

## 研究報告

### 「越境 EC の可能性とリスク」

日本政策金融公庫総合研究所 主席研究員 竹内 英二

#### 急速な市場の広がり

皆様、こんにちは。総合研究所の竹内と申します。私からは「越境 EC の可能性とリスク」についてお話しさせていただきます。

「越境 EC（電子商取引）」とは、インターネットを使った海外への通信販売のことです（スライド 2）。海外への販売ですから、輸出の一形態といえます。最近、越境 EC はマーケットとしての成長が非常に期待されています。

経済産業省の報告書によると、越境 EC の市場はかなりのペースで伸びています（スライド 3）。今後は、さらに市場が成長していくと推計されています。2019年には、日本から中国への販売額が 2 兆 3,000 億ドルになるとの予想もあります。米国から中国への輸出もかなり伸びるとみられています。

実績も上がってきています。中国では 11 月 11 日が独身の日となっており、毎年大規模なセールが行われます。2016 年、中国最大のショッピングモールである「Tmall（天猫）」では、1 日で 1 兆 8,000 億円を売り上げました。国別の販売ランキングをみると、2015 年は米国が 1 位でしたが、2016 年は日本がトップです。日本のなかで一番売れたユニクロの場合、独身の日がスタートして 2 分 53 秒で 1 億円（日本円で 16 億円）を突破したそうです。こうした市場の拡大に伴って、大企業を中心に越境 EC が注目されているのです。

世界的にみてインターネットを使った取引は、さ

らに規模が拡大していくという予測があります（スライド 4）。米国の eMarketer 社の調査データによると、2020 年には世界で 4 兆 1,000 億ドル、日本円で約 400 兆円の販売額になり、小売全体に占める EC の割合も 1 割も超えると推測されています。

越境 EC 拡大の背景には、スマートフォンの世界的な普及による影響が一番大きいと思います。東南アジアの国々でも、インターネットを使って通信販売を始める人が増えています。越境 EC を気軽に利用する消費者が、世界中で増加しているのです。

#### 中小企業にもチャンス

大企業だけではなく、中小企業でも頑張っているところがあります。(株)QP という大阪府の企業では、茶道具や工芸品、中古着物の EC サイトを運営しています（スライド 5）。なかでも、中古着物が海外で売られています。この EC サイトは、日本語のほかに、英語や中国語、フランス語に対応しています。また、自社サイトだけではなく、米国の eBay というオークションサイトにも出品しています。この企業は、創業からわずか 3 年で年商が 7 億円に達していますが、そのうち海外での売り上げが 2 億 5,000 万円になります。従業員も、創業当初の二人から、現在では 70 人ほどにまで増えています。

同社が急成長した要因の一つは、EC 販売にかかる送料を全て無料にしている点です。例えば、米国に向けて国際スピード郵便（EMS）で送ると安く



でも2,000円程度かかりますが、同社ではすべて無料にしています。

もう一つの成長要因は、非常にたくさんの在庫を用意してスタートしていることです。誰かがeBayで商品を調べたときに、同社の商品が検索で引っかかる。単価がそれほど高くないので最初の取引は赤字になることが多いとのことですが、1回取引して気に入ってもらえると、2回目からは送料無料なのでたくさん買ってくれるようになるのです。

また、eBayにはAmazonのレビューのように、販売業者を評価する仕組みがあります。送料無料によって高い評価が得られると、サイト内における商品の表示の順番が上がってきますし、新しく閲覧した人も安心して買うようになります。送料を無料にしても、それに見合うだけの効果があるのです。

同社のように、越境ECでは企業規模や知名度に関係なく売れるのはなぜでしょうか。まずは、そもそもその国では手に入らない商品であるという点があげられます(スライド6)。例えば、中古の着物などは、あれだけ広い米国でも、扱っているお店は数えるほどしかありませんし、あっても在庫が非常に少ないのです。

次に、国内で買うよりも安いことです。着物の例であれば、米国で買えば20万円もするものが、日本では1万円や2万円で購入できる。たとえ送料がかかったとしても、越境ECで買ったほうが圧倒的に安く

なるのです。

さらに、主に中国の場合ですが、自国で本物が手に入らないので、日本で買うというケースがあります。中国では、大きな百貨店やスーパーの店頭であっても、たまに模倣品が混ざっていたりします。ならば、日本のECサイトで買いたくなるのです。最近話題になった「爆買い」もこれが要因の一つです。

