



中国日本商会

陳言コラム-1

中国雑談

欧州よりも10年も先を行く中国のEコマース

同居する86歳のおばあさんは、病気しやすく、ときどきタブレットから病院のHPにアクセスして診療番号を申請したりしている。パソコンなどはこんなに便利になり、また中国のインターネット関連のサービスは本当に使いやすくなっていると感じる。

実は、医療保険体系によって薬剤費の統制が図られるにつれて、病院と薬局の分離やコンプライアンス審査などのさまざまな制度も絶えず中国で推進されている。伝統的な製薬企業の業務モデルがまさに転換期を迎えようとしており、医薬品への依存をはじめとするかつての販売モデルは製薬企業と医師による直接的なコミュニケーションに姿を変えつつある。今年5月28日、復星医薬と杭州の「挂号網」は、戦略的提携契約を締結し、O2Oによる双方の緊密な連携を確立している。「挂号網」は、すでに膨大な数の医者と患者の情報を有しており、こうした情報は復星医薬にとって最も核心となるリソースだ。これと似た例として、上海医薬集団と京東商城の提携による医薬電子商取引市場への進出や昆葉集団と百洋医薬傘下のプラットフォーム「易復診」による提携などがある。これらの変化は、おばあさんが診療番号をインターネットから申請するより、もっと劇的だろう。

小売業界にもインターネット時代の幕開けを迎えている。最近、中国商業連合会が発表した2014年小売業上位100社のリストで、上位100社のランキングの上位10社は、天猫、蘇寧、京東、大商（大連商業集団）、国美、華潤、康城、ウォルマート、山東省商業集団、聯華スーパーだ。2013年の小売業上位100社の上位10社と比較すると、変化が最も大きかったのは京東商城で、2013年の5位から2014年には3位に躍進した。近年インターネット販売が急速に発展しており、小売業上位100社の中でも、実店舗を構える企業の売上増加率は近年下降傾向にある。これらの企業の2014年度の増加率は前年同期比でわずか5.6%であり、小売業上位100社の成長率に対する貢献度はわずか17.3%だ。

中国は今や世界最大のスマートフォン市場であり、中国はEコマースの分野において欧州より10年も進んでいると思われる。微信（ウィーチャット）上では3分間で388台も



の自動車が売れたことがあった。11月11日（独身デイ）の中国における売上額は米国の「サイバーマンデー（感謝祭直後の月曜日）」の3.5倍を記録した。

この状況に関しては、中国における技術の浸透度だけでなく、新たな技術がいかに消費者の行動に影響を与えるかという点も深く理解する必要がある。中国のEコマースを研究し、日本企業もいろいろなヒントが得られ、真剣に参入を考慮すべきだと思う。中国人消費者のモバイル端末の利用動向を知ることは、日本企業が消費者をつなぎとめるためにどんなアプリや携帯サービスを提供すればよいのかを理解する上で大きな助けとなることだろう。

陳言 日本語日刊紙『速読中国』編集長。

1982年南京大学卒。1999年慶応大学経済学研究科博士課程を修了。

『週刊東洋経済』、ダイヤモンドオンラインなどの日本メディアに定期的にコラムを書き、また『中国経営報』、『中国経済週刊』など定期的に寄稿している。

『速読中国』は、毎週月曜日から金曜日の午前8時（北京時間）に、日本企業の皆様だけに、メールでお届けする30本近い超ホットニュースです。購読ご希望の方は、chenyan@seapush.comにお知らせください。