

# やまぎん アジアニュース

●釜山支店Tel010-82-51-462-3281 ●青島支店Tel010-86-532-85766222 ●大連支店Tel010-86-411-83705288  
●香港駐在員事務所Tel010-852-2521-7194



## 【大連支店】

### 訪日中国人の「爆買い」と中国越境 EC の現状について

#### 1. 1. はじめに

訪日中国人の増加に伴い、中国人旅行者の日本での買い物を指す「爆買い」という言葉が一世を風靡しましたが、最近ではその「爆買い」もかなり落ち着いてきたとの新聞報道を目にするようになりました。しかし、依然として日本商品を含む海外商品へのニーズは、非常に高いものがあります。最近では、中国国内で海外商品を購入する方法として、「越境 EC（電子商取引）」が活用されるようになってきました。そこで今回は、訪日中国人の「爆買い」と中国における越境 EC の現状についてレポートします。

#### 2. 「爆買い」の減少

中国国家観光局によると、2016年の中国人海外旅行者は、香港、マカオ、台湾を含めて1億2,200万人に達しました。中国オンライン旅行大手携程旅行網(シートリップ)によると、2017年の春節休暇に海外旅行をした中国人は約6百万人で、その行先はタイ、日本、米国、シンガポール、オーストラリアの順となっています。この間の中国人海外旅行者の消費額は全体で1千億元(約1兆6,500億円、1元≒約16.5円)に達すると予想されており、一人当たり予算も1万5千元(約24万7千円)を超えるようです。

日本側からみても、2016年の訪日外国人客は2,403万9千人、うち中国からの旅行者は637万人で、2013年の131万人から大幅に増加しています。なお2016年の訪日外国人消費額は3兆7,476億円で、うち中国人旅行者は、約4割を占める1兆4,754億円を消費しています。中国人の可処分所得は年々増加しており、実際に訪日中国人の一人当たり旅行支出は、元ベースで堅調に推移しています。しかしながら、炊飯器の大量買いに代表されるような同じ商品の大量買いは、目に見えて少なくなっているのが明らかです。この要因として、一つには、訪日中国人の消費行動が百貨店等での買い物ばかりではなく、宿泊費・飲食費・交通費等に向かうようになってきたことが上げられます。もう一つの要因としては、「代理購入(代購)」が大幅に減少していることが考えられます。「代理購入(代購)」とは、留学生等の海外居住者が商品を購入し、注文者に郵送するもので、中国では従来から外国製品を購入する方法として一般的でした。しかし、2016年4月に越境 EC に関する税制が変わり、税関検査が強化されたこと、また円高元安の

---

影響により、転売を目的とした大量購入が割に合わなくなったことから、代理購入が大幅に減少し、「爆買い」現象に大きく影響しているのではないかと考えられます。

### 3. 越境 EC の増加

「爆買い」が減少している一方で、越境 EC の取引量は世界規模で大幅に増加しています。経済産業省「平成 27 年度電子商取引に関する市場調査」によると、中国の消費者による日本・米国事業者からの越境 EC による購入額は 1 兆 6 千億円（前年比 32.7%増）になっています。さらに日米中 3 か国相互間の越境 EC 規模を試算したところ、消費国としての推計市場規模は 2019 年までに日本は約 1.5 倍、米国は約 1.6 倍、中国は約 2.9 倍にまで増加し、3 か国相互の越境 EC 購入総額は約 6.6 兆円まで拡大する可能性があるとのことです。

今後ますます増加していくであろう越境 EC ですが、どのような消費者に好まれているのでしょうか。易観智库発表の「中国越境 EC 研究報告」によると、越境 EC の消費者のほとんどは、'76~'90 年生まれで、普通のネット通販消費者より年齢層が高め、高収入・高学歴のユーザーが多いことが特徴です。客単価も高めで、日本、韓国、欧米、オーストラリアのブランドを好み、商品としては美容系・スキンケア商品が一番で、ベビー用品、栄養保健品、ベビー食品、女性向け洋服への関心が高いそうです。越境 EC は、商品の質が高い、信頼できる、商品情報が豊富、国内で買うより安い、国内で販売されていない商品を買うことができる、という理由から支持されているようです。

