

越境EC（東南アジア・中国）で
キャンペーンを実施したことがある企業の担当者に聞いた！

【越境EC売上増加の鍵は、効果的なキャンペーン戦略】

約半数が、キャンペーンで
「売上増加」を実感

平均予算は「200万～500万円」が最多、
「1,000万円以上」も2割超え

越境ECのキャンペーンに関する意識調査

Research Outline

調査概要

調査機関

Shopee Japan株式会社

調査名称

越境ECのキャンペーンに関する意識調査

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

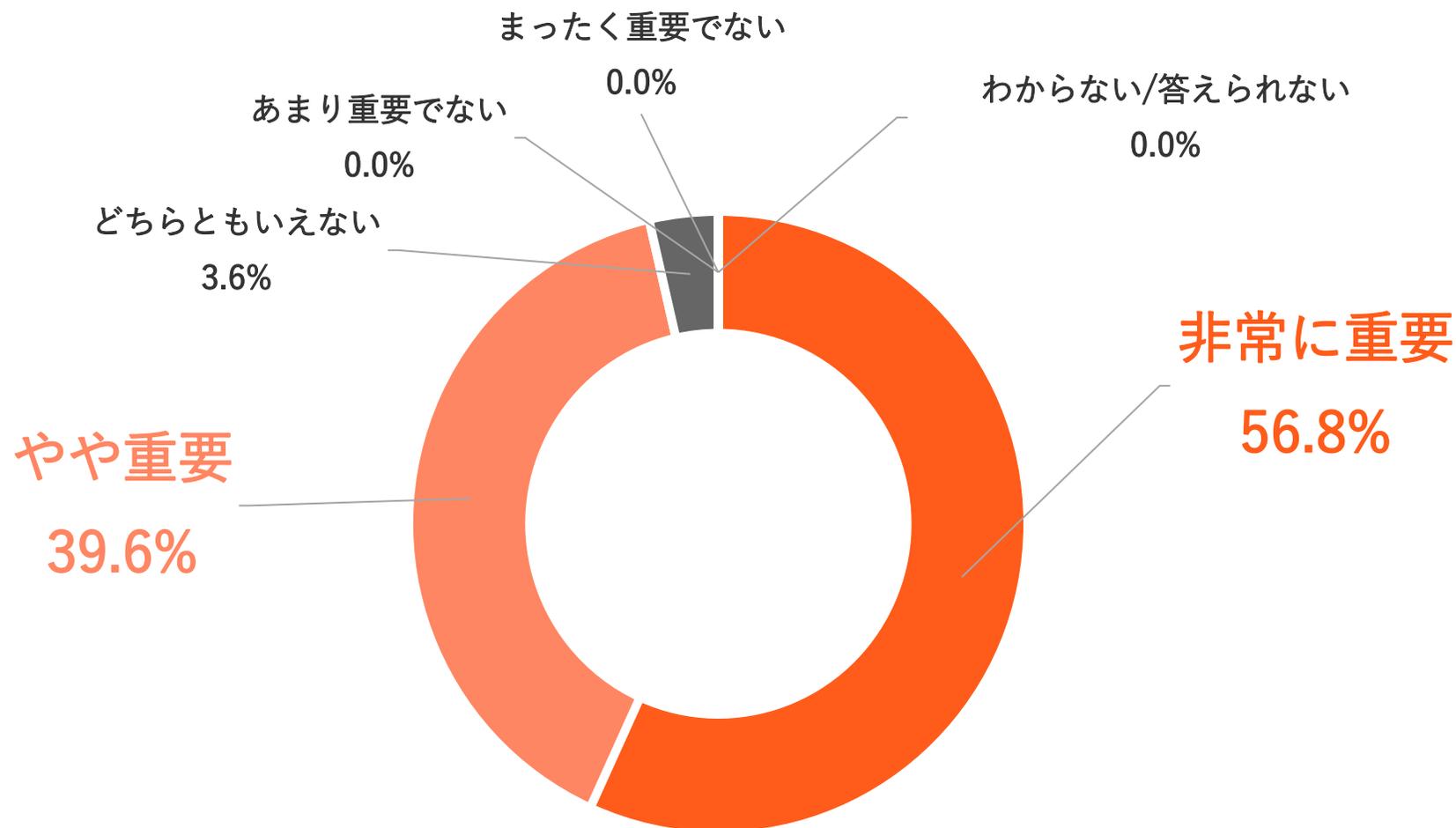
2024年7月12日～同年7月13日

有効回答

東南アジア・中国で越境ECを行っており、キャンペーンを実施したことのある企業の担当者111名

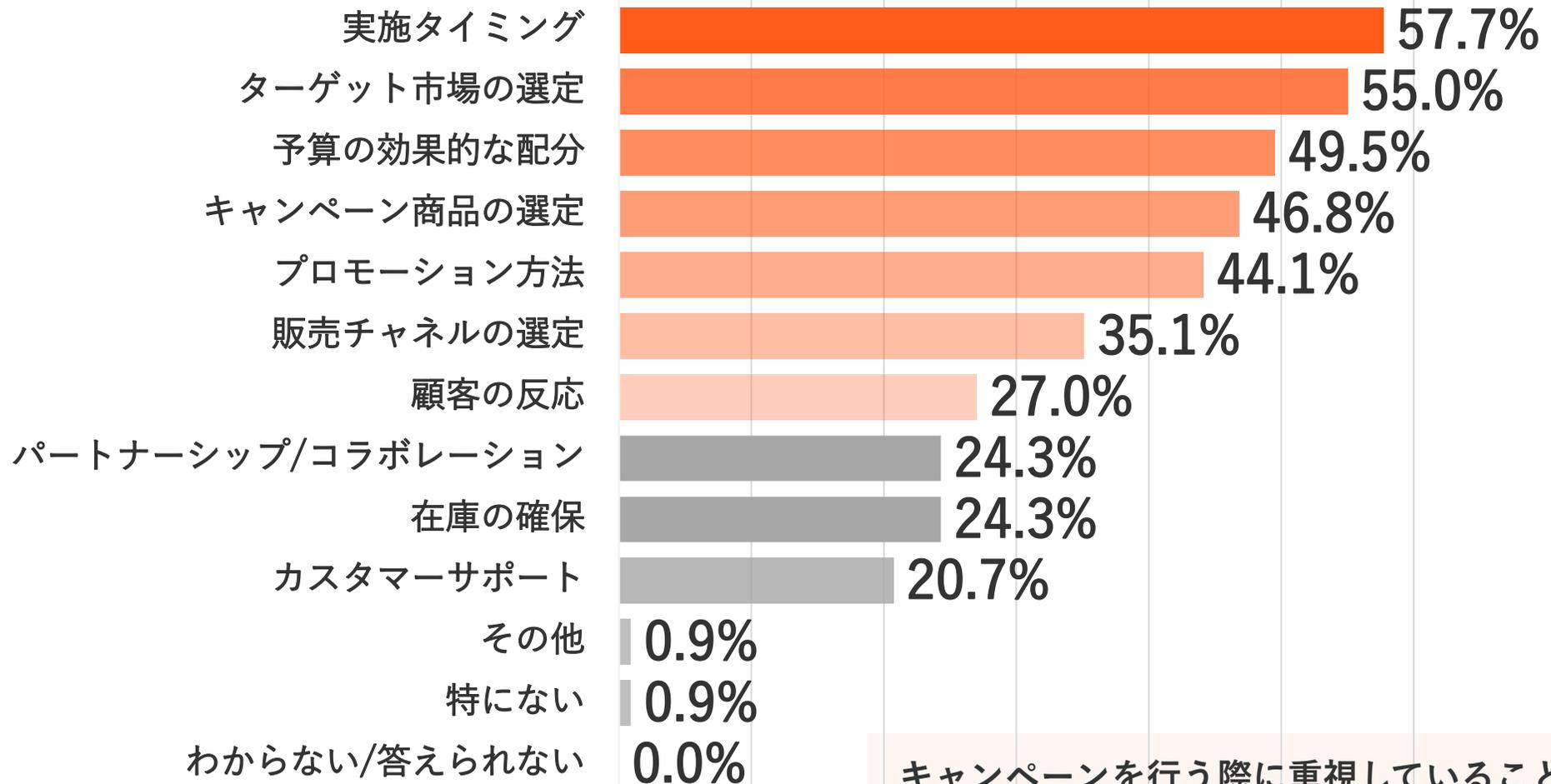
※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはなりません。

