

contents
ジェトロ山口
釜山派遣レポート
YMFGアジアニュース

発行 (一財) 山口県国際総合センター

日本貿易振興機構(ジェトロ) 山口貿易情報センター

内容についてご意見、ご質問があれば、下記までお問い合わせ下さい。

(一財) 山口県国際総合センター

山口県下関市豊前田町3-3-1

TEL083(231)5778 FAX083(231)5787

メッセ海外通信
INTERNATIONAL NEWS
KAIKYO MESSE SHIMONOSEKI

(一財) 山口県国際総合センター・日本貿易振興機構(ジェトロ)山口貿易情報センター

MESSE

中国におけるアウトドア市場について

気温も少しずつ高くなり、いよいよ夏を感じられる時期となって参りました。夏といえば人気のレジャーとして海水浴などを思い浮かべがちですが、涼しい山や森の中で行われるキャンプも人気のレジャーの一つとなっています。特に最近では、「アウトドアブーム」と言われるほど、休日のキャンプ場は多くの人でにぎわっています。

皆さんは中国でも日本と同じようにアウトドアブームが訪れていることをご存知でしょうか。中国ではコロナ禍の隔離政策から解放された人々が、そのストレスを開放するように自然に繰り出し、キャンプや釣りなどのアウトドア活動を楽しんでいます。今回は近年盛り上がりを見せる中国のアウトドア市場についてお話ししたいと思います。

■中国におけるアウトドア需要の高まり

コロナ禍に「密を避けられる」としてキャンプを中心にアウトドアブームが訪れましたが、海外でも同様のブームが巻き起こっています。特に、中国においては、感染拡大を防ぐために政府が「ゼロコロナ政策」を実施したことにより、都市封鎖（ロックダウン）が実施されるなど国民の移動が激しく制限されたこともあり、近場で楽しむことができ、かつコロナウイルスへの感染リスクも少ないアウトドア活動の人氣が高まりました。

中国大手リサーチ会社の艾媒金榜(iiMedia)¹によると「キャンプは単なる旅行の代わりでも、コロナ禍における期間限定のブームでもなく、人々のアウトドアニーズを満たす新たなレジャーとなっている」と紹介されており、中国においてアウトドアブームは一過性のものではなく今後も継続して需要の見込める市場であることが示唆されています。

また、同社によると中国のキャンプ市場は、2025年に2483.2億元（約5.2兆円、以下、すべて1元＝約21円として計算）まで上昇し、同年には関連市場を含めると1兆4402.8億元（約20兆円）の市場規模になると予想されています。株式会社矢野経済研究所の発表したプレスリ

艾媒咨询2023年中国露营经济市场运行监测报告¹：
<https://www.iimedia.cn/c400/95478.html>

リース（アウトドア用品・施設・レンタル市場に関する調査を実施（2023年））²によると、2025年度の日本国内のアウトドア市場が5,168億6000万円になると予測されており、この数字からも中国におけるアウトドア市場は日本の同市場と比較して桁違いに大きいものであることが分かるかと思えます。

■政府も後押しするアウトドア市場

前段でもご紹介したように、コロナをきっかけに人氣に火が付き、今後の安定した成長が見込める中国のアウトドア市場ですが、中国政府はこの機会を逃すまいと同市場の拡大を目標に掲げています。

中国の国家体育総局など8部門は2022年に「アウトドアスポーツ産業発展規画（2022～2025年）」（以下、規画）を発表し、2025年までにアウトドアスポーツの施設・参加者を増加させ、産業規模を3兆元（約60兆円）超にする目標を打ち出しています（ジェトロ ビジネス短信³より）。ここでいうアウトドアスポーツとは登山、ハイキング、サイクリング、スキーな

株式会社矢野経済研究所 アウトドア用品・施設・レンタル市場に関する調査を実施（2023年）²：

https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3385

どを指しますが、これらの参加者が増えている一方で、関連施設や商品の供給不足などの問題に直面していることが規画内にて指摘されています。

上記のように政府が目標として掲げていることから、中国におけるアウトドア市場は拡大を続けるものと予想されますが、商品の供給不足が指摘されていることから、中国国内の企業だけでなく、海外企業にとっても中国のアウトドア市場はビジネスチャンスのある市場であるということが出来ます。

