

要約

●中国における消費の状況

2009年から2019年までの10年間で中国の消費市場規模は約3.1倍に拡大しました。これは年率平均に換算すると約12.1%の成長率となります。更に、中国の消費市場は今後10年間で約9兆米ドル（約1,020兆円、2021年11月末現在の為替レート1米ドル=113.17円で換算）拡大すると見込まれています。

●女性が消費を牽引する分野

このように消費市場の拡大が見込まれる中国ですが、特に女性が関連する分野の成長が世界各国と比較して顕著にみられます。例えば、メイクアップ化粧品の消費市場は過去10年間で約4.0倍も拡大しました。また、欧州系投資銀行のUBS証券の調査によると、中国では消費の意思決定や支払いの際、女性が重要な役割を果たしているようです。中国では多くの女性が経済的に自立し、消費行動をしていると言えます。

●今後の注目分野

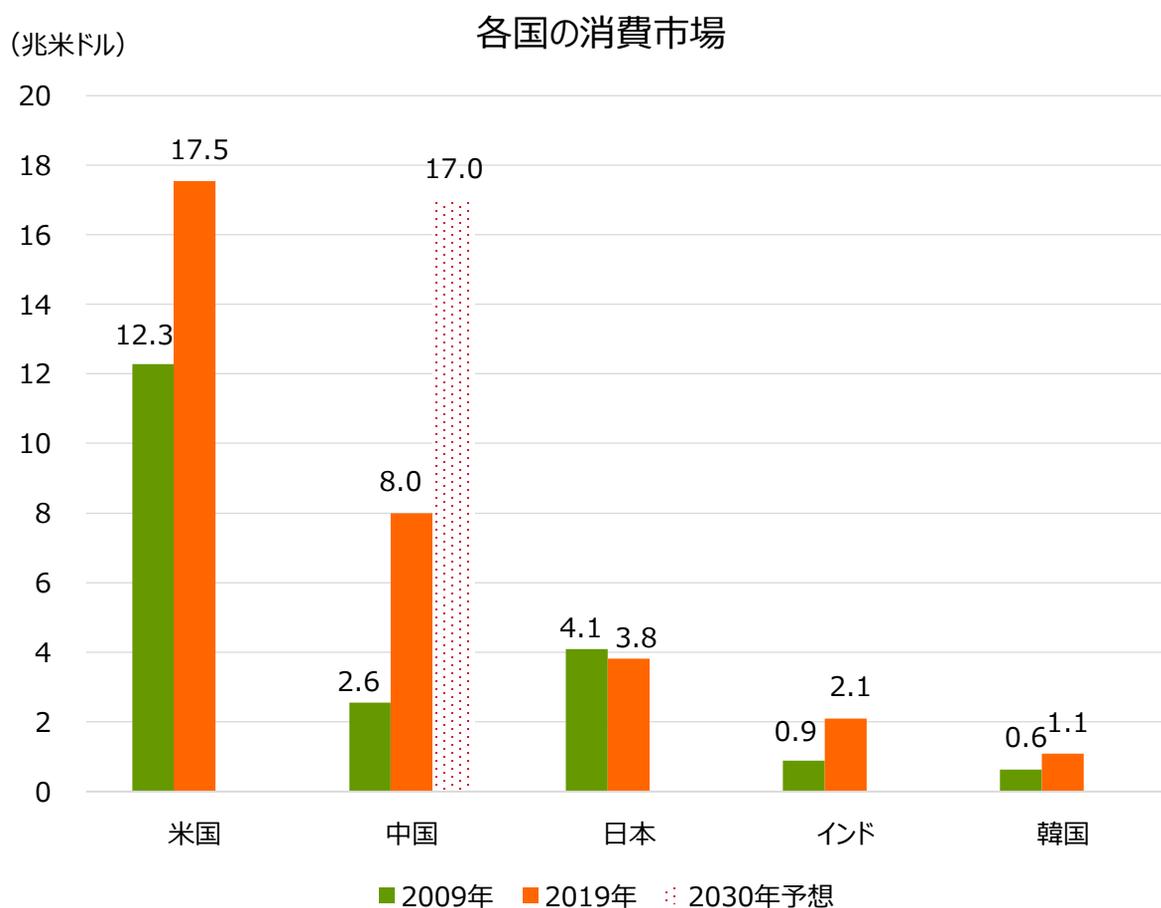
女性の社会進出・活躍に伴い、今後の注目分野としては、QOL（生活の質）向上関連が挙げられます。特に、美容・ファッション関連は女性の関心が高い分野であり、可処分所得が高まるにつれて、市場規模も堅調に伸びると見込まれています。加えて、外食、旅行、趣味、宝飾品、生活雑貨といった分野においても、中国全体の経済成長率を大きく上回る成長が期待されます。

