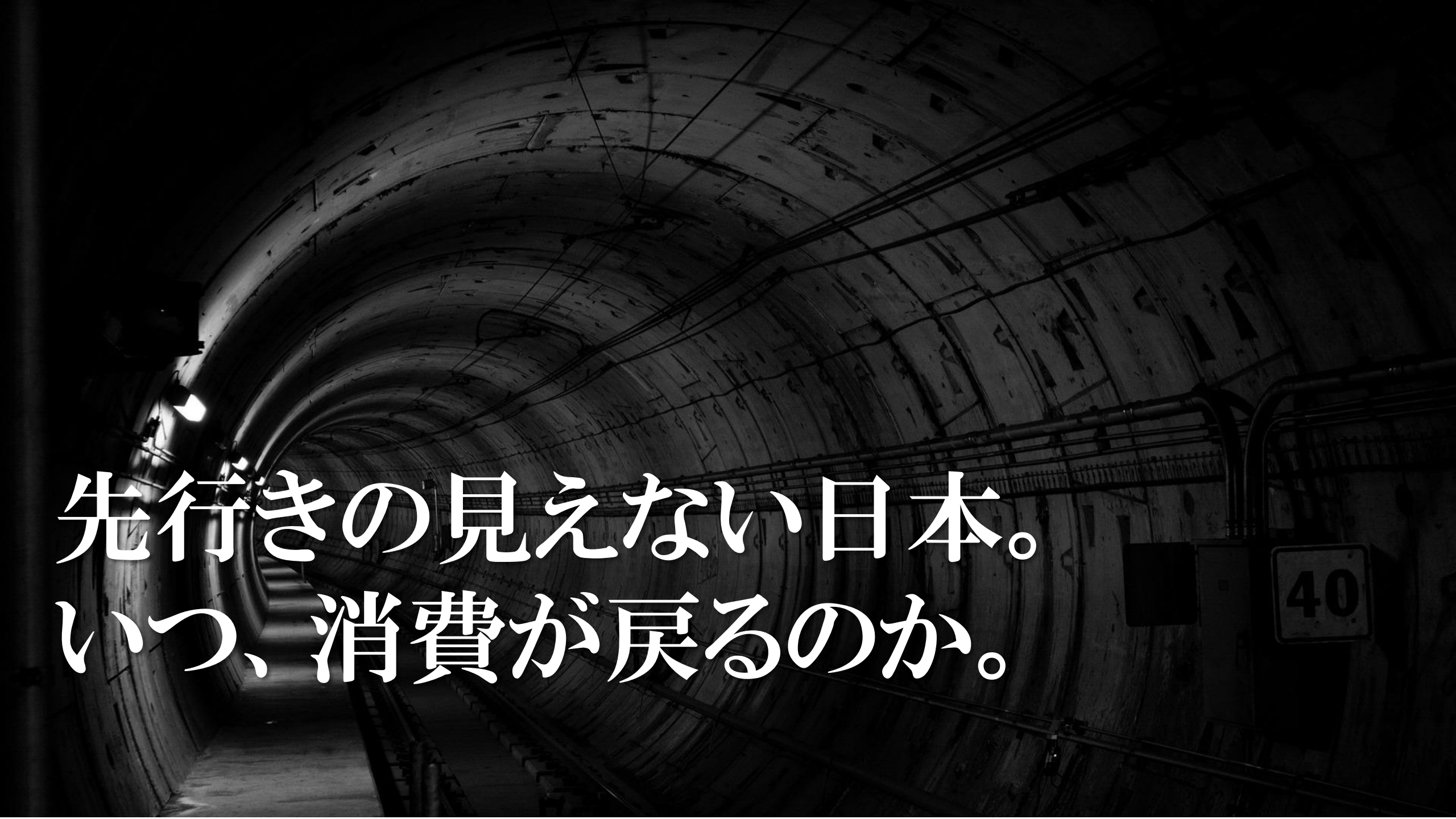


A stylized world map in shades of blue and green, overlaid with a grid of glowing white lines that represent global connectivity. The lines are thicker and more prominent in the central and eastern regions of the map.

