

2015年12月20日

太田泰雄

マンスリーレポート (2015年12月度)

① 中国 貿易額

	11月		1～11月	
貿易額	3403.8億 <sup>ドル</sup>	7.6%減	35655.3億 <sup>ドル</sup>	8.5%減
輸出	1972.4億 <sup>ドル</sup>	6.8%減	20523.2億 <sup>ドル</sup>	3.0%減
輸入	1431.4億 <sup>ドル</sup>	8.7%減	15132.1億 <sup>ドル</sup>	15.1%減
貿易収支	541.0億 <sup>ドル</sup> (6.6兆円)		5391.1億 <sup>ドル</sup> (65.8兆円)	

地域別(1～11月)

第1位	EU	5107.1億 <sup>ドル</sup>	8.4%減
第2位	米国	5080.2億 <sup>ドル</sup>	1.1%増
第3位	ASEAN	4201.0億 <sup>ドル</sup>	2.9%減
第4位	日本	2533.0億 <sup>ドル</sup>	11.1%減
(対日輸出 1237.7億 <sup>ドル</sup> 9.6%減、輸入 1165.5億 <sup>ドル</sup> 12.5%減)			
第5位	韓国	2501.8億 <sup>ドル</sup>	5.3%減
その他の主な国	台湾	1701.8億 <sup>ドル</sup>	5.2%減、オーストラリア 1041.9億 <sup>ドル</sup> 17.2%減
	ブラジル	660.7億 <sup>ドル</sup>	17.9%減、ロシア 613.4億 <sup>ドル</sup> 29.3%減

11月の輸出は6.8%減り、5か月連続で前年水準を下回った、輸入は8.7%減、輸出と輸入を合わせた貿易額は7.6%減と、9か月連続で前年を下回った。輸出、輸入ともに減少幅は縮小したが、中国の国内外の需要は鈍く、中国景気を下押ししている。

② 中国 主要経済指標

	11月		1～11月	
工業付加価値生産	6.2%増		6.1%増	
社会消費品小売総額	2兆7937億元	11.2%増	27兆2296億元	10.6%増
都市	2兆4143億元	11.0%増	23兆4433億元	10.4%増
農村	3794億元	12.2%増	3兆7863億元	11.8%増
固定資産投資総額	(929.7兆円)		49兆7182億元	10.2%増
第1次産業			1兆4025億元	28.7%増
第2次産業			20兆3436億元	8.1%増
第3次産業			27兆9721億元	11.0%増
東部地域 8.5%増、中部地域 14.7%増、西部地域 8.9%増				
不動産開発投資			8兆7702億元	1.3%増
その内 住宅			5兆9069億元	0.7%増
不動産販売			7兆4522億元	15.6%増

その内 住宅		6兆2532億元	18.0%増
不動産販売面積		109253億㎡	7.4%増
その内 住宅		96011億㎡	7.9%増
消費者物価指数 (CPI)	1.5%増		1.4%増
都市	1.5%増		1.5%増
農村	1.3%増		1.3%増
食品	2.3%増		2.3%増
非食品	1.1%増		1.0%増
工業品生産者出荷価格 (PPI)	5.9%減		5.2%減
工業生産者仕入れ価格指数	6.9%減		6.0%減

11月の工業（付加価値）生産は前年同月比6.2%増、伸びは前月より0.6ポイント増加  
減税効果などで自動車の生産が持ち直した、ただ鉄鋼、セメントといった過剰設備の  
業種は低迷が続く

社会消費品小売総額(小売売上高) 11月は11.2%と4か月連続で伸びが拡大、11月11  
日の「独身の日」に伴う特売セールの効果もあり、インターネット通販が全体を底上  
げした

小売り売上高の1～11月の伸びは10.6%、1～3月 10.6%、1～6月 10.4%、  
1～9月 10.5% 消費は堅調

11月の項目別小売売上高については、外食の伸びは11.5%増、節約令の影響で大型店  
は6.5%増、食品 17.1%増、衣類 9.9%増、自動車売上高 9.0%増、宝石類 4.9%  
増(1～11月では6.9%増)、家電製品 18.0%増

11月末の住宅など販売不動産の在庫面積は16.5%増の7.0億㎡、このうち住宅の在庫  
面積は12.1%増の4.4億㎡(10月末も4.4億㎡と変わらず)

