

中国越境EC市場の動向

2018年11月

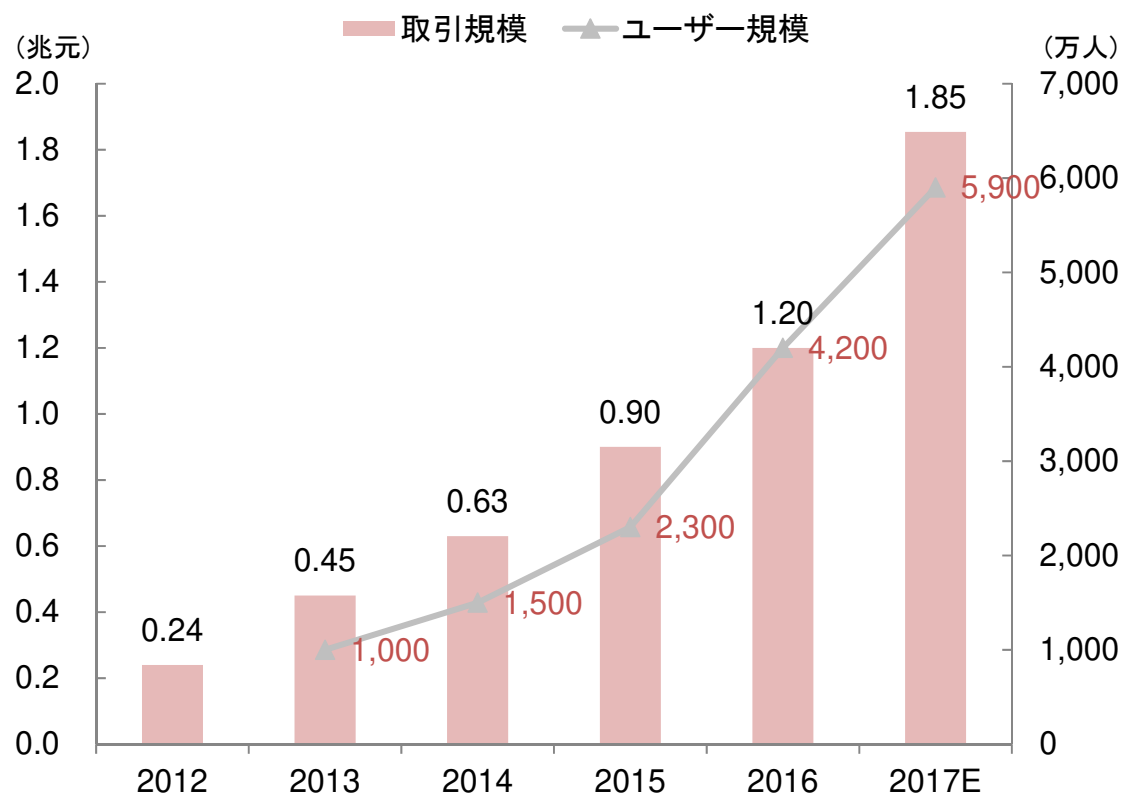


山田コンサルティンググループ株式会社

中国越境EC市場規模

- 中国越境EC輸入市場全体の取引規模は、2016年に前年同期比33.3%増の1.2兆元に達し、2017年には1.85兆元に達成する見込みである。
- 2016年の越境ECユーザーは前年比82.6%増の4,200万人に達している。20代後半から30代が越境ECの主要ユーザーで、日本は米国に次ぐ第二位の購入国である。

2012～2017年中国輸入越境EC取引規模推移



越境ECユーザーの特徴

年齢	26歳～40歳	74.7%
性別	男性	64.8%
学歴	大卒以上	74.6%
所得水準	1万元/月以上	25%
主要購入国	①米国、②日本、③韓国、④ドイツ、⑤豪州、⑥イギリス、⑦ニュージーランド	
主要商品	化粧品・スキンケア、ベビー用品、アパレル、食品、靴・アクセサリ、デジタル家電、サプリメント、日用品、玩具、腕時計	

