

■ 修士論文要旨

日中宅配便事業の国際比較

— ネット通販を中心に —

Home Delivery Services in China and Japan : An International Comparative Analysis

— Focused on Selling over the Internet —

神奈川大学大学院 経営学研究科
国際経営専攻 博士前期課程

石 蓉

SHI, Rong

本論文は、日中宅配便事業とネット通販の発展を整理し、具体的な事例を通して、ネット通販における宅配便企業の現状について紹介する。宅配便事業とネット通販の発展により、その関係性について研究し、両者の関係性を探すことを目的とする。

論文における研究方法は、資料研究である。

論文における研究方法は、資料研究である。日中宅配便事業に関する資料とネット通販の資料を調べ、日本のネット通販における宅配便事業の現状を把握し、両者間の補完性を解明する。また、中国のネット通販における宅配便事業の現状について調べ、両者間の競争性について詳しく論じる。

本論文の研究背景には、2014年に中国全国における宅配便取扱量は前年比52%増の140億件、売上高は同42%増の2040億元（約3兆9500億円）だった。また、年初から9月までの取扱量の累計では、45ヶ月連続して前年同月を50%以上上回った。中国で宅配便事業が始まってから年間取扱量が10億件に成長するまでには26年間かかったが、10億件から100億件に成長するまでは8年間しかかからなかったという。中国の宅配便の成長を大きく後押ししたのは、電子商取引の急増だという。電子商取引サイト運営の最大手であるアリババ集

団は2014年、1日当たりの取引が571億元という「世界記録」を樹立した。ネット通販企業がサービス向上等を目的として物流分野に参入する一方で、物流企業が取引量アップ等を目的としてネット通販等のエレクトリック・コマース（EC）分野に参入するという、交差する流れが新局面を作り出したのである。このような状況は、日本の宅配便事業の発展とはかなり異なるものと考えられる。

本論文の構成は、1章は序論である。第2、第3章は日本、中国の宅配便事業とネット通販について説明する。最後、第4章は結論である。各部分の概要は以下に示す通りである。

まず、第1章では、本研究の背景と目的について述べた。

次に、第2章では、日本の宅配便事業とネット通販について説明する。その中で、日本におけるネット通販と宅配便事業の関係性を探るため日本宅配便事業とネット通販の定義や発展を紹介した。日本宅配便企業のネット通販の現状については、公社企業の代表企業の日本郵便と民間企業の代表企業のヤマト、佐川急便の三社を事例として取り挙げ、説明する。

そして、第3章では、中国宅配便事業とネット通販について説明する。日本との比較のため、中国におけるネット通販と宅配便事業の関係性を探るため中国宅配便事業とネット通販の定義や発展などを紹介した。中国宅配便企業のネット通販の現状については、国営企業の代表企業の中国郵便、民営企業の代表企業の順豊、申通、外資企業の雅瑪多（中国）運送公司（日本ヤマト運送会社）四社を取り上げる。

最後に、第4章では、ネット通販による日中宅配便の現状を比較しつつ、ネット通販事業から宅配便事業へ需要の提供、宅配便事業からネット通販事業への新たなサービスの提供という、通販事業のインフラを充実する関係を明らかにする。ネット通販と宅配便事業との関係を示しながら、ネット通販による日中宅配便事業の共通点と相違点を明らかにする。ネット通販と宅配便事業の補完性と競争性について論じる。