

中国で拡大する外食産業

～ 2012 年には現在の日本の市場規模を上回る公算 ～

2007年 3月30日 (金)

B R I C s 経済研究所 代表 門倉 貴史

E-mail: postbrics@yahoo.co.jp

～ 要 旨 ～

中国の外食産業の売上高は2000年以降、年平均 + 18.2%という驚異的なスピードで成長しており、2005年は前年比17.7%増の8886.8億元となった。外食需要が個人消費全体に占めるシェアも急上昇しており、90年の5.1%から2005年には13.2%へと高まった。

外食需要の急拡大には、人々の生活水準の向上や余暇時間の増加が影響しているとみられる。中国人はもともと「食」に対するこだわりが強く、所得が増えると食生活がそれに対応して多様化・高度化する傾向が強いといわれる。また、90年代末からの大型連休制度の導入などにより国民の余暇時間が増えていることも、国民の外食需要を刺激している。実際、上海や広州、深センなどの大都市沿岸部などでは、祝祭日に高級レストランやカジュアルレストランを利用する家族が急増している。

総人口や1人あたり所得の動向を踏まえて外食市場の将来予測を行うと、2010年には1兆6080億元、そして2012年には1兆9556億元と現在の日本(2003年で1兆7876.3億元)を上回る市場規模となる。さらに2015年には2兆6043億元、2020年には3兆6856億元まで到達しよう。

外食市場の年平均成長率は、2005～2010年が+13.6%、2010～2015年が+10.4%、2015～2020年が+7.6%となる。市場規模の拡大に伴い成長スピードは徐々に鈍化してくるが、それでも2015年までは2ケタを超える高成長が続く見込みだ。

外食需要の急成長が続くなか、中国国内で事業展開する外食産業の業績は好調に推移している。外資系企業の進出も加速しており、たとえば2003年の外食産業の直接投資申請件数は、前年比28.6%増の2207件を記録した。外食産業の中国進出には、これらの企業に食材や香辛料などを提供する食品メーカーの輸出・直接投資を拡大させる効果もある。

2004年末に流通外資に対する出店規制が緩和されたため、外資系企業の中国への進出は今後さらに増加するとみられる。すでに、ファーストフード大手の米ケンタッキーフライドチキンが1000店舗、米マクドナルド社が700店舗、中国に進出しているほか、日本の外食産業も国内市場が伸び悩みなかで、中国市場に活路を見出そうとしている。

ファースト・フードや洋食店、焼肉店、ラーメン店など欧米や日本の外食チェーン店各社が中国に進出し、外食産業のすそ野が広がっていること、中国に進出した外資系企業各社が中国人の食生活や嗜好にあった商品を開発・提供していることが、新たな外食需要を喚起している側面もある。

(急拡大する外食市場)

最近の中国の個人消費の増加を牽引しているのが旺盛な外食需要である。

中国商務省の統計によると、外食産業の売上高は 2000 年以降、年平均 + 18.2% という驚異的なスピードで成長しており、2005 年は前年比 17.7% 増の 8886.8 億元となった(図表)。外食需要が個人消費全体に占めるシェアも急上昇しており、90 年の 5.1% から 2005 年には 13.2% へと高まった(日本は 2003 年で 11.2%)。

こうした外食需要の急拡大には、人々の生活水準の向上や余暇時間の増加が影響しているとみられる。中国人はもともと「食」に対するこだわりが強く、所得が増えると食生活がそれに対応して多様化・高度化する傾向が強いといわれる。

