

SAMPLE

特集レポート No.84

インバウンド市場を超える越境EC市場の 現状と今後の展望

Strictly Confidential

 Info Mart Corporation

2020年3月25日

はじめに

- ECとは電子商取引のことであり、インターネット上でおこなう様々な商品やサービスの売買の略称である。拡大し続けるEC市場では越境ECという国境をまたぐ商品やサービスの売買が注目されている
- 中国向けの越境EC市場は特に規模が大きく、既にインバウンド市場を超えているというデータもある。インターネット普及率の低さから成長の余力も残しており、多くの日本企業が注目している
- 本レポートでは越境EC市場を分析し、成長の著しい中国市場の動向や日本企業が参入する利点、そして今後の越境EC市場の展望について考察をおこなう

本資料の流れ



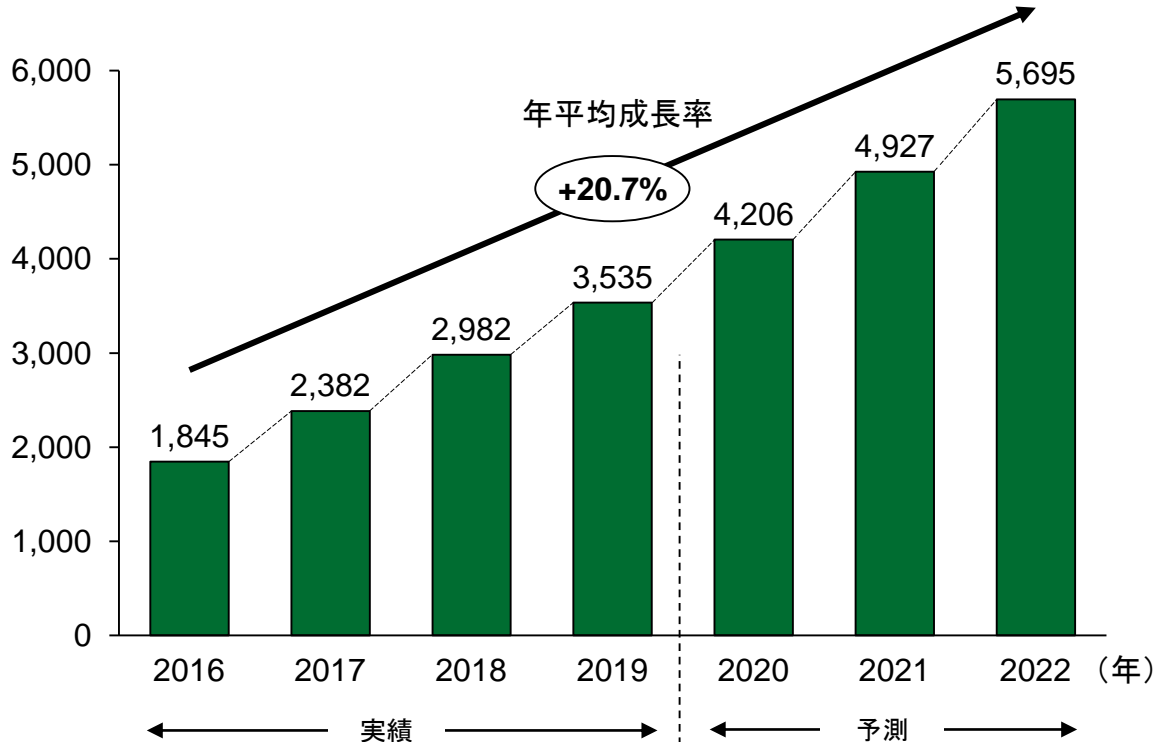
- I. 越境EC市場の現状
- II. 国別の動向:注目される中国市場
- III. 今後の越境EC市場の展望

世界を取り巻くEC市場

- 世界のBtoC EC市場は高い伸び率で拡大しており、**2018年の売上高は2.98兆ドル**となっている。米リサーチ会社は世界のEC市場が**2022年に5兆ドル**規模を超えると予想している
- EC市場はインターネット普及率やインフラの充実化などによって成長している

世界のBtoC EC市場規模と予測

(単位:十億USD)



