

Beyond borders:

テクノロジーの 統合で実現する グローバル 取引の新時代

本レポートはインタラクティブPDFです。

Adobe Acrobat、PDF-XChangeなどの
PDFリーダーでご覧ください。

レポートを読む →

EY REPORT

Beyond borders:

テクノロジーの 統合で実現する グローバル 取引の新時代

SEPTEMBER

2024



「Shopifyを導入したことが、
私たちが成功できた一番大きな理由です。」

Jeanne Foley
Co-Founder, SuitShop

目次

1.0 概要	2.0 アプローチと 方法論	3.0 越境販売における 機会と課題	4.0 適切な技術が グローバル 取引を効率化	5.0 テクノロジー ソリューションの 事例	6.0 サマリー	7.0 補足情報
04	11	14	25	36	43	45



概要

DUBAI, UAE
25°14'51"N 55°16'23"E

1.0



1.1 レポートの焦点

EYでは、組織が越境販売にどのように取り組んでいるかを理解し、差別化された成功を生む要因を特定するために、幅広い側面と基準を検討しました。本レポートは、これらの調査結果を統括したものです。

規模の大小にかかわらず、すべての組織には成長という目標があります。ネットワーク化された経済の中では、越境販売が、こうした目標を達成するための重要な手段の一つです。世界中で優れた購買体験を維持しながら、的確に事業を拡大することは、大企業であっても新規事業であっても簡単ではありません。

しかし、適切な意思決定や運営環境、テクノロジーを活用すれば、こうした課題は軽減され、成長と顧客体験の目標をより達成しやすくなります。

本レポートでは、越境販売の複雑さを分かりやすく整理し、検討すべき要素を示すとともに、テクノロジーがどのように成功を後押しできるかに焦点を当てています。特に、Shopify の Managed Markets Solution (以下、MMS) を活用することで、組織が自社のサービスや製品を世界規模でシームレスかつ高付加価値に展開できる方法を紹介します。

EYの分析を通じて、どのテクノロジーが投資対効果の面で最も価値があるかも検討しました。Shopify MMSを例として取り上げたのは、ネイティブ統合ソリューションを持つ数少ない製品の一つであり、市場で独自かつ先進的なポジションにあるためです。



EYについて

私たちは、「Building a better working world（より良い社会の構築を目指して）」をパーパス（存在意義）として掲げ、クライアント、人々、社会のために長期的価値を生み出し、資本市場における信頼の構築に貢献します。データおよびテクノロジーの活用により、150以上の国・地域において多様なEYのチームがアシュアランスを通じて信頼を提供するとともに、クライアントの成長、変革、事業展開を支援しています。EYのチームの活動領域は、アシュアランス、コンサルティング、法務、戦略、税務、トランザクションの全領域にわたります。EYチームはより良い問いを立て、世界が現在直面している複雑な問題に対応しています。詳しくは、[EY-Shopifyアライアンス | EY Japan](#)をご覧ください。

Shopifyについて

Shopify（ショッピファイ）は、コマースに不可欠な基盤インフラとサービスを提供する世界有数の企業です。あらゆる規模の小売業におけるビジネスの立ち上げからマーケティング、事業拡大、運営までを実現するために、信頼あるプラットフォームを提供します。スピード、カスタマイズ性、信頼性、セキュリティを重視した設計のプラットフォームとサービスによって、オンラインや実店舗、あるいはその間のあらゆる場所で「すべての人に、より良いコマース体験を」提供します。Shopifyは175以上の国・地域で数百万もの事業者に利用されており、Mattel、Gymshark、Heinz、FTD、Netflix、Kylie Cosmetics、SKIMS、Supremeといった多くのブランドから信頼を得ています。詳しくは、www.shopify.comをご覧ください。

1.2 主要なコンセプト

1.2.1 Shopify MMS とは？

Shopify MMS (旧称 : Markets Pro) は、国際取引をスムーズかつ最適化するための機能を提供するソリューションです

これは、Merchant of Record (MoR) モデルを採用した、ネイティブ統合ソリューションです。組織は、このソリューションを Shopify の国際向けツール群と組み合わせて利用することで、通貨換算や現地の決済手段、国際的な税金や関税規制への対応、越境物流の効率化といった複雑な課題を管理できます。

Shopify MMSを活用することで、ブランドは世界中の購入者にリーチできるようになります。関税や輸入規制、国際配送、決済など、国際販売に伴うさまざまな課題を簡単に解決できるのです。例えば、広告をソーシャルメディアで配信すると、世界中の人々に届く可能性がありますが、多くの事業者は国内の購入者にしか効果的に販売することができません。同ソリューションは、こうした状況を改善します。インターネットに国境がないように、商取引にも国境があってはならないのです。

Rohit Mishra
Director of Product, Shopify

1.2.2 Merchant of Record (MoR) とは？

MoRとは、商品やサービスを最終顧客に販売する正式な販売者として法的に認められた販売責任事業を行う法人のことです。

MoRは、消費者取引に伴う金銭的および法的責任を担います。具体的には、支払いの処理や請求、税金の管理、返金・チャージバックの対応などが含まれます。また多くの場合、越境取引全体をスムーズに行えるよう、配送ソリューションと統合されています。国外での販売を簡単にするために、Shopify MMSのようなMoRを活用することで、これらの管理を任せることができます。その結果、企業は他の重要な業務に集中できるようになります。

ネイティブ統合型のMoRソリューションを使うことで、企業はまず基盤を固め、グローバル展開の次のステップを進めるための無駄な検討に時間を取られず、成長の最大化に注力できます。

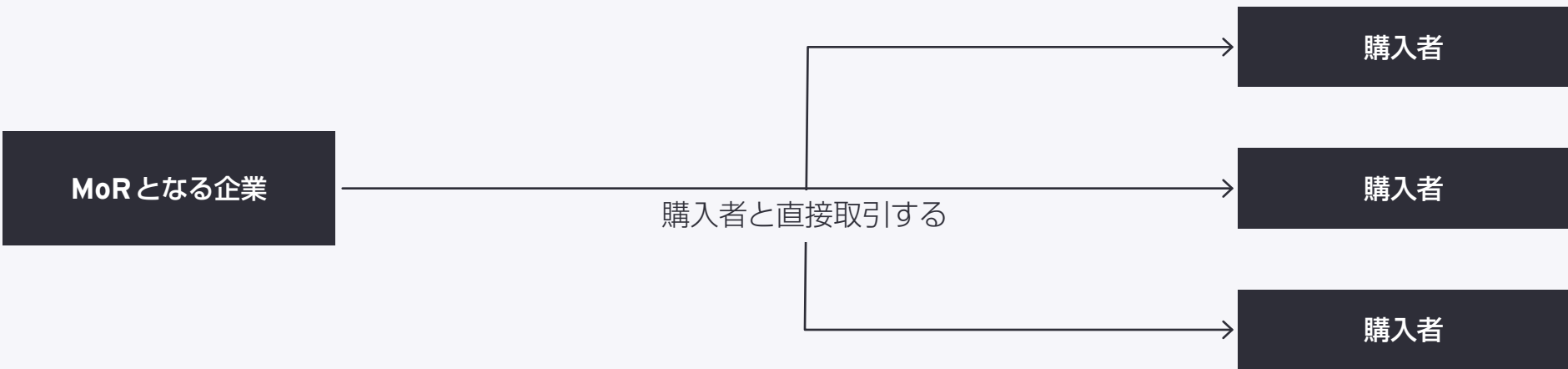
ネイティブ型MoRソリューションを最大限に活用するための鍵は、最適化や特定市場向けのローカライズを行う前に、初期の課題を克服できるかどうかにあります。具体的には、以下の点に取り組むことが重要です。

- ▶ **税金・関税**：透明性の欠如や購入後の関税支払い、顧客体験の悪化、ブランド価値の低下、配送拒否につながります。
- ▶ **物流・注文処理**：販売者と購入者双方の配送コストは、越境販売の成長にとって大きな障壁となります。また、投資収益率（ROI）の目標を達成するためには、購入量を拡張できる能力が求められます。

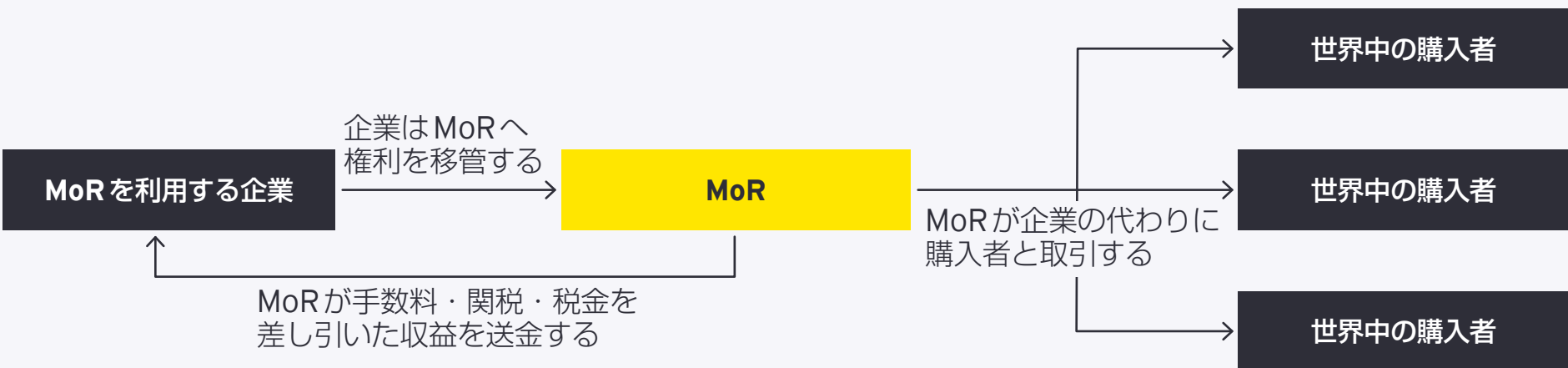
これらの主要な課題を解決した後、企業はグローバルな成長に向けて次の取り組みに集中できます。

- ▶ **顧客体験のローカライズ**：各市場の文化や慣習、期待に合わせたUI／UX（デザインや操作体験）を開発
- ▶ **製品の最適化**：市場ごとのニーズ、トレンド、季節要因に合わせて製品を調整・展開
- ▶ **マーケティングとブランディング**：現地市場向けのキャンペーンを企画し、インフルエンサーや地域のパートナー企業・小売業者と連携してブランドを強化

MoRとなる企業



MoRを利用する企業



多くの企業は、自覚が無いかもしれませんが、自社自身が Merchant of Record（MoR）としての役割を担っています。しかし、新たな地域へ事業を拡大する際には、その責任を外部に移すことで、新たな可能性が開けます。MoRプロバイダーはグローバルな決済インフラを備えているため、企業は自社でそれを構築・管理する必要がありません。その分、本業の成長に集中できるようになります。

Rebecca Engelberg
Managed Markets Product Marketing Lead, Shopify

1.2.3 ネイティブ統合ソリューションとは？

国際販売におけるネイティブ統合ソリューションとは、関税・税金の自動計算や、関税込みでの国際配送オプション、為替レートを反映した現地通貨での価格表示、そして国・地域ごとの関税・税制への対応といった主要機能を、一体的に備えたシステムを指します。

これにより、顧客は世界のどこにいても、現地に合わせた購買体験ができるようになります。さらに、このソリューションは物流とも統合されており、効率的な注文処理を実現します。また、国内取引と同様の形で支払い処理を行えるため、異なる国・地域にまたがる販売プロセス全体をスムーズに進めることができます。このような仕組みにより、販売者と購入者の双方にとって、越境取引の複雑さが大幅に軽減されます。

さらに、このソリューションは企業の中核となるコマースプラットフォームとも統合されています。統合型ソリューションを導入することで、企業は事業全体を一元的に管理できるようになり、国内外を問わず、購入者に対して一貫した購買体験を提供することが可能になります。

ネイティブ統合ソリューションは、既存のエコシステムと密接に連携することで、高額なシステム統合の必要性を減らし、外部ITチームへの依存を大幅に軽減します。これにより、開発リスクの軽減や市場投入までの期間の短縮が実現し、さらに分析機能を統合した一元的なシステムを提供します。その結果、コスト構造の予測が容易になり、ベンダー管理も簡素化されます。

近年では、販売チャネルを統合的に運用する企業ほど、市場で成果を上げる傾向が見られます。顧客は、購入プロセスをいつ、どこで始めて終わらせるかにかかわらず、一貫して深くパーソナライズされた体験を求めています。こうした体験を実現できるのは、ネイティブ統合ソリューションだけです。

Warren Tomlin
EY-Shopify Global Alliance Leader,
EY Canada

MADRID, SPAIN

40°24'57"N 3°42'07"W

1.3 主な成果と示唆

83%

の事業者では、Shopify MMS 導入後に販売国・地域数が拡大。

80%

以上で、導入後 12カ月において何らかの形で国際販売の成長を実現。

グローバル展開による、さらなる成長のチャンス

EYの調査によると、グローバル展開にはリスクが伴いますが、同時にビジネスを加速させ、非常に大きなチャンスを開く可能性もあります。グローバル展開は、豊富なリソースを持つ大企業だけのものではありません。中小企業でも、国境を越えて成長できる可能性があります。実際、海外市場に進出することで、新たな収益源を開拓し、規模の経済を活かしてさまざまな顧客層にリーチし、リスクを分散し、キャッシュフローを安定させることができます。

つまり、グローバル販売は大企業・中小企業を問わず、さらなる成長のためのリソースと能力をもたらします。世界的なプレゼンスを確立することは、ブランドの信頼性と認知度を高めるだけでなく、多様な市場との接点が新たなビジネスモデルやイノベーションを生み出すきっかけにもなります。

それでも、グローバル販売には新たな複雑さと課題が伴う

関税や税金の透明性を事前に確保することは、国際的な成功の大きな鍵となります。しかし、新しい市場でビジネスを行う際には、税制への対応や、関連する税務上の影響を理解・管理することが大きな負担となります。

そのような中、MoRモデルを採用したテクノロジーを活用することで、関税や税金の支払いを容易にすることができます。つまり、テクノロジーをうまく活用し、体系的に運営できる組織ほど、絶えず変化する規制や政策の中で競争優位性を確保しやすくなるのです。

* 免責事項

出所：Shopify 提供による米国販売事業者の取引データ（2024年4月時点）

調査対象：567社

約60%の企業は、Shopify MMS 導入後6カ月間のデータのみを保有。導入前12カ月間と、導入後最大12カ月間のデータを比較分析。月1回以上の購入履歴がある国を対象とした月次データから集計

テクノロジーの導入が、課題を克服しつつ 機会を最大限に活かす鍵となる

適切なテクノロジーを基盤としたグローバル展開は、企業に大きなプラスの効果をもたらします。オーガニック成長も可能ですが、国際市場で最大の成果を上げるためには、意図的な戦略とテクノロジーの活用が欠かせません。プロセスの簡素化と一元化によるメリットは、企業規模を問わず普遍的であり、国際販売を後押しします。

