

越境 EC



スタートアップ ハンドブック

これから越境 EC を始める方向けに、
取り組む上で押さえておきたいポイントをご紹介します。



Colors, Future!

いろいろって、未来。

川崎市



目次

川崎市 越境ECスタートアップハンドブック

はじめに	3
① 越境ECの進め方	4
② 越境ECではどんな商品が売れているか	6
③ 越境ECの出店方法 ～ ECモールとECサイト～	7
④ 越境ECのメリット・注意点	8
⑤ どの国に対して商品を販売するか ～市場規模について～	10
⑥ 言語・翻訳について	12
⑦ 決済手段・通貨の設定について	13
⑧ 海外への発送について	14
⑨ 越境ECを行うにあたり気をつけること	16
⑩ 越境ECにかかる費用の目安	17
⑪ 越境EC導入事例	18

はじめに

越境 EC とは、インターネットを通じて商品やサービスを海外に販売することです。

海外では新型コロナウイルス感染症拡大の影響で EC の売上が飛躍的に拡大しており、なかでも **日本は越境 EC 購入先の人気上位 5 カ国にランクイン**しています。

越境 EC は、一般的に海外に直接出店するよりもリスクやコストを軽減することができ、かつ商圈は広がるため、初期投資を抑えながら海外展開を狙うことが可能です。

本ハンドブックでは、これから越境 EC を始める方向けに、取り組む上で押さえておきたいポイントをご紹介します。

日本は越境 EC バイヤーの購入先の人気国第 5 位にランクイン。
主要 5 カ国の国ごとの購入先ランキングを見ると、日本は中韓で 2 位、米豪で 4 位、英で 5 位と上位にランクインしています。

越境 EC、購入先の人気国 上位 5 カ国



参考：ペイパル× Ipsos 『ペイパル越境 EC グローバル調査 2015』

① 越境ECの進め方

越境ECショップの開店から販売までの流れは以下のようになり、**〈開店〉**・**〈集客〉**・**〈運営〉**の3つがポイントとなります。



〈開店〉までに


越境ECでは販売する商品が最も重要です。

Made in JAPAN など日本独特の付加価値や優位性が必ずしも海外で通用するとは限りません。通用するのかどうか、補完すべきことは何かなど、**まず出品商品の強みと弱みを把握することが大切です。**

そのため、既存商品をそのまま海外で販売するのではなく、海外の消費者のニーズを調査・分析して商品開発を行うことで、結果的にヒット商品を早く生み出すことができ、成功への近道となります。

〈集客〉

販売する商品が現地のニーズに合っていれば、アクセス数はアップし、集客を増やせます。自社ブランド商品を販売する場合、日本における知名度は影響しないことも多く、適切なターゲットに届く手段・手法で商品の認知度を上げていくことが重要です。そのためにも **SNSを利用した情報発信、SEO対策※1やリスティング広告※2**



などのプロモーションを行うことが重要となります。この点については、国内ECと大きく変わりません。

- ※1 SEO対策（検索エンジン最適化）：Webで検索する際に、検索結果の上位に表示させるPR方法
- ※2 リスティング広告（検索連動型広告）：Webで検索した際に、検索結果の画面に表示させる広告

〈運営〉

注文を受け決済が完了したら、商品を梱包し発送します。基本的な流れは国内ECと大きく変わりませんが、海外発送に必要な書類（インボイス※3・税関告知書※4・納品書・送り状など）がありますので、忘れずに準備しておきましょう。少量販売（テスト販売含む）の場合には自社で梱包・発送しますが、出品数の多い事業者や、本格的な販売を行う場合には、越境ECに特化した物流会社に委託することも可能です。

- ※3 インボイス：海外へ物品を送るとき、税関への申告や検査などで必要となる書類
- ※4 税関告知書：税関に対して郵便物の内容品を通知するための用紙

② 越境ECではどんな商品が売れているか

日本から販売が伸びている越境ECの商材として以下のようなものがあります。正規品である・価格が安い・現地で販売されていないなど、差別化ができると売れる可能性が高くなります（ここで紹介していない商品は売れない、ということではありません）。
また個人消費者だけでなく、事業者間の取引についても^{イーベイ}eBay等で盛んに行われています。

