

# 公開研究会講演記録〈第 322 回 (2025.12. 3)〉

## 第 322 回 産業経営研究所公開研究会

### 「中国農村部における EC 集積地の形成と発展のダイナミズム ：義烏の EC 村を事例に」

法政大学経営学部 教授  
李 瑞雪

孫 皆さん、こんばんは。きょうは日本大学経済学部産業経営研究所の第 322 回目の公開研究会に、法政大学の李先生をお招きして、講演をしていただきます。皆さん、ぜひ、拍手で李先生を迎えてください。

きょう、講演していただくテーマなんですけれども、寒村で EC ビジネスの集積がなぜ生まれたのかっていうことで、この寒村という言葉、恐らく皆さん、あんまりなじみがない言葉だと思うんですけれども、僕も実は、先ほど調べてみました。貧しい、さびれた村、町で、なぜこういった集積が生まれてきたのかっていうことをメインテーマにして、きょう、講演していただくということになります。では、李先生、お願いします。

李 ただ今ご紹介にあずかりました、法政大学の李瑞雪と申します。本日はこのような機会をいただきまして、どうもありがとうございます。大変、光栄に思います。今回は貴研究所の 320 回目の研究会ということで、大変歴史のある研究所の研究会で講演することができて、本当に光栄に思います。恥かせないように、頑張ります。

本日の話のテーマは、ただ今、孫先生からご紹介いただいたように、義烏という町、今は町になってるんですが、昔、本当に貧しい村だった所で、今、世界有数の EC ビジネスの大きな集積になっています。もちろん、いきなり集積が生まれたわけじゃありません。その発展ダイナミズム、発展物語を、皆さんに紹介したいと

思います。

まず簡単に自己紹介いたします。中国の安徽省出身。安徽省について多分、ご存じじゃない方が、多いのではないかと思います。安徽省は中国有数の寒村農村部、農業地帯でした。今は農業地帯じゃなくなりつつあり、中国有数の EV 生産基地になりつつあるんです。昔、本当に典型的な農業地帯でした。

1992 年に中国の南京大学で学部を終え、日本の名古屋大学で院生生活を 7 年間送っていました。今の奉職先は、すぐ隣ですが、法政大学の経営学部で教鞭を執っております。前の奉職先は富山大学という所。これも日本有数の田舎、農村地帯と言っても過言ではないかと思います。大学院に入る前に、4 年半ぐらい商社マンもやっていました。商社マンを辞めて、大学院に入学したんです。

専門分野ですが、私は、主に二つの専門分野がございまして、一つは物流管理、今風に言うと、ロジスティクスマネジメント、サプライチェーンマネジメントという言葉が普通に使われているんです。経営学といえば、皆さん、経営学を勉強していらっしゃるから分かるように、経営学って、戦略、組織、管理、の三本柱とよくいわれていますね。私、やや異色の部分がありまして、管理論の物流管理をやっていると同時に、戦略論もやっています。来年、私、皆さんの大学で、非常勤として孫先生の代わりに戦略論を担当することになるんです。戦略論もやっています。

研究テーマですが、いろんなことをやってき

ました。大体、一つのトピックを数年間やっていて、それに飽きちゃったら、別のトピックに飛びつくと、これからも、いろんなテーマをやりたいと思っています。今現在、取り組んでるテーマは、ここに書いてあるんですが、特に1番目、スマート物流機器、いわゆるロボット系の物流機器、マテハン機器の国際化についてです。これを孫先生と一緒に調査研究をやっています。他には、自動車企業の物流とか、共同物流とかもやっております。

今回、孫先生から講演を誘われたときに、今まさに私たちの主要な研究テーマであるロボット系物流機器企業の取り組みを紹介しようかなと思ったんですけども、孫先生自身もできるのは、わざわざ私から話す必要はないんじゃないかなと思うことと、それから、もう一つの理由として、ロボット系の話になると、どうしてもいろんな専門用語を使わざるを得ないということもあって、多分コミュニケーションがとりにくいのではと心配して、学生の皆さんにとってなじみやすいEC、Eコマース関連の内容を選ばせていただきました。ECは恐らく、皆さんは頻繁に使っていらっしゃるから、なじみやすいテーマではないかと考えたわけです。

ECビジネスのクラスターの話は、実は今やっている2番目の研究テーマ、ロジスティクスクラスターの研究に関わります。少し経緯を説明しますと、実は2015年あたりに、日本科学技術振興機構という組織からある研究プロジェクトに誘われた。この研究プロジェクトは、中国の一带一路に関する調査研究です。一带一路って、皆さん聞いたことがありますね。2013年、中国政府が一带一路構想を打ち出して、要は、新興国や途上国のインフラ整備をお手伝いしましょうと、簡単に言えば、簡単過ぎるかもしれませんが、このような構想が打ち出されました。当時、世界中、この問題に関心が集まっていました。日本の科学技術振興機構も、一带一路は、一体、何ものだ、何を目指し、どのような進展があったかを研究しようという研究プロジェクトを発足したわけです。

僕もこの調査研究活動に誘われて、担当したのは、「中欧班列」を調査することです。中欧班列の「中」は中国、「欧」はヨーロッパ、欧

州です。「班列」っていうのは、鉄道定期輸送便のことを中国語で班列と呼ぶ。つまり、中国とヨーロッパを1万3000キロ以上の距離があるが、鉄道の定期便で結ぶと、旅客の定期便ではなく、貨物輸送の定期便を行うというプロジェクトです。これは2013年からスタートしたのね。これについて、私はその実態を調査したんです。