### 越境ECで販売する理由

一方、売る側である企業は、なぜ越境ECで販売するのでしょうか(スライド7)。一つは、商圏が限定されないことです。中国語のホームページをつくれば、中国全土が販売対象になりますし、英語のホームページなら、ほぼ世界中が対象になります。

もう一つは、直接現地に出店する場合と比べ、はるかに安く、スピーディーに開業できるからです。現地に法人をつくったり、許認可を取得したりする手間がないため、非常に手軽にスタートできます。

では、越境ECにはどのような方法があるのか。大きく分けると二つあります(スライド8)。自社でホームページをつくる方法と、ショッピングモールに出店する方法です。

自社で外国語のホームページをつくって運営する場合、外国語に翻訳しなければなりませんし、ドルや元など海外通貨を決済できるシステムも必要になります。全部自前で用意するとなると、コストや手間がかかります。

その手間を省けるのが、ショッピングモールに出店する方法です。ショッピングモールには2種類あります。一つは、日本の企業が海外向けに展開しているモールです。例えば、楽天、グローバルマーケットなどです。もう一つは、海外の企業が自国向けに運営しているモールです。米国のAmazonやeBayなどが代表例です。モールに出店すれば、受発注や決済システムなど一通りのものは用意されて

います。ただし、出店しやすい反面、巨大なモールはたくさんの商品が出品されているので、自社の商品が埋もれてしまいがちです。

いずれの方法にしても、商品をいかに知ってもらうのがポイントになります。

### 中小企業の越境 EC の実態

越境 EC の実態を調べるために、越境 EC を行っている中小の製造業、卸売業、小売業220社に対し、インターネットによるアンケートを行いました（スライド9）。

最初に越境 EC の方法をみると、自社でホームページをもっている比率は約6割です（スライド10）。また、日本企業が運営する海外向けの EC モールやオークションサイトでの販売が約8割です。利用している EC サイトは、楽天市場が最も多くなっています。さらに、外国企業が運営する海外の EC モールやオークションサイトでの販売が6割ほどあり、ほぼ米国の eBay と Amazon が占めています。

次に、越境 EC を始めるようになったきっかけをみると、最も多かったのは、国内向けに EC で売っていたら海外から注文があったというもので、割合は4割くらいです（スライド11）。

横浜市のあるスポーツ用品店では、メーカーにも在庫がないようなボクシング用品を抱えるようにしていました。すると、ときどき楽天市場を通じて、台湾やメキシコのボクシング選手から注文が入ってくるのです。国内で探しても見つからない、でも自分の気に入っているシューズやグローブを使いたいと注文が入る。それならば、英語でサイトをつくりましょうと越境 EC を始めた例があります。

2番目に多いのは、日本に来られた海外の方がたまたま商品を買って、帰国後もその商品を引き続き買いたいという要望があったというものです。

3番目は、かなり割合が少なくなりますが、海外の企業から製品・商品を販売したいという申し出が



あったケースです。ある京都市のお茶屋さんでは、ドイツの方が店に来られて、日本のお茶をドイツで売りたいと頼まれたそうです。ところが、そのお茶屋さんは、すでに自社で国内向けの EC 販売をしていました。そこで、そのドイツの方と協議して、ドイツ語にも対応させたサイトを共同でつくり、越境 EC を始めたという例があります。

4番目は、私的にオークションサイトに出品していたという場合です。とある大阪の企業では、最初は eBay に試しに出してみたところ、売れたので本格的にスタートさせたという例があります。

では、実際に越境 EC はどれくらい売れているのかをみると、月に10万円以下から1,000万円以上売っているところまであり、ばらつきが大きくなっています（スライド12）。販売先の国は、米国が約5割と圧倒的に多く、次に中国、台湾の順番となっています（スライド13）。

販売相手としては、アンケートの回答企業の半分以上の方が小売業ということもあり、消費者向けが半分以上です（スライド14）。それから、事業者向けが4分の1、消費者・事業者の両方が4分の1くらいです。eBay などでは、消費者だけではなく、事業者の方が買っていくこともあります。

### 越境 EC での売れ筋

どのような商品が売れるのかは、企業によって大

大きく違います。それでも大ざっぱにまとめるならば、事業者向けでは、最終製品よりも原材料、部品、中間製品などの販売が多いです（スライド15）。次いで自社ブランドの最終製品、他社ブランドの最終製品となっています。割合は大きく下がりますが、製品や部品の設計・加工・組み立てや、金型の設計・製造などを請け負っているケースもあります。