中古ブランド品・時計・アクセサリー・楽器



食品・日本酒・健康食品



美容・コスメ



自動車・バイクパーツ類・アフターパーツ



ベビー系
オムツ・粉ミルク・子供服

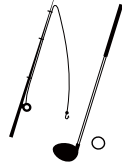


J-POP
アニメ・コスプレ・フィギュア

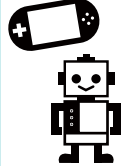


スポーツ用品

ゴルフ・釣り具・自転車・空手



アニメグッズ・子供用おもちゃ



地域限定
お菓子・県産品・お土産



甲冑・刀剣・仏具・縁起物



伝統工芸品



キッチン用品・アウトドア



③ 越境 EC の出店方法 ～ ECモールと ECサイト～

アマゾン イーベイ ショッピングファイ
Amazon や eBay などの海外 EC モールに出店する方法や、Shopify、
Magento などの多言語多通貨に対応した越境 EC カートを導入し、
自社運営の越境 EC サイトを構築して販売する方法などがあります。

以下の 1・2 は自社で顧客情報を持って『直接商売』する方法、3・4 は顧客情報を持たず専門業者が代行または買取する方法です。
今後の事業全体の計画を検討し、**出店手法の特徴が事業や自社商品に適合しているか、費用対効果があるか**などを見極めた上で、越境 EC の出店方法を定めることが重要です。

1 海外 EC モール出店 (出品)



2 越境 EC 独自ドメイン店舗 (自社 HP)



3 転送・購入代行



4 買取り販売



④ 越境ECのメリット・注意点

越境ECを行うメリットと注意点について、以下にまとめました。

メリット

1. 世界中の人へ向けて販売ができるので、販路開拓と海外のユーザーを新たに取り込むことができる。
2. 正規品、低価格、現地で購入できない商品を購入したいと考える海外の消費者に向けて、中小企業であっても自社商品を世界にアピールすることができる。
3. 多くの資金や準備に特に時間を必要とする実店舗を海外に構えることなく、リスクを抑え低コストで海外ビジネスを展開することができる。
4. インバウンド（訪日外国人）の影響で、日本の商品の良さに触れ、飲食を経験した海外消費者が増えたことから、自国に戻ってから越境ECでリピート購入する可能性が高い。
5. 訪日経験者は積極的にSNSで発信していることが多く、訪日未経験者にも伝播して「日本の商品を買ってみたい」という意識が働くため、越境ECを通じて訪日未経験者に対してもアピールできる可能性が高い。



注意点

1. ゼロから越境 EC 事業を立ち上げるにはそれなりの労力が必要であり、最初の越境 EC 事業を形にするには最低でも 3 年はかかると言われている。まずは投資と期間、ゴールを設定してから進めていく必要がある。
2. 越境 EC サイトや海外 EC モールで開店した後に、集客・運営や海外からの問い合わせ対応等を行う必要がある。
3. 越境 EC サイトや海外 EC モールの受注処理、商品登録・サイト更新などのメンテナンスを行うために兼任または専任の担当者が必要となる。
4. 越境 EC に欠かせない国際物流や配送、関税などの国際輸送に関する貿易の知識や法的知識が必要となる。
5. 自社商品の説明を正確に外国語へ翻訳する必要がある。

⑤ どの国に対して商品を販売するか ～市場規模について～

商売の基本は、市場規模が大きく潜在顧客の多い場所で販売することですが、越境ECにおいてはそれが全てではありません。公用語やインターネット・スマートフォン・クレジットカードの普及率、現地の物流の現状、参入するのにどのくらいの費用がかかるかなど、様々な条件を考慮して販売する国を決定しましょう。

欧米の EC 最新事情 (C2C、B2C)


- ◆ 2020年 米国 EC 市場 約77兆円超
- ◆ 2020年 欧州 EC 市場 約90兆円
- ◆ ECモールは『eBay』『Amazon』が圧倒的な存在感
- ◆ ローカルモールとグローバルモールの使い分けを徹底
- ◆ 欧米では自社 EC サイトと EC モールを連携させて販売

