

## 中村学園大学 流通科学研究所 第14回国際セミナー

### 講演 2

# 「中国における農村電子商取引の発展および農産物流通への影響」

中国 浙江樹人大学 都市・農村流通経済研究所

所長・教授 万 国 偉 氏

中国から浙江樹人大学の万国偉と申します。よろしくお願ひします。今回は甲斐学長先生のご紹介で、このように立派な国際セミナーに参加することができまして、心より中村学園大学の皆さまに感謝しております。

当大学と中村学園大学は、去年、協定を結んで提携大学になりました。今日は、当大学の7名の学生も会場に来ています。10日ぐらいの予定で、こちらで研修しています。

では、今日のテーマは、「中国における農村電子商取引の発展および農産物流通への影響」です。

背景として、まず中国農村電子商取引について報告させていただきます。中国の農村地域を地縁とし、村民（中国では戸籍制度がありますので、農村戸籍を持つ人は村民、あるいは農民と言われています）をポート取引主体とし、インターネットプラットフォームを通じて展開するさまざまな商業ビジネスでございます。近年、特にこの5～6年の間に、電子商取引は中国で急速に発展しました。中国政府が農村振興戦略を実施するにあたり、農村電子商取引はよりよい発展のチャンスを迎えています。

中国の成長率を見ますと、2010年から2018年の間に、GDP成長率は鈍化しましたが、今の成長率は、経済総量が安定的に増加しています。

都市部と農村部の住民1人当たり可処分所得の変化を見ますと、2012年から2018年までの7年間でほぼ倍増しました。要するに、中国人が豊かになっているといわれています。

都市部と農村部住民の食品・タバコ・酒製品

の消費支出を見ますと、1人当たりの消費は、2014年は都市部で6千元ありましたが、2018年は7239元になっています。ただし、農村と都市の住民の支出格差は大きいです。農村は、だいたい2分の1です。

エンゲル係数の変化については、1980年は60%近くになっていますが、2000年は都市部は40%ぐらいです。2018年は30%近くになっています。ただし、上の数字を見ますと、都市部の住民の1年間の支出は、1980年は420元しかなかったんですが、2018年は7200元となっています。

特に通信産業は急速に発展し、この図を見ても分かるように、携帯電話やパソコンは急速に普及しました。携帯電話は若者だけでなく、年寄りもみんな使っています。先ほど学長先生がおっしゃったように、特にスマートフォンをみんな使っています。

テンセント（騰訊）という会社は、中国語で「微信（ウェイシン）」と発音しますが、WeChat（ウィーチャット）を開発しました。WeChatは2011年にスタートしてから、わずか7年間で、2018年末までに7億9600万人のユーザーを獲得しました。最近、海外でもたくさんの利用者が、このWeChatを使って中国人と連絡しています。私と中村学園大学の先生方も、いつもWeChatで連絡しています。

先ほど甲斐先生も報告したように、Alipay（アリペイ）、中国語で書いてありますが、「支付宝（シーファーバオ）」と発音します。どこでもAlipayを使用して支払っています。外国

の方も農村の人も年寄りも。現金がいない社会といわれていますけれども、われわれは外でもケータイだけです。面白い話がたくさんあります。アリババの本社は杭州市です。泥棒がお金を奪うために、夜11時ごろオフィスに侵入しましたが、中に1千元しかなかったのです。泥棒は逃げましたが、すぐに捕まえられました。

農村振興政策は、中国共産党の第19回代表大会の報告書の中に、農業、農村、農民問題、いわゆる三農問題を国家の根本的な問題だと指摘し、「農村振興戦略の実施」を提示しました。この中で小康社会は、豊かな社会という意味ですけれども、その弱点と難点は「三農」問題でございませう。

中国のトップ、首脳部ですけれども、習（近平）主席と李（克強）首相は、三農問題の重要性を何度も強調しています。

続きまして、中国における農村電子商取引の発展現状について報告いたします。

全国には3万余りの涉农サイトがあり、このうち農産物専門の電子商取引プラットフォームは3千に達しています。例えばアリババのプラットフォームは、農産物を扱う店が90万個を超えています。

その歴史を見てみますと、1996年に始まり、山東農民がインターネットでニンニクを売りました。それから、綿花、食料など、順番にインターネットで取引を開始しました。2005年に、易果網インターネットで生鮮農産物の取引も始まりました。2012年前後は、和楽康、沱沱工社などの会社が出てきました。

そして、2012年から2013年の間、2つの事件があります。褚橙（ミカン）のブランドですが、生産者の名前です。ブランド品として北京で、インターネットで売ることなんですけれども、大変成功しました。もう一つは、ライチの戦いです。農産物電子商取引のブランド運営をどんどん推進してきました。

2013年から2014年の間は、B2C、C2C、C

2B、O2O（online to offline）など、さまざまな農産物電子商取引のパターンが現れてきました。2014年から、農産物電子商取引は融資のピークに入っています。

先ほど述べた褚時健氏は、1928年に生まれ、1979年から1999年まで20年間、大きな卵の会社の社長でした。1999年は、汚職問題と言われて刑務所に入っていましたが、3年後の2002年ごろに体を壊して刑務所から出てきました。彼は、奥さんと2人でミカンを生産しようと思い、2012年、85歳のとき、自分の名前を付けたブランド品を北京で売ることになりました。実はこの方は、今年の3月、91歳でお亡くなりになりました。

