

ECをを活用するAPACの中小企業

APACはECの利用が拡大している主要地域の一つであり、この傾向は2022年も続く予想されます¹。同地域の企業のうち中小企業は大半を占め、地域全体の経済の要となっています²。ペイパルが、日本、香港、インド、シンガポールの中小企業を対象に実施した調査から、以下の5つのトレンドが浮かび上がりました。

¹ eCommerce - Asia | Statista Market Forecast
² The Foundation for Economics Worldwide Is Small Business | IFAC

1 デジタル技術の導入が進んでいる市場ほど、中小企業がコロナ禍にプラスの影響があったと回答

	インド	シンガポール	香港	日本
コロナ禍前のFinTech導入率 ³	87%	67%	67%	34%
コロナ禍でプラスの影響があったと回答した中小企業	52%	25%	19%	14%

³ Global FinTech Adoption Index 2019 | EY

2 多様化する決済方法

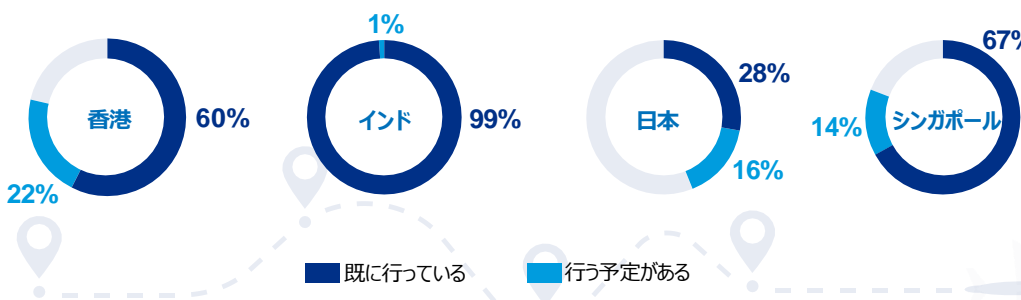
香港、インド、シンガポールの中小企業は、デジタル決済に対する消費者の受容度が高いと回答しています。



3 グローバルなビジネス機会の開拓に伴う越境ECの台頭

ECの成長に後押しされ、越境ECは中小企業にとっても重要な優先事項となっています。APAC全域で多くの企業が越境ECを重要な成長要因と捉えています。

中小企業における越境ECの普及率

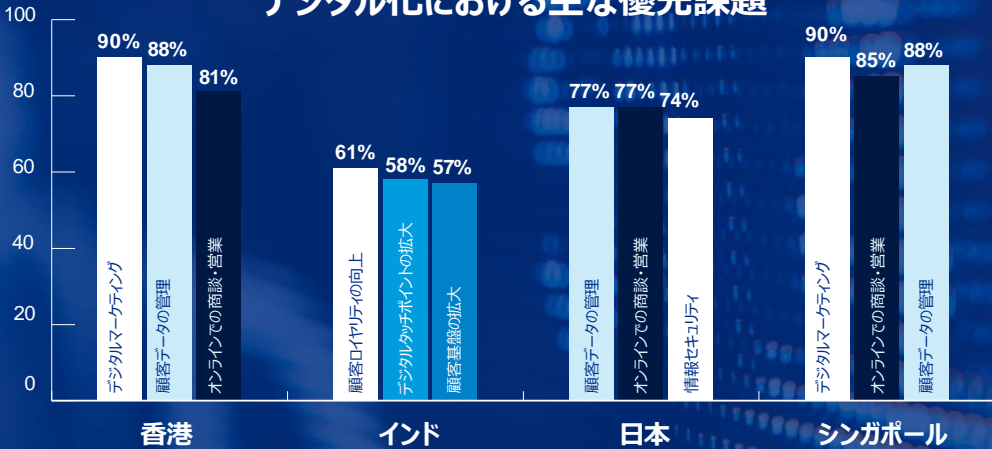


4 ビジネス成長のためにデジタル分野への投資に注力

中小企業は、デジタル活用への投資を継続



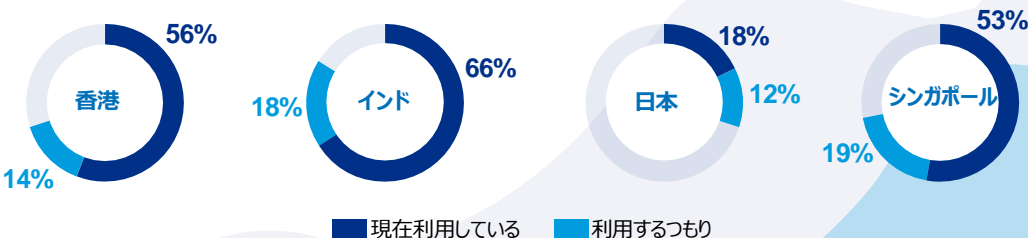
デジタル化における主な優先課題



5 APAC全体の中小企業の成長を加速させるソーシャルメディア

ソーシャルメディアは、中小企業にとって、地理的な壁を乗り越え、新しい市場や幅広い消費者層にリーチを可能にします。

中小企業におけるソーシャルメディアの活用率



ペイパル委託調査「ペイパル 中小企業によるEC活用実態調査 APAC地域比較」(ペイパル委託)：日本、香港、インド、シンガポールのECを行っている中小企業の経営意思決定者(n=980名)を対象に、2021年9月~10月にかけてオンラインで実施したものです。