

JAPAN  STORE

越境EC基礎知識 ～海外Amazon販売～

ジェトロ（日本貿易振興機構）
デジタルマーケティング部
ECビジネス課

お問い合わせ



[よくあるご質問](#)

※お問い合わせ前にご覧ください

[お問い合わせ
フォーム](#)



[ジェトロ](#)ウェブサイト
[Amazon](#)ウェブサイト

目次

越境ECや海外Amazon出品準備の基礎をまとめています。
JAPAN STORE参加前にご確認ください。

1. 越境ECとは

- 越境EC概況 [p.3](#)
- 国内ECと越境ECの違い [p.4](#)
- 越境ECのメリット/デメリット [p.5](#)
- 自社ECとECモール出品のメリット/デメリット [p.6](#)

2. 海外Amazon出品の基礎

- 取り組みステップ [p.7](#)
- 確認しておきたい参考資料 [p.8](#)
- 米国を例とした越境EC物流 -貿易用語- [p.9](#)
- 米国を例とした越境EC物流 -関税- [p.10](#)
- 予算項目・所要時間の目安 [p.11](#)

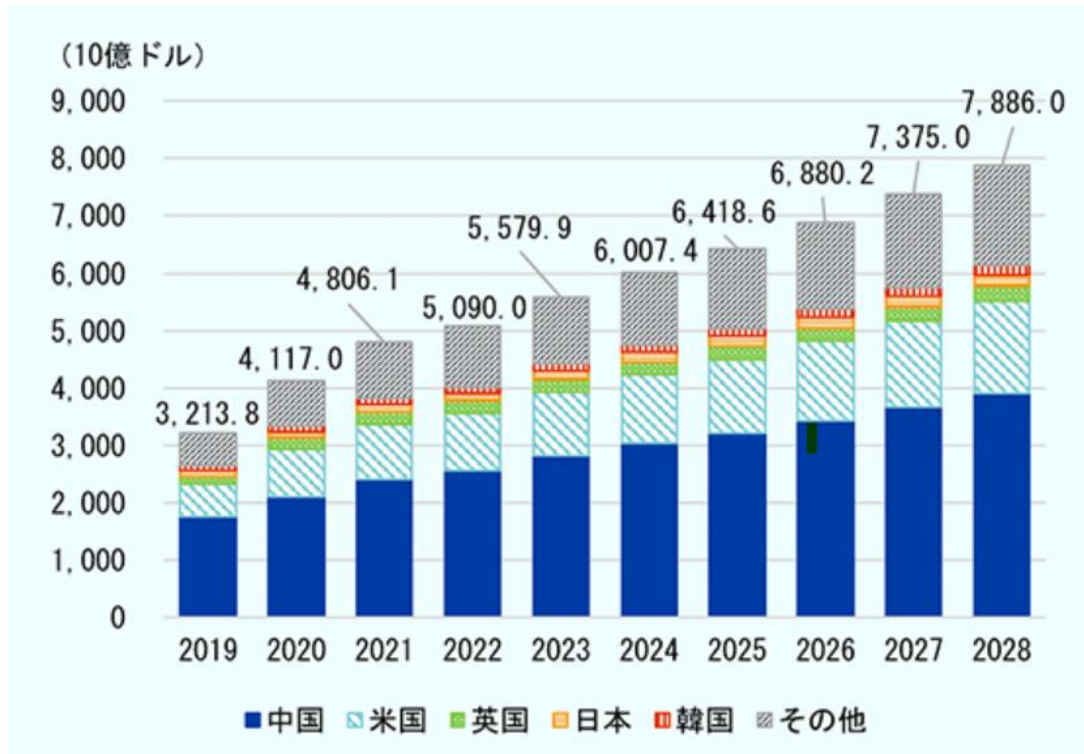
海外Amazon販売の基礎知識は
こちらもご確認ください

➤ [海外販売事前準備ガイド](#)

