

Discussion Materials

中国インターネットサービス業界の動向 ～拡大が期待されるモバイル分野～

LEAD THE VALUE

2017年8月

三井住友銀行(中国)有限公司

企業調査部

SMBC

SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION
(CHINA) LIMITED

- 本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。
- 本資料は、作成日時点で弊行が一般に信頼できると思われる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行で保証する性格のものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。
- ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いいただきますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じております。

■ エグゼクティブサマリー ・ 目次

エグゼクティブサマリー

- 今後も中国では、スマートフォン普及の恩恵を受けるモバイルインターネットサービスの市場拡大が期待されます。
- 中国大手企業は、決済システムや顧客基盤等に強みを有するものの、一段の成長には、サービス品質の改善、他社コンテンツとの差別化、関連産業の裾野拡大等の課題克服が必要となります。こうした分野では、日中企業が協業を図る余地もあるとみられます。

今後中国で特に伸びる分野	中国大手企業の強み	中国大手企業の課題	日本企業の強み
モバイルネット通販	<ul style="list-style-type: none">• 自前の決済システム• 豊富な品揃え• 定着した大型販促活動	<ul style="list-style-type: none">• 模倣品の混入防止• 包装・物流の質改善	<ul style="list-style-type: none">• トレーサビリティの確保、高品質な日本製品の供給• 物流管理システムの運営
モバイルゲーム	<ul style="list-style-type: none">• 自前の決済システム• 巨大な顧客基盤	<ul style="list-style-type: none">• 他社コンテンツとの差別化• 関連産業の裾野拡大(キャラクター等)	<ul style="list-style-type: none">• 既存ゲームコンテンツの蓄積• 強力なキャラクターIP(知的財産)を多数保有

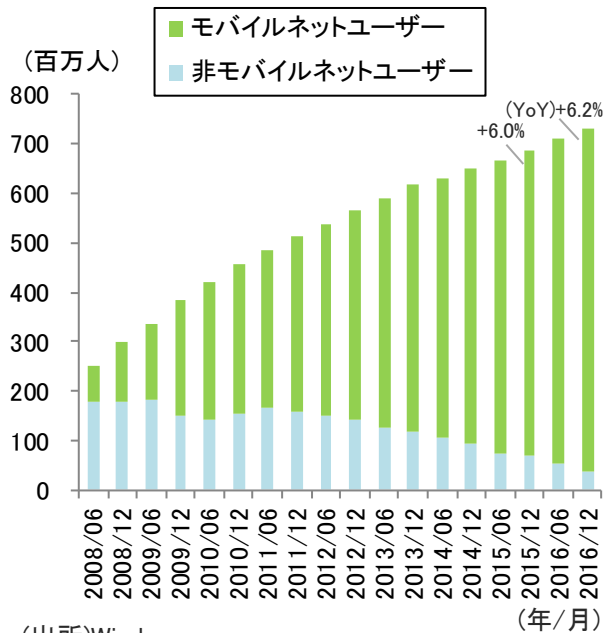
目次

1. 需要	2
2. オンライン第三者保証決済	9
3. O2O(Online to Offline)	10

1.需要 (1)ネットユーザー

- 中国のネットユーザー数は、モバイルインターネットの普及に伴い、16/12月末時点で前年同月比+6.2%の7.3億人に達しています。
- 内訳をみれば、3.9G(LTE)通信規格のユーザー数の伸長が続く等、モバイルインターネットの通信環境改善が進んでいるほか、ユーザーの所得向上も見られます。

