

# 中国越境EC

---

✓ 入門編

- ① 中国と越境EC / pp.3-9
- ② 配送・通関手続きは？ / pp.10-17
- ③ 販売チャンネルは？ / pp.18-34
- ④ 参考資料 / pp.35-37

# ① 中国と越境EC

# ① 中国と越境EC

## 世界のEC市場規模

EC = 電子商取引

※2020年時点での各国のEC小売総額, 金額は米ドル  
参考資料: JETRO「中国EC市場と活用方法」

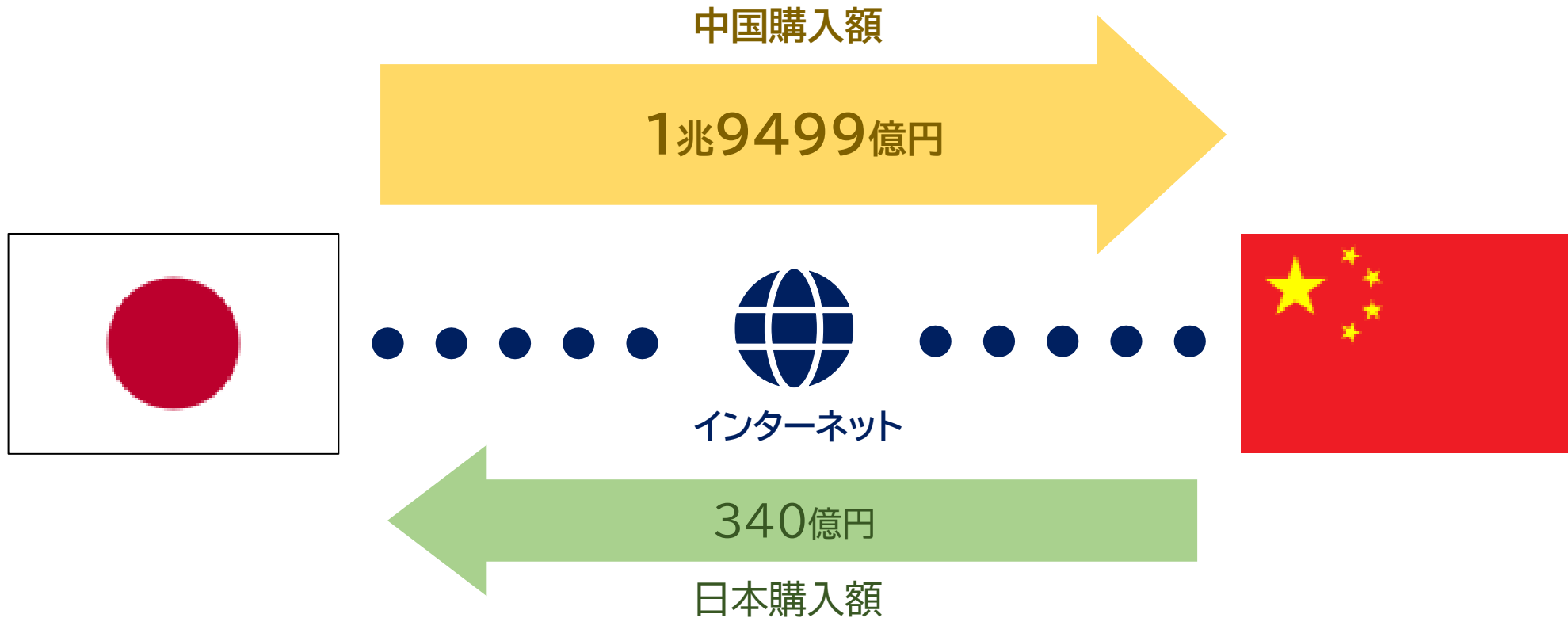


# ① 中国と越境EC

## 日中の越境EC

越境EC

