

中国の経済状況及びゼロコロナ政策の大幅緩和後の動向について

上海事務所長 末永 尚也

1. 2022年の中国経済の状況について

中国国家统计局の発表によると、2022年の中国国内総生産（GDP）は121兆207億元（約2,348兆円）、成長率は前年比3.0%と前年（8.4%）から5.4ポイント下がり、設定された目標（5.5%）には達しなかった。分野別では食品や飲料といった生活必需品の消費が安定的な成長を保った一方、飲食収入は対前年比6.3%減となるなど、旅行や飲食などのサービス業を中心に消費が大きく低迷¹した。特にロックダウンが長期に及んだ上海ではその影響は甚大で、ある飲食業界団体幹部によると「会員企業が運営する飲食店の売上は年間で3~4割ほどダウンした」とのことであった。

中国国家统计局は消費の不振について、コロナの感染拡大が集団性・接触性の消費に大きく影響を与えたほか、市民の消費意欲が低下したことも大きいと指摘。製造・卸売業（本社：福岡市）からは「高所得者層を中心に消費マインドが冷え込み販売は苦戦」といった声や、卸売業（本社：福岡市）からも「売上は対前年比約3割ダウン」といった声が聞かれるなど、県内企業の業績にも大きな影響が広がった1年となった。

2. ゼロコロナ政策の大幅緩和後の動向について

（1）国内の動向について

2022年12月7日に中国政府は約3年間続いたゼロコロナ政策を大幅に緩和し、ウィズコロナへと舵を切った。従来の感染者に対する厳格な隔離措置や公共施設などで求められてきたPCR検査の陰性証明の提示が撤廃されたことにより、国内の人々の移動が活発となった結果、爆発的に感染が拡大²したものの、1月中旬には感染はピークアウトしたと報じられた。人の往来や経済活動もほぼ正常化し、中国文化観光部によると今年の春節連休期間中（1月21日~27日）の国内旅行者数は3億800万人（2019年同期間の88.6%の水準）、観光収入は3,758億元（約7兆2,905億円）（2019年同期間の73.1%の水準）に回復。また、国家税務総局によると消費関連業界の春節連休期間中の売上高は前年同期比で12.2%増加するなど国内消費も順調に推移している。筆者も春節期間中、商業施設や観光地に足を運んだが、いずれの場所も人であふれかえり（写真）、にぎわいの回復を肌



（写真）南京市内の観光地の様子

¹ 中国の企業情報サイト「企查查」によると2022年は中国全土で約51.9万社の外食関連企業が破産。

² 2023年1月21日に中国疾病予防コントロールセンターは、国内の80%の人（約11億人超）が新型コロナウイルスに感染したとの見方を示している。

で感じたところである。

(2) 国外との往来について

国外との往来の障壁となっていた中国の水際対策も 2023 年 1 月 8 日から大幅に緩和、かつて最大で 21 日間実施されていた中国入国者に対する隔離措置が撤廃されたほか、日本出国前 48 時間以内の PCR 検査陰性証明書があれば渡航が可能となった。

また、航空機への搭乗率制限（定員の 75%まで）など国際旅客航空便の数量に関する措置は同日取り消され、2020 年 1 月以来中断されていた中国国民の国外旅行などを目的とするパスポート申請も 3 年ぶりに再開された³。日本においても、3 月 1 日から入国時検査が緩和され、中国からの全ての入国者に実施してきた検査を一部に限定して実施するようになった。今後中国から日本への中国人観光客の往来回復のほか、日本からの新規駐在員や出張のための渡航が期待される。

3. 2023 年中国経済の見通し及び「ウィズコロナ」に向けた動向について

1 月 30 日に公表された国際通貨基金（IMF）の予測によると、2023 年の中国における GDP 成長率は 5.2%と予測されている。急速な感染収束を踏まえ、IMF やモルガン・スタンレーなど各機関が軒並み予測を上方修正した。

中国政府の政策も経済の回復を重視している。2022 年 12 月に翌年の経済運営方針を決める中央経済工作会議が開かれ、「3 つの安定（成長の安定、雇用の安定、物価の安定）」をキーワードに 5 つの経済政策運営の重点⁴を掲げた。最重点分野は「国内需要の拡大」とされていることから、今後は中国国内の消費回復に向けての具体的な政策が増えていくだろう。また、市場の対外開放も進める考えで、外資誘致や輸入拡大に引き続き力を入れ、近年中止が相次いでいた国内の展示会の開催を推進する方針も示されている。

当事務所でも、昨年はコロナの防疫政策等の影響により開催や出展を予定していたイベントのうち 11 のオフラインのイベントが延期もしくは中止となった。本年はこれまで計画どおりに進めることができなかった取組を精力的に実施してまいりたい。

また、ネット上での消費も好調⁵である。県産酒インポーターの話では、家飲みが増える中、飲食店向けの受注が振るわず、ライブコマースなど SNS での一般客向けの販売比率が大幅に上昇している⁶との話が聞かれた。コロナ後の消費スタイルの変化にも十分注視しながら、幅広いチャネルでの県産品 PR、販路拡大の支援にも努めてまいりたい。

ウィズコロナへ向けた中国市場の動向について何かご質問等があれば、いつでもお問い合わせいただきたい。

※為替レート 1 元＝19.4 円

³ 中国政府は日本国民に対する中国一般査証の発行を 2023 年 1 月 10 日から一時停止したが、1 月 29 日に発給が再開。一方、中国滞在 15 日までの訪中査証免除措置の暫定的な停止は 2 月 28 日現在も継続されている。

⁴ 経済政策運営の重点：国内需要の拡大、産業体型の現代化、経済の基盤整備、外資誘致、金融リスクの効果的な防止と抑制

⁵ 国家統計局によると 2022 年のネット上での実物商品小売額は前年比 6.2%増となった。

⁶ コロナ前の消費者の酒類購入経路はオフラインが 84%、オンラインが 46%であったが、コロナによる店舗閉鎖や外出制限の実施により、オンライン（65%）が主流となりコロナ前と比べ大幅に増加した。（Nielsen 調査）