Q1 越境EC事業を推進する上で、キャンペーンはどの程度重要だと思いますか。



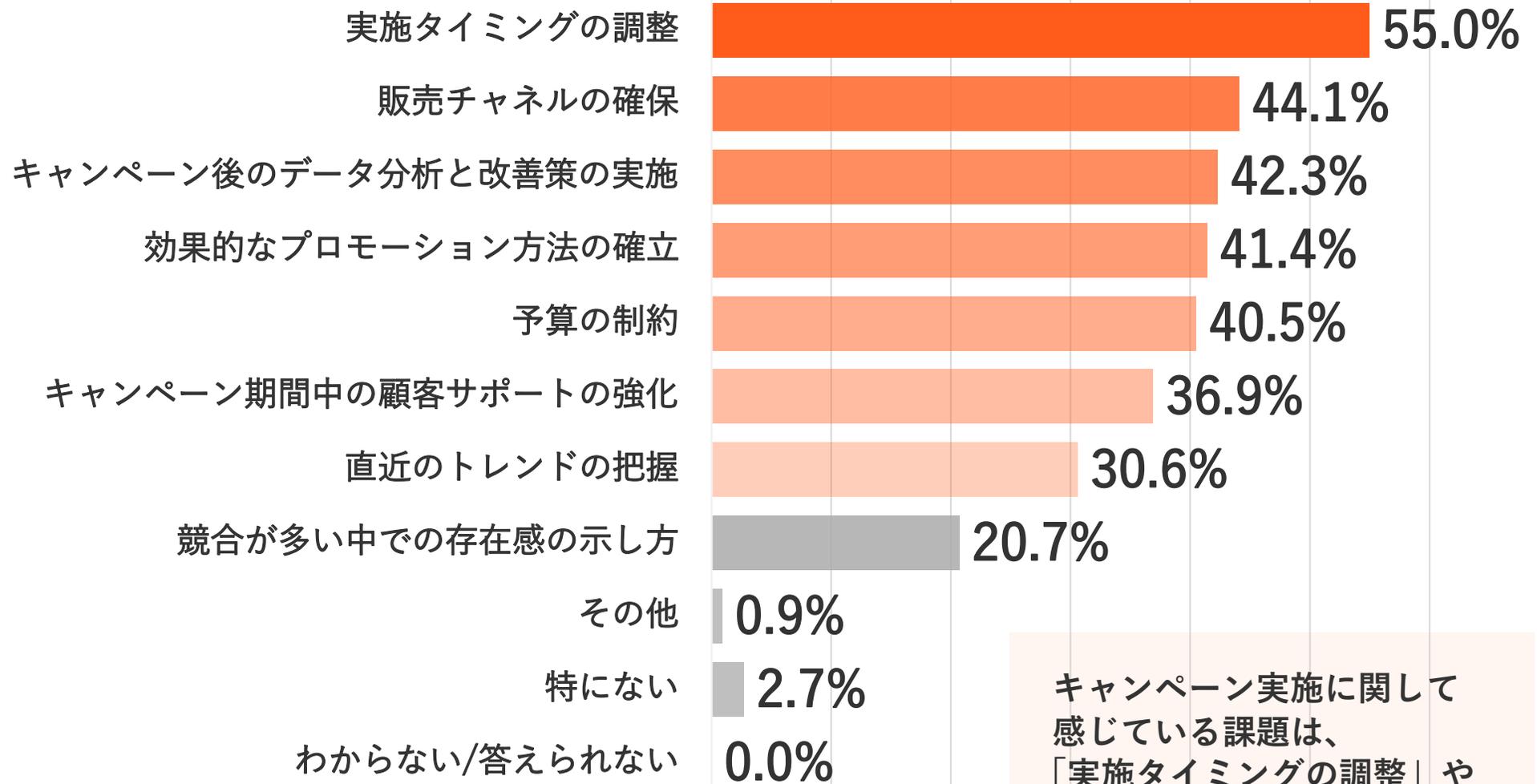
96.4%が、越境EC事業を推進する上で「キャンペーンは重視」と回答しました。

Q2 あなたのお勤め先でキャンペーンを行う際に、重視していることを教えてください。（複数回答）



