

経済ピックス①

2016年の経済成長率は+6.7%

TOPICS

SMBC China Monthly

日本総合研究所 調査部

主任研究員 佐野 淳也

E-mail: sano.junya@jri.co.jp

■下支え策により、目標圏内の成長を確保

2016年10～12月期の実質GDP成長率は、7～9月期を+0.1%ポイント上回る前年同期比+6.8%となりました(右上図)。これにより、通年の成長率は前年比+6.7%と、政府目標(+6.5～7.0%)を達成しました。

需要項目別にみますと、投資は政策措置により伸び率の低下に歯止めがかかりました。16年通年の固定資産投資(除く農村家計)の伸び率は前年比+8.1%と、1～7月を底に、伸びは横ばいで推移するようになっています。インフラ(除く電力)向けおよび国有企業(含む政府機関)の投資が15年の実績を上回るペースで拡大しており、公共投資主導の底打ちと判断できます。

消費は減速基調ながら、名目小売売上高は前年同月比+10%超、実質で同+7%超の比較的底堅いペースで拡大を続けました。主因は、自動車販売の拡大です。小型車減税措置は当初年内終了を予定(16年末に「減税幅を縮小して1年延長」に変更)していたことから、駆け込み需要が発生し、16年の自動車販売台数は前年比+13.7%と、3年ぶりに高い伸びになり、水準でも約2,800万台で過去最高となりました。また、金融緩和による緩和マネーの流入で住宅販売が増加したことに加え、家電販売の拡大にも貢献しました。

一方、貿易は輸出入とも2年連続で前年割れとなりました。世界経済の低迷を背景に、とりわけ輸出は前年比▲7.7%と、2009年の同▲16.0%に次ぐ大幅な減少となりました。

16年は政策の下支えで一服しましたが、17年の景気は再び減速傾向をたどると想定されます。その理由として、①減税措置の縮小に伴う自動車販売の大幅な鈍化、②価格抑制策の強化による住宅販売の頭打ちがあげられます。公共投資の拡大で、成長率の大幅な低下は回避されるものの、17年通年の成長率は+6.5%と、16年の実績を下回る見通しです。

■17年の経済運営では資産バブルの抑制に注力

習近平政権は、16年末の中央経済工作会議での決定に基づき、17年の経済運営を行うものと見込まれます。今回の会議では、「安定のなかで前進を目指す路線」、「積極的な財政政策と穏健な金融政策」の継続が確認されたため、基本的には前年路線が踏襲されることとなります(右下表)。

そうした流れから、不動産市場関連では、乱高下防止とバブルの抑制を図りつつ、持ち家購入や賃貸住宅の供給を促進する方針が示されました。背景には、不動産在庫を削減し、構造改革の成果としたい習近平政権の意向があります。不動産関連収入が地方政府の重要な財源であることも、取り組みを後押しした一因と推測されます。習政権が構造改革と景気安定を両立させた経済運営を行ううえで、不動産市場対策は試金石と位置付けられます。

<GDP成長率と投資(前年同期比)>



(資料) 国家統計局

(注) 投資は年初からの累計比、農村家計を除く。

<中央経済工作会議の主要ポイント>

決定・確認事項	主な指摘内容
2017年の経済運営における基本方針	・安定のなかで前進を目指す(稳中求進)路線の堅持
財政・金融政策	・積極的な財政政策と穏健な金融政策の継続 ・穏健・中立的な金融政策の下、資産バブル抑制に注力しつつ、システムリスクの防止にも万全を期す
不動産市場	・市場の乱高下防止とバブルの抑制を図り、持ち家購入や賃貸住宅の供給を促進
構造改革	・過剰生産能力や不動産在庫の削減、企業負担の軽減などに引き続き取り組み、一層の進展を目指す

(資料)『中国共産党新聞網』、各種報道

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各方面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

経済ピックス② 中国の映画市場
TOPICS ~増える日本映画の公開~
 SMBC China Monthly

日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門
 シニアマネジャー 坂東 達郎
 E-mail: bando.tatsuro@jri.co.jp

先月は中国におけるコンテンツビジネスをみてきました。今回は、コンテンツの中の映画に焦点を絞り、日本映画の中国進出の動向、中国進出にからむ規制、関連するビジネスチャンスなどについてまとめてみました。

■日本映画が中国で大ヒット

2016年は日本映画が中国で大きなヒットとなりました。同年に上映された日本映画は11本で、1988年と1989年に記録した年間8本を上回り、過去最大を記録しました。中でも、「君の名は。」は中国における日本映画の過去最大の興行収入を記録しました。日本映画の公開数が急増したことを受け、中国で日本映画への注目が一段と高まっています。

【アニメ映画が中心】

2016年に中国で放映された日本の映画をジャンル別にみると、アニメの割合が大きいことが特徴で、11本の内9本を占めました。日本のアニメは世界的にも高い評価を得ていますが、特に中国の若者に多くの熱狂的ファンがいます。

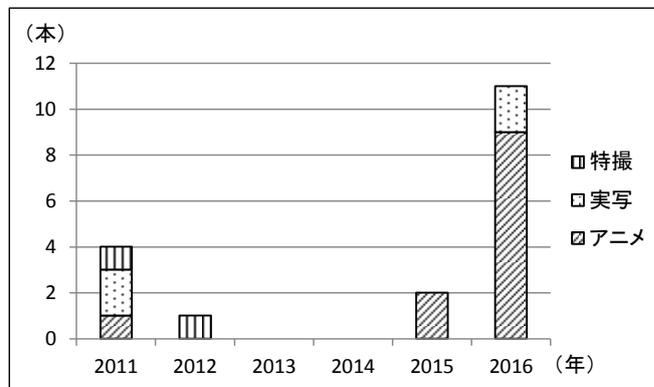
中国の映画市場の中心的な観客は1980年代や1990年代に生まれた、「80後（バーリンホウ）」や「90後（ジョウリンホウ）」と呼ばれる世代ですが、彼らはテレビ放送された日本のアニメを見て育った世代であり、日本から輸入される漫画やアニメ映画を支えていると言われます。2016年に中国でヒットした日本映画も彼らに馴染みのある代表的なアニメが多いのです。

【図表1】2016年に中国で上映された日本映画

作品名 (五十音順)	ジャンル
1. 寄生獣	実写
2. 君の名は。	アニメ
3. クレヨンしんちゃん爆睡！ユメミーワールド大突撃	アニメ
4. 聖闘士星矢 Legend of Sanctuary	アニメ
5. ちびまる子ちゃん イタリアから来た少年	アニメ
6. ドラえもん 新・のび太の日本誕生	アニメ
7. ドラゴンボールZ 復活の「F」	アニメ
8. ビリギャル	実写
9. BORUTO ボルト -NARUTO THE MOVIE-	アニメ
10. 名探偵コナン 純黒の悪夢 (ナイトメア)	アニメ
11. ONE PIECE FILM GOLD	アニメ

(資料)各種資料を基に日本総合研究所作成

【図表2】中国で上映された日本映画の推移



(資料)各種資料を基に日本総合研究所作成

■市場拡大が続く中国映画市場

近年、中国の映画市場は急成長を続けています。経済成長に伴って国民の娯楽に対する需要が急速に拡大し、その一つに映画鑑賞があります。

同一施設内に複数のスクリーンを持つ、シネマコンプレックス映画館が全国的に普及し、スクリーン数が急激に増えています。2010年に中国全土で6,256スクリーンであったのが、2012年には1万スクリーン、2014年には2万スクリーンを超え、2016年12月20日時点で4万917スクリーンとなっています(新華網)。