1 越境ECとは -世界のEC市場規模と越境EC利用者の推移-

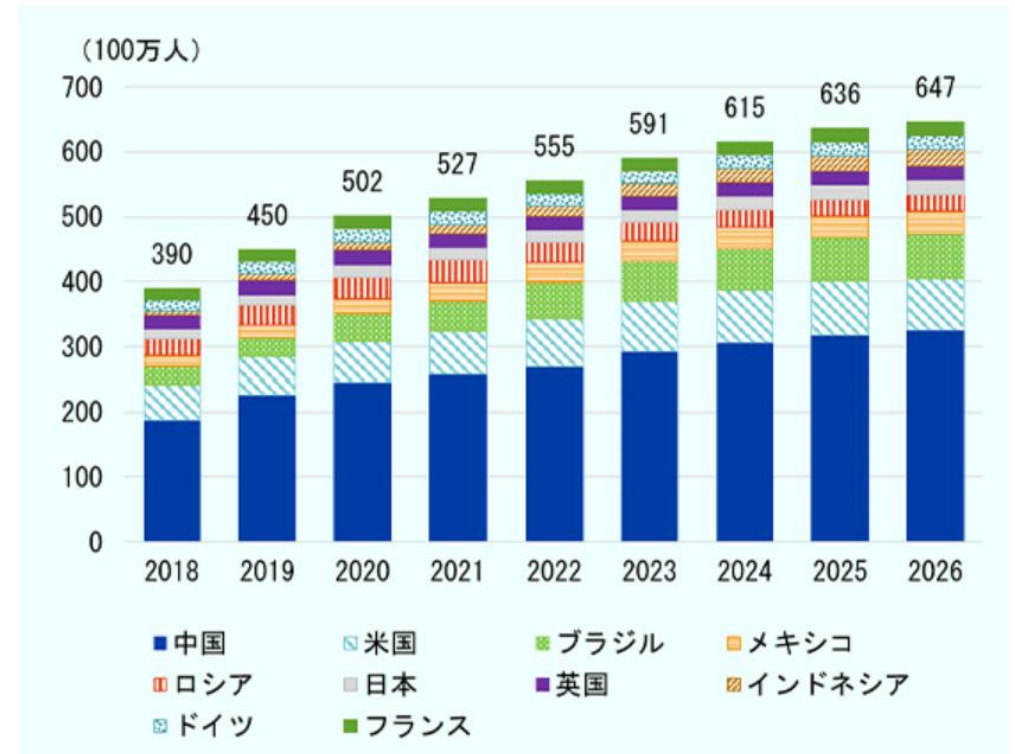
- 世界のEC市場および越境EC利用者は毎年増加しており、海外販売への需要が継続的に拡大している
- 中国、米国、英国の順にEC小売市場規模が大きい

世界のEC小売市場規模の推移



注:
 1. 全てeMarketerの推計値。
 2. 2024年の上位5カ国と「その他」を掲載
 出所：ジェトロ世界貿易投資報告 2025年版

越境EC利用者数推移



注:
 1. 全てeMarketerの推計値。
 2. 2024年の利用者数上位10カ国を掲載。
 出所：ジェトロ世界貿易投資報告 2025年版

1 | 越境ECとは - 国内ECと越境ECの共通点・相違点 -

- 出品から決済、発送までの**基本的な販売フローは国内と同じ**
- 物流、税金、輸入規制の面で、**事前の下調べや対応が必要**

共通点

- **販売フローは同じ**
出品 → 購入・決済 → 注文確認 → 梱包 → 発送
- **戦略が重要**
ターゲット把握、顧客ニーズ理解、競合分析による差別化が必要
- **集客が鍵**
売上のためには効果的なプロモーションが必須

相違点（越境ECの特徴）

- **物流**
 - 通関用のインボイスが必要
 - 代金引換が使えない地域が多い
- **税金**
 - 関税が発生
 - 地域によっては、VAT※の納税義務がある
- **輸入規制**
 - 国によって取扱不可の商材（冷蔵・冷凍食品、酒類など）がある
 - 輸出時に相手国の許可・承認が必要な場合がある