この調査をする中で、一つ、面白いことを発見したんです。何かというと、鉄道貨物輸送をするために、必ず鉄道のターミナルを造らなきゃいけないんですね。そして、発着ターミナルの周りに、いろんな物流企業や物流施設が集まってくるわけ。さらに、これらの物流企業間、物流施設間で有機的な結び付きも生まれ、いろんな新規ビジネスが開発され、スタートアップ企業も生まれてきます。つまり、ダイナミックな物流集積とエコシステムみたいなものがここで生まれてくるんですね。これが面白いと感じました。

もっと面白いのは、いろんなターミナルがある中で、さっき言ったような集積が生まれる所と、全然、生まれてない所があります。やり方が同じなのに、どうもうまくいく所と、うまくいかない所があります。考えてみれば当たり前かも知れませんが、例えば、同じ教室でよく勉強できる学生がいれば、あんまり勉強できない学生もいますね。教員としては当然、知ってるわけやからね。当然なことだけど、やはり一体、何が原因だろうということを調べてみようと考えていたんです。

この調査を進めているうちに、一つ分かったことがあるんです。大きな輸送ノードといわれる、例えば、ターミナルとか、港とか、空港とかいったインフラを、まず整備すれば、それに依拠して、大きな物流集積が生まれてくる。当然なんですけど、一般的に世界中で、ほとんどの物流集積がこのタイプです。その一方で、きょうの話の舞台になる義烏という所では、交通要所でもない、大きな輸送ノードのインフラもなかったのね。しかし、ここで中国有数の物流集積が生まれた。これは不思議なことでしょう。あり得ないと思うくらいですから、なんでと考えたのですね。

つまり、普通に考えれば、要は、まず港とか、空港とか、鉄道ターミナルとかを造って、それに隣接し物流団地を整備する。そして、企業を誘致することによって、初めて集積が生まれてくる。しかし、こうしたインフラもない所で、なんで物流集積が生まれた？ 調べているうちに、一つ理由が分かった。ここに大きな商業集積が存在するからです。つまり、あらゆる物が買えるような卸売市場がここにあるんです。

きょうの話の舞台になる義烏はどこにあるか、まず最初に紹介したほうがいいのかと思います。この地図を見てください。分かりやすい所から説明しますと、ここは上海。ここは義烏です。ここは寧波。ここは杭州。上海はご存じだよ。義烏は上海から大体 300 キロぐらいの距離。上海は今、世界最大の港。寧波は 2 番目の港、義烏から大体 200 キロぐらいの距離。杭州はアリババの本拠地ですが、義烏には大体 100 キロぐらい離れている。

義烏は本当に田舎だったんですよ。どれほど田舎だったかある程度、説明しますね。義烏は浙江省の中部にある、県レベルの町。中国の県は日本の県と意味が違って、中国の行政単位というと、まず省があります。日本で県と同じレベルで、ティア 1 です。ティア 2 は市なんです。ティア 3 に初めて県があるんでね。つまり、かなりレベルの低い行政単位だね。もちろん、市の名前ついている県レベルの行政単位もありまして。いずれにして、義烏は県レベルの行政区です。

人口は約 180 万人。でかい町じゃないかと思うかもしれないですけど、中国ではそんなに大きな町には入らない。1970 年代までは、ここはものすごく貧しい所でした。農村、農業の所では、大体、土地の肥沃度が低い所は決まって貧しい。貧しいから、人々はやはり副業なくて、生計が立てられない。そこで当時、この地域にある地場産業がありました。水飴です、聞いたことありますか？ 食べたことある人は？ ほとんどいないよね。近代的な砂糖産業じゃなくて、昔、サツマイモのでんぷんを抽出する伝統的な製糖法があった。多分、日本では京都あたりで、まだこの工法が残ってるんじゃないかなと思うんです。いずれにして、非常に貧しい義

烏で地元の人は水飴を作って、それをいろんな地域に持って行って売りさばく行商を行っていました。こういう行商人の伝統があるという所です。ある程度、この地域のイメージができましたね。

さて、きょうの本題に入りましょう。まず中国の EC ビジネスの概要、全体像を説明して、それから、EC ビジネスが農村部に波及している状況を見てみます。さらに義烏で EC がどう動いているかということの説明し、最後に、なんでここで EC クラスターが生まれたかについて、その原因を検討したいと思います。きょう、孫先生から聞いたが、学生が中心なので、難しい理論を一切排除して、なるべく分かりやすく、現象面だけで迫っていこうと思います。

このグラフを見ていただければ分かるように、大体 2011 年頃から、中国の EC ビジネスが急速に伸びていきました。発展スピードは非常に速かった。大体 10 年間で 17 倍、18 倍ぐらい伸びた。驚異的なスピードでした。ここ数年、このグラフから分かるように、伸び率がやや鈍化し、落ちついてきてる。ただ、中国経済全体が鈍化してる中で、まだ伸び率が高い分野になっていますよね。それから、世界の EC 市場でのシェアも、半分ぐらい占めています。いかに大きな規模になってることが明らかです。

もう一つの規模感を見てみたい。中国で EC ビジネスの仕事に携わってる人は何人ぐらいかっていうことです。6700 万人超えてます。これは何を意味するか、クイズにしましょうか。日本全労働人口、日本で今現役働いている人の人数はどのぐらい？ 当てずっぽうでいいからどうぞ。

A - 3000.

李 もうひと方。

B - 4000.