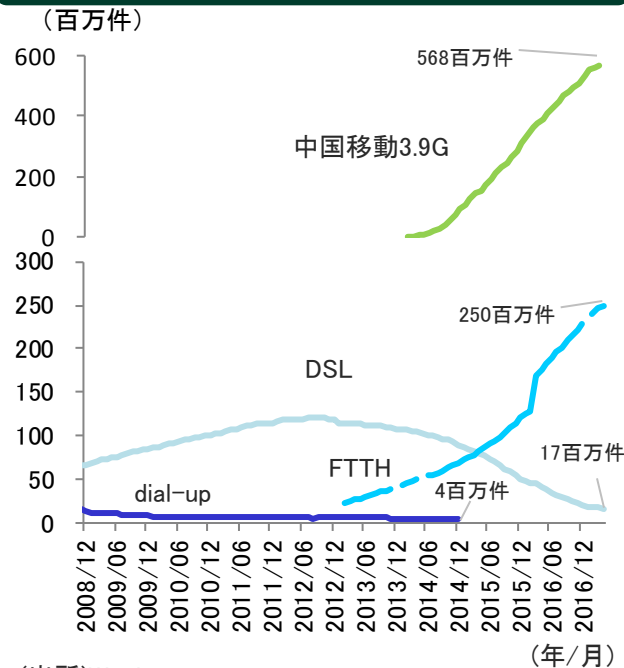
ネットユーザー数



(出所)Wind

(注)モバイルと他の端末を併用するユーザーを含む

利用通信環境

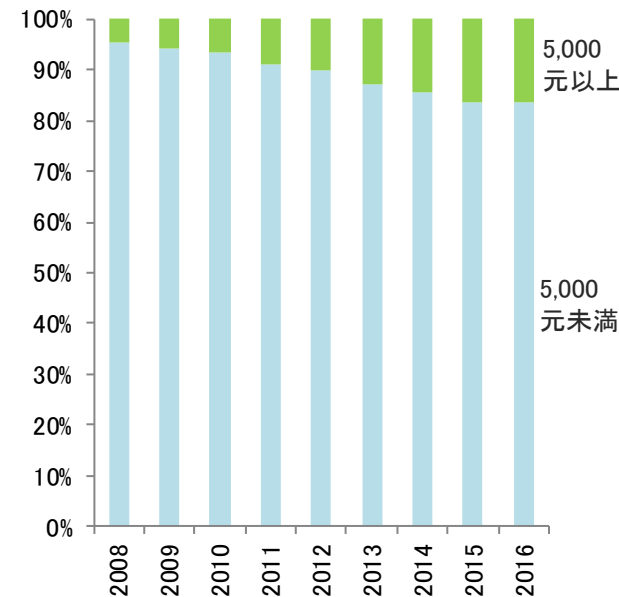


(出所)Wind

(注)dial-upユーザー数は2014/12月以降公表なし

中国移動は移動体通信業最大手

月収別ユーザー構成比

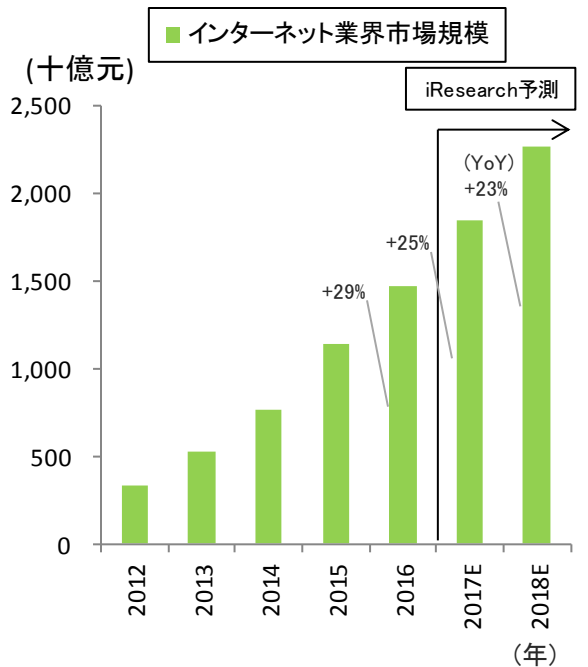


(出所)CNNIC

1.需要 (2)市場規模

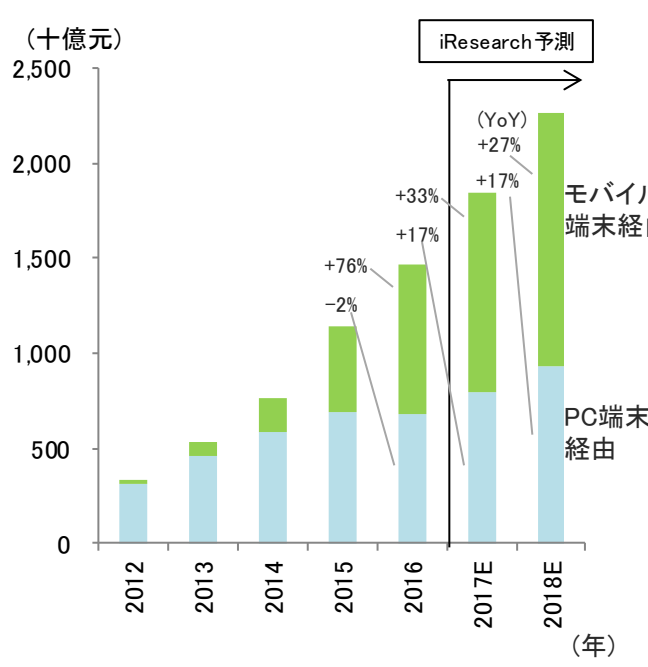
- インターネットサービスの市場規模はネットユーザー数の増加ペースを上回って拡大し、16年には前年比約3割増の1.5兆元(約24兆円)に達したうえ、17年も拡大基調を辿る見通しです。
- これを利用端末別にみれば、12年以降はモバイル端末経由の伸びが牽引。16年は、モバイル端末経由が前年比約8割増となり、市場の5割を超えました。
- サービス別にみれば、近年はネット通販手数料が規模・成長率ともに高水準で推移しています。

市場規模



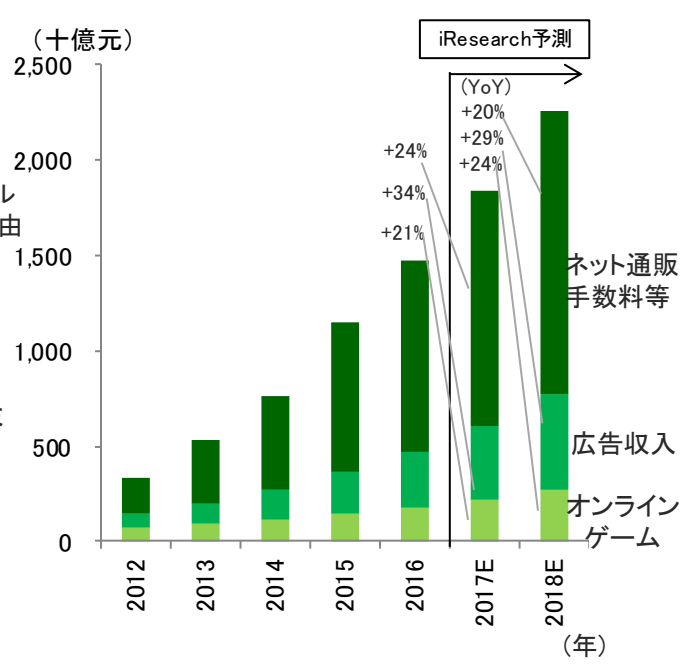
(出所)iResearch

端末別市場規模



(出所)iResearch

サービス別市場規模



(出所)iResearch

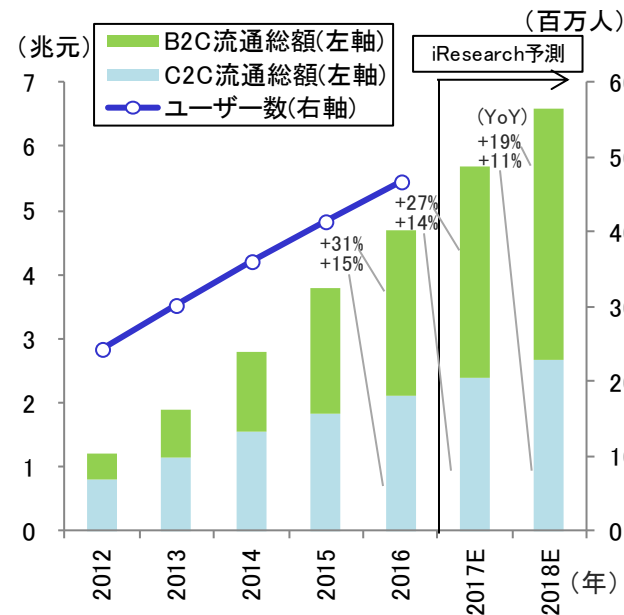
1.需要 (3)ネット通販

- ネット通販は、ユーザー数に加えユーザー当たりの購入額の増加も続き、流通総額は16年に前年比約2割増の約4.7兆元(約75兆円)に達したうえ、17年も拡大基調を辿る見通し。取引形態別にみれば、ユーザーの品質重視の流れを受けてB2Cが同約3割増と早いペースで伸びているほか、利用端末別ではモバイルインターネットの普及を受けPC端末経由が減少する一方、モバイルECは高い伸び率を維持しています。今後もB2C及びモバイルが牽引する傾向が続くとみられます。
- 商品別内訳をみれば、実店舗対比安価に販売されている衣料品・家電や、品揃えが豊富な雑貨等が多く購入されています。

