

急拡大する中国ネットショッピング市場

岡山県上海事務所

中国で生活をしているとスマートフォンを片手にネットショッピングをする方を多く見かけます。既にネットショッピングは中国に住む人にとって、重要な生活の一部となっています。今回はそのような中国のネットショッピング市場の状況をお伝えします。

中国電子ビジネス研究センターの公表によると、中国国内における BtoC インターネットショッピング取引総額は 5.16 兆元（2016 年）となり、2015 年と比較して 26.2%増と大幅に増加している状況です。この取引総額の増加を牽引しているのが、下記の 2 大サイトとなっています。

1) 天猫

アリババ集団が 2003 年から運営を開始しており、中国国内での個人向けとしては、最大級のネットショッピングサイトです。当初は「淘宝商城」という名称でしたが、2012 年から「天猫」に変更されています。

2) 京東

2004 年からスタートしたネットショッピングサイトです。JD.com が運営しており、天猫に次ぐ規模に成長しています。

2016 年の市場シェアとしては、天猫が 57.7%、京東が 25.4%であり、両サイト合計の市場シェアは 83.1%となっています。

2015 年では両サイトでの合計シェアは、80.8%であったことから、寡占化が進行している状況です。

このように圧倒的な存在感を示す両サイトですが、その強みはどこにあるのでしょうか。中国でも様々な見解がありますが、下記のポイントは見逃せません。

① 配送サービスの充実

JD.com によると、京東では、2009 年から中国全土の物流網を整備し、現在、263 箇所の倉庫と 67,000 人以上の配送員を有するまでに成長しています。天猫も、2011 年に総額 1,000 億元の物流投資計画を発表し、2021 年には中国全土へ 8 時間以内に配送できるよう整備を進めています。

② 巧みなプロモーション戦略

中国では 11 月 11 日は数字の並びから「独身の日」と呼ばれています。この「独身の日」が、今では中国ネットショッピングの一大イベント日になっています。2009 年にアリババ集団（天猫）が、独身者にネットショッピングを楽しんでもらおうとこの日にセールを始めたのがきっかけです。天猫・京東ともにこのようなプロモーション活動に長けていると言われています。

急成長を続ける中国ネットショッピング市場の動向について、上海事務所として引き続き注視していきます。