世界各国の消費市場

中国の堅調な伸びが継続する見込み

2009年から2019年までの10年間で中国の消費市場規模は約3.1倍に拡大しました。これは年率平均に換算すると約12.1%の成長率となります。

中国の消費市場規模は2019年時点で既に日本、インド、韓国の合計を上回っています。世界最大の消費市場を有する米国との比較においても、2009年当時は米国の約21%の市場規模でしたが、2019年には約46%の水準に到達しました。更に2030年には、2019年米国消費市場の約97%の水準まで拡大することが見込まれています。



(出所) CEIC、Haver、UBS証券

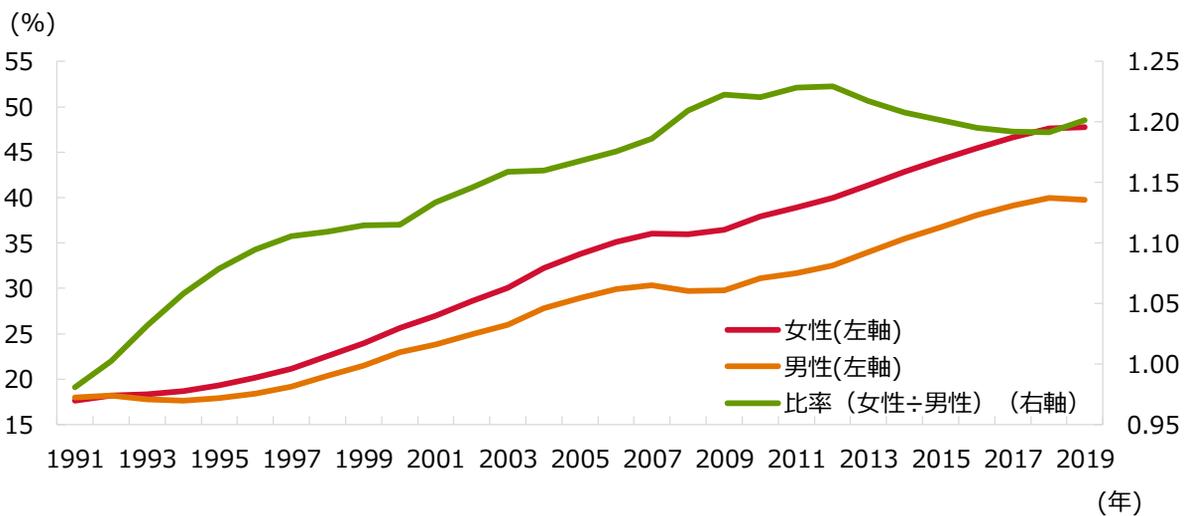
中国消費市場の牽引役

女性の教育と所得水準の変化

中国では教育を受ける女性が増えています。教育を受ける男女の比率でも、女性の割合は増加傾向にあり、2013年から2018年の間は一時頭打ちの期間となりましたが、再び増加基調に戻っています。女性の教育水準が上がれば、女性の所得水準の上昇も期待されます。

