

農林水産省補助事業

マレーシアにおける食品の  
オンライン販売（EC）に関する調査  
－越境 EC の可能性－

2020年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

クアラルンプール事務所

農林水産・食品部 農林水産・食品課

**【免責条項】** 本資料で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェットロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本資料で提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェットロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

## お役立ち度アンケートへのご協力をお願い

ジェトロでは、日本産食品輸出の参考とすることを目的に本調査を実施しました。ぜひお役立ち度アンケートにご協力をお願いいたします。

◆本調査のお役立ち度（必須）

役に立った まあ役に立った あまり役に立たなかった 役に立たなかった

その理由をご記入ください。

◆本調査をご覧になり、実際にビジネスにつながった例がありましたらご記入ください。（任意）

◆今後のジェトロの調査テーマについてご希望等がございましたら、ご記入願います。（任意）

◆貴社・団体名（任意）

◆お名前（任意）

◆メールアドレス（任意）

◆企業規模（必須） 大企業 中小企業 その他

**FAX 送信先：03-3582-7378 ジェトロ農林水産・食品課宛**

**本アンケートはインターネットでもご回答頂けます**

**( [https://www.jetro.go.jp/form5/pub/afa/ma\\_ec](https://www.jetro.go.jp/form5/pub/afa/ma_ec) )**

※お客様の個人情報につきましては、ジェトロ個人情報保護方針に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価及び業務改善、事業フォローアップ、今後の調査テーマ選定などの参考のために利用いたします。

【調査名：マレーシアにおける食品のオンライン販売（EC）に関する調査－越境ECの可能性－】



はじめに

日本からマレーシアへの農林水産食品の輸出は年々拡大しており、2018年には86億円となり前年比で12.8%増加した。多くの日本の外食サービスがマレーシアへ進出していることやマレーシア人による訪日旅行がブームになったことで、寿司、ラーメン、焼肉、抹茶・緑茶などを始めとした日本食がマレーシアで徐々に認知されることとなった。

一方でこれまではクアラルンプール市内のレストランやホテルなど業務用を中心に販路を拡大していた日本食品であるが、最近ではジョホール、ペナン、コタキナバルといった地方都市や小売市場での需要も高まっている。日本好きの消費者のなかには、外食だけでなく家庭や贈答品として日本食材を楽しむ例も見られるようになってきている。

このような環境の中で、近年成長が目覚しく、また首都圏・地方都市関係なく容易にアクセスできるインターネットを利用したオンライン販売サイト（以下「EC (Electronic commerce) サイト」という。）が日本食材の販売方法として注目され始めている。また、資金面で小売店をマレーシアへ展開することが難しい日本企業が、現地に支店などを設けずにマレーシアの EC サイトへ出店（越境 EC）を考えるケースも見られる。

マレーシアでは2007年にebayがCtoCの先駆けとして立ち上がり、Lelong、Mudah、LAZADAなどECサイトの参入が相次いだ。政府もマレーシアのEC市場の拡大に本腰を入れており様々な強化策を打ち出している。その結果、現在ではECユーザーが国民の52%を占めるまでに成長しており、スタートアップ企業も次々と参画している。

しかしながら、マレーシアのECサイトへの出店にあたって、言葉の壁や日本との商慣習や規制の違いから日本企業は多くのハードルに直面することが予想される。実際に、日本企業から、「必要な手続き、資格、決済方法が分からない」「そもそも日本から出店が可能なのか分からない」「どういった商材が出店可能なのか」といった問い合わせも散見する。

本調査では、マレーシア市場でシェアの大きいショッピングモール型ECサイトについて、日本から出店し、マレーシアで日本食材を販売することが可能か、可能な場合はその実際の手続き、決済方法、出店と宣伝に必要な費用について記載した。本調査が、日本からマレーシアへの販売を考えている事業者の方々の、出店の検討および実務の一助となれば幸いである。

2020年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

クアラルンプール事務所

農林水産・食品部 農林水産・食品課

# 目次

1. マレーシアにおける EC サイトの概況.....	1
【市場規模】.....	1
【成長率】.....	3
【マーケットシェア】.....	4
【利用者層】.....	6
【主に取引されている商品】.....	8
【客単価】.....	11
【その他、マレーシアの EC サイトに関する基礎的情報】.....	12
2. マレーシアの EC サイト上位 5 社.....	16
① ラザダ(Lazada).....	17
② ショッピー(Shopee).....	17
③ レローン(Lelong).....	18
④ プレストモール(PrestoMall: 旧イレブンストリート(11Street)).....	19
⑤ イーベイ(ebay).....	20
3. モール型 EC サイトへの食品の出品手続き.....	22
(1) ラザダ(Lazada).....	24
【越境 EC の可否および越境 EC 対象国】.....	24
【具体的な出店方法、出品手続】.....	24
【出品に際して満たす必要がある条件】.....	32
【食品取扱に関する認可】.....	33
【日本からの越境 EC の際の必要な手続き】.....	35
【日本から越境 EC に取組む際の注意点】.....	43
【出品費用、関税支払方法、その他必要経費、サイト内における広告宣伝費】.....	43
【販売価格の決定方法、マージン率、代金決済方法などの金銭に関する規定】.....	45
【商品配送・物流(納品、在庫、配送)に関する規定および費用】.....	46
【販売に関する条件(出品商品数、販売ノルマなど)の有無】.....	48
【禁止事項およびその他出品、継続販売に関する規定】.....	49
【EC サイト参入の成果・障壁・課題】.....	51
(2) ショッピー(Shopee).....	55
【越境 EC の可否および越境 EC 対象国】.....	55
【具体的な出店方法、出品手続】.....	55
【出品に際して満たす必要がある条件】.....	60
【食品取扱に関する認可】.....	62
【日本からの越境 EC の際の必要な手続き】.....	62

【日本から越境 EC に取組む際の注意点】.....	63
【出品費用、関税支払方法、その他必要経費、サイト内における広告宣伝費】.....	64
【販売価格の決定方法、マージン率、代金決済方法などの金銭に関する規定】.....	67
【商品配送・物流(納品、在庫、配送)に関する規定および費用】.....	69
【販売に関する条件(出品商品数、販売ノルマなど)の有無】.....	71
【禁止事項およびその他出品、継続販売に関する規定】.....	71
【EC サイト参入の成果・障壁・課題】.....	74
(3) イーシーポート(EC-PORT).....	76
【越境 EC の可否および越境 EC 対象国】.....	76
【具体的な出店方法、出品手続】.....	77
【出品に際して満たす必要がある条件】.....	80
【食品取扱に関する認可】.....	80
【日本からの越境 EC の際の必要な手続き】.....	81
【日本から越境 EC に取組む際の注意点】.....	94
【出品費用、関税支払方法、その他必要経費、サイト内における広告宣伝費】.....	95
【販売価格の決定方法、マージン率、代金決済方法などの金銭に関する規定】.....	96
【商品配送・物流(納品、在庫、配送)に関する規定および費用】.....	97
【販売に関する条件(出品商品数、販売ノルマなど)の有無】.....	99
【禁止事項およびその他出品、継続販売に関する規定】.....	99
【EC サイト参入の成果・障壁・課題】.....	99
4. スタートアップの EC 食品ビジネスへの参画状況.....	101

## 1. マレーシアにおける EC サイトの概況

### 【市場規模】

2019年1月の We Are Social と Hootsuite の調査データ<sup>1</sup>によると、人口が 3,225 万人を超え、人口の 125% に当たる 4,000 万人が携帯端末を契約しているモバイル国家であるマレーシアでは、現在 2,500 万人（人口の 80%）がインターネットを利用している。このうち 88% はネットショッピングサイトを訪れた経験があり、うち 75% はオンラインで商品を購入した経験を持つ。デスクトップやノートパソコンを介した購買は 44% だが、モバイル端末からの購買は 58% と、モバイル端末を利用したインターネットショッピングがトレンドである。

マレーシアの市場規模(2019年)

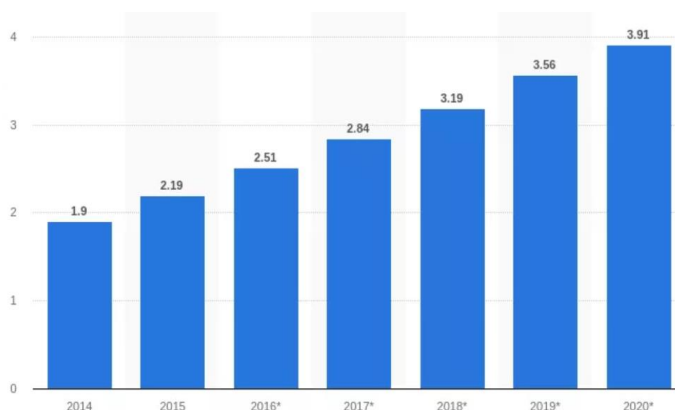


図 1 出所: We Are Social, Hootsuite「デジタル 2019 マレーシア」

ドイツのオンライン市場調査・統計会社 Statista<sup>2</sup>によると、2018 年のマレーシア e コマースの売上高は、30.19 億ドル、前年比 111% と予想されていた。2020 年には 39 億ドルに達すると予想されている。

図 2 出所: Statista「マレーシアの e コマース市場 2014 年から 2020 年まで」

マレーシアの e コマース市場規模総額(単位: 10 億ドル)



<sup>1</sup> We Are Social, Hootsuite <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

<sup>2</sup> Statista <https://www.statista.com/statistics/770042/e-commerce-market-value-malaysia/>



一方 2019 年 5 月の eMarketer<sup>3</sup>による世界の状況を見てみると、2018 年の世界最大 e コマース市場は中国で、その売上高は 1 兆 9,350 億ドルを記録した。2 位の米国は 5,869 億ドルで、中国の 3 分の 1 だった。現在世界の e コマース市場は、54%を中国が占めていることになる。マレーシアは順調にその市場を広げているものの、拡大の余地はまだあるといえる。

### 小売り e コマース販売国ランキング Top10

十億ドル		2018 年	2019 年	前年比(%)
1	中国*	\$1,520.10	\$1934.78	27.3%
2	アメリカ	\$514.84	\$586.92	14.0%
3	イギリス	\$127.98	\$141.93	10.9%
4	日本	\$110.96	\$115.40	4.0%
5	大韓民国	\$87.60	\$103.48	18.1%
6	ドイツ	\$75.93	\$81.85	7.8%
7	フランス	\$62.27	\$69.43	11.5%
8	カナダ	\$41.12	\$49.80	21.1%
9	インド	\$34.91	\$46.05	31.9%
10	ロシア	\$22.68	\$26.92	18.7%

\*香港を除く

図 3 出所：eMarketer「グローバル E コマース 2019」

また、食品・飲料の e コマース市場においても、トップはやはり中国で、その売り上げは約 368.7 億ドルであった。2 位の米国は 158.6 億ドルで中国の 2 分の 1 弱、3 位は韓国の 148 億ドル、4 位は日本の 88 億ドルと続いた。

### 食品・飲料 EC 市場規模上位国(2018 年、単位：100 万ドル)

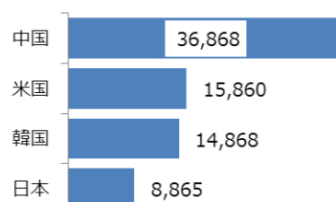


図 4 出所：Euromonitor International

<sup>3</sup> eMarketer <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019>

上位国と比較するとまだ小規模だが、東南アジア地域は、EC 市場のなかでの食品・飲料 e コマース分野は上昇しており、2018 年マレーシアではフィリピン・ベトナムを抜いて 6,900 万ドルに上った。

食品・飲料 EC アジアの市場規模(2018 年、単位:100 万ドル)

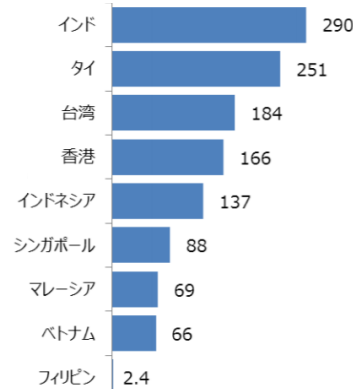


図 5 出所: Euromonitor International

【成長率】

2018 年から 2019 年の e コマース成長率が著しいのは、売上規模が世界第 9 位であるインドの 31.9% であり、次いで売上規模世界トップ、中国の 27.30% である。しかしながら特記すべきは、売上としてはまだ小規模なもの、その成長率が高い地域だ。アメリカ大陸ではメキシコ、アルゼンチン、東南アジアではフィリピン(31.0%)、マレーシア(22.4%)、インドネシア(20.6%)の成長率が著しい。

小売 EC 市場成長率ランキング Top10 2019 年

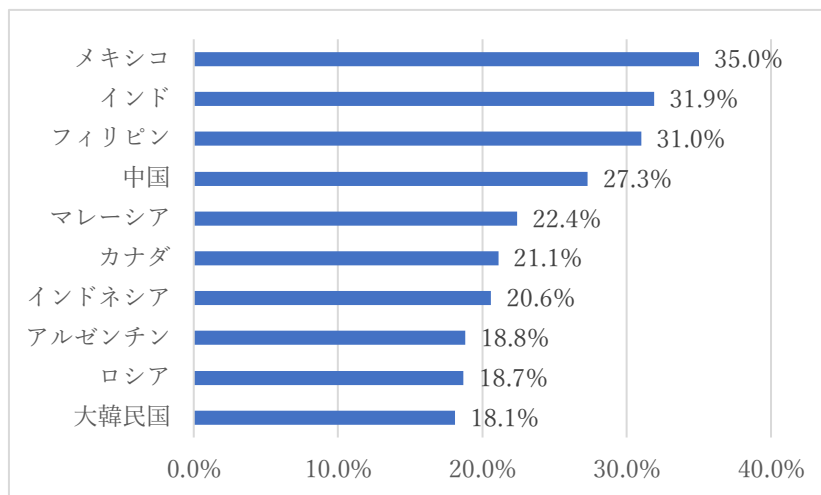


図 6 出所: eMarketer「グローバル E コマース 2019」

成長率の高い東南アジア各国について比較してみると、成長は人口に比例していることがわかる。

Google と Temasek<sup>4</sup>による研究プロジェクトでは、2015 年から 2018 年のマレーシア e コマースの年平均成長率 (CAGR) は 27%だが、人口がマレーシアの7倍であるインドネシアの CAGR は 94%、人口が 3 倍のベトナムは 87%に及ぶ。東南アジア地域の中では先進と言われているシンガポールとマレーシアは、10 代後半の利用者が多く、成長に貢献している。かなり成熟しているオンライン旅行業を除けば、両者の CAGR はもう少し高い。また、マレーシアの e コマース流通総額 (GMV) は 2015 年から 2018 年の 3 年間で 10 億ドルから約 20 億ドルへ 2 倍の成長を遂げている。

東南アジア e コマースマーケットサイズ (GMV, 10 億ドル)

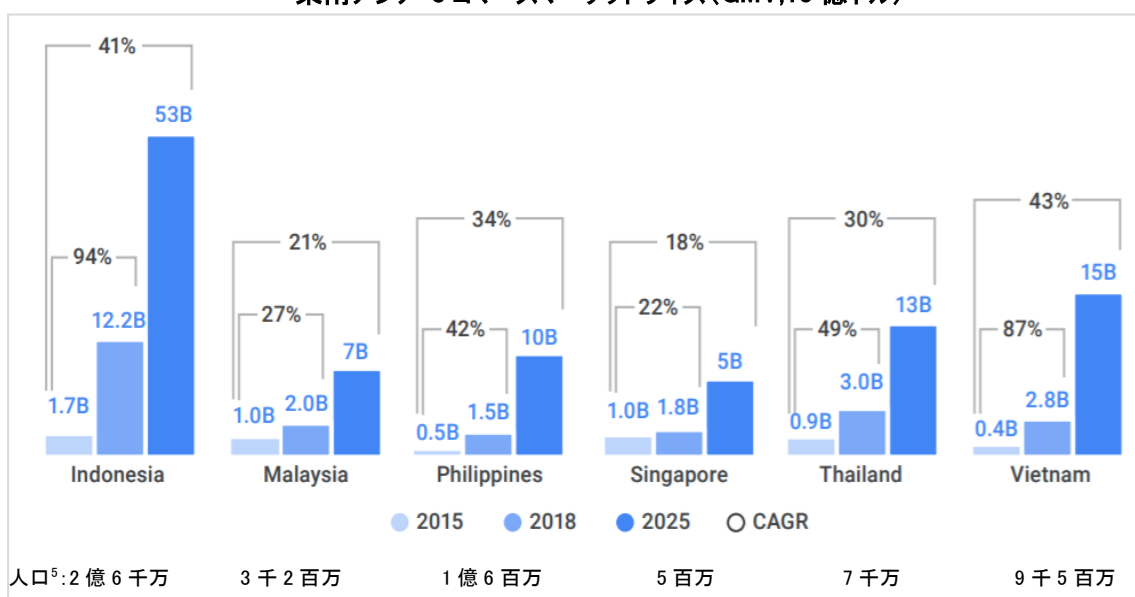


図 7 出所: Google と Temasek「e-Conomy SEA 2018」

### 【マーケットシェア】

2018 年のモール型サイトのマレーシアでのマーケットシェアは、ラザダ (Lazada) がデスクトップおよびモバイル経由で、マレーシアのみならず東南アジア各国で最も訪問者の多い e コマース企業としてトップの地位を堅持した。一方、訪問者数第 2 位のショッピング (Shopee) は、ラザダのリードを地域レベルで 66%まで追い上げたものの、追い抜くには至らなかった。

上位 2 位と差は開いているものの、イレブンストリート (11Street; 2019 年 6 月にプレストモールに改名) が第 3 位、マレーシアで 1998 年より創業している老舗レロン (Lelong) が第 4 位につけた。

<sup>4</sup> Google と Temasek

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/tools-resources/research-studies/e-economy-sea-2018-southeast-asias-internet-economy-hits-inflection-point/>

<sup>5</sup> 人口 国連人口部の推計人口統計「World Population Prospects, 2019 Revision」 <https://population.un.org/wpp/>

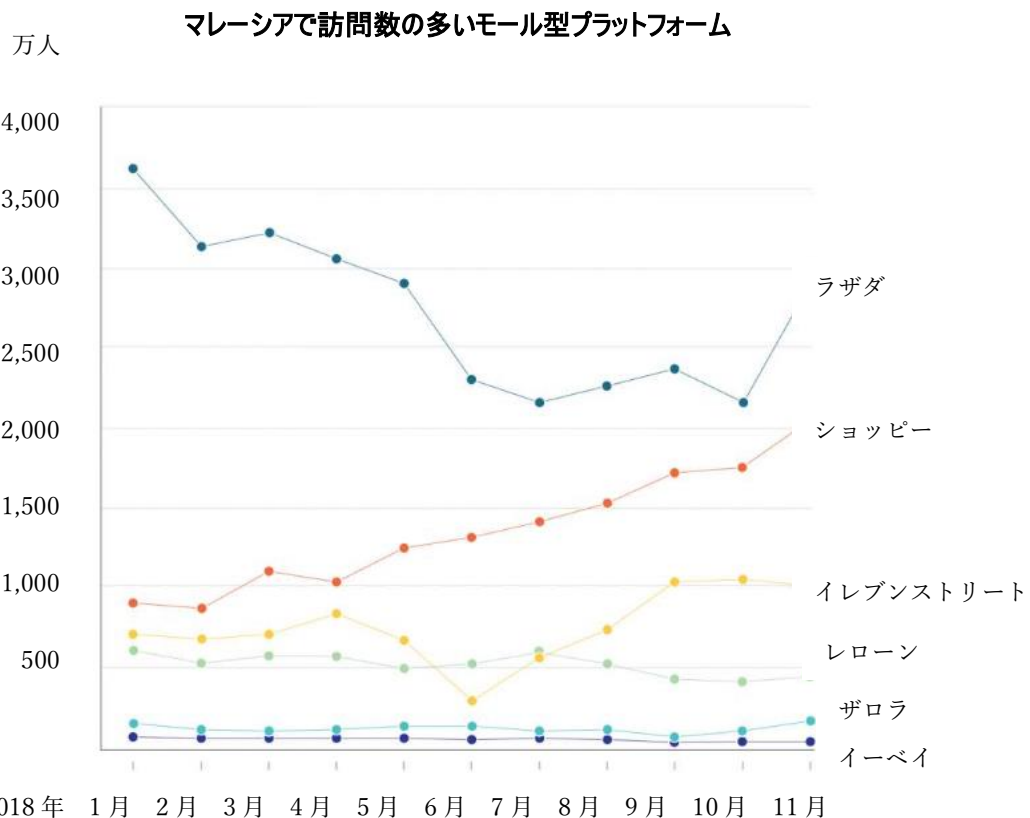


図 8 出所: iPrice「E-Commerce Rewind 2018」

このトレンドは 2019 年に入っても続いたが、第 2 四半期になると、ショッピーがこれまで首位だったラザダを初めて MAU(月間アクティブユーザー数)で追い抜いた。ショッピーが MAU 首位を獲得できた理由は、エンターテインメントショーやポップカルチャーを特徴としたプログラムや動画配信サイトでのプロモーションなど、アプリでのユーザーインタラクションを増やすさまざまな戦略を採用したためであり、ショッピーの首位獲得は、コストがかかったということになる。

シンガポールのメディア KrAsia<sup>6</sup>によると、ショッピーの運営会社エスイーエーの第 2 四半期は、財務結果全体で損失が拡大するであろうと指摘している。

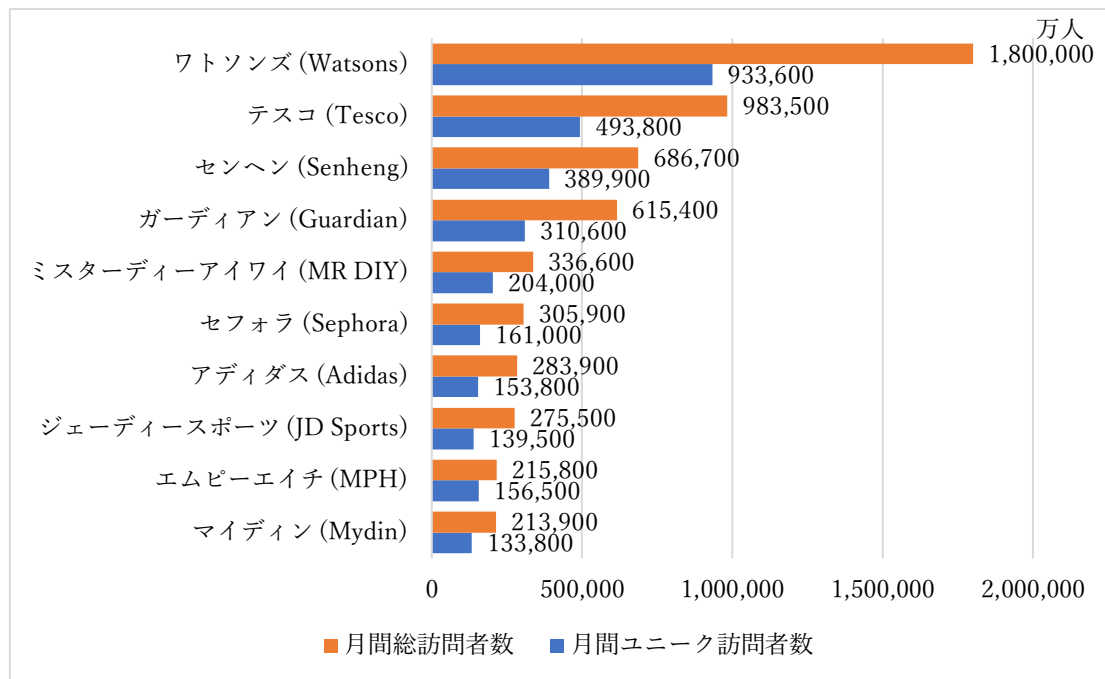
マレーシアでは、自社型サイトを持つ小売大手企業も MAU を多く獲得している。2019 年 3 月の SEMrush<sup>7</sup>のデータソースを用いて ecInsider が調査した「マレーシアの巨大リテールによるオンラインショッピ

<sup>6</sup> KrAsia <https://kr-asia.com/iprice-report-has-shopee-down-as-the-most-popular-shopping-platform-in-southeast-asia>

<sup>7</sup> SEMRush <https://www.semrush.com/>

ングサイト」<sup>8</sup>によると、香港系ドラッグストア、ワトソンズ(Watsons)は、1か月に93万人ものユニークユーザーのウェブ訪問を記録している。ワトソンズは2015年から2019年まで、18倍もの成長を遂げている。2位のイギリス系スーパー、テスコ(Tesco)も月間約50万人のウェブ集客がある。

マレーシアで訪問数の多い自社型プラットフォーム(月間)



注: 以下の条件に合致した企業のみエントリーとする

- ① 純粋な小売業を営んでおり、オンラインショッピングだけを行う業者ではないこと
- ② 独自のeコマースサイトを持っている小売業者であること(イオン、イオンBIG、ジャイアントなどは除外)
- ③ eコマースサイトの訪問者数が月間50,000件を超えること
- ④ マレーシアのローカルドメインを使用していること(ユニクロ、イケア、ナイキなどは世界単一ドメインなので除外)

図9 出所: ecInsider「Top 23 online shopping sites by big retailers in Malaysia」

### 【利用者層】

マレーシア政府の通信マルチメディア省(KKMM)傘下の通信マルチメディア委員会(MCMC)が発表した、2018年eコマースにおける消費者サーベイ<sup>9</sup>によると、マレーシアのeコマース消費者の平均年齢は33.7歳という調査結果だった。主にeコマースを牽引しているのは、年齢別では20代(36.7%)と30代(35.8%)で、それぞれの年代の半数以上がeコマースの利用者となっている。

<sup>8</sup> ecInsider 「Top 23 online shopping sites by big retailers in Malaysia」

<https://www.ecinsider.my/2019/04/top-online-shopping-sites-by-retailers-malaysia.html>

<sup>9</sup> 通信マルチメディア委員会 (MCMC) <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/ECS-2018.pdf>

e コマースにおける年齢別消費者の割合分布と利用率

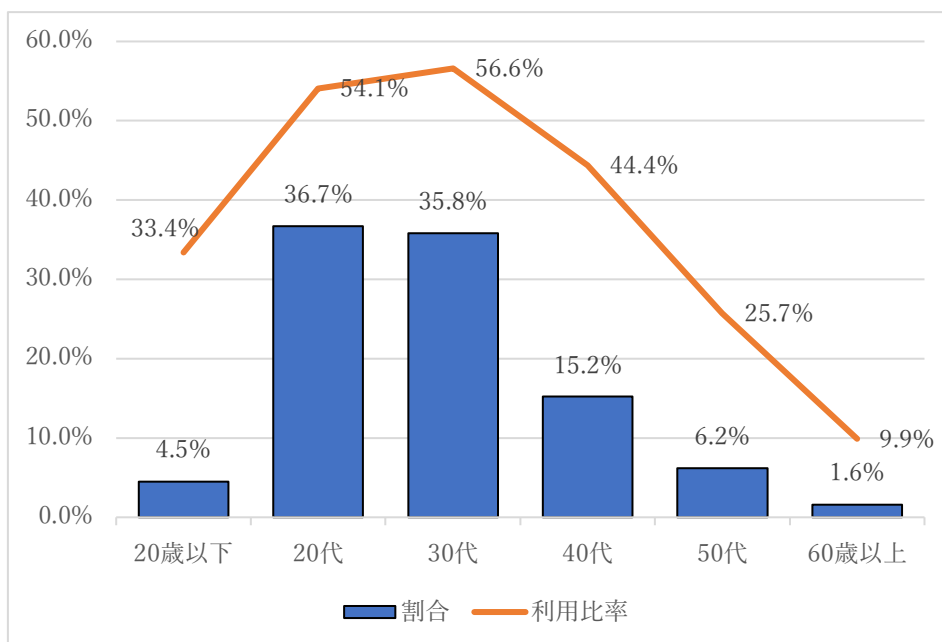


図 10 出所:MCMC「E-COMMERCECONSUMERS SURVEY 2018」

所得別で見ると、被扶養者および月間 3,000MYR 以上の所得者(66.8%)が e コマースを先導しており、3,000MYR 以下の所得者は e コマースを利用しているものの、その比率はまだ低い傾向にある。

e コマースの平均月間収入別消費者割合分布と利用率

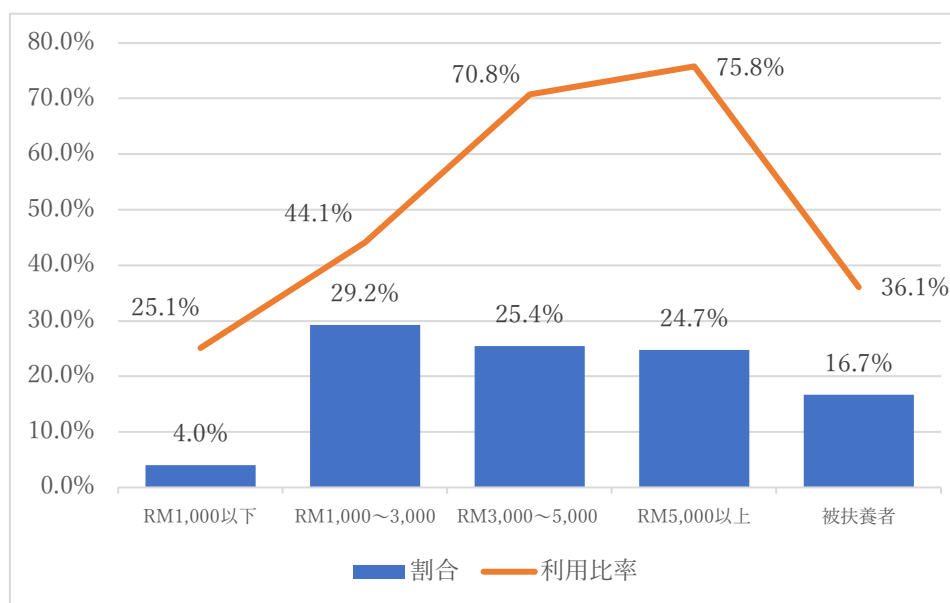


図 11 出所:MCMC「E-COMMERCECONSUMERS SURVEY 2018」

続いて性別でみると、男性のほうがeコマースでの消費を多く行っている傾向にある。女性はeコマースの利用比率は男性よりも高いが、実際に購入に至っている比率(消費者比率)は男性よりも少ないことがわかる。マレーシア統計局(DOSM)<sup>10</sup>によると、マレーシアの性別人口比率は男性:女性=1.1:1.0であるが、サーベイではeコマース消費者の割合は1.5:1.0となっている。その一方でeコマース利用比率は一転、男性が48.8%であるのに対し、女性のほうが53.9%と多い傾向にある。

