



<中国人ママ 100名、越境 EC 意識・行動調査>

渡航制限以降、約 6 割が越境 EC での日本商品購入増

中国越境 EC 進出支援、Onedot が無料コンサルティング開始

中国最大級の育児動画メディア Babily（ベイビリー、中国名：贝贝粒）を運営する Onedot 株式会社(本社：東京都港区、代表取締役 CEO：鳥巢知得)は、4月28日から5月7日の期間、中国・上海のママ 100名を対象に越境 EC に関する調査を行いました。(調査方法:インターネットによるアンケート調査)

■ 調査結果詳細

-中国人ママ越境 EC 意識・行動調査、8つのポイント-

1

日本渡航制限以降、中国越境 EC サイトの売上は軒並み上昇

天猫国際(+52% :2020年2月対前年比)、苏宁国際(+145% :2020年3月対前年比)、京東国際(+100% :越境部分 2020年1-3月対前年比) 出典:各社発表及び報道

2

日本渡航制限以降、約 6 割の中国人ママの越境 EC が日本商品購入金額増加

58%が以前と比べて日本製品の越境 EC での購入が増加したと回答。減少はわずか 8%。

3

国別比較では、日本商品の越境 EC での購入増が圧倒的に 1 位

60%が日本の商品の購入が増えたと回答。2位の韓国(44%)以下を大きく引き離す結果に。

4

渡航制限で約 8 割が並行輸入での日本製品購入が難しくなったと回答

78%が並行輸入で日本製品を買いにくくなったと回答。

5

日本への渡航制限が越境 EC での日本商品購入に直結する構図

越境 EC での日本商品購入額増の理由は「日本に行って買い物ができないから(72.1%)」。

6

日本製品を越境 EC で購入する 3 大理由は「簡便(58%)」「本物(55%)」「希少性(52%)」

「簡単だから(58%)」「日本産の本物(55%)」「中国では手に入らないもの(52%)」。

7

7 割以上が今後日本商品を越境 EC で購入することが増えると回答

73%が今後日本商品を越境 EC で購入することが増えると回答。

8

越境 EC で購入が増えた日本製品 TOP3 は「スキンケア」「メイク」「ボディ・ヘアケア」

「スキンケア(53%)」「メイク(45%)」「ボディ・ヘアケア(41%)」。

-中国人ママ越境 EC 意識・行動調査、8つのポイント-

1

日本渡航制限以降、中国越境 EC サイトの売上は軒並み上昇

天猫国際(+52% :2020年2月対前年比)、苏宁国際(+145% :2020年3月対前年比)、京東国際(+100% :越境部分2020年1-3月対前年比) 出典:各社発表及び報道

主要越境 EC サイトは日本渡航制限以降売上大幅増大。

個人購入や並行輸入の停止で日本製品を買えなくなった人が越境 EC サイトに流入する構図。

+52%

(2020年2月、対前年比)



+100%

(越境部分の2020年1-3月、対前年比)



+145%

(2020年3月、対前年比)



