



- セミナー
- セミナー資料販売
- 過去のセミナー
- ダイレクトメールのご登録

▲ [講演・セミナー一覧へ戻る](#) |

シリーズセミナー「ネットとリアルから見る中国流通の今」2017年度  
【第9回】リアル市場への影響力を増す中国ネット企業の躍進  
～小売・物流・決済から見るアリババ、テンセント、京東の戦略～

セミナーは終了いたしました。多数のご参加ありがとうございました。  
なお、セミナーテキストを販売しております。  
ご希望の方は、ページ下部のお問い合わせよりご連絡ください。

中国のEC化率は2017年にすでに19.6%にのぼりました。アリババ、テンセント、京東が代表する中国のネット企業は、リアル市場へのインパクトをますます強めています。

外資系ハイパーマーケット最大手の「大润发」はアリババに買収され、「カルフルー」はテンセントからの出資を受け、内資系で唯一全国展開できた大手チェーンの「永輝」もまたテンセントと提携するようになりました。10年ほど前コノハイパーマーケットが中国市場を制覇する様子から一変し、時代の変化を感じさせられる出来事が次々と起こっています。

一方、ECの発展とともに、中国は宅配便取扱量やオンライン決済額において、世界最大規模に成長しています。需要の拡大や莫大な投資資金などを背景に、無人倉庫、ドローン、配達ロボット、無人店舗などで、無人化技術の開発や実用化が活発に行われています。

本報告は、ネット大手の阿里ババ、テンセント、京東ご注目し、小売の業界再編、新業態開発、物流強化、決済強化、無人店舗開発といった8つの側面での動きを通して、いまの中国のEC・小売市場では何か起きているのか、そしてどこに向かおうとしているのかを整理し、解説します。

開催日	2018年3月8日(木)、13日(火) 14:00～17:30
会場	野村会議室(東京都千代田区九段南4-9-21) JR総武線地下鉄有楽町線 市ヶ谷駅より徒歩2分 (定員30名)
参加費	1名様につき 28,000円(消費税別)
ご参加対象	中国市場に関心のあるメーカー、商社・卸売業、小売業、物流業、EC事業者など (上記以外のご参加も、お受けできない場合があります)

