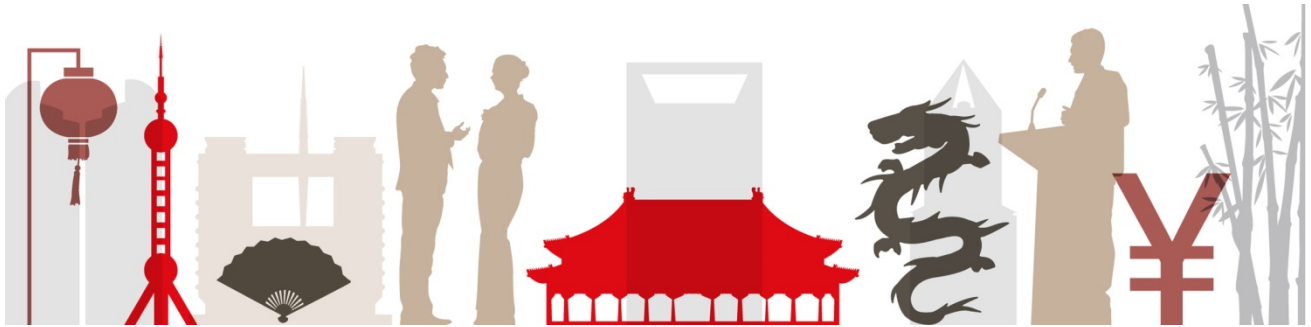


中国レポート：上海でみた2019年の中国②、テクノロジー



UBS アセット主催のパネルディスカッション

上海のコンファレンス（GCC）でのUBS アセット・マネジメント主催のセッションでは、テクノロジーがどのように中国の経済と社会を速く変えているかについて議論された。「中国を再構築して、将来のリーダーをつくる」とのタイトルのパネルディスカッションでは、中国株式運用チーム責任者ビン・シー氏によるプレゼンテーションの後、タル・エデュケーション CFO の Julius Luo 氏、DHgate.com 社のシニアパートナーの Yang Fengxue 氏がパネラーに加わる形で議論が進められた。



パネルに向けたプレゼンにおいて、ビン・シー氏は、中国株式の投資家にとって厳しい一年となったが、ある変化が中国経済の新しい牽引役となったと、2018 年を振り返った。

従来中国経済の牽引役（固定資産投資や輸出など）からの影響がピークに達したと推測される一方で、テクノロジーがこの変化の中心にあると説明した。過去 10 年間のテクノロジーの成長は非常に重要で、以下の 3 つの成長要素に着目している。

1. 研究開発とイノベーションによる成長加速

中国企業は、2007 年の推定 490 億米ドルから 2,650 億米ドルへ、過去 10 年間で研究開発費を大幅に増やしてきた¹。その結果、中国企業は、日本を上回る革新的な特許を作り出しており、製品・サービスの品質向上を進めている。この代表例がスマートフォン産業だ。中国企業は非常に革新的な製品によって、国際競争力を高めている。

2. ロボット活用など自動化の加速

中国での人口動態の変化に伴う人手不足や賃上げに対し、中国企業は製造活動を自動化することによって対応している。僅か 5～6 年で、多くの中国企業が、業務工程においてロボット使用を大幅に増した。中国は、現在ロボット施設の分野で世界をリードし、ロボティクス・システムの世界最大の市場の 1 つになっている。

3. モバイル・インターネットによる消費行動の変化

スマートフォンなどでの技術革新、ユーザーの急速な増加、オンラインでの商品及びサービスの拡充などが消費者行動の急速な変化を引き起こし、小売売上高全体におけるオンラインでの販売比率が増えている。中国の強みは、先進国が背負っているお荷物（実店舗、既存システム等）がないことだ。米国では、実店舗での販売網を強みとする小売企業で、オンラインへのシフトが遅れている。中国では身の軽さが「オンライン小売り」躍進の背景でもある。