出典:各社発表および報道

-中国人ママ越境 EC 意識・行動調査、8つのポイント-

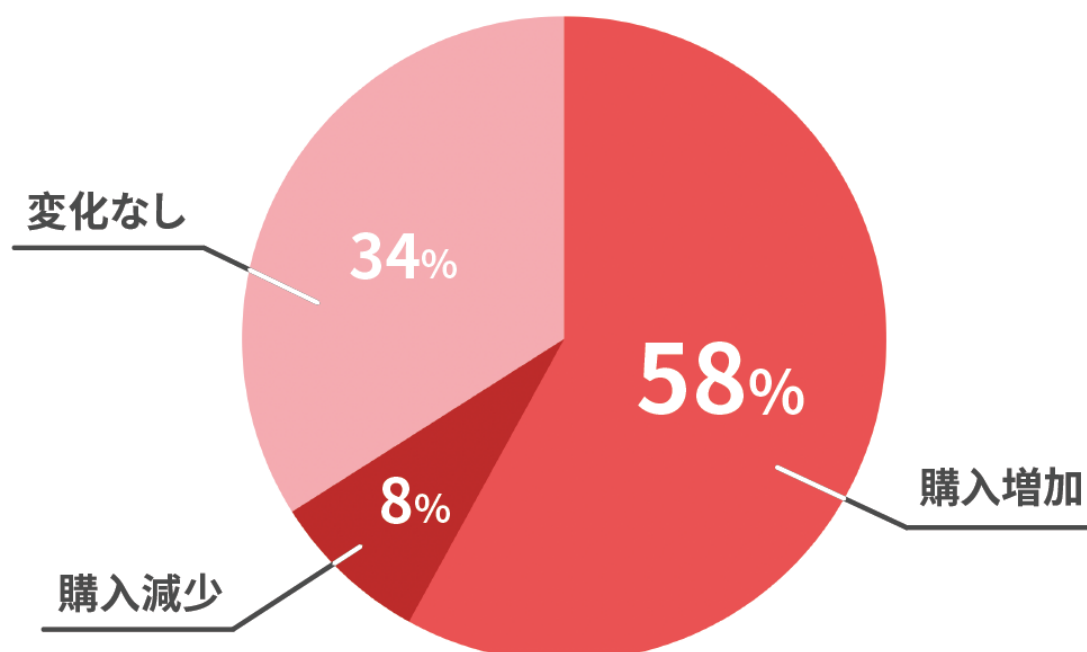
2

日本渡航制限以降、約6割の中国人ママの越境 EC が日本商品購入金額増加

58%が以前と比べて日本製品の越境 EC での購入が増加したと回答。減少はわずか8%。

調査からも越境 EC での日本製品購入が増えていることが明らかに。

越境 EC が日本製品購入のメインチャネルになりつつある。



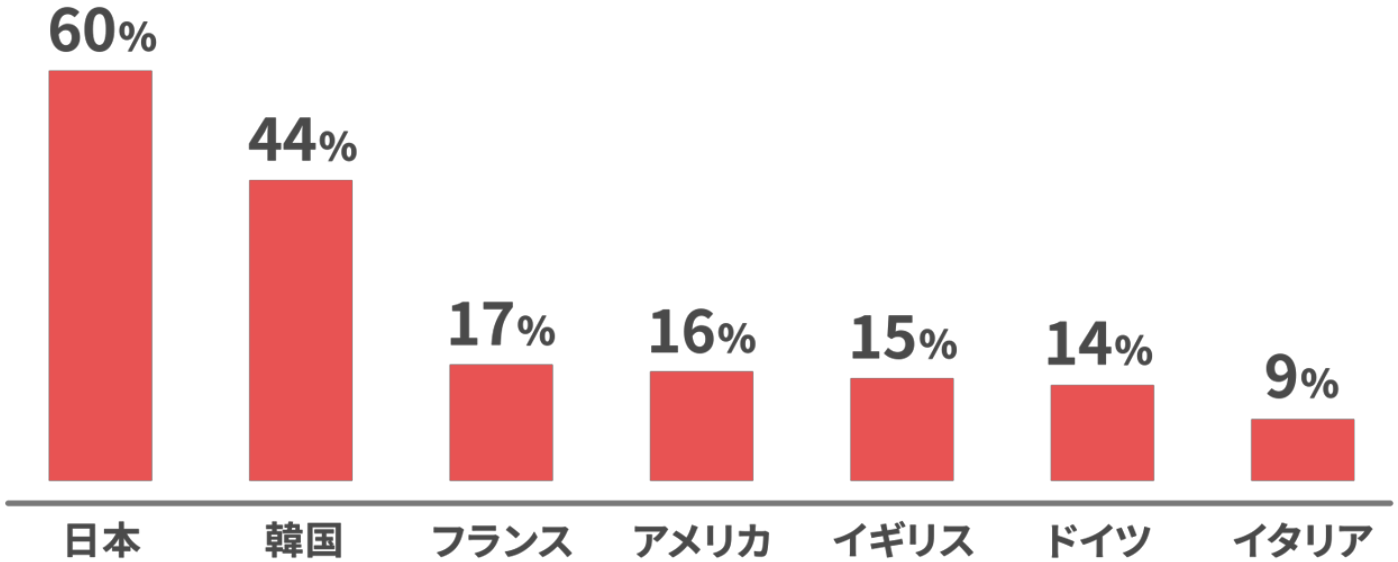
