Discussion Materials

LEAD THE VALUE

中国における食品加工業界の動向

2017年11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ください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。

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

目次

1.食品加工業界の動向	2
2.サブセクター別の動き	9
(1) 飲料	10
(2) 酒類	15
(3) 加工食品	18
(4) 総括	38
3.日系企業の現状	42
ご参考資料	45

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION
(CHINA) LIMITED

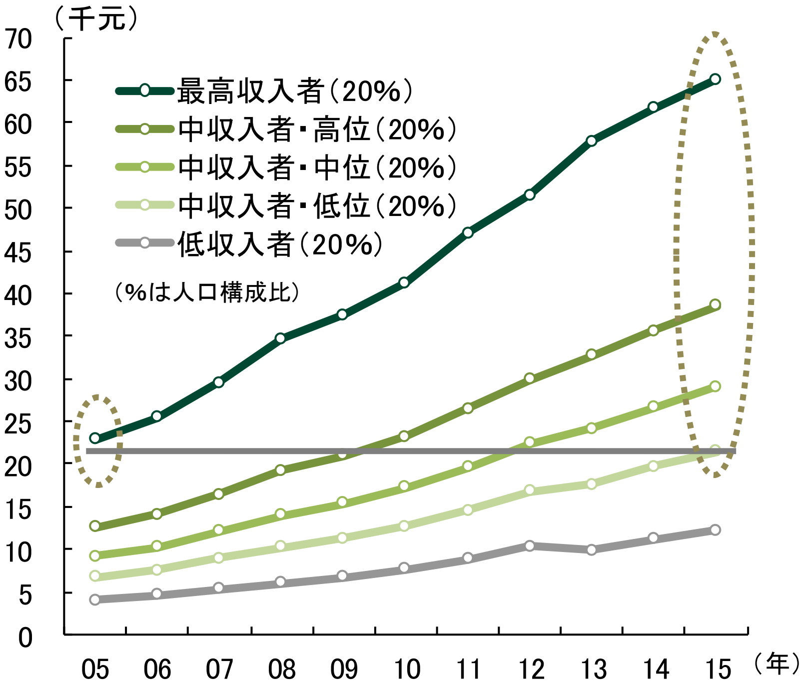
１.食品加工業界の動向

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

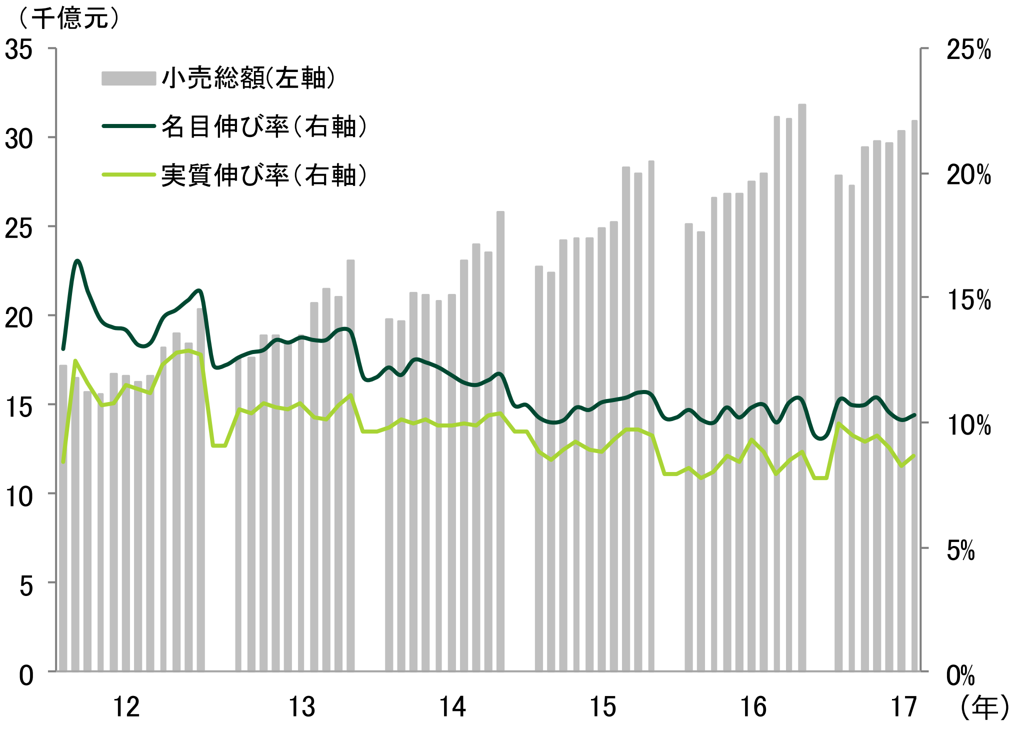
所得水準の向上に伴い、小売総額（注1）はここ数年2桁成長を続けてきましたが、近年成長ペースは鈍化しています。

都市部住民(注2)1人当り可処分所得の内訳



小売総額の推移

12年	13年	14年	15年	16年
21兆元	24兆元	27兆元	30兆元	33兆元
+14.3%	+13.1%	+12.0%	+10.7%	+10.4%



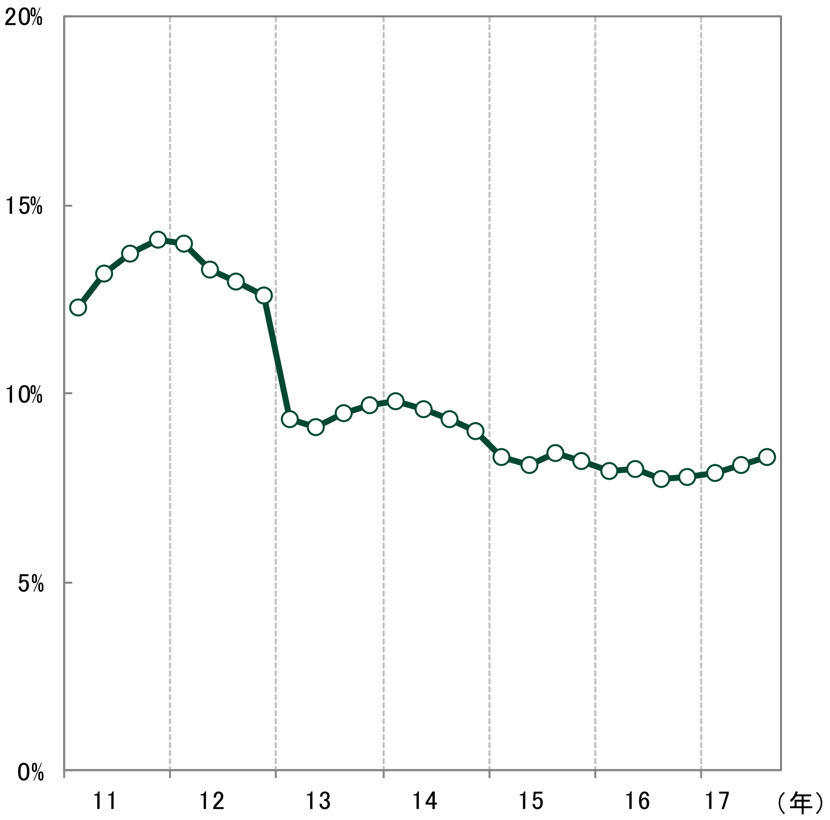
注1：小売総額とは、小売・卸売企業の小売販売額と外食企業の売上高の合計値を指す
注2：中国政府が定める「都市部」の常住住民

（出所）Wind資料を基に弊行作成

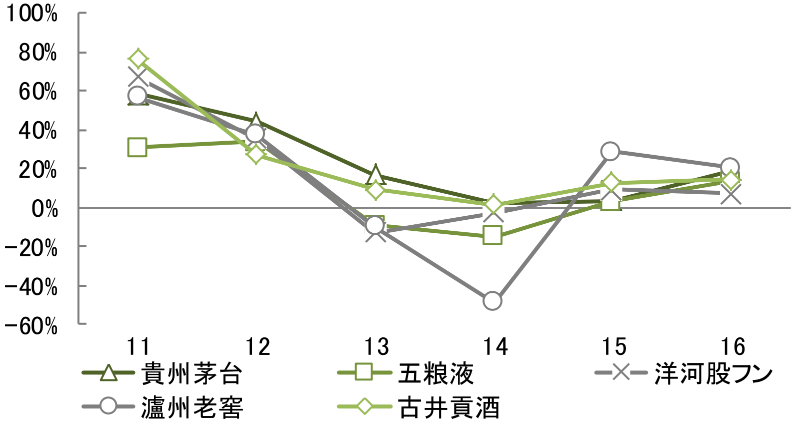
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

これまでの小売総額の成長ペース鈍化は、所得の伸び率低下、小売総額に含まれないサービス消費へのシフト等が挙げられます。また、13～14年には「倹約令」の影響を受け高級酒や外食など主に接待・贈答需要に関連する消費が低迷していた影響も小さくありません。

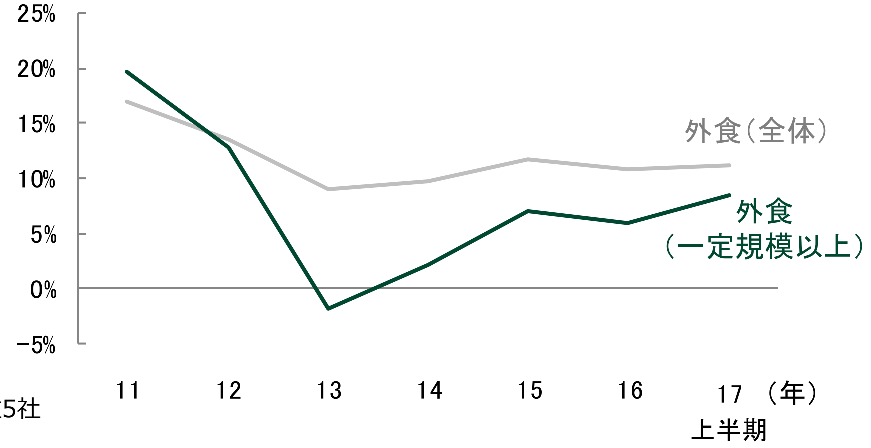
都市部住民の可処分所得伸び率(累計ベース)



上場白酒メーカーの売上伸び率



外食業売上の伸び率



注：白酒メーカーは、11年から16年までの財務データが取得可能な上場企業売上高上位5社

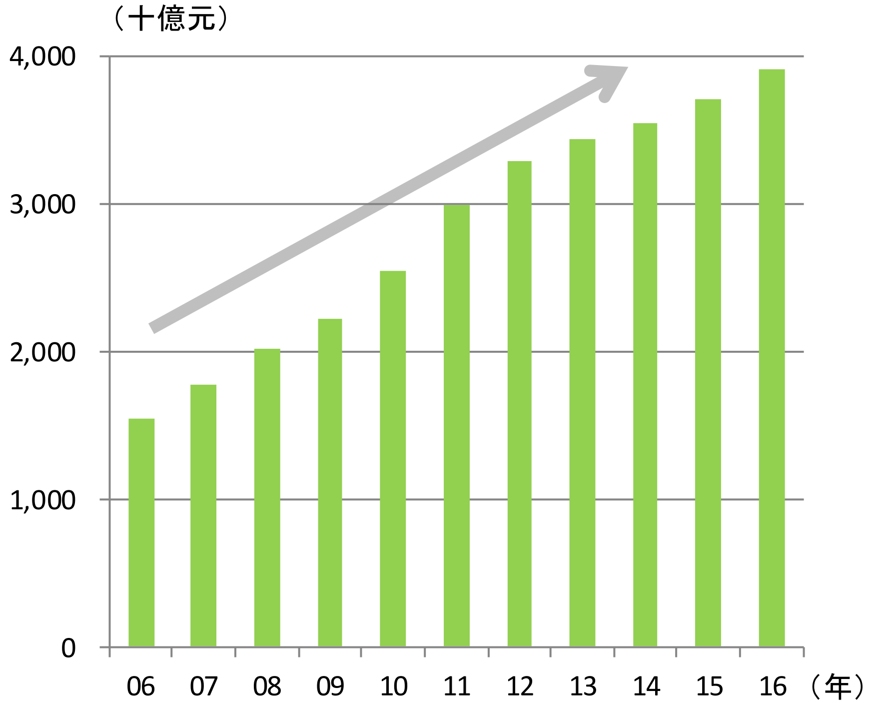
（出所）Wind資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

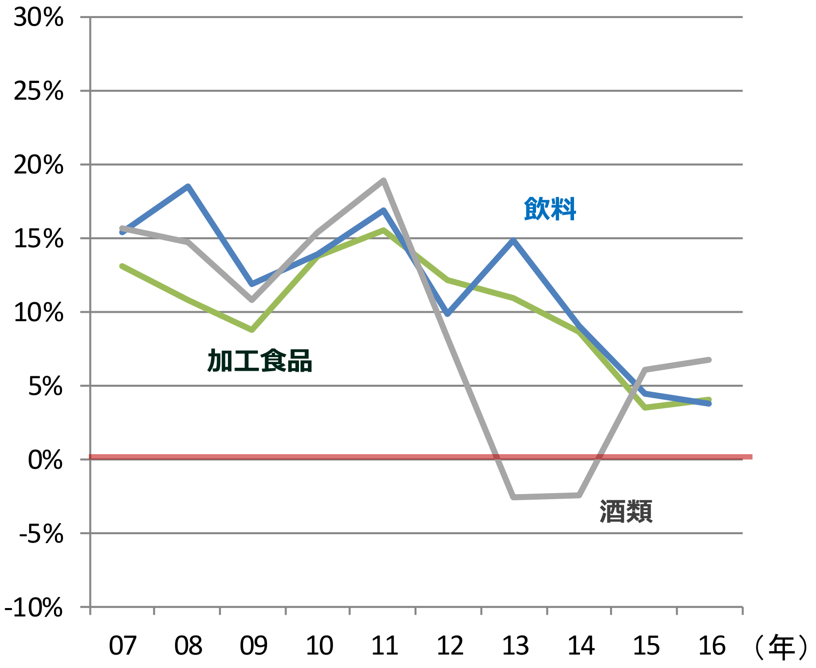
1.食品加工業界の動向　～　市場規模の推移

加工食品・飲料・酒類合計の売上高は16年時点で3.9兆元と06年の2.5倍強の規模に達しています。品目別でみれば、酒類は「倹約令」影響の一巡に伴い、伸びが回復しているものの、所得水準の伸び悩みや消費のモノからサービスへのシフトを受け、加工食品と飲料は近年成長ペースが鈍化傾向にあります。

加工食品・飲料・酒類合計の売上高推移



加工食品・飲料・酒類合計の売上高成長率



（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.
SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

近年、食品に関する不正が頻発し、"食の安全"に対する国民の関心はかつてなく高まってます。

発覚時期	問題食品	事件経緯
2003/11月	ハム	防腐剤として、農薬DDVPがハムに添加されていたことが発覚
2004/4月	粉ミルク	蛋白質などの栄養成分が不足した粉ミルクが流通し、飲用した一部の乳児が栄養失調となったほか、死亡事例も発生
2005/3月	フライドチキン、チリソースなど	工業用赤色着色料である「スーダンレッドⅠ」がチリソース等の調味料に添加されていたことが発覚
2006/11月	卵	卵の黄身を赤く見せるため、「スーダンレッドⅣ」が添加されていたことが発覚
2008/9月	粉ミルク	粉ミルクにメラミンが混入。飲用した一部の乳幼児が腎臓結石となったほか、死亡事例も発生
2010/3月	食用油	下水道の汚水を精製することにより再生された食用油が一部の店舗で利用されていたことが発覚
2011/3月	豚肉	赤身部分を増やすため、中毒を誘発する恐れのある塩酸クレンブテロール(「瘦肉精」)を飼料として混入した豚肉が流通
2011/11月	冷凍餃子	冷凍食品製品に黄色ブドウ球菌が混入
2012/3月	お茶	基準値を超過した残留農薬が混入したお茶パックが流通
2012/4月	炭酸飲料	山西省の一部工場で生産したコーラに塩素が混入
2013/7月	氷	ファストフード店の飲料用の氷に国の基準値の19倍の細菌数が含まれていたことが発覚
2014/7月	食肉	一部の食肉メーカーが消費期限切れの肉類を大量にファストフードに納入していたことが発覚
2014/12月	不正油	台湾で飼料用油脂や工業用油脂が食用油製品の原材料として使用されていたことが発覚
2015/6月	冷凍肉	40年前に生産された「ゾンビ肉」が密輸入され、地方都市で販売される事件が発覚
2017/3月	飼料	家畜飼料に癌を誘発する恐れのある抗菌剤オラキンドックス(Olaquindox)が添加されていたことが発覚

（出所）Wind資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.
SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

1.食品加工業界の動向　～　法規制

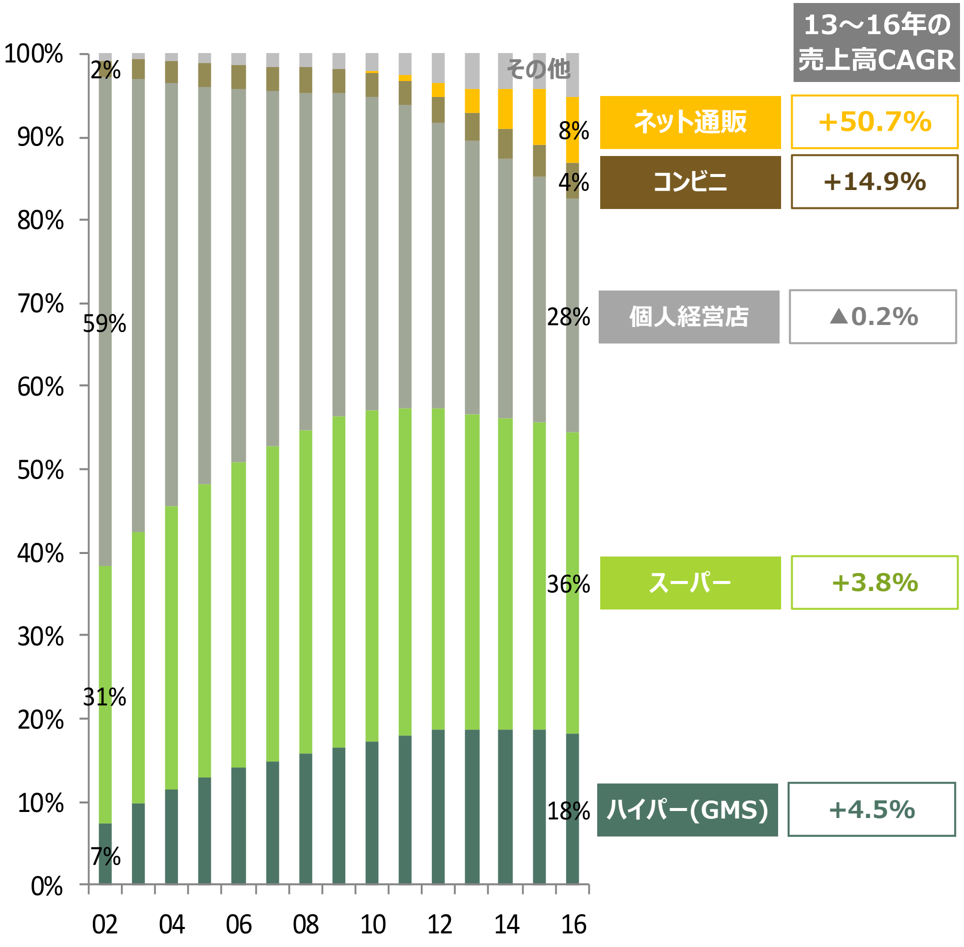
近年、食の安全に対する規制強化政策が相次いで打ち出されています。品質管理に強みを有する日系食品メーカーにとっては、中国におけるプレゼンスの向上に繋がる可能性があるとみられます。

年	法規制	規制の内容
09	食品安全法	・生産者責任の明確化 ・各基準項目の規格化 ・政府の監督管理職責制度の完備
15	食品安全法の改正	・生産・取扱業者の安全管理義務を強化 ・監督管理体制の強化と法的責任適応の厳格化 ・特殊食品（乳幼児食品、保健食品）の管理厳格化
16	食品安全基準と監督評価 13次五ヵ年計画	・2020年までに300項目の食品安全に関する国家基準を設定・修正 ・食品安全リスク評価と基準策定用のコア実験室を7つ建設 ・すべての県レベルの行政区をカバーするリスク監視体制を整備 ・食品の栄養と安全知識の宣伝を強化 ・食品安全関連人材の育成を強化(2020年までに国家レベル人材を100名、省レベル人材を1,000人、市レベル人材を4,000人、県レベル人材を10,000人育成）
17	食品安全13次五ヵ年計画	・国際基準に近い品質基準の整備 ・農産物品質安全法、食品安全法実施条例、農薬管理条例、乳製品品質安全監督管理条例など、関連法規制を整備 ・農薬・獣医薬残留問題の解決に向けた、農業生産段階の監督強化 ・食品安全スポットチェックは全種類・全品目をカバー ・監督管理体制と罰則を厳格化

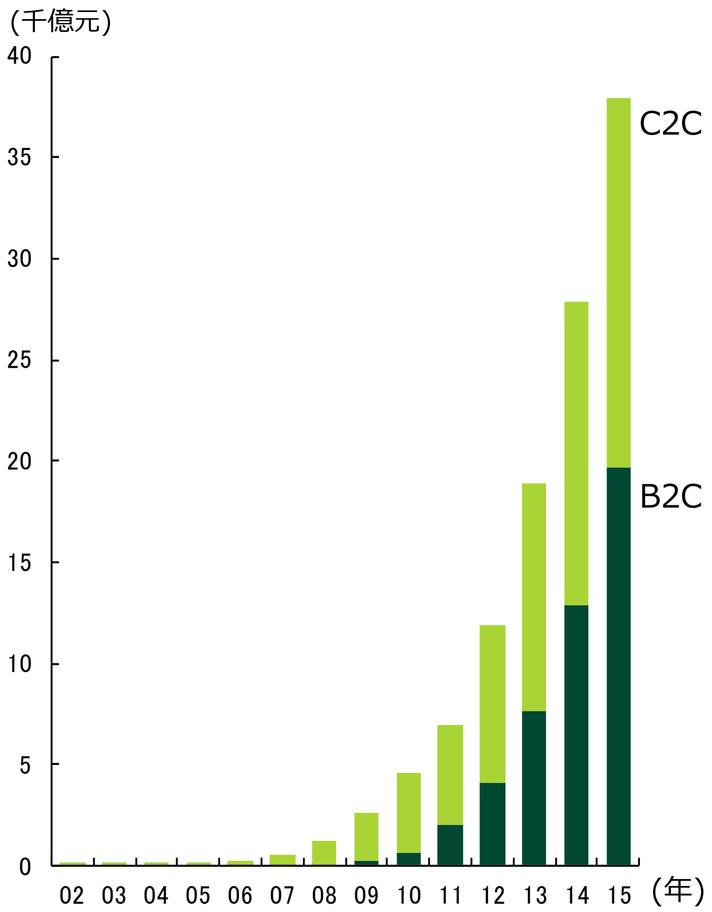
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

