

## 出國報告（出國類別：考察）

# 2023日本電商洽商團

服務機關：數位發展部、數位產業署  
姓名職稱：鍾佳蓉簡任視察、陳妍靜科長  
派赴國家/地區：日本/東京  
出國期間：2023年7月31日至8月5日  
報告日期：2023年10月13日

## 摘要

全球網路零售市場規模遠大於國內網路零售市場，加上 Shopee、Amazon 等大型國際電商業者挾規模與資源優勢搶進國內市場，壓縮國內電商零售業者成長空間，爰拓展國際市場為電商產業重點發展方向。

日本為全球第四大電商市場，基於地緣性、文化、觀光等特性，值得業者前往開發，惟過去臺灣業者進入日本市場，除不熟悉當地消費需求外，也因日本企業較為保守，當地商業往來較為封閉，因此不容易打入當地生態圈。

本次辦理日本電商洽商團，係帶領臺灣業者依初期進入日本電商市場常見需求，安排對接當地電商相關支援夥伴，以面對面洽談的方式，加速建立彼此間的商業夥伴關係，並協助促成國際合作，為業者進入日本電商市場奠基。

另協助促成台日公協會簽署合作 MOU，強化電商公協會合作交流，未來將可透過公協會持續對話合作，發掘雙方互助互惠的運作模式，藉由民間之動能，持續帶領業者跨境拓展。

## 目次

壹、出國目的.....	1
貳、出訪行程.....	2
參、訪團人員.....	3
肆、行程紀要.....	5
一、臺日數位產業合作研討會.....	5
二、日本電商平台 Rakuten 及代營運商 ViewEC 交流媒合會.....	8
三、日本電商行銷支援服務及代營運業者 Brangista、これから、E-grant、 ツインプラネット交流媒合會.....	10
四、日本開店系統 Anymind 及行銷支援 GMO 交流媒合會.....	13
五、虛實整合方案 IK、TSUTAYA（連同關係企業 MPD、Ashisto）、あら た、Synabiz 交流媒合會.....	15
六、日本電商平台 Qxpress、Qoo10交流媒合會.....	17
七、日本電商物流設施參訪.....	19
八、日本電商物流通關業者 Scroll 360、tealifeir、王子物流、SBS Logicom、nikkon 交流媒合會.....	20
九、臺灣電商業者 Uniicreative、Pinkoi、備份豆腐、Appier、比比昂經 驗分享交流.....	22
伍、初步成果.....	24
陸、心得與建議.....	31
柒、附件.....	34

## 壹、出國目的

調研機構 eMarketer 統計2022年全球網路零售市場規模達5.5兆美元(成長率12.2%)，其中亞太市場3.3兆美元(成長率11.8%)及北美市場1.1兆美元(成長率15.5%)分居前兩大市場。經濟部調查，2022年前三季臺灣網路零售市場規模達新臺幣3,550億元(相較去年同期成長11.3%)。

彙整上述數據發現，全球網路零售市場規模遠大於國內網路零售市場，加上Shopee、Amazon 等大型國際電商業者挾規模與資源優勢搶進國內市場，壓縮國內電商零售業者成長空間，因此國際市場是國內電商零售業者追求成長的最佳選擇。

日本為全球第四大電商市場、鄰近臺灣，具有高消費及忠誠度的特性，是臺灣電商業者想要開發的市場，也值得臺灣業者爭取商機。惟日本電商市場分工細密，過去業者進入日本市場，除不熟悉當地消費需求外，也因日本企業較為保守，當地商業往來較為封閉，不容易打入當地生態圈，海外電商業者要進入日本市場，包含跨境所需的金流、物流、資訊流及商流等，往往需當地各式夥伴協助才能順利運行。

因日本的商業型態偏於保守，信任關係的建立必須花費較長時間，且傾向於和國內企業合作，海外企業若要進入日本電商生態圈會面對相當的門檻，爰本次辦理電商洽商團，係帶領電商相關產業之業者，依業者初期進入日本電商市場常見需求，安排對接當地電商相關支援夥伴，與日本企業以面對面洽談的方式，加速雙方建立彼此間的商業夥伴關係，促成國際合作，協助臺灣電商產業相關業者順利進入日本電商市場，並找到合適夥伴並開拓商機。

