

越境 EC で海外進出を成功させる！

店舗オープン前の テストマーケティングに 越境 EC が最適な理由



Index

01 拡大する越境 EC 市場	01
02 越境 EC が海外進出テストマーケティングに最適な理由	03
03 越境 EC の具体的な活用方法	04
海外進出のテストマーケティングなら「Shopee」(ショッピング)	06

越境 EC で実現する低リスク海外展開

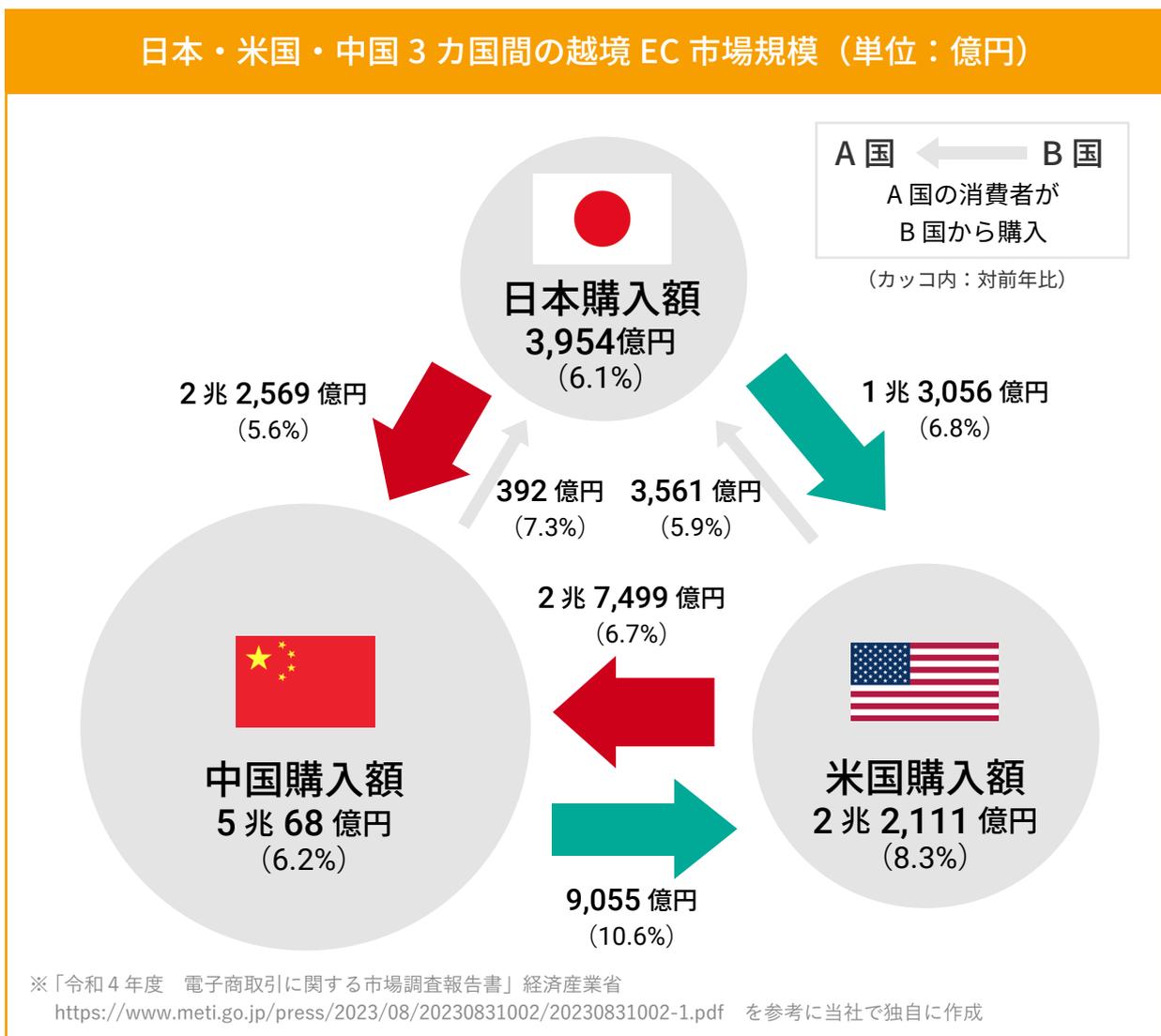
2030 年までに約 870 兆円規模へと、10 年で 10 倍の急成長が予測されている越境 EC 市場。この成長市場において、越境 EC は海外展開のテストマーケティングツールとして注目を集めています。店舗出店や現地法人設立に比べ初期投資を抑えられるだけでなく、購買データやアクセス解析を通じて現地消費者の嗜好を効率的に把握できるためです。本資料では、越境 EC を活用したテストマーケティングが、どのように海外進出のリスクを抑えつつ効率的な市場開拓を可能にするかを解説します。

