



## 中国 EC 市場の最新動向とモバイル化の流れ

株式会社クララオンライン  
コンサルティングチーム

### <要約と結論>

中国のインターネット利用者数は 2015 年末時点で 6.88 億人に達し、インターネット普及率は初めて 50%を上回った。モバイル端末からのインターネット利用者は全体の 90%を超え、多くの人がスマートフォンを使ってインターネットにアクセスしている実態が浮かび上がった。

ネットショッピングの利用者も全体の 60%にあたる 4 億人以上となり、モバイルからの利用者も 3.4 億人となった。ネットショッピング市場は大手総合 EC サイトが大きなシェアを握っており、特にモバイルショッピングでは阿里巴巴(アリババ)グループの手機淘宝と天猫が 8 割以上のシェアをもつ。またネットショッピングの人気に伴い、宅配便市場も急成長を遂げている。宅配便の取扱個数は前年比 48%増となっており、東部地域内での出荷と配達が全体の 80%以上を占める。

ネットショッピングの市場は、総合 EC サイトを中心に、ベビー用品や酒類等の特定の商品だけを扱う専門 EC サイト、海外から商品を購入できる越境 EC サイト、さらには商品を供給するメーカーやサプライヤー、プラットフォーム構築、決済、物流、メディアなどの関連サービスが共に一つの“生態系”を築いている。モバイルショッピング市場も同様に、大手 EC サイトのショッピングアプリのほか、セール情報アプリや価格比較アプリ、決済アプリや荷物追跡アプリなどが市場の成長を支えている。

モバイルショッピング市場は、かつてほどの伸び幅はないものの引き続き緩やかな成長を続けるとみられる。2018 年の市場規模は 2015 年の 2 倍以上となる 4.87 兆元に達するとの予測もあり、地方都市や農村住民の収入増加、モバイル料金の引き下げ、宅配便の配送網拡大などが市場の成長をけん引すると期待される。

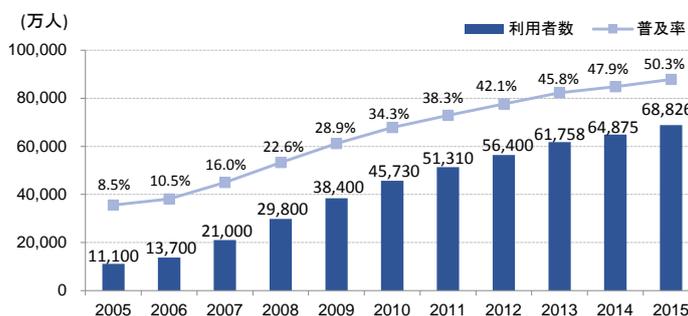
なかでも農村部は“買い手”としても“売り手”としても今後の成長のカギを握ると注目される。阿里巴巴は「農村淘宝」と名付けたプラットフォームを通じて農民自らが村の特産品や農産物を販売する仕組みを整えて、成果を挙げている。京東など他の大手 EC 運営会社も農村戦略を打ち出しており、今後の動向が注目される。

## 1. 中国の EC 市場は引き続き拡大

中国インターネット発展情報統計（中国互聯網絡発展状況統計報告）によれば、2015年12月末時点の中国のインターネット利用者数は6.88億人で、前年末より3951万人増加した。インターネットの普及率は50.3%で、初めて50%を上回った。

モバイル端末からのインターネット利用者は全体の90.1%に達し、デスクトップPCの67.6%、ノートPCの38.7%を大きく引き離れた。ただしモバイル端末のみを利用する人は18.5%しかおらず、多くの人は外出先ではスマートフォン、自宅ではPCと使い分けているようだ。

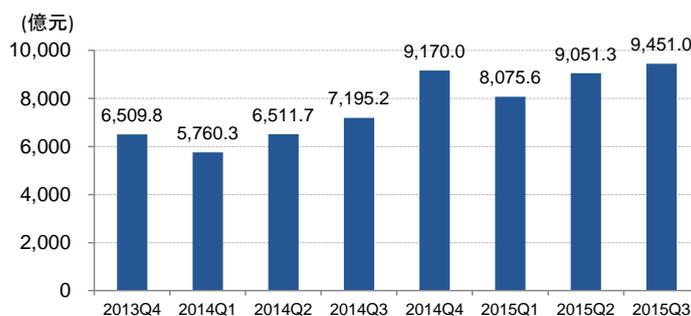
2005-2015 中国インターネット利用者数



Source: Enfodesk, Analysys International - [www.eguan.cn](http://www.eguan.cn) / [www.enfodesk.com](http://www.enfodesk.com)

