



CHIBABANK

# 中国レポート

2024年6月号

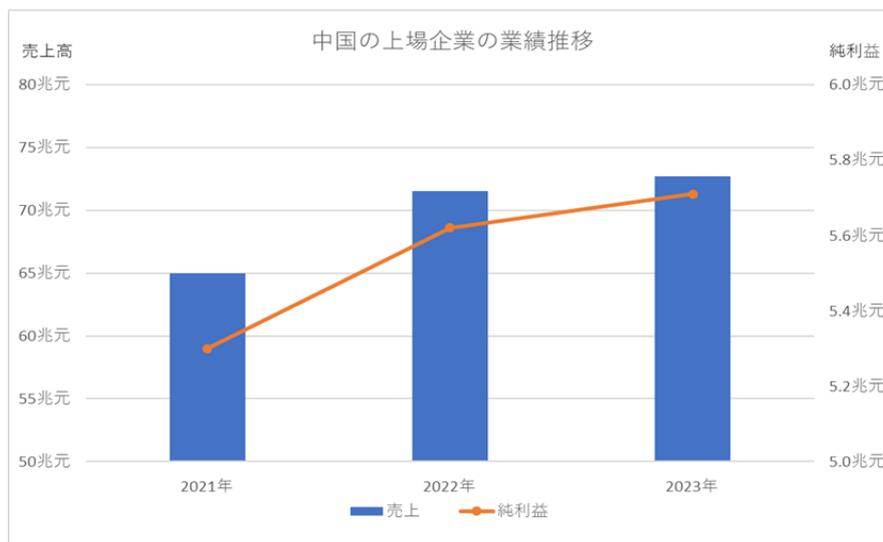
中国の2023年12月期企業決算について

中国における日系外食産業について

千葉銀行上海駐在員事務所

## ○中国の2023年12月期企業決算について

上海、深セン、北京の3証券取引所に上場する企業の2023年12月期決算がほぼ出そろいました。全体の99%以上に当たる5,327社合算の売上高は前年比0.9%増の約72兆6,900億元（約1,600兆円）に増加しました。純利益も前年比1.4%増の約5兆7,100億元（約120兆円）となりましたが、2022年の統計企業数は5,079社であったため1社あたりの純利益は減少しています。材料費や人件費等のコスト高に加え、不動産をはじめとする一部業種の不振が足を引っ張ったことが要因としてあげられます。



2023年に好調だった業種は旅行・外出関連セクターと自動車関連セクターです。中でも、自動車関連企業は大きく利益を伸ばしており、純利益は前年比48%増となりました。EV最大手の比亞迪（BYD）と車載電池最大手の寧徳時代新能源科技（CATL）はそれぞれ、前年比81%増、44%増とEV関連企業が自動車セクターをけん引しました。一方で、EVの過剰生産や価格競争による車体価格の下落を販売量で補う動きがみられており、先行きを不安視する声も聞こえてきます。

また、不動産業界は引き続き不調です。上海証券報によると、不動産86社のうち、31社は純損失を計上しており、中でも11社は純損失が10億元超（約216億円）となり、49社は減益となりました（4月末現在）。近年、中国で相次いでいる大手ディベロッパーの経営危機の影響で、住宅などの買い控えが要因となっています。

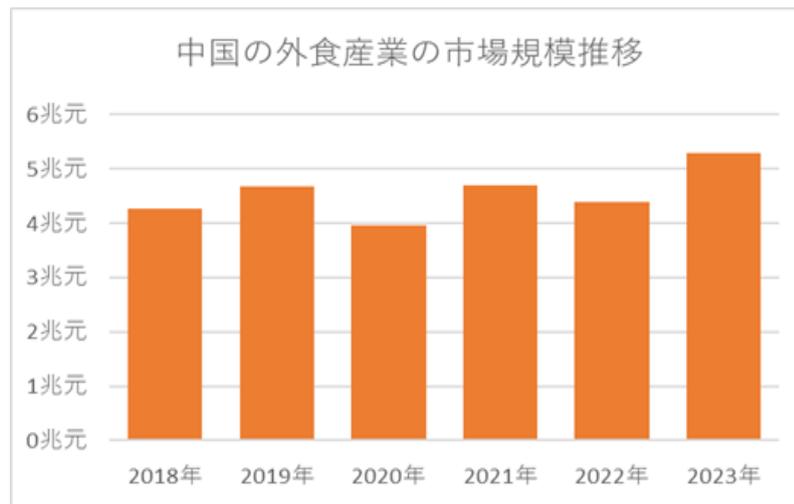
中国政府は、需要が低迷している住宅などに対しては貸出金利を引き下げるなど、2022年から対策を打ち出してきました。2024年4月には、地方政府と一緒に上海市や蘇州市、杭州市などの各都市で乗用車の買替え促進策を発表しており、自動車セクターのてこ入れを行っています。不動産の低迷や個人消費の冷え込みなど、中国国内の需要に不透明感があるなか、今後、こうした政策がどの程度景気や企業決算に影響していくのか注目されています。

