

0. 本事業の概要

**1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況**

1) EC市場の概況

**2) 越境ECプレイヤーの概況**

- シンガポール
- 中国

2. シンガポール／中国における主要越境ECサイトの特徴・運営状況

3. ECを活用した日本産農林水産物・食品輸出事業者の実態

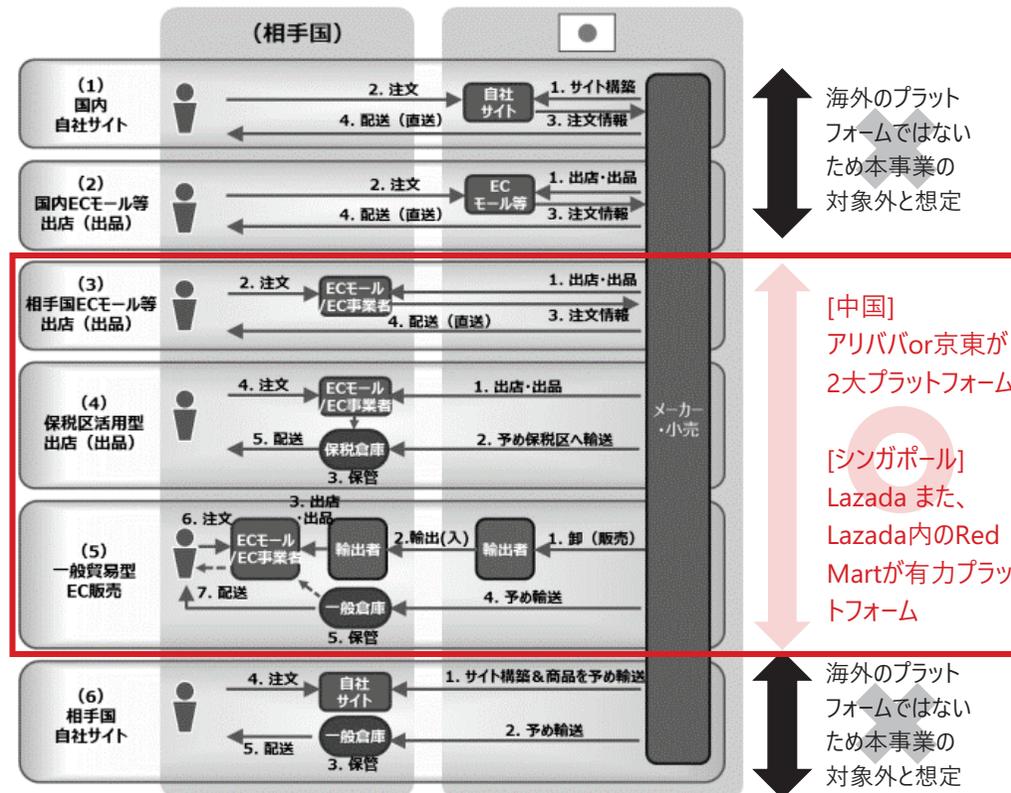
4. 日本企業向け出店マニュアル（手続きと注意事項）

# 1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 2) 越境プレイヤーの概況

本事業で対象とする主要な越境ECは、現地のECプラットフォームになるため、「令和2年度産業経済研究委託事業」の越境ECのタイプわけのうち (3) (4) (5) が基本的な対象と想定

- 主要ECプラットフォームにおいて日本産食品を販売されている商品のタイプわけを確認し、日本から直接販売される商品カテゴリーやその販売者の傾向を確認

## 本事業で対象とする越境ECのタイプと現地の有望プラットフォーム



## 1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 2) 越境プレイヤーの概況

ECプラットフォームにおけるビジネス展開は主に自社出店と商品販売の二つの販売手法があり、自社出店の場合、オペレーションは出店支援企業（TP）に委託するケースがよく見られる

### ECビジネス展開のパターン

- ECプラットフォームへの出店や店舗運営ルールは複雑で、外資企業、特に越境ECの出店者は店舗オペレーションを一部、あるいは全部、出店支援企業であるTP（Third party）に委託することがよく見られる。

|                                    |                              |   |   |
|------------------------------------|------------------------------|---|---|
| PFer<br>利用                         | 自社出店<br>(ECプラットフォームにおける出店)   | 自社運営  | <ul style="list-style-type: none"> <li>店舗構築から、商品管理、店舗運営、プロモーションなど自社で全部やり抜く               <ul style="list-style-type: none"> <li>出店者は、EC店舗の運営にノウハウあり、又はコストを抑えたい中小企業が比較的多く見られる</li> </ul> </li> </ul>                               |
|                                    |                              | 他社運営<br>(運営代行)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>店舗構築、商品管理、店舗運営、プロモーションなどを一部、又は全ての業務をTPに依頼する               <ul style="list-style-type: none"> <li>TPを利用するのは、大手メーカー、小売会社など様々</li> <li>外資企業や越境ECの出店者がTPを利用するケースがよく見られる</li> </ul> </li> </ul> |
|                                    | 商品販売<br>(ECプラットフォームの他店舗向け販売) | <ul style="list-style-type: none"> <li>自社出店せず、サプライヤーとして、大手ECプラットフォームの自営店（例、T-MALL国際直営店）、又は他社のEC店舗向けに商品販売する</li> </ul> |   |
| 自社EC<br>(プラットフォームを利用せず、自社ECを立ち上げる) |                              |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>大手小売会社、大手メーカーが自社ECを立ち上げるケース</li> <li>EC運営のノウハウ不足により、うまく拡大できていないところも多い               <ul style="list-style-type: none"> <li>自社ECがある場合でも、ECプラットフォームに並行出店することもよくある</li> </ul> </li> </ul>     |

