

中国・小売業 No.1 の大手 EC&インフラカンパニー^{ジンドン}京東集團【JD.com】

京東、日本初となる購買センターを開設

1年で仕入高2倍を目指す

中国市場を牽引する EC サイト「^{ジンドンしやうじやう}京東商城 (JD.com)」を運営する中国・小売業 No.1 の大手 EC & 小売インフラカンパニー^{ジンドンしやうだん}京東集團 (代表：劉強東 本社：中華人民共和国 北京市 NASDAQ:JD 以下 京東) は、2018 年 9 月 3 日 (月) に開催したセミナー「中国マーケットの攻略法」にて、日本初となる購買センターを 2018 年 9 月 3 日 (月) に開設したことを発表しました。

この度開設した日本初の購買センターは、日本企業が中国 EC 市場により参入しやすくするため、東京と北京で連携しスムーズな交渉と効率の良いオペレーションを実現する専門チームです。京東が日本に拠点を開設することで企業から商品を直接購入することができ、コンシューマーとブランド間のレイヤーを削減し、大量かつ安定した仕入れ環境を構築することが出来ます。また、日本企業に適した契約を締結することができるほか、最適な業務フローでの運営が行えます。これにより、日本の企業は最適な価格で中国のお客様に商品を輸出することが可能となります。大手ブランドに限らず中国における知名度が低い地方特産品も含め知られざるブランドを発掘し、店作りやプロモーションを京東がプロデュースすることで、広く中国市場に日本製品をアピールする場を提供します。

京東は日本の仕入高を購買センター開設から 1 年で 2 倍に増やすことを目指します。

2018 年 8 月で京東の日本法人である JD.com 京東日本株式会社が設立 1 年を迎えます。今回の購買センター設立を機に、中国小売 No.1 の京東が持つ強みを生かし、日本企業へのサービス提供および中国市場への出店サポートを強化してまいります。



■セミナー「中国マーケットの攻略法」について

2018年9月3日（月）、日経BP社と共同で「中国マーケットの攻略法」セミナーを開催しました。本セミナーでは、中国への進出を検討されている企業に向けて、中国EC市場の動向・予測から、越境EC参入のための取り組みから攻略法まで、セミナー・パネルディスカッション形式でお伝えしました。当日は中国の京東本社より、京東集団 高級副総裁 王笑松をはじめ、京東集団 副総裁 丁霞など、各セクションの責任者も登壇し、講演を行いました。本セミナーは、定員の300名を越える400名超の方に来場いただくことが出来ました。

■開催概要

日時 : 2018年9月3日（月）14:00～19:00

会場 : 赤坂インターシティコンファレンス 4F the AIR

主催 : JD.com 京東日本、日経ビジネス

協力 : 日経BP中国社、Maxwiner社

内容 : 主催者挨拶 京東集団 高級副総裁 王笑松

基調講演「中国EC市場の動向と予測」チーフコンサルタント 本谷知彦

講演①「越境ECへの参入と攻略法」京東越境EC 総責任者 楊葉

「ECで攻める中国Fashion市場」京東集団 副総裁 丁霞

講演②「進化する越境物流」京東物流 国際物流 総責任者 韓鑾

「越境ECサポート新体制」京東日本最高責任者 荒井伸二

Panel「中国市場の売上拡大、販売チャネル構築のためのポイント」

旭化成塑料（上海）有限公司 副総経理 内本敦史

楽天株式会社 ECカンパニー クロスボーダー・トレーディング課

グループマネージャー 中島郁美

講演③「越境ECの運営成功事例紹介」

Maxwiner 越境EC 総経理 汪艇

講演④「買い付け・出店後の運営が成功を左右する中国越境EC」

株式会社フランクジャパン 市場総監 小野一広

<講演サマリー>

■主催者挨拶 京東集団 高級副総裁 王笑松

「今回 JD Worldwide として、世界で初めての講演を日本で行います。なぜなら JD Worldwide で扱う商品の 20% は日本の商品だからです。京東では正規品を取り扱い、信用を大切にしています。京東の抱えている 3 億人以上のユーザーに、日本の高品質な商品を提供してほしいと思っています。また、私達京東とパートナーはウィンウィンの関係にあります。京東はパートナーや価値の創出に重きを置き、すべての人たちが利益を得てほしいと思っています。」



