



全人代特集②—政府機関の記者会見概要 ～発展改革委、財政部、科学技術部、工業情報化部

リサーチ&アドバイザリー部
中国調査室

メインピックス	2
全人代特集②—政府機関の記者会見概要～発展改革委、財政部、科学技術部、工業情報化部	2
I. 発展改革委	2
成長目標の達成	2
脱炭素政策	2
インフラ投資	2
経済体制改革	3
コモディティ価格上昇の緩和	3
エネルギー供給安定の保障	3
産業チェーンとサプライチェーンの安定	3
消費促進	4
新型インフラ建設	4
新型都市化	4
II. 財政部	4
財政政策効果、赤字比率、減税と費用削減	4
III. 科学技術部	5
科学技術政策	5
企業の革新主体地位	5
IV. 工業情報化部	5
工業経済の安定運営	5
核心競争力の向上	6
「专精特新」企業の育成	6
5G 発展	6
CDI コラム	7
中国企業「解体新書」(35) LemonBox	7
規制動向	11
2022年2月外貨収支動向	11
会社法(改正草案)パブリックコメント	11
三菱 UFJ 銀行の中国調査レポート(2022年3月)	12

メインピックス

全人代特集②—政府機関の記者会見概要～発展改革委、財政部、科学技術部、工業情報化部

第13期全国人民代表大会第5回全体会議が3月5日から11日にかけて北京で開催された。3月5日と8日、2回の「部長通道」が行われ、国家発展改革委の主任、財政部、農業農村部、科学技術部、工業情報化部、水利部の部長が記者取材を受けた。また、3月7日、国務院新聞弁公室はメディアブリーフィングを行い、国家発展改革委の副主任は記者質問に回答した。総じてみると、各政府機関の記者会見は「政府活動報告」に示された方針に則っており、成長目標、投資拡大、脱炭素政策、財政政策、技術革新、産業チェーンの安定などを巡って、それぞれの管轄分野における改革深化を通じて、安定成長と質の高い経済発展を後押しする方針が読み取れる。

I. 発展改革委

成長目標の達成

2021年の中国の国内総生産(GDP)は114兆4,000億元(17兆7,000億ドル相当)に達し、1年間でGDPが13兆元、ドル建てで3兆ドル増加し、同増加額はG20の第6もしくは第7位の国・地域の経済規模水準に相当するが、この規模感の世界経済の発展史上で初めてのことである。これは中国経済発展の勢いが強く、強靱性が強く、市場主体の活力とリスク対抗力が強いことを示しており、これらが、今年のGDP成長率5.5%前後の目標を実現する自信と決意に繋がっていると考えられる。

今年の目標を達成するには複数の有利な要素がある。①2年余りを経て、各地域、各業界や各企業はコロナに有効に対応しており、経済回復を促進するメカニズムがますます成熟していること。②新発展理念の徹底、新発展構造の構築、質の高い発展の推進において、需給の両側に大きな発展余地を生み出し、市場主体の活力を引き出し、困難や挑戦を克服するために良好な条件を提供していること。③各種成長安定政策は、実体経済、特に中小零細企業の生産経営に安定かつ良好な政策環境を創出していること。

2022年1-2月の発電量の伸び率は6.7%、鉄道貨物輸送量は比較的速いペースで増加、輸出は2桁増を維持した。経済運営は合理的な範囲内を維持し、通年の目標を達成させる自信と決意がある。

脱炭素政策

二酸化炭素(CO₂)排出について2030年までにピークに達し、2060年までにカーボンニュートラル(排出実質ゼロ)実現を目指すことは、中国の実情を踏まえた重大な戦略の決定である。「ダブルカーボン」政策を推進することによって、多くの発展チャンスとビジネスチャンスを創出し、生態環境の改善を促進し、住民生活の品質を向上するほか、パリ気候変動協定を実行するために貢献し、責任ある大国の役割を果たすことができる。これは、広範かつ深刻な経済社会の変革であり、生産や生活方式に大きな変化をもたらすと予想される。「ダブルカーボン」政策を推進するには、全体を考慮し、現在と未来、長期目標と短期目標、全体と局部の関係性を正しく処理し、特に発展と安全の関係をうまく処理しなければならない。

インフラ投資

第14次5カ年計画で確定された102件の重大プロジェクトは、現在2,600余りのプロジェクトに分解され、着実かつ秩序的に推進されている。投資の重点を正確に把握し、インフラの弱点補強を加速し、「ダブルカーボン」、新興産業、老朽化設備の更新などの重点分野の建設を加速させ、県を主体とする新型都市化を推進し、養老、育児、託児、教育、医療衛生などの公共サービス分野への投資を強化させる。