ちなみに、日本の映画館のスクリーン数は2016年末時点で3,472スクリーンで、中国の10分の1以下にとどまっています。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各方面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

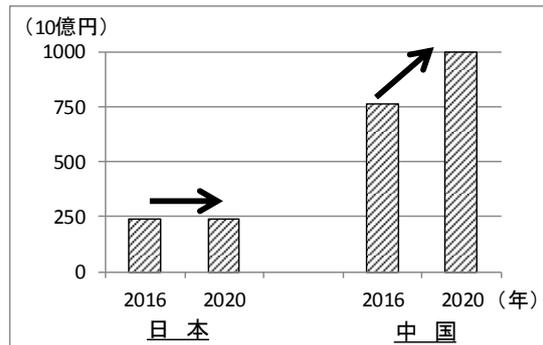
【世界第2位の興行収入】

スクリーン数の増加に伴って、中国における映画興行収入も順調に拡大しています。2012年に日本の興行収入を追い越した後も高い伸びが続き、2016年には約7,700億円(450億元(人民日報海外版推計))と、米国に次ぐ世界第2位となっています。

これに対して、日本の映画市場は伸び悩んでいます。2001年以降、映画興行収入は2,000億円前後で推移し、2016年は2,355億円でした。これは中国の3分の1以下の水準です。

2020年には、日本市場が2,300~2,400億円とほぼ横ばいにとどまるのに対して、中国市場は、日本の4倍強の1兆円前後にまで拡大すると予測されています。

【図表3】日本と中国の映画市場規模(興行収入)



(資料) 経産省「コンテンツ産業の現状と今後の発展の方向性」2016年12月などを基に日本総合研究所作成

【対中輸出に関する規制】

成長著しい中国市場ですが、注意すべきこととして規制の厳しいことが挙げられます。まず、外国から映画を輸入し上映するのに当局(国家広電総局)の許可が必要で、表現上の問題などについて厳しい検閲を受けます。

次に、輸入映画の割当枠は年間64本に制限されています。このうち34本は製作者と配給者間の利益分配方式で、ほぼ全量が米国ハリウッド映画の輸入に配分されています。残り30本が版權買い切りによるもので、日本は韓国などと競いあっているのが実情です。

■映画関連ビジネスの可能性

今後を展望すれば、中国市場の拡大が続くことに加えて、2017年には輸入割当の見直しが予定されており、日本映画の輸出は増加していくと予想されます。これまでのアニメからより幅広いジャンルの日本映画が市場に参入するでしょう。これら映画を受け入れるのは、日本の文化や風習などに馴染んでいる「80後」や「90後」であると考えられます。

【関連分野にビジネスチャンス】

映画は関連する分野が広範囲にわたり、大きなビジネスチャンスがあります。直接関連するものとしては、DVD、音楽、アパレルや小物類の商品化などがあります。さらに、主題歌のコンサートなどへと市場が広がっていく可能性が大きいです。

また、映画のシーンに出てくる場所は「聖地巡礼」として、訪日観光客の観光ツアーの対象となります。実はそのような動きが既にみられます。「君の名は。」の舞台になった神社や地方で訪日中国人観光客による聖地巡礼が報告されています。旅行の関心が「モノ」から「コト」へと移りつつある、中国人観光客の誘引につながったものと考えられます。

【日本政府も後押し】

日本の映画産業が伸び悩む中であって、日本政府は中国市場を念頭に置き、官民一体となって日本映画の輸出を後押ししようとしています。2016年11月には、日本映画を広く海外に展開し、輸出産業として育成していくための、「映画産業の海外展開に関する検討会議」の初会合を開きました。特に中国との間では、2017年の日中国交正常化45周年にあわせて、映画祭交流、映画人材交流、映画共同政策協定などの映画交流を拡大していくことを表明しています¹。日中政府間の話し合いで外国映画の輸入や上映に関する規制が緩和されることも期待されます。

¹ 内閣府 HP「映画産業の海外展開に関する検討会議における萩生田内閣官房副長官冒頭発言」

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各方面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

経済ピックス③
TOPICS

債務の株式化で
債務削減を進める中国

SMBC China Monthly

日本総合研究所 調査部

上席主任研究員 三浦 有史

E-mail: hiraiwa.yuji@jri.co.jp

中国企業の業績は2016年に回復したものの、債務が急増しています。これを受け、中国政府は国有企業にレバレッジ比率の引き下げを求める政策を打ち出しました。鍵を握るのは債務の株式化です。

■政府は安定成長に自信

国家統計局は、2016年12月の定例記者会見で、「中国は安定的な成長軌道にある」という認識を示しました。1～11月の経済指標をみますと、こうした自信を裏付けるデータが並んでいます。鉱工業の付加価値を示す工業増加率は前年同期比+6.2%、不動産開発投資は同+6.5%、消費動向を反映する社会消費財小売総額は同+10.4%と、いずれも前年実績を上回っています。政府内では2017年も+6.5%前後の経済成長が見込めるといふ楽観論が支配的となっています。

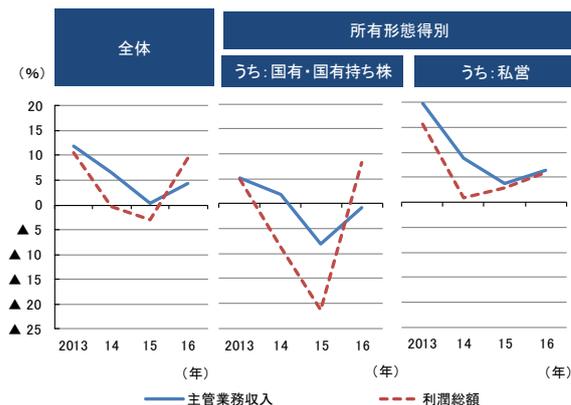
企業の業績も回復しています。鉱工業分野の企業の1～11月の主管業務収入は前年同期比+4.4%、利潤総額は同+9.4%と、回復に転じました(右上図)。これを支えたのは国有・国有持ち株企業(以下、「国有企業」)です。国有企業の利潤総額は、2015年に前年比▲21.3%と大きく落ち込んだものの、2016年1～11月は過剰生産能力が問題となった鉄鋼と石炭の業績が回復したことから、前年同期比+8.2%と「V字回復」を遂げました。国有企業の業績回復は楽観論を支える材料のひとつとなっています。

■高まる危機到来のリスク

国有企業の業績回復は投資の拡大によるところが大きいと考えられます。1～11月の固定資産投資は前年同期比+8.3%と前年実績(前年比+10.0%)をやや下回りました。投資主体別にみますと、民間投資が同+3.1%と低調であった一方で、国有投資は同+20.2%と高い伸びをみせたことから、国有投資が固定資産投資を支えたことがわかります。投資分野別にみますと、上述した不動産開発投資に加え、インフラ投資も同+18.9%と好調でした。政府は、10月中旬からのわずか1カ月で、鉄道や道路など17件、投資総額3,536億元のプロジェクトを承認したとされるなど、投資拡大による景気の下支えに余念がありません。