またネットショッピングの利用者は4.13億人で、インターネット利用者全体のおよそ60%にあたる。このうちモバイルからの利用者は3.40億人で、前年末に比べ43.9%増加した。2015年のネットショッピング市場規模は前年実績を30%以上も上回る3.9兆元に迫る見通しで、第3四半期(7-9月)の売上は9451.0億元だった。

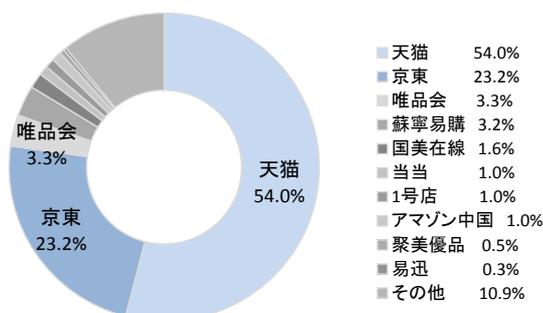
2013Q4-2015Q3 中国ネットショッピング市場規模



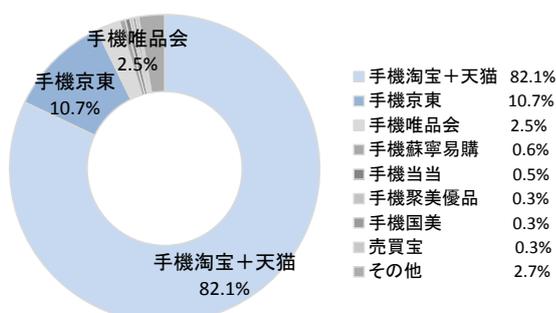
Source: Enfodesk, Analysys International - [www.eguan.cn](http://www.eguan.cn) / [www.enfodesk.com](http://www.enfodesk.com)

2015年第3四半期(7-9月)のBtoCネットショッピング市場のシェアは、阿里巴巴(アリババ)グループが運営する天猫が54.0%で引き続きトップを維持した。モバイルショッピングの分野でも、阿里巴巴グループの手机淘宝+天猫が82.1%の圧倒的なシェアを持つ。市場はすでに成熟期に突入しており、今後も安定した成長が続くと見込まれる。

2015Q3 中国ネットショッピングBtoC市場シェア(売上規模)

Source: Enfodesk, Analysys International - [www.eguan.cn](http://www.eguan.cn) / [www.enfodesk.com](http://www.enfodesk.com)

2015Q3 中国モバイルショッピングBtoC市場シェア(売上規模)

Source: Enfodesk, Analysys International - [www.eguan.cn](http://www.eguan.cn) / [www.enfodesk.com](http://www.enfodesk.com)

ネットショッピングの成長に伴い、宅配便市場も急成長している。国家郵政局のまとめによれば、2015年の全国の宅配便取扱数は前年比48%増の206.7億個で、売上は同35.4%増の2769.6億元だった。取扱数を配送先別にみると、同一市内が全体の26.1%、市外が71.8%、香港・台湾・マカオを含む海外が2.1%で、売上はそれぞれ同50.7%増の400.8億元、同33.8%増の1512.9億元、同17%増の369.6億元となっている。売上に占める配送地域ごとの割合は、東部が81.9%、中部が10.3%、西部が7.8%で、取扱数も東部地域だけで全体の82%を占める状況となっている。

