

中国人2,000人対象 【越境ECサイトの利用実態調査】

中国人の越境EC購入、日本商品が最多

海外旅行がきっかけで越境ECサイト利用…18.5%

～バイドゥ、中国国内における越境ECサイトの利用実態に関する調査結果（抜粋版）を発表～

バイドゥ株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：Charles Zhang、以下、バイドゥ）は、北京市、上海市など中国在住の中国人 2,000 人を対象に、中国国内における越境 EC サイトの利用実態に関するアンケート調査を実施いたしました（調査時期：2018年10月24日～2018年11月8日、有効回答：2,000サンプル）。その一部を抜粋して発表するとともに、全調査結果は「中国人越境 EC 利用実態」レポートとして販売いたします。

1. 背景

近年、中国を中心に訪日観光をきっかけとした越境 EC による日本製品購買の動きが広まっており、観光庁が2018年6月に発表したレポートによると、取引規模は約3500億円と推計しており、越境 EC では、中国人消費者による日本事業者からの越境 EC 購入額は前年比25.2%増の1兆2978億円（経済産業省、2018年4月）と発表されています。

このような中国人消費者のインバウンド消費、越境 EC 消費の高まりをうけ、中国人 WEB マーケティング施策は、日本にしながら実施できる中国ビジネスとして企業からのニーズが高まっております。インバウンドでは店舗対応、越境 EC では購買サイトでの対応とそれぞれ基礎的な施策・対応が必要になります。一方で、中国人消費者に商品認知をしてもらうというプロモーションの観点では、インバウンド施策、越境 EC 施策を分けて考える必要はなくなったと言えます。旅前・旅中・旅後を問わず、いかに中国人消費者に自社の製品の魅力を伝え購買につなげていくかが重要となります。

バイドゥでは、インバウンド、越境 EC など中国人を対象としたビジネスを展開する日本企業様に対して、百度リスティング広告、百度インフィード広告、百度グループの iQiyi（愛奇艺）、Ctrip（携程）などのウェブ広告サービスを提供しております。

2. 調査結果（抜粋）

①越境 EC サイト利用のきっかけ

越境 EC サイト利用のきっかけは周囲の人のすすめがトップで、女性では半数以上と多い。

- 「海外ブランドの商品を使ってみたかったから」「興味がある商品があったから」が2位・3位に続く。越境 EC サイト購入金額が高くなるほど、きっかけとして多い。
- 「海外旅行に行った際の商品が良かったから」は2割程度。越境 EC サイト購入金額・1年以内利用回数、また世帯年収が高いほどきっかけとして多い。中でも、「日本製品が良かった」のは全体で5割。北京・天津／広東省の女性では6～7割と、旅行きっかけで越境 EC サイトを利用する場合もあることがわかる。

