

調査最終報告書（公開版）

令和4年度 ECを活用した 農林水産物・食品の輸出拡大プロジェクト委託事業

Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.

野村綜研(上海)咨询有限公司

2023年3月17日



目次

0. 本事業の概要	02
1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況	05
1) EC市場の概況	05
2) 越境ECプレイヤーの概況	17
・ シンガポール	17
・ 中国	33
2. シンガポール／中国における主要越境ECサイトの特徴・運営状況	42
1) シンガポール（Lazada）	42
2) 中国（京東）	56
3. ECを活用した日本産農林水産物・食品輸出事業者の実態	67
1) シンガポール（Lazada）	67
2) 中国（京東）	73
4. 日本企業向け出店マニュアル（手続きと注意事項）	80
1) シンガポール（Lazada）	80
2) 中国（京東）	108

0. 本事業の概要

1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況
2. シンガポール／中国における主要越境ECサイトの特徴・運営状況
3. ECを活用した日本産農林水産物・食品輸出事業者の実態
4. 日本企業向け出店マニュアル（手続きと注意事項）

0. 本事業の概要（背景・目的）

野村総研は、本事業の背景や目的を以下と認識し、本事業を実施

背景に対するNRIの理解

- 日本政府は、「食料・農業・農村基本計画」及び「経済財政運営と改革の基本方針2020」・「成長戦略フォローアップ」において、農林水産物・食品の輸出額を2025年までに2兆円、2030年までに5兆円にするという目標を設定し、農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略に基づき、マーケットインの発想の下、輸出促進に取り組んでいる。
- 他方、世界のEC市場は年々拡大しており、2020年には、市場規模4.2兆円を上回り、世界的な新型コロナウイルス感染拡大によるソーシャルディスタンス・外出制限等を背景に引き続き拡大していくことが期待される。また、消費者が自国以外から商品を購入するため、越境取引を行うECについても、年々市場規模が拡大し、日本からの農林水産物・食品の輸出拡大に影響していくものと想定される。
- しかしながら、越境ECに関する運営サイトやユーザーの実態を十分に把握できておらず、政府として越境ECを利用した輸出拡大に必要な支援策が十分に検討できていない状況にある。

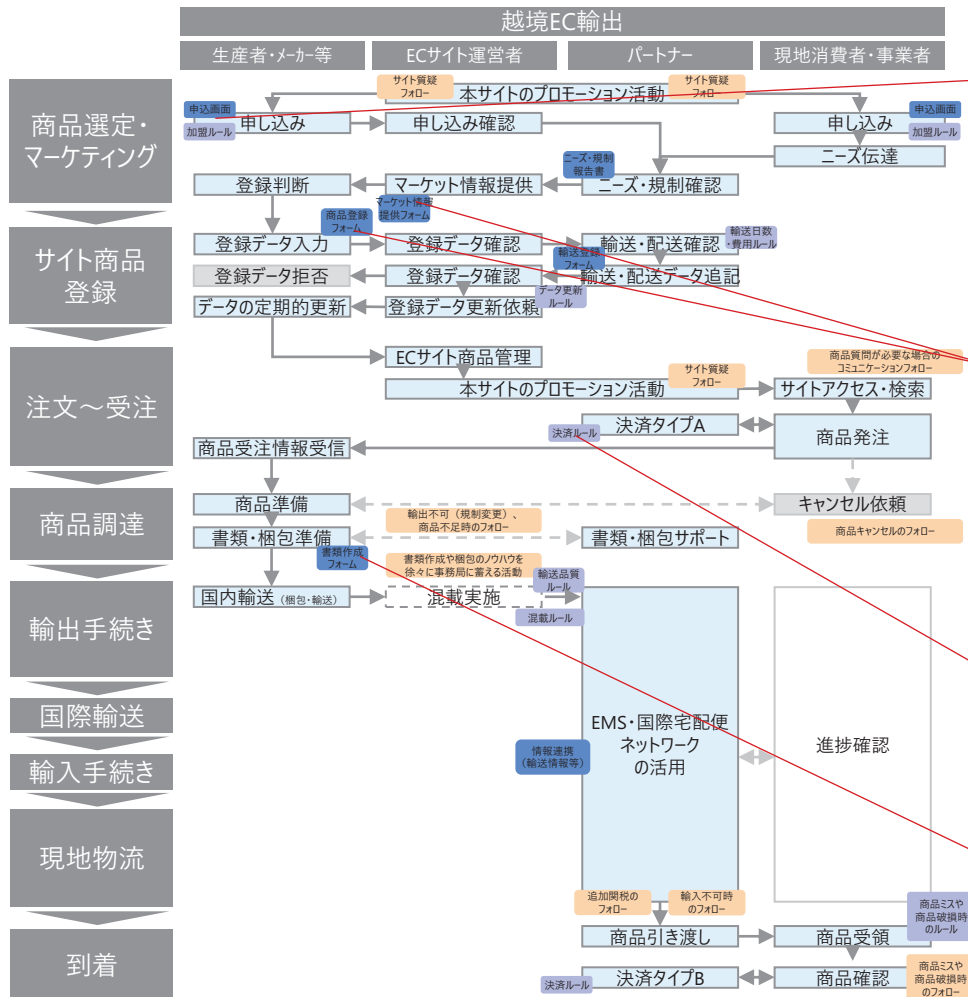
本事業の実施事項

- 本事業は、越境取引を行う主要なECサイトの特徴・運営状況及びECを活用した農林水産物・食品輸出事業者の実態を整理・分析し、政府として輸出拡大に必要な支援策を検討することにより、ECを活用した農林水産物・食品の更なる輸出促進に資することを目的として実施する。
 - ・ なお、越境取引を行うECとは、経済産業省「令和2年度産業経済研究委託事業」（p.97～99）における越境ECの定義に従うものとする
- 具体的には、大きく以下に掲げる内容を実施する。
 - （1）情報整理・分析国・地域
 - ・ シンガポール、中国
 - （2）情報整理・分析の内容・項目
 - ・ 越境取引を行う主要なECサイトの特徴・運営状況
 - ・ ECを活用した日本産農林水産物・食品輸出事業者の実態
 - （3）情報整理・分析結果のとりまとめ

0. 本事業の概要（背景・目的）

越境ECは輸出先国のサイト運営者とのやり取りや輸出手続きなど、オペレーションや対応事項が複雑と
考えられている。このため、本事業ではその実態を調査・整理し、今後より多くの日本の事業者が新規参
入する機会を創出すると共に、政府としての越境ECを利用した輸出拡大の支援策を検討した