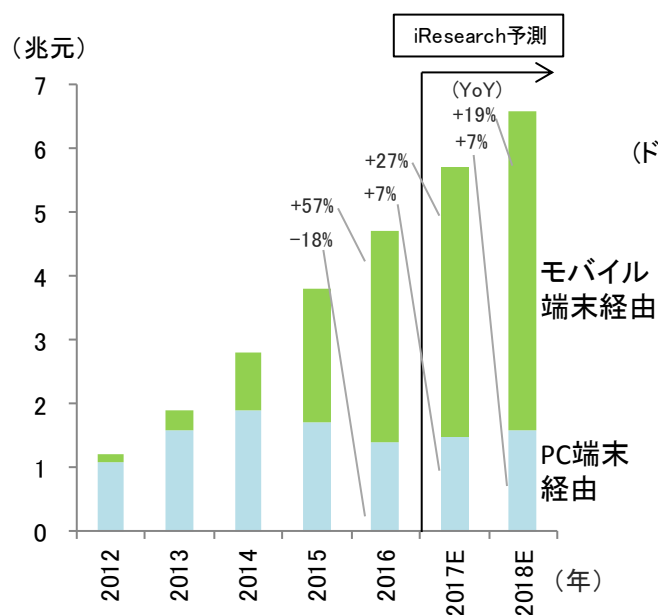
流通総額・ユーザー数

利用端末別流通総額

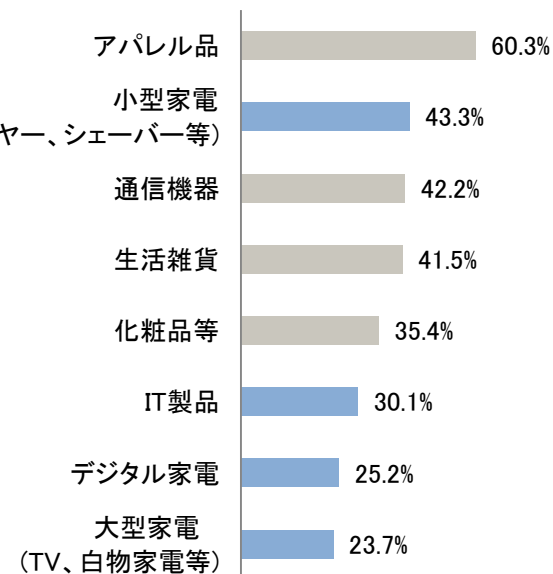
流通総額の商品別構成比



(出所)iResearch、CNNIC



(出所)iResearch



(注)最近1年間に購入した商品のアンケート調査。各商品の値は、購入経験者数÷ネット通販ユーザー数により算出。

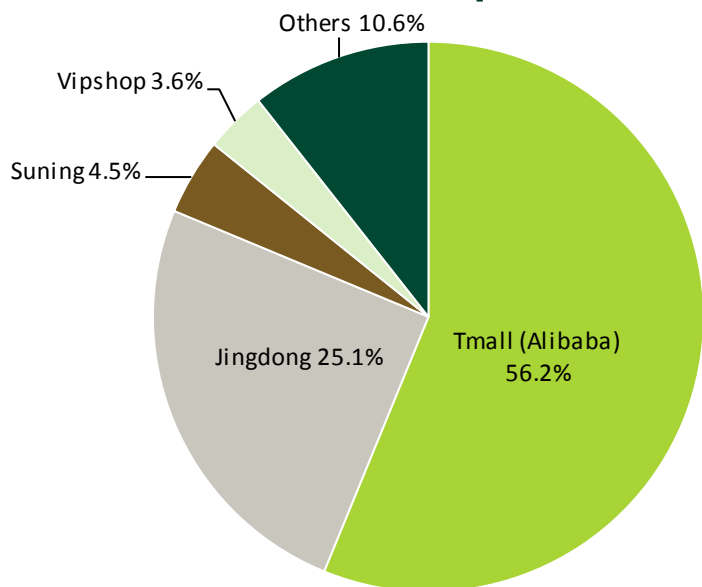
(出所)iResearch 4

1.需要 (3)ネット通販

- ネット通販市場のうち、成長著しいB2Cにおける市場シェアについてみれば、Alibaba(Taobao)による寡占市場となっているC2Cと異なり、地場系家電量販店等も一定のシェアを確保。Alibaba(Tmall)以外の企業は商品を自社で仕入れ販売すること等により、品質(正規品であること)に対する信頼を獲得しているうえ、商品の宅配やアフターサービス等の体制強化も進めています。
- 急拡大するモバイルECについてみれば、大手2社で約9割の市場シェアを獲得しています。今後は、モバイル、品質の信頼性、他のネットサービスとの連携等への対応力が、各社の市場シェアを左右するとみられます。