販売チャネル別でみれば成長率の差が現れてきており、近年ではネット通販、コンビニ経由の売上高が堅調に拡大しています。

加工食品売上高の販売チャネル別構成



中国ネット通販市場の規模推移



(出所)Euromonitor、iResearch資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

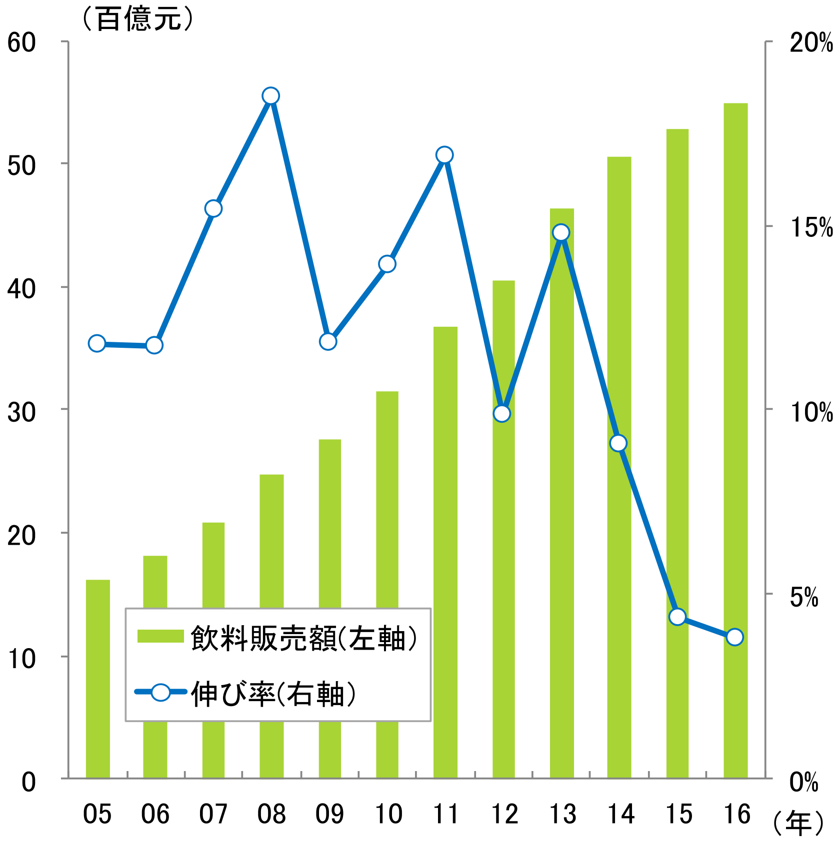
２.サブセクター別の動き

（１）　飲料
（２）　酒類
（３）　加工食品
（４）　総括

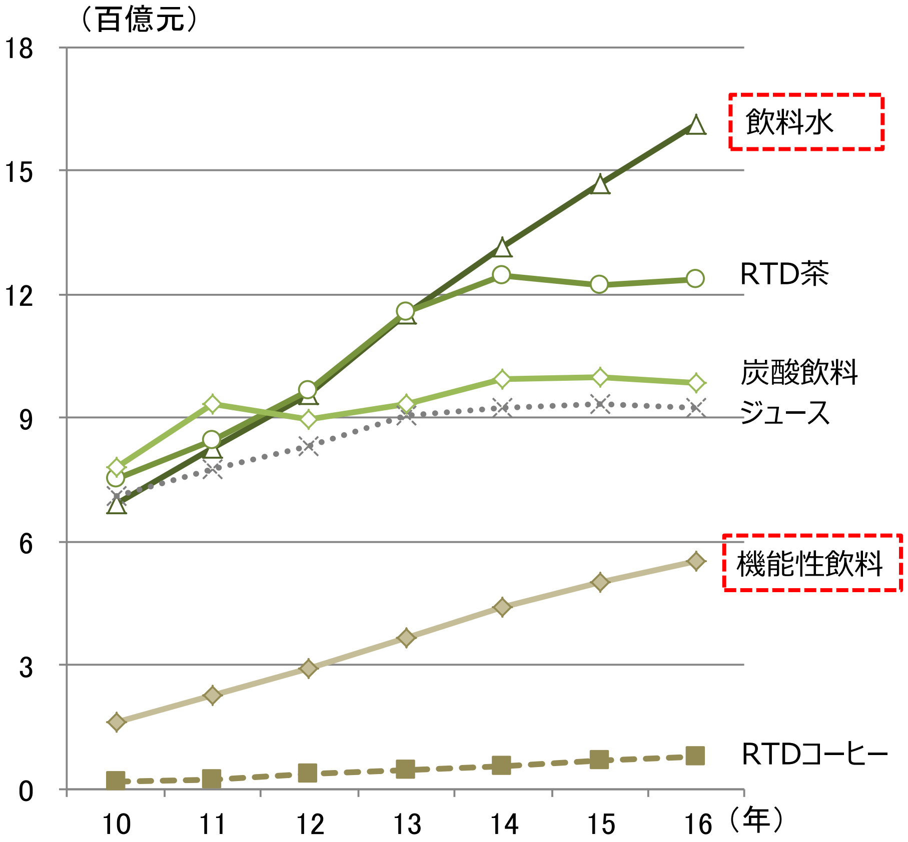
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.
SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

近年では健康志向の向上に伴い、糖質含有量が高い炭酸飲料やRTD（注）茶、低濃度ジュースの需要の伸びが鈍化する一方、機能性飲料や飲料水市場の需要は堅調に拡大しています。

中国飲料市場の推移



商品別の販売額推移



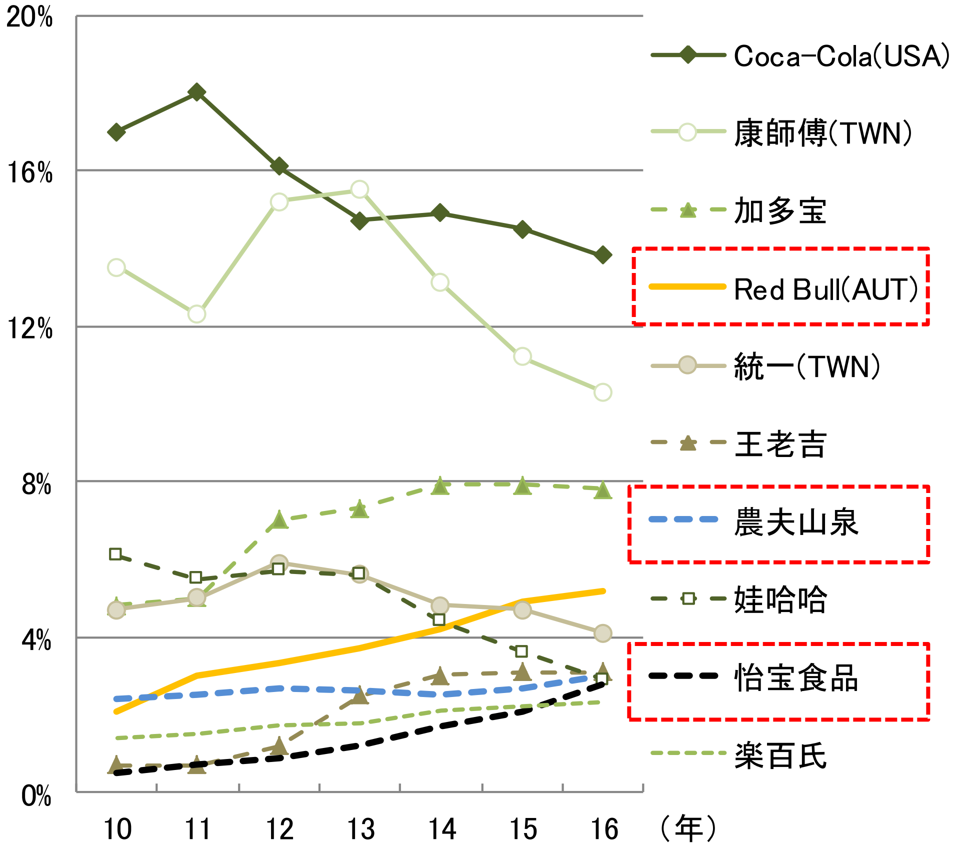
注：Ready To Drinkの略称。ペットボトルや缶に充填され、小売店舗などで販売される飲料を指す。

（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

炭酸飲料を中心に取り扱う欧米系メーカーや、糖質含有量が高いRTD茶・低濃度ジュースを中心に取り扱う台湾系メーカーの市場シェアが低下しています。一方、機能性飲料や飲料水を中心に取り扱うメーカーのシェアが高まっています。

販売額上位10社のシェア推移



上位10社の販売額推移

（億元）

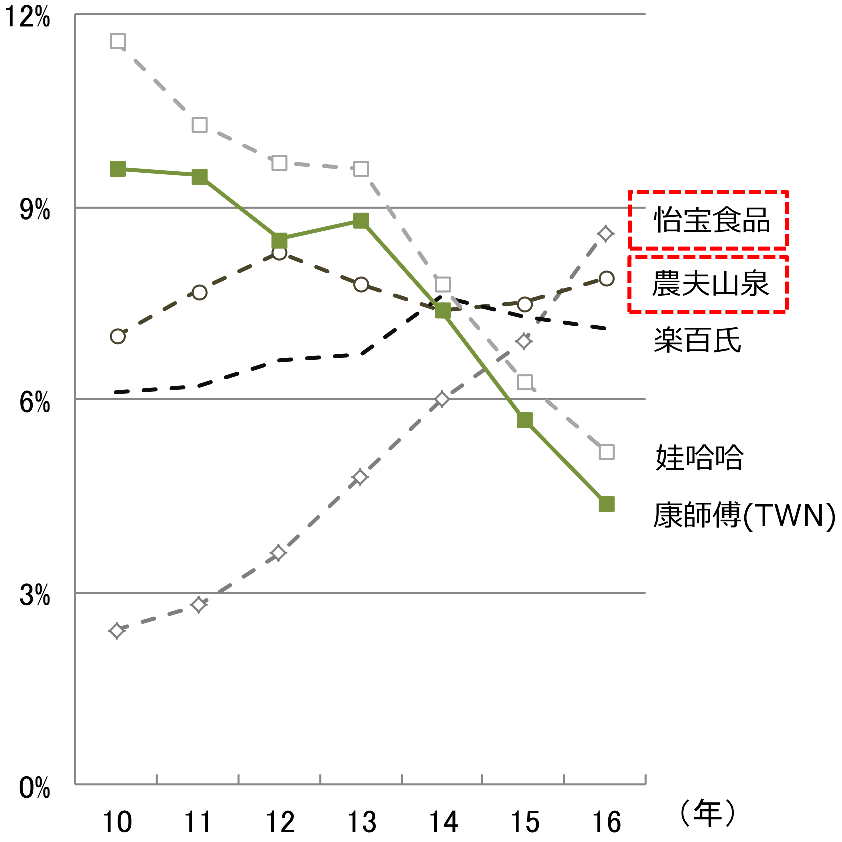
順位	会社名	10	11	12	13	14	15	16
1	Coca-Cola(USA)	421.6	516.8	504.6	536.5	596.1	599.0	591.3
2	康師傅(TWN)	333.8	354.9	479.2	564.4	522.0	465.8	441.6
3	加多宝	117.9	144.3	219.9	268.1	315.3	326.0	334.7
4	Red Bull(AUT)	50.9	84.9	104.4	135.2	169.0	201.1	221.6
5	統一(TWN)	116.9	143.8	185.9	204.3	191.7	192.7	177.3
6	王老吉	17.9	21.1	38.6	92.9	120.2	129.7	132.8
7	農夫山泉	59.4	72.0	85.0	94.6	100.2	111.4	126.9
8	娃哈哈	151.0	158.6	180.2	203.3	174.2	147.6	124.6
9	怡宝食品	13.4	19.1	28.6	45.6	66.1	85.9	118.6
10	楽百氏	33.9	41.7	52.0	64.5	83.8	91.4	98.0

（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

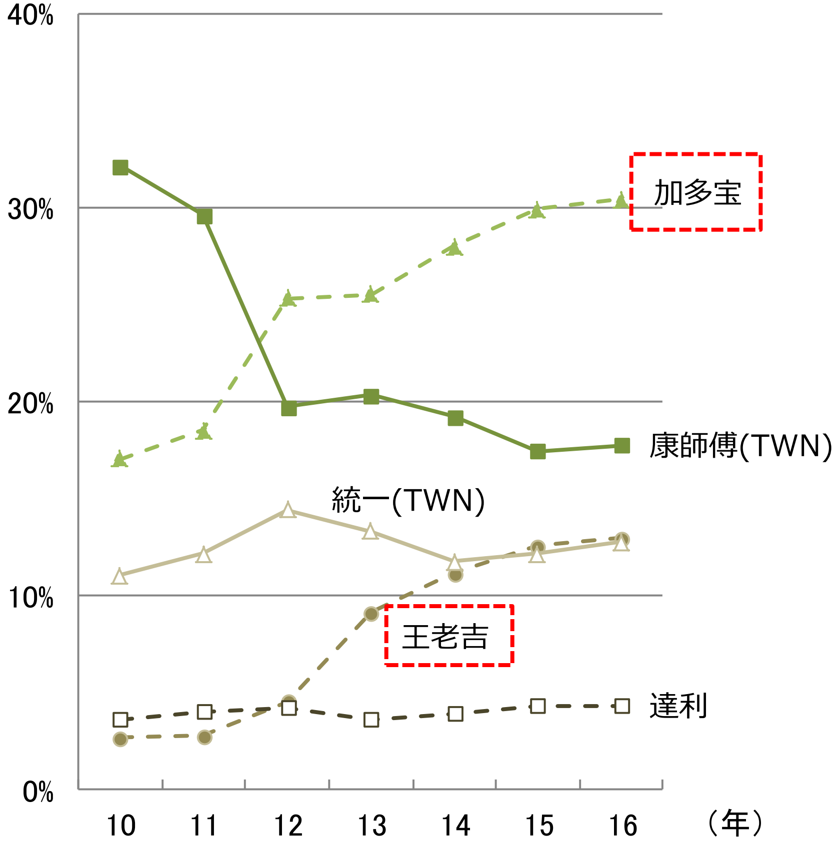
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

飲料水市場では中高価格帯商品を中心に取り扱う地場系メーカーのシェアが高まっています。RTD茶市場では健康増進効果をアピールする涼茶メーカーの「加多宝」と「王老吉」がシェアを伸ばしてきました。

飲料水販売額上位5社のシェア推移



RTD茶販売額上位5社のシェア推移



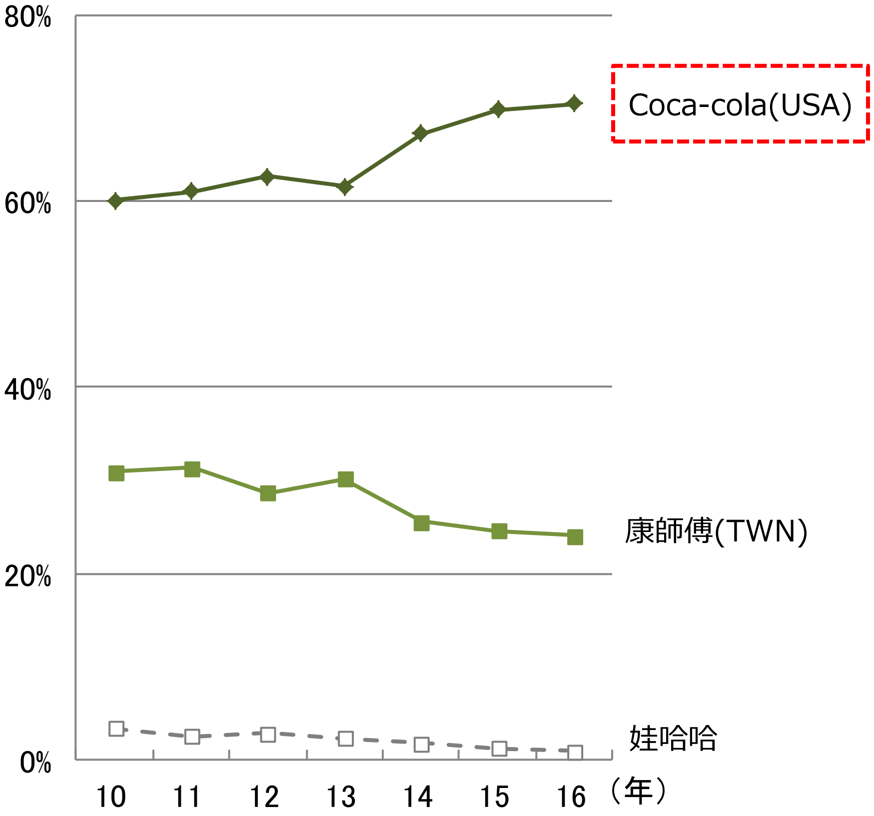
（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

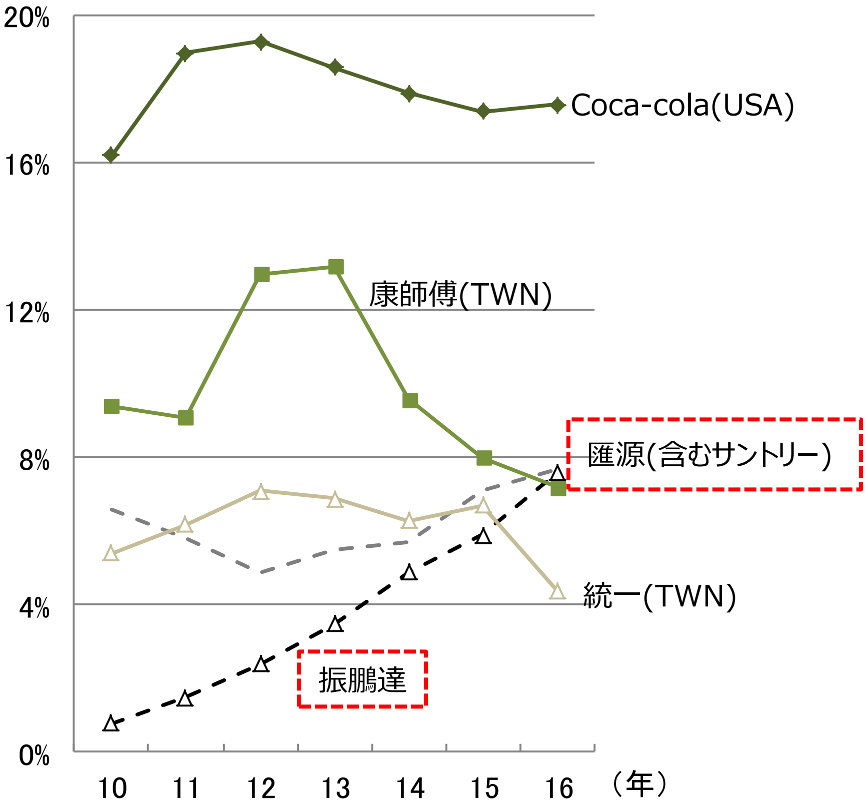
2.サブセクター別の動き　（1）飲料　③炭酸飲料・ジュース

炭酸飲料市場では外資系2社が9割強のシェアを寡占しています。ジュース市場では、100%ジュースを中心に手掛ける匯源と振鵬達のシェアは上昇傾向にあります。

炭酸飲料販売額上位3社のシェア推移



ジュース販売額上位5社のシェア推移

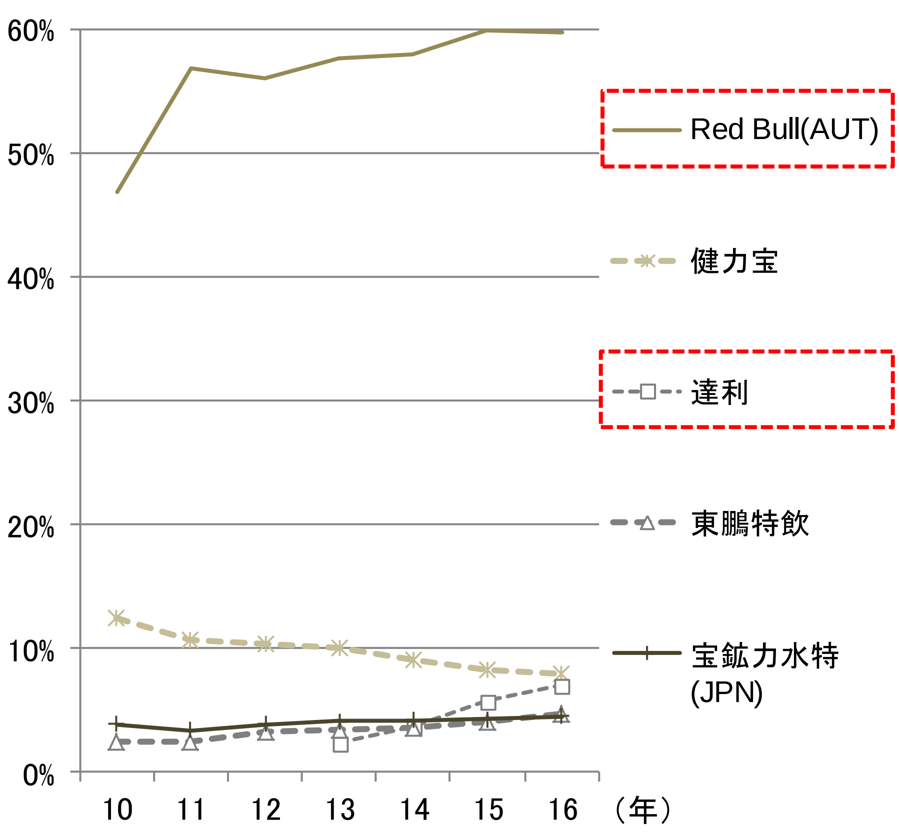


（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

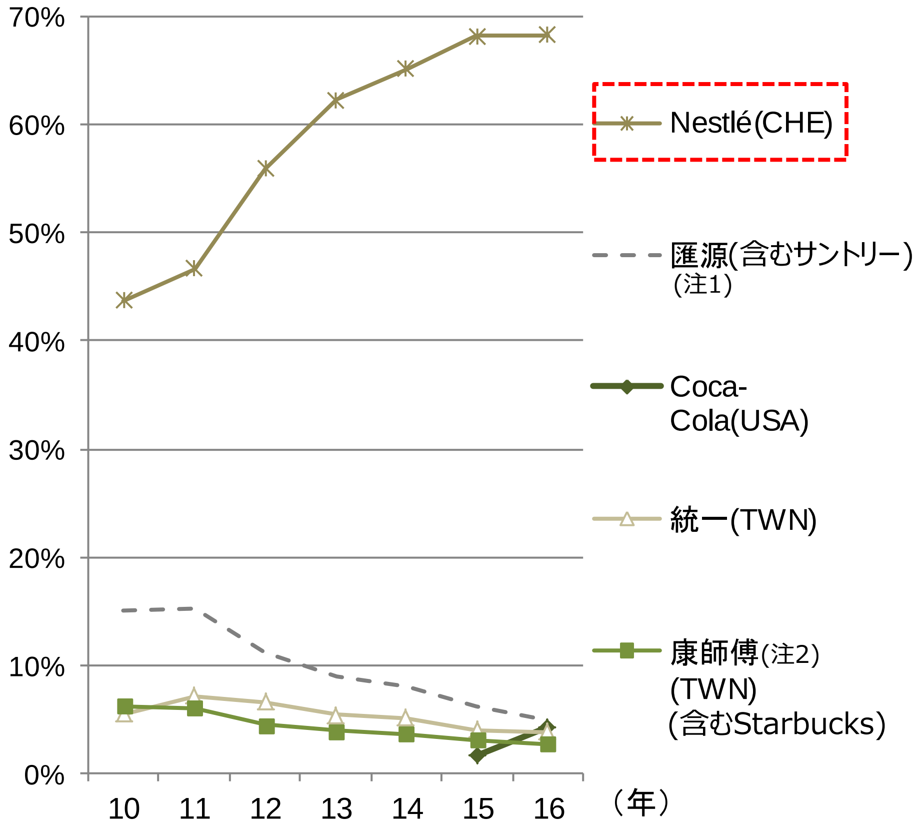
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

機能性飲料市場では、外資系大手のRed Bullは海外での成功経験を持ち込み、進出当初からテレビCMなどの広告宣伝を積極的に実施したほか、飲用頻度を高めるべく、気楽に飲める清涼飲料としてのイメージを強化してきたこと等から、足元では60%のシェアを有しています。RTDコーヒー市場では、中国進出が早く、インスタントコーヒー商品で高い知名度を確立した世界大手のNestléが70%のシェアを占めています。

機能性飲料販売額上位5社のシェア推移



RTDコーヒー販売額上位5社のシェア推移

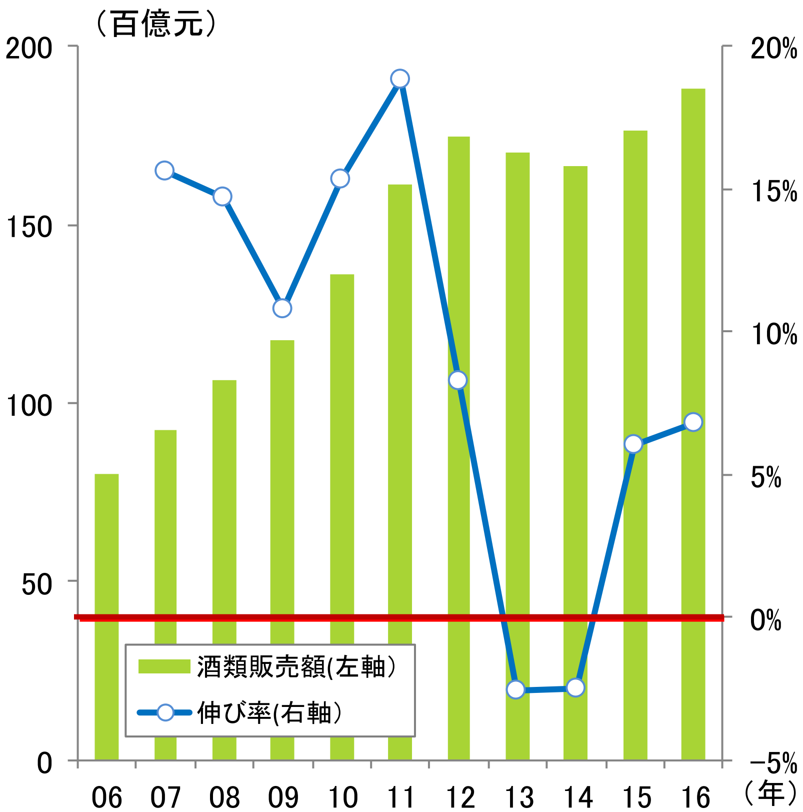


注1：13年まではサントリーのシェア。
注2：14年まではStarbucksのシェア。　（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

