

越境ECサポート業務事業説明

～海外販売の将来の自走化、企業間取引を視野に入れた越境EC支援について～

ジェイクラブ株式会社
横川広幸(よこかわ ひろゆき)
令和7年度

主催：川崎市経済労働局経営支援部
経営支援課国際経済担当

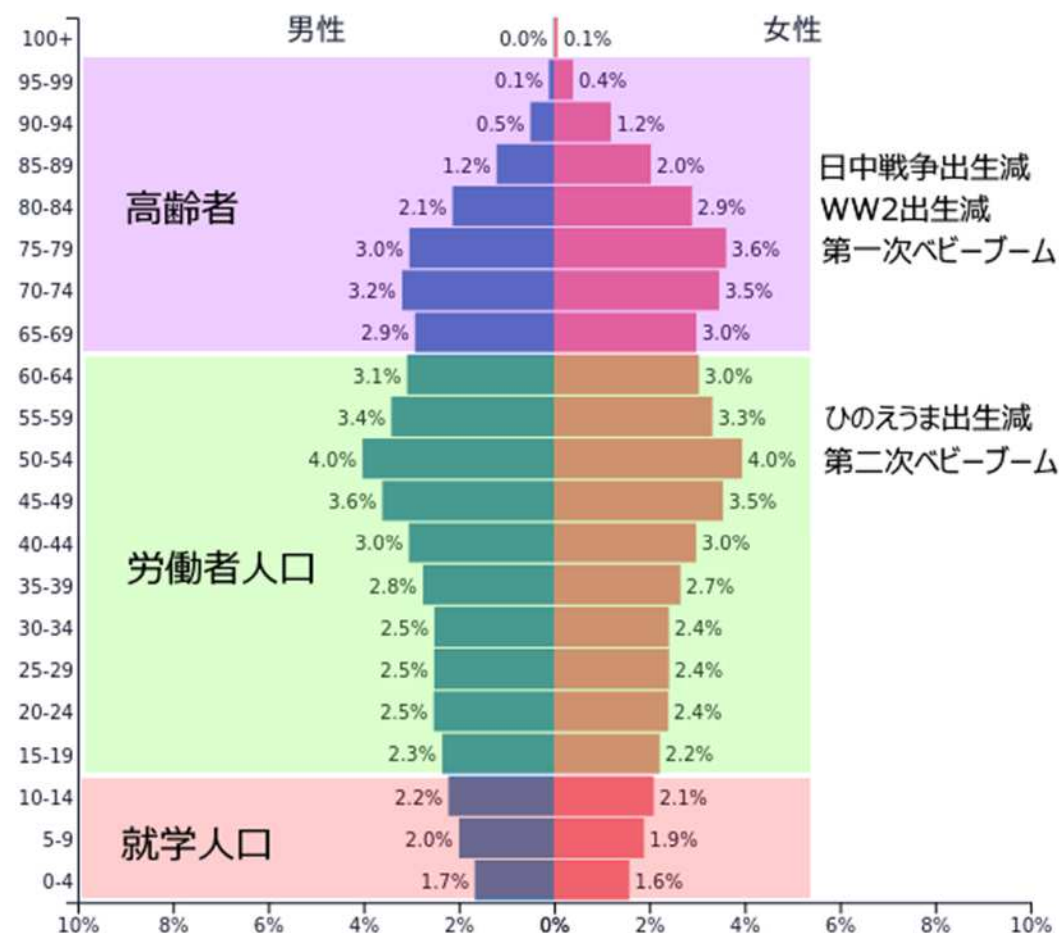
アジェンダ

1. 越境ECの概況
2. 本事業の事業説明
3. 選定ツールの紹介
4. ご理解とご協力をお願いしたいこと
5. 越境ECで成功するための意識替え
6. 参加条件

1. 越境ECの概況

越境ECとは？ 越境ECにシフトする理由

- 越境ECとは一言で言えば『インターネットを通じてモノやサービスを海外の人に提供すること』です。
- 日本市場は少子高齢化、人口減少、収入減少、消費鈍化により、市場の縮小が急速に進展。
- 年間出生数が初の70万人割れ 出生率は過去最低「1.15」に
- 2024年の婚姻数は約48万組。わずかに回復するも歴史的には低水準（2019年は60万組）



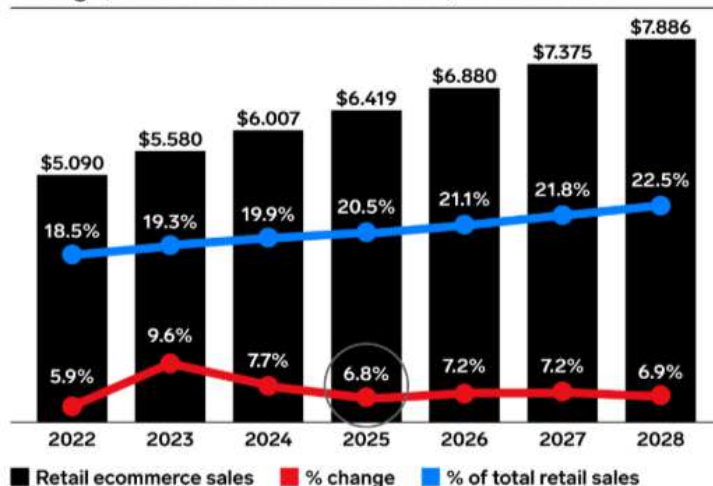
PopulationPyramid.net

日本 - 2024
人口: 123,753,040

世界の現状と2024年以降の越境EC事情

Worldwide Ecommerce Sales Growth Will Dip Slightly in 2025, Mostly Due to Softness in China

trillions in retail ecommerce sales worldwide, % change, and % of total retail sales, 2022-2028



