

2015年10月25日

太田泰雄

マンスリーレポート (2015年10月度)

① GDP 7~9月 前年同期比 6.9%増, 1~9月 6.9%増

GDP伸び率 第1四半期(1~3月) 7.0%、第2四半期(4~6月) 7.0%、
第3四半期(7~9月) 6.9%

7~9月期のGDPは6.9%増、成長率が7%を下回るのは、リーマン・ショック後に
6.2%まで成長が鈍った2009年1~3月期以来、中国政府が社会の安定を保つために必
要とみている「7%成長」に届かなかった、中国経済をけん引してきた重厚大型の製
造業が不振、設備過剰を抱えた鋼材、セメントの生産量は前年を下回る
不動産開発投資は1~9月に前年同期比2.6%増と約6年ぶりの低い伸び、2014年1~
9月は12.5%増であった

一方で個人消費は底堅い、消費動向を示す社会消費品小売総額(小売売上高)は1~9月
10.5%増であった

目標を達成するために政府は小刻みに景気下支え策を打ち出している

政府金融機関に3千億元(5.6兆円)の債権発行を特例で認めて地方のインフラ整備の加
速に動いている

10月23日には0.25%の追加利下げの金融緩和策を発表、金融機関から預金の一部を
強制的に預かる預金準備率も0.5%引き下げる

2015年1~9月の主要経済指標(1人民元=18.9円)

	7~9月		1~9月	
GDP	17兆3595億元	6.9%増	48兆7774億元(921.9兆円)	6.9%増
第1次産業	1兆8080億元	4.1%増	3兆9195億元(74.1兆円)	4.1%増
第2次産業	6兆9801億元	5.8%増	19兆7799億元(373.8兆円)	5.8%増
第3次産業	8兆5709億元	8.6%増	25兆0779億元(474.0兆円)	8.4%増

	9月		1~9月	
貿易額	3507.7億 ^F	11.4%減	29041.4億 ^F	8.1%減
輸出	2055.6億 ^F	3.7%減	16641.2億 ^F	1.9%減
輸入	1452.2億 ^F	20.4%減	12400.3億 ^F	15.3%減
貿易収支	603.4億 ^F (7.2兆円)		4240.9億 ^F (50.8兆円)	

地域別(1~9月)

第1位	EU	4204.1億 ^F	8.0%減
第2位	米国	4127.3億 ^F	2.0%増
第3位	ASEAN	3423.6億 ^F	1.2%減
第4位	日本	2069.5億 ^F	11.1%減

(対日輸出 1005.7 億^{ドル} 9.7%減、輸入 1064.4 億^{ドル} 12.4%減)

第5位 韓国 2003.0 億^{ドル} 6.4%減

その他の主な国 台湾 1377.1 億^{ドル} 5.5%減、オーストラリア 852.27 億^{ドル} 18.3%減、ブラジル 554.6 億^{ドル} 18.4%減、インド 533.5 億^{ドル} 1.1%増、ロシア 500.4 億^{ドル} 29.3%減、

日本との9月の貿易額 253.5 億^{ドル} 12.5%減、輸出 127.2 億^{ドル} 4.6%減、
輸入 125.8 億^{ドル} 19.3%減

9月の輸出は3.7%減と3か月連続で昨年水準を下回り、中国景気の下ぶれ圧力はなお強い、輸入額は20.4%減と、春節の影響で経済活動が鈍った2月以来、7か月ぶりに減少幅が2割を超えた、モノの貿易では世界最大である中国の需要鈍化は、日本や資源国の輸出にとって大きな打撃、中国の輸入額は9月まで11か月連続で前年水準を下回っている

1~9月の累計では輸出は1.9%減に沈み、輸入は15.3%減、原油や石炭、鉄鉱石などの資源価格の下落が輸入額を大きく落ち込ませているのに加え、鋼材や自動車関連部品、液晶パネルなどの輸入も減るなど国内生産の鈍化が響いた、日本の輸出企業にも影響が大きい

