

## 深圳レポート

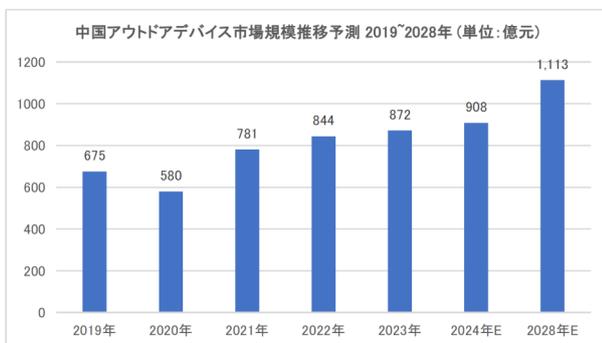
### 中国のアウトドアスポーツ市場が黄金時代を迎える

2025年、中国のアウトドアスポーツ産業はかつてない高成長を遂げている。国家体育总局のデータによると、アウトドアスポーツ産業の総規模は3兆元を超え、2023年比で43%増加し、スポーツ産業の中で最も力強い成長を遂げている。この成長の背景には、消費構造の根本的な変化がある。消費者の84%が、アウトドア活動を単なるスポーツシーンではなく、新たなコミュニケーションの方法として捉えており、業界を機能消費から体験消費へと後押ししている。政策的支援、健康意識の高まり、供給サイドの革新が相まって「アウトドアブーム」を形成している。

#### 市場規模の急拡大

まず、この急成長の背景には、国民の参加率の大幅な増加がある。「中国アウトドアスポーツ産業発展報告書(2023-2024)」によると、中国のアウトドアスポーツ消費総額は2024年に3,000億元を超え、前年比40%増を見込んでいる。消費者の年齢構成を見ると、25~34歳の層が最も多く(43%)、次いで35~44歳(28%)。男性ユーザーが60%以上を占めるが、旅行用品やファッションアクセサリ分野では、女性の消費拡大が加速している。

次に、事業体数も爆発的に増加している。2024年9月現在、全国のアウトドア関連企業数は17万7,000社に達し、2024年第1~3四半期だけで4万社以上が新たに登録された。デバイス市場も大幅に拡大し、アウトドアデバイスの規模は2019年の675億元から2023年には872億元に増加し、スキーデバイスがシェア20.41%で最大のカテゴリーとなり、ウォータースポーツ(19.58%)、キャンプデバイス(10.89%)が続く。



さらに、若い世代が市場成長を牽引する大きな力となっている。若者たちはパーソナライズされた多様な消費体験を重視するだけでなく、アウトドアスポーツをファッションなライフスタイルとみなしている。また、ソーシャルメディアの台頭がこの傾向をさらに加速させている。小紅書(rednote)が発表した「2023

年アウトドアライフトレンドレポート」によると、キャンプ、スキー、ハイキングなどのアウトドア活動に関する投稿数が100~150%の割合で増加している。アウトドアスポーツの魅力はソーシャルプラットフォームの普及によって拡散され、より多くの消費者を参加へと誘い、アウトドアデバイスやアパレルへの需要を刺激している。

加えて、「ARC'TERYX」や「DESCENTE」といった高級アウトドアブランドが、都市部での通勤用として徐々に人気を集めるようになり、アウトドアスポーツウェア市場の拡大をさらに促進している。このような消費者の意識の変化により、アウトドアスポーツウェアは専門性・機能性重視から、日常的でファッションブルなものへとシフトしつつある。

#### 多様化するシーンが需要を牽引

市場規模が拡大するにつれ、アウトドアスポーツの楽しみも多様化している。ハイキングや登山といった伝統的なアウトドア活動は依然として安定した成長を維持しており、プロ向けアウトドアデバイスの需要を牽引している。例えば、「KAILAS」や「TOREAD」といったこの分野を得意とするブランドは、市場シェアが毎年20%以上伸びている。

同時に、キャンプ、都市型サイクリング、フリスビーなどの新しいアウトドアシーンが急速に台頭している。2022年、キャンプ関連企業の登録数は前年比78%増加し、うち「グランピング」も人気も得ている。グランピングは、自然に親しみたいという人々のニーズに応えるだけでなく、高品質なレジャー体験を提供し、テント、アウトドア家具、アパレルなどの関連商品の売上を押し上げている。