## 貳、出訪行程

日期	時間	行程
7月31日	09:10	松山機場啟程(JL096)
	13:20	抵達羽田機場
	17:00-19:00	臺日數位產業合作研討會
8月1日	09:30-11:50	日本電商平台 Rakuten 及代營運商 ViewEC 交流媒合會
	14:00-17:00	日本電商行銷支援服務及代營運業者 Brangista、これから、E-grant、ツインプラネット交流媒合會
8月2日	09:15-12:00	日本開店系統 Anymind 及行銷支援 GMO 交流媒合會
	14:00-17:00	虛實整合方案 IK、TSUTAYA (連同關係企業 MPD、Ashisto)、あらた、Synabiz 交流媒合會
8月3日	09:25-10:30	日本電商平台 Qxpress、Qoo10交流媒合會
	10:30-11:00	日本電商物流設施參訪
	14:30-17:30	日本電商物流通關業者 Scroll 360、tealifeir、王子物流、SBS Logicom、nikkon 交流媒合會
8月4日	10:00-12:00	臺灣電商業者 Uniicreative、Pinkoi、備份豆腐、Appier、比比昂經驗分享交流
		原訂下午返程，因颱風班機延遲，滯留東京
8月5日	08:45	成田機場啟程(JL809)
	11:30	抵達桃園機場

## 參、訪團人員

### 一、數位發展部

	單位名稱	姓名	職稱
1	數位發展部數位產業署	鍾佳蓉	簡任視察
2	數位發展部數位產業署	陳妍靜	科長

### 二、隨隊成員

	單位名稱	姓名	職稱
1	財團法人商業發展研究院	沈經洪	組長
2	財團法人商業發展研究院	張雯然	研究員
3	財團法人商業發展研究院	廖慧雯	研究員

### 三、洽商團團員

	單位名稱	團員姓名	職稱	類型
1	中華民國無店面零售商業同業公會	許生忠	秘書長	電商公協會
2	喬睿科技股份有限公司	王芊茵	業務經理	綜合電商平台
		張家瑜	事業開發經理	
3	七彩翼國際企業有限公司	郭祥毅	董事長	服飾電商平台
4	盛智國際股份有限公司	曾莒旋	執行長	食品電商平台
5	安居生活科技股份有限公司	楊子泓	總經理	電玩電商平台
6	民傑資科股份有限公司 Maktar	高橋寧	副社長	生活用品電商平台
7	精彩創意整合行銷股份有限公司	林慧君	協理	生活用品電商平台
8	巧藝思有限公司	趙昱瑞	總經理	生活用品電商平台
9	鋇爾科技股份有限公司	鄭圭雯	執行長	生活用品電商平台
10	欣新網股份有限公司	黃懷恩	總經理	綜合電商平台及代營運
		蕭錚浩	副總經理	
11	視宇股份有限公司	吳俞輝	跨境電商事業事業長	綜合電商平台及代營運
12	有你共創數位股份有限公司	洪志杰	國際事業部總監	設計品電商平台及代營運
		輔田佑帆	日本行銷經理	

	單位名稱	團員姓名	職稱	類型
13	摩西克科技有限公司	葉志偉	執行長	3C 電商平台
14	艾瑞肯有限公司	塗家興	總經理	電商服務(電商顧問)
15	東立物流股份有限公司	謝榮芳	董事長特助	電商服務(物流)
		洪凱軒	專員	
16	新日誠商事有限公司	魏效強	執行長	電商服務(落地及倉儲服務)
17	以力股份有限公司	徐郁涵	執行長	電商服務(數位行銷)
		劉若珊	技術長	
18	禾多移動多媒體股份有限公司	卓星在	策略長	電商服務(數位行銷)
19	沛星互動科技	沛星代表	沛星代表	電商服務(數位行銷)
20	聯野國際有限公司	鄭宗信	執行長	品牌電商(包包)
21	毛寶股份有限公司	呂金囊	經理	品牌電商(清潔用品)
		范宇森	資訊專員	
22	瑞朋科技股份有限公司	葉素芬	業務經理	品牌電商(3C 及 IT 週邊)
		林珊如	Shipping Logistic	
23	岱宇股份有限公司	黃郁之	副總經理	品牌電商(運動器材)

## 肆、行程紀要

### 一、臺日數位產業合作研討會

(一)時間：7月31日（一）17:00-19:00

(二)地點：TKP 新橋コンベンションセンター16D 會議室(東京都千代田区内幸町1-3-1 幸ビルディング)