資源配置における市場の決定的な役割を十分に発揮し、政府の役割をよりよく発揮し、多様なルートで資金を調達する。政府活動報告によると、今年の中央予算内投資額は6,400億元で、2021年より300億元増加

し、地方政府特別債券を3兆6,500億元とした。昨年第4四半期に発行された1兆2,000億元の特別債券のうち、大部分は今年中に実行される。政府投資と金融支援を通じて、市場主体の社会投資の拡大を促進する。

経済体制改革

- ①市場主体の活力の喚起。国有企業改革3カ年行動任務の達成、国有経済配置の最適化と構造調整の深化、混合所有制改革の深化。民営企業の構造改革の加速。中小零細企業への支援の強化。世界一流企業建設の加速。
- ②高水準市場体系の構築。市場障壁の除去、市場体系基礎制度の整備。要素市場化配置総合改革試行の展開、土地、労働力、資本、技術、データ要素分野における進展の取得。重点業界の競争的段階における市場化改革の推進、全国統一の電力市場、石油市場とガス市場の建設。
- ③安定成長、内需拡大。投融資体制の革新、投資利便化レベルの向上。消費の質向上と規模拡大、消費環境の改善。中等所得層の規模の拡大。
- ④高水準の対外開放。制度型開放の拡大、外資企業の内国民待遇の徹底、外資市場参入の緩和、クロスボーダーサービス貿易のネガティブリストの実施。海南自由貿易港の建設。重大外商投資プロジェクトの実施加速。
- ⑤グリーンや低炭素転換。科学的評価と統計計算体系の整備、奨励と制約メカニズムの形成、エネルギー消費とグリーン電力取引試行の展開。資源価格形成メカニズムの整備。

コモディティ価格上昇の緩和

- ①食糧の供給確保と価格安定の徹底。
- ②エネルギーの供給確保と価格安定の徹底。中国の石炭はエネルギー消費の56%、発電量の60%を占めるため、石炭価格の安定は重点である。
- ③市場動向の把握、監督管理の強化。
- ④困難な住民の基本生活保障の徹底。

エネルギー供給安定の保障

- ①生産能力の増加。砂漠や荒漠地区を重点とする大型風力発電と太陽光発電基地の建設、石油とガスの探鉱開発投入の増加、石炭の先進的な生産能力の放出。
- ②備蓄の強化。2億トン以上の政府調達可能な石炭備蓄能力の建設、50億立方メートル以上のガス貯蔵施設の増設、全国の応急バックアップとピーク調整電源を3億キロワット以上にする。
- ③供給確保と価格安定の注力。エネルギー中長期契約の役割の発揮、石炭価格の合理的区間内の維持。

産業チェーンとサプライチェーンの安定

関連施策の効果

- ①運営の安定。2021年の全国一定規模以上の付加価値工業生産高は前年同期比9.6%増となり、重点産業と分野は安定運営を保ち、大口商品、原材料の安定供給は秩序よく、価格変動による影響を緩和した。
- ②構造の最適化。核心技術の難関攻略が進捗、企業活力が引き出され、「専精特新(専門化・精密化・特色化・斬新化)」の中小企業が続出し、戦略的新興産業の集積が拡大している。
- ③工業分野のモデル転換と技術革新の加速。2021年のハイテク産業投資は前年同期比17.1%増となり、投資全体の伸び率を12.2ポイント上回った。製造業の技術改造投資は同13.6%増となり、製造業投資の伸び率を上回った。

④競争力の強化。2021 年の工業輸出出荷額は前年同期比 17.7%増、新エネルギー自動車の生産販売量は 7 年連続で世界 1 位、太陽光電力部品生産量の世界に占める割合は 7 割を超え、5G ネットワーク施設と応用、送電・変電や軌道交通などの装備技術レベルは世界の先頭に立つ。

今後の措置

- ①弱点分野の持続的補強。核心技術の難関攻略。
- ②優位性分野の持続的強化。製造業核心竞争力向上 5 カ年行動計画の実施、戦略的新興産業集積の発展。
- ③ボトルネックの打破。チップ不足問題の解決、大口商品と原材料の供給保障と価格安定。
- ④開放と協力の深化。
- ⑤リスク防止の強化。