※ 越境ECには、輸入と輸出の両方があるが、本資料は輸入越境ECを統計したものである。

出所：中国電子商務研究中心「2016年度中国越境輸入EC発展レポート」

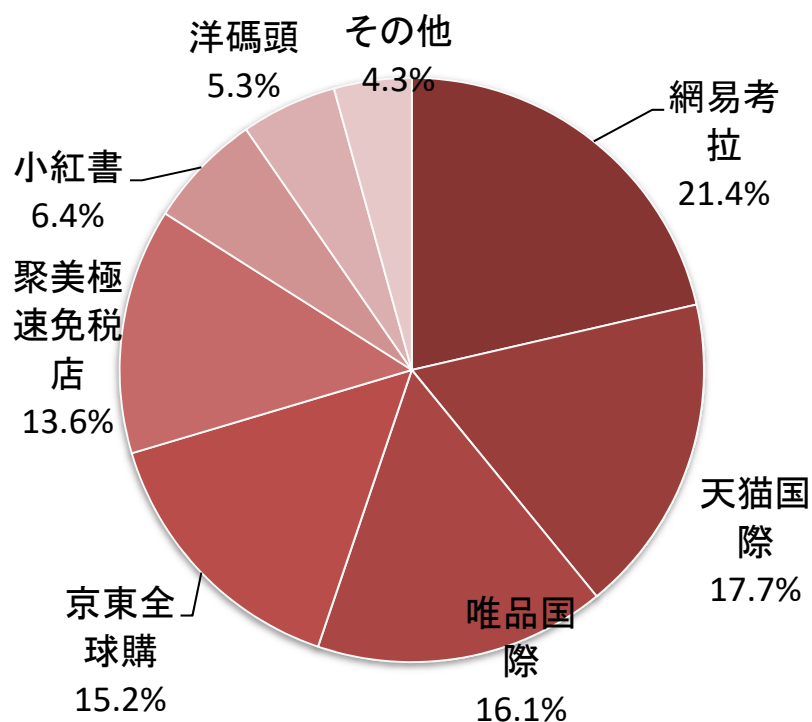
本資料は、現在弊社が入手し得る資料及び情報に基づいて作成したものです。弊社は、その資料及び情報に関する信憑性、正確さを独自に確認していません。本資料において一定の仮定を用いた試算を行っている場合、その試算結果は仮定に基づいた概算であるため、別途詳細な検討が必要です。本資料は貴社内での参考資料としてのご利用を目的として作成したものであり、他の目的で利用されること、本資料の貴社外でのご利用もしくは第三者への開示がなされることのないようお願い申し上げます。

© YAMADA Consulting Group Co., Ltd. 情報管理区分: SC-B

中国越境EC市場の主要プレイヤー

- 中国越境EC市場は、上位4社の網易考拉、天猫国際、唯品国際、京東全球購で全体の70.4%のシェアを占めている。
- Laoxに出資する蘇寧、プラットフォーム型の豌豆公主は、日本商品特化で他社と差別化を図っている。

2016年中国越境ECの主要プレイヤーの市場シェア



出所: 中国電子商務研究中心、その他公開情報より

	主要プレイヤー	ビジネスモデル	特徴・主力商品等
B2C	網易考拉 	直営型	2016年越境EC売上1位
	天猫国際 	プラットフォーム型	ユーザーが多く、リピート買いが多い
	唯品国際 	直営型	ブランド品のセール販売に強み
	京東全球購 	直営中心型	電気製品に強み
	聚美極速免税店 	直営中心型	化粧品に強み
	小紅書 	直営型	User Generated content は80年代後半生まれ以降のユーザーがターゲット
	洋碼頭 	プラットフォーム型	専門バイヤーによる調達が特徴、ファッションに敏感
	蘇寧易購海外購 	直営中心型	日本で免税店Laoxがある
	蜜芽 	直営中心型	キッズ・ベビー・マタニティに強み
	豌豆公主 	プラットフォーム型	日本商品専門、メーカーや総代理店から直接出店。日本で免税店もある

本資料は、現在弊社が入手し得る資料及び情報に基づいて作成したものです。弊社は、その資料及び情報に関する信憑性、正確さを独自に確認していません。本資料において一定の仮定を用いた試算を行っている場合、その試算結果は仮定に基づいた概算であるため、別途詳細な検討が必要です。本資料は貴社内での参考資料としてのご利用を目的として作成したものであり、他の目的で利用されること、本資料の貴社外でのご利用もしくは第三者への開示がなされることのないようお願い申し上げます。

