

株式会社SECAI MARCHE

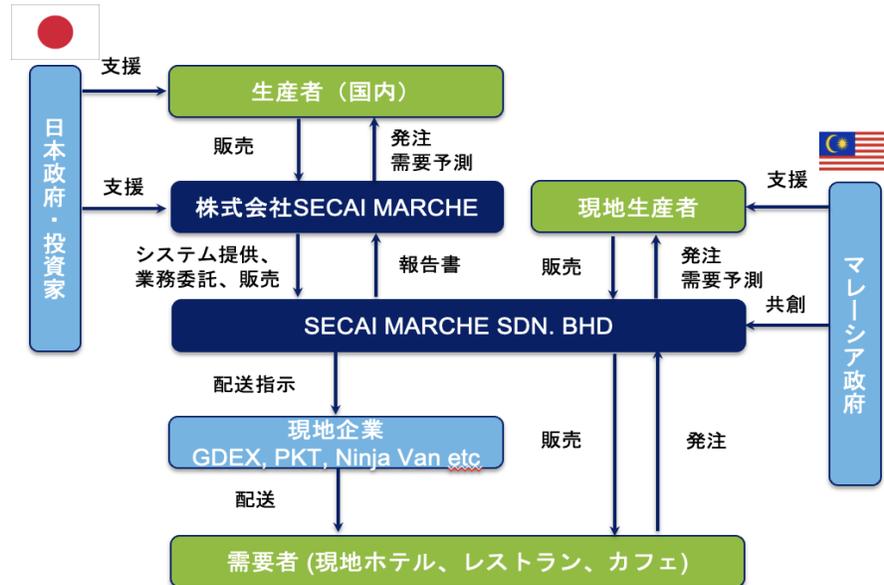
ECプラットフォームを用いた生鮮品サプライチェーン高度化実証事業



本事業の目的

東南アジアのEC市場は2025年には1,720億USドル規模に達すると予測されており、特にマレーシアはシンガポールに次ぐ高いEC成長率を記録している。本事業では、デジタル技術を活用した生鮮品ECの促進と、冷蔵フルフィルメント機能を備えた輸送網の構築を進める。これにより、新たな生鮮品EC市場の創出・拡大を図る。

現地企業や政府との協力・連携



現地の経済・社会課題

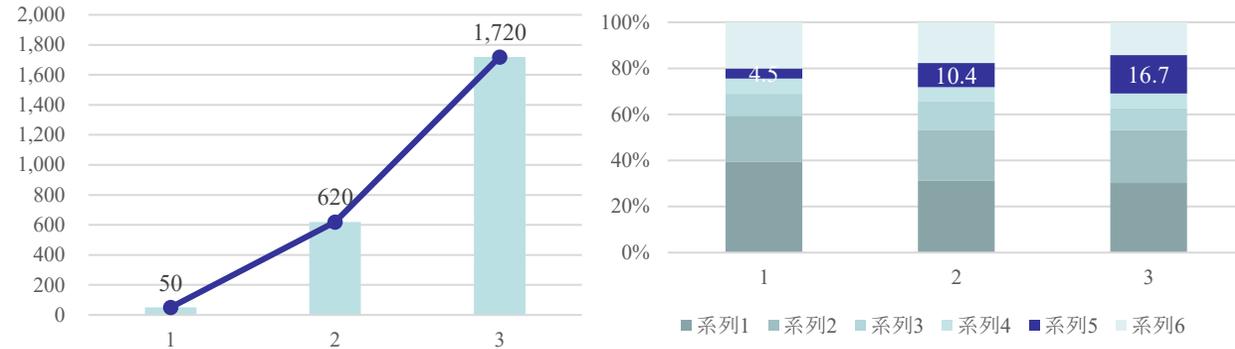


図1:東南アジアEC市場規模(US億ドル) 図2:EC市場の流通取扱額シェア

2020年の東南アジアEC市場規模は620億USドルにのぼり、2025年には1,720億USドルを超える規模になると予想されている(図1)。その中でマレーシアはECの成長率が非常に高く、食料品部門は中でも最も成長している(図2)。

