

変化を遂げる中国越境EC市場への参入について ～新制度施行により拡大する日本企業のビジネスチャンス～

上海駐在員事務所 田崎 敏洋

世界の電子商取引（以下、EC¹）市場の約4割を占めるEC大国中国。そして、舶来品志向の強い消費者は越境電子商取引（以下、越境EC²）を通して、世界各地から大量の商品を購入しています。

中国では2019年1月に今までの越境ECに関わる環境を大きく変える新制度「越境EC小売輸入に関わる監督管理の完全化及びそれら業務に関わる商務部、発展改革委員会、財政部、税関総署、税務総局、市場監督管理総局の通知（以下、6部門通知）」及び「中華人民共和国電子商務法（以下、電子商務法）」が施行されました。

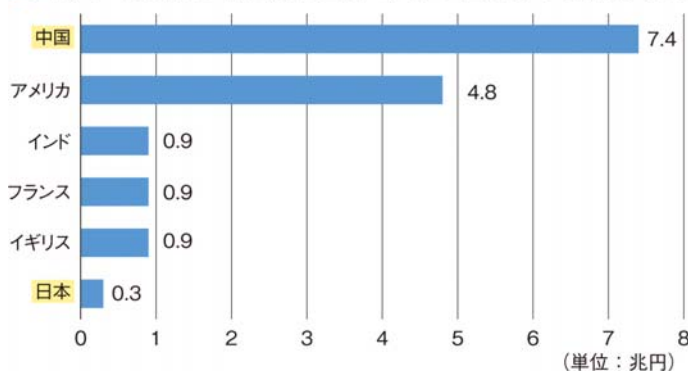
本稿では、成長を続ける中国の越境EC市場への参入にあたっての課題や解決策について、新制度の概要も含めて考察していきます。

中国越境ECの概要

1 中国越境ECの市場規模

中国における越境ECに関わる海外商品の輸入額は、2017年時点で約7.4兆円となっており（図表1参照）、今後も前年比20%程度の速度で輸入拡大が継続すると予想されています。

■図表1 越境EC輸入額の世界上位5ヶ国と日本の規模（2017年）



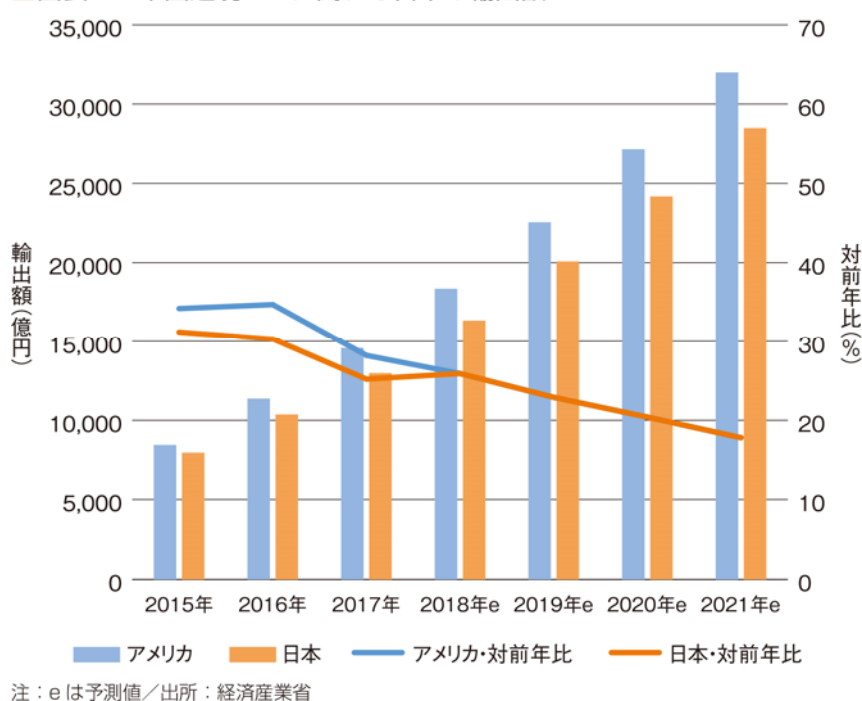
出所：Paypal、グローバルマーケティングエージェンシー Ipsos

¹ 物・サービスの売却あるいは購入であり、企業、世帯、個人、政府、その他公的あるいは私的機関の間で、コンピューターを介したネットワーク上行われる取引。OECD（経済開発協力機構）による定義。

