

FRI経済研セミナー

2018年02月07日(水)

FUJITSU

shaping tomorrow with you

中国における消費主導の経済成長と 消費環境のデジタル化

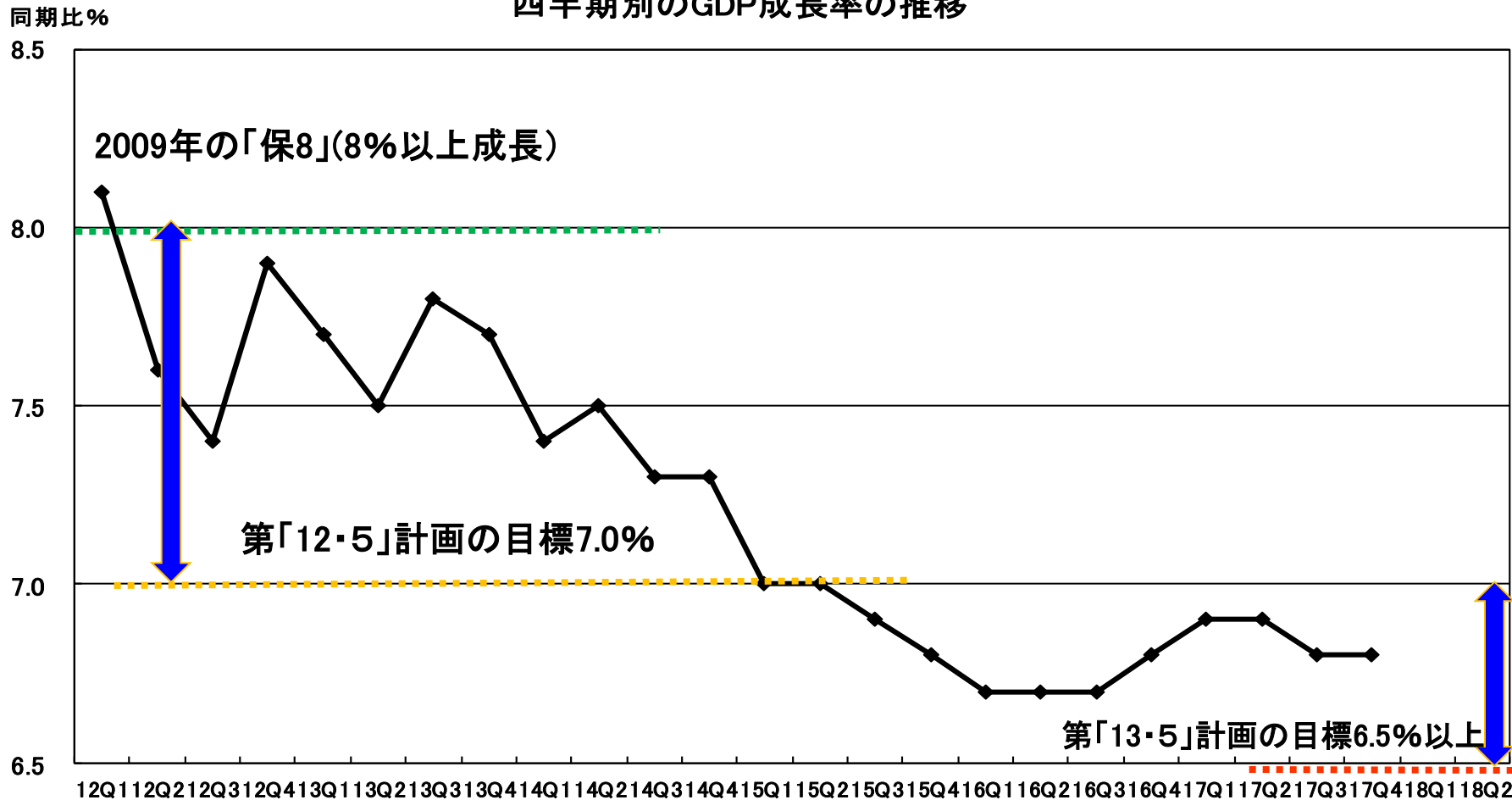
FRI経済研究所
金 堅敏

- 安定化しつつある中国経済だが、
リスクのコントロールは可能か？政策的な優先課題は？
- 経済成長は消費に期待しているが、投資、外需の課題は？
家計消費の成長は期待できるのか、期待する分野は？
- 消費環境のデジタル化と企業経営へのインパクト
ECとともに、消費者向けのフィンテックはなぜ成功したか？
これからの方向性は？

経済成長が「新常态」に安定しつつあるが、



四半期別のGDP成長率の推移



中国当局も一安心し次の目標へ

➤ 金融や国有企業改革を担当する副首相に付くと言われる劉鶴氏の発言（ダボス会議）は今後三年の政策目標を明示

・「一個総要求」（政策の目的）：成長率より経済の質向上

⇒ マクロ経済政策、改革政策、社会政策すべて「質向上」を目指して展開

・「一条主線」（経済政策の主軸）：サプライサイド改革の推進

⇒ デマンドサイドの高質ニーズを満たしていないサプライサイドに問題、現段階の重点は「三去（三つの過剰の除去）、一降（コストの削減）、一補（不足の補完）」

以上の「要求」と「主線」は、2015年10月の第18期5中全会で提起された

「第13次五カ年計画」に盛り込まれたもの

⇒ 2016年以降、鉄鋼生産能力1.15億トンカット、スクラップを原料とした劣悪な鉄

鋼製品「地条鋼」生産能力（1.4億トン）をすべて取り締まった。石炭生産能力5億トンカット

・「3大攻防戦」（経済政策のメイン分野）：重大リスクの予防と解消、

貧困撲滅、

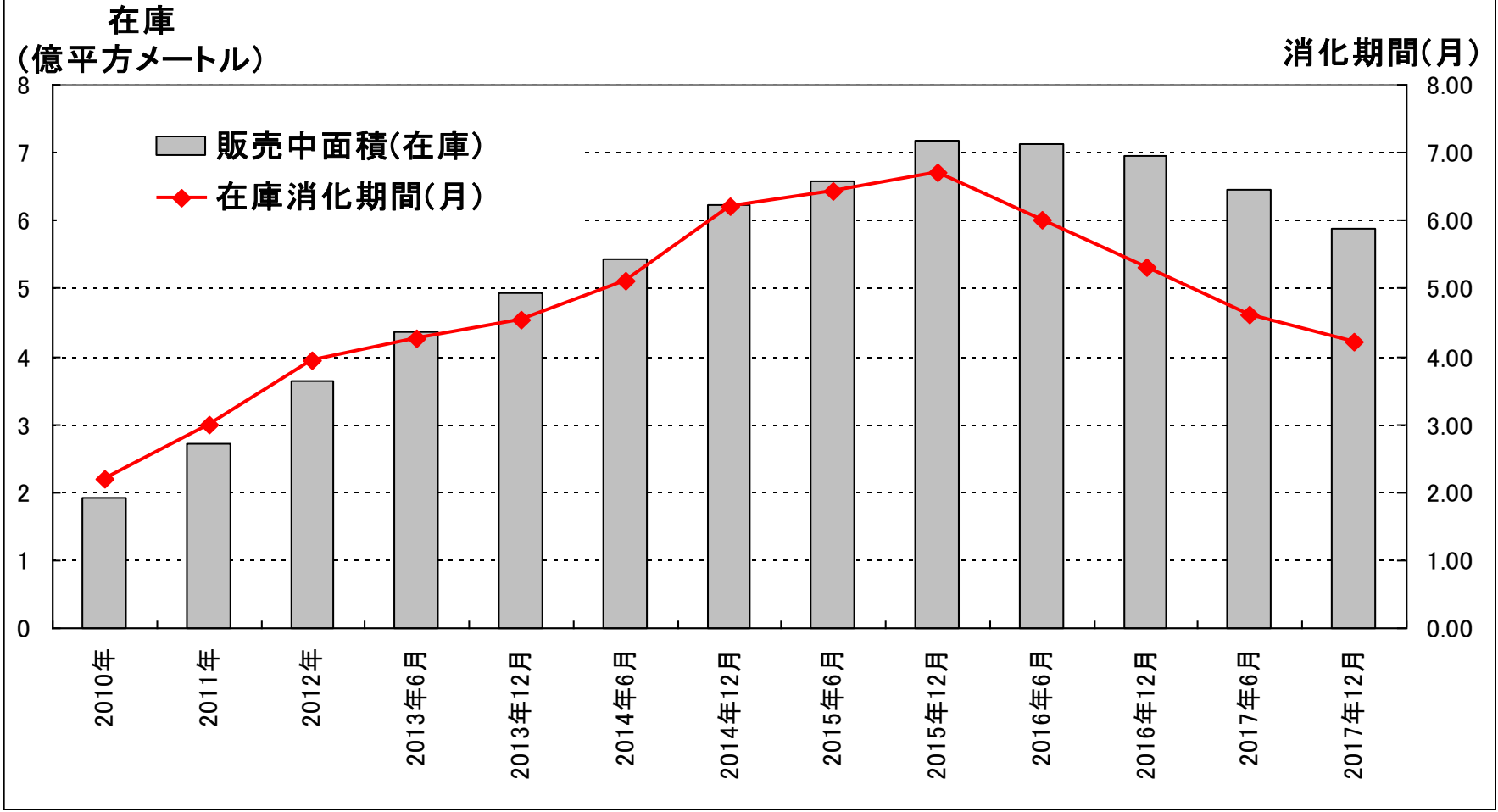
環境汚染の予防と退治

2017年7月に提起

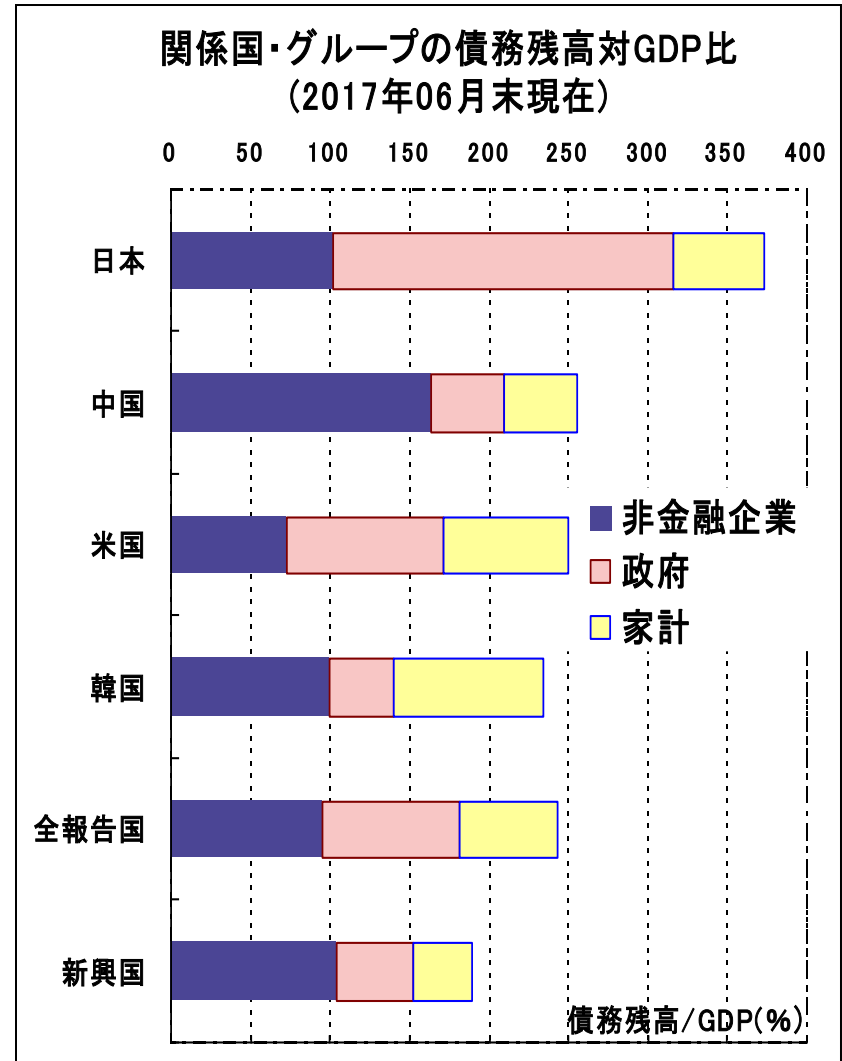
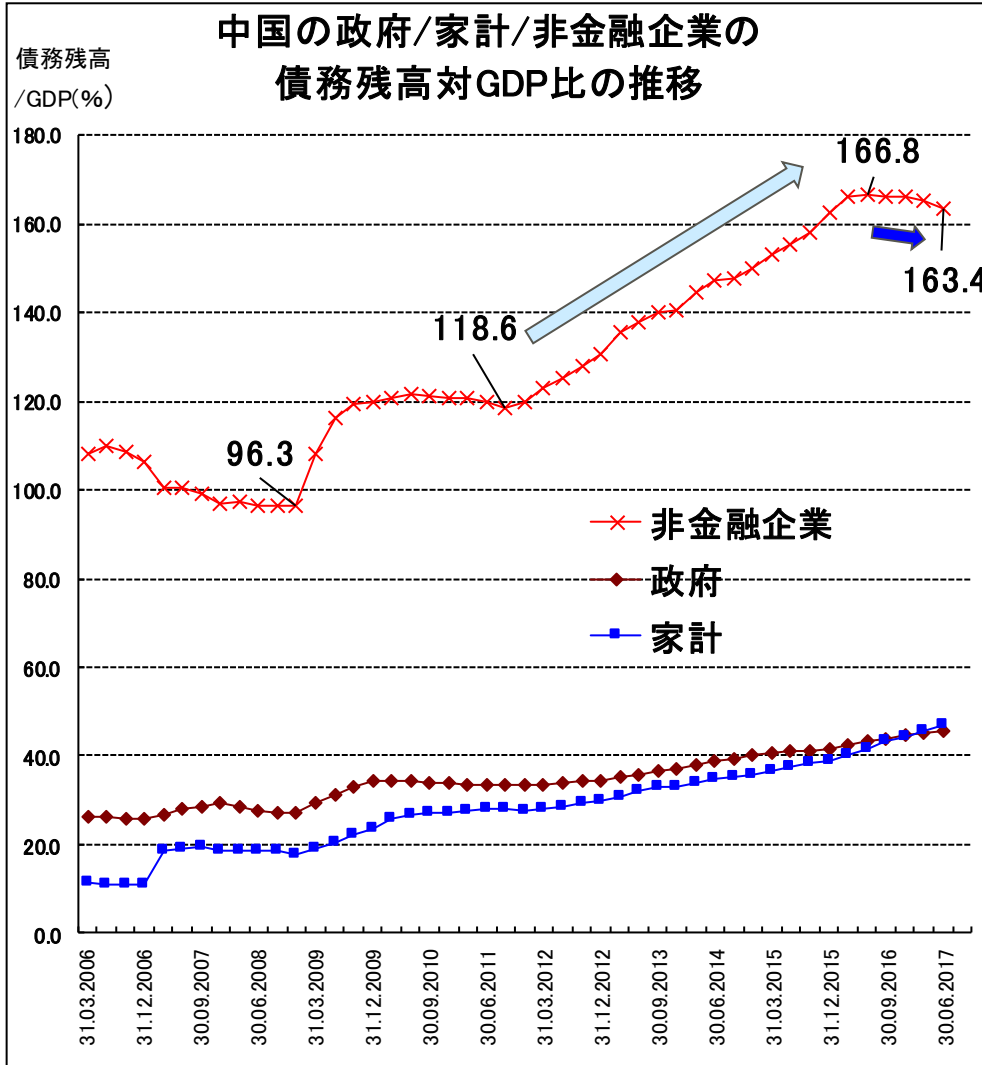
不動産の過剰在庫の解消が進む



