

Be a Great Small.

中小機構

支援機関向けオンラインセミナー  
**越境ECから読み解く支援の実態**  
-現場で見えてきた課題と機会-

2026年1月13日(火) 15:30-17:00

パネリスト

中小企業アドバイザー 平内 優  
中小企業アドバイザー 小野 章子  
中小企業アドバイザー 川辺 恭寛  
中小企業アドバイザー 吉川 有紀  
中小企業アドバイザー 佐々木 康雄

# トークセッション

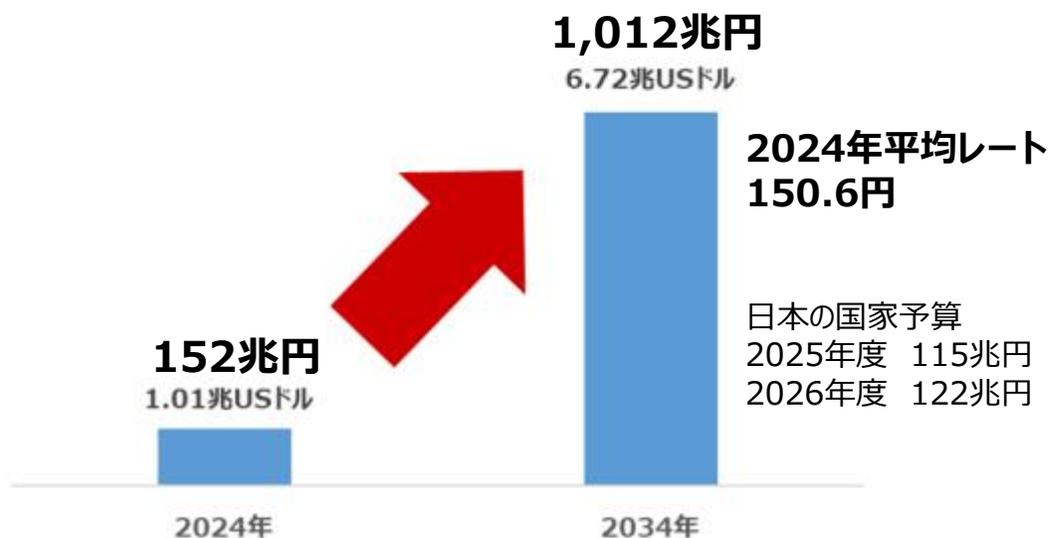
---

# 越境ECの市場規模

## 市場規模は6倍へ成長。日本から中国、アメリカへ4.2兆円

### 世界の越境EC市場規模の拡大予測

- 市場規模は6倍へ成長。



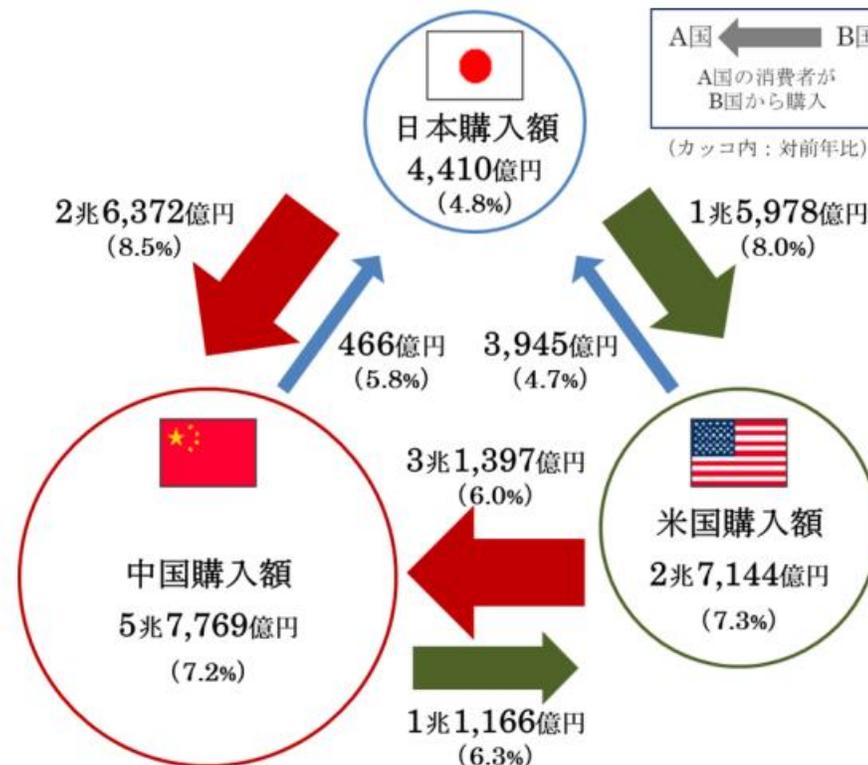
出所：Expert Market Research 発表データより作成

<https://www.expertmarketresearch.com/reports/cross-border-b2c-e-commerce-market> (閲覧日：2025

年3月1日)

### 日本・米国・中国3カ国の越境EC市場規模

- 日本から4.2兆円
- Y2Y：中国 7.7%、アメリカ 8.0%



# 売れない越境 E C の問題点

卸→小売りに頭を切り替える

- 目標が無ければ評価できない（→対策が打てない）
- 管理の単位は月→週 週次売上管理（対予算、対前年）
- モニターすべき「売り上げの三要素」 売上 = 来店客数 × 買上げ率 × 客単価
- 無責任体制が店（越境EC）を滅ぼす 店長は誰だ？
- PCからスマホへ 検索からSNSへ

