

円安で需要の高まる日本製品の流通・拡販を促進する越境ECキャンペーンを開催



東南アジア向け越境EC支援のEC PORT、
円安で需要の高まる日本製品の流通・拡販を促進する越境ECキャンペーンを開催

東南アジア市場への越境EC支援及びデジタルマーケティングサービスを提供するEC PORT Sdn Bhd(本 社:マレーシア
セランゴール州、Director:楊明次)は世界的な円安による東南アジア市場での日本製品
に対する需要の高まりを受け、”円安に伴う日本製品の越境ECによる輸出促進キャンペーン” を
開催します。
本キャンペーンにより月額2億円を超える流通規模を持つ東南アジア向けECモール” Japan
Premium” 及び
Shopee・Lazadaでの自社製品の販売に際し、最大で50%の販売手数料減額と各販売プラットフォーム向
けの広告を無償で利用することが可能です。

・ 東南アジアの市場状況
世界的な円安が進むいっぽう、東南アジア諸国においても各国の通貨価値は上昇を続けています
。東南アジ
アにおいてはコロナからの早期回復や豊富な天然資源の輸出需要の高まりを背景に2022年度以降
の経済成
長が予測されています。今後も継続的に円安は進行するでしょう。いま経済成長と円安を背景に
親日国である東南アジアでは日本製品に対する需要が高まっています。

・ EC PORTの取り組みとキャンペーン開催背景
EC
PORTは日本製品の東南アジアへの流通を支援する越境ECプラットフォームです。現地への販売代
行・
運用支援・デジタルマーケティング・カスタマーサポート・EC物流をワンストップで対応します
。
現地市場においては2020年より新型コロナウイルスの感染拡大に伴い施行されたロックダウンを
受けEC化
が進んだことにより、アフターコロナにおいてもECが標準的なチャネルとなりました。同社が契
約国内企 業の扱う日本製品を代行販売するECサイト” Japan Premium(<http://www.jp-my.store>

)”では東南アジアにおける経済成長とEC化を受け、2020年4-6月期には連結売上高が前期比171%となる7億4600万円に到達しました。同社では今回の円安により今後、日本製品の越境ECによる東南アジア市場における一層の拡販を期待しています。従来、同社の売上の多くを占めていたのは、主にインバウンドで海外からの需要が高かった美容・健康カテゴリの日本製品でした。しかしながら現地の所得水準の向上に伴い、近年は生活雑貨をはじめとする幅広いカテゴリの日本製品が流通するようになりました。そうしたなか、同社ではより広範囲なカテゴリの日本製品の流通と拡販を促進するべく本キャンペーンを開催する運びとなりました。

・キャンペーン詳細

1) キャンペーン対象

[2022年4月30日](#)までに所定の審査を経て、EC

PORTサービスへの申込み/契約を行った企業(先着10社 限定)とします。

2) キャンペーン内容

上記対象企業に対してプロジェクト開始後6ヶ月間は以下の条件を適応します。 -EC

PORTサービスの販売手数料を30%-50%の範囲で減額します。 -

各プラットフォーム向けの広告(通常は有償にて対応)を実施します。 -

詳細につきましては販売を行う商品に応じて個別に審査を実施し決定をします。

3) 申込み 参加希望企業と個別に面談を実施するものとします。弊社宛(<https://ecport-my.com/contact/>)に個別にお問合せください。

・ EC PORTについて

EC

PORTは東南アジアへの日本製品の流通を支援する越境ECプラットフォームです。多民族国家であるマ

レーシアの特性を生かし、東南アジアのあらゆるエリアの言語や文化に精通した国際色豊かなスタッフが製

品情報の多言語翻訳・運用代行・出店支援・デジタルマーケティング・カスタマーサポート・EC物流をワンストップでサポートします。

同サービスでは、東南アジア向けに運営される自社ECサイト”Japan

Premium”に加え、LazadaやShopee

といった現地の主要なオンラインマーケットプレイス上の店舗にて国内契約企業の製品を販売しています。東南アジアにおけるEC市場の成長に伴い、[2015年12月](#)

のサービス開始以降、順調に売上が拡大。2020年 Q2(4-6月期)の連結売上は前期より71%増の7億4600万となりました。