

国内外経済の動向

現地で見えた中国経済（2026）

【ポイント】

- 今年 1 月に深圳（シンセン）と上海に出張し、ヒアリングを行った。両市とも先進的で清潔、かつ樹木が多い街並みであり、人々は親切だった。
- 医療機器メーカーによる病院のデジタル化・AI 化に向けた機器やサービス、発展途上国向けに特化した携帯電話会社の戦略、人型ロボットの開発や工場への導入状況などについて知見を得ることができた。
- 従業員を大切にしながら、短期的な収益ではなく、時間軸を長く考えたうえで着々と目指している事業の実現に向けた布石を打つ経営が、中国経済の発展に繋がっていると考えた。

筆者は今年 1 月に深圳（シンセン）と上海に出張し、現地のエコノミストや企業の IR 担当者などに対してヒアリングを行った。本稿で掲載する現地の声、街角の様子などが、読者の皆様にとって何らかのご参考となれば幸いである。

1. 深圳宝安国際空港および深圳市内の様子など

深圳宝安国際空港は六角形をモチーフにした天井の高い、白くて美しいターミナルを持つ大規模空港である。中国では入国審査において、顔と指紋の撮影がある。もともと、同行者の 1 名は指紋が鮮明に写らなかったにも拘わらず、あっさりとして入国が許可されたことは興味深かった（昨年出張時の上海ではより厳しかったとのこと。中国では南の地域ほどチェックが緩いと言われる）。ちなみに飛行機は国際線よりも国内線の搭乗時の方がチェックは厳しく、海外からよりも国内でのテロが警戒されている。

中国では、地下鉄の乗車時にも荷物検査がある（ただし、ラッシュ時は物理的に不可能であるため実施されない）。

深圳市内の道路を走る自動車は中国車・日本車・米国車・ドイツ車などが入り混じっている。自動車のナンバープレートは青色がガソリン車、緑と白のグラデーションが新エネルギー車（純粋な EV：電気自動車だけでなく、PHEV：プラグインハイブリッド車、外部からの充電機能を追加したハイブリッド車なども含む）に分かれるが、緑の割合が半分強であり、昨年訪問時の上海（半分弱）よりもやや多い印象である（なお、到着日はともに日曜。休日は遠出のために青色が増える傾向にある）。自動車の数自体や渋滞は上海の方が多かった。タクシー・バスは全て新エネルギー車である。一方、バイクは深圳が圧倒的に多く（ほぼ全て電動）、バイクは歩道の上も自転車以上の速度で走りまわるので、歩行者としてはかなり危険を感じる。

滞在したホテルは地下街に直結しており、そこでは若者の趣味的な消費の活発さを感じた。コスプレ用の美容室があり、コスプレイヤーは見知らぬ人と気軽に写真撮影に応じている。日本の有名アニメキャラクターの存在感もある。なお、物価の高い香港（深圳から地下鉄で 30 分、高速鉄道で 15 分）からの買い物客（“北上”と呼ばれる）も多い。以前はケーブルなどの部材を中心に販売していた電子商品ショップ街では、現在は大量のドローン（安いもので 400 元＝約 9 千円）、スマートウォッチ、タブレット、デジタルカメラ、

キャラクターグッズ、旅行用品など様々な商品が販売されている。なお、ドローンの飛行に関する規制は日本と同様に厳しく、市街地での飛行は禁止されている。

物価は昨年の上海と同様、日本よりも若干安い品目もあるが、大きく変わらない印象である。コンビニエンスストアでは、300mlのリンゴジュースが6元（約140円）で売られており、日本の牛丼チェーン店の牛丼が19元（約440円）、日本の回転すしチェーン店の寿司はネタにより様々であるものの、日本より若干高めに見えた（※1元=23円程度）。

なお、上海ではロボタクシー（運転手のいない自動運転タクシー）に乗車する機会があった。走行の柔軟性が高く、赤信号を無視して交差点に進入するバイクや周囲の自転車・歩行者の動きを瞬時に判断して操縦を変更している。また、夜間の乗車であったが、暗闇で人間には認識しづらい場所の歩行者等もしっかり把握している。人間と同等もしくはそれ以上の運転技術がある印象だった。