在庫がさばけないため新たな投資が動かず、1～11月の不動産開発投資は1.3%増と  
1～10月から伸びが0.7ポイント鈍った、13年が約2割、14年が約1割の伸びだった  
のに比べ、ほぼゼロに等しい水準(不動産投資は不振)

11月のCPI(消費者物価指数)は前年同月比1.5%上昇、10月比 上昇幅 0.2ポイント  
拡大

1～11月のCPI 1.5%上昇は、政府の年間目標(3.0%前後)を大幅に下回る

豚肉 11月 13.9%増、1～11月 9.0%増、牛肉 0.0%、1.0%増、羊肉 8.0%減、  
5.2%減、生鮮野菜 9.4%増、7.0%増、果物類 7.2%減、3.5%減

11月のPPIは5.9%下落、下落幅は前月と同じで約6年ぶりの水準となる下落幅が続  
いている、製造業のデフレ圧力は強く、景気を下押ししている

### ③ 住宅価格 前月比=10月比

主要70都市新築住宅価格指数(11月) 上昇33都市、下降27都市、変わらず10都市  
主要70都市中古住宅価格指数(11月) 上昇40都市、下降16都市、変わらず14都市

新築 前月比 上昇 27 都市→33 都市 6 都市 増加  
 下降 33 都市→27 都市 6 都市 減少

前月=100 として 深圳 102.1、上海 101.6、広州 100.6、北京 100.8

中古 前月比 上昇 38 都市→40 都市 2 都市 増加  
 下降 23 都市→16 都市 7 都市 減少

大都市を中心に住宅価格が持ち直している都市が多くなっている

④ 外貨準備 (11 月末)

中国 3 兆 4400 億<sup>F</sup> (417 兆円) 10 月末に比べ 872 億<sup>F</sup> 減少、2013 年 2 月以来の  
 低い水準、元安観測のため資金流出の増加を指摘する向きもあり

日本 1 兆 2330 億<sup>F</sup> (149 兆円) 10 月末に比べ 112 億<sup>F</sup> 減少、2 か月連続の減少、  
 米国の金利が上がり、保有債権の時価評価額が下がった

⑤ 新車販売台数

	11 月		1~11 月	
中国	250.9 万台	20.0%増	2178.7 万台	3.3%増
うち乗用車	219.7 万台	23.7%増	1868.1 万台	5.9%増
商用車	31.2 万台	1.1%減	310.5 万台	9.7%減
米国	131.9 万台	1.3%増	1582.7 万台	5.4%増
日本	38.9 万台	6.6%減	467.7 万台	8.8%減
(登録車)	24.0 万台	0.3%増	291.1 万台	4.8%減
(軽自動車)	14.9 万台	15.8%減	176.6 万台	14.8%減
中国 (生産)	254.4 万台	17.7%増	2182.4 万台	1.8%増
うち乗用車	223.0 万台	21.6%増	1873.5 万台	4.2%増

中国：11 月の新車販売台数は 20.0%増の 250.9 万台と発表、3 か月連続のプラス成長  
 で、2 ケタの伸びは前月に続き今年 2 回目、過去最高だった 2014 年 12 月の 241.1  
 万台を上回り、初めて単月 250 万台を超えた、10 月から小型乗用車に対する減  
 税が需要を刺激している

減税分とは、10 月に始まった排気量 1600 cc 以下の小型乗用車を対象とした中  
 国政府の景気テコ入れ策を指す、自動車取得税の税率が 10%から 5%に引き下  
 がった、減税は 16 年末まで続く

11 月の自動車生産台数は 17.7%増の 254.4 万台、販売と同様に単月の過去最高  
 を更新した、生産が前年を上回るのは 2 か月連続

1~11 月 乗用車の国別シェア及び前年同期比

中国	767.8 万台、シェア	41.1%	前年比	14.1%増
ドイツ	363.1	19.4%		0.4%減
日本	293.9	15.7%		8.8%増
米国	228.4	12.2%		1.1%増
韓国	146.4	7.8%		7.5%減

フランス	65.2	3.5%	1.5%減
	11月		1~11月
日産	122700台	21.9%増	1090900台 5.1%増
トヨタ	104800台	13.5%増	1000400台 10.3%増
ホンダ	90836台	32.7%増	868754台 33.0%増
マツダ	22089台	10.3%増	210190台 16.1%増

日系大手4社がそろって2ケタ増、そろっての2ケタ増は2013年12月以来約2年ぶりとなる、10月からスタートした排気量1600cc以下の小型車に対する減税処置が効いている