消費促進

- ①消費能力の向上。雇用優先政策の強化、所得分配構造の最適化、中等所得層の収入増加。
- ②消費の新しい成長点の育成。スマート小売、スマート旅行、デジタル文化、スマートスポーツなど新業態と新モデルの育成。ウィンター旅行、ウィンター消費の発展。養老や託児などサービス消費の促進、家事サービスの促進、農村消費の拡大。
- ③グリーン消費の発展。グリーンや低炭素製品の供給と消費の拡大、グリーンや低炭素建材、新エネルギー車消費の支援、農村向けグリーン家電とスマート家電の購入補助と買い替え補助の展開。商品包装と流通段階のグリーン化、減量化、リサイクルの推進。
- ④安全、安心な消費環境の創出。国際消費中心都市の建設、消費インフラとサービス環境の改善、消費信用体系と質量標準体系の建設、消費者権益保護の強化。

新型インフラ建設

- ①重点分野プロジェクト建設の加速。ネットワーク型施設の整備、接点型施設の配置、先行的施設の計画。
- ②市場主体の投資積極性の喚起。社会資本参入の促進、貸出支援の強化、企業技術革新とビジネスモデル革新の支持。
- ③「ダブルカーボン」戦略の実施。省エネルギーの強化、炭素排出削減の注力。

新型都市化

- ①農業移転人口の市民化の質向上。戸籍制度改革の深化、都市定住利便度の向上、都市部の基本公共サービスの常住人口への普及、農民工の就業サービスと技能研修の強化。
- ②大中小都市の協調的発展の促進。中心エリアの非核心機能の疎開、都市規模、人口密度と開発強度の合理的なコントロール。現代化都市圏の育成、新たな都市圏計画の策定。
- ③都市の住みやすさのレベルの向上。
- ④都市と農村の融合発展の促進。都市部インフラの農村への延長、農業農村の現代化の促進。

II. 財政部

財政政策効果、赤字比率、減税と費用削減

財政政策の効果を上げたかどうかは、政策決定が完全、正確、全面的に徹底されたかどうか、経済の健全な発展を促進したかどうか、国民により多くの利益を与えたかどうかにかかっている。すべての財政政策を正

確に研究し、すべての財政資金を入念に手配し、早めに政策を打ち出し、資金を投入し、効果を出す。必要な強度を維持し、経済回復を支援するとともに、政策余地を残し、今後出てくる可能性があるリスクと挑戦に対応する。

赤字比率の適度な引き下げは財政の持続可能性を保つ重要な措置である。今年の赤字比率を2.8%に設定し、昨年より0.4ポイント引き下げ、資金規模が2,000億元減少した。ただし、年度を跨ぐ調整によって、中央財政だけで一般予算に充てられた資金は1兆2,670億元に達し、この資金量は赤字比率を1ポイント高めることに相当する。

財政支出の強度は保障されている。①今年の全国の一般公共予算支出は26兆7,000億元で、昨年より2兆元以上増加し、伸び率は8.4%となった。②中央財政による地方への移転支払規模は9兆8,000億元で、昨年より1兆5,000億元近く増加し、伸び率は18%と2012年以降最高の上昇幅となった。

今年の税還付と減税規模は史上最高の約2兆5,000億元、製造業など6業種の税還付と減税規模は1兆元、中小零細企業と個人事業者の受益規模は1兆元を超える見込み。増値税の未控除分の前倒し還付は今年の主な減税措置であり、市場主体に約1兆5,000億元のキャッシュフローを提供する見込み。また、中央財政は地方への移転支払を大幅に増やし、地方の減収圧力を緩和し、減税と費用削減政策の徹底を保障する。

Ⅲ. 科学技術部

科学技術政策

過去1年、科学技術工作は改革開放と現代化建設の高品質発展の推進において重要な役割を發揮した。2021年、全社会の研究開発費用は前年同期比14.2%増の2兆7,900億元となり、研究開発費用の対GDP比は2.44%に達した。先端技術成果が現れるとともに、技術契約の成約額は3兆7,000億元を超えた。中国の世界イノベーション指数の順位は、2012年の第34位から2021年の第12位に上昇した。

基礎研究を重要な位置に置き、核心技術の面で難関攻略し、科学技術が経済社会の高品質発展、産業チェーンとサプライチェーンの安全確保を支えるようにする。科学技術人員を中心に、積極性や創造性を引き出す。科学技術活動は人の活動であり、先端技術を有するハイレベルの人材が科学技術に参画し、活躍することが必要である。青年は国の未来、科学技術の未来である。専門な青年科学者プロジェクトを設け、彼らが早期に科学技術革新の舞台で活躍し、国の事業と個人の成長を推進するようにする。