プログラム

時間	内容
14:00～15:15	<p>1. ECのさらなる拡大と小売業の構造的変化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●<b>シェア拡大で勢いを増すECチャネル</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・社会消費財小売総額の成長加速</li> <li>・ウエイトを拡大し固めるECチャネル</li> <li>・越境ECの拡大と関税引下げ政策の再実施</li> </ul> </li> <li>●<b>小売業態の構造変化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ハイパーマーケットの衰退と小型スーパーの台頭</li> <li>・コンビニエンスストアの急拡大</li> <li>・ネット企業によるリアル小売への浸透拡大</li> </ul> </li> </ul> <p>2. ネット企業がリードする小売業界の再編</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●<b>アリババの「新小売戦略」の展開</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾系小売チェーンの大润发の買収</li> <li>・国有小売グループの百聯との提携</li> <li>・福建省ローカルチェーンの新華都への資本参加</li> </ul> </li> <li>●<b>テンセントのリアル小売業への浸透</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・内資系全国チェーンの永輝への資本参加</li> <li>・永輝とカルフルー中国への共同出資</li> <li>・湖南省ローカルチェーンの步步高への資本参加</li> <li>・京東、家電量販店の蘇寧と商業不動産開発の万達への共同出資</li> </ul> </li> <li>●<b>京東のリアル小売企業との提携強化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ウォルマートとの提携強化</li> <li>・精肉専門チェーン「錢大妈」への資本参加</li> </ul> </li> </ul> <p>3. 小売新業態の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●<b>「グローサリット」業態の開発</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アリババ傘下の「盒馬鮮生」の拡大</li> <li>・永輝による「超級物種」の展開</li> <li>・京東の初の小売事業「7Fresh」の展開</li> </ul> </li> <li>●<b>小型店舗の出店拡大</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・永輝小型業態「永輝生活」の急拡大</li> <li>・アリババによる「天福小店」の都市部での展開</li> <li>・京東による「京東便利店」の農村部での展開</li> </ul> </li> </ul>
15:30～16:30	<p>4. EC企業の物流戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●<b>EC物流関連の政策と無人化技術</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宅配全体とEC宅配の取扱状況</li> <li>・EC物流への政府の6つの促進政策</li> <li>・ドローン、AGV、配達ロボットなどの物流無人化技術の実用化</li> </ul> </li> <li>●<b>アリババ物流子会社の菜鸟網絡の展開</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アリババによる菜鸟網絡への増資と物流投資の拡大</li> <li>・海外企業との提携越境とEC物流の強化</li> <li>・アリババによる物流無人化技術の活用</li> </ul> </li> <li>●<b>京東による物流事業の強化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・物流事業の子会社化とS2Bモデルの構築</li> <li>・京東による物流無人化技術の活用</li> <li>・物流大手の順豊との競争拡大</li> </ul> </li> </ul> <p>5. 「生活」をめぐるモバイル決済の競争激化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●<b>モバイル決済市場の拡大</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・第三者オンライン決済の規模推移と市場シェア</li> <li>・中央銀行によるオンライン決済への新政策</li> </ul> </li> <li>●<b>アリババの「支付宝」(アリペイ)の拡大</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・零細小売事業者向けの金融サービスの強化</li> <li>・海外市場の開拓</li> </ul> </li> <li>●<b>テンセントの「微信支付」(ウィーチャットペイ)の急躍進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「小程序(ミニプログラム)」+ 微信支付によるリアル店舗との連携拡大</li> <li>・公共交通、「紅包」(お年玉)をめぐるアリペイとの顧客争奪戦</li> </ul> </li> </ul>
16:45～17:30	<p>6. 無人店舗開発の活発化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●<b>無人店舗の技術と仕組み</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・無人店舗の基本形態と仕組み</li> <li>・RFID、顔認識技術などの実用化</li> <li>・先行無人店舗の代表例(Bingo Box、Take Go、F5未来商店など)</li> </ul> </li> <li>●<b>ネット企業の無人店舗開発</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アリババの「淘咖啡」(Tao Cafe)と「スマイル」[暫行]</li> <li>・京東の無人超市と無人便利店</li> <li>・テンセントの期間限定無人店舗「We Life」</li> <li>・無人店舗の課題と将来予測</li> </ul> </li> </ul> <p>7. 中国の小売業 今後の行方</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中国小売業が抱える本質的な課題</li> <li>・リアルに浸透するネット企業の戦略ロジック</li> <li>・中国市場から見えた「新小売」の在り方</li> </ul>

※プログラムには若干の変更が生じる可能性があります。あらかじめご了承ください。

報告者紹介

李 雪<公益財団法人流通経済研究所 特任研究員>

<略歴>

中国吉林省出身。2005年新潟経営大学経営情報学部卒業。18年早稲田大学大学院商学研究科博士後期課程修了、博士(商学)。早稲田大学商学大学院院助手、中京学院大学経営学部専任講師を経て、2015年より現職。

<著書・論文>

- ・単著『中国消費メーカーの成長戦略』(文芸堂、2014年)
- ・共著『中国・東南アジアにおける流通・マーケティング革新』(白桃書房、2015年)
- ・共著『中国流通のダイナミズム』(白桃書房、2018年)
- ・「中国流通の最新動向：消費市場の構造転換と小売チェーンの戦略」『流通とシステム』(流通システム開発センター、2016年7月)
- ・「中国における越境ECの進展：政府の促進政策とEC企業の取組み」に注目して『流通情報』(流通経済研究所、2015年11月)
- ・「激変する中国の流通：メーカー、卸、小売に見る流通システムの変化」『流通情報』(流通経済研究所、2014年9月)
- ・「急成長する中国のネットショッピング市場：ネット通販企業の戦略と課題」『流通情報』(流通経済研究所、2013年9月)

お問い合わせ

公益財団法人流通経済研究所  
担当：中田(なかつ) 様  
住所：〒102-0074 東京都千代田区九段南4-9-21 山崎ビル10階  
電話：03-5213-4583 FAX:03-5276-5457

▲ [講演・セミナー一覧へ戻る](#) |