

中国個性化消費ビッグデータ報告

～個性化の消費時代へ

中国トランザクションバンキング部
中国調査室

メインピックス	2
中国個性化消費ビッグデータ報告 ～個性化の消費時代へ.....	2
稲垣清の経済・産業情報	8
“東北現象”脱却のかぎ握る東風日産大連工場.....	8
全国情報	10
【マクロ経済】.....	10
発展改革委員会、東北3省の産業構造転換に注力.....	10
最低生活保障基準、都市と農村が統一へ.....	10
6月のCPI、前年同月比1.4%上昇.....	10
上海自貿区、外国人のビザ申請を簡素化.....	11
【金融】.....	11
中国、AIB 総裁に金立群氏を指名.....	11
銀监会、民間資本の銀行業進出を明確に.....	11
【産業】.....	11
インターネット+行動指導意見を発表.....	11
スマートグリッド指導意見を発表.....	12
1～6月の新車販売台数は前年同期比1.4%増.....	12
地方情報	13
【北京】上半期の北京のPM2.5濃度、前年同期比15.2%低下.....	13
【成都】国際観光旅行投資フォーラムを開催.....	13
【天津】エアバスが引渡しセンターを建設へ.....	13
【武漢】上半期の住宅販売件数は全国2位.....	13
【青島】ソフトウェア博覧会が閉幕.....	13
【深セン】前海地区進出企業数は年初より4割増.....	13
BTMUの中国調査レポート(2015年6～7月)	14

メインピックス

中国個性化消費ビッグデータ報告 ～個性化の消費時代へ

第一財経とアリババの共同作成によるビッグデータを活用した「中国個性化消費ビッグデータ報告」がこのほど発表され、中国最大の個性化消費のデータバンクおよび地理情報が示された。

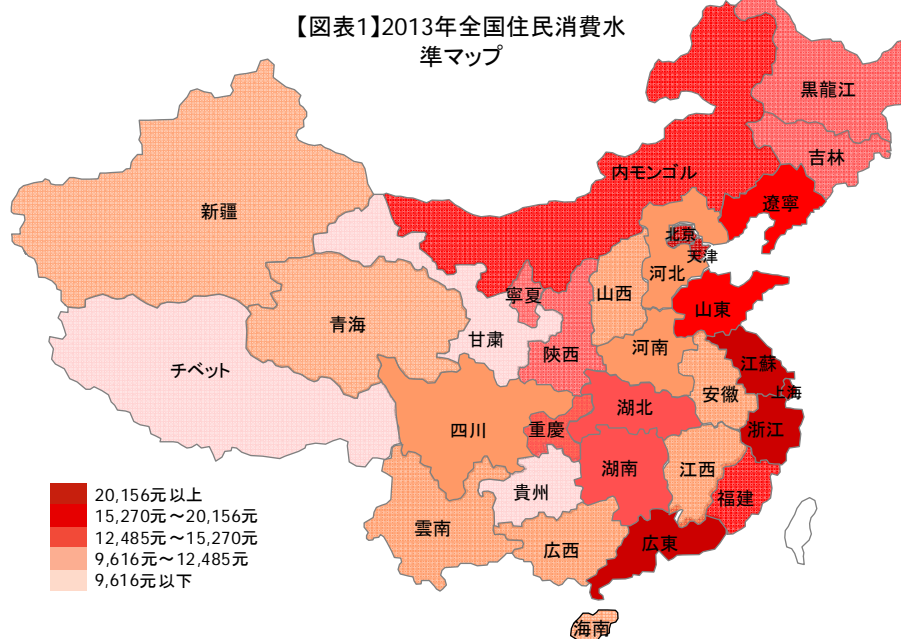
2014年、最終消費支出の中国GDP成長率に対する寄与率は50%を超え、消費が投資を追い抜き、経済成長の第一の原動力となった。これは消費の時代がやってきたことを意味しており、消費の需要からみると、個性化・多様化された消費がますます主流になっている。以下、その概要をお伝えする。

*以下、全ての図表について、特に断りがない場合はアリババのビッグデータを基に作成したものである。

I. 「インターネット+」における新たな消費マップ

国家统计局のデータによると、2013年時点では、中国国民の平均消費水準は東部から西部へと低下していき、中西部で異なる消費水準が交錯している。図表1は、そのデータをもとに消費水準によって5段階に区分し、各地域の状況を示したものである。概要は次のとおりである。

- ① 2013年の上海の住民年間平均消費水準は39,223元と全国トップを占めており、北京、天津、江蘇、浙江、広東および香港・澳門の住民平均消費水準も20,156元を超えた。
- ② 内モンゴル、遼寧、山東、福建の住民平均消費水準は15,270元～20,156元にある。
- ③ 中西部の陝西、寧夏、湖北、重慶、湖南、および東北の黒龍江、吉林は12,485元～15,270元にある。
- ④ 河北、山西、河南、安徽、江西、海南、広西、四川、雲南、青海、新疆は9,616元～12,485元にある。
- ⑤ 甘肅、貴州、チベットの平均消費水準は9,616元以下で、ランキングのワーストにある。



現在、消費の重点が転換されてきていることや大量消費の主な方法がオフラインからオンラインへとシフトされていることなどに伴い、リアルタイムのインターネットビッグデータには、異なる消費構造の変化が生じたことが示された。アリババのビッグデータに基づく、2013年のアリババユーザーにおけるインターネット平均購買水準の地域別ランキングと国家統計局の住民平均消費水準の地域別ランキングを比較すると、一部辺境の省ではインターネット平均購買水準が住民平均消費水準の順位を大きく上回っている一方、中西部と東北地域の省ではインターネット平均購買水準の順位が住民平均消費水準の順位を下回ることとなった。このうち、雲南、貴州、新疆では、二つの指標の順位差が最も顕著であり、同3省の住民平均消費水準はそれぞれ第28位、第30位と第27位である一方、ネット平均購買水準はそれぞれ第7位、第9位と第12位を占めた(図表2)。

