

拡大する中国Eコマース

アリババ・グループとJD.comの2社で市場を席卷

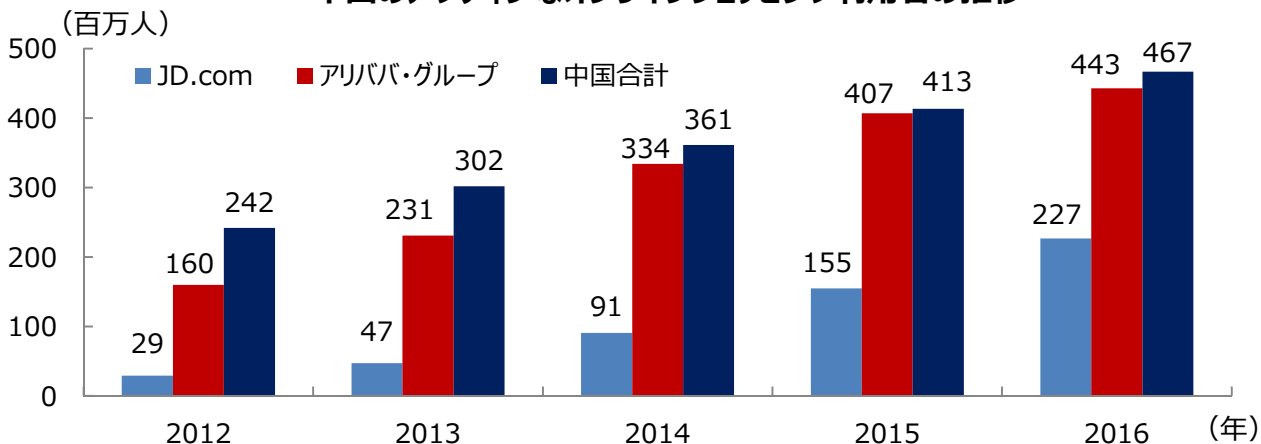
※当資料は「アジアリサーチセンター」のレポートを基に作成しています。

- 中国のEコマース業界（一般消費者向け）は、アリババ・グループとJD.comの2社が席卷しており、両社でB2C（企業と一般消費者間の取引）とC2C（一般消費者間の取引）を合わせたオンラインセールス市場シェアの大半を占めています。
- 両社（アリババ・グループとJD.com）の成功の秘訣は、商品の取り揃えとサービスの支払いを一つのプラットフォームに集約したことにあるとみられます。
- どちらもEコマースを軸とする企業ですが、アリババ・グループは主にEコマースのプラットフォームを提供し、これを利用する他の企業が商品を最終顧客に提供するシステムであるのに対し、JD.comは自社で商品を最終顧客に提供するシステムをとっており、ビジネス形態に違いがあります。
- アリババ・グループとJD.comはいずれも海外市場の拡大に注力しており、特に東南アジア市場に注目しています。今後、東南アジア市場が両社の主戦場の一つになると考えられます。

1. 中国のEコマース市場の動向

- ① 中国国内のオンラインショッピングの利用者数は、2016年12月末で約4億6,700万人となっています。そのうち約95%の約4億4,300万人がアリババ・グループのプラットフォームを利用しています。また、JD.comのプラットフォームも全体の約半数が利用しています。
- ② アクティブ（よく使う）な利用者は、市場の発展とともに順調に拡大傾向にあります。

中国のアクティブなオンラインショッピング利用者の推移



（出所）各企業発表データ、CNNIC のデータを基に三井住友アセットマネジメント作成

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

2. 2社の市場シェア動向

- アリババ・グループが運営する取引市場“タオバオ”は、中国初のC2Cのプラットフォームで、2003年に開始しており、国内取扱高（GMV:総流通総額）の94.1%^{*1}のシェアを握っています。
また、B2Cのプラットフォームでは、2008年より“Tモール”を運営しており、その市場シェアは55.5%^{*1}です。
- 一方のJD.com はオンライン小売店として2004年に設立されました。中国市場においてB2Cモデルのパイオニアです。B2Cでの市場シェアは、23.3%^{*2}を有しています。
- 両社はいずれも米国株式市場に上場しています。