米国：11月の販売台数は前年同月比1.4%増の131.9万台となり、同月としては2001年以来14年ぶりの高い水準、12月もこのペースが続けば、15年通年の販売台数は00年に付けた過去最高の約1740万台を抜く可能性も高まってきた

GMなど各社が販売を増やした、排ガス不正問題の影響でVWは24.7%の大幅減となった

GM 22.9万台 1.5%増、フォード 18.7万台 0.3%増、トヨタ 19.0万台 3.4%増、FCA 17.6万台 3.0%増、ホンダ 11.5万台 5.2%減、現代 10.6万台 7.1%増、日産 10.7万台 3.8%増、VW 2.4万台 24.7%減

日本：11月の新車販売台数は前年同月比6.6%減の38.9万台、前年同月を下回るのは11か月連続

軽は15.8%減の14.9万台と11か月連続でマイナスとなり、大きく足を引っ張った、全軽自協は「昨年11月ごろから軽自動車税増税前の駆け込み需要の反動の影響が出ている」としている、12月以降も減少傾向が続きそうだ

#### ⑥ 中国の発電量

11月	4660億kwh	0.1%増	10月	4454億kwh	3.2%減
1~11月	5兆1257億kwh	0.1%増	1~10月	4兆6511億kwh	0.1%減

企業活動を正確に映すとされる発電量は11月0.1%増と伸び率は非常に低い

1~11月 発電量のうち、約75%が火力発電量（PM2.5増加の原因）

#### ⑦ 中国の電力消費量

11月	4658億kwh	0.6%増
1~11月	5兆0493億kwh	0.7%増

	11月		1~11月	
第1次産業	74	2.7%増	953	3.0%増
第2次産業	3471	1.6%減	36330	1.1%減
工業用	3412	1.6%減	35698	1.1%減
軽工業	576	2.6%増	6132	1.3%増
重工業	2836	2.4%減	29566	1.6%減

第3次産業	566	9.4%増	6524	7.3%増
生活用	547	6.5%増	6686	4.7%増

工業用特に重工業用が減少

⑧ 製造業購買担当景気指数 (PMI)

	財新/マークイット (民間)	中国国家当局/物流購入連合会 (政府系)
9月 速報値	47.0	49.8
9月 確報値	47.2	
10月	48.3	49.8
11月	48.6	49.6

財新/マークイットの速報値は9月まで、10月からは一本化

PMIは50が好不況の境目

民間調査 (調査対象に中小企業が多い) では10月に比べ0.3ポイント改善、6月以来の高水準となった、株式市場の安定に加えて住宅市場が大都市を中心に上昇しつつあり、製造業の景況感が改善した

政府系のPMIは前月から0.2ポイント下落、50を4か月連続で下回り、2012年8月以来、3年3か月ぶりの低水準、鉄鋼など主要な製造業の設備過剰に国内外の需要の鈍化が重なり、景気の霜ブレ圧力が強い

⑨ 日本の1~11月 対中投資 25.3%減

海外からの対中投資 (1~11月)

日本	約30億 <sup>ドル</sup> (3600億円)	前年比	25.3%減
世界	1140.4億 <sup>ドル</sup> (13.8兆円)		7.9%増
1~11月 設立認可された外商投資企業	23648社		11.0%増
1~11月のサービス部門への直接投資	695.8億 <sup>ドル</sup>		18.8%増
製造業への直接投資	358.4億 <sup>ドル</sup>		0.2%減

ASEAN 13.1%増、EC 6.9%増、米国 18.2%減

サービス部門への投資は増加、製造業への投資は減少

1~11月 中国から海外への非金融直接投資 1041.3億<sup>ドル</sup> (12.6兆円) 16%増

⑩ 訪日客 1~11月 累計で過去最高を更新 1796.4万人 47.5%増 JNTO発表

	2015年11月	伸び率	2015年1~11月	伸び率
総数	164.8万人	41.0%	1796.4万人	47.5%
中国	36.3万人	75.0%	464.7万人	109.4%
韓国	36.0万人	50.5%	358.6万人	44.4%
台湾	29.7万人	25.4%	341.1万人	30.3%
香港	13.1万人	53.4%	136.7万人	66.7%
米国	8.9万人	21.1%	94.3万	15.3%
タイ	7.6万人	11.9%	70.3万人	21.0%
豪州	3.0万人	33.2%	32.7万	23.3%