中国越境EC 店舗開設サポート ご案内資料



株式会社ENJOY JAPAN
2020年5月



先行きの見えない日本。
いつ、消費が戻るのか。

中国は、少しずつではあるが、
日常を取り戻してきている。

撮影：2020年4月25日上海市徐匯区中山西路付近

コンセプト

A person in a red jumpsuit is captured mid-air, jumping over a dark, jagged mountain ridge. The background features a range of mountains under a bright, orange-hued sky, suggesting a sunset or sunrise. The overall scene conveys a sense of challenge and achievement.

日本企業に低リスクで
チャレンジできる環境を。

プラン名

越境EC店舗開設プラン

天猫国際、JD国際、小紅書、拼多多などの
各越境ECプラットフォームへ店舗開設する際の
サポートを致します。

各越境ECプラットフォームの比較

項目	詳細	T-mall国際	JD国際	RED(小紅書)	PinDuoDuo(拼多多)
プラットフォーム状況	サービス開始日	2014年2月	2015年4月	2014年10月	2019年4月
	市場シェア	31.7%	12.7%	6.10%	-
	プラットフォームタイプ	総合型	総合型	独立型	総合型
必要費用	開店保証金	240万円～	106万円(10,000USD)	40万円(3,500USD)～	11万円(1,000USD)～
	売上フィー	0.5%～5%	0.5～10%	15%～20%	10%
	プラットフォーム使用料	48万円～	106,000円(1,000USD)	0円	0円
	保税倉庫使用料	実質30日間無料	実費計算	実質45日間無料	-
	郵送費用	実費計算	実費計算	実費計算	-
	出店最低費用	288万円～	170万円～	40万円～	0円～
ユーザー デモグラフィック	ユーザー居住地域	一線都市&二線都市	一線都市	一線都市	三線都市以下
	ユーザー性別	女：60-70% 男：30-40%	女：30-40% 男：60-70%	女：70-80% 男：20-30%	女：50-60% 男：40-50%
	ユーザー年齢比率	20～40代	20代後半～40代後半	20代後半～30代	30代～40代
その他	自社保税倉庫	○	○	○	✕
	郵送手配	○	○	○	✕
	開店審査	難しい	難しい	易しい	普通

※上記項目はいずれも2019年4月時点の情報となります。プラットフォームごとに規定変更等がございますので、予めご了承ください。

TMALL国际について

中国通販最大手のアリババが手掛けるT-mallの越境ECプラットフォームです。他の越境ECプラットフォームより圧倒的なトラフィックを有するT-mall国際は、中国市場に進出したい各海外ブランドにとっては最も魅力あるプラットフォームです。



TMALL国際について

メリット

- 国内、海外での信頼度が高い「T-mall国際」は「高品質・安全」をウリにしていることもあり、偽物の商品やブランドを厳しい審査、条件を設けることによって排除している。
- 独身の日（W11）のイベントおよびその前のPRに参加することが可能になり、売り上げや店舗の認知度アップにつながりやすい。
- 圧倒的なユーザー数をほこり、それに伴って保有しているユーザーデータも中国でNo.1。そのため、データサイエンスマーケティングの精度が極めて高い。

デメリット

- 初期費用や年会費、運用費用が非常に高い。T-mall国際への出店は、T-mall国際のブランド力や信用力を購入しているとも言われている。
- 初期審査が厳しく、提出資料が多く、出店にあたり多くの時間を要する。
- 自社で店舗を運用することもできるが、アリババ側からTP(タオバオパートナー)認定されている代理店に運用代行してもらうよう強くお勧めされる。

