



【越境EC経験のある経営者・役員に調査】

約半数が「サービス立ち上げから
3ヶ月未満」に課題を発見！
「商品選定の失敗」、
「マーケティング施策の失敗」
が上位に

越境ECでの失敗経験のある企業の経営者・役員100名

Research Outline

調査概要

調査実施者

Shopee Japan株式会社

調査名称

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

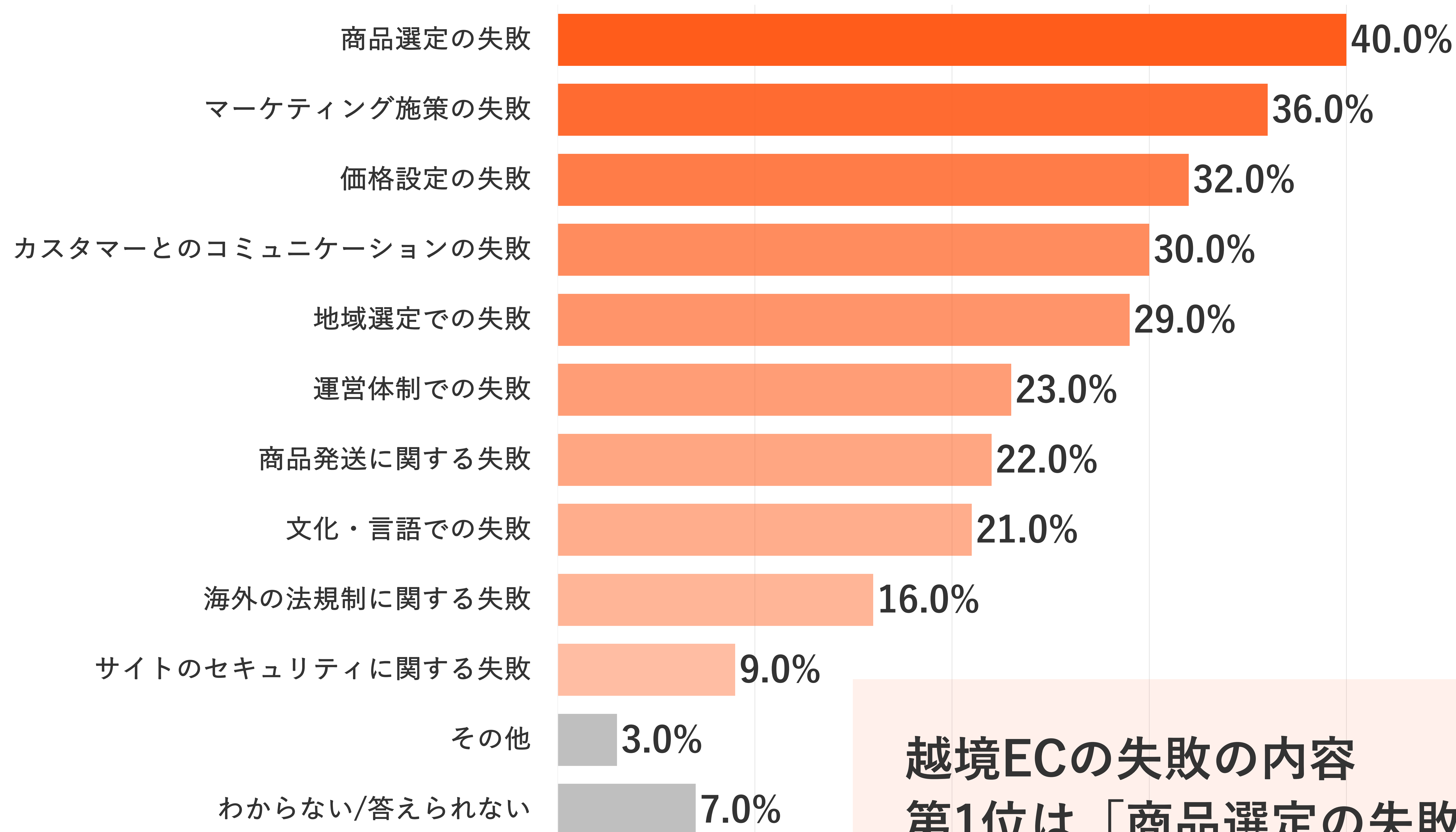
2024年3月26日～同年3月27日

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。

Q1 越境ECの失敗について教えてください。（複数回答）



越境ECの失敗の内容
第1位は「商品選定の失敗」、
第2位は「マーケティング施策
の失敗」という結果となりました。

Q2 Q1で「わからない/答えられない」以外を回答した方にお聞きします。
Q1で回答した以外に、あなたが会社で経験した越境ECの失敗があれば、自由に教えてください。（自由回答）