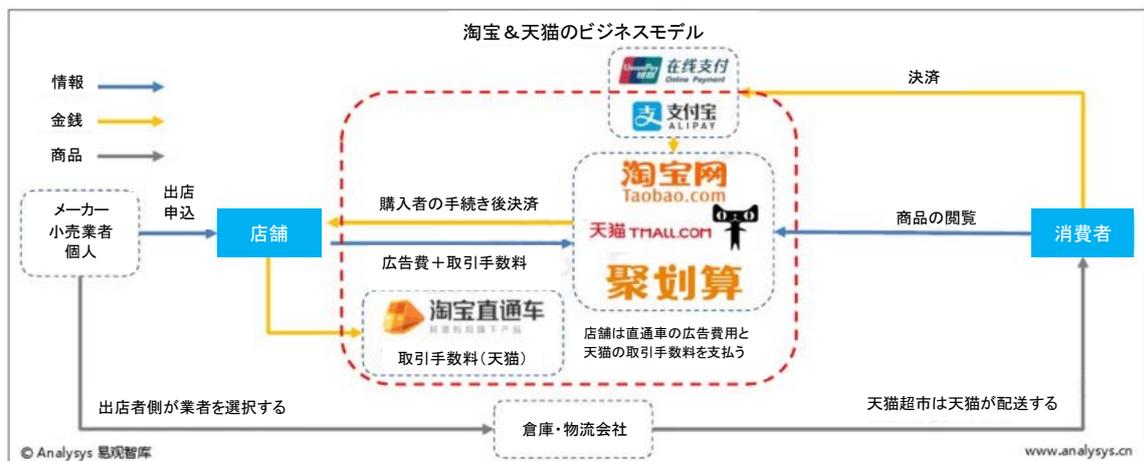
## 2. EC 生態圏が市場をけん引

中国のネットショッピング分野は、1999年に中国初のECサイト「8848.net」が開発されたのを皮切りに飛躍的な発展を遂げてきた。現在は淘宝网(Taobao)や天猫(Tmall)といった総合ECサイトを中心に、ベビー用品や酒類のみを扱う専門ECサイトや海外から商品を購入できる越境ECサイトが登場し、サプライチェーンや運営代行、物流、決済、セキュリティサービスなどの関連サービスが市場の成長を支えている。



易観智库:中国网上零售市场生态图谱2015より クララオンライン訳

- 淘宝网(Taobao)・天猫(Tmall) <https://www.taobao.com/> <https://www.tmall.com/>

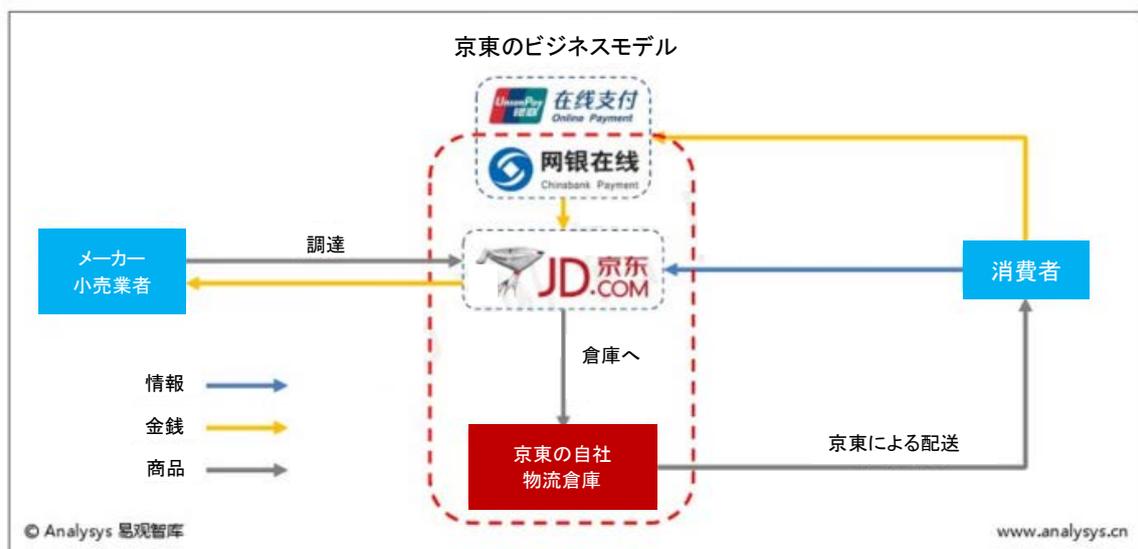


易観智库:中国网上零售市场生态图谱2015より クララオンライン訳

本レポートは、業界・企業に関する情報の提供を目的としたものであり、お客様の経営判断や購買、契約行為にあたってはお客様のご判断のもとに行っていただくようお願いいたします。本レポートは、クララオンラインが直接ご提供するという方法でのみ配布しておりますので、お問い合わせにつきましてはクララオンラインまでご連絡ください。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は株式会社クララオンラインに帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。なお本レポートに掲載されている第三者の企業名や商標、ロゴマークは個々の権利所有者に帰属します。また本レポートを日本国外で配布することは禁止いたします。