© YAMADA Consulting Group Co., Ltd. 情報管理区分: SC-B

天猫国際における人気商品一覧1/2

マタニティ・ベビー

人気美妆排行榜
官方直营 正品保证

01	EltaMD洗面奶	¥148	立即购买
02	CK男女士淡香水	¥168	立即购买
03	迪奥魅惑超模唇膏	¥249	立即购买
04	爱马仕男士淡香水	¥539	立即购买
05	SUOQUU奶油粉霜	¥699	立即购买

ヘルスケア

洗护星品热销榜
官方直营 正品保证

01	生姜防脱洗发水	¥96	立即购买
02	花王泡泡染发剂	¥69	立即购买
03	Regenerate牙膏	¥99	立即购买
04	柳屋生发营养液	¥89	立即购买
05	佳洁士美白贴片	¥249	立即购买

日用雑貨

家居TOP排行榜
官方直营 正品保证

01	日本进口安全口罩	¥39	立即购买
02	爱丽思睡身贴*8	¥179	立即购买
03	膳魔师保温杯502	¥189	立即购买
04	金鸟暖宝贴8片*3	¥135	立即购买
05	美孚金装一号	¥54.9	立即购买

注：人気商品ランキングは、アリババが販売量、顧客満足度、アクセス数などに基づいてランク付けしたものである。

出所：2018年11月9日時点の天猫アプリよりYCG整理

本資料は、現在弊社が入手し得る資料及び情報に基づいて作成したものです。弊社は、その資料及び情報に関する信憑性、正確さを独自に確認していません。本資料において一定の仮定を用いた試算を行っている場合、その試算結果は仮定に基づいた概算であるため、別途詳細な検討が必要です。本資料は貴社内での参考資料としてのご利用を目的として作成したものであり、他の目的で利用されることが、本資料の貴社外でのご利用もしくは第三者への開示がなされることのないようお願い申し上げます。

© YAMADA Consulting Group Co., Ltd. 情報管理区分:SC-B

天猫国際における人気商品一覧2/2

ペット関連

宠物热卖排行榜
官方直营 正品保证

01		天然无谷猫粮 ¥290	
02		九种肉全猫粮8磅 ¥359	
03		无谷小型犬粮6磅 ¥269	
04		六种鱼猫粮1.8kg ¥320	
05		天然无谷猫粮 ¥225	

デジタル製品

数码先锋排行榜
官方直营 正品保证

01		戴森家用型吹风机 ¥2850	
02		任天堂游戏机 ¥2359	
03		无线蓝牙音箱系统 ¥1999	
04		德龙全自动咖啡机 ¥1999	
05		refa波光美容仪 ¥1600	

食品

食品畅销排行
官方直营 正品保证

01		蓝胖子全脂奶粉 ¥119	
02		巧克力夹心饼干 ¥14.9	
03		德亚脱脂纯牛奶 ¥89	
04		猫头鹰三合一咖啡 ¥89	
05		乐事多混合坚果 ¥159	

注：人気商品ランキングは、アリババが販売量、顧客満足度、アクセス数などに基づいてランク付けしたものである。

出所：2018年11月9日時点の天猫アプリよりYCG整理

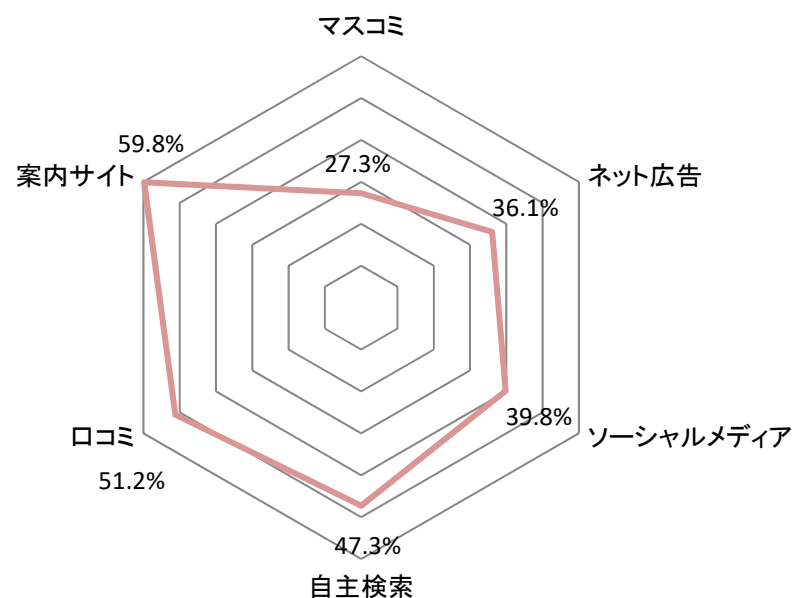
本資料は、現在弊社が入手し得る資料及び情報に基づいて作成したものです。弊社は、その資料及び情報に関する信憑性、正確さを独自に確認していません。本資料において一定の仮定を用いた試算を行っている場合、その試算結果は仮定に基づいた概算であるため、別途詳細な検討が必要です。本資料は貴社内での参考資料としてのご利用を目的として作成したものであり、他の目的で利用されること、本資料の貴社外でのご利用もしくは第三者への開示がなされることのないようお願い申し上げます。

