

**新型コロナウイルスの経済、進出日系企業への影響、
およびジェトロ事業・サービスについて**

日本貿易振興機構 (JETRO)
静岡貿易情報センター
所長 藤本雅之

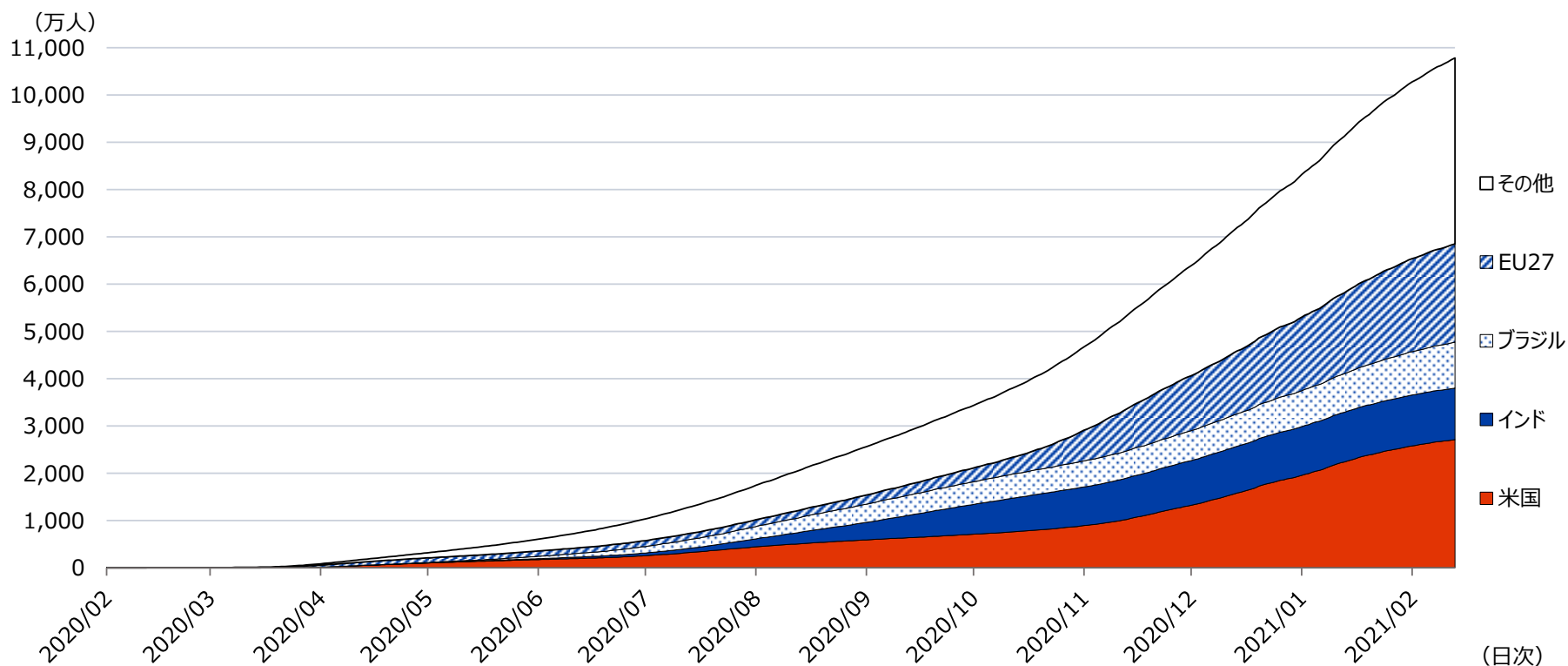
本日の講演内容

1. **新型コロナウイルスの状況と国際経済への影響**
2. 海外進出日系企業への影響
3. これらを踏まえたジェトロ事業・サービス（EC事業）

1 | 新型コロナウイルス感染者数の推移①

- WHOのまとめ（日本時間2021年2月15日午前1時15分時点）によると、新型コロナウイルスの感染者数（累計）は2021年1月に入り、1億人を超えた。国別では米国（2,712万人）が最大。

新型コロナウイルスの感染状況（累計）



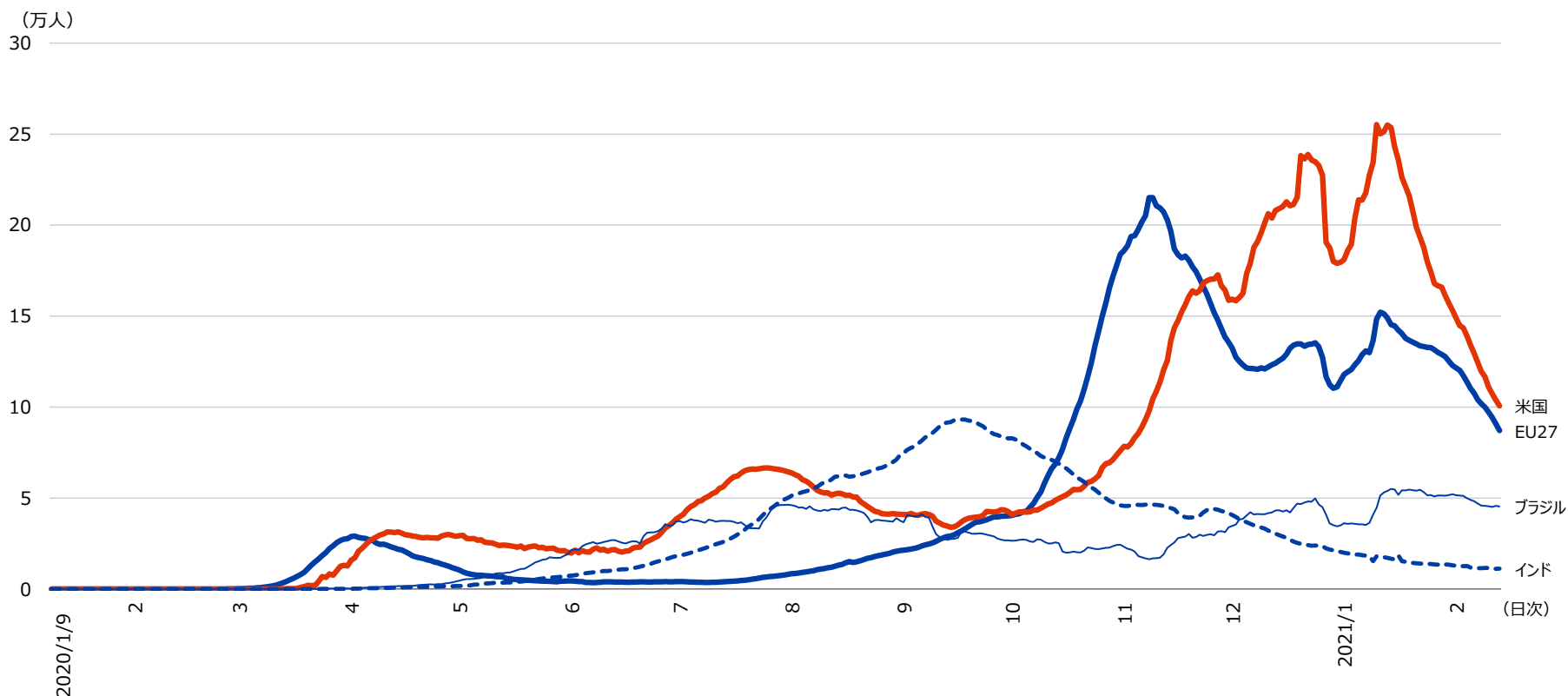
(注) 直近は2021年2月13日。

(出所) “WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard (2021年2月15日アクセス)” (WHO) から作成

1 | 新型コロナウイルス感染者数の推移②

- WHOのまとめ（日本時間2021年2月15日午前1時15分時点）によると、米国やEUの7日移動平均の新規感染者数は、減少傾向にある。

主要国・地域における新型コロナウイルスの新規感染者の7日移動平均（2020年1月9日～2021年2月15日）



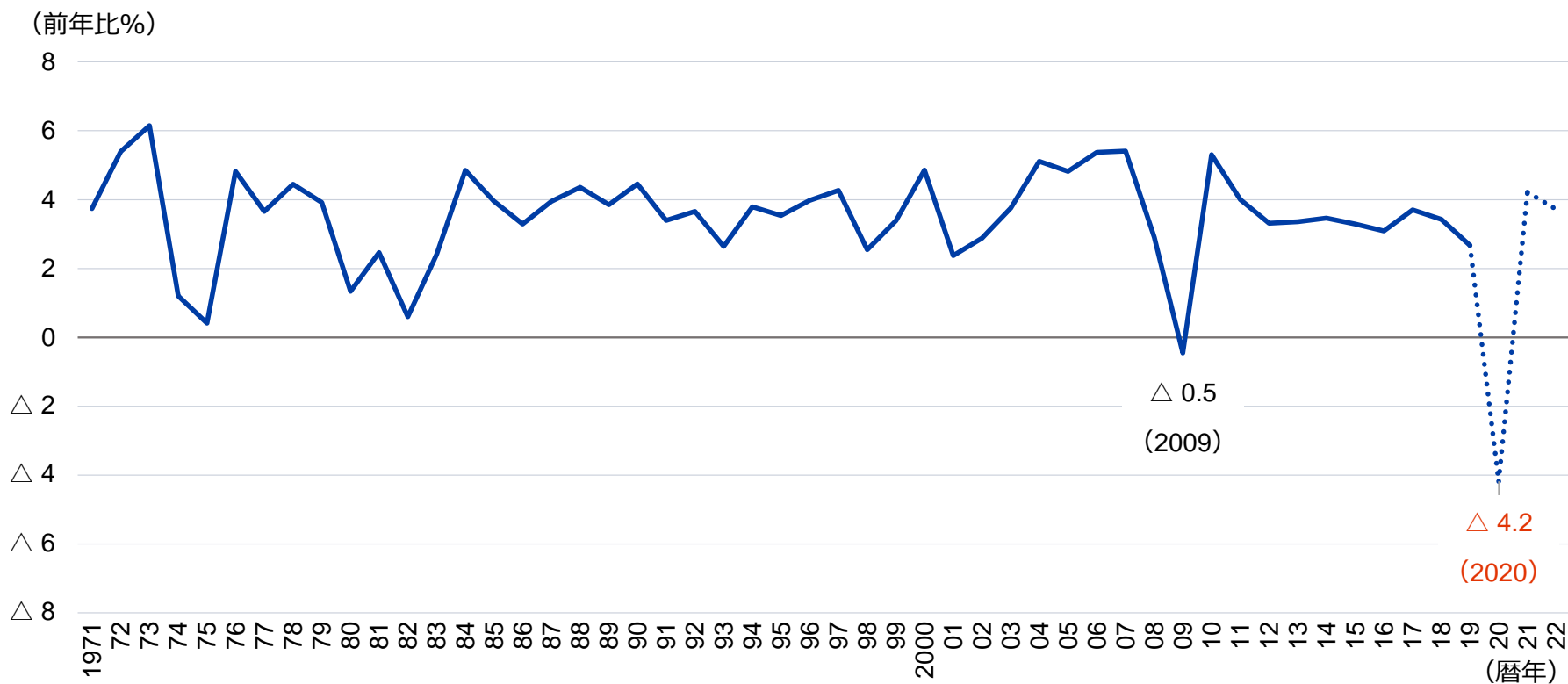
(注) 直近は2021年2月13日。

(出所) “WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard (2021年2月15日アクセス)” (WHO) から作成

1 | 世界経済見通し（OECD、2020年12月時点）①

- OECDは12月1日、世界経済の成長率（実質GDP伸び率）を、2020年はマイナス4.2%と予測。金融危機の影響を受けた2009年（マイナス0.5%）を下回る。

