

市場規模2兆円とも言われる中国向け越境ECが今年大きく変わろうとしている。

まずこれまで越境ECの市場が飛躍的に拡大した前提として、化粧品などで一般貿易をするにはCFDA (China Food and Drug Administration) と呼ばれる組織の販売の許認可が必要であった。その申請には数百万円の費用と許認可を得るまでに1年以上の期間を要し参入障壁が高かった。しかし、越境ECはあくまでも並行輸入の形態であり一般貿易の申請を必要としない為、リスク回避とトレンドをいち早く届けられるという点で多くのメーカーが参入した。また並行輸入という形態であった為、EC上の並行輸入販売店を持つソーシャルバイヤーと呼ばれる個人がSNS上での広告を活用し個人間取引での売り上げを拡大させた。

しかし、昨年から今年の1月に掛けてこの前提が変わる大きな制度変更があった。1つ目は、これまで化粧品などの一般貿易の許認可の窓口であったCFDAがNMPA (National Medical Products Administration) と組織変更されるに伴い許認可に関わるコスト面と期間面が大幅に緩和された事。2つ目は一般貿易に大きく関係する日常生活用品の輸入関税を大幅に引き下げられた事。3つ目は越境ECの売り上げに貢献したソーシャルバイヤーが登

売り上げを作るクールジャパンを考える⑫

文 岸本公平

text by Kouhei Kishimoto

録許可制となり納税なども義務化され規制が強化された事。

この3つの変化によって越境ECと一般貿易の流れに変化が予測される。それは越境ECと一般貿易を一連で参入する事が必要であるという事だ。

これまで越境ECでソーシャルバイヤーは一般貿易に頼らない越境ECで販売されている商品で大きな売り上げを作ってきた。情報の拡散力を持つソーシャルバイヤーは越境EC上で流行った商品さえ扱えば売り上げを獲得する事も出来た。更に言うともメーカーもそこに依存すればその恩恵を受ける事が可能であった。しかし今後、登録許可制や納税の義務でソーシャルバイヤーの動きは全体として見れば鈍化する。またメーカーは越境ECだけに依存していると一般貿易の参入障壁が下がった為、一般貿易の許認可を持つ競合商品が中国国内の商社などと組み、EC、店頭の市場を横取りされるであろう。

つまり今後中国進出の際には越境ECで顧客の絞り込みや訴求ポイントのテストマーケティングをしながら一般貿易の申請を掛け、許認可を得たのちには一般貿易にもしっかりとした販売戦略を持つ事が継続的な展開には必要となる。



Profile

株式会社NEWTRAL代表取締役
HANABIプロジェクトプロデューサー
福岡県出身。日本大学中退後、テレビ番組制作会社入社。その後ディレクター、プロデューサーなどを経て、30歳の時株式会社NEWTRALを設立。メディアで学んだ企画やプロデュースの視点を生かし、企業のコンサルティングはもとより、地方創生事業やクールジャパン事業に取り組む。