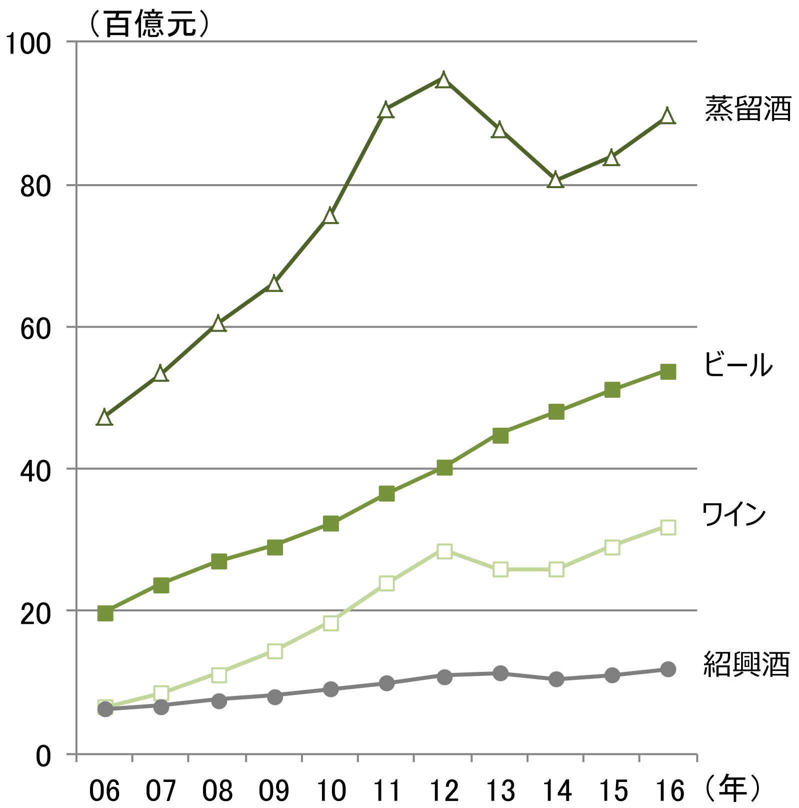
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.
SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

13年より本格化した倹約令の影響を受け、酒類市場の5割を占める蒸留酒の売上高の下落に伴い、全体の市場規模が一時期縮小しました。尚、倹約令影響の一巡や、一般消費者の購入増等に伴い、15年からは需要が回復しています。

酒類の市場規模と伸び率



商品別の販売額推移

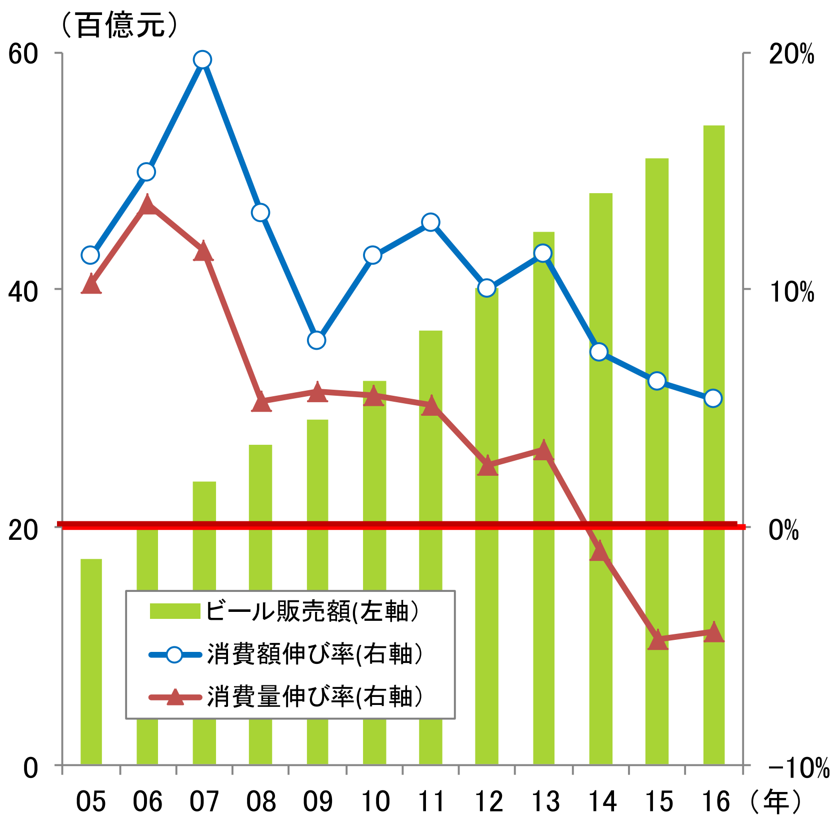


（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

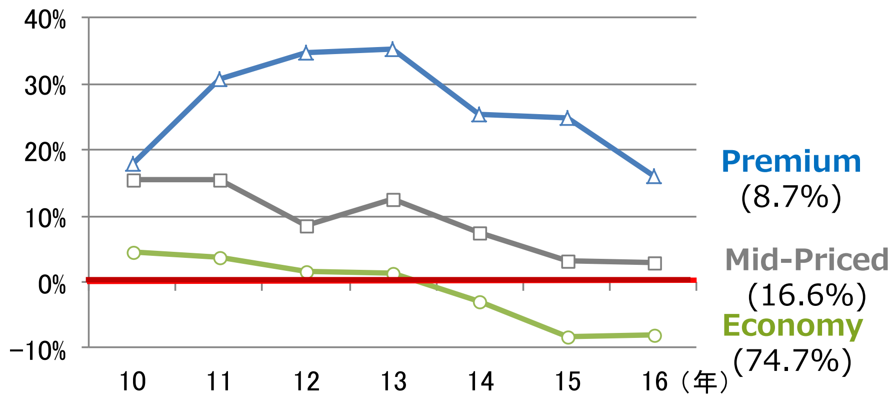
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

若者のビール離れや、ビールが多く消費される屋台に対する営業の取り締まり強化、飲酒運転の厳罰化等を受け、ビールの消費量は14年からマイナス成長に転じました。但し、消費者ニーズが高価格帯商品にシフトする中、消費額は拡大が続いています。

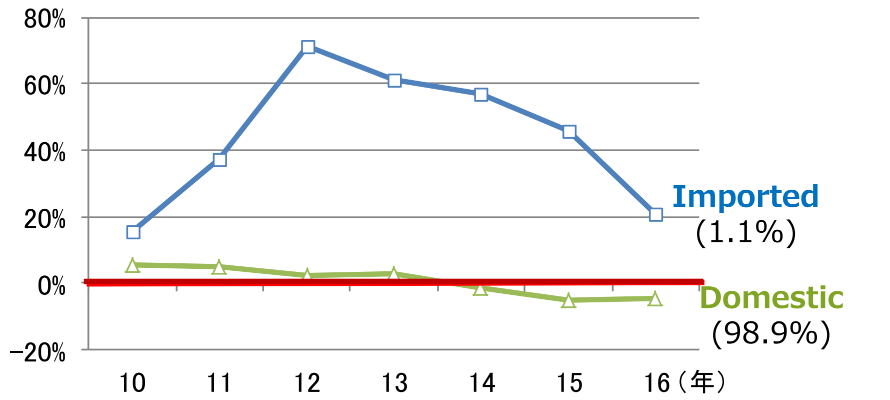
中国ビール市場の推移



価格帯別の販売量の伸び率



生産地別の販売量の伸び率



注：()内は構成比率。
Premium、Mid-PricedとEconomyは、価格をベースに、商品の包装とポジショニングも考慮に入れて分類している。

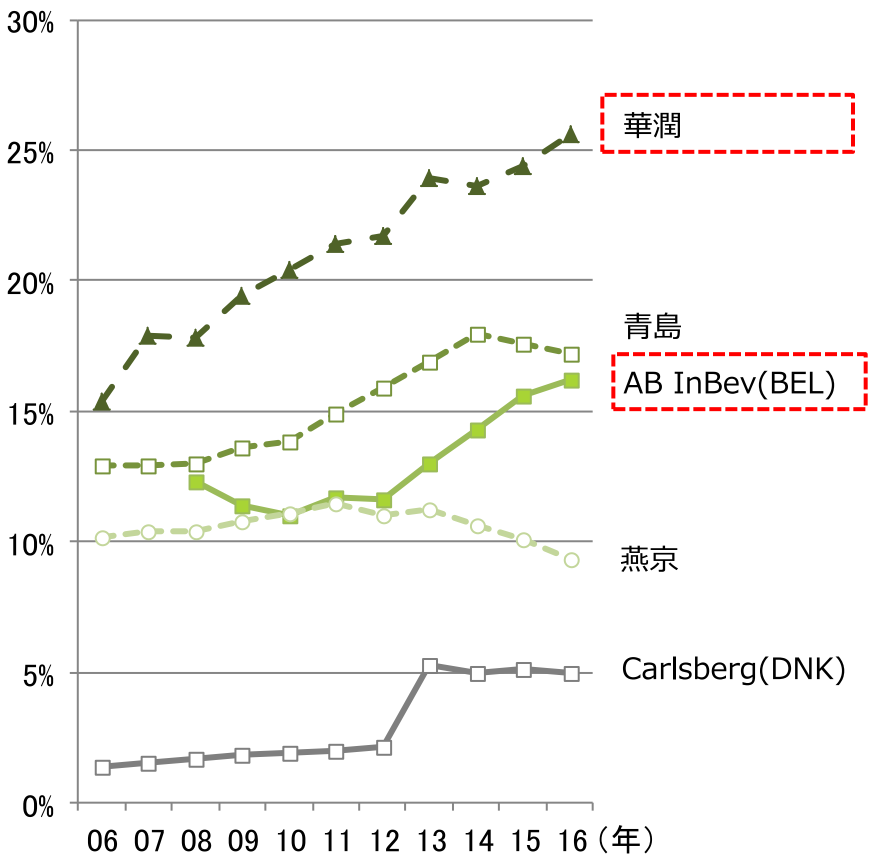
（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

SMBC SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

ビール業界では中小メーカーの淘汰に伴い上位集中度が高まっています。また、プレーヤー別で見れば、積極的な拡張戦略を取っている地場系メーカーの華潤と高価格帯商品で高いブランド力を有する外資系メーカーのAB InBevはシェアを伸ばしています。

販売量上位5社のシェア推移



各社の傘下ブランド別の市場シェア(16年)

華潤	Snow	Blue Sword	Kingway	Xihu
	23.1%	0.8%	0.7%	0.2%
	Zhong Hua			
	0.1%			
青島	Tsingtao	Laoshan	Hans	Xin Immense
	9.9%	3.0%	1.9%	1.7%
AB InBev	Harbin	Budweiser	Sedrin	Double Deer
	6.4%	3.6%	2.0%	0.7%
	Nanchang	Jinlongquan	Boss	KK
	0.7%	0.7%	0.6%	0.4%
燕京	Yanjing	Liquan	Huiquan	Snow Deer
	7.1%	1.2%	0.5%	0.1%
Carlsberg	Tuborg	Dali	Carlsberg	Wusu
	0.7%	0.4%	0.4%	0.4%
	Shancheng	Huanghe	Huashi	Lhasa
	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%
	Carlsberg Chill	Xi Xia	Xin Jiang	
	0.2%	0.2%	0.1%	

注：Carlsbergは13/11月に重慶ビール(12年市場シェア：2.3%)を買収。

（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

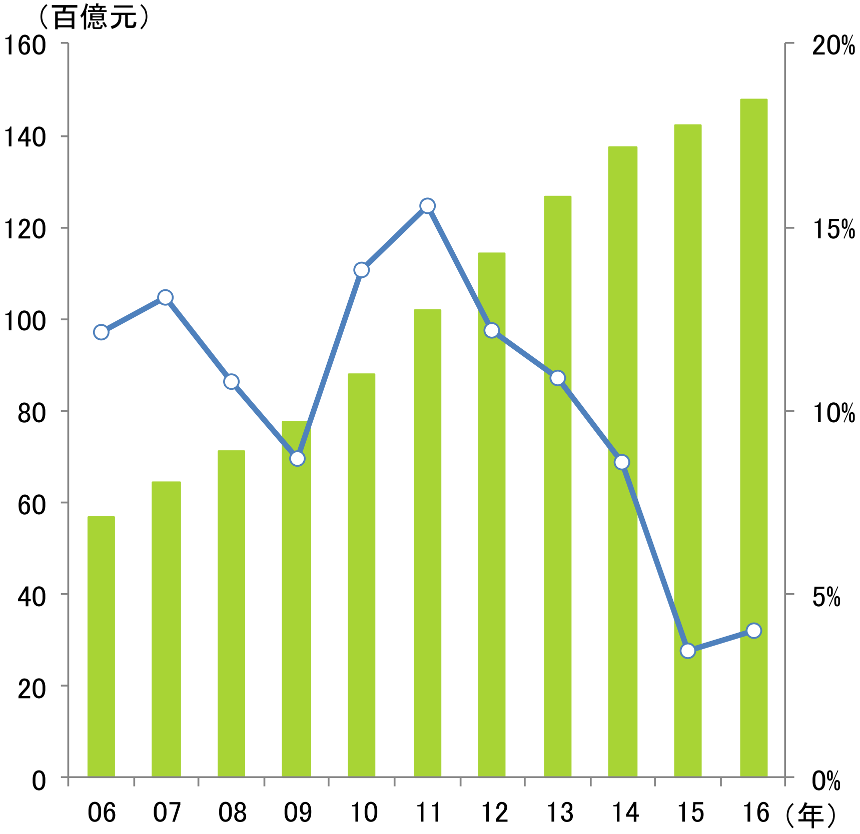
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

SMBC SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

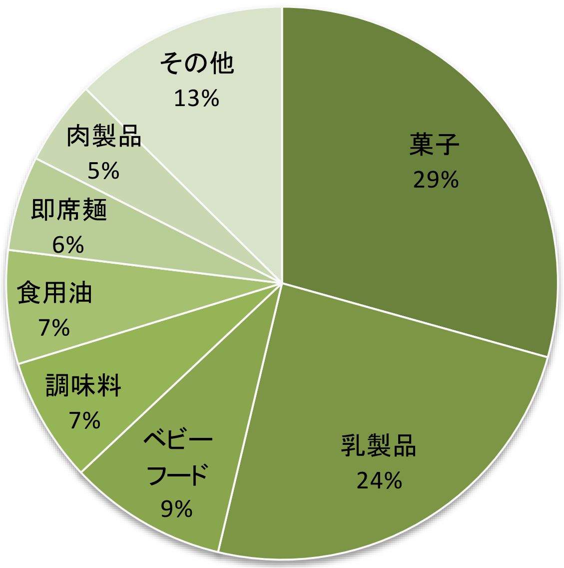
2.サブセクター別の動き　（3）加工食品　①全体

所得水準の伸び悩みや消費のモノからサービスへのシフトを受け、加工食品の成長ペースは近年鈍化傾向にあります。商品別では、菓子と乳製品が合計で5割を占めています。

中国加工食品の市場規模と伸び率



加工食品市場の内訳(16年)



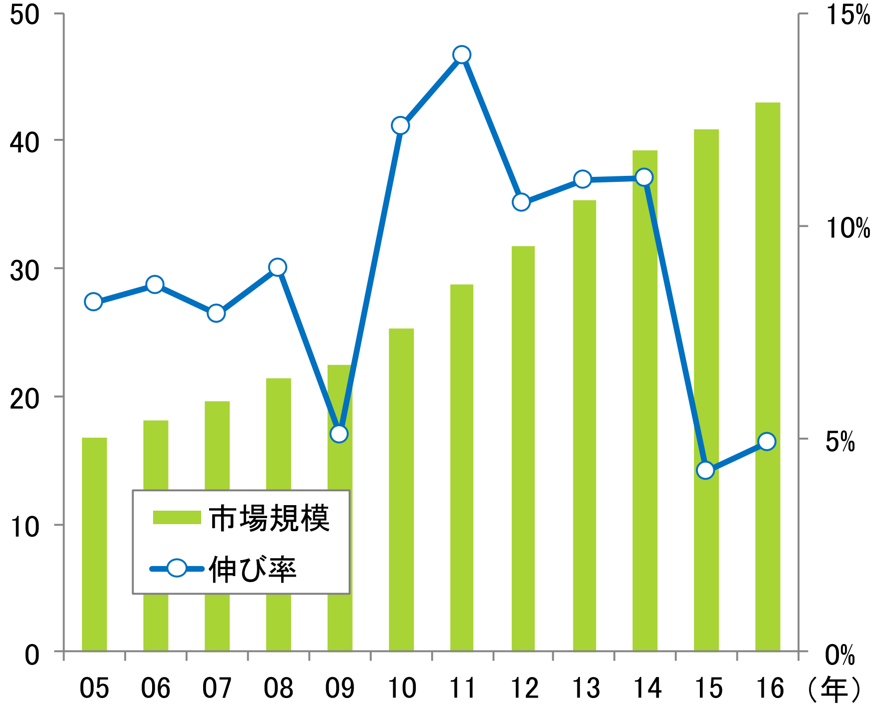
（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

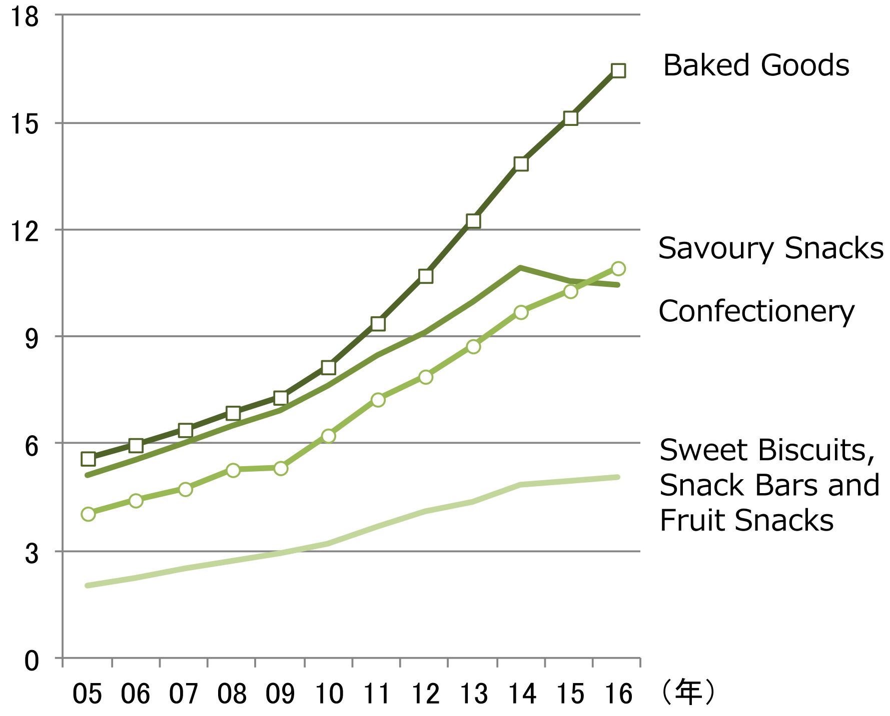
2.サブセクター別の動き　（3）加工食品　②菓子

健康志向の向上を背景に、15年からのConfectionery類(飴類、チョコレート、ガムを含む)の市場縮小が菓子全体の伸びを押し下げました。

菓子の市場規模と伸び率



商品別の販売額の推移



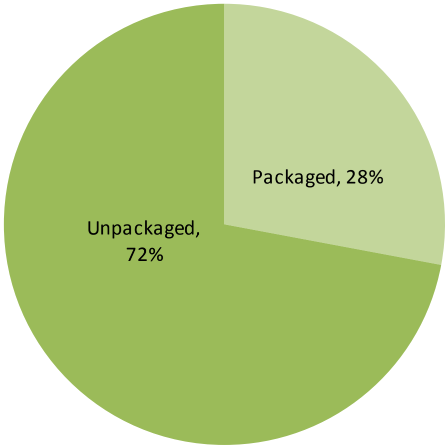
注：Baked Goodsとは、ケーキ、パン、ワッフルなど焼き菓子のことを指す。
Confectioneryとは、飴類、チョコレート及びガムのことを指す。
Savoury Snacksとは、塩味や辛味のスナックのことを指す。
Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacksとは、甘いビスケット、スナックバー、フルーツスナック(フルーツの漬け物やドライフルーツ等)のことを指す。

（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

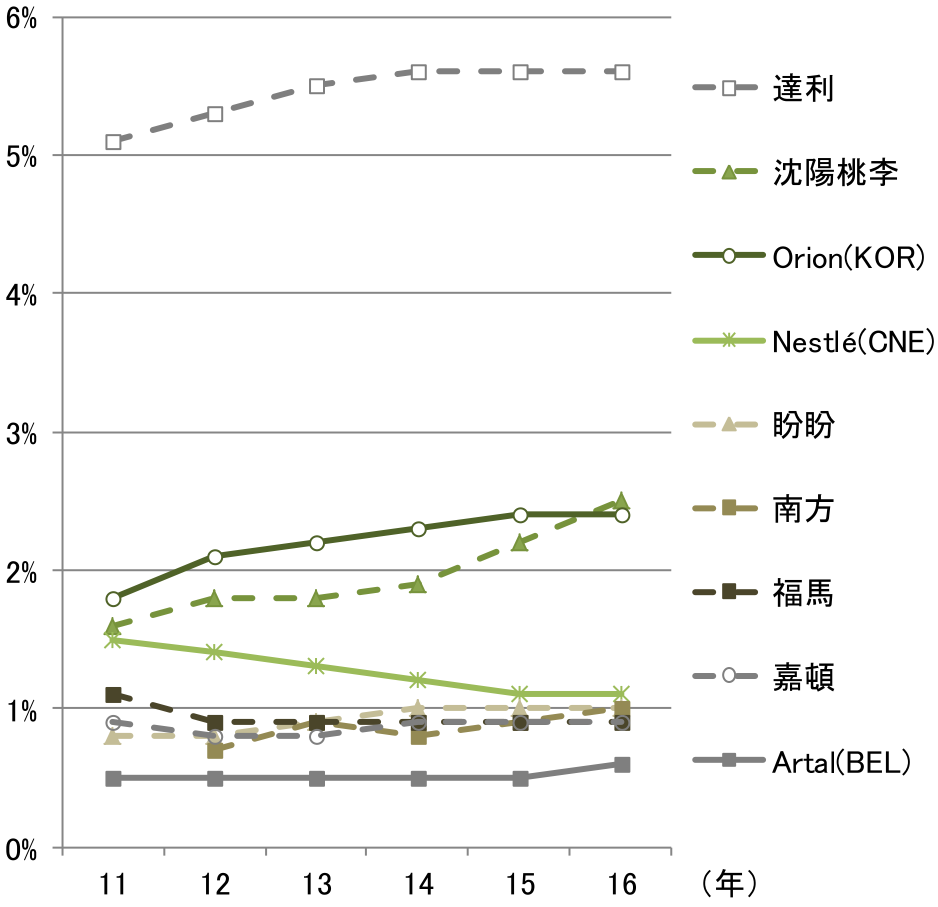
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