李 はい、どうぞ。

C - 1000 万人。

李 1000 万人。もう少し頑張ってもらいたいです。

ね。さすが1億2000万の人口、いらっしやるので、4000万人でも少な過ぎる。

D - 8000万。

李 8000万、ちょっと超えていますかな。

D - 5000万。

李 結構近いですね。正確は私も覚えてないんですけども、多分、6800万人くらいだと思います。つまり、日本の全労働人口の規模と、中国でECビジネスをやっている人数、ほとんど変わらない。大体、中国のECビジネスについての規模感をつかんでいただいたんではないかと思います。ECはドメスティックだけじゃなくて、いわゆるクロスボーダーEC、越境ECも拡大していると。

越境ECは2021年に40兆円ぐらいの規模になり、つい最近見た数字では、円安のせいもあるんですけど、60兆円ぐらいに上っていると。ただ、この規模は大きいと思うかもしれないんですけども、中国全体の貿易規模と比べれば、まだ5パーセント以下なので、これからもっと伸びるだろうと普通に考えられます。

ECビジネスは、世界中でほとんど都市部中心に行われてるね。農村部に行くと、eビジネスってまだなじみないのか、なかなか浸透しないとかっていうのは一般的な現象ですけども。しかし、中国では、ECビジネスは、確実に農村部に浸透しています。1600万人ぐらいの農村部の人たちがECビジネスやったりします。さらに、村全体がみんなECやってる、いわゆる「EC村」と呼ばれる所、あるいは、町全体がほとんどECをやっている「EC町」と呼ばれる所がたくさん出現してきています。この点は後ほどまたお話しします。

これが、大きな意味があると思います。別に理屈っぽいことを言いたいわけじゃないが、個人的にもすごい意味があると思う。一つは、これまで流通システムの近代化の中では、ほとんど農村部の住民が疎外されてきました。つまり、ユーザーとしてしか扱われない。流通システムの主人公にならないのです、残念ながら。

しかし、中国におけるECビジネスの農村部への進展、そして、農村部で多くの人々がECビジネスに携わるということは、農村部の住民が近代的な流通システムのユーザーであると同時に、プレーヤーにもなっており、この点は重要な意味があると思います。

もう一つ、重要な意味として、ここに書いてあるが、近代国家を形成する過程で、皆さん、高校の歴史で勉強した通り、伝統セクターから近代セクターに人口が移動し、つまり、農業人口が工業のほうに移っていく現象が起きるわけで、これが近代国家を形成する中で必ず発生しますが、中国では、大体80年代後半から90年代にかけて、この種の人口移動が大規模に発生していました。いわゆる出稼ぎ労働者が農村部から億単位で、農業から工業に移っていったのです。これが第1波のセクターシフトと呼ばれています。

そして今現在、第2波のセクターシフトが起きてます。これは何を意味するかというと、農村部の住民が、土地を離れていないんですけども、近代的なセクターに移っているような人口移動、セクター移動です。

さらにもう一つの重要な意味があります。ECビジネスは、我々人類の文明が21世紀に入ってから的一大イノベーションです。産業革命以来、大きなイノベーションや技術革新は、最初の段階ではにつねにエリートたちがその恩恵を受け、そして徐々に草の根層に浸透する、いわゆる、トリックルダウン効果が表れるけれども、その恩恵が下に浸透していくのは、かなり時間がかかる。産業革命以来、常にこのような現象が見られました。しかし現在の中国では、大きなイノベーションであるECビジネスが、かなり初期段階に、草の根層、つまり、社会底辺にある人々、恵まれていない人々に結合することができています。このことが社会構造にとって、ものすごい大きなインパクトがあり、社会的な大きな意味があると、私は高く評価したいとおもいます。

さて、EC村は、政府が認定しているわけじゃなくて、実はアリババという会社、アリババについて聞いたことある方がいますか？さすがにいらっしやいますね。アリババは、中国最大イ

インターネット企業の一つです。創業者のジャック・マーは東大の客員教授もやっていたらしい。この会社の傘下にあるシンクタンクがEC村の定義と基準を設けて、EC村の認定を行っています。このシンクタンクによると、全国2021年までは、7780の村がEC村として認定されています。ちなみに中国では、大体20万ぐらいの村がある。その中で7000ぐらいの村がEC村に認定されています。その数はまだ伸びています。

EC村の一つの問題は、地理的分布の不均衡です。東側沿岸部に集中し、浙江省と広東省の二つの地域では一番多くて、特に突出しているのは義烏です。義烏の県だけに222のEC村が存在しており、全国断トツ1位になってます。ECのプラットフォームで開業している義烏のECアカウント（店舗）が、31万ぐらいもあり、そのうち、越境ECの店舗が14万ぐらいです。

先ほど義烏の人口を言いましたね。人口180万人のエリアに、31万のEC店舗があるという比率から何となく、いかに多くの人がECビジネスやってるとについて想像していただけたと思います。

さて、さっき義烏は貧しい所だったと説明しましたね。すごく貧しい所だったんです。しかし、90年代に入ると、ここは世界最大の軽工業品の集積地に変貌したんです。義烏国際商貿城と呼ばれている大きな軽工業品の卸売市場があります。卸売市場の概念は説明する必要はないね。小売りではなくて、卸売りね。日本でも卸売市場、とくに生鮮食品の卸売市場、例えば豊洲市場がありますね。各都市に生鮮食品の卸売市場がありますね。これらと似たような機能を果たしているんです。しかし、義烏の卸売市場の特徴は、あらゆる軽工業品がここで売買されています。アイテム数で言いますと200万ぐらいのぼる品目があるそうです。