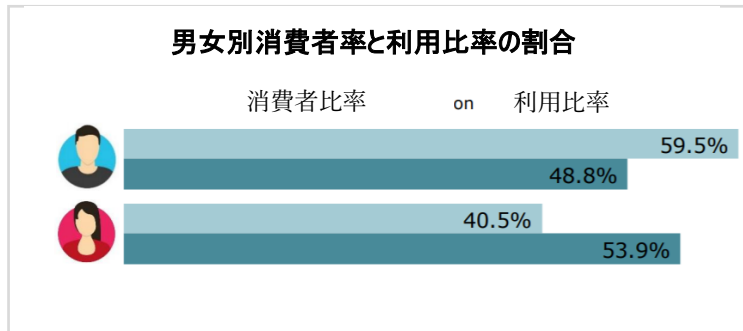


図 12 出所: MCMC「E-COMMERCE CONSUMERS SURVEY 2018」

最後に接続デバイス別にeコマース利用者を見ると、eコマース利用において約80%がスマートフォンから操作を行っている。これは、マレーシアがデスクトップやノート型パソコンの普及より先にモバイル端末の普及が進んだ結果と考え、またトレンドとしてMコマースにシフトしている点が要因とみられる。

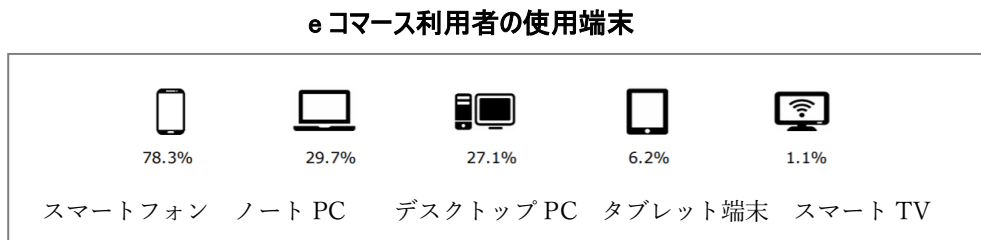


図 13 出所: MCMC「E-COMMERCE CONSUMERS SURVEY 2018」

### 【主に取引されている商品】

サーベイ結果では、2017/11～2018/11の期間にオンラインで購入した商品のうち最も多いのは、圧倒的に服飾やアクセサリーであった。また、無料配送サービスや高額配送料による配送期間短縮、時間や受領場所が選択可能になるなど配達の実験が増えたことで、消費者は家電製品(家具、電化製品などを含む)などの、かさばる製品をオンラインで簡単に購入することが可能となり、「機械、スポーツ関連グッズ、家電」が購買順位を上げたとみられる。また重たい飲料水の配送や、飲料パウダーやサプリメント

<sup>10</sup> マレーシア統計局(DOSM)

[https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/cthemByCat&cat=397&bul\\_id=bFhLclp4ZnpSMHRla21haFNLR2JqZz09&menu\\_id=L0pheU43NWJwRWVSZklWdzQ4TlhUUT09](https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/cthemByCat&cat=397&bul_id=bFhLclp4ZnpSMHRla21haFNLR2JqZz09&menu_id=L0pheU43NWJwRWVSZklWdzQ4TlhUUT09)

は大量購入で割引があるなど、オンラインでの購入メリットが大きいため、43.7%の買い物客は食料品、医薬品、オンライン食品の注文にも積極的になっている。

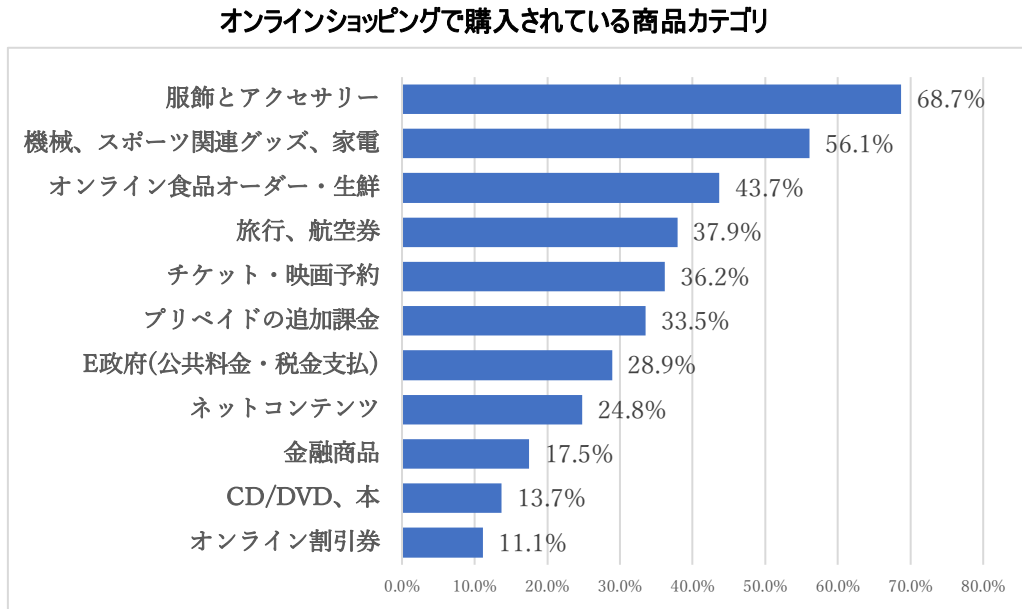


図 14 出所:MCMC「E-COMMERCE CONSUMERS SURVEY 2018」



それでは各カテゴリの消費金額はどのくらいだろうか。2019年1月に報告された、過去1年間のeコマースでの購入商品の消費金額(総額)は、宿泊代を含んだ旅行カテゴリが27億5,900万ドルと最も高くなり、その他のカテゴリを大きく引き離れた。

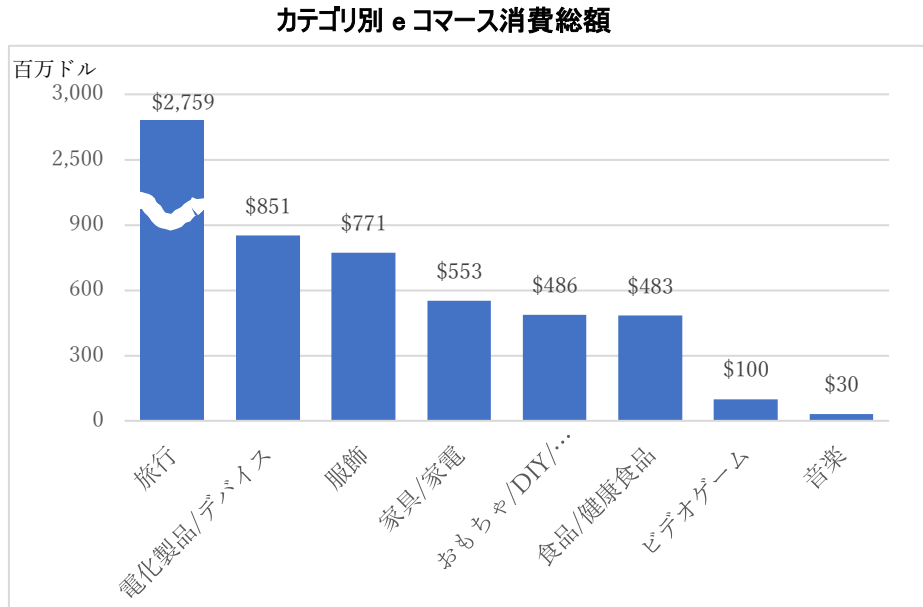


図 15 出所: We Are Social, Hootsuite「デジタル 2019 マレーシア」

カテゴリ別の伸び率(前年比)は、重量があるものや大量一括購入の傾向にある、食品/健康食品の伸び率が39%と最も高かった。次いでおもちゃ、重量のある家具/家電という結果になった。

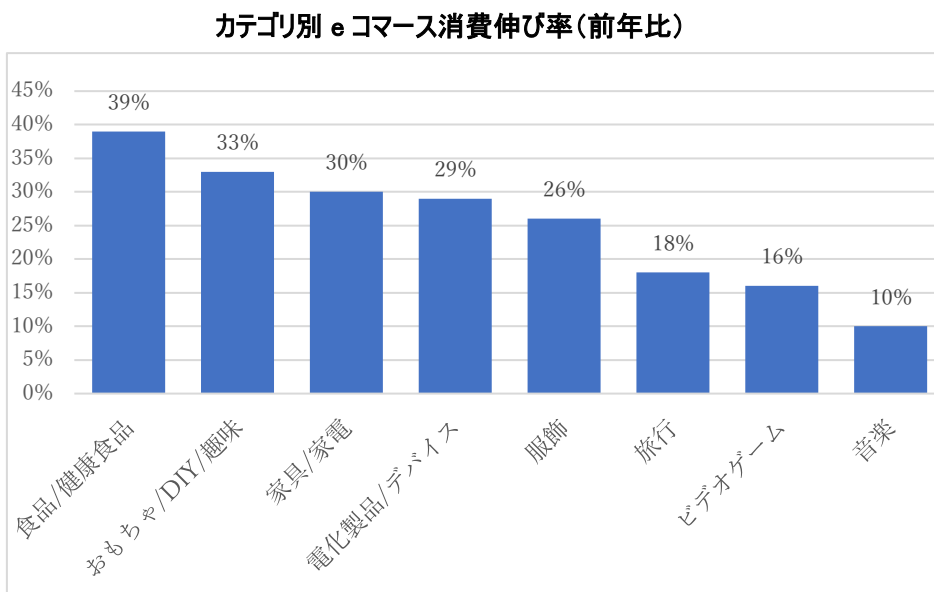


図 16 出所: We Are Social, Hootsuite「デジタル 2019 マレーシア」

### 【客単価】

マレーシアでは2018年、1回あたりの平均eコマース消費金額は470.00MYRであった。決済を行った回数に男女差はなかった(男:女=19.9:19.2)が、1回あたりの平均消費金額は男性のほうが高額であった(男:女=690MYR:450MYR)。購入商品タイプに単価の差があったものと思われる。

カテゴリ別 1 回あたりの e コマース消費金額

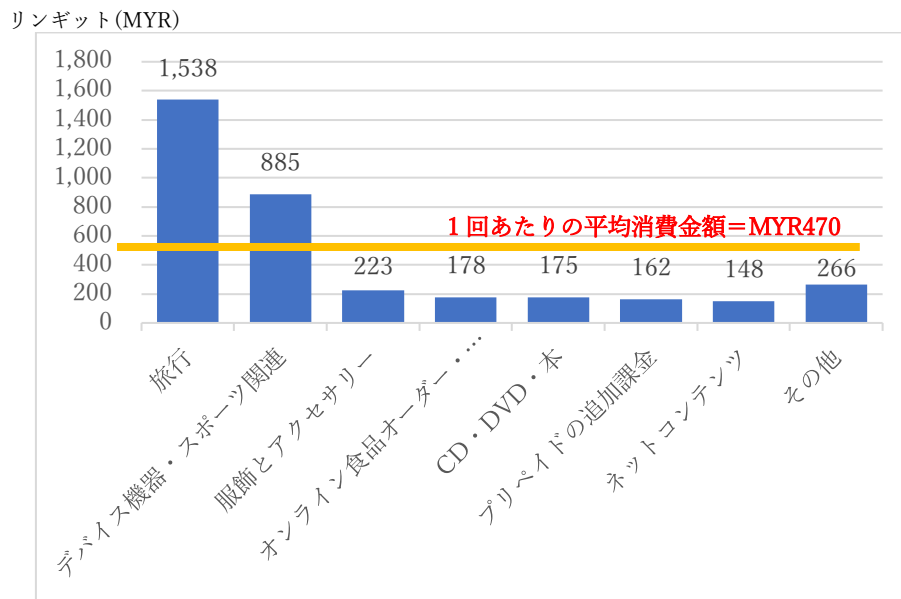


図 17 出所: MCMC「E-COMMERCE CONSUMERS SURVEY 2018」

1年間の1人あたり平均消費金額(ARPU)は、2019年1月時点で159ドルであった。We are Socialによるとこの数値は世界第25位である。ちなみに日本は15位の909ドルであった。2019年2月時点でマレーシアのARPUは192.60ドルに上がり、さらに2019年8月の数値では、184.94ドルとなった。2017年と比較すると、134%の伸び率である。Statista<sup>11</sup>によると、マレーシアのARPUは伸び続ける傾向にあると予測されている。

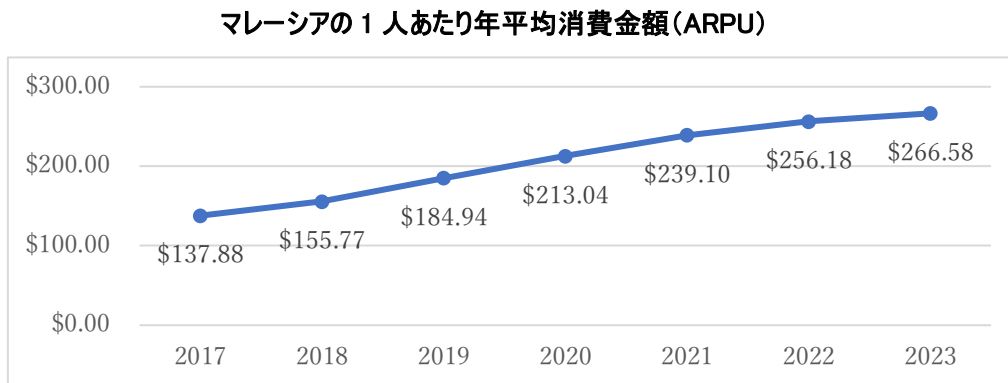


図 18 出所: Statista「eCommerce Malaysia」

### 【その他、マレーシアのECサイトに関する基礎的情報】

2007年、イーベイ(ebay)のマレーシア CtoC 開始を先駆けとし、続いて老舗レロン(Lelong)が2007年にECプラットフォームを立ち上げた。矢継ぎ早にムダー(Mudah)がオークションeコマースサイトを創始し、数々のショッピングモールが立ち上がった<sup>12</sup>。2016年、政府はマレーシアのeコマース市場に本腰を入れるべく、NeSR<sup>13</sup>(National eCommerce Strategic Roadmap)を発表し、当時10.8%だったeコマース成長率を、2020年に20.8%まで引き上げることを目標に掲げ、6つの強化範囲と、11(現在は13)のプログラムの実施に政府各機関が奔走している。

<sup>11</sup> Statista 「eCommerce Malaysia」 <https://www.statista.com/outlook/243/122/e-commerce/malaysia#market-users>

<sup>12</sup> iPrice Group Entrepreneur campfire <https://entrepreneurecampfire.com/e-commerce-malaysia/>

<sup>13</sup> NeSR

<http://southeast-asia.atkearney.com/documents/766402/12784442/Malysias-National-eCommerce-Strategic-Roadmap-2017.pdf/e5d85a87-0845-4d3b-8b7a-21923cfca3fd>

## 6つの強化範囲・13のプログラム・10の実行機関

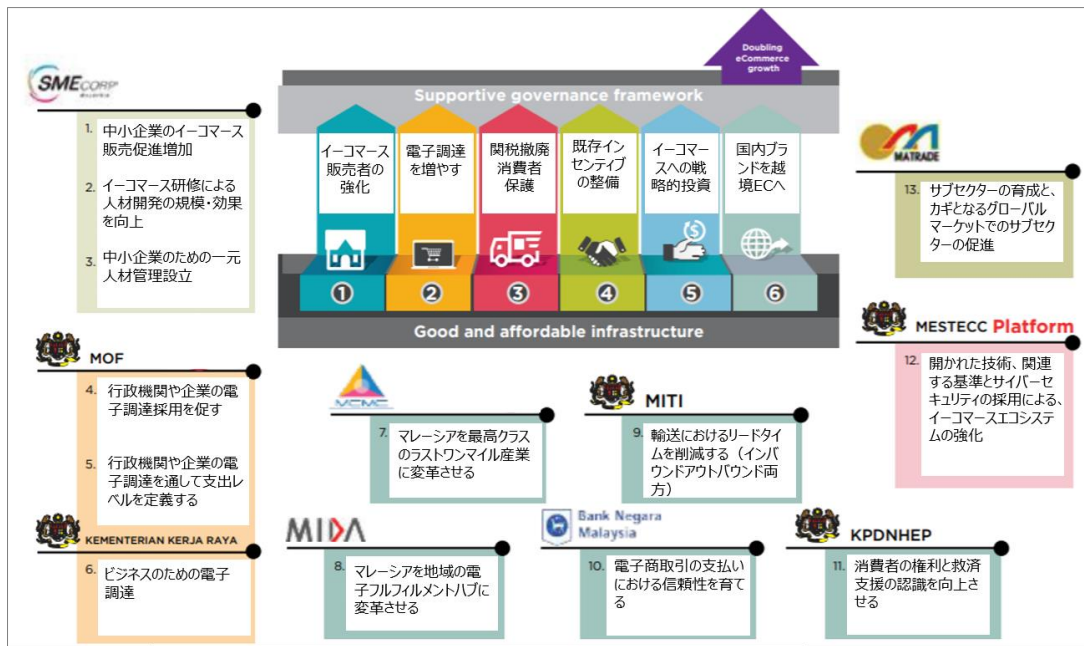


図 19 出所: MDEC「NESR PROGRESS REPORT 2017」

政府支援の下、マレーシアは 2019 年 1 月現在、オンラインショッピングユーザーが 1,653 万人に増加した<sup>14</sup>。これは人口の約 52%に当たる。うち 75%は実際に購入決済に至っている。

近年、マレーシアは海外製品趣向の傾向にある。政府調査によると 2018 年、越境 EC による購入者は 52.2%だったと報告した。シンガポールの金融機関、Payvision<sup>15</sup>は、シンガポールとマレーシアでは中国と米国への越境 EC が非常に一般的になっており、次いで韓国、香港、日本の製品を買い求めていると分析した。越境 EC の増加は、マレーシアが自由貿易協定にて外資系を許可する項目が多い点が主な要因として挙げられている。

<sup>14</sup> Export.gov <https://www.export.gov/article?id=Malaysia-E-Commerce>

<sup>15</sup> Payvision <https://www.payvision.com/cross-border-e-commerce-singapore-malaysia>

### マレーシアでの越境 e コマース市場内訳

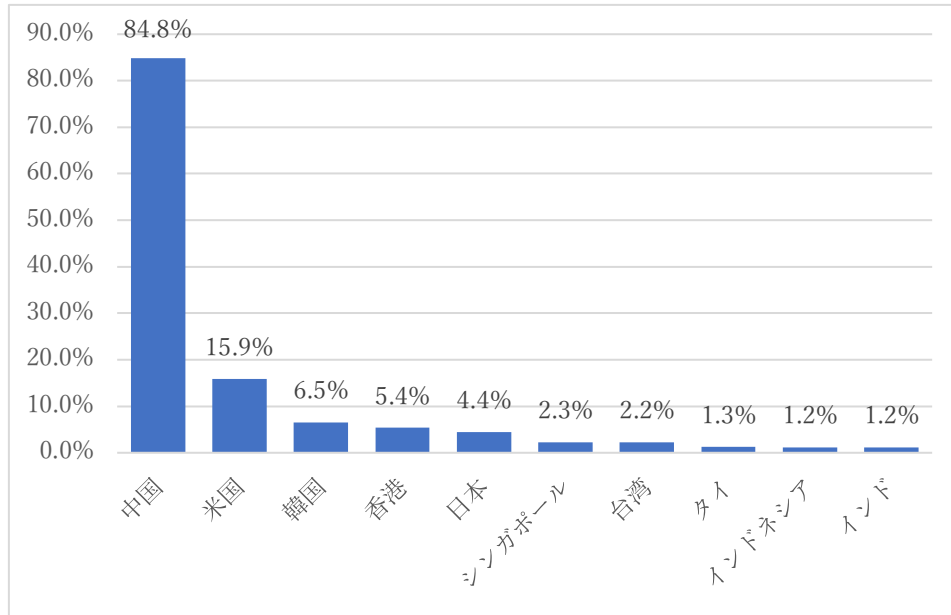


図 20 出所:MCMC「E-COMMERCECONSUMERS SURVEY 2018」

We are Social によると、マレーシアでは 66%がオンラインバンキングでの決済を行っている。これは世界第 6 位であり、日本のオンラインバンキング使用率が 24%(世界第 40 位)であることを鑑みると、マレーシアはオンラインバンキングが浸透していると言えよう。MCMC が行ったサーベイでも、マレーシアで一番好まれている決済方法はオンラインバンキングという結果が出ている。一方、クレジットカード所持率は 21%と、世界 26 位にとどまっている(日本 2 位:68%)。また昨今は、オンラインペイメントの人気も高騰している。

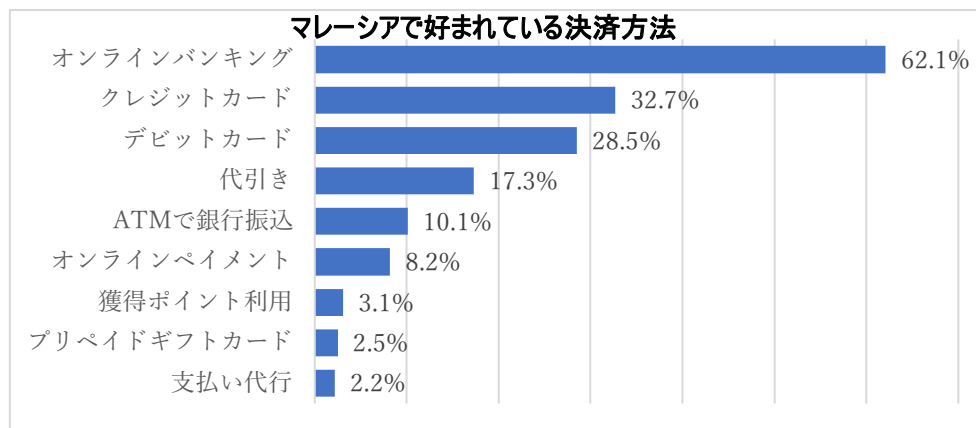


図 21 出所:MCMC「E-COMMERCECONSUMERS SURVEY 2018」

今後さらにeコマース市場が拡大すると予測されているマレーシアでも配送に課題がある。2019年6月iPrice<sup>16</sup>の調査では、マレーシアの平均配送日数は5.8日と、東南アジア5カ国(タイ2.5日、シンガポール3.3日、インドネシア3.8日、ベトナム5.6日)の中で最も所要時間が長い。その結果、配送に関する満足度は39%と東南アジア5カ国中最も低く、不満足度は36%と最も高い。これは配送会社の顧客サービスレベルが十分ではなく、顧客とのコミュニケーション不足による配送遅延が原因である。

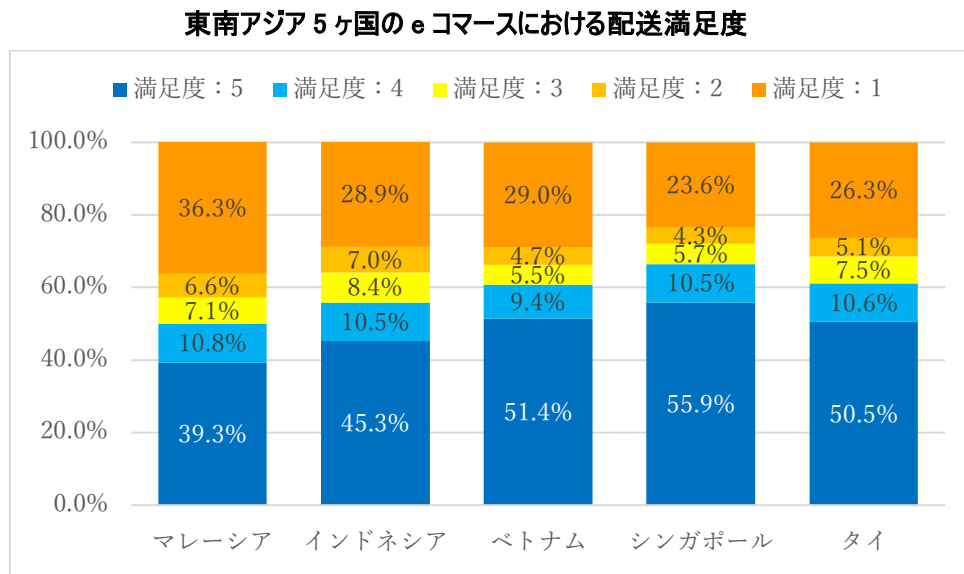


図 22 出所:iPrice「Delivery The Biggest Pain Point in E-commerce in Southeast Asia」

マレーシアのさらなる課題はeコマース市場の安全性である。MCMC調査結果では、オンラインショッピングユーザーの53%がオンラインショッピングはまだ安心できないと回答している。懸念範囲は「詐欺」「盗難」が最も多く、11.6%が「実際詐欺にあった経験がある」と答えた。被害内容の大半は、支払いを行ったにもかかわらず商品が届かない(75.5%)というものであった。

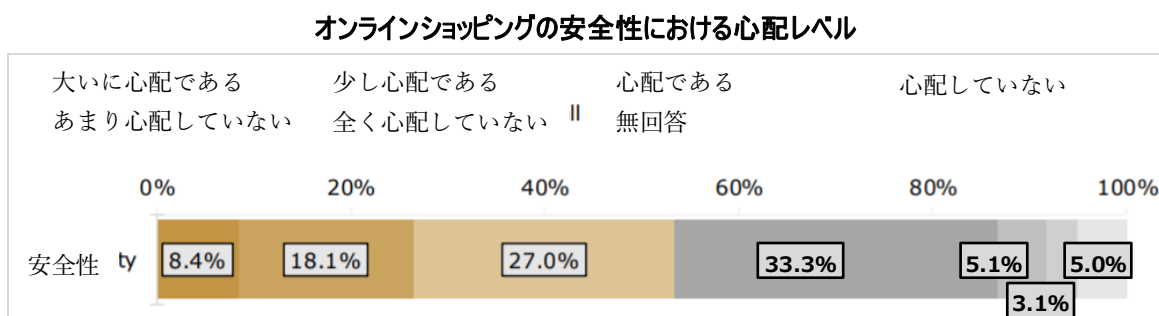


図 23 出所:MCMC「E-COMMERCE CONSUMERS SURVEY 2018」

<sup>16</sup> iPrice

<https://iprice.my/trends/insights/consumers-are-still-not-happy-with-their-e-commerce-delivery-experience-a-new-survey-by-parcel-perform-and-iprice-group-reveals/>

