

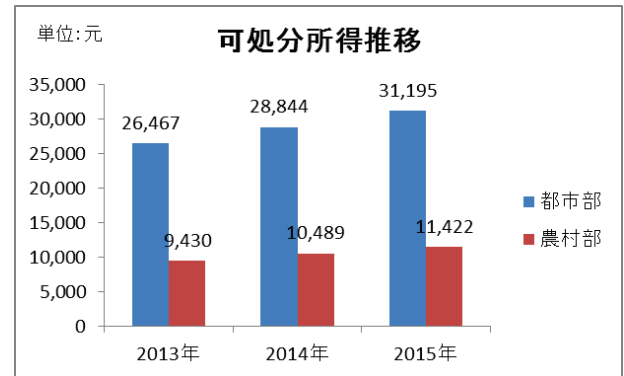
海外レポート ～中国・蘇州編～

配信日 2016/8/26

蘇州駐在員事務所 河田 和史

はじめに

最近、様々な場面で耳にする「越境 EC」という言葉。これは、インターネット通販サイトを通じた国際的な電子商取引のことで、昨今、中国では越境 EC を含むネット通販市場の拡大が急速に進んでいる。経済の減速が世界を揺るがしているものの、その巨大な内需はなお健在であり、市場規模は 80 兆円（1 元 ≒ 16 円）を超えるのではないかとされている。（内、越境 EC の市場規模予想約 20 兆円。）

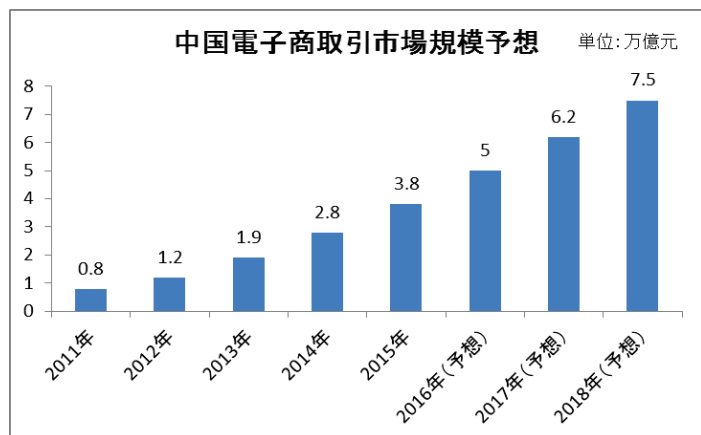


中国国家统计局より

経済成長に伴って、中間所得者の人口が増加したことで、より多様で高品質な消費需要が拡大し、中国国内商品のみで満足できなくなった消費者の目が高品質で安全な外国商品に向けられた。今回のレポートでは、中国における「電子商取引」、なかでも「越境 EC」についてご紹介したい。

1. 越境 EC 急成長の背景

過去、中国で外国製品を購入するには、海外にいる知人に商品購入を依頼し、注文者に個別郵送する「代理購入」（以下、代購）が一般的であった。しかし、代購は商品価格を不当に低く申告し、課税を逃れるなどの問題が顕著化。中国政府は健全な越境 EC の発展の為、また輸出主導型の経済発展にかわる経済の起爆剤とすべく、様々な施策を実施した。2012 年以降、まず越境 EC 対応のシステムを構築し、上海・重慶・広州などの一部の都市で越境 EC 向けの施策を試験展開。また、2014 年 7 月「クロスボーダー貿易電子商取引出入国貨物、物品に関する監督管理事項に関する公告」（税関総監公告 2014 年 56 号）を公布した。これは、中国の越境 EC を展開するプラットフォームと税関システムの連携を促し、それらのプラットフォーム及びそれに出展している越境 EC コマース事業者に対する監督管理の簡易化を図るものであった。また、あわせて 56 号公告により新たに保税区の越境 EC が認められることとなった。



中国産業新聞 HP より

1 / 4



親切で新しい...