紅葉鑑賞などを目的とした訪日需要の増加、秋に向けた訪日プロモーション、円安基調の継続、消費税免税制度の拡充、航空路線の拡大、燃油サーチャージの値下がり、近年のビザ免除や要件緩和など様々な好条件が相まって、訪日客の増加につながった伸び率の前年同期比では11月の41.0%増は1月の29.1%増以来の低い伸び

⑪	出国日本人数	2015年11月		2015年1~11月	
		134.6万人	0.7%減	1487.2万人	4.1%減

日本人の海外旅行が本格化したのは東京五輪の1964年、経済成長とともに海外旅行に行く出国者は増加、円高で割安感が強まった2012年には過去最高の1849万人に達した、今年は大阪万博があった1970年以来45年ぶりに訪日客が出国者を上回る予定

⑫ 人民元、第3の国際通貨に、IMF決定、円上回る比率に

国際通貨基金（IMF）は11月30日の理事会で、通貨危機などに備えてIMFが加盟国に配るSDR（特別引き出し権）に人民元を採用することを正式に決めた、実際の組み入れは2016年10月、人民元はドルや円などに次ぐ5番目の通貨としてSDRに加わるが、構成比では巨大な経済規模を反映して円を上回る

人民元の構成比は3位、ドル（41.73%）、ユーロ（30.93%）、人民元（10.92%）、円（8.33%）、英ポンド（8.09%）

現在のSDR全体の規模 3000億ドル程度（約37兆円）それほど大きくない

SDRの価値は ドル、ユーロ、円、ポンドの通貨バスケットで算出、11月30日時点  
1ドル=0.729SDR

⑬ 労働者の平均年収3万円、世帯格差20倍超（広州 中山大学調査 2014年の収入）

平均年収 3万0197元（62万円）

地域別 東部 3万3624元（62万円）、西部 2万8246元（52万円）、

中部 2万6960元（50万円）

男性 3万3697元（62万円）、女性 2万3288元（43万円） 差が結構大きい

世帯収入が最も高い2割の世帯 15万3546元（284万円）

最も低い2割の世帯 7155元（13万円）

約21.5倍の開き、世帯間格差は農村部が深刻で差は27倍、都市部の世帯間では12倍

⑭ 7大産業で在庫過剰、7.5兆元規模に

上場企業の在庫額が7兆5400億元（144.6兆円）、中国経済の構造調整に向け、過剰分の生産能力の淘汰や在庫の消化が急務

在庫蓄積が特に深刻な7業種 不動産 2.9兆円（53.5兆円）、建築 1.5兆元（28.4兆円）、化学工業 3308億元（6.1兆円）、機械 2918億元（5.4兆円）、採掘 2289億元（4.2兆円）、鉄鋼 1940億元（3.6兆円）、自動車 1876億元（3.5兆円）