■講演① 「越境 EC への参入と攻略法」京東越境 EC 総責任者 楊葉

「京東モールは 2015 年 4 月に設立された、中国の業界をリードする越境 EC プラットフォームです。2 万近くのブランドが加入し、1 千万近くの SKU を保有しています。JD Worldwide は 10 代から 40 代以上まで、全世代の顧客をカバーしています。その中でも JD Worldwide の顧客イメージは中間層以上で、25~36 歳が 49.8%、既婚者が 69%、男性が 62.3%となっています。



JD Worldwide では幅広い品目を扱い、柔軟なビジネスモデルを構築しています。これからも京東は中国向けのワンストップソリューションを提案していきます。」

■「EC で攻める中国 Fashion 市場」京東集団 副総裁 丁霞

「中国のファッション市場は急速に発展をしています。今までは皆が知っているブランドに注目が集まっていましたが、現在は個性的なブランドのニーズが高まっています。ハイブランドはまだまだ実店舗が多く、また発展のスピードが早いため、消費者の好みをすぐに反映しなければなりません。2017 年は特に発展が早く、2018 年上半期でも海外のブランドにとっても良い勝機になっているのではないかと思います。京東の客層は中間層以上でかつブランドを認知しているため、客単価は業界平均より 30~40%高くなっています。そのため、世界的にも有名なハイブランドは京東と提携関係があるのです。京東は、中国のファッションデザイナーを海外に連れていったり、ファッション業界の交流を深める努力もしています。」



■講義② 「進化する越境物流」京東物流 国際物流 総責任者 韓鑾

「3 年間で様々な取り組みを行いました。現在京東は世界で 38 の物流拠点を持っており、今後日本でも物流拠点を持つ予定です。また技術のソフト面とハード面を結びつけ、海外に京東物流が進出しました。インドネシアでは、受注の 85%はその日のうちに到着し、6 割は 12 時間以内に届けることができます。今後、タイやその他の国でも各国の物流のパートナーと協業しながら横展開していきたいと思っています。京東は配送だけでなく倉庫も持っており、サプライチェーン全体においても多くの商流を持っています。また、スマート通関ルート+スマートサプライチェーンサービスを保有しているため、One Stop の物流で商品を輸出も可能です。中国に売るだけでなく、他の国の商流も利用し、今後は商品を他の国にも売っていきたくと思っています。」



■「越境 EC サポート新体制」京東日本最高責任者 荒井伸二

「平均値で語れないのが中国のインバウンドです。この度、日本の購買センターをつくります。日本と中国の距離は縮まっており、日本で流行ったものはすぐに中国でも流行ります。日本に購買センターをつくることで、日本に適した契約内容、法律、ビジネススタイルにあった契約内容で直接京東と契約することが可能になります。ナショナルブランドだけでなく、本当に光る力を持った中小企業も発掘していきたいと思っています。現在の中国人は、生態系や地球環境に優しい商品に価値を見出す方、付加価値の高い商品を好む方が増えています。京東日本は企業様に協力し、一緒に中国のマーケットを切り開いていきたいと思っています。また、京東としても効率をあげ、コスト削減もしていきたいと考えています。まずは、倍の購買を目指しています。」



【会社概要】

- ・会社名 : JD.com 京東日本株式会社
- ・所在地 : 〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-1-1
大手町パークビルディング 7 階 703
- ・TEL : 03-6259-1951
- ・資本金 : 3,000 万円
- ・代表者 : 日本業務最高責任者 荒井伸二
- ・業務内容 : 越境 EC の進出支援、日中間の一般貿易及び技術提携窓口