

**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 ●日中医療ビジネス支援 ●中国でのネット販売支援

中国、輸入化粧品のにニーズが旺盛

商務部、輸入増加希望商品は 34 品目に

■ 中国、輸入化粧品のにニーズが旺盛

商務部が発表した「主要消費財需給状況統計調査分析報告」によると、消費者の輸入商品に対するニーズは旺盛で、消費総額に占める輸入商品の割合が 30% 以上という消費者は調査対象者の 2 割を超えたという。

輸入商品が市場需給を補う

今回の供給サイドの調査対象は流通企業で、調査結果をみると、輸入商品が市場での需給を補う重要な役割を果たしていることがわかった。

商品の売上総額に占める輸入商品の割合が 50% を超える企業は調査対象企業の 24.4% に上った。

企業のジャンル別にみると、乗用車を取り扱う企業ではこの割合が 51.1% に達し、家具・インテリアの企業は 34.6%、時計・眼鏡の企業は 31.0%、電器・電子製品の企業は 25.9%、食品の企業は 25.4% だった。

企業の 39.2% が輸入商品ではブランドが決定的要因になると考えており、その他の注目すべき要因には安全性、価格、デザイン、原材料が挙げたという。

「企業は輸入拡大の意欲が強く、調査対象となった商品 92 品目のうち、企業が輸入増加を強く希望しているものが 34 品目ある」として、次の 34 品目を挙げた。

輸入増加を希望する商品は 34 品目

企業が輸入増加を強く希望している 34 品目商品は、ワイン、フルーツ、ビール、牛乳、食用油、保健用品、スニーカー、スポーツウェア、アウトドアウェア、レジャーウェア、靴、スーツ、乳幼児用食品、乳幼児用衣類、乳幼児用紙おむつ、チャイルドシート、フレグランス、スキンケア製品、メイクアップ製品、オーラルケア製品、ヘアケア製品、アウトドア装備、トレーニング機材、ボール、スイミング用品、楽器、腕時計、眼鏡、サングラス、ダイヤモンドアクセサリ、ゴールドアクセサリ、スポーツ用多目的車(SUV)、新エネルギー自動車、小型車だった。化粧品では輸入商品の占める割合が 36.1% に上り、ベビー・マタニティ用品では 33.4%、時計・眼鏡では 28.9%、乗用車では 27.3%、ジュエリー・アクセサリでは 22.7% だった。

■ 中国、ネットによる貧困脱却を推進

中国工業情報化部の公式サイトによると、同部はこのほど、「インターネットを利用した貧困脱却推進策実施方案(2018-2020 年)」を発表し、貧しい農村部でのブロードバンド回線整備を推進し、貧困地区でのインターネット普及を強化、極度の貧困地区や指定地区などを優先的に支援する方針を示した。

方案によると、2018 年をメドに、第 13 次 5 年計画綱要で提起された「貧困村へのブロードバンド普及率 90% 以上」という目標の前倒しでの達成を目指す。

2020 年をメドに、全国で 12 万にのぼる登録貧困村のブロードバンド普及率 98% 以上を目指し、登録貧困者が高速かつ低コストなインターネットサービスを円滑に受け、貧困者のインターネットに関する基本的な需要に対応できるように支援し、多くの登録貧困者が農村電子商取引・遠隔教育・遠隔医療などを通じて良質な公共サービスを受け、世帯での貧困脱却を実現できるよう、高速ブロードバンド整備を通じた貧困脱却堅固戦略を強力に後押しする考えだという。

■ 中国、グローバル競争番付 5 位上昇

中国の競争力は上昇を続けており、グローバル競争力番付では 2016 年に 25 位だったのが、17 年は 18 位になり、18 年はさらに 13 位に上昇した。

スイスの国際経営開発研究所が発表した「2018 年世界競争力報告」によると、競争力番付のトップは米国で、中国は 89.02 点を獲得し、昨年より 5 つ順位を上げて 13 位になり、上昇幅は際立っていた。

万博新経済研究院の劉哲副院長は、「ここ数年、中国の競争力は持続的かつ大幅に上昇している。これは主に▽改革開放の取り組みの強化▽新旧エネルギーの転換の推進▽ソフト資源の蓄積の重視、という 3 つの側面によるものだ」との見方を示した。

中国は人工知能(AI)、インターネット、情報技術(IT)、共有経済(シェアリングエコノミー)などの新技術、新産業、新ビジネスモデル、新管理モデルの発展を支援し、新しい経済成長源が次々に登場している。