越境ECにおける業務フロー概要



越境ECお困りポイントの例と政府支援策の例

- どのようなサイトがあるのかわからない
- 登録すべき項目の意味がわからない
- 登録の際に日本語で質問できない

支援案①

越境ECによる
輸出拡大の有効性・輸
出事例紹介

- どのような人が購入しているのかわからず、自分の商品が売れるかどうかかわからない
- どのようなWebサイトにすると消費者の目を引くのかわからない

支援案②

主要現地越境ECサイトの
利用マニュアルの作
成・公表

- どのようにお金が振り込まれるのか、本当に振り込まれるのかが不安

- 具体的な輸出手続きがわからない

0. 本事業の概要

1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況

1) EC市場の概況

2) 越境ECプレイヤーの概況

2. シンガポール／中国における主要越境ECサイトの特徴・運営状況

3. ECを活用した日本産農林水産物・食品輸出事業者の実態

4. 日本企業向け出店マニュアル（手続きと注意事項）

1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 1) EC市場の概況

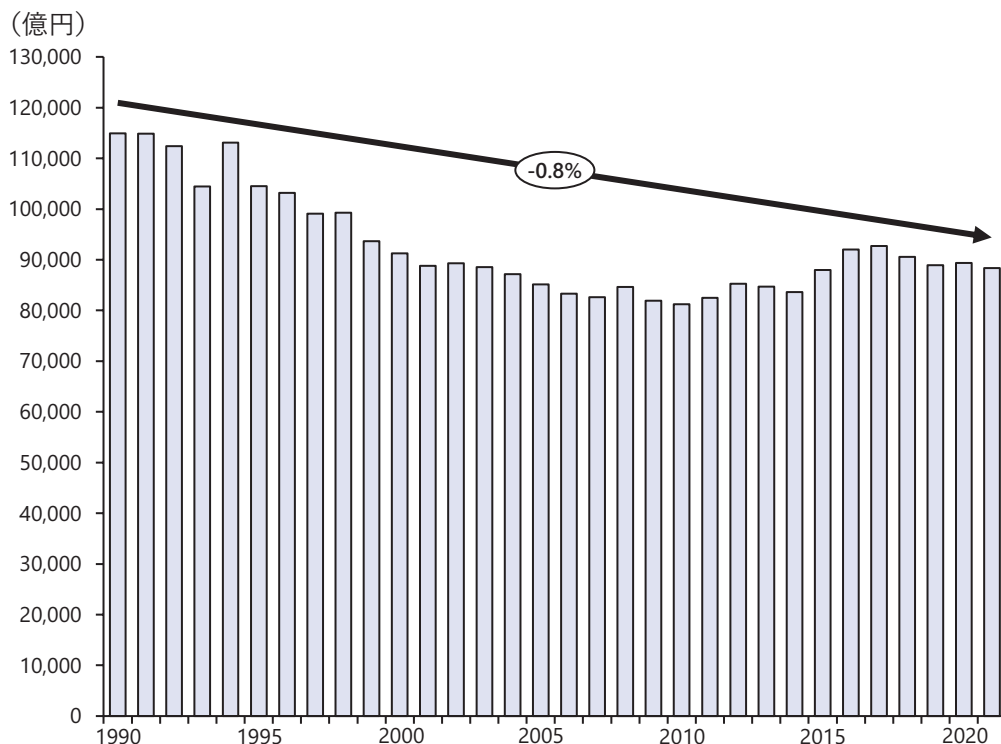
国内農業総産出額の推移に見られるように、国内市場は縮小傾向。一方、海外市場は拡大傾向にあり、日本の食関連産業の成長には、輸出や海外展開を進めることが求められている

■ 国内市場は、人口減少や中国からの冷凍冷蔵野菜の輸入といった事業環境下の中で、市場縮小が続いている。

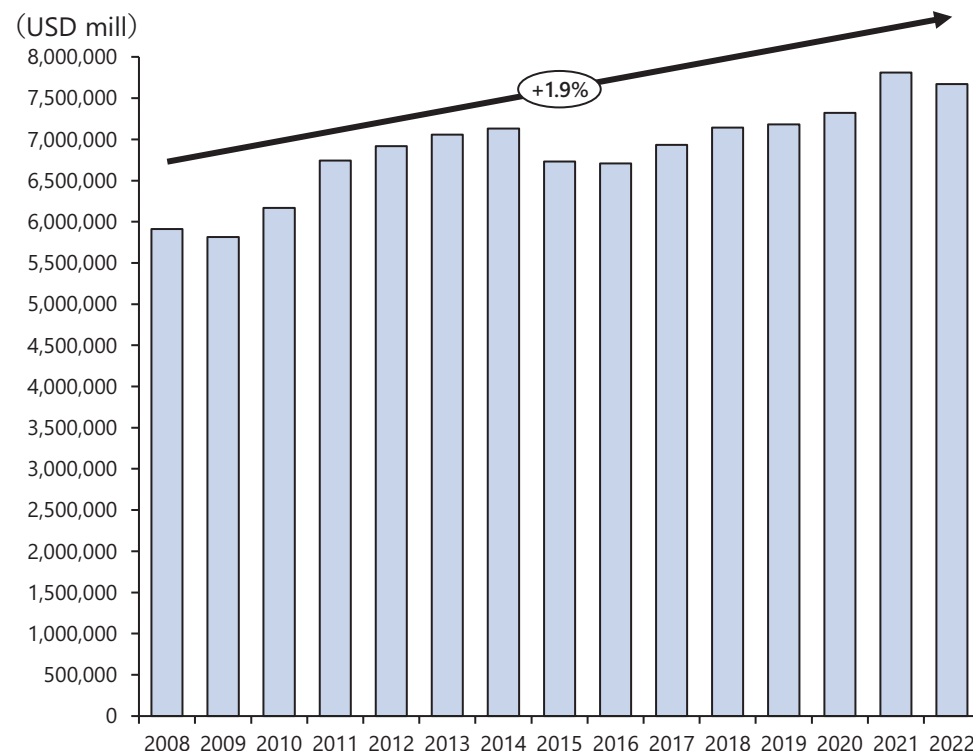
- また、農業従事者の縮小による生産力の低下も見られる

■ 一方で海外市場は、途上国・後進国を中心に所得の増加、人口の増加を背景に拡大を続けている。

国内農業総産出額年次推移



世界の食品小売市場年次推移



備考) 丸数字内は年平均成長率 (CAGR)

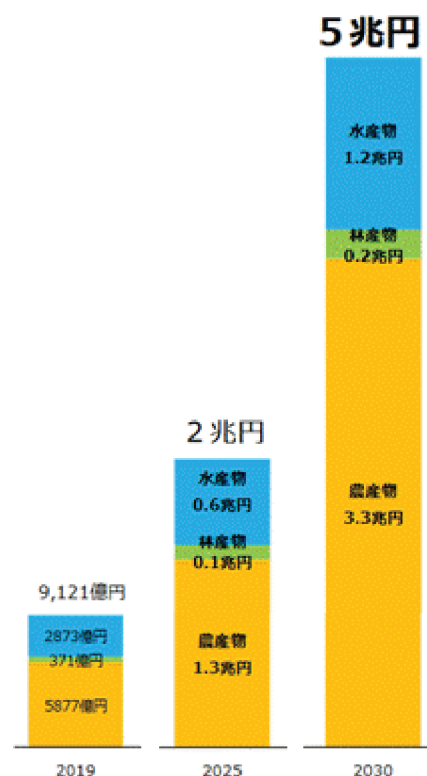
出所) 生産農業所得統計
出所) Euromonitor

1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 1) EC市場の概況

2020年に入り、次なる目標である輸出額5兆円が発表され、輸出促進は新たなステージに突入

- 2020年3月「農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議」にて、2030年に輸出を5兆円にすると発表
- 「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律」に基づき、2020年4月、農林水産省に農林水産物・食品輸出本部を設置
- 2020年11月、政府は、日本の強みを有する品目を輸出重点品目として選定し、農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略を策定

新たな輸出目標



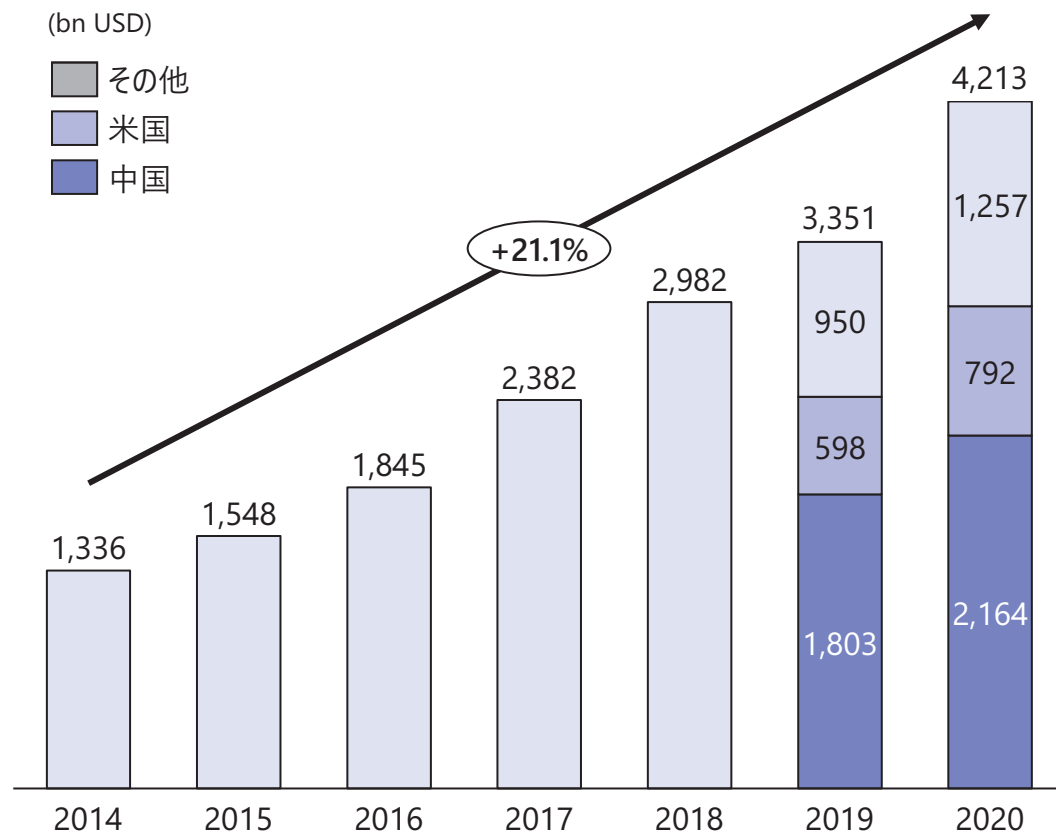
品目	2019年実績	輸出額の目標	
		2025 年	2030 年
畜産品	708 億円	2,462 億円	5,692 億円
牛肉	297 億円	1,600 億円	3,600 億円
牛乳・乳製品	184 億円	304 億円	720 億円
鶏卵	22 億円	63 億円	196 億円
穀物等	462 億円	1,101 億円	2,961 億円
米	46 億円	97 億円	261 億円
野菜・果実等	445 億円	924 億円	2,306 億円
りんご	145 億円	177 億円	279 億円
ぶどう	32 億円	125 億円	380 億円
いちご	21 億円	86 億円	253 億円
ながいも	23 億円	33 億円	65 億円
かんしょ	17 億円	28 億円	69 億円
その他農産物	991 億円	1,449 億円	2,545 億円
緑茶	146 億円	312 億円	750 億円
植木	93 億円	128 億円	150 億円
切花	9 億円	19 億円	46 億円
林産物	371 億円	718 億円	1,660 億円
水産物	2,873 億円	5,568 億円	1兆2,303 億円
加工食品	3,271 億円	7,127 億円	1兆9,962 億円
その他	(549 億円)	1,110 億円	2,722 億円
計	9,121 億円	2兆円	5兆円

1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 1) EC市場の概況

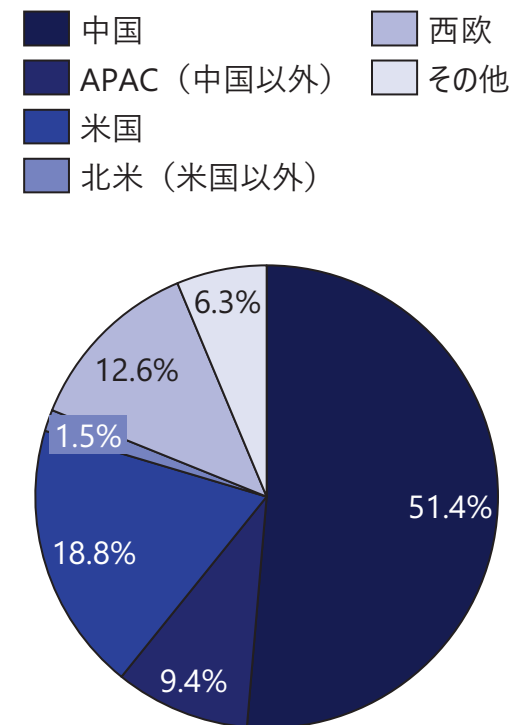
2020年の世界のBtoC EC市場規模は4.21 兆USドルであり、特に中国、米国の市場規模が大きい