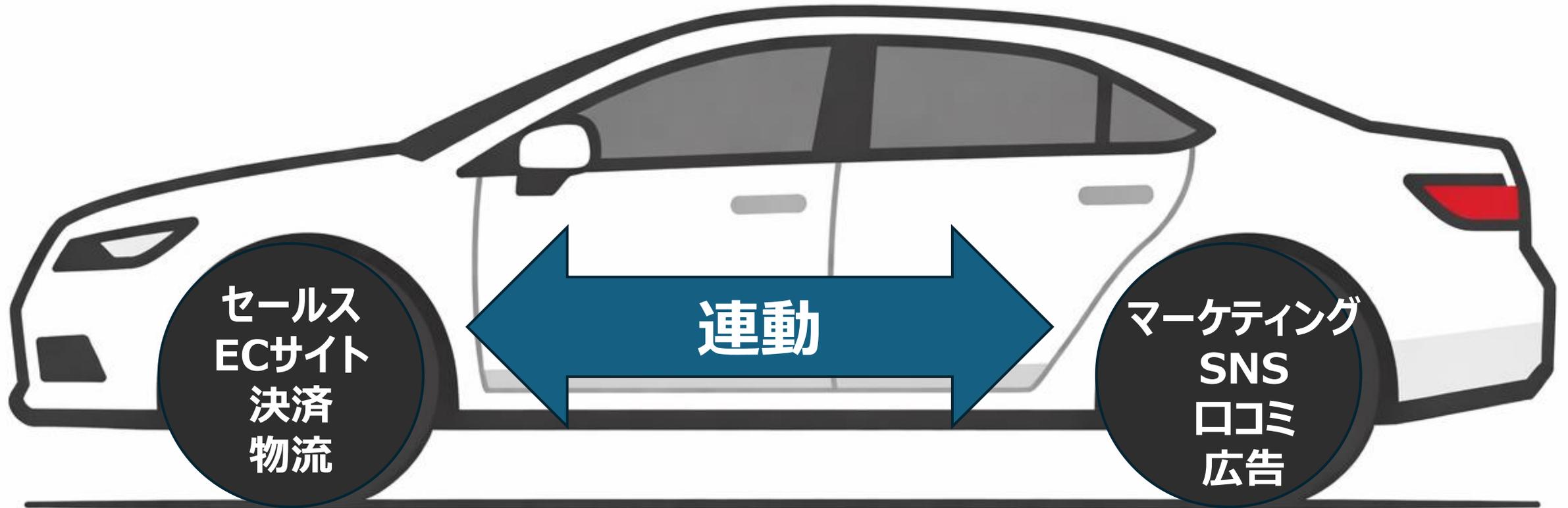


# 越境ECは、ECサイトを作っただけでは売れない



👉 海外では、集客・信頼設計がないとセールスは機能しない

# 越境ECにおけるセールスとマーケティングは車の両輪



👉 どちらか一方だけでは、越境ECは前に進まない

**以前の海外展開支援：展示会・WEBが中心**

**展示会・WEBサイト**

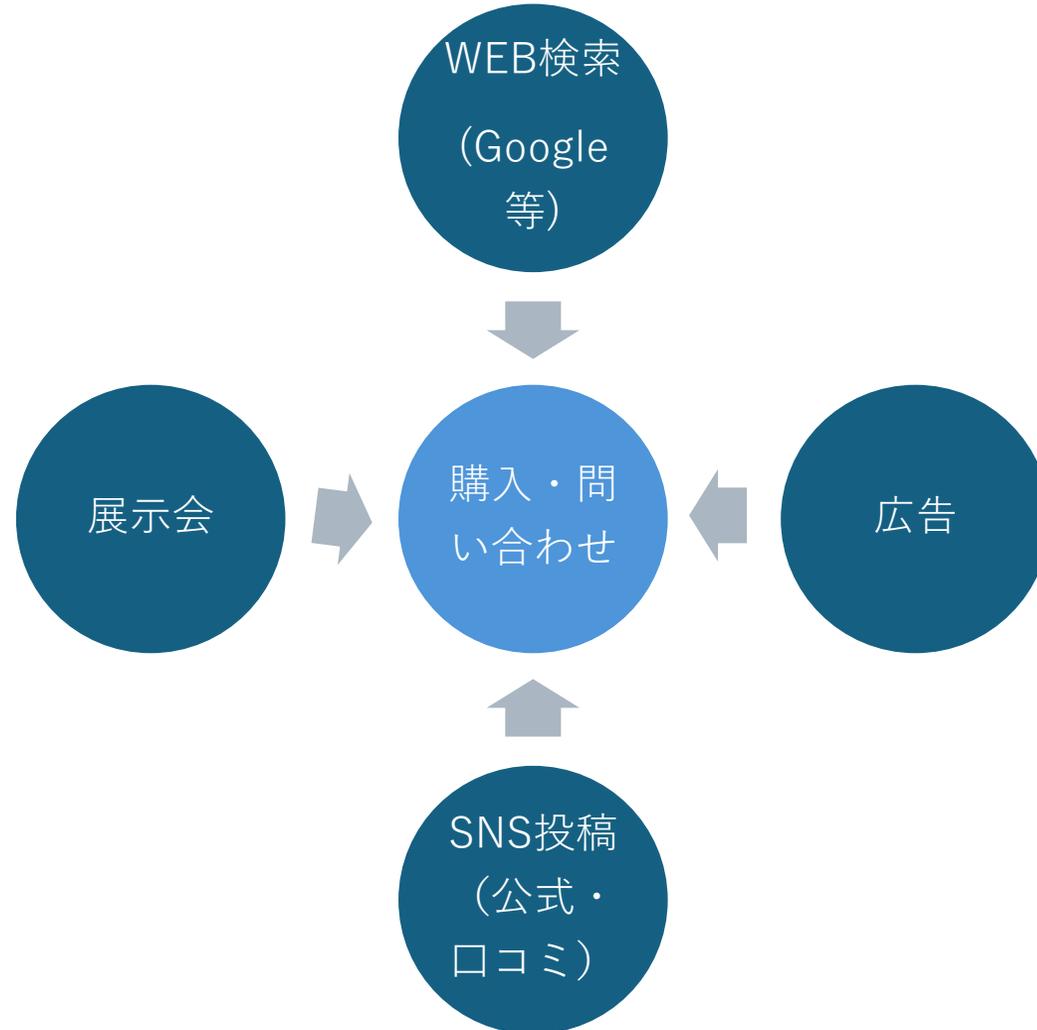
検索流入/WEB広告/企業HP・ECサイト



**問い合わせ・購入**

展示会、企業HP・ECが情報提供と集客の中心

# 顧客の情報収集経路が多様化している



展示会・WEB・SNSは併存し、入口は一つではない

# ターゲットによって、接点の重心は変わる

ケースA  
(BtoB・高単価)