B2Cネット通販の市場シェア

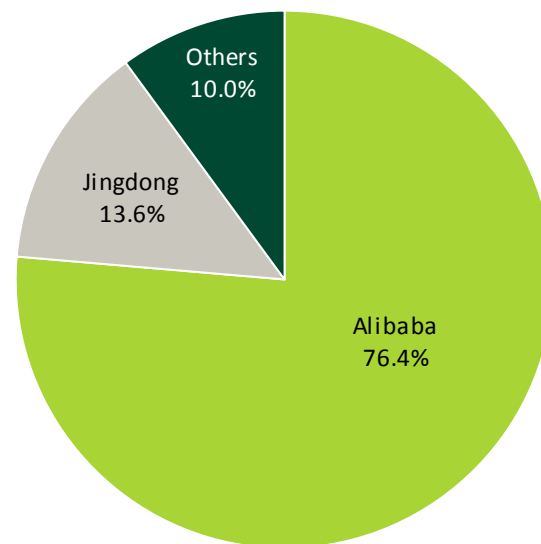
<2016年>



(出所)iResearch

モバイルネット通販の市場シェア

<2016年>

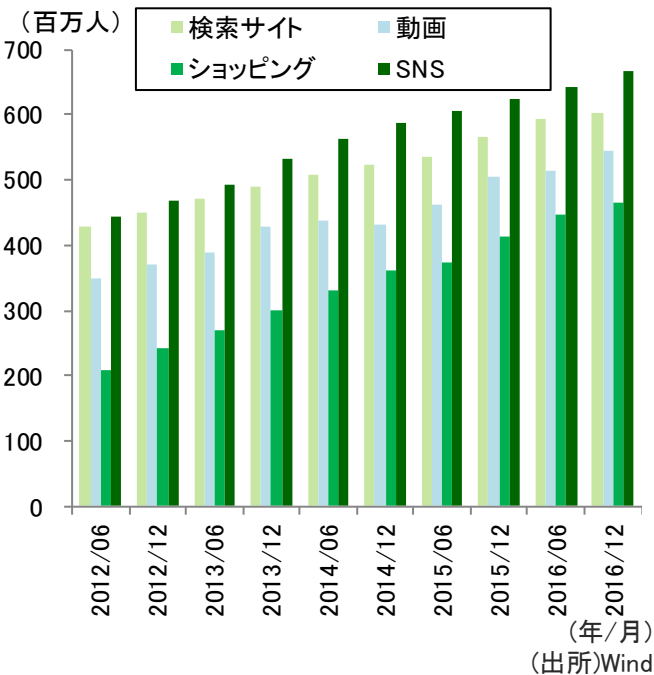


(出所)iResearch

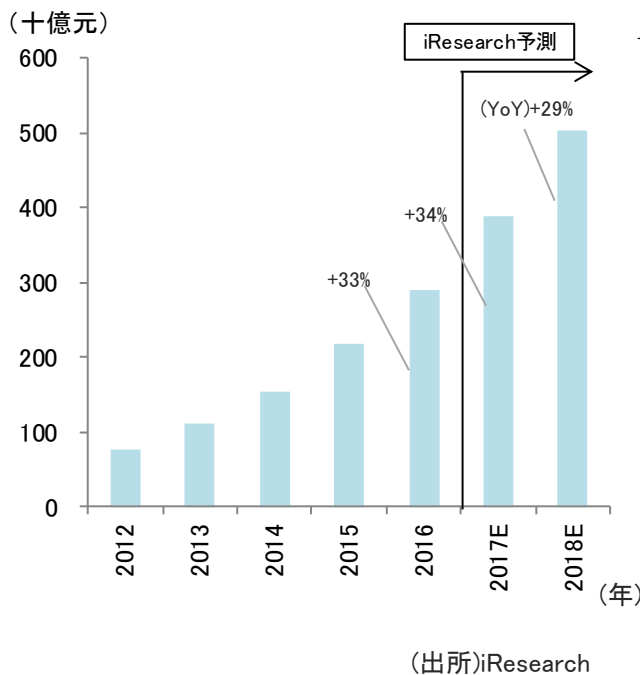
1.需要 (4) ネット広告市場

- ネット広告市場(収入)は、通販・動画・SNS等の各インターネットサービスのユーザー数増加や、検索連動型広告といった購買に直結する広告形態の普及等を背景に急成長が続き、16年は前年比約3割増の2.9千億元程度(約4.6兆円)まで拡大しました。
- 内訳についてみれば、足元ではTencentが自社のSNSサービスを通じた顧客企業による広告発信を増やしていることから、ニュースフィード広告の割合が高まっているものの、現時点ではAlibaba等によるECサイト内広告や、Baidu等による検索連動型広告が高い割合を維持しています。

