



3章 中国



COVID-19による影響と見通し

生産

製造・加工

流通

消費

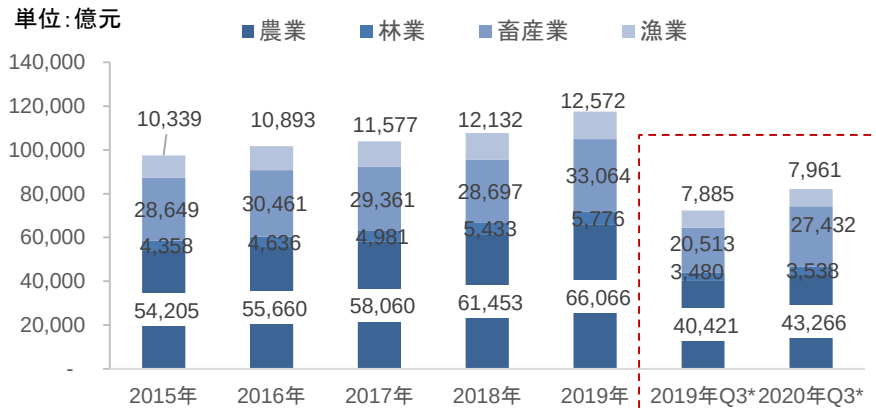
● ロックダウンによる農産物滞留、内食志向による小売業者収益減などが短期課題、食品安全などが長期課題

	従前のトレンド	COVID-19による影響
生産	- 農林牧漁の生産額が5%台で安定的に成長 - 主要農産物・食品の輸出入量も安定状態	- 食糧生産への直接影響は軽微 - 野菜・果物など生鮮農産品の短期販売は滞留・フードロス影響あり - 主要農産物・食品の輸出入量は短期的に減少
製造・加工	- 一定規模以上の食品加工・製造企業数は減少 - 企業数の減少により、合計営業収入及び利益額は減少傾向	- ロックダウンにより食品加工・製造業が一時的な低迷期に入った - 一定規模以上食品企業の営業収入と利益額は段階的に減少 - 生産再開後、生産量が大幅増加のため、影響が限られる
流通	- 全体貨物運送量及び宅配便業務量は安定的に成長 - 生鮮食品のEC販売好調により、コールドチェーン物流に対する需要量は増加	- 全体貨物運送量への影響が軽微、食品・薬品の割合が増加傾向 - 業務及び生産再開後、宅配便業務量が大幅増加 - オンライン販売の好調により、コールドチェーン物流にプラス影響 - 食品追跡等の新機能が勃興
消費	2015年から2019年かけて8%台以上で安定的に成長 - 小売と飲食とともに消費は堅調	- 小売は1-3月一時的に低迷していた、政府の刺激策が奏功、3月以降は順調に回復 - 飲食業が苦戦していたが、売上増加率がプラスに - 出前の注文量、非接触型配送が増加傾向
共通課題	- 食品産業は徐々に量から質へシフト - コールドチェーンがまだ先進国に大きな後れを取っている	- ロックダウンによる農産物滞留、内食志向による小売業者収益減などが短期課題 - 消費者の健康志向が高まり、食品安全が食品業界の長期課題 - COVID-19はコールドチェーンの発展に拍車

農林牧漁生産額の推移

● 農林牧漁生産へ一時的な影響があったが、長期的には影響軽微

農林牧漁生産額の推移(2015-2020年次ベース)



COVID-19による影響

農業

■ 食糧生産への直接影響が軽微

- 農業がロックダウン対象から外れ、一部の地域のみ物流の障害が発生したが、農産生産の周期に支障を与えず、短期では影響が微小。
- 2020年Q3までの生産額は43,266億元、前年同期比7.0%増となった。
- 野菜・果物など生鮮農産品の短期販売は滞留・フードロス影響あり
- COVID-19のピーク時は中国の旧正月であったため、例年生鮮農産品消費のピーク時であるはずが、COVID-19の発生により物流寸断、消費不振、サプライチェーン寸断などにより短期販売は滞留、農産地のフードロスも大量発生。

林業

■ 現状林業生産への影響が限定的だが、海外のCOVID-19拡大による需要減少により今後生産量落ちるリスクあり

- 2020年Q3までの生産額は3,538億元、前年同期比1.7%増となった。

畜産業

■ 畜産業への短期的な衝撃は大きい

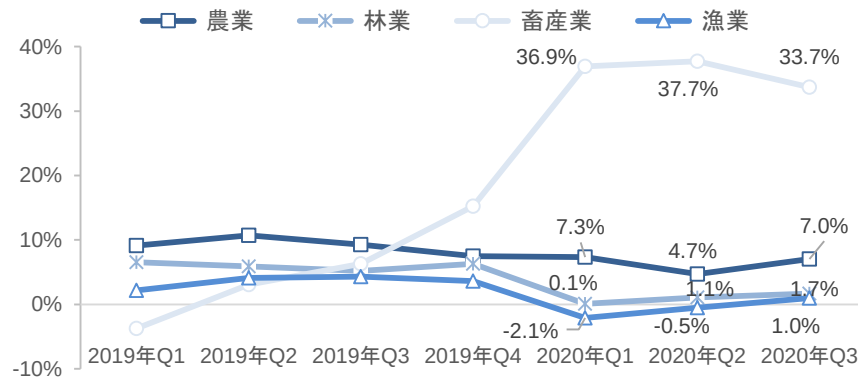
- COVID-19のロックダウンにより、短期的には飼料の仕入れ、運送などが大きな影響を受け、飼料の取り扱い業者及び養殖業者の飼料ストックは一時的に減少。
- アフリカ豚熱の大流行による豚肉供給不足で豚肉の価格が高騰
- アフリカ豚熱の大流行による豚肉供給不足による豚肉価格の高騰も一因となり、2020年以来、畜産業の生産額は前年同期比急速増加しており、2020年Q1は前年同期比36.9%となった。
- 2020年Q3までの生産額は27,432億元、前年同期比33.7%増となった。

漁業

■ 漁業全体は大きな打撃を受けたが、徐々に回復傾向

- 漁業生産高は前年同期比-2.1%減となったが、Q2以後が緩やかに回復傾向。
- 2020年Q3までの生産額は7,961億元、前年同期比1.0%増、2020年初めてのプラス成長となった。

生産額の対前年同期比推移(2019-2020年四半期ベース)



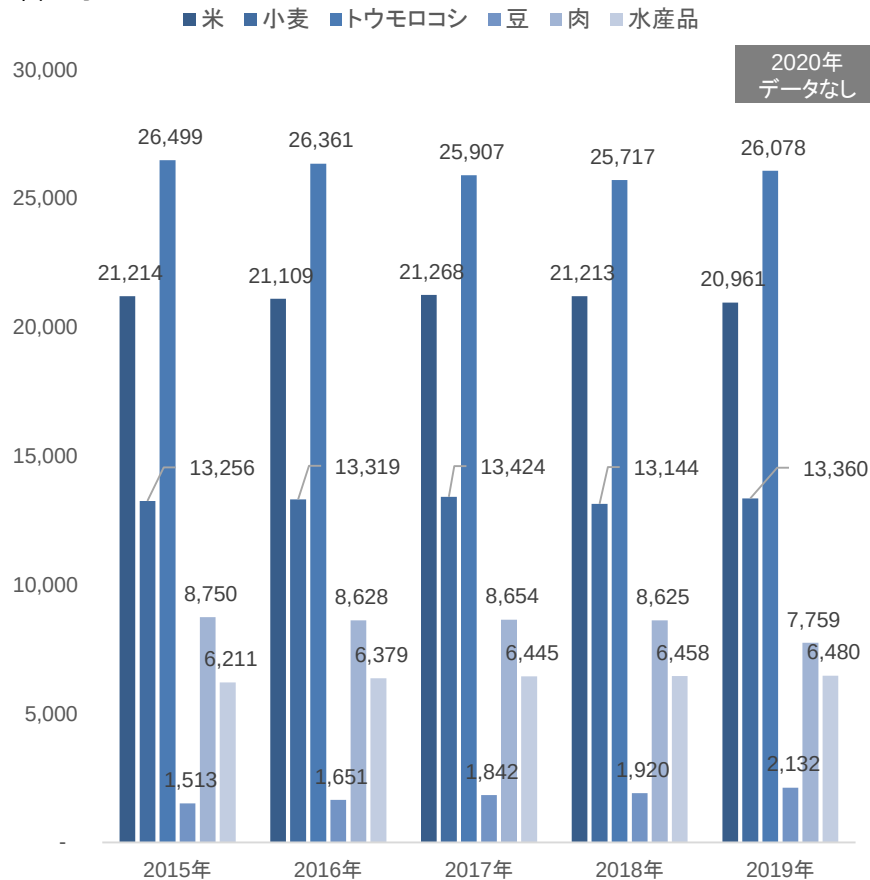
*2019年と2020年Q3は累計値。

品目別主要農産物生産量の推移

● 主要農産物の種まき時期はCOVID-19のピーク時とずれていたため、全体的な影響は限定的

主要農産物生産量の推移(2015-2019年年次ベース)

単位: 万トン



COVID-19による影響

米

- 主食作物である米と小麦の生産量は基本的安定している。
- 早稲の春の種まきはCOVID-19ピーク時の2、3月と時期がずれており、全体的な影響は限定的。

小麦

- 冬小麦の主要生産地はCOVID-19による影響が小さく、かつ農産物の主要生産地は室外、風通しのよいところであるため、基本大きな影響を受けていない。

トウモロコシ

- トウモロコシは主要な飼料・工業作物として、主要農産物における生産量が最も大きい。
- トウモロコシの主要生産地は東北、華北及び西南地域、武漢と離れており、生産時期もCOVID-19ピークとずれているため、影響軽微。

豆

- 豆は輸入に大きく依存している一方、近年自国生産量も徐々に増えてきている。
- 大豆の主要生産地は東北地域、武漢と離れており、生産時期もCOVID-19ピークとずれているため、影響軽微。

肉

- 豚肉: COVID-19の発生により年始の生産能力が低下し、年間生産量では減少する見込みであるが、2020年末には、通常の水準近くまで回復したとしている。
- 牛肉: COVID-19により、2020年2月中旬までに約6割の食肉処理場が操業を停止(一部を含む)していたが、3月末以降業務再開が進んでいる。