池田泉州銀行

越境 EC が中国で人気を集める最大の理由は、「個人輸入時に適用される「行郵税」が適用されるため、一般貿易と比べて税率が低く、税制面の優遇により商品を安く購入できること」、「一般貿易時に必要となる商品検査、許認可が不要であり、中国市場で販売されていない商品を購入・販売」することができる点である。これらを背景に、市場規模は急拡大した。

2. 越境 EC 政策変更の余波（2016 年 4 月以降）

急成長した越境 EC 市場であるが、急成長するにつれ、競争激化による国内企業の淘汰や、一般貿易との不公平感から是正の声が高まり、中国政府が推進に「待った」をかけた。これが、2016 年 3 月以降公布された「越境電子商取引による小売輸入の税収政策に関する通知」（財関税（2016）18 号）と「越境電子商取引小売輸入リスト（ポジティブリスト）」の公開である。これにより、「税率」を変更し、「輸入規制」を強化。（下記図参照）従来、越境 EC で人気のあった化粧品や粉ミルクなどの日用品などを始め様々な商品が影響を受けることとなった。

2016 年 4 月中国電子商務物流企業連盟は、新政策の問題点や改善点について意見書を政府に提出。その内容は、新規制の影響による問題点や今後の改善策をまとめたものであった。

現場での混乱状況を見て、上海市などの 10 の試験都市で「通関証明書」の提出を 2017 年 5 月 11 日まで猶予することなどが決められた。（10 試験都市以外でも海外直送モデルなら猶予）新制度については、実際の運用で早急な対応が難しいと判明した点につき過渡期を設けることとなったが、2017 年 5 月 11 日からは対応が求められることとなる。

越境EC新政策による変更点

| 項目 | 旧制度 | 新制度 |
|--------|---|---|
| 取引上限額 | 1回あたり1,000元以下 | 1回あたり2,000元以下 (ただし年間で2万元以下) |
| 取引可能商品 | 国が禁止する商品以外 | ポジティブリスト方式に基づく |
| 税制度 | <ul style="list-style-type: none"> 取引上限内であれば、行郵税を適用 限度額を超過する場合は一般貿易と同様に課税 | <ul style="list-style-type: none"> 行郵税は適用不可 限度額以内であれば、暫定的に関税を 0、輸入増値税及び消費税については法定納税額の70%を徴収 |
| 免税範囲 | 行郵税50元以下は免除 | なし |

JETRO HP より

日系企業における越境 EC 参入障壁

拡大する中国の EC 市場は、日本企業にとってもはや見逃せない市場であるが、一方で販路などが、参入を阻む壁となっている。

① 生産の壁

既に中国に進出し、中国でモノづくりをしている企業にとっては、製造製品が日本を含む海外への輸出を前提としたものが多く、「中国市場に受け入れられるものか」について検討が必要。

② 販路の壁

自社が中国の EC に参入していなくても、代理店（卸）が勝手に EC で商品を販売している事例も数多くある。リアル小売店舗と EC の競合、「淘宝（タオバオ）※」など並行輸入品の乱売競争など、二重価格が発生する懸念がある。

※中国で最大のシェアを有する消費者間取引のネット通販。

③ ブランド力（知名度）の低さ

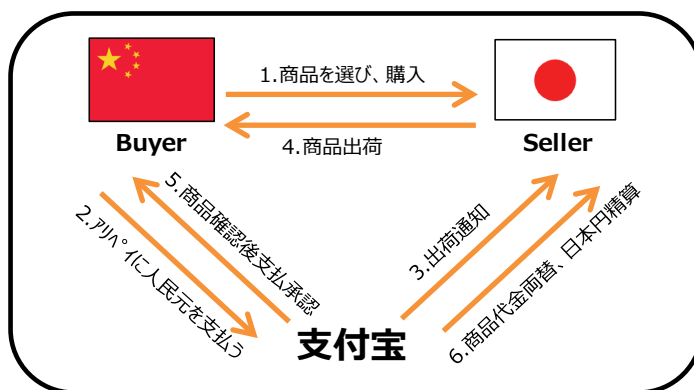
世界の市場として、その内需を狙うべく世界各国から競合企業が参入。その中で、自社商品を顧客に選んでもらうにはブランド力（知名度）が必要不可欠。

3. それでも越境 EC で中国市場を攻めるのは

これまで中国市場を攻めあぐねていた企業にとって、越境 EC は未開の巨大市場を開拓する施策になりえる。

そのポイントは①ネット決済で「確実な資金回収」②卸、小売に頼らない「販路の見える化」にあると考える。中国では取引先信用調査は勿論のこと、販売後の資金回収も難しく、また実際に課題を抱えている企業も多い。そのリスクを回避する仕組みとして、アリババの決済サービスである「支付宝（アリペイ）」の活用があげられる。また、現在中国市場へ展開している企業の中には、現地法人を持たず、現地代理店を通じて、市場展開を図っている企業も多い。自社の商品の何が中国人に受け入れられているのか、マーケティングの意味合いも兼ねて越境 EC を利用するのも一つの方法であるとする。

