

若年層におけるオンラインショッピングの普及にともなった商店街の変容

－ 呼和浩特市附中東通りを事例に－

蘇德斯琴 庄子 元 関根 良平

I 問題の所在

二十一世紀に入ると、コンピューターを介したインターネット通信技術は飛躍的に発展し、パソコンによる情報通信は世界的に普及した。そして、情報検索機能と情報通信スピードはスマートフォンの普及にともなって進歩し、これによってオンラインショッピングは急速に拡大している。オンラインショッピングの普及は人々の購買や消費行動を大きく変化させただけでなく、各地域の経済や商店街のあり方にも顕著な影響を与えるようになった。とりわけ、14億という膨大な人口を抱える中国ではオンラインショッピングが劇的に拡大し、世界各国からの注目を浴びている¹⁾。

現在、中国の若者を中心とする消費者は、紙幣や貨幣といった現金通貨を持ち歩かなくなり、スマートフォンだけですべてを済ませつつある。例えば、大型スーパーから個人経営の商店に至るまで、日常的な買い物の支払いを「WeChat Pay」や「Alipay」などのアプリケーションで済ませることが可能であり、さらに各銀行の口座管理や送金、家庭生活に関わる電気代や水道代、交通費などの支払いを行うこともできる。こうした支払い形態の変化によって、対面での支払いを行う支店の窓口が大幅に減少し、支払い形態の変化は社会全体の就労形態にまで影響を及ぼしている。最新の報道によると、

2019年6月現在、オンラインショッピング者数は中国全土で6.38億人にのぼり、2018年6月と比べると6,990万人増加した。これはインターネット利用者全体の74.8%を占める数値である。このうちスマートフォンを含む携帯電話を利用したオンラインショッピング者数は6.21億人になり、2018年6月から6,464万人増え、携帯電話利用者数全体の73.4%を占めるようになっている（China Internet Network Information Center 2019）。こうした数値を踏まえれば、扶養されている子どもやインターネットへのアクセスが困難である高齢者を除いた消費者のほとんどがインターネットを利用して買い物をしているといえよう。つまり、現在の中国ではオンラインショッピングは日常生活に欠かせないサービスの一つになってきたといえる。

こうしたオンラインショッピングの普及は、人々の生活や社会経済活動に便宜をもたらしたものの、個人情報漏洩や悪質な詐欺事件、偽物や不良品による被害の多発といった様々な問題を引き起こしている。そのため、オンラインショッピングに関する先行研究では、消費者の権利を損なうケースが数多く発生していることが注目され、いかなる方法で消費者の権利を保護するかが検討されている。例えば、姜・張（2017）はインターネットでの消費者の権利を保護する必要性を強調しつつ、中国のイン

ターネット市場に関する法律が不足している状況を指摘し、関連する法律や規定を迅速に充実させることを呼び掛けている。これと同様に陳(2017)もオンライン上の消費者に関する法整備の欠点の中でも、消費者の個人情報保護における問題点を指摘し、関連法律を充実させることによって消費者の権利を保護し、インターネットを利用した消費を持続可能的に発展させていくことを強く求めている。また、盛(2019)は海外のネットショップを事例に、国際的なネットショップにおける問題点を上げ、各国の関連機構との有力な協定や協力を提唱している。そのほかには、オンラインショッピングにおける過包装による環境汚染問題やそのリサイクルの推進を論じた周ほか(2019)、中国の農村地域におけるオンラインショッピングの実態を分析し、農村地域のインターネット環境および交通網や運搬システムといった基盤整備の強化を指摘した王(2019)、大学生をはじめとする若者のオンラインショッピングの実態を把握した魏(2017)と陳・時(2019)などが挙げられる。

このように、オンラインショッピングに関する研究成果は様々な分野で蓄積されているが、そのほとんどは中国国内の沿岸部や大都市といった比較的発展している地域を対象としている。そのため、本研究で取り上げる中国内陸の内モンゴル自治区に代表されるような比較的経済発展が遅れている地域を取り上げた研究蓄積が求められる。また、先行研究の多くは購買行動の実態の把握や、オンラインショッピングに関する法律の未整備や過包装といった諸問題の指摘が中心であり、若年層を中心とするオンラインショッピングの普及が、実在する商店街にどのように影響を及ぼしているのかという点に注目した研究はみられない。そこで、本研究では内モンゴル自治区の首府である呼和浩特市内において「若者の街」と呼ばれる「附中東通り²⁾」の商店街を対象に、その周辺に居住する若者の