0. 本事業の概要

**1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況**

1) EC市場の概況

**2) 越境ECプレイヤーの概況**

**シンガポール**

- 中国

2. シンガポール／中国における主要越境ECサイトの特徴・運営状況

3. ECを活用した日本産農林水産物・食品輸出事業者の実態

4. 日本企業向け出店マニュアル（手続きと注意事項）

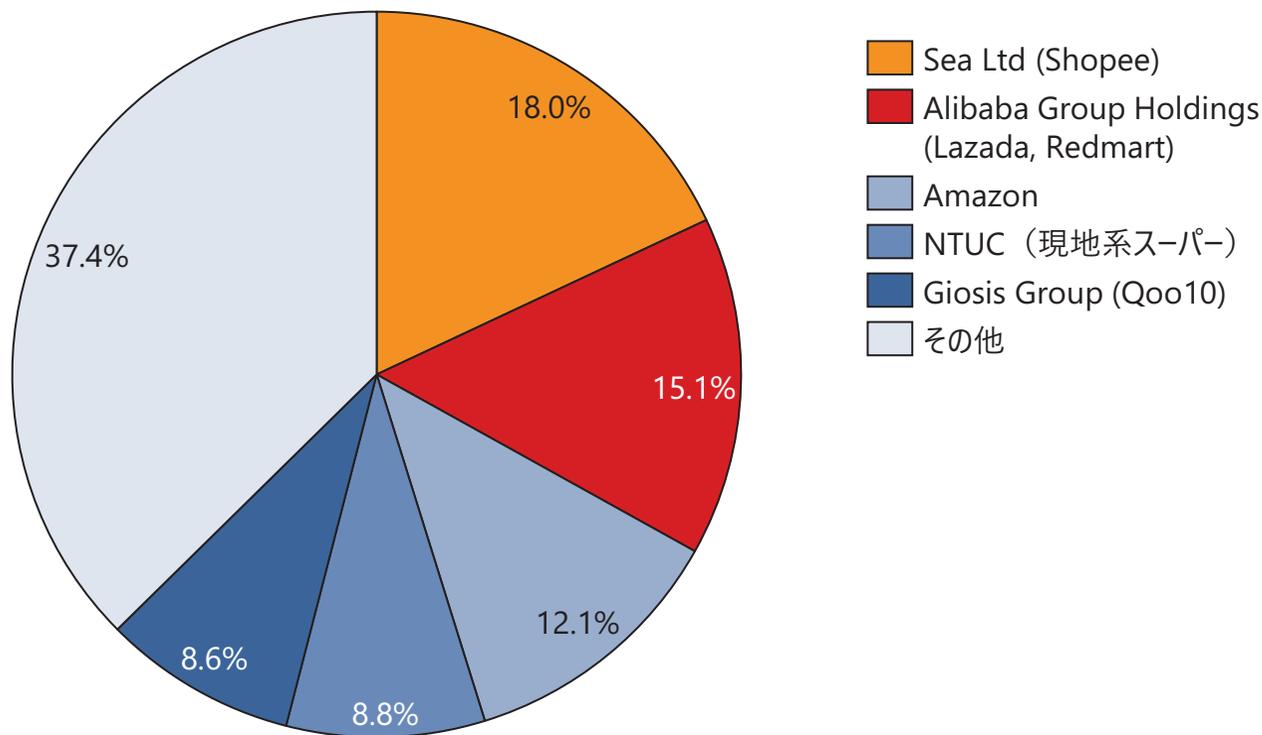


## 1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 2) 越境ECプレイヤーの概況 | シンガポール

シンガポールのEC市場について、大手3社が市場の約45%のシェアを占めている状況にある

### シンガポールのEC市場取引総額のシェア（2021年）

- Shopee、Lazada、Qoo10はいずれもプラットフォーム内に出店者独自のストアを構築することが可能なECプラットフォームとなっている



## シンガポールにおける日本産食品を取扱う主要ECサイト

| ヒアリング／<br>現地調査先候補例    | 概要・特徴   | EC市場シェア             | 越境取引 | 日本産の<br>取り扱い状況 |
|-----------------------|---|---------------------|------|----------------|
| RedMart               | 2019年に東南アジア最大手EC事業者であるLazadaグループ入りしたECサイト。日本産食品を取り扱う出店者も多い。                                   | 6.1%                | 有り   | 有り             |
| Lazada (RedMart以外)    | 2012年に設立された、東南アジア最大のECプラットフォーム企業。本社のあるシンガポールを含め、東南アジア6ヶ国をカバーする。アリババグループが経営権を持つ。               | 9.1%                | 有り   | 有り             |
| Shopee                | 2015年に設立された、シンガポールのECプラットフォーム企業。東南アジア・台湾をはじめとし、中南米や欧州にも進出。シンガポール資本で、東南アジア最大のテック企業のSeaが経営権を持つ。 | 18.0%               | 有り   | 有り             |
| Amazon Fresh          | Amazonの提供する生鮮食品販売サイト。英語圏のため、Amazonユーザーも一定数存在している。   | 12.1%<br>(Amazon全体) | 有り   | 有り             |
| NTUC FairPrice Online | NTUC FairPriceはシンガポール大手のスーパーマーケットで、実店舗運営を中心とする。2014年から段階的にECスーパーを展開。                          | 8.8%                | 有り   | 有り             |
| Qoo10                 | 2010年に設立された、Giosis GroupによるシンガポールのECプラットフォーム企業。   | 8.6%                | 有り   | 有り             |
| Shiki.sg              | 日本をはじめ世界各国の高品質な食材(魚介類、果物、野菜)のブティック。小売業者は、シンガポールの個人顧客に直接販売。                                    | <1%                 | 有り   | 有り             |
| Kodawari.sg           | 季節の果物や野菜、魚介類、肉や家禽、季節のスナック、デザートなど、様々な空気を流した食品を提供する日本のEC事業者。                                    | <1%                 | 有り   | 有り             |

# 1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 2) 越境ECプレイヤーの概況 | シンガポール

参考) シンガポールでは、多数のECサイトが乱立している状況にあるため、現地で特に利用されている、又は日本産品の出店も多いプラットフォームを選定

- シンガポールには、国内外の運営会社による30以上のECプラットフォームが存在する他、実店舗を持つ多数の企業がオンラインショップも併設している状況にある

シンガポールにおけるECプラットフォームの一例



## 1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 2) 越境ECプレイヤーの概況 | シンガポール

シンガポールのEC市場最大手はShopeeであるが、本PJTではより多くのECモデルをカバーすべく、ECプラットフォームのLazadaとネット専門スーパーのRedmartの両方を所有するアリババ社を中心に分析する

