

MUFG BK CHINA WEEKLY

三菱 UFJ 銀行 国際業務部

JUNE 24TH 2020

■ TOPICS

- 中国のネット利用者は9億人、普及率は64.5%
～ネット消費の拡大と産業融合の深化

■ WEEKLY DIGEST

【経 済】

- 5月の主要経済指標 回復傾向が続くも投資と消費は依然マイナス

【貿易・投資】

- 5月の直接投資 対内は前年同月比4.2%増、対外は12.8%減
- 商務部の最新の貿易情勢報告 複雑で厳しい環境下、通年では安定維持

【産 業】

- 5月の70大中都市住宅価格 上昇都市は前月比で増加が続き、前年比では減少が続く

■ RMB REVIEW

- 「香港国家安全維持法」から広がる波紋

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さ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

中国のネット利用者は9億人、普及率は64.5%
～ネット消費の拡大と産業融合の深化

MUFG バンク(中国)
リサーチ&アドバイザリー部
中国調査室 孫 元捷

中国インターネット情報センター(CNNIC)はこのほど、「第45回中国インターネット発展状況統計報告」を発表した。報告では、インターネットのインフラ建設、ネット利用者の規模と構成、個人と政府のインターネット応用状況、産業と技術発展およびインターネット安全などの内容が盛り込まれている。2020年3月時点で、中国のネット利用者数は9億人、ネット普及率は64.5%に達している。中国は既に世界最大規模の光ファイバーとモバイル通信ネットワークを構築し、農村部の光ファイバーと4G導入比率は98%、固定インターネット・ブロードバンドの接続利用者は4.5億人を超えた。巨大なネット利用者規模は活気に溢れる消費市場を支え、情報技術を中心とする新型インフラの整備はデジタル経済の発展基盤を固めた。中国のインターネット産業は巨大な消費市場、企業と技術基盤を有しており、新型インフラ建設の推進、オンラインとオフラインサービスの融合、デジタル技術の消費分野から生産分野への普及に伴い、新たな成長チャンスを迎えることが見込まれる。

*以下全ての図表は2020年3月時点、CNNICの公表を基にMUFGバンク(中国)中国調査室が作成。

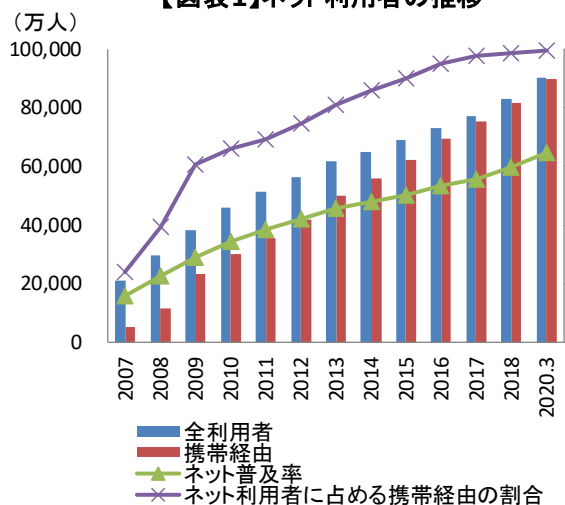
I. ネット利用者の規模と構成

ネット普及率は64.5%、都市と農村部の差が5.9ポイント縮小

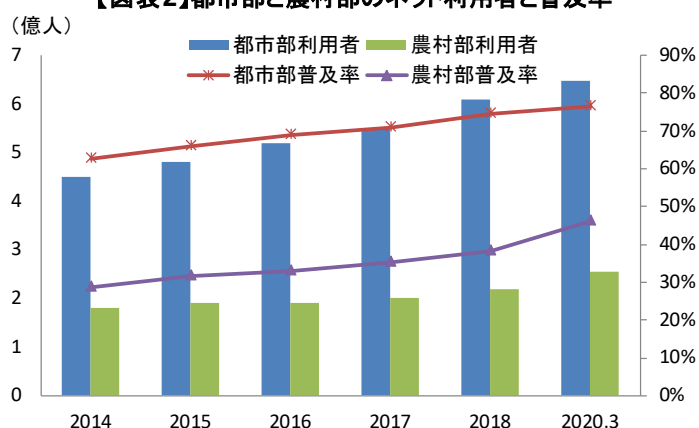
1980年2020年3月時点で中国のネット利用者数は9億359万人となり、2018年末より7,508万人増加し、ネット普及率は64.5%と同4.9ポイント上昇した。うち携帯電話経由の利用者数は8億9,690万人と2018年末より7,992万人増加し、ネット利用者に占める割合は2018年の98.6%から99.3%に上昇した(図表1)。2019年12月末時点、中国の固定インターネット・ブロードバンドの接続利用者数は4.5億人、うち100Mbps以上の接続利用者数は3.8億人で全体の85.4%を占めた。4G利用者数は12.8億人と、携帯電話利用者数の80.1%を占めた。農村のブロードバンド利用者数は1.4億人と、2018年末より14.8%増加し、伸び率は都市部を6.3ポイント上回った。

2020年3月時点、農村部のネット利用者は2億2,548万人で2018年末から3,308万人増加し、全体の28.2%を占めており、都市部のネット利用者は6億4,877万人で同4,200万人増加し、全体の71.8%を占めている。都市部と農村部のネット普及率はそれぞれ76.5%と46.2%で、2018年末よりそれぞれ1.9ポイント、7.8ポイント上昇した(図表2)。2019年10月時点、中国の農村部の光ファイバーと4G導入比率はいずれも98%を超え、貧困村のブロードバンド導入比率は99%に達し、貧困地区のネットインフラ水準が大幅に向上した。

【図表1】ネット利用者の推移



【図表2】都市部と農村部のネット利用者と普及率



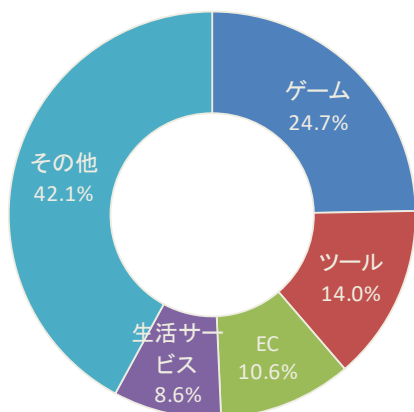
ネット利用者は若年化、月収 5000 元以下は 7 割

性別でみると、ネット利用者の男女比は51.9:48.1となっており、男性の割合は全人口における割合(51.1%)をやや上回った。年齢別では、20～29 歳(21.5%)、30～39 歳(20.8%)がその他の年齢層を上回り、40～49 歳(17.6%)と50 歳以上(16.9%)の中高年齢層の割合も引き続き上昇している。

学歴別では、中学校、高等学校・中等専門学校・技術学校、大学専科以上の学歴の割合がそれぞれ41.1%、22.2%、19.5%を占めた。職業別では、学生の割合が 26.9%で最も高く、個人事業主・フリーランス(22.4%)、会社員(一般職員とマネジメント、計 10.9%)が次いでいる。所得別では、月収 2,001～5,000 元が 33.4%で最も多く、5,000 元以上が 27.6%、1,000 元以下が 20.8%を占めた。

