

**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

中国日用品市場、国産品が巻き返し シェアを落とした外国ブランド、18 部門に

■ 中国日用品市場、国産品が巻き返し

中国で展開する国際的ブランドが、フルーツジュースや化粧品、歯ブラシなど日用品分野で中国企業にシェアを奪われつつある。世界最大の消費市場、中国で変わりつつある好みに対して、対応に苦慮する多国籍企業の姿が浮き彫りになった。

米ベイン・アンド・カンパニーと調査会社が4万世帯を対象に実施、20日に発表した調査で明らかになった。

中国でシェアを落とす外国ブランド

所得が増えているホワイトカラーの中国人消費者は、ミネラルウォーターからシャンプーに至る日用品を、より値段の高い高級ブランドに切り替えている。この流れはトイレペーパーにも及び、2枚重ねから3枚重ねに切り替えているほどだ。しかし、高級市場をいち早く押さえにかかったのは中国の国内企業だった。

調査によると、スイスの食品大手ネスレや米日用品大手のP&G、食品・日用品大手の英蘭ユニリーバなど多国籍企業が持つブランドは2016年、日用消費財(FMCG)26部門のうち18部門でシェアを落とし、シェアが伸びたのは4部門だった。

高級志向の波に乗る地元企業ブランド

中国都市部の日用品市場は16年に3%拡大し1900億ドル(約21兆円)に達したが、海外ブランドの売り上げは1.5%の伸びにとどまる一方、中国企業の売り上げは8%以上の伸びをみせた。

専門家は「地元中国のブランドは高級化の波にかなりうまく乗っているが、多国籍企業のブランドは中国市場で後退している」と警告している。

国内ブランドへのシフトが最も顕著なのは、化粧品など伝統的に外資が独占していた分野だが、海外の競合他社に先がけてノンシリコンシャンプーを発売した「滋源」など中国企業が形勢を逆転した。

ジュースでは、中国匯源果汁集団や飲料大手の農夫山泉などのメーカーが、濃縮還元製法を使わない高級ジュースで成功し、米飲料大手ペプシコのトロピカーナなど海外ブランドを追い抜いている。

■ 中国初の海外人材局、上海に設立

上海浦東新区で16日、中国で初めてとなる海外人材局が設立され、海外人材の通行及び就労の利便性を向上させる9つの措置が打ち出された。

今回発表された9つの措置は、海外人材の居住や出入国、就労許可、海外人材機構やサービス窓口などに関する内容で、国家や上海関連部門が後押しする先行政策となっている。

また、自由貿易区に永住権推薦を直接申請できる窓口の開設、外国籍の華人への永住申請に関する特別政策の実施、外国人留学生のアルバイトや起業の支援、外国人留学生が直接就職する条件の緩和なども含まれている。

上海自由貿易試験区は中国で初めて外国人永住権推薦を獲得した自由貿易試験区で、2015年以降、25の自由貿易区の企業がこの政策によって、修士課程卒業の外国人留学生28人を直接雇用している。現在、この政策の条件は大学学部卒業生にまで緩和されている。

■ 京東、三菱ケミと野菜生産に参入

中国インターネット通販大手の京東集団と三菱ケミカルホールディングスは20日、植物工場分野で業務提携した。京東集団が野菜生産に参入し、三菱ケミカルが植物工場を納入して栽培技術を提供する。

京東集団はこれまでも野菜のネット販売を手掛けており、新鮮さや安全・安心を求める声が多いため、北京市や上海市、広州市などで自社の植物工場を建設して生鮮事業を拡大する。

京東集団は北京市東南部の通州に約1万平方メートルの植物工場を建設し、2018年春までに稼働する。投資額は約8億円。三菱ケミカルは水耕栽培システムを納入するとともに品種の選定から、種まき、収穫、包装までの技術を指導する。衛生管理や生産した野菜の履歴管理も含む。