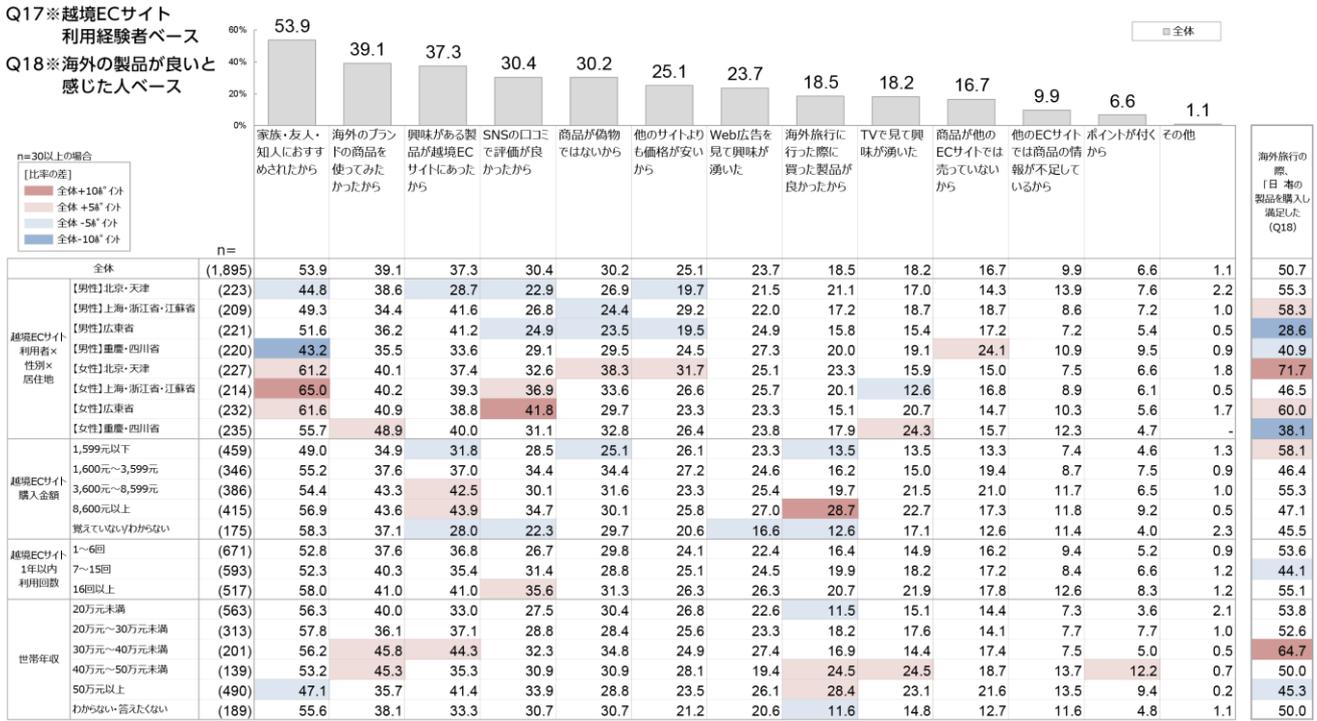
あなたが越境ECサイトを利用し始めたきっかけを全てお選びください。

前問で「海外旅行に行った際に買った製品が良かったから」とお答えになった方にお聞きします。

その時に「良かった」と感じた製品はどこの国の製品ですか。あてはまるものを全てお選びください。

MA

Q17※越境ECサイト
利用経験者ベース
Q18※海外の製品が良いと
感じた人ベース



※「全体」で降順ソート

②越境 EC サイトで購入する商品（国別）

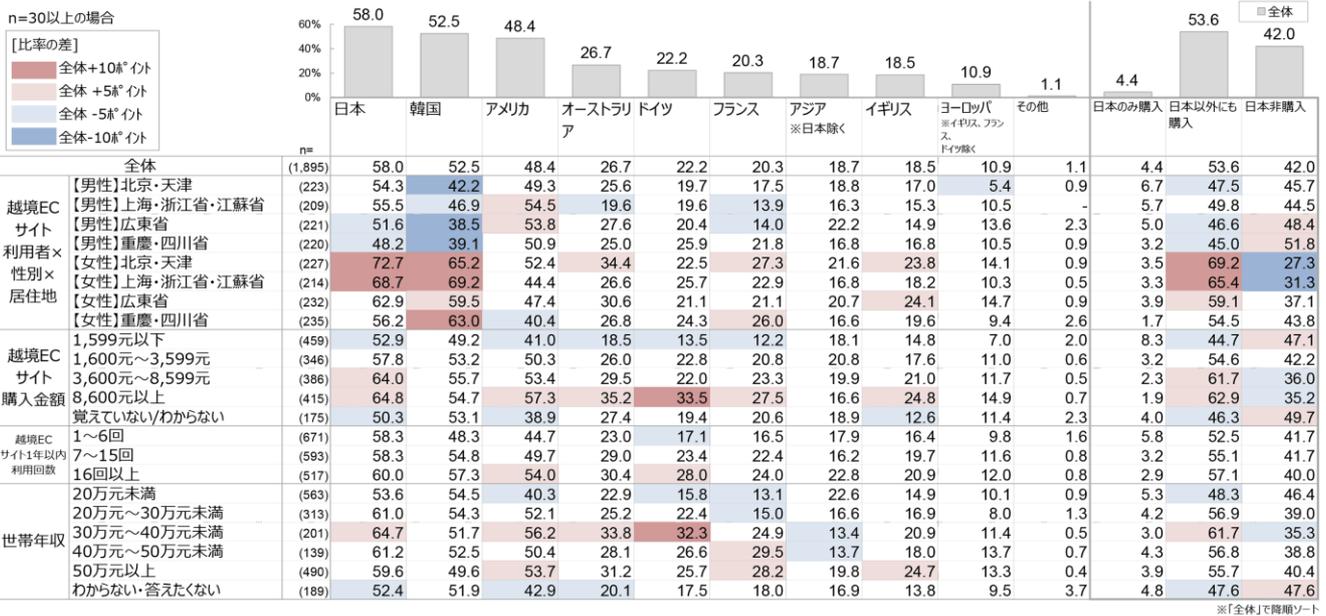
越境 EC サイトで購入する商品は、日本が最も多く、特に女性、越境 EC サイト高額購入者が多い。

