

中国の現状と2023年の展望

～産業・企業を中心に

2022年12月14日（水）

伊藤忠総研 産業調査センター

趙 瑋琳（チョウイーリン）

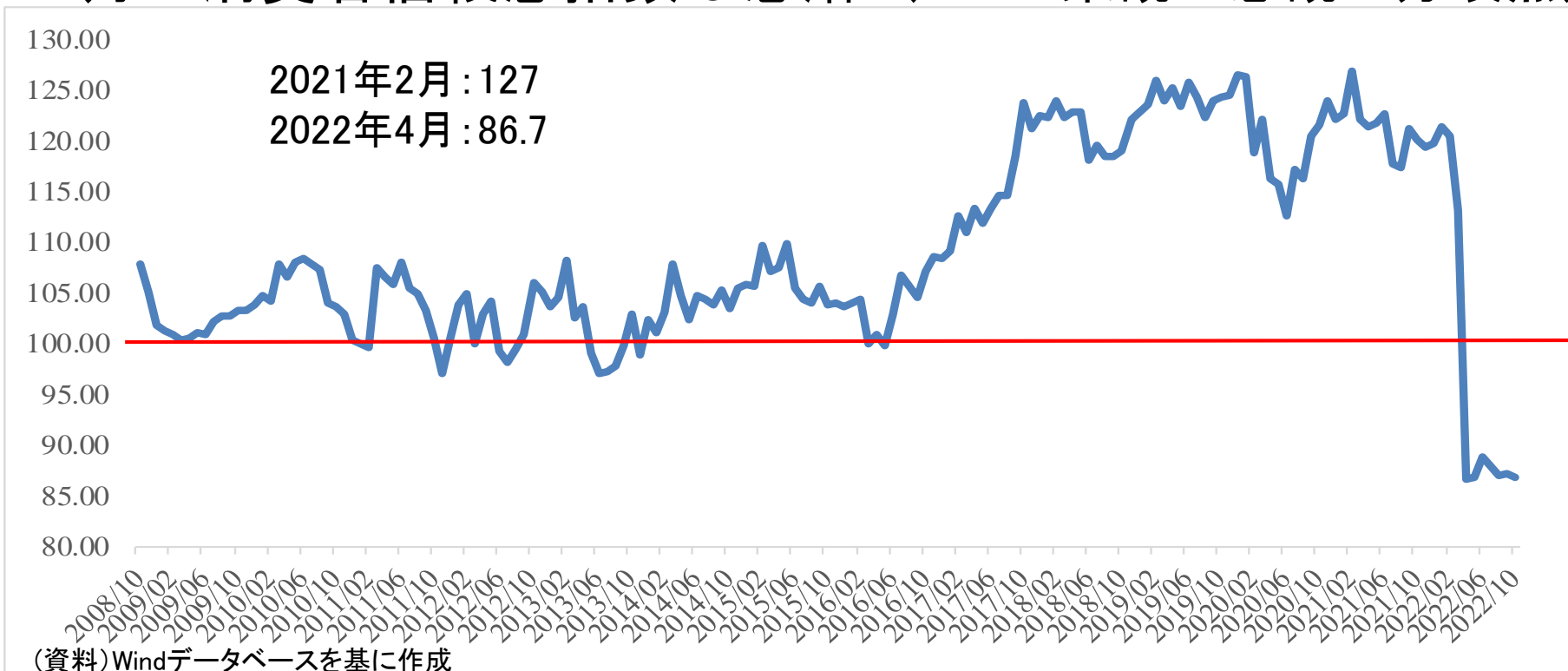
※本資料は伊藤忠グループの経営方針とは必ずしも一致せず、個人としての見解である

本日の内容

1. 2022年を振り返る
2. 党大会からみる産業発展の方向性
3. 産業分野の変化(朝陽VS夕陽)
4. 中国市場の魅力と変化
5. 回復を目指す2023年

1.1 コロナ禍に翻弄された2022年

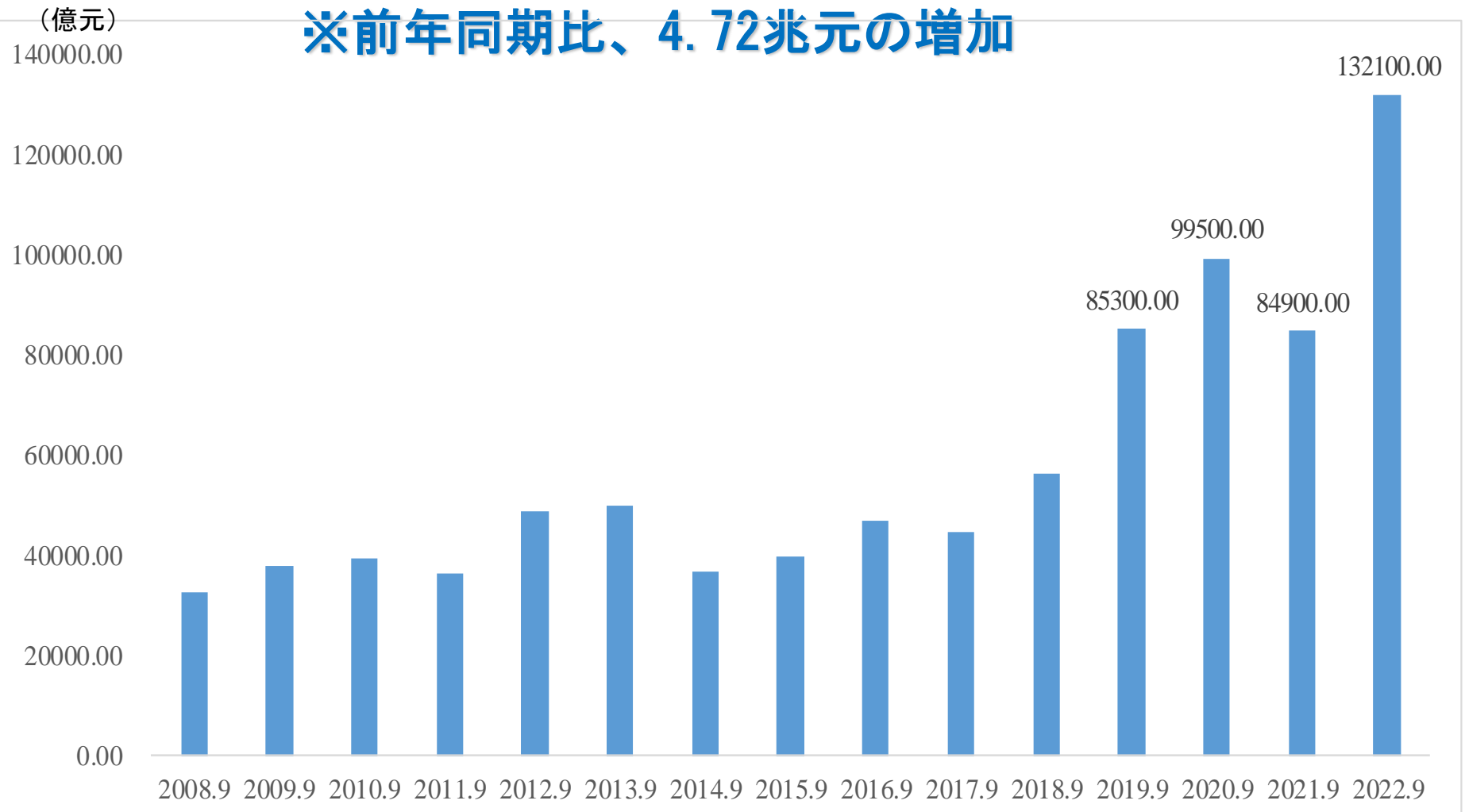
- 景気回復期待→挫折（ロックダウン⇔解除）→低迷→混乱
→コロナ対策緩和
- 上海ロックダウン(4月)が転換点、失業・消費意欲の低下
- 4月に消費者信頼感指数は急落（100が楽観と悲観の分岐点）



1.2 貯蓄の増加＝将来への不安

■ 国民の貯蓄増加：2022年1-9月、13.21兆元（累計）

※前年同期比、4.72兆元の増加



(資料)Windデータベースを基に作成

1.3 ユニコーン企業の成長が鈍化

- 米企業数の増加が顕著、**中国の割合が低下**
- 中国で起業の勢いが鈍化している背景
- ベンチャー投資やテック企業への**規制強化**