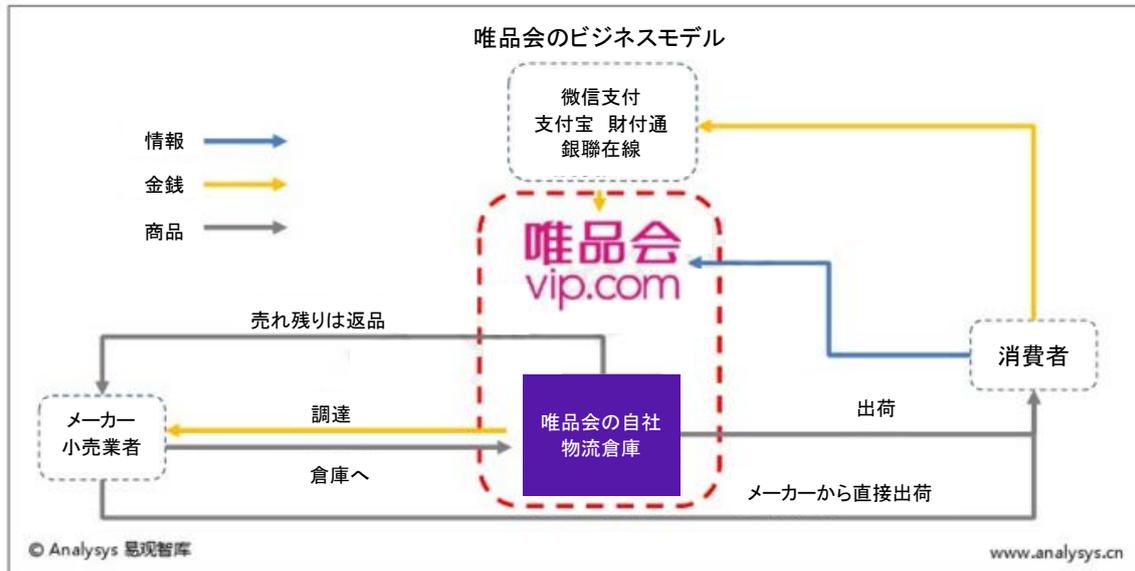
阿里巴巴グループの二大サービスで、総合 EC サイトの中でも日本の楽天のようにモール形式をとっている。淘宝网は CtoC、天猫は BtoC で、グループの決済サービス「支付宝(Alipay)」で支払うのが一般的だ。すでにモバイルからのアクセスが半数以上を占めており、手機淘宝のアクティブユーザー数は 3.2 億人に上る。毎年恒例となった 11 月 11 日の巨大セール「双十一」では、当日の売上が 912 億元を超え、過去最高を記録した。同社は 2016 年の三大核心戦略として、グローバル化、農村、ビッグデータおよびクラウドコンピューティングを挙げており、これまでの実物商品だけにとどまらず体験やサービスへと取扱商品の拡大を進めている。

● 京東(JD) <http://www.jd.com/>



携帯電話やパソコンなどの小型デジタル製品に強いブランドイメージを確立しており、2015 年 9 月末時点のアクティブユーザー数は 1.32 億人。クレームが集中する配送を完全自社化することで、サービス品質の向上に努めている。2015 年 5 月からはエリア内の配送を一般個人に委託する「京東衆包」をスタートさせ、配送請負登録者は全国 21 都市で 50 万人を超えている。十三五(第 13 次 5 カ年計画、2016-20 年)期間中は、国務院との協定に基づき、農村部を中心とした貧困地域の支援事業に取り組む。地域の特産物を販売するネットショップの開設支援や農村部における物流網の整備、雇用の確保などにより 200 万人の貧困脱却を目指すとしている。

● 唯品会(vip.com) <http://www.vip.com/>



易观智库: 中国网上零售市场生态图谱2015より クララオンライン訳

唯品会は2008年にサービスを開始し、後発ながら「100%本物保証」をうたうことでシェアを伸ばしている。契約するメーカーや小売業者は1.3万社以上で、2014年の売上は約236億元、2015年は9月までに260億元に達している。セールやキャンペーンが多いことから女性に人気が高く、リピート率は92.5%に達する(2015Q3、同社調べ)。

### 3. モバイル化の流れが一層強く

モバイルショッピングの利用者は、2014年は2億3609万人だったが、2015年には3億3967万人に達し、インターネット利用者の54.8%がモバイル端末を使ってなんらかの買い物をした経験をもつ(2016.1 CNNIC 調べ)。ショッピングアプリの1日当たりの平均利用者数は、手機淘宝が6679万人、手機京東が602万人、手機天猫が495万人で、阿里巴巴グループの手機淘宝と天猫があわせて82.1%ものシェアを握る(「手機」は携帯電話の意味)。