### 4. 越境 EC のメリット

従来中国で海外商品を購入するには、「一般貿易」で輸入された商品を購入するか、「代購」が一般的でした。消費者にとって、代購は消費者間（CtoC）取引であり、粗悪品や偽物が送られる、そもそも何も送られてこない等、様々な問題やリスクを含んでいました。一方、越境 EC では販売者と消費者が直接取引する BtoC 取引となるため、問題が発生しにくいと言われています。また販売者側からみても、代購や越境 EC で輸入される商品は、「個人使用物品」として、郵便物や持込み荷物と同様に取扱われていたため、一般貿易で必要となる通関許可証や検査、販売許認可が不要で手間がかからないというメリットがありました。さらに税制上でも、一般貿易の場合は、輸入関税、増値税、消費税がかかり、厳格に徴収されますが、代購や越境 EC では「行郵税」が適用されていました。こちらは事実上自己申告制で、税関での全量検査は不可能であるため、税負担が大幅に軽減されてきた（もしくは徴収されなかった）といえます。そこで中国では 2016 年 4 月、越境 EC に関する制度を大幅に変更しました。

### 5. 越境 EC 制度の変更

越境 EC で輸入された商品は、行郵税のみの適用であることから、一般貿易に比べて税負担が軽く、不公平感が大きかったため、越境 EC 取引では行郵税を廃止し、一般貿易同様、関税、増値税、消費税が適用されることとなりました。ただし越境 EC 取引では、上

---

限度以下の取引であれば、関税を 0%、増値税と消費税をそれぞれ法定税率の 70%とする暫定的な優遇措置を設けました。新制度の主な内容は以下の通りとなっています。

- ・ 個人が 1 回に購入できる取引上限額を従来の 1,000 円（約 1 万 6,500 円）から 2,000 円（約 3 万 3 千円）に引き上げ。一人の年間購入金額上限 2 万円（約 33 万円）。
- ・ 購入金額上限以下の場合、関税率 0%（上限を超える場合一般貿易と同じ）。輸入増値税及び消費税については法定税率の 70%を徴収。行郵税廃止、行郵税額 50 円以下の免税措置も廃止。
- ・ 従来国が禁止する品目以外全て取引可能であったが、「越境 EC 小売輸入商品リスト（ポジティブリスト）」に掲載された商品のみ輸入可能。

この改正の結果、1 回の購入限度額増加により、多様な商品が取扱われる可能性が出ています。また商品内容や金額によって、増税になる場合と減税になる場合が生じます。食品・日用品・娯楽用品等は従来行郵税 10%適用でしたが、増値税 11.9%（法定税率 17%）適用により増税となります。アパレル・電化製品等は行郵税 20%適用でしたが、増値税 11.9%適用により 250 円（約 4 千円）以下の商品は増税になりますが、250 円超の商品は 8.1%減税となります。化粧品は従来行郵税 50%適用でしたが、増値税（法定税率 30%）+消費税（法定税率 15%：2016 年 10 月化粧品にかかる消費税改正）26.4%適用となり、100 円（約 1,650 円）以下の商品は増税となりますが、100 円超の商品は 24.6%もの大幅減税となります。

「越境 EC 小売輸入商品リスト」（ポジティブリスト）には、1,293 品目が掲載され、越境 EC で取扱われる主要商品はほぼ網羅できています。しかしながら備考欄には「除外品目」や「輸入量の上限」等の記載があるため、注意が必要です。例えば、越境 EC の主要品目である化粧品で、一般貿易として輸入されていない商品の場合、国家食品薬品監督管理総局（CFDA）で許認可を取得する必要があるため、カラーの異なる商品はカラーごとに許認可が必要となります。許認可取得には半年から 1 年を要し、多額の申請費用も必要となります。また健康食品においても、初めて輸入される健康食品は CFDA に登録が必要となります。CFDA に登録できれば、「健康食品」マークをつけることができ、保健効能表示も可能となりますが、取得まで数年の期間と各種検査費用に数百万円を要すると言われていました。