- 若者の**安定志向**、「考公了么（公務員試験を受けたか）」が流行語
- **起業分野**の変化（ソフト、アプリからハード、消費ブランドへ）

米中のユニコーン企業数の変化(2021年6月～2022年6月)

	2021年6月	2021年9月	2022年3月	2022年6月
米国	<u>369社(52%)</u>	405社(50%)	539社(51%)	<u>628社(54%)</u>
中国 (香港を含む)	<u>142社(24%)</u>	166社(21%)	180社(17%)	<u>181社(15%)</u>
日本	5社	5社	6社	6社
全体	701社 総評価額: 2兆2,540億ドル	810社 総評価額: 2兆6,270億ドル	1,050社 総評価額: 3兆4,460億ドル	1,170社 総評価額: 3兆8,200億ドル

(資料)米調査会社CBInsightsを基に作成

本日の内容

1. 2022年を振り返る
2. 党大会からみる産業発展の方向性
3. 産業分野の変化(朝陽VS夕陽)
4. 中国市場の魅力と変化
5. 回復を目指す2023年

2.1 第20回党大会報告：現代化産業体系を目指す

- 産業発展に関する記述は4章「新発展の形の構築を加速し、質の高い発展を推進」
- 「現代化産業体系を構築し、
経済発展の着眼点は実体経済に置く」ことを強調

第20回党大会(2022年)