TMALL海外旗艦店出店必要資料一覧

一次審査を申請時全企業共通の必要提出資料

No.	必要書類	備考
1	出店主体の会社謄本	
2	出店主体の授權書	※授權書のフォーマットは次頁をご参照ください
3	出店主体の代表者様の身分証明書	代表者様のパスポートが望ましい
4	出店主体の銀行口座証明書	※銀行が発行する口座資料
5	商標登録証	
6	税務登記証明書	または直近1年の納税証明書
7	会社概要および商品紹介資料	
8	銀行口座情報	銀行名・支店名・口座番号・口座名義・SWIFTコード
9	経理担当者の身分証明書	経理担当者様のパスポートが望ましい
10	経理担当者のメールアドレスおよび携帯電話番号	アリペイコーポレート口座申請のため

申請会社の業績もしくは会社規模に応じて二次審査時の追加資料

No.	必要書類	備考
1	生産工場に関する資料	会社謄本や会社紹介資料等
2	光熱費の納付書コピー	実在する会社かどうかを確認するため
3	その他提出を求められた資料	会社により異なる

JD（京東）国際について

従来、中国通販プラットフォームにおいて、天猫TMALLの次に位置付けられてきました。（現在、時価総額基準では3位となります。）特に中国一線都市居住の高所得者層から支持されており、電化製品、プレステージ製品等高単価製品の販売に強みを持っていることから消費者からの信用力が高いといえます。また、他のプラットフォームに比べ、男性のユーザー比率が多く見られます。



JD（京東）国際について

メリット

- 中国大手ECで唯一自社倉庫、自社配達員を社員として抱えているECプラットフォームであり、物流のスピーディーさ、顧客満足度はダントツで高いため一線都市居住の高所得者のユーザーが多い。
- 中国主要ECイベントの一つである「618」は元々JD.COM立ち上げ記念イベントであり、当イベントではアリババ系のW11と並ぶほどの集客力、話題性をもつ。
- 長年アリババ系と並ぶほどの知名度、ユーザー数を誇っていたためユーザー(特に高所得で購買力の高いユーザー)のデータ蓄積があり、かつ開店→物流までのオールインワンサポートに強みを持つ。

デメリット

- 越境ECサービス自体は2015年よりスタートしているが、本格的に力を入れ始めたのが2019年であるため越境ECサービス分野に関するユーザー認知度、成熟度、ノウハウはまだ未成熟である。
- 元々は電化製品の販売がウリであるため未だに男性ユーザーの割合が大きく、コスメやサプリメント等の女性向け商材との相性が悪い。
- JD.COM最大の強みである物流ネットワーク(自社倉庫、自社配達員等)は一線都市と二線都市の一部のみが対象であり、それ以外の多くの都市ではまだまだ整備できていない。