*1：2017年3月末現在。
*2：2016年12月末現在。

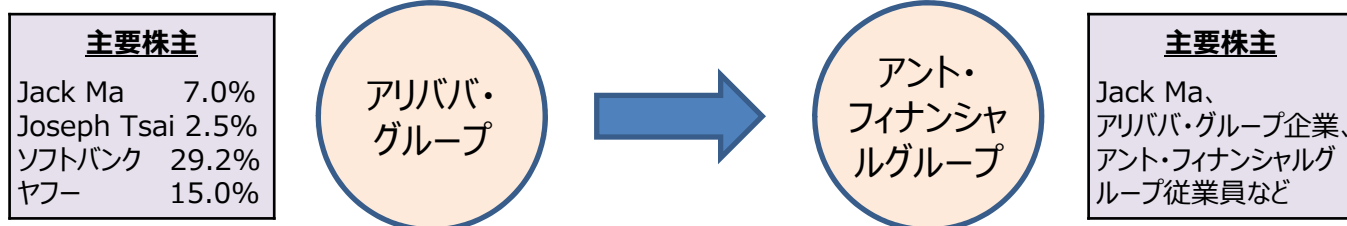
アリババ・グループ C2C セグメント シェア (2017年3月末、 単位：10億人民元)		アリババ・グループ B2C セグメント シェア (2017年3月末、 単位：10億人民元)		JD.com B2C セグメント シェア (2016年12月末、 単位：10億人民元)	
アリババ・グループ C2C	2,202	アリババ・グループ B2C	1,565	JD.com B2C	658
中国市場 C2C	2,340	中国市場 B2C	2,820	中国市場 B2C	2,820
中国市場シェア	94.1%	中国市場シェア	55.5%	中国市場シェア	23.3%

(出所) 各企業発表データを基に三井住友アセットマネジメント作成

3. アリババ・グループの動向

- アリババ・グループの注目点はオンラインショッピングの決済手段にあり、グループの金融子会社であるアント・フィナンシャルグループ（Ant Financial Group）が担当しています。同社は2004年に設立された金融テクノロジー（フィンテック）企業で、アリババ・グループのモバイルとオンライン決済の共通プラットフォームである“アリペイ（Alipay）”、オンライン資産管理サービス“余额宝（ユエバオ）”も運営しています。
- “アリペイ”のモバイルアプリには、さまざまな商品・サービスが組み込まれています。例えば、アリババ・グループは旅行サイトとして“フリギー（Fliggy）”を運営しており、その決済はすべて“アリペイ”で行われます。
- アリババ・グループは、近年、上場会社のM&Aにも力を入れています。2017年9月には深圳証券取引所に上場する福建省のデパート“New Huadu Supercenter”の株式を10%購入しました。
- Jack Ma会長は、オンライン、オフライン（実店舗）の融合により相乗効果を図るとともに、ロジスティクス（運送）を含めたデータ集積を行うことで、新しい小売業である“New Retail”が誕生すると述べています。

アリババ・グループ・カンパニー

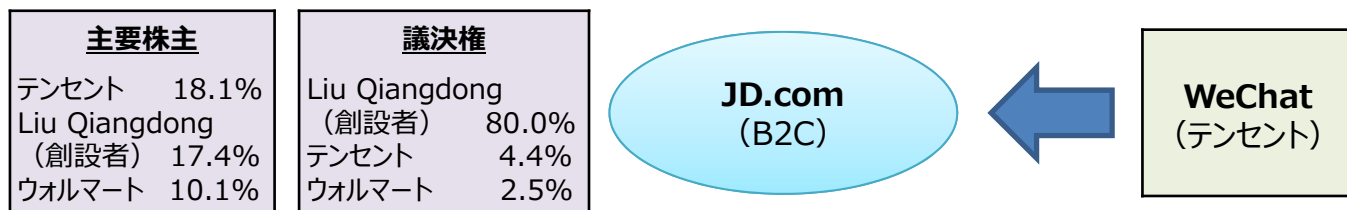


(出所) CNNIC、National Bureau of Statistics、Ministry of Finance、各企業発表データを基に三井住友アセットマネジメント作成