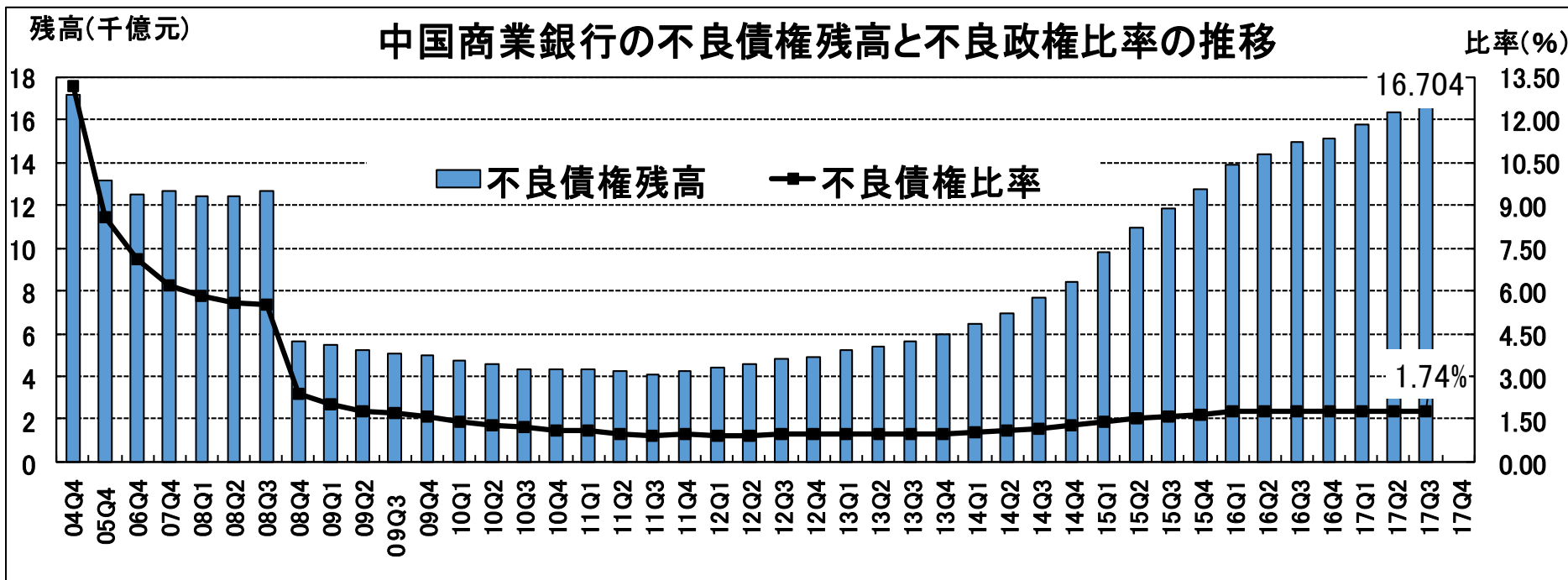
中国の新築不動産(住宅と商業不動産)在庫と消化期間の推移



債務コントロールが最重要課題へ



課題：ゾンビ企業と不良債権問題の再燃



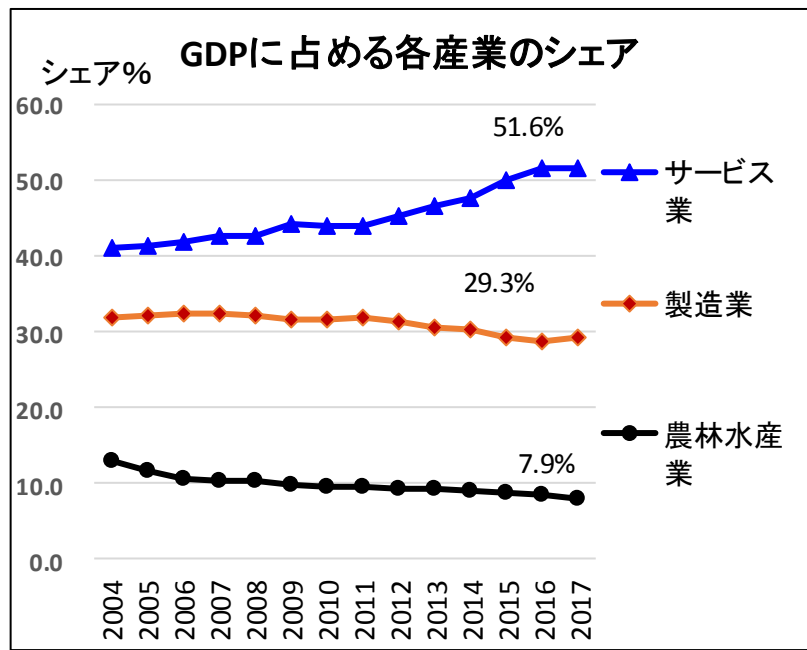
- 要注意債権 **3.87%**(2016) ⇒ **3.56%**(17Q3)
- 貸倒準備率 3.13%-不良債権比率1.74%= 余裕**1.39%**
- 2016商業銀行純利益 16.490(千億元) ⇒ 19.032千億元見込み(2017年)

産業構造のサービス化、エコ化が進む

産業汚染と都市環境問題の解決を図る

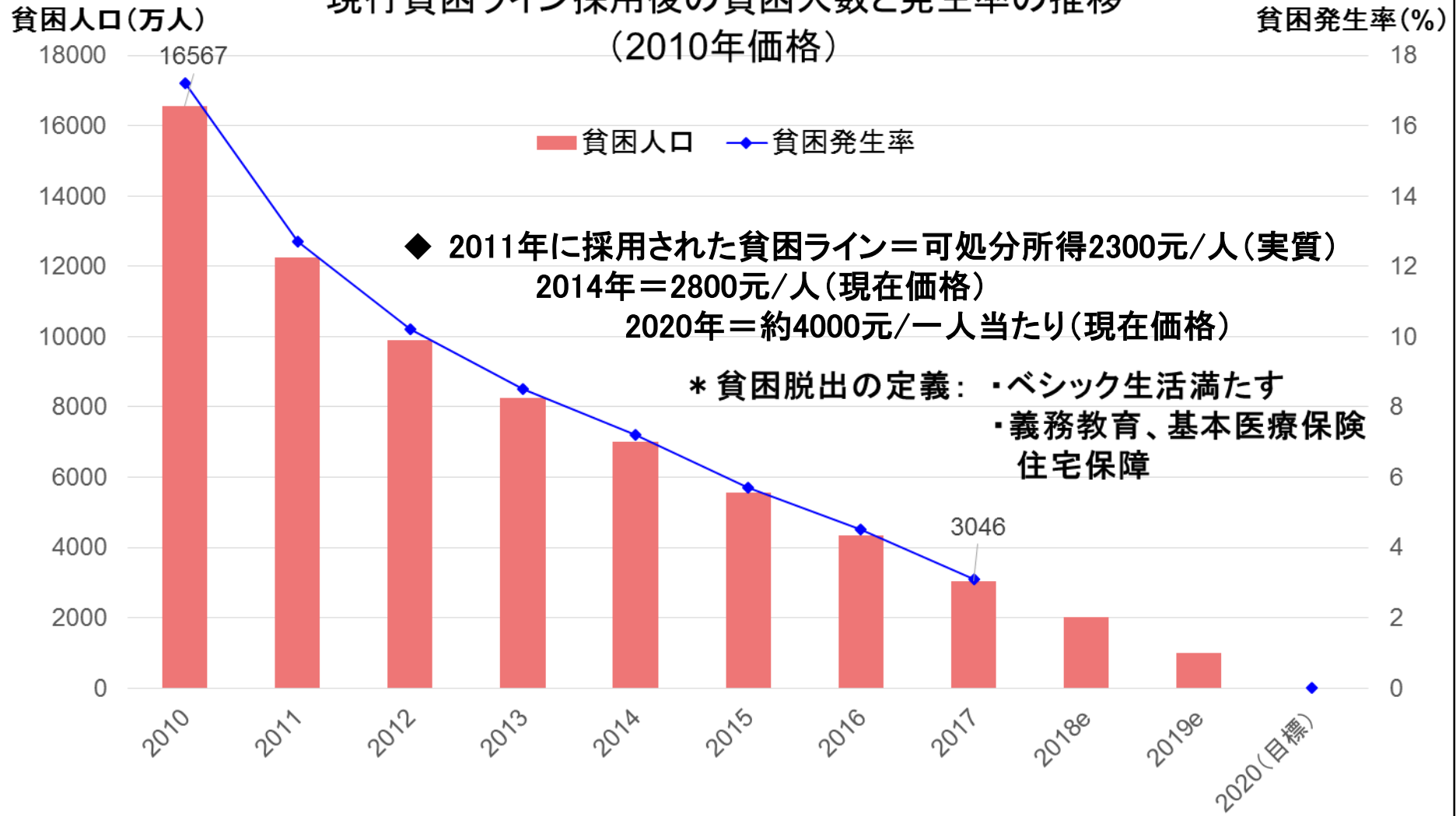


- 大気汚染の状況は依存と厳しい
 - ・2016年環境基準達した都市 24.9%
 - ・酸性雨ある都市 19.8%
- 水質の改善も緩慢
 - ・地表水：生活用水に適している水質 67.8%
 - ・地下水：生活用水に適している水質 24.0%



絶対貧困の撲滅は達成可能か

現行貧困ライン採用後の貧困人数と発生率の推移 (2010年価格)



消費主導の経済成長へ

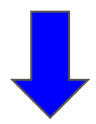
中国経済を見る視点

デマンドサイド

消費

投資

外需



経済成長率

政策手段
金融政策、財政政策
消費政策、通商政策等

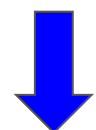
GDP

サプライサイド

労働

資本

効率
(TFP)



潜在成長率

政策手段
人口政策、競争政策
イノベーション政策等

投資力低下は否めない

●固定資産投資

- 2017伸び率7.2%:第2次産業の鉱業及び建築業の投資鈍化

⇒ しかし、投資の三本柱:インフラ、不動産、製造業 (固定資産投資の70.1%)

* インフラ投資が牽引

- インフラ投資(電力などユティリティー除く)は19.0%増(前年17.4%)、

投資に占める割合22.2%(+電力等25.7%)

⇒ **全投資増加への寄与率52.9%、寄与度3.8%**

* 不動産投資は上向き

- 不動産は7.0%増(6.8%前年)

同割合17.4%

* 製造業の設備投資は尚弱い

- 製造業は4.1%(前年4.2%)

