日中デジタルビジネス協会
日中デジタルウォッチ第10号

サービス業のデジタル化は新型肺炎下の意外な収穫

陳　言

今回、もしもインターネットがなかったら、感染症対応はもっと難しかっただろう。これは、すべての中国人に共通する実感である。

この 2 カ月間あまり、中国人は生活必需品をネット上で購入して 他人との接触を避けたが、ネット・スーパーには潤沢な商品が用意され、物価も安定していた。外食産業は大手のデリバリー・プラットフォームを通じてオンライン出前・宅配サービスを展開し、在宅者の便宜がはかられ、企業側の自救活動を実現することもできた。

スマホ決済は、紙幣を介したウイルス感染を危惧する市民の不安を払拭することができた。通信ビッグデータは市民の行動軌跡データを提供し、管轄部門が実施したルート検査の効率を高めた。

また、新型コロナウイルス禍はアリペイの「ヘルス・コード」サービスを生みだした。市民や職場復帰者が申請すれば、審査を経て個人の QR コードを作ることができる仕組みだ（3 色の QR コードで健康状態を証明できる）。この QR コードは市内を通行する際の電子証明として使え、一度申請すれば全市で通用し、職場復帰に必要な審査効率を高めた。

これらが従来のインターネットを導入したビジネス・モデルだとすれば、ウイルス禍においては従来型の生活サービス業にもインターネットを介した新たな「化学反応」（ビジネス様式）が生まれたのである。

感染状況が厳しかった期間中、圧倒的多数の都市家庭では生鮮食料品市場に行かず、スーパー・マーケットも利用せず、スマートフォンで住宅区に隣接した生鮮市場の在庫をチェックして注文すれば住宅区の入り口まで届けてくれ、それを受け取りに行けばよかった。このような購買方法は便利なので、市民はウイルス禍が終息した後も続けばよいと考えている。

もっと小規模な店舗も、さまざまな企業家精神を発揮して社会に貢献している。新型肺炎の克服は、このような困難に屈しない経済の強靭性にかかっている。

たとえば、西北料理で有名な「西貝」レストランは肺炎が流行した当初、「運転資金は三カ月持たない」と深刻な状況を訴えたが、その後、生鮮食品ネット配達企業の「盒馬鮮生」と従業員の共有を実現し、深刻な人手不足を解消してデリバリー・サービスを開拓した。外食チェーンの「美菜」は微信（ウィーチャット）用の購入プログラムを使い、短期間に 80 万人の新規ユーザーを開発してリピート率 40%を達成した。

アリペイは緊急投入した「疫情服務直通車」（巣ごもり支援サービス）で、「在宅支払い」、「在宅チケット・キャンセル」など 48 種類のサービスを展開し、わずか 2 週間のうちに 6 億人のユーザーに対して在宅、非接触型の新規サービスを提供している。このような例は、他にも枚挙にいとまがない。

疫情服務直通車の画面例：　世界の感染情報、出前・宅配サービス、オンライン教育、映画などなど

今日、デジタル生活のプラットフォームは、すでに商業サービスのデジタル化における「新たなインフラ」となり、中国経済の新旧交代を促す推進力となっている。

大きな視野に立てば、こうしたサービスの新たな現象とトレンドは、中国のサービス業がテクニカルな発展を遂げるという前提において、危機をチャンスに導く。

チャンスへの転化の本質は適応性と創造性で、その基礎には事業規模や多角化、産業チェーン創出などの特徴を孕んでいる。

従来型サービス企業は規模の縛りを受けて上述した特徴を備え難いが、インターネットを介することでさらに大きなチャンスを開拓することができよう。

先益（北京）科技有限公司　総経理