## 2. マレーシアの EC サイト上位 5 社

マレーシアで人気のオンラインマーケットプレイスは、企業の売上高や利益などで順位をつけることが非常に難しい。マレーシア国内のみの展開にとどまらない企業が多く、取扱商品の傾向の違いから金額だけでは規模が図れない。また、自社型 EC サイトを持つ巨大企業もランキングが難しい。自社 EC サイト展開企業の中には、世界同一ドメインでの展開を行っているためマレーシア単体での集計が不可能な場合や、巨大小売業にもかかわらず自社サイトを開設していない場合があるからだ。

これらの課題を踏まえ、iPrice による「マレーシアの e コマースマップ」<sup>17</sup>と、SEMrush のデータソースを用いた ecInsider の「マレーシアの巨大リテールによるオンラインショッピングサイト」を併せて、「月間ウェブ訪問者数」でランキング化したものが以下である。

本章では自社型 EC サイトを含めない、モール型 EC サイト上位 5 社について詳細を説明する。

マレーシアの人気オンラインマーケットプレイス(月間訪問者別)

順位	販売形態	サイト名	月間ウェブ訪問者数	集計時期	ソース
1	モール型	Shopee	21,263,900	2019 年 2Q	iPrice
2	モール型	Lazada	20,657,700	2019 年 2Q	iPrice
3	モール型	Lelong	3,104,500	2019 年 2Q	iPrice
4	自社型	Watsons	1,800,000	2019 年 3 月	SEMrush
5	自社型	Tesco	983,500	2019 年 3 月	SEMrush
6	モール型	eBay	796,800	2019 年 2Q	iPrice
7	自社型	Senheng	686,700	2019 年 3 月	SEMrush
8	自社型	Guardian	615,400	2019 年 3 月	SEMrush
9	自社型	MR DIY	336,600	2019 年 3 月	SEMrush
10	自社型	Sephora	305,900	2019 年 3 月	SEMrush
11	自社型	Adidas	283,900	2019 年 3 月	SEMrush
12	自社型	JD Sports	275,500	2019 年 3 月	SEMrush
13	モール型	PrestoMall	237,900	2019 年 2Q	iPrice
14	自社型	MPH	215,800	2019 年 3 月	SEMrush
15	自社型	Mydin	213,900	2019 年 3 月	SEMrush

図 24 出所: ecInsider「Top 23 online shopping sites by big retailers in Malaysia」、iPrice「The Map of E-commerce in Malaysia」を元にジェトロ作成

<sup>17</sup> iPrice insights 「The Map of E-commerce in Malaysia」 <https://iprice.my/insights/mapofecommerce/en/>

## ① ラザダ(Lazada)

2011年ドイツのロケットインターネット社によって創設されたラザダは、現在拠点をシンガポールに置いて運営している。東南アジアではあまり浸透していないクレジットカード決済だけではなく、代金引換にも対応している。2014年に1億5,400万ドルの売上を公表していたが、2016年にアリババグループの傘下となり<sup>18</sup>、アリババは各国際プラットフォームの売上を開示していないため、現在ラザダの売り上げは不明である。

ブランド名/社名	Lazada ラザダ/Alibaba Group アリババグループ
創元年/創業国	2011年/ドイツ(ロケットインターネット社による設立)
URL	<a href="https://www.lazada.com.my">https://www.lazada.com.my</a>
市場シェア	MAU: 2019年2Qで第2位。それ以前は第1位(46%) <sup>19</sup>
売上額	不明(親会社 Alibaba が公表せず) <sup>20</sup>
成長率	不明(親会社 Alibaba が公表せず) <sup>20</sup>
月間訪問者数	20,657,000 (2019年2Q) <sup>19</sup>
販売形態	モール型(オンライン マーケットプレイス) 越境 EC 可能(法人のみ)
主要取扱品目	携帯、家電、家具、おもちゃ、服飾、健康、美容、食品、ペットなど
日本産食品/非食品の取扱	あり(煎茶、お菓子、くんせいなど)
その他基礎的情報	2016年、アリババグループにより買収。

## ② ショッピー(Shopee)

2015年に事業を開始したショッピーは、2017年にはNASDAQ 株式市場にて10億ドルでの上場を果たし、中国のテンセント(Tencent)社が同社株式の39.7%を所有する。2018年には早くもマレーシアで第2位の地位を獲得。ショッピーの戦略は売り手には手数料無料、買い手には送料無料サービスの展開というものである<sup>21</sup>。さらに広告などを強化した2019年第2四半期には、どうとうマレーシアで月間サイト訪問者数において第1位を獲得した<sup>22</sup>。

<sup>18</sup> Reuters 2016年4月12日記事

<https://www.reuters.com/article/us-lazada-m-a-alibaba/alibaba-buys-control-of-lazada-in-1-billion-bet-on-se-asia-ecommerce-idUSKCN0X90HT>

<sup>19</sup> iPrice insights 「The Map of E-commerce in Malaysia」 <https://iprice.my/insights/mapofecommerce/en/>

<sup>20</sup> The Motley Fool 2019年4月9日記事 <https://www.motleyfool.co.jp/archives/2500>

<sup>21</sup> Entrepreneur Campfire.com <https://www.entrepreneurcampfire.com/ecommerce-website-malaysia/>

<sup>22</sup> KrASIA 2019年8月22日記事

<https://kr-asia.com/iprice-report-has-shopee-down-as-the-most-popular-shopping-platform-in-southeast-asia>



ブランド名/社名	Shopee ショッピー/SEA Group イスイーエーグループ
創立年/創業国	2015年/シンガポール
URL	<a href="https://shopee.com.my">https://shopee.com.my</a>
市場シェア	MAU:2019年2Qで第1位。それ以前は第2位(23%) <sup>23</sup>
売上額	2018年税引後利益:2億9,070万ドル(グループ全体) <sup>24</sup>
成長率	2018年税引き後利益前年比:1540.8%(グループ全体) <sup>24</sup>
月間訪問者数	21,263,900(2019年2Q) <sup>23</sup>
販売形態	モール型(オンライン マーケットプレイス) 越境EC可能(法人・個人)
主要取扱品目	携帯、家電、家具、おもちゃ、服飾、健康、美容、ゲーム、 本、生鮮、アルコール飲料(日本酒除く)、クーポンなど
日本産食品/非食品の取扱	あり(煎茶、抹茶、ほうじ茶、しょうゆ、お菓子など)
その他基礎的情報	東南アジア(シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、タイ)と台湾に事業展開。マレーシアだけの単体の数値は非公表。GMV(流通取引総額)は34億2520万ドル、前年比117% <sup>25</sup> 。

### ③ レローン(Lelong)

1998年創業のマレーシア老舗マーケットプレイスで、BtoC、BtoBビジネスを展開してきた地場企業。ラザダが参入するまではマレーシアでNo.1を誇っていた。レローンの運営会社であるインターベースリソース<sup>26</sup>は、レローン以外にもエルモール(Lmall)、プリティMY(Pretty.MY)、スーパーバイ(SuperBuy)、タッチポイント(TouchPoint)、ネットペイ(NetPay)の5つのブランドでマーケットプレイスを運営している。

ブランド名/社名	Lelong レローン/ Interbase Resources インターベースリソース
創立年/創業国	1998年/マレーシア
URL	<a href="https://www.lelong.com.my">https://www.lelong.com.my</a>
市場シェア	MAU:2018年はマレーシアで第4位(4%) <sup>27</sup>

<sup>23</sup> iPrice insights 「The Map of E-commerce in Malaysia」 <https://iprice.my/insights/mapofecommerce/en/>

<sup>24</sup> Sea Limited Reports Fourth Quarter and Full Year 2018 Results <https://www.seagroup.com/media/51>

<sup>25</sup> Sea Limited Reports Fourth Quarter and Full Year 2018 Results <https://www.seagroup.com/media/51>

<sup>26</sup> Interbase Resources <https://www.interbase.com.my/>

<sup>27</sup> iPrice insights 「The Map of E-commerce in Malaysia」 <https://iprice.my/insights/mapofecommerce/en/>

売上額	2018 年年間予測:3 億 6000 万 MYR <sup>28</sup>
成長率	不明 <sup>29</sup>
月間訪問者数	3,104,500 (2019 年 2Q) <sup>27</sup>
販売形態	モール型(オンライン マーケットプレイス) 越境 EC 可能(法人のみ)
主要取扱品目	携帯、家電、家具、おもちゃ、服飾、健康、美容、クーポン など
日本産食品/非食品の取扱	あり(抹茶パウダーを健康食品として取り扱いあるのみ)
その他基礎的情報	2015 年にトランス・コスモス社と資本・業務提携を行った <sup>30</sup> 。

#### ④ プレストモール(PrestoMall: 旧イレブンストリート(11Street))

マレーシアと韓国のベンチャーキャピタルが 2014 年に創業したイレブンストリートは、マレーシアで第 3 位、2017 年までの 3 年間で、GMV300%アップ企業に成長した<sup>31</sup>。セルコムプラネットが運営会社であったが、2015 年にはデジタルマーケティング費用や人件費により、1 億 3 百万 MYR の損失を計上。2016 年にはその額が 1 億 6 千万 MYR にまで拡大したが、2017 年には 1 億 2 千 8 百万 MYR に縮小、収益も前年比 31%増と回復の兆しを見せた<sup>32</sup>。2018 年には東京都がイレブンストリートに特設ページを開設し、「メディア活用販路開拓支援事業」と称した越境 EC 支援事業を行う<sup>33</sup>など活発化しつつも、資本変更の準備が進み、2019 年の正式な資本変更<sup>34</sup>により PUC 社が筆頭株主となった。名称も「プレストモール」に変更し、PUC 社のプレストウォレットを導入したワンストップサービスで巻き返しを図っている。

<sup>28</sup> Star Online 2017 年 9 月 15 日記事

<https://www.thestar.com.my/business/business-news/2017/09/15/lelongptmy-targets-over-rm360mil-revenue-next-year>

<sup>29</sup> Interbase Resources のサイトに記載なし

<sup>30</sup> MarkeZine 2015 年 11 月 24 日記事 <https://markezine.jp/article/detail/23486>

<sup>31</sup> ecInsider 2018 年 4 月 3 日記事

<https://news.ecinsider.my/2018/04/11street-turns-3-300pc-gmv-growth-13m-products.html>

<sup>32</sup> The Edge Markets 2019 年 6 月 17 日記事

<https://www.theedgemarkets.com/article/will-axiatas-transfer-stake-11street-impact-puc>

<sup>33</sup> 東京都産業労働局 <http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/chushou/news/1c677c16f2d7bc72c53d3a9096f31c27.pdf>

<sup>34</sup> The Edge Markets 2019 年 4 月 20 日記事

<https://www.theedgemarkets.com/article/ihh-maxis-hektar-reit-bat-mk-land-handal-bina-darulaman-destini-ikhmas-jaya-vizione-and-puc>

ブランド名/社名	PrestoMall プレストモール (旧 11Street)/ PrestoMall プレストモール (旧 Celcom Planet)
創立年/創業国	2014 年/マレーシア
URL	<a href="https://www.prestomall.com">https://www.prestomall.com</a>
市場シェア	MAU:2018 年はマレーシアで第 3 位(13%) <sup>35</sup>
売上額	2017 年売上高:30.67%アップ <sup>36</sup>
成長率	2017 年純利益率:271.05%アップ <sup>36</sup>
月間訪問者数	237,900(2019 年 2Q) <sup>35</sup>
販売形態	モール型(オンライン マーケットプレイス) 越境 EC 可能(法人のみ)
主要取扱品目	服飾、電化製品、おもちゃ、家電、健康、美容、生鮮、本、 クーポンなど
日本産食品/非食品の取扱	あり(茶葉、乾燥菓子、ペットボトル茶、乳児用レトルトカレー)
その他基礎的情報	2015 年にマレーシアのアクシアデジタルサービスと韓国の SK プラネットのジョイントベンチャーとしてセルコムプラネット社によるイレブンストリートを創業。2019 年 6 月にセルコムプラネット株が売却され、PUC 社出資のプレストモールとして再始動。

#### ⑤ イーベイ(ebay)

米国でオークションサイトと中古販売から始まったグローバルマーケットプレイス。2007 年にスタッフハブ(Stubhub)を買収しチケット販売を開始し、2015 年にペイパル(Paypal)を子会社から独立させスムーズな決済を提供することに成功。マレーシアの SME(中小企業)がイーベイに出品すれば、1 億 7,900 万人のアクティブバイヤーにリーチできるとポテンシャルが高く評価され、2019 年 4 月にマレーシア貿易開発公社(MATRADE: Malaysia External Trade Development Corporation)とマレーシア・デジタル・エコノミー社(MDEC: Malaysia Digital Economy Corporation)と協業してイーベイは「レッツ！イーベイ」という、新規参入 SME へのインキュベータートレーニングワークショップを開始した<sup>37</sup>。

<sup>35</sup> iPrice insights 「The Map of E-commerce in Malaysia」 <https://iprice.my/insights/mapofecommerce/en/>

<sup>36</sup> EMIS [https://www.emis.com/php/company-profile/MY/Celcom\\_Planet\\_Sdn\\_Bhd\\_en\\_6698143.html](https://www.emis.com/php/company-profile/MY/Celcom_Planet_Sdn_Bhd_en_6698143.html)

<sup>37</sup> malaymail 2018 年 4 月 13 日記事

<https://www.malaymail.com/news/money/2019/04/13/malaysian-businesses-can-reach-179m-active-buyers-on-ebay/17429>

ブランド名/社名	ebay イーベイ/ebay イーベイ
創立年/創業国	1995 年/米国
URL	<a href="https://www.ebay.com.my">https://www.ebay.com.my</a>
市場シェア	MAU:2018 年はマレーシアで第 5 位(2%)。C to C ビジネスとしてはショッピ、レローンに次いで第 3 位 <sup>38</sup>
売上額	2018 年売上高:63 億 7300 万ドル(米国以外の各国合計) <sup>39</sup>
成長率	2018 年売上高前年比:111%(米国以外の各国合計) <sup>39</sup>
月間訪問者数	796,800(2019 年 2Q) <sup>38</sup>
販売形態	モール型(オンライン マーケットプレイス) 越境 EC 可能(法人・個人)
主要取扱品目	電化製品、車、服飾、グッズ、おもちゃ、宝飾、健康、美容、チケット・クーポンなど
日本産食品/非食品の取扱	食品の取扱い無し
その他基礎的情報	イーベイは世界に展開する EC 事業を、2004 年マレーシアにも設立。イーベイは韓国マーケットプレイス Qoo10(旧 G Market)を 2009 年に買収。日本の Qoo10 は 2018 年よりイーベイジャパンが運営 <sup>39</sup> (Qoo10 マレーシアはジオシス社が運営)。

64

<sup>38</sup> iPrice insights 「The Map of E-commerce in Malaysia」 <https://iprice.my/insights/mapofecommerce/en/>

<sup>39</sup> eBay Annual Report 2018

[https://ebay.q4cdn.com/610426115/files/doc\\_financials/financials/2018/annual/2018\\_eBay\\_Annual\\_Report.pdf](https://ebay.q4cdn.com/610426115/files/doc_financials/financials/2018/annual/2018_eBay_Annual_Report.pdf)

### 3. モール型 EC サイトへの食品の出品手続き

前章で取り上げたマレーシアの EC サイト上位 5 社のうち、本章では、マレーシアのみならず東南アジアの 2 強であるラザダとショッピングに加え、煩雑な越境 EC ビジネスを最大にサポートしているイーシーポート (EC-PORT) の 3 社について紹介する。なお、手続きにおいてスクリーンショットを使用し図解している箇所については、ウェブサイトの仕様が頻繁に変更する昨今、使用画面は予告なく変更の可能性がある。また、いずれのマーケットプレイスにおいても、マーケットプレイスの利用規約や契約はもとより、日本政府およびマレーシア政府の規制を順守する必要がある。規制についても比較的頻繁に更新や変更が行われるため、日本から食品を出品する際は、商品ごとに最新情報を常に確認する必要がある。

「越境 EC」とは、海外の購入者がオンラインマーケットプレイスなどを通じて日本の商品を「個人輸入」することを指すものとする。

一方「一般貿易」とは、現地法人の設立や現地販売代理店との提携を行い、農林水産物・食品を含め日本の商品を輸出することを指し、マレーシアへの輸入に関する諸規制を満たす必要がある。

マレーシアでは全食品の商業輸入（一般貿易）において、「残留農薬規制」「重金属および汚染物質規制」「食品添加物規制」「食品梱包規制」を設けている<sup>40</sup>。一般貿易の場合、食品を日本から出品する際は輸出可能な食品かどうか、事前に最新情報を確認する必要がある。

以下はジェトロによる、一般貿易におけるマレーシア輸入規制調査結果（一部抜粋）である。

- ✓ コメ: コメに関しては輸入が全面的に禁止されているわけではないものの、現時点では輸入許可はマレーシア政府からパディベラス・ナショナル社 (BERNAS) に独占的に与えられているため、自由に輸出ができる状態ではない。
- ✓ 青果物: 日本からマレーシアへの青果物の輸出は可能。マレーシア側の輸入に際しては各機関からの許可が必要。
- ✓ 茶: 日本からマレーシアへの茶の輸出は可能。定められている各種規制を順守しなくてはならない。
- ✓ 畜産物:
  - ① マレーシアのハラール方式を取り入れた日本産牛肉輸出施設 (2 施設) で処理された日本産牛肉であれば輸出は可能。輸入業者は牛肉の輸入ライセンスが必要となっている。
  - ② 輸入畜産物 (牛肉) は、マレーシア・イスラーム開発庁 (JAKIM) が公認した、各国のハラール認証機関・団体からハラールと畜証明書を取得することが必須となっている。牛肉は

<sup>40</sup> ジェトロ 日本からの輸出に関する制度：マレーシア（ジェトロ）

<https://www.jetro.go.jp/world/asia/my/foods/exportguide/>

マレーシアの輸入許可システム「ePermit」上で、それぞれの出荷ごとに輸入登録、農業局(DOA)への輸入許可申請書およびフォーム JK69 の事前承認を得る必要がある。その承認を経た後、それぞれの原本を動物検疫検査官(Animal Quarantine Officer)に提出する必要がある。

- ③ 牛乳・乳製品の輸出は可能。マレーシア側の輸入に際しては品目(HSコード)ごとに各機関からのライセンスが必要となる。
- ✓ 加工食品：日本からマレーシアへの菓子・清涼飲料水・調味料の輸出は可能。特に乳・乳製品に該当する清涼飲料水は、輸出国政府から輸出許可を認められた施設で加工・包装を行う必要がある。
  - ✓ アルコール飲料：マレーシアへアルコール飲料の輸出は可能。ただし、輸入者はマレーシア関税局に酒類輸入ライセンス(Lampiran A2)を申請し、ライセンスを取得する必要がある。
  - ✓ 水産物：日本からマレーシアへの水産物の輸出は可能。マレーシア側の輸入に際しては品目(HSコード)ごとに各機関からの許可が必要となっている。現在、日本からの輸入水産物については、日本側の衛生証明書の提出が求められている。

いずれのプラットフォームへ出店する場合でも、マレーシアの輸入規則を順守する必要がある。食品を日本から輸出する際は、輸出可能な食品かどうか、事前に確認する必要がある。

(参考)

日本からの輸出に関する制度：マレーシア(ジェットロ)

<https://www.jetro.go.jp/world/asia/my/foods/exportguide/>

本章は「越境 EC」(＝現地法人や販売代理店などを必要としない、インターネット上のマーケットプレイスのみで、マレーシアの一般消費者の「個人輸入」として、日本から直接商品を販売する)についての手続きを説明するものである。

日本→マレーシアへの輸出		ラザダ	ショッピー	イーシーポート
越境 EC	出店	可能	可能	可能
	出品	Prohibited List による制限あり (食品はほぼ不可)	Prohibited items list による制限あり (食品はほぼ不可)	法に準拠。個人輸入不可商品、現地モール販売禁止商品は販売禁止
一般貿易	出店	現地法人設立により可能	現地法人設立により可能	イーシーポートが現地代行することで可能
	出品	マレーシア政府商品許認可取得により可能	マレーシア政府商品許認可取得により可能	マレーシア政府商品許認可取得により可能

## (1) ラザダ(Lazada)

### 【越境 EC の可否および越境 EC 対象国】

ラザダは、マレーシアでの個人 EC 出店には NRIC(マレーシア国民 ID カード)<sup>41</sup>を必要としている点から、日本人個人による出店は不可である。日本から越境 EC を行う場合、法人のみ登録が可能ということになる。2016 年にアリババグループ傘下に入ってから、世界中から越境 EC が可能となり、現在ラザダ・マレーシアへの越境 EC 対象国は、中国、韓国、日本、香港、マカオ、台湾、オーストラリア、ニュージーランド、オーストリア、ベルギー、スイス、ドイツ、スペイン、フランス、イタリア、スウェーデン、トルコ、ブラジル、カナダ、米国、インドとなっている。

### 【具体的な出店方法、出品手続】

ラザダは 2019 年 9 月現在日本に拠点を持たないため、日本語でのサポートは行っていないことを念頭におかねばならない。東南アジア 6 カ国以外では中国、香港、韓国に拠点がある。

出店には、「ローカルセラー」と「グローバルセラー」という種別があり、一般貿易としてマレーシア国内のみの展開か、越境 EC としてグローバル展開かを選択する必要がある。

「ローカルセラー」は一般貿易の範疇となり、マレーシアに現地法人をもち、ラザダ・マレーシアへ出店契約を行うことを指し、審査ののちアカウント開設は可能であるが、マレーシア国内向けのみ販売に限定される。その後の売上や顧客評価によっては東南アジアの他 5 カ国への販売が許可される。

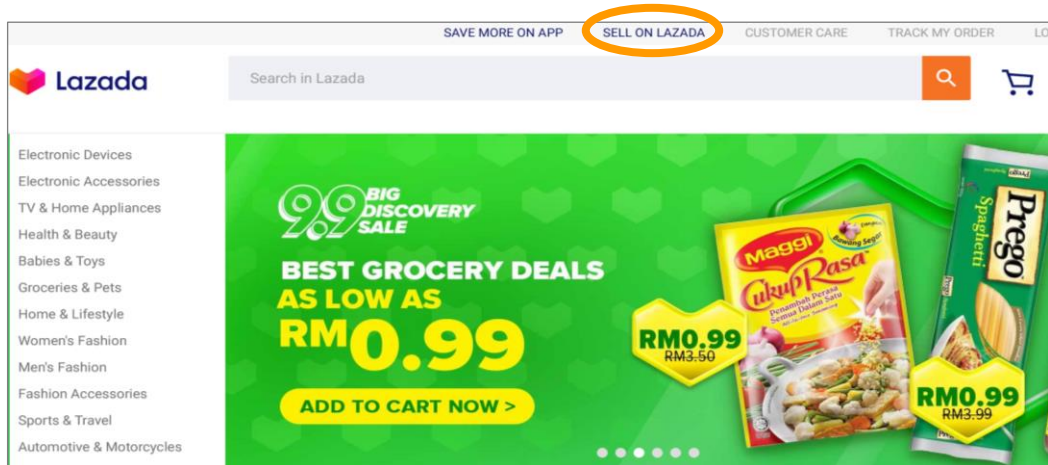
<sup>41</sup> NRIC: National Registration Identity Card (マレーシア国民 ID カード)。身分証明書。2019 年 7 月現在、日本人の NRIC 取得は不可となっている。ジェトロ>「外国人向けアイカード (i-KAD) の発給を停止」参照。

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2019/09/1c3c7ef469f89d41.html?fbclid=IwAR3Jdr969cPxp9v9rEj9L0aqDGJ8AMi7rYFioqgYf0fswqpQ8AzvOFz2oKM>

「グローバルセラー」は、登録者がラザダの進出している東南アジア 6 カ国へ越境 EC 出店を行い、直接販売することが可能である。ここでは越境 EC という観点から、「グローバルセラー」でのアカウント開設、出店手続き、出品手続きについて説明する。

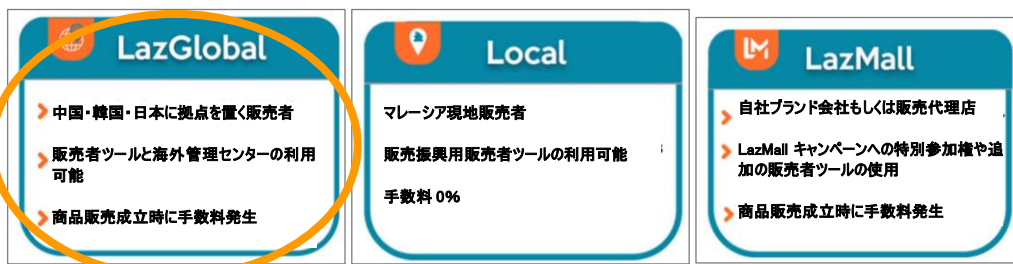
#### 出店手続き：

- ① ラザダのウェブサイトから出店登録を開始する。<https://www.lazada.com.my/>  
※ラザダのグローバルセラーアカウント登録は、ラザダ・マレーシアのウェブサイトにある。
- ② 上部タブにある「SELL ON LAZADA」をクリック。



- ③ ページ中程にある「LazGlobal」「Local」「LazMall」の中から、「LazGlobal」を選択(クリック)する。

※ラザダには 3 種類の出店形態があるが、ここでは越境 EC の出店登録である「LazGlobal」を選択する。





- ④ 以下画面に遷移したら、必要個所を埋め、「>>」マークをクリックしたまま右端までスライドさせたのち、利用規約に同意すると、サインアップボタンがクリックできる状態に変わるので、「サインアップ」をクリックする。

The screenshot shows the Lazada sign-up interface. At the top, it says "Welcome! You are just one step away to sell on Lazada." Below this is a "SIGN UP" section with a language dropdown set to "English".

The "Account Type" section has two radio buttons: "Individual" and "Corporate". The "Corporate" option is selected and circled in orange. An annotation points to it: "法人契約しか選択できないようになっている" (It is set so that only corporate contracts can be selected).

The "Shop Based in \*" section has a dropdown menu showing "mainland,China" with a Chinese flag icon. An annotation points to it: "プルダウンで日本を選択" (Select Japan from the dropdown).

The "Mobile Number \*" section has a field with "+86" and an empty input box. An annotation points to it: "日本の携帯電話番号を記入" (Enter Japanese mobile phone number).

The "Slide to Verify \*" section has a slider with ">>" on the left and a grey bar extending to the right. An annotation points to it: ">>を右端までスライドさせる" (Slide >> to the right end).

At the bottom, there is a checkbox: "I have read, understood and agreed to the terms and conditions of the [Crossborder Marketplace Contract](#) and the [Crossborder Logistics Services Contract](#)". An annotation points to it: "各利用規約を確認の上、☑を入れる" (Check each usage agreement and check the box).

At the very bottom is a dark blue "SIGN UP" button, which is circled in orange. An annotation points to it: "クリック" (Click).

- ⑤ 以下ページに遷移したら必要事項を記入し「サインアップ」をクリックする。メールアドレスには‘support@, info@, sales@, marketing@, admin@’というアドレスは登録しない<sup>42</sup>。

Malaysia  
English

Welcome! You are just one step away to sell on Lazada.