この2つは、会社のホームページです。時間があれば、ご覧ください。

農村のインターネット小売販売とは、農村地域に登録された企業や個人のネットショップで実現するモノ型、またはサービス型のインターネット小売を意味します。

中国の農村におけるインターネット小売額の変化を見ますと、2014年度と2018年度では10倍ぐらいになっています。全国のインターネット小売販売額の中で、農村におけるインターネット小売額の占める割合は18.7%ぐらいです。

中国における農村電子商取引は、2つの特徴があります。農村のネットショッピング市場は急速に成長しました。農村電子商取引のインフラも急速に発展しました。電子商取引の大手は、アリババ、京東、蘇寧、中国邮政グループなどがあります。現在、宅配村の割合は約76%に達しています。

特にアリババの「千県万村プロジェクト」の成果について、簡単に説明します。30個の省レベルの行政区域、1038個の協力県、60万個の村レベルの淘宝経営者をカバーしました。さまざまな協力県が1327個あります。

農村電子商取引のパターンと業態について見ますと、ちょっと説明しにくいですが、

だいたいこの10種類があります。その特徴は、後にまとめております。

この地図を見ますと、農村電子商取引の先進地域は中国の東部地域です。いずれも特色農産物を中心としてやっている地域が多いです。例えば浙江省の臨安市は、ナッツとクルミが全国的に有名です。中国語で「桐廬（トンルー）」という県は、中国で最も美しい農村といわれる所です。農村観光などもやっています。

特徴を見ますと、県域の分布から見て、浙江省は50%ぐらい貢献しました。農村の電子商取引の50%は、地元の有名な農産物です。100%の農村電子商取引は、政府の強力な支援を受けています。やはり政府からの支援がないと、なかなか発展できません。90%の電子商取引は、大手電子商と緊密に協力しています。

淘宝村、拼多多などは、農村電子商取引業のために設計され、農家のニーズに合っています。拼多多は、後で簡単に説明します。

発展の構造と方向について報告いたします。

実体製品とサービス製品の売上高は、実体のほうが多いです。62.9%占めています。成長率を見ますと、西部が一番高いです。これは簡単に分かりますが、西のほうは一番遅れます。東は先進地域といわれています。

中国における農村電子商取引の優位としては、総額はすでに兆元になって、年成長率は30%に達しました。政府からの支援もたくさんありますし、もう一つ重要なことは、農村の住民はインターネット購入に慣れ、農村電子商取引の発展の基礎が比較的よくなっています。そして、農家の収入を増加させることができました。

ただし、発展のスピードが速いので、いろいろなところに不足があります。例えばインフラの整備、品質の高い農産物の産業化経営はまだまだ実現していません。農村電子商取引小売額のうち、農産物の割合は比較的低い。例えば、農村から都市消費者に売る農産物の割合は低い

です。農村の人は工場から製品を買うほうが多いです。

農産物の生産・加工・販売の「三産融合」、日本でいえば六次産業です。その発展はまだ不十分です。農村電子商取引は、従来の農村商業貿易システムに対して一定の破壊をもたらし、着実に改造・アップグレードを進める必要があります。

最後の6番目は、農村電子商取引の経営は混乱して、監督するのが困難です。例えば偽物とか、自分のブランドではなく、有名なブランドを使って、すぐ売ることも結構あります。だから、なかなか監督することも難しいのです。

例1として、拼多多です。拼多多は、2015年9月に上海ドリーム（尋夢）情報技術有限公司が設立しました。簡単にいえば、拼多多のホームページでユーザーは友人と一緒に注文すると、より低価格で商品を購入することができます。要するに、安いものをここで買えるのです。

発展の道のりを見てみますと、2015年、正式なオンラインへ。2016年、周年記念日の取引額は1億元を超えました。わずか3年で、2018年、米国に上場し、発行価格は19ドル、時価は240億ドルに達しました。これは中国人でも信じられないことです。ちょっと早過ぎると思います。

拼多多のターゲット顧客は、20～35代の若者です。約54%を占めています。彼らの住んでいる所は、中国語でいえば、三四線都市です。

もう一つ、貧しい農民を助けること。次を見ると、多数のお客と一緒に農産物を買う、多数の農家が一緒に農産物を売ること、2つのことがあります。

2018年の成果を見ると、農産物取引額は約653億元です。貧しい農家、17万戸を支援しました。新しい農産物ブランドを大量に育成しました。

農産物に関する活動は、たくさんありますが、ここでは3つ書いています。専業農家については、専門家が貧困地域の農家の栽培と電子商取

引を連携して指導し、産業の現地化能力を形成しました。

農家については、ネットワークの構想を持った農家が続々と農村に戻って創業し、新農家のチームを拡充しました。新農家はどういう意味か、簡単に説明します。

新農家は、中国で20年か30年前、農村から労働力として、町に出てきました。農村は仕事がないでしょう。仕事を探して、町に住んでいました。しかし、最近は特に物価が上がって、町の生活ができなくなったのです。だから、地元の農村に戻りましょうと、そういう趨勢が出てきました。彼らが新農家です。もともと農業は全然やったことのない人たちです。だから、新農家といわれています。