中国政府が今年の貿易額の伸びの目標とする「6%前後」の実現はほぼ不可能

主要経済指標	9月	1~9月	
工業付加価値生産	5.7%増	6.2%増	
社会消費品小売総額	2兆5271億元 10.9%増	21兆6080億元 10.5%増	
都市	2兆1468億元 10.7%増	18兆5843億元 10.3%増	
農村	3803億元 12.1%増	3兆0237億元 11.7%増	
固定資産投資総額	(622.5兆円)	39兆4531億元 10.3%増	
第1次産業		1兆1007億元 27.4%増	
第2次産業		16兆2189億元 8.0%増	
第3次産業		22兆1335億元 11.2%増	
東部地域	8.6%、中部地域	14.5%、西部地域	8.7%
不動産開発投資		7兆0535億元 2.6%増	
その内 住宅		4兆7505億元 1.7%増	
不動産販売		5兆6745億元 15.3%増	
その内 住宅		4兆7898億元 18.2%増	
消費者物価指数 (CPI)	1.6%増	1.4%増	
都市	1.6%増	1.5%増	
農村	1.5%増	1.3%増	
食品	2.7%増	2.3%増	
非食品	1.0%増	1.0%増	

工業品生産者出荷価格 (PPI) 5.9%減 5.0%減

工業生産者仕入れ価格指数 6.8%減 5.9%減

社会消費品小売総額(小売売上高)の1~9月の伸びは10.5%、1~3月 10.6%、
1~6月 10.4%とほぼ横ばい

外食の伸びは11.7%増、大型店は7.0%増(節約令の影響)、食品 14.2%増、
衣類 10.2%増、自動車売上高 4.2%増(販売不振)、宝石類 7.4%増、家電製品 10.8%増
全国の不動産販売面積は7.5%増の8.2億㎡、このうち住宅は8.2%増の7.3億㎡

不動産全体の販売額は15.3%増の5.6兆元、このうち住宅は18.2%増の4.9兆元

9月末の住宅など販売不動産の在庫面積は16.4%増の6.7億㎡(8月末比 186万㎡増加、
このうち住宅の在庫面積は12.7%増の4.2億㎡(8月末比 387万㎡の減少)

9月のCPI(消費者物価指数)は前年同月比1.6%上昇、8月は2.0%の上昇であったので、
上昇幅縮小

1~9月のCPI 1.4%上昇は、政府の年間目標(3.0%前後)を大幅に下回る

豚肉 9月 17.4%増、1~9月 7.7%増、牛肉 0.5%増、1.2%増、羊肉 6.4%減、
4.7%減、生鮮野菜 10.4%増、6.9%増、果物類 10.7%減、2.5%減

② 都市部住民可処分所得一人当たり 23512 元 (444400 円) 前年同期比 6.8%増
49400 円/月

農村部住民現金収入 8297 元 (156800 円) 8.1%増
17400 円/月

9月末の出稼ぎ農民工人数 前年同期比 ほぼ増減なし 1億7554万人

平均月給(3か月) 同 9.1%増 3052 元 (57700 円) 19200 円/月

③ 住宅価格 前月比=8月比

主要70都市新築住宅価格指数(9月) 上昇 39都市、下降 21都市、変わらず10都市

主要70都市中古住宅価格指数(9月) 上昇 39都市、下降 18都市、変わらず13都市

新築 前月比 上昇 35都市→39都市 4都市増加

下降 26都市→21都市 5都市減少 回復傾向

前月=100として 深圳 104.0、上海 101.6、広州 101.4、北京 100.9

中古 前月比 上昇 43都市→39都市 4都市減少

下降 16都市→18都市 2都市増加

大都市を中心に住宅価格の持ち直しは広がるが、地方都市では回復の足取りが鈍い

④ 外貨準備高 9月末

中国 3兆5141億 F_L (約421兆円) 6月末 3兆6938億 F_L

中国の9月の外貨準備高は前月末比432億 F_L 減少、外貨準備高の減少は5カ月連続、
人民銀行は人民元安の加速を食い止めるため、外貨準備を取り崩して元買い・米ドル
売りの為替介入を続けている

日本 1兆2489億 F_L (150兆円) 6月末 1兆2429億 F_L

⑤ 新車販売台数	9月		1～9月	
中国	202.5万台	2.1%増	1705.7万台	0.3%増
うち乗用車	175.1万台	3.3%増	1454.8万台	2.8%増
商用車	27.4万台	4.9%減	250.9万台	11.8%減
米国	144.2万台	15.8%増	1305.2万台	5.0%増
日本	47.9万台	7.6%減	390.8万台	9.5%減
(登録車)	30.6万台	3.0%減	243.1万台	5.7%減
(軽自動車)	17.4万台	14.7%減	147.8万台	15.1%減
中国(生産)	189.4万台	5.6%減	1709.2万台	0.8%減
うち乗用車	162.1万台	6.0%減	1460.6万台	1.5%増