【図表2】2013年住民平均消費およびネット購買水準

地域	ユーザーのネット平均購買水準(アリババ)	住民平均消費水準(国家統計局)	地域	ユーザーのネット平均購買水準(アリババ)	住民平均消費水準(国家統計局)
上海	1	1	湖南	17	17
北京	4	2	四川	10	18
天津	11	3	山西	27	19
浙江	2	4	青海	30	20
広東	5	5	江西	22	21
江蘇	3	6	河南	29	22
遼寧	8	7	海南	23	23
内モンゴル	15	8	広西	16	24
福建	6	9	安徽	20	25
山東	13	10	河北	28	26
重慶	19	11	新疆	12	27
湖北	18	12	雲南	7	28
吉林	21	13	甘肅	25	29
寧夏	26	14	貴州	9	30
陝西	24	15	チベット	31	31
黒龍江	14	16			

インターネット時代の到来による取引費用の低減は、全体消費水準が下位にある辺境地域におけるオンライン消費の増加につながったとみられる。すなわち、交通が不便で商業が未発達な辺境地域の住民は、インターネットを通じて、これまでなかなか入手できなかった商品を購入できるようになったため、オフライン消費からオンライン消費へシフトし、かつ、消費額も従来より拡大することとなった。

新疆を例にすると、アリババの項目別製品消費データによれば、2014年、婦人服、靴、アウトドア旅行用品、運動服、携帯電話、美容用品、キッチン用品などの品目において、新疆の消費割合はいずれも全国平均の消費割合を超えた。これらはほぼ日常消費財であり、サービス類または宝石など投資属性のある消費財ではない。また、新疆だけでなく、中西部全体においてもインターネット消費が日常的消費を促進するという特徴が顕著である。一方、中部、西部と東北地域は衣服、交通・通信などにおける消費割合が全国平均割合を超えた。うち、西部は衣服の消費割合が全国平均割合を5.12ポイント上回った。

物流、情報、資金の流れの一本化により、「インターネット+」の施策と併せて、個性化消費時代が中国の消費マップを再構成していく。インターネット消費を促進する条件が整えば、物流条件に制限された中西部と東北地域は伝統的な消費調査データ以上に、より多くの日常的消費の潜在力が引き出されると見込まれる。

II. 個性化消費の注目点

✓ 若年層

アリババのビッグデータによると、中国のネットショッピング利用者の半分弱は19～28歳の年齢層にあるが、29～35歳の年齢層における購買力が最も強い。この傾向は、年齢が上がるにつれ、収入安定期に入り、購

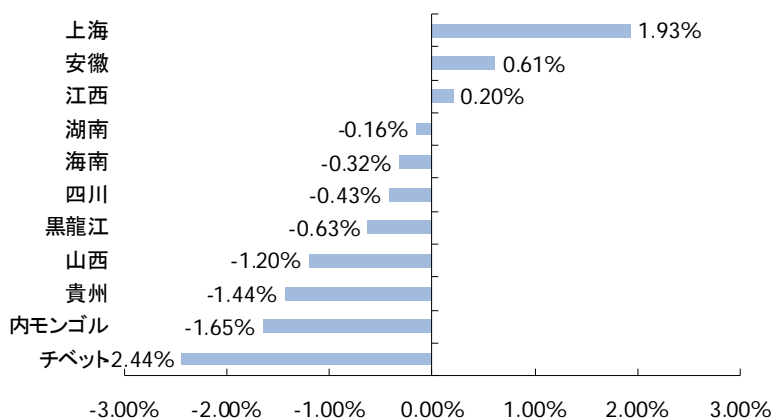
買力がしだいに上昇していくことにも合致しており、河南省の鄭州市、江西省の南昌市、安徽省の阜陽市、内モンゴルのフフホト市、湖北省の武漢市、江蘇省の宿遷市などの中部地域で見られる。これら都市のネットショッピング利用者の6割弱は19～28歳であるが、一方で全国平均水準は約44.1%のみにとどまっている(図表3)。

ネットショッピング利用者が19～35歳に集中すれば、消費の安定性が高まり、消費潜在力も大きい。一方、河南、安徽などの省の多くの都市は生産年齢人口の流出都市であることから、若年層を如何に残せるかは課題であろう。

【図表3】2014年19～28歳ネットショッピング利用者

省	市	19～28歳ネットショッピング利用者
河南省	商丘市	71.0%
	周口市	69.9%
江西省	鄭州市	68.5%
	南昌市	68.2%
安徽省	阜陽市	68.0%
	亳州市	67.8%
河南省	宿州市	66.7%
	合肥市	66.4%
河南省	新郷市	66.6%
湖北省	武漢市	64.0%
内モンゴル	フフホト市	64.1%
山西省	晋中市	64.1%
江蘇省	宿遷市	62.9%

【図表4】2014年各地域の食品消費の割合と全国食品消費平均割合の差



✓ 生鮮食品

2014年の各地域の食品消費の割合と全国食品消費の平均割合の差をみると、上海、安徽、江蘇など長江デルタ地域はプラスとなり、これら地域の住民は他地域より食品消費の割合が高いことが示された(図表4)。この背景には上記地域のコールドチェーンの整備が食品消費の潜在力を喚起したことがある。このように東部地域の食品消費の割合が高い一方、中部・西部と東北部ではマイナスとなっており、コールドチェーンの構築が東部地域に遅れていることが示唆された。

