

# 中国における越境E Cの動向（2016年）

日本貿易振興機構（ジェトロ）  
2016年12月

はじめに

近年、EC市場は世界的な拡大をみせており、有力な販売チャネルとしての存在感を増しています。中でも中国は、EC市場として世界最大であり成長の最も速い市場となっています。「独身の日（11月11日）」などのEC関連商業イベントが定着する中、日本商品は海外製品として人気も高く、越境ECにおける中国市場は、日本製品のターゲット市場として大きな可能性を秘めているといえます。

日本の事業者の中国越境ECに対する関心も高まっていますが、その制度や実態についての情報は必ずしも十分ではなく、そうした状況をふまえ、皆様の中国の越境EC市場理解の一助となるべく、本レポートを取りまとめました。

このレポートが、皆さまの中国市場販路開拓の一つのご参考となれば幸いです。

2016年12月

**【免責事項】**本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェットロではできるだけ正確な情報の提供を心がけておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益などを被る事態が生じたとしても、ジェットロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

**禁無断転載**

## 目次

第1部：中国越境 EC 市場動向 .....	- 1 -
(1) 中国経済概況と日本に与える影響 .....	- 1 -
(2) 中国 EC 市場規模・越境 EC 市場規模 .....	- 3 -
(3) 越境 EC 販売動向 .....	- 4 -
第2部：中国越境 EC に関する制度 .....	- 11 -
(1) 越境 EC の代表的形態：保税モデルと直送モデル .....	- 11 -
(2) 中国当局における越境 EC 促進策 .....	- 12 -
① 保税モデルのこれまでの育成について .....	- 12 -
② 各地方政府における越境 EC 産業育成 .....	- 14 -
(3) 2016 年 4 月の制度改定 .....	- 18 -
① 税率の改定 .....	- 18 -
② 販売額上限の変更 .....	- 19 -
③ 越境 EC 小売輸入商品リスト .....	- 20 -
1) ポジティブリストの記載内容とその読み方 .....	- 20 -
2) 規制を受ける主な商品 .....	- 22 -
a. 化粧品 .....	- 22 -
b. 健康食品（中国語では保健食品） .....	- 22 -
c. 乳製品 .....	- 23 -
3) 今後の展開が期待される商品 .....	- 24 -
4) リスト規制実施の影響と 2017 年末まで実施延期の暫定措置 .....	- 24 -
コラム .....	- 26 -

## 第1部：中国越境 EC 市場動向

### (1) 中国経済概況と日本に与える影響

2015年の中国の実質 GDP 成長率は6.9%と世界的にみれば高い成長率であったが、「25年ぶりの低成長」と報じられた。改革開放（1978年）以降、2桁成長が当たり前であった中国にしてみれば、確かに低い成長率である。例えばリーマンショックの前年である2007年の成長率は14.2%であり、2015年はその半分以下ということになる。

しかし「25年ぶりの低成長」は、経済危機といった急激な落ち込みとは異なる。例えば8.1%（2012年第1四半期）から7.0%（2015年第1四半期）に低下するのに3年を要し、ここ1~2年をみると、毎四半期の鈍化は0~0.1ポイントに過ぎない。

需要項目別に見ると、消費（社会消費品小売総額）、投資（固定資産投資）の2016年1-10月の伸びは、消費が前年同期比10.3%増、投資が同8.3%増と大きな差はない。しかし、5年前（2011年）と比較すると、投資の鈍化の方が大きい。当時、消費の伸びは前年比17.1%、投資は同23.8%であった。成長鈍化は投資の減速に依るところが大きい。

中国は世界で最大の人口を有する国であり、雇用の安定は経済政策上、最優先課題といえる。昨今の中国は、経済成長の鈍化が続いているにもかかわらず、少なくとも失業率や求人倍率といった指標を見る限り労働需給の極端な悪化はみられず、政府が経済運営上の目標に掲げる新規就業者数も堅調に推移している。

2008年9月のリーマンショック時も中国の失業率は4.0%（第3四半期）から4.3%（2009年第1四半期）になった程度で大きな変化は見られなかったが、このときは輸出減により大きな打撃を受けた華南地域でワーカーの大量解雇とそれにとまなう中西部への人口移動がみられたため、失業率の安定に懐疑の目が向けられた。

成長の鈍化が進む今の中国では、ワーカーの大量解雇や中西部への人口移動が大々的に報じられることはなく、中国で活動する日本企業からも雇用が悪化しているとの声も聞かれない。ひと頃中国ではルイスの転換点の議論が盛んであったが、実際中国は改革開放以来の「一人っ子政策」の影響で急速に少子高齢化が進展し、2012年に生産年齢人口が減少し始めている。この点を踏まえると中国においては、成長鈍化と労働供給圧力の低下がバランスするかたちで労働需給の極端な緩みが生じることなく済んでいるようにみえる。

需要項目別に見ると、投資が大きく鈍化しているが、不動産投機や生産能力過剰が経済構造上の問題として大きく、それらへの対処が求められている状況下では、鈍化は必ずしも悪いことではない。鉄鋼業や石炭産業を皮切りに、過剰生産能力の淘汰が今後進められ、それに伴い雇用調整圧力が高まることも十分考えられるが、少なくとも現状は、労働市場で大幅な調整が行われているようにはみえない。雇用面の調整が起こっているとしてもそれは緩やかなものであることが、消費の相対的安定を支えているものと思わ

れる。

消費は、かつてに比べれば成長の勢いが鈍っているが、投資に比べれば鈍化は緩やかである。また、近年の中国の消費の注目点として、販売チャネルの変化が指摘できる。消費統計をみると、2015年の社会消費品小売総額が30兆931億元、前年比10.7%増であるのに対し、うちネット上小売額は3兆8,773億元、同33.3%増と、約3倍のスピードで成長している。2010年に34.3%であったインターネットの普及率は2016年6月時点で51.7%となり、ユーザー数は4億5,700万人から7億958万人に増加し<sup>1</sup>、Eコマースの小売売上上げは、2010年の5,000億元から2016年に5兆3,261億元（予測値）に拡大したと見られる<sup>2</sup>。スマートフォンをはじめとするモバイル端末の利用が進んでいる中国の消費市場の実態は、実店舗の販売動向だけでは語れなくなっている。

IMFの予測によれば、中国の一人当たりGDPは、2020年時点で約1万2,000ドルとなる。これは、同年の中国のGDPが日本の3倍以上になるという同機関の予測値よりも注目すべき点だろう。一人当たりGDP1万2,000ドルの実現は、国としての一定の豊かさの達成にとどまらず、平均値以上の人口がかなり多く存在することを意味する。また1万2,000ドルは日本の1985年前後の水準に過ぎず、成長にはまだ先があるようにもみえる。中国市場において製品やサービスに対する要求水準が持続的に高まる過程にあるといってもよいだろう。これまで日本の製品やサービスは、高機能・高品質でありながら価格の高さがネックとなり思うように市場で浸透しない面もあったとみられるが、そうした高機能・高品質を求める層が厚みを増すかのようにみえる。

日本製品やサービスを受容する層の広がりや、インバウンド消費という形ですでに見られている。2013年、日本を訪れる中国人旅行者は延べ131万人であったが、2014年には241万人、2015年には499万人へと急拡大している。家電量販店やドラッグストア、ブランド店などで見られた「爆買い」現象は、中国人の旺盛な消費力を日本人に強く印象付けた。

急拡大の背景として2015年にかけて1元=20円台に達した元高の影響を指摘する声もある。2016年に入り元レートは一時1元=15円台にまで下落し、インバウンド需要の持続性を懸念する向きもある。また、かつては知人や親戚から買い物を頼まれた旅行者が「2馬力3馬力」で買い物をしていたが、そうした動きは一巡の観があるとの指摘もある。

日本の対中投資は、中国の成長鈍化、中国市場における企業間競争の激化、コストメリットの低下などもあり、2011～13年の円高期前の水準に戻り、さらに下ブレの様相を呈しつつあるが、直接投資のような大きなリスクを負わず、輸出によって中国市場での販売拡大を図るための手法として、中国越境ECが注目されている。

今年に入り中国で、越境ECの推進にあたり大きな制度改訂が行われ、行郵税に象徴さ

---

<sup>1</sup> 中国インターネット・ネットワーク情報センター（CNNIC）、CEIC

<sup>2</sup> 中国電子商務研究センター（CECRC）「2015年度中国電子商務市場データ監測報告」

れる税制面での優遇には歯止めがかかり、一般貿易<sup>3</sup>化に向かう流れが示唆されたが、そうした税制面のメリットが薄れたとしても越境 EC は、中国の実店舗に商品を置いてもらう際の諸コストの高さ、あるいは旅行に行く手間とコストを考えれば、相対的に安価な輸入品を購入できるチャネルといえるだろう。

## (2) 中国 EC 市場規模・越境 EC 市場規模

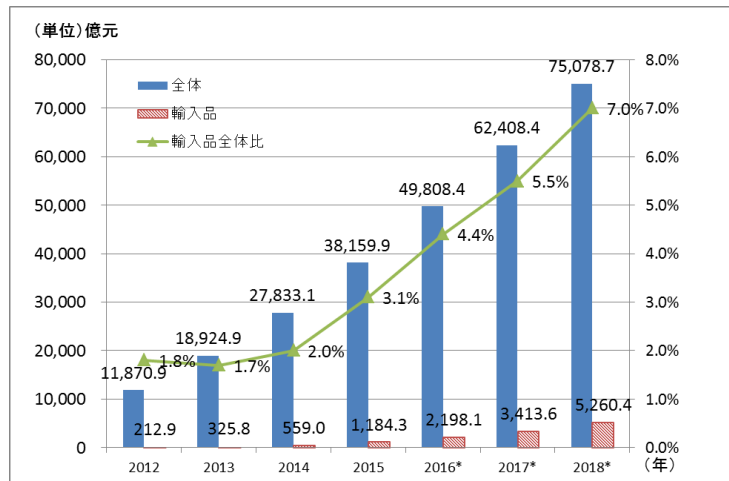
### ① 中国における消費者向け EC 市場規模および輸入品の占める割合

中国のネット通販小売総額は、2015 年には前年比 37.1%増の約 3 兆 8,160 億元に達すると推計されている。これは、中国における 2015 年の社会消費品の小売総額 30 兆 931 億元の約 12.7%を占める規模であるが、今後も堅調な伸びが続くことが予想されている。

一方、中国のネット通販における輸入品の市場規模は、2015 年には前年比 2.1 倍の約 1,184 億元に達したとみられる。中国のネット通販における輸入品販売は、今後もネット通販市場全体よりも急速な伸びを続け、ネット通販全体に占める割合は 2018 年には 2015 年 (3.1%) の倍以上 (7.0%) になると見込まれている。