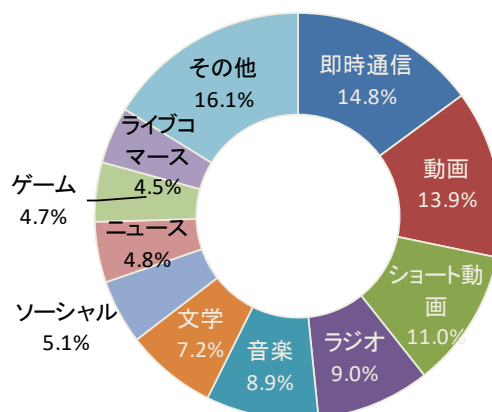
Ⅱ. 個人向けネットアプリの利用状況

【図表3】カテゴリー別アプリの割合



(出所) 工業情報化部

【図表4】アプリ利用時間の割合



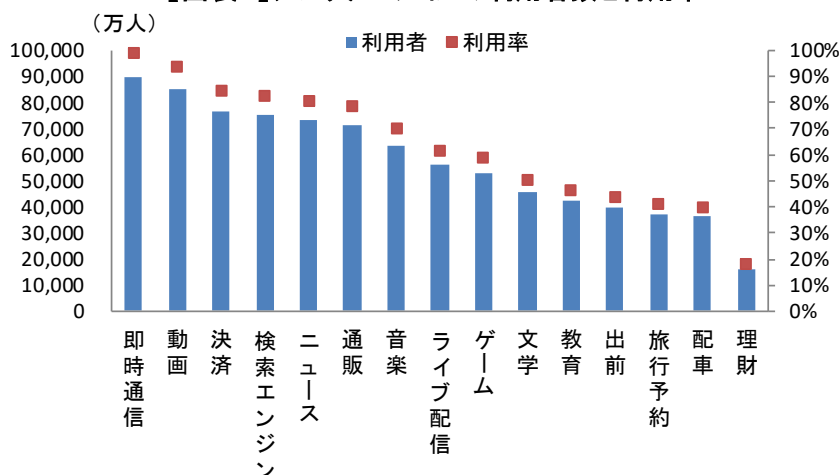
(出所) 中国電信

2019 年 12 月時点、中国国内市場におけるモバイルインターネットアプリ数は 367 万個(アンドロイドアプリストア 217 万個、アップルストア 150 万個)となり、2018 年より 85 万個減少した。カテゴリー別でみると、トップ 4 は全体の 57.9%を占め、順にゲーム(90.9 万個、24.7%)、日常ツール(51.4 万個、14.0%)、EC(38.8 万、

10.6%)、生活サービス(31.7 万個、8.6%)となり、ソーシャル、教育などその他 10 種類は 42.1%を占めた。利用時間の割合をみると、即時通信(インスタント・メッセージ)が 14.8%と最も大きく、2 位以下は動画(13.9%)、ショート動画(11.0%)、ラジオ(9.0%)、音楽(8.9%)、文学(7.2%)と続き、ショート動画の伸び率が最も高かった(図表 3、4)。

2020 年初の新型コロナウイルスの影響を受け、大多数のネットアプリの利用者数が大幅に増え、中でも、オンライン教育(110.2%)、オンライン行政事務(76.3%)、ライブ配信(41.1%)、ネット決済(27.9%)、スマートフォン決済(31.1%)、ネット通販(16.4%)の伸びが顕著で、10%以上となった。動画の利用者数は 8.5 億人(うちショート動画 7.3 億人)に増加し、即時通信に次ぐ第 2 位の応用分野となった(図表 5)。

【図表 5】アプリケーションの利用者数と利用率



2019 年 12 月時点で、15～19 歳の携帯電話経由ネット利用者の 1 人当たりアプリ数は 84 個と最も多く、20～29 歳の利用者が 65 個と次いでいる。2018 年 12 月に比べ、10 歳以上の各年齢層の 1 人当たりアプリ数はいずれも増加した。

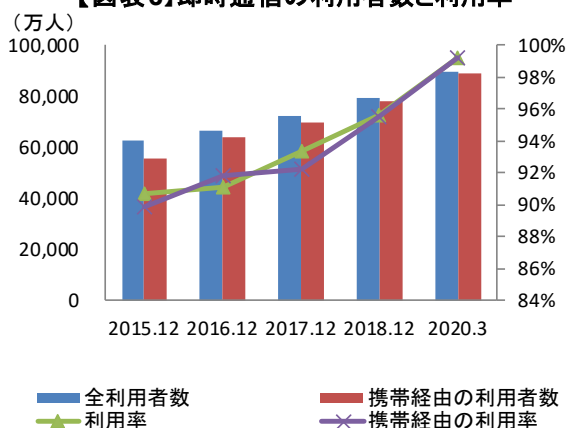
即時通信(インスタント・メッセージ):コミュニケーションからサービスのプラットフォームへ

2020 年 3 月時点の即時通信(WeChat、QQ など)の利用者は 8 億 9,613 万人と 2018 年末から 1 億 441 万人増加し、ネット利用者全体の 99.2%を占めた。携帯経由の利用者は 8 億 9,012 万人と同 1 億 983 万人増加し、携帯経由のネット利用者の 99.2%を占めた(図表 6)。即時通信は、利用者数と普及率が上昇しているほか、コミュニケーションからサービスのプラットフォームとなりつつあるという特徴を有する。個人ユーザーにおいて、即時通信はユーザーのデジタル化生活の基本プラットフォームとなり、より多くのオンラインとオフラインサービスが即時通信のエコシステムに組み込まれた。微信(WeChat)では、ミニプログラムの検索、採点機能を打ち出し、ユーザー規模の拡大と利用の活発化を促進した。テンセントのデータによると、2019 年のミニプログラムの日間アクティブユーザーは 3 億人を突破し、1 人当たりアクセス回数が 45%、使用個数が 98%増えた。企業ユーザーにおいて、クラウドコンピューティングや人工知能(AI)技術を通じて、即時通信は企業の日常運営管理、データ・情報共有、リモートワークなどの分野における役割が顕在化し、企業経営の質と効率の向上、伝統産業の情報化転換を促進した。

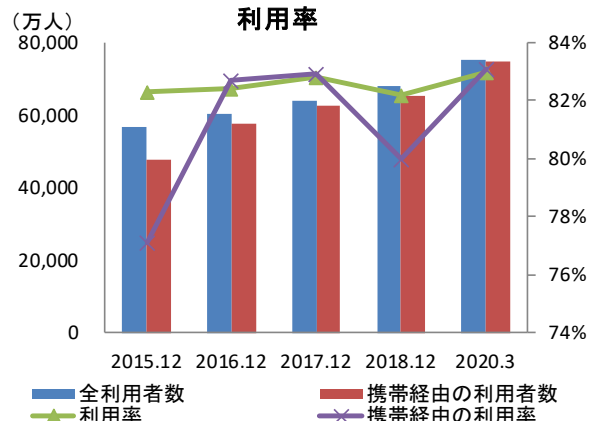
検索エンジン:AI 技術活用でサービスの質の向上

2020 年 3 月時点の検索エンジンの利用者は 7 億 5,015 万人と 2018 年末から 6,883 万人増加し、ネット利用者の 83.0%を占めた。携帯経由の利用者は 7 億 4,535 万人と同 9,140 万人増加し、携帯経由のネット利用者の 83.1%を占めた(図表 7)。検索エンジンは AI 技術を活用し、ミニプログラムに接続することで、動画、生活サービス、ショッピング、旅行など幅広い分野のサービスを提供する。2019 年 11 月、百度ミニプログラムのアクティブユーザーは 3 億人を超え、その検索データ通信量は全体の 3 割を占めた。

【図表6】即時通信の利用者数と利用率



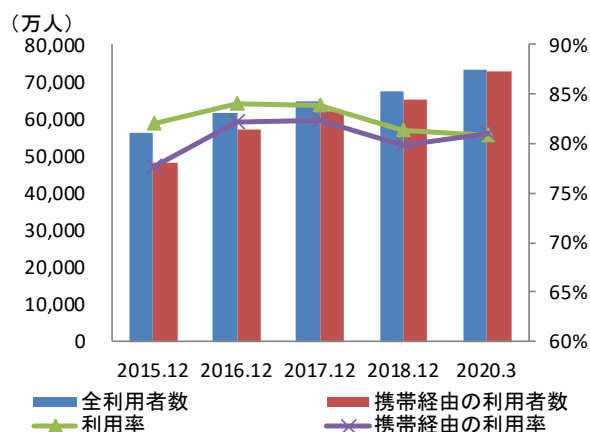
【図表7】検索エンジンの利用者数と利用率



ネットニュース:コンテンツの質の向上

2020年3月時点のネットニュースの利用者は7億3,072万人と2018年末から5,598万人増加し、ネット利用者の80.9%を占めた。携帯経由の利用者は7億2,642万人と同7,356万人増加し、携帯経由のネット利用者の81.0%を占めた(図表8)。伝統メディアは情報・娯楽コンテンツプラットフォームとの連携を強化し、コンテンツエコシステムとの融合を加速させた。2019年8月、中央電視台(CCTV)が放送したニュース番組「新聞聯播」は抖音(TikTok)、快手(Kuaishou)などの短編動画共有アプリに登場し、当日のフォロワー数は1千万人を超えた。

