

平成29年2月10日

愛知県上海産業情報センター  
余語 克昭

## 一般調査報告書 中国における消費市場の拡大と魅力

### 1. 豊かになった中国、その消費市場の変化

中国の景気減速に関するマイナス方向の報道が日本においても多く見受けられます。例えば輸入動向を見てみると、近年、需要の低迷や現地調達の進展等の要因によって、2015年の輸入総額は、前年比マイナスとなっています。

しかし品目別に見てみれば、原材料や部品を輸入して加工貿易を行う形態から中国内での調達へとシフトが進んでいる結果として、一般機械や鉄鉱石、燃料などが大きくマイナスとなっており全体がマイナスに引っ張られているものの、化粧品や食料品など、人々の嗜好による消費財の輸入は、比較的堅調のようです。

所得の上昇によるライフスタイルの変化により、嗜好品やレジャーへと消費市場が拡大し、投資主導から消費主導に経済がシフトする中、6%台の経済成長率と14億人もの人口の分母、増加し続ける中間所得層・富裕層を持つ中国は、ますます市場として魅力が大きくなっていくものと思われれます。

今回は、これまで空白であったスポーツ・レジャーといった業界における中国市場の拡大について、レポートいたします。

### 2 富裕層の増加、スポーツ産業の振興による市場の拡大

中国の民間シンクタンク、胡潤研究院の調べによると、2016年5月時点で、中国で1,000万元（約1億5,100万円）以上の資産所有者は134万人にのぼり、前年に比べ13万人、割合で10.7%増とのことで、景気鈍化に比べて、富裕層の増加率は高い伸びが続いているようです。

地域別に見れば、首位は広東省の24万人、北京市の23万8,000人が続き、3位は上海市で20万5,000人、4位は浙江省で16万人となっており、この4省市の総計で全国の63%を占めたとのことです。

これらの高額資産所有者の関心事としては、1位に健康、2位にスポーツで、その他観光レジャーへの関心も高いとのことでした。豊かになったことで、趣味や余暇の使い方への意識が高まってきていることが伺えます。

このような状況の中、中国国務院（中央政府）は2014年10月に、スポーツ産業全般の育成に向けた長期戦略指針を発表し、2025年までに市場規模を5兆元（約87兆4,400億円）とする目標を掲げました。

また2016年3月、中国国家発展改革委員会は、「スポーツ産業は高速成長の黄金期に入った」とし、経済の安定成長を支える新たな産業の一つとして、スポーツ振興への政策支援を一段と強化していく方針を示しました。

同委員会は、スポーツによる国民の健康促進、生活の質向上、「社会の和」の形成といった効果に加えて、「従来型産業の落ち込みを補う」産業の一つとして、スポーツ振興を内需や雇用の拡大につなげる方針を強調し、民間からの投資や事業参入に対する積極性を引き出すための政策を進めていくとの考えを示しています。

さらに、2016年6月、中国国務院（中央政府）は、国民の健康増進のためのスポーツ振興5カ年計画「全民健身計画（2016～20年）」を発表しました。

この計画においては、国民体育の強化を国家戦略と位置付け、2020年に同分野の市場規模を1兆5,000億元（約24兆円）とする目標が盛り込まれており、スポーツ施設の建設やスポーツイベントへの投資、スポーツ用品の消費拡大が見込まれています。

国民の体力強化と健康増進を図るとともに、スポーツ人口を増やすことで内需拡大の経済効果につなげる狙いがあり、2020年には「毎週1回以上、スポーツに参加する国民」を7億人、「経常的にスポーツに参加する国民」を4億3,500万人に増やすとしています。スポーツが国民の身近になるよう、運動施設の整備を強化、都市部では15分圏内でスポーツができる環境を整えるなど、国民がスポーツを楽しめる環境づくりを進めるとしています。

この計画においては、特に国民への普及を図る具体的な種目として、習近平国家主席が好むことが知られているサッカーの他に、ウィンタースポーツの発展を加速する計画が盛り込まれています。

ウィンタースポーツは、2022年の冬季五輪開催に向けて競技人口の底辺拡大を進めることとしており、五輪招致に当たり打ち出した、国民3億人にウィンタースポーツを普及させるとの構想を実現させるために、スキー、スケートなどのウィンターレジャー施設の建設を各地に奨励し、用具産業の育成も図るとされています。

日本企業においても、中国のウインタースポーツ市場の拡大をビジネスチャンスに繋げる動きが、既に始まっています。2016年8月、スポーツウエアの専門メーカー、デサント（大阪府大阪市）は、中国で拡大するウインタースポーツ市場の取り込みを目指し、吉林省長春市中心部の高級ショッピングモール「長春卓展購物中心」に、自社ブランド「デサント」の中国1号店をオープンしました。周辺にスキーリゾートが多く、ターゲットとなる消費者層が集まると考えられる長春市に1号店を出店、続いて今年度中に、中国北部で数店舗を開店させる計画であるとの報道がありました。

### 3 最後に

中国、特に沿岸部の先進都市地域で暮らしていると、ジョギングする人やジムで運動する人、公園でダンスを踊る中高年層男女（広場舞と言われており、夜に公園や広場で非常に良く見かけられます）こそ頻繁に見かけるものの、日本との違いとして感じる点としては、登山や釣り、キャンプ、スキーやスノーボード、マリンスポーツといった屋外のレジャーを生活の一部、趣味とする人は、まだまだ限られているような印象を受けます。

しかしながら、豊かになったことにより、中国の人々の目が趣味やレジャーに向きはじめていることは、強く感じられます。

上述のように国家戦略としてレジャー・スポーツ産業の振興が図られていることもあり、これからさらに生活が豊かになるにつれ、日本が過去にたどってきたように、こういった趣味が生活の一部になっていけば、そこには非常に大きな市場が育っていくのではないのでしょうか。

愛知県上海産業情報センターでは、今後も引き続き、中国でビジネスを展開される企業の皆様のお役に立てるよう情報提供してまいります

本資料は、参考資料として情報提供を目的に作成したものです。

上海産業情報センターは資料作成にはできる限り正確に記載するよう努力していますが、その正確性を保証するものではありません。本情報の採否は読者の判断で行ってください。

また、万一不利益を被る事態が生じても当センター及び愛知県等は責任を負うことができませんのでご了承ください。