

やまぎん アジアニュース

経済月報
No. 482 掲載分
平成 27 年 6 月

●釜山支店Tel010-82-51-462-3281 ●青島支店Tel010-86-532-85766222 ●大連支店Tel010-86-411-83705288
●香港駐在員事務所Tel010-852-2521-7194



【釜山支店】

「韓国における海外直球について」

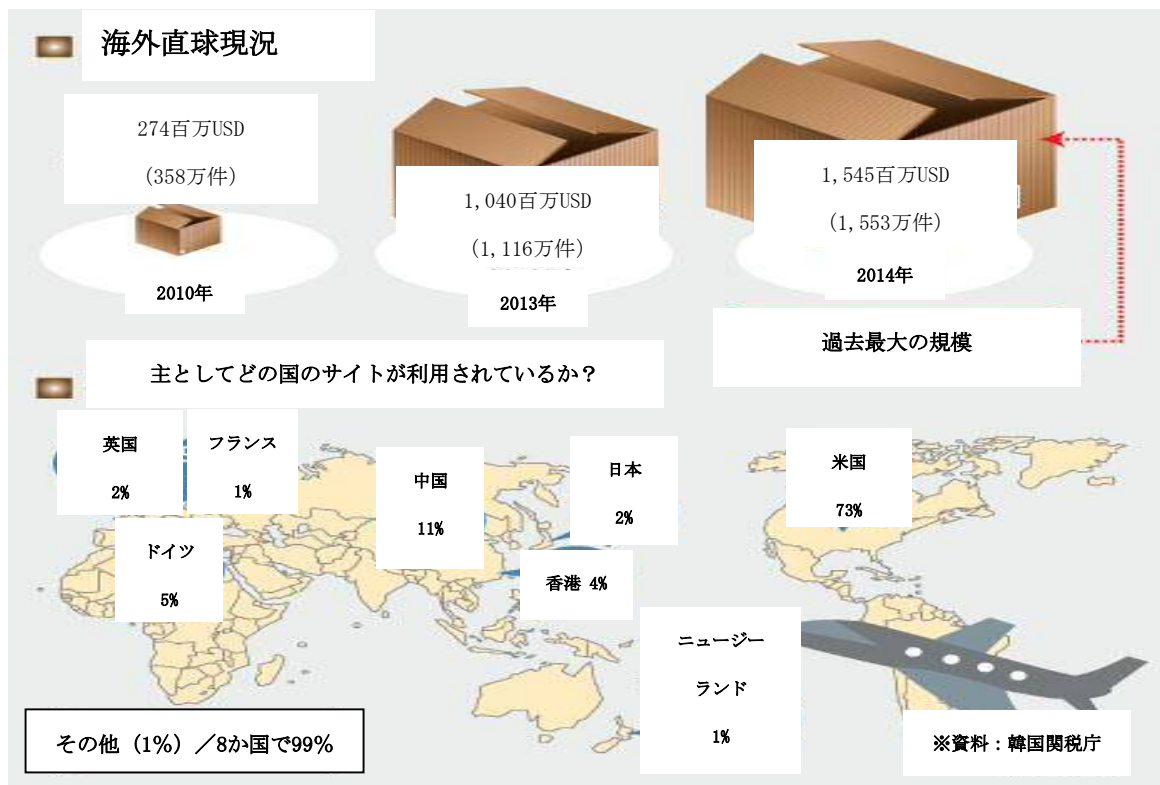
1. 海外直球とは

「海外直球」とは、野球用語ではなく、インターネットショッピングを通じて海外で直接購入するという消費行為を意味する新しい造語で、2010 年前後に広がり、海外直球をしばしば利用する人々を「海外直球族」とも呼びます。

韓国の法律では、海外で購入した物品でも 150 千ウォン（約 1 万 6 千円）未満の時には関税を納付する必要が無く、さらに購入先が米国の場合、韓米 FTA に基づいて一部物品を除き、200 ドル（約 2 万 4 千円）までは関税が免除されます。

海外直球族の筆者は先日、韓国内で 129 千ウォン（約 1 万 4 千円）の価格で販売されている運動靴を、海外直接購入無関税無料配送を利用して 85 ドル（約 1 万円）で購入しました。同じ商品を約 30% 近くも安く買うことができ、海外直接購買の魅力を実感しました。海外直球の種類として、①海外オンラインショッピング、②商品は直接購入して配送については代行業者に任せる配送代行、③買いたい製品だけ決めて購入から配送まで全ての過程を委任する購入代行があります。