もう少し規模感を説明しますと、600万平方メートルに上る売り場面積があるんです。多分ぴんとこないかもしれませんが、なんか比較できる所があるかな、日大の面積はどのくらい？このキャンパス？東京ドームのほうの方がわかりやすいかも。東京ドームの床面積が分かる方おられますか。僕の記憶が間違ってるかもしれない

が、5万弱じゃないかと思います。つまり、東京ドームの100倍ぐらいの面積で、卸売市場になっていることになります。

この卸売市場には7万以上のブースがあります。7万以上のブースってあるっていうのは、何か意味するかというと、1ブースは5分間ぐらい見学して、全部、回ろうとすると、2年ぐらいかかります。それぐらいすごい規模になっています。

これは私、現地調査したときに撮った写真。これをぜひ見てみてほしいですね。写真はあんまり鮮明になってなくて、わかりにくいかもしれませんが、これ何かというと日本市場向けの提灯です。日本のラーメン屋さんののれんは、ほぼ100パーセントここから提供されているんです。もう一つ、もし9月、10月の辺りにこの市場、訪ねてみると、世界中からのバイヤーが来てるのを必ず目にするんです。彼らはクリスマスグッズを買い付けに来るんだ。世界中のクリスマスグッズは8割以上、ここから出されています。

もう一つ、面白いことを話しましょう。義烏には「アメリカ選挙インデックス」があるといわれています。といいますのは、アメリカの大統領選挙で誰が勝つか、義烏の人が一番最初に分かるということです。なぜかという、選挙でたくさんのキャップとかシャツとか使うじゃない？。そのグッズはほぼ100パーセント義烏から出荷される。陣営毎の注文数や追加注文の勢いが違うから、勢いのある陣営が勝つだろうという現地の人の推測が選挙結果に当たる。そこで、選挙グッズのデータがアメリカ大統領選挙を占う重要な指標だとやゆされています。額面どおりに受け止めたら駄目だとは思いますが、そういわれています。義烏に関する一つ面白い現象として受け止めていいかと思います。

何を言いたいかという、90年代頃に入って、この貧しい農業地帯が世界トップ級の、伝統的な商業集積地に変わったんです。伝統的という限定語を入れるのは、対面で卸売をやるという意味です。これは古来から、世界どこでも同じような商売のやり方で、このような卸売市場はもちろん、今でも継続してるんです。伝統的な商業形態です。ここは世界トップ級の、軽工

業品を扱う膨大な伝統的商業集積になったわけです。

さっき言ったように、こんな田舎でまず伝統的商業集積ができて、そしてECビジネスの集積ができ上がっている。義烏の市街地だけじゃなく、周りの多くの村でもECビジネスが盛んになってきました。こうなると、みんな考えるわけですね、とくに経済学や社会学の研究者たちはなんで？、なぜ農村で大きなECビジネスの集積が形成しているかと考えるんだよね。実はこの現象についていろんな人たちは研究し始めました。数々の研究報告が発表されていますが、ここでは詳しく紹介しませんが、とにかく、義烏のEC集積についていろんな説があります。特に影響力のある説が二つあります。

一つは、経路依存説です。この説では、地域に大きな伝統的商業集積があるため、それに依存してECビジネスも生まれてきたと考える。至極当然のように聞こえるでしょ？ けれども、この説はかなり怪しいです。例えば、30年ほど前の日本では、当時私は大学生時代、学生の皆さんはまだ生まれてなかったけれども、世界中で知られる商業集積がありました。それはどこか想像つく人いますか？ 東京都内にあります。秋葉原です。当時、世界中から来た観光客は、東京に来たら、とにかく秋葉原に行く。目的は、今秋葉原に行く人々の目的とは、かなり違います。当時は、電気製品を買い付けに行くのは殆どでした。秋葉原は当時、世界トップ級の電気製品の扱う商業集積でした。しかし、秋葉原はその後ECビジネスの集積に変わったかって、変わってないでしょ？ このような例を挙げると、たくさんあるんです。実際、多くの伝統的な商業集積は、そのまま廃れてしまったか、あるいは、商業と異なるものになってしまっていて、ECビジネスとは無縁の存在になったのです。つまり、巨大な商業集積があるからといって、ここからECビジネスの集積が生まれてくる必然性はありません。経路依存説による義烏EC集積の形成理由の説明は、信じるに値しない。

もう一つの説は、行商人の伝統があるからだとして説明しています。この説は、義烏には昔から水鮎の行商人など、商売をやってる人たちが集

まる所で、商魂とか商才とかに富み、豊かな商業文化の伝統があると強調しています。大学の授業を含めて、世の中でなんとか文化で特定のビジネス現象を説明する人が多いんですが、ほとんど信用できない。例えば、日本とか中国とかの地域で製造業が盛んになっている理由は、ここにモノづくりに適する文化とか、職人の文化があるからだと解釈する人いるよね。こうした言い方はほとんど信用できないと思います。

なぜかという、大半の場合、文化っていうのは、原因というより結果です。例えば、製造業を長くやってくると、人々はそれに慣れてきて、ものづくりに詳しいがそれ以外のことを考えなくなってしまう。当然ながら、精神構造もだんだん変わってくるんですね。つまり、文化っていうのは、多くの場合、原因ではなく結果なんです。