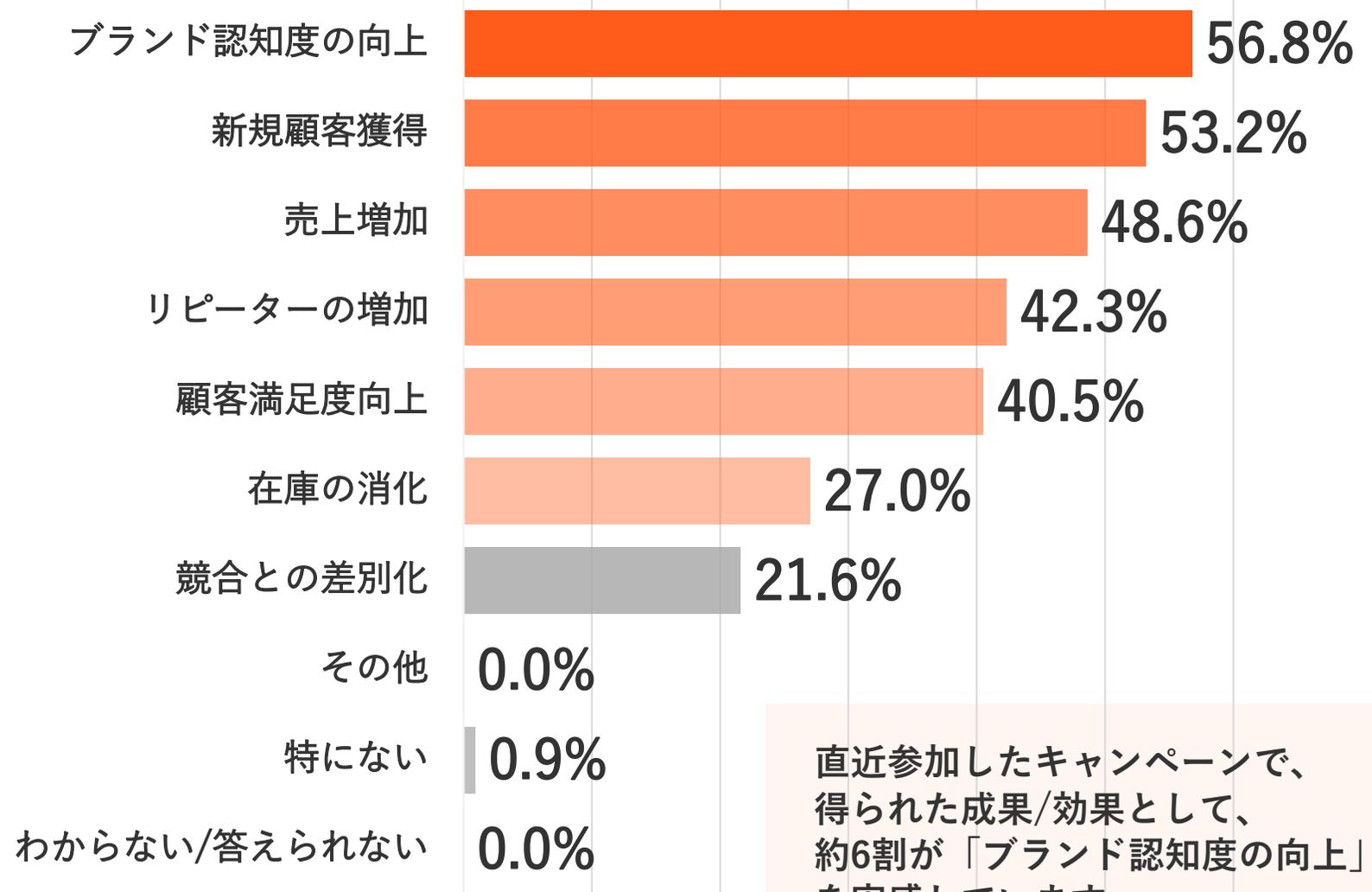
キャンペーンを行う際に重視していることは、「実施タイミング」「ターゲット市場の選定」が上位になりました。

Q3 キャンペーン実施に関して、感じている課題があれば教えてください。 (複数回答)



