

「越境EC事始め」

～これから越境ECに取り組みようとする方へ～

ジェイグラブ株式会社

横川広幸(よこかわ ひろゆき)
令和5年3月10日

主催 大阪府、日本政策金融公庫
共催 大阪信用保証協会

© 2023 j-Grab inc.

アジェンダ

1. 越境ECの概況
2. 自社サイト構築・海外ECモール進出
3. 物流、税金、法制について
4. SNSでしっかりプロモーションする
5. 柔軟な越境ECが成功する
6. ジェイグラブの越境ECサービス

1. 越境ECの概況

これから始める企業が感じる不安点

© 2023 j-Grab inc.

越境ECとは？ 越境ECにシフトする理由

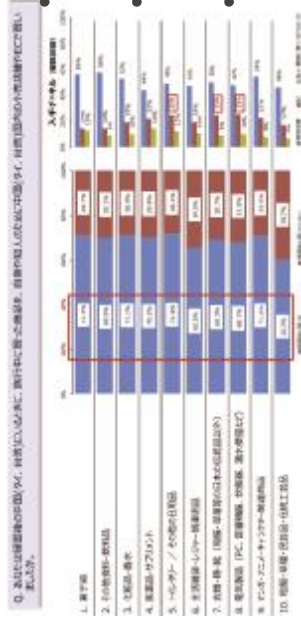
- 越境ECとは一言で言えば『インターネットを通じてモノやサービスを海外の人に提供すること』です。
- 日本市場は少子高齢化、人口減少、収入減少、消費鈍化により、市場の縮小が急速に進展。

- 海外EC市場規模は2023年までに38%成長
- 海外では**越境 EC 経験者の割合がすでに平均60%**
- 日本の越境EC率は23%



需要はあるのに
供給が足りてない

インバウンドとも親和性が高い



観光庁調べで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
大和総研調査では7割の中国人旅行者が帰国後にレポートと回答
みずほ総研調査でも6割の訪日観光客が帰国後にレポートと回答

海外で主流の越境EC展開



自社サイトとモールをブレンドする理由

自身のECマースサイトとグローバル
マーケットプレースをブレンドイングせよ

ブランディングするつもりならば、自社サイト
との組み合わせで複数チャネル化すること。

海外では2つ以上のチャネルで展開するのが常
識で、実に95%にものぼる。



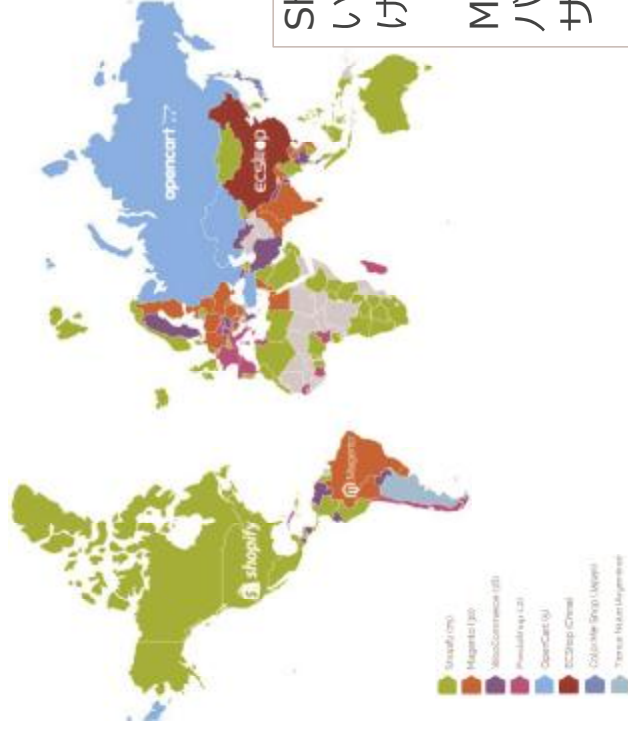
2. 自社サイト構築・海外ECモール進出

© 2023 j-Grab inc.

自社サイト構築で使われるツール

Shopifyは  shopify payments
中国の決済は  微信支付
 支付宝

Shopify以外の決済は  PayPal  stripe



Shopifyは必要な機能を全てShopifyが用意しているため、月額費用（33～299ドル）を払うだけでスタートが切りやすい。

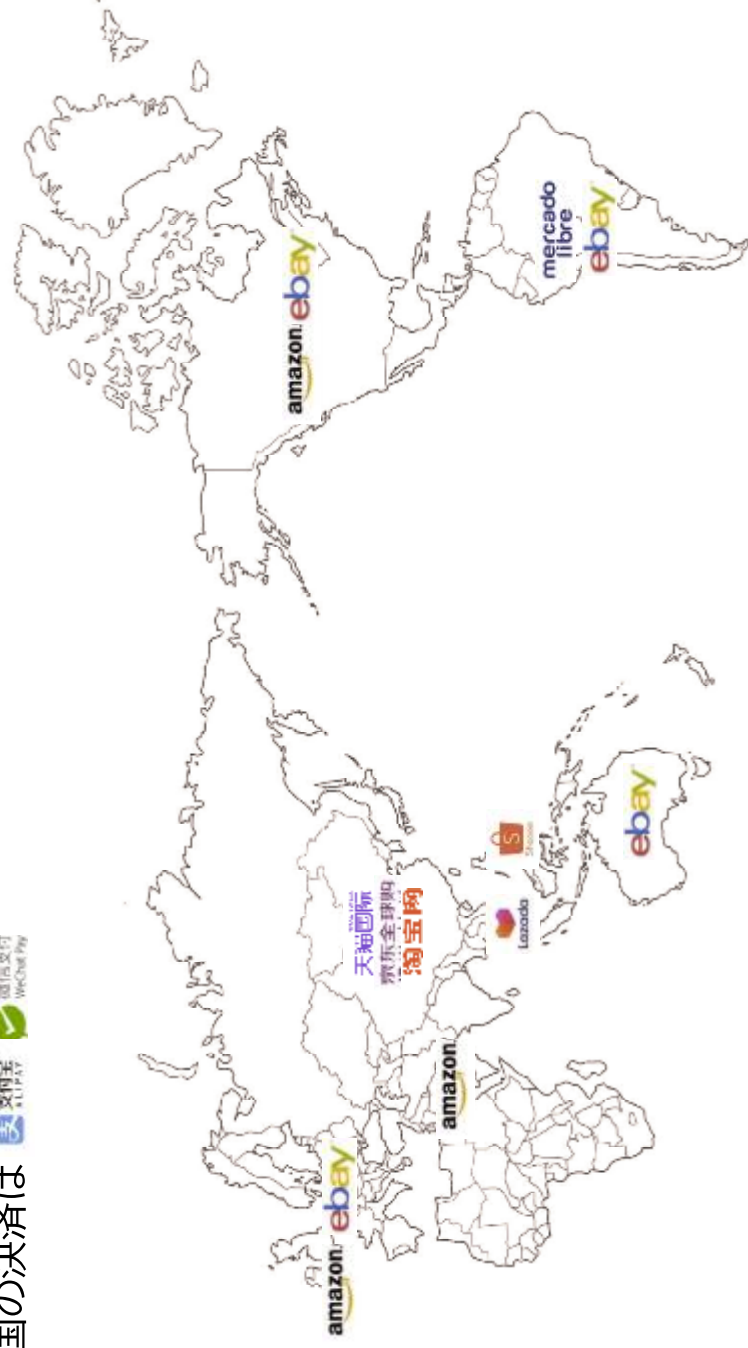
Magento、WooCommerceはレンタルサーバーを用意してインストールするタイプのためサーバーサイドの知識も多少必要。