60歳 価格の差異がありすぎたこと。

53歳 拡販ルートがない。

61歳 地域にあるローカルルールへの配慮不足。

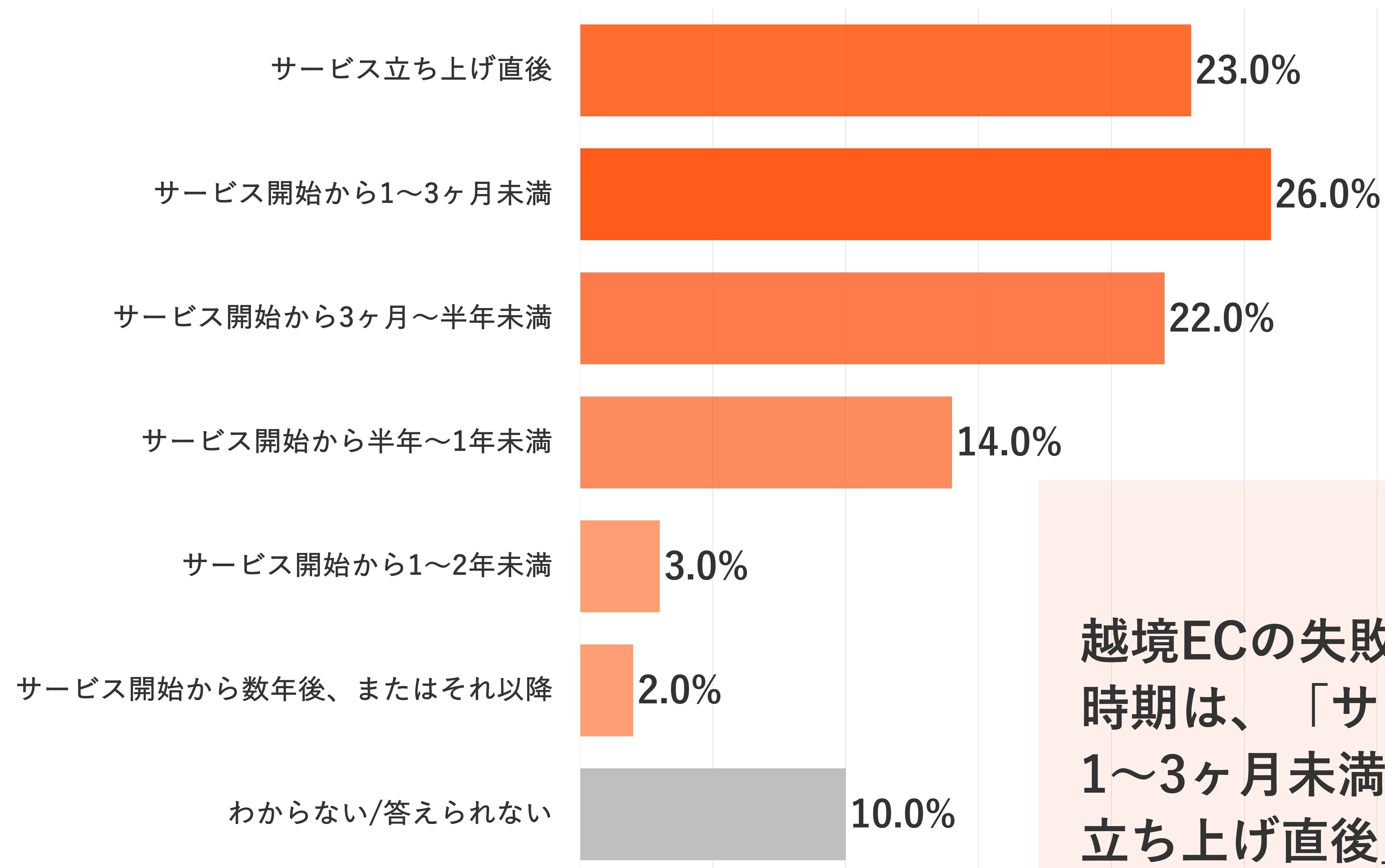
41歳 法的整備の知識が乏しかった。

59歳 商圈を理解せずに価格を設定してしまったこと。

47歳 地域特性の把握が難しい。

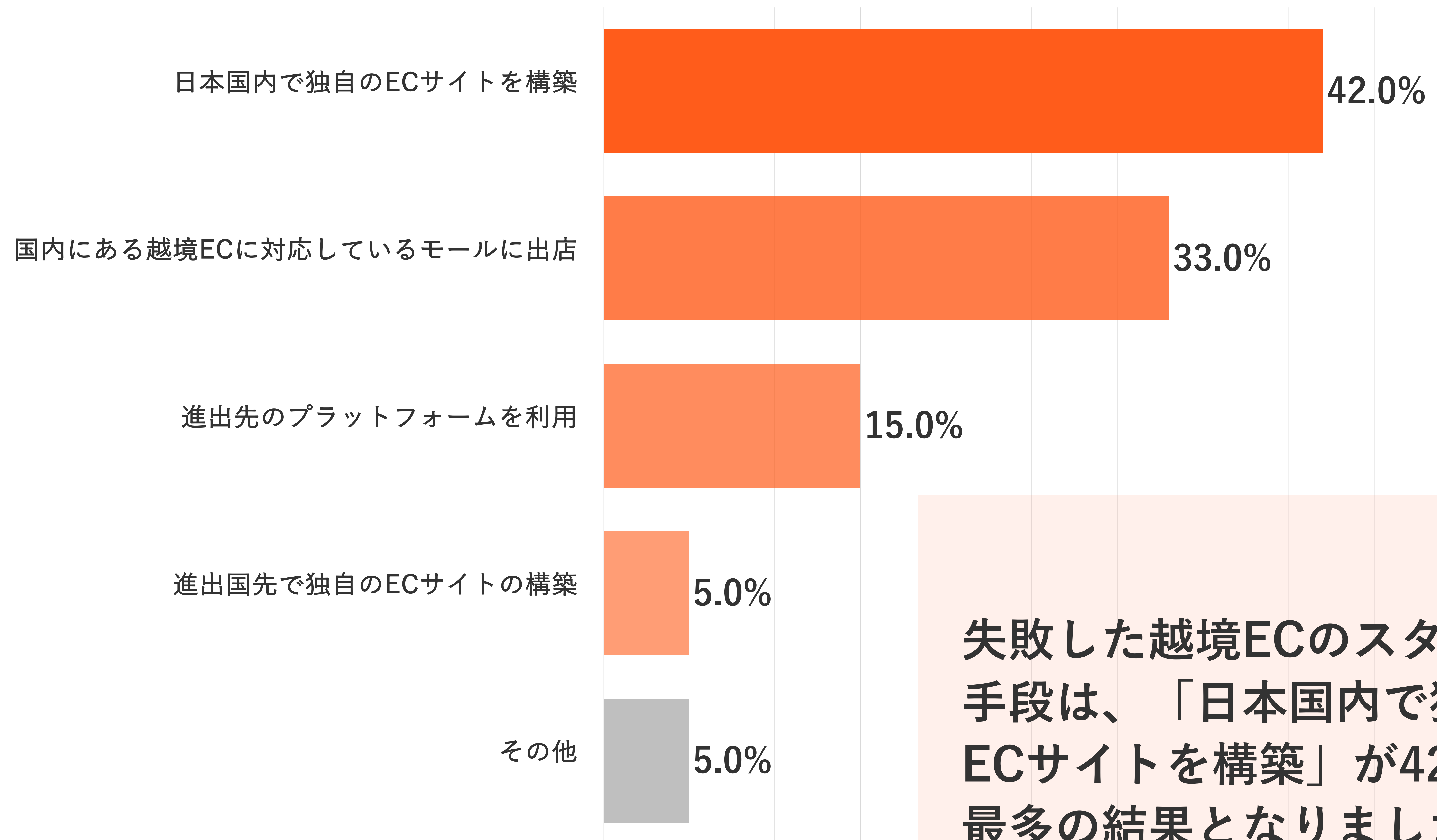