このように今回の改正では、越境 EC 取引メリットの一つであった手続の簡易性が大きく損なわれることとなり、2016 年 4 月 8 日に新制度が施行された際には、現場では大きな混乱に見舞われることになりました。施行後 1 ヶ月で各地の越境 EC 総合試験区の輸入貨物が 50%以上減少したとの報告もあり、ポジティブリスト記載の商品輸入に必要な通関書類の提出を、2017 年末まで猶予することになりました。しかしながら、今後は越境 EC



---

取引においても、一般貿易と同様の通関手続が必要となる方向性については変更ないものと考えられています。

## 6. おわりに

ご存知の通り、中国は世界の「工場」から「消費地」に変貌を遂げつつあります。その中で、今後中国でどのように日本商品売っていくかが大きなポイントとなります。中国に一般貿易で商品を輸出するのが確かに王道ではありますが、中小企業が製造する製品や地方の特産品のように、大量に輸出できない場合や多くの手間や多額の費用を掛けることができない場合には、一般貿易での輸出は非常にハードルが高く、適当とは言えません。そのような場合には、越境 EC の活用も検討すべきでしょう。

山口銀行では、銀行取引のみならず、様々な場面でお客様の中国取引をサポートしています。是非お気軽にご相談ください。

以上

### 【参考文献】

- 越境 EC 関連記事・インターネットについて
  - ・ 中国における越境 EC の動向（2016 年）／日本貿易振興機構（2016 年 12 月）
  - ・ 越境 EC 小売輸入通関申告書政策に関する説明  
／BTMU(China)実務制度ニュースレター（2016 年 6 月 13 日第 172 期）
  - ・ クロスボーダー EC 輸入に関税等課税へ、限度額以下で優遇税率適用も  
／みずほ中国ビジネス・エクスプレス（2016 年 4 月 1 日）
  - ・ 成長著しい中国 EC ビジネスの魅力①／時事通信社（2016 年 3 月 25 日）
  - ・ 成長著しい中国 EC ビジネスの魅力②／時事通信社（2016 年 6 月 8 日）
  - ・ 中国ネット通販開拓（アイリスオーヤマ、生活用品増産）  
／日本経済新聞（2015 年 6 月 16 日）
  - ・ 「日本製安心」中国で競争力（ネット通販 2 位京東商城 CEO）  
／日本経済新聞（2015 年 8 月 12 日）
  - ・ 中国「爆買い」を中国内拡販につなげる（AREAREPORTS）  
／ジェトロセンサー（2015 年 8 月号）
  - ・ 攻めあぐねる日本企業（中国ネット通販、70 兆円の大海）  
／日本経済新聞（2015 年 12 月 3 日）
  - ・ Asia300（中国 500 兆円市場取り込み）／日本経済新聞（2015 年 12 月 18 日）
  - ・ 中国ネットが小売市場を変革（AREAREPORTS）／ジェトロセンサー（2016 年 3 月号）
  - ・ 日本製品中国で翌日配達（近鉄エクスプレス現地保管で早く）  
／日本経済新聞（2016 年 5 月 5 日）
  - ・ ヤマト、中国に越境宅配（ネット通販 2 位と提携）／日本経済新聞（2016 年 4 月 6 日）
  - ・ 中国への宅配、最短 4 日（現地ネット通販と提携ーヤマト）