² Cross Border Electric Commercial の略。本稿記載の越境ECはB to B取引を含まないB to C及びC to C取引であり、個人使用目的での物品輸出を指す。なお、C to C取引は情報把握が容易でないため本稿内のデータには含まない。

また、中国越境ECに関わる中国への最大の輸出国は日本と米国となっています。2017年における日本の対中輸出額は約1.3兆円、2021年には約2.7兆円にまで成長すると見込まれています（図表2参照）。ちなみに、2017年度のアマゾンジャパンの売上高が119億ドル³（約1.3兆円）であることを考えると、日本企業にとって、中国越境EC市場がいかに重要かつ魅力的な市場であるかがわかります。

■図表2 中国越境ECに関わる日米の輸出額



2 中国越境ECにおける媒体

日本企業が中国越境EC市場への参入を検討する場合、以下3つの媒体の選択が考えられます（図表3参照）。

① 越境EC専門モールの活用

越境EC専門モールは、中資系モール「網易考拉（ネットイース社⁴）」や「天猫国際（アリババ社）」等と日系モール「Rakuten Global Market」や「Ponparemall JAPAN」等に分かれます。

³ Amazon.com が米証券取引委員会に提出した年次報告書（2017年）より。

⁴ 中資系越境ECのモール別シェアは、第1位「網易考拉（26.2%）」、第2位「天猫国際（22.4%）」、第3位「京東全球購（13.4%）」他、となっている。特色のある越境ECモールを運営するベンチャー、「小紅書（中国版Instagramを販売ツールとして備えるモール）」や「洋碼頭（スマホアプリに特化したSNS型モール）」等もシェアを伸ばしている。

日系モールには、日系企業向けの細やかなサービスが提供されており、日本国内のECモールと近似したオペレーションでの商品販売が可能です。ただし、中国の消費者動向を詳細に、かつ深度ある把握を行っている中資系モールと比較すると集客力は劣ります。

② 中国国内の小売ECモールの活用

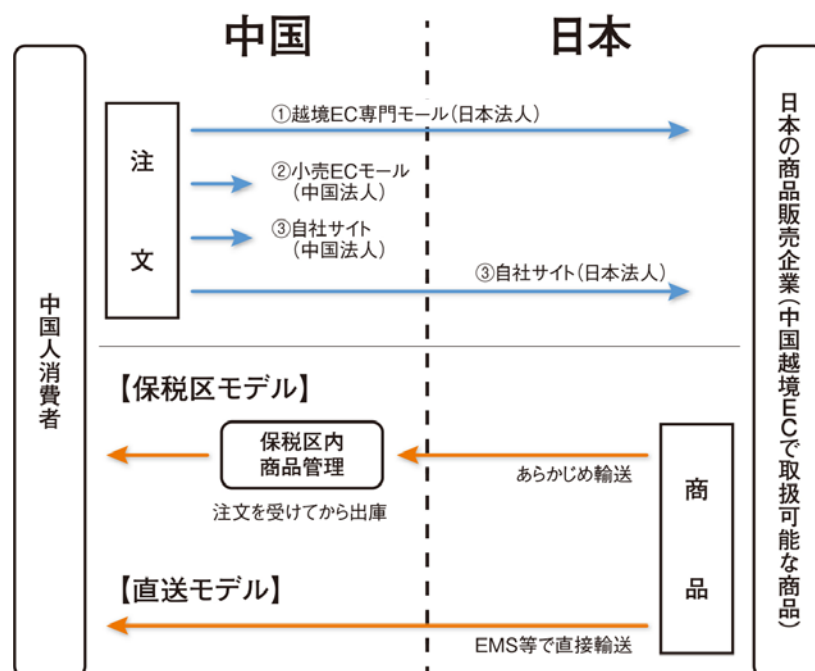
具体的には、「天猫（アリババ社）」や「京東商城（京東社）」（当該2社における中国国内の小売ECシェアは8割）等の大型小売ECモールで商品販売する方法です。

数億人のユーザーを有する中国EC市場へアクセスできる一方、膨大な数の国内商品と海外商品が混在するモール内で、自社商品をアピールすることは容易ではありません。

③ 越境EC専用の自社サイトを開設

中国国内もしくは日本国内に自社サイトを開設し、中国の消費者と直接的な取引を目指す方法です。独自の販売戦略やデータ収集が可能となる一方、決済システムの構築やICP⁵登録等において、中国の法令を考慮したサイト