【図表8】ニュースの利用者数と利用率



モバイルインターネットの普及と5G、AIなど情報技術の進歩に伴い、伝統メディアと新興メディアは新技術を通じて深く融合し、メディア形態の進化を推進した。例えば、中央広播電視总台(China Media Group)は5G、4K解像度、AI技術を利用し、三大通信キャリア、華為(ファーウェイ)と連携して、中国初の国家レベル「5G 新媒体プラットフォーム」を構築した。2019年「春晚」(春節年越し番組)、全人代、「一帯一路」ハイレベルフォーラム、北京国際園芸博覧会などの報道で、5G+4K、5G+VRを活用した中継を提供した。

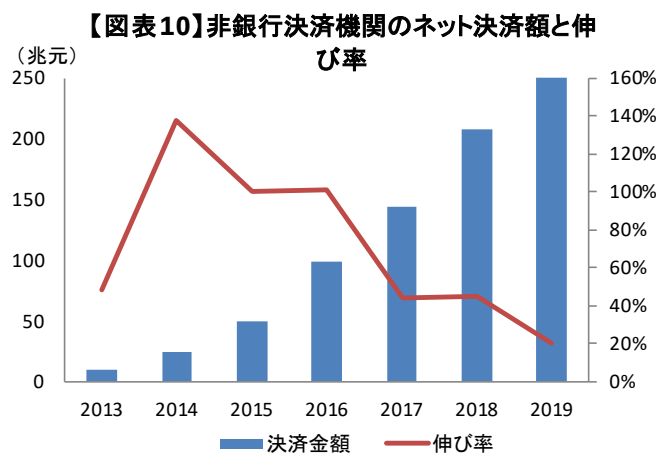
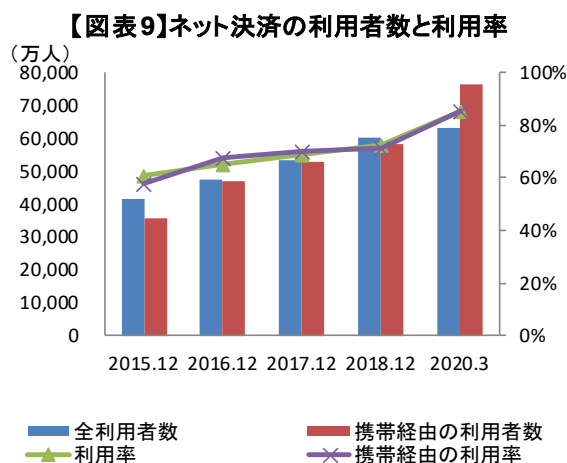
ソーシャル:多様化、収益化、公益化

2020年3月時点、微信のモーメンツ、微博(Weibo)の利用率はそれぞれ85.1%と42.5%で、2018年末より1.7ポイント、0.2ポイント上昇した。ショート動画、ライブコマースと結び付けた新しい形式のソーシャル製品や機能が現れるとともに、ソーシャル要素がネットトラフィック(通信量)の収益化、収入源の拡大にもつながった。また、ソーシャルプラットフォームは公益・ボランティア活動の宣伝に助力し、重要な寄付ルートになっている。2019年上半期、民政部が指定したインターネット公開募金情報プラットフォーム20社の寄付金額は18億元を超えた。

ネット決済:デジタル経済と実体経済の融合を促進

2020年3月時点のネット決済の利用者は7億6,798万人と2018年末から1億6,758万人増加し、ネット利用者の85.0%を占めた。携帯経由の利用者は7億6,508万人と同1億8,169万人増加し、携帯経由のネット利用者の85.3%を占めた(図表9)。

- ① ネット決済の応用分野が拡大し、消費のレベルアップを促進した。人民銀行の統計によると、2019 年の非銀行決済機関のネット決済件数は前年比 35.7%増の 7,200 億件、決済金額は同 20.1%増の 249 兆 8,800 億元となった(図表 10)。モバイル決済は日常生活の至る所に浸透し、個人の消費習慣および企業のビジネスモデル、さらに家計消費構造の変化を促進した。北京大学デジタル金融研究センター、上海交通大学中国金融研究院、アントファイナンシャル研究院などが発表した研究レポートによると、モバイル決済の普及はオフラインの取引コストを低減し、消費の利便化を促進した。モバイル決済の拡大により、家計消費が 16%増加、エンゲル係数(食品消費の割合)が 1.65%低下するほか、教育、文化、娯楽など発展型消費の伸びは食品、衣類、居住など生存型消費を上回るとの予測を示した。



- ② ネット決済は中国企業の海外進出、海外企業の中国進出において重要な役割を果たしてきた。近年、中国人の海外旅行ニーズ、「一帯一路」沿線国のデジタル化発展ニーズの高まりに伴い、多くのネット決済企業は越境決済業務の開拓に取り組んでいる。2019 年 2 月、アリペイはイギリスの越境決済会社ワールドファーストを買収し、グローバルの金融機関パートナー数が 250 社を超えた。また、決済業界は金融市場開放の拡大において先行している。外商投資決済機関の参入制限が緩和されて以降、2019 年 9 月、米決済サービス大手ペイパルは中国のオンライン決済会社「国付宝」の持ち株 7 割を取得することで、外資企業として初めて中国の決済サービス市場に参入した。
- ③ モノのインターネット(IoT)、近距離無線通信(NFC)など新技術の応用は決済方式の変革をもたらし、決済企業間の競争の焦点は技術へと転換しつつある。交通移動分野においては、ETC(自動料金収受システム)の発展が速い。交通運輸部のデータによると、2019 年 12 月 10 日時点、全国の ETC ユーザーは 1 億 8,500 万人、高速道路出入り口の乗用車の ETC 使用率は 70%に達した。

ネット通販:ソーシャル型、ライブ配信型が成長スポット点

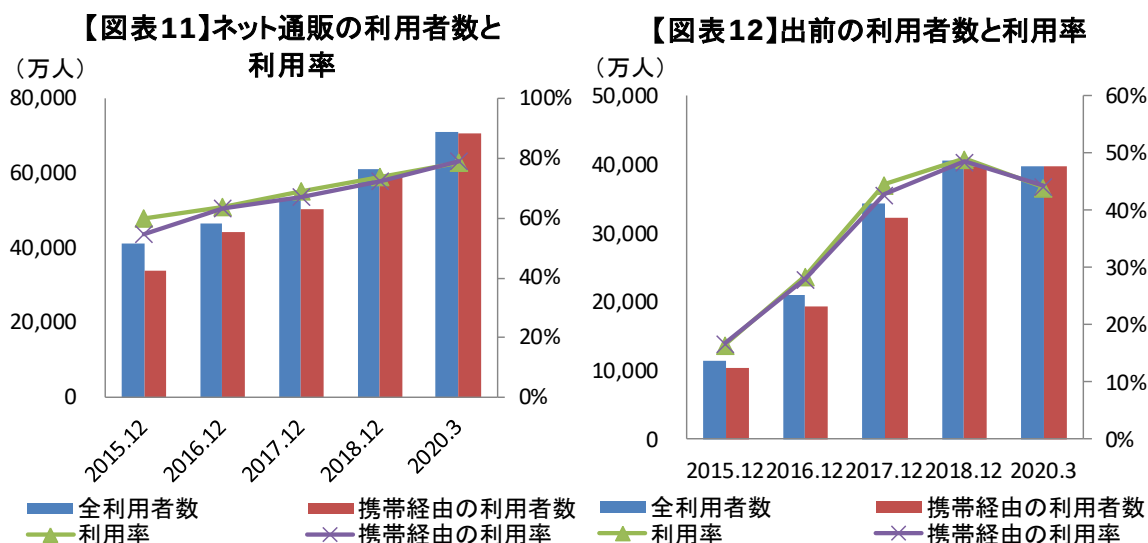
2020 年 3 月時点のネット通販の利用者は 7 億 1,027 万人と 2018 年末から 1 億 16 万人増加し、ネット利用者の 78.6%を占めた。携帯経由の利用者は 7 億 749 万人と同 1 億 1,558 万人増加し、携帯経由のネット利用者の 78.9%を占めた(図表 11)。2019 年、全国のネット小売額は 10 兆 6,300 億元、うち実物商品のネット小売額は 8 兆 5,200 億元と社会消費財小売総額の 20.7%を占めた。