世界経済の成長率（実質GDP伸び率）の推移

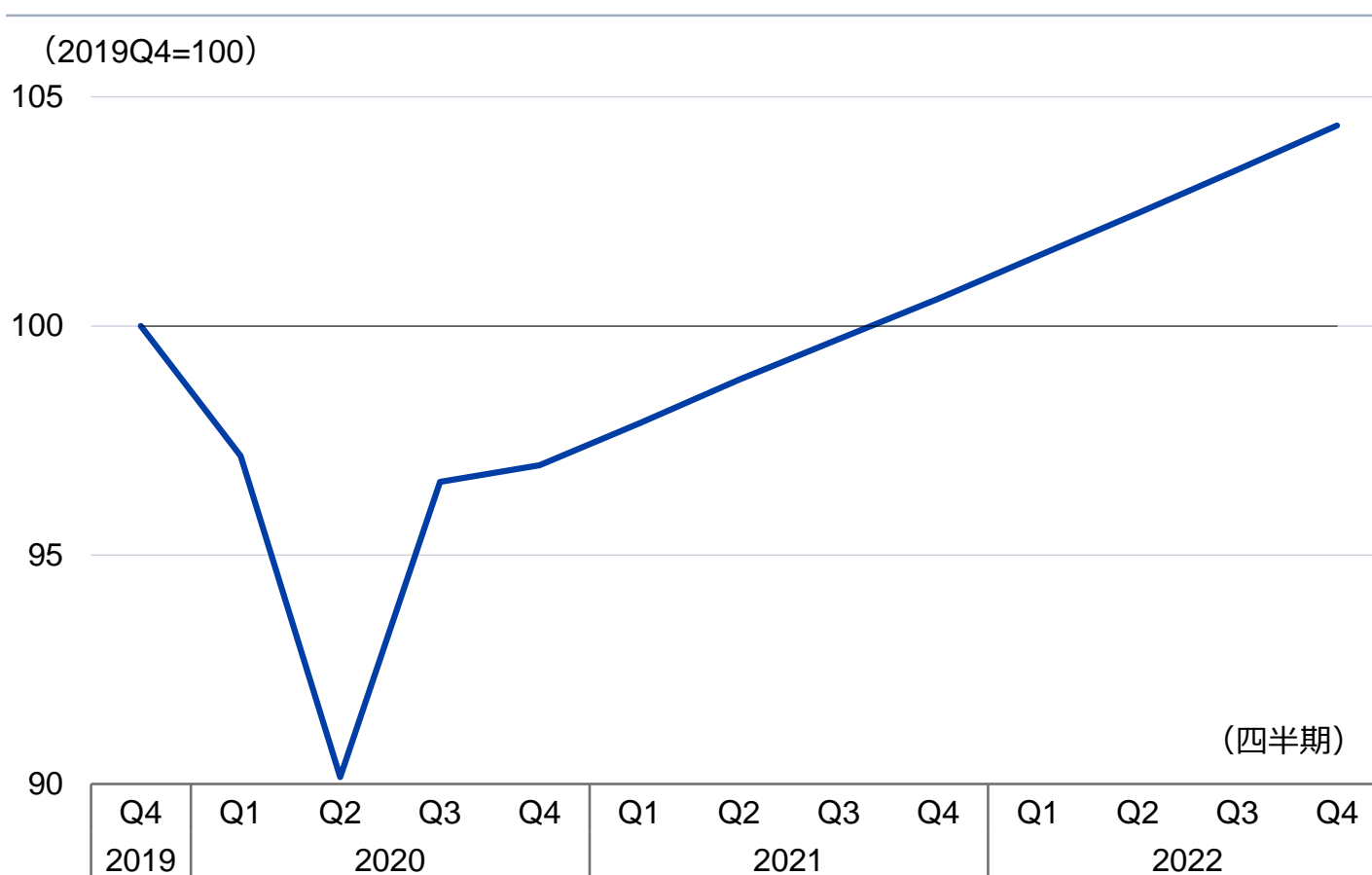


(出所) "Economic Outlook, Dcember 2020" (OECD) から作成

1 | 世界経済見通し（OECD、2020年12月時点）②

- OECDは、散発的でかなりの規模の新型コロナウイルス感染爆発（アウトブレイク）が続き、国によって異なる封じ込め措置を継続する必要性に言及。それでも、2021年10～12月期の世界のGDPは、パンデミック前の2019年10～12月期を超える水準にまで回復するシナリオが描かれた。

世界GDPの推移



1 | 世界経済見通し（OECD、2020年12月時点）③

- OECDによる2020年の経済見通し（実質GDP伸び率）を国・地域別にみると、経済回復は各国・地域間で均一ではない。G20の中では唯一中国が、2020年にプラス成長になると見込む。

世界および主要国・地域の経済成長率（実質GDP伸び率）見通し

（単位：％、％ポイント）

国・地域	2020年	2021年	2022年
世界	△ 4.2	4.2	3.7
オーストラリア	△ 3.8	3.2	3.1
カナダ	△ 5.4	3.5	2.0
ユーロ圏	△ 7.5	3.6	3.3
ドイツ	△ 5.5	2.8	3.3
フランス	△ 9.1	6.0	3.3
イタリア	△ 9.1	4.3	3.2
日本	△ 5.3	2.3	1.5
韓国	△ 1.1	2.8	3.4
英国	△ 11.2	4.2	4.1
米国	△ 3.7	3.2	3.5

国・地域	2020年	2021年	2022年
G20	△ 3.8	4.7	3.7
アルゼンチン	△ 12.9	3.7	4.6
ブラジル	△ 6.0	2.6	2.2
中国	1.8	8.0	4.9
インド	△ 9.9	7.9	4.8
インドネシア	△ 2.4	4.0	5.1
メキシコ	△ 9.2	3.6	3.4
ロシア	△ 4.3	2.8	2.2
サウジアラビア	△ 5.1	3.2	3.6
南アフリカ共和国	△ 8.1	3.1	2.5
トルコ	△ 1.3	2.9	3.2

（注）インドは会計年度（4月開始）。

（出所）"Economic Outlook, Dcember 2020"（OECD）から作成

1 | 世界経済見通し（IMF、2021年1月26日時点）

■ 世界および主要国・地域の経済成長率（実質GDP伸び率）

（単位：％、％ポイント）

	2020年 （推計値）		2021年 （予測値）		2022年 （予測値）	
	伸び率	前回差	伸び率	前回差	伸び率	前回差
世界	△ 3.5	0.9	5.5	0.3	4.2	0.0
先進国	△ 4.9	0.9	4.3	0.4	3.1	0.2
米国	△ 3.4	0.9	5.1	2.0	2.5	△ 0.4
ユーロ圏	△ 7.2	1.0	4.2	△ 1.0	3.6	0.5
ドイツ	△ 5.4	0.6	3.5	△ 0.7	3.1	0.0
フランス	△ 9.0	0.7	5.5	△ 0.5	4.1	1.2
イタリア	△ 9.2	1.4	3.0	△ 2.2	3.6	1.0
スペイン	△ 11.1	1.7	5.9	△ 1.3	4.7	0.2
日本	△ 5.1	0.2	3.1	0.8	2.4	0.7
英国	△ 10.0	△ 0.2	4.5	△ 1.4	5.0	1.8
カナダ	△ 5.5	1.6	3.6	△ 1.6	4.1	0.7
新興・途上国	△ 2.4	0.8	6.3	0.3	5.0	△ 0.1
アジア新興・途上国	△ 1.1	0.7	8.3	0.3	5.9	△ 0.4
中国	2.3	0.5	8.1	△ 0.1	5.6	△ 0.2
インド	△ 8.0	2.3	11.5	2.7	6.8	△ 1.2
ASEAN5カ国	△ 3.7	△ 0.2	5.2	△ 1.0	6.0	0.3
欧州新興・途上国	△ 2.8	1.8	4.0	0.1	3.9	0.5
ロシア	△ 3.6	0.5	3.0	0.2	3.9	1.6
中南米・カリブ	△ 7.4	0.8	4.1	0.5	2.9	0.2
ブラジル	△ 4.5	1.3	3.6	0.8	2.6	0.3
メキシコ	△ 8.5	0.5	4.3	0.8	2.5	0.2
中東・中央アジア	△ 3.2	0.9	3.0	0.0	4.2	0.2
サウジアラビア	△ 3.9	1.5	2.6	△ 0.5	4.0	0.6
サブサハラアフリカ	△ 2.6	0.5	3.2	0.1	3.9	△ 0.1
ナイジェリア	△ 3.2	1.1	1.5	△ 0.2	2.5	0.0
南アフリカ共和国	△ 7.5	0.5	2.8	△ 0.2	1.4	△ 0.1

（注）①地域分類はIMFによる。

②インドは会計年度ベース。

③ASEAN5カ国は、インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム。

④前回差は、IMFの「世界経済見通し」の2020年10月予測値との差。

（出所）「世界経済見通し（2020年10月、2021年1月）」（IMF）から作成

1 | 新型コロナで急減後、回復に向かう輸入

- 主要国の品目別輸入をみると、2020年第3四半期には中国や欧米等で乗用車輸入の減少幅が縮小。
- デジタル関連財の伸び率の減少幅が輸入総額よりも緩やか、または増加する傾向が続く。

主要国の輸入品目別貿易額伸び率（2020年、前年同期比%）

	日本	中国	韓国	タイ	インド ネシア	インド	米国	ブラジル	ドイツ	ロシア	南アフリカ 共和国
第1四半期：輸入全体	△ 6.2	△ 2.3	△ 1.8	△ 5.0	△ 3.6	△ 9.3	△ 4.9	4.3	△ 5.6	△ 0.4	△ 9.5
第2四半期：輸入全体	△ 14.1	△ 9.3	△ 16.0	△ 23.5	△ 22.9	△ 52.9	△ 20.1	△ 14.8	△ 19.4	△ 13.2	△ 39.3
鉱物性燃料	△ 44.7	△ 39.5	△ 48.9	△ 49.1	△ 61.3	△ 60.6	△ 63.5	△ 45.9	△ 52.0	△ 29.1	△ 59.9
乗用車	△ 35.1	△ 47.3	17.1	△ 34.9	△ 52.7	△ 30.6	△ 60.1	△ 68.7	△ 47.8	△ 61.0	△ 67.8
新エネルギー車	77.7	△ 38.4	47.0	△ 12.2	△ 27.2	△ 4.9	△ 52.9	△ 7.8	46.8	△ 42.0	△ 76.8
医薬品および医療用品	18.9	0.5	4.6	7.3	33.5	△ 9.5	6.3	0.6	15.5	23.6	△ 10.0
デジタル関連財	1.4	9.1	2.3	△ 3.0	△ 2.8	△ 46.3	△ 5.4	△ 21.5	△ 9.4	6.5	△ 30.6
コンピューターおよび周辺機器類	14.6	4.8	△ 11.8	△ 13.2	△ 4.3	△ 28.0	7.0	△ 12.8	10.3	22.2	△ 15.9
通信機器	5.0	△ 3.7	△ 1.0	5.5	6.8	△ 42.7	△ 7.9	△ 19.4	0.1	4.1	△ 39.7
半導体等電子部品類	1.7	12.4	△ 3.0	6.1	△ 2.1	△ 65.9	△ 0.0	△ 30.3	△ 27.4	7.7	△ 55.3
第3四半期：輸入全体	△ 19.2	3.6	△ 8.9	△ 19.6	△ 25.4	△ 25.2	△ 4.8	△ 29.9	△ 2.5	△ 8.3	△ 28.3
鉱物性燃料	△ 43.6	△ 23.0	△ 38.9	△ 30.7	△ 35.9	△ 37.4	△ 43.0	△ 56.8	△ 35.6	△ 30.2	△ 31.5
乗用車	△ 25.7	6.3	△ 7.1	△ 46.7	△ 65.1	△ 31.2	△ 12.2	△ 51.1	6.0	△ 39.6	△ 58.6
新エネルギー車	234.7	23.1	154.5	△ 21.8	13.7	△ 77.9	6.0	△ 2.1	230.6	108.3	△ 68.8
医薬品および医療用品	△ 8.3	11.6	13.2	△ 0.6	18.6	34.1	1.1	△ 20.5	6.4	△ 41.9	10.7
デジタル関連財	△ 5.1	12.3	10.9	△ 0.1	△ 4.6	△ 8.2	3.2	△ 4.3	△ 2.1	11.6	△ 23.8
コンピューターおよび周辺機器類	7.7	15.3	13.2	0.9	△ 23.1	11.7	22.2	2.8	6.2	16.7	△ 32.8
通信機器	△ 11.2	△ 12.5	△ 16.4	12.7	13.5	13.4	△ 6.5	15.6	4.0	18.3	△ 11.5
半導体等電子部品類	△ 8.3	16.3	9.9	4.3	2.4	△ 14.8	△ 5.4	0.8	△ 17.6	△ 2.0	△ 56.8