中国では、シングル・エントリー・ポイントが好まれるため、自社サイトは期待できない（また情報統制に引っかかり、閲覧不能な場合もある）。

日本から進出しやすいエリアとECモール

Amazon、eBay、Shopee、Lazadaとも決済は○Payoneer

中国の決済は  支付宝  微信支付 WeChat Pay



モールを利用する理由

御社の商品は海外から見たとき「知名度」がありますか？
= 相手は「買って安心な店か」どうか不安

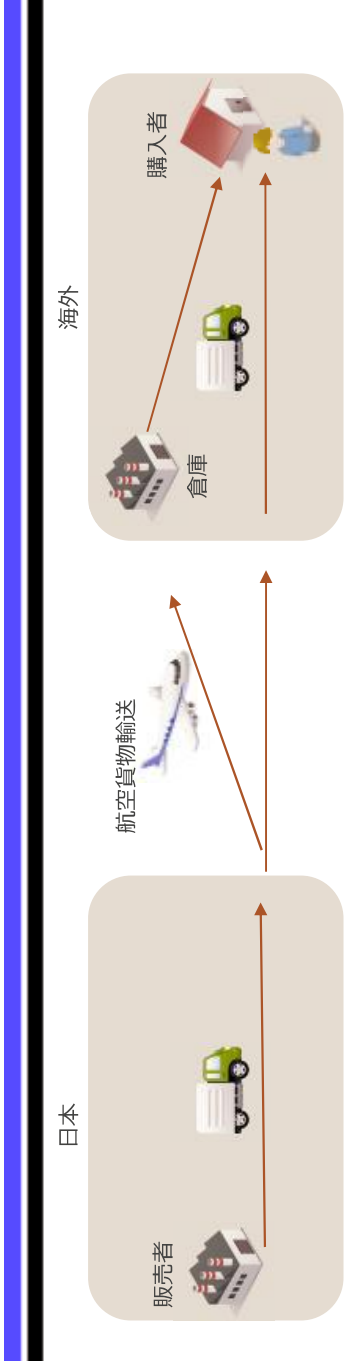
海外顧客をリピーターにする事ができますか？
= 顧客名簿がない

リスティング広告などを本気でする気がありますか？
= 広告費が青天井になる可能性

3. 物流、税金、法制について

© 2023 j-Grab inc.

越境EC国際取引のパターン



一般貿易

商用目的
貿易手続、輸入者指定、製品認
証（食品、化粧品、医薬品類な
どはFDA）等必要

個人輸入

自己消費目的
貿易手続、製品認証等は原則な
し（FDA事前通告番号は必要）

通関手続きの違い

簡易通関 申告額が20万円未満(輸出者希望)でできる。日
本郵便は簡易通関。関税は輸入者負担。開封検査は抜き打ち。
一般通関 上記以外のすべての通関。関税は輸出者負担も
可。開封検査は必須。



輸送方法の違い

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つけられる。送料の算出は梱包後の最終重量で計算する。



公的性を認め、万国郵便条約によって規定。郵便事情の整っていない国のレベルに極力合わせるようにしている



安いが時間がかかる。
簡易通関（関税買い手持ち）

国際宅配便（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。申告書類なども細かい。



国際的な規定はなく、民間企業同士の公正な市場原理に基づく自由競争で運用される。



高いが時間はいかからない。
一般通関（関税負担はどちらでも良い）

関税 一般的には国際取引では「関税は買い手が払うもの」が一般常識

関税を安くする方法はありますか？

正しいHSコードを記載することにより、予想より高い関税率の適用を防ぐことはできます。ただし、最終的には輸入国の税関判断となります。尚、実際の商品金額より低い金額での申告（アンダーバリュー）は脱税となり、罰則規定もあるので、虚偽申告は絶対にしてはいけません。

内容品代（申告額）とはなんですか？

厳密には「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。下代を申告額として記載することも問題ありません。その代わり、申告額は盗難・紛失・破損等があった場合の補償上限でもありませんので、何かあった際は申告額までしか補償されません。

“Sample”、“Gift”と書けば関税はかからないのでは？

いいえ。贈物 = 『0円』申告にはならないため、関税がかからないということにはなりません。内容品種別は関税率に影響します。正確に記載するほうがいいでしょう

関税は必ずかかるものでもない

主な地域のデ・ミニマス (De minimas) 金額 (2019年現在 参考/日本：10,000円)

- ・米国：800ドル
- ・オーストラリア：1000豪ドル
- ・タイ：1500バーツ、中国：50人民元、インドネシア：3ドル、

輸入間接税

VAT (付加価値税：商品VATと輸入VATがある。日本人にとって問題なのは輸入VAT。
納税者管理番号のIOSSはオンラインで簡単に取得できるが、その前提となるVAT番号は現地代理人が要る)

EU (2018年施行・英国は通貨単位がポンドになる)

150ユーロ未満の場合、販売者が徴収し、年間売上10,000ユーロを超えた場合、申告納税義務が生じる (要着荷地VAT登録)。10,000ユーロ未満の場合、特定の国への申告・納税をする。その際、リバースチャージの適用により、買い手や運送業者に納税義務を振り向けられることも可能。
なお、150ユーロ未満の場合でもマーケットプレイス利用の場合は、納税義務はマーケットプレイスと規定 (しているが、Amazonは納税者番号を求めてくる)。