※為替レートは、4月末仲値の公表値1元=21.64円換算

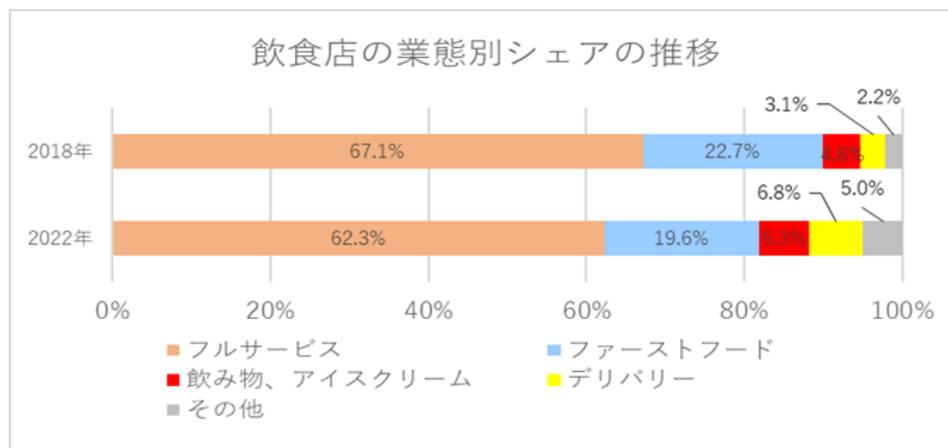
# ○中国における日系外食産業について

## 1. 中国の外食市場規模の推移

中国の外食業界は2020年のコロナ禍で大きな打撃を受け、業界全体の売上高は前年比15.4%減の3兆9,527億元（約86兆円）となり統計開始以降初めてマイナス成長に転落しましたが、足元では回復に転じています。2021年は、前年比18.6%増の4兆6,895億元（約101兆円）とプラスに転じ、2023年には統計開始以来の5兆元（約108兆円）を突破し、今後ますますの市場の成長が期待できます。



飲食店の市場シェアの大部分は、「フルサービス」<sup>1</sup>や「ファストフード」<sup>2</sup>が占めていますが、近年シェアを拡大している業態は、「飲み物・アイスクリーム」と「デリバリー」です。下表のとおり、コロナ前後の2018年と2022年を比較すると、「フルサービス」や「ファストフード」の市場シェアは低下していますが、「飲み物・アイスクリーム」は約1.3倍、「デリバリー」は約2.2倍と市場シェアを拡大しています。筆者が生活する上海ではカフェやドリンク専門店の出店数とその賑わいは目覚ましいもので、今後もこの業態のシェアは拡大していくと予想されます。今回は、その中でも中国人のライフスタイルに変革をもたらしてきたコーヒーに焦点を当てたいと思います。