品目別では、2013年、新鮮果物と肉類の売上伸び率が700%と400%を超えた。2014年、同2品目の伸び率は200%と150%に落ちたが、売上の業種別ランキングでなお28位と58位を占める(図表5)。業界データによると、生鮮食品の電子商取引の粗利益率は30%～40%に達し、うち、海鮮類と冷凍肉の利益率が最も高く、果物が次いでいる。その利益率は、20%の損耗率を差し引いても、その他品目をはるかに超えている。

【図表5】生鮮食品の売上伸び率と順位

一級品目	二級品目	2013年前年 比伸び率	伸び率順位	2014年前年 比伸び率	伸び率順位
水産・生鮮	新鮮果物	733.50%	7	207.35%	21
	生肉・肉製品	428.71%	10	157.23%	29
	果物製品	300.46%	19	104.96%	69
	海鮮・水産品	-	-	93.38%	101
	卵	-	-	90.17%	111
	熟食・冷菜	-	-	91.27%	107
食糧・油・野菜・果物	食用油・調味油	252.13%	26	-	-
	米・小麦粉・雑穀	99.99%	130	89.49%	112
	調味品・ジャム・サラダ	94.83%	145	90.70%	108
	ケーキ・お菓子	97.50%	140	-	-
間食・堅果	堅果	92.58%	155	-	-
	チーズ・乳製品	-	-	109.78%	59

✓ 女性 Vs 男性

アリババのビッグデータによると、女性のお気に入り品目のうち、化粧品が上位を占めている。2013年、口紅(リップクリーム)、アイブローパウダー(アイブローペンシル)の年間売上伸び率はいずれも100%を超えた。また、2014年、BB(Blemish Balm)クリームの伸び率は95.33%となり(図表6)、2015年のBBクリームの売上高は150億元以上に達すると見込まれる。

【図表6】女性化粧品の売上伸び率と順位

一級品目	二級品目	2013年前年 比伸び率	伸び率順位	2014年前年 比伸び率	伸び率順位
化粧品・香水	BBクリーム	-	-	95.33%	94
	口紅(リップクリーム)	126.09%	74	87.78%	118
	アイブローパウダー (アイブローペンシル)	108.64%	108	104.96%	69

アリババの消費財ランキング(売上高ベース)のうち、2012年、衣服類がトップ10の半分(うち、紳士服が2品目)を占めたが、2013年には紳士服がトップ20から外れ、2014年には婦人服の1品目を除き、衣服類がほぼトップ10から外れた。トップ10のうち、紳士服が1品目のみ残った。

✓ 商品からサービスへ

ここ数年、中国でネイルケア業界が流行っており、街のあちこちに多くのネイルサロンが現れた。2014年、ネイルケアやネイルアート関連ツールの売上高は業種全体で89位にとどまったものの、伸び率は3位となった。ちなみに、同品目の売上は過去3年間上位160位にすら入らなかった。ネイルケア業界の発展に伴い、インターネット創業者と資本がますますこの業界に進出しており、2014年にはネイルケアが好きな女性向けにネイルケアのお店と連携した多くの携帯アプリが登場した。

また、中国の海外旅行者数は2014年に延べ1億人を突破したことに伴い、旅行中の域外(国外)電話カードまたはWiFi機器の貸し出しも新たな消費の注目点となった。2014年、WiFi機器貸し出しの取引高は392.31%の大幅増となり、品目別で12位を占めた。

インターネットはサービス消費の取引コストを低減し、サービス消費の範囲を拡大した。今後、サービス類の商品は急成長を迎え、関連する新たな消費の注目点を育成していくと見込まれる。

✓ スマート家電

スマート家電とは、スマートフォンと連携させた家電製品、もしくは、スマートグリッド等との連携により、自動的にコントロールできる家電製品のことであり、スマートホームの一部として、その他の家庭設備とモノをつなぐインターネット(IoT)システムを構築する。

2014年は関連業界においてスマートホーム元年と言われており、モバイルインターネットの発展および「物聯網(IoT)第12次5ヶ年計画」などの政策の公布に伴い、スマート産業が今後の「発展重点」の対象となった。現在、美的と小米の連携に続き、伝統ある家電企業も相次いでスマートホーム分野に進出している。

2014年のロボット掃除機の売上高は前年比159.02%増となり、伸び率は品目別商品の26位を占める。「中国ハイエンド家電市場報告」によると、消費者の40.7%はスマート化サービスを選択する傾向にあり、今年末までに60%に上昇する見込みである。中国家電互聯網改造業協会の報告では、2013年のスマート家電の生産高は1,000億元となったが、2020年までに1兆円となる見通しを示した。技術改造による人口代替とIoTは新たな消費の注目点を引き出すトレンドとなっている。

Ⅲ. 産業集積からみた製造マップ＝オンライン産業ベルト

ここまで消費地域と消費商品の注目点をみてきたが、さらに製造情報をみてみたい。情報経済の時代、伝統的な産業集積は「オンライン産業ベルト」へと転換している。「オンライン産業ベルト」とは、オフラインの伝統産業集積もしくは専門化市場をもとに、第三者電子商取引(EC)プラットフォームにて構築されたオンラインビジネス圏のことであり、第三者ECプラットフォーム、第三者サービス業者、地方政府、地方企業という四つの主体からなっている。