Note: includes products or services ordered using the internet, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes, or money transfers, restaurant sales, food services and drinking place sales, gambling and other vice goods sales

Source: EMARKETER Forecast, Feb 2025

289739

EMARKETER

- 海外EC市場規模は2030年までに20%前後で成長
- 海外の越境EC成長率は26%。日本は**6.9%** (Grand View Research)
- 日本のからの越境EC出荷先は9割がアメリカ (経済産業省)
- トランプ関税の影響で2025年は少し落ち込むが翌年からは回復

地域	人気の原産国	人気商品ジャンル
米国	日本、韓国、ドイツ	アニメグッズ、コスメ、家電、時計
中国	日本、韓国	ベビー用品、健康食品、ハイブランド
東南アジア	日本、韓国、欧米	美容・健康、ファッション、家庭用品
中東	日本、フランス、イタリア	スキンケア、香水、日用雑貨
ヨーロッパ	日本、中国、米国	食品、車関連部品、キッチン用品

- 日本旅行者の大半が帰国後に再度日本で食べた・買った物をレポートと報告 (観光庁)
- 6割の訪日観光客が帰国後にレポートと回答 (みずほ総研)

ポイント	内容
訪日経験	越境EC利用者の6割が実際に訪日経験あり
旅先体験効果	商品を現地で体験、その後オンラインで購入する傾向
オンライン転移	旅行消費の一部がECにシフト(特に中国36%、台湾21%)
再購入志向	約80%が帰国後のEC再購入を希望
商品カテゴリー	化粧品・日用品・酒類などで消費傾向が一致

2. 本事業の事業説明

企画概要

実施目的

世界的な市場の成長が見込まれている国際的な電子商取引である越境ECは、企業の関心も引き続き高く、その一方で、多くの企業は優れた技術・商品を持ちながらも、海外消費者への訴求の難しさや専門知識の不足などの課題を抱えており、海外販売ができていません。そこで本事業において、川崎市内の中小企業等が、越境EC専門家による委託販売型の出品代行支援を受けながら、自社製品等の販路拡大に取り組む環境を整備するとともに、金融機関等との連携による企業間ビジネスの創出に取り組みます。

また、海外展開支援を行うKOBS、金融機関や支援機関等と連携した企業間ビジネスの創出を促進する事業として、日本の商材に特化した海外展示会(NY NOW等)に出展することで、川崎市の優れた技術や製品を米国ならびに世界にPRを行うことで、海外への販路拡大を促進するとともに市内企業の国際競争力の強化を目指します。(中止になりました)

出品企業の募集及び選定支援から本事業終了後まで、企業規模に見合う自立した海外販路拡大ができるよう、越境ECセミナー、フォローアップ会での意見交換やグループワーク、個別企業相談会、企業別レポートなど、初めての海外展開する企業から、既に越境ECや海外展開済みの企業、大手企業にも海外輸出事業の継続と拡大ができるよう、丁寧に対応させていただきます。

本事業のご提案にあたって

越境ECは市内企業が生き残るために必要な事業となりました。この事業は、j-Grab Mallに川崎市特設サイトを開設し、翻訳、商品ページ作成、国際発送、返品・返金その他トラブル対応、プロモーション、動画作成等を行い、市内産業と経済の活性化を促進し、優れた技術・製品をPRすることで、海外販路拡大と国際競争力の強化を目指す事業となるよう目指します。





ワークショップ、フォローアップ会の実施

BtoBとBtoCは一体連続したものと考える必要があります。本国での実績だけを主張しても、売りたいターゲット国のバイヤーに購入を決意させる根拠としては弱いからです。そこでその国の個人消費者に評価されている実績を作り、それを根拠に説得すると成約確度が向上します。そのため、セミナーではBtoCからBtoBという一体連続で考えること、そのどちらも海外の人が実際に検索で使用するキーワードを知ったり、興味関心を引いてもらう文章力を身につけるテクニック、AIを利用して人手不足や知識不足、補うセミナーとワークショップを実施します。越境ECの意識を高めると同時に越境EC専門家からの直接的な助言も行います。

オリエンテーション（出品開始前）

2025年4月・10月

+

ワークショップ（事業期間中）

2025年10月1日

【海外に売るためのコツを知るワークショップ】

1. 越境EC基礎知識
2. 売するための写真、ワード、コピーの考えかた
3. AIを利用した省人化運営のコツ

フォローアップ（事業終了直前）

2026年3月(予定)

