

中国農村部における流通イノベーションに関する研究 ～小規模 EC 産業集積の事例を中心に～

法政大学大学院 王亦菲

キーワード：EC、産業集積、農村部

はじめに

本研究では、中国の農村部における EC 産業集積に焦点を当て、質的比較分析(QCA)手法を用いて、農村部 EC 産業集積の規定要因についての検討を試みる。

中国では都市部におけるネット通販の競争が激しくなり、減速に転じる傾向が現れる一方、農村部の消費市場が巨大化している。低い店舗密度と貧弱な品揃えを特徴としてきたが、今、EC 化によって大きなポテンシャルを持つことで注文を集めている。2015 年頃から、政府は「インターネット+農村」という政策を打ち出し、EC 企業の農村ネット通販事業を後押ししている。EC のさらなる浸透により、一部の農村地域では「タオバオ（淘宝）¹村」をはじめ、ネット通販を中心とする EC 複合産業集積が生まれた(Li,2017)。その結果、農村部における EC 産業集積を核とする新たな流通ハブが形成しつつある。

中国農村部の消費市場は全体として大きな規模であるものの、住民居住地が分散し、市場の地理的集約度が低い。その結果、物流コストが高く、流通効率が低いなどの問題があり、従来の流通システムでは効率を上げるのが難しい(郭・左,2015)。ネット通販の展開においても同様な状況に直面するものと考えられる(張・劉,2015)。

しかしながら、2014 年から、農村部ネット通販が急成長している。2018 年までに、農村部ネット通販の市場規模は 1.3 兆元を超えた²。すなわち、ネット通販は中国の農村部にかなり浸透しており、農村部流通システムの主役になりつつある。タオバオ村をはじめ農村部 EC 産業集積の形成はそれを可能にした重要な一環と考えられる。農村部 EC 産業集積はどのようなものであるか、そして、これらの集積の形成要素は何か、本研究はこのような問題意識のもとで、研究を進めている。

農村部 EC 産業集積の現状

農村部 EC 産業集積の典型例はタオバオ村³である。一部の地方政府は独自の基準で「電子商務專業村」などを認定しているが、タオバオ村と重ねるところが多い。ここ 10 年間、タオ

¹ タオバオとは、中国最大手の EC 企業アリババが運営しているネット通販プラットフォームである。

² 商務部(2019)

³ アリババは、タオバオ村は①経営場所は行政上の村である、②年間 EC の取引総額が年 1000 万円を超える、③EC 取引を活発的に行っているネット店舗が 100 店以上、もしくは所在村の世帯数の 1 割以上などの条件を満たす村をタオバオ村と認定している(阿里研究院,2019)。

バオ村が急成長している。2019年6月まで、浙江省、広東省、江蘇省、山東省など中国全土25省市でタオバオ村の数は4,310箇所到達した。タオバオ村はさらに発展し、地域的タオバオ村群を形成し、家具、服装など幅広い商品を取り扱っており、越境ECも参入し始めた(阿里研究院,2019)。タオバオ村群を擁している代表的な地域は浙江省の義烏市と山東省の曹県である。

タオバオ村の存在は農村部流通システムに大きなインパクトを与えている。農村住民はECバーチャルプラットフォームの特性を利用し、流通市場の物理的な制限を破り、商圈を拡大する(周・劉,2018)。これにより、所得格差の縮小、地元のビジネスチャンスと雇用機会の増加などの利点をもたらし、農村部の振興を図る(Qi et al,2019)。

農村部 EC 産業集積に関する既存研究

既存研究では、社会資本、経営資源、市場環境、政府の活動など様々な視点からタオバオ村の形成が議論されている(Li,2017;周・劉,2018;曾,2018;Qi et al,2019)。

従来の起業環境に比べ、ECプラットフォームを利用して起業することのハードルが低いため、資金力と技術力が欠如している農村住民がネット通販事業に着手する可能性が十分ありうる(曾・郭,2016a)。

中国の農村部は人間関係を極めて重視する「知人社会」であるため、主要な情報伝達の経路は住民間のコミュニケーションである。そのため、タオバオ村では、周りの先駆者に学習・模倣し、ネット通販事業を立ち上げることがよく見られる(Qi et al,2019)。また、農村部ネット通販の発展に伴い、物流サービス、広告、撮影、情報サービスなど補完サービスが充実している(Li,2017;周・劉,2018;曾・郭,2016a)。それにより、地域的なECビジネスエコシステムが創出されて拡大している(池・楽,2017)。こうした要素は、タオバオ村のようなEC産業集積の形成につながったと指摘されている。

加えて、政府の施策もタオバオ村に大きな影響を与えている。政府内で専門管理チームの設立、支援策の充実、インフラ整備の推進などの政府活動がタオバオ村の形成と発展を促進する(李・張,2018)。また、地域的な同業団体を設立し、ネット通販の発展を自律する動きも見受けられる(周・劉,2018;曾・郭,2016b)。

