

2020年2月21日

広州市及び周辺地域の中国企業・消費者における
新型コロナウイルスに関する影響についてのヒアリング調査
～多くの企業は業績に影響も、消費者に日本産化粧品・食品は依然強い人気～

昨今の新型コロナウイルスに関する影響について、広州市及びその周辺地域の企業・市民にヒアリングした結果を以下にご報告いたします（ヒアリング期間：2月13日～21日）

1. 企業の業務復帰状況と今後の見通し等について

業務復帰状況と今後の見通し等について、23社にヒアリングを実施しました。

ヒアリングは、できるだけ幅広い分野の声を拾うべく、広告・PR・イベント系企業、ネット販売会社、アパレル系企業、流通系（ショッピングセンター）、金融系企業、外資飲食系メーカー、貿易、高級品販売店、物流系企業、製造業、日系企業（製造・サービス）に対して行いました。

・業務復帰・勤務状態

婚礼等大型イベントを運営するイベント企業以外、すべての企業がヒアリング期間中に業務を再開していました。しかし、その形態は、機械設備を用いて現場にて仕事をする必要がある製造業、ショッピングセンター以外は、在宅勤務がほとんどでした。

在宅勤務をしている企業の中では、従業員が交代でオフィスに出ている企業もありました。そうした企業は、マスクの配布、アルコール消毒などで感染予防対策をしています。また、在宅勤務の企業でも、毎日の体温と自宅マンション内での感染の報告を義務付けているという企業（アメリカ系銀行）もありました。

職場に出勤している企業のなかでは、印刷工場では、マスクと手洗いを敢行することで対応しています。「大きい機械1台に対し、1-2名ほどしか人がいない環境なので、人口密度が高くないことから、マスクと手洗いで防げると考えている」（担当者）とのことです。また、玩具メーカーでは、マスク、手洗いに加え、エレベータの使用禁止措置も採っています。ショッピングセンターでは、従業員にはマスクと消毒のほか検温を毎日行っています。

・今後の業績について

22社のうち、17社が「影響がある」と答えています。特に広告・PR・イベント系5社では、インターネットPR会社以外の4社が影響があると答えています。

「プロジェクトが暫定的にストップしてしまっている。第一クォーターの業績落ち込みは確実」（動画PR会社）

「売上ゼロ状態。今季はマイナス50%を覚悟」（広告会社）

「影響は未知数」（メディア運営・ブランディング会社）

なかでも、ウェディングを中心とした大型イベント企業は、「すべての婚礼・イベントが延期になった。仕事が止まっている状態」としています。ただ、今後の見通しに関しては、「元々ウェディングは1年の後半に集中する傾向があり、年の前半は閑散期なので、年間を通してみれば、それほど大きな落ち込みはないだろう。決まっていた婚礼もキャンセルはなく、延期のみ。しかし、経済の悪化で消費者が消費を控える傾向が出てくるだろうから、年後半に延期されたウェディングの予算自体も下がる可能性がある」と話しました。

また、航空貨物やエアチケットを扱う会社も「多くの国が中国人入国を制限しており、売上減少は避けられない」としつつ、今後の見通しについては「国慶節に前半で失った分の旅行ニーズが戻ってくることを期待したい」と、年後半の巻き返しに期待を寄せています。

その他企業もほとんどが業績の悪化を予想しています。なかでも、アパレルは「前年比70%減見込み」と回答する企業もあり、影響は深刻です。また、ショッピングセンターも「30~40%減となるのではないか」としています。その他「影響はあるだろうが、具体的にはどれほどの数字になるのかわからない」という企業も多かったです。

一方、オンラインでのプロモーションを専門に行うインターネットPR企業は「影響はない」としており、リアルでのイベントや広告を行う企業に比べ、オンライン系企業の影響は軽微と見られているようです。

その他、「影響がない」と回答した企業について、保険会社は「訪問ができなくても、オンラインや電話で顧客と連絡が取れるため、セールスに関する影響はあまりないと考えている」という回答もありました。また、印刷会社は「業務はすでに年間で