水産品

- 海鮮市場のロックダウンによる消費減や冷凍水産品COVID-19の検出による消費者の水産品への不信感などにより水産品の風評被害懸念。

主要農産物・食品の輸入量推移

影響と見通し

課題の整理

対策の検討

事業構想

生産

製造・加工

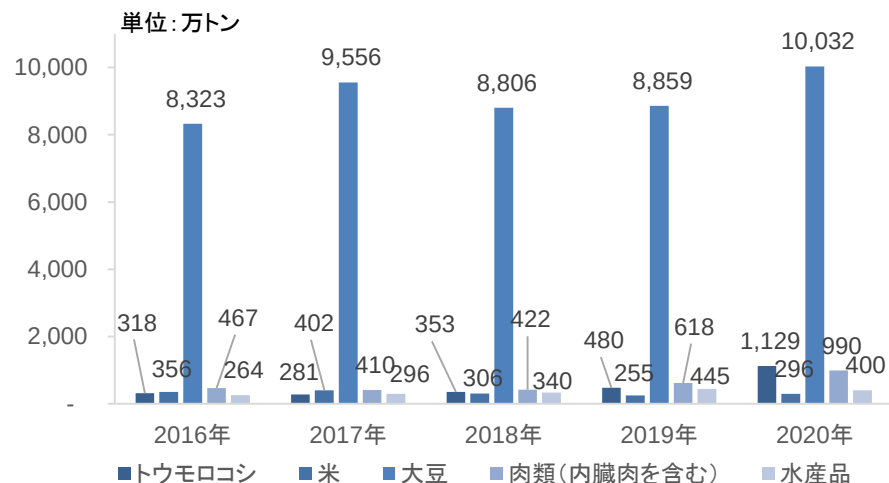
流通

消費

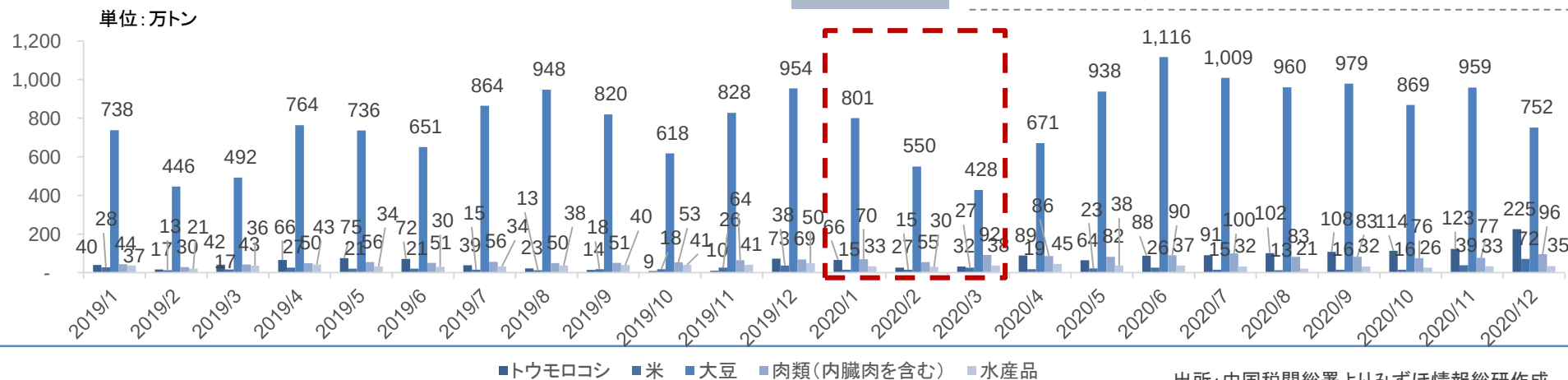


● COVID-19により輸入需要が短期的に減少、4月以降上昇傾向

主要農産物・食品の輸入量推移(2016-2020年年次ベース)



主要農産物・食品の輸入量推移(2019-2020年月次ベース)



従前のトレンド

トウモロコシ

- 2019年まで、トウモロコシの輸入は関税割当制度により管理されていたので、輸入量は500万トン以下に維持。
- 国内価格の上昇より、2020年中国当局が1,000万トンの輸入量を許可したため、輸入量が1,129万トンに達し、前年比135%増。

大豆

- 大豆は輸入に依存しており、2016-2019年において、輸入量は高水準に維持。

肉

- 2017年から肉類の輸入量は増加傾向にある。2020年冷凍豚肉の関税が12%から8%に引き下げられ、輸入量が増加したことにより、国内の供給不足問題が緩和。

水産品

- 2016-2019年において、水産品の輸入量は上昇傾向にあり、2019年は445万トンに達し、前年比31%増。

COVID-19による影響

全体的輸入量が短期的に減少

■ 輸入量に対する影響が限られる

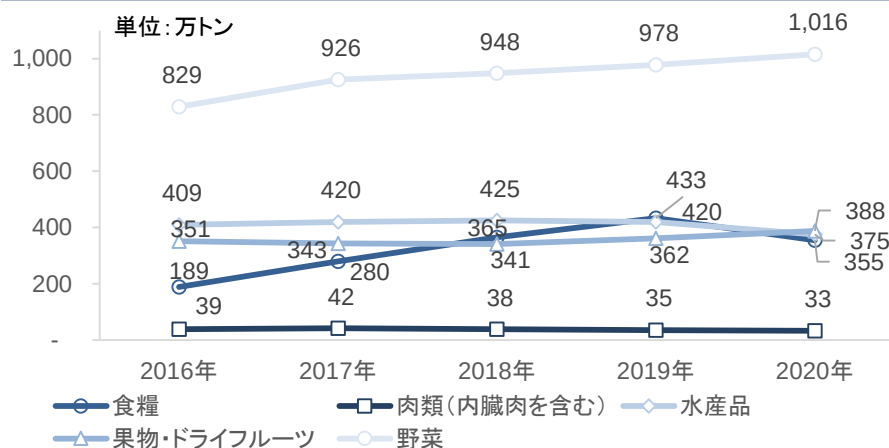
- 2020年1月-3月、COVID-19によるレストラン営業停止により農産物・食品の輸入需要が減少したが、4月から業務・生産再開に伴い、主要農産物・食品の輸入量が増えてきて、5月以降の輸入状況が安定している。
- 主要農産物・食品**
- 大豆: 海外COVID-19より物流等の不安定要因の影響を抑えるため、事前に大量輸入する傾向あり、2020年の輸入量が初めて1億トンを超えた。
- 水産品: 2020年6月以降包装からCOVID-19が検出され、消費者の購買意欲が低下し、2020年の輸入量が400万トンまで減少。



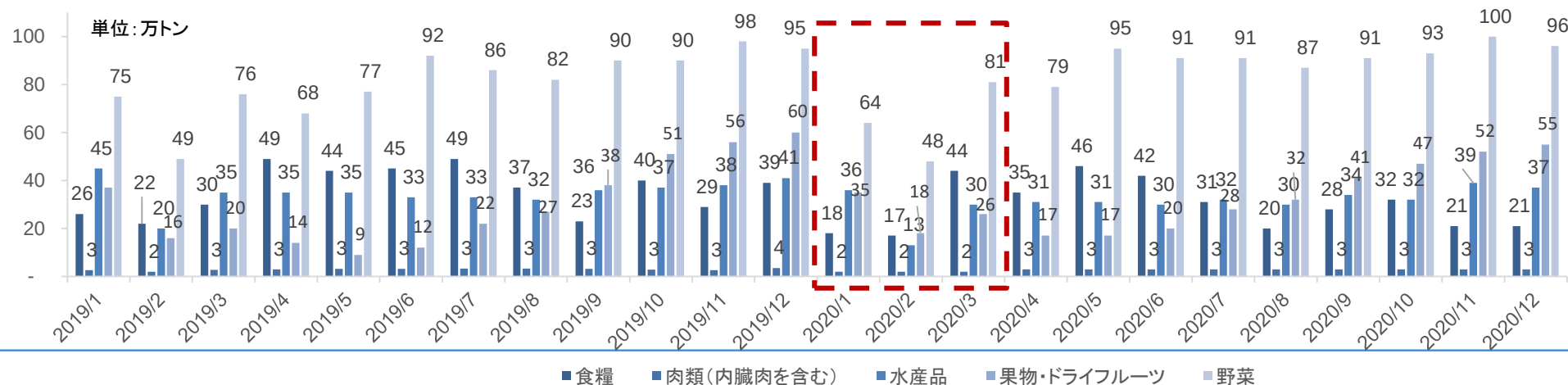
主要農産物・食品の輸出量推移

● ロックダウンによる物流の混乱により、輸出量が短期的に減少

主要農産物・食品の輸出量推移 (2016-2020年年次ベース)



主要農産物・食品の輸出量推移 (2019-2020年月次ベース)



従前のトレンド

食糧

- 2016-2019年において、食糧の輸出量は増加傾向にある。

肉

- 2017年から肉類の輸出量は年々減少する傾向にあり、中国国内の需要が大きいため、外部供給能力が不足。

水産品

- 2016-2019年において、水産品の輸出量が安定状態にある。

野菜

- 中国は世界の重要な野菜供給基地として、野菜の輸出量が年々増えている。

COVID-19による影響

輸出量が短期的に減少

■ 輸出量に対する影響が限られる

- COVID-19の影響で、サプライチェーン (生産等)・物流の混乱と遅延により、全体的な輸出量が減少。2020年5月から、農産物・食品の輸出量が安定状態に回復。

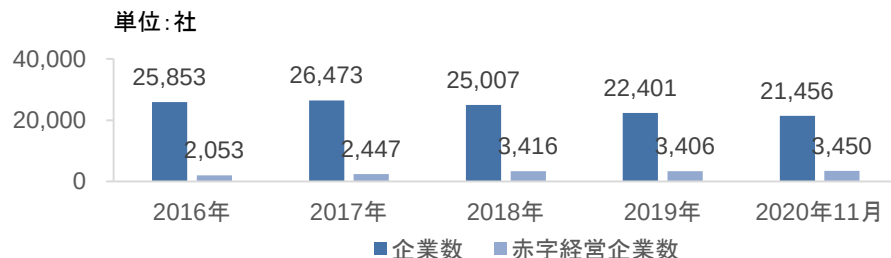
■ 主要農産物・食品

- 食糧:** COVID-19より一部食糧輸入元国において輸出が制限されたため、中国国内の需要を優先し、輸出量が減少傾向。
- 水産品:** COVID-19より貿易制限、物流混乱等のため、輸出量が減少。

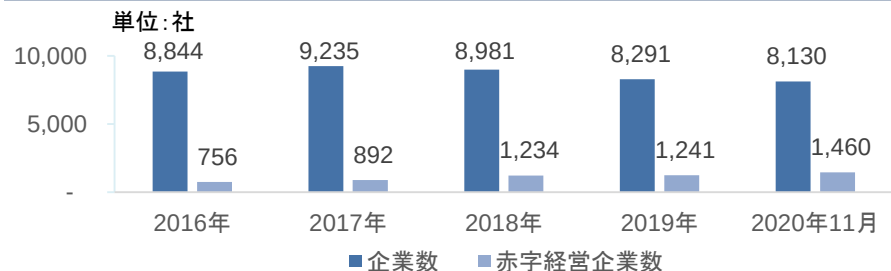
一定規模以上食品加工・製造企業数

● 一定規模以上の食品加工・製造企業数は減少傾向にあるが、赤字経営企業数は増加しつつある

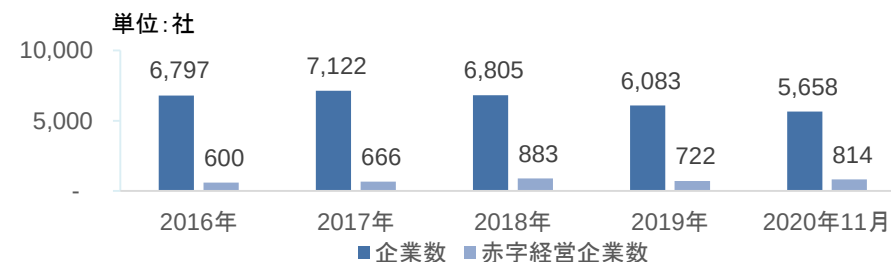
農業副食品加工業一定規模以上企業数※(2016年-2020年11月)



