

中国のネットショッピングサイト

中国においてよく利用されるショッピングサイトは大きく3つに分類されます。

① 「BtoB」商取引に特化したサイト

BtoBとは、電子商取引用語で Business to Business の略で、企業と企業との間で取り交わされる取引です。

BtoB サイトでは「アリババ(阿里巴巴)」が最も有名です。アリババでは、買い手が調達したい製品、売り手が提供可能な製品を相互に掲載し、ビジネスマッチングを行うことが可能です。99年のアリババ開設以降、世界規模で取り扱が増加し、現在のユーザー登録数は約3,000万に拡大しています。もちろん日本語サイトもありますので、日中間の取引も可能です。

② 「BtoC」商取引に特化したサイト

BtoCとは、Business to Consumer の略で企業と一般消費者との間で取り交わされる取引です。こちらのサイトは、日本の「楽天」サイトのようなイメージになります。

BtoC サイトは、「当当網」など数多くのサイトが乱立している状況です。

③ 「CtoC」商取引に特化したサイト

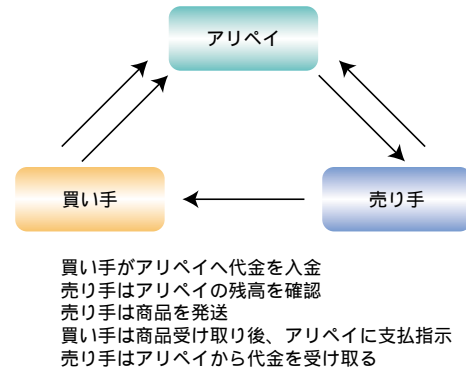
CtoCとは、Consumer to Consumer の略で一般消費者間で取り交わされる取引です。こちらのサイトは、日本の「YAHOO!オークション」サイトのイメージになります。個人から購入する場合はリスクが高いイメージがありますが、中国では安く購入できるメリットのほうが重視されており、人気を博しています。

CtoC サイトでは、「タオバオ(淘宝网)」が最も有名です。現在の購入サイト利用率では、タオバオが81.5%を占めています。タオバオ人気の理由は、代金支払の安心さにあるようです。ネット売買を行う際、売り手が第一に注意する点は商品を送付したが代金が届かないことです。一方、買い手が注意する点は実際に代金を支払ったが商品が届かないことですが、タオバオでは決済を安全かつ円滑に行うために「アリペイ(支付宝)」という電子マネー決済サービスを

提供しています。

アリペイ利用による決済の流れは以下の通りになります。

図3 アリペイによる商品と代金の流れ



現在の中国のネットショッピングでの代金支払は73.1%が電子マネー決済で、うち76.2%がアリペイを利用しています。なお、タオバオもアリペイもアリババの傘下企業です。

日系企業の参入状況

今年8月18日、日本郵政グループの郵便事業(株)は中国向けインターネットショッピングモール「JapaNavi(日本の蔵)」を開設しました。JapaNaviは、複数の日本企業が出店し、中国の一般消費者がサイトを通じて商品を注文し、国際クレジットカードで商品代金を決済するBtoCサイトです。

商品は、国際郵便のEMSを利用して中国の購入者へダイレクトに届けられます。サイト内の言語は中国語と日本語で表示されており、中国駐在の日本人も簡単に購入することができます。現在、出店中の企業は、「サンリオ」、「ワールド」、「田崎真珠」、「釣り具の「ダイワ」、「シマノ」などです。JapaNaviは今後、中国での需要を見極めながら、段階的にモールに出店する企業や品揃えを増やし、日本商品やブランドの販売環境の向上を図る方針のようです。

また、今年5月にはソフトバンクがアリババ日本法人に出資を行いました。これにより、アリババが持つ電子商取引のノウハウや圧倒的な会員数・登録商品数と、ソフトバンクが持つ日本国内でのネット分野の多様な経験を生かして、日本企業のニーズに合わせたサービス提供と更

なる利便性の向上が見込めるようになりました。本年度中にも中国をはじめとする海外企業との取引を検討中の日本国内中堅・中小企業向けの新サービス開発や展示会への出展等のマーケティング活動強化を図る方針のようです。

表1 主なインターネットサイト一覧

サイト名	URL	会員数
アリババ (阿里巴巴)	http://china.alibaba.com/	3,000万人
当当網	http://www.dangdang.com/	4,000万人
タオバオ (淘宝网)	http://www.taobao.com/	3,990万人
アリペイ (支付宝)	http://www.alipay.com/	4,350万人
JapaNavi (日本の蔵)	https://japanavi.post.japanpost.jp/pg/index.acl	-

(出所) 各インターネットサイトよりふくおかフィナンシャルグループ作成

実際の体験

中国のスーパーでもネットショッピングを開始するところが増えていきます。主に外国人がよく利用するスーパーで筆者自らがネットショッピングを利用してみましたのでご紹介いたします。



ネット注文が可能なスーパー(上海市内)