【事業振り返りと越境EC自立化 基礎セミナー】

1. 事業振り返り
2. 越境EC進出方法、進出エリアの定め方
3. 自走化に向けて

越境EC専門家



横川 広幸
1位 越境EC上級コンサルタント



山田 彰彦
代表取締役

検索されるワードを探す、選ぶ

検索で引っかかるのは、中身が良くても売れない

海外の人が検索するワードと、日本人が検索するワードは、大きく異なる場合があります。そこで、海外で実際に検索されるワードを知る必要があります。

LED Light bulb for center-isle screen

バックスクリーン用のLEDライト

Light bulb for center-isle screen

バックスクリーン用のLEDライト

興味関心を引く内容にする

読者社・新聞社と雑誌社の違いに近い

雑誌社のメリット・デメリット

読者社のメリット・デメリット

雑誌社のデメリット

読者社のデメリット

シェアリング株式会社の提供サービスは3つ

自社にサイト

ECメール

販売代行（海外では難しい場合）

海外では自力でやる場合、メリットは少ない、デメリットは多い

・運営、販売ノウハウが身に付く

・成功報酬が手厚い

・初期投資、入札リソースが大きい

・プロモーション費がかさむ

・店舗の必要がない

・フルタイムの力が少ない

・国内だけで仕事が完結する

・国内にだけ仕事が終わる

・国内にだけ仕事が終わる

欧米は20年前からeBayがAmazonか

ECメール比較

ECメール

Most visited online marketplaces worldwide

While this seems like an obvious win for Amazon, eBay has a trump up its sleeve: international reach (defined as sales outside North America). As of 2014, eBay boasts 62% worldwide sales, as new 20 sales outside the globe, which is almost double that of Amazon (12% international sales across 13 global marketplaces).

Amazon 求められたい

eBay 求められたい

関税は必ずかかるものでもない

一般輸入は関税がかかるが、免税品は関税がかからない

主要地域のデ・ミニマス (De minimis) 金額

・米国: 800ドル

・オーストラリア: 1000豪ドル

・ドイツ: フランス: 150ユーロ、イギリス: 135ポンド

・タイ: 1500バーツ、中国: 50人民元、インドネシア: 3ドル

内容品代（中古品）とはなんですか？

中古品とは「商品の価値」のことを指します。したがって必ずしも販売価格（上代）ではありません。中古品とは「商品の価値」のことを指します。したがって必ずしも販売価格（上代）ではありません。中古品とは「商品の価値」のことを指します。したがって必ずしも販売価格（上代）ではありません。

AIで文章を作らせる意味

新聞記事などでも「見出し」⇒「リード」⇒「記事本文」という順に構成されており、読者の関心があるのは、「見出し」の順に読み進めるようになっていきます。

したがって、「キャッチコピー入り商品タイトル」⇒「説明ダイジェスト」⇒「説明本文」と組み立てるのが読みやすい構成ページとなります。

これをAIで自動で作れるのがAIです。積極的に利用しましょう。

委託代行型越境EC販売支援

越境ECを本格的にはしめる前のテストマーケティングに最適

j-Grab Mail

190ヶ国 50億人 8800万円市場で越境EC販売

190ヶ国 50億人 8800万円市場で越境EC販売

販売国選定の考え方

グローバル市場でテストする

世界にはどんな国があるのか？

世界にはどんな国があるのか？

世界にはどんな国があるのか？

越境EC向け販売実施後の改善、市内企業発の製品や技術に対して、業種や企業の規模ごとの課題、課題解決に有効となった支援方策などを整理した電子レポートを作成・提供します。同時に、越境EC支援事業を通じた結果と振り返り、商談結果、商品カタログ改善、支援事業終了後も自立して運営するための助言を越境EC専門家が対応・実施します。



3. 選定ツールの紹介

越境ECモール概要

ECモール	j-Grab Mall ジェイグラブ・モール (BtoC)	eBay イーベイ (BtoC、B2B)	Walmart Walmart (BtoC)		
対象国・方面	 グローバル(全世界対応)	 米国・欧州・全世界対応	 米国が重点国		
表示言語	英語、フランス語、スペイン語、タイ語 中国語、イタリア語、ドイツ語、韓国語	英語、フランス語、スペイン語、 ドイツ語、イタリア語	英 語		
ECの特徴 コンセプト	川崎市の特産品を テストマーケティングから本格販売まで展開します。川崎市特設サイトを構築して eBayやWalmartをはじめとする世界の主要ECモールと連携。これにより、市内事業者の海外進出と販路拡大を支援します。海外PL保険付きの委託販売型で提供するため、事業者のリスクを軽減。商品の配送は国内発送のみで完結し、インボイスや税関申告の手続きも不要です。	米国を中心に欧州、オセアニアなど190カ国以上に販売可能。世界最大越境ECグローバルで1.8億人のアクティブユーザーを誇り年間10兆円の総取引額。日本製品がよく売れているのが特徴。BtoC、BtoB領域のマルチチャンネルでグローバルに取引されている。新品販売割合9割、1割はテストマーケティングで価格の決めにくい一品モノなど、オークション形式で販売、プロモートが可能。	世界有数のリテールブランドとしての信頼性と広範な顧客基盤で米国内のECプラットフォームとして高い知名度を誇ります。日本製品やユニークな商品も受け入れられやすい市場です。現在、Walmartでは日本からの出展は許可されておらず、j-Grab Mallが唯一越境EC販売で特別許可を得ているため競合が少なく、昨年度でも川崎市の商品がよく売っていました。		
国際決済	世界主要クレジットカード・デビットカード、ペイパル、アップルペイ、グーグルペイ、WeChatPayなどでShopifyペイメント活用 	Visa・Master他世界主要クレジットカード・デビットカード、PayPal、Payoneer 	Visa・Master他世界主要クレジットカード・デビットカード、PayPal、Payoneer 		
オンライン プロモーション	商品が越境ECで売れない最大の要因は、「特設サイトに顧客が来ない」ことです。そこで、越境ECモールに掲載された商品を、インフルエンサー役のマーケティングスタッフが積極的に発信。SanrioやX-JAPANのファン数を上回る約170万人の日本好き外国人が集う、日本で4番目に大きい口コミコミュニティ JAPANCRAZE (Facebook公式ページ) をはじめ、Instagram広告を活用し、川崎市事業者の商品や技術、サービスを投稿・紹介・広告します。これにより、海外での認知度向上と販売促進を図ります。さらに、連携するeBayでは「プロモートリスティング」と「オークション」を活用し、モール内部広告による集客・販売の最大化を支援します。				

