

中国近況説明会～上海事務所in広島開催～

今年度も上海在住の蔡 徳榮嘱託を日本へ招聘し、「上海事務所in広島」を実施し、2月24日(火)～26日(木)の期間、対中取引に関する14件の個別相談会を行ないました。また、25日(水)には中国近況説明会を行ない、当日は20名の参加がありました。近況説明会の要旨を、蔡嘱託に以下にまとめてもらいましたので、ご覧下さい。



蔡 徳榮 嘱託

－2014年 中国消費動向－

昨年は経済成長が7.5%にも及ばず、中国経済の減速が見られますが、史上最多数の中国人観光客が日本の小売業界や不動産業界を活気付けていることから垣間見られるように、中国人の消費力は依然健在です。

そこで今回は最近の消費傾向について述べた上で、日本商品に対する評価やトレンドについて最近の動向を紹介いたします。

■ 消費者層の拡大:中間所得層の増加 ■

政府関係者や国営企業では、公費や福利の名の下、豪華な宴会・取引先への高級品贈答・社員への配給が当たり前で、このような消費が中国国内のハイエンド消費を支えていました。ところが、昨今の反汚職運動や儉約令の影響でこのような消費が激減し、月餅・上海蟹・白酒などの贈答品は軒並み値下がりました。

一方、約20年間の経済成長により、中間所得者層がかなり増えました。この関連で、個人消費が増加していることで、適正価格を求める傾向が見られ、メーカーとしても個人消費向け商品へのてこ入れにシフトし始めました。依然として、富裕層の消費に支えられるところが大きいものの、中間所得層の消費が拡大していることで、消費者層の裾野が確実に広がっています。

■ 消費エリアの拡大:国内から海外へ ■

前述の通り、経済的に余裕が出てきた上、中国人に対するビザ条件の緩和、人民元高の影響から、昨年11月末時点で中国の海外旅行者数は1億人を突破しており、海外消費が伸びています。米大手コンサル・バイアンドカンパニー社の「中国贅沢品年度報告」によると、昨年中国人は世界贅沢品消費総額の半分を占める約7.6兆円(3,800億元)を消費しており、実にその7割を海外で購入したようです。その中でも、日本と韓国における贅沢品消費額は61%増で最大伸び率のエリアだと報告されています。

日本政府観光局(JNTO)でも昨年1～11月までの訪日中国人は前年比80%超の伸び率が発表されたほか、

今年は昨年以上の訪日中国人数が予想されています。円安と外国人向け免税政策の影響から、昨年日本の全国百貨店では免税売り上げ高が倍増したほか、その消費力は日本の不動産売買にまで及んでいます。

■ 消費項目の変化:日本商品に対する評価やトレンド ■

昔も今も日本商品に対する総合的な評価や人気が高いことには変わりありません。一部、家電業界では、日系の業績不振と中国系の台頭で人気低迷となっていますが、食品・機械設備など依然として幅広い分野で日本に対して安心性や信頼性が高いイメージを持たれています。ただし、最近では日本商品のトレンドが変化しています。

まず、購入商品の多様化。例えば、中国人観光客に人気の日本商品と言えば、以前は、デジカメ・髭剃り・炊飯器など電気製品や高級ブランド品など人気でしたが、最近ではより幅広く細くなっています。お菓子・日用品や医薬品といった中国人向けではない商品を箱買いする中国人が増えているのも一例です。

そして、購入場所も拡大しています。これまで主な購入場所は百貨店や大手家電量販店でしたが、今は、ドラッグストアやスーパーにも拡大しています。そのほか、観光需要においてもツアーよりも個人旅行が好まれており、地方都市やその商店街での中国人観光客誘致が重要になっています。

このように今後は、中国でビジネスする企業だけではなく、日本においても中国人消費者をターゲットとしたマーケティングや販売戦略が重要となります。



例年は中国本土の状況、市況に関する話がメインですが、今回は訪日中国人(外国人)へ、どうすれば日本でより販売できるかという切り口でした。

次号：蔡嘱託が市内大手小売店の外国人消費者対応について語る