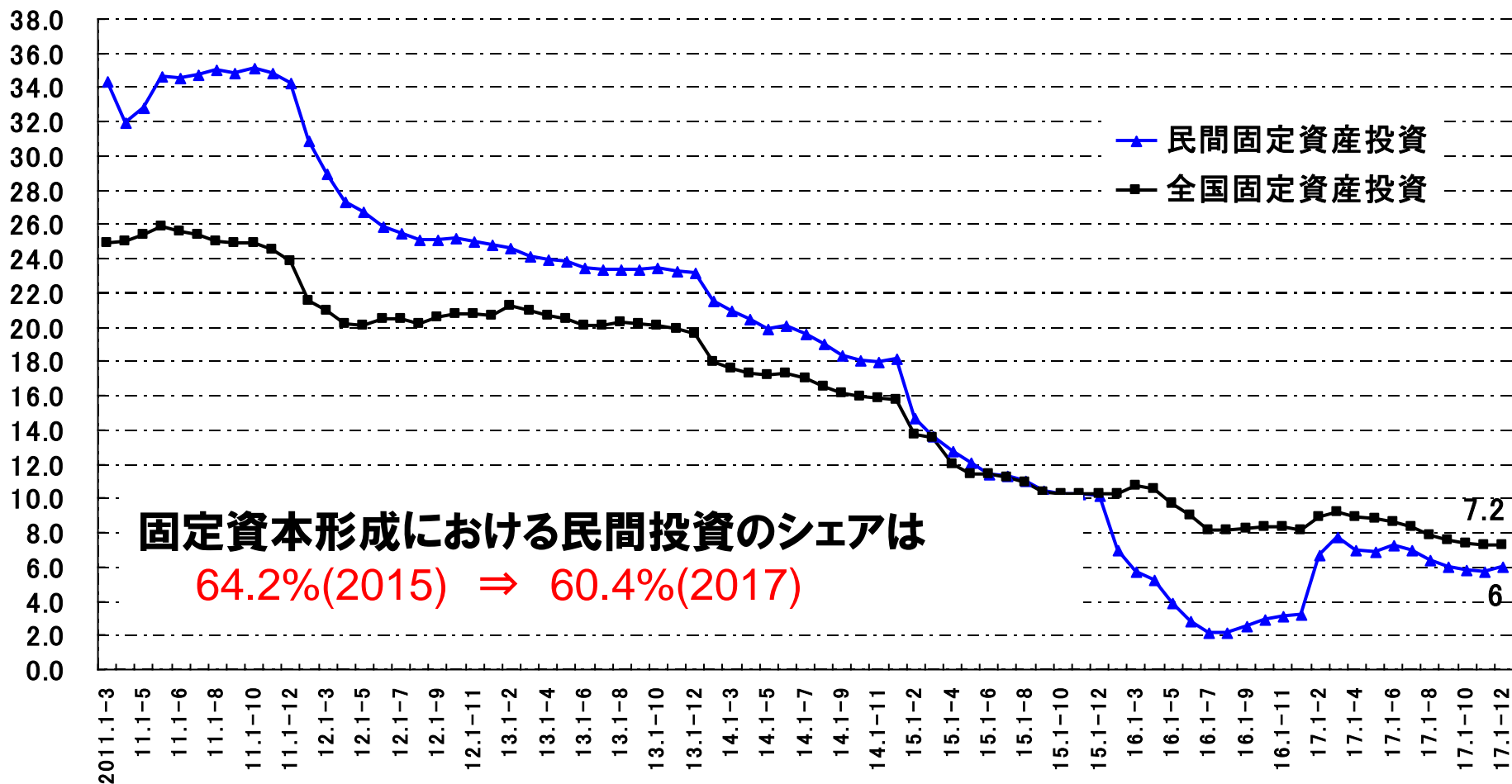
同割合30.7%

⇒ **ただし、ハイテク産業投資の製造業投資への寄与率43.0%**

民間資本のコンフィデンスはまだ弱い！ 公的投資主導には限界

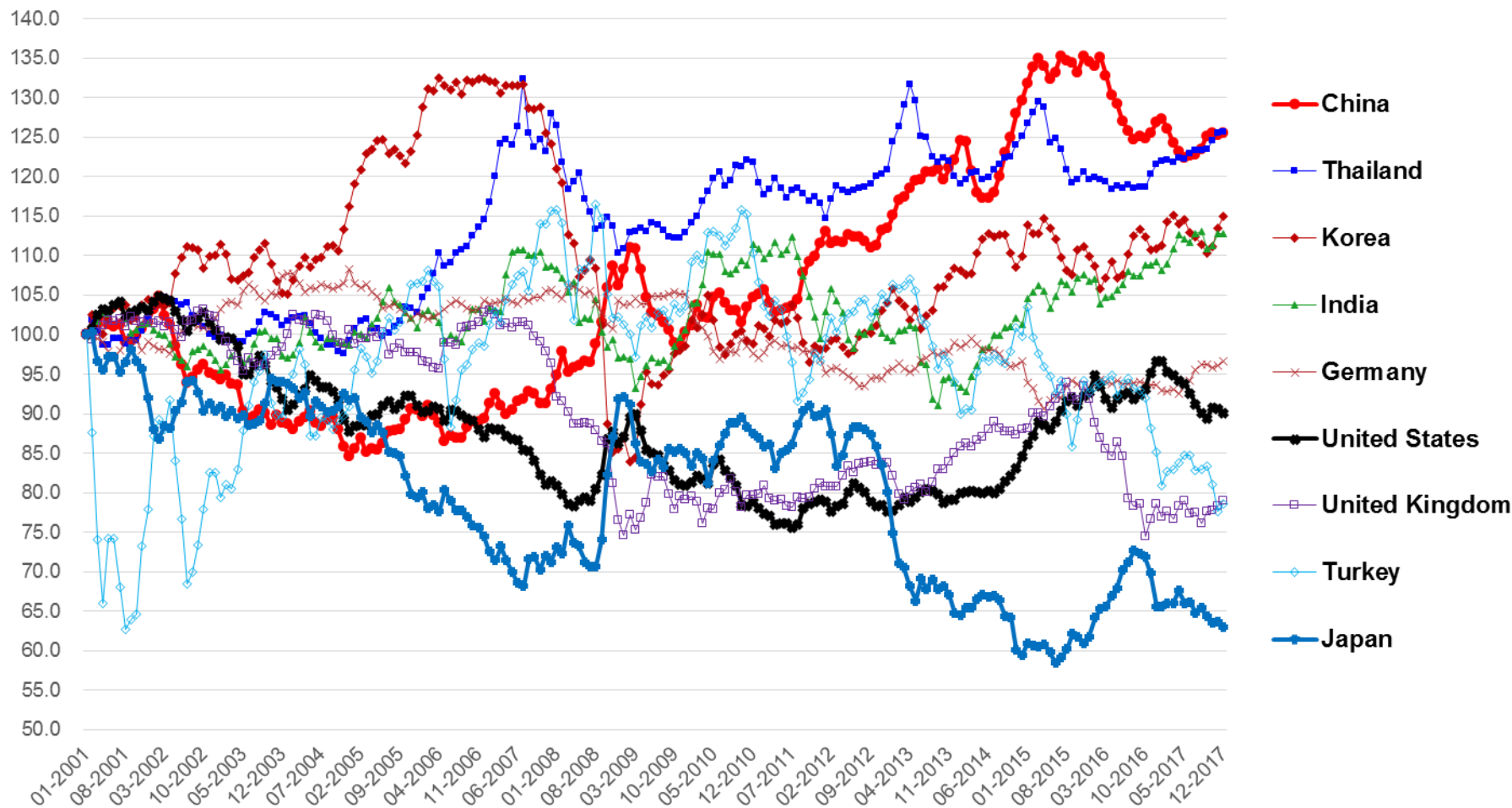
民間固定資産投資と全国固定資産投資の伸び率推移

伸び率(%)



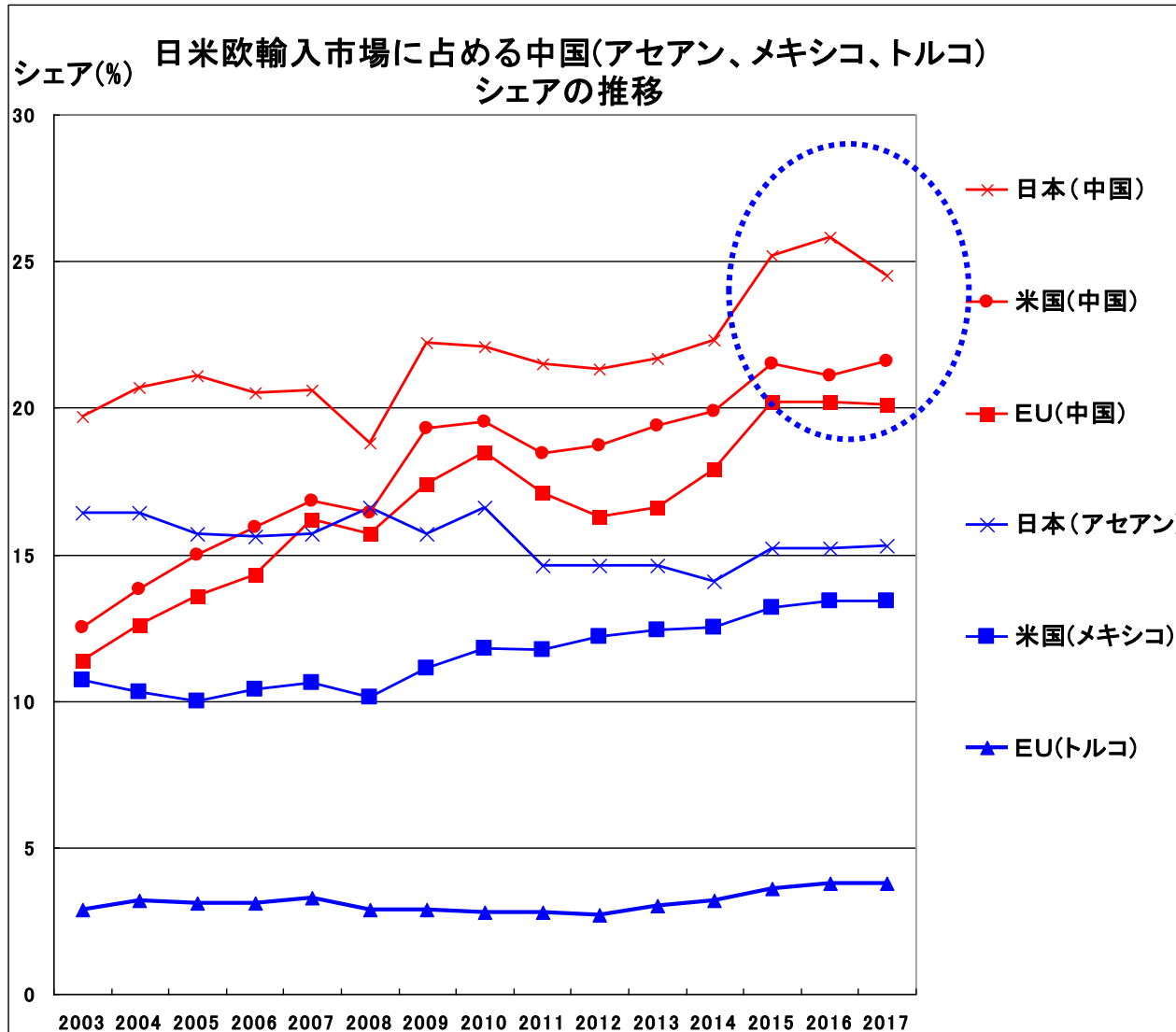
輸出競争力に影響する 実質実効為替レートの変化

関係国の実質実効為替レート指数の推移
(2001年1月=100)