購買行動の実態を把握するとともに、附中東通りにおける店舗構成の変化や経営状況を明らかにすることで、オンラインショッピングが普及したことによる商店街への影響を検討する。

II 調査地域の概況

本研究で取り上げる内モンゴル自治区は、中国の北国境に位置するモンゴル民族を主とした少数民族地域である。首府である呼和浩特市は自治区の中央部に位置する(図1)。2019年現在、呼和浩特市の人口は約230万であり、呼和浩特市は自治区の経済、政治、文化などの中心地で

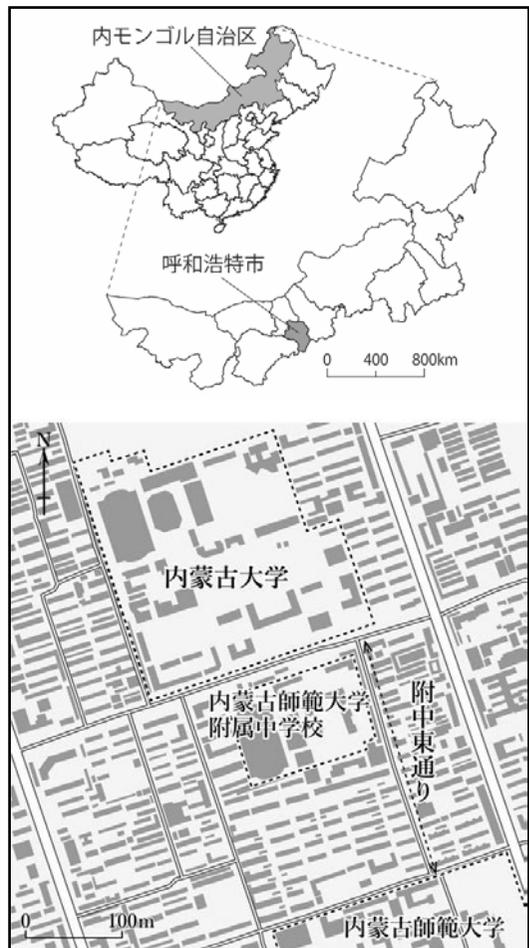


図1 研究対象地域

ある。自治区における教育の中心地でもある呼和浩特市には、自治区内のほとんどの大学や専門学校などが集中している。そのため、呼和浩特市はこれらに通う若年層の人数が最も多い内モンゴル自治区の都市である。そのなかでも市内の大学が集中しているエリアには大学生向けの商店街が形成され、大学生をターゲットとする経済活動が展開してきた。

本研究の調査地域である附中東通りは南北にそれぞれ大学が立地し、附属中学校にも面していることから「若者の街」と呼ばれていた。附中東通りには南北方向の道路を挟んで両側に店



写真1 附中東通り西側の店舗
2019年5月筆者撮影



対象写真2 附中東通り東側の店舗
2019年5月筆者撮影

舗が立ち並んでいるが、店舗の形態は東西で異なる。西側の店舗は、附中東通りが開発された2000年頃の建物であり、二階建ないしは三階建である(写真1)。一方、東側は商店街としての開発地ではなく、その多くは住宅地や行政事務所などであった。西側に商店街が形成した後、複数の大学から近距離に位置するという環境から附中東通りに対する商業地需要は増加した。こうした需要の高まりに応じて、住宅や事務所の一階部分、倉庫の一部を改築した店舗が東側に並んでいる(写真2)。

このように大学から近距離に位置するという立地環境から商店街が拡大した附中東通りには、若者向けの商品、とりわけ若者を対象とするファストファッションの店舗が立ち並び、呼和浩特市内において特異な景観を形成していた。

III 若者のインターネットでの購買行動

本研究では附中東通りを往来する若年層150名³⁾を対象に、オンラインショッピングに関するアンケート調査を実施した。なお、このアンケート調査の実施時期は、2019年5月～11月である。

150人のうち91%を占める137人が学生であり、残りの9%は社会人であった。また、137人の学生のうち、113人は附中東通りの近隣に立地する内蒙古大学、内蒙古師範大学、内蒙古農業大学の学生であり、残りの24名は附中東通りから8～20km離れた専門学校の学生であった。回答者の性別に注目すると、150名のうち109人が女性であり、41名が男性であった。