■図表3 中国越境ECの媒体とビジネスモデル



⁵ 中国国内にサーバを用意しWEBサイトを公開する場合、当局への登録が義務づけられており、その登録番号をICP（Internet Contents Provider）と呼ぶ。なお、ICP取得には1カ月以上の時間を要し、中国現地法人を設立しない限り取得できないことになっている。

開発が必須となります。中国現地法人設立の検討や集客の自社対応等も勘案すると、日本から中国へのECビジネスとしては、この方法はハードルが高いと言わざるを得ません。

日本企業の中国越境ECへの新規参入について、最も現実的と考えられるのは、越境EC専門モール（図表3の①）を活用しての販売か、有力なパートナーと連携の上、小売ECモール（図表3の②）内で、商品を販売するパターンと思われます。

なお、本格的な自社サイト開設やオフラインでの販路開拓を重視しない限り、中国現地法人の設立の必要性は低いでしょう。

3 中国越境ECのビジネスモデル（図表3参照）

中国越境ECにおいて海外商品を輸出するにあたっては、2つのビジネスモデルが存在します。1つ目の方式が「保税モデル」です。中国国内の越境EC総合試験区⁶（以下、保税區）に海外商品をあらかじめ輸送・保管しておき、保税區から消費者に発送する方式です。特徴は、一定量の輸出商品があれば一括輸送によるコスト低減が期待できる点です。また、在庫を保税区内に有することで、配送や返品・交換の対応を迅速に行うことが可能です。ただし、保税区内における在庫管理コストが必要となってきます。

もう一つの方式が「直送モデル」です。消費者から注文を受けた後、EMS等を利用し直接中国人消費者へ輸送する方式です。こちらは、中国国内での在庫管理コストが不要である反面、個別の輸出対応が必要となるため、輸送コストや発注から納品までのリードタイムが課題となる可能性が高くなります。

日本企業による中国越境ECへの参入

本章では、日本企業が中国国内の越境EC専門モール（図表3①）を活用して商品販売する際の実務面について解説します。

1 輸出不可能な商品について

まず、中国越境ECで輸出可能な商品は、個人使用目的の物品ということが前提となります。ただし、中国関連当局（商務部や税関総署、食品薬品監督管理総局〔以下、CFDA〕等）が公布する法令法規により輸入禁止品目に指定、

⁶ 上海、天津、杭州、寧波、鄭州、広州、深圳、重慶、福州、平潭、合肥、成都、大連、青島、蘇州の15都市に加え、今回の新制度により、北京、唐山、呼和浩特、瀋陽、長春、ハルビン、南京、無錫、義烏、厦門、南昌、威海、武漢、長沙、珠海、東莞、南寧、海口、貴陽、昆明、西安、蘭州の22都市を加えた37都市となった。

もしくは輸入制限が掛けられている品目については、中国へ輸出することではできません。

事例を挙げると、輸入禁止品目については、生の果物、動物、中国の政治・文化等に悪影響を与える印刷物やデータ、武器や劇薬等が該当します。輸入制限品目については、乳製品や日本10都県（東京、福島、長野等）を原産地とする食品類⁷等が該当します。

なお、中国サイドで輸入許可が下りていない海外製の医薬品⁸については、当然中国での販売は禁止されているのですが、実際は越境ECを通じネット上で販売されていることも目にすることがあります。しかし、CFDAによる販売停止の措置や新制度に関わる規制強化策等により、このような非合法的な商品販売に対する取締りは更に強化されていくことが予想されます。

2 商品輸出に関わる税金について

中国越境ECでの商品の輸出に関する税金としては、以下の4種類があります。

- ① 「関税」：中国に輸出した段階で商品に対し課せられる税金（中国税関総署のHP上で検索が可能 <http://www.customs.gov.cn/> 英中2カ国語）
- ② 「増値税」：流通段階で商品に対し課せられる税金。日本の消費税にあたる（物品の基本税率は16%、2019年4月1日より一部の物品について13%へ減税）
- ③ 「消費税」：特定の嗜好品・贅沢品に対し課せられる税金（品目により3%～56%に分類）
- ④ 「行郵税」：1000元以下の郵便物に対し課せられる税金（品目により13%、20%、50%の3種類に分類）

