

**週刊メール情報
厳選・中国ビジネス**

中国最大級のプロ集団「土業・net」による日系企業支援

「土業・net」メールマガジン

内田総研・Group (投資顧問・会計服務・ネットワーク)

●中国税務・法務・会計支援 ●日本企業の中国進出支援 ●日本商品の中国での販売支援 ●中国医療ビジネス支援 ●ネット販売支援

中国、日本国債残高1年で6兆円減 他国名義で大量保有の保有の可能性も？

■ 中国、日本国債残高1年で6兆円減

財務省が最近まとめた国別の国際収支統計によると、中国が持つ日本国債の額は2013年末でおよそ14兆3千億円だった。12年末に比べ、ちょうど3割にあたる6兆2千億円減少している。

中国は10年に英国を抜き、海外で最大の日本国債保有国になったが、13年には市場で中長期の日本国債を約2兆4千億円も売り越している。

他国名義に？

短期でみれば中国は同じ時期に、期限が1年に満たない日本国債を約2兆円買い越し、中長期で売って、短期で買っている。トータルで見れば、中国が13年に売り越した日本国債の額は4千億円にとどまる。ただ奇妙なのは売越額がこれだけなのに、残高は一気に6兆円超も減っていることだ。

「中国は日本国債を見かけほど減らしていない。一部は他国の名義で持っている可能性が高い」。国際金融の専門家からはこんな解説もされている。

ルクセンブルクは猛烈な勢いで日本国債を増やしており、疑惑の対象となっている。同国の13年末の保有額は前年より5割近く多い12兆円と、またたく間に英国や米国を抜き、中国に次ぐ2位に躍り出ている。

世論に配慮説も

規制のゆるいルクセンブルクでは、本当の身分を表に出さずに金融機関に資金の運用を任せやすいといわれるが、「ルクセンブルクにある日本国債のかなりの部分は、本当の持ち主が中国なのではないか」。そんなうわさが金融筋では絶えないという。

事実とすれば、狙いは何か。中国は日本と歴史認識をめぐって激しく対立しており、そのため日本と軍事的に衝突した場合に備えているとの説もある。

一方で日本国債の大量保有は、中国にとって日本に圧力をかける道具にもなり得る。

「売却」をちらつかせ日本国債の値下がりや長期金利の暴騰を招きかねない。

■ 中国、9省でデフォルト134億円確認

中国の地方政府の債務リスクや財政運営のずさんさが鮮明になっている。中国審計署が重点的に調査した9省で、昨年6月末から今年3月末までの間に計8億2100万元(約134億円)の借金が期限を過ぎても返済されなかった。地方政府でデフォルト(債務不履行)が起きている実態を中国当局が確認した形だ。

調査によると、9省で今年3月末までに返済期限が到来した借金のうち、計579億3100万元は借り換えなどで対応した。ただ全体の1%強に当たる8億2100万元は期限が過ぎても返済されなかったという。

9省の具体名などは明示せず、期限が過ぎた後に何らかの形で返済を終えた可能性もあるという。

審計署が昨年末に公表した調査では、中国の地方政府が返済に責任を直接負う借金の総額は昨年6月末時点で約10兆8859億元。このうち、年内に22%分、来年は17%分の借金の返済期限が到来する。審計署は「制御可能」というが、返済圧力が増し、デフォルト懸念が高まる恐れがある。

■ 中国のコンビニ、一定の経営規模に

中国チェーン経営協会と野村総研(上海)コンサルティングが共同で発表した「中国コンビニエンスストア発展報告」によると、小売産業の伸びが鈍化しているにもかかわらず、コンビニは急速な伸びを示しているという。

12年から13年にかけて、中国のコンビニ企業の売上高は前年比17%増加して増加率で他の業態を上回り、1店舗あたりの1日平均売上高は5785元、粗利益率は26.2%となり、いずれも高い水準だった。