中国製造業の「空洞化」は杞憂か？

ただし、輸出ドライブはかけられない？



日米欧から見た
貿易赤字は膨らむ

2011年 ⇒ 2017年

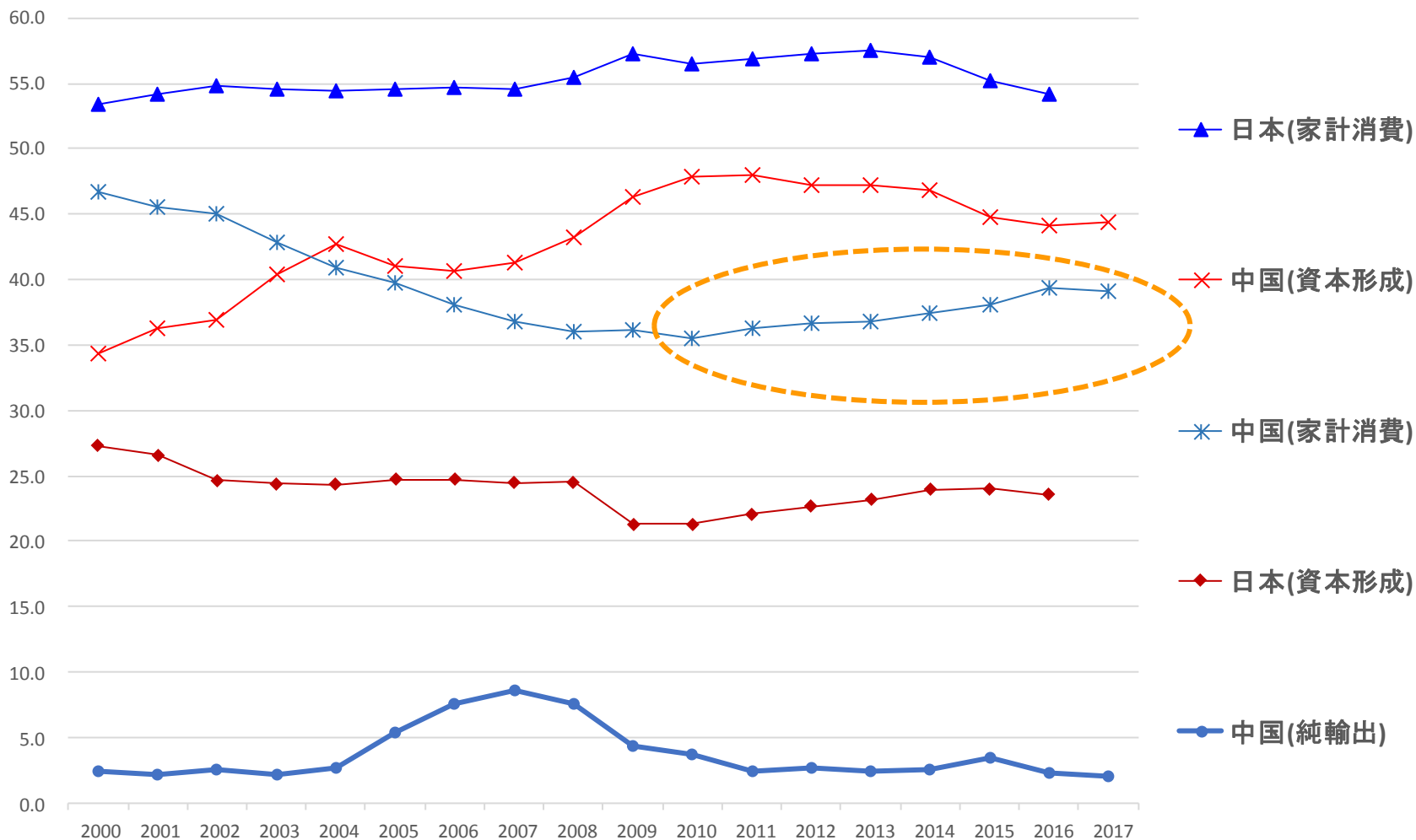
□ 日本
2.3兆円 ⇒ 3.6兆円

◆ 米国
2,952億\$ ⇒ 3,752億\$

➤ EU
1,041億€ ⇒ 1,619億€
(2017.1-11)

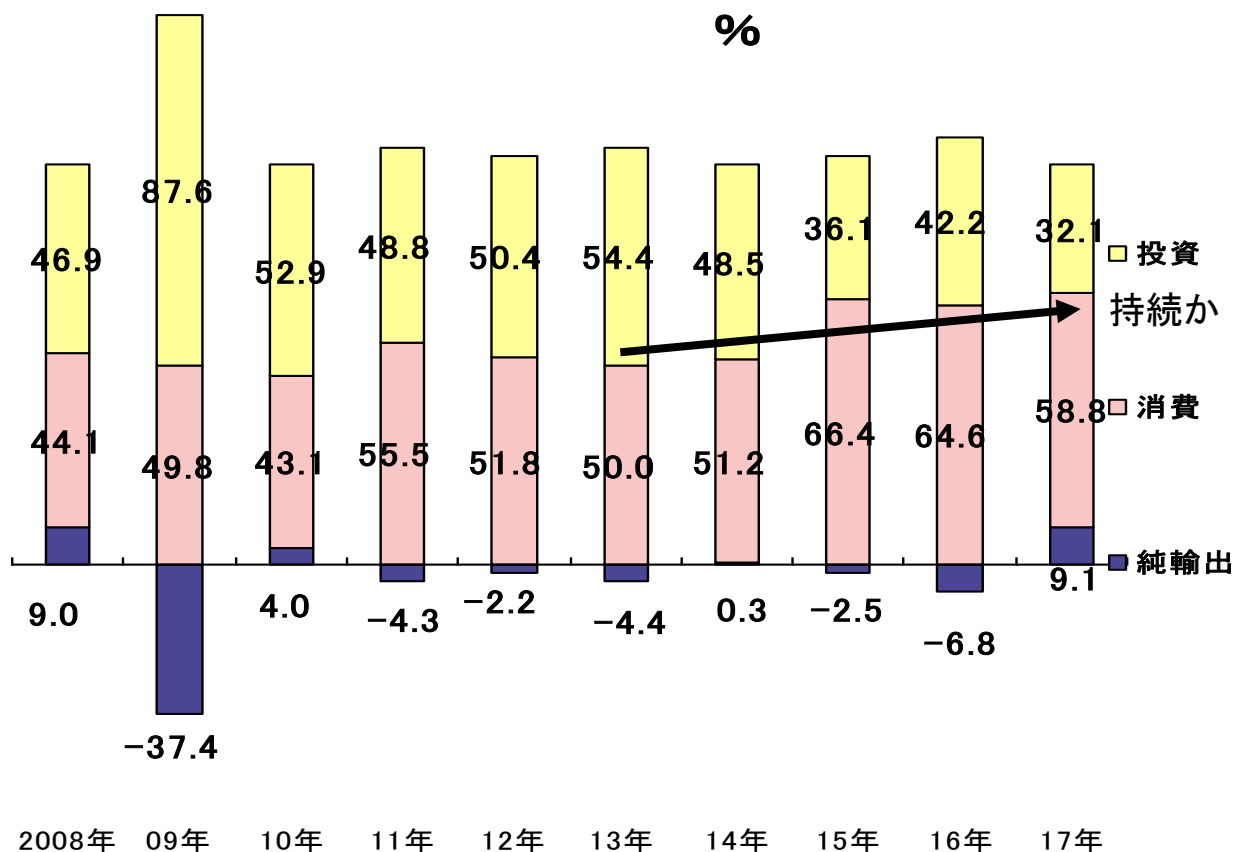
総量ベースでは、消費主導の経済成長への移行は緩慢

GDPに占める資本形成、消費、純輸出の割合の推移



フローベースでは、消費が成長の主要エンジンになっている！

需要別のGDP成長への寄与率



GDP成長への寄与度

*17年
6.9=+4.1+2.2+0.6

*16年
6.7=+4.3+2.8-0.4

*15年
6.9%=+4.6+2.5-0.2

*14年
7.3%=+3.8+3.5+0.0

*13年
7.7%=+3.9%+4.2% -0.3%

*12年
7.7%= +4.1%+3.9%-0.2%

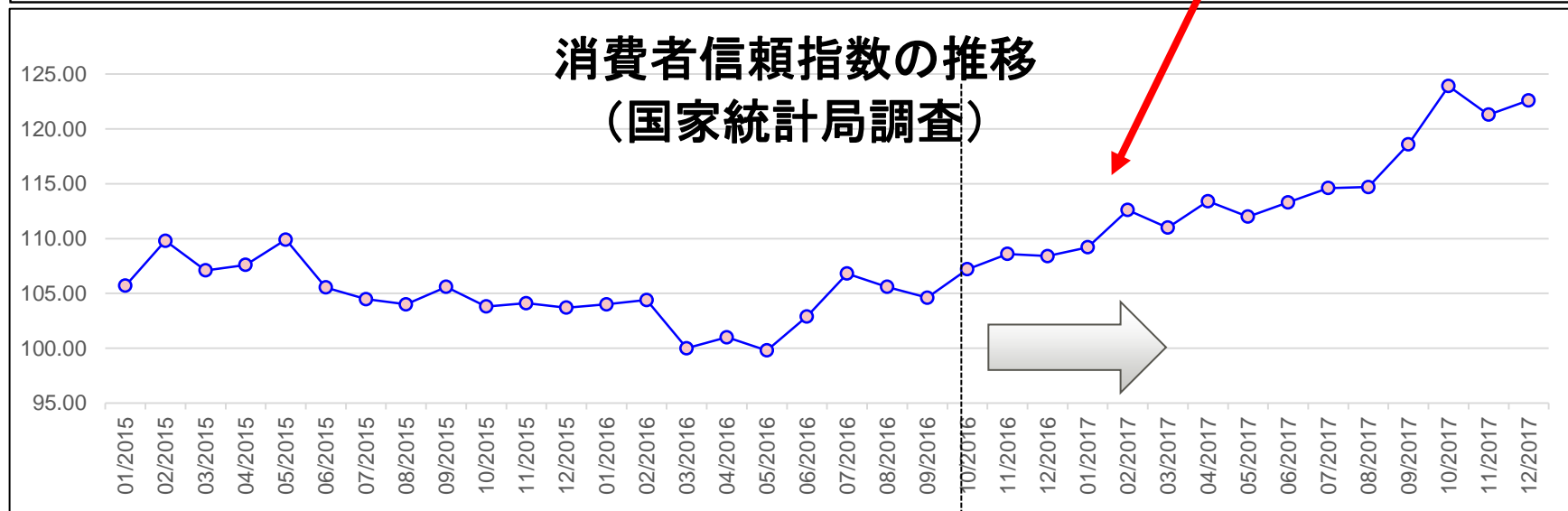
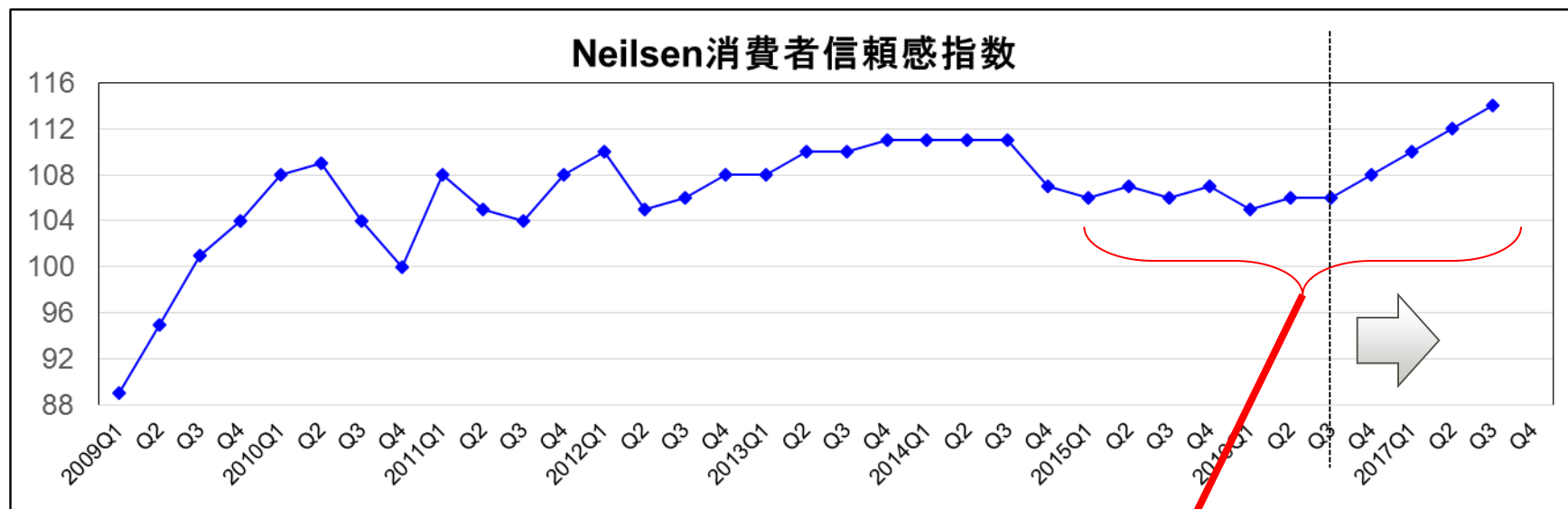
*11年
9.3%= +5.2%+4.5%-0.4%