なお、日本企業が越境ECで日本から商品を輸出した場合、日本の税務署に必要な書類を提出することにより、日本で納付した消費税の還付を受けることが可能となります。

⁷ 東京電力福島第一原子力発電所事故の影響を危惧して講じられた特別輸入制限措置。

⁸ 一般用医薬品のうち、目薬や整腸薬、ビタミン剤等の一部商品のみ越境ECでの輸出が認められている。

3 代金決済及び納税について

消費者と販売企業間の代金決済及び各種税金の納付については、越境EC専門モールが仲介することが一般的です。越境EC専門モールは、中国の消費者から商品代金と税金を電子マネーやクレジットカードにて事前決済し、商品が消費者に届いた時点で、商品代金については日本企業⁹へ、税金については中国当局へ代行納付¹⁰することになります。

4 その他留意点について

越境EC専用モールを活用する場合、モールによってランニングコストや集客プロモーション手法が変わってきます。また、「保税モデル」か「直送モデル」どちらのビジネスモデルを選択するかによって、適合する物流業者も変わってくるでしょう。自社の販売戦略や取扱商品を十分考慮した上での連携企業の選択が必要となります。

また、知的財産権の保護対策も留意すべき事項となります。日本で使用している商品名やロゴマーク等の商標が中国では中国企業により既に取得されているということはよくある話です。中国越境ECへの参入準備の一つとして、中国国内における商標権の使用可否のチェックは必須事項となるでしょう。

中国越境ECに関わる制度変遷

中国ビジネスにおいては、中国政府の基本方針や関連法規変更等への的確な対応が商売の成否を大きく左右します。ここでは、中国越境ECに関わる制度の変遷を見ていきましょう。

2000年代初頭、中国越境ECは「代購¹¹」により始められました。そして、2008年頃、中国の1人当たりGDPは、家電等の耐久消費財の普及率が高まる水準といわれる3000米ドルを突破しました。この頃からインターネットの普及率も20%を超過し、「代購」の増加も相まって越境EC市場が急速に拡大し始めます。

⁹ 越境EC専門モールの大手「天猫国際」や「京東全球」は、商品代金を香港経由で日本国内企業の円口座へ入金するシステムを採用している。

¹⁰ 越境EC専門モールは基本的に中国税関に対し、取扱う商品や消費者の中華人民共和国居民身份证を含む輸入通関に必要な情報を事前に提出している。更に税金に関しては、中国税関との間で決済システムが連動しているため、徴収した代金を代行納税できるようになっている。

¹¹ ビジネスや旅行等で海外へ出国し、友人知人に依頼された海外商品を代理購入する個人や専門業者のこと。インターネットの発達に伴い、購入した海外商品をインターネット上で一般消費者向けに販売する「代購」が増加。現在では、越境EC専門モールや小売ECモールで販売するケースが多い。

そして、2014年7月、中国政府は拡大を続ける越境ECに関わる制度を公布（図表4A参照）し、越境ECというビジネスモデルを公認しました。この黎明期においては、政府が過度な規制を設けないことで、越境EC市場の拡大を後押ししてきました。

それから、2016年3月及び4月、越境EC事業者にとって大きな負担となる規制が発表されました（図表4B参照）。税制面での優遇が開始された一方、輸入商品について、通関申告書の提示や一部指定商品に輸入許可証の提出が義務付けられたのです。しかしながら、通関や検疫の現場で大きな混乱¹²を招いたことで、中国政府は施行開始からわずか1カ月で暫定的に規制を停止（図表4C参照）、最終的に2018年末まで煩雑な輸入手続きの停止措置は延長されました（図表4D参照）。

■図表4 中国越境ECに関わる制度の変遷

変遷	発表時期	制度の名称	内容・特徴	
制度化	2014年7月 (越境EC元年)	越境ECの入出国貨物・物品に関わる監督管理事項に関する公告	越境EC事業者は、税関に対しEC業務の届出手続きを行い、税関の監督管理を受ける	A
		税関監督管理方法コードの追加に関する公告	税関管理コードの中に、保税越境EC貿易を追加	
旧制度	2016年3月	越境EC輸入税率政策に関する通知	①越境EC輸入税率を調整、②1回当たり取引額及び年間取引額を設定、③越境ECポジティブリストに基づき管理	B
		越境EC輸入商品の監督管理事項に関する公告	輸入手続きに関わる通関申請書・輸入許可証の提出義務。税収管理、物流監督コントロール等について実施細則を規定	
	2016年4月	越境ECポジティブリストの公布に関する公告	1,293件の越境ECポジティブリストの公布	
旧制度の改正	2016年5月	越境EC輸入の新たな監督管理要求に関する事項執行についての通知	10都市の保税区分限定で、輸入必要手続き（通関申告書・輸入許可証）の暫定免除と、税制優遇を継続（2017年5月迄）	C
		越境EC輸入監督管理に関わる過渡期ステートメント	輸入手続き（通関申告書・輸入許可証）の暫定免除と、税制優遇を延長（2017年末迄）	D
	2017年9月	越境EC輸入監督管理に関わる過渡期ステートメント	輸入手続き（通関申告書・輸入許可証）の暫定免除と、税制優遇を再延長（2018年末迄）	
	2017年12月	越境EC輸入監督管理に関わる過渡期ステートメント	10都市の保税区分に加え、合肥、成都、大連、青島、蘇州の5都市にも適用を認可	