同報告によると、中国のコンビニは一定の経営規模を備えるようになった。北方エリアの企業は直営店モデルをより多く採用し、南方エリアの企業は加盟店モデルをより多く採用しているという。

中国のコンビニはもはや一線都市、二線都市の専有物ではなく、一連の経済発展ペースの速い三線都市、四線都市で、コンビニ業務が急速に拡大しつつある。



中国最大級のプロ集団「土業・net」による日系企業支援
「土業・net」メールマガジン
内田総研・Group (投資顧問・会計服務・ネットワーク)

●中国税務・法務・会計支援 ●日本企業の中国進出支援 ●日本商品の中国での販売支援 ●中国医療ビジネス支援 ●ネット販売支援

■ アリババへの出店企業、流出相次ぐ

中国の電子商取引(EC)最大手のアリババ集団は、ジーンズや洗濯機、書籍などを全く売らずに巨大なECビジネスを構築した。

代わりに同社が売るのは「消費者」だ。小売業者に多数の消費者を提供し、クリックやキーワード検索、広告の閲覧、売り上げから収入を得ている。

アリババはネットオークションサイト「淘宝网(タオバオ)」やブランド品を販売するネット通販サイト「天猫(Tモール)」でかなりの利益を上げている(2014年度の純利益は37億ドル)。しかし、同社の主な顧客層である中小企業の多くの状況は異なっている。

アリババは年内の新規株式公開(IPO)で200億~250億ドルを調達するとみられているが、中国で中小のネット店舗の淘汰が進むなか、同社の顧客の一部は事業モデルの見直しに乗り出している。

「採算とれない」中小店舗

タオバオに出店した店舗の多くは「(タオバオに)支払う広告費が多すぎて、売り上げが追いつかない。タオバオでは採算がとれない」と話している。

タオバオでの広告費が売り上げの40%に及ぶ店舗もあり、他社に移るケースも増えているという

タオバオの場合、どの業種でも、最上段に表示される店舗は月に(費用の)10%をとられ、2番目は8%、3番目は5%といった具合だという。

アリババは黒字の店舗数を公表していないが、黒字の店舗は3~10%しかないと明かす。

タオバオの出店料は無料で、Tモールも最小限に抑えられている。だがECの売上が急激に伸びているのに、店舗が利益を上げられない主な要因として、複数の店舗が広告費の上昇を挙げている。

オンラインモールの選択肢増える

アリババは昨年の購入者は前年比10%増の2億5500万人に上ったと明らかにしているが、独立機関の調査によれば、売り手の数は減少しつつあるという。一方、13年末時点で中国で個人向け取引に携わった売り手の数は前年同時期に比べ17.8%減って1122万人となり、今年末までにさらに918万人に減少すると予測している。タオバオはこの市場の5分の4を占めるとみられている。

アリババの意図的な顧客改革ともみられている。

■ 中国、宅配便市場規模世界第2位に

中国物流・調達連合会のネット通販物流・宅配便分科会によると、2013年に中国の宅配便サービス企業が処理した業務は92億件に上り、市場規模は世界2位に飛躍、前年比増加率は61.6%に達し、過去5年間の平均増加率は43.5%になったという。

データによると、13年末現在、中国ネット通販市場の取引規模は10兆2千億元に上り、同29.9%増加した。ネット通販が勢いよく発展し、中国宅配便産業の発展を牽引する重要なエネルギー源となっている。

今年第1四半期(1~3月)の物流総額は47兆8千億元で同8.6%増加した。このうち社会物流総額の増加率は32.1%で、工業製品と輸入貨物の物流総額の伸びをはるかに上回ったという。

1~3月に宅配便企業が処理した業務は26億件に上り前年同期比51.9%増加、ネット通販市場の取引規模は2兆5700億元に達して同15%増加した。ネット通販と物流が融合発展する新たな注目点になっている。