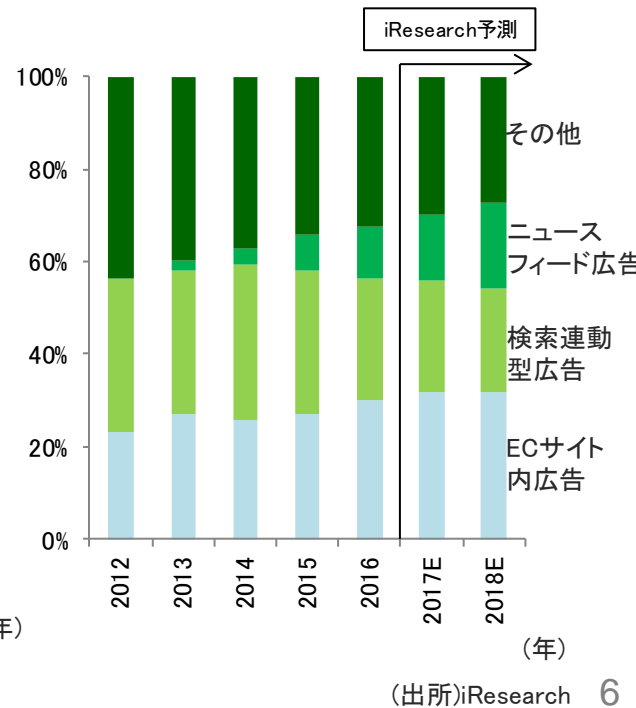
サービス別ユーザー数



市場規模



市場内訳



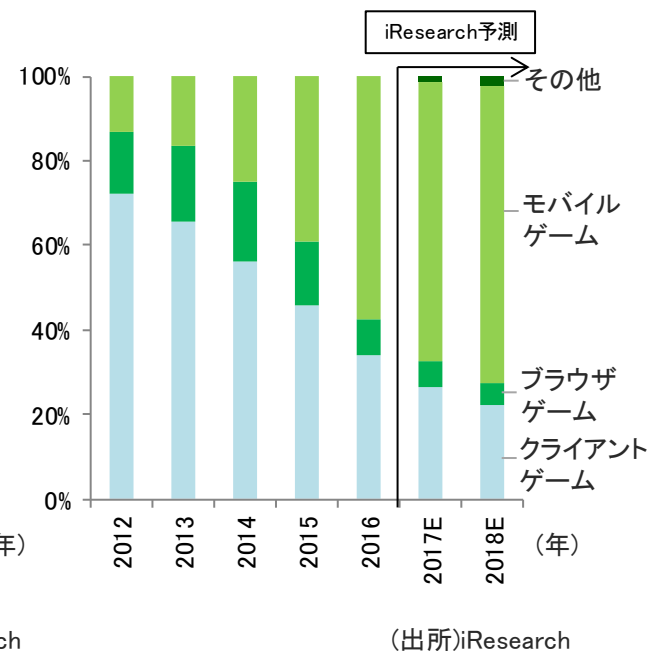
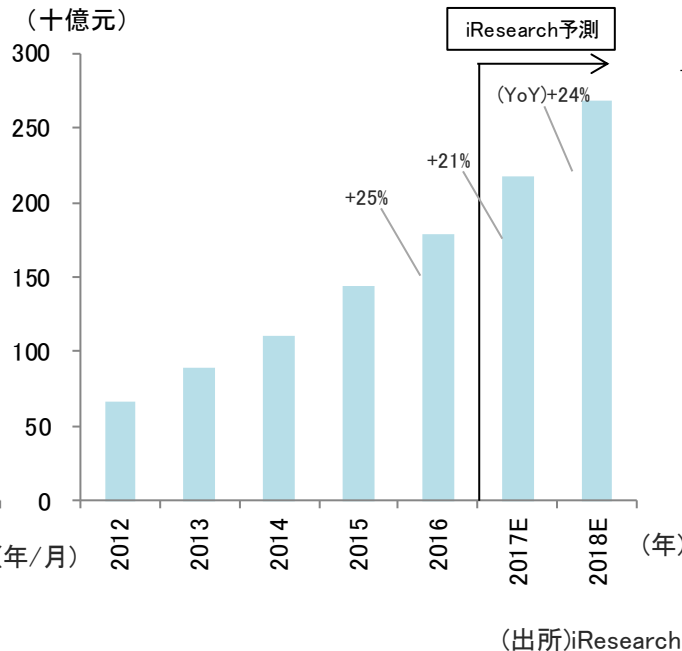
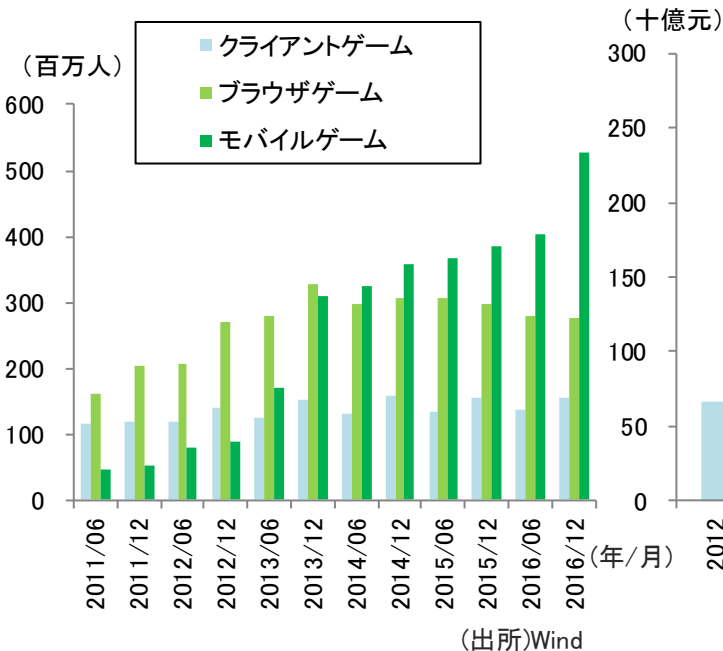
1.需要 (5) オンラインゲーム

- オンラインゲームのユーザー数は、スマートフォンの普及進展やモバイル向けのゲームタイトル数増加等を背景に、モバイルゲームを中心に堅調に増加。16年の市場規模も、モバイルゲームが牽引し、前年比約3割増の約1.8千億元(約2.9兆円)まで拡大しました。
- 市場規模の内訳をみれば、モバイルゲームやPC端末上のブラウザゲームは客単価が低いことから、PC端末にソフトをインストールして利用するクライアントゲームの割合がこれまで大きかったものの、足元では、クライアントゲームはユーザー数が頭打ちしている上、客単価も下落傾向にあるなど、市場はモバイルゲームにシフトする傾向にあります。

ユーザー数

市場規模

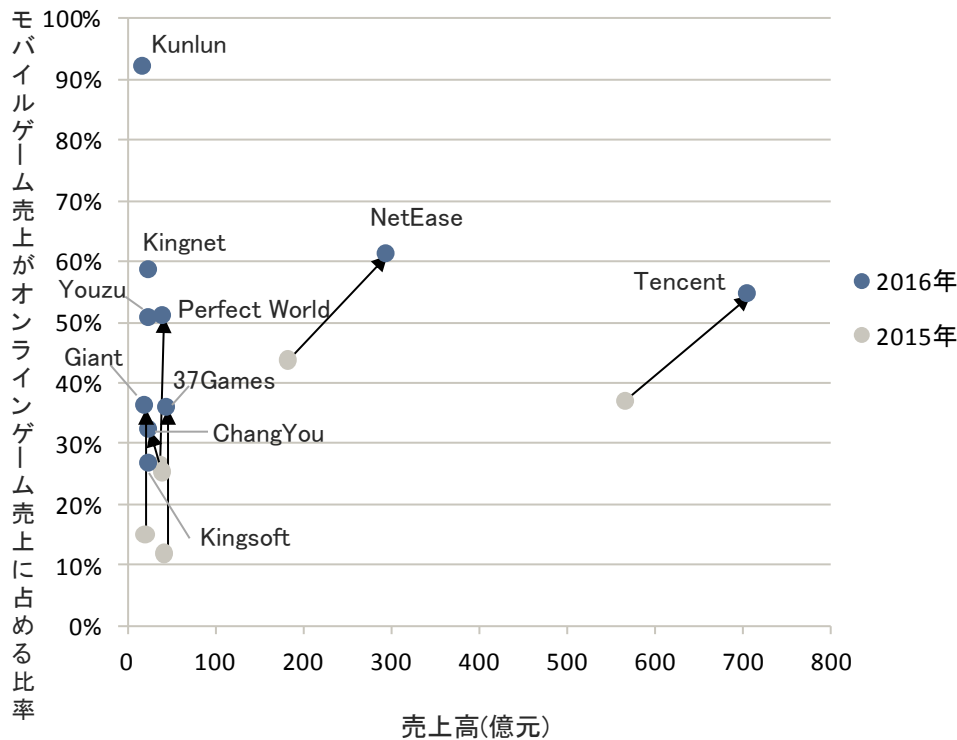
市場内訳



1.需要 (5) オンラインゲーム

- 上位オンラインゲーム会社についてみれば、従前クライアントゲームを中心に手掛けてきた既存プレイヤーも、モバイルゲームへのシフトを進めています。
- 最大手のTencentや業界2位のNetEaseは、逸早いモバイルゲームへのシフトが奏功して、この2社で市場シェアの約6割を占めます。