EYの調査では、Shopify MMSのようにMoRモデルを組み込んだネイティブ統合ソリューションを活用している企業のほうが、より高い成功を収めていることが分かりました。

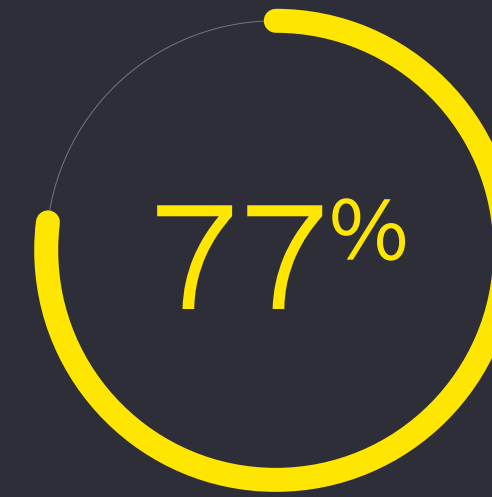
その理由は、ネイティブ統合ソリューションが、各要素が最初から一体的に統合された「オールインワン型」の仕組みであるためです。追加の外部サービスの利用料や統合コスト、長期的なセットアップ作業、保守費用などを削減できます。また、企業全体のエコシステムにも柔軟に統合・拡張することが可能です。つまり、ネイティブソリューションは業務を効率化するだけでなく、適応力も高め、企業が成長とイノベーションに専念できる環境を整えます。さらに、テクノロジーによって業務プロセスが自動化され、規制対応も効率化されるため、人員増加の必要性が減り、各市場の嗜好や通貨にもスムーズに対応できるようになります。

「今日の複雑な経済環境で生き残り、成長していくためには、グローバル規模で顧客に対応できることが不可欠です。そのためには、適切なツールとテクノロジーを備えることが重要です。」

Sylvain Golsse

Global Trade Leader, EY Canada

Impact Dog Crates



世界全体での購入率が増加
(2023年10月～2024年4月)

PaperShoot

2023年12月～2024年4月において、世界で最も購入率が高かった国：

イタリア 105%

フランス 234%

メキシコ 48%



アプローチと 方法論

LONDON, UK
51°30'28"N 0°07'40"W

2.0



2.1 本レポート作成時に 考慮した事項

国境を越えた
事業運営における
組織の成熟度

国境を越えた
事業運営を支援する
技術的アプローチ

越境販売のための
業務プロセス
フレームワーク

異なるアプローチで
越境ビジネスに参入した
リーダーの証言

テクノロジーが
越境販売に与える
影響を把握するための
データ分析

2.2 EYの調査設計

EYの調査では、テクノロジーが組織の越境販売を拡大する能力に与える影響を評価するため、さまざまな側面から調査を行いました。

組織の成熟度や、越境販売の技術的アプローチを評価することに加えて、私たちは以下のことを行いました：

- ▶ 国内販売からグローバル販売への移行におけるアプローチや経験を理解するため、各組織の上級リーダーにインタビューを実施
- ▶ 税務およびテクノロジーの観点から組織のグローバル事業を支援する、EYの上級アドバイザーと協議
- ▶ 500以上の組織の取引データを分析し、さまざまな技術アプローチが越境販売に与える影響、特に完全かつ統合されたクロスボーダーソリューション導入前後の効果を定量化
- ▶ 100以上の組織を対象にアンケートを実施し、さまざまな技術に関連する意識やコスト差を定量化

STOCKHOLM, SWEDEN

59°19'46"N 18°04'08"E



越境販売における 機会と課題

DUBLIN, IRELAND
53°20'59"N 6°15'34"W

3.0



3.1 現在のビジネスチャンスとは？

相互依存が進む世界で、実質的な成果を出して成長を加速させるには、企業は単に事業を運営するだけでなく、グローバルに展開して運営する必要があります。

越境販売は、戦略的かつ運営上の大きな転換です。正しく行うことで、世界規模のビジネスチャンスを開拓することができます。では、具体的にどのようなことが含まれるのでしょうか？

「2023年4月にShopify MMSを導入しました。導入後、国際販売は前年同期比で500%増加しています。」

Kristin Swarek
COO, Caden Lane

収益の拡大

グローバル展開は新たな収益獲得の道を開き、組織全体の財務成長に貢献します。

規模の経済

複数の市場で事業を展開することで、生産量の増加による単位あたりコストの削減が可能となり、利益率の改善につながります。

市場の多様化

国内市場以外の多様な市場や顧客層に参入することで、特定市場への依存度を下げ、リスクを分散できます。

先行者優位

未開拓の海外市場で先行者として参入することで、競合他社が参入する前に、強いブランドロイヤルティを確立できます。先行者は基準や顧客期待を設定でき、後発企業はそれに従う必要があります。

ブランドイメージ

グローバルブランドであることは、顧客に信頼性、認知度、優れた品質の印象を与えます。これにより組織の認知度も高まり、国際的な成功が国内市場での地位向上にもつながり、信頼性をさらに強化します。

イノベーション

新しい市場や文化、慣習に触れることで、イノベーションが促進され、新しいアイデアやアプローチが生まれます。例として、Glasvinの創業者は、ヨーロッパのガラス製品ブランドのビジネスモデルを知り、米国市場にニーズがあることを認識して手吹きガラス製品事業を始めました。

顧客利便性の向上

グローバルに展開することで、ブランドに触れた消費者が製品に簡単にアクセスできるようになります。これにより、消費者の期待に応える統合された体験を提供できます。例として、SuitShopでは、結婚式の参加者が世界中どこにいても対応可能であることで、顧客に安心感を提供しています。

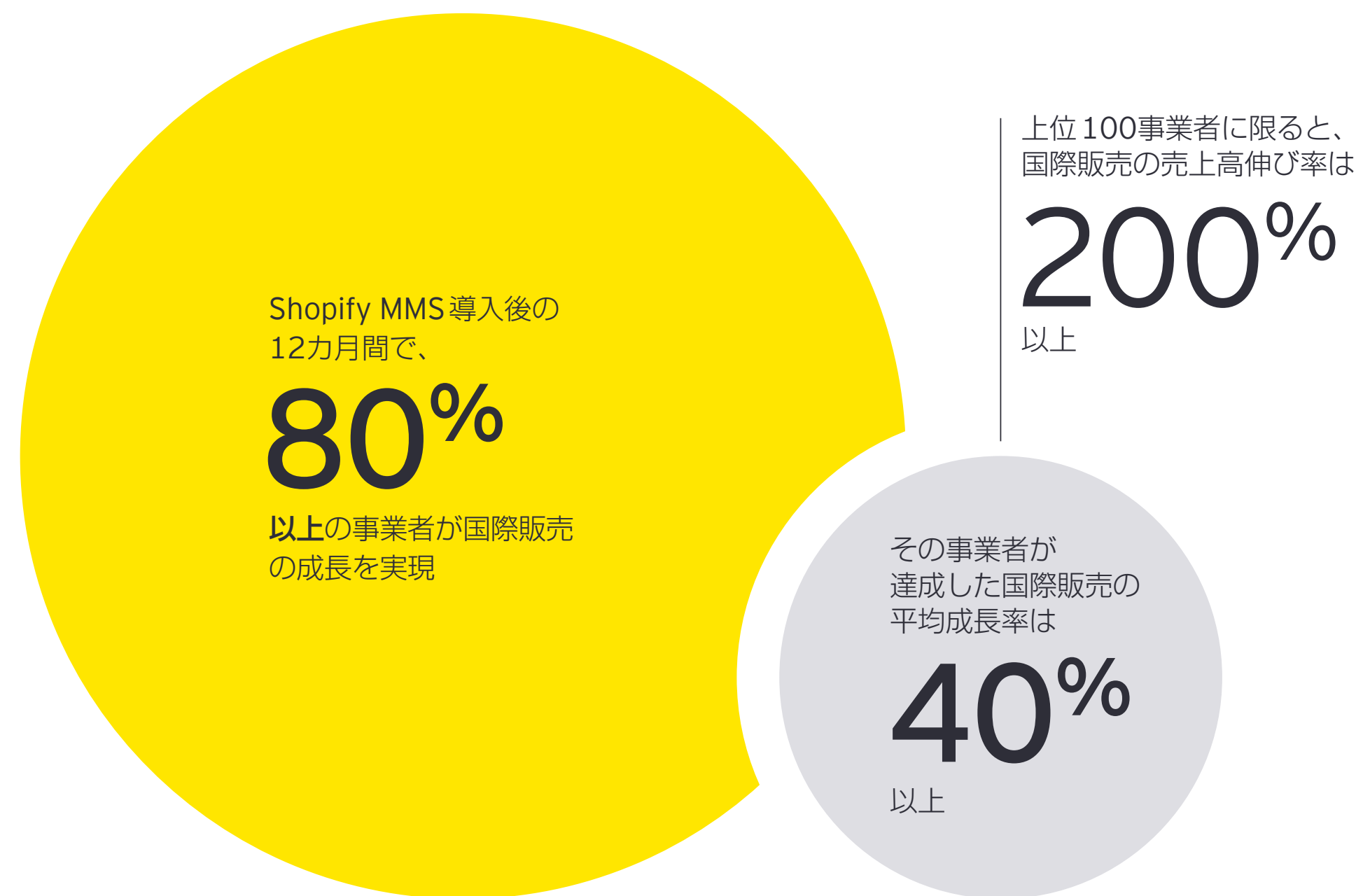
季節変動への対応

複数の市場で事業を展開することで、ある地域での売上変動を他の地域の業績で補うことができます。これにより、事業の持続可能性が高まり、国内販売に偏った場合に比べ、年間を通じたキャッシュフローの安定化が可能です。調査例では、Naked Cashmereは、南半球の顧客に販売拡大することで、カシミア製品の季節変動を緩和しました。

国際的パートナーシップ

グローバル展開は、海外企業との戦略的パートナーシップや協業、ジョイントベンチャーの機会を生み出します。パートナーシップによって市場参入や事業拡大を可能にし、ビジネス成長を加速することができます。

数字で見る調査結果：



* 免責事項

出所：Shopify 提供による米国販売事業者の取引データ（2024年4月時点）

調査対象：567社

約60%の企業は、Shopify MMS 導入後6カ月間のデータのみを保有。導入前12カ月間と、導入後最大12カ月間のデータを比較分析。月1回以上の購入履歴がある国を対象とした月次データから集計



グローバルなB2Cの越境EC市場は、
2030年までに、

7.9兆米ドル

規模に達すると予測されています。

Citation: Global cross-border ecommerce
market value 2030 | Statista

**Celia Mulderrig**VP Ecommerce at
Naked Cashmere

事例をすべて読む

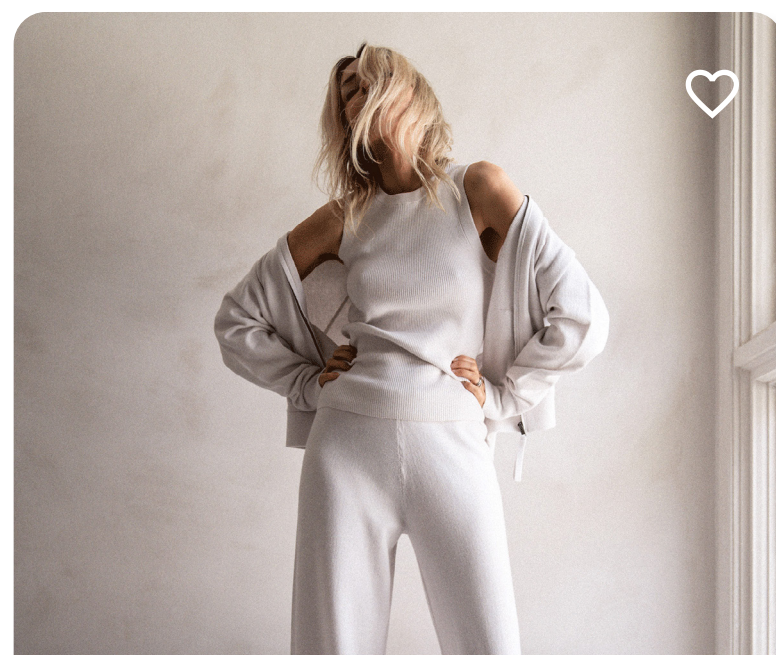
これは、国際的な顧客獲得の拡大の鍵となります。購入率を改善しない場合、得られた集客を活かすことができず、マーケティング費用は無駄になってしまいます。Shopify MMSは国際市場でのビジネスチャンスを切り開きました。

NAKED

CASHMERE

Naked Cashmereは、Shopify MMSにより、季節変動する需要を分散させ、ビジネスリスクを軽減しています。

2016年に設立されたNaked Cashmereは、持続可能でラグジュアリーなカシミアブランドを持つ企業で、米国サンタモニカでデザイン・制作し、消費者へ直販するD2C (Direct to Consumer) モデルを採用しています。同社は、最高品質の手仕上げ製品を手頃な価格で販売し、従来の小売マークアップを回避しています。それでも、海外市場からの関心をビジネス機会に十分転換することができませんでした。その原因は、複雑なチェックアウトプロセス、送料の高止まり、そしてグローバル顧客に対して不安定な購入体験を引き起こしていたサイロ型の社内システムにありました。Shopify MMSへの円滑な移行とシームレスなサポートがあり、大きな手応えを感じました。Naked Cashmereは新システムへの移行によって、送料を削減し、マーケティングの柔軟性を高め、今後数年間に海外事業の大幅な拡大を目指しています。



★★★★★

[BUY NOW](#)

★★★★★

[BUY NOW](#)

データ分析

149%

2023年12月～
2024年4月の世界全体の
GMV (総取引額) が
149%増加

データ分析

7%

同期間の世界全体の
購入率が7%増加

**David Baker**Chief Digital Officer at
Beekman 1802

事例をすべて読む

Shopify MMSのおかげで、注文処理が大幅に迅速化され、顧客への商品提供がスムーズに行えるようになりました。



Beekman 1802は、Shopify MMSを採用することで、国内事業を上回る成長を実現しています。

Beekman 1802は2009年に創業し、ヤギ乳ベースの美容、スキンケア、家庭用品に特化しています。品質にこだわったニッチな領域に特化したチームは、Shopifyを基盤とするD2Cサイトを介したオムニチャネルで成功を収めました。顧客層が米国からカナダ、さらには他の国々へ拡大するにつれて、Beekmanは国際配送の課題に直面しました。Shopify MMSを採用することで、Beekmanは海外顧客層の拡大に対応し、統合を容易にし、製品へのアクセシビリティや信頼性を確保し、リーチを広げ、業務効率を改善し、運用コストを削減するプラットフォームに刷新することができました。



