

平成29年3月10日

愛知県上海産業情報センター
余語 克昭

一般調査報告書 中国における宅配産業の現状と成長

1. 中国における宅配事情

昨今、日本では、宅配便大手企業において、インターネット通販の普及と人手不足でドライバーなどの労働環境が厳しくなっているとして、労働組合が荷物の取扱量の抑制を要求したと大きく報道されました。

中国で暮らしていると、淘宝（タオバオ）をはじめとしたネットショップ、食糧品や水などありとあらゆる物のネット通販デリバリーサービス、はたまた街中の普通の飲食店からの配達を外部業者が請け負う外卖（ワイマイ）と呼ばれる出前サービスなど、日本よりはるかに進んだ宅配サービスを享受することができます。

支払い手段においても、中国ではAlipay（支付宝/アリペイ）、WeChat Payment（微信支付/ウィーチャットペイメント）などの電子決済サービスが日本よりはるかに普及しており、通販・宅配サービスの利便性と相まって、日々その便利さに驚かされているところです。当地で暮らしている日本人の中では、「日本に帰ったら不便で困るのでは？」などという冗談も出るほど、こういった電子決済や通販・宅配サービスは、生活に欠かせないものとなっています。

しかし、最後に物品を配達するには、やはり人手が必要です。いかに人口の多い中国とはいえ、これだけ通販・宅配サービスを充実させても、日本と同じような問題は生じていないのでしょうか？ また、中国の物流市場には、まだ市場参入余地や伸びしろはあるのでしょうか？

今回は、中国における宅配業の現状と発展計画について、レポートいたします。

2 宅配業を8千億元産業に

昨年末、中国国家郵政局は、2016年の宅配便の取扱量が、同年12月22日までに300億件の大台を突破したと発表、通年でも、2015年の実績（206億7,000万件）を5割以上も上回り、今年も世界首位を維持する見通しとの報道がありました。

中国における宅配便の取扱量は、電子商取引（EC）の成長により過去10

年間で急増しており、2011年以降の伸び率は対前年比で5～6割増を維持し続け、2014年に米国を抜いて世界最大の市場となりました。

また、今年2月には、中国国家郵政局により、宅配業の発展に向けた第13次5カ年計画（2016～2020年）が発表され、2015年に2,770億元（約4兆5,700億円）であった産業規模を、計画最終年度の2020年までに8,000億元まで拡大する目標が掲げられました。

同計画では、宅配業は「中国経済の重要な産業であり、新たな成長点」であるとし、電子商取引（EC）を支え、物流コストを引き下げるなど、企業の生産活動や国民生活に貢献し、雇用の受け皿としても機能していると評価した上で、今後は、2020年をめどに、技術、サービス、安全、環境対策などを一層強化するとともに、農村部を含む全国各地をカバーする宅配ネットワークの整備を進め、重点都市間では48時間以内の配送を実現するとともに、農村部では郷鎮（県級市の末端自治区）レベルの配送拠点設置率を2015年の70%から90%まで高めるとされました。

中国では、近年、上述の通り電子商取引（EC）の爆発的な普及と連動して宅配業が急速に成長していますが、同計画によると、第12次5カ年計画（2011～2015年）期間において、宅配業界の取扱件数は8.8倍に拡大したそうです。当然のことながら経済や社会への波及効果も非常に大きく、宅配業による雇用創出は直接雇用だけで100万人超、間接的な雇用も含めると1,000万人超に上ったとのことでした。

こうした急成長の一方で、やはり日本と同様、人手不足の課題も顕在化してきているようです。「独身の日の爆買い」として、11月11日前後に行われるインターネット通販の販促イベント「双十一」が日本でも話題になりましたが、あまりの取扱い荷物量の急激な増加に対応が追いつかず、各地で商品配送の停滞が発生し、問題となりました。

同計画では、「中国の宅配市場は高度化への重要な転換期にあり、いくつかの突出した問題が存在する」と分析、具体的には、サービス供給能力の不足、インフラの不足、人材の不足などが挙げられています。人材については、人手不足の問題だけでなく、人材の質を高める必要性にも言及し、専門の資格制度などの整備や、政府・企業・教育機関が連携して人材育成を進める方針が示されています。

また、同計画には、宅配業の「ラストワンマイル」を改善するための専用電

動三輪車の交通に関する管理ルール of 制定への取組や、宅配荷物を一時的に預かるスマートロッカーの普及なども盛り込まれています。

このように、様々な観点から、国を挙げて宅配産業をさらに飛躍させ、流通の活性化をはじめ、内需拡大や雇用促進につなげていく方針が示されています。

3 巨大市場でのチャンス

物流の基礎となる消費を見てみれば、中国の2015年の国民平均消費額は1万9,308元となり、2000年から、毎年平均8.5%のペースで拡大しています。

都市・農村部別に見ると、都市部の平均消費額は2万7,088元（2000年比増加率3.9倍）、農村部では同9,630元（2000年比増加率5.0倍）となっており、農村部では、額こそ都市部と比べまだ3倍もの開きがあるものの、伸びは都市部を大きく上回り、過去15年間で消費が5倍に成長していることとなります。

消費の増加やサービス需要の多様化を背景に、今後も、物流業及び関連産業の市場成長余地は大きいと見受けられます。巨大なこの中国市場においては、冷蔵輸送や医薬品等の専用物流体制、ITを活用した倉庫管理体制や、配送管理の効率化を通じた省エネなど、技術とノウハウを持つ日系企業にとっては、多くのビジネスチャンスが存在しているのではないのでしょうか。

愛知県上海産業情報センターでは、今後も引き続き、中国でビジネスを展開される企業の皆様のお役に立てるよう情報提供してまいります

本資料は、参考資料として情報提供を目的に作成したものです。

上海産業情報センターは資料作成にはできる限り正確に記載するよう努力していますが、その正確性を保証するものではありません。本情報の採否は読者の判断で行ってください。

また、万一不利益を被る事態が生じても当センター及び愛知県等は責任を負うことができませんのでご了承ください。