金額で見ると、2015 年と比較し 3 年後の 2018 年は 4.4 倍を超え、今後も急速な成長が見込まれている。

(図表 1) 中国のネット通販市場規模と輸入品が占める割合

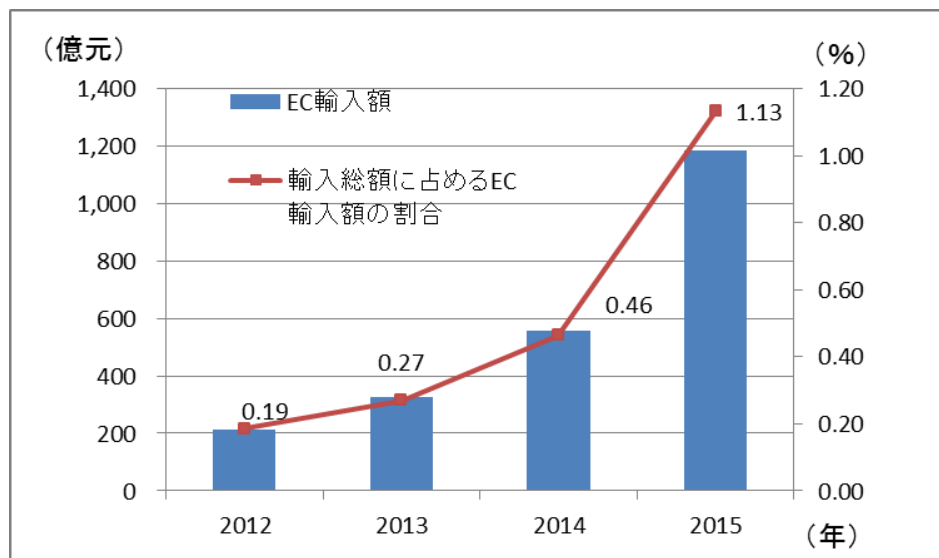


(注) \*は予測値。

(出所) iResearch 「2016 年中国越境輸入小売電商業行研究報告」を基に作成

<sup>3</sup> 輸出入業者などを通じて、税関に対して輸入または輸出の申告を行い、輸入許可、輸出許可を得て行う貿易。一般的に個人が海外から直接商品を輸出入する個人取引と区別して用いられる。

(図表 2) 中国の EC 輸入額および輸入総額に占める EC 輸入額の割合

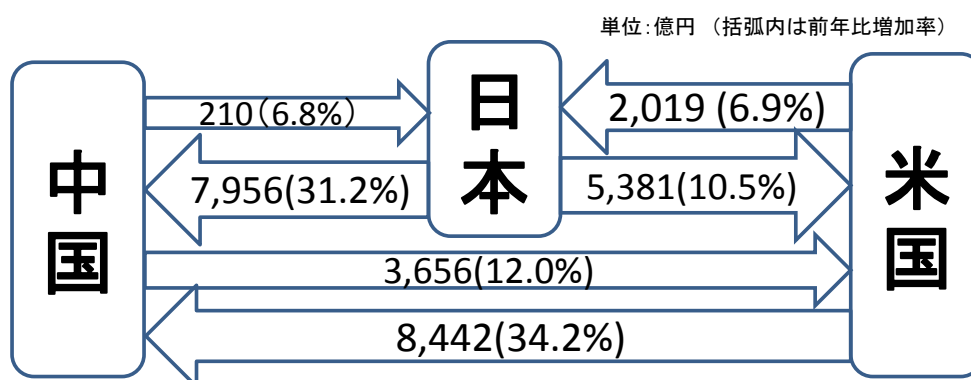


(出所) iResearch 「2016年中国越境輸入小売電商業行研究報告」「中国統計摘要」を基に作成

## ② 日米中3ヵ国間の越境 EC 市場規模

経済産業省が2016年6月に公表した調査結果によると、日米中3ヵ国における消費者向け越境 EC 市場規模の中で、中国向けの販売が金額・伸び率共に最大であることがわかる。中国消費者向けの越境 EC 販売は、今後もその規模が拡大していくことが期待される。

(図表 3) 2015年 日本、米国、中国相互間の消費者向け越境 EC 市場規模 (推計値)



データ出所: 経済産業省「平成27年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」

## (3) 越境 EC 販売動向

### ① 人気のある商品カテゴリー

では、越境 EC で販売されている商品にはどのようなものが多いのであろうか。中国のネット調査会社 iResearch 社によると、越境 EC 利用者がこれまでに購買経験のある商品カテゴリーは、化粧品・美容品がトップで、これにマタニティ&ベビー用品が続いている。

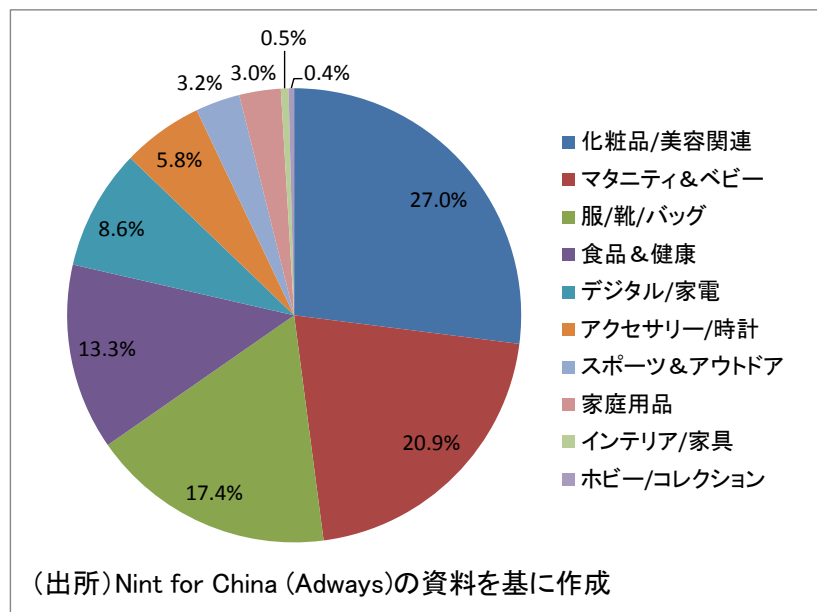
(図表 4) 越境 EC 利用者が購買経験のある商品カテゴリー

	品目	購買率
1	化粧品・美容品	45.7%
2	マタニティ&ベビー用品	39.3%
3	食品 & 健康	38.6%
4	ファッション(服/靴/帽子)	38.0%
5	デジタル用品(3C)	30.6%
6	家庭用品	26.6%
7	バッグ	26.1%
8	スポーツ&アウトドア	26.0%
9	生活家電	24.4%
10	玩具 & プレゼント用品	23.1%

(出所) iResearch 「2016 年中国越境 EC ユーザー研究報告」を基に作成

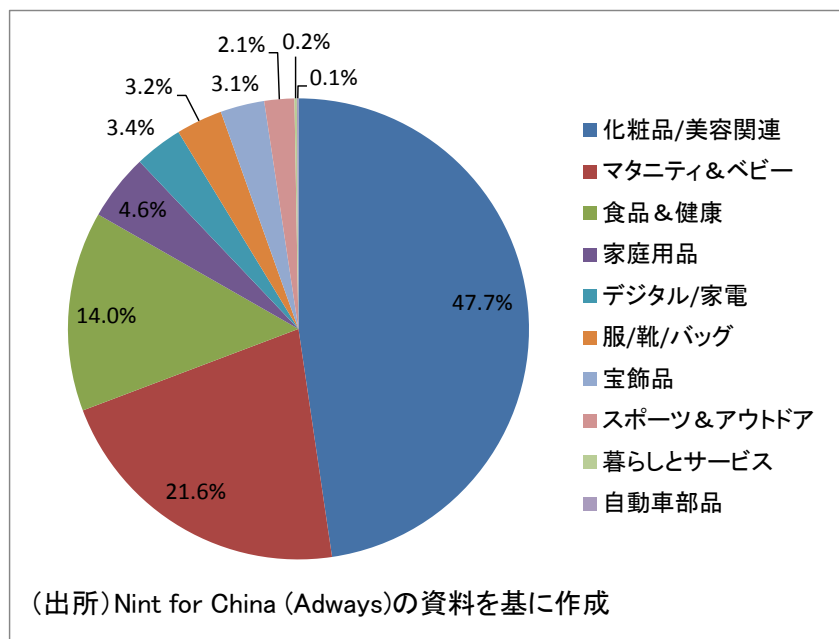
中国最大の EC 企業、アリババグループが運営する越境 EC プラットフォームの「天猫国際」および「淘宝国際」における 2015 年売上高のカテゴリー別比率を見ても、化粧品などの美容関連商品がトップに来ている。特に、日本商品の販売実績を見ると、美容関連商品の売上高は全体の半分近くを占めていることがわかる。

(図表 5) 天猫国際と淘宝国際における 2015 年販売額のカテゴリー別比率 (全体)





(図表 6) 天猫国際と淘宝国際における 2015 年日本商品販売額の 카테고리別比率

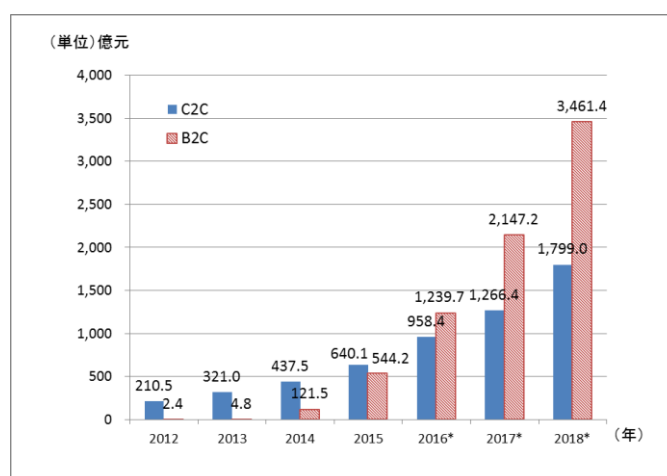


「化粧品/美容関連」に次いで売上が大きいのは、紙オムツや粉ミルクに代表される「マタニティ&ベビー用品」で、この分野も消費者の日本商品に対するニーズが比較的高い分野となっている。

## ② 輸入品ネット通販における C2C と B2C 比率

中国における輸入品ネット通販を、「淘宝」に代表される C2C（消費者間取引）と「天猫」や「京東」などのプラットフォームに代表される B2C（企業対個人）に区分してみると、2015 年までは C2C の占める割合が大きい状態であった。