※VAT: Value Added Tax/付加価値税

お金の話

越境EC出店の運用コスト



国内・越境共通	原価、国内配送料、（倉庫保管料） モール手数料、決済手数料、 プロモーション費
越境のみ	国際配送料、関税、VAT、認証取得 費用など

1 越境ECとは - 越境ECを展開するメリット・デメリット -

- 越境ECには大きなビジネスチャンスがある一方、事前に把握すべきメリット、デメリットがある
- メリット、デメリットを確認の上、しっかり事前調査を行った上で越境ECに取り組むことを推奨



メリット

- **販路の拡大**
 - 世界中の越境EC利用層に直接販売でき、新たな顧客を開拓できる
 - 「高品質・安全・信頼」という日本製品へのポジティブなイメージを武器にできる
- **初期投資を抑えた海外市場参入**
 - 現地法人設立や実店舗出店に比べ、初期投資を抑えて、海外ビジネスのテストマーケティングができる
 - 現地バイヤーとの商談を経ずに販売を開始できる
- **海外消費者の「生の声」が手に入る**
 - 消費者に直接自社の商品の強みを伝えられる
 - レビューや問い合わせを通じて、購入者の感想や実際の使い方を把握できる

デメリット

- **物流・配送のコストと複雑さのリスク**
 - 配送回数が多いため、海外送料が想定以上より高額になる可能性がある
→事前に料金や配送方法の下調べが必要
 - 配送遅延、在庫管理、紛失などへの対応が必要
- **言語・文化・商習慣の壁**
 - 多言語でのサイト構築・CS^{※1}対応が必要
 - 決済手段や好まれるUI^{※2}/UX^{※3}へのローカライズが必要
 - 宗教（ハラールなど）や文化への適応が必要
- **法規制・税制・為替・模倣品リスク**
 - 各国の輸出入関連規制、関税ルール（関税の負担者、付加価値税など）、為替変動による利益率への影響等を、自ら管理する必要がある

※₁ CS (Customer Support) :カスタマーサポート。顧客からの問い合わせに対し、問題解決・案内・サポートを行う業務全般

※₂ UI (User Interface) :ユーザーとサービスの接点となる画面・操作部品・見た目のデザイン要素を指す。操作しやすく、視覚的に分かりやすい状態をつくることが目的。出所：中小機構「ECポケットガイド」を参考にジェットロ作成

※₃ UX (User Experience) :ユーザーがサービスを利用する一連の体験全体を指す。使いやすさや満足度、ストレスの少なさなど、利用前後を含めた「体験価値の向上」が目的。

1 越境ECとは - 自社ECとECモール出店のメリット・デメリット -

- 自社が保有する人材・予算・運用体制、および中長期の戦略を踏まえ、自社ECとECモール出店・出品のメリット・デメリットを比較し、自社に最適な販売方法を選択することが望ましい

自社ECサイト販売

ECモール出店・出品

メリット

- ・ 顧客情報を自社で取得・蓄積できる
- ・ モール手数料が不要で利益率を確保しやすい
- ・ サイトのデザインや機能の自由度が高い
- ・ マーケティング・ブランド構築がしやすい
- ・ 価格設定・販売管理を自社でコントロールできる

- ・ サイト構築や受注管理などの販売システムが最初から整備されている
- ・ 集客力が高く、モールのユーザーへの露出を獲得しやすい
- ・ 自社ECに比べてプロモーションコストを抑えやすい
- ・ EC初心者でも出店しやすい

デメリット

- ・ サイト構築・運用まで初期投資と人的リソースが必要
- ・ 日々のメンテナンスが必要（システム・セキュリティ等）
- ・ 物流、決済、問い合わせ対応、多言語化などの運用負荷が大きい
- ・ 海外からの認知を得にくく、集客が難しい

- ・ 出品料・販売手数料が発生し、利益率が下がりやすい
- ・ 競合・類似商品が多く、価格競争に陥りやすい
- ・ デザイン・表記・取引ルールの制約が多い

2 | 海外Amazon 取り組みステップ

事前調査

越境EC販売の意思決定

- ・メリット/デメリット
- ・参入するECプラットフォーム
- ・販売先国

市場調査

- ・自社商品の需要調査
- ・競合/自社商品
- ・輸入規制/市場環境

リソース確保

- ・必要な認証、関税 (p.9)
- ・物流・通関にかかる費用
- ・予算・人員の確保

戦略検討

ロードマップ策定

- ・目的/ゴール/期間
- ・売上や利益の目標

販売戦略の立案

- ・顧客/ペルソナ
- ・差別化ポイント
- ・商品選定/価格設定
- ・海外向け在庫確保
- ・海外向け商品画像・商品紹介文作成 (英文)

