



2015年11月27日
PayPal Pte. Ltd.東京支店

ペイパルによる越境 EC グローバル調査 2015 : 中国のネット購入者の 3 分の 1 は越境 EC を利用、 越境 EC におけるスマートフォン利用経験者は 46%に

日本でもすでに 10 人に 1 人が海外ショッピングを経験

PayPal Pte. Ltd. (本社 : シンガポール、東京支店カンントリーマネージャー : エレナ・ワイズ (Elena Wise)、以下「ペイパル」) は、ペイパルと調査会社イブソスによる越境 EC グローバル調査のレポートを公開しました。この調査は、オンラインショッピングおよび越境 EC に関する消費者の行動と意識について、日本を含む世界 29 か国の 23,200 人の消費者を対象に実施されました。このリリースでは日本の調査結果に加え、29 か国の中で日本から購買の多い国および最も訪日観光客の多い国である米英中韓豪を主要 5 か国とし、それらの調査結果を中心にした内容になっています。

中国の越境 EC は拡大傾向に

今月「独身の日」で話題になった中国市場ですが、一般の消費者の間で越境 EC が今まで以上に過熱していることは引き続き注目に値します。今年の調査結果から、35%のネット購入者が 2015 年に 1 度以上は海外サイトでショッピングをしたことがあると回答しました。この割合は 2014 年には 26%でした。また、海外サイトでの購入の動機として「正規品を購入したい」を挙げた人は 45%である点は他国と加えて突出しています。ちなみに、2015 年 4 月に行ったペイパルの調査によると、子どもを持つユーザーの半数以上は「正規品を購入したい」ことが動機となっており、中国のネットショッピングユーザーが海外サイトで購入する際のトップ 5 に楽天がランクインしているなど、引き続き日本を含む海外へのオンラインショッピングへの高い関心・ニーズと呼応する結果となっています。

日本でも世界でも広がる海外ネットショッピング

今回調査した越境 EC 経験者の割合は、調査した 29 力国において約 3 割から 8 割となっており、海外ネットショッピングが特別なものではなく、すでに多くの国において生活の一部となっていることが示されています。日本においては、言葉の壁などの問題により海外ネットショッピングはあまり普及していないという認識が一般的ですが、今回の調査により、日本でも実に 10 人に 1 人が過去 1 年間に海外サイトでショッピングした経験があるということが分かりました。一方、これは調査した 29 力国の中で最も少ない割合であり、今後さらなる成長が見込まれます。



越境 EC におけるスマートフォンの主流化

調査対象の 23,200 人のうち、47%が越境 EC でスマートフォンを利用した経験があると回答しました。購入金額ベースで見ても、全体の 16%の取引がスマートフォン経由で行われており、スマートフォンが越境 EC も含むオンラインショッピング全般において主流になりつつあることが分かりました。特に中国は 83%と突出してスマートフォン利用の割合が高く、また金額ベースでも 34%と非常に高くなっています。また、各主要国の越境 EC のスマートフォン利用経験割合は、韓国 52%、米 47%、英 40%、豪 38%、日本でも 33%と、スマートフォンへの対応がますます必須となりつつあります。

越境 EC に見られる世界の消費者の傾向

越境 EC 経験者の割合

- ネットショッピング利用者における越境 EC 経験者の割合は、調査した 29 カ国において約 3 割から 8 割と、越境 EC がすでに多くの国において生活の一部となっている模様。
- 主要五カ国を見ると*1、中国では 35%の回答者が越境 EC を経験しており、豪州ではそれを上回り 65%にのぼる。
- 日本（12%）とアメリカ（22%）は他国を比べると割合が少ない。国内サイトでのショッピングに充足しているためかと推測される。

購入先の人気国について

- グローバル平均で見ると、世界的に人気が高い国はアメリカ（1位）と中国（2位）。回答者の 4 人に 1 人がアメリカから、5 人に 1 人が中国から過去 1 年の間に購入したことがあるという結果が導かれた。
- 日本も購入先の人気国として、5 位にランクイン。特に主要 5 か国においては、中韓で 2 位に、米豪で 4 位に、英で 5 位にランクイン。
- 日本人消費者が買う人気国は、アメリカ、中国、韓国がトップ 3。

