

スライド1

越境ECの可能性とリスク

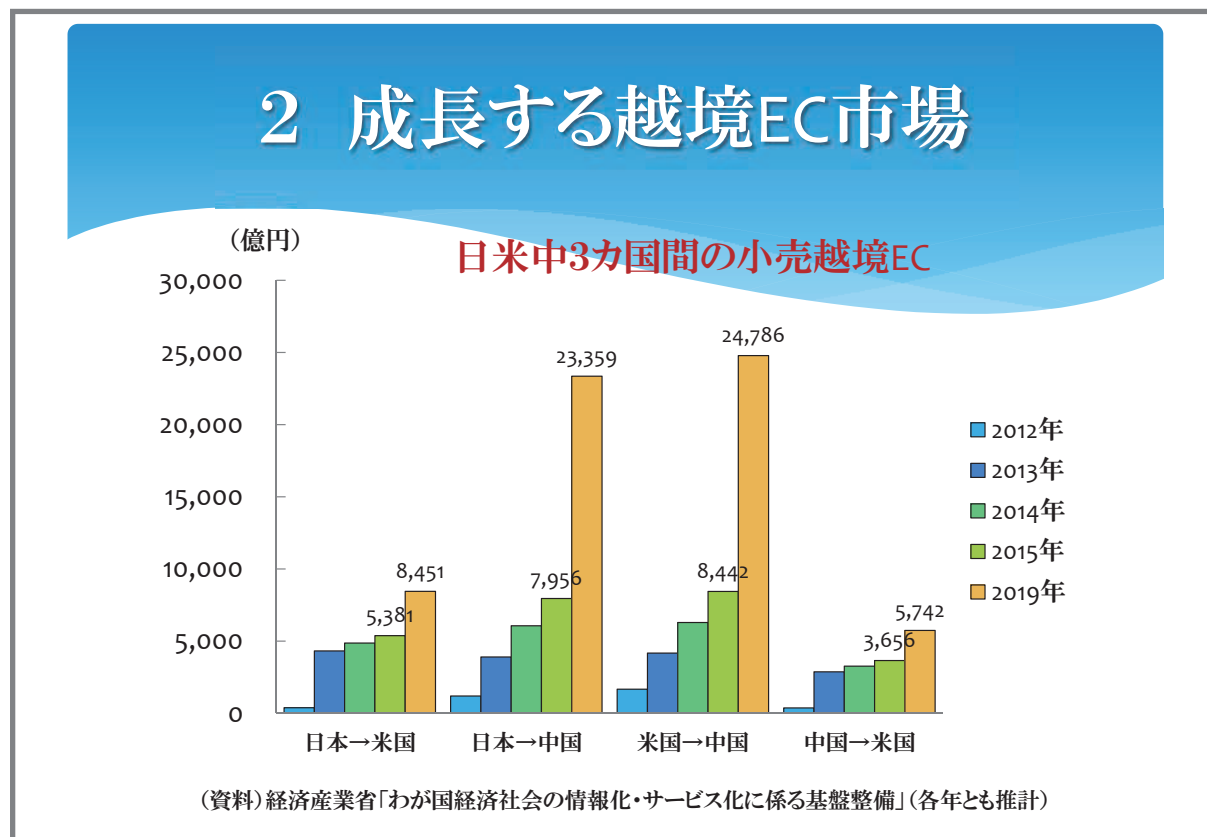
日本政策金融公庫総合研究所
主席研究員 竹内英二

スライド2

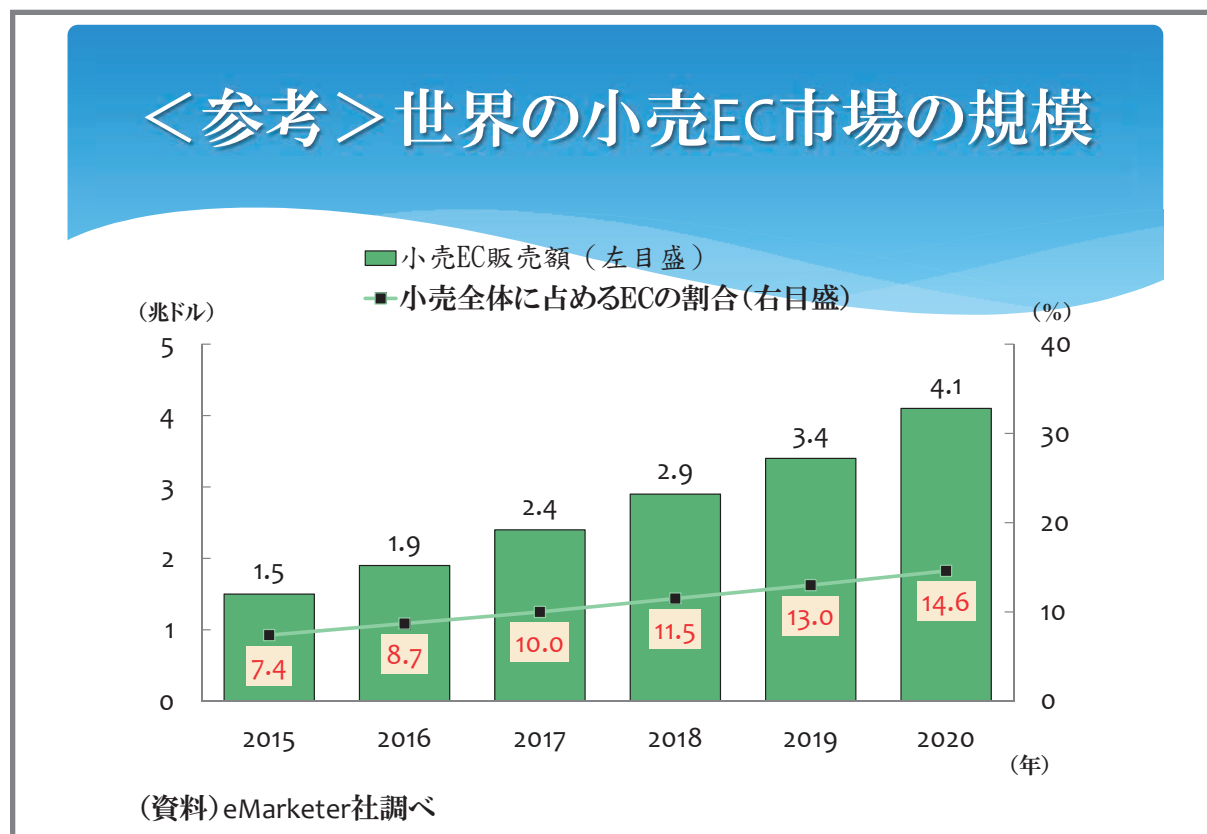
1 越境ECとは？

- * インターネットを使って
- * 海外の企業や消費者向けに直接販売する
- * 電子商取引 (Electronic Commerce)。ただし、音楽やソフトウェア等のダウンロード販売は含まない。
- * 輸出の一形態