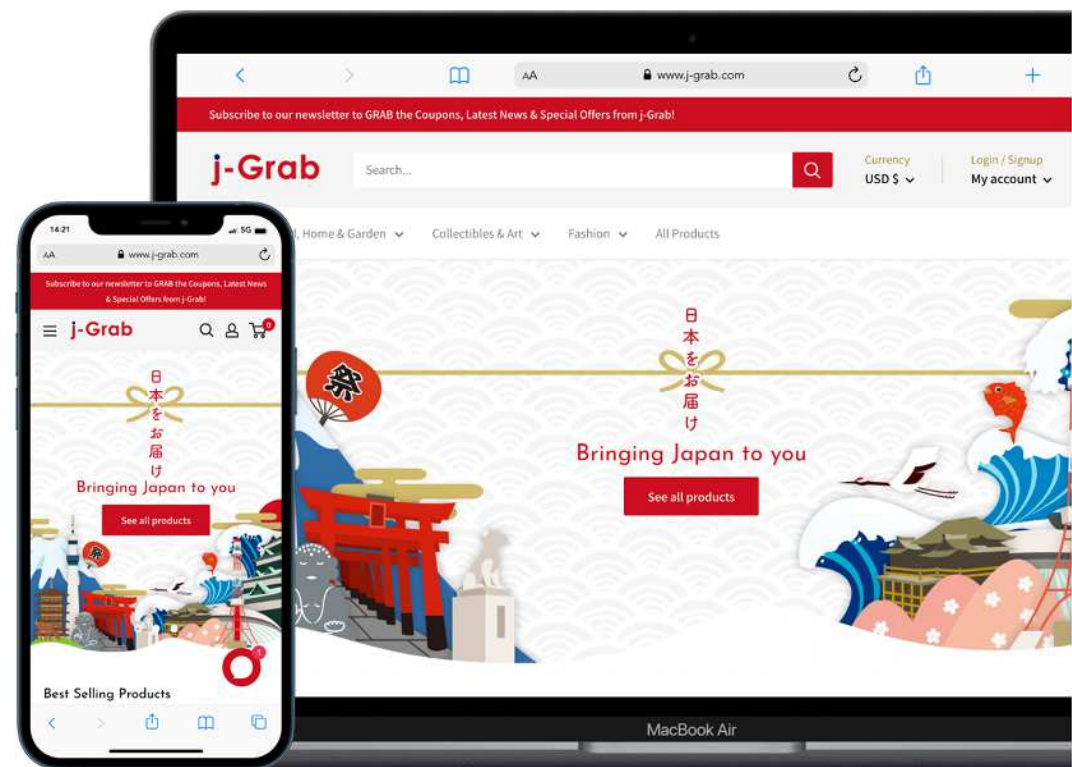
j-Grab Mall とは？

j-Grab Mall

世界で売れる。委託販売型 越境ECプラットフォーム

j-Grab Mallは、これまでにない手軽さと、類をみない多チャンネル連携・リアル販売連携で、日本のブランド・商品を世界中に販売できる、B2C型の新しい越境ECプラットフォームです。

※東京海上日動海外PL保険付



海外ECモール連携 | 本事業で出品できるECサイト

複数の海外ECマーケットプレイスと連携

- 大手海外B2C型 ECマーケットプレイス eBay、Walmartなどと連携しています。
- 本事業では、j-Grab Mallに出品することで、個別の手続きや対応などの煩雑が業務が一切からずに大手海外B2C型ECマーケットプレイスeBay、Walmartにも出品が可能です。
- 多チャンネル連携により、集客および販促・プロモーションの最大化と早期の信用・信頼の獲得が可能です。



ジェイグラブモール自体で売買できるだけでなく、海外主要ECモールへ連動出品することによって間口を広げ、より多くの消費者と出会う。
= ただのモールではなく、**海外モールへのハブにもなっている。**