契約している刊行物等がほとんどなので、キャンセルもなく、業績には影響なし」と回答しています。

・最も困っていること

在宅勤務を行っている企業では、「在宅勤務だと正常な業務ができない」という声が多かったです。また、製造業では、「実家から広州に帰ってこられず、職場復帰できない従業員がおり、人手が足りない」という声がかかれました。その他、困っていることとして「オフィスの家賃」を上げる企業もありました。

・ビジネス状況回復予想時期

「3月」と「わからない」という回答が8社と同数で、最も多かったです。それ以外、2月中が5社、「すでに復帰」と4月が各1社でした。

・調査期間内での変化について

調査期間（2月13日～21日）は、新型コロナウイルスの広州市での発症数が減少し、禁止されていた飲食店の営業が21日から部分的に再開されるなど、前半と後半では、人々を取り巻く環境、雰囲気が変わってきました。

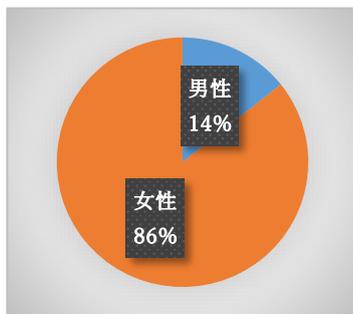
しかし、21日に再度ヒアリング対象に確認したすべての人は、ヒアリング時と変わらず危機感を持っており、ビジネス状況の回復については、まだまだ楽観視出来ないという回答でした。

まとめ：多くの企業が何らかの形で業務に復帰している一方、新型コロナウイルス問題の業績への悪影響は避けられないと考えていることがわかりました。ただ、オンライン系や年間契約を中心としている商売を行っている企業への影響は軽微と見られていることも覗われました。

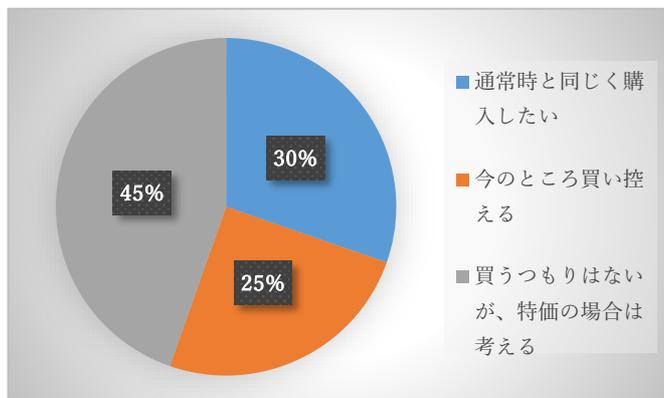
さらに、感染が起こった時期が年の前半であり、通常後半に消費の高まりを見せるイベント・ウェディング、旅行等の業界では、「後半にある程度取り返せる」という期待を持っており、悲観的な中にも希望を持っていることもわかりました。

2. 化粧品・日本製品等に対する消費感について

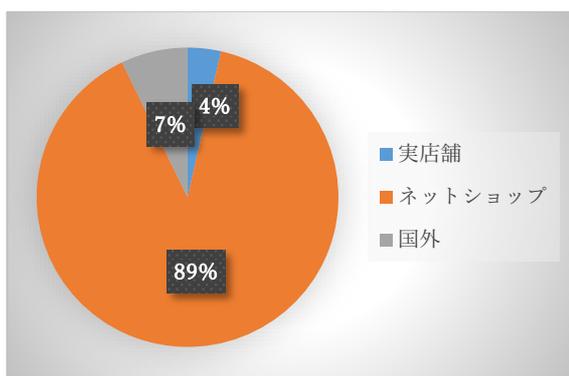
新型コロナウイルス発生にともなう広州市民の消費感について、化粧品・日本製品等に関して 56 名（女性 48 名、男性 6 名）にアンケートを行いました。



Q1: 新型コロナウイルスが流行中の今、化粧品購入の希望に変化がありますか？
25 名が「買うつもりはないが、特価の場合は考える」と回答。17 名が「通常時と同じく購入したい」としています。「今のところ買い控える」は 14 名と最も少なくなっています。化粧品に対する消費欲は、新型コロナウイルス問題が発生し若干減少傾向が見られていることがわかりました。

