

## トゥルーコンサルティング

萱 沼 真 吾 社 長

業であるトゥルーコンサルティング企業（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（どうた）で伸び、商社・小売業タイプのECが淘汰（とうたう）され、次

ことが予想される。メー

カーやブランド企業

（どうた）されていくり、日系企業にも参入

一にもチャンスはある。

今後は、東南アジア

では、現在でも20～30

の影響力も大きくなる

%の成長を続けている

だろう。東南アジアの

国がある。東南アジア

には、主要国だけでも人

口が6億人を超える。

した華僑には、好みの

実店舗の整備が不十分

商品や言語が共通して

であるため、EC化率

いることもあり、以前

が日本の3倍にも及ぶ

からアリババ系のモー

可能性を秘めている。

るを活用していたとい

う人が多い。17年にア

リババが「ラザダ」を

18年の東南アジア越

買収した影響もあり、

境ECでは、マレーシ

急速に「ラザダ」内に

ア・タイなどを中心に、

大量の中国越境商品が

日系企業の単品通販へ

登録され始めている。

の参入が増加すること

東南アジア越境ECでは、コスメ・美容系・

ダイエット系商材で成

する日系企業は、中国

功する日系企業が増加

した運営を行つ必要が

している。特にマレー

シ・タイでの成功事

例が多い。現地での売上上げが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）」を含めた越境サービスの利用拡大が予想され

る。今後は現地ECモールも含めて、ECチャネルの拡大と、EC

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



中 小 メ カ  
東 南 ア ジ ア EC を 展 開 す る 日 系 企 業 は、中 国 企 業 と の 競 合 を 前 提 と し た 運 営 を 行 う 必 要 が あ る。