



あなたの商品、海外市場で売り出しましょう！

北海道から世界へ！

一緒に学ぶ海外EC奮闘記



海外EC奮闘記／実践篇

INDEX

	あらすじ	03
01	ECプラットフォームの選定	04
02	ECプラットフォーム調査	05
03	出店シュミレーション	06
04	ECモールへの出店	07
05	ECモールへの出品	12
06	各種プロモーション手法	22
07	ユーザーへのアプローチ	24
08	セールへの参加と検索対策	26
09	Preferred Sellerへの道	31
	あとがき	33

○本書は、ECモールを活用した海外向け販売の実践的な内容をわかりやすく説明するため、A社のサービス(2023年3月現在)を例に紹介したものです。



シンガポールへの挑戦。

Challenge to Singapore

日本酒や味噌などを製造する株式会社北海道醸造では、ここ数年は、加工食品やコスメなどの商品ラインナップを増やしてはいるものの、コロナ渦の影響もあって売上は鈍いままでした。

販路拡大を目指して海外ECを考え始めた社長と商品企画部の市川さんは、アジアのEC市場規模や傾向を検討します。最終候補に残ったシンガポール、台湾、タイの3市場から、シンガポール市場に挑戦することが決まりました。

市川くんはシンガポールに飛び、現地在住の経営コンサルタント・越田さんと一緒に市場調査を行います。

有識者や消費者の生の声を聞き、シンガポールの市場傾向やEC消費動向などを分析し、海外ECの拠点となるシンガポールのECサイトの検討に入りました。



01

どのECモールにするか決めよう



今検討したECモールのうち、外すとすればどこでしょうね？

月間訪問者数の少ないD社かC社ですかね



事業者の手数料は、A社、B社、C社、それぞれ違いますね。
どこがいいんですか？

A社よりもB社のほうが手数料は低いようです。
C社は販売者のグレードや取引総額・販売額によって手数料が変わるので、ちょっと不透明ですね。また、登録料も必要です



なるほど、D社とC社はちょっと外して考えたいですね
日本への送金手数料はどうなっていますか？

A社もB社も決算システムを利用していますね。
どちらも手数料は2%です



入金は、A社から週1回、B社からは約1～2週間以内での移動・入金
ですから、どちらもスピーディーですね

決算システムの口座から銀行口座への送金はこちらの任意のタイミングで
できますから、そこはあまり気にしなくてもいいと思います



うーん、A社かB社、どちらがいいですかね？

どちらと言われれば、利用者数が右肩上がりのA社がおすすめです
ね。日本語対応のサポートも充実していますから



確かに、運営がしやすいのは助かりますね



まずはA社から始めてみます！

■シンガポールのオンラインマーケットプレイス事業者の手数料

プラットフォーム	手数料	その他の適用料金
A社	A社モールの出品者は3～5%	
B社	製品カテゴリーにより1～4%の手数料	
C社	販売価格、オプション料金、送料を含む取引総額に応じた手数料。手数料は販売者のグレードや販売額によって異なる。	登録料(1回限り) SGD100-500



出店企業を見てみよう

類似店舗調査を開始

A社での出店に向けて、日本の主要プレイヤーと商品の調査をしてみましょう。

プレイヤー①	商品数	約40品	フォロワー	約300人
	商品	お茶・抹茶・醤油等のメーカー		

出典:A社サイト

京都府宇治市にあるメーカーで、日本の伝統的な食品を出品しています



なるほど、うちの参考になりそうな企業ですね

京都というブランドで日本製をアピールしているやり方もいいですね。北海道ブランドに置き換えて考えやすいと思います



プレイヤー②	商品数	約400品	フォロワー	約2,500人
	商品	日本商品二次販売店		

出典:A社サイト

高品質で信頼できる日本製品を提供するのがポリシーです



新商品をいち早く紹介するようなスタイルですかね

扱っているアイテムも多彩ですね。カテゴリーには人気メーカーの名前もありますから、指名買いも多そうですね



商品①北海道馬油 TOPセール期間(現地EC含む) 2022年12月9日~2023年1月8日	北海道馬油(90g)1個	39.74SGD(約3,974円)
	北海道馬油(90g)2個	73.44SGD(約7,344円)
	中国産馬油(30g)	3.19SGD(約319円)
	日本産(200g)	9.6SGD(約960円)