© YAMADA Consulting Group Co., Ltd. 情報管理区分:SC-B

越境ECを知るきっかけと今後の消費意欲

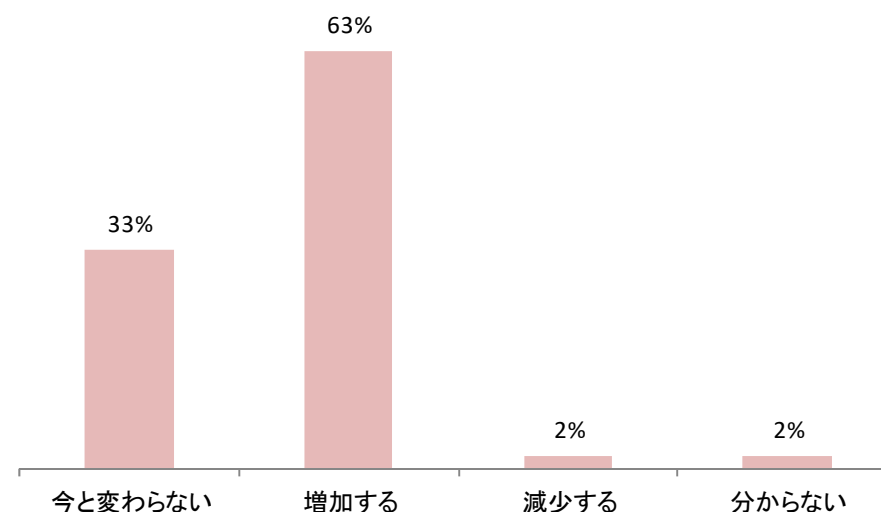
- 「中国越境電商指数白書」によると、案内サイト、口コミおよび自主検索は中国消費者が越境ECを知る重要チャネルである。
- また、同白書によると、今後越境ECでの消費が増加すると回答した人は63%に達している。

越境ECを知るきっかけ(複数回答)



出所: 「中国越境電商指数白書」よりYCG作成

今後12ヶ月の越境ECに対する消費意欲(%)

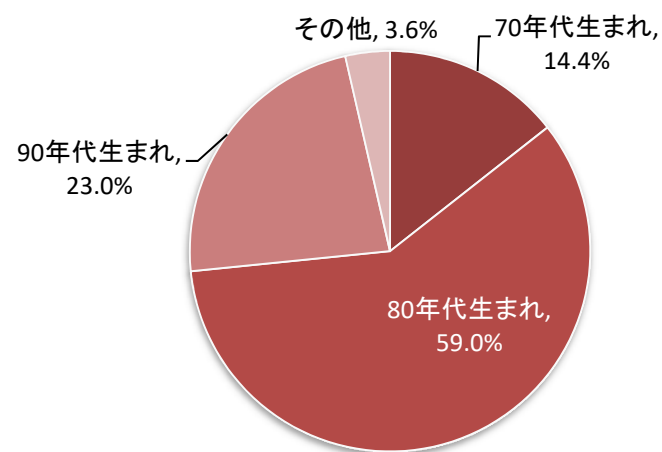


出所: Frost & Sullivan <The Cross-border E-commerce (Haitao) Opportunity in China> YCG作成

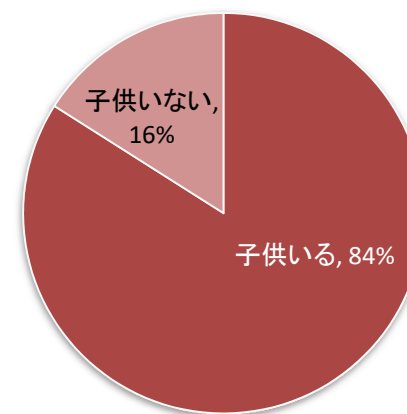
中国越境ECユーザー分布

- 年齢別には、80年代生まれのユーザーが全体の59%を占めており、続いて90年代生まれが23%となる。
- 上海越境電子商務公共服務有限公司の調査によると、越境ECの利用者のうち、84%のユーザーには子供がいる。
- 中国政府の「2人っ子政策」の実施に伴い、今後マタニティ・ベビー用品に対する消費は更に上昇すると思われる。