オンライン産業ベルトへの転換により、「淘宝村」を代表とする農村「インターネット+」の発展が今後のトレンドになるだろう。「淘宝村」とは、多くのネット取引業者がある行政村に集中し、「淘宝」をプラットフォームとして、規模化と協働効果が形成されたネットビジネス集積のことであり、EC年間取引高が1,000万元以上、アクティブネット店舗数が100店舗以上もしくは当該地域の世帯数の10%以上とされている。

中国の淘宝村は2009年に現れ始め、2013年末時点で20村、2014年に212村に増加しており、福建、広東、浙江など10省・市に集中している(図表7)。212村のアクティブバイヤー数は7万社を超えており、1店舗当たり従業者4人で計算すれば、淘宝村全体の直接就業者は28万人以上と見込まれる。

【図表7】2014年全国淘宝村の数と分布

省	市	区・県	鎮・郷・町	数
広東省	広州市	増城市	新塘鎮	9
		白雲区	太和鎮	7
山東省	荷澤市	曹県	大集郷	6
河北省	邢台市	清河県	葛仙荘鎮	6
	保定市	高碑店市	白溝新城	5
山東省	濱州市	博興県	錦秋町	5
浙江省	温州市	永嘉県	橋下鎮	5
江蘇省	徐州市	睢寧県	沙集鎮	5
福建省	泉州市	安溪県	尚卿郷	5

【図表8】2014年中国オンライン産業ベルト

省	都市	優位業種	省	都市	優位業種
北京	北京	服装	湖南	株州	婦人服、子供服、服装
福建	泉州	お茶、服装、靴		長沙	自動車部品
	南平	お茶、根彫り	吉林	遼源	靴下
	漳州	お茶	江蘇	南通	ベッド用品
	アモイ	金属・機械・電力設備		無錫	紫砂壺、電気自動車
広東	南安	温水暖房・建材		徐州	化学工業製品
	東莞	服装、ウールセーター、婦人服、電子電器		蘇州	服装
	佛山	子供服、家具、日用百貨		常熟	服装
	広州	服装、ジーンズ	遼寧	葫蘆島	水着
	掲陽	下着		鞍山	新材料
	中山	照明器具、服装		瀋陽	靴、日用雑貨
広西	深セン	服装、安全設備	山東	威海	漁具、ベッド用品、海製品
	南寧	アセアン輸入食品	山西	長治	唐辛子、炭坑、農製品
	荔浦	ハンガー	四川	成都	婦人靴、農副製品
貴州	欽州	日用雑貨		瀘州	百貨
	遵義	農特産品	天津	天津	化学工業電子、ベッド用品、絨毯
	貴陽	炭坑、鉄鋼	浙江	杭州	ペン、金属道具、低電圧電器、ベッド用品、婦人服
河北	畢節	冶金		金華	日用雑貨、労働保護用品、金属調理器具、服装、日用百貨、マフラー、日用雑貨
	廊坊	家具		臨安	クルミ
	保定	バッグ		湖州	子供服
河南	石家荘	日用雑貨		紹興	真珠、靴下、ベッド用品、靴下、服装
	鄭州	婦人ズボン、3Cデジタル		麗水	農食製品、青磁
	洛陽	ベアリング、老北京布靴		台州	靴、日用百貨、日用品
	商丘	ニット下着、計測器、冶金		温州	包装、靴、服装、日用百貨、包装印刷、革靴
	漯河	食品		衢州	ホーム建材
湖北	黄岡	医薬化学工業、農産品、建材		嘉興	ダウンジャケット
	武漢	服装		寧波	金属機械
			重慶	重慶	モーター部品

アリババのB2Bサイト1688.comのデータによると、2014年3月時点、1688.comの契約産業ベルトと専門市場は101ヶ所で、浙江、広東、江蘇など19省・市をカバーしており、服装、マザー・ベビー用品、デジタル、食品、百貨、機械、包装、原材料など16品目の商品を対象としている(図表8)。オンライン産業ベルトのB2B国内貿易ネット業者は現時点で50万社、うちアクティブ業者は約9万社である。

省別にみると、浙江省のオンライン産業ベルトと専門市場数はトップの30ヶ所、つづいて広東省(17ヶ所)、福建省(7ヶ所)、江蘇省(6ヶ所)、河南省および四川省(5ヶ所)がそれぞれ2位~5位を占めている。成約高でみると、2013年のトップ5の取引高はいずれも10兆元を超えており、トップ10では浙江が4ヶ所、福建と広東がいずれも2ヶ所と続いている。続く2014年、1688.comのオンライン産業ベルトの取引高は前年比+170%となり、浙江地域が首位を保持した。

オンライン産業ベルトと同様に、淘宝村も浙江、広東と福建などの沿海の発達した省に集中している。2014年12月時点では、全212村のうち、浙江が62村、広東が54村、福建が28村、河北と江蘇はそれぞれ25村、山東13村となっている。

これら産業ベルトの製品は依然として軽工業に集中している。サンプル調査によると、淘宝村の売上トップ商品は服装、2位がホーム用品、3位が靴、4位~10位は順にバッグ・革製品、自動車用品、携帯電話、ベッド用品、玩具、アクセサリおよび家電となっている。また、これらの製品の生産基地は広東、浙江と福建などの東南沿海部に集中している。

産業構造からみると、東部地域は消費財と軽工業を主とし、中部は資源型、東北は重工業を主とする。軽工業は比較的インターネットで販売しやすいことから、浙江など産業ベルトでの発展が好調であった。一方、「インターネット+」の高度化により、オンライン産業ベルトの製品構造は従来の消費完成品から多様な製品へと転換し、生産財を主とする製品が現れ始めた。現在、機械製造、機械設備、重工業を主とする工業生産財のオンライン産業ベルトは全体の13%を占めるようになった。