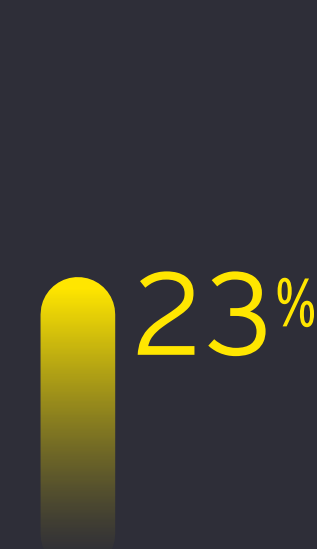
データ分析

グローバル売上

152%

増加 (2023年7月～
2024年4月)

データ分析

国際事業全体の
コンバージョン率
23% 増加英国市場の
コンバージョン率
43%

3.2 越境販売活用の複雑性

国際市場への拡大には、多くのことを考慮する必要があります。

あらゆる企業は、限らない成長を実現できる仕組みを追求しています。一方で消費者は、どのブランドを選んでも、簡単にシームレスな優れた顧客体験を望んでいます。

これは何を意味するのか？

企業は、消費者に国境を意識させずに、運営・販売を行える体制を整える必要があります。大企業であれ、これから事業を始める企業であれ、顧客が購入したい時・場所で、顧客の条件に沿った対応が求められます。体験は個別化され、関連性のあるものでなければ、顧客に響きません。

こうした期待に応えることは、難しくコストもかかります。しかし、選択する戦略や、整備する運営環境、活用する技術によって、国際販売アプローチを効率化することが可能です。

オーガニック成長も越境消費者を取り込む上で役立ちますが、国際販売の利点を真に活かすには、計画的かつ実行可能な戦略が必要です。

TOKYO, JAPAN | 35°40'35"N 139°39'04"E

「Shopify MMSは、
これまでは困難で、リソース
や時間の無駄遣いに思えた
国際展開を、劇的に加速
させてくれました。」

Celia Mulderriq
VP Ecommerce, Naked Cashmere

**Colton Draper**

Founder of LAZRUS Golf



事例をすべて読む

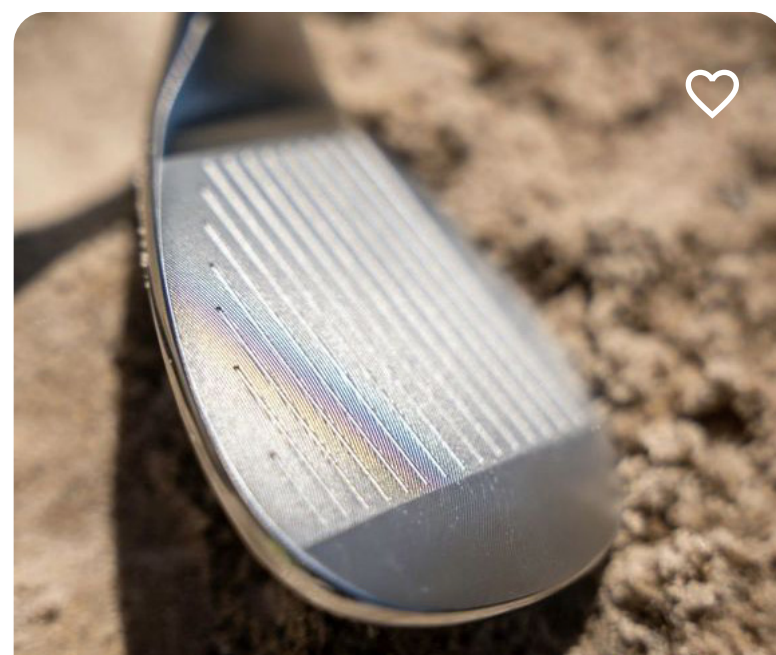
Shopify MMS 導入前は、約20～25カ国での販売でしたが、現在は50カ国に到達しました。私にとって究極の目標は、世界中すべての国で販売することです。



LAZRUS Golfは、Shopify MMSを活用し、世界のあらゆる国・地域での販売を目指しています。

2017年に創業したLAZRUS Golfは、現在では手頃な価格で高品質なゴルフクラブ専門のD2C企業に成長しました。グローバル展開を目指すLAZRUSは、利益率の維持と国際顧客との取引における透明性の確保という課題に直面しました。

同社は、Shopify MMSにより、従来はコスト面から進出が難しいと考えられていた国・地域への進出を果たしました。同ソリューションにより、送料を低く抑え、約40%のコスト削減と、より迅速で信頼性の高いサービスを実現しました。



★★★★★

[BUY NOW](#)

★★★★★

[BUY NOW](#)

データ分析

74%

2023年5月～
2024年4月の
世界全体の売上が
74%増加

データ分析

同期間の購入率は、ユーロ圏で55%、
英国で41%増加

55%

ユーロ圏

41%

英国

Shopify MMSのような統合プラットフォームは、これらの課題を橋渡しし、売上増加を実現します。

83%の事業者では、MMS導入後に販売国・地域数が拡大。

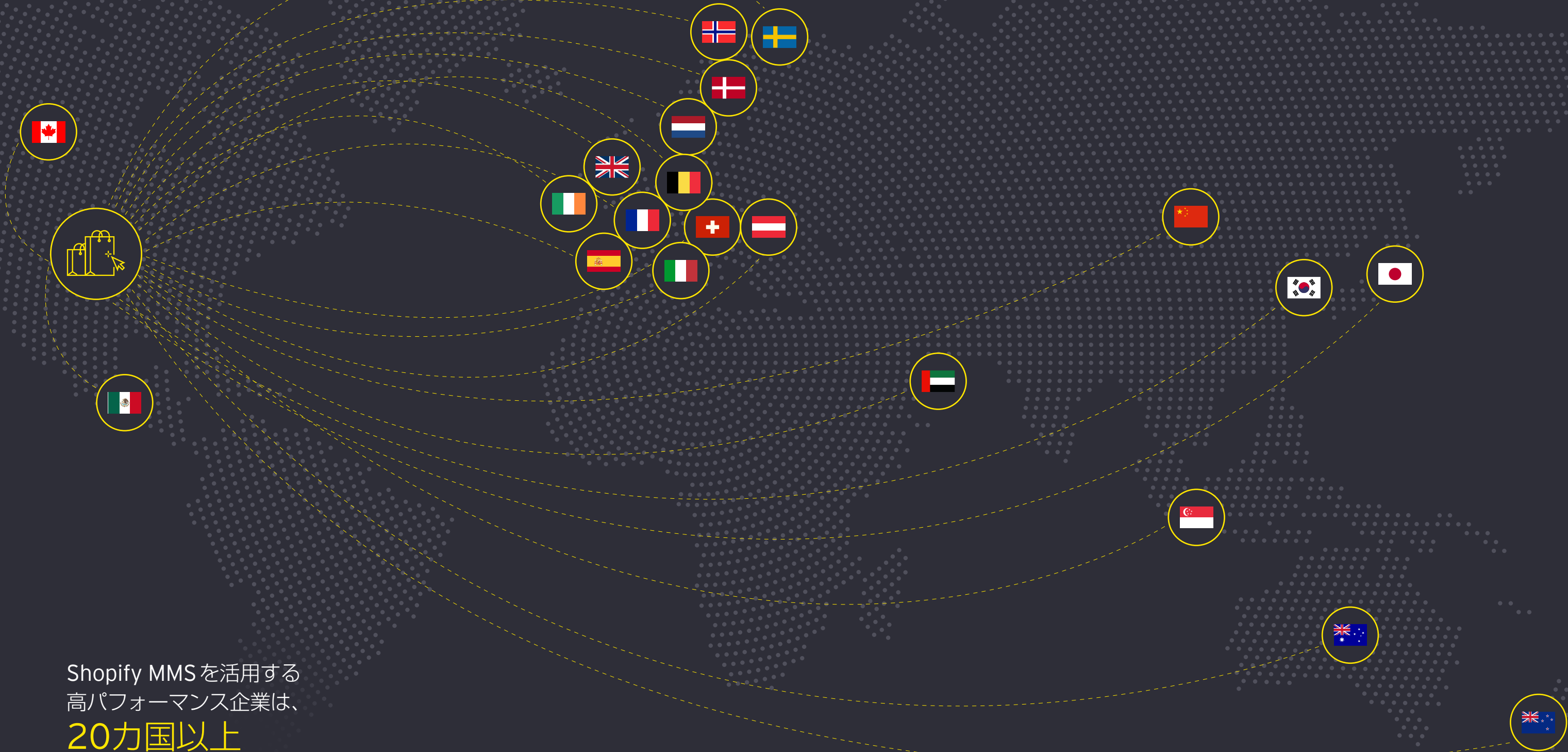
Shopify MMSは、グローバルコマースを簡素化し、ブランドが国境を意識せずに、まるで現地ブランドのように顧客と関わることを可能にします。

Kaz Nejatian
VP Product & Chief Operating Officer, Shopify

* 免責事項
出所：Shopify 提供による米国販売事業者の取引データ（2024年4月時点）
調査対象：567社
約60%の企業は、Shopify MMS導入後6カ月間のデータのみを保有。導入前12カ月間と、導入後最大12カ月間のデータを比較分析。月1回以上の購入履歴がある国を対象とした月次データから集計

今回の調査対象は、米国を中心にした事業者であるため、注文量が特に多いのは米国との親和性が高い国々でした。

月間の注文量が特に多い国



Shopify MMSを活用する高パフォーマンス企業は、20カ国以上へ毎月安定して出荷を行っています。

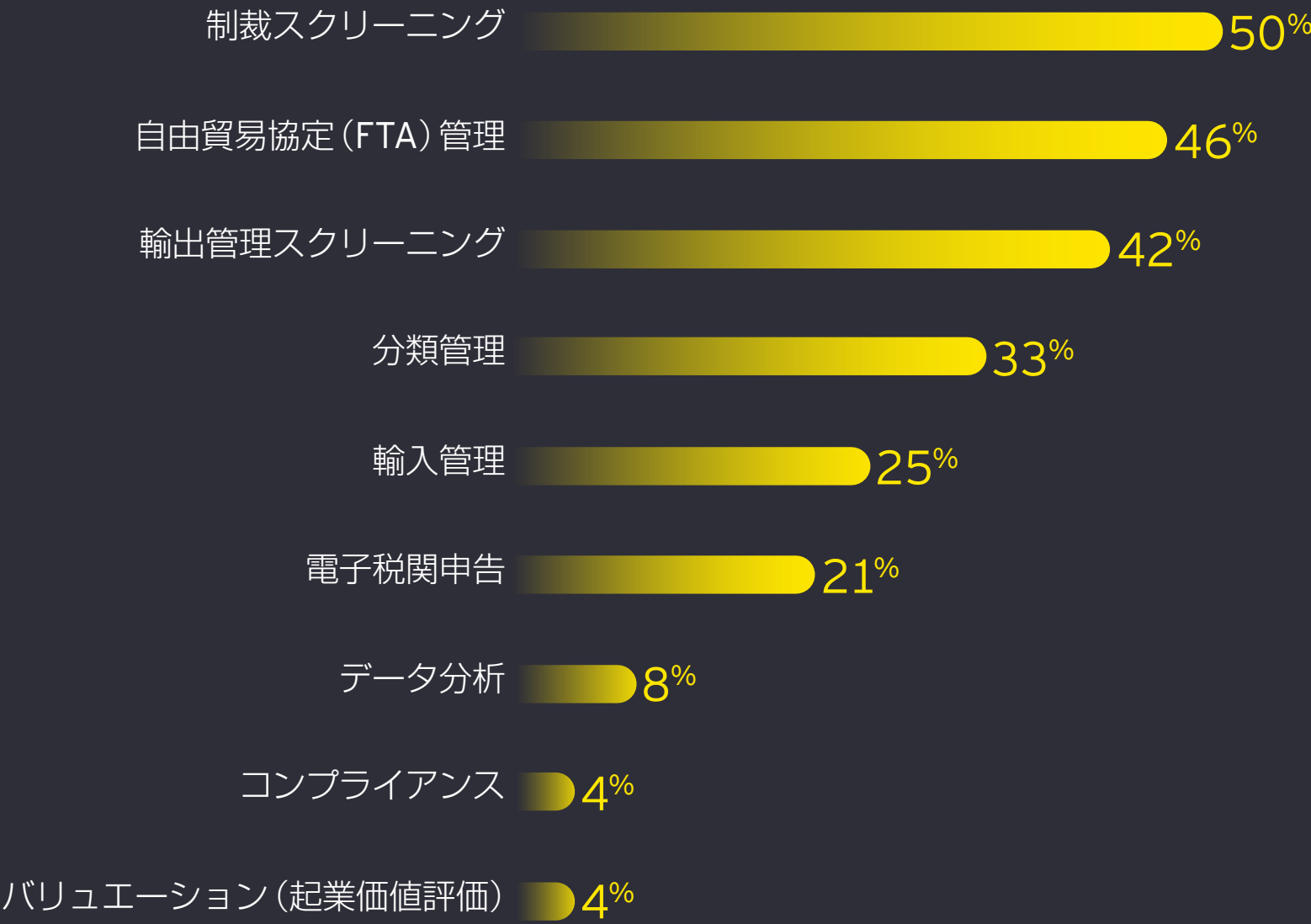
3.3 課題はどこから生じるのか？

全体像を把握し、常に準備しておくことが、グローバル展開の潜在力を最大限に活かす鍵となります。サプライチェーンの混乱や、関税・税制の変動、インフレ、紛争やエネルギーコストによる通貨価値の変動、原材料費の上昇、規制の変更などは、計画に影響を及ぼす可能性があります。

こうした要素を挙げると、負担が大きく感じられるかもしれませんが、EYの調査では、実際生じている課題や潜在的な課題に対して先手を打って対処することで、企業はこれらの障壁を克服できることが示されています。例えば、社内に適切なサポート体制を整えること — コンプライアンス機能、デフォルトで準拠する技術、戦略や運営を評価・調整する常時稼働のデータ駆動プロセス — や、税務・法務など専門的なサポートを確保することが有効です。

世界100カ国以上にわたって、規制は継続的に変化しています。それらをすべて把握し、追跡し続けることは極めて困難です。そのため、多くの企業が国際販売に慎重になってしまいます。「その対応には過度な工数がかかる」と、結果として国際販売はコストも時間もリスクも倍増するという印象を抱かれがちです。しかし、テクノロジーを活用することで、変化し続ける規制環境への対応は十分に可能になります。

企業が越境販売業務を支援するために、テクノロジーを活用する方法



上表の出所：file:///C:/Users/QH147CU/Downloads/ey-refocusing-on-the-global-trade-functional-organization-a-global-trade-perspective%20(4).pdf

実務上および 法規制上の課題

黄色の円をクリックすると、
各トピックの詳細を確認できます。



グローバルに事業を展開する企業は、間接税に関する高度な理解が求められます。国ごとに独自の規則や法令が存在するためです。欧州など一部の地域では、ある程度の統一化が進んでいますが、それでも国ごとに異なるルールが適用されるため、コンプライアンスは複雑になります。