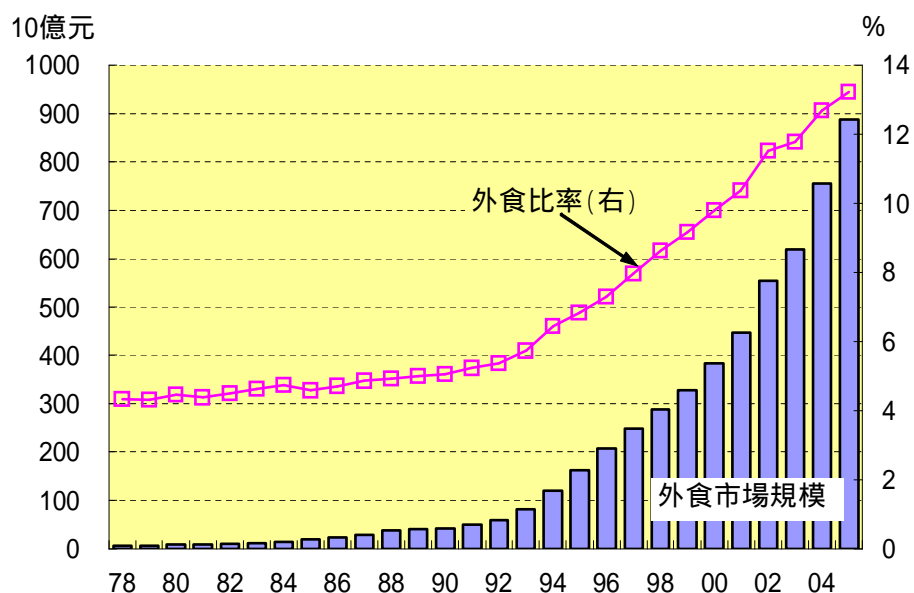
また、90 年代末からの大型連休制度の導入などにより国民の余暇時間が増えていることも、国民の外食需要を刺激している。実際、上海や広州、深センなどの大都市沿岸部などでは、祝祭日に高級レストランやカジュアルレストランを利用する家族が急増しているという。生活レベルの向上や余暇時間の増大は中長期的なトレンドとして持続するとみられることから、それらの要因を反映して外食需要も好調に推移することが予想される。

では、中国の外食市場は先行きどの程度まで拡大するのだろうか。

総人口や 1 人あたり所得の動向を踏まえて外食市場の将来予測を行うと、2010 年には 1 兆 6080 億元、そして 2012 年には 1 兆 9556 億元と現在の日本(2003 年で 1 兆 7876.3 億元)を上回る市場規模となる。さらに 2015 年には 2 兆 6043 億元、2020 年には 3 兆 6856 億元まで到達しよう。

外食市場の年平均成長率は、2005 ~ 2010 年が + 13.6%、2010 ~ 2015 年が + 10.4%、2015 ~ 2020 年が + 7.6% となる。市場規模の拡大に伴い成長スピードは徐々に鈍化してくるが、それでも 2015 年までは 2 ケタを超える高成長が続く見込みだ。

図表 中国の外食産業売上高



(出所) 中国商務省資料より作成

外食需要の急成長が続くなか、中国国内で事業展開する外食産業の業績は好調に推移している。外資系企業の進出も加速しており、たとえば 2003 年の外食産業の直接投資申請件数は、前年比 28.6% 増の 2207 件を記録した。外食産業の中国進出には、これらの企業に食材や香辛料などを提供する食品メーカーの輸出・直接投資を拡大させる効果もある。

(規制緩和で外資の参入が拡大)

2004 年末に流通外資に対する出店規制が緩和されたため、外資系企業の中国への進出は今後さらに増加するとみられる。すでに、ファーストフード大手の米ケンタッキーフライドチキンが 1000 店舗、米マクドナルド社が 700 店舗、中国に進出しているほか、日本の外食産業も国内市場が伸び悩むなかで、中国市場に活路を見出そうとしている。

ファースト・フードや洋食店、焼肉店、ラーメン店など欧米や日本の外食チェーン店各社が中国に進出し、外食産業のすそ野が広がっていること、中国に進出した外資系企業各社が中国人の食生活や嗜好にあった商品を開発・提供していることが、新たな外食需要を喚起している側面もある。

小売の分野では、家電製品や自動車などを中心に業者間の価格競争が激化しているが、外食産業はまだ本格的な価格競争に直面しておらず、これが新たに中国進出を図る外資系企業にとって大きな魅力のひとつとなっている。実際、流通業の売上高利益率をみると、小売業では水準が低く、また最近では低下傾向が顕著となっているが、外食産業については水準が高い上に上昇傾向で推移していることが分かる。