(図表 7) ネット通販における輸入品販売規模（B2C/C2C 別）



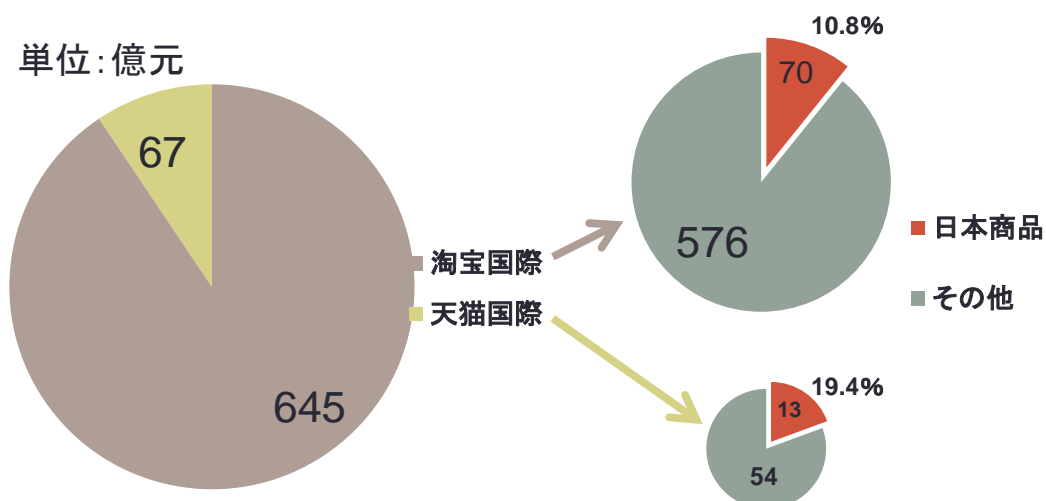
(注) \*は予測値。

(出所) iResearch 「2016 年中国越境輸入小売電商業行研究報告」を基に作成

2015年の淘宝国際と天猫国際の売上高を比較してみると、淘宝国際が645億元に対して天猫国際は約10分の1の67億元に留まっている。日本商品の売上高に限ってみると、天猫国際の売上高は淘宝国際の約5分の1の数字となりこの差は若干小さくなるが、中国における輸入品ネット販売においてはC2Cの占める割合はこれまでかなり大きなものであったことがわかる。

C2Cにおいては、対企業ではなく個人間の取引が主体となり、行政当局が商品の流れを捕捉して課税したり商品検査などを行うことが難しく、偽物が混入するリスクが高いなどの問題が指摘される。2015年時点の「淘宝国際」と「天猫国際」の流通額を見ると、C2C取引が主体の「淘宝国際」の流通額がB2Cの「天猫国際」より大幅に多い状況であるが、後述する中国当局の越境EC施策などにより、今後はB2Cにおける輸入品販売が伸びて行くことが期待されている。

(図表8) 淘宝国際と天猫国際の2015年流通額

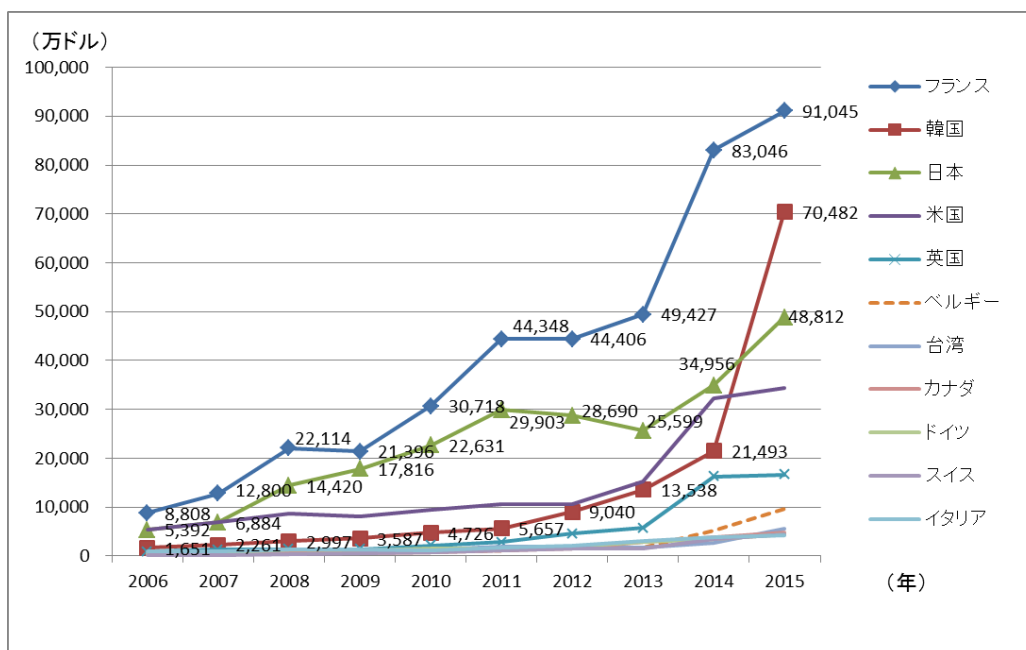


(出所) Nint for China (Adways)の資料を基に作成

## ② 化粧品を通関実績動向

ここで、越境ECにおいても人気商品になっていると考えられる、化粧品(HSコード：3304)の通関動向について見てみたい。

(図表 9) 中国の化粧品輸入 国・地域別動向

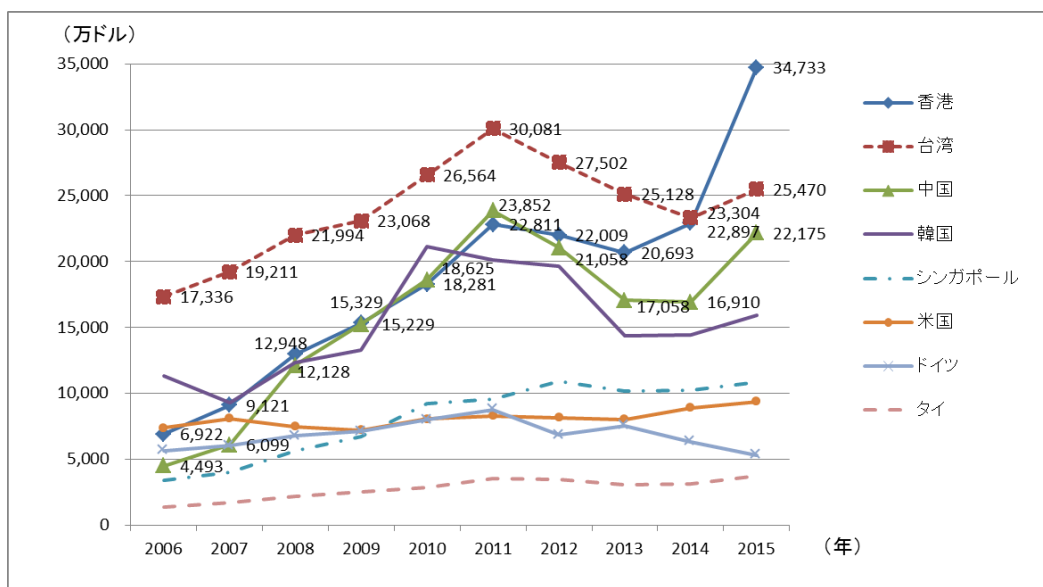


(出所) 中国税関のデータを基に作成

中国の化粧品輸入は、2014 年が 21 億 9,388 万ドルであったのに対して、2015 年は 30 億 6,807 万ドル、前年比 39.8%増の堅調な伸びを見せている。

一方、日本の化粧品輸出を国・地域別にみると、近年は台湾が輸出先のトップである状況が暫く続いていたが、2014 年に台湾と香港が肩を並べ、2015 年は香港が首位に躍り出た。

(図表 10) 日本の化粧品輸出における国・地域別仕向け先



(出所) 財務省貿易統計のデータを基に作成

台湾は、日本の化粧品に対する人気が高い地域であるが、昨年の輸出実績では人口 732 万人の香港が人口 2,349 万人の台湾を上回った。香港の貿易統計を見ると、2015 年の化粧品輸入額は 28 億 7,568 万ドルと中国本土に近い金額を輸入している一方で、輸出は 12 億 5,337 万ドルに留まり、大幅な輸入超過となっている。

この香港に輸入された大量の化粧品は、香港に押し寄せる中国大陸からの観光客のインバウンド消費や前出の C2C 越境 EC 取引など、貿易統計に表れない何らかの形で中国大陸にも流れていることが推察される。

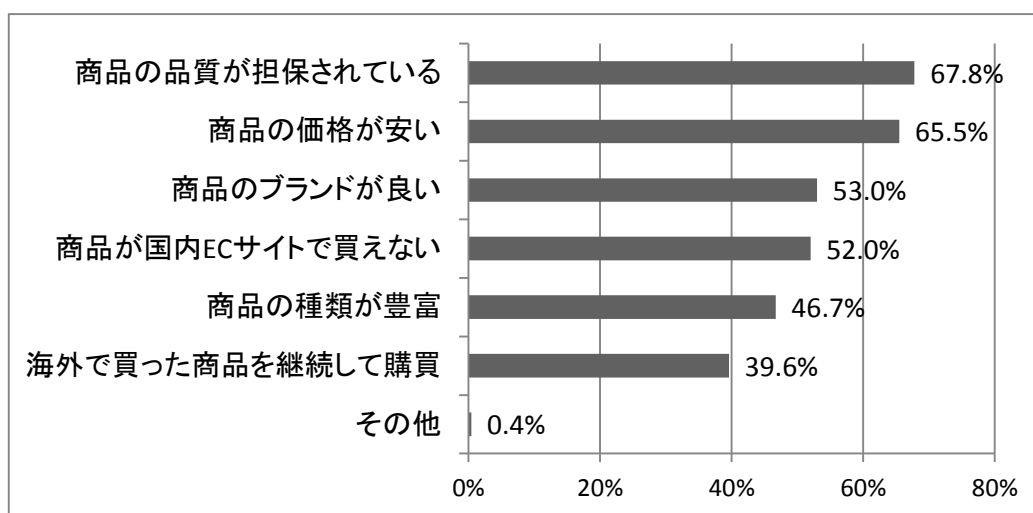
#### (4) 越境 EC 利用の背景

##### ① 中国消費者の越境 EC 利用動機

では、中国消費者はどのような理由で越境 EC を利用しているのだろうか。中国の越境 EC 利用者に対するアンケート結果では、商品の品質が担保されていることや商品価格が安いことが主な要因に挙げられている。

