

越境 EC しくじり大全

始める前に知っておきたかった！

だれにも言えない 越境 ECの失敗事例 2024



Index

はじめに

01 法規制・制度変更の確認不足	02
02 マーケティングの失敗	03
03 運営体制の失敗	06
04 発送の失敗	07
05 価格設定の失敗	09
06 EC サイトへの登録ミス	11
07 為替変動リスクに対する失敗	12
08 商標未登録の失敗	13
09 サイバー攻撃のトラブル	14
10 悪質なトラブルにも注意	16
日本語のサポート体制で安心！ 東南アジア・台湾への越境 EC なら、Shopee（ショッピング）	17

調査概要：越境 EC の失敗経験に関する実態調査

調査方法：IDEATECH が提供するリサーチ PR「リサピー®」の企画によるインターネット調査

調査期間：2024 年 3 月 26 日～同年 3 月 27 日

有効回答：越境 EC での失敗経験のある企業の経営者・役員 100 名

※構成比は小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも 100 とはなりません。

利用条件

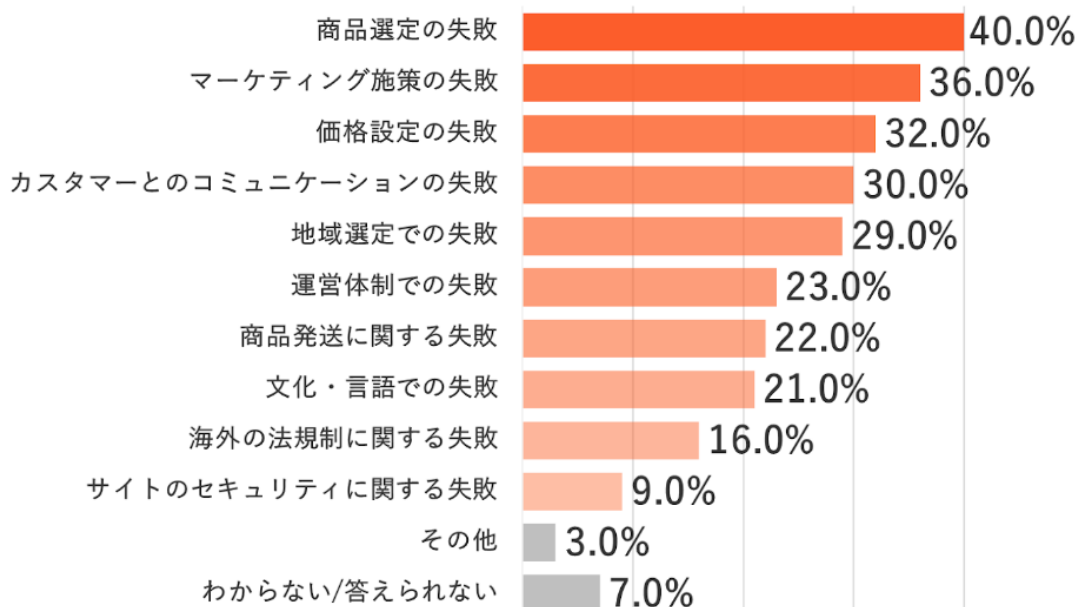
- 1 情報の出典元として「shopee」の名前を明記してください。
- 2 ウェブサイトで使用する場合は、出典元として、下記リンクを設置してください。
URL：<https://shopee.jp/>

はじめに

越境 EC のカスタマーは外国人、または海外に住む方。インターネットを使って、だれでも気軽に始められるようになったものの、日本国内で商売をするのとは異なる部分が多いゆえ、トラブルも多くあります。「やってみなければ分からない」部分がたくさんあるのも事実ですが、事前に知っておくことで回避できることもあります。

実際に、当社が越境 EC での失敗経験のある企業の経営者・役員に対して実施した調査（※）では、以下のような失敗経験が挙げられています。

Q1 越境ECの失敗について教えてください。（複数回答）



Shopee Japan株式会社
越境ECの失敗経験に関する実態調査 | n=100

これから越境 EC を始めようとしている方は、よくあるトラブル例を確認しておき備えておきましょう。また、すでに越境 EC にチャレンジしているものの、なかなかうまくいかないという方もぜひ参考にしてください。今回は、東南アジア・台湾で、最大規模の E コマースプラットフォームである Shopee のセラーからよく聞く、「始める前に知っておきたかった」という失敗経験をご紹介します。

