

報道関係者各位

2023年8月2日  
ストライプジャパン株式会社

## 【Stripe 最新レポート】

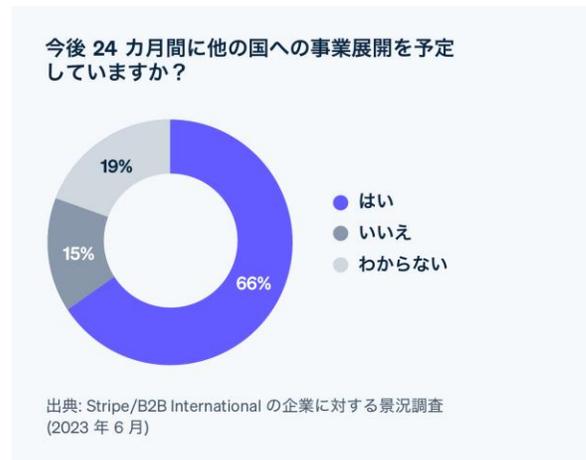
### デジタル貿易で国境を越えるビジネス競争が加速 ～グローバル経済を変革するデジタル貿易に関する調査を発表～

- 66%の企業が、今後2年以内に他国への展開を計画、日本は79%と高め
- 現在の厳しい世界情勢にもかかわらず、企業の半数がこれまで以上に国際的な販売が容易になっていると回答
- 近隣諸国からの輸出が依然として高い水準にある一方、今までとは異なる貿易ルートが拡大しており、調査対象である9ヵ国全ての国が複数の大陸を股にかけた大規模な輸出を行っている傾向に
- 零細企業はグローバル化しつつあり、個人事業主の80%が複数の国への輸出を実施

サンフランシスコおよびダブリン発表 - 企業向け経済インフラプラットフォームである Stripe は、本日、従来の貿易ルートを越えた「デジタル貿易」に対する自信と投資が顕著であることを示す最新レポートを発表しました。本レポートでは、大企業から個人事業主まで幅広い層の企業が新たなグローバル市場への進出を検討していること、そして、世界中のどこでも起こりうる需要に企業が臨機応変に対応することで、デジタル貿易ルートが著しく多様化していることが分かりました。

## グローバル化する経済の未来に対し、楽観的な企業と消費者

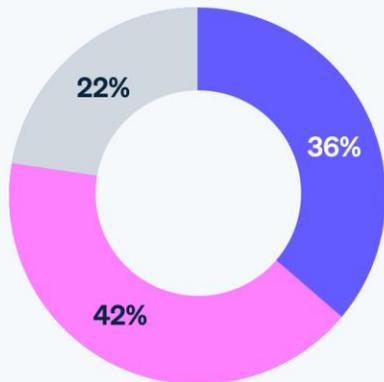
近年のマクロ経済や地政学的な課題にもかかわらず、企業と消費者の双方が越境ビジネス（販売および購入）について、肯定的な見通しを持っています。企業の66%が「今後2年以内に他国への展開を計画」しており、81%が「今後5年間で海外売上高の増加」を見込んでいることから、企業も消費者も国内市場以外での売買に熱心であることが分かりました。特に「今後2年以内に他国への展開を計画」している日本企業は79%と、グローバル平均よりも13ポイント高いことが分かっています。



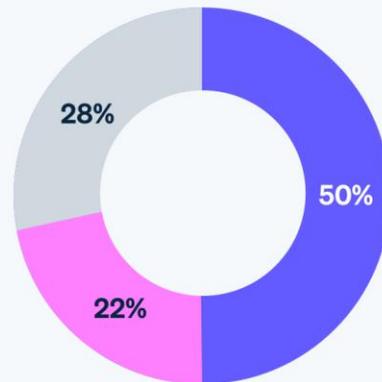
こうした変革は、越境ビジネスを容易にしたテクノロジーに支えられています。国際貿易は経営的に複雑であり、ローカライズされた市場拡大戦略が必要とされる一方で、どの企業にとっても単独で解決するのは難しい課題となっていました。しかし、決済の受け付けや在庫管理、納税義務を果たすための使いやすいデジタルツールが普及したことで、企業はその必要がなくなりました。このことから、50%の企業が5年前よりも「海外事業の運営が容易になっている」と考えており、「海外事業の運営が難しい」と感じているのは22%にとどまっています。日本市場を見ると、「海外事業の運営が容易になっている」と考えている企業は49%とグローバル平均と大きな差はないものの、「海外事業の運営が難しい」と感じているのは17%と5ポイント低い傾向にあります。

