

経済レポート

中国経済レポート(No. 89)

供給過剰が続く中国市場における日本企業のビジネスチャンス

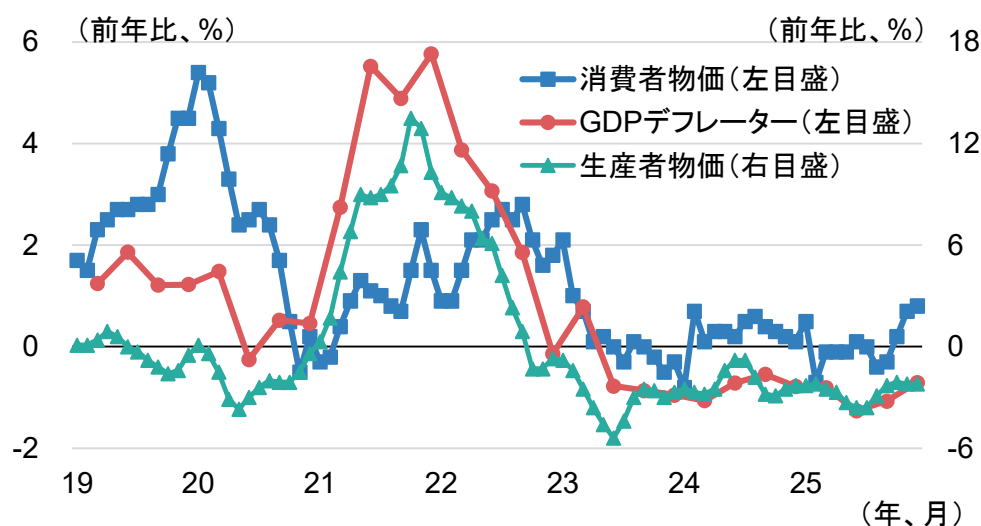
調査部 副主任研究員 丸山健太

1. 中国で高まるデフレ懸念

近年、中国においてデフレ懸念が高まっている。消費者物価は低迷しており、2025 年は前年比でマイナスとなる月が目立った(図表 1)。また、生産者物価は過去 3 年にわたり下落が続いているうえ、名目国内総生産(GDP)を実質 GDP で割ることによって算出される GDP デフレーターも 11 四半期連続で下落しており、経済全体で物価の下落傾向が強まっている。

デフレ懸念が高まると、消費者は将来的な価格下落を見越して、現在の消費を控える傾向が強まる。実際、消費動向を示す小売売上高は 2025 年 12 月に前年同月比+0.9%と、ゼロコロナ政策が解除された 2023 年以降で最も低い伸びを記録しており、個人消費は低迷している。同時に、企業は販売価格の低下に直面し、需要減と相まって収益力が低下している。企業収益の悪化は設備投資の減少や雇用環境の悪化を招き、需要のさらなる減少と物価下落という悪循環に陥る懸念がある。

図表 1 物価指標(前年同月比)



(出所) 国家統計局より当社作成

2. 中国経済の構造的な供給過剰

こうしたデフレ懸念の背景には、中国経済が抱える供給過剰の問題がある。一般的に物価は需要と供給のバランスで決まるが、中国では慢性的な供給過剰と需要不足が物価を下押ししている。中国は 1990 年代に社会主義市場経済へと移行し、一定の条件下での自由競争を認め、市場経済への転換を図った。しかし、その後も、かつて計画経済を採用していた名残もあり、政府主導で生産側を重視した経済成長を続けてきた。

象徴的なのが、2008 年秋のリーマンショック後に打ち出された 4 兆元の経済対策である。この経済対策は、世界的な不況の中で即効的な需要喚起を目的に実施され、実際に中国は深刻な景気減速を回避することができた。しかし、対策の中心は国有企業の設備投資や公共投資であったため、短期的な景気浮揚には寄与したものの、結果的に中国経済の供給能力が大幅に拡大した。2009 年には設備投資と公共投資の合計である総資本形成が GDP に占める割合は 45.0%に急上昇し、その後も高水準を維持している。こうした投資偏重の成長が続く中、中国経済では供給能力の過剰が慢性化し、需要とのバランスが崩れている。

供給過剰と需要不足は、低インフレやデフレ輸出、企業間の過当競争(いわゆる「内巻式」競争)、過剰生産能力問題など、中国経済が抱える多くの課題を生み出している。本来であれば、市場メカニズムによる需給調整を通じて、これらの課題は解消されるべきである。しかし、現状では政府が補助金などの政策を通じて企業を支援しているため、供給過剰の状況が温存され、市場による自律的な調整機能が十分に働いていない。