ソーシャル型、ライブ配信型のネット通販は新たな成長スポットとなり、消費者の多様なニーズを満たした。2019 年のソーシャルコマースの取引額は前年比 60%増と全体の伸び率を大きく上回った。2020 年 3 月時点、ライブコマースの利用者数は 2 億 6,500 万人と、ネット通販利用者の 37.2%、ライブ配信利用者の 47.3%を占めた。また、「下沈市場」(3 級以下の中小都市と農村地区)はネット消費の重要な新規市場となり、利用者数が増加し、インフラと商品供給が整備しつつある。2019 年「618 セール」(ネット通販大手の京東集団が設立日の 6 月 18 日に毎年行う販促イベントで、近年は他のネット通販各社も参加)期間、3 級以下都市のネット

消費伸び率は1・2級都市の1.14倍となった。

出前:供給側のデジタル化、需要側のニーズの多様化

2020年3月時点の出前サービスの利用者は3億9,780万人とネット利用者の44.0%を占め、携帯経由の利用者は3億9,653万人と、携帯経由のネット利用者の44.2%を占めた(図表12)。供給側において、出前プラットフォームはスマート端末、スマート注文・会計システムを通じて店舗の運営効率を向上させたほか、受注管理、集中買付、ピーク値予測などを通じてサプライチェーン管理を強化し、飲食業のデジタル化を推進した。需要側においては、3級以下都市および細分化市場が新たな成長スポットとなった。2020年3月時点、3級以下都市の出前利用者はネット利用者の39.8%を占めた。食事のほか、デザート、飲み物、夜食といった細分化分野、および生鮮野菜、薬といった即時配送サービスのニーズも高まっている。



旅行予約:海外事業・下沈市場、デジタル化

2020年3月時点のオンライン旅行予約の利用者は3億7,296万人と2018年末から3,705万人減少し、ネット利用者の41.3%を占めた(図表13)。市場運営において、海外事業と下沈市場は新たな成長スポットとなった。オンライン旅行会社の携程(Ctrip)は世界最大の旅行サイト・トリップアドバイザー(Tripadvisor)と戦略提携で合意。現在、Ctripの海外ユーザーは1億人を超え、旅行商品は世界200カ国・地域をカバーし、国際業務収入は全体の35.0%以上を占めた。また、2019年第3四半期、同程芸龍の非1級都市の新規登録者数は全体の85.5%を占めた。なお、Ctripとマスターカードが発表した「2019中国越境旅行消費報告」によると、3級以下都市の海外旅行者数の年平均伸び率は160%に達した。

技術面において、旅行者の行動のオンライン化がトレンドとなり、6割の人は観光地の写真やショート動画をネットでシェアしたことがあるという。仮想現実(VR)・拡張現実(AR)、AI、5Gなどの新技術の発展に伴い、外出せずに各地の風光を楽しめる「クラウド観光」が新たな選択肢となり、観光業を活性化した。また、鄉村観光は貧困脱却の手段の一つとなり、全国25省(自治区・直轄市)の貧困脱却観測拠点101カ所において、鄉村観光経済を通じて貧困脱却を実現した人数は4,796人と全体の30.4%を占め、1人当たりの収入は1,123億元増加した。

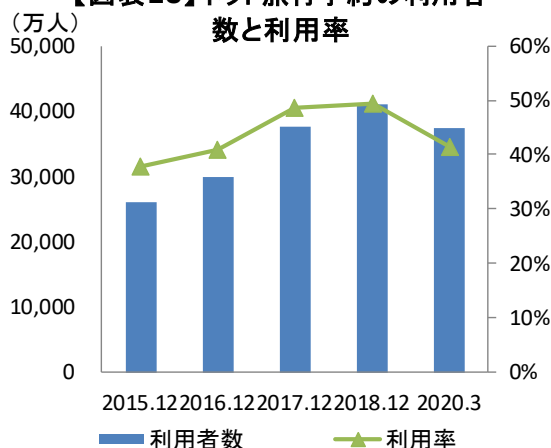
ネット配車:コンプライアンス強化

2020年3月時点の「網約車(ネット配車)」の利用者は3億6,230万人とネット利用者の40.1%を占めた(図

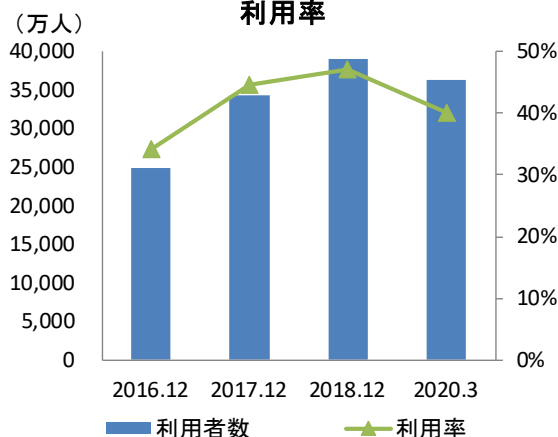
表 14)。地方政府とネット配車企業はコンプライアンス経営に取り組んでおり、参入条件の最適化、ブラックリストの導入、情報技術による的確な取り締まりなどの措置を講じた。現在、ネット配車企業 140 社が経営許可を取得し、合法的なネット配車運転手は 150 万人、1 日当たり注文件数は 2,000 万件を超えている。

市場参入者について、广汽集団、一汽集団など自動車メーカー10 社が相次いでモビリティ事業に参入し、配車サービスを展開している。美团点评などのプラットフォーム企業は複数の配車業者に接続した集約型サービスを提供し、効率を上げ、配車サービスを全国 42 都市に拡大している。

【図表13】ネット旅行予約の利用者数と利用率



【図表14】ネット配車の利用者数と利用率

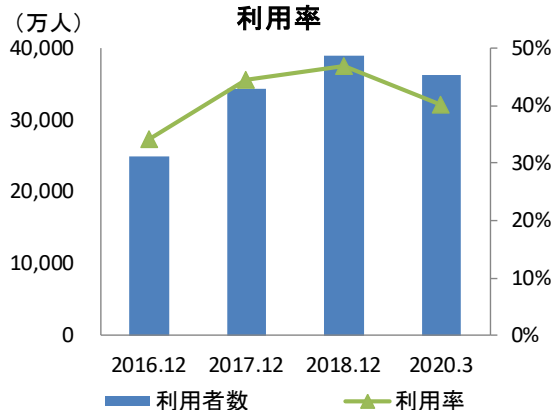


オンライン教育：他業界との連携強化

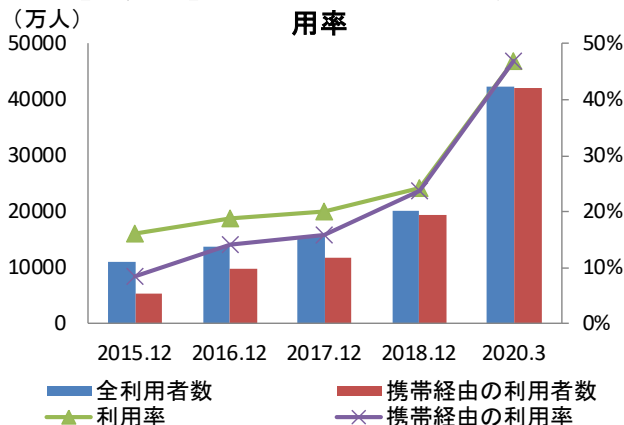
2020 年 3 月時点のオンライン教育の利用者は 4 億 2,296 万人と 2018 年末から 2 億 2,173 万人増加し、ネット利用者の 46.8%を占めた。携帯経由の利用者は 4 億 2,023 万人と同 2 億 2,607 万人増加し、携帯経由のネット利用者の 46.9%を占めた(図表 15)。2019 年、オンライン教育業界の資金調達案件は前年比 38.3%増の 148 件、調達額は 115.6 億元となった。若年層ユーザーを惹きつけるため、オンライン教育企業はショート動画企業と連携し、顧客獲得コストを引き下げた。2019 年、快手の教育関連動画投稿本数は 2 億本を突破した。