45歳 人材確保。

Q3 越境ECの失敗を経験した時期を教えてください。



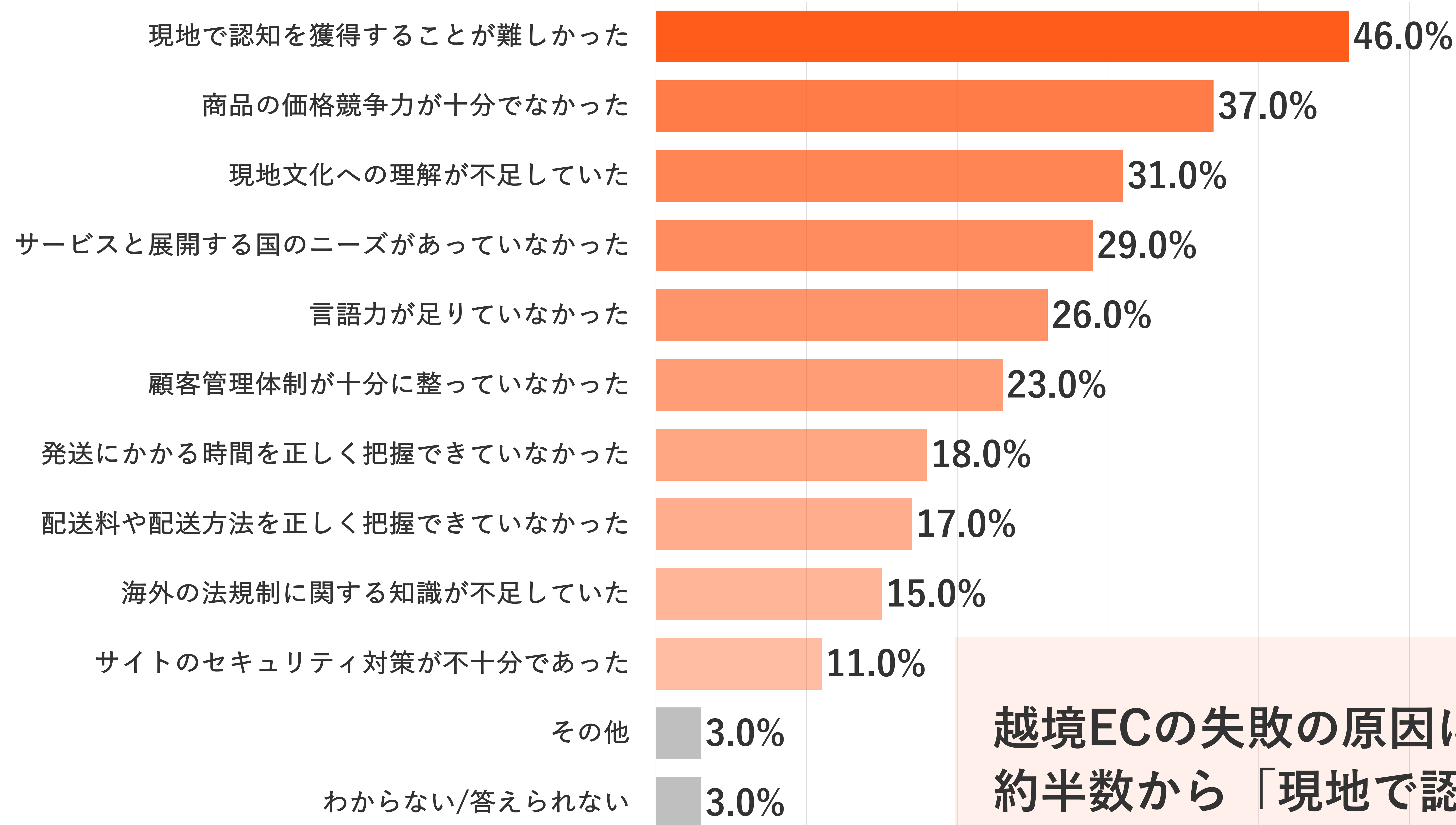
越境ECの失敗を経験した時期は、「サービス開始から1～3ヶ月未満」と「サービス立ち上げ直後」が上位の結果となっています。

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。



失敗した越境ECのスタート手段は、「日本国内で独自のECサイトを構築」が42.0%で最多の結果となりました。

Q5 越境ECの失敗の原因を教えてください。（複数回答）



越境ECの失敗の原因について、約半数から「現地で認知を獲得することが難しかった」の声が挙がっています。

Q6 Q5で「わからない/答えられない」以外を回答した方にお聞きします。
Q5で回答した以外に、越境ECの失敗の原因があれば、
自由に教えてください。（自由回答）