食品製造業一定規模以上企業数※(2016年-2020年11月)



酒、飲料と精製茶製造業一定規模以上企業数※(2016年-2020年11月)



従前のトレンド

農業副食品
加工業

- 2017年以降、一定規模以上企業数は減少し、量から質へシフトする傾向あり、2019年の企業数が22,401社。
- 直近5年間、一定規模以上赤字経営企業数は増加しつつあり、2019年の赤字経営企業数が3,406社。

食品製造業

- 2017年以降、一定規模以上企業数は減少傾向あり、2019年の企業数が8,291社で、前年同期比8%減。
- 直近5年間、一定規模以上赤字経営企業数は上昇傾向にあり、2019年には1,241社に達した。

酒、飲料と精
製茶製造業

- 一定規模以上企業数は減少傾向あり、2019年の企業数が6,083社。
- 2019年の赤字経営企業数722社で、前年同期比18%減。

COVID-19による影響

赤字経営企
業数が増加

- COVID-19による生産停止により、業績が落ち、赤字となる食品加工・製造企業が増加。
- 特に2020年1-2月において、ロックダウンにより生産量の減少及び消費者購買意欲の低下等の要因が加わったことで、食品加工・製造業界が低迷期に入った。

※注: ①農業副食品加工業とは、農業、林業、畜産業、漁業の食品材料を原料として行われる穀物研磨、材料加工、植物油と製糖加工、屠殺及び肉加工、水産物加工、野菜、果物とナッツなど食品の加工を指す。
 ②食品製造業には、食糧加工業、植物油加工業、菓子、キャンディー製造業、製糖業、屠殺及び肉加工が含まれる。
 ③一定規模以上企業とは、主要業務収入2,000万元以上の法人を指す。

出所: 中国国家统计局、中商産業研究院よりみずほ情報総研作成

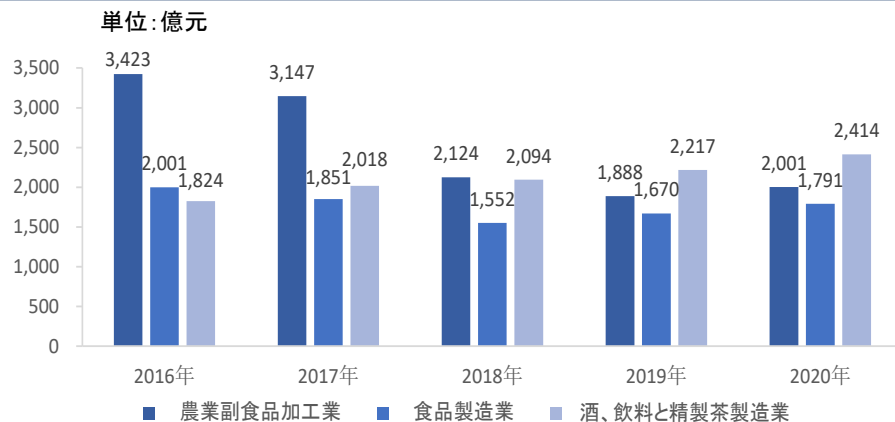
一定規模以上食品加工・製造企業の営業状況

● ロックダウンによる生産停止により、食品加工・製造企業にマイナス影響を与えた

一定規模以上食品企業営業収入※(2016-2020年年次ベース)



一定規模以上食品企業利益額※(2019-2020年年次ベース)



従前のトレンド

農業副食品 加工業

- 2016-2019年において、一定規模以上農業副食品加工企業数の減少により、営業収入及び利益額は年々減少しており、2019年の営業収入が46,810億元、利益額は1,888億元。

食品製造業

- 2016-2019年において、一定規模以上食品製造業の営業収入及び利益額は上下変動ある。
- 2019年の営業収入は19,074億元に達し、前年同期比4%増、利益額は1,670億元、前年同期比8%増。

酒、飲料と精 製茶製造業

- 一定規模以上酒、飲料と精製茶製造業の営業収入が比較的安定しており、2019年の営業収入が15,303億元。
- 利益額は上昇傾向あり、且つ高水準を維持している。2019年の利益額は2,217億元。

COVID-19による影響

営業収入と 利益額は段 階的に減少、 全体的な影 響が限られる

- 2020年1-2月に、COVID-19による生産延期・停止により、食品生産企業の営業収入と利益額にマイナスの影響を与えた。
- 2020年3月以降、中国政府の指導に基づき、食品製造企業は生産再開し、安定的な生産を供給すると同時に生産量を徐々に高めていったため、全体的なCOVID-19からの影響は限られた。

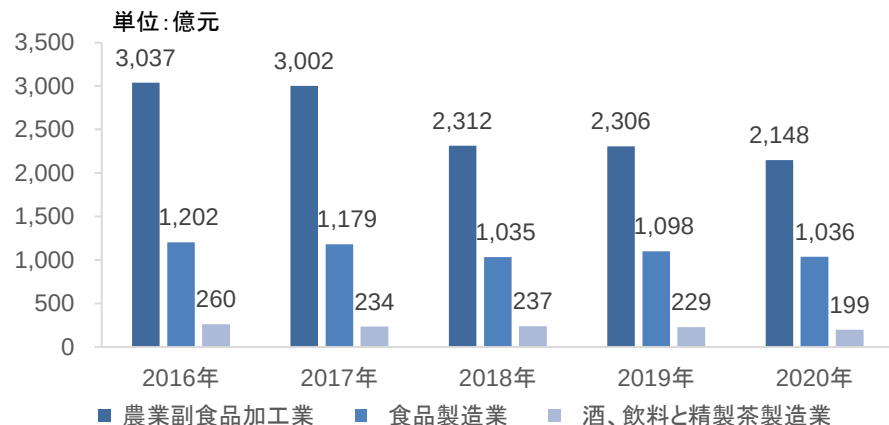
※注: 一定規模以上(主要業務収入2,000万元以上の法人)食品工業企業の財務指標

出所: 中国国家统计局、中国工業と情報化部よりみずほ情報総研作成

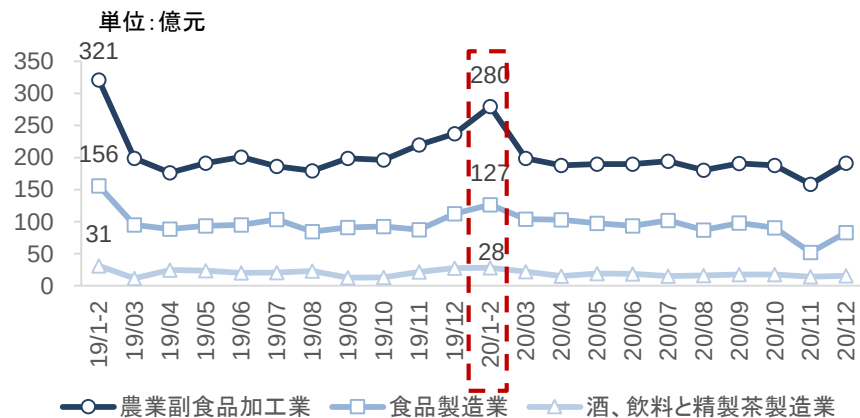
一定規模以上食品加工・製造企業の輸出納品金額

● 一定規模以上食品加工・製造企業の輸出納品金額が減少傾向

一定規模以上食品企業の輸出納品金額※(2016-2020年年次ベース)



一定規模以上食品企業の輸出納品金額※(2019-2020年月次ベース)



従前のトレンド

農業副食品
加工業

- 一定規模以上企業数の減少により、輸出納品金額は年々減少傾向にあり、2019年の輸出金額が2,306億元。

食品製造業

- 2016-2019年において、一定規模以上食品製造業の輸出納品金額は安定しており、大きな変動がない。

酒、飲料と精
製茶製造業

- 2016-2019年において、輸出納品金額は安定していたが、2020年減少傾向にあり、輸出納品金額は199億元、前年同期比13%減。

COVID-19による影響

輸出が短期的に減少

■ 1-2月短期的に減少、3月以降回復傾向

- 2019-2020年月次データからを見ると、一定規模以上食品企業の輸出納品金額は全体的に上下変動状態にあるが、特に2020年1-2月において、COVID-19による生産量の低下により、輸出納品金額は対前年比で減少した。そのうち、
 - 農業副食品加工業の輸出納品金額が280億元、前年同期比13%減
 - 食品製造業の輸出納品金額が127億元、前年同期比19%減
 - 酒飲料と精製茶製造業の輸出納品金額が28億元、前年同期比10%減
- 2020年3月以降輸出納品金額は徐々に回復傾向にある。

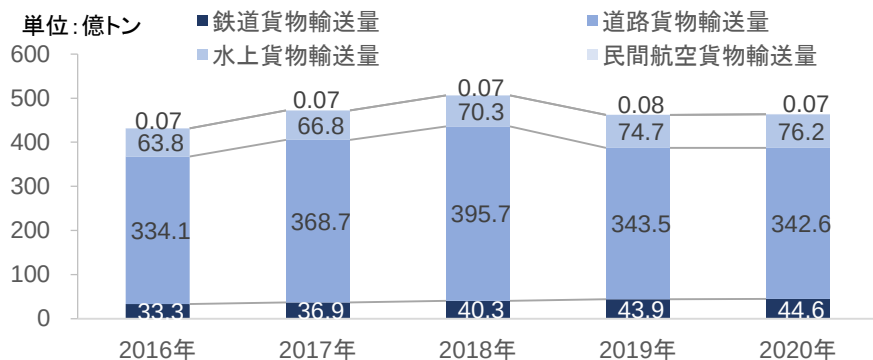
※注: 一定規模以上(主要業務収入2,000万元以上の法人)食品工業企業の財務指標

出所: 中国国家统计局、中国工業と情報化部よりみずほ情報総研作成

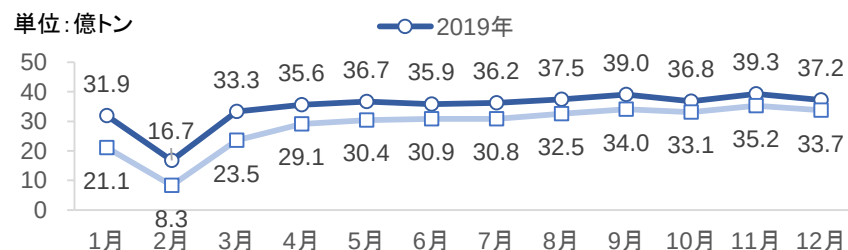
貨物運送量の動向

● 全体貨物運送量への影響が軽微、食品・薬品の割合が増加傾向

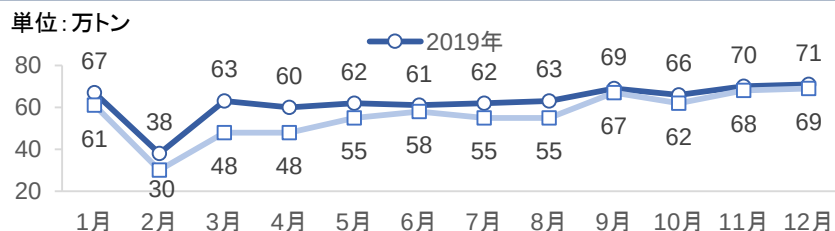
中国貨物運送量の年間推移(2016-2020年年次ベース)