2020 年初、全国範囲で大学・高校・中学校・小学校の授業再開が延期され、2 億 6,500 万人の学生・生徒・児童がオンラインで授業を受けることになった。感染対策期間、オンライン教育アプリの日間アクティブユーザーは 1 千万人以上となった。教育部はオンライン教育プラットフォーム 22 社を取りまとめ、オンライン授業 2.4 万科目を設置した。通信業者、アリババ、華為などの企業もオンライン教育市場に参入し、釘釘(dingtalk)や騰訊会議といったビジネスアプリが広く利用されている。

【図表14】ネット配車の利用者数と利用率



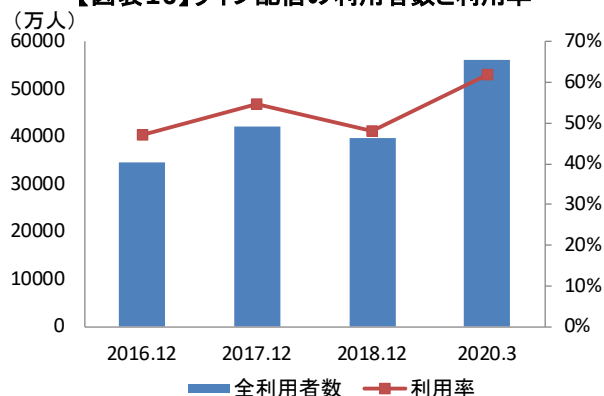
【図表15】オンライン教育の利用者数と利用率



ライブ配信:ライブコマースの急成長

2020年3月時点のライブ配信の利用者は5億5,982万人と2018年末から1億6,306万人増加し、ネット利用者の62.0%を占めた(図表16)。そのうち、ゲーム、リアルタイム番組、コンサート、スポーツなどライブ配信の利用者はそれぞれ2.6億人、2.0億人、1.5億人、2.1億人と、ネット利用者の28.7%、22.9%、16.6%、23.5%を占めた。2019年に急成長を遂げたライブコマースの利用者は2億6,500万人と同29.3%を占めた。EC大手のアリババ、京東、拼多多は次々とライブコマースに参入し、顧客の消費体験と忠実度を向上した。また、ライブコマースは農村品販売を促進し、貧困地区の貧困脱却を支援した。2019年9月時点、快手プラットフォームで収入を得た農民は1,900万人(うち500万人が国家レベル貧困県)を超え、商品を販売している農民は115万人、年間売上高は193億元となった。

【図表16】ライブ配信の利用者数と利用率



2019年の資本市場投資の鈍化に伴い、ライブ配信業界の市場淘汰が加速している。2019年第3四半期、「斗魚」と「虎牙」に代表されるゲームライブ配信大手プラットフォームの営業収入の増加幅は109.3%、87.0%に達したが、一方で一部の中小型プラットフォームは資金調達難で淘汰された。

Ⅲ. インターネット産業と企業の発展状況

2019年の中国の電子商取引額は前年比6.7%増の34兆8,100億元となった。消費者向け消費EC市場について、2019年のネット小売額は同16.5%増の10兆6,300億元、うち実物商品のネット小売額は同19.5%増の8兆5,239億元と社会消費財小売総額の20.7%を占めた。中国は7年連続で世界最大のネット小売市場となった。企業向け産業EC市場については、2018年の産業EC市場の営業収入は同21.8%増の4,742.6億元となった。また、2019年のネット広告市場規模は前年比16.8%増の4,341億元で、伸び率は8.9ポイント鈍化した。

2019年12月時点、域内外における中国のインターネット上場企業数は135社。そのうち、上海・深圳で上場する企業は50社で2018年末より4社増加、米国と香港で上場する企業は54社と31社で、同6社、5社増加した。中国のインターネット上場企業の時価総額は11兆1,200億元で、2018年末より40.8%増加。そのうち、香港で上場する企業の時価総額は全体の52.5%を占め、米国と上海・深圳で上場する企業は全体の42.0%と5.5%を占めた。トップ10社の時価総額は全体の84.6%を占めた。

グローバルにおけるインターネット企業時価総額トップ30社のうち、米国は18社、中国は9社を占めており、アリババとテンセントがトップ10を維持している。2019年11月、アリババは香港証券取引所で上場し、初めて米国と香港でともに上場する中国のインターネット企業となった。12月時点、アリババの時価総額は前年比60%増の5,692億ドルで、アジアで時価総額が最も高いインターネット企業となった。

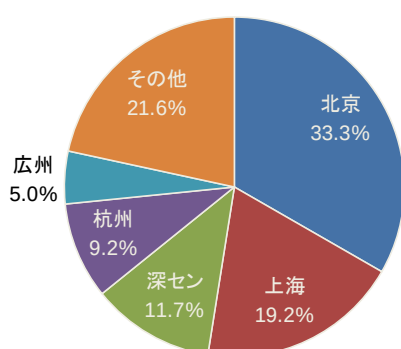
登録地からみると、北京のネット上場企業が最多の33.3%、上海が17.0%と2位を占め、3位以下は杭州(11.9%)、深圳(11.1%)、広州(4.4%)と続いた(図表17)。業種別でみると、ゲームが最多の23.9%、文化・娯楽(17.9%)、EC(14.9%)、金融(10.4%)、ツール・ソフトウェア(8.2%)、メディア(6.0%)が次いでいる(図表18)。

2019年12月時点、中国のインターネット関連ユニコーン企業(評価額が10億ドル以上の非上場のベンチャー企業)は187社となり、2018年末から74社増加した。地域別にみると、北京は85社で全体の45.5%を占めており、上海は37社(19.8%)、広東省は27社(14.4%)、浙江省は20社(10.7%)となり、4地域合計

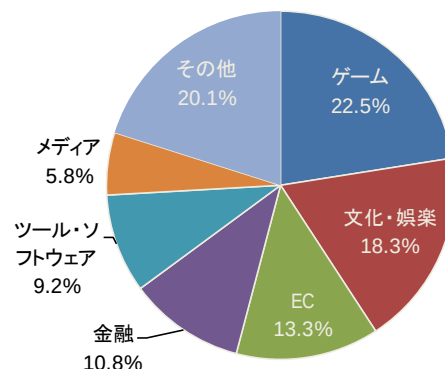
で全体の 90.4%を占めている(図表 19)。業種別でみると、企業向けサービス(15.5%)、自動車・交通(12.3%)、EC(11.8%)、フィンテック(9.6%)、文化・娯楽・メディア(9.1%)などに集中している(図表 20)。

2019 年、中国はブロックチェーン、5G、AI、ビッグデータといった分野のコア技術の自主革新力が向上し、産業融合が進んでいる。政府、企業と社会組織はブロックチェーン技術をイノベーション牽引による発展の重要な手段として、2019 年末で 29 省(自治区、直轄市)がブロックチェーン発展の指導意見や関連政策を打ち出した。ブロックチェーン技術は行政事務、金融、サプライチェーン管理など幅広く応用されている。2019 年 6 月、5G の商用化が本格化した。4 月時点、16 省・自治区・直轄市が 5G 通話を整備。10 月時点で 52 都市が 5G 商用化を実現。12 月時点、全国で構築された 5G 基地局は 13 カ所を超えた。2019 年、中国の AI 企業数は 4,000 社以上と世界 2 位を占める。中国企業はスマート製造、車の IoT 化で優位性を持ち、チップの研究開発で一定の突破を遂げた。