2013年に比べ、2014年は中部地域の産業集積の発展が速く、湖北省が前年比+200%、安徽省の産業ベルトが1年間にゼロから6ヶ所に増加し、新疆、四川、黒龍江などの西部と東北地域にも誕生した。また、中部でもオンライン産業ベルトが崛起しつつある。

個性化消費には多くの投資機会が存在しており、適切に把握すれば、地方経済の発展を推進できるだろう。2015年2月現在、全国で1688.comと契約したオンライン産業ベルトは78ヶ所あり、全国の20省をカバーし、産業集積全体の5%以下を占めている。足元の物流サービスは情報化の程度が低く、「インターネット+」の産業集積を支えることが困難であり、物流の遅れと物流価格の高さは企業が直面している問題である。しかし一方で、関連物流、交通、情報システムには「インターネット+」の投資余地があるとも考えられる。

オンライン産業ベルトの形成は当地の産業集積の高度化を促進している。中西部にとって、インターネットの発展は地理条件の制限を突破でき、販売拡大の有効なルートとなっている。伝統ある製造企業にとっては、オンライン産業ベルトへの参入により、産業集積効果を楽しむことができる。産業ベルトの中で、自主ブランドを構築し、品質と企業管理水準を向上させ、産業ベルトにおける優質な業者になるとともに、産業ベルトの高度化を推進していくことが求められる。

三菱東京UFJ銀行(中国) 中国トランザクションバンキング部
中国調査室 孫元捷

稲垣清の経済・産業情報

“東北現象”脱却のかぎ握る東風日産大連工場

I. 東風日産大連工場

2年ぶりに瀋陽、大連を視察した。今回のハイライトは、2014年10月から生産開始された東風日産の大連工場を見学したことである。東風日産(本社:湖北省武漢)の大連工場は、大連市政府が開発を進める保税區自動車工業園区にあり、工場前は大窯灣の自動車輸出専用埠頭という最高のロケーションにある。また、日産工場の隣には、民族系自動車メーカーであり、安徽省蕪湖を本社・工場とする奇瑞自動車の大連工場がある。

東風日産大連工場で生産している車種は、いま中国で流行っているSUV型乗用車「エクストレイル」(X-TRAIL、中国名「奇駿」)だけであるが、本年10月からは、キャッシュカイ(「逍客」、SUV)、そして2017年からは高級車「インフィニティ」のSUVを投入する計画であり、これにより大連工場はSUVを中心とする30万台の生産能力を有する主力工場となる予定である。

東風日産にとって、中国内工場は本社の武漢(襄陽)、広州花都、鄭州に次ぐ4番目の拠点であるが、中国北部での拠点は初めてであり、大連にとっても本格的な乗用車工場は日産が最初である。そのため、大連市政府は保税区内に自動車園区を設け、乗用車生産工場とともに部品産業・企業の誘致で積極的に乗り出している。

2年前の2013年7月の自動車園区管理委員会を訪問した際、日系企業を中心として、30社近い部品メーカーや物流会社が大連進出を計画ないし関心を示していたが、このうち半分近くがすでに進出を行い、一部は稼働を開始している。自動車園区管理委員会の話によれば、すでに70社のサプライヤーが進出を果たし、うち大手(Tier 1)は30社という。

日産系を中心とする部品メーカーは工業園内の部品基地に進出しているケースと、日産工場内の共同スペースに進出している企業のケースとがある。そして、カルソニックカンセイのように、日産の車両組立ラインに近接したエリアで生産する方式を導入している企業もある。これはオンサイト生産と呼ばれているもので、花都工場と同じである。また、広大な敷地(132万平米)内の奥に日産へのサプライヤー複数が同居する建屋がある。ここには、寿屋フロンテや旭硝子が入居している。同じ敷地内であることから、物流費はほとんどかからない。“ジャスト・イン・タイム”が保証される。この方式(「インサイド」)は、花都工場にはない。しかし、「インサイド」ゆえに、外の他メーカーへの供給は難しい。

II. 湖北武漢・広州花都との集積効果の比較

さて、東風日産の大連工場の生産能力は現在のところ15万台(2014年の生産は10万台)、2017年には25万台まで拡大する計画であるが、部品メーカーの進出は未だ30社前後であり、広州花都や湖北武漢に比べ、まだ集積効果が出ているとは言いがたい。2013年7月の段階で、大連進出を計画していた部品メーカーは30社のうち、有力部品メーカーは概ね進出しているが、1表にみるように、まだ3社が未定である。3社のうち、ミラー大手の村上開明堂は武漢および広州にも出ていない。村上開明堂の進出先は浙江のみ(3件)である。三桜工業とヨロズは日産の広州と武漢には生産拠点をもっており、東風日産大連の拡大の行方如何では進出の可能性を残しているとみてよいであろう。特に、ヨロズは中期計画において、中国での第3拠点の検討を行っており、大連工場がインフィニティの生産を開始する2017年前後に進出する可能性がある。

東風日産大連工場は、現在、エンジンを広州から運んでいるが、将来生産車種の拡大とともに大連工場内での内製化が進むとすれば、それに伴って、部品メーカーの進出を誘発する可能性もある。部品サプライヤー