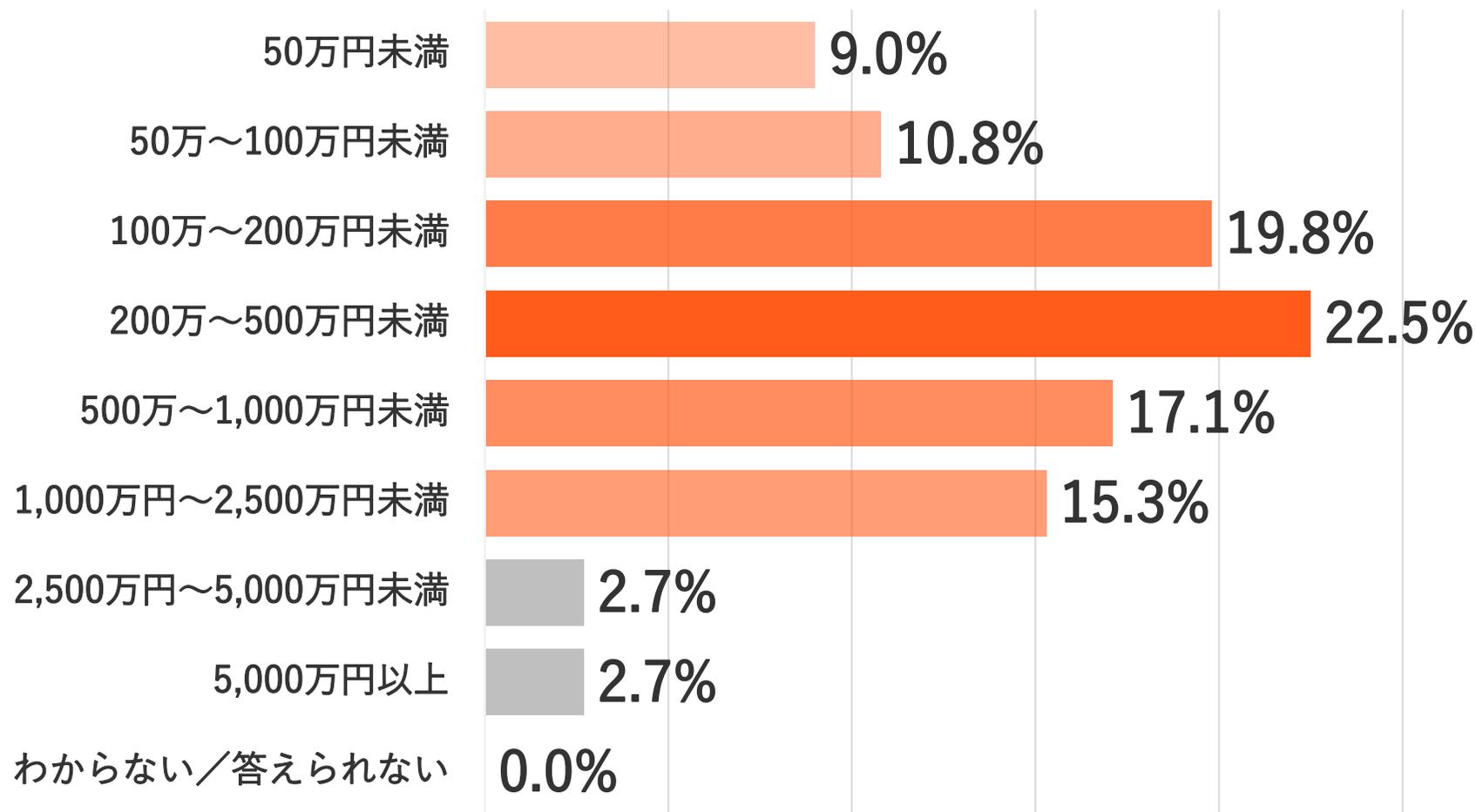
キャンペーン実施に関して感じている課題は、「実施タイミングの調整」や「販売チャネルの確保」などが上位に挙がりました。

Q4 直近参加したキャンペーンで、得られた成果/効果を教えてください。 (複数回答)



