

トウルールコンサルティンク

萱沼 真吾 社長

通販・ECのコンサルティンク企業であるトウルールコンサルティンク(本社東京都)は、タイ・マレーシアなどの東南アジアでのマーケティング支援に強みを持つ。同社の萱沼真吾社長は、「化粧品やダイエット系商材を中心に東南アジアでの成功企業が増加している」と話す。現在の東南アジアのEC市場について、萱沼社長に話を聞いた。

東南アジア参入チャンス到来

18年の国内EC市場(とうた)されていく、日系企業にも参入もチャンスはあ

ではまず、商社・小売 ことが予想される。メのチャンスが到来する。る。今後は、東南アジア

例が多い。現地での売り上げが3億〜5億円に及ぶケースもある。



東南アジアでは、現地ECモール「LAZADA(ラザダ)」を利用拡大が予想される。今後は現地ECモールの拡大大と、ECのシステム

の参入が増え、メーカ直販の構成比が増加するだろう。一方、東南アジア越境EC市場では今後、主要各国でEC化率が飛躍的に拡大するとみられてお

のシステムの整備が進む。低コストでの参入ができるようになるため、日本の中小メーカ

の参入が増え、メーカ直販の構成比が増加するだろう。一方、東南アジア越境EC市場では今後、主要各国でEC化率が飛躍的に拡大するとみられてお

のシステムの整備が進む。低コストでの参入ができるようになるため、日本の中小メーカ

の参入が増え、メーカ直販の構成比が増加するだろう。一方、東南アジア越境EC市場では今後、主要各国でEC化率が飛躍的に拡大するとみられてお

のシステム

の参入が増え、メーカ直販の構成比が増加するだろう。一方、東南アジア越境EC市場では今後、主要各国でEC化率が飛躍的に拡大するとみられてお

のシステム

の参入が増え、メーカ直販の構成比が増加するだろう。一方、東南アジア越境EC市場では今後、主要各国でEC化率が飛躍的に拡大するとみられてお

のシステム