出典:A社サイト

安価な中国産が販売数を伸ばしていますが、割高な日本産や北海道産もTOPセールランキングに入っています



売価以外の価値を評価してくれているんですかね

商品②インスタントスープ TOPセール期間(現地EC含む) 2023年1月5日~2023年2月4日	濃厚豆乳鍋つゆ 750g	4.9SGD(約490円)/個
	火鍋スープ 200g	3.8SGD(約380円)

出典:A社サイト

TOP1・2は中国の有名火鍋店のスープの素です



中華系の人々に人気なんでしょうね

日本商品の中では、豆乳やコーンポタージュなどが販売数を伸ばしていますね





出店シミュレーション

それじゃ、実際に出品したときのシミュレーションをしてみましょう



ええと……日本で2,000円の商品を、1,000個販売するとして…

まずは国内倉庫までの送料ですね。日本郵便のレターパックで520円です



海外の送料は安いんですね。日本円で220円くらいですか

販売や決済、送金の手数料は、合わせて350円くらいになりますね



商品代を含む原価の合計が約3,093円…
利益を上乗せすると、販売単価は4,000円かな

いいと思います。この場合は現地の税金が8%で、320円が課せられます



1,000個が完売したとして、利益額は907,050円、利益率は22.6%！

御社の場合はメーカーですから、日本で2,000円の商品にも利益が含まれていますから、利益額と利益率ももっと上がると思いますよ



販売数量	初回1,000個
原価／商品代	2,000円
原価／輸送費(国内)	520円(国内倉庫までを想定) ※数量が増え、まとめて発送ができる場合は半値以下となります。
原価／輸送費(国外)	223円(=2.38SGD)※セラーの実質送料 計算式:通常送料(4.22SGD) - 送料リポート(1.84SGD※購入者の送料負担 - GST8%)
原価／A社販売手数料	200円(販売額の5%)
原価／A社決済手数料	80円(販売額の2%)
原価／送金システム手数料	69.94円(送金額の2%)
原価合計	3,092.96円
販売単価	4,000円
税金	320円(A社にて税金の支払い)
利益額	907,050円(907.05円×1,000個)
利益率	22.6%



越境ECサイトに出店①

出店に向けて、準備を開始

A社では、日本語による出店方法などの解説サイトが開設されています。
下記のページを参考に進めていきましょう。



オーダーの確認と発送手続き

(Order > My Order)

注文を受けた際、下記のステップに沿ってセラー様が対応すべきことをご確認ください。

- Step 1: 購入者の支払い完了確認
Step 2: 「Arrange Shipment」ボタンをクリック
Step 3: ラストマイルラベルの印刷
Step 4: 発送処理を行う

- 1 購入者の支払い完了確認
- 2 「Arrange Shipment」ボタンをクリック
- 3 ラストマイルラベルの印刷
- 4 発送処理を行う

出店及び出品方法関連



料金・決済関連



配送関連① 基本確認事項



セラーセンター内の販促機能



配送関連② 物流・配送



キャンペーン関連



出典:A社 Japan



初期費用や月額使用料などの固定費がないのはうれしいですね。

条件によって、国際送料の一部を補填する制度もあります。
何と言っても、日本語でのサポートが受けられるのは安心ですよ



出品や店舗管理が簡単にできるA社の管理サイトに、PCやスマホなど、どの端末からでもアクセスできるのは地味に便利ですね。
すぐに対応できますから、ビジネスチャンスを逃がすことはありませんね