展示会：重  
WEB：中  
SNS：軽

ケースB  
(消費財・若年層)

SNS：重  
WEB：中  
展示会：中

リソース不足

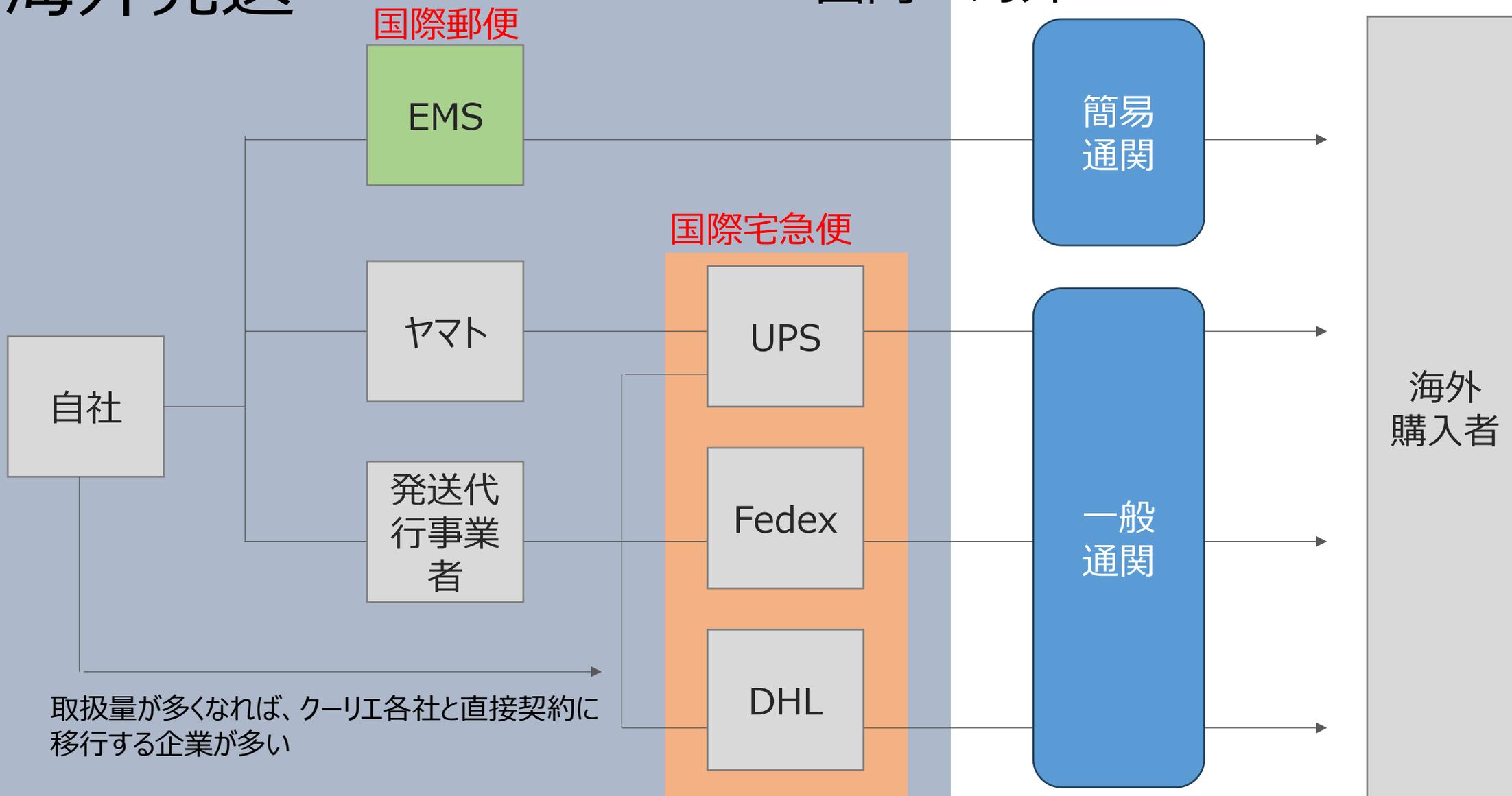
WEB：最小限  
SNS：最低限整備  
(存在証明)  
展示会：限定的に参加