ここでアンケートに回答した大学生の生活環境について整理したい。彼らのほぼ全員は各大学の寮に住んでいる。上述した大学の寮では各部屋に、学部生は6人、修士課程の院生は4人、博士課程の院生は2人が割り当てられる。寮では各階に共用のトイレや洗面所が設置されているが、台所は設けられていない。また、冷蔵庫

や電子レンジといった調理に用いる電化製品の使用は禁止されている。そのため寮に居住する大学生は、大学の敷地内に設置されている学生食堂を利用するか、学外の飲食店で食事をとることが一般的である。

アンケート調査ではオンラインショッピングを「全くしない」という回答はみられなかった。オンラインショッピングの頻度は、毎月1～2回する者が150人のうち9%を占め、毎週1回する者が70%、さらに毎週複数回購入する者が21%となっている。したがって、9割以上は毎週一回以上、ネットショップから何らかを購入しているということになり、こうした購入頻度の多さから、購入機会の8割以上がオンラインショッピングであるという者は65%にのぼる。こうした背景にはスマートフォンの普及によってネットショップへのアクセスが容易になったことが考えられる。スマートフォンが普及する以前はインターネットへアクセスするためにはパソコンが必要であり、また建物のインターネット通信整備も必要であったため、オンラインショッピングはそれなりに制限されていたと考えられる。しかし、現在ではスマートフォンの購入と通信キャリアとの契約によって容易にインターネットを利用することができる。そのため、オンラインショッピングを買い物の手段として選択する理由に、どこからでもアクセスできるという利便性の高さが回答され、この回答は値段が安い、商品が豊富であるという理由に並んでほぼ全ての回答者が答えた項目であった。

次にオンラインショッピングでの購入品目を把握する。大学生に代表される若年層は、家庭をもつ社会人と違い、日常生活で必要となる物品はそれほど多くない。とりわけ上述したように個人的な空間と電化製品の使用が制限される寮に居住している大学生では尚更である。オンラインショッピングで購入する商品のうち、最多であったものは衣類であり、150人のうち114

人がオンラインショッピングの中で最も多く購入しているのは衣類であると回答している。そして、これに日用品、本と続く。こうしたオンラインショッピングで利用されているネットショップは、8割以上が「淘宝网」であり、次に「天猫」と「京東」が並んでいた⁴⁾。ほとんどの若年層が利用しているオンラインショッピングであるが、この満足度を問うと、非常に満足しているという回答が17人、満足しているという回答が114人であり、87.3%の回答者がオンラインショッピングに満足しているという結果になった。一方で、何らかの不满を抱えていた19人にその理由を尋ねたところ、配達時間が遅い(写真3)という意見に加え、商品の質が良くないという回答が散見された。

こうしたインターネットを介して販売される商品の質に関する認識は、とくに食品の購入に対して影響を及ぼしている。本研究のアンケート調査では食品をインターネットで購入する者は少なく、その理由には寮に調理設備が整っていないことに加え、食品の安全性に不安があるため、実際に確認することができるスーパーや商店で購入するという回答が得られた。また、呼和浩特市内の中心部には大規模なショッピングセンターが立地しているが、このショッピ



写真3 大学の寮への商品の配達
2019年5月筆者撮影

グセンターを含め、市内中心部にどのくらいの頻度で行っているかを尋ねたところ、150人中130人が月に一度くらい行くものの、その訪問理由は映画や食事であり、買い物はあまりしないという回答であった。

IV 附中東通りの変化

附中東通りが開発された2000年頃の様子を、当時から続く商店の経営者に聞くと、商店街の8割以上が若者向けの衣類や学生層に好まれるプレゼント用の商品を販売する店であったという。これらの店舗では、中国の南方や沿岸部の都市部から発信される若者向けの最新デザインの衣類をいち早く取り入れ、人気を集めていた。一方、学生生活で必要となる文房具や生活用品を扱う店舗は、当時からあまり入居していなかった。その理由は、附中東通りの近隣には