この話は置いて、いずれにして、義烏のEC集積形成についての既存の説明は、僕はほとんど説得力がないと思ったのね。なので、自分の足で調査してみようと思ったわけです。そこで、2016年から2019年にかけて、3回にわたって、現地調査をやったんですね。いろんな人に会ってヒアリングを行い、グループインタビューもやりました。調査の対象には、現地の卸売商人や役人、ECビジネスの零細業者などが様々です。

EC村については、私達は5つの村を調査したんです。この五つの村で20人ぐらいのECビジネスをやってる人に会って、ヒアリングをしたんですね。そのうちの何人かのプロフィールを抜粋してここに載せてます。これを見ただけであれば、なんらかの共通点が見てとれるでしょう。例えば、皆あんまり学歴が高くないですね。それから、もう一つ、地元出身者が少ないね。浙江省出身の人はほとんどいません。さらに、起業失敗歴の持ち主が殆どです。つまり、皆何回か、事業が転んだりこけちゃったりして失敗しては、また再挑戦するみたいな経験の持ち主です。この点は、結構重要な意味を持つ。

皆さんの中で、何人くらいかこれからスタートアップ企業を立ち上げるか分かりませんが、スタートアップ企業をやる場合、これ、結構、重要なんですね。挫折にめげないという

ことは、ものすごく。

現地であるエピソードを聞きました。あるEC業者の所でインタビューしたときに、配達員が中に入ってきて、何かを店に配達して、配達の人と、店の主人とは、結構親しい関係が見えるし、どうも、店の主人は、配達員にかなり敬意を払っているというのは感じるわけですね。配達員が行った後、店の主人に聞いたんですね。さっきの方って、あなたと古い付き合いですかって聞いたら、いや、彼は俺の商売の師匠ですよ。俺が商売をやり始めたときに、彼は既にビジネスである程度成功した人でいてね、しかし、1年前に倒産してしまったから、今は配達員をやって生計を維持してます。けど、この人は、多分、来年ぐらい、また新たな事業を立ち上げるんじゃないか。きっと再起できるひとだよと、店の主人が言ってました。このような人物像は、どうもこの地域で珍しいことではなく、普通に多く存在しているとのこと。失敗しては、どこかに勤めてお金をためて、再起業する。また失敗したら、もう一回やるみたいな人生は、普通なことなんですね。

つまり、さっき言ったように、義烏のEC村の事業者はいくつかの共通点があります。域外からの移住者が多いこと、草の根層いわゆる底辺の人たちで一流大学出身者ではないこと、失敗にめげず再挑戦の強靱な精神力の持ち主が多いこと、小さなことからスタートして、大きく育てようとする姿勢を有することなど。

私は特に注目したいのはこの部分です。さっき言ったように、これまで多くの研究者は義烏のEC集積の形成発展について、世界トップ級の膨大な伝統的な商業集積つまり卸売市場が存在するため、ECビジネスをやる場合、仕入れが簡単にできると、品ぞろえが簡単にできるっていう調達便利性から、ECビジネスがたくさん生まれるのだと説明したんですね。この要因は否定しません。重要な要因です。

僕が調査した事業者のほとんどは、最初に卸売市場から商材を仕入れていました。けど、大体1年ぐらいで、調達方針を変えて、自ら自分で仕入れ先を開拓し、卸売市場に仕入れを依存しなくなる。つまり、伝統的な商業集積である卸売市場はEC起業当初において、仕入れ上の

好条件を提供しているんですけども、それ以外の要因は必ずあると考えられます。

そこで、調べを進めていくうちに、物流、知識ソース、さらにインフラ、もう一つ、補完的なサービスといった重要な要因の存在を発見しました。一つずつ説明します。

一つ目の要因としては物流です。まず、これを見ていただければと思います。結論から言いますと、義烏という地域で、まず伝統的な商業集積を基盤にして、大きな物流集積が形成した。この点について私は2016年あたりに論文を書いています。この論文では、伝統的な商業集積から、どうやって大きな物流集積が生成したかを解明したのです。つまり、商業集積から物流集積へというこの流れは一つありました。

さらに、伝統的な商業集積と物流集積が相まって、ECビジネスに重要なビジネスの基盤を提供したんです。つまり、物流の集積がECビジネスの集積の形成にとって、かなり重要です。どれほど重要かということ、一つのデータを見ていただきたい。

これが中国省別の宅配便コストの一覧表です。平均コストですよ。一番上が上海。つまり、上海で宅配便を送ると一番高い。一番低い所は浙江省、義烏が浙江省に含まれるね。浙江省と上海の格差は、大体9分の1ぐらい。つまり、浙江省で宅配便を出す場合、上海の9分の1ぐらいのコストで済みます。さらに、義烏が浙江省の中では最安です。それ、何を意味するかということ、皆さん、これからECビジネスやろうとすればすぐ分かる。

どんな商売でも、事業のオペレーションの中で、最もコストを食う部分があるんです。例えば、製薬企業の場合、一番コストを占めるところがどこか分かりますか？ 皆さん買う薬の製造原価は、はっきり言って、ほとんど無視していい。多分、製薬企業の経営者は、何にもそこを考えてなく、どうでもいいと思うかもしれません。一番コストを食うところがどこか分かりますか？ 研究開発です。だから、大半のお金は研究開発で使ってるんですね。女性の方々が使ってる化粧品も、製造コストをほとんど、はっきり言って、無視していいほどです。何が一番コストを食うかということ、研究開発とマーケ

