

0. 本事業の概要

1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況

2. シンガポール／中国における主要越境ECサイトの特徴・運営状況

3. ECを活用した日本産農林水産物・食品輸出事業者の実態

**4. 日本企業向け出店マニュアル（手続きと注意事項）**

1) シンガポール（Lazada）

**2) 中国（京東）**



# 京東 越境EC出店マニュアル

## 各ステップで必要な主なアクションと考慮事項

ステップス	内容
1. 出店資格及び出店種類の確認	京東国際における出店の基本条件を確認、および販売資格に合わせた出店の形を選定
2. 販売者アカウントの作成	京東国際出店者のアカウントを申請し、連絡先などを記入
3. 出店関連の各種規則の確認	中国現地、また京東国際における商品販売、広告プロモーション、店舗運営、取引などに関する法律・規則の概要を確認
4. ビジネス文書のアップロード	会社情報（登記簿、法人情報、銀行口座など）と店舗情報（正規品関連証明、輸出入証明、代理資格など）を提出
5. 京東の審査を待つ	京東国際による1か月間程度の審査
6. 料金支払い	審査に合格した場合、出店料金を支払う
7. 店舗オープン	店舗設立後、安定的な店舗運営までの各ステージにおいて、主要目標とタスクを把握
8. 受発注	保税モデル、直販モデルにおける受発注のプロセス、および商流・金流・情報流の構造
a. 禁止・注意事項	不法商品（偽造品、税関未登録商品などの取り扱い）、不法販売（不正取引、不法情報の配布など）、不法運営（ユーザー情報の漏れ）などの禁止事項を回避する必要
b. 料金体系	プラットフォーム利用料金 + 保証金
c. TPとの提携事項	出店支援企業TP（Third Party）との提携スキーム、注意事項を把握



1. 出店資格及び出店種類の確認

2. 販売者アカウントの作成

3. 出店関連の各種規則の確認

4. ビジネス文書のアップロード

5. 京東の審査を待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

8. 受発注

a. 禁止・注意事項

b. 料金体系

c. TPとの提携事項

### 1-① 出店資格：中国、および京東国際で越境EC事業を展開するため、必要条件を最初に確認

- 中国で越境ECを展開する際、政策上は、税関の審査を受ける「連帯責任者」の中国国内協業パートナーが必要と規定
- 一方、京東国際に出店する際、海外企業である証明、決済用のアカウントの有無などを最初に要確認

#### 出店資格① 政策上-協業パートナーの選定が必要

##### 協業パートナーの義務関連

- 越境EC出店者は、商品品質、安全の主要責任者であり、中国で越境EC事業の展開には、中国工商部門で登記済の企業に委託し、税関での登記・商品の申告が必要。
- 中国国内の企業は、連帯責任を負い、（輸入商品関連情報を）税関に誠実に申告する必要。

商財発〔2018〕486号政策<sup>参考1</sup>



##### 協業パートナーの制限関連

- 連帯責任者の企業に対し、企業規模、業務内容に関する制限・ハードルが特に設定されない。輸出入の資格があれば済む。

京東国際担当者



#### 出店資格② プラットフォーム上-海外身分の提示<sup>参考2</sup>

##### 企業関連

- 企業登記簿：必ず海外企業（非中国メインランド登記）であること
- 法人身分証明書
- 海外銀行アカウント：法人用（ドル決済）

##### 商品関連

- 旗艦店（フラッグシップショップ）設立の場合、商標所有権を提示する必要あり（詳細は次ページで展開）

#### 注意事項

1. 協業パートナーは、京東より紹介することが可能

#### 参考

1. 「越境電子商取引小売輸入の監督管理業務の整備に関する通知」商財発〔2018〕486号政策  
<http://www.mofcom.gov.cn/article/b/fwzl/201811/20181102812004.shtml>
2. 『京東招商白書』<https://zhaoshang.jd.com/index/whitebook>



中国 | 京東 | 越境EC出店マニュアル  
**京東 越境EC出店マニュアル**

1. 出店資格及び出店種類の確認

2. 販売者アカウントの作成

3. 出店関連の各種規則の確認

4. ビジネス文書のアップロード

5. 京東の審査を待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

8. 受発注

a. 禁止・注意事項

b. 料金体系

c. TPとの提携事項

1-②出店種類：商品販売の資格・身分証明を参照し、出店タイプを選択

- 一般的には、メーカー、あるいはメーカーから直接調達を行う小売企業、または、これらの独占代理店は、旗艦店の開設が可能。それ以外の場合、専売店・専営店を展開している

	旗艦店	専売店・専営店
説明	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品・小売サービスのブランドの商標者、または独占代理権を持つ企業が開設の店舗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>非独占代理店が開設の店舗</li> </ul>
出店者	<ul style="list-style-type: none"> <li>メーカー</li> <li>小売企業</li> <li>もしくは、上記2者の独占代理店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一次代理店（専売店）</li> <li>二次・三次代理店（専営店）</li> </ul>
所要書類 <sup>注1</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>商標登録証（商品の商標、もしくは小売の商標）</li> <li>もしくは、独占代理契約書</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>代理契約書（二次、三次代理店の場合、契約元とメーカーの契約関係を提示する必要有り<sup>注2</sup>）</li> </ul>
出店事例	<ul style="list-style-type: none"> <li>UHA悠哈海外旗艦店<sup>注3</sup>（メーカー出店）</li> <li>鶴羽薬粧海外官方旗艦店（小売企業出店）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>聚益力生鮮海外専売店</li> <li>匠印海外専営店</li> </ul>