中国 EC 最新事情 (C2C、B2C)

- ◆ 2020年 中国 EC 市場約260兆円超、前年比24.3%アップと引き続き急拡大
- ◆ 2023年には約500兆円市場となり全世界の6～7割を占める予想
- ◆ 4億人のECバイヤー（内モバイル利用者2.3億人）が存在
- ◆ インターネット利用者全体の55.7%以上がECを利用
- ◆ PCでの購入からスマホでの購入に完全にシフト

東南アジア EC 最新情報 (C2C、B2C)

- ◆ 東南アジアに拠点を置く越境ECモールでは『Shopee』と『Lazada』が有名

- 
- ◆ 東南アジアの富裕層は、世界中の商品が集まる eBay や Amazon などのグローバル EC モールを利用する傾向が強い
 - ◆ 市場は伸びているものの、アセアン6カ国合わせても越境 EC 取引として全世界の1/50の取引額
 - ◆ 現在進出中の事業者は「市場を独占したい」、「一番手になりたい」という目的で出店し、挑戦をしている事業者が多い
 - ◆ 東南アジア EC モールの平均単価は欧米 eBay、Amazon (70 ~ 80 ドル) などと比較しても1/3 ~ 1/4 程度 (10 ~ 20 ドル程度) であり、品質がよくても高い商品はあまり売れていない

参考 :「eMarketer」 (<https://emarketer.com>)

なお、**英語圏であれば、同時に複数の国に向けて販売が可能です。**世界を見渡すと英語を公用語としている国は多く、また公用語でなくても第二言語として英語を利用できる人も多いため、はじめて越境 EC を行うのであれば英語圏の国から行うのがよいでしょう。

中国への販売は法規制・税制変更が多く、EC 専門の中国のパートナー企業に依頼しないと販売できないこともあり、多額の初期費用と毎月の運用費用がかかるのが一般的であることから、中堅～大企業向けと位置付けられています。

⑥ 言語・翻訳について

越境 EC では主に英語を使ってコミュニケーションを取ることが多いため、**基本的には英語で商品紹介などを行いましょう。**ただし、対象国を中国に限定する場合などは、その対象国の言語を使います。

購入者との簡単なコミュニケーションはWebの自動（機械）翻訳で十分な場合が多いものの、商品説明はクラウド翻訳の利用や翻訳会社に依頼して行うのが一般的です。

翻訳の手法・種類については正確性・コスト・納期などのメリットとデメリットがあるため、用途により使い分けることをおすすめします。

自動（機械）翻訳には限界があり、特に商品情報などでは意味が正しく訳されないことがあります。トラブルやクレーム対応を行う際に意味が正しく伝わらないと、さらに問題が悪化する可能性もありますので、人間が行う翻訳と機械翻訳を切り分けて上手に活用しましょう。

項目	翻訳会社	クラウド翻訳	自動（機械）翻訳
特徴	特定の会社に依頼するオーソドックスな手法。翻訳する担当者により得意分野が決められており多くのジャンルに対応が可能。	Web 画面から翻訳原稿を投稿すると、世界中の翻訳者が翻訳してくれるサービス。翻訳会社への依頼より比較的費用が安く、短時間での納品が可能。ビジネス用途の翻訳もあり。	テキストや URL を貼り付けるだけで翻訳が可能。 代表例：Google 翻訳、DeepL 翻訳
メリット	扱う商品の内容、目的、用途に併せて専門性をもった翻訳者に依頼することで正確な翻訳表現が可能。翻訳者と他担当者の二重チェックも可能。	簡単な文章から複雑で専門的な用語の翻訳にも対応可能。短い文章などであれば依頼して数十分で仕上がることも。スピードとコストを重視した場合に向いている。	知名度があり詳細な商品説明が不要な自動車やバイクのパーツ、電子機器で特に大量に出品商品がある時に利用することが多い。
デメリット	翻訳コストが割高。納期に時間を要する。人が変わると、翻訳の微妙なテイストも変わる可能性がある。	翻訳者が毎回変わるため、同じ日本語文章でも翻訳結果・レベルが変わる。（サービスによって特定の翻訳者に依頼できる場合もあり）	正確さに欠けるため、文章など長文翻訳には向かない。
費用感	翻訳元言語に対して 1 文字 15 円～ 50 円程度。またネイティブ翻訳者に二重チェックを依頼した場合 2～3 割程度翻訳費用に上乗せのところが多い。	1 文字 5 円程度。ただし専門的な用語の翻訳にはプロフェッショナル翻訳として 9 円程度かかることが多い。	基本無料。ただし、一度に大量の翻訳を行う場合、有料サービスも用意されている。
想定される使用用途	利用規約やプライバシーポリシーといったリーガルな文章での利用。トップページや利用ガイド、決済方法、メールフォーマットなどの静的な箇所。おすすめ商品や売れ筋など継続的に販売する商品についての翻訳。	通販サイトで必要とされる最低限の商品説明、商品名、送料や返品・返金に関する文章、外国語で必要となるカスタマーサポート時の文章作成など。	素材や色、名詞や単語、電子機器類など商品のスペック情報だけで伝えられる時など。