年齢別越境ECユーザー比率(%)



中国越境ECユーザーの子供の有無



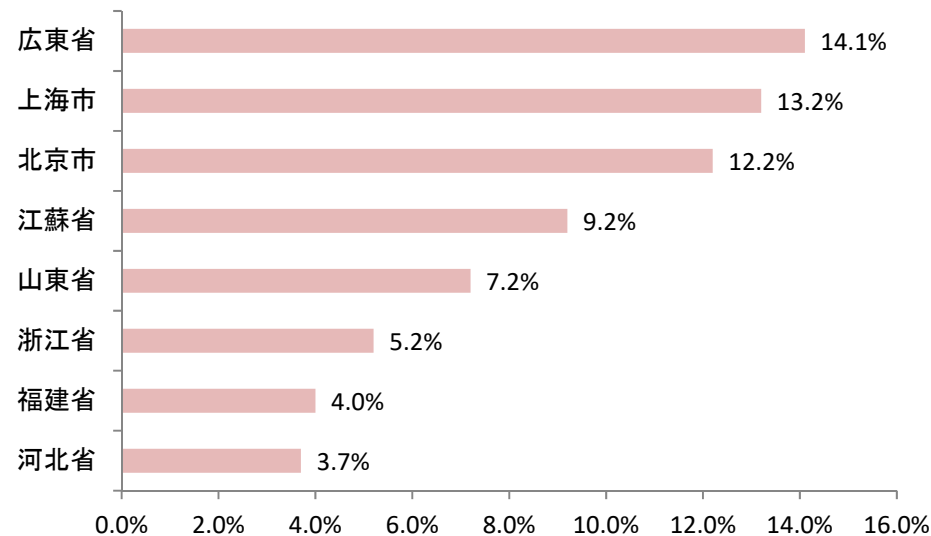
注：データは華院分析が同社のデータ分析ツールと第3社データベースに基づいて集計したものである(集計期間2016年1月～2017年9月)

出所：「中国越境電商指数白書」よりYCG整理

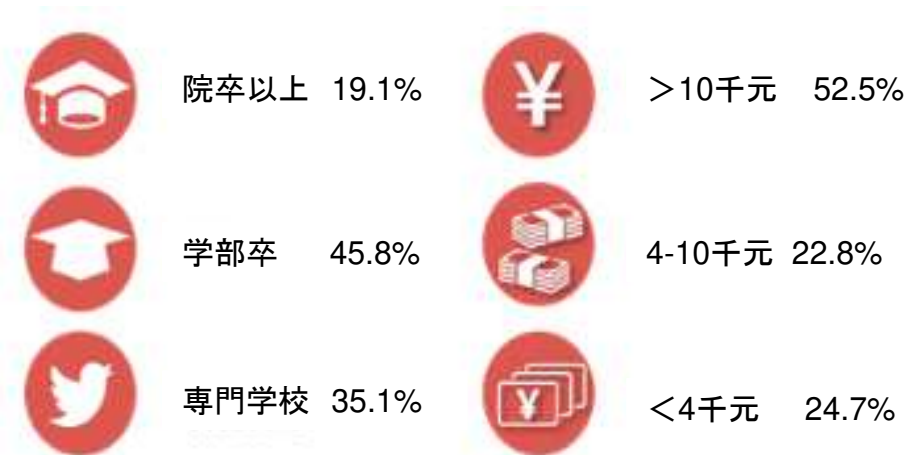
中国越境ECユーザー分布

- 地域別にみると、中国越境ECのユーザーは沿岸部の広東省、上海市と北京市など経済発展の著しい都市に集中していることが分かる。
- 「2017年越境電商研究報告書」によると、中国越境ECユーザーの64.9%は学部卒以上であり、相応の消費意欲と消費能力を有することが伺える。