「商品の品質が担保されている」との理由には、外国製商品に対する消費者の信頼度が高いことに加え、国内市場では偽物商品が多いのに対し、越境 EC の商品は海外で流通しており、偽物の可能性が低いと期待されていることなどが考えられる。

(図表 11) 中国消費者が越境 EC を利用する理由



(出所) iResearch 「2015 年中国越境 EC ユーザー研究報告簡易版」を基に作成

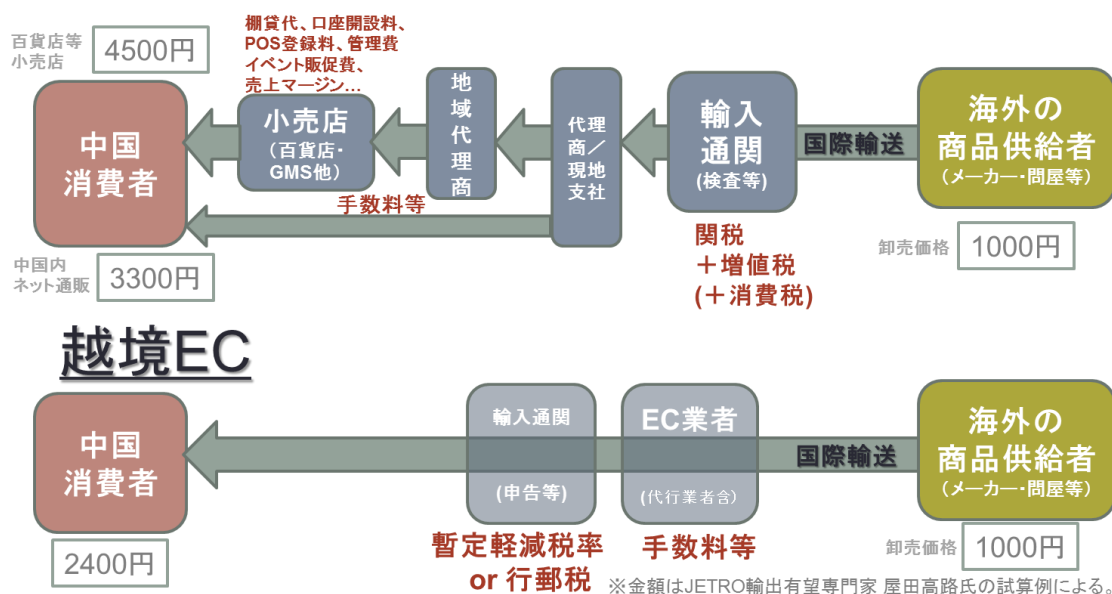
「商品が国内 EC サイトで買えない」「商品の種類が豊富」といった理由も挙がっているが、これは、当該商品が中国市場で未だ売られていないケースや、化粧品など中国国内での販売許認可が取得できてない商品であるケースが考えられる。

## ② 中国流通における価格差の事例

越境 ECの方が「商品の価格が安い」背景として、中国の流通経路の複雑さが指摘されている。中国大陸は広く地域差もあるため、現地の総代理店や一次卸の代理店がそのまま地方の小売店舗に納入出来るケースは少なく、地域ごとの有力代理商や小売店指定の代理商を経由して商品を納めるケースが多いと言われる。このため複数の仲買人それぞれで手数料が必要となり、小売店でも様々な手数料や販売手数料が発生するため、商品の販売価格は日本よりかなり高いものとなる。

一例として、日本国内の卸売価格 1,000 円（小売価格 2,000 円）の商品が、中国内の小売店舗で販売される時には約 4.5 倍の値段になると試算されるケースもある（図表 12 参照）。一方、中間流通を省いた中国内での EC 販売では卸売価格の 3.3 倍、税制面での優遇措置などもある越境 EC 販売では卸売価格の 2.4 倍程度に小売価格を抑えることが出来、日本国内との小売価格との差も比較的軽微なものとなることが期待される。

（図表 12）従来型小売販売と越境 EC 販売の価格差例



（※上記は一例であり、商品の特性や契約の諸条件により金額は前後する。）

（出所）筆者作成

前出の C2C 輸入品 EC 取引においては、行郵税などの税金も実際には課税されずにさらに安い金額になるケースもあり得る。一方、こうした価格差は既存のデパート・スーパーなどの小売店売上にマイナスの影響を及ぼし、既存の流通業者からは行政当局に対して何らかの対応を求める声が寄せられている状況である。

より良い商品をより安く買いたいという消費者の強いニーズがある中で、どのような形で課税など行政の監督の及ぶ B2C 取引の比率を増やしていくのか、中国の行政当局と

しても判断が難しい課題であると考えられる。

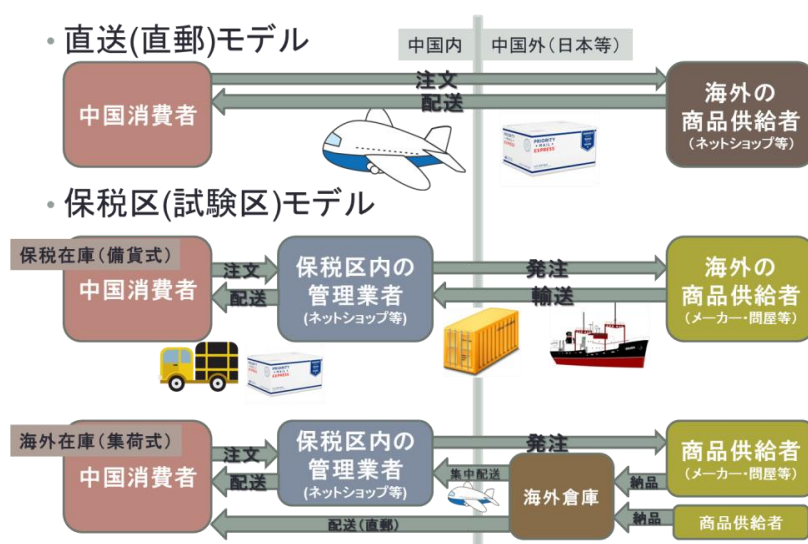
## 第2部 中国越境 EC に関する制度

### (1) 越境 EC の代表的形態：保税區モデルと直送モデル

「越境 EC」とは、ここでは中国のプラットフォームを通じ、海外から直接中国国内の消費者へ商品の販売を行う電子商取引のことを指す。

現在中国の越境 EC 輸出入取引のスキームには、大別すると「保税區モデル」と「直送モデル」の2つがある（図表 13）。

(図表 13) 直送モデルと保税區モデルの違い



(出所) 筆者作成

「直送モデル」では、メーカーや EC サイト運営者が個々の注文について、海外から EMS などで消費者に個別配送を行う。

それに対し「保税區モデル」では、倉庫に商品を保管する。そして EC サイト経由で注文を受けると、倉庫から商品を配送する。保税區モデルにも 2 種類あり、中国税関が指定する越境 EC 保税園区内に商品を保管し国内に配送する「備貨式」と、日本など中国外にある海外倉庫に商品を保管する「集貨式」に分かれる。

越境 EC を利用することには、どのようなメリットがあるのだろうか。メーカーにとっては税金が安くなるのが魅力だろう。保税區モデルを利用した場合、暫定的に輸入関税がゼロとなり、増値税・消費税についても法定税率の 70% が適用される<sup>4</sup>。さらに、一般貿易で必要となる通関許可証や、化粧品や健康食品の販売に必要な国家食品薬品監督管理総局

<sup>4</sup> 1 回当たり 2,000 元以下、年間で 2 万元以下の取引に限る。

(CFDA) の販売許認可が暫定的に不要になるといった手続きの簡素化も、メリットとして挙げることができる。消費者にとっては、海外メーカーから直接購入することで、商品の品質が保証されること、そして安く買えることがメリットとなる。

一方で、越境 EC が普及することで生じるリスクもある。越境 EC では、ネットショップなどの仲介業者を利用して商品を流通させることが多いため、メーカーの想定しないところで、商品が大量に流通してしまう可能性がある。その結果として、中国国内で価格破壊が起こることもある。また、制度が未整備である点については、今後急な変更が行われたり、規制が厳しくなる可能性もある。

## (2) 中国当局における越境 EC 促進策

### ① 保税区モデルのこれまでの育成について

中国政府の越境 EC に関する政策は、2013 年以降、急速に整備・公布が進んでいる。中でも保税区モデルの活用・推進を企図する政策が目立つ。

2014 年 3 月、税関総署は「越境貿易 EC サービスのネット通販保税モデル試行の関連問題に関する通知」を公布。上海、杭州、寧波、鄭州、広州、重慶の 6 都市において、一般貿易と個人輸入とで、異なる手続きや税率で通関を行うことを許可した。これにより、消費者向けの越境 EC の保税スキームが規範化され、保税区を通すことで手続きの利便化や税率の軽減が図られることとなった。この通知により、越境 EC の保税区モデルの定義が明確にされたと言える。

その後も北京周辺（京津冀地区）、上海周辺（長江経済帯）、広東周辺などでは自由貿易試験区の発足もあり、隣接する都市を跨ぐ通関一体化改革などが打ち出されているほか、HS コードの新規追加、外貨決済上限の引き上げなど、相次いで関連政策が公布され、保税区モデルの環境整備が進んでいる。なお、2016 年 9 月現在、国務院に認定された保税区モデルが出来る都市は、上海、杭州、寧波、鄭州、広州、重慶、深セン、天津、福州、平潭の 10 都市に広がっている。

### < 何故保税区モデルなのか >

国境を越えてモノの売買をする場合、通常は B2B と呼ばれる企業間取引に基づき「一般貿易」という方法を取ることが多い。中国の輸入でいえば、海外の販売者から中国内の消費者に商品が渡るまでに貿易会社や小売会社などが間に入ることになる。これに対し「越境 EC」は、基本的には海外の販売者と中国内の消費者をダイレクトに繋げるものである。ただし、ダイレクトな取引である越境 EC であっても、商品が国境を跨いで移動する点は一般貿易と同じであり、両者の違いは課税方法と手続きにあるといえる。

一般貿易の場合、商品は「貨物」扱いで、中国輸入時には関税、輸入増値税、消費税などの税金が課せられる。また各種の中間マージンやコストも加わるため、最終価格は割高

になる。さらに手続き面でも、商品によっては各種の検査や許認可が必要になる。一方、越境 EC を利用した輸入は、合理的な数量であれば「個人使用物品」となり、郵便物や空港入国時における持込荷物と同じような扱いとなる。税金についても、2016年4月7日までは行郵税という総じて割安な課税方法が一律適用されていた。つまり同じ商品であっても輸入方法の違いによって手続きの簡便性や価格に差が生じることになり、割安な商品を手に入れたい一般消費者が、越境 EC による輸入を積極的に利用してきた経緯がある。