企業の革新主体地位

イノベーション駆動型成長を推進するため、企業という市場主体はイノベーションの主体にならないといけない。国家重点研究開発計画のうち、79%は企業が主導または参加している。2021年の全社会の研究開発費用(2兆7,900億元)のうち、76%は企業からの投資である。技術契約成約額(3兆7,000億元)のうち、90%は企業によるものである。高速鉄道、5G、原子力発電、新エネルギー自動車および冬季オリンピック、コロナ感染対策など、多くは企業が主な役割を果たしている。大手企業であれ、中型または小型企業であれ、国有企業であれ民間企業であれ、イノベーションの主体になることができる。ハイテク企業が質の高い発展を推進するため、ハイテク企業の発展と革新に良好な生態環境を創出する。

Ⅳ. 工業情報化部

工業経済の安定運営

重点地区、重点業種と重点企業に対する調査をみれば、今年1-2月、工業経済の安定運営の傾向が鮮明であるが、一方で原材料価格、物流運輸などの挑戦にも直面し、外部環境の変化は工業経済の安定運営に影響を及ぼす恐れがある。

政府が打ち出した各種政策を徹底し、産業チェーンとサプライチェーンの分断をつなぎ、グリーンと低炭素

発展、工業全体の能力向上、核心能力向上などに取り組む。一流企業を立ち上げ、市場主体の競争力を向上させ、工業経済の安定に牽引作用を果たすようにする。

核心競争力の向上

中国の製造業総量は12年連続で世界首位を占め、製造業の31大分類がそろっているのは、世界で唯一である。中国の製造業はミドル・ローエンドからミドル・ハイエンドへ移行しつつあり、レベル向上、自立自強に取り組み、一部業界や一部領域でブレイクスルーを実現する上で、全体の飛躍的発展を目指し、工業経済の成長を支えていく。製造業と実体経済の発展は、今後の重点方向であり、製造業投資を拡大し、製造業割合の安定を確保し、産業集積の発展を向上させる。

「専精特新」企業の育成

2021年、「専精特新(専門化・精密化・特色化・斬新化)」中小企業の営業収入伸び率、利益率、発明特許件数はそれぞれ一定規模以上工業中小企業の2.2倍、1.4倍、3.4倍となった。今年には国レベル「小巨人企業」(*)を3,000社以上、省レベル「専精特新」中小企業を5万社以上育成する計画。中小企業は企業総数の大多数を占めており、4,800万社の企業のうち、9割以上は中小企業である。「専精特新」中小企業向け支援策を数多くの中小企業に拡大し、工業経済の安定と成長を後押しする。

(※)「専精特新」中小企業の中のトップ企業で、特定分野に注力し、イノベーション能力が強く、市場シェアが高く、核心技術を有し、収益が良好な企業を指す。

5G 発展

中国の5Gネットワークは世界で最も先行し、最大の規模であり、5G基地局数は既に142万5,000カ所以上、接続ユーザーは5億人を超えている。今年には5G基地局を200万カ所建設し、応用場面をいっそう多様化する。また、5Gを発展するとともに、次世代移動通信技術(6G)の進行方向、技術路線を考慮し、早めに計画を検討する。

MUFG バンク(中国) リサーチ&アドバイザリー部
中国調査室 孫元捷

CDI コラム

中国企業「解体新書」(35) LemonBox

昨今、中米摩擦に端を発する数々の経済規制や、独占禁止法にまつわる規制、保有するデータセキュリティに関する規制の強化など、急成長を遂げてきた新興企業にとって不確定な要素が大きく膨らんできたように見えるが、その中にも数多くのユニークな企業が次々に生まれている。本コーナーでは、日本でも注目に値するであろう特徴ある中国企業を取り上げ、その実態と将来の展望、日本企業に対する示唆等を述べていきたい。

今回紹介するのは、北京檸檬堂科技有限公司が運営するDTCモデルで展開するヘルスケアフードブランド「LemonBox」である。

I. DTC でサプリメントを提供する LemonBox



LemonBox は、テーラーメイドサプリメントの DTC ブランドとして 2017 年に設立された。顧客がはじめて LemonBox の Wechat ミニプログラムのオンライン店舗を訪れると、簡単な質問票に回答することになる。5 分～10 分程度の時間で、その顧客自身の健康状態や生活状態、日常的な食事の習慣、希望する健康な状態などを記入する。それをもとに、LemonBox の栄養士チームと、ビッグデータ分析チームが作り上げた AI システムが正確にその顧客の総合的な健康レポートを作成し、その状態への対処方法や、適合するサプリを、お薦めする。顧客が注文を決めると、5 日後には、1 日分毎に小分けされたサプリ、1～3 か月分が、宅配便で手元に届く。それらは、診断を受けた顧客に補給が必要とされたサプリが必要な分だけ取り混ぜられている。小分