-中国人ママ越境 EC 意識・行動調査、8つのポイント-

3

国別比較では、日本商品の越境 EC での購入増が圧倒的に 1 位

60%が日本の商品の購入が増えたと回答。2位の韓国(44%)以下を大きく引き離す結果に。

他国製品の越境 EC での購入があまり変わらない中、日本製品はスコアを大きく伸長。日本製品に対する高い需要が垣間見える。



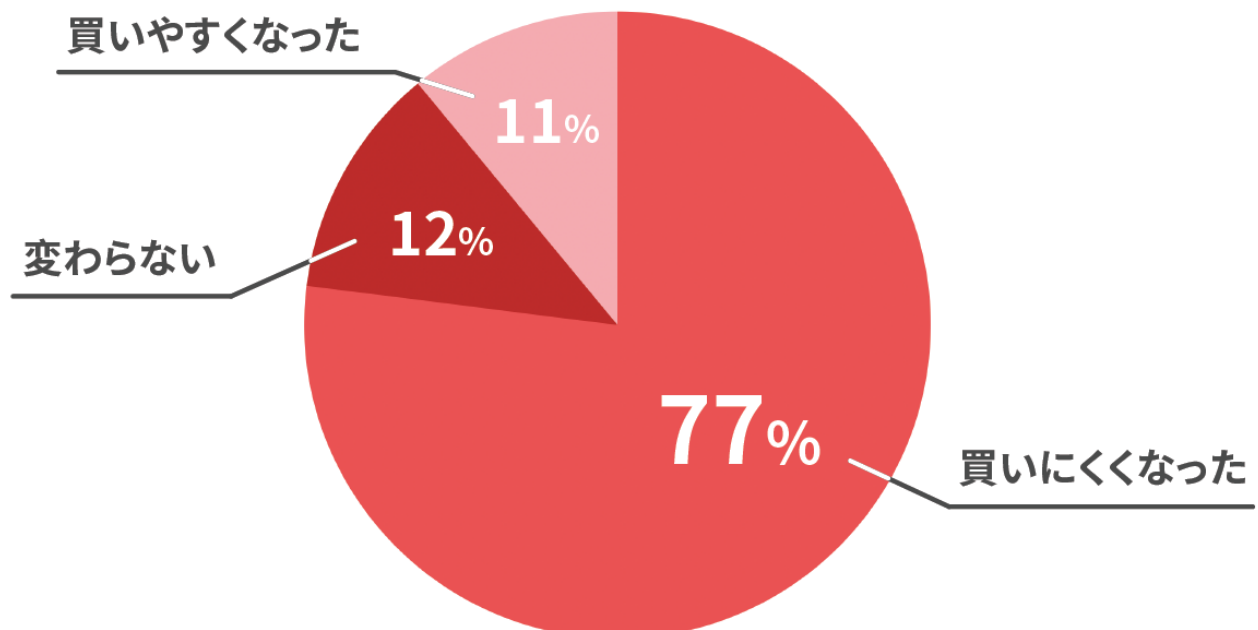
-中国人ママ越境 EC 意識・行動調査、8つのポイント-

4

渡航制限で約 8 割が並行輸入での日本製品購入が難しくなったと回答