## 海外事業の運営は 5 年前と比べて容易になりましたか、困難になりましたか？

2019 年に調査した企業



2023 年に調査した企業



- 比較的容易
- 比較的困難
- ほぼ同じ / わからない

出典: Stripe/B2B International の企業に対する景況調査 (2023 年 6 月) および Stripe グローバルネイティブレポート (2019 年)

グローバル経済に対するこの前向きでオープンな姿勢は、消費者にも及んでいます。消費者の 68% が「海外からの物品購入」に前向きで、59% が「他国に拠点を置く企業からのオンラインサービスの購入」に前向きであることが分かっています。この数字は 18 歳から 34 歳の消費者ではさらに高く、76% が「海外からの物品商品の購入」に、74% が「オンラインサービスの購入」に前向きである傾向となりました。

### デジタル貿易の恩恵を受ける驚くほど幅広い業界

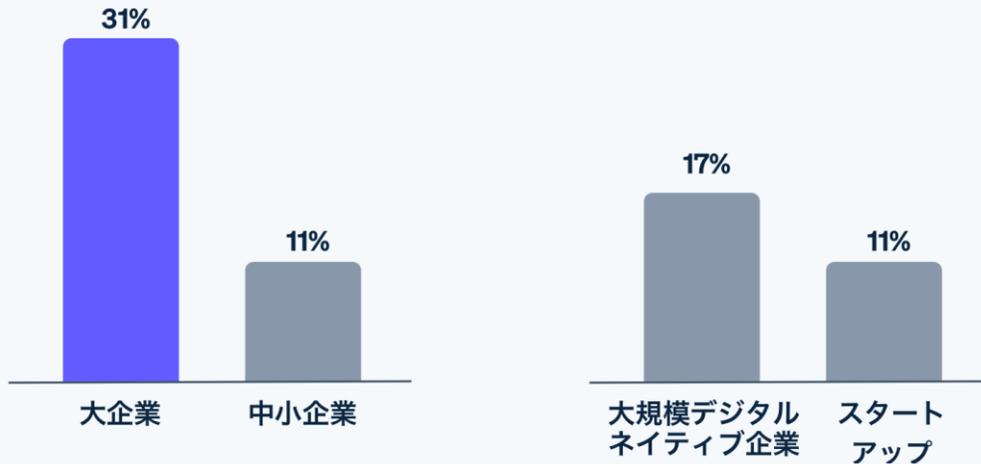
現在、個人事業主の 81% が「複数の市場で販売」しており、こうした企業の 18% は「11 以上のグローバル市場で販売」しています。また、日本の個人事業主の 47% が「複数の市場で販売」していることが分かっており、「11 以上のグローバル市場で販売」しているのはわずか 10% という結果になりました。

同時に、伝統的な大企業も国境を越えた事業展開に傾注しています。2021 年から 2022 年にかけて、Stripe で「国際的に販売する企業」は 31% 増加しており、特に日本企業は 8 ポイント高く、39% 増加していることが分かりました。調査対象となった大企業の 50% が「今後 2 年間でさらなる国際展開を計画している」と回答しています。