ジェットロとしてもこのトレンドを逃さないために中国国内のアウトドア関連展示会にジャパンブースを設置するなどして、日本国内アウトドアブランドの中国市場での販路開拓支援を行っています。次節では、実際にジェットロが出展支援を行った展示会について、具体例を挙げてご紹介いたします。

■杭州アウトドア展でのジャパンブース設置

ジェットロの取り組みの一例として2024年3月22日～24日にて開催された「CLE2024中国（杭州）アウトドア・キャンプ生活展⁴」（以下、杭州アウトドア展）についてご紹介いたします。

杭州アウトドア展は中国国内最大規模のアウトドア特化型展示会で、2024年度は300以上の中国内外の出展者が集まり、5万5000人もの来場者数を記録しています。ジェットロ上海ではキャンプ用品や釣り具など分野を中心に日本企

業18社を取りまとめ、ジャパンブースを設置いたしました。山口県からも下関市の株式会社紅石が参加され、国産デニム生地を使用して作られたデニムテントを中心にキャンプ関連商品を出品されました。デニム生地のテントはキャンプブームの中国でも珍しいようで、株式会社紅石のブースを多くの方が訪れ、商品をご覧になっていました。今回のジェットロの出展支援についてはジェットロ ビジネス短信⁵でもご紹介しておりますので、ぜひご覧ください。

また、今回の杭州アウトドア展では、釣り具関連商品の出展支援を行いました。これはジェットロ上海において初の試みであり、中国国内で釣り市場の需要が高まりつつあることが背景にあります。あまりイメージが湧かないかもしれませんが、これまでご紹介したキャンプと同様に、釣りも中国で非常に人気なレジャーの一つとなっています。

■中国の釣り市場について

ジェットロでは「中国釣り市場レポート⁶」を公開しており、こちらでは中国の釣り人口やメインの年齢層などの基本情報から中国で釣れる魚、人気の釣りスポットまでご紹介しています。ここではレポートの内容の一部ご紹介し、中国の釣り市場のイメージをお伝えできればと思います。

中国で釣りは紀元前より存在していますが、中国での釣りは食のための手段の一つでしか

ジェットロ ビジネス短信³ 「中国、2025年までにアウトドアスポーツの産業規模を3兆元に」:

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2022/11/60c80809213bd4b2.html>

CLE2024中国（杭州）アウトドア・キャンプ生活展⁴:

<http://www.campinglife.cc/>

ジェットロ ビジネス短信⁵ 「杭州アウトドア展ジャパンブースで釣り具を展示」:

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2024/04/b0ee2088e9899e13.html>

中国釣り市場レポート⁶:

https://www.jetro.go.jp/ext_images/jetro/overseas/cn_shanghai/report/202402_fishing.pdf

く、レジャーとして注目されるようになったのは最近のことです。レジャーとしての釣りの歴史は浅いとは言え、中国における釣り人口は1億人を超過しており、26歳～44歳が全体の約半分を占めていることから、比較的若い世代に人気のレジャーになっているといえます。中国の若年層が釣りを始める理由として多いのが「魚を釣ることが楽しいから」ではなく「SNS映えするから」というのが多いようで、これに伴い釣りのスタイルも「エサ釣り」よりも「ルアー釣り」が中心となっています。

また、中国では海釣りよりも淡水釣りのほうが人気で、この理由としては中国では普段食することが多いのは淡水魚であることや、海釣りに比べて淡水釣りは手軽にできることなどが挙げられます。実際に中国では全体の約8割が淡水釣りをを行うなど、日本のように釣り＝海釣りのようなイメージとは異なった実態となっています。

釣具については日本製のものが多く使用されており、中国に輸入される釣り竿・ルアー・リールなどは約半分が日本製であり、デザイン性や機能性の面で高い評価を得ています。一方で、模造品も多く出回っているのが現状で、それに対する有効な対策を打てていない実態もあります。釣具は比較的模倣しやすい商品であることから、事前に商標登録をしておく・販売計画（ブランディング化）を綿密に立てるなどの対策が必要になります。

■～番外編～コロナ禍で急成長！中国におけるペット市場

ここまで、中国ではコロナをきっかけにアウトドア市場が成長してきているお話をいたしました。アウトドア市場と似たようなきっかけで急成長を遂げているのがペット市場です。