けにされているので、持ち運びにも便利だ。

2021 年末までに、LemonBox の顧客数は、200 万人を超えた。多くの顧客は、1 級、2 級都市に住む 25～35 歳のホワイトカラーたちだ。

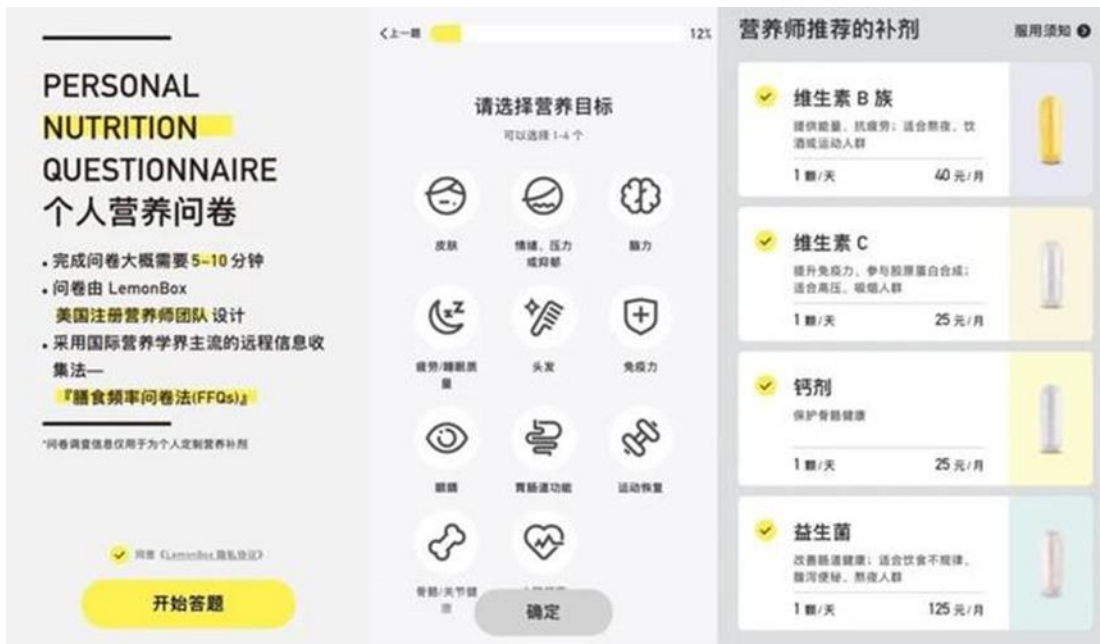
創業者の翁斌斌氏は、かつて米国のシリコンバレーで、ウォルマートの中米越境販売の責任者をしていた。当時、米国で、留学や、業務をしている間にも、少なからぬ友人知人から、自分の帰国時には、サプリメントなどの健康食品を持ち帰るよにという依頼を受けていた。その時に、彼は考えた。依頼者は必ずしもヘルスケアフードに専門知識があるわけではなく、もしも、もっと正確に何が必要かという助言をしてあげられたら、よりその人に合った製品を見つけられるのではないかと。これが、LemonBox 誕生の理由だ。

LemonBox には、熊貓資本が、リードインベスターで、YCombinator 衆麟資本とともに、すでに Pre-A として、数百万ドルの資金を融資している。

II. 「製品+サービス」のビジネスモデル データオリエンテッドアプローチと栄養士

前出のパートナーによる評価において、Neocrm の何が優れているかについて、総合的な評価で上位の

設立初期において、LemonBox は、データを基にしたアルゴリズムのテクノロジーカンパニーと位置付けられている。決して、ヘルスケアフードの越境 EC 業者という位置づけではない。「製品+サービス」をビジネスモデルのベースにしている。オーダーメイドを提供するサプライチェーンは、一人ひとりの顧客の注文から、物流配送、さらに全体を通じての顧客体験のモニタリングに到るまで、標準化されたプロセスにより効率を上げている。また、それらは他社が容易に真似できない参入障壁となっている。



(テーラーメイド型の購入前、購入後栄養士サービス)

LemonBox 北京オフィスには、CTO 彭博氏が、率いるアルゴリズム開発チームが設置されている。彼らは、情報を収集分析し、整理しつつ、20 名ほどの栄養士のチームと共同で、世に出ている栄養学の研究結果を、量的な課題やロジックに転換することに専念してきた。最終的に、質問表への回答を元に、その個人に相応するヘルスケアフードのプランを作り上げる。このアルゴリズムによって算出される結果の最終的な目標は、「限りなく人間の栄養士に近い、AI 栄養士」の構築だ。それによって消費者が、より科学的に、且つシンプルにサプリメントを服用できるようにする。現在、LemonBox では、すでに 2000 種類の常用の食材と栄養成分、3000 種類の疾病と症状、4000 種類あまりの病気や、健康状態に対するアドバイスを形成しており、現在も常に更新が行われている。