### シンガポール主要EC企業の概要

| 会社名                      | Sea   | アリババ   | アマゾン   |
|--------------------------|---|--|--|
| 特徴                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>割引、特別イベント、特典のゲーム化による購買意欲の喚起で、Lazadaからのシェア奪取に積極的に取り組む</li> <li>海外の商品を海外の販売者からシームレスに購入することが可能</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>自社物流が強み</li> <li>シンガポールのユーザーは、中国の淘宝网のプラットフォームからLazadaを通じてシームレスに直接多くの商品を購入することが可能</li> <li>Redmartはシンガポール最大のオンライン専用スーパーマーケットである</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>自社物流が強み</li> <li>シンガポールのユーザーは、現地で在庫している商品に加え、書籍や電子機器を米国Amazonから直接購入することが可能</li> </ul> |
| モデル                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>モール型</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>直営型（Pfer自らの出店） + モール型</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>直営型（Pfer自らの出店）</li> </ul>   |
| 設立                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>2009年<br/>(2015年にShopee設立)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>2012年<br/>(2016年にLazadaの買収でシンガポール進出)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>1994年<br/>(2017年にシンガポール進出)</li> </ul>   |
| 本拠地                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>シンガポール</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>中国杭州</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>米国ワシントン州</li> </ul>   |
| シンガポールEC総額<br>(2020年)    | <ul style="list-style-type: none"> <li>968百万 SGD</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>812百万 SGD</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>651百万 SGD</li> </ul>  |
| 月間ページビュー<br>(2021年12月時点) | <ul style="list-style-type: none"> <li>16.15百万回</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>9.21百万回</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>5.16百万回</li> </ul>  |
| 越境EC事業                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Shopee</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Lazada, Redmart（食料品中心）</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon SG</li> </ul>  |
| 越境ECにおける主要カテゴリー          | <ul style="list-style-type: none"> <li>美容製品、日常用品、パソコン周辺機器、小物等</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>美容製品、日常用品、食料品、パソコン周辺機器、小物等</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>書籍、家電製品、パソコン・周辺機器等</li> </ul>   |

本プロジェクトの重点分析対象

# 1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 2) 越境ECプレイヤーの概況 | シンガポール | Shopee

## シンガポールにおいて、Sea LtdはECプラットフォームの「Shopee」を運営 「Shopee」内では多数の日本産の菓子、酒、飲料などが販売されている状況にある

### Sea Ltd | 企業概要、越境ECの展開状況

|        |      |   |
|--------|------|---|
| 越境EC関連 | 企業概要 | <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員 <ul style="list-style-type: none"> <li>67,000名 (2022年時点)</li> </ul> </li> <li>展開エリア <ul style="list-style-type: none"> <li>シンガポール、マレーシア、インドネシア、タイ、台湾、ベトナム、フィリピン</li> </ul> </li> <li>コアビジネス <ul style="list-style-type: none"> <li>ECプラットフォーム、ネットゲームプラットフォーム、フィンテック</li> </ul> </li> </ul> |
|        | 調達先  | <ul style="list-style-type: none"> <li>シンガポール、マレーシア、インドネシア、タイ、台湾、ベトナム、フィリピン、中国、韓国、日本等</li> </ul>  |
|        | 主要品目 | <ul style="list-style-type: none"> <li>パーソナルケア、化粧品、ベビー用品、デジタル製品、食品・健康食品など</li> </ul>  |
|        | 出店者  | <ul style="list-style-type: none"> <li>原産国メーカー、小売業者、貿易会社、第三国貿易会社等</li> </ul>  |

### Sea Ltd | 「Shopee」の日本産食品の販売状況

| カテゴリ                         | 店舗名              | 出店企業情報                    | 取り扱いブランド                               |
|------------------------------|------------------|---------------------------|--|
| 珍味、お菓子、インスタントフード             | Hokkaido Monchan | Hokkaido.monchan_store.sg | 白い恋人、六花亭、HORI、GARAKU、一幻等               |
| 飲料、お菓子、おつまみ、インスタントフード、サプリメント | CODIA Japan      | Commercemedia.sg          | 味の素AGF、辻利、UCC、ブルボン、グリコ、森永、日清、DHC等      |
| 飲料、お菓子、おつまみ、インスタントフード、サプリメント | JPEXpress        | Jpexpressshop.sg          | 一蘭、カルビー、味の素AGF、UCC、白い恋人、とらや、まるちゃん、グリコ等 |
| 酒類                           | saketime_com     | SAKETIME.SG               | 十四代、獺祭、久保田、八海山、白鶴、楯野川など                |

#### 販売商品のイメージ



# 1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 2) 越境ECプレイヤーの概況 | シンガポール | Lazada

Lazada（アリババ傘下）とは、東南アジア最大のECプラットフォーム。Lazadaには、ローカルとグローバルの2種類のマーケットプレイスがあり、また1アカウントで6カ国の越境ECビジネスを展開することが可能

## Lazada | 企業概要

|             |   |
|-------------|---|
| <b>企業概要</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>設立：2012年</li> <li>企業：Lazada Group（アリババグループ傘下）</li> <li>従業員：約1万人（2021年12月31日時点）</li> <li>展開エリア（東南アジア6カ国）             <ul style="list-style-type: none"> <li>シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、タイ、ベトナム</li> <li>1契約で6カ国出店可能</li> </ul> </li> <li>アクティブユーザー：年間1.3億人</li> <li>コアビジネス：BtoC取引プラットフォーム、物流</li> <li>東南アジア物流倉庫：計30カ所以上</li> </ul> |
|-------------|---|

|               |             |   |
|---------------|-------------|---|
| <b>越境EC関連</b> | <b>調達先</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>中国、日本、韓国、欧米、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、タイ、ベトナム等</li> </ul>          |
|               | <b>主要品目</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>パーソナルケア、化粧品、ベビー用品、デジタル製品、食品・健康食品など</li> </ul>                      |
|               | <b>出店者</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>原産国メーカー、小売業者、貿易会社、第三国貿易会社等</li> <li>Lazada自社出店（Redmart）</li> </ul> |

## Lazada | 特徴と強み

|           |   |
|-----------|---|
| <b>特徴</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>Lazadaには「ローカル」と「グローバル」の2種類のマーケットプレイスとアカウントがそれぞれ存在する             <ul style="list-style-type: none"> <li>マーケットプレイスは、ローカルマーケットプレイスは国内EC、グローバルマーケットプレイスは越境EC向け</li> <li>アカウントに関して、グローバルアカウントはLazadaが対応している全ての国へ出店が可能。一方でローカルアカウントは特定の国だけで出店が可能となる。</li> </ul> </li> <li>Lazadaは1つのサービスアカウントで6カ国の越境ECビジネスを展開可能、決済・物流も完備             <ul style="list-style-type: none"> <li>越境ECは、一つのアカウントで登録した商品は6カ国のLazadaに掲載され、販売することができる。</li> <li>また、6カ国の決済にも対応しており、Lazada Global Shippingという物流サービスシステムを利用して6カ国へ倉庫から現地までの輸出は全て任せることが可能</li> </ul> </li> </ol>                 |
| <b>強み</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>使いやすさ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>コミッション90日間免除（※率は、国により異なる）</li> <li>短い売上金回収サイクル（サイクル約1週間）</li> <li>6カ国への出店可能（マーケットの同時掲載）</li> </ul> </li> <li><b>サービスの良さ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>丁寧な日本語サポート（1対1の日本語サポート）</li> <li>無料キャンペーン（最短翌週から参加可能）</li> </ul> </li> <li><b>高い技術力</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>チャットの自動翻訳、商品紹介文を自動翻訳、AIでCVR（コンバージョン率）アップ</li> </ul> </li> <li><b>包括的な物流サポート</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>日本国内仕分けセンター完備（倉庫に送るだけ）</li> <li>フルフィルメント&amp;現地保税倉庫が利用可能</li> </ul> </li> </ul> |