既存研究では、農村部EC産業集積の形成メカニズムは多様な要素が存在していることを明らかにしている。しかし、これらの集積を導く要素の組み合わせについて十分な議論されていない。

研究手法

本研究では、浙江省の義烏市と山東省の荷澤市にある計 8 つの EC 村を選び、フィールド調査を実施する。また、QCA 手法で調査の発見事実を分析し、EC 産業集積の形成と規定要因の関係性を検証する。

発見事実

フィールドの概要

義烏市の概要

中国浙江省の中部にある義烏市は、人口が約 128.04 万であり、総面積が約 1,105km² である。ここは、世界最大の小商品集散地である「小商品市場(いちば)」を擁している。この市場の周辺に物流、広告、技術支援サービス、仲介サービス、金融などのサービス産業が集まっており、「小商品市場」を核とする商業集積が形成される。そして、市内で EC 創業者育成の名門校という義烏工商技術学院もある。

2000 年以来、EC の浸透により、実店舗とオンライン店舗を融合しつつある。ここ数年、EC が周辺の農村部にさらに浸透し、164 個のタオバオ村と「電子商務專業村」⁴が生まれた。その中の 1 つで、「中国網店⁵第一村」と呼ばれるところが青岩劉にある。

義烏では、商業の集積だけではなく、義烏港、保税物流センター、鉄道ターミナル、義烏空港などの主要物流ノードを含む物流集積も形成された。2019 年上半期、宅配便取り扱い数は 19.66 億個を達し、広州、深センに次ぐ全国 3 位になる。

曹県の概要

山東省の南部にある曹県は、人口が約 141 万であり、総面積が 1,969km² であり、伝統的な農業地域である。鉄道ノードから 50km 離れ、空港の距離も 200km を超える。つまり、産業基盤と物流基盤が比較的薄い地域である。

しかし、ここ数年、県内の EC 産業が急成長しており、ステージ用服装、木製品、農産物を中心にする 3 つのタオバオ村群が形成している。2018 年、タオバオ村の数は 124 箇所増加し、義烏市に次ぐ 2 位になる。EC 売上総額は 158 億元を達した。それに伴い、域内の物流サービスも充実しつつある。県内 300 以上の配送センターと 5000 箇所以上の配送拠点が設立され、年間宅配便取扱個数は 1.65 億個を超えた。

調査した村の概要

義烏市の EC 村(青岩劉、柳二、北下朱、高橋、竜回)と曹県の EC 村(丁楼、孫庄、徐集)の概要については、学会で報告資料をご参照されたい。

⁴ 義烏市政府が独自の基準で認定する EC 村である。

⁵ 網店はネット通販店舗を指す。

分析の結果

発見事実と既存研究に踏まえて、以下の条件を設定した。①産業基盤の関連性[IND]、②インフラ基盤[INFRA]:インターネット、道路など基本的なインフラ、③創業リーダー (LEAD):外部から EC 知識を学習する地元の創業リーダー、④知識基盤 (KNOW):域内 EC 知識ソースの存在と利用、⑤物流「LOGI」:物流サービス利便性

設定した条件に基づき、調査データを整理して分析する。

当日、閾値の設定と分析の結果について、学会報告資料をご参照されたい。

参考文献:

- 阿里研究院(2019)『淘宝村十年:数字經濟促進鄉村振興之路』
- 池仁勇・楽楽(2017)「基于産業集群理論的淘宝村微生態系統研究」浙江工業大学学报(社会科学版)
- 郭丹・左莉(2015)「農村網購快遞配送模式研究」『現代商業』2015年10号
- Li, Anthony H F. E-Commerce and Taobao Villages. *China Perspectives*,2017.3
- 李紅玲・張曉曉(2018)「中西部地区淘宝村發展的關鍵路徑研究」『科学研究』Vol.36 No.12
- Qi, Jiaqi&Xiaoyong Zheng&Hongdong Guo. The Formation of Taobao Villages in China. *China Economic Review* 53 (2019年2月)
- Rihoux,Benoit&Ragin,Charles(2016)『質的比較分析(QCA)と関連手法入門』晃洋書房
- 商務部(2019)『中国電子商務報告 2018』
- 周心恒・劉常瑜 (2018) 「“淘宝村”農戶電商創業集聚現象的成因探究-基于沙集鎮和顏集鎮的調研」『南方經濟』2018.1
- 曾億武・郭紅東(2016a)「電子商務協會促進淘宝村發展的機理及其運行機制-広東省揭陽市軍埔村的實踐為例」『中国農村經濟』2016.6
- 曾億武・郭紅東(2016b)「農産品淘宝村形成機理:一個多案例研究」『農業經濟問題』2016.4
- 曾億武(2018)「農産品淘宝村集群的形成及对農戶收入的影響-以江蘇沭陽為例」(版) Vol.16 No.6
- 張相斌・劉歡 (2015) 「電商渠道下沉的機遇与挑戰」『南京郵電大学学报(社会科学版)』第 17 卷第 3 号