



## (92) EC業界のネックは「物流」

野村総研(上海)咨询有限公司

2月初旬、旧正月(春節)が近づくに伴い、中国全土で帰省ラッシュの「国民大移動」が始まった。そして生産現場の第一線を支えている地方出身の出稼ぎの人たちが一斉に里帰りしたため、沿岸地域の製造業やサービス業は深刻な人手不足に見舞われるようになった。中でも電子商取引(EC)業界は、物流企業が営業停止して商品の輸送ができなくなったことで大パニック状態になった。

### ◇春節で大パニック

例えばオンライン書籍販売の最大手である「当当網」(dangdang.com)は通常、北京市内で7~8社の物流企業と提携して商品を配送しているが、この時期は3社しか営業していないため、「春節休暇中に注文のあった商品の配送は延期し、配送できるのは2週間後」という通達をウェブサイト上にやむを得ず掲載することとなった。

インターネット環境の整備とオンラインショッピングという消費習慣の普及に伴い、中国オンラインショッピング市場は近年、すさまじいスピードで発展している。2009年上半期の取引金額は計1195.2億元で、08年同期より125%増になったという(2009年11月中国インターネット情報センター「2009年中国オンラインショッピング市場レポート」)。

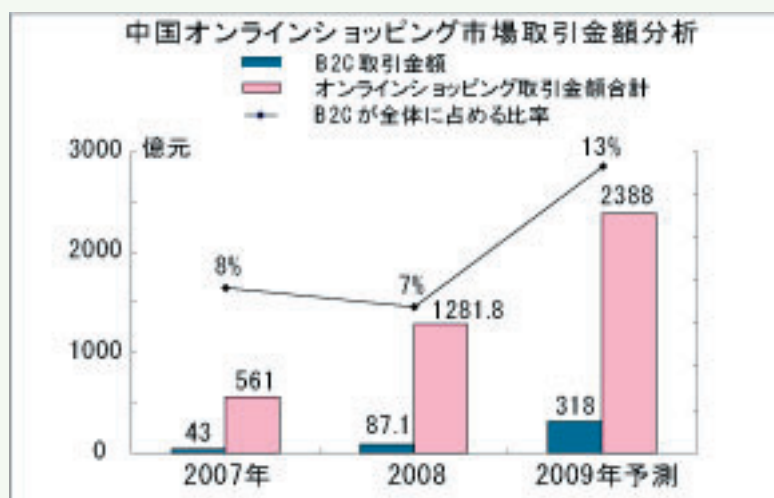
その中で、個人間取引のC2Cが抱える膨大なユーザーを攻略するために、市場全体に占める比率がまだ低い一般消費者相手のB2C企業はさまざまな充実したプロモーションをウェブサイトで打ち出しているが、それを支える物流と在庫管理システムがEC市場全体の発展に追い付いておらず、市場の発展を妨げるようになってしまっている。その原因は、主に次の二つが挙げられる。

- ・B2C業界の中で、商品の配送業務を多くは外部の物流企業に依存している結果、委託先の物流企業にいったん何らかの問題が起きると、これらのB2C企業は大きなダメージを必ず受けるようになった。例えば春節の帰省ラッシュで商品配送不能といった状態に陥ってしまう。

- ・中小物流企業の旧態依然とした運営方式がEC市場の急速な成長にますます追い付かなくなっている。大手EC企業と提携するには、広範囲な物流配送ネットワークと確実な業務遂行が求められる。一方で多くの中小物流企業は物流システムが脆弱な上に、出稼ぎ労働者を主とする従業員の激しい入れ替わりに対して行き届いた管理ができていない。

今回は、中国EC業界の物流問題対策を紹介する。

(主任コンサルタント・許文)



出所) 中国インターネット情報センターのデータなど