## 越境EC・WEB・SNS支援に共通の正解はない

事業者ごとの課題・体制・目的に合わせて支援内容を設計

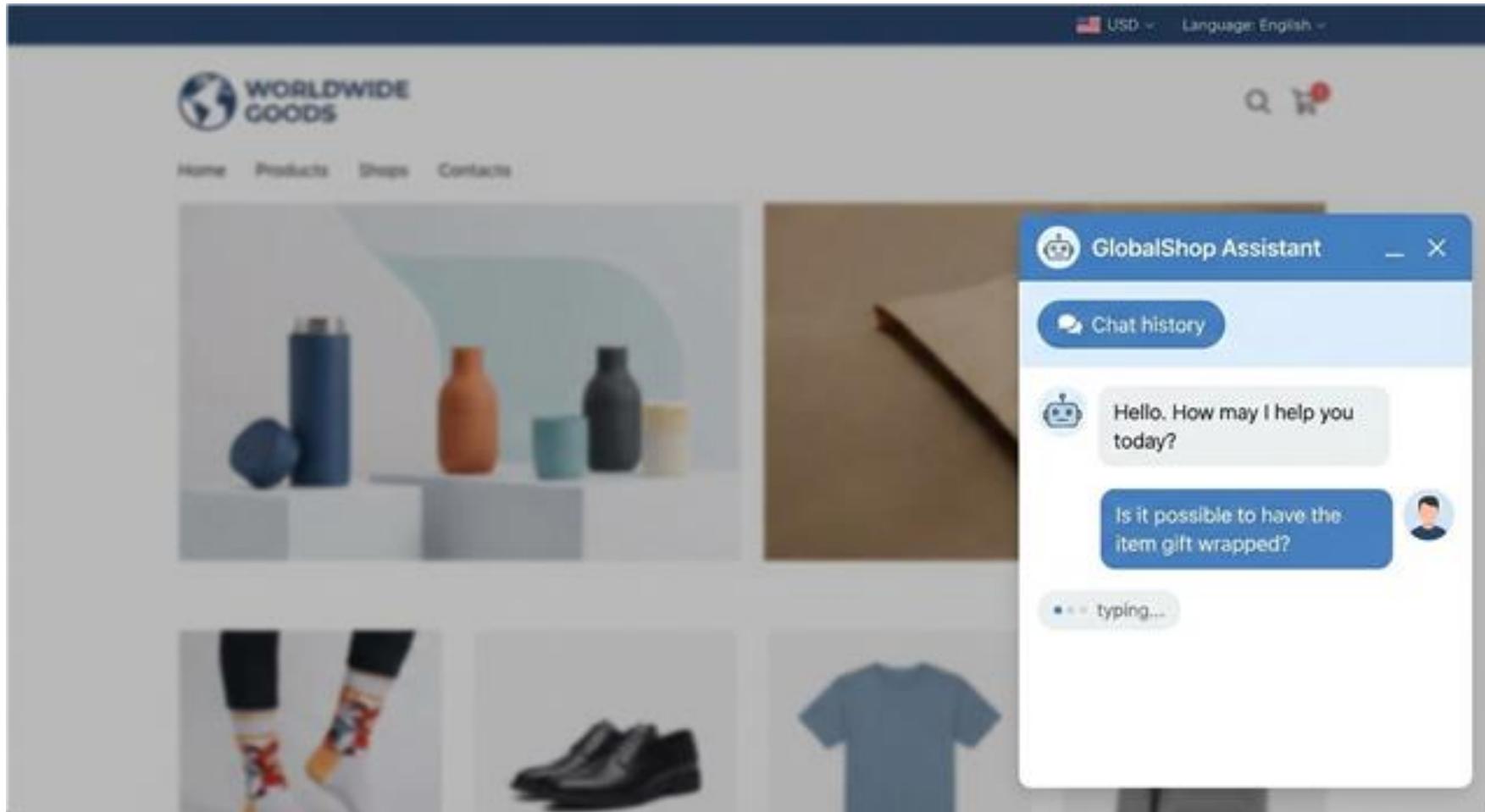
# 海外発送

国内 海外



海外物流（航空便）はEMSと国際宅急便の併用がおすすめ！

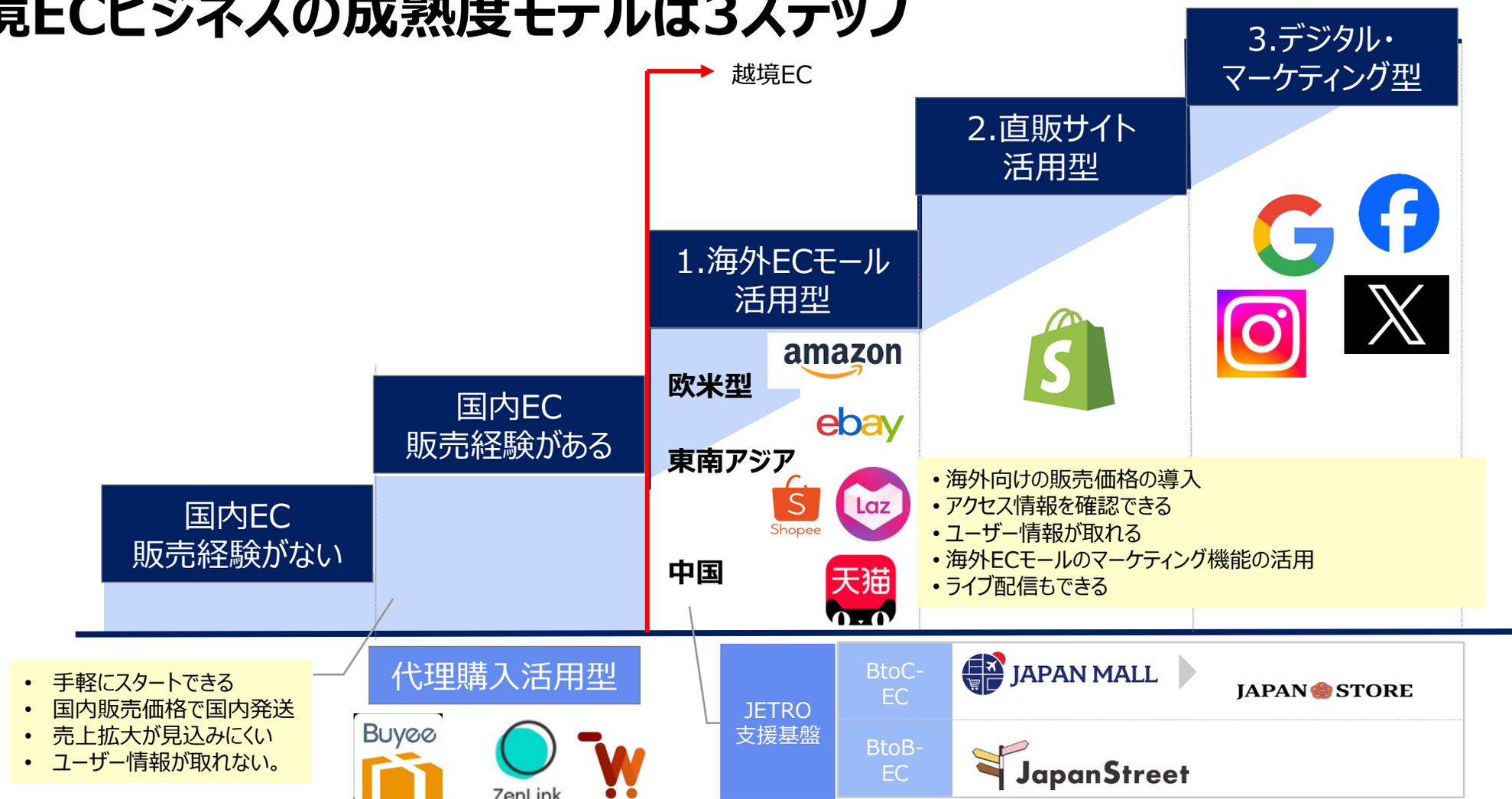
# 問い合わせ対応 – 多言語AIチャットボットの活用



言語の壁、時差の壁が無くなった

# 越境ECビジネス成熟度モデル

## 越境ECビジネスの成熟度モデルは3ステップ



# 海外ECモール vs 自社サイトのメリット・デメリット

## 海外ECモールと自社サイトのメリット・デメリットから海外ECモールからスモールスタート

区分	海外ECモール	自社サイト
集客	◎ 自社集客が不要 既に多くの顧客が利用しているため、知名度が低くても、自社商品を購入してもらうことが期待できる	× 自社集客が必須(広告、SEO対策)
運営	◎ 運営サポート 出店企業に対して運営サポートを提供しているため、運営に係るノウハウがない場合でも安心して出店・運営ができる	× 自社での運営 マーケティングやITスキルが必須
顧客情報の収集・分析	× できない	◎ どのような顧客が訪問しているのか、商品購入に至るまでの行動を分析し、売上拡大に向けた施策が展開できる
手数料	× 高 初期コストは安いですが、出店費用や売上手数料等のランニングコストが発生する	◎ 低 ECサイトを構築する費用は掛かるが、ECモールに比べて出店費用や売上手数料などランニングコストを抑えることができる
ブランド訴求力	× 低 ECモールでは指定の様式で商品を訴求する必要があるため、自社独自のプロモーション等が展開できない	◎ 高 サイト、SNSへの自由度が高い
価格競争	× 価格競争に巻き込まれやすい ECモール内では他社の競合商品が販売される可能性があり、価格競争が生じやすい	◎ 高 価格以外でも訴求しやすい
海外展開の順序	1	2

# 越境EC（海外モール出店型）

グローバル・欧米向け

台湾・香港・アジア向け

中国向け

amazon.com

ebay

Qoo10 ebay

LAZADA Alibaba  