越境 EC を利用して海外から中国に商品を輸入する場合、「保税区モデル」と「直送モデル」の2つの方法がある（詳細は第2部（1）参照）。この2つの方法を課税の観点からみれば、2016年4月7日までは「保税区モデル」も「直送モデル」も行郵税適用であり、前者は輸入通関を業者が行い、行郵税の支払いは越境 EC 業者が代理納税するため、原則全量課税される。一方、後者の大半は個人が郵便で商品を輸入することになり、さらに行郵税の支払いは事実上自己申告制となっている。税関当局は抜き取り検査を実施し課税するが、膨大な個人郵便物の量に対し全量検査は不可能であり、結果的に課税されずに商品が輸入される実態がある。つまり、税関から見れば「保税区モデル」の方が徴税しやすいことになる（また、HSコードベースで申告されるため越境 EC でのモノの流れを貿易統計に反映できるメリットもある）。

また消費者にとっても「直送モデル」は国際郵便となるため、注文から商品受領までの期間が長く、空運利用などで物流コストがかかるほか、模倣品や不良品など商品に問題があった際のアフターサービスを受けづらいなどの問題がある。これに対し「保税区モデル」は注文から商品受領までの期間が短縮され、商品の品質維持にも繋がるほか、大量仕入れや海運利用などによるコストダウンにより、直送モデルより安価になる可能性もありうる。

つまり、中国政府としては自国の税収確保と消費者の利便性向上の2つを満たすことができるという点に着目し、越境 EC 輸入に関して「保税区モデル」を推進しようとしているのではないだろうか。越境 EC プレーヤーは海外 EC 企業（アマゾンなど）、中国 EC 企業（Tmall など）、政府系 EC 企業（上海跨境通など）などに分類されるが、実際、保税区モデルによる越境 EC に力を入れているのは主に政府系 EC 企業である。彼らは後発組であり新たなビジネスモデルを打ち出す必要があるのかもしれないが、自由貿易試験区などで保税商品を並べた展示場（体験店）を運営する越境 EC、店舗や保税倉庫を組み合わせた越境 EC の展開が目立つ。

#### <政府と消費者の間に立つ保税区モデル>

ただし、中国政府の目論見どおりに保税区モデルが進展するか疑問視する見方もある。倉庫を設け在庫を持つことでスピーディに消費者に商品を届けられるというメリットは、裏を返せば輸入業者にとっては消費者の欲しい商品を予測するマーケティング力が求められる。目論見が外れ売れなければ在庫リスクを抱えることにもなり、資金繰りや為替リスクにも晒される。倉庫のキャパシティの問題もある。その結果、アイテム数はある程度絞



らざるを得なくなり、消費者にとっては選択肢が狭まるということにもなりかねない。また直送モデルは前述のような問題点はあるものの、消費者にとって海外の最新、高品質、多種多様な商品を選ぶ楽しみは大きな魅力であり、保税モデルへのシフトが簡単に進むとも考えにくい。

2016年4月8日以降、越境 EC に対する制度変更が施行された。これにより、「一般貿易」と「越境 EC (保税モデル)」との間に生じていた税負担の差が基本的には縮小することになった。「越境 EC (直送モデル)」は依然として行郵税の適用対象となったが、税率が変更された。さらに手続き面でも 2017年5月11日以降は、一般貿易に近い手続きが新たに必要になるケースが増えると思われている(変更内容詳細は後述(3)参照)。従来、税負担の少なさや手続きの簡便性で一般貿易と比較し優位性があった越境 EC だが、今回保税モデルに対し免税枠の廃止や課税強化が行われ、今後手続き面でも化粧品や健康食品などで管理強化が予定されている。また、購入の年間上限額も新たに定められた。一般貿易業者には、税や手続き面で越境 EC が優遇されることで不公平な競争を強いられているとの声もあり、これらの政策変更は公平性を図る目的もあると言われているが、一方で越境 EC 業者にとっては優位性の低下に繋がる。また、消費者から見た場合、欲しい商品を手軽に購入できる越境 EC の魅力は捨てがたく、今後も利用者の拡大は止まらないものと思われる。そうした状況下で課税・管理を進めるにあたり、直送モデルに対して行郵税の適用を維持したり、保税モデルに対し暫定的にゼロ関税や軽減税率を採用しているのは、環境変化に直面する消費者や越境 EC 業者への配慮にもみえる。

#### <発展の途上にある保税モデル>

保税モデルの推進に最も重要なのは、それが消費者にとって使い勝手が良く、選択肢の多い商品が揃えられるものであるということであろう。なお、販売者にとっては、商材や単価によって貿易方法は異なるはずであるし、消費者にとっても貿易方法の違いにより増税、減税両方の影響がありうる。これは商材や価格によって貿易方法や越境 EC のモデルが使い分けられることを意味する。

ここでは保税モデルを活用した輸入に焦点をあてたが、中国政府の狙いは保税モデルを活用した輸出の促進にあるとの見方もある。中国における越境 EC 取引は発展の途上にあり、中国政府の試行錯誤が続いている。各試験区での試行政策公布や政策変更は今後も続くと考えられるが、そこには越境 EC に対する中国政府の考え方が反映されていく。一口に保税モデルといっても、一律同モデルではなく、輸入型、輸出型、輸出入併用型など、地域の特性や強みなども生かした役割を与えられることになろう。企業には、それらの政策を正しく理解し、越境 EC の方向性を読み取っていくことが求められる。

#### ② 各地方政府における越境 EC 産業育成

ここでは、越境 EC 産業の育成において先行する主な都市の取り組みを紹介する。



### <鄭州市における取り組み>

中西部に位置する河南省鄭州市は、2012年12月に、全国5大越境EC試験都市（第1陣）の1つとして国務院に認可された。2013年7月に「e貿易」というワンストップ型プラットフォームを開設し、同市の進める越境ECの取り組みの目玉となった。2015年12月に河南省政府は「中国（鄭州）越境EC総合試験区実施方案」を発表（詳細は図表14参照）、翌年1月には国務院より、「12の越境EC総合試験区」の1つに認定された。

同市が開設した「e貿易」は、河南保税物流センターを活用した中西部の物流網を強みとする、総合的プラットフォームとなっている。「e貿易」の主要業務モデルは越境B2Cモデルで、販売する商品について直接海外メーカーと連絡商談することが可能で、代理商やアフィリエイトを介さずに直接消費者に届けることができ、短納期を実現できる。2014年時点で同プラットフォームには319社が参加している。

鄭州市統計局によると、鄭州市「e貿易」プラットフォームによる越境EC取引は、取引量、輸出入額、納税額、企業数などにおいて全国12の試験都市で1位となっている。2015年の輸出パッケージ（小包）数は5,000万個となり、他の試験都市の合計数量を超えた。また2016年6月末時点で、越境EC関連企業は1,220社（うちEC企業534社、ネット企業355社、物流企業18社、倉庫企業94社、広告企業14社、支払企業36社）となった。

「e貿易」による輸出入総額は前年比81.8%増の26億6,000万元、税収額は1億4,400万元となった。プラットフォーム、物流業、倉庫業企業の営業収入は10億元弱と、試験都市の中で首位となった。輸入商品は米国、日本、韓国などからの化粧品、乳児用品、健康商品などが中心で、輸出商品は英国、米国、フランスなど向けのSSD、携帯カバー、パソコン搭載型カメラなどが中心となっている。

4月8日の新税制導入の影響については、鄭州市統計局が発表した統計データを見ると、導入前100日に対し導入後80日では、出荷量が1日平均35.3%減少し、輸出入額は1日平均29.3%減少している。一方で税収は増加した。導入前100日の行郵税納税額2,315

万元に対し、導入後 80 日では 1 億 4,400 万元に達している。同市は、新税制について、越境 EC 企業がさらに公平な環境で従来型小売業や国内メーカーと競争することになるため、「短期的に業績に影響を与えているが、長期的には業界のより健全な発展につながるだろう」と分析している。

#### <寧波市における取り組み>

浙江省寧波市は鄭州市と同じく、2012 年 12 月に全国 5 大越境 EC 試験都市（第 1 陣）の 1 つとして国務院に認可され、2014 年 3 月に「跨境購」というオンラインプラットフォームを立ち上げた。2016 年 1 月に国務院から「12 の越境 EC 総合試験区」の 1 つに認定され、同年 5 月には「中国（寧波）越境 EC 商務総合試験区実施方案」を発表した（詳細は図表 14 参照）。

寧波市の越境 EC の取り組みは、輸入に力を入れていることが特徴で、沿海地域であること、また保税區にあることを強みに「保税倉庫モデル」を展開している。企業は海外で調達した商品を、保税區の越境倉庫内に保管し、消費者はインターネットを通して発注、その後 EC 企業が通関手続きを行う。商品は個人名義で保税區を通関し、納税申告後に宅配会社を通して届けられる。同市では「跨境購」（クロスボーダーショッピング）というオンラインプラットフォームを開設している。

2014 年 11 月 27 日時点で、保税區の累計電子商務企業は 230 社、クロスボーダー輸入モデル企業は 117 社、IT 企業 71 社、商品数は 7,238、物流企業 4 社（EMS、順豊、中通、中国郵政）、倉庫企業 2 社（富立、中海貿）となっている。

2016 年上半期における越境 EC 輸入商品出荷数は 1,216 万、販売額は 24 億 2,600 万円で、それぞれ前年同期の 2.5 倍と 1.8 倍に達し、規模は全国第 2 位になっている。主な輸入商品は紙オムツ、食品、化粧品、日用品となっている。

同市商務委員会の担当者によると、これまでの同市の越境 EC 取引は輸入が中心だったが、2016 年 5 月に「中国（寧波）越境 EC 商務総合試験区実施方案」を打ち出したことをきっかけに、今後は輸出をより強化していくとのことであり、政策変更の動きには注意が必要だ。

#### <大連市における取り組み>

大連市は 2016 年 1 月、国務院により 12 の越境 EC 総合試験区の 1 つに認定された。鄭州市、寧波市に比べて後発ながら、東北地域唯一の総合試験区として、地理、産業、貿易面の強みを発揮できる拠点となっている。また韓国に隣接することから、中韓 FTA の発効（2015 年 12 月）は同地域の越境 EC にとって追い風となっている。

