室温や湿度が制御されている。

桂林の特産品の一つに羅漢果というウリ科の植物がある。羅漢果はテニスボールを一回り小さくした実をつける。実には咳を鎮める効能があり、中国では乾燥させた実を羅漢果茶にして飲む。最近では、砂糖に代わる天然甘味料として注目され、日本でも流通している。

棚田のある龍脊県で羅漢果の苗を育てている農場を訪れたとき、監視カメラが目についた。尋ねてみると、監視カメラにAIを搭載した顔認証システムになっており、普段農場に出入りしていない不審者を感知すると警報を送信する仕組みだという。

羅漢果とともに、桂林を代表する農産品に柑橘類がある。中でも陽朔県はキンカンの一大産地である。地元農家が協力して合作社を立ち上げ、地元政府の下で一帯の幾つかの合作社が協働して「キンカン産業示範区」を形成している。桂林の山々を背景にキンカン栽培のビニールハウスが見渡す限り広がっている光景は圧巻だ（図11）。

実はこのビニールハウスは、通常より簡易につくられている。簡単な骨組みにビニールシートをかぶせた低コストのもので、2～3年ごとに新しいものに交換するという。簡易ハウスを導入したことで、キンカンの品質が大幅に向上するとともに、生産量が70％増え、販売期間が100日延びた。

農作物の品種改良や栽培方法の改善で収穫量が伸びたのは、先に紹介した羅漢果も同様である。羅漢果は以前、苗を植えてから実

図11 **陽朔県のキンカン産業示範区**

出所）陽朔県金橘核心示範区提供

が収穫できるまで4～5年かかっていたが、今では1年で収穫できるようになり、糖度も収穫量もアップした。

こうした改良や改善も身の丈に合ったイノベーションといえるだろう。農村部におけるイノベーションは、大企業による最先端技術の応用とは全く異なるものである。しかし、中国全体のイノベーションに取り組む姿勢には共通点がある。それは、農村部の農家だろうと、都市部の巨大企業だろうと、そこでイノベーションに従事している人たちの「自分たちの暮らしや身のまわりを少しでもよくしたい、少しでも便利にしたい」という気構えと実践である[注9]。こうした意識の社会全体の総和が中国のイノベーションの底力であり、産業発展の原動力である。

暗中模索で進めてきた桂林銀行による農村振興は苦労の末に動き出したが、まだ緒に就いたばかりである。

先に、棚田景観区において民宿建設や観光収入によって一定規模のお金が動き始めていることを紹介したが、同じような状況はキンカンの産業示範区でも起きている。示範区内に位置する白沙鎮だけでも、キンカンの年間売上高は10億元（220億円）を超えており、簡易ビニールハウスをはじめ、付随する投資も大きな規模になっている。そこにはお金の流れと需要が確実に生まれている。

かつて貧困だった村々に産業が興り始めているわけだが、桂林銀行と地場産業の間に真の好循環サイクルが確立されるには、まだまだ時間が必要である。

現地の産業従事者たちにとっても、勝負はこれからである。桂林産や広西産の農産品が広東省や福建省に出荷され、そこで加工された後、「広東産」「福建産」の商品として市場に出回ることも多い。地元の産業をさらに成長発展させるには、「農産品の加工や流通に至る産業体系をしっかりと構築する必要がある」（桂林銀行幹部）。

桂林銀行の社員の平均年齢は29.8歳で、顔を合わせる行員たちは皆若い。董事長以下、経営陣26人の構成を見ても、1970年代生まれが18人、1980年代生まれも5人おり[注10]、銀行全体に若い力がみなぎっている。桂林銀行や農村地域の次なる発展ステージが楽しみだ。筆者の桂林訪問もまだまだ続く。

注

1 広西チワン族自治区に関する数値データは国家統計局『中国統計年鑑2023』を参照。少数民族の人口比率は広西チワン族自治区政府のWebサイトを参照
http://www.gxzf.gov.cn/html/mlgxi/gxrw/ftrq/t1003601.shtml

2 桂林市に関する数値データは中国統計出版社『桂林経済社会統計年鑑』2023年版を参照

3 グループ傘下に一部農村部などで事業展開する小規模銀行が7行ある

4 都市部における団地を基盤にした社会の基層コミュニティ

5 服務点の正式名称は「農村普恵金融総合服務点」

6 総合サービス端末では、預け入れ、引き出し、振り込みのほかに、公共料金や社会保険料の支払い、資産運用、インターネットバンキング・モバイルバンキングの申請、個人情報の変更、キャッシュカード紛失手続などの個人向けサービスや口座開設、小切手授受などを含む法人向けサービスが受けられる

7 示範区の正式名称は「服務郷村振興示範区」（農村振興サービス示範区）

8 桂林銀行「2023年度 年度報告」を参照

9 筆者は本誌2021年7月号「中国のデジタル化と若者」の中で、中国のスマホアプリを通じた各種サービスの出現と社会への急速な浸透の背景に「身のまわりの不便、不満、不安を改善・解消したい」という動機が働いていたことを紹介している

10 桂林銀行「2023年度 年度報告」を参照

川嶋一郎（かわしまいちろう）
清華大学・野村総研中国研究センター（TNC）理事・副センター長