Effortless Shopping

Shopee

TMALL GLOBAL  
天猫国际

JD.COM 京东  
多・快・好・省

淘宝网  
Taobao.com

# amazon.com vs. ebay vs. 自社越境EC

どのような商品が適しているか？



# 海外市場への新たな挑戦：海外クラウドファンディング（CF） / ライブコマース



本資料の作成にあたっては、生成AIを補助的に活用し、情報整理および文章構成を行っております。記載内容は作成者が最終確認を行っておりますが、利用に際しては必ず最新情報をご確認のうえ、利用者の責任でご判断ください。

# 食品の越境ECビジネス-検討編 1

## 食品の越境ECの留意点

- 単価が安い ⇒ 単価がなるべく高いもの
- かさばる、重い ⇒ なるべく小さくて軽いもの
- 賞味期限が設定 ⇒ 長期のものが望ましい（通関時の遅延も考慮）
- 冷蔵/冷凍もの ⇒ 常温流通のものがお勧め
- 各国の輸入規制 ⇒ 規制の順守（各国の食品輸入規制対応は必須）
- 各国のラベル作成 ⇒ 言語対応、原材料と栄養＋アレルギー表示、他

（上記に加えて）

- 日本的なものが人気 ⇒ 日本の伝統食品
- ⇒ 地域性の高いもの（地場の食材を使った食品）
- ⇒ 日本的なデザイン（商品、パッケージ）
- ⇒ 外国人観光客が好むお土産

# 食品の越境ECビジネス-検討編 1

## <日本から越境ECで輸出されているもの（例）>

- ・健康食品・サプリメント ⇒品質と効能への信頼が厚い
- ・乳幼児向け食品 ⇒安心・安全
- ・菓子類 ⇒日本独特の風味や日本的な包装
- ・調味料 ⇒伝統的な食材（醤油、味噌、だし、乾物など）
- ・緑茶：抹茶 ⇒抹茶の需要が激増、日本茶は欧米で人気  
(・酒類を含む飲料 ⇒一定の需要があるが重量や規制など取り扱いが難しい)



# 食品の越境ECビジネス-検討編 2

<どこが有望な市場なのか>

## A. 輸出統計を調べる

財務省「貿易統計」：HSコード（関税番号）で検索

- ①品別国別表                   ⇒年毎/国別に輸出金額と数量
- ②年代別推移                   ⇒過去数年の金額と数量の推移

