

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 ——

李 瑞雪*¹ 王 亦菲*²

EC の普及に伴い、中国の農村部ではネット通販を基盤とした「EC 村」という新たな産業集積が形成されている。これらの農村部 EC 事業者は中国国内市場向けにとどまらず、越境 EC にも積極的に参入している。急成長を遂げる EC 村は、農村振興に寄与し、農村経済の発展に大きな影響を与えている。本研究は、越境 EC に取り組む EC 村に焦点を当て、EC 集積の形成と発展のダイナミズムを解明することを目的とする。農村部における EC 集積の形成要素を探索するため、中国浙江省の義烏市にある 5 つの EC 村を対象にフィールド調査を実施した。EC 村の実態を把握したうえで、既存研究の知見を踏まえつつ、農村部 EC 集積の形成メカニズムを分析した。フィールド調査により、EC 集積の生成と発展において、関連産業基盤、基本インフラの重要性が既存研究と一致することが確認された。加えて、利便性とコストパフォーマンスを兼ね備えた物流サービス、EC ビジネスに適したインフラの整備、高度な知識ソースと人材育成の仕組み、起業ハードルを下げるビジネスエコシステムが重要な形成要因として明らかになった。さらに、義烏における商業集積、物流集積、EC ビジネス集積の三者間で生まれるシナジー効果が、地域産業集積の持続的発展を促進する鍵となっていることを示した。

キーワード

E コマース、EC 村、産業集積、中国、農村部、物流

目次

- | | |
|----------------------|---------------------|
| I はじめに | 4 EC ビジネスを支える物流集積 |
| II EC 村の形成要因に関する先行研究 | 5 EC に関連する知識伝播と人材育成 |
| III 研究手法と研究対象 | 6 インフラの整備と政府の施策 |
| IV 調査からの発見事実 | 7 EC エコシステムの形成・発展 |
| 1 調査地域の概要 | V ディスカッション |
| 2 EC 村の主役：域外からの移住者 | VI おわりに |
| 3 産業基盤としての商業集積 | |

*¹ 法政大学

*² (中国) 西南交通大学

I はじめに

21世紀に入ってから、中国では経済高度成長に伴い、電子商取引（以下、EC）が急速に拡大している。国別シェアをみると、世界のEC市場における中国のシェアは51.3%に達し、圧倒的なシェアを誇る世界最大のEC市場となっている（経済産業省 2024: 98）。ここ数年間で、中国国内のEC市場の成長はやや鈍化に転じたものの、他方で越境EC市場の拡大は著しい。多くの中国EC事業者が、AliExpressやTikTok、TEMU、SHEINといった越境ECプラットフォームを活用して、積極的に海外市場へ進出している。このようにECの普及が進む中、中国の農村部ではネット通販を基盤とした「EC村」という新たな産業集積が生成している（Li 2017: 61）。これらの農村部のEC事業者は中国国内市場向けにとどまらず、越境ECにも参入している。急成長を遂げるEC村は、農村振興の一翼を担い、農村経済の発展に大きな影響を与えている

（阿里研究院 2020: 25–33; Lin et al. 2022: 521）。中国经济の研究において、EC村の形成と発展は注目すべき課題の一つである。本研究は、越境ECに取り組むEC村に焦点を当て、EC集積地の形成と発展のダイナミズムを解明することを目的とする。

図1で示されるように、2011年から2023年までの僅か12年間で中国ネット通販小売規模は約20倍に拡大し、2019年末に始まる新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）においてもその勢いはさほど衰えを見せず、2023年のネット通販小売総額は15.4兆元に達した。一方、越境EC市場も急速に拡大している。中国商務部の公開データによれば（人民日報 2024-06-04: online）、過去5年間で越境EC取引規模は10倍以上に増加した。さらに、2024年第1四半期には越境ECの輸出入総額が5,776億元に達し、前年同期比で9.6%の増加を記録した。そのうち、輸出額は4,480億元で、前年より14%増加している。越境EC関連事業者は全国で12万社を超え、越境EC産業パークについては1,000カ所以上設立されている。さらに、越境ECサービスに特化した海外倉庫は1,800超が稼働しており、その総面積は2,200万平方メートルを超えている。

ECビジネスの成長とともに、この分野に従事する労働者の数も年々増加している。2021年にはEC業界従事者数は6,937万1,800人に上り、前年同期比で3.1%増であった（中国商務部 2023: 7）。これは、EC市場の拡大に伴って、関連職種や業種が増え、雇用の機会が広がっていることを示している。

2015年頃から中国政府は「互聯網（インターネット）+農村」と称する運動をスタートし、アリババや京東など大手ECプラットフォーム企業の農村部への進出を後押しするとともに、農村部へのECビジネスの浸透を促進している。同時に、中国政府は「大衆創業・万衆創新（大衆の起業と万人のイノベーション）」という政策を推進し、税制優遇や融資の利便性向上などを通じて、農村部における起業支援を行っている。こうした取り組みが功を

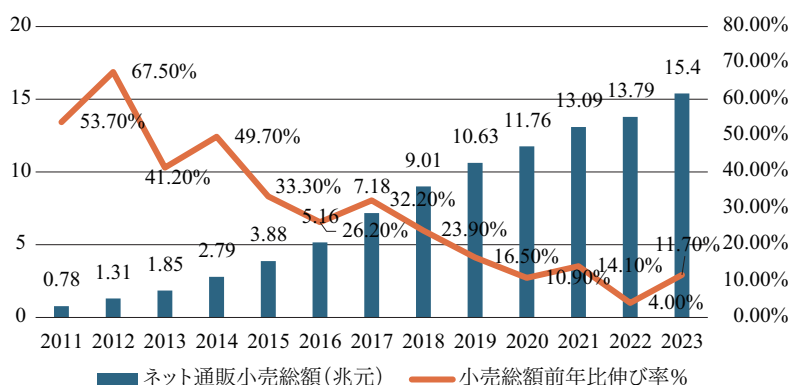


図1 2011–2023年 中国ネット通販小売総額推移

出所：中国商務部 2023: 2、中国国家统计局 2024を基に加筆・修正

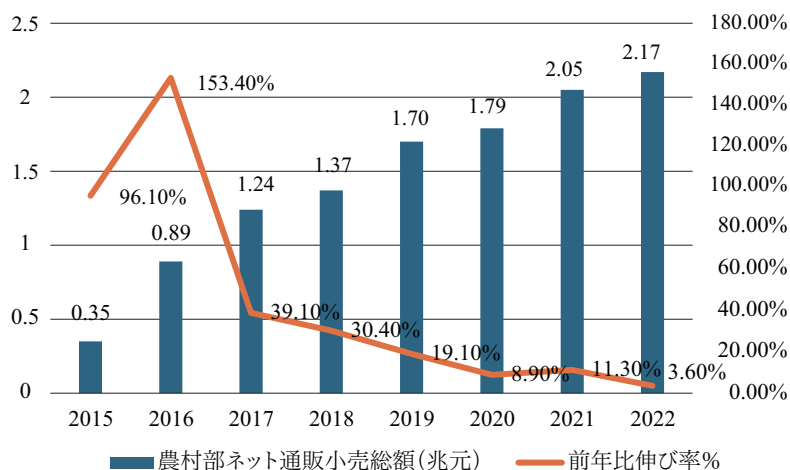


図2 2015–2022年中国農村部ネット通販小売総額推移

出所：中国商務部 2023: 5

奏し、中国国内では起業しやすい環境が整備され、農村部におけるEC創業が大幅に増加した。その結果、2022年には農村部のネット通販小売総額が2.17兆元にのぼった(図2)。

こうした中で、農村部では数多くのECベンチャー企業が誕生した。2022年には農村部のEC事業者数が1,730.3万に達し、前年比8.5%増となった(人民日報2023-10-30: online)。これに伴い、EC事業者が犄めくEC村・EC鎮各地で形成している。代表的な例が「淘宝¹(タオバオ)村」と呼ばれる村落である。これは、アリババが設定するもので、①経営場所が行政村であること、②年間EC取引総額が1,000万円を超えること、③アクティブなEC店舗が100店以上もしくは村の総世帯数の1割以上がECビジネスを営むこと、という条件を満たす村がこれに当たる(阿里研究院2019: 6-7)。淘宝村の数は年々増加傾向にあり、2022年までに7,780カ所に達し、浙江省、広東省、江蘇省、山東省をはじめ、28省・直轄市に広がっている(図3)。なお、淘宝村のEC業者は、家具、衣料品、日常雑貨、電気製品など幅広い商品カテゴリーを取り扱っているのが特徴的である(阿里研究院2019: 31-36)。このように、中国の農村部ではEC集積が数多く形成されてきている。

さらに、中国農村部のEC集積では、国内市場だけでなく、AliExpress(速買通)などの越境ECプラットフォームを活用して海外市場向けの販売を展開する業者も増加している(中国商務部2023: 55)。2019年には、中国各地に越境EC「淘宝村」が474村存在するようになり、4億ドル以上の商品が越境ECを通じて海外市場に販売された(阿里研究院2019: 11)。

中国における以上のようなEC村の形成と拡大は、農村部経済の発展にも顕著な影響をもたらしている。農村住民はECプラットフォームを活用することで、伝統的な流通システムの空間的・時間的制約を受けることなく、新たなビジネスチャンスを得ている(周・劉2018: 63)。さらに、農村部におけるECの普及は、

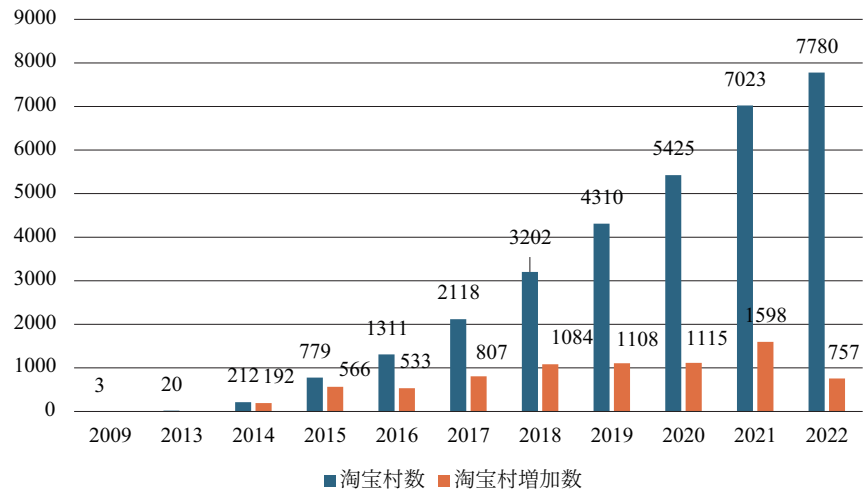


図3 淘宝村の数の推移

出所：阿里研究院 2020: 4；淘宝村名单（各年版）に基づき筆者作成

これまで都市から農村への一方通行であった流通チャネルを変革し、農村を農業生産から解放することで都市と農村の結び付け、新たな地域成長モデルを形成している(Lin et al. 2022: 1083)。これにより、所得格差の縮小や地元でのビジネスチャンスの増加、雇用の活性化など多様な利点が生まれ、農村振興に大きく貢献している(Qi et al. 2019: 108)。