中国：9月の販売は小幅ながら6か月ぶりにプラスに転じ、年内では1月と3月以来となる200万台に達した、在庫急増に苦しむメーカーや販売会社が一斉に大幅値引きに動いたことで販売がやや上向いた、だが過度の「安売り」で逆に経営が悪化し、閉店に追い込まれる販売店も続出している、VWでは「最高8万元(150万円)の割引」もあり、一方生産はメーカーの間で生産調整が続き、5月以降マイナスが続いている

1～9月 乗用車の国別シェア及び前年同期比

中国	595.0万台、シェア	40.9%	前年比	11.7%増
ドイツ	288.2	19.8%		4.5%減
日系	228.1	15.7%		7.0%増
米国	176.9	12.2%		3.2%減
韓国	112.6	7.7%		11.5%減
フランス	51.4	3.5%		3.6%減

	9月		1～9月	
日産	97900台	2.9%減	858700台	1.8%増
トヨタ	92700台	1.7%増	792200台	11.5%増
ホンダ	82531台	28.5%増	694807台	34.1%増
マツダ	19532台	3.8%増	168014台	12.5%増

日系メーカーでは各社が堅調にプラスを維持、トヨタとホンダは前月から伸び幅が縮小したものの、数か月続くプラスを維持、日産は3か月ぶりにプラスに転じた、マツダも8か月連続でプラスを維持

米国：9月の米新車販売 144.2万台は同月としては15年ぶりの高水準、9月18日に米当局の指摘により不正が発覚したVWは下旬からの販売が急減(VW 失速)米新車販売全体ではピックアップトラックや多目的スポーツ車(SUV)などが伸びを牽引、大型車を中心とした「小型トラック」は23.7%増だった、小型車を中心とした「乗用車」も6.7%増えた

GM 25.1万台 12.5%増、フォード 22.1万台 23.3%増、トヨタ 19.4万台、16.2%増、FCA 19.3万台 13.6%増、ホンダ 13.4万台 13.1%増
現代 11.4万台 17.8%増、日産 12.2万台 18.3%増、VW 2.6万台 0.6%増

日本：9月の新車販売台数(軽自動車を含む)は前年同月比7.6%減、9カ月連続でマイナス、今年4月に実施した軽自動車税引き上げ後の軽販売の低迷が続いているほか、登録車も2か月ぶりに減少

10月以降の販売も厳しい展開が予想されている、特に軽自動車は、4月の増税を控えて、昨年後半からスズキとダイハツ工業を中心に激しいシェア争いを繰り広げて販売を増やしたため、前年越えのハードルが高くなっている

⑥ 中国の発電量

9月 4548億kwh 3.1%減
1~9月 4兆1990億kwh 0.1%増

⑦ 中国の電力消費量

9月 4570億kwh 2.7%増
1~9月 4兆0975億kwh 3.9%増

	9月		1~9月	
第1次産業	97	6.5%	783	2.4%
第2次産業	3221	5.2%	29827	4.0%
工業用	3160	5.3%	29294	3.9%
軽工業	579	5.2%	4933	3.8%
重工業	2581	5.3%	24361	3.9%
第3次産業	612	4.9%	5033	5.7%
生活用	640	-10.2%	5332	1.8%

中国経済に関する統計データの中で、経済状態を反映する比較的信頼されている電力消費量の伸びは非常に低い

⑧ 製造業購買担当景気指数 (PMI)

	財新/マークイット (民間)		中国国家统计局/物流購入連合会 (政府系)
6月	速報値 49.6	確定値 49.4	50.2
7月	48.2	47.8	50.0
8月	47.1	47.3	49.7
9月	47.0	47.2	49.8

PMIは50が好不況の境目

⑨ 2015年1~9月 対中投資 (金融業を除く)

設立された外資投資企業 10.1%増 1万8980社
実行ベース外資投資 9.0%増 949億^{ドル} (1.8兆円)
(2015年9月単月 7.1%増 95.6億^{ドル})