## 参考) Lazadaには「ローカル」と「グローバル」の2種類のマーケットプレイスとアカウントがそれぞれ存在

### Lazada | グローバル GSP (Global Selling Platform) / ローカル ASC (Alibaba Seller Center)

- Lazadaには、グローバルアカウントであるGSP (Global Selling Platform 6カ国共通)、ローカルアカウントであるASC (Alibaba Seller Center 1カ国)に加え、メーカーやブランドオーナーが正規代理店として出店するLazMallが存在する。登録や運用の流れはほぼ同じである。
- アカウント開設には、個人事業主又は法人である必要がある

#### GSP(Global Selling Platform)



- URL : [GSP](#)
- 主な機能:
  1. 同時に6ヶ国に単体／一括で 리스팅。
  2. 商品情報(価格／在庫など) を単体／一括で修正可能。

#### ASC(Alibaba Seller Center)



- URL : [MY](#), [SG](#), [PH](#), [TH](#), [VN](#), [ID](#)
- ASC(セラーセンター) 主な機能:
  1. 商品の情報を国別で修正可能。
  2. 一部の国だけに販売可能なカテゴリーを出品する。
  3. 商品のペナルティを確認可能。

\* 一部の国だけ運営するセラーはASCをご利用ください。



Strictly Confidential

## 参考) Lazadaが提供する日本の事業者向けワンストップのエンドツーエンド物流ソリューション

### Lazada | LGS (Lazada Global Shipping) サービス

- アリババグループ傘下の東南アジア地域におけるトップクラスEコマースプラットフォームであるLazadaは、アリババグループ傘下のスマートロジスティクス企業である菜鸟国際（ツアイニャオ）と提携し、物流サービスを全面的に刷新し、多くの日本の事業者が抱える問題点を解決すべく、費用、時間、労力すべてを削減できるワンストップのエンドツーエンド物流ソリューションを2021年1月より提供開始。

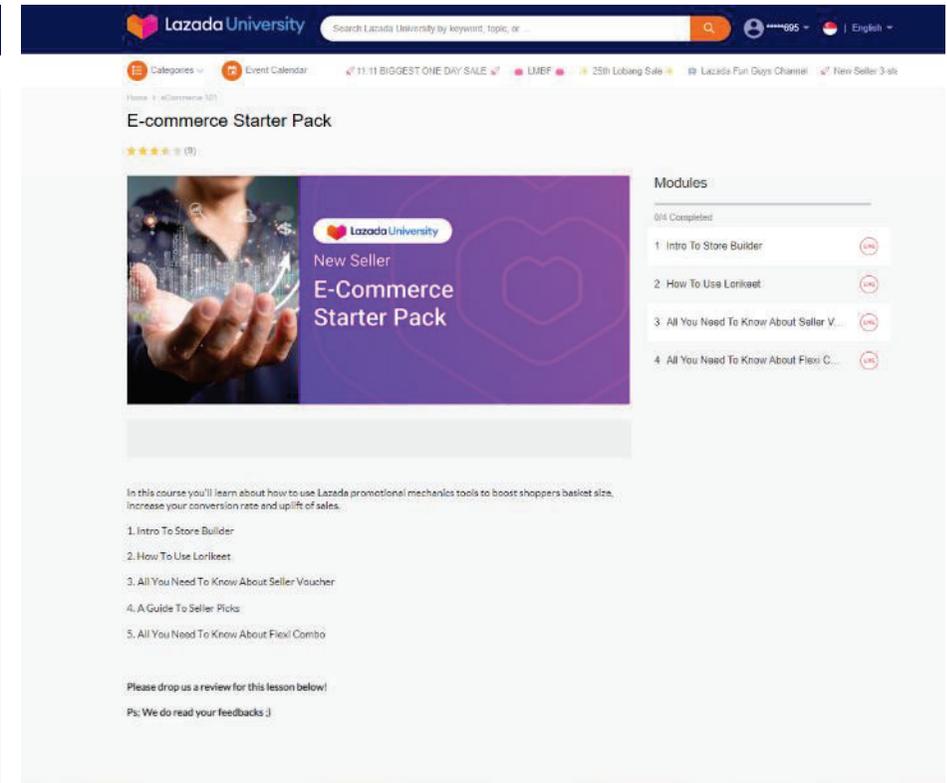
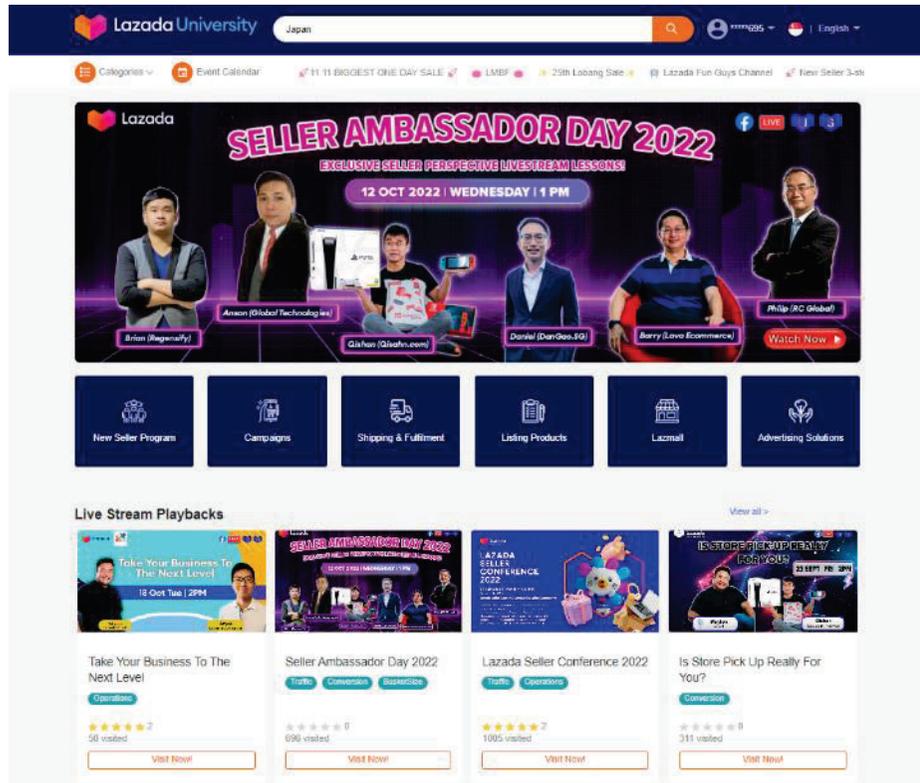
- ✓ 越境ECに興味があるけれど、何から始めたらよいかわからない
- ✓ 運用リソースが足りない
- ✓ 越境EC全般におけるスキル不足
- ✓ 言語対応できる人材がない 他