ティングが一番お金を飲み込んでるんですね。

ECのビジネスやる場合、一番コストがかかるのは何かというと、物流です。Amazonにしても、小さなECビジネスにしても、どうやって物流コストを削るか、これは死活問題です。そこで、義烏の物流コストは中国、断トツ低いということが、大きな魅力として映ってくるのは容易に想像つくよね。このことが物流の集積から受けた一番大きな恩恵です。これは現地で撮った写真です。各村にこのような数々の宅配拠点があって、非常に便利に物流サービスが受けられます。

現地の物流集積に大きなトラックターミナルもあります。トラックターミナルはわかりますかな？ 特積みって、わかります？。西濃運輸はどんな事業をやる会社かご存じかな？簡単に言えば、例えば東京-大阪間で定期的にトラックを運行し、いろんな会社や個人から荷物を集め、混載し、毎日3便とか5便とか、定期的に運行して提供する輸送サービスを特別積み合わせ輸送サービスと呼ばれ、略して特積みと呼ばれます。俗に路線便とも呼ばれています。義烏では、中国最大規模のトラックターミナルがあり、ここ発着の路線便のトラックで、全国300ぐらいの都市と連結しています。これはとても便利かつリーズナブルな陸運サービスとなっておりますね。

もう一つ重要な輸送サービスとして、「中欧班列」と呼ばれるものがあります。義烏発着の中欧班列はヨーロッパの十数カ国と、鉄道の貨物輸送で結んでいる。一番速くにはスペインのマドリード。ほぼ毎日、1便以上出しています。これすごいことですよ。なかなか想像しにくいかもしれないですけども。世界地図を思い浮かべれば、義烏からマドリードまではどのような経路になり、何カ国経由するか分かります。まず中国大陸を横断してからカザフスタンに入り、そしてカザフスタン、ロシア、ベラルーシ、ポーランド、ドイツ、フランスを通過して、ようやくスペインに入るわけ。

厄介なのは、すべての国で通用する統一的な書類の様式がなく、レールの幅も異なるため、ここで詳しく説明しませんが、何回も書類の書き換えや車両の積み替えをしなきゃならない。

それぐらい、かなり面倒くさい国際輸送のルートです。しかし、色々な面倒くさいことを乗り越えて、定期的に毎日1本以上を運行し、越境ECにとって、中欧班列は安定的かつ比較的に速くリーズナブルな輸送サービスとして定着してきています。

義烏の物流に関してもう一つ面白いことを説明します。インランドポートです。義烏に大きなインランドポートが整備されています。インランドポートとは何かというと、インランドとは内陸のことで、ポートは港です。おかしくない？ 港ってなんで内陸にあるの？と思うでしょ？実はインランドポートが存在します。日本にも何か所あるんですよ。インランドポートで何をするかということ、本船の接岸と本船への積み替えや積み卸しを除く様々な港機能を内陸部で一括で行うための施設のことを指します。ここで海上コンテナは、通関や検疫、バンニング、デバンニングなどは完了するため、港ではそのまま本船に積み込むだけで済むわけです。このような施設のことで、ドライポートとも呼ばれています。

義烏のインランドポートは大きな規模になっています。年間の取扱量は50万TEU。TEUとは20フィートのコンテナ換算のことで、50万TEUは日本の3番目の港、名古屋港の取扱量のほぼ半分に相当する規模です。この小さな田舎町でのインランドポートなのに、どれほどの大きな規模か分かっていただけではないでしょうか。

これは、現地で撮ったインランドポートの写真です。朝ここからコンテナを積んでるトレーラーの長蛇の列が、港に出発する光景ですね。何を言いたいかというと、物流集積の存在によって、便利かつリーズナブルな物流サービスを受けることができ、このことが、ECビジネスの発達に大きな意味があり、重要な役割を果たしているということ、分かっていただきたい。

次にECビジネスに必要な知識ソースについてお話したい。ECビジネスっていうのは商業だけど、伝統的な商業のやり方とは全く違うと言っていい。誰でもすぐできるわけじゃないんです。必要な知識やスキルを身に着ける必要が

あるからです。EC ビジネスをやるには、どこかで必要な知識を勉強しなきゃ、訓練を受けなきゃいけないということになります。そこで、義烏は EC 創業者達に、どうやって EC ビジネスに必要な知識のソースを提供したかっていうことが大きな疑問ですね。

これについては、我々の調査から、地元のある短大が大きな役割を果たしていることがわかりました。この短大は職業訓練系の学校なんです。ここは、2008 年頃とかなり早い段階で、EC を専門的に学生を育てる専攻を設置し、のちに EC スクールに拡張していったのです。

もっと面白いことは、短大の中に EC スクールがありまして、この EC スクールの中に、また EC パークもあります。ここはインキュベーターの機能を果たしてるんですね。

EC スクールの専属教員は、われわれみたいな大学の専任教員と同じ立場ですが、ここの短大の専任教員は大変です。なぜかという、教員もスタートアップ企業をやれって言われるから、大変でしょう。もし法政大学から、おまえも起業しろと言われたら、俺は翌日、辞めると思う。そんな無理だもん。しかし、この短大では、専任教員が起業を強く求められています。半ば強制的です。さらに、教員がスタートアップ企業を立ち上げたり、いろんな EC ワークショップをやったりしてるんですね。ワークショップに現役の学生が入ってくるんです。つまり、Learning by doing 形式で EC 専攻の学生を育てるね。実践やりながら、EC ビジネスのことを勉強させるわけ。