法規制・制度変更の確認不足

その地域で売れるもの／売れないものを把握していなかったゆえのトラブルは Shopee でも頻繁に発生しています。

どんなに時間をかけて準備をしても、その地域で売れないものを販売した場合、オープンした瞬間にショップは凍結されてしまうでしょう。

例えば、シンガポールではコンタクトレンズのオンライン販売が禁止されており、台湾では茶葉やプロテインの輸入が禁止されています。（※2024 年 3 月 1 日現在）

規制は常に変化し、各地で毎週のように新しい規制・制度ができているため、常に最新の情報を得る必要があります。

逆に規制や制度変更の情報をいち早くキャッチすることで、チャンスに繋がられる可能性もあります。あるショップでは、販売国の税金が上がるタイミングで、商品の値段を少し下げたところ、競合商品よりもお得と感じられ、多く売れました。このように、変化に対する柔軟な対応が成功へのポイントです。

失敗の声



法的整備の知識が乏しかった

法的リスクと、商慣習への配慮不足。
特に各国の法制度の理解不足



マーケティングの失敗

日本で成功したマーケティング施策がどの地域でも成功するとは限りません。その地域の特徴や文化、ターゲットの好みを理解せず、マーケティングが的外れとなり、販売が伸び悩むことはよくあります。

例えば、現地の気候を理解していないと販売すべき商品のセレクトを誤ってしまいます。年間を通じて半袖で過ごせるタイで長袖の服を販売したり、湿度が高いのに湿気に弱い革製品を販売してしまったり、という失敗がありました。

気候だけではなく、「売れるタイミング」を把握していないためにチャンスを逃してしまうこともあります。

例えば、アメリカでは、日本と同じように母の日や父の日がある一方で、イースター、感謝祭、ブラックフライデーといった日本では馴染みのない主要なイベントがあります。

また、フィリピンの 2024 年年間イベントは以下のようになっていますが、調べなければ気づかないイベントばかりです。

月	祝祭日・イベント
1 月	新年（1 月 1 日）
2 月	中国旧正月（2 月 10 日）
3 月	聖木曜日（3 月 28 日）・聖金曜日（3 月 29 日）・聖土曜日（3 月 30 日）
4 月	勇者の日（4 月 9 日）
5 月	メーデー（5 月 1 日）
6 月	独立記念日（6 月 12 日）
7 月	
8 月	ニノイアキノ記念日（8 月 21 日）・英雄の日（8 月 26 日）
9 月	
10 月	
11 月	諸聖人の日（11 月 1 日）・死者の日（11 月 2 日）・ボニファシオ記念日（11 月 30 日）
12 月	クリスマス（12 月 25 日）・リサール記念日（12 月 30 日）・大晦日（12 月 31 日）