(資料)中国政府の公開資料を基に作成

全15章

- 一 過去5年の活動と新時代10年の偉大なる変革
- 二 マルクス主義の中国化・時代化の新たな境界をつくる
- 三 新時代の中国共産党の使命と任務
- 四 **新発展の形の構築を加速し、質の高い発展を推進**
- 五 科学教育による振興戦略を実施し、現代化建設の担い手(人材)育成を強化
- 六 全過程の人民民主を発展し、人民主体制度を保障
- 七 法治による国家建設を堅持し、「法治中国」を推進
- 八 文化自信を推進し、輝く社会主義文化を構築
- 九 民生福祉を増強し、人民の生活の質を高める
- 一〇 グリーンの発展を推進し、自然との共生を促す
- 一一 国家安全体系と能力の現代化を推進し、国家安全の確保と社会安定の維持
- 一二 軍創立100周年の奮闘目標を実現し、国防と軍隊の現代化新局面を開く
- 一三 「一国二制度」の堅持と改善、祖国の統一を推進
- 一四 世界の平和と発展を促し、人類運命共同体の構築を推進
- 一五 厳しい党内統治を揺るぐことなく推し進め、新時代における党の建設推進を深める

2.2 「中国製造2025」から「製造強国」へ

- **産業のアップグレード**が目標に
- 「新型工業化を推進し、**製造強国**、品質強国、宇宙強国、交通強国、インターネット強国、デジタル中国の建設を加速」
- 製造強国は「中国製造2025」の延長

「中国製造2025」の重点分野

次世代ICT産業（半導体、5G）

高性能制御工作機械・ロボット産業

航空・宇宙用設備産業

海洋建設設備・ハイテク船舶産業

先進軌道交通設備産業

省エネ・新エネ自動車産業

電力設備産業

農業用機械設備産業

新素材産業

バイオ医療・高性能医療機械産業

(資料) 中国政府の公開資料を基に作成

2.3 「専・精・特・新」 (センセイトクシン)

- 「製造強国」の基盤となる「専・精・特・新 (専門化・精密化・特徴化・斬新化)」の中小企業の育成が優先度の高い課題
- 4つの特徴を持つ中小企業を選出基準により3つに区分
- 産業支援 (助成金、税制優遇) により、「小巨人」を育成

14次5カ年(2021-2025年)

計画目標:

1万社

専精特新小巨人
コア技術を持つか、
ニッチ分野で市場シェア

約4,700社
ハイエンド設備製造、
次世代情報技術、
新材料

10万社

専精特新中小企業
「専精特新」の特徴を持つ優良企業

48,000社超

100万社

创新型中小企業
(イノベーション力のある優良企業)

220,000社超

(資料) 中国工業情報化省の公開資料を基に作成(企業数は2022年6月末時点)

2.4 「硬科技（ハード&コアテクノロジー）」

- 「専・精・特・新」と同様「硬科技」もホットワード

中国が注力している分野

軟科技(ソフトテクノロジー)

・特徴

- ビジネスモデルの革新
- ユーザー獲得
- 「1から100」を目指す

・具体例:

- ECやSNSのようなオンラインサービス
- プラットフォームビジネス

硬科技(ハード&コアテクノロジー)

・特徴

- ハードウェアやコアテクノロジーに関する革新
- 「0から1」
- 研究開発を重視
- 米中テック対立の焦点

・具体例:

- AI、半導体、航空宇宙

(資料)報告者作成

- テック企業やプラットフォーマーは、ユーザー争奪戦より、「硬科技」に注力

2.5 国有企業改革 vs 民営経済の重要性

- 基本のスタンスは「做大做强(大きく、強く)」、中国的特色のある価値評価基準
- 民営経済の役割、「56789」
 - 「5」： 税収の50%以上
 - 「6」： GDPの60%以上
 - 「7」： 科学技術成果の70%以上
 - 「8」： 雇用の80%以上
 - 「9」： 企業数の90%以上
- ※2018年頃に「民営企業不要論」が炎上
- プラットフォーマーに対する規制緩和
 - さらなる成長はBtoCよりBtoB
 - 「下沈市場=3級以下の都市・農村」
 - 海外市場

