

MUFG BK CHINA WEEKLY

三菱UFJ銀行 国際業務部

NOVEMBER 13TH 2019

■ TOPICS

- 中国における消費市場の拡大とライフスタイルの変貌～携帯アプリでの暮らし方～

■ WEEKLY DIGEST

【貿易・投資】

- UNCTAD 米中関税合戦は双方に不利益
- 米国の対中制裁関税 新たに適用除外 36 品目発表
- 10月の輸出は前年同月比▲0.9% 輸入は同▲6.4%
- 第2回 中国国際輸入博覧会成約額 前回から2割増の711.3億米ドル
- 新たな外資促進意見 「外資の安定」図る20条の措置

【金融・為替】

- 10月の外貨準備高 2ヶ月ぶりに増加

■ RMB REVIEW

- 最終的に反落も目先は幾分かの反発持続か

本邦におけるご照会先:

三菱UFJ銀行国際業務部 東京:03-6259-6695 (代表) 大阪:06-6206-8434 (代表) 名古屋:052-211-0544 (代表)

- ・本資料は情報提供を唯一の目的としたものであり、金融商品の売買や投資などの勧誘を目的としたものではありません。本資料の中に銀行取引や同取引に関連する記載がある場合、弊行がそれらの取引を応諾したこと、またそれらの取引の実行を推奨することを意味するものではなく、それらの取引の妥当性や、適法性等について保証するものでもありません。
- ・本資料の記述は弊行内で作成したものを含め弊行の統一された考えを表明したものではありません。
- ・本資料は信頼できると思われる情報に基づいて作成されていますが、その正確性、信頼性、完全性を保証するものではありません。最終判断はご自身で行っていただきますようお願いいたします。本資料に基づく投資決定、経営上の判断、その他全ての行為によって如何なる損害を受けた場合にも、弊行ならびに原資料提供者は一切の責任を負いません。実際の適用につきましては、別途、公認会計士、税理士、弁護士にご確認いただきますようお願いいたします。
- ・本資料の知的財産権は全て原資料提供者または株式会社三菱UFJ銀行に帰属します。本資料の本文の一部または全部について、第三者への開示および、複製、販売、その他如何なる方法においても、第三者への提供を禁じます。
- ・本資料の内容は予告なく変更される場合があります。

TOPICS

中国における消費市場の拡大とライフスタイルの変貌 ～携帯アプリでの暮らし方～

MUFG バンク(中国)
リサーチ&アドバイザー部
中国調査室 于瑛琪

商務部は中国建国 70 周年に関する講演で、中国の消費水準を測る社会小売消費総額は 1952 年の 277 億元から 2018 年の 38 兆元まで拡大し、建国以来の消費市場の急激な拡大ぶりを明らかにした。中国の消費の経済成長への寄与度は 2014 年から 2018 年まで 5 年連続で 50%を超えた。「世界の工場」から「世界の市場」へと邁進している中国では、日々めまぐるしい変化が生じている。外資企業にとっては、大きな人口規模と経済規模を有する中国は「海外市場」としての潜在力が依然として魅力である。

特に、直近 10 年間のインターネットとスマートフォンの普及により、オンラインとオフラインの関連性がさらに密接になっているため、人々の生活はインターネットの中に織り込まれる形式となり、消費行動や生活様式は大きな変貌を遂げてきた。当初は抽象的だった「インターネット+経済」は知らぬ間に人々の生活に浸透している。人々の生活は携帯アプリの上に築かれているといっても過言ではない。

本稿では、中国における消費市場の急成長とライフスタイルの変化の要因を分析する。その上で、ここ 10 年間で、電子商取引、モバイル決済といった 2 つの成熟した分野と急成長しているショート動画分野に重点を置いて、インターネットインフラの上に築き上げられた新たなビジネスモデルが国民のライフスタイルに与える影響を紹介する。

I. 消費市場の拡大とライフスタイルの変化はなぜ起きたか

消費規模の拡大は人口規模、所得水準の向上、ニーズの多様化などに関連している。人口規模もさることながら、経済の高度成長に伴い、個人所得の増加と都市化の進展が消費市場の急速な発展の土台だといえる。それを基礎に、インターネットとスマートフォンの普及は、すでに起動した「消費のエンジン」にアクセルを踏み込んだことになる。

都市化と所得の増加

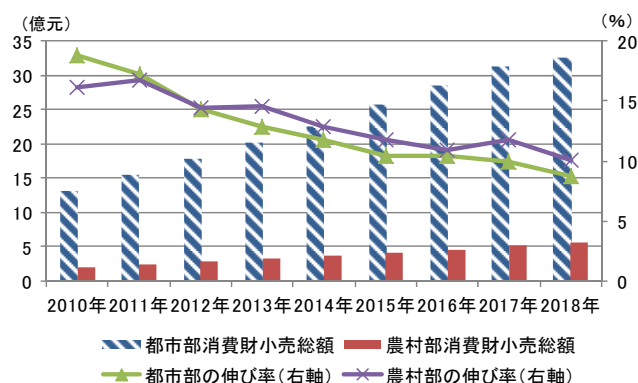
中国経済の高度成長は都市化の加速と深く関連している。実は、1949 年から 1999 年までの 50 年間で、中国の都市化率は 10.6%から 30.9%へと 20.3 ポイント拡大したが、進展の速度は遅かった(図表 1)。1999 年から 2018 年の 20 年間近くで都市化率は 28.7 ポイント増加し、それまでの 50 年間の増加幅を超えている。同時に、中国総人口規模も拡大が続いていたため、都市人口の規模は 1999 年の 3 億 8,855 万人から 2018 年の 8 億 3,137 万まで増加した。1999 年以降の 20 年間は都市化の進行が加速する時期であり、中国経済高度発展の時期でもある。

【図表 1】中国の都市化水準の推移

期間	都市人口(万人)	都市化率 (常住人口ベース)	10年間の都市化率変化
1949年	5,763	10.6%	
1959年	12,373	16.3%	+5.7%
1969年	14,117	17.5%	+1.3%
1979年	19,499	20.0%	+2.5%
1989年	29,540	26.2%	+6.2%
1999年	38,855	30.9%	+4.7%
2009年	62,174	46.6%	+15.7%
2018年	83,137	59.6%	+13.0%

(出所)中国国家统计局により MUFG バンク(中国)中国調査室作成

【図表 2】中国における社会消費財小売総額の推移

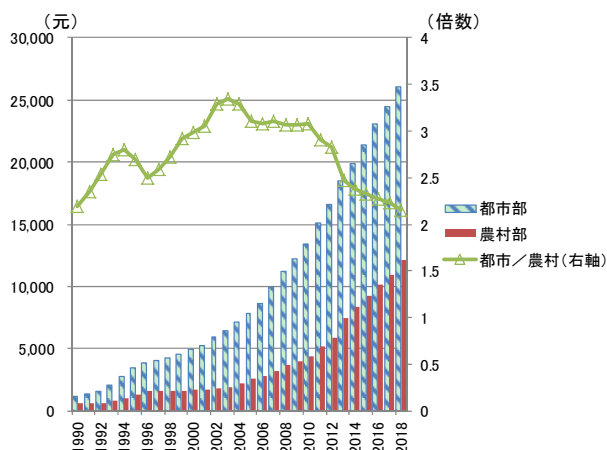


(出所)中国国家统计局により MUFG バンク(中国)中国調査室作成

「世界の工場」時代の中国の強みは資源と労働力の価格優位性にあり、都市化の進展に伴い、農村部にある豊富な労働力が都市部へ移転することで都市部の経済発展に大きく寄与した。一方、個人所得水準も経済発展とともに向上し、特に都市部は農村部よりも経済成長の恩恵を受けて、都市化による都市部人口の増加は中国国民所得全体の向上に大きく寄与している。都市部の一人当たり可処分所得は農村部のその 2.7 倍前後で推移している。消費面では、絶対額は都市部が農村部を大幅に超えているが、年間消費支出の都市対農村比率は 2010 年から低下に転じている。(図表 2、図表 3)。

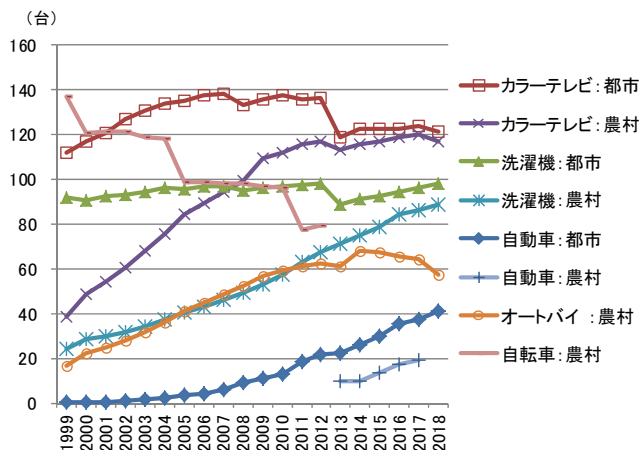
耐久消費財の消費の動向を見ると、100 世帯当たりの耐久消費財保有台数は、カラーテレビと洗濯機は農村部が都市部に追いついた。交通用具については、都市部の 100 世帯当たりの自動車保有台数が 40 台に達した。一方、農村部の主要な交通用具として、2012 年までに、自転車の保有台数がオートバイの保有台数の増加に伴って減少した。また、オートバイの所有台数は 2015 年から減少に転じており、同時に自動車の保有台数は徐々に上がってきている。農村部の消費は都市部に後れを取っていたが、家電製品に関しては都市部とほぼ同水準に達し、交通用具のレベルアップも顕著に現れている。