**SIGN UP** English

Account Type  Individual  Corporate  
Please make sure you have active Business License in order to sell on Lazada as a Corporate

Shop Based in \*  ← 記載済

Mobile Number \* +81  phone is required

Slide to Verify \*  Resend ← 登録携帯電話へ配信された6桁のコードを記入する

Password \*  ← 任意のパスワードを設定する

Confirm Password \*

Email Address \* 'support@, info@, sales@, marketing@, admin@'  
といったようなアドレスは登録しない ← メールアドレスを記入する

Shop Name \*  ← 店舗名を記入する

I have a promo code

I have read, understood and agreed to the terms and conditions of the Crossborder Marketplace Contract and the Crossborder Logistics Services Contract. ← 各利用規約を確認の上、☑を入れる

**SIGN UP** ← クリック

この後、法人のビジネスライセンスをアップロードしたのち、ラザダからの承認待ちとなる。ラザダから48時間以内に承認／否認の連絡がSMSもしくはEメールにて届く<sup>43</sup>。

<sup>42</sup> Lazada University How to become a Crossborder Seller

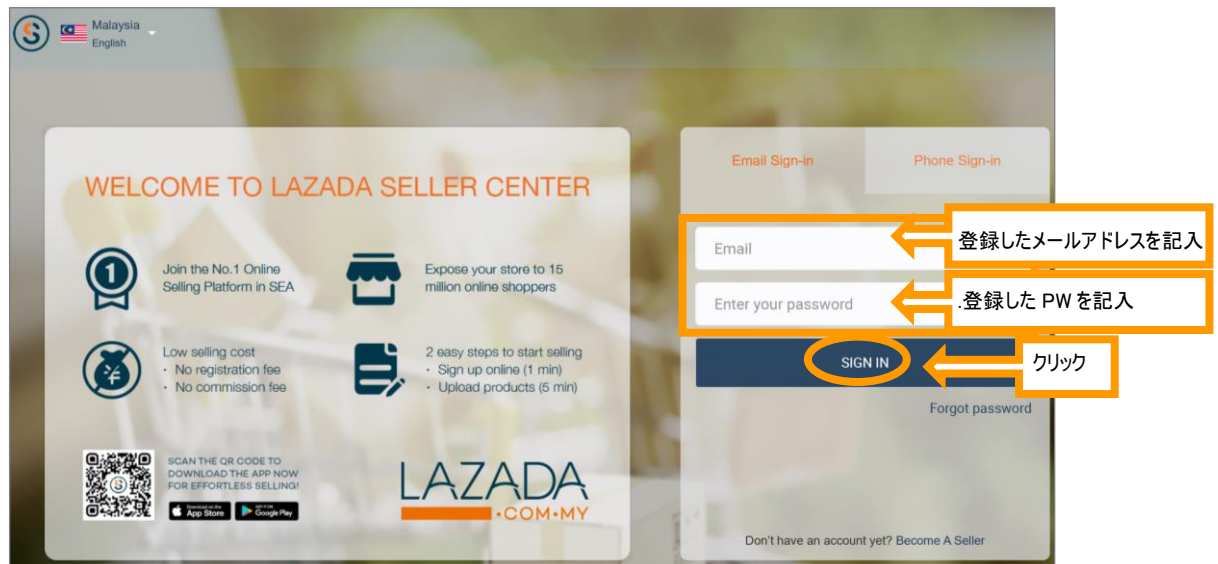
<https://www.lazada.com/documents/CB%20EN%20Notes%20for%20local%20sellers%20to%20become%20a%20CB%20seller.pdf>

<sup>43</sup> Lazada Seller Center>Help center>Getting started

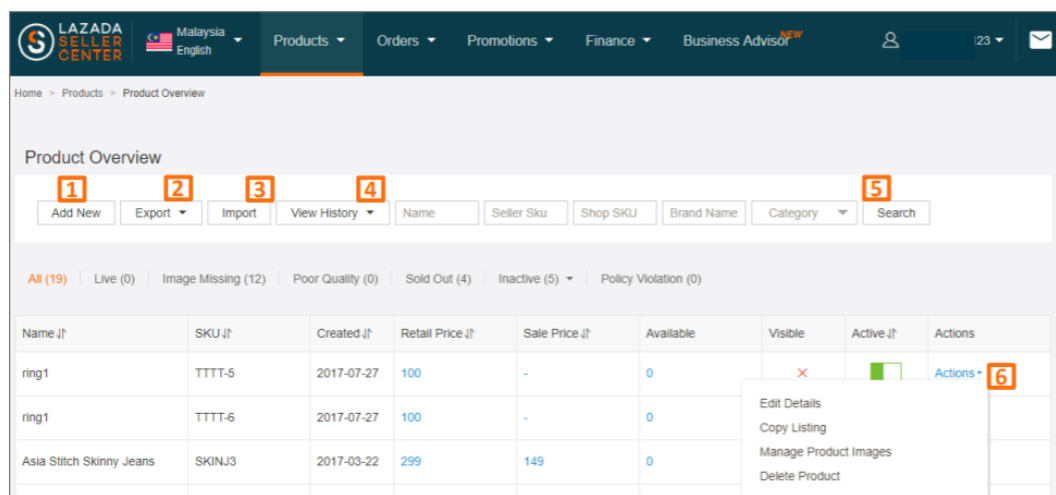
<https://sellercenter.lazada.com.my/seller/helpcenter/how-long-does-it-take-to-approve-my-seller-application.html?spm=a2a16.helpcenter-psc-topic.articles-list.3.6b953944Evzgsr>

## 出品手続き:

- ① 商品を登録する。セラーアカウントのログインページからログインする。



- ② 上部タブ「Products」>Product Overview の画面が商品基本情報一覧である。商品情報全ての項目の入力が必須事項となっている。



1. 新規商品登録: 「Products」タブ>「Add Products」からも新規登録可能。
2. エクスポート: カテゴリ毎の CSV フォーマットに、登録済 SKU<sup>44</sup>情報をエクスポート可能。
3. インポート: 一括アップロード、一括アップデート商品のインポート可能。
4. 履歴一覧: インポートとエクスポートの履歴が確認可能。
5. 検索: 商品名から SKU を検索。

<sup>44</sup> SKU: Stock Keeping Unit (ストック・キーピング・ユニット)。受発注・在庫管理を行うときの、最小の管理単位。同じ商品でもカラーやサイズの違いで区別し、アイテムよりも小さな単位に分類する。

6. アクション:「詳細編集」「アップ済商品のコピー」「商品画像管理」「商品削除」が可能。
- ③ 商品をアップロードする。上部タブ「Products」>「Add Products」を選択すると、以下画面に遷移する。

The screenshot shows the Lazada Seller Center interface. At the top, there's a navigation bar with 'Products' selected, and a dropdown menu showing 'Add Products' highlighted. Below this, the 'Add Product' page is visible. The 'Product Name' field contains 'Female White dress' and is marked with a '7' in an orange box. Below it, there are 'Category Suggestions' with radio buttons. The 'Category' dropdown menu is marked with an '8' in an orange box. The page also shows a 'What You're Selling' section and a 'Fulfillment by Lazada' option.

7. 商品名:任意の商品名を記入する。
8. 商品名の下にある「カテゴリ」選択肢からカテゴリを選ぶか、カテゴリボックスをクリックして、ポップアップウィンドウのカテゴリ一覧から選択する。
- ※間違ったカテゴリを選択してしまうと、品質管理の段階で登録が拒否される。また、間違ったカテゴリに属する商品は、特売から除外されてしまう。商品情報作成後1つ1つ、またはバッチで情報を修正できる。

- ④ 上記まで埋めると、基本情報の記載すべき残りの画面が展開する。

The screenshot shows a 'Basic Information' form with the following fields and callouts:

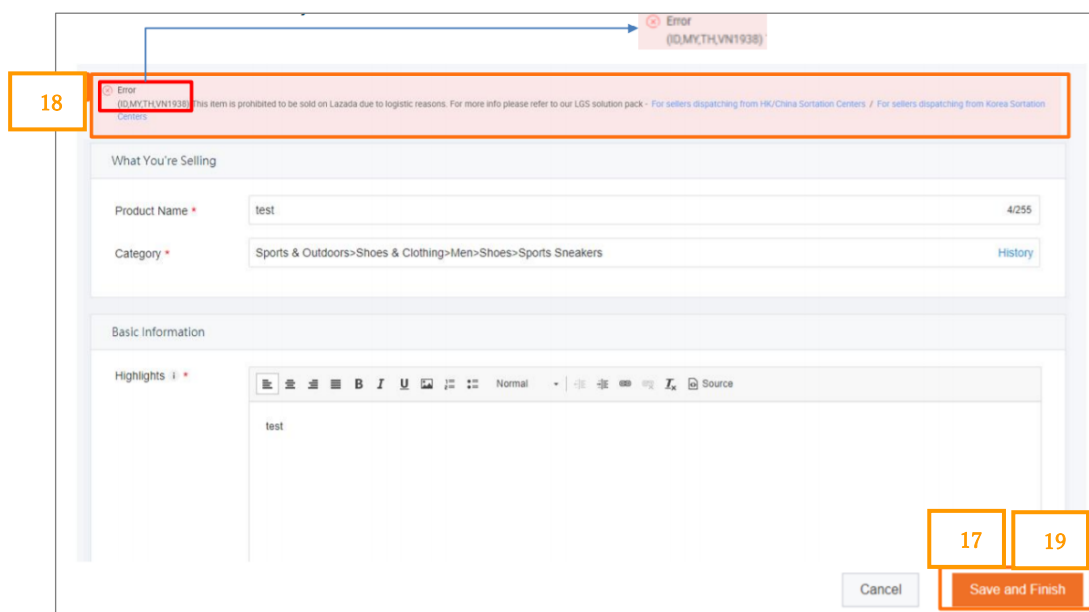
- 9**: Highlights field with a 'Bullet Points' callout.
- 10**: Product Description field with an 'Insert Images' callout.
- 11**: Video URL field containing 'https://www.youtube.com/embed/NaVNkmQuzN4'.
- 12**: Warranty Type field with radio buttons for 'Local Manufacturer Warranty', 'International Manufacturer Warranty', 'Local Supplier Warranty', and 'No Warranty' (selected), and 'International Seller Warranty'.
- 13**: Name (Malay) field.
- 14**: Hazmat field with checkboxes for 'Battery', 'Flammable', 'Liquid', and 'None'.
- 15**: What's in the box field.
- 16**: Package Weight (kg) and Package Dimensions (cm) fields with sub-fields for Length, Width, and Height.

9. ハイライト(商品の特徴・おすすめポイント): 3~6 個の箇条書きポイント説明が必須。箇条書き 1 項目につき最大 60 文字まで。
10. 商品説明: 正しいレイアウトで英語の文章にて記載する。有効なリンクがある場合は、「イメージ」ボタンを押してイメージ画像を挿入できる。「https://」で始まる URL のみ有効である。
11. ビデオ URL: 埋め込み URL を記載する。
12. 保証タイプ: 選択カテゴリで必須の場合のみ。越境出店者は「保証無し」を選択する。
13. 商品名(マレー語): 商品名と同一名でなくてはならない。マレーシアセラーセンターへの申し込みのみに使用される。
14. 危険物: 梱包にバッテリー・可燃性・液体が入っていればそれぞれに☑を、危険物が入っていない場合は None に☑を入れる。

15. 箱の中身:「量」×「商品名」の形で記入が必須。カンマ区切りで複数のラインアップを記載可能。
16. パッケージ重量・パッケージサイズ(縦×横×高さ):数値のみを記入。小数点第2位まで記載可能。推奨価格に影響を及ぼさぬよう、正しい重量を記載のこと。

⑤ 服飾の色やサイズなど、カテゴリによってさらなる詳細を記入する画面も別途設けられているので、必要であれば記載する。

⑥ 商品情報記載が完了したら、下部にある「Save and Finish」ボタンを押す。

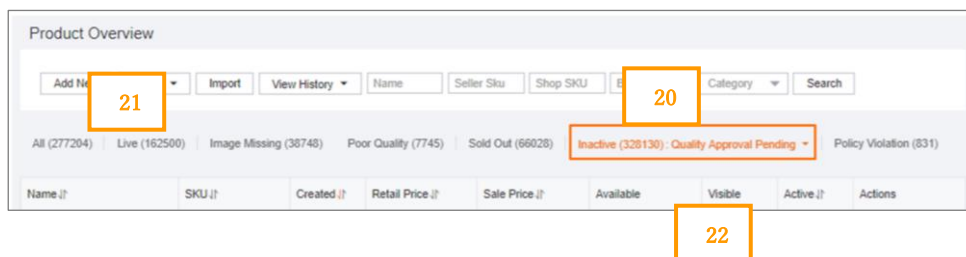


17. 「Save and Finish」ボタンを押すと商品の QC (品質管理) 第一段階が始まる。ここではラザダが数分以内に「登録商品が配送販売において適格か」を自動チェックする。
18. もし QC が否認されたら、否認理由が商品登録画面のトップに現れる。編集可能画面となるので、再編集して再度「Save and Finish」ボタンを押すことができる。QC 結果に疑問がある場合は、国、地域コード、商品カテゴリ、商品名、特徴、商品詳細のスクリーンショットを香港サポートセンター (HKPSC)<sup>45</sup>に送信する。
19. 商品情報を修正したら、再度「Save and Finish」ボタンを押す。

<sup>45</sup> HKPSC(Hong Kong Partner Support Center)

<https://university.lazada.com/pluginfile.php/356/course/section/363/CB%20EN%20OB%20Manual.pdf?spm=a2oa2.topic.0.0.20345704IqL4ds&file=CB%20EN%20OB%20Manual.pdf>

⑦ QC 第一段階を通過できたら、QC 第二段階へ進む。



20. 基本情報一覧画面の中程にある「Inactive (Quality Approval Pending)」タブに、商品ステータスが移動する。アップロードしたイメージ画像ファイルの QC が 24 時間以内に、それ以外の詳細が 2 営業日以内に品質チェックされる。
21. QC 第二段階を通過すると、基本情報一覧画面の中程左から 2 番目にある「Live」タブに、商品が移動する。
22. 「Visible」項目が○になり、商品が公式に閲覧可能状態となる。

【出品に際して満たす必要がある条件】

越境 EC 出店者のために、ラザダではクロスボーダーセラー向け教育サイト「ラザダ・ユニバーシティ」(Lazada University)<sup>46</sup>を開設している。法律に準じた商品の出品は当然であるが、ラザダが取り決めた商品の出品条件についてもここに明記されている。

ラザダでは「Zero Tolerance Policy」と称し、ラザダが取り決めた以下商品は一切扱ってはいけない。取扱が発覚した場合はペナルティが課される。

1. 中古品
2. 法律で禁じられている商品
3. 販売許認可のない商品
4. 偽造品・複製品
5. 暴力、人種差別、憎悪を助長する、または宗教的信念を傷つける商品
6. 複数店舗で商品の在庫管理を行わない(SKU は一店舗のみのカウントする)

<sup>46</sup> Lazada University Onboarding Manual Lazada Crossborder  
<https://university.lazada.com/pluginfile.php/356/course/section/363/CB%20EN%20OB%20Manual.pdf?spm=a2oa2.topic.0.0.20345704IqL4ds&file=CB%20EN%20OB%20Manual.pdf>

## 【食品取扱に関する認可】

ラザダの利用規約「越境マーケットプレイス契約」<sup>47</sup>には、以下が販売除外カテゴリに該当する食品と明記されている。

1. 商品保管において、温度管理が必要な商品（冷凍：-8°C未満、軟凍結：-8°C以上 0°C、冷蔵：0～8°C、冷房：8～15°C）
2. 新鮮な果物；
3. 新鮮な野菜；
4. 生肉および冷凍肉
5. 新鮮で冷凍の魚介類
6. ラザダによって定められた、保管および出荷中に特定の取り扱いが必要な商品
7. 在庫の完売・残存にかかわらず、保存期間が3か月未満の商品
8. 中華人民共和国で製造された商品
9. 肉や魚介類に限定されない、動物由来の商品
10. アルコール飲料
11. ベビーフード・粉ミルク、12か月以上の子供向けフード・粉ミルク
12. その他、ラザダから書面で随時通知される除外カテゴリに属する商品

上記以外にも、越境ECにおいて出品を禁止されている食品はラザダウェブサイトにて一覧化<sup>48</sup>されている。出品の際は最新リストでの確認が必須である。以下はラザダが禁止している販売商品一覧の、食品部分から一部抜粋したリストである。

---

<sup>47</sup> Crossborder Marketplace Contract

<https://university.lazada.com/pluginfile.php/651/course/section/473/Agreement%2BCommission%20%281%29.pdf?spm=a2a1n.12768535.old-navigation.2.75801e130eWCtc&file=Agreement%2BCommission%20%281%29.pdf>

<sup>48</sup> Lazada University >Prohibited Item list

<https://university.lazada.com/pluginfile.php/577/course/section/346/CB%20EN%20Prohibited%20Items.xlsx?spm=a2oa2.topic.0.0.59c16672j77kIH&file=CB%20EN%20Prohibited%20Items.xlsx>



マレーシア向け越境 EC(クロスボーダー) 取り扱い禁止商品リスト(食品部分一部抜粋)

レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
食品	ワイン・ビール・スピリッツ	スピリッツ	ラム・ジン・ウイスキー他
食品	ワイン・ビール・スピリッツ	スピリッツ	日本のウイスキー
食品	ワイン・ビール・スピリッツ	ワイン	赤・白・ロゼ・シエリー
食品	ワイン・ビール・スピリッツ	シャンパン・ビール	—
食品	ワイン・ビール・スピリッツ	日本酒、梅酒	—
食品	朝食	ジャム・シリアル・パン	はちみつ
食品	キャンディ・チョコレート	チョコレート・他スイーツ	—
食品	缶・ドライ&パッケージ	麺・パスタ・米	—
食品	缶・ドライ&パッケージ	インスタント食品	インスタント麺他
食品	缶・ドライ&パッケージ	缶詰	魚・果物・肉・野菜他
食品	スナック	チップス・クッキー他	—
食品	スナック	ドライ果物・海苔	—
食品	飲料	コーヒー・茶	—
食品	飲料	粉末	パウダードリンク・粉ミルク
食品	冷蔵品	牛乳・バター・卵・チーズ	—
食品	冷蔵品	豆腐他冷蔵品	—
食品	生鮮	野菜	アボカド・ブロッコリ・オクラ
食品	生鮮	野菜	その他保存野菜
食品	生鮮	果物	りんご・バナナ他
食品	生鮮	キノコ類	—
食品	冷凍品	野菜	野菜、果物
食品	冷凍品	肉	牛・豚・鶏・羊・七面鳥
食品	冷凍品	魚	魚介・かにかま・つみれ
食品	冷凍品	アイスクリーム	フローズンヨーグルト
食品	肉・魚	鮮肉・鮮魚	鮭・鮪・海老・その他
食品	肉・魚	鮮肉・鮮魚	すり身
食品	肉・魚	鮮肉・鮮魚	牛・豚・鶏・羊
食品	肉・魚	鮮肉・鮮魚	ソーセージ・その他

## 【日本からの越境 EC の際の必要な手続き】

ラザダで越境 EC を行う場合、個人ではセラーアカウントの開設はできないため、法人を設立しておく必要がある。ラザダは越境 EC には現地住所や現地銀行口座を要求しないため、必要書類と手続きは以下 2 点となる。

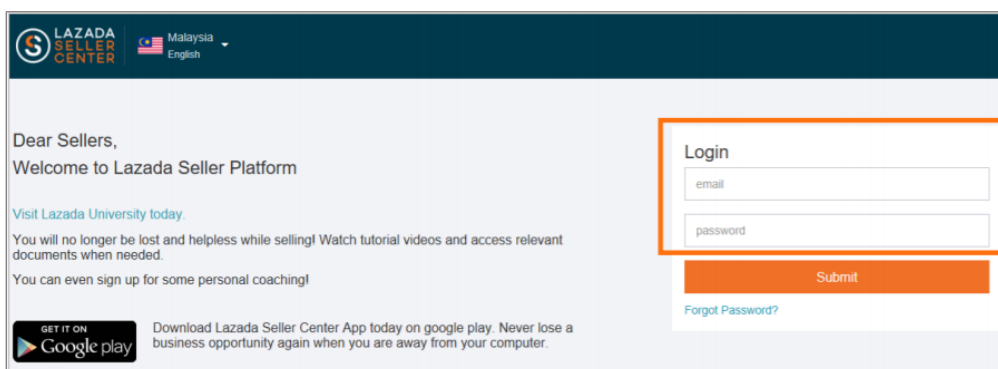
1. 法人のビジネスライセンス
2. ラザダからの売上送金に使用されるペイオニア(Payoneer)の登録

ラザダでは、登録口座はペイオニアだけでなく、ワールドファースト(World First)も選択可能だが、ペイオニアの利用を強く推奨している。ペイオニアは出店者の出金手数料が低く、送金日数が短く、自国の通貨にレート換算して受け取り、カスタマーサポートが充実しているなど、フレキシブルに対応できる点がラザダの推奨の理由<sup>49</sup>だ。

ここでは、ラザダの越境 EC 出店者向けウェブサイト「セラーセンター」(Seller Center)上での、ペイオニア法人アカウント開設<sup>50</sup>からラザダアカウントとの接続までを説明する。「セラーセンター」では全て英語画面で登録を行うが、ペイオニアの登録部分のみは日本語サイト画面を用いて説明を行う。

### ペイオニア法人アカウント開設手続き

- ① ラザダの「セラーセンター」へログインする。



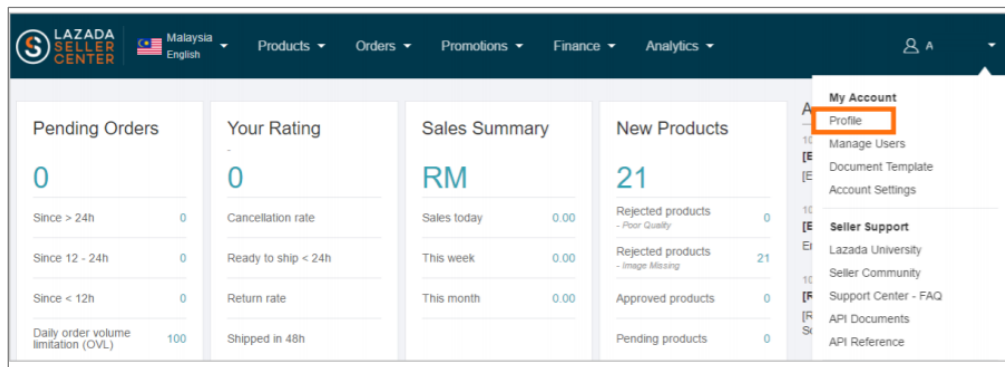
The screenshot shows the Lazada Seller Center login interface. At the top, there is a header with the Lazada Seller Center logo, the Malaysian flag, and the text 'Malaysia English'. Below the header, there is a greeting: 'Dear Sellers, Welcome to Lazada Seller Platform'. To the right, there is a 'Login' form with two input fields: 'email' and 'password', followed by an orange 'Submit' button and a 'Forgot Password?' link. On the left side, there is a 'Visit Lazada University today.' link and a promotional message: 'You will no longer be lost and helpless while selling! Watch tutorial videos and access relevant documents when needed. You can even sign up for some personal coaching!'. At the bottom left, there is a 'GET IT ON Google play' button and a text prompt: 'Download Lazada Seller Center App today on google play. Never lose a business opportunity again when you are away from your computer.'

<sup>49</sup> Lazada University Lazada Payment Provider Payoneer

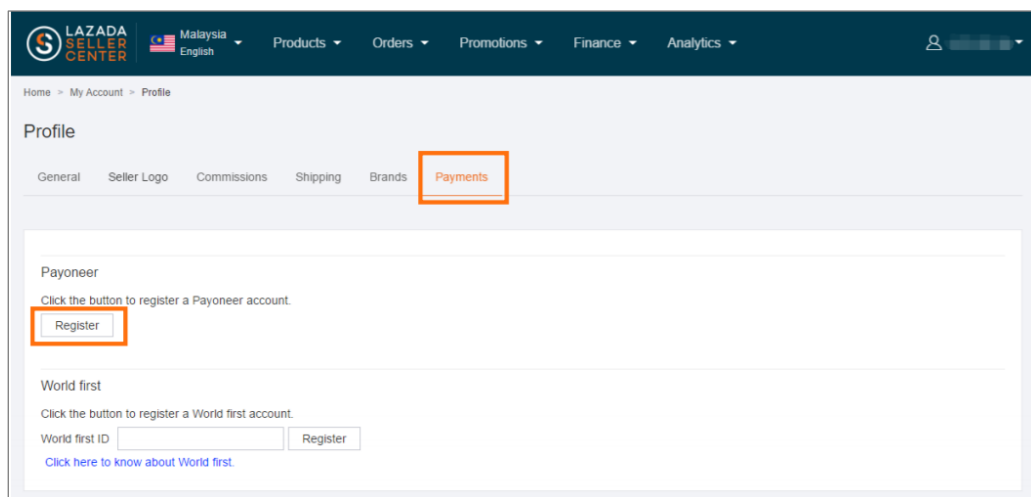
<https://university.lazada.com/pluginfile.php/582/course/section/367/CB%20EN%20Payoneer.pdf?spm=a2oa2.topic.0.0.2c4c4484uKBU0P&file=CB%20EN%20Payoneer.pdf>

<sup>50</sup> ペイオニア アカウント開設方法 <https://www.payoneer.com/ja/how-to-register/>

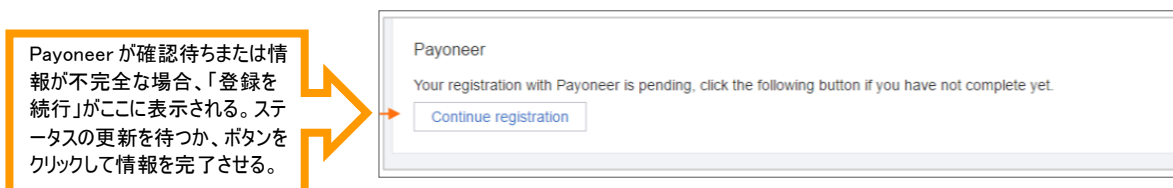
- ② 「マイアカウント」から、「プロフィール」を選択する。



- ③ 「ペイメント」タブをクリックし、ペイオニアの「登録(Register)」ボタンを押す。



- ④ ペイオニアの登録が行われていない場合、以下の画面に従う。



- ⑤ ペイオニアのウェブサイトに移行するので、ペイオニアの法人アカウント開設を行う。

※本来はペイオニア英語サイトでの登録となる。

※ペイオニア日本語サイトでは、法人登録申し込み前の事前準備として、以下の用意を促している。

- ✓ 銀行口座情報（口座番号、銀行の英語名、SWIFT コードなど）
- ✓ 顔写真付き公的身分証明書
- ✓ 履歴事項全部証明書

さらに、法人アカウント新規開設のステップは以下 3 つとしている。

- ✓ 申込(登録サイトで必要なお客様情報を入力して、Web 送信)
- ✓ 審査(7 営業日内の審査後、E メールでお知らせ)
- ✓ 利用開始(アカウント承認され、外貨の受取りが可能に)

⑥ 「はじめに」を記入する。

Payoneer  
よくある質問FAQ 会社 マイアカウント

Payoneer ペイオニアサインアップ

はじめに 連絡先情報 セキュリティ情報 完了までおめでとうございます

アルファベットのみでのご入力をお願い致します。

1  個人  企業

2 企業の正式名称

3 事業の法人格種類

4 会社ウェブサイトのURL

5 担当者の名

6 担当者の姓

7 Eメールアドレス

8 Eメールアドレス再入力

9 連絡担当者の生年月日

次へ

**記入例**

個人  企業

企業の正式名称  
Payoneer Shoten

事業の法人格種類  
株式会社(Ltd)

会社ウェブサイトURL (任意)  
www.payoneer.shoten.jp

担当者の名  
Henako

担当者の姓  
Payoneer

Eメールアドレス  
payoneer.hanako@email.com

Eメールアドレス再入力  
payoneer.hanako@email.com

連絡担当者の生年月日  
1975/01/01

1 「企業」を選択。

2 企業の正式名称:  
登記している正式な企業名を入力。

3 事業の法人格種類:  
企業が登記されている法人格種類をプルダウンから選択。

4 会社ウェブサイトのURL:  
企業のコーポレートウェブサイトのURLを入力。会社のウェブサイトがない場合は、サービスまたは商品を販売しているページのURLを入力。

5 担当者の名:  
ご担当者様は会社を代表しアカウントを管理する権限が付与されます。  
ご担当者様の公的身分証明書に記載されている、下のお名前を入力。

6 担当者の姓:  
ご担当者様の公的身分証明書に記載されている、姓を入力。

7 Eメールアドレス:  
アカウントへアクセスする際の管理用Eメールアドレス。  
連絡先となるEメールアドレスを入力。

8 Eメールアドレス再入力:  
上記「7」で入力したEメールアドレスを再度入力。

9 連絡担当者の生年月日:  
ご担当者様の公的身分証明書に記載のある生年月日を入力。  
なお、お申込は18歳以上の方に限ります。

⑦ 「連絡先情報」を記入する。

**Payoneer**  
よくある質問/FAQ 問合せ マイアカウント

Payoneer ペイオニアサインアップ

はじめに 連絡先情報 セキュリティー詳細 完了までどうぞ

アルファベットのみでの入力をお願いします。

1 国: 日本

2 本社住所: Barbizon104-302 5-4-27

3 都道府県: Minamiosoyama, Minato-ku

4 郵便番号: Tokyo

5  私の会社は別の国で設立されました。

6 電話種別:  携帯電話  固定電話

7 電話番号: +81 0312345678

次へ

**記入例**

国: 日本

本社住所: Barbizon104-302 5-4-27

都道府県: Minamiosoyama, Minato-ku

郵便番号: Tokyo

電話番号: 1070062

私の会社は別の国で設立されました。

電話種別:  携帯電話  固定電話

電話番号: +81 0312345678

ご注意: この画面では**すべて英数半角での入力**をお願いします。

1 **国:**  
本社所在国をプルダウンから選択。

2 **本社住所:**  
省略せずに入力。  
(1段の入力文字制限: 30文字まで。必要に応じ2段に分けて入力)

3 **都道府県:**  
住所の都道府県名を入力。

4 **郵便番号:**  
郵便番号を入力。ハイフンは入れずに数字のみ。

5 **私の会社は別の国で設立されました:**  
もし会社が別の国で設立した場合は、チェックボックスをクリックし設立国をプルダウンで選択。

6 **電話種別:**  
携帯電話、または固定電話を選択。

7 **電話番号:**  
電話番号を入力。ハイフンは有りでも無しでもOK。

⑧ 「セキュリティ詳細」を記入する。

The screenshot shows the Payoneer account setup interface. At the top, there are navigation links for 'よくある質問FAQ', '検索', and 'マイアカウント'. The main heading is 'Payoneer ペイオニアサインアップ'. Below this is a progress bar with four steps: 'はじめに', '連絡先情報', 'セキュリティ詳細', and '完了までおすすです'. The 'セキュリティ詳細' step is currently active and highlighted with a red dashed box. This box contains seven numbered steps: 1. ユーザー名 (User Name), 2. パスワード入力 (Password Input), 3. パスワード再入力 (Password Re-input), 4. セキュリティの質問 (Security Question), 5. セキュリティ質問の答え (Security Question Answer), 6. ID (身分証明書) 発行国 (ID Issuance Country), and 7. 会社法人等番号 (Company Number). To the right of the main form is a '記入例' (Example) box showing the filled-in fields: ユーザー名 (payoneer.hanako@email.com), パスワード入力 (masked), パスワード再入力 (masked), セキュリティの質問 (母方の祖母の名前は何ですか?), セキュリティ質問の答え (Haruka), ID (身分証明書) 発行国 (日本), and 会社法人等番号 (000000000000). Below the screenshot are seven numbered instructions corresponding to the steps in the form.

