

『ぱんだより』

※パンダからのお便りという意味で「ぱんだより」と名付けました。
 スパークスのアジア地域における情報発信レポート

第64号(2010年10月15日)国慶節 連休から中国を見る



ゴールデンウィーク 国慶節

1949年10月1日、当時の毛沢東主席が「中華人民共和国」の誕生を天安門広場で発表し、この後毎年10月1日が中国の国慶節(建国記念日)と決められました。

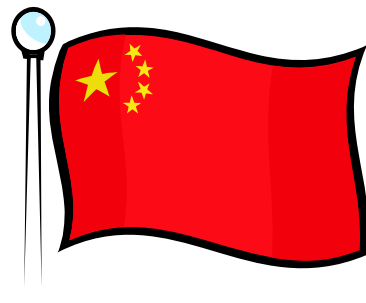
1999年から、中国国務院が法定の休日を見直し、春節(旧正月)、5月1日(労働節)、10月1日(国慶節)を7連休にすると決めました。(祝日3日と前後の2つの土日を合わせ)年間3回のゴールデンウィークを設けることで、観光産業を刺激し、内需を拡大する狙いがあると考えられます。

観光業の好調ぶり

近年、所得の増加とともに、旅行は一般国民の日常生活の中で欠かせない娯楽となってきました。ゴールデンウィーク中、先進国のビザ取得のハードルが緩和され、海外旅行を選択する中国人が増えてきているものの、国内旅行は最も多くの国民の選択肢です。

中国の現地新聞社によると2010年10月1日から7日までの国慶節の7日間の間、北京市には延べ930万人の旅行客が訪れました。故宮等の人気スポットの来場者数が前年同期比の約2倍を達成しました。また、万博が開催している上海市では、同期間で全国から801万人が訪れ、前年比約38%増となりました。

また、北京、上海等の人気観光地以外の大都市からやや離れている町も人気が出ています。自動車普及率の増加が一つの背景となっているほか、近年国内観光業の発達により、旅行のインフラが整備されていることも大きな要因となります。国慶節の7日間、一部の小さな町のホテルでは、予約率が100%に達したほどの盛況ぶりとなっています。



上海で最も有名な観光地「豫園」



出所:スパークス・アセット・マネジメント撮影



本資料は、スパークス・アセット・マネジメントが情報提供のみを目的として作成したものであり、金融商品取引法に基づく開示書類ではありません。また特定の有価証券の取引を勧誘する目的で提供されるものではありません。スパークス・アセット・マネジメントとその関連会社は、本資料に含まれた数値、情報、意見、その他の記述の正確性、完全性、妥当性等を保証するものではなく、当該数値、情報、意見、その他の記述を使用した、またはこれらに依拠したことに基づく損害、損失または結果についてもなんら補償するものではありません。ここに記載された内容は、資料作成時点のものであり、今後予告することなしに変更されることもあります。また、過去の実績に関する数値等は、将来の結果をお約束するものではありません。この資料の著作権はスパークス・アセット・マネジメントに属し、その目的を問わず書面による承諾を得ることなく引用または複製することを禁じます。



『ぱんだより』

スパークスのアジア地域における情報発信レポート



家電量販店も好調

国慶節の恩恵を受けているのは観光産業だけではありません。中国の小売、特に家電量販店も大変好調です。某家電量販店の10月1～5日の各店舗の売上が前年同期比で約70%の増加となりました。

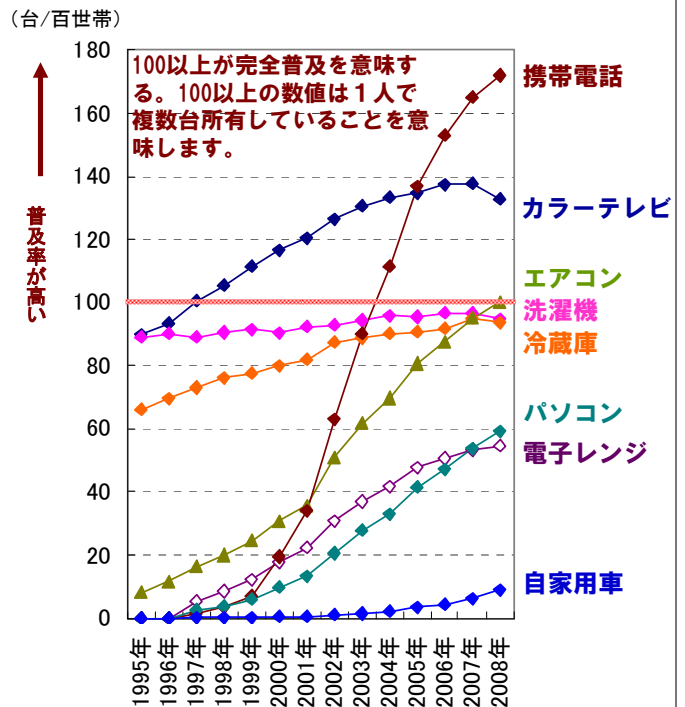
近年、右のグラフのように内需拡大や「家電下郷」プロジェクト*の推進により、中国の家電製品の保有率が急激に上昇してきました。携帯電話やカラーテレビに追隨して、エアコン、洗濯機、冷蔵庫などが、2008年までに1世帯1台保有する状況になっています。

カラーテレビの平均保有台数が2007年から2008年にかけて、やや下がっていましたが、その要因はテレビの液晶化によるものと考えられます。ほぼすべての世帯において、カラーテレビを保有できるような購買力を持つようになった中国市場では、「量」から「質」へのシフトが起きている。

最近、日本と同様にテレビの3D化も加速しているようです。某中国国内テレビメーカーが国慶節の7日間で、約3万台以上の3Dテレビが売れたことを発表し、9月月間の販売台数をわずかに7日間で上回ったようです。しかも50～63インチの大型3Dテレビの売行きが好調のようです。さらに、一部の都市では、在庫切れが相次ぎ、買いたくても買えない消費者が増えてきているとのこと。このように、家電製品の普及率が上昇するだけではなく、最先端の高品質な製品が売れるようになっていることは、中国の内需がいかに好調であるかを物語っているといえるでしょう。

(編集後記) 先月まで4回にわたって、「ぱんだより」を通じて、上海万博をレポートしてきました。ご愛読有難うございました。

中国における耐久消費財の平均保有台数（世帯100世帯当たり）



出所：中国統計年鑑（2009年）

「家電下郷」プロジェクト*：

中国政府が推し進めている農村での家電製品の普及政策です。冷蔵庫や洗濯機、テレビなど指定された商品を農民が購入した場合に代金の一部を政府が補助するプロジェクトのことです。

(告られタイ)



本資料は、スパークス・アセット・マネジメントが情報提供のみを目的として作成したものであり、金融商品取引法に基づく開示書類ではありません。また特定の有価証券の取引を勧誘する目的で提供されるものではありません。スパークス・アセット・マネジメントとその関連会社は、本資料に含まれた数値、情報、意見、その他の記述の正確性、完全性、妥当性等を保証するものではなく、当該数値、情報、意見、その他の記述を使用した、またはこれらに依拠したことに基づく損害、損失または結果についてもなんら補償するものではありません。ここに記載された内容は、資料作成時点のものであり、今後予告することなしに変更されることもあります。また、過去の実績に関する数値等は、将来の結果をお約束するものではありません。この資料の著作権はスパークス・アセット・マネジメントに属し、その目的を問わず書面による承諾を得ることなく引用または複製することを禁じます。