*10年
10.4%= +4.5%+5.5%+0.4%

*09年
9.2%= +4.6%+8.1%-3.5%

*08年
9.6%= +4.2%+4.5%+0.9%

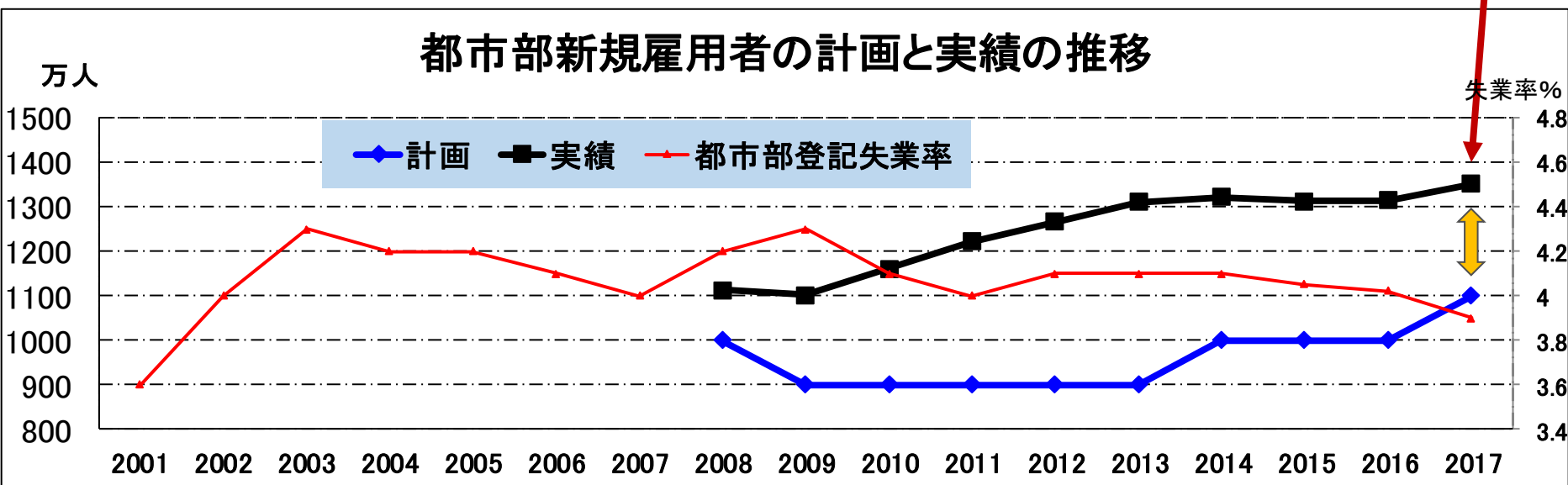
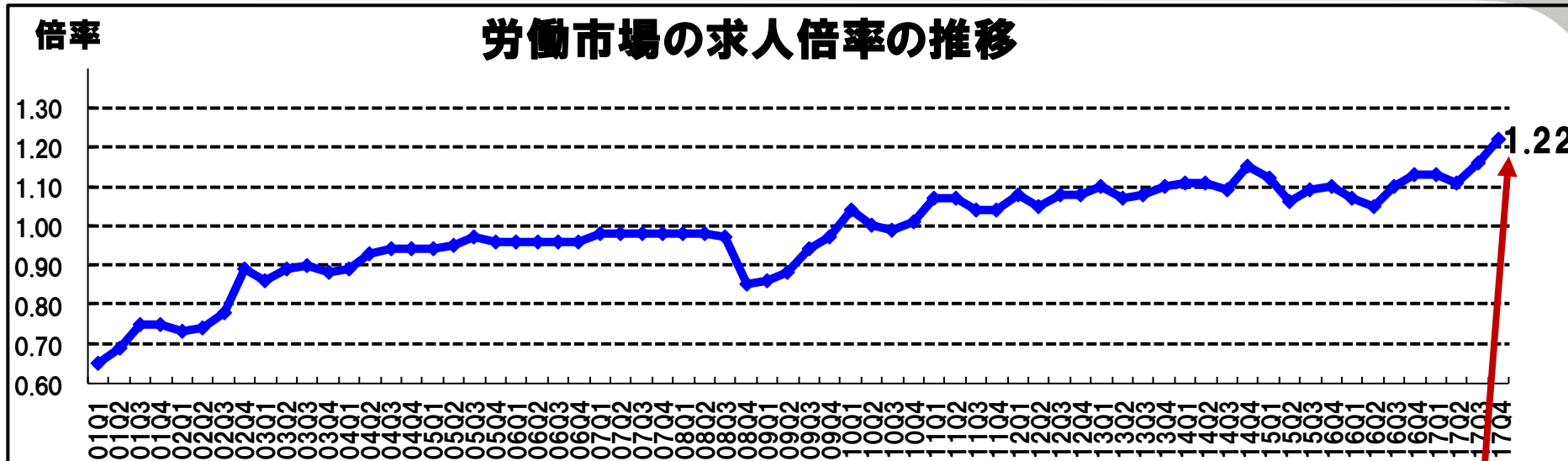
将来への楽観的雰囲気が強まっている



雇用環境は好転している:

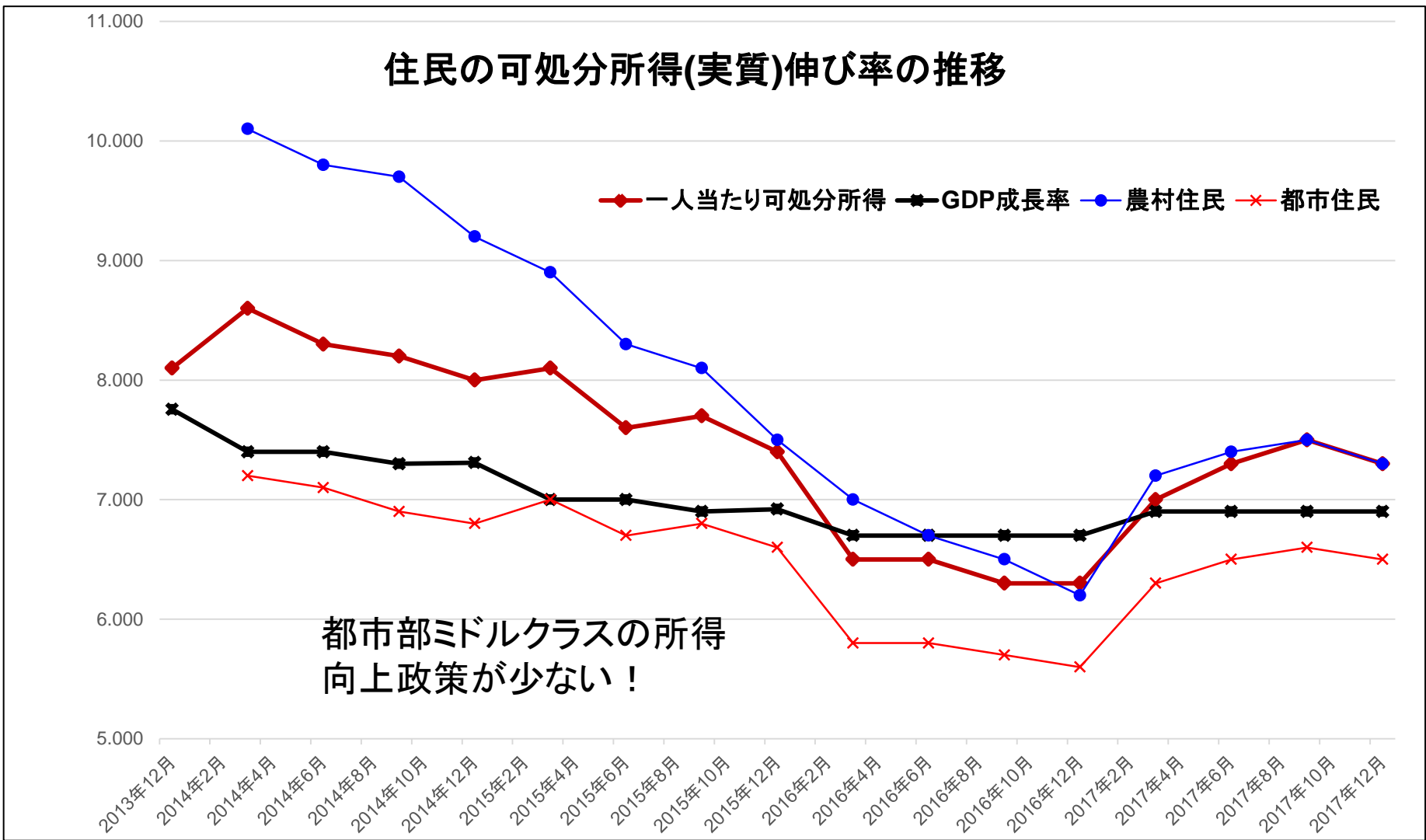


求人倍率は最高で、失業率は15年ぶりの低さ

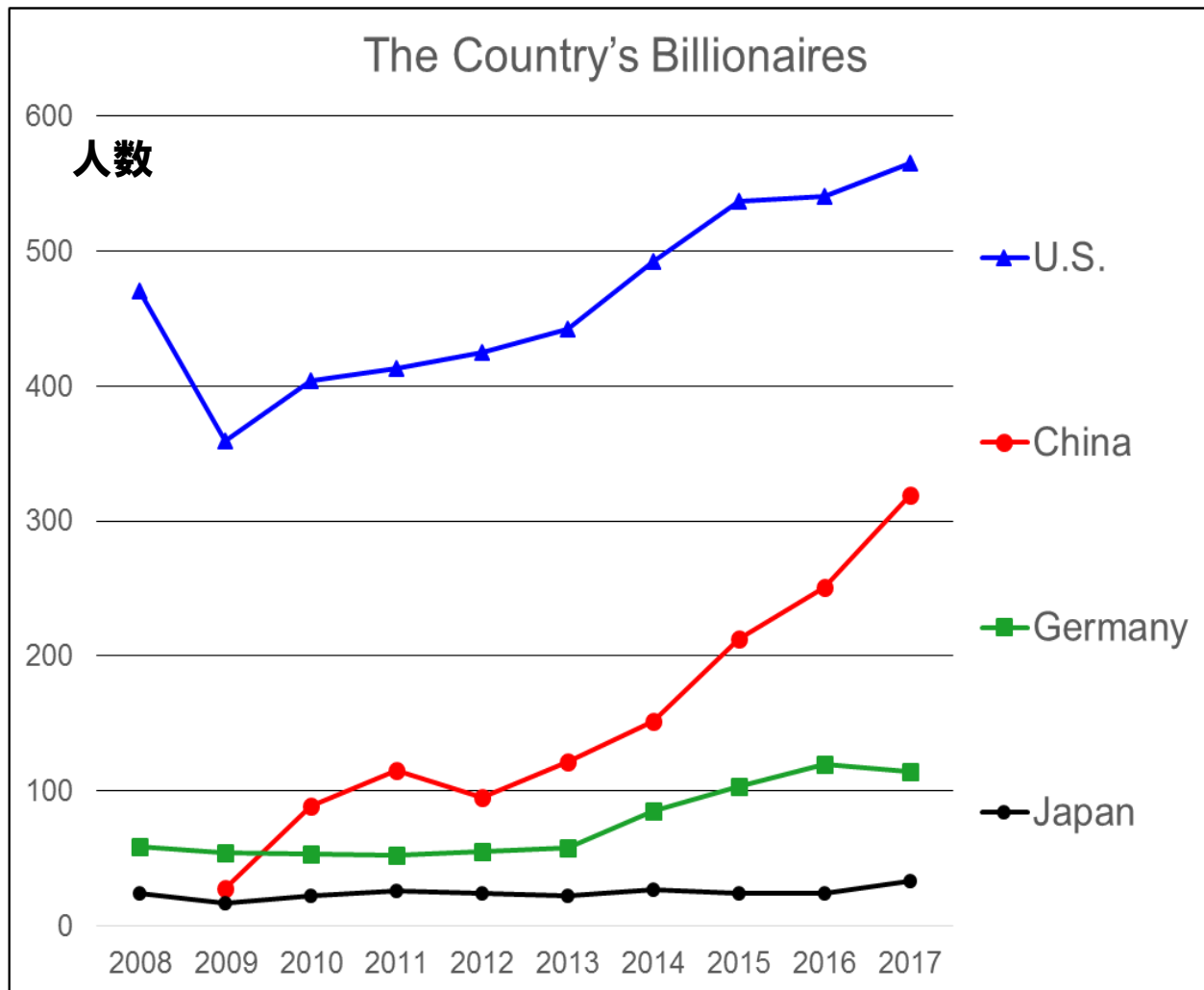


住民への所得配分が優先される

特に農村住民へ、都市部住民の所得対策が課題



「先に豊かになれるものは、先に豊かになれ」 創業の成功者は、「億万長者」へ



60才以下の比率

* U.S. 83.4%

* China 71.8%

* Germany 38.6%

* Japan 15.0%

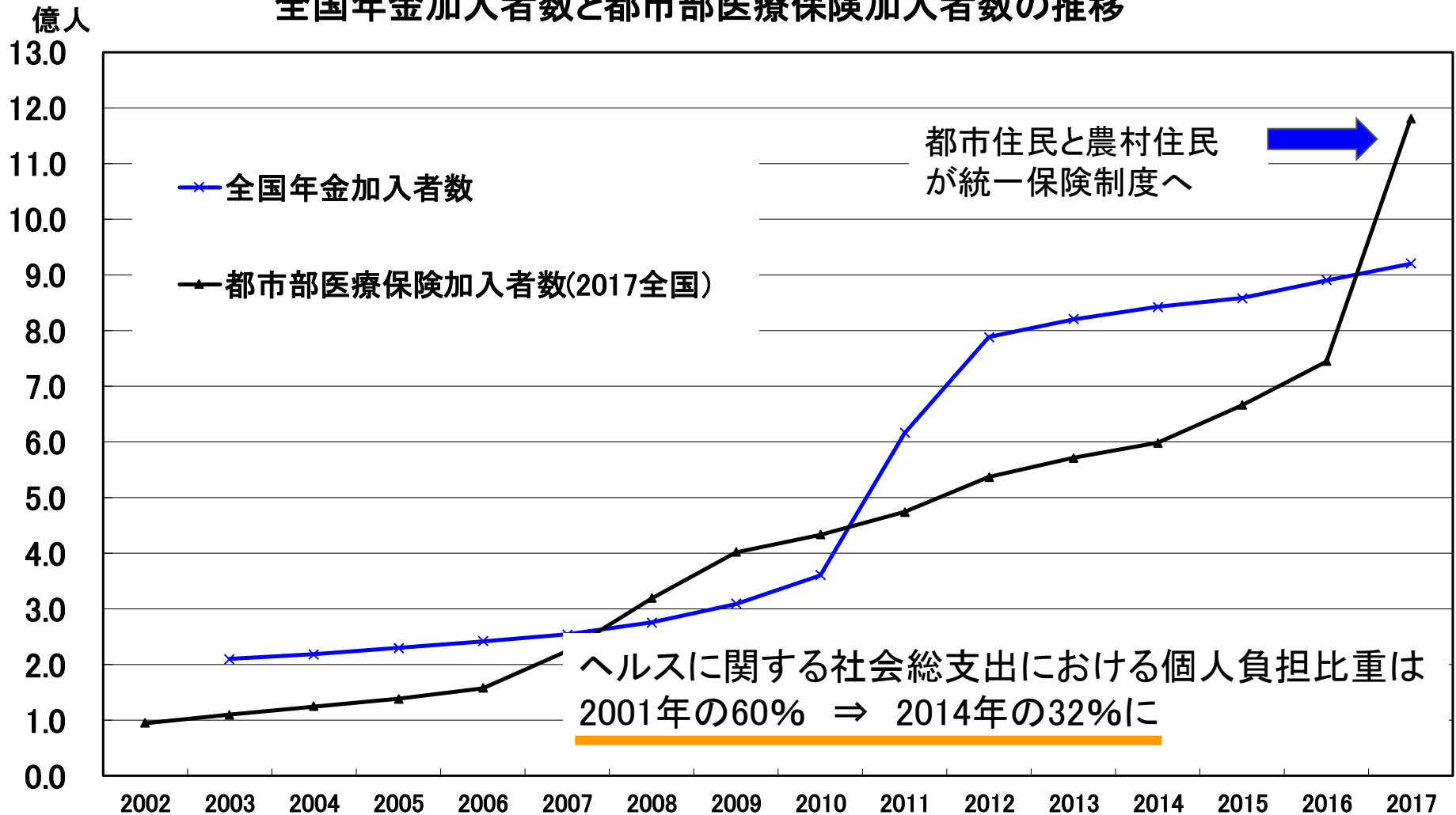
影響 ⇒

➤ 夢追う若者の
生活スタイルのモデル
、インセンティブに

低所得者向けの政策は数多く存在！ 国民皆保険、国民皆年金が実現へ

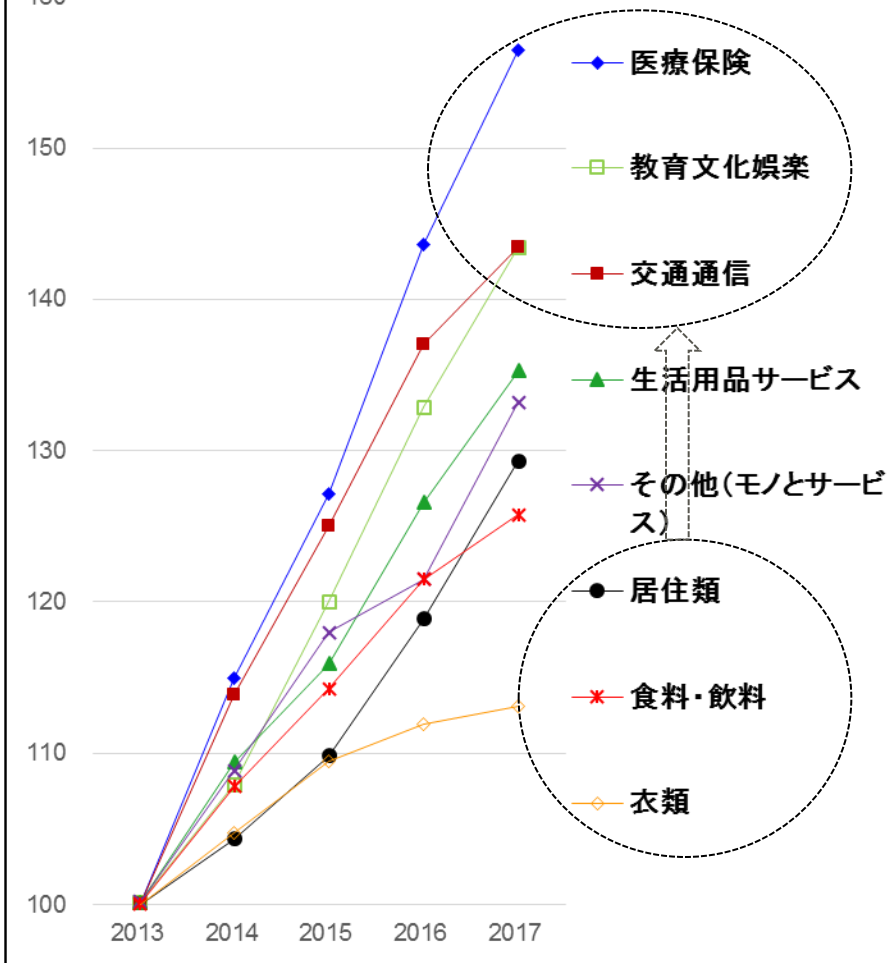


全国年金加入者数と都市部医療保険加入者数の推移

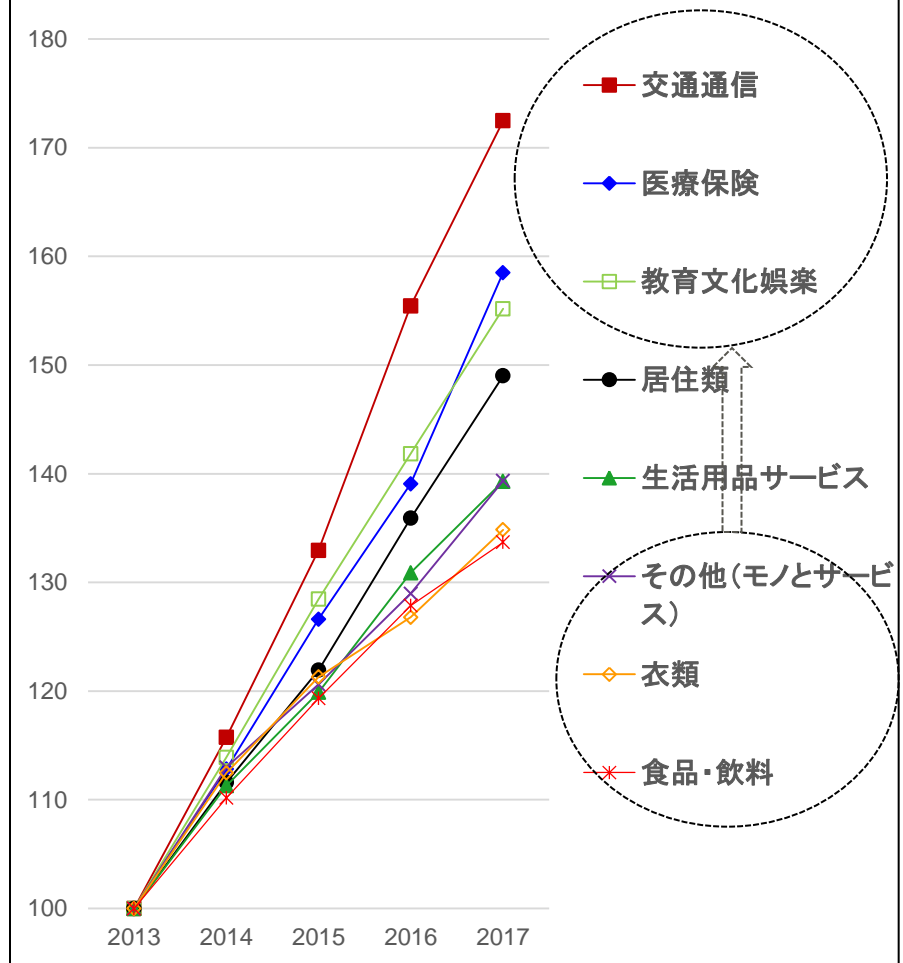


住民消費構造の変化： 都市市場と農村市場の時間差縮小

都市住民一人当たり消費支出指数の推移
(2013年=100)

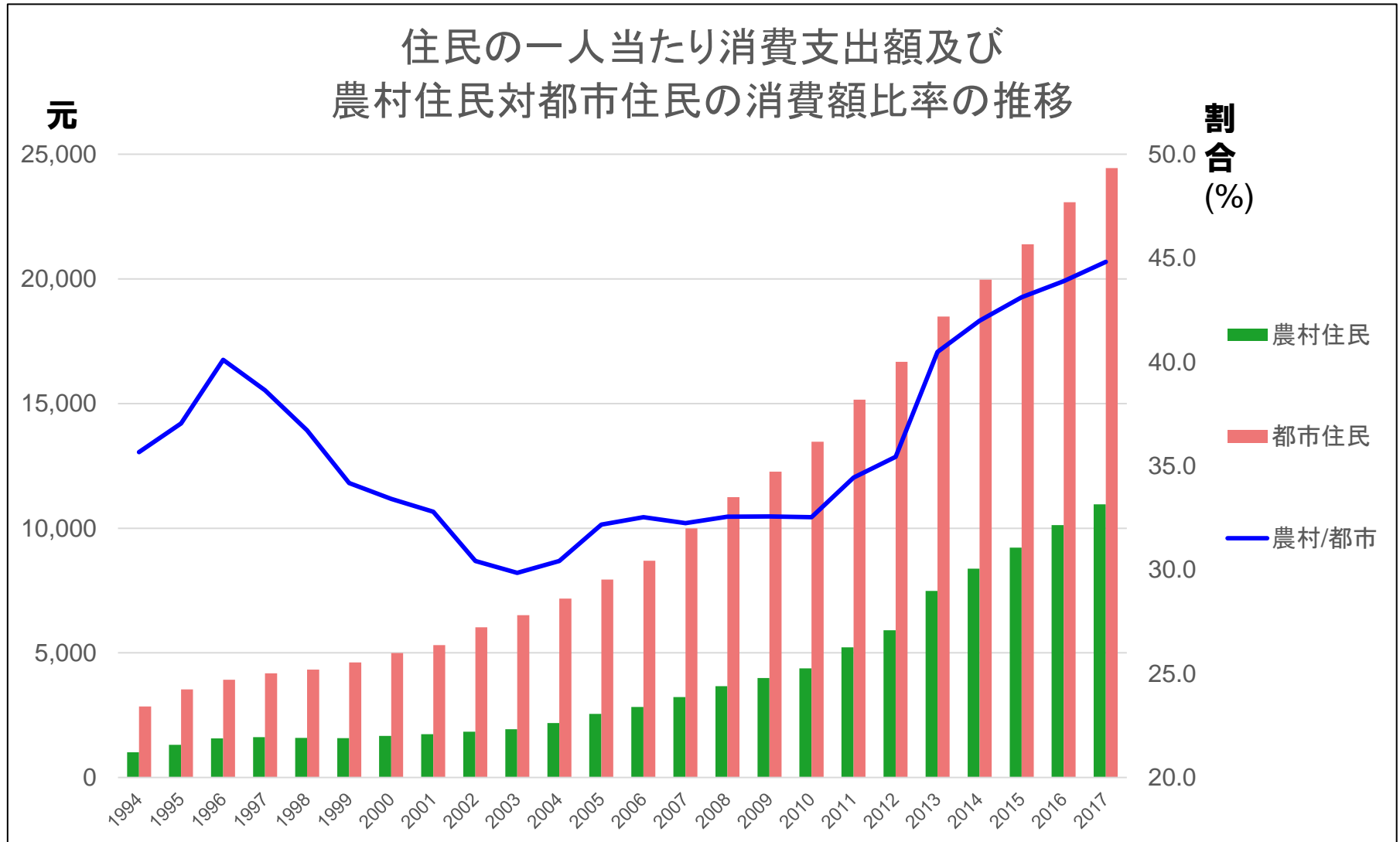


農村住民一人当たり消費支出指数の推移
(2013年=100)



①市場の広がり:

農村市場の魅力も増してきている

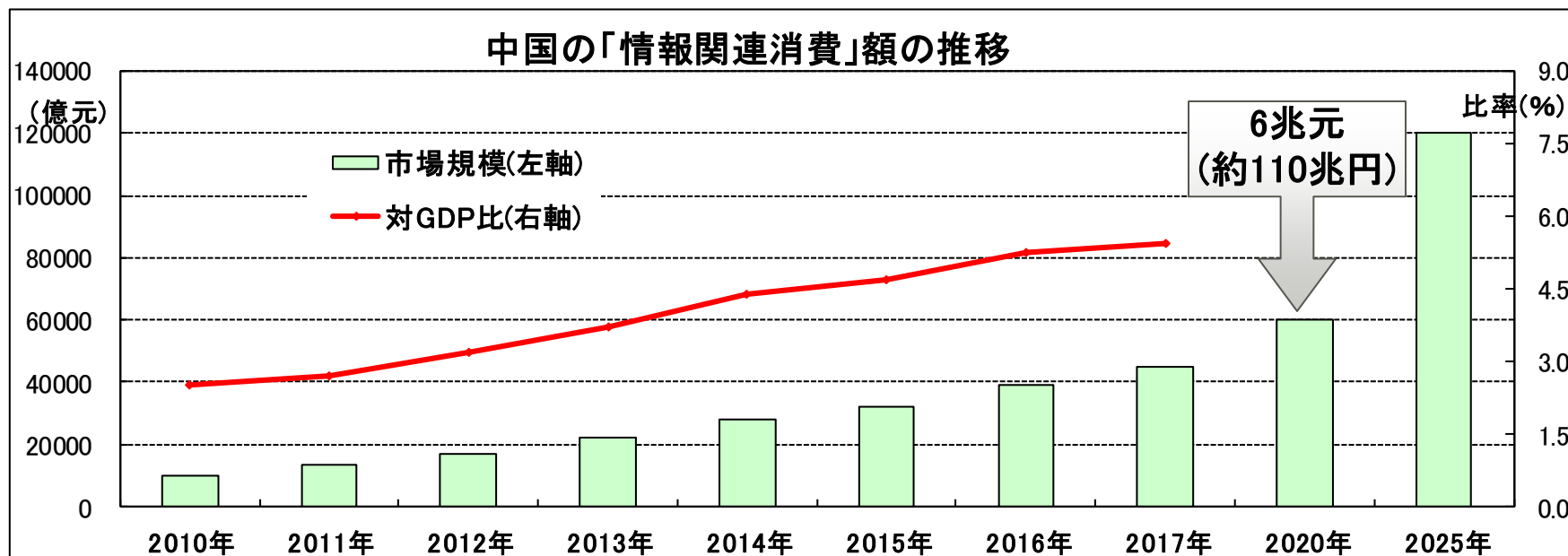


②市場の深掘り:情報消費

「抓新放旧」(新経済+と旧経済-)

- 自動車、住宅消費の成長率が低下
- 最近、中国では、ニューエコノミー(新技術、新産業、新業態(「三新経済」とも言う)がキーワードになった
- 情報消費(情報製品とサービスそのもの)

⇒ 情報+情報技術を生かした消費へ

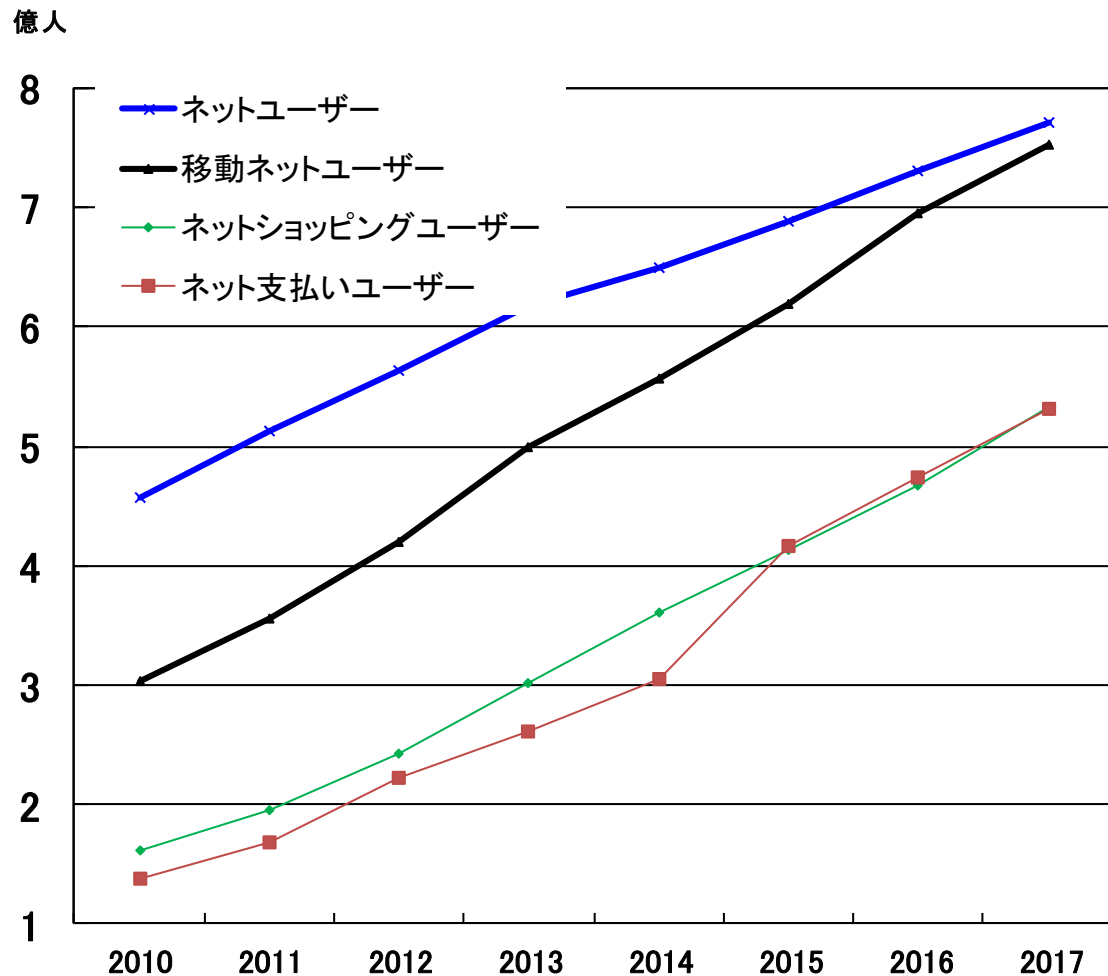


注:「情報関連消費」とは、スマートフォン、スマート家電等のハード機器、デジタルコンテンツやソフト製品などを含む

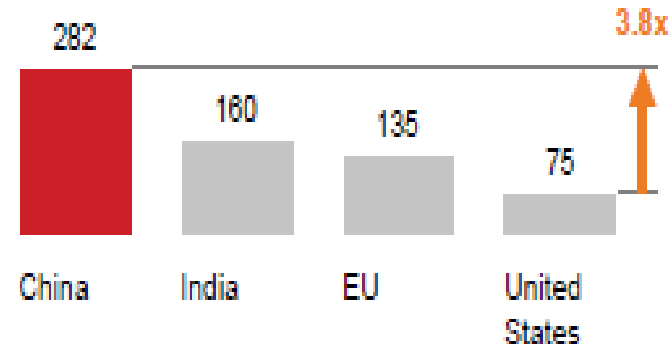
進む消費環境のデジタル化

進む消費者のデジタル化

ネット関連ユーザー数の推移



Digital natives¹



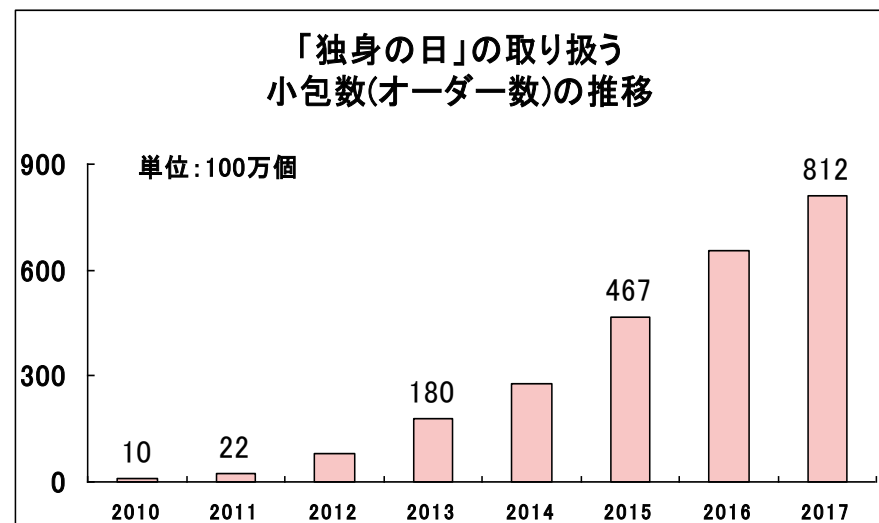
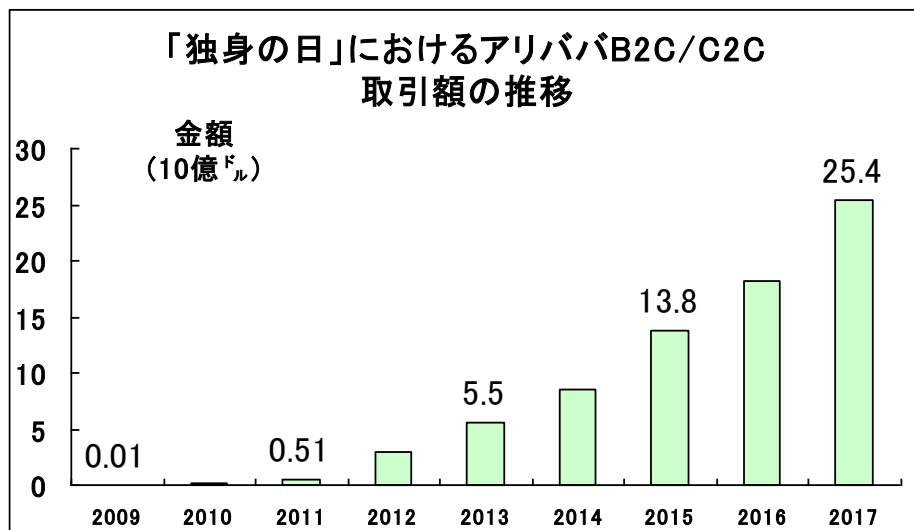
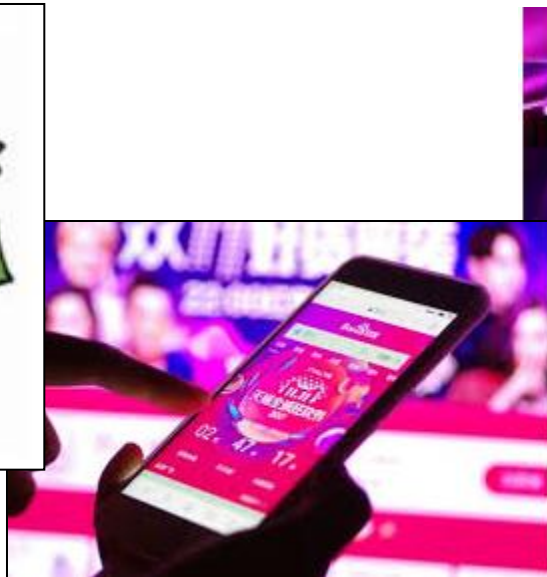
Digital natives as proportion of total online users, %

China	India	EU	United States
39	37	31	28

- 通信分野のイノベーション
Ipv4 ⇒ Ipv6へ
- ネットインフラの整備
4G ⇒ 5Gへ

ネットショッピング

例 独身の日:6億人の参加する大イベント

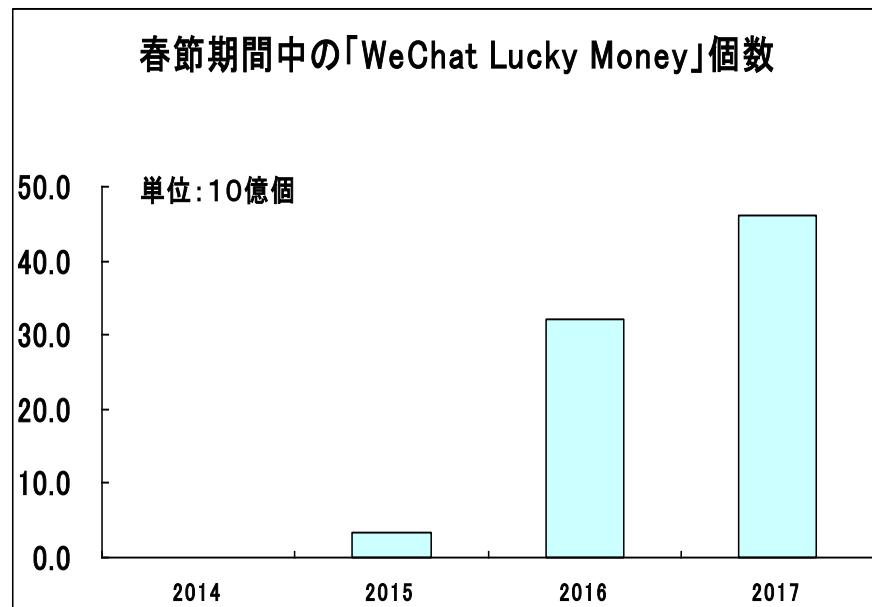


中国人の社会生活に深くかかわる

紅包 (cash-filled virtual red envelopes)