これらの状況を踏まえ、本稿では、中国における農村EC集積の形成要因およびEC集積が農村経済発展に与えるインパクトを解明するために、代表的なEC村²を対象に実施したフィールド調査の結果に基づいて、農村EC集積の生成と発展のプロセスおよびメカニズムを考察する。

II EC村の形成要因に関する先行研究

淘宝村をはじめとするEC村の形成に関する先行研究では、地理的分布、産業基盤、インフラの整備、宅配サービスの発展、伝統的な商業文化、市場環境、政府の活動などさまざまな視点から分析が行われてきた(Li 2017; Qi et al. 2019; Lin et al. 2022)。

EC村の生成には、消費市場やインターネット環境の整備、物流サービスの水準が大きな影響を与えるため、経済発展が先行している中国の東部地域により多くのEC村が分布していると指摘されている(刁ほか2017: 56; Lin et al. 2022: 1097)。また、多くのEC村は、その発展初期において、自然資源の賦存や伝統産業、

1 淘宝とは、中国最大手EC企業アリババが運営しているネット通販プラットフォームである。

2 一部の地方政府は独自の基準で「電子商務專業村」など呼ばれるEC村を認定しているが、淘宝村と重なることが多い。

貿易ハブといった域内の既存経済基盤に依存する形で形成・発展していったと分析されている (Lin et al. 2022: 1095; Wei et al. 2020: 403)。さらに、地域の経済基盤の相違により、EC 村の形成パターンを 2 種類に分けることができる。一つは、EC 事業者が都市部から労働力コストや土地コストの低い農村部に移転するパターンで、もう一つは、地元の企業や個人が域内の物産を EC で販売するパターンである (Liu et al. 2020: 406)。また、EC 村の形成モデルについて、農産物を含む地元の資源賦存を基盤とする「生産志向型」と、EC の発展に応じて市場を基盤とする「市場志向型」に分類することもできる (Wei et al. 2020: 393)。

EC 村の空間的集積形成について、域内産業基盤のレベルや村の周辺地域の経済状況が大きく影響するが、村自体の経済状況はそれほど重要な条件にならないと指摘されている (Liu et al. 2020: 412)。その理由として、従来のビジネス起業と比べて、EC プラットフォームを利用するネット通販の起業ハードルが低いことが挙げられる (曾・郭 2016a: 42; Lin et al. 2022: 1096)。多くの EC 村の店舗は家族経営であり、外部の従業員を雇っておらず (Lin et al. 2022: 1096)、自宅や村の安価な賃貸物件を経営場所として利用できるよう (Tang & Zhu 2020: 26-27)、ネット店舗の運営コストは概して低く、創業時に多くの運転資金を必要としない (Mei et al. 2020: 1065)。また、都市部に比べて、農村部の EC 従事者の教育水準は比較的低いが (Wei et al. 2020: 392)、高校卒業程度の教養がありさえすれば、操業可能な EC ビジネスが多く存在する (Qi et al. 2019: 11)。したがって、資金力や知識が必ずしも豊富でない農村住民でも EC 事業に携わることが可能である点も特徴的である (曾・郭 2016a: 39)。

一方、EC 村は都市部から離れた立地であることが多く、土地や賃金などのコストを抑えることができるものの、輸送コストが増加してしまうという側面もある (Lin et al. 2022: 1094)。そこで、立地による輸送費用上の不利を埋め合わせる物流サービスの利用可否が重要となる (刁ほか 2017: 61)。特に、小規模 EC 事業の主要な輸配送手段である宅配サービスの拠点ネットワークの充実度や料金水準は、EC 村の発展に大きな影響を与えている (史ほか 2018: 69)。例えば、義烏では伝統的な商業集積を基盤に物流集積が形成され、域内ユーザーのみならずより広域的な物流需要にも応えられるだけの、安価で多様な物流サービスが提

供されている (李 2018: 29)。このような宅配サービスを含む物流サービスは、義烏の EC 村の形成と発展を支える重要な基盤となっている (王 2022: 14)。もっとも、EC 村発展の初期段階には必ずしも十分な物流サービスや施設が整備されておらず、EC 事業と物流システムが相互作用しながら発展する可能性もある (曾・郭 2016a: 43)。また、EC ビジネスの成長に伴って貨物量が増加することで、次第に運賃率の低下や配達効率の向上が実現され、低コストかつ利便性が高い物流サービスの提供が可能となることもある (Wei et al. 2020: 398-399)。

さらに、EC ビジネスの創業には関連知識や情報の獲得が不可欠であり、EC に関する専門知識を持つ人材が求められる (董ほか 2016: 64)。起業先駆者あるいは創業リーダーといった存在は、知識や情報の保有者・伝道者として極めて重要である (曾ほか 2015: 94-95)。起業先駆者の多くは比較的若く、高い学歴や起業精神を持つことが特徴であり、中には都市部でのビジネス経験やインターネットに関する知識を故郷へと持ち帰る「帰郷移民」も多いという (Qi et al. 2019: 111-112)。また、個人のみならず地元企業が創業リーダーの役割を担うケースも見受けられる (Mei et al. 2020: 1607)。このように都市部から帰郷した EC 起業先駆者の行動を周辺の村民らが模倣する形でネット通販事業を立ち上げる現象が、EC 村の発展過程で珍しくない (Qi et al. 2019: 112)。すなわち、周・劉 (2018) が指摘するように、創業リーダーの「示範効果」が農村部 EC ビジネスの成長を加速させ、EC 集積の形成を促進する要因の一つとなり得る (周・劉 2018: 65)。もっとも、このような「示範効果」の影響は EC 集積形成の初期段階において最も強力に作用するが、集積が拡大するにつれて次第に弱まっていくと指摘されている (Mei et al. 2020: 1607)。

中国の農村部は都市部に比べて、人間関係を重視する「顔見知り社会」であり、親戚や隣人の間で特に、情報が多くやりとりされる (Liu et al. 2020: 406)。そのため、住民間のコミュニケーションが EC 知識を伝達する際の主要なルートとなる (周・劉 2018: 66; Lin et al. 2022: 1093)。一方、地元政府や同業組合、EC 企業、専門教育機関によって設立される EC ビジネスに関する訓練・育成コースも EC 知識伝達において重要な役割を果たしていると報告されている (曾ほか 2015: 95; 周・劉 2018: 67)。さらに、こうした知識伝

達の仕組みによる知識スピルオーバー (Knowledge Spillover)³の効果が、EC 村の登場と拡大の一因であると指摘されている (周・劉 2018: 65; Lin et al. 2022: 1093)。

EC 村発展初期では、村民が自発的に EC 事業を興すが、EC 事業が一定規模に達した後、地元政府が事業に積極的な関与を開始するというパターンもしばしば見られる (曾ほか 2015: 95)。とりわけ、労働力など EC 産業の発展に必要な要素が存在する地域では、EC 事業が無秩序に膨張する事態を恐れることが、地元政府の介入理由であるとされる (Lin et al. 2022: 1097)。とはいえ、インフラの整備、EC パークやサービスセンターの設立、低金利ローンの提供、税制優遇措置の実施、行政手続きの効率化、大学との提携によるトレーニングコースの提供、EC 事業の成長に対応した村落の改造といった地元政府による適切な支援策が、EC 事業の発展を後押ししていると多くの研究者は指摘している (Mei et al. 2020: 1607-1608; Wei et al. 2020: 399-400)。それに加えて、多くの大手 EC プラットフォームもまた、各地で EC サービスステーションの設置、トレーニングコースの提供、小規模 EC 事業者向けの融資など、EC 村の発展を支援する取り組みを展開している (Mei et al. 2020: 1608)。

もっとも、一部の地域では、EC 村を制度化する取り組みが依然として不十分であるとの認識が示されている (Phelps et al. 2022: 299)。とりわけ、EC 事業に精通し、EC 産業に関わる行政管理を経験したことのある地方政府の職員が少ないことが制度化の遅れをもたらす原因だとの指摘がある (Zhang et al. 2023: 530)。一部の地域では、EC 事業の健全な発展を目的に EC 関連の同業組合や業界団体を設立する動きが活発化しているが (Li 2017: 61; 曾・郭 2016b: 59; 周・劉 2018: 66)、こうした団体はまだ本格的に普及してはおらず、名ばかりのところも少なくないという (Zhang et al. 2023: 531)。

さらに、ネット通販の発展に伴い、物流サービス、広告、撮影、情報サービスなどの補完サービスが EC 村で次第に充実しつつあるという現象が各地で観察されている (曾・郭 2016a: 39; Li, 2017: 59)。EC 事業の集積は川上産業および川下産業を引き込むとともに、補完サービスをも呼び込む。これにより、EC 事業に

対する投資リスクが低下し、EC 村への新規参入者が増える。そして、さらなる成長を期待してインフラなどの基盤整備が促されるというように、EC 村のビジネスエコシステムはこのような好循環の中で形成されると分析されている (Lin et al. 2022: 1095-1097)。

以上取り上げている先行研究は、中国各地の農村部における EC 集積の全体的な傾向に関する概観である。一方、単一事例または少数事例を取り上げた定性的な分析によって、農村 EC 集積の形成要因を導き出そうとする先行研究からは、農村部の EC 集積の形成過程には実に多様な要因が絡んでいることが見て取れる (曾ほか 2015; 曾・郭 2016a, b; 史ほか 2018; 李・王 2020a, b, c, d)。また、定量的な手法を用いて、淘宝村の形成要因を目指す研究も散見される (周・劉 2018; Wei et al. 2020; 王 2022)。王 (2022) は先行研究の知見を踏まえながら、QCA 分析 (Qualitative Comparative Analysis、質的比較分析) によって、物流サービスと知識ソースの組み合わせが EC 村形成にとって中心的な条件であることを指摘している (王 2022: 15)。

ところで、EC 村の発展には、EC 事業の同質化や人材不足、資金調達の困難といった課題が伴う (Wei et al. 2020: 401)。特に、農村部の EC 事業者が越境 EC 事業に進出する際には、国際貿易に関わる複雑な仕組と慣れない越境 EC プラットフォームに直面するため、事業運営は困難が多い (Zhang 2024: 244-245)。その結果、一部の EC 村では発展が停滞し、衰退あるいは消失した事例も見られる (彭・丁 2024: 106-107)。このように、農村部における EC 集積の形成メカニズムに関する研究においては、EC 村初期段階の形成要因に加え、EC 村の持続的な発展を支える要素を明らかにすることにも意義があるものと考えられる。そこで本研究では、既存研究の知見を踏まえ、EC 集積の典型例に注目することにより、中国農村部における EC 集積の形成と持続的発展のメカニズムを探求することとする。

III 研究手法と研究対象

本研究では、Yin (1994) のケース・スタディ手法を援用し、複雑な現象を理解するために複数のデータ

3 知識スピルオーバー (Knowledge Spillover) とは、企業、組織、または個人が有する知識や技術が、意図的あるいは非意図的に周囲に波及し、他の企業や組織、個人がその知識や技術を活用することで、成長や発展を遂げる現象を指す。