スライド3



スライド4



スライド5

スタートから3年、越境ECで年商2億円 —(株)QP(大阪府)

- * 茶道具や工芸品、中古着物のECサイト「宗」を運営
(英語、中国語、フランス語に対応)
- * アメリカのオークションサイトeBayに出店
- * 創業から3年で年商7億円
- * そのうち2億5,000万円が海外向け
- * 社長以下二人で始めたのが総勢70人へ
- * すべて送料無料、たくさんの在庫

スライド6

3 なぜ越境ECで買うのか

- * 国内では売っていない
- * 国内で買うよりも安い
- * 国内では模造品が多い
- * 国内のものより品質がよい
- * 海外からの購入がステータスになる

スライド7

4 なぜ越境ECで売るのが

- * 商圏が限定されない。中国語なら中国全土が商圏。英語なら世界の大半が商圏になりうる。
- * 直接出店する場合よりも、素早く、少額で開業できる。海外出張も現地法人の設立も不要。

スライド8

5 越境ECの方法

- * **自社が運営**する外国語のウェブサイト(ホームページ)
- * **他社が運営**するECモールやオークションサイト
 - * 日本企業が海外向けに運営するもの
 - * 海外企業が自国向けに運営するもの
- * 日本語のサイトで売買する場合も、広義には越境ECだが、ここでは含めない。

スライド9

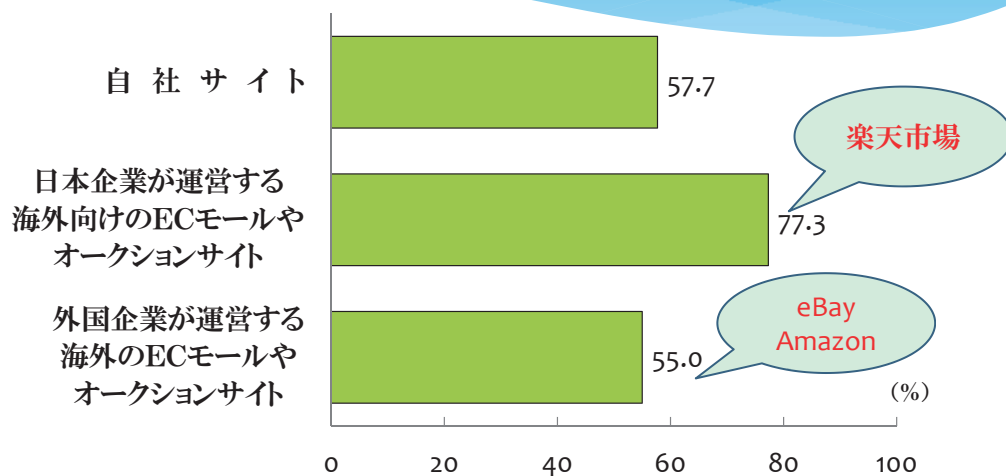
6 越境ECの実態

- * 越境ECに関するアンケート
- * 調査方法：インターネットを使ったアンケート
- * 調査時点：2016年7月
- * 回答数：220社

業種：製造業(21.8%)、卸売業(18.2%)、小売業(60.0%)
従業者規模：4人以下(51.8%)、5～9人(10.9%)、10～49人(16.4%)、
50人以上(20.9%)

