

「春節の小売業・飲食業の売上28%増」

趙 万利

中国では2月17日に春節休暇が終了しました。年末から年始にかけて、河北省や遼寧省など都市で一時的に新型コロナウイルスの感染者が増えたので、中国政府は感染拡大防止対策で「就地過年（現在住んでいるところでの年越し）」、いわゆる「ステイホーム」を提唱しました。そのため今年も昨年に続き、コロナ禍の影響を受けた中での春節休暇となりました。中国商務部の発表によれば、今年の春節連休中は、全国の重点小売業と飲食業の売上高は約8,210億元（約13.3兆円）に達し、昨年の春節休暇より28.7%増加、コロナ禍の影響を受けていない2019年の同時期と比較すると4.9%増加しました。特に消費が目立って増加したものは以下のとおりです。

商品名	前年比
ジュエリー・アクセサリー	160%
アパレル用品	107%
通信機器	39%
デジタル家電	29%

（中国商務部の発表より）

上記以外にも、フィットネス器具の売上が49%増加したECサイトもあったとのこと。また、第一線都市（北京市、上海市、深圳市等）、新一線都市（成都市、重慶市、青島市等）と第二線都市（廈門市、大連市等）のショッピングセンターでは、一日あたりの来客数が前年比200%を超え、フードコートでは多くの客が席空きを待つ光景も見かけるようになり、中国国内メディアは大都市以外の第二線都市も消費が安定し、コロナ禍以前の2019年の水準まで消費は回復した、と伝えました。

中国商務部は、「就地過年」のもと、『非接触』と『密を避けた安全消費』が全国で共通認識となり、消費に新しい特徴と変化が起きてきた」と、見解を述べました。特に飲食業はオンライン販売の売上が好調で、昨年の同時期と比較して40%増加、その中でも「年夜飯」の売上は96%増に達しました。

「年夜飯」とは、「年晩飯」や「団年飯」とも呼ばれ、旧正月の大晦日に家族と食べる年越し料理です。かつては家庭で作ることが多かったのですが、近年では火鍋レストランチェーンの海底撈や、レトロな屋台風の内装が印象的な南京料理の南京大牌檔、四川料理で有名な眉州東坡酒楼といった老舗レストランもオリジナル商品を発売し、その美味しさと手軽さが人気です。「年夜飯」には「そうざい半製品」、「郷土料理」、「コースセット」が用意されており、それぞれ前年比380%、110%、70%と大幅に注文が増加しました。



【年夜飯：そうざい半製品イメージ】

（出典：http://www.tbw-xie.com）

今年はお取り寄せの注文が激増した「年夜飯」の「そうざい半製品」は、調理済みの料理がパッケージの箱の中に複数個梱包されているので、温め直すだけで様々な料理をすぐに食べることができます。

また、「一人食」と呼ばれる単身者向け商品も人気があり、その売上が前年比で68%増加したと報告されました。

今後、中国に食品の輸出を計画される広島県内企業の皆さまも旧暦大晦日の夕食の「年夜飯」の「そうざい半製品」や「一人食」に注目してみてはいかがでしょうか。