流通については、中国郵政物流と協力して「産地直送」、そういうサプライチェーン体制を実現させています。

これはホームページでよくありますが、拼多多で、もっと安い果物が買えます。品質も保証されています。

電子商取引の発展趨勢について見ますと、5点あります。1点目は、農村電子商取引サービスの多様化、いろいろなかたちがあります。例えば小売、農産物電子卸売市場、ネットワークオプション先物取引などがあります。

2点目、電子商農産物がますます豊かになっています。無形農産物について、少し説明します。農耕文化体験、都市の人は農業のことは全然分からないですから、農村にいて農耕文化を体験できますし、田舎のレジャー観光などがたくさん出てきます。民宿、みんな同じように発展しています。

3点目は、農村電子商取引のさまざまな市場主体が革新的に発展し、新しい経営主体が形成しました。

4点目、農村電子商取引の現地化とブランド化、もちろん地縁、ブランドなど、いろいろ発展しています。

最後は、農村電子商取引の生態系の構築です。3つに力を入れています。政府の誘導、農家の参加、社会資本の投入を発展させています。

以上、まとめますと、農村電子商取引は独自の特徴を備えており、特有な優勢を発揮することが重要であります。モバイル電子商取引、WeChat・マーケティングなどがより便利で、ケータイですぐ使えますけれども、プロの電子商取引プラットフォームがより魅力的で、誰がよりよいサービスを提供できるか、誰がもっと成功できます。

次は、農産物流通の現状について報告します。

簡単に説明しますと、中国は基本的に成熟した農産物流通市場を形成しました。大・中都市を中心に周辺の中小都市・農村地域に分散しており、多層的で多様化した市場の流通構造が形成されています。主な流通の主体は、農家、農業合作組織（日本の協同組合のようなもの）、卸売商、小売店、チェーンスーパーなどです。

流通ルートについては、後で詳しく説明します。強調したいのは、インターネット+新しい農産物流通ルートです。

農産物の物流総額は増加していますが、社会全体の物流総額の中で占める割合は低いです。約1.5%しかありません。

農産物卸売市場は、2016年の数値ですが、全国で約4400個あります。取引額は4.7兆元に達しています。ただし、Cold Chainの流通率は低いです。例えば、果物野菜は5%しかありません。

主な流通主体は農家です。農業人口は多く、10億人を超えています。家庭農場（家族が主な労働力となり農業を経営する）は87.7万戸、人口は5.7661億人がいます。農協（農民專業合作社）は約200万前後、農家は1億戸を超えています。

それから、卸売商、小売（農貿市場）。農貿市場は、端末ですね、一般消費者が何でも買える所なんですけど。最後はスーパーマーケット

です。

伝統的なモデルのほか、新型モデルがあります。新型モデルは、農家からスーパーまでと、インターネットを通じて農家が配送業者に委託して直接消費者までのモデルがあります。これは昔と全然変わってきました。

私は、2004年からイチゴ産地の調査をしています。イチゴ産地は、杭州市から110キロメートル程度の所にあります。90年代にイチゴ産地を形成しました。

最初は、みんな竹籠で、収穫したイチゴを市場まで自由に持って行って、仲買商人に売ります。仲買商人は運送業者に委託して、消費地まで運びます。仲買商人は消費地卸売市場で小売商に売ります。

これは2004年から2007年に調査した流通ルートです。農民販銷戸は、もともとイチゴ農家です。イチゴ農家が、例えば5～6人で経営して、自分が生産したものを直接売ると高く売れるので、一部の人は農家から分化して専門の販売者になります。産地で購入して消費地で売る。例えば夫婦2人、1人が産地で購入して、もう1人が消費地で売るかたちになっています。

これは10年前のことですが、また流通ルートが変わってきました。2016年から私は、産地卸売市場に調査に行っていますが、産地卸売市場はなくなったのです。なぜかという、農家が自分で、インターネットで消費者に直販します。調査が難しいので、占める割合は分かりませんが、非常に高くなっています。

あと、合作社（協同組合）です。農家は合作社に委託して、合作社は大量のものを持って、スーパーや果実商店、食品加工企業などと交渉して、より高く売れるようになっています。

農産物流通の問題について、流通コストは高いです。ガソリンは、日本より非常に高い値段で売っています。あと、輸送費ですね、高速道路料金と罰金が高いです。以上2つの要因があります。また、農産物流通主体の協力が深くな

く、農家の利益が無視されています。農産物卸売市場の機能が不十分、インフラの整備などが不十分です。

農村電子商取引による農産物流通への影響は、農民生産者の農産物流通に対する考え方に変化が生じました。農民は自分でインターネットを利用して、積極的に市場に立ち向かっています。

2点目は、農産物流通の発展は一層専門化されています。例えば、農産物流通専門の企業がどんどん増えています。3点目は、農産物流通環節が減少し、流通コストが下がっています。例えば人件費、実体店舗の運営コストなどがあります。4点目は、農産物の運送は消費者のニーズ（少量、個人的なニーズ）を満足させることができます。

杭州芸福堂茶葉有限公司は、去年、私と中村学園大学の徐先生と一緒に調査に行きました。この会社は、お茶を販売する専門の会社です。販売はインターネットのみです。資本金は約580万元です。

