

□ 中国インターネットショッピングに出店したい

(質問) 14億人を擁する巨大な中国市場で日常雑貨を販売したいと考えますが、提携先も駐在員事務所ありません。手始めにインターネット通販で販売したいと思いますが、現状と問題点を教えてください。

(回答)

中国のインターネットショッピングの現状

2016年中国のEC化率(小売り全体の中でネット通販 Electronic Commerce 売上の占める割合)は15%で90兆円にものぼり、日本の7%(15兆円)を遥かに凌いでいます。この背景には物流が発達していなかった小売市場にECが適合したこと、可処分所得が増加したこと、PCを飛び越してスマホによるデジタル革命に支えられたことがあります。中国国内で50%以上と圧倒的なシェアを持つのがアリババ集団(阿里巴巴)で2008年設立の天猫(Tmall)です。これはBtoCで法人が個人に商品やサービスを販売する形態です。源流は2003年設立の淘宝网(タオバオワン)はフリーマーケットのCtoC主体ですが、模倣品の多い中国で、信頼できるサプライヤーを出店させるべくBtoCで別モールという位置づけです。更に、中国国内で海外出店の商品を購入できる越境EC天猫国際(Tmall International)が2013年に設立されています。日本からの出店を考えている場合この天猫国際(Tmall International)が最適と思われます。このモール設立の背景には中国の2016年越境EC市場制度の変更があります。近年中国人の爆買いが下火となったのは、中国政府が歯止めを掛けるべく、海外旅行者の購入額制限を引き下げ、個人輸入税額の調整を行った影響です。爆買いの売上減を取り戻すべく、三越伊勢丹・ユニクロ・資生堂など

が相次いで天猫国際に出店しています。そのメリットとしては、海外に直接出店するリスクやコストを軽減できること、商圈が広く中国全土に亘り、初期投資額を抑えることができることが挙げられます。

EC出店で注意すべきことと問題点

中国ではクレジットカードが普及しておらず、偽物商品をつかまされないためには、現物現金決済が主流でした。これを解決したのが支付宝(Alipay)と呼ばれるオンライン決済システムです。アリペイが購入時に商品代金を受領し、購入者が商品受領確認後、出店者に支払われます。アリペイが仲介者の立場で信用保証する仕組みといえます。一見良いこと尽くめの天猫国際ですが、かなりハードルが高いので留意が必要です。

- ・ブランド品であること [ネット検索で埋もれないため]
 - ・出店費用が馬鹿にならない [保証金/年会費/売上手数料/店舗ページ作成運用]
 - ・送料が高い [国際輸送に堪える梱包/輸送費(EMS・航空貨物)/輸送業者委託]
 - ・確実に購入者に届ける仕組み作り [日中輸送業者選定/行郵税(関税)の算定支払区分/関税通脱リスクコンプライアンス]
 - ・出店事前審査条件 [ブランド品/商標登録済/日本でも有名なブランド/業界トップ3/カスタマーサポート専任チーム]
- なかなかのものです。