⑦ 決済手段・通貨の設定について

越境ECサイトや海外ECモールでの決済でよく使われているのが「クレジットカード」または「デビットカード」です。

オンライン決済サービスは、ECモール上で料金の支払い側と受取り側の間に入るサービスで、消費者は販売者にクレジットカード情報等を伝えることなく商品を購入できます。中国の場合には WeChatPay、^{ウィーチャットペイ} Alipay^{アリペイ}を利用するのが一般的です。

各国・地域で選択される決済手段に違いはありますが、**越境ECの利用者が決済選択時に最優先する判断基準は「安心な決済手段かどうか」**になります。

ストライプ Stripe	ペイパル PayPal	ペイオニア Payoneer ワールドファースト WorldFirst
ネット通販決済で重要となる不正防止や定期支払ができる国際決済。手数料は3.4%～で日本語でのサポートもあり。口座開設料は0円。	相手のメールアドレスが分かれば送金できる仕組み。手数料入金時の4.1%+40円。その他に両替・為替手数料あり。日本語サービスあり。口座開設料0円。	国際取引可能な多通貨対応型のインターネット専用の銀行口座。日本語サービスあり。口座開設料0円。
世界的に急成長している決済システムで、欧州・豪州へも拡大。クレジットカード、デビットカード、中国決済（WeChatPay、Alipay）も利用できることから導入コストが低い。120か国以上、数百万社以上のサイトで実装されている。	世界最大で老舗の電子決済サービス。PayPalの口座間やクレジットカード、デビットカード、小切手での送金や入金が世界190の国と地域で利用でき、21種類以上の通貨に対応。安全なサービスであると謳われている。	Bank of America、Citi Bankといった有名銀行系列の口座。Amazon、eBayやShopeeなど海外ECモールに出店する際に必要。
金融法上は資金移動事業者扱いなので、1回の送金で100万円を超えている場合は使えない。	金融法上は資金移動事業者扱いなので、1回の送金で100万円を超えている場合は使えない。	金融法上の銀行と認められているので、1回の送金で100万円を超えている場合も問題なし。

越境ECの決済では、通貨を日本円で設定する場合と、外国の通貨に設定する場合の2つの方法があります。**一般的には為替差損のない日本円で設定することが多く、日本円で決済されても購入者側では購入者の国の通貨で決済されますので安心です。**

⑧ 海外への発送について

一般的には小口輸送に向いている日本郵便の国際郵便を利用します。はじめて越境ECで発送する場合にもおすすめです。追跡番号と保険が付けられるEMSと国際eパケットが主流で、送料の算出は梱包後の最終重量です。通関手続きは簡易通関を採用しているため送料は比較的安く、購入者宅まで届くのに多少時間がかかります。

国際郵便で送れない国の場合には、国際物流業者（国際クーリエ）を使ってDoor to Door（ドア・ツー・ドア）サービスで配送します。追跡番号と保険付で、送料算出は梱包後の最終重量、または容積重量で計算します。通関手続きは通常通関を採用するため、申告書類なども細かく送料は高額になりがちですが、翌日到着になるなどの速達性と、郵便より安全性が高く確実に届くため、高額品の場合に利用するなど、商品や販売価格によって使い分けをします。