ここにサポートセンターの写真があります。私と徐先生が撮ったものです。彼らは、朝8時から夜12時ごろまで、ずっとインターネットでお客さんと相談して、商品を買ったり、問題を解決することなどをやっています。この会社の社長、アリババのジャック・マーさんと一緒に写真を撮りました。ここに置いてあります。いろいろな国や地方から賞ももらっています。

会社の売上高を見ますと、2014年は2.34億元、2018年は3.8億元になっています。62.4%増加しました。成功した要因は、主にインターネット+茶葉販売です。足りないところは、お茶の多様化、標準化などで、改善することが必要です。オンラインショップは3つあります。1つ目は天猫、2つ目は京東、3つ目は芸福堂、自分の会社のホームページです。もう一つの例は、私が教えた大学生が創立した家庭農場です。このミカン、中国で高級といわれ、非常に高い

万 国 偉

です。1個で35元、日本円では約500円以上になります。よく売れます。

どのように売るか、微信で30%、実体見学販売が70%です。

今の栽培面積は270余ムー（1ムー＝0.067ha）。

これから発展の中心は、電子商取引になります。

私も調査に2、3回ぐらい行ってきました。この施設は、先ほど報告したように、非常に高いです。なぜここまでできたかという、彼の父親がつくったのですが、資金の半分は国からの補助金です。農村振興政策は、国から農民たちにいろいろな補助金を出しています。

盒馬鮮生は、先ほど甲斐先生も紹介しましたが、アリババがつくった新しい小売業です。この店で購入することもできますし、盒馬 App で注文することもできます。支払いは Alipay のみです。現金などの支払いはできません。店舗数は約150店舗、アリババの目標は180店舗突破。店の近くまで3キロメートル以内、30分以内に届けることができます。無条件の返品サービスも提供しています。これは今年、徐先生と一緒に盒馬鮮生に調査に行ったときの写真です。

最後、全体のまとめです。

1点目は、中国国民所得と食品消費支出の増加、携帯電話とインターネットの普及、国家農村振興戦略など、農村電子商取引の発展のために、しっかりした基礎を築きました。

2点目は、農村の電子商取引が急速に発展し、サービスモデルの多様化、電子商取引農産物の種類の増加、さらに現地化とブランド化が進んでいます。

3点目は、電子商取引の背景の下、農産物流通の主体とパターンは全て変化し、伝統的な卸売市場を中心とした流通体系もだんだんと転換して、電子商取引と結び付けて新しい流通体系を形成しています。

4点目は、電子商取引の背景の下、農産物流通の革新は長期的な過程で、農村の基本的な情報施設と物流システムの建設を絶えず改善するだけでなく、人材の建設を強化して、さらに多くの政策の支持を提供します。もちろんインターネット政策ですね。

以上でございます。ありがとうございます。

（講演2：終了）

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

## 中国における農村電子商取引の発展 および農産物流通への影響

万国偉 教授  
中国浙江树人大学 都市・農村流通経済研究所  
wangw@zjshu.edu.cn  
2019年8月2日

1

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

- 1、はじめに
- 2、中国における農村電子商取引の発展現状と趨勢
- 3、中国における農産物流通の状況
- 4、農村電子商取引による農産物流通への影響
- 5、まとめ

2

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

### 1、はじめに

中国農村電子商取引:中国の農村地域を地縁とし、村民(農村戸籍)をポート取引主体とし、インターネットプラットフォームを通じて展開する様々な商業ビジネスである。

近年、電子商取引は中国で急速に発展して、農村電子商取引の急速な発展をけん引した。中国が農村振興戦略を実施するにあたり、農村電子商取引はより良い発展のチャンスを迎えている。その発展はきっと中国農産物の流通にも大きく影響する。

3

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

### 1、はじめに

- (1) 国民所得と食品消費支出の割合が大きく高まった
- (2) 通信産業は急速に発展し、携帯電話やパソコンは急速に普及した
- (3) 国の農村振興政策は農村の発展を大きく支持する

4

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

(1) GDP成長率が鈍化するが、経済総量が安定的に増加している。

年	GDP (億元)	GDP実質の成長率 (%)
2010	413030	10.64
2011	489300	9.54
2012	540367	7.86
2013	588079	7.76
2014	636463	8.0
2015	689052	8.17
2016	744127	8.0
2017	827122	11.29
2018	900309	8.6

資料:中国国家统计局

5

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

中国の都市部、農村部の住民1人当たりの可処分所得が大幅に増加し、7年間でほぼ倍増した。

年	農村住民人均可支配収入	城镇居民人均可支配収入
2012	7917	24565
2013	9430	26467
2014	10289	28844
2015	11072	31195
2016	12363	33616
2017	13432	36396
2018	14617	39251

資料:中国国家统计局

6

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

年	城镇居民人均食品烟酒消费支出 (元)	农村居民人均食品烟酒消费支出 (元)
2014	6000	2814
2015	6360	3048
2016	6762	3266
2017	7001	3415
2018	7239	3646

2014-2018年には、一人当たりの食品・タバコ・酒製品の消費支出をみると、都市部が6,000元から7,239元、農村部が2,814元から3,646元に増加していた。