**1 ユーザー名:**  
「はじめに」の画面で入力したメールアドレスが表示。

**2 パスワード:**  
アカウントのアクセス用パスワード。  
英数半角いづれも含む、7桁以上のもの。

**3 パスワード再入力:**  
上記「2」で入力したパスワードを再入力。

**4 セキュリティの質問:**  
秘密の質問をプルダウンから選択。この秘密の質問の答えをアカウント確認、またはパスワード再設定の際に確認することがあります。

**5 セキュリティの質問の答え:**  
上記の「4」のセキュリティの質問に対する答えを、英数半角で入力。  
日本語入力は不可。大文字、小文字の区別あり。

**6 ID (身分証明書) 発行国:**  
ご担当者様の公的身分証明書の発行国を入力。

**7 会社法人等番号:**  
登録する企業の会社法人等番号を入力。

⑨ 「完了までもうすぐです」を記入する。

The screenshot shows the Payoneer account setup page. At the top, there are navigation links for 'よくある質問FAQ', '問合せ', and 'マイアカウント'. The main heading is 'Payoneer ペイオニアサインアップ'. Below this is a progress bar with four stages: 'はじめに', '連絡先情報', '社セキュリティ登録', and '完了までもうすぐです'. The current stage is '完了までもうすぐです'. The form contains several fields, each with a numbered callout (1-11). An inset box on the right shows an example of how to fill out the form, titled '記入例'. Below the form is a '送信' button.

**1** 銀行口座種別: 企業

**2** 銀行所在国: 日本

**3** 通貨: JPY

**4** 銀行口座登録ガイドを見るには、[ここをクリック](#)

**5** 銀行名(英語): 例 Royal Bank of Japan

**6** Account Name (カタカナ): ファーストチョイスペイ(カ)

**7** 口座名義(英語): 例 Payoneer KK

**8** 支店コード: 例 123

**9** 口座番号: 例 1234567

**10** 口座種別: 1 普通 2 当座 4 貯蓄 9 その他

利用規約、電子情報開示およびプライバシーポリシーに同意します。  
 私は料金と手数料に同意します。

**記入例**

銀行口座種別: 企業

銀行所在国: 日本

通貨: JPY

銀行口座登録ガイドを見るには、[ここをクリック](#)

銀行名(英語): Bank of The Ryukyus

Account Name (カタカナ): ペイオニア ショウテン (カ)

口座名義(英語): Payoneer Shoten

支店コード: 123

口座番号: 1234567

口座種別: 1 - Futsu (普通)

利用規約、電子情報開示およびプライバシーポリシーに同意します。  
 私は料金と手数料に同意します。

**1** 銀行口座種別: 登記している正式な企業名を入力。

**2** 銀行所在国: 銀行所在地(国)をプルダウンから選択。

**3** 通貨: 上記「2」の銀行所在地で日本が選択されている場合、自動でJPYが表示。

**4** 銀行口座登録ガイドを見るには、[ここをクリック](#): クリックすると、オンライン画面上に「銀行口座登録ガイド」が表示。

**5** 銀行名(英語): プルダウンから銀行名を選択。見つからない場合は、その他を選択し、英語正式名称を英字半角で入力。

**6** Account Name(カタカナ): 法人格を含めた口座名義をカタカナで入力。

**7** 口座名義(英語): 法人格を含めた口座名義を英字半角で入力。

**8** 支店コード: 銀行支店コードを入力。

**9** 口座番号: 口座番号を数字半角で入力。

**10** 口座種別: プルダウンの、普通、当座、貯蓄、その他の中から選択。

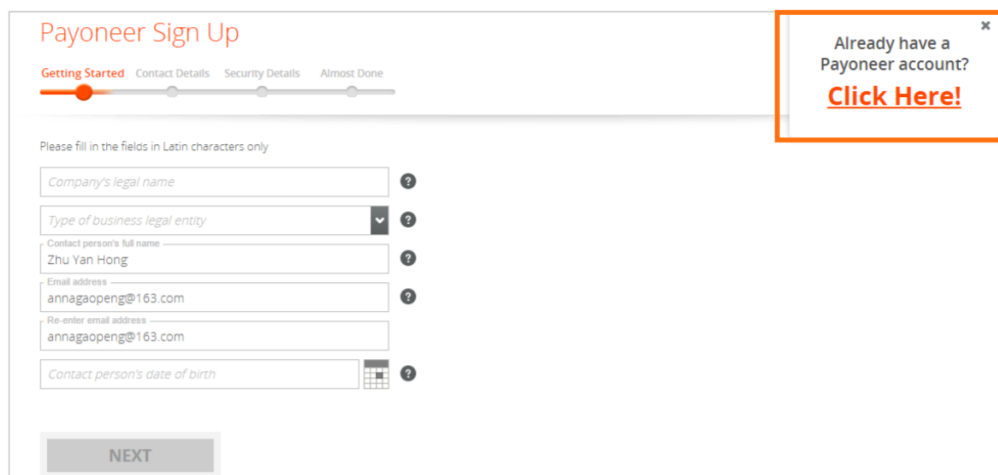
**11** 「利用規約」「電子情報開示」「プライバシーポリシー」「料金と手数料」を確認の上、同意の場合はチェックボックスにチェックを入れ、送信ボタンをクリック。

- ⑩ 全て記入が完了すると、以下画面に遷移する。



- ⑪ ペイオニアの画面右上に出る「Click Here!」をクリックする。

※もしペイオニアの個人アカウントを持っていたとしても、ここではペイオニアの法人アカウントをラザダとリンクさせなくてはならない。個人アカウントでラザダとリンクさせてしまうと、承認作業が遅れる。





- ⑫ パイオニアのユーザーネームとパスワードを入力し、「Continue」をクリックする。

Already have a Payoneer account?

If you already have a Payoneer account and would like to add a new funding source, please provide the following information:

Username

Password

CONTINUE CANCEL

[Forgot your Password?](#)

- ⑬ パイオニアとラザダのアカウント接続が成功すると以下の画面になる。

LAZADA SELLER CENTER Malaysia English Products Orders Promotions Finance Analytics

Home > My Account > Profile

Profile

General Seller Logo Commissions Shipping Brands **Payments** Invoice Number

Payoneer

Your registration with Payoneer is active.

Payoneer ID MY Connected

Click the button to register a World first account.

World first ID Register

[Click here to know about World first.](#)

## 【日本から越境 EC に取組む際の注意点】

越境 EC においては、以下のような中間業者の設立や提携は必須ではない。

1. 日本から現地法人または支店の設立など
2. 現地販売代理店・パートナー企業・個人事業主・物流業者との契約など

現地法人にしか取得できないライセンス商品は、越境 EC においては販売不可となっていること、物流配送やコンシューマ決済はラザダがそれらの機能を所持していることから明白である。

もし越境 EC で販売不可とされている商品（例：日本産果物や野菜など）を販売したい場合は、越境 EC でなく一般貿易として、現地法人を設立し、現地販売代理店を通して諸手続きを行えば、対処できる場合もある。

## 【出品費用、関税支払方法、その他必要経費、サイト内における広告宣伝費】

### 出品費用：

1. 商品を出品するにあたり、ラザダは出店者に出品手数料を徴収しない。しかし商品の販売が成立した際に、ラザダは出店者から販売手数料<sup>51</sup>を徴収する（ラザダから売上送金時に天引きされる）。手数料は商品カテゴリによって異なる。
2. 日本からラザダ配送センターへの運送費用は出店者の負担となる。
3. ラザダ香港集約センターから購入者への運送費用<sup>52</sup>も出店者の負担となる（ラザダから売上送金時に天引きされる）。
4. 販売した商品がラザダの返品ポリシーの範疇において返品や配達不能となった場合、ラザダは購入者に全額払い戻し、出店者はラザダに全額払い戻す。一方購入者の過失により、返品商品が再出荷不能状態にて返品された場合は、出店者は返品を受け入れる責任を負わない。その場合、出店者は返品回収から7日以内に、裏付け文書を含む書面による要求をラザダに提出する必要がある。
5. 各オンライン購入の際に利用された支払いゲートウェイ料金はペイメント料<sup>53</sup>と称し、出店者の負担となる（ラザダから売上送金時に天引きされる）。

---

<sup>51</sup> Commission Table

<https://university.lazada.com/pluginfile.php/577/course/section/474/CB%20EN%20Commission%20Table.pdf?spm=a2oa2.topic.0.0.446f6672b0ukRU&file=CB%20EN%20Commission%20Table.pdf>

<sup>52</sup> Financial Payout

<https://university.lazada.com/course/view.php?spm=a2oa2.topic.0.0.33e01ae2jnDSU3&id=171>

<sup>53</sup> Financial Payout

<https://university.lazada.com/course/view.php?spm=a2oa2.topic.0.0.33e01ae2jnDSU3&id=171>

### 関税:

商品を日本からマレーシアへ個人輸入する際の免税対象額は、1商品 500.00MYR 以下である。ラザダ・ユニバーシティによると、500.00MYR を超えた場合は現地の規制に従う。

### サービス税:

マレーシアでは、2018年9月よりサービス税(SST)が導入されているが、サービス税は輸入されたサービスには課税されないため、出店者はサービス税を支払わない。

### その他必要経費:

ラザダによってペイオニアに入金された売上金を、日本の銀行口座へ出勤する際の手数料(2%)<sup>54</sup>は、出店者の負担となる。

### ラザダウェブサイト内における広告宣伝費:

ラザダのウェブサイト・トップページやランディングページ<sup>55</sup>に出品商品を広告宣伝する際に次の3条件を満たせば費用はかからない。出品商品が「売れ筋商品」であること、「十分な商品の詳細が記載されていることと低価格」であること、「宣伝による受注に耐えうる十分な在庫量」を持っていることである。この3条件に沿ってラザダチームが商品を選抜するため、広告宣伝費は無料となる<sup>56</sup>。従い、出店者が広告宣伝費を投じてラザダのトップページなどに掲載できない。

販売促進のためのマーケティングや分析は、ラザダのセラー向けウェブサイト「ビジネスアドバイザー」というデータ分析機能が備えられているので、そちらを利用することが可能である。

これ以外に商品の販売促進を行いたい場合は、商品価格に影響を与える形で、以下大別して4種類のキャンペーンを出店者自身において展開することが可能である。

1. ラザダが開催するディスカウントキャンペーン(年間を通して行われている)への参加
2. 購入特典(1個買うともう1個プレゼント、購入時に別商品もプレゼント)などによる販売量アップ
3. 割引券発行によるリピーター確保
4. 店舗デザイン変更による集客アップ

---

<sup>54</sup> What is Payoneer fee? By Lazada Support Center > Selling on Lazada

<https://lazadahkpsc.zendesk.com/hc/en-us/articles/207348396-What-is-Payoneer-fee->

<sup>55</sup> ランディングページ: 訴求したい内容やユーザーの知りたい情報を縦長のデザイン・レイアウトの1枚のページにまとめられた、広告用ページ。

<sup>56</sup> How can I promote my products on the Lazada first page or landing page? By Lazada Support Center > Maximize your sales

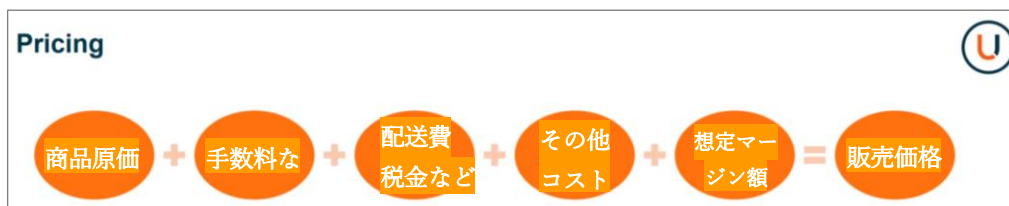
<https://lazadathpsc.zendesk.com/hc/en-us/articles/219619407-How-can-I-promote-my-products-on-the-Lazada-first-page-or-landing-page->

## 【販売価格の決定方法、マージン率、代金決済方法などの金銭に関する規定】

### 販売価格の決定方法:

ラザダでは、商品価格に各手数料や配送料、マージンを加味して販売価格を決定するよう販売価格のガイドライン<sup>57</sup>を設けている。ラザダの統制は、販売価格の上限と下限のみであり、1商品の販売価格は1ドル(4.50MYR)以上1,500ドル(6,750.00MYR)以下と定められている。また、ディスカウントの際は販売価格の80%を超えないことと取り決めている。

### グローバルセラーへの注意点: 価格



### マージン率:

ラザダに徴収される販売手数料、ペイメント料に加え、配送にかかる費用やその他の出費を加味したうえで、販売価格から利益が出るよう、出店者はマージン率を考慮しなくてはならない。ラザダからはマージン率の規制は設定されていない。

### 代金決済方法:

ラザダから商品を購入した購入者は、ラザダに代金を支払う。購入者はオンラインバンキング、クレジットカード、ラザダ・ウォレット、セブンイレブンでの支払い、代引き(COD: キャッシュ・オン・デリバリー)から支払い方法を選択できる。

一方出店者に対しラザダは、毎週売上金額を締めている。月曜から翌日曜までの1週間の売上合計金額から各控除額を差し引いた総額が、翌金曜日までに出店者のペイオニア(もしくはファーストワールド)法人アカウントに支払われる。

<sup>57</sup> Lazada University Onboarding Manual MY Origin Global Sellers

<https://university.lazada.com/pluginfile.php/1874/course/section/477/CB%20EN%20Global%20MY2SG%20OB%20Manual.pdf?spm=a2oa2.topic.0.0.4a1f104azlgjnB&file=CB%20EN%20Global%20MY2SG%20OB%20Manual.pdf>

## 【商品配送・物流(納品、在庫、配送)に関する規定および費用】

ラザダは、中国、香港、韓国以外の国からの越境 EC の物流ソリューション(Lazada Global Solution、通称 LGS)を香港へ集約して提供している<sup>58</sup>。ラザダでの越境 EC 店舗開設時に必読かつ合意済の利用規約「越境物流サービス契約」<sup>59</sup>は、ラザダが契約している香港の物流企業(KOBRON HONG KONG DEVELOPMENT LIMITED)との利用規約になっている。LGS ならば迅速な対応だけでなく、日本にいなからマレーシアの購入者に代引き(COD: キャッシュ・オン・デリバリー)対応も可能である。この契約についても、ラザダが随時内容を変更する可能性があるため、最新情報を常に確認する必要がある。

### 商品配送:

ラザダ・セラーセンターから LGS に申し込むことで、フルフィルメントサービスを契約できる。

1. ラザダ・セラーセンターに注文が入ると、サービスレベルアグリーメントにより、出店者は 48 時間以内に商品の納品準備を整えなければならない。48 時間以内に納品準備ができない場合は、発送できない。ラザダの発注システムは、48 時間以内に注文ステータスが「Ready to Ship」へ変更にならなかった場合は、自動的に注文がキャンセルされる。
2. 商品の梱包は、1 注文ごとにパッケージを作成しなくてはならない。2 つ以上の注文を 1 パッケージにまとめることは禁止されており、複数の商品を合わせて 1 商品とみなす「バンドル商品」などを複数のパッケージに分割してもいけない。パッケージの表にセラーセンター上で印刷した宛先ラベルを張り、領収書を印刷して商品に同梱したうえで、香港の集約センター宛てに梱包して配送する。この時の配送費用は出店者の負担となる。以下は作成すべきパッケージの見本である。

---

<sup>58</sup> Lazada Global Shipping Solution Crossborder Logistics Solution Pack Non-DN,HK,KR  
<https://www.lazada.com/documents/CB%20EN%20Global%20LGS%20Solution%20Pack.pdf>

<sup>59</sup> the Crossborder Logistics Services Agreement  
<https://university.lazada.com/pluginfile.php/651/course/section/473/CB%20EN%20Logistics%20Seller%20Agreements.pdf?spm=a2a1n.12768535.old-navigation.3.75801e130eWCtc&file=CB%20EN%20Logistics%20Seller%20Agreements.pdf>



3. 香港の集約センターに到着後、商品は 5 営業日以内に、合意したサービス水準に達しているかチェックされる。問題がなければ、商品は空輸によりマレーシアに入国し、通関業者を経て第三者配送業者により購入者へ配送される。
4. 香港からマレーシアへの空輸にかかる詳細は、以下の通りである。
  - ✓ リードタイム: 主要都市へは 6~7 日、その他の都市はさらに 1~3 日かかる
  - ✓ 免税保証: 500.00MYR 未満なら 100%保証、500.00MYR 以上は現地規定に準ずる
  - ✓ 申告の上限: なし
  - ✓ 重量の上限: 20KG 以内(実重量か体積重量どちらか重い方)
  - ✓ 商品パッケージサイズ: 90cm × 90cm × 90cm 以内
  - ✓ 紛失・損傷における保証: 1パッケージ最大 100 ドルまで保証

なお、ラザダ・サポートセンターの FAQ<sup>60</sup>によると、越境 EC 出店者がラザダの指定しない第三者による商品配送を行うことはできない。

#### 在庫管理:

在庫管理は出店者自身が行う。越境 EC における利用規約「越境物流サービス契約」には、商品の注文が入ると香港集約センターへ配送、という手続きのみとなっている。また、在庫は 60 日に一度、出店者がウェブ上で更新しなければ、ラザダの注文システム上で自動的に在庫がゼロとなり、販売不可となってしまう。

商品発送後、受取人の名前／宛先不明など、配送不可となり返品された場合は、香港集約セ

<sup>60</sup> Lazada Support Center>Managing Your Orders

<https://lazadahkpsc.zendesk.com/hc/en-us/articles/204850466-I-want-to-add-a-new-shipping-provider-to-my-Lazada-account-How-do-I-do-this->

センターに無料で返送されるが、出品者自身で引き取らなければならない。購入者による返品希望の場合は、10ドル以上の商品の場合は香港集約センターに無料で返送されるが、出品者自身で引き取らなければならない。10ドル以下の商品の場合、現地ラザダが処分することが可能。ラザダ LGS には「再配送手順」がある。配送不可になり香港集約センターに戻ってきた商品のなかで、再販売可能な状態の商品は、集約センターにて4週間在庫として保持し、その期間内に再購入があれば、集約センターから直接出荷することができる。その際の出荷料金が出店者に課せられることはなく、販売成功としてのみ計上される(ペイメント料は徴収される)。

## 【販売に関する条件(出品商品数、販売ノルマなど)の有無】

### 出品商品数<sup>61</sup>:

新規出店者は、過去90日間で30アイテム以上の売上を上げるまで、500アイテムまでの出品が上限となる。

過去90日間で90アイテム以下の売上の場合、1,500アイテムまでの出品が上限となる。過去90日間で90アイテム以上の売上の場合、5,000アイテムまでの出品が上限となる。いずれも、出店者は1つのカテゴリのみでの出品が許可される。

### 1 出品商品当たりの最大販売量<sup>62</sup>:

1商品当たり、過去90日間で90個以下の売上個数(返品またはキャンセルなしで配送された注文)だった場合、その製品が出品できる商品数は5,000個が上限となる。過去90日間で90個以上の売上個数だった場合、その製品が出品できる商品数は20,000個が上限となる。

### 販売ノルマ<sup>63</sup>:

販売ノルマは設けられていないが、商品が売れない場合や返品が多い場合、制裁を科せられる。1週間で10注文以下の場合、注文を受けることのできる上限を、過去5週間～2週間までの平均注文数の50%に減らされてしまう。ただし、新規出店者に対しては最初の8週間はこの制度は適用されない。また返品率が50%を超える場合、ラザダによって自動的に出店者の店舗が「休暇モ-

---

<sup>61</sup> Lazada Support Center>Listing Your Products

<https://lazadahkpsc.zendesk.com/hc/en-us/articles/360020813812-Assortment-limit-for-sellers-on-boarded-after-2018-Dec>

<sup>62</sup> Lazada Support Center>Listing Your Products

<https://lazadahkpsc.zendesk.com/hc/en-us/articles/360001204623-CB-Assortment-Limitation>

<sup>63</sup> Lazada University Onboarding manual Lazada Cross Border

<https://university.lazada.com/pluginfile.php/356/course/section/363/CB%20EN%20OB%20Manual.pdf?spm=a2oa2.topic.0.0.633c57041t6KbD&file=CB%20EN%20OB%20Manual.pdf>

ド」に設定変更され、その間出店者はラザダのビデオ教育を受け、Eメールで配信される「契約調査」を提出しなくてはならない。

#### その他：商品問い合わせ：

出品商品に関する問い合わせは、出店者が対応する。日本語圏ではないため、原則英語での対応となる。購入者から商品ページ上で問い合わせが入ると、出店者へメールにて通知が届く。問合せに対しては、24時間以内にラザダショップ上で返信することが義務付けられており、購入者に直接連絡を取ることを禁じている。

### **【禁止事項およびその他出品、継続販売に関する規定】**

#### 禁止事項：

アカウント開設時に同意する利用規約に詳細は全て記されており、順守が必要となる。

ラザダでは以下の出品・販売を固く禁じている。

#### 1. 法律により禁止されている商品の販売

東南アジア6カ国の詳細をラザダでは網羅しておらず、自身で確認し順守しなくてはならない。一般的に禁じられている商品は以下のとおり記載されている。

- ✓ 国固有で規制している特定の食品、栄養補助食品、健康補助食品
- ✓ 通信機器
- ✓ 薬物
- ✓ タバコ、アルコール飲料
- ✓ 伝統的な医薬品や医療機器を含む医療製品
- ✓ ナイフ、銃、ライフル、銃器またはその付随物、弾薬、レーザー銃、ナックルダスター、ガススプレー、防弾チョッキ、腐食性物質と酸性物質、核技術、大量破壊兵器を含む武器
- ✓ 花火や爆発物
- ✓ ゴールドジュエリー、プラチナジュエリー、ダイヤモンド
- ✓ アダルト出版物、商品、新聞、検閲を必要とする映画、アダルトおもちゃ
- ✓ 扇動的な素材
- ✓ 危険物を含む子供およびベビー用品とおもちゃ。詳細は、FDA規格を参照。
- ✓ 海賊品または複製品
- ✓ 動植物
- ✓ 栄養補助食品

#### 2. ラザダが越境EC出店者に禁止している商品の販売

#### 3. 中古品の販売



#### 4. 複製品・模造品の販売

- ✓ 商標所有者の許可なしに、製品または製品のパッケージに商標（ブランドやキャラクターのロゴなど）を適用したアイテム
- ✓ 商標権者の許可なしに、商標で保護された特定のデザイン要素（漫画のキャラクターやデザインなど）を含むアイテム
- ✓ 他の製品との類似性があり、実際の製品のブランドの所有者によって作られた/販売されたと購入者を欺くようなアイテム（例：ロゴの変更前/後のブランド模造品など）

#### 利用規約の違反<sup>64</sup>：

出店者は、出品する商品情報・商品説明・商品画像などあらゆる商品情報を、法律・規制・ガイドラインに則り正確かつ完全に提供しなくてはならず、また変更点が生じた場合直ちに掲載情報を更新せねばならない。また商品は年齢制限・品質保証・仕様・図面・サンプル・性能基準の点において、適用される法律・規制・ガイドラインを順守しなければならない。

もしラザダの規定に従わない場合、ラザダは出店者に以下の措置を課す。

1. 商品をリストから削除する
2. アカウントに特定の制限をかける
3. アカウントを強制停止/終了させる
4. 法的措置に訴える

#### 食品における義務の順守<sup>65</sup>：

ラザダは前述のとおり、越境 EC 出店者に食品の販売をほぼ認めていない。商品の正確性、完全性、合法性を検証する義務をラザダは負わないものの、食品の販売許可を取得しているローカルセラーにも、食品において順守すべき義務を怠った場合は、以下の過失料金を課している。

	過失理由	過失料金
1	適用される法律に基づいた商品のラベル表示要件の不順守もしくは部分不順守	250 ドル
2	掲載商品の詳細記載の不足	250 ドル
3	配達時の最低賞味期限が基準未満の商品の販売	250 ドル

<sup>64</sup> Crossborder Marketplace Contract

<https://university.lazada.com/pluginfile.php/651/course/section/473/Agreement%2BCommission%20%281%29.pdf?spm=a2a1n.12768535.old-navigation.2.75801e130eWCtc&file=Agreement%2BCommission%20%281%29.pdf>

<sup>65</sup> Crossborder Marketplace Contract

<https://university.lazada.com/pluginfile.php/651/course/section/473/Agreement%2BCommission%20%281%29.pdf?spm=a2a1n.12768535.old-navigation.2.75801e13PnspGm&file=Agreement%2BCommission%20%281%29.pdf>

4	取扱い除外商品、法律・規制・ガイドラインで禁止されている商品の掲載	500 ドル
5	法律・規制・ガイドラインに順守していない商品の掲載	500 ドル
6	消費者保護や、消費者の安全のための規定やガイドラインなどに違反する商品の掲載	500 ドル
7	ラザダが取り決めた契約条項に対する度重なる違反	500 ドル(理由 1~5 に追加して)

図 25 出所:ラザダの利用規約よりジェットロにて作成

### 【EC サイト参入の成果・障壁・課題】

#### 障壁・課題:

1. ラザダは越境 EC に対する食品の取り扱いを、①法で定められた範囲内、②ラザダが越境 EC 出店者に定める範囲内、にて規制しているため、食品の流通は非常に限定される。ラザダの取扱い禁止食品については 34 ページ参照。
2. ラザダには日本語対応窓口がないため、利用規約文書や出店ウェブサイト、セラーセンター、出店者によるカスタマーサポート・評価など、全て英語で対応することに問題がなければ、参入は可能と思われる。マレーシアはマレー語が公用語であり、中国語も使用されているため、英語は国民に浸透しているものの、英語以外の多言語での問い合わせがある可能性も否めない。
3. 出店者に対するラザダの教育は充実したウェブサイトが用意されており、出店者向け FAQ も多く蓄積されているが、越境 EC 出店者用セラーセンターの問い合わせ機能がスムーズに稼働していないことがあるため、注意も必要である。

## (2) ショッピー (Shopee)

### 【越境 EC の可否および越境 EC 対象国】

モール型 EC サイトを台湾と東南アジアで展開するショッピーは、これまで日本からの越境 EC は不可であったが、2019 年より日本から台湾と東南アジア 4 カ国（シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア）への越境 EC が解禁となった<sup>66</sup>。ショッピーでは日本からの直送を日本越境 EC と定義し、日本から越境 EC を行うにあたり、法人、個人のどちらでもショッピーに登録し、オンライン販売を営むことができる。また、時期は未定であるものの、東南アジア残り 2 カ国（フィリピン、ベトナム）に対しても越境 EC サービスの開始を予定している<sup>67</sup>。

ショッピーはそれぞれの国でアカウントを作成し出店を行い、各国のアカウントで商品を出店する形態をとっている。一度の登録で 7 カ国全てに越境 EC ができるわけではないが、ゆくゆくは一本化される予定である<sup>68</sup>。