(注) ①品目分類は、「世界貿易投資報告2020年版」(ジェトロ)を参照。「新エネルギー車」は、ハイブリッド車、プラグインハイブリッド車、電気自動車の合計。

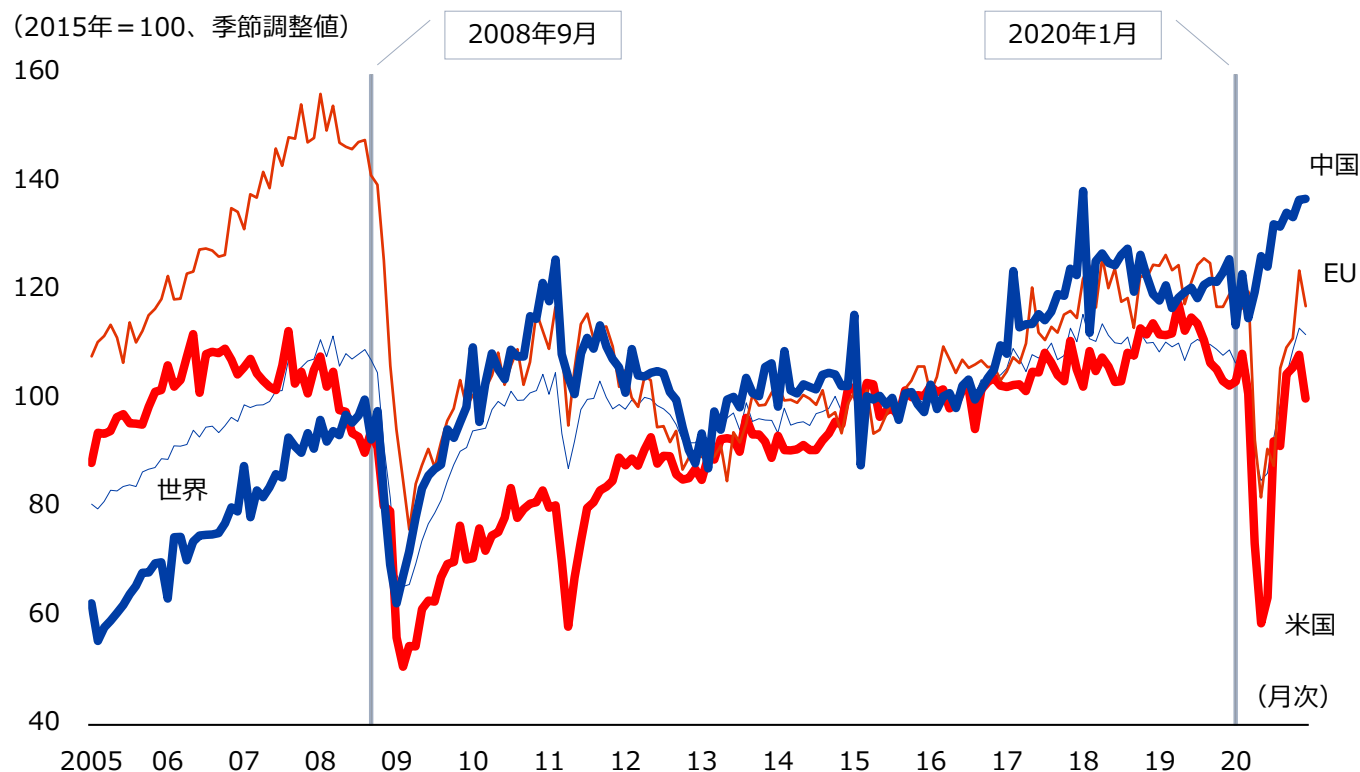
②塗りつぶしはマイナス。濃い塗りつぶしはマイナス10%以上。

(出所) "Global Trade Atlas (2020年12月6日)" (IHS Markit) から作成

1 | 日本の財輸出を中国向けが下支え

- 日本の輸出を国・地域別に見ると、2020年に入り米国・EU向けが大きく落ち込んだ。他方で、中国向けは増減はあるものの、拡大傾向にある。

日本の主要国・地域別実質輸出の推移（季節調整済）



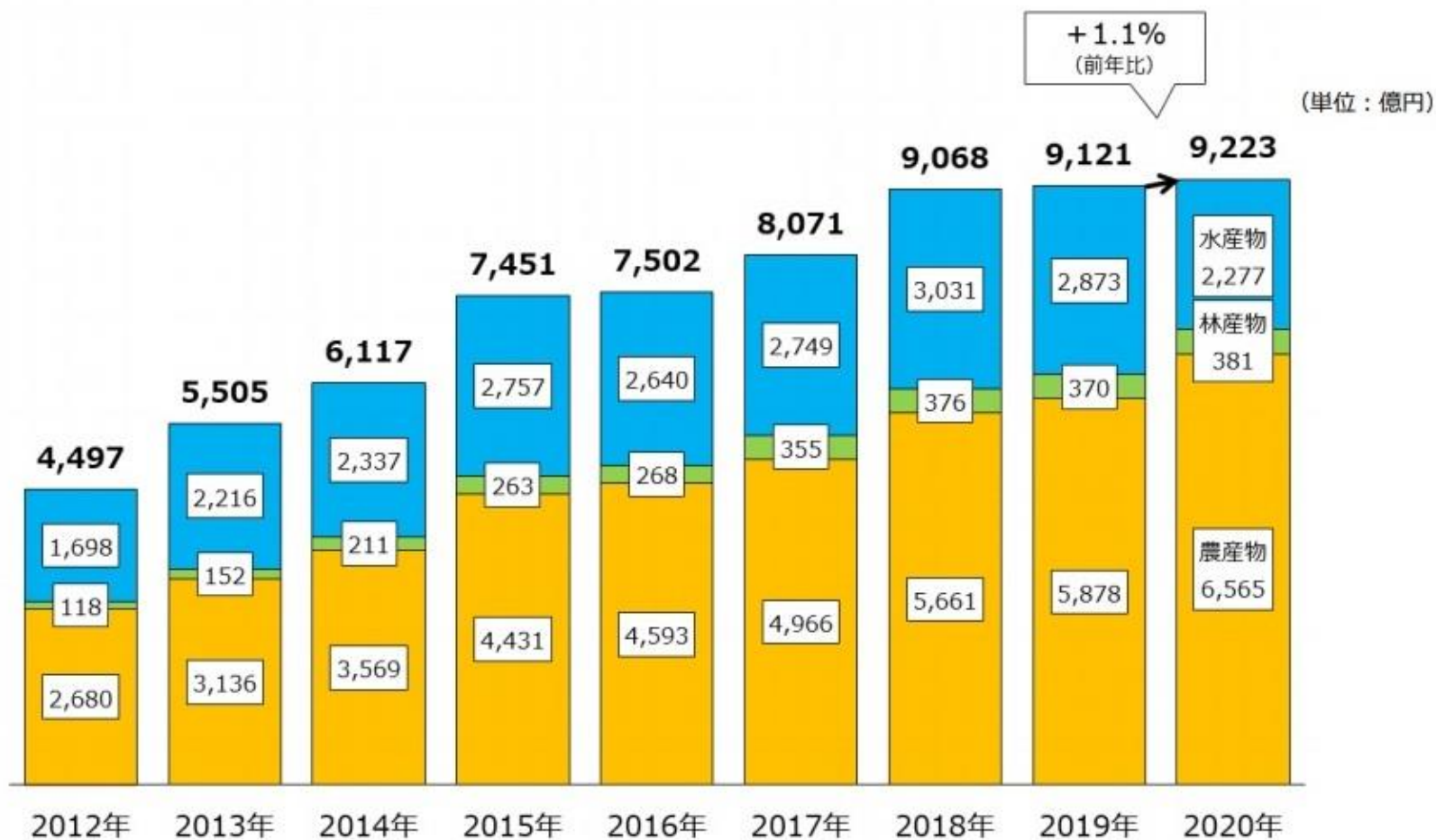
(注) ①直近は2020年12月。

②地域分類は日本銀行に沿う。

(出所) 「実質輸出入の動向 (2021年2月13日ダウンロード)」 (日本銀行) から作成

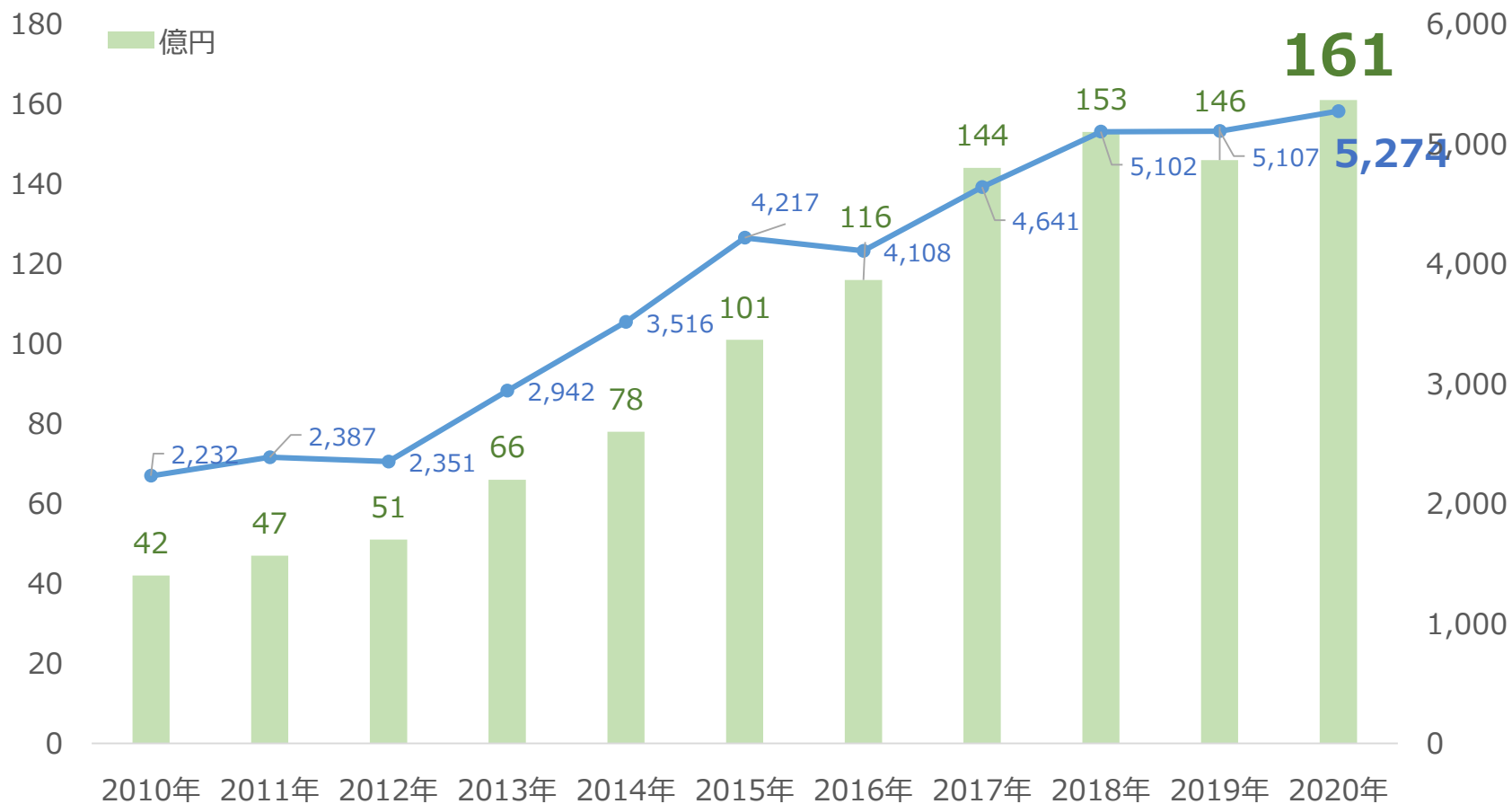
農林水産物・食品 輸出額の推移

2020年の農林水産物・食品の輸出額は9,223億円（前年比+1.1%）。
8年連続で過去最高額を更新。



1 | 日本産緑茶の輸出推移

- 輸出額、輸出量ともに年々増加傾向。
- 2020年は、過去10年最大の輸出額（161億円）・量（5,274t）に。



(出所) 財務省貿易統計より作成

本日の講演内容

1. 新型コロナウイルスの状況と国際経済への影響
2. 海外進出日系企業への影響
3. これらを踏まえたジェトロ事業・サービス（EC事業）

2 「2020年度 海外進出日系企業実態調査」の概要

調査目的：海外に進出する日系企業活動の実態を把握し、その結果を、我が国企業および政策担当者向けに幅広く提供することを目的とする。

調査方法：ジェット口の海外事務所ネットワークを活用して抽出した海外86カ国・地域の日系企業（日本側出資比率10%以上の現地法人、日本企業の支店・駐在員事務所）1万9,087社を対象にオンライン配布・回収によるアンケートを実施。9,182社より有効回答を得た。有効回答率48.1%。