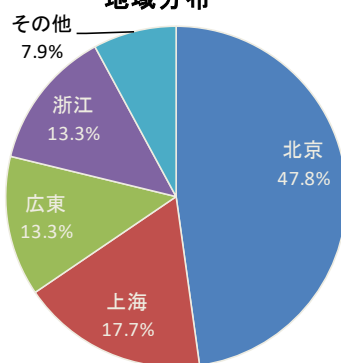
【図表17】上場ネット企業の地域分布



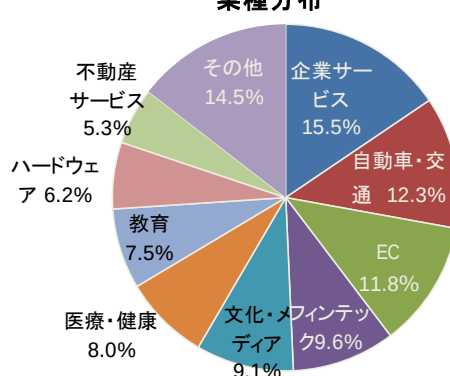
【図表18】上場ネット企業の業種分布



【図表19】ネット関連ユニコーン企業の地域分布



【図表20】ネット関連ユニコーン企業の業種分布



インターネットに代表される次世代科学技術革命と産業革命はデジタル経済の発展を促進し、ビッグデータ、クラウドコンピューティング、AI、ブロックチェーンなどの情報技術は急速な成長を遂げ、経済成長の新たな原動力となっている。中国のデジタル経済水準は米国に次ぐ世界 2 位となり、新型コロナウイルスの感染対策期間、デジタル経済は消費保障、生産・操業再開、雇用創出などにおいて重要な役割を發揮し、大きな潜在力を示した。現在の中国は「人口大国・製造大国・輸出大国」から、「デジタル経済大国・消費大国・イノベーション大国」にもなりつつある。ハイテク産業、技術革新、スマートシティなどを巡る新型インフラ建設の推進に伴い、新技術の応用を加速させ、新たな産業形態やビジネスモデルを生み出すとともに、伝統産業を活性化させ、産業構造の高度化を促進することが望まれる。

以上

WEEKLY DIGEST

【経済】

◆5月の主要経済指標 回復傾向が続くも投資と消費は依然マイナス

中国国家统计局は15日、5月の主要経済指標を発表した。投資、生産、消費のいずれも伸びは4月に続いて改善したが(図表1・2)、投資と消費は依然として前年を下回っており、経済は正常な水準に戻っていない。海外における新型コロナウイルス感染拡大による世界経済への影響も懸念される等、外部リスクが増しており、当局は経済活動正常化に向けて更なる努力が必要とした。

【図表1】5月の主要経済指標

項目	2020年4月			2020年5月		
	金額	前年比(%)		金額	前年比(%)	
固定資産投資(除く農村企業投資)*	(億元)	136,824	▲10.3	(億元)	199,194	▲6.3
うち、国有部門	(億元)	(未発表)	▲6.9	(億元)	(未発表)	▲1.9
うち、民間部門	(億元)	77,365	▲13.3	(億元)	112,232	▲9.6
産業別						
第一次産業	(億元)	3,102	▲5.4	(億元)	5,634	▲5.4
第二次産業	(億元)	40,937	▲16.0	(億元)	60,469	▲11.8
第三次産業	(億元)	92,785	▲7.8	(億元)	133,091	▲3.9
工業生産(付加価値ベース)**	-	-	3.9	-	-	4.4
社会消費財小売総額	(億元)	28,178	▲7.5	(億元)	-	▲2.8
消費者物価上昇率(CPI)	-	-	3.3	-	-	2.4
工業生産者出荷価格(PPI)	-	-	▲3.1	-	-	▲3.7
工業生産者購買価格	-	-	▲3.8	-	-	▲5.0
輸出	(億米ドル)	2,002.8	3.5	(億米ドル)	2,068.1	▲3.3
輸入	(億米ドル)	1,549.4	▲14.2	(億米ドル)	1,438.9	▲16.7
貿易収支	(億米ドル)	453.4	-	(億米ドル)	629.3	-
対内直接投資(実行ベース)*	(億米ドル)	101.4	8.6	(億米ドル)	98.7	4.2

*:年初からの累計ベース。

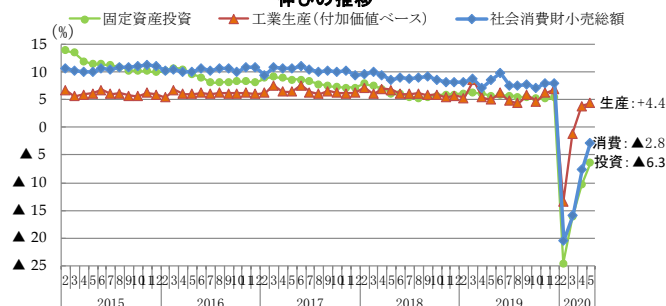
**：独立会計の国有企業と年間販売額2,000万元以上の非国有企业を対象。

(出所) 国家统计局等の公表データを基に作成。

【生産・投資・消費】生産は2か月連続のプラス成長、投資・消費は減少幅が縮小

5月の工業生産は前年同月比+4.4%(4月: +3.9%)と2か月連続でプラスを維持、固定資産投資(1-5月累計)は前年同期比▲6.3%(1-4月: ▲10.3%)、社会消費財小売総額は前月比▲2.8%(4月: ▲7.5%)と、いずれも減少幅は前月から大幅に縮小した(図表1・2)。

【図表2】固定資産投資・工業生産・社会消費財小売額の伸びの推移

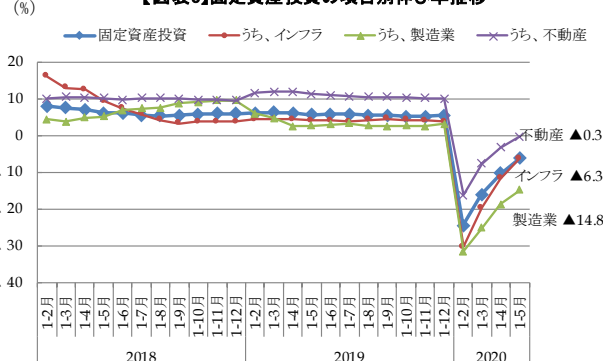


(注) 固定資産投資は年初からの累計値

工業生産と社会消費財小売総額は2月のみ1-2月の累計値

(出所) 国家统计局の公表データを基に作成

【図表3】固定資産投資の項目別伸び率推移



(出所) 国家统计局の公表データを基に作成

生産を商品別にみると、掘削・ソイルショベル輸送機械が前年同月比+62.1%、ノート PC が同+22.3%、光ファイバーケーブルが同+20.8%、自動車と同+19.0%、産業ロボットが同+16.9%と前年を大きく上回った一方、スマートフォンは同▲9.0%と減少し、減少幅も前月の▲2.0%から拡大した。

投資(1-5 月累計)を分野別に見ると、不動産が前年同期比▲0.3%(1-4 月:同▲3.3%)、インフラが同▲6.3%(1-4 月:同▲11.8%)、製造業が同▲14.8%(1-4 月:同▲18.8%)と、いずれも減少幅は前月より縮小したもの、製造業の落ち込みは依然として大きい(図表 3)。

消費を分野別に見ると、消費財が前年同月比▲0.8%(4 月:同▲4.6%)、飲食が同▲18.9%(4 月:同▲31.1%)と、ともに減少幅は大きく縮小した。消費財は、日用品が同+17.3%、飲料が同+16.7%、スポーツ用品が同+15.4%、化粧品が同+12.9%、通信機器が同+11.4%と伸びが高かった。一方、飲食業など、人の集まりや接触を伴う消費の回復は遅れている。

【雇用】失業率はやや改善

5 月末の都市部調査失業率は 5.9%と前月の 6.0%から 0.1 ポイント改善した。一方、前年同月に比べ失業率は 0.9 ポイント上昇し、1-5 月の都市部新規就業者数は前年同期比 137 万人減少して 460 万人だった。さらに、今後、過去最多規模の 874 万人の新卒大学生が労働市場に流入することから、当局は就業圧力が依然として高いとの見方を示した。