**注意事項**

- すべての書類は出店者所属企業の押印、もしくは、法人代表者のサインが必要。または、英語・中国語版で提出する必要あり。
- テンプレートは、京東より提供する可能
- 京東国際出店の日本メーカーは限定的であるため、T-MALLを参考にした

**参考**

- 京東国際第三者出店（Platform Open Plan, POP）標準  
<https://www.jd.hk/rulePage/UdWcT8Xa.html>



中国 | 京東 | 越境EC出店マニュアル  
**京東 越境EC出店マニュアル**

1. 出店資格及び  
出店種類の確認

2. 販売者アカ  
ountの作成

3. 出店関連の各  
種規則の確認

4. ビジネス文書  
のアップロード

5. 京東の審査を  
待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

8. 受発注

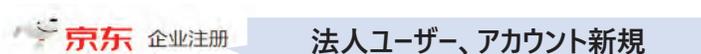
a. 禁止・注意  
事項

b. 料金体系

c. TPとの提携  
事項

2. 出店資格・種類を確認の上、販売者登録用のアカウントを作成

- アカウントを申請する前に、中国国内の携帯電話番号を用意する必要有り（認証コード受信用）



- 中国国内で使用されている携帯電話番号を入力
- 携帯電話の認証コードを取得
- アカウント名を作成
- 登録用パスワードの設定
- 『京東企業ユーザー登録契約』を確認の上、同意欄にチェックを入れる
- 次をクリックして続行する

**注意事項**

英語版はないので、中国語の対応が必要

**参考**

1. 京東国際、法人ユーザー登録・アカウント新規設立  
<https://reg.jd.com/e/regPage?source=biguser&tqId=S-qtkaHl2k>



# 中国 | 京東 | 越境EC出店マニュアル

## 京東 越境EC出店マニュアル

1. 出店資格及び出店種類の確認

2. 販売者アカウントの作成

3. 出店関連の各種規則の確認

4. ビジネス文書のアップロード

5. 京東の審査を待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

8. 受発注

a. 禁止・注意事項

b. 料金体系

c. TPとの提携事項

### 3. 出店各プロセスにおける規則・基準を確認する

- アカウント作成後、以下の画面が表示される。主に、京東国際に出店の段階における規則・ルールの説明となる

#### プラットフォーム確認事項のページ



#### 各プロセスに関する規則

出店前

店舗設立

店舗運営

①プラットフォームマネジメント総則

②出店基準、規範

③料金徴収基準

④アフターサービスマネジメント規則

⑥店舗命名規則

⑤多品目販売に関するマネジメント規則

#### 注意事項

英語版はないので、中国語での対応が必要

#### 参考

1. 京東国際、出店注意事項

[https://apply.shop.jd.com/apply/flow\\_notice\\_view.action?flowType=worldwide](https://apply.shop.jd.com/apply/flow_notice_view.action?flowType=worldwide)



1. 出店資格及び  
出店種類の確認

2. 販売者アカウ  
ントの作成

3. 出店関連の各  
種規則の確認

4. ビジネス文書  
のアップロード

5. 京東の審査を  
待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

8. 受発注

a. 禁止・注意  
事項

b. 料金体系

c. TPとの提携  
事項

### 3. 参考) 各項目の概要は以下の通り

項目	概要
①プラットフォーム マネジメント総則	<ul style="list-style-type: none"> <li>越境EC出店・運営に関する用語の定義・説明</li> <li>アカウント申請、販売・取引、マーケティング活動、アフターサービス、消費者口コミ、規則違反に関する処罰、奨励など、出店関連の各種プロセス・場合において、遵守すべきルール・詳細条例の提示</li> </ul>
②出店基準、 規範	<ul style="list-style-type: none"> <li>各種店舗出店の資格（基本前述と同様）</li> <li>商品産地・出荷地域、商品情報、カスタマーサービス、物流サービスに関する事前確認事項                     <ul style="list-style-type: none"> <li>例：出荷地域は海外・中国国内保税区であること、中国語対応できるカスタマーサービスチームを備えることなど</li> </ul> </li> <li>商品情報配布（商品名、写真、機能説明など）、品目・SKU<sup>注1</sup>・販売価格に関する規則</li> </ul>
③料金徴収基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>出店の種類、販売品目次第、料金徴収基準も異なる（詳細は料金体制で展開）                     <ul style="list-style-type: none"> <li>メーカー・メーカーの独占代理店による出店の場合、追加保証金を徴収する</li> <li>食品・飲料を販売する場合、プラットフォーム利用の追加手数料を徴収する</li> </ul> </li> </ul>
④アフターサービス マネジメント規則	<ul style="list-style-type: none"> <li>返品・メンテナンスの基準、プロセス、対応時間など</li> <li>出店者、消費者の責任判断基準など</li> </ul>
⑤多品目販売に 関するマネジメント 規則	<ul style="list-style-type: none"> <li>商標登録書に含まれる販売品目、かつ京東国際規定の範囲以外、品目を跨ぐ販売は不可となる                     <ul style="list-style-type: none"> <li>例：パーソナルケア・化粧品販売の場合、家具・家電の販売は不可となる（別の店舗であれば販売可能）、詳細は『多品目販売に関するマネジメント規則』を参考</li> </ul> </li> </ul>
⑥店舗命名規則	<ul style="list-style-type: none"> <li>出店種類に合わせ、店舗名を「商標名・企業関連名称 + 海外**店」に命名する                     <ul style="list-style-type: none"> <li>例：鶴羽薬粧（企業名） + 海外官方旗艦店（小売出店の場合、旗艦店の命名は可能）</li> </ul> </li> </ul>

