



CHIBABANK

中国レポート

2019年1月号

◆中国の金融経済動向について

◆ショート動画アプリの動向について

千葉銀行上海駐在員事務所

○中国の金融経済動向について

2018年12月19日～21日、2019年の経済政策を協議する中央経済工作会議が開催されました。習近平国家主席は、2018年の経済運営については、「外部環境の深刻な変化に適切に対応し、マクロの目標を達成することができる」と総括しました。

2019年については、「穩中有変・変中有憂（安定成長の中で変化があり、変化の中で不安要素がある）」という現状を強調し、国際情勢が複雑化する中、国内の経済成長は下押し圧力に直面しており、リスクとチャンスが併存するとの見方を示しました。

このような環境下で、2019年の経済運営は、「穩中求進（経済運営や社会の安定を維持した上で前進する）」という総基調を堅持するとしました。

そして、3大課題（①重大リスクの防止、②貧困撲滅、③汚染の防止）を解決するために、供給側の構造的問題の改革（①過剰生産能力の解消、②不動産在庫の解消、③レバレッジの解消、④企業コストの削減、⑤有効供給の拡大）を進めていく方針です。

さらに、重点政策として下記の7項目を明らかにしました。

項目	内容
1	製造業の質の高い発展の推進
2	国内市場（内需）の拡大の推進
3	農村振興戦略の着実な推進
4	地域間の調和のとれた発展の促進
5	経済体制改革の加速
6	全方位的な対外開放の推進
7	社会保障と国民生活の改善強化

（出所：中国国務院 HP より当事務所作成）

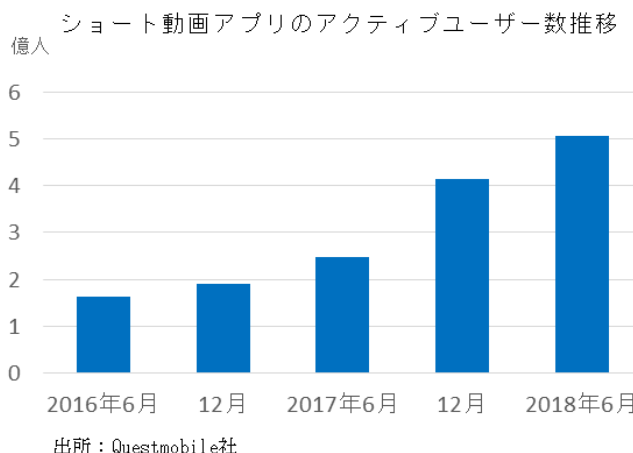
金融については、穩健な金融政策を実施し、合理的かつ充足な流動性を維持するとしました。また、財政については、積極的な財政政策をさらに強化し、「さらなる大規模な減税と行政費用削減等」を行うことを表明しました。

米中貿易摩擦などに伴い、不透明な経済情勢が続く中で、政府は景気減速への対策を強化する意識を強めているとみられます。今後の政策遂行状況に関心が高まることになるでしょう。

○ショート動画アプリの動向について

1. はじめに

中国ではスマートフォンの急速な普及に伴い、ショート動画アプリが人気を博しています。中国の市場調査会社 QuestMobile 社によれば、同アプリのアクティブユーザー数は、昨年6月末時点で5億人を突破し、前年同月比で約2.5億人増加しました。



同アプリは、中国の若者を中心に普及しているため、企業の宣伝ツールとしての利用も始まっています。

今月は、中国でのショート動画アプリの「普及の背景」や「動向」などについて、レポートいたします。

2. ショート動画アプリ普及の背景

ショート動画アプリが普及している理由は、①作成ユーザーが同アプリで動画の撮影や編集などが簡単に行えること、②作成ユーザーが好みの動画を簡単に投稿できること、③①一つの動画が短いため、閲覧ユーザーが空いた時間に気軽に動画を視聴できること、等が挙げられます。

QuestMobile 社によれば、中国のモバイルネットユーザーによるショート動画の視聴時間は、直近1年で約5倍増加しており、ニュース閲覧などを含む各種メディア視聴時間に占めるショート動画の割合も、直近1年で約4倍に増えました。

3. ショート動画アプリの動向

ショート動画アプリには複数種類がありますが、最近、ユーザーが急増しているのが、北京市が本拠の「北京字节跳动科技有限公司（英語名：Byte Dance Technology、以下、バイトダンス）」が運営している「抖音（Douyin）」です。

抖音の特徴は、動画に音楽をつける機能があることで、自分の好きな音楽にダンスなどの動きを合わせ、好みの動画を簡単に作ることができます。

【「抖音」のアプリ画面】



出所：「抖音」公式ホームページ

2016年9月に中国でリリースされた抖音は、東南アジア・北米等の地域にも進出しており、日本でも「Tik Tok」として、2017年夏にリリースされて以降、人気が高まっており、2018年のアップルAPPストアの無料アプリランキングの第1位となりました。

このように抖音を運営するバイトダンスは、積極的な世界展開も行っており、2017年11月にはアメリカのショート動画アプリ「Musical.ly」を買収しました。「2017年中国ユニコーン企業発展報告」によれば、同社は、2017年末時点で企業価値が200億米ドル（約2.2兆円）に達し、スーパーユニコーン[※]となりました。

※非上場のベンチャー企業で、企業価値が10億米ドル（約1,100億円）以上は「ユニコーン企業」100億米ドル（約1.1兆円）以上は「スーパーユニコーン企業」と呼ばれています。

このほか、同アプリは広告媒体としても注目されています。2017年9月から、企業広告のショート動画の導入をスタートさせ、中国の大手ビール会社ハルビンビールなどが同アプリを活用しています。

中国の調査会社iResearch社によれば、2018年の同アプリによる広告収入は前年比約520%増の約140億元（約2,200億円）に達していると予測され、2019年は約330億元（約5,200億円）にまで拡大することが見込まれます。

4. おわりに

現在、中国では、SNSを通じた様々な情報のやりとりが活発に行われており、口コミ情報により商品が爆発的に売れることもあり、今後、急速に普及しているショート動画アプリの広告媒体としての活用がますます広がっていくものと想定されます。

日本でも、最近、抖音が提供する「Tik Tok」の普及が拡大していますが、先行している中国で、ショート動画アプリが広告媒体としても成功すれば、日本でも同様に展開が進む可能性があるため、その動向には注目です。

千葉銀行 上海駐在員事務所では、最新トピックスや投資環境など、中国に関する情報をタイムリーに提供する体制を整えております。中国に拠点をお持ちのお客様や、中国への進出を検討されているお客様は、最寄りの取引店を通じ、お気軽にご相談下さい。

以上

※ ここに掲載されているデータや資料は、投資等の判断となる情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。投資等の最終決定は、ご自身のご判断でなされるようお願いいたします。また、弊行はかかる情報の正確性や妥当性については責任を負いません。
※ 本レポートに関するお問い合わせは、千葉銀行 市場営業部 海外支店統括グループ
(Tel:03-3270-8526、Email:kaigai_tokatsu@chibabank.co.jp) までご連絡下さい。