関税庁によれば、2014 年の電子商取引による品物の輸入は 1,553 万件で、その取引額は総額 15 億 4,500 万ドル（約 1,911 億円）に達しました。前年に比べ 39% の増加となっており、直球市場の拡がりを実感することができます。



2. 理由と背景

海外直球が活性化した要因としては、韓国内では大企業の独占により、消費財の価格が海外に比べて過度に高いのをはじめ、生活水準向上により多様な商品に対する消費者の欲求が増加したこと、スマートフォンなど手軽な決済手段の登場、ウォン高などが挙げられます。

海外直球を通じて物を購入する場合、合理的な価格で海外ブランドを購入できるという長所があります。「海外直球族」の人々は海外オンラインショッピングの場合、韓国内に比べ、最高 40%まで物を安く購入できると言います。「ブラックフライデー※」期間を利用する場合、割引率は最高 80%まで上がります。韓国消費者院は最近 2 年以内の海外直球経験者を対象に利用する海外オンラインショッピング、配送代行サイト、購入代行サイトに対する満足度調査（重複回答）を実施しました。海外直球を利用する理由について、「価格が国内より安い(80.9%)」が最も多く、「国内にないブランドを購入できる(55.4%)」、「製品の品質が良い(12.5%)」の順となりました。

連日のように進むウォン高を背景に、海外へ視線を向ける消費者が増えています。米国に続き中国とドイツ、日本など 8 カ国から輸入される物品が全体の 99%を占めていましたが、史上最大の取引額となった 2014 年には、ヨーロッパと日本の伸びが際立っていました。2015 年 1 月～3 月のウォン・ユーロ為替レートは前年より平均 15.4%下落し、長期間持続したユーロの下落は米国に集中した直球市場をヨーロッパに呼び込み、ドイツからの輸入は 85 万件で 2013 年の 49 万件より 70%以上伸びました。100 円当りのウォン為替レートは 7 年ぶりに最低水準となっており、2012 年の 1,500 ウォン台から 4 年連続で下落し、900 ウ

オン台まで近づいたことから、日本からの輸入は22万件で前年対比約3万件増えました。

3. 海外直球に伴う変化

「海外直球族」が増える中で、国内流通の様相が変わってきています。

大型流通業者も相次いで直球市場に参入しています。米国の大型TVなどは、仕様が少し落ちても、家電販売価格は国内より半分以上安く、こうした製品を国内流通業者が売り始めています。単純に配送代行を越えて直売事業も併行して行い、海外直球専用オフライン売り場を開設しています。

クレジットカード業界も海外直球市場に視線を向けています。カード会社は、海外ショッピングサイトにつながれているサイト内サイト形態の「海外直球ショッピングサイト」を運営しており、そのサイトを通じて決済すると、購入金額の一定割合の割引特典が提供されるカードを発売しています。理由としては、「海外直球族」の購入指向において、海外有名ブランドのものを購入するケースが多いため決済代金自体が大きく、また最初に海外ショッピングサイトに登録したカードを持続的に使う傾向があるからです。

海外直球が一部世代のトレンドを越えて流通業界全般に広がると同時に、国内市場でも価格の引き下げ圧力が大きくなり始めています。国内消費者の海外直球熱が強まったために、国内流通業界が海外流通業者と直接競争しなければならない状況になっています。国内消費者が海外直球を通じて、高価な海外有名ブランドの幼児服を安く購入することにより、国内幼児服製造業者の業績は悪化しており、「海外直球族」増加によって国内では事業が難しいという判断で、最近中国業者に身売りする韓国内の業者が多く見られます。

4. 終わりに

流通チャネルもグローバル時代に突入し、多角化時代に突入しました。消費者は世界各国のオンラインサイトを通じて製品の情報と価格を比較して敏感に動いています。

海外直球がもう一つの流通チャネルとして認知されることで、国内流通業界では国内市場を越えて海外市場と国境なき競争が続いており、国内オフラインおよびオンライン市場全般にわたって影響を及ぼしている状況です。今はまだ、パソコンを使用する海外直球が主流ですが、今後、モバイル専用のサイトが普及し、モバイルを使用する海外直球がさらに増加すれば、直球市場は今後更に大きくなることが予想されます。

単純に国内で生産し、販売していた時とは違って、多様化した消費欲求を持った消費者が色々な流通経路を通じてその欲求を充足させており、販売業者はこのような流れを土台に積極的に効率的な販売対策をたてる必要が出て来ています。

※ブラックフライデー：アメリカ合衆国における「感謝祭」の祝日の翌日の金曜日。

ショッピングセンターが一斉に大規模なセールを行ないます。

※換算レート：100 ウォン＝11.21 円

1 ドル＝123.73 円

以 上