京東集団は自ら野菜栽培を手掛けて自社の流通網で販売、新鮮さと安全・安心をアピールする。

**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

■ 中国発シェア自転車、日本に初上陸

中国の自転車のシェアサービス大手、摩拜單車(モバイク)が日本に進出する。7月中に一部地域でサービスを始め、年内にも主要10都市程度に広げる予定だという。

中国発シェア自転車とは？

中国発シェア自転車は、スマートフォンで近くの自転車を探し、料金もスマホで決済する乗り捨て自転車のことで、中国で爆発的に広がっている。モバイクは1年強で500万台を普及させたが、中国ではこうしたスマホを使うシェアサービスが続々と誕生。14億人の巨大市場で成功した中国勢が、この分野で出遅れた日本に「上陸」する例が増えそうだ。同社はこのほど日本法人を設立し、独自開発した自転車をシェアできるサービスを7月中に始めるという。自転車にはGPSを搭載し、利用者はスマホで最寄りの自転車を探し、QRコードを読み取ると数秒で解錠され乗ることができ、利用後はスマホで利用料金が自動決済される。詳細は今後詰めるが、当面は30分100円以下で試験提供する予定だという。

モバイクの日本進出

モバイクの海外展開は3カ国目で、日本では放置自転車の増加を防ぎたい地方自治体と協力する形でサービスを提供する。既に複数の自治体と最終協議中で、年内に東京都や関西圏など主要10都市程度への展開を目指しているという。モバイクは2016年に上海でサービスを開始したベンチャー企業だが、既に中国全土で500万台を展開している。中国の特に都市部では、ライドシェア(相乗り)の滴滴出行や民泊アプリの途家など、スマホを使ったシェアサービスが爆発的に広がり、人々の社会生活を変えるような事例が目立っている。活力の源泉は少額のお金のやり取りを可能にするスマホを使った電子決済サービスの普及と、ベンチャー企業に集まる豊富な資金力だ。ネット大手のアリババ集団が手掛ける「支付宝(アリペイ)」や、騰訊控股(テンセント)の「微信支付(ウィーチャットペイ)」といった電子決済サービスは数億人が使う身近な「生活インフラ」として定着している。中国の調査会社によると、スマホなど移動端末を使った決済市場は16年に約200兆円規模に達した。

■ EC 半期報告、中国市場は世界一

中国社会科学院と中国中央テレビ(CCTV)が19日、「2017年中国EC半期報告」を共同で発表した。それによると、16年12月～17年5月のインターネット小売額は3兆229億元に上り、6ヶ月間の小売額が初めて3兆元の大台を突破、前年同期比35.3%増加し、同期の中国EC産業の小売額の過去最高を更新、実物商品のネット小売額は2兆3272億元、サービスのネット小売額は6975億元だった。社会消費財小売総額に占めるネット小売額の割合は13.3%に上り、前年同期比3ポイント上昇した。世界の水準と比較すると、中国の社会消費財小売総額に占めるネット小売額の割合は世界平均レベルを大幅に上回り、17年1～5月は13.2%だった。同時に、中国のEC売上高も世界トップレベルだった。中国の消費者は17年第1四半期(1～3月)にネットで総額1兆4045億元の買い物をし、米ドル換算では約2041億ドル、同期の米国の981億ドルの2倍以上だった。中国は今や長年にわたり世界最大規模を誇るネット小売市場になったといえる。

■ 北京の「インターネット+」、全国1位

北京社会科学院は20日、「北京青書:北京文化発展報告書(2016-17年)」を共同発表した。青書によると、北京の都市文化競争力は全国上位で、文化・創意産業が発展しており、一部の強みを持つ業界のさらなる発展に期待できるとしている。青書によると、北京は昨年の全国都市競争力比較において、総合競争力で4位をキープし、革新都市ランキングで4位から2位に浮上した。「中国ネットワーク都市」である北京地区のウェブサイト数は44万で、全国の13.7%を占めている。2016年全国「インターネット+」関連指数によると、北京は中国都市部の「インターネット+都市指数」「インターネット+革新・創業指数」「インターネット+文化・娯楽指数」ランキングでいずれも全国1位となっている。北京市はネットワーク文化の生産、文化の伝播、文化の消費、文化の娯楽などの基礎を固めている。産業発展規模を見ると、北京市文化・創意産業付加価値額は2006-15年の間に2.9倍、収入は3.4倍、資産総額4.2倍、就業者平均人数は1.3倍となった。

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。



内田総研代表者: 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」

大福
DAI FUKU

新越境ECモール 「大福易

点点客
DODOCO

越境EC+WeChat 「日本館」

人人店
人人店

越境EC+WeChat 「日本館」

TV SHOPPING

深圳電視台 「テレビショッピング」

漢方医講師

「健康セミナー販売」

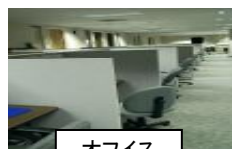
内田総研・北京コールセンター



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



内田総研・Group

(www.uchida-chinatax.com)

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

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