資料:中国国家统计局

7

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

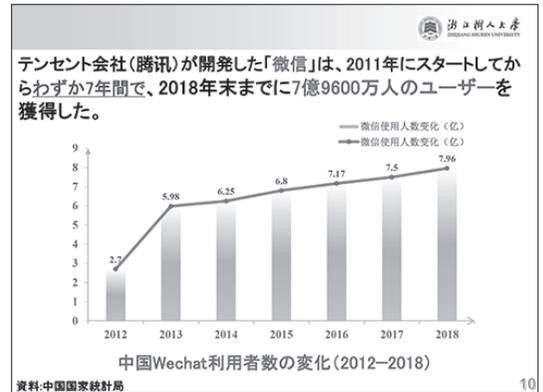
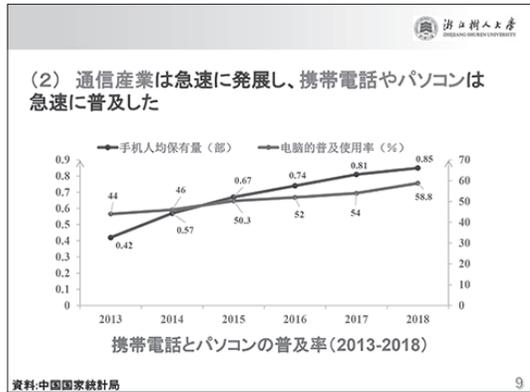
### 中国の都市と農村住民のエンゲル係数の変遷

年	城镇居民恩格尔系数 (%)	农村居民恩格尔系数 (%)
1980	56.9	61.8
1985	53.3	57.5
1990	54.2	58.8
1995	50.1	58.0
2000	39.4	40.7
2005	36.7	45.5
2010	35.7	41.1
2015	34.8	37.4
2018	37.3	30.1

エンゲル係数(EC%) U-R:56.9:61.8(1980);39.4:49.1(2000);27.7:30.1(2018)

資料:中国国家统计局

8



浙江财经大学

(3) 農村振興政策は農村の発展を大きく支持する

◆ 中国共産党第19回代表大会の報告書は、農業、農村、農民問題を国家の根本的な問題だと指摘し、「農村振興戦略の実施」を提示した。

◆ 中央1号文書は16年間(2004 ~ 2019)、「三農問題」に焦点が当てられた。

2018年『農村振興戦略の実施に関する意見』:農村振興戦略は、小康社会の全面的な建設、社会主義現代化国家の全面的な建設に勝負をつける重大な歴史的任務である。

◆ 「小康社会」の弱点と難点は「三農」問題である!

◆ 農村電子商取引の発展は近年政府が重点的に推進する発展テーマの一つでもある。

12



浙江财经大学

2、中国における農村電子商取引の発展現状と趨勢

2.1 農村電子商取引の発展現状

2.2 農村電子商取引の発展趨勢

2.3 まとめ

14

浙江财经大学

2.1 中国における農村電子商取引の発展現状

2.1.1 規模と速度

2.1.2 パターンと業態

2.1.3 構造と方向

2.1.4 優位と不足

15

浙江财经大学

2.1 中国における農村電子商取引の発展現状

全国には3万余りの涉农サイトがあり、このうち農産物専門の電子商取引プラットフォームは3,000に達する。eコマースのプラットフォームには、多くの農産物販売店がある。例:アリプラットフォームでは、農産物を扱う売りが90万個を超える。

(1) 1996年: 萌芽段階。山東農民がインターネットでニンニクを売ることに。1998-2005年: 綿花や食糧は順にインターネットで取引を開始した。

(2) 2005年: 易果網インターネットで生鮮農産物の取引が始まった。2012年前後: 和康康、沱沱工社など

(3) 2012-2013年: 二つの事件(褚橙(ミカン)北京で売ること、北京でライチの戦い(京城荔枝大战)は生鮮農産物電子商取引のブランド運営を推進した。

(4) 2013-2014年: B2C、C2C、C2B、O2O (online to offline) など様々な農産物電子商取引のパターンが現れた。

(5) 2014年— : 本来生活、京東、雲集、我買網は投融資を獲得し、農産物電子商取引は融資のピークに入る。

16

**褚橙进京 苦逼的电商逆袭**

褚时健与励志橙  
褚时健，著名企业家，1928年出生于中国云南。1992年，褚时健在云南创办褚时健橙子品牌，并创立褚橙。

**褚橙第5季**  
送橙会得 质量再升级  
11月下旬发货 抢鲜预定

**HEALTHY LIVING 快乐**

**淘淘公社 www.tootoo.cn**

<http://www.helekgang.com/> <http://www.tootoo.cn/>

### 2.1 中国における農村電子商取引の発展現状

#### 2.1.1 規模と速度

農村のインターネット小売販売額は、農村地域に登録された企業や個人のネットショップで実現するモノ型またはサービス型のインターネット小売を意味する。

年	中国农村网络零售额 (亿元)	占全国零售总额 (%)
2014	1800	6.45
2015	3530	9.01
2016	8945	17.35
2017	12448.8	17.35
2018	16804	18.7

資料:中国国家统计局

### 2.1 中国における農村電子商取引の発展現状

#### 2.1.1 規模と速度

(1)農村のネットショッピング市場は急速に成長した。農村のネット購入者2014、2015はそれぞれ7,714万、9,239万世帯になっている。2018年にインターネット小売額は16804億元(1.6804兆元)になっている。前述したように、すべてのオンライン・ショッピング市場でのシェアも大きく伸びた。