ソースを統合した事例研究を行うこととする（イン 1996(1994): 107）。さらに、探索的ケース・スタディのアプローチを用い、現象の多様な側面を明らかにした上で、理論化を試みる（イン 1996(1994): 186）。

研究対象の選定には理論的サンプリング手法を用いることとする。この手法は、理論を導くためのデータ収集の方法論であり（Glaser & Strauss 1967: 45-77）、現象を理解するために必要なカテゴリーやその特性を幅広く抽出し、それらのカテゴリー同士や属性間の関連性を明確にするためのケース選定手法である（横澤ほか 2013: 46）。本研究では、理論的サンプリングに基づき、「越境 EC が活発的に行われている典型的な EC 村」という基準のもと研究対象を選定した。

また、複数の事例を比較することで共通点や相違点を検討し、結論の一般化の可能性を高めるために、Yin (1994) の提唱する三角測量法を採用している（イン 1996(1994): 122-125）。データ収集には、文献レビュー、現地での直接観察、半構造化インタビューを組み合わせることで、信頼性の高い分析を目指している。

具体的には、まず、EC 村に関する報告書、記事、統計データ、研究論文を中心に予備調査を実施した。その結果、浙江省の義烏市には中国で最も多くの EC 村があり、青岩劉など先駆的な EC 村が存在していることを把握した。そして、域内の EC 村に数多くの越境 EC 業者があり、もっぱら越境 EC を営む村も存在する。以上の理由から、本研究では義烏を研究対象と

して選定した。

2019年8月1日から8月5日まで義烏の5つの EC 村と1つの EC タウンでフィールド調査を実施し、政府関係者、EC 関連教育機関、各村の役場の役員、EC ベンチャーに対して半構造化インタビューを行った。また、各村の EC 店舗や関連する補完産業の実態についても調査した（表1）。

IV 調査からの発見事実

1 調査地域の概要⁴

義烏市は中国浙江省の中部に位置する県級の行政区で、杭州、寧波、上海といった主要都市から100キロ以上離れている。1970年代までの義烏は、一人あたりの耕地面積が少ないほか、土地の肥沃度が低く、経済的に貧しい地域であった。地場産業としては古くから製飴業が営まれ、「敲糖幫（飴のたたき売り）」と称される行商の伝統が根付いていた。この行商人達は、地元で生産した飴を持って省内他県や隣接の江西省、福建省などにまで足を延ばし、鶏の羽等と交換する「鶏毛換糖」⁵と呼ばれる物々交換と、針や糸などの日用品の販売を行っていた。

1970年代後半の改革開放後、義烏の住民はこの伝統的な行商と商業精神を受け継ぎながら、日用品の販売ビジネスを継続的に展開してきた。1982年には日用品の卸売市場「義烏小商品市場」が設立され、1990年代以降、義烏は「小商品市場（国際貿易城）」を中心に急速に発展し、「世界の小商品（日用品・生活雑貨などの軽工業品）の都市」として大きな変貌を遂げた。この小商品市場には約7万5,000のブースが設置され、総販売面積は600万平方メートル以上に達する。ここは、取扱品目が約200万点に及ぶ、軽工業製品の卸売市場としては世界最大規模の商業集積地となっている。義烏は軽工業製品の豊富な品揃えを誇り、世界中210以上の国と地域に製品を供給しており、各国からのバイヤーが訪れる国際的な商業都市になっている。国際貿易城のほかに、義烏市内には、また11の専門市場と14の専門卸売街が存在し、これらの市場の周辺には物流、広告、技術支援、仲

表1 義烏のインタビュー調査

地域	日付	場所	インタビューの主要な話手のポジション
義烏	2019年 8月2日	義烏市場委員会	電商課の課長
		青岩劉村	村書記、EC 企業創業者
		電商小鎮	管理センターの主任、EC 企業マネジャー
	2019年 8月3日	龍回村役所	村書記
		柳二村	村役場の役員、EC 店舗創業者
	2019年 8月4日	義烏工商学院	副院長
		高橋村	村書記
		北下朱村	村役場の役員、微商協会幹事、EC 企業創業者

出所：筆者作成

⁴ 筆者の既刊論文（李 2018: 18-19）及び既刊報告書（李・王 2020a: 54-55）の一部を加筆・再構成している。

⁵ 飴を鶏の羽根と交換し、得られた羽根は小物加工の素材や肥料として活用される。

介、金融などの多様なサービス産業が集積している。このようにして義烏では「小商品市場」を中心とした膨大な商業集積が形成されている。

2010年以降、義烏ではECビジネスが急速に台頭し、2013年にEC取引量がついに小商品市場内の取引量を上回るようになった。義烏市政府の公表データによれば、2023年現在、域内に約65.3万社のEC企業が存在し、年間EC取引総額は4,423.67億元に達しているという。また、越境EC事業者も増加しており、全EC企業のうち約26万社が越境ECを手掛けている。2023年の越境EC取引総額は1,211.6億元で、前年比11.8%増加を達成した。これらのEC事業者はAliExpress、eBay、Amazonといった主要プラットフォームに加え、TikTok、Shopee、TEMU、SHEIN、Lazada、WISHなど新興プラットフォームをも活用している。2018年7月、中国政府は義烏市に越境EC総合試験区を設置することを発表し、義烏は全国34の越境EC総合試験区の設置都市の中で唯一の県級市である。

2009年以降、義烏におけるECビジネスは市街地周辺の農村部にまで徐々に浸透し、都市部を囲む村々がEC集積として成長を遂げている。域内には「中国网店第一村」と称される青岩劉村をはじめ、計225のEC村⁶と13のEC鎮が形成され、中国最大のEC村群が義烏に出現している。

2 EC村の主役：域外からの移住者⁷

義烏のEC村における主な特徴の一つとして、EC起業者の大半が地元村民ではなく、域外からの移住者によって構成されている点が挙げられる。義烏市政府統計局のデータによると、2023年末時点で義烏の常住人口は約190.3万人であり、そのうち半数を超える約100万人が域外からの移住者であった。周辺のEC村における移住者の割合はさらに高い。例えば、北下朱村では、戸籍上の村人（以下同じ）が1,400人に過ぎないのに対し、移住者は1万人を超える。また、青岩劉村では村人が1,700人、外来者が約2万人、龍回村では村人2,170人に対して外来者は3万人に達している。柳一村、柳二村、柳三村を合併した柳青社区でも、約5,000人の村人に対して約5万人の外来者が常住している。

義烏EC集積の重要な人材供給源の一つは、義烏工商職業技術学院（以下、義烏工商学院）である。同学院は職業人材の育成を目的とする市立3年制短期大学である。学生は全国12の省・自治区から集まっており、地元浙江省出身者の割合は1割未満である。多くの卒業生は義烏に定住し、ECベンチャーを立ち上げるか、EC企業に就職している。

EC村は多くの場合、都会から離れた場所に位置しており、「草根階層」⁸出身の創業者が安価な商品を取

表2 EC村のベンチャー像

	年齢	出身地	学歴	主な商材	起業失敗歴	主な仕入れ先	義烏を選んだ理由 （上位2つ）
A氏	30代	湖南省	短大	文房具、事務用品	2回	小商品市場とメーカー直仕入れ	物流、雰囲気
B氏	20代後半	山西省	高卒	清掃用品	1回	アリババのB2Bプラットフォーム	情報、物流
C氏	30代	安徽省	大卒	小型電器	3回	メーカー直仕入れと小商品市場	物流、諸費用水準
D氏	20代半ば	江西省	高専	アクセサリー	無回答	メーカーにOEM委託	情報、ネットワーク
E氏	40代	浙江省	短大	金属製品	3回以上	メーカー直仕入れ	物流、情報
F氏	40代	湖北省	高卒	ニット	大きいのは2回	メーカーにOEM委託と小商品市場	ネットワーク、物流
G氏	30代	安徽省	短大	バッグ類	1回	小商品市場とメーカー直仕入れ	仕入れ、物流
H氏	30代	江西省	大卒	おもちゃ	2回以上	メーカーの委託販売	情報、諸費用コスト
I氏	20代半ば	浙江省	大卒	靴下と靴の中敷き	無回答	メーカー直仕入れ	物流、賃金

出所：2019年8月1日から2019年8月5日まで、義烏のEC村において行ったインタビューに基づき筆者作成

6 そのうち、222の淘宝村がある。
7 筆者の既刊報告書（李・王 2020a: 59-60）の一部を加筆・再構成している。
8 いわゆる「草の根」と呼ばれる、経済力が弱く社会的地位も低い人々を指す。

り扱うという点が特徴的であると指摘されている（阿里研究院 2019）。義烏の EC 村もこの特徴を備えており、多くの草の根的な創業者が EC ビジネスに挑戦している。特に、義烏の EC 村の創業者には、域外からの移住者、若年層、非一流大学出身者という 3 つの属性が顕著に見られる（表 2）。これらの創業者の多くは、比較的経済発展が遅れている地域から移住してきた者である。また、名門大学の卒業生は極めて少なく、比較的偏差値が低い大学や短大・専門学校の卒業生が高い割合を占めている。中で職業教育系の短大や専門学校の卒業生の割合が大きく、高卒者も多く含まれる。

後進地域出身の若年層は、強いハングリー精神と忍耐力を持ち、少ない資金で創業可能な EC ビジネスに挑んでいるといえる。仮に創業に失敗した場合でも、域内の EC 企業に就職し、資金と経験を蓄えた後に再度創業に挑戦する者も多い。このような創業者達は、義烏の EC 村の形成と発展における重要な推進力として機能している。

3 産業基盤としての商業集積⁹

義烏における EC 創業者の多くは高学歴や資金力に恵まれない、草の根的な起業家であり、彼らが義烏に惹かれる主要な要素の一つは、そのフレンドリーな起業環境である。特に、厚い伝統的な商業集積の存在が、この起業環境の重要な要素となっている。

前述の通り、義烏には小商品市場を核とする伝統的な商業集積が存在し、これが義烏の EC ビジネスの基盤となっている。義烏に拠点を置く多くの EC 事業者は、日用消費財のネット通販をベースとした事業を展開している。筆者らのインタビュー調査からは、創業初期において小商品市場を含む現地の卸売市場を主要な調達先として活用していた EC ベンチャーが多いことが分かった。例えば、I 氏は 2017 年南京の大学を卒業した後、義烏に移住し、小商品市場周辺で居住兼事業スペースを確保し、同市場を仕入れ先として生活雑貨の EC 事業を開始した。

2013 年頃から、義烏市政府は「電商換市」という戦略を策定し、独自のプラットフォーム「義烏購」を構築することで小商品市場など卸売市場の EC モーデル化する施策を試みた。しかし、当初の政策は直接的には成果を上げるに至らなかった。一方、市場内の店舗に

おいては EC の浸透によりビジネスのスタイルが確実に変化しており、商談や受注の多くを電話、SNS、メール、EC プラットフォームを通して行う店舗が市場の大半を占めるようになった。