■ さらに中国については、2018～2019年に25.9%、2019～2020年に20.0%の成長率となっており、急成長している

BtoC EC市場規模（2014-2020, billion USD）



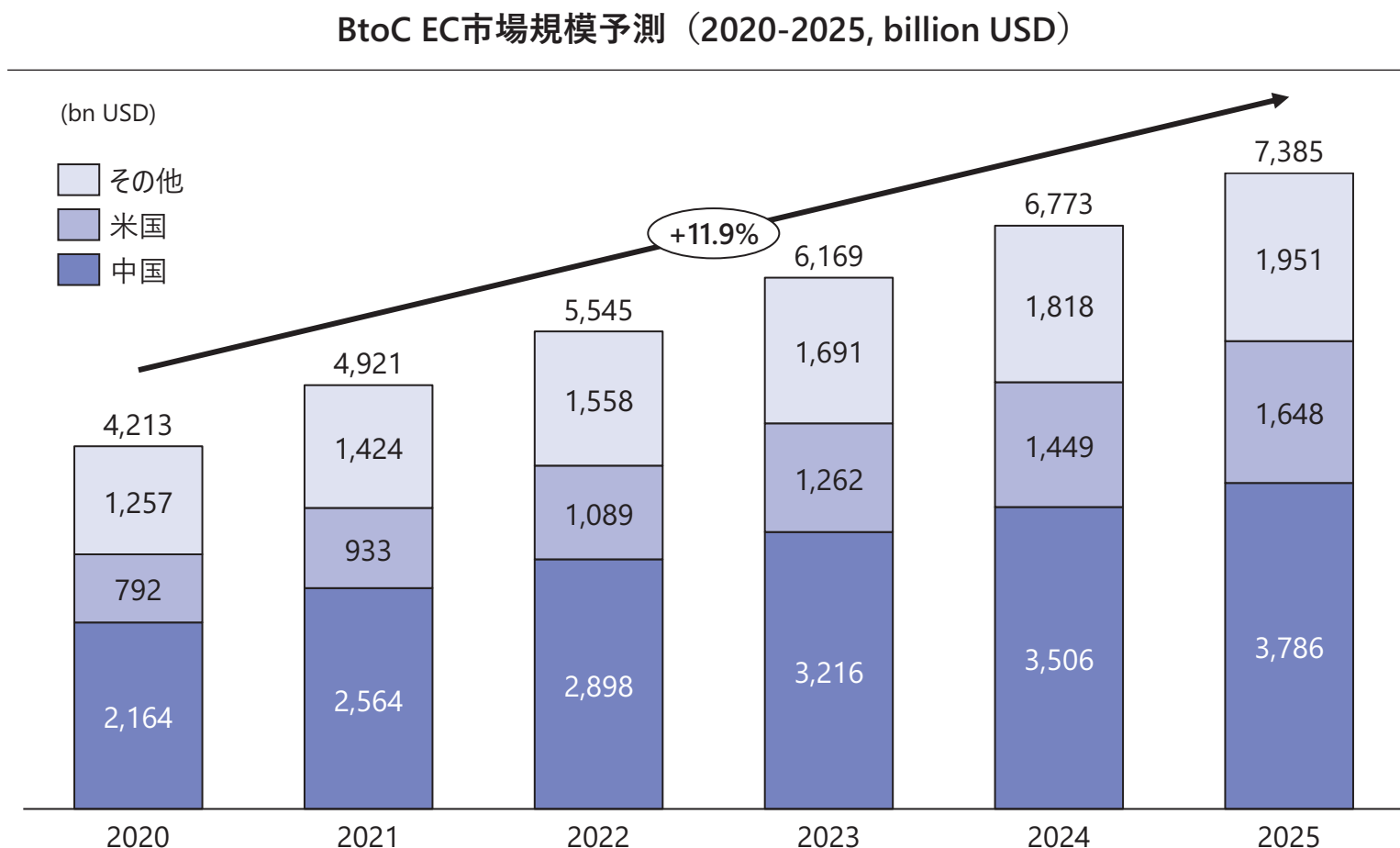
2020年内訳



1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 1) EC市場の概況

また、2020年以降においても、世界のBtoC EC市場規模は継続的に拡大されると予測されている。

■ 2020年から2025年におけるBtoCのEC市場規模は、グローバル全体で年平均成長率11.9%で拡大すると予想されている。

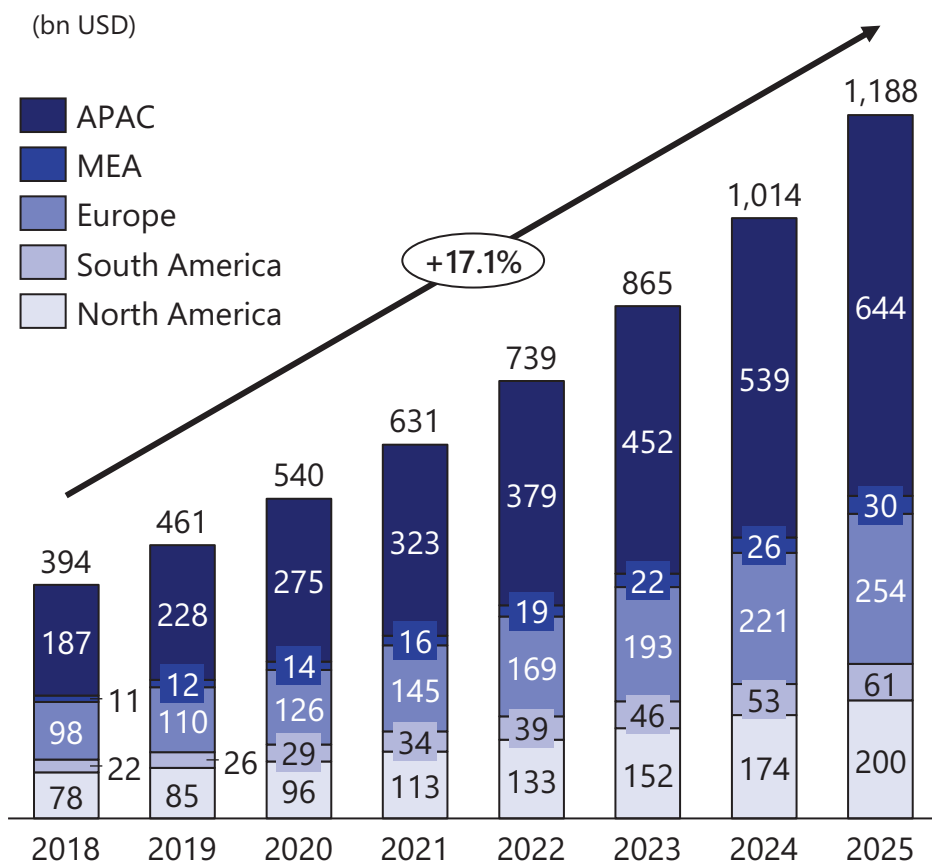


1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 1) EC市場の概況

消費者が自国以外から商品をECで購買する越境ECにおいても、今後更に拡大傾向にあり、越境ECを活用する事業者の割合も今後増加していくことが予想されている

- 2018年の越境ECの市場規模はUSD 394 billionであり、2025年までに年平均17.1%で成長すると2018年時点でも予想されていた。
- 最新の報告では2021年の越境ECの市場規模はUSD 750 billion程度と発表されており、2018年の予測よりもより速いペースで成長している。