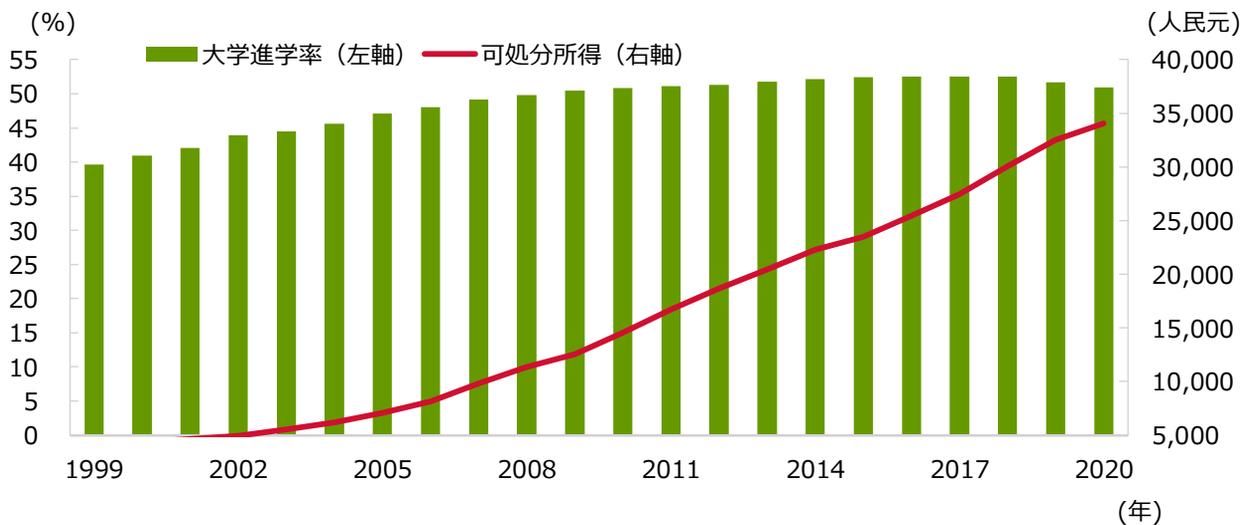
こうした傾向は一時的なものではなく、今後もトレンドとして継続すると見込まれます。

学校教育を受けている人の割合（15～24歳）（1991年～2019年（年次））



(出所) 世界銀行

中国人女性の教育と所得の水準（1999年～2020年（年次））



(出所) Euromonitor、Wind

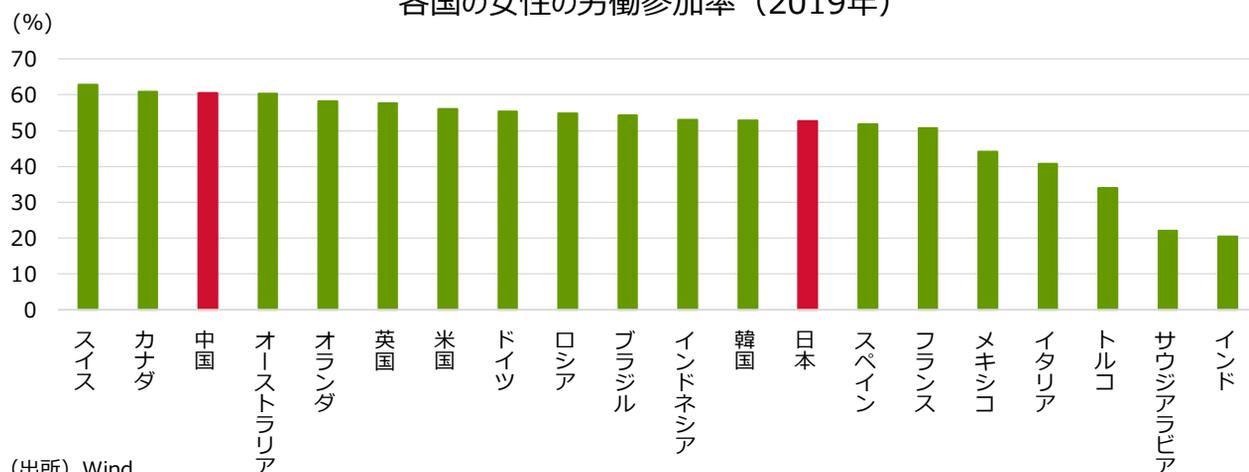
中国における女性の労働参加率

主要国のなかでも高い女性の労働参加率

中国における女性の労働参加率は約60%にのぼり、主要20カ国のなかではスイス、カナダに次ぐ第3位です。ちなみに日本の場合は、50%強の労働参加率で第13位に止まっています。