(三)日方重要出席單位：

- 1.一般社団法人 日本通販 CRM 協會 (JCRM)：以電商和零售為主的 CRM (顧客關係管理, Customer Relationship Management) 專門協會，有超過150家電商會員企業及1,400位會員，提供顧問諮詢、辦理例會、研討會、論壇、國內外參訪等會員活動，及自2020年起每年舉辦 Japan EC 大賞。該獎項評比 CRM 的重要要素「顧客對應」、「商品/服務」、「PR」、「品牌」、「人材活躍」等項目，由電商從業人員投票選出各項目中的第一名企業，及綜合五個項目的第一名。
- 2.獨立行政法人 日本貿易振興機構(JETRO, ジェトロ)：為政府成立之獨立法人，旨在促進日本與海外的雙邊貿易及投資。成立時原為提振出口，但在進入21世紀後開始著重吸引海外企業至日本投資，特別在 AI、生技、綠色能源、IOT 等新興科技領域。提供對日投資支援、海外業者轉介及公司設立顧問等諮詢服務。諮詢內容包括日本市場及產業資訊、如何設立日本法人、支援服務業者名單、執照及相關法律系統、國家及區域性的補助。

(四)行程重點：協助臺灣電商業者與日本貿易振興機構和產業協會建立關係，了解公協會相關資源，另與現場之日本企業交流互動，瞭解日本產業並奠定發展基礎。

(五)議程：

時段	主題	主講人
16:30-17:00	報到	
17:00-17:05	開場致詞	
17:05-17:30	臺日電商大聯盟 (1)MOU 簽署儀式  (2)對日投資諮詢輔導服務介紹及如何設立日本法人	中華民國無店面零售商業同業公會(CNRA) 日本通販 CRM 協會(JCRM) 日本貿易振興機構(JETRO)
17:30-18:10	臺灣數位產業政策介紹與臺日合作機會	財團法人資訊工業策進會

時段	主題	主講人
	(1)臺灣數位產業政策介紹 (2)臺日合作機會：計畫簡介及臺灣業者簡介	
18:10-19:00	交流茶會	臺日雙方業者交流

(六)會議摘要：

會議首先由中華民國無店面零售商業同業公會（CNRA，以下簡稱無店面公會）與日本通販 CRM 協會（JCRM）簽署合作備忘錄（MOU）。無店面公會是臺灣電商產業公會代表，而 JCRM 是以電商和零售為主的 CRM 專門協會，有超過150家電商會員企業及1,400位會員，提供顧問諮詢、辦理會員活動及舉辦電商獎，而會員活動則包括例會、研討會、論壇、國內外參訪等。此次合作為雙方機構首次與海外公協會簽署合作備忘錄，象徵台日電商產業交流的里程碑。

無店面公會與 JCRM 簽署之備忘錄合作內容包含：

1. 擴大情資共享：市場情資共享和市場研究合作。
2. 推動電商交流：合辦跨國研討會、座談會和講座等交流活動。
3. 互助電商跨境：日本和臺灣電商企業至對方國家發展業務時，提供諮詢和輔導服務，包括但不限於市場分析、法律和監管建議、物流支援，推薦商業夥伴，並促進與潛在合作夥伴洽商媒合。
4. 協助電商參訪：當率領參訪團在對方國家訪問時，為對方參訪團提供接待和協助服務，包括安排交通、住宿和其他必要支援。
5. 連結政府關係：為對方提供產業和政府關係相關之建議和協助。

在簽署儀式後接著請日本貿易振興機構(JETRO)說明可提供給海外業者轉介及諮詢之服務。諮詢內容包括日本市場及產業資訊、如何設立日本法人、支援服務業者名單、執照及相關法律系統、國家及區域性的補助等。再由資策會簡介本次訪日之臺灣業者以及相關政府計畫內容，提供予現場的日本企業了解，再進行交流茶會讓台日雙方業者自由交流。

會議重點為協助臺灣業者與 JETRO 及 JCRM 窗口建立聯繫管道，透過友好關係的建立，有助於業者未來規劃前往日本擴展事業時，有直接管道可洽詢及連繫，可依業者之需求提供建議或資源轉介，有效協助臺灣業者節省摸索時間及相關成本。



舉辦「臺日數位產業合作研討會」，並見證中華民國無店面零售商業同業公會與日本通販 CRM 協會簽署合作意向書開啟臺日電商產業交流新頁

## 二、日本電商平台 Rakuten 及代營運商 ViewEC 交流媒合會

(一)時間：8月1日 (二) 9:30-11:50

(二)地點：スタンダード會議室五反田ソニー通り店4B 會議室(東京都品川区東五反田2-3-5五反田中央ビル4階)

