

中国短信

経済動向

- 生産・物価に鈍化の兆しも、内需過熱感は根強い…………… 1
 - 投資・輸出は高成長続く - 消費者物価上昇率は低下
 - 各指標別の動向：輸入加速で1～2月は貿易赤字を記録

特集

- 中国鉄鋼業の発展動向…………… 3
 - 鉄鋼業：2003年の概況
 - 2004年の経済環境と発展動向
 - (1)2004年マクロ経済環境と需要予測
 - (2)主な鉄鋼需要産業について
 - (3)2004年の鉄鋼・鋼材の生産予測
 - (4)原料、電力、物流等の状況

最近の話題

- 小売業における外資の台頭…………… 10
 - 外資流通業の現状：東部地域、流通新業態に集中
 - 外資進出の影響に功罪二面：レベルアップと競争激化
 - 2003年の小売業調査結果：外資は大型スーパーで圧倒的な地位
 - 今後の外資中国進出の動向

2004年4月

株式会社 旭リサーチセンター
遼寧中旭智業有限公司

1. 経済動向：生産・物価に鈍化の兆しも、内需過熱感が根強い

(1～3月期の実質成長率が9.7%と報道されているが、ここでは指標が出揃っている2月までの統計をもとに報告する。)

投資・輸出は高成長続く - 消費者物価上昇率は低下

中国経済は2月も好調を維持しているが、先行き不透明感も強まっている。

固定資産投資と輸出は高い伸びが続いており、製造業の多くの業種で投資は前年比倍増となっている。一方、消費者物価上昇率は若干鈍化したが、今後も落ち着きを見せるかは不透明である。また、投資過熱によって石炭、電力、石油、物流などの逼迫感は一層高まっており、持続可能な安定成長にとっての懸念材料となっている。

主要経済指標の推移

(単位：前年比、%)

	全国		遼寧省	
	2004.1	2004.1～2	2004.1	2004.1～2
工業生産	7.2	16.6	11.1	18.6
固定資産投資	-	53.0	-	72.3
輸出入総額	17.5	35.4	21.8	16.7
輸出総額	19.8	28.7	36.0	9.7
輸入総額	15.2	42.0	11.3	24.2
海外直接投資	13.6	10.3	12.6	18.6
小売売上高	11.8	10.5	15.7	13.5
消費者物価	3.2	2.6	2.5	1.9

各指標別の動向：輸入加速で1～2月は貿易赤字を記録

(1) 固定資産投資の異常な伸び

1～2月の都市部固定資産投資は、前年同期比53%増となった。昨年の高い伸びからさらに拡大しているが、天候が例年に比べ穏やかであったこと、2月のうるう年効果、1～2月は投資絶対量が少なくブレ易いことなどの要因も影響している。

業種別には製造業の投資は前年比98.2%増、電気・ガス・水道は同60.7%増、

建設業は同 93.4% 増、卸小売業は同 92.3% 増となっている。また、エリア別には東部が同 58.6% 増、中部が同 47.3% 増、西部が同 44.3% 増である。

(2) 工業生産の増加ペースは鈍化

1～2月の工業生産はうるう年効果もあり前年比 16.6% 増となったが、2003年の増加ペース（通年で 17.0%）からは鈍化してきている。生産鈍化はここ数カ月の抑制的な金融政策の効果ともいえるが、固定資産投資や輸出の高成長とは整合せず、今後の動向は不透明といえる。

生産増加ペースの鈍化は軽工業部門で大きく、軽工業は前年比 13.8% 増（重工業は同 19.0% 増）にとどまった。

(3) 物価上昇率は低下

1～2月の物価上昇率は前年比 2.6% となり、落ち着きを取り戻しつつある。分類別にはサービス価格は同 1.4%、消費財は同 2.3% で、うち食品は 5.6%、非食品は 0.3% であった。食品価格は 2003 年 10～12 月期に急上昇したが、低下しつつある。