77%が並行輸入で日本製品を買いにくくなったと回答。

渡航制限で並行輸入品の入手が難しくなったことが、越境 EC での日本製品購入増加の大きな要因となっている。



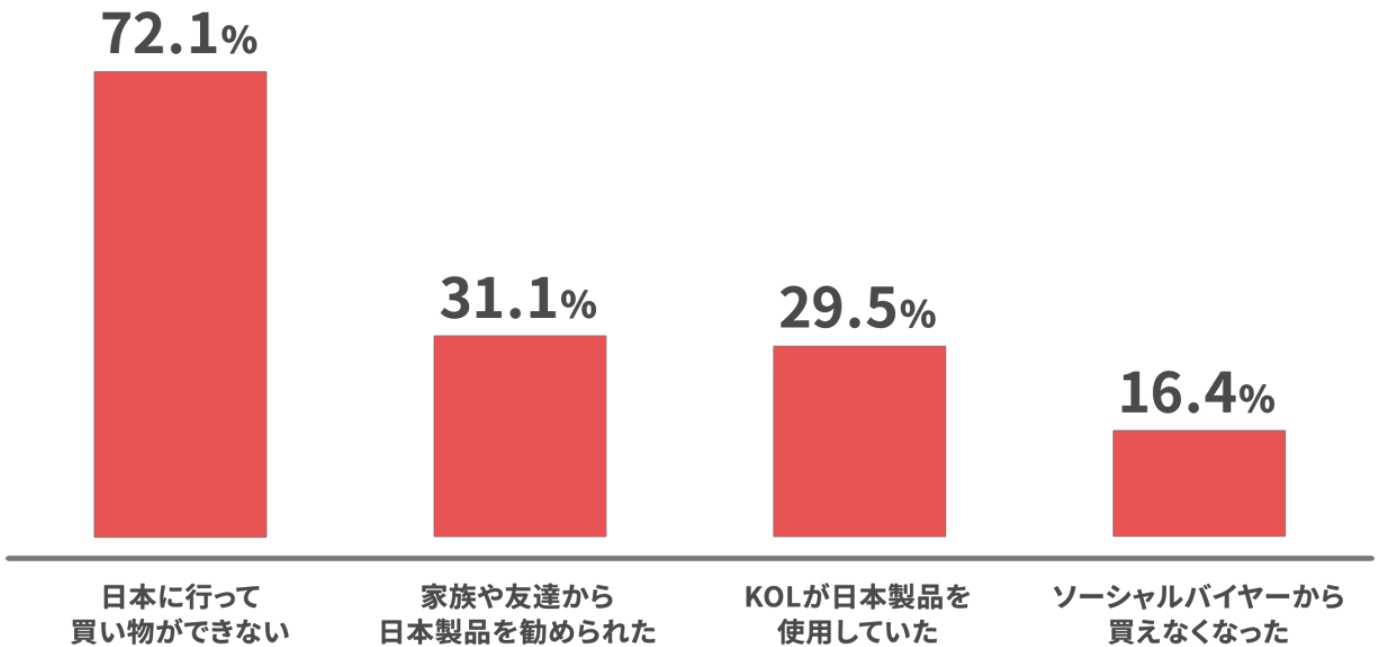
-中国人ママ越境 EC 意識・行動調査、8つのポイント-

5

日本への渡航制限が越境 EC での日本商品購入に直結する構図

越境 EC での日本商品購入額増の理由は「日本に行って買い物ができないから(72.1%)」。

渡航制限で自分自身での購入ができなかったことも、越境 EC での日本製品購入増加の原因の一つ。