JD国際海外旗艦店出店必要資料一覧

一次審査を申請時全企業共通の必要提出資料

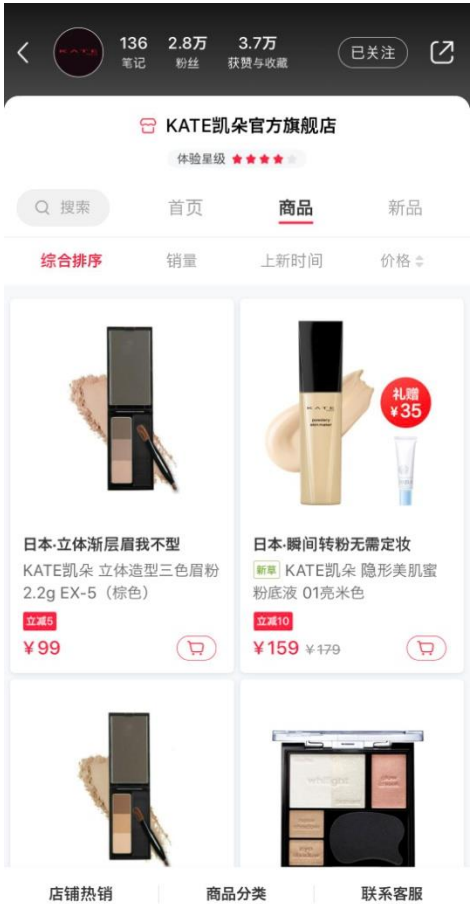
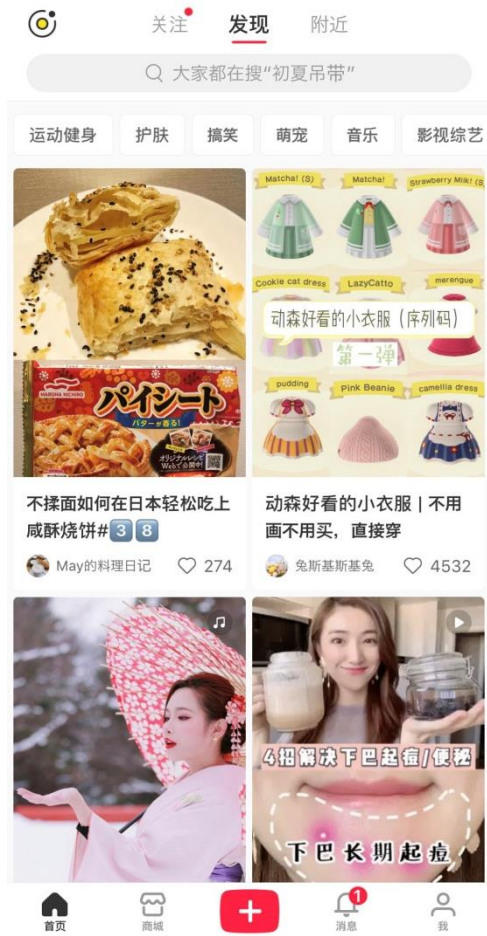
No.	必要書類	備考
1	出店主体の会社謄本	
2	出店主体の授権書	
3	出店主体の代表者様の身分証明書	代表者様のパスポートが望ましい
4	出店主体の銀行口座証明書	※銀行が発行する口座資料
5	商標登録証	
6	会社概要および商品紹介資料	
7	銀行口座情報（ドル決済できる口座）	銀行名・支店名・口座番号・口座名義・SWIFTコード
8	店舗責任者様の身分証明書	店舗責任者様のパスポートが望ましい

申請会社の業績もしくは会社規模に応じて二次審査時の追加資料

No.	必要書類	備考
1	生産工場に関する資料	会社謄本や会社紹介資料等
2	光熱費の納付書コピー	実在する会社かどうかを確認するため
3	その他提出を求められた資料	会社により異なる
4	税務登記証明書	または直近1年の納税証明書

RED（小紅書）について

REDは2014年にリリースされた「SNS機能を備えた越境ECプラットフォーム」です。一線都市ユーザーが全体の50%以上、かつ女性比率が70～80%と、コスメ等の女性向け商材との相性が良い。



RED（小紅書）について

メリット

- SNSとECが一体化したプラットフォームであるため広告から購入までの導線が短く、明確です。また、ユーザーが『欲しい』と思ったタイミングですぐに購入できるため、衝動買いが多いのも他のプラットフォームにはない特徴です。
- REDは、SNSとしても魅力的なコンテンツです。消費者が購入する前に、必ず見る（参考にする）プラットフォームと言っても過言ではありません。2019年にはユーザー数3億人を突破。
- 現在、REDは、ブランド旗艦店出店に力を入れているため店舗開設のハードルは比較的低く、保証金等の初期コストを抑えることが可能です。物流面も整っているためテスト販売には利用しやすいプラットフォームです。

デメリット

- ユーザーにとっては、ECプラットフォームよりもSNSとしての認識が強く、REDで商品レビューを見てから他のプラットフォーム（TMALL国際など）で購買する可能性があります。
- 競合にあたるWechatやWeiboなどのRED以外のSNSとの連携が一切できず、広告プロモーションはすべてRED内での実施をしなければなりません。
- 初期費用が安く抑えられるかわりに、REDに支払う売上フィーが15~20%と他のプラットフォームに比べて高い。

