

**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 ●日中医療ビジネス支援 ●中国でのネット販売支援

中国、春節連休スタート 30 億人移動

海外旅行者数 700 万人、日本は 2 番人気に

■ 中国、春節連休スタート 30 億人移動

中国で4日、旧正月に伴う大型連休が始まった。期間中にのべ約30億人が帰省などで移動し、過去最高の700万人が海外を訪れる見通しだという。人気渡航先の一つである日本では小売業などで訪日客需要のかき入れ時を迎えている。

春節の旅客数は29億9000万人

中国では旧正月を春節と呼び盛大に祝う。実家に帰省する人が多く、春節前後の約40日間は「春運」と呼ばれ交通機関が大混雑する。今年は1月21日から3月1日が春運にあたり、同期間の旅客数は29億9000万人が見込まれ、前年同期に比べ0.6%増える見通しだ。輸送機関別では自動車が24億6000万人、鉄道が4億1300万人、民間航空が7300万人で、平常に比べ高速道路の渋滞の長さは5倍以上、鉄道の利用者数も3~4倍に膨らむと予想されている。春節期間の海外旅行者も多く、中国の旅行予約サイト携程旅行網によると19年の春節期間の海外旅行者数は前年比7%強多い700万人となる見通しで、人気渡航先はタイが1位、日本は2位になっているという。

今年の国内旅行者数は60億人

中国観光研究院が発表した「中国観光業青書」によると、2018年の中国国内観光客は前年比10.7%増の延べ55億4千万人に達した。外国人観光客は同7.4%増の延べ2億9千万人だった。カスタムメイドツアーが急成長を経て成熟期に入り、個性化・高品質化旅行に対するニーズが着実に高まっており、グルメや高級宿泊施設は、旅行の重要なモチベーションになっている。中国観光研究院の予測によると、今年の国内旅行者数は、前年比9.5%増の延べ60億6千万人、国内観光収入は同10%増の5兆6千億元に達する見通しだ。外国人旅行者数は同1%増の延べ1億4300万人、外国人による観光収入は同2%増の1296億ドル(約14兆円)、海外を訪れる中国人旅行者は同11%増の延べ約1億6600万人、2018年の観光総収入は同9.3%増の6兆5200億元に達する見込みだという。

■ 日本の日用品等、アジア輸出が加速

日本の製造業の国内回帰が進んでいるが、資生堂は最大500億円を投じ九州に新工場を建設する。ライオンも国内で52年ぶりとなる歯磨粉工場を設ける。昨年3千万人を超えた訪日観光客は帰国後も「日本製」を求める傾向が強く、中国でネット経由で購入された日本製品は対中輸出額の1割に相当している。資生堂は21年をめぐりに福岡県久留米市に新工場を稼働、年産能力は約1億4千万個で、中高価格帯のスキンケア「エリクシール」などを生産する。日用品大手の間では生産拠点を国内に戻す動きが相次いでおり、ユニ・チャームは新工場を稼働、中国などで人気の高級紙おむつなどを生産するという。これまで日本の製造業が海外で販売するには現地に工場や販売網を築く必要があったが、ネット通販や越境EC(電子商取引)の普及で、現地に資産を持たなくても販売できる環境整備が進んでいるからだ。中国から越境EC経由で購入される日本製品の市場規模は約1兆6千億円、化粧品やおむつなどの日用品が中心で対中輸出総額の約1割に相当している。

■ 中国の上場企業、業績に急ブレーキ

中国企業の業績に急ブレーキがかかっている。上場約3600社のうち、2018年12月期の最終損益が前の期より悪化すると表明した企業は1070社にのぼった。消費低迷や米中摩擦のあおりを受けた企業が多く、上場企業全体が減益に転じる可能性も浮上している。自動車の業績悪化が目立ち、北汽福田汽車の損益は32億元の赤字に転落した。中国の新車販売は18年に2808万台と17年に比べ2.8%減少、市場が飽和するなかでメーカーの優劣が鮮明になりつつある。独フォルクスワーゲン(VW)などと合併を組む最大手の上海汽車集団は5%弱の増益を確保する一方、重慶長安汽車や江鈴汽車は約9割の減益だった。香港上場の吉利汽車控股は18年12月の販売台数が前年同月を4割下回り、19年通年の販売目標を「151万台と18年(150万台強)比で微増にとどめた。

**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 ●日中医療ビジネス支援 ●中国でのネット販売支援

■ 中国アリババ、脱・通販依存に苦闘

中国電子商取引(EC)最大手のアリババ集団が、利益の大半を稼ぐ中国でのネット通販事業頼みの経営から、脱却しようともがいている。見据えるのはネット通販とクラウド事業の2本柱で稼ぐ米アマゾン・ドット・コムだという。

アリババと米アマゾン

アリババ通販サイトの年間利用者は6億人、中国の商品価格の動向や売れ筋などは、同社が先導する。それは米国におけるアマゾンに近いが、両社の利益構造を比較すると全く違った風景が見えてくる。

まずは両社が主力のネット通販事業、例えば直近の18年10~12月期では、売上高こそアマゾンが圧倒するが、利益率ではアリババが圧倒、売上高に占める純利益の比率はアリババ28%アマゾンは4%だ。

アリババのネット通販事業は、自社の通販サイト「淘宝网(タオバオ)」や「天猫(Tモール)」に企業が出店する形が中心で、企業からの出店手数料の収入が多く投資負担も軽い。ここがアマゾンとは異なる。