女性はアウトドア消費拡大の主役となっており、女性用スポーツアウトドア製品の消費は2023年には前年比70%増、スキーやロッククライミングの予約数は200%以上増加している。各社は軽量のフィットネス用品やファッションブルなギアの開発を目標としており、Beneunder(蕉下)などのブランドはデザインの革新を通じて女性市場を獲得している。

ハイキング、太極拳、その他の低強度のアクティビティは、中高年に人気がある。「シルバーエコノミー」政策により、滑りにくいハイキングシューズ、軽量ハイキングポール、いくつかの景勝地ではレクリエーション式ハイキングルートが開発されるなど、高齢者に配慮した製品が登場している。

フリスビー、ウエストフラグラグビーなどの「ニューアーバンスポーツ」は、参加のハードルが低く、社交性が強いいため、若者に好まれ、00代以降の世代は、スポーツとマダーミステリーなどを組み合わせる傾向が強く、「スポーツ+娯楽」という業界の枠を越えたシーンが生まれている。

## 激化するブランド競争と市場の課題



中国のアウトドアスポーツ市場の急成長は、多くの国内外のブランドの注目を集めている。Lululemon(ルルレモン)、Klattermusen(クラッタームーセン)、NEMOなどの国際ブランドは中国市場への投資を拡大し、Lululemonは北京の三里屯に華北最大の店舗をオープンし、Klattermusenは中国初のFamily Storeをオープンした。これらのブランドは、中国市場の巨大な潜在力と消費の高度化トレンドに着目している。

国内ブランドも積極的に出店を進めている。Beneunderはシーンの細分化により5つの製品ラインを立ち上げ、日焼け対策からスポーツまで複数のシーンのニーズをカバーしている。TOREADは防水・防風性能を向上させるGORE-TEX PROの素材を採用したHIMEXシリーズのアサルトジャケットなど、技術革新によるハイエンド製品シリーズを発売している。さらに、CAMELはハイエンドサブブランド「Himalaya(喜馬拉雅)」を立ち上げ、プロフェッショナルなアウトドアスポーツ愛好家の高性能装備に対するニーズに応えることを目指している。

しかし、市場競争の激化は一連の課題も生み出している。第一に、国内ブランドはブランド力と消費者の愛着度の育成において相対的に弱い。多くの消費者は、製品の機能性だけでなく、それが伝えるの価値感やライフスタイルも重視して国際ブランドを選ぶ。第二に、市場参入のハードルが低いため、製品の均質化が深刻で、価格競争が頻繁に起こる。例えば、キャンプ用テーブルと椅子のSKU数は2年間で4倍に増えたが、粗利益率は15~20%に低下した。また、ハイエンドアウトドア用品のコア技術は依然として海外に依存しており、国産化には依然として技術的なブレークスルーが必要である。

### 今後のトレンド:スマート化と持続可能性

将来を展望すると、中国のアウトドアスポーツ器材・アパレル市場はさらなるチャンスと課題を迎えるだろう。

#### ◇ スマートデバイスの普及

科学技術の進歩に伴い、スマート化はアウトドア経済にとって重要な発展方向となる。調査会社Gartnerは、2025年までにアウトドア用品の30%が、環境データをリアルタイムで監視し、危険警告を提供するAIアシスタントを搭載すると予測している。また、仮想現実(VR)技術は、初心者への参入障壁を下げるために高地トレッキングのシナリオをシミュレートするなど、アウトドアスポーツのトレーニングにも応用が進むとみられる。

#### ◇ 持続可能性の主流に

環境意識の高まりにより、持続可能性はアウトドア業界にとって重要な課題となっている。バイオベースのテントや生分解性カトラリーなど、環境に優しい素材の普及率は、2023年の5%から2025年には30%に成長すると予想されている。ブランドはエコ素材を積極的に採用し、製品の環境配慮を推進する必要がある。

#### ◇ 消費シーンのさらなる創出

「キャンプ+食事」、「キャンプ+ナイトマーケット」といった新しい遊び方が主流となり、都市型マイクロバケーションの概念はさらに深化する。これらの革新的なシナリオは、アウトドア市場に新たな成長の機会をもたらすと同時に、ブランドのイノベーション能力に対するより一層の要求を突きつけることになる。

