

急成長する中国のEC企業「拼多多」

— 農産物直売と貧困扶助への取り組み —

主事研究員 王 雷軒

1 急成長を遂げたEC企業

2019年10月中旬、EC(電子商取引)企業の拼多多(ピンドォドォ、以下「PDD」)を訪問した。その際、PDDの研究者から「新しいECによる農業サプライチェーンの改良」についての説明を受けたので、その内容を紹介する。

PDDは15年9月に設立された。18年9月30日から1年間のPDDのアクティブユーザー数(以下「YAU」)は5.36億人と前年同期に比べて1.51億人増加した。EC企業のアリババと京東(ジンドン)のYAUがそれぞれ6.93億人、3.34億人であったことから、同社のYAUはアリババに次いで中国第2位となっている。

また、PDDの19年9月30日までの年間取扱高は0.84兆元(約13兆円)と前年比で144%増加した。これに対し、アリババ、京東の取扱高はそれぞれ5.73兆元(19年3月31日までの1年間)、1.68兆元(18年12月31日までの1年間)であった。時期が異なるため単純比較はできないが、PDDの取扱高はアリババ、京東に大きく後れをとっているとみられる。それでもPDDは創業からわずか4年であることを考えると驚異的な成長を遂げていると言えよう。

EC企業が激しい競争を繰り広げるなか、短期間に爆発的な成長を遂げた理由を研究員に聞いたところ、「①創業時より行っている農産物の直売、特に生鮮果実の直接販売で知名度を高めたこと、②既存のEC企業は大都市の消費者を対象に囲い込みをするなか、PDDは彼らが対象としていないユーザーを狙ってきたこと、③購入希望ユーザー数が規定数に達した場合には、中間流通経路を通さず、まとめ

てメーカーや農家に大量発注するというC2Mモデル(customer to manufacturing)がユーザーに評価されたことで成長してきた」と説明してくれた。

2 農産物直売から事業開始

工業製品を農村部へ販売するというEC企業がとったビジネスモデルと異なり、PDDは農産物を都市部の消費者に直接販売することから事業を始め、その仕組みを順次構築してきた。中国の農産物流通経路は長く、農産物買い付け商人、産地の卸売市場、消費地の卸売市場、農産物小売市場やスーパーマーケットなど、多くの関係者を通じて農産物が消費者に届けられている。この仕組みでは、流通費用が高いだけでなく、ロス率も高いという。その結果、消費者にとっては割高な買い物となり、生産者も生産物を安値で買ったたかれるという現実がある。

直売により削減された流通経費を農家に還元するために、PDDは都市部への出稼ぎから農村部に帰ってきた「新農人」と呼ばれる若年層や地域の小規模農家の農産物集出荷センター建設への資金支援を行うなどの連携をしながら、農産物を都市部の消費者に直接届けるというサプライチェーンを構築してきた。また、生産者と消費者とのマッチングを行う「農貨中央処理系統」という農産物売買情報中央処理システムも作り、ユーザーを増やしてきた。

このようにして、PDDは流通費用を削減することができたため、従来より低価格で消費者が農産物を購入できるだけでなく、生産者

の手取りも増えたという。「農村電商発展趨勢報告」（人民網新電商研究院、19年10月16日発表）によると、18年のECを通じた中国の農産物販売額は1,778億元であるが、このうち653億元がPDDを経由して販売されており、PDDが中国最大の農産物直売プラットフォームとなっていることが確認できる。19年の農産物販売額は、ユーザー獲得数の増加に伴い、1,200億元になると予測されており、今後も大きな成長余地があるという。

「新農人」は聞き取り時点で6.2万人であり、彼らが各省の農村で、農産物集出荷センターを作り上げてきた。PDDはこれらの拠点整備により、生産者と消費者とを直接結びつけ、相互の利益を図っているだけでなく、次のように、農村での貧困扶助にも積極的に取り組んでいる。

3 農村部の貧困扶助への取り組み

中国では、「貧困撲滅」、「環境保全」、「金融リスク」という3つの難題の解消に取り組んでいる。政府は、小康社会(ややゆとりのある社会)を実現するため、20年までに農村貧困層のすべてが貧困状態から脱するという大きな目標を掲げている。こうしたなか、PDDは新農人のリーダーシップを活用し、貧困農家による農産物直売店の開設などへのサポートをしているという。聞き取りによれば、国家が認定した貧困県で農家が経営する直売店の数はすでに14万にのぼる。

また、PDDは19年4月に「多多農園」を立ち上げた。「多多農園」とは、農産物の生産拠点であるが、利益を農村にとどめ、人材も農村に安住できる」というキャッチフレーズのもとで、中国農業大学をはじめとする多くの大学とPDDが連携しながら、農村部での人材育成の推進、若年層の人材を農村部に還流させるための貧

困地区での直売によるサプライチェーンの構築や農産物のブランドの育成などをサポートしている。5年以内に1,000余りの「多多農園」を立ち上げ、中国の主要農業地区内にある貧困県をカバーする目標を掲げている。

また、PDDは、PDDが提供するバーチャル果物をユーザーが育てると、ユーザーに本物の果物を配送するという遊び心のある取り組みを行っている。聞き取り時点で、仮想農園ではすでに1,000トンの果物が育てられ、同量の本物の果物がユーザーに販売されたという。仮想栽培される果物の実際の産地は貧困地区であり、このような取り組みは結果的にユーザーが貧困地区から直接農産物を購入できるだけでなく、貧困扶助にもつながっているとのことであった。

4 ECを通じた農産物直販の展望

PDDのみならず、ほかのEC企業も農産物直売を展開しているが、今後、これらのEC企業が既存の農産物流通の構造を変えていくのではないかとの見方は多い。また、EC企業の取り組みによる貧困扶助の効果が確認される事例もあり、ますます農村部がECの重要な成長地域となりそうである。

EC企業は、生鮮および加工農産物の直販の場の提供、ユーザーニーズ分析や販売予測だけでなく、農村観光、農村での飲食サービスの販売、農産物ブランド化、栽培拠点の育成、金融などのサービスを提供しており、農村部でのプレゼンスが一層高まりつつある。

一方、ECによる農産物直販をさらに拡大させるためには、農産物の規格化、農村部の人材育成、インフラ整備の強化、農村部のECに対する不信感の払しょくなどの課題があり、その解決に取り組む必要があると考えられる。

(オウ ライケン)