女性の労働参加は経済的自立を促し、購買力を高めると考えられます。

各国の女性の労働参加率（2019年）



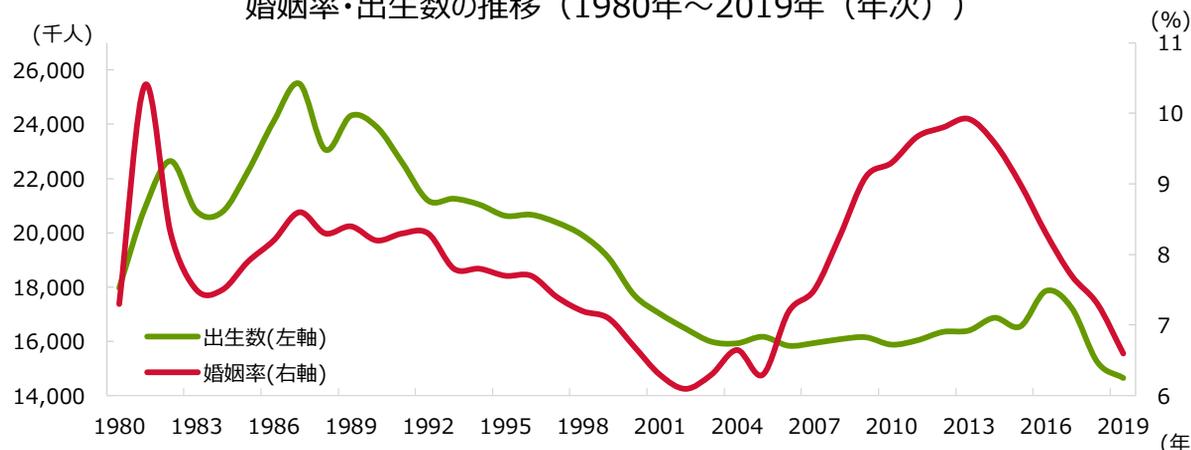
(出所) Wind

人口動態から考える女性の消費行動

中国における婚姻率・出生数の低下

中国における最近のトレンドとして、婚姻率と出生数の低下が挙げられます。女性の所得水準が上昇するなかでの出生率の低下は、子どもではなく自らのために使える所得の増加を意味しており、女性の消費が今後ますます拡大することが見込まれます。

婚姻率・出生数の推移（1980年～2019年（年次））

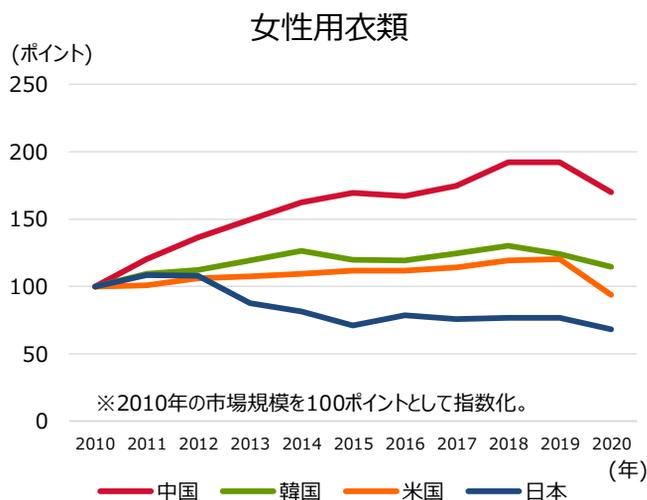
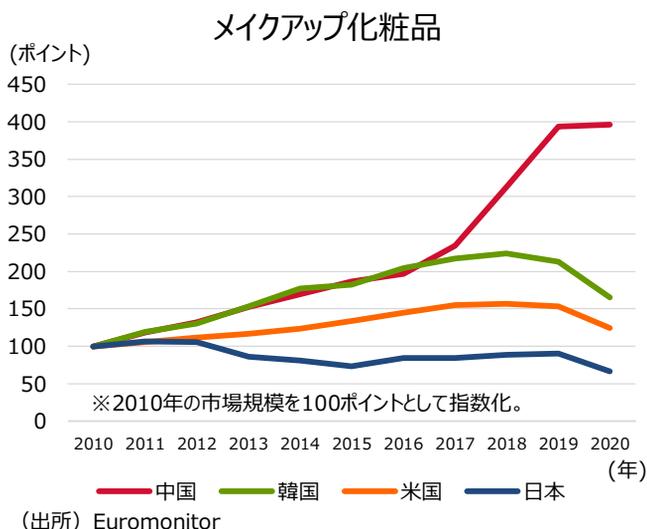


(出所) Wind

注目すべき消費市場

中国の女性は何を買っている？

中国の女性が積極的に支出している分野は、美容やファッションなどです。過去10年間の主要4カ国におけるメイクアップ化粧品市場および女性用衣類市場の伸びを比較すると、中国の拡大が注目されます。