本年度の特徴：2020年度は、全地域で調査期間を統一。また、営業利益見通しや今後の事業展開の方針、新型コロナウイルス感染拡大の影響等の主要テーマの設問を、全地域で共通化。全世界横断的に経営実態を比較することが可能に。

本報告の内容：主要地域別の結果に先んじて、世界共通の設問項目（1. 営業利益見通し、2. 今後の事業展開、3. 新型コロナの感染拡大の影響）の結果を報告するもの。

■ 各地域の調査の概要

地域区分	対象企業数	有効回答数	回答率	実施期間	対象国・地域
北米	1,757	1,108	63.1	9月10～30日	2カ国
中南米	796	530	66.6	9月1～30日	7カ国
欧州	1,419	949	66.9	9月3～24日	23カ国
ロシア	120	93	77.5	9月10～30日	1カ国
アジア大洋州（注）	14,399	5,976	41.5	8月24日～9月25日	20カ国・地域
中東	269	244	90.7	9月1～30日	10カ国
アフリカ	327	282	86.2	9月1～30日	23カ国
全地域計	19,087	9,182	48.1		86カ国・地域

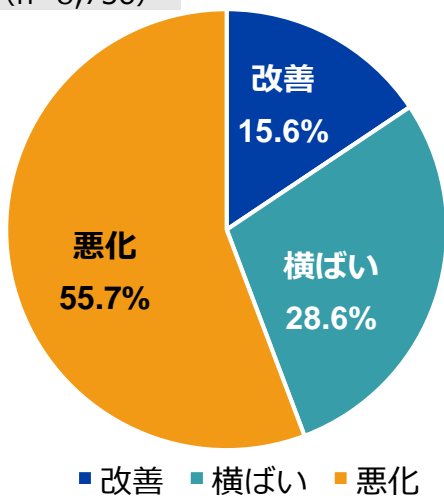
（注）北東アジア（中国、香港、マカオ、台湾、韓国）、ASEAN（ブルネイ除く）、南西アジア（インド、バングラデシュ、パキスタン、スリランカ）およびオセアニア（オーストラリア、ニュージーランド）を含む。

2 | 新型コロナによる市場消失で、前年比「悪化」が約6割

- 2020年の営業利益見込みが、前年比で「悪化」する企業の割合が6割近くに達した。前年調査との比較で、「改善」の割合は17.1ポイント低下し、「悪化」の割合は26.2ポイント上昇。
- 悪化の最大の理由は新型コロナを要因とする国内市場の消失。特に「悪化」の目立つインドネシア、タイは、業種別構成比の高い輸送機器部品で、「悪化」がそれぞれ10割、8割。関連するサービス産業も巻き込み、全体の悪化に大きく寄与。
- 他方、中国や韓国など、感染拡大の早期収束に成功した国では「悪化」する企業の割合が相対的に低い。

2020年の営業利益見込み（前年比）

全地域合計（n=8,756）

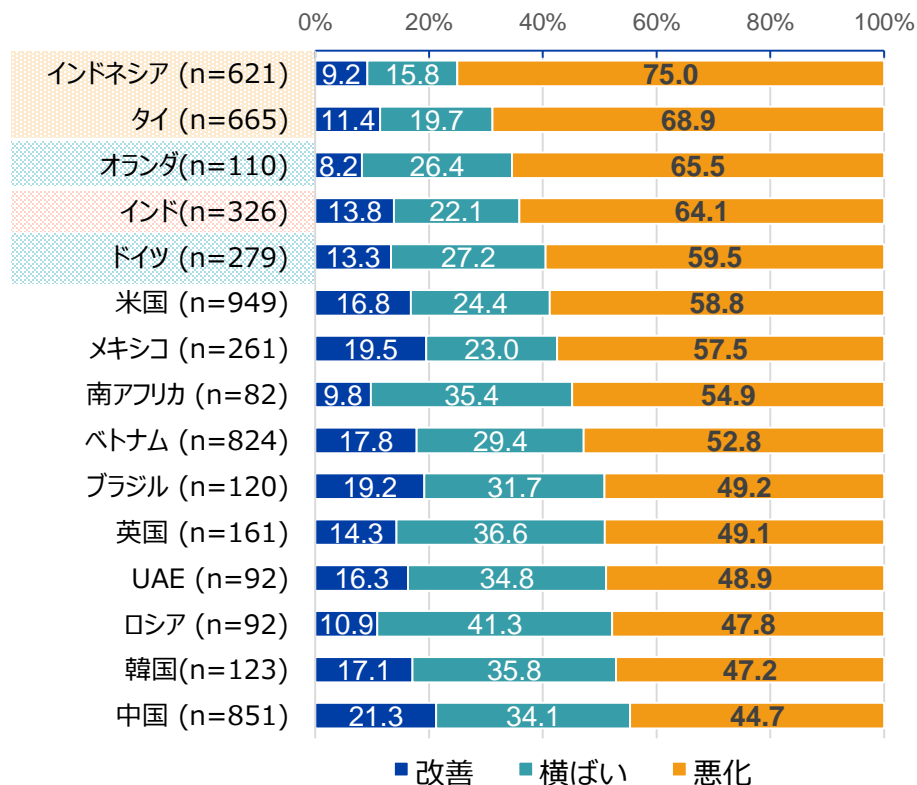


営業利益見込みが悪化する理由（n=4,841） ※複数回答

悪化の理由（上位順）	回答割合	新型コロナが要因
1 現地市場での売り上げ減少	76.9%	96.8%
2 輸出低迷による売り上げ減少	41.4%	96.3%
3 人件費の上昇	11.5%	28.2%

（出所）「2020年度海外進出日系企業実態調査」（ジェトロ）

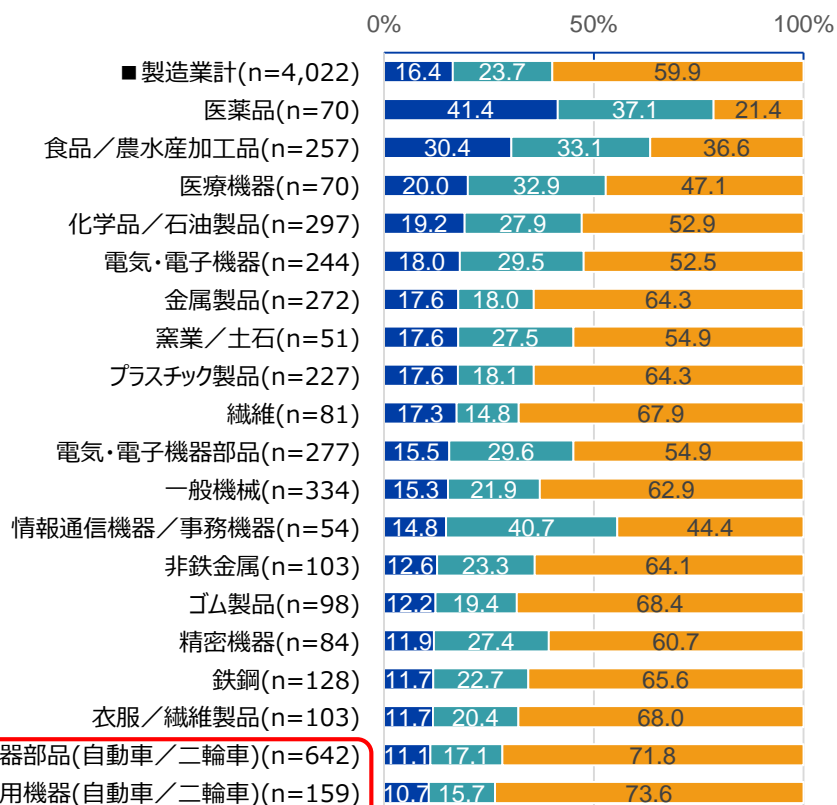
主要国の2020年の営業利益見込み（前年比）



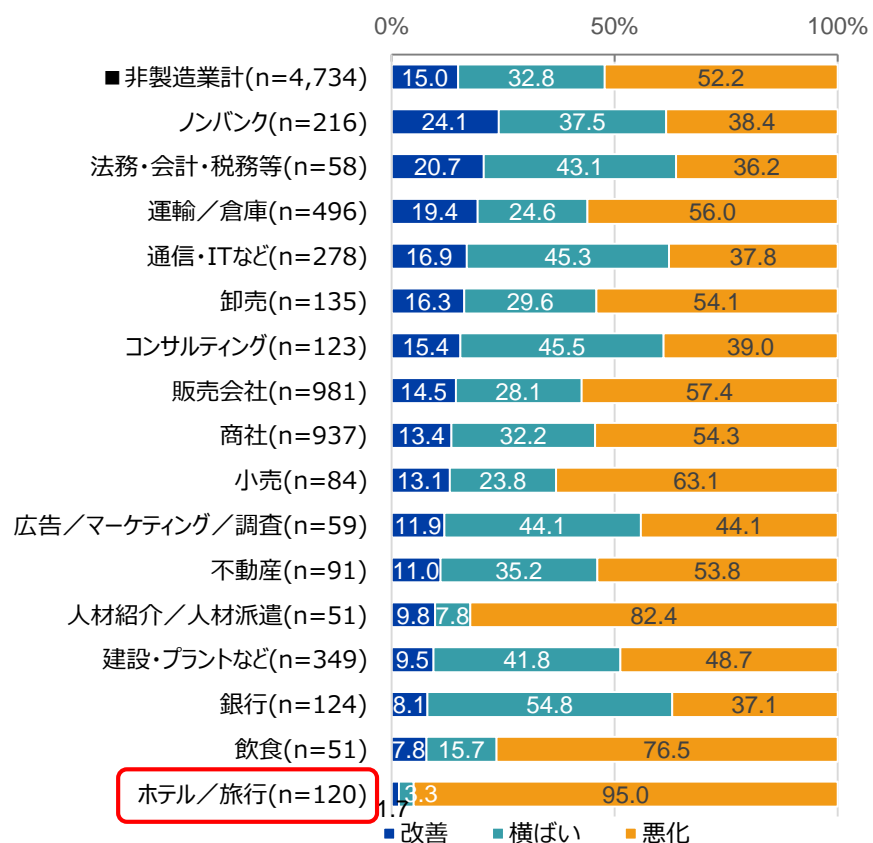
2 | 輸送機器・同部品、ホテル/旅行、人材等で悪化が深刻

- 製造業では、輸送機器（自動車/二輪車）および同部品で、「悪化」の割合が7割を超える一方、「改善」が1割前後であった。東南アジアや米国、欧州などの主要自動車市場で、20年前半に販売台数が大幅に落ち込んだことが要因。衣類/繊維製品や繊維も、進出先市場、輸出市場の消失による影響により、約7割が「悪化」と回答した。
- 非製造業では、行動制限による影響が大きいホテル/旅行で95%、飲食で約8割の企業が「悪化」と回答。景気後退による雇用環境の悪化に伴い、人材紹介/人材派遣においても「悪化」の割合が8割を超えた。