- 居住地別で見ると、日本の商品購入は、北京・天津在住者で多く、重慶・四川省在住者は少ない傾向。
- 日本商品購入率は、越境 EC サイト利用回数別では差が無いが、購入金額別にみると、購入金額が高いほど日本商品購入率が高い傾向がある。
- 世帯年収別では、日本商品購入率に特に傾向はみられない。

あなたは越境ECサイトでどこの国の商品を購入することがありますか。
 あてはまるものを全てお選びください。

MA

※越境ECサイト利用経験者ベース



③ 越境 EC サイトの表示言語について

「買い物する」・「閲覧はする」の割合が最も高いのは「日本語のサイトが、自動翻訳されているサイト」で 9 割程度。

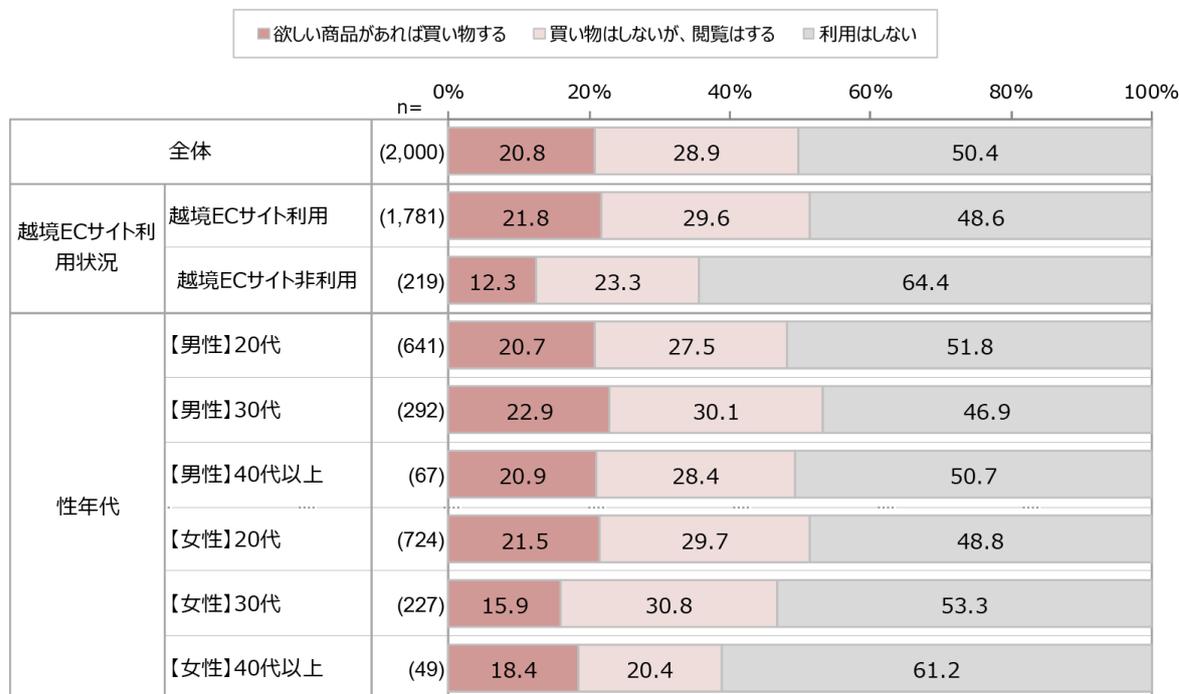
いずれの表示言語も「買い物する」・「閲覧する」の割合が高いのは男性 30 代。一方、女性 40 代はいずれの言語も低め。

- 「全て日本語のサイト」で「買い物する」を選んだのは越境 EC サイト利用者で 2 割程度。「閲覧はする」含めると半数近いが、英語のみのサイトよりも「買い物する」・「閲覧する」は低い。