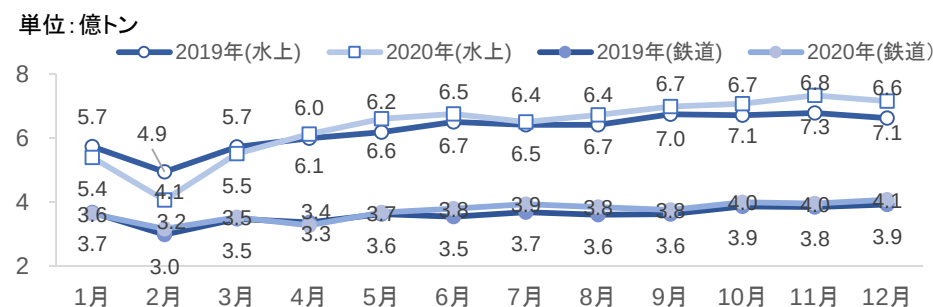
道路貨物輸送量の月次推移(2019-2020年)



民間航空貨物輸送量の月次推移(2019-2020年月次ベース)



鉄道及び水上貨物輸送量の月次推移(2019-2020年月次ベース)



従前のレンド

サービス品質や効率性が改善されている

- 道路貨物運送量が若干の低下、鉄道、水上貨物運送量が上昇している
- ・ 中国貨物運送量が2016年からやや増加し、2018年にピークに達した。2018年から、政府の輸送構造調整計画により、道路輸送量、特にコンテナの輸送量は減少となり、鉄道と水路輸送量が著しく増加した。
- サービス品質や効率性も改善されつつある
- ・ サービス品質と効率性面では、省境高速道路料金の免除や民間航空の定時運航率の大幅向上などにより大きく改善されている。

COVID-19による影響

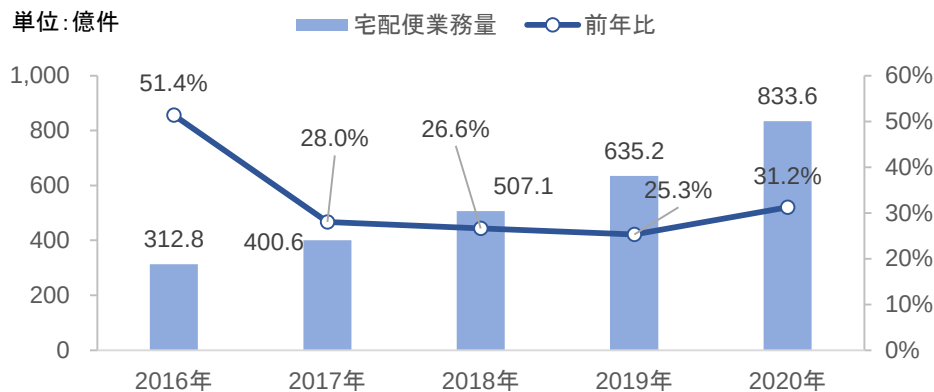
貨物運送構造の変化が顕著

- 道路及び民間航空の各月貨物運送量が2019年をやや下回っている、鉄道及び水上貨物運送量に大きな影響なし
- ・ 道路、鉄道輸送: 1-2月の移動制限により、一部の商品が道路から鉄道輸送に移行した。その後、高速道路の無料化や原油価格の急落により道路輸送に戻った。現在、道路と鉄道輸送量が基本的に安定状態となり、昨年同期まで回復した。
- ・ 民間航空輸送: 中国では、貨物輸送専用飛行機が比較的に少ないため、航空貨物輸送が旅客機の貨物室に大きく依存している。コロナによる旅客便の急減に伴い、航空貨物輸送能力も縮小し、2020年6月から徐々に回復した。

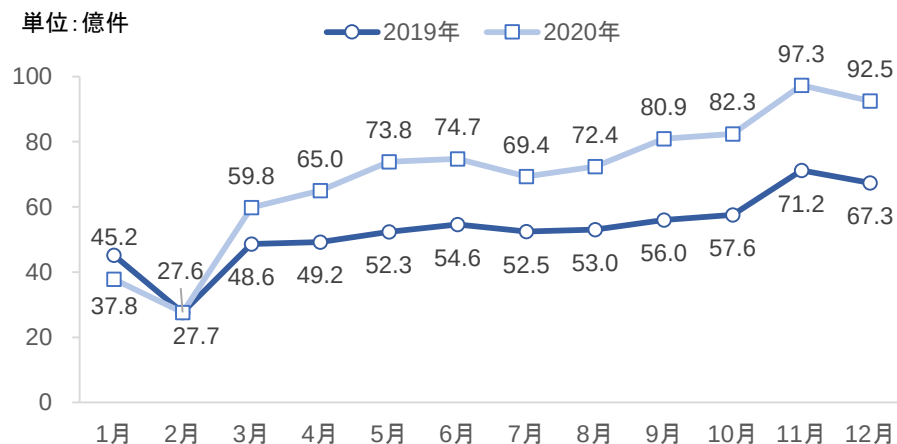
宅配便業務の動向

● 業務・生産再開後、宅配便業務量が大幅増加

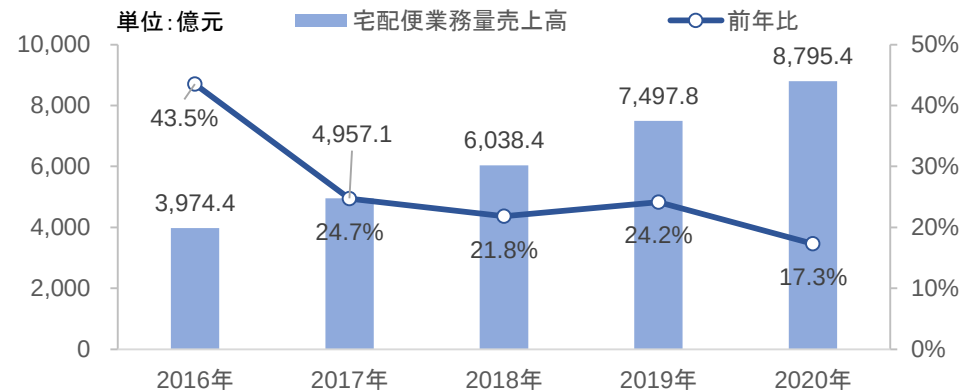
宅配便業務量の年間推移(2016-2020年)



宅配便業務量の月次推移(2019-2020年)



宅配便業務量の年間推移(2016-2020年)



従前のトレンド

宅配便業務 が好調

■ ECの繁栄により宅配便業務が安定成長

- 2016-2019年において、宅配便業務量は年25%以上の成長率を維持。
- 2019年の宅配便注文量が635.2億件、売上高が7,497.8億元に至った。

COVID-19による変化

短期急減後、 成長時期を 迎える

■ 宅配便業務量が短期的に減少

- 2020年1-2月、宅配便業務量が65.5億件、前年比10.1%減少し、業務売上高が864.9億件、前年比8.7%減少。

■ 業務・生産再開後、宅配便業務量激増

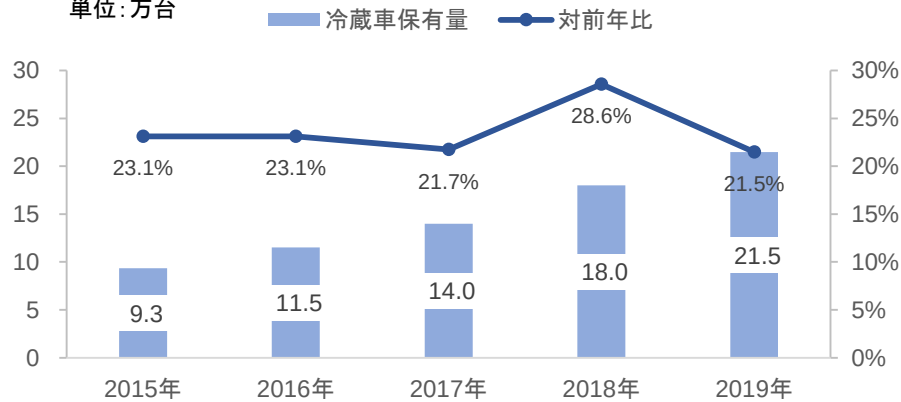
- 非接触型消費志向の向上より、EC販売が好調になり、宅配便の注文量及び配送能力が激増。

コールドチェーン物流業界の動向

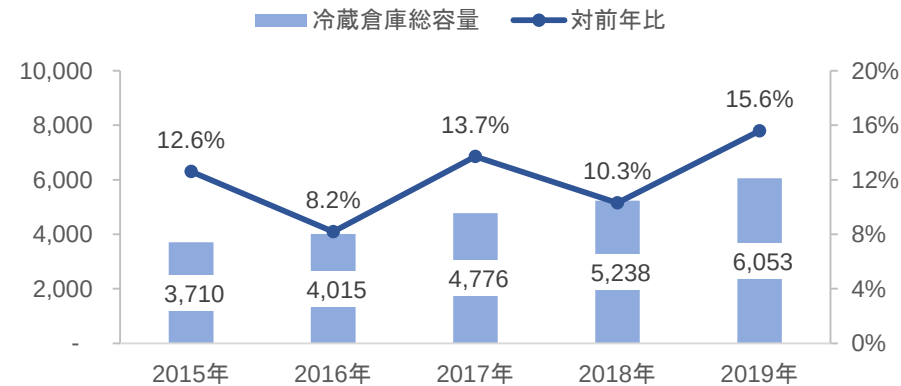
● オンライン販売の好調により、コールドチェーン物流にプラス影響

コールドチェーン物流業界の冷蔵車保有量・冷蔵倉庫総容量年間推移

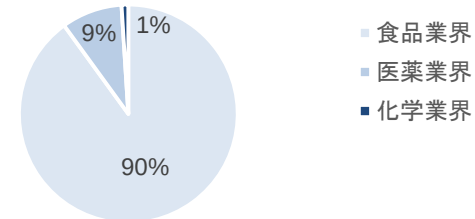
単位:万台



コールドチェーン物流業界の冷蔵車保有量・冷蔵倉庫総容量年間推移



中国コールドチェーン物流業界の需要業界構造(2019年)



従前のトレンド

コールドチェーン・供給側

- 近年、冷蔵車保有量、冷蔵倉庫容量などのインフラの改善に伴い、「マルチモーダル」という空港、鉄道、道路などの複数の交通機関を連携する効率的な輸送方法も急成長している。
- 一方、中国のコールドチェーン物流業界が高エネルギーコスト、技術、人材、カバー範囲などに課題がある。