当然、一つの学校だけでは足りないんで、この短大自身はいろんな周りの EC 村と提携して、インキュベーターを作ったり、インターンシップもやってるし。さらに、民間の教育訓練機関も数多く生まれ、いろんなプログラムを提供するようになりました。これらの教育訓練機関は EC 知識のソースとして、地元の短大を中心に、EC ビジネスの知識を伝播する機能を果たし、重要な役割を果たしているのです。多分、この短大が存在しなかったら、EC 集積が形成できなかったかもしれないと思うんですね。いきなり EC をやりたくても、必要な知識やスキ

ルがなければ難しいからね。このスライドに書いてあるように、短大の EC 専攻の現役学生のほぼ半分は、教員主宰のワークショップに参加したり、自ら EC ビジネスを創業したりしてるんですよ。

この短大はインキュベーションセンターがあって、それを運営してます。ただ、キャパがそんなに大きくなくて、10 組しか入らない。毎年応募者から選んで、1 年限定で入居させる。選ばれたチームには大学からファンドも与え、積極的に支援するんです。そこまでやるんですよ。EC 村にも、似たようなインキュベーションセンターが設けられて、学生を受け入れています。さらに、いろんな民間の教育研修機関も、多数、稼働するようになってます。短大の取り組みに触発されてやり始めてますが、これらもいろんなことを教えています。

これは、現地で撮った民間の教育研究機関の写真だけど、こんなことを教えていることが分かりますね。例えば、デザインとか、意匠とか。勉強しないと分かんない知識ですよ。ネット上のプロモーションの方法とか、さらに、出店方法も。例えば、日本の Yahoo に出店しようとする場合、最初は分からないことが多いでしょ。ここのようなところは必要な知識を教えてください。さらに、出店を手伝ってくれるところも出てくるんです。撮影とか、画像処理とかいったことも教育し訓練する。EC 集積形式をもたらす二つ目の要因、知識です。一つ目の要因は物流で、そして、二つ目は知識のソースがあるということです。

三つ目の要因も面白い。皆さん、創業する場合、例えば今、東京で何かやろうとすると、大きなネックの一つは何かというと、家賃がかかることです。めちゃくちゃ高いね、今の東京で。とくに、学生時代で何かをやろうとする、あるいは、卒業直後に何をやろうとすると、家賃が払えないことが、多くの人にとって、ものすごく大きな壁です。

なので、皆さんは多分、このようなストーリーやエピソードを聞いたことがあると思います。Microsoft や Amazon などのシリコンバレーの創業者たちが最初にどこで創業したとか、よく聞くエピソードでしょ？ ガレージで創業した

ね、車庫。なぜ車庫かという、安いんだから、理由は単純。つまり高い家賃が払えないから、家賃が多くのスタートアップ企業にとって、ものすごい厚い壁ですね。

そこで、義烏は面白いことをやっています。農村を再開発した。でも、再開発といっても不動産屋さんに任せるんじゃなくて、村民自身がマンションを建てるんだ。ただ、マンションは勝手に設計するんじゃなくて、村役場主導で効率的に統一設計を採用する。この写真見てください。一見して何も変哲もない普通のマンション群。実は村は宅地を各家庭の人数に合わせて再配分する。ここに書いてあるんですけども、1人当たり60平米から120平米ぐらいもらうのね。各家庭は配分された宅地で、5階建てか6階建てのマンションを建てる。そうすると、例えば1世代3、4人でこんな大きいアパートは要りますか？ 要らないよね、大き過ぎるから。120平米の敷地で6階建てのアパートって、どうでしょうね？ そこで、家族が一番上のペントハウスに住んで、5階以下の部屋を全部、賃貸に出すことにする。そうすると、大量の物件は安い家賃で市場に供給されることになります。学生でも、安い家賃で創業することが可能になります。どれほど安いかって言うと、いろいろあるんですけども、安い所では、50平米の部屋を借りて、年間10万円ぐらい。これぐらい安い。高い所でも30万円ぐらい。安い所は10万円ぐらい、ただ同然で部屋を借りられるから、あまり資金がなくても創業が可能です。

さらに、各村は、各部屋に光ファイバーを無料で取り付けて、大容量のインターネット接続ができる環境を整備してくれる。こういったビジネスインフラもかなり重要な役割を果たしているんですね。三つ目の要因について、分かっていたいただきましたね。

四つ目の要因に進みます。さっきも少し説明しましたが、この地域は敗者に寛容な風土があります。もちろん、勝者を称えるよ。例えば、短大のホールには、成功した卒業生の写真をものすごく大々的に飾っています。彼らはどこに行ってもスターとして扱われるんです。短大に客員講師と呼ばれたりして、尊敬されるわけ。しかし、失敗者に対しては責めないのね。

ビジネスに失敗したら、サラリーマンに戻って、働いてお金をためながら、再起のチャンスを探すのは、普通の雰囲気になっている。これも重要な要因になってます。そうすると、失敗をめぐらずに、再挑戦することができる。

時間は大丈夫ですか。あと5分で終わります。

孫 大丈夫です。

李 最後に、これも重要です。ECビジネスに限らず、どんなビジネスをやるにも同じですけども、補完サービスが重要なんですね。つまり、ECビジネスをやるには、例えば、パッケージングは誰かがやってくれればいいのか、デザインは自分が詳しくないんだから、誰かがやってくれればいいのか。さらに、商標登録とか税務処理とか、面倒くさいことを専門的にやってくれる人が周りにいると、創業のハードルが一気に下がる。これは、ものすごく重要です。こうした補完サービスも義烏でかなり充実しているわけです。