外国人がよく利用するため、ホームページには中国語だけではなく、英語と日本語でも表示されています。ネットでの購入・宅配登録は非常に簡単で、スムーズに登録することができました。宅配は上海市内であれば、午前中のネット登録で当日午後に到着、午後の登録で翌日に到着します。ただし、上海の中心部であれば、もう少し早く到着するようです。宅配条件は合計100元(約1,600円)以上ということでした。

今回は、ネット登録を午後3時に行いました。受取場所はスーパーから車で約20分の場所です。

たので、商品は当日に到着するかと思いましたが、翌日正午に到着しました。商品受取りと同時に現金を支払い、今回のネットショッピングはすべて完了しました。

商品の配送は予想より遅れましたが、ネット上の購入の流れもスムーズでわかりやすく、重い商品を抱えて帰ってくることを考えれば、今回のネットショッピングは満足できました。



ネットで購入した商品

まとめ

インターネットショッピングの普及につれて、中国でも詐欺や品質トラブルが増えてきています。トラブルを回避するためには以下の点に注意する必要があります。

- ①周知されているサイトを選択した上で、安全な支払サービスを利用する。
- ②購入時の電子メールなどを記録し保存する(権益維持の証明書類になる)。
- ③商品を受け取る際、保証証明書等があるか確認し、レシートを受け取る。
- ④万一、品質トラブルがあった場合、居住地の消費者協会または工商管理機構に訴え、協力してもらう。
- ⑤詐欺の場合、直ちに公安機関に届け出る。

マスターカードによれば、10年には、中国のネットショッピング利用者は4.8億人にもなり、金額でも日本を抜きアジア太平洋地区で最大のネットショッピング市場になると予想されています。中国政府は、第3次産業を大きく発展させる産業振興策を採用しており、日本企業にとっても中国でのネットショッピング事業を検討する余地がありそうです。(守部 直文)



中国の労働契約法

2008年1月1日より中国で「労働契約法」が施行されました。この法律の施行により、中国国内の労働環境に変化が起きております。本トピックスでは「労働契約法」の内容及び中国国内の日本企業の動きについて紹介いたします。

「労働契約法」とは

「労働契約法」は98条の条文からなり、1995年1月に施行された「労働法」に代わって、労使間の契約に関する法律です(主なポイントについては表1参照)。

制定の背景として、中国政府が目指す「和諧社会(=調和のとれた社会)」の実現があり、社会的弱者である労働者を積極的に保護・救済していこうという意図が伺えます。

表1 「労働契約法」の主なポイント

労働契約法の主なポイント	内 容
無固定期間労働契約の促進化	労使双方が合意する他、①10年連続して勤務する場合、②2回の固定期間労働契約後、再度労働契約を結ぶ場合には、企業は無固定期間労働契約を結ばなければなりません。
労働契約関係の管理強化	業務内容等明確にした上で労働契約を締結することが企業に義務づけられました。また社会保険の加入等労働環境の整備も義務づけられています。
社内規則制度の管理強化	企業に対し、社内の規則制度を確立し、労働者に周知することが義務づけられました。
雇用環境・規則・制度への労働者の民主的参加促進	労働者の解雇・規則制度の変更に際し、労働組合の関与が認められることとなりました。
経済補償金の拡充	固定期間満了時の労働者に経済補償金を支払うことが企業に対し義務づけられました。

(出所)各種資料よりふくおかフィナンシャルグループ作成

無固定期間労働契約

無固定期間労働契約とは、期間の定めのない終身雇用の労働契約です。一定の条件の下で、企業は労働者と無固定期間労働契約を締結しなければならなくなりました。中国では1~3年程度の労働契約を締結し、企業側の都合により契約の更新や終了を行うという形態が一般的だったことを考えると大きな変更です。

また「無固定期間労働契約=解雇できない」とのイメージが伴いますが、同法第39条・40条に規則・制度に違反した労働者を解雇できる旨の規定もあります。就業規則を明確に



工場での労働風景

規定し、労働者に確認のサインを求める等周知徹底することがポイントのようです。

中国に進出している日本企業の動き

同法施行を契機として、1~3年程度の労働契約から3~5年の契約に切替える動きがでてきています。また労働者の勤務態度や個人の能力・業績を重視し給与に反映させる成果主義を導入し、優良な労働者の確保に動く企業もあります。日系企業の多くは、同法施行による労働コストの上昇より、「優良な労働力の確保」に重点を置くようになりました。

一方、これまで日本への輸出を中心に行っていた日系企業の中には、中国国内への販売を強化しようとしている企業も増えてきました。人民元の切り上げ・輸出時の税金還付引下げも要因ですが、経済成長による所得水準の向上や、中国国内の労働環境改善による購買力増加により、中国がより有望な市場になってきたことが大きな要因といえます。

最後に

今年5月に「労働契約法実施条例(草案)」が公布され、中国政府は国民の意見を基に「労働契約法実施条例」をこの秋にも公布する予定です。その内容によっては、今までの解釈が変更される可能性もあるため、引続き「労働契約法」に注目していく必要があるようです。

(上海駐在員事務所トレーニー 白井 友二)