各国で適用されるすべての判定ルールを理解し、規則の変更の可能性を監視・実行することが重要です。この機能を自動化することが鍵であり、そのために適切なテクノロジーを選択・活用することが必要です。

Tim Carpenter
Tax Technology and Transformation Leader, EY US

カナダ市場だけでも、販売量と注文数を倍増させることができ、返品率は半分に減少しました。その大きな要因は、顧客に対して期待値を設定できるようになったことです。配送時間が大幅に短縮され、税関で滞留することや返品が減りました。

David Baker
Chief Digital Officer, Beekman 1802



Michael Henderson
Founder of WOLFpak

+ 事例をすべて読む

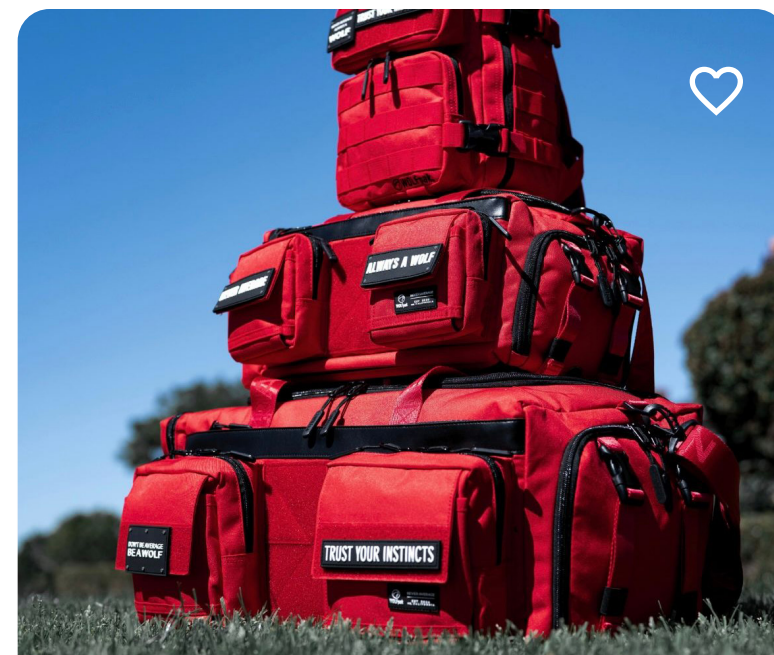
これらの地域でコンプライアンスを維持できることで、精神的な安心感を得られます。Shopify MMSは、ワンストップで完結する仕組みです。Shopify MMSがなければ、自社内にチームを設置する必要があったでしょう。このサービスのおかげで、そのストレスから解放されました。私のような事業者は、ビジネスの成長に集中し、最も効果的なところに注意を向けることができます。



WOLFpak

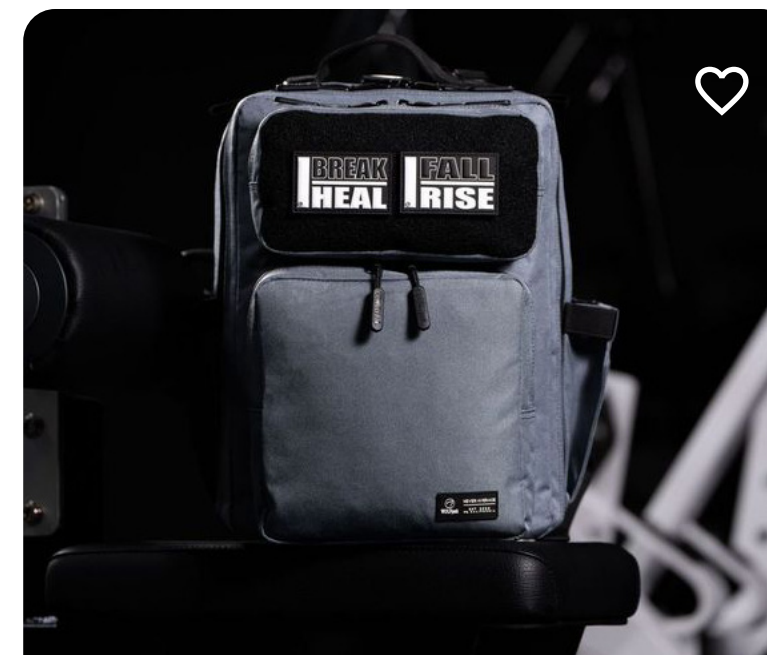
WOLFpakにとって、Shopify MMS導入後、コンプライアンスがストレスのない取り組みになりました。

Michael Henderson氏が設立した WOLFpakは、機能的なフィットネス用バックパックを提供する企業で、ボディビルダーやフィットネス愛好家の間で関心が高まり、その後世界的に認知されるブランドに成長しました。2020年の設立以来、WOLFpakはグローバル事業の成長に絶えず集中してきました。Shopify MMSを導入した WOLFpakは、市場ニーズに応えるグローバルプレイヤーになるという目標を達成することができました。これにより、eコマースのスピードと使いやすさで顧客の期待に応えることができ、WOLFpakの運用コストの削減とプロセスの効率化を実現し、コンプライアンスの遵守につなげることができました。



★★★★★

[BUY NOW](#)



★★★★★

[BUY NOW](#)

データ分析

WOLFpakは、公開から18カ月で、直前の18カ月と比べて

433%

の成長を達成
(同期間の米国における
成長率の2倍)

データ分析

96%

2023年5月～
2024年4月の
世界全体の売上が
96%増加

30%

同期間の世
界全体の購入率が
30%増加



適切な技術が グローバル取引を効率化

TORONTO, CANADA
43°39'12"N 79°23'03"W

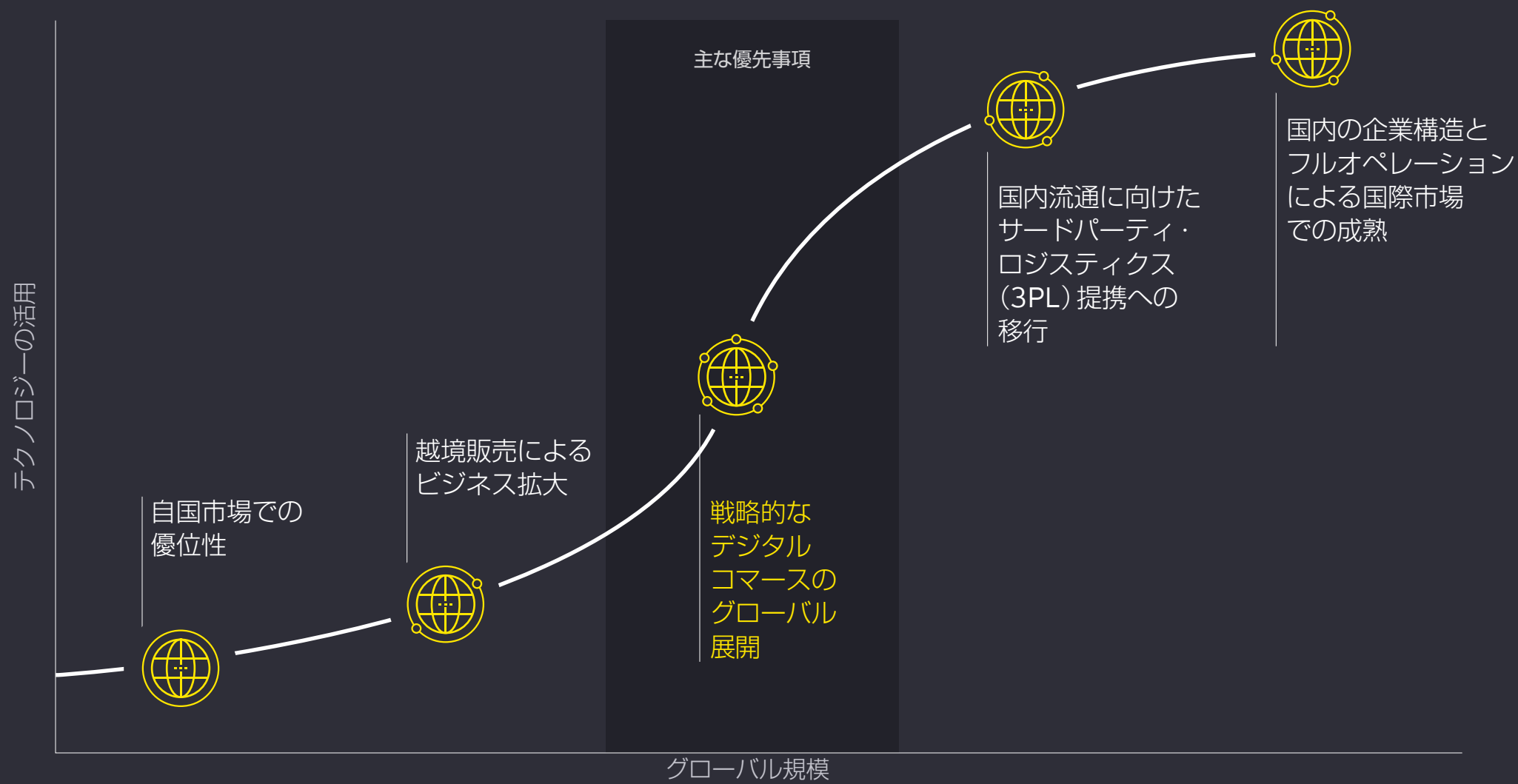
4.0



4.1 越境展開において、戦略的なテクノロジー活用が重要

販売業務をグローバルに展開するには、組織の国内規模に関わらず、テクノロジーを慎重に、かつ的確なタイミングで活用することが不可欠です。

国境を越えた事業運営における組織の成熟度



* 出所：Shopify 提供による米国販売事業者の取引データ（2024年4月時点）
調査対象：567社
約60%の企業は、Shopify MMS 導入後半年間のデータのみを保有。導入前12カ月間と、導入後最大12カ月間のデータを比較分析

アイコンをクリックすると、各トピックの詳細を確認できます。

Shopify MMS 導入後の12カ月間で、事業者の国際注文総量が平均**17%**増加しました。

「Shopify MMSを導入することで、国際レベルで購入率が大幅に向上し、その効果だけで十分に投資の価値があります。」

James Karis
Co-founder, Freedom Media

越境販売業務の取り組みには、自然な転換点があります。これは、企業が単発的な越境販売から、目的に適したテクノロジーを活用した、グローバルコマース戦略へ移行するタイミングにあたります。

より戦略的に展開するこの転換点では、企業はさまざまな技術アプローチを検討できます：

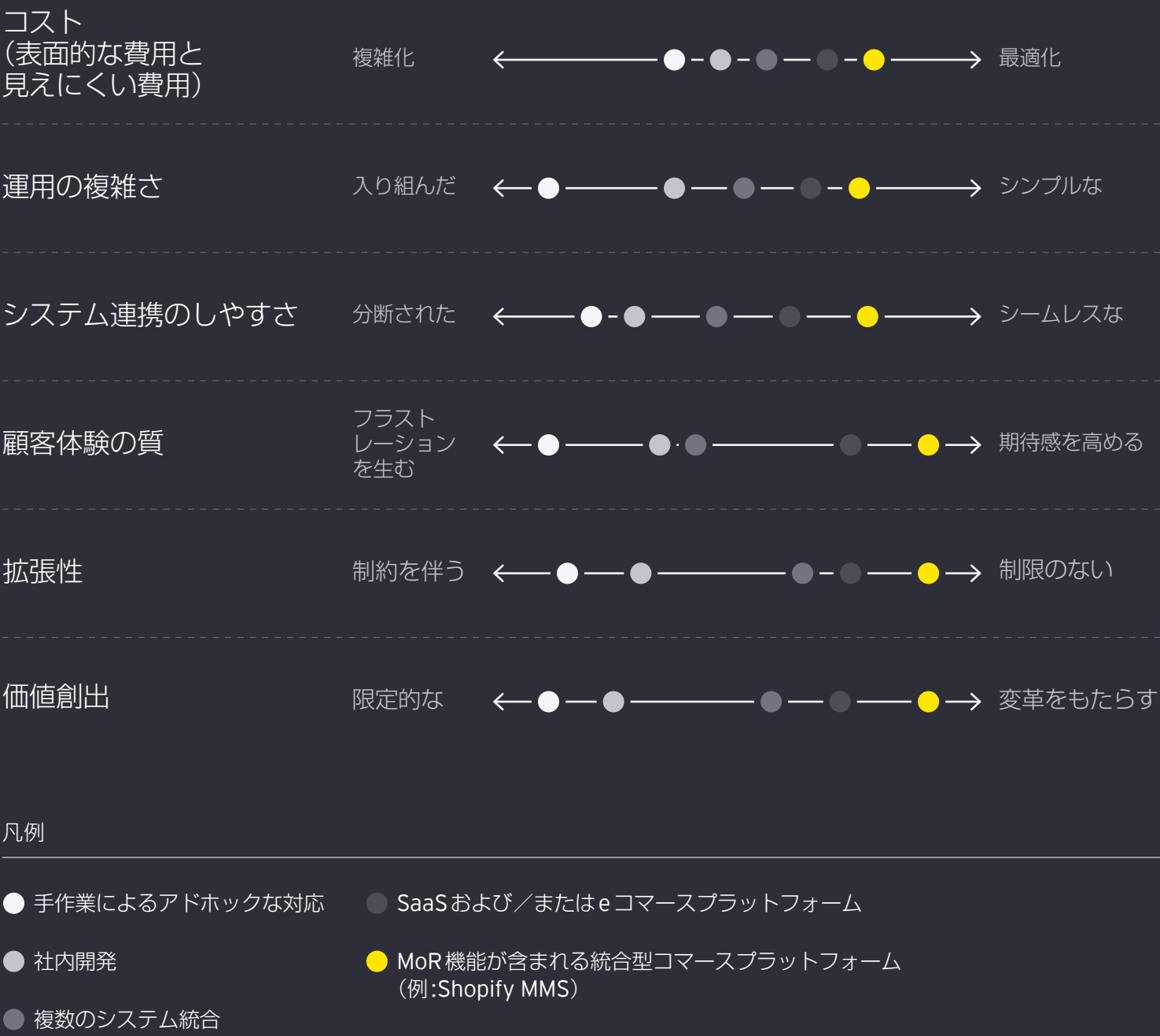
- ▶ **手作業によるアドホックな対応**：自動化なしで個別対応する非公式の販売プロセス
- ▶ **社内開発**：特定のビジネスニーズに応じたカスタムソフトウェアの開発
- ▶ **マルチシステム統合**：複数のシステムを連携し、すべてが揃った販売ソリューションを構築
- ▶ **SaaSやeコマースプラットフォーム**：アウトソースされた、サブスクリプション型のオンライン販売サービス
- ▶ **ネイティブ統合ソリューション**：広範な機能をあらかじめ備えた、統合販売システム