01

拡大する越境 EC 市場

経済産業省の「令和4年度 電子商取引に関する市場調査報告書」によれば、2030年には世界の越境ECの市場規模は7兆9380億USドル（約870兆円）に成長すると予測されています。これは、2021年と比較すると、10年程度で約10倍の規模へ急成長する予測となっています。

また、2022年度における日本・米国・中国3ヶ国間の越境ECの市場規模は以下の図に示されているとおりで、日本におけるアメリカ・中国商品の購入が極端に低い一方、**中国・アメリカからの日本の商品の購入金額が非常に高い**ことがわかります。特に中国からの日本製品の購入額は2兆円を超えており、越境EC市場の大きさが伺えます。



01 拡大する越境 EC 市場

中国・ASEAN 市場では、中間層の拡大とモバイル EC の普及により、日本製品への需要が高まっています。特に、化粧品・スキンケア、食品・健康食品、ベビー・マタニティ用品における日本製品への信頼感が高く、大きなニーズがあります。

EC プラットフォームの充実や物流・決済システムの発達により、参入障壁は低下しています。今後は、ソーシャルコマースの台頭やサステナビリティへの関心の高まりなど、新たなトレンドへの対応も求められますが、日本企業にとって、品質の高さと信頼性を強みとした市場開拓の好機と言えます。

02

越境ECが海外進出 テストマーケティングに最適な理由

越境 EC は、その手軽さから海外への店舗展開を検討する企業において、テストマーケティングとしても活用できます。

リスクの低減

越境 EC は、小規模から事業を始められるため、海外進出に伴うリスクを大幅に軽減できます。オフライン店舗や現地法人を設立する場合に必要な多額の初期投資と比較して、越境 EC ではその負担が圧倒的に低く抑えられるのが特徴です。また、商品の在庫を日本国内で一元管理できることで、在庫リスクや物流コストを最小限に抑えることが可能です。この手軽さから、初めて海外市場に挑戦する企業にとって非常に魅力的な選択肢となります。

データ収集の容易さ

購買データやアクセス解析、さらには顧客からのフィードバックを短期間で収集できることも越境 EC のメリットです。現地消費者の嗜好や購買行動を詳細に把握でき、海外でのビジネス戦略をデータに基づいて計画することが可能です。従来の方では時間やコストがかかった情報収集も、越境 EC を通じて効率的に実施できます。

スピーディな市場反応確認

越境 EC では、現地市場の需要やトレンドを迅速に確認できます。製品を販売してすぐに得られる売上や顧客の反応をもとに、市場における商品の受け入れられ方を短期間で判断することが可能です。このスピード感は、グローバル展開において競争力を高める重要な要素です。

ブランド認知の向上

越境 EC プラットフォームを利用することで、新しい市場におけるブランドの露出を大きく拡大できます。現地の消費者がプラットフォーム上で商品を目にすることで、ブランドへの認知が高まり、将来的な市場進出の基盤を築くことができます。オンライン上での露出は、店舗を構えるよりも低コストで幅広い顧客層にリーチできるため、効率的なブランド戦略の一環としても有効です。

