

「メイド・イン・ジャパン」は 国境を越える

~対中ビジネスを支える中国個人消費~

text by 滋賀銀行 上海駐在員事務所長 宮木 暢久

2010年にGDP総額で日本を上回り、今や日本を大きく引き離して世界第2位 の経済大国となった中国。しかし最近では中国経済の減速が警戒され、先行き に不透明感も漂うなか、急速に拡大する中国人による個人消費に熱い視線が注 がれている。日中に関する統計数字の変化を捉えつつ、新たな「対中ビジネス」 についてレポートする。

密接な日中経済関係

ここ数年、日本から中国への直接投資※ は減少している。2012年に対中投資額 は過去最高の約74億米ドルに達した が、14年は約43億米ドルと前年比 38.8%の大幅減少。15年上半期も前年 同期比16.3%の減少と、わずか3年で急 速に落ち込んだ。人件費高騰や元高円 安の影響が大きい。一方で「商流」という 観点から見てみると、日本の輸出入総額 で中国は07年に米国を上回って以降、 最大の貿易相手国となっている。

以前の中国は、豊富な労働力と低賃 金によって世界中から投資が集まった。 特に中国がWTO(世界貿易機関)に加 盟した01年以降、日本からも多くの企業 が中国進出を果たした。帝国データバン クの調査によると、15年5月末時点で約 1万3,200社の日系企業が中国に進出し ている。「投資」が減少する一方で「商流」 が増加してきたのは、中国進出を果たし た日系企業のがんばりに他ならない。

しかし、その企業主体の「商流」は昨今 の中国経済の減速により先行きに不透明 感が漂う一方、対中ビジネスは個人主体 の「商流」へと潮流が変化してきている。

増え続ける訪日客

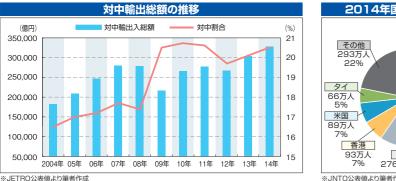
中国旅遊統計によると、中国本土から 海外(香港、マカオ、台湾を含む)を訪れ た中国人旅行者は、10年前の04年に 2,900万人程度であったが14年には 1億1,700万人に達し、ついに1億人の 大台を突破した。

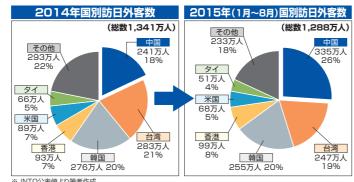
そのうち、14年に日本を訪れた中国人 旅行者は241万人で、前年比1.8倍と大き く伸長。その数は、今年に入ってさらに増 である。

圧倒的な消費

訪日客の増加もさることながら、驚くべ きは日本滞在中の彼らの消費額である。 観光庁によると、14年の訪日客全体の消 費額2兆278億円のうち、中国人によるも のは5,583億円で実に全体の28%を占め た。今年に入ってもその勢いは衰えず、上 半期の統計では中国人による消費が全 体の約40%(6,356億円)を占めるまで拡 大した。年間1兆円を超える勢いである。

このような数字だけをみると、「爆買 い」と言われるように中国人が衝動的に 高額品を買っているように思いがちであ





加しており、8月までの公表値は約335万 人だ。すでに昨年を大幅に上回り、韓国、 台湾を抜いてトップに躍り出た。このペー スでいけば、年間500万人に達する勢い

に、彼らの多くは事前に「ネット」「クチコ ミ」「フリーペーパー」などで情報収集し て「買い物リスト」を作成。目当ての場所

に行き、目当てのモノを買うのである。

るが、実はそうではない。限られた訪日

期間の中で効率良く買い物をするため

その恩恵を受けているのは、主に都市 部のドラッグストアや百貨店だ。一方、 秋葉原や心斎橋など中国人に人気の都 市に拠点を持たない企業はいかに消費 を取り込むかが課題である。彼らが訪日 する前の段階からさまざまな媒体を通 して、戦略的に誘導し、訪日客消費を捉 える必要がある。

