

## 中国：規制緩和で本格化する外食産業の F C 展開

2007年 5 月 7 日 ( 月 )

B R I C s 経済研究所 代表 門倉 貴史

E-mail: postbrics@yahoo.co.jp

### ～ 要 旨 ～

中国では経済発展の著しい沿岸都市部を中心に個人消費が拡大している。2006年の小売売上高は前年比 + 13.7% 増を記録した。

中国の個人消費市場は、2005年の段階で日本の46.5%程度にとどまるが、このままのペースで成長が続けば、2012年には中国の消費市場が日本のそれを上回る公算が大きい。沿岸部と内陸部の所得格差の問題が早期に解消すれば、消費の裾野が広がり、消費市場の拡大テンポは一段と加速するだろう。

中国の消費マーケットの拡大を受けて、欧米諸国や日本など国内市場がすでに成熟、もしくは飽和状態になっている先進国の小売業が中国への進出を加速しつつある。すでに、米ウォルマート・ストアーズ、仏カルフル、独メトロ、英テスコなどが中国市場への進出を果たしており、今後も外資の中国市場への進出が加速するとみられる。

最近では、小売セクターのなかでも外資系外食産業の中国への進出が著しい。外資系企業はフランチャイズチェーン展開などによって業務の効率化を図っており、これまでの財務環境はきわめて良好だ。たとえば、2005年の売上高利益率をみると、中国国内の外食産業が36.3%にとどまるのに対して、外資系企業では53.2%にも達する。

外資系の小売業が中国進出を加速している背景には、同国における消費マーケットが拡大していることのほか、規制緩和が進んでいることもある。

中国は、2001年末に W T O ( 世界貿易機関 ) への加盟を実現して以来、様々な産業分野で規制緩和を進めてきた。小売市場については、2004年12月に自由化が実施され、外資の出資や出店地域、出店数の規制緩和が行われた。2005年 2 月には、商務省によってフランチャイズ ( F C ) の経営管理規則「商業特許経営管理弁法」が施行され、F C による外資の中国進出も容易になった。同法では、外資系企業は、開店 1 年以上、直営店 2 店舗以上を所有していれば、F C 展開をすることができる。

中国国務院は、今回新たに「商業特許経営管理条例」を制定し、2007年 5 月 1 日から施行された。新条例では、無許可営業などに対する罰則規定を定めており、F C の健全化が進むとみられる。消費マーケット拡大と規制緩和の相乗効果によって、外資系外食産業の F C 展開は本格化しつつある。

### (2012年に日本の消費市場と中国の消費市場が逆転)

中国では経済発展の著しい沿岸都市部を中心に個人消費が拡大している。2006年の小売売上高は前年比 + 13.7% 増を記録した。

中国の個人消費市場は、2005年の段階で日本の46.5%程度にとどまるが、このままのペースで成長が続けば、2012年には中国の消費市場が日本のそれを上回る公算が大きい(図表1)。沿岸部と内陸部の所得格差の問題が早期に解消すれば、消費の裾野が広がり、消費市場の拡大テンポは一段と加速するだろう。

中国の消費マーケットの拡大を受けて、欧米諸国や日本など国内市場がすでに成熟、もしくは飽和状態になっている先進国の小売業が中国への進出を加速しつつある。すでに、米ウォルマート・ストアーズ、仏カルフル、独メトロ、英テスコなどが中国市場への進出を果たしており、今後も外資の中国市場への進出が加速するとみられる。

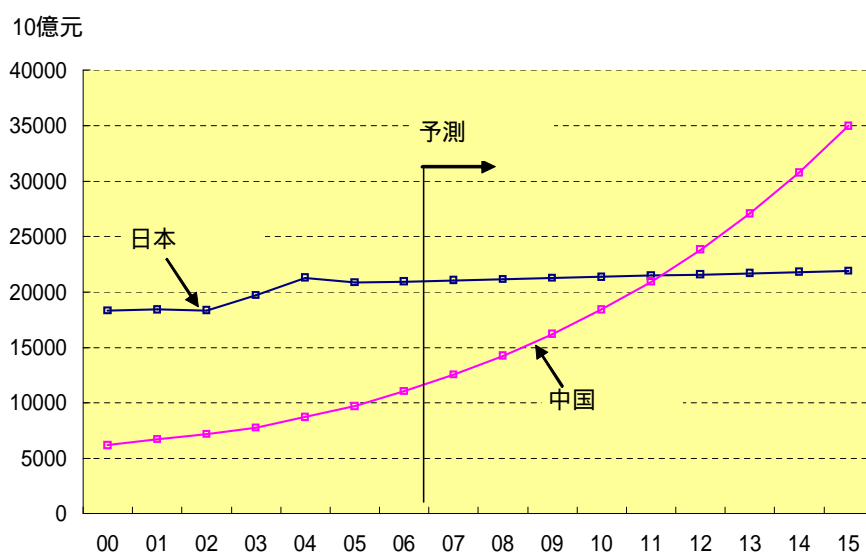
最近では、小売セクターのなかでも外資系外食産業の中国への進出が著しい。外資系企業はフランチャイズチェーン展開などによって業務の効率化を図っており、これまでの財務環境はきわめて良好だ。たとえば、2005年の売上高利益率をみると、中国国内の外食産業が36.3%にとどまるのに対して、外資系企業では53.2%にも達する(図表2)。