(2)農村電子商取引のインフラが急速に発展した。2016年末までに、アリババは「千県万村プロジェクト」を提出した。京東は1700余りの県に県級サービスセンターと京東扶助店を設立し、農村電子商の推薦員30万人を育成し、44万の行政村をカバーした。蘇寧は1,000余りの県に1,770の直営店と1万のサービスエリアを建設した;中国郵政グループの「郵便の享主(郵掌拒)」システムは、すでに20万有余の農村郵便サービスセンターをカバーしている。現在、宅配村の割合は76%に達している。

### 2018年アリババ「千県万村プロジェクト」の成果:

- 30個の省レベルの行政区域、1038個の協力県、30000+天猫優品サービスエリア、60万個の**村小と淘帮手**(村レベルの淘宝経営者)をカバーした。
- 848個の農村新小売協力県、114個の海郷甘協力県、365個の興農扶貧協力県が形成した。

年	农村网购额 (亿元)
2014	1800
2015	3530
2016	4823
2017	6000

資料:中国国家统计局

### 2.1 中国における農村電子商取引の発展現状

#### 2.1.2 パターンと業態

- 農村電子商取引の先手:浙江遂昌県
- 特色農産物が電子商取引発展を導く:浙江臨安市(ナッツ、クルミ)
- 地域電子商取引のサービスインキュベーターを作る:浙江省麗水市
- 地域の優位性を頼む:浙江桐廬(中国で最も美しい農村)
- 伝統から改革する:河北清河県(カシミア)
- 農村が都市を包囲する:山東博興県(草蓆)
- 電子商取引が産業のモデルチェンジを押し:浙江省海寧市(毛皮革)
- 製品から産業まで:甘肅省成県(くるみ)
- 政府が先頭に立って主導する:吉林通榆県
- 地域の電子商取引から電子商取引経済へ:陝西武功県

資料:中国国家统计局

### 2.1 中国における農村電子商取引の発展現状

#### 2.1.2 パターンと業態 (特徴)

- 県域の分布から見て、浙江省は50%に貢献した;
- 農村の電子商取引の50%は地元の有名な農産物をめぐって興っている;
- 100%の農村電子商取引は政府の強力な支援を受けた、90%の電子商取引はアリババ、京東、蘇寧などの大手電子商と緊密に協力している;
- 淘宝村、拼多多など農村電子商取引業のために設計され、農家のニーズに合っている。

資料:中国国家统计局

### 2.1 中国における農村電子商取引の発展現状

#### 2.1.3 構造と方向

・実体製品の売上高・サービス製品の売上高

品別	比率 (%)
農村電子商取引の実体製品とサービス製品の売上高の比率	62.9
サービス製品の売上高	37.1

地域	成長率 (%)
東部	33.4
中部	46.2
東北	55.4
西部	61

資料:中国国家统计局

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

## 2.1 中国における農村電子商取引の発展現状

### 2.1.4 優位と不足

(1) 優位:

- ◆ 総額はすでに兆元、年成長率は30%に達した;
- ◆ 農村振興戦略は推進し、政府は支援する;
- ◆ 農村の住民はインターネット購入に慣れ、農村電子商取引の発展の基礎が比較的好い;
- ◆ 農産物のためによりよい販売ルートを提供し、農家の収入を増加させた。

25

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

## 2.1 中国における農村電子商取引の発展現状

### 2.1.4 優位と不足

(2) 不足

- ① 農村電子商取引に関するインフラの整備はまだ不十分;
- ② 品質の高い農産物の産業化経営はまだ実現していない;
- ③ 農村電子商取引小売額のうち、農産物の割合が比較的低い(農村から都市消費者へ);
- ④ 農産物の生産・加工・販売の「三産融合」の発展が不十分(六次産業)、新型農村電子商取引の経営主体には革新が必要;
- ⑤ 農村電子商取引は従来の農村商業貿易システムに対して一定の破壊をもたらし、着実に改造・アップグレードを進める必要がある;
- ⑥ 農村電子商取引の経営が混乱して、監督するのが困難。

26

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

### 例1: 拼多多 (https://www.pinduoduo.com)

- ◆ 2015年9月に上海ドリーム(寻梦)情報技術有限公司はソーシャルネットワークワーキングプラットフォームに焦点を当てたC2Bオンラインサービスを開始した。
- ◆ ユーザーは友人と一緒に注文すると、より低価格で商品を購入することができる。
- ◆ プラットフォームは農村電子商取引のため設立したものである。
- ◆ 発展の道程  
2015年9月、正式なオンラインへ。  
2016年10月10日、周年記念日の取引額は1億元を超える。  
2018年7月26日、米国に上場し、発行価格は19ドル、時価は240億ドルに達した。
- ◆ ターゲット顧客  
20-35代の若い顧客(54.26%)、三四線都市(市県レベル)、所得水準が大都市より低い(全体のユーザーの流れの60%、各種割引活動)  
貧しい農民を助ける

27

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

### 例1: 拼多多 (https://www.pinduoduo.com)

多種類の農産(多数の客が一緒に農産物を買う、多数の農家が一緒に農産物を売る。)