RED(小紅書)出店必要書類一覧

一次審査を申請時全企業共通の必要提出資料

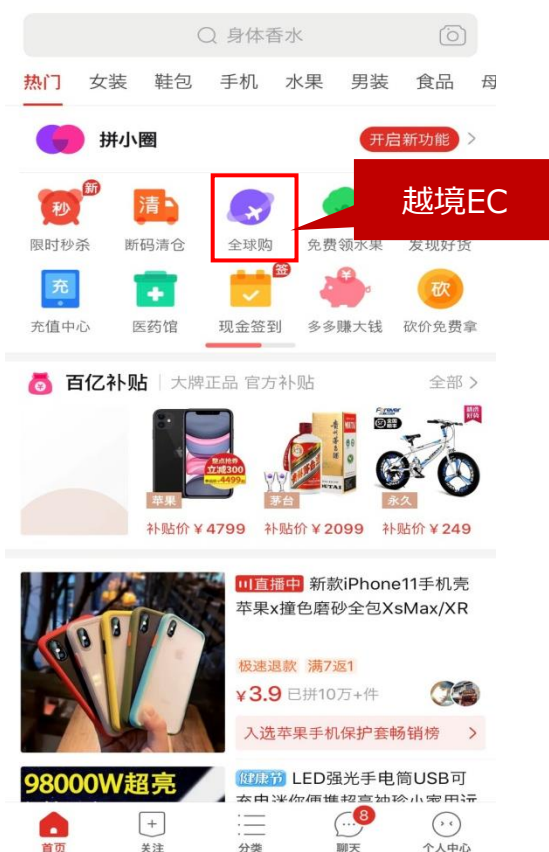
No.	必要書類	備考
1	出店主体の会社謄本	
2	出店主体の授權書	
3	商標登録証	
4	商標のロゴデータ	無地、200x200px、3 mb以下のjpgもしくはpng
5	商品バナー	750×750px、バナーに人物（モデルなど）が使われた場合、当該人物との使用契約書もご提示ください。
6	ブランドに関する紹介	140文字以内
7	銀行口座情報	銀行名・支店名・口座番号・口座名義・SWIFTコード
8	経理担当者のメールアドレスおよび電話番号	

販売する商品に応じて二次審査時の追加資料

No.	必要書類	備考
1	化粧品製造販売業許可	化粧品を販売する場合
2	高度管理医療機器等販売業許可	カラコンなどの医療機器を販売する場合

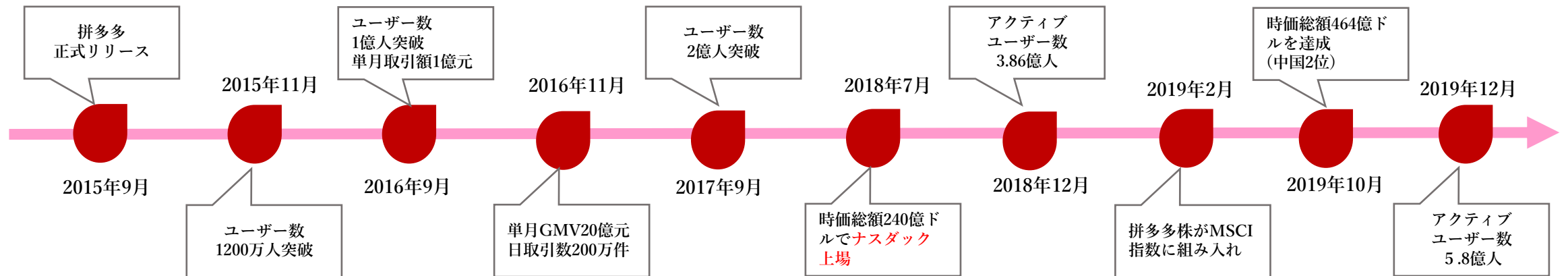
拼多多（ピンドウドウ）とは

拼多多は2015年にリリースされたECプラットフォームで、2019年に越境EC機能リリースされたばかりです。その為、公式旗艦店の出店はまだ少ない状態です。拼多多は友人や知人等の複数人で商品を大量購入することで商品単価を安く抑えることで有名なプラットフォームです。