(図表 14) 鄭州市・寧波市・大連市の越境 EC 関連政策

	鄭州市	寧波市	大連市
概要	2012年12月 国務院により「5つの越境EC試験都市」の1つに認定。 2013年7月 ワンストップ型プラットフォーム「e貿易」を立ち上げ。 2015年12月 河南省政府「中国(鄭州)越境EC総合試験区実施方案」発表。 2016年1月 国務院により「12の越境EC総合試験区」の1つに認定。	2012年12月 国務院により「5つの越境EC試験都市」の1つに認定。 2014年3月 「跨境購」というオンラインプラットフォームを立ち上げ。 2016年1月 国務院により「12の越境EC総合試験区」の1つに認定 2016年5月 「中国(寧波)越境EC商務総合試験区実施方案」発表。	2016年1月 国務院により「12の越境EC総合試験区」の1つに認定。 2016年4月 遼寧省政府「中国(大連)越境EC商務総合試験区実施方案」発表。
目標	越境EC商務企業、従来型貿易企業、中小ネット企業の積極参加を奨励し、越境ECのB2B、B2C、O2Oなどの様々なモデルの共同発展、越境EC商務監督管理モデルの構築を目指す。 <b>&lt;具体的目標&gt;</b> 2020年までに、100の越境EC商務重点企業、50の省級越境EC商務モデル園区、20の省級越境EC商務育成インキュベーション施設、20の省級公共海外倉庫、10の省級貿易総合サービス企業を設立。越境EC商務年間貿易額300億ドル以上の達成。 <b>&lt;実施範囲&gt;</b> 第1段階:越境EC試験区「ワンストップ窓口」設立 第2段階:「ワンストップ窓口」総合サービスプラットフォーム登録を開始。洛陽、南陽、焦作市等一部都市で実行。	オンライン総合情報プラットフォームとオフラインの園区プラットフォーム、物流プラットフォームを通して、越境EC商務産業チェーンの4大サービス機能を推進する。越境EC商務自由化、便利化、規範化等5大支援システム、6方面のイノベーションを推進し、総合試験区を国内先進の越境EC商務産業区、管理サービス革新区、倉庫物流モデル区を建設。 <b>&lt;具体的目標&gt;</b> 2018年までに、20の越境EC商務産業群、50の越境EC商務公共海外倉庫を設立。越境EC商務の年間貿易額150億ドル以上を目指し、寧波市当年輸出入貿易総額の15%を占める。うち輸出額130億ドル、輸入額20億ドル。	大連の地理的な強み、産業、貿易、港等のメリットを活かし、「一帯一路」をきっかけにし、越境EC産業システムの構築を急ぐ。越境ECのB2Cを突破口とし、B2B輸出を重点とし、越境ECの監督モデル、技術標準、業務工程や情報化建設等の方面を推進。制度革新、管理革新、サービス革新などを通じ、再現可能な経験を積み重ね、大連の越境EC商務率発展と突破を実現する。東北部を足がかりに、東北アジアを標準に、全世界を越境EC発展局面を捉える。 <b>&lt;具体的目標&gt;</b> 2020年までに、大連総合試験区を東北部の越境EC商務発展の先行区にし、貿易シフト型発展の先行区に、従来型工業基地振興のモデル区に、東北アジア越境商品の集積区にする。
主要任務	<b>(1) 総合園区サービスプラットフォームの構築</b> ・オンラインのワンストップ窓口を構築し、O2Oの効率的運営を進める。国際EC物流センターの構築。 ・重点的な越境EC商務園区を数多く育成。 ・国内外の大企業誘致促進。 ・越境EC産業の規模化、標準化、規範化発展の推進。貿易総合サービス企業の誘致育成。越境EC企業に対する通関、物流、倉庫、融資等サービスの提供。グローバル物流供給網や物流サービスシステムの構築支援。 <b>(2) 人材育成や企業インキュベーションプラットフォーム構築</b> <b>(3) ワンストップ総合サービスプラットフォーム構築</b> ・通関、税務、為替、輸出入検査検査、商務、交通運輸、金融、信用保健等の越境EC商務「ワンストップ」総合サービスプラットフォーム構築。 ・越境EC商務の注文、支払い、物流の単一データ標準化。 ・質検総局によるワンストップ窓口でのCIQ2000「出入境検査検査総合業務コンピュータ管理」の開放。 <b>(4) 監督管理機能の向上</b> ・ペーパーレス通関業務 ・越境EC商品のトレーサビリティシステム、等 <b>(5) 税収効率化</b>	<b>(1) 3大プラットフォーム構築</b> ・越境EC総合情報プラットフォーム ・越境EC園区プラットフォーム ・越境EC物流プラットフォーム <b>(2) 4大サービス機能の開拓</b> ・信頼度の高い貿易サービス ・短納期決済サービス ・便利商務サービス ・共同物流サービス <b>(3) 5大支援システム構築</b> ・情報共有システム ・リスク防衛システム ・金融支援システム ・企業インキュベーションシステム ・人材育成システム	<b>(1) 特色を打ち出す</b> ・一に地域特性。日本・韓国や「一帯一路」沿線国家を目標市場とし、東北アジアを連結し、グローバルな物流体系を構築。 ・二に貿易特性。「2直2輸出」モデルを推進する。海運と店舗における直接購入モデル推進(2直)、ソフトウェアアウトソーシング・設備製造業B2B輸出を進める(2輸出)。 ・三に連動特性。鄭州総合試験区と協力し、共同発展を推進。 <b>(2) プラットフォーム構築</b> ・ワンストップ窓口、越境EC商務情報共有システム、システム管理システム・リスク防衛システム構築。園区総合サービスプラットフォームの建設。園区の物流、倉庫、訓練、融資等サービスの向上。 <b>(3) システム構築</b> ・越境EC産業チェーンや生態チェーン構築。スマート化物流システム、金融サービスシステムや公共サービスシステム構築。統計、観測、評価、訓練、防衛等の統一型サービスシステムを構築し財政、税務、土地等の多部門協力、多領域支持の政策促進システム。

(出所) 鄭州市、寧波市、大連市のウェブサイト情報を基に作成

2016年4月に遼寧省政府は「中国(大連)越境EC商務総合試験区実施方案」を発表した(詳細は図表13参照)。同試験区の特徴は中国で初の「四位一帯(越境EC+観光調達貿易+保税EC体験+保税展示販売)運営モデル」を採用している点にあるという(大連地元メディア)。O2O(online to offline)を通じ、プラットフォームと展示販売を連動させ、「インターネット+」モデルを通して従来型貿易と従来型産業のレベルアップ・拡大を図り、創業創新の力も活用して新たな経済成長を牽引する。

物流においては、国際物流園区の建設を進める。大連港コールドチェーン物流園は70万平米の規模を有し、中国随一の保税港として、冷蔵船停泊、コンテナターミナルなどの専門性の高いコールドチェーン物流センターを構築している。また大連は108の海運航路(うち国際航路84、国内航路24)を有し、基本的な国際航路を網羅する主要地域となっている。

実施方案には「鄭州総合試験区と協力し、共同発展を推進」とあることから、同市の越境 EC の取組は先行する鄭州市をベンチマークとしているとみられる。

### (3) 2016 年 4 月の制度改定

#### ① 税率の改定

越境 EC 拡大への取り組みは前述のとおりだが、中国財政部は「急速に発展する越境 EC に対して、これまでは行郵税（入国する個人の荷物や個人の郵便物に対する輸入関税）のみ適用され、税負担が一般貿易に比べて軽く、不公平な競争を招くという制度面の不備があった」として、新税制を 4 月 8 日から導入することを発表した。新制度では保税區モデルを越境 EC 取引とみなし、税制・手続きを変更するほか、直送モデルは「個人取引」とみなし、越境 EC 取引の枠組みには含めない。

新政策の主な変更点は主に 3 点。①取引額上限の変更、②取引可能商品の定義、③税制度の変更、である（図表 15）。

（図表 15）越境 EC 新政策による変更点

項目	旧制度	新制度
取引額上限(注1)	1回当たり1,000元	1回当たり2,000元 (ただし年間で2万元以下)
取引可能商品	国が禁止する品目以外(注2)	ポジティブリスト方式に基づく
税制度	<ul style="list-style-type: none"> <li>取引上限内であれば行郵税を適用</li> <li>限度額を超過する場合は一般貿易と同様に課税</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行郵税は適用不可</li> <li>限度額以内であれば、暫定的に関税率を0、輸入増値税および消費税については法定納税額の70%を徴収</li> <li>限度額を超過する場合は一般貿易と同様に課税</li> </ul>
免税範囲	税額50元以下は免除	なし
行郵税率(注3)	10%、20%、30%、50%の4種類	15%、30%、60%の3種類

(注1) 旧制度は行郵税通関を受ける場合、新制度は暫定的な税率優遇措置を受ける場合。

(注2) ネガティブリストを設けている越境 EC 総合試験区もある。

(注3) 中国国内の越境 EC 保税區を利用した輸入においては適用不可。

(出所) 各種資料を基に作成

取引額上限の変更に関しては、1 回の取引における販売上限額が増えたほか、年間取引上限額が新設された。これまでの越境 EC 取引上限額は、1 回当たり 1,000 元となっていたが、これを 2,000 元に引き上げ、同時に年間の取引上限額を 2 万元に設定した。上記の取引限度額内であれば、後述の暫定的な優遇税率を適用することができるが、取引限度額を超えた場合、一般貿易と同様の税率が課されることになる。

取引可能商品の定義に関しては、これまでの越境 EC 取引においては、国が取引を禁止する品目以外の商品<sup>5</sup>以外であれば取引が可能となっていたが、4 月 8 日以降は、国が公開したポジティブリストに基づき、リストに掲載されている物のみが越境 EC で取引できるようになった。当該リストは 4 月 7 日、4 月 15 日の 2 回に分けて発表され、計 1,293 品目が掲

<sup>5</sup> ネガティブリストを設けている越境 EC 総合試験区もある。



載されている。

税制に関しては、保税モデルにおいて、それまで越境 EC 取引で適用されてきた「行郵税」を廃止し、4月8日以降、一般貿易と同様「関税」「増値税」「消費税」が課されるようになった。ただし、前述した上限額以下の取引である場合、関税率を0%、増値税、消費税をそれぞれ法定の70%とする暫定的な優遇措置を設けた。また、行郵税が課税されなくなったことにより、行郵税額50元以下が免税となる措置も撤廃された。

なお、保税モデルを利用しない直送モデルに関しては、越境 EC 取引ではなく個人取引とみなすため、これまで通り行郵税が課税される。課税額50元以下の免税措置も継続されるが、税率は4段階から3段階へと変更された。

