スターフィールド

越境ECサイト構築
実績はトップクラス
アジア向け越境ECカートで

越境EC支援のスターフィールド（本社東京都、星野翔太社長、電03－5956－9292）が提供する越境EC専用カートシステムは、特にアジア向けに強いサービスだ。今春にはアジア向けのサイト構築実績で100件を突破。「アジア向けではカート業界でトップクラスの実績だ」（星野社長）と話す。

「LaunchCart（ランチカート）」は多言語多通貨に対応した越境EC向けカートシステム。導入企業の販売対象国に応じてテンプレートを作成するため、言語は無制限に対応できる。160通貨に対応した機能も用意。基準通貨を自由に設定できる独自機能も備えている。

グローバル向けの越境ECサイトを構築できるだけでなく、中国をはじめとしたアジアの顧客を獲得するための機能性も強み。中国の三大決済サービス「銀聯（ぎんれん）カード」「Alipay（アリペイ）」「WeChat Pay（ウィーチャットペイ）」に対応しており、中国人ユーザーが利用しやすい環境も整えた。

「中国三大決済サービスに対応している国内のカートは数少ない。他にもせっかちなアジアの顧客に対応するため、注文から購入完了までの画面遷移数を削減する機能なども提供している。実際にコンバージョンが高まった実績がある」（同）と話す。

中国の三大決済サービスに対応

ローカライズ推進

アジア各国においてコンバージョン率を高めるための細かいローカライズも進めている。例えば台湾では自分の郵便番号を知らない人が多いので、住所を入力すると郵便番号が自動表示される「郵便番号逆引き機能」を実装。反対に、タイでは郵便番号を知っているユーザーが多いため、郵便番号入力から住所を自動表示させることでコンバージョン率が向上した。

CRM機能も強化しており、ステップメールをSMS（ショートメッセージ）で送信できる機能を標準機能として追加した。

「海外では日本よりもEメールを見ない、使わないユーザーが多い。『ランチカート』では、各国で使われているSMSにステップメールを送ることができるようにしている」（同）と話す。

日本システムウエア

越境ECの柔軟サービス
アジア進出を支援
豊富なオプションから選択

ITソリューションプロバイダーの日本システムウエア（本社東京都、多田尚二社長、電03－3770－0096）は12月をめどに、アジア進出を支援するサービスを刷新する。従来のパッケージサービスを、豊富なオプションから必要に応じて選択する方式で提供する。越境EC向けカートの導入に加え、サイト制作や集客支援、海外配送代行や顧客対応を用意した。通販売上高が3億円以上の事業者を主なターゲットとしている。

東南アジアではチャットでコミュニケーションすることで、信頼してもらいやすくなることから、チャット入力フォームも採用。チャット対応のAI化の準備も進めている。

豊富な越境ECサイトの構築実績を基に、機能をブラッシュアップすることで、導入企業の強い支持を集めている。

越境ECサービス「Creoss-Asia（クレオスアジア）」を、アジア圏に強い越境EC向けカート「LaunchCart（ランチカート）」の導入を基本に、必要に応じたオプションサービスを組み合わせて提供する。

現地語に対応したサイト制作は日本システムウエアが手掛ける。海外配送代行や顧客対応サービスは、提携会社の楽一番（本社東京都、清水洋一社長）が提供する。年間50万人の中華圏ユーザーが訪問する楽一番公式サイトを活用したプロモーションで、ECサイトへの集客を支援する。

日本システムウエアは「バックオフィス業務や、基幹システムとの連携が可能。RPA（業務自動化）の同時提供もできるのが当社の強み」（ITソリューション事業本部）とサービスの優位性を説明する。

日本システムウエアは9月、台湾に現地法人を設立しており、「今後は現地法人を活用した越境EC支援を提供していきたい」（サービスソリューション事業本部）と展望を語る。

運営代行

大手メーカー30社を支援
ビッグデータ運用も主軸に

unbot

中国越境EC支援のunbot（アンボット、本社東京都、中町秀慶社長、電03－5413－5318）は、中国越境ECモール内のサイトの運営代行サービスを提供している。ある大手ベビー用品メーカーでは、同社がEC運用を請け負った結果、4位だった、越境ECモール内でのベビー用品ジャンルの売り上げ順位が1位になったという。同社では、中国市場での生産予測・販売予測に役立つ、ビッグデータの提供サービスも行っている。

同社は、中国越境EC中国SNSでの、京東全球購（ジンドンワールドワイド）での運用を得意としている。

「京東は、モール全体で本物商品の流通の割合が90％程度と高い」（福積亮営業部長）と言う。本物志向の顧客が多いため、「日本製品との相性が良いのだ」（同）としている。