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 ●日中医療ビジネス支援 ●中国でのネット販売支援

■ 中国経済、今後 6.5%の成長率維持

中国の経済学者林毅夫氏は、中国には経済の急成長を維持する能力があるとの見方を明らかにした。同氏は、新中国成立より今日にいたるまで、経済において変わらないことが3つあるとし、それは中国はこれから常に改革を進めていくこと、急成長を維持する不変のパワー、中米間の互惠・ウィンウィンの基礎が変わらないことであるとした。同氏は、改革開放から40年、中国が内向型の経済国家から現在の中所得国になった主な原因は、中国が独自の路線を歩み続けてきたことにあるとした。現在、経済の下ぶれ圧力が強まっているが、経済成長の基礎となる労働生産力は常に向上し続けている。労働生産力の向上は技術革新によるところが大きい。中国は供給側改革を進め、技術革新と産業アップグレードを進めていくことで、この先10年間は成長率6.5%を維持することが可能だとの見方を示している。同氏は、中国ではいまだに労働集約型、低付加価値型の産業が柱となっている一方、米国はすでに1950年代ごろから労働力密集型の加工産業から次第に脱却している。そして、専門化分野は異なるものの、中米両国の互惠ウィンウィンの原則は依然として存在しているとの見方を示した。

■ 中国コーヒー文化、若者世代に浸透

スターバックスは今後5年間で中国で3000店舗オープンし、現在の店舗数からほぼ倍増させる予定だという。これは拡大を続ける市場である中国で、品格と購買力に変化が生じた証拠だと専門家は指摘している。中国はお茶の生産量が多いが、急増する中産階級はお茶ではなくコーヒーを選ぶことが多く、この4年間で中国のコーヒー販売量は年平均16%増となった。西側の商品を受け入れることは、中国ではステータスで、シャネル、エルメス、スターバックスのようなブランドが中国で良く発展している原因だという。上海市にはカフェが6500店舗あり、コストコーヒーは中国で数百店オープンさせているがこれはコーヒー文化を持つミレニアル世代のおかげだという。今後30年間で、中国は200-300万トンのコーヒーを輸入する可能性があるが世界の現在の供給量は690万トン、コーヒーが中国で本格的に発展した場合、コーヒーは供給不足になる恐れがある。

■ 中国科学院、世界最高研究機関に

7日に発表されたネイチャー・インデックス2018年間ランキングによると、米国が依然として世界の高品質科学研究論文の最大の貢献国となっており、中国とドイツが続いている。中国は10大貢献国のうち指数の成長を維持している唯一の国となっている。また、中国科学院は世界ランキングで首位の科学研究機関となっているという。米国の科学研究産出は前年よりやや減少したが、依然としてトップの地位を維持しており、その高品質科学研究産出は依然として中国の2倍以上だ。中国も急上昇の勢いを維持、中国、ドイツ、南アフリカ、ブラジルは所在地域のリーダーとなっている。また、データによると、科学研究機関世界トップ500のうち、中国の49機関が前年より順位を上げており、14機関が初めてトップ500入りした。順位を落としたのは15機関のみで、北京大学、清華大学、南京大学、中国科学技術大学が、世界大学研究機関トップ25にランクインしている。全体ランキングで5位の日本は、4機関が順位を上げ、15機関が順位を落としており、大学を含む日本の研究機関の世界における競争力の低下、弱体化が懸念されている。

■ 中国の学習塾産業、1千億ドル市場

米CNBCは7日、「中国の学生1000万人の未来を決める入試、1200億ドル超の市場を後押し」と題した記事を掲載した。大学入試はある意味、中国の学生が労働者になるか会社員になるかを決める。ある有名教育機関の共同創設者である張邦鑫氏(音訳)は「宅配員は毎月8000元から1万元稼ぎ、多くの会社員は3000元から5000元しか稼げないが、中国の保護者は子供に後者になってもらおうとする」と話す。この学習塾は中国36都市に教育センターを設立しており、オフラインの学生が400万人弱、オンラインの登録学生が3500万人以上いる。時価総額は220億ドル弱にのぼっているという。HSBCの2017年の報告書によると、中国の教育費の増加により、学習塾産業が1200億ドルの市場を形成しており、中国の保護者の93%が、子供を塾に通わせている。中国政府は長年に渡り、荒削りかつ高額の間接学習塾の取締りを続けてきた。

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、中国のテレビ局と提携し最新の越境ECを開設しました。内田総研の「TVショッピング+越境EC」システムは、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」



新越境ECモール 「大福易商」



越境EC+WeChat 「日本館」



越境EC+WeChat 「日本館」



越境EC+ 「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

内田総研の中国ビジネス支援

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

中国での「健康セミナー販売」

- 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

日本での介護人材教育事業

- 中国人介護研修生の日本での教育支援事業
- 日本の介護福祉士国家資格の取得支援
- 日本介護福祉企業の中国市場進出支援

M&Aセンター

- 日中企業の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

日本での不動産投資支援事業

- 中国企業の日本での不動産投資支援
- 中国投資家の日本での投資経営ビザ取得
- 日本不動産企業と中国不動産企業の提携支援

越境ECネット販売

- 越境EC+テレビショッピング
- 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「TVショッピング」販売

- 中国のテレビ局との提携で行う販売支援
- 保税区分活用越境ECとの販売コラボレーション
- 中国市場を攻略する最強販売システム

——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

2

(www.uchida-chinatax.com)

北京事務所: 北京市朝阳区南新园西路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 0086 (10) 6732-9852 (代表)
TEL (03)3898-1422 FAX (03)3898-1431