

越境 E C

キレイコム

上田直之 社長

アジア圏の越境ECは、引き続き大きな盛り上がりを見せている。中国への越境EC支援などを手掛けるキレイコム（本社東京都）の上田直之社長は、モールでの販売からコミュニティを活用した越境ECへの移行が進んでいく1年になると予測する。

コミュニティ活用広がる

22年もアジアでの越境ECは活発な動きを見せるだろう。とはいえ、その内情には変化が生じつつある。

最大の市場である中国では、ここ数年市場を盛り上げてきたモールでの大型セールイベントが以前の勢いを失いつつある。消費

者もメーカーも必要以上の値下げ競争や大量消費に疲弊してきているという印象だ。

中国での越境ECの

難易度は年々上がって

きていることを肌で感

じている。競争の激し

さはもちろんだが、E

Cが生活に浸透し、中

国の消費者の目が肥え

てきていることもその

要因だろう。

国内で販売するもの

をただ流用するのでは

なく、商品の出身から

パッケージ、販売手法

に至るまであらゆる点

で現地の消費者に向き

合、最適化した商品を

を発信する必要があ

る。

こうした背景から、

今年にはオンライン上の

コミュニティを活用

した越境ECがより進

んでいくと考えてい

る。その中でも注目す

べきは、中国最大のメ

ット「WeChat」

業の参入も進むことが

予測される。特にベト

ナムを筆頭とした東南

アジア各国には大きな

ポテンシャルを感じて

だまだ先行者利益を得

ることができると

いう。もちろんその際

に現地の消費者の需

要を見定めた商品企画

が必須となる。

今年にはアジア各国で

大々的な展示会やイベ

ントも行われ、日本企

業の参入も進むことが

予測される。特にベト

ナムを筆頭とした東南

アジア各国には大きな

ポテンシャルを感じて

だまだ先行者利益を得

ることができると

いう。もちろんその際

に現地の消費者の需