越境EC市場規模予測（2018-2025, billion USD）



成長の要因

2018年時点でEC市場全体に占める越境ECの割合は約25%であり、今後も国内ECより早いペースで成長すると予想されている。

一般的な要因

- EC市場全体の成長
- デジタル化の推進

顧客側要因

- 欲しい商品を国内で見つけることができない
- より良い品質のものを低価格で見つけることができる
- 特に成長の大きいAPAC地域では、スマートフォンの普及率の向上や生活水準の向上

販売側要因

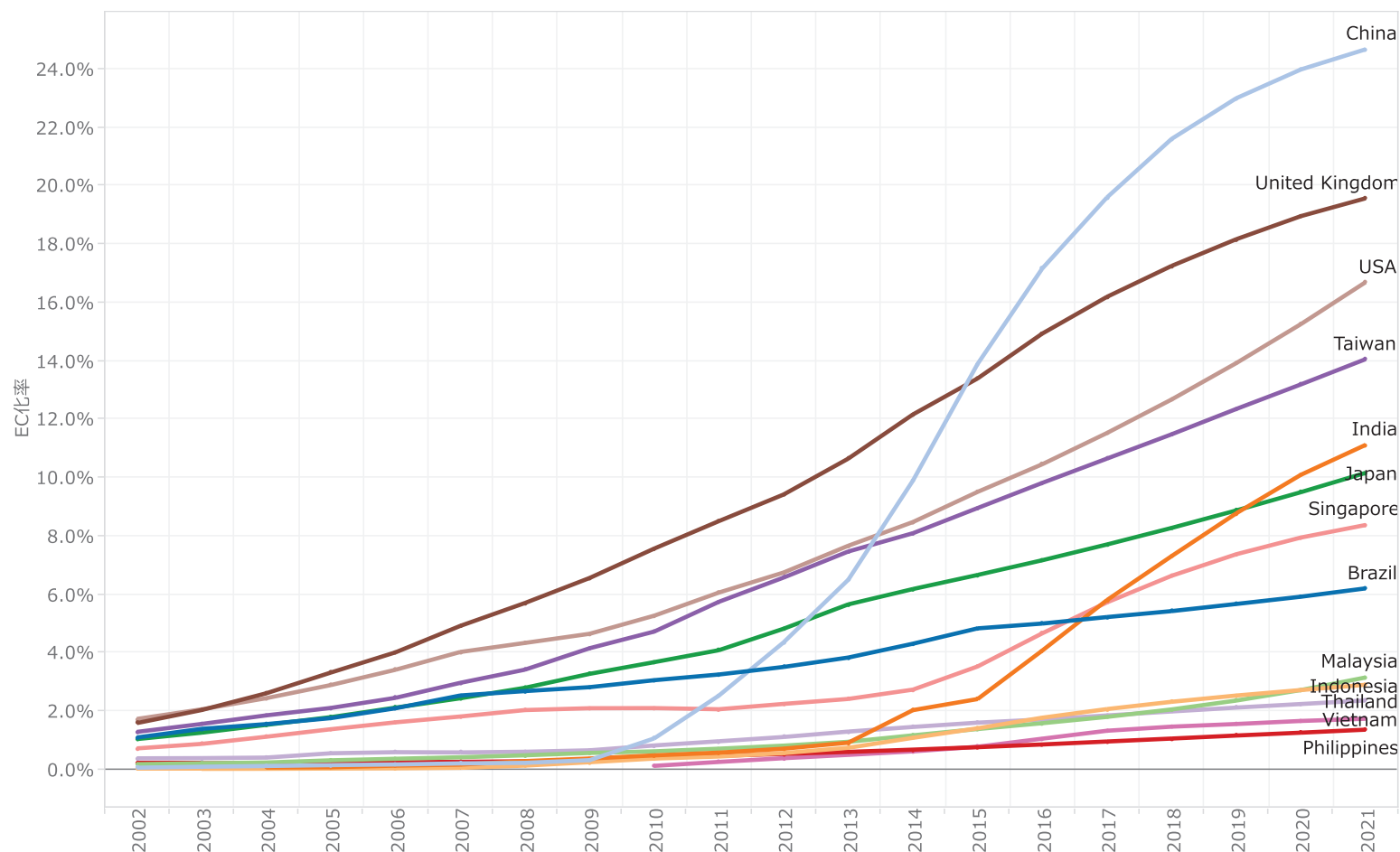
- 特に中小企業にとって、容易な海外進出の手段であること
- 越境EC関連インフラの拡大
(BtoCの越境決済プラットフォームの普及等)