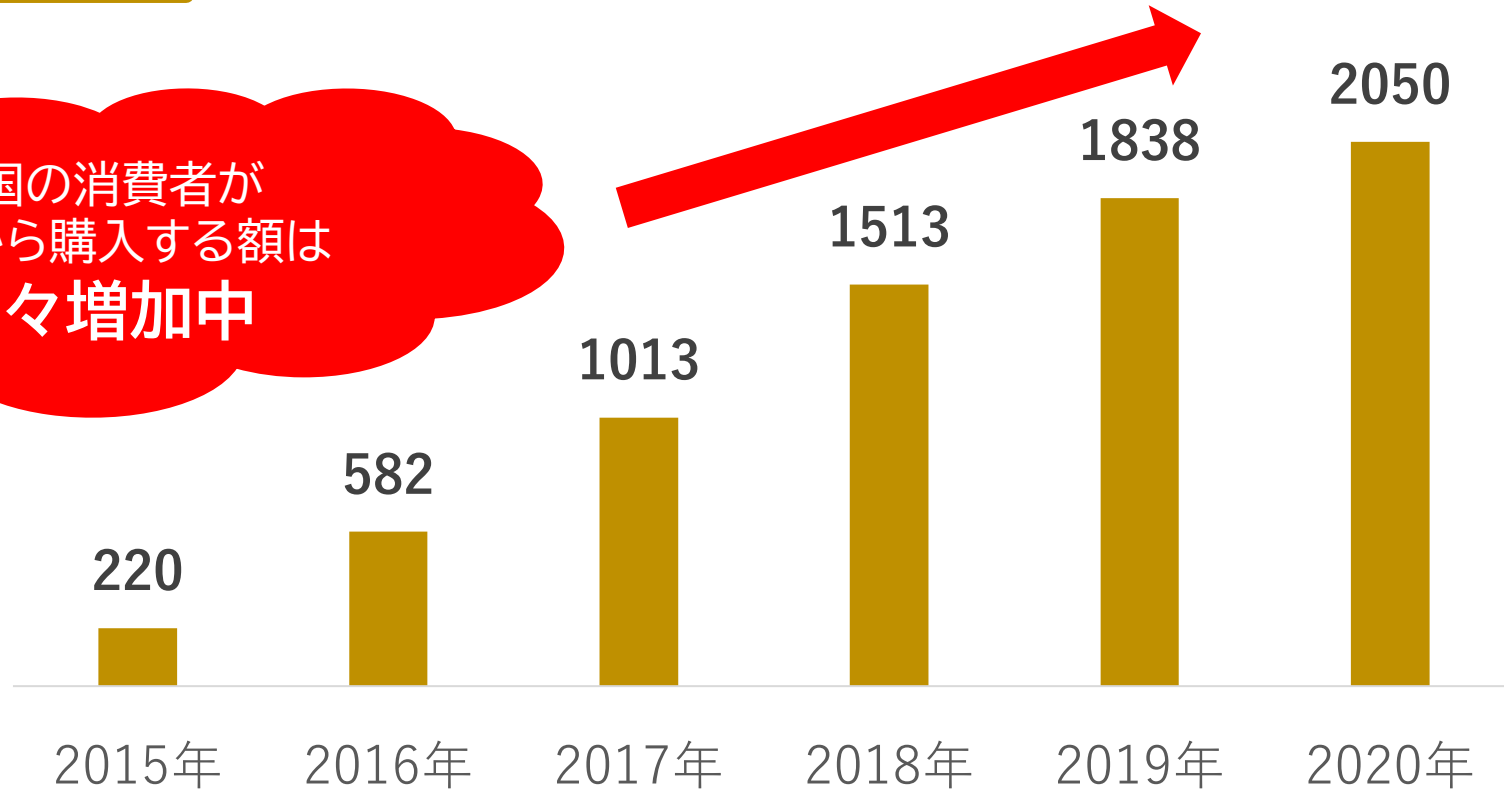
→ インターネットを通して、商品を海外の消費者に売ること



参考資料: 経済産業省「令和2年度電子商取引に関する市場調査 報告書」

## 越境ECの増加トレンド

中国の消費者が  
海外から購入する額は  
年々増加中



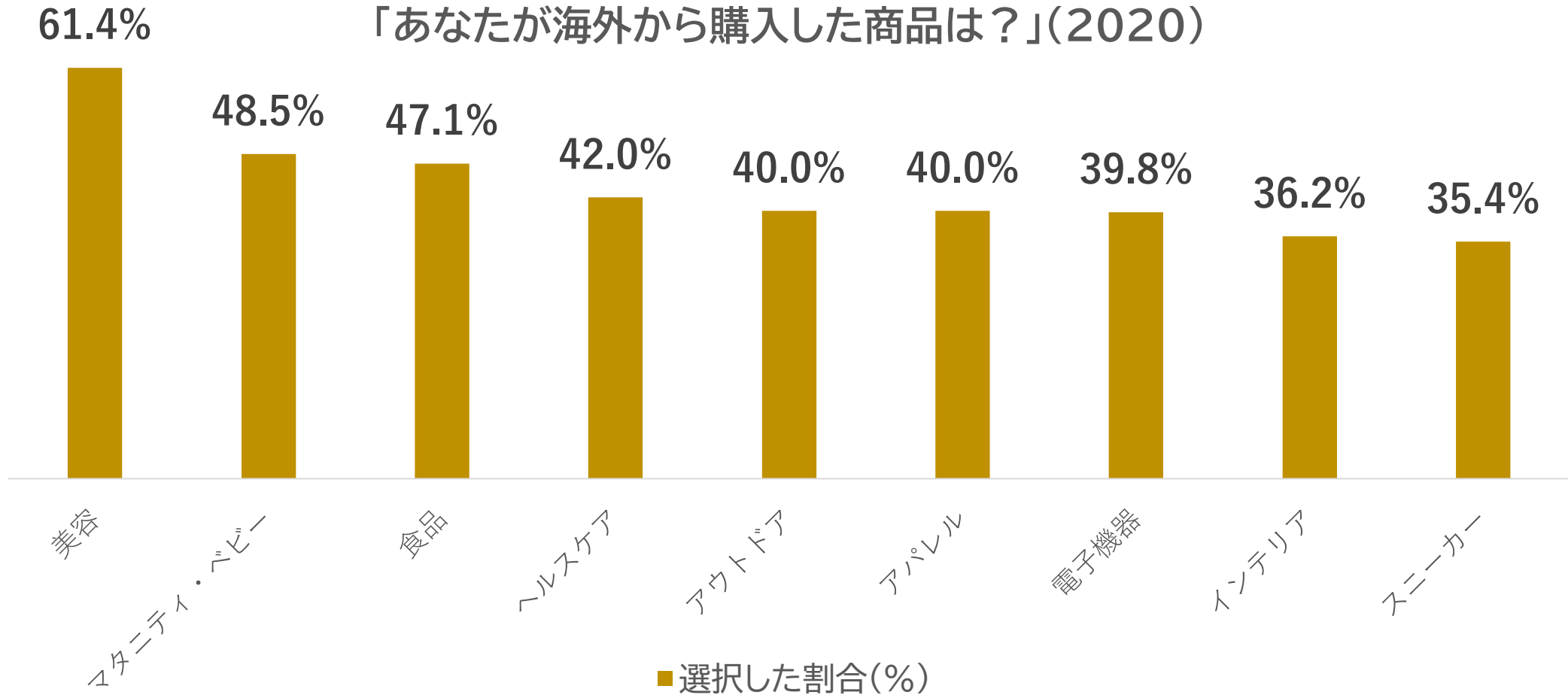
■ 中国における越境EC小売販売額の市場規模(億元)

出典:iResearch「2021年中国跨境海淘行业白皮书」

# ① 中国と越境EC

## 人気商品

中国人消費者に聞いた  
「あなたが海外から購入した商品は？」(2020)