委託販売の流れ

参加事業者さまの作業は「商品情報の作成」と「国内倉庫への商品発送」だけ

応募が多い場合は審査の可能性もあります。1社あたり原則3商品（最大5商品）、各10SKUです。

1. お申し込み



j-Grab Mall専用お申し込みフォームに必要事項を記入のうえお申込みください。

2. 商品登録・販売



「商品登録フォーム」をもとに、ジェイグラブが商品登録を行い販売開始となります。世界の海外ECモール、SNSにも連携・販売されます。

3. 商品情報作成・発送

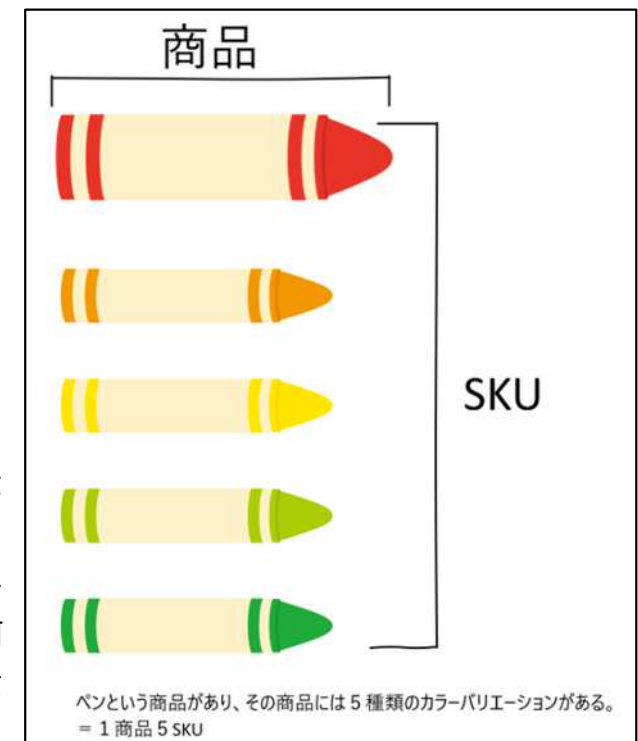


海外に売れたら事務局から連絡をいたします。その連絡を受けたら、商品をジェイグラブの国内指定倉庫に発送してください。

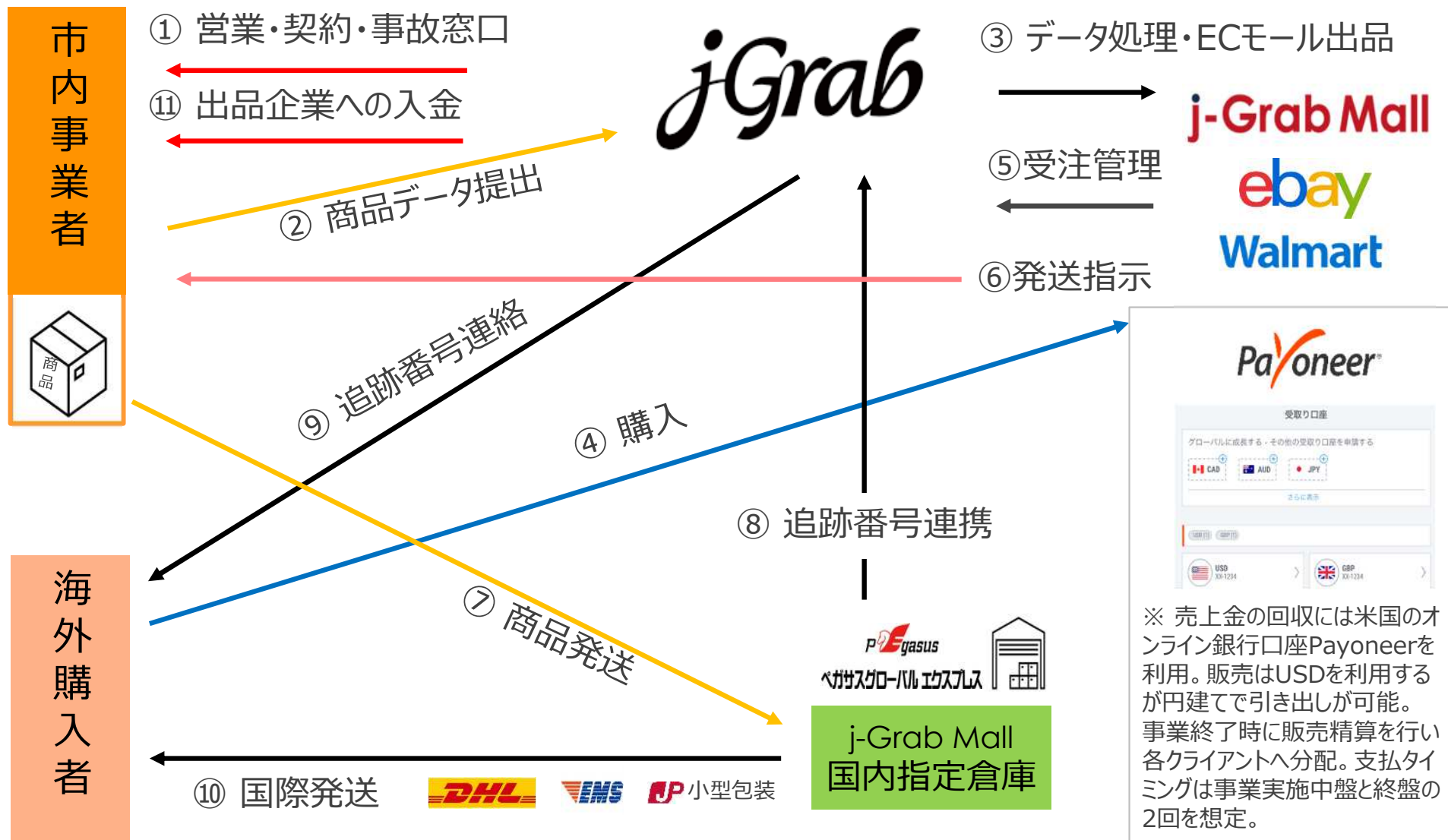
4. 受注・発送



指定倉庫への納入を確認したら倉庫スタッフが海外発送します。お客さまは何もする必要がありません。



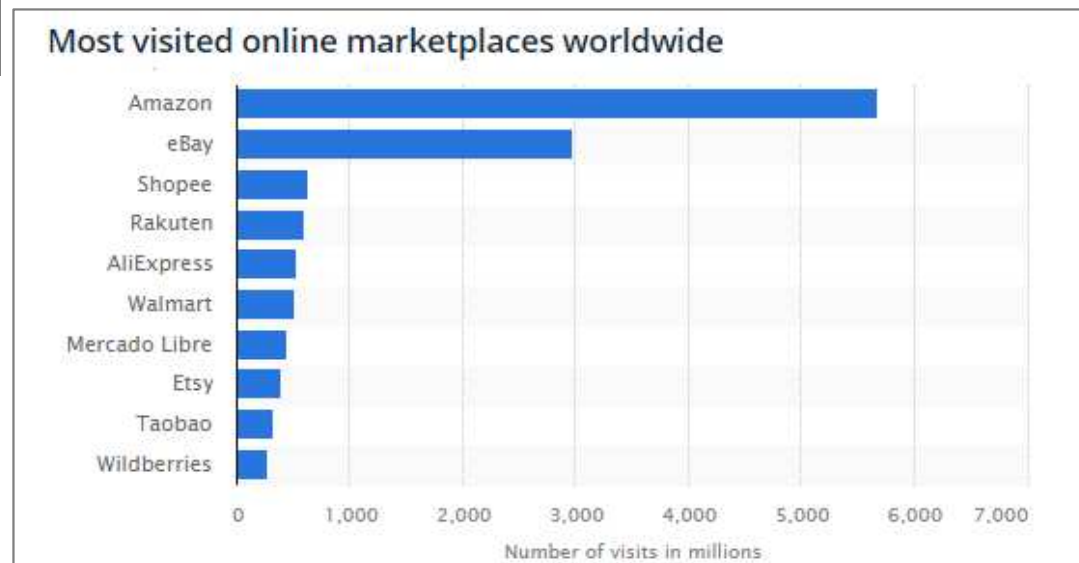
ECモールの管理運営 (B2C、B2B)



欧米は20年前からeBayかAmazonか

出典：Statista

ECモール比較	ECモール	
ECモール名	ebay	amazon
アカウント作成 (日本取得)	○	○ (米国の銀行口座取得必須)
レギュレーション の分かりやすさ	○	△ (独自ルールで不透明)
越境EC発送 向き・不向き	○	△ (フルフィル在庫推奨)
急なアカウント停止 アカウント凍結処置	△	△ ~ ✕ (交渉なく停止になる事例が多発)
日本からの医薬品・ 食品販売	△	✕ (米国FDAのルールに従う必要あり)
マーケティング 販促	○	○