Baked Goods市場ではベーカリーショップ等で販売される未包装のものが約7割を占め、市場集中度は低水準に止まっています。

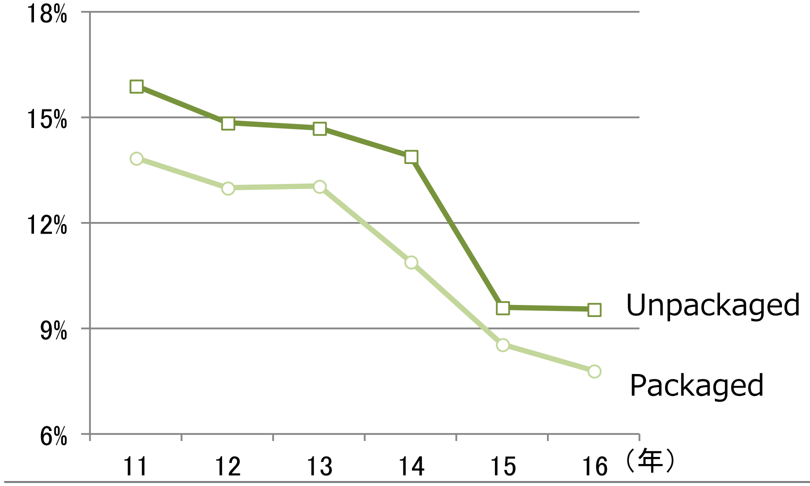
Packaged, Unpackaged別の販売額構成



販売額上位10社のシェア推移



商品別の伸び率推移

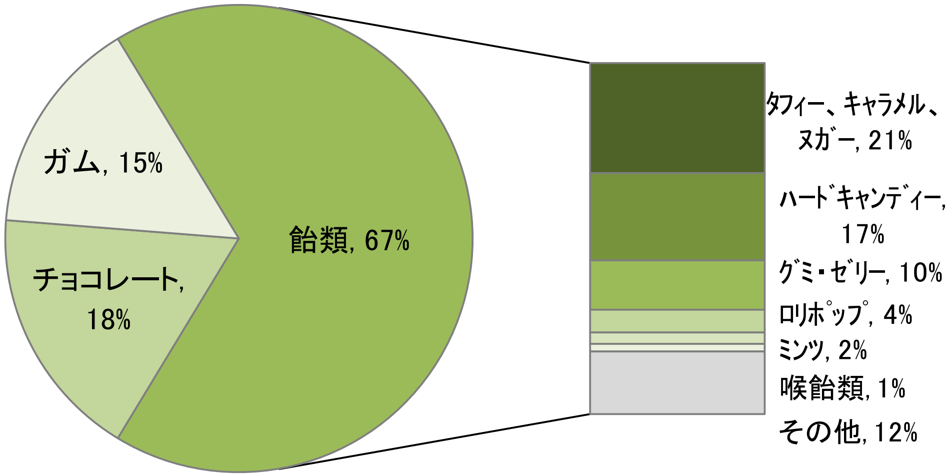


（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

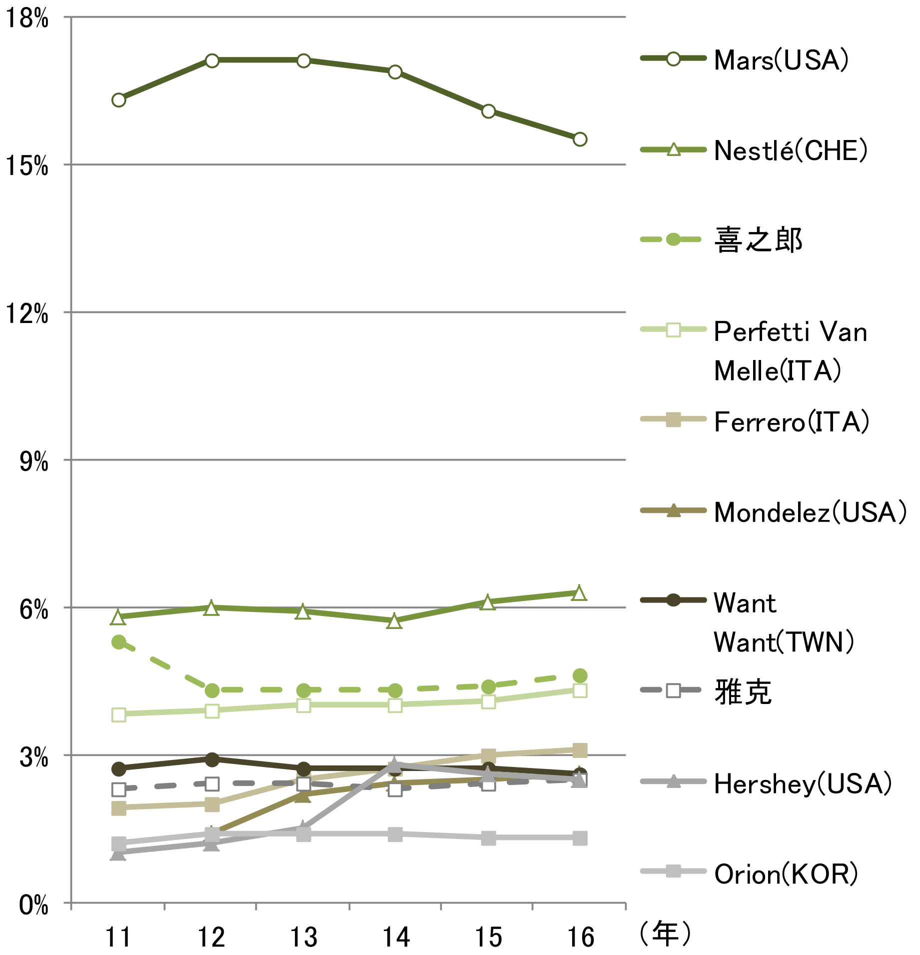
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

飴類、チョコレート、ガムを中心とするConfectionery市場では、外資系メーカーのプレゼンスが高く、上位10社のうち8社を占めています。

販売額の商品別構成(16年)



Confectionery全体の販売額上位10社のシェア推移



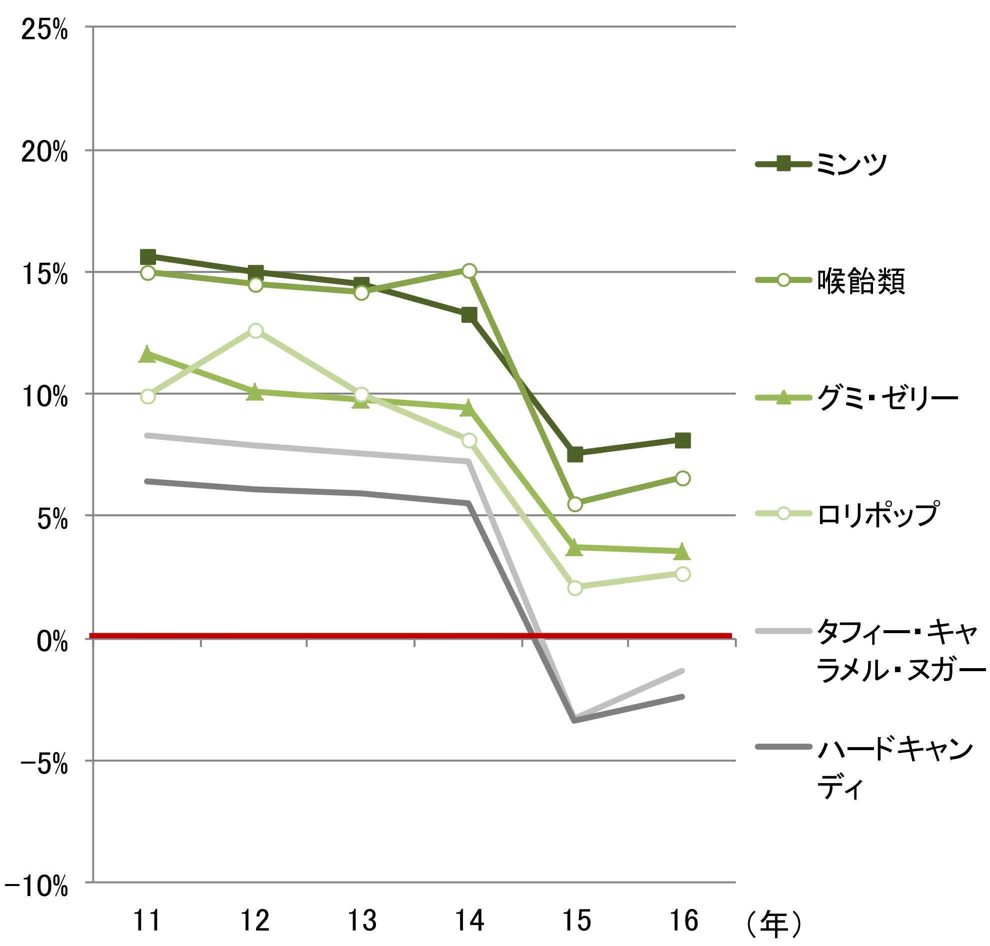
（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

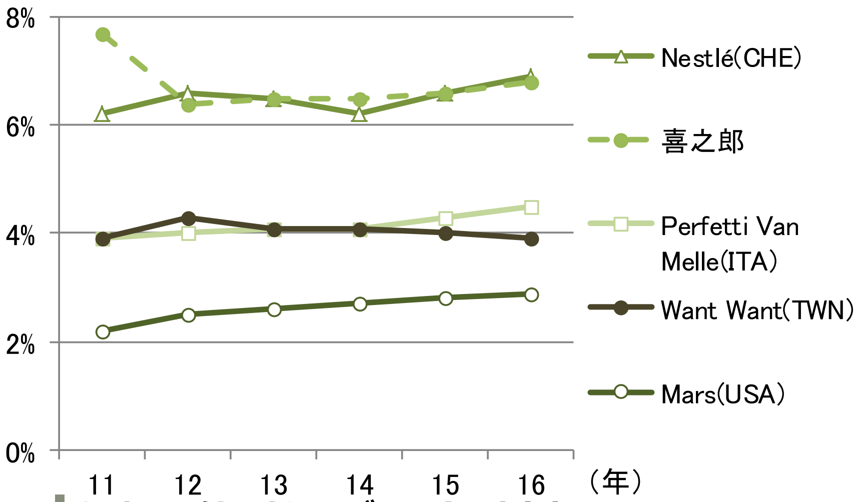
2.サブセクター別の動き（3）加工食品　②菓子～ Confectionery

健康志向の高まりを背景に、飴類全体は市場縮小を余儀なくされています。尚、機能性を訴求できるミンツと喉飴は引き続き年率+5%超の成長を維持しています。

飴類販売額の商品別伸び率



飴類販売額上位5社のシェア推移



飴類上位5社のブランド別市場シェア

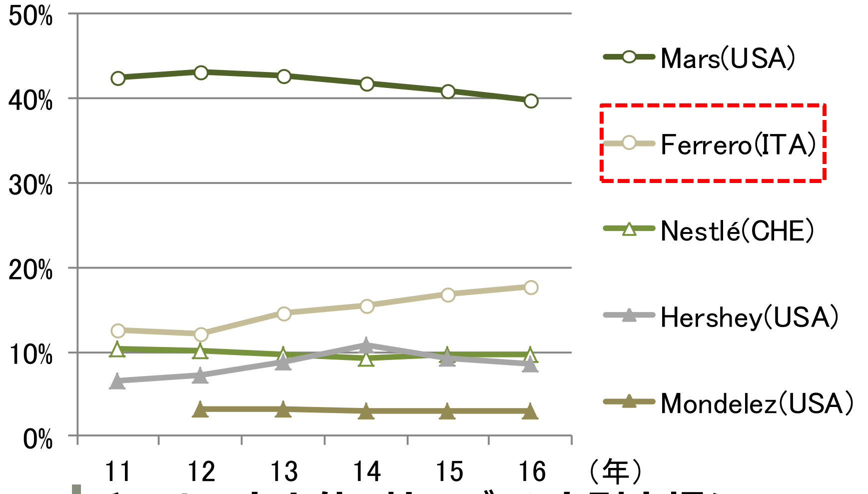
Nestlé	Hsu-Fu-Chi	Dr Bear	Frutips
	4.8%	1.3%	0.2%
Perfetti Van Melle	Mentos	Chupa Chups	
	0.6%	0.5%	
喜之郎	喜之郎		
	6.8%		
Want Want	Wang Zai QQ	Hey New	
	1.9%	0.3%	
Mars	Wrigley's	Skittles	Sugus
	1.7%	0.4%	0.1%

（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

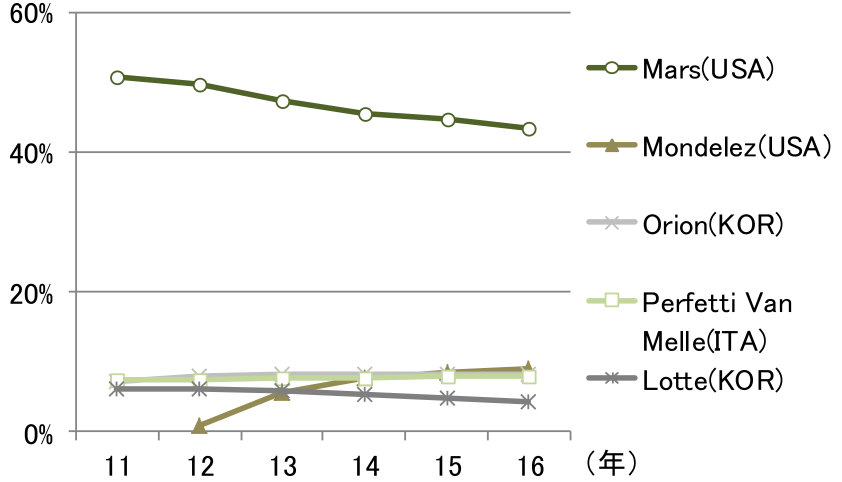
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

豊富な品揃えを有する米国大手菓子メーカーのMarsは、チョコレートとガム市場で共に約4割のシェアを有しています。また、チョコレート市場では、高価格帯商品を中心に手掛けるFerreroのシェアが高まっています。

チョコレート販売額上位5社のシェア推移



ガム販売額上位5社のシェア推移



チョコレート上位5社のブランド別市場シェア

Mars	Galaxy/Dove	M&M's	Snickers	Maltesers
	26.2%	7.4%	5.8%	0.2%
Ferrero	Ferrero Rocher	Kinder		
	13.4%	1.4%		
Nestlé	Nestlé	Hsu-Fu-Chi		
	8.7%	1.0%		
Hershey	Hershey's	Golden Monkey		
	5.7%	0.6%		
Mondelez	Cadbury	Oreo	Toblerone	
	1.7%	0.4%	0.1%	

ガム上位5社のブランド別市場シェア

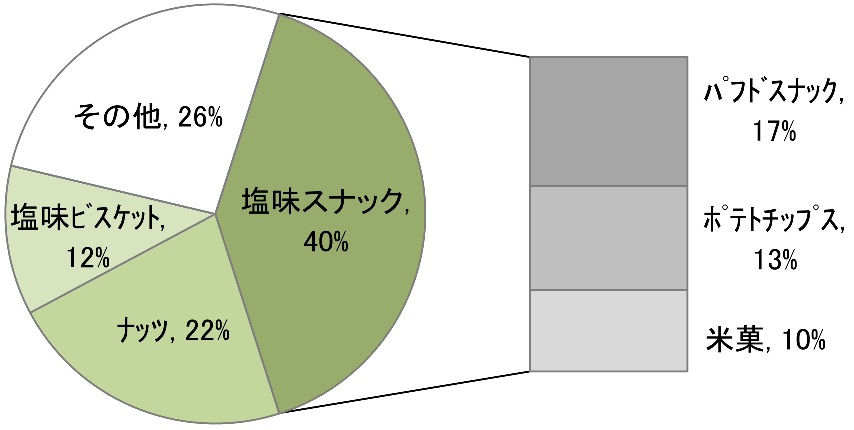
Mars	Wrigley's	Ta Ta
	39.8%	3.5%
Mondelez	Stride	
	8.9%	
Orion	Orion Xylitol	
	8.3%	
Perfetti Van Melle	Mentos	Big Babol
	5.0%	3.1%
Lotte	Lotte	
	4.4%	

（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

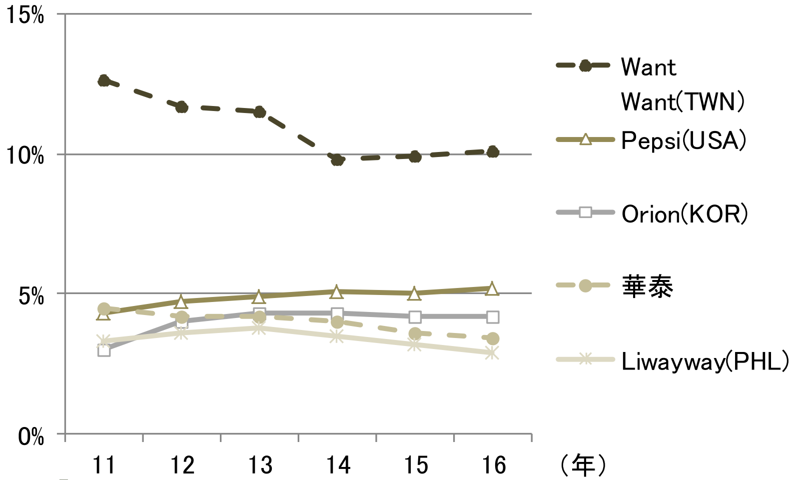
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.
SMBC SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

Savoury Snacks市場では、ポテトチップス等の塩味スナックと、塩味ビスケットの伸びが低下している一方、心血管疾患予防等の効果があるとされるナッツは比較的安定的な成長を維持しています。

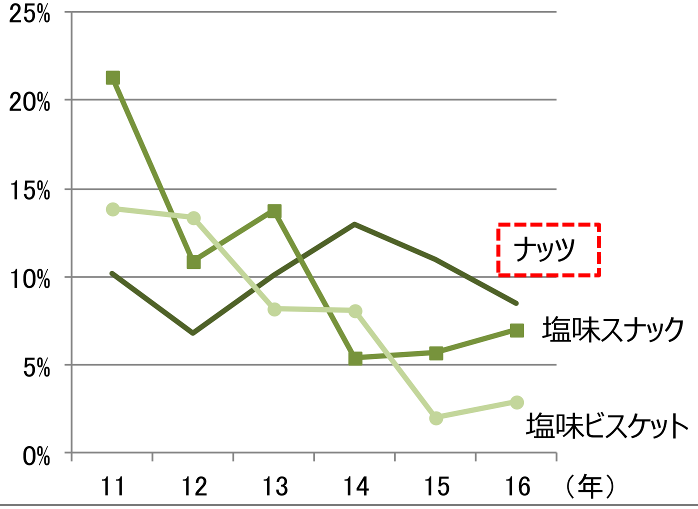
販売額の商品別構成(16年)



販売額上位5社のシェア推移



商品別の伸び率推移



上位5社の傘下ブランド別の市場シェア

Want Want	Want Want	
	10.1%	
Pepsi	Lay's	Cheetos
	4.8%	0.4%
Orion	Orion	Hao Duo Yu
	2.0%	0.6%
華泰	Qia Qia	Qia Qia Kazhicui
	3.2%	0.2%
Liwayway	Oishi	
	2.9%	

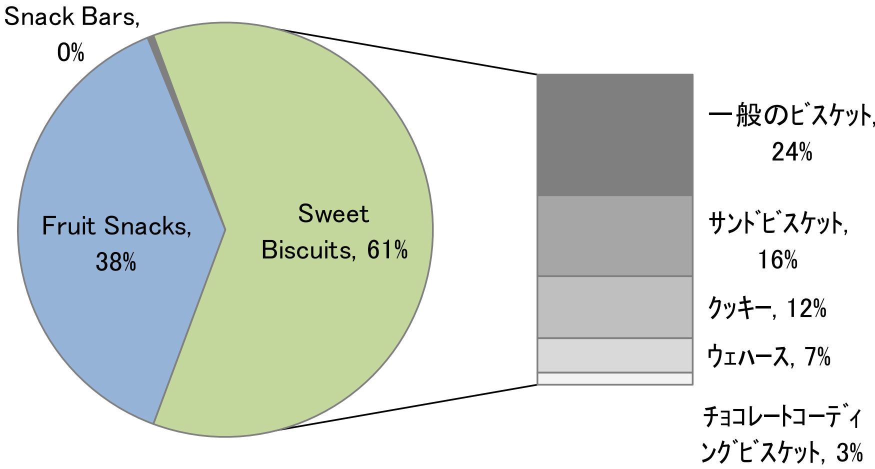
（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

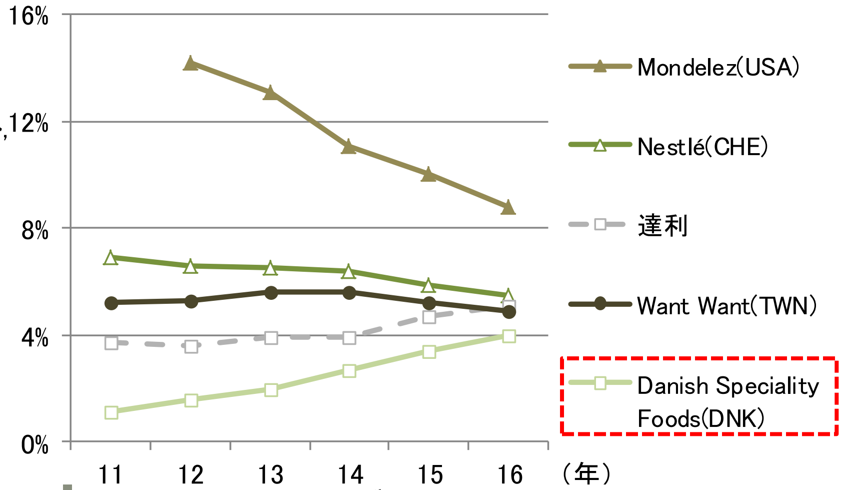
SMBC SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

Sweet Biscuits、Snack BarsとFruit Snacksは総じて伸びが鈍化しています。また、各社のシェアをみれば、高価格商品を中心に手掛けるDanishのシェアが高まっています。

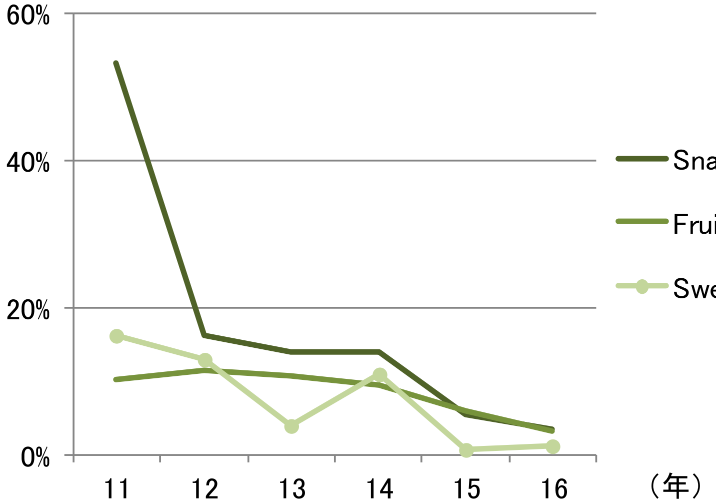
販売額の商品別構成(16年)



販売額上位5社のシェア推移



商品別の伸び率推移



上位5社の傘下ブランド別の市場シェア

Mondelez	Oreo	Chips Ahoy!	Prince
	6.2%	1.0%	0.7%
	Uguan	Tiki	Pacific
	0.6%	0.2%	0.1%
Nestlé	Hsu-Fu-Chi		
	5.5%		
達利	Haochidian	Landy Castle	Daliyuan
	3.4%	1.0%	0.6%
Want Want	Want Want		
	4.9%		
Danish Speciality Foods	Danisa		
	4.0%		

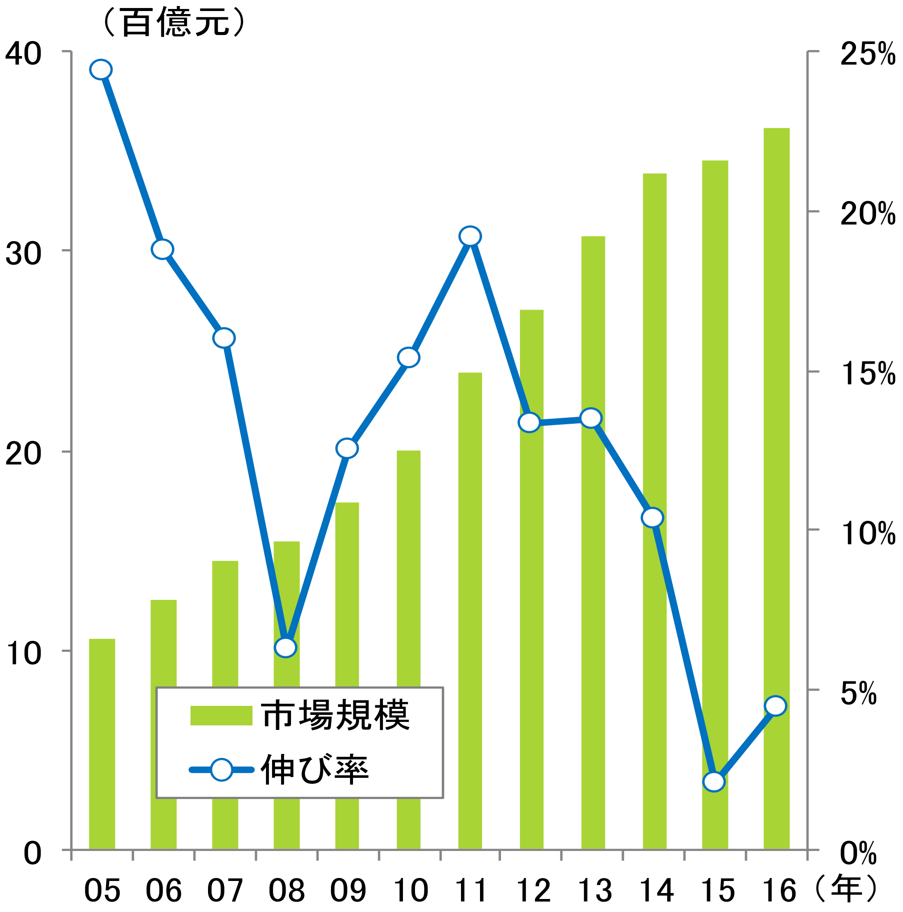
（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