## ②販売額上限の変更

今回の改定による変化の中でも、免税措置の撤廃、そして販売額上限の変更は影響が大きい。

保税モデルにおいて、一般貿易と同様の税が課されると同時に、これまで適用されていた税額50元以下の行郵税の免税措置が撤廃された。それにより、変更前に比べ、税負担が大きくなる商品も多い。例えば、食品や日用品、雑貨類などは、旧税率では500元以下であれば免税、500元超の場合は税率10%となっていたが、変更後は購入額にかかわらず11.9%（増値税17%の7割）が課税されることになる。化粧品（メイクアップ品）は、100元以下の取引の場合、旧税率は0%であったが、新税率は計47%となり、大幅な増加となる（なお、2016年10月に化粧品の消費税率が30%から15%に引き下げられ、新税率も26.4%に引き下げとなった）。一方、商品価格が250元超の洋服や家電を購入する場合、新税制の方が税率は低くなる（図表16）。

（図表16）税改正による越境 EC の税率変化

	商品価格	旧政策			新政策			
		行郵税	行郵税 免税適用	税率	関税	増値税	消費税	税率
化粧品	≤100元	50%	○	0%	0%	(商品価格+消費税)×17%	商品価格×0.3/(1-0.3)	47.0%
	>100元		×	50%				
洋服、寝具、小物家電	≤250元	20%	○	0%	0%	17%	0%	11.9%
	>250元		×	20%				
乳幼児用商品、一般加工食品、保健食品、日用雑貨、キッチン食品	≤500元	10%	○	0%	0%	17%	0%	11.9%
	>500元		×	10%				

(注1) 旧・新税制とも年間取引限度内の取引と想定。

(注2) 新制度の税率は、(関税+増値税+消費税)×0.7として算出。

(注3) 2016年10月より化粧品の消費税率が30%から15%に引き下げられた。これを考慮すれば新政策の化粧品の税率は表の47.0%から26.4%に下がる。

(出所) 各種資料を基に作成

販売額上限の変更に関しては、1回当たりの取引上限額が引き上げられたことにより、これまで取引のメインは紙おむつなどの日用雑貨や低価格帯の化粧品であったところが、アパレルや家電など、より多様な商品の取引が行われる可能性がある。一方、年間の上限額が設定されたことにより、越境 EC 取引全体の規模は伸び悩む可能性もある。また、越境

EC 輸入商品リストに記載されており越境 EC 取引が認められているものであっても、初回輸入時に一般貿易と同様の通関手続きを求めるケースや、商品によっては許認可や取引量制限などが設けられるケースも出てきた。企業にとっては、商品価格の再設定や通関書類の整備などが必要となり、越境 EC 取引のメリットの一つであった手続きの簡易性が損なわれるかたちとなった。

### ③越境 EC 小売輸入商品リスト

2016 年 4 月 7 日、財政部など 11 部門は公平な市場競争の構築や越境 EC 小売輸入の健全な発展を促すことを目的に「越境 EC 小売輸入商品リスト」（ポジティブリストリスト）を公表した。リストには、食品、アパレル、化粧品など 1,142 品目が含まれており、今後、保税モデルを活用して輸入（保税輸入）できる商品は、リスト上の商品のみに限定される。リストに記載の無い商品については、保税輸入が認められず、一般貿易による輸入が必要となる。

ポジティブリストの公表から約 1 週間後の 4 月 15 日、財政部などは乳製品や医療機器など 151 品目から成る「越境 EC 小売輸入商品リスト（第二弾）」を公表した。2 回にわたって公開されたポジティブリストは計 1,293 品目にのぼり、政府関係者は 2 つのリストは越境 EC における主要取引商品をほぼカバーしている。

・ 4 月 7 日公表 「越境 EC 小売輸入商品リスト」（中国語）

<http://gss.mof.gov.cn/zhengwuxinxi/zhengcefabu/201604/P020160407628544745898.pdf>

・ 4 月 15 日公表 「越境 EC 小売輸入商品リスト（第二弾）」（中国語）

<http://gss.mof.gov.cn/zhengwuxinxi/zhengcefabu/201604/P020160415822493955077.pdf>

#### 1) ポジティブリストの記載内容とその読み方

ポジティブリストには、商品名、HS コードなどの情報が示されており、そうした情報を基に自社商品が保税輸入の対象か否かを確認することができる。ただし、備考欄には除外品目などについても記載されており、同部分の確認も不可欠である（図表 17 参照）。

例えば 310 番の「唇用化粧品」（HS コード 33041000）をみると、備考欄に「輸出入野生動植物種商品目録」に該当する商品、または、初めて輸入される化粧品は除外とある。つまり、「輸出入野生動植物種商品目録」に挙げられている商品、または、これまで一般貿易などで輸入されていない商品の保税輸入は認められない。現状、越境 EC で流通している化粧品の多くが一般貿易で輸入されていない商品（輸入許可などを取得できていない商品）であることをふまれば、同規制によって多くの化粧品は保税輸入ができないため、必要に応じ許認可を取得し一般貿易で輸入実績を作る必要があると考えられる。

(図表 17) 「越境 EC 小売輸入商品リスト」(一部抜粋)

除外品目に関する記載

HS コード		商品名 (中国語)	備考
序号	税則号列	中文货品名称	备注
306	33013090	其他香膏	列入《进出口野生动植物种商品目录》的商品除外；首次进口的化妆品除外
307	33019010	提取的油树脂	列入《进出口野生动植物种商品目录》的商品除外；依法不属于普通食品或依法需要注册备案管理的特殊食品除外
308	33019090	用花香萃取法或浸渍法制定的含浓缩精油的脂肪、固定油、蜡及类似品；精油脱萜所得的萜烯副产品（柑桔属果实的除外）；精油水溶液及水馏液	首次进口的化妆品除外
309	33030000	香水及花露水	首次进口的化妆品除外
310	33041000	唇用化妆品	列入《进出口野生动植物种商品目录》的商品除外；首次进口的化妆品除外
311	33042000	眼用化妆品	列入《进出口野生动植物种商品目录》的商品除外；首次进口的化妆品除外
312	33043000	指(趾)甲化妆品	首次进口的化妆品除外
313	33049100	香粉, 不论是否压紧	首次进口的化妆品除外
314	33049900	其他美容品或化妆品及护肤品	列入《进出口野生动植物种商品目录》的商品除外；首次进口的化妆品除外
315	33051000	洗发剂(香波)	列入《进出口野生动植物种商品目录》的商品除外；首次进口的化妆品除外
316	33052000	烫发剂	首次进口的化妆品除外
317	33053000	定型剂	首次进口的化妆品除外
318	33059000	其他护发品	首次进口的化妆品除外
319	33061010	牙膏	列入《进出口野生动植物种商品目录》的商品除外

また、第二弾のリストの備考欄には、除外品目以外に、輸入量の上限についても記載されている。例えば 58 番の「その他精米 (HS コード: 10063090)」の 1 人当たりの年間輸入量は、その他の穀物類 (HS コード 10061099、10062010、10063010) と合わせて 20 キロまでと定められている (図表 18 参照)。

なお、ポジティブリスト以外に留意しなければならないのが中国国内法による規制である。健康食品や医療機器などの商品はポジティブリストに記載されているものの、輸入・販売時には関連法を遵守する必要がある。

また、保税輸入の場合、各保税區を監督管理する税関において、ポジティブリストの解釈が異なる可能性もある。保税輸入時には輸入地域の税関に予め確認しておくことが望ましい。



(図表 18) 「越境 EC 小売輸入商品リスト (第二弾)」 (一部抜粋)

序号	税則号列	货品名称	备注
55	10061099*	其他稻谷	每人每年进口10061099、10062010、10063010、10063090的商品合计不超过20公斤；仅限网购保税商品
56	10062010*	籼型糙米	每人每年进口10061099、10062010、10063010、10063090的商品合计不超过20公斤
57	10063010*	籼型精米	每人每年进口10061099、10062010、10063010、10063090的商品合计不超过20公斤
58	10063090*	其他精米	每人每年进口10061099、10062010、10063010、10063090的商品合计不超过20公斤

輸入量の上限に関する記載

## 2) 規制を受ける主な商品

### a. 化粧品

前述のとおり、初めて輸入される化粧品は保税輸入が認められないため、一般貿易で輸入実績を作る必要がある。そもそも一般貿易で化粧品を輸入する際には、「化粧品衛生監督条例」第 15 条に基づき、化粧品の説明書、品質基準、検査方法などの関連資料やサンプルを国家食品薬品监督管理局(CFDA)に提出し、許認可を取得しなければならない。中国において、化粧品の原材料として使用禁止のものや使用が制限されているものについては、「化粧品安全技术規範 (2015)」(2015 年 12 月公布、2016 年 12 月 1 日施行予定)などの規定を予め確認しておく必要がある。また、唇用化粧品など、カラーの異なる商品を輸入する場合は、カラーごとの許認可が必要であることにも留意する必要がある。

許認可を取得できるまでの期間は商品によって異なるが、一般的に半年から 1 年以上の時間がかかる。また、関連書類の作成や翻訳など多額の申請費用もかかる。

### b. 健康食品 (中国語では保健食品)

健康食品は「特定保健効能もしくはビタミンおよびミネラル補給を目的とした食品。特定のグループ向けの食用に適しており、体の調整機能を有する。疾病治療が目的ではなく、急性、亜急性、もしくは慢性的に人に危害を与えないもの」を指す<sup>6</sup>。

保税輸入の場合、ポジティブリストに記載されている健康食品の輸入は認められるが、中国国内法の規制を受ける。2015 年 10 月に施行された「食品安全法」では、初めて輸入される健康食品に対し、CFDA 管理部門に登録を行うことを義務付けている。また、同登録手続きなどを定めた「保健食品の登録および届出管理弁法」(国家食品薬品监督管理局

<sup>6</sup> 「食品安全国家标准 保健食品 (GB16740-2014)」における定義。

令第 22 号、2016 年 7 月 1 日施行)によれば、初めて輸入される健康食品（ビタミン剤やミネラルなどの栄養物質を含む健康食品は除く）は CFDA に登録、ビタミン剤やミネラルなどの栄養物質を含む健康食品については届出を行わなければならないとある。なお、登録と届出の違いについては以下のとおり。

**(i) 登録**

食品薬品監督管理部門が、登録申請人の申請に基づき、法定の順序・条件および要求をもとに登録を申請する健康食品の安全性、保健機能および品質管理などの関連資料に対し評価および審査を行った上で登録の可否を判断する過程を指す。

**(ii) 届出**

健康食品の生産企業が、法定の順序・条件および要求に基づき、商品の安全性、保健機能および品質管理などに関する資料を食品薬品監督管理部門に提出、保管、公開に至るまでの過程を指す。