While this seems like an obvious win for Amazon, eBay has a trump up its sleeve: international reach (defined as sales outside North America). As of 2016, eBay records 62% worldwide sales across 25 sites around the globe which is almost double that of Amazon (33% international sales across 13 global marketplaces).

	米国FDA	欧州VAT
Amazon	求められる	納税者番号求める
eBay	求められない	eBayが対応

4. ご理解とご協力をお願いしたいこと

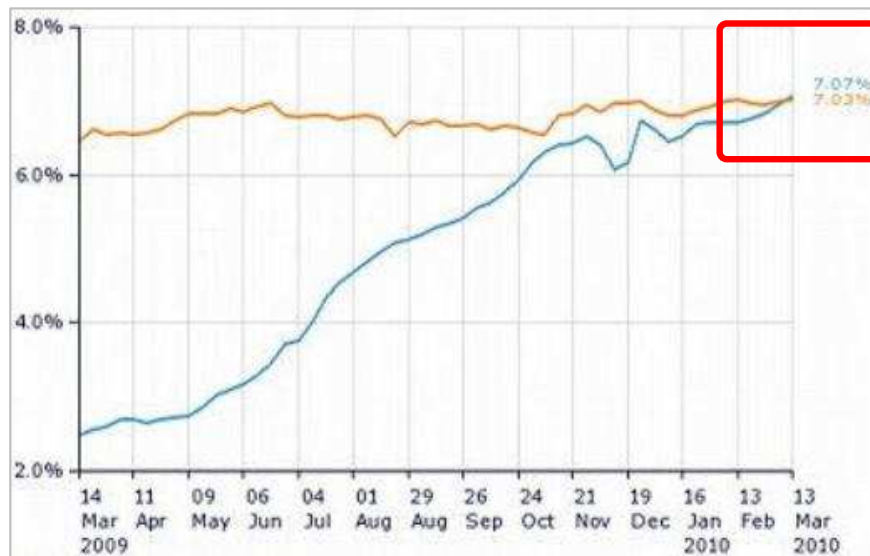
売るためのプロモーションとは（SNS）

御社SNSでの援護射撃をよろしくお願いいたします。

欧米圏では、プロのバイヤーも、一般の消費者も商品探しにソーシャル・メディアを使用しています。ヨーロッパでは98%が商品探しにSNSを用い、SNSを信用しないという人が2%しかいないというデータがあるため、**「SNSをやらない＝商売する気がない」**といっても過言ではありません

参考：98% of shoppers use social media to find products(2023/09/26 Ecommerce News)

15年前の時点で検索エンジン経由で目的のサイトに来る人とSNSを辿ってやってくる人が五分五分になっている。もはやSEO対策をやっても50%は結果に繋がらない時代



ソーシャル・メディアがなぜ「ソーシャル」という名がついているのか。

これを知っていないとSNSの本質を知らないことになり、効果的なプロモーションは行えない。

ソーシャル・メディアの本質を知るヒントは「ソーシャル」。

オンラインだけでなく、日常のオフラインの社会生活を考えた時、どんな人物が好かれ、どんな人物が社会から浮いているか、これを観察すると本来のSNSの運用方法が明確に分かってきます。また、CTA（Call to Action）を常に意識します。