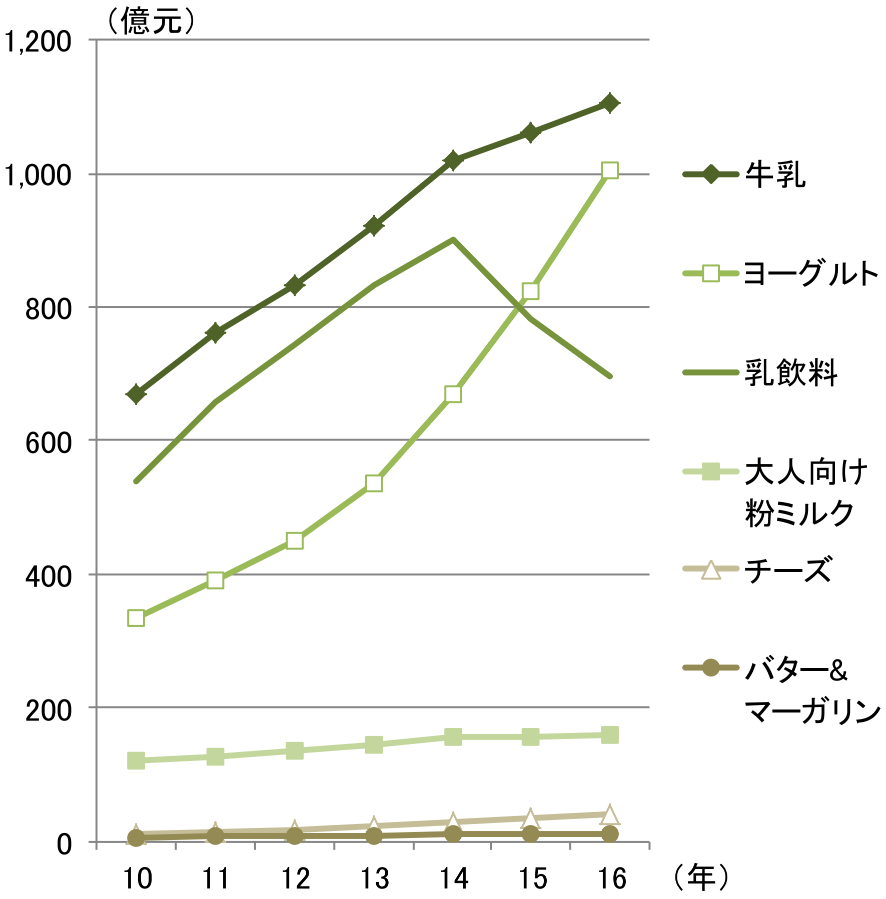
2.サブセクター別の動き　（3）加工食品　③乳製品

乳製品市場では、生乳含有量が少ない乳飲料の市場規模は15年以降縮小している一方、ヨーグルトでは常温商品の開発に伴い、低温物流が整備されていない農村部でも消費が広がる中、近年成長が加速しています。

乳製品の市場規模と伸び率



商品別の販売額の推移

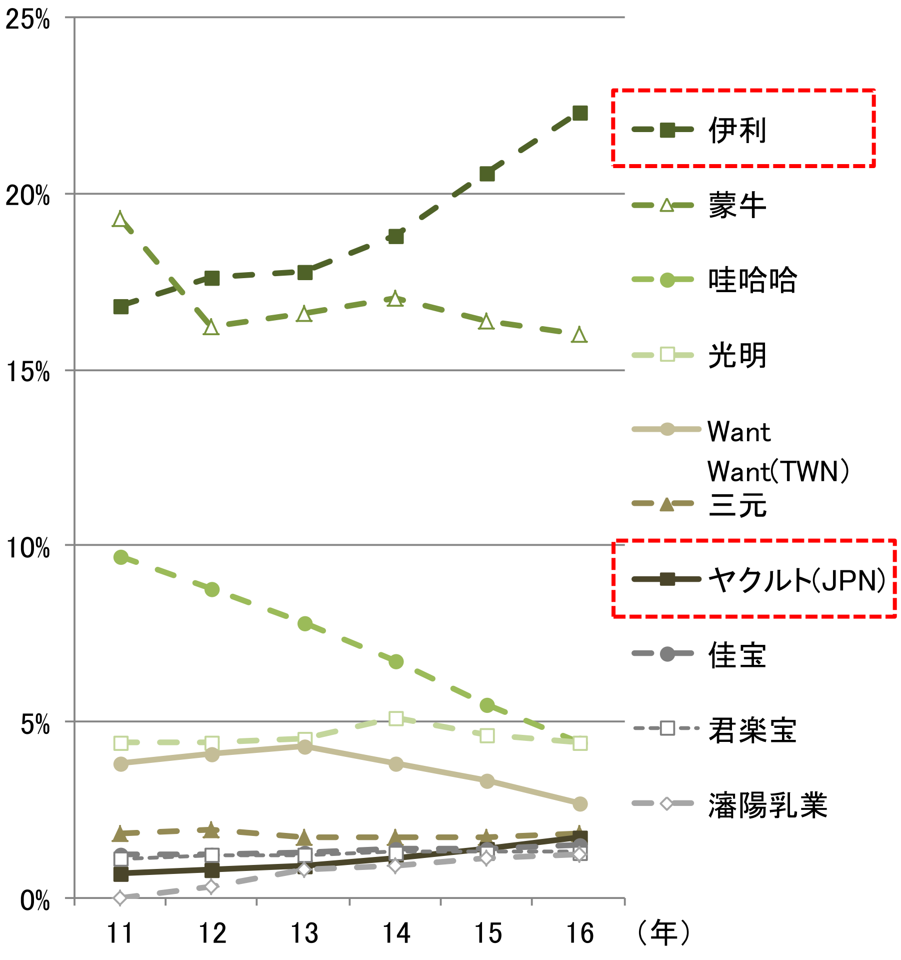


（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

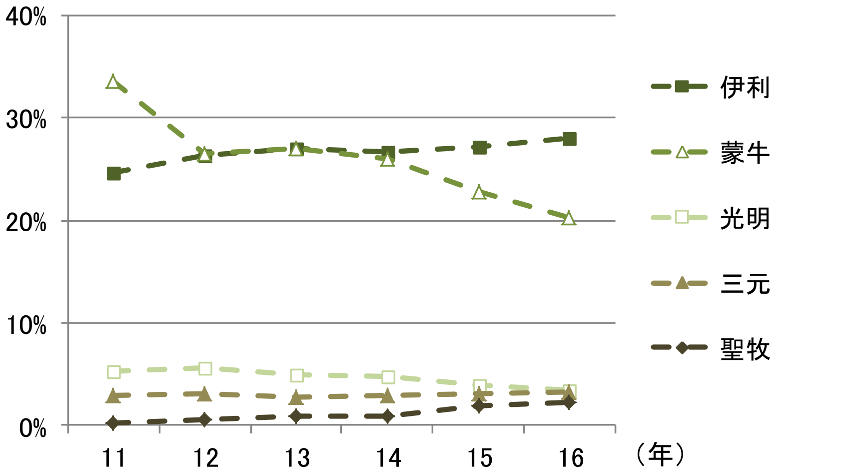
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

乳製品市場では地場系大手2社が合計で5割のシェアを占めています。中でも、強固な販売チャネルを有し、ハイエンド商品の強化にも注力している最大手の伊利のシェアは上昇傾向にあります。また、日系ではヤクルトのシェアも高まっています。

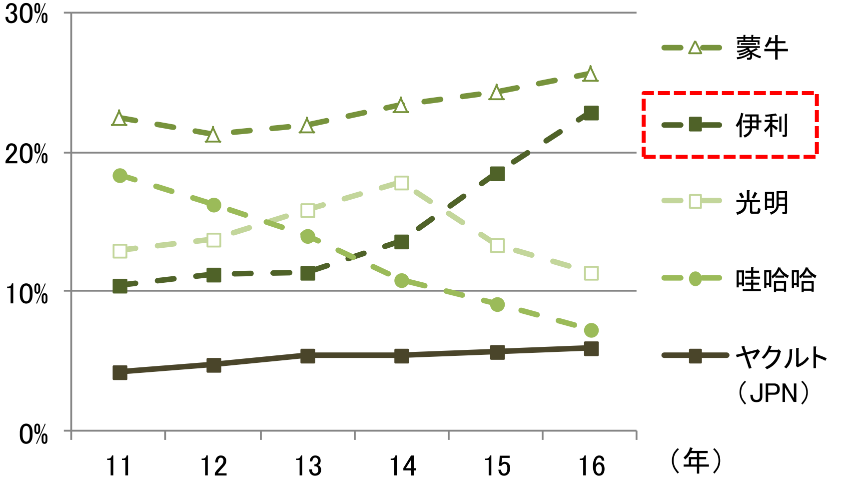
乳製品全体の販売額上位10社のシェア推移



牛乳販売額上位5社のシェア推移



ヨーグルト販売額上位5社のシェア推移

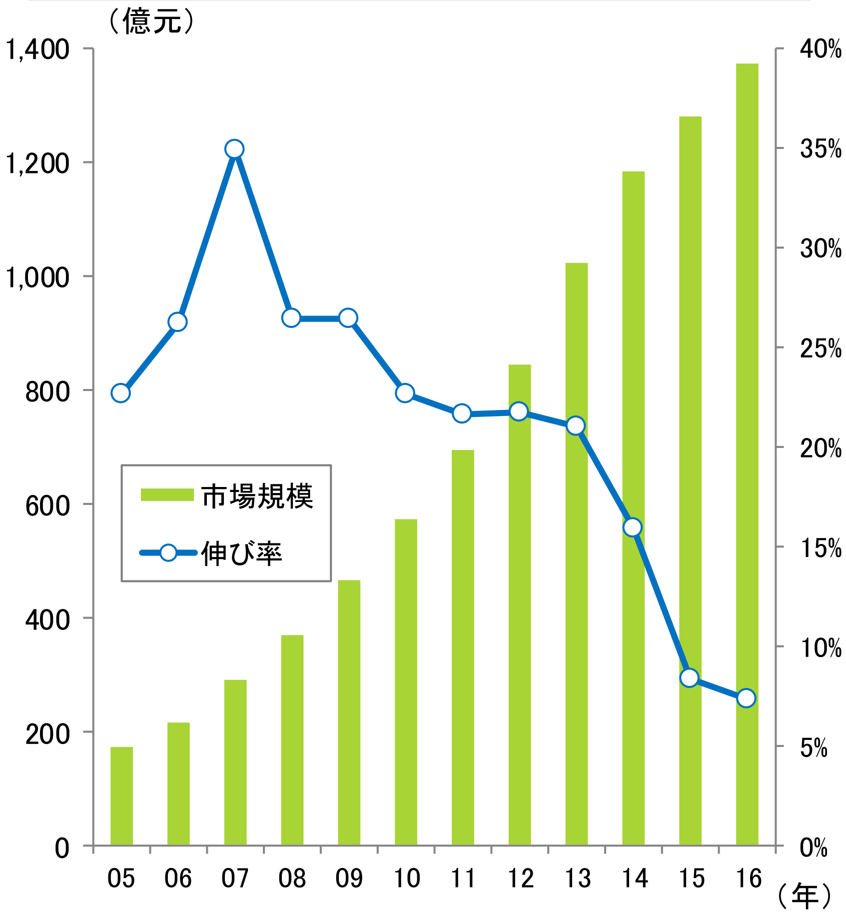


（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

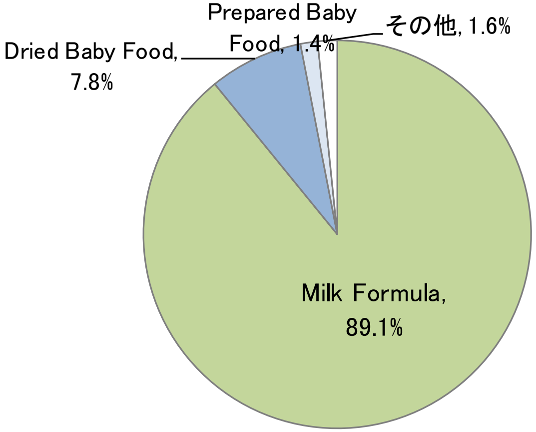
母乳育児率の上昇などを背景に、ベビーフードの9割弱を占めるMilk Formula(ベビー向け粉ミルク）の伸びが低下し、ベビーフード全体の成長を押し下げました。一方、利便性に対する要求の高まりに伴い、Prepared Baby Foodは年率+20%超の高成長を維持しています。

ベビーフードの市場規模と伸び率

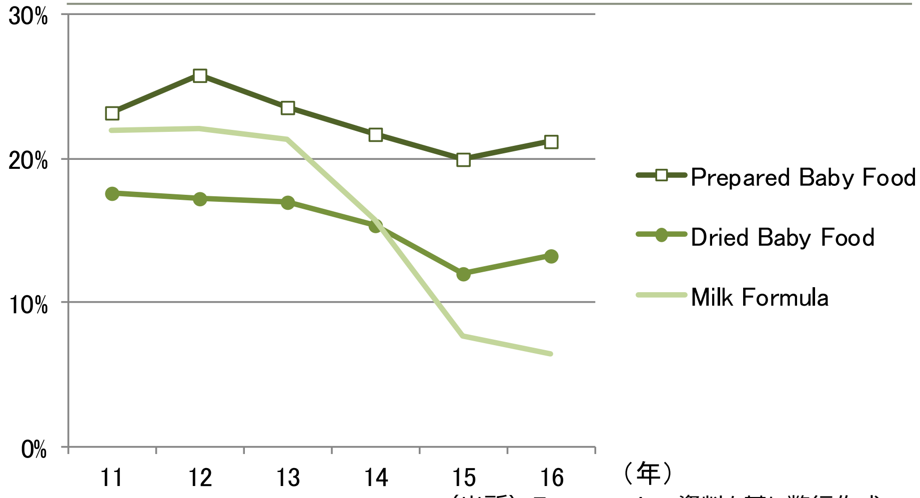


注： Prepared baby foodとは、缶や瓶などでパッケージングされ、直接食用できるベビーフードのこと。
Dried baby foodとは、小袋でパッケージングし、水を加えて食べるベビーフードのこと。

ベビーフード消費額の内訳(16年)



商品別の伸び率推移



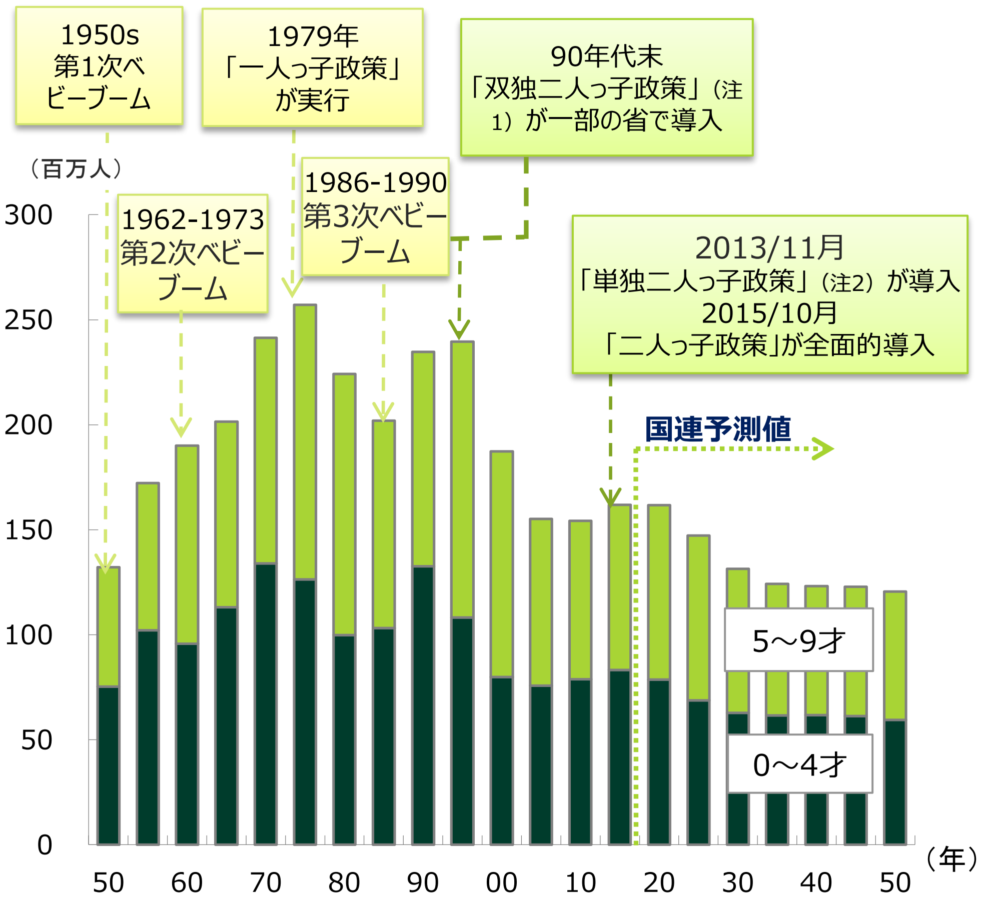
（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

13年以降の一人っ子政策の解禁を背景に、近年では二人目の子供の出産増に伴い、新生児出生数は拡大トレンドを辿っています。

乳幼児人口の推移

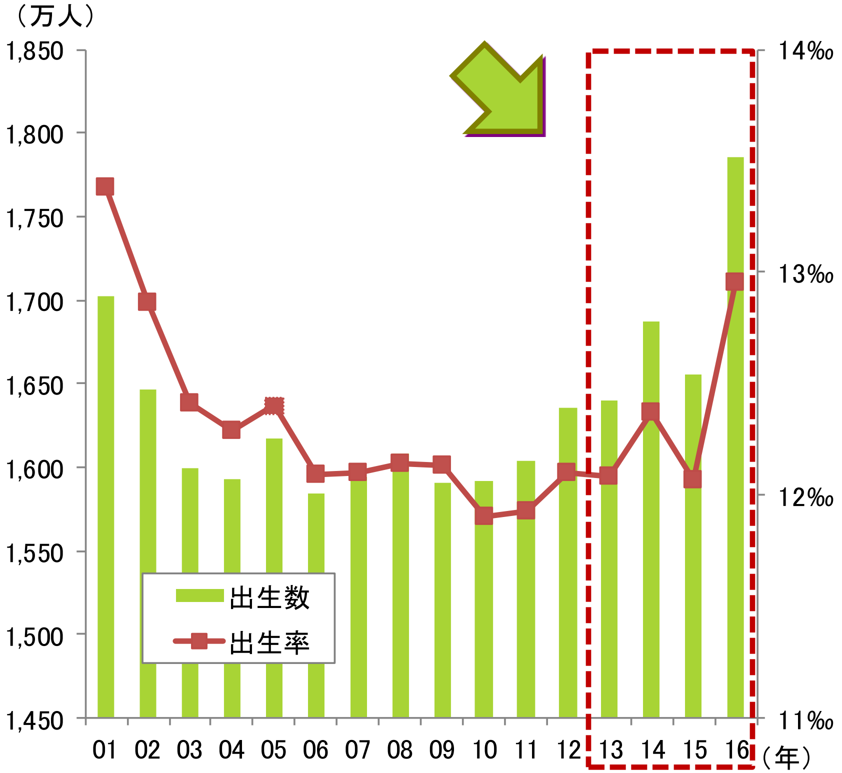


注1：夫婦二人が共に一人子である場合、二人の子供の出産を認める政策。
注2：夫婦二人の内一人が一人子である場合、二人の子供の出産を認める政策。

新生児出生数と出生率の推移

（万人）

	13年	14年	15年	16年
1人目	1,056	972	886	－
2人目	511	606	652	800超

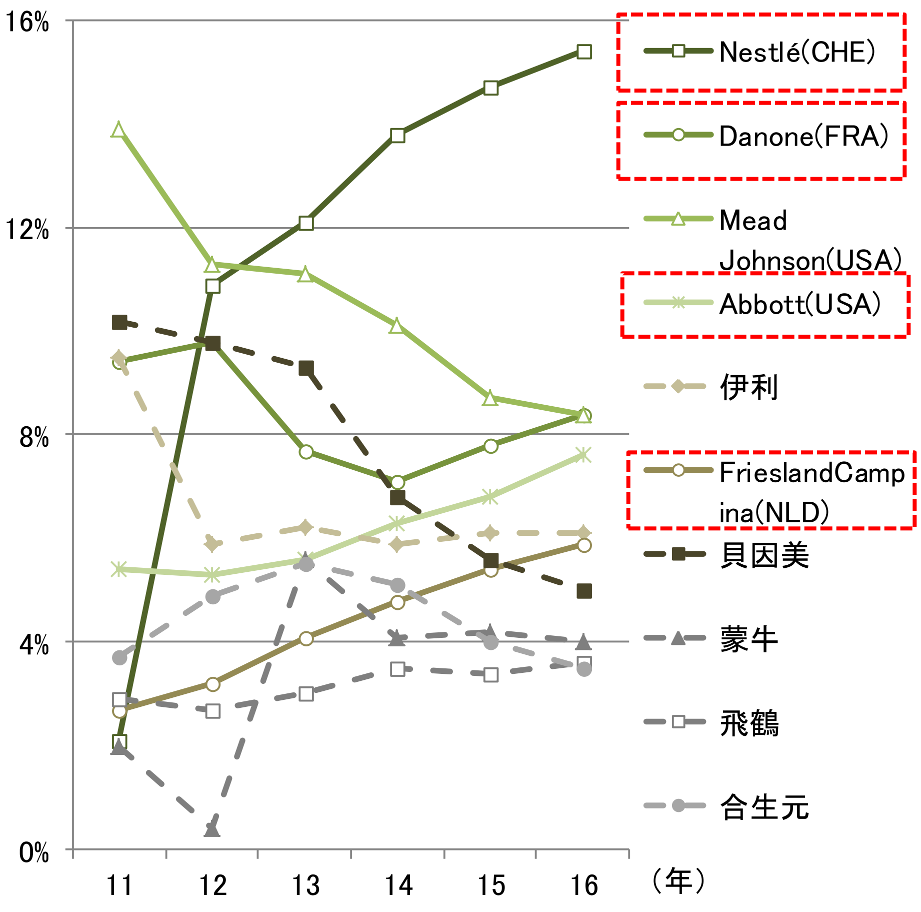


（出所）国連「World Population Prospects2015」、Wind、中国国家衛生と計画生育委員会資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

ベビーフードに関する食の安全意識の高まりや所得水準の上昇に伴い、Milk Formula(ベビー向け粉ミルク）市場では、高価格帯商品を中心に展開する外資系メーカーのシェアは総じて上昇しています。

ベビー向け粉ミルク販売額上位10社のシェア推移



上位5社傘下ブランド別の市場シェア(16年)

Nestlé	S-26	illuma	Nan	Lactogen
	8.4%	4.9%	1.4%	0.8%
Danone	Nutricia			
	8.4%			
Mead Johnson	Enfamil	Enfagrow	Enfapro	
	4.4%	2.6%	1.4%	
Abbott	Similac	PediaSure		
	4.2%	0.6%		
伊利	Yili			
	6.1%			

ベビー向け粉ミルク業界における主なM&A事例

- 2012年　NestléはWyethを買収
- 2013年　蒙牛は雅士利を買収
- 2015年　DanoneはDumexを蒙牛に売却
- 2017年　Mead Johnsonは英日用品メーカー Reckitt Benckiserに買収

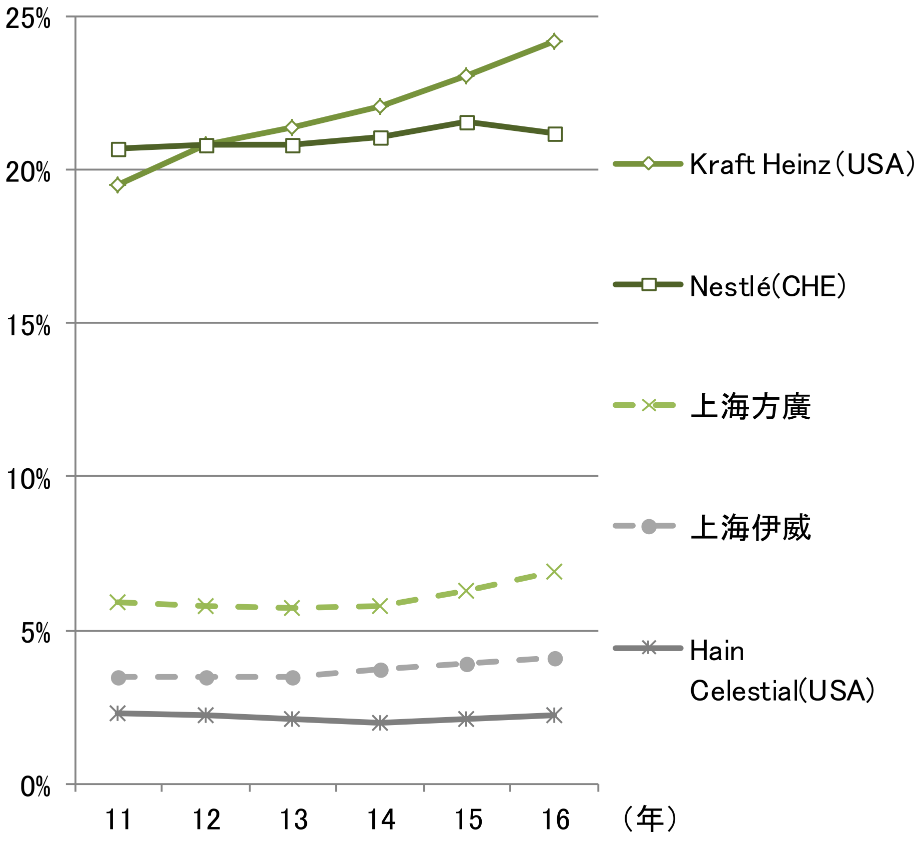
（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