外資系の小売業が中国進出を加速している背景には、同国における消費マーケットが拡大していることのほか、規制緩和が進んでいることもある。

中国は、2001年末にWTO(世界貿易機関)への加盟を実現して以来、様々な産業分野で規制緩和を進めてきた。

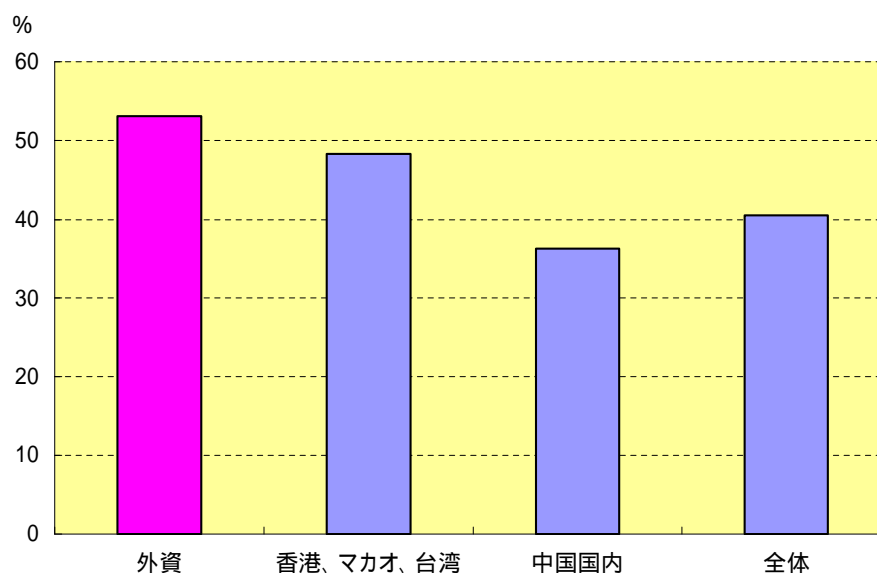
小売市場については、2004年12月に自由化が実施され、外資の出資や出店地域、出店数の規制緩和が行われた。

図表1 中国と日本の個人消費市場



(出所) 中国国家统计局、内閣府資料より作成。2007年以降はB R I C s 経済研究所の予測。

図表2 中国の外食産業の売上高利益率(2005年)



(出所) 中国国家统计局

**(5月に制定された新条例)**

2005年2月には、商務省によってフランチャイズ(F C)の経営管理規則「商業特許経営管理弁法」が施行され、F Cによる外資の中国進出も容易になった。同法では、外資系企業は、開店1年以上、直営店2店舗以上を所有していれば、F C展開をすることができる。

中国国務院は、今回新たに「商業特許経営管理条例」を制定し、2007年5月1日から施行された。新条例では、無許可営業などに対する罰則規定を定めており、F Cの健全化が進むとみられる。

消費マーケット拡大と規制緩和の相乗効果によって、外資系外食産業のF C展開は本格化しつつある。たとえば、中国国内でチェーン展開をする外資系外食産業の店舗数は、2004年の1976店から2005年には2452店へと増加した。雇用者数は2004年の11.8万人から2005年には14.2万人へと拡大している。

外資系外食産業の具体的な店舗展開の動向をみると、たとえば米マクドナルドは、これまで中国でのF C展開に消極的であったが、業務効率を高めることを目的として、2007年内にF C 4店をオープンする予定だ。米マクドナルドは1990年に深センに直営1号店をオープンした。現在、中国全土で789の店舗を持つが、F C店は天津市の1店舗だけであった。

また、米ケンタッキーフライドチキンも、現状では中国全土1700店のうちF C店は37店にとどまるが、今後はF C展開を積極化していく方針だ。

日本を含めた他の外資系外食産業もこうした流れに追随してくるとみられる。日本では、大手コンビニエンスストアのセブンイレブンジャパンの中国子会社である「セブンイレブン北京」が、2006年2月に中国商務部からフランチャイズ経営資格の認可を取得した。2006年7月には、中国にフランチャイズ加盟部を設立している。セブンイレブン北京は、今後積極的なフランチャイズ展開によって中国市場での業容拡大を狙っている。