28

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

## 農家を助けること

2018年の成果

農産物取引額: 653億元

新農家18,390人を助ける

貧しい農家(17万戸)を支援する

大都市からの消費者は農産物の注文が9億件に上る

数億人の消費者が貧困地域から商品を購入することを促す

大量の新しい農産物ブランドを育成した

農産物に関する活動

専業農家: 専門家は貧困地域の農家が栽培と電子商取引を連携して指導し、産業の現地化能力を形成した。

農家: ネットの考え方を持っている若者を引き連れて農村に戻って創業し、新農家のチームを拡充した。

流通: 中国郵政物流と協力して、都市と農産区を直接結ぶ「産地直送」サプライチェーン体制を実現させる。

29

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY



30

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

## 2.2 農村電子商取引の発展趨勢

- (1) 農村電子商取引サービスの多様化(小売、農産物電子卸売り市場、ネットワークオプション先物取引)
- (2) 電子商農産物がますます豊富(無形農産物: 農耕文化体験、田舎のレジャー観光など)
- (3) 農村電子商取引の様々な市場主体が革新的に発展し、新しい経営主体が形成した。(農家(農村專業合作社)+電子商取引プラットフォーム、農家+企業+電子商取引プラットフォーム)
- (4) 農村電子商取引の現地化とブランド化がますます際立っている(地緣、ブランド)
- (5) 農村電子商取引の生態系の構築(政府の誘導、農家の参加、社会資本の投入)

31

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

## 2.3 まとめ

農村電子商取引は独自の特徴を備えており、特有な優勢を発揮することが重要である。モバイル電子商取引、wechat・マーケティングなどがより便利で、プロの電子商取引プラットフォームがより魅力的で、誰がより良いサービスを提供できるか、誰がもっと成功できる。

32

3、中国における農産物流通の状況

3.1 中国における農産物流通の概況

3.2 中国における農産物流通の体系

3.3 中国における農産物流通の問題

33

3.1 中国における農産物流通の概況

★中国は基本的に成熟した農産物流通市場が形成した。

▲中国はすでに生産・販売市場、集中市場の統一な発展を形成しており、大・中都市を中心に周辺の中小都市(県)・農村地域に分散しており、多層的で多様化した市場の流通構造が形成されている。

▲農産物流通の主体:農家、農業合作組織、卸売商、小売店、チェーンスーパーなど

▲農産物流通ルート:上記の流通主体による形成される流通ルート:「インターネット+」新しい農産物流通ルート。(3.2で詳しく説明)

34



3.1 中国における農産物流通の概況

農産物卸売市場の概況(2016年)

農産物卸売市場の数量	4,400+
年間取引額が億元以上の農産物卸売市場	1,671
農貿市場の数量	2.7万
農産物卸売市場の取引額	4.7兆元
農産物の取引量	8.5億トン

Cold Chain(コールドチェーン)流通率:  
果物野菜:5%  
肉:15%  
水産物:23%

冷蔵輸送率:  
果物野菜:15%  
肉:30%  
水産物:40%

Cold Chain物流の規模が急速に増加した

資料:中国統計年鑑

36

3.2 中国における農産物流通の体系

(1) 主な流通主体

- ◆農家:ほぼ小規模農家で、農業人口が多い(10億人を超える)
- ◆家庭農場:87.7万戸、人口5.7661億人
- ◆農協(農民專業合作社):200万前後;入社農家は1億戸を超える。(国家工農総局、2018.12)

37

3.2 中国における農産物流通の体系

(1) 主な流通主体

- ◆農産物卸売商(仲買):農家から購入する販買商人、卸売市場で売る販買商人
- ◆売商(農貿市場):1980年代から、中国の国民経済は計画経済から市場経済へ転換し、そして次第に農貿市場を中心とした販売端末システムを形成した。
- ◆スーパーマーケット:主要な大型スーパー(華聯、世紀聯華、華潤万家、物美、大潤発、ウォルマート、カルフルー)、小規模なスーパーマーケット数が不明。(全国の店舗数:41636個)

38

3.2 中国における農産物流通の体系

(2) 主な農産物流通モデル(ルート)

伝統的なモデル:

- 「農家+仲買商+問屋+小売り端末」
- 「農家+農業協同組合+農産物加工会社(又は卸売)+小売り端末」
- 「農家+企業+卸売商+小売り端末」

新型モデル:

- 「農家(農業協同組合)+小売り端末(スーパー)」
- 「インターネット+農産物流通」

39

3.2 中国における農産物流通の体系

例2:浙江省建德県イチゴ市場の流通

- ◆調査地:建德県イチゴ市場は杭州市の西南110km、新安江沿岸国道320号線沿いにある(緒塘村)。
- ◆80年代に主に水稻、小麦、搾油作物などを栽培していたが、90年代初頭からイチゴ栽培面積を急速に拡大し産地を形成するに至った。