本日の内容

1. 2022年を振り返る
2. 党大会からみる産業発展の方向性
3. 産業分野の変化(朝陽VS夕陽)
4. 中国市場の魅力と変化
5. 回復を目指す2023年

3.1 産業：朝陽（成長） VS 夕陽（衰退）

■ 成長する産業 vs 衰退する産業

伝統産業：労働集約型（工場）

新興産業：知識集約型（ICT、ハイテク）

支柱産業：基幹産業（GDPに占める割合が大きい）

朝陽産業：成長潜在性（ハイエンド製造、新材料、
新エネルギー・新エネルギー車、半導体）

夕陽産業：成長の限界を迎えた

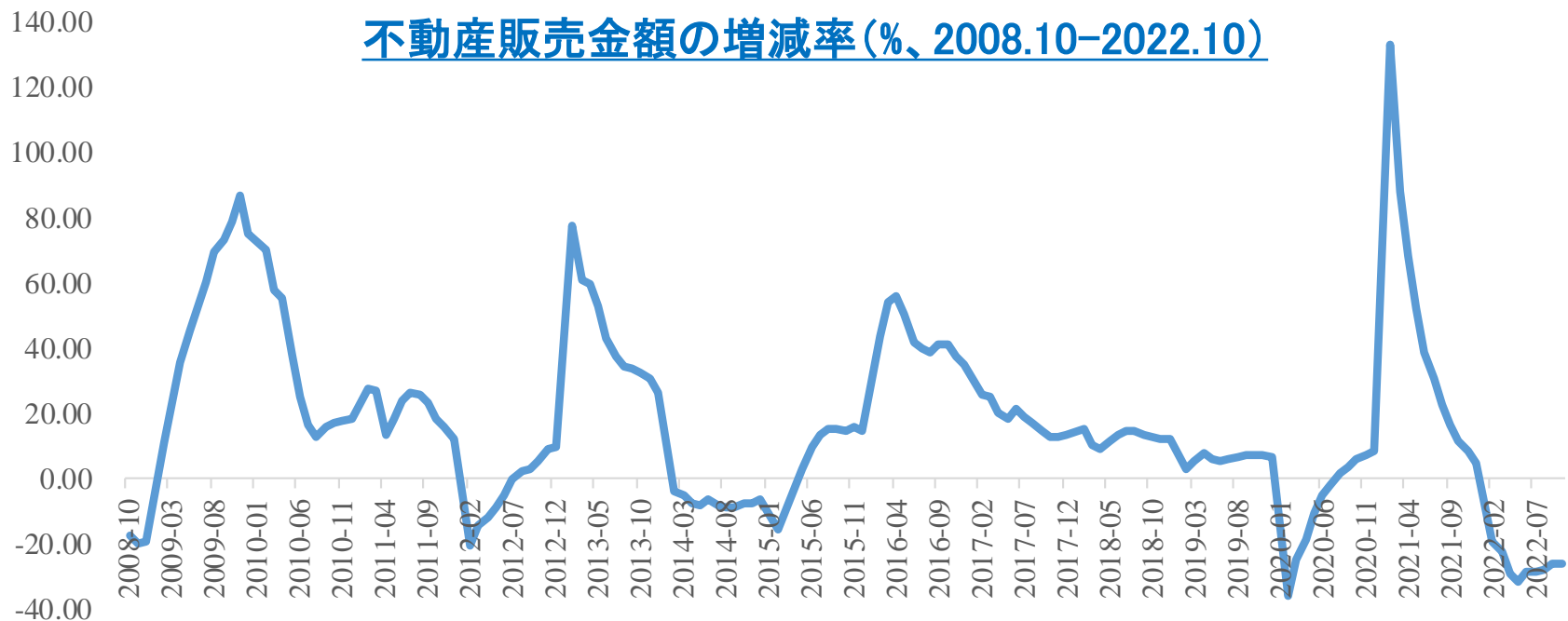
未来産業：これからの有力産業

例：ヘルスケア、智能、エネルギー、材料

（「上海未来産業イノベーション/クラスターの行動方案」）

3.2 不動産業：支柱 VS 夕陽産業？

- 中国経済・社会を揺るがす不動産市場の低迷は看過できない
- 2022年1月～10月、不動産販売金額は10.88兆元、前年同期比26.1%減
- 「不動産金融16条」（11月11日）
政策転換、16項目の金融支援策を実施



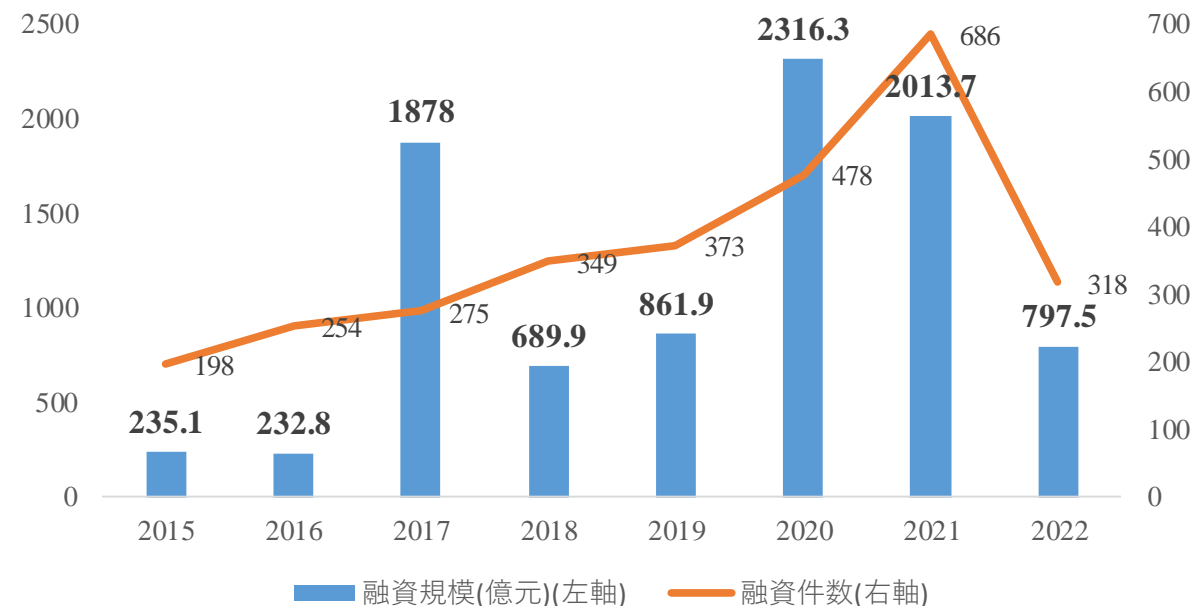
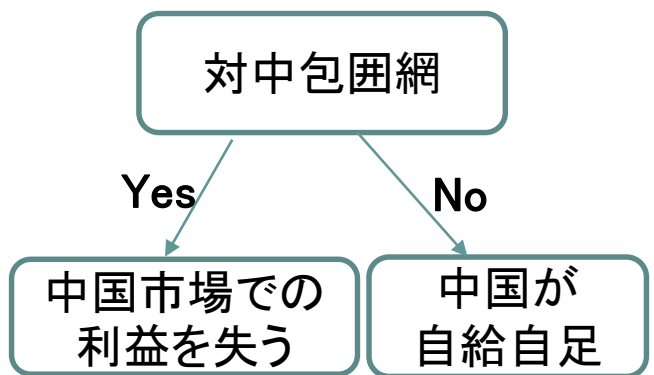
(資料)Windデータベースを基に作成