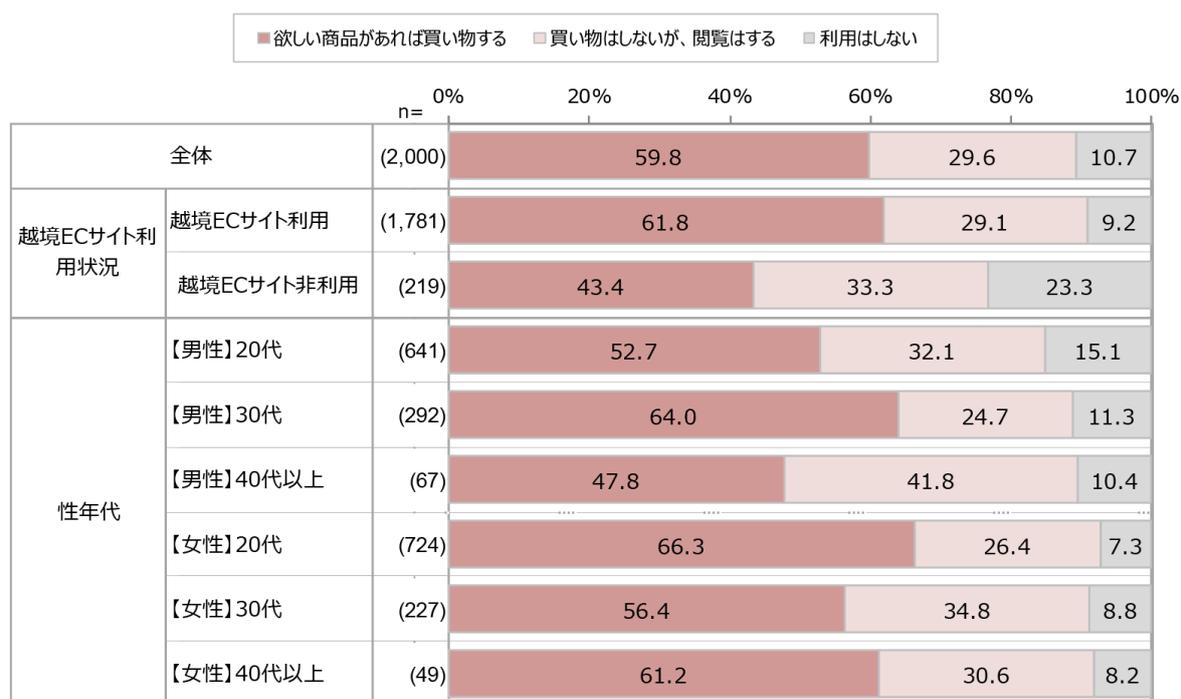
もし越境ECサイトが以下のようなサイトの場合、あなたは買い物や閲覧をしますか。
それぞれにあてはまるものをお選びください。