【図表 3】一人当たり年間消費支出の推移



(出所)中国国家统计局により MUFG バンク(中国)中国調査室作成

【図表 4】100 世帯当たり耐久消費財保有数

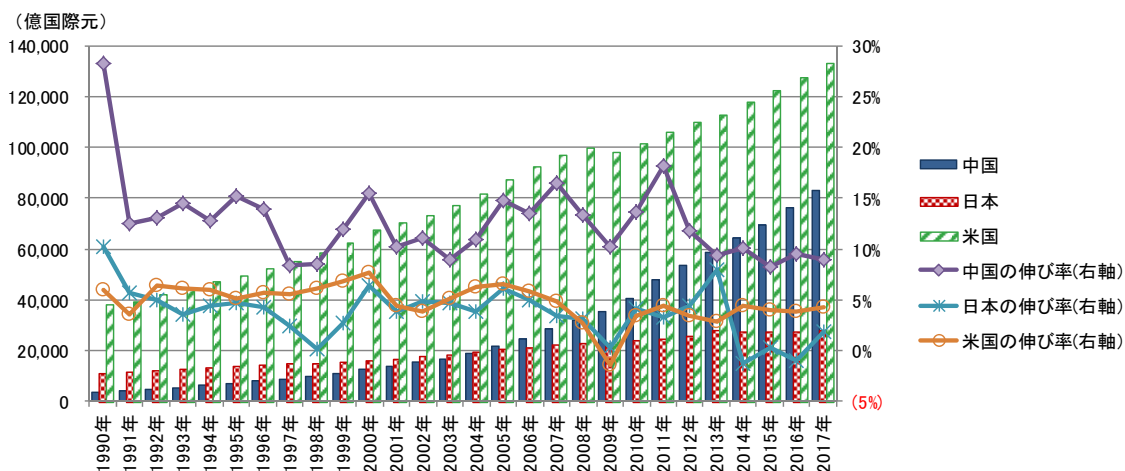


(出所)中国国家统计局により MUFG バンク(中国)中国調査室作成

都市化の進展に伴う都市部人口の増加は経済成長を支える労働力を供給すると同時に、個人所得の増加につながり、消費力の高い都市部消費者によって構成された活力に満ちた消費市場は電子商取引をはじめとする「新経済(ニューエコノミー)」の土台となっている。中国は「世界の市場」へと変わりつつある過程においても、都市化が多大な貢献しているといえる。購買力平価ベースでは、中国の年間消費支出は

20年近くの間日本と米国を上回るペースで増加してきた。1999年の中国の消費市場規模は米国の17.5%しかなかったが、2017年には、その比率が62.4%まで拡大し、中国が米国に続き世界第2の消費市場となっている(図表5)。

【図表5】家計最終消費支出の国際比較

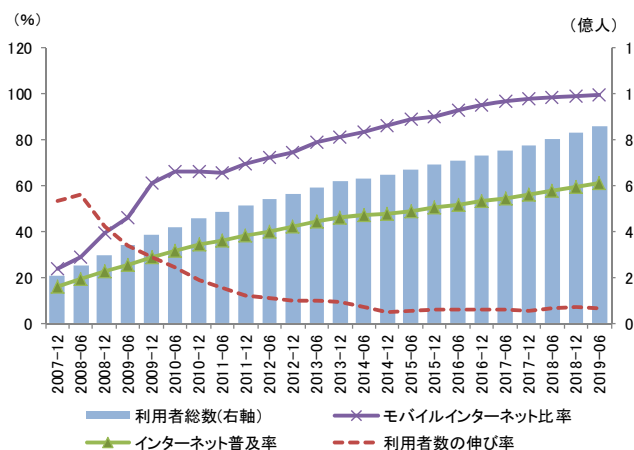


(出所)世界銀行より MUFG バンク(中国)中国調査室作成

インターネットとスマートフォンの普及

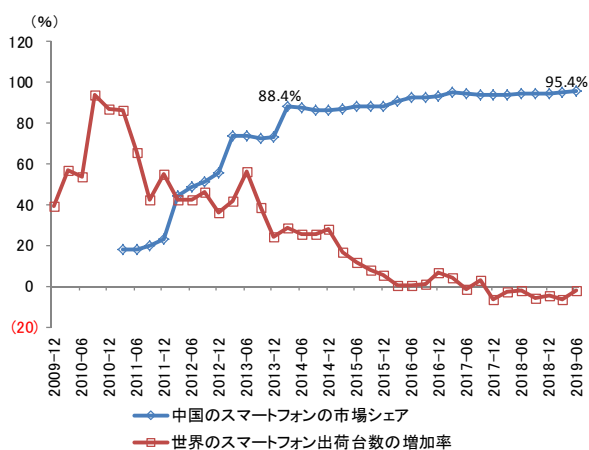
2008年ごろ、中国のインターネットユーザー規模は50%以上の増加率で拡大していた。中でも、モバイルインターネットのユーザー比率は2006年末の10.5%から2009年末の60.8%へと急速に拡大したが、2011年末までに一度停滞していた(図表6)。一方、世界的にみると、2009年からスマートフォンのプレゼンスが急上昇するようになり、年間出荷台数の伸び率は最高で90%を超えていた。中国においても、スマートフォンの市場シェアは2011年から2014年まで急速に拡大した(図表7)。世界におけるスマートフォンブームは、停滞していた中国のモバイルインターネットの使用率をさらに促進し、モバイルインターネットの利用比率は再び上昇に転じている。

【図表6】中国インターネット利用者規模の推移



(出所)中国工業と情報化部より MUFG(バンク)中国調査室作成

【図表7】スマートフォン市場の推移



(出所)WINDより MUFG バンク(中国)中国調査室作成

2019年6月末時点で、中国のインターネットユーザーは8億5,400万人に達し、インターネット普及率は61.2%まで上昇し、2018年末より1.6ポイント上昇した。中で、モバイルインターネットユーザー(スマートフォン経由インターネットを使用)は8億4,600万人に達し、インターネットユーザーに全体に占める割合が2017年末の97.5%から2019年6月末の99.1%まで上昇した。すなわち、大部分の人はスマートフォンを使ってインターネットサービスを利用していることになる。都市・農村別でみると、農村部のインターネットユーザーは2億2,500万人であり、全体の26.3%を占め、2018年末より305万人増加。それに対し、都市部のインターネットユーザーは6億3,000万人で全体の73.7%を占めており、2018年末より2,293万人増えている。インターネットユーザーの増加分は都市部に集中している。

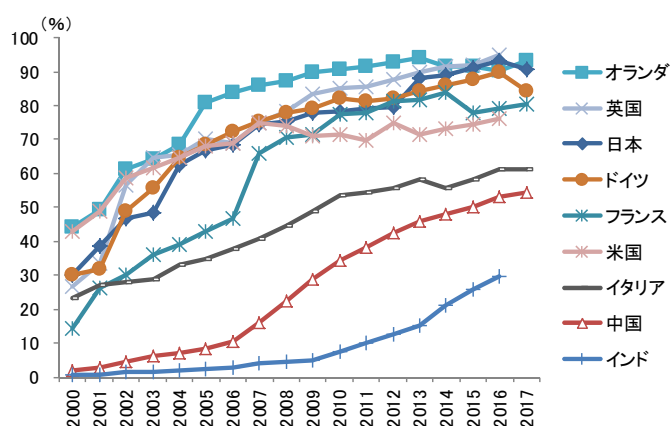
中国のインターネット利用者総数が世界インターネット利用者に占める割合が2013年に最高の23.5%に達してから小幅に縮小している。中国のインターネットユーザーの比率は、中国人口が世界人口に占める割合の18.7%を上回っている(図表8)。

【図表8】中国インターネット利用者の世界に占める割合

項目 時間	世界のインターネット 利用者総数(億人)	中国のインターネット 利用者総数(億人)	中国の割合
2005年	10.2	1.11	10.8%
2006年	11.5	1.37	11.9%
2007年	13.7	2.10	15.4%
2008年	15.5	2.98	19.3%
2009年	17.3	3.84	22.2%
2010年	19.9	4.57	23.0%
2011年	21.8	5.13	23.5%
2012年	24.2	5.64	23.3%
2013年	26.3	6.18	23.5%
2014年	28.8	6.49	22.5%
2015年	31.7	6.88	21.7%
2016年	34.2	7.31	21.4%
2017年	36.5	7.72	21.2%
2018年	39.0	8.29	21.3%

(出所)「ITU World Telecommunication/ICT Indicators 2018」、中国工業と情報化部
よりMUFGバンク(中国)中国調査室計算
(注)2018年の世界統計データは推測値

【図表9】インターネット普及率の国際比較



(出所)「ITU World Telecommunication/ICT Indicators 2018」よりMUFGバンク
(中国)中国調査室計算

中国のインターネットの普及率は10年間で目覚ましい向上を遂げてきたが、世界的にみると、中国のインターネット普及率は最高水準の英国や日本を20ポイントほど下回っている。2018年、都市部のインターネット利用者数が都市部人口に占める割合は73.0%である。それに対し、農村部のインターネット利用率は38.7%であった。前述のように、中国の都市化率は59.6%であったが、日本や英国の都市化率はともに80%以上に達している。こうしてみると、都市化の更なる進展に伴い、中国のインターネットの普及率はさらに上昇する余地がある。