各社(注)のゲーム売上構成

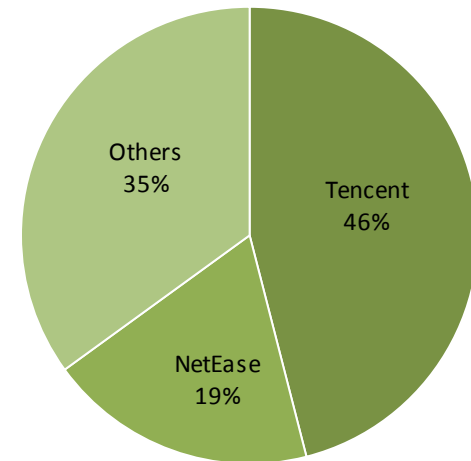


(注)オンラインゲーム売上上位10社

(出所)iResearch

モバイルゲームの市場シェア

<2017年1Q>

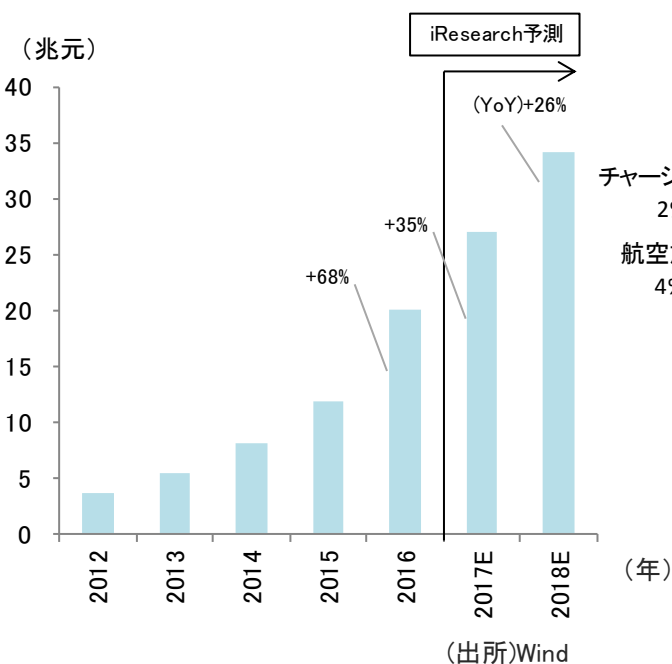


(出所)iResearch

2.オンライン第三者保証決済

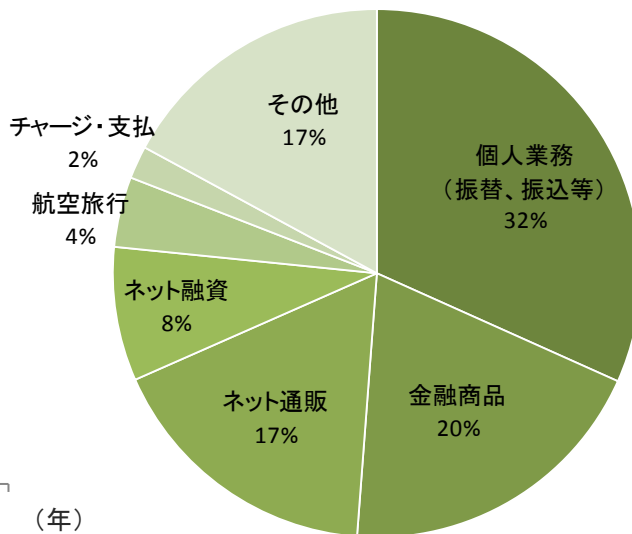
- オンライン第三者保証決済の取扱総額は、インターネットサービス市場の成長や取扱対象分野の拡大により、16年には約20兆元(約320兆円)まで拡大しました。
- 用途別にみれば、モバイル分野を中心にインターネットサービスの多様化が進展したこともあり、ネット通販の割合が2割程度に止まる一方、金融取引関連が約5割(個人間決済3割、金融商品購入2割)を占めます。
- 市場シェアでは、大手インターネットサービス事業者の手掛けるサービスが市場の過半を占めます。

取扱総額



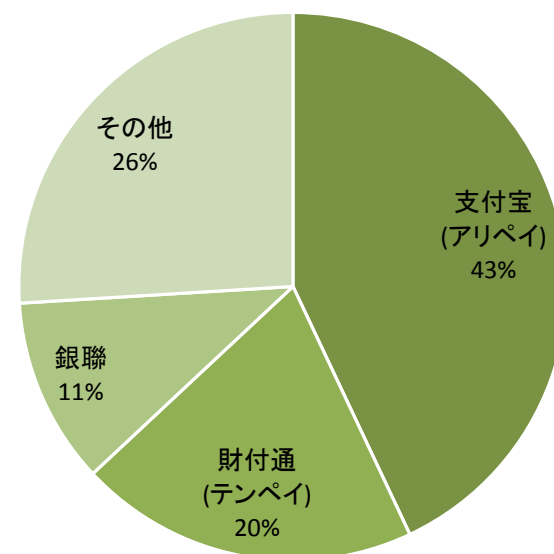
取扱総額の用途別内訳

<2016年4Q>



市場シェア

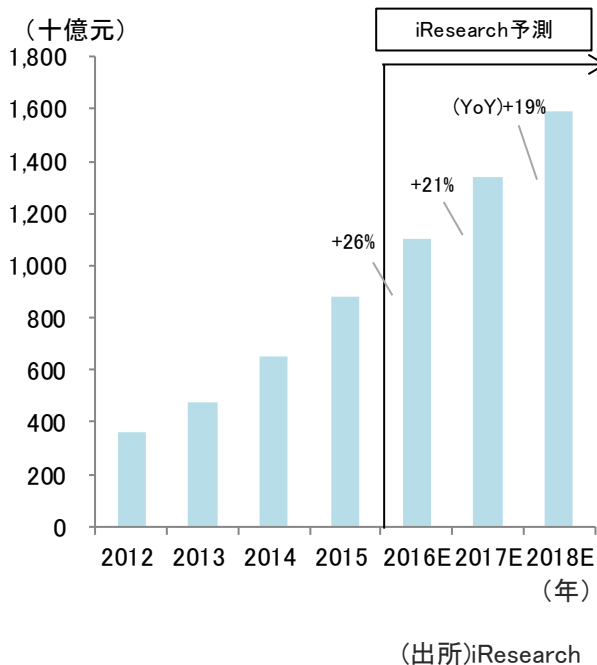
<2016年上半期>



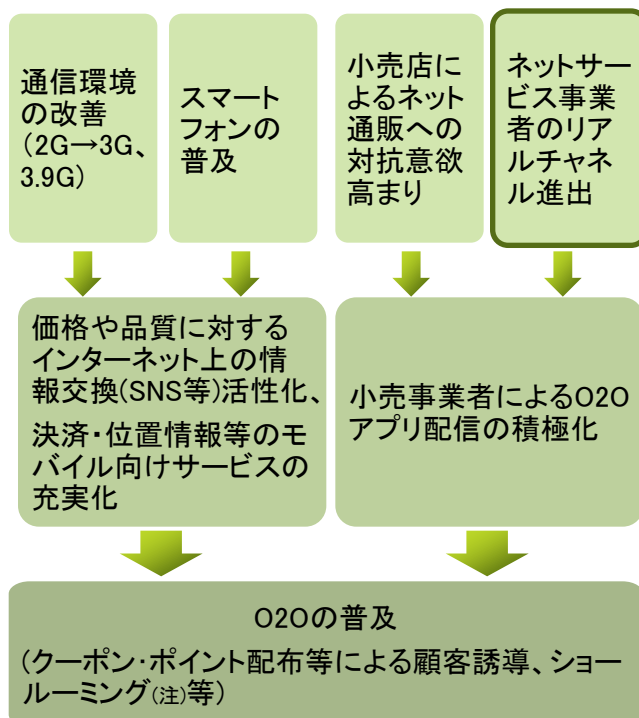
3.O2O(Online to Offline)