EC市場の拡大理由

①インターネット人口の増加

- 世界のインターネット利用者は約40億人で総人口の53%にあたる

②スマートフォンなど、ネットに繋がるデバイスの普及

- 比較的安価なデバイスの開発で利用者が増加

③消費者による購買行動の変化

- 実物を見ないと不安という声が目立たなくなり、ECでの購入に消費者が慣れてきている

④ECサイト・モールなどインフラ設備の充実化

- EC事業を持つことの重要性が認識され始め、多くの企業がEC化に取り組んでいる

⑤物流網の発展

- 配達をおこなえる範囲が広がり、物流サービス向上により困難とされてきたラストワンマイルへの配送も可能になっている

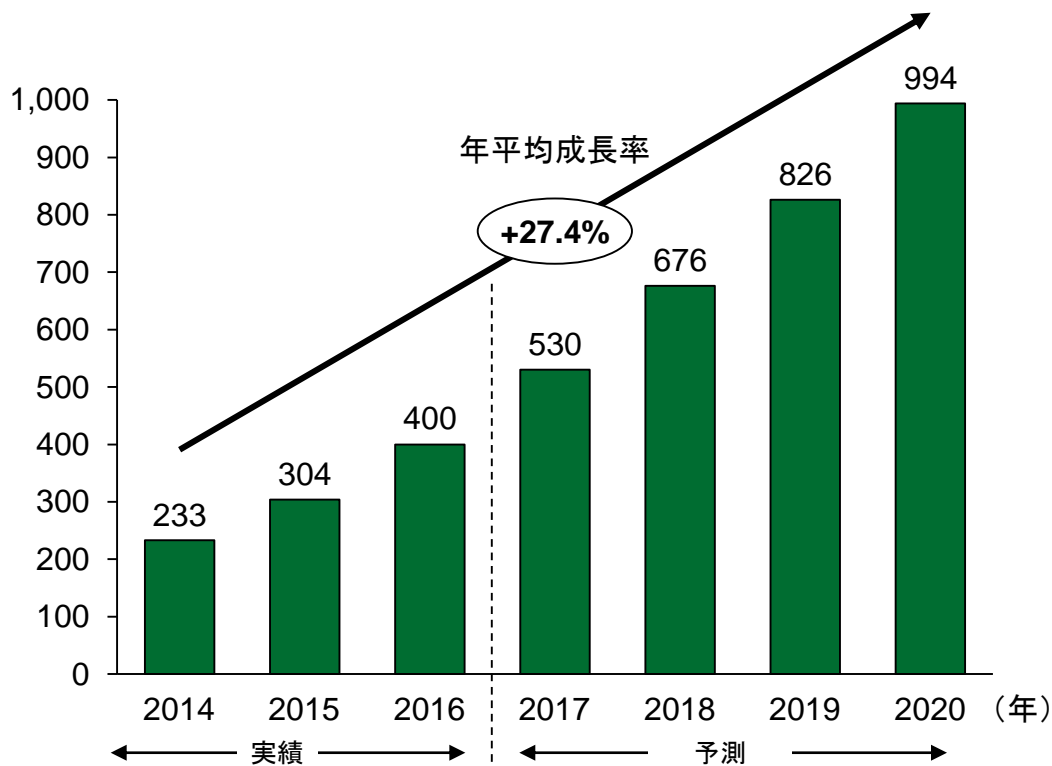
出所: eMarketer 「Global Ecommerce 2019」

越境EC市場の拡大

- インターネットでモノを買う習慣が定着する中、**国外の製品・サービスをECで買う「越境EC」**の利用者も増加
- 越境EC市場もEC市場と同様に拡大傾向。SNS等のプラットフォームの充実が後押し

世界の越境EC市場規模と予測

(単位:十億USD)



越境EC市場の拡大理由

- ①新興国の生活水準が上昇
 - ネット回線への投資が進み、新興国でもインターネット人口が増加
- ②情報発信のプラットフォームが充実
 - 国外の消費者の目に触れるSNSやYouTubeなどのプラットフォームが拡大したことで手軽に情報発信が可能となった
- ③決済方法の充実
 - PayPalやAlipayなど、多通貨に対応したオンライン決済サービスが充実している
- ④グローバル化により、他国の消費や流行に敏感になった
 - 流行は国際規模に広がるものとなり、消費者のアンテナは高くなっている

出所: 経済産業省「平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤設備」2019

越境EC ビジネスモデル

- 越境ECは大きく「**自社サイト型**」もしくは「**モール型**」に分かれ、一般的には5つの事業モデルで分類される
- 自社サイト型は外部プラットフォームを使わず、自社でECサイト運営をするモデルである
- モール型は掲載料を支払い、外部ECサイトに自社商品を出品する事業モデルである

ビジネスモデル		概要	例
自社サイト型	国内自社サイト	国内で越境ECに対応した自社サイトを運営する事業モデル。日本語で対応している自社ECサイトを多言語化し、対応する	ええじゃないかジャパン
	相手国自社サイト	相手国で自社のECサイトを運営する事業モデル。自社製品・サービスが相手国においてある程度知名度があり、自社が他国でのECサイト運営をコントロールできる場合に採用されやすい	ファーストリテイリング、良品計画
モール型	相手国ECモール出店	相手国のECモール・サイトに出店(出品)する事業モデル。他国のECサイト運営者との交渉が発生するため、専用の代行会社からサポートを受けることが多い	ヤーマン、カルビー
	国内ECモール出店	国内の越境ECに対応した他社国内ECモール・サイトに出店(出品)する事業モデル。「楽天市場」など、国内消費者向けに販売している事業の延長として海外消費者に向けて販売している	楽天市場
	一般貿易型EC販売	一般貿易と同様、国内の輸出者と相手国の輸入者の間で手続きをおこなった後に相手国のECサイト・モールに出店(出品)する事業モデル。取引上限額を超える高額商品などで使われることが多い	中国の場合、2,000円を超える商品は一般貿易をおこなう

※赤字は次頁以降で詳細を記述

SAMPLE版はここまでです。

続きは、業界チャンネル 特集レポート にてご覧ください。

特集レポート一覧はこちら ▶

“業界チャンネル 特集レポート”とは、

経営コンサルタントの目線で特に伸びているビジネスに注目して分析。
その成功の鍵や今後に関及し、「打ち手」を導出します。