(三)重要出席單位：

1. 樂天市場：為日本市占第二、本土最大之綜合電商平臺，發展完整的樂天生態系，包括銀行、信用卡、支付、保險、證券、旅遊、行銷、電視、行動通訊等。
2. 視宇股份有限公司 (ViewEC)：介紹樂天臺灣館招商方案及日本市場運營經驗分享。

(四)行程重點：協助臺灣電商業者對接日本本土最大電商平台樂天市場

(五)議程：

時段	主題	主講人
09:30-09:35	開場致詞、致贈禮品、合照	
09:35-10:10	樂天市場概況、樂天生態系、招商方案	樂天代表
10:10-10:45	樂天臺灣館招商方案及經營經驗分享	吳俞輝跨境電商事業事業長
10:45-11:20	第一輪分組媒合	全體參加者
11:20-11:50	第二輪分組媒合	全體參加者

(六)會議摘要：

樂天為日本最大的本土綜合電商平臺，與亞馬遜 (Amazon) 合計共計近5成日本電商市場市占率，發展完整的樂天生態系，包括銀行、信用卡、支付、保險、旅遊、行銷、電視、行動通訊等等。客群以30-40歲為主，女性居多，熱銷產品為美食、甜點、家用品、服飾。由於樂天的點數應用廣泛，有密集促銷活動，因此集客力強。而且平台可讓各業者建立店鋪頁面，營造品牌商品。是臺灣業者進入日本電商市場不可缺少的一個線上通路。

海外業者於樂天平台開店方式有三種，第一種為設立日本法人後申請開店、第二種為透過日本代營運商帳號申請開店、第三種為透過海外賣家招商方案。除了這三種方式外，初期試水溫的臺灣業者亦可選擇到臺灣樂天委託視宇 (ViewEC) 代營運的樂天臺灣館上架，不需設立日本法人，就可以跨境直送方式進入日本市場。

會議邀請日本樂天招商經理說明直接向樂天申請上架方案，並請視宇說明樂天臺灣館及透過代營運商上架方案，提供業者完整的進入日本樂天市場方式，讓業者了解樂天開店流程、相關費用成本，以及代營運商在店鋪代營運和日本國內

行銷提供之服務內容，讓臺灣廠商依其規模、業務規劃精確評估進入市場方式，減少嘗試錯誤的時間成本。

業者主要關心為收費項目、進入市場初期需投入金額及日語客服、日文潤稿等服務，在現場都能得到即時且具體回應，使業者可依其需求評估擇選適當之對接方案，納入未來進入市場之參考。



洽商團與日本電商平台 Rakuten 及代營運商 ViewEC 進行交流媒合

### 三、日本電商行銷支援服務及代營運業者 Brangista、これから、E-grant、ツインプラネット交流媒合會

(一)時間：8月1日 (二) 14:00-17:00

(二)地點：ブランジスタ本社大会議室(渋谷区桜丘町20-4ネクシィーズスクエアビル)

(三)重要出席單位：

- 1.Brangista 株式会社ブランジスタ：隸屬於 Nexyz. Group，成立於2000年，已累積2,000件以上之網路行銷實績，與樂天有投資及業務上的合作。電商服務的內容包括網路商店運營(代上架樂天、Yahoo 等平臺，代為製作網頁/更新網站、廣告運用、行銷策略建議等)、EC 店長雲端系統(可以統一管理在各主流電商平臺的商品上架/訂單/庫存等)、電商物流、翻譯、跨境電商、SOKURESU 聊天機器人等
- 2.株式会社これから：提供協助製作官網、廣告投放工具及廣告行銷相關諮詢顧問服務。在廣告行銷方面有良好的業界聲譽，曾多次於日本政府或業界舉辦的研討會中分享實際案例，可以服務小規模到大規模的企業。
- 3.株式会社 E-Grant：提供 CRM 解決方案、CRM 代營運、CRM 顧問諮詢，在2010年推出日本第一個客戶分析 CRM 及行銷自動化工具 Uchide Kozuchi，已累積有700家以上客戶使用。可運用到樂天等電商平台及 GMO Makeshop 等架站平台的系統上。
- 4.株式会社ツインプラネット：屬演藝經紀公司，特別專長於和動漫和網紅合作商品企劃和店舖批發。