実は義烏の市街地と周りの各村に、関連サービスの事業者がたくさんあります。例えば、私達が調査したある村では、事業者全体の構成ですけれども、宅配は22パーセント、国際物流は14パーセント、そのほかは8パーセントになってます。代行もある。代行というのは、店のオペレーション・運営を誰かに任せる、これらを受託する代行業者がいます。これは5パーセント占めます。また、パッケージングとか、撮影とか、商標登録とか、税務処理とか、こういった業者も数多く関わっています。

そこで、ある種のエコシステムができていて、創業しようとする人にとって、自分があんまり分からない仕事については周りに専門家がいるっていうことで、安心して創業することが可能になります。このような高度な分業・協業の関係性は義烏のEC村にあるのです。

このような関係性はさらに進化する形もできています。例えば、最初にEC村で創業して、ある程度成功したら、EC村では取まらなくなるんです。これは想像できますね。例えば、Microsoftは最初にガレージで創業して、1年過ぎると規模が拡大して、ガレージにとどまる

わけにはいかなかったのです。オフィスビルなどちゃんとした所に引っ越しするわけです。いわゆる階段を登ることができるような環境、ちゃんと用意しておくことが重要なんです。

義烏は確かにこれをちゃんと用意しています。地方政府はECパークと呼ばれる産業団地の整備を推進しています。ECパークはEC村のような質素な所じゃなくて、この写真を見ていただくと分かるように、都会に遜色がないオフィスビルが並んでるんですね。このようなECパークは義烏では、今、20ぐらい整備されてます。代表的なECパークの「陸港電商小鎮」を私は訪問したことがあります。ここに既に70社が入居をし、10棟の大型オフィスビルが立ち並ぶ。中にいろんな業者が入っています。ECビジネスの業者に加えて、例えば、展示場、それから、コンピューティングセンターがあります。データ処理が苦手であれば、専門業者に依頼することができます。データ処理をしてくれるんです。あるいは、税務処理をしてくれる所もあります。ホテルやグルメの飲食店の所もあって、非常に完備したエコシステムができていますね。

エコシステムについて、もう一つユニークな点があって、ライブコマースに特化するEC村が出てきてます。そのうちの一つは江北下朱村です。ここは何か面白いかというと、業者の大半がライブコマースをやっているんです。ライブコマースをやるには、キャスターが要ります。この村にキャスターを専門的に育てる教育機関も何か所あるんです。

そのような教育機関で、どうやってライブのキャスターを育ててるかを見学させていただきました。こう言ったら先生がたに怒られるかもしれませんが、われわれ大学教員は、彼らに教わるべきことが多々あるなと思ったんですよ。話術ね、どうやって聴く人の心をつかむのかはちゃんと教えてる。心理学に基づいて教えてるなと感心しました。こういう所もあるんです。

さて、ちょうど1時間ぐらいになりました。ここまで説明したことをまとめてますと、つまり、義烏周辺の農村部で、ECビジネスの大きな集積を形成しました。五つの要因が組み合わさって、相互に強化しながら、集積の形成をもた

らしていると、これは私達の調査から得た結論です。

まず、巨大な商業集積が仕入れと品ぞろえに便利な条件を与えている。何かのECビジネスをやろうとする場合、義烏小商品市場に行けば、簡単に仕入れができる。とくに創業当初はね、初期段階で。二つ目の要因は、分厚い物流集積が提供する、便利かつリーズナブルな物流サービスです。さきほど説明した宅配のことから分かるように、かなりリーズナブルで即時に出荷できる便利さが、大きな魅力になるんですね。三つ目は、ユニークな不動産開発のモデルによる農村の再開発です。この不動産開発モデルによって、ECビジネスの重要なインフラが整備されている。四つ目の条件は、実践知を重視する地元の教育機関によるEC知識の提供と人材育成です。もし知識の提供者がいなければ、人材育成の役割を誰も果たさなければ、他の条件が整備されたとしても、ECの集積が生まれてこなかったでしょう。ECビジネスをやりたいくても難しい。最後に、ECビジネスのエコシステムに起因する低い起業ハードルです。つまり、参入しやすい環境です。自分の分からないことについて、周りに専門家がいることです。この五つの要因が組み合わさって、もともと貧しい田舎で、大きなECビジネスの集積が形成し繁盛することができた。そして、絶えず強化されて、拡大されていくと、私は結論としてこう考えています。

このトピックについて、これまで、2篇の論文を発表しました。そのうちの一つでは、QCAという研究手法で分析した結果、さきほど説明した五つの要因の中で特に重要なコアの要因は、物流サービスと知識のソースになることがわかりました。この二つの要因はコア要因です。他の三つの要因は周辺要因になると、われわれはこの研究で分かったんです。ただ、これは義烏だけを対象とした研究からの結論で、これから他の地域に研究を広げて、結論の妥当性をさらに検証する必要があります。

さらに、義烏のEC集積では、ドメスティック向けのECビジネスが半分以下に過ぎない。半分以上は国際的な越境ECになります。海外に向けての商売ですね。そこで、皆さんご存じ

のように、今アンチグローバリゼーション、グローバリゼーションに対する逆風が吹いてるわけです。これは残念ながら、現実としてわれわれは直視する必要があります。このアンチグローバリゼーションの逆風はどんなインパクト

があるか、どういう影響を与えてるかについて、これから注視して研究する必要があるだろうと思います。5分超過ですが、これで私の本日の講演を終了したいと思います。ご清聴ありがとうございました。