小商品市場に加え、義烏には EC サプライヤー・ベースとしての役割を果たす村が存在している。その一例は、義烏市街地の中心部から東へ約 5 キロの距離に位置する北下朱村である。この村は義烏小商品市場の発祥地の一つとされており、1970 年代末に数軒の農家がカレンダーの制作・販売を開始したことが起源とされている。その後、カレンダーやその他の印刷物を扱う青空市場が自然発生的に形成された。1990 年代以降、この村の印刷物市場は義烏小商品市場に統合されたが、村自体は小商品市場で売れ残った商品の集散地へと変貌した。さらに、村の隣接地には「北下朱貨運市場」と呼ばれる路線便ターミナル（路線便とは、1 台のトラックに不特定多数の荷主の貨物を混載し、決められたルートと拠点を經由して目的地まで運送するサービスを指す）が設置され、ここを經由して売れ残りの在庫商品が路線便ネットワークに載せられ、域外へと輸送される仕組みが整えられた。

2016 年に数名の義烏工商学院の卒業生が北下朱村に移住し、SNS アプリ WeChat（微信）をベースにした「微商」形式の EC ビジネスを開始した。彼らは WeChat 上のバーチャルコミュニティを販売チャネルとして活用し、低価格かつ小ロットの商品の販売を手掛けた。このビジネスが成り立った背景には、大量かつ廉価な売れ残り商品と、利便性が高い物流サービスの存在が挙げられる。彼らの成功を契機に、「微商」のベンダーとして参入しようとする事業者が集まり、商品供給の基盤はさらに強化された。その後、ライブ EC（ライブ配信を通じて商品を紹介し、リアルタイムで購入できる EC の形態を指す）の台頭に伴い、豊富かつ廉価な商品供給がライブ EC 創業者達を惹きつけ、この村はライブ EC ベンチャーの集積地としても知られるようになった。

義烏の EC ベンチャーは創業当初、卸売市場である小商品市場からほとんどの商品を調達していたが、事業の拡大に伴い、市場外の調達ルートを開拓したことで、小商品市場への依存度は低下する傾向が見られた。とはいえ、義烏市政府の市場委員会の推計によれば、

9 筆者の既刊報告書（李・王 2020a: 59-60）の一部を加筆・再構成している。

周辺の EC 村と EC パークに所在する EC 事業においては、小商品市場への仕入依存率は依然として 50～60% と高い水準にあるという¹⁰。

4 EC ビジネスを支える物流集積¹¹

ネット通販を中心とする EC 事業は、ラストワンマイル（最終拠点からエンドユーザーへの配送サービスを指す）の課題を解決する必要がある、比較的高品質かつリーズナブルな物流サービスを必要とする。義烏では、伝統的な商品集積ベースの大規模な物流集積が形成されている（李 2018: 28）。この物流集積では、EC ビジネスの物流ニーズに対応可能な物流サービスを提供する事業者が数多く存在し、EC 村の形成と発展をサポートしている。

義烏域内には現在、国内物流業務を営む企業が約 1,900 社、国際物流業務を営む企業が約 1,600 社もある。そこで提供されるサービスは、トラック輸送、鉄道輸送、航空輸送、海上コンテナ輸送、宅配便、フォワーディングなど多様なモードや形式を含んでおり、中国全土 31 省の 1,502 県と、世界 211 の国・地域に連結している（義烏市市場発展委員会 2024: online）。これにより、中国と世界各地を結ぶ膨大な輸送ネットワークが構築されている。2010 年、義烏市は国連アジア太平洋経済社会委員会（UNESCAP）から「国際陸港都市」として認定され、物流革新都市トップ 10 にもランクインした。さらに、2019 年には中国中央政府によって 29 の物流中枢都市の一つに選定され、中国を代表する物流ハブとして地位を確立している。

義烏は内陸部に位置しているため、国際貿易を支える主要な物流サービスとして、域外の国際海港と国際空港を経由した複合輸送が重要である。代表的な国際輸送サービスには、寧波舟山港を経由するシー＆トラック複合輸送やシー＆レール複合輸送、杭州や上海の国際空港に接続するエア＆ランド輸送がある。これらのインターモーダル輸送（海運や鉄道など複数の異なる輸送手段を組み合わせる貨物を輸送する方法）に加え、ユーラシア大陸横断鉄道のコンテナ輸送サービスである「義新欧」（義烏、新疆、欧州を結ぶ国際定

期貨物列車）も開通し、義烏の国際物流において重要な役割を担っている。

2013 年には、敷地面積が 94 万 m² に及ぶインランド・ポート（無水港）である義烏港が竣工し、供用を開始した。港内には、税関、検査検疫、コンテナヤード、オフィスビル、バンニング施設、保管施設、駐車場といった施設が完備されており、本船荷役を除く国際物流機能をワンストップで提供できる体制が整っている。151 社の物流事業者と 190 社のフォワーダーが構内に拠点を構え、35 万 m² の保管施設も併設され、義烏からの商品輸出活動を支援している。1 日当たり約 1.5 万台以上のコンテナトレーラーが入港し（中国寧波網 2020-12-22: online）、2022 年のコンテナ取扱量は 48.5 万 TEU¹² に達し、前年比 24.4% 増となった（人民日報 2023-03-03: online）。

義烏港と寧波舟山港の一体化が進み、両港はドレージ輸送により効率的に連結されている。義烏港から寧波舟山港経由で貨物を輸送する際には、申告、検査、通関など手続きが一回で完了する仕組みが構築されている。2023 年 1 月から 11 月までの間に、義烏港から寧波舟山港経由でのシー＆レール複合輸送において計 1,632 本の列車が運行し、14 万 6,942 TEU の貨物が輸送された（寧波海関 2023-12-19: online）。さらに、2024 年に完成予定の「義甬舟開放大通道」¹³では、義烏から寧波舟山港ターミナルに直通する新たな鉄道路線が開通する予定である。この新鉄道路線は 2 段積みコンテナ輸送が可能で、1 回あたりの輸送量が倍増するため、期待を集めている（人民日報 2023-03-03: online）。

加えて、「卡车航班」¹⁴と称される義烏から上海や杭州の国際空港と連結するトラック定期便サービスも運行している。このサービスは、中国東方航空などの航空会社が義烏の物流企業と提携して開発したもので、義烏の荷主の空運利用における利便性を高めることが狙いである。一部の国際宅配企業も自社輸送キャパシティを補完するために、この「卡车航班」を利用して

さらに、義烏空港では国際航空貨物輸送サービスの整備も進められている。2019 年には中国郵政との提

10 義烏市場委員会に対するインタビューより

11 筆者の既刊論文（李 2018: 24-26）と既刊報告書（李・王 2020b: 67-68）の一部を加筆・再構成している。

12 TEU とは「twenty-foot equivalent unit」の略で、20 フィートのコンテナに換算した貨物量を表す単位である。

13 「義甬舟開放大通道」は、寧波舟山港、義烏陸港、甬金高速、金甬舟鉄道などを基盤に、海運、空運、陸運を統合する複合輸送システムを構築する戦略プロジェクトである。

14 「卡车」は中国語で「トラック」を意味し、「航班」は中国語で「航空便」を指す。

携により、大阪への直行貨物便が新設され、2024年1月から6月までの間に同線路で106便が運行し、1,072.82トンの貨物が輸送された（浙江省郵政管理局 2024-07-18: online）。2024年7月にはマニラ行きの新路線も開設され、当初は週3便の運航が予定されていたが、今後は週5便への増便が計画されている（義烏商報 2024-07-16: online）。

義烏と欧州を結ぶ国際鉄道コンテナ貫輸送である「義新欧」は、ユーラシア横断鉄道コンテナ定期便の「中欧班列」（中国と欧州を結ぶ国際定期貨物列車）の一環として2014年11月に開設された国際輸送サービスである。義新欧は現在、スペイン、フランス、イタリア、イギリス、ベルギー、ドイツ、チェコ、ロシア、中央アジア諸国、ベトナムなど計17路線を運行し、50カ国以上、160都市以上にわたる広域ネットワークを構築している。繁忙期には1日13便が運行し、輸送実績は2019年の528便から2022年の1,569便に増加した。そのうち、往路便が約6割、復路便が約4割を占めている（人民日報 2023-03-03: online）。

義新欧に対応する鉄道コンテナ・ターミナルも整備が進んでいる。地方政府傘下の国際陸港集団は約1.5億元を投資し、義烏西駅に隣接した場所に、敷地面積53万m²の鉄道物流センターを設置したが、そこには税関検査場、検疫検査場、保税倉庫、コンテナヤード、複合輸送の荷役エリア、事務棟、駐車場などが完備されている。同ターミナルは、義新欧および寧波舟山港に連結するシー＆レール複合輸送の拠点として機能し、義烏の物流ハブ機能を支える重要な役割を担っている。

義烏の越境EC事業者の多くは、物流コスト負担力が弱い日用品を取り扱っているため、運賃が比較的高い航空輸送の利用が困難である。また、海上輸送のリードタイムが長く、スピードを重視するECビジネスの要請に対応できない場合が多い。このような事情を背景に、空運よりは安価で海運よりは迅速かつ柔軟性に優れた鉄道輸送の「中欧班列」サービスの登場と拡充が、義烏の越境ECに適した物流インフラをさらに強化することになった。

EC事業から発生する膨大な小口輸配送ニーズに対応する宅配サービスはEC村の発展にとって不可欠な要素である。義烏には130社の宅配企業が支社や子会社、営業所を構え、500カ所以上の集配拠点が分布している（澎湃新聞: online）。UPS、FedEx、DHL、TNTといった大手インテグレーターをはじめ、約70社の

国際宅配業者が義烏に進出している（浙江省郵政管理局 2024-09-04: online）。2023年、義烏の宅配便取扱個数は105.8億個に達し、上海や北京、深圳などの巨大都市を凌ぎ、広州に次いで全国2位になった。中には、国際宅配便の取扱量は4,898.1万件にのぼり、前年比で46.4%増加している（義烏統計局 2024: online）。

義烏市の西郊外には、急成長するECビジネスに対応するため、大規模な宅配物流園区が整備されている。敷地面積は約40万m²に及び、郵政速通、順豊速通(SF)、天天快通、万通、申通、中通、韻達など中国代表的な宅配事業者が拠点を構えている。この園区では、1日あたり800万件以上の宅配便が処理され、単なる仕分け・発送業務にとどまらず、約6万m²の倉庫も併設され、EC事業向けフルフィルメント業務も積極的に行われている。

また、越境ECを支える物流インフラの整備も急速に進んでいる。義烏空港に隣接するエリアには、大規模な国際郵便互換局と交換ステーションが建設され、稼働している。この施設には越境EC監管センター、税関、検査検疫の出先機関が併設され、これにより越境ECの速達貨物の処理が迅速化され、大幅な時間短縮が実現している。2021年における年間越境EC輸出貨物の処理量は1,279.04万件、金額ベースでは5,284.73万ドルに達し、前年比26.88%増となった（義烏商報 2022-01-07: online）。