(四)行程重點：協助臺灣電商業者對接日本電商行銷支援服務及代營運業者

(五)議程：

時段	主題	主講人
14:00-14:05	開場致詞、致贈禮品、合照	
14:05-14:20	Brangista 業務介紹	Brangista 代表
14:20-14:35	これから業務介紹	これから代表
14:35-14:50	E-Grant 業務介紹	E-Grant 代表
14:50-15:05	ツインプラネット業務介紹	ツインプラネット代表
15:05-15:35	分組媒合第一輪	全體參加者
15:35-16:05	分組媒合第二輪	全體參加者
16:05-16:35	分組媒合第三輪	全體參加者

時段	主題	主講人
16:35-17:00	分組媒合第四輪	全體參加者

(六)會議摘要:

本場媒合會介紹可協助代營運、製作官網、提供廣告投放工具及廣告行銷諮詢顧問服務的日本業者-Brangista、これから、E-Grant、ツインプラネット，這些業者可以提供給臺灣業者的電商服務包括網路商店運營，如代上架樂天、Yahoo 等平臺，代為製作網頁/更新網站、廣告運用、行銷策略建議、EC店長雲端系統（統一管理在各主流電商平臺的商品上架/訂單/庫存等）、電商物流、翻譯、跨境電商、CRM 顧問諮詢、演藝經紀需求（動漫和網紅合作商品企劃之類）服務，目的係為增加臺灣業者從日本的電商市場脫穎而出的機會。

會議邀請行銷支援服務及代營運業者深入分享在日本電商市場的戰略，譬如 Brangista 分享三大日本最具人氣的主流電商平台的分析比較：

1. 樂天客群主要為衝動購買，使用特價、季節活動製造購買動機效果最佳，推薦上架品項為家居品、收納、花卉園藝、日用品雜貨、文具等。
2. Amazon 客群主要為目的性購物者，需製作能勾起顧客興趣的商品照片、必須有鼓勵留下評價的對策，另評價的好壞會大大影響搜尋結果，推薦上架品項為書籍、電腦、電子機器、家電、相機、生活用品、廚房用具。
3. Yahoo 客群主要為衝動購物及撿便宜貨的顧客居多，以價格划算的批發銷售模式較能收到成效，需要搭配運用投放廣告策略效益尤佳，推薦上架品項為健康食品、化妝品、衛生用品、高齡人士商品等。

業者藉由瞭解日本電商平台運營模式及各大平台差異性，可針對自身商品、運營模式評估其業態業種適合進入之市場，及規劃進軍日本市場之策略，已進入市場者亦可調整目前規劃或為未來進入新市場預為準備。另業者分享相關支援服務及工具，可協助業者瞭解進入市場所需要之投入，提供業者選擇合適工具媒合對接。



洽商團與日本代營運商 Brangista 等4家公司進行媒合

#### 四、日本開店系統 Anymind 及行銷支援 GMO 交流媒合會

(一)時間：8月2日（三）9:15-12:00

(二)地點：Anymind 會議室(東京都港区六本木6丁目10-1, Roppongi Hills Mori Tower, 31F)、GMO メイクショップ會議室(東京都渋谷区桜丘町26-1 セルリアンタワー)

(三)重要出席單位：

1. AnyMind Japan 株式会社：協助業者架設網站、並提供可串接多國多電商平台的後台管理工具，在行銷方面，有 CRM、廣告投放、網紅搜尋等工具，在物流方面，提供倉儲並有客服及代營運服務。
2. GMO internet group 株式会社：上市企業，日本最大開店平台，提供網路的基礎建設，包括網址、存儲伺服器、電商架站系統、網路金流等，並提供廣告服務媒體及搜索引擎優化服務。

(四)行程重點：協助臺灣電商業者對接日本電商行銷支援服務及代營運業者

(五)議程：

時段	主題	主講人
9:15-9:20	開場致詞、致贈禮品、講師合照	
9:20-9:40	Anymind 業務介紹	Anymind 代表
9:40-10:15	分組媒合	全體參加者
10:15-11:00	移動	
11:00-11:05	開場致詞、致贈禮品、講師合照	
11:05-11:25	GMO 業務介紹	GMO 代表
11:25-12:00	分組媒合	全體參加者

(六)會議摘要：

Anymind 是協助業者架設自營網站、串接多國多電商平台的後台管理工具的知名業者，在行銷方面可提供 CRM 工具、廣告投放工具、網紅搜尋工具，在物流方面可提供倉儲服務，並有客服及代營運服務。