45歳 人材確保。

65歳 トラブルでの対応。

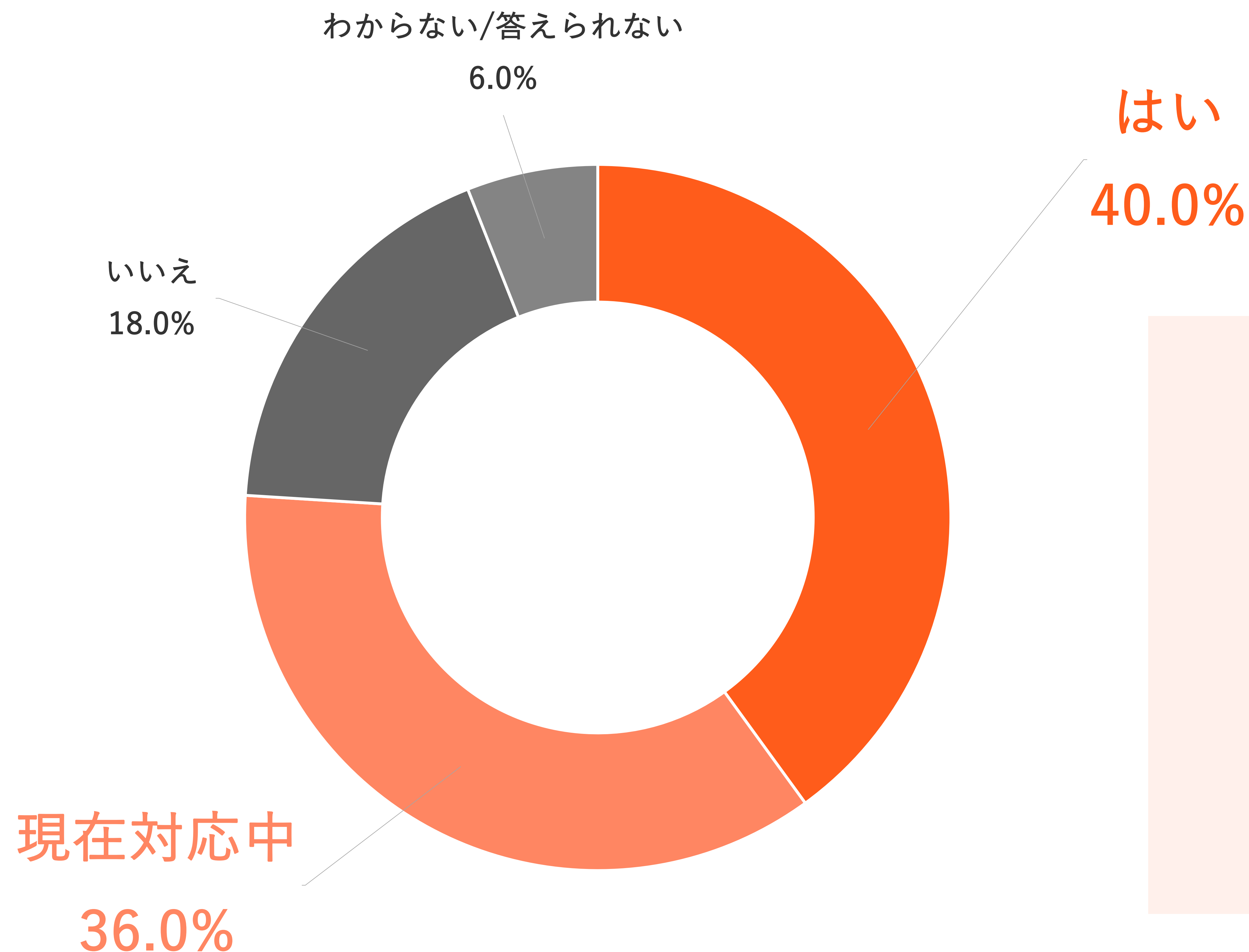
49歳 相手／仲介者の力不足。

64歳 商品説明方法や良さの伝えかた。

61歳 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。

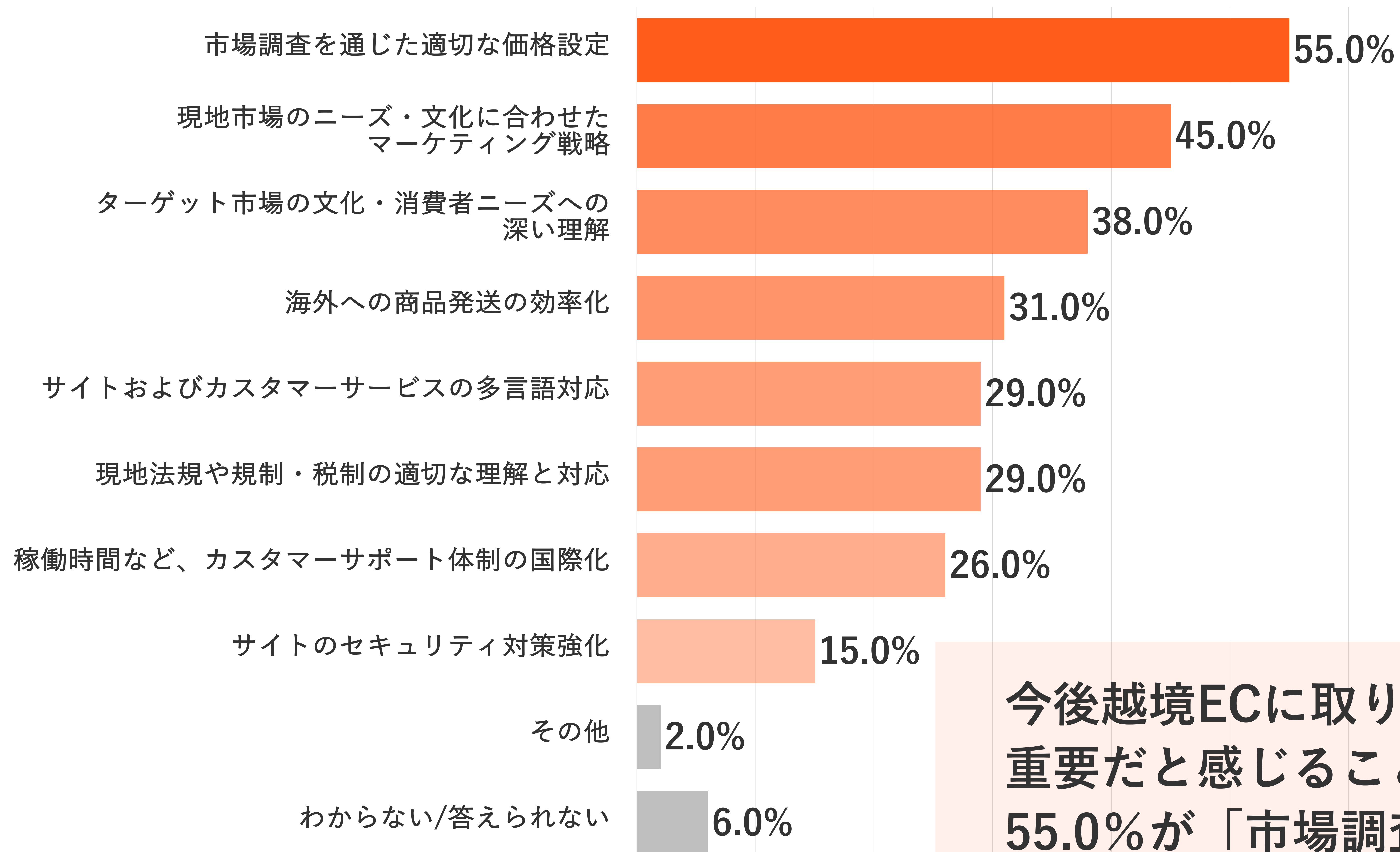
55歳 雇用契約の違い。労働力不足。コミュニケーション不足。税務処理の煩雑さ。
関税処理。

Q7 越境ECの失敗による問題は、すでに解決していますか。



越境ECの失敗による問題は、40.0%が「解決している」、36.0%が「現在対応中」と回答しています。

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）



今後越境ECに取り組む際に重要だと感じることは、55.0%が「市場調査を通じた適切な価格設定」と回答しています。

越境ECに関するショッピングジャパンによるサポート



既存の販路を拡大し、海外へビジネスを展開したい企業や、東南アジア・台湾をはじめとするブルーオーシャンの市場に参入したい企業にとって、越境ECは最適な選択肢であると考えています。ショッピングジャパンは越境ECに参入する日本の事業者向けに、物流から言語まで多様なサポートを提供し、急成長を続ける東南アジア・台湾の市場におけるオンライン販売を支援します。

多くの事業者が越境ECについて抱える不安に対し、ショッピングジャパンは日本語のサポート体制、配送サポート、現地の商習慣の勉強会など、セラー向けのサポート体制を整備しております。

Contact

お問い合わせ

企業名

Shopee Japan株式会社

MAIL

support@shopeejapan.zendesk.com

WEB

<https://shopee.jp/>

会社住所

〒100-0005

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