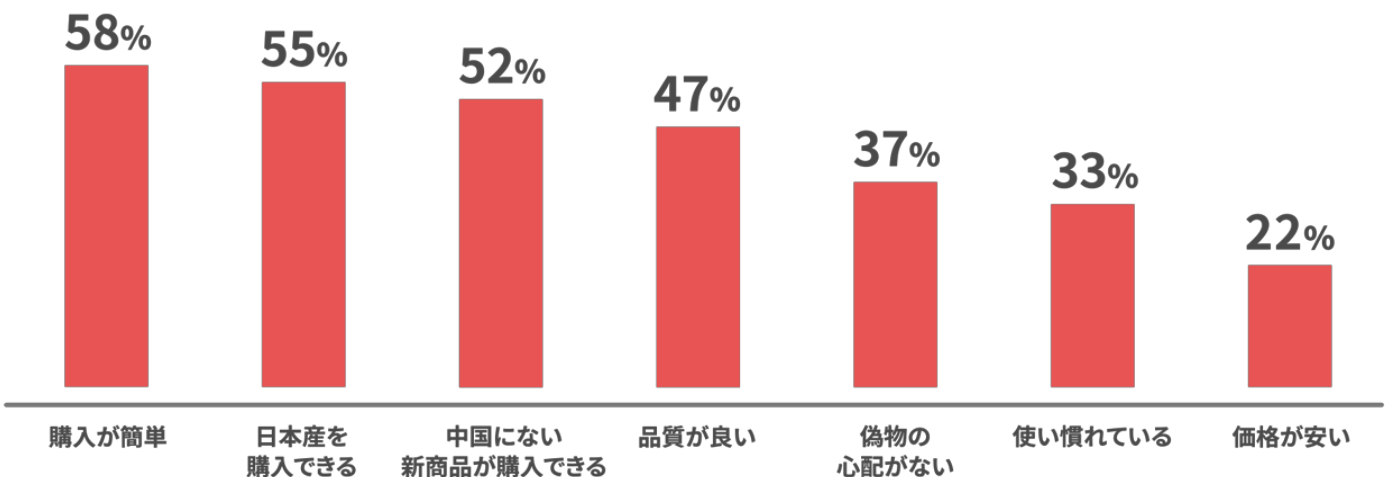
-中国人ママ越境 EC 意識・行動調査、8つのポイント-

6

日本製品を越境 EC で購入する 3 大理由は「簡便(58%)」「本物(55%)」「希少性(52%)」

「簡単だから(58%)」「日本産の本物(55%)」「中国では手に入らないもの(52%)」。

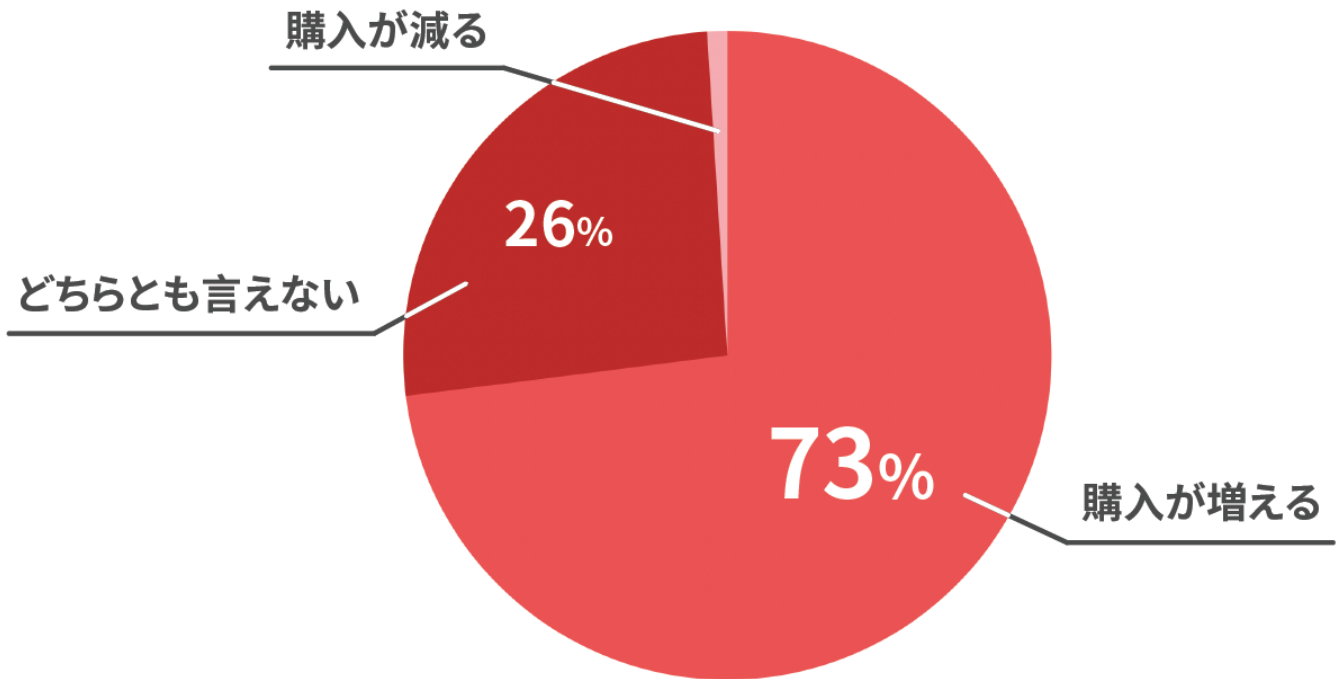
欲しい日本の製品を簡単に購入することができる点が越境 EC での日本製品購入の最大の理由。日本で作られた本物が見える、中国にはない商品が見える、がそれに続く。