出典: iResearch「2020年中国跨境消费导购平台研究报告」

# ① 中国と越境EC

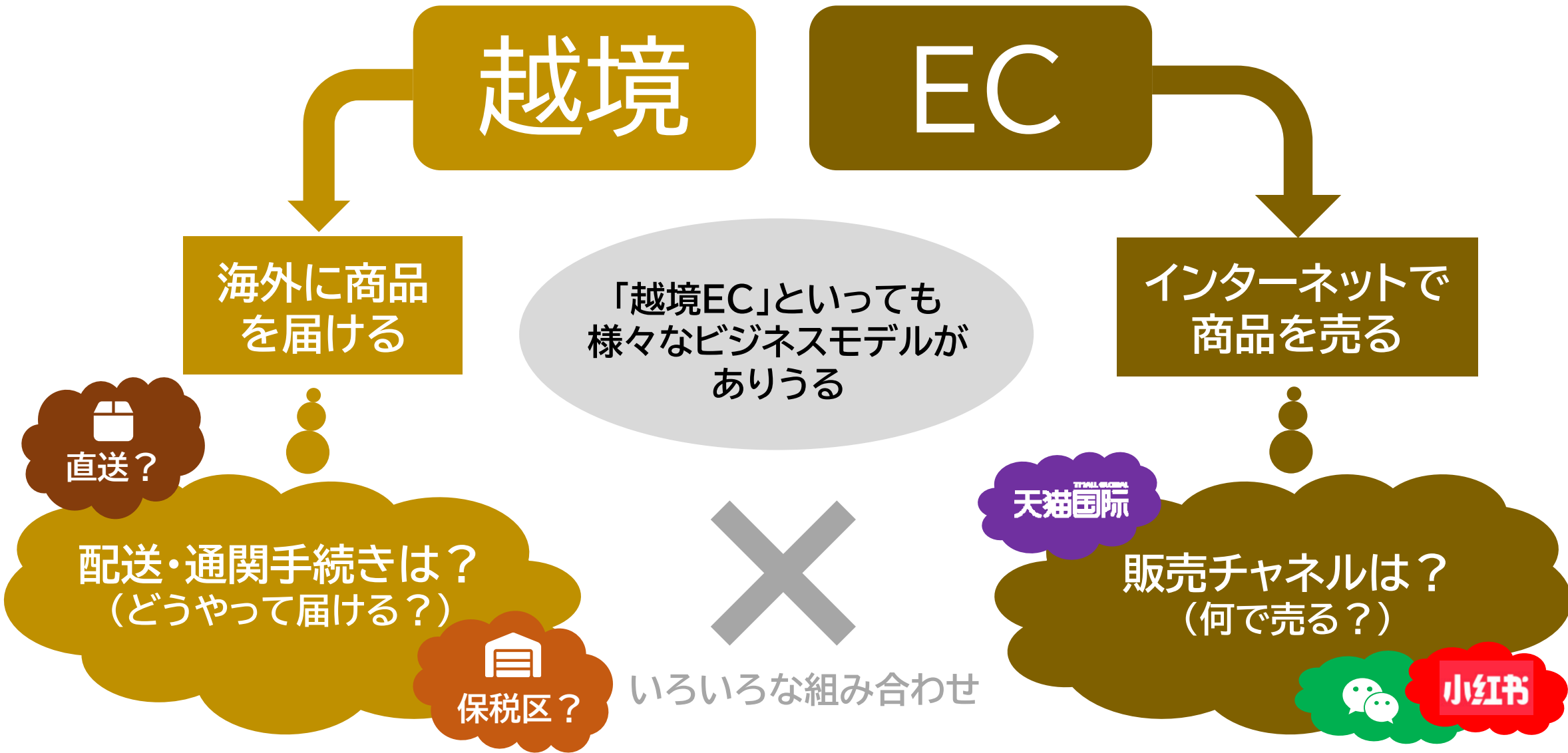
## 人気商品

中国No.1越境ECプラットフォーム「天猫国際」のトップ画面





# ① 中国と越境EC



## ② 配送・通関手続きは？

## ② 配送・通関手続きは？



中国政府が定義する **越境EC**(跨境电商) の範囲