出所：国家質量監督検査検疫総局、税関総署、商務部

中国越境ECに関わる新制度

中国越境ECに関わる輸入手続きや優遇措置の動向に注目が集まる中、新制度となる「6部門通知」と「電子商務法」が2018年11月に発表され20

¹² 通関申告書発行に必要な輸入許可証や原産地証明の取得が出来ず、輸入手続きが途中停止する事案が大量に発生した。

19年1月に施行されました。本章では新制度の概要を解説します。

1 新制度における優遇措置（図表5参照）

「6部門通知」において、以下5点の優遇措置が公布されました。

① 越境EC輸入ポジティブリスト¹³（以下、ポジティブリスト）の品目追加
ポジティブリストに含まれる品目が1321件まで増加。消費者ニーズの高いゲーム機やトレーニングマシン、発泡性ワイン等もリストに加わりました。なお、当該ポジティブリストに記載される品目については、規定の取引金額（下記②）の範囲内で、各種優遇（下記③、④）が適用されます。

② 取引金額の引上げ

消費者1回当たりの取引額が5000元（約8.3万円）、年間取引額が2万6000元（約43万円）へ引上げられました。今後、高額の家電品や化粧品
品の取扱いの増加が見込まれます。

③ 輸入手続きの更なる簡素化

法規に則した越境EC手続きにおいては通関申告書や輸入許可証の提出が不要である旨、明記されました。また、中国語表記の商品ラベルの貼付も不要となりました。

④ 優遇税制の据置

越境ECに関わる関税0%、増値税と消費税70%掛けの税制優遇が据置
されました。

⑤ 保税区の増設

保税区の設置が15都市から37都市となりました。海外企業にとっては
物流戦略の選択肢が増加することになります。

2 新制度における規制強化（図表5参照）

「電子商務法」において、主に以下5点の規制が明記されました。

① 税関における登記義務

中国越境ECに関わる事業者は、法人・個人に関係なく中国税関における

¹³ 規定金額の範囲内で享受できる各種優遇（輸入手続きの簡素化や軽減税率）の適用品目が記載されたリスト。2018年末までの当該リスト品目数は1293件だったが、今回の新制度改正で、消費者ニーズの高い28品目が追加されている。リスト記載の主な商品は、スキンケア化粧品やベビー用品、衣料品、飲食料品、家電等となっている。

登記手続きが義務付けられました。その結果、海外に商品を輸出する海外企業や海外で商品を購入する個人の「代購」に対しても中国当局の監視が強化されることとなりました。

② 消費者権益の保護義務

消費者に関わる個人情報管理強化や、抱き合わせ販売の制限等が明確化されました。また、サイト内に商品に関わる注意事項やリスク説明等を正確に告知することが義務付けられました。

③ 営業許可証等の公示義務

サイト内の分かり易い箇所に営業許可証および事業ライセンスの情報を公示することが義務付けられました。

④ 虚偽広告等の禁止

商品・サービスの内容や消費者の評価等について、虚偽情報発信の禁止が明確化されました。

⑤ 紛争対応義務

海外企業であっても、輸出商品に大きな問題が発生した場合、モール事業者や「境内（きょうない）サービス事業者¹⁴」等と連携し、中国当局から求められる資料の提出やリコール対応等、適切な処理を行わなければなりません。これまでは、物流業者や販売代理店等に商品を受け渡した時点で、海外企業は中国における法的責任について事実上責任を負うことはほぼありませんでしたが、今後は賠償責任に問われる可能性が高くなります。

3 優遇措置と規制強化の意義

輸入手続き簡素化の明示や取扱可能商品の拡充等の優遇措置に加え、関連事業者に関わる登記の義務付けや消費者保護の強化等、越境ECビジネスモデルの規範化促進により、中国越境EC市場は更に活性化していくことが確実視されています。