#### 注意事項

1. SKU (Stock keeping Unit)とは、通常在庫管理の最小単位である。

#### 参考

1. 京東国際、出店注意事項

[https://apply.shop.jd.com/apply/flow\\_notice\\_view.action?flowType=worldwide](https://apply.shop.jd.com/apply/flow_notice_view.action?flowType=worldwide)



中国 | 京東 | 越境EC出店マニュアル  
**京東 越境EC出店マニュアル**

1. 出店資格及び  
出店種類の確認

2. 販売者アカウント  
の作成

3. 出店関連の各種  
規則の確認

4. ビジネス文書  
のアップロード

5. 京東の審査を  
待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

8. 受発注

a. 禁止・注意  
事項

b. 料金体系

c. TPとの提携  
事項

4-① 企業資格に関する各種情報の入力・書類のアップロード

**企業情報の入力**

1. 信息提交前, 请务必先了解京东商城国际平台招商标准及商家入驻规范;  
 2. 公司类信息需填写较多, 建议先查看公司信息填写事项再进行填写;  
 材料, 若非英文版本, 请提供原件扫描件及英文翻译件, 仅支持JPG、GIF、PNG格式的图片, 大小不超过

**企业信息**

- ① 公司名称: 英語で企業名を入力、企業登記簿と銀行口座名が一致していること
- ② 营业执照/公司证件号: 企業登記簿のナンバーを入力
- ③ 公司注册文件/营业执照电子版: 企業登記簿のコピーをアップロード (英語以外の場合、翻訳が必要)
- ④ 法定代表人姓名: 法人名、企業登記簿と一致であること
- ⑤ 法定代表人证件类型: 法人の身分証明書のコピーをアップロード

下記は省略

**銀行口座情報の入力**

1. 信息提交前, 请务必先了解京东商城国际平台招商标准及商家入驻规范;  
 2. 公司类信息需填写较多, 建议先查看公司信息填写事项再进行填写;  
 请提供原件扫描件及英文翻译件, 仅支持JPG、GIF、PNG格式的图片, 大小不超过

**银行账户信息**

- ① 公司银行账号: 口座番号を入力 (ドル決済の機能が必要)
- ② 开户银行所在地: 銀行所在地を入力
- ③ 银行名称: 銀行名を入力
- ④ 银行号 (swift code): Swift codeを入力
- ⑤ 开户证明或结算信息采集单: 法人口座証明書類のコピーをアップロード

下記は省略

**注意事項**

英語版はないので、中国語での対応が必要

**参考**

1. 京東国際、出店申請

[https://apply.shop.jd.com/apply/flow\\_form\\_doSave.action?flowTypeQuery=world\\_new&stepTypeQuery=contact](https://apply.shop.jd.com/apply/flow_form_doSave.action?flowTypeQuery=world_new&stepTypeQuery=contact)