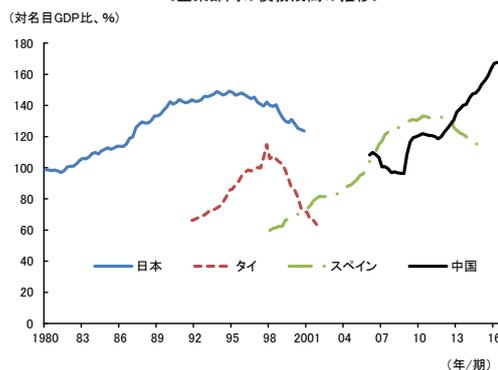
しかし、こうした投資主導の経済成長は、今後、試練を迎えることになるかもしれません。企業部門の抱える債務が急増し、金融システムが不安定化するリスクが高まっているからです。国際決済銀行(BIS)によれば、中国の企業部門が抱える債務は、2016年6月

<鉱工業分野の企業の主管業務収入と利潤総額の伸び率>



(資料) CEIC、国家統計局(NBS)資料より作成
(注)2016年は1～11月値。年間主管業務収入が2,000万元以上の企業を対象。

<企業部門の債務残高の推移>



(資料) BIS, Credit to the non-financial sector (<http://www.bis.org/statistics/totocredit.htm>)より作成

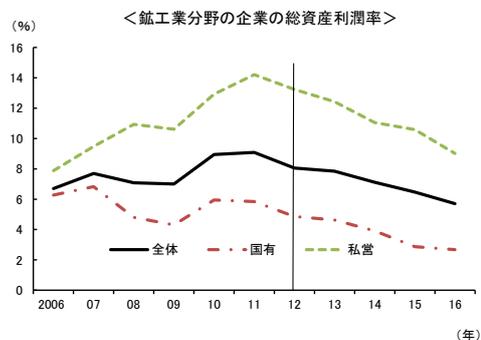
当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各方面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

末に対名目 GDP 比 167.6%と、過去に経済が危機的状況に陥った国を上回る水準にあり（前頁右下図）、銀行の破たんに象徴される危機到来のリスクが高まっています。

■金融政策は引き締めへ

昨年末に開催された中央経済工作会議においては、金融リスクの高まりを受け、金融政策を引き締めめに転じる方針が示されました。金融政策の基本的なスタンスは昨年同様「穏健」でしたが、今年はそのに「中性」という注釈が付けられました。「中性」とは、米国の利上げにより流動性が低下することは回避するものの、債務問題をこれ以上悪化させないため、従来のように潤沢に資金を供給することはしないことを意味します。

拡張的な金融政策が維持不能となってきたことは、投資効率の低下からも明らかです。企業が保有する資産でどれだけの利潤をあげているかを示す総資産利潤率は、成長率が7%に鈍化した2012年から低下が続いている（右図）。なかでも国有企業の総資産利潤率は低く、私営企業の3分の1に過ぎない。国有企業は私営企業の2倍の資産を有するにもかかわらず、利潤はその6割に満たず、負債はその2.3倍に達します。国有企業に野放図に資金を提供すると債務問題をさらに悪化させる可能性があります。



(資料) NBS資料より作成
(注) 総資産利潤率 = 利潤総額 / 総資産 × 100。2016年は1~11月。

■楽観を許さない債務の株式化

中国では国有企業の財務体質の健全化が喫緊の課題として浮上してきました。政府は、2016年9月、「企業のレバレッジ比率を積極的かつ確実に引き下げるに関する意見」を発表し、国有企業の債務を削減する方針を示しました。それによると、①地方や所有制の壁を取り払った合併の推進、②遊休資産の売却や資産の証券化、③債務の株式化、④破産清算など、あらゆる手段を通じて債務を削減し、レバレッジ比率を引き下げていくとされました。また、「市場化した銀行債権の株式化に関する指導意見」が付属しており、債務の株式化を柱に債務削減を進めようという意向が示されました。

しかし、債務の株式化が政府の思惑通りに進むかは予断を許さない状況です。中国では、90年代後半に債務の株式化が行われたものの、失敗に終わったというのが定評となっています。銀行から資産管理会社に1.2兆元の不良債権が移されたものの、回収率は17.4%にとどまり、その穴埋めを政府がすることとなったからです。政府は、業績回復の見込みのないゾンビ企業を債務の株式化対象としないため、同じ轍を踏むことはないとしています。が、次の3点から紆余曲折が予想されるからです。

第1は、ゾンビ企業の明確かつ有効な定義がない点です。政府は、3年以上損失を計上していることをゾンビ企業の条件のひとつとしているものの、企業業績は2016年に回復に転じた。「3年以上」に限定するとゾンビ企業数は大幅に減少します。第2は、債務の株式化にかかわるのが国有企業と国有商業銀行である点です。政府は、債務の株式化は市場主導で進めるべきとし、対象企業の選定や債権価格について関与しないとしています。しかし、市場のプレイヤーは、前回と同様、国有企業と国有商業銀行です。彼らに任せれば機能するといえるほど中国の市場は成熟しているとはいいい切れないのが実情です。第3は、転換社債が理財商品に組み込まれている点です。政府は、「市場化」という名目のもとで個人投資家が債務の株式化に参加することを歓迎するとしています。しかし、これが銀行の抱えるリスクを個人投資家に転換するだけに終わる可能性も否定できそうにありません。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各方面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

経済トピックス④ ニーズの多様化が進む中国飲料業界

TOPICS

SMBC China Monthly

三井住友銀行(中国)企業調査部

アナリスト 柳 笛

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

中国飲料市場では、成長ペースが鈍化する中で健康や安全を謳った商品の販売は好調であるなど、消費者ニーズの多様化・変化に伴い商品による売れ行きが鮮明となっています。同時に商品の流行り廃りも激しくなっており、飲料メーカー各社の取り組みが注目されます。

■成長が鈍化する飲料消費

中国飲料市場は、消費者の所得水準の向上等により2013年まで総じて2桁成長を続けてきました。しかし、近年ではモノからサービスへ消費が拡がりつつあるほか、14年以降は2年連続の冷夏となったこともあり、飲料消費の伸びは1桁台に止まっています。

■消費者ニーズの多様化

商品別で見れば、健康志向の高まりに伴い炭酸飲料の需要は低迷し、飲料消費に占める割合は10年前の23%から13%へと低下しているほか、糖質含有量の高い商品が中心のジュースや茶飲料の販売も頭打ちとなっています。

一方、ジュースの中でも低カロリー且つ甘さを控えたニアウォーターや、割高でありながら鮮度が高く風味も良い非濃縮還元の100%ジュースの販売は比較的好調なほか、茶飲料でも無糖茶の販売は増加しています。

また、食の安全意識の高まりに伴って調理に使う水を水道水から飲料水に切り替える家庭が増えているほか、高級天然水へのニーズも高まっていること等から、飲料水の販売が急拡大しています。同様に、健康の保持・増進効果を謳った機能性飲料の販売も年率+20%程度の高い伸び率を維持しています。

このほか、目新しさのある商品に対するニーズも高まっています。特にソーシャルネットワークの普及等に伴い情報の伝達が速くなったこともあり、これまで2~3年は続いていたヒット商品のブーム期間はせいぜい1~2年程度と短くなるなど、商品の流行り廃りが激しくなるといった傾向も窺えます。