**直送**モデル



**保税區**モデル



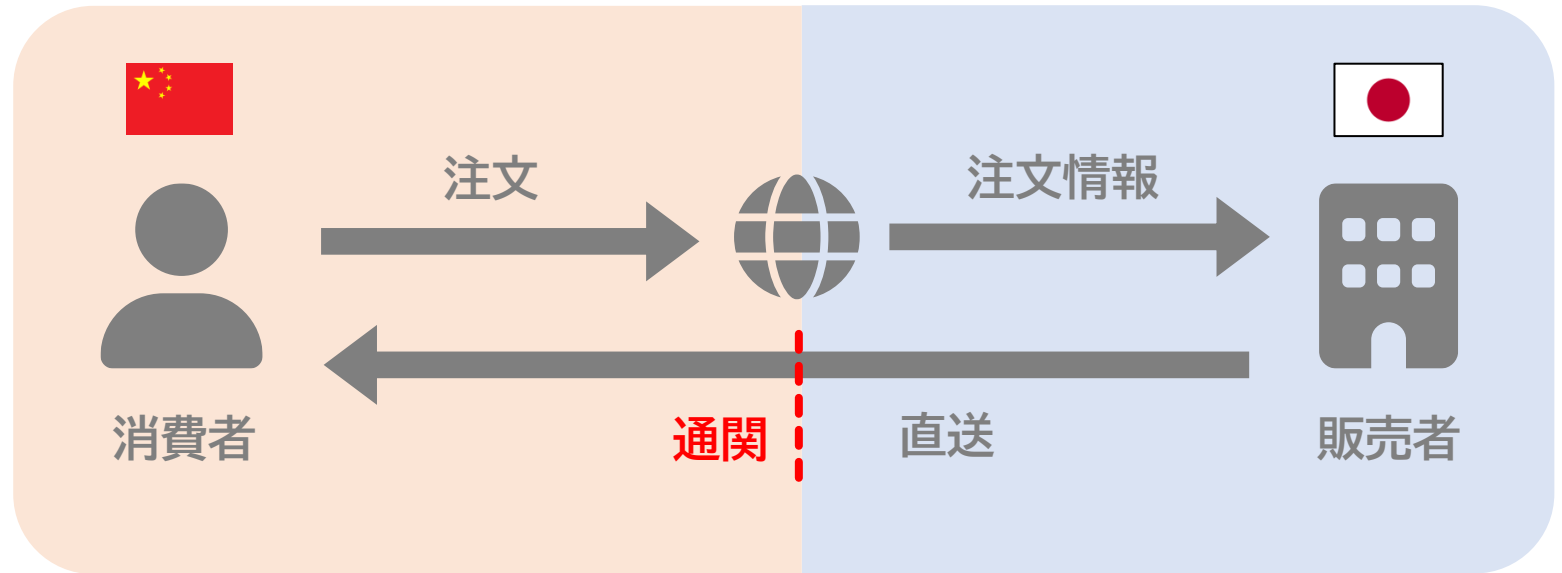
**一般貿易**

C2C

B2C

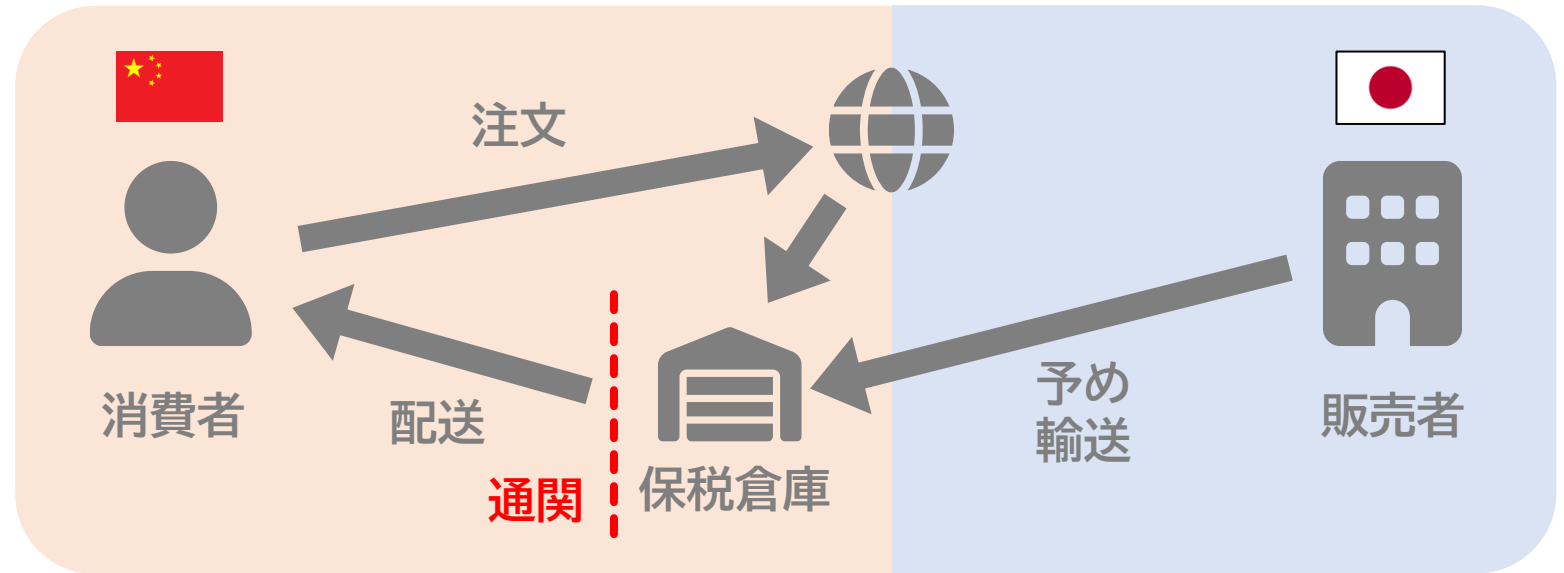
B2B

## ② 配送・通関手続きは？



- ✓ 注文度に、日本から中国に商品を国際郵便等で直送する方法
  - ✗ 輸送単価が高くなる、リードタイムが長い
  - 初期投資、保管・在庫コストが不要なので、始めやすい
- 小規模かつ試験的に売りたい事業者向け