モバイルショッピング市場は、総合ECサイトのモバイルアプリを中心に、セール情報アプリや価格比較アプリなどの関連サービスが成長を支えており、アパレル製品や化粧品といった比較的単価の



天猫の「双十一」の売上に占めるモバイル比率は68.67%

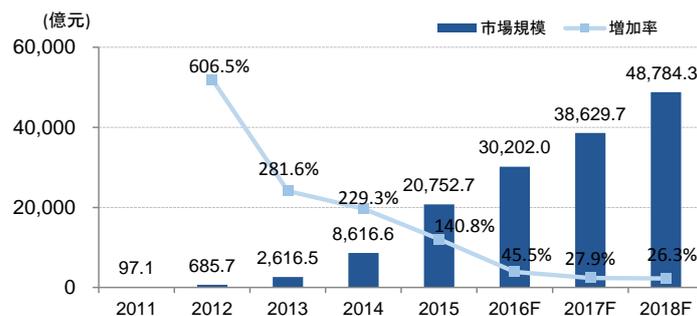
安い商品が購入されている。スマートフォンを振ったり、画面をスワイプするといった動作でクーポンが飛び出るなど、スマートフォンならではのユーザー体験も好評だ。



比达网：2015年上半年中国移动网购行业发展报告より クララオンライン訳

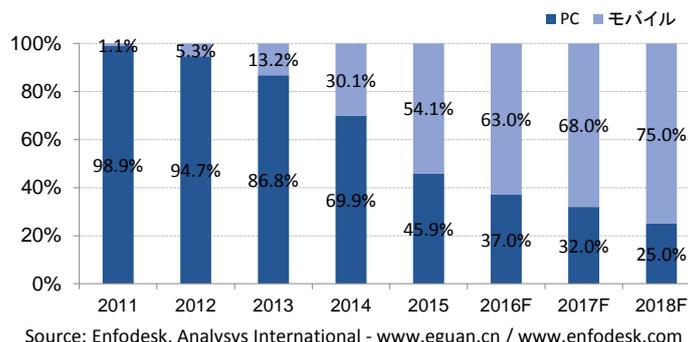
モバイルショッピング市場は、伸び幅こそ縮小するものの当面はゆるやかな成長が続きそうだ。易観国際の予測によれば、2018年の売上は前年比26.3%増の4.87兆元になる見通しで、ネットショッピング全体に占めるモバイルショッピングの割合も75%にまで拡大するとしている。

2016-2018 中国モバイルショッピング市場規模予測



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

2016-2018 ネットショッピング利用端末比率予測



最大の成長阻害要因は、スマートフォンの普及による新規インターネット人口の減少だが、地方の小規模都市や農村住民の収入増加に加え、高速ブロードバンド・4G ネットワークのエリア拡大、モバイル通信料金の引き下げ、宅配便の配送網拡大などが大きくプラスに働くと期待される。

特に農村部は“買い手”としても“売り手”としても今後の成長のカギを握るとされており、阿里巴巴は今後3-5年間に100億元を投じて全国の県に1000カ所、村に10万カ所のサービス拠点を設ける計画を発表し、「農村淘宝」と名付けたプラットフォームを通じて農村住民が特産品や農産物を販売する仕組みを整えた。これまで販路がなく現金収入に乏しかった農村住民は、農村淘宝を通じて売り手となることで収入を増やし、今度は買い手となって村のサービス拠点でネットショッピングを楽しんでいる。農村淘宝の売上は、2015年11月11日の開業からわずか2カ月で300万元を突破し、2016年の春節(旧正月)に向けて年越し用品の販売が好調だという。京東など他の大手EC運営会社も農村戦略を打ち出しており、中国独自の展開に注目したい。

- 本レポートに含まれる情報は一般的なご案内であり、包括的な内容であることを目的としておりません。また法律・条令の適用と影響は、具体的な状況によって大きく変化いたします。具体的な事業展開にあたってはクララオンライン コンサルティングサービスチームより御社の状況に特化したアドバイスをお求めになることをおすすめいたします。また本書の内容は2016年2月1日時点で編集されたものであり、その時点の法律及び情報、為替レートに基づいています。

本書はクララオンライン コンサルティングサービスチームにより作成されたものです。クララオンラインの中国、台湾、韓国、シンガポールなどアジア各国のインターネットコンサルティングサービスに関するお問い合わせは以下の連絡先までお気軽にご連絡ください。

asia@clara.ad.jp または +81(3)6704-0776