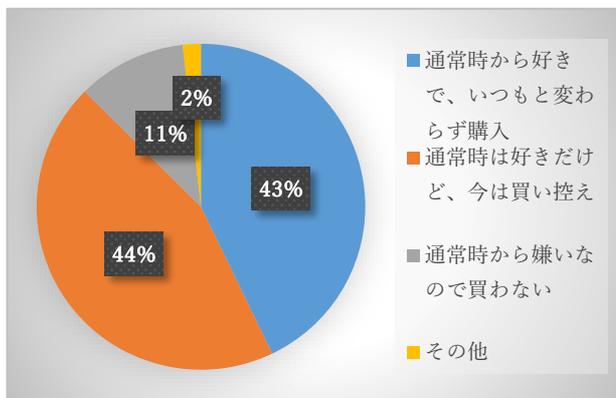


Q2: 新型コロナウイルス中の今、どうやって化粧品を購入しますか？
50 名が「インターネットショップ」と回答。4 名が「国外に出て購入」としています。「実店舗で買う」は 2 名となっています。化粧品の購入意欲は大きくは減退していないものの、購入時には人と接することなく買えるネット販売を選ぶ人がほとんどとなりました。



Q3: 新型コロナウイルス流行中の今、日本ブランドの化粧品を買いたいと思いますか？

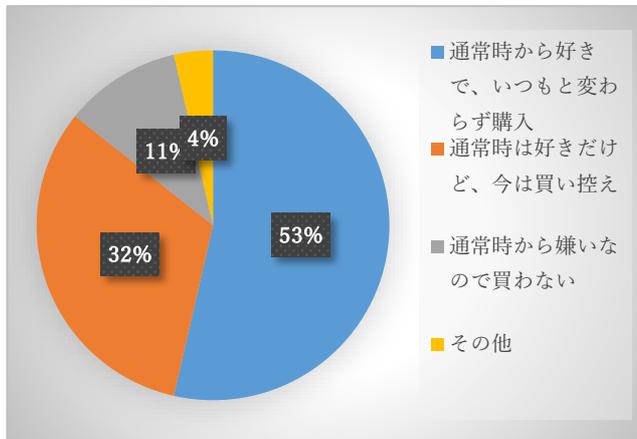
25名が「通常時は好きだけど、今は買い控え」と回答、24名が「通常時から好きで、いつもと変わらず購入」と回答。「通常時から嫌いなので買わない」が6名でした。その他1名は「割引があれば買う」としています。Q1の全体的な化粧品ニーズに対し、日本ブランドに限った場合には、「いつもと変わらず購入」と回答する人が増えており、日本ブランドへの安心感が窺われました。



Q5: 新型コロナウイルス流行中の今、日本ブランドの食品を買いたいと思いますか？

30名が「平常時から好きで、いつもと同じように買いたい」と回答。18名が「平常時から好きだが、今は買い控え」としました。6名が「平常時から嫌いなので買わない」としています。その他の回答は「割引があれば買う」「平常時からあまり買わない」でした。食品は化粧品に比べ、より多くの方が「いつもと同じ

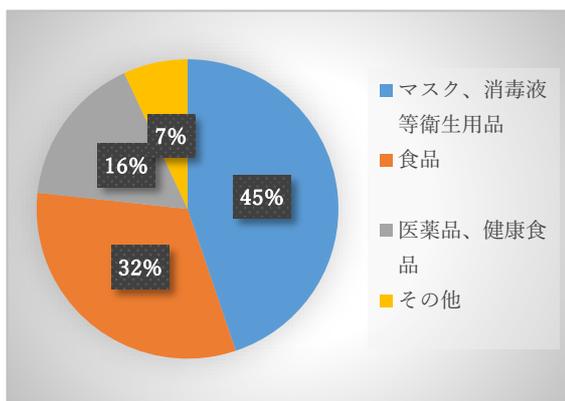
ように買いたい」と回答。生活により近いものに対するニーズは、新型コロナウイルス流行時にもそれほど変わらないことがわかりました。



Q6: 新型コロナウイルス流行中の今、日本ブランドの生活用品を買いたいと思いますか？

35名が「通常時から好きで、いつもと変わらず購入」としています。15名が「平常時から好きだが、今は買い控え」としました。4名が「平常時から嫌いなので買わない」としています。その他の回答は「割引があれば買う」「平常時からあまり買わない」でした。化粧品、食品以上に、日本ブランドの生活用品へのニーズが高いことが覗われました。