-中国人ママ越境 EC 意識・行動調査、8つのポイント-

7

7割以上が今後日本商品を越境 EC で購入することが増えると回答
73%が今後日本商品を越境 EC で購入することが増えると回答。

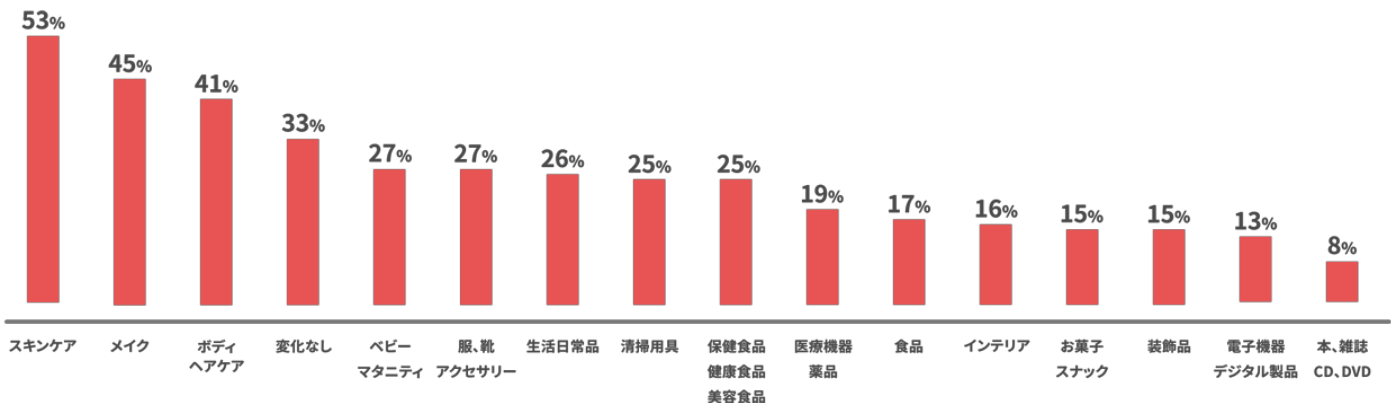


-中国人ママ越境 EC 意識・行動調査、8つのポイント-

8

越境 EC で購入が増えた日本製品 TOP3 は「スキンケア」「メイク」「ボディ・ヘアケア」
「スキンケア(53%)」「メイク(45%)」「ボディ・ヘアケア(41%)」。

越境 EC で購入が増えたトップ3 はいずれも女性向けのスキンケア、メイク、ボディ・ヘアケア関連用品。
ベビー・マタニティー、生活日常品など、底堅い需要の商品も好調



Onedot 株式会社は自社で培った事業知見を生かし、日本企業の中国越境 EC を支援しています。新型コロナウイルス感染拡大の影響で日本国内販売が大きく影響を受ける中、中国では「ポスト我慢消費(反動消費)」とも言われる急速な消費回復傾向が顕著にみられます。調査結果に見られるように、日本へ旅行ができず、「代理購入」による並行輸入品の販路も断たれた今、多くの中国人生活者は越境 EC の公式のチャネルを通じて日本商品を購入するようになっていました。国別比較においても、商品の魅力の高さと地理的な近接性から、日本商品が優位なポジションにあることが伺えます。

インバウンドの激減、国内販売チャネルの営業停止による売上減少を、中国への越境事業により補うことで、クライアント様がより強靱な事業基盤を再構築する支援をさせていただきます。新型コロナウイルス対策パッケージとして、無料でコンサルティング (1h) を提供させていただきます。日中両国の経験豊富なスタッフが、当社自身の中国における事業知見、マーケティングに基づいてご相談にお応えします。

無料コンサルティング概要 (先着 20 社限定)

- 対象 : 中国での越境 EC ビジネスを開始・拡大したい企業
- 対応言語 : 日本語・中国語・英語
- 詳細 : Zoom もしくは Wechat にて 1 時間
- 内容 : ビジネス課題を伺った上で、中国 EC の知識、進出・拡大方法をアドバイス

調査概要

- 調査期間 : 2020 年 4 月 28 日～5 月 7 日
- 調査テーマ : 越境 EC に関する意識・行動調査
- 調査対象者 : 上海の 0～3 歳の子供を持つ既婚女性 100 名
- 調査形式 : インターネットによる調査

会社概要

- 商号 : Onedot 株式会社
- 代表者 : 代表取締役 CEO 鳥巢知得
- 所在地 : 東京都港区 3 丁目 5-27
- 設立 : 2016 年 12 月 8 日
- 事業内容 : 中国向け育児メディア「Babily」運営 / 中国デジタル戦略・マーケティング支援
- URL : <http://babily.com>

■ 本件に関するお問い合わせ先 (日本語・英語・中国語対応)

bizdev@onedot-inc.com もしくは

Wechat ID:tetsu619 (Onedot 株式会社, Chief Strategy Officer 谷哲也)

Wechat ID:exkose7 (Onedot 株式会社, Account Executive 邵鴻成)

*調査結果をご利用いただく際は必ず「Onedot 株式会社調べ」と明記ください。