

## インターネットプラスと共有経済

劉 瑛

中国ではインターネットを活用して、あらゆる産業を高度化する「インターネットプラス施策」が進められています。これにより新たなサービス等が生まれ、便利になる反面、消費財、サービスを初め多くの業界では、業界内の競争より、新興産業の参入による影響を受けることが多くなりました。例えばフィルムをはじめとしたカメラ業界、既存の電話局（We チャットの無料による電話利用率の低下で、電話料金収入が減）、果てはインスタントラーメンにまで影響が及んでいます。

### <プラスでインスタントラーメンは>

2016年のインスタントラーメンの販売は385億個で2013年の462.2億より80億個減少しました。ヘビーユーザーであった出稼ぎ者の生活の改善や、列車のスピードアップによって、車内での食の確保の必要性が減った影響もありますが、主な原因は、携帯で簡単に注文できる出前が爆増したことでしょう。

また、出前の爆増はインスタントラーメンだけではなく、レストランにも大きな影響を及ぼしています。自炊は面倒だといって、これまで外食ですませていたのが、今ではさっさと帰宅して、ベッドで横になって出前を待つようになりました。

買い物も食事もスマートフォンを利用するようになってから、家族で一緒にショッピング、外食するのが本当に少なくなりました。父・母と手を繋いでデパートの各フロアをぶらぶらするのがとても楽しい思い出として思い起されますが、考えてみると、自分の子どもとはそのようなことはほとんどありません。子どもも大きくなるにつれスマートフォンに慣れて、自分で検索して「これ、ほしい」とオンラインで注文するようになりました。若い世代が大人になるころには、ますますデパートへ行かなくなるのではないかと思います。実際、事務所の隣の大連トップレベルのデパートは地下1階の食品市場を除いて、ほとんど買い物客らしい姿が

見えず、もう既に最上階をエステに、その下のフロアをレストランに改造しましたが、それでも赤字のようで、これからどうするのか難しい選択をせまられていることでしょう。

### <プラスの信頼度の高まり>

日本の米（石川産のコシヒカリともう1種類）がTaobaoで2キロ148人民元（2,600円程度）で販売されています。Taobaoでは、日本のお米を取り扱っている社は限られており、偽物が乱立するようなことはなくある程度信用ができるようになりました。

このサイトでは、この日本米と並べて中国産の「越光（越光は中国企業に商標登録され、日本のコシヒカリには使用できなくなっています。）」が5キロ128人民元で売られています。1ヵ月の購買人数を見ると、日本米は2種類で336人、中国製日本米は487人となっています。Taobaoや出前注文のサイトなどでは、このようなデータや商品の詳細紹介、バイヤーの生の評価があって、ゆっくり、よく考えて買い物することができます。

日本のお米については、正直中国ではお米の美味しい炊き方は意外と知られていないので、高い日本のお米の良さが本当に分かるかは疑問です。販売サイトの炊き立て写真もご飯の一粒一粒が光っているような一目で美味しいように撮られた写真はありませんが、「偽者の心配がない日本のお米」となると年末の贈り物としてはやはり喜ばれると思われれます。直接相手に贈れるから便利ですし、食べてなくなるものだから、送られた方も負担とはならず、贈答品好適品ではないでしょうか。

ちなみに米の産地である中国東北地域では、美味しいお米を「We チャットによる知人間の口コミ販売」で知り合いから直接、1キロ12人民元と安価に購入することが多く、ネットでの米の購入者は多分南の地域が多いと思います。

### <プラスの共有経済>

共有自転車から民宿など、一時的なリースが

便利さと安さで急増しています。最近の新聞では、研究用設備を共有するサイトが開設されたとの記事がありました。サイトを通じ、高価な設備の利用率の向上が期待できます。

設備のリース自体は利用制限などがあることで、営利に結びつきにくいですが、設備リースに加え、実験の代行など、人（技術者）によるサービスを付加価値としてつけたサービスで利益になると紹介されていました。高い設備でも、貴重な人材でも共有経済によって更なる価値の発揮が期待できます。以前にも老人の入浴ベッドをネット予約制でリースするサービスを試した日系企業がありましたが、このようなビジネスも進んでいくかもしれません。



(Taobao 日本米サイト)