

**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

中国人、世界贅沢品の3分の1を購入 23歳～28歳の若者、ミレニアル世代が牽引

■ 中国人、世界贅沢品の3分の1購入

管理コンサルティング会社ベイン・アンド・カンパニーがこのほど発表した報告書「中国ぜいたく品市場研究」によると、2018年に中国ぜいたく品市場の売上高は記録を更新した17年の勢いを引きつぎ、成長ペースは2年連続で20%に達したという。

中国人はネットで贅沢品を購入

報告書を作成したベイン社は「驚くべき」という言葉で中国の成長ペースを形容した。これほどの成長にはさまざまな要因があり、たとえば中国の贅沢品販売にはECという欧州の他の市場にはないチャンネルがある。中国ではネットで贅沢品を買う人が他国よりも明らかに多く、また消費が回帰し、中国政府が輸入関税を引き下げ、グレーマーケットに対する管理コントロールを強化し、大手贅沢品ブランドが中国と海外との価格差の調整を続けたなどの要因が絡み合って、ますます多くの中国人消費者が国内市場で贅沢品を買うようになった。中国人消費者の贅沢品消費のうち大陸部での消費が占める割合が15年は23%だったのが、18年は27%に上昇、25年には50%に達すると予想されている。

贅沢品の購入層は23歳～28歳の若者

それではどのような人が贅沢品を買うのだろうか。同社は、「他国に比べ、中国の贅沢品の消費者は平均年齢が低く、過去1年間の市場の伸びはほぼこの世代に属する23～28歳の消費者によるものだった。」としている。驚くべき状況だが、中国ではこれが当たり前のことになっているという。

中国の若者に高い購買力があるのはなぜか。同社は、「研究の結果からわかったことは、中国のミレニアル世代の中のかなりの部分が自分の家を持ち、家からある程度の資金をもらいと同時に、自分で働いて得た収入もあり、可処分所得が多いということ。」と説明している。いずれにしろ、中国人消費者は世界ぜいたく品市場の消費で軽視できない存在になっている。

中国人購入者の贅沢品消費の総額は世界市場で33%のシェアを占めているが、18年前はわずか1%だったという。

■ 中国のネット売上、6年連続世界一に

中国商務部弁公庁によると、「中国オンライン小売市場は10数年にわたり急成長を続け、2018年にはその売上高が9兆元に達し、6年連続で世界一だった」ことを明らかにした。

商務部の報道官によると、現在、中国のオンライン小売市場には以下の2つの際立った特徴がある。一つ目は、依然として急成長を続けており、消費を牽引する重要な力となっている点は、19年1～2月期、実物商品のオンライン売上高は前年同期比19.5%増の1兆1000億元と、同期の一般消費財小売総額の増加ペースを11.3ポイント上回り、一般消費財小売総額に占める割合は16.5%と、前年同期比で1.6ポイント上昇した。二つ目はオンライン小売のスタイル、構造が一層最適化されている点で、商務部のビッグデータモニタリングによると、質とサービスの面で優位性を誇る企業のB2C(対消費者ビジネス)の売上高が占める割合は73.5%と、前年同期比で3.3ポイント上昇したという。現在、中国のオンライン小売は、オリジナル化とカスタマイズの方向に向かって発展している。

■ 日本料理、中国で年間成長率20%超

中国の日本料理業界は、国民消費の健康志向の高まりを受けて爆発的な成長を遂げており、年間成長率は20%を超えている。

広東省広州市で開催された第4回中国日本料理産業発展大会で、全国のホテル・飲食店などが加盟する中国飯店協会の韓明会長は、日本料理業界が昨年の中国外国料理産業の中で最も著しい発展を遂げたと表明。「日本料理の文化や品質、食材などが大勢の若い消費者を引きつけ、業界の中国での発展を後押しした」と述べている。

業界関係者は、中国の日本料理産業のサプライチェーンが今年も発展を続け、インターネットなどのオンラインから店舗などのオフラインへ消費者を呼び込むオンライン・ツー・オフライン(O2O)モデルもより成熟に向かうと指摘、中国の日本料理産業の発展は飛躍的な成長期を迎えるとの見方を示した。

**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「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

■ アリババ、ネット通販「春耕」を発表

中国の農家はこれまで、家の近くで農業用製品を購入していたが、現在、若い農業従事者の中には、オンラインで注文する方法を選び、自宅に購入品が届けるのを待つという人が増えてきている。