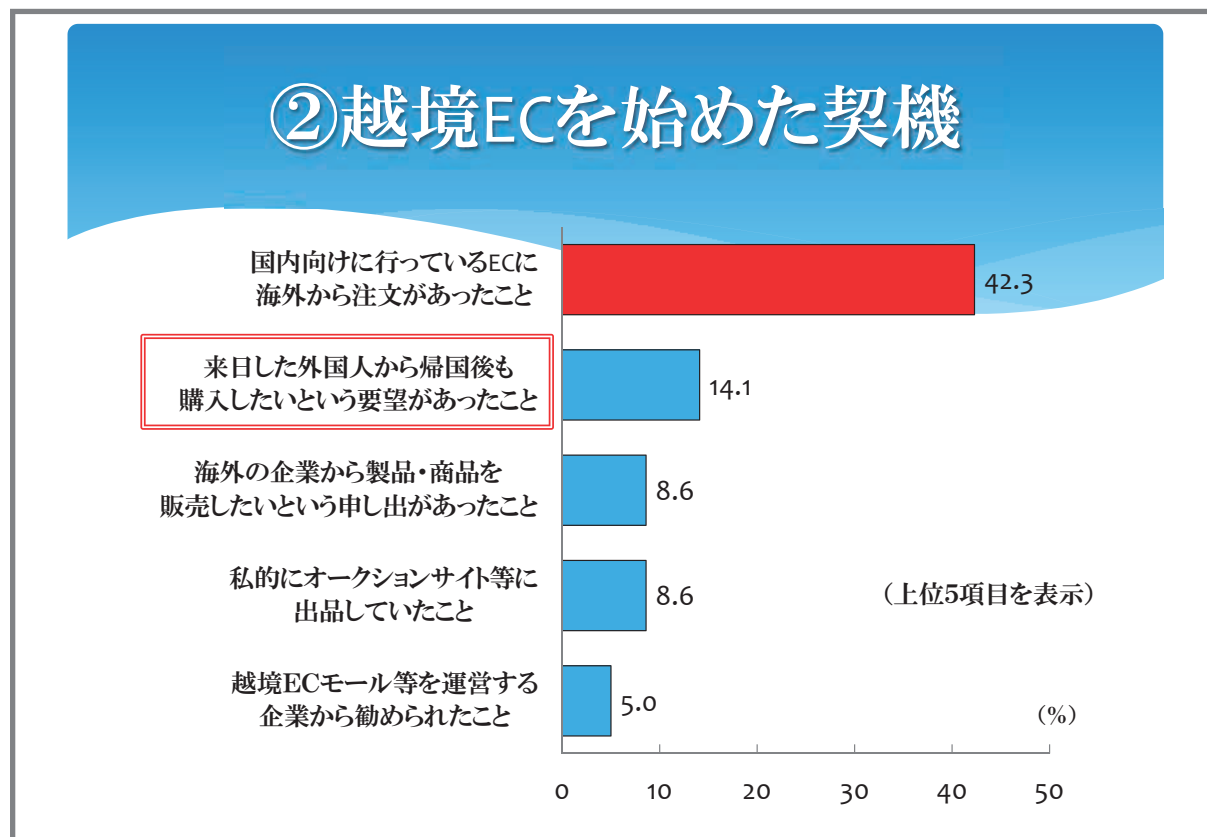
スライド10

①越境ECの方法

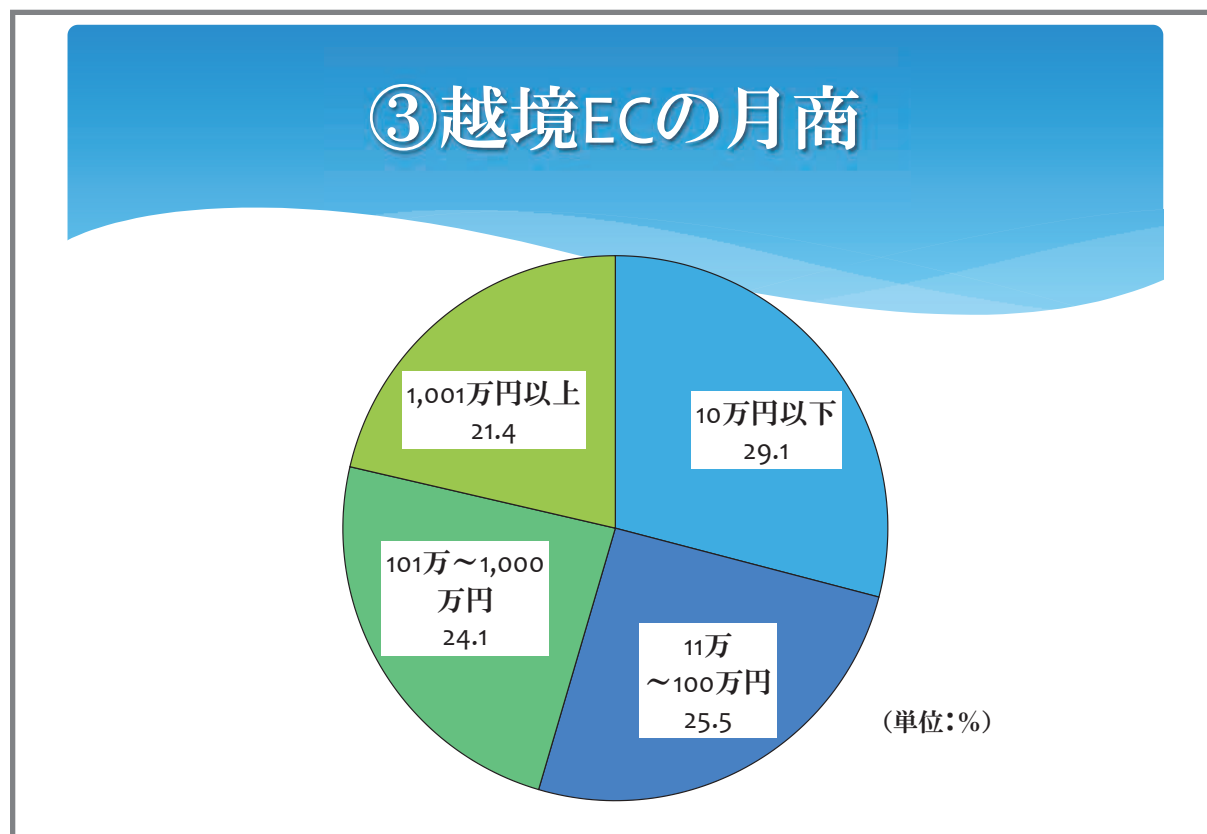


(注)複数回答。

スライド11

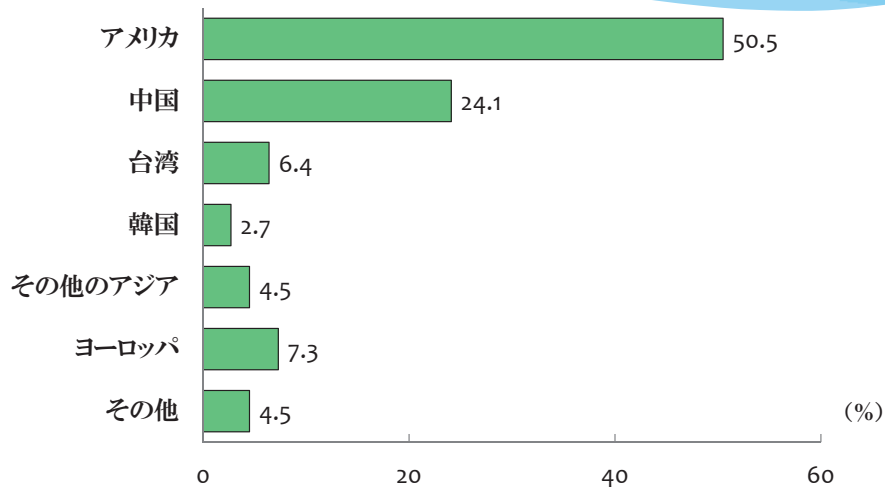


スライド12