- モバイルインターネット環境の整備、小売店によるネット通販への対抗の動き等を受け、中国でもO2Oサービスへの取組みが活発化(同サービスを介した16年の取引金額は11千億元<18兆円>)。インターネットサービスサイト上の情報が従来以上に消費動向に影響を与えやすくなっています。
- 市場規模の内訳をみれば、モノからサービスに消費がシフトする中、旅行関連が全体の5割弱を占めるうえ、宅配サービスが普及していることもあり外食関連が同2割弱を占めています。

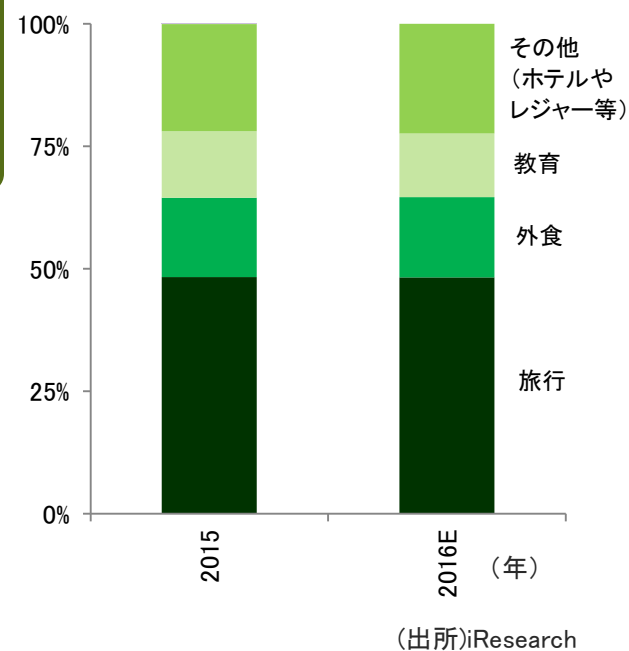
O2Oサービス取引総額



O2O普及の背景



市場内訳



＜参考＞上場企業の業績・財務

(百万円)

業種	会社名	設立年	上場	決算期	単位	売上	売上YoY	税前利益	税前利益/ 売上	総資産	総負債	純資産	純資産比率
オンラインゲーム	Tencent	1998	SEHK	Dec-15	CNY	102,863.0	+30.3%	36,216.0	35.2%	306,818.0	184,718.0	122,100.0	39.8%
				Dec-16		151,938.0	+47.7%	51,640.0	34.0%	395,899.0	209,652.0	186,247.0	47.0%
	NetEase	1997	NASDAQ	Dec-15	CNY	22,802.9	+94.7%	8,110.3	35.6%	41,157.4	11,833.8	29,323.6	71.2%
				Dec-16		38,178.8	+67.4%	13,895.4	36.4%	58,031.9	19,568.9	38,462.9	66.3%
	Xiamen 35.Com Technology Co., Ltd.	2004	SZSE	Dec-15	CNY	249.0	-11.1%	-88.2	-35.4%	1,354.0	429.3	924.7	68.3%
				Dec-16		311.6	+25.2%	52.1	16.7%	1,427.9	428.9	999.0	70.0%
EC	Alibaba Group	1999	NASDAQ	Mar-16	CNY	101,143.0	+32.7%	81,468.0	80.5%	364,245.0	114,706.0	249,539.0	68.5%
				Mar-17		158,273.0	+56.5%	60,029.0	37.9%	506,812.0	185,683.0	321,129.0	63.4%
検索エンジン	Baidu	2000	NASDAQ	Dec-15	CNY	66,381.7	+35.3%	37,906.6	57.1%	147,853.3	63,637.6	84,215.7	57.0%
				Dec-16		70,549.4	+6.3%	14,509.2	20.6%	181,997.4	84,255.0	97,742.4	53.7%
ポータル	Fang Holdings Ltd.	1999	NYSE	Dec-15	CNY	5,736.4	+31.6%	-145.9	-2.5%	14,881.1	9,333.1	5,548.0	37.3%
				Dec-16		6,362.9	+10.9%	-1,003.4	-15.8%	11,212.3	7,825.1	3,387.2	30.2%
	Bitauto Holdings Limited	2005	NASDAQ	Dec-15	CNY	4,254.2	+73.0%	-320.8	-7.5%	13,071.0	2,748.7	10,322.3	79.0%
				Dec-16		5,772.9	+35.7%	-143.8	-2.5%	29,982.5	16,173.0	13,809.5	46.1%
	Leju Holdings Limited	2013	NASDAQ	Dec-15	CNY	3,994.4	+16.1%	314.5	7.9%	4,348.4	1,405.5	2,942.9	67.7%
				Dec-16		3,881.3	-2.8%	-93.3	-2.4%	3,994.8	1,175.9	2,818.9	70.6%
	East Money Information Co.,Ltd.	2005	SZSE	Dec-15	CNY	2,925.9	+378.1%	2,110.9	72.1%	23,733.5	15,556.7	8,176.8	34.5%
				Dec-16		2,351.8	-19.6%	667.4	28.4%	26,985.9	14,154.7	12,831.2	47.5%
	Phoenix New Media Limited	2007	NASDAQ	Dec-15	CNY	1,609.2	-1.8%	97.9	6.1%	2,567.2	762.5	1,804.7	70.3%
				Dec-16		1,444.9	-10.2%	92.3	6.4%	3,168.5	1,006.1	2,162.4	68.2%
	Hithink RoyalFlush Information Network Co., Ltd.	2001	SZSE	Dec-15	CNY	1,441.9	+442.9%	1,120.1	77.7%	3,558.2	1,431.0	2,127.2	59.8%
				Dec-16		1,733.7	+20.2%	1,319.9	76.1%	4,079.2	1,126.0	2,953.2	72.4%
Shanghai DZH Limited	2000	SHSE	Dec-15	CNY	654.2	-29.2%	-423.8	-64.8%	2,895.1	315.2	2,580.0	89.1%	
			Dec-16		1,130.6	+72.8%	-1,735.9	-153.5%	1,648.7	702.8	945.9	57.4%	
Pacific Online Limited	2007	SEHK	Dec-15	CNY	1,096.4	+11.0%	227.9	20.8%	1,388.9	374.2	1,014.7	73.1%	
			Dec-16		974.3	-11.1%	180.1	18.5%	1,366.6	354.5	1,012.0	74.1%	