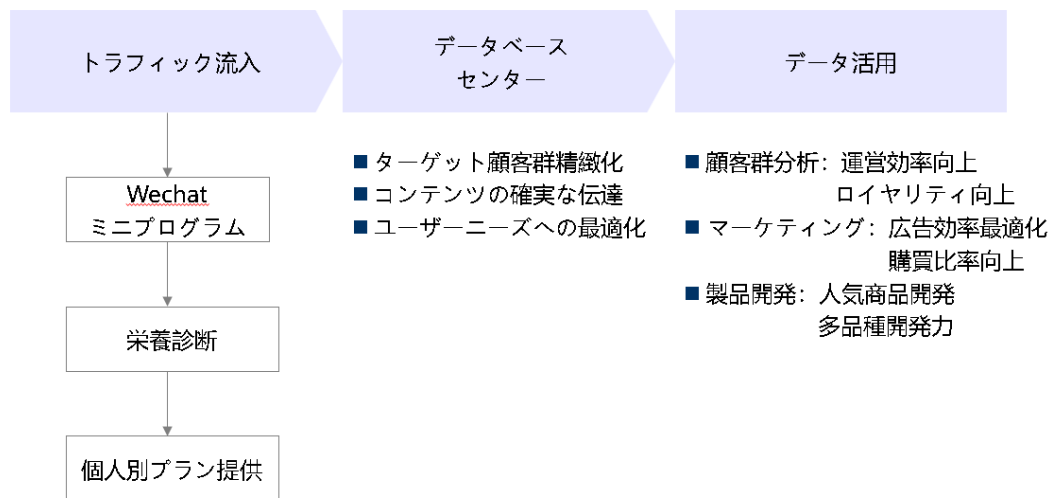
さらに、このアルゴリズムにより、お薦めのビタミンを選定する際に、状況に合わせてロジカルに選定する一方で、LemonBox は、消費者の求める栄養についても考慮している。これはたとえば、お薦めするサプリメントを選定するための質問表に回答してもらう中で、顧客の飲食の状況や、健康状態について一連の状況を聞いたうえで、顧客がどういったところを改善するために栄養を取るのかという質問を入れている。もし顧客が、皮膚を良くしたいといった回答をしたとすれば、お薦めするサプリメントの中に、必ず、皮膚を改善するのに関係あるお薦め品が最低1つは含まれているという具合だ。これまでの実績からみてこの質問票をもとにしたアドバイスの適合性は、80%程度とされている。

また、健康状態の質問表に回答した人の10~20%は、何の製品もお薦めされないということがある。それは、健康状態が良好だからということらしい。こうした顧客には、個人の栄養報告と健康栄養解決プランの2つのレポートを提供している。そこには、顧客が、食べるべきもの、食べるべきでないもの、また、どのような生活習慣を保つべきであるかなどが記載されている。

(Wechat 生まれのテーラーメイド型の DTC ブランド)

LemonBox は、Wechat のミニプログラムからスタートしているのも特徴の一つといえるだろう。Wechat のミニプログラムは、販売のチャネルであると同時に、会員センターでもある。ユーザーにとっては、自分の健康状態を記録し、サプリメントを購入することができるだけでなく、栄養学の知識を得たり、ショップでポイントを使ったり、とブランドに対する一連の情報を把握することができる場である。一方、LemonBox にとっては、セールスやカスタマーサービスチームが、顧客の購入前、購入と購入後におこるすべての問題を掌握できる場でもある。課題はデータ化し、活用される。いまでは、約半数の顧客が、カスタマーサービスに相談して購入を決めている。さらに、LemonBox は、購入した顧客に、電話で、購入後のヒヤリングをしたりして、購入後に顧客がなるべくサプリメントを計画通り消化できるよう工夫をしている。LemonBox 自社の調査では、購入した顧客の約 95%は、完食しているという。

プライベートトラフィックからスタートした LemonBox



LemonBox の約 60%の顧客は、Wechat のプライベートトラフィックからきている。モーメンツなどへの広告や、口コミを通じて、同じ Wechat のミニプログラムにあるショップを訪れるというプロセスだ。ミニプログラムには、オリジナルのプラットフォームを立ち上げ、顧客が質問に答えやすくと同時に、そこで得られたデータは、ユーザーセグメントの想定、損益分岐点、価格、コンテンツなどについて決めるための一連の戦略的情報として取り扱われる。さらに、Wechat にある Video チャネル、公式アカウント、モーメンツ広告などを通じて、閉じたエコロジーサイクルを形成している。