(4) 輸出入総額は拡大続くが、小売総額の伸びは緩やか

1～2月の輸出は前年比 28.7% 増で 10～12 月期より減速したが、輸入は同 42.0% 増と加速している。1～2月で貿易赤字は 79 億ドルに達している。ドル安基調のもとでの貿易赤字拡大は、内需が過熱気味であることの現れである。

1～2月の小売売上高総額の伸びは前年比 10.5% 増と、10～12 月期（10.3% 増）からの微増にとどまっている。

2. 特集：中国鉄鋼業の発展動向

鉄鋼業：2003年の概況

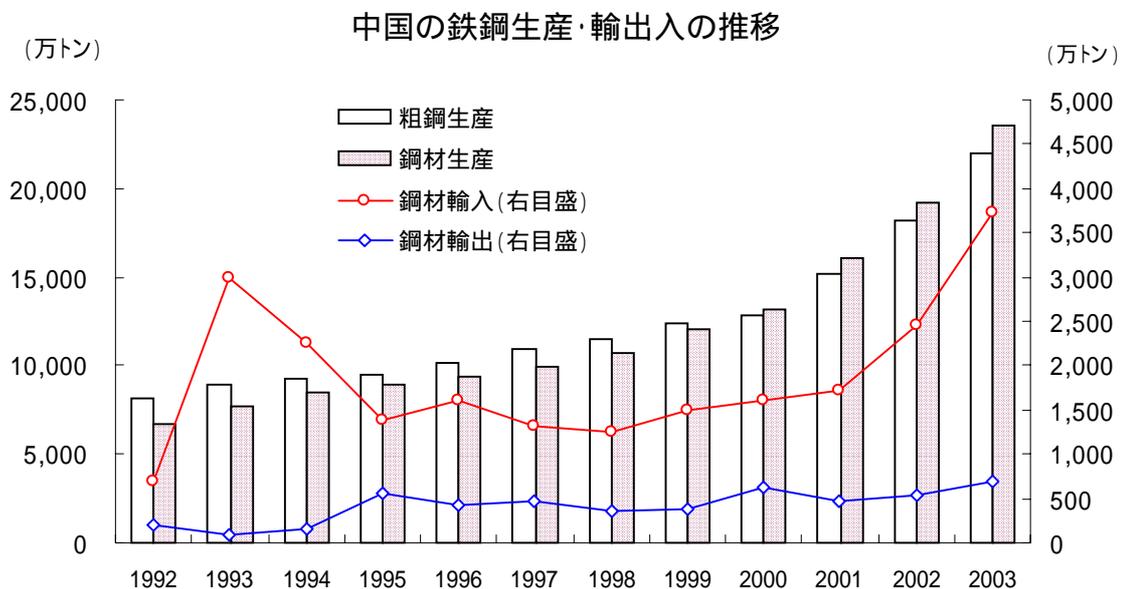
2003年は鉄鋼需要が旺盛で、生産量は大幅に拡大し、価格は上昇、収益力も高まり、企業の業況感と投資意欲は大いに盛り上がった。

(1) 生産量の大幅拡大

2003年は銑鉄、粗鋼、鋼材の生産量が大幅に拡大し、年間の粗鋼生産量が2億トンを超えた。生産量世界一は、これで8年連続となる。

(2) 品種構造の変化

厚中板、型鋼、溶接管などの生産の伸びは前年比18%以上で、線材は10,852万トンで21%増となった。連続圧延生産のうち厚中板の比率が上昇し60.7%を占めた。高付加価値製品の生産量も増加し、低合金厚板は62%、圧力容器鋼板は65%、ボイラー鋼板は48.6%、コンテナ鋼板は40%、管線鋼は65%、橋梁鋼板は26%、ステンレスは59%、鋳鉄鋼は31.5%、合金構造鋼は19.9%の伸びとなった。