どの方法にも利点と課題があります。

数字で見る調査結果：EYの調査によると、戦略的ニーズや目標を踏まえ、テクノロジーの選択肢を十分に評価した企業は概して、ネイティブ MoR ソリューションを採用することで他の選択肢よりもグローバル成長に有利になると捉えていることが分かりました。

越境ビジネスを支えるテクノロジーの活用アプローチ

※以下は一例です



「これまでで最も簡単で迅速な統合方法の一つであり、他のプロジェクトに影響を与えることもありません。」

Jeanne Foley
Co-founder, SuitShop

適切な技術がグローバル取引を効率化

4.2 ネイティブ統合ソリューションにより、グローバル成長に向けた企業のポジショニングを支援

単発的な越境販売から、戦略的な越境販売へ移行する転換点において、企業はテクノロジーを活用するために、5つのアプローチを検討できます。コスト、複雑性、統合性、顧客体験、スケーラビリティ、価値の観点から比較すると、ネイティブ統合ソリューションは他の4つの技術アプローチを上回る優位性を持つことが明確です。

成長する企業にとって、テクノロジーの変更は多くの場合難しいため、最適ではない既存のソリューションに頼りがちです。技術を慎重、かつ戦略的に評価するアプローチが欠けて、単純に新たな変更プロジェクトを避けたい場合、手作業の方法や社内開発など、既存の方法に頼る傾向があります。それは理解できることです。しかし、この変化を受け入れた企業は、越境販売において実質的な成長を示しています。

典型的な変更時の課題

- ▶ 移行コスト
- ▶ 日常業務への影響
- ▶ 専門知識の不足
- ▶ 優先事項の競合
- ▶ 変更の必要性が不明

転換には、初期の大きな取り組みが必要な場合があります。しかし、ネイティブ統合ソリューションへの移行は、戦略的に越境展開を目指す企業にとって、長期的かつ大きな価値を生み出します。



Kristin Swarek
COO of Caden Lane

+ 事例をすべて読む

導入は簡単で、日常的に運営する事業者にとっても手軽に利用できます。



Caden Lane では、徹底した分析が Shopify MMS 導入を成功に導きました。

Caden Lane は、従来のベビーファッションの枠を超える革新性を目指し設立された、ベビー・子ども向け高級パジャマやアクセサリーのデザインメーカーです。Shopify MMS 導入前は、同社の海外売上は偶然生じたレベルの実績にとどまり、これといった財務計画もありませんでした。定性的な分析をすることで、Shopify MMS がチームの工数やリソースを削減できることが明確になり、ソリューション導入の意思決定が容易になりました。

実績のあるソリューションを活用することで、Caden Lane は現在、ウェブサイトからの離脱が生じるポイントを特定し、改善に取り組むことで、海外市場におけるコンバージョン率の向上を目指しています。また、オーガニックリーチ（自然な流入・拡散）の拡大や、安定した売上と成長に向けたリスク分散に向けて、ソーシャルメディアを活用したマーケティング施策をうまく検証しています。



[BUY NOW](#)



[BUY NOW](#)

データ分析

2023年5月～2024年4月の
国際売上は

692%

増加。

データ分析

Shopify MMS 導入前後で、
販売国の数は2倍以上に拡大。

225%

国際アフィリエイト収益は
225%増加。同期間の
クリック数も225%増加、
注文数は218%増加。

4.3 新しいテクノロジーに合わせた プロセス整合性の確保は、 長期的な価値創出の一部

どの組織でも、国際注文を受けることは可能です。しかし、越境販売に対応したプロセスが整備されていなければ、顧客体験に悪影響を及ぼし、成長を妨げる可能性があります。事業者へのインタビューによると、何らかのECソリューションを導入することで、多くの課題が軽減されることが明らかになりました。

Shopify MMSにより、国内中心で不十分だった国際販売のプロセスを、バリューチェーン全体で最適化されたプロセスに改善することができます。同ソリューションは、ネイティブソリューションとして統合されたMoRを備えているため、組織は越境販売をより容易に実現できます。

自社開発やサードパーティ統合のような代替技術も選択肢としては可能ですが、バリューチェーン全体での利点を同じように簡単に享受することはできません。取引業務の負担を軽減することで、戦略的な越境販売への取り組みにより集中することが可能になります。

既存で国内中心のプロセスや技術を、認知→販売→配送のバリューチェーンで使用すると、顧客の不満を生み、十分な満足度や成果を得ることができません。



* 下側は、あらゆる規模の多国籍企業において、国際売買取引を開始する際に共通するステップを例示しています。(ただし、例外が生じる場合があります)

**Irina Ovtrutsky**founder of
Lola + The Boys

事例をすべて読む



ABOUT FREEDOM MEDIA

「Shopify MMSは、世界中の誰にでも自社の製品やサービスを提供できる、最も使いやすいツールだと思います。」

James Karis

Co-founder of FREEDOM Media

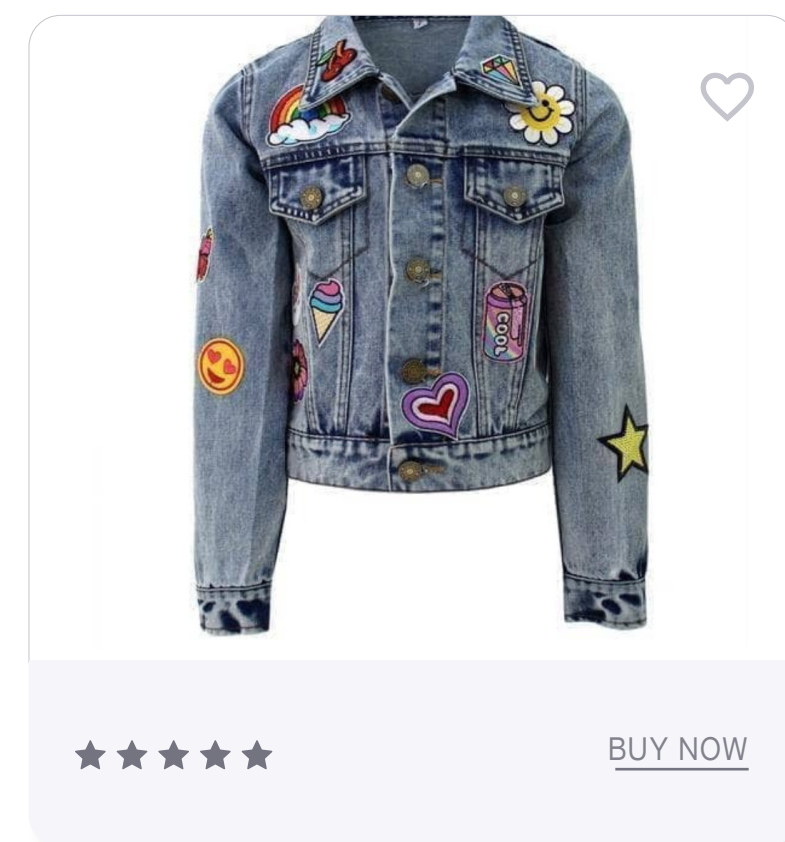


Lola + The Boysは、Shopify MMSを使用して
コンバージョンを大幅に向上させました。

Lola + The Boysは、子ども向けやペット向けの衣料、靴、ジュエリー、アクセサリなど、多様な製品を販売しています。

国際顧客からの問い合わせをきっかけに、ビジネスをグローバル展開する機会を見い出しましたが、ブランドの参入障壁の高さ、コンバージョンに悪影響を及ぼす低品質の顧客体験、複雑な税金・関税対応に苦慮していました。

Shopify MMSを導入することで、Lola + The Boysはキャンペーン機能を利用して海外市場でのテスト展開を行いました。Shopifyのプラットフォームが国際顧客に対して効果的に統合された体験を提供し、運用の効率化やレポーティングの透明性向上させ、コンバージョン改善に重要な役割を果たしています。



データ分析

2023年5月から
2024年2月の
10カ月間で、世界売上が**66%**
増加。

データ分析

18%同期間における
グローバル購入率は
18%上昇。



David Kong
Founder of Glasvin

+ 事例をすべて読む

最大の利点は、顧客体験が向上することです。特に関税・手数料を前払い（DDP 配送）で発送できる点が、顧客満足度を大きく高めています。

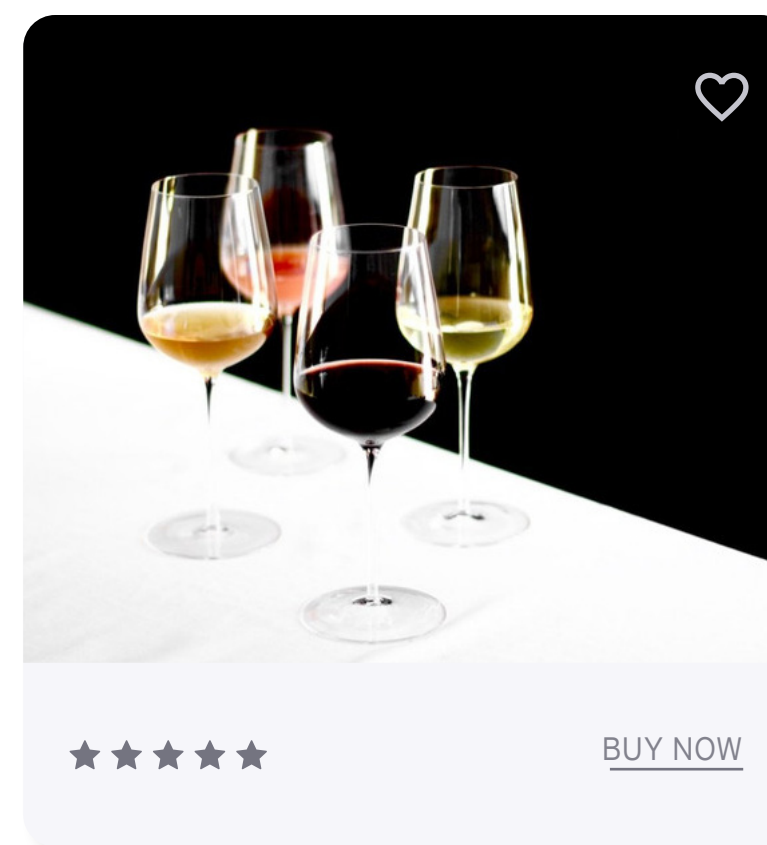
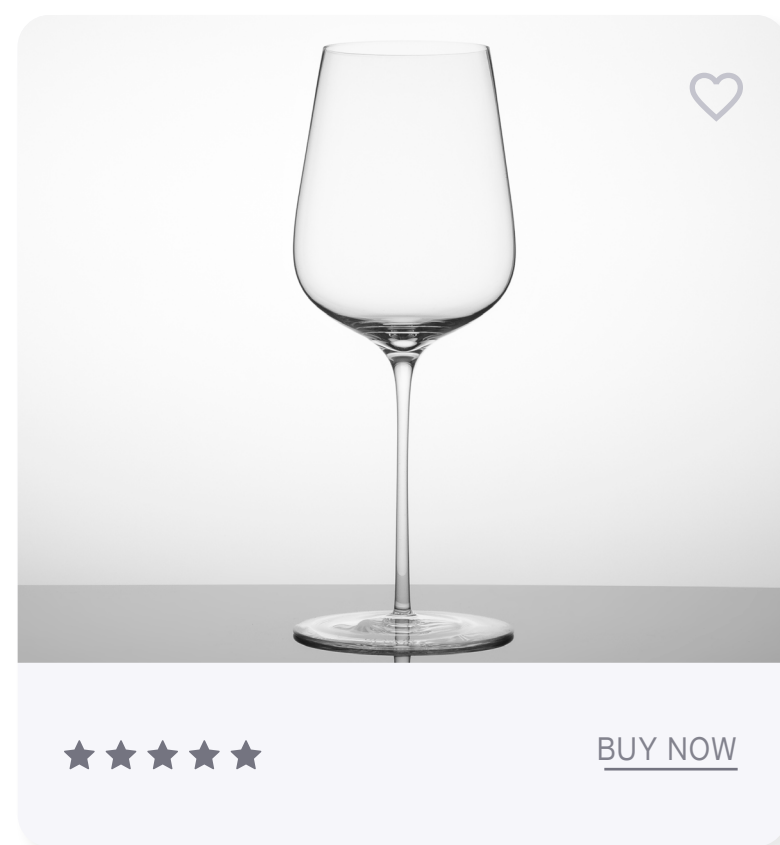
GLASVIN

Glasvinは Shopify MMS に移行し、顧客体験を目に見える形で改善しました。

Glasvinは、高品質な手吹きガラス製品の提供において独自のポジションを確立しています。同社のビジネスはD2Cモデルで運営され、仲介業者を排除し、効率的なサプライチェーンを通じてマークアップを低く抑えています。

とはいえ、Glasvinにとって国際配送は簡単ではありませんでした。顧客に追加の関税支払いが生じ、その結果、問い合わせメール、苦情、返金への対応や、さらには荷物の受け取り拒否といった問題につながりました。同社の海外販売は、損失に陥りました。Glasvinにとって、さらに大きな損失となったのは、顧客体験が損なわれたことです。

Shopify MMSの導入は、大きな転機となりました。Shopifyのプラットフォームにより、Glasvinはあらゆる段階で顧客体験を向上させることができました。また同社は現在、追加コストをかけることなく、グローバル市場の需要を見極めていきます。