### 【具体的な出店方法、出品手続】

ショッピーは 2019 年に日本オフィスを設立し、日本語での出店サポートが可能となった。越境 EC を目指す出店者は、出店・出品するにあたり日本語で問い合わせることや、書類を提出することができる（商品情報は英語が必要）。

出店を希望する個人、法人は、ショッピー日本越境 EC チームを通してアカウントを開設する。ショッピーは法人でも個人でもアカウントを開設することを認めている。

出品手続きは以下のフローとなる。

#### 出店手続き:

- ① 越境 EC 出店希望者/企業は、ショッピーの日本越境 EC 担当者に連絡を取り、必要書類などを提出する。ショッピー担当者への問い合わせは、メール(crossborderjp@shopee.com)またはショッピー日本版ウェブサイト(<http://shopee.jp/a/biaodantijiao/>)から可能。必要書類を提出すると、ショッピーにて出店審査が行われ、審査に通過した場合はショッピーからアカウント開設案内メールが届く。審査に通過しなかった場合もメールで通知がある。

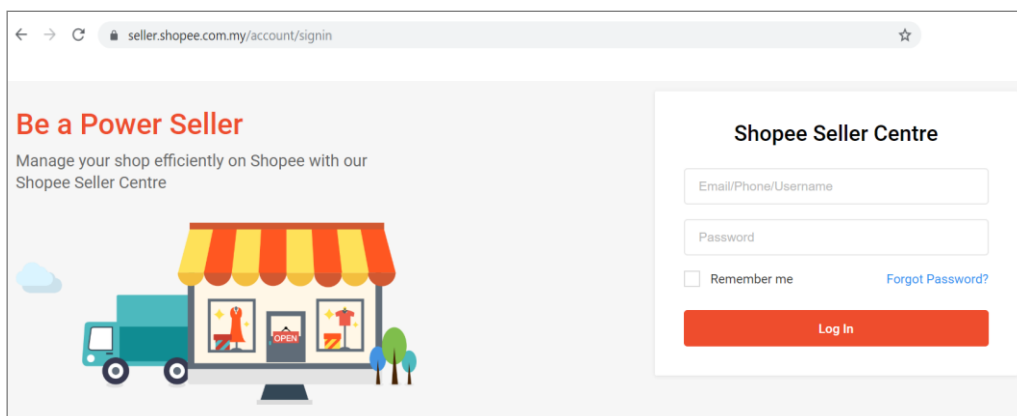
---

<sup>66</sup> ショッピー日本越境 EC 担当者へのヒアリングより。

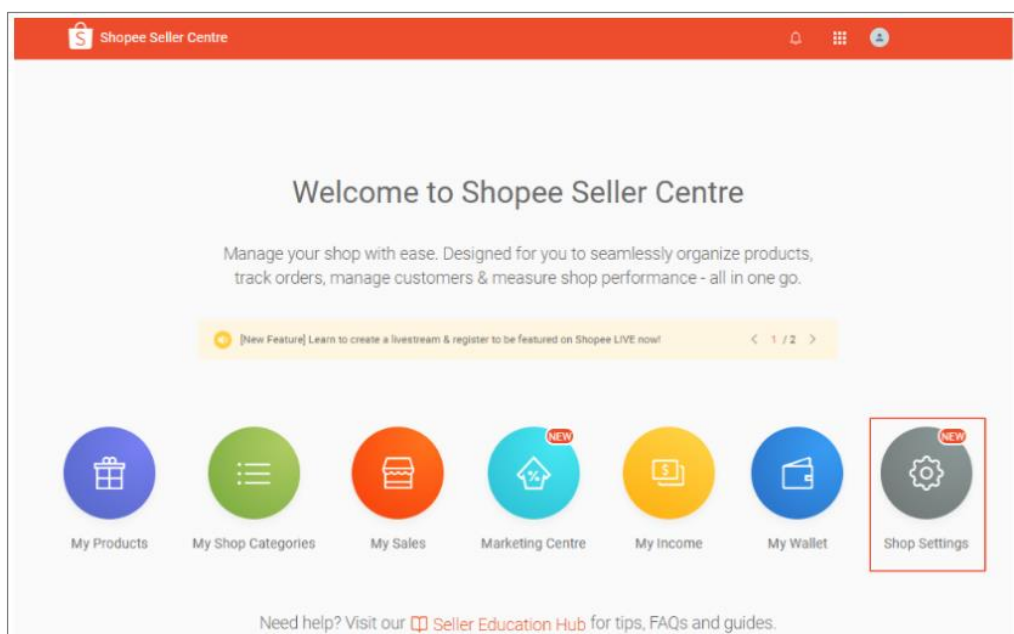
<sup>67</sup> ショッピー日本越境 EC 担当者へのヒアリングより。ベトナム・フィリピンについてはサービス開始時期未定。

<sup>68</sup> ショッピー日本越境 EC 担当者へのヒアリングより。

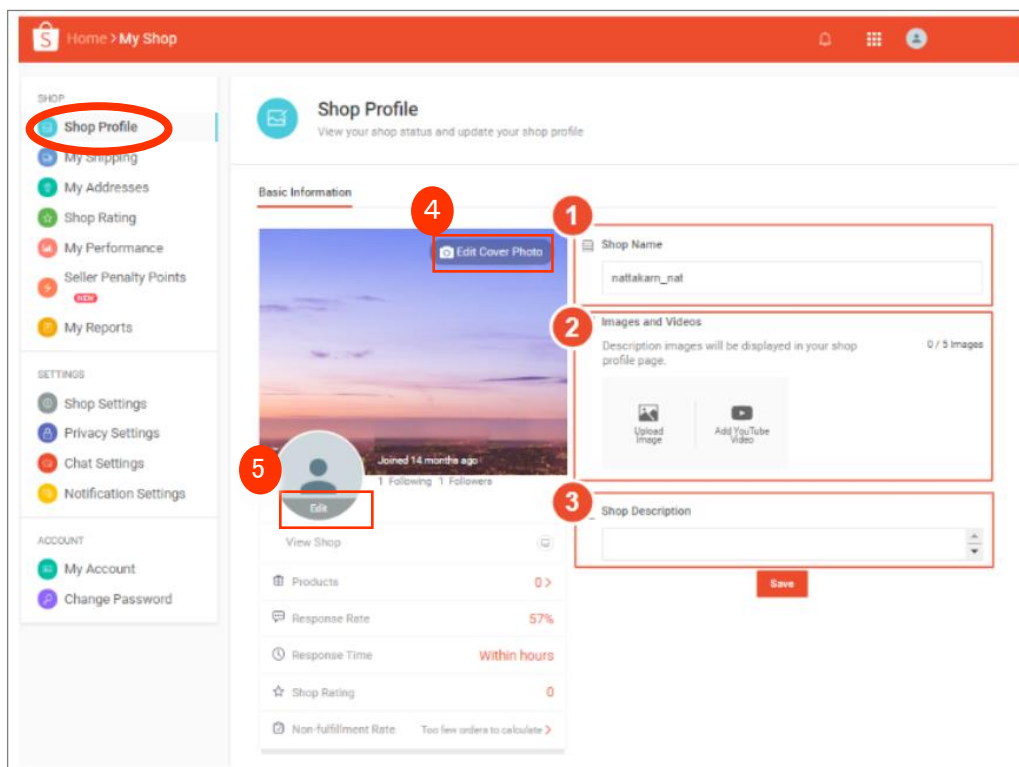
- ② メール受領後、メールにて送られてきたアカウント情報を使い、マレーシアのセラーセンター (<https://seller.shopee.com.my/>) にログインする。



- ③ マレーシアのセラーセンターにログイン後、右端の「Shop Setting」ボタンをクリックする。



- ④ 左上の「Shop Profile」をクリックして、以下店舗プロフィールを完成させる。



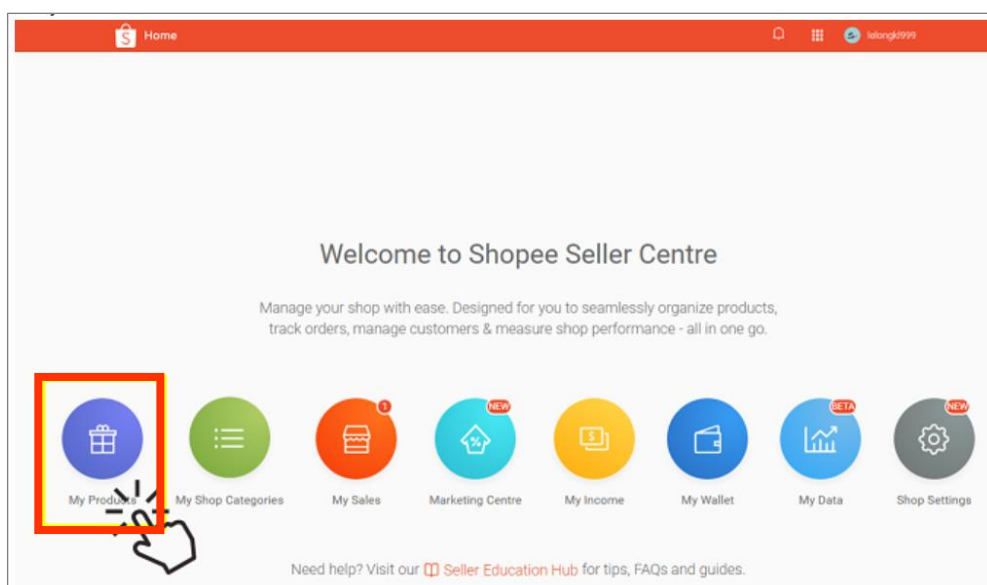
1. 店舗名を記入する。
2. 店舗や商品の写真を設定する。
3. 店舗紹介文を記入する。「Direct From Japan」という記入が検索に有効である。
4. クリックして、店舗カバー写真(写真サイズ 1,600×1,800)を設定する。
5. 「Edit」をクリックして、店舗ロゴを設定する。

- ⑤ 使用する物流を登録する。「Shop Setting」>「My Shipping」画面に遷移し、使用する物流のボタン(右下)を On にする。

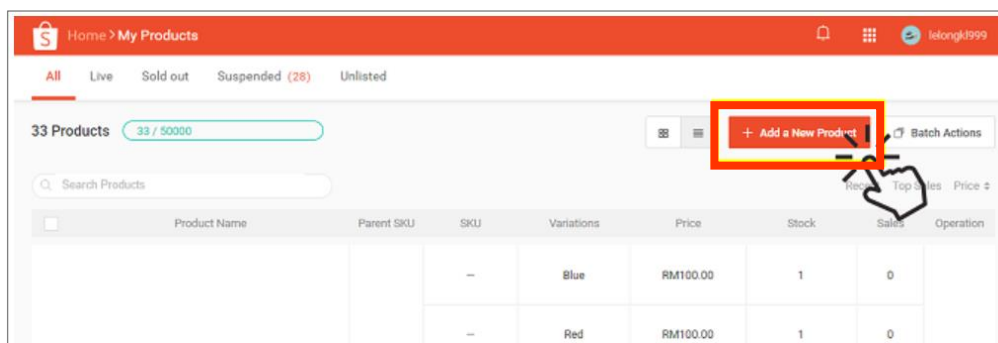


## 出品手続き:

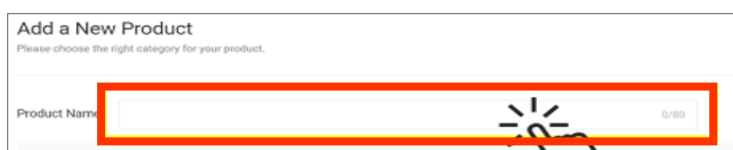
- ① 商品を英語で登録する。マレーシアのプラットフォーム言語は英語であるため、マレー語や中国語は不要だが、英語でのリスティングが必要不可欠となる。セラーセンターのログインページからログインし、「Shop Setting」>「Vacation Mode」を OFF にしてからログイン後ページに戻り、左端の「My Product」をクリックして商品登録を始める。



- ② 「Add New Product」ボタンをクリックする。



- ③ 商品名を記入する。「ブランド+商品名+モデル+サイズ」を商品名とするとよい。



④ 商品紹介・カテゴリ・ブランド名を記入する。

Basic information

\* Product Name Barbie 71883 12/90

\* Product Description Product Description and #hashtags 0/3000

\* Category Health & Beauty > Eye Make Up > Cosmetic Contact Lens Edit >>

\* Brand Set Brand

Expiry Date Set Expiry Date

Lens Type Set Lens Type

Frequency Set Frequency

Cancel Save and Draft Save and Publish

Chat

⑤ 金額と在庫数、商品写真(最低3枚最大9枚まで。1枚目は背景白限定。)欄を埋める。

Sales Information

\* Price RM

\* Stock 0

Variations Enable Variations

Wholesale Add Price Tier

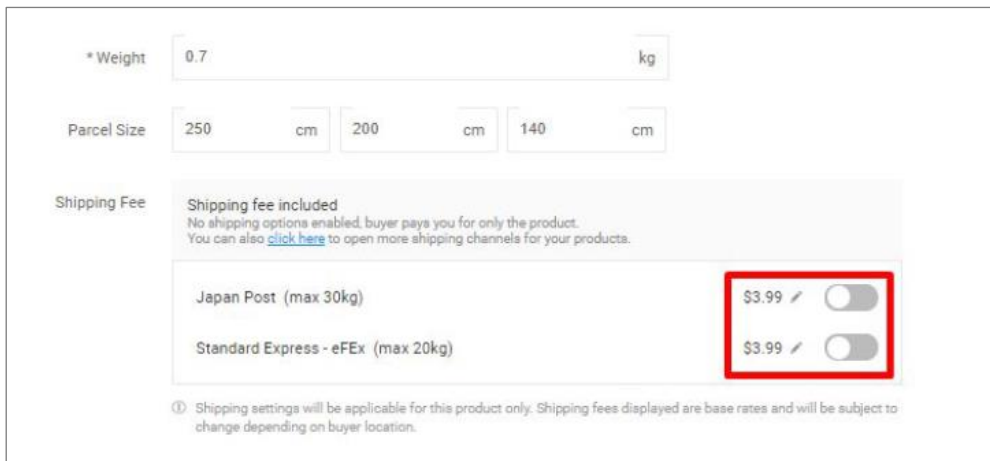
Wholesale price will be hidden when the product is under promotion.

Media Management

Product images

\* Cover Photo Image 1 Image 2 Image 3 Image 4 Image 5

- ⑥ 商品によって配送会社が違う場合は、商品ごとに物流ボタンを On/Off で制御する。



なお、出品時の禁止事項として以下の外部リンクへの誘導や記載などをしてはならない。

- ✓ 自社運用サイト
- ✓ YouTube
- ✓ Facebook
- ✓ WhatsApp
- ✓ Line
- ✓ Wechat

#### 【出品に際して満たす必要がある条件】

ショッピーの越境 EC は、商品を「個人輸入」の範疇として取り扱う。商品における全ての法律準拠、さらにショッピーの条件やポリシーを順守した商品販売は、出店者の責任としている。

ショッピーは出店者のために「セラー・エデュケーション・ハブ」<sup>69</sup>という教育サイトを設けており、初めてのアカウント開設から商品 리스팅 方法・配送方法・支払い方法・返品など EC における一連の流れやルールに加え、売上の上げ方・パフォーマンスの最適化・広告宣伝についても英語で言及している。セラー・エデュケーション・ハブには、出品における必要条件についても明記されているが、越境 EC としての記述ではない箇所もあるので、注意が必要である。実際の販売禁止商品は日本越境 EC の担当者に問い合わせ確認ができる。

ショッピーの日本越境 EC 担当によると、マレーシアへの越境 EC において、代表的な越境 EC 販売禁止品として以下がある。

1. 刃物
2. 海賊版およびわいせつな出版物/DVD などメディア類

<sup>69</sup> セラー・エデュケーション・ハブ <https://seller.shopee.com.my/edu/>



3. 政治や文化に悪影響のあるもの
4. アダルト製品
5. パワーバンク(=モバイルバッテリー)
6. 通貨、偽造通貨
7. 通信機器/ラジオ・コミュニケーション装置
8. 武器、防具
9. 宗教関連、宗教を否定した品
10. 一部調味料(サッカリン、塩など)
11. 医薬品
12. コンタクトレンズ
13. アルコール飲料

また、越境 EC のために航空便で取り扱うことができない商品も出店禁止商品となる。以下は航空便で取り扱えない商品の一例である。

1. 貴重品
2. 申告価額が 1,000 ドル/kg以上の品目
3. 金、白金、その他貴金属およびその製品、宝石品
4. 紙幣、硬貨、有価証券、旅行者用小切手、切手、銀行カード、クレジットカード
5. ダイヤモンド、ルビーなどの宝石品
6. 信書
7. 生動物
8. 遺体または遺骨
9. 変質/腐敗しやすいもの
10. 危険物
11. 火薬類
12. ガス
13. 引火性液体
14. 可燃性固体
15. リチウム電池が 3 個以上含まれる商品(リチウム含有量または電力量が日本郵便で定めた量を超えないものであれば取り扱い可能。)
16. 活性炭の入った商品(日本郵便で郵送禁止。他物流の使用が必須。)

特許権、実用新案権、意匠権、商標権、著作権、著作隣接権、育成者権を侵害する品物、関税法

第 70 条第 1 項または第 2 項の規定による他法令の証明または確認を要するものも取扱えない。

### 【食品取扱に関する認可】

ショップーの日本越境 EC 担当によると、ショップーはプラットフォームを提供するのみであり、マレーシア政府許認可を必要とする食品のライセンスは所持しない。

ショップーは、個人輸入における輸入可能な商品範囲は、法的に商業輸入より広いと認識しているが、越境 EC 商品として物流の安全面・衛生面から、生鮮食品、鮮魚、鮮肉および酒類については越境 EC 販売が難しいため取り扱い不可としている。配送コスト次第ではあるが、食品カテゴリであるインスタントラーメンや菓子など常温保存が可能な商材は、物流の安全上・衛生上問題はないことから、越境 EC 販売は可能である。また転売防止のため、食品の越境 EC 物流重量は 3 kg 以内としている。

### 【日本からの越境 EC の際の必要な手続き】

ショップーでは、越境 EC セラーとして出店を行う場合、現地法人登録や現地銀行口座などは不要である。ショップーが唯一必要としている手続きは以下である。

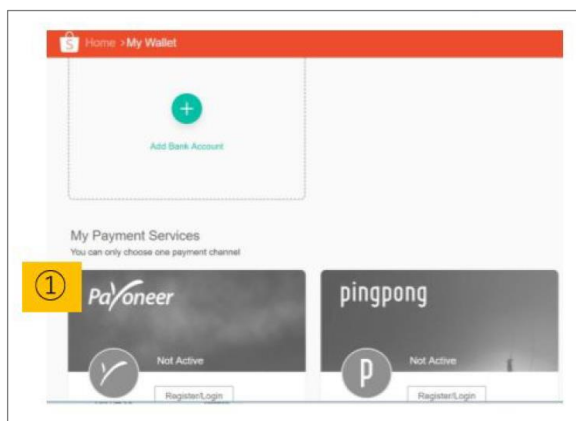
#### 1. 売上送金に使用されるペイオニア(Payoneer)の口座アカウント開設

ペイオニアの法人アカウント開設方法は前章 37 ページにて記述したものと全く同じ手順で行うためここでは割愛し、ペイオニアとショップーとのアカウント連結手続きのみを説明する。個人アカウント開設においても手順は同じであるが、個人登録申し込み前の事前準備は「銀行口座情報（口座番号、銀行の英語名、SWIFT コードなど）」「顔写真付き公的身分証明書」の 2 点であり、法人手続き時に必要な「履歴事項全部証明書」は不要である。

#### 決済連結手続き:

ペイオニア個人/法人アカウントを開設したら、ショップーの出店者決済システムへの接続を行う。

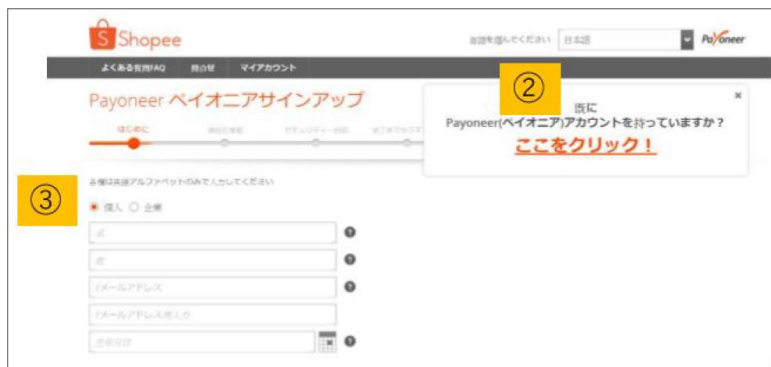
① セラーセンターにログインし、「My Wallet」>「Payoneer Register/Login」の順でクリックする。



アカウント開設メールに記載のあった、ペイオニアのアカウントに連結させるための「Wallet Password」を入力する。



- ② 既にペイオニアのアカウントを取得している場合は、上記右上画面にて「ここをクリック！」を押し、ペイオニアのアカウントにログインする。
- ③ ペイオニアのアカウントが未取得の場合、左下の画面から申請することも可能である。



この後 1～2 日後、1. の画面ステータスが「アクティブ」となれば完了である。

### 【日本から越境 EC に取り組む際の注意点】

越境 EC において、ショッピーは以下のような中間業者の設立や提携は基本的に不要である。

1. 日本から現地法人または支店の設立など
2. 現地販売代理店、パートナー企業、個人事業主、物流業者との契約など

ただし、ショッピーでは日本法人企業への物流支援において、選択肢を用意している。

個人で商品を発送する場合、「日本郵便による追跡できる配送サービス」のみの選択肢となるが、法人で商品を発送する場合、「日本郵便による追跡できる配送サービス」に加え、「ショッピーの推奨する物流会社(日本法人)との法人契約による発送」の 2 択としている。法人越境 EC 出店企業がこれらの物流業者を利用したい場合、物流会社との法人契約締結が必要になる。

ショッピーが推奨する物流企業との契約は、ショッピーを介す必要はなく、直接契約となる。ショッピーの推奨理由は、発送商品ごとに輸出入通関と納税を代行することが可能で、料金が比較的安く、他国の最終配送地点までの配送提供が可能で、ショッピーの所持していない日本倉庫を担うことができるからだ。物流業者は越境 EC を事業母体としているため、通関方法や法律で禁止されている越境 EC 商品についても詳しい。2019 年 9 月現在、ショッピーは ECMS 社(シンガポール、台湾、タイ、マレーシア、インドネシアの 5 カ国への配送提携)と eFEx 社(シンガポールへの配送提携、個人セラーも利用可能)の 2 社と提携しており、今後多国籍展開する場合は、ECMS 社の利用を薦めている。

## 【出品費用、関税支払方法、その他必要経費、サイト内における広告宣伝費】

### 出品費用:

1. 2019 年 9 月現在、日本越境 EC 出店者限定で出店費用と売上手数料を無料としている。新規出店時最初の 3 か月間は無料期間を保証しており、無料適用期限は未定である。ちなみにショッピーのローカルセラーには以下の費用を徴収している<sup>70</sup>。
  - ✓ トランザクション料(購入者の支払いに必要な通信料の利用における手数料)
  - ✓ マレーシアの銀行への払い出し手数料
  - ✓ 公式ブランドを持つ出店者のみ、ショッピーモールセラー手数料
2. ショッピーが返品を認めた時のショッピー倉庫から出店者までの配送料は、出店者が負担する。基本的に返品は認めていないが、購入者は以下の状況の場合に<sup>71</sup>、返品/キャンセルを求めることができる。
  - ✓ 商品が届かないとき
  - ✓ 商品の一部が不足した状態で届いたとき
  - ✓ 出店者がサイズや色を間違えて出荷したとき
  - ✓ 商品の品質が掲載されているものと明らかに違うとき
  - ✓ 偽造品であることが判明したとき(公式ブランドショップでの購入時のみ)
  - ✓ 商品に破損・へこみ・傷が認められるとき
  - ✓ 商品が誤動作もしくは機能しないとき
  - ✓ 出店者と購入者の個人的合意があったとき(ショッピーに合意確認を送る)
  - ✓ 気が変わったとき(特定のカテゴリ商品にのみ適用)

---

<sup>70</sup> セラー・エデュケーション・ハブ How do I Check My Tax Invoice?

<https://help.shopee.com.my/my/s/article/How-do-I-Check-My-Tax-Invoice-1542971886016>

<sup>71</sup> ショッピー利用規約 Refunds and Return Policy <https://shopee.com.my/docs/3599>

やむを得ず返品を認める場合、購入者は Shopee の指定する倉庫へ返品する。Shopee は日本越境出店者に着払いで商品を送り返す対応を取っている。

#### 関税:

マレーシアは個人輸入の免税限度額が 1 商品当たり 500.00MYR 以下であるため、この範囲内であれば、関税は基本的にかからない。免税範囲を超える場合にかかる関税は、出店者または購入者が負担する方法があり、使用する物流会社による。

#### サービス税:

越境 EC であるため、輸入税や現地国への法人税などの納税は不要であるが、マレーシアでは、受けたサービスにかかる税金が課せられており、Shopee はマレーシアのサービス消費税 (SST) を出店者から控除しない<sup>72</sup>。1 オートー 500.00MYR 以下の場合には基本的に SST も発生しない。1 オートー 500.00MYR を超える場合は SST が発生するが、支払者 (購入者または出店者) が使用する物流スキームによって変わる。

#### その他必要経費:

Shopee によってペイオニアに入金された売上金を日本の銀行口座へ出金する際の、ペイオニアに支払う手数料 (1~2%) は、出店者の負担となる。

#### Shopee ウェブサイト内における広告宣伝費:

Shopee は全ての出店者に対して、以下広告宣伝機能<sup>73</sup>を無償で用意している。

1. 自主制作のライブストリーミングを Shopee のアプリ上で配信が可能。適切ではないストリーミング内容を配信するなど制限を違反すると、ストリーミングの停止など制裁が課される。
2. マーケティングセンターツールにて、ディスカウント商品、特典付き商品の設定が可能。
3. Shopee の開催するキャンペーンに参加が可能。販売実績に自信のある商品を指定し、「ショッピングセール」に応募する。Shopee から厳格なる審査の上承認されれば、Shopee のショッピングセールのトップページに掲載される。商品はセール期間指定が必要で、十分な在庫と格安な販売価格が求められる。

---

<sup>72</sup> セラー・エデュケーション・ハブ Is SST applicable to payment charges?