販売準備

輸出手続き

- ・輸入規制・通関対応
- ・VAT対応 (英国)
- ・配送業者選定/FBA納品
- ・海外保険/海外商標

Amazonアカウント作成・ 出品手続き

- ・売上金受取口座開設
- ・アカウント開設
- ・商品登録/商品ページ作成
- ・ブランド登録
- ・配送手続き

販売・販促

アカウント保守・管理・ カスタマーサポート

- ・受発注管理
- ・在庫管理
- ・レビュー・返品対応

販促施策

- ・商品ページ改善
- ・SEO対策、広告運用
- ・セール参加、商戦イベント
- ・SNSマーケティング
- ・Amazonブランド登録

※記載内容は一例です
出所：ジェトロ作成

2 海外Amazon 確認しておきたい参考資料

EC関連の準備

越境ECの基礎的な知識を確認する

- ▶ 動画「[越境ECではじめに知るべきこと](#)」
- ▶ 動画「[はじめての海外戦略の考え方](#)」
- ▶ 動画「[越境ECを始める前のニーズの整理](#)」
- ▶ 動画「[Amazonを使って海外へ](#)」

海外Amazon販売に必要な準備を整える

- ▶ [Amazonで海外販売をする方法](#)
- ▶ [海外販売事前準備ガイド](#)
- ▶ JAPAN STORE参加企業の取組は[参加企業の声](#)を参照

Amazon上でニーズや競合を確認する（市場調査）

- ▶ 類似商品は出品されているか？出品商品数、価格、レビューを確認
- ▶ 実際に類似商品を買ってみて、自社商品と比較し差別化ポイントを検討

◆ 規制等の制度情報はジェットロウェブサイトを確認ください。 [米国](#) [英国](#)

◆ 輸出入規制についてジェットロに相談したい方は、
貿易投資相談窓口にお問い合わせください。 窓口は[こちら](#)

◆ 民間事業者への相談や外部委託などをお考えの方は
「ジェットロ越境EC支援パートナー」をご活用ください。 詳細は[こちら](#)

◆ Amazonグローバルセリングのサービスプロバイダーは
[こちら](#)からご確認いただけます。



輸出関連の準備

規制・関税・知財対応について確認する

越境ECでも通常の輸出と同様の規制・関税対応が必要です！
出品できる商品の有無や必要な対応を事前にご確認ください。

【米国】FDA（保健福祉省・食品医薬品局）登録：

食品・化粧品・医薬品等を扱う場合に対応が必要。現地の代理人を指定する必要がある。

- ▶ [バイオテロ法に関する情報（FDA食品施設登録・事前通知）について](#)
- ▶ [米国食品安全強化法（FSMA）について／FSVPについて](#)
- ▶ FDAの公式ウェブサイトは[こちら](#)

【英国】VAT（付加価値税）登録：すべての輸出者に必要

- ▶ [VATへの対応について](#)
- ▶ [令和5年度版 英国VAT登録手続きガイドブック](#)
- ▶ [越境EC販売におけるVAT：EU・英国向け輸出](#)
- ▶ [VAT登録の要否](#)

【知財】

- ▶ 越境ECでの模倣品被害が増えています。
模倣品対策や相乗り対策など、ブランド保護の観点から
[Amazonブランド登録](#)を推奨します。
- ▶ 海外でのブランド保護機能のご利用には販売先現地での商標登録が必要です。

2 | 越境ECの物流 - 貿易用語（米国を例に） -

■ インポーター（Importer of Record：IOR）

- 輸入者として法的責任を負う主体。海外現地（米国）に所在する法人または個人である必要
- 海外現地（米国）に商品を輸入する際に、税関に対して**通関申告・関税支払い・通関手続きの責任**を負う
※食品を輸入する場合、輸入者は「食品医薬品局（FDA）」の規制を遵守し、事前の通知（Prior Notice）などの手続きを行う責任も負う