このうち不動産、建築を合わせた上場企業数は217社、上場企業の8%に満たないものの、在庫額は全体の6割近くを占めている

一方、電子、家電、コンピューター、軽工業、通信などの在庫額は600~700億元と小

規模にとどまった

- ⑮ アリババ ネット飛び出す、中国 500 兆円市場取り込み  
アリババ集団（浙江省）はネットにつながらない層の消費を取り込もうと動き出した、農村で「商店」を立ち上げ、ネット通販に慣れていない農民に日用品などを販売  
農村の店長は高齢の村民に代わってパソコンで日用品や農業用の種などを購入、アリババから代金の 1%弱の手数料を得る、アリババは全国数千か所に店を出し、6 億人超の農村人口を取り込む  
農村と実店舗、アリババがその先に見据えるのは中国のリアルな消費市場、年 500 兆円に上り、ネット通販市場の 10 倍近い、巨大な未開拓市場が残っている  
(2014 年 中国の小売総額 26.2 兆元 (495 兆円))
- ⑯ アリババが香港紙買収、サウスチャイナ・モーニング・ポスト  
アリババは香港の有力英字紙サウスチャイナ・モーニング・ポスト紙を買収すると発表、アリババは金融分野などへの事業領域を広げており、メディアの買収で顧客基盤を広げる  
同紙は中国本土で共産党や政府の権力闘争に関する調査報道も手掛けてきた、発行部数は 7 万部で、電子版も約 3 万人の購読者を抱えている、しかし近年は広告収入の減少など業績が低迷していた  
アリババによる買収に伴い、中国当局に不利な報道がしにくくなるなど独立性への懸念が浮上してきている（中国政府の意向に反する記事は一段と掲載しにくくなる）
- ⑰ 中国の外食戦線 異常あり、外資失速、地元チェーン台頭  
中国の外食市場 2014 年 前年比 9.7%増の 2.8 兆元 (51.5 兆円)  
米ケンタッキー・フライド・チキン、マクドナルドなどの外資系巨人が失速  
(店内が汚くてサービスが悪く、わざわざ行きたくない)  
成熟する消費者の変身に気づかず、手軽さという画一的なサービス以外で魅力をアピールできなかった  
ケンタッキーは中国事業を本体から切り離すと発表、マックは本年 80 店程度店舗閉鎖  
代わって現代風の店構えの「おしゃれ」な中華レストランが台頭（内装はキレイで料理の種類が多い、おまけに安いから、友達とくるには最適だ）  
スターバックスなどカフェチェーンは洗練された商品やサービスが売りで続々進出
- ⑱ 中国高齢化、巨大市場に  
60 歳以上の人口 現在 2.12 億人 860 万人/年で増加  
中国の要介護者 約 3500 万人、市場は黎明期で少なくとも 2.3 兆円規模  
ニチイ学館：家事代行企業を買収、介護サービスを広域で展開、6 社買収済み、さらに 10 社の買収を決めた、中国では家政婦が介護サービスをこなすケース多い  
エーザイ：高齢化に伴い、認知症患者の増加が見込まれる、認知症の治療薬「アリセプト」の販売を拡大する、各地の医療機関と連携して外来診療所を今夏までに 140

か所以上設置、認知症の進み具合を的確に診断できる医療体制を広める  
一人っ子政策

人口の年齢構成を変える可能性がある、新たに 9 千万人超の女性が 2 人目の子が持てるようになり、子供用の消費が伸びる公算が大きい

花王：中国や日本で 900 億円投じ、紙おむつを増産

大王製紙：中国・江蘇省の紙おむつ工場の増強を計画

- ①⑨ 中国ネット通販、70 兆円の大海、攻めあぐねる日本企業、商慣習・広告費、壁高く  
日本の消費関連企業が中国のインターネット通販にこぞって参入している

市場は年率 3 割増ペースで、2015 年は日本の 5 倍、70 兆円に達する

一見すると訪日客による日本製品の爆買い風景が、ネット通販でも広がっているように見える、だが 現地の状況は「大半の企業が膨大な商品の海におぼれ、思うように売れずに悩んでいる」、一定の知名度があれば市場の成長に合わせ、売上高が膨らむが、新規開拓組は「商品が消費者の目に触れることさえおぼつかない」

さらに「ただ出店しただけでは売れる可能性がゼロに等しい、中国で売るにはとにかく金がかかる」中国の商慣習で 入場料、出店費用が掛かる、さらに広告費の負担も大きい

例：1 個 100 円の菓子を売る 入場料 5 万元 (92 万円)、出店費 5 万元 (92 万円)

中国の小売り売上高に占めるネットの比率 11%、沿岸部は 3 割に達する、13 年には市場規模で米国を抜き世界最大のネット通販国になった

先細りの日本で生き残りを目指すか、リスクを理解して大海の市場に向かうのか

- ②⑩ ユニクロ海外 864 店舗、国内店舗数を上回る

ユニクロの海外店舗数が本年 11 月末で 864 店舗、国内 844 店舗、海外が国内を上回った、海外では中国が 400 店舗を上回り、韓国が 160 店舗、

中国で年 100 店の出店を続けるなど海外を拡大方針、国内は横ばいが続く

2015 年 8 月期連結決算で、海外の売上高は前期比 45.9%増の 6036 億円で売上高全体の約 4 割

- ②⑪ ニトリ 中国に物流・販売子会社、世界展開にらむ

現在の店舗数は日本が約 370 店舗、海外が 30 店舗超

年内に江蘇省大倉に物流会社、上海に販売会社を設立

ニトリが中国で運営するのは現在 5 店舗、20 年には 100 店舗、32 年には 1 千店舗体制にする

約 30 か国で 300 店舗以上を運営するスウェーデンのイケアを追いかける

- ②⑫ 伊藤忠 中国語人材 4 人に一人、日本企業で最大級

中国を最重要地域に位置付けている伊藤忠は 2018 年 3 月までに全社員の 4 人に 1 人に当たる 1000 人が中国語を話せるようにする、日本企業で最大級の中国語人材を抱えることで、中国事業の基盤を固める 以上