【貿易・投資】

◆5 月の直接投資 対内は前年同月比 4.2%増、対外は 12.8%減

<対内直接投資>

商務部の 18 日の発表によると、5 月の対内直接投資額は前年同月比+4.2%(4 月:同+8.6%)の 98.7 億米ドルと、伸びは前月から縮小したものの、2 ヶ月連続で前年を上回った(図表 1)。1-5 月の累計では、前年同期比▲6.2%(1-4 月:同▲8.4%)の 512.1 億米ドルだった(図表 2)。

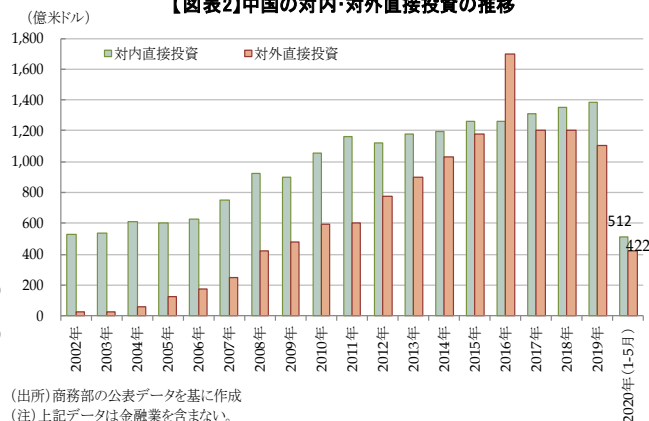
1-5 月の累計を業種別で見ると、ハイテク産業向けが前年同期比+2.0%で、なかでも情報サービスが同+42.3%、EC サービスが同+67.9%、研究開発・設計サービスが同+49.8%と大幅に増加した。

1-5 月の国・地域別では「一帯一路」沿線国からの投資が同+6.0%、ASEAN からが同+10.1%と増加した。

【図表1】中国対内直接投資の月次推移



【図表2】中国の対内・対外直接投資の推移

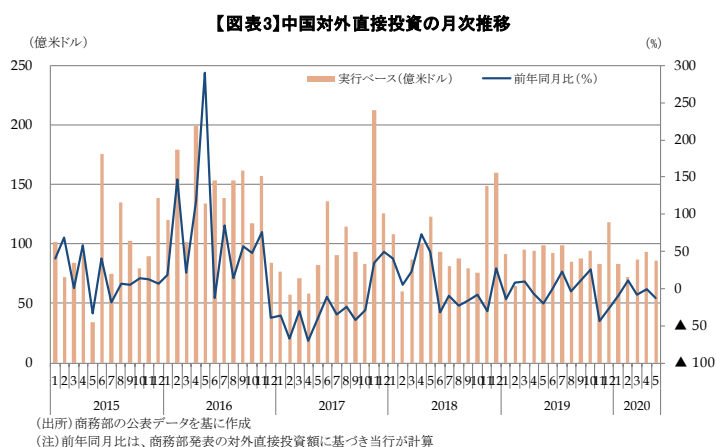


<対外直接投資>

同日の商務部の発表によると、5 月の対外直接投資額は前年同月比▲12.8%^(注)の 86.3 億米ドル^(注)(4 月:同▲0.9%^(注)の 93.5 億米ドル^(注))と前年を割り込み、減少幅は前月より拡大した(図表 3)。1-5 月の累計では、前年同期比▲5.3%^(注)の 422.0 億米ドル(1-4 月:同▲3.1%の 335.7 億米ドル)となった(図表 2)。(注)商務部の発表に基づき当行が計算。

1-5 月の累計を業種別に見ると、リース・商業サービス業が前年同期比+35.6%、卸・小売業が同+61.5%と大幅

に増加したのに対し、製造業は同▲22.5%と落ち込んだ。主な業種の構成比は、リース・商業サービス業が38.3%、卸・小売業が16.5%、製造業が15.3%となっている。



◆商務部の最新の貿易情勢報告 複雑で厳しい環境下、通年では安定維持

商務部と商務部傘下の国際貿易経済協力研究院は15日、共同で「中国対外貿易情勢報告(2020年春季号)」を発表した。

<足元の貿易状況>

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大に伴う大幅な需要減退により、輸出入はともに5月まで落ち込みが続いたものの、3月以降は減少幅の縮小傾向が見られるとした。

1-5月の貿易額の地域別シェアでは、ASEANが14.7%、EU13.9%、米国11.1%、日本7.3%と、上位を占めた。ASEANとの貿易額は前年同期比+4.2%と増加した一方、EUは同▲4.4%、米国は同▲9.8%、日本は同▲0.3%といずれも減少し、ASEANは他地域に比べて好調だった。

1-5月の貿易額の企業別シェアでは、民営企業が44.3%、外資企業が39.4%を占めた。民営企業による貿易額は前年同期比1.8%増加した一方、外資企業は同7.3%減少しており、民営企業は柔軟に危機対応ができたとした。

<2020年の貿易見通し>

「報告」は、2020年の貿易を巡る環境について、不確定要素が多く、複雑で厳しいものと指摘。海外では、世界経済の後退、グローバル貿易規模の縮小、サプライチェーンの停滞、国内では、中小企業が経営の苦境に立たされ、雇用圧力が高まっていることを下振れリスクとして挙げた。

こうした厳しい環境の中、今後政府は一連の貿易安定策を打ち出すとし、①輸出税還付策、貿易融資・信用保険制度改善による企業負担の軽減、②商品展示会のオンライン開催推進による新たな市場開拓、③越境EC総合試験区の増設等による新業態の育成、④加工貿易企業に対する税制支援と禁止商品リストの削減、⑤輸外型企業の国内販売ルート開拓への支援、⑥中国内陸部と欧州をつなぐ「中欧班列」の利用拡大による国際物流・サプライチェーンの円滑化等の具体的措置を挙げた。

なお、国内では感染拡大が落ち着き、経済活動が正常化に向かっていることから、通年の貿易は安定を維持できるとの見方を示した。

【産業】

◆5月の70大中都市住宅価格 上昇都市は前月比で増加が続き、前年比では減少が続く

国家統計局は15日、5月の70大中都市の住宅価格指数を発表した。経済・社会活動の正常化が進む中、住宅需要の回復が続いているとの見方を示した。

新築商品住宅について、前月比価格が上昇した都市数は前月の 50 都市から 7 都市増加して 57 都市、下落した都市数は前月と同じ 11 都市となった。前月比横ばいは前月の 9 都市から 2 都市に減少した(図表 1)。

都市の規模別の上昇幅を見ると、一線都市^(注)は前月の+0.2%から+0.7%、二線都市^(注)は+0.5%から+0.6%、三線都市^(注)は+0.6%から+0.7%と、いずれも上昇した(図表 3)。上昇幅が大きかった都市は銀川市(寧夏回族自治区)の+2.1%、寧波市(浙江省)の+1.4%、南充市(四川省)の+1.3%など、一方、下落幅が大きかった都市は三亜市(海南省)の▲0.4%、海口市(海南省)の▲0.3%などだった。

一方、前年同月比で価格が上昇した都市数は前月の 63 都市から 1 都市減少して 62 都市、下落した都市数は前月の 7 都市から 1 都市増加して 8 都市と、下落都市数の増加が続いている(図表 2)。

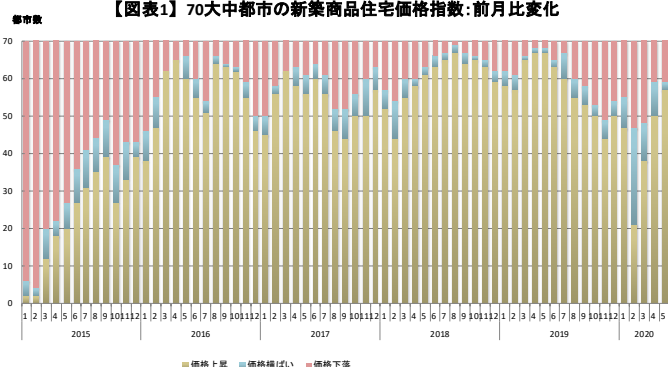
都市の規模別の上昇幅は、一線都市が前月から横ばいの+2.9%。二線都市は+5.6%から+5.4%、三線都市は+5.1%から+4.8%といずれも前月比縮小が続いている(図表 4)。上昇幅が大きかった都市は唐山市(河北省)の+15.0%、銀川市の+14.7%、西寧市(青海省)の+13.9%、フフホト市(内モンゴル自治区)の+13.8%など、下落幅が大きかった都市は瀘州市(四川省)の▲3.5%、済南市(山東省)の▲3.1%、韶関市(広東省)の▲2.0%などだった。

