

## 寧波海運、ばら積み船4隻建造へ=転換社債発行で資金調達 - 浙江省

30日付の中国紙・上海証券報（B147面）によると、上海証取に上場する海運会社の寧波海運（本社浙江省寧波市）は、近く転換社債を発行し、約7億2000万元を調達する方針だ。調達資金は積載量5万7000トン級1隻と同4万～5万級3隻のばら積み船建造に充てる予定。石炭などの輸送を強化する。

一方、同社の2009年業績は、需要減少などが響き減収減益となった。売り上げは前年比39%減の8億9600万元、純利益は同90%減の2970万元。（時事）



## (93) 「物流」の強化急ぐB2C

野村綜研(上海)咨询有限公司

中国の旧正月（春節）の間に物流会社の営業が停止して商品の輸送ができなくなったことで電子商取引（EC）業界が大パニック状態になったこと、およびその原因を前回紹介した。今回は各EC事業者、特に一般消費者を相手にするB2C事業者が取っている対策を中心に紹介する。

ほとんどのB2C事業者は今まで、第三者の物流会社に商品配送を委託してきた。しかし零細企業が多い中国物流業界には、「コスト」「速度」「サービス」のバランスが取れた会社がなかなかないため、多くのB2C事業者が頭を悩ませている。こういう状況の中で、中国国内の事業者が現在取っている物流対策としては、主に次の三つのモデルが挙げられる。

〔自社モデル〕 自社物流センター・ネットワークを構築し、商品配送を自社で担当

メリット：顧客満足度が高い、他社への依存度が低い、資金回収が速い

デメリット：物流センター・ネットワークを構築するコストが高い、物流関連経験が必須

代表企業：京東商城（主な商品：パソコン、通信端末、家電の3C）

〔委託モデル〕 物流会社と提携し、商品配送を全て依頼

メリット：コストが低い、物流会社の広範囲なネットワークを利用可能

デメリット：他社への依存度が高過ぎる、商品配送の速度・品質がコントロールできない、顧客情報漏えいの可能性が高い、資金回収が遅い

代表企業：当当網（主な商品：書籍）

〔組み合わせモデル〕 北京・上海・広州などの大都市で物流センターを構築し、これら地域への商品配送は自社で担当するが、それ以外は委託

メリット：他社への依存度が比較的低く、柔軟な対応ができる

デメリット：コストがやや高い、自社ネットワーク以外の場所での配送がコントロールできない

代表企業：卓越網（主な商品：書籍）、Vancl（主な商品：紳士服）

この三つの物流モデルの中で今、最も注目されているのが京東商城の自社モデルだ。京東商城は2009年に何千万元もの資金を投入し、北京・上海・広州などの大都市で、計20カ所以上の自社物流センターと配送ネットワークをつくった。自社モデルの採用をきっかけに、商品配送期間と在庫期間が大幅に短縮されるようになった。またEC最大手の阿里巴巴（アリババ）も、物流網の強化のために物流会社との資本提携を含めたパートナーリングを急いでいる。

高速で成長している中国EC業界の中で、物流問題が各社の発展における大きなボトルネックと既になっている。前記の物流モデルはそれぞれにメリット、デメリットがあるため、どれがベストかというのは難しいかもしれない。「適者生存」、すなわち「品質とコストパフォーマンスの取れる」物流モデルを採用するB2C事業者が必ず、激烈な中国EC市場の中で今後勝ち上がっていくことができる。

（主任コンサルタント・許文）