II. 消費規模の拡大がビジネスモデルの革新に繋がる

モバイルインターネットインフラの完備とスマートフォンの普及によって、人々はいつでもどこでもインターネットにアクセスできるようになった。スマートフォンにインストールされているアプリは衣食住といった基本的な日常生活から交通・旅行・娯楽といったあらゆる分野に活用されており、人々の生活の「オンライン化」がますます深化している。工業情報化部によると、2018年12月時点で、中国市場で観測されるアプリ数は449万個ある。分野別でみると、ゲーム、生活サービス、電子商取引、その他のアプリ数が全体に占める割合がそれぞれ30.7%、12.1%、9.4%、47.8%となっている。スマートフォンにインストールされているアプリ数の統計では、利用者比率の高い20~29歳、30~39歳年齢層のユーザーの使用している平均アプリ数は54個、49個に達する。

【図表 10】年齢階層別のアプリ数とインターネット普及率

年齢層	平均アプリ数	利用者比率
10歳以下	32	4.1%
10～14歳	40	17.5%
15～19歳	66	
20～29歳	54	26.8%
30～39歳	49	23.5%
40～59歳	47	15.6%
50～59歳	40	5.9%
60歳以上	33	6.6%

(出所)CNNIC「中国インターネット発展状況統計報告」より MUFG バンク(中国)中国調査室作成

【図表 11】時間帯の各種アプリの利用率



(出所)CNNIC「中国インターネット発展状況統計報告」より MUFG バンク(中国)中国調査室作成

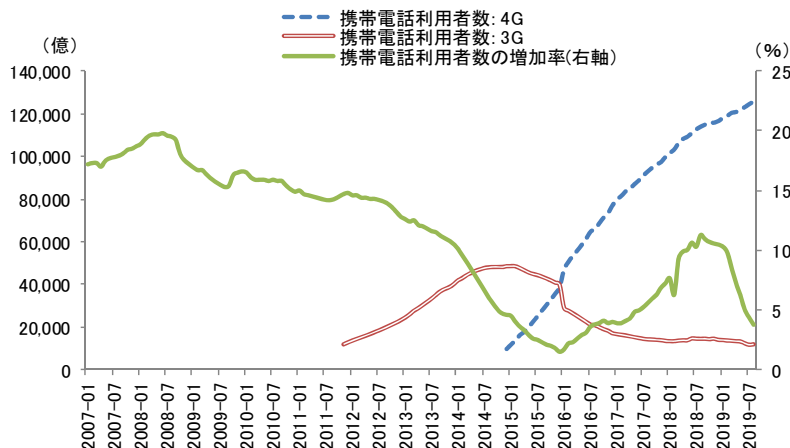
2019 年上半期の統計では、中国のインターネット利用者の週間平均利用時間は 27.9 時間であり、2010 年の 18.3 時間より 52.5% 伸びている。1 日当たりに換算すれば、2019 年に、中国人は平均で 1 日に 4 時間近くインターネット上で過ごしている。その中で、即時通信アプリの使用時間が最も長くて全体の 14.5% を占めており、第 2 位から 6 位までは順に動画(13.4%)、ショート動画(11.5%)、音楽(10.7%)、文学(9.0%)、ラジオ(8.8%)となっている。

図表 11 のように、各アプリが使用される時間帯の統計からみれば、即時通信、社交、ニュース、買い物のアプリは朝 9 時から夜の 23 時迄のどの時間帯においても均衡して使用されている。デリバリーは昼食と夕食の時間前に利用率が高く、ショート動画は娯楽活動の一つとして、昼休みの 12 時前後と夜 19 時～22 時まで利用率が高い。スマートフォンアプリの利用状況が人々の日常生活を反映するほど、モバイルインターネットが人々の生活に定着していることが分かる。

4G の商用化はインターネット業界の革新を加速

中国の携帯電話の利用者数の増加率は 2008 年から低下傾向に転じたが、4G の普及により、2016 年に再び加速が始まった(図表 12)。2019 年 9 月末時点で、中国の 4G 携帯電話の利用者数は 12 億 6,384 万人に達し、3G 携帯電話利用者数のピーク比 160% を超えている。4G の商用化はスマートフォン市場の急成長を促進すると同時に、スマートフォンにまつわるインターネット業界のイノベーションと競争を熾烈化させた。

【図表 12】携帯電話利用者数の推移



(出所)中国工業と情報化部より MUFG バンク(中国)中国調査室作成

図表 13 が示すように、2015 年 6 月から 2019 年 6 月までの 4 年間で、決済、買い物、動画の使用率は 20 ポイント前後上昇した。また、2019 年にデリバリー、生中継、配車、オンライン教育、インターネット理財(財テク)の利用統計が新たに加えられたのと同時に、ブログや BBS(電子掲示板)などは統計項目から取り外されている。モバイルインターネットの「戦場」は競争が激しく、以前よりも短い時間でブームになったり淘汰されたりしている。例えば、2015 年に創業ブームを起こしていたシェアリング自転車業界では、豊富なベンチャーキャピタルの支援のもとで起業者が多数現れ、2016 年にシェアリング自転車の専門業者は 20 社以上存在した。その後、業界内で大規模な優勝劣敗の商戦や M&A が行われた。4 年が経った現在は、この 2 つの業界で勝ち残った業者はわずかである。

【図表 13】中国人の携帯アプリ利用率の統計

応用	利用率の変化	H27.6.1		R1.6.1		関連アプリ(例) 名称	スマートフォンのイメージ
		利用者数 (億人)	利用率 (%)	利用者数 (億人)	利用率 (%)		
即時通信	+5.7	6.1	90.8	8.2	96.5	WeChat, QQ	
検索	+1.0	5.4	80.3	6.9	81.3	Baidu	
ニュース	-2.8	5.5	83.1	6.9	80.3	網易、搜狐、鳳凰、頭條、Sina	
動画(ショート動画を含む)	+19.7	4.6	69.1	7.6	88.8	Bilibili, Tiktok	
買い物	+18.8	3.7	56.0	6.4	74.8	京東、拼多多、天猫、淘宝	
決済	+20.4	3.6	53.7	6.3	74.1	wechat pay, wechat pay	
音楽	-0.9	4.8	72.0	6.1	71.1	QQ音楽、網易雲音楽、蝦米音楽	
ゲーム	+0.9	3.8	56.9	4.9	57.8	王者荣耀、開心消消樂	
文学	+10.6	2.8	42.6	4.5	53.2	書旗小説、起点、小説大全、WeChat読書	
旅行	+14.6	2.3	34.3	4.2	48.9	Qunar.com, 携程、途牛	
デリバリー	-	-	-	4.2	49.3	美团、大衆点评、饿了麼	
ライブ中継				4.3	50.7	闘魚、虎牙、映客	
配車				3.4	39.7	滴滴、滴滴、首汽约车	
オンライン教育				2.3	27.2	-	
インターネット理財				1.7	19.9		
ブログ	4.7	71.1					
ウェイバー	2.0	30.6					
電子メール	2.5	36.7					
ネット銀行	3.1	46.0					
BBS	1.2	18.0					

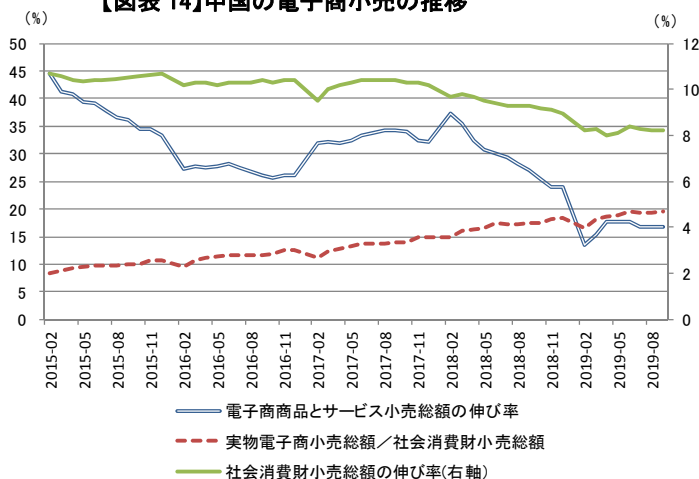
(出所) CNNIC「中国インターネット発展状況統計報告」より MUFG バンク(中国)中国調査室作成

中国消費者の特徴は新技術や新ビジネスに対する受容性が高いことである。それに加え、人口規模が大きく、市場基盤が厚いことも創業者にとって恵まれたビジネス環境となる。電子商取引も配車サービスもビジネスモデルは当初は舶来品であったが、大きな市場規模がその土台になり、創業企業が短期間で規模を拡大することが可能となった。消費者が新技術や新ビジネスを受け入れ易いため、創業企業も様々な新規事業にチャレンジすることができる。このように、市場規模の拡大と活発化は最終的にイノベーションへ繋がっている。この意味では、中国の消費者と消費市場が企業のイノベーションを促進したといえる。

電子商取引

2019 年 6 月末時点で、中国のネットショッピング利用者規模は 6 億 3,900 万人に達しており、中でも携帯によるネットショッピング利用者は 6 億 2,200 に達した。2019 年 1~9 月、中国の電子商取引小売総額は 7 兆 3,200 億元で、前年同期比 16.8%増加した。その中で、モノの電子商取引小売総額は前年同期比 20.5%増加の 5 兆 7,700 億元となった。社会消費財小売総額における電子商取引による小売額が占める割合は 19.5%であり、2018 年末より 1.1 ポイント拡大した。商務部は電子商取引における小売額増加の社会消費財小売総額の増加への貢献率は 43.7%に達したという。電子商取引の社会消費促進における役割がますます重要になっている。