中国 | 京東 | 越境EC出店マニュアル  
**京東 越境EC出店マニュアル**

1. 出店資格及び  
出店種類の確認

2. 販売者アカウントの作成

3. 出店関連の各種規則の確認

4. ビジネス文書のアップロード

5. 京東の審査を待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

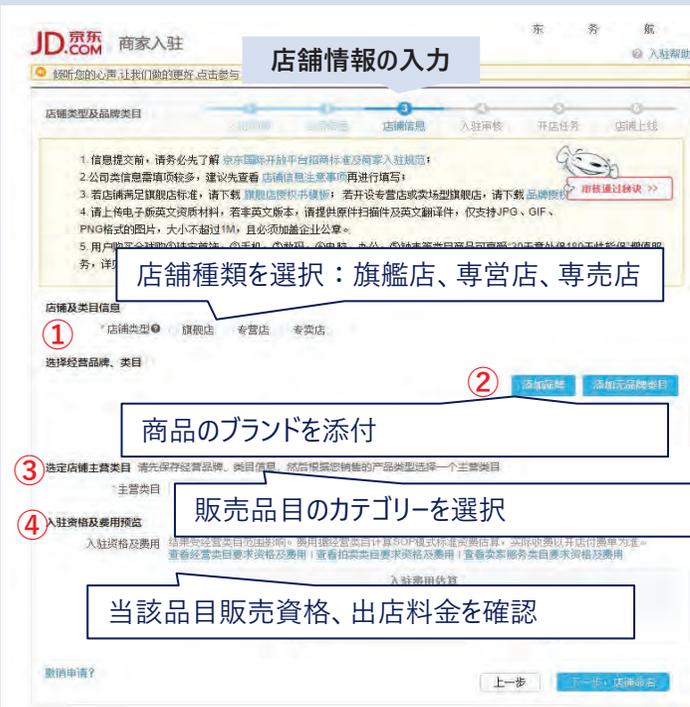
8. 受発注

a. 禁止・注意事項

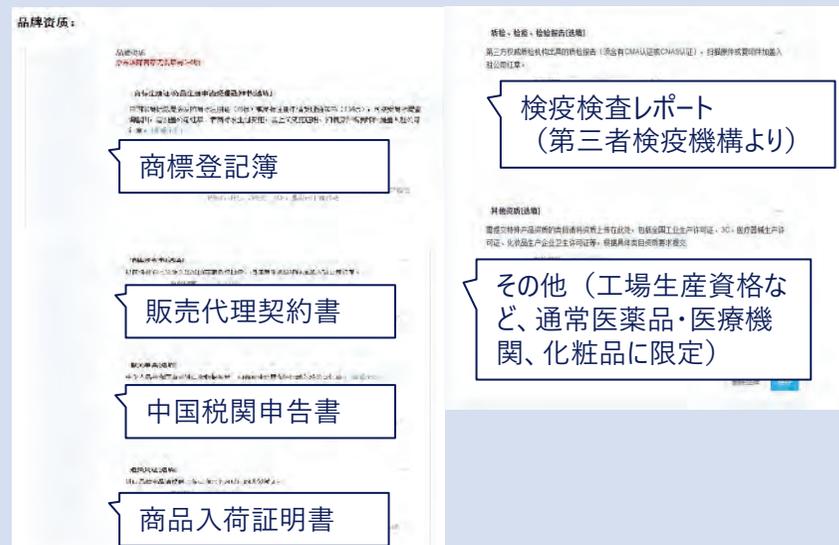
b. 料金体系

c. TPとの提携事項

4-②店舗設立に関する各種情報の入力・書類のアップロード



④販売資格に関する追加書類は以下の通り



注意事項

英語版はないので、中国語での対応が必要

参考

1. 京東国際、出店申請

[https://apply.shop.jd.com/apply/flow\\_form\\_doSave.action?flowTypeQuery=world\\_new&stepTypeQuery=contact](https://apply.shop.jd.com/apply/flow_form_doSave.action?flowTypeQuery=world_new&stepTypeQuery=contact)





中国 | 京東 | 越境EC出店マニュアル  
**京東 越境EC出店マニュアル**

1. 出店資格及び出店種類の確認

2. 販売者アカウントの作成

3. 出店関連の各種規則の確認

4. ビジネス文書のアップロード

5. 京東の審査を待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

8. 受発注

a. 禁止・注意事項

b. 料金体系

c. TPとの提携事項

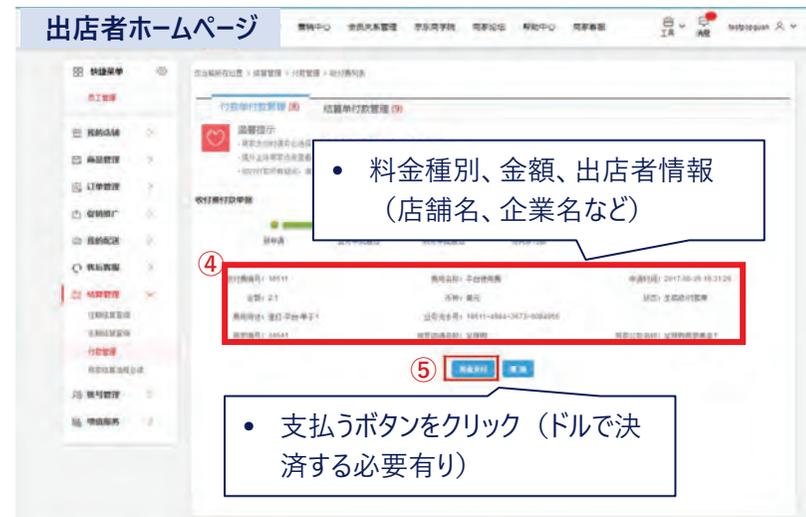
6. 審査に合格した場合、料金体系（詳細は後述）を参照し、出店関連料金を支払う

- 支払い料金の名目、金額などは、出店者ホームページでチェックできる

ステップ1：出店者ホームページで決済項目を確認



ステップ2：料金の詳細を確認の上、支払う



注意事項

英語版はないので、中国語での対応が必要

参考

1. 写真は京東国際担当者より提供



1. 出店資格及び出店種類の確認

2. 販売者アカウントの作成

3. 出店関連の各種規則の確認

4. ビジネス文書のアップロード

5. 京東の審査を待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

8. 受発注

a. 禁止・注意事項

b. 料金体系

c. TPとの提携事項

7. 出店後、安定運営まで1年程度を所要。それに至るまでの各ステージでは、目標・タスクの逐次突破が必要

店舗設立後、展開段階別の目標、タスク（全般のイメージ<sup>注1</sup>）

	販売初期 (第1～3ヶ月目)	販売拡大期 (第4～6ヶ月目)	販売改善期 (第7～10ヶ月目)	安定運営期 (それ以降)
全体目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売向けの準備</li> <li>経営ルールの習得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売計画、体制の整備</li> <li>販売試行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売実績評価軸の詳細化</li> <li>販売結果を踏まえ、販売手段を最善化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営維持・改善など</li> </ul>
販売目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKUを20個以上出品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKUを50個以上出品</li> <li>主力商品を1個確定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKUを80個以上出品</li> <li>主力商品を2個確定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKUを100個以上出品</li> <li>主力商品を2個確定</li> </ul>
主要タスク	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業・商品の登録</li> <li>物流契約の締結</li> <li>店舗サイト設計</li> <li>倉庫への入荷</li> <li>マーケティング、カスタマーサービス、商品販売におけるルールの習得、各種ツールの導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売計画作成（目標、実現手段、広告投入など）</li> <li>品揃えの構築（主力、サブ主力、一般商品など）</li> <li>運営部隊<sup>注2</sup>の整備（マネージャー1人、サービス1人、デザイン1人）</li> <li>主力商品に関する販売計画の詳細化と実行</li> <li>販売実績の評価軸を作成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>評価軸の詳細化：集客数、集客の転換率、客単価など</li> <li>市場ニーズ、販売実績のデータ活用による品揃えの強化など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>主力商品販売の継続展開・改善</li> <li>商品バラエティーの豊富化</li> <li>評価軸の改善など</li> </ul>

注意事項

1. 詳細な販売目標は、京東国際と相談の上で決めることが可能。上記の目標・タスクは、京東国際への出店者の一般的な状況を踏まえ、参考程度に整理するもので、強制的なものではない。
2. 中国語が対応できる運営部隊が必須