コールドチェーン・需要側

- 品目から見ると、中国コールドチェーン物流に対する需要量のうち、食品業界が約9割を占めている。特に、生鮮食品のネット販売が好調となり、コールドチェーン物流に対する需要量が増えている。

COVID-19による影響

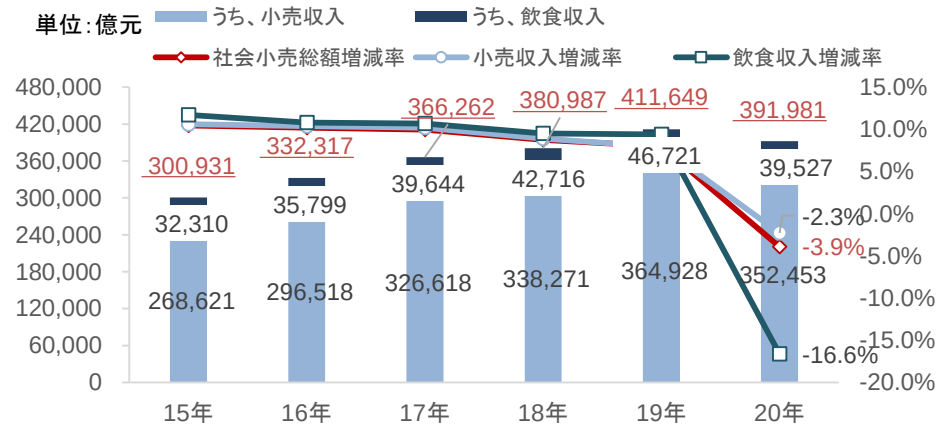
COVID-19のため、コールドチェーンに対する需要量が急増

- COVID-19のため、全国で生鮮食品・医薬品の注文量が急増した。特に、COVID-19が勃発した初期、住宅隔離、操業停止の方針が発表され、国民生活を保障するために、コールドチェーン物流を促進する方針が発表された。
- COVID-19により、消費者のオンライン購買が習慣化され、コールドチェーン物流のIT化とデジタル化における課題も改善が続いている。

社会消費品小売総額及び増減率の推移

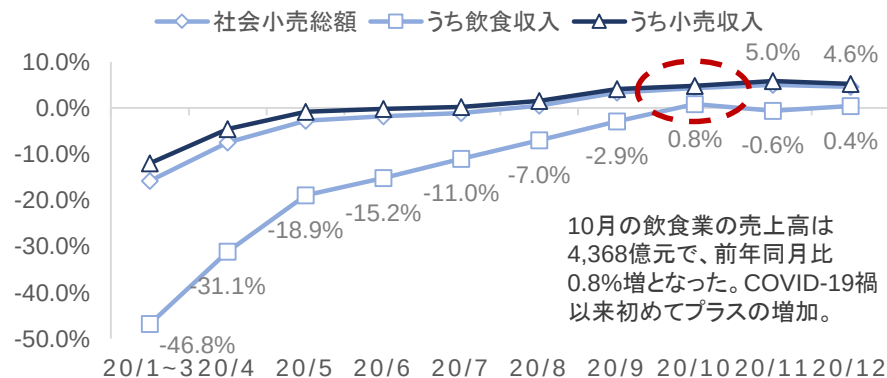
● 飲食業が苦戦していたが、中国の防疫活動が常態化する中で徐々に回復傾向

消費類型別社会消費品小売総額の推移(2015-2020年年次ベース)



※赤字の部分＝社会消費品小売総額＝小売収入＋飲食収入。

消費類型別社会消費品小売総額対前年比推移(2019-2020年月次ベース)



従前のトレンド

小売と飲食とも消費は堅調

- 中国の社会消費品小売総額は2015年から2019年にかけて8%台以上で安定的に成長していた。
- 2019年の社会消費品小売総額のうち、小売収入及び飲食収入の対前年比はそれぞれ7.9%と9.4%であった。

COVID-19による影響

小売業が順調に回復

- 小売は1-3月一時的に低迷していたが、3月以降は順調に回復**
- 中国の社会消費小売総額は、2020年1-3月に前年同期比▲15.8%と急減したものの、3月以降徐々に回復傾向。12月の社会消費品小売総額は4.6%増となり、連続5カ月のプラス成長となる。
- 政府の刺激策が奏功**
- 5月に開催された2020年度政府工作会議で、中国政府は2兆元の特別財政資金を投下し、経済を下支えする方針を定めた。この方針に沿って、中国各地方政府は、オンラインとオフラインを融合した大型消費キャンペーンを実施した。→消費刺激策により、小売業の業績は順調に回復。

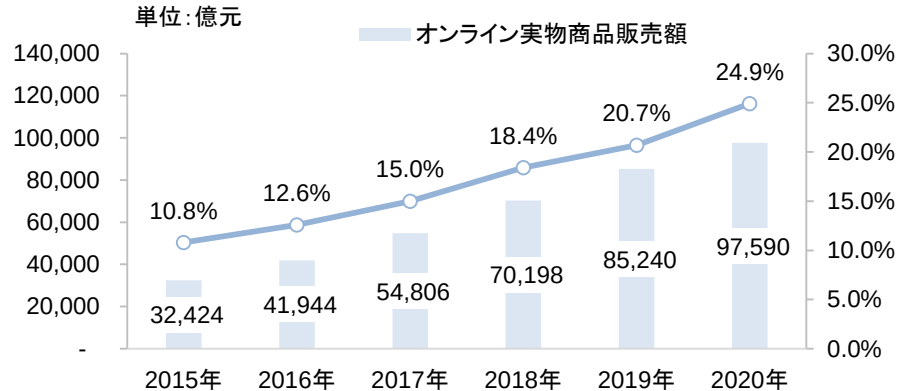
飲食業が苦戦していたが、増加率がプラスに

- COVID-19による飲食業収入減少が顕著**
- COVID-19の影響により飲食業が大きな打撃を受け、2020年1-3月期の飲食収入は前年同期比▲46.8%と激減。
- 2020年の飲食収入は39,527億元であり、前年同期比▲16.6%となっている。
- 飲食業が苦戦していたが、売上増加率がプラスに**
- 防疫活動が常態化する中で、中央や地方の消費対策により、飲食収入が徐々に回復しており、2020年12月は前年同期比0.4%増となっている。
- 飲食業が今後長期にわたって成長するという見通しに変わりはない。

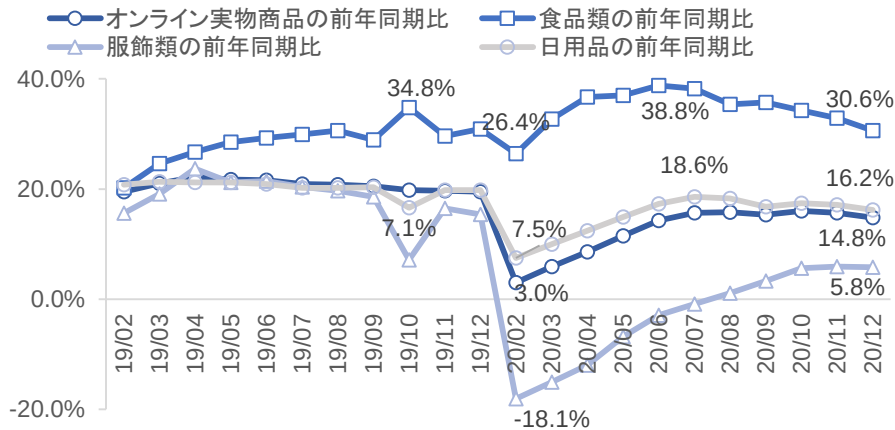
オンライン消費品小売販売額及び増減率の推移

● オフライン販売の低迷がオンライン販売、特に食品類にプラス影響を与えた

オンライン実物商品販売額と実物オンライン販売浸透率の年間推移

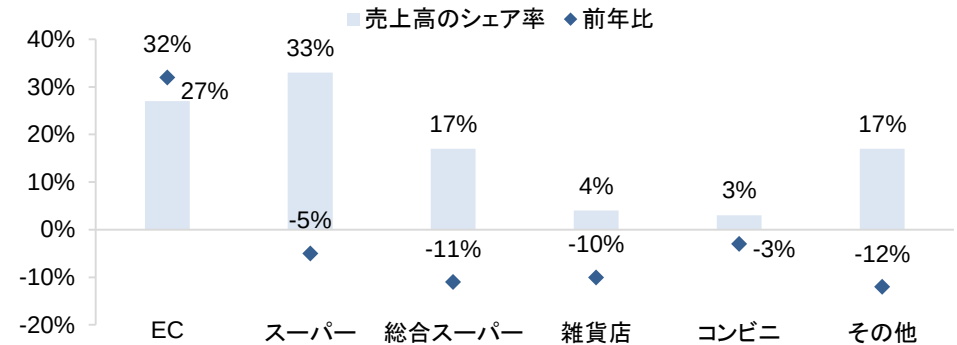


オンライン実物商品販売額増減率の月次推移(2019-2020年)



* オンライン販売浸透率 = オンライン実物商品販売額 / 社会小売総額

都市日用品市場のチャネル別シェア率と売上高前年比(2020年Q1-Q3)



従前のトレンド

オンライン販売

- 近年、中国オンライン販売額とオンライン販売の浸透率*が増加し続けている。2020年、COVID-19の影響により、オンライン販売額が9.76兆元に達し、浸透率*が24.9%となった。

オンライン食品販売

- 品目別の月次増減率から見ると、オンライン実物商品販売額のうち、食品商品の伸び率が最も著しくなっており、次に日用品と衣服が続いている。

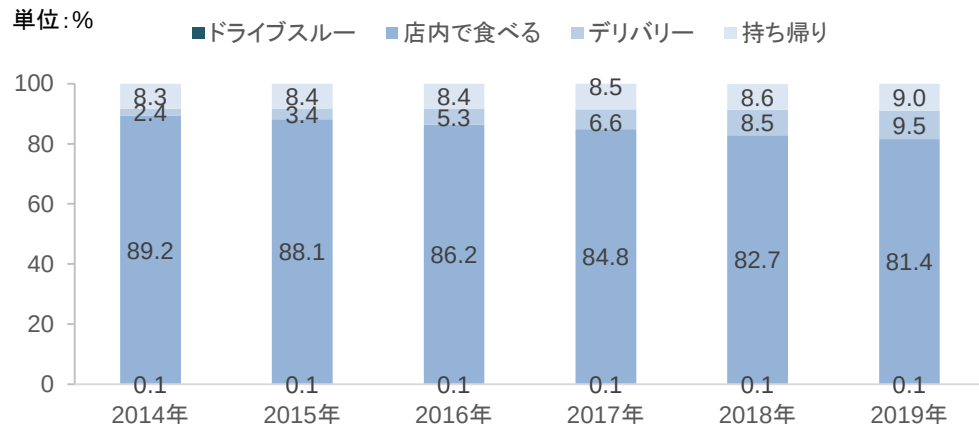
COVID-19による影響

食品オンライン販売がCOVID-19により好調

- COVID-19が勃発した2019年12月から2020年2月の間、各品目の販売額伸び率が低下傾向にあったが、食品商品が依然として去年より26.4%で増加した。衣服商品は住宅隔離政策の影響を受け、マイナスの成長となった。
- 2020年の後半、COVID-19の緩和に伴い、オフラインでの消費が回復し、オンライン販売の伸び率は鈍化していたが、食品は依然として30%以上の伸び率を維持した。