【図表 14】中国の電子商小売の推移



(出所)中国国家统计局により MUFG バンク(中国) 中国調査室作成

越境 EC は中国の消費者を世界市場に繋げるための重要な役割を担っている。2019 年 1~9 月、中国越境 EC 小売による輸入額は前年同期比 30%増加した。輸入元の国別で、輸入規模の上位 3 国は日本、米国、韓国であり、全体の 20.5%、14.9%、10.8%を占めた。品目別では、化粧品、食料品、日用品が最も多く、全体に占める割合はそれぞれ 34.6%、27.6%、13.8%となった。政策面では、政府は越境 EC 総合試験区の追加設立や電子商取引企業への行政手続きの利便化など様々な促進政策を打ち出している。

電子商取引市場における「下沈市場」の拡大が注目されている。下沈市場とは、中国 3・4 級都市及び農村地域の消費市場を指す。2019 年 3 月末まで、淘宝の新規ユーザーの 77%が 3 級都市及びそれ以下規模の地域の利用者となった。実際、下沈市場の電子商取引小売規模は 1・2 級都市以上の速度で拡大しており、大都市よりも消費意欲が高まっている。2019 年の「618」販促期間(6 月 18 日に開催される夏の EC セール)の化粧品やデジタル製品の電子商取引額の伸び率を見ると、1・2 級都市は下沈市場に追い越された。1・2 級都市の市場が十分に開拓されたため、電子商取引業者の下沈市場における市場の奪い合いが熾烈化している。

中国の電子商取引市場規模の拡大とともに、電子商取引業者はビジネスモデルにおけるイノベーションにも励んでいる。たとえば、「新小売」という概念の基で、電子商取引業者はスーパーやコンビニなどの伝統的な実店舗小売業者との事業提携によって実体小売分野への参入を加速している。業務提携のほかに、電子商取引企業が新小売ビジネスモデルの独資企業を立ち上げている。例えば、アリババグループ傘下の生鮮 EC のオンラインとオフラインを融合させた小売店「盒馬鮮生」は、ビッグデータ、モバイルインターネット、IoT (モノのインターネット)、自動化といった技術によってサプライチェーン、倉庫管理と配送の最適化を実現し、新たな小売ビジネスモデルの代表業者として注目を集めている。

モバイル決済

2019 年 6 月現在、中国のモバイル決済の利用者規模は 6 億 2,100 万人により、2018 年末より 3,788 万人増加し、モバイルインターネット利用者の 73.4%を占めている。モバイル決済産業は電子商取引の発展とともに成長してきたが、現在では、モバイル決済は電子商取引分野を超えて人々の「オフライン生活」で隅から隅まで利用されるようになった。スーパー、コンビニや自営業の小売店はもちろん、屋台までスマートフォンにインストールされた決済アプリで支払いができるようになってきている。さらに、公共交通システムもモバイル決済を積極的に取り入れており、スマートフォンはプリペイドカード代わりになって地下鉄やバスで活用されている。特に大都市におけるキャッシュレス化が進んでおり、人々の生活の利便性の向上と買い物・交通の効率化に繋がっている。

【図表 15】交通分野のモバイル決済



(出所)北京地下鉄で撮影、MUFG バンク(中国)中国調査室作成

モバイル決済の技術基礎としては、QRコードとNFCがすでに普及している。現在では、モバイル決済企業は顔認証を代表とする生体認証による決済サービスの商用化に前向きに取り組んでいる。無論、生体認証決済は技術的・法的な課題は様々残っているが、技術の成熟と監督管理制度の完備が実現すれば、人々のライフスタイルに更なる変貌をもたらすと考えられる。

ショート動画

2018年に、TikTok(抖音)、快手を代表としたショート動画アプリが急成長を果たし、ショート動画を含む動画アプリの利用率は即時通信に続いて利用率が第2位の利用分野まで成長した。2019年6月に、中国のショート動画利用者は6億4,800万人に達し、インターネット利用者の75.8%を占めている。その中で、TikTok(抖音)、快手の利用者数は最も多く、それぞれ4億8,600万人、3億4,100万人に達し、2つ合わせてショート動画市場の54.2%を占めている。ただし、2つの大手がターゲットとするユーザーには違いがあり、TikTokの1・2級都市の利用者数の割合は45.3%である一方、快手の1・2級都市の利用者数の割合は38.8%しかなく、中小都市及び農村のユーザーに重点を置いている。

ショート動画が人気を得た背景には4Gと高性能スマートフォンの普及がある。一般人でもショート動画アプリを利用して簡単に動画を作成できるようになり、独自の生活を動画の形で友達と共有できる。さらに、このコンテンツをシェアすることは宣伝効果が強く、ソーシャルネットワークを通してショート動画の利用者規模が急速に拡大している。利用者は動画の観客であり、投稿者でもあるため、ショート動画への参入によってインターネットの世界で存在感を得ることができる。

ショート動画の普及は人々のインターネットでの交流を新たな形にしたといえる。現在、ショート動画の内容には、生活のテクニック、面白い動画、化粧などがある。ユーザー規模の拡大に伴い、ショート動画アプリの社交機能は徐々に弱くなり、主流メディアとしての色合いが強くなっている。ショート動画でフォロワー数が1,000万人を超えたブロガーは少なくない。これらのブロガーは一般人から「KOC¹」へと変身し、自ら大きな広告効果を持つようになる。特に化粧品分野では、ショート動画のKOCによる広告は伝統的な広告に引けを取らないほどの宣伝効果がある。

2017年5月、TikTokは海外での市場開拓を開始した。2019年9月までに、App StoreとGoogle PlayでのTikTokの新規ユーザーは1億7,700万人に達した。東南アジアをはじめ、日本、米国、南米においてもTikTokが人気アプリとなっている。TikTokの親会社である「字節跳動(ByteDance Technology Co Ltd.)」はビッグデータとAI技術によって、ユーザーの「お気に入り動画」を正確に薦めることができる。この

¹ KOCは「Key Opinion Consumer」の略で、新しいトレンドやモノに興味があり実生活で友達も多く、仲間内でオピニオンリーダーとなる人のことである。

技術も TikTok が海外で人気を得た1つの要因と見られる。TikTok の海外進出の成功には、中国の大規模な消費市場において得たノウハウが不可欠である。逆に、TikTok の海外進出は中国の消費市場とライフスタイルを海外に繋げるきっかけになっている。

インターネット関連の市場では新興業者の淘汰が早く、それに相応した監督管理が業界イノベーションに追いつかず、個人情報保護、データの保護、詐欺の防止などの様々な課題が顕在化しているが、監督管理機関は法律上・制度上の対応措置を打ち出している。前述のシェアリング自転車の例のように、市場参入者の試行錯誤と政府の積極的な関与が繰り返される中で初めて、新たなビジネスモデルが成熟したビジネスとして定着する。その過程では、活力のある消費市場と受容性の高い消費者も不可欠である。現在の中国は、5G、IoT、AI などの技術革新が日進月歩で発展しており、その底流には層の厚い消費市場が存在するため、新ビジネスの成長に適した市場環境といえる。2019年11月1日から、中国の5Gは正式に商用化され、全国50以上の都市で5Gサービスが利用されることになった。「十二・五期間(第12次5ヵ年計画:2011~2015年)」に商用化された4Gが「十三・五期間(第13次5ヵ年計画:2016~2020年)」のインターネット関連の技術革新の加速に繋がったのと同様に、5Gの商用化により、新たなビジネスチャンスが生まれ、人々のライフスタイルにさらなる大きな変貌をもたらすことが期待される。

WEEKLY DIGEST

【貿易・投資】

◆UNCTAD 米中関税合戦は双方に不利益

国連貿易開発会議(UNCTAD)は5日、米中貿易摩擦に関するレポート(“Trade and Trade Diversion Effects of United States Tariffs on China”)を発表。米国の対中制裁関税の対象品について、2019年上半期の中国からの対米輸出が前年同期から350億米ドル減少したと分析した。レポートは、米国当局の統計データをもとに、米国による対中制裁関税の影響を分析し、両国間の貿易の大幅な落ち込み、米国の消費者物価の上昇、両国の貿易相手国の転換・多角化に及んでいることを明らかにした。

米国の中国からの輸入額は、2018年上半期の1,300億米ドルに対し、2019年同期はその約25%の350億米ドル減少して950億米ドルとなった。また追加関税によるコスト増については、米国の消費者が大部分の負担を強いられていると指摘。一方で、最近になって中国の輸入業者が輸出価格引き下げの形でコストの一部を吸収し始めたとも見ている。

米国の対中輸入の減少について、製品別では、事務・通信用機器が最も大きな打撃を受け、2019年の上半期は合わせて150億米ドルの減少となったほか、化学、家具、電気機械などの落ち込みも大きかったという。

中国からの輸入が減少した一方で、そのうちの210億米ドル相当はその他の国・地域からの輸入に代替された。特に台湾が最大の受益者となっており、台湾からの輸入は事務・通信用機器を中心に42億米ドル増加した。またメキシコからは食用農産物、輸送用機械、電気機械を中心に35億米ドル、EUからは機械関連を中心に27億米ドル、ベトナムからは通信用機器、家具を中心に26億米ドル増加したという。一方、他国・地域に代替されなかった残りの140億米ドル相当は、米国内で調達されたか若しくは取引が失われたとしている。

UNCTADは、本レポートでは直近の状況を反映していないものの、今年夏以降の摩擦激化で影響は拡大している可能性があると警告している。また中国による対米報復関税の影響を考慮していないものの、同様に中国の消費者物価の上昇や米国からの輸入の減少と代替国からの輸入が起こっているとの推測を示している。レポートは、「米中貿易摩擦が両国の経済に不利益をもたらすのみならず、世界経済の安定と将来の成長を危うくしていることへの警告だ」と強調した。