【「支付宝」決済スキーム】



(アリババグループ作成資料をもとに作成)

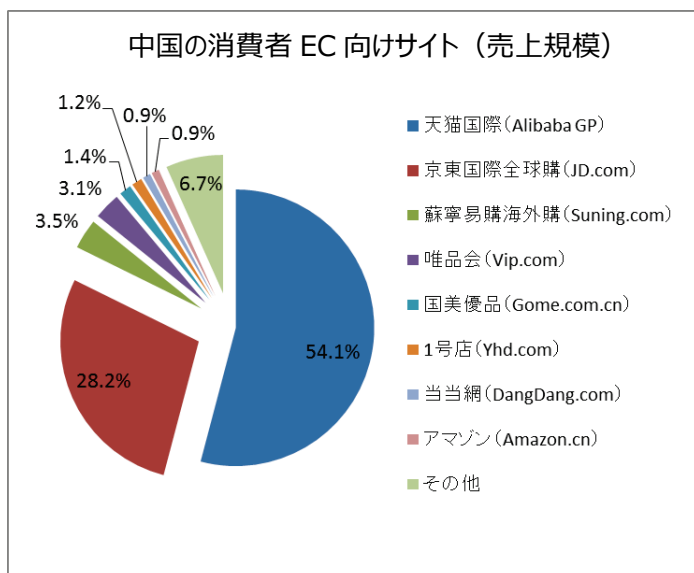
まとめ

2016年4月からの政策変更（税制見直し、輸入規制等）により、転換期を迎えた越境 EC。物流会社や、様々な業種の方と情報交換する中では、「政策変更によって、従来中国人に人気があり、利幅の大きかった商品の多くが取扱えなくなった。その為、今後越境 EC は縮小するのでは。」といった意見や、「裕福になった消費者はより良い商品（made in Japan）を求める動きに変わりなく、引き続き堅調に推移するのでは。」といったように意見は様々である。

しかし、皆さん共通するのが、「中国の消費者（法人・個人）は日用品から工具・機械設備まであらゆる物をインターネットで購入するので、中国国内の EC 市場は今後拡大していこう。」との考えだ。越境 EC を活用し、中国市場のマーケティングを行い、その状況を見極めつつ本格的に中国市場を狙う為に現地法人を設立する。また、その後の販売についても従来の代理店に頼ったものではなく EC を活用する。このような事業展開は中国市場を消費市場と捉えた一つの方法であると考えられる。

2015年に流行語となった「爆買い」。今年に入り為替変動や中国景気減速を受け、百貨店などで高級品が売れなくなってきていると見聞きするが、「越境EC」の拡大により、インターネットでの購入が増加したことも、日本での爆買いが減少した要因の一つだと考える。今後、中国人の日本旅行者は「買い物」から「観光・体験」へとその目的をシフトしていくと思われる。

【参考】



主要越境ECプラットフォームの特徴

| プラットフォーム | 特徴 |
|----------|--|
| 天猫国際 | 市場シェア、アクセス数、売上規模全てにおいて中国最大。安定したサービスを提供。一方で人気が高い為、参入条件は厳しい。 |
| 京東国際全球購 | BtoC ECサイト2位の京東が運営するサイト。日本製品を専門に取扱う日本館がある。 |
| 蘇寧易購海外購 | 中国の大手電気量販店、蘇寧電器が運営するプラットフォーム。 |

各種資料より

中国産業新聞 HP より

【池田泉州銀行蘇州駐在員事務所概要】

設立：2006年9月

住所：江蘇省蘇州市吳中区宝帯東路 399 号

麗豊商業中心 2 幢 A 座 707-709 室

職員：日本人 2 名、中国人 1 名 計 3 名

活動内容：投資環境調査、法務・税務・労務等の情報提供、中国事業展開に関するご相談

1. このレポートの内容は、情報の提供を目的としたものであり、本レポートに関連して生じた一切の損害について、株式会社池田泉州銀行（以下「当行」という）および当行グループは責任を負いません。ビジネスに係る最終決定はお客様ご自身の判断でなさるようお願い申し上げます。
2. このレポートに記載されている情報には公開情報からの引用および著者の個人的見解が含まれております。かかる情報の正確性・適切性等について当行および当行グループは何らの検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません。
3. このレポートの内容は、お客様限りでご使用下さい。当行および当行グループの事前承諾なく、本レポートの全部若しくは一部を引用または、複製、転送等により使用することを禁じます。