の立場から言えば、日産の拡大はもとより歓迎するところであるが、東風日産、奇瑞に続いて、さらに他メーカーの大連進出が行われるのであれば、複数のメーカーへの供給が可能となり、より進出のメリットが増す。しかし、当面、大連自動車園区は「日産城下町」として発展する可能性が高い。中国経済の減速が顕著の中、とくに“東北現象”と揶揄されるように、遼寧省は2015年第一四半期のGDPは、全国平均(7%)を大幅に下回る成長率(1.9%)であった。輸出主導型成長を遂げてきた遼寧省経済であるが、環境変化の中で、今後、いかに内需拡大を図るかが、課題であり、この“東北現象”を脱却するかぎを握る一つのポイントが、東風日産の生産増、車種拡大である。

日産系主要部品メーカーの大連進出状況-広州・湖北との比較

	2013年7月	2015年6月時点での進捗	大連進出形態	湖北進出の有無	広州進出の有無
タチエス (自動車用椅子)	進出予定	2013年進出済み	東風李爾との合弁	2013年合弁進出(襄陽)	2005年独資で進出(花都)
カルソニックカンセイ (コックピットモジュール)	進出予定	2014年進出済み	カンセイ広州の大連分公司	2011年独資進出(襄陽)	2014年進出
三桜工業 (ブレーキチューブ)	進出予定	なし	-	2005年武漢開発区に独資で進出	1999年独資で進出(広州)
旭硝子 (自動車用ガラス)	進出予定	2015年進出済み	オンサイト生産	なし	2006年仏山進出
河西工業 (内装部品)	進出予定	2014年進出済み	合弁	なし	2004年花都に合弁進出
ヨロズ (サスペンション)	進出予定	なし	-	2010年独資で武漢に進出	2003年花都に独資で進出
ユニプレス (車体用プレス部品)	進出予定	2015年8月稼働予定	合弁 (ユニプレス40%出資)	なし (鄭州)	2011年花都に独資で進出
鬼怒川ゴム (自動車用ゴム)	進出予定	2010年進出済み	独資	なし	2006年独資で進出(花都)
村上開明堂 (ミラー)	進出予定	なし	-	なし (浙江3のみ)	なし
寿屋フロンテ (フロアカーペット)	進出予定	2014年進出済み	独資	2010年独資で進出(武漢)	2011年独資で進出(技術開発区)
日系部品メーカー数	-	-	約30社	40社以上	150社以上
主要進出自動車メーカー	-	-	日産、奇瑞、黄海	日産、ホンダ、PSA、GM、ルノー	日産、トヨタ、ホンダ、VW、BYD

注:2013年の「進出予定」は保税區自動車産業園管理委員会における計画表にあった企業。湖北、広州の進出事例は、各社ホームページ、現地ヒアリングなどによる稲垣調べ(2015年7月3日現在)。

(本レポートの内容は個人の見解に基づいており、BTMUCの見解を示すものではありません)

稲垣 清 三菱東京UFJ銀行(中国)顧問

1947年神奈川県生まれ。慶応義塾大学大学院終了後、三菱総合研究所、三菱UFJ証券(香港)産業調査アナリストを歴任。現在、三菱東京UFJ銀行(中国)顧問。著書に『中南海』(2015年、岩波新書)、『中国進出企業地図』(2011年、蒼蒼社)、『いまの中国』(2008年、中経出版)、『中国ニューリーダーWho's Who』(2002年、弘文堂)、『中国のしくみ』(2000年、中経出版)など。



全国情報

【マクロ経済】

発展改革委員会、東北3省の産業構造転換に注力

国家発展改革委員会は7月3日、「東北工業基地の構造転換の促進に関する意見」を発表した。これには、新興産業の育成策や旧工業基地の移設・高度化などを通じ、伸び悩む東北3省(遼寧省、黒竜江省、吉林省)経済を立て直す狙いがあると思われる。

新興産業の育成について、「意見」は各省の大都市を中心に育成する方針を示し、うち遼寧省の大連市、瀋陽市は集積回路関連産業、吉林省の長春市は通信産業、バイオ医薬、黒竜江省ハルビン市はロボットや先端設備製造をそれぞれ今後の主力産業として挙げている。また工業基地の移転については、財政資金を投入し、瀋陽国家ハイテク区や大連国家ハイテク区といった既存産業園区の改造をサポートする。

また、「意見」では、地域経済の成長を担う人材の流出防止を強調し、大学など高等教育機関や研究所、国有企業などで技術者や高級人材に対する奨励制度なども盛り込まれている。意見の詳細は発改委HP (http://www.ndrc.gov.cn/gzdt/201507/t20150702_710625.html)をご参照ください。

(7月8日 発展改革委員会)

最低生活保障基準、都市と農村が統一へ

2015年に入り、都市・農村部の最低生活保障基準の統一化が活発となっている。1月に北京、南京、長沙などの都市が都市・農村部生活基準を統一し、そのうち北京市は710元、南京市は700元とそれぞれ規定した。上海市は4月から、都市部と農村部の最低生活保障基準を一律に全国最高の790元とし、それまでの都市部基準(710元)より11.3%、農村部基準(620元)より27.4%引き上げた。その他、広州市なども最低生活保障基準の統一を検討しているという。

中国は1997年から最低生活保障制度を実施しており、各地はそれぞれその地域の所得・物価水準などに合わせ最低生活保障基準を定期的に調整している。今回の調整について関係者は、物価水準や経済レベルに合わせ最低生活保障基準を適切に引き上げることは、都市部と農村部の福祉面での格差をなくし、市民が経済発展の成果を均等に受けることにプラスであると述べた。

(7月8日付け 京華時報)