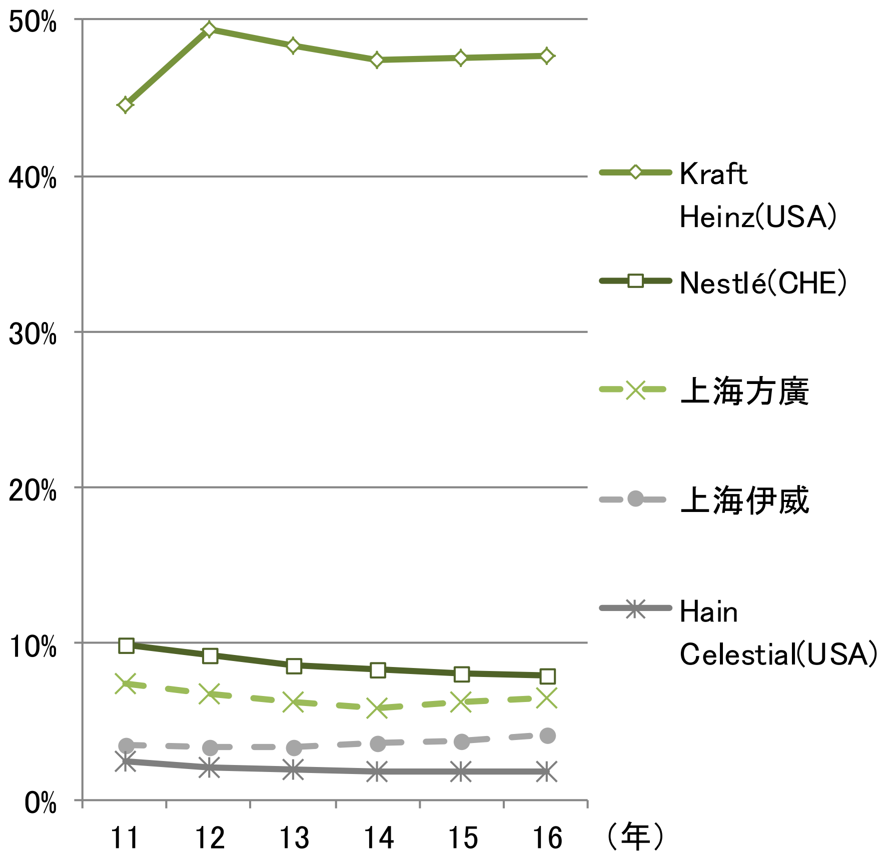
SMBC SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

粉ミルク以外のベビーフードでは外資系メーカーのKraft Heinzが最大手となっています。

Dried Baby Food販売額上位5社のシェア推移



Prepared Baby Food販売額上位5社のシェア推移



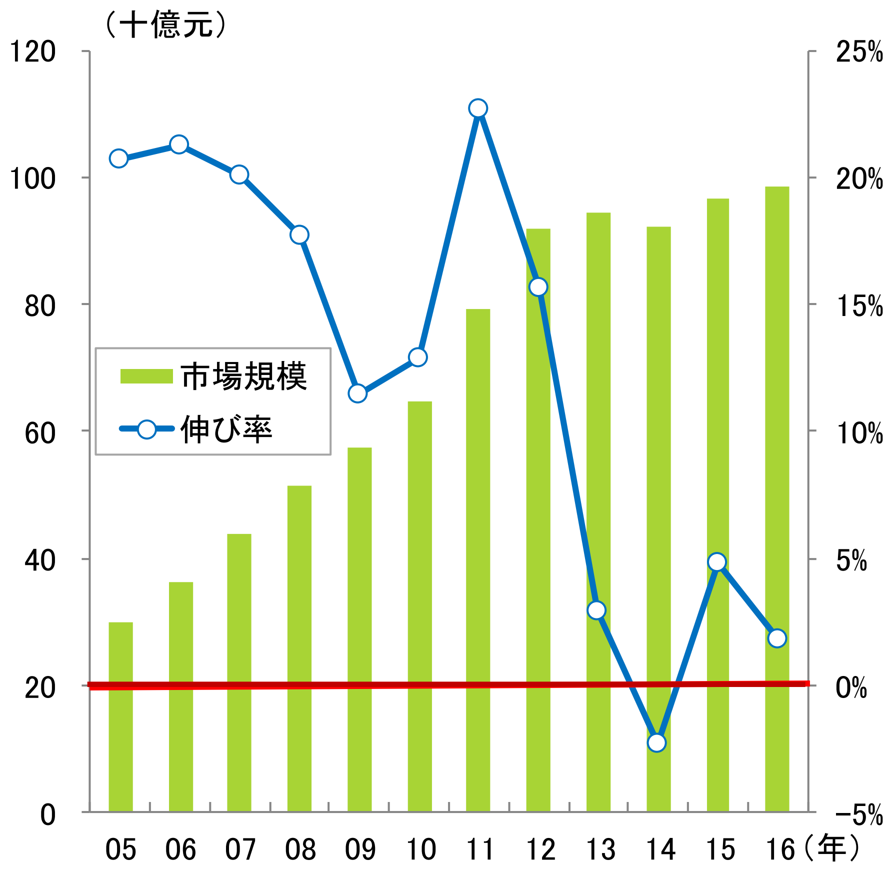
（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

2.サブセクター別の動き　（3）加工食品　⑤食用油

食用油の市場規模は頭打ちとなっています。商品構成として大豆油が4割近くを占めますが、健康志向の向上に伴い、オリーブオイルの増加ペースが速くなっています。また、プレーヤー別でみれば、シンガポールの穀物メジャーであるWilmarが4割強のシェアを寡占しています。

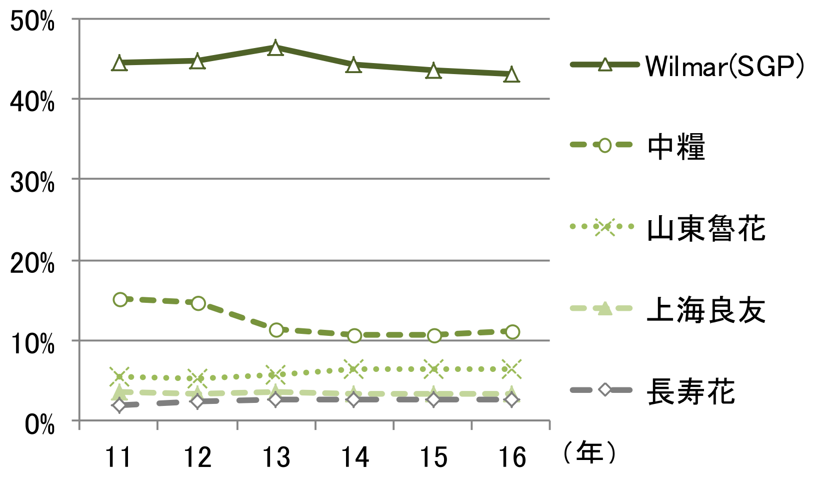
食用油の市場規模と伸び率



食用油消費額の内訳と成長率

	売上構成比(16年)	11～16年のCAGR
大豆油	36%	+2%
コーン油	11%	+5%
菜種油	9%	+4%
ひまわり油	7%	+5%
オリーブ油	3%	+19%
その他	33%	+6%

上位5社の市場シェア推移(金額ベース)

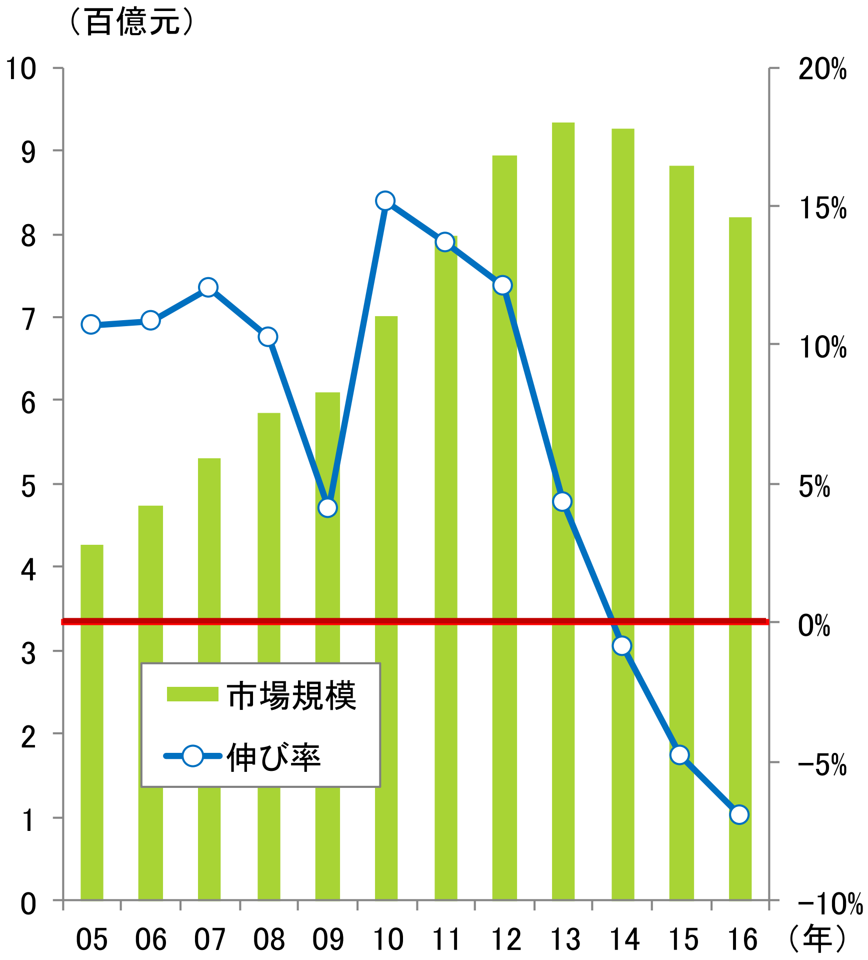


（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

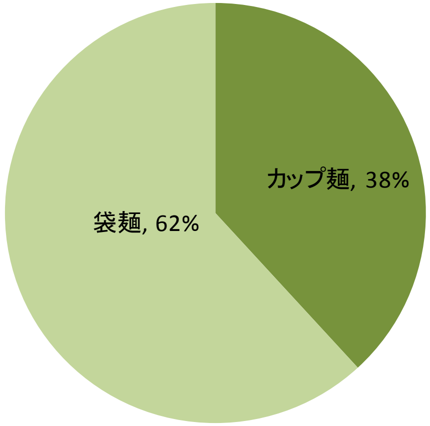
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

健康志向の向上に伴い、即席麺市場の規模拡大ペースは11年以降低下トレンドを辿り、14年にマイナス成長に転じました。

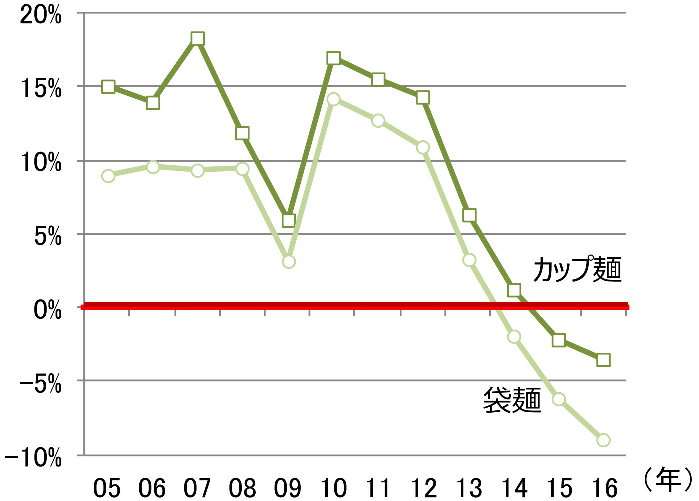
即席麺の市場規模と伸び率



即席麺販売額の商品別構成(16年)



商品別の伸び率推移

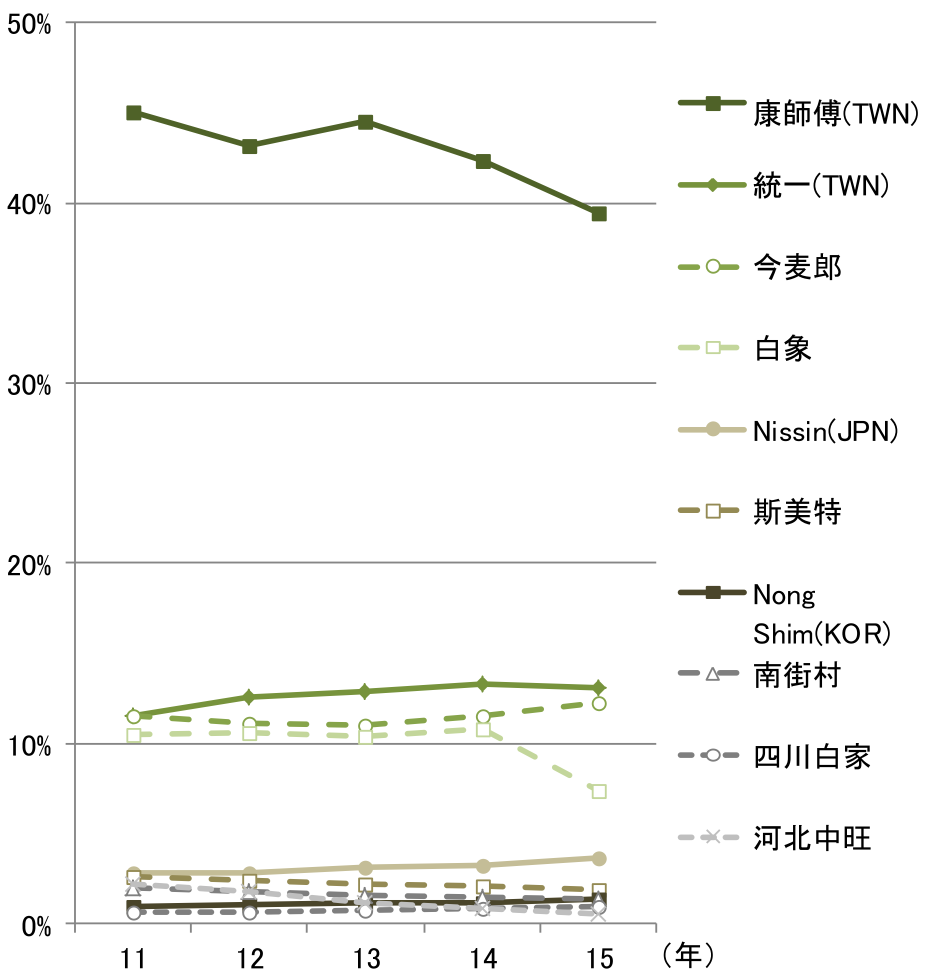


（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

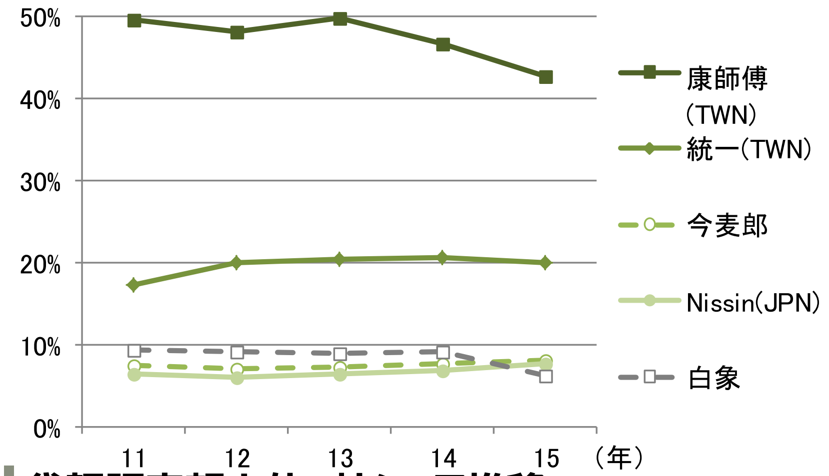
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

プレーヤー別で見れば、低価格帯商品を中心に取り扱うメーカーのシェア低下が進んでいます。

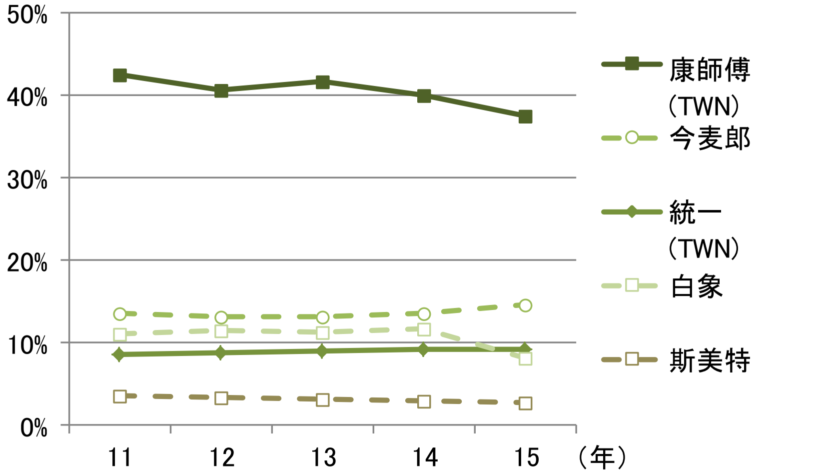
即席麺全体の販売額上位10社のシェア推移



カップ麺販売額上位5社シェア推移



袋麺販売額上位5社シェア推移

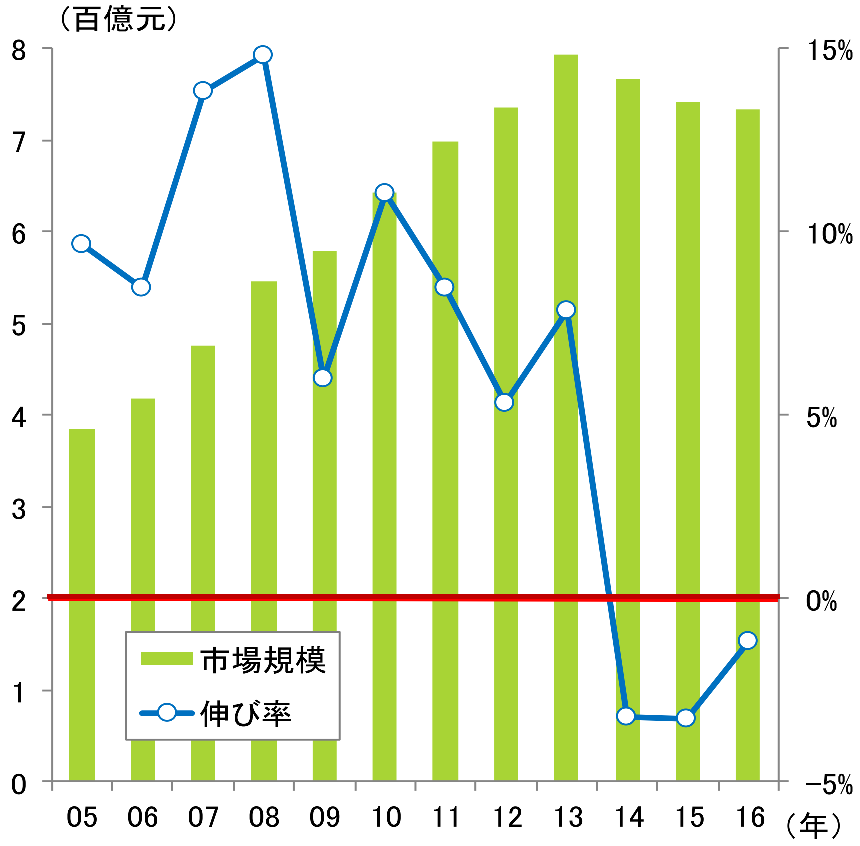


（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

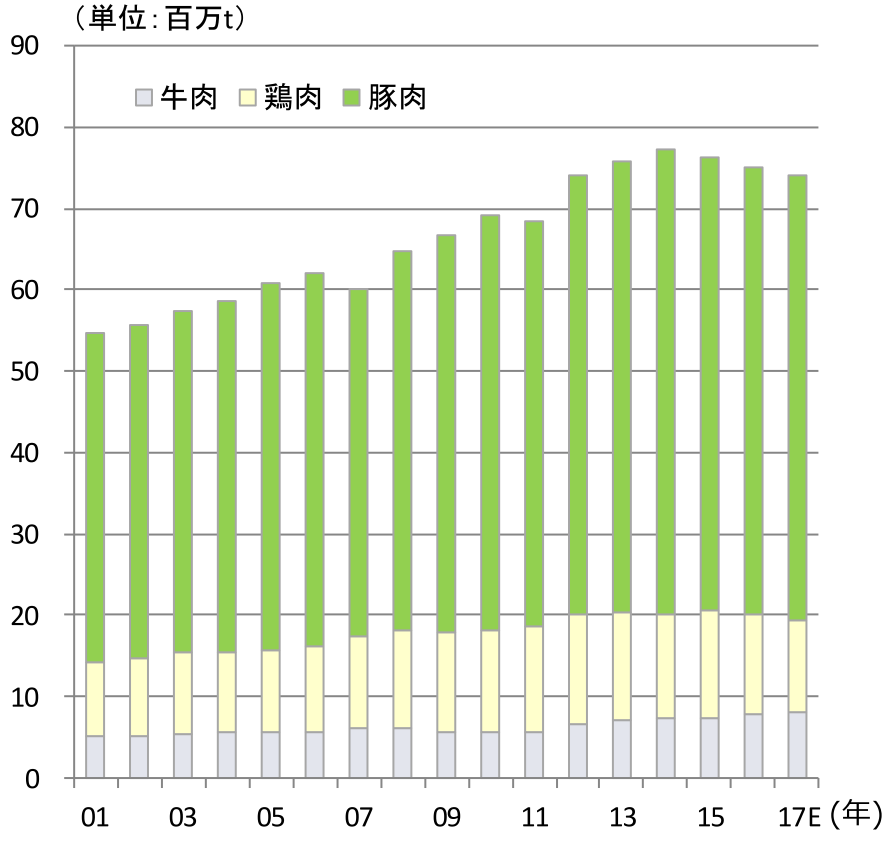
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

食肉消費量の縮小などを背景に、肉製品市場の規模は14年以降マイナス成長が続いています。

肉製品の市場規模と伸び率



国内食肉消費量推移

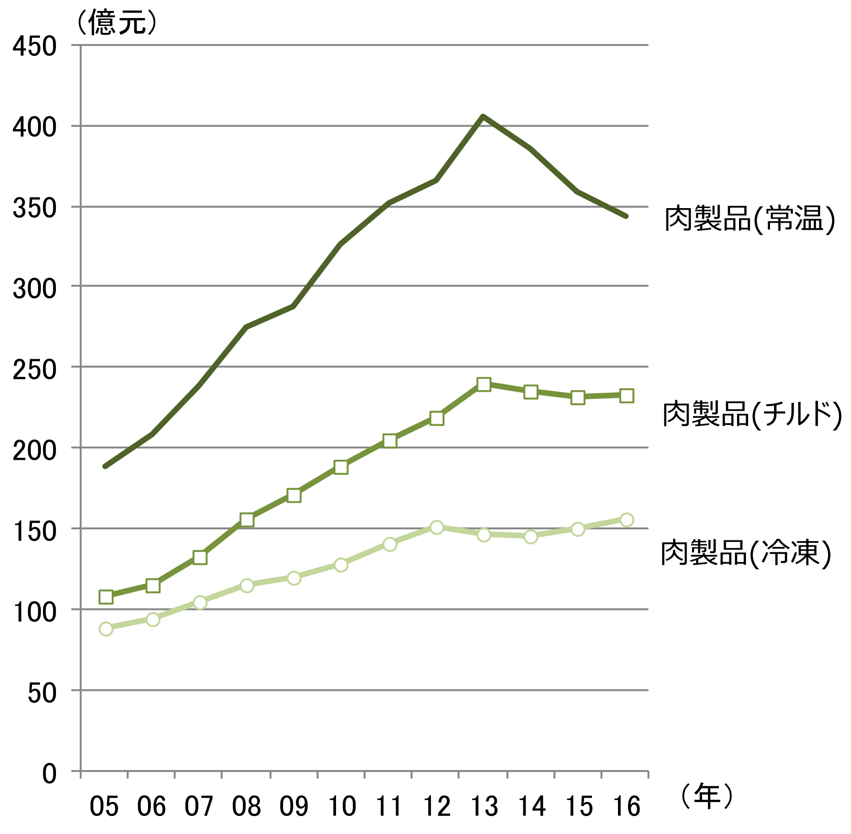


（出所）Euromonitor、Wind資料を基に弊行作成

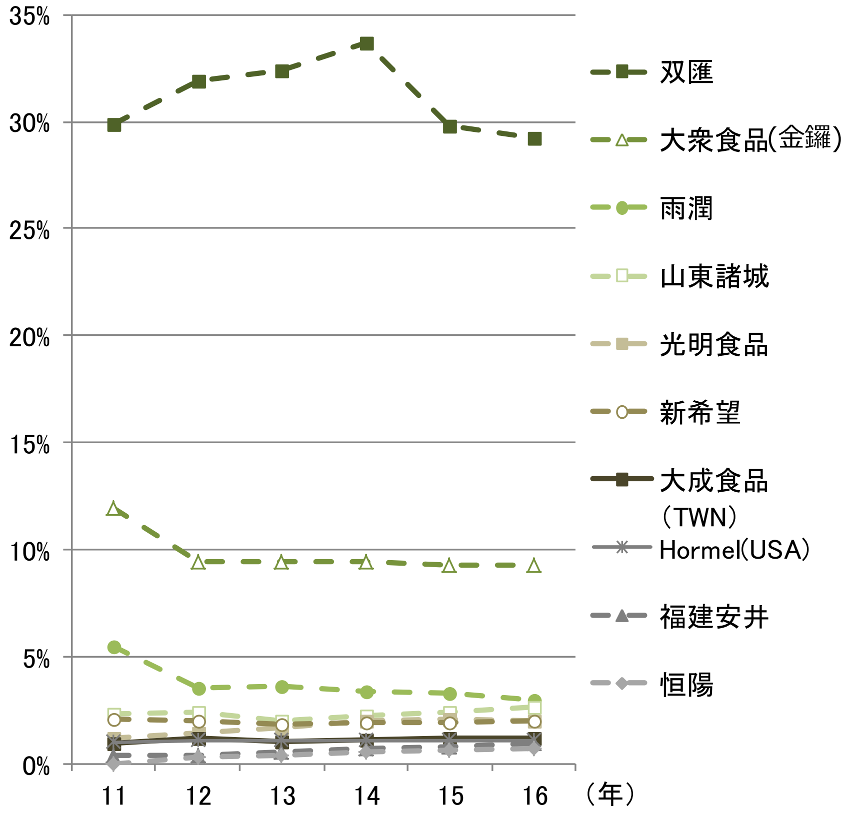
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