1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 1) EC市場の概況

世界のEC市場では、中国とインドのEC化が急速に進展

東南アジアのEC化は、インフラ整備などの課題から成長は緩やかだが伸びしろは大きい

EC化率（小売売上全体に占めるEC売上の比率）の推移



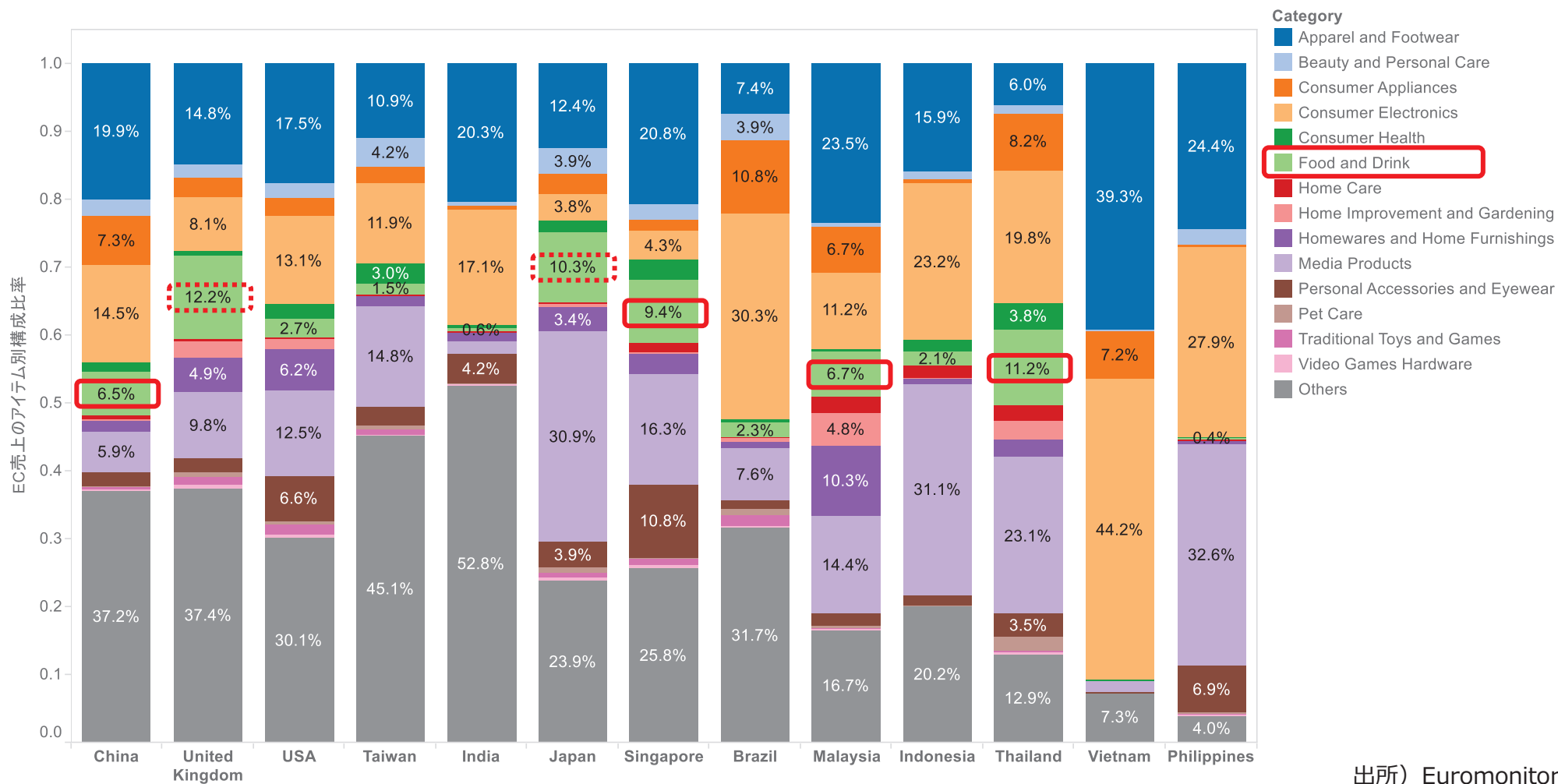
中国と同様に、今後、決済基盤等が整備されると、ASEANでもECが急成長する可能性がある

出所) Euromonitor

1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 1) EC市場の概況

タイ、シンガポール、マレーシア、中国では、ECにおける食品・飲料比率が比較的高め

EC売上のアイテム別構成比率（2016年）



出所) Euromonitor

1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 1) EC市場の概況

ASEANのEC事業には、今後の成長を見据え、既にアリババグループ（Lazada＋Taobao）が進出
加えて、現地で人気のShopee、アメリカのeBayやAmazonなどが進出・展開している

Mobile E-commerce Shopping Apps with the most Monthly Active Users in Southeast Asia

Top E-commerce Shopping Apps* by Combined iPhone and Android Phone Averaged Monthly Active Users, Q1 2019 in Selected Countries (Indonesia, Malaysia, Philippines, Thailand, Vietnam, and Singapore).



INDONESIA	MALAYSIA	PHILIPPINES	THAILAND	VIETNAM	SINGAPORE
1 Tokopedia	1 Lazada	1 Lazada	1 Lazada	1 Shopee	1 Lazada
2 Shopee	2 Shopee	2 Shopee	2 Shopee	2 Lazada	2 Qoo10 Singapore
3 Bukalapak	3 Taobao	3 ZALORA	3 AliExpress	3 Tiki.vn	3 Shopee
4 Lazada	4 11street	4 Amazon	4 JD CENTRAL	4 Sendo	4 Taobao
5 JD.id	5 AliExpress	5 AliExpress	5 Amazon	5 Adayroi	5 ezbuy
6 Blibli.com	6 ZALORA	6 BeautyMNL	6 eBay	6 AliExpress	6 ZALORA
7 ZALORA	7 Lelong.my	7 eBay	7 Alibaba.com	7 Amazon	7 AliExpress
8 AliExpress	8 eBay	8 Sephora	8 Chilindo	8 eBay	8 Amazon
9 Zilingo Shopping	9 Amazon	9 Alibaba.com	9 Zilingo Shopping	9 Alibaba.com	9 Amazon Prime Now
10 Amazon	10 Go Shop	10 ALTHEA	10 Joom	10 LOTTE.vn	10 ASOS

Source: App Annie Intelligence

Categorization Methodology: Mobile Ecommerce shopping apps were identified by iPrice Group and App Annie from the Shopping categories on the iOS App Store and Google Play. Our analysis is limited to Apps were identified as coming from organizations that primarily sell physical products to consumers. This includes apps from organizations with no, or a limited number of, physical outlets, or universal shopping basket apps that facilitate transactions through other retailers. The analysis excludes apps that primarily drive C2C transactions, third parties providing vouchers and coupons, and apps not related to selling goods despite being from retailers. It also excludes apps from retailers with an extensive brick-and-mortar presence.