2. 上海にて、証券系エコノミストから中国経済の見通しをヒアリング

- ・2026年の実質GDP（国内総生産）成長率は楽観視している。それほど大きな景気刺激策は打たれなくても、4.5~5.0%が成長目標になるだろう。ただし供給過剰が強く、物価上昇率は弱めだろう。
- ・輸出は基本的に底堅く、名目で4%、実質で5%程度の成長になるだろう。米国の輸入余力は残っており、米国向けは若干回復するだろう。エマージング向けは強靱である。アセアン向けは米国向けの迂回輸出ではなく、内需（工業化）に支えられている。アフリカ・中東向けも内需が強い（鉄鋼・機械など）。中国からの輸出の中身は低付加価値（衣料など）から高付加価値（機械など）に変化している。
- ・固定資産投資は+3.8%と見込んでいる。2025年の不振には特殊要因がある。地方政府の借換債発行額4兆元のうち、債務解消への用途が増加し（当初予定の0.8兆元から1.5兆元に増加）、また政府が国有企業に長期買掛金の支払いを指導した（その分、投資資金が減少した）。不動産投資の不振が続いた。これらが通常に戻ることで、固定資産投資が増加するだろう。地方政府の債務発行枠が2025年10月に0.5兆元、増枠されたこともプラス要因である。サービス投資にも注目する必要がある。政府は今後、医療サービスなどに注力していく方針である（貸出への利子補給など）。
- ・製造業とは異なり、サービス投資は2兆元の不足がある。例えば中国のスポーツ施設の面積は一人当たり3m²で、シンガポールの3分の1である。バドミントンやテニスのコートでさえ不足している。駐車場の建設拡大も必要。（※筆者注：建設中のあるショッピングモールの屋上には、アップダウンをつけたランニングコースが敷設されていた）
- ・個人消費について、小売売上高のデータは最近良くないが、買替促進策によって財の需要がかなり先食いされたことが要因。ただし、小売売上高はサービスを十分にカバーしていない（外食しか含まれていない）。国家統計局がサービス消費額という指標の公表を開始しており、2025年12月は前年比5%増だった（※筆者注：英語版のウェブサイトでは、この統計は見つからなかった）。外泊（宿泊）も増加している。耐久財の買替補助額は2025年の800億元から2026年は600億元に減らされた。
- ・中国の消費の弱さはお金がないということに加えて、時間がないことが要因。2018年には1日24時間のうち、80分を消費に使っていたが、2023年は40分との統計がある。足元ではさらに減っているだろう。中国は主要国のなかで唯一労働時間が増えている国である。地方政府間の実績づくりの競争がその大きな要因である。以前は重工業だったが、今は中央政府が支援している新産業、たとえばEV、太陽光などで内巻き（収益を無視した過当競争）が起きている。政府は休暇の拡大（春節休暇や結婚休暇の期間延長）などの対策をとっている。

3. 深圳にて、中国企業の I R 担当者からヒアリング

① 医療機器メーカー

- ・米国では主要な病院の 3 分の 2 に納入実績がある。日本では全ての医療機器において優秀な国産メーカーがあつて参入が難しく、まだ 1 つの病院だけである。これは欧米の医療機器メーカーにとっても同じ状況である。しかし、有望な市場であり、日本の機器メーカーとの提携による進出を強く希望している。
- ・同社の製品の例として、救急車のなかで心拍数などのデータを記録したボックスごと、病院の機器に嵌め込んで即時にデータを転送する機器、小さな力で移動可能であり医療従事者の被ばく量も小さくしたレントゲン機器などがある。なお、本社の前庭には医療機器（呼吸器）を担いだ人の銅像がある。これはコロナ禍の時に大雨で車両が通行できず、人力で運んだことの記念である。
- ・デジタル化・AI 化について。臨床での重複、低付加価値の作業を減らしていく。ICU（集中治療室）から担当医のスマートウォッチに情報を飛ばすシステムを持っている。ICU と全面的に連携可能な会社は他にはないと思う。また、既存の LLM（大規模言語モデル）をベースに、医療用の LLM を自社開発している。
- ・人員不足（医師や看護師）の解決を目指している。診察等での患者からの聞き取りを AI でデータ化するにあたって、間違いが生じることはあるが、それは人でも同じである。毎日データを取るようなものは、データ蓄積によって平均的な医師と同等の診断ができるようになってきている。目指すものは有益なサポートであつて、医師や看護師の仕事を置き換えようとはしていない。
- ・計測した医療データは病院の占有物であり、保険会社・製薬会社などと連携したデータ活用は不可能である。また AI で作成したデータは海外では使用できない。
- ・国の補助金は医療分野にはあまり回らない。日本の 1990 年代の状況に近く、高齢化が見えているにも拘わらず、政府は財政収支を気にしており医療支出を抑制している。
- ・病院の売上の 16% が検査費だが、医療データの約 7 割が検査から得られるため、検査の受託の拡大を目指している。利益目標はないが、2 桁増収、2 桁増益を目指している。従業員の 24% が研究員であり、売上高の 10% を研究開発費に充てている。他分野への進出計画はない。

