

□ 中国向けのネットショップを開設するのに営業許可など必要でしょうか？

(質問) 中国向けのネットショップを開設するのに営業許可など必要でしょうか？

当方は浅草で調理用具などを扱っている店ですが、最近外人客が多くおいでになり3千円から2万円くらいの包丁をお買い求めいただいています。その対応に中国語と英語ができる社員を雇い始めたりしています。

こんな状況の中で多少欲張って中国在住の顧客を対象にインターネットショップを開設しようと考えていますが、営業許可の問題や、顧客との中国語でのやり取り、代金の回収、トラブルが起きた場合の対応などを考えると、多少二の足を踏んでいます。当社は中国に支店や支社などは一切持っていません。

どのように取り組んだらよいのか何かアイデアをお教えいただけませんか？

(回答)

1. 日本からの出荷なら営業許可など必要ない

中国に在庫を持ち中国から国内配送するのであれば、現地会社設立ないし代理店の設置、通関・関税支払いなど諸手続きや代理店契約などが必要です。しかし、日本から中国の顧客に直接販売し送付するのであれば、中国での営業許可は必要ありません。

仮に日本の会社が中国のサイトにインターネットショップを開設するとすると、サイト開設・維持の手間暇・サイト開設費用・中国語での顧客対応・中国元での入金その他もろもろの作業のため、新たに担当が必要になるでしょう。

* 詳細は“中国での日本製品販売サイトに出店するにはどうしたらよいのか？”の項を参照。 <http://www.gmc.or.jp/boeki/internet03.pdf>

月商 200—300 万円以上になれば自営を考慮することもお勧めしますが、最初はむしろ日本に在住する中国人で中国向けに日本製品をインターネット販売している個人業者と交渉して、彼らのサイトに貴社商品を掲載し店舗紹介もしてもらおうことをお勧めします。こうした業者を日本製品代理購買業者(代購)と呼んでいます。

貴社の製品なら郵便局の EMS で送るのに適していますし、金額も郵便での免税額のおよそ 1,000 円(16,000 円)以下に収まるでしょう。高級品志向が高まっている中国市場で、ある意味理想的な商品と言えます。実店舗の紹介もしてもらえれば旅行者の来訪も増えると思います。いま中国では WeChat と呼ぶ SNS 情報で急に爆発的人气商品が拡散しています。この流れにうまく乗ることが商売繁盛に必要です。

2. もし自分でサイトを開くと

もし貴社が自分でサイトを開くとすると、例えば中国最大の個人対個人(C2C)サイトであるタオバオ(淘宝)へは、中国人の連帯保証人がいれば外国人も出店できますが、企業対個人(B2C)サイトの T モール(天猫)への外国企業による直接出店は困難です。

出店の手間暇、顧客とのやり取り、顧客とのトラブル処理、入金確認などに中国語が堪能な社員を一人雇わなくてはなりません。日本在住の日本製品代理購買業者は殆どが留学生とか主婦の副業でやっています。既にサイト立ち上げや受注・入金確認のシステムが出来上がっていますから、商品のアイテムや売上げが少し増えても彼らの手間暇は僅かしか増えません。

上記1、2 の項目についてジエトロ(日本貿易振興機構)のサイトに大変参考になる情報が掲載されています。 <https://www.jetro.go.jp/world/qa/04A-080905.html>

3. 代購業者とどのように契約するか

代購業者には大きく分けて 2 種類あります。一つ目は自分で商品を選んで値段をつけ商品説明などもしているサイトです。二つ目は Amazon/Yahoo/楽天など日本のサイトから顧客が自分で商品を選び代購業者に購入

と配送を依頼してくるものです。この二つ目の場合は実費に加えて代購手数料 10%ほどと EMS 送料を請求しています。

貴社の場合は一つ目の業者を選ばれると好いでしょう。つまり、代購業者にその都度国内売りをする方法です。現在のお店での販売価格から若干の割引を提供しては如何でしょうか。月間の売り上げによってボーナス割引をつけるなどの方法もあります。代購業者は輸出用の仕入れですから消費税の還付申告が理論上はできるのですが、大方が事業申告をしていませんからそのままにしていることでしょう。

代購業者に顧客からオーダーが入れば、貴社から都度クレジット決済で国内配送するあたりから始めるのが好いでしょう。次第に信用が確立されたら、支払い条件を緩めて行ってはどうでしょうか。代購業者は商品が EMS で中国の顧客に到着して顧客が受け取り確認してから入金します。顧客から確認がない場合は、EMS 到着後 4 日以内に入金できる安全弁の仕組みができています。代購業者は通常、海外郵送料を顧客の着払いにしています。また、関税がかからぬように申告価格に気をつけたり、個人から個人向けの郵便物にしたり、金額が張る場合は梱包を分けたり、包装の簡易化を図ったりと、いろいろな工夫を凝らしています。この辺りの工夫は中国出身者に任せたいと思います。

代購業者はそれぞれの出身地などに対応した得意の販売地域を持っています。従って、顧客地域層の異なる何人かの代購業者と契約することをお勧めします。

4. 中国国内の販売価格は日本のおよそ 2.5 倍

貴社の製品で仮に国内価格 8,000 円の商品を一定量正規に輸出して中国国内市場で販売すると、採算の取れる適正価格がいくらになるかお知りになりたいでしょう。実は、まず卸値がいくらになるのが大事な要素ですが、中国の輸入者は輸出原価に運賃・保険料をくわえた CIF 価額に次の要素が加わります。中国での通関手数料・関税・増値税・国内輸送費・保管費用・金利諸掛・自社の管理費・見込み利益・売れ残りリスク係数などを加えて希望販売価格が出てきます。

個々の商品につき調査することは難しいので、日本からの商品が上海で一体いくらで売れているかの調査をしたことがあります。2012 年に上海で行った調査では、無印良品や Loft など日系の店舗では日本での売値の約 2 倍、中国系商店では Amazon での割引価格を基に計算すると日本での価格の約 2.5 倍の売値でした。代購業者による免税の個人輸入ではるかに安く手に入る訳です。1 キログラムの EMS 送料は上海向けなら 2,100 円、2 キロでも 3,300 円で 2 日あれば届きます。

参照 上海市場調査報告書～上海市場へのアンテナショップ開設に向けて～ <http://www.gmc.or.jp/boeki/shanghai2012.pdf>