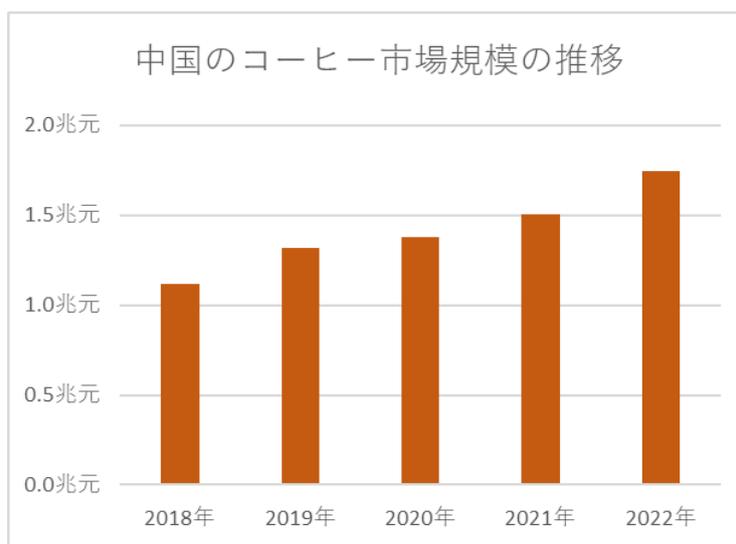


<sup>1</sup>テーブルサービスのある飲食店を指します。

<sup>2</sup>テーブルサービスのない飲食店を指します。

中国にコーヒーのイメージがある人は多くないと思います。1990年代までは、中国でコーヒーといえば「インスタントコーヒー」でした。1999年に北京市内に1号店を出店した米国のスターバックスが、中国のコーヒー市場拡大の火付け役になりました。その後も「瑞幸珈琲（ラッキンコーヒー）」や「M Stand（エムスタンド）」、「Manner Coffee（マナーコーヒー）」などの中国大手コーヒーチェーンが市場に参入しています。従来のエスプレッソやアメリカン、カフェラテといったメニューに加えて「生椰拿鉄（ココナッツミルクラテ）」や「気泡美式（コーヒーソーダ）」、「香橙美式（オレンジアメリカーノ）」といった中国独自のメニューがあるのも特徴的です。中国の高級白酒ブランドの茅台酒（マオタイ酒）とコラボ商品を販売した際には、一部店舗で約2時間待ちとなるなど大きな反響がありました。

実際、中国のコーヒー市場の規模は、2018年の約1.1兆元（約24兆円）から2022年には約1.7兆元（約36兆円）に拡大しています。一方で、中国の1人あたりのコーヒー消費量は2019年時点で7.2杯/年と米国の490杯/年や日本の360杯/年と比べて大きな差があります。この差は、茶文化の中国では都市部以外でコーヒー文化がかまだ浸透していないためですが、2022年時点では1人あたり12杯/年と3年間で約1.7倍に増えています。2023年には中国のコーヒーチェーン店数がアメリカを抜いて世界一となっており、中国市場の潜在的な成長力はまだまだ大きく、国内外のコーヒー関連企業にとってとても重要な市場であることがうかがえます。



## 2. 日系企業の進出状況

日本国内でお馴染みの飲食チェーン店も中国に多数進出しています。牛丼チェーンの「吉野家」は1992年に中国（北京）に初進出し、2024年3月時点で696店舗にまで店舗数を拡大しています（参考：国内店舗1,229店舗、海外全店舗1,001店舗）。

イタリアンチェーンの「サイゼリヤ」も2003年に上海に進出して以降、現在では456店舗まで順調に店舗数を増やしています。2024年2月には広州サイゼリヤ食品有限公司に約3,000万ドル（約45億円）を増資し、新工場を建設することを発表しています。供給スピードや品質管理水準を高め、今後3,000店舗の店舗展開を目指す計画です。

日本国内で「焼肉きんぐ」をはじめ、焼肉、ラーメン店などを展開する株式会社物語コーポレーション（愛知県）は、新しい業態で中国に挑戦しています。2022年に上海でオープンしたハンバーグ専門店「肉肉大米」は、お客さまの目の前で焼き上げる調理手法が人気を博し、すでに中国国内に11店舗を展開しています。

このほか、2021年には「大阪王将」、2023年には「くら寿司」も上海に1号店を出店しています。2024年も「丸亀製麺」などを展開する㈱トリドールホールディングスがラーメン店「ラー麺ずんどう屋（現地名称：寸屋拉麵）」を出店しており、日系飲食店の進出ラッシュが続いています。

### 3. 日系飲食業の中国進出の際のメリットと課題・対策

それでは、日系企業が中国に進出する際の主なメリットはどのようなものなのでしょうか。また、どのような課題が想定され、どのような対策を検討する必要があるのでしょうか。下記に簡単にまとめてみました。