参考：<https://www.digima-japan.com/knowhow/world/d-globalbusiness-00006.php>

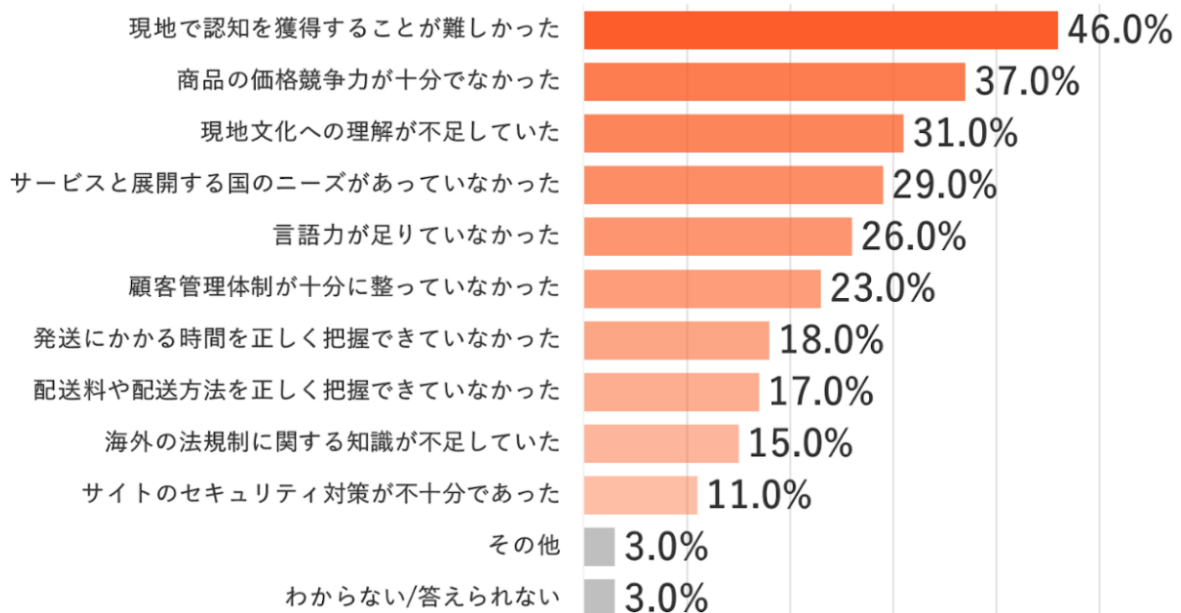
02 マーケティングの失敗

ターゲットとしているマーケットでどのようなニーズがあるかを研究し、セールにつながるタイミングを把握しておくことが大切です。

また、E コマースプラットフォームを使用したマーケティングにも注意が必要です。例えば、Shopee は日本国内の利用者は多くありませんが、東南アジア・台湾では誰もが知るプラットフォームです。「日本・食品」など大きなキーワードでPR をしても埋もれてしまいます。訪問者数が多いモールでは慎重なマーケティング活動が必要です。

実際に当社が行った調査でも、越境 EC の失敗の原因として「現地で認知を獲得することが難しかった」という声が一番に挙げられています。

Q5 越境ECの失敗の原因を教えてください。（複数回答）



Shopee Japan株式会社
越境ECの失敗経験に関する実態調査 | n=100

02 マーケティングの失敗

失敗の声



拡販ルートがない

地域特性の把握が難しかった

地域にあるローカルルールへの
配慮不足



03

運営体制の失敗

現地ユーザーからの問い合わせに対応しきれなくなるなど、顧客管理・対応ができない失敗も多く聞かれます。

Shopee には消費者とチャットできる機能がありますが、売れているセラーほど、担当者を立てるなど、きちんと対応しています。

2019 年の UPS の調査によると、購入者の 73% が「返品時の対応が、同じ小売業者から再度購入するかに影響する」と回答し、購入者の 68% は、「返品時の対応が、その小売業者の総合的な評価に影響する」と答えています。

返品などのカスタマー対応が疎かになれば、ショップの評価が伸びず、どんなに良い商品を扱っていても販売に影響が出てしまいます。

参考：UPS “UPS 2019 Pulse Of The Online Shopper” 6.8.2019

04

発送の失敗

「関税」「商品破損」「配送遅延」「返品・返金」といった、発送に関するトラブルも越境 EC ならではです。

関税

国内配送と国際配送の大きな違いの 1 つは、国際配送には関税がかかる点です。そして、この関税によって多くのトラブルが発生しています。

例えば、商品に対する関税を購入者が払うことを事前に知らせていなかった事により、購入者が商品の受取をししてくれなかったというトラブルが発生しています。

商品破損

日本のように配送環境が整っている国ばかりではありません。日本の配送業者ほど荷物の取り扱いが丁寧ではなく、商品の取り扱いシールを貼っていても見逃して雑に商品を扱う配送会社もあります。そのため、壊れた商品が届いたといったクレームが国内配送よりも多く発生します。また、適切な冷蔵設備がなく、商品が劣化してしまったということもあります。欠陥商品が購入者のもとに届いてしまった場合、セラー側が負担を担うこととなります。

商品は、商品サイズに合った梱包を心掛け、隙間を作らないようにするなど、破損リスクを極力避けるための対応が必要です。ただし、梱包を丁寧にしすぎても送料が高くなってしまいうため、安く安全に送れる最適ポイントを見つけなければなりません。

04 発送の失敗

配送遅延

海外配送は国内配送よりも配送距離が長いため、配送遅延が発生しやすいです。特に、商品が関税で止められ、配送遅延に繋がるケースもあります。配送遅延が頻繁に発生すると顧客満足度の低下を招き、ショップまたはECサイト自体の評価が低下してしまいます。

返品・返金

海外から日本へ商品を返品する際、返品にかかる料金を誰が支払うのか事前に明記していないとトラブルに繋がります。特に、海外から日本への返品送料は国内配送と比較して高額なため、トラブルの原因に繋がりがやすいです。

また、「商品に欠陥があった時のみ返品を受け付ける」など商品の返品を受け付ける条件も明確にしておかないと対応作業が増えてしまいます。

商品の紛失や配送遅延の防止のためには、配送物追跡サービスの活用が有効的です。追跡サービスの導入によって、関税で商品が止められた際にいち早く気づき対応できます。Shopee Japan（ショッピージャパン）では、SLS(Shopee Logistics Service) といった独自の配送サービスを提供しています。