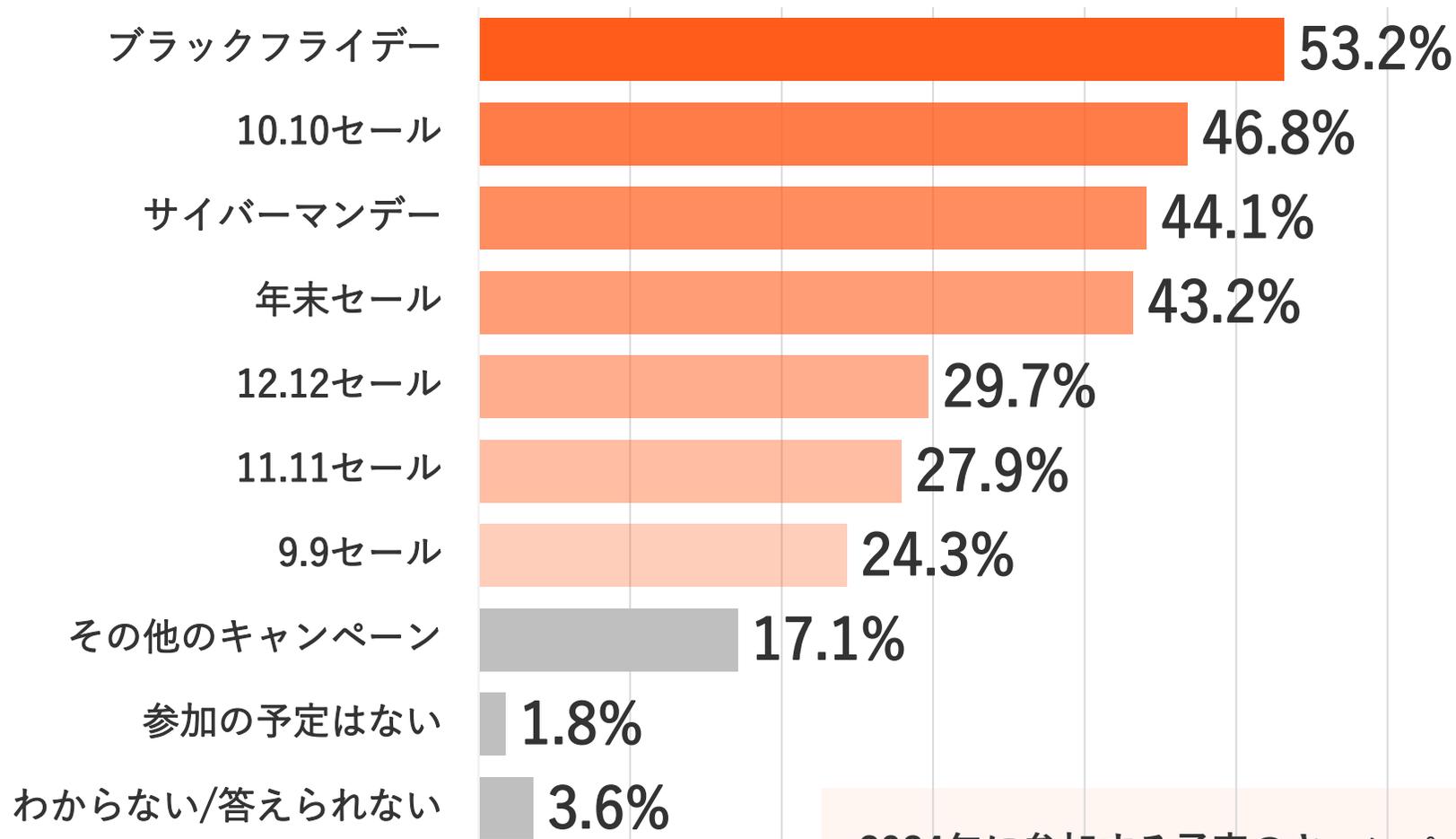
直近参加したキャンペーンで、
得られた成果/効果として、
約6割が「ブランド認知度の向上」
を実感しています。

