

□ 中国インターネットマーケットの現状

市場規模： 年 1 兆 2594 億元(約 20 兆円)

利用者数： 2 億 4,200 万人

代表的なショッピングサイト

- ✓ 「淘宝网」： 個人出店もできる
- ✓ 「天猫」： 大型店が集まっている
- ✓ 「アリババ中国サイト」： 企業間電子商取引

上記 3 社は浙江省杭州市に本社を置く 阿里巴巴集団 傘下。

- ✓ 「京东商城」： 家電に強い
- ✓ 「当当網」： 書籍販売が強い
- ✓ 「凡客誠品」： アパレルに強い
- ✓ 「Amazon 中国」： 米国アマゾン社中国版

売れ筋商品 (数字は利用者によるアンケート結果)

「アパレル(81.8%)」「日用雑貨(31.6%)」「デジタル製品(29.6%)」「家電(22.9%)」「書籍・CD・DVD(18.4%)」「ゲームなどのプリペイドカード(16.6%)」「化粧品(15.2%)」「食品(14.5%)」「かばん(12.8%)」「レストランのチケット(8.5%)」「映画や演劇のチケット(8.5%)」「ベビー用品(6.9%)」「文房具(6.8%)」「宝玉石貴金属(6.7%)」

利用者の絶対多数が若者である点と、女性が多い点を考えて品ぞろえすることが必要で、Weibo、QQ などの中国版 SNS による口コミ効果を考慮することが成功の秘訣。

China Internet Network Information Center 作成、「2012 年中国ネットワーク市場研究報告」による。

中国ネット通販市場約 18 兆円、世界 2 位に

中国のインターネット通信販売の市場規模が、2013 年に約 1800 億ドル(約 18 兆円)に拡大する見込みだ。スマートフォン(スマホ)などの普及によって、利用者はすでに 2 億 7000 万人に膨らんでおり、日本を抜いて世界第 2 位の市場規模となる。(2013-7-23 日本経済新聞)

中国の電子商取引市場は、一部の指標では 2013 年に米国を抜いて世界最大に成長しており、無視できない存在となっている。経営コンサルティング会社ペイン・アンド・カンパニーによると、米国のネット通販売上高が 2015 年までに 3450 億ドル(約 33 億 7000 万円)になる見通しであるのに対し、中国は約 5400 億ドルに達する見通しだ。また、米国の 09 年以降のネット通販売上高の年間伸び率は米国の 13%に対して、中国は 70%を超える。(Wall Street Journal 2013-10-28)

2012 年中国の化粧品ネット通販約 1 兆円に

2012 年、中国の化粧品ネットショッピング市場における取引規模が 576.6 億元(約 1 兆円)に達し、2011 年の 372.6 億元に比べ、54.8%増加した。今後も急速な成長を保ち、2015 年には 1,200 億元に達する見通し。また、化粧品ネットショッピング事業者の中から、上場する事業者が 1~2 年以内に出現する可能性があると考えている。(2013-04-25 艾瑞諮詢統計データ)

中国独自の代金決済方法

日本でのネット販売で使われる決済には、クレジットカード・銀行振り込み・代引き等が多く使われるが、中国でのネット販売ではおもにアリペイ(支付宝)による決済が多く使われる。アリペイとは、中国ネットビジネスとくにタオバオで商品を販売した際に、使われる第三者保証決済アカウント。

このアリペイの仕組みを使えば、日本から商品をタオバオに出品しても決済でトラブルになることはまず防げる。手数料として決済手数料 3.6% 通貨交換手数料 1.4%、振込手数料(金額は登録の振込先銀行に依って異なる)がかかる。

タオバオでの商品の販売と代金の流れ

1. タオバオで商品が購入される。
2. アリペイユーザー口座から商品購入金額が凍結。
3. ショップにアリペイから商品代金の確保・商品配送の連絡が来る。
4. 商品を注文者へ配送する。
5. 注文者が商品を受け取り、アリペイへ受け取り確認をする。
6. アリペイからショップへ商品代金が振り込まれる。

注文者からの受取り確認がない場合でも、返品等がない限り、15 日後にはショップへ商品販売代金が振り込まれる。つまり、ショップとユーザーの間にアリペイが入り、一時的にお金を預かるという仕組み。

日本からタオバオ内でショップを立ち上げた場合、または中国人ユーザーがそのショップで買いものをする場合の両者にとって安心の決済ができる仕組み、それがアリペイでの決済。