参考

1. 京東国際担当者ソフトサウンディングより



中国 | 京東 | 越境EC出店マニュアル  
**京東 越境EC出店マニュアル**

1. 出店資格及び出店種類の確認

2. 販売者アカウントの作成

3. 出店関連の各種規則の確認

4. ビジネス文書のアップロード

5. 京東の審査を待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

8. 受発注

a. 禁止・注意事項

b. 料金体系

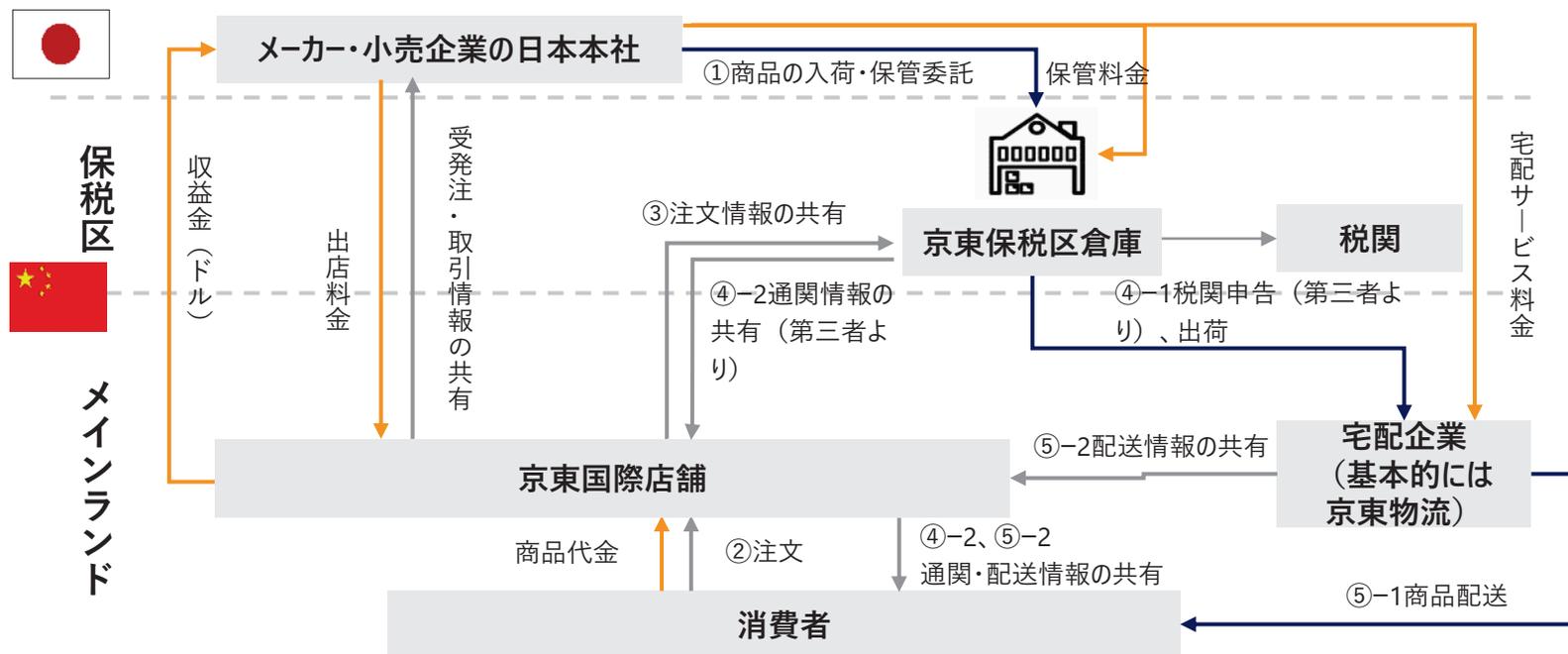
c. TPとの提携事項

8-①. 保税區モデルでは、保税區倉庫の商品保管、中国国内の宅配について、京東のリソースを活用できる

- 国際物流は、日本側出店者より指定。京東保税區倉庫に商品を入荷して以降、在庫保管、宅配は京東に委託できる

保税區モデルにおける受発注の主要プロセス、および商流・金流・情報流構造

凡例：→商流 →情報流 →金流



注意事項

- 中国国内における消費者注文対応、受発注・市場情報の共有、入金マネジメントの業務も、TP企業へ委託できる



中国 | 京東 | 越境EC出店マニュアル  
**京東 越境EC出店マニュアル**

1. 出店資格及び出店種類の確認

2. 販売者アカウントの作成

3. 出店関連の各種規則の確認

4. ビジネス文書のアップロード

5. 京東の審査を待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

8. 受発注

a. 禁止・注意事項

b. 料金体系

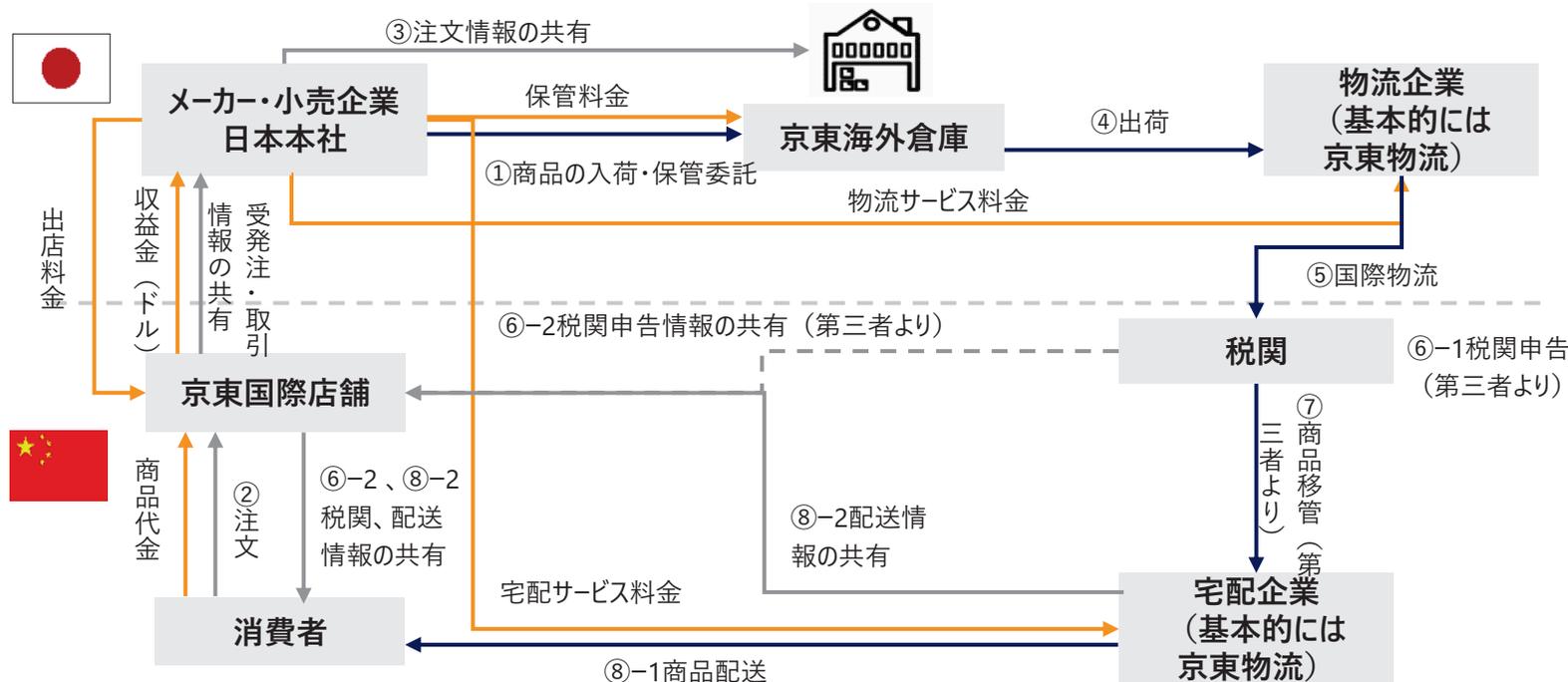
c. TPとの提携事項

8-②. 直販モデルでは、海外倉庫保管、国際物流、国内宅配業務について、京東のリソースを活用できる

- 出店者は、商品を京東日本倉庫への保管委託するのが一般的。注文後、京東国際物流より商品を中国まで配送し、日本出店者の在中国パートナーより税関申告することが一般的。さらに、京東国内配送チームより消費者まで商品を届ける。

直販モデルにおける受発注の主要プロセス、および商流・金流・情報流構造

凡例：→商流 →情報流 →金流



注意事項

- 中国国内における消費者注文対応、受発注・市場情報の共有、入金マネジメントの業務も、TP企業へ委託できる



中国 | 京東 | 越境EC出店マニュアル  
**京東 越境EC出店マニュアル**

1. 出店資格及び出店種類の確認