(注)一線都市:北京、上海、広州、深圳の 4 都市

二線都市:省都、副省都都市を含む 31 都市

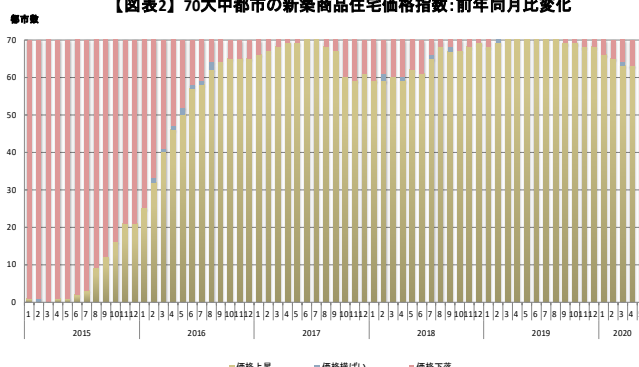
三線都市:70 都市から上記一線都市・二線都市を除いた 35 都市

【図表1】70大中都市の新築商品住宅価格指数:前月比変化



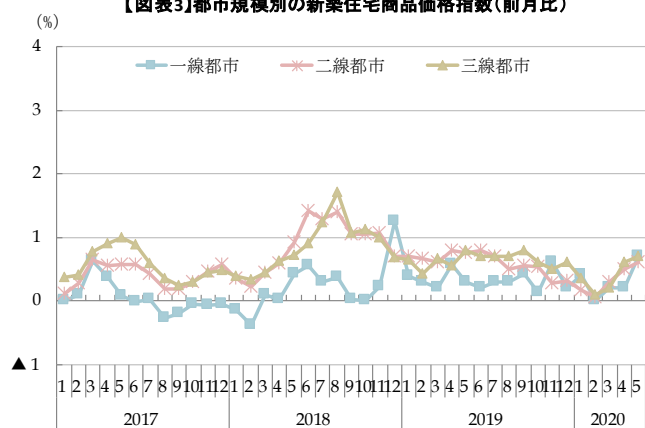
(出所) 国家統計局の公表データを基に作成

【図表2】70大中都市の新築商品住宅価格指数:前年同月比変化



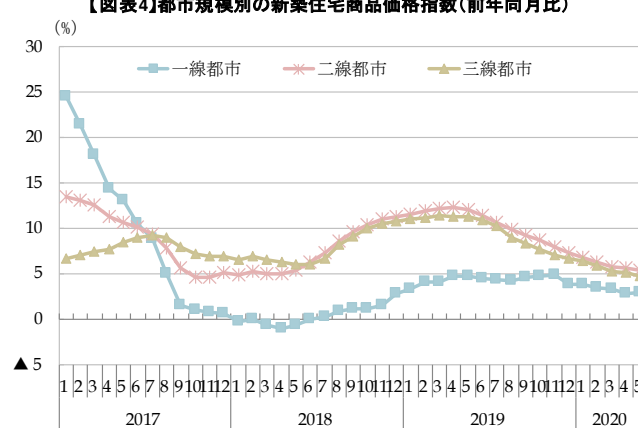
(出所) 国家統計局の公表データを基に作成

【図表3】都市規模別の新築住宅商品価格指数(前月比)



(出所) 国家統計局の公表データを基に作成

【図表4】都市規模別の新築住宅商品価格指数(前年同月比)



(出所) 国家統計局の公表データを基に作成

RMB REVIEW

◆「香港国家安全維持法」から広がる波紋

・今週(6/15～)のレビュー

今週の人民元(対ドル相場)は横這いで推移した(第1図)。大幅な株安を受けて前週末に人民元は軟化していたものの、株価の下げ渋りで週明けに人民元安は一服。その後、FRBの社債買い入れ開始を材料にリスク回避的な思惑が和らぎ、人民元買いが強まる場面もあった。もともと、新型コロナウイルスの第2波に対する警戒感が株価の上値を抑える中、人民元買いは進まず、週を通して1ドル=7.08人民元台を中心に揉み合う展開となった。

・香港国家安全維持法は審議が進む

18日に始まった全人代の常務委員会では、反体制的な活動を取り締まる「香港国家安全維持法」が審議されている。20日の閉会までに法案が可決される可能性は低いと報じられたが、9月の立法会選挙¹を睨み7月前半には施行されるとの見方が多い。17日にG7外相が「重大な懸念」を示す共同声明を発表するなど国際的な批判も強く、米国がさらなる制裁措置を講じる可能性はあるため、米中関係の緊迫化が市場の関心を集める展開に注意を要する。

・「第2波」の懸念から消費の先行きは楽観できず

マクロ経済を点検しておく、生産は4月以降前年比プラスに復したが、小売売上高は依然として前年水準を下回っている(第2図)。とりわけ、外食産業の冷え込みが続いており、新型コロナの「第2波」に対する懸念が燃える中で消費の先行きは楽観できない。感染の封じ込めと経済活動の再開で先を行く中国の苦戦は、世界経済のリスク要因として指摘できる。

・香港問題を巡る米国の反応には要注意

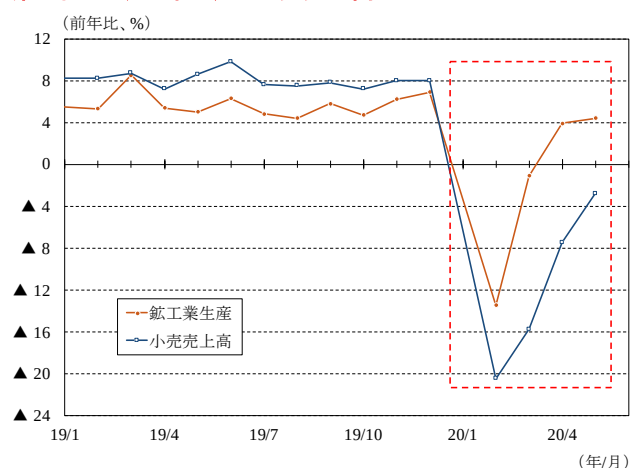
足元、市場は新型コロナなどへの警戒感と政策期待がない交ぜとなった状態にある。香港問題を巡る米国の反応は読み辛いが、市場がリスク回避的な思惑を強める材料には十分なり得る。安全資産としてのドルや円が買われる中で人民元安が進む動きに注意したい。

第1図：人民元



(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2図：鉱工業生産と小売売上高



(注) 春節の影響を除くため1-2月分の平均値を2月分として表示。

(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

(6月19日作成) グローバルマーケットリサーチ

¹ 立法会は香港の立法機関(議会)。選挙の投票日は9月6日、立候補の届け出は7月18～31日。

MUFG BK CHINA WEEKLY (June 24th 2020)

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
2020.06.15	7.0873	7.0853~ 7.0986	7.0946	0.0201	6.6027	0.0031	0.9157	0.0027	7.9846	-0.0287	1.9000	3,029.24	-31.1870
2020.06.16	7.0730	7.0632~ 7.0848	7.0818	-0.0128	6.5980	-0.0047	0.9138	-0.0019	8.0258	0.0412	1.8500	3,072.99	43.7480
2020.06.17	7.0870	7.0840~ 7.0968	7.0859	0.0041	6.5969	-0.0011	0.9148	0.0010	7.9868	-0.0390	2.0500	3,077.31	4.3160
2020.06.18	7.0900	7.0711~ 7.0942	7.0812	-0.0047	6.6170	0.0201	0.9133	-0.0015	7.9591	-0.0277	2.0900	3,080.90	3.5880
2020.06.19	7.0880	7.0720~ 7.0918	7.0780	-0.0032	6.6179	0.0009	0.9134	0.0001	7.9351	-0.0240	2.1400	3,110.56	29.6620

(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