小口の輸配送ニーズに適する宅配サービスに加えて、大口輸配送に対応するトラック特積路線便も充実している。物流業者は特定の路線便を運営し、ドア・ツウ・ドアまたはターミナル・ツウ・ターミナルの輸送サービスを提供している。これらの業者は義烏公路港、青口、福田、江北下朱、紅獅物流センターの5つの公共トラック・ターミナルに集積しており、特に、義烏公路港は50万m²の敷地面積と69万m²床面積の巨大な規模を有し、トラック・ターミナルとして中国最大級を誇っている。同ターミナルには260社以上のテナントが入居し、ここから500以上のトラック特積路線のネットワークが全国2,000以上の県レベル地域に分布している。2023年のデータによれば、義烏公路港では1日あたり約28,000台のトラックが出入りし、年間約8,327万トンの貨物が取り扱われている（義烏市陸港集団 2024-05-21: online）。

義烏の物流サービスのもう一つの強みは、非常に低い料金水準になっていることにある。図4で示された通り、浙江省の宅配便運賃水準は全国で最も低く、義

烏は其中でさらに最低水準である。300g 以内の宅配貨物は、中国大陸全土で 1 個あたり 1.5 元という極端な低料金で配送が可能である。一方、大ロット荷物を取り扱う EC 事業者向けには、さらに安価なトラック路線便が提供されている。例えば、義烏から北京までの路線便の運賃は 1 kg あたり 0.5 元に過ぎない。また、義烏には多くの国際物流企業が拠点を構えており、航空便の運賃も南京などの大都市に比べて 1kg あたり数元安く設定されている。加えて、中欧班列の運賃水準は、国際空運の 5 分の 1 以下と非常に経済的であり、海運運賃に比べて約 2 割高いものの、欧州までの輸送時間を約半分に短縮できるという大きな利点がある。

宅配サービスを低料金水準に留められる理由は、小商品市場および EC 集積から発生した膨大な宅配需要と、数多くの宅配事業者間での激しい価格競争にある。加えて、物流集積における多様な物流サービス間のシナジー効果も低料金の実現に寄与している。一部の宅配事業者は小口の宅配便貨物を発送方面別にまとめ、大口貨物として特積路線便に幹線輸送を依頼することで宅配便の運営コストを抑えることができる。こうして宅配便から委託される大量の幹線輸送業務は、路線

便のさらなる便数拡充にもつながっている。

単価の低い日用雑貨類を取り扱う EC 事業者にとって、物流コストはオペレーション全体の費用に占める割合が大きく、その水準が事業の存続と競争力に直接的な影響を与える。筆者が訪問したすべての EC 事業者は、義烏を事業拠点として選択した主要な理由の一つは、コストパフォーマンスと利便性の高い物流サービスであるとしている。

5 EC に関連する知識伝播と人材育成¹⁵

商業集積および物流集積は、EC ビジネスの発展にとって重要な基盤であるが、必ずしも EC 集積の形成に直結するわけではない。その主な理由は、EC ビジネスが伝統的な流通業とは異なる技術的要件を有するためである。EC ビジネスに関連する専門知識のソースと、専門知識が効果的に伝播する仕組みが欠如している場合、EC 集積の形成は難しくなる。

前述の義烏工商学院は EC 人材の育成や専門知識の伝播、EC 創業の促進などにおいて中心的な役割を担ってきたことが、筆者の現地調査で確認された。同学院は早くも 2008 年に EC 専攻を設置し、実践的な職業教育に積極的に取り組んでいる。同年に創業学院（アントレプレナーシップ・スクール）も設立され、全学向けに EC 教育プログラムを展開している。加えて、

ラボの無料貸与や起業ファンドの提供を通じて教員と学生の起業を支援し、「創業班」と称する起業塾も開講しており、2018 年まで 16 期にわたって約 2,000 人の塾生を輩出した。さらに、2009 年から、敦煌网や eBay と連携し、「敦煌班」、「eBay 班」といった越境 EC 教育プロジェクトを開始している。

2016 年に義烏工商学院は EC 専攻と創業学院を統合し、「創業学院・電子商務学院（EC スクール）・創業園（起業パーク）」という新たな組織（以下、EC スクール）を発足させた。現在、EC スクールには、EC ビジネス、ビジネスデータ分析と応用、越境 EC ビジネス、インターネット・マーケティングおよびライブ

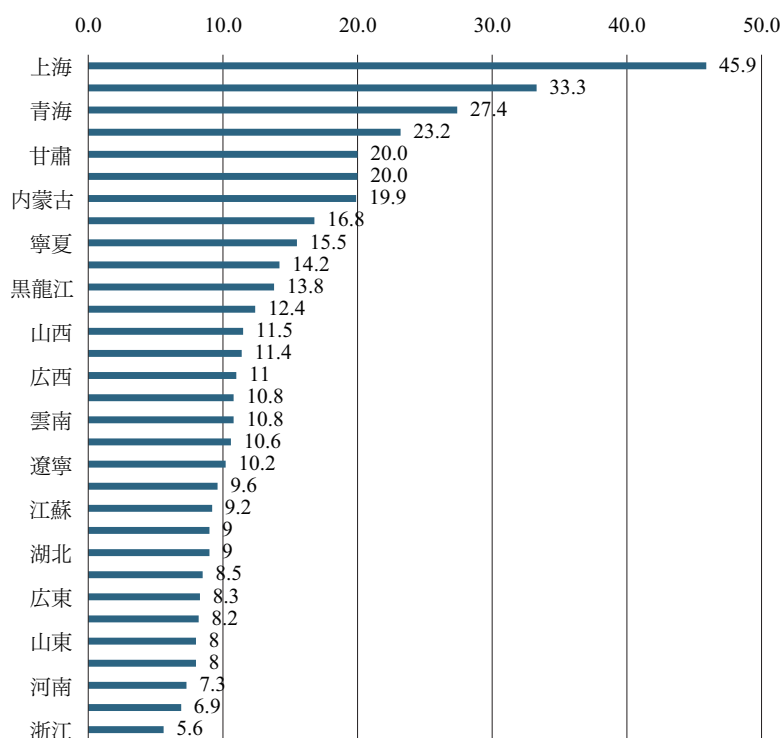


図 4 2021 年中国各省市宅配便平均単価（元／個）

出所：智研シンクタンク 2022

¹⁵ 筆者の既刊報告書（李・王 2020a: 57-58）の一部を加筆・再構成している。

EC という計 4 つの専攻があり、1,960 人以上の学生が在籍している。また、74 名の教員のうち、31 名の「創業導師」（起業メンター）として活動しており、それぞれが経営する EC ベンチャーに希望する学生を参加させることで、実践的なトレーニングを実施している。また、知識やスキルを補うため、EC ビジネスで実績を持つ起業家や、EC 関連の特定技能を有する専門家を客員講師として招聘し、講義を担当させている。さらに、学生のモチベーション向上を図る取り組みとして、創業した学生の店舗売上実績を必修単位に換算する制度も導入されている。加えて、大手 EC プラットフォームから知識を取り入れ、それを人材育成に活用する取り組みも実施している。例えば、2009 年以来、Amazon、WISH、eBay、Shopee、速買通などと提携し、5 つの越境 EC 専門ワークショップを設置し、学生の越境 EC 起業を支援・指導している。

こうした取り組みを通じて、在学生の約半数は 1 年次から教員が主導するプロジェクトに参加するか、自ら EC ビジネスを立ち上げている。学内では、ワークショップとインキュベーターのスペースが無料で提供されているが、こうしたスペースには限りがあるため、多くの学生は青岩劉村や龍回村などの EC 村に誘致され、これらの村に設置されたインキュベーター・センターで事業を立ち上げる。青岩劉村が「中国 EC 村第 1 号」としての地位を確立するきっかけとなったのは、EC 創業を目指す義烏工商学院の在学生を受け入れたことである。2009 年以降、青岩劉村は EC 創業に挑戦する学生に対して無償のワークスペースを提供し、義烏工商学院と連携して無料の EC ビジネス講座を開講している。同様に、龍回村も起業パークを整備し、EC 創業の学生を受け入れることで、EC 村として発展基盤を構築した。このように、義烏工商学院は起業家精神にあふれた EC 人材を周辺の EC 村に送り出し、地域における EC 集積の形成に寄与している。義烏工商学院の調査によれば、学生の卒業後 1 年以内の起業率は、2015 年は 12.78%、2016 年は 11.78%、2017 年は 12.51%、2018 年は 11.84% であり、その中の多くが周辺の EC 村でビジネスを起業したという。

義烏工商学院に加え、義烏の EC 集積には民間教育研修機関が多数設立されており、研修プログラムの開発や提供、インターンのマッチングを通じて、EC 技

術の普及および EC 人材の育成に積極的に取り組んでいる。青岩劉村では「義烏市青岩劉 EC 学院」が設立され、独自に運営されている。龍回村も全国 15 の職業教育系の短期大学と提携して「龍回大学生 EC 創業・人材育成基地」を設立し、域外から学生を受け入れた。学生達は村に半年間滞在し、EC の基礎知識や基本的なスキルを習得した後、企業でインターンシップを行いながら EC 運営に関する実践的なスキルを身につける。このプロジェクトでは、村側は学生に宿泊施設と食費補助を無料で提供し、村の会議室を座学の教室として活用している。プロジェクト修了後、学生の多くは義烏に留まり、自ら起業するか、または義烏の EC 企業に就職している。龍回村にある約 500 の EC 事業者のうち、200 軒のオーナーはこのようなインターンシップや人材育成プログラムを通じて輩出され、村に定着しているという。さらに、各 EC 村の村役場は、草創時の事業者を支援し、最新の業界動向を伝える目的で外部の講師を招聘し、無料の EC セミナーなどのイベントを開催している。提供される教育訓練のプログラムは、デザイン、意匠、EC 店舗オペレーション、調達、フォワーディング、パッケージング、撮影、画像処理、ファイナンスなど、EC ビジネスに関連するほぼすべての分野にわたり、充実した内容になっている。

6 インフラの整備と政府の施策¹⁶

EC 村の形成には、創業者や産業基盤、知識ソースの存在に加え、EC ビジネスに対応するインフラの整備が重要な課題となる。インターネットや道路などの基本的なインフラ整備はもちろんのこと、義烏における EC 集積の主役である域外からの移住者に事業場と住居を提供することも欠かせない。義烏の村々が大量の移住者を受け入れることを可能にしている背景には、この地域特有の「村落改造モデル」の存在がある。

一般的な不動産開発モデルでは、不動産開発事業者が土地を買い取る方式が主流であるが、義烏のモデルでは土地を不動産業者に譲渡せず、農民自身がマンションなどを建設し、家屋賃貸業を行う仕組みが特徴的である。まず、村が市政府に「旧村改造」を申請し、認可後に村全体の土地用途が再設定・再区画される。この際、戸籍上の人口、年齢、婚姻状況、既存宅地の

16 筆者の既刊報告書（李・王 2020b: 66-68、69-70）の一部を加筆・再構成している。

面積などを基に、各世帯に配分する土地面積が算出される。村によって異なるが、一人当たり60～120m²の宅地が配分されるのが一般的である。

村人は配分された宅地に4～5階建てのマンションを建設する。建設費用は自己負担であるが、政府の利子補助を受けた銀行融資を利用できる。この仕組みにより、村人の住居ニーズを満たすと同時に、多数の賃貸物件が市場に供給される。例えば、2018年には義烏の農村部で6.2万戸の不動産証書が発行され、その大半は「旧村改造」による物件であった。仮に1戸あたり100m²を賃貸したとすると、合計で600万m²の賃貸物件が提供されていることになる。