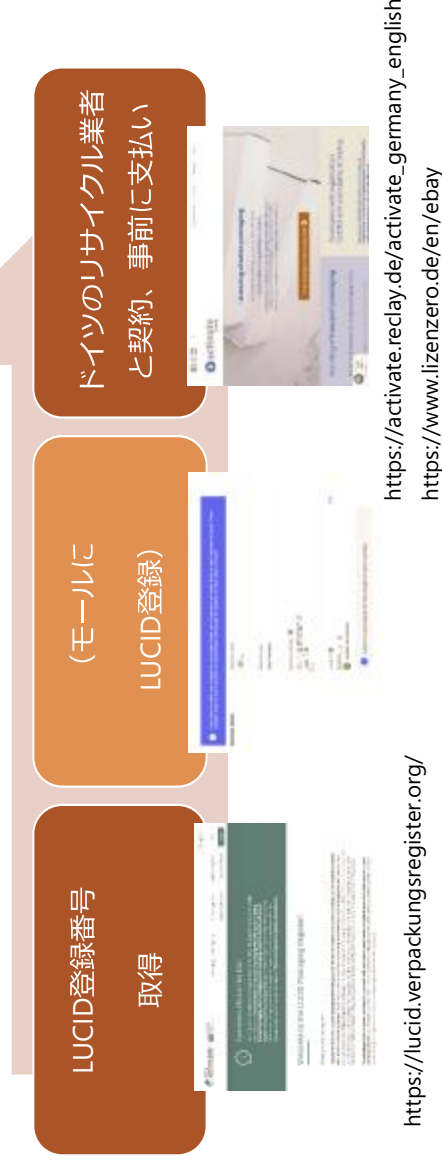
その他の地域

東南アジアは、マレーシア、ベトナム、タイ、フィリピンにもVATがある。ルールは消費税に似ている。Shopeeを使えば、モール利用手数料に含まれて手数料の形で請求される。シンガポールやオーストラリアはGST (Goods and Service Tax)。消費税に似ている。eBayならeBayが代行する。

2022年制定のドイツ梱包法

2022年7月にドイツにドイツ梱包法という法律が制定されました。越境ECでは商品を裸で送るわけには行かず、箱や梱包材も相手国に送ります。その梱包材等の処分は相手国が行うことになるため、越境ECが盛んになればなるほど、その国の二酸化炭素排出量は増加します。

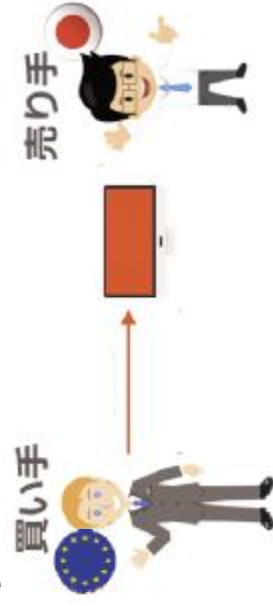
そこで、相手国に二酸化炭素排出の負担をかけているため、相手国に負担させた分はお金で解決していただきたいという、カーボン・オフセットの発想で制定されています。



日本語ではできませんが、すでに解説サイトも多くあります。この動きは今後EU全体に広がる可能性があります。

海外の個人情報保護法について

日本で業務を行う上では、本来は海外の法律の影響を受けることはありません。しかし、事業者がどこにいても法的効力を及ぼすことのできる法律もいくつかあります。



買手が御社製品を気に入って、自らでアクセスし、購入（個人情報提供）

⇒法律に対応しないと違反となる。
ユーザーの意思は関係なく、情報自体の移動があったかどうかで判断するため。

GDPR (EUの個人情報保護法。非対応の場合、2,000万ユーロ（20億円前後）の罰金が課せられる可能性がある)

CCPA (アメリカのカリフォルニア州法。GDPRとほぼ同じ)

GDPRとCCPAは、クッキーポリシーの制定や意思確認のためのポップアップなどによるオプトインシステムの導入でひとまずはOK（当該エリア外をターゲットにする場合でも対応しておくほうが無難）

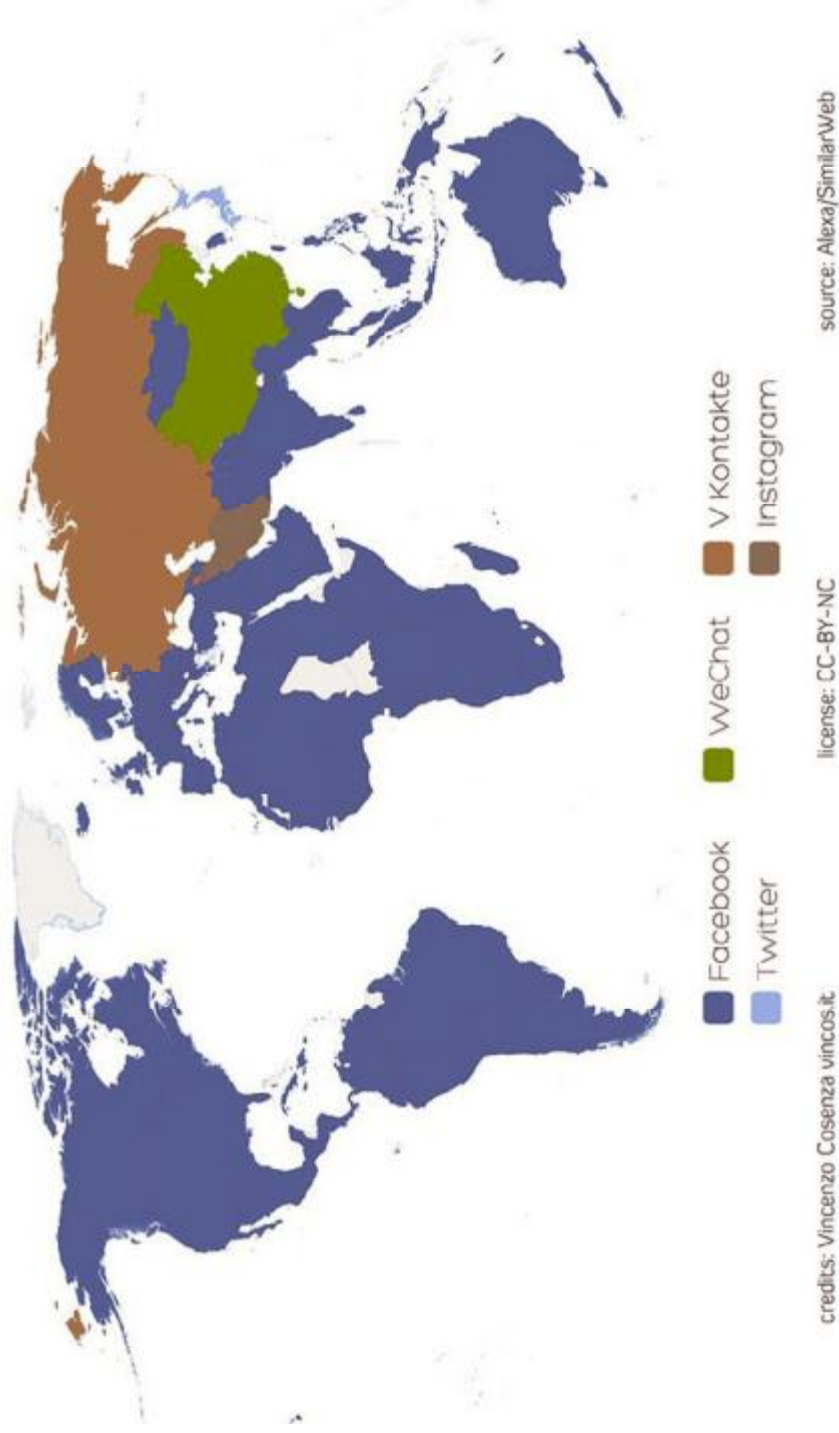
PIPL (中国。2021年11月1日より。GDPRがベース。罰金は8億円。ただし不確定要素が多い) 「中国に差別的な国には断固とした対応を取る」と明文化

15

4. SNSでしっかりプロモーションする

© 2023 j-Grab inc.