## 参考) Lazadaユニバーシティ (販売者向け専用トレーニングポータル)

### Lazada | 販売者向け専用トレーニングポータル「Lazadaユニバーシティ」

- Lazadaユニバーシティでは、新規販売者向けトレーニングパックや、商品登録等のオンライントレードに加え、Lazada主催のイベントやキャンペーン、販売者同士で情報交換のできるコミュニティも併設されている。





## 参考) 日本の事業者向け「日本語サポート」を提供

### Lazada | 日本の事業者向け「日本語サポート」を提供

- 規模を問わず写真作成から発送までの手続き等を日本語でサポート



#### 丁寧な日本語サポート

規模を問わず写真作成から  
発送までの日本語サポート

#### 使いやすさ



**コミッション90日間免除**  
最初90日間：免除  
91日以降：3%～  
※国やカテゴリーによって異なる



**短い売上回収サイクル**  
売上回収サイクルは  
たったの1週間



**6か国への出店が可能**  
1度の商品登録で6カ国の  
マーケットに同時掲載

#### サービスの良さ



**無料キャンペーン**  
最短登録から  
無料キャンペーン参加可能



**丁寧な日本語サポート**  
規模を問わず写真作成から  
発送までの日本語サポート

#### スマートなテクノロジー



**チャットの自動翻訳**  
カスタマーサービスの  
チャットボックスに翻訳機能付き



**商品紹介文を自動翻訳**  
英語の商品紹介がそれぞれの  
現地言語に自動翻訳



**AIでCVRアップ**  
AIがコンバージョン率を最適化

#### 包括的な物流サポート



**国内仕分けセンター**  
物流網が完備。  
オーダーが入ったら日本国内の  
Lazada仕分けセンターに送るだけ



**フルフィルメント&  
現地保税倉庫**  
フルフィルメントや  
現地保税倉庫の利用が可能

## 参考) Lazadaの公式出店代行サービスプロバイダー

## Lazada | 公式出店代行サービスプロバイダー

- Lazadaに出店するだけでなく、物流からオペレーション、出店後の販促マーケティング支援（広告やSNS）なども一気通貫して、売れるまでサポートを提供



0. 本事業の概要

## 1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況

1) EC市場の概況

### 2) 越境ECプレイヤーの概況

- シンガポール

**中国**

2. シンガポール／中国における主要越境ECサイトの特徴・運営状況

3. ECを活用した日本産農林水産物・食品輸出事業者の実態

4. 日本企業向け出店マニュアル（手続きと注意事項）

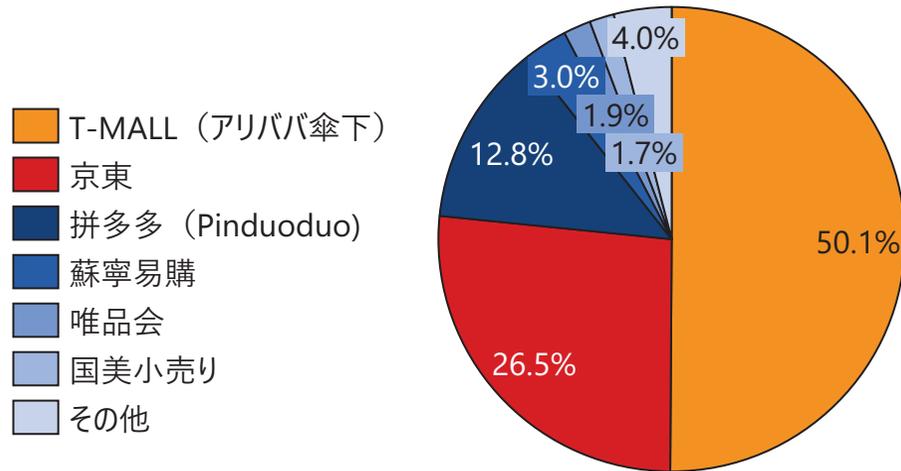


## 1. 中国／シンガポールにおける越境ECサイトの概況 2) 越境ECプレイヤーの概況 | 中国

中国では、国内EC、越境ECともに、アリババが半分以上のシェアを占めている状況にある  
 加えて、2位の京東までのシェアで見るとトップ2社で全体の約8割のシェアを占めている

