



最近の大連のEC事情

北陸銀行 大連駐在員事務所
所長

田村 昌邦



天猫國際の越境ECモール

1. 双11と国内EC

中国では、1が4つ並ぶ11月11日を元々「光棍節」(独身の日のこと)と呼んでいましたが、近年では独身者が自分へのご褒美のために買い物をする「双11」として知られるようになりました。可処分所得の高い独身者をターゲットに、2009年淘宝网(アリババグループが設立した個人出品(CtoC)が可能なオンラインショッピングモール)がEC(電子商取引)における販売促進を行ったのがきっかけです。以来毎年10月下旬から11月11日までの期間は大型セール祭が一大ブームとなり、「双11夜会」と呼ばれるカウントダウンイベントも年々盛況になっていました。

ところが新型コロナウイルス感染症発生以降、中国の消費環境は大きく変化しました。ゼロコロナ政策により各地で外出制限やロックダウンが断続的に実施され、サプライチェーンの面でもさまざまな混乱が起こっています。例えば、都市を跨ぐ際の通行証発行、24時間以内のPCR検査陰性証明書や運転手・荷物に対する隔離要求などは、各地方都市・地区ご

とに異なった対策が行われていたこともあり、混乱に拍車をかけました。

ゼロコロナ政策の影響により小売売上高は全体として伸び悩みがみられましたが、EC取引(BtoC)はコロナ禍でも堅調に推移しています。2022年の双11の販売実績について具体的な数字は公表されていないものの、大手ECモールの天猫(Tmall:アリババグループ)は「前年並み」、京東(JD.com)も「新たな記録を作った」としています。

中国インターネット情報センターの第50回「中国インターネット発展状況統計報告書」(2022年8月)によると、ネット消費に関しては以下の特徴がみられます。

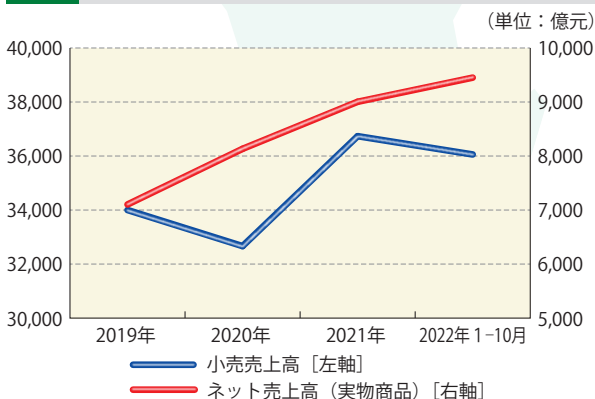
- ① ネット消費がコロナ禍の個人消費を下支え
- ② 食料品など生活必需品が突出して増加
- ③ 「個人単位のEC購入」から「町内会など買い物グループなどによるまとめ買い」のように、利用者のネット消費ルートが多分化

実際、大連市政府はコロナ対策物資や生活必需品の供給を優先し、非接触の「外売」(宅配・出前)を推奨しました。封鎖されたマンションの住民たちは「ウィチャットグループ(LINEグループのようなもの)」を作るとともに、食料品・日用品を共同購入し、マンション入口まで配送してもらうことで何とか生活を維持したのです。

また消費喚起策として大連市政府が2022年の双11に合わせて発行した期間限定商品割引・優待券(2000万元分)は、買い物・食事・映画・旅行だけでなくオンラインショッピングでも使用可能となっていました。

このように、大連ではECモールの位置づけが「たまに高価なものを買うに行くデパート」から「毎日必要な食料品・日用品を買うスーパーマーケット」に変わってきており、ECがより身近に日常化していることがわかります。

図1 中国 小売・ネット売上高(月平均)



2. 輸入越境EC

国内ECが堅調である一方、越境EC（輸入取引）は伸び悩んでいます。要因のひとつとして、コロナ禍で消費者は生活を楽しむ余裕がなくなり、輸入商品に対する消費意欲が低下したことが挙げられます。