■メーカー各社の戦略

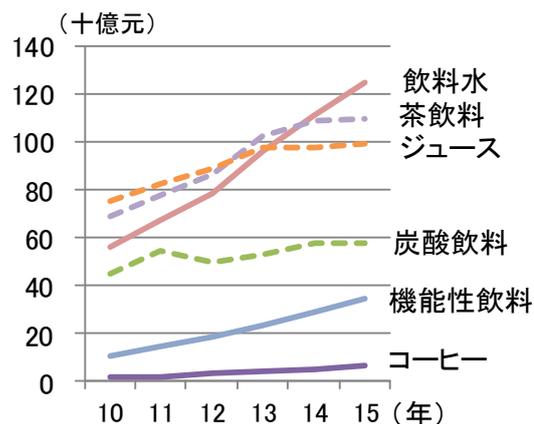
飲料メーカーの動きを見れば、これまでは数少ないアイテム数の商品を大量に生産し低価格で販売する戦略により業容拡大を図るケースが一般的でしたが、消費者ニーズの多様化や競争の激化に伴い、近年は年齢・性別・所得水準等でターゲットとなる顧客を細分化し、それぞれの顧客層に合わせた商品の開発・宣伝・販売を模索する動きが増えてきています。

また、目まぐるしく変化する消費者ニーズに対応すべく、専門の調査部隊を構え、かかる変化を逸早く把握するほか、予め市場投入が可能な商品を目先の数年分程度企画し、消費者ニーズの変化等に応じてタイムリーに市場投入できる体制を構築する動きも見られます。

このように、飲料メーカーの差別化戦略においては、従来の価格競争力や販売網に加え、マーケティング能力や商品開発力等の重要性も一層高まってきており、各社の取り組みが注目されます。

<図表>

中国における飲料消費の推移



(出所) Euromonitor

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

マーケティング関連情報

REPORT

～中国市場でのストック型ビジネスを強化する

ためのマーケティングの仕組み～

SMBC China Monthly

船井(上海)商務情報諮詢有限公司

総経理 中野 好純

E-mail: yosh@funaisoken.com.cn

■～中国市場でのストック型ビジネスを強化するためのマーケティングの仕組み～

先月号において、B2B（企業間取引）企業の中国顧客獲得戦略の一つとして、弊社（船井上海）自身の経験をもとに「ストック型ビジネス」を紹介したところ、読者の皆様から多くのお問い合わせがありましたので、今月はこの「ストック型ビジネス」にフォーカスしてご説明致します。

弊社（船井上海）では100人を超える飲食業の経営者様を対象に、会員制勉強会「船井餐飲经营专项研修会」を主催しており、毎年新年に会員全員を対象とした表彰イベントを行っております。「業績拡大による表彰」「成功事例づくりに関する表彰」「勉強会での情報提供量に関する表彰」など約15項目の多彩な表彰を用意し、全会員企業の前で壇上に上がっていただき表彰を行っています。会員様の多くはその様子をSNS（ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス）でシェアされたり、社内会議で全社員に報告されています。このような様子を見る度に、ストック型ビジネスはマーケティング手法として大変効果的であると実感します。今回はストック型ビジネスの重要性と、ストック型ビジネスにさらに付加価値をもたらす仕組みについて弊社の実例をもとに詳しく解説します。

1. 成長が鈍化し、競合商品・競合サービスが増えるタイミングこそ、ストック型ビジネスが重要となる

中国は日本に比べるとはるかに経済成長率が高い市場ですが、かつてのように二桁成長を続けることはもうないともいえます。かつての日本市場がそうであったように、確実にマーケットが「成長」から「成熟」の段階に差し掛かっているためです。コンサルティング業界も同様で、「成熟」段階になると類似のサービスを展開する競合他社との競争が激しくなります。「成長」段階では、定期的にセミナーを開催し、見込顧客を集めて個別提案を行い、個別契約する、という流れが一般的でした。しかし「成熟」段階になると我々同様にセミナーを主催するコンサルティング会社も増えてくる一方、ターゲットとなる顧客の絶対数の伸びは緩やかになってきます。さらに他社との「競争環境」が厳しくなり、コンサルティングフィーも「競争原理」が働き、物価上昇に伴う価格水準の見直しさえも難しくなります。また、一回のセミナーで集客できる顧客も次第に減ってくるのが「成熟」段階の特徴ともいえます。

そういった「成熟」段階において効果的であるのが、会員制度のようなストック型ビジネスです。定期的なセミナーを開催する代わりに、隔月で開催する会員限定の勉強会（弊社では「例会」と呼んでいます）に新しく会員になりそうなお客様を招待し、入会していただく、というビジネスモデルです。すでに「成熟」段階にある日本の船井総研本社では成功モデルとして何年も前に確立されています。中国ではまだ早いという議論もありましたが、弊社（船井上海）では昨年からのストック型ビジネスモデルに抜本的に転換しました。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

ストック型ビジネスモデルに転換したことによる具体的な効果は以下になります。

- 効果1：受注に関わる工数（作業量）が大幅に削減され、コンサルタントの時間を会員フォローと、個別契約のコンサルティングのために確保しやすくなった
- 効果2：アカウントを持つ前の段階の経験の浅い若手コンサルタントが隔月で全会員と関わることで、コンサルタントとしての経験を短期集中で得られるようになった
- 効果3：弊社（船井上海）が情報発信する成功モデルを自社で活用したいとの申し入れが増加し、個別コンサルティング契約の見込顧客が常にいる状態になった
- 効果4：隔月の例会（勉強会）の様子はビジュアルに残しやすく、中国で普及しているSNSによって、弊社とまだ接点のない顧客に対してもブランドイメージとして発信される結果となった
- 効果5：コンサルタントだけでなく、運営スタッフも含め全社で取り組む戦略イベントとして例会（勉強会）を行うことで、弊社内の一体化が進んだ

2. ストック型ビジネスをより強固にするためのマーケティングの仕組み

弊社の事例から説明していきしましたが、どの業界においても、ビジネスモデルは20世紀のものから変化してきていると断言できます。20世紀のビジネスモデルは、名簿を購入して、テレアポを行い、アポが取れた会社に訪問し、見込度合いに合わせて責任者がクロージングする、というものでした。受注金額の大小に関わらず、契約までにかかりの工数（作業量）がかかります。このビジネスモデルは対象顧客がどんどん増えていく市場の「成長」段階では一定の効果がありましたが、見込み客の増加が減退し、競合サービス、競合商品が増えてくる「成熟」段階においては非効率となります。また、1年先の売上予測が立ちにくいという問題もあります。

ストック型ビジネスは一言で言えば「個別契約数の10倍以上の見込み顧客をまず囲い込むビジネスモデル」です。弊社では比較的low価格の会員制度を作りましたが、B2B（企業間取引）業界では無料の情報発信を行う会員制度でも良いと考えます。B2C（企業対消費者間取引）業界ではSNSのフォロワー自体がそもそも会員制ビジネスに類似していますし、店舗（リアル店舗及びネット店舗）を持つ会社であれば、購買実績のある顧客とそうでない顧客とで2段階で管理することも可能です。