中国のアウトドアスポーツ市場は、急速に発展する黄金期を迎えようとしている。ブランド構築、技術革新、環境保護といった複数の課題があるにもかかわらず、その巨大な市場ポテンシャルと消費の高度化傾向は、業界に豊富なチャンスをもたらしていると期待されている。

## DeepThink ----AIで夜を照らす映像技術のパイオニア

社名	深圳深知未来智能有限公司	英語名	DeepThink
代表者	張齊寧	URL	<a href="https://www.deepthink.ai/">https://www.deepthink.ai/</a>
所在地	深セン市前海深港合作区梦海大道5033号前海卓越壹号T3棟15楼		
売上(RMB)	-	従業員(人)	-
創業年	2017年		
登録資本金	585.5827万人民币元		
サービス内容	情報通信、ソフトウェアおよび情報技術サービス。デジタルビデオ監視システムの製造、販売及びサービス。		

日中は太陽光が豊富なため、カメラは鮮明で色彩豊かな画像を容易に撮影できる。しかし夜間は光量不足により画質が大幅に低下する。暗視機能搭載カメラはこの昼夜の制限を克服し、夜間でも認識困難な対象を識別可能とすることで、夜間作業能力を向上させる。ただし、暗視技術は高度な技術的課題である。

深圳深知未来智能有限公司(以下、「DeepThink」)は、2017年設立のAI企業で、極低照度環境下におけるフルカラー画像処理技術の中核事業とする。自社開発の「AI ISP」ディープラーニングアルゴリズムにより、従来の画像処理技術のハードウェア的限界を突破。0.0001Lux(星明かりすらない暗黒環境に相当)でのリアルタイムフルカラー映像生成を実現し、暗視技術分野の空白を埋めている。

### ToB&ToC 多様化する製品形態

DeepThinkは単一の基幹アルゴリズム技術の中核とし、ToB/ToC双方の需要に対応するため多様なハードウェア形態を展開している。主要製品ラインは以下の3シリーズである。

- 「光遇(グアンユー)」シリーズ: UAV搭載ペイロード
- 「極星(ジーシン)」シリーズ: ハンドヘルド撮影機器
- 「鉄眼(ティーイェン)」シリーズ: モジュール製品

同社のフルカラー暗視モジュールは高解像度・耐強光・低コストを特徴とし、極低照度下でフルカラーリアルタイム撮影を実現。2022年7月の製品初号機発売以降、3年連続で売上高200%超の成長を達成している。製品の具体的な適用分野は以下の通りである。

- **ドローン分野**: 暗視カメラが量産出荷中であり、多機種対応拡大予定。
- **自動運転分野**: 車載用暗視モジュール開発を推進し、国内主要自動車メーカー複数社と提携し、最重要成長領域に位置付け。
- **セキュリティ分野**: 全天候型監視システム、知能化地雷検知、産業保安への応用。
- **スマート鉱山分野**: 鉱山・工業保安シーン向け高精度夜間監視ソリューション。
- **消費分野**: 欧米のアウトドア文化(ハイキング/キャンプ/狩猟/野鳥観察)向け携帯型暗視デバイス。

### アルゴリズムに基づくAI ISPのコア技術

従来の暗視技術はソニー製低照度センサー等のハードウェア改良や補助照明に依存し、高コスト・高消費電力・無色成像が課題だった。DeepThinkが開発した「AI ISP」はディープラーニングにより信号とノイズを分離した。なお、0dBの低S/N比環境下でも7,000倍のISOゲインを達成し、露光時間0.03秒という従来ISPチップの限界を超越した。主流製品の最低照度0.1Luxに対し、DeepThinkは0.0001Lux(ほぼ暗黒環境)で動作可能で、フルカラー画像の鮮明度を100~200倍向上させる。

さらに、DeepThinkは補助照明装置を必要とせず、消費電力は従来の暗視装置のわずか10%で、光害とエネルギー消費を大幅に削減する。産業シーンでは、運用・保守コストを50%削減できるほか、補助照明装置が法違反者に発見されるセキュリティリスクも解決できる。

DeepThinkは「闇のない世界の実現」をビジョンに、アルゴリズム主導の撮像技術で暗視分野のパラダイム転換を推進。セキュリティ・産業・自動車分野での実用化は「AIによるハードウェア課題解決」の可能性を実証している。自社設計チップの量産化とコストダウンにより、都市防衛から日常生活までを支える「知覚インフラ」として、あらゆる暗闇を照らす存在となる可能性を秘める。