肉製品を温度帯別でみれば、健康意識の向上に伴い、防腐剤が含まれているイメージの強い常温肉製品(ソーセージ等)の市場規模はここ数年で大きく縮小している一方、チルド・冷凍肉製品は安定的に推移しています。

商品別の販売額の推移



肉製品全体の販売額上位10社のシェア推移

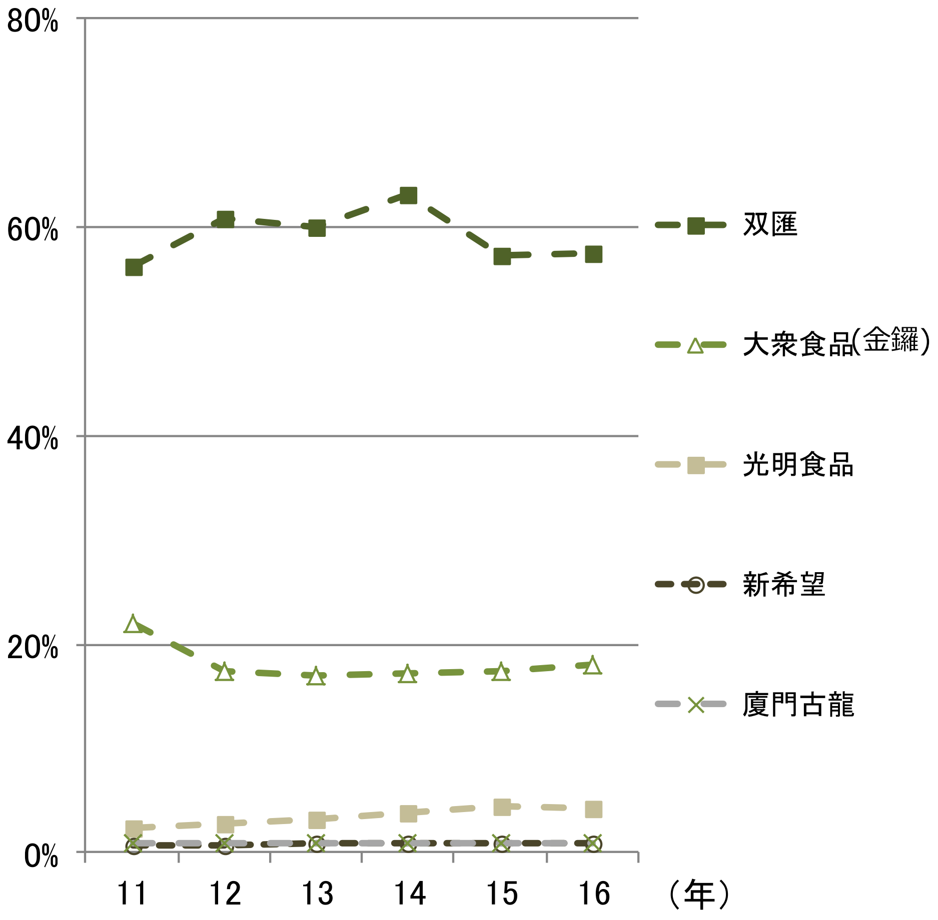


（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

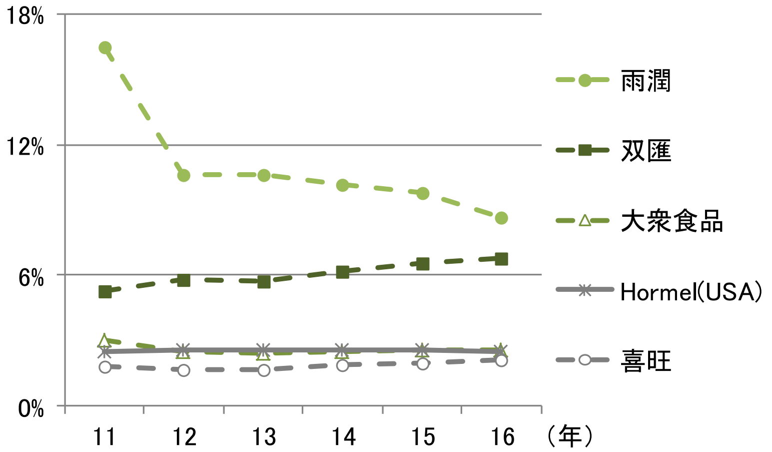
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.
SMBC SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

常温肉製品市場では双匯は約6割のシェアを誇る最大手となります。チルド肉製品市場では、雨潤は最大手ながら、近年では高価格帯商品を強化している双匯がシェアを伸ばしています。

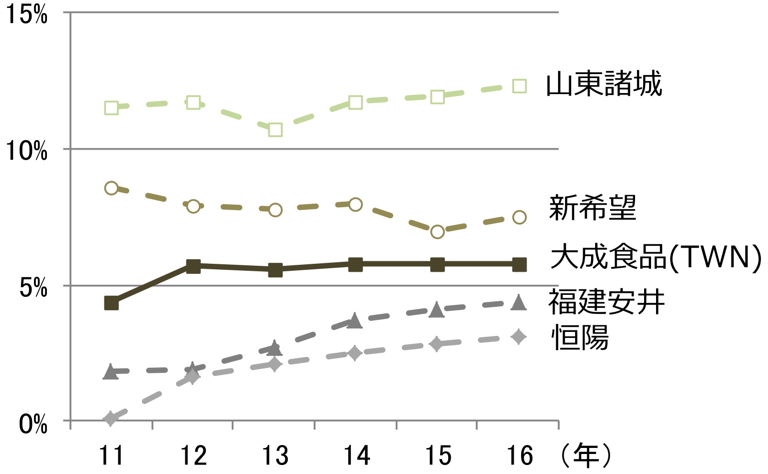
肉製品(常温)販売額上位5社のシェア推移



肉製品(チルド)販売額上位5社のシェア推移



肉製品(冷凍)販売額上位5社のシェア推移



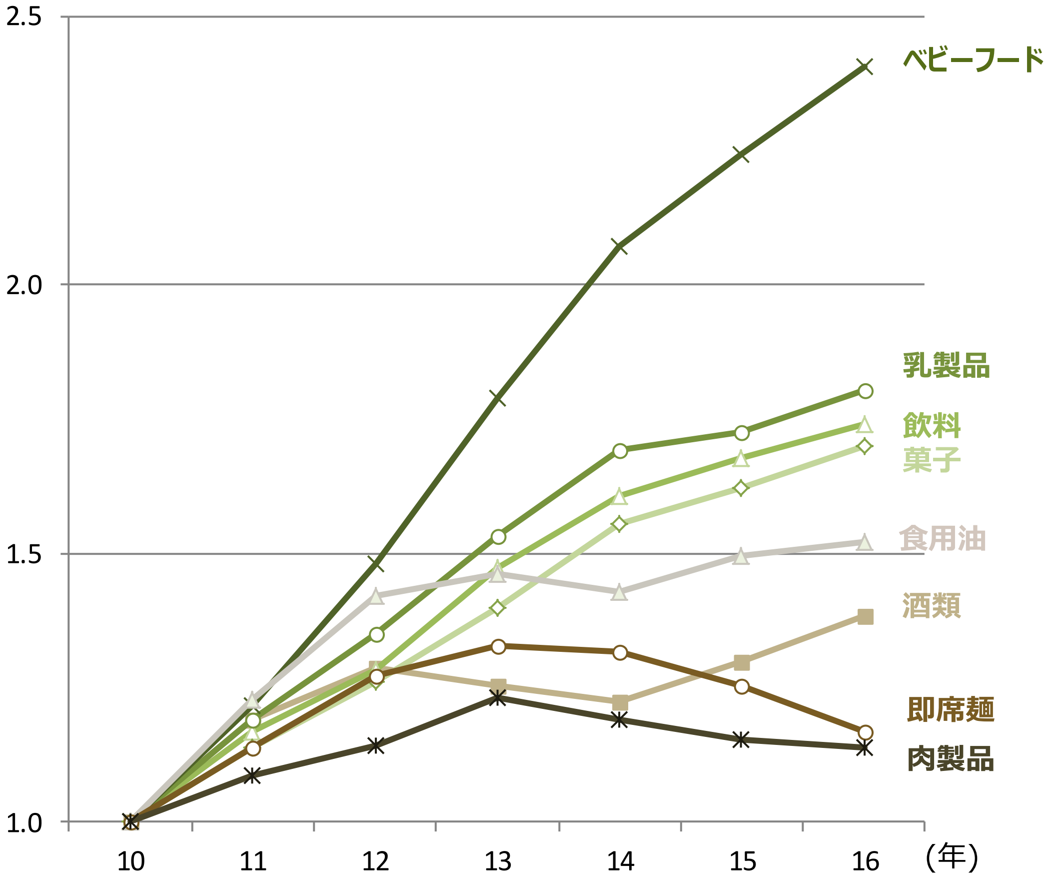
（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

2.サブセクター別の動き　（4）総括　①品目別成長率の比較

食品加工業界の各サブセクターを比較すれば、ベビーフード市場の成長が注目される一方、健康志向の向上を背景に、即席麺と、常温商品が中心の肉製品は市場規模の縮小を余儀なくされています。

商品別の市場成長性



注：各品目の10年の市場規模を1として作成。

商品別の市場成長性

	カテゴリー名	分類	市場規模（16年）	13～16年のCAGR
好調商品	Carbonated Bottled Water	飲料	126	78%
	NFC100% Juice	飲料	1,570	71%
	Coconut and Other Plant Waters	飲料	728	38%
	Yoghurt	乳製品	100,606	23%
	Cheese	乳製品	4,152	22%
	Prepared Baby Food	ﾍﾞﾋﾞｰﾌｰﾄﾞ	1,962	21%
	RTD Coffee	飲料	7,794	20%
	Pasta	主食	415	17%
	Instant Soup	スープ	340	16%
	Energy Drinks	飲料	45,214	16%
	100% Juice	飲料	9,252	15%
	Olive Oil	食用油	3,336	14%
	Plain Noodles	主食	43,711	14%
	Dried Baby Food	ﾍﾞﾋﾞｰﾌｰﾄﾞ	10,769	14%
	Cookies	菓子	6,317	13%
	Nuts, Seeds and Trail Mixes	菓子	24,828	12%
	Bottled Water	飲料	161,336	12%
	Butter and Margarine	乳製品	1,153	12%
	Cakes	菓子	71,207	11%
	Sports Drinks	飲料	10,043	11%
不調商品	Sugar Confectionery	菓子	71,220	3%
	RTD Tea	飲料	123,605	2%
	Carbonates	飲料	98,407	2%
	Ice Cream	ｱｲｽ	38,470	1%
	Juice Drinks (25% to 99% Juice)	飲料	16,240	1%
	Rice Snacks	菓子	11,342	0%
	Filled Biscuits	菓子	8,036	-1%
	Juice Drinks (up to 24% Juice)	飲料	65,932	-1%
	Soy Oil	食用油	35,661	-1%
	Concentrates	飲料	1,767	-1%
	Gum	菓子	16,024	-2%
	Processed Meat	肉	73,324	-3%
	Monosodium Glutamate	調味料	4,898	-4%
	Instant Noodles	主食	81,978	-4%
	Flavoured Milk Drinks	乳製品	69,674	-6%

（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

各サブセクターの動きから、「健康志向・食の安全意識の向上」や、「高価格帯商品へのシフト」等の消費スタイルの変化の動きが窺えます。

- **即席麺**、**飴類**の市場が縮小
- 飲料市場では、糖質含有量の高い**炭酸飲料**、**RTD茶**、**低濃度ジュース**が伸び悩む一方、**機能性飲料**と**飲料水**の需要が堅調に拡大
- ジュース市場では、**100%ジュース**を中心に生産する企業のシェアが上昇
- スナック市場では、心血管疾患の予防等の効果があるとされる**ナッツ類**は比較的安定的な成長を維持
- 乳製品市場では、生乳含有量が少ない**乳飲料**の需要が減少する一方、ヨーグルトと牛乳の消費は堅調に拡大
- 食用油市場では、**オリーブオイル**の成長ペースが最も速い

→ **健康志向の向上**

- ベビー向け粉ミルク市場では、地場系メーカーの品質への不信感を背景に、**外資系メーカー**のシェアが上昇
- 肉製品市場では、防腐剤が含まれると思われている**常温肉製品**(ソーセージ等)の構成比が低下する一方、**チルド・冷凍肉製品**の構成比が上昇

→ **食の安全意識の向上**

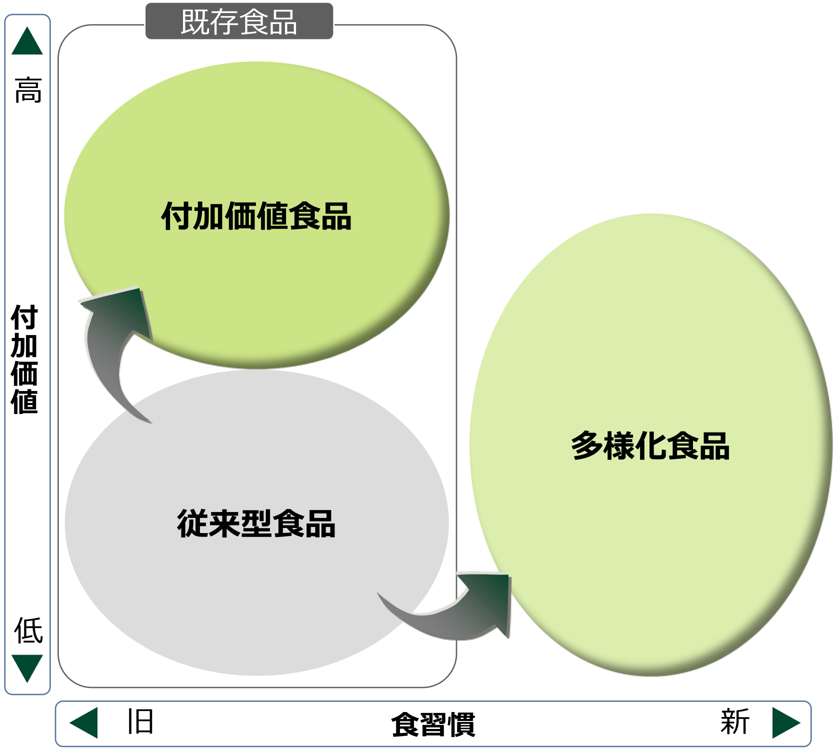
- ビール市場では、**プレミアム商品**と**輸入品**の販売が好調
- 飲料水、チョコレート、甘いビスケット等の市場では、**中高価格帯商品**を手掛けるメーカーのシェアが上昇

→ **高価格帯商品へのシフト**

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

中国食品業界における需要拡大のパターンとして、従来型食品の消費増に加え、付加価値食品と多様化食品へのニーズ拡大も挙げられます。

食品需要拡大のパターン



カテゴリー		該当する商品例
既存食品	従来型食品	国産ビール
		飲料水
		即席麺
		常温肉製品(ソーセージ等)
	付加価値食品	保健用食品・栄養機能食品
		安全・安心な牛乳・粉ミルク
		100%NFC(非濃縮還元)ジュース
		輸入ビール
多様化食品		カレー
		シリアル食品
		梅酒・カクテル
		チーズ

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

カテゴリー毎に参入各社が置かれる市場環境や戦略の方向性は異なります。

商品の特徴別でみた企業の戦略

<table>
<tr><th colspan="2">カテゴリー</th><th>市場特徴</th><th>企業の戦略</th></tr>
<tr><td rowspan="2">既存食品</td><td>従来型食品</td><td>• 価格競争と寡占化が起き易い激戦市場
• 一部商品の需要が頭打ち</td><td>• 競争相手の少ない地域での展開
• 大量生産・大量販売を基軸とした低価格戦略</td></tr>
<tr><td>付加価値食品</td><td>• 消費者の安全・健康志向の向上に伴い、需要が拡大
• 付加価値と価格設定のバランスに対する消費者の目線が厳しくなりつつある</td><td>• ターゲット顧客への有効なアプローチ
• 高価格の理由を分かりやすくPR
• 過剰品質の回避</td></tr>
<tr><td colspan="2">多様化食品</td><td>• 競合相手が少なく先行者利益を享受しやすい
• 商品が受け入れられないリスクがある
• 人気が高まると同業他社が類似商品を投入する可能性が高い</td><td>• 徹底した消費者嗜好の事前調査
• 日常的に購買可能な価格設定や多様な“食の啓蒙”活動を通じて、現地で味のスタンダードを確立
• 持続的な新商品投入</td></tr>
</table>

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.
SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION
(CHINA) LIMITED

3.日系企業の現状

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.
SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION
(CHINA) LIMITED

日系食品企業は商品開発・製造管理面で強みを有するものの、許認可取得・販売の面では現地企業の後塵を拝しています。

中国における事業力	評価項目

- **許認可取得** △
  - 政府とのコネクション
- **商品開発** ◎
  - 市場分析力
  - 研究開発力
  - 基礎研究の蓄積
  - 新商品企画力
  - 商品化力（既存のレシピ群）
- **物資調達** ○
  - 物資調達力
  - サプライヤー開拓力
  - 良質な原料を調達する力
    - 安全管理
    - トレーサビリティ
- **製造管理** ◎
  - 5S、現場労働者管理力
  - カイゼン（PDCA）
  - 保有設備のスペック
  - 工程管理
- **物流体制** ○
  - 温度管理、鮮度管理ノウハウ
  - 物流インフラ（トラック・倉庫）
  - 物流状況管理
- **販売** △
  - 営業拠点網
  - 小売店・代理商との関係
  - 営業ノウハウ
    - 営業量
      - 営業人員数
      - 1人1日当り営業件数
    - 顧客獲得力

注：各事業力の下の記号は中国における日系食品企業が持つ事業力への評価 （プラス評価←◎～○～△→マイナス評価）

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

日系企業の現状　～　日系企業が抱える課題と対応事例

高い流通コストや、安心・安全な原料サプライヤーの不足、整備の遅れた物流体制といった課題への対応が求められます。

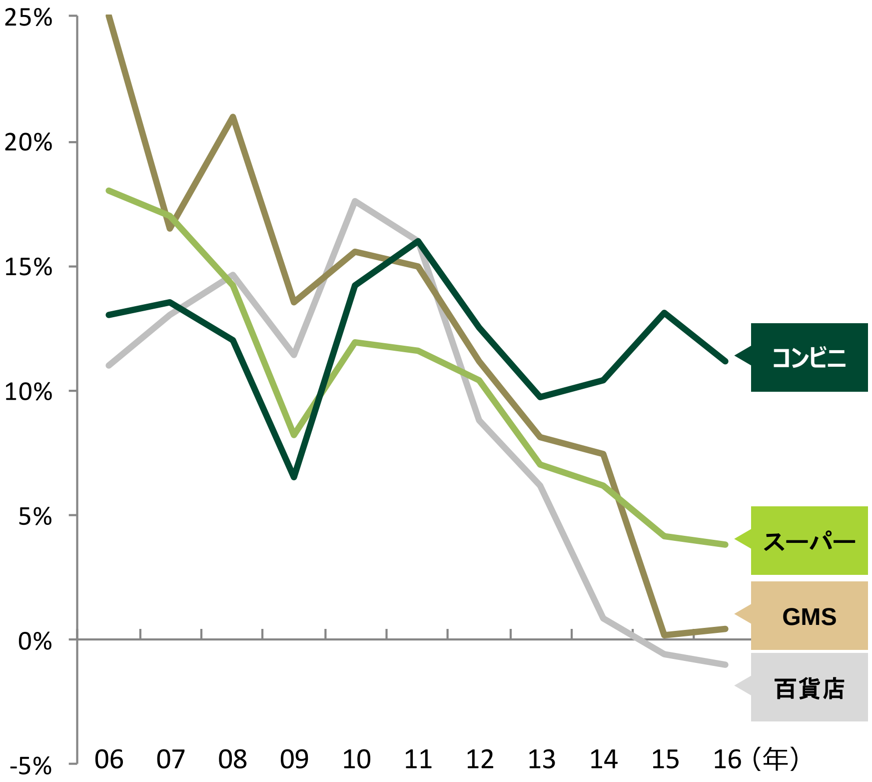
	課題	課題に対する対応策
環境面	✓ **厳しい販売環境** ・現代チャネルにおける高い販売コスト ・容易でない伝統チャネルでの販路開拓	➔ 代理商を活用や現地企業との提携を通じた伝統チャネルでの販路開拓 ➔ ネット通販チャネルの活用、業務用商品の強化
	✓ **競争激化** ・現地企業に見劣りする価格競争力 ・模倣品への対応力	➔ 付加価値食品や多様化食品の展開等による同業他社との差別化 ➔ 早期のシェア確立とブランド価値向上
	✓ **政治的環境** ・現地企業に見劣りする政府リレーション(許認可取得など)	➔ 現地人材を活用した政府リレーションの構築
運営面	✓ **異なる消費者嗜好** ・日本と異なる、また、中国国内でも地域毎に異なる消費者嗜好への対応力	➔ 肌理細やかな市場調査による消費嗜好の把握 ➔ 現地人材も活用した現地向けの商品企画
	✓ **高い宣伝コスト** ・テレビ広告の費用対効果の低さ	➔ 多様な販促活動 ➔ 利用者の多いSNSやネット有名人等の活用
	✓ **食の安全の確保** ・安心・安全な原料サプライヤーの不足	➔ 輸出実績を有する業者等との取引開拓
物流面	✓ **整備の遅れた物流体制** ・広域な事業領域を持つ食品卸・低温物流業者の不足 ・物流インフラの未整備	➔ 特定地域に特化した営業地盤の確立 ➔ 物流インフラの整備状況を考慮した事業展開地域の選定

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.
SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

ご参考資料

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.
SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION
(CHINA) LIMITED

主要小売業態の市場規模の伸び率



主要小売業態の売り場効率

百貨店

	13年	14年	15年	16年
市場規模（億元） (伸び率)	10,021 (+6.2%)	10,101 (+0.8%)	10,041 (-0.6%)	9,940 (-1.0%)
営業面積(万㎡) (伸び率)	9,696 (+6.2%)	9,686 (-0.1%)	9,638 (-0.5%)	9,551 (-0.9%)
売り場効率（元/㎡） (伸び率)	10,335 (-0.0%)	10,429 (+0.9%)	10,418 (-0.1%)	10,408 (-0.1%)

GMS

	13年	14年	15年	16年
市場規模（億元） (伸び率)	6,094 (+8.1%)	6,545 (+7.4%)	6,558 (+0.2%)	6,584 (+0.4%)
営業面積(万㎡) (伸び率)	4,358 (+10.5%)	4,754 (+9.1%)	4,906 (+3.2%)	4,960 (+1.1%)
売り場効率（元/㎡） (伸び率)	13,984 (-2.2%)	13,766 (-1.6%)	13,366 (-2.9%)	13,274 (-0.7%)