(注)インターネットサービスを提供している中国企業。

(出所)各社アニュアルレポート 11

<参考>上場企業の業績・財務

(百万円)

業種	会社名	設立年	上場	決算期	単位	売上	売上YoY	税前利益	税前利益/ 売上	総資産	総負債	純資産	純資産比率
ポータル	China Finance Online Co. Limited	1998	NASDAQ	Dec-15	CNY	745.1	+28.3%	195.6	26.3%	999.4	311.0	688.4	68.9%
				Dec-16		576.2	-22.7%	-47.2	-8.2%	1,162.8	571.1	591.7	50.9%
	Hubei Century Network Technology Co., Ltd.	2009	SZSE	Dec-15	CNY	239.8	+3.5%	88.1	36.7%	858.9	62.7	796.2	92.7%
Dec-16	344.1	+43.5%	115.2	33.5%		954.7	48.7	906.0	94.9%				
動画配信、モバイルTV	Leshi Internet information and technology corporation., Beijing	2004	SZSE	Dec-15	CNY	13,016.7	+90.9%	74.2	0.6%	16,982.2	13,167.0	3,815.1	22.5%
				Dec-16		21,951.0	+68.6%	-328.7	-1.5%	32,233.8	21,752.1	10,481.8	32.5%
SNS	YY Inc.	2005	NASDAQ	Dec-16	CNY	5,897.2	+60.3%	1,162.5	19.7%	7,302.8	4,055.9	3,246.8	44.5%
				Dec-16		8,204.1	+39.1%	1,783.8	21.7%	9,785.8	4,733.2	5,052.6	51.6%
	SINA corporation	1997	NASDAQ	Dec-15	CNY	5,717.7	+20.0%	320.1	5.6%	28,287.5	9,610.7	18,676.8	66.0%
				Dec-16		7,158.2	+25.2%	2,112.5	29.5%	29,751.6	8,289.7	21,461.9	72.1%
	Weibo Corporation	2009	NASDAQ	Dec-15	CNY	3,315.1	+43.0%	255.1	7.7%	5,821.5	1,464.8	4,356.6	74.8%
				Dec-16		4,549.3	+37.2%	762.9	16.8%	7,193.3	1,939.5	5,253.8	73.0%
	Qtone Education Group (Guangdong) Co., Ltd.	2005	NYSE	Dec-15	CNY	439.0	+128.0%	141.4	32.2%	2,348.8	349.0	1,999.8	85.1%
Dec-16				977.2		+122.6%	172.9	17.7%	2,570.6	453.4	2,117.2	82.4%	
RenRen Inc.	2002	NYSE	Dec-15	CNY	266.9	-7.8%	-1,488.6	-557.7%	8,231.4	2,197.4	6,034.1	73.3%	
			Dec-16		440.0	+64.8%	-1,202.9	-273.4%	8,171.3	3,043.8	5,127.5	62.7%	
Longmaster Information & technology Co., Ltd	1998	SZSE	Dec-15	CNY	316.6	+160.9%	110.4	34.9%	1,206.8	220.5	986.2	81.7%	
			Dec-16		398.1	+25.7%	88.1	22.1%	1,369.9	176.3	1,193.5	87.1%	
動画配信	Sohu	1996	NASDAQ	Dec-15	CNY	12,576.6	+21.2%	1,288.8	10.2%	19,751.4	8,514.5	11,236.9	56.9%
				Dec-16		11,459.6	-8.9%	-651.4	-5.7%	17,800.7	6,984.3	10,816.4	60.8%
	Tian Ge Interactive Holdings Limited	2008	SEHK	Dec-15	CNY	677.5	-2.1%	184.5	27.2%	2,500.2	191.5	2,308.7	92.3%
Dec-16	834.2	+23.1%	283.2	33.9%		2,907.0	283.1	2,624.0	90.3%				
広告	58.com Inc.	2005	NYSE	Dec-15	CNY	4,478.1	+175.0%	-1,879.3	-42.0%	26,380.3	7,989.0	18,391.3	69.7%
				Dec-16		7,592.1	+69.5%	-858.3	-11.3%	25,326.0	7,473.8	17,852.2	70.5%
メディア	People. Cn Co., Ltd	1997	SHSE	Dec-15	CNY	1,604.8	+1.3%	414.4	25.8%	3,603.6	487.5	3,116.0	86.5%
				Dec-16		1,431.8	-10.8%	233.3	16.3%	3,699.3	555.7	3,143.6	85.0%

(注)インターネットサービスを提供している中国企業。

(出所)各社アニュアルレポート12

照会先

三井住友銀行(中国)有限公司 企業調査部

関 龍一

TEL: (86)(21)3860-9911

E-mail: ryuichi_seki@cn.smbc.co.jp

陸 蓓倩

TEL: (86)(21)3860-9918

E-mail: beiqian_lu@cn.smbc.co.jp

企業調査部 体制

	姓名	担当業務
部長	土屋 尚史	総括、企画、マクロ経済
1係	係長 関 龍一	エレクトロニクス、鉄・非鉄、紙・パルプ、 マクロ経済(関)
	陸 蓓倩 (Lu Beiqian)	
2係	係長 鄧 曉丹 (Deng Xiaodan)	機械、造船、運輸、窯業、 マクロ経済(鄧)
	于 貞 (Yu Zhen)	
	孔 辰侃 (Kong Chenkan)	
3係	係長 木村 拓雄	自動車、石油化学、エネルギー
	房 磊 (Fang Lei)	
	崔 宜珊 (Cui Yishan)	
4係	係長 柳 笛 (Liu Di)	小売・流通、繊維アパレル、食品・外食、雑貨
	周 健怡 (Zhou Jianyi)	
5係	係長 于 甦鳴 (Yu Suming)	建設・不動産、金融、メディカル・ヘルスケア
	徐 初照 (Xu Chuzhao)	
-	王 言中 (Wang Yanzhong)	リサーチアシスタント、翻訳