また、中国の「独身の日」セールを見ると、中国企業がどれくらい成長したか、そして、その能力が何

¹ 出所：OECD、WIPS、Morgan Stanley Research 予測より、2017 年 12 月時点

であるかがよくわかる。2009年に開始したこのイベントは世界最大の小売フェスティバルになった。「独身の日」セール取引額は、米国の「ブラックフライデー」や「サイバーマンデー」を合わせた額の3倍以上となっている。

注目は、ITプラットフォームが1秒につき220,000以上のオーダーを処理することが可能となり、2日以内に注文を配達することができるという事実だ。「独身の日」が開始された当時は、商品が1ヵ月届かなかった状況だったが、現在、中国の流通インフラは世界水準へ大幅に改善している。

教育セクター、ニューリテール、投資の好機

テクノロジーはITセクターだけでなく、他のより伝統的な事業にも大きな影響を与えている。この影響の拡大により、投資家は投資の機会を見つけることができる。教育はまさにそういうセクターだ。

パネリストとして参加したタル・エデュケーションのCFOから、創業からの発展経緯、今後のビジョンが説明された。同社は、オペレーション重視の時代を経て、テクノロジー開発への投資により事業を拡張してきた。日本の塾経営などの教育企業とはかなりイメージが違う、よりテクノロジー企業との印象だ。カリスマ教師は必要としない。集中化したオンライン・プラットフォームの開発とコンテンツに注力し、サービス改善に向けたデータ分析などを強みとしている。

例えば、教室で多くのテクノロジーを使用している。学習センターの教室には2台のカメラが生徒に向けて設置されている。カメラは授業内容を記録し、生

徒の表情などから集中レベルを分析し、即座にフィードバックを教師に提供、学習の質を向上させている。新たなビジネスプランとして、学習効率を上げる知覚メカニズムの開発など海外投資も進められている。海外事業の拡大はせず、十分な市場規模を持つ中国でのビジネスの成功を優先させる意向だ。

中国では教育の他に、オンラインとオフラインを融合させた「新小売（ニューリテール）」が新しいビジネス・モデルとして先行している領域だ。最近のテクノロジー進化で、この領域でも面白い投資機会が増えそうだ。

足元、中国の小売統計は減速し、従来のやり方では物は売れなくなっている。パネラーからは、成長を加速させるテクノロジー（例えば顧客と製品追跡）を活用した新しいビジネス・モデルに注目し、細かい分析が必要だとの指摘があった。アリババの実店舗での実験などがその例と見られる。

また、中国のテクノロジー向上は政府の支援を追い風としたが、今後は民間資金の役割がより重要となるとの見方も示された。最近の相場下落で、割安となった中国の小売企業が多く、投資機会を探る絶好のタイミングだとも述べられた。

まとめ

中国のテクノロジーは、米中貿易摩擦など外圧さえも力にし、進化を続けているように見える。特にITなどニューエコノミー、消費、ヘルスケアにおいて加速が見られる。前頁に示した3つの成長要因が今後も中国企業に追い風となり、投資家に対して、引き続き魅力的で刺激的な投資機会を提供しよう。



※当資料記載の個別銘柄については、あくまで例示であり推奨等するものではありません。

商号： UBS アセット・マネジメント株式会社 金融商品取引業者 関東財務局長（金商）第412号
加入協会：一般社団法人投資信託協会、一般社団法人日本投資顧問業協会、一般社団法人第二種金融商品取引業協会

本資料は、情報提供を目的としたものであり、特定の金融商品取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、信頼できる情報をもとにUBSアセット・マネジメント株式会社によって作成されておりますが、その正確性・完全性が保証されているものではありません。本資料に記載されている内容・数値・図表・意見・予測等は、本資料作成時点のものであり、将来の市場動向、運用成果等を示唆・保証するものではなく、また今後予告なく変更されることがあります。

© UBS 2019. キーシンボル及びUBSの各標章は、UBSの登録又は未登録商標です。UBSは全ての権利を留保します。