05

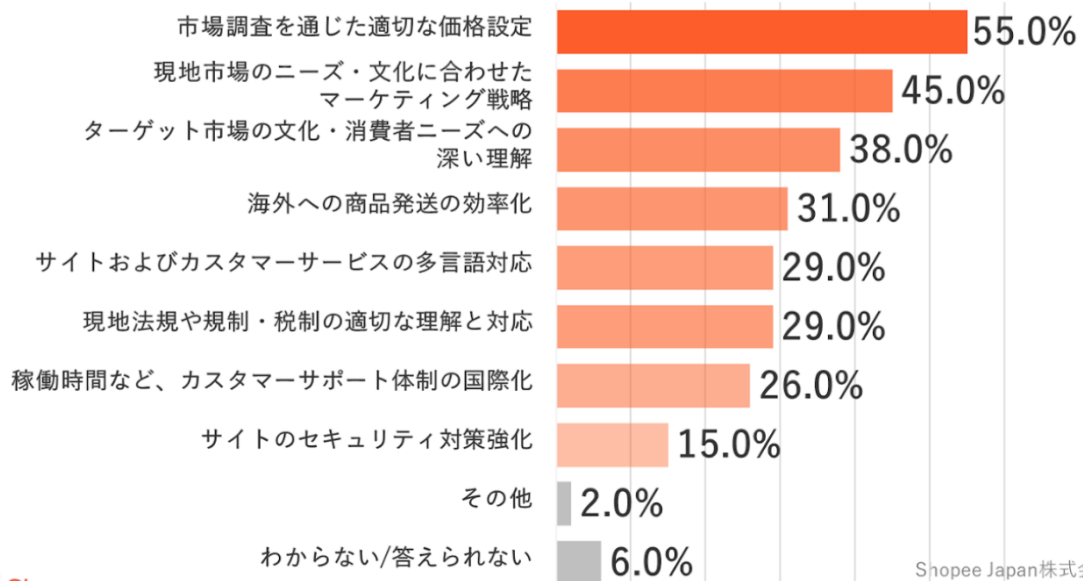
価格設定の失敗

日本市場と同じ価格設定を行ったところ、まったく売れなかったという失敗もあります。

「越境 EC の失敗を踏まえ、今後越境 EC に取り組む際に重要だと感じること」という調査でも「市場調査を通じた適切な価格設定」と答えた割合が最も高くなりました。

Q8

越境ECの失敗を踏まえ、今後越境ECに取り組む際に重要だと感じることを教えてください。（複数回答）



Shopee Japan株式会社
越境ECの失敗経験に関する実態調査 | n=100

05 価格設定の失敗

価格の優位性は競合商品との比較で決まります。何が競合商品となるかは、地域によって変わり、その地域の競合製品と比較して価格が高すぎれば、選択肢から外されてしまいます。

また、ドンキホーテのようなディスカウントショップに行けば、日本製品が意外と簡単に手に入る地域もあります。そのような地域では、送料がかかる分、現地で手に入る商品は EC サイトでは売れにくいでしょう。

さらにコロナ禍後には、直接日本で大量に買い付け、自国で売る人も増えています。彼らが設定する価格とも競わなければなりません。

「MADE IN JAPAN」は高品質という世界からの定評はあるものの、多くの場合、日本製品に対するニーズは「質<値段」であり、どんなに良いものでも高い値段では売れません。

より価格が高くとも売れるようにするには、ブランディング戦略が必須です。国内では有名でも、地域によってはだれも知らないブランドになり得るのです。

失敗の声



価格の差異がありすぎた

商圈を理解せずに価格を設定してしまった



06

EC サイトへの登録ミス

越境 EC に限ったことではありませんが、100 の在庫に対して 200 と登録してしまいキャンセル対応に追われたり、価格の記載を 1 桁間違えて大量の注文が入ってしまったり、EC サイトへの登録ミスによるトラブルを経験したことがある方も少なくありません。

なかには、クーポンの割引率を 15%ではなく 50%と書いてしまった例もあります。揚げ足をとってくるようなカスタマーもいるため、公開前にはダブルチェックを入れるなどミスを防ぐ対応をしましょう。