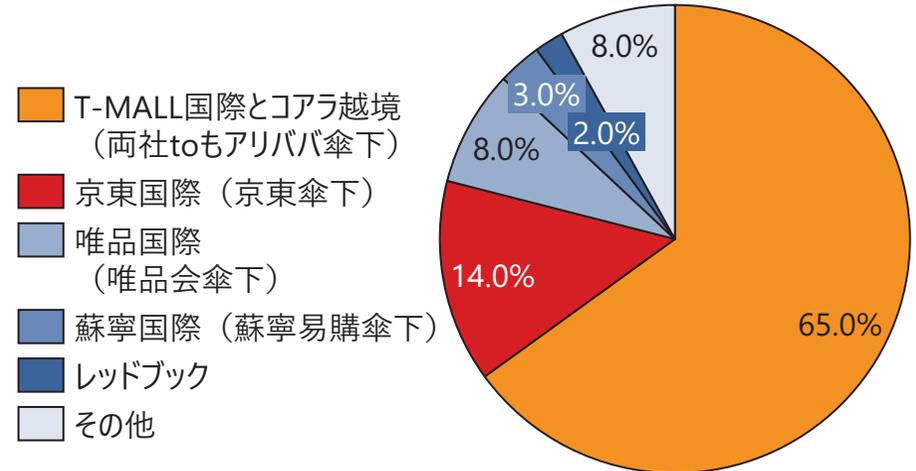
### 中国EC市場BtoCサイト取引総額のシェア（2019年）

- T-Mall（アリババ傘下）と京東で市場シェア8割弱を占める。
- この他では、近年共同購入サイトの拼多多(Pinduoduo)が台頭。



### 中国越境EC市場取引総額のシェア（2020年）

- アリババが、T-Mall国際と買収したコアラ越境を合わせて、中国越境EC市場シェア6割以上を占める。
- また、京東国際（京東傘下）のシェアは14%程度。



注) BtoC越境（海外から中国の一般消費者向け）を指す。



## 1. 中国／シンガポールにおける越境ECサイトの概況 2) 越境ECプレイヤーの概況 | 中国

### 中国における日本産食品を取扱う主要ECサイト

| ヒアリング／現地調査先候補例 | 概要・特徴  | 越境ECの展開状況 | 食品取扱状況 | 日本産品取扱状況                | 取扱ブランド(一部)                     |
|----------------|--|-----------|--------|-------------------------|--------------------------------|
| アリババ           | <ul style="list-style-type: none"> <li>中国最大手EC企業。</li> <li>商品販売、物流、金融サービスを統括的にカバーするプラットフォーム構築に注力。</li> </ul>                       | 有り        | 有り     | 菓子、お酒、清涼飲料水・コーヒー、健康食品など | Calbee、UHA、日本盛、伊藤園、UCC、Fanclなど |
| 京東             | <ul style="list-style-type: none"> <li>市場規模においては中国2位のEC企業。</li> <li>自社物流が強み（自社倉庫、物流配送チームを保有）。</li> <li>正規品保障による高い顧客信頼度。</li> </ul> | 有り        | 有り     | 菓子、お酒、健康食品・調味料など        | Calbee、不二家、白鶴、味の素、Fanclなど      |



## 1. 中国／シンガポールにおける越境ECサイトの概況 2) 越境ECプレイヤーの概況 | 中国

中国大手EC企業は、いずれも越境EC事業を保有。アリババ、京東の2社は、取引規模、取扱うカテゴリという視点では、圧倒的な優位性がある。今回は、京東の越境ECを中心に分析

### 中国主要EC企業の概要

| 会社名                 | アリババ<br>(Alibaba)  | 京東<br>(JD.COM)   | 拼多多<br>(Pinduoduo)  | 蘇寧易購<br>(Suning)  | コアラ<br>(KAOLA)  |
|---------------------|--|--|---|---|---|
| 特徴                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>プラットフォーム構築に注力</li> <li>中国最大規模のPFer</li> <li>出店基準は厳しく設定</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>自社物流が強み</li> <li>正規品保証による高い顧客信頼度</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>共同購入モデルで起業し、低価格が競争力</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>リアル家電量販店で起業</li> <li>家電、電子製品が中心</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>上位中間層がターゲット</li> <li>化粧品、ブランド品が中心</li> </ul> |
| 越境ECのシェア<br>(2020年) | 65% (アリババ+コアラ)   | 14%  | NA  | 3%  | 65% (アリババ+コアラ)  |
| モデル                 | モール型中心<br>(BtoBtoC)  | 直営型 (PFer自らの出店) + モール型   | モール型中心<br>(BtoBtoC)   | 直営型 + モール型  | 直営型 + モール型  |
| 設立                  | 1999年  | 1998年<br>(2004年EC展開)   | 2015年   | 2013年   | 2015年   |
| 本拠地                 | 杭州   | 北京   | 上海  | 南京  | 杭州  |
| 取引総額<br>(2020年)     | 70,530億元   | 26,125億元   | 16,676億元  | NA  | NA  |
| 年間アクティブ<br>ユーザー数    | 8.9億人<br>(2021年3月末時点)  | 5.7億人<br>(2021年12月末時点)   | 8.7億人<br>(2021年12月末時点)  | NA  | NA  |
| 越境EC事業              | T-MALL国際   | 京東国際   | 多多国際  | 蘇寧国際  | 考拉海購  |
| 越境ECにおける<br>主要カテゴリ  | <ul style="list-style-type: none"> <li>全カテゴリ</li> <li>化粧品、食品・健康食品、アパレル、ベビー用品、生活用品などが多い</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>全カテゴリ</li> <li>デジタル製品、食品、ベビー用品、化粧品、生活用品などが多い</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>化粧品・スキンケアなどが中心</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>化粧品・スキンケア、デジタル製品、ブランド品などが中心</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>化粧品、ブランド品が中心</li> </ul>                      |