## ② 配送・通関手続きは？



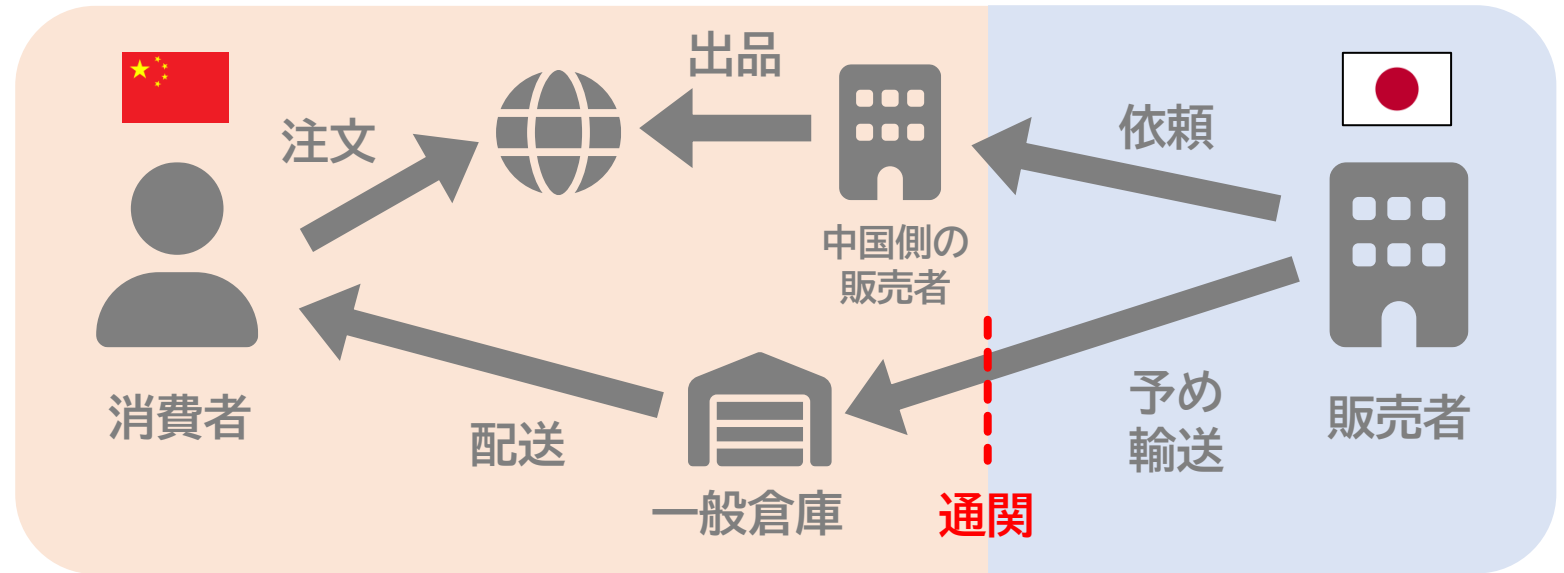
✓ 予め中国国内の保税倉庫に輸送し、注文を受けた後、保税倉庫から配送する方法

✗ 保管・在庫コストがかかる

○ 輸送単価を抑えられる、リードタイムが短い      ○ 税制面で優遇あり

→ ある程度の取引規模がある事業者にとっては、一番メリットを受けられる

## ② 配送・通関手続きは？



- ✓ 貿易手続きを行い、商品を大規模に中国へ輸出する方法
  - ✗ 保管・在庫コストがかかる    ✗ 許認可取得や通関の手続きが非常に煩雑
  - 大規模に取引できるため、スケールメリットがある
- B2Bで大規模な取引を行う事業者は、一般貿易として扱われる

## ② 配送・通関手続きは？

	 <b>直送モデル</b>	 <b>保税区モデル</b>	 <b>一般貿易</b>
リードタイム (納期)	× 日本から発送	○ 中国現地から発送	○ 中国現地から発送
保管・在庫 コスト	○ 海外倉庫が不要	× 海外倉庫が必要	× 海外倉庫が必要
輸送単価	× 注文ごとに個別発送	○ 一括配送可能	◎ 大量配送可能
初期コスト	◎ 特には不要	△ 開設・申請手続きが必要	× 許認可・手続きがとても複雑

← 小規模向け

→ 大規模向け

## ② 配送・通関手続きは？

	 <b>直送モデル</b>	 <b>保税区モデル</b>	 <b>一般貿易</b>
税金	基本 <b>13%</b> 行郵税 	基本 <b>9.1%</b> 越境EC総合税 	非常に複雑 <b>13%~</b> 関税 + 増値税 + 消費税
<ul style="list-style-type: none"> <li>商品により異なるため、必ずしも上記の税率が適用されるわけではない。</li> <li>高級品になればなるほど、税率も高くなる傾向がある。</li> <li>「増値税」は日本の消費税に相当する税。中国の「消費税」は高級品にのみかかる。</li> </ul>			
 小規模向け		大規模向け 	



## ② 配送・通関手続きは？



直送モデル



保税區モデル



一般貿易

税金

基本

9.1%

越境EC総合税

税優遇を受ける  
には条件がある

取引規模が

1回あたり**5,000**元以下

消費者1人の年間購入額**26,000**元以下

販売する商品が

中国政府指定の「**ポジティブリスト**」  
([こちら](#)を参照)に掲載されている

小規模向け

大規模向け

③ 販売チャンネルは？

### ③ 販売チャネルは？



EC (インターネット上での電子商取引) の範囲

自社サイト

越境EC  
プラットフォーム

中国のSNS

個人間取引  
(C2C)

