

中国のEコマース企業による農村拠点づくり

——京東数字科技集団の「京東惠民小站」——

主事研究員 王 雷軒

中国の農村部で通信設備や物流インフラが整備されてきたことなどを背景に、2015年前後から、アリババ、京東(ジンドン)、そして拼多多(ピンドードー、以下「PDD」)などの電子商取引(Eコマース)企業が相次いで農村部への進出・事業展開を加速している。アリババグループの「農村淘宝」(農村タオバオ)は、14年に中国初の農村部向けのEコマースを開始し、数多くの村でサービス拠点を形成してきた。また、15年創業のPDDもオンラインで農産物を都市部の消費者に直接販売するサービスを提供し急成長している。

以下では、京東グループ傘下の子会社である京東数字科技集団(以下「京東数科」)^(注)の農村拠点である「京東惠民小站」の設置状況や事業内容を紹介したい。

1 京東の農村部での「3F」事業戦略

18年11月に設立された京東数科の前身は京東の社内起業で13年10月に誕生した「京東金融(JD Finance)」であった。産業のデジタル

化を手がける京東数科は、京東小売、京東物流と合わせて京東グループの3大コア事業の一つを担う会社である。

政府の政策推進と潜在顧客の開拓のため、京東グループの創設者である劉強東氏は、15年に「工業製品を農村部へ(Factory to Country)、農産物を都市部へ(Farm to Table)、金融サービスを農村部へ(Finance to Country)」という3F事業戦略を打ち出した。この3F戦略のもとで農村部向けのサービス拠点づくりが始まり、「金融小站」が設置されてきた。これが現在の「京東惠民小站」(以下「惠民」)である(写真)。

2 京東数科の農村拠点づくりの状況

京東数科は、フランチャイズ方式で農村部にある家族経営の小規模小売店(商店)と契約し、惠民の設置を進めてきた。惠民となるための条件として、①申請者が実店舗を有し、その店舗面積が少なくとも30平方メートル以上あること、②スーパーや小売店の経営、農業生産資材の販売や農業関連サービスを行う事業者であること、③実店舗は周辺に人の往来が多く、郷鎮(日本の町村に相当)の繁華街に立地すること、④少なくとも1人の常駐スタッフを配置すること、などが要求されている。

申請者は、オンラインで京東数科にフランチャイズを申請し、京東数科による一定の選考を経て惠民の店主となることができる。同社のサイトによると、20年10月末時点の惠民数は4万に達しており、全国の70%を占める1,700超の区・県(日本の市に相当)、全国の10%を占める8,000超の郷鎮をカバーするようにな



日常用品の販売や物流配送、金融サービスを提供する「京東惠民小站」
(写真引用 http://hm-jd.com/jdhmcy.html#_np=104_314)

り、2,700万人以上の利用者に多様なサービスを提供しているという。

3 多様なサービスを提供する惠民

惠民の取り扱う事業内容は地域によって多少異なるが、主なものとして、①物の販売・代理購入、②荷物の配送や受け取り、③金融サービスがある。これらは京東グループの3大コア事業と密接に関係している。①は、生活必需品などの小売に加えて、店主が、高齢者層を中心とした直販型であるECサイトの京東商城(JD.com)のアカウントをもっていない人の代わりに商品を注文する、いわゆる代理購入というサービスを展開している。後者は惠民の特徴の一つである。

また、惠民は、農産物などを都市部の消費者にオンライン販売している。これは、全国に広がる惠民のネットワークと京東物流が構築した数多くの物流センターなどの物流網によって可能となっており、販売代行やマーケティングを通じて販路に乏しい中山間地域や豊作により消費し切れない農産物の流通にある程度貢献していることで高い評価を得ている。

②について、惠民は、日本のコンビニと同様、荷物の配送・受け取りサービスを提供している。これまでの配達物流会社は惠民のような農村拠点形成していないので、荷物を農村に届けられなかった。京東物流が農村部と都市部を結びつける物流網を整備したため、惠民は荷物の配送・受け取りサービスを提供できるようになった。このサービスの提供から徴収される手数料は、農村の若者のネットショッピング増加や、農産物などの都市部へ

の配送増加を背景に、惠民の重要な収入源の一つとなりつつある。

③は、京東数科が直営する金融サービス(内部)と、他の金融機関と提携する形で展開する金融サービス(外部)に分けられる。内部金融サービスとして、例えば、惠民利用者にクレジットサービスを提供する「京東白条」(credit pay)、キャッシングサービスを提供する「金条」(cash now)などの消費者金融がある。また、外部金融サービスとして、銀行が発行するクレジットカードのプロモーションなどがある。惠民は、利用ニーズはあるものの高齢等を理由にオンライン金融サービスが困難な一部の農家を対象としたプロモーションも行っている。惠民は実績に応じて京東数科から仲介手数料を得ている。

4 Eコマース企業の農村拠点の展望

以上のように、惠民は農村部の好立地であり、物販、物流配送、金融サービスを含めてワンストップで農村住民にサービスを提供できる拠点となっている。

現在、政府はコロナ禍で内需拡大戦略を打ち出し、農村の潜在的需要をさらに喚起する方針を示している。加えて、都市部の消費者へ向けた農産物のオンライン販売需要も拡大していることから、惠民は更なる成長の余地がある。一方、成長の余地があるということは、農村部でもEコマース企業の競争がさらに激化することが容易に予想される。惠民の次の一手に注目したい。

<参考文献>

- ・王雷軒(2020)「急成長する中国のEC企業『拼多多』」『農中総研 調査と情報』web誌、1月号、34～35頁
- ・杜晓山・刘文璞編著(2018)『从小额信贷到普惠金融』中国社会科学出版社、434～443頁
- ・京東惠民<http://hm-jd.com/>(2020年12月11日アクセス)

(オウ ライケン)

(注)「惠民小站」を邦訳すると「利用者に利便性をもたらす小さな拠点」となる。「惠民」は利用者に利便性をもたらす、「小站」は小さな駅という意味である。