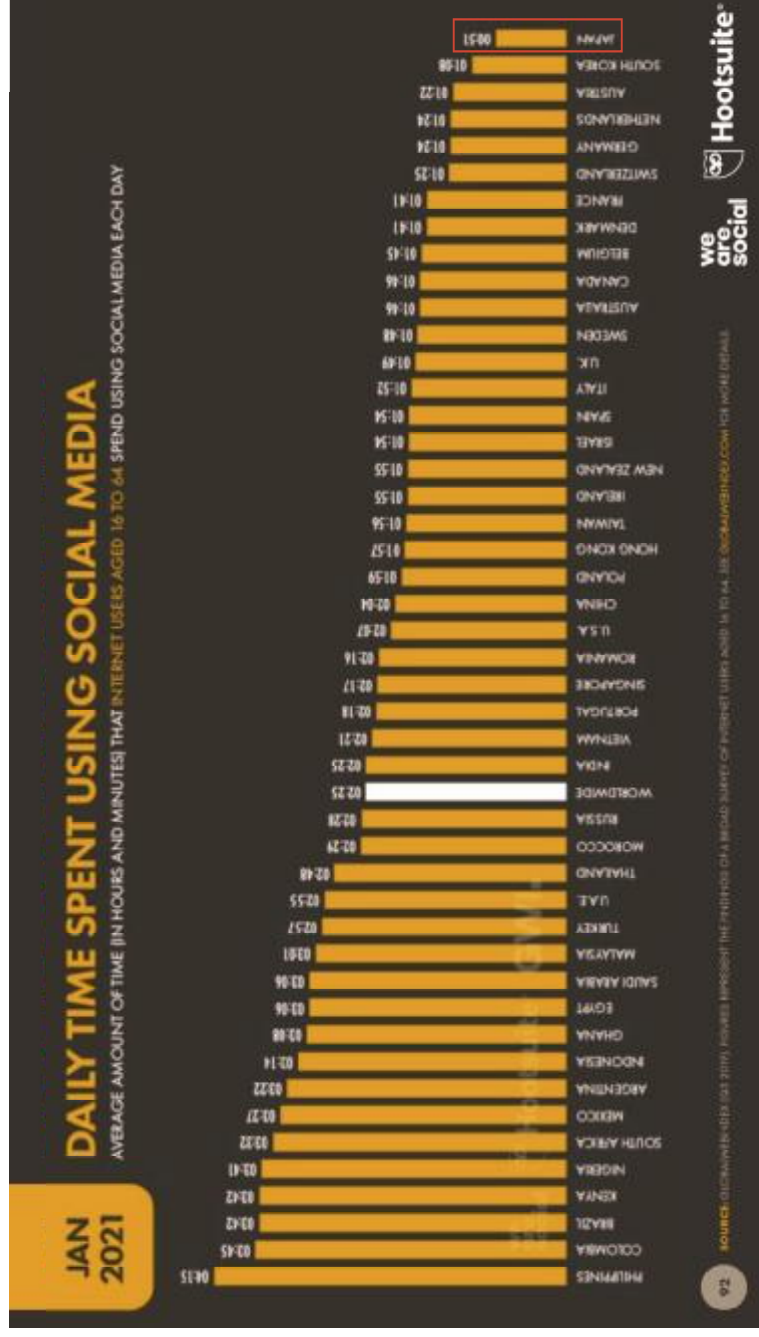
世界で一番使われるSNS



© 2023 j-Grab inc.

海外のソーシャルメディア・マーケットを知る

日本は世界の中でもソーシャルメディアを利用する時間が海外と比較すると短い。



© 2023 j-Grab inc.

出典：We Are Social「Digital, Social & Mobile in 2020」

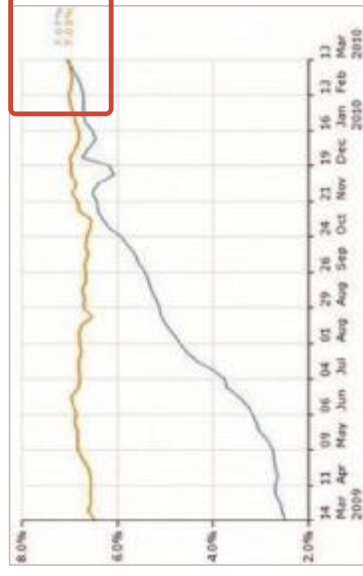
ソーシャルメディアの影響力

ソーシャルメディアは消費者の購買行動に大きな影響を与える

Q.SNSのタイムラインで流れてきた商品情報に影響を受けて購入したことはありませんか？

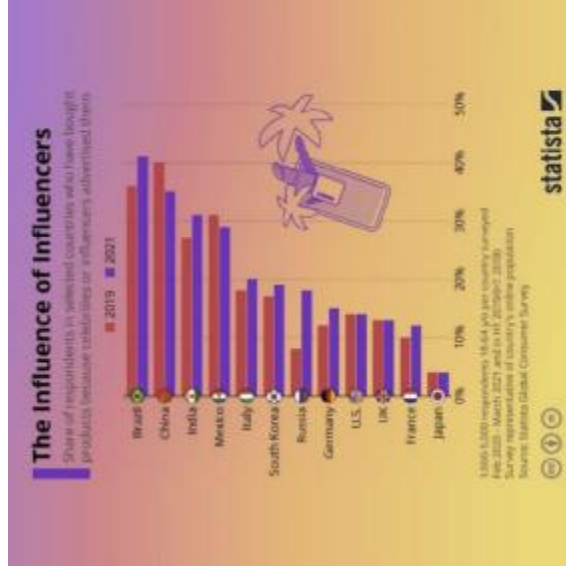
- ・ 欧米人：はい (60%~70%)
 - ・ 東南アジア人：はい (約30%)
- ※約8割は商品リサーチにSNSを使用と回答。
(参考) 日本人：はい (9.4%)

ECサイトのアクセス元もSNSが検索と五分五分



出典：Business Insider Intelligence, eMarketer

© 2023 j-Grab inc.



出典：Statista
BRICS 諸国を始めとするEC後発国は、インフルエンサーが人々の購買決定に対して現在最大の力を発揮している。

インフルエンサーを探すには専門企業にコンタクトするか、Social Mentionなどで、自力で探してダイレクトに交渉する。

ソーシャルメディアの本質を見失わない

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。



© 2023 j-Grab inc.

