

(メッセ海外通信 2009年1→3月号掲載記事)

～拡がるオンラインショッピング～

下関市総合政策部国際課
(青島市派遣職員)
白野 哲

《世界一のネット人口》

中国インターネットネットワーク情報センター (CNNIC)が発表した「第22回中国インターネット発展状況統計報告」によると、2008年6月末時点で中国のインターネット人口は2.53億人に達し、米国のネット人口を抜いて初めて世界第一位となった。また、ネットユーザーのネット上での行為も現実の生活に近づいており、ネットショッピングやネットバンクなど実用的応用が普及してきている。データによると、中国のネットユーザーのネットショッピング利用率は25%、ユーザー数は6329万人に上り、うちネットショッピングが最も普及している上海では、利用率は45.2%に達している。すでに日本の楽天ストアやYahooショッピングに該当するネットショッピングモールが多数存在し、その賑わいは日本を凌駕しているのではないだろうか。ネット普及率こそ19.1%と、世界平均の21.1%をまだ下回ってはいるが、その消費者数からみると中国のネットショッピング市場は極めて大きな将来性を持っていることが伺える。

《なぜネットショッピング？》

なぜネットショッピングがこれほど支持されるようになったのだろうか。ネット環境や輸送システムの充実などハード面での基盤が整ったことも挙げられるが、消費者を引き付ける一番の魅力はその安さにあると思われる。中国では依然として都市間の物価差が激しく、同じ商品でも地域によってその価格は大きく異なる。すなわち地方の店から出品される商品は格安で手に入ることが多い。ネットショッピングは都市部で生活するネットユーザーにとって、実に魅力的な方法なのである。また、ネット上ではあらゆる物が取引されており、手に入らないものはないと言っても過言ではない。物流条件の整っていない地方に住むユーザーにとっては、まさに何でも揃っている理想のスーパーであり、購入意欲を掻き立てているのではないだろうか。一方で、日本ではネット詐欺の横行や割高な送料などから、ネットショッピングを躊躇する声も聞くが、中国ではネットショッピングに対する抵抗感はないのだろうか。

《まずは安心感》

日本ではよくネット詐欺の被害にあったという声を聞くが、それはネットショッピングの消費者先払いという不公平なシステムに由来するものが多いと考えられる。この問題に対して、中国では次の方法をとることで問題解決を図っている。まず商品を購入する際にネットショッピングモールに購入代金を預ける。その後商品を受領し品質に問題がないことを確認すると、ネットショッピングモールからお店にお金が振り込まれる。このシステムの良いところは、まず詐欺に会う可能性がないという点や入金に伴う煩わしさが少ないという点、代金引換などで生じる手数料が一切かからないという点だろうか。このシステムは代金引換システムによく似ているが、手数料が一切かからないという点が大きな違いだ。一度でもネットショッピングを経験したことがある人ならば、このシステムのすばらしさがお分かりいただけるのではないだろうか。

《送料は安い》

ネットショッピングを利用する際、商品の代金と同じくらい気になるのが送料だ。特に日本の送料は高い。ましてやこれだけ広い中国である。送料はすごく高いと思われるだろう。しかし、中国の送料は信じられないほど安い。ネットで商品を購入した場合、送料は全国一律10元（約150円）と格安だ。この送料の安さもネットショッピングを活性化させている大きな要因だろう。しかし、値段に比例してサービスの質も落ちる点は非常に残念である。業者間でもサービスの質は大きく異なり、一律的なサービスは期待できない。なかには指定した場所に商品が届かない事や配達員により商品が盗まれるといった事もある。筆者もこのような経験があり、サービスの悪さを強く感じるが、安いので仕方がないと諦めざるを得ない。まだ中国ではサービスの質や安心感はお金を出して手に入れる物なのだろう。

このように中国のネットショッピング市場の成長には上述した理由だけでなく、いろいろな要因が作用していると思われるが、ネットショッピングの利用率が近年減少傾向にある日本において、利用率増加につながるヒントが隠されているのではないか。ネットショッピングをうまく活用すれば、新規客の掘り起こしや事業販路の開拓も容易になる。ネットショッピングをより活性化させていくためにも、中国のシステムに見習うべき点も多くあるのではないだろうか。