越境ECユーザーの地域分布



越境ECユーザーの学歴と収入分布

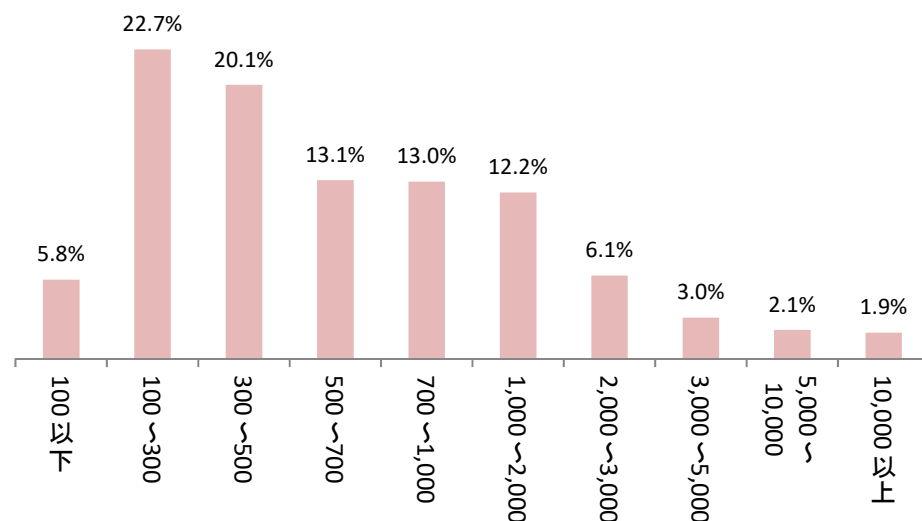


出所：中国電子商務研究センターよりYCG整理

越境ECにおける客単価と利用頻度

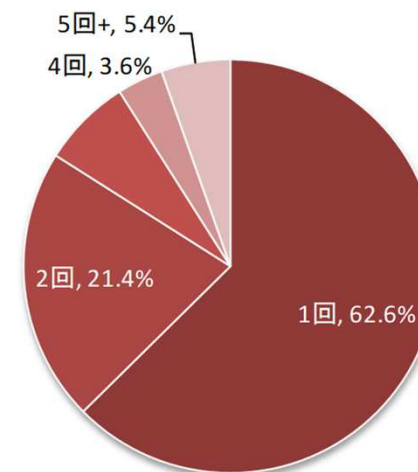
- 「中国越境電商指数白書」によると、越境ECにおける客単価は100～500元に集中し、一般ECよりやや高い。客単価1,000円以上のユーザーが約1/4を占めている。
- 一方、同白書によると、越境ECを6ヶ月に1回利用する比率は62.6%を占めており、一般ECと比べると利用頻度はまだ低い水準にある。

越境ECサイトにおける客単価(元)



注：データは華院分析が同社のデータ分析ツールと第3社データベースに基づいて集計したものである(集計期間2016年1月～2017年9月)

越境ECの利用頻度(6ヶ月)