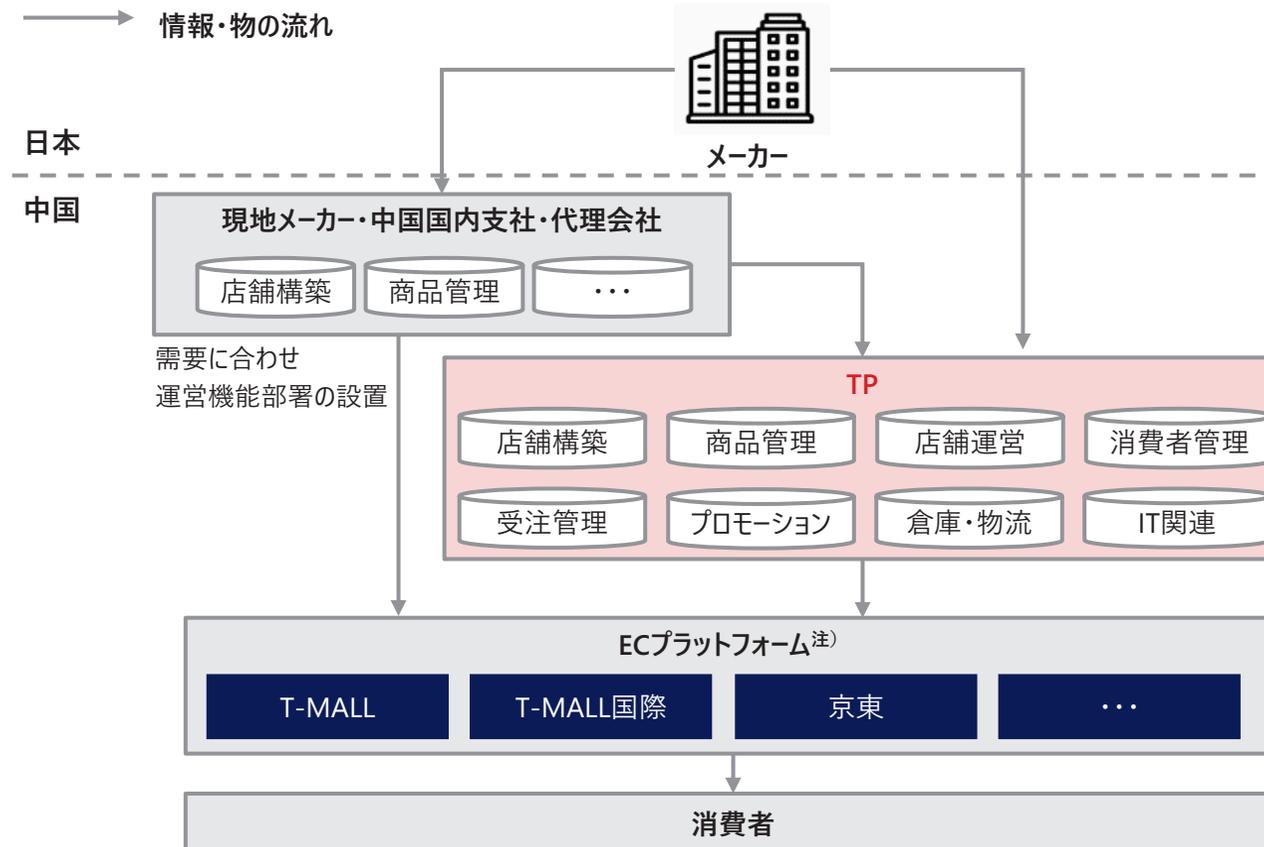
本プロジェクトの  
重点分析対象



# 1. 中国／シンガポールにおける越境ECサイトの概況 2) 越境ECプレイヤーの概況 | 中国

中国では、出店支援企業も重要なプレイヤー。中国EC事業の拡大と共に、彼らのサービス内容もますます充実してきている。現在では基本的なオンライン店舗運営のほか、消費者管理、プロモーション企画、在庫管理や物流サービスまで提供可能な状況にある

## TP（出店支援企業）のビジネススキーム



注) 各ECプラットフォームは、出店・運営ルールによって提携しているTPも異なっている。単一TPによる多数のプラットフォームの展開は基本的にみられない。



## 1. 中国／シンガポールにおける越境ECサイトの概況 2) 越境ECプレイヤーの概況 | 中国

参考) 実際に、中国EC市場に詳しくない日本企業を含む外資企業が、アリババや京東に出店する際にTP企業（出店支援企業）を利用するケースが多数みられる

注：赤字は日本ブランド

### アリババ提携のTP企業リスト

|    | 会社名                        | 設立    | 事業範囲                  | 提携外資ブランド                                     |
|----|----------------------------|-------|-----------------------|--|
| 1  | 宝尊電商<br>(BAOZUN)           | 2007年 | アパレル、3C商品、家電、食品など     | NIKE、ZARA、 <b>Panasonic</b> 、Bayerなど         |
| 2  | 麗人麗粧<br>(Lily&Beauty)      | 2010年 | 化粧品に特化                | <b>カネボウ</b> 、P&G、Schwarzkopf、Aveneなど         |
| 3  | 壹網壹創<br>(chancemate)       | 2012年 | FMCGに特化               | Elizabeth Arden、OLAY、など                      |
| 4  | 百秋<br>(Buy Quicly)         | 2011年 | アパレル、ジュエリーなどのブランド品に特化 | Jimmy Choo、Cartier、 <b>Onitsuka Tiger</b> など |
| 5  | 浙江上佰<br>(Sune)             | 2011年 | 家電に特化                 | <b>パナソニック</b> 、SIEMENS、Mideaなど               |
| 6  | 优越汇 (UNQ)                  | 2010年 | パーソナルケア、化粧品に特化        | <b>Kose</b> 、LION、 <b>小林製薬</b> など            |
| 7  | 若羽臣<br>(RUOYUCHEN)         | 2011年 | 幼児食品、健康食品、パーソナルケアなど   | MeadJohnson、Swisse、HAIRRECIPEなど              |
| 8  | 礼尚信息<br>(Share E-Commerce) | 2010年 | 幼児用品、スポーツ用品           | Anchor、Abbotte、Li-Ningなど                     |
| 9  | 凱淳實業<br>(Kaytune)          | 2008年 | 金融、自動車、FMCGなど         | Industrial Bank、Audi、Watsons、Liptonなど        |
| 10 | 優壹電商<br>(U1 Baby)          | 2011年 | パーソナルケア、幼児用品など        | Nutrilon、Coppertone、Nutrucia、GNCなど           |

注) アリババのアンニュアル評価結果と各社収入よりランキングより一部抜粋。1位はアリババ評価で一番高い六つ星かつ収益が一番高い。1-5は6つ星、6-9は5つ星、10は4つ星。

出所) アリババランキング、各社HPより、NRI整理

### 京東提携のTP企業リスト

|    | 会社名                            | 設立    | 事業範囲               | 提携外資ブランド                               |
|----|--------------------------------|-------|--------------------|--|
| 1  | 鉅点科技                           | 2016年 | オンラインスーパーに特化       | Walmartなど                              |
| 2  | 青島易亞<br>(YiYa Web)             | 2010年 | 家電、家具、スポーツ用品など     | Kingshore、Toread、など                    |
| 3  | 北京百仕                           | 2020年 | 化粧品、食品、FMCGなど      | Nestle、Innisfree、Diorなど                |
| 4  | 尊享匯<br>(The Space VIP)         | 2010年 | ブランド品など            | Swarovski、Gucci、Coachなど                |
| 5  | 京夥伴                            | 2015年 | 自動車、ブランド品、食品など     | Mercedes-Benz、DKNY、Toly Breadなど        |
| 6  | 麥佳<br>(Maijia100.com)          | 2006年 | 家電、化粧品、3C商品など      | <b>Panasonic</b> 、Philips、OLAY、Dellなど  |
| 7  | 術邦世紀<br>(Shubang Shiji)        | 2012年 | 白酒、家電、家具など         | AUXなど                                  |
| 8  | 能者居電商<br>(Nengzheju Dianshang) | 2016年 | 化粧品、健康食品、3C商品、白酒など | Lancome、Dyson、Nestle、Kweichow Moutaiなど |
| 9  | 千首                             | 2017年 | アパレル、家電など          | -                                      |
| 10 | 極易電商<br>(ecMax)                | 2005年 | オンラインスーパー、家電など     | Unilever、Schneider Electric、SIEMENSなど  |