外食市場の動向

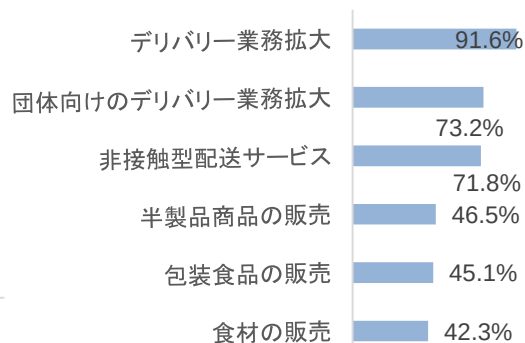
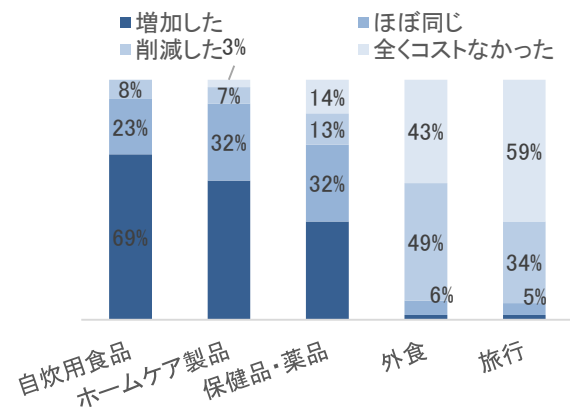
外食サービスの利用チャネル割合推移



COVID-19禍による飲食習慣への影響

COVID-19前と比較したCOVID-19流行期の消費者支出増減状況

COVID-19流行期に飲食店が売上を伸ばすための施策



従前のトレンド

店内で食べるシェア率が減少

- 2019年外食市場におけるシェア率は81.4%、前年比1.57%減。
- COVID-19のため、外食支出が減少となった消費者は43%であった。

デリバリー市場が成長

- 2019年外食市場におけるシェア率は9.5%、前年比11.8%増。
- COVID-19流行期に消費者支出の変化に対する施策として、デリバリー業務を拡大にした飲食店が91.6%となった。うち、団体向けのデリバリー業務、非接触型配送サービスが目ざされている。

自炊ニーズによる新チャンス

- COVID-19のため、69%の消費者が自炊用食品(食材・半製品を含む)の支出を増加させた。その変化に伴い、40%以上の飲食店が半製品商品、包装食品、食材を販売し始めた。

COVID-19による影響

ビジネスモデルの再編加速

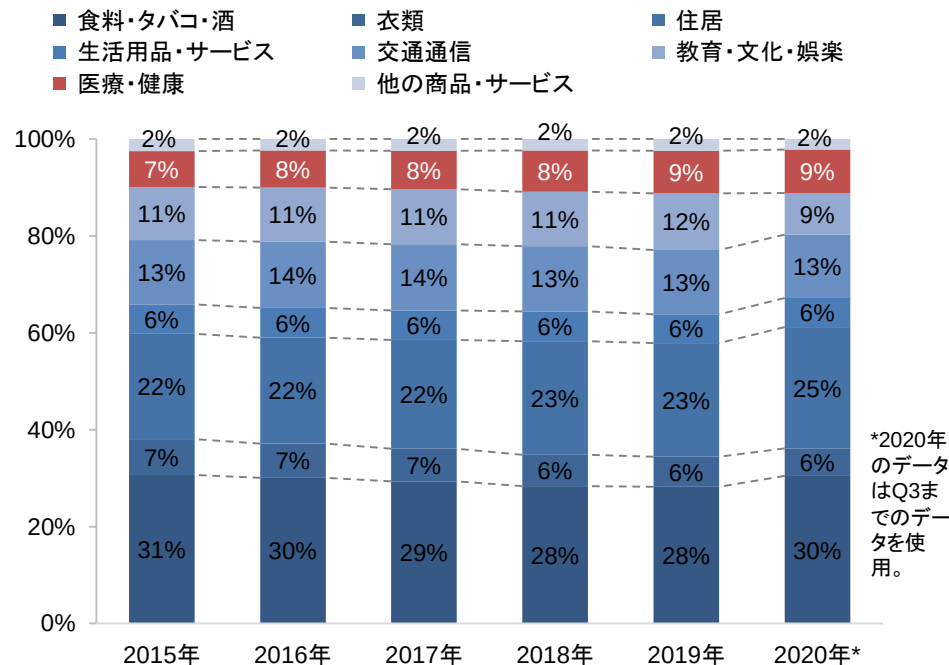
- **COVID-19により、外食産業売上高が大幅減少**
 - 国家統計局が発表した2020年の外食売上高は3.95兆円で、前年比16.6%減だった。中国飯店協会が2021年1月に実施した調査によると、売上高が2019年より減少した企業が78%となった。
- **COVID-19により、ビジネスモデルの再編加速**
 - 第1四半期に来店客数の急減により、オフライン業務が基本的停止となった飲食店がデリバリー市場、小売チャンネル(スーパー・ECショップ)を狙った。デリバリーと小売業務の拡大・新設に伴い、商品デザイン、包装、流通(コールドチェーンを含む)、及びサプライチェーンなど、飲食会社・飲食店のビジネスモデルも変化した。



COVID-19による食市場・物流への影響と今後の見通し

● 消費者の健康志向が高まっており、消費ニーズも更に細分化

一人当たり消費内訳の年間推移

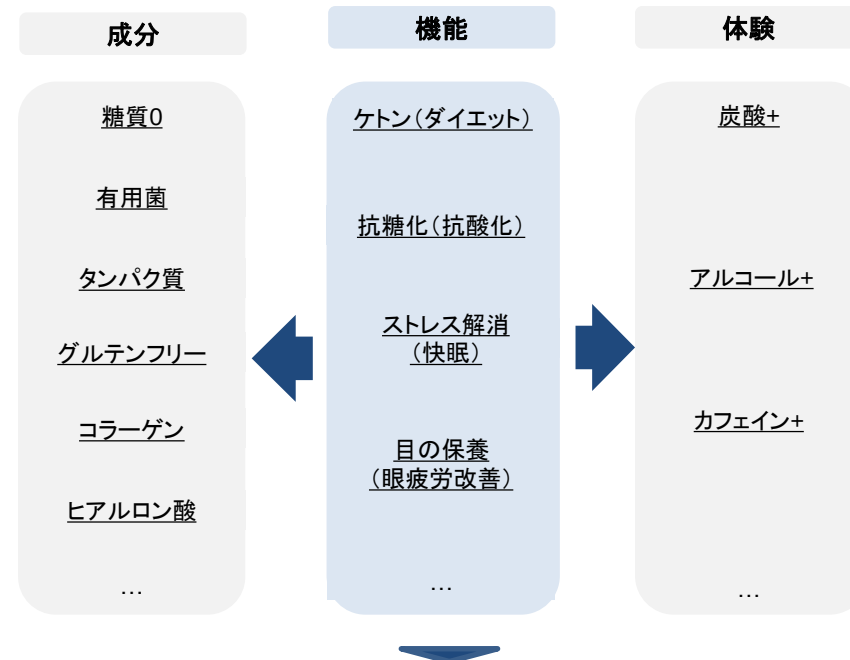


消費者変化

健康志向の高まり

- 中国人の一人当たりの医療・健康への支出は2015年の7%から2020年の9%へ上昇、特に90後※や00後などの若い世代も健康管理に気を使うようになっている。

消費ニーズ変化



消費ニーズが細分化

- 消費者は従来の機能のみに重視することから、徐々に成分や体験などを重視する傾向にある。
- 糖質0、グルテンフリー、ヒアルロン酸などが食品成分関連のキーワード。

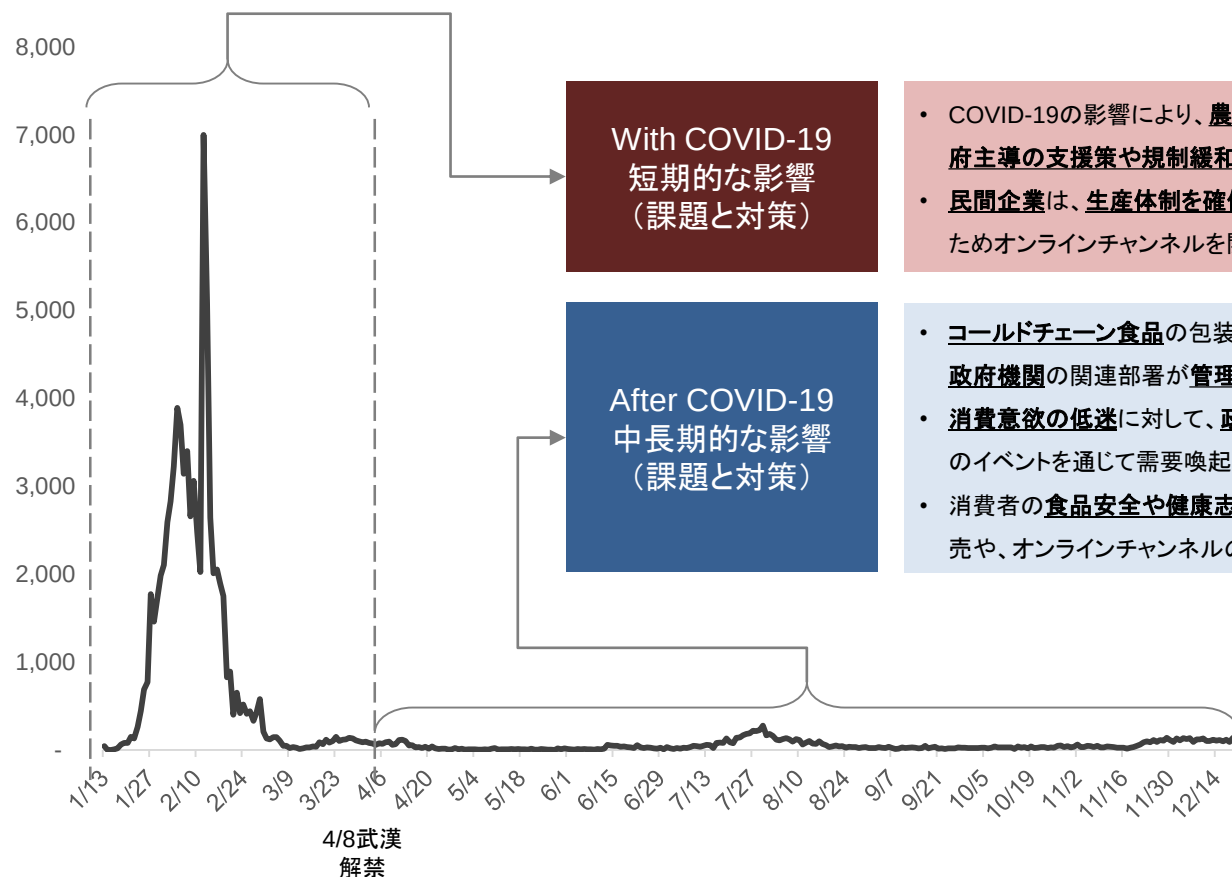
※ 1990年代生まれの世代を指す、以下同様

出所: 中国国家统计局、網易定位&CTR「2020年COVID-19禍による消費者行為態度影響及びトレンド」レポートよりみずほ情報総研作成



COVID-19により顕在化したFVCの課題と動向の全体像

中国におけるCOVID-19新規感染者数(人)