Q7: 新型コロナウイルス流行中の今、何を最も購入していますか？（複数回答）



マスク、消毒薬等、新型コロナウイルス感染を予防するグッズのニーズが最も大きくなっています。また、生活に欠かせない食品も多くの人々が重視していること

がわかりました。

まとめ：人々の最大の関心は新型コロナウイルス問題対策に直結するマスクと消毒用品等衛生用品にあります。その他、化粧品（スキンケア用品）、食料品という生活に必要なものに対するニーズはそれほど落ち込みがないことがわかりました。購買ルートはネットショップの利用が多いことがわかりました。

3. 代理購入業者ヒアリング

ネット販売を行っている代理購入業者7社（+実店舗1店）にヒアリングを行いました。

- ・1～2月の業績について（前年比）

3社が「20～50%減」、3社が「50%増」、1社が「変わらない」と回答、勝ち組と負け組がわかれていることがわかりました。

売上減少と答えた業者は、アクセサリやアパレル、化粧品、玩具等を中心に展開しています。売上増加とした業者は、粉ミルク、健康食品、食品、生活用品を中心に展開しています。取り扱い物品により、大きな差が出ていることがわかりました。

一方、同じく化粧品、生活用品、子供用品を扱う実店舗の売上は通常時と「変わらない」となっています。今回の新型コロナウイルス問題は、同様に生活用品を中心に扱う店舗でも、実店舗よりネット販売を行う代理購入業者に、より多くのメリットをもたらしていることがうかがわれます。

- ・どのような商品が売れているか？

マスクや消毒用品に加え、生活用品、医療用品、健康食品、粉ミルク、子供用品の販売が伸びているという回答でした。

普段はアクセサリや下着を中心に扱う業者も臨時で医療用品を仕入れ販売しており、このことから、「医療用品の売上が他の損失を補填しているため、通常時と変わらない売上を保つことが出来ている」としています。

- ・どのような商品が売れなくなっているか？

洋服、バッグ、アクセサリ、メイクアップ用品という回答が多く見られました。海産物、スキンケア用品という回答も1件ありました。生活必需品以外の消費ニーズが減退していることが覗われます。

- ・日本製品は売れていますか？

「日本のマスクへのニーズ拡大」が2件、「ニーズは拡大」が1件とする一方、「メイクアップ用品、スキンケア用品のニーズが減少」という回答も1件ありま

した。また、3社が「日本製品を扱っていないからわからない」と回答していません。

・通常時と消費者のニーズは変わっていますか？

5社が「消毒等ウィルス感染防止のための商品ニーズが拡大」としています。また、「物流速度の向上を求められる」という回答も1社ありました。その他「日用品ニーズが向上」「食品ニーズが向上」という回答もありました。

まとめ：新型コロナウイルス流行に伴い、インターネットで購買する人の比率が通常時にも増して多くなっていますが、中でも、より生活必需品に近いものを扱う業者はこの機会に業績を伸ばしています。一方、アパレル等を扱う業者は、前出の「1. 業務復帰状況と今後の見通し等について」内のアパレル企業同様、大変厳しい売上状況になっていることがわかりました。

以上

本情報の収集・翻訳はジェトロ中小企業海外展開現地支援プラットフォーム事業として、以下プラットフォームコーディネーターが作成し、ジェトロ広州事務所が校正した。

●広州田園商務諮詢有限公司

太田 元子

中国広州市越秀区環市東路 339 号広東国際大厦 B 附楼 35C-1

●ジェトロ広州事務所

広州市天河北路 233 号中信広場 2602 室

電話：020-8752-0060

【免責事項】

本報告は 2020 年 2 月現在入手している情報に基づき取りまとめたものであり、その後の法律改正等によって記載内容が変わる場合がある。掲載した情報・コメントは筆者およびジェトロの判断によるものだが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではない。また、本稿はあくまでも参考情報の提供を目的としており、法的助言を構成するものではなく、法的助言として依拠すべきものではない。本稿に基づいて行為をされる場合には、必ず個別の事案に沿った具体的な法的助言を別途求めること。

ジェトロおよび作成者は、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負わない。これは、たとえジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とする。