2020年の営業利益見込み（製造業・業種別）



2020年の営業利益見込み（非製造業・業種別）



(注) n=50以上の業種のみ掲載。

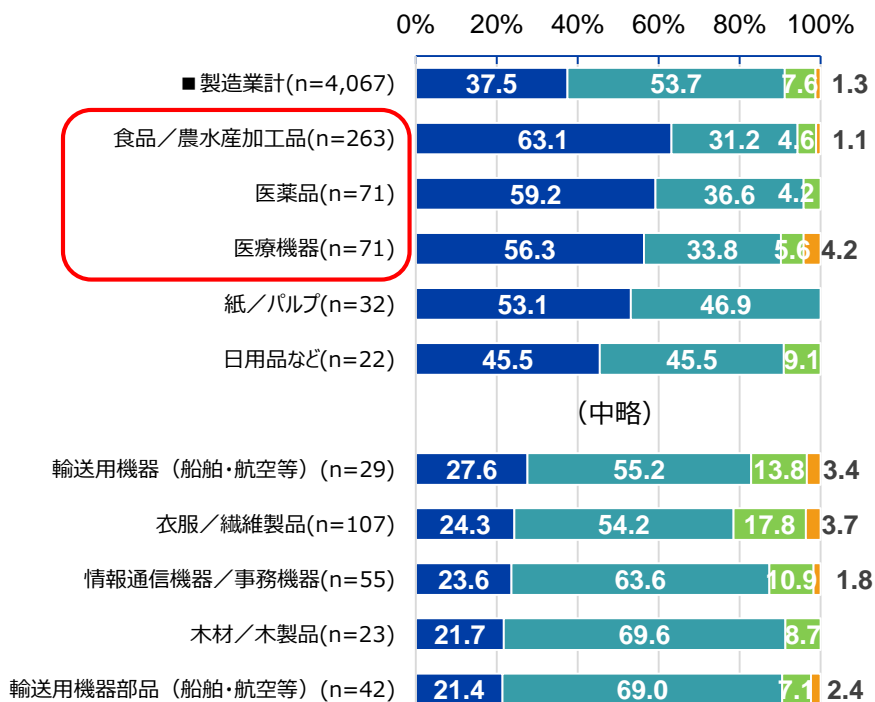
■ 改善 ■ 横ばい ■ 悪化

(出所) 「2020年度海外進出日系企業実態調査」 (ジェトロ)

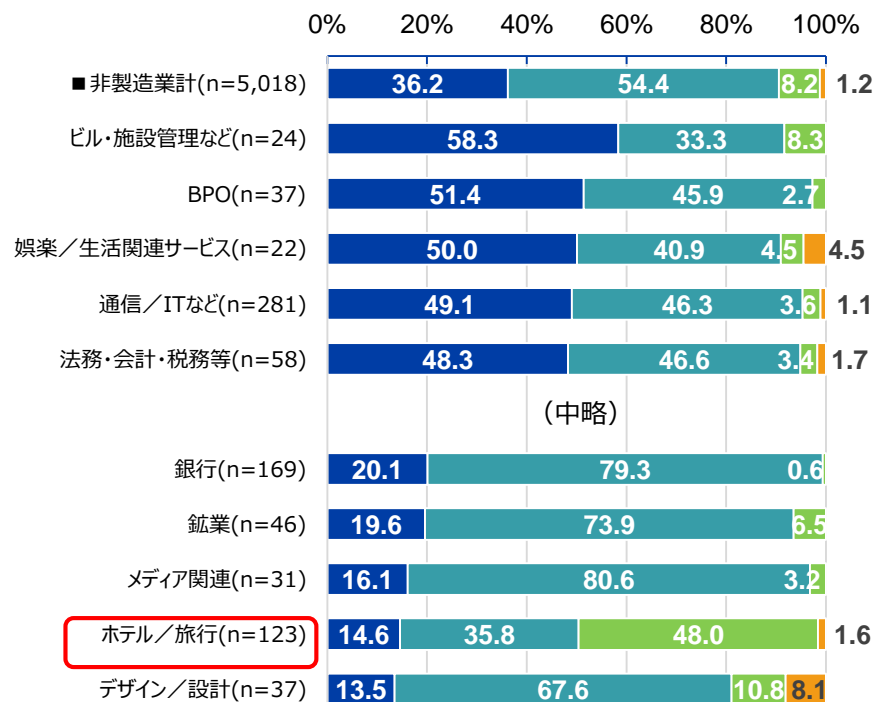
2 | 需要の底堅い食品や医薬品では6割が事業拡大に意欲

- 業種別にみると、**製造業**では**食品／農水産加工品**（63.1%）や**医薬品**（59.2%）、**医療機器**（56.3%）など、新型コロナ禍においても需要が底堅かった業種で「拡大」が5割を超えた。一方、都市封鎖や国境封鎖など移動制限の影響を大きく受けている輸送用機器（船舶・航空等）（27.6%）や同部品（21.4%）は2割台に低迷している。
- 非製造業では、新型コロナ感染拡大によるマイナスの影響が深刻な**ホテル／旅行**は「拡大」が14.6%にとどまり、「縮小」が48.0%と突出して高かった。

今後1～2年の事業展開の方向性（製造業）



今後1～2年の事業展開の方向性（非製造業）



■ 拡大 ■ 現状維持 ■ 縮小 ■ 第三国（地域）へ移転、撤退

■ 拡大 ■ 現状維持 ■ 縮小 ■ 第三国（地域）へ移転、撤退

(注) n=20以上、「拡大」割合の上位・下位それぞれ5業種のみ掲載。

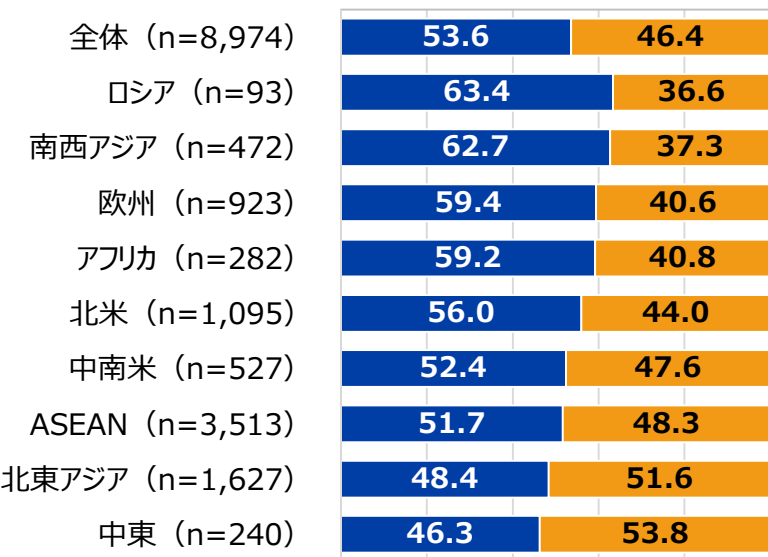
(出所) 「2020年度海外進出日系企業実態調査」(ジェトロ)

2 | 半数以上の企業が事業戦略を見直し

- 新型コロナを受け、企業の危機意識は強く、全体の53.6%が事業戦略やビジネスモデルの「見直しを行った、もしくは同予定がある」と回答した。
- 業種別にみると、「見直しを行った、もしくは同予定がある」と回答した企業は「**ホテル/旅行**（86.0%）、「**人材派遣/人材紹介**（85.4%）、「**飲食**（82.7%）などの業種でとりわけ高い。新型コロナの影響による赤字化や業績悪化の割合が高い業種ほど、事業戦略やビジネスモデルの見直しに意欲的に取り組んでいる実態がわかる。

事業戦略やビジネスモデルの見直し（地域別）

(%)
0 20 40 60 80 100



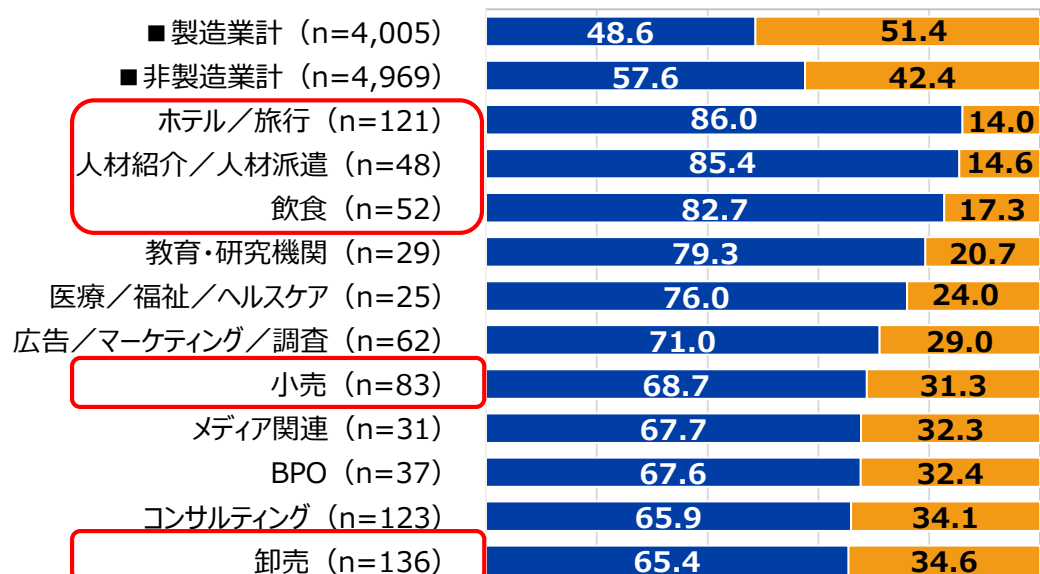
■ 見直しを行った (予定がある)

■ 見直しを行っていない (予定がない)

(出所) 「2020年度海外進出日系企業実態調査」 (ジェトロ)

事業戦略やビジネスモデルの見直し（業種別）

(%)
0 20 40 60 80 100



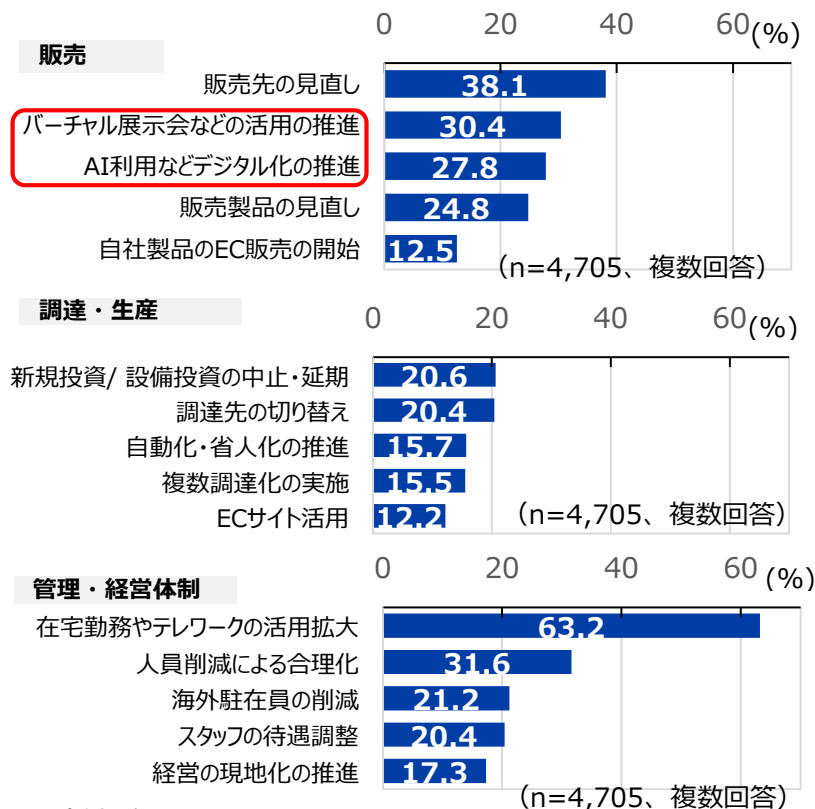
■ 見直しを行った (予定がある)

■ 見直しを行っていない (予定がない)

2 欧米中心にデジタル対応進む

- 具体的な見直し内容については、販売面では「販売先の見直し」に次いで、欧米地域を中心に、「バーチャル展示会などの活用の推進」「AI利用などデジタル化の推進」など、オンライン化、デジタル化の動きが顕著にみられた。ジェットロでもAlibaba.comへの出展やプロモーション支援を通じて企業のデジタル化を支援。
- 調達・生産面では「新規投資/設備投資の中止・延期」に加え、「調達先の切り替え」や「自動化・省人化の推進」で対応する企業の割合が高い。他方、「生産地の見直し」などサプライチェーンの抜本的な変更を行う企業は6.2%にとどまる。

事業戦略やビジネスモデルの具体的見直し内容



具体的な見直し内容（上位3項目：主要地域別）

地域	順位	具体的な見直し内容	割合 (%)
欧州 (n=536、複数回答)	1	在宅勤務やテレワークの活用拡大	80.6
	2	バーチャル展示会などの活用の推進	40.7
	3	AI利用などデジタル化の推進	35.6
北米 (n=606、複数回答)	1	在宅勤務やテレワークの活用拡大	76.9
	2	バーチャル展示会などの活用の推進	44.4
	3	人員削減による合理化	37.5
南西アジア (n=286、複数回答)	1	在宅勤務やテレワークの活用拡大	68.9
	2	販売先の見直し	42.7
	3	海外駐在員の削減	31.5
ASEAN (n=1,768、複数回答)	1	在宅勤務やテレワークの活用拡大	51.1
	2	販売先の見直し	43.0
	3	人員削減による合理化	32.0
北東アジア (n=767、複数回答)	1	在宅勤務やテレワークの活用拡大	51.1
	2	販売先の見直し	42.1
	3	人員削減による合理化	30.5