消費の意思決定のキーパーソン

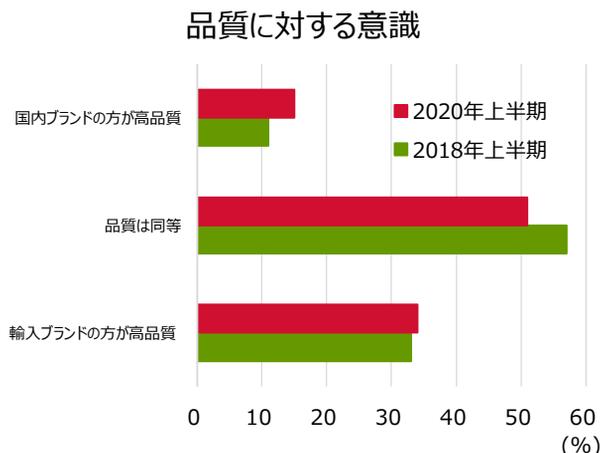
中国では女性の判断・意思がカギを握る

UBS証券の調査によると、家庭内で消費の意思決定を行う際、女性が重要な役割を果たしています。また、結婚後も働き続ける女性が増えています。これにより女性自らの資産が増え、より自由な支出が可能となっているようです。

更に、こうした女性は品質に対する意識が極めて高いという結果も示されており、輸入品より国産品の方が品質が高いと考える人の割合も徐々に増えています。



(出所) UBS証券

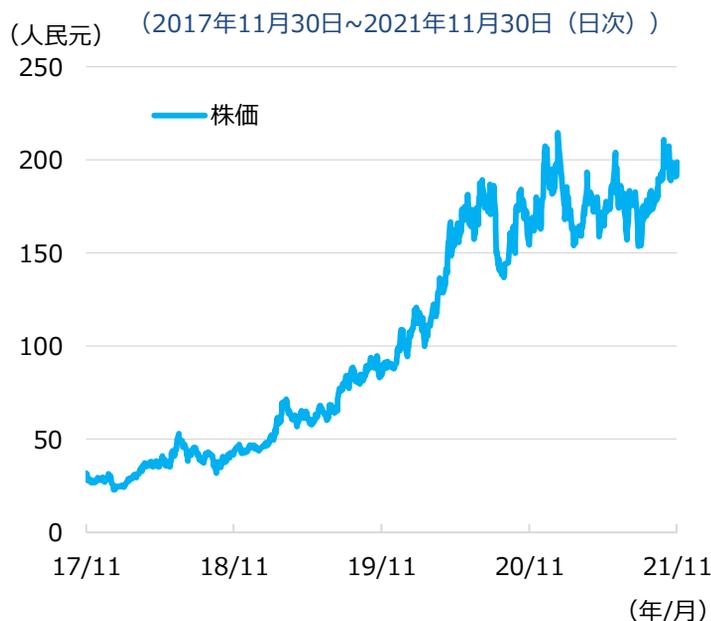


【企業例】

Proya Cosmetics（上海市場）

- 中国の大手化粧品メーカー。
- eコマースのチャンネルも積極的に活用し、スキンケア、メイクアップ、フェイシャルマスク、パーソナルケアなどの製品で強力なブランド力を構築している。
- 中国の歴史や伝統文化を取り入れた「国潮」と呼ばれるトレンドがZ世代を中心に人気となる中、同社のような国内メーカーの化粧品は若い女性から強い支持を得ている。
- 同社は今後、海外にも積極的に事業拡大を行う方針。

<株価の推移>



立訊精密工業（深セン市場）

- 広東省東莞市を拠点とする電子部品メーカー。
- アップル社のiPhoneやApple Watchの受託生産を手掛けており、中国国内でのハイエンドスマートフォンの需要拡大の恩恵が期待される。
- 創業者である王来春氏は深センの出稼ぎ生活を経て、電子機器受託生産（EMS）で世界最大のフォックスコン（台湾の鴻海精密工業（ホンハイ）の中核子会社）で頭角を現し、その後独立し、2004年に同社を設立した。

<株価の推移>



(出所) Bloombergのデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

この資料の巻末ページに重要な注意事項を記載しております。必ずご確認ください。

上記は当資料作成基準日現在のものであり、将来の成果および市場環境の変動等を示唆あるいは保証するものではありません。将来予告なく変更される場合があります。



- 当資料は、情報提供を目的として、三井住友DSアセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。
- 当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。
- 当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。
- 当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績および将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。
- 当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。
- 当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。
- 当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。

作成基準日：2021年11月30日