つまり、一部の健康食品（ビタミン剤やミネラルなどの栄養物質を含む健康食品）以外は、原則登録（許認可）が必要である。CFDA から許認可が得られれば、パッケージ上で「健康食品」のマーク（図表 19）をつけることが認められ、保健効能を表示することもできる。健康食品の場合、許認可を得るまでに数年の期間を要することも珍しくない上、各種検査費用が数百万円に上るケースもある。中国で健康食品の許認可を取得するのに 5 年程度以上かかった日系企業もあり、許認可の取得が企業にとっては高いハードルとなっている。なお、ジェトロが 2016 年 3 月に発表した調査レポート「健康食品調査（中国）」によれば、2015 年 7 月末時点で、CFDA が認可した健康食品は 1 万 5,927 件で、そのうち輸入品はわずか 740 件にとどまっている。

(図表 19)



**c. 乳製品**

ポジティブリストに記載のある乳製品は保税輸入が認められるが、日本製の乳製品は現状輸入できない状況が続いている。

日本製の乳製品に対しては、2010 年の口蹄疫発生により中国側が一時的に輸入規制を設けた。後に解禁されるも、2011 年に発生した東京電力福島第一原子力発電所事故で輸入規制が再開している。

中国の国家質量監督検査検疫総局は2016年9月現在、宮城、福島、茨城、栃木、群馬、埼玉、東京、千葉、新潟、長野の10都県の食品と食用農産物および飼料については輸入禁止、また、上記10都県以外の地域から輸入される食品については、日本政府が発行した放射性物質検査合格証明や産地証明の提出を求めている<sup>7</sup>（詳細は農林水産省の[HP](#)を参照）。乳製品の場合、輸入時に放射性物質検査合格証明および産地証明の提出が求められている。しかし、現時点で日中両国間において放射性物質検査証明書の様式が定まらず発行できない状態が続いているため、事実上中国で輸入ができない。

### 3) 今後の展開が期待される商品

ポジティブリストの導入により、保税輸入できる商品は限定されるようになった。現状、政府は上海など10の越境ECの試験都市に対し、新制度への移行期間を1年猶予することを認めている。しかし、保税輸入が一般貿易と同様の通関手続きを経る方向に向かっていくことは間違いない。

したがって、今後越境ECで展開が期待される製品はポジティブリストに掲載されることが前提となろう。消費者に人気の高い日本製の化粧品や健康食品で許認可がまだ取得できていない商品については猶予期間内に許認可書類を取得することが望ましい。しかし、前述のように許認可取得のハードルは高く、猶予期間内に政府から批准を得るのは極めて難しい状況にあることは認識しておく必要がある。

化粧品や健康食品以外の商品についていえば、中国では一人っ子政策の影響で急速に高齢化が進んでおり、高齢者向け商品へのニーズも高まっている。日本の高齢者向け商品は、欧米系のものよりも体型にマッチするといった中国人消費者の声もあり、日本企業にとって、越境ECを活用した市場開拓は期待される分野といえよう。

### 4) リスト規制実施の影響と2017年末まで実施延期の暫定措置

4月8日の新制度施行以降、越境EC取引の現場では混乱が相次いだ。制度変更により、ポジティブリストを使用した「保税区モデル」を利用する場合、初回輸入時に通関書類（通関単）が必要となったほか、健康食品や一部化粧品は正規輸入と同様の管理方法が適用され、CFDAの審査および許可、または登記の届出が必要となるなどの手続きが求められるようになったためである。越境ECを通じて輸入される商品は様々なルートから仕入れを行

---

<sup>7</sup> 2011年3月に発表された「日本の食品農産物の輸入を部分的に禁止する公告」（総局2011年第35号）、同年4月に発表された「日本から輸入する食品農産品の検査・検疫・監督管理をさらに強化する公告」（総局2011年第44号公告）において、中国は福島県、群馬県、東京都など12都県から食品、食用農産物および飼料の輸入を禁止するとした。また、12都県以外の地域から輸入される食品については、日本政府が発行した放射性物質の検査合格証明、産地証明の提出を求めるとした。国家質量監督検査検疫総局（以下、質検総局）は6月13日付の文書として、日本からの食品と農産物および飼料の輸入食品の輸入禁止措置を、これまでの12都県から山形、山梨を除いた10都県に緩和することを6月17日にウェブ上で公開した。

っているため、通関単に含まれている産地証明書を発行することが出来ず、通関が出来なくなるケースが多発した。

新華社の報道によると、制度変更が行われた4月8日から1ヵ月間で、中国（杭州）越境電子商務総合試験区の輸入貨物は前月比57%減となった。また、ポジティブリストの発表後に、海外直送モデルの比率を増やそうと考える越境EC業者も増えてきており、それに伴って中国国外での倉庫確保のニーズも高まっている。

2016年4月、中国電子商務物流企業連盟は、新政策の問題点や改善点についてまとめた意見書を政府に提出した。

各地の混乱を受け、財政部は5月25日、上海市など10の越境EC試験都市に対して、ポジティブリストに記載されている商品を輸入する際に必要な通関書類の提出を、2017年5月11日まで猶予することを発表した。これにより、現場の混乱は鎮静化したが、今後越境EC取引において一般貿易と同様の通関手続きが必要となる方向性については変わらないものとみられる。なお2016年11月15日、上記の猶予は2017年末まで延長となった。

越境ECの活用によるメリットは、旧政策のときほどではなくなったが、一般貿易と比べれば、税制面でのメリットは依然存在する。また、中国の消費者は日本商品に対して安全・安心といったブランドイメージを持っており、特に食品・化粧品などの購買意欲は高いため、越境ECを活用した中国市場の開拓は引き続き一定程度の効果をもたらすことが期待できる。

## コラム

### 農林水産物・食品の越境 EC による輸出

#### ■関連法規の運用にばらつき

農林水産物・食品の輸出については以下の表のように、一般貿易方式での輸入には産地証明書と放射性物質検査証明書などが求められるが、越境 EC 方式での輸入では直送、保税区分型のいずれも求められたり、求められなかったりという実態がある。それは、越境 EC 方式の輸入を規定する法整備が不十分であることが原因と指摘されている。

必要となる書類および手続き(注1)

番号	書類・手続き	一般貿易	越境EC(保税区分型)	越境EC(直送型)
1	インボイス	求められる	求められる	求められる
2	パッキングリスト	求められる	求められる	求められる
3	産地証明	求められる	求められる可能性がある(注3)	求められる可能性はほとんどない
4	放射性物質検査証明	求められる(注2)	求められる可能性がある(注3)	求められる可能性はほとんどない
5	衛生証明	求められる	求められる可能性がある	求められる可能性がある
6	製造工程証明 (加工食品のみ)	求められる	求められる可能性がある	求められる可能性がある
7	可塑剤証明 (焼酎のみ)	求められる	求められる可能性がある	求められる可能性がある
8	中国語ラベル	求められる	求められる可能性はほとんどない	求められる可能性はほとんどない
9	検疫検査合格書類	求められる	求められる可能性はほとんどない	求められる可能性はほとんどない

(注1) 関係者等へのヒアリング等をもとに整理したものであり、必ずしもこの書類・手続きで輸出できるとは限らない。

(注2) 中国は2016年8月末現在、10都県についてはすべての食品を輸入停止、また10都県以外でも野菜・果実などの一部品目は、放射性物質検査証明書の様式が日本政府と中国政府との間で整っていないため、放射性物質検査証明書を発行することができない。

(注3) 越境EC輸入商品の税関と検疫検査向けの事前の情報届出では、申告する商品生産地は10都県に近隣する場合、さらに産地証明書(場合によっては放射性物質検査証明も)を求められる可能性がある。

(出所) 各種資料を基にジェトロ作成

このほか、上表項目の8と9に関して、越境 EC 方式での輸入段階の検査基準と流通販売段階の検査基準との乖離が原因で法的トラブルが起きている。例えば、中国語ラベル表示に関し、越境 EC 方式での輸入検査の段階では中国語ラベルの貼付は検査対象になってい

ないが、2015年10月施行の「食品安全法」を根拠に、流通販売の段階においてプロのクレーマーから中国語ラベルの不備を理由に EC プラットフォームや中国側の販売会社が起訴された事例が多発しており、一部は賠償金の支払いに至っている。

一方、ECプラットフォームや販売会社は、以下のことを主張している。

- ①現状の越境 EC 方式での輸入段階の検査基準は「出入境快件検査検疫管理弁法（輸出入郵便物の検査検査管理方法）」に依拠し、中国語ラベルはそもそも要求されていない。
- ②「食品安全法」では中国語ラベルと説明書の付属は輸入食品の輸入要件として規定されているが、越境 EC 方式での輸入に対しても対象になりうるかは曖昧である。

中国貿易の専門家などからは、現状、越境 EC 方式の輸入を規定する法整備が不十分であるため、クレーマー対策を講じるのはまだ困難であると指摘されている。

越境 EC 方式により輸入した商品に限らず、流通販売の段階において、検疫検査当局の抜き取り検査を行う場合があり、「食品安全法」などに基づき中国の食品安全基準に反することが分かった場合、対象商品の販売停止と廃棄処分を命じる事例がある。総じていうと、越境 EC 方式での輸入について、検査に必要な書類・手続きおよび流通段階における検査基準について、関係機関の間でも意見・見解が一致していない部分がみられる。今後、関連法規の整備においては、これらの意見・見解がどこまで一致させることができるのかが求められよう。

#### ■リスクを認識した取り組みが必要

ジェットロでは、東京と大阪および全国 43 の事務所に「[農林水産物・食品輸出相談窓口](#)」を設けており、中国向けをはじめ農林水産物・食品の輸出に関して相談を受け付けている。その中で、越境 EC に関する相談も増えている状況だ。

越境 EC に関する相談の傾向として挙げられるのが、食品輸出が未経験と考えられる企業・個人からの相談が多い点だ。生産者や食品メーカーもいれば、EC サイトを設立・運営する企業・個人もあり、その多くがこれから越境 EC でビジネスを始めようと検討している段階だ。そのため、「越境 EC では何の食品が輸出可能か?」「この商品をインターネットを通じて販売したいが規制はあるか?」といった質問が多い。

上記で述べたように、越境 EC 方式による輸入については、運用もばらばらな実態がある中で、たとえ 1 回だけ輸入できたとしても、それが継続的に安定的に輸入できるとは限らない。越境 EC のリスクを認識した上で、取り組んでいくことが求められる。

レポートをご覧いただいた後、アンケート（所要時間：約1分）にご協力ください。

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20160096>

本レポートに関する問い合わせ先：  
日本貿易振興機構（ジェトロ）  
海外調査部 中国北アジア課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL : 03-3582-5181

E-mail : ORG@jetro.go.jp