② 携帯電話メーカー

- ・同社は携帯電話（スマホを含む、以下同）と関連商品を製造・販売しており、市場は発展途上国に特化（中国国内では販売しない）。売上構成は携帯電話が 9 割、関連商品が 1 割。携帯電話の 9 割はスマホで 1 割が旧来型。
- ・携帯電話はハイ・ミドル・ローの 3 カテゴリーに分類し、ハイエンドでは 150 米ドル（約 23,000 円）程度でスマホを販売している。高速回転する画像・濃い肌色の顔などが綺麗に撮影できる。ミドルレンジでは若者向けにゲーム特化型のスマホ（同価格帯での比較で画面の更新頻度や発熱量が最も優秀な機種。東南アジアで大人気）などを販売。旧来型の携帯電話は 7~8 米ドル（約 1,000 円）で販売。多品種多生産を行っているため利益率が高い。
- ・最初に進出したのはアフリカのサハラ砂漠以南の国々（人口の多いナイジェリアなど）。携帯電話のアフリカでのシェアは 60% 程度で推移している。
- ・携帯電話の高いシェアをアプリの販売などにも繋げていくビジネスモデル。アクティブユーザーは 3 億人であり、アフリカで一番の決済アプリ、音楽アプリなどを提供している。
- ・アフリカの電化率は 30% 程度であり、かつ供給が不安定。そこで蓄電池と太陽光パネ

ルのセット（最低限：PC と電灯分の電力供給が可能）も 500～700 円で販売している。

- ・サプライチェーンの強みにより、中国では 100 元程度でスマホが製造できる（他国の企業は太刀打ちできない）。中国でスマホを安く作ることは難しいが、現地での販売ネットワークが重要。アフリカでアフターサービスを行っているのは同社のみ。全世界では 2,000 以上の拠点があり、優位性となっている。
- ・正社員が 2 万人、その半分は現地社員。現地社員とのコミュニケーションは英語・フランス語（旧宗主国の言語）などで行う。出張で現地に行く場合は 48 時間以上、現地の建物に滞在することが奨励される。同社の創業者は中国の大手携帯電話会社の出身であり、自らアフリカに出向いてニーズを汲み取って販路を開拓した。
- ・毎年、数人の従業員が表彰され、一階のエレベーターホールに名前を記したプレートが飾られている。

③ 人型ロボットメーカー

- ・同社は世界初の自分で電池交換（所要時間は 3 分間）するロボットを製造している。プログラミングではなく、指示により作業を行う。たとえば自由に並べたリンゴ・みかん・ボールから「リンゴを取れ」との指示が可能。ちなみに筆者が手書きした絵が有名なアニメキャラクターであることも認識できた。
- ・工場での作業のうち、搬送・分別などの単純作業がターゲット（データ取得が容易でコストも低め）。搬送に関してはほぼコスト的に成立するが、分別はまだコスト的に見合わない（大量の物の分別も可能だが、時間がかかってしまう）。グループ行動の概念も開発している（人間と同様に効率が良い）。コントロール方法も異なってくるが、実際の成功例もある。
- ・従来の産業用ロボットが出来ない作業（＝人間が行っていた作業）を置き換える。搬送の最後の 1 メートル、地上から 1.8 メートルの高さまで物体を持ち上げるなど。また、作業変更に対する柔軟性が高い（運搬対象が堅いものから柔らかいものに変化するなど）。産業用ロボットのインストールには 3～5 ヶ月かかるが、人型ロボットは 1 週間で仕事を覚えられる。
- ・2025 年の自立歩行型ロボットの納入実績は 600～700 台。2026 年は 2,000～3,000 台の納入を見込んでいる。2025 年の販売価格は 1 台 80 万元だったが、2026 年はもう少し下げる見込み（製造コストの低減により）。技術的にはもっと高性能のロボットを作れるが、コストとの見合いが重要である。
- ・耐用年数について、保証期間は 1 年、カタログ性能では 3～5 年だが、実際の使用データがまだ十分に蓄積されておらず、良くわからない。
- ・一般家庭向けの販売には 5～8 年程度、時間がかかりそう。

4. おわりに

深圳、上海ともに先進的で清潔、かつ樹木が多い街並みであり、人々は親切だった。訪問先の企業が顧客のニーズを常に意識しつつ、リスクを取って独自の製品・事業の道を切り開いている点が非常に印象的であった。従業員を大切にしながら、短期的な収益ではなく、時間軸を長く考えたうえで着々と目指している事業の実現に向けた布石を打つ経営が、中国経済の発展に繋がっていると考えた。

（財務企画部 高松 千之）