代购  
アウトバウンド

海外在住の友人・知人  
に購入・配送を依頼  
→ 代购

海外旅行時に自ら購入  
→ アウトバウンド

売る側のコスト・負担

大

小

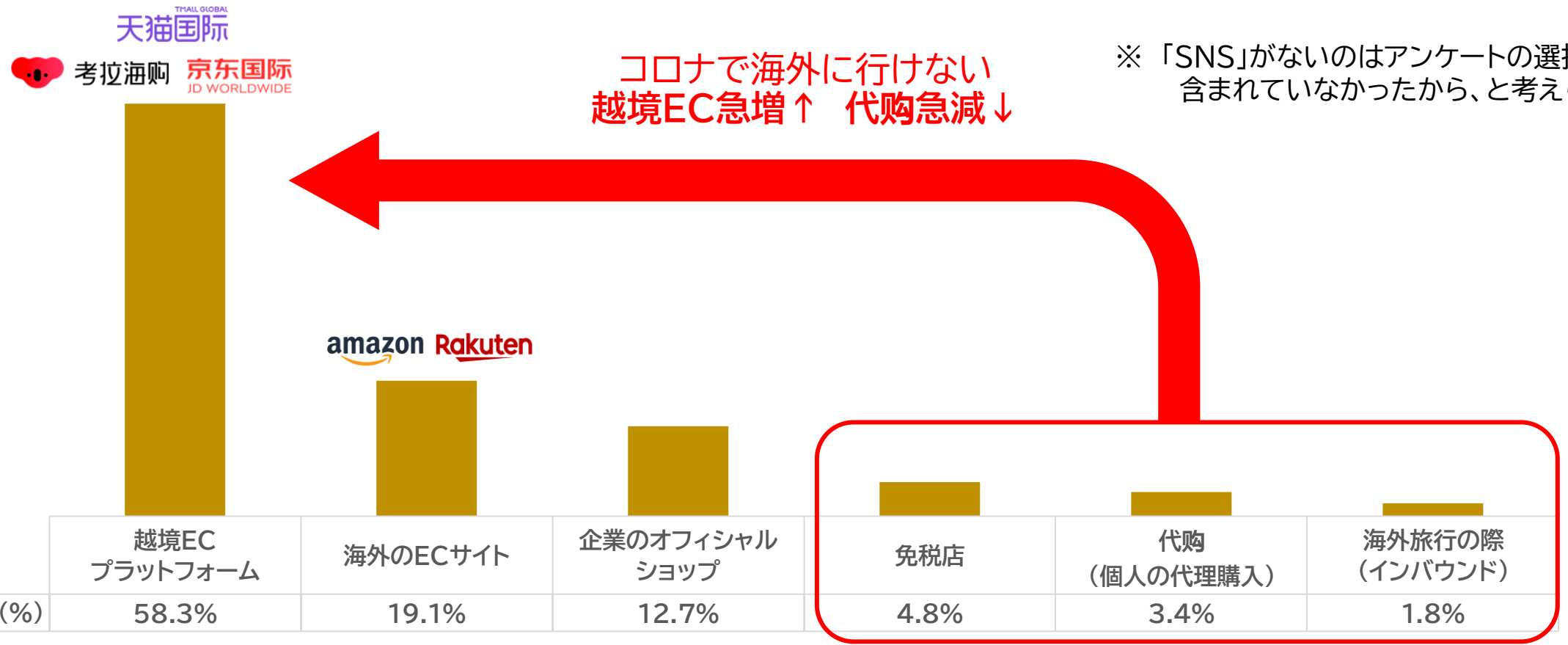
買う側の信頼感

大

小

### ③ 販売チャネルは？

## 中国人消費者に聞いた 「海外から商品を購入する際、何を使う？」(2020)



出典: iResearch「2021年中国跨境海淘行业白皮书」

### ③ 販売チャンネルは？

## 日系企業の現地サイト



資生堂 中国オフィシャルショップ  
(<https://www.shiseido.com.cn/>)



SONY 中国オフィシャルショップ  
(<https://www.sonystyle.com.cn/>)

○ 信頼感は抜群だけけれども…  
(ニセモノは絶対ありえない！)