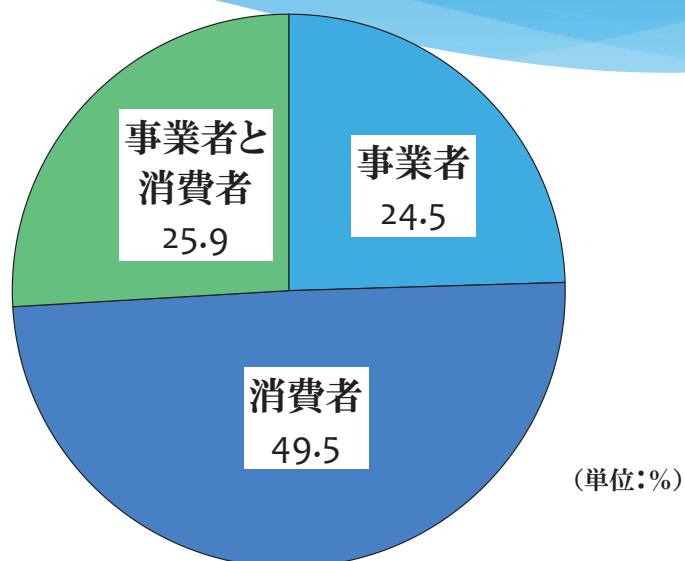
スライド13

④売り上げが最も多い国・地域

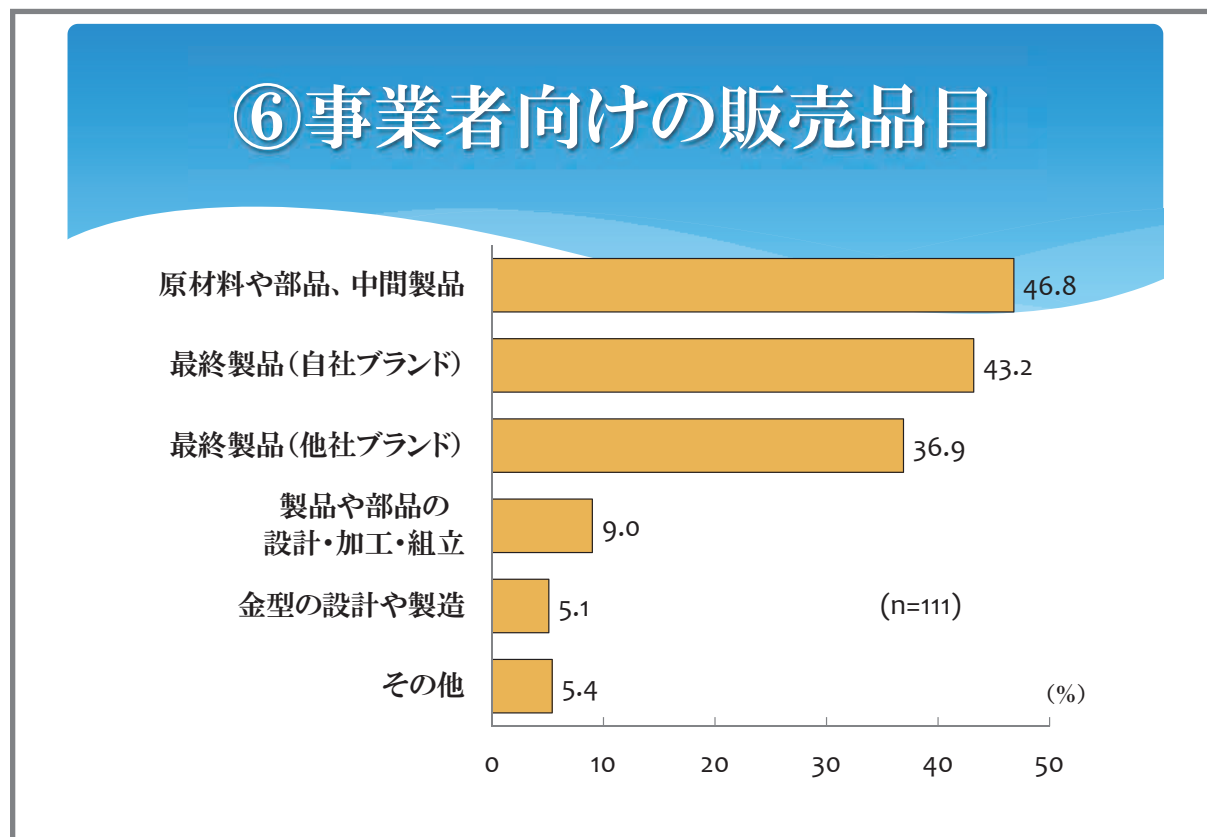


スライド14

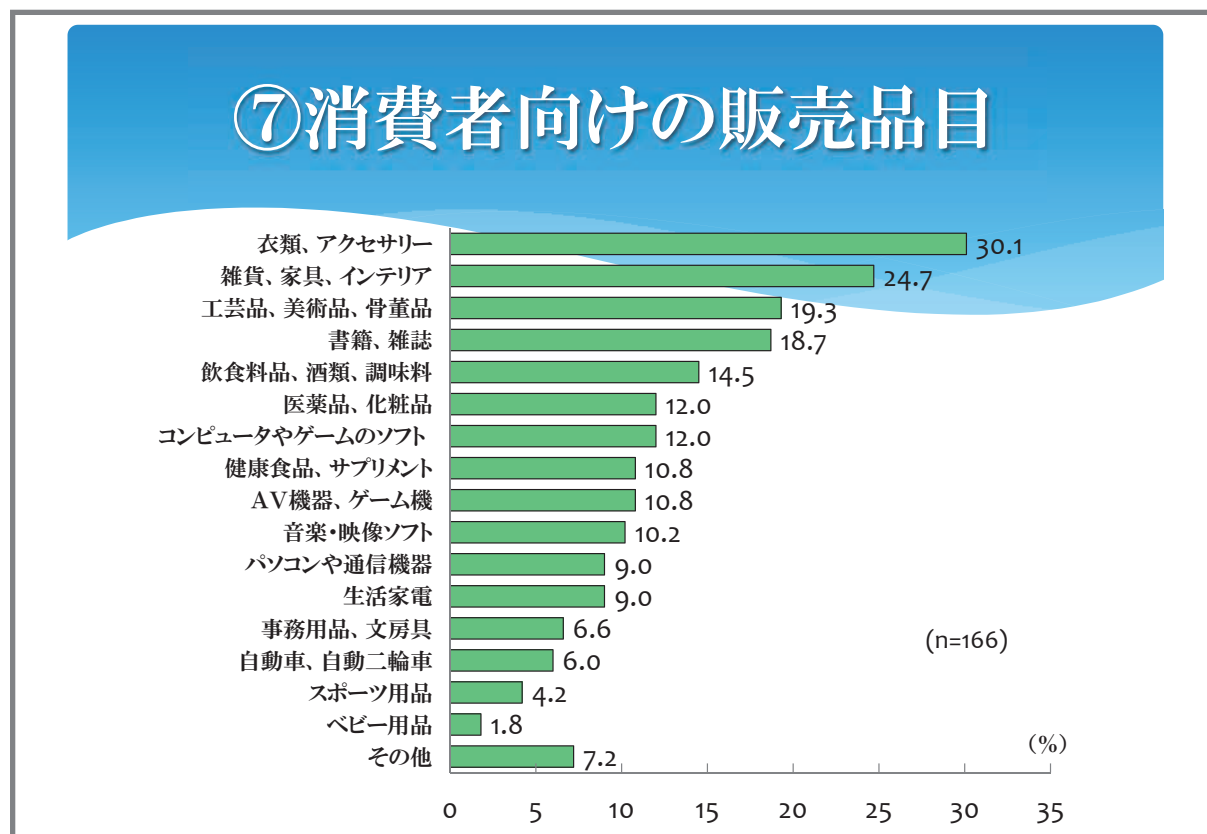
⑤越境ECの買い手



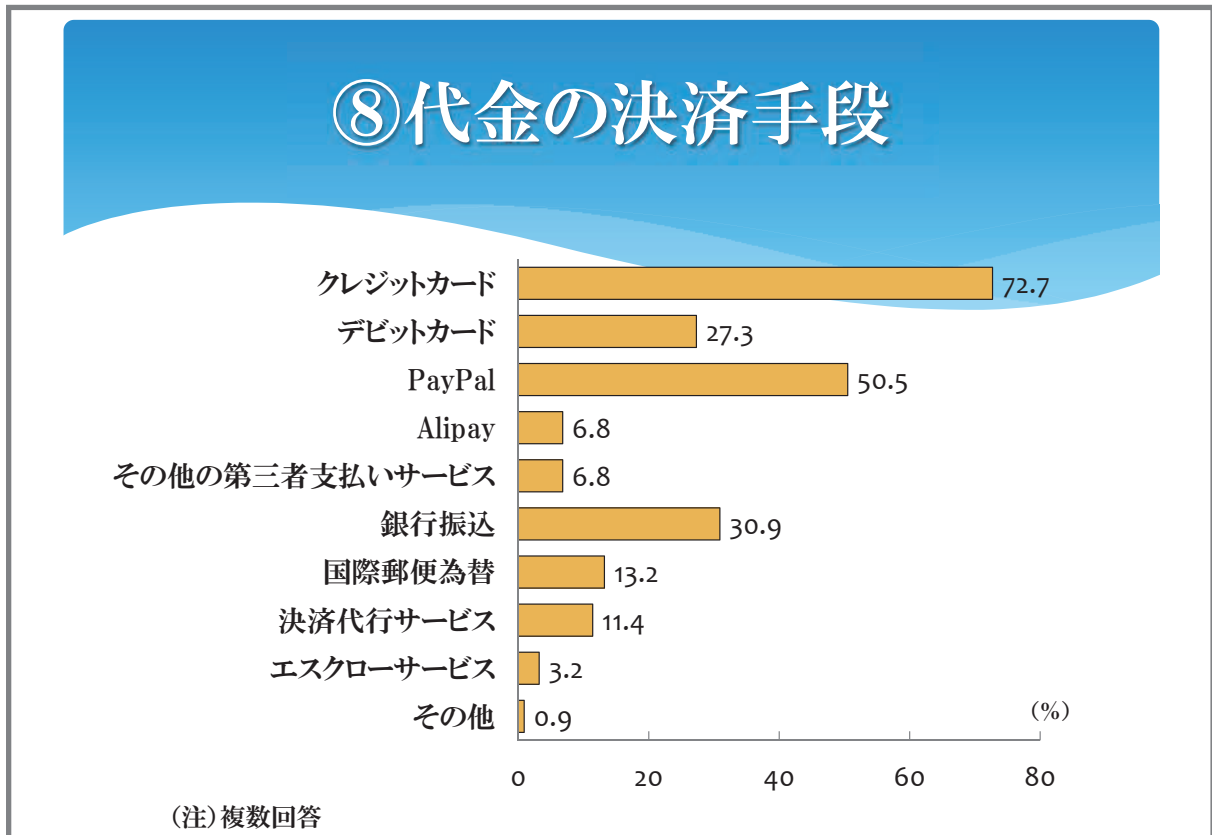