しかしながら、中国越境ECの勃興から実質的に市場拡大を支えてきた個人の「代購」については、法令遵守の強化措置によりグレーゾーンでの事業展開

¹⁴ 海外の越境EC事業者が果たすべき責任（①消費者保護対応、②当局対応、③納税対応等）を代行して請負う、香港、マカオ、台湾を除く中国国内の事業者。中国越境EC新制度にて、新たに設置された事業者だが、資格や業務内容の詳細はまだ公示されていない。

が難しくなるため、自然と減少していくこととなるでしょう。今まで「代購」に商品を販売することで、間接的に中国越境ECに参加してきた日本国内のディスカウントストアや百貨店等については、今後、中国越境ECへの直接参加の機運が高まってくることが予想されます。

■図表5 中国越境EC新制度の概要

	旧制度～旧制度の改正	新制度※1 (2019年1月施行)
優遇	<ul style="list-style-type: none"> ①輸入必要手続き免除 (暫定2018年末迄) (通関申告書・輸入許可証) ②越境ECポジティブリスト 1,293件 ③取引金額 1回当たり取引額 (2,000元) 年間取引額 (20,000元) ④税制 関税 (0%) 増値税・消費税 (70%掛) ⑤保税區 10都市→2018年、15都市※2へ拡大 	<p>「6部門通知」</p> <ul style="list-style-type: none"> ①輸入手続き免除 (期限設定なし) (通関申告書・輸入許可証・中国語表記の商品ラベル) ②越境ECポジティブリスト 1,321件 ③取引金額 1回当たり取引額 (5,000元) 年間取引額 (26,000元) ④税制 (据置) 関税 (0%) 増値税・消費税 (70%掛) ⑤保税區 37都市※3
規制	—	<p>「電子商務法」</p> <ul style="list-style-type: none"> ①税関における登記義務 ②消費者権益の保護義務 ③営業許可証等の公示義務 ④虚偽広告等の禁止 ⑤紛争対応義務

※1 税関システムが「三単」(商流・物流・金流)を同時把握する必要がある

※2 上海、天津、杭州、寧波、鄭州、広州、深圳、重慶、福州、平潭、合肥、成都、大連、青島、蘇州の15都市

※3 ※2の15都市に加え、北京、唐山、呼和浩特、瀋陽、長春、ハルビン、南京、無錫、義烏、廈門、南昌、威海、武漢、長沙、珠海、東莞、南寧、海口、貴陽、昆明、西安、蘭州の22都市を加えた37都市

出所：商務部、発展改革委員会、財政部、税関総署、税務総局、市場監督管理総局、国家主席令

中国越境ECの活用にあたって

2018年11月に上海で開催された第1回中国国際輸入博覧会¹⁵において、習近平国家主席は「税制を見直し通関手続きの簡素化を図った上で、越境ECを更に拡大させる」と演説しました。それに呼応してフォーラムに登壇したアリババCEO張勇氏は「2000億ドルの海外製品を買い付ける」と表明しました。官民一体となった中国の強い姿勢は、越境EC市場の更なる成長を予見させます。

そして、2019年1月に施行された越境ECに関わる新制度「6部門通知」及び「電子商務法」により、中国の国家情報化計画と対外開放政策の柱の一つ

¹⁵ 習近平国家主席の肝煎りで開催された世界最大級の輸入博覧会。中国の市場開放と貿易不均衡の是正を推進することを目的としたもの。

となる越境E C振興が本格的に稼働しました。

今後、日系企業が中国越境E C市場の更なる拡大機運を活用し、販路開拓を進めていくにあたっては、①越境E C新制度を十分に把握した上で販売戦略を立てること、②中国越境E Cに関わるパートナー（モール事業者・販売代理店・境内（きょうない）サービス事業者¹⁴等）を正しく選択すること、③コンプライアンス遵守や知財保護のための法務対策を強化することが、重要になると考えます。

おわりに

新制度に関わる具体的な細則は、随時公布されて来るものと思われます。またアメリカの対中制裁によってアメリカ製部品の入った製品を輸出するのも今後は気をつける必要があります。中国越境E Cに関わる情報は、今後もアップデートしていきますので、ご質問等ございましたらNCBリサーチ&コンサルティング（国際コンサル室）および西日本シティ銀行国際部までお問い合わせ下さい。

以上