## ③ 販売チャネルは？

### 自社サイトの注意点

1. 中国で開設する場合（中国のドメイン・サーバーを使用）

✗ 「ICP」という中国政府による認証が必要 → 中小企業や個人にとってはハードルが高すぎる



沪ICP备10203872号-1



沪公网安备 31011502007430号

Copyright © 2020 资生堂(中国)投资有限公司

（例：資生堂 中国オフィシャルショップのICP認証）

1. 日本で開設する場合（日本のドメイン・サーバーを使用）

✗ 中国側のネット検閲等で、自社サイトへのアクセスが不安定になったり、ブロックされるリスクがある

✗ 中国で知名度がない場合、そもそもアクセスしてくれない（中国ではGoogle検索ができない）

→ 大多数の企業は、自社サイトではなく、**中国のECプラットフォーム**に出店

## ③ 販売チャネルは？

### 中国のECプラットフォーム

※ 以下の図は、あくまでも主要なECプラットフォームのみを示しており、中国には他にも多数のECサイトが存在する

アリババグループ

業界1位

京東グループ

業界2位

中国国内向け

TMALL 天猫

淘宝网  
Taobao.com

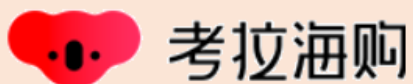


出店には中国  
現地法人が必要



越境EC専用

TMALL GLOBAL  
天猫国际



京东国际  
JD WORLDWIDE

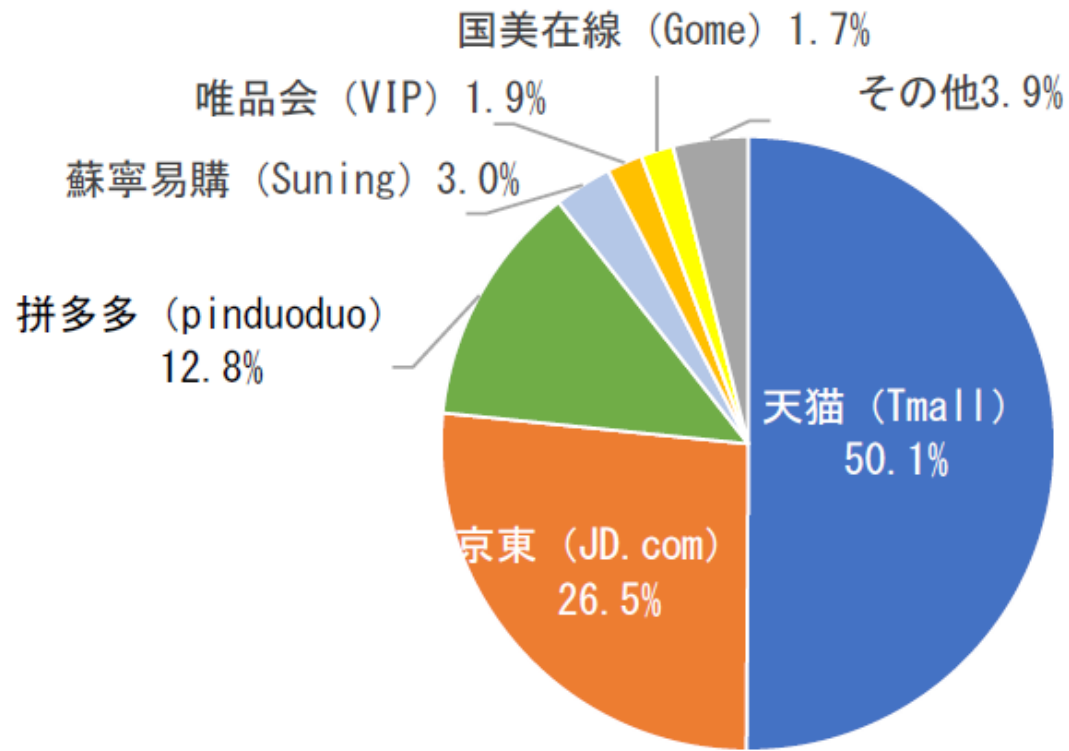
日本からも  
出店可能



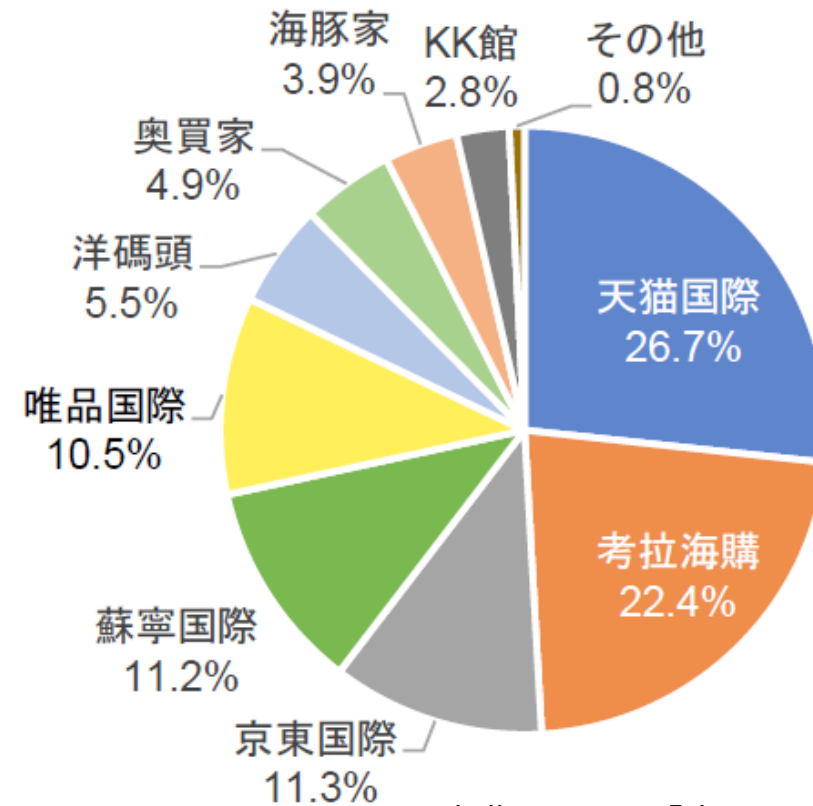
### ③ 販売チャネルは？

#### ECプラットフォームのシェア

中国国内向け



越境EC専用



出典:JETRO「中国EC市場と活用方法」



### ③ 販売チャネルは？

TMALL GLOBAL  
天猫国际

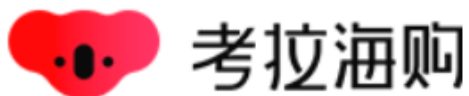
アリババグループ

B2C

- ✓ シェアNo.1 信頼度No.1
- ✓ B2B2Cモデル  
(アリババが商品を購入して天猫で出品)  
B2Cモデル  
(企業が天猫上で旗艦店を出品)  
2種類の販売モデルを提供
- ✓ 「中間所得層」や30歳以下に人気
- ✓ 質の担保のため、出店基準が厳しい  
出店費用も非常に高額  
(出店時保証金 50,000人民元~)



### ③ 販売チャネルは？



アリババグループ

B2C

- ✓ もとは、網易(ネットイース)が運営  
2019年にアリババが買収
- ✓ 保有する保税倉庫面積が  
業界最大規模
- ✓ ユーザーの8割が女性  
しかも、19~35歳の割合が高い
- ✓ Koalaが企業から商品を仕入れて  
販売する「直営モデル」に強み  
(出店時保証金 15,000米ドル~)



## ③ 販売チャネルは？

京东国际  
JD WORLDWIDE

京東グループ

B2C

- ✓ 業界2番手
- ✓ B2B2Cモデル  
(京東が商品を購入して京東で出品)  
B2Cモデル  
(企業が京東上で旗艦店を出品)  
2種類の販売モデルを提供
- ✓ 独自の物流ネットワークによる  
配送スピードの速さが強み
- ✓ 出店費用は「天猫国際」に劣らず高い  
(出店時保証金 15,000米ドル~)





## ③ 販売チャネルは？



C2C

- ✓ 個人でも出品可能なC2Cの越境ECモール
- ✓ 出品できるのは、認証を受けた海外在住のバイヤーのみ  
(登録には中国の銀行口座が必要)
- ✓ 東京や大阪にも倉庫があり日本からも出品可能  
(個人向けなので出店費用はかからない、メルカリに近い)
- ✓ 「天猫」や「京東」と比べると規模で大きく劣る










## 購入画面



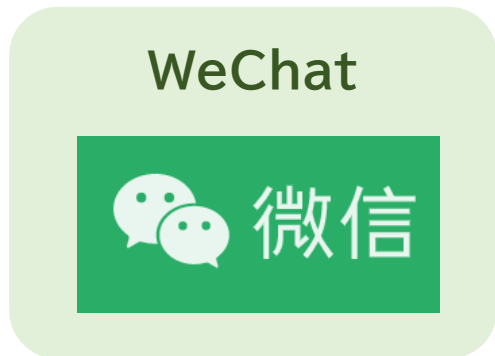
### ③ 販売チャネルは？

#### EC機能があるSNS

SNSを使ったEC=「ソーシャルEC」が中国では急成長中

SNS	<p>WeChat</p>  <p>総合メッセージアプリ</p>	<p>RED</p>  <p>画像SNS</p>	<p>Douyin (ドウイン)</p>  <p>ショート動画</p>	<p>Kuaishou (クアイショウ)</p> 
同系統のアプリ	 <p>LINE</p>	 <p>Instagram</p>	 <p>TikTok</p>	
月間アクティブユーザー	12.1 億人	1.6 億人	5.2 億人	4.0 億人