セミナーやワークショップ、キャンペーンもあるんですね



越境ECサイトに出店②

出店に向けて、アカウントを作成

A社では、日本語による出店方法などの解説サイトが開設されています。
下記に沿ってアカウント申請を進めていきましょう。

① アカウント申請



アカウント申請フォームから
必要項目を入力します。

② 招待メールを承認



招待メールが届きます。
メール本文の案内にそって
手続きを進めます。

③ ショップの基本設定



ECサイトのお客様が閲覧する
お店のプロフィール設定を
行います。

④ 出品



商品を5点以上
アップロードし、出店完了！

アカウント申請



申請フォームへの入力

店舗ページの初期設定



Shop名、Shop ロゴ、Shop 説明、イメージ写真等の登録

アカウント開設方法



会社情報及び担当者情報等の登録

店舗アカウントの設定



言語設定、住所登録等

出典:A社 サイト



アカウント申請は、フォームに記入して送信するだけですね

1週間以内に新規ショップ開店の案内がメールで届くので、
その指示に従って会社情報や担当者情報を登録します



すべて日本語で済むので簡単ですね

細かい説明もきちんとあるので、
初心者でもとてもわかりやすいな。

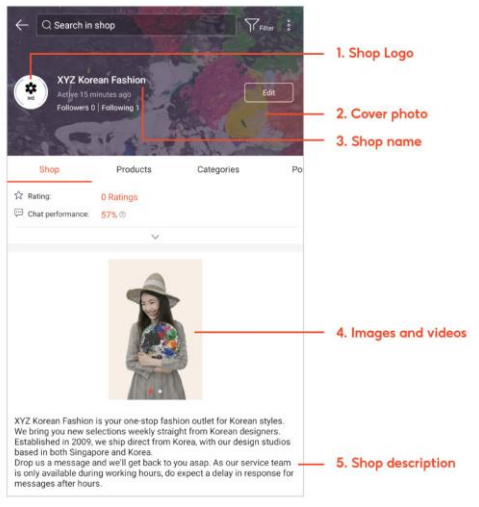




越境ECサイトに出店③

自社の販売ページの作りこみを開始

ショップを開店したら、まずはショップページを充実させましょう。
ショップページはお店の顔なので、ユーザーの印象にしっかりと残すことが大事です。



1. ⇒ Shop Logo(ショップロゴ)

・販売商品が分かりやすいよう、ロゴを設定しましょう。

2. ⇒ Cover Photo(カバーフォト)

・カバーフォトはプロフィールの背景イメージです。

3. ⇒ Shop Name (ショップ名)

・実際に購入者側に見える店舗の名前となります。

4. ⇒ Images and videos(写真とビデオ)

・動画はYoutubeのURL挿入可

5. ⇒ Shop Description(店舗紹介)

テキストで店舗紹介を記載する項目です。

以下の情報を含めましょう。

- ・会社・ブランド紹介
- ・お取扱いの商品群
- ・発送にかかる時間
- ・関税発生時の負担について
- ・その他注意点

出典:A社 Japan



ショップロゴは、会社のロゴでいいですか？

漢字で北海道とあるので、いいと思います。
正方形に近い形で組み直すといいですね



カバーフォトは、ブランドに関連した画像…社屋とか、
蔵の写真ですか？

どんなショップなのか、ユーザーが一目で理解できる画像にしましょう



それじゃ、メインの商品を大きく入れましょう

そのバックに、北海道らしい風景写真を使うのもいいですね



この、写真とビデオというのは……？

ユーザーにアピールするための画像と動画が最大5枚まで挿入できます



なるほど、どんなビジュアルにするか、そこも考えどころですね

店舗紹介はテンプレートがありますから、それ
に沿って書くといいですよ



わかりました！



越境ECサイトに出店④

外貨決済サービスの登録

A社は、売上の振込のために、アカウントとPayoneer(ペイオニア)を連結する必要があります。

Payoneerは、アメリカ発の外貨決済、オンライン決済のサービスです。日本国内にいながら、Global Payment Service（外貨受取専用銀行口座）を無料で作れるのが大きな特徴です



A社のアカウントをそれと紐づけるわけですね

そうすることで、国内取引と同じように外貨の受け取りができるようになります。さっそくPayoneerを登録して、A社と連結してみましょう



Payoneerとの連結方法も、日本語のマニュアルを見ながらやるとスムーズですね

—【Payoneerの特徴】—

コストダウン



開設費0円、国内取引同様にスムーズな外貨の受け取り

迅速な入金



国内銀行口座へ最短1営業日

手数料



外貨を日本円で引き出す際、約2%以下の為替手数料

規制対応



規制対応

Payoneerとの連結方法



【映像版】

Payoneerとの連結方法



出典:A社サイト

メイン・サブアカウントとPayoneerの連結方法については、映像でも解説しているので、そちらも参考にしてみてください



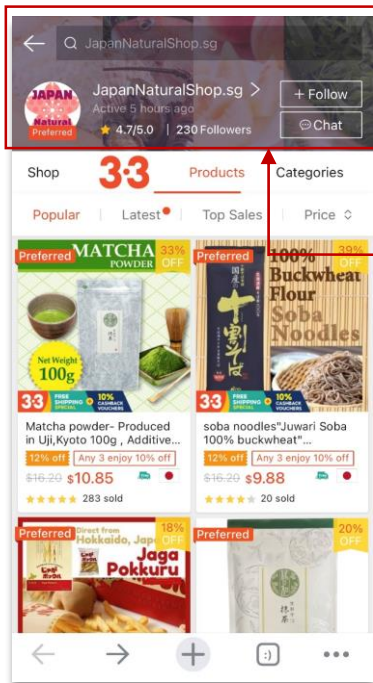
日本語のマニュアル映像ですね、これはわかりやすい！



越境ECサイトに出店⑤

ショップデザインの設定

シンガポールはPCよりもスマートフォンでの利用が多いマーケットです。
実際にあるショップを例に、スマートフォン画面のデザインを考えてみましょう。



1. ショップ名は分かり易く

・抹茶や蕎麦などオーガニックなイメージを伝えている。

2. LOGOはショップイメージにあったもの

・日本のイメージである桜を使用している。

3. 画像

・自然食品をイメージした、食材の組み合わせ写真を使用。
・北海道の会社をイメージさせる写真を使用。



参考ショップ: JapanNaturalShop.sg



この例では、ショップ名がわかりやすいですね

NATURALという言葉で、扱っている抹茶や蕎麦などのオーガニックなイメージを伝えています



ロゴにも日本のイメージである桜が使われています

パッと見て日本のショップということがわかります



ロゴの背景は、いくつかの写真を組み合わせたマルチ画像ですね

米・魚・果物・野菜の写真で、自然食品をイメージさせていますね



イメージ写真は、北海道の風景写真を使っていますね

これも、北海道のショップをわかりやすくイメージさせる方法です



イメージ写真は写真をアップロードするだけです、思ったより簡単な



越境ECサイトに出品①

出品商品の登録

A社への出店と入金の設定が完了しました。
フォローページを確認しながら、出品までの全体の流れを見てみましょう。



まずは、商品アップロードまでやってみますね

商品名、カテゴリ、イメージ写真のアップ、商品価格と在庫数を登録しましょう。



5商品以上の登録が必須なんです
販売価格の設定は、前にやったシミュレーションが参考になりますね

販売価格に送料を上乗せするのを忘れないように。
他社の販売価格も参考にして、販売価格を決定しましょう



シンガポールには、化粧品に関する規制はありますか？

シンガポール国内で販売される化粧品には、
健康製品法（Health Products Act）が適用されます



法律で規制されているわけですね

ええ。日本の厚生労働省にあたる保健科学庁（HSA）が
定めた事項を遵守し、事前に届け出る必要があります



物流や配送についても決まりがあるんですか？

シンガポール国内では、A社独自の配送サービスのための配送方法となります



SLS(A社の Logistics Service)というサービスですね

【商品アップロード全体の流れ】



商品アップロード方法



化粧品に関する届出規制





越境ECサイトに出品②

商品の出品開始

いよいよ実際に商品を出品してみましょう。

※ショップ名:japan_natural_style.sg宇治抹茶100gを参考



検索に掛かりやすくなるようSEO対策を行おう

- ・分かり易い商品名: Matcha powder
- ・PRポイント①
(抹茶の名産地): Produced in Uji,Kyoto
- ・PRポイント②
(無添加): Additive-free, No-coloring
- ・PRポイント③
(日本製、日本直送): (Made in Japan)(Direct from Japan)