しかしながら、輸送インフラの未発達により生鮮品の流通が困難であり、廃棄率が非常に高い。また、業界の断片化や低い技術導入率、計画・実施の調整不足、ガバナンスの課題などが影響し、生産者は平凡な品質の商品を高コストで提供せざるを得ない状況にある。これらの課題により、生鮮品のEC化は依然として十分に進んでいないのが現状である。

これらの課題を解決することで、マレーシアの生鮮食品EC市場は大きな成長ポテンシャルを發揮し、国内生産者の競争力向上、消費者の利便性向上、さらには国際的な貿易促進にも寄与することが期待される。



株式会社SECAI MARCHE

ECプラットフォームを用いた生鮮品サプライチェーン高度化実証事業

実証期間

2023年8月～2024年12月

実証した内容

1. 商流物流のデジタル化による生鮮品ECの促進
従来、マレーシアの生鮮品流通はアナログな取引が主流であり、透明性に欠けていた。本事業では、これをデジタルECプラットフォームに置き換えることで、取引の透明性を高め、効率的な流通を実現する。
2. 冷蔵フルフィルメント機能を備えたダイレクト輸送網の構築
中小規模の生産者と消費者を直接つなぎ、少量多品種の注文に対応するためには、冷蔵小口配送に対応した共同集荷・配送ネットワークの整備が不可欠である。従来の配送網では、野菜、果物、卵、鶏肉、調味料など商品カテゴリーごとにサプライヤが分かれ、それぞれが独自の倉庫・物流トラックを運用している。このため、低コストで小口注文に対応することが困難であった。本事業では、これまでに構築してきた冷蔵小口配送に対応可能な新しい共同集荷・配送ネットワークを活用し、拠点ごとの発注から集荷、配送までのフルフィルメント機能を強化する。この仕組みにより、物流コストをさらに低減するとともに、少量多品種のオーダーへの対応を可能にし、生産者と消費者の利便性を向上させる。

事業の成果/今後の予定

マレーシアにおける生鮮品EC市場は急速に拡大し、月間売上は7,000万円を超え、補助事業期間中に85%以上成長した。また、本事業で構築したEC対応の冷蔵小口配送機能やAIを活用したフルフィルメント最適化により、生産者から消費者までの配送コストと運用コストが大幅に削減され、通期の粗利は6ポイント以上向上した。生産者の利用者数は日本とマレーシアの2カ国で35%増加し、2024年12月には449軒に到達し、一部の生産者では利用前と比較して売上が200%以上向上している。消費者の顧客数も増加し、ハイエンドおよびミドルハイエンドのレストランやホテルを中心に1,650店舗を超え、マレーシア・クアラルンプールの対象顧客全店舗数16,000店舗のうち10%の店舗がECを通じて生鮮品の調達を行うようになった。特に、本事業で重点的に取り組んだミドルハイエンド層の拡大とともに、ハイエンド+ミドルハイエンド層の対象顧客において35%のシェアを獲得した。

さらに、参加する生産者の増加により取扱量が拡大し、商品の選択肢が増え、価格が下がり、産地リレーの活用によって欠品数が減少することで利便性が向上し、消費者数や購買単価が増加するという好循環が生まれた。今回の実証結果を踏まえ、東南アジアの生鮮品EC市場を加速させる確かな手応えを得ることができた。

今後は、利用する農家数および顧客数をさらに増やし、既存の生鮮品物流市場において20～30%のシェア獲得を目指す。加えて、数年以内には一般消費者（B2C）市場への展開を開始し、さらなる市場拡大を図る。また、他国への事業展開も進める予定であり、今回の補助事業で協業したASEANパートナー企業との連携をさらに強化していく。