

リサーチ TODAY

2017年 7月 27日

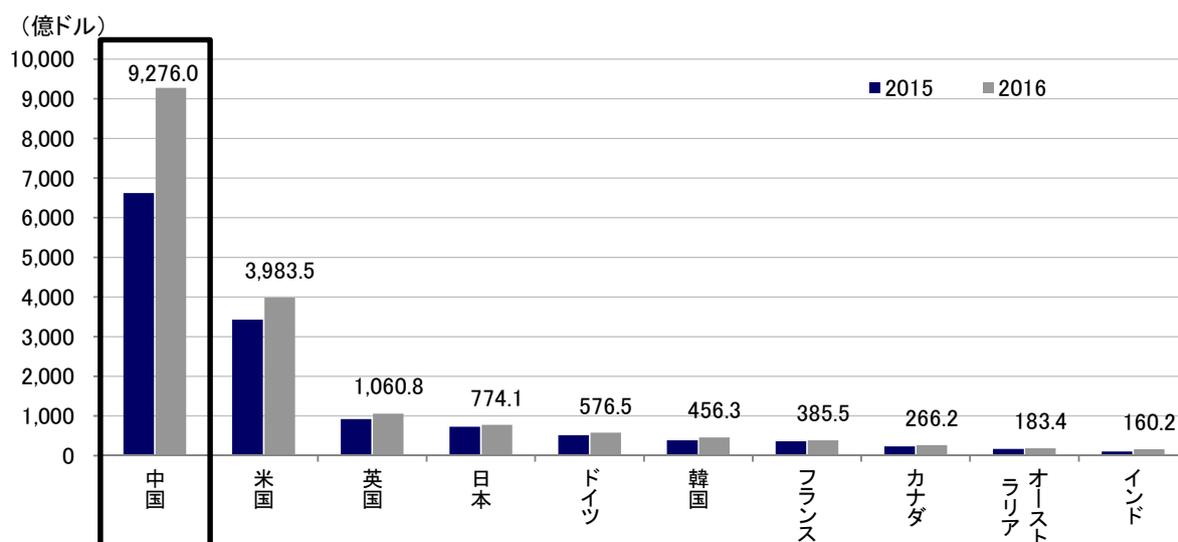
## 中国の電子商取引が世界一になった理由はここにある

専務執行役員 チーフエコノミスト 高田 創

中国では電子商取引(EC)の伸長が著しい。下記の図表は主要国のEC(B to C)市場の規模を示すが、中国は既に米国の2倍超、日本の10倍超で世界最大のEC市場になっている。アリババに代表されるEC巨大企業も台頭している。

みずほ総合研究所は「拡大する中国の電子商取引がもたらす商機と課題」と題するレポートを発表した<sup>1</sup>。同レポートは2016年度に当社から中国商務部国際貿易経済合作研究院へ委託した調査の結果等を伝えるものである。中国が電子商取引で世界一になった背景には、中国政府が製造業の生産能力過剰の解消策として、潜在消費の顕現化を後押しするECに注目したことが挙げられる。ECは地方・農村部の店舗展開不足を補い、消費伸長を促している。ECの発展には、物流網の整備と金融決済システムの整備が欠かせないが、中国では高速道路網の整備が進み、加えてスマートフォンの普及により金融決済問題が解決されたことが、市場発展を後押しした。中国のECには、課税やアフターサービスの責任等では課題があり、海外ECに比べて模造品の混入やプロモーション面で劣る点もある。越境EC利用による中国市場開拓への日本企業の期待は強い。今後の日中の越境EC貿易拡大のカギは、ECプラットフォーム企業の協力や物流協力にある。

■図表: 主要国のEC(B to C)の市場規模(2016年上位10カ国)



(資料) 経済産業省「平成28年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備」(ECに関する市場調査)

次ページの図表は、中国のEC市場が世界一になった理由を示したものである。製造業の生産過剰の解消、広大な国土の連結と農村の所得向上、デジタルネイティブ世代の台頭、インフラ整備の充実、大型EC