<https://help.shopee.com.my/my/s/article/Is-SST-applicable-to-payment-charges>

<sup>73</sup> セラー・エデュケーション・ハブ Maximise your sales

[https://seller.shopee.com.my/edu/category?sub\\_cat\\_id=195](https://seller.shopee.com.my/edu/category?sub_cat_id=195) [https://seller.shopee.com.my/edu/category?sub\\_cat\\_id=22](https://seller.shopee.com.my/edu/category?sub_cat_id=22)

[https://seller.shopee.com.my/edu/category?sub\\_cat\\_id=20](https://seller.shopee.com.my/edu/category?sub_cat_id=20) [https://seller.shopee.com.my/edu/category?sub\\_cat\\_id=19](https://seller.shopee.com.my/edu/category?sub_cat_id=19)

4. 自身の出店サイトの見栄えを変更可能。

ショッピ－の日本越境 EC 担当によると、上記以外に以下 3 種類の広告宣伝活動が可能。

5. 優良出店者 (Preferred Seller) になる。

優良出店者になるための具体的な数値レベルは以下である。優良出店者とは、以下 6 点の総合的な観点から高い評価を得た出店者に対し、ショッピ－から賦与される「優良セラー」としての称号である。

- ✓ 安定的な売り上げ
- ✓ 良品の取り扱い
- ✓ 競争力のある価格設定
- ✓ 高い店舗評価
- ✓ チャットツールでの返信が速い (12 時間以内に返信)
- ✓ 既定時間内の発送

優良出店者になると、店舗プロフィール写真には“Preferred”というラベルが付けられる。

優良出店者の商品は、検索結果で上位に表示されやすくなっており、ユーザーが貯めたコインを使って買い物もできるため、購入者から選ばれやすくなる。以下 8 項目の条件を 1 か月間満たし続けると、翌月 1 週目に“Preferred”というラベルが付く。

Preferred Sellerのガイドライン	
月々のオーダー数	30～
フラッシュセールやキャンペーン経由でないユーザーからの購入	10ユーザー～
チャット返信率	70%～
<b>ペナルティポイント</b>	3ポイント以下 (3カ月間)
店舗評価	4.6以上
フルフィルメント率 (商品を正確に届ける)	5%以下
オーダー遅延率	5%以下
プレオーダー商品 (発送2日以上)	リスティング商品全体の10%以下

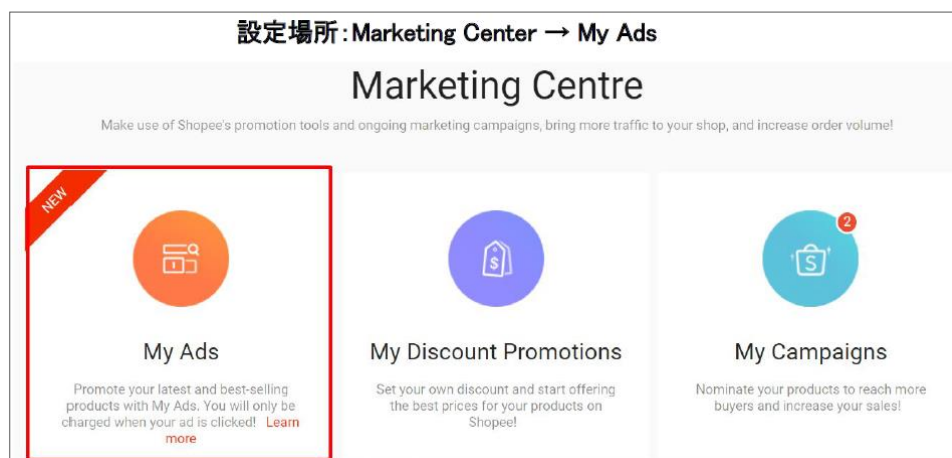
8つの指標を全て満たした場合にPreferred Sellerの資格付与

図 26 出所: ショッピ－日本越境 EC 担当者へのヒアリング時に入手した資料より

6. 入札システム「My ads」に課金する。

商品の検索で購入者にリーチできていない場合、最大 50 個までキーワードを入札して登録することができる。登録したキーワードが検索された際、出店者の商品が上位にリストアップされる機能である。キーワードの入札金額が高ければ高いほどサーチ結果の上位に表示され、ページがクリックされるごとにショッピ－が金額を徴収するという仕組みである。この課金方法は、通常口

ーカルセラーは現地銀行で登録したクレジットカードを使用するが、越境 EC の場合はペイパル (Paypal) を利用することで支払いが可能である。米ドルでの支払いとなり、2019 年 4 月現在日本の越境 EC 出店者は、このシステムを利用したい場合、ショッピングの日本越境 EC 担当者に一報を入れる必要がある。



- 2019 年 9 月現在、日本からの越境 EC 出店者の予算に合わせて広告宣伝は可能とのことである。応相談ではあるが、おおよそ 10 万円から 100 万円の範囲での広告掲載が可能だ。

## 【販売価格の決定方法、マージン率、代金決済方法などの金銭に関する規定】

### 販売価格の決定方法(対マレーシアへの越境 EC の場合):

販売価格(=商品価格)の決定権は出店者にあるが、ショッピングは隔週で価格チェックを行い、出店者に対してコンサルティング的アドバイスを行っている。

ショッピング日本越境 EC チームでは、以下の計算式にて価格を設定するよう促している。

$$\text{売価} = \text{商品価格} + \text{送料} - \text{ショッピング送料リベート分 (5.00MYR)}$$

出店者は利益を考えた商品価格を設定し、実際の 1 オーダー当たり送料を販売価格に上乗せしたうえで、マレーシアの場合は 5.00MYR 分を差し引いた金額を商品価格とする。

ショッピングマレーシアでは、購入者が 30.00MYR 未満の商品を購入した場合、送料 5.00MYR が購入者の負担となり、30.00~40.00MYR の商品を購入した場合、ショッピングが 2.50MYR を負担し残りの 2.50MYR は購入者が負担する。40.00MYR 以上の商品を購入した場合、送料 5.00MYR がショッピングの負担となる。出店者は 1 商品販売ごとに、5.00MYR の換金がショッピングより受領できるため、



販売価格からあらかじめ差し引いておく必要がある。

ちなみにマレーシア以外への越境 EC 販売を行う際、各国のショッピング送料リポート額は違う。

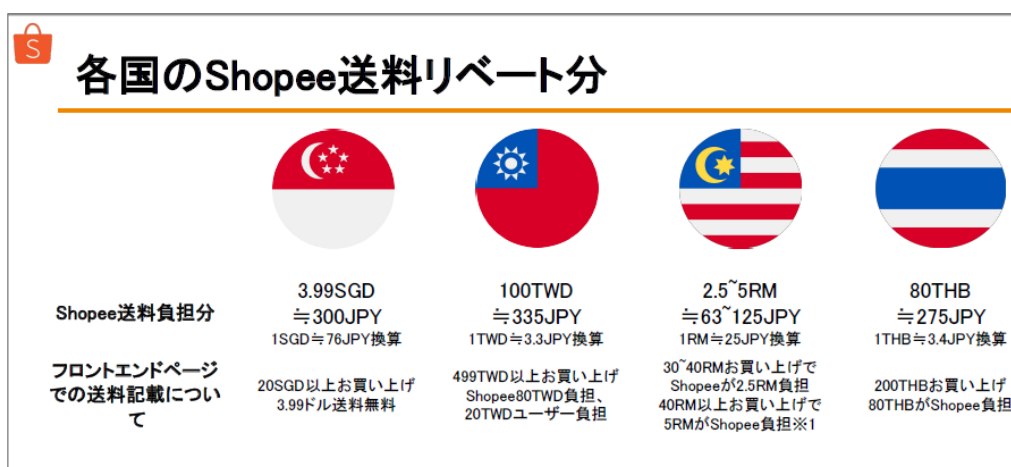


図 27 出所: ショッパー日本越境 EC 担当者へのヒアリング時に入手した資料より

多くの商品は割引設定をしておかなければキャンペーンに参加することができないため、売価は商品価格を 1~2 割程度割り増したのち、割引額を設定することにより、想定している提供価格に近付ける必要がある。

#### マージン率:

ショッパーには各出店者のマージン率を規制する定めはない。前述の商品価格の中に、販売利益を乗せたうえで価格設定を行う必要がある。

#### 代金決済方法:

ショッパーから商品を購入した購入者は、ショッパーに代金を支払う。購入者は以下から支払い方法を選択できる<sup>74</sup>。ショッパーは代引き(COD: キャッシュ・オン・デリバリー)を限られた地域・国のみに限定しているが、現状越境 EC サービスには対応していない<sup>75</sup>。

1. クレジットカード/デビットカード
2. ATMにて現金で入金

ATMにてショッパーの指定する銀行口座へ入金し、入金レシートをショッパーの購入画面にアップロードする。

3. オンラインバンキング

<sup>74</sup> セラー・エデュケーション・ハブ What payment methods are supported by Shopee?

<https://help.shopee.com.my/my/s/article/What-payment-methods-are-supported-by-Shopee-1542969804791>

<sup>75</sup> ショッパー日本越境 EC 担当者へのヒアリングより。



#### 4. ショッピーペイ

ショッピー内で返品などによる返金額を貯めておき、残高を商品購入に充てることが可能。ショッピーペイに追加課金することもできる。

#### 5. セブンイレブンでの支払い

#### 6. 分割払い(メイバンク/パブリックバンクのクレジットカードでのみ分割払いが可能)

一方、ショッピーは出店者に対し月 2 回、マレーシアでの売上金額を米ドルで締めている。購入者が販売商品到着後ショッピーのシステム上で確認ボタンを押すと、ショッピーは販売完了とみなし、最速で 15 日～30 日後に出店者のペイオニア口座に入金する。例えば、14 日にシステムが「オーダー到着」を認識した場合、15 日締めめの清算手続きにて処理され、30 日に支払われる。もし 16 日に「オーダー到着」となった場合は、30 日締めめの清算手続きにて処理され、翌月 15 日に支払われるということになる<sup>76</sup>。支払いの詳細はセラーセンターにログイン後、「My Income」で確認できる。



### 【商品配送・物流(納品、在庫、配送)に関する規定および費用】

#### 商品配送:

ショッピー・セラー・センターに注文が入ったら、ショッピーの発送ルールに則り 2 営業日以内に発送しなくてはならない。土日や日本の祝日、現地の祝日は除外する。48 時間以内に納品準備ができないことが明らかな場合は、店舗ページで時間がかかる旨を表示しておくか、あらかじめ商品をプレオーダー設定しておかなくてはならない。プレオーダー設定を行うと、掲載可能商品は 500SKU までに制限され、500SKU を超える商品数は表示されなくなる<sup>77</sup>。

商品梱包について、ショッピーは出店者に以下のような梱包材を自費購入して使用することで、輸送中に商品が破損するリスクを最小限に抑えることを推奨している<sup>78</sup>。ショッピーはこれらの梱包材は提供していない。

<sup>76</sup> ショッピー日本越境 EC 担当者へのヒアリングより。

<sup>77</sup> ショッピー日本越境 EC 担当者へのヒアリングより。

<sup>78</sup> ショッピー・ヘルプセンター What is the packaging material needed?

<https://help.shopee.com.my/my/s/article/What-is-the-packaging-material-needed>



**物流(納品、在庫、配送):**

前述のとおり、ショッピング日本越境 EC チームでは、越境 EC 出店者個人には「追跡番号のある日本郵便のサービス」のみ、法人に対しては上記に加え、「ショッピングが提携している物流企業」の 2 択を用意している(物流企業への配送委託は法人契約が必要である)。

商品を日本郵便(国際郵便)か物流企業(法人契約済)に発送したら、オーダー管理画面にて「Ship」ボタンを、注文から 48 時間以内に押す。商品は日本の通関を通り輸出され、マレーシアの通関を通り輸入される。マレーシアに入国したら、マレーシア郵便(ポスラジュ: POSLaju)か物流企業によって購入者宅まで届けられる。

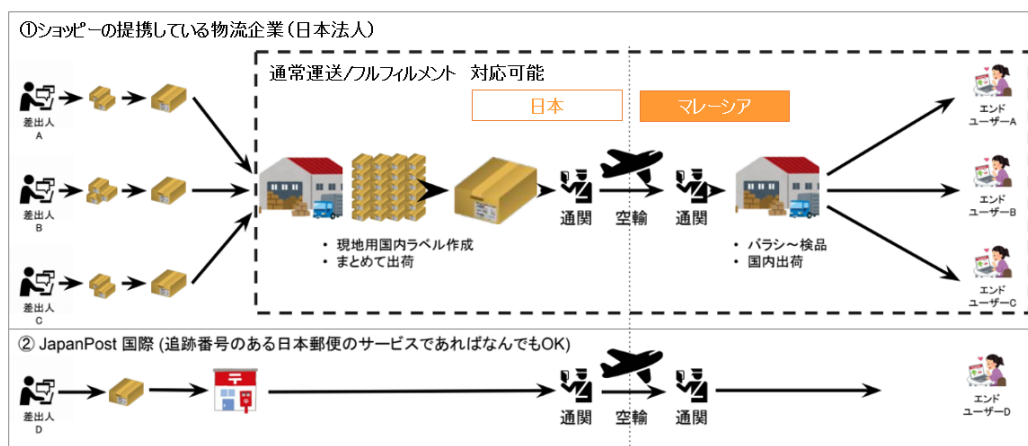


図 28 出所: ショッピング日本越境 EC 担当者へのヒアリング時に入手した資料より抜粋

ショッピングの提携している物流企業(日本法人)では、マニフェスト通関<sup>79</sup>による最短配送納期や、別途フルフィルメントサービスを提供しており、必要に応じて利用も可能だ。

<sup>79</sup> マニフェスト通関: 専用書類に商品詳細記載の上インボイスなどを添付し税関に事前申告することで、通関手続き所要時間を効率的に抑える。 [http://www.customs.go.jp/tetsuzuki/c-answer/imtsukan/1005\\_jr.htm](http://www.customs.go.jp/tetsuzuki/c-answer/imtsukan/1005_jr.htm)

## 【販売に関する条件(出品商品数、販売ノルマなど)の有無】

### 出品商品数、販売ノルマ:

販売ノルマは無いが、販売実績によって出品数は制限される。ショッピーは、「適量による事業管理」「高品質な商品掲載」「消費実績を維持」するために、掲載可能最大数の制限は必要であるとしているためである。ショッピーの出品数制限は、以下のとおり5段階の基準がある。違反するとペナルティが課せられるので注意が必要である<sup>80</sup>。

出店者層	基準		リスティング可能数
新規店	出店(最低 10 商品掲載)してから 30 日以内	ユニークオーダー <sup>81</sup> 完了数 5 未満	1,000
成長店	出店(最低 10 商品掲載)してから 30 日以上	ユニークオーダー完了数 5~100	3,000
成熟店	出店(最低 10 商品掲載)してから 30 日以上	ユニークオーダー完了数 100 以上	5,000
優良店	優良店として認められ称号を付与されている		10,000
公式店	公式ブランドショップ(Shopee Mall)出店		20,000

図 29 出所:ショッピー日本越境 EC 担当者へのヒアリング時に入手した資料より

### その他:商品問い合わせ:

「セラーセンター」>「Shop Setting」内にチャットツールがあり、購入者/希望者から問い合わせが入る。マレーシアでの越境 EC 販売は英語で、直接出店者がユーザーの問い合わせに対して、営業日問わず 12 時間以内に返信する必要がある。

## 【禁止事項およびその他出品、継続販売に関する規定】

### 禁止事項:

ショッピーは利用規約<sup>82</sup>を設けており、以下の行為を行わないことに同意しなければならない。

1. 道徳に反する行為(法に違反する、誹謗中傷・脅迫・嫌がらせ、下品・わいせつ・プライバシー侵害、人種的・民族批判的な行為)
2. ショッピーの禁止/制限/輸出入制限商品ポリシーに違反する
3. 未成年への不適切な販売
4. ショッピーの許可の無いサービス変更

<sup>80</sup> セラー・エデュケーション・ハブ Listing Limit <https://seller.shopee.com.my/edu/article/361>

<sup>81</sup> ユニークオーダー完了数: キャンペーンやフラッシュセールに掲載されてないが注文が入った数

<sup>82</sup> Terms of Service 6.Term of Use <https://shopee.com.my/docs/3596>

5. ライセンス許可の無いサービスや商品の販売
6. 詐欺的・非良心的行為、虚偽や誤解を招く、または欺くような商品掲載
7. ショッピー上で複数ユーザーアカウントを運用するなど、利用規約に違反する行為
8. コメントや評価を操作する行為
9. ショッピーの提供するシステムサービスをハッキングなどで操作する行為
10. 個人情報を含む、ショッピーのアカウント所有者情報を不正に利用する行為
11. 契約や法律上権利を所持していない商品の掲載や販売
12. 特許・商標・企業秘密・著作権、またはその他の所有者の権利を侵害するコンテンツの利用や販売
13. 未承諾または無許可の広告の掲載やジャンクメールやスパムなど無許可形式での勧誘
14. ウィルスを含むソフトウェアや、直接または間接的に操作や妨害が可能なハードウェアの販売
15. ショッピーのサービスやサーバー・ネットワークなどの妨害や操作、ネットワークポリシーに違反する行為
16. ショッピーのサービスを通じて法律や規約に違反するマネーロンダリングやテロ活動
17. 米国財務省の外国資産管理局、国連安全保障理事会、欧州連合下によって管理または執行されている制裁または禁輸に違反する行為
18. ショッピーのサービスを利用して他者のプライバシー侵害やストーキングなど嫌がらせ行為
19. 知的所有権・知的財産権などショッピーや他者の権利の侵害

#### 利用規約の違反:

もし禁止事項および制限品目ポリシーについて、前述のいずれかまたは全てを違反した場合、ショッピーは出店者に以下の措置を課す<sup>83</sup>。

1. 商品をリストから削除する
2. アカウントに特定の制限をかける
3. アカウントを強制停止/終了させる
4. 法的措置に訴える

---

<sup>83</sup> Prohibited and Restricted Items Policy <http://shopee.com.my/legaldoc/prohibited>

その他：ペナルティポイント：

ショッピングにはペナルティポイントシステムがある。高品質のサービスを出店者が維持するためにペナルティは必要だとしている。ショッピングは、出店者のパフォーマンスを毎週測量し、目標パフォーマンスに達しなければペナルティポイントが課される。ペナルティの測量は以下の項目である<sup>84</sup>。

ペナルティ対象	ペナルティ詳細
48 時間を超えた発送遅延率	48 時間以内に商品を発送しなかった場合
フルフィルメント率	在庫がないにもかかわらず商品を販売した場合や発送時間をかなり超えたため自動キャンセルとなった場合。また、ユーザーからの返品リクエストの理由が「商品の破損」「商品が届かない」「商品が完全ではない」の場合
商品掲載の間違い	商品と関係のない商品タイトルや商品情報、同一商品で複数の掲載を行う、誤解を生むような実際の商品と異なるカテゴリでの掲載
ユーザーへの失礼な対応	購入者に失礼な対応や意図的にキャンセルを促した場合※ショッピングのチャット機能が自動で検知する
返品時の住所を故意に変更	購入者からの返品を避けるために故意に違う住所を伝えた場合

図 30 出所：ショッピング日本越境 EC 担当者へのヒアリング時に入手した資料より

ペナルティポイントは毎週月曜にデータ更新され、四半期ごとにリセットされるため、3 か月間の累計ポイントによってペナルティレベルが決まり、それによりペナルティ内容が変わる<sup>85</sup>。

累計ポイント	ペナルティレベル	ペナルティ内容(全て 28 日間)
3 ポイント	レベル 1	一部キャンペーンおよびフラッシュセールの掲載禁止
6 ポイント	レベル 2	ショッピングからのレポート提供無し ユーザーがサイトを訪問した際、出品商品が非表示になる
9 ポイント	レベル 3	出品商品が検索において検索されない
12 ポイント	レベル 4	出品商品ページの加筆修正不可(在庫数変更は可)
15 ポイント	レベル 5	アカウントの凍結

図 31 出所：ショッピング日本越境 EC 担当者へのヒアリング時に入手した資料より

<sup>84</sup> ショッピング日本越境 EC 担当者へのヒアリング時に入手した資料より。

<sup>85</sup> ショッピング日本越境 EC 担当者へのヒアリング時に入手した資料より。

## 【EC サイト参入の成果・障壁・課題】

### 障壁・課題:

1. ショッパーは越境 EC に対する食品の取り扱いを、①法で定められた範囲内、②ショッパーが越境 EC 出店者に定める範囲内、③物流上商品を安全かつ衛生的な状態で配送できる範囲内、にて規制しているため、食品の流通は非常に限定される。お茶、しょうゆ、お菓子など常温保存が可能なものが現状輸入されている。
2. 2019 年より日本越境 EC 出店者向け対応が始まり、日本人越境 EC 出店者にとって非常に安心である。しかし、商品掲載は英語で行うこと、購入者はマレーシアに住む人々であるため英語での問い合わせ対応は避けて通れない。
3. 購入者はマレーシアのプラットフォームを使用し、マレーシアのショッパーマーケットプレイス利用規約に準拠してショッピングを行うので、購入者利用規約も把握しておくとい。

### (3) イーシーポート(EC-PORT)

イーシーポート<sup>86</sup>は、マレーシアを拠点とした東南アジアのマーケットプレイスへの流通支援を日系企業に行っている企業であり、出品を希望する日本法人(以下サプライヤー)がマレーシア市場へ越境 EC 参入を行うために必要なサポートを行っている。サポート範囲はコンサルティング、マーケティングからマレーシア政府発行の輸入販売許認可取得、自社ストア開設支援、EC 運用、物流アウトソーシングまで幅広い。

越境 EC 出店を考えているサプライヤーのために、イーシーポートはマレーシアで「Japan Premium(ジャパンプレミアム)<sup>87</sup>」というマーケットプレイスを立ち上げ、マレーシア市場で需要の高い“美容と健康”分野において、高品質な日本製商品を東南アジアの購入者へ提供している。さらにジャパンプレミアムに商品を登録掲載すると、ラザダ、ショッピーおよびプレストモールといった東南アジアの主要な現地オンラインマーケットプレイスへ連動し、EC 販売することも可能である。

ジャパンプレミアムの最大の特徴は、「代行販売」である。ラザダやショッピーでローカルセラーになるには、現地住所や現地銀行口座を所持している必要があるが、ジャパンプレミアムはイーシーポートの自社マーケットプレイスであると同時に、マレーシアローカルセラーとして現地住所、現地銀行口座を所持し、ラザダやショッピーに出店し、サプライヤーの商品を代行販売している。つまり、マレーシア現地セラーでもある。販売希望商品が輸入販売許認可を必要とする場合、越境 EC では個人輸入の範疇を超えて販売できない。マレーシア政府から販売許認可を取得するには、一般貿易としてマレーシアに現地法人を設立したうえで販売許認可を申請しなければならないが、イーシーポートは現地法人であるため、マレーシア政府から輸入販売許認可の代行取得が可能だ。

つまり、イーシーポートと契約することにより、個人輸入としての越境 EC 販売も、イーシーポートの支援でマレーシア政府から輸入販売許認可を取得した一般貿易販売も可能になる。

#### 【越境 EC の可否および越境 EC 対象国】

イーシーポートの運営するジャパンプレミアムは主に日本のサプライヤーを対象に、マレーシアやシンガポールなど海外への越境 EC 販売代行を行っている。

---

<sup>86</sup> EC-Port ウェブサイト <http://www.ecport-my.com/>

<sup>87</sup> Japan Premium ウェブサイト <https://www.jp-my.store/>

### 【具体的な出店方法、出品手続】

イーシーポートは巨大マーケットプレイスとは違い、対応が人的で手厚い点が特徴である。イーシーポートの自社マーケットプレイス「ジャパンプレミアム」の利用規約<sup>88</sup>によると、以下を承諾の上、出店と出品手続に進む。

1. 契約可能なプランは、ビジネスプランとブランドプランの2種類である。
2. 最低利用期間は、ビジネスプランとブランドプランのどちらも6か月間である。
3. 契約期間の開始は、契約と準備が全て整い、マーケットプレイスでの出品を開始した日を起算日とする。
4. 利用期間終了日から起算して30日前までにサービス解約の申し出がない限り、サービスは自動更新となる。

---

<sup>88</sup> イーシーポート「EC-PORT サービス利用規約」より。



**出店方法:**

- ① 「EC-PORT 利用申込書」<sup>89</sup>に必要事項を記入し、提出する。申込書はイーシーポートのウェブサイトから問い合わせて入手する。

ECP3\_Contract\_180601

**EC PORT Sdn Bhd 御中**

**EC-PORT 利用申込書**

当社は以下の「EC-PORTサービス利用規約」に同意し、EC-PORTサービスへ申し込みます。

事業者情報		
法人名	フリガナ	
本社所在地	(〒 - )フリガナ	
	代表電話番号 ( ) -	
ご担当者情報		
氏名	フリガナ (姓)	(名)
所属	(部署名)	(役職)
TEL/FAX	( ) -	( ) -
Email	@	
EC-PORT 申し込みプラン		
トライアル	ビジネス	ブランド
特記事項		

年 月

署名 印

<sup>89</sup> イーシーポート「EC-PORT サービス利用規約」より。

EC-PORT のサービス申し込みプランは 2 種類あり、それぞれの違いは以下<sup>90</sup>である。

サービス内容	ビジネスプラン	ブランドプラン
初期費用	なし	なし
月額費用	50,000 円	150,000 円より
契約期間	6 か月	6 か月
売上手数料	20%	15%
取扱 SKU 数	~50	要相談
コンサルティング・リサーチ	○	○
販売代行	○	○
ジャパンプレミアム内プロモーション	○	○
運用代行	○	○
自社ストア・アカウントの運用代行	×	○
EC 物流	○	○
マーケティング	○	○

図 32 出所: イーシーポート利用規約より

- ② 申込書提出と同時に、販売希望商品を申請する。対象商品の販売可否に関する審査を受け、審査の結果、取扱不可となった場合、イーシーポートのサービスを利用することができない。販売予定商品の審査を通過してはじめて申込書も受理される。
- ③ 初期費用、月額費用を支払う。  
イーシーポートよりサービス費用の請求書が発行される。請求書の発行後 15 日以内に契約期間分の月額利用費用をあらかじめイーシーポートに支払う。
- ④ 商品販売可否審査を通過し、費用の着金がイーシーポートにて確認できると、出店手続きは完了となる。

<sup>90</sup> イーシーポート「EC-PORT サービス利用規約」より抜粋。

## 出品手続き

- ① サプライヤーが商品情報を提供する。  
商品価格、説明文章、写真など現地での販売に必要な商品情報を提供する。データベース  
インプットファイルが届くので、商品情報を指示通り記載し、データを画像ファイルなどと共にイー  
シーポートに提出する。
- ② イーシーポートによって、ジャパンプレミアムへの入稿作業が行われる。  
イーシーポートは商品内容データをジャパンプレミアムウェブサイトへインポートし、販売ページを  
作成し、在庫希望の場合は物流センターが受け入れを行うなど、出品における準備を行う。
- ③ 利用申込書提出からおよそ2か月で販売開始となる。  
販売を希望する商品によっては、リサーチ、プロモーション、マーケティングなどに時間を要する。  
また、マレーシア政府による商品販売許認可を取得する場合はリサーチ、プロモーション、マー  
ケティングに要する時間とは別に、商品カテゴリによっては取得に1か月～6か月かかる場合も  
ある。

### 【出品に際して満たす必要がある条件】

イーシーポートが取扱不可と定めている越境 EC 商品は以下である。

- ✓ 法律で輸出入が禁止されている商品
- ✓ 越境 EC(個人輸入)で通関できない商品
- ✓ ラザダ、レローン、ショッピー、プレストモールなどそれぞれの現地モールが販売を禁止している商品

ジャパンプレミアムはラザダやショッピーなどのローカルセラーでもあり、自動的に商品が現地マーケットプレイ  
スへリスティングされることから、各マーケットプレイスの利用規約にも順守しなくてはならない。

### 【食品取扱に関する認可】

越境 EC にて食品を取扱希望の場合、ジャパンプレミアムやその他マーケットプレイスでの取り扱い基準に  
準拠した上で、物流可能な商品に限定される。

一般貿易の場合、イーシーポートはマレーシア政府から化粧品やサプリメント、健康食品などのライセン  
スおよび販売許認可を代行取得できている。この実績において食品の許認可取得を試みることは基本  
的に可能である。しかしマレーシアにて食品の許認可を取得するハードルは決して低くはない。あわせて  
液体配送の厳重化、生鮮の鮮度の保証の難しさ、輸送費用の問題などから、日本酒、生鮮品、畜肉、

米、乳製品、加工食品、果物などは、許認可取得の十分な実績や経験を積んでいるわけではない。これらの食品販売を希望するサプライヤーは、まずはイーシーポートに相談することとなる。イーシーポートでは審査や検討の上、前向きに対応する準備は整っているが、許認可取得には商品カテゴリによって1か月～6か月ほどの時間がかかること、許認可は一度取得しても更新が必要であること、ライセンス取得費用に5万円～20万円ほどかかること、販売許認可ライセンスはイーシーポートに委任状を提出し、サプライヤー（日本法人）名での手続きとなること、などの注意が必要である。

### 【日本からの越境 EC の際の必要な手続き】

イーシーポートの展開するジャパンプレミアムで越境 EC を行う場合、基本的に個人ではなく、法人サプライヤーとして契約を交わす。必要書類は以下になる。

1. イーシーポートの用意する契約書類
2. 日本国内の銀行口座（法人）もしくは
3. ペイパルの法人口座

イーシーポートは送金方法に「銀行送金」か「ペイパル送金」の選択肢を用意している。

#### 日本の銀行口座：

サプライヤーの銀行口座は日本国内であればどの銀行でも可能。サプライヤーがあらかじめ契約期間分の利用料金をイーシーポートに支払う際は、イーシーポートの指定するマレーシア国内銀行口座へ送金する。イーシーポートからサプライヤーへ売上を送金する場合、イーシーポートのマレーシア国内銀行から、サプライヤーが指定する日本国内銀行口座への送金となる。

### ペイパルのビジネスアカウント新規登録:

必須ではないが、ペイパル<sup>91</sup>にて取引を行いたい場合、ペイパルの法人口座を新規開設する必要がある、手順は以下となる。アカウント開設費、初期費用、月額手数料は無料である。

- ① ペイパルウェブサイト(<https://www.paypal.com/jp/home>)から、新規登録ボタンをクリックする。



- ② 個人アカウント開設か、ビジネスアカウント開設かを選択できるので、イーシーポートとの契約の場合はビジネスアカウントを選択し、「新規登録に進む」をクリックする。



<sup>91</sup> ペイパルウェブサイト <https://www.paypal.com/jp/home>

- ③ パイパルを利用する際に使用するメールアドレスを入力し、「続行」をクリックする。



The screenshot shows the PayPal Business Account registration page. At the top is the PayPal logo. Below it is the heading "ビジネスアカウントへの登録" (Business Account Registration). Underneath is the instruction "新規登録またはログインに使用するメールアドレスを入力してください" (Please enter the email address you will use for new registration or login). A text input field with the placeholder "メールアドレスを入力してください" (Please enter email address) is highlighted with an orange border. Below the input field is a blue button with the text "続行" (Continue).

