

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 ●日中企業のM&A支援 ●中国医療ビジネス支援 ●中国でのネット販売支援

## 中国のスマホ決済、8億人に急拡大 仕掛け人は「微信支付」、「支付宝」を猛追

### ■ 中国のスマホ決済、8億人に急拡大

中国インターネットサービス大手の騰訊控股(テンセント)が、スマホを使った決済を猛烈な勢いで拡大させている。今や中国では街の店の至る所でスマホで会計を済ませる姿が見られ、昨年スマホ決済額は中国全体で前年比倍増の600兆円以上に達した。財布も現金も要らない生活が中国では現実のものとなり、主導するテンセントの勢いが止まらない。

#### 仕掛け人は微信(ウィーチャット)

タクシーやレストランはもはや当たり前、生鮮市場、街の食堂、理髪店、雑貨店、田舎にある小さなたばこ店などスマホ決済が当たり前になってきた。仕掛け役はスマホ向けチャットアプリ「微信(ウィーチャット)」を展開するテンセントだ。微信は中国人必須のコミュニケーション手段となり、利用者は9億人に迫っている。テンセントは、その微信の膨大な利用者を、この1~2年でうまくスマホ決済に誘導してみせた。その手法は実は簡単で、スマホの微信アプリに決済機能を盛り込む一方、人海戦術で店のレジに自社のスマホ決済専用の2次元バーコードを貼り付けた。利用方法も簡単で、スマホをお店のバーコードにかざすだけ。わずか数秒で決済が完了するという。

#### アリババの「支付宝」を猛追

もともと中国でスマホ決済の主役は、電子商取引最大手のアリババ集団だった。自社で展開するネット通販の商品購入時に「アリペイ(支付宝)」の決済機能を使ってもらうことを中心にユーザーを増やしてきた。ところが、そこにテンセントが9億人近い微信ユーザーを連れ、昨年から本格的に攻めてきたのだ。自社のスマホ決済「微信支付」を主力に、すでに昨年9月末時点で8.3億人の決済ユーザーを獲得、同4億人のアリババの「アリペイ」を、あっさり抜き去った。決済金額ベースでは、ネット通販向けが主力のアリババにまだ及ばないが、2014年に79%あったアリババの市場シェアは昨年50%まで低下、逆にテンセントが38%を獲得し、猛烈な追い上げを見せている。

### ■ 中国康師傅、販売不振で大幅減益

康師傅控股が27日発表した2016年12月期業績は最終利益が前の期比31%減の1億7600万ドル(約193億円)だった。主力の即席麺、清涼飲料の両事業がいずれも低迷。原料高も利益を圧迫した。同社は中国即席麺市場で約4割のシェアを握る最大手で、清涼飲料でも糖分入りの茶飲料分野で市場の5割以上を抑えるなど大手の一角を占めており、同社の業績は中国食品市場の動向を反映する。売上高は同8%減の83億7100万ドルだった。事業別では即席麺は10%、清涼飲料は6%それぞれ減少した。健康志向の高まりや景気低迷に伴うインフラ需要の減少で、即席麺の主要顧客である若者、労働者の需要がそれぞれ落ち込んだという。同社にはサンヨー食品が、傘下の飲料子会社にはアサヒグループホールディングスがそれぞれ出資するなど日本企業との関係が深い。

### ■ 中国の中間所得層、25年過半数に

北京師範大学中国所得分配研究院の李実執行院長が、同研究院の最新の研究成果を発表した。「国民の所得が今後数年に渡り6.5%以上の増加率を維持すれば、中国の中間所得層が占める割合は2020年に43%に達し、2025年には50%を上回る」という。

李氏によると、中国中間所得層の拡大の出処となるのは低所得者層で、潜在力を持つ低所得者層を一日も早く中間所得層にする必要があるとしている。

李氏によると、中国中間所得層の拡大の出処は、

- ①人的資本向上戦略により中間所得層の規模を拡大する。
  - ②企業の革新戦略により中間所得層を拡大する。
  - ③新型都市化戦略で中間所得層を拡大——
- という、3大発展戦略が極めて重要だとした。次に、
- ④中国の中間所得層の割合を高める政策を実施する。
  - ⑤高度経済成長を維持し、低所得者層の所得増加率を社会

平均水準以上とする。

必要があるとしている。

## 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「士業.net」による日系企業支援 「士業.net」メールマガジン 内田総研・Group (投資顧問・会計サービス・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 ●日中企業のM&A支援 ●中国医療ビジネス支援 ●中国でのネット販売支援