データ分析

2023年10月～
2024年3月の
期間で、世界売上が

71%
増加。

データ分析



同期間の購入率は、
カナダでは122%増



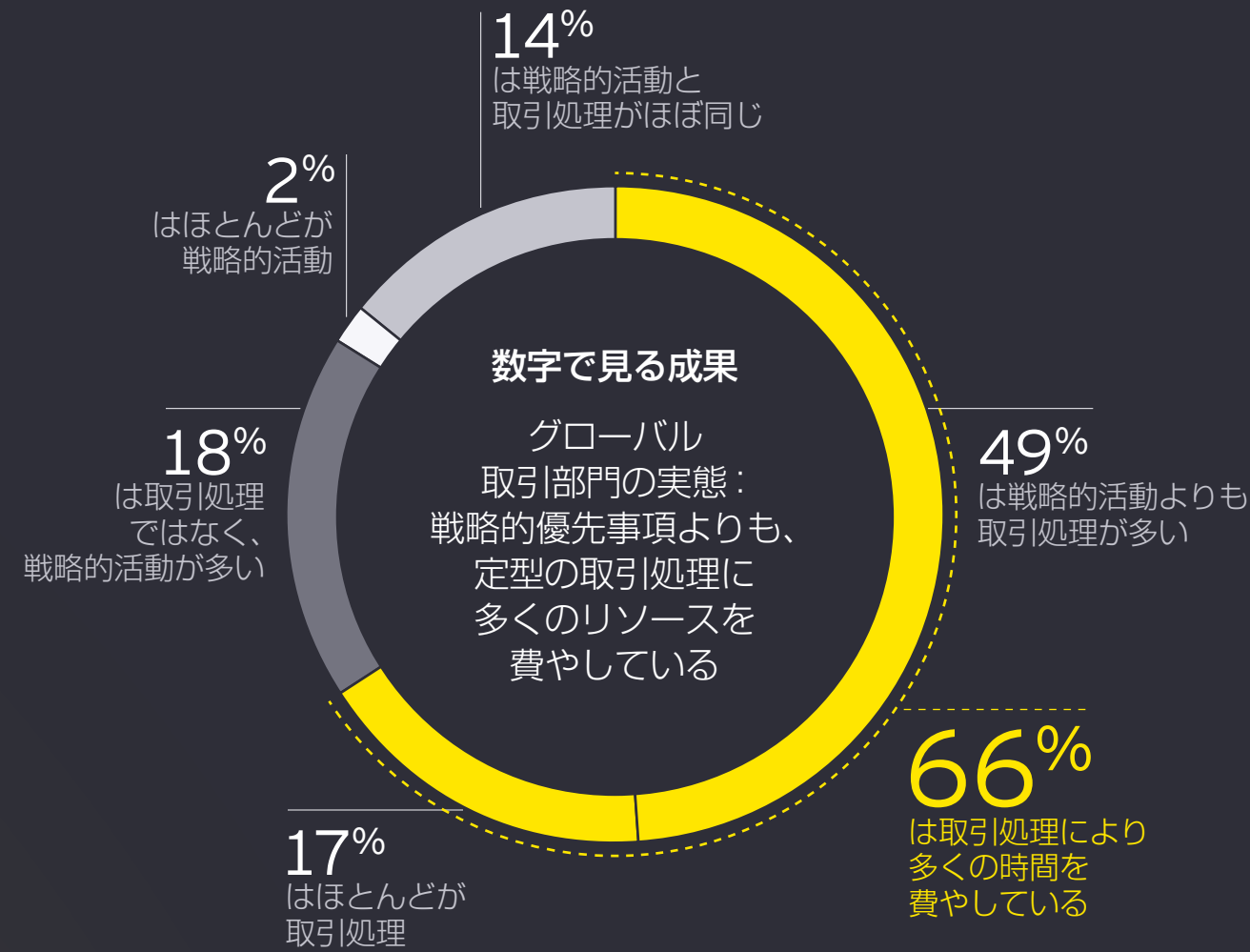
オーストラリアでは
109%増を記録。

4.4 テクノロジーは業務効率を高め、戦略的成長を促進する原動力

テクノロジーは、国際展開におけるさまざまな課題を乗り越える上で、重要な役割を果たしています。

企業が直面する個々の課題は、一見すると克服できそうに思えるかもしれませんが、しかし、それらが積み重なり、時間がたつにつれて、対応には大きな労力が必要になります。この負担が原因で、経営者が国際展開をためらうことも少なくありません。ですが、本来そうであるべきではありません。

EYの調査では、テクノロジーの活用により、国際販売の仕組みを効率的に整えられることが示されています。このようにテクノロジーを導入することで、経営層にかかる負担や労力を軽減できる上、新たな人員採用の必要もなくなります。取引業務と戦略的業務は、組織内での立場や役割によって求められる内容が異なります。



上図の出所：file:///C:/Users/QH147CU/Downloads/ey-refocusing-on-the-global-trade-functional-organization-a-global-trade-perspective%20(4).pdf

国際展開は、もともと企業戦略にありましたが、Shopify MMSの導入によって、その実現が大きく加速しました。もし Shopify MMSを使わずに、本格的な国際展開を進めていたとしたら、配送や通関対応のためにフルタイムの担当者を新たに雇う必要があったでしょう。

Jake Pereira
COO, Impact Dog Crates

すべてがつながっています。不満を感じる顧客が減れば、問い合わせも減り、メール対応の量も減ります。その結果、作業に費やす時間が減り、別の業務に集中できるようになります。つまり、小さな積み重ねの成果が、大きな効果を生むのです。

Colton Draper
Founder, LAZRUS Golf

国際注文の対応には、フルタイムの担当者が必要になるほど大変でした。しかし今では、その必要がなくなり、本当に助かっています。顧客に、きちんと商品が届く旨を何度も連絡・説明する時間もかからなくなり、大きな負担が減りました。

Jeanne Foley
Co-founder, SuitShop

関税や税金の対応については、今では自分で対応する必要がほとんどなくなりました。

Michael Henderson
Founder, WOLFpak

グローバル成長を支えるテクノロジーに対する経営者の見解

役職に関係なく、すべての経営者がテクノロジーを活用して、事業を成長させる方法を検討しています。中には、ブランドイメージの希薄化を懸念する人もいれば、季節変動をどのように成長機会につなげるかを考える人もいます。しかし、どの経営者も、テクノロジーが何らかの形で課題解決の鍵になることを理解しています。

「予想外の手数料が発生しないと分かっているので、コンテンツ制作や有料広告への投資にも自信を持てるようになりました。Shopify MMSを使えば、まだまだできることがたくさんあります。」

Gillian Gallant
Owner and CEO, Paper Shoot Camera

+ +をクリックすると、各役職の詳しい役割を確認できます。



**創業者／
CEO（最高経営責任者）：**

戦略的思考力とビジョンを持つリーダー



CTO（最高技術責任者）：

最適なシステム、イノベーション、テクノロジーを基盤としたエコシステムの構築役



CFO（最高財務責任者）：

財務の安定性、健全性、成長の責任者



CDO（最高デジタル責任者）：

デジタルチャネルとイノベーション領域の理解する推進役



COO（最高執行責任者）：

物流や実務における効率化の推進役





Jake Pereira
COO of Impact Dog Crates

+ 事例をすべて読む

Shopify MMSを導入することで、
国際規模での販売における運用上
の障壁が取り除かれました。



Impact Dog Cratesは、Shopify MMSにより、実質的な人
員削減を実現しました。

最高品質の素材を使用した、安全安心なペット用クレートを製造する同社は、当初は卸売事業を展開していましたが、2015年にShopifyを活用してオンラインストアを立ち上げ、D2Cモデルに転換しました。

Shopify MMS導入前のImpact Dog Cratesは、関税・税金・送料を手動で管理し、越境販売で生じる複雑な業務手続きと格闘していました。手動のプロセスでは、顧客が電話をかける必要があり、営業担当者が請求書を作成する運用でした。配送ミス、税関問題などが発生し、顧客満足度の低下や業務上の課題が顕在化しました。こうした業務では、専任の営業担当者、請求書作成、出荷サポート、関税・税金の事務処理など、多くの人員が必要とされました。

Shopify MMS導入後、国際事業が順調に拡大し、売上全体の5%を占めるまでになり、業務効率が向上しました。



★★★★★

[BUY NOW](#)



★★★★★

[BUY NOW](#)

データ分析

2023年10月～
2024年4月の期間で、
世界売上が

164%
増加。

データ分析

77%

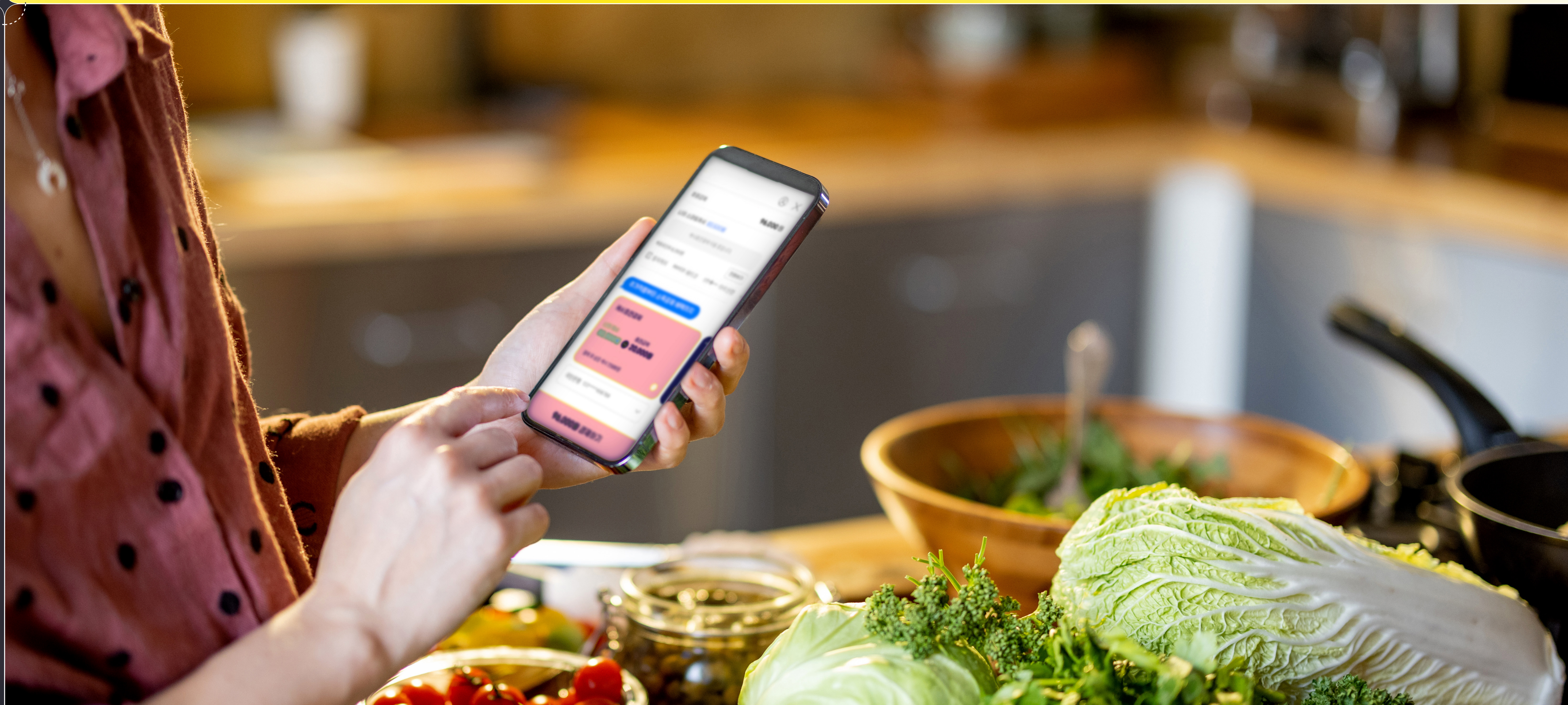
同期間におけるグローバル
購入率が77%増加。



テクノロジーソリューションの事例

SEOUL, SOUTH KOREA
37°33'03"N 126°59'53"E

5.0



5.1 Shopify MMS の概要

多くの企業が、Shopify MMS を活用することで、越境販売において大きな成長を実現しています。

Shopify MMSを使わないことのデメリットは明らかで、私にとって、導入は当然の選択です。これから同ソリューションを外す理由は考えられません。世界中の顧客に対して、Shopify MMSほど低コストで、迅速にリーチできる手段はないのです。

Colton Draper
Founder, LAZRUS Golf

Shopify MMSは、同社のコアプラットフォームに含まれる統合コマース機能に加えて、さまざまな追加サービスを提供しています。

実際、Shopify MMSはコアプラットフォームに完全に統合されています。

主な機能は以下の通りです。

- ▶ 越境販売の運用を一元管理
- ▶ MoR モデルの活用
- ▶ 為替ヘッジや不正防止機能の提供
- ▶ チャージバック保証
- ▶ 顧客の購入時に関税、税金、送料を自動計算
- ▶ 関税・税金の支払いを自動管理
- ▶ 請求の係争対応、クレーム、通関トラブルの管理
- ▶ 配送・物流の事前統合
- ▶ プラットフォーム全体でラベル購入を集約しコスト削減
- ▶ 通関書類作成やクリアランスの自動化
- ▶ 支払い、通貨、販売サイト画面、商品のローカライズ
- ▶ 現地住所形式への対応
- ▶ 150以上の市場に対応
- ▶ 輸入制限の管理と商品分類の対応

これにより、企業はどの地域で事業を展開していても、全体のビジネス状況を一元的に把握することが可能になります。

事業者調査から得られた インサイト

2024年4月、EYはShopify MMSを利用する132社を対象に、プラットフォームの効果と影響を評価する調査を実施しました。その結果、同ソリューションに対する高い満足度が示され、特に以下の点が評価されました。

- ▶ グローバルな顧客獲得の効率向上
- ▶ 国際的な通関、関税、税金の手続きを自動化・効率化
- ▶ 顧客の購買体験やブランドエンゲージメントの向上
- ▶ 競争力のある国際配送料金と、改善された配送スピード

一方、調査時点において、Shopify MMSに対する機能拡張の要望が挙がりました。

- ▶ より多様な配送オプションの提供
- ▶ 扱える商品タイプやカテゴリの拡大
- ▶ 商品コードの識別・マッピング機能の改善

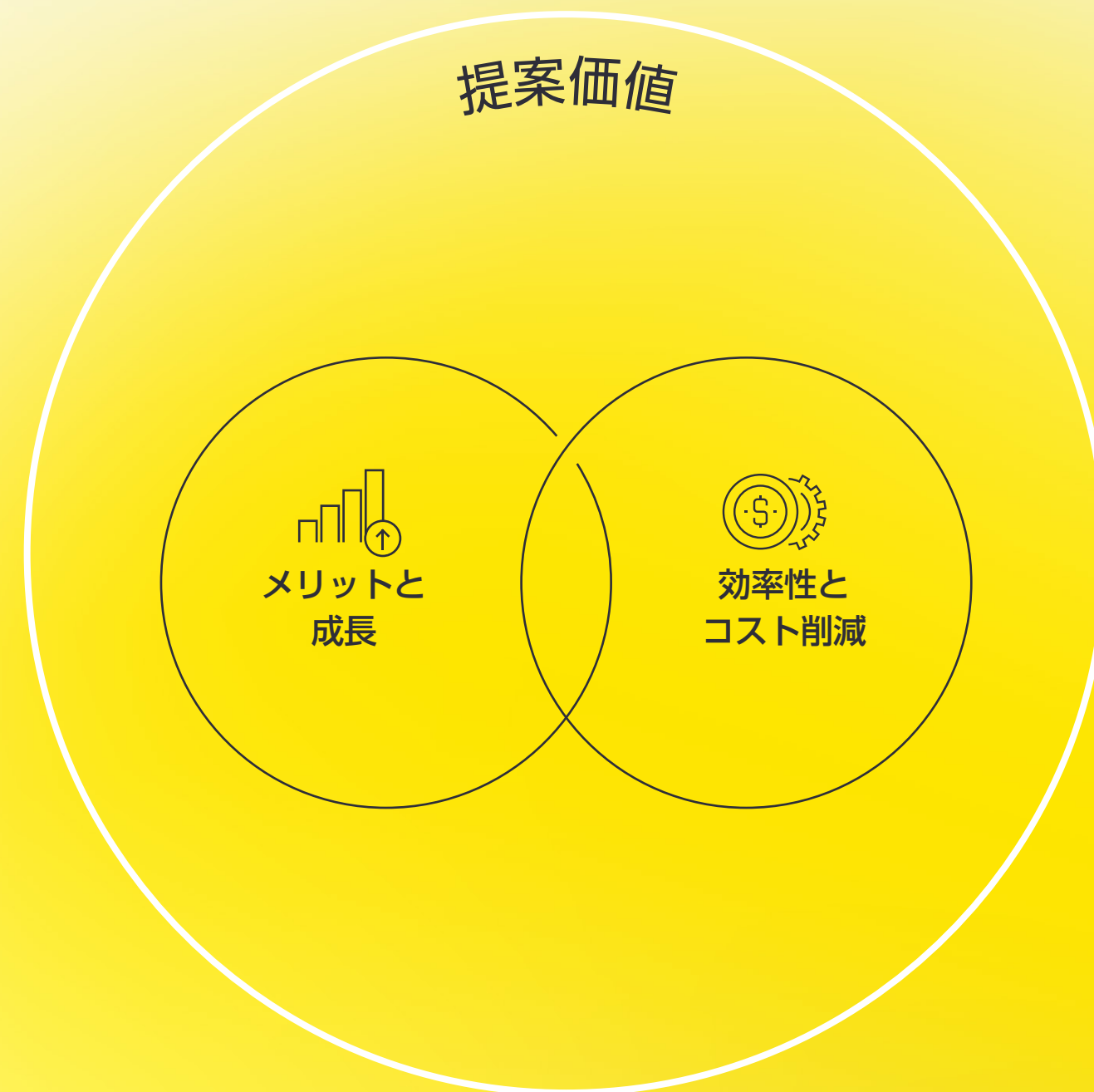
挙げられた要望の一部は、調査結果が明らかになる前に既に実施に向けて進行していました。例えば配送オプションの拡大がこれにあたります。Shopifyは、MMSをはじめとした製品の継続的なイノベーションに注力しており、新機能を定期的に追加することでユーザー体験を向上させています。これにより、国際取引の複雑さに対応しながら、ユーザーのビジネスの成長に合わせて機能も進化していきます。

5.2 Shopify MMS が価値創出を支援する方法

Shopify MMS のような適切なテクノロジーを活用することで、運用面と財務面の両方から価値を生み出すことができます。EY の分析によると、Shopify MMS は、企業に対して以下のような幅広い価値創出をもたらします。

国際販売は以前から可能でしたが、まずウェブサイト来訪者を購入につなげることを確実にした上で、事業拡大への投資を行うことにしました。

Gillian Gallant
Owner and CEO, Paper Shoot Camera



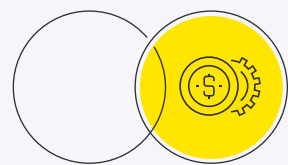
成果と成長

Shopify MMS は、運用、関税・税金、物流などのバックエンド業務を効率化するツールを提供します。評価や利用者の声によると、このプラットフォームを活用することで、国際市場でも非常に高い成果を上げることが可能です。成功している企業に共通しているのは、各国市場で購入率を高めるための、明確な戦略を持っていることです。

Shopify MMS は、より広い顧客層へのリーチを可能にし、販売機会や収益の拡大につながります。しかし、ブランド自身が自社の認知度を高め、ウェブサイトへの集客を行う必要があります。導入しただけで自動的に購入率が上がるわけではなく、提供されるツールや機能を積極的に活用し、効果的なマーケティングや販売活動を行うことが重要です。

国際販売で最も成功している事業者は、以下のような取り組みを行っています。

- ▶ **ターゲットを絞ったマーケティングキャンペーンの実施**：地域ごとのマーケティング戦略や広告を展開
- ▶ **商品選定の現地化**：各市場のニーズに合わせて商品をカスタマイズ
- ▶ **国別のカスタムコンテンツ作成**：各国の顧客に響くコンテンツを用意
- ▶ **ストアフロントの現地言語化**：購入者の言語に合わせて翻訳し、使いやすさを向上
- ▶ **市場ごとの価格設定**：地域ごとに最適化した価格で収益性と競争力を向上
- ▶ **配送料金戦略の見直し**：配送コストを最適化し、平均注文額の向上を促進
- ▶ **SEO による自然流入増加**：対象国向けに URL やコンテンツをローカライズして検索流入を増やす



効率化とコスト削減

EYの分析および利用企業からの声によると、多くの企業がShopify MMSの導入によって、業務効率化を実現しています。

これは、越境販売や国際配送に伴って発生する、さまざまなコストをMMSが一括して処理し、最適化してくれるためです。対象となるのは、配送費用や税金、輸入手数料といった直接的なコストだけでなく、各国の法律や規制を理解・遵守するために必要な時間や人件費、さらには顧客対応にかかるリソースといった間接的なコストも含まれます。これらのコストは、個々ではそれほど大きくないものの、積み重なると年間で相当な負担になる場合があります。

同ソリューションはShopifyのコアプラットフォームに完全に統合されたネイティブソリューションであるため、MoRサービスとの間で追加の統合費用や導入コストが発生しません。これは、多くのサードパーティ製ソリューションが初期導入や統合に6～12カ月を要する場合があるのとは対照的です。

こうした統合性により、Shopify MMSを導入した企業は、導入直後から効果を実感することができます。ただし、Shopify MMSと事前に統合されていない配送業者を利用している場合は、企業側またはパートナー側で追加の統合作業が必要になります。

なお、Shopify MMSは既に主要な第三者物流サービスと連携しており、対応範囲を今後も拡大していく予定です。



「Shopify MMSは、
国境という制約を
取り払い、人員を
増やすことなく
ブランドが飛躍的に
成長できるようにします。」

Carl Rivera
VP Product, Shopify

平均すると、デジタルを主軸とする中堅アパレル企業は、テクノロジーや業務最適化が不十分なことで、年間で5～25万米ドルもの潜在コストが発生する可能性があります。

最適化の欠如や、越境販売への明確な戦略的取り組みの不足は、企業に大きな影響を及ぼし、目に見えるコストだけでなく、潜在コストも発生させます。たとえ国際販売の売上が全体のごく一部であっても、越境取引を支えるために必要な時間や労力は、全体の中で不釣り合いに大きくなる可能性があります。

「国際注文に関するカスタマーサポートの問い合わせ件数は、99%
減少しました。その結果、クレーム対応や配送トラブルの処理、配送
業者とのやり取りなどにかかっていた時間を、週あたり約30時間
削減できました。」

Jeanne Foley
Co-founder of SuitShop

越境販売に伴う送料や関税、返品対応といった直接的なコストに加え、こうした潜在コストも、企業の財務状況に大きな影響を及ぼす可能性があります。

*テクノロジーの活用がない場合の、越境取引に要する手作業や付加価値を生まない作業について、平均給与水準をもとに算出した「工数(労力)」の指標です。1日あたりの作業時間と1カ月あたりの稼働日数に関して、企業の全従業員および経営層へのヒアリングに基づき算出したものです。

- これらの潜在コストには、さまざまな形で顕在化します。例えば、
- ▶ 経営者やリーダーが本来注力すべき成長戦略に意識が向かないこと
 - ▶ 越境販売を支援するチームが、価値の高い業務に集中できないこと
 - ▶ カスタマーサービス担当者が顧客対応や配送中の荷物追跡に時間を取られること
 - ▶ デジタルチャネルの責任者が一貫した顧客体験を維持できないこと
 - ▶ 企業がグローバル成長を支えるため、あるいは顧客クレームを防ぐために、送料・関税・返品対応のコストを自社で負担すること
 - ▶ ブランド価値や顧客ロイヤルティ、全体的な顧客体験といった無形資産の価値が、徐々に損なわれていくこと

一方、十分に練られた越境販売戦略を立てることで、コストを洗い出し、大きな価値を生み出すことができます。その効果として、以下が期待できます。

- ▶ コンプライアンスの向上
- ▶ 関税や越境取引手数料の10～20%削減
- ▶ 全体コストの20～30%削減

「私自身にとっても、ブランドにとっても、コストは大幅に削減されました。これまでは、新しい地域での認知拡大を目的に、購入時に離脱しないように60米ドル、70米ドル、または80米ドルもの送料を自社で負担していました。しかし、現在の配送パートナーを利用することで、送料ラベルをそのごく一部のコストで手に入れられるようになりました。配送コストの削減に加え、スピードや正確性も向上し、多くの面で大きな成果につながっています。」

Michael Henderson
Founder, WOLFpak

MEXICO CITY, MEXICO
19°26'06"N 99°07'48"W

「日常業務の忙しさの中では見えにくいものの、専門知識を持たない担当者による断片的で統一性のない作業や、システム間の連携不足は、実際には企業の利益に確実な影響を与えています。」

Annie Murphy
Partner, Business Transformation, EY Canada

**Gillian Gallant**Owner and CEO of
Paper Shoot Camera

事例をすべて読む

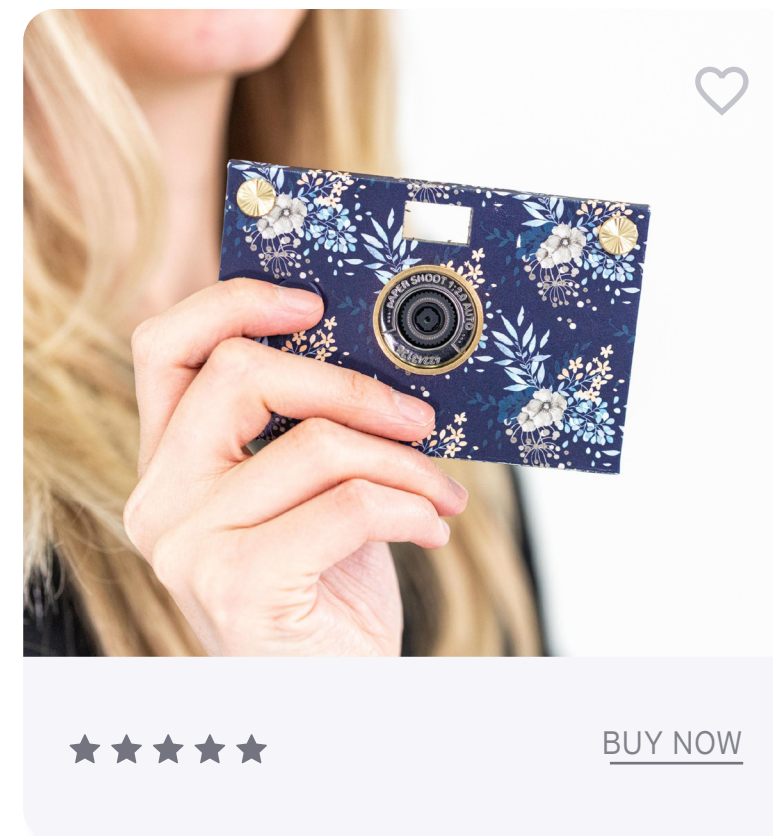
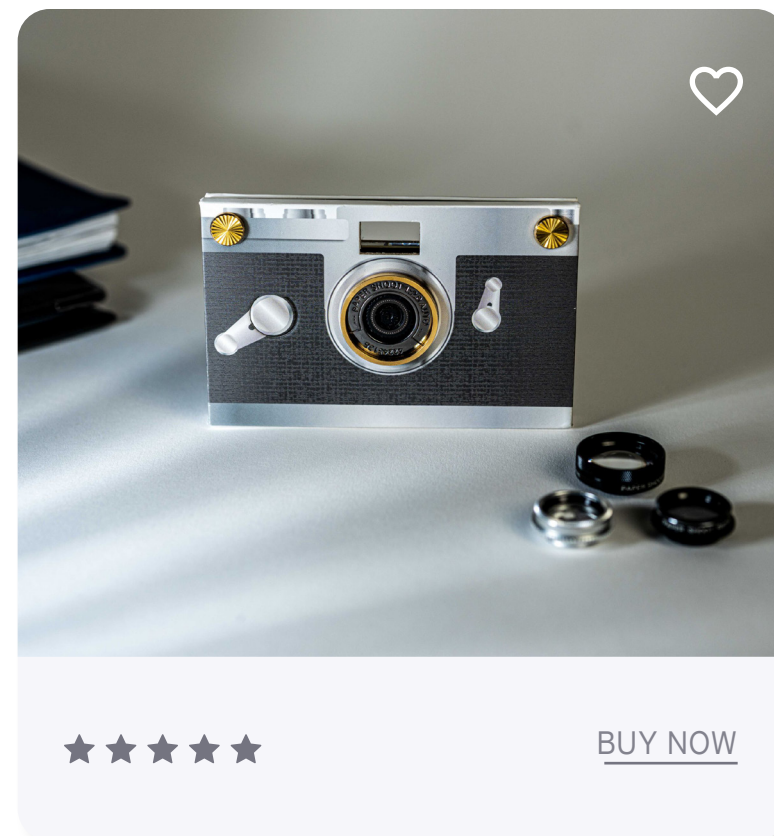
これから進出したい地域がたくさんあります。今はコストを抑えられている点が特に気に入っています。その分、マーケティングに投資し、販路を広げることができるからです。

Paper Shoot

Paper Shoot Cameraは、Shopify MMSを活用し、マーケティング投資を拡大しています。

Paper Shoot Cameraは、テクノロジー、イノベーション、持続可能性を融合させたブランドとして、軽量で環境に配慮したカスタマイズ可能なデジタルカメラを提供しています。当初、急増する需要に対応するため、サードパーティ・ロジスティクス（3PL）事業者を利用していましたが、国際配送コストの高止まりにより、顧客に送料追加や関税負担が発生していました。その結果、自社で配送業務を直接コントロールする形式に移行しましたが、国際展開に伴う複雑さから、さらなる打ち手を模索する必要がありました。

Shopify MMSを導入する以前、Paper Shoot Cameraは高いコンバージョン率にこだわり、海外展開への本格投資には慎重でした。しかし、Shopify プラットフォームの導入後は、マーケティングや広告施策に集中できる体制を整え、カメラの認知や規模拡大を可能にしました。