## B. 競合他社の海外進出調査

・輸出候補先市場の海外ECモールを検索⇒競合他社商品と価格

## C. 現地の市場調査（実際に現地に赴いて市場を観察）

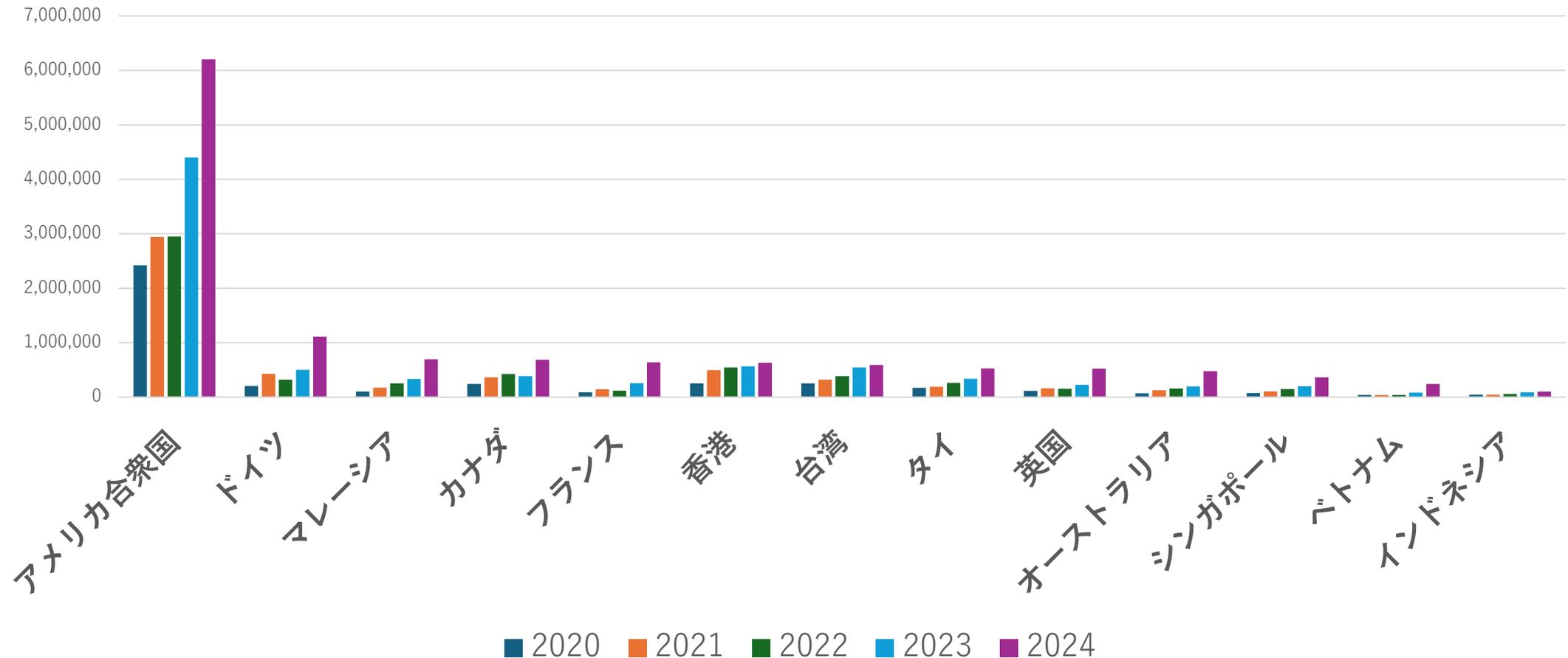
・商品の使用状況、購買行動、外食、トレンド、生活環境、インフラ、他

# 「貿易統計」：HSコード（関税番号）による検索例

<抹茶を含む粉末茶：HSコード：0902.10.100>

2020-2024年 粉末茶輸出金額推移（千円）

（粉末茶のHSコード：0902.10.100）

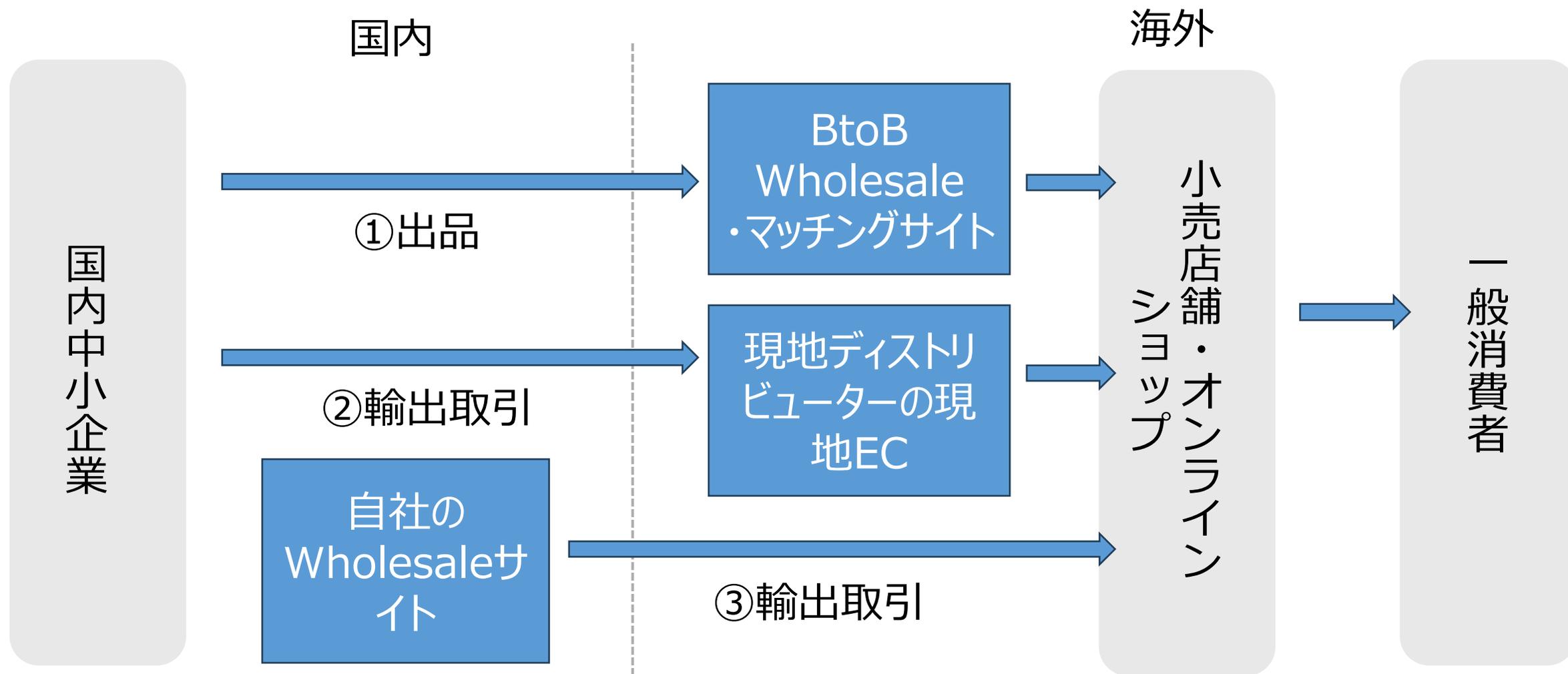


# 食品の越境ECビジネス-検討編 3

## <食品の輸入規制の種類>

- ①添加物規制 : 輸出禁止品目 (米国向けベニコウジ、クチナシなど)
- ②検疫規制 : 動植物の検疫証明 (病害虫の付着、伝染病予防など)
- ③施設・商品登録 : 製造・作業施設及び商品の登録 (米国、中国など)
- ④衛生・認証規制 : 衛生証明 (GMP、HACCPなど)、ハラール認証など
- ⑤残留農薬規制 : 農産物のお茶、果物など (EU、米国、台湾、他)
- ⑥輸出地規制 : 原発事故に関して (中国、香港、マカオ、韓国向けなど)
- ⑦販売、漁獲規制 : 自由販売証明、漁獲証明など