スーパー

	13年	14年	15年	16年
市場規模（億元） (伸び率)	18,890 (+7.0%)	20,062 (+6.2%)	20,884 (+4.1%)	21,678 (+3.8%)
営業面積(万㎡) (伸び率)	13,183 (+7.9%)	14,132 (+7.2%)	14,697 (+4.0%)	15,241 (+3.7%)
売り場効率（元/㎡） (伸び率)	14,329 (-0.8%)	14,196 (-0.9%)	14,209 (+0.1%)	14,223 (+0.1%)

コンビニ

	13年	14年	15年	16年
市場規模（億元） (伸び率)	532 (+9.7%)	587 (+10.4%)	664 (+13.1%)	738 (+11.2%)
営業面積(万㎡) (伸び率)	270 (+10.5%)	300 (+11.3%)	336 (+12.1%)	373 (+11.0%)
売り場効率（元/㎡） (伸び率)	19,718 (-0.7%)	19,558 (-0.8%)	19,733 (+0.9%)	19,769 (+0.2%)

（出所）Euromonitor資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

中国チェーンオペレーターTop100社の事業動向

	12年	13年	14年	15年	16年
売上高					
伸び率	+10.8%	+9.9%	+5.1%	+4.3%	+3.5%
減収企業数	4社	15社	30社	31社	34社
Top100社の小売総額に占める割合	9.0%	8.9%	8.0%	6.9%	6.4%
店舗数					
伸び率	+8.0%	+7.6%	+4.2%	+4.7%	+5.9%
店舗数純減の企業数	13社	21社	23社	31社	36社
各業態の売上高伸び率					
百貨店	+10.3%	+9.6%	+2.7%	▲ 0.7%	▲ 2.5%
スーパー	+9.8%	+8.5%	+6.5%	+4.1%	+1.5%
コンビニ	N.A.	+16.0%	+17.7%	+15.2%	+16.7%
各種コストの上昇ペース					
賃料	N.A.	+11.0%	+10.0%	+8.6%	▲ 0.5%
人件費	N.A.	+18.0%	+9.2%	+4.2%	N.A.
正社員数	N.A.	N.A.	▲ 0.3%	▲ 3.1%	▲ 5.0%
ﾈｯﾄ通販を手掛ける企業数	62社	67社	75社	83社	N.A.
ﾈｯﾄ通販経由の売上高成長率	N.A.	N.A.	N.A.	+85%	+69%

16年の動き

- 前期比減収となる企業が増加し、全体の売上高の伸びも鈍化
- 通販チャネルへの顧客流出や、新興専門店の台頭等を受け、Top100社のシェアが低下
- 不採算店舗の閉鎖を進める企業が増加
- 業態別でみれば、コンビニは堅調である一方、スーパーは伸び減速、百貨店は縮小幅が拡大
- 百貨店を中心とした不採算店舗の閉鎖に伴い、賃料支出が減少
- ネット通販事業に注力する企業が増加

（出所）中国連鎖経営協会資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

中国におけるGMS･スーパーチェーン一覧（16年､売上高順）

	企業名	国籍	売上高		店舗数	
			（億元）	前年比		前年比
1	華潤万家有限公司	中国	1,035	▲ 5.4%	3,224	▲ 5.1%
2	康成投資(中国)有限公司＜大潤発＞	中国	933	4.0%	368	9.9%
3	沃爾瑪（中国）投資有限公司＜Walmart＞	米国	767	4.3%	439	1.6%
4	聯華超市股フン有限公司	中国	598	▲ 1.1%	3,648	▲ 6.7%
5	永輝超市股フン有限公司	中国	544	10.3%	487	25.5%
6	家楽福中国＜Carrefour＞	フランス	505	25.9%	319	36.3%
7	歩歩高集団	中国	321	3.6%	590	2.3%
8	北京物美商業集団股フン有限公司	中国	299	13.9%	566	2.5%
9	農工商超市（集団）有限公司	中国	277	▲ 3.0%	2,317	▲ 7.1%
10	家家悦投資控股集団有限公司	中国	238	3.7%	644	3.4%
11	中百倉儲超市有限公司	中国	211	1.7%	184	▲ 25.8%
12	文峰大世界連鎖発展股フン有限公司	中国	207	▲ 3.9%	817	▲ 6.1%
13	錦江麦徳龍現購自運有限公司＜Metro＞	ドイツ	193	1.0%	87	6.1%
14	屈臣氏集団（中国保健及び美容製品）	中国	＊ 185	2.3%	2,929	18.0%
15	欧尚（中国）投資有限公司＜Auchan＞	フランス	181	▲ 0.4%	78	5.4%
16	世紀華聯超市連鎖(江蘇)有限公司	中国	149	11.1%	3,681	6.2%
17	新華都購物広場股フン有限公司	中国	148	3.4%	149	7.2%
18	北京京客隆商業集団股フン有限公司	中国	147	3.8%	248	▲ 5.0%
19	北京聯華総合超市股フン有限公司	中国	＊ 145	▲ 7.9%	169	▲ 6.1%
20	ト蜂蓮花＜Lotus＞	タイ	130	▲ 3.7%	82	0.0%
23	永旺（中国）投資有限公司＜イオン＞	日本	112	4.9%	56	3.7%
37	伊藤洋華堂（中国）＜イトーヨーカ堂＞	日本	60	▲ 7.7%	8	▲ 27.3%

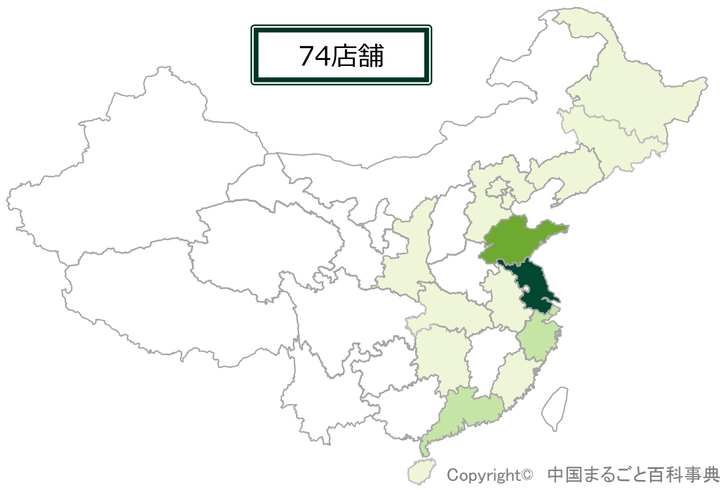
注：中国連鎖経営協会(中国のチェーン業界に関する唯一の全国的な業界団体)が発表した｢GMS･スーパー･コンビニチェーンTop100社(売上高順)｣の上位20社、及び同リストに掲載のある日系企業(同リストにあるコンビニ企業を控除)、*は中国連鎖経営協会による推計値
康成投資(中国)有限公司＜大潤発＞の売上高は飛牛網の売上高を含んでいない、聯華超市股フン有限公司の売上高は家楽福の上海店舗の売上高を含んでいる
家楽福中国の統計基準が変わり、2016年データは大中華圏における売上高と店舗数となる

（出所）中国連鎖経営協会資料を基に弊行作成

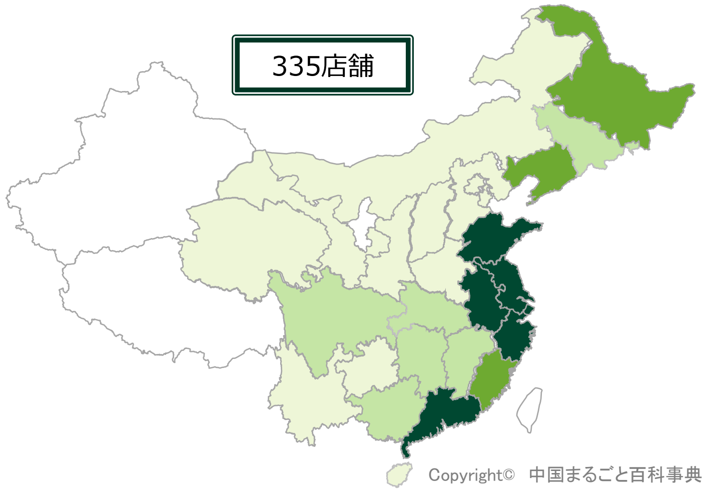
Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

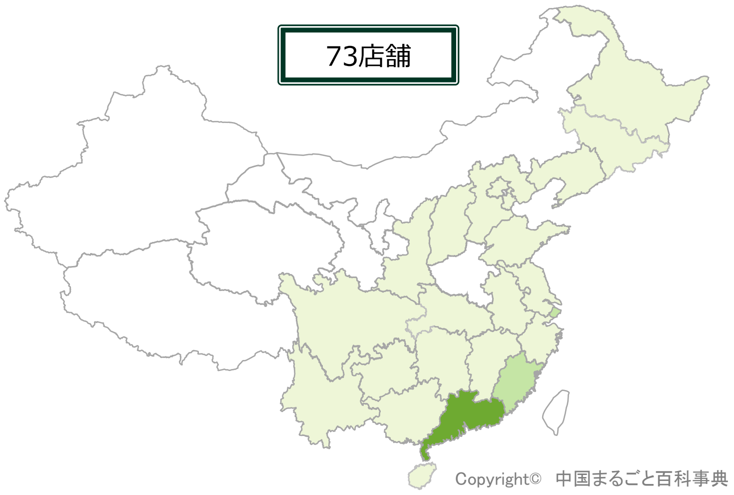
大潤発の店舗分布(06年)



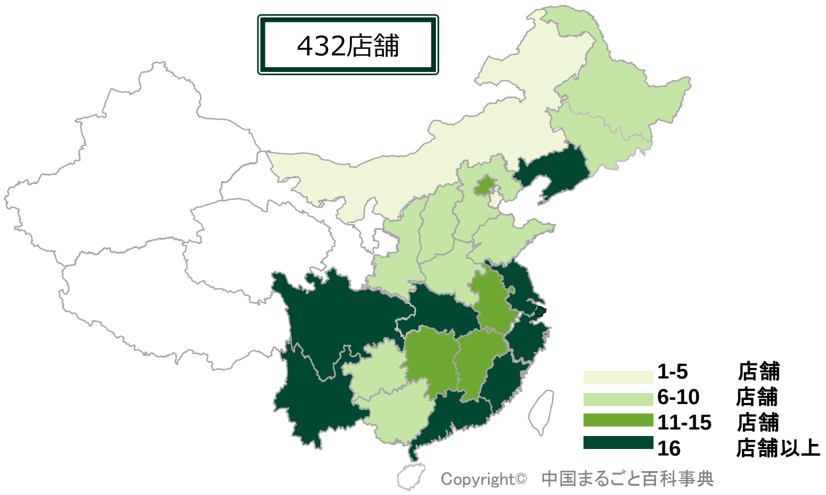
大潤発の店舗分布（15年）



Walmartの店舗分布(06年)



Walmartの店舗分布(15年)



注：本頁の掲載対象はGMS・スーパーランキングにおける上位2社（ブランド別）

（出所）聯商網、中国まるごと百科事典資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

SMBC SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

中国におけるコンビニチェーン一覧（16年、店舗数順）

	企業名	国籍	ブランド	店舗数	前年比
1	中石化易捷銷售有限公司	中国	易捷	25,000	3.3%
2	中国石油銷售公司(昆侖好客)	中国	昆侖好客	17,000	3.0%
3	東莞市糖酒集団美宜佳便利店有限公司	中国	美宜佳	9,300	25.7%
4	広東天福連鎖商業集団有限公司	中国	天福	3,311	17.0%
5	成都紅旗連鎖股フン有限公司	中国	紅旗連鎖	2,704	18.9%
6	十足集団股フン有限公司	中国	十足、之上	1,936	18.6%
7	中国全家	日本	FamilyMart	1,810	20.6%
8	上海聯華快客便利有限公司	中国	快客	1,551	▲ 3.3%
9	農工商超市（集団）有限公司	中国	可的、好徳	＊ 1,400	▲ 6.7%
10	太原唐久超市有限公司	中国	唐久便利	1,420	2.2%
11	7-11中国大陸	日本	7-Eleven	1,371	24.9%
12	四川舞東風超市連鎖股フン有限公司	中国	舞東風	1,056	16.4%
13	蘇果超市有限公司	中国	蘇果、好的	1,030	▲ 8.3%
14	羅森（中国）投資有限公司	日本	LAWSON	1,003	79.5%
15	山西金虎便利連鎖股フン有限公司	中国	金虎便利、早早便利、語果生鮮便利	943	3.9%
16	湖南佳宜企業管理有限公司	中国	新佳宜	830	18.6%
17	中百超市有限公司	中国	中百	812	2.0%
18	夏門見福連鎖管理有限公司	中国	FOOK 見福便利	803	46.0%
19	河北国大連鎖商業有限公司	中国	36524	800	33.3%
20	文峰大世界連鎖発展股フン有限公司	中国	文峰超市	758	▲ 6.0%

注：中国連鎖経営協会が発表した「主要コンビニチェーン(店舗数順)」の上位20社(同リストには一部コンビニに近い小型スーパーも含まれている)
＊は中国連鎖経営協会による推計値

（出所）中国連鎖経営協会資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

ファミリーマート

	15/11月	16/2月	16/5月	16/8月	16/11月	17/2月	17/5月	17/8月
合計	1467	1530	1584	1678	1772	1875	1968	2071
前四半期末比増減	69	63	54	94	94	103	93	103
上海	949	980	1002	1059	1090	1150	1202	1253
前四半期末比増減	28	31	22	57	31	60	52	51
広州	180	185	193	197	206	215	221	233
前四半期末比増減	7	5	8	4	9	9	6	12
蘇州	122	135	143	145	159	169	183	191
前四半期末比増減	12	13	8	2	14	10	14	8
杭州	73	76	87	96	109	115	125	134
前四半期末比増減	7	3	11	9	13	6	10	9
成都	49	53	54	56	59	64	66	72
前四半期末比増減	6	4	1	2	3	5	2	6
深セン	30	32	35	40	49	57	58	60
前四半期末比増減	2	2	3	5	9	8	1	2
無錫	40	44	45	56	65	69	75	81
前四半期末比増減	5	4	1	11	9	4	6	6
北京	15	14	14	15	19	21	21	29
前四半期末比増減	1	-1	0	1	4	2	0	8
東莞	9	11	11	14	16	15	17	18
前四半期末比増減	1	2	0	3	2	-1	2	1

ローソン

（単位：店舗）

	15/11月	16/2月	16/5月	16/8月	16/11月	17/2月	17/5月	17/8月
合計	613	655	708	790	890	1003	1093	1216
前四半期末比増減	19	42	53	82	100	113	90	123
上海エリア	429	458	506	565	603	665	702	780
前四半期末比増減	19	29	48	59	38	62	37	78
重慶	113	110	111	120	129	136	144	145
前四半期末比増減	5	-3	1	9	9	7	8	1
大連	42	53	56	67	75	82	87	96
前四半期末比増減	3	11	3	11	8	7	5	9
北京	29	34	35	38	44	48	58	61
前四半期末比増減	-8	5	1	3	6	4	10	3
武漢	0	0	0	0	39	72	102	134
前四半期末比増減	0	0	0	0	39	33	30	32

セブンイレブン

	15/9月	15/12月	16/3月	16/6月	16/9月	16/12月	17/3月	17/6月
上海	78	81	83	88	92	102	107	115
前四半期末比増減	2	3	2	5	4	10	5	8
浙江	-	-	-	-	-	-	-	1
前四半期末比増減	-	-	-	-	-	-	-	1
山東	30	32	33	37	38	38	38	40
前四半期末比増減	3	2	1	4	1	0	0	2
重慶	16	25	24	24	28	35	35	35
前四半期末比増減	4	9	-1	0	4	7	0	0
香港・マカオ・広東	1697	1727	1736	1759	1766	1814	1828	1818
前四半期末比増減	8	30	9	23	7	48	14	-10

	15/11月	16/2月	16/5月	16/8月	16/11月	17/2月	17/5月	17/8月
北京・天津	248	257	257	273	283	301	296	303
前四半期末比増減	9	9	0	16	10	18	-5	7
成都	59	60	56	56	62	67	66	65
前四半期末比増減	1	1	-4	0	6	5	-1	-1

注：中国連鎖経営協会が発表した「主要コンビニチェーン(店舗数順)」に掲載のある日系企業

（出所）各社アニュアルレポート及び決算短信を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

中国における百貨店チェーン一覧（16年、売上高順）

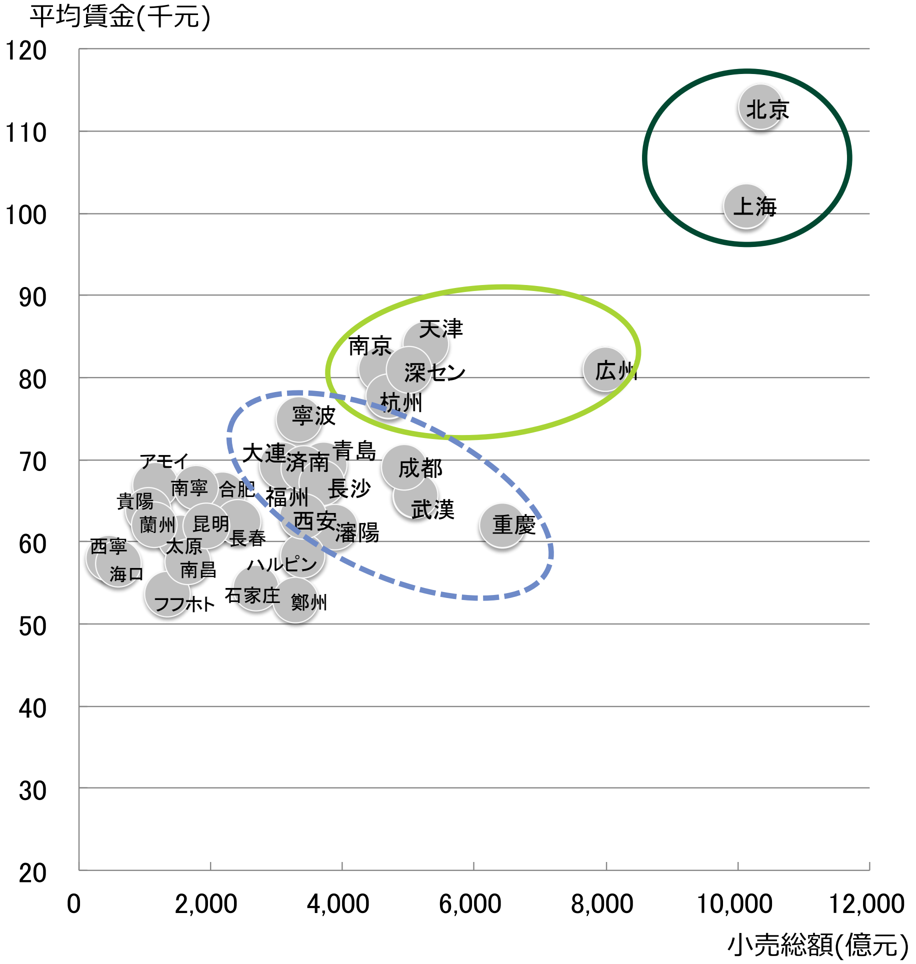
企業名		国籍	売上高			店舗数	
			（億元）		前年比		前年比
1	王府井集団股フン有限公司	中国		276	0.1%	52	15.6%
2	天虹商場股フン有限公司（百貨店・SC）	中国		248	1.1%	67	3.1%
3	武漢武商集団股フン有限公司（百貨店・SC）	中国		230	10.2%	11	0.0%
4	煙台市振華百貨集団股フン有限公司（百貨店のみ）	中国		207	▲ 2.3%	35	2.9%
5	銀泰商業（集団）有限公司	中国		197	5.8%	49	8.9%
6	大商股フン有限公司（百貨店のみ）	中国	*	192	▲ 10.5%	93	1.1%
7	上海百聯集団股フン有限公司	中国	*	187	▲ 8.0%	46	4.5%
8	利群集団股フン有限公司	中国		180	▲ 4.0%	82	3.8%
9	金鷹国際商貿集団（中国）有限公司	中国		170	▲ 1.2%	31	6.9%
10	銀座集団(百貨店のみ)	中国		168	▲ 0.3%	99	6.5%
11	百盛商業集団有限公司	マレーシア	*	166	▲ 8.3%	53	▲ 8.6%
12	興隆大家庭商業集団	中国		158	0.2%	39	0.0%
13	茂業国際控股有限公司	中国	*	153	42.6%	66	61.0%
14	重慶百貨大楼股フン有限公司	中国		148	▲ 5.5%	53	▲ 5.4%
15	北京菜市口百貨股フン有限公司	中国		135	0.1%	22	10.0%
16	欧亜売場有限責任公司	中国		133	10.8%	1	0.0%
17	江蘇華地国際控股集団有限公司	中国		132	2.7%	71	36.5%
18	石家庄北国人百集団有限公司（百貨店のみ）	中国		127	7.6%	20	11.1%
19	北京首商集団股フン有限公司	中国		119	▲ 5.4%	17	▲ 5.6%
20	新世界百貨投資(中国)集団有限公司	中国		115	▲ 10.2%	42	▲ 2.3%

注：中国連鎖経営協会が発表した「主要百貨店チェーン(店舗数順)」の上位20社を掲載、*は中国連鎖経営協会による推計値
王府井集団股フン有限公司の売上高は春天百貨の売上高を含んでいる
茂業国際控股有限公司の売上高は買収した成都仁百貨と春天百貨2社、及び内モンゴル維多利連鎖企業の売上高を含んでいる

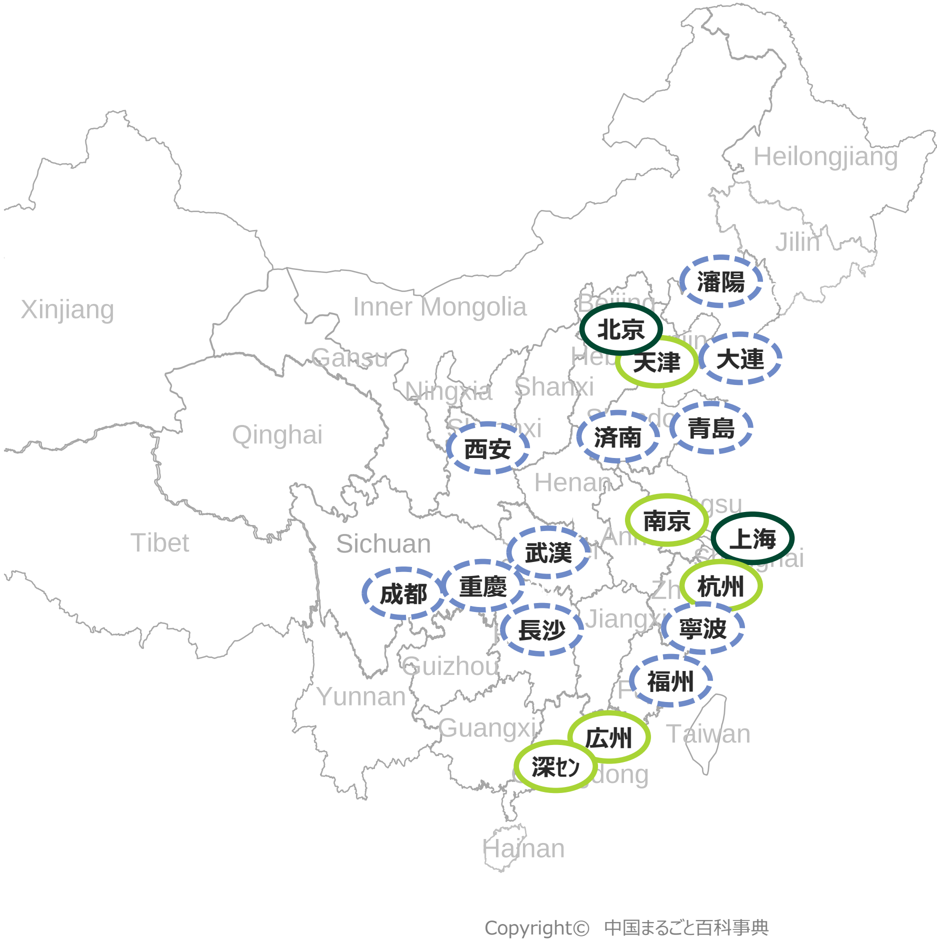
（出所）中国連鎖経営協会資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.
SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

主要都市の平均賃金/小売総額(15年)



(参考)主要都市マップ



（出所）Wind、中国まるごと百科事典資料を基に弊行作成

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.

SMBC
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION (CHINA) LIMITED

照会先

三井住友銀行（中国）有限公司　企業調査部

柳　笛
TEL: (86)(21)3860-9915
E-mail: di_liu@cn.smbc.co.jp

周　健怡
TEL: (86)(21)3860-9922
E-mail: jianyi_zhou@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　暁丹 (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

Copyright © 2017 Sumitomo Mitsui Banking Corporation (China) Limited. All Rights Reserved.