With COVID-19
短期的な影響
(課題と対策)

- COVID-19の影響により、**農業生産、食品加工と安定供給**に関する課題が現れたが、**政府主導の支援策や規制緩和**により、対策が打たれている
- **民間企業**は、**生産体制を確保**するため従業員の感染防止策を講じ、**消費需要を喚起**するためオンラインチャンネルを開拓・注力している

After COVID-19
中長期的な影響
(課題と対策)

- **コールドチェーン食品**の包装に付着するCOVID-19による感染リスクが懸念されるため、**政府機関**の関連部署が**管理・追跡システムの構築**に注力している
- **消費意欲の低迷**に対して、**政府機関**が各商品促進策を講じ、**民間企業**がキャンペーン等のイベントを通じて需要喚起を行っている
- 消費者の**食品安全や健康志向**への関心が高まっているため、**各民間企業**が新商品の発売や、オンラインチャンネルの注力に取り組んでいる

COVID-19により顕在化した短期的な課題と対策

With COVID-19
短期的な影響

影響と見通し

課題の整理

対策の検討

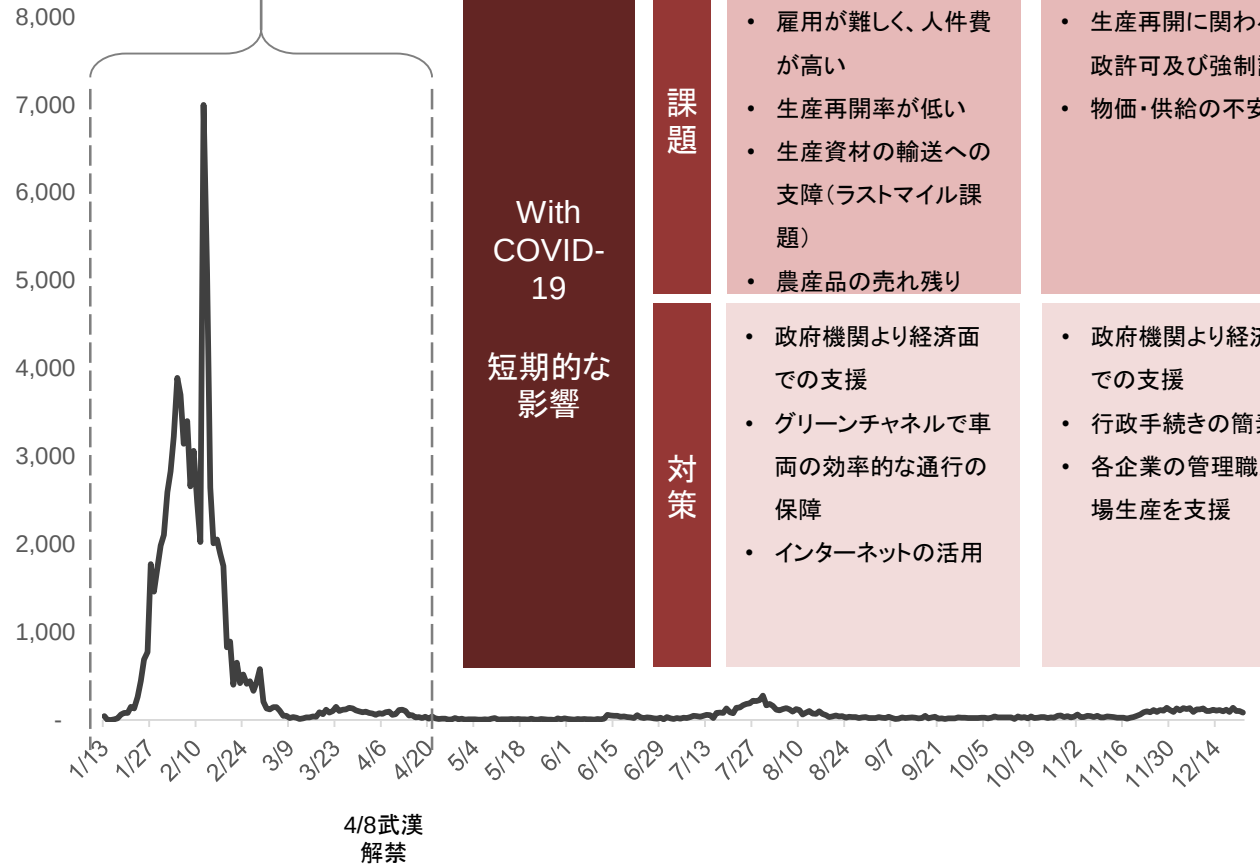
事業構想

生産

製造・加工

流通

消費

中国におけるCOVID-19
新規感染者数(人)

課題

対策

生産

- 原材料の価格上昇
- 雇用が難しく、人件費が高い
- 生産再開率が低い
- 生産資材の輸送への支障(ラストマイル課題)
- 農産品の売れ残り

- 政府機関より経済面での支援
- グリーンチャネルで車両の効率的な通行の保障
- インターネットの活用

製造・加工

- 生産再開日の延期
- 生産再開に関わる行政許可及び強制認証
- 物価・供給の不安定

- 政府機関より経済面での支援
- 行政手続きの簡素化
- 各企業の管理職が現場生産を支援

流通

- 物流・配達の遅延
- 物流・配達への安全懸念
- 通関の停滞

- 安全管理の徹底・強化
- 物流業者へ特別通行証の発行
- 通関スピードの向上
- 新たな配送方法の実施

消費

- ファーマーズマーケット・飲食店の閉鎖
- 酒類等非必需品への需要の低下
- オフライン小売消費の減少

- 政府機関より経済面での支援
- オンライン飲み会等のイベントで需要の喚起
- 販売チャネルの再構築

短期的な課題と対策 農業生産関連

With COVID-19
短期的な影響

影響と見通し

課題の整理

対策の検討

事業構想

生産

製造・加工

流通

消費



項目	課題	対策	
		政府機関	民間企業
With COVID-19	農業生産	・【市場監督管理局】 価格変動と市場需給状況のタイムリーの把握 ・【財政部】 農業生産補助金の早めの支給 ・【財政部、農業農村部】 農業ローンの担保費用の減免 ・【農業農村部】 農機購入に関する補助金制度の健全化 ・【人力資源及び社会保障部】 社会保険料の企業負担分の段階的な減免	・【牧原グループ】 人員集まりを回避するため、オフライン募集からオンライン募集に転換した上、ビデオ面接・オンライン面接・電話面接等を利用し、3万人を雇った
		・【各地方人力資源及び社会保障庁、公安庁、交通運輸庁、衛生健康委員会等関連部署】 地域超えのポイントツーポイントの労務協働で農民工の秩序正しく現場復帰を支援する	・【牧原グループ】 政府の疫病予防体制に従い、各地域毎日の感染者数・感染症が疑われる数により、復帰者の安全性を判断した。感染リスクのない復帰者の健康証明書の申請を支援した上、生産現場の厳格な防疫管理を徹底した
		・【交通運輸部、国家発展改革委員会、財政部】 生産資材の輸送に関するグリーンチャネル実施の徹底 ・【農業農村部】 主要資材の生産・流通業者に各地域の交通輸送部門の24時間緊急電話番号を公開し、交通輸送部門に迅速な受理・解決及び車両の効率的な通行の保障を要請；生産地域及び販売地域の安定的な関係性構築を積極的に関与	・【温氏グループ】 COVID-19の影響で多くの地域の高速道路、入城道路、村への通路が閉鎖される状況下で、グループ傘下の各子会社が飼料車等の車両道路通行証の申請を通じて、各地の地方政府及び交通管理部門と積極的にコミュニケーションを取って、グリーンチャネルの利用で食用豚の供給を確保した ・【立華牧業】 自社開発のECプラットフォームを利用した上、江蘇省常州市農業農村局が発起したオンライン農産品プラットフォーム「小菜園」も積極的に利用した

短期的な課題と対策 製造・加工関連

With COVID-19
短期的な影響

影響と見通し

課題の整理

対策の検討

事業構想

生産

製造・加工

流通

消費



項目	課題	対策	
		政府機関	民間企業
With COVI D-19	製造 ・ 加工	・【各地方政府】 宣伝を強化し、従業員の早めの生産復帰を推奨；職場移動のための貸し切りバスに関する補助金を支給 ・【人力資源及び社会保障部】 社会保険料の企業負担分の段階的な減免	・【三全食品有限公司】 鄭州交運グループと提携し、専用バスで千人以上の従業員の復帰を迎え、人手不足を有効的に解決した ・【白象食品股份有限公司】 生産現場の人員不足を解決するため、グループ本社及び営業担当者200人以上を生産に支援させた。3月上旬まで、100%の生産能力の回復を果たした ・【克明面業】 管理職全員生産現場に入ることが求められ、二交代制で生産を確保する。生産復帰した労働者に対して、無料宿泊、無料布団、無料食事を用意する
		・【市場監督管理総局】 食品生産経営許可証の期限延長； 新設企業の許可申請を承認してから検査を実施； インターネット等非対面方法で行政手続する方式の導入； 行政審査の加速化	
		・【国務院】 賃金の減免；生産補助金等の支援	・【克明面業】 各流通業者に対して、「物価の安定化及び供給保障」との通知を発表し、流通業者に価格の引き上げ、供給量の抑えの禁止を明確した ・【光明乳業、コカ・コーラ等】 品質・供給の保障、価格水準の維持を誓約した

短期的な課題と対策 流通関連

With COVID-19
短期的な影響

影響と見直し

課題の整理

対策の検討

事業構想

生産

製造・加工

流通

消費



項目	課題	対策	
		政府機関	民間企業
With COVID-19	流通	・【市場監督管理総局】 冷凍食品の運送に関する安全管理の徹底・強化 ・【商務部、交通庁等関連部署】 物流業者へ特別通行証の発行	・【聖農グループ】 グループ傘下の物流企業が省・市政府と積極的にコミュニケーションを取って、福建省交通庁より発行された「緊急貨物運輸車両通行証」を取得し、民生に関わる食材の輸送を保障した ・【HEYTEA】 ドライバーが店内のカウンターで食品を受け取るほうが外部のばい菌を店内に持ち込む可能性を配慮したため、ドライバー専用の引き渡しコーナーを設置した上、一時間ごと消毒を行う。また、ドライバーがマスクの着用が求められる ・【Luckin Coffee】 「無接触配送」を推奨し、ドライバーが店舗に戻る際に必ず消毒の実施を徹底する。一方、スマート小売り戦略を目指し、自販機をオフィスビル、学校、空港、駅、ガソリンスタンド、コミュニティに設置する
		・【税関総署】 通関スピードを改善するため、「輸入肉製品の通関の加速に関する通知」を発表した ・【各地方税関】 管轄範囲内の各部署、企業、業界協会とタイムリーなコミュニケーションを通じて、新たな技術導入による通関に関わる課題の解決を目指す ・【成都税関】 輸入肉製品の検査プロセスの教育を行い、審査効率を向上する。また、「7×24時間」の24時間年中無休の通関サービスを提供し、貨物の迅速な通行を保障する	