# オンライン環境での海外BtoB販路開拓



直販よりBtoB取引が得意な企業にとって有効な選択肢に

# 事業説明資料

---

海外行けって社長また...なぜ海外へ?英

語 **どうする、海外。** 輸出  
な き 替

変動、渡航調査、代金回収、契約書、海外情

勢、商慣行、証・規制、ビザ、

代理店?ディストリビュー

ター?通関ラブル、商標・

特許、現地法人設立、マーケ

ティング、貿易手続、英文取扱

説明書、コントリーリスク、

関税分類番号、お腹痛くなっ

きた...どうしよう...中小機構?



## 中小企業の海外展開



中小機構  
海外展開ハンズオン支援

2026年1月13日

中小機構 販路支援部  
海外展開支援課

# 支援メニューの連携

中小機構内の支援メニューの連携だけでなく、支援機関の支援策とも連携して企業の成長を支援します。

テストマーケティング支援

海外市場に向け受容性をフィードバック

海外CEO商談会

海外企業経営者との商談会

J-GoodTech

大企業や海外企業とのオンライン  
マッチング

JICA

JETRO

日本貿易保険

日本政策金融公庫

信金中金

自治体・財団

商工会議所・商工会

海外展開セミナー

海外展開に関する無料セミナー

海外ビジネスナビ

海外展開情報サイト

スタートアップ挑戦支援

戦略立案や資本政策等スタートアップ  
の悩みに専門家がアドバイス

経営アドバイス

経営に関するあらゆるお悩みに  
専門家がアドバイス

海外展開相談 (S型)

「はじめての海外展  
開」から「海外子会  
社の管理」まで

海外展開ハンズオン支援 (H型)

海外現地等の専  
門家を交え、課題  
を深掘り

海外ビジネスの実  
現に向け、現地で  
もアドバイス

海外展開アドバイス支援

ハンズオン支援

戦略策定、生産性向上、新分野進出等、課題  
解決のための社内プロジェクトに専門家が伴走

その他の支援機関

■ 中小機構 海外展開支援メニュー  
■ 中小機構 経営支援メニュー  
■ 各支援機関

# 「どうする、海外。」海外展開相談（S型）

「初めての海外展開」から「伸びない海外売上」、あるいは「海外子会社の管理」まで、企業の成長のために、海外ビジネスに関わる幅広いご相談に対応します。

<相談例>

- はじめての海外展開
- 戦略策定、計画策定
- 販路開拓・プロモーション
- 海外展示会への出展
- 代理店・販売店の活用
- 契約（売買、技術提携）
- 貿易実務、越境EC
- 法規制（輸出入・投資・環境）
- 現地法人設立・運営
- 税務・会計・財務・労務
- 知財保護・知財活用
- 移転、撤退 等

商品やサービスを海外に輸出したいけど、  
何から始めればいいのか分からない…。

海外に拠点を  
作りたい…。

海外子会社の経営を  
なんとかしたい…。

一から一緒に考える伴走サポート **海外展開ハンズオン支援（H型）** もあります。

# 海外現地等の専門家を交え、課題を深掘り

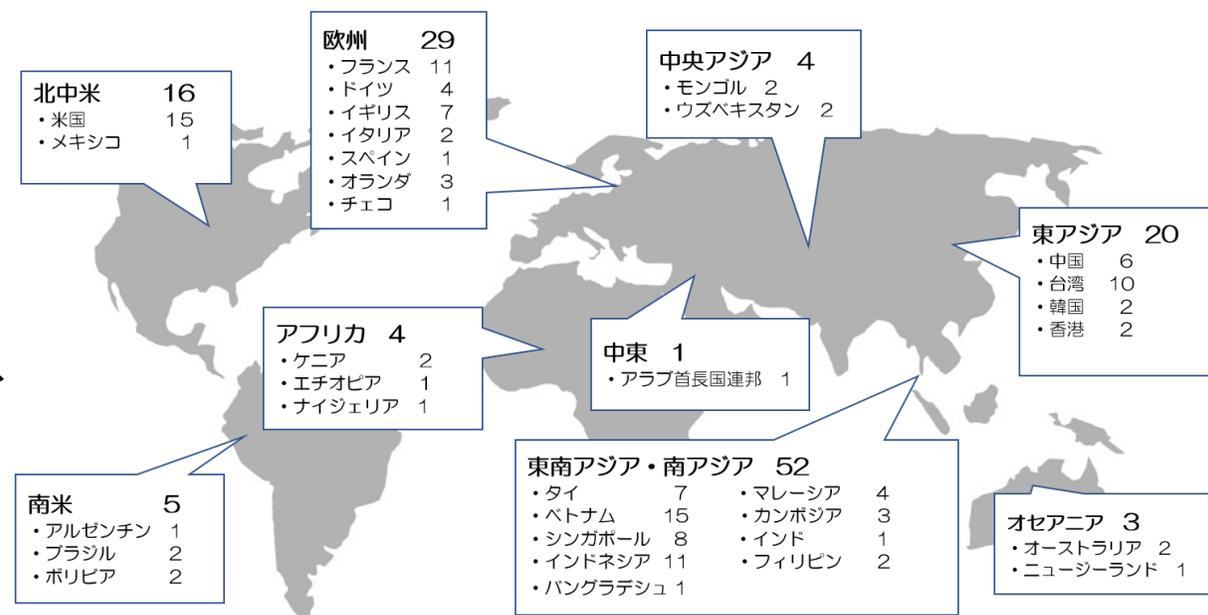
一社一社を担当する全国の専門家のほか、法務・税務・規制・現地マーケティング等の課題を掘り下げるために、国内・海外の200名超の登録専門家のネットワークを築いています。「チーム支援」で海外展開の実現に向けた最適策をナビゲートします。