企業の台頭、政府のリーダーシップという諸要因が重なって、中国のEC市場を世界一に押し上げた。中でも、ECの発展に適した中国の経済状況が重要だ。すなわち、製造業の生産能力過剰が構造的な問題であるなか、需要喚起の必要が高かった点がポイントだ。また、店舗数の少ない農村部で製品へのアクセスが困難だったものの、ECの浸透がそのアクセスを可能にし、農村部の所得向上がECの発展をさらに後押しするという好循環が生じた。このように、これまで中国の弱点と考えられた面がECで克服され、さらに新たなデファクトをもたらすまでに至っていることに注目する必要がある。

#### ■図表: 中国のEC市場が世界一になった理由

理由	詳細
① ECの発展に適した中国の経済情勢	<ul style="list-style-type: none"> <li>製造業の生産能力余剰によりECへの切替が必要になった</li> <li>都市・農村部の住民の所得増で消費支出が増え、EC市場の開拓発展の余地が広がった</li> </ul>
② 店舗小売業の発展の遅れ	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗網・チャネルの発達が遅れている</li> <li>機能が不完全である</li> </ul>
③ 徐々に変化する消費グループと消費習慣	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢化が加速し、「80後」や「90後」(1980年代及び1990年代生まれの若者)が消費の中心となりつつある</li> <li>ネットユーザーが急増し、ネットショッピングが習慣化した</li> </ul>
④ 情報化等インフラ整備の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>徐々にインターネットの通信設備が整ってきている</li> <li>物流網が日増しに整ってきている</li> </ul>
⑤ 大型EC関連企業が果たす模範的役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>2016年の世界のEC関連企業のランキングおよびシェアをみると、アリババのマーケットシェアは26.6%で第1位</li> </ul>
⑥ 政府による大々的なEC発展支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>多くの指導的意見が発表された</li> <li>規制緩和により起業しやすい環境が整っている</li> <li>各種EC関連企業の総合サービスプラットフォームが開設されている</li> </ul>

(資料) 商務部研究院報告書を基にみずほ総合研究所作成

次の図表は日中の協力の可能性を示したものである。中国の商務部研究院は、中国EC市場における日中協力の可能性として、日本製品の需要が潜在的に強いことから、日中双方のECサービス提供企業の協力強化が得策としている。具体的に、日中間に越境EC物流大ルートを構築すべきと提案した点は特筆される。越境電子物流パークの設立、航空チャーター便、国境倉庫、通関円滑化などを日中協力下で行うべきとの指摘は、日中双方に、win-win関係を構築しやすい。中国に限らず、メガトレンドとして店舗からECへと消費の現場がシフトする傾向は続くだろう。そのなかで、先述の中国からの提案に対し、日本は真摯に耳を傾ける必要がありそうだ。

#### ■図表: 日中協力の可能性

① 越境ECの発展を通じた日本の製品の中国市場進出促進
② 双方のECサービス提供企業の協力強化
③ 対日越境EC物流大ルートの構築 <ul style="list-style-type: none"> <li>第一に、中国国内にある日本の貨物供給源が集まる地区に越境電子物流パークを設立するという選択肢がある</li> <li>第二に、対日貨物輸送チャーター便や客貨混載の航空路線をいっそう発展させることで、空輸ルートのカバー範囲を拡大させる</li> <li>第三に、陸路と港のEC貨物輸送大ルートの建設を全力で進め、中国の大手物流企業に対し、国境沿いの港という優位性を活かした対日越境貿易EC向け国境倉庫建設を奨励する</li> <li>第四に、税関や検査・権益等の通関の利便性の面で双方の協力を強化させる</li> </ul>
④ 東アジア地域包括的経済連携(RCEP)や日中韓FTAなどの広域FTAにおいて枠組みの中で日中越境ECの問題を模索

(資料) 商務部研究院報告書よりみずほ総合研究所作成

<sup>1</sup> 酒向浩二「拡大する中国の電子商取引がもたらす商機と課題」(みずほ総合研究所『みずほレポート』2017年7月12日)

筆者の都合により、7月28日(金)から8月14日(月)は休刊とさせていただきます。