

（件名）中国ゼロコロナ政策の方向転換と感染の急拡大

中国のいわゆる「ゼロコロナ政策」が、終了に向けて大きく方向転換しました。

12月7日の国務院通知により、恣意的な封鎖の禁止、一斉PCR検査の中止、公共施設等での健康コードの提示義務の廃止など10項目の緩和策が示されたのをきっかけに、国内の都市間移動時の制約など、中国で生活する者にとって当たり前となっていた新型コロナ対策が続々と廃止されました。規制の無い日常生活はこれほど快適なものだったかと、つかの間、解放感に酔いしれました。

一方、これと並行して、すでにゼロコロナにほころびの出ていた北京市などを皮切りに、中国各地で、新型コロナの陽性者、発症者が爆発的に増加しました。

これまでの一斉PCR検査が中止され、感染者数の正確な把握がすでに困難となりましたが、民間のビッグデータを活用した予測では、12月21日前後に感染第1波のピークを迎え、人口約2,500万人の上海市で、この時期、連日100万人が発症したとされています。報告者が年末に知人と連絡した限りでも、半数以上の方から、発熱等の症状が出たと伺いました。

12月末にかけては、ショッピングセンター、飲食店、表通りなどに、ほとんど人影を見かけない日々が続きました。営業規制や外出規制が一切無いにも関わらず、4～5月の上海市全域ロックダウンの時と似たような風景が出現しました。施設側に関しては、出勤できるスタッフの不足による営業休止、市民については、感染への恐れに加えて、そもそも健康な人が少ないことがその理由です。

中国で最近よく見かけるスローガンに「一人一人が自分の健康の第一責任者」（每个人是自己健康的第一责任人）というものがあります。急に突き放されたような戸惑いを覚えつつも、この姿勢の重要性をあらためて感じています。

ゼロコロナ政策と中国社会の変化については、1月も引き続きレポートする予定です。



市内有数の繁華街「南京東路」（2022.12.22）



【参考】旧正月の「南京東路」（2022.2.1）

（件名）北海道産食品商談会を単独で開催

上海市内で、バイヤー向け（BtoB）の道産食品商談会を北海道単独で開催しました。

- ・日時：2022年12月21日
- ・場所：江南造船大廈（上海市黄浦区鲁班路600号）
- ・主催：北海道
- ・出展者：道産食品を扱う商社7社（現地法人や連携先による代理出展を含む）
北海道由雪(株)、(株)北海道開発グループ、(株)ビューネットコーポレーション、
(株)ニトリパブリック、国分北海道(株)、コンチネンタル貿易(株)、上海大菱食品有限公司
- ・出展商品：道内メーカー50社244品目（米や日本酒、ワイン、加工食品、菓子、水産品など）

**1. 実施状況****（1）当日の開催環境**

前項でも報告したとおり、12月上旬以降に経済活動や市民生活についても一切の制約が解除されましたが、その一方で、中国全土での新型コロナの感染が急拡大しており、来場を予定していたバイヤー及び出展者の双方から、本人または家族等の体調不良のため欠席するとの連絡が相次ぎました。

報告者 日中経済協会上海事務所 北海道経済交流室長 早田 武志

他方、これまでの厳しいゼロコロナ政策により、本年3月から12月までに予定されていた既存の博覧会や商談会の多くが中止となったことから、貴重な商談機会として開催を強く希望するとの声が、バイヤーと出展者の双方から寄せられておりました。

これらの状況を勘案し、感染予防対策を徹底した上で、商談会の開催に踏み切りました。来場できない出展者のために、オンライン商談用端末を準備するとともに、来場できないバイヤーに対して、オンライン商談への参加誘導を行いました。

（2）現場会場の状況

出展者は、道産食品を扱う商社7社で、中国の現地法人や連携先による代理出展を含みます。道主催の中国で開催する商談会では、過去最多となります。

現場への来場バイヤーは約30名と、多くはありませんが、厳しい状況を押して来場ただけあって、商談意欲の高いバイヤーが比較的多く、真剣なやり取りが見られました。

また出展者同士は、それぞれ独自に道産品を扱っておりますが、競合しない商品も多数あり、お互いに試食を行いながら、活発に意見交換する姿が見られました。



現場商談風景

（3）オンライン商談会の状況

オンライン商談会の開催に先立ち、東北三省の政府機関やJETROをはじめとする各地の連携先を通じて、中国各地の食品バイヤーへの幅広い声掛けを実施し、結果として、常時80名前後、累計100名以上の皆様に参加いただきました。

当日は、多数のバイヤーに商品情報を伝えることに重点を置き、各出展者が自らの取扱商品について1社15分ずつプレゼンを実施しました。会議システムは、中国版ZOOMと呼ばれるテンセントミーティング（騰訊会議）を使用しました。

具体的な商談方法としては、各社のプレゼンの最後に出展者のSNS（WeChat）の連絡先QRコードをモニターに表示し、商談を希望するバイヤーに直接スキャンして連絡を取っていただきました。中国における商談は、WeChatの連絡先交換から始まるのが通常であることから、これをオンライン商談に応用しております。

当日の夕方時点で、各出展者のWeChatあてに、それぞれ5～15名のバイヤーから友人申請があり、さっそく見積依頼などの引き合いがあったとのことでした。



出展者プレゼンブース



出展者のQRコード表示
（※無効化済み）

（4）中国輸出専用の道産品カタログ

商談会に合わせて、道経済部が作成した道産品カタログを配布しました。中国輸出向け商品のみ247品を掲載し、取扱商社9社の連絡先も掲載しておりますので、幅広いバイヤーのニーズに応えられるカタログになっていると思います。

※ カタログの電子データは、当事務所HPに掲載しております。
右のQRコードをスキャンしてダウンロードしてください。



中国輸出専用
道産品カタログ
（電子データ）

3. 展望等

道産品を扱う多数の商社が同列で出展する形でのBtoB商談会の開催は、中国ではほぼ初めての試みでしたが、出展者同士の商談や連携強化といった効果も見られました。道産品の商流の複線化、多様化につながる取組となったと感じています。

オンライン商談については、コロナ禍に強いという特性が改めて示されました。また、多数のバイヤーへの一斉PRの手法として優れていることから、アフターコロナの時代にも、オフライン（対面）と並行して積極的に取り入れ、商談機会を幅広く創出していきたいと考えております。