日本的手法ではなく、海外的センスで

1. コミュニケーションスタイル

- **日本:** フォーマルで丁寧な表現が好まれ、控えめなトーンが一般的。実用的な情報や製品詳細を含むことで信頼性を高めようとする。
- **海外**（アメリカ・ヨーロッパなど）: カジュアルで親しみやすいトーンが好まれ、ユーモアが含まれたコンテンツが人気。ストーリーテリングやエンタメ要素が重視され、ブランドとフォロワーが感情的に繋がることが期待されます。

2. エンゲージメント手法

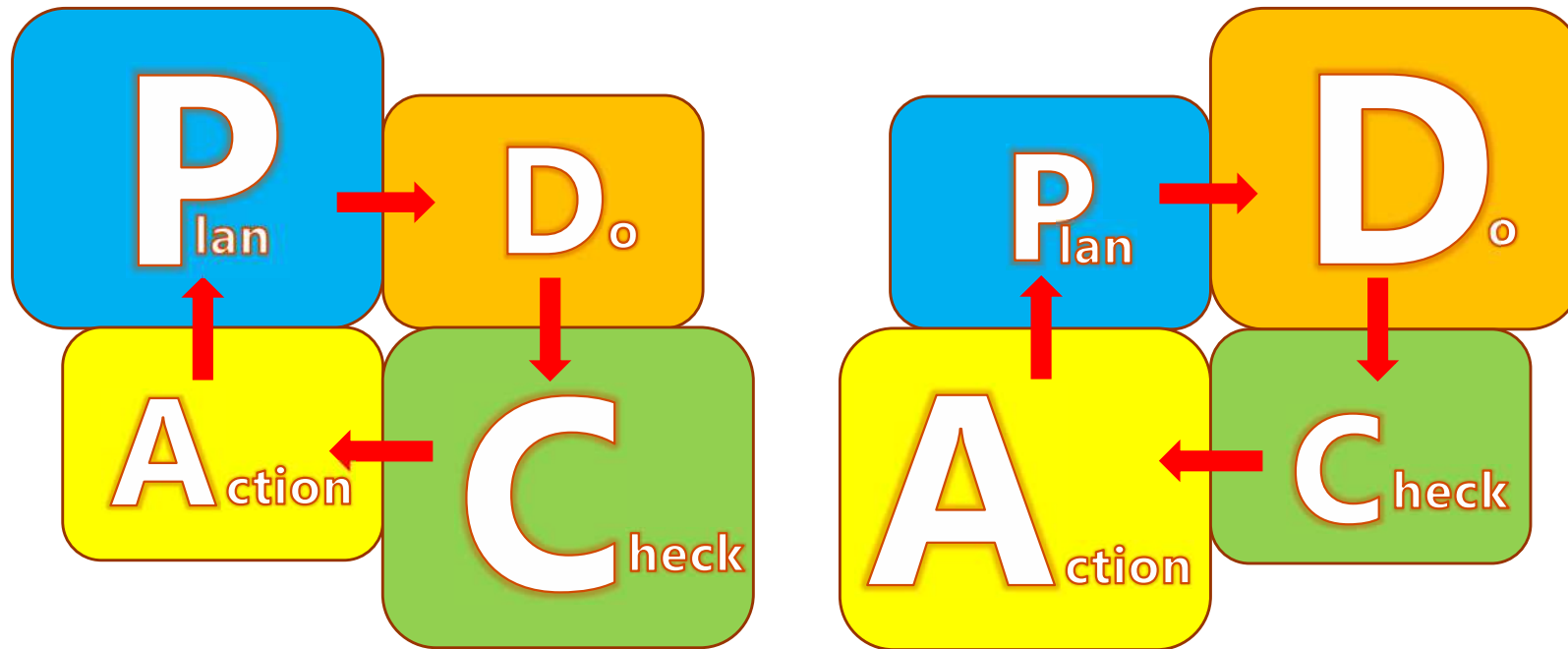
- **日本:** ブランドの信頼性や品質を強調し、しっかりとした説明や実績を示すことでフォロワーの関心を引こうとする。文字情報が多めの投稿が多く、ビジュアルをキャッチーにすることが少ない
- **海外:** ユーザー参加型のコンテンツやインタラクティブな投稿（例：Q&A, Polls）が人気です。ミームや短い動画がシェアされやすく、コメントやリアクションを通じた双方向のやりとりが重視されます。

3. コンテンツの受け入れ方

- **日本:** ユーザーは信頼できるブランドや超有名なインフルエンサーの推薦に影響を受ける。商品の品質や実用性を重視します。
- **海外:** ユニークでインパクトのあるコンテンツや、感情に訴えるストーリーが評価されやすい。ユーザーが自由にコメントやリミックスできる、オープンな表現が歓迎されます。