◆米国の対中制裁関税 新たに適用除外 36品目発表

米国通商代表部(USTR)は11月7日、対中制裁関税措置第3弾(2,000億米ドル相当の中国製品に25%の追加関税)の対象から、新たに36品目を適用除外とすることを発表した^(注)。適用除外品目の発表は2018年12月以降12回目、前回の10月28日の発表に続くもので、累計1,162品目に上る。

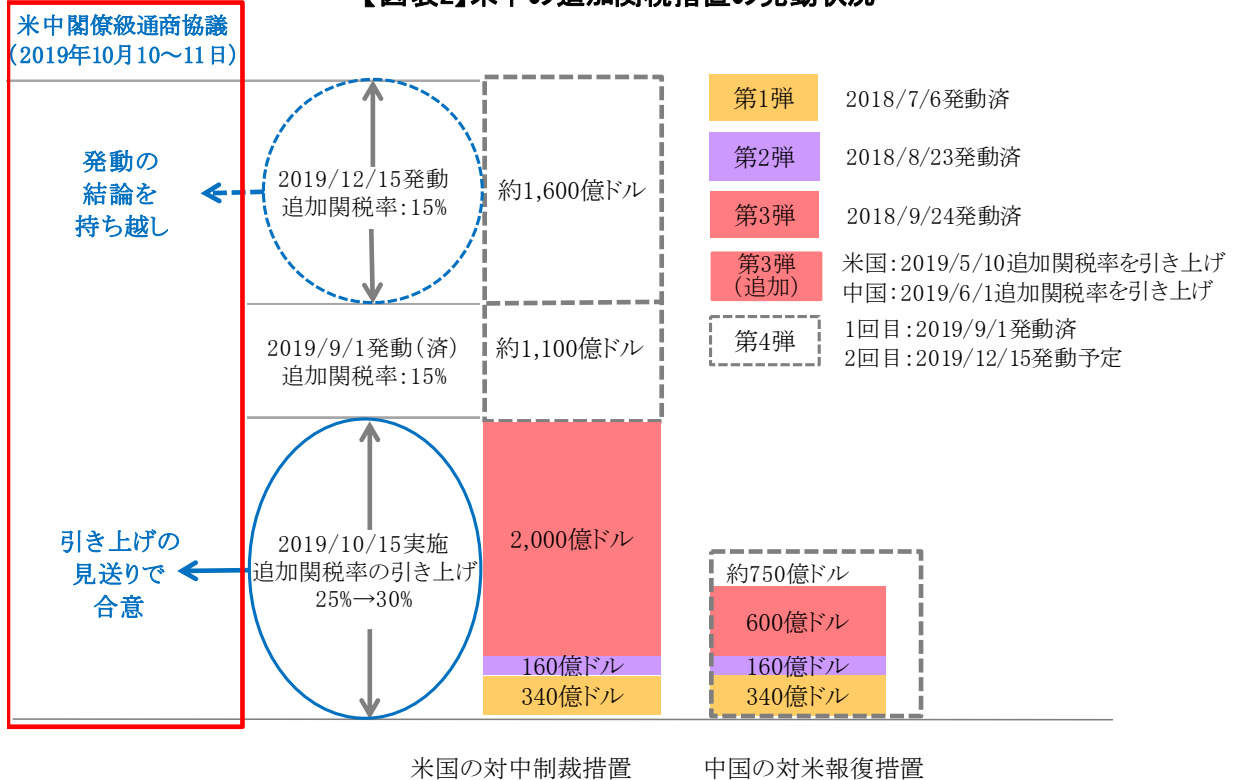
今回の適用除外品目には、電気機器、機器、自動車部品、木材製品、プラスチック製品、工具類、家具類等に関連するものが多く、通信機器用コンバーター、電気絶縁ケーブル、エンジン部品、アルミ製ホイール、フローリング材、繊維板等が含まれる。

【図表1】米国対中制裁関税における適用除外品目

	発表日	関連対中制裁関税	除外品目数	適用期間
1回目	2018/12/28	第1弾	31	2018/7/6~2019/12/28
2回目	2019/3/25	第1弾	33	2018/7/6~2020/3/25
3回目	2019/4/18	第1弾	21	2018/7/6~2020/4/8
4回目	2019/5/14	第1弾	40	2018/7/6~2020/5/14
5回目	2019/6/4	第1弾	89	2018/7/6~2020/6/4
6回目	2019/7/9	第1弾	110	2018/7/6~2020/7/9
7回目	2019/7/31	第2弾	69	2018/8/23~2020/7/31
8回目	2019/8/7	第3弾	10	2018/9/24~2020/8/7
9回目	2019/9/20	第1弾 第2弾 第3弾	310 89 38 } 437	2018/7/6~2020/9/20 2018/8/23~2020/9/30 2018/9/24~2020/8/7
10回目	2019/10/2	第1弾 第2弾	92 111 } 203	2018/7/6~2020/10/2 2018/8/23~2020/10/2
11回目	2019/10/28	第3弾	83	2018/9/24~2020/8/7
12回目	2019/11/7	第3弾	36	2018/9/24~2020/8/7

(出所) USTRの発表を基に作成

【図表2】米中の追加関税措置の発動状況



(出所) 米中両国政府の発表を基に作成

(注) 適用除外品目の詳細は USTR の下記サイトに掲載

対中制裁関税第1弾: <https://ustr.gov/issue-areas/enforcement/section-301-investigations/section-301-china/34-billion-trade-action>

対中制裁関税第2弾: <https://ustr.gov/issue-areas/enforcement/section-301-investigations/section-301-china/16-billion-trade-action>

対中制裁関税第3弾: <https://ustr.gov/issue-areas/enforcement/section-301-investigations/section-301-china/200-billion-trade-action>

◆10月の輸出は前年同月比▲0.9% 輸入は同▲6.4%

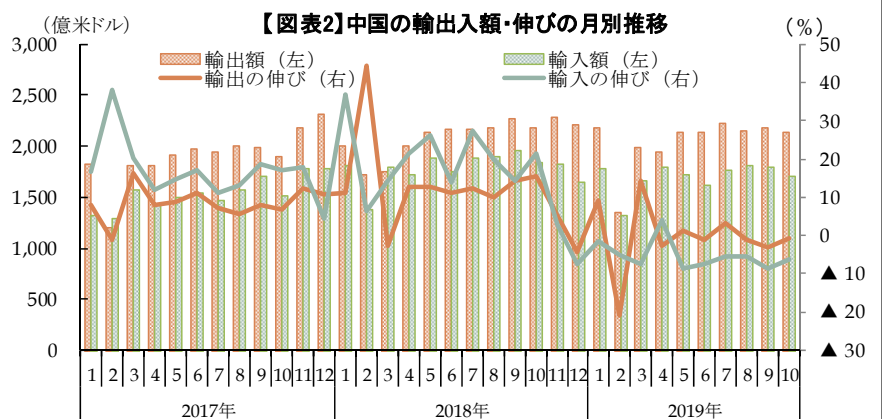
税関総署が8日に発表した貿易統計速報(米ドル建て)によると、10月の輸出は前年同月比▲0.9%(9月:同▲3.2%)の2,129.3億米ドル、輸入は同▲6.4%(9月:同▲8.5%)の1,701.2億米ドルと、ともに前年同月を下回る状況が続いているが、減少幅は前月から縮小した(図表1・2)。

1-10月の累計では、輸出は前年同期比▲0.2%の2兆379.6億ドル、輸入は同▲5.1%の1兆6,976.7億ドルとなった(図表1)。

【図表1】10月貿易統計の概要

2019年10月の貿易統計(億米ドル)		
	金額	前年同月比
輸出	2,129.3	▲0.9%
輸入	1,701.2	▲6.4%
貿易収支	428.1	-
2019年1-10月の貿易統計(億米ドル)		
	金額	前年同期比
輸出	20,379.6	▲0.2%
輸入	16,976.7	▲5.1%
貿易収支	3,402.9	-

(出所) 税関総署の公表データを基に作成



国別に1-10月の累計を見ると、対米貿易については、輸出は前年同期比▲11.3% (1-9月:同▲10.7%)の3,477.9億米ドルと前月から減少幅が拡大。輸入は同▲25.4% (1-9月:同▲26.4%)の1,000.4億米ドルと、減少幅は前月から縮小したものの、なお前年を大きく割り込んでいる。対米貿易黒字は同▲4.0%^(※) (1-9月:同▲2.0%^(※))の2,477.4億米ドル(1-9月:2,213.3億米ドル)となった(図表3・4)。(※)税関総署の発表データを基に三菱UFJ銀行が計算。

対日貿易については、輸出が前年同期比▲2.1% (1-9月:同▲1.5%)の1,178.1億米ドル、輸入は同▲7.6% (1-9月:▲7.6%)の1,398.4億米ドル(図表3)と、輸出は7ヶ月連続、輸入は10ヶ月連続で前年割れとなっている。

一方、対ASEANは、輸出が前年同期比+10.4% (1-9月:同+9.5%)の2,871.4億米ドル、輸入が同+1.9% (1-9月:同+1.6%)の2,292.8億米ドルと輸出入とも拡大が続いている。特にベトナム、フィリピン、マレーシア向けの輸出は各同+15.5% (784.0億米ドル)、+14.1% (329.3億米ドル)、+13.7% (418.8億米ドル)と堅調な伸びを示している。