短期的な課題と対策 消費関連

With COVID-19
短期的な影響

影響と見通し

課題の整理

対策の検討

事業構想

生産

製造・加工

流通

消費



項目	課題	対策	
		政府機関	民間企業
With COVID-19	消費	・【人力資源及び社会保障部】 社会保険料の企業負担分の段階的な減免 ・【国务院】 賃金の低減	・【マクドナルド】 COVID-19の影響で湖北省及び一部の観光スポットにある店舗を一時的に閉鎖したものの、徹底的な消毒、「無接触配送」を通して中国全土3,000軒以上の店舗及びデリバリーサービスの運営を継続する
			・【舍得酒業】 消費者向けのオンライン飲み会を发起し、飲み会で飲んだ同社の商品をスクリーンキャプチャされると消費者にプレゼントする ・【郎酒股份】 オンライン飲み会を実施した上、WeChat公式アカウントで飲み会で参加可能なゲームを導入し、飲み会の面白さを向上する ・【瀘州老窖】 家庭料理イベントを開催し、消費者がWeibo、Wechat、TikTokで自宅で作った料理をアップして、抽選でプレゼントする
			・【白家グループ】 栄養性の高い高級商品の開発に注力し、商品のアップグレードを実施する同時に、販売チャネルの再構築を行う。従来の卸売業者との提携以外、コンビニエンスストア向けの直接な取引を増やしたうえ、コミュニティ向けの集中販売、生鮮ECチャネルの開拓も目指す

COVID-19により顕在化した中長期的な課題と対策

After COVID-19
中長期的な影響

影響と見通し

課題の整理

対策の検討

事業構想

生産

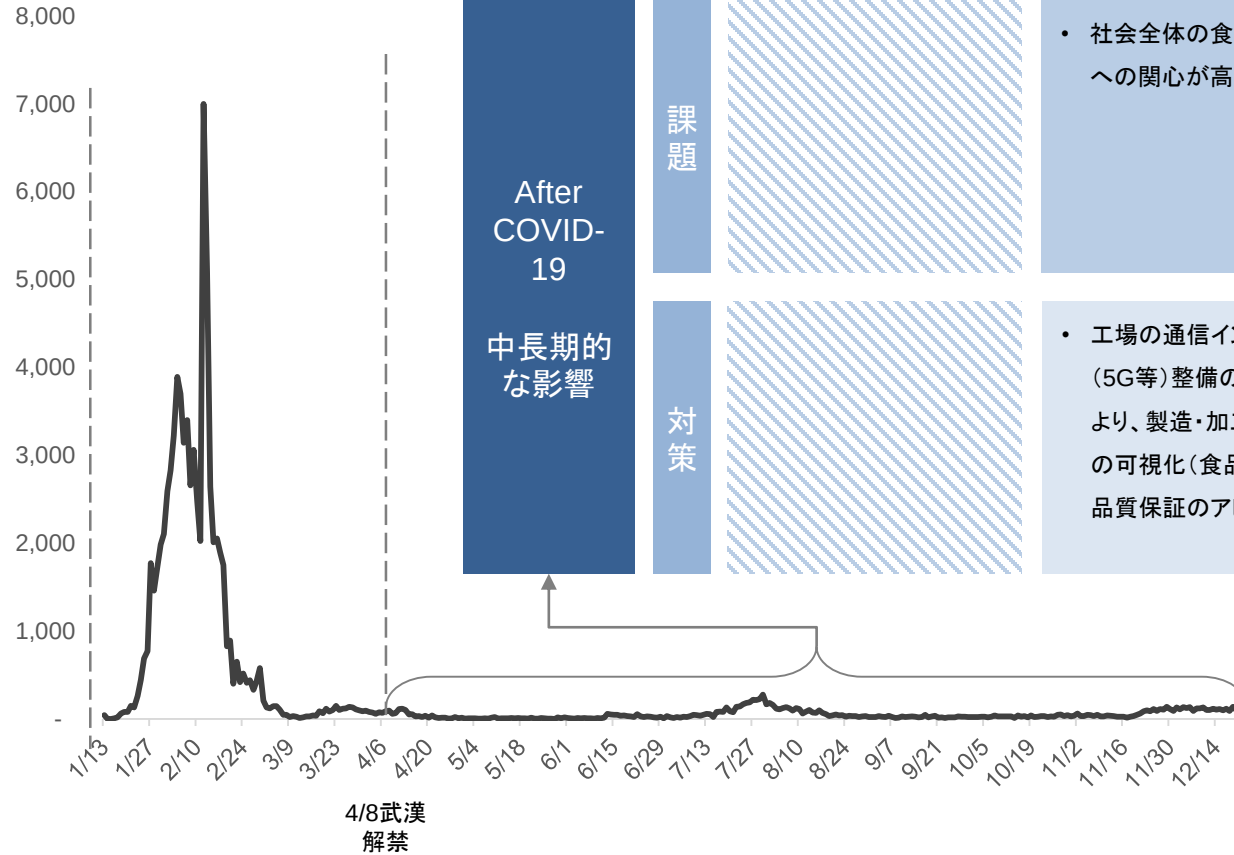
製造・加工

流通

消費



中国におけるCOVID-19
新規感染者数(人)



課題

対策

生産

製造・加工

流通

消費

- 社会全体の食品安全への関心が高まる

- 工場の通信インフラ(5G等)整備の加速により、製造・加工工程の可視化(食品安全、品質保証のアピール)

- 輸入・国産冷凍食品(コールドチェーン食品)よりCOVID-19が相次ぎ検出された
- 農産物品質安全の保証

- 食品コールドチェーンの構築と管理強化
- 農産物貯蔵・生鮮コールドチェーンと農産物追跡システムの構築

- 消費意欲の低下
- 非接触型消費ニーズが高まる
- 消費者の健康志向が高まり、関連食品へのニーズが高まる

- 消費促進と地域経済の活性化
- オンライン消費へのシフト
- 消費者ニーズに合わせた新商品の開発

中長期的な課題と対策 製造・加工関連

After COVID-19
中長期的な影響

影響と見通し

課題の整理

対策の検討

事業構想

生産

製造・加工

流通

消費



項目	課題	対策	
		政府機関	民間企業
After COVID-19	製造加工	【食品安全工作委员会】「飲食業サービス評価基準」が発表され、安全性とサービス品質向上につながる 2020年10月19日、飲食業界の品質と安全性の改善会議が北京で開催された。食品安全工作委员会が「飲食業サービス評価基準」を発表した。 - 商務部によると、今年の上半期はCOVID-19の発生により飲食業界は甚大な影響を受けたが、10月1日から8日まで（国慶節連休）の全国の主要小売・飲食企業の売上高は約1.6兆円で、1日平均売上高は昨年より4.9%上回った。 - 今後、COVID-19予防策を維持しながら、各社の食品安全に関する自己検査を強化し、サービス品質を全体的に改善する必要がある。今回発表された「評価基準」は、with COVID-19時代における、飲食業サービス品質の向上と業界の回復を促進するための重要な措置を講じている。 デリバリー業者の基準を厳格化 - 石家庄市の外食市場及び食品安全を強化するため、2021年1月6日、石家庄市市場监督管理局が全市の外食業者に対し安全注意喚起を発表した。具体的にはデリバリー食品における品質への厳格な管理、オンライン食品サービス業者によるコールドミートの加工・宅配の禁止、「非接触方式」という非対面型の宅配方式の採用等の方針が発表された。 - オンライン食品サービス業者に対しては、配達員を含む従業員のマスク着用、調理食品の中心温度70度以上、事前の大量調理の禁止、安全な容器の使用、そして定期的な消毒が求められた。	【Qia Qia Food】（中国のナッツスナック食品大手） 2020年7月27日に、原料調達から工場生産まで一連のプロセスを世界中にライブ配信し、消費者へ自社の生産技術と食品安全性をアピールした。11時間のライブ配信の中に、累計レビュー数は513万人に達し、大きな話題となった。 - COVID-19の影響により、消費者が食品の健康と安全により高い関心を寄せている。今回のような「透明工場」という生産現場を消費者に公開する取り組みは、他の食品メーカーも取り入れており、自社製品の高品質アピールと消費者との信頼関係の構築に活用されている。

中長期的な課題と対策 流通関連①

After COVID-19
中長期的な影響

影響と見通し

課題の整理

対策の検討

事業構想

生産

製造・加工

流通

消費



項目	課題	対策 政府機関
After COVID-19	流通 輸入・国産冷凍食品（コールドチェーン食品）よりCOVID-19が相次ぎ検出された	【国務院】 11月9日、国務院はCOVID-19共同防衛機制にて、『輸入コールドチェーン食品の予防性全面消毒工作方案』を通過した。輸入コールドチェーン食品によるCOVID-19の感染リスクをを最小限に抑えることを目的とする。 - 税関では、PCR検査の結果が陽性になった場合、規則に従って返却または破棄する。PCR検査の結果が陰性になった場合、コンテナの内壁や輸入冷凍食品のパッケージの消毒を行う。 - 運送と入出庫の段階では、運送企業が運送途中でコンテナを開けることを禁止する。国内運送の過程で、交通運輸管理部門は税関証書の確認、車両船舶の消毒と従業員健康保護の実施を徹底するように指導する。冷蔵/冷凍倉庫が食品を受け入れる際に、管理番号を記録・検証し、入出庫を適切に記録し、関連データは最低2年間保存する義務がある。 - 流通の段階では、通関した輸入コールドチェーン食品に対して、倉庫で荷下ろしする前に、消毒証明書を確認する必要がある。未消毒の商品については、コンテナの内壁や商品のパッケージを消毒することが求められる。 - 販売の段階では、消毒証明の確認を強化し、予防消毒を受けていない商品が市場に流入することを防止する。さらに、商品管理を徹底し、すべての商品が追跡できるように対策を講じる。 【交通運輸部】 11月13日、交通運輸部は国務院から通達された方案を受け、『道路、水路輸入コールドチェーン食品物流におけるCOVID-19予防と消毒技術ガイド』を公表し、対象食品の積み卸し・運送過程での予防と消毒、従業員の安全保護及び応急処置に関する規範を明確した。対象食品の積み卸し・運送に関わる全ての企業/機関は厳格にガイドラインに従い、流通ルートを通じたCOVID-19の拡散を防止する。具体的には、以下の通り。 一、従業員の保護を強化し、コールドチェーンにおける現場従業員の安全を確実に保障する。 二、車両・船舶等の輸送ツールの消毒を徹底し、輸送ツールを介したCOVID-19の拡散を防止する。 三、情報登録制度を実施し、コールドチェーン物流による感染拡大の予防と追跡に強力なサポートを提供する。 四、突発事象への緊急対応をしっかりと行い、コールドチェーン物流の感染ルートを遮断する。