03

越境 EC の具体的な活用方法

海外実店舗オープンに向けて、越境 EC は「市場調査フェーズ」「テスト販売フェーズ」「本格展開準備フェーズ」と3つのフェーズで活用できます。

市場調査フェーズ

- ・ターゲット顧客の特定
- ・商品ニーズの把握
- ・価格戦略の検証
- ・競合状況の分析

越境 EC を活用し、まずはターゲットとなる顧客層を特定し、現地市場での商品の需要や顧客のニーズを把握しましょう。販売価格を設定する際の戦略を検証し、現地消費者に適した価格帯を見極めます。さらに、競合企業の状況を分析することで、自社商品の優位性や改善点を明確にし、戦略的な市場参入に備えることができます。

テスト販売フェーズ

- ・商品ラインナップの最適化
- ・プロモーション効果の測定
- ・カスタマーサポートの体制構築
- ・物流オペレーションの検証

市場調査の結果を踏まえ、実際にテスト販売を行います。この段階では、商品ラインナップを現地市場のニーズに合わせて最適化し、どの商品が最も受け入れられるかを確認します。また、プロモーション活動を行い、その効果を測定することで、効率的な広告運用方法を模索しましょう。さらに、現地の顧客からの問い合わせや要望に対応できるようカスタマーサポート体制を構築し、顧客満足度を向上させます。物流オペレーションもこのフェーズでテストを行い、配送のスピードやコストを最適化するための課題を洗い出します。

03 越境 EC の具体的な活用方法

本格展開準備フェーズ

- 現地法人設立の判断材料収集
- 販売チャネル戦略の構築
- マーケティング戦略の確立
- 組織体制の設計

テスト販売の結果をもとに、本格的な海外展開に向けた準備を進めます。現地法人設立の必要性を判断するための材料を集めるとともに、どのような販売チャネルを活用するか戦略を構築します。さらに、現地市場での成功を確実にするため、マーケティング戦略を確立し、現地特有の消費者行動に適応した施策を検討します。最後に、海外展開に対応するための組織体制を設計し、人員配置やリソース確保の計画を策定します。

海外進出のテストマーケティングなら 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、ベトナムの6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。

活用事例 「実店舗と越境 EC で生まれる相乗効果に期待」

実際に Shopee を、越境 EC、そして海外店舗出店のためのマーケティングに活用されている事例を紹介します。

背景と目的

株式会社ナルミヤ・インターナショナルは、国内で 600 以上の店舗を展開する子供服専門企業です。同社は一部の国内店舗では売上の 40～50% を海外顧客が占めるなど、潜在的な海外需要の大きさを実感。そこで、「直接私たちの商品を購入したい」という海外のお客様も多いのではないかと感じ、直接販売にチャレンジすることにしました。



“ 実店舗のオープンにはハードルが高い部分もあるため、まずはネットを通じた展開でテストマーケティングを行うことが重要だと考えています。 ”

活用事例

ネットを通じたテストマーケティングの重要性を感じたのが台湾でのリュックサックニーズでした。台湾市場での販売データを分析した結果、日本の店舗と比較してリュックサックの需要が高いことが判明。要因を調べたところ、台湾ではランドセル文化がないため、通学用として A4 サイズのリュックが求められていることが分かったのです。

“ 今後は日本の商品をそのまま展開するだけでなく、最終的には現地のニーズに合わせたローカライズ商品を提供する方向で考えています。 ”

成果と今後の展望

今後は、実店舗と越境 EC の相乗効果を楽しみにされているとのこと。台湾の店舗オープンにより台湾国内での認知が広がり、店舗で購入いただいたお客様がその後ネットで買えるような仕組みの構築、そして Shopee を通じて EC から実店舗への集客もできるようにしていきたいと考えられています。また、シンガポール、フィリピン、マレーシアといった他市場への展開も視野に入れています。

“ 現在、シンガポールではアカウントを作成し、テストマーケティングを行っている段階ですが、今後は商品の種類を増やし、データを蓄積していきたいと考えています。このデータが今後のグローバル展開の指標になれば良いと思っています。 ”

その他の活用事例はこちらから。 https://shopee.jp/real_voice/

充実したサポート！ Shopee なら誰でも簡単に 越境販売が始められます

言語や配送に不安がある方でも安心。初期費用や維持費は発生しないため、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いただけます。出店後も売上を伸ばすサポートが充実。海外展開の成功をお手伝いします。



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



