

# 消費者から見た日中 EC サイトの違いとこれからの展望について

蘭 新宇

Amazon、楽天市場、タオバオ（アリババグループ）を代表としたECサイトは人々の生活に便利さと新しい選択肢を提供し、膨大な経済効果をもたらし、さらに、異業種にも影響を与えていると言われている。

筆者は2015年から来日し、3年近くの留學生活を経て、日常生活にもよく日本のECサイトを利用している。そして自分が2008年から中国のECサイト、タオバオを使い続けてきた経験を活かし、日中のECサイト比較しながら、両国ECサイトの差異に気づいた。

今回の研究ではその原因を探るため、日中消費者からそれぞれアンケートをとってみた。

アンケート調査を通じて日中消費者の行動と消費者たちがECに対する考えを比較してみたが、その中からいくつかのポイントに気づいた。

長い間、ECサイトがここまで集客できた理由は安い価格だと思われているが、時代の変化とともに、人々のライフスタイルや価値観が常に変わっている、固有観念に囚われずに、ECサイトの市場ポジションを再検討する必要性が明らかになった。

また、個人情報の流出問題は日中消費者がECサイトに対する不安や不満として最も多くあげられ、さらに「システムの革新」と「出店審査の強化」は現在、日本ECと中国EC各自が直面している課題も明確になった。

以上の課題が今後どのように改善されるのか、そしてECサイトのさらなる進化と越境ECの発展への期待を最後に取りまとめている。