3.3 半導体：コア技術 vs 投資ブーム

- 半導体＝経済安保、サプライチェーンの分断
- 中国、投資ブームが落ち着く ※世界の半導体市場、2023年は4.1%減
- 念願の国産化、有力企業がリーダーシップ、産業チェーン整備 (設計/材料/ファウンドリー/製造装置/パッケージング)
- 2027年に28ナノ生産関連の国内サプライヤーは50%以上 (Gartner予測)

先端は苦戦

対中包囲網のシナリオ？



(資料) 報告者作成

(資料) IT桔子を基に作成 注: 2022年は1~6月

本日の内容

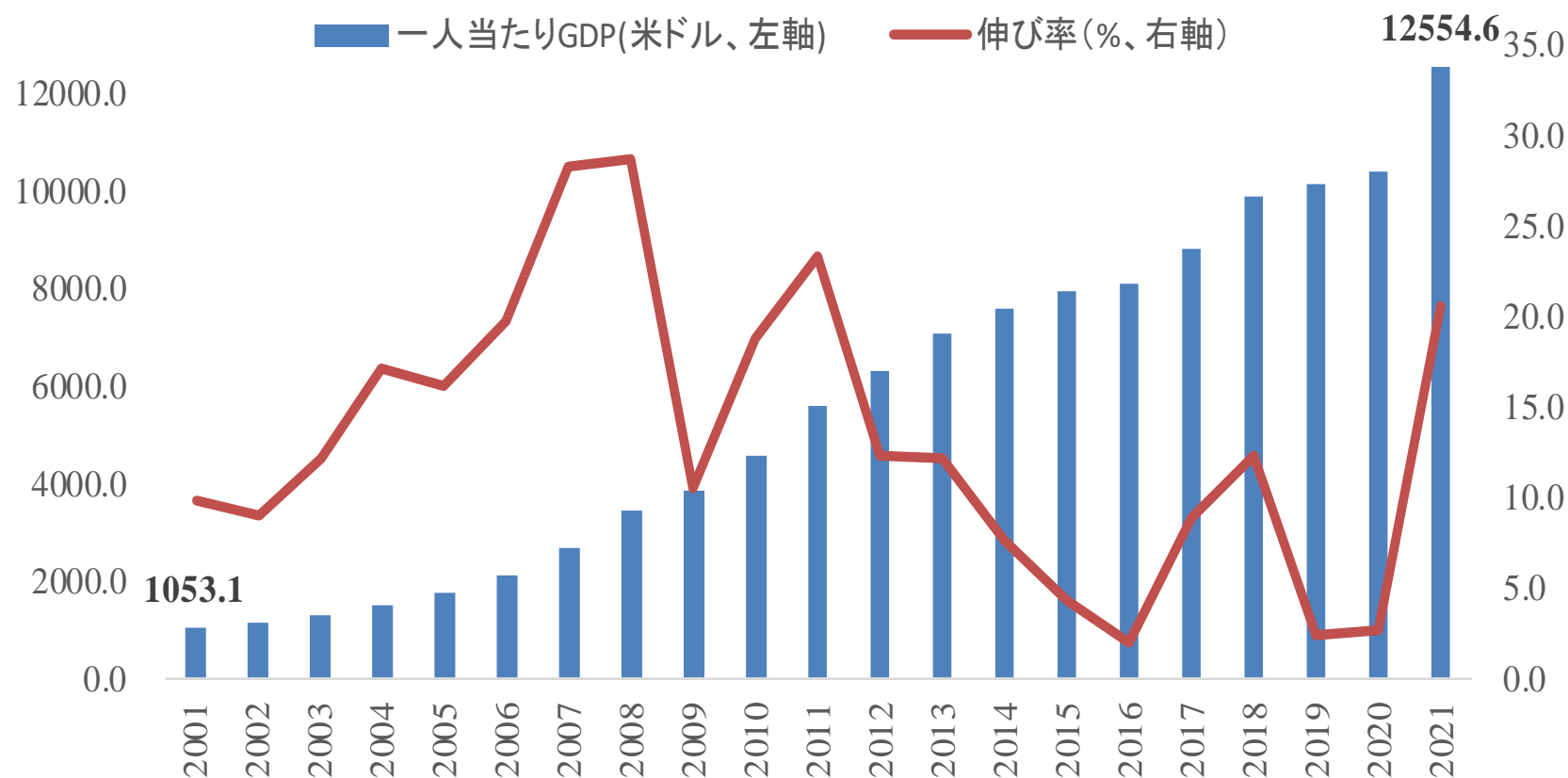
1. 2022年を振り返る
2. 党大会からみる産業発展の方向性
3. 産業分野の変化(朝陽VS夕陽)
4. 中国市場の魅力と変化
5. 回復を目指す2023年

