

日韓の電子商取引市場に関する考察

林 正勲

早稲田大学 国際情報通信研究科 修士課程

インターネット上の電子商取引は新しいビジネス分野として大きな成長が期待されている。しかし、通信セキュリティ、消費者保護及び個人情報保護等、まだまだ乗り越えなければならない課題が多い。特に国境を越えて商取引を行う場合は、商慣習や文化の違いによるトラブルの発生、言語の違いによる相互理解の欠如並びに異なる法律や制度から発生する商取引の困難さ等、国際 EC 特有の課題の解決が求められる。そこで、日韓の最大級のモールが提携することにより、信頼できる国際的なモールとして、これらの壁を取り除く。経済のグローバル化、ボーダレス化が進んでいる世界的な状況下にあっては、業界を越えた、さらには国境を越えた連帯が重要になってくる。

A Study of E-commerce Market Between Japan and Korea

Lim Jeonghun

Master course, Global Information and Telecommunication Studies, Waseda University

E-commerce with Internet is expecting its great growth in business world as a one of new business. However, it has a lot of problems, which we had to improve such as communication security and consumer protection or individual information protection. Especially, in case we have an e-commerce with different countries each other, we had to solve problems, which are particular in e-commerce such as different trade systems, cultures, languages and trading laws, occurring some trouble when we are having a trade from misunderstanding. Then, reliable mall as international mall are going to get rid of these problem. For example, Japanese and Korean mall, which are the biggest each other, are going to be tie-up together. It is more important of us to get closer beyond each country, each other to overcome that problem in this situation such as economic globalization and getting borderless

はじめに

日本と韓国の EC 分野に関した本格的な相互交流の始まりは 1998 年 10 月の日韓首脳会談時の「21 世紀に向けた新たな日韓パートナーシップのための行動計画」の採択からである。この行動計画においての“電子商取引について日韓で協力を進める”という項目に基づいて、両国は日韓 EC の推進のための情報交換と相互支援等を行ってきている。

そして、2000 年 9 月 23 日、日韓間の EC 及び IT での協力の強化とアジア地域の EC の活性化を目的とした「日韓 IT 協力 Initiative」の採択に至るまで、日韓両国は EC 分野において民間及び政府レベルでの活発な相互交流及び協力事業を進めている。

特に民間部分での協力は、様々な分野で協力と共同事業が進められている中でも速いスピードで進んでいて、この部分でのビジネスモデルは既に成り立っている。それはインターネット上の両国のショッピング・モールを結びつけた日韓モール間連携のビジネスモデルである。最近、両国のインターネット上の各ショッピング・モールが相手国の消費者に自社の商品を直接販売する方法として、日韓間モール連携という新しいビジネスモデルに挑戦しつつあり、その帰趨が注目されている。

今回の調査はいくつかの日韓間モール連携の中でも、日韓 EC 推進協議会の提案によって両国の代表的なインターネット・ショッピング・モールの連携で誕生した日本の MPN と韓国の Joins.com の連携を例として、新しいビジネスモデルの誕生の経緯から仕組み及び運営の方法まで調べたものである。

日韓モール連携誕生までの経緯

- 1999年7月 日韓EC推進協議会(ソウルにて)でMPNの発表(ECOMの紹介)
- 1999年11月 日韓EC推進協議会分科会にて、「日韓モール連携によるECの推進」を提案
- 1999年12月 韓国のKCALSの副会長等が来日。メイテツコムとの日韓モール連携事業の内容を確認
- 2000年2月 KCALSの紹介により、ソウルにてJoins.comとミーティング
- 2000年3月 メイテツコムとJoins.comが正式に事業連携契約

図-1

モール提携による双方向EC

- Joins.comの商品をMPNを通して日本の利用者へ
- MPNの商品をJoins.comのモールを通して韓国の利用者へ

図-2

日韓モール連携コンセプト

－ 国際ECのノウハウの獲得 －

- インターネットが、国境を越えて活用されて行くには文化の違い・言語の壁・週間の違い等、多くの問題を解決していかなければならない。
- 日韓の最大級のモールが提携することにより、信頼できる国際的なモールとして、これらの壁を取り除く。
- 利用者に関税を含むワンストップ決済サービスの提供、クレームの処理など利用者との接点をすべて自国側のモールが対応することで信頼性を高め、相手国の事情のわからない利用者にも活用しやすい利便性を提供する。

