

三重県中国ビジネスサポートデスク現地レポート

平成27年11月30日

上海デスク（上海納克名南企業管理諮詢有限公司）

11月11日はネットショッピングの日

日本では店舗での「爆買い」で知られる中国人の買物行動ですが、中国国内ではECビジネスにて「爆買い」を誘う大イベントが存在します。

独り身の寂しさはネットショップの買物で解消？

これは中国内での最大手ネット通販モールである「天猫(T-mall)」が2011年より開始した通称「双十一」と呼ぶイベントで、11月11日は1が4つ並ぶことから「シングルの日」と称して、配偶者や恋人がいない寂しい独り者（シングル）はネットショッピングでその憂さを晴らしましょうと呼びかけ、モール内の各店舗が当日限りの大セールを開催するという企画です。

筆者の体感では2011年の初回はそれほど盛り上がってはいないようでしたが、スマホの急速な普及により中国でも（特に都市部で）実店舗よりネットで買物する比率が高まった結果、急激な盛り上がりを見せ、天猫での当日の売上高は2011年は33億元（約500億円）でしたが、2013年には350億元（約6000億円）に達しました。その結果、今では天猫以外の同業他社もこの日に同様のセールイベントを実施するようになり、イベントが定着しつつあります。

仮想空間での急激な販売増加に現実の配送が追い付かず

中国でのネット通販の弱点の1つに、購入した商品の実際の配送の問題があります。中国では日本の様な配送サービス体制が確立されておらず、特に2013年の「双十一」では顧客の大量購入に対し宅配業者が追い付かず、商品到着まで10日以上かかるなど、大クレームが発生する事態になりました。

宅配業者も改善を図っており、最近では大規模マンション等では共有部分に業者が宅配ボックスを設置してそこに配送するケースも増加しています。（中国では元々宅配業者は集合住宅では部屋の個別玄関までは配送せず、業者が複数の荷物を共有部分に持ち込んで、そこへ受取人に連絡し取りに来させるケースが多い。大学の学生寮などでも同様。）

日本の11月11日は「いい買物の日」

ところで、日本でも今年からヤフージャパンが中心となって、11月11日を「いい買物の日」と名付け、今後、ネットショッピングのイベントが毎年行われるようです。言うまでもなくソフトバンクはヤフージャパンの親会社であり、アリババの筆頭株主でもありますので、中国での「双十一」の大成功を見て参考にしていることは想像に難くありません。

日本は中国での成功例を取り入れる一方、配送に関しては中国は日本のサービスを学び、双方で停滞していると言われる経済の活性化が図られることを筆者は期待しています。