

今日のキーワード 拡大する中国の「eコマース」市場(中国)

「eコマース」(電子商取引)市場は、企業間取引、企業と消費者間の取引に大別されます。2014年の中国の「eコマース」市場は、約13.4兆元(約266兆円)で、うち、約10兆元(約75%)が企業間取引、約2.8兆元(約21%)が企業と消費者間の取引でした。2015年には「eコマース」市場の規模は約18兆元(約357兆円)に拡大する見込みで、特に企業と消費者間の取引の加速が見込まれています。

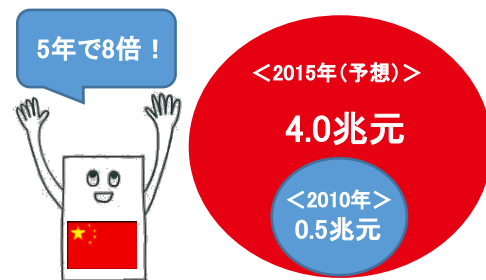
ポイント1 拡大する市場規模、2015年は日本のGDPの約7割へ 「eコマース」による小売売上高は、4月まで4割増

- 中国のシンクタンクである中国電子商取引研究センターは、中国の「eコマース」の市場規模が2015年は前年比+34%拡大し、18兆元(約357兆円)規模となると予測しています。そのうち、企業と消費者間の取引は約4兆元(約80兆円)が見込まれ、「eコマース」市場の急速な発展が期待されています。
- 国家統計局によると、「eコマース」による小売売上高は、今年の4月までの年初来累計で0.9兆元となり、前年同期比+40.3%増と公表されました。小売売上高全体に占める割合は、2010年の約3%から2014年には約11%に拡大しました。「eコマース」の拡大は、スマホやインターネットの普及拡大に後押しされています。

ポイント2 拡大の背景は、利便性向上 配送網整備などの投資も拡大へ

- 「eコマース」は、中国のような広大な国では、消費者の利便性の向上に大きく寄与しています。特に農村部では、商品の選択肢が広がり、農作物の出荷などでは、時間短縮や売上増などのメリットがあることが「eコマース」拡大の背景となっています。
- 「eコマース」拡大による物流の変化は、配送網の整備などの企業の投資を促し、関連業界を含めた雇用拡大などの経済効果が期待されています。

中国の「eコマース」による小売売上高



(注)2015年は、中国電子商取引研究センターの予想。
(出所)中国電子商取引研究センターのデータを基に三井住友アセットマネジメント作成

今後の展開 「インターネットプラス」など政策との融合による促進へ

■政府は「インターネットプラス」推進を方針に

政府は、インターネットなどの情報技術(IT)を製造業などの既存産業と融合して産業革新を進める「インターネットプラス」推進を、今年の活動方針に掲げました。IT産業の育成・発展は、「新常态」の実現に向けた主要な政策の柱の一つとなっています。

■「自由貿易試験区」などでの貿易促進策とも融合

また政府は、自由貿易試験区での「eコマース」を通じた貿易には、関税手続きを簡素化するなどの推進策を講じています。現代版シルクロードの構築を目指す「一帯一路」政策でも、関係国との貿易を「eコマース」によって促進することが期待され、「eコマース」市場のさらなる発展が期待されます。

ここも
チェック! 2015年05月11日 「自由貿易試験区」が4カ所に拡大(中国)
2015年04月24日 「一帯一路」は構想から実現へ(中国)

■当資料は、情報提供を目的として、三井住友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及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。