仮に市場メカニズムを通じて需給調整が進めば、企業の倒産や失業の増加など社会的コストの発生は避けられない。そのため、こうした調整過程では、政府が主導して企業の救済措置や失業者の再就職支援などの対応を講じる必要があるだろう。

3. 中国政府の政策対応とその課題

中国共産党・政府は 2025 年 10 月末、第 15 次 5 ヶ年計画を策定した。同計画は 2026 年から 2030 年を対象としており、12 の重点政策分野が掲げられている。その筆頭に「現代的な産業体系の構築」が、2 番目に「新質生産力の発展」が挙げられるなど、供給能力の強化を最優先とする政府の姿勢が明確である(図表 2)。内需拡大策は 3 番目に位置付けられており、政府も需要不足の問題を認識してはいるものの、対応の本気度は高いとは言えない。

中国の政策文書では、掲げられる順番が重要な意味を持つ。今回の計画でも供給強化が優先され、需要拡大の優先順位は相対的に低い。供給過剰の解消には、供給を減らすか需要を増やす必要があるが、政府の政策方針は供給能力の強化に偏っており、むしろ逆効果となる懸念がある。供給過剰の是正が遅れれば、低インフレや過当競争といった構造問題が長期化する可能性が高い。

図表 2 第 15 次 5 年計画の基本方針の重点政策・分野

12の重点政策・分野	
1	現代的な産業体系の構築と実体経済の強化
2	科学技術の自立自強と新質生産力の発展
3	強大な国内市場の建設
4	社会主義市場経済体制の高度化
5	対外開放と国際協力の推進
6	農業・農村の現代化と振興
7	地域経済の最適化と均衡発展
8	文化イノベーションと文化繁栄
9	民生保障と共同富裕の推進
10	グリーン化の推進と美しい中国の建設
11	国家安全体制の現代化
12	国防・軍隊の現代化

(出所) 中国中央人民政府ウェブサイトより当社作成

4. 中国における今後のビジネスチャンス

こうした政策方針からみて、政府による供給過剰の是正は思うように進まず、低インフレや過当競争などの構造問題は中長期的に残るとみられる。それでも、中国は約 14 億の人口を抱える巨大市場であり、先進国よりも高い年 4%程度の経済成長が見込まれるため、競争環境が厳しさを増す中でも、日本企業にとって中国ビジネスには依然として大きなチャンスがある。

今後の中国ビジネス戦略を考えるうえでは、第三国市場進出への足がかりとして中国を活用するという視点が一層重要となる。中国を競争力強化の場として位置付けるとともに、生産・輸出拠点としての役割も改めて見直すべきである。

中国市場は供給過剰により競争環境が激化しているため、日本企業が価格競争に正面から挑むのは現実的ではない。むしろ、品質や技術力を確保し、中国企業との差異化を図ることが求められる。その中で、現地市場の需要に敏感な中国企業の市場ニーズへの対応方法や、電気自動車(EV)や人工知能(AI)などの先端分野で先行する現地の最新技術や製品開発のトレンドを積極的に取り込み、自社の事業戦略や研究開発に活かしていくことが重要である。仮に中国市場での競争を避けた場合でも、将来的には日本や東南アジアなど中国以外の市場において、中国国内で競争力を高めた中国企業との競争に直面することが予想される。そのため、今、中国を競争力強化の場として位置付けることが不可欠である。

さらに、中国を生産・輸出拠点として再定義することも有効な戦略である。第 15 次 5 年計画で示された通り、中国政府は今後も生産力を質・量ともに強化する方針を掲げている。この方針を活用し、EV や AI 関連製品などの先端分野の生産・輸出拠点として中国を位置付けることが可能である。かつて中国が「世界の工場」と呼ばれていた時代は、安価な労働力を活かした労働集約型産業が中心であったが、今後は資本・技術集約型産業中心の「新・世界の工場」として中国を捉え直す必要がある。

このように、中国市場での競争経験や生産力の活用は、第三国市場での競争力強化や新たなビジネス展開において大きな意味を持つ。今後のグローバル戦略を考えるうえで、中国の役割を再評価し、積極的に活用していくことが求められる。

(2025 年 12 月 10 日「三菱 UFJ 銀行 グローバル経営支援セミナー」での講演を一部再構成)

(2026 年 1 月 6 日執筆、2 月 6 日一部修正)

－ ご利用に際して －

- 本資料は、執筆時点で信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一的な見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客さまの決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客さまご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所:三菱 UFJ リサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡ください。