



海外展開のすゝめ

～福岡商工会議所を活用して～

海外展開の経験がない方にも「海外展開」のあれこれを隔月で分かりやすくお届け！



第七章

はじめての越境EC※への取り組み方(その2)

※国を超えた電子商取引 (EC=Electronic Commerce)

■3-2. 越境ECを始めるときに考えること

(1)「どのように」=自社サイトor 海外ECモール」を考える

結論から言うと、まずは海外ECモールへの出品から始めることをおすすめします。海外ECモールのメリットは、Amazonを想像していただくと分かりやすいですが、既にモール自体に顧客が根付いており、消費者へのアプローチがしやすい点にあります。さらに、物流や顧客対応、返品などを代行で行っているモールが多く、そもそもモールへ支払う初期コスト及びランニングコストも安いものが多いです。

一方で、自社サイトで販売する場合は、サイト構築やSEO対策のための時間的・費用的コスト、顧客が根付くまでの広告やプロモーションコスト、自社での返品やその他顧客対応の人的コスト等、コスト面でのハードルが高くなります。

したがって、はじめて越境ECに取り組もうと考える際は、AmazonやeBayなどの海外ECモールへの出品を考えるとよいでしょう。

(2)「何を」=商品

次に、どの商品を販売していくかを考えます。商品に求められるのは、①高品質、②低価格、③顧客体験の価値、④ブランドの4つのうちのいずれかです。どの点で他の商品と差別化できるかを考える必要があります。モール出品の場合は、モール内で自社商品に類似する商品の出品状況を検索して確認してみingことをおすすめします。そうすると売れ筋がどのようなものなのか、いくらぐらいの価格なのか、どのようなキーワードで検索されているかを知ることができ、自社商品出品のヒントになります。

(3)「誰に」=どこの国のどのような人に

次に、どこの国のどのような人に売りたいかを明確にイメージします。性別、年齢、所得層、文化、宗教、人種などを具体的にイメージしましょう。国によっては、これらの多くの要素が存在しておりますので、好みの

色や大きさ、用途が違う場合が考えられます。「誰に」を考える際に、同時に考えるべきは言語で、現地語への翻訳も重要です。他の商品との差別化や使用方法を明確に伝えるために、言語は必要不可欠な要素です。

■4. 最後に

越境ECはもっとも気軽に取り組める海外展開ですので、チャレンジしてみたいかがでしょうか。

チャレンジする際は、是非「ワンストップ海外展開相談窓口」へご相談くださいませ。支援機関が一丸となってサポートさせていただきます。

また、事業者が提供する越境ECを手厚くサポートするサービスもございます。例えば、日本郵便(株)では、国内外の豊富な物流網を活用した「ワンストップ物流ソリューション」や「ゆうグローバルエクスプレス(UGX)」といったサービスもございます。ご活用されてはいかがでしょうか。

◆ワンストップ物流ソリューション：

https://www.post.japanpost.jp/service/tsuhan_cloud/



◆ゆうグローバルエクスプレス(UGX)：

<https://www.post.japanpost.jp/int/UGX/>



【お問い合わせ先】

日本郵便(株)九州支社郵便・物流法人営業室 TEL:092-713-2103

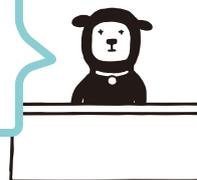
まとめ

越境ECも「誰に」「何を」「どのように」を考える。

海外展開のご相談はこちらまで▼



ワンストップ相談窓口



海外展開のすゝめ
バックナンバーはこちら
からご覧いただけます！



お問い合わせ／産業振興グループ TEL 092-441-1119