07

為替変動リスクに対する失敗

為替変動リスクを考慮しなかったことによる失敗は越境 EC ならではです。

円安のときには問題がないと思いますが、円高になれば、同じ価格で出品していても受け取る日本円は減ります。

例えば 10 ドルの商品が 10 個売れた場合、以下の時期では 9000 円変わります。

2023 年 11 月 1 日	1 ドル 150 円	$15000 \text{ 円} \times 10 = 15000 \text{ 円}$
2024 年 1 月 1 日	1 ドル 141 円	$14100 \text{ 円} \times 10 = 141000 \text{ 円}$

価格を変える、販売する地域を変えるなどの対応が必要です。

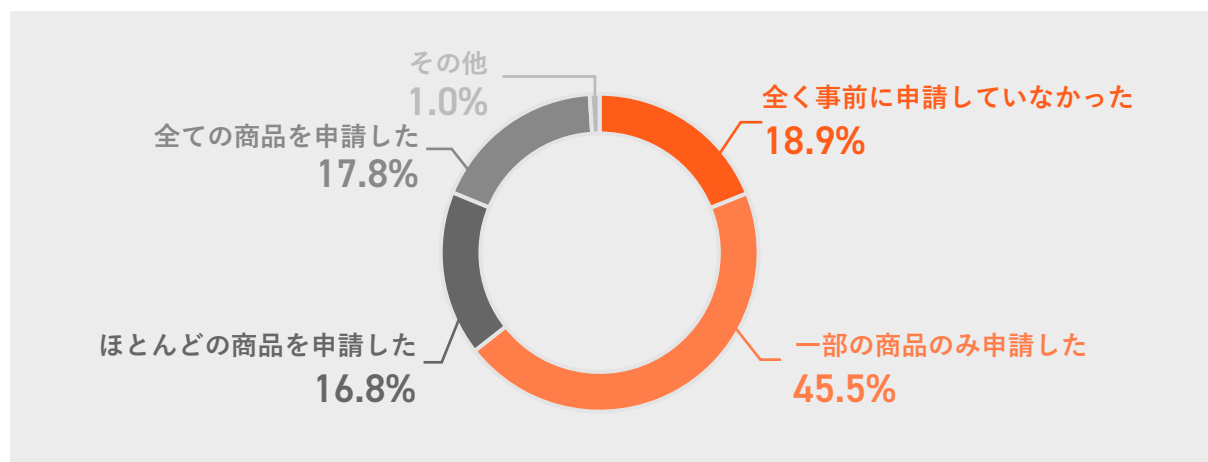
08

商標未登録の失敗

商標未登録によって「海外で商品が販売できなくなる」「商標の無断使用」「模倣品の規制ができない」といったトラブルが起こり得ます。

商標登録は、自社の商品やサービスと他社のものとを区別するために登録します。越境 EC で注意すべき点は、日本国内の商標登録だけでなく、販売する国ごとに商標登録をする必要があることです。しかし、知識不足や登録の手間から商標未登録の越境 EC 事業者が多いのが現状です。

cotobox 株式会社の「越境 EC 事業における商標に関する実態調査」によると、越境 EC で自社ブランドを販売する事業社の内、64.4%もの事業社が販売する国で事前に商標申請していない商品があったことが分かりました。



他社に自社と同じ販売国で同じ商品を先に商標登録された場合、自社ではその商品を海外販売できなくなってしまいます。もし、他社が先に商標登録している商品と知っていながら海外販売を続けた場合、商標登録していない自社の商品が模倣品として訴えられてしまう可能性があります。

また、海外で自社の商品を販売している会社を見つけた場合、販売国で商標登録していなければ、模倣品の規制ができません。それどころか、模倣品を販売している会社に先に商品を商標登録されてしまう可能性すらあります。

サイバー攻撃のトラブル

越境 EC サイトは、様々な国の人々が大勢アクセスします。そのため、サイトの管理に気を付けないとサイバー攻撃や EC サイトの脆弱性を狙われる可能性があります。サイバー攻撃や EC サイトの脆弱性を狙われて起こるトラブルには、「個人情報の流出」や「商品の不正購入」が挙げられます。

個人情報の流出

これまでも数々の EC サイトで、お客様の個人情報やサイトに登録されていたカード情報などが流出するといった事故が発生しています。

EC サイト上から個人情報が流出すると、これまで積み上げてきた社会的信用を失ったり、流失した個人情報が第三者によって悪用された場合には損害賠償を命じられたりする可能性があります。

商品の不正購入

近年、クレジットカードの不正利用による不正購入が増加しています。特に、ブランド品や電化製品、ガジェット品などの高価な商品は、売却によって利益を出しやすいことから不正注文がされやすい商品となっているため、注意が必要です。