5. 越境ECで成功するための意識替え

日本企業に多い、世界で成功しない意識



日本企業（プロセス重視からくる決断の超絶遅延から、品質が良くとも知名度獲得に出遅れ、低空飛行が続く）

万が一の対策、安心できるまで準備準備準備・・・

ようやくスタート

海外企業（早くスタート＝知名度獲得に有利。品質や顧客満足度に多少難があっても都度対策。100%の完璧など目指さない）

準備

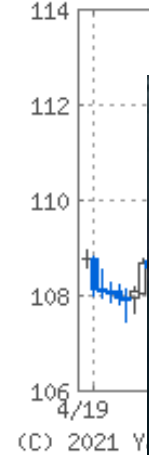
オープン（問題があれば都度対策）

Plan（計画して）→ Delay（遅れて）→ Cancel（中止して）→ Apologize（謝る）
にならないように気をつける。

越境ECをやるなら国際欄も読むのが常識

America Dollar

2021/10/12



トランプ関税について

2025年4月～8月にかけてトランプ関税に関する情報は二転三転しました。

1. 5月2日の関税発表時は800ドル未満の申告額には関税を課税しないデ・ミニミス・ルールが生きていたため、商品が中国・香港製でない限りはBtoC越境ECでは影響は小さい。
↓
2. 7月5日に成立した「唯一無二の偉大で美しい法」では2027年7月にデ・ミニミスを廃止することを表明。それでもまだ2年先なので、現状は影響を受けない。
↓
3. 上記法律が成立して1ヶ月も経つか経たないうちに、デ・ミニミス廃止の大統領令が発令され、米国東部時間8月29日以降に到着する貨物に対してはデ・ミニミスが適用されない←イマココ



FedEx、DHL、UPSなどのクーリエ発送の場合

7月下旬に日米間で合意した相互関税15%が発生します。トランプ関税以前に15%未満だったものは15%に、それ以上だったものは変更なし。

国際郵便で発送する場合

- ・従価税：郵便物の原産国・価値によって発生
- ・従量税：郵便物の原産国に応じて重量で決められる関税率で、それが16%未満の場合、1点当たり80ドル、16～25%の場合は160ドル、25%を超える場合は200ドル

郵便に関しては、100ドル以下の贈答品の貨物に関しては非課税。

アメリカ側（USPS）がパンクしたら、日本へ返送。届かない可能性も。

6. 参加条件

募集要項・注意事項（オンラインBtoC、BtoB）

募集対象 事業期間	・新規に取り組む企業を優先します（企業規模は問わない。） ・過去に参加した企業も応募は可能です 令和7(2025)年10月順次～令和8(2026)年3月の間（出品準備期間を含む）
対象商品	市内に事業所を有する出品事業者等の自社製品（製造のみ外部委託も可） （例）工業製品、日用雑貨、アウトドア用品、食品、コスメ・美容品
販売チャネル	j-GrabMall、eBay、Walmart
対象外商品	生鮮食料品（ただし常温保存半年以上持つものは可）、酒類、医薬品・医療機器、動植物・土壌、効果等に具体的な根拠がないもの、公序良俗に反するもの、不正手段による取得物
申し込み要件	1. 輸出先国への輸入・販売が可能な商品であること 2. 輸出先国の知的財産を侵害していない商品であること 3. 商品の全体像が分かる背景白、もしくは無地の写真のほか、写真のファイル名をわかりやすく整理して複数枚提供いただくこと 4. j-Grab Mall、および海外ECモールのルール、ポリシーにご了承いただけること 5. 出品予定日まで販売する商品をご用意できること、またはジェイグラブ国内指定倉庫に納品できること(保管在庫数は応相談) 6. 輸出入時や販売時に必要な情報・書類をご提出いただけること (例:成分表やSDSなど) 7. JANコードが記載されている商品であることが望ましい。JANコードがない場合にはジェイグラブにご相談ください 9. セールやプロモーションに必要なクーポンや割引のご提供、追加情報などをご提供いただくこと 10. 海外での販売価格の変更や割引販売等を行うことに同意いただけること

注意事項

- ・商品の販売価格設定についてエントリーシートに記載いただく卸値価格に基づき販売価格を設定します。販売価格に関する諸条件がある場合、エントリーシートに記入する前にご相談ください。
- ・販売成約後は月末締め翌月末で積算・決定します。
- ・返品・返金処理について、成約日から遡って90日程度猶予を頂きます。返金が生じた場合にはご連絡の上ご請求書を発行の上、返金額などお振込みいただく可能性があります。
- ・在庫数、および購入可能数量などは、ジェイグラブ・参加企業の間で調整させていただきます。
- ・国際配送料、関税などの諸税、ECモール販売手数料などは購入者負担のため商品価格に含め販売価格を決定します。
- ・宣伝および販売プロモーション、ショールームストアの展示を実施するにあたり、商品サンプルの無償提供をご相談することがあります。
- ・j-Grab Mallやでは一定期間のデータやアンケートを集計して参画事業者向けにレポートをご提供しています。提供できるデータは各連携ECモールにより一部提供できないことがあります。
- ・申込み品目数は3商品10SKUとしています。ただし、海外ビジネスマッチングイベントにおいては、海外バイヤーとの商談で決定の上、1社1品とします。
- ・販売できない国や地域がある場合、お申し込み時に除外国指定の項目に国名をご記載ください。
- ・紛争地域や政情不安定な国や地域など物流会社が配送できない国・エリアから注文が入った場合には、ジェイグラブ判断でキャンセル処理することがあります。

出品者の費用負担について

想定される費用	基本的な考え方
個別商品ページ作成に係る費用	1 商品につき、上限 12,500 円 (日英翻訳付の場合、1 商品につき、17,500 円を上限とする) ※昨年度からの継続企業に関しては1 商品につき 5,000 円を上限とする。
販売手数料	各社で実費負担。上限 10%。
海外 PL 保険	1 社につき (目安) 上限 40 千円/年 団体加入 (PL 保険未加入の場合は、各社で補償全額実費負担)

jGrab