6月のCPI、前年同月比1.4%上昇

国家統計局によれば、6月の消費者物価指数(CPI)は前年同月比1.4%上昇し、上昇幅は前月より0.2ポイント拡大した。そのうち、食品価格は1.9%上昇で、上昇幅が前月より0.3ポイント拡大しており、CPI全体を押し上げた主要因と見られている。非食品では、酒・たばこは3.5%、衣類は2.9%、医療保健・個人用品は1.9%、娯楽教育文化用品・サービスは1.7%と上昇した一方、交通・通信(1.5%)などは下落した。

なお、1~6月では、CPIは前年同期比1.3%上昇し、中国政府が打ち出した3%以内との目標を問題なくクリアできる見通しである。

6月の工業出荷価格指数(PPI)は前年同月比4.8%下落し、下落幅は前月より0.2ポイント拡大し、40ヶ月連続の前年割れとなった。業種別で見ると、石油・天然ガス採掘(32.4%)、石油加工(18.8%)などの下落が顕著である。なお、1~6月のPPIは前年同期比4.6%下落した。

(7月10日 国家統計局)

上海自貿区、外国人のビザ申請を簡素化

上海自由貿易試験区(以下、上海自貿区)は7月1日から区内で働く外国人のビザ査証に関する利便措置を実施した。海外人材の引き入れに向けた環境づくりの一環と思われる。

具体的には、上海自貿区内の企業で勤務する従業員であれば、1年以下の就労ビザや居留許可の申請の際に必要な書類が簡素化された。また、上海自貿区で3年以上勤務する場合、それまで企業の幹部と投資家のみが対象である2年間の居留許可申請が可能となる。

上海市はすでに7月から、外国人のグリーンカード取得条件を緩和することや外国人起業の就業条件を撤廃するなど、外国人受け入れの間口を広げている。

(7月7日付け 新華社)

【金融】

中国、AIIB 総裁に金立群氏を指名

財政部は7月6日、アジアインフラ投資銀行(AIIB)初代総裁候補に金立群氏を正式に指名した。金立群氏は現在、AIIB 事務局長を務めており、以前から AIIB 初代総裁候補として最も有力視されていた。AIIB 創設メンバー国による総裁候補指名の締め切りは7月末までであり、AIIB が正式に成立した後の初回の理事会で行長の指名が行われる見通しである。

(7月6日 財政部、ほか)

銀監会、民間資本の銀行業進出を明確に

中国銀行業監督管理委員会は7月6日、「民営銀行の発展促進に関する指導意見」を発表し、民間資本の銀行業参入方法を明確化した。

そのうち、民間資本が銀行業に参入する方法として、①金融機関を直接設立、②既存の銀行とともに村鎮銀行を設立、③銀行業界の再編に参加、④既存銀行に投資との4つを挙げたほか、設立許可の審査期間をこれまでの半年間から4ヶ月に短縮し、開業許可の審査期間を2ヶ月と規定した。

中国ではこれまで、インターネットサービス大手の騰訊が出資する「前海微衆銀行」など5つの民営銀行が開業している。銀監会によれば、現在では40行以上の設立申請書が提出されているという。

(7月6日 銀監会、ほか)

【産業】

インターネット+行動指導意見を発表

国務院は7月4日、「インターネット+行動指導意見」を発表し、インターネットと他産業の融合を通じ、起業・イノベーション、現代農業、スマートエネルギー、公共サービス、電子商取引(EC)など11の産業・分野を重点的に育成する方針を示した。

意見では、2025年までに「インターネット+」を経済成長における重要な原動力とした新たな経済形態のひな形を作成することを目標に掲げている。選定した11分野の中から重点事業を選出した上で、中央財政の予算によって支援するとともに、民間資本の参入を促すとした。これと同時に、イノベーション、研究・開発への支援を強化するため、中央財政は特別資金で「インターネット+」の関連プラットフォームを構築した上で、財政面からクラウドサービスなどをサポートする方針を示した。

その他、インターネット+関連企業の資金調達への支援、知的財産権の保護、および深セン・創業板での新規株式公開を後押しすることなども盛り込まれている。詳細は国務院HP

(http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-07/04/content_10002.htm)をご参照ください。

(7月7日 国務院)

スマートグリッド指導意見を発表

発展改革委員会(発改委)は7月6日、「スマートグリッドの発展促進に関する指導意見」を発表し、2020年を目処に初歩的なスマートグリッドを構築する方針を示した。スマートグリッドはスマートシティ建設との連動を通じ、省エネや環境保護に寄与するほか、関連技術を育成することで経済成長に新たな原動力を与える狙いもあると思われる。

意見では、スマートグリッドの構築に向け、電源サイドのスマート化、新エネ発電の積極的導入、安全かつハイクオリティな情報通信プラットフォームの構築、送電網のスマート化などの10項目を重点的に進める方針を示した。

また、意見では、実際の推進において全国各地はそれぞれの経済力や資源状況などを考慮した上で、市場原理に従い、社会資本の参入を奨励するとした。詳細は発改委

HP(http://www.sdpc.gov.cn/zcfb/zcfbtz/201507/t20150706_736630.html)をご参照ください。

(7月6日 発展改革委員会)

1～6月の新車販売台数は前年同期比1.4%増

自動車工業協会によれば、6月の中国新車販売台数は前年同月比2.3%減の180万3,100台となり、3ヶ月連続の前年割れとなった。そのうち、乗用車は3.4%減の151万1,400台となったが、商用車は3.5%増の29万1,700台と今年初めての増加であった。