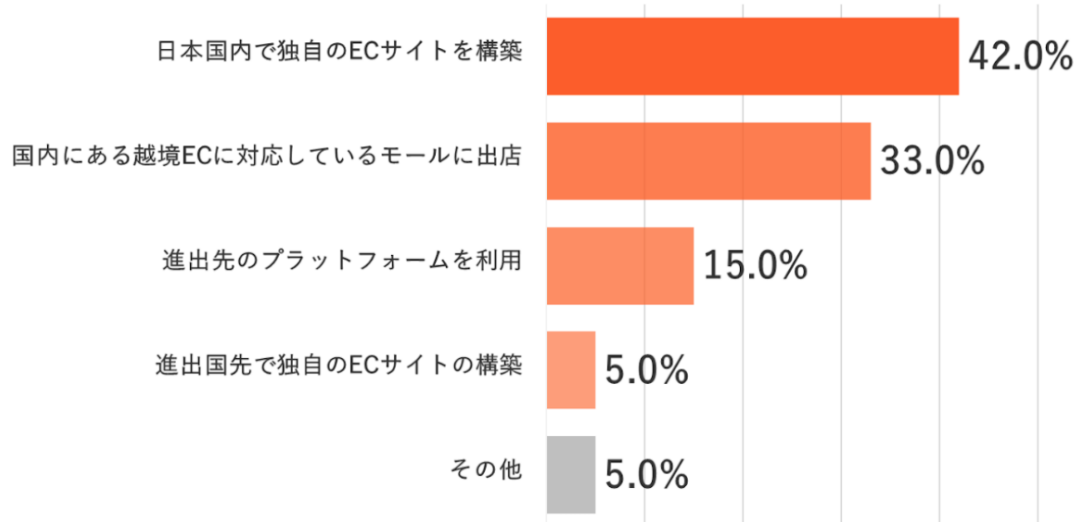
サイバー攻撃や EC サイトの脆弱性を狙われないためには、社員のセキュリティ教育を徹底したり、最新バージョンの OS 利用やウイルス対策ソフトの導入をしたりといった対策が必要です。

また、Shopee をはじめ、セキュリティ対策に力を入れている大型モールを利用することをおすすめします。実際、当社が行った調査では、越境 EC を始めた手段として「日本国内で独自の EC サイトを構築した」人の方が「越境 EC に対応しているモールに出店」した人より、失敗した経験が高くなっています。

09 サイバー攻撃のトラブル

Q4

失敗した越境ECはどのような手段で始めたものですか。



Shopee Japan株式会社
越境ECの失敗経験に関する実態調査 | n=100

10

悪質なトラブルにも注意

消費者が全員いい人というわけではありません。「中身のすり替え事件」も発生しています。ブランドバックが購入者から返品され、中身が偽物にすり替えられていたというようなトラブルです。

これらの犯行は、プロによるものが多く証拠を掴みにくいのが実態です。管理が甘そうなショップほど狙われやすくなります。キャンセルポリシーを明記することはもちろん、発送商品の梱包時に写真や動画を撮影するなど、取引の証拠を残しておくなどの対策をしておきましょう。

日本語のサポート体制で安心！

東南アジア・台湾への越境 EC なら、Shopee（ショッピング）



Shopee（ショッピング）は、シンガポール、台湾、タイ、マレーシア、フィリピンの5つのマーケットに対応する EC モールです。

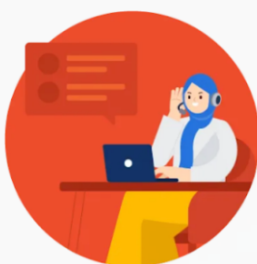
初期費用や維持費は発生しないので、ノーリスクで越境 EC による東南アジア・台湾への販売を始めていただけます。

日本語のサポート体制も整っているため、言語に不安がある方でも安心です。



初期費用・維持費用ゼロ

出店に伴う初期費用や維持費用は発生しません。



日本語のサポート体制

日本語対応のスタッフが販売者さまの運営をサポートします。



配送サポート

割高な国際配送をお得にご利用いただけます。



詳しくはこちらから。まずはアカウント申請を。

<https://shopee.jp/start/>

ショッピングジャパン株式会社

Shopee Japan K.K.

設立 2020 年 7 月

代表 Junjie Zhou

所在地 東京都千代田区丸の内 2-5-1 丸の内二丁目ビル 7 階 xLINK 丸の内