- 
- ／時事通信社 (2016年4月7日)
  - ・越境 E コマースの課税方式変更 (水野真澄の目からウロコ)  
／時事通信社 (2016年4月8日)
  - ・中国で始まった越境 EC の新税収制度。増税? 減税? 日本企業への影響は?  
／<https://netshop.impress.co.jp/node/2808>
  - ・中国の新越境 EC 制度、通関と税制の変更内容は知ってる?  
／<https://netshop.impress.co.jp/node/3105>
  - ・越境 EC を用いた小口貨物の輸入に対する新税制がスタート (事例研究～中国ビジネス法務) ／時事通信社 (2016年5月10日)
  - ・越境 EC の通関来年 5 月厳格化 (中国向け通関戸惑う日本企業)  
／日本経済新聞 (2016年11月7日)
  - ・越境 EC、通関優遇を継続 (来年 5 月まで中国、国内消費底上げ)  
／日本経済新聞 (2016年11月17日)
  - ・中国、次はネットで爆買い? (親子スクール・ニュースイチから)  
／日本経済新聞 (2016年12月3日)
  - ・一体何か変わった? 中国越境 EC 政策 (WeiboJapan)  
／<https://weibo-japan.com/archives/chinaec201606.html>
  - ・爆買いツアーよりもすごい「越境 EC」の潜在力 (東洋経済オンライン)  
／[http://zasshi.news.yahoo.co.jp/article?a=20160628-00123969-toyo-bus\\_all&p=3](http://zasshi.news.yahoo.co.jp/article?a=20160628-00123969-toyo-bus_all&p=3)
  - ・中国向けの越境 EC が成長している理由は「新中流階級」??  
／<http://cb.inagora.co/2016/10/04/%4b8%ad%e5%9b%bd%e5%90%91%e3%81%...>
  - ・電子商取引に関する市場調査の結果を取りまとめました～国内 BtoC-EC 市場規模は 13.8 兆円に成長～  
／<http://www.meti.go.jp/press/2016/06/20160614001/20160614001.html>
  - ・【中国】2016 年上半期の中国 Web 市場状況 (Web マーケティングラボ)  
／<https://lrx.co.jp/blog/1048/>
  - ・中国越境 EC のリアル～13 億人の巨大市場を狙え (前編・後編) (電通報)  
／<http://dentsu-ho.com/articles/4672>  
／<http://dentsu-ho.com/articles/4676>
  - ・中国越境 EC 政策変更の余波／ジェトロセンサー (2016年8月号)
  - ・輸入規制のない商品の多様化進むか・中国越境 EC の税制改正  
／<https://www.jetro.go.jp/biznews/2016/04/d96cflf9410fe88c.html>
- 爆買い関連記事・インターネットについて
- ・1 人当たり買い物代、1 位中国＝2 位ベトナム・観光庁訪日外国人消費調査  
／時事通信社 (2016年4月21日)
  - ・初の 2000 万人突破＝15 年度訪日客、45%増―首位中国 554 万人  
／時事通信社 (2016年4月21日)
-

- 
- ・ 国慶節訪日客コト消費熱く／日本経済新聞（2016年10月8日）
  - ・ 今年の訪日客1000万人突破＝最速ペース、先行き不安-観光庁  
／時事通信社（2016年6月16日）
  - ・ 爆買いの次はクルーズ（エイチアイエス会長沢田）（月曜経済観測）  
／日本経済新聞（2016年6月27日）
  - ・ （上海見聞録）インバウンド需要の先に／時事通信社（2016年3月4日）
  - ・ 訪日旅行地方に照準（北海道や九州路線充実）／日本経済新聞（2015年4月29日）
  - ・ おもてなし工夫の余地（インバウンド変わる風景）／日本経済新聞（2016年6月21日）
  - ・ クールな体験地方で探す（インバウンド変わる風景）  
／日本経済新聞（2016年6月19日）
  - ・ 爆買いに急ブレーキ（インバウンド変わる風景）／日本経済新聞（2016年6月18日）
  - ・ 中国人の爆買いが急速に縮んでいる理由（東洋経済）  
／<http://toyokeizai.net/articles/-/126719?>
  - ・ 爆買い終了でも続くインバウンドの真実（東洋経済）  
／<http://toyokeizai.net/articles/-/144814?>
  - ・ 意外と知らない中国人爆買いの理由（読売新聞）  
／<http://www.yomiuri.co.jp/fukayomi/ichiran/20151225-OYT8T50107.html?>
  - ・ ホテル料金民泊の影（春節期間、東京13%・大阪26%低下）  
／日本経済新聞（2017年2月7日）
  - ・ 基礎的経済指標（JETRO）  
／[https://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/stat\\_01.html](https://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/stat_01.html)