#### 【メリット】

■日本の約11倍となる中国の人口をターゲットにできること。（日本の総人口：1億2429万人、中国：14億967万人、共に2023年12月現在）

■日本企業の商品・サービスは中国より高品質という認識が浸透しているため、日本国内と比べて現地価格を高く設定し、利益率が高められること。

例：吉野家牛丼並盛 日本：426円（税抜） 中国：25元 ≒ 541円（税抜）

くら寿司一皿 日本：115円（税込） 中国：12元～ ≒ 260円～（税込）

※中国の単価については、近隣の実店舗の価格を採用

■欧米と比較して、地理的に近距離のため相互の連携が図りやすいこと。

#### 【想定される課題・対策】

##### 1. 現地消費者の取り込み

・現地の人の味覚・嗜好を把握し、現地向けの店舗設計やメニュー開発が必要。

##### 2. 人材・食材の確保・育成

・日本と中国の店舗の橋渡しとなるマネージャー職の確保や、教育体制の整備。  
・安心・安全の食材を調達できる商流の確保。

##### 3. 行政の対応

・行政区（省・市）毎に法令が異なる他、頻繁に法令が変更されるため、複雑な法令や当局からの指導等への対応が必要。

##### 4. デジタル化の対応

・デリバリーサービスへの対応。中国では、日本のデリバリーサービスより配送料が安価で頻繁に利用される（配送費1元（≒22円）～3元（≒66円）程度）。

## 4. 中国政府による外食産業に対する政策

中国政府は外食産業に関する政策を発表しています。「安全性」や「高品質」などを求める政策がキーワードとなっており、品質向上を求める政府の姿勢が鮮明です。

### 【直近5年間の主な政策の概要】

■2019年5月 <食品安全管理の強化に関する意見>（国務院・中国共産党中央委員会）

概要：食品産業を調整・最適化し、品種を増やし、品質を向上させ、ブランドを創造するための行動要請を提案。高品質の原料生産基地と支援施設を設立し、電子商取引プラットフォームとの統合強化を指導。

■2021年3月 <中華人民共和国国家経済社会発展第十四次5カ年計画>及び<2035年ビジョン目標>（中国商務部）

概要：食品・医薬品安全に関する法律・法規・基準制度を改善提言。食品・医薬品の安全リスク監視・サンプリング・監視及び法執行を強化することを提案。

■2022年12月 <内需拡大戦略計画大綱（2022～2035年）>（国務院）

概要：健康的な食生活を提唱し、栄養価の高い農産物や食品の供給を増やし、外食産業の健全な発展を促進。

■2024年3月 <飲食業の質の高い発展促進に関する指導意見>（中国商務部）

概要

①大型チェーン店の店舗展開を奨励し、地方政府・業界団体・プラットフォーム企業による飲食消費促進活動の奨励。

②飲食業のデジタル化を進め、各都市で特徴あるブランドを育成。また、軽食の商標登録を進め、サプライチェーン間の協力を強化し、農民の収入を増加させる。

## 5. 終わりに

中国では、大手チェーン店だけでなく個人経営の飲食店舗でもデリバリーサービスとキャッシュレス決済に対応しています。特に、デリバリーサービスについては、注文後に商品が欠品となった場合にアプリを介した連絡で代替の商品を配送してくれる丁寧なサービスや、配達効率化で概ね30分以内に商品が届くという利便性は、筆者も上海にて実感しています。

日本国内では中国の景気が鈍化しているとの報道が多く出ていますが、海外の食文化の浸透やデジタル化によるサービスの向上などをきっかけに、外食市場の規模は拡大しています。実際に出店するには、規制や言語、文化等の違いによる障壁がありますが、人口の多さや日本と連携しやすい地理的な優位性を考慮すると、中国の外食産業は魅力的な市場と考えられます。

上海事務所では、今後も中国の外食市場の動向に注目してまいります。中国への進出を検討されているお客さまに対し、現地法人の手続きや物件のご紹介など幅広くご支援しておりますので、お取引店を通じて、ぜひお気軽にご相談ください。

※為替レートは、4月末仲値の公表値 1 元=21.64 円換算

以 上

※ここに掲載されているデータや資料は、情報提供のみを目的としたもので、投資勧誘等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、責任を負うものではありません。

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、e-mail : kaigai\_tokatsu@chibabank.co.jp) までお願いいたします。

#### 《 出典 》

農林水産省、国家統計局、iMedia Research、JETRO、NAA、各種新聞報道、各社HP