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

4. JD.comの動向

- ① JD.comはアリババ・グループに比べ市場シェアは小さいものの、Eコマースの取扱高は、過去5年間で年率平均73%と高い成長を遂げました。ちなみに最大手のアリババ・グループの“Tモール”は、同期間の年率平均成長率は58%でした。
- ② JD.comは、2014年にテンセントと戦略的パートナーシップを結びました。その結果として、テンセントのメッセージアプリケーションである“WeChat”と“モバイルQQ”へのアクセスが可能となりました（現時点では、WeChatが主流）。
- ③ JD.comとテンセントは、協力関係を強めるため、2017年10月18日にJD.comの個人向けプラットフォームとテンセントのソーシャルメディア・プラットフォームの行動様式データを共有することを発表しました。
- ④ JD.comは、アリババ・グループ傘下のアント・フィナンシャルグループに対抗するため、金融部門のJDファイナンスをスピンオフしました。アリババ・グループとアント・フィナンシャルグループの関係と同様の仕組み、つまりJD.comがJDファイナンスから今後の利益を受け取れる仕組みを作りました。



(出所) 各企業発表データを基に三井住友アセットマネジメント作成

5. 東南アジア市場に注力

- ① アリババ・グループとJD.comの2社は、次の戦略として国外市場をターゲットにし、特に東南アジア市場に注目しています。
- ② アリババ・グループは、2016年に東南アジア市場の最大Eコマース企業Lazada（2012年シンガポールに設立。シンガポール、マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナム市場をカバー、新興市場におけるアマゾン・ドット・コムのような存在）に10億米ドル出資しました。その後さらに10億米ドルを追加（合計20億米ドル）、出資比率は約51%から約83%に増加しています。
- ③ JD.comもインドネシアやタイの企業に出資するなど東南アジア市場を強化しています。
- ④ ただし、2017年7月にアマゾンプライムがシンガポールに参入してきたことから、東南アジア市場の競争は中国国内市場以上に厳しくなるとみられます。

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

アリババ・グループ 東南アジア市場での動き

年月	主な内容
2014年7月	シンガポールポスト（シンガポール国内の郵便事業を行う）に2億5,000万米ドルを出資（10.35%の株式を取得）。2017年1月に1億3,400万米ドルを追加出資し、株式持ち分は14%に。
2016年4月	シンガポールのEコマース企業Lazadaに10億米ドルを出資し株式の約51%を取得。Lazadaは東南アジア市場で最大。シンガポールをはじめマレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナム市場に進出している。
2016年10月	アジアパシフィックにてロジスティクスを確保するため、シンガポールポストの子会社Quantium Solutions International社に6,400万米ドルを出資し、約34%の株式を取得。
2016年11月	アント・フィナンシャルグループが、タイ最大手のコングロメイトCharoen Pokphandグループのフィンテック関連会社Ascend Money社と戦略的企業間協定を結ぶ。同時に、アント・フィナンシャルグループは、Ascend Moneyに20%出資。
2017年6月	Lazadaに10億米ドルを追加出資。株式持ち分は約83%に。
2017年8月	インドネシアのEコマース企業であるTokopedia社（2009年設立のインドネシア最大の通販サイト。C2Cマーケットプレイスに強み）に合計11億米ドル出資（その他投資家含む）。

JD.com 東南アジア市場での動き

年月	主な内容
2017年7月	インドネシアのホテル・フライト予約のプラットフォームを運営するTraveloka社に出資。
2017年8月	インドネシアのライドシェア（車と呼ぶサービス）のGo-JEK社に1億米ドルを出資。JD.comのパートナーであるテンセントもGo-JEK社に1億米ドルを出資した。
2017年9月	タイの小売り大手Central Group（セントラルデパート、ロビンソンなどを運営）とEコマース、フィンテックに関するジョイントベンチャーを設立。双方とも2億5,000万米ドルを出資。
2017年9月	JD.comの創設者Liu Qiangdong氏は、タイの大手新聞社Nationとのインタビューでタイを東南アジア市場のベースとし、インドネシアをその他市域・島のハブにすると発表。

（出所）各企業の資料を基に三井住友アセットマネジメント作成

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

【重要な注意事項】

- 当資料は、情報提供を目的として、三井住友アセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。
- 当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。
- 当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。
- 当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績および将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。
- 当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。
- 当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。
- 当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。