スライド15



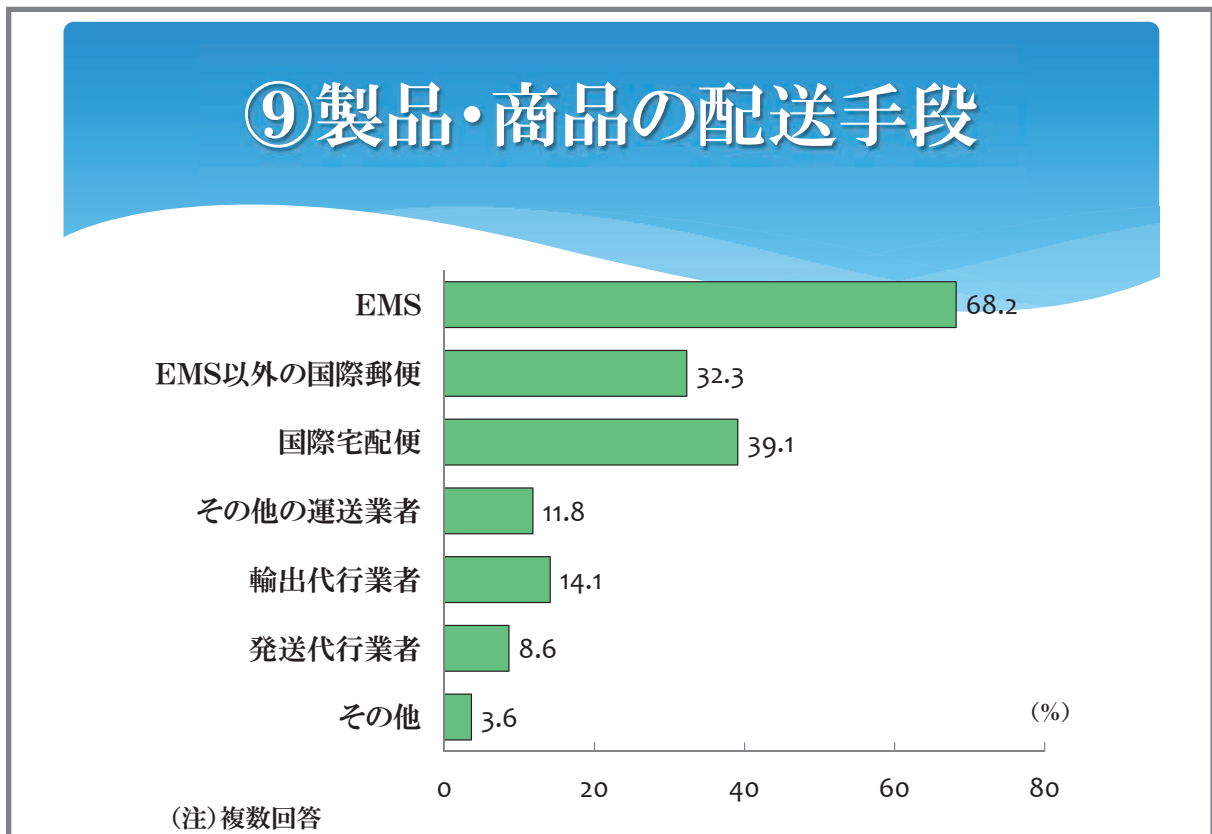
スライド16



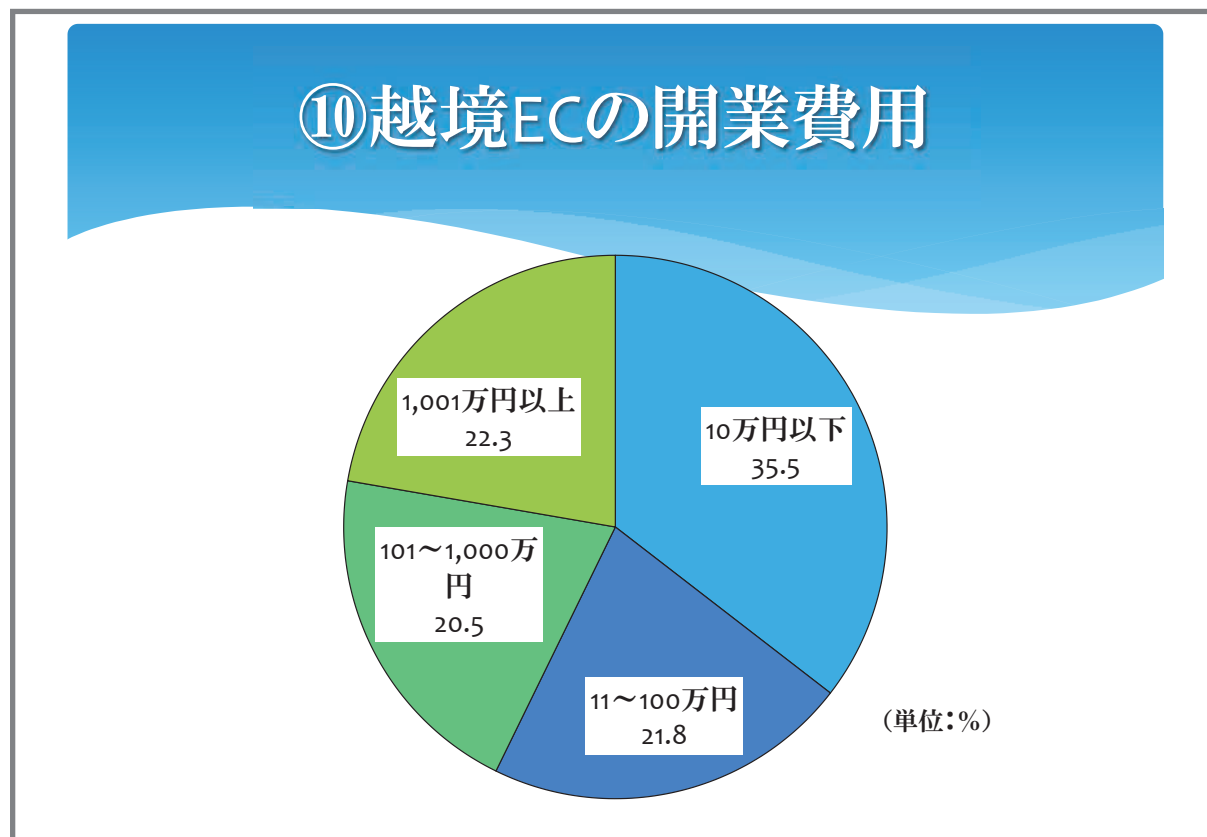
スライド17



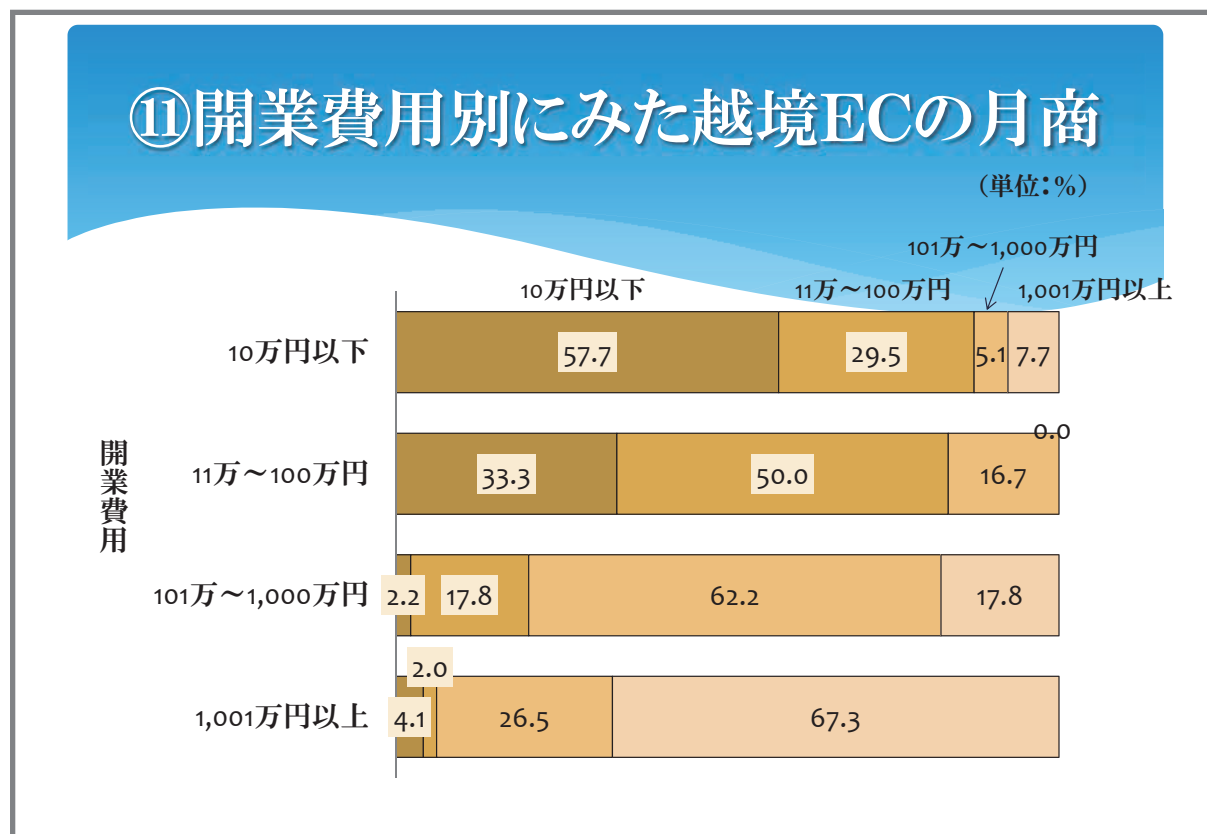
スライド18



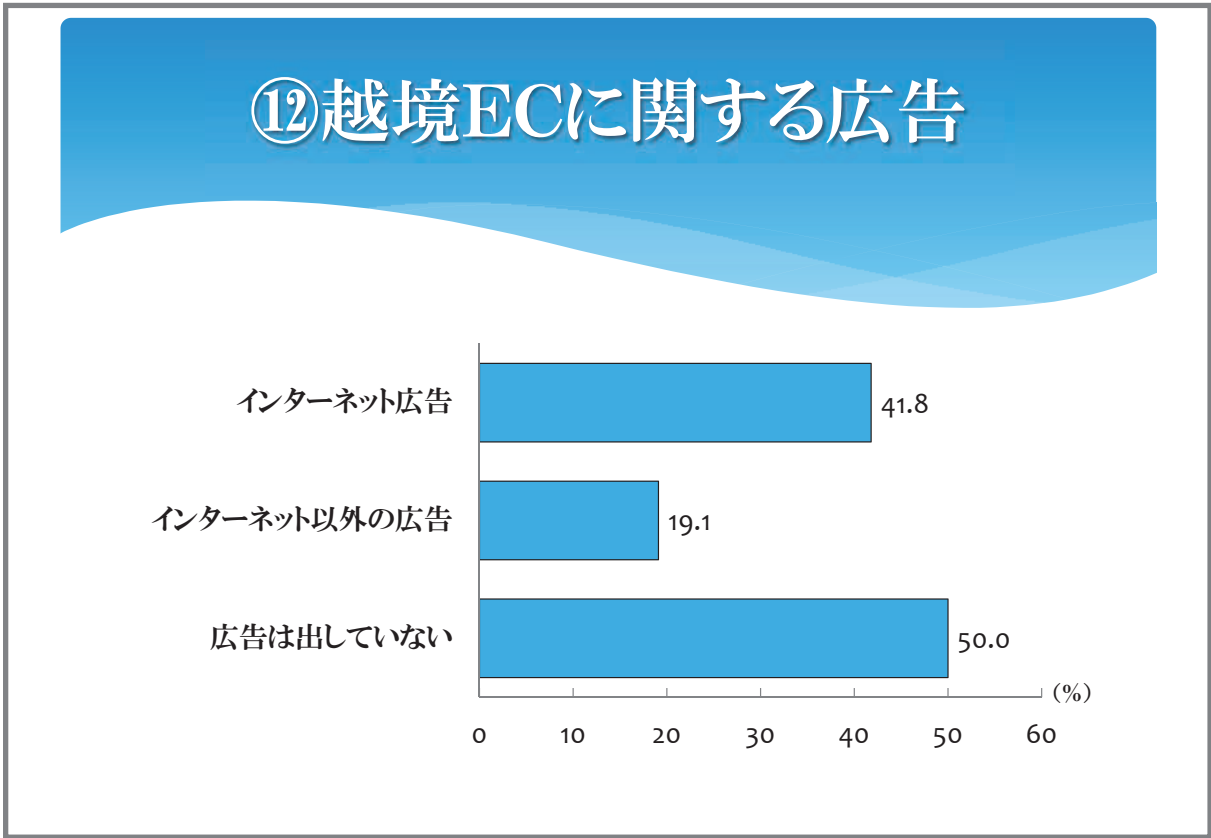