## 越境販売を行っている企業数の前年比成長率 (企業セグメント別、2021 年対 2022 年)

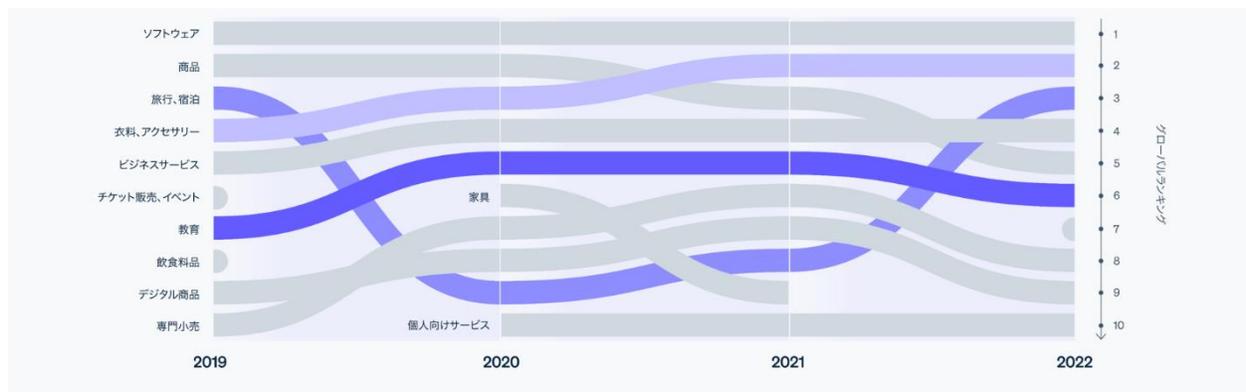
非デジタルネイティブ企業:

デジタルネイティブ企業:



出典: Stripe 取引データ (2021 ~ 2022 年)

また、現在教育関連事業の 88% が「国際的な事業展開」を行っており、70% が「今後 2 年以内に新たな国への進出を計画」していることから、デジタル貿易はソフトウェア事業や e コマースサイトにとどまらず、伝統的なオフライン業界も、デジタル化されたグローバル経済の中で国境を越えたビジネスチャンスを追求しています。



## 多様化するデジタル貿易ルート

急成長しているデジタル輸出ルート（輸出先）の多くは近隣諸国間であるものの、顕著な例外もあります。例えば、オーストラリアとアイルランドは旅行と観光を原動力に急成長している貿易関係にあり、Stripe の取引データによると、アイルランドは 2022 年にオーストラリアにとって最も急成長した輸出先となりました。一方で、ドイツは 2022 年に米国企業にとって最も急成長する輸出先となっています。日本市場の場合、台湾が急成長している重要なマーケットとなっており 150% の成長を実現しました。

本レポートで分析した 9 市場すべての企業が、物理的に多様な国々に輸出しています。すべての国のデジタル輸出市場の上位 5 ヶ国には、少なくとも 2 つの異なる大陸の市場が含まれていることが分かりました。日本市場においては、米国、香港、台湾、オーストラリア、韓国が上位 5 ヶ国となっており、3 つの異なる大陸・地域の市場が含まれる結果となっています。また、オーストラリア、メキシコ、シンガポール、英国、米国では、デジタル貿易市場はさらに多様で、これらの国々のデジタル貿易市場上位 5 位は、少なくとも 3 大陸に及んでいます。

ストライプの最高顧客責任者 (CCO) であるマイク・クレイヴィルは以下のように述べています。

「デジタル貿易は、企業が事業を展開する市場を拡大する機会を生み出している一方、成功は決して容易ではありません。企業が必要としているのは、どこで販売しても機能するシンプルな経済インフラです。私たちの調査結果は、企業がこの可能性をますます活用しつつあることを示しています」

本レポートはこちらからご覧いただけます。

<https://go.stripe.global/digital-trade-report-ja>

本レポートは、オーストラリア、フランス、ドイツ、アイルランド、日本、メキシコ、シンガポール、英国、米国の世界 9 市場のビジネスリーダー 1,700 名と消費者 11,500 名を対象とした調査に加え、Stripe のプラットフォームから収集した取引データによって検証されたデータをもとに作成されています。



#####

## **Stripe について**

Stripe は、企業向けの経済的インフラストラクチャを構築する会社です。スタートアップから世界的な大企業まで、数百万におよぶ企業が Stripe を導入して支払いを受け取り、収益を成長させ、新たなビジネス機会を加速させています。サンフランシスコとダブリンに本社を持つ Stripe は、インターネットの GDP を拡大させることを使命に掲げています。

詳しくは <https://stripe.com/jp> をご覧ください。