出品にあたっては、SEO対策も大切です



検索されやすいワードをいろいろ入れるんですね



ええ。SEO対策として、商品名もポイントです

他にないような、凝った商品名がいいんですか？



逆です。何の商品か、すぐにわかる名前がいいと思います

これは、Matcha powder…なるほど、そのまんまですね



PRポイントとしては、京都宇治産、無添加、日本製・日本直送となっています

うちの商品でいうと、北海道産、伝統的製法、日本製、日本直送ですか



いいんじゃないでしょうか

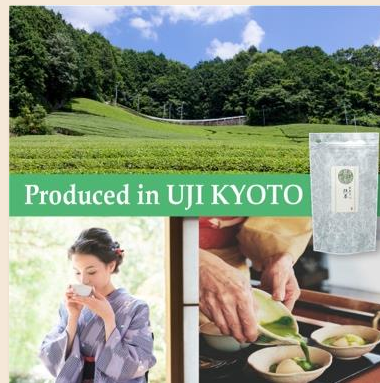


越境ECサイトに出品③

商品イメージ画像の重要性

消費者が必ず見る商品イメージ画像はどんなものがいいか考えましょう。

※ショップ名:japan_natural_style.sg参考



商品写真も、とにかくわかりやすいことがポイントです。
英語での説明があるとさらにいいですね



この例では、パッケージと商品イメージ、出来上がりの
イメージを組み合わせていますね



商品名と合わせて、抹茶の粉であることが一目瞭然です



産地のイメージや、日本を感じさせるビジュアルも必要ですね



さらに、スイーツや抹茶ラテなどのアレンジメニューを載せると、
よりユーザーの興味や関心を惹くことができると思います



アレンジレシピを考えておいたほうがよさそうですね



できれば、作り方の動画もアップしたいですね。喜ばれますよ



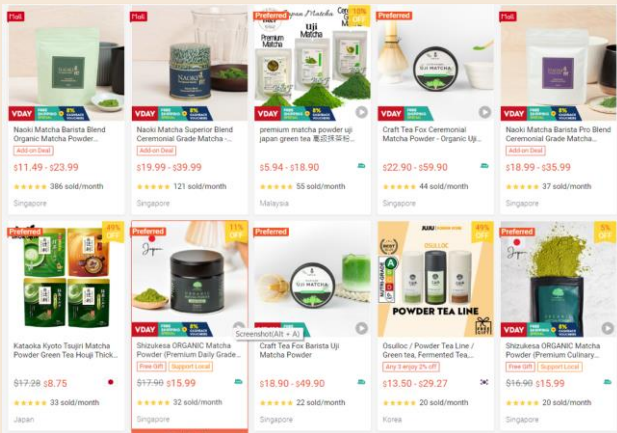


越境ECサイトに出品④

類似商品の販売価格をチェック

競合他社の金額も考慮しながら、販売金額を決定しましょう。

※ショップ名:japan.natural.style.sg宇治抹茶100gを参考



商品	重量 (g)	売価 (SGD)
NAOKI	30	11.49
	80	23.99
NAOKI(高級)	30	19.99
	80	39.99
Premium matcha powder (マレーシアより発送)	30	5.94
	60	7.02
	100	9.18
Premium matcha powder(高級)	30	8.10
	60	12.42
	100	17.17
Craft Tea Fox	30	22.90
Ceremonial matcha powder	100	59.90

この抹茶は100gでパッケージされていますね



競合他社の抹茶は、100gで9.18~59.9SGDですね



9.18\$の商品はマレーシアからの発送ですし、価格から考えても質の高い商品とは思えません。参考にはしないほうがいいですね



Ceremonial Matcha Powderは群を抜いて高価ですね



他と比較すると、ここまで高価な商品も敬遠される可能性があります。競合としては、NAOKIの80gが基準になりそうです



80gで23.99SGDということは、100gだと約30SGDですね



日本円にして3,000円弱、安価な商品から高価な商品までありますね。



各社の売価はバラバラ…
売価設定はしっかりと考えないと。





越境ECサイトに出品⑤

販売価格の決定

競合他社の金額も考慮しながら、販売金額を決定しましょう。

※ショップ名:japan_natural_style.sg宇治抹茶100gを参考

原価／商品代	440円
原価／梱包費用	30円
原価／輸送費(国内)	173.3円(国内倉庫までレターパック想定時／1回につき3アイテム配送) ※1アイテムのみ発送の場合520円。4アイテム以上の場合減額。
原価／輸送費(国外)	223円(=2.38SGD)※セラーの実質送料 計算式:通常送料(4.22SGD) - 送料リポート(1.84SGD※購入者の送料負担 - GST8%)
原価／A社販売手数料	75円(販売額の5%/手数料は出店後3カ月無料) ※FSS及びCCBプログラムに参加の場合は4.28%の追加手数料が発生
原価／A社決済手数料	30円(販売額の2%)
原価／Payoneer送金手数料	23.44円(送金額の2%)
原価合計	994.74円
販売単価	1,500円
税金	120円(A社にて税金の支払い)
利益額	505.26円(907.05円×1,000個)
利益率	33.7%

FSS・CCBに関して



CCB: Coin Cashbackプログラムの略称。CCBに加入したショップで購入者がオーダーすると、購入者にコイン(ポイント)が還元される。
FSS: Free Shippingプログラムの略称。オーダー額、送料無料バウチャーの適用など一定の条件を満たせば購入者がオーダーするときの送料が無料になる。
どちらも購入者向けに大きなメリットがあるため、オーダーに繋がりがやすいメリットがあります。

