中国を身近に感じていただける生の情報をお届けします

中国・大連通信

2025 7

（北九州市大連事務所活動報告）

最近、中国の街中やネット上で見られる『以旧換新』(いきゅうかんしん)』という広告。
中国政府が昨年から今年にかけて打ち出した耐久消費財の買い換え促進策です。
今回は、この消費刺激策の概要とともに、中国経済の現状についてレポートします。

ポイント

- 中国経済の構造的課題のひとつが、その経済規模に比べて、消費市場が小さすぎること
- 中国といえども、14億人の個人消費をコントロールするのは簡単ではない
- それを克服しようとする『以旧換新』は中国国内の消費マインドを再び上向けることはできるか？中国で頑張っている市内企業への影響は？

Topic 01 中国経済の構造的な課題は何か？　答えは、小さすぎる消費市場

【表1】GDPに占める家計消費の国際比較
（出所）中国国家統計局(2022年)、内閣府(2024年)」、」米国経済分析局(2024年)

	中国	日本	米国
家計消費／GDP	37.8%	52.7%	68.3%

中国の家計消費はGDPの40%弱。
一方、日本は半分強、米国は7割弱が家計消費。

コロナ禍前の中国人観光客の「爆買」のイメージなどからくる旺盛な個人消費のイメージとは異なり、中国経済の課題は、その経済規模に比べ消費市場が小さすぎること。

これが原因で、政府による特定分野への補助金の集中投下⇒民間による過剰な投資の集中による過当競争、供給過多を吸収できず、安価な商品の大量輸出⇒他国との経済摩擦を生んでいる。

他国並みに家計消費を押し上げることができれば、国内消費の増大によりGDPは拡大し、不動産不況や米国トランプ政権による関税政策による輸出下振れリスクの高まりを相殺することも可能。

しかし、約14億人の個人消費を国がコントロールするのは、中国政府といえども簡単ではないのも事実。

Topic 02 新たな消費喚起策「以旧換新」の概要

①対象商品　冷蔵庫、洗濯機、テレビ、エアコン、パソコン、温水器、家庭用コンロ、レンジフード、2025年以降は食洗器、炊飯器、電子レンジ、スマホ等まで対象拡大
② 基本補助率　15%、エネルギー効率等により＋5%(最大20%)
補助上限は1品目あたり最大2000元（約4万円）
③実施方法　地方政府が実施。即時値引き、デジタル消費券
④補助金財源・事業総額　国による超長期特別国債を原資にした3千億元（約6兆円）

大連市内の家電量販店などに掲げられる「以旧換新」の屋外広告

Topic 03 「以旧換新」への評価と市内企業への影響

この消費刺激策の効果により、例えば、今年5月の家電の売上高は前年比約50%増加。その一方で、人々の節約志向は根強く、自動車は1.1%増にとどまるなど、品目ごとに明暗が分かれ、消費全体の本格回復には至っていない。

また、買い替え補助自体が将来需要の先食いであること、3,000億元と予算規模が 中国の家計消費の１%にも満たない金額であることなどを考えると、短期中長期とも消費押上げ効果は限定的と言わざるを得ない。

中国に進出している市内企業にヒアリングしても、ＥＶ市場の成長鈍化や高級日用品の買い控えに対応すべく、新たな市場開拓を模索しているなどの声が聞かれた。

今回は、最近の中国経済の状況などを中心に整理したが、今後は、中国で頑張っている北九州の人や企業にもスポットを当てつつ、本稿を読んでくださる皆さんに、今の中国をもっと身近に感じていただける話題を提供していきたい。

本稿の担当＝北九州市大連事務所　山口 (suozhang@kitakyusyu-dl.com)
本稿に対するご感想、中国に関するお問合せなど何かありましたらぜひご連絡ください。