(注) 各戦略は上位5項目を掲載した。
 (出所) 「2020年度海外進出日系企業実態調査」(ジェットロ)

2 | 世界のEC市場、2020年は前年比16.5%増の見通し

- 2020年の世界の小売市場は前年比5.7%減の23兆3,575億ドル。そのうち電子商取引（EC）市場の比率は17%程度だが、前年比16.5%増の3兆9,138億ドルとなる見通し。

世界上位15カ国の小売・EC市場とEC化率（2019～2021年）

	小売市場（億ドル）			EC市場（億ドル）			EC化率（%）		
	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年
1 中国	52,832	50,719	52,494	18,015	20,898	24,241	34.1%	41.2%	46.2%
2 米国	54,646	48,935	53,300	6,017	7,098	8,432	11.0%	14.5%	15.8%
3 日本	13,307	12,890	13,122	1,234	1,306	1,332	9.3%	10.1%	10.2%
4 インド	11,603	12,241	13,221	426	515	652	3.7%	4.2%	4.9%
5 ドイツ	8,980	8,241	8,916	795	923	969	8.9%	11.2%	10.9%
6 フランス	7,180	6,326	7,047	660	773	838	9.2%	12.2%	11.9%
7 英国	6,153	5,581	5,999	1,339	1,536	1,611	21.8%	27.5%	26.9%
8 ロシア	5,369	5,229	5,381	270	325	378	5.0%	6.2%	7.0%
9 ブラジル	5,418	5,125	5,248	234	270	310	4.3%	5.3%	5.9%
10 カナダ	4,805	4,507	4,687	325	392	441	6.8%	8.7%	9.4%
11 イタリア	4,783	4,181	4,695	202	243	262	4.2%	5.8%	5.6%
12 メキシコ	4,197	3,979	4,070	206	249	275	4.9%	6.3%	6.7%
13 韓国	4,061	3,967	4,034	871	1,041	1,134	21.4%	26.2%	28.1%
14 スペイン	3,408	2,975	3,362	268	329	364	7.9%	11.1%	10.8%
15 インドネシア	3,005	2,891	2,964	133	156	179	4.4%	5.4%	6.0%
世界	247,819	233,575	250,402	33,607	39,138	44,062	13.6%	16.8%	17.6%

（注）数値は2020年9月時点。金額には旅行・イベントチケット（小売・ECとも）、請求書払い等（小売のみ）、一部含まれない。
（出所）eMarketerから作成

本日の講演内容

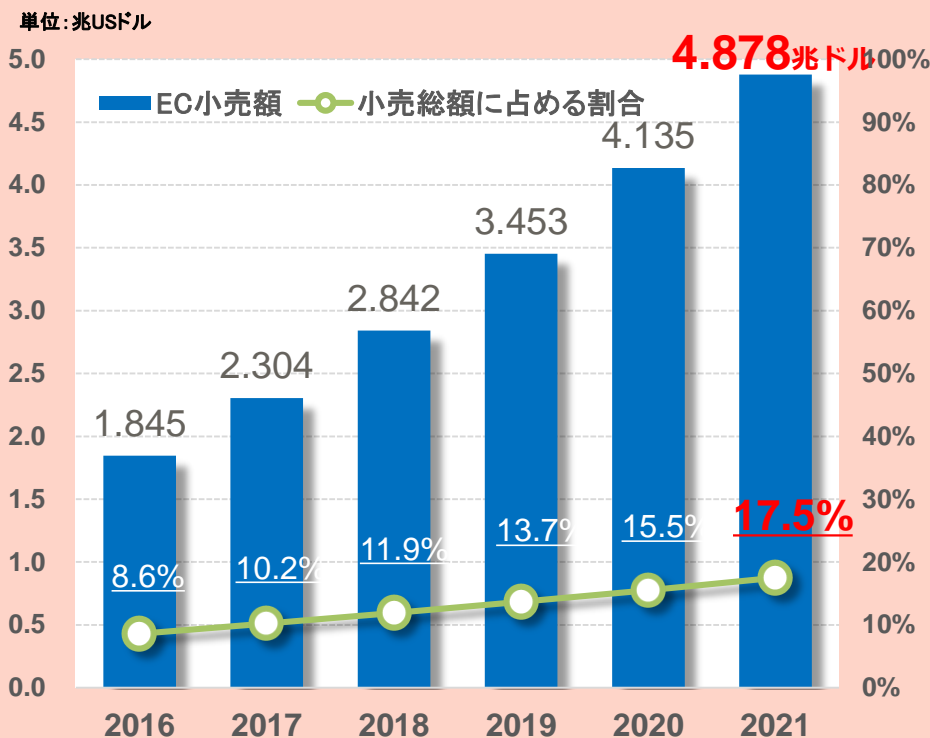
1. 新型コロナウイルスの状況と国際経済への影響
2. 海外進出日系企業への影響
3. これらを踏まえたジェトロ事業・サービス（EC事業）

3

デジタルトレードへの対応 ～急拡大する世界EC市場取り込み～

- 世界のEC市場は急速に拡大、2021年には500兆円を超え、小売総額の17.5%に達する見込み
- 一方、日本企業はECの重要性を認識するも、海外ビジネスでの活用は進んでいない

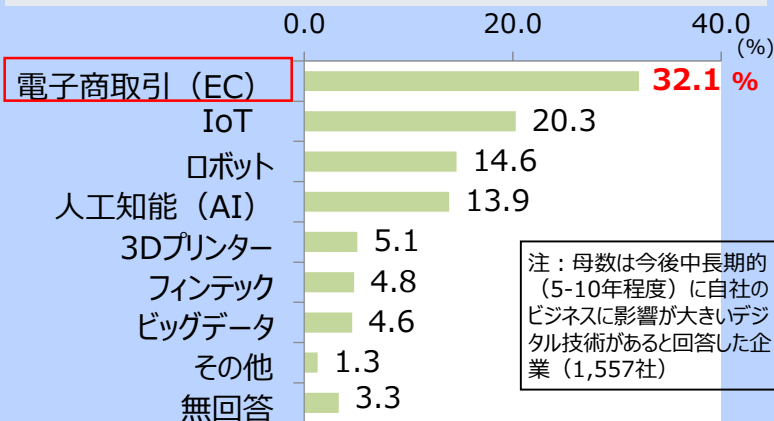
世界のEC小売総額は急速に拡大



出所: eMarketer (2018年1月)

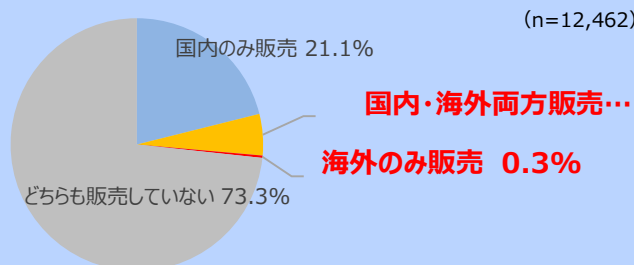
【参考】日本のEC小売市場は世界シェア3.2% (約1,130億ドル、2019年推計値) (出所: eMarketer)

ECは中長期的にビジネスに最も影響が大きい



出所: JETRO「2017年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」

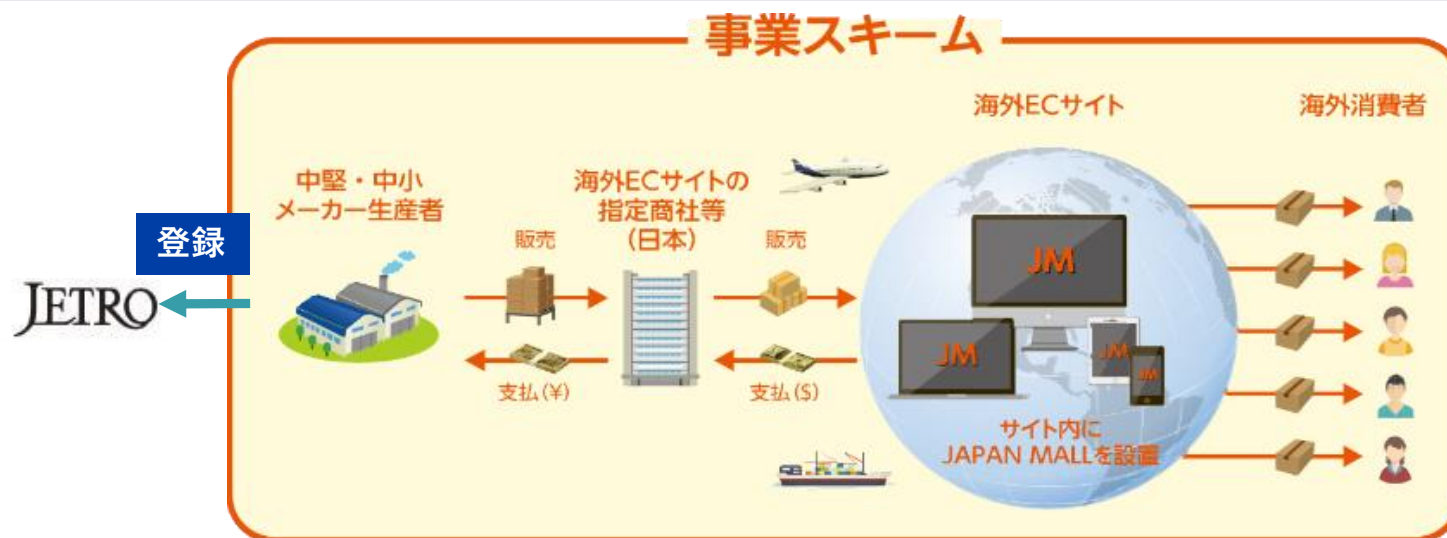
海外ビジネスでのEC活用はごくわずか



出所: 東京商工会議所「インターネット販売におけるアンケート調査」(2018年8月)
(調査対象: 東京都内企業の経営者、経営幹部、担当者等)

3 | Japan Mall事業の概要と特徴

- 世界のEC市場拡大に合わせ、JETROは2018年度からJapan Mall事業を開始
- 海外の主要ECサイトによる日本商品の調達を支援するマーケットインの事業スキーム
- 原則、日本国内での全量買取りのため、日本企業にとってはリスクの低いビジネスモデル



【JETROの役割】

- ① 日本国内での調達支援
- ② 商流の構築支援
- ③ 販売時のプロモーション支援
(特集サイトの設置、インフルエンサーの活用等)