4.1 「世界の市場」としての中国の魅力

■ 一人当たりGDPは増加基調、2021年は12,554ドル

※高所得国の基準は12,695ドル

■ 中間所得層の増加、消費能力の向上



(資料)CEIC、国家統計局のデータを基に作成

4.2 新消費・新市場・新ブランド

■ 消費分野のデジタル化がさらに進む

➤ **OMO** (Online Merges with Offline)

➤ **即時リテール** (クイックコマース)

■ 新消費

細分化したニーズへの対応が必要

■ 新市場 (「下沈市場」 = 3級以下の地方都市・農村部)

デジタルの力による下沈市場の変貌と成長に注目

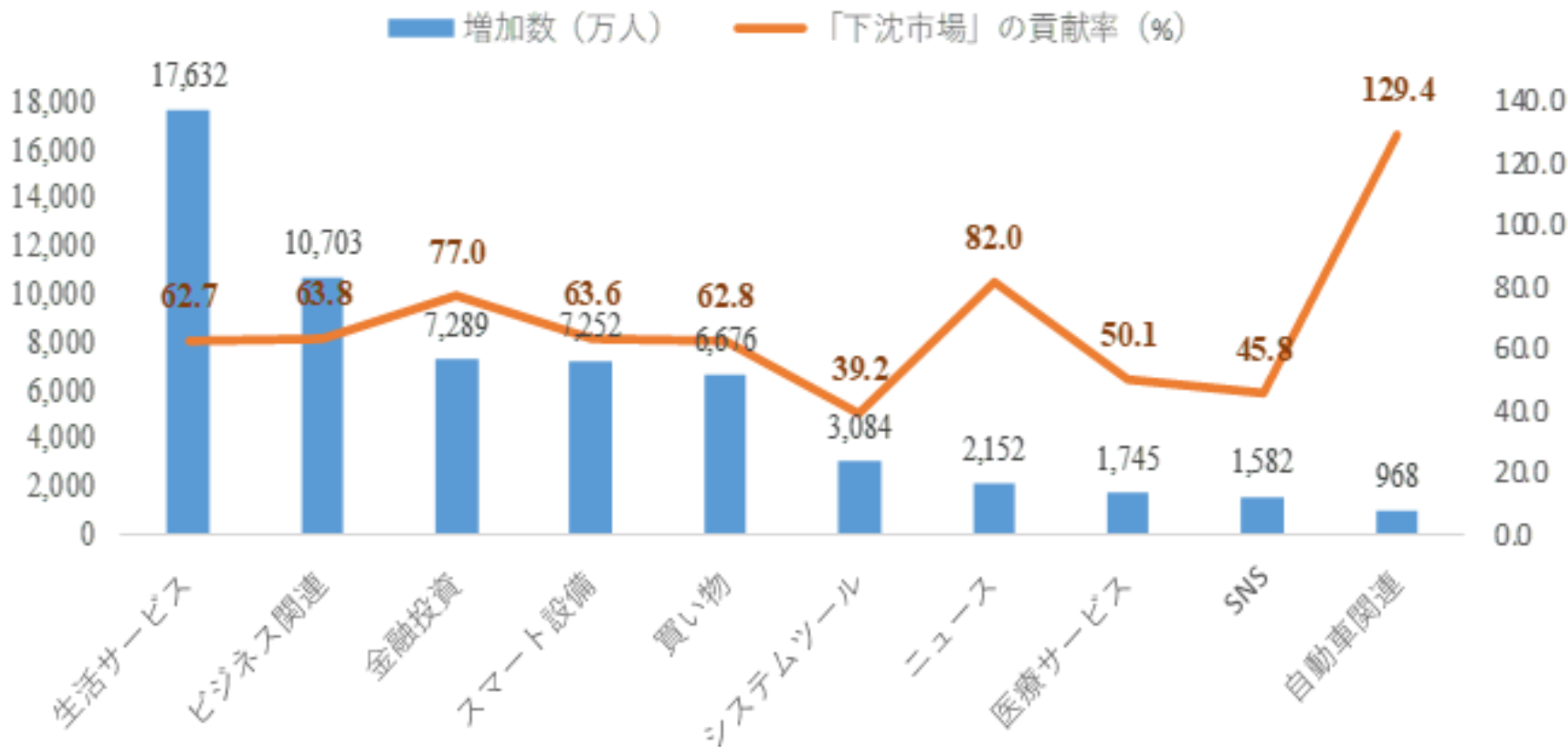
■ 新ブランド (中国新興ブランド)