写真4 附中東通りで立ち食いをする若者
2019年5月筆者撮影

約40年前から続く「文化商城」という商店街が立地しており、文化商城には古本屋や文房用具、生活用品を扱う商店が多数入居していたためである。

このように開発当初の附中東通りは、若年層をターゲットとする衣類に特化した商店街であったが、現在ではその店舗構成の特徴は異なる(表1)。2019年8月現在、附中東通りには道路の両側に123軒の店舗が立地しており、そのうち74%を占める91軒が飲食店である。大多数を占める飲食店に対し、開発当初は多かった衣料品店はわずか6.5%の8軒となっている。調査時点で経営を継続している衣料品店の多くは若者向けの衣類ではなく、そのターゲットは中年女性や高齢者となっている。これらの経営者からは、若年層に比べて中高年層はオンラインショッピングではなく、実際の店舗で買い物をする傾向が強く、また附中東通りの周辺には中高年層向けの衣料品店があまりないため、今のところはかろうじて経営を継続することができるという回答が得られた。一方、店舗数が増加している飲食店の多くは店舗面積が狭小であるため、持ち帰りや立ち食いのような形が一般的である(写真4)。そして、これらで伝統的なモンゴル料理が提供されることは少なく、そ

表1 附中東通りの店舗構成

業種	店舗数		
	西側	東側	合計
飲食店	56	35	91
薬局 ¹⁾	6	6	12
衣料品店	5	3	8
簡易宿泊所	1	2	3
縫製店	0	2	2
通信業者	1	1	2
コンビニエンスストア	1	0	1
その他	0	4	4
合計	70	53	123

1) 薬局には洗剤や整髪料などの販売を中心としている店舗も含む。

2019年8月現地調査より作成

の多くではケーキやタピオカミルクティーといった甘味、そして四川省や湖南省といった南方地域の料理が扱われており、中国国内で若年層から支持されている飲食物が提供されている。

2019年8月の現地調査によると、2000年頃から現在まで経営が継続している店舗は8軒に止まる。その内訳は、靴下専門店が1軒、化粧品販売店が3軒、縫製店が2軒、薬局が1軒、携帯電話のアクセサリ販売店が1軒である。各経営者への聞き取り調査によると、靴下専門店と携帯電話のアクセサリ販売店は開業当初から薄利多売を基本方針とし、靴下、携帯電話のアクセサリともに軽小かつ安価であるため、在庫の保管スペースが狭く、オンラインショッピングの普及の影響は小さいということであった。しかし、近年から賃料の上昇が続いたため、両店舗とも二階の一室を貸し出すことを検討している。化粧品販売店に関しては、中国国内で化粧品の偽物や不良品が横行しているため、消費者は実物を確認してから購入する傾向にあり、オンラインショッピングの拡大によって売り上げは悪化していないという回答が得られた。また、縫製店は新しい衣類を作るのではなく、着古したものの修理が経営の中心であった。従来、縫製店の顧客は中高年の女性であったが、現在ではインターネットで衣類を購入した者が裾上げや丈詰めといった作業を依頼するようになり、売上は増加している。

こうした店舗では営業が継続されている一方で、若者向けのファストファッションを取り扱う店舗の多くは撤退し、それに代わって飲食店が入居するようになった。現在でも経営を継続している経営者からの聞き取りによると、上述した若者向けの衣料品店が附中東通りの大部分を占めている状況は2013年まで続き、これらの店舗の売り上げは好調であった。しかし、その後、衣料品は徐々に売れなくなり、来店者の多くは店舗で試着し、サイズを確認した後にイン

ターネットで購入するようになった。そのため、衣料品店の経営者は、自身の店舗を貸し出す不動産業に転じるか、地域的に需要が高く、ネットショップと競合しない飲食店に業態を変える者が多かった。

若者向けのファッションの街から飲食店、とりわけテイクアウトを中心とする飲食店街へという附中東通りの変化を、ここでは店舗の賃料の変化に注目して検討する。附中東通りは成立当初から恵まれた立地にあることで、各店舗の経営状況は良好であった。こうした好調な経営状況を背景に、附中東通りの店舗を所有する不動産運営会社は契約更新⁵⁾の際に賃料を上げていった。2000年頃は70㎡の一階と二階を合わせた店舗一軒あたりの賃料は年間12,000元（日本円で約20万円）であったが、一貫して値上がりし、2019年現在では一軒あたり年間110,000～120,000元（日本円で約200万円）にまで高騰している。こうした賃料の高騰は附中東通りにおける店舗の経営の大きな障害となっており、オンラインショッピングの普及の影響を強く受けた若者向けの衣料品店は廃業を余儀なくされた。そして衣料品店の廃業後に入居したほとんどは飲食店であるが、これらの店舗では賃料の上昇に対応するため、一軒を2～4店舗でシェアしたり、入居した飲食店が二階部分などの余ったスペースを又貸ししたりしている。高騰した賃料への対応から、飲食店は狭小なスペースでの経営をせざるを得ず、提供する飲食物を限定することで食材の保管スペースを削減するとともに、店内に飲食スペースを設けなくてもよいテイクアウト形態が中心となっているのである。