## オンラインアドバイスや現地での商談同席も

例えば・・・

- 弁護士専門家に販売店との契約書について相談
- 現地コンサルタントから流通構造のレクチャー
- 現地ターゲットに訴求するSNS戦略を相談
- 取引条件や交渉の運び方を商談の場でアドバイス

など



海外の登録専門家ネットワーク (R7年7月現在)

# 支援対象者

中小企業者・小規模企業者（中小機構法で定める）

企業の課題解決や意思決定を側面から支援します。

翻訳・通訳、契約書作成などの実務代行、海外企業との交渉の仲立ちなどはいりません。

代理の方によるご相談は受け付けておりません。

# 費用負担

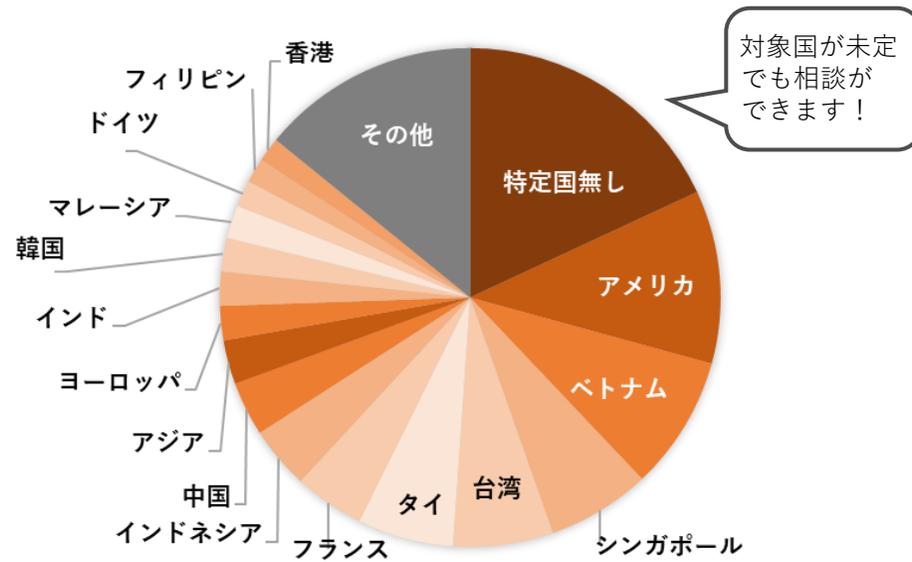
相談は無料です。

海外展開ハンズオン支援（H型）の海外渡航調査同行アドバイスの企業側渡航者の費用は自己負担となります。

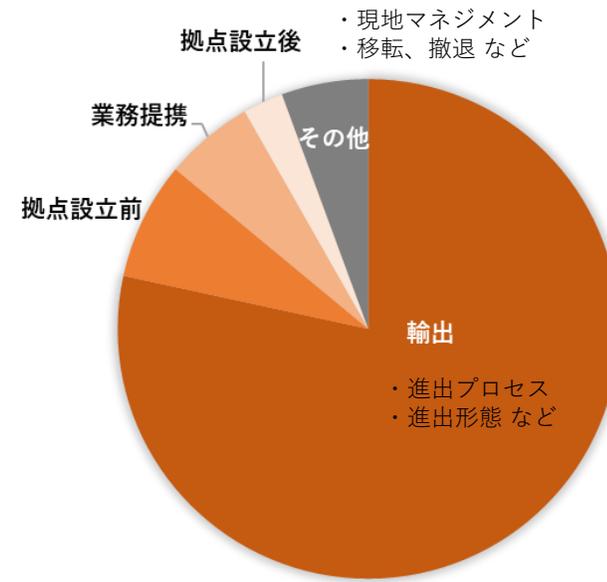
# 実績

2024年度

### 相談対象の国・地域割合



### 相談内容



# 支援機関の海外展開支援加速パートナー

中小企業向け海外展開支援メニューの企画実現・充実のために、中小機構のノウハウやネットワークを活用できます。

例えば・・・

海外展開のセミナーを企画したいが、  
テーマはどうしよう・・・

- 支援企業の業種分野等でいま注目されているトピックや関心の高い国・地域を選定し、テーマを一緒に考えてご提案
- 中小機構との共催セミナーとして、講師派遣も対応可能



海外展示会への出展支援をしているが、  
企業の成果に結びつかない・・・

- 出展前の準備や現地バイヤー候補への来場を呼び掛け、現地での商談方法、出展後のフォロー方策まで、商談・成約を増やすノウハウをアドバイス
- 出展企業向け事前対策勉強会の開催もサポート



# 利用方法・お問い合わせ先

中小企業からのご相談（S型）は事前予約制です。  
支援機関相談のご利用は最寄りの  
中小機構の地域本部にご相談ください。



中小企業の皆様からのお申し込み先



中小機構 海外展開ハンズオン



## 支援機関相談のお問い合わせ先

本部 海外展開支援課 TEL : 03-5470-1522

▶ 茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、長野県、新潟県

北海道本部 支援推進課 TEL : 011-210-7472

▶ 北海道

東北本部 支援推進課 TEL : 022-399-9031

▶ 青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県

中部本部 支援推進課 TEL : 052-201-3068

▶ 岐阜県、静岡県、愛知県、三重県

北陸本部 支援推進課 TEL : 076-223-5546

▶ 富山県、石川県、福井県

近畿本部 企業支援課 TEL : 06-6264-8624

▶ 滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県

中国本部 支援推進課 TEL : 082-502-6311

▶ 鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県

四国本部 支援推進課 TEL : 087-823-3220

▶ 徳島県、香川県、愛媛県、高知県

九州本部 支援推進課 TEL : 092-263-1535

▶ 福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県

沖縄事務所 TEL : 098-859-7566

▶ 沖縄県



Be a Great Small.

中小機構