ジェトロ 地域分析レポート⁷によるとコロ

ナ禍で急成長した中国のペット産業市場規模は2023年で2,500億元（約5兆2,500億円）といわれており、直近5年間のCAGR⁸は13.1%を超えています。また、飼育者の属性としては「女性」「若者」「中～高収入」が挙げられ、都市部では至る所で散歩中の犬を見かけるようです。ペット市場の拡大に伴い、中国ではペット関連商品の展示会も多く開かれており、ジェットロも先述したアウトドア分野と同様にジャパングラスを設置し、日本企業の出展支援を行っております。（ご参考：ジェットロ ビジネス短信⁹）

中国において、これまでペットとは「護衛（番犬）」というイメージが根強く残っていましたが、近年はペットに求める役割が「護衛」から「癒し」へと変化しており、ニーズの性質は日本と似たようなものになってきています。近年、拡大を続ける中国のペット市場ですが、その理由としてはコロナによる巣ごもり需要に加えて、深刻な少子高齢化社会が挙げられます。

中国では1979年以降本格的に一人っ子政策を実施し、人口の抑制を行ったことで人口の増加が急激に抑えられたと同時に、少子高齢化も加速していきました。2021年の出生率は1062万人になるなど、1949年の建国以来最少を記録しています（日本経済新聞¹⁰より）。少子高齢化により寂しさを埋めるためにペットを購入する

ジェトロ 地域分析レポート⁷「消費低迷下で沸騰する中国ペットビジネス」：

<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2024/58b29ecb7f5eedc4.html>

GAGR⁸:年平均成長率

ジェトロ ビジネス短信⁹「ジェトロ、2024 ペットフェアアジア北京展に出展」：

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2024/03/31319b3c8e265420.html>

日本経済新聞¹⁰「中国の一人っ子政策とは 緩和後も少子化は止まらず」：

<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGM126M60S2A710C2000000/>

人々が増え、そこにコロナによる巣ごもり需要が後押しする形で中国ではペット市場が急拡大していきました。

中国のペット市場は近年急成長したこともあり、シニア期のペット向けの商品などの細かいニーズに対応した商品は比較的少ないと考えられます。一方で日本のペット関連商品はペットフードを見てみても、ヤング期～シニア期という年齢別に商品が用意されているだけでなく、小型犬～大型犬といった犬種に応じた商品も販売されており、幅広いニーズに応えることができているのが特徴です。現地の様々なニーズをとらえることができれば日本企業にも十分ビジネスチャンスはあると言えるかと思います。

(ご参考：ジェトロ 地域分析レポート¹¹)

■まとめ

今回は近年急拡大している中国におけるアウトドア市場についてお話いたしました。

日本と同様に中国でもアウトドアブームが訪れています。アウトドア市場が成長し、成熟し

ていく中で、現地製品としては高価格でも、高い品質を誇る日本製品の優位性が出てくる可能性も高いのではないのでしょうか。中国国内には安価な製品が多く出回っていますが、そういった現地ブランドと競争するのではなく、高品質製品を求めているアウトドア熟練層や高所得層向けの販売戦略を検討することが大事になります。

現在、日本から中国への入国時には依然としてビザ取得が必要である一方、集中隔離は不要となり渡航が容易となりつつあることから、日本企業の販路開拓の機会がより一層増えていくと予想されます。このような流れに加え、コロナ後の世界で人々のニーズも大きく変化し、そこに新たなビジネスチャンスが生まれます。そういったチャンスを見逃さないためには、いかに普段から情報に対してのアンテナをたてているかで大きな差がつくかと思います。ジェトロではビジネス短信をはじめ、地域分析レポートなどでも多くの海外現地情報を発信しておりますので、ぜひこれらを情報収集手段の一つとしてご活用いただければと思います。

(TEL:083-231-5022)

(まとめ：ジェトロ山口 黒木)

ジェトロ 地域分析レポート¹¹「消費低迷下で沸騰する中国ペットビジネス」：
<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2024/58b29ecb7f5eedc4.html>

釜山派遣レポート

下関市総合政策部国際課
(釜山広域市派遣職員)

松村 康代

～日本の水産物を韓国へ～

アンニョンハセヨ！

在釜山日本国総領事館の主催で、日本産の水産物に焦点を当てた日本食の魅力発信レセプションが、2024年2月から3月にかけて3回にわたり開催されました。このレセプションでは、水産物輸入業者や日本食レストラン、政治・行政、文化人、マスコミ関係者などが参席する中、マグロの解体ショーをはじめ、ホタテ、ブリ、マダイ、ウニ、イクラなどの日本産の水産物の試食が行われました。このレセプションで使用された活魚は、下関港から活魚車で運ばれ提供されたとのこと。日本産のホタテの貝焼きや、寿司、刺身を口にしながら「おいしい」という言葉が参加者から何度も聞こえました。