5. 柔軟な越境ECが成功する

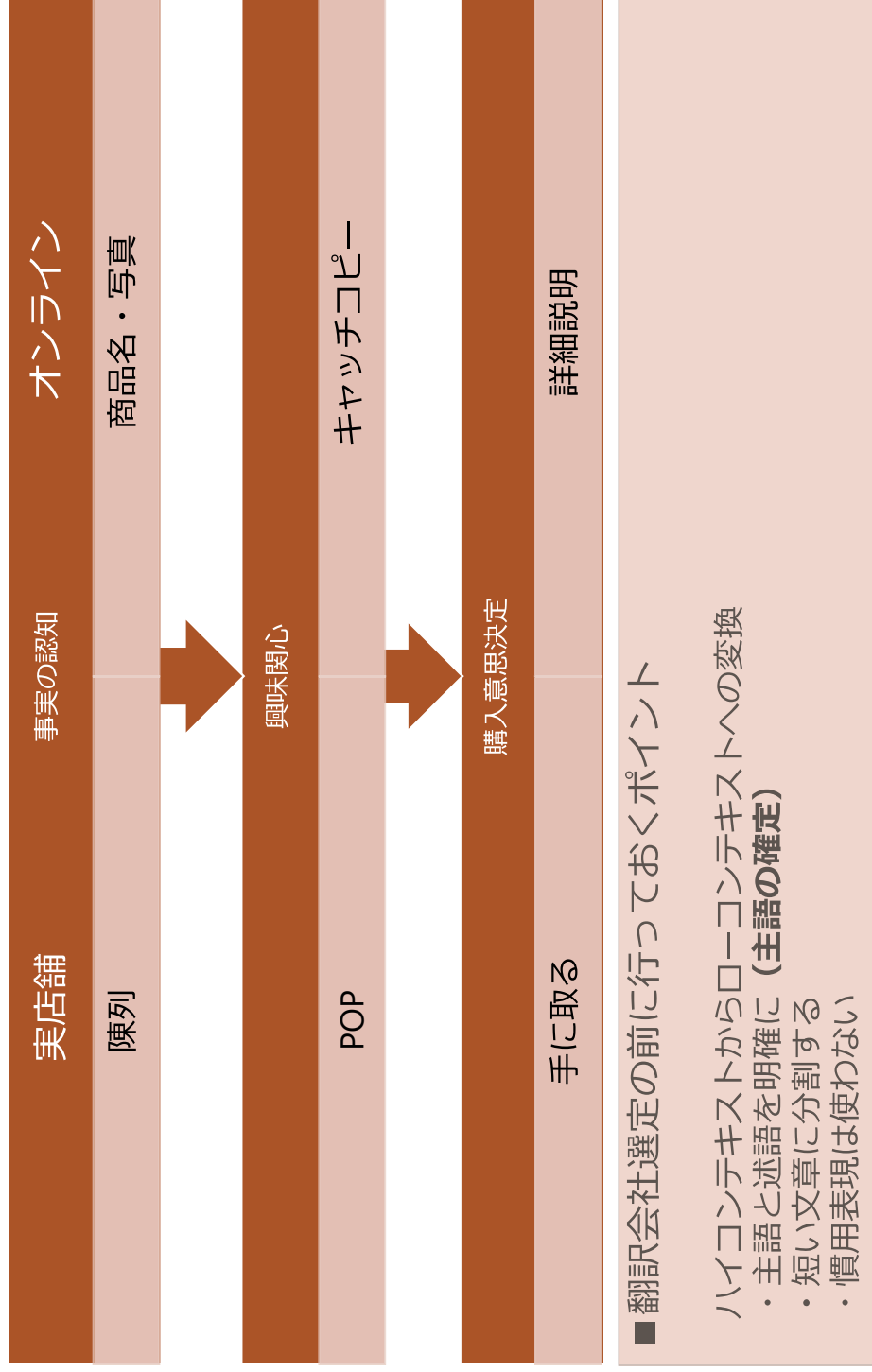
© 2023 j-Grab inc.

越境ECで売るための大切な4Pと4C+1 (=5C)



© 2023 j-Grab inc.

商品登録で重要なこと



EC事業で失敗する海外の例

海外では開店後120日で90%が失敗すると言われている。

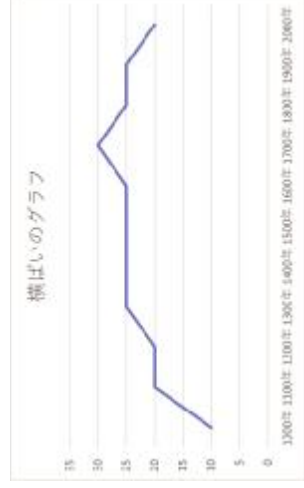
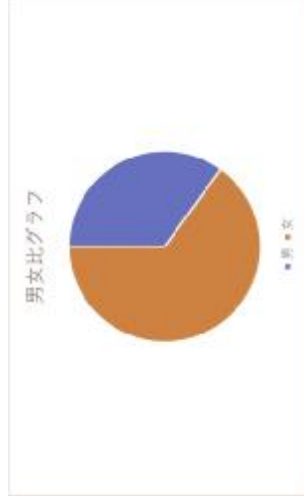
1.	貧弱なオンライン・マーケティング (37%)
2.	検索対策不足 (35%)
3.	取扱商品等の市場規模が小さすぎ (35%) *
4.	資金不足 (32%)
5.	値付けや送料等のコスト問題 (29%)
6.	そもそも競争に不向き (23%) *
7.	大手に市場シェアを握られている (19%) *
8.	カスタマーサービス不足 (16%)
9.	チームビルディングの失敗 (14%)
10.	製品販売のタイミングミス (11%)