拼多多（ピンドウドウ）プラットフォーム概要

拼多多は2015年にリリースされたECプラットフォームであり、2018年7月にアメリカナスダック市場にて上場を果たし、**2018年12月に年アクティブユーザー数が3.86億人まで増加し**、JD.COMの3.05億人を抜き中国ECプラットフォームの二番手に躍り出た。また、**2019年10月には時価総額464億ドルを記録し**、時価総額でもJD.COMを上回る形となり、アリババ社に次ぐ位置を確固たるものとなった。



※GMV：流通取引総額(取引数×平均注文単価)

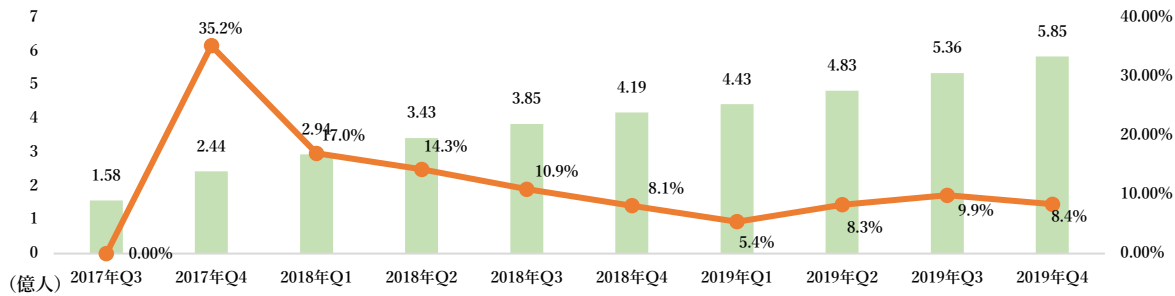
※MSCI指数：世界的な指数算出、金融リサーチ会社であるモルガン・スタンレー・キャピタル・インターナショナル社が算出・公表している指数