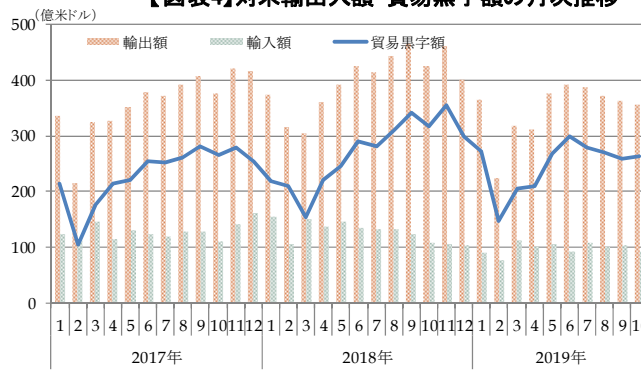
【図表3】2019年1-10月 国・地域別輸出・輸入額と伸び率

国・地域	輸出	前年 同期比	輸入	前年 同期比	貿易 収支	(億米ドル)	
						輸出入 総額	前年 同期比
米国	3,477.9	▲11.3%	1,000.4	▲25.4%	2,477.4	4,478.3	▲14.9%
日本	1,178.1	▲2.1%	1,398.4	▲7.6%	1,256.8	2,576.5	▲5.2%
韓国	911.9	2.9%	1,433.1	▲17.7%	▲521.2	2,345.0	▲10.8%
香港	2,250.1	▲8.9%	73.8	18.3%	2,176.3	2,323.9	▲8.2%
台湾	449.2	13.6%	1,404.7	▲6.2%	▲955.5	1,853.9	▲2.1%
ドイツ	659.0	3.4%	865.1	▲2.9%	▲206.0	1,524.1	▲0.3%
オーストラリア	389.6	0.5%	1,014.5	14.2%	▲624.9	1,404.1	10.1%
ベトナム	784.0	15.5%	506.8	▲3.6%	277.2	1,290.8	7.1%
マレーシア	418.8	13.7%	586.1	9.9%	▲167.2	1,004.9	11.5%
ブラジル	277.6	▲2.0%	653.8	1.8%	▲376.3	931.4	0.7%

(注)輸出入総額のトップ10国・地域

(出所)税関総署の公表データを基に作成

【図表4】対米輸出入額・貿易黒字額の月次推移



(出所) 税関総署の公表データを基に作成

1-10月の商品別輸出額を見ると、モバイル端末・部品が前年同期比▲13.1%、アパレルが同▲4.8%と減少が続く一方、玩具は同+26.0%と大きく拡大。輸入額では、大豆が同▲15.2%、ダイオード及び類似の半導体デバイスが同▲12.8%、自動車部品が同▲16.6%、液晶ディスプレイが同▲20.5%と減少幅が大きかった。

また、IC回路については、輸入が同▲6.6%の2,651.8億米ドルと減少した一方、輸出は同+18.2%の701.0億米ドルと大きく増加した。

◆第2回 中国国際輸入博覧会成約額 前回から2割増の711.3億米ドル

11月5日～10日の会期中、第2回「中国国際輸入博覧会(輸入博)」が上海で開催された。

主催者側の発表によると、181ヶ国・地域から3,893社の企業が出展し、50万人を超えるバイヤーが来場。成約額は711.3億米ドルと、第1回の578.3億米ドルから23%の増加となった。

また、会期中6日～8日の3日間の日程で開催された個別商談会では、103ヶ国・地域の1,367社の出展企業と3,258社のバイヤー企業が商談を行い、2,160件の取引が成立した。

企業の出展エリアは、サービス貿易、自動車、技術・設備、スマート家電・サービスロボットなどのハイテク消費財、化粧品・アパレルなどの日用消費財、医療機器・医薬保健、食品・農産物の7つの分野で構成された。出品された新商品・技術・サービスで中国初登場のものは391件に上ったという。

日本貿易促進機構(ジェトロ)によると、国別の出展企業・団体数では、日本からの出展が371社で、昨年の450社から減少したものの2年連続で最多となった。一方、米国からは、昨年の180社を上回る192社が出展し、出展面積で最大となった。

5日の開幕式では、習近平主席が昨年について演説し、前回の輸入博以来1年間の対外開放拡大の取り組みの成果として、中国(上海)自由貿易試験区臨港新区と全国の6つの自貿区の新設、上海証券取引所でのハイテク新興企業向け株式市場「科创板」の創設、外商投資法の来年1月1日からの施行などを挙げた。

また、今後の対外開放に向けて、①市場開放の拡大:関税・行政費用引き下げ等による輸入促進など、②開放の枠組み改善:海南自由貿易港の建設加速など、③ビジネス環境改善:外資の市場参入規制の緩和、知的財産権保護にかかる法律体系整備など、④多国間協力の推進:EU との投資協定、日中韓自由貿易協定等の交渉推進など、⑤「一帯一路」共同建設推進 の5つの分野に取り組んでいく方針を表明した。

なお、2020年開催予定の第3回輸入博については、すでに230の企業から申し込みがあったとしている。

◆新たな外資促進意見「外資の安定」を図る20条の措置

国務院は7日、「外資利用のさらなる徹底についての意見」(国発[2019]23号)を発表した。足元で経済減速が続く中、予て政府は「6つの安定」^(注1)対策を打ち出しおり、そのうち「外資導入の安定」を図るための政策の全てを纏めたもので、凡その方針は既に10月16日に開催された国務院常務会議で発表されていた^(注2)。

(注1)「6つの安定」:雇用、金融、貿易、外資、投資、景気見通しの安定

(注2)詳細は弊誌10月23日号[WEEKLY DIGEST]記事をご参照ください

<http://www.bk.mufg.jp/report/inschiweek/419102301.pdf>

「意見」は、対外開放の深化、投資促進の強化、投資の利便化改革、外資の合法権益保護の4つの面で20条の措置を挙げている。

国務院は10月27日に開いた記者会見で、「意見」の策定に当たっては500社を超える外資企業に事前にアンケート調査を行い、米国やEUの在中国商工会議所が発表した報告書も研究し、外資企業が解決を要望する具体的な問題点について具体的な措置で対応したと説明した。

具体的な例として、外商投資ネガティブリストに記載されていない規制措置の整理・撤廃、通達の公布から実施までの期間を長く設け企業の対応に時間的な余裕を提供、国家標準制定への外資企業参加の支援(特に医療器械、食品薬品、IT製品等)等を挙げた。

<「外資利用のさらなる徹底についての意見」(国発[2019]23号)の概要>

◆対外開放の深化	
1	外商投資規制の削減 -外商投資ネガティブリスト(全国版・自由貿易区版)記載項目の削減、記載されていない規制措置の整理・撤廃
2	金融業開放の加速 -外資の銀行・証券会社・ファンド管理会社の営業範囲制限の全面的撤廃 -2020年迄に、証券会社、証券投資ファンド管理会社、商品先物会社、生命保険会社への外資出資比率の上限制限(51%まで)を撤廃
3	自動車の外資政策の改善 -新エネルギー車製造の市場参入について、外資と内資に対する平等待遇 -「乗用車企業の平均燃費と新エネルギー車クレジット並行管理弁法」(2018年4月1日施行)の改正 -外資完成車メーカー間の「燃費クレジット」譲渡の許可(現行では関連企業間に限定)
4	平等な経営環境の構築 -建築会社の請負工事範囲についての外資と内資の同一待遇 -インターネット接続サービス営業場所の経営、娯楽場所の経営についての外資参入規定の改善 -強制性製品認証(CCC認証)に対する外資と内資の同一待遇 -危険化学品の物理危険性鑑定機関の増設、外資のみを対象とする危険化学品取扱いの規制措置の撤廃
◆投資促進の強化	
5	外資企業のイノベーションに対する支援の強化 -外資企業によるハイテク企業認定申請の支援強化
6	自由貿易試験区の建設水準の向上 -中央政府から条件を備えた自由貿易試験区への投資・市場参入の審査権限の委譲
7	投資誘致地区の質の向上 -中西部地区における総合保税区の優先的な設立 -国家級経済開発区における「審査認可手続きの区内完結化」、「行政サービスのオンライン化」、「行政手続きのワンストップ化」の改革推進
8	地方政府による投資誘致への支援強化 -地方政府による海外投資誘致活動の支援
9	政策内容の説明・宣伝の徹底 -政策内容についての照会専用窓口の設置

◆投資の利便化改革

10 クロスボーダー資金決済の利便化

- 資本項目収入の支払利便化改革の試行範囲の拡大
- 外債登記制度改革、外資企業による外債借入方式の自由選択の支援
- 外資企業が資本金を用いて域内持株投資を行うことの奨励