2020年になって漸く、LemonBox は、初めて Tmall にもサービス窓口を開設している。同時に、オーダーメイドを必要としない顧客向けのチャネルも設定し、オーダーメイド・ライト版として、目の健康、睡眠改善、疲労回復、肉体回復などの良くある健康トラブル向けのサプリメントの販売を始めた。プライベートトラフィックをメインにしてきた LemonBox であるが、Tmall などのパブリックトラフィックを使うことで、そこからのプライベートトラフィックへの還流や、テーラーメイドで商品認知度を高めた顧客が、Tmall などでライト版のサプリメントを購入するということも想定しており、顧客の相互乗り入れにより全体的なチャネル効率化へ繋げたいと考えているようだ。

Ⅲ. 総合的なヘルスケアプラットフォームを目指す LemonBox

従来型の健康食品は、どちらかというと持病を抱えている人や老人向けというイメージを漂わせていることが多かったが、LemonBox は、そもそも狙っているセグメントが若者であることから、そうした従来イメージを一新したともいえる。それに加えて、AI や科学的な根拠をベースにした診断に基づく顧客ごとのパッケージをつくることで、斬新なものとして受け入れられた。

また、スタートを、Wechat のミニプログラムに店舗を開設し、プライベートトラフィックを上手に活用したことも

狙ったセグメントの顧客群の特性にうまくマッチしたのだろう。LemonBox の価格は決して安くない。創業者の翁斌斌氏は、LemonBox は、単純なビタミン剤の健康食品ブランドではなく、その本質は、データサイエンスを用いた栄養科学により、栄養士に代わり若い世代に気づきを与えたということだと考えている。

順調に業績を伸ばす LemonBox にも課題がないわけではない。無料で提供している AI による栄養診断で顧客をプラットフォームまで呼び込んだ後に、いかに多くの顧客に実際に購入してもらうか。3か月分を購入して、しっかりと服用してくれた後に、いかにリピートに繋げるか、といったものだ。

それでも LemonBox は、さらに AI 栄養士サービスのテクノロジーレベルを上げる方向に向かっている。DNA 分析機関、健康診断機関、さらにはオンラインフィットネスアプリなどとの連携を模索している。いくつもの角度から顧客の健康について診断できるような総合的なヘルスケアプラットフォームを目指しているようにみえる。試しに、LemonBox の AI 診断を受けて、健康について考えながら、プラットフォームの具合を探ってみるのも悪くないかもしれない。

(筆者：新コンシューマーブランド研究チーム)

参考資料：対話，LemonBox 創始人翁斌斌：，我们制造 AI 营养师，但不制造焦虑 2021 年 财经网

LemonBox，一个算法驱动的定制维生素品牌 2021 年 新商业情报

LemonBox：定制化维生素解决的痛点是什么？ 2021 年 品牌星球

コーポレートディレクション 上海オフィス

コーポレートディレクション(CDI)は、1986年に米系大手コンサルティングファームであるBCG東京オフィスから10名が独立して設立した、日本初の独立系戦略コンサルティングファーム。2008年の上海オフィス設立を皮切りに、現在ではアジア5箇所に現地拠点を有する。

上海オフィスでは、主に日本企業の中国参入戦略立案、戦略再構築、及び実行に伴う組織業務改革、中国企業との提携支援等を提供。一方で、中国企業をクライアントとした日系企業との提携支援も提供している。

規制動向

2022年2月外貨収支動向

発表日:2022年3月7日

1. 2月末時点の外貨準備高は32,138億米ドル(前月末比-0.24%)で、為替レート及び資産価格の変動が主因。
2. 2月の外貨市場は穏やかな展開が続き、外貨取引市場は安定性を維持。

