

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、クロスボーダー越境EC拡大へ EC市場 10 兆元、越境取引 1 兆元規模に

### ■ 中国、クロスボーダー越境EC拡大へ

発表された2015年度中国電子商取引(EC)市場レポート『インターネットのブランド化とブランドのインターネット化』によると、2014年の小売市場でオンライン取引の浸透率が11%に上り、過去最高を更新した。オンライン取引額は2兆9000万元にまで拡大し、さらに、20年までにオンライン取引の浸透率は22%に拡大し、10兆元規模まで膨らむと予想されている。同時に、消費者が品質の高いブランドや製品を求める意識もますます強くなりそうだ。

#### 越境ECは年平均30%以上の伸びに

レポートでは、電子商取引でクロスボーダーECは今後、寄与度がさらに向上するとの見方を示した。年平均では30%の伸びが続き、20年には1兆元規模に達すると予想。なかでも食品とベビー用品がけん引役となり、年平均伸び率が30%を上回る見通しだ。クロスボーダーECで、食品やベビー用品など安全性が重要視される商品、衣料品、消費電子製品など国内外で価格差が大きい商品が国内の消費者に好まれている。また、B2C(企業対消費者間取引)が市場全体に占める割合は現在の50%から、20年には70%に拡大、EC業者はブランドに対する影響力が増し、市場支配力も向上している。

一方、消費者は選択肢が増えるなか、より質の高い商品とサービスを選ぶ傾向が強くなっている。

#### 価格重視からブランド化へ

消費者が高い満足度を得られる垂直統合型で独立系ブランド通販サイトは、総合通販サイトの地位を揺るがし始めている。ネット通販で買い物する消費者が、品質の高いブランドや製品を求める意識も高まっている。レポートによると、一昔前までは価格が重要視されていたが、こうした傾向に顕著な変化が見られている。14年に実施したアンケート調査では、「ネット通販で商品を選ぶ際に品質を考慮する」と答えた消費者は48%に上っており、この割合は「価格」を超え、もっとも重要な判断要素となっている。

### ■ 世界の免税店市場、10年で倍増へ

米ボストン・コンサルティング・グループによると、2015年の世界の免税店市場は598億ドル(7兆2700億円)で、10年で2倍強に拡大する見通しだという。格安航空会社(LCC)の発達などから外国人観光客の往来が増えていることが背景にあり、特に成長が期待されているのがアジアで、中国人観光客の増加で市場は急拡大している。

タイのキング・パワー・インターナショナルがバンコクに構えるホテル併設の巨大免税店では顧客の9割超が中国人で、ほとんどの店員が中国語で接客している。同社は中国人効果で「タイ市場は平均で年率1~2割拡大している」と指摘、今後も中国人観光客の呼び込みを強化する方針だとしている。

市場の拡大を見越し、世界の免税店大手は合併や買収による規模の拡大を急いでいる。

世界首位のスイスのデュフリーは3月、5位のワールド・デューティー・フリー・グループ(イタリア)の買収を発表し、売上高1兆円をめざしている。

香港に本社を置く米系のDFSをはじめ、欧米系が強く、アジア勢で世界10位に入るのは、韓国の2強のほか、台湾のエバーリッチやタイのキング社だという。

### ■ 中国人、「微信」で米国の住宅を購入

中国の微信(WeChat)は、一般的なアプリを隙間なく結びつけたようなサービスに発展している。

ユーザーは映画を鑑賞し、タクシーを呼び、画像を共有し、衣料品を購入し、ゲームをプレイし、さらにはローンまで申請でき、不動産売買の場にもなっている。微信のユーザー数は6億5000万人に上っているが、その大多数は中国人で、このユーザー数は米国の人口の2倍以上に達するという。

微信は中国人消費者の日常生活に不可欠の存在で、至る所に存在し、中国人消費者の移動行為に深い変化をもたらしている。米国の不動産投資を検討する中国の購入者にとって、微信で住宅を購入する十分な理由になっているようだ。

**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&amp;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、需要減で素材デフレが加速**

中国の景気減速の影響で資源や素材の値下がり加速している。銅は先週末比5%下げ6年半ぶりの安値となり、鋼材も年初から35%下げた。商品の値動きを示す代表的な商品指数は13年ぶり低水準となっており、中国の内需が減り、資源の輸入が鈍化している。中国の生産には歯止めがかからず、素材が大量に輸出されている。

**商品価格の下落要因 ①**

中国を巡る商品価格の下げには2つの背景がある。まず、非鉄金属など中国の消費が多い品目の輸入が鈍化した。中国が世界需要の5割を占める銅は、不動産の市況の悪化で建設資材向けの需要が鈍った。ロンドン市場で11月初めに1トン5000ドルを割って下げが続き、18日は一時4500ドル台となった。ニッケルや亜鉛も過去6~7年間で最安値水準に落ち込んでいる。ニッケルは最大消費地の中国で、主用途のステンレスの荷動きが非常に悪くなっている。来年に向け中国の需要が鈍るとの警戒感もあり、原油の下げも大きくなってきた。中東産のドバイ原油も7年ぶりの安値となっている。

**商品価格の下落要因 ②**

商品価格の下落要因の二つ目は、中国の設備過剰で海外への素材輸出が急増したことも影響した。粗鋼生産で世界の半分を占め鉄鋼が大きく値下がり、建材となる熱延コイルの国際価格は1トン300ドル前後となり09年以來の安値となっている。08年以降の景気対策で金属材料の設備増強を進め、14年の中国の粗鋼生産は06年の2倍となった。だが、道路や鉄道のインフラ投資が一巡し設備過剰が表面化、生産調整は進まず余剰品がアジアに流れ出している。1~10月の中国からの鋼材の輸出量は前年同期比25%増えている。中国のアルミニウム製錬業界は現在6割が赤字とされるが、1~10月のアルミ製品輸出量は前年同期比1割強増えている。その影響は広がっており、東南アジアでは中国製鋼材が多く流通し、販路を奪われた韓国ポスコなどは対日出荷を強めている。中国が安い素材を輸出した影響で「アジア・新興国などの物価に下押し圧力がかかっている。

**■ 中国企業、米国の油田を「底値買い」**

中国の烟台新潮実業は先ごろ、保有する大地房地產会社の持分50%を売却し、伝統的な不動産事業から撤退する方針を明らかにした。一方で、米国のテキサス州にある油田を83億元で買収する計画を発表、この事業転換が「大きな賭け」として、市場の議論を引き起こしている。烟台新潮実業は油田買収を数段階にわたり進める計画で、まずは、寧波鼎亮匯通を83億元で買収することについて合意。寧波鼎亮匯通は米国子会社を通じてテキサス州の油田を買収し、その後、寧波鼎亮匯通の株主は第三者に持分を売却する。烟台新潮実業はその第三者から寧波鼎亮匯通の株式を取得し、最終的に対象となる油田資産を間接的に保有することとなる。烟台新潮実業は、寧波鼎亮匯通とレターオブインテント(LOI)を交わしたが、詳細についてはさらに協議が必要と説明。今は積極的に対象資産のデューデリジェンスを進めているという。

**■ 中国ネットユーザー、注目は「煙霧」**

2015年インターネット+科学普及サミットが、18日午後北京で開かれた。同サミットは中国の科学普及におけるニューメディア活用の現状に関する「モバイルネットワークユーザーの科学普及及行為ビッグデータ報告書」を発表した。報告書によると、2015年にネットユーザーから注目を集めた科学関連ニュースは、「煙霧とその原因」、科学知識のジャンルは「健康・医療」になったという。今年、ネットユーザーに最も注目された科学知識のジャンルは、健康・医療(22%)、緊急時の身の守り方(16.4%)、気候・環境(14.8%)となった。ネットユーザーから注目を集めた科学関連のニュースは、煙霧とその原因(23.9%)、地球のいとこ「ケプラー452b」発見(18.5%)、天津市の爆発事故の原因(17.9%)、屠呦呦氏のノーベル賞受賞(11.2%)、MERSの感染状況(10.2%)の順となった。男性は女性よりも積極的にモバイルネットワークを使って科学関連の情報を手に入れている。彼らは開放的な視野を持ち、航空・宇宙、情報技術など、先進技術と関連する分野に興味を持ちやすい。一方の女性は健康・医療、食品安全など、生活に関連した情報に注目する傾向があったという。

**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「日本産品館」を開設しました。内田総研が開発した越境ECモール「日本産品館」は、中国の保税特区を活用し、日本に居ながら中国市場での販売、日本で円決済できる最新の「低コスト・高効率」の販売方法です。**

内田総研の販売支援スキーム



越境ECモール 「日本産品館」



漢方医講師 「健康セミナー販売」



深圳電視台 「テレビショッピング」



中国全土を網羅 「代理店販売」

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

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

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 (10)8735-9091  
TEL (03)3898-1422

FAX (10)8735-9093  
FAX (03)3898-1431