データ分析

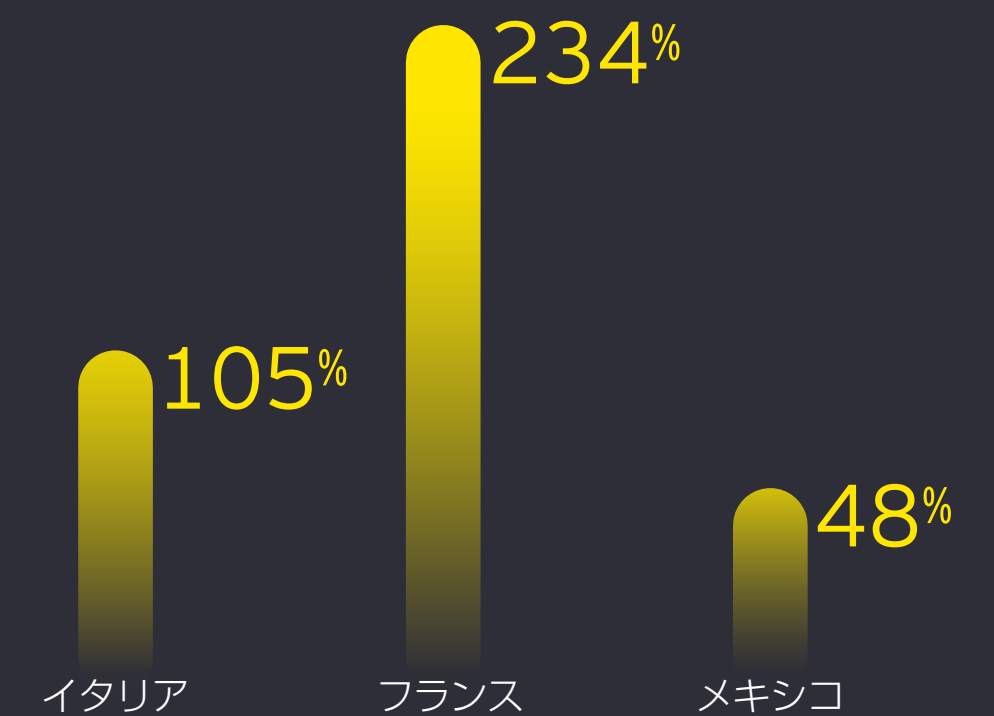
2023年12月～
2024年4月の期間で、
グローバル売上が

69%

増加

データ分析

同期間のコンバージョン率が高かった上位国





Jeanne Foley
Co-founder of SuitShop



事例をすべて読む

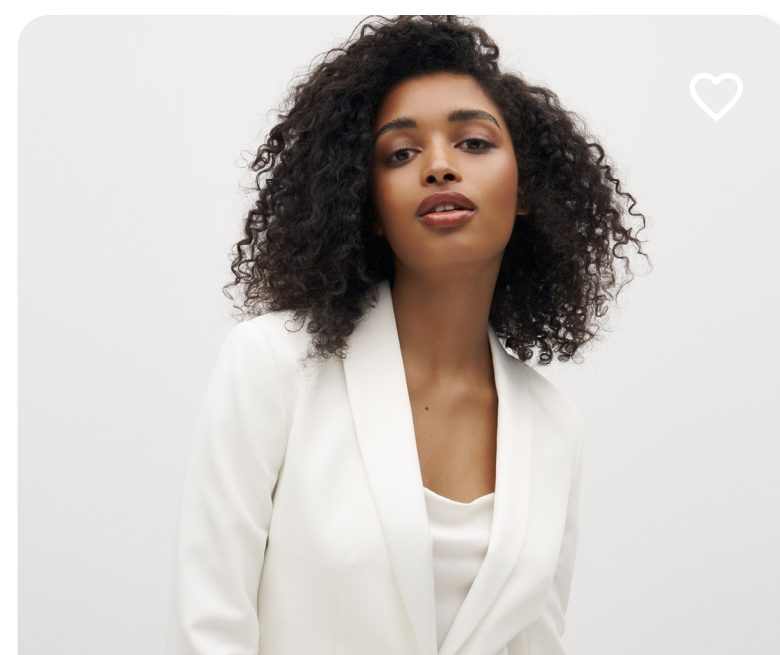
「Shopify MMSの導入以来、
国際販売でのトラブルは一切
ありません。」

SUITSHOP

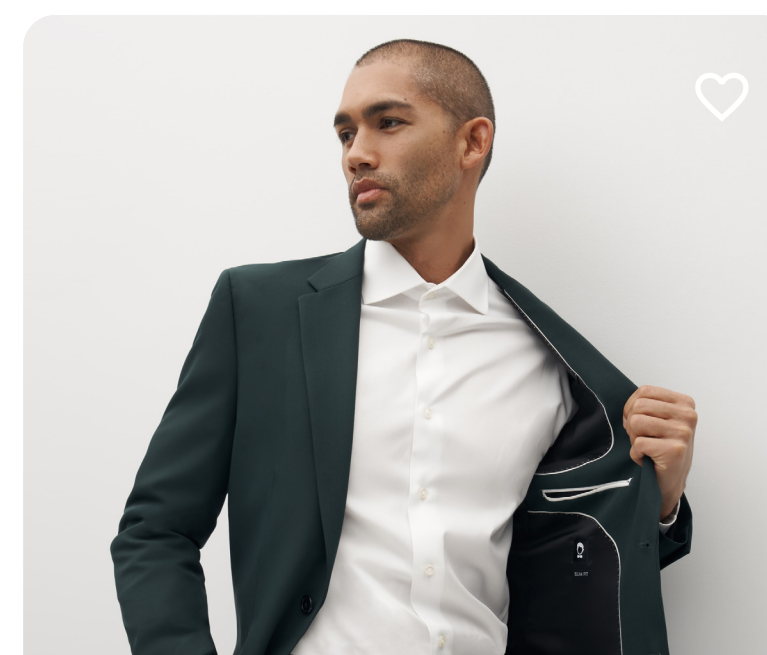
SuitShopは、Shopify MMSを活用し、材料コストの効率化と顧客満足度の向上を実現しています。

スーツ購入体験の再定義に挑むパイオニアである SuitShopは、手頃な価格で、サイズやジェンダーにとらわれない「すぐに着用できるスーツ」を提供するD2Cプラットフォームです。サービス開始直後、特にカナダの顧客から国際配送の需要が明らかにあることが判明しました。しかし、当初の体制では手作業に大きく依存したプロセスであったため、すぐに非効率さが顕在化しました。

Shopify MMSへの移行後、SuitShopは、既にカナダで成果を上げている現地通貨表示をはじめとする先進的な機能を最大限に活用していく計画です。



[BUY NOW](#)



[BUY NOW](#)

データ分析

140%

のグローバル売上増加
(2023年6月～
2024年4月)

データ分析

10%

の全世界の
コンバージョン増加
(同期間)



サマリー

MILAN, ITALY
45°28'10"N 9°11'03"E

6.0



EYの分析では、国際展開には大きなメリットがある一方で、複雑さも伴うことが示されています。グローバルビジネスには課題があるものの、戦略的にテクノロジーを活用することが、越境取引の成功の鍵となることが明らかになっています。

具体的には、さまざまなテクノロジーソリューションの中でも、Shopify MMSのようなネイティブ統合ソリューションは、企業が国際展開の複雑さを効率的に乗り越え、新たな市場に自信を持って進出する手助けとなります。

では、これが意味することは何でしょうか。同ソリューションのようなMoRモデルを取り入れたネイティブ統合ソリューションを活用している企業は、売上と収益性の顕著な向上を実現しています。このアプローチにより、断片的な対応や自社運用型の企業と比べ、あらゆるコストを抑えることが可能です。これにより、Shopifyを利用する企業は、マーケティング施策や商品提供を現地市場に合わせてカスタマイズすることに集中でき、さらに売上拡大につなげることができます。

Shopify MMSは、MoRモデルを取り入れたネイティブ統合ソリューションを採用する戦略的な利点を示す好例です。越境販売における運用面の簡素化だけでなく、企業が国際市場向けに、自社戦略を効果的にローカライズするためのツールも提供します。このようなカスタマイズされたアプローチは、国際顧客に支持され、実際の成長と、国際市場での優位性向上をもたらします。





AUCKLAND, NEW ZEALAND
36°51'04"S 174°45'58"E

7.0

補足情報



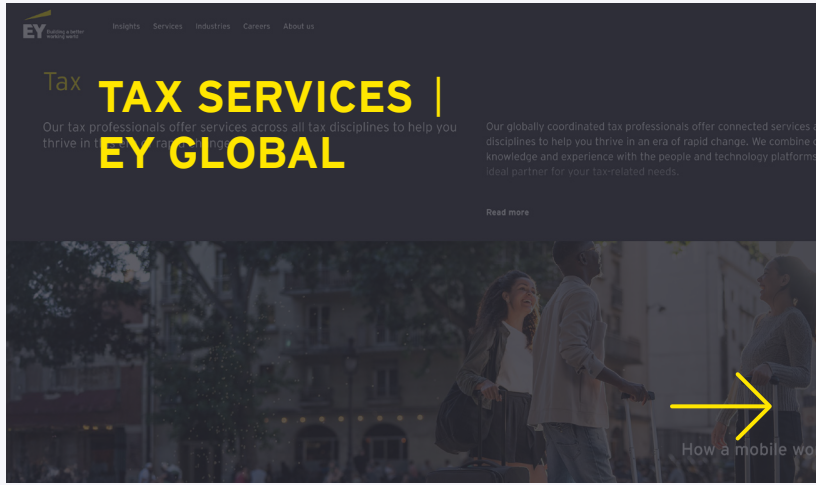
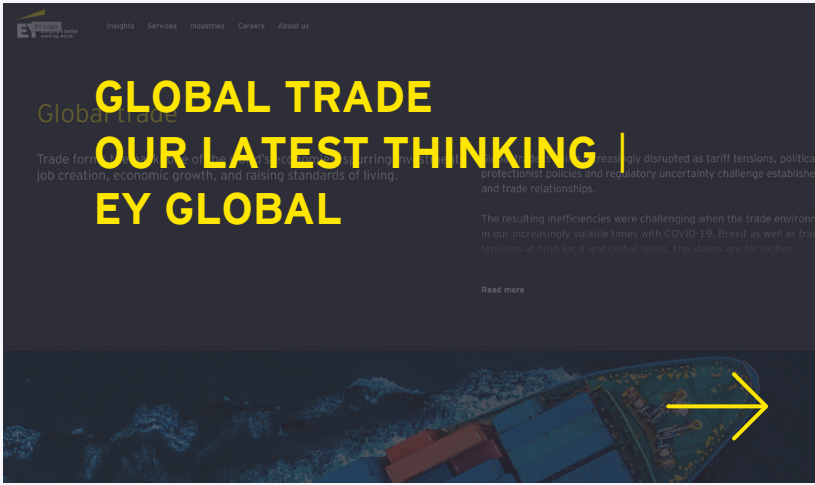
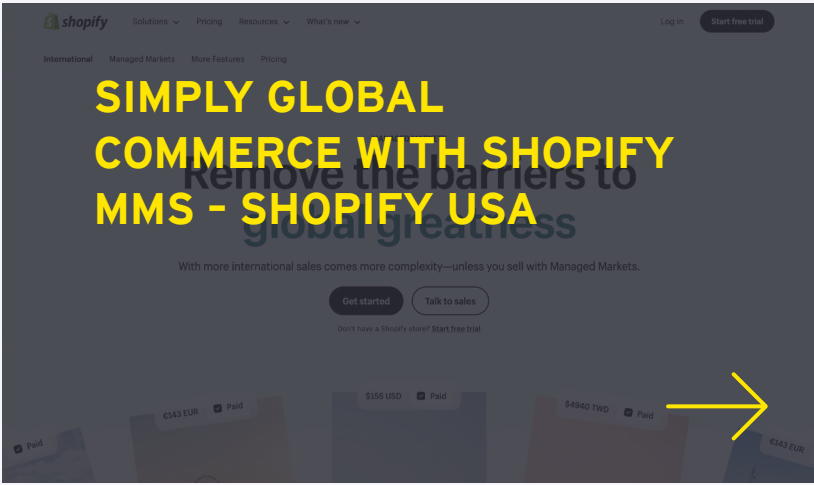
7.1 EY-Shopify アライアンス

EYのチームとShopifyは、企業がe コマース事業を立ち上げて拡大し、オンライン商取引の可能性を最大化するとともに、規制対象商品の販売をサポートすることを目指しています。この独自のアライアンスは、EYのシステム統合サービスや、規制商品向けのコンプライアンス・不正分析機能と、Shopifyの先進的なプラットフォームを組み合わせることで、実績につながるよう支援します。

詳しい情報は、ey.com サイト「[EY-Shopifyアライアンス](#)」をご覧ください。



詳細については、以下のリンクをご覧ください(英語のみ)。





EY | Building a better working world

EYは、クライアント、EYのメンバー、社会、そして地球のために新たな価値を創出するとともに、資本市場における信頼を確立していくことで、より良い社会の構築を目指しています。

データ、AI、および先進テクノロジーの活用により、EYのチームはクライアントが確信を持って未来を形づくるための支援を行い、現在、そして未来における喫緊の課題への解決策を導き出します。

EYのチームの活動領域は、アシュアランス、コンサルティング、税務、戦略、トランザクションの全領域にわたります。蓄積した業界の知見やグローバルに連携したさまざまな分野にわたるネットワーク、多様なエコシステムパートナーに支えられ、150以上の国と地域でサービスを提供しています。

All in to shape the future with confidence.

EYとは、アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドのグローバルネットワークであり、単体、もしくは複数のメンバーファームを指し、各メンバーファームは法的に独立した組織です。アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドは、英国の保証有限責任会社であり、顧客サービスは提供していません。EYによる個人情報の取得・利用の方法や、データ保護に関する法令により個人情報の主体が有する権利については、ey.com/privacyをご確認ください。EYのメンバーファームは、現地の法令により禁止されている場合、法務サービスを提供することはありません。EYについて詳しくは、ey.comをご覧ください。

EYのコンサルティングサービスについて

EYのコンサルティングサービスは、人、テクノロジー、イノベーションの力でビジネスを変革し、より良い社会を構築していきます。私たちは、変革、すなわちトランスフォーメーションの領域で世界トップクラスのコンサルタントになることを目指しています。7万人を超えるEYのコンサルタントは、その多様性とスキルを生かして、人を中心に据え(humans@center)、迅速にテクノロジーを実用化し(technology@speed)、大規模にイノベーションを推進し(innovation@scale)、クライアントのトランスフォーメーションを支援します。これらの変革を推進することにより、人、クライアント、社会にとっての長期的価値を創造していきます。詳しくは、ey.com/ja_jp/services/consultingをご覧ください。

© 2026 EY Strategy and Consulting Co., Ltd.All Rights Reserved.

ED None

本書は一般的な参考情報の提供のみを目的に作成されており、会計、税務およびその他の専門的なアドバイスを行うものではありません。EY戦略・アーンド・コンサルティング株式会社および他のEYメンバーファームは、皆様が本書を利用したことにより被ったいかなる損害についても、一切の責任を負いません。具体的なアドバイスが必要な場合は、個別に専門家にご相談ください。

本書は *Beyond borders: MASTERING GLOBAL TRADE WITH INTEGRATED TECHNOLOGY [report]* を翻訳したものです。英語版と本書の内容が異なる場合は、英語版が優先するものとします。

ey.com/ja_jp