物流も両社は正反対でアリババは大半の物流を外部に委託してコストを抑えるが、アマゾンは自社で物流拠点も設けている。そのためアリババはネット通販では高い収益力を誇っている。

アリババはクラウド事業に活路

アリババが今、危機感を抱くのは稼げる事業が中国での通販事業以外ではほぼなく、ネット通販の利益水準が今後鈍化するの避けられないからだ。

危機感からアリババは今、アマゾンが高い収益力を誇るクラウド事業に攻め入り、投資を急いでいる。

データセンターを企業に貸出すビジネスで先行投資は大きいですが、シェアを拡大できれば利益率は高い。

アリババは18年に英国やインドネシア、インドなどで相次ぎデータセンターを設置、1月には日本でも2番目のデータセンターの開設を決め、既に19カ国・地域で同事業を手がけるようになってはいる。

売上高のシェアはアマゾンが世界首位で約52%、アリババは約5%。だが必死に投資を重ねてアマゾンの後を追うが、事業は赤字続きで収益化にはまだ遠い。

ネット通販事業を補うため、アリババはクラウドのほか「新小売り」と位置づける新規分野でも大規模な投資を続けている。この数年間、百貨店やスーパーなどに投じた額は1兆円超だという。

■ 中国、ネット業務収入、9562 億元増

中国工業・情報化部が発表した「2018年インターネット及び関連サービス業統計データ解説」によると、中国のインターネット関連サービス企業の業務収入は2018年、前年比20.3%増の9562億元に達した。同部によると、昨年はインターネット強国の建設が加速し、インターネット業界の発展が融合を加速した。

業務収入の成長率は2桁台を維持しており、業界の集約型発展の傾向が顕著だ。通信業のインターネット通信速度の向上と通信料金引き下げの効果が顕著であり、通信速度の向上はオンライン消費の体験を改善し、通信料金の引き下げはインターネットの利用のハードルを下げています。

IT企業はオンライン教育、オンライン旅行、オンライン販売、音楽・映像などの各分野で革新と創業の旺盛な活力を示し、観光、文化、スポーツ、健康、養老などの「幸福産業」の力強い発展を促し、インターネット業務収入の高い成長率を維持した。

中国の一定規模以上インターネット及び関連サービス企業(IT企業)の業務収入は昨年、前年比20.3%増の9562億元に達した。規模でトップ3の広東省、上海市、北京市の収入規模は昨年いずれも1500億元を上回り、全業界の6割以上を占めた。

広東省(26.5%)と北京市(25.2%)の成長率は、業界平均水準を大幅に上回っている。

■ 資生堂、九州に化粧品工場を建設

資生堂は福岡県久留米市に新工場を建設する。

2021年をメドに稼働し主力のスキンケア製品を生産する予定で、投資額は400億~500億円を見込む。

資生堂は現在、大阪府と栃木県でも新工場を建設中で、世界の生産能力は現状比でほぼ倍増する見通し。訪日観光客の増加で「メイド・イン・ジャパン」の商品の人気の高まっており、アジアへの輸出や国内需要を満たすため、生産を国内に回帰させる動きが目立つ。

資生堂はアジアに近い九州の地の利を生かした輸出拠点として機能させるとともに、品不足が慢性化する国内への供給力も高めている。

世界の化粧品市場は成長が続いており、中間層の増加する中国市場の伸びは著しいが、資生堂は近年、訪日客需要とアジア事業がけん引する成長が続き、17年12月期に連結売上高が初めて1兆円を超えた。

18年12月期も過去最高の営業利益を見込んでいます。

内田総研・Groupは、中国税務・法務・会計等の専門家を配置しての「日本企業の中国進出支援」、中国のテレビ局と提携しての「越境TVショッピング」、中国国営企業と提携しての「日中介護人材育成事業」・越境EC「医薬品ネット販売事業」などのコンサルティングを行っています。

内田総研の販売支援スキーム

健客 健康到家
jianke.com

越境医薬品モール 「健客網」

大福 易商
DAI FUKU

新越境ECモール 「大福易商」

点点客
DODOCA

越境EC+WeChat 「日本館」

人人店
人人店

越境EC+WeChat 「日本館」

TV SHOPPING

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」

漢方医講師 「健康セミナー販売」

内田総研・中国市場開発支援中心



商談室



モニター会場



投資案件展示



商品展示会場



医薬品販売業許可証

内田総研の日中市場開拓支援センター

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

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

日本での介護人材育成事業

- 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

日中市場開拓支援中心

- 商品説明会・体験会の開催
- 日本不動産投資セミナー
- 販売代理店募集セミナー

中国での「医薬品ネット販売」支援

- 日本のドラッグストアの中国市場進出支援
- 「健客網」での日本医薬品のネット販売支援
- 「タキザワ漢方薬」の中国でのFC展開支援

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
- 日本医薬品のネット販売
- リアル店舗+ネット販売支援

「中国市場開拓支援中心」の運営

- 日本企業の中国市場開拓を本格支援
- リアル店舗とネット販売のコラボレーション
- 販売代理店の募集代行・イベントの開催

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：北京市経済技術開発区宏達北路10号 万源商务中心202室
東京事務所：東京都足立区西新井栄町2丁目9番5号 Kハイム

TEL/FAX 0086 (10) 6732-9852 (代表)
TEL (03)3898-1422 FAX (03)3898-1431