### ■ 北京、個人への商業ビル販売を禁止

26日に公布と同時に施行された「商業施設・オフィスビルの管理をさらに強化するための公告」によると、北京市において建設・販売されている商業施設・オフィスビルを個人に販売することが禁止された。合計9条から構成されている同公告では、北京市における商業施設・オフィスビルの開発・建設・販売・使用をめぐり、さらなる規範化が進められており、「デベロッパーが建設(販売も含む)中の商業施設・オフィスビルの販売対象は、法に基づき登録した事業機関や社会組織に限る」と明記されている。対象となる不動産を住宅として居住目的に使用することが禁じられ、再販売する際の販売対象も事業機関および社会組織に限定されると明記された。さらに、商業銀行は、商業施設・オフィスビル購入を目的とした個人の住宅ローンの取り扱いを当面停止しなければならない。これにより26日以降、北京市で建設・販売中の商業施設・オフィスビルの個人への販売は、一切禁止される事となった。「公告」が発表される以前に販売された商業施設・オフィスビルに関しては、「本公告の執行前に販売された商業施設・オフィスビルが、再び市場で販売される場合は、事業機関および社会組織に販売することが可能で、個人に対しても販売できるという。

### ■ 世界高級ブランド、「新常态」に適応

参考消息網は24日、スペインの王立エルカノ協会がウェブサイト上で21日に掲載した記事「中国高級品経済の新たな課題」を引用し、次のように伝えた。中国は世界高級品市場(個人)の30%の割合を占め、米国に次ぐ世界2位の高級品市場になっているが、さらに2017-22年の5年間で高級品購入者が3000万人増加するという。彼らはいずれも中産階級だ。中国の高級品販売額は2010-14年に45%増加、中国は米国に次ぐ世界2位の高級品市場になった。現在、小売業者は個人で高級品を購入し、微博や微信などで直接販売し、高額な利益を得ており、スマホの使用と電子商取引が急増している。中国市場では競争が日増しに激化し、環境は目まぐるしく変化しているが、大手高級品ブランド各社は、新たな情勢への早期適応と、経営を維持できるかという問題に直面している。

### ■ 中国、百万人超都市 25年に倍増

米の公共政策コンサルティング会社「デモグラフィア」の研究グループはこのほど、世界で人口第一の中国には102箇所の百万人超都市があり、今後10年間でその数は倍になるとした報告を発表した。驚くべき中国の都市化のスケールであるが、これには中国政府が農民の都市への移住を奨励していることが大きな役割を果たしている。中国は2020年までに人口の60%が都市生活者目標を確立したが、現在、すでに56.1%になっている。世界銀行は2030年までに10億人、すなわち人口の70%が都市で生活すると予測、またその特徴はその中心が西に向かっていると表明している。現在、中国では多くの工場が安い労働力を求めて沿海部から内陸部に向かっている。数十年の間、中国は農民の都市への移動を阻止してきた。しかし現在は、農民を都市に集めて、彼らに都市戸籍を与え、より一層の福利を提供しようとしている。その結果、さまざまなスケールの都市センターが大幅に増加しているという。別のコンサル会社は2025年に百万人都市が221箇所になると予測している。中国はさらにメガ都市構想も打ち出しており、現在進んでいる京津冀一体化では人口が1億を超え、面積は韓国の2倍だという

### ■ 中国企業、海外M&Aに急ブレーキ

中国企業の海外でのM&Aに急ブレーキがかかっている。資金力を武器に海外で企業や不動産を「爆買い」してきたが、資金流出に歯止めをかけたい中国政府の「指導」で投資案件が相次ぎ凍結している。2016年に1700億ドル(約19兆円)に膨らんだ中国の対外直接投資は今年、15年ぶりに減少に転じる公算で、買収で海外の技術やノウハウを吸収してきた中国企業は戦略転換を迫られている。「最大のチャンスは中国国内にある」。中国の投資大手、復星集団の郭広昌董事長は29日、投資先を今後は海外から国内にシフトする意向をにじませた。郭氏は北海道の「星野リゾートトマム」など海外資産の積極買収で知られている。背景にあるのは中国政府の政策転換で、従来は「走出去(海外に進出せよ)」との掛け声のもと、中国企業の海外進出やM&Aを後押ししてきた。

**内田総研・Groupは、日本企業の中国市場での販売を支援するため、中国の越境ECモールに「日本館」を開設しました。**  
**内田総研が開発した新越境ECモール「日本館」は、中国で爆発的に広がっているWeChatのモバイル通販と保税特区を活用し、日本に居ながら中国市場での販売、日本で円決済できる販売方法です。**



内田総研専任講師: Dr. Uchida

## 内田総研の販売支援スキーム

跨境通

KIT.COM

新越境ECモール 「日本館」



新越境ECモール 「大福易



越境EC+WeChat 「日本館」



越境EC+WeChat 「日本館」



深圳电视台 「テレビショッピング」



漢方医講師 「健康セミナー販売」

## 内田総研・北京コールセンター



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

### 日中「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

### 越境ECネット販売

- 越境EC「日本産品館」
- 中国での受注代行サービス
- セミナー販売等との並行

### 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: 東京都足立区西新井栄町2-9-5 Kハイム

TEL/FAX (10)6732-9852 (代表)

TEL (03)3898-1422 FAX (03)3898-1431