(資料)中国統計年鑑ほか

(3) 鋼材輸入が引き続き増加する一方、鋼材輸出も増加

鋼材輸入は過去最高水準となり、鋼材とビレット（鋼片）の総輸入量は前年比48.0%増の4,305万トンに達した。鋼材の輸入は同51.8%増の3,717万トン、そ

のうち板鋼材が輸入鋼材の 90%を占めるが伸びは 4%にとどまった。ビレット（鋼片）の輸入は同 27.7%増の 588 万トンとなった。

鋼材輸入量 50 万トン以上の 13 カ国・地域で、鋼材輸入量の 91%を占めている。そのうち日本からの輸入は 725 万トンで、鋼材輸入総量の 19%でトップである。米国からの輸入も前年比 14.9%増の 86 万トンあり、ほかにインドからの輸入も急増している。

鋼材輸出量は前年比 27.5%増の 696 万トン、ビレット（鋼片）の輸出は同 10.0%増の 147 万トン、合計で同 24.3%増の 843 万トンとなった。輸出鋼材のうち棒鋼材の輸出量が最も多い。

(4) 鋼材需要は新しいステージに

中国経済は重化学工業化のステージに入り、消費の高度化もあいまって、鉄鋼需要は拡大している。鋼材の国内消費量は前年比 27.4%増の 2 億 7,140 万トンとなり、国内生産量が 2 億 4,119 万トン、輸入が 3,717 万トンで、輸出は 696 万トンである。需要が伸びているのは厚板で前年比 41.9%増の 3,797 万トン、小型鋼材は同 25.0%増の 6,759 万トンとなった。

政府のインフラ建設や不動産開発投資、自動車など製造業の投資急増が、需要拡大の要因である。小型鋼材、線材、薄板と厚中板の 4 種類で鋼材消費全体の 77.9%占めている。小型鋼材と線材で 10,741 万トン、43.0%を占め、厚中板と薄板で 8,731 万トン、34.9%を占めている。

(5) 鉄鋼企業の業績も良好

鉄鋼需要と生産の拡大で、企業業績指標は改善した。重点大・中規模の企業の年間生産総額は前年比 19.8%増の 3,735.6 億元となった。売上高は前年比 48.9%増の 6,617.9 億元で、過去最高水準に達した。利益は同 108.7%増の 488 億元、減価償却費は同 27.9%増の 437.5 億元となった。資産総額は同 16.1%増の 9,699 億元、負債比率は 53.2%と適正水準にある。利益の内部留保、自己資金による投資と、好循環の発展段階に入りつつある。

2004年の経済環境と発展動向

(1)2004年マクロ経済環境と需要予測

世界経済回復で鉄鋼需要増、価格は高水準で推移

国際通貨基金（IMF）の予測では2004年の世界経済成長率は4.1%で、2001年の2.4%、2002年3.0%、2003年3.2%からさらに加速する見込みである。国際鉄鋼協会によると、2003年の世界の鉄鋼生産量は前年比6.6%増の9.6億トンで過去最高水準となった。鋼材の消費量は9.1億トンである。2004年の世界の鉄鋼生産量は前年比4,000万トン増の10億トン、消費量は同4,000万トン増の9.5億トンと見込まれている。

世界経済の回復、鋼材需要の増加により、需給は逼迫している。生産コストが上昇したことも、鋼材価格を押し上げている。対米ドルでのユーロと日本円の為替高も世界的な鋼材価格上昇の一因となっている。

中国国内需要も高水準を維持

中国経済は重化学工業化、都市化、市場化の段階へと発展しており、巨大な消費市場として顕在化しつつある。2003年の中国の鉄鋼消費量は世界の1/4以上で、セメント消費量は同じく1/2である。世界の経済成長への寄与は米国に次ぎ、世界貿易全体への寄与は米国、日本に次いでいる。