購入アイテムについて

- グローバル平均で見ると全体では 1 位洋服・靴・アクセサリ（49%）、2 位電気製品（32%）、3 位電子書籍・アプリ・ソフトウェア・デジタルコンテンツ（31%）。
- 主要五カ国と日本で見ても、洋服・靴・アクセサリはすべての国で 1 位にランクインしており、米 47%、英豪 45%、日本 33%という結果から突出した人気伺える。
- 中国・韓国ではどちらも化粧品・美容関連製品が 2 位となっており、このカテゴリの製品は特に海外サイトで買い求めたい消費者が中韓に多いことが判明。



- 洋服・靴・アクセサリ、電気製品、デジタルコンテンツ以外ではトラベルサービス、本・オーディオビデオソフト、おもちゃ・ホビーグッズも人気が高い。
- 日本の消費者が越境 EC で購入するトップ 3 は洋服・靴・アクセサリ、トラベルサービス、本・オーディオビデオソフト。

利用デバイスについて

- 過去 12 か月で越境 EC に際してスマートフォンを使った消費者の割合はグローバルでは 47% となっており、越境 EC においてもスマートフォン対応は必須に。
- 主要五か国の中において、中国は 83% と突出してモバイル利用・スマートフォン利用が高い。
- 次いで韓国 52%、アメリカでは 47%、イギリスでも 40%、オーストラリア 38% となっており、日本人消費者においても 33% と、スマートフォンは EC の主流になりつつある。

購入の決め手について

- 購入を後押しする最大要因は、「配送料無料」や「返品送料無料」など送料に関するものと、「支払い方法の安全性」があげられる。
- 「配送料無料」は米、英、豪で 1 位。
- 「支払方法の安全性」は日本と中国で 1 位に、米、英、豪で 2 位にランクイン。中国では 45% の回答者が「正規品を購入したい」と回答し、2 位にランクイン。

「カゴ落ち（＝カートに商品を入れた後、購入までたどり着かないこと）」について

- 「送料の高さ」「到着までの時間の長さ」や「税金・通関手数料の不明瞭さ」など越境 EC にとっての本質的なハードルが理由として多く挙げられている。
- 一方で、「サイトのセキュリティに対する不安（米 3 位、豪 2 位）」、「購入時の支払い方法やプロセスがわかりにくい（韓国では『送料の高さ』を圧して 1 位）」、「サイトにアカウント登録をしたくない（日 1 位、豪 3 位）」などの回答からは、決済や個人情報の登録に際して発生する煩雑さへの抵抗感や安全性に関する意識が垣間見える。

越境 EC における支払いについて

- グローバル平均ではペイパルが 1 位。調査対象国の大多数の国（29 か国中 22 か国）でペイパルは 1 位。
- ペイパルが 1 位でない国においても、韓国、ロシア、日本、スイス、シンガポール ではペイパルが 2 位。
- 中国では AliPay（67%）が 1 位、Union Pay（51%）が 2 位、ペイパル（38%）が 3 位。
- 越境 EC における支払いに関して求めるものは、グローバル平均では「支払い方法の安全性（45%）」がトップ。



- 米（53%）、英（60%）、豪（66%）、日本（43%）でも共通して「安全な支払方法かどうか」を最も重要視。
- 韓国では「利便性の高い支払方法かどうか」（28%）、中国では「支払いのスピード」（51%）を最も重要視。

以上の結果を踏まえ、ペイパル東京支店カントリーマネージャー、エレナ・ワイズは以下のように述べています。

「本年の調査の結果から、グローバル全体の動向として、越境 EC におけるスマートフォン・モバイルの利用が主要な手段となりつつあり、日本のショップの人気の高さも読み取れた一方、ユーザー側が購入時に感じるフローの複雑さやアカウント登録への抵抗感、サイトへのセキュリティ不安も垣間見え、国を問わずサイト側の課題も浮き彫りとなりました。また、日本のユーザーは海外サイトでネットショッピングに際して、何か問題があった場合のサポート体制に大きな不安を抱いていることが判明しました。この結果には、日本語以外の言語でのやりとりに対する不安が反映されていると考えています。また、引き続き中国の消費者による『爆買い』は、日本のショップにとってもますます大きな機会となることを示唆しています。