40

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

### 例2: 浙江省建德県イチゴ市場の流通

41

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

### 建德県イチゴ市場におけるイチゴ流通ルート(以前)

資料: 2004年8月-2007年5月, 韓塘村農民販銷戸, 建德県イチゴ市場(韓塘村)の聞き取り調査による。

42

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

### 建德県イチゴ市場におけるイチゴ流通ルート(現在)

資料: 2016年8月-2018年8月, 韓塘村農民販銷戸, 建德県イチゴ市場(韓塘村)の聞き取り調査による。

43

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

### 3.3 中国における農産物流通の問題

- (1) 農産物の流通コストが高く、流通効率が低い  
(腐敗損失率: 果物野菜: 20-30%, 肉: 12%, 水産物: 15%)
- (2) 農産物流通主体の協力が深くなく、農家の利益が無視されている
- (3) 農産物卸売市場の機能が不十分、インフラの整備も不十分である。  
(中国では1人当たりの冷凍庫容量はわずか7キロで、冷蔵保管車が貨物自動車に占める割合は0.3%に過ぎず、国内の冷凍庫の半分近くが30年以上使われている。品質の保障が難しく、生産と販売の協力が緊密ではなく、売買する両方が簡単な取引を行う場所と製品の集散地を利用するのみ、先物、前売り、競売など現代的な取引手段が農産物価格形成とリスク回避の役割を果たしていない。)
- (4) 農産物流通と農村電子商取引の結合は緊密ではない

44

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

### 4. 農村電子商取引による農産物流通への影響

- (1) 農民生産者の農産物流通に対する考え方に変化が生じた (より多くの需給情報を得る、インターネットを利用して積極的に市場に立ち向かう)
- (2) 農産物流通の発展はいつそう専門化された(農産物流通専門の企業が増えている)
- (3) 農産物流通環節が減少し、流通コスト(ストレージコスト、人件費、実体店舗の運営コスト)が下がる
- (4) 農産物の運送は消費者のニーズ(少量、個人的なニーズ)を満足させる。

45

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

### 例3. 杭州芸福堂茶業有限公司

▲ 創立時間: 2008年8月  
<http://www.efuton.com/>  
 ▲ 基地規模: 26.7ムー (1ムー=0.0667Ha)  
 ▲ 資本金: 580万元  
 ▲ 従業員: 350名  
 ▲ 会社の構成: 総経理弁公室(事務所)、ブランドセンター、サプライチェーンセンター、サポートセンターなど  
 ▲ 製品: 伝統的な茶(緑茶、紅茶、ウーロン茶、白茶、黒茶など)、ハーブティー、袋漬け茶、茶道具、茶食品

46

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

47

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

### 例3. 杭州芸福堂茶業有限公司

販売パターン: インターネット+茶葉販売(業内初)  
 流通パターン: 生産基地や加工工場など一消費者(インターネットを通じて)  
 2015年に研究開発、生産、倉庫、物流などの機能を一体化した近代化中央工場ができた。

店舗名称	平台名称
天猫-艺福堂茶葉旗舰店	天猫
京东-艺福堂茶葉旗舰店	京东
艺福堂官网	艺福堂

売上高(online): 2014年: 2.34億元; 2015年: 2.4億元; 2016年: 2.453億元; 2017年: 3億元; 2018年: 3.8億元。(2014-2018年、62.4%増加した)  
 成功したところ: インターネット+茶葉販売モデル; よいコストパフォーマンス、高品質の茶関連製品を提供する。  
 不足: お茶の多様化、標準化、生産の自動化がさらに改善と向上が必要。

48

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

例4 浙江江山創家庭農場

- ◆創立時期:2016年5月
- ◆資本金:1,000万元(共同経営者2人)
- ◆規模(栽培面積):270余ムー
- ◆年間生産量:5万Kg(50元-80元/kg)
- ◆種類:「愛媛シリーズ柑橘」
- ◆販売パターン:微信30%+実体見学販売70%
- ◆流通ルート:基地—消費者
- ◆優位:よい味、高品質
- ◆不足:これから電子商取引を戦略中心とする



49

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY




50

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

例5 盒馬鮮生




- ◆中心:アリババは、オフラインスーパーが完全に再構成された新しい小売業。外食、海鮮市場、スーパー、出前販売などの機能が集約されている。お店で購入することもできるし、盒馬Appで注文することもできる。
- ◆特徴:ユニショップはスマホアプリをダウンロードし、支付宝決済のみをサポートし、現金、カードなど他のいかなる支払い方式も受け入れない。
- ◆店数:180店突破
- ◆優位:
  - ①魚介類・食品加工のサービスを提供する。
  - ②産地直送、生鮮製品の品質を厳しく抑える
  - ③素早く配送、店の近くまで3キロ以内、30分以内に届け出る。
  - ④無条件の返品サービスを提供することで、消費者に安心を与えることができる。

51

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY




52

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

5.まとめ

- ◆中国国民所得と食品消費支出の増加、携帯電話とインターネットの普及、国家農村振興戦略などは農村電子商取引の発展のためにしっかりした基礎を築いた。
- ◆農村の電子商取引が急速に発展し、サービスモデルの多様化、電子商取引農産物の種類の増加、さらに現地化とブランド化が進んでいる。
- ◆電子商取引の背景の下で農産物流通の主体とパターンはすべて変化して、伝統的な卸売市場を中心とした流通体系もだんだんと転換して、電子商取引と結びつけて新しい流通体系を形成する。
- ◆電子商取引の背景の下、農産物流通の革新は長期的な過程で、農村の基本的な情報施設と物流システムの建設を絶えず改善するだけでなく、人材の建設を強化して、更に多くの政策の支持を提供する。

53

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY



・中国浙江树人大学へようこそ!

浙江树人大学  
ZHEJIANG SHUREN UNIVERSITY

ご静聴、ありがとうございます  
た!