「あらゆる分野で新ブランドの創出が可能」

「国潮 (中国の伝統的文化・デザインを取り入れる) ・

国貨 (国産品)」ブームが育成の土壌

4.3 オンラインサービスの増加状況と「下沈市場」の貢献率



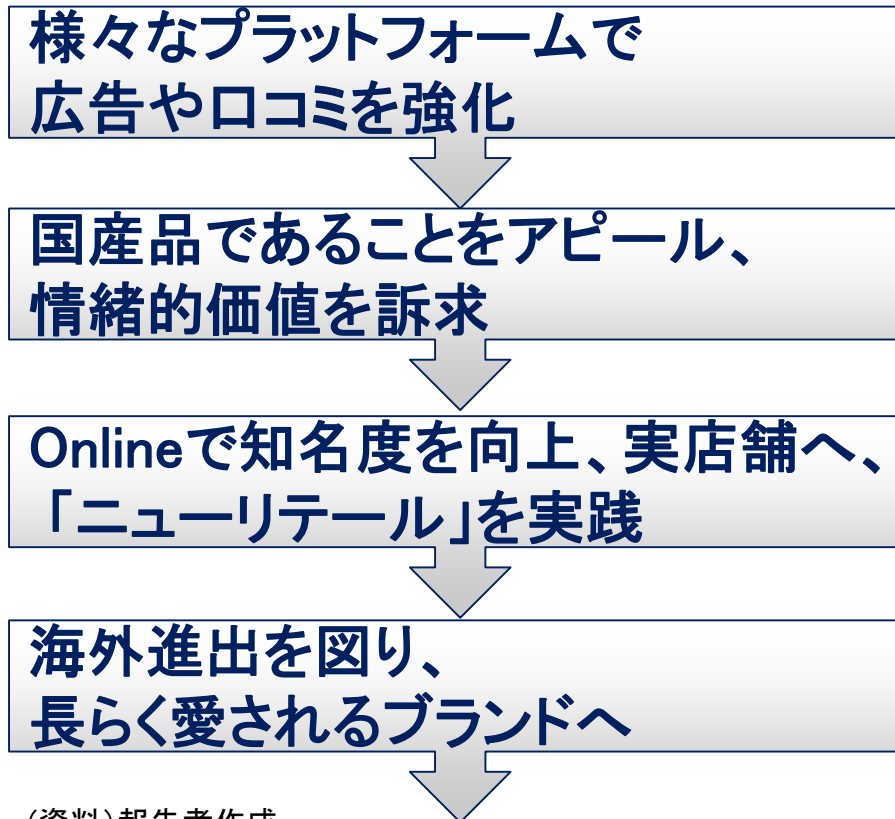
(資料)「2022下沈市場洞察報告」(QuestTMobile)を基に作成

注1: 増加数は2022年4月時点と2021年4月時点のマンスリーアクティブユーザー数の差

注2: 貢献率 = 「下沈市場」からの増加 / 全体の増加

4.4 新ブランドの躍進を支える「デジタル主義」

- あらゆる分野で新ブランドの創出が可能
- 中国式D2C、モノではなく世界観を売る
- 「デジタル主義」を貫く



(資料) 報告者作成

4.5 「出海（Go global）」が続く

- 中国企業のブランド意識の向上
- 海外市場を目指すテック企業・エネルギー/EV関連・消費財メーカーが増加
 - PDDの越境ECサービス「TEMU」が好調
 - デジタル技術の活用で消費関連分野の海外ビジネスが活発、SHEINが好例
 - その他、名創優品(MINISO)、POPMART、蜜雪冰城(2023年に表参道)、コーヒーブランド
 - 東南アジア、日本に熱い視線

4.6 消費関連分野での中国ビジネス拡大を図る外資系企業

■ 対中直接投資実行額(億元)が増加

注1：2022年は1～10月

注2：前年同期比

韓国 (+106.2%)

ドイツ (+95.8%)

イギリス (+40.1%)

日本 (+36.8%)

