

3. 上海駐在員事務所レポート

～中国の新小売形態について～

1. はじめに

中国の小売業と聞いて、街角の屋台や、冷蔵設備の無い八百屋といったものを思い浮かべる人が多いのではないのでしょうか。実際その様な店舗は数多くありますし、地方部はまだまだそちらが主に利用されているようです。

一方ここ上海では、市民の所得水準増加の影響により、町の八百屋といった従来型の店舗から、ショッピングモール・大型スーパーといった先進国型の店舗へ切り替わりが進んできました。外資系高級スーパーもお客で賑わっており、都市部の経済発展を日々感じています。

その様な中でも、特に 2017 年は「新小売元年」と呼ばれ、小売業界の変革が起こった年でした。これまでの「単なる小売事業」に、情報技術、物流技術など複数の産業技術が融合し、新たな小売形態が誕生。今後拡大が期待されています。

今回は上海等の都市部を中心に広がりを見せる、「新小売」についてレポートさせていただきます。

2. 新小売とは

これまでの小売業において、実際に店舗を構えて販売する「実店舗型」と、インターネット等で通信販売を行う「EC 型」は、それぞれ独立したものと捉えられていました。マーケティング手法は異なったアプローチが取られ、物流網もそれぞれの分野に合わせて構築されていました。

最近の中国では、両者を複合し、1つの事業として管理・経営してしまおうという考え方が発生。それが「新小売」の誕生に繋がりました。

一例を挙げますと、これまで EC 販売に利用されていた情報技術を、実店舗へ導入。物流網の再構築を行い、実店舗に EC 販売機能を持たせるようにし、両者の両立を可能とした企業もあります。

「新小売」は、実店舗に情報技術が活用されることから、「オンライン to オフラインの取組み」とも呼ばれています。また、「無人店舗」の取組み等についても、「新小売」の一種と捉えられています。

大まかに言いますと、「これまでの小売業」に「情報技術」を活用することで、「新たな小売業態」を作り出しているのです。

以下、中国の小売市場の現状と「新小売」の実例について記載していきます。

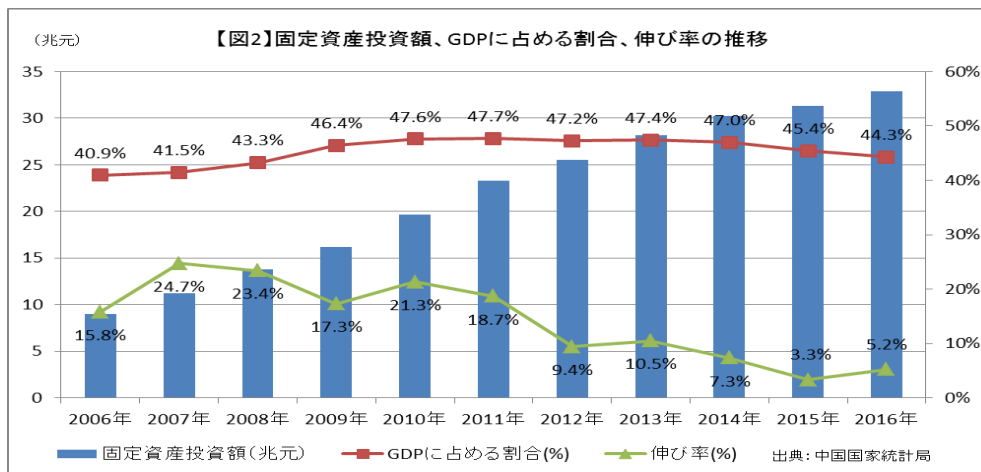
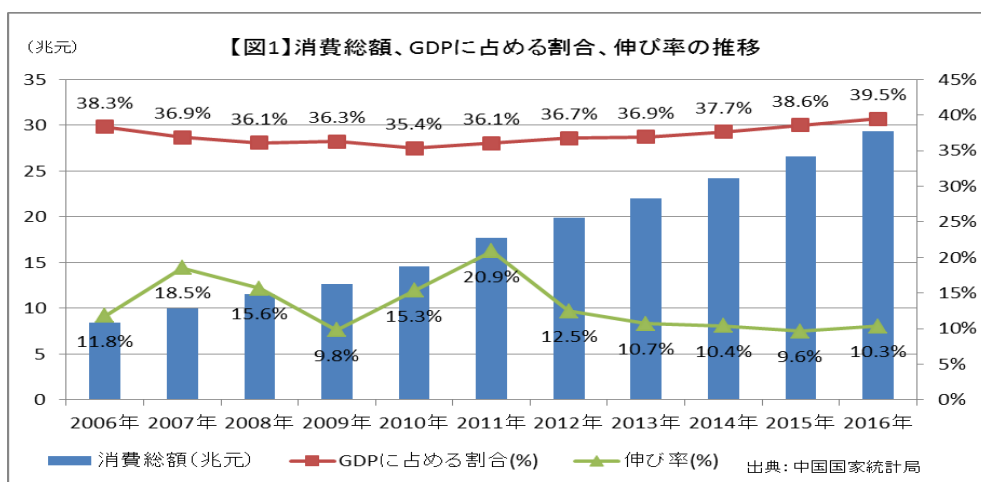
3. 中国の小売市場について

中国の消費総額は 2016 年に 29.3 兆元（約 480 兆円）となっており、世界第 2 位の消費市場まで成長。10%前後の高い成長率を維持しており、近い将来には米国を抜き、

世界最大の市場になることが予想されています。

GDPに占める割合を見ると、固定資産投資が最大となっていますが、消費との差は徐々に縮まっています。近年の固定資産投資の伸び率は一桁台で推移しており、中国経済の成長エンジンは国民消費に移り変わったことが見てとれます(図1及び図2)。