日本では「専任または兼任スタッフが、アサインできなかった（人材不足）」を理由に撤退する日本企業が多く、日本では「カネよりヒト」で失敗する傾向にある。

越境ECは人間ドックと同じ（広範囲から狭範囲へ）

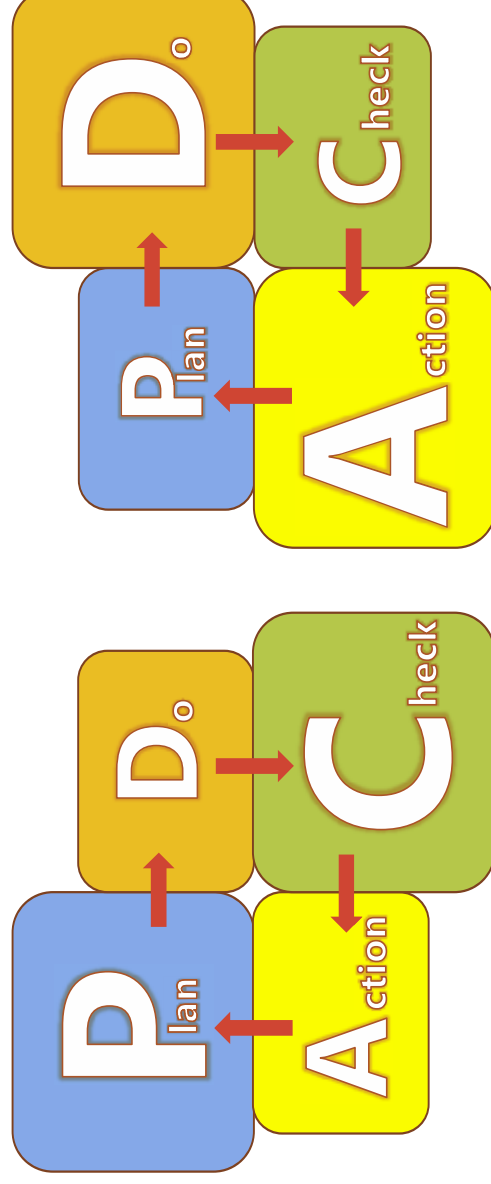
新規事業はゼロからのスタート。視野を多方向、多方面へ広げる、当たり前を斜めから見ると、反対から見るとこれにより、新しい目標市場が見え、認知訴求ポイントもはっきりする

データの使い方



© 2023 j-Grab inc.

日本企業に多い、世界で成功しない意識



日本企業（変態的臆病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。

© 2023 j-Grab inc.

6. ジェイグラブの越境ECサービス

© 2023 j-Grab inc.

大手企業から中小規模事業者、自治体・官公庁まで広く支援しています。



ジェイグラブだからこそ提供できる6つの強みがあります。

01

プロフェッショナル

ジェイグラブのメンバーは、eBay、Yahooなど大手プラットフォーム事業での豊富な経験を持つプロフェッショナルです。

04

eBay 公認コンサルタント

ジェイグラブの越境ECコンサルタントは、イーベイ・ジャパンが認定する公認コンサルタントでもあります。

02

越境EC 実績No.1

大手企業から中小規模事業者、自治体・官公庁まで、10年以上に渡り積み上げてきた支援実績は越境EC業界No.1です。

05

パートナーシップ

経済産業省や中小企業庁、ジェトロ、Shopify、Shopee、Adobeと連携。様々な協力関係を構築して越境ECを支援しています。

03

伴走サポート

越境ECはシヨップを立ち上げて終わりではありません。越境ECコンサルタントが売上げアップまで伴走サポートします。

06

海外販売を実践

越境ECコンサルタント自身が海外販売を実践。最新の情報やルール、ポリシーを熟知し、売れるノウハウを蓄積しています。

シヨップ構築・出店 × 伴走サポートで、越境ECの売上アップを実現します。



ジェイグラブの越境ECサービスとは

越境ECはシヨップを立ち上げてゴールではありません。多くの開発会社はシヨップを制作・構築して終わりですが、ジェイグラブは違います。海外販売という厳しい市場で売上を伸ばしていくためには「シヨップ構築・海外モール出店」と「伴走サポート」の掛け合わせが必要不可欠です。ジェイグラブは独自の越境ECサービスでお客さまの売上アップを実現します。

世界的に利用されているサービス・プラットフォームに対応しています。

<p>ECサイト構築</p> 	<p>ECモール出店 (B2C)</p> 	<p>ECモール出店 (B2B)</p> 
<p>ソーシャルコマース</p> 		

越境ECコンサルタントが売上アップまで伴走サポートします。

構築・出店サポート



徹底したヒアリングでコンセプトと強みを明確にし、最適なショップ構築・モール出店の手法を提案します。

- ✓ ヒアリング
- ✓ コンセプト設定
- ✓ 構築・出店手法選定

集客サポート



売上が上がらない最大の要因は「顧客が来ない」ことです。ジェイグラブ独自の連携・集客施策でサポートします。

- ✓ eBay・Shopee連携
- ✓ ソーシャルメディアマーケティング
- ✓ 海外向けクーポンサイト掲載

運営サポート



越境ECコンサルタントによるサポートで、お客様の課題を解決して売上UPを実現します。

- ✓ チャットサポート (Slack)
- ✓ 月次レポート
- ✓ 個別相談 (1on1)

具体例



えごま油

健康志向の高い人が日々の食事で摂取。

単に「えごま油」では差異化できない。健康や病気を全面に押し出しすぎても表示の仕方の問題になることや、やや脅し過ぎという点も。

そこで、「日本人の健康の秘訣を明かす」と表現。特にプロモーションもせず、2週間後に最初の購入者がつく。

サンプル食品

外国人観光客がお土産で買うド定番品。

ド定番ゆえに、「もの珍しさ」で勝負できない。Sample FoodやFake Foodよりも実際はFauxのほうが検索されやすい。ジョーク品としてのニュアンスが強いのでユーザーを前面に出すべきと判断。

そこで、「食べられない」＝「満腹にならない」＝「永遠に空腹にさせる」と表現。こちらも特にプロモーションもせず、2週間程度で反応あり



© 2023 j-Grab inc.