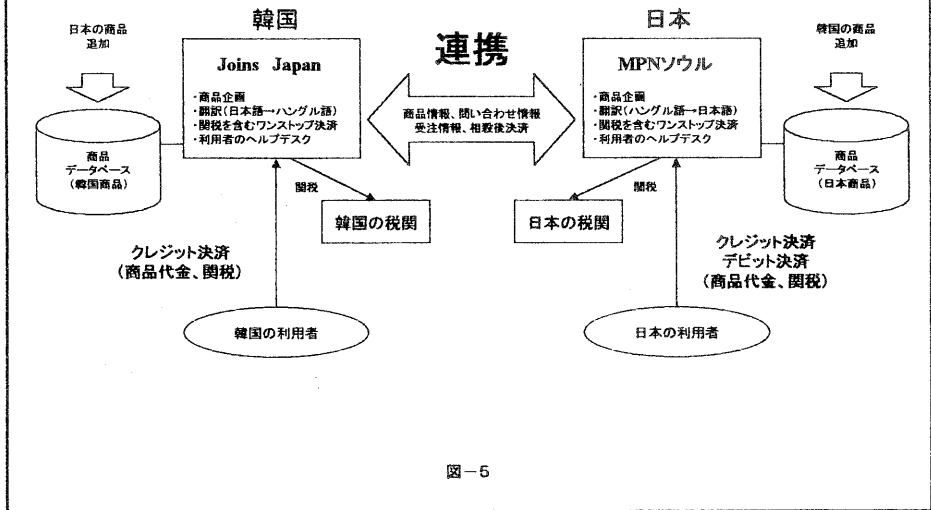
図-3

日韓モール間連携のメリット

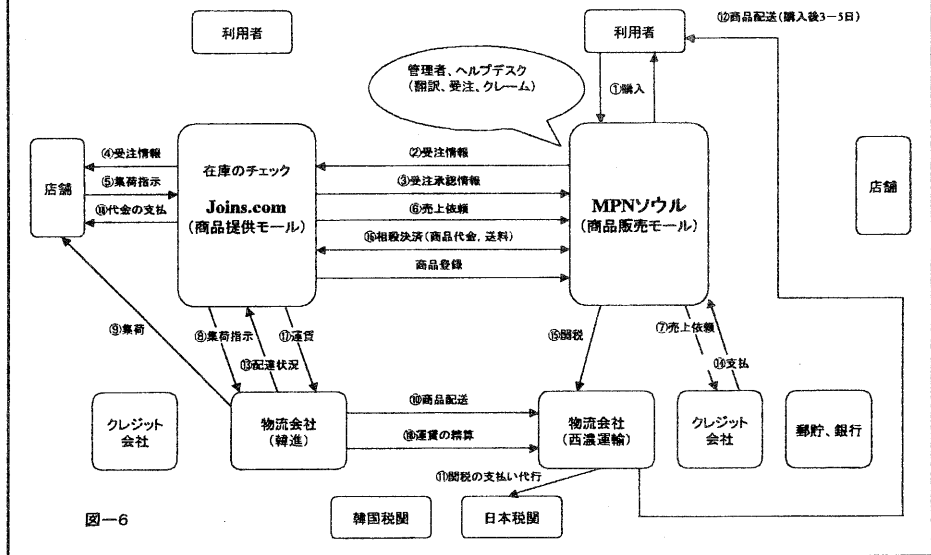
- 信用力があるモールが自国内利用者の窓口になるため、利用者にとって安心
- モール運営者の提携により、ECの勘所がわかる(新しい商品パッケージの開発)
- モール間決済・モール間物流により、スケールメリット・合理性が追及できる
- 自国外の消費者への販売チャネルの拡大により、モール出店者へ新たなメリットの提供ができる
- 単独では、国際販売チャネルを拡大できない店舗の獲得

図-4

モールtoモールビジネスモデルのイメージ



日本の利用者が購入した場合のスキーム



翻訳

利用者に表現する側が責任を持つ

- ハングル語→日本語:メイテツコムの責任
- 日本語→ハングル語:Joins.comの責任

利用者との接点はすべて対応

- WEB画面だけでなく、クレーム、問い合わせ等のメールもすべて翻訳する
- ソフトによる翻訳と両国の言葉をわかる人によるチェック
- 購入者の名前や住所等は、アルファベット入力

図-7

店舗のリスクの軽減

- テナント方式の固定料金ではなく、売上比例の手数料により出店ハードルを低くする
- 商品販売モールが、送料、関税について責任を持つ、店舗は、返品時の送料リスクがない
- 店舗は、為替リスク、決済リスクがない。商品販売モールがリスクを負う

図-8

決済

- 決済方法

- 日本側

- クレジット決済

- デビット決済

- 韓国側

- クレジット決済

- 相殺決済

- 商品提供モールが、本国通貨で、締めまでの販売実績を積算し、締め日の為替レートで相殺する

図-9

商品価格

- 利用者の支払う金額

- 原地消費価格 + α + 関税 + 送料

- Joinsの商品の日本での販売価格

- ステップ1(原地消費価格)

- Joinsの提示価格(ウォン)を東京マーケットの為替レートにより円に変換

- ステップ2(α)

- 決済手数料(金融機関への支払)や為替リスク、返品リスクをコスト化するために手数料を加える

- ステップ3

- + 関税 + 送料

図-10