今後の中国小売市場においては、都市部で80年代以降に生まれた「新世代」と呼ばれる層が重要な鍵を握るようになります。彼らは比較的豊かな時代に生まれ、一人っ子が中心。ブランド品に馴染んでいるため、消費ニーズが多様化・個性化しています。今後は一般の消費財、贅沢品などに加え、サービス消費についても市場の伸びが期待されています。



次頁では中国での「新小売」の実例を挙げ、直近の取組み実績について見ていきたいと思います。

4. 実例研究

① オンライン to オフラインの取組み

店舗名 : 盒馬鮮生 (ファーマーションシェン)

運営元 : 阿里吧吧集団控股有限公司 (略称: アリババ)

アリババについてはソフトバンクが出資していることもあり、日本でも比較的馴染みのある企業ではないでしょうか。これまで EC 事業が中心でしたが、近年は実店舗へも事業を拡大しています。

一般の小売店舗と異なる点は、オンライン機能を活用していることです。通常の店頭購入に加え、EC で商品の購入ができます。店舗のある地域に限られますが、注文品は即日配送を実施 (最短 30 分)。これにより、生鮮食品も当日中に届けることが可能となっています。実店舗を物流倉庫に見立てることで、新たな物流形態を確立しようとしているのかもしれない。

決済面については、一部の店頭では現金用レジが設置されていますが、基本的に電子決済 (支付宝: アリペイ) に限定されています。電子決済では購入者の正確な情報が取得でき、店舗側はその情報をマーケティング等に活用することができます。

オンライン to オフラインの取組みは、顧客の利便性向上、店舗運営の最適化等、購入側、販売側の双方に大きなメリットをもたらしているように感じます。現在は上海、北京等の大都市に限られていますが、今後は地方部への展開も十分見込まれるのではないのでしょうか。



(上海、長寧区の店舗)



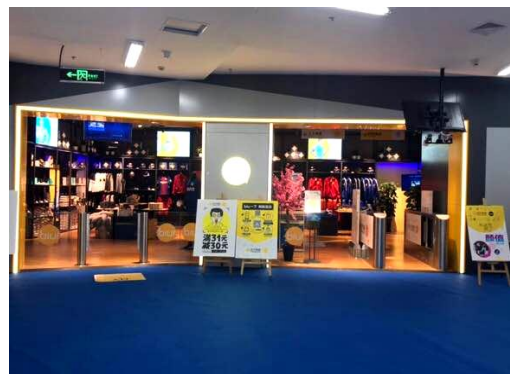
(EC注文品をピックアップする従業員)

② 無人店舗

店舗名 : Suning Sports Bui

運営元 : 蘇寧雲商集団有限公司 (略称: 蘇寧グループ、英名: Suning)

蘇寧グループは、1990 年に南京で設立された、3C (家電、パソコン、通信) 家電の販売を行う、中国最大規模の企業です。これまでは実店舗と自社 HP の通販事業をメインとしていましたが、2017 年から無人店舗の取組みを開始。現在は南京市 1 店舗、上海市 2 店舗の合計 3 店舗を運営しています。



(上海の無人店舗)

特徴としては、現金を一切使用せずに購入を行える点にあります。蘇寧グループの自社アプリに自身の顔情報と支払用の銀行口座を登録し、入退店及び支払の管理を行います。商品購入の流れは、「顔認証により入店→商品を選び支払ゾーンへ移動→購入商品の情報を自動読み取り→顔認証により本人認証→登録口座から代金を引き落とし→退店」となります。

商品の読み取りはRFID技術を活用。商品1つ1つにIDタグ（RFIDタグ）が貼付されており、当タグを読み取ることで情報を認識。これまでのバーコード技術では1件1件読み取ることが必要でしたが、当技術では1度に複数の商品情報を読み取ることが可能となっています。

ただし、RFIDタグはバーコードに比べ高価であること、1つ1つの商品に貼付する作業が発生すること等から、無人店舗に掛かるコストについてはまだまだ改善の余地が残されています。

なお中国では実際に、台湾企業の合併によるRFIDタグの大量生産が開始されています。今後、各問題点の改善策が見出されるにつれて、無人店舗が爆発的に増加する可能性を十分秘めているものと考えられます。

5. 日系企業の戦略

現在、新小売に取り組むプレイヤーは中資系企業が中心ですが、日系企業が入り込む余地は大いにあると考えられます。一例を挙げますと、中国の物流面において、ラストワンマイルの課題が前々から存在しています。コンビニ業界等、24時間営業を支える日本の物流技術は、大いに強みを発揮できる分野ではないでしょうか。

また新型店舗に投入する商品は趣向を凝らしており、「日本の商品を是非置きたい」と中資系の運営元から声を掛けられた日系企業の例も聞きます。特に食品関連は安全性の面で、依然として日系企業が優位性を保持しているように感じ、販路拡大の可能性は大いにあるのではないのでしょうか。立ち上がったばかりで先行きは不透明ですが、同時にチャンスも多くある業界であると考えられます。

6. 終わりに

中国で「新小売」に取り組む企業は50～100社とも言われています。先述した店舗以外にも、無人型のコンビニ等、次々に新しい業態が立ち上がっています。将来的には、中国国内で益々の広がりを見せる分野ではないでしょうか。

今後、日系企業が当分野にどのように絡んでいくかは、検討課題になると考えられます。日本が得意とする分野に積極的に参入することにより、拡大が見込まれる市場の取り込みが図れるのではないのでしょうか。

京都銀行上海駐在員事務所では、本件を含めた現地最新情報を常に収集、発信できるよう、活動にまい進しております。引き続きご質問、調査依頼等ございましたら、お気軽にご連絡下さい。

（上海駐在員事務所 井浦 嘉孝）