- ④ 8文字以上、数字または記号(!@#\$%^)を含めたパスワードを入力し「続行」をクリックする。



The screenshot shows the same PayPal Business Account registration page. The text input field for the password is highlighted with an orange border. Above the field is the text "先ほど入力したメールアドレスが表示" (The email address you entered last time is displayed). The input field has the placeholder "パスワード" (Password) and a visibility toggle icon. Below the field are two lines of instructions: "8文字以上入力してください。" (Please enter 8 or more characters.) and "数字または記号(!@#\$%^)." (Numbers or symbols (!@#\$%^)). A blue button with the text "続行" (Continue) is at the bottom of the highlighted area.

- ⑤ 事業情報を入力し、「住所の検索」をクリックする。

**事業情報**

アカウントをより安全に保つために、お客さまの情報を確認させていただきます。

**アカウント取引責任者の情報**

正式な姓

正式な名

国籍  
日本

**生年月日**

年 月 日

**取引責任者の自宅住所**

運転免許証または在留カードなど、お客さまの本人確認書類に記載された住所を使用します。この住所に確認状を送りいたします。

郵便番号

住所の検索

アカウント取引責任者の姓名、国籍、生年月日を記入する

アカウント取引責任者の自宅住所の郵便番号(7桁数字のみ)を記入する。

- ⑥ 住所の詳細記入欄が現れるので、必要情報を全て埋め、各種ポリシー・規約・プライバシーステートメントに同意する場合は「同意して続行」をクリックする。

### 取引責任者の自宅住所

運転免許証または在留カードなど、お客さまの本人確認書類に記載された住所を使用します。この住所に確認状を送りいたします。

郵便番号 ⚠

〒--

市区町村

番地 ⚠

建物名・階・部屋番号

事業情報

個人事業主
  法人

店舗名は事業者名と同じです

事業所の住所

事業所の住所はアカウント取引責任者の住所と同じです。

お客さまは電子通信による配信ポリシーを読み、同意することで、オンラインサービスであるPayPalから、アカウントに関するすべての通知と情報をお客さまのメインメールアドレスを介して電子的に受信することを認めるものとします。お客さまはまた、ユーザー規約およびプライバシーステートメント、お客さまが携帯電話番号を提供される場合、お客さまは、この番号を追加する権限があること、また、お客さまのPayPalアカウントへのサービス提供、不正の調査、債務の回収を目的とし、勧誘を目的とはしない利用に限定して、自動音声電話またはSMSを使用して、PayPalブランドのアカウントに関してお客さまにご連絡させていただく権限を当社に与えることを認めます。自動音声電話またはSMSを受信したくない場合、アカウント設定でいつでも設定を変更できます。

同意して続行

⑤で記入した郵便番号が記載されている。

⑤で記入した郵便番号をもとに途中まで入力されているので、住所を完成させる。

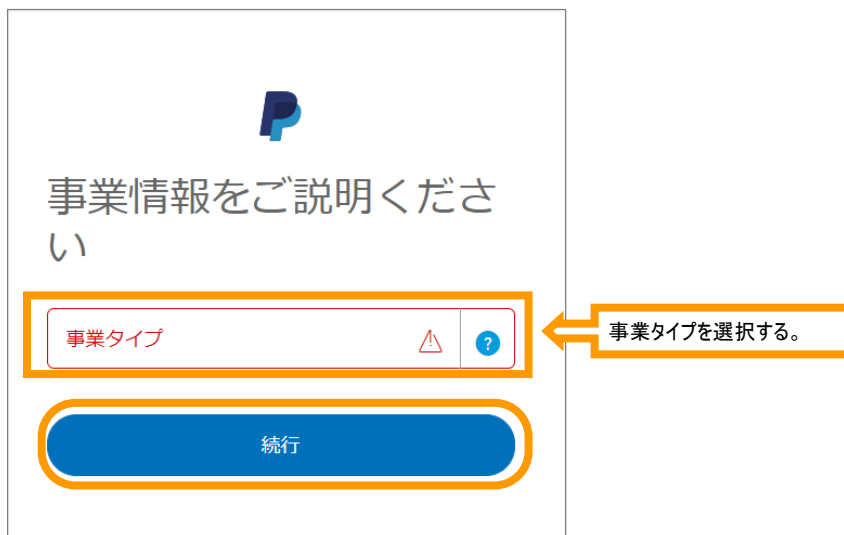
法人の電話番号を記入する。

法人の事業者名を記入する。





⑦ 事業タイプをプルダウンリストから選択し、「続行」をクリックする。以下の選択肢の中から1つ選択する。

- ✓ 個人事業主
- ✓ 法人
- ✓ その他の会社組織
- ✓ 行政機関



事業情報をご説明ください

事業タイプ  

事業タイプを選択する。

続行

- ⑧ 事業情報詳細を記入し、「続行」をクリックする。

The screenshot shows a registration form titled "事業情報をご説明ください" (Please explain your business information). The form includes several fields: "事業タイプ" (Business Type) with a dropdown menu set to "法人" (Company); "商品またはサービスのキーワード" (Keywords for products or services) with a warning icon; "創設/設立国または地域" (Country or region of establishment) with a dropdown menu set to "日本" (Japan); "事業用のURL(お持ちの場合)" (Business URL, if applicable); "事業開設日" (Business start date) with fields for year, month, and day; and a "PAYPAL\*" section with a warning icon and the text "クレジットカード利用明細に記..." (Recorded in credit card statement...). A blue "続行" (Continue) button is at the bottom. Five callout boxes with arrows point to specific parts of the form: 1. "⑦で選択した事業タイプが表示される" (The business type selected in step 7 is displayed); 2. "事業カテゴリを選択する。" (Select a business category.); 3. "任意で記入する。" (Optional to enter.); 4. "事業者名を記入する。クレジットカード払いの際の明細欄に記載される項目。" (Enter the business name. This item is recorded in the statement column when paying with a credit card.); 5. "商品またはサービスのキーワード" (Keywords for products or services).

- ⑨ 以下の画面が現れたら、ビジネスアカウントの新規登録は完了となる。「本人確認手続きの残りのステップを完了しましょう」をクリックする。

The screenshot shows the "ビジネスの設定" (Business Settings) page. The "アカウントの設定" (Account Settings) tab is selected. A prominent callout box highlights the message: "本人確認手続きの残りのステップを完了しましょう" (Complete the remaining steps of the identity verification process). Below this, there are two other steps: "メールアドレスを確認" (Check email address) and "銀行口座を登録する" (Register bank account).

## 本人確認手続き:

サプライヤーは、個人(アカウント作成者)の本人確認書類に加え、法人の本人確認書類が必要である<sup>92</sup>。また、登録した情報と提出する本人確認書類の内容が全て一致していると、ペイパルによる本人確認手続きがスムーズに進む。

- ① マイアカウントにログインし、(1)「アカウント設定」→「ご本人様の確認」をクリック、または、(2)メニューバーの通知マーク→「日本の法令に基づき、法人およびアカウント取引責任者としての本人確認書類をアップロードしてください」をクリックする。



ここから先の画面では、一度「続行」や「書類アップロード」をクリックして次のページに進むと、前のページに戻って内容を修正・変更することができないため、注意が必要である。

- ② アカウント作成者の本人確認手続きを行う。本人確認書類と一致する内容を入力したら、「続行」をクリックする。

<sup>92</sup> ペイパル 法人の本人確認書類 <https://www.paypal.com/jp/webapps/mpp/support/kyc-documents-corp>

③ 本人確認書類をアップロードする。本人確認書類は以下のいずれかが必要である。

1. 運転免許証
2. 住民基本台帳カード
3. 健康保険証＋補完書類
4. パスポート＋補完書類(日本国籍のアカウント管理者のみ)
5. 各種年金手帳＋補完書類
6. 各種福祉手帳＋補完書類
7. 在留カード(外国籍のアカウント管理者のみ)

書類をスキャンするか、スマートフォンなどのカメラ機能を利用して画像を撮り、JPEG、GIF、PNG、PDF のいずれかの形式で用意する。

The screenshot shows a web interface for document upload. On the left, there are navigation menus for '個人' (Individual) and '法人' (Corporate) verification steps, and a '使用目的' (Purpose of Use) section. The main area is titled '本人確認書類' (Document Verification) and contains instructions: 'アップロードする書類を選択してください。氏名、住所、および生年月日が、PayPalアカウントにご登録いただいた内容と一致していることを確認してください。' (Please select a document to upload. Please confirm that the name, address, and date of birth match the information registered in your PayPal account.)

Annotations with arrows point to specific elements:

- A dropdown menu labeled '1つ選択してください' (Select 1) is annotated with '書類を選択する。' (Select document).
- A dashed box labeled 'ドラッグアンドドロップまたは参照' (Drag and drop or reference) is annotated with '書類データをドラッグ&ドロップする。' (Drag & drop document data).
- A button at the bottom labeled '書類のアップロード' (Upload document) is highlighted.

Below the instructions, there are additional requirements:

書類をアップロードする前に、以下の内容をご確認ください。

- 合計サイズが2 MBを超えないようにしてください。
- 書類に記載されている氏名が、PayPalにお入りいただいたものと同じであることを。
- JPG、GIF、PNG、PDFのいずれかのタイプのファイルであること。
- 最新の内容であり、詳細な情報包まったり読み取れる状態であること。
- ご使用のPayPalアカウントにご登録された氏名と一致していること。

- ④ パスポート・各種健康保険証、各種年金手帳、各種福祉手帳を提出書類とする場合は、補完書類も併せて提出する必要がある。

- ⑤ 法人の本人確認手続きを行う。事業者の住所、事業者名、設立日を入力し、提出する本人確認書類を選択し、画像で用意した本人確認書類をアップロードする。提出書類と一致する事業者情報を入力すると審査がスムーズだ。

- ⑥ 実質的支配者の申告を行う。「実質的支配者の追加」をクリックし、実質的支配者の氏名、自宅住所、生年月日を記入する。申請した人数全員の情報を提出する。

The screenshot shows a web interface with a sidebar on the left and a main content area. The sidebar has four sections: '個人の本人確認手続き' (Individual Verification), '法人の本人確認手続き' (Corporate Verification), '実質的支配者' (Substantial Controller), and '使用目的' (Purpose of Use). The '実質的支配者' section is active, showing '実質的支配者の追加' (Add Substantial Controller). The main content area is titled '実質的支配者の情報' (Substantial Controller Information) and contains the instruction '実質的支配者に関する追加の情報を提出ください。' (Please submit additional information about the substantial controller). Below this is a box labeled '1. 実質的支配者情報の追加' (Add Substantial Controller Information).

The screenshot shows a modal window titled '実質的支配者の情報' (Substantial Controller Information) overlaid on the main page. The modal contains four input fields: '姓' (Surname), '名' (First Name), '自宅住所' (Home Address), and '生年月日' (Date of Birth). A blue '保存' (Save) button is at the bottom.

- ⑦ アカウント使用目的  
ペイパルアカウントの使用目的を選択して、「送信」をクリックする。

The screenshot shows the '使用目的' (Purpose of Use) section of the account setup process. A dropdown menu is open, showing 'PayPalアカウントの開設理由' (Reason for opening PayPal account). A callout box with an arrow points to this dropdown with the text 'アカウント開設理由を選択する。' (Select the reason for opening the account). Below the dropdown is a blue '送信' (Send) button.

- ⑧ 書類提出から約 1 週間～4 週間(書類審査完了)後、暗証番号が 2 通郵送される。



- ⑨ 暗証番号が届いたら、マイアカウントにログインし、画面右上の「アカウント設定」→「本人確認手続き」をクリックして暗証番号を入力する。マイアカウント画面左側のメニューに残タスクがなければ、本人確認手続きは完了となる。

**メールアドレスを確認:**

- ① メールアドレスを確認する<sup>93</sup>。アカウントに登録したメールアドレスに、ペイパルから「PayPal へようこそ。今すぐアカウントの利用を開始しましょう」という件名のメールが届いたら、メールの中にある、「はい、これは私のメールアドレスです。」ボタンをクリックする。



<sup>93</sup> ペイパル メールアドレスの確認方法 (ビジネスアカウント)  
<https://www.paypal.com/jp/webapps/mpp/support/confirm-email-biz>

- ② アカウント登録時に設定したパスワードを入力し、「メールアドレスを確認」をクリックする。



- ③ マイアカウント画面へログインできれば、メールアドレスの確認は完了である。

### 銀行口座の登録:

ペイパルに日本国内の円建て銀行口座(法人)を登録<sup>94</sup>することで、ペイパルアカウントにある残高を登録した銀行口座に引き出すことができる。法人はペイパルの提供する口座振替設定は利用できないため、この銀行口座からペイパルアカウントに入金することはできない。

- ① アカウントにログインし、画面上部の「入出金管理」→「銀行口座の登録」をクリックする。



<sup>94</sup> ペイパル 銀行口座の登録方法 <https://www.paypal.com/jp/webapps/mpp/support/add-bank>



- ② 登録したい銀行を検索し、選択する。

前述のとおり、法人はペイパルの提供する口座振替設定は利用できない。

- ③ 銀行口座情報を入力し、「銀行を登録」をクリックする。

### 【日本から越境 EC に取組む際の注意点】

ジャパンプレミアムで越境 EC を行う場合、現地法人や支店の設立、現地住所、現地電話番号は不要である。また現地輸送業者についても、イーシーポートの所有する物流システムを利用するため、イーシーポートとのみ契約を行えばよい。

## 【出品費用、関税支払方法、その他必要経費、サイト内における広告宣伝費】

### 出品費用：

1. イーシーポートとどのプランで契約しても、月額費用がそれぞれかかる。
2. 商品販売時には、成約料としてイーシーポートへ売上手数料を支払う。
3. 商品販売時には、イーシーポートへ支払う売上手数料とは別に、各マーケットプレイスで定められた手数料が別途発生する場合があります、その費用はサプライヤーの負担となる。
4. 商品を越境 EC として販売する際の、サプライヤーの拠点からイーシーポートが指定する国内物流センターまでの配送費用は、サプライヤーが負担する。ちなみにイーシーポートの国内物流センターからマレーシア物流センターまでの配送費用などはサービス費用に含まれる。
5. 商品を一般貿易としてイーシーポートマレーシア物流センターに在庫する場合、サプライヤーからイーシーポートマレーシア物流センターへの商品在庫の配送費用や通関に費用がかかった場合などは全てサプライヤーの負担となる。ちなみにマレーシア物流センターでの在庫保管費用および商品のピッキング、パッキングなどに係る費用はイーシーポートサービス費用に含まれる。
6. イーシーポートマレーシア物流センターから購入者への商品の配送費用は購入者もしくはサプライヤーの負担となる。
7. 購入者からの返品は再販に値する商品状態に限り認めている<sup>95</sup>が、購入者は以下の状況の場合は、返品/キャンセルができない。マレーシア内返品費用は購入者が負担する。
  - ✓ 購入者の過失により商品に損傷が認められるとき(単に箱を開封した以外)
  - ✓ 購入者の利用や消費により商品価値が著しく下げられたとき
  - ✓ 消費期限の接近により商品価値が著しく下げられたとき
  - ✓ 特定の購入者によりカスタマイズされている商品
  - ✓ 個人の健康または衛生に関する性質を持つ商品
  - ✓ アダルトグッズや健康カテゴリに属する商品
8. サプライヤーがペイパルを金融機関として指定した場合、分配金の受取手数料、ペイパルから日本の銀行口座への払い出し手数料/払い戻し手数料はサプライヤーの負担となる。

---

<sup>95</sup> Japan Premium Return & Refund Policy <https://www.jp-my.store/pages/return-refund-policy>

#### 関税支払方法:

越境 EC 配送の場合、個人輸入扱いのため、免税の範囲(500.00MYR)を越えなければ関税はかからない。もし関税のかかる事由が生じた場合は、イーシーポートが負担する。

一方、一般貿易として販売許認可ライセンスを取得し、イーシーポートのマレーシア物流センターに在庫を一括納品する場合は、一般貿易の範疇において通関<sup>96</sup>手続きを行うことになり、その際に費用が発生した場合は、サプライヤーの負担となる。

#### サービス税(SST):

ジャパンプレミアムにおける商品販売時のサービス税はサプライヤーが負担しない。サプライヤーがイーシーポートとコンサルティング業務を契約した場合は、サービス税をサプライヤーが負担する。

#### その他必要経費:

1. イーシーポートへ支払う月額費用送金時に、日本の銀行が送金手数料を課する場合がある。
2. 月額分配金をイーシーポートがサプライヤーの指定する金融機関に振り込むとき、着金手数料がかかる場合がある。
3. マレーシア政府が発行する販売許認可を取得したい場合は、商品のカテゴリに応じて 5 万～20 万円ほどかかる(金額はあくまでも目安である)。

#### サイト内における広告宣伝費:

ジャパンプレミアム上での広告活動であるフラッシュセール(Flash Sale)やフィーチャードコレクション(Featured Collection)には広告費用は発生しない。プロモーションにおいては、サプライヤー各社と相談の上、価格などを設定したうえで掲載することは可能である。

### **【販売価格の決定方法、マージン率、代金決済方法などの金銭に関する規定】**

#### 販売価格の決定方法:

グローバル標準価格に準拠する。一般的に販売価格は定価の 20～30%増しに設定し、転売を防ぐものであるが、これを強要するものではない。

#### マージン率:

ジャパンプレミアムでのマージン率の規制はない。

イーシーポートのサービス利用規約によると、出品者の受取利益率の目安は、マーケットプレイスごとに

---

<sup>96</sup> 税関 輸出通関手続の概要 [http://www.customs.go.jp/tetsuzuki/c-answer/extsukan/5001\\_jr.htm](http://www.customs.go.jp/tetsuzuki/c-answer/extsukan/5001_jr.htm)

以下を想定しておくといふことだ。

	ジャンプレミアム	ラザダ	レローン	Isetan
売上	100	100	100	100
イーシーポート手数料	10-20%	10-20%	10-20%	5%
マーケットプレイス手数料	10%	3-14%	1-11%	30%
サプライヤーの受取利益(目安)	80-70%	87-66%	89-69%	65%

図 33 出所:イーシーポート利用規約より

#### 代金決済方法:

ジャンプレミアムで商品を購入する場合、以下の選択肢から決済方法を選択できる。購入者は金額をジャンプレミアムに振り込んだ後で、振込証明書などをメールで連絡する。

1. ペイパルを通したクレジットカード(VISA/マスターカード)
2. ペイパル
3. 銀行小切手
4. 銀行振込

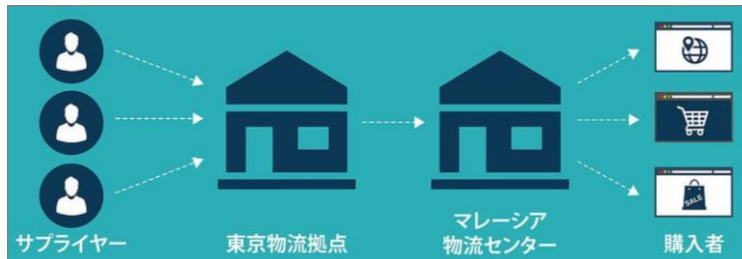
サプライヤーへは、月末締め翌月サプライヤーの指定する日に円建てで日本の銀行もしくはペイパルへ送金される。銀行振込の場合、サプライヤーへの分配金はイーシーポートの指定する銀行の定める為替レートに応じ、マレーシアリングgitから日本円に換算され支払われる。その際の振込手数料はイーシーポートが負担する。ペイパルを使用する場合、サプライヤーへの分配金はペイパルの定める為替レートに応じ、マレーシアリングgitから日本円に換算され支払われる。その際の受取手数料はサプライヤーが負担する。月の売上総額が 1,000.00MYR 以下の場合には翌月に繰り越される。また為替の問題で繰り越すことも可能であることから、経済情勢を見ながら判断することも可能である。

#### 【商品配送・物流(納品、在庫、配送)に関する規定および費用】

イーシーポートは、受注の都度サプライヤーが商品を発送することも、商品在庫をマレーシア物流センターへ委託保管することも、どちらも許容している。どちらを選択するかは、サプライヤーに決定権がある。

商品配送・物流(納品、在庫、配送):越境 EC の場合:

1. 越境 EC 販売の場合、以下が商品流通イメージ図である。



商品を受注したら、イーシーポートから出荷依頼メールが送信される。メールには以下が記載されている。

- ✓ 受注内容(商品名、商品番号、受注数量、商品単価、商品合計、配送料)
  - ✓ 商品の出荷について(配送先国内住所、郵便番号、受取人、電話番号)
  - ✓ 出荷後、運送会社/追跡番号をイーシーポートオーダーメール宛てに連絡する
  - ✓ このメール配信日より2営業日以内に返信がない場合、自動的に受注キャンセルとなる
2. 商品をイーシーポート指定の日本国内物流センターへ納品すると、イーシーポートが定期便(週2回)にてマレーシア物流センターへ商品を配送する。
  3. マレーシアに到着後は、イーシーポートが商品を購入者へ配送完了させる。ラザダやショッピーがマレーシア現地配送業者を指定しているため準拠している POSLaju や Ninja Van を利用する場合もある。商品は到着までに最短で5日、最長で14日程度かかる。

商品配送・物流(納品、在庫、配送):一般貿易(現地在庫)の場合:

1. 一般貿易(現地在庫)販売の場合、以下が商品流通イメージ図である。



2. 商品を受注したら、イーシーポートにて在庫から出荷を完了させる。  
イーシーポートによる出荷が完了したら、出荷依頼メールが送信される。メールには以下が記載されている。
  - ✓ 出荷済商品内容(商品名、商品番号、受注数量、単価、商品合計、配送料)

## 【販売に関する条件(出品商品数、販売ノルマなど)の有無】

### 出品商品数:

イーシーポートと契約するプランによって、取扱SKU数にそれぞれ上限が設定されている。ビジネスプランは最大50SKU、ブランドプランは要相談である。また、商品在庫最低数などその他の制限は設けていない。

### 販売ノルマ<sup>97</sup>:

ジャパンプレミアムにおける販売ノルマは設けていない。

### その他:商品問い合わせ(カスタマーサポート):

イーシーポートとどのプランで契約しても、ジャパンプレミアムに掲載されている全ての商品問い合わせはイーシーポートが対応し、その費用はサービス費用に含まれるものとする。

## 【禁止事項およびその他出品、継続販売に関する規定】

### 禁止事項:

機密情報の取り扱いについて、イーシーポートおよびサプライヤーは、商品情報・売上/統計情報・営業上/技術上の情報・プライバシーポリシーによって購入者から知りえた個人情報を、善良なる管理者の注意をもって機密に保持しなくてはならず、利用目的以外に使用することを禁じている。

また、事前の承諾のない限り、第三者に開示、漏洩、複製、貸与またはこれに類する行為を行うことを禁じている。

## 【EC サイト参入の成果・障壁・課題】

### 障壁・課題:

1. イーシーポートは越境ECに対する食品の取り扱いを、①法で定められた範囲内、②各マーケットプレイスが越境EC出店者に定める範囲内、③物流上商品を安全かつ衛生的な状態で配送できる範囲内、にて規制しているため、食品の流通は非常に限定される。粉末飲料やサプリメントなど常温保存が可能なものが現状輸入されている。
2. イーシーポートの利用規約や利用申込書は全て日本語対応となっており、日本人越境サプライヤーとしては安心して契約することが可能だ。また、全てのプランにおいて多言語対応による受発注管理、返品対応、その他カスタマーサポート、掲載商品の英語翻訳が、サービス範囲

---

<sup>97</sup> イーシーポートへのヒアリングより。

内である。サプライヤーに言語の不安がある場合などは、その障壁を取り除いてくれるサービス内容となっている。

3. イーシーポートは越境 EC も可能であるが、一般貿易にも対応可能であるため、マレーシアにおいて輸入販売許認可が必要な商品の販売を希望する場合、越境 EC ではなく一般貿易として相談、対応が可能である。

#### 4. スタートアップの EC 食品ビジネスへの参画状況

スタートアップの振興を図るマレーシアでは、食品ビジネスにおける e コマースのスタートアップ企業が 2010 年頃から数多く設立している。しかし大手スーパーを競争相手として生き残ることはそう簡単ではない。ここに食品関係スタートアップ企業の一例を紹介する。

オンライン生鮮購買代行のハッピーフレッシュ(Happy Fresh)は、実店舗を持つテスコ(Tesco)やジャイアント(Giant)、コールドストレージ(Cold Storage)などの大型スーパーマーケットとタッグを組み、生鮮食品の購買から宅配までを代行するというビジネスモデルで成功を収めている<sup>98</sup>。生鮮を含むオンライン食品販売ビジネスを行っているレッドチック(Redtick)は、宅配エリアをクアラルンプール周辺に限定することで、地域の農家の野菜や海外輸入果実などを 24 時間配送可能にした。グロースーエクスプレス(Grocer Express)も戸建て住宅の多いペタリンジャヤ(セランゴール州)地域に翌日配送を行っている。ヨウベリ(Youbeli)は農業生産者や中小企業がオンライン販売するためのソリューションを提供しているスタートアップだ。

マレーシアでは決済においてGrab Pay)や日本の交通系 IC カードにあたるタッチアンドゴー(Touch' n Go)といった e ウォレットも大いに利用されており、ソフトスペース(Softspace)やインパクト(IIMPACT)など e ウォレットスタートアップ社も活躍している。

配送スタートアップは越境物流ではなく、最終拠点からエンドユーザーまで届けるラストワンマイル分野に集中している。ポストエクスプレス(PostoExpress)やジレム(Zyllem)、ドロップイット(Dropit)はドアツードアで配送サービスを提供する「ライダー」を派遣している。ゴーゲット(Goget)は配送だけでなく購買や調達までも請け負っており、「お使い」まで対応可能だ。ザ・ロリー(The Lorry)は段ボール 1 箱から引っ越しまで「配送」というカテゴリでリーズナブルな価格で受注している。購入者の手元に商品を安全・確実にデリバリーすることが新規参入のビジネスチャンスになっているようだ。

---

<sup>98</sup> Digital News Asia 2018 年 8 月 16 日記事 <https://www.ecinsider.my/2018/08/online-grocery-landscape-in-malaysia.html>



### EC 食品ビジネスにかかわるスタートアップ企業

社名	設立年	事業内容	URL
レッドチック(Redtick)	2010年	オンライン生鮮販売	<a href="https://shop.redtick.com/">https://shop.redtick.com/</a>
ハッピーフレッシュ (Happyfresh)	2014年	オンライン生鮮購買代行	<a href="https://www.happyfresh.my/">https://www.happyfresh.my/</a>
グローサーエクスプレス (Grocer Express)	2013年	オンライン生鮮販売	<a href="https://www.grocerexpress.my/#/">https://www.grocerexpress.my/#/</a>
ヨウベリ(Youbeli)	2015年	オンライン販売プラットフォーム	<a href="https://www.youbeli.com/">https://www.youbeli.com/</a>
ソフトスペース(Soft Space)	2012年	オムニチャネル決済、eウォレット	<a href="https://www.softspace.com.my/">https://www.softspace.com.my/</a>
インパクト(IIMMPACT)	2017年	追加課金 eウォレット	<a href="https://iimmpact.com/">https://iimmpact.com/</a>
ゴーゲット(GoGet)	2014年	配送者派遣、購入/調理品 & 配達	<a href="https://goget.my/">https://goget.my/</a>
ポストエクスプレス (PostoExpress)	2015年	配送者派遣	<a href="https://www.postoexpress.com/home/">https://www.postoexpress.com/home/</a>
ジレン(Zyllem)	2016年	配送者派遣	<a href="https://www.zyllem.com/">https://www.zyllem.com/</a>
ドロップイット(Dropit.my)	2015年	配送者派遣	<a href="https://www.dropit.my/">https://www.dropit.my/</a>
ザ・ロリー(The Lorry)	2014年	物流一般(引っ越し含む)	<a href="https://thelorry.com/my">https://thelorry.com/my</a>

図 34 出所:各社へのヒアリングを元にジェットロにて作成

マレーシアにおける食品のオンライン販売（EC）に関する調査－越境 EC の可能性－

2020年3月作成

---

日本貿易振興機構（ジェトロ）農林水産・食品部 農林水産・食品課  
〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32  
Tel. 03-3582-5186

---

禁無断転載