iPrice group App Annie

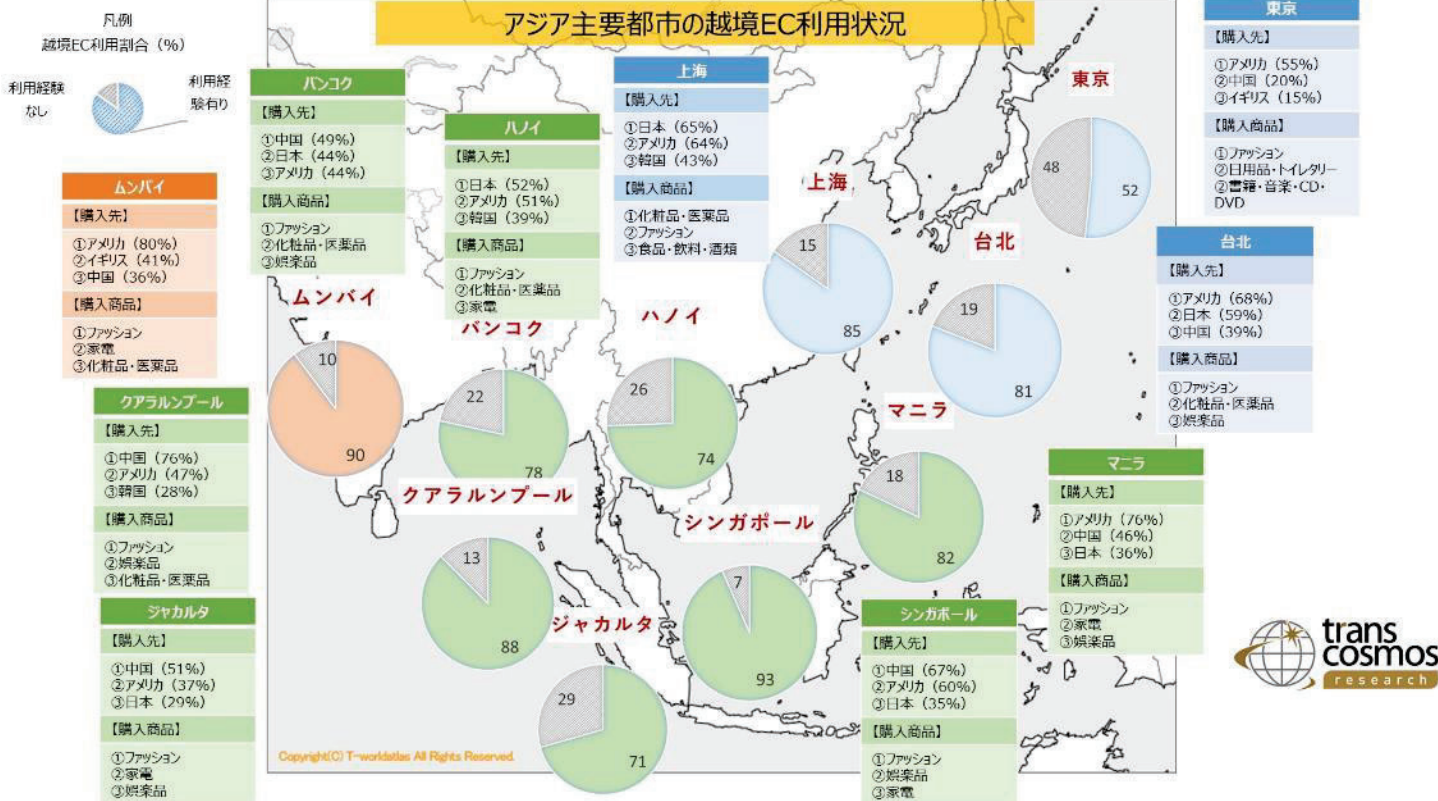
1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 1) EC市場の概況

越境ECの利用も進んでおり、
東アジアでは中国（上海）、
ASEANでは、シンガポールの利用が高い

オンラインショッピングをする際に利用しているサイトおよびアプリ

	1位	%	2位	%	3位	%
東京（日本）	amazon.co.jp	79	楽天市場	57	Yahoo!ショッピング	23
上海（中国）	taobao.com	86	tmall.com	84	微信	75
台北（台湾）	Pchome.com.tw	64	Facebook	59	tw.yahoo.com	57
クアラルンプール（マレーシア）	lazada.com.my	89	Facebook	73	11street.my	59
ハノイ（ベトナム）	Facebook	88	lazada.vn	80	shopee.vn	47
マニラ（フィリピン）	lazada.com.ph	95	Facebook	86	shopee.ph	46
バンコク（タイ）	lazada.co.th	90	Facebook	85	LINE	58
シンガポール（シンガポール）	qoo10.sg	75	Facebook	60	carousell.com	56
ジャカルタ（インドネシア）	tokopedia.com	71	lazada.co.id	61	Facebook	53
ムンバイ（インド）	amazon.in	95	flipkart.com	88	Facebook	76