義烏の各村は安定的な賃貸収入の確保を目指し、EC事業者を積極的に誘致している。例えば、龍回村で実施される大学生向けのECインターンシップやインキュベーター運営を通じてテナント誘致を図っている。多くの村人はマンションの最上階を自らの住居とし、1階から3～4階までの部屋を賃貸用とすることで家賃収入を得ている。筆者の調査対象となった龍回村や柳二村では、20m²の部屋が年間約20万円で借りられる。創業者達は最適な条件を求めて村間で拠点を移動することが多く、筆者らの調査では、小商品市場周辺や青岩劉村のようなEC先発村から、家賃がさらに安い柳二村のような後発村に移動するケースも少なくなかった。

さらに、EC村ではインターネット環境など通信インフラの整備も進んでいる。各村は村の資金を用いて光ファイバーの敷設や増強を行い、EC事業者に高速かつ大容量のネット利用環境を提供している。例えば、青岩劉村では村全域で無料Wi-Fiが利用可能となっており、北下朱村では5Gの導入を進めることでライブコマースを支援する環境を整えている。また、情報セキュリティやIT機器メンテナンスの専門業者も誘致することで、IT支援サービスの充実も図られている。

このように、リーズナブルな家賃で住宅兼事業のスペースを確保できる環境は、資金力に乏しい若い創業者を惹きつけ、義烏の商業集積である小商品市場の周辺から郊外の村々へのEC集積の広がりの後押ししている。

義烏の先発EC村は自発的に形成されたものの(王 2022: 8)、その後のEC集積の発展において、地方政府と村役場は共に重要な役割を果たしている。実際、小商品市場などの産業基盤の整備には、義烏市政府が一貫して中心的な役割を担ってきた。1980年代

から現在までに、小商品市場は5回の移転と10回の増築を経ており、これら一連のプロジェクトの企画・建設・実施・運営はすべて市政府の主導で行われた(李 2018: 19)。加えて、港やトラック・ターミナル、宅配物流園区などの物流インフラ整備も、市政府や市営企業が主導して推進している。

義烏市政府はECビジネスの育成と発展を目的とした各種施策を早期から実施してきた。例えば、「義烏購」のECプラットフォームや「電商換市」政策などは、政府主導によるECビジネス促進の代表例として挙げられる。当初、義烏市政府はEC村に対する積極的な関与を行っていなかったが、2015年以降に方針を大きく転換し、EC村への支援を強化した。同年、市政府内に市場発展委員会が設立され、「百村電商プロジェクト」が開始された。この委員会に所属するEC科は、EC事業者数、EC貨物の発送量、EC総売上などの指標に基づき、各EC村を1つ星から5つ星までにランク付けし、評価結果を公表している。さらに、4つ星以上の評価を得た村には市から奨励金が交付される制度が導入された。

また、ECにおけるラスト・マイル配送の利便性の向上を図るため、市場発展委員会は中国邮政と提携し、農村EC公共サービス・ステーション・ネットワークの構築を進めている。従来の郵便局に加え、580の中小規模小売店舗をサービス拠点としてネットワークに組み入れた。さらに、農産品ECの拡大を目的に、民間企業が運営する「緑禾網」のプラットフォームと連携し、義烏域内外の農産品を取り扱うEC事業者を支援している。

義烏市政府は「ECビジネスに優しい環境を整備する」という方針を掲げ、税制や手続きにおける優遇措置を積極的に講じている。税制面では、法人化していないECアカウントには所得税を免除し、法人化している小規模EC企業には低額の定額税を適用するとともに、その他の税制減免措置も適用している。また、行政手続きの簡素化も進めており、身分証明書(IDカード)の提示だけでEC企業の新規登録を1日以内に完了できるようになっている。さらに、越境EC向けの輸出入ワンストップ・サービスの窓口を設置することで、EC企業の利便性の向上にも努めている。

教育訓練コースの受講者が年間1,000人を超える専門教育機関や、EC関連の大型イベントを主催する企業に対しても市から潤沢な補助金を支給している。また、各種EC関連の展示会や国際シンポジウム開催に

対する財政支援も行い、こうした支援策により義烏市のEC集積地としての知名度を向上させ、さらに多くのEC事業者を引き寄せる好循環が形成されている。

義烏では、市政府だけでなく、各村の役場もEC事業の発展に積極的に取り組んでおり、この取り組みがEC集積に大きく寄与している。例えば、「旧村改造」プロジェクトは村民自身の投資で進められるため、村役場が村民を取りまとめ、プロジェクトを推進する役割を果たしている。各村の役場は、プロジェクトの認可申請、村民の説得、土地の区画整理、宅地配分、建物デザイン、建設の入札、テナント誘致に至るまで、すべての段階に深く関与している。当初はテナントの確保を主な目的とし、義烏工商学院の学生や域外からのEC従事者を誘致する村が多かったが、次第に本格的なEC村の形成を目指す村が増えている。

筆者が調査した青岩劉村や龍回村の役場では、EC集積の形成と拡大を明確な目標に掲げている。具体的には、インキュベーターの設置、インターンシップの受入、無料の教育プログラムの実施などに加え、EC事業者向けの相談窓口や苦情受付を行うサービスセンターの開設、EC事業者間の交流を促進するためのサロンの運営、銀行融資の斡旋、商品仕入れ先の紹介など、多岐にわたる支援策を講じている。

7 ECエコシステムの形成・発展

義烏では、産業基盤や物的インフラの整備に加え、物流サービスをはじめEC関連のサポーター事業や補完事業を含むECエコシステムが徐々に形成・発展してきた。義烏の各EC村ではEC事業者に加え、宅配、倉庫、梱包、利用運送などの物流事業者や、ネット店舗運営代行、デザイン、撮影、商標登録、教育訓

練などの補完サービスを営む事業者も増えている。例えば、青岩劉村の事業所構成は、EC店舗を除くと、宅配22%、教育訓練17%、フォワーダー14%、撮影12.5%、デザイン9%、倉庫業8.5%、梱包・パッケージング7%、店舗運営代行5%、商標登録3%となっており、様々な補完サービスの事業者が集まっている。また、デザインや物流サービスなどのサポート事業に特化したEC村も登場しており、例えば、高橋村の2つの物流専門街には国際物流サービスを専門的に手掛ける企業が15社も軒を並べている。

義烏における小規模EC事業者は、当初はEC村の賃貸物件で事業を展開し、事業規模の拡大に伴ってECパークへの移転を図る事例が多い。こうしたニーズに対応するため、義烏全域には計30のECパーク、20のライブコマース基地が整備されており、その総床面積290万㎡に及ぶ。各パークには、各種EC補完サービス事業者のほか、データセンター、コンベンションセンター、展示場、ホテル、飲食店なども併設され、利便性の高いビジネス環境が提供されている。また、義烏では越境ECに特化した「義烏跨境電商園」の整備も進み、その総建築面積は約162万㎡、総投資額は約100億元と推定されている。2024年12月に完了予定の第一期では、10～15階建てのオフィスビル9棟、15～16階建てのアパート4棟、商店施設が建設され、概算投資額は25億元に達する見込みである。さらに、この産業パークでは「倉庫とオフィスの分離」という新しいモデルを採用し、越境EC物流パークも併設されている。これにより、異なる入居ニーズに対応するEC村とECパークは相互補完の関係を築くことができ、義烏のEC集積地の基盤としての機能をさらに強化することにつながっている。



図5 Chinagoods プラットフォーム

出所：Chinagoods 公式サイトより

また、最先端の技術を活用した EC ビジネス支援の取り組みも進んでいる。従来のアリババ、京東、Amazon、TikTok などのプラットフォームの利用に加え、浙江中国小商品城集団¹⁷は Chinagoods という新たなプラットフォームを開設した。このプラットフォームは、小商品市場にある約7.5万の店舗を中心としながらも、200万社にのぼる川上の中小零細企業にもサービスを提供している（図5）。

Chinagoods は膨大な取引データを活用し、供給側と需要側の間で、設計・生産、展示・取引、輸配送・倉庫保管、金融・与信など、幅広いニーズを効率的にマッチングさせる仕組みを構築している。さらに、マーケットエンティティ、業務プラットフォーム、サービスプラットフォーム、インフラの各要素を統合し、オンラインでの展示・取引、通関手続きの簡素化、物流のデジタル化、グローバルなサプライチェーンサービス、信用データの収集・活用、金融サービスの提供など、多岐にわたる機能を果たしている。これにより、義烏小商品市場の全面的なデジタル化を推進し、EC ビジネスのさらなる発展を目指している。

また、越境 EC 事業に特有の課題に対応するため、情報面や金融面での機能強化も進められている。同集団は2023年10月に、世界初の商品貿易分野に特化した大規模言語モデルを発表するとともに、新たにアップグレードした「Chinagoods AI（人工知能）スマートイノベーションサービスプラットフォーム」を立ち上げた。このサービスは画像・動画生成、翻訳・通訳、多言語対応デジタルヒューマン、商品情報のリリースサポートなど革新的な機能を提供し、越境 EC ビジネスをエンパワーメントすることを目指すものである。例えば、「貿語心生」というアプリケーションにより、商品紹介の動画が中国語から自動的に36カ国の言語へ翻訳され、AI デジタルヒューマンを活用した24時間連続の多言語ライブ配信が可能となる。さらに、越境 EC の決済問題の解決を目指し、小商品城集団は「Yiwu Pay」という越境決済プラットフォームを開発した。現在、この決済サービスは150以上の国と地域をカバーしており、47万社以上がユーザーとなっている。2024年1月から9月の取引総額は200億人民元を超え、前年比770%の急増となった。

V ディスカッション

この節では、先行研究の知見とフィールド調査の発見事実を踏まえ、義烏における EC 集積の形成のダイナミズムについて分析する。

義烏の小商品市場を中心とする巨大な商業集積は、EC 事業者には豊富な商品調達チャネルを提供している。また、膨大な物流需要を生み出すこの伝統的な商業集積は、物流集積の生成と発展を促進し、物流集積の発展により商業集積はさらに低コストで高効率の物流サービスを利用可能となる（李 2018: 29）。この産業集積の相互作用は継続的進行し、物流集積と商業集積は相互に強化されながら、EC ビジネスの発展に有利な条件を提供する。これにより、EC 事業者が義烏に集まり、EC 集積の形成が促進される（図6）。

商業集積、物流集積、EC ビジネス集積の三者間で生まれるシナジー効果が、義烏における産業集積のダイナミズムを特徴付けている。一般的には、中間業者を排除する「中抜き」の特徴を持つ EC ビジネスの成長に伴い、伝統的な卸売市場が衰退を余儀なくされることも多い（白戸 2004: 75）。しかし、義烏の卸売市場はこの一般的な傾向とは異なる方向に進化している。小商品市場内の店舗は依然として EC 村の創業者にとって主要な仕入れ先として機能し、同時に地方政府が構築した EC プラットフォームなどによって、伝統的な商業集積である小商品市場の EC 化が進展して

