

カテゴリー1	カテゴリー2	質問	回答
第1部(セミナー)	出店準備・申込み	事業者にとって、越境ECでTPPを活用するメリットはありますか？ また、今現在海外と取引していない場合、原産地証明書など、そのために必要な手続きや準備すべき書類はありますか？	Buyee出店に関しては基本的な手続きは全てBuyee側が実施するため、特に事業者側に手続き・準備をご負担いただくことはありません。 TPPでは、税関が荷物到着後48時間以内に通関許可を出すこと等があり、配送リードタイムの短縮などによるユーザー側のメリットはあるかと思えます。
第1部(セミナー)	商品	冷凍の生肉など通常であれば輸出入の許可が必要と思われるものの越境ECでの取り扱いはどうなりますか？	冷凍・冷蔵の商品はBuyeeでは出品できません。
第1部(セミナー)	販売	小規模な企業でも越境ECに参加する傾向は高まっているのでしょうか？そうした企業にはどのような特徴がありますか？	以前よりも越境ECへの参加ハードルが下がっていることもあり、小規模な企業の越境ECへの参加は増えています。越境ECへ参加する企業は、既に海外からの問い合わせが来ていた、インバウンドで売れていた、などの企業様が多いです。
第1部(セミナー)	販売	各国の業手法などはどの様に調べたら宜しいでしょうか。 因みに英文学術論文などをHPに掲載することが国に依っては問題視されることがあることを危惧しています。	禁制品情報に関しては下記サイトをご覧ください。 ・Buyee 各国地域の配送情報/禁制品情報 (URL) https://buyee.jp/help/yahoo/guide/countries 業手法は国ごとの消費者庁などの情報を元に調べる形になります。 Buyeeで販売する場合は、日本で販売されている商品が対象となりますため、業手法の対象としては日本のものとなります。 ただ、海外で例えばSNS広告などをやる場合は現地業手法の確認が必要です。
第1部(セミナー)	販売	越境ECには3つの種類があるとのことでした。越境ECを発展させるためには、まずはどれを選ぶべきでしょうか？	ターゲット国が決まっているのであれば、各国のモールに出店する方が良いでしょう。コストを抑えたい場合は、日本側のモールへ出品するのが良いですが、知名度は各国のECモールよりも劣るため、各国モールの広告費用と比較しても高い広告費が必要となります。
第1部(セミナー)	販売	ECサイト上にて売れたものは、その後輸出入と同様の手続きが必要なのでしょうか？	出店するECモールによっては、事業者様が直接発送するケースもあり、その場合はEMS等で配送手続きを行う等の手続きが必要な場合もありますが、今回の事業に関しては、事業者様が負担されるのは国内配送のみですので、輸出に関する手続きは必要ありません。
第2部(説明会)	出店準備・申込み	商品表示(パッケージ裏の原材料表記等)は、日本語表記で問題無いですでしょうか？	日本語のまま問題ありません。
第2部(説明会)	出店準備・申込み	特集ページ掲載するための商品情報ですが、取扱商品が1点のみとなり、第2候補～第5候補の商品情報提供ができないのですが問題ないでしょうか？	問題ありません。
第2部(説明会)	出店準備・申込み	当社の商品は、オリジナルですが重く、単価は中くらいでBuyee向きの商品かどうか微妙な印象です。Buyeeを利用する価値がありそうでしょうか？	販売自体はもちろん、海外のお客様に商品を知っていただくという観点からも、利用する価値は十分にあると思います。 ただし、配送手段によっては重量制限があるため、以下をご参照ください。 https://buyee.jp/help/yahoo/guide/shipping-method
第2部(説明会)	出店準備・申込み	楽天やヤフーに出店しているショップに商品を卸していますが、商品が重複する場合は出店を控えた方がよいでしょうか？	楽天・ヤフーに出店していればBuyeeで商品購入は既に可能な状態ですが、広報活動を積極的にしない限り販売には至りません。むしろ、今回の事業にご参加いただき、海外のお客様への認知度向上に取り組んだ方がよいと思われるます。
第2部(説明会)	出店準備・申込み	楽天と自社サイトの両方ありますがどちらで出店する方が望ましいでしょうか？	楽天はすでにBuyeeと連動しており今回の事業での出店手続きも簡単なのがメリットですが、EC戦略上、自社サイトで販売する方が利益率等の点でメリットが大きいため、よく検討していただいた上でお申込みください。
第2部(説明会)	出店準備・申込み	応募対象について、自社ECサイトが現在無く、楽天市場・Yahoo!ショッピングにショップを通じて出店している場合は対象外でしょうか？	自社ECサイトが無くても楽天市場・Yahoo!ショッピングにショップがあればBuyeeと連動している状態です。
第2部(説明会)	出店準備・申込み	自社ECや大手ECモールへの出店は無く、ふるさと納税ポータルサイトのみ商品が掲載されている場合は対象外でしょうか？	恐れ入りますがふるさと納税ポータルサイトは現在Buyeeと連動していないため、対象外となります。