弊社はB2B業界にあたるため、会員制度であるストック型ビジネスにマーケティングの工夫を付け加えました。いかにしてこの例会（勉強会）の様子をSNS上で、まだ接点のないお客様宛てに拡散できないか？そこでたどり着いたのが「表彰式」イベントでした。普段の弊社の講演内容やゲスト講師の講演シーンはなかなかSNSで拡散しにくい内容でしたが、「表彰式」は画像を添付さえすれば1秒で何のシーンかが伝わります。また、拡散元であるお客様自身が主役になっている瞬間ですので、拡散力は格段に上がります。弊社はこの「表彰式」イベントによって、ほとんど広告費を掛けることなく、弊社のサービ

ス内容が広く中国に拡散されるようにしているのです。

業界によってストック型ビジネスの在り方には様々な選択肢がありますが、他業界のストック型ビジネスのパターンを研究することで自社につながるヒントはたくさん出てくるはずです。

船井（上海）商務情報諮詢有限公司

総経理 中野 好純

1970年生まれ。米国大手消費財メーカー（P&G）を経て1998年に船井総合研究所に入社。海外関連のコンサルティングプロジェクトを統括し、上海をはじめ中国主要都市で現地企業との提携、関係構築に注力。コンサルタントとしてはクライアント企業のグローバル化、海外戦略立案の支援に従事し、特にマーケティング、販促、ECを含む販路開拓を得意とする。2012年に株式会社船井総合研究所が上海に設立した現地法人（100%子会社）の総経理に就任。著書「中国市場で日本の商品を高く売るためのマーケティング戦略」（総合法令出版刊）



コラムに関するお問い合わせは yosh@funaisoken.com.cn まで。

マクロ経済レポート

REPORT

中国経済展望

SMBC China Monthly

日本総合研究所 調査部

副主任研究員 関 辰一

E-mail: seki.shinichi@jri.co.jp

概説: 景気減速の動きが一服

◆現状: 景気減速は一服

10~12月期の実質成長率は前年同期比+6.8%と、前の期から0.1%ポイント上昇。景気てこ入れ策が打ち出されるなか、景気減速の動きが一服。とりわけ、公共部門の投資拡大、不動産開発投資の加速、自動車販売の拡大が景気を下支え。

もっとも、2016年通年の実質成長率は前年比+6.7%と、2015年の同+6.9%増から低下。

◆展望: 景気は再減速

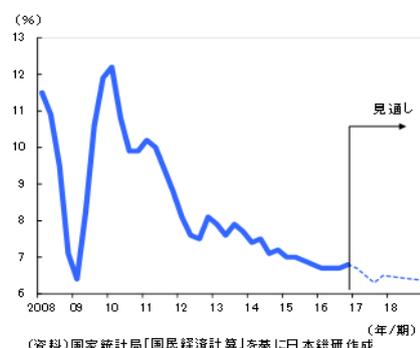
今後を展望すると、企業部門の構造調整が景気の足枷になる見通し。過剰債務・過剰設備を抱える状況下、企業の債務削減姿勢が長期化し、民間固定資産投資の景気牽引力は一段と低下すると予想。

企業部門における構造調整は、個人消費抑制にも作用。バランスシート調整に苦しむ企業が人件費抑制に動いていることで、実質所得の伸び率は低下。雇用に対する将来不安と所得の伸び鈍化を背景に、先行きも消費の減速基調が続く見込み。

さらに、家計支援策による景気押し上げ効果も減退する公算。自動車販売は小型車減税措置の縮小を受けて、伸びが低下する見込み。不動産開発投資も住宅需要が価格抑制策を受けて頭打ちとなるなか、増勢が鈍化する見通し。

もっとも、景気失速は回避されると判断。2016年12月に開かれた中央経済工作会议では、2017年にさらなる「積極的な財政政策」を採ると決定するなど、政府は景気を下支えする姿勢を明確化。中国人民銀行も、企業破綻への警戒感から、過度の金融引き締めは行わない構え。これらの結果、2017年の実質成長率は6.5%、2018年は6.4%と、小幅なペースの減速にとどまると予想。

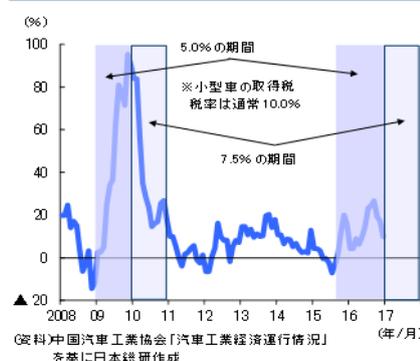
実質GDP成長率(前年比)



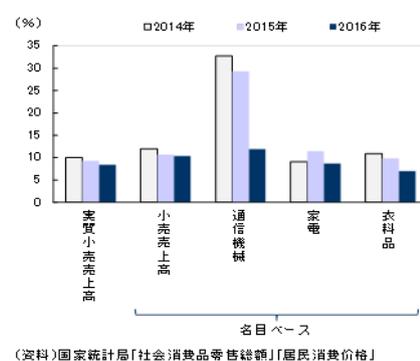
固定資産投資(年初累計、前年比)



自動車販売台数(前年比)



小売売上高(前年比)



当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家ににご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

輸出入:輸出に下げ止まりの兆し

◆輸出:下げ止まりの兆し

2016年の輸出額は前年比▲6.4%と、2年連続で減少。とりわけ、ブラジル向けが同▲19.2%となるなど、資源国・新興国向けが大幅に減少。米国、日本、EU向けもそれぞれ▲5.1%、▲4.7%、▲3.7%と減少。

もっとも、月次の輸出額(季調値)は12月まで3か月連続で増加し、輸出に下げ止まりの兆し。とりわけ、米国向けの回復が鮮明。良好な雇用・所得環境を背景に、米国経済の成長ペースが加速していることが主因。

先行き、輸出は米国向けを中心に増加に転じる見通し。米国では、家計部門、企業部門の持ち直しにより、自律回復に向けた動きがみられるほか、トランプ新政権が掲げる積極的な財政政策も成長ペースの高まりに繋がる見通し。足許の輸出向け新規受注も改善傾向。

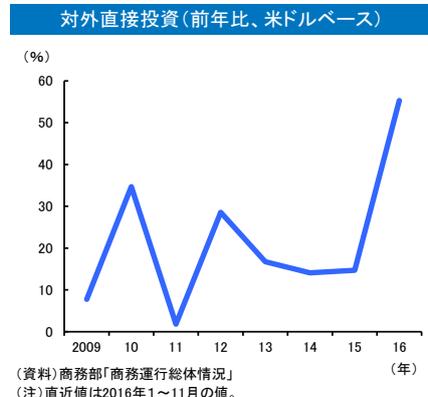
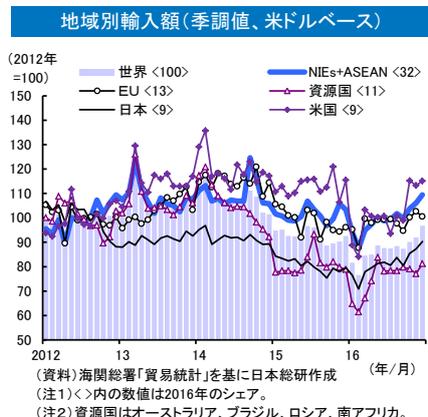
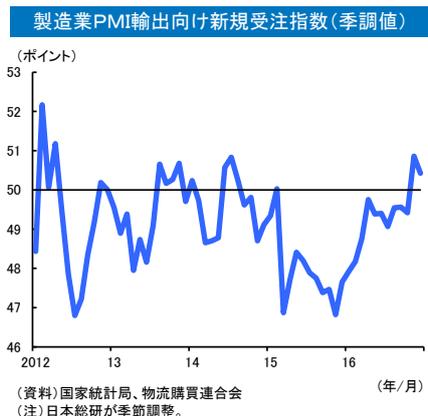
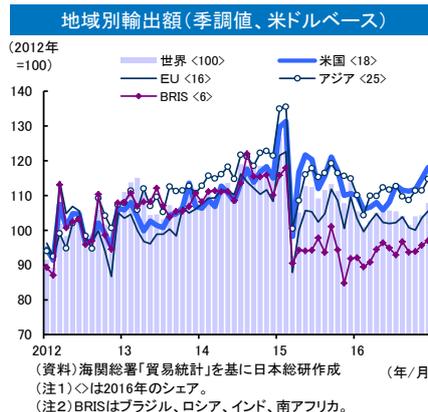
他方、不安定さが残る資源価格や世界的な保護貿易ムードの強まりが懸念されるなか、輸出の下振れリスクは払拭できない状況。とりわけ、トランプ新政権による米通商政策の行方が最大のリスク要因。