V 結び

本研究では中国内モンゴル自治区の首府である呼和浩特市において、「若者の街」と呼ばれる附中東通りを事例に、若年層を中心とするオンラインショッピングの拡大は、実際の商店街

にどのような影響を及ぼしているのかを検討した。

開発当初、附中東通りは若者向けのファストファッションを中心とする衣料品店が多くを占める商店街であった。しかし、若年層がインターネットを通して衣類を購入するようになると附中東通りの衣料品店は顧客を失い、廃業を余儀なくされた。これら衣料品店が使用していた店舗には、テイクアウトを中心とする飲食店が入居した。この背景には、立地環境に恵まれていることによる賃料の高騰がある。附中東通りでは単独の飲食業者が一店舗を借りることが困難となるまでに賃料が上がっているため、飲食業者は複数で一店舗を利用したり、空きスペースを他の飲食業者に又貸ししたりすることで、経営を継続させている。そのため、附中東通りの飲食業者は狭小なスペースでの経営となっているのである。

このように附中東通りではオンラインショッピングの拡大にともなって、衣料品店から飲食店に、商店街を構成する店舗の業種が変化した。こうした業種の変化が起きたことにより、附中東通りでは衣料品店の廃業に起因して商店街のにぎわいが失われるような状況には至っていない。しかし、上述した業種の変化は、近隣に複数の大学が立地するという附中東通りの特殊な購売環境によるものと推察される。そのため、一般的な商店街においては、衣料品を中心とするオンラインショッピングの拡大が衣料品店の廃業に繋がり、延いては商店街そのものの衰退を招く危険性がある。以上を踏まえれば、近隣に大学や専門学校が立地していない商店街にお

いて、オンラインショッピングの拡大の影響を調査し、本研究で得られた知見と比較検討する必要があるが、この点については稿を改めたい。

付 記

本研究では附中東通りの経営者の皆様に多大な協力を賜った。記して感謝の意を表したい。

なお、本研究にはJSPS 科研費基盤研究 (B) (16H05685 代表者：関根良平)、中国教育部人文社会科学重点研究基地重大项目「市場経済導下蒙古国草原牧畜業経済研究－与中国内蒙古的比较」(No.14JJD790024)を使用した。

注

- 1) 一例を挙げれば中国大手のIT企業である阿里巴巴の子会社である淘宝は、11月11日にオンラインショッピングのイベントを開催しており、取引金額が4兆円を超える当日の様子は日本でも報道されている。
- 2) 中国語では「附中東巷」と表現される。「巷」は街区より小規模であり、かつ店舗が線形に連なった地域を表す。本稿では上述した意味合いから「附中東通り」と表現する。
- 3) 本研究のアンケート調査で対象とした若年層は、10代後半から20代前半の男女である。
- 4) 「淘宝网」と「天猫」は異なるオンラインショッピングサービスであるが、いずれも親会社は阿里巴巴である。
- 5) 附中東通りでは多くの店舗で貸借契約の更新が1年ごとに行われている。

文献

- 姜素紅・張可 (2017). 论网络购物消费者权益保护的不足与完善. 湖南財政經濟学院, 33, pp.121-128.
- 陈梦婷 (2017). 浅析网络购物中消费者权益的保护. 法律与社会, 3, 297-298.
- 盛欣 (2019). 跨境网购中的消费者权益保护. 黑河学刊, 243, 3期, pp.119-130.
- 周子木・高新柠・章宁金・建成 (2019). 网购快递包装垃圾现状调查及防治措施. 科学技术创新,

8, pp.139-141

王灿 (2019). 中国农村居民网购支出预测模型的构建. 成都师范学院学报, 35, 3, pp.112-117.

陈思宇·时浩原 (2019). “双十一”大学生网购行为及体验的调查研究. 中国市场, 997, pp.189-191.

魏正萌·刘婉君·徐强强·程智·吴晓军·张天博 (2017). 大学生网络消费行为调查分析与研究 - 以天津高校为例. 现代化教育, 4, pp.196-198.

China Internet Network Information Center (2019) . <http://www.199it.com/archives/930914.html>

(内蒙古大学 蒙古学研究センター 准教授 Sodsuchin)

(青森中央学院大学 経営法学部 講師 しょうじ げん)

(東北大学大学院環境学研究科 助教 せきね りょうへい)