■ 米国へ輸出する際の課税基準は、輸入量と輸入価格（**FOB価格**）を基準に課税。

- FOB価格とは、輸出者が国内の港または空港で荷積みするまでの費用を含みます。
商品価格に、国内輸送・梱包・通関などの費用を加えて算出します。
- **英国含む他の国では、CIF価格が基準となることが多いため、ジェトロウェブサイトや現地税関、通関業者を通じた確認が必要**

■ 関税負担主体

- DDP（Delivered Duty Paid：関税込み持ち込み渡し）
 - 関税・諸税が**セラー負担**となる配送方式

- DDU（Delivered Duty Unpaid：間税抜き持ち込み渡し）

- 関税・諸税が**バイヤー**に請求される配送方式
- 個人輸入の場合、**商品受け取り時に購入者が関税を支払う**
- 購入者に関税が請求されることが明記されていない場合、受取拒否やトラブルにつながる可能性があるため注意

配送会社など、各社が越境ECで活用できる配送プランを持っています

■ 少額貨物の関税：デミニミス制度 ※**米国では廃止。英国、EU、オーストラリアなど各国では存続、金額要確認**

- 米国では1930年関税法321条に基づき、輸入申告額が800ドル以下の少額貨物の輸入に対して、関税支払いなどを免除する非課税基準額（デミニミス）ルール

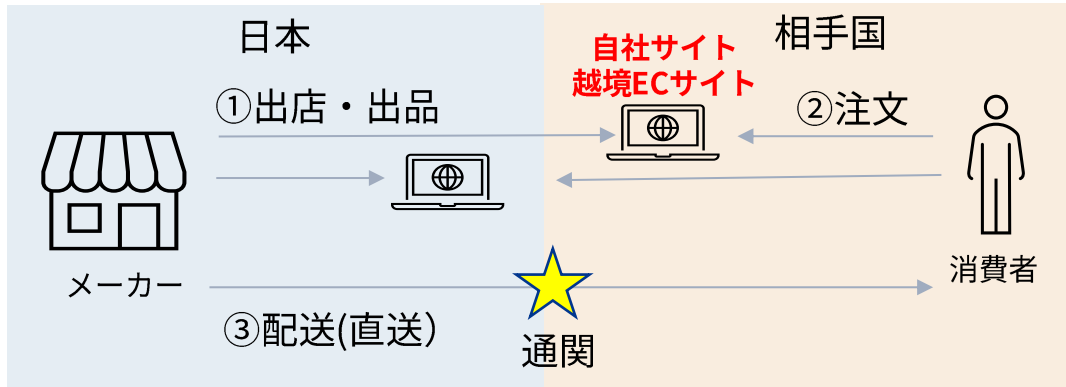
2 | 越境ECの物流 - 関税 (米国を例に) -

相互関税は通常貨物と同様に適用されます！
相互関税については米国関税措置特集を参照

- ①直送モデル、②米国倉庫経由モデル

- いずれの場合も、米国に入る時点で関税が発生、関税負担者等（インコタームズ）は通関書類準備時に選択

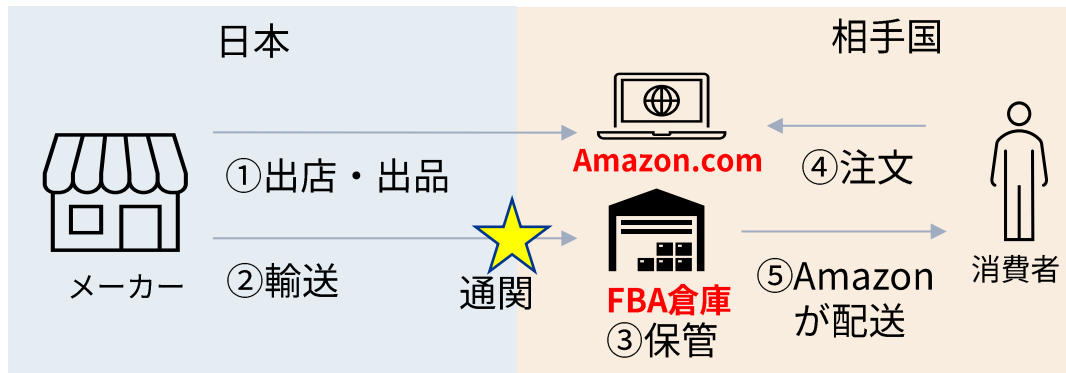
①越境EC直送モデル（自社ECサイト、海外ECモール（AmazonFBM配送含む））＝注文毎に都度配送



