

2022年5月25日

報道関係各位

株式会社 Nint

Nintによる、中国 EC ビッグデータを活用した緊急レポート 速報：中国都市部ロックダウンが EC 市場に与えた影響

EC モールの市場動向データを提供する株式会社 Nint(本社：東京都新宿区、代表取締役：吉野順子、以下「Nint」)は、中国 EC ビッグデータサービス「任拓情報通」を利用し、上海ロックダウンが EC 市場においてどのような影響を及ぼしたか分析し、レポートを発表しました。

新型コロナウイルス感染拡大の影響で、中国・上海市では3月末から始まったロックダウン(都市封鎖)が5月25日現在、今なお続いています。上海に所在する日系企業などで構成される上海日本商工クラブが5月5日に発表した「[上海市封鎖管理による事業への影響等に関する実態把握\(第2回\)](#)」によると、上海市を中心に生産拠点を持つ日系企業の約6割が工場を全く稼働できておらず、操業回復にあたっては約9割の企業が物流網の回復を課題として挙げています。また4月22日以降、日本郵政はEMSを含む国際郵便の引受けを停止するなど、ロックダウンは生産、物流面を中心に実体経済に様々な影響を及ぼしています。

当レポートのデータ範囲、抽出期間、内容、元データは以下のとおりです。

【データ範囲】中国主要 EC プラットフォーム(JD、天猫(中国国内及び国際)、淘宝网(中国国内及び国際))

【データ期間】2022年4月1日～4月末日(速報値)及びその前月比、前年比

【データ内容】当該期間における主要カテゴリの流通金額及び流通量

【データ元】Nint グループが運営する任拓情報通サービス

第一部 主要 EC プラットフォーム全体の比較

- モール全体で2022年は4月の流通金額は、例年よりも減少。特に Alibaba の減少が顕著。物流の一部停止が影響か

1. モール全体における4月の流通金額の前月比

まず、主要モール全体(JD、天猫(中国国内及び国際)、淘宝网(中国国内及び国際))の4月の流通金額は3,426億元(日本円：約6.8兆円)で、3月と比べ16.0%の減少でした。3月には「女神節」(3月8日国際婦人の日)という大型のECキャンペーンがあり、例年4月は3月に比べて減少する傾向があり、2021年も12.9%減少していましたが、今年はより顕著な減少となっています。

(* 天猫および淘宝网をまとめて以下、Alibaba と表記)

表①

Alibaba及びJD合計	流通金額	流通金額前月比	去年流通金額	去年流通金額前月比
4月	3,426億元	-16.0%	3,864億元	-12.9%

2. モール別における4月の流通金額の前月比

下記表②のように、AlibabaとJDを比較すると、Alibabaの4月流通金額が2,517億元(日本円:約5.0兆円)で、JD4月流通金額が909億元(日本円:約1.8兆円)でした。それぞれ3月流通金額と比較すると、Alibabaは536億元の減少(前月比-17.5%)、JDは117億元の減少(前月比-11.4%)でした。ロックダウンによる物流の一部停止から影響を受けているのではないかと考えられます。

表②

月	サイト	流通金額	流通金額前月比
4月	Alibaba	2,517億元	-17.5%
4月	JD	909億元	-11.4%

第二部 中国国内ECと越境ECの影響比較

● 海外からの物流が規制されるも、越境ECの流通金額は微減に留まる

中国国内でオミクロン株による新型コロナウイルス感染症の拡大で、特に海外からの物流が厳しく規制される傾向があり、越境ECにも影響があるのではないかと考えられました。ただ、実際のデータ(天猫国際及びJD海外旗艦店等)では、越境ECの流通金額前年比は3月0.4%と微増、4月0.5%と微減という結果でした。一方、中国国内ECデータでは前年比3月8.4%減少と4月11.8%減少で、越境EC全体はまだ現時点では大きな影響を受けてはいない結果となりました。しかし、今後保税区内にある在庫不足や物流問題が顕在化する可能性があると考えられます。

表③

Alibaba及びJD合計		流通金額	販売額前年比
3月	国際	190億元	0.4%
	国内	3,889億元	-8.4%
	合計	4,079億元	-8.1%
4月	国際	158億元	-0.5%
	国内	3,268億元	-11.8%
	合計	3,426億元	-11.3%

第三部 主要カテゴリ別の影響比較

● 食品、マタニティ/ベビー類、コスメ、医療保健類のカテゴリでは医療保健類カテゴリのみが前年比プラス成長

今回中国都市部ロックダウンがEC市場へ与える影響を分析するため、日常生活に影響の大きい食品を始め、マタニティ/ベビー類、コスメ、医療保健類の4つのカテゴリデータを分析対象にしました。

1. 2021年4月との比較結果

下記表④の通り、4つのカテゴリ内で今年4月の流通金額が前年同期よりプラス成長していたのは、医療保

健カテゴリのみでした。健康意識向上のためサプリメントや健康食品などの購入が増えたのかもしれませんが。国内 EC と越境 EC を分けて見ると、マタニティ/ベビー類の越境チャネルは去年より増えていました。特に JD では国内/越境問わず、流通金額流通量とも前年同期より増加しています。コロナやロックダウンにかかわらず、品質が重要視されている必需品として需要が増えたとのでしょう。半面、コスメは大きく流通金額がダウンしました。外に出る機会がないことから化粧品などを購入する人が減ったのではないかと考えられます。