Q5 2024年に参加したキャンペーンで、1回のキャンペーンにどのくらいの予算を使いましたか。複数回参加した場合は、平均の予算を教えてください。



2024年に参加したキャンペーンの1回あたりの予算は、「200万～500万円未満」が22.5%で最多となり、「1,000万円以上」も2割を超えました。

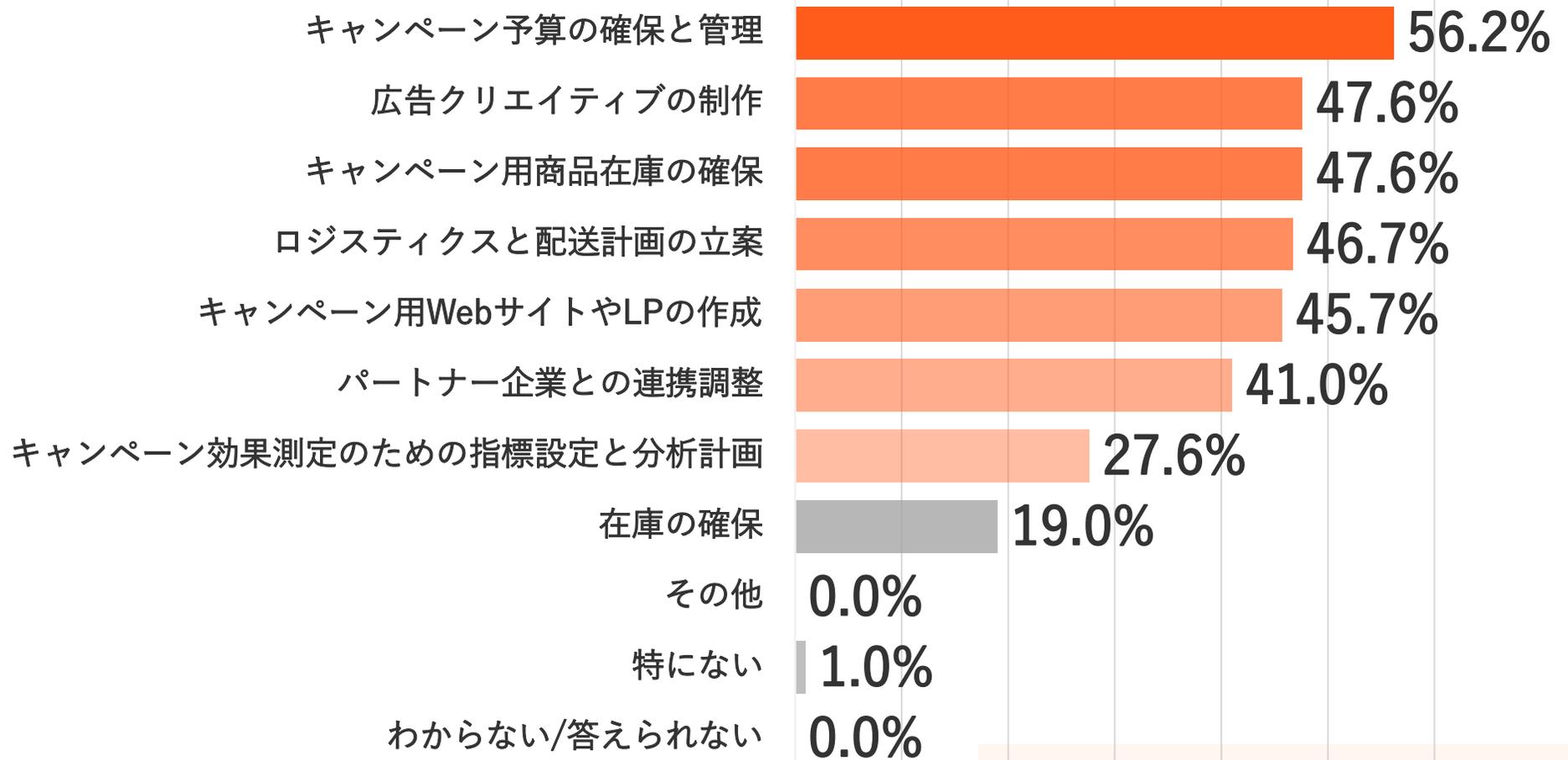
Q6 あなたのお勤め先で2024年に参加する予定のキャンペーンを教えてください。（複数回答）