動き出した「越境EC」

「中国工場で日本と全く同じ品質のも のを作っても、日本製の方が人気がある ので、中国での生産が思うほど伸びな い」。ある日系メーカー総経理の言葉が 印象に残っている。中国において「メイ ド・イン・ジャパン |の信頼は絶大だ。

訪日客は急速に増加しているものの、 日本を訪れて買い物できる人は中国全 体からみればほんの一握り。そのような 中、圧倒的なネット人口を誇る中国で は、簡素な通関手続きで海外製品を個 人購入する「越境EC(eコマース)」が広

まりつつある。

従来、日本製品の購入ルートは、①中 国に出店した日系高級百貨店などで店頭 購入②訪日して日本で購入、が主であっ たが、今ではここに③越境ECが加わっ た。制度上の課題もあるが、越境ECが広 がってきた背景には自由貿易区をはじめ とする中国側の規制緩和がある。これに より中国に法人を設立しなくても、ネット 店舗から中国国内の個人に日本製品を 直接販売することが可能となった。中国 EC最大手のアリババが運営するB to Cの ネットモール「天猫国際(Tmall Global) | には、徐々に日系企業も出店しており、中 国にいながらにして日本製品が手軽に購 入できるようになってきている。

訪日客のみならず、中国全土の「メイ ド・イン・ジャパン | に対する圧倒的な ニーズに応える越境EC。対中ビジネスで 新たな商機を見出す一つの手段として、 今後ますます注目されるだろう。

越境EC(イーコマース)

- インターネットを利用した国をまたいだ電子 商取引、通信販売。中国においては、個人が使 用する合理的な数量・金額であれば個人貨物 として通関。一般貿易と違い、関税や増値税 等の課税がなく、「行郵税」という簡素な課税 のみとなる
- 中国における代表的な通販サイトは「天猫国 際(アリババ)」「京東全球購(京東)」「海外購 (Amazon) |等。

Asia & World TOPICS /

香港支店 11月9日に新店舗オープン

滋賀銀行香港支店は11月9日、新店舗に移 転・オープンしました。

当行は1989年5月、香港セントラル地区に 駐在員事務所を開設。93年9月に支店に昇格 し、以来22年2ヵ月にわたってExchange Square Tower2(交易廣場第二座)40階で 営業してまいりました。近畿地銀で唯一の海 外支店として、お取引先の海外ビジネスをサ ポートする拠点として、数多くのお取引先の皆 さまにご利用いただいております。

振り返れば、97年の「香港の中国返還」、 2003年の「SARS(重症急性呼吸器症候 群)の大流行」、14年の「雨傘革命」など、香 港の歴史に刻まれるさまざまな事象を見てき ました。

最近日本では「中国経済は危機的な減速 | といった報道が目立ちますが、現地の肌感覚 やお取引先の足元の受注状況を確認する限り では、まだまだ成長力があると確信します。こ れは香港においても同じです。

香港の魅力は、製造業、サービス業、小売 業など多業種の海外拠点の集積地であるこ と、「良いものは良い」と正当に評価してくれ るマーケットであることです。また、香港を起 点にした日系企業のASEANへのビジネス展 開も加速傾向にあります。経済の底堅さや安 定感も香港の大きな魅力です。

駐在員事務所開設から数えると今年で27 年目。すでに四半世紀以上を過ごした当地 は、もはや「地元」であるといえます。このた びの移転を機会に、お取引先の皆さまの更な るご愛顧を得られるよう専心努力してまいる 所存です。引き続き、ご支援をよろしくお願い いたします。

香港支店長 粕淵 琢也

住所:香港皇后大道中5號 衡怡大廈10樓1001室 電話番号: (852) 2845-6548



14 かけはし 2015.12 ※直接投資/企業による長期の海外投資。現地法人の設立や既存外国法人への資本参加、不動産取得など。