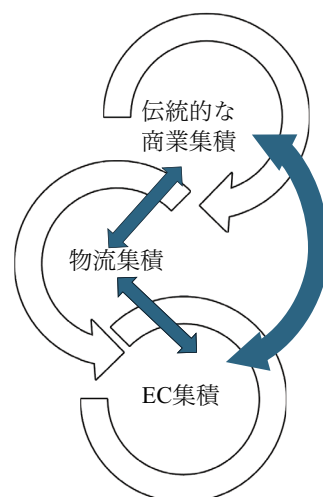


図6 義烏における産業集積のダイナミズム

出所：筆者作成

¹⁷ 義烏小商品市場を運営する会社である。

いる。また、EC集積の拡大につれて、物流の需要がさらに増大し、より多くの物流事業者を惹きつけ、宅配便をはじめとする物流サービスの拡充と物流集積の高度化に寄与している。つまり、商業集積、物流集積、EC集積は互いに依存しながら強化され、義烏における産業集積のさらなる発展を促進している。

義烏における巨大な商業集積と分厚い物流集積の存在は、EC集積の形成において重要な役割を果たすものとして先行研究が指摘する産業基盤や物流サービスといった必要条件に合致している (Li 2017; 刁ほか 2017; 史ほか 2018; Lin et al. 2022)。しかし、伝統的な商業集積と物流集積の存在だけでは、中国農村部におけるEC集積の形成を十分に説明することはできない。

まず、EC集積の形成には、ECビジネスに必要なインフラ整備が不可欠である (Lin et al. 2022)。多くのEC村の地元創業者は、道路やインターネットなどの基本的なインフラを利用して自宅でECビジネスを展開している (Tang & Zhu 2020; 王 2022)。これに対して、域外からの移住者が主役となる義烏のEC村では、独自の不動産開発モデルによりインフラの整備が進められている。このモデルによって基本的なインフラが整備され、その上で生み出された安価な物件は資金力の弱い域外のEC創業者のニーズを満たした。また、改造が進む各村では、継続的に大量の物件が供給されることで、新規創業者の「受け皿」が拡充され、既存の創業者も各自のビジネス状況に最適な物件を見つけやすい環境が整えられている。これにより、外部からの人材流入に加え、義烏のEC村間での人材の流動性も高まり、EC創業者の頻繁な移動がスピルオーバー効果を生み出している。この効果がうまく機能することで、後進の村も次第にEC村へと変貌し、義烏におけるEC集積の拡大が促進されている。

EC集積の形成を促すもう一つの要因は、ECビジネスに関する知識を獲得するための仕組みである (董ほか 2016: 64; 周・劉 2018: 80; Lin et al. 2022: 1093)。先行研究によれば、初期には創業リーダーによる「示範効果」がEC村の形成を促進する一方で (周・劉 2018: 65)、EC村が成長するにつれてこの効果は次第に薄れるのである (Mei et al. 2020)。また、住民間のコミュニケーションに依存するという伝統的な知識伝播の仕組みが存在するものの (周・劉 2018: 66; Lin et al. 2022: 1093)、複雑な知識を正確かつ効率的に伝達するには課題がある。特に、越境EC事業の展開にお

いては、国際貿易、国際物流、越境ECプラットフォームの運用規則、外国語など、専門的で豊富な知識が求められるため (Zhang 2024: 244-245)、単にEC創業者を模倣するだけでは、このような知識の獲得は困難である。つまり、「示範効果」や伝統的な知識伝播の仕組みには限界があり、EC村のさらなる発展を遂げるためには、より高度な知識ソースとその伝播の仕組みを構築する必要がある。

これに関して義烏では、工商学院をはじめとする地元教育機関の実践重視の教育プログラムにより、知識伝播と高度人材の育成といった課題の解決が図られている。前述のように、同学院は多様なEC関連の専門知識を学ぶことのできる専攻を設置していることに加え、実際のEC創業を行う教育プロジェクトも導入している。この実践重視の取り組みにより、より高度な知識を獲得した人材は、知識の「源泉」として周辺のEC村に輩出されている。また、各ECプラットフォームとの緊密な連携により、学生が外部からの最新知識を常に吸収できる環境が整えられている。さらに、EC創業の成功者が客員教員として学校に戻り、より実践的な知識を教授している。加えて、各村ではECに関する民間教育研修機関も数多く設立されている。このように、教育機関、EC創業者、ECプラットフォームが連携し、ECに関する知識と人材を提供する仕組みが形成されつつある。この高度な知識を効率的に伝播する仕組みは、義烏におけるEC集積の形成と発展を支える重要なファクターである。

EC村の形成は、関連産業や補完サービスを引き寄せ、エコシステムを構築し、新規参入を容易にすることで、EC村のさらなる成長を促進する (Lin et al. 2022: 1095-1097)。しかし、地方政府の認識不足や経験不足により、EC村の順調な成長が果たされないという現象も多くの地域で見られる (Zhang et al. 2023: 531)。これに対して義烏では、市政府と村役場が連携し、ECビジネスが発展しやすいエコシステムを構築している。経営の場所、インターネット環境、物流施設などの「ハード」なインフラの整備にとどまらず、行政手続きの簡素化、税制優遇、人材育成の支援、融資のサポートなど「ソフト」な経営環境の構築にも力を注いでいる。さらに、AIなどの新技術を活用するプラットフォームの構築により、EC事業者が直面する商流、物流、情報流、資金流などの課題の緩和にも取り組んでいる。このような多様な機能を持つエコシステムが、創業者の能力を補完することで起業

のハードルを下げている。そのうえ、エコシステム内では事業間の有機的な分業・協業関係が築き上げられ、EC事業の効率性も向上している。こうした取り組みは、既存のEC事業を支えるとともに、新規参入者の増加をも促進し、結果としてEC集積の持続的な発展を実現している。

先行研究では、EC村の形成には、EC事業が都市部から農村部に移転するモデルと、地元の資源や産業基盤に依存するモデルの二つがあると指摘されている (Liu et al. 2020: 406; Wei et al. 2020: 393)。しかし、越境ECが活発に行われる義烏の

EC村の形成と発展は、どちらのモデルにも完全に合致してはいない。一般的には、豊富な国際貿易経験、便利な国際物流のサービス、高度なインターネットスキルと知識が必要であるため、農村部での越境ECの展開は都市部よりも困難であると考えられている (Zhang 2024: 244)。本研究では、義烏のEC村の事例を通じて、農村部におけるEC集積の形成と発展において鍵となるのは、産業集積としての伝統的な商業集積、利便性とコストパフォーマンスを兼ね備えた物流サービス、ECビジネスに適したインフラの整備、高度な知識ソースと人材育成の仕組み、さらに起業ハードルを下げるビジネスエコシステムといった重要なファクターであることが明らかになった (図7)。これらのファクターを取り入れたメカニズムの構築によって、農村部における越境EC集積の形成は初めて可能になるのである。

VI おわりに

本研究では、中国農村部におけるEC集積の理論的サンプルとして義烏のEC村を取り上げ、産業基盤、物流サービス、インフラの整備、知識ソースとその伝達仕組み、政府の施策、ECエコシステムの構築などの諸要因がEC集積の形成に及ぼす影響を解明した。義烏で見られるEC村の形成メカニズムは、中国農村部全体におけるEC集積が今後いかなる方向に進化するかをも示唆しているといえる。

先行研究でも指摘されているように、人材不足や資金不足、立地条件による情報の非対称性といった問題

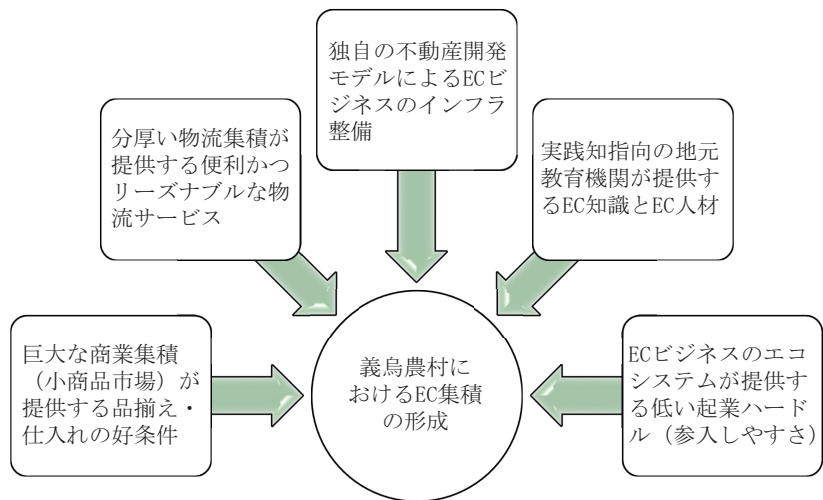


図7 義烏 EC 集積の形成メカニズム

出所：筆者作成

は、しばしばEC村のさらなる発展を制約する (Wei et al. 2020: 402)。たとえ産業基盤や物流サービスによりEC村が形成されたとしても、これらの制約により衰退や消失に向かう可能性もある (彭・丁 2024: 110–113)。これに対して義烏では、既存の商業集積と物流集積、基本的インフラのほか、短期大学や専門教育機関を核とした知識伝達の仕組み、地方政府の適切な施策、有機的なECエコシステムがこれらの制約を緩和し、域内のEC村が持続的な発展を遂げている。また、EC集積と伝統的な商業集積、物流集積間のシナジー効果により、ECビジネスを中心とした産業集積全体の持続的な発展が進んでいる。これは、義烏のEC村で越境ECと国際物流サービスが急速に成長していることによっても裏付けられる。

「インターネット+」の普及は農村部および経済後進地域に新たな機会をもたらす一方で、デジタル・デバイド (digital divide) や地域格差を生み出す可能性があることも指摘されている (Wei et al. 2020: 383)。本研究では、EC村の発展がトリクルダウン効果に依存せず、新技術の恩恵を農村の「草根階層」へ直接届けることで、デジタル・デバイドの解消に貢献している点も明らかにした。

このような農村部EC集積の発展は、中国の既存の流通システムに大きなインパクトを与えている。村民はECのユーザーだけでなく、ECビジネスのプレーヤーとして登場し、都市部と農村部をつなぐ双方向的な流通システムの発展を推進している。また、進化し続ける農村部のEC集積は今後も、農村振興のエンジンとして機能し、農村部経済全体の活性化につながる

と期待される。

本研究にはいくつか課題が残されている。本稿で取り上げた事例は同じ地域内の5つのEC村に限定されており、導き出された結論が多様なタイプがある中国のEC村全体をカバーしているとは言い難い。従って、同域内の事例の追加や他地域のEC村群との比較など、さらなる調査・検証が必要である。また、越境EC村の発展に関しては、アンチグローバリゼーションの動きが及ぼす影響にも注目すべきである。今後もこれらの点を継続して研究し、解明に努めたい。

謝辞

本稿は、科学研究費補助金基盤研究C（課題番号23K01655）の支援を受けて行われている研究成果の一部を反映している。現地調査の際には、多くの義烏の皆様にご協力を頂いた。ご氏名は伏せさせていただくが、心より感謝している。