またビッグデータ、クラウドコンピューティング、モノのインターネットといった情報技術が、物流産業に重大な変革と新しい課題をもたらしている。

■ 中国、車在庫係数が警戒ライン超え

中国自動車流通協会が22日に発表した情報によると、最新の自動車ディーラー総合在庫係数は前月比1%上昇の1.53となり、同係数が警戒ラインを上回るのは、4月から2カ月連続となった。

合併・海外・中国ブランドの在庫係数は5月にいずれも上昇した。合併ブランドの在庫係数は前月の1.43から1.46に、中国ブランドは2.12から2.18に、輸入ブランドは2.22から2.3に上昇、5月の在庫係数は全体的に上昇し、警戒ライン以上となり、ディーラーの在庫圧力が拡大を続けている。

今回の調査対象は55社で、そのうち在庫係数が2.5を上回った企業は2社となった。

5月の在庫過剰ブランドは全体の4%となり、前月とほぼ横ばいになり、中国ブランドと合併ブランドの比率が低下したという。

中国自動車工業協会によると、5月の全国自動車生産台数は前月比4.44%減(前年同月比10.97%増)の197万5800台、販売台数は前月比4.64%減(前年同月比8.5%増)の191万1200台だった。

(株)日本M&Aセンター(東証1部上場企業)と提携し、 「内田総研・北京M&Aセンター」をオープンしました。

内田総研・Group は、新たな時代の中国ビジネスをサポートするため、
(株)日本M&Aセンター(東証1部上場)と提携し、「北京M&Aセンター」を
内田総研のオフィス内にオープンしました。

日本企業の中国ビジネスをグローバルに成功させるため、中国企業との
戦略的M&Aを積極的にサポートしています。

- 1 戦略的な中国進出支援
- 2 戦略的な中国展開支援
- 3 戦略的なM&A展開支援
- 4 レンタルオフィスでリスク軽減
- 5 イベント会場での代理店募集
- 6 セミナー会場での販売促進
- 7 低価格での現地法人設立
- 8 戦略的税務・法務・会計支援
- 9 有利な撤退・戦略的M&A



龍頭大廈



受付



オフィス



オフィス・ロビー



セミナー会場



会議室

内田総研・北京M&Aセンター

日本企業の中国進出支援

- 中国での会社設立、中国事業支援
- 中国での税務・法務・会計支援
- 特許権・商標権の取得、上場支援等

税務・法務・会計

- 税務・会計顧問、記帳代行
- 税務トラブルの解決処理
- 法務トラブルの解決処理

健康食品等の「セミナー販売」

- 中国全土での健康セミナー販売支援
- 全国に「老人大学」での販売支援
- 各地の病院と提携しての全国販売支援

フランチャイズ展開支援

- 中国での商業特許経営許可取得申請
- フランチャイズに関する経営戦略の構築
- 中国での販売、ブランド戦略の構築

M&Aセンター

- 中日韓企業のM&A支援
- 戦略的M&Aの構築支援
- 撤退M&Aの構築支援

中国での「医療ビジネス」支援

- 日本医療機関の中国での事業展開支援
- 日中医療機関の事業提携支援
- 日本へのメディカルツーリズム事業

株式公開コンサルティング

- 上場計画の立案、上場コンサルティング
- 企業診断、経営改善コンサルティング
- 上場を実現するための企業成長支援

ネット販売・受注代行

- 国際決済可能なネット販売
- 中国での受注代行サービス
- セミナー販売との並行可

中国での「環境・省エネ事業」

- 日本環境技術の中国での事業展開支援
- 日本省エネ技術の中国での事業展開支援
- 日本企業の中国でのM&A構築支援

税務師・弁護士・会計師等、中国最大級のプロ集団「士業・net」によるワンストップサービス



内田総研・Group

(www.uchida-chinatax.com)

北京事務所：北京市朝陽区南新園西路8号 龍頭大廈北棟2F
東京事務所：東京都足立区栗原4-6-11 (内田会計事務所)

TEL (10)8735-9091
TEL (03)3898-1422

FAX (10)8735-9093
FAX (03)3898-1431