拼多多（ピンドウドウ）ユーザー概要

年間アクティブユーザー数：5.85億人
流通取引総額（GMV）：1.006兆元

ユーザーが非常にアクティブであり、購買行動が活発している

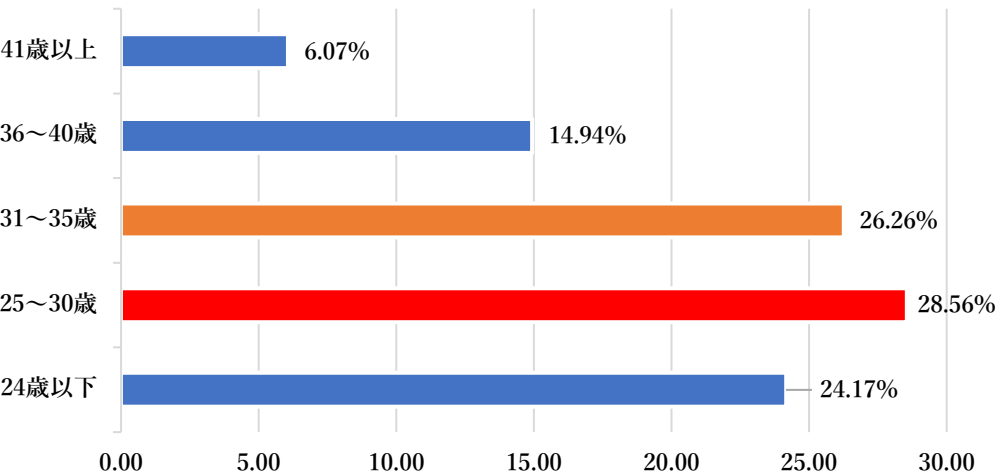
アクティブユーザー数



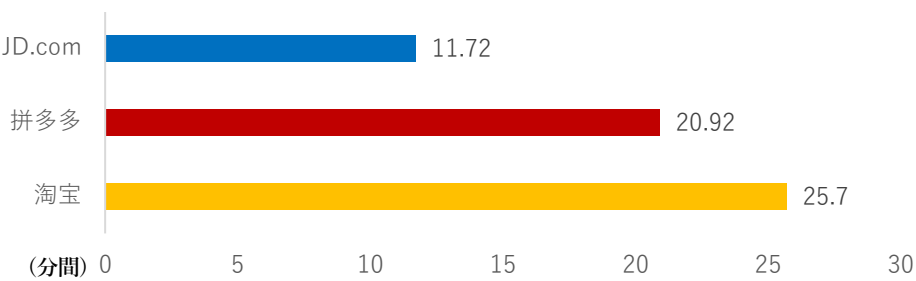
性別



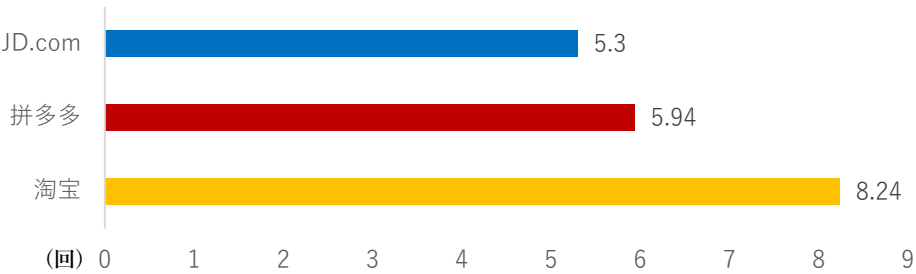
年齢分布



1日の利用時間



1日の利用回数



学歴



拼多多（ピンドウドウ）について

メリット

- 三線都市以下のアクティブユーザーを多く抱えており、2020年第1Qのプラットフォーム全体月間アクティブユーザー数はタオバオを超え、中国No.1になりました。（月間アクティブユーザーは4.8億人）
- 越境ECサービスはまだリリースしてから1年経過していないため現時点では競合旗艦店が少ない状態であり、先行者利益を獲得しやすいと思われます。
- 店舗開設の初期費用が安く、かつ規制も緩和されているため店舗の設置・運営がしやすい。

デメリット

- 自社で保税倉庫を所有していないため旗艦店側で別途保税倉庫を契約しなければならない。もしくは、消費者へ直送。
- 越境ECプラットフォーム市場では新しいプラットフォームのためTMALLやREDと比べてサービスや規則等がまだ完成されていない状態であるため、急な規則変更等に対応する必要があると思われます。
- 商品値段の安さがウリ“魅力”のプラットフォームであり、消費者のマインドも価格に特化しているため価格競争になる可能性があります。（もしくは、プラットフォーム側から値下げ要請があるかもしれません。）

拼多多（ピンドウドウ）出店必要書類一覧

一次審査を申請時全企業共通の必要提出資料

No.	必要書類	備考
1	出店主体の会社謄本	原本が望ましい
2	出店主体の授權書	
3	出店主体の代表者様の身分証明書	身分証明書コピーに出店会社の会社印捺印
4	店舗管理者身分証明書	中国国籍者のみ(中国大陸身分証必須)
5	商標登録証	

その他

- すべての提出書類は中国語もしくは英語版に翻訳する必要があります。
- 商標登録会社（ブランド）と出店会社（運営会社）が同一会社でない場合は別途両社の関係性を示す資料が必要です。

越境EC施策は、100社あったら100通りの必勝パターンがあり、

どこか成功した会社のやり方を真似すればいい、という

単純なものではありません。

私たちはクライアントに向き合い、

クライアントにとってベストな手法をご提供し、

課題解決に向けて共に歩んでいきます。

株式会社 ENJOY JAPAN



連絡先



株式会社ENJOY JAPAN

〒160-0007

東京都新宿区荒木町5 四谷荒木町スクエア 1F

TEL : 03-6380-1930

Mail : info@enjoy-japan.jp