◆輸入:下げ止まりの兆し

2016年の輸入額は前年比▲5.4%と、2年連続で減少。ただし、ここ3カ月は増加しており、輸入にも下げ止まりの兆し。輸入価格が上昇したほか、輸入数量も総じて増加。

◆対外直接投資:大幅に増加

2016年1~11月の対外直接投資は前年比55.3%の大幅増加。国内期待投資収益率の低下や対外投資に際しての行政手続きの簡素化などが背景。もっとも、昨年後半から当局は資本規制の強化に向け、海外投資の事前審査を求め始めたことを踏まえれば、今後、対外投資の増加ペースにブレーキがかかる可能性。



当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家ににご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

消費: 上場小売企業の6割は売上高が前年割れ

◆個人消費：増勢は鈍化

実質小売売上高の伸び率は低下基調。2016年通年では前年比8.4%増と、2015年の同9.3%増から▲0.9%ポイント低下。品目別にみると、自動車販売は好調ながら、通信機械、家電、衣料品などが不調。

チャネル別にみると、インターネット販売は割安さなどが評価されて、2016年の売上高が同25.6%と高い伸びを維持。金額で見ると、4兆1,944億元と名目小売売上高全体の12.6%を占める状況。他方、店舗販売の厳しい状況を反映して、上場小売企業の6割は売上高が前年から減少。百貨店大手の上海百聯集団や王府井集団など3年連続で減収となる企業も。

この背景には、企業部門の構造調整による雇用所得環境の悪化。7～9月期の求人数は前年同期比▲6.1%と7四半期連続で減少。雇用環境が悪化するなか、2016年の一人当たり実質可処分所得の伸び率は前年比6.3%増と、2015年の同7.4%増から減速。これらは、ネット販売の追い風となるも、店舗販売には逆風に。

◆労働分配率の上昇がストップ

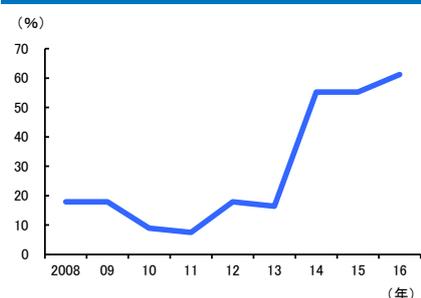
分配面に着目すると、一人当たり可処分所得の伸び率が同GDPの伸び率に近い水準へ低下しており、労働分配率の上昇がストップしつつある状況。成長率が鈍化傾向をたどるなか、過剰債務などバランスシート調整に苦しむ企業が、人件費抑制に動いている模様。

中国では、GDPに占める固定資本形成の比率を引き下げる一方、個人消費の比率を引き上げることで成長モデルを消費主導へ切り替えていくことが、中長期的に目指す構造改革の方向性。ところが、所得環境が悪化すれば、「投資から消費へ」の動きが頓挫し、持続可能な成長モデルに移行できない恐れがあり、中長期的観点からも正念場を迎えている状況。

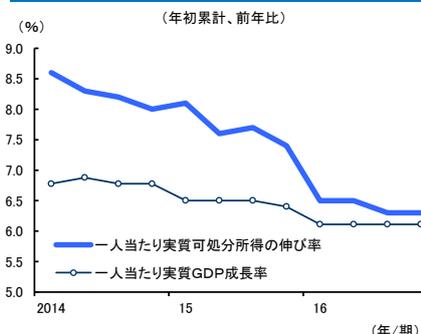
小売売上高(前年比)



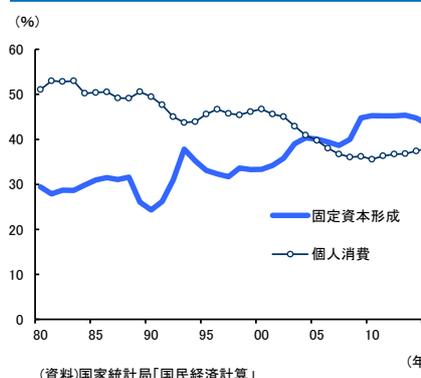
売上高が前年割れの小売企業の割合



実質可処分所得と実質GDP



固定資本形成と個人消費の対GDP比



当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家に相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

投資:不動産開発投資の増勢は鈍化する見通し

◆現状：減速傾向

2016年の固定資産投資は前年比8.1%増。伸び率は2015年から▲1.9%ポイント低下。とりわけ、民間固定資産投資は同3.2%増と、昨年から▲6.9%ポイント低下し、大きくスローダウン。

この背景として、過剰設備・過剰債務を抱える状況の中で企業が新たな投資に慎重になったことが指摘可能。実際、2014年11月以降に政策金利が計6回引き下げられたものの、企業の資金需要DIが持ち直す動きは見られず。

今後を展望すると、企業債務の対GDP比が日本のバブル期を上回り、元利支払い負担、バランスシート調整圧力が大きいいため、企業の債務削減姿勢は簡単には解消しない見込み。企業は引き続き借入拡大に慎重になる見通しで、当面は民間投資の力強い回復は期待薄。

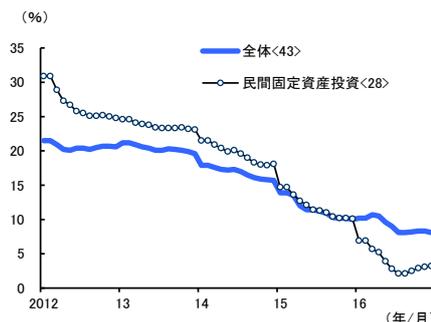
不動産開発投資は前年比6.9%増と、2015年の伸び率から5.9%ポイント上昇。2014年11月以降の利下げを受けて、住宅販売が拡大したことが背景。2016年の住宅販売床面積は同22.4%増と、伸び率は2015年から15.5%ポイント上昇。

もっとも、緩和マネーが流入するなか、沿海大都市の北京や上海、深センのみならず、合肥や南京などの内陸都市においても、住宅価格が前年比3割超上昇し、不動産市場は過熱化。

こうしたなか、2016年9月30日から10月9日の間に北京や上海をはじめとする計20都市において、ローンの頭金比率引き上げ等の住宅価格抑制策を発表。その結果、11月の住宅販売床面積（季調値）が前月比▲15.8%減少。