※越境ECサイトを使うことが無い人も、仮に使う場合のことを想像してお答えください。

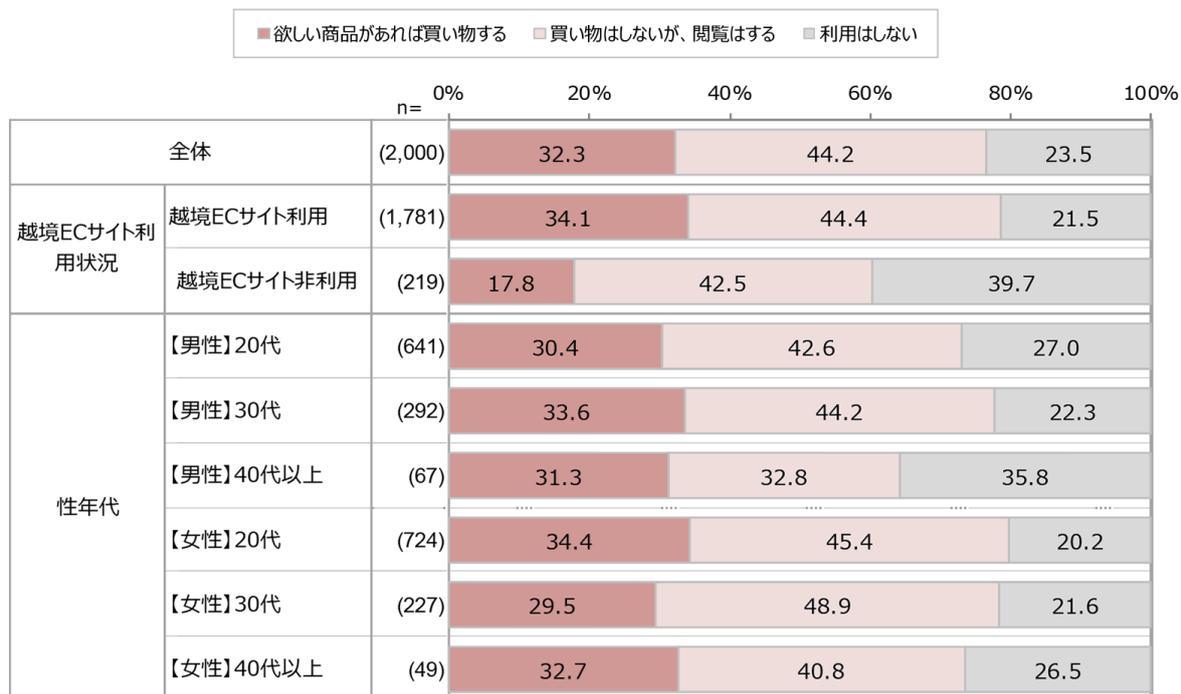
全て日本語のサイト



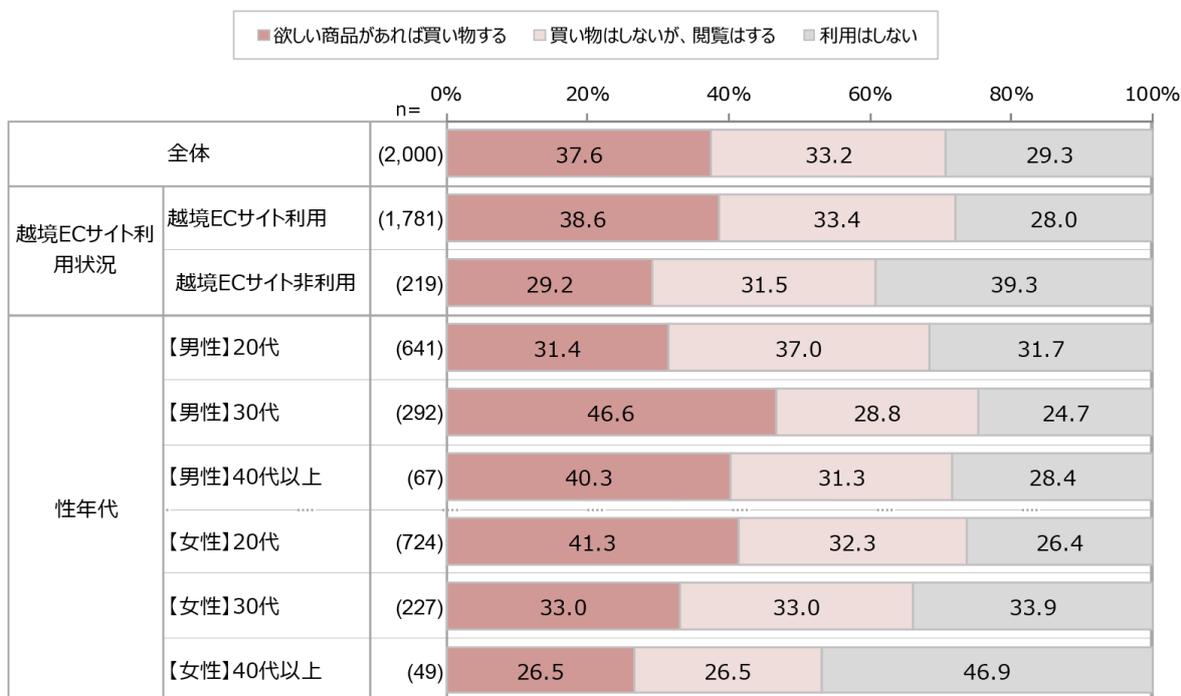
日本語のサイトが自動翻訳されているサイト



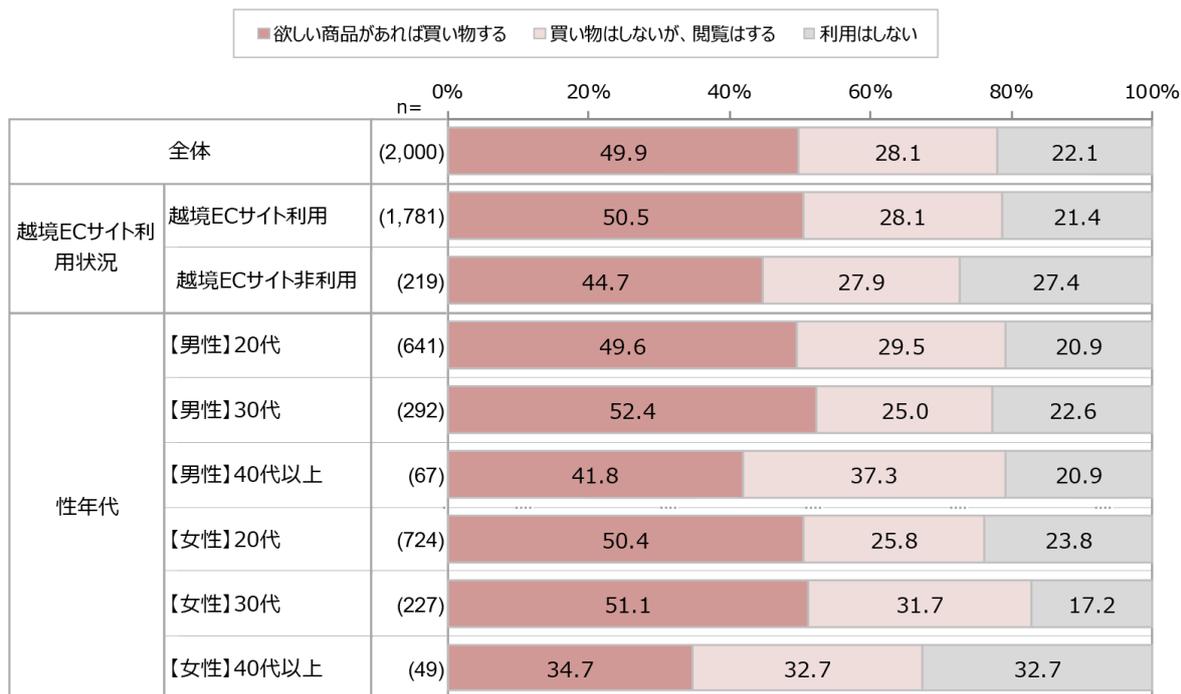
日本語のサイトが必要な情報だけ翻訳されているサイト



英語のみのサイト



繁体字のみのサイト



【ソース】

平成 30 年版観光白書について（概要版） 観光庁平成 30 年 6 月

<http://www.mlit.go.jp/common/001237304.pdf>

電子商取引に関する市場調査の結果を取りまとめました～国内 BtoC-EC 市場規模が 16.5 兆円に成長。国内 CtoC-EC 市場も拡大～（経済産業省、平成 30 年 4 月 25 日(水)）

<http://www.meti.go.jp/press/2018/04/20180425001/20180425001.html>

<http://www.cneo.com.cn/article-79242-1.html>

3. 調査概要

調査目的：中国国内における EC サイト・越境 EC サイトの利用実態の把握

調査内容：

1. 越境 EC サイト買い物時の実態

- ・ 利用きっかけ
- ・ 買い物時の行動、買い物時の商品情報源
- ・ 利用するサイトの選定重視点
- ・ 閲覧や検索するシーン、決済方法 など

2. 越境 EC サイトの利用実態

- ・ 主利用サイト、認知経路、継続理由
- ・ 閲覧率・買い物率
- ・ 購入することがある国の商品、買い物金額

- ・ サイト利用時の不安など

3. その他：インターネット全般の利用状況

4. 基本情報（性別・年代・居住地・同居人等）

調査対象：20-59 歳男女、下記の条件にあてはまる

- ・北京市、天津市、上海市、浙江省、江蘇省、広東省、重慶市、四川省居住者
- ・越境 EC サイトまたは国内の EC サイトを半年に 1 回は使用したことがある
- ※Baidu 調査モニター会員（中国本土に約 1,700 万の調査会員を保有）