11 外国人材の中国就労の利便化向上

- 需要が急増する専門・イノベーション人材の外国人に対する中国就労条件(年齢、学歴、職歴等)の緩和

12 外資企業の土地利用手続きの簡素化

- 立地選定と用地の予備審査の一本化、建設用地の計画許可と用地の認可の一本化

◆外資の権益保護

13 「外商投資法」の確実な執行

- 「外商投資法」(2020年1月1日施行)及び関連細則の確実な執行

14 外資企業の合法権益の保護

- 外資企業の苦情受理体制の整備
- 政府機関・職員による行政許可、監督検査、行政強制等の手段での外国投資者・外資企業に対する技術移転の強要を禁止

15 政府監督管理の規範化

- 環境保護、安全生産等に関する検査頻度の合理的な設定

16 行政規范文書作成の透明性の向上

- 政府機関による外商投資の行政規定の策定に際しての事前の合法性検討の強化
- 外資企業の経営に係る規定の公布から実施までの期間の合理的な設定

17 知的財産権の保護における法律執行体制の整備

- 知的財産権の侵害を受けた際、直ちに司法救済を得られるための財産・証拠・行為の保全制度の十分な運用
- 知的財産権の侵害行為に対する懲罰の強化

18 知的財産権の保護体制の改善

- 登録商標の取消制度の改善
- 電子商取引プラットフォーム上の特許侵害に関する判定通知、リンク削除に関するルール改善

19 国家標準制定への外資参加の奨励

- 特に医療器械、食品薬品、IT製品等を奨励

20 政府調達に関する外資・内資の平等待遇

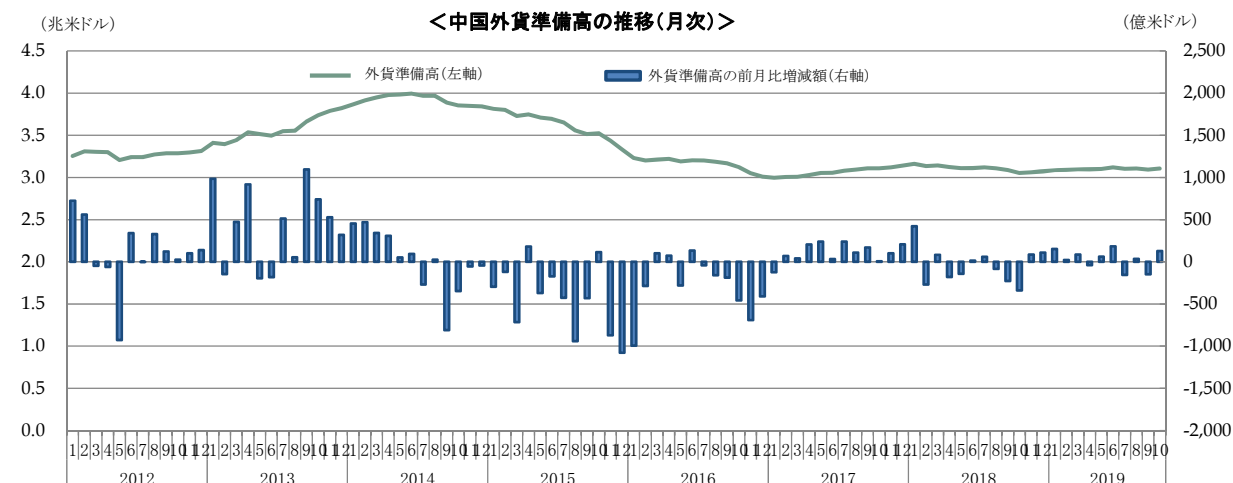
- 政府調達における供給側企業の所有制形式、国籍、ブランド等の制限の禁止

【金融・為替】

◆10月の外貨準備高 2ヶ月ぶりに増加

中国人民銀行の7日の発表によると、10月の外貨準備高は前月より127億米ドル増加して3兆1,052億米ドルと、9月の減少から再び増加に転じた。

当局は10月の増加について、米ドルの下落で外貨建て資産がドル換算で膨らんだ一方、主要国の債券価格の下落で、差し引き小幅な増加となったと説明している。また今年のこれまでの状況について、クロスボーダー資金移動や外為市場の需給バランスは概ね安定しており、外貨準備高の規模も安定を維持しているとの認識を示した。



(出所) 中国人民銀行の公表データを基に作成

RMB REVIEW

◆最終的に反落も目先は幾分かの反発持続か

・今週(11/4～)のレビュー

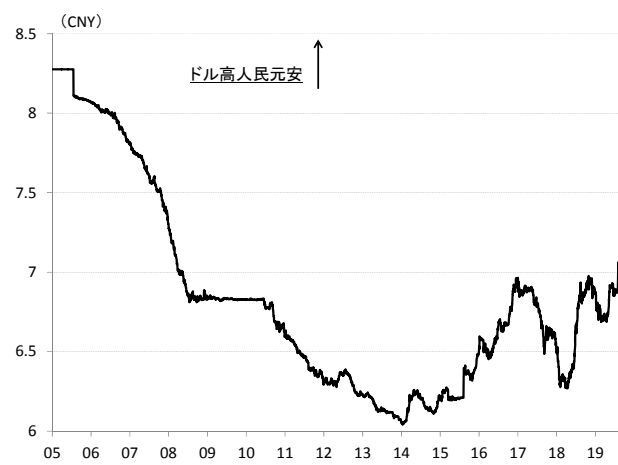
今週の人民元対ドル相場は、先週1日の米中閣僚級電話通商協議での進展を好感し、週初4日に先週末終値(7.0372)から人民元高方向となる7.0330で寄り付いた。その後も米中当局者などからの協議妥結に前向きな発言を受けて人民元相場は続伸し、5日に一旦1ドル=7人民元を上回り、6.98台まで上昇した。6日米国時間に合意・文書署名式が12月にずれ込む可能性が報じられると一旦7.01台まで反落したものの、7日東京時間夕刻に中国商務省が段階的な制裁関税の撤回で米中が合意と述べたと報じられると、人民元は再び急反発。今朝方も上昇して始まり週間高値 6.9650 をつけ、本稿執筆時点では6.97台後半で推移している(第1、2図)。

第1図：人民元対ドル相場(9/1～11/8)



(資料) Bloomberg より三菱 UFJ 銀行グローバルマーケットリサーチ作成
(注) 11月8日午前11時時点

第2図：人民元対ドル相場(2005年以降)



(資料) Bloomberg より三菱 UFJ 銀行グローバルマーケットリサーチ作成

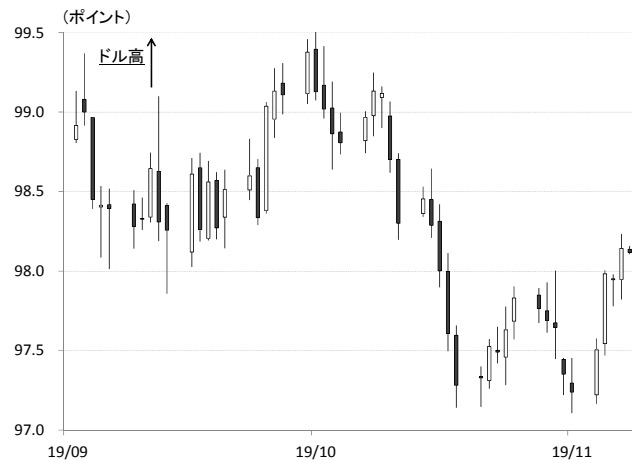
・米中協議進展の可能性が高まり、人民元は大幅に上昇

今週の人民元対ドル相場は、米中通商協議の第1段階の合意実現への期待が高まり、大幅に上昇した。特に週後半には、米中が合意内容に合わせた段階的な制裁関税の撤回で合意と報じられると、昨年半ばから続いて来た米中通商摩擦が1つの節目を迎えつつある可能性も意識され、人民元対ドル相場は1ドル=6.96台と8月初旬以来の高値まで急上昇した。

今週はドル、人民元の名目実効為替レートは共に上昇したが(第3、4図)、後者の上昇がより大きく、人民元は対ドルで上昇した。人民元名目実効為替レートは、当局が望ましいとみていると考えられる2016年後半以降形成して来たレンジ¹の下限を小幅に割り込んでいたが、今週同レートはこのレンジに向けて反発した。仮にこのまま対米通商摩擦が緩和に向かい、景気下押し要因が後退して来るのであれば、中国当局も人民元名目実効為替レートが同レンジに回帰することに抵抗は無いのではないかとみている。

¹ 2016年後半以降形成して来た人民元の名目実効為替レートのレンジは、IMF推計の長期的な均衡レートにも概ね該当しており、中国当局も望ましい価格領域とみていると考えられる。

第3図：ドル名目実効為替レート(2019年9月以降)



(資料) Bloomberg より三菱 UFJ 銀行グローバルマーケットリサーチ作成

第4図：人民元名目実効為替レート(2017年以降)

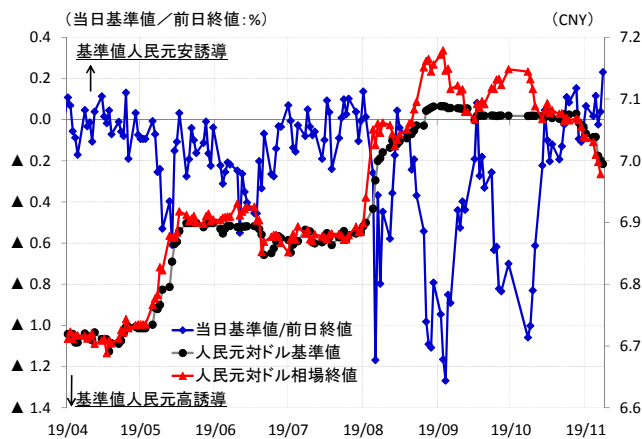


(資料) Bloomberg より三菱 UFJ 銀行グローバルマーケットリサーチ作成
(注) CFETS 公表の各通貨基準レートと通貨バスケット構成ウェイトに基づき作成