参考文献

（日本語文献）

イン, ロバート K

1996『ケース・スタディの方法 第2版』近藤公彦(訳)、千倉書房 (Yin, Robert K 1994 Case study research 2/e. Sage Publications.)。

王 亦菲

2022「中国農村部におけるECクラスター形成要因に関する研究：QCAアプローチ」『中国経済経営研究』5(2): 1-18。

経済産業省

2024『令和5年度電子商取引に関する市場調査報告書』。

白戸 伸一

2004「デジタル時代の流通論」『浦和論叢』32: 53-79。

横澤 公道・辺 成祐・向井 悠一郎

2013「ケース・スタディ方法論：どのアプローチを選ぶか」『赤門マネジメント・レビュー』12(1): 41-68。

李 瑞雪

2018「商業集積の発展とロジスティクス・クラスターの形成(II)：義烏の事例」『経営志林』55(1): 17-37。

李 瑞雪・王 亦菲

2020a「何が寒村をEC集積地に変貌させたのか：中国最大の“淘宝村”義烏の事例（前編）」『ロジスティクス・ビジネス』20(3): 54-60。

李 瑞雪・王 亦菲

2020b「何が寒村をEC集積地に変貌させたのか：中国最大の“淘宝村”義烏の事例（後編）」『ロジスティクス・ビジネス』20(4): 66-70。

李 瑞雪・王 亦菲

2020c「中国“淘宝村”探訪記：山東省曹県（前編）地元の伝統的産業をEC事業化」『ロジスティクス・

ビジネス』20(6): 64-68。

李 瑞雪・王 亦菲

2020d「中国“淘宝村”探訪記：山東省曹県（後編）物流サービスの発達と農村振興政策」『ロジスティクス・ビジネス』20(7): 54-58。

（英語文献）

Glaser, B. G., & Strauss, A. L.

1967 *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Mill Valley, CA: Sociology Press.

Li, Anthny HF.

2017 E-commerce and Taobao Villages: A Promise for China's Rural Development? *China Perspectives* 2017(3): 57-62.

Lin, J., Li, H., Lin, M., & Li, C.

2022 Rural e-commerce in China: Spatial dynamics of Taobao Villages development in Zhejiang Province. *Growth and Change* 53(3): 1082-1101.

Liu, M., Zhang, Q., Gao, S., & Huang, J.

2020 The spatial aggregation of rural e-commerce in China: An empirical investigation into Taobao Villages. *Journal of Rural Studies* 80: 403-417.

Mei, Y., Mao, D., Lu, Y., & Chu, W.

2020 Effects and mechanisms of rural E-commerce clusters on households' entrepreneurship behavior in China. *Growth and Change* 51(4): 1588-1610.

Phelps, N., Wang, C., Miao, J. T., & Zhang, J.

2022 E-commerce: A platform for local economic development? Evidence from Taobao Villages in Zhejiang Province, China. *Transactions in Planning and Urban Research* 1(3-4): 251-268.

Qi, J., Zheng, X., & Guo, H.

2019 The formation of Taobao villages in China. *China Economic Review* 53: 106-127.

Tang, W., & Zhu, J.

2020 Informality and rural industry: Rethinking the impacts of E-Commerce on rural development in China. *Journal of Rural Studies* 75: 20-29.

Wang, C. C., Miao, J. T., Phelps, N. A., & Zhang, J.

2021 E-commerce and the transformation of the rural: The Taobao village phenomenon in Zhejiang Province, China. *Journal of Rural Studies* 81: 159-169.

Wei, Y. D., Lin, J., & Zhang, L.

2020 E-commerce, Taobao villages and regional development in China. *Geographical Review* 110(3): 380-405.

Zhang, J., Wang, C. C., Phelps, N. A., & Miao, J. T.

2023 Rural e-commerce and emerging paths toward product renewal: Evidence from Taobao villages in Zhejiang province, China. *The Professional Geographer* 75(3): 521-535.

Zhang, J.

2024 A Study on Strategies for the Collaborative Development of Multi-Subject Cross-border E-commerce in Rural Areas. *Academic Journal of Business & Management* 6(3): 243–249.

(中国語文献)

阿里研究院

2019 『中国淘宝村研究報告 (2009–2019)』。

阿里研究院

2020 『1 % の改变—2020 中国淘宝村研究報告』。

阿里研究院

(n.a.) 『淘宝村名单 (各年版)』。

刁 貝娣・陳 崑崙・丁 鐳・曾 克峰

2017 「中国淘宝村の空間分布格局及其影響因素」『熱帯地理』37(1): 56–65。

董 坤祥・侯 文華・丁 慧平・王 萍萍

2016 「創造新導向の農村電商集群發展研究：基于遂昌模式和沙集模式的分析」『農業經濟問題』(10): 60–69。

彭 紅艷・丁 志偉

2024 「中国淘宝村“增長—消失”的時空特征及影響因素分析」『世界地理研究』33(4): 103–116。

史 修松・張 洋・張 効楨

2018 「農村電商產業集群發展區域差異研究：来自淘宝村的証据」『淮陰工学院学报』35(6): 64–70。

曾 億武・郭 紅東

2016a 「農產品淘宝村形成機理：一個多案例研究」『農業經濟問題』(4): 39–48。

曾 億武・郭 紅東

2016b 「電子商務協會促進淘宝村發展的機理及其運行機制：廣東省揭陽市軍埔村的實踐為例」『中国農村經濟』(6): 51–60。

曾 億武・邱 東茂・沈 逸婷・郭 紅東

2015 「淘宝村形成過程研究：以東風村和軍埔村為例」『經濟地理』35(12): 90–97。

中国商務部

2023 『中国電子商務報告2022』。

周 応恒・劉 常瑜

2018 「淘宝村”農戶電商創業集聚現象的成因探究：基于沙集鎮和顏集鎮的調研」『南方經濟』(6): 62–84。

(ウェブページ)

義烏市市場發展委員會

2024 「關於對義烏市十六屆人大三次會議江東街道2 号建議答復的函」http://www.yw.gov.cn/art/2024/6/14/art_1229668134_59483935.html (最終閱覽日2024年11月3日)

義烏市陸港集團

2024-05-21 「義烏公路港獲評中国物流学会産学研基地」http://www.yw.gov.cn/art/2024/5/21/art_1229134684_59480348.html (最終閱覽日2024年11月5日)

59480348.html (最終閱覽日2024年11月5日)

義烏商報

2022-01-17 「去年義烏快件(跨境)監管中心 數清關業務位居全國第一」http://szbl.ywcity.cn/content/202201/07/content_191639.html (最終閱覽日2024年11月4日)

2024-07-16 「中国郵政義烏義烏至馬尼拉國際貨運航線開通」http://www.yw.gov.cn/art/2024/7/16/art_1229187636_59487869.html (最終閱覽日2024年11月3日)

義烏統計局

2024 『2023 年義烏市國民經濟和社会發展統計公報』https://zjjcmpublic.oss-cn-hangzhou-zwynet-d01-a.internet.cloud.zj.gov.cn/jcms_files/jcms1/web3549/site/attach/0/bb2669e30f334dfa91dd7b459a809cd3.pdf (最終閱覽日2024年11月4日)

人民日報

2023-03-03 「走進義烏看活力」<http://society.people.com.cn/gb/n1/2023/0303/c1008-32635265.html> (最終閱覽日2024年11月3日)

2023-10-30 「2023 年度前三季度、全國農村網絡零售額達到1.7 萬億元、增長12.2%」http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2023-10/30/nw.D110000renmrb_20231030_1-09.htm (最終閱覽日2024年11月1日)

2024-06-04 「全國跨境電商主體超12 萬家」http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2024-06/04/nw.D110000renmrb_20240604_3-02.htm, (最終閱覽日2024年11月1日)

浙江省郵政管理局

2024-07-18 「義烏至馬尼拉國際貨運航線開通」<http://zj.spb.gov.cn/zjsyzglj/c100057/c100061/202407/a20087dfcb074f2db8196bcca6bec6c1.shtml> (最終閱覽日2024年11月3日)

2024-09-04 「義烏局積極推動跨境寄遞業務」<http://zj.spb.gov.cn/zjsyzglj/c100057/c100061/202409/9d619b1feb941de8930811e9a5bfdd0.shtml> (最終閱覽日2024年11月4日)

智研シンクタンク

2022 「2021 年中国快遞行業發展現狀及市場競爭格局分析」<https://www.chyxx.com/industry/202202/994514.html> (最終閱覽日2024年11月5日)

中国國家統計局

2024 『中華人民共和國2023 年國民經濟和社会發展統計公報』https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202402/t20240228_1947915.html (最終閱覽日2024年11月2日)

中国寧波網

2020-12-22 「世界第一港」新跨越 從三個維度看總書記點讚的「硬核」力量 <http://news.cnnb.com.cn/system/2020/12/22/030214438.shtml> (最終閱覽日2024年11月3日)

寧波海關

2023-12-19 「義烏—寧波舟山港万海航運海鉄聯運直裝班

列首発」 http://ningbo.customs.gov.cn/ningbo_customs/ztjj92/4339819/5579398/index.html (最終閲覧日 2024年11月3日)

澎湃新聞

「義烏成全國首個年快遞量破百億件縣級市、總量占浙江四成」 <https://baijiahao.baidu.com/s?id=17856103253>

97729257&wfr=spider&for=pc (最終閲覧日 2024年11月3日)

Chinagoods 公式サイト

https://www.chinagoods.com/perform_introduce (最終閲覧日 2024年11月5日)

The Formation and Development Dynamics of E-Commerce Clusters in Rural China:

Based on A Case Study of Yiwu's E-Commerce Village

Ruixue LI*¹ and Yifei WANG*²

With the spread of e-commerce, a new type of industrial cluster called “e-commerce villages” (EC villages) has been forming in rural areas of China, based on online retailing. These rural e-commerce operators are not only targeting the domestic market in China but are also actively participating in cross-border e-commerce. The rapid growth of EC villages has contributed to rural revitalization and significantly influenced the development of rural economies. This study focuses on EC villages engaged in cross-border e-commerce, aiming to elucidate the dynamics behind the formation and development of these e-commerce clusters. To explore the factors contributing to the formation of e-commerce clusters in rural areas, field research was conducted in five EC villages located in Yiwu City, Zhejiang Province, China. By understanding the actual conditions of EC villages and building upon insights from existing research, the study analyzes the mechanisms behind the formation of e-commerce clusters in rural areas.

The field research confirmed that the importance of related industrial foundations and basic infrastructure aligns with existing research. Additionally, the study identified several key factors for the formation of e-commerce clusters: logistics services that combine convenience and cost-effectiveness, infrastructure tailored to e-commerce businesses, mechanisms for advanced knowledge sharing and human resource development, and a business ecosystem that lowers the barriers to entrepreneurship. Furthermore, the synergy effects generated among commercial clusters, logistics clusters, and e-commerce business clusters in Yiwu were found to be critical in promoting the sustainable development of regional industrial clusters.

Keywords

E-commerce, EC villages industrial clusters, China, rural areas, logistics

*¹ Hosei University

*² Southwest Jiaotong University