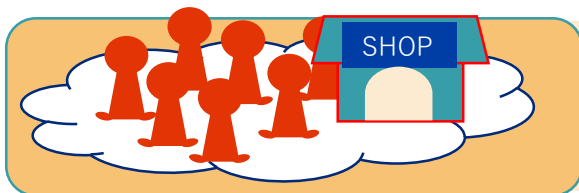
【JAPAN MALL設置の効果】

中小企業単独では、海外ECサイト内の膨大な商品情報の中で商品が埋没し、プロモーションにコストをかけなければ消費者に訴求しない

⇒Japan Mallを設置することで、**買い取る海外ECサイト側が必然とJapan Mallのプロモーションを強化する**

⇒Japan Mallを海外ECサイトとジェトロが連携して設置することで、**対象商品全体が「JAPAN」の信頼性の下でブランディングに繋がる**

3 | 海外ビジネスのハードルを下げる『JAPAN MALL事業』



人手不足・出店コスト

販売力のある世界のEC事業者が
JETROの商品DBを介して買付

非接触・遠隔のビジネスモデルとしてコロナ禍でも影響無し



言語対応・為替リスク・在庫リスク

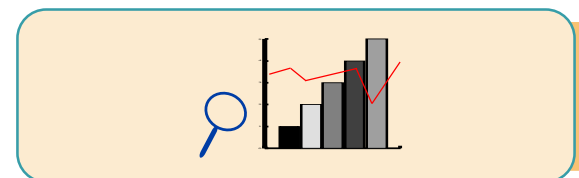
国内取引（日本語・円決済・国内倉庫渡
し）で完結。かつ、原則全量買取り

日本の中小企業にとってほぼリスク・ハードルのない条件



PR & 顧客開拓

ECサイトとJETROが対応



要因分析

売上データをフィードバック

3 | Japan Mall事業の海外連携先

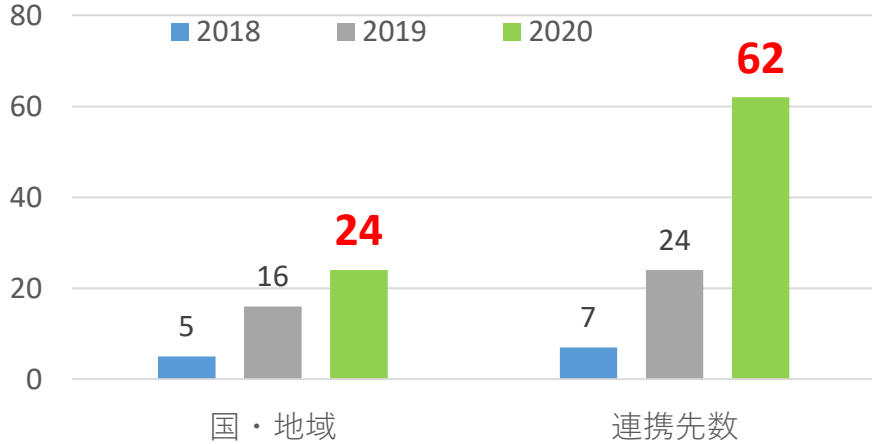
- 連携先は昨年度の24から60以上に大幅拡大、売上も3倍増の見込み
- 連携先の多くは展開国



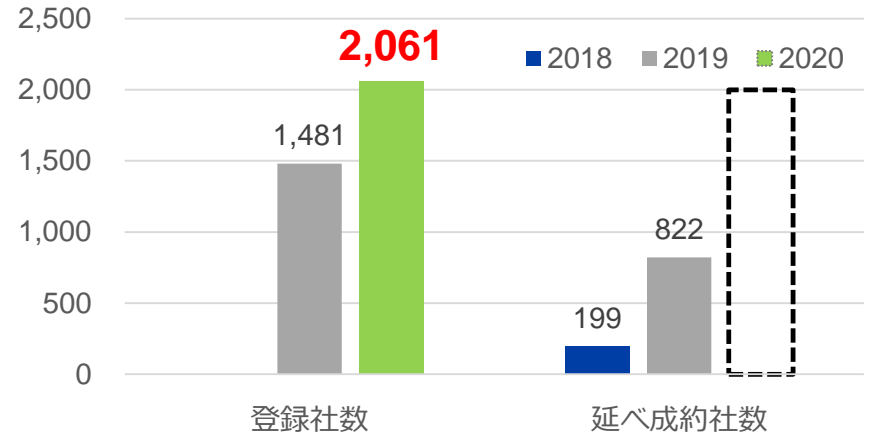
3 | 2020年度 Japan Mall事業進捗

■ Japan Mall登録社数は2061社、商品数は14,293点。年度末までの成約見込みは2,000件

展開国・地域の推移



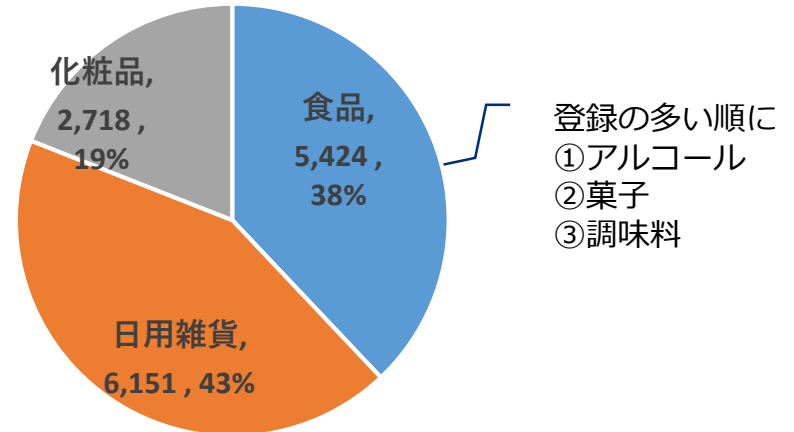
Japan Mall登録社数と成約件数



都道府県別登録社数

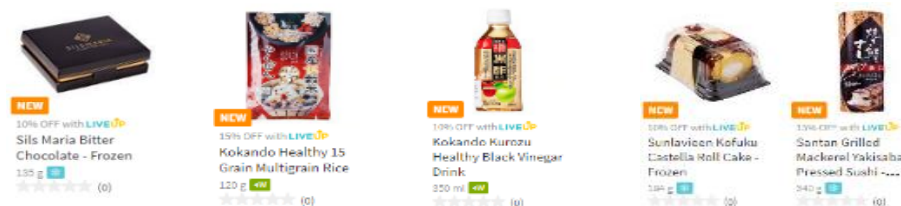
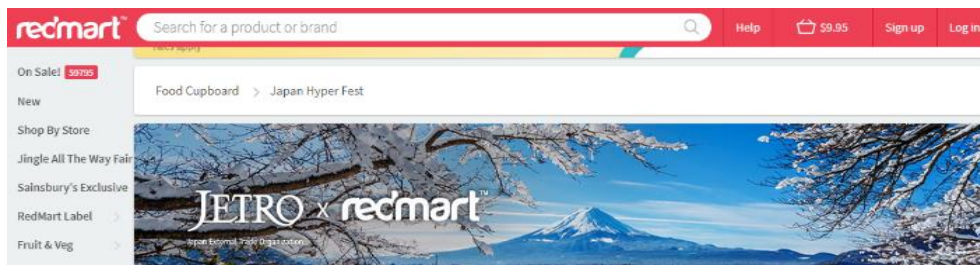
都道府県	社数	都道府県	社数	都道府県	社数	都道府県	社数
北海道	74	東京都	475	滋賀県	16	香川県	10
青森県	9	神奈川県	52	京都府	137	愛媛県	14
岩手県	24	新潟県	44	大阪府	143	高知県	15
宮城県	23	富山県	27	兵庫県	68	福岡県	47
秋田県	8	石川県	26	奈良県	15	佐賀県	25
山形県	17	福井県	17	和歌山県	36	長崎県	20
福島県	21	山梨県	11	鳥取県	7	熊本県	17
茨城県	10	長野県	18	島根県	9	大分県	18
栃木県	18	岐阜県	44	岡山県	77	宮崎県	33
群馬県	54	静岡県	33	広島県	34	鹿児島県	22
埼玉県	43	愛知県	87	山口県	36	沖縄県	11
千葉県	26	三重県	42	徳島県	14	確認中・海外	34

総登録アイテム数：14,293商品の内訳



3 | 2018年度プロジェクト事例 シンガポール×食品

- 2018年度、食品を対象にシンガポールでモデル事業を実施
- 137品目が買取り販売され、87%の商品が継続販売に繋がっており、有効性を実証



販売品目：雑穀米、水産加工品、麺類、菓子、飲料等

RedMart販売商品事例

- ①健康意識の高まりを背景に雑穀米や黒酢が採択
- ②ECにマッチするストーリー性や地域色のある商品が採択
(例)「お魚せんべい」は食品アレルギーを持つ孫のために開発されたストーリー性が評価された
- ③コールドチェーン(冷蔵・冷凍)を活用した商品



国産15穀米 お魚せんべい 生チョコレート

EC販売のメリット

- ①ECは棚面積の上限が無いいため、採択品目が多くなる
- ②品切れリスクを重視しないため、少量の在庫からトライできる
- ③ストーリー性や品質をPRしやすい

中小企業の商機拡大

採択の9割が中小企業

継続輸出

- ・販売された137品目のうち119品目が継続販売
- ・80品目が既に複数回の受注

個別成功事例

「RedMartの採択を契機に、シンガポール向け初輸出を実現し、現地販売代理店が決定」
(S社・岡山)

「シンガポール向け輸出が滞っていたところ、RedMartでの販売をきっかけに新たな代理店との輸入及びFC出店契約の締結が実現」
(S社・神奈川)

「これまで海外ECに関心はあったものの、自社での取組みは困難であったが、Redmart事業は安心して申込できた。結果、採択され、かつ継続販売も決定」
(O社・兵庫)



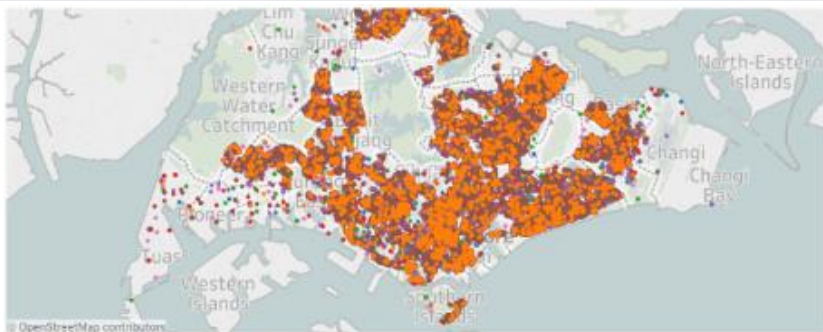
六甲山麓みるくのロールケーキ



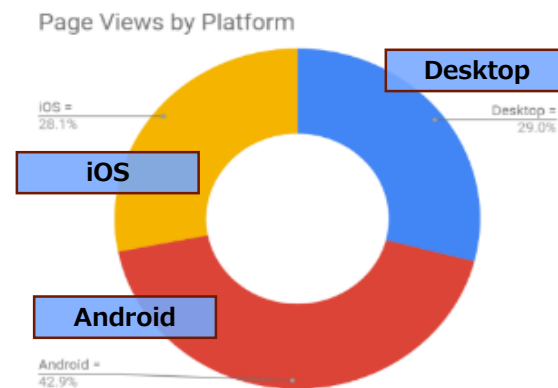
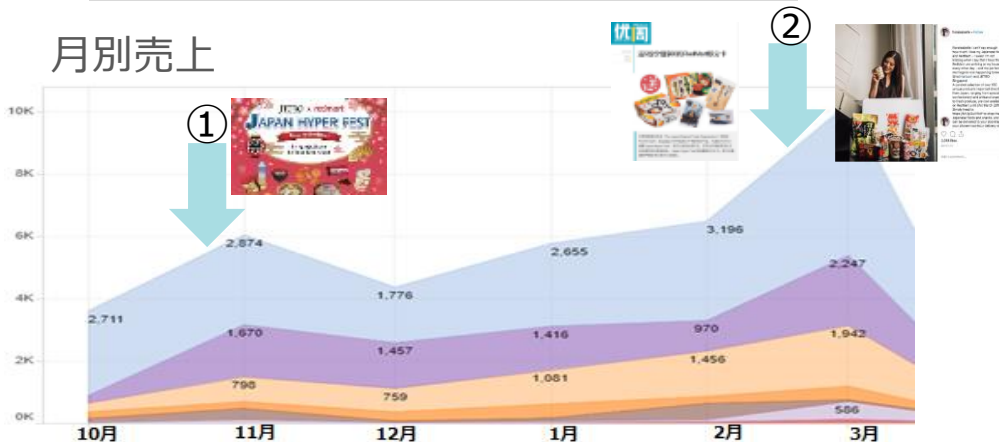
丹波黒豆煎り豆

3 | 2018年度プロジェクト事例：シンガポール×食品（データ活用）

- Japan Mall事業は連携先からのデータ入手が可能
- ECは顧客情報が紐付いているため、得られるデータの信頼性と量が格段に高い



【例1】消費者の地理的分布を詳細に把握可能



【例2】消費者の購入ルートの把握が可能
 (考察) 70%以上がモバイルからのアクセス
 ➡モバイルを前提としたプロモーションが効果的

【例3】実施したプロモーションと売上との相関関係の把握が可能
 ①11月のローンチ段階ではランディングページへの誘客が一定の売上増に貢献
 ②3月のインフルエンサー等を活用した個別商品プロモーションが全体の売上増に大きく貢献

3 | BtoBグローバルECプログラムへの出展状況-①

- コロナ禍における中堅・中小企業の輸出促進のため、バーチャル展示会へ出展
- 「Alibaba.com」を皮切りに3件、約700社支援。出展期間は1年間
- 年度内に更に5件、約300社支援に向け出展準備中