第2部(説明会)	出店準備・申込み	出店に応募したいのですが、現在、自社ECサイト立ち上げ準備中です。申込み期間までに立ち上げるという前提で申込み可能でしょうか？	申込期間までに自社ECサイトを立ち上げるという前提で申込可能でございます。ただしPartners Portalへの申込み時にはURLが必ず必要ですので、立ち上げ完了後の作業となります。Buyee Partnersの連携期間を2週間～1ヶ月強見ていただき、特集ページ掲載に間に合う時期をご確認ください。
第2部(説明会)	出店準備・申込み	現在主に画像データの中で商品の説明をしており、テキストの文は非常に簡潔です。修正する必要があるでしょうか？	特にごいません。
第2部(説明会)	商品	冷凍・冷蔵食品が今出品できないのは、今回限りであってBuyee内での販売は可能なのでしょうか？	今回の事業に限らず、Buyeeでは冷凍・冷蔵食品の販売はできません。
第2部(説明会)	商品	リチウムイオン電池を含む物品であれば、どの国に配送可能ですか？	リチウムイオン電池が機器に内蔵されているもの(ノートパソコン、iPhone)リチウムイオン電池が機器に取り付けられているもの(デジタルカメラ)は、ドイツやイタリアなどの一部を除き、日本の商品が支持されている大半の国に対して、EMSや船便で配送可能です。リチウムイオン電池そのもの(モバイルバッテリー、充電機能ケース付きワイヤレスイヤホン、交換用バッテリー、電子タバコ等)は原則配送できません。
第2部(説明会)	商品	バッグを販売しているのですがBuyeeで販売されているアパレル業界の中での需要位置はどのくらいでしょうか？	アパレル業界の中で、バッグは購買ハードルが低く、販売しやすい傾向にあります。
第2部(説明会)	商品	水産加工品(常温可能)を扱っています。国によって各種規制が厳しい商品ですが出品可能でしょうか？	商品によりですが、規制のかからない国に販売することは可能です。
第2部(説明会)	商品	各国の禁制品は各事業者で把握しなければならぬのでしょうか？	基本的には事業者様の方で確認頂きますが、万が一お客様が海外禁制品を購入してしまった場合、万国共通の禁制品は代理購入前に弊社のオペレーターがチェックさせていただいております。
第2部(説明会)	販売	Buyeeについて5つのステップのスライドについて質問です。事業者は倉庫への輸送のみとすることでカスタマーサポートや決済はすべてサービスと記載されていました。消費者へ届くまでのアクシデントに関して事業者は関与しなくてよいということでしょうか？	配送に関してなど基本的に事業者様が関与していただくところはございません。ただし、製造物責任は製造者様側にあるため、万がいち製造物に関するトラブルがあった場合は日本と同様、対策を製造者様側にて考えていただきます。ただし、ユーザーとのコミュニケーション窓口はBuyeeにて対応させていただきます。
第2部(説明会)	販売	Buyeeを利用することで海外の企業者を対象に顧客開拓できるでしょうか？(BtoB商材でも販路開拓の機会となるのでしょうか？)	基本的にBuyeeでは一般消費者向け(B to C)の商材を販売しておりますが、現地の法人が購入しているケースもおそらく中にはあります。
第2部(説明会)	販売	例えば食品を輸出する場合、各国の品質表示ルールに沿った表示記載を製品にしなければならぬと思いますが、そのような規制への対応はどのようにしたらいいのでしょうか？	基本的には事業者様で各国の品質表示ルールに沿った表示記載をしていただく必要がございます。基準を満たしていない場合は、最終的にBuyeeが販売にストップをかける場合もあります。
第2部(説明会)	販売	入金までの流れを教えてください。 また、受注後の発送までのリードタイムはこちらで設定できますか？	海外のお客様ではなく、Buyeeが代理購入する形となりますので、国内ECと入金までの流れは変わりません。 Buyeeについては、受注後の発送までのリードタイムは事業者側の設定で問題ありません。
第2部(説明会)	販売	常温の食品を予定しておりますが船便の場合の温度管理は大丈夫でしょうか？	基本的には摂氏20～25度の間で管理されます。

第2部(説明会)	販売	特集ページ開設期間終了後、自社の判断でBuyeeに継続掲載する場合、ランニングコストは生じるのでしょうか。また、掲載料が生じる場合、自社サイトと楽天ではコストに差はあるのでしょうか。	特集ページ開設期間終了後も、出店商品はBuyeeに継続して掲載されます。その際、自社ECサイトをBuyee連携されている事業者様も、楽天市場・Yahoo!Japanに出店されている事業者様もランニングコストはかかりません。* 商品ページを海外消費者に知って頂く、訪問して頂くためには各種プロモーションが必要となり別途料金が発生します。
第2部(説明会)	販売	Buyeeで自社ECサイトと楽天の出店ページとでは、どちらの方が商品を見つけてもらいやすいのでしょうか。	自社ECサイトと楽天市場、ドメインパワーが強い方が商品を見つけてもらいやすいと言えます。但し海外消費者を対象に販売する場合、どちらのパターンでも商品ページの認知拡大・集客のためのプロモーションが大切となります。
第2部(説明会)	販売	販売する国と販売しない国を決めることは可能でしょうか。	はい、可能です。
第2部(説明会)	販売	Buyeeから原産地に関する書類の提出を求められることはありますか。	基本的にありません。