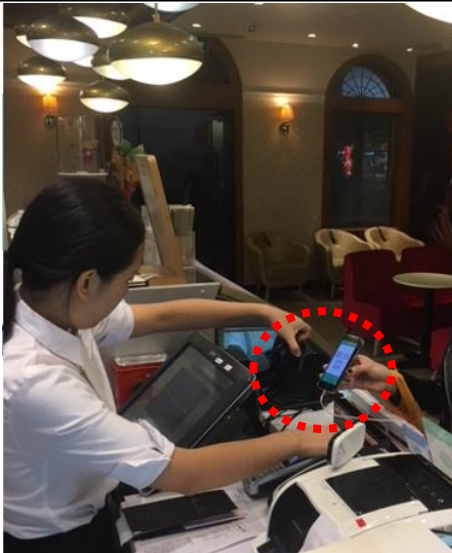
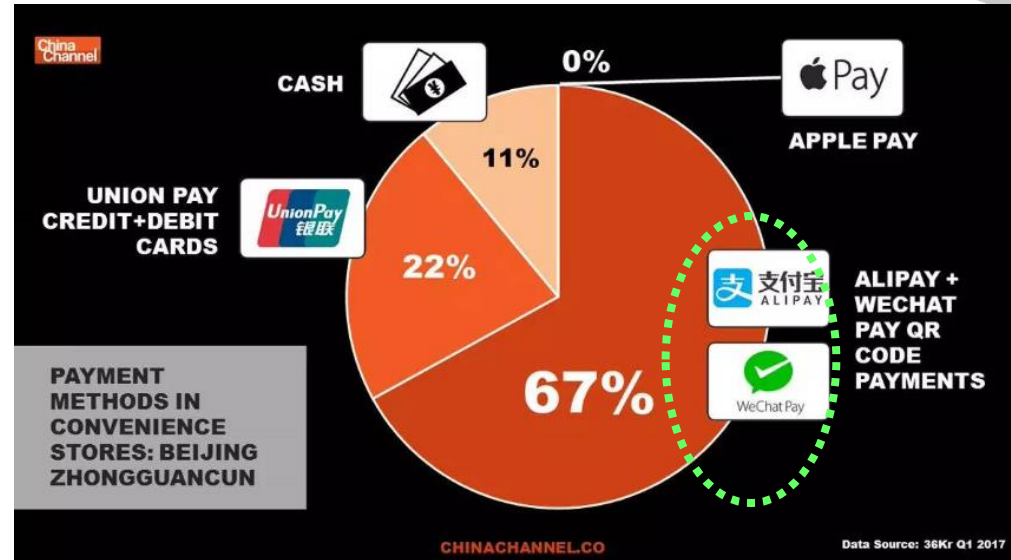
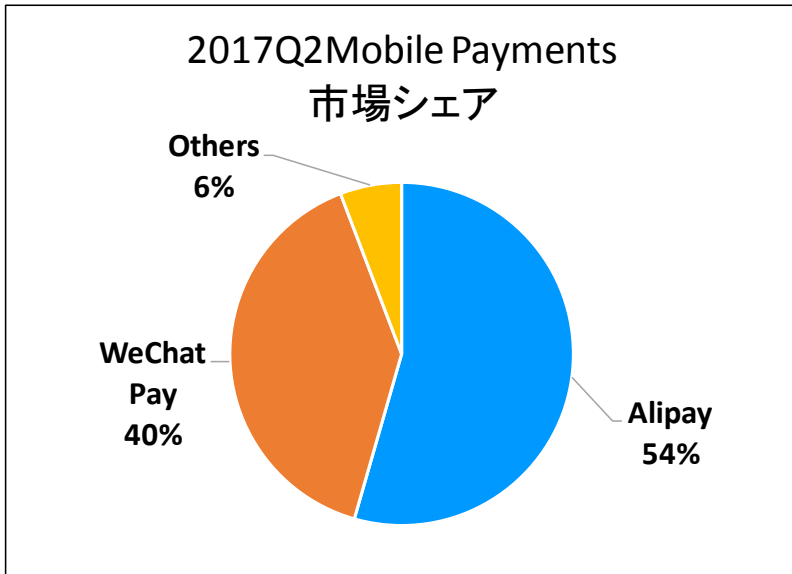


春節期間中の「WeChat Lucky Money」個数

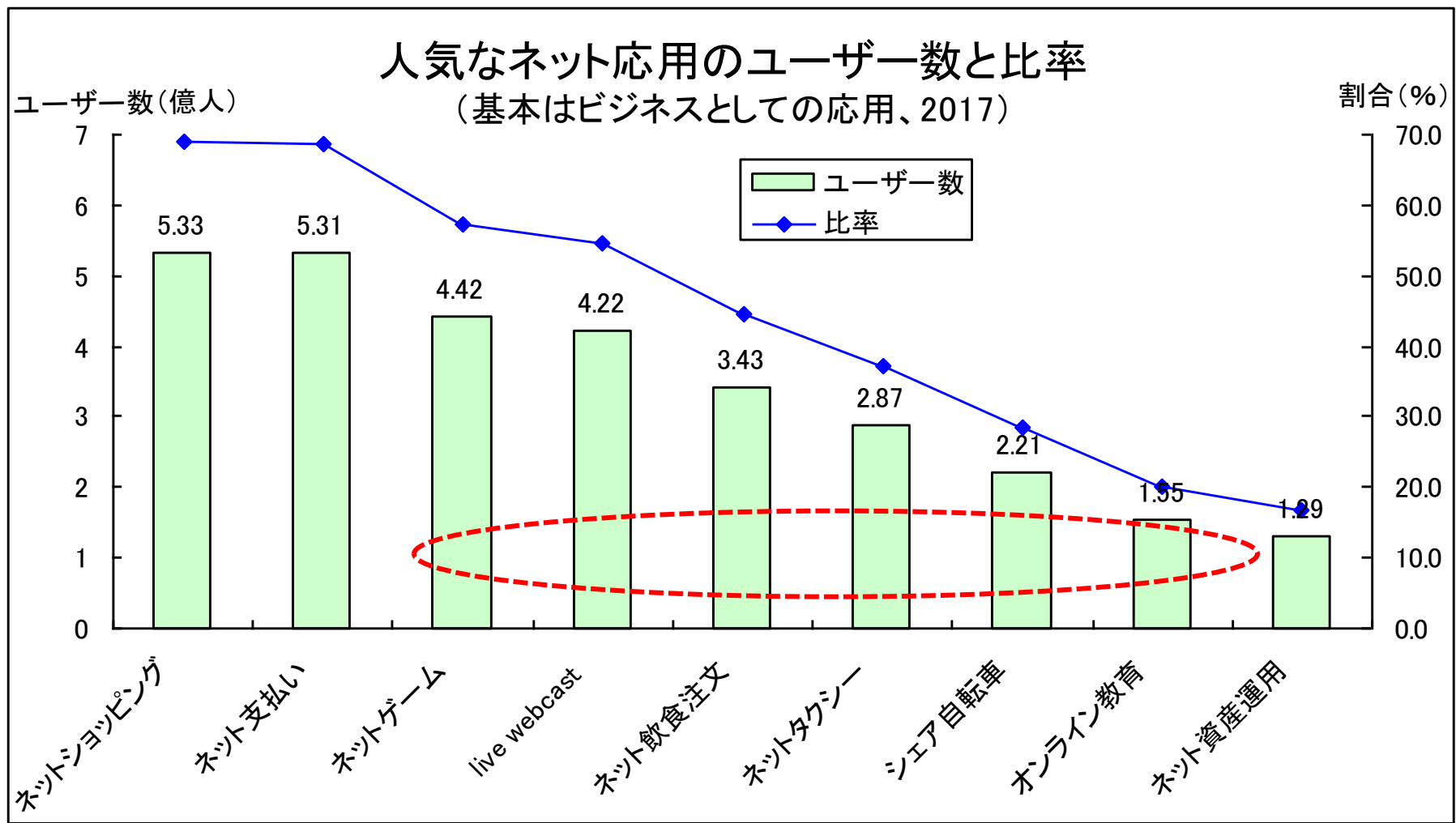


- 春節期間中「WeChat Lucky Money」に参加するネットユーザーは約**6億人**
- 現在は、あらゆる少額支払いはWeChatで済ませる傾向
- アリババ、テンセント等の間で激しい競争

日常生活に欠かせないフィンテックの活用 オンラインもオフラインも



分野の広がり: オンラインからオフラインへ



デジタル化の深掘り

例：公共交通システムでのFintech応用



➤ 乗車券と自動販売機がなくなる日はくる？

- WeChat PayかAlipayのAPPで乗車券購入
- 購入した乗車券はAPPの中でQRコードを生成
- 駅のQR読み取り機に

touch & go !



➤ WeChat Pay vs. Alipay

- 中国では、一日4億回/日 公共交通システムを利用
 - バス、地下鉄、高速鉄道を含む競争へ
- ⇒ 行く先は、スマートシティでの競争へ



消費者はリスクを寛容的に見る？！

➤ 銀行、非銀行の移動決済個人ユーザー(59万人)へのネット調査

*ネットを含む通信詐欺にあったことある比率

- ・男性 39% ・女性 25%
- ・うち、24%は損害を被った
- ・損失のうち、55%は自己負担、その他は保険、銀行等の決済機関が負担

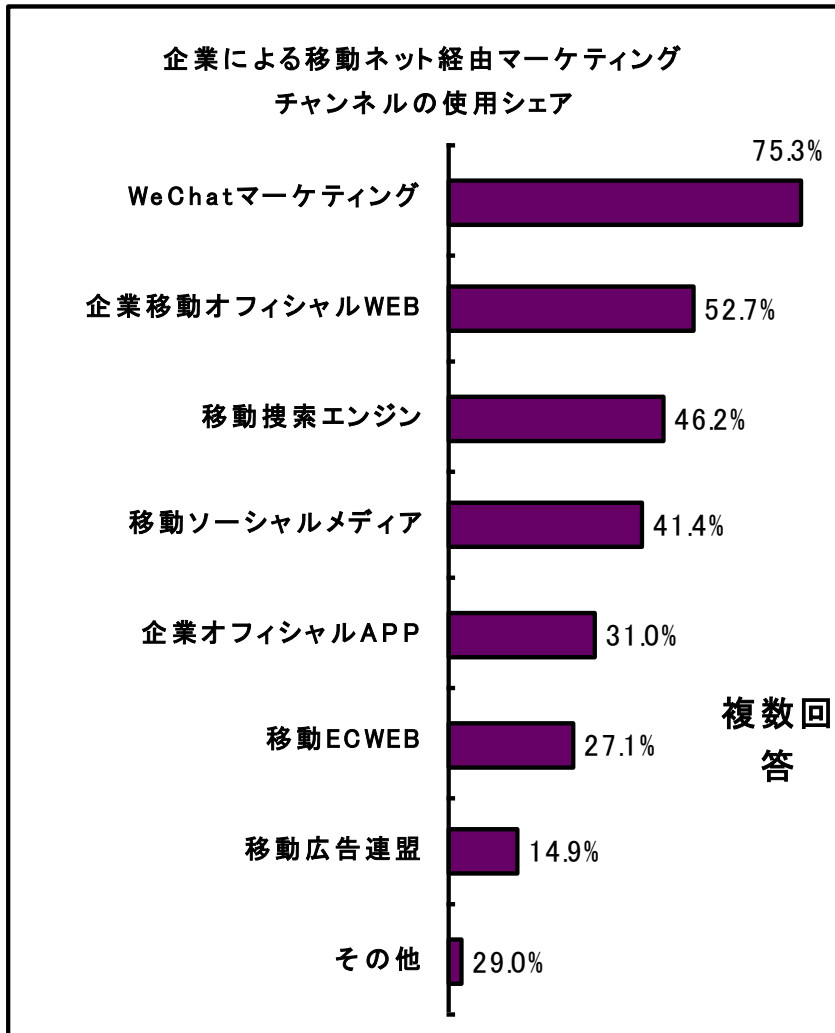
*移動決済への安全性の懸念

54%(2015) ⇒ 37%(2016)

* 実際のネット決済の利用

- ・70%は利用
- ・うち、95%は非銀行決済機関を利用

消費環境のデジタル化に合わせる 企業経営活動



デジタル環境での消費者を取り込む 外資系企業



ZARA

11.11
满499减30
精选商品低至5折

一起精彩 | GAP 祝你双11快乐

GAP

天猫双11全球狂欢节 | Gap官方旗舰店

11.11 全球狂欢节 2017

UNI QLO

11.11

女装 预售会场

定金支付: 10/20-11/10

UNIQLO

12-12

输入代码5133

88折+包邮

H&M

仅限48小时! 优惠适用于hm.com截至2017年12月12日

11.11 全球狂欢节 2017

C&A

双11预售 尖货开抢啦!

定金翻倍 / 50抵100




まとめ

- **経済成長**
 - ・リスクを取り除きながら、「質の向上」と「三つの攻防戦」へ
 - ⇒ 新たな投資需要、消費性向の向上が期待される

- **消費社会に向けて**
 - ・消費の高度化:モノからコトへ、大量消費から個性消費へ
 - ⇒ 新生代消費者の台頭、農村消費の顕在化、情報消費

- **進む消費者サイドのデジタル化**
 - ・生活に浸透するフィンテック、オンラインからオフラインへ

- **ビジネスは、政府依存モデルから消費者依存モデルへ加速**
 - ・外資企業も転換を求められる



FUJITSU

shaping tomorrow with you