表④

Alibaba及びJD合計	流通金額	流通金額前年比
コスメ	208億元	-16.3%
国際	52億元	-7.8%
国内	156億元	-18.8%
マタニティ/ベビー	187億元	-3.9%
国際	16億元	9.2%
国内	171億元	-5.0%
食品ドリンク	193億元	-9.2%
国際	6億元	-7.6%
国内	187億元	-9.2%
医療保健	80億元	4.2%
国際	18億元	8.9%
国内	62億元	2.8%

2. 2022年3月との比較結果

主要4カテゴリーの2021年および2022年4月分の流通金額前月比を見ると、コスメとマタニティ/ベビー類の4月売上は3月からの減少率は去年より大きかったです(コスメ-4.8ポイント、マタニティ/ベビー-1.4ポイント)。一方、食品ドリンクと医療保健カテゴリーの4月流通金額前月比は去年より好転しています(食品ドリンク+2.3ポイント、医療保健+2.0ポイント)。コロナウイルスによる感染症の拡大により、自宅で食事する機会が増え、食品やドリンクをオンラインで購入する需要が増えたと想定されます。

表⑤

Alibaba及びJD合計	流通金額前月比	去年流通金額前月比
コスメ	-31.2%	-26.4%
マタニティ/ベビー	-9.6%	-8.2%
食品ドリンク	-7.3%	-9.6%
医療保健	-9.9%	-11.9%

第四部 店舗運営の地域拠点による影響差

- ロックダウンは EC 運営に影響を与え、上海地域のオンライン店舗の売上が大幅ダウン

Alibaba プラットフォーム上で上海地域として登録されているオンライン店舗(天猫スーパーを除く)に限定し、ロックダウンの影響が店舗運営上に影響を及ぼしているかを分析しました。まず、4月時点で所在地が上海として登録されている店舗の流通金額は全体でのシェアは4.5%です。4月における全国平均の昨月対比が

17.5%増に対し、上海平均が 39.5%減で上海地域における落ち込みが激しく、ロックダウンの影響が EC 運営上に影響を及ぼしていることがわかります。

表⑥

	流通金額	流通金額前月比	流通金額シェア	全体流通金額前月比
4月	113億元	-39.5%	4.5%	-17.5%

第五部 好調店舗もある

● 上海のオンライン店舗でありながら、他地域の消費により大きく伸長した店舗も

ロックダウン下となった 2022 年 4 月、上海地域で運営されているオンライン店舗の前年同月比が 39.5%減の中、大きく売り上げを伸長した店舗もありました。そこで、上海運営の流通金額上位の前年同月比でプラス成長した店舗を見てみると、国産品(中国国内製造)であることが多く、またスキンケアブランドにおいては新興ブランドが目立ちます。上海におけるロックダウンによって中国全体の景気後退が議論されていますが、ミクロな視点に立てば上海地域の消費に頼らずに他地域の消費によって大きく成長できるケースもあることがわかります。

表⑦

月	店舗名称	流通金額	流通金額前年比	備考
4月	上汽通用别克官方旗舰店	3,979万元	5220.3%	車
4月	RNW如薇官方旗舰店	3,925万元	650.2%	新興中国スキンケアブランド
4月	儒意化妆品旗舰店	2,996万元	756.7%	新興中国スキンケアブランド
4月	万宝绿旗舰店	2,818万元	2045.2%	マスク
4月	Artiz旗舰店	2,291万元	385.4%	ビジュアル撮影サービス
4月	冰仕特电器旗舰店	1,438万元	4402.9%	電気製品
4月	beie贝易旗舰店	1,175万元	208.9%	マタニティ/ベビー
4月	多燕瘦食品旗舰店	757万元	2916.3%	ダイエット食品

当レポートに記載されていない他のカテゴリ情報などについてご関心をお持ちの方は、Nint にお問い合わせください。

以上

◆Nint について

Nint は、国内大手 EC モール(楽天市場、Yahoo! ショッピング、Amazon)の公開データを独自技術で集計し、商品カテゴリ別の流通額やメーカー別シェア、モールに出店する企業の商品毎の売れ筋商品や広告施策の動向分析といった市場動向データ「Nint ECommerce」を提供することで、EC 運営の意思決定をサポートします。「Nint ECommerce」は現在日本で 1,000 社以上が導入しています。

また、中国 EC に参入する企業に対しては、中国の主要 EC モールである「天猫国際(Tmall Global)」、「淘宝网(Taobao)」、「考拉海購(Kaola)」、「京東国際(JD Worldwide)」の販売データを分析できるサービス「Nint China」を提供しています。

NEWS RELEASE



Nint のサービスを導入する企業は、EC モールの市場のトレンド、売れ筋商品、競合店舗の動向などが分析でき、事業戦略策定のための情報収集や販売戦略の企画を効率的に行うことが可能となります。

Nint については HP <https://www.nint.jp/> をご覧ください。

Nint のサービスについてのお問い合わせは <https://corp.nint.jp/contact/> よりお願いします。

【プレスリリースに関するお問い合わせ先】

株式会社 Nint PR 担当窓口

Email: marketing@nint.jp / TEL: 0120-170-474 ※平日 10:00~19:00 (休祝日を除く)