調査方法：インターネットリサーチ

調査時期：2018 年 10 月 24 日（水）～ 2018 年 11 月 08 日（木）

有効回答：2,000 サンプル

越境ECサイト利用状況	性別	居住地				合計
		北京 天津	上海市 浙江省 江蘇省	広東省	重慶市 四川省	
越境ECサイト半年以内利用	男性	223	209	221	220	873
	女性	227	214	232	235	908
越境ECサイト半年以内非利用	男性	27	41	29	30	127
	女性	23	36	18	15	92

設問内容：

質問番号	質問文
1	あなたは買い物のために、EC サイト（インターネット上のショッピングサイト）を直近でいつ、利用されましたか。
2	あなたは、この 1 年間で EC サイトでの買い物をどのくらいしましたか。
3	あなたは買い物のために、越境 EC サイト（インターネット上で、海外の商品を購入できるショッピングサイト）を直近でいつ、利用されましたか。※越境 EC サイトの例：網易考拉海購（Kaola.com）、天猫国際（Tmall Global）、京東全球購（JD Worldwide）、Amazon Global など
4	あなたは、この 1 年間で越境 EC サイトでの買い物をどのくらいしましたか。※越境 EC サイトの例：網易考拉海購（Kaola.com）、天猫国際（Tmall Global）、京東全球購（JD Worldwide）、Amazon Global など
5	あなたが越境 EC サイトで購入する商品は、普段どなたが利用するためのものですか。
6	あなたの性別・年齢を教えてください。

7	あなたの現在の居住地を教えてください。
8	あなたの現在の居住地をより具体的に教えてください。
9	普段の、商品やブランド・メーカーに関する情報はどこで集めていますか。あてはまるものを全てお選びください。
10	越境 EC サイトを除いて、あなたが普段利用している EC サイトを全てお選びください。※越境 EC サイトの例：網易考拉海購 (Kaola.com)、天猫国際 (Tmall Global)、京東全球購 (JD Worldwide)、Amazon Global など
11	あなたが EC サイトで購入したことがある物を全てお選びください。
12	では、あなたが EC サイトで買うことに抵抗がある物 (実店舗でしか買いたくない物) を全てお選びください。
13	あなたが EC サイトで買いものをする時に、商品について参考にする情報源を全てお選びください。
14	あなたが、買い物をする EC サイトを決める時に、重視する点を全てお選びください。
15	あなたが知っている越境 EC サイトを全てお選びください。
16	あなたが利用したことのある越境 EC サイトを全てお選びください。
17	あなたが最も利用する越境 EC サイトを 1 つお選びください。
18	あなたが最もよく利用する越境 EC サイトは、どこで知りましたか。あてはまるものを全てお選びください。
19	あなたが、最もよく利用している越境 EC サイトを継続的に利用している理由を全てお選びください。
20	あなたは EC サイト/越境 EC サイトをどのくらいの頻度で見ますか。※商品を購入するかどうかに関わらずお答えください。
21	あなたは EC サイト/越境 EC サイトでどのくらいの頻度で買い物をしますか。
22	あなたは越境 EC サイトでどの国の商品を購入することがありますか。あてはまるものを全てお選びください。
23	あなたが越境 EC サイトを利用し始めたきっかけを全てお選びください。
24	前問で「海外旅行に行った際に買った製品が良かったから」とお答えになった方にお聞きします。その時に「良かった」と感じた製品はどこの国の製品ですか。あてはまるものを全てお選びください。
25	これまで、日本旅行で買って「良かった」と感じ、越境 EC サイトで買った商品はありますか。あてはまるものを全てお選びください。
26	あなたが越境 EC サイトで買いものをする時に、商品について参考にする情報源を全てお選びください。
27	あなたは、以下のような商品を買う時、国内の EC サイト/越境 EC サイトどちらかを優先的に使うことはありますか。※以下の商品を買うことがない方も、「もし買うとすれば」どちらのサイトを使いたいかをお答えください。