■ 欧米企業

➤ ドイツ、大型化学工場

➤ 米国、金融、消費関連を中心に出店の加速と拡大

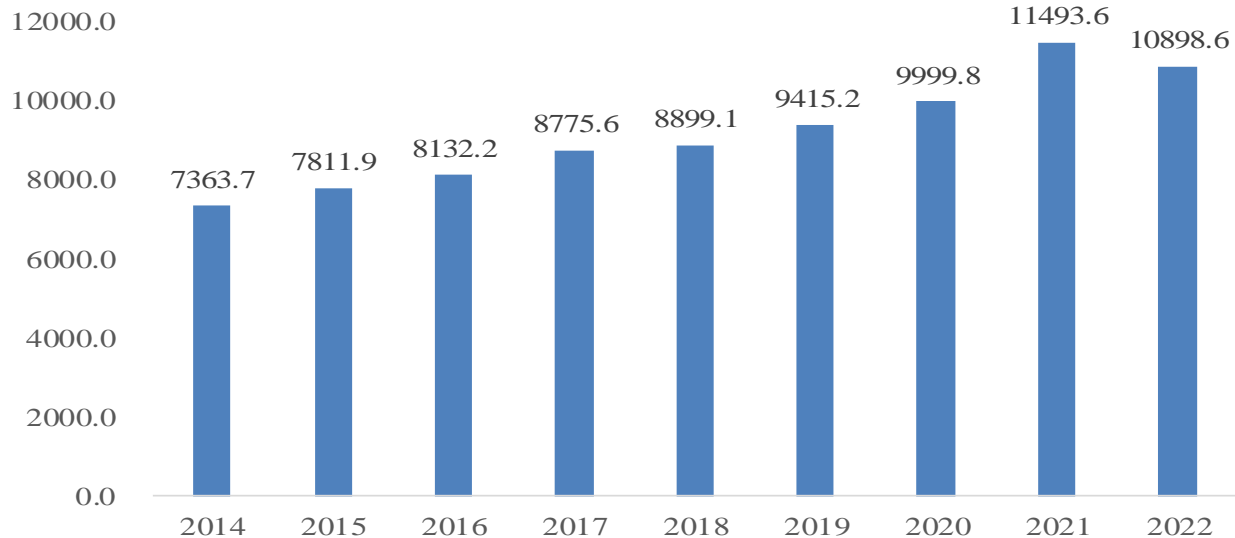
■ 日本企業

➤ 村田製作所、過去最大規模となる工場の増産投資

➤ ニトリ、初出店

➤ 資生堂、投資・研究を強化

➤ ユニクロ、出店拡大



(資料)CEICを基に作成

・中国市場の魅力を再認識
・中国企業との競争/連携

本日の内容

1. 2022年を振り返る
2. 党大会からみる産業発展の方向性
3. 産業分野の変化(朝陽VS夕陽)
4. 中国市場の魅力と変化
5. 回復を目指す2023年

5.1 長期目標は「質の高い発展」

- 主要矛盾（課題）：「日増しに増大する美しい生活への需要とアンバランス、不十分な発展」
- 「発展至上主義（発展こそ根本的道理）」（鄧小平氏）
- 新発展のキーワード
 - 「双循環」：内需と外需、「国内大循環を主体とする」、実現のカギは消費拡大
 - 「数字中国」：デジタル化でビジネス・社会をよりスマートに、デジタル農村の進展に注目
 - 「緑色成長」：脱炭素、「3060目標」
グリーンビジネス・グリーン消費

5.2 中華民族の復興

- 「百年未曾有の大変局」（国際秩序、経済、テック）
- 多くの中国人は中国の「国運」を信じる
 - 近代の多難（衰退）から再び強くなるとの考え方
- 「中華民族の復興」はナラティブ（物語）
 - 消費などに影響を及ぼす

※経済学の分野では「ナラティブ（narrative、物語）」の重要性が認識されている。多くの人は物語によって状況を理解し行動する
— 『ナラティブ経済学：経済予測の全く新しい考え方』
（ロバート・J・シラー、東洋経済新報社）

【参考】 共同富裕を目指すロードマップ

共同富裕

民生・格差解消

不動産:住むもの
教育:「双減」
医療:リソース確保
※出産意欲/内需拡大

三次分配

一次分配:収入
二次分配:税制改革
(固定資産税など導入)
三次分配:慈善・寄付

農村振興

農民の収入増、農
村地域のインフラ
整備・デジタル化

浙江モデル

公平なビジネス環
境、戸籍制度改革、
社会保障

都市化率:
2000年(36.2%)
→2021年(64.7%)

行き過ぎた部分の是非:
アリババ、インフレン
サーへの罰金、
杭州市のトップ交代

中国が目指す社会(2000年代～)

和諧社会

小康社会

数字社会

中間層の
多いオリーブ
型社会

共同富裕

(資料) 中国政府の公開資料などを基に作成

5.3 2023年は希望とともに、新たな船出

- 中央政治局会議（12月6日）、**「経済優先」**
- **「穏（安定）」が重要なキーワード、「成長の安定、雇用の安定、物価の安定」**
- 2023年、失われた3年から**本格的な回復へ**
- コロナ対策の大幅な緩和（感染のピーク/波）、世論/考えの変化、国際的な人の往来の正常化
- **地方政府による実行力の差異**
- **「政治正確（政治的に正しいこと）」、政策の急転がもたらす不確実性/リスク**
「**信心比黄金重要（信心は黄金より貴い）」**