韓国で水産物はどのくらい身近な存在でしょうか。韓国農村経済研究院が発表した「食品需給表」による韓国の魚介類食品供給量（2020年時点）は、一日一人あたり151gと、日本の127gよりも多いとのこと。海苔などの海藻類の消費量はさらに顕著になります。海藻類の消費量は2000年の282千トンから、2020年には1,406千トンまで増え、現在も消費量は増加する傾向を見せています。このように、韓国において水産物は口にする機会が多いということがわかります。

日本から韓国へ輸出される水産物について、財務省の貿易統計によると、2023年はホタテ貝、鯛、ブリが多く輸出され、ホタテ貝は、韓国への輸出額ではアルコール飲料に続き二位となっています。

また、鯛は日本から海外へ輸出される全体の約7割を韓国が占めています。

釜山には韓国最大級の水産市場であるチャガルチ市場があります。チャガルチ市場へ行くと、ホタテ貝や鯛をよく見かけます。産地を聞くと日本産という答えが返ってきたり、日本産という表示がありました。

日本産の水産物は、韓国国内でも、様々な方法で購入し食べることができます。事業者以外の人でもチャガルチ市場で購入することが可能で、市場で購入した水産物を、市場内の食堂で食べることもできます。また、オンラインショッピングでも購入が可能で、日本食のレストランでも食べることができます。

日本食レストランといえば、ラーメン、うどん、たこ焼きや、韓国人の口に合わせてアレンジした

日本風の料理など多様ですが、寿司や刺身といった水産物を扱う日本食レストランも多くあります。実際に日本食を提供している店に行ってみると、日本産の真鯛の刺身が出てきました。鯛は韓国でも人気のある魚のようです。

今後も、韓国で日本の水産物を口にする機会が拡大していくことを期待しています。



在釜山日本国総領事館主催の日本食の魅力発信レセプション

YMFGアジアニュース

山口銀行青島支店
河野 竜 治

中国における半調理品市場について

1. はじめに

日本では、日常的に目にする冷凍炒飯やチルド惣菜などの半調理品は、以前の中国では日本ほど浸透していませんでした。しかし近年、ライフスタイルの変化により、中国でも個人向けや飲食事業者向けに半調理品市場が拡大しています。今回は、中国でも日常になりつつある半調理品市場についてご紹介します。

2. 中国の半調理品市場について

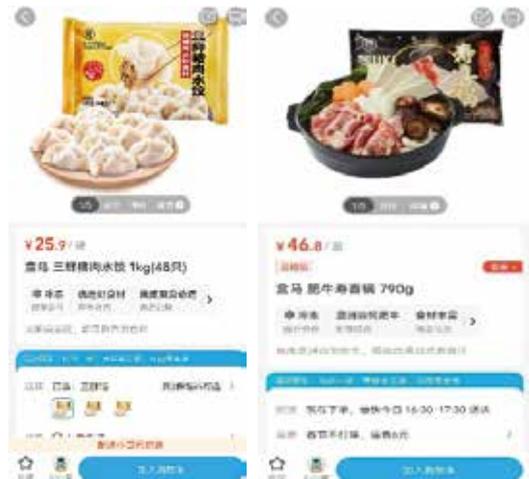
2022年の中国における半調理品の市場規模は4,196億元（約8兆8,116億円）となっており、2026年には1兆元（約21兆円）に到達することが予想されています。市場拡大の背景には、コロナ禍における生活様式の変化や、単身世帯の増加などが影響していると考えられます。また、フードデリバリーの発展により、短時間且つ低コストで商品提供可能な半調理品を使用する飲食店も増加しています。現在、中国における半調理品の普及率は10%～15%とされている一方で、アメリカや日本における普及率は60%以上に達しており、市場には拡大の余地があるとされています。

3. 山東省の状況

中国における半調理品の関連企業は約6万4,000社あり、省別で見ると、山東省が8,654社で最多となっています。山東省政府は、半調理品の産業チェーン拡大による農業の更なる発展のため、2025年までに山東省における半調理品関連の企業数を1万社超とし、産業チェーン全体の生産額を1兆元超とする目標を示しています。