28	あなたが、買い物をする越境 EC サイトを決める時に、重視する点を全てお選びください。
29	あなたが商品を購入する時の行動として、それぞれにあてはまるものをお選びください。
30	あなたは、越境 EC サイト/EC サイトを閲覧していて、買い物する予定が無かったのに商品を購入してしまうことはありますか。ある場合は、どのような時に商品を購入してしまいますか。あてはまるものを全てお選びください。
31	あなたが商品を閲覧したり検索する時と、商品を購入する時に普段利用しているデバイスを全てお選びください。
32	あなたが商品を購入する時どんな時ですか。商品を購入する時間を 100 とした時、下記にあげる場面の時間の割合を記入ください。
33	あなたは越境 EC サイトで買い物する時に、転送サービスを利用したことはありますか。※転送サービスとは、海外に発送ができない EC サイトの商品をあなたの代理で受け取り、その後、中国国内に発送するサービスのことです。利用したことがある場合は、最近いつ利用しましたか。
34	あなたの EC サイト/越境 EC サイトで買い物するときに普段使っている決済方法を全てお選びください。※この設問はタテ方向にお答えください。
35	あなたが越境 EC サイトで、定期的に購入している商品はありますか。あてはまる商品を全てお選びください。※買うたびに異なる越境 EC サイトを使っても構いません。
36	以下に挙げる商品について、越境 EC サイトで 1 回の買い物に使う平均金額をお選びください。
37	あなたの、この 1 年間の EC サイト（※越境 EC サイト含む）の買い物合計金額をお選びください。※複数の EC サイトをご利用の場合は、合計してお答えください。
38	あなたの、この 1 年間の越境 EC サイトの買い物合計金額をお選びください。※複数の越境 EC サイトをご利用の場合は、合計してお答えください。
39	あなたが越境 EC サイト利用時に不安に感じる点や不便に感じる点を全てお選びください。※越境 EC サイトを使うことが無い人も、仮に使う場合のことを想像してお答えください。
40	もし越境 EC サイトが以下のようなサイトの場合、あなたは買い物や閲覧をしますか。それぞれにあてはまるものをお選びください。※越境 EC サイトを使うことが無い人も、仮に使う場合のことを想像してお答えください。
41	もし、「日本旅行前や日本旅行中に越境 EC サイトで購入した商品を、ホテルやコンビニで受け取れるサービス」があったら利用

	したいと思いませんか。「利用したい」と思った方は、「利用してもよいと思う手数料の上限金額」をお答えください。
42	あなたはこれまでに、何回、海外旅行に行ったことがありますか。留学も含めてお答えください。
43	あなたの職業をお選びください。
44	あなたの個人年収を教えてください。
45	あなたの世帯年収を教えてください。
46	あなたと同居している方を全てお選びください。
47	下記に挙げる電子機器について、あなたの1日あたりの平均利用時間をお答えください。※プライベートの利用に限ってお答えください。
48	あなたのご自宅のインターネット環境にあてはまるものを全てお選びください。
49	普段インターネットを利用して、接続速度に不満を感じていますか。
50	普段、「ページが表示されるまでに時間がかかり、サイトの閲覧をやめた」経験はありますか。経験がある方は、直近半年間で閲覧をやめた頻度をお選びください。
51	普段、あなたがサイトを利用して、「ページが表示されるまでに時間がかかり、サイトの閲覧をやめた」経験はありますか。経験がある方は、直近半年間で閲覧をやめた頻度をお選びください。

調査実施機関：バイドゥ株式会社 ※調査委託先：株式会社マクロミル

4. 本調査レポート提供方法

販売価格：30万円（税別）

販売方法：メールにてお申込み

連絡先：china_research@baidu.com

納品物：調査レポート（PDF）、GT表（Excel）、クロス集計表（Excel）

<バイドゥ株式会社について>

中国の検索市場において第1位のシェアを有しており、米国NASDAQへ上場している Baidu, Inc.（百度）（本社：中国北京市、会長兼CEO：Robin Li）の日本法人です。2006年12月に設立以降、法人企業さまの中国でのマーケティング活動支援、インバウンド、越境EC対策などをサポートすべく、中国語圏向けのリスティング広告、アドネットワーク広告などのインターネット広告商品を提供するほか、累計3200万ダウンロード（2018年7月時点）を誇る日本語入力&きせかえ顔文字キーボードアプリ「Simeji」（2011年12月よりAndroid版、2014年9月にiOS版を提供）を提供しています。また、2015年5月より、Webメディア様向けレコメンドエンジンやインターネット広告、スマートフォン広告を提供する popIn 株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：程涛）がグループに加わっています。

<本件に関する報道機関からのご質問やご取材のお申し込み先>

バイドゥ株式会社 広報部 岩間

E-MAIL : pr-jp@baidu.com

<中国 Baidu への広告出稿をご検討の方からの問い合わせ先>

E-MAIL : china_ad@baidu.com