固定資本投資の伸びは鈍化しようが、西気東輸（西部の天然ガスを東部に送る）、西電東送（西部の電力を東部に送る）、チベット鉄道、南水北調（南部の水を北部に送る）などの大規模プロジェクトの需要は大きい。鉄道、道路、都市鉄道や五輪、万博関連の建設も進んでおり、北京の都市鉄道だけで300億元が投資される見込みである。東北老工業基地関連の投資額は610億元に達するほか、電力や石炭、港湾の開発も進み、不動産開発投資の実需も根強い。これらは全て鉄鋼需要を拡大させる。もっとも、鉄鋼やセメント、電解アルミニウムなど投資過剰が懸念される一部の業種においては、年後半には建設中のプロジェクトの見直しや投資の抑制傾向が現れるだろう。

鉄鋼需要予測

2004年も中国の鉄鋼需要は高い水準で推移し、鉄鋼消費量は前年比3,500万トン増の3.07億トンと見込まれている。

自動車産業の高成長や軽工業の堅調な発展で、薄板の需要量は大幅な増加が見込まれる。世界から製造業が中国へ移転してきており、機械産業は高成長期にあり、厚中板などの需要は増加基調を続ける。固定資産投資の拡大で、型鋼や厚中板の需要は底堅い。

(2)主な鉄鋼需要産業について

機械産業：過去最高の高成長ステージに

2003年の機械産業全体の生産増加率は工業全体よりも高く、機械設備と電力設備の輸出額が輸出総量の過半を占めた。2004年も機械産業の成長率は20%以上と見込まれている。機械産業向けは、鋼材総消費量の16%を占めている。

自動車産業：高成長ステージに突入

2003年の自動車生産量は前年比34%増の444万台で、うち乗用車は同93%増の207万台となった。2004年の自動車生産量は500万台以上、うち乗用車で過半を占める見込みである。中国国内の自動車メーカーの競争はグローバル・メーカー間の競争であり、今後は自動車部品産業の発展も見込まれているが、今のところ、自動車・同部品向けの需要を満たすには至っていない。

軽工業：輸出を主導する産業だが

2004年の軽工業の輸出は、増値税還付率の見直しの影響が予想される。鋼材価格の上昇は、中国製輸出製品の競争力を低下させる。一方、国内需要は農村市場などで家電の一部が買換え周期にあたり、堅調な推移が予想される。

不動産：国民経済発展の中核産業

都市化の進展にしたがって、成長力は高まる。2004年も不動産開発投資は前年比25~30%の成長率を確保しよう。投機的な動きは弱まり、実需に根ざした投資が主体となる。都市部と農村部をあわせた年間住宅建設面積は、このところ13~14億㎡で、年間の鋼材消費量は700万トン以上である。

鉄道産業：鉄道建設拡大で品質・量ともに高い水準を要求

2004~2007年の鉄道建設投資は4,000億元と見込まれており、鋼材需要の質と量の両面で高い水準が求められることになる。レール、車輪、車軸、ベアリング

には高速、重積載、寒冷地仕様などが求められる。車両の自重を減少させる、大気の腐食への耐性、加工のし易さなども求められる。高速・重積載への対応は最高水準の鋼材品質が求められることになる。

造船産業：造船量は過去最高水準

2003年の造船産業は造船完工量、新規受注、受注残が過去最高水準となった。船舶総量は世界第三位で、各地の大造船所の受注量は2006年分まで確保されている。2004年は造船産業の鉄鋼使用量がピークに達し、造船鋼板は不足が見込まれている。

(3)2004年の鉄鋼・鋼材の生産予測

生産予測座談会での企業と各省の報告分析によると、2004年の銑鉄生産量は2.4億トン、粗鋼は2.6億トン、鋼材は2.7億トンで、引き続き高い伸びが見込まれている。エリア別での伸びをみると、銑鉄は河北、江蘇、山東、遼寧、四川5省で全国増加量の57%を占め、粗鋼は河北、四川、山東、天津、遼寧5省で同54%、鋼材は河北、山東、山西、天津、江蘇5省で同46%を占める。種類別には厚中板の伸びが堅調で、薄板は伸びを高める。