「京東は女性ユーザーの割合が65％を占めており、ベビー用品など特定のジャンルでは、品質の高い日本製品の売り上げが高い」（同）とも話している。

同社はECの運営代行と合わせて、「微信（ウィーチャット）」などの中国SNSでの、企業アカウントの運用も行っている。

商品・キャンペーンの、モール外でのPRを、効果的なタイミングで行うことができるとしている。

現地の競合企業からネガティブキャンペーンを仕掛けられた際にも、売り上げ減少などの悪影響が生じないよう、火消し対応を効果的に行うことができるという。

ビッグデータサービスでは、同社が収集している、中国国内の購買データを分析にかけ、提供している。18年3月のサービス開始からまだ半年程度であるため、予測と実際の整合率が正確に一致するまでには至っていないという。

ただ、19年中には多くの企業に情報を提供できるよう、開発とデータの蓄積を進めていきたい考えだ。「当社の持つデータを活用すれば、生産、流通、販売、マーケティングを改革し、業務の大幅な効率化を図れる」（同）としている。

ECMSジャパン

海外配送サービス
郵便より安く海外配送
「B2Cダイレクト」で支援

越境配送支援のECMSジャパン（本社東京都、小松英樹社長）は、国際スピード郵便（EMS）よりも半額程度の料金でアジア向け配送サービスを提供している。最近は越境EC商品配送だけでなく、訪日外国人客が国内で購入した商品の配送も手掛けている。

越境EC、インバウンドのどちらでも、郵便より安価な配送サービスを提供できる提案力で、クライアントを拡大している。

航空宅配サービス「B2Cダイレクト」は、中国や台湾、韓国、香港といった東アジアだけでなく、タイやマレーシア、シンガポールにも商品配送を行っている。アマゾンなど大手EC事業者をクライアントに抱えており、1日数千個の荷物を中国などアジア地域に配送している。

対象地域をアジアに絞り、効率的な配送システムを構築することで安価な運賃を実現した。現地配達までを一気通貫でサポートしており、配送地域のルールに基づき、正確に関税に対処する。顧客サポートも強化し、配送状況の確認やトラブル発生時の連絡などをワンストップで対応している。

ビック カメラ有楽町店に設置した海外配送カウンター

中小店舗もサポート

訪日外国人の増加に伴い、国内でリアル店舗を設けている小売企業からの引き合いが増えている。ビックカメラ有楽町店には、海外配送のカウンターを設置。外国人顧客が購入した商品の海外配送をサポートしている。

「店頭で郵便より安い価格で海外配送できるサービスを提案することで、販売促進につながる。さらに、顧客情報を収集することもでき、今後のマーケティングにつなげることも可能」（小松社長）と話す。

ビックカメラ以外にも大手家電量販店やドラッグストアなどの海外配送をサポートしている。今後は中小店舗のサポートも強化する方針だ。

「当社の伝票を店頭に置いていただくだけで手軽に海外配送に対応することができる。今後は日本酒など地域の特産品に対応した配送パックも開発していきたい」（同）と意気込む。

BENLY

海外販売を包括サポート
海外販売を簡単に
PR、サイト構築、販売、物流まで支援

越境EC支援のBENLY（ベンリー、本社東京都、中瀬浩之社長、電03－6661－7815）は、外国人に向けた商品のPRから越境ECのサイト構築、販売、物流までワンストップで支援できる体制を整えた。包括的な支援体制を整えることで海外販売のハードルを下げるのが狙いだ。

ベンリーは海外に商品を販売したい国内企業のマーケティングや物流から支援事業を開始した。サイト制作会社を買収し、越境ECサイトの構築実績も積み重ねている。

さらに外国人向けメディア「LiiiFE（ライフ）」を開設し、自社メディアを通したPR支援も実施。「ライフ」内にEC機能を実装し、販売支援も手掛けるようになった。

10月13日には、沖縄に訪日観光客向けのカフェ「LiiiFE ラウンジ」を開設した。カフェでは日本の文化やこだわり商品、人気の実店舗を紹介している。

外国人向けメディア「LiiiFE」

「自社メディア『ライフ』を開設したところ、これから来日する外国人から観光スポットや食べ物、特産品などへの問い合わせが寄せられるようになった。来日した際に接点を持てる場として『LiiiFE ラウンジ』を開設した。今後は旅前、旅中だけでなく、帰国後の旅後にも越境ECでつながり続けられるようにしたい」（中瀬社長）と話す。

「ライフ」内のEC機能を強化して、セレクトショップ型の販売プラットフォームを構築する計画だ。中瀬社長は、「販売に係るコストは最小限に抑える」と話す。海外販売のハードルを下げ、多くの企業を支援したい考えだ。

「越境ECと聞くと、国境を越えるのに多くの手間やリスクがかかるとネガティブに捉える方は多い。今後は国内向けに販売しているのと同様のイメージで海外にも売れるような支援体制を作りたい」（同）と話す。

訪日観光客向けのカフェ「LiiiFE ラウンジ」