なお、米国では、感謝祭（11月の第4木曜日）の休暇明けの翌月曜日にオンラインショッピングサイトがさまざまなセールやキャンペーンを実施する『サイバーマンデー』が毎年繰り上げられます。昨年のサイバーマンデーシーズンには海外通販サイトへのアクセス数が前週と比較して80%以上増加したとの報道もあり*2、越境 EC での買い物をする消費者も、この時期日本で今年以降ますます増える可能性があります。消費者が海外ネットショッピングを安全にかつ便利に楽しむには、ペイパルの利用をお勧めします。ペイパルではいざという場合の年中無休の日本語による電話サポート、不正取引などの被害額を保護する『買い手保護制度』など、より安心・安全なショッピングを実現します。また、ペイパルは世界203の国と地域で1.7億人が利用しているオンライン決済のグローバルスタンダードとして、越境 EC を始めたいビジネスにとっても、初期・固定コストなし、早い支払いサイト、万全な不正監視システムと保護制度を持った、最適な選択肢と言えます。」

なおペイパルでは、海外ショッピングを始めたいと考えている日本の消費者向けに、「海外販売ガイドブック」を無料で提供しています。また、海外向けに越境 EC を始めたいショップやビジネス向けに、ペイパル活用事例もご用意しております。以下の URL よりアクセスください。



海外ショッピングガイドブック：

https://www.paypal.jp/jp/clip_cp/campaign/overseas/

ペイパル活用事例（国内・海外）：

<https://www.paypal.jp/merchant/use/case/>

* 1 越境 EC 経験者の推定人数は、この調査データと調査対象となった 29 か国のそれぞれの人口推定値に基づきペイパルが計算したものです。

* 2 出典：<http://www.fashionsnap.com/news/2015-11-14/blackfriday-cybermonday/>

ペイパルの依頼を受けて調査を行ったイプソスは、対象となった 29 か国（英国、アイルランド、フランス、ドイツ、オーストリア、スイス、イタリア、スペイン、オランダ、スウェーデン、ポーランド、トルコ、ロシア、イスラエル、アラブ首長国連邦、米国、カナダ、ブラジル、メキシコ、アルゼンチン、インド、中国、日本、韓国、シンガポール、オーストラリア、南アフリカ、ナイジェリア、エジプト）のインターネット対応機器*を所有する、使用する、または所有しかつ使用する成人（18 歳以上、総数 23,354 名）のデータについて、各国約 800 名にインタビューを行いました。このインタビューは 2015 年 9 月 17 日から 10 月 28 日までに間にオンラインで行われました。日本での現地調査は標本となる 800 名を対象として 9 月 23 日から 10 月 5 日まで実施しました。

データはすべての国のネットショッピング利用者数、および 4 か国（スロバキア、シンガポール、エジプト、およびアラブ首長国連邦）のインターネット利用者の人口学的プロフィールについて重み付けしています。

*デスクトップ PC/ラップトップ/タブレット/スマートフォン/他の種類の携帯電話/電子手帳/ワイヤレス音声およびデータ通信対応の PDA/インターネット接続可能なゲーム機（例：Wii）

** オンライン利用者を典型的に表す年齢、性別、および地域（スイスでは年齢と性別）。ナイジェリアではオンライン利用者のプロフィールが得られていないため割当標本は設定していません。

■ペイパルについて

ペイパルは 1998 年に設立以来、お金のやりとりをもっと自由に、もっと安全にすることを目指し、一貫してデジタル決済のイノベーションに努めてきた米シリコンバレーのテックカンパニーです。ペイパルは、消費者に対して安心・便利なネット、リアルそしてモバイルでのショッピングや個人間送金（※1）を実現するデジタルウォレットサービスを提供する一方、ビジネスに対してはシンプルかつ低コストな決済ソリューションから、越境 EC・訪日観光 EC、モバイル・アプリ、シェアリングエコノミー（C2C スキーム）、または次世代ショッピング&デジタルコマースまで対応できる幅広いプロダクトやサービスを提供しています。現在では 203 の国と地域で、100 通貨以上での決済、57 通貨で銀行口座への入金、26 通貨（※2）での支払いの受け取りが可能なネット決済のグローバルスタンダードとして、1 億 7300 万人および 1000 万のビジネスが世界中



でペイパルを利用しています。ペイパルは世界をリードするオープンデジタル決済プラットフォームとして、昨年 40 億件の取引を決済し、うち 10 億件はモバイル決済でした。

ペイパルに関する詳細は about.paypal-corp.com をご参照ください。また PYPL financial information については investor.paypal-corp.com をご参照ください。ペイパルの日本語サイトは www.paypal.jp となります。

- (※1) 日本では個人間送金および個人の銀行口座からの支払いには対応していません。
- (※2) 日本では 22 の通貨に対応しています。