しかし、国内生産量は国内需要量を満足できず、鋼材不足量は2,000~4,000万トンと見込まれている。種類からみると、薄板が大幅に不足しており、2,900~3,300万トンの輸入が必要となる。厚中板も230~500万トンの輸入が必要である。型材、線材は国内生産量で需要を満たすことができる。

(4)原料、電力、物流等の状況

2003年12月の生産量をもとに計算すると、2004年の鉄鉱石の国内生産量は前年比6,000万トン増の3.2億トンと見込まれ、銑鉄生産量1,800万トン増に対応できる。海外の鉄鉱石生産増加量は4,500万トンと見込まれており、その75%を輸入できるとすると、銑鉄生産量2,000万トン増に対応できる。一方、粗鋼を2.5~2.6億トン生産するには、くず鉄が4,400~4,570万トン必要で、輸入くず鉄は1,000万トンとなる。鉄合金は国内生産だけで十分である。

石炭については、2003年の石炭国内生産量16億トンのうち半分が電力産業で

消費され、粘結炭の需給は逼迫した。2004 年も国内の石炭需給は引き続き逼迫が予想されている。電力と鉄鋼で 2004 年の石炭使用量は前年比 1 億トン増と見込まれており、政府は石炭輸出量 1,000 万トン以上、コークス輸出量 500 万トン以上の削減を計画している。鉄鋼企業は海外からの石炭輸入に注力しており、石炭価格は高水準での推移が予想されている。

2003 年の全国発電総量は前年比 15.4% 増の 18,910 億 kw で、第二次産業向けは同 16.5% 伸びた。2003 年の発電能力増は 3,000 万 kw、2004 年は 3,500 万 kw が見込まれている。2004 年の全国の総電力使用量は 11% 増、鉄鋼産業では鉄鋼生産量 2.5 億トンで計算すると 14.2% 増加することになる。2004 年も電力需給は逼迫状態が続き、特に華東と華中地域で顕著となろう。

物流面では、鉄道輸送の逼迫状態は続き、港湾での貨物の滞留等も予想される。陸上（道路）輸送面でも能力改善の進捗は遅々としている。

3. 最近の話題：小売業における外資の台頭

近年、外資流通業が中国の巨大市場に狙いを定めて、進出を加速させている。流通業の世界トップクラス 50 社はすでに中国進出を果たし、地場流通業に大きな脅威を与えている。最新調査によると、新規出店数は国有流通業のほうが外資流通業よりも多いが、売上高の伸びや店舗面積当たりの売上高は外資に及ばない。また、外資は大型の総合スーパーマーケットでは絶対的な地位を築いている。国有企業の融資問題を解決しないと、国内市場は外資に席捲されるとの指摘もある。

外資流通業の現状：東部地域、流通新業態に集中

流通分野では 1992～2003 年累計で投資金額約 30 億ドル、264 社、2,200 店超の外資流入があった。外資流通業の大部分は、新業態の流通業である。世界的に有名な多国籍小売業の多数は、すでに中国市場で確固たる地位を築いている。

最も早く中国小売市場に進出したフランスのカルフル（家乐福：Carrefour）は、16 の都市で 40 店以上のチェーンストアを開いた。2003 年からは毎年、全国で 10 店舗ずつ新規出店する予定である。2003 年の売上高は前年比 25.7% 増の 134 億元に達し、売上高は外資のトップにたった。一方、米国のウォルマート（沃尔玛：Wal Mart）は 33 店舗を展開し、2003 年の売上高は 58.5 億元に達した。また、中国から大量の商品を調達して、世界の店舗に輸出しており、輸出額は 2002 年 120 億ドル、2003 年 150 億ドルであった。

専門家によれば、流通分野での外資進出はまだ低い水準にあり、外資投資額のうち流通分野のシェアは 0.6% にすぎない。全国の小売売上高に占める外資流通業の売上高の比率も 3.5% に足りない。外資流通業は主に東部・経済発展地域と大型総合スーパーマーケットなどの流通新業態に集中している。北京の流通業は外資に対しての開放が比較的早く、ウォルマートのほか英国 B & Q（百安居）、スペイン Dia（迪亚）、フランス AUCHAN（欧尚）、日本イトーヨーカ堂など 30 社以上の外資企業が北京で店舗展開している。