一般的には、同じ輸入商品であれば、関税・増値税がかかる一般輸入取引よりも低税率の電商総合税が課せられる越境ECの方が安価であるといわれていますが、こうした要因もあって中国のネットユーザー数は10.5億人（2022年）なのに対し、輸入越境EC利用者はまだ1.6億人（2021年）にとどまっています。

ほかの要因としては、港湾・税関の封鎖やコンテナ不足、輸入品への徹底した消毒作業などにより輸入通関や物流が滞ったことが挙げられます（ちなみに、大連では輸入通関に最長6カ月かかっていた）。

さらに、商品の配送期間の長期化に伴い、消費者のキャンセル増加や資金回収の長期化など、越境EC出店業者は新たな課題を抱えることになりました。そこで大連の越境EC出店業者は、出店手続きが煩雑でコストが高くサイト内で目立つ位置を確保しづらい天猫国際や京東国際などの大手越境ECモールを経由せずに、自身の力で集客できるよう工夫を凝らしています。

●ライブコマース

代表例として、ECにおけるライブコマースがあります。閲覧者は増加を続けており（2022年で4.7億人）、今やライブコマースやショートムービーはECに欠かせない販売促進ツールです。

機材さえあれば室内だけでなく屋外でも配信可能であり、それぞれの出品しているモールだけでなく、「抖音」（TikTok）などの動画サイトでも、いつ見ても何かしらのライブコマースが行われています。国内EC・越境ECの区別がない分、競争が激しく、著名なインフルエンサーを使うと謝礼も高額になっているようです。



ライブコマース配信の様子

大連の越境EC出店業者は、日本国総領事館や日本の地方自治体と連携し、日本の生産者とライブ映像をつなぐなど差別化を図っています。

日本の生産者が、商品の紹介や製造方法、歴史などの背景を説明するだけでなく、視聴者からのチャット

質問に対し、ライブ配信中にすぐ回答することで、視聴者にとって商品理解が深まるとともに、安心感・信頼感が増すことになり、購入につながっています。

●サンプル販売所やアンテナショップ

ECサイトの画面だけでは商品を選択しづらく、サンプルがあると購入しやすくなることから、大連市内でサンプル販売所やアンテナショップを開設する動きもみられます。

例えば大連保税区内^{※1}では2023年初に、保税倉庫を併設した大規模な輸入商品展示センターがオープンする予定です。同センターでは越境EC以外にも一般輸入商品の販売も行いますが、これらのサンプル販売所は法人向け（BtoB）だけでなく、消費者への直接販売（BtoC）にも対応しており、選択の幅が広がっています。

3. 日本企業の参入に向けて

輸入越境ECに出品される商品には、出産・育児用品、化粧品、飲料・食料品などが多いこともあり、こうした分野に強い日本の中小企業が参入しやすいように、大連の越境EC出店業者は次のような取引条件を設定しています。

- ・大連の出店業者への委託販売を基本とし、日本企業は、まずはサンプルを出品する
- ・商品は日本国内での倉庫渡しとし、中国への輸送は中国側が手配する
- ・販売代金は後日指定日に日本の銀行口座に日本円で振り込まれる
- ・出品にかかる手数料は、定額（1商品〇円）もしくは定率（売上金額の〇%）とする

また、大連の越境EC出店業者が日本企業に希望することは、次のとおりです。

- ・商品に特徴・独自性がある
- ・一定の商品数量が提供できる
- ・中国市場に参入意欲があり、長期的視点で取引継続できる
- ・広告宣伝などで中国側に協力できる（中国での早めの商標登録が望ましい）

中国の越境ECはまだまだ拡大の余地があり、個性化・多様化が進展していくものと思われます。大連では越境EC初心者でも参入できるような枠組みを用意しており、日本企業にとっても昨今の円安は輸出に組みやすい環境でもあります。越境ECは中国市場を開拓するよい機会であり、一度試してみたいはいかがでしょうか。

※1 大連保税區：2016年に越境EC総合試験区、2017年に自由貿易試験区に指定されている。