中国のアリババという事業者間取引を行うマーケットプレースをみると、欧米の企業が台湾や中国の工場に発注するケースがみられます。最近では日本企業でもアリババに出品して、海外の企業と取引するケースが少しずつ出てきています。日本の中小企業は技術力が高いので、最終製品だけではなく、部品加工を行っている事業者の方などでも、もう少しECを利用してよいのかなと思います。

消費者向けについても千差万別ですが、強いていえばファッション関係の衣類やアクセサリ、家具やインテリアなどが多くなっています（スライド16）。例えば、服などであれば、中小企業の場合、ロリータファッションのような、非常にユニークなものを販売しているケースが多くなっています。

### 代金回収と配送手段

海外へECで販売をしたとき、代金をどのように回収するのかは気になるところです。決済方法をみると、一番多いのがクレジットカードで、7割くらいとなっています（スライド17）。消費者向けはもちろん、海外の場合は法人でもクレジットカードを使うケースが結構あります。特に少額の場合、ほぼクレジットカードが使われると思います。

次に多いのが、eBayのPayPalというサービスです。消費者からするとクレジットカードで払うのですが、事業者にはクレジットカードの番号が伝わらない仕組みになっています。消費者からすると安心して取引できます。事業者にとっても、クレジットカードよりも入金早いメリットがあります。

銀行振り込みも多いですが、海外から送金を受けると、最低でも2,500円からと手数料が高いです。少額の取引では利益が全く出ないため、ある程度まとまった金額でないと、銀行振り込みは使えません。

続いて、注文を受けた製品・商品の配送手段をみると、一番多いのは国際スピード郵便（EMS）です。郵便局が提供するサービスで、30キログラムの荷物まで海外へ送ることができます（スライド18）。米国ならば、最も軽いものなら2,000円程度で送れるうえに、到着も早いです。東京-カリフォルニア間では2日から3日、東京-上海間、東京-北京間なら翌日配達というサービスもあります。EMSは最大200万円までは保険でカバーできますので、商品がなくなったり、壊れたりしたときでも補償されます。事業者間取引では国際宅配便を使うほうが多いと思いますが、料金が少し高くなります。

### 越境 EC への投資

越境 EC を始める際にいくら投資しているのかをみると、10万円以下から、1,000万円以上投資しているケースもあり、売り上げと同様にばらつきがあります（スライド19）。さきほどお話しした(株)QPでは、1,000万円以上かかったと聞いています。

一方、eBayに出品する場合には、最初の50品までは無料ですし、それを超えても、基本的には1品当たり30セントずつ増えるだけです。販売手数料も10%ですから、始めるだけであれば非常に安くスタートできます。

このため、越境 EC で売るというよりも、テストマーケティングとして利用するケースもあります。例えば、京都府のオーガニック食品を扱う会社では、米国に本格的に輸出したいが、どのようなものが売れるかわからない。そこで、まずは消費者の反応をみるために、越境 EC で費用をかけずに販売したそうです。このように、実際にどのような商品が売れ筋になるのかを確認する手段としても使えます。

開業費用別に月商をみますと、投資額が少ないと売り上げも少なくなるという傾向がはっきり出ています（スライド20）。安く始めることはできますが、それでは売り上げも伸びません。やはり追加投資をしていかないと売り上げは増えないといえます。

また、投資にはあまりお金がかからないとはいっても、ランニングコストはかかります。ショッピングモールに出品していれば、毎月の手数料など、いろいろな費用がかかります。最も大事なのが広告費用です。自前のホームページをもつにしても、ショッピングモールで売るにしても、消費者に知らしてもらわないと始まりません。アンケートでは、広告をしている企業と、していない企業で半々になっています（スライド21）。広告の種類は、ほとんどインターネット広告です。Googleなどで検索したときに、余白に出てくるタイプの広告が多いです。売り上げは、広告を出していない企業よりも、出している企業のほうがはるかに多く、広告の重要性がわかります（スライド22）。

採算については、黒字が7割ほどです（スライド23）。ただし、月商で100万円を下回ると、採算が少し厳しくなってきます。国内の EC が始まったころでも、月商100万円が最初の目標といわれていましたが、海外向けの越境 EC でも月商100万円が最初の目標になるのではないのでしょうか。