- 出品者自身が梱包・発送・カスタマーサービスを対応
- 関税負担は基本的にDDPまたはDDUから選択
(最近ではDDP＝出品者負担に移行する傾向)
- 郵便の場合、IORは便宜的に購入者（個人輸入扱い）となることが多い
※現在は国際郵便取扱停止中により、②と同じくIORはサードパーティ（クーリエなど）依頼が必要

いずれも、800ドル以下の少額貨物の非課税措置（デミニムスルール）停止により、通常貨物と同様の通関・関税措置が必要

②海外ECモール米国倉庫経由モデル（Amazon FBA）＝事前に一括配送



- 出品者が商品をAmazonのフルフィルメントセンター（米国内倉庫）に事前納品→Amazonが保管・梱包・発送・カスタマーサービスを代行
- 関税負担は基本的にDDP（出品者負担）
- IORはサードパーティ（輸送業者、輸入代行業者等）に依頼が必要
※AmazonはIORにはなれない
※IOR代行とFBA代行を両方提供する事業者も存在

(参照) <https://sellercentral-europe.amazon.com/help/hub/reference/external/G201468520?locale=ja-JP>

2 海外Amazon 予算項目・所要時間の目安



アカウント費用（大口出品）

- 【米国】
- ・月間登録料 \$39.99 相当額
- ・その他詳細は[こちら](#)
- 【英国】
- ・月間登録料 £25
- ・その他詳細は[こちら](#)

※アカウントを統合する場合、日本を含む複数の国の出品用アカウントを合わせ\$39.99
※アカウント状況によっては統合ができない場合がございます。

販売手数料

- ・販売額の5~45%、または最低額
- 手数料率はカテゴリ毎に異なる。
(参照：Amazon.com/ Amazon.co.uk)

出所：各種ウェブサイト情報をもとにジェトロ作成

FDA登録（米国/食品・化粧品等）

- ・申請から審査通過までに**3ヵ月程度**必要
- ・**サービスプロバイダー利用を推奨。**費用は各社にお問い合わせください。
- ・販売商品が輸出対象かどうか必ずご確認ください

VAT（付加価値税）登録（英国）

- ・申請からVAT番号取得までに**3~6ヵ月以上**必要。
- ・**サービスプロバイダー利用を推奨。**費用は各社にお問い合わせください。
- ・手続き詳細はp.8の資料を確認

物流・国際配送

カテゴリ・重量、配送先、配送方法（航空便/船便）により変動
例) 米国向けに5kg配送の場合
A社15,100円、B社51,500円
※集荷や通関にかかるサービス料金がかかる場合があります。

商品ページ作成用の画像や詳細情報の準備

1週間~1ヵ月間程度
※必要な書類準備のほか、販売までに画像やキーワードなどの準備を整える場合は約1ヵ月

広告

継続的に広告運用

- ・一般的に、広告インプレッション数、クリック数、売上などの結果は、**1日当たり\$10相当の予算**で効果を見ることができる（参照：Amazon広告予算については[こちら](#)）
- ・売上の10%程度がよくある目安

発送・在庫保管料（FBA利用時）

FBA利用料+在庫保管料
利用料 約\$3~\$200/約£1.5~
目安) Tシャツ1枚 \$4.67、モニター1個 \$44.19
※カテゴリ・重量等で異なる。
※他、廃棄手数料、長期保管手数料等が必要
参照：Amazon.com/ Amazon.co.uk

※2026年3月時点。こちらの金額・期間は目安です。各種サービスの詳細を必ずご確認ください。料金・期間についてジェトロは責任を負いません。