スライド19



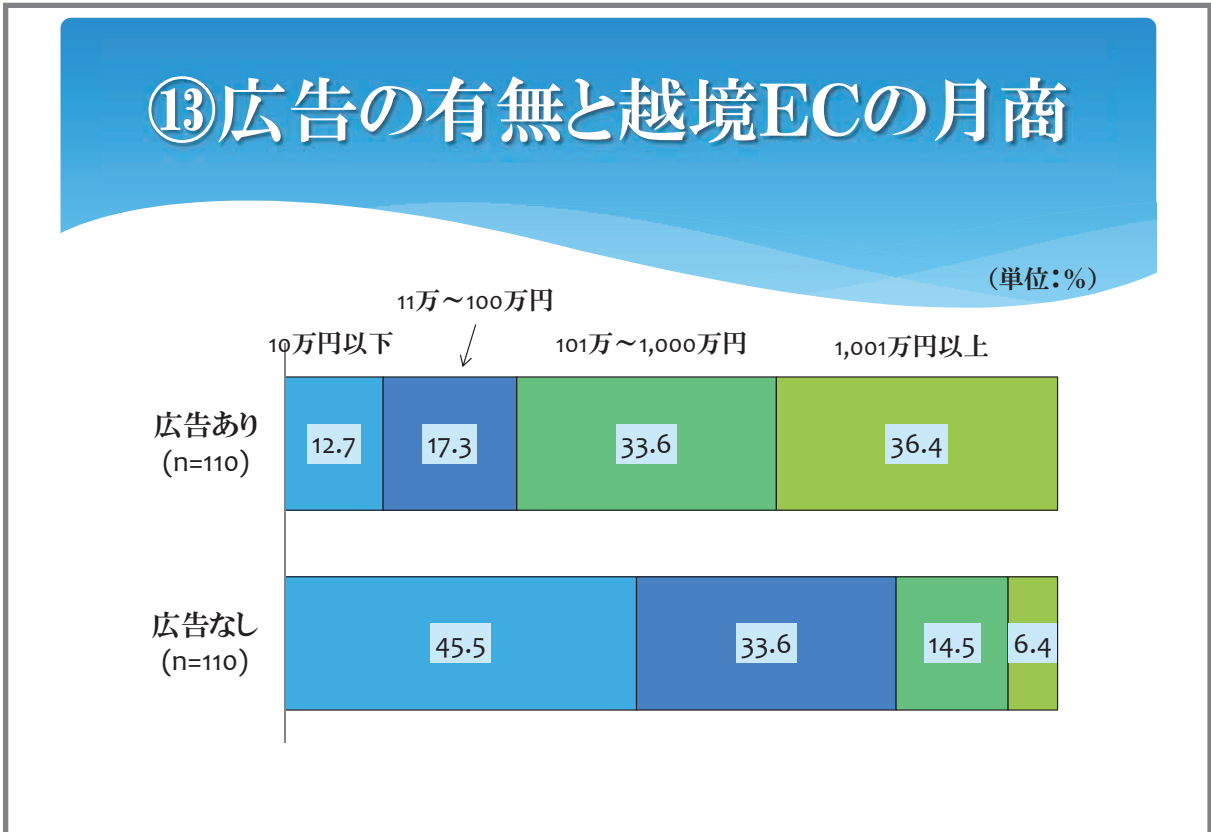
スライド20



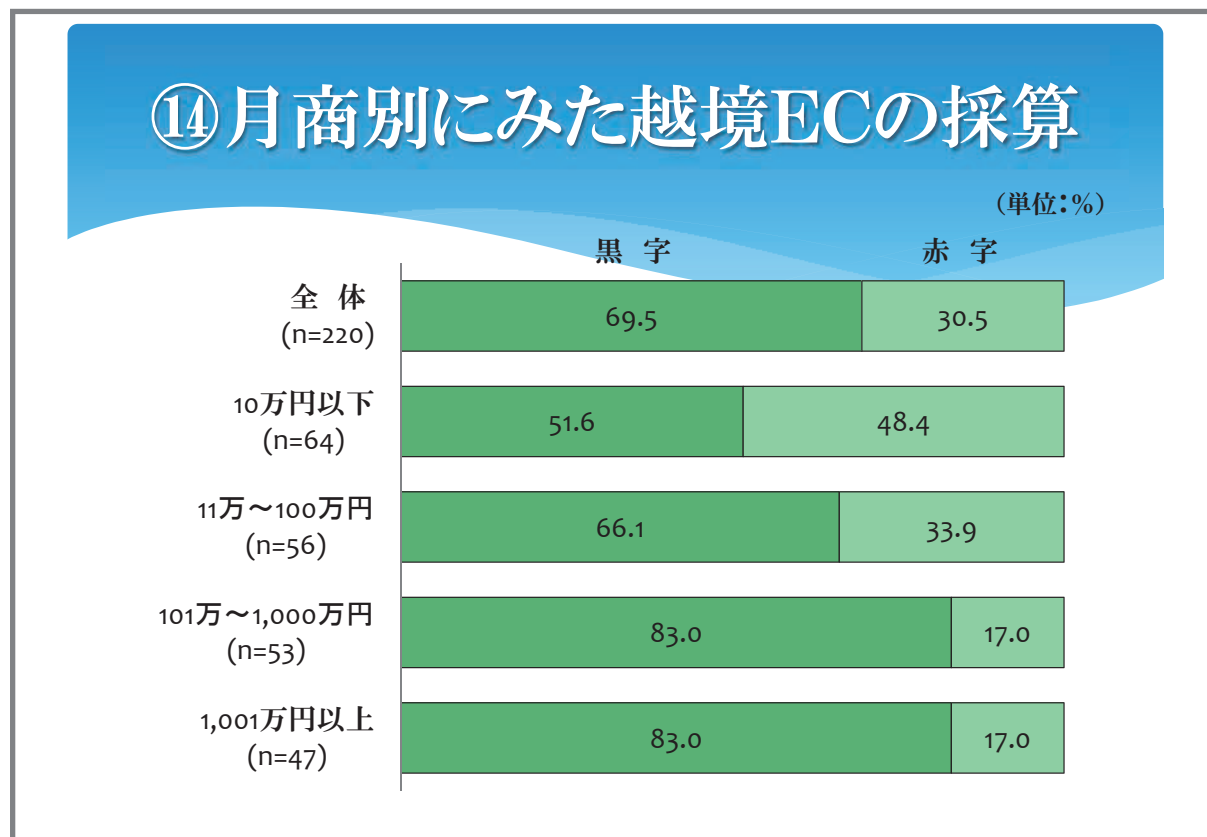
スライド21



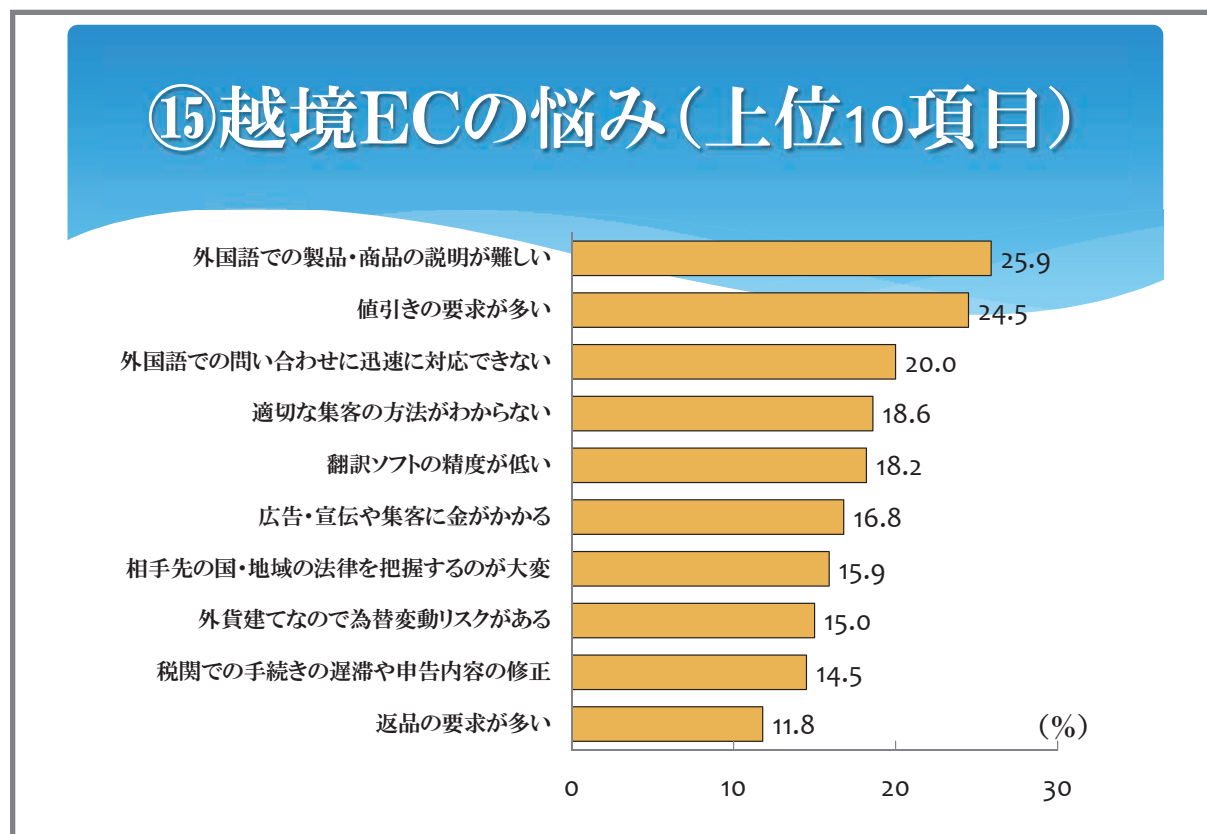
スライド22



スライド23



スライド24



スライド25

⑩越境ECのリスク

- 商品
* 商品の不着・破損
⇒ある程度はEMSでカバーできるが、解消は不可能
- 代金の回収不能
* 代金の回収不能
不正なクレジットカードの使用、クレジットカードの不正使用(取引否認)
⇒不審な場合は身分証明や利用明細のコピーを要求
- 損害賠償訴訟
* 損害賠償訴訟
消費者向けの場合、訴訟場所は消費者の国
⇒海外PL保険で対応
- 商標権の侵害
* 商標権の侵害
⇒販売先の特許庁・商標庁で確認(インターネットで検索可能)

スライド26

7 まとめ

- * スマートフォンの普及に伴い、ECはどここの国でも身近なものになっていく。とくにアジアでは急速に広がる。それだけ越境ECの市場も成長する。
- * リスクもあるし、相応のコストもかかる。だが、越境ECのノウハウは開発途上であり、参入のチャンスは多い。