同様の抑制策が打ち出された2013年のケースをみても、同年11月に多くの都市が頭金比率引き上げ等を発表した後、ほどなくして住宅需要が減少し、不動産開発投資はスローダウン。今回も、先行きの住宅販売は頭打ちとなり、不動産開発投資の増勢が鈍化する見通し。

固定資産投資(年初累計、前年比)



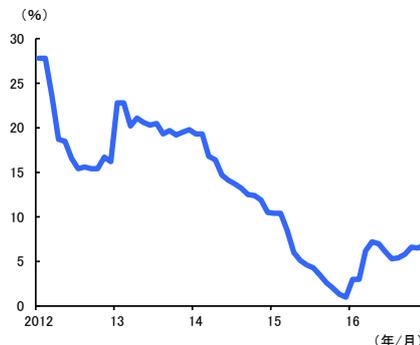
(資料)国家统计局「全国固定資産投資」「民間固定資産投資」
(注)<>はGDPに占めるおおよそのシェア。

企業の資金需要と政策金利



(資料)中国人民銀行「銀行家問巻調査報告」
(注)資金需要DIは「資金需要増加」-「減少」+50、調査対象は全国約3,100の銀行、日本総研が季節調整。

不動産開発投資(年初累計、前年比)



(資料)国家统计局「全国房地產開發投資和銷售情況」
(注)名目GDPの約8%は不動産開發投資。

住宅販売と価格上昇都市数



(資料)国家统计局「全国房地產開發投資和銷售情況」、「70大中城市住宅銷售價格變動情況」
(注)日本総研が住宅販売床面積を季節調整。

物価：PPIの上昇ペースが加速

◆物価：インフレ率は低水準で推移

2016年のCPIは前年比+2.0%と、政府目標の+3.0%を下回る水準。12月のCPIは前年同月比+2.1%と、11月+2.3%から低下。インフレ率は弱い内需を受けて、低水準で推移。

2016年のPPIは前年比▲1.4%と、5年連続の下落。月次では上昇に転じており、12月には前年同月比+5.5%と上昇ペースが加速。この背景には、公共投資の拡大に伴う建設資材価格の上昇、輸入価格の上昇といった実体経済面の要因に加え、緩和マネーによる鉱物資源など商品市況に対する投機的動きが指摘可能。

中国人民銀行は2014年11月以降、政策金利を6回、預金準備率を5回引き下げたほか、インターバンク市場で積極的に資金を供給。投資抑制姿勢から民間企業の資金需要が減退するなか、緩和マネーが住宅市場に流入。もっとも、2016年10月に住宅価格抑制策が約20都市で打ち出されたことを受けて、余剰資金は住宅市場から商品市場に移動。この結果、商品市況に上昇圧力。

◆不動産価格：価格上昇に歯止めの兆し

12月の70都市の新築住宅価格は前月比+0.3%と、上昇率は10月の+0.6%から低下。70主要都市のうち住宅価格が前月から上昇した都市数は11月から9都市減り、46都市に。北京、上海、深センの住宅価格はいずれも小幅に下落。

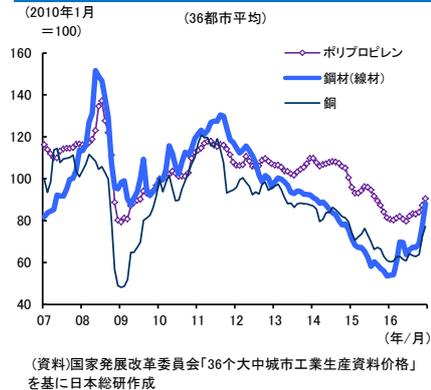
◆人民元レート：円に対して増価

2015年6月に1元=20.2円をつけて以来、中国からの資金流出が続くなか、元安が進展。2016年7月には1元=15.0円と、人民元は25.7%減価。もっとも、2017年1月20日時点では1元=16.7円と、資本規制の強化や公共投資の拡大などを背景に下落傾向に歯止め。元高円安は訪日中国人の購買力を押し上げ。

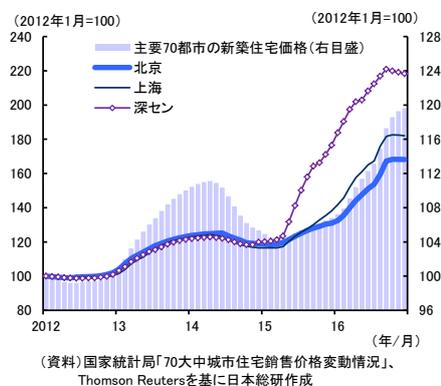
CPIとPPI(前年比)



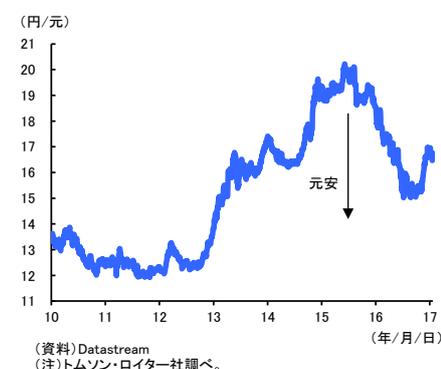
品目別卸売価格



新築住宅販売価格



人民元の対円レート



当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家に相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

CNY - 中国人民元

GDPは2016年通年で前年比+6.7%

為替相場・政策金利予測

	為替相場						政策金利								
	1USD=CNY		100JPY=CNY			1CNY=JPY		1年物貸出基準金利							
	Feb-01		Feb-01			Feb-01		Feb-01							
	6.8840		-			6.1319		-		16.31		-		4.35%	
	四半期末予測		レンジ予測			四半期末			レンジ予測			四半期末予測			
	SMBC	Bloomberg	SMBC		SMBC	SMBC		SMBC	SMBC		SMBC	Bloomberg			
17Q1	6.9400	7.0000	6.8180	6.9920	6.1040	5.6990	6.2870	16.40	15.90	17.60	4.35%	4.35%			
17Q2	6.9700	7.1000	6.8470	7.0220	6.0500	5.6490	6.2320	16.50	16.00	17.70	4.35%	4.30%			
17Q3	7.0300	7.1300	6.9060	7.0830	6.0710	5.6690	6.2530	16.50	16.00	17.70	4.35%	4.30%			
17Q4	7.1300	7.1600	7.0040	7.1830	6.0990	5.6950	6.2820	16.40	15.90	17.60	4.35%	4.30%			
18Q1	7.1000	-	6.9750	7.1530	6.0370	5.6370	6.2180	16.60	16.10	17.80	4.10%	4.25%			
18Q2	7.0600	-	6.9350	7.1130	5.9730	5.5770	6.1520	16.70	16.20	17.90	3.75%	4.25%			