阿里巴巴(アリババ)はこのほど、全国初の「2019年オンライン通販『春耕』農業用製品すう勢」を発表した。これによると、3月1日から20日までの阿里巴巴農村淘宝「春耕農牧節」(以下、「春耕節」)キャンペーン期間中に、淘宝アプリ内の「春耕節」会場で農業用製品を購入した農家の数は、前年同期比120%増加、ここには200ヶ所以上の貧困県域の農家も含まれている。また、「すう勢」では、有機肥料や環境に優しいバイオ肥料を農家が好んで購入する傾向が大いに高まり、「春耕節」期間中の購入件数は前年同期比266.8%増加したと指摘している。

小型農業用機械の購入数を見ると、四川や雲南、貴州地域の県エリアの農家が全体の40%を占めた。また、環境保護や「アフリカ豚コレラ」の影響を受け、豚用飼料の販売量は同比32%減少した一方、ガチョウ用飼料は534%、ウズラ用飼料は10倍以上、それぞれ増加した。オンライン通販による農業用製品購入量が最も多いのは、湖北省の貧困県3県が貧困県域地区の取引総額(GMV)上位3位を独占した。瓜」が、ネット人気商品となっている。

■ 中国、女性の月収1万元以上3割

北京市で7日に発表された報告書によると、一線都市と新一線都市では働く女性の30%近くが1万円を超える月収を得ており、中でも31~38歳の高学歴の女性の月収が一番高かったという。

この報告書は58同城と安居客が共同で発表したもので、一線都市と二線都市で働く18~40歳の女性を対象に、仕事の状況や暮らしについて調査研究を行い、その姿を浮かび上がらせたものだ。

それによると、一線都市の女性は月収8001~2万円が最多、新一線都市の女性は5001~1万円が最多で、中間管理職以上が40%に達した。

給与と学歴には相関性があり、31~35歳で大学院以上の学歴の女性が実際の給与も高かった。

学歴と収入は基本的に相関関係にあり、学歴が高いほど、実際の給与も期待する給与も高かった。

■ 中国、日本企業を引付ける巨大市場

日本の研究機関の複数の専門家が、「中国の消費高度化や開放の一層の拡大にともない、中国の日本企業を引き付ける力がますます強くなっている」といった見方を示している。

富士通総研経済研究所の研究員はこのほど、「中国市場の規模は非常に大きく、消費も産業構造も高度化しており、イノベーションの人材が豊富だ。こうした要因により中国は日本企業からの投資を引き付ける大きな優位性を備えているといえる」と述べた。

国際協力銀行(JBIC)の発表によると、「2018年には日本の製造業企業の半数近くが今後3年間に中国事業を拡大する計画があると答え、このうち対中事業拡大の意思がある中小企業の占める割合が大幅に上昇し、過去5年間で最高だった」という。

キャノングローバル戦略研究所(CIGS)の研究主幹は、「中国は日本企業の対中投資を非常に重視しており、このことが日本企業の対中投資への信頼感を高めた。中国が対外開放をさらに拡大するにつれ、日本企業が中国で進出する事業の分野がさらに拡大するとみられ、日本企業の対中投資が以前にも増して積極的になることが予想される」と述べている。

■ 中国メーデー連休、日本・タイが人気

22日午前、「国務院弁公庁の2019年メーデー連休の調整に関する通知」が発表され、国務院の承認を経て、2019年メーデー連休が5月1日の1日のみから、5月1~4日の4日間に調整された。

複数の旅行会社は、メーデー連休の情報が発表されると、関連の旅行商品の検索件数が大幅に増加した。旅行会社・衆信旅遊のデータによれば、連休の調整が発表されると、同社の各店舗では連休前後の海外旅行商品についての問合せが目立って増加し、5月の1日と2日、4月の27日と30日に出発する商品が急速に人気になっているという。

連休に先立って海外航空券を予約した人も多い。旅行サービスプラットフォーム・飛猪によると、連休調整の通知が発表されると、3月22日午前10~12時の国内航空券の予約数は前週同日に比べて50%以上増加し、国際航空券は同150%以上増加した。

海外では日本、タイ、シンガポール、ベトナム、トルコなどが人気がある旅行先だったという。

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
DODOCO

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



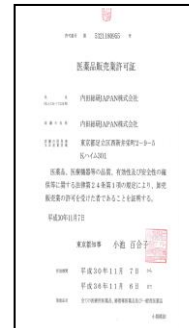
モニター会場



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