越境ECの利用状況

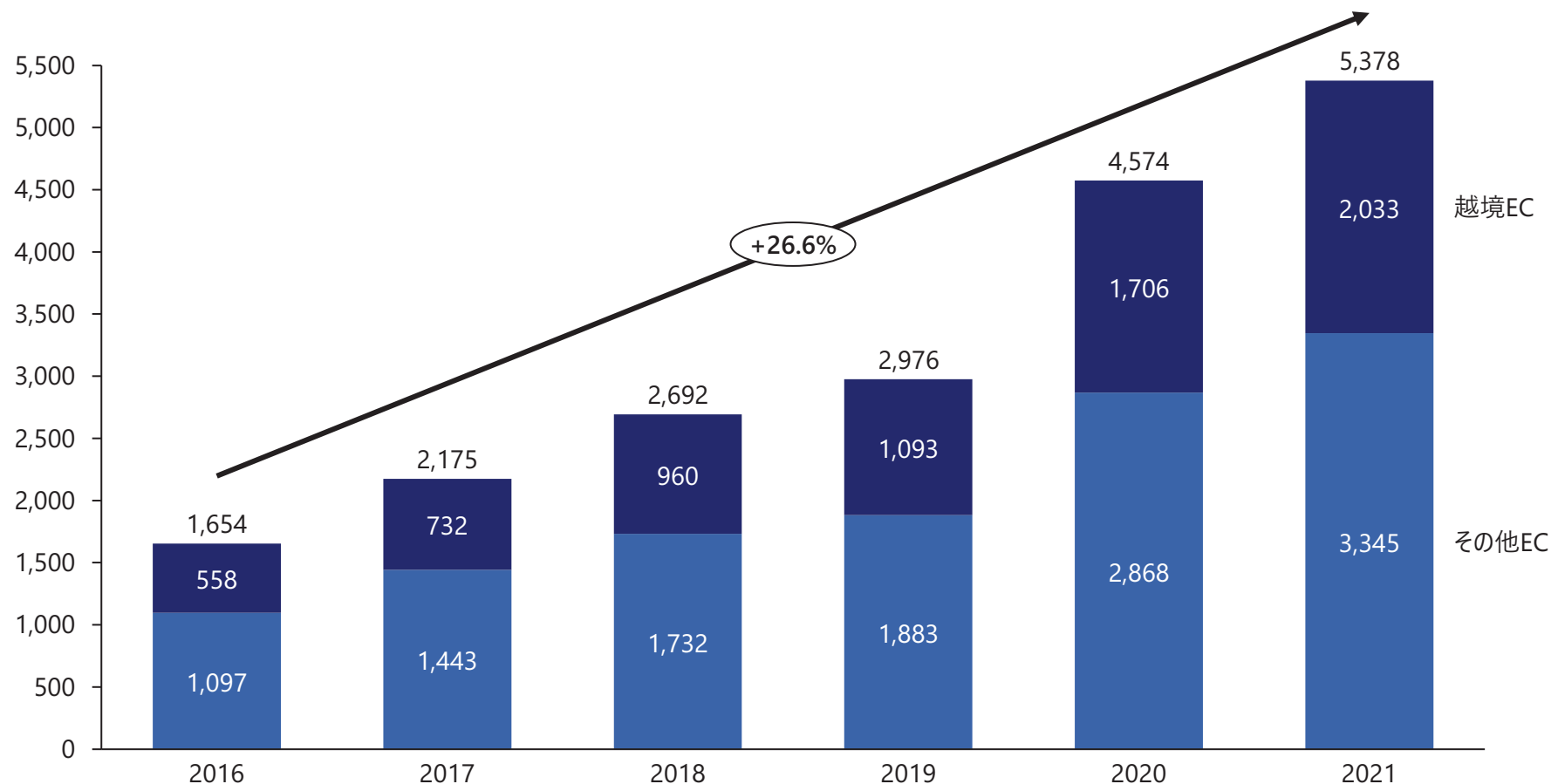


出所）トランスコスモス「アジア10都市オンラインショッピング利用動向調査2018」

1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 1) EC市場の概況 | シンガポール

シンガポールEC市場の取引規模は、継続的に拡大しており、2021年には53億SGDを超えている
また、2021年の内訳として、越境ECは取引総額割合の4割弱を占めている状況にある

シンガポールのEC市場取引総額の推移（単位：百万SGD）



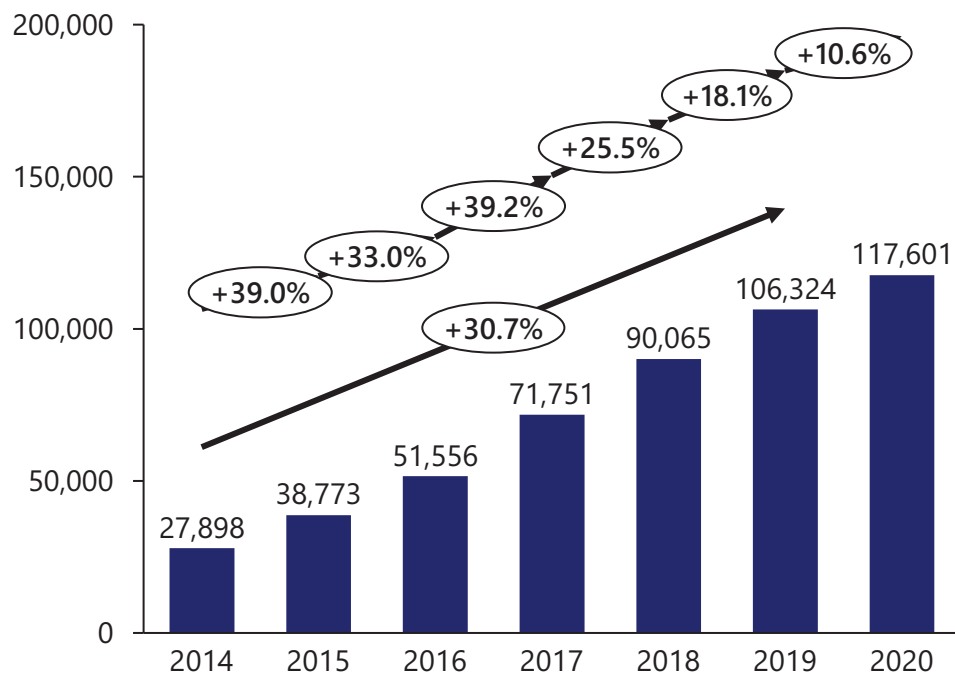
1. シンガポール／中国における越境ECサイトの概況 1) EC市場の概況 | 中国

中国EC市場の取引規模は、継続的に拡大しており、2019年には10兆元を上回る状況にある
また、中国越境EC市場は、EC市場全体を上回る高い成長率を維持している

- 中国EC市場は長年高度成長を維持してきたが、近年成熟段階に入っている。
- 急成長から安定成長に転換し始めているなかで、新たな商材や売り方などが求められている状況にある

中国EC市場小売総額の推移（単位：億元）

注）国内BtoCと越境BtoCの取引額を含む

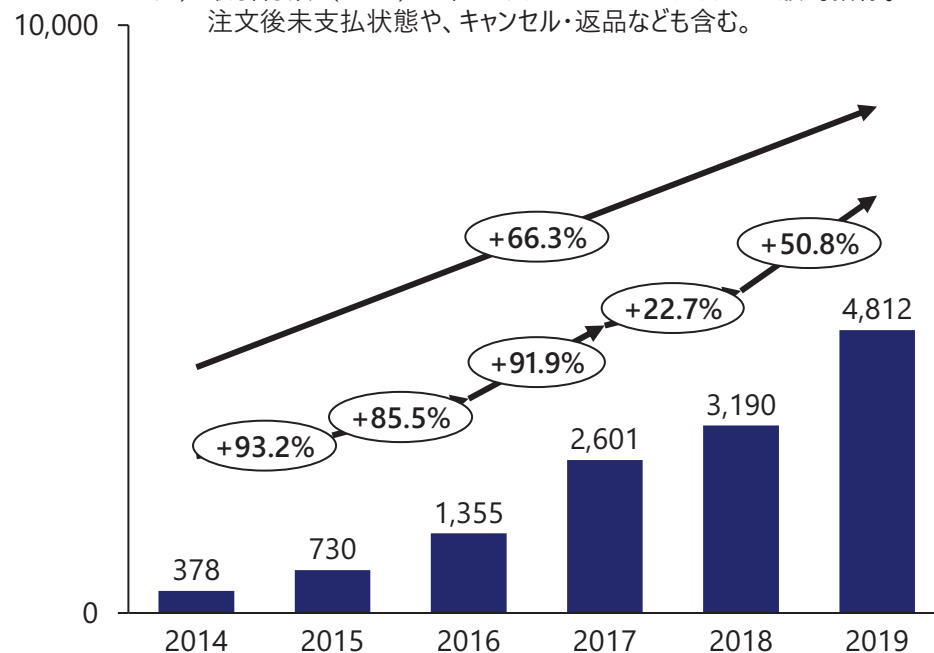


出所）中国統計年鑑（2020）、NRI作成

中国越境EC市場取引総額の推移（単位：億元）

注）BtoC越境（海外から中国の一般消費者向け）を指す。

注）取引総額（GMV）は、プラットフォーム型ECサイトの一般的指標。
注文後未支払状態や、キャンセル・返品なども含む。



本プロジェクトの対象

出所）前瞻産業研究院より、NRI作成

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.