業種別：サービス業 19.2%増 579.9 億^{ドル}
 製造業 0.7%増 298.4 億^{ドル} (伸びが少ない)
 農業・林業・牧畜業・漁業 7.4%減 11.0 億^{ドル}

地域別：香港、シンガポール、台湾、韓国、日本、アメリカ、ドイツ、フランス、
 英国、マカオ 以上 上位 10 か国 8.8%増 894.4 億^{ドル} 占有率 94.2%
 1～9 月 日本の対中投資 前年同期比 25.2%減 25.4 億^{ドル}(3 千億円)

中国の地域別投資先：東部地区 10.1%増 805.3 億^{ドル}、中部地区 0.3%増 86.2 億^{ドル}
 西部地区 2.2%増 57.5 億^{ドル}

中国からの海外直接投資（金融業を除く）

150 か国・地域の 5162 社に投資 16.5%増 873 億^{ドル} (1.6 兆円)

⑩ 訪日客 1～9 月 最高 1448.8 万人 48.8%増 JNTO 発表

	2015 年 9 月	伸び率	2015 年 1～9 月	伸び率
総数	161.2 万人	46.7%	1448.8 万人	48.8%
中国	49.1 万人	99.6%	383.8 万人	114.6%
韓国	30.2 万人	38.6%	285.6 万人	43.9%
台湾	30.3 万人	37.2%	277.1 万人	30.7%
香港	11.5 万人	64.9%	110.7 万人	68.5%
米国	7.6 万人	10.1%	75.8 万人	14.5%
タイ	3.4 万人	10.8%	54.1 万人	24.7%
豪州	3.5 万人	13.3%	26.8 万人	22.2%

2015 年 1～9 月訪日客 および伸び率 英国 19.1 万人 19.3%増

フィリピン 18.6 万人 46.0%、マレーシア 18.7 万人 18.1%増

シンガポール 17.8 万人 33.8% (ベトナム 13.9 万人 53.3%)

中国が前年同期の 2.1 倍、香港 68.5%増と大幅増、東南アジアからの客も急増、
 フィリピン 46.0%増、ベトナム 53.3%増

日本政府が中国や東南アジア向けのビザの発給要件を緩和したことや、格安航空
 (LCC) の普及で日本に来やすくなったことなどが要因

観光庁は「中国経済の減速などの懸念はあるが、訪日客が減るという兆しは今のと
 ころ見られない」としている

1～9 月の訪日客消費額は 77%増の 2 兆 5900 億円、このまま推移すると年間で 3 兆
 円を超え、今年の GDP 統計上の輸出の 4%前後を占める可能性がある

7～9 月の消費額では、中国人の消費が前年同期比 2.5 倍の 4660 億円と全体の半分
 近くを占める、中国人一人あたりの平均支出額は 28 万円と全体の平均(18 万円)を大
 きく上回り「爆買い」を裏付けた

⑪ 出国日本人数 2015 年 9 月 2015 年 1～9 月
 152.6 万人 0.3%増 1211.4 万人 4.9%減

- ⑫ 中国人民銀、2兆円供給、11行対象、景気下支え
中国人民銀行は10月21日、大手国有銀行など11行を対象に計1055億元(約2兆円)の資金供給を実施した
中国景気の先行き不安に米利上げ観測が加わり中国から海外へ投資資金を引き揚げる動きが一段と強まる恐れがある、人民銀は機動的に資金を供給することで、金融市場の不安を防ごうとしている
- ⑬ 中国、銀行金利を自由化、0.25%追加利下げ
中国人民銀行は、10月23日 銀行が預金金利を決める際の上限規制を撤廃し、銀行金利を原則自由化すると発表、すでに貸出金利の下限規制は撤廃しており、制度上は銀行の裁量で金利水準を自由に決めることができるようになる(ただし行き過ぎると指導が入る)
10月23日 中央銀行は追加の金融緩和を決めた、銀行の貸し出しと預金の基準金利を0.25%下げると同時に、市中銀行から強制的に預かる資金の比率である預金準備率を0.5%下げた、(景気テコ入れ策) 利下げは昨年11月以降で6回目となる
期間1年の貸し出しの基準金利は4.35%に、1年物の定期預金の基準金利は1.5%に下がる、大手金融機関の標準の預金準備率は17.5%になる
- ⑭ 習金平国家主席米国公式訪問 9月22～25日
米ボーイングから飛行機300機購入する、総額380億ドル(4.6兆円)
中国商用飛機(中国)とボーイング社が合弁で旅客機の最終組み立て工場を中国に建設することで合意
10月23日 マイクロソフト、アップル、アリババ、テンセントなど米中を代表する企業トップ30人が集まる会合に出席、IT分野での米中協力を演出する狙い
9月24日 習近平国家主席ワシントン入り、同日はローマ法王が米議会で演説、米テレビはローマ法王の話題で持ちきり、習氏のニュースはかすんだ
9月25日 習近平国家主席とオバマ大統領は約2時間会談
懸案を巡って中国に厳しい姿勢で臨まなければならない米側と、大国として権威の誇示にこだわる中国
サイバー攻撃への対応に関する閣僚級協議の枠組みを新設することで合意(演出?)
南シナ海の埋め立て地に関する議論は平行線
空中での軍事衝突防止処置を作ることを確認
米側に歓迎色薄く、オバマ氏は厳しい表情、習氏は終始硬い表情
- ⑮ 習近平国家主席 英女王の招きで初の英国訪問 10月19～23日
10月19日 ヒースロー国際空港到着、チャールズ皇太子出迎え
10月20日 エリザベス女王とフィリップ殿下による歓迎式典
その後、エリザベス女王と共に王室の馬車に乗り宿泊するバッキンガム宮殿に移動
午後上下両院議員を前に演説