2. 販売者アカウントの作成

3. 出店関連の各種規則の確認

4. ビジネス文書のアップロード

5. 京東の審査を待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

8. 受発注

a. 禁止・注意事項

b. 料金体系

c. TPとの提携事項

a. 以下の事項に違反した場合、販売制限・停止、罰金、閉店などのリスクがあるので、回避する必要がある

- 京東国際における重大な違反行為に対し、出店者へのプロモーション制限、店舗評点の減点、販売停止、閉店などの措置が講じられる

京東国際、重大違反行為リスト 凡例：○処罰あり -対象外

項目	説明	処罰				
		商品・店舗プロモーション制限	店舗評点の減点 <sup>注1</sup>	罰金	商品販売停止	閉店
偽物の販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>京東国際より在庫商品の裏面調査、消費者クレーム処理などで、偽物・海賊版商品と判断</li> </ul>	○	○	-	○	○
非海外商品の販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>外国・非中国保税區における出荷</li> </ul>	-	○	○	-	-
税関未申告の商品を販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国税関申告無し、申告詐欺、越境EC商品ホワイトリスト以外の商品など</li> </ul>	○	○	-	○	○
禁止情報の配布	<ul style="list-style-type: none"> <li>武器、危険化学品など、中国法律上で販売を禁止されている情報の配布</li> </ul>	○	○	-	○	○
商品品質の不合格	<ul style="list-style-type: none"> <li>国家監督部署の検査、京東国際による調査、消費者クレーム処理で不合格と判断</li> </ul>	-	○	-	○	-

**注意事項**

1. 減点の幅によって、プロモーション活動の制限、商品発売の制限、違約金の支払いなどの処罰が更に追加される。

**参考**

1.京東国際、出店者規則違反に対するマネジメント規範  
<https://rule.jd.com/rule/ruleDetail.action?ruleId=617641874278191104&btvpe=8>