2019年に発生した新型コロナウイルス感染症拡大など社会経済情勢等により、国や場所によって配送できない場合もありますので、配送方法や配送会社をよく比較し検討しましょう。

国際郵便

主なサービスはEMSと国際eパケット。重量制限、申告金額制限の差はあるが、どちらも追跡番号と保険が付けられる。送料の算出は梱包後の最終重量で計算する。通関手続きは簡易通関という手続きを採用しているので、送料は比較的安いが購入者宅までは多少時間がかかる。

国際物流業者 （国際クーリエ）

民間航空輸送サービス。追跡番号と保険付帯可能。送料算出は、梱包後の最終重量、または容積重量で計算。通関手続きは通常通関を採用、申告書類なども細かく、送料は高額。ただし、翌日到着など速達性は高い。



また、国内配送と違い、海外発送に必要な書類があります。基本は納品書・送り状（発送用ラベル）・インボイス・税関告知書の4つですが、発送する国によって必要な枚数が違う場合があります。

なお、海外の発送では、日本の配送業者とは異なり、荷物の取り扱いが丁寧とはいえません。また中継地点も多く、その分荷物に負担がかかり、商品の破損につながることも少なくありません。

そのため、商品の梱包については、商品をビニール袋やエアークッションで包み、段ボール箱に詰める際に隙間を作らないようにするなど、リスクを極力避けることを想定し対応することが必要です。

関税※は商品が国境をまたぐ時に輸入国側の取り決めによって課税される税金であり、支払うのは購入者です。

※〈関税の調べ方〉

「WorldTariff」(<https://www.jetro.go.jp/theme/export/tariff/>)

米国 FedEx Trade Networks 社が提供している世界の関税率情報データベースがあり、ジェトロ（日本貿易振興機構）が同社と契約しているため、日本の居住者はどなたでも無料でジェトロの上記サイトを利用することが可能です。世界175か国の関税率が検索できます。

⑨ 越境 EC を行うにあたり気をつけること

販売する価格に注意が必要です。

EC モールに必要な販売手数料、決済手数料、倉庫料やピッキング費用など、予想より多くの経費がかかることがあります。経費やプロモーション費用も上乗せした海外販売価格を設定しておくといでしょう。

海外の購入者に届けるための国際配送の費用負担が多くなる場合があります。

国内配送と比較して数倍になるケースがあり、購入者にとって大きな負担になります。また送料は商品購入を決定する上で一番重要な判断材料にもなりますので、できるだけリーズナブルな配送料金を事前に確認して提示することが必要です。

外国の通貨で販売した際の為替差損に注意が必要です。

越境 EC に有利なのは円安ですが、差損が気になる場合にはできるだけ日本円で販売するようにしてください。ただし海外 EC モールでは海外通貨で販売することが義務付けられています。

食品、化粧品、医薬品類の輸出には、対象国の規制の確認が必要です。

生鮮食料品の輸出について事前に確認するには植物防疫所・動物検疫所など、輸出先の国別の具体的な検疫条件を参照してください。

【参考：農林水産省ホームページ <http://www.maff.go.jp/pps/j/search/detail.html>】
食品、化粧品、医薬品類を輸出する場合、米国については FDA の事前申告番号 (Prior Notice Confirmation Number) の取得や、中国の場合には NMPA (中国薬事当局) に対し販売するための NMPA 登録を行う必要がある場合もありますので、よく確認をしましょう。

越境 EC で海外進出、特に中国が対象国となっている場合に十分な知的財産権対策が必要です。

対策が十分でなかったために、大量の模造品が発生し自社商標が先取りされたり、特許・商標権侵害で訴えられたりするなどの問題が多発しています。このようなことが起きる前に権利取得するなどの事前準備が重要です。ジェトロでも海外における知財問題でお困りの方の相談を受け付けています。

⑩ 越境ECにかかる費用の目安

越境ECにかかる費用の目安については以下のとおりです。あくまで参考例になりますので、各社に見積もりを取って最新の費用動向を確認していきましょう。

1. 海外ECモール出店 (出店支援サービス・出品代行)