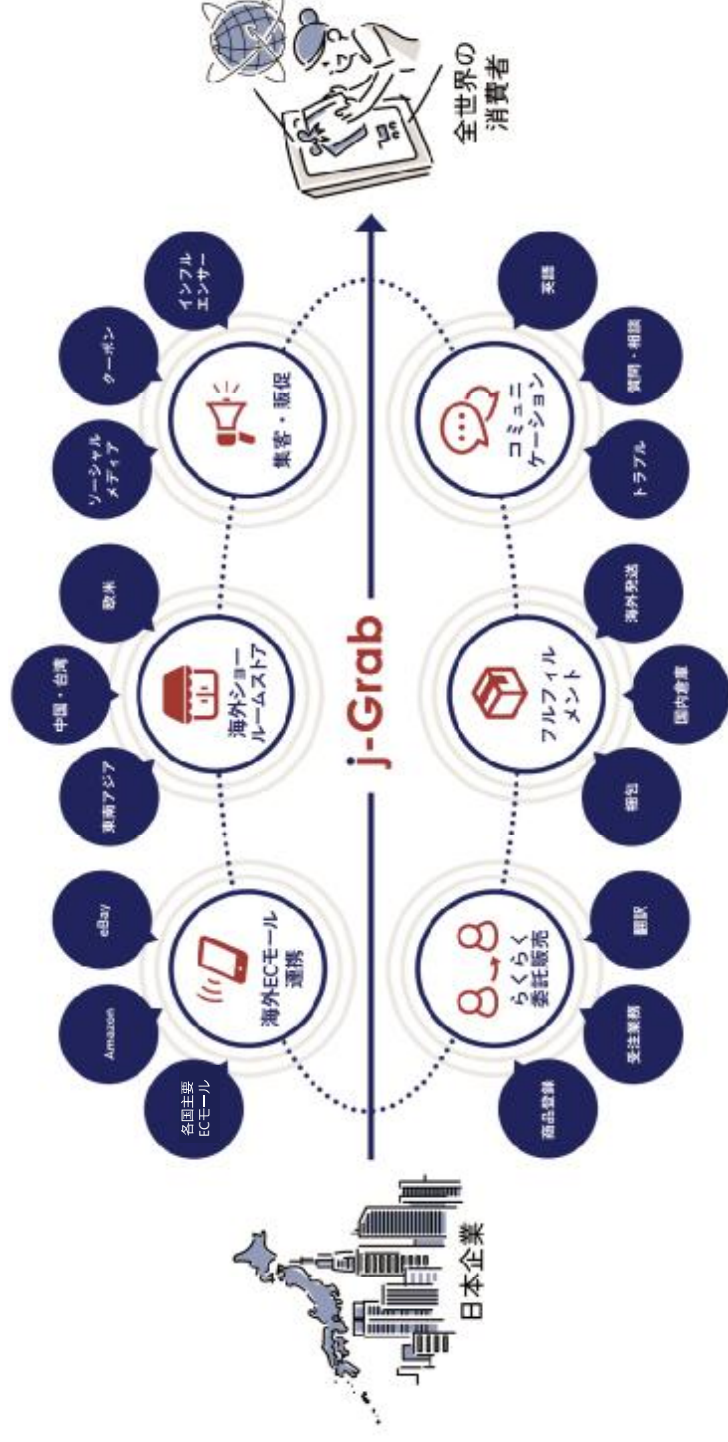
j-Grab

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、これまでになく手軽さと、類をみない多チャネル連携・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、新しい越境ECプラットフォームです。

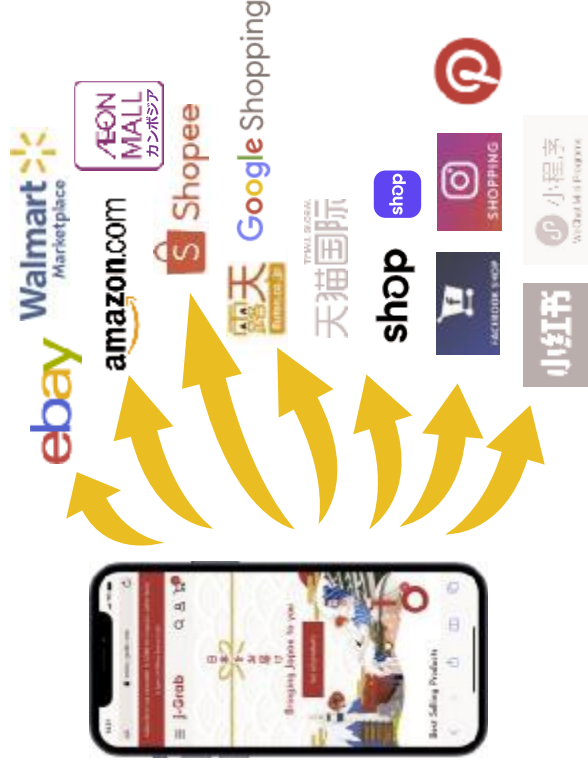


越境ECで成功するために必要なすべてのサービスをワンストップでサポート



複数の海外ECマーケットプレイスと連携、世界190カ国50億人にリーチ

- 大手海外ECマーケットプレイス eBay、Amazon、Shopee、Walmart、天猫国際 (Tmall Global)、Rutenをはじめ、Facebook Shop、Instagramショッピング、Googleショッピングなどと連携しています。
- j-Grab Mallに出店するだけで世界中のECプラットフォームで販売できるので、個別の手続きや対応などの煩雑な業務が一切不要です。
- 多チャネル連携により、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。



商品登録から受注、発送まで煩雑になりがちな業務をすべて代行

- お客様はショップ構築はもちろん、面倒な商品登録や翻訳、受注、決済、梱包、発送、サポート対応を行う必要はありません。
- 販売する商品の価格や個数などの商品情報と写真をフォームで送信するだけで、ジェイグラブが商品を翻訳して代行登録します。
- 商品が登録されたら、あとは指定の国内倉庫に商品を送ればお客様の作業は終了です。 ※受注発注型はご相談ください。
- 商品が購入された後の受注業務、国際決済代行業務、販売事業者への連絡などもジェイグラブがワンストップで代行します。



海外ユーザーとの英語でのやり取りもすべてお任せ

- 海外のお客さまから届く英語やその他外国語での質問や相談にも、越境ECコンサルタントとサポートチームが連携して一次対応、エスカレーションします。
- 販売連携している海外ECモールへの問い合わせも英語、中国語が必要なケースがほとんどですが、すべてジェイグラブのスタッフが対応します。
- 意味が正しく伝わらないと問題が悪化しがちな、返品対応などのトラブルやクレーム対応にも、過去の経験やノウハウを活用して適切に対処できるよう、最大限ご協力いたします。



商品を国内倉庫に預けてあとはお任せ、フルフィルメント・サービス

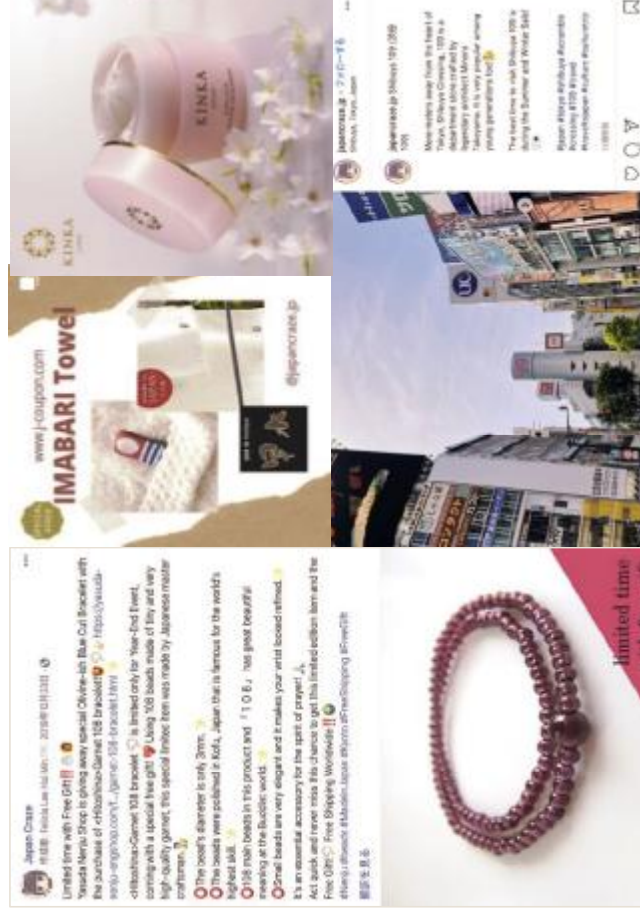
- お客様は面倒なインボイスの発行や国際配送伝票作成を行う必要はありません。
- 販売する商品は、ジェイグラブの日本国内指定倉庫にてお預かりして在庫管理します。
- 販売後は商品梱包から国際発送までワンストップで対応する「GSP (グローバル・ SHIPPING・サービス)」を標準機能として提供します。