## 中国国内線、モバイルバッテリーの機内持ち込み制限強化

スマホが「身体の一部」と言われる現代、モバイルバッテリーは「デジタル生活の延命装置」であると同時に、「非常時のライフライン」として機能する、まさに「持って生きる」ツールです。特に若年層のモバイルデバイス依存度は高く、バッテリー切れは死活問題に近いと言えるでしょう。

先月末、中国民用航空局(CAAC)は、モバイルバッテリーの機内持ち込みに関する新たな制限を発表しました。禁止対象は以下の通りです。

- 3C認証(中国強制性製品認証)マークのないモバイルバッテリー
- 3Cマークが摩耗・不明瞭な製品
- リコール対象のモデル・ロット

適用範囲は、中国国内線(国際線は対象外)で、機内使用は認証品でも機内使用は禁止で、充電は機内USB端子のみとなっています。

この規制強化の背景には、近年多発するモバイルバッテリー関連の航空事故があります。2025年だけでも、1月に釜山航空で手荷物内バッテリー発火による荷物棚焼損事故、3月に香港航空でモバイルバッテリーの自然発火により福州へ緊急着陸などの事例が発生しました。2025年の機内火災・発煙事故は15件(前年比2倍増)に上る統計も発表されています。

リチウム電池は低気圧・高温環境下で「熱暴走現象」(600℃超の急激な発火)リスクが高まりますが、より深刻なのは製品品質の問題です。中国国家市場監督管理総局の抜き取り検査では、43.6%(149製品中65製品)が不合格でした。主な欠陥は、

- 劣質な電解液の使用
- 保護回路の未搭載
- 容量の虚偽表示(例:表示20,000mAh、実質12,000mAh)

などでした。また、サプライチェーンの乱れも一因とされ、無認証セルの転売やリコール対象製品(例: Anker・Romossの計

唯来企業管理諮詢(深圳)有限公司  
副總經理

姜 香花

日本・中国専門の進出・撤退案件のエキスパート。  
現在はクロスボーダーM&Aも手がけている。日本人、中国人の気持ちを理解したコンサルティングに定評。中国事業再編・M&Aサービス担当。



120万台超)の流通が問題視されていました。

中国民用航空局は、国際民間航空機関(ICAO)の『危険物安全航空輸送技術細則』に基づき、国際基準との整合を図りつつ規制を強化しています。

導入直後の影響ですが、突然の規制開始により、直接的な影響を受けたのは国内線利用客です。杭州空港では初日に約6,000個のバッテリーが没収され、検査場に山積みになる事態が報じられました。

消費者だけでなく業界にも即座に変化が生じています。上位ブランドの小米(シャオミ)・華為(ファーウェイ)は「無料ラベル貼り替えサービス」を開始しました。なお、代替ソリューションとして、空港内のシェア充電器利用率が200%増加し、太陽光充電ステーションの導入も進められているとのことでした。

国際的な影響としては、海外メーカーによる中国市場向けモバイルバッテリーは3C認証取得が必須となります。国際線および国外製造の充電器(例:EUのCE認証取得品)については、現時点で3Cマーク表示は義務付けられていません。ただし、国際線から乗り継ぎ便を含む国内線区間を利用する場合、3C認証未取得のモバイルバッテリーは持ち込み・輸送が禁止されます。

セルメーカー「安普瑞斯(アンプリス)」の認証停止に伴い、関連ブランドの生産ラインが停止されるなど、サプライチェーンの再編も進む見込みです。

突然の規制ではありますが、航空安全を脅かす「低価格競争と品質管理の欠如」に対する緊急措置と言えます。短期的には消費者の不便や市場混乱を招いていますが、長期的には業界の淘汰と技術革新を促進し、国際基準に沿った安全体制の構築に寄与することが期待されます。

日本から中国へ渡航し、国内線を利用予定の方は、お持ちのモバイルバッテリーを必ず確認する必要があります。中国旅行時には、3Cマークの確認に加え、空港内の充電設備の活用やシェア充電器の利用が現実的な対策となるでしょう。



深圳未来创新服务中心  
MIRAI Innovation Center Shenzhen

深圳市南山区粤海街道海天二路 19 号盈峰中心ビル 2301  
TEL:86-135-3089-3085  
<https://micsz.jp/>