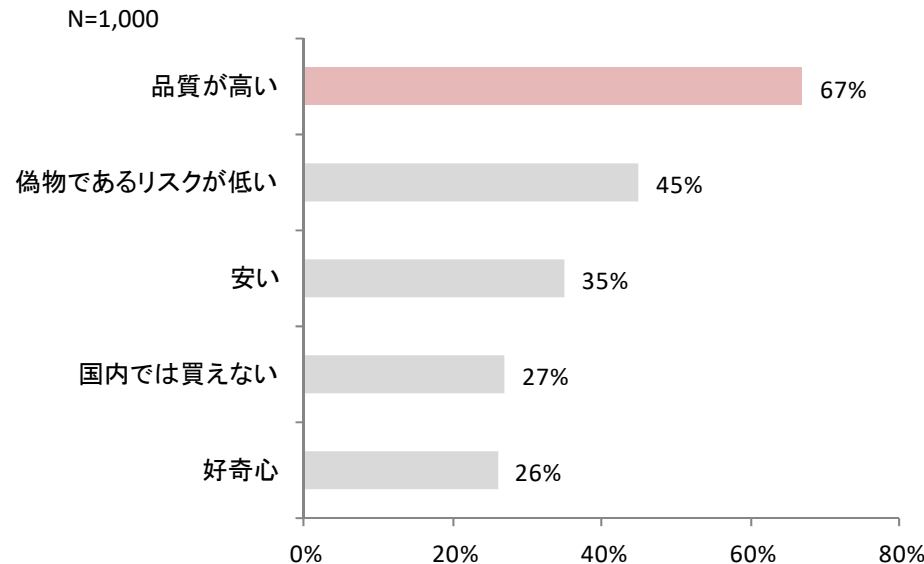


出所：「中国越境電商指数白書」よりYCG整理

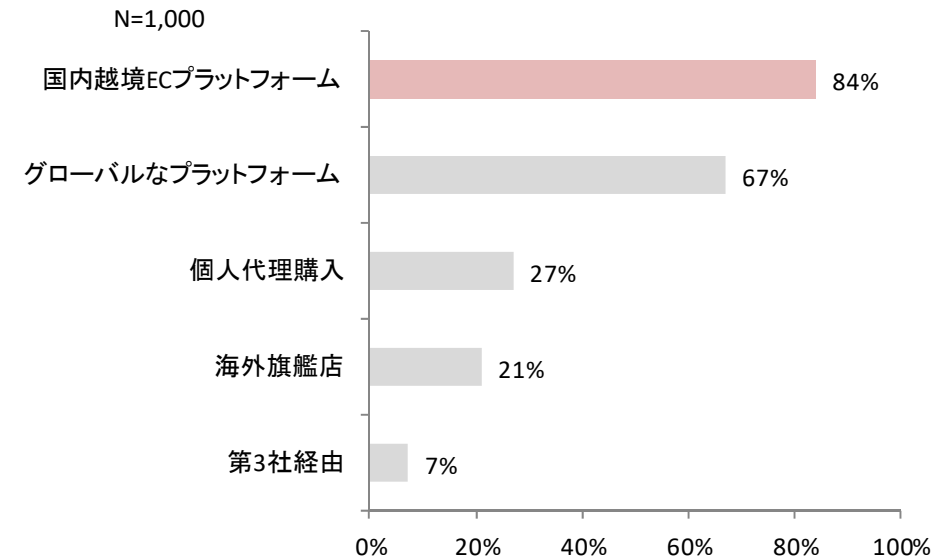
越境ECを利用する理由と利用したプラットフォーム

- Frost & SullivanとAzoyaコンサルの調査によると、中国消費者が越境ECを利用する主な理由として、商品の品質が高い、偽物であるリスクが低い等が挙げられることから、中国人消費者の正規品や良質な商品に対する需要が伺える。
- また、同社の過去12ヶ月に利用した越境ECプラットフォームに対する調査によると、国内越境ECプラットフォーム（網易考拉、天猫国際、京東全球購など）を利用した消費者が84%と利用率が高い。

越境ECを利用する主な理由（複数回答）



過去12ヶ月利用した越境ECプラットフォーム（複数回答）



出所:Frost & Sullivan <The Cross-border E-commerce (Haitao) Opportunity in China> YCG整理

まだ伸びる中国越境EC市場で必要なこと

- 天猫国際の人気商品ランキングから見ると、日本の日用雑貨および健康食品は相当人気を集めていたが、全体のシェアから見ると日本製品はまだ低いレベルにある。
- 今後中国人の一人あたりの可処分所得の増加により健康食品、電気製品、ファッション、贅沢品などのジャンルはまだ大きな成長ポテンシャルがあると考ええる。
- 中国EC大手のアリババが「新小売構想」、京東が「Unbounded Retail」戦略を推し進めており、大手を中心にオンラインとオフラインの融合などオムニチャネルの活用が増加しつつある。

執筆者情報



唐 菊媛

2015年7月

上海Evalueserveビジネスコンサルティング会社 株式調査部 研究員

2018年5月より

山田コンサルティンググループ株式会社 上海現地法人 調査員



平井 孝明 海外事業本部 マネージャー

2011年4月

山田コンサルティンググループ株式会社 入社

2012年7月~2018年3月

上海現地法人 出向、現地法人の立ち上げに参画

中国現地法人の実態把握、業績改善支援、内部統制、進出・再編・撤退案件から、
クロスボーダーM&A、マーケットやニーズ調査など幅広い業務に携わる

2018年4月より 現職

お問い合わせ先



山田コンサルティンググループ株式会社

山田コンサルティンググループ(上海)有限公司

データリサーチチーム 唐 菊媛

TEL: 86-21-5866-0573

E-mail: tangj@yamada-cg.co.jp

山田コンサルティンググループ株式会社

海外事業本部 平井 孝明

TEL: 03-6212-2515

E-mail: hirai_t@yamada-cg.co.jp