

中国最大の雑貨卸売市場とIT化の取り組み

NRIホンコン 安田範仁

中国最大の義烏（イーウー）雑貨卸売市場は、その規模の巨大さゆえに情報面での問題も抱えている。そのため義烏ではIT化を進めることで国内での競争力を高め、またさまざまなサポーターにより日本を含めた海外との貿易を拡大しようとしている。本稿では、このような義烏の現状とBtoB（企業対企業）ポータルを取り組みを紹介する。

中国最大の雑貨卸売市場“義烏”

浙江省の中ほど、上海から列車で5時間ほどの所に義烏という街がある。中国発のデフレが言われて久しい昨今だが、義烏は中国最大の雑貨卸売市場を抱える、まさに“チャイナプライス”を体現している場所である。

義烏は面積1,105km²（横浜市の約2.5倍）人口100万人程度の都市だが、雑貨の売上高は200億元（約3,000億円）を超え、11年連続で全国1位の地位にある。市場の総面積は70万m²、卸売業者は4万を数え、取扱商品も10万種にのぼる（<http://ywdaily.zjonline.com.cn:8080/ywgk.htm>より）。ここに1日16万人ものバイヤーが訪れ、雑貨の調達を行っている。日本の100円ショップも調達を行って



図1 義烏雑貨卸売市場の内部

り、現地では有名な存在だ。また1,000近くの外資系企業が事務所を構えており、さながら街は人種の坩堝。中国のみならず世界最大の雑貨市場と言っても過言ではない。現在は国内販売の比率が高いが、海外との貿易もアジアを中心に122カ国に及ぶ。

このように非常に大きな発展を遂げている義烏だが、品質面では広東省などの他地域より必ずしも優れているとは言えず、同様な商業集積が進む他地域との競争が激しくなっている。そのため、海外を含めた新たな販路の開拓や、“義烏ブランド”の強化を重視している。また、巨大な規模ゆえに業者や商品の情報が膨大になり、そのため業者間の交流に支障が生じるという問題も出てきている。

こうした状況に対応するため、義烏が近年、力を入れているのがITの活用である。その重点プロジェクトのひとつが「Sunbu.com（中国商埠）」（<http://www.sunbu.com/>）である。

限界打破にITを活用

Sunbu.comは、義烏市の重点プロジェクトとして、義烏市電信局（通信キャリア）の投資により2000年10月に発足したBtoBポータ

ル企業である。19分類8万種に及ぶ義烏雑貨情報の発信、マーケットプレイスなどのEC（電子商取引）機能を提供するほか、貿易・物流・決済機能を提供するなど商社的な側面ももっている。Sunbu.comのおもな収益源は取引仲介による手数料（取引額の2.5%）で、年商は5,000万元（約7億5,000万円）程度である。

Sunbu.comでは1万にも及ぶサプライヤーを1軒1軒直接訪問し、商品イメージ、価格情報などを収集してデータベースを構築、Webサイトに掲載することで、バイヤーの情報収集支援を行っている。

課題の多い日本市場への対応

Sunbu.comは今年度の重点取り組み地域として、欧米と並んで日本市場をあげている。現在は中国語と英語のサイトのみだが、日本語にも近々対応していく予定だと言う。しかしながら、日本市場への対応については課題が少なくない。

品質面の課題

義烏の雑貨はまだ“安かろう悪かろう”の域を出ない商品が少なくない。Sunbu.comでは現在のところ取引の仲介のみで品質面での保証を行っていないが、日本企業は要求水準が高いため、各種品質規格にまで踏み込んだ対応が必要となってくる。

物流面の課題

日本のバイヤーは、日本での通関や各店舗

への配送などまで要求することが多く、この点への対応も必要である。

これらの対応は、従来、日本では商社が行ってきた。商品の安さに加え、豊富なサプライヤー情報を活用でき、Web経由で発注できるメリットは魅力だが、現実的なビジネスフローを考慮したサービスを充実させていくことが、日本市場にアピールするためには必要となってくるであろう。

進展する日本側の取り組み

日本でも、義烏などのサプライヤー情報、雑貨情報を日本のバイヤーにWebで発信している企業がある。「INWF（インファ）」（<http://www.inwf.net/>）は、中国の工場約7,000カ所、28,000アイテムの情報を提供するBtoBサイトで、国内約8,000社のユーザーが利用している。また、情報の仲介だけでなく物流、保険、検品などのサポートサービスを提供しているのも特徴である。

このほか、義烏からの雑貨輸入を支援する「中国なんでも市場さがしチャイナ」（<http://www.shonan-jp.com/china/>）や「World Showroom」（<http://www.world-showroom.com/>）などもある。

今後、日本と義烏、日本と中国の雑貨取引が拡大していくにつれ、中国と日本の双方でWebを活用した情報発信、貿易のサポートサービスはますます拡大していくであろう。これらBtoBサイトの将来に期待したい。