

## テンセント、中国SNS発 小売り革命狙う 店探し一括で 10億人の利用者誘導 外食や買い物の玄関に

日本経済新聞 朝刊

2018年2月2日 2:30 [有料会員限定]

中国ネットサービス大手の騰訊控股（テンセント）が小売りビジネスに力を入れ始めた。昨年12月に中国大手スーパー、今年1月に仏カルフルや不動産大手の大連万達集団の中核企業への出資で合意。提携を足掛かりに年間600兆円に上る中国の小売市場のデータを分析し、10億人が利用する自社の交流サイト（SNS）に消費者を誘導する狙いだ。キーワードは「全ての消費の入り口はテンセントから」。今後、中国の消費行動が大きく変わる可能性がある。

1月15日、テンセントが提供するスマートフォン（スマホ）向けSNS「微信（ウィーチャット）」の本部が置かれる中国南部の街、広東省広州市。同市で開かれたイベントに全国から数千人に上るネット関連の開発者が集まった。

彼らの関心の的は、テンセントが17年1月から微信の中で始めたサービス「小程序（ミニプログラム）」だ。利用方法は簡単。まずスマホで微信を開くと、メニュー画面に小程序の文字が表示される。その画面を押すと今度は「マクドナルド」や「吉野家」といった店ごとの小程序が次々と表示される。

例えば、営業先で昼ご飯にマクドナルドや吉野家に行きたくなくなったとする。その街に不慣れなら、インターネットなどで近くの店を調べる手間が必要だ。だが小程序なら位置情報や人工知能（AI）と連動し、自分の居場所から最も近いマクドナルドや吉野家の小程序を表示し、行き方やメニューなどを教えてくれる。

もし、行きたい店が思い浮かばない場合も「近くの小程序」という表示を押せば、レストランに限らず、自分が好きそうな近くの店を次々と表示してくれる。あとは、そこから行きたい店を選ぶだけだ。

サービス開始からまだ1年。すでに1日の利用者は1億7千万人。微信上に小程序のページを設けた企業・店舗数は58万社に達した。店の情報、買い物、出前、シェア自転車の利用など消費関連なら、大半の物やサービスが小程序を通じて入手・操作できる。

このヒットに驚いたのはネットのホームページやアプリ、広告などでの集客に頼っていた店側だった。「自分の店の小程序を早く作って微信に載せないと客に選ばれなくなる」（広州市内の日本料理店）との危機感が生まれている。



小程序(ミニプログラム)から簡単に店の情報を直接入手できる

### 小売りビジネスへ攻勢を強める テンセントの最近の動き

#### 2017年12月

京東集団と共同で、中国3位のECサイトの唯品会に約1000億円出資で合意

デンマークの大手ブランド服「JACK & JONES」と新たに業務提携

中国大手スーパー運営の永輝超市に700億円強の出資で合意

#### 18年1月

仏カルフルと資本・業務提携で合意

永輝超市の傘下の高級スーパー子会社に15%出資で合意

不動産大手の大連万達集団傘下で、商業施設の中核会社に5800億円を共同出資で合意

今や微信は10億人が利用する中国人必須の便利アイテム。それだけに、微信上に自分の店の情報が載っていないことはかなりのデメリットになりかねない。

小程序が拡大すれば、わざわざネットを立ち上げ、**アリババ集団**のネット通販「淘宝网（タオバオ）」などで買い物をしたり、店の専用アプリをスマホにダウンロードして買い物したりするなどの面倒は無くなる。

「我々は小程序をすべての（消費）情報の入り口にしたい」。広州でのイベントで、微信の最高経営責任者の張小龍・総裁は語った。店側の小程序の開設ニーズを取り込もうと、その開発者は現在、国内に100万人いるという。テンセントが仕掛けた革命は今後、中国の小売・サービス業界を大きく揺るがしそうだ。

（広州=中村裕）

「Asia300」（2015年選定）は中国・香港、韓国、台湾、インド、東南アジアの上場企業から、時価総額や成長性などに基づき選びました。記事中の太字が対象企業です。

本サービスに関する知的財産権その他一切の権利は、日本経済新聞社またはその情報提供者に帰属します。また、本サービスに掲載の記事・写真等の無断複製・転載を禁じます。

**NIKKEI** No reproduction without permission.