夜バックingham宮殿でエリザベス女王主催の公式晩さん会、ウィリアム王子、キャサリン妃(中国の好きな赤のドレス)、キャメロン首相らが正装で出席

10月21日 習近平国家主席とキャメロン首相の首脳会談

総額400億ポンド(7.4兆円)にのぼる投資経済案件で協議

中国の原発事業会社は英南西部に仏電力公社が新設する原発に1.1兆円出資(出資比率33.5%)

英南東部で中国製原子炉を導入、建設は仏電力公社と共同で手掛ける、中国側出資比率66.5%、先進国で中国が開発(?)した原子炉を採用するのは英国が初めて

英石油大手BPは中国の電力大手に液化天然ガス(LNG)を最大100億^{ドル}(1.2兆円)供給する契約を締結、更にBPは中国四川省のシェールガス開発の協力で合意

習政府は対米関係で改善が見込めないなか、「経済外交」を武器に英国との関係強化を図る

- ⑩ 華潤集団、全株売却へ、米ウォールマートとの合弁 総合スーパー (GMS) 21社
インターネット通販の台頭や消費者の嗜好の多様化などから、GMSは不振に陥っている、華潤は株売却で小売り事業の立て直しを急ぐ
華潤は上海や北京など各都市にある合弁企業21社の株式を25~35%保有し、残りをウォールマート中国が握る、華潤は所有する株式のすべてを売却、広東省や湖南省などの9社については売却額を1元(18.9円)に設定
中国の小売市場は年2ケタペースで拡大するが、ネット通販の急成長が主な要因で、実店舗を運営する従来型の小売業は不振が続く、中でもGMSは衣食住に関わる商品をそろえる一方、品ぞろえなどでネット通販に劣り、各地で閉鎖が相次いでいる
- ⑪ サントリー、青島ビールとの合弁事業を解消
1981年に日本勢としていち早くビール事業で中国進出し、独自ブランド「三徳利(サントリー)」を上海では3割のトップシェアに育てた
中国最大手華潤雪花ビール(北京市)などとの価格競争激化で赤字に転落、収益改善を狙い、13年から中国市場第2位のシェアを持つ青島ビールとの合弁に切り替えたが、業績は回復しなかった
サントリーは、中国で好調な洋酒事業に経営資源を集中する
生産・販売それぞれの合弁会社の50%の保有株は青島に約156億円で売却する
青島は合弁解消後もサントリーとライセンス供与を受け、三徳利ブランドでの生産・販売を手掛ける
- ⑫ 中国でネット通販参入、ジーユー、(日本の多くの企業が中国のネット通販に関心)
ファーストリテイリング傘下の衣料品会社ジーユーは、中国でインターネット通販事業に参入、専用の倉庫を確保し現地大手通販サイト(アリババのサイト「天猫」)出店
中国の消費者向けネット通販市場は年50兆円を超える、小売業に占める比率は10%程度(急拡大中)、5%程度の日本に比べて高い
以上