4. 商品構成

中国の生鮮スーパー大手「盒馬」のアプリを用いて、半調理品を検索してみました。餃子などの定番商品に加えて、北京ダックやお節セットなど、中国らしい品揃えとなっています。その他に、ピザなどの西洋料理や、すき焼き、唐揚げ、レトルト牛丼などの日本料理も確認できましたが、大半が中華料理でした。私自身、唐揚げやレトルトカレーなどの日本料理を購入した経験がありますが、その味や種類には、改善の余地があると感じています。



出典：盒馬アプリ画面

5. おわりに

中国の半調理品市場は発展途上にあるなか、日系企業の有する生産技術や商品開発力などは先行しているものと考えられます。また商品構成からも、日本料理については拡大の余地があるものと考えられるため、そこにビジネスチャンスがあるのではないのでしょうか。

【参考文献】

- ・ 人民網日本語版：<https://j.people.com.cn/n3/2023/0907/c94476-20068780.html>
<https://j.people.com.cn/n3/2022/0928/c94476-10153070.html>
- ・ JETRO：<https://www.jetro.go.jp/biznews/2023/07/c57121d5ad23a161.html>

山口銀行香港駐在員事務所
山根元博

域外からの人材や投資の誘致について

1. はじめに

香港政府は昨年新たな人口予測を発表しました。それによると、2046年には人口が819万人（2021年比+78万人）に達し、65歳以上の高齢者の割合は36.0%（同+15.5%）に上昇するとしています。香港は日本と同様に平均寿命が長く、少子高齢化が進んでいますが、人口は増加傾向を維持すると予測しています。今回は人口増加にも繋がる域外からの人材や投資の誘致についてご紹介いたします。

2. 域外人材の受け入れ

香港は人材不足をカバーするため中国本土からの人口流入もありますが、それだけではなくアジアの中でも優れた立地を活かし、その他の国・地域からも積極的に人材を受け入れています。香港政府が昨年受理した各種域外人材の申請が2023年11月までに20万件を超え、12万件以上を認可しました。昨年香港に到着したのは14.8万人余りとなり、人口構成や労働力にプラスに作用しています。

3. 投資移民制度

香港政府は昨年12月、新たな投資移民制度「新資本投資者入境計画」を発表しました。申請条件の最低投資額は1件3,000万香港ドル（約5.7億円）で、政府は年間4,000件、総額1,200億香港ドル（約2.3兆円）規模の投資を誘致できると見込んでおり、新制度による経済効果が期待されています。過去にも2003年から2015年まで投資移民制度を実施していたことから、今年から受け入れが開始されれば約9年ぶりの再開となります。

4. おわりに

香港は域外からの人材や投資だけでなく、観光客の誘致にも積極的に取り組んでいます。昨年は「ハロー香港」キャンペーンで香港行き無料航空券50万枚の配布やナイトタイムエコノミー（夜間の経済活動）の活性化を目的としたプロジェクト「Night Vibes Hong Kong」の一環として、香港を訪れる観光客を対象に1枚100香港ドル（約1,900円）の無料食事券100万枚を配布しました。今年に入ってから、過去最大規模の年越しカウントダウン花火や5年ぶりに春節（旧正月、今年は2月10日）恒例パレードを開催し、多くの観光客で賑わいました。



年越しカウントダウン花火会場の様子（筆者撮影）



ナイトマーケットの様子（筆者撮影）

【参考文献】

- 香港政府統計處
香港統計月間 2023年10月 2022年至2046年香港人口推算
https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/FA100061/att/B72310FA2023XXXXB0100.pdf
- 香港統計月間 2024年1月 出生率、死亡率、生育率及出生時平均預期壽命
https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/B1010002/att/B10100022024MM01B0100.pdf
- 統計與你 https://www.censtatd.gov.hk/tc/page_235.html
- 日本貿易振興機構（JETRO）
人材不足解消に向け、域外労働者を最大2万人受け入れ <https://www.jetro.go.jp/biznews/2023/06/23ddd69761f2cb25.html>
- The Daily NNA 香港&華南版
域外人材の誘致スキーム、12万件以上を認可（2023年12月21日）
投資移民再開で年2兆円誘致（2023年12月21日）
香港社会に向け発信と感謝を（2024年1月8日）