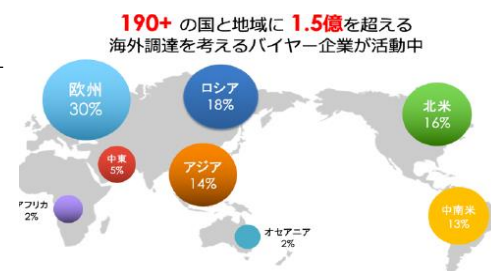


1. Alibaba.com www.alibaba.com



世界1.5億バイヤーが登録する、世界最大級のBtoBオンライン展示会

- 出展企業数： **400社**
- 対象商材：機械・工業用品、自動車・バイク（部品含む）、日用品・文具、調理器具・食器、建材、ヘルスケア関連、ベビー・マタニティ関連 コスメ・美容関連、ホビー、食品・飲料 等



2. hktcd.com Sourcing sourcing.hktcd.com **hktcd.com Sourcing**

香港貿易発展局が運営。オンラインイベントサイトで商談会を開催

- 出展企業数： **154社**
- 対象商材：ヘルスケア関連、日用品・インテリア、美容関連、他

-  **Galaxy Awards**
Business to Business Website, Honors Award
-  **WebAwards**
Best Directory or Search Engine Website
-  **MobileWebAwards**
Best Directory or Search Engine Website
-  **Internet Advertising Competition**
Best International Business Website
-  **Davey Awards**
Business Website, Silver Award

3. Saladplate www.saladplate.com



レストラン・ホテル市場向け商材特化型オンライン展示会

- 出展企業数： **147社**
- 対象商材：食品（主にレストラン向け）、他



3 | BtoBグローバルECプログラムへの出展状況-②

4. VirtualExpo



フランス発・欧州最大級の製造業6分野対象のオンライン展示会

- 採択企業数：70社
- 対象商材：機械、建築、造船、医療、農機、航空



5. ecplaza/ 6. EC21



韓国発・世界有数のオンライン展示会。2プラットフォームに同時出展

- 採択企業数：95社×2サイト
- 対象商材：健康・美容・医療、家庭用品、機械・化学、電気・電子・通信、農水産食品



7. JOOR



8,600強ブランドと20万リテラーを繋ぐ、世界最大のアパレルオンライン展示会

- 採択予定企業数：30社
- 対象商材：アパレル、服飾雑貨、デザイン雑貨等



8. tradeindia



月500万以上のユニークユーザー数を誇る、インド発のオンライン展示会

- 採択企業数：82社
- 対象商材：自動車及び自動車アクセサリー、家電製品、電子機器及び電気用品等



3 | Alibaba.com事業の進捗

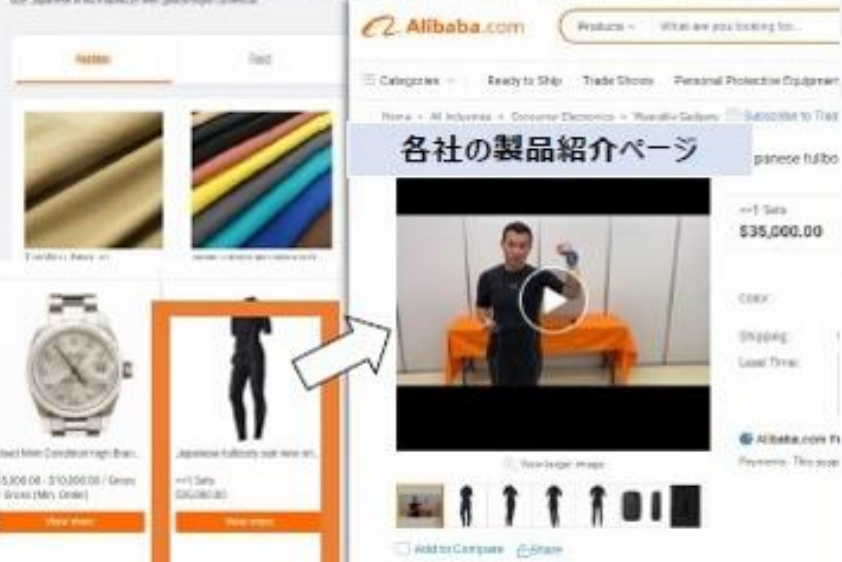
- Alibaba.comに「日本館」を開設し、400社が商談を開始
- 11月末よりAlibaba.comトップページに初の「日本製品」特集ページを設置
- カテゴリ別の特集を実施し、ライブストリーミングを活用した製品PRを実施予定

Alibaba.com内ジェット口特設ページ



What is JETRO (Japan External Trade Organization)?

JETRO, or the Japan External Trade Organization, is a government-related organization that works to provide mutual trade and investment between Japan and the rest of the world. Originally established in 1958 to promote Japanese exports abroad, JETRO has focused on the 21st century's fast-growing e-commerce platform, Alibaba.com, to help Japanese companies expand their global presence.



ライブストリーミング：初の『日本特集』を実施！

- ・実施期間：11月30日16時～12月14日15時59分
- ・実施内容：『日本製品』特設ページ内で特集を実施
各社ライブで製品説明（1時間/英語）

ライブストリーミングの様様



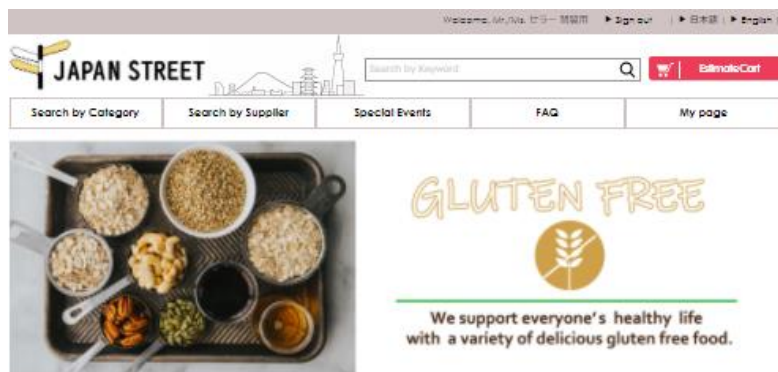
ライブストリーミング（イメージ）



11月20日、JETRO主催で出展日本企業向けに、
ライブストリーミング向けのワークショップ開催

3 | 新サービス「Japan Street」について

- ジェトロ招待バイヤー専用オンラインカタログサイト。2021年1月に運用開始。スタート時は500社強、約5,000商品の掲載
- 目的：日本企業の輸出、海外バイヤーの商品発掘支援 分野：全製品（食品・日用品・機械等）



【特徴】

常設プラットフォームのため、常時、食品・日用品・機械など様々な日本商品の発掘が海外から可能に。利用料は無料。

【トップバナー】

バイヤーの関心喚起のため、テーマ性（例：クリスマスギフト特集）を持つ内容で年間スケジュールを立てて運用。スタート時には農水輸出支援のための食品関連とスタートアップ支援課のCES出展リンクで構成



【レコメンド機能】

当初はデータの蓄積がないため、バイヤーの初期登録情報に基づくレコメンド機能からスタート。一定のデータが蓄積された以降は、売れ筋商品告知、ユーザー検索履歴機能の投入を検討予定

【特集】

テーマ、分野別の特集ページを各種展開予定

海外展開を、官民一体をなつてサポートします



新輸出大国コンソーシアム事業

無料 無料サービス

海外展開の計画立案から、
その実行・実現まで、専門家が
支援します

利用
無料 専門家による個別支援サービス

まずはご覧ください

 <https://www.jetro.go.jp/consortium/>



C

海外取引先を開拓したい

SOLUTIONS

1. **コンシェルジュが最適な支援メニューをご案内します**
貴社にとって最適な支援メニューや支援機関を案内します。どんな小さな不安や疑問にも丁寧に対応します。
2. **海外展開フェーズに即したハンズオン支援**
各国・地域事情、実務に精通した専門家が、継続的な企業訪問・商談同席・海外出張同行を通じて、海外展開戦略策定段階から、事業計画策定、実行段階まで、企業様の状況に応じて一貫して支援します。
※支援にあたっては審査があります。
3. **個別課題を解決するスポット支援**
法務や税務・会計、基準認証など海外展開における実務で欠かせないテーマについて、専門知識を有する専門家が随時支援します。
※こちらについては審査がございません。

専門家によるマンツーマンの一貫支援



輸出プロモーターによる支援サービス（農林水産・食品分野）

限定 対象限定

無料 基本無料サービス（一部お客様負担あり）

ONLINE オンラインサービス

C

海外取引先を開拓したい



SOLUTIONS

専門家が、お客様の製品や会社の状況にあわせて、輸出戦略の策定、マーケット・バイヤー情報の収集から海外見本市の随行、商談の立会い、契約締結まで一貫してお手伝いします。

アドバイスは無料

* 海外への売り込みのための商品パンフレット作成費用、ご自身の渡航費等はおお客様負担となります。

- 利用対象：日本国内で生産・加工された農林水産物・食品の輸出に取り組む事業者
- 利用方法：本サービスはジェットロで審査のうえ、ご利用いただいております。

ご希望のお客様は以下のお問い合わせ先、または最寄りのジェットロ国内事務所にご相談ください。

現地在住の専門家が現地感覚・目線でお答えします



コーディネーターによる輸出支援相談

限定

対象限定

無料

無料サービス

ONLINE

オンラインサービス



C

海外取引先を開拓したい

SOLUTIONS

1. 海外コーディネーター（農林水産・食品分野）

現地在住の農林水産・食品分野の専門家（海外コーディネーター）が、輸出（自社商品の輸出の可能性、競合品、現地トレンドなど）のご相談に、現地感覚・目線でお答えします。

対象分野：農林水産・食品分野のみ **対象企業：**全企業

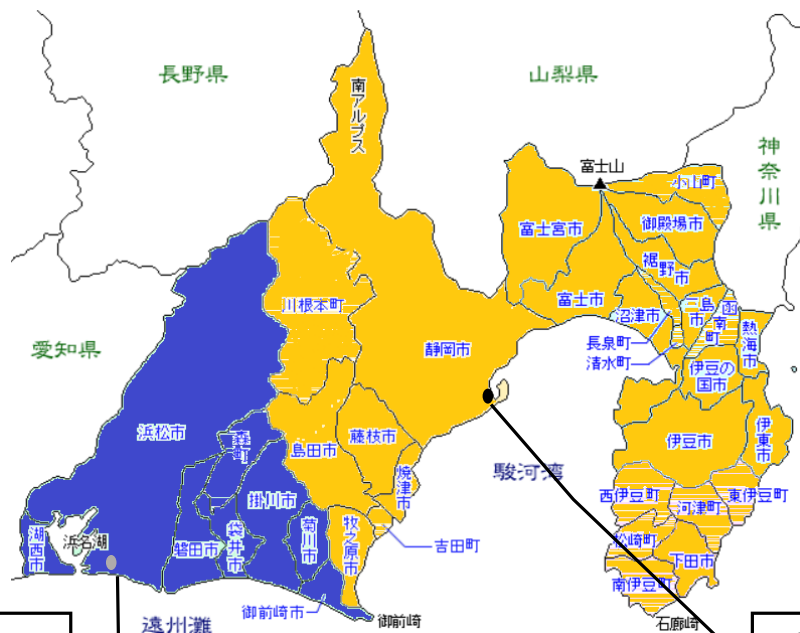
2. 中小企業海外展開支援現地支援プラットフォーム

現地でのビジネスの知見や、地場企業や地元政府当局等とのネットワークに強みを持つ専門家（プラットフォーム・コーディネーター）が、中小企業の皆様が抱えるご相談や課題の解決に向けてサポートします。

対象分野：特定分野なし

対象企業：中小企業のみ

3 | 静岡県内のジェットロ体制について



●ジェットロ浜松

開設日：2014年4月1日

住所：静岡県浜松市東伊場2-7-1
浜松商工会議所会館5階

<http://www.jetro.go.jp/hamamatsu>

TEL：053-450-1021 FAX：053-450-1031
E-Mail：HMM@jetro.go.jp

●ジェットロ静岡

開設日：1960年11月1日

住所：静岡市清水区日の出町9-25
清水マリンビル5F

<http://www.jetro.go.jp/shizuoka/>

TEL：054-352-8643 FAX：054-352-2798
E-Mail：SIZ@jetro.go.jp