### ③ 販売チャネルは？



#### ミニプログラム(小程序)とは？

= WeChat内で使える簡易的なアプリのこと  
「アプリの中のアプリ」

- ✓ インストール不要
- ✓ ログイン不要
- ✓ WeChatPay(決済機能)と連携

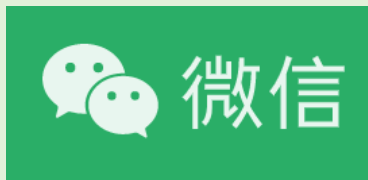


さまざまな機能を搭載可能  
→ただの“通話アプリ”ではない！

→ ミニプログラムが越境ECにも活用され始めている

### ③ 販売チャネルは？

WeChat



ミニプログラム  
小程序

- ✓ ユーザーの多さ(12億人)が一番の強み
- ✓ ECショップを開設するにはミニプログラムの開発が必要
- ✓ 出店費用がかからない一方で中国での知名度がないと、使ってもらえない可能性がある





### ③ 販売チャネルは？

RED



- ✓ 画像投稿SNSにEC機能が付属  
日本からも出店可能  
(出店時保証金 3,500米ドル~)
- ✓ ユーザーの7割が女性  
しかも、90年以降生まれの若い世代
- ✓ 「クチコミSNS」の性格があり、  
クチコミ投稿から商品購入に  
つながるとい流れ

#### クチコミ投稿



oops\_小猴子

关注

🍓 我敢说！这绝对是我吃过最好吃的草莓巧克力！！  
-  
明治草莓巧克力真的！！真的！！好！好！吃！啊！！  
我是个很喜欢吃新鲜草莓的人！  
但是我从来不吃任何草莓味的东西（酸奶除外）🐼🐼  
我就感觉草莓味的零食基本全是草莓香精的味道。。。  
但这个巧克力完全不会！！不知道怎么形容。。  
虽然不是什么高级巧克力啦。。。  
但真的就是那种很好吃很古早的草莓味！！  
重点是一点都不腻！！  
反正我和我同桌一节课能吃一盒  
并且一致给予好评！！🍓🍓🍓  
@生活薯 @吃货薯

👉 说点什么...

👍 2808

🌟 1670

💬 104

#### 購入画面



1/2

¥309



明治・明治 MEIJI 杏仁巧克力可可72%大袋166g x5

📦 包邮 📦 7天保价 📦 不支持无理由退货

发货 📦 跨境商品 日本直邮 包邮

05月24日前发货

评价 3



东京彩虹桥美护的海外店

体验星级 ★★★★★



店铺



客服



购物车

加入购物车

立即购买



### ③ 販売チャネルは？

Douyin  
(ドウイン)



- ✓ 中国No.1 ショート動画アプリ
- ✓ 日本からは  
越境EC向けの「抖音全球购」に出店可能  
(出店時保証金 100,000人民元~)
- ✓ ライブコマース、動画コンテンツを  
視聴してからの購入という流れ



### ③ 販売チャネルは？

Kuaishou  
(クアイショウ)



- ✓ No.2 ショート動画アプリ
- ✓ 日本からは  
越境EC向けの「快手进口店」に出店可能  
(出店時保証金 100,000人民元~)
- ✓ ライブコマース、動画コンテンツを  
視聴してからの購入という流れ



## ④ 參考資料

## 日本語の資料

経済産業省「令和2年度電子商取引に関する市場調査 報告書」(2021)

[https://www.meti.go.jp/policy/it\\_policy/statistics/outlook/210730\\_new\\_hokokusho.pdf](https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/statistics/outlook/210730_new_hokokusho.pdf)

中国における越境ECの概要と留意点:中国向け輸出

<https://www.jetro.go.jp/world/qa/J-210602.html>

JETRO「中国EC市場と活用方法」(2021)

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/Reports/01/0f325ff0aaf3c1b8/20210012.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/Reports/01/0f325ff0aaf3c1b8/20210012.pdf)

JETRO「まずはここから!!中国越境EC編」(2021)

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/world/asia/cn/ip/pdf/manual\\_202103\\_4.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/pdf/manual_202103_4.pdf)

草場歩「中国におけるECと輸入品市場の現状」(2021)

[https://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokkyo/food\\_value\\_chain/attach/r3\\_2\\_haifu2-1.pdf](https://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokkyo/food_value_chain/attach/r3_2_haifu2-1.pdf)

## 中国語の資料:

iResearch「2021年中国跨境海淘行业白皮书」(2021)

<https://www.iresearch.com.cn/Detail/report?id=3793&isfree=0>

iResearch「2020年中国跨境消费导购平台研究报告」(2020)

<https://www.iresearch.com.cn/Detail/report?id=3663&isfree=0>

中国国家税務局「越境 EC 小売輸入に関する税收政策の整備に関する通知」(2018)

<http://www.chinatax.gov.cn/chinatax/n810341/n810765/n3359382/201812/c4182338/content.html>

中国財政部「越境電子商務小売輸入リスト(2019年版)」

[http://gss.mof.gov.cn/gzdt/zhengcefabu/201912/t20191227\\_3451448.htm?from=timeline&isappinstalled=0](http://gss.mof.gov.cn/gzdt/zhengcefabu/201912/t20191227_3451448.htm?from=timeline&isappinstalled=0)