会社法(改正草案)パブリックコメント

発表日:2021年12月25日

会社法(修正草案)のパブリックコメント期間は2022年1月22日まで。正式版は発表されていない。

今回の修正点は下記の通り。

1. 会社の設立・撤退における手続きをさらに利便化にして、会社設立登記、変更登記、抹消登記の事項及び手順を明確にする。
2. 出資に利用できる財産の範囲を拡大し、持分、債権が評価のうえ出資できることを明確にする。
3. 簡易減資制度を追加する。会社が規定に従って損失を補填した後も損失がある場合は、簡易減資を行うことができるが、株主に配当してはならない。また、法定積立金は登録資本金を超過しない限り、配当してはならない。
4. 全株主が債務履行について承諾した後、簡易手順で登記を抹消することができる。
5. 投資者の投資ニーズに満足させるため、優先株式及び劣後株式、特別議決権株式、譲渡制限株式等、すでに多くの実践がある種類の株式について規定されている。
6. 株主会で配当決議を決めた後、董事会は六か月以内に配当を行わなければならない。
7. 合併時に、合併先の9割以上の株を所有する場合、合併先は株主会を行わずに合併実施可能、但しほかの株主に知らせる必要がある。合併における支払いは当該会社純資産1割以内の場合、株主会を行わずに実施可能。

三菱 UFJ 銀行の中国調査レポート(2022年3月)

■ MUFG BK 中国月報 2022年3月号(第193号)

中国消費財市場～デジタル・ECが主流に

<https://www.bk.mufig.jp/report/inschimonth/122030101.pdf>

トランザクションバンキング部

■ ニュースフォーカス No.4 2022

2022-23年度 香港財政予算案

https://rmb.bk.mufig.jp/files/topics/1415_ext_02_0.pdf

アジア法人営業統括部 アドバイザリー室

本報告書は、情報提供のみを目的として、MUFG バンク(中国) 有限公司(以下「当行」)が作成したものであり、その使用又は配布が法律や法規への違反に該当するあらゆる管轄又は国における個人又は組織への使用又は配布を意図したものではありません。本報告書をお客様に公表する前に、当行及び/又は当行関係者/組織は、本報告書に含まれる情報を利用、又はそれに基づいて行動することができます。

本報告書に記載されている情報及び意見のいずれも、預金、証券、先物、オプション、又はその他の金融商品若しくは投資商品の購入若しくは売却の申出、勧誘、アドバイス若しくは推奨をするものではなく、またそのように解釈されるものでもありません。

本報告書は、情報提供のみを目的として作成されており、特定の受領者の具体的な需要、財務状況、又は投資目的への対応を意図するものではありません。

本報告書は、信頼しうるとみなされる情報源から入手した情報に基づいて作成したのですが、正確性を保証するものではなく、受領者自身の判断に代わるものとみなされるべきではありません。受領者においては、適切に、独立した専門的、法律、財務、税務、投資、又はその他のアドバイスを別途取得する必要があります。

本報告書は、アナリスト自身の見解に基づいているため、当行の公式な見解を示すものではありません。本報告書に含まれる全ての見解(あらゆる声明及び予測を含む)は、通知なしに変更される可能性があり、その正確性は保証いたしかねます。本報告書は、不完全又は要約の場合もあり、本報告書に言及される組織に関する重要な情報を全て網羅していない可能性もあります。当行(含む本店、支店)及び関連会社のいずれも、本報告書を更新する義務を負いません。

過去の実績は将来の業績を保証するものではありません。本報告書において言及されるいかなる商品の業績予測も、必ずしも将来実現する又は実現しうる業績を示すものではありません。

当行及び/又はその取締役、役員並びに従業員は、当該取引への関与に当たり、随時、本報告書に言及された関連証券又は関連金融商品において、利益を有すること及び/又は引受を承諾すること、及び/又は当該証券若しくは関連金融商品を保留若しくは保有することがあります。さらに、当行は、本報告書に言及されたいずれかの会社と関係を有する(例えば関連会社、戦略パートナー等)こと、若しくは有していたこと、又はコーポレート・ファイナンス若しくはその他のサービスを提供すること、若しくは提供していたことの可能性もあります。

本報告書に含まれる情報は当行が信頼しうると判断した情報源から入手したものでありますが、当行は、その適切性、適時性、適合性、完全性又は正確性について、いかなる表明又は保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負いません。したがって、本報告書に記載されている評価、意見、見積り、予測、格付け若しくはリスク評価は、当行による表明及び/又は保証に依拠するものではありません。当行(含む本店、支店)及び関連会社並びに情報提供者は、本報告書の全部又は一部の使用に起因するいかなる直接的、間接的及び/又は結果的な損失若しくは損害について、いかなる責任も負いません。

当行は、本報告書の著作権を保有しており、当行の書面による同意なしに本報告書の一部又は全部を複製又は再配布することは禁止されています。当行(含む本店、支店)又は関連会社は、当該複製又は再配布によって生じる、いかなる第三者に対する責任も一切負いません。

MUFG バンク(中国) 有限公司 リサーチ & アドバイザリー部 中国調査室
北京市朝陽区東三環北路5号北京發展大廈4階 照会先: 石洪 TEL 010-6590-8888ext. 214