市川さん、販売価格の設定には、利益率も重要ですよ



当然です。他社との比較も必要だとは思いますが、利益率は確保したいです



利益率はどれくらい確保したいですか？



30%程度は欲しいですね



…となると、日本円で1,500円はどうでしょう？



利益率33.7%、まったく問題ないですね



計算のコツをつかんできたようですね。



では、自社商品の販売価格もこれから考えてみます。



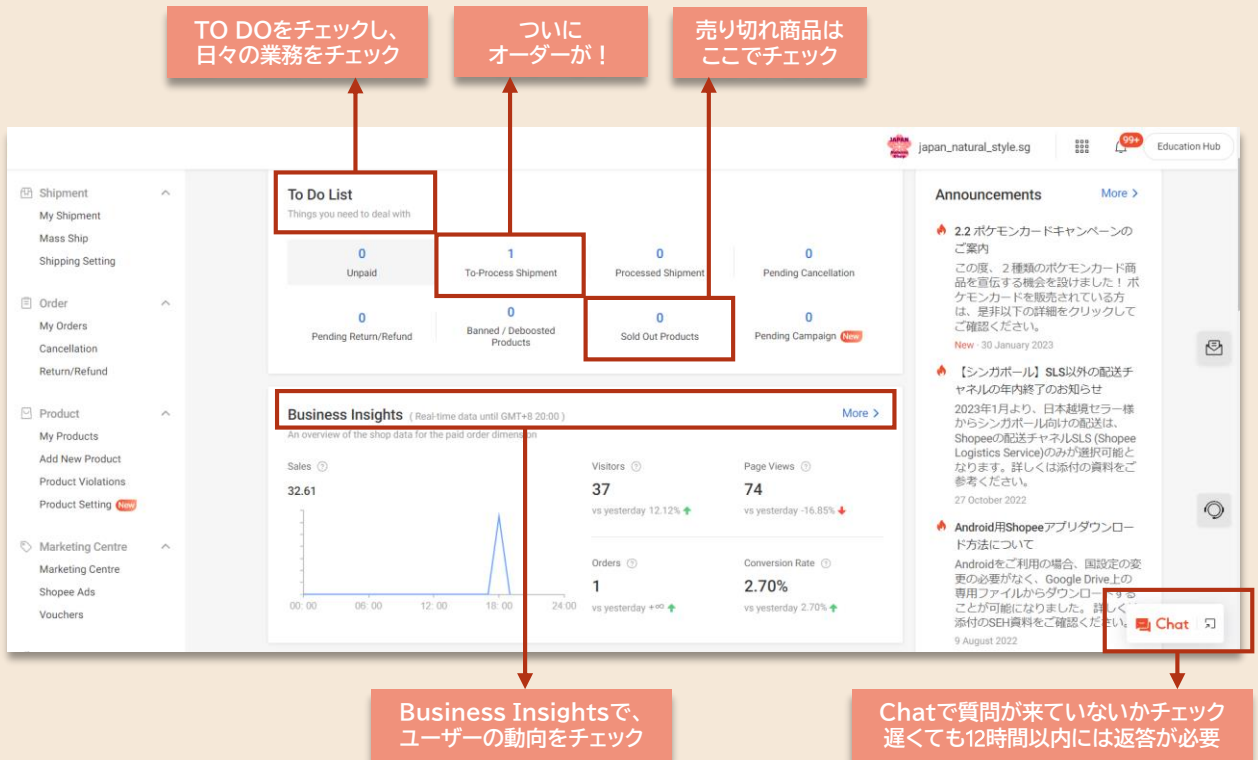


越境ECサイトに出品⑥

管理画面のチェック

出品が完了したら、販売や閲覧数、発送の必要があるか毎日チェックしよう。

【A社サイト管理画面】



気をつけてください。こまめにチェックしないと、オーダー後2営業日以内に発送というルールに触れる可能性があります

※月火水は3営業日以内、日本の土曜日・日曜日及び祝日は、発送期限に含まれません。



オーダーがあったら早急に発送します

一方で、出来る限りまとめて発送するのも大切です。輸送費の節約となりますから



うまくできると、原価が低くなりますね

スピード感が必要なのは、Chatでの質問への返答です。できれば数時間、遅くとも12時間以内に。早くて確なレスポンスがショップの評価につながります



返信が遅いと、受注機会を失うことにもなりかねませんね