初期費用：**30**万円～+**3**万円～(ECモール+業者手数料17%～が別途必要)

※出品代行の場合にはECモール手数料に加え、さらに販売手数料20%～50%必須。

テスト販売/事業規模(小)

2-1. 越境ECサイト運営 (自社サイト構築・Shopify利用)

初期費用：**50**万円～+**3**万円～(決済手数料3.6%～別途必要)

※自力で全てできる場合には初期費用の低減が可能。

事業規模(小)

2-2. 越境ECサイト運営 (自社サイト構築・Magento利用)

初期費用：**150**万円～+**5**万円～(決済手数料3.6%～別途必要)

※販売手数料1%～5%が別途必要な場合も。伴走支援やコンサルティングを依頼することも可能。

事業規模(中)

3. 中国向け戦略 (天猫国際、京東全球購に自社出店)

初期費用：**3,000**万円～(予算の大半は広告費用に利用)

※委託販売、卸売、出品代行の場合には各々費用が異なります。

事業規模(大)

時期により自治体、支援機関などによる補助金が利用できる場合があります。川崎市や商工会議所、独立行政法人中小企業基盤整備機構などのホームページなどで確認してみましょう。

① 越境 EC 導入事例

株式会社 TATAMISER

<https://japanese-tatamimat.com/>

日本と世界で畳の暮らしを広めたい。
米国、シンガポールから注文が殺到！



「良質な本物の畳を手軽に楽しめるように、サイズオーダー制の畳専門の通販サイトを運営しています。

補助金を利用して越境 EC モールに出店することになった際、eBay に大量の商品を出品することになりましたが、ツール

を使ってまとめて出品を行ったことにより、スムーズに開店することができました。

フローリングのように痛くないと反応も良く、座禅するために購入する方も増えており、米国やシンガポールからの注文が増加しています。

今後は、海外への情報発信を一段と強化して、国内外の幅広い層に畳の魅力を知っていただきたいと思っています。」

有限会社亀川石材店

<https://kamegawa.shop/>

伝統と熟練の技×越境 EC で、
小松石の新たな可能性を追求。



「神社仏閣、墓石等に利用されてきた『小松石』で伝統を守りながら新しいことにも挑戦したいと考えていたところ、海外からの反応もあったため、海外展開に目を向けることにしました。

補助金を活用して海外向けに適した越境 EC サイトの構築を行い、本格スタートに向けて邁進しています。

今後は海外の人たちと活発に意見交換できるコミュニティの場等も活用しながら、小松石の魅力を伝えていきたいと考えています。」

株式会社 KIMONOdressjapan

<https://kimonodressjapan.com/>

EC モール利用から、 本格的な自社サイト展開へシフト。



「ヴィンテージの着物や一部アレンジしたものを海外の方に紹介・お召しになってもらい、日本文化を楽しんでもらえる人を増やしたいと考えております。

越境 EC モールへの出店は以前から取り組んできましたが、フォロワーが増え、商

品を気に入ってくれた方のリピート購入なども増えてきたことから、モール上でのやり取りだけでなく自身で管理する越境 EC サイトを構築したいと考えました。

現在は越境 EC モールと自社の越境 EC サイトを連携させ、海外のお客様とのコミュニケーションを通して KIMONOdressjapan というコミュニティを作り、日本文化を愛してくれる方々の期待に答えていきたいと考えています。」

川崎市 越境ECスタートアップハンドブック

令和3（2021）年5月発行

※本ハンドブックに掲載している各種サービス内容や手数料等は、
令和3年（2021）年4月30日時点のものとなります。

お問い合わせ

川崎市経済労働局国際経済推進室

〈TEL〉044-200-2336 〈E-mail〉28keisu@city.kawasaki.jp

制作

ジェイGrab株式会社

（川崎市越境 EC 等サポート業務委託受託事業者）

〈TEL〉03-5728-2095 〈E-mail〉info@j-grab.co.jp

※本事業は、ジェイGrab株式会社が川崎市より「越境 EC 等サポート業務」の
委託を受けて制作したものです。