2024年に参加する予定のキャンペーンは、
第1位「ブラックフライデー」
第2位「10.10セール」
となりました。

Q7

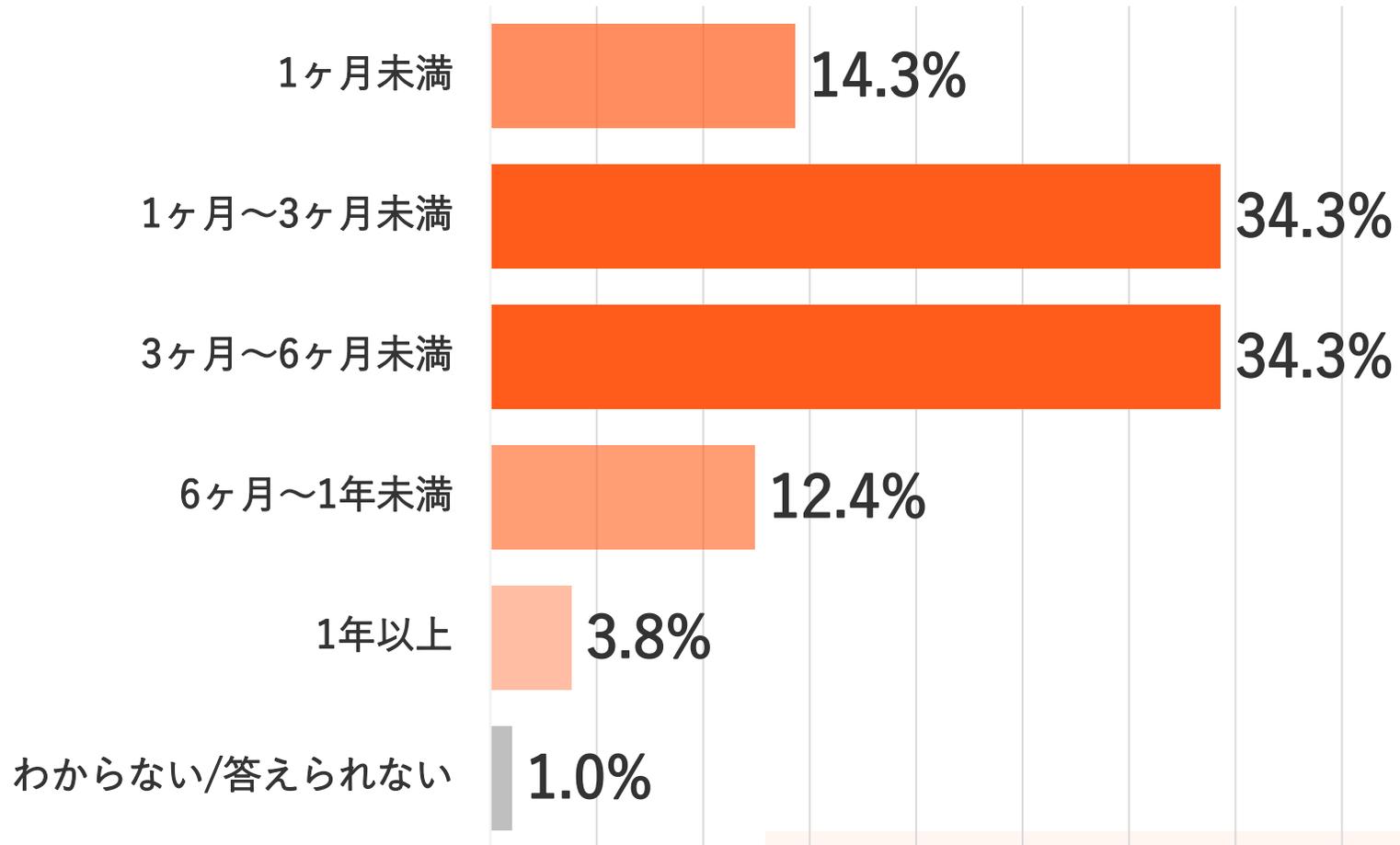
※Q6で「参加の予定はない」「わからない/答えられない」以外を回答した方に質問
キャンペーン参加に向けて、どのような準備をしていますか。
(複数回答)



キャンペーン参加に向けての準備は、「キャンペーン予算の確保と管理」が56.2%で最多となりました。

Q8

※Q6で「参加の予定はない」「わからない/答えられない」以外を回答した方に質問
キャンペーンに参加する際の準備期間はどのくらいですか。



キャンペーンに参加する際の準備期間は、「1ヶ月～3ヶ月未満」と「3ヶ月～6ヶ月未満」が同率で最多の結果になりました。

Service

Shopee「9.9スーパー・ショッピング・ディ」にて、
開始後の2時間で日本越境セラーがオーダー数 20倍を記録



2023年Shopee「9.9スーパー・ショッピング・ディ」は、最初の2時間で日本越境セラーの売上が20倍に増加し、オーダー数を約30倍に伸ばしたセラーが生まれ、日本の越境商品と越境セラーにとって大きな影響力を持つキャンペーンであることが証明されました。2022年比で9倍の日本越境セラーが高い売上を達成し、クーポン獲得数も2万を超えました。

Shopee Japanは教育プログラムやマーケティングソリューション、物流サポートを通じてセラーを支援し、これらを活用したセラーは注文数を6倍に増やしています。

詳しくはこちら：[https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000075.000075777.html](https://prt看mes.jp/main/html/rd/p/000000075.000075777.html)

Service

Shopee「11.11ビッグセール」にて、
1日で全世界の売上が10億米ドル突破の新記録を達成



2023年Shopeeの「11.11ビッグ・セール」で、日本の越境EC市場が大きな成長を見せました。開始2時間で日本越境セラーのオーダー数が34倍に増加し、最大で52倍に達したセラーもいました。東南アジア・台湾では5分以内に1100万のオーダー数を記録し、8500万以上のShopee Live視聴時間を達成しました。

Shopee Japanの教育プログラムやマーケティングソリューションを活用したセラーは平均14倍の注文増を記録しました。

詳しくはこちら：<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000079.000075777.html>

Service

「ショッピングジャパン」、越境販売のサポート地域を拡大！ ベトナムへの越境販売開始



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。

この度、ベトナムにおける日本商品への高い需要に伴い、6番目の越境販売市場としてベトナムへの越境販売を開始しました。(ショッピングジャパンのサポート地域は、シンガポール・台湾・マレーシア・タイ・フィリピン・ベトナムの6つの市場になります。)

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