乗用車を車種別で見ると、セダンは14.9%減の84万6,200台、スポーツタイプ多目的車(SUV)は37.7%増の44万8,200台、多目的車(MPV)は0.6%減の12万6,000台、クロスオーバー車(CUV)は22.5%減の9万1,000台となった。

国別では、地場系ブランドは0.1%減の57万800台で、全体に占めるシェアは37.77%となった。外資系のシェアでは、日系は19.34%と前月から1.46ポイント拡大し、ドイツ系を抜いて1位となった。2位以下はドイツ系18.90%、米国系14.12%、韓国系6.46%、フランス系3.31%となっている。

また1～6月で見ると、新車販売台数は前年同期比1.4%増の1,185万300台で、うち乗用車は4.8%増の1,009万5,600台、商用車は14.4%減の175万4,700台となった。

中国自動車工業協会は今年通年の新車販売台数の伸び率を年初予想の7%増から4ポイント下方修正の3%と下方修正した。その理由については、経済全体の伸び悩みのほか、金融市場の監督・管理の強化による流動性の影響も一因であると見られている。

(7月13日 自動車工業協会)

地方情報

【北京】上半期の北京のPM2.5 濃度、前年同期比15.2%低下

上半期の北京市微小粒子状物質「PM2.5」平均濃度は77.7マイクログラム/m³で、前年同期比15.2%低下し、各種大気汚染対策の効果が徐々に表れ始めた。北京市は2015年のPM2.5平均濃度を前年比5%低下の81マイクログラム/m³程度に抑える目標を掲げている。PM2.5のほか、PM10は同12.7%低下の109.3マイクログラム、二酸化硫黄(SO₂)は41.3%低下の18.2マイクログラムであった。北京市環境保護局は、京津冀地域、およびその周辺地域の石炭使用量の低減が大気汚染の改善につながったと見ている。

(7月3日付「北京日報」)

【天津】エアバスが引渡しセンターを建設へ

天津保税区は7月2日、エアバス社との間で天津空港経済区にエアバスA330型飛行機の引渡しセンターを設立することに合意した。引渡しセンターはエアバスA320組立工場の近くに建設される予定で、運ばれてきた客室設備の取り付けや塗装が行われていない機体に対して、客室設備の取り付けや塗装、エンジンの試験や飛行テストなどを行う予定である。計画では2017年第4四半期に稼働し、年間でA330型飛行機を24機を加工する見通しである。

(7月5日付「毎日新報」)

【青島】ソフトウェア博覧会が閉幕

2015年中国国際軟件融合創新博覧会は2~4日、青島で開催され、国内・外企業は196社が出展し、来場者は延べ5万8,000人、3日間の成約額は2億6,200万元にのぼった。

今年の博覧会は「情報通信技術と工業の融合」をテーマとし、スマートシティ、スマート・マニュファクチャリング、インダストリアル・インターネットなど5テーマに沿って、各企業が最新のソフトウェア技術を披露した。

(7月5日付「青島早報」)

【成都】国際観光旅行投資フォーラムを開催

中国(四川)国際観光旅行投資大会が7月22日~24日成都で開催されると決定された。会議では、旅行プロジェクトの誘致案件38件が調印されるほか、省政府、中国投資協会などは四川省観光旅行産業基金を設置することに合意している。

中国投資協会によれば、今後、旅行・観光産業のOn-lineとOff-lineのプラットフォームを構築し、四川省の旅行プロジェクトの誘致情報を展示するとともに、出資側、融資側、およびサービス提供側の直接取引を促していくという。

(7月8日付「成都日報」)

【武漢】上半期の住宅販売件数は全国2位

中国指数研究センターによれば、上半期の武漢市新築住宅売買件数は9万2,000件で、上海市に次ぎ全国2位となった。武漢市の新築住宅売買件数は2014年が全国首位で、今年1~4月もトップを維持していたが、5,6月には上海に抜かれた。

また、新築住宅平均価格については、6月は前月比1.98%安、前年同月比0.28%安の8,260元であり、年初より6%以上の上昇を記録した。

(7月5日付「荊楚網」)

【深セン】前海地区進出企業数は年初より4割増

深セン市の前海深セン・香港現代サービス産業協力区管理局によれば、6月末時点の区内進出企業数は3万5,015社で、年初より42.2%と大幅に増加した。進出企業の登録資本は計1兆9,183億、うち資本金10億元以上の企業は275社となっている。産業別では、金融業は同64.4%増の1万8,848社で全体の5割以上を占めており、科学技術・コンサルティングは6,990社、物流は5,183社、情報サービスは3,994社などとなっている。

(7月6日付「南方日報」)

BTMU の中国調査レポート(2015年7月)

■ 経済情報

「過小評価」でなくなった人民元相場の行方

https://Reports.btmuc.com/File/pdf_file/info005/info005_20150707_001.pdf

経済調査室

■ ニュースフォーカス第14号

【華南】広州市「2015年金融革新発展重点業務実施方案」を発表

https://Reports.btmuc.com/File/pdf_file/info005/info005_20150707_002.pdf

香港支店・業務開発室

以上

当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に関しては全てお客様御自身でご判断くださいますよう、宜しくお願い申し上げます。当資料は信頼できるとされる情報に基づいて作成されていますが、当店はその正確性を保証するものではありません。内容は予告なしに変更することがありますので、予めご了承下さい。また当資料は著作物であり、著作権法により保護されています。全文または一部を転載する場合は出所を明記してください。

三菱東京UFJ銀行(中国)有限公司 中国トランザクションバンキング部 中国調査室
北京市朝陽区東三環北路5号北京發展大廈4階 照会先:石洪 TEL 010-6590-8888ext. 214