中国 | 京東 | 越境EC出店マニュアル  
**京東 越境EC出店マニュアル**

1. 出店資格及び出店種類の確認

2. 販売者アカウントの作成

3. 出店関連の各種規則の確認

4. ビジネス文書のアップロード

5. 京東の審査を待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

8. 受発注

a. 禁止・注意事項

b. 料金体系

c. TPとの提携事項

a. 継続) 以下の事項に違反した場合、販売制限・停止、罰金、閉店などのリスクがあるので、回避する必要がある

京東国際、重大違反行為リスト 凡例：○処罰あり -掲載されない

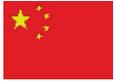
項目	説明	処罰				
		商品・店舗 プロモーション制限	店舗評 点の減点	罰金	商品販 売停止	閉店
資料審査不合格	<ul style="list-style-type: none"> <li>国家監督部署の検査、京東国際による調査、消費者クレーム処理で商品品質が不合格と判断</li> </ul>	○	○	-	○	-
フェイク取引	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社商品の裏面購入による売上実績・口コミの向上など</li> </ul>	○	○	○	○	○
補助金の不正獲得	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上実績の偽造などによる京東国際のクーポン、補助金の獲得</li> </ul>	○	○	-	-	○
賄賂	<ul style="list-style-type: none"> <li>京東国際の社員に対し、礼金・プレゼント・有価証券などを、自社利益と交換する場合</li> </ul>	-	○	-	-	-
同業他社アカウントの不正利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>京東国際に出店する他社のアカウントを不正利用しプライバシーの獲得、財産権の侵害</li> </ul>	-	○	-	-	-

注意事項

NA

参考

1. 京東国際、出店者規則違反に対するマネジメント規範  
<https://rule.jd.com/rule/ruleDetail.action?ruleId=617641874278191104&btpe=8>



中国 | 京東 | 越境EC出店マニュアル  
**京東 越境EC出店マニュアル**

1. 出店資格及び  
出店種類の確認

2. 販売者アカウ  
ントの作成

3. 出店関連の各  
種規則の確認

4. ビジネス文書  
のアップロード

5. 京東の審査を  
待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

8. 受発注

a. 禁止・注意  
事項

b. 料金体系

c. TPとの提携  
事項

a. 継続) 以下の事項に違反した場合、販売制限・停止、罰金、閉店などのリスクがあるので、回避する必要がある

京東国際、重大違反行為リスト 凡例：○処罰あり -掲載されない

項目	説明	処罰				
		商品・店舗 プロモーション制限	店舗評 点の減点	罰金	商品販 売停止	閉店
消費者財産の不正 獲得	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者財産の不法獲得</li> </ul>	○	○	○	○	-
消費者プライバシー の漏れ	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者プライバシーの獲得、配布、漏れなど</li> </ul>	○	○	-	-	-
その他の人権侵害	<ul style="list-style-type: none"> <li>誹謗、ストーキング、言語攻撃など</li> </ul>	-	○	-	-	-
プラットフォーム秩序 の破壊	<ul style="list-style-type: none"> <li>京東国際ブランドイメージの破壊、契約内容の不法漏洩など</li> </ul>	○	○	-	○	○
法律上の義務の違 反	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者に対する販売資格を提示する義務の違反</li> </ul>	-	○	-	-	-
他社店舗販売・取 引情報の不正利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>他社商品リストの不正コピーなど</li> </ul>	○	○	-	○	-

注意事項

NA

参考

1. 京東国際、出店者規則違反に対するマネジメント規範  
<https://rule.jd.com/rule/ruleDetail.action?ruleId=617641874278191104&btpe=8>



1. 出店資格及び出店種類の確認

2. 販売者アカウントの作成

3. 出店関連の各種規則の確認

4. ビジネス文書のアップロード

5. 京東の審査を待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

a. 禁止・注意事項

b. 料金体系

c. TPとの提携事項

## b. 料金体制は、主に、プラットフォーム出店・利用関連料金と保証金に分けられる

### ● 出店者は、以下の項目に参照し、料金を支払う

- 出店料金は、主に、出店・利用料金と保証金の2種類に分けられる。
  - 前者は固定費と変動費を含み、徴収期間がは料金種別によって当日、当四半期、当年度がある。後者は、店舗設立の時点で支払う。

### 越境ECにおける農林水産物関連、料金体制<sup>注1</sup>

項目	カテゴリー	プラットフォーム出店・利用関連			保証金	
		固定費用 (ドル/年)	変動費用 (ドル) <sup>注2</sup>		店舗保証金 (ドル)	特別保証金 (ドル、メーカー・メーカー独占代理店のみ)
			ベーシック料金	追加手数料		
ベビー用品	粉ミルク	1,000	当日GMV * 2%	当四半期総合GMV * 1%	30,000	5,000
	幼児食品	1,000	当日GMV * 2%	当四半期総合GMV * 1%	15,000	5,000
食品・飲料	飲料、加工食品、調味料など	1,000	当日GMV * 2%	無し	15,000	5,000
酒	西洋酒、日本酒、ビールなど	1,000	当日GMV * 2%	無し	15,000	5,000
水産物	冷凍海鮮など	500	当日GMV * 2%	無し	2,000	500
乳製品	アイス、低温牛乳など	500	当日GMV * 2%	無し	2,000	無し

### 注意事項

1. 多項目の商品を販売の場合、GMV (Gross Merchandise Volume、取引金額) の高い方を参考にし、料金を徴収する
2. 変動費率は、カテゴリー別で、徴収基準も異なる。
  - 当期 (四半期) において、出店者の広告投入費用がGMV\*α%を超過する場合、追加手数料は徴収されない。超過しない場合、その差の分を徴収される。

### 参考

1. 京東国際各項目商品の料金体制  
<https://rule.jd.com/rule/ruleDetail.action?ruleId=660780499232493568>
2. 京東国際利用料金の詳細  
<https://rule.jd.com/rule/ruleDetail.action?ruleId=660781979167494144>