※大量の商品在庫が必要な場合にはご相談ください。



当社インフルエンサーとマーケティングチームがソーシャルメディアで販促

- 当社インフルエンサーとマーケティングチームが、ジェイグラブが運営している各種ソーシャルメディアで投稿・宣伝します。
- 170万のファンを抱えるFacebookページや、Instagram、WeChat、REDなどから、お客さまの商品やショップに最適な組み合わせで運用します。
- お客さまの商品やショップを紹介すると同時に、広告を打ち込みながらさらなる宣伝・PR・販促を推進します。



JTB、イオンモールと業務連携！共同でj-Grab Mallを運営



これまで、ジェイグラブとJTBとは、越境EC事業に関する業務を連携して東京都や福岡県をはじめ地方自治体、中小企業基盤整備機構などの支援機関などを対象に、越境EC支援サービスを幅広く提供してきました。

今回あらたに、j-Grab Mallを運営するにあたって、JTBは在外支店でのシヨールームストアの運営、j-Grab Mall運営事務局として事業者様との出店契約から出品情報のやりとり、売上の決済にいたるまでを対応し、ジェイグラブはj-Grab Mallの全般的な運営、インフルエンサーを活用したSNS集客、JTBと共同でのシヨールームストア運営を行います。

海外の現地「シヨールーム・ストア」と連携したリアル即売会

日本初の試みとして、38か国90都市217拠点あるJTB えるぶ 海外シヨップを活用した「シヨールーム・ストア」事業を運営。

シンガポール高島屋、台湾、香港などにて、j-Grab Mallで販売する商品を展示し、QRコードによる即売会を実施。

シヨールーム・ストアでの購入者や購入希望者らにアンケートした内容を事業者へフィードバック。



【実施報告写真】
JTBシンガポール
高島屋店
2022/3/27 JTBスタッフ撮影

right © j-Grab, Inc. All Rights Reserved.

海外PL保険で備える

j-Grab Mallを利用するお客さまは、「j-Grab Mall 海外PL保険」に加入いただけます。越境ECにおける海外PLリスクについて、海外PL保険の3つの特長を生かして、お客さまに安心をご提供します。詳しくはお問い合わせください。

特長

- 1. 被保険者に代わって示談交渉をします**
保険金をお支払いするだけでなく、解決までお客様を全面的にサポートさせていただきます。
- 2. 間接輸出品やグレマーケット製品を保証します**
日本でしか製造・販売していない場合でも、海外において損害賠償請求を受ける可能性があります。
- 3. 生産物の回収費用も保証します（オプション）**
生産物回収の実施に必要な費用を最大USD1,000,000まで保証します。
※業種により、支払限度額がUSD50,000となる場合があります。

概要

- 補償対象：j-Grab Mallの利用者（輸出売上高1億円以下）
- 補償対象地域：日本を除く全世界
- 契約者：ジェイグラブ株式会社
- 契約形態：ジェイグラブと東京海上日動との包括契約（事後通知で保険加入する仕組み）
- 補償期間：サービス利用開始月の1日から1年間の自動更新（中途脱退した場合も1年間は補償が継続します）
- 支払限度額：1事故US\$0.5mil
- 免責金額：なし
- 継続保険：初年度売上に応じて変動あり（100万円以上）

お客さまのニーズに合わせて選べるプランをご用意

2023年4月1日からお申し込みの事業者様は(※1)期間限定特別料金が適用となります。
販売手数料は卸価格でご提供いただく場合には0%、販売価格を指定する場合には40%の販売手数料です。
※ 2023年1月からの特別料金(※2)となりますのでお早めにお申し込みください。

	通常料金	特別料金(※2)	特別料金(※1)
出店初期費用	300,000円	→ 200,000円	→ 100,000円
運営・集管管理	50,000円 / 月(共催)	→ 30,000円	→ 20,000円
シヨールーム・ストア出店(※1)	750,000円~/1回	→ 300,000円~	→ 300,000円
海外PL保険(団体契約)※2	300,000円~(一般契約)	→ 36,000円(初年度)	→ 36,000円(初年度)
販売手数料	40%	→ 0%	→ 0%

注意事項

- ・ 現在お申し込みが殺到しており順次ご案内をしております。事務局からのご連絡をお待ちください。
- ・ 出店に際して所定の条件審査がございます。
- ・ 経済産業省越境ECに関する補助金の他、自治体の越境EC補助金なども利用可能です。
- ・ シヨールーム販売開始日時、場所は出店者様に直接お知らせします。
- ・ 海外PL保険はサービズ開始前にご加入が自動付帯となります。2年度目以降は売上に応じて変動する場合があります。

1. 商品の価格設定について

現地販売時の小売価格は原則、エントリースーツに記載いただく卸値に基づき、ジェイグラブとJTBが販売価格を設定します。販売制約後は月末翌月末でJTBが精算・決定します。返品・返金処理があった場合遡って90日程度猶予を頂きます。

小売価格に関する条件がある場合、あらかじめご相談ください。（販売価格指定での出店も可能）

在庫数、および購入可能数量は、ジェイグラブ・JTB・参加企業の間で調整させていただきます。

国際配送料、および関税などの諸税、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。

2. 納品・サンプル品の提供について

納品・在庫はジェイグラブが指定する国内指定倉庫で行います。

宣伝および販売プロモーションを行うにあたり、商品サンプルの提供をご相談することがありますのでご協力をお願いします。ショールームストアやj-Grab Mallでの一定期間のデータを提供します。

提供できるデータは各連携先等により異なる販売データが提供できないこともあります。

3. 申込み品目数

3商品10SKUとしていますが増減可能です。ご相談ください。

4. その他

販売ができない国・地域がある場合は、お申し込み時に国・地域名をエントリースーツにご記載ください。

配送できない国・エリアから注文は、ジェイグラブ・JTB側で自動的にキャンセル処理することがあります。

j-Grab Mallに関することなら、お気軽にご相談ください。

JTBビジネスソリューション事業本部 第二事業部

eMail : j-grabmall@jtb.com

TEL : 03-5909-8091(9:30~17:30/土日祝休業)

JTB：メールでのお問い合わせ



ジエイグラブ j-Grab Mall受付窓口

eMail : info@j-grab.co.jp

TEL : 03-5728-2095

j-Grab Mall 出店概要 : <https://www.j-grab.co.jp/mall/>

ジエイグラブ：お問い合わせフォーム



ご清聴ありがとうございました。

The First Mover's Advantage

いまこそ海外市場に挑戦して越境ECを成功させましょう！

© 2023 j-Grab inc.