外資進出の影響に功罪二面：レベルアップと競争激化

外資流通業の国内企業への影響には功罪二面ある。まず、中国に進出した外資

企業はグローバル 500 に名を連ねる優良企業であり、中国流通業のレベルアップに貢献した。一方で、外資企業の進出で国内流通業は、かつてない市場競争の波に巻き込まれた。たとえば、物美や京客隆のような実力ある国有小売企業を生み出した反面、外資企業が進出したほとんどの地域において中国地場の小売企業は撤退を余儀なくされた。中国の大・中規模の都市では 5 km² 範囲内に複数のスーパーが併存しているが、北京の外資大型スーパーマーケットの周囲 5 km² 内に他のスーパーはない。カルフルが上海に 2 店出店してから 2 年以内に、周辺の上海友誼商店、宜川購物センター、曹陽商場の国有企業 3 店は次々と閉店した。同様に 1998 年、福州にウォルマート 3 店舗、メトロ（麦德龙：Metro）1 店舗、台湾・好又多 6 店舗の開店で、東百集団は 3 年連続の減益に見舞われた。マッキンゼー（麦肯錫：McKinsey）からは数年後、中国の小売業の大部分は外資数社の独壇場になるとの予測も出ている。

2003 年の小売業調査結果：外資は大型スーパーで圧倒的な地位

最近、中華全国商業情報センターが全国のスーパー 400 社、14,000 店を調査したが、このうち外資はウォルマート、カルフル、Pricemart membership shopping（普尔斯马特）など 42 社、1,700 店が含まれている。出店スピードからみると国有企業がリードしているが、商品販売の伸びからみると外資企業が優位にたつ。店舗面積当たり売上高も、外資企業は国有企業より多い。

2003 年中国小売企業調査データ

	国有小売企業	外資小売企業
店舗数比率%	87.3	12.7
出店成長率%	32.4	21
販売額比率%	71.7	28.3
販売額成長率%	29.6	33
販売額/m ²	1.4 万元	3.9 万元

現在、中国で最も伸びている大型総合スーパーマーケットで、外資は主導的な地位を占めている。調査した 1 万店舗以上のスーパーのうち、店舗面積が 1 万 m² 以上は 75 店舗あり、そのうち外資は 47 店舗で 62.7%、売上高は 71.3% を占めている。店舗面積が 5,000 m² 以上は 299 店舗あり、そのうち外資は 157 店舗で 52.5%、

売上高は73.9%を占めている。外資企業は5,000 m²以上、1万 m²以上でも絶対的な地位を築いている。

今後の外資中国進出の動向

商務部張志剛副部長（4月16日）によると、WTO加盟時の約束に沿って中国国内の流通開放はいつそう進められる。2004年12月11日までに外資企業が流通分野に投資する際の地域、株式数などの制限を撤廃する。外資企業の戦略メニューには、国有企業のM & Aが加わる。M & Aは短期間での規模拡大を可能にするほか、国有企業に対して最もダメージを与える戦略となる。ウォルマートのメキシコ、ブラジル、アルゼンチン、ドイツ、プエルトリコ、カナダなど9ヵ国への展開、カルフルの世界30ヵ国への展開を支えた手法がM & Aであった。

2020年GDP4倍増（2000年比）の目標は、小売売上高が毎年9%以上伸びることを意味する。2003年の小売売上高総額4.6兆元から、2020年には2003年の4.3倍の20兆元に達する見込みで、小売業発展の発展余地は巨大である。

政治の安定、経済の発展が続くかぎり、多国籍小売業はますます中国への展開を加速する。世界200位以内の小売企業のうち12.5%は中国に進出済みで、12%はアジアには進出済みで中国進出の機会を窺っている。