中国 | 京東 | 越境EC出店マニュアル  
**京東 越境EC出店マニュアル**

1. 出店資格及び出店種類の確認

2. 販売者アカウントの作成

3. 出店関連の各種規則の確認

4. ビジネス文書のアップロード

5. 京東の審査を待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

a. 禁止・注意事項

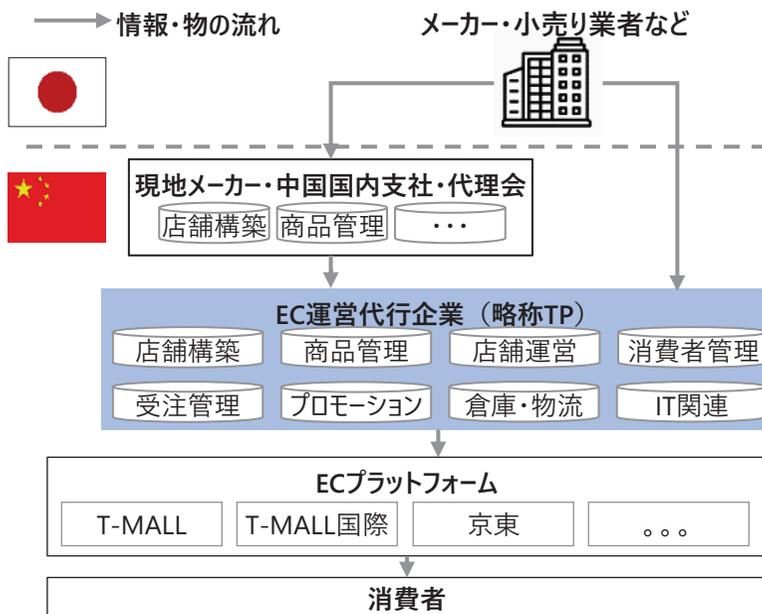
b. 料金体系

c. TPとの提携事項

**C-① 中国での越境ECの展開はハードルが高いため、各種出店支援サービスを展開するTP企業の活用が考えられる**

- TPは、店舗運営代行業務をはじめ、次第に商品管理、マーケティング、物流などオンライン販売の全般業務を代行している。各出店者は、自社出店計画、予算に合わせ、一部、もしくは全部の業務を委託することが可能

メーカー・TPの提携スキーム



TPの詳細機能

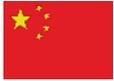
項目	詳細
店舗構築	• EC店舗のビジュアル効果・イメージ、機能デザインなど
商品管理	• 商品の品揃え、在庫状況の確認、補充など
店舗運営	• 販売業績管理、価格管理など
消費者管理	• 問い合わせ受付、クレーム処理、顧客購買データの収集・分析
受注管理	• オーダー処理、発注など
プロモーション	• 消費者分析に基づいた広告・販促活動の計画、実行など
倉庫・物流	• 在庫商品の保管、ピッキング、梱包など • 第三者物流業者委託、自社宅配
IT関連	• CRMマネジメントなど

注意事項

NA

参考

各種公開資料



1. 出店資格及び出店種類の確認

2. 販売者アカウントの作成

3. 出店関連の各種規則の確認

4. ビジネス文書のアップロード

5. 京東の審査を待つ

6. 料金支払い

7. 店舗オープン

a. 禁止・注意事項

b. 料金体系

c. TPとの提携事項

### C-② TP各社にそれぞれ特徴、得意領域があるため、自社事業計画に合ったTPの選定・起用が重要である

- 各TP企業は、それぞれ得意の領域でEC出店支援サービスを展開。
- 出店支援の実績などは京東より評価される。日本企業は、京東から配布される結果を参考にし、各TP企業の事業内容・販売実績を把握した上で提携の必要性を判断すべき。
  - 京東は、売り上げ、提携企業の規模、提携企業売り上げ成長率などの軸で定期的にTPを評価し、その結果をホワイトリスト・ランキングの形で配布している<sup>注1</sup>。
  - 一方、TPとの提携は、必ずしも事業成功につながるとは断言できない。情報漏れのリスクの回避、合意形成への工夫なども考えるべき。

#### ホワイトリストTP企業（一部）

TP企業名	主要事業領域	主な提携ブランド (太字：食品関連)	日系企業提携状況
上海凯诒電子商務有限公司	消費財全般	• Nature Made、 <b>Fancl</b> 、 <b>Glico</b> 、Rohto、RAPAS	• Fancl、Glico、Rohtoなど
上海品星互聯網情報技術股份有限公司	食品、ベビー用品	• Nepia、Dodie、 <b>Anchor</b> 、 <b>Weyth</b> 、 <b>Haagen-Daz</b>	• 資生堂、ネピアなど
北京京伙伴電子商務有限公司	食品、自動車、ブランド品など	• AUX、 <b>五糧液</b>	• 詳細不明
北京百仕	消費財全般	• <b>Nestle</b> 、Innisfree、Diorなど	• 詳細不明
北京能者居網絡科技有限公司（Nengzheju）	消費財	• <b>Yili</b> 、 <b>Kweichow Moutai</b> 、Lancome、Dysonなど	• 詳細不明

#### 注意事項・参考

- 京東認定TP企業リスト<https://pro.jd.com/mall/active/fohyLzK6XKRY9mu6o81wMVMuEVt/index.html>
- 京東TP企業、クォーター別ランキング<https://pro.jd.com/mall/active/4FCpBuJBLgYmrphvgVo5ooKkpYNz/index.html>
- 京東TP企業、取引サイト（主要領域、サービス内容、ランキング、料金情報が入手可能）  
[https://fw.jd.com/main/search/?cids=37202,12001,206,37201,4002&front\\_cid=41687](https://fw.jd.com/main/search/?cids=37202,12001,206,37201,4002&front_cid=41687)

The text is framed by two decorative swooshes. The top swoosh is a gradient bar transitioning from blue on the left to red on the right, arching over the text. The bottom swoosh is a solid blue bar, also arching under the text.

***Share the Next Values!***