### 越境 EC の課題とリスク

メリットの多い越境 EC ですが、課題もたくさんあります。アンケートで越境 EC の悩みを尋ねたところ、最も多かったのが商品説明の難しさです（スライド24）。非常に日本的なものが売れるのですが、海外の人からすると、どんな商品なのかわかりにくいわけです。例えば、着物や日本酒などでも、商品についてきちんと説明する必要があります。解決策の一つとしては、動画を使う方法があります。例えば、京都府の舞妓の茶本舗というお茶屋さんが制作

した動画があります。抹茶という飲み物は日本にしかないもので、どのようなもので、どのようにして飲むかを動画で説明しています。言葉で説明するのは難しくても、動画であれば見て理解できますから、活用するとよいと思います。

2番目に多い悩みは、値引きの要求です。中国や米国では、ネット通販でも店頭取引でも値引きを要求するのは当然で、挨拶みたいなものですから、あまり真に受ける必要はありません。値引きしたくなければ、はっきり「値引きしません」とポリシーとして書いておけばよいと思います。また、同じような悩みに、返品要求が多いというのがありますが、これも返品しないと明記すればよいでしょう。ただし、米国の場合は、返品に応じないとなかなか買ってもらえないという事情もあります。その点は、覚悟する必要があります。

越境 EC のリスクについてもお話ししたいと思います（スライド25）。

一つ目は、商品が届かない、あるいは届いたけれども壊れていたというものです。これは防ぐ手段がありません。損害については、EMS で送れば保険がありますので、金額のカバーはできます。しかし、壊れた商品を受け取った消費者や事業者の方は不愉快に思うでしょう。すると、eBay のレビューに「壊れていました」と書かれてしまいます。運送業者の責任なのですが、販売した企業が悪いかのように思われてしまうリスクがあります。壊れ物などは厳重に包装して送るという努力も必要になりますし、発生した場合の対応も重要です。速やかに返金したり、代替品を提案したりすることが欠かせません。

二つ目は、代金の回収不能のリスクです。偽造や盗難のクレジットカードが使われ、取引を否認されることがあります。例えば、子どもが勝手にカードを使ったと主張し、代金を払わないというものです。そうすると、代金も商品も回収できません。送ったものを送り返せとはいえないですし、泣き寝入

りになってしまいます。防ぐ手段としては、怪しいと思ったときにはパスポートのコピーを要求する。クレジットカードで代金回収を行う場合であれば、数カ月分の利用明細書のコピーを送ってもらう。こうした手段である程度は防ぐことができます。

また、意識されている方は少ないですが、損害賠償の訴訟を起こされる恐れもあります。越境 EC も一種の輸出ですから、輸出先で何かトラブルがあったときには訴えられる可能性があります。特に米国などは気をつけないと、どんな理由で訴えられるかわかりません。事業者向けに販売している場合には、事前に訴訟場所の取り決めができますし、売買のルールも国際条約がありますが、消費者向けの場合、そのルールがありません。おそらく、消費者が相手の場合には、消費者の国で裁判が起きてしまいます。米国の消費者であれば、米国まで行って裁判を行わなければならない、渡航費用、弁護士を雇う費用など、たくさんの費用がかかります。それをカバーするためには、海外 PL 保険に入っておく方法があります。これで訴訟費用や、ある程度の賠償金はカバーできます。

ほかにも、相手の国の商標権を気づかないうちに侵してしまうというリスクがあります。特に中国などは気をつけなければいけません。日本固有のものがブランドとして登録されていることがあります。気づかずに販売すると、商標権の侵害で訴えられて

しまう危険があります。日本語のサイトであればそういう問題は起きません。外国の方がいくら来ても、日本向けのサイトに勝手に来ただけだと主張すれば通用するからです。しかし、外国語でつくったサイトは、そういうわけにはいきません。心配であれば、事前に商標権が登録されているかをきちんと調査しておく必要があるでしょう。

### まとめ

スマートフォンの普及に比例して、越境 EC の市場は今後も広がっていきます（スライド26）。米国や中国だけでなく、タイやインドネシアなどアジアの新興国でも、一般消費者が EC を使うようになっています。「渋滞で買い物に行くのが面倒だからネットで頼む」と気軽に注文している人もいます。このように越境 EC を利用する人々は、これからもどんどん増えていくでしょう。

もちろん、さきほど申し上げたリスクもありますし、簡単に始められるからといって、すべて低コストでできるわけでもありません。利益を出そうと思えば、それなりのコストもかかります。一方で、越境 EC のノウハウはまだまだ確立されていませんから、今から参入しても十分チャンスがあります。皆様、ぜひ挑戦していただきたいと思います。

これで、私からの報告は終わりにさせていただきます。どうもありがとうございました。