・人民元対ドル基準値は、人民元高に合わせて人民元高方向へシフト

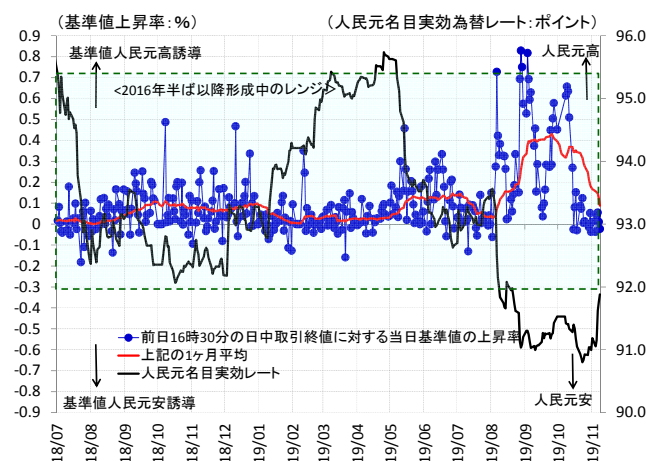
今週人民元対ドル相場が1ドル=7人民元を超えて上昇すると、人民元対ドル基準値の設定水準は、9月半ば以来続いた7.07近辺から、実勢相場を追いかける形で人民元高方向へシフトした(第5図)。前日終値との比率でみると、足元やや人民元安バイアスで設定されており、人民元高のスピード調整も意識しているようだ。一方、第6図は、前日16時30分の日中取引終値に基づく人民元名目実効為替レート水準に対する、当日9時15分発表の人民元基準値に基づく人民元名目実効為替レート水準の比率から、基準値設定による当局の人民元誘導方針を定点観測するものである²。同比率は小幅な人民元高バイアスが維持されており、名目実効為替レートの2016年半ば以降のレンジ内への緩やかな誘導を試みているようにもみえる。

第5図：人民元対ドル基準値と人民元対ドル相場



(資料) Bloomberg より三菱 UFJ 銀行グローバルマーケットリサーチ作成

第6図：基準値設定による人民元誘導スタンス(日次)



(資料) Bloomberg より三菱 UFJ 銀行グローバルマーケットリサーチ作成

² 現在オンショア人民元の取引は、現地時間9時30分から16時30分まで日中取引が行なわれた後、16時30分から23時30分まで夜間取引が行なわれている。中国人民銀行による毎朝9時15分の人民元の24通貨に対する基準値の設定は、前日日中取引終了時の16時30分から当日7時30分までの人民元名目実効為替レートが安定するように決定するとされている。しかし、実際には人民元高・安方向にバイアスがある場合が多く、これを観測することによって各時点での人民元基準値設定を通じた当局の人民元誘導スタンスを検証したものの。

・米中が協議の進展に合わせて制裁関税の撤回で一致と報じられる

米中通商協議に関しては、今週事態が大きく進展する可能性が浮上した。11月1日の米中閣僚級電話通商協議では、様々な分野でさらなる進展があった模様であり、米中当局者からは、合意に近づいているとのコメントが相次いだ(第7図)。米中首脳による第一段階の合意文書の署名式の場所について、幾つかの案が取り沙汰されたことも、市場の期待を煽る形となった。米国側からは12月に署名がずれ込む可能性も指摘されたが、7日に中国商務省報道官は、協議の進展に合わせて制裁関税を撤回する方針で米国と一致したと述べ、協議進展の期待がこれまでに無く高まることとなった。

本稿執筆時点では、本件に関して米国側から声明などによる公式な反応は示されていない³。米中が正確にどういう内容で合意しつつあるかも不明であり、今後のシナリオを判断するにはまずこれを確認する必要がある。米国側が直ぐに公式に立場を表明しないということは、必ずしも中国側が主張するような方向で順調に協議が進んでいない可能性も予感させる。当方は、米国側のスタンスが確認されない内は、引き続き第2段階以降の通商協議に向けた交渉カードを温存するため、今回の合意では12月15日に予定されている制裁関税第4弾の残り(対象1,600億ドル)が保留されるに止まるとの見方を維持する。一方、各種報道を総合すると、上記第4弾の残りの発動の保留に加え、既に発動された制裁関税の一部(恐らく9月1日に発動済みの第4弾の一部<対象1,100億ドル>か)の撤回も協議されているようで、市場の楽観論につながっている模様だ。

第7図：米中通商協議に関する最近の動向

日時	発言者など	内容
11月		
1日	米通商代表部 中国国営新華社通信 クドロー米国家経済会議委員長 ロス商務長官 トランプ大統領	同日米中閣僚級電話通商協議を実施。様々な分野で進展があり、懸案事項についても進展中。今後も次官協議を実施。 双方の核心的な懸念への適切な対応を巡り、真剣かつ建設的な協議を行い合意に達した。 農産物、金融サービス、為替の分野ではほぼ合意。知的財産権分野でまだ合意に達せずとも楽観的にみている。 确实ではないものの、合意文書への署名は今月中旬頃に行われる公算が大きい。 合意文書の署名式をアイオワ州で行うかもしれない。
4日	関係者	中国は12月15日に発動予定の対中制裁関税の第4弾の一部(対象1,600億ドル)の取り下げを要求。
	関係者	中国は9月1日に発動済みの対中制裁関税第4弾の一部(対象1,100億ドル)と発動済みの一部関税の取り下げを要求。
5日	英FT紙	米国が9月1日に発動済みの対中制裁関税第4弾の一部(対象1,100億ドル)の取り下げを検討している模様。
6日	米政府高官	第1段階の合意文書の署名が12月にずれ込む可能性がある。
7日	中国商務省	米中は、協議進展に合わせて段階的に制裁関税を撤回することで一致。

(資料) 各種報道より三菱UFJ銀行グローバルマーケットリサーチ作成

・中国人民銀行がMLFの適用金利を引き下げ

中国人民銀行は、5日に金融機関への資金供給手段の1つである1年物中期貸出ファシリティ(MLF)の適用金利を3.30%から3.25%へと引き下げた。景気減速懸念が煽る中、企業への資金繰り支援のため、緩やかな金融緩和を進めている。10月末に米FRBが0.25%の利下げを行ったことや、足元人民元高が進んでいることで、人民元の下落につながり難い環境にあることも、背景の1つと考えられよう。MLF1年物の金利は、今年8月に決定方法の見直しが行われた最優遇貸出金利(Loan Prime Rate : LPR)の1年物の金利決定の基準となるため、20日に公表される今月のLPRも同程度引き下げられる可能性が高まった。

・来週(11/11~)の見通し

来週の人民元対ドル相場も、今回取り沙汰されている合意の正確な内容が確認されずに足元の米中協議進展に対する期待が一定程度残存する内は、幾分の上振れ余地が残ろう。合わせて、関連情報に一喜一憂し易い相場展開となろう。本来であればアジア太平洋経済協力会議(APEC)サミットでの米中首脳による調印式が予定されていた来週末16、17日までには合意内容が固まる予定であったが、現状では合意時期の後ズレも

³ 米政府関係者が、そうした内容が第1段階の合意の一部になると認めたとの報道はあった。

MUFG BK CHINA WEEKLY (November 13th 2019)

あり得る状況となって来た。その場合、楽観論が持続する展開が考えられる一方、時間が経つに連れてむしろ楽観論が一服し、人民元対ドル相場の反発に一服感が出て来る可能性も十分にあり得る。楽観論は相応に織り込まれているため、むしろ楽観論が剥落する流れになった場合に、より値動きが大きくなり易い点には注意したい。

いずれにせよ、今後のシナリオは米中の第 1 段階の正式な合意内容次第だ。本文中で指摘の通り、当方は 12 月発動予定の第 4 弾制裁関税の残りの分の保留程度に止まるのではないかとみており、楽観論の剥落から、来週かどうかは事態の展開次第ながら、最終的に人民元対ドル相場が反落するシナリオを現時点では維持している。一方、仮に当方想定を大きく上回る制裁関税の取り下げなどで合意すれば、人民元のさらなる上振れ余地が発生し、シナリオを再点検する必要が出て来よう。また、今回の材料に対する人民元の反発の動きに鑑み、当方シナリオに概ね沿った合意内容にも拘らず、当面米中摩擦が底無しに悪化するリスクが後退したとの解釈から、人民元相場が上昇するリスクシナリオにも念のため注意しておきたい。

その他来週は 14 日(木)に 10 月分鉱工業生産など 10 月分主要月次経済指標が公表される。市場予想は総じて横ばいか小幅の減速となっている。

(11月8日作成) グローバルマーケットリサーチ

日付	USD				JPY(100JPY)		HKD		EUR		金利 (1wk)	上海A株 指数	
	Open	Range	Close	前日比	Close	前日比	Close	前日比	Close	前日比		指数	前日比
2019.11.04	7.0330	7.0229~ 7.0350	7.0302	-0.0074	6.4859	-0.0336	0.8970	-0.0009	7.8415	-0.0110	2.2000	3,117.40	18.11
2019.11.05	7.0298	6.9880~ 7.0322	6.9975	-0.0327	6.4323	-0.0536	0.8935	-0.0035	7.7952	-0.0463	2.3000	3,134.25	16.85
2019.11.06	6.9967	6.9908~ 7.0051	6.9987	0.0012	6.4188	-0.0135	0.8935	0.0000	7.7533	-0.0419	2.3600	3,120.67	-13.57
2019.11.07	7.0120	6.9729~ 7.0200	6.9880	-0.0107	6.4138	-0.0050	0.8938	0.0003	7.7386	-0.0147	2.3500	3,120.76	0.09
2019.11.08	6.9700	6.9650~ 6.9935	6.9884	0.0004	6.3945	-0.0193	0.8926	-0.0012	7.7190	-0.0196	2.4700	3,105.52	-15.24

(資料) 中国外貨取引センター、中国人民銀行、上海証券取引所資料より三菱 UFJ 銀行国際業務部作成

～アンケート実施中～

(回答時間: 10 秒。回答期限: 2019 年 12 月 13 日)

<https://s.bk.mufg.jp/cgi-bin/5/5.pl?uri=ZIJ6Qe>