Bloomberg: ブルームバーグによる中央値・加重平均予測、[SMBC]: SMBCシンガポールによるトレンド予測

Sources: Bloomberg, SMBC Singapore

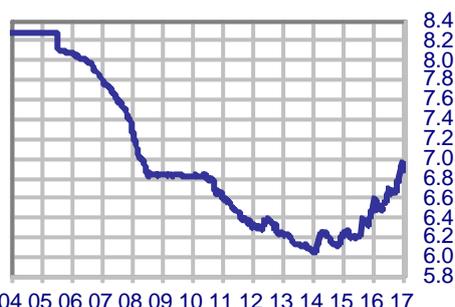
相場動向

USD/CNY-日足



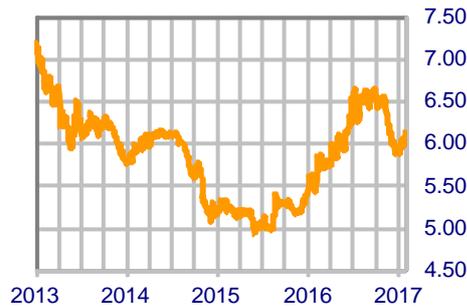
Sources: Bloomberg, CFETS

USD/CNY-週足



Sources: Bloomberg

JPY/CNY-日足



Sources: Bloomberg

上海総合指数-日足



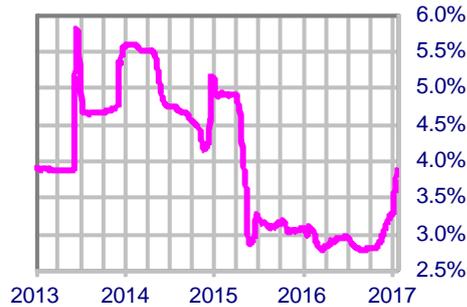
Sources: Bloomberg

上海総合指数-週足



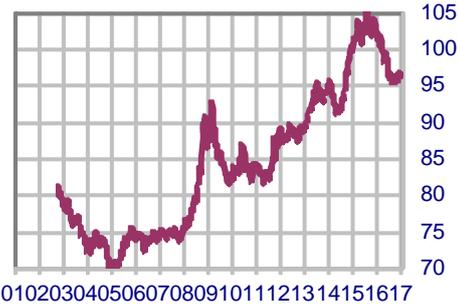
Sources: Bloomberg

3ヵ月物SHBOR-日足



Sources: Bloomberg

CNY名目実効為替相場-週足



Sources: Bloomberg

CNY実質実効為替相場-月足



Sources: Bloomberg

コメント

中国国家统计局は1月20日に経済指標を発表した。これによれば、第4Q GDPは前年比+6.8%と市場予想(同+6.8%)対比上振れ。前期比ベースでは、第4Q GDPは+1.7%だった。これを受けて、2016年通年でGDP成長率は+6.7%となった。12月鉱工業生産は前年比+6.0%と、市場予想(同+6.1%)対比、下振れ。固定資産投資(除く農村部)は2016年に前年比+8.1%と、2015年の同+10.2%から伸びが鈍化。12月小売売上高は前年比+10.9%と、市場予想(同+10.7%)対比わずかに上振れ。これを受けて、2016年通年で小売売上高は前年比+10.4%となった。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各方面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

TWD - 台湾ドル

GDPは2016年通年で前年比+1.4%

為替相場・政策金利予測

	為替相場						政策金利					
	1USD=TWD		100JPY=TWD			1TWD=JPY		公定歩合				
	Feb-01		27.86			3.5890		1.375%				
	四半期末予測		レンジ予測			四半期末		レンジ予測		四半期末予測		
	SMBC	Bloomberg	SMBC		SMBC	SMBC		SMBC		SMBC	Bloomberg	
17Q1	31.50	32.50	31.10	33.60	27.70	26.30	29.10	3.6100	3.4360	3.8000	1.375%	1.350%
17Q2	31.80	32.90	31.40	33.90	27.60	26.20	29.00	3.6230	3.4480	3.8140	1.375%	1.350%
17Q3	31.90	32.95	31.50	34.00	27.50	26.10	28.90	3.6300	3.4550	3.8210	1.375%	1.350%
17Q4	32.20	32.95	31.80	34.30	27.50	26.10	28.90	3.6300	3.4550	3.8210	1.375%	1.350%
18Q1	31.90	-	31.50	34.00	27.10	25.80	28.50	3.6870	3.5090	3.8810	1.500%	1.400%
18Q2	31.70	-	31.30	33.80	26.80	25.50	28.20	3.7290	3.5490	3.9260	1.500%	1.450%

Bloomberg:ブルームバーグによる中央値・加重平均予測、[SMBC]:SMBCシンガポールによるトレンド予測

Sources: Bloomberg, SMBC Singapore

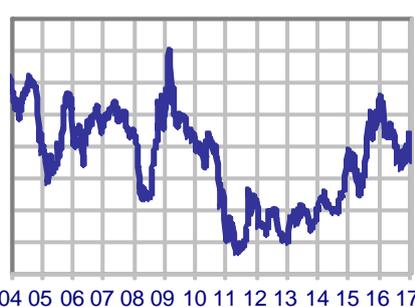
相場動向

USD/TWD-日足



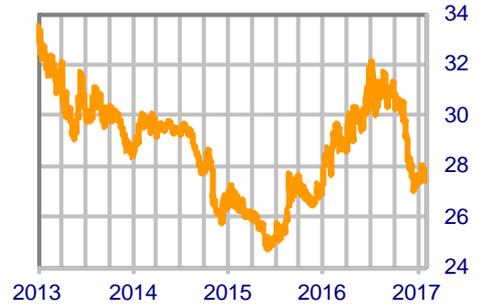
Sources: Bloomberg, Taipei Forex Inc.

USD/TWD-週足



Sources: Bloomberg

JPY/TWD (100JPY=TWD)-日足



Sources: Bloomberg

加権指数-日足



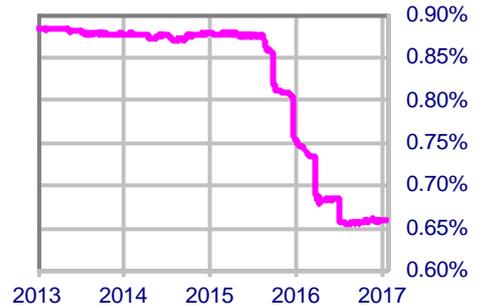
Sources: Bloomberg

加権指数-週足



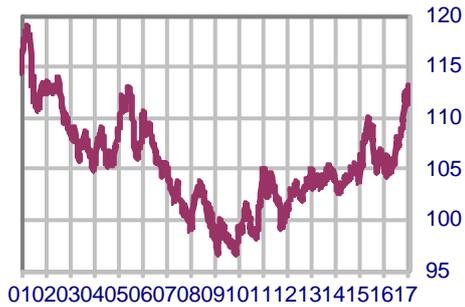
Sources: Bloomberg

3ヵ月物TAFOR-日足



Sources: Bloomberg

TWD名目実効為替相場-週足



Sources: Bloomberg

TWD実質実効為替相場-月足



Sources: Bloomberg

コメント

台湾経済部は1月20日に輸出受注データを発表した。12月の輸出受注は前年比+6.3%と、市場予想(同+9.0%)対比下振れ。地域・国別に見ると、中国、米国、欧州からの輸出受注が、それぞれ前年比+11.2%、+8.7%、+7.9%と増加した。台湾経済部の担当官によれば、1月の輸出受注は、12月分データよりも、金額および伸びともに低下することが見込まれるという。エコノミストらは台湾の輸出受注をアジア輸出における先行指標の一つとしてみており、輸出データに2-3ヵ月先行する傾向にある。台湾予算会計統計局は1月25日にGDPを発表した。2016年GDPは+1.4%成長だった。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各方面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