出所) 京東2021 Q1 TP企業ランキング、各社HPより、NRI整理



## 1. 中国／シンガポールにおける越境ECサイトの概況 2) 越境ECプレイヤーの概況 | 中国

越境ECで取り扱われる品目について、越境ECの商品の特徴、輸入規制、販売規模などの要素を考慮すると、加工食品が主要品目になる可能性が高い

- 加工食品としては、農産加工食品、畜産加工食品、水産加工食品とその他の加工食品などの4種類があるが、中国越境ECでもっとも販売されているものとしては、農産加工食品（菓子など）や調味料・スープを含むその他の加工食品が最も有力な食品になるものと想定される

### 越境ECで取り扱われる品目についての仮説

#### 説明

|        |  |
|--------|--|
| 越境EC商品 | <ul style="list-style-type: none"> <li>越境ECは一般消費者向けのBtoCサイトであり、BtoB中心の商品は対象外となる。</li> </ul>                      |
| 輸入規制   | <ul style="list-style-type: none"> <li>日本産肉、果物、野菜、水産物などの生鮮食品に対し、中国の輸入規制措置がある故に、越境ECにて取り扱い可能な農産品は限られる。</li> </ul> |
| 販売規模   | <ul style="list-style-type: none"> <li>生鮮食品は、賞味期限が短く、越境ECにおける販売規模が非常に小さい。</li> </ul>                             |

#### 越境ECで最も流通させやすい品目

#### 加工食品

- 農産加工食品（菓子など）
- 調味料・スープなど



## 1. 中国／シンガポールにおける越境ECサイトの概況 2) 越境ECプレイヤーの概況 | 中国

現在、中国のアリババの越境ECサイトでは、各国の製品が取り扱われ、出店者タイプも様々。菓子、酒、飲料などの販売について、日本メーカーや貿易企業などによる展開も多数存在している

### アリババ | 企業概要、越境ECの展開状況

|        |      |   |
|--------|------|---|
| 越境EC関連 | 企業概要 | <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員             <ul style="list-style-type: none"> <li>252,084名 (2020年12月31日時点)</li> </ul> </li> <li>展開エリア             <ul style="list-style-type: none"> <li>中国全国展開、海外も進出</li> </ul> </li> <li>コアビジネス (収入の8割強)             <ul style="list-style-type: none"> <li>BtoBtoC・BtoC・CtoC・BtoB取引プラットフォーム、物流プラットフォームサービス、デリバリーなどのローカルサービス</li> </ul> </li> </ul> |
|        | 調達先  | <ul style="list-style-type: none"> <li>アメリカ、オーストラリア、ヨーロッパ、日本、韓国など</li> </ul>  |
|        | 主要品目 | <ul style="list-style-type: none"> <li>パーソナルケア、化粧品、ベビー用品、デジタル製品、食品・健康食品など</li> </ul>  |
|        | 出店者  | <ul style="list-style-type: none"> <li>原産国メーカー、小売業者、貿易会社、第三国貿易会社が比較的多い</li> <li>アリババ自社出店</li> </ul>   |

### アリババ | 越境ECサイトにおける日本産食品の販売状況

| カテゴリ       | 店舗名        | 出店企業情報  | 取り扱いブランド          |
|------------|------------|---|-------------------|
| 菓子         | Calbee     | Calbee E-commerce Ltd.<br>(メーカー出資の貿易会社)                       | Calbee            |
|            | UHA悠哈      | UHA味覚糖株式会社 (メーカー)   | UHA               |
|            | HANEDA     | 大河実業株式会社<br>(日本卸売企業)  | 白い恋人、東京バナナ、花福堂など  |
| お酒         | 全日空        | ADC Inc<br>(全日空出資の貿易会社)                                       | 日本盛、庭の鶯、daiyameなど |
| コーヒー・清涼飲料水 | UCC<br>悠詩詩 | UCC international Co.,LTD<br>(メーカー)                           | UCC               |
|            | 伊藤園        | 伊藤園株式会社 (メーカー)  | 伊藤園               |
| 健康食品       | ファンケル      | Sinopharm International<br>Hongkong Limited (総代理店<br>出資の貿易会社) | Fancl             |

#### 商品販売のイメージ





# 1. 中国／シンガポールにおける越境ECサイトの概況 2) 越境ECプレイヤーの概況 | 中国

京東の越境ECサイトでは、アリババと同様、基本的に、各種類の製品が取り扱われている  
日本産食品の販売について、日系貿易企業などの展開も見られる

## 京東 | 企業概要、越境ECの展開状況

## 京東 | 越境ECサイトにおける日本産食品の販売状況

|        |      |   |
|--------|------|---|
| 越境EC関連 | 企業概要 | <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員               <ul style="list-style-type: none"> <li>360,000名（2020年12月31日時点）</li> </ul> </li> <li>展開エリア               <ul style="list-style-type: none"> <li>中国全国展開、海外も進出</li> </ul> </li> <li>コアビジネス（収入の8割強）               <ul style="list-style-type: none"> <li>京東の直営店</li> </ul> </li> </ul> |
|        | 調達先  | <ul style="list-style-type: none"> <li>アメリカ、オーストラリア、ヨーロッパ、日本、韓国など</li> </ul>  |
|        | 主要品目 | <ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル製品、ベビー用品、化粧品、生活用品、食品など</li> </ul>  |
|        | 出店者  | <ul style="list-style-type: none"> <li>京東自社出店</li> <li>原産国貿易会社、第三国貿易会社、原産国メーカーなど</li> </ul>   |

| カテゴリ     | 店舗名                 | 出店企業情報                     | 取り扱いブランド           |
|----------|---------------------|----------------------------|--------------------|
| 菓子       | 卡樂比Calbee           | 京東                         | Calbee             |
|          | 不二家                 | 京東                         | 不二家                |
| お酒       | 白鶴                  | 香港睿姿国際貿易有限公司（香港貿易企業）       | 白鶴                 |
| 健康食品・調味料 | 味の素                 | Frank Japan Co.LTD（日本貿易企業） | 味の素                |
|          | 日本健康食品              | 株式会社中原（日本貿易企業）             | ISDG、Pola、ORIHIOなど |
|          | Fancl HealthScience | 京東                         | Fancl              |

### 商品販売のイメージ