GMO 則是日本最大開店平台，也是上市企業，提供網路的基礎建設，包括網址、存儲伺服器、電商架站系統、網路金流等，並提供廣告服務媒體，及搜索引擎優化服務。

Anymind 分享促進客戶銷售最大化的戰略原則，可從下列三方面著手：

- 1、增加訪問次數（如：網路廣告）
- 2、提高轉換率（如：優化商品資訊頁、改善支付系統、動線/速度等）

### 3、提高每位顧客客單價（如：追加銷售、交叉銷售、套裝銷售等）

Anymind 所提供的各式服務內容可以在不同節點上提供協助，並分享其操作的成功案例，例如 Anymind 曾協助智慧插座業者創意製作產品頁面設計、廣告營運、活動運營改進等，促使去年銷售近一億日圓。

GMO 業者介紹電商架站系統、網路金流服務等，分享服務方案，提供欲以架站規劃進入市場之經營者參考，也介紹 EC 管理的服務方案，提供予已於日本營運電商的臺灣業者，例如 EC 戰略設計、營運分析優化、SNS/WEB 廣告服務等。

以日本在地業者提供網站架設、操作及相關服務，能使臺灣業者更接近日本市場及瞭解日本民眾喜好及需求，將資源投放效益最大化。



日本電商洽商團拜會 Anymind 及 GMO 公司進行媒合

## 五、虛實整合方案 IK、TSUTAYA（連同關係企業 MPD、Ashisto）、あらた、Synabiz 交流媒合會

(一)時間：8月2日（三）14:00-17:00

(二)地點：スタンダード會議室五反田ソニー通り店4B 會議室(東京都品川区東五反田2-3-5五反田中央ビル4階)

(三)重要出席單位：

- 1.株式会社 IK ホールディングス：為東京證券交易所之上市企業。除日本商品外，亦開發海外商品至日本銷售。擁有銷售平台，可進行電商、電視購物、實體零售。
- 2.TSUTAYA 蔦屋、Ashisto(カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社)及株式会社 MPD：TSUTAYA 為日本最大的連鎖書店，截至2022年9月末，經營銷售書籍的店鋪數量已達807家，同時銷售文具雜貨的分店數有685家。MPD 隸屬於TSUTAYA 集團，向全國蔦屋書店和全國的書店、零售商提供蔦屋集團的書籍和其他產品，並利用蔦屋全國倉庫網絡提供物流支持，近年來，也提供對臺灣的進出口物流服務。
- 3.株式会社あらた：主營業務是化妝品、日用品、家居用品、寵物用品等的批發
- 4.株式会社SynaBiz：擁有網路批發/採購平臺NETSEA，連結5,000家以上賣家(製造商、批發商等)，及25萬家買家(零售商等)，年流通額約80億日圓。

(四)行程重點：協助臺灣電商業者對接日本虛實通路

(五)議程：

時段	主題	主講人
14:00-14:05	開場致詞、致贈禮品、合照	
14:05-14:15	IK 業務介紹	IK 代表
14:15-14:25	TSUTAYA 業務介紹	TSUTAYA 代表
14:25-14:35	あらた業務介紹	あらた代表
14:35-14:45	SynaBiz 業務介紹	SynaBiz 代表
14:45-15:05	臺灣業者介紹	財團法人商業發展研究院
15:05-17:00	臺灣業者商品展示及媒合	全體參加者

(六)會議摘要：

交流媒合會邀請包括 IK、TSUTAYA 蔦屋(及關係企業 Ashisto、MPD)、あらた、SynaBiz 等多家日本虛實通路企業認識臺灣業者產品和服務，於出發前即請訪團之臺灣業者攜帶主打產品、型錄，現場請業者自行場佈，使洽談時更有利於

日方瞭解商品、服務及相互交流。

活動由日本業者先介紹其主營業務及聚焦品項後，由日本業者逐一參訪展攤方式，與臺灣業者一一洽談互動交流，因日本仍以實際體驗及購物為主要銷售通路，爰虛實整合為開拓日本市場及建立商品知名度之重要途徑，與線下、實體業者建立溝通管道，可為未來進軍電商市場奠定基礎，及以線上線下整合協助拓展電商市場營運發展。



洽商團與日本虛實通路電商業者媒合

## 六、日本電商平台 Qxpress、Qoo10交流媒合會

(一)時間：8月3日（四）9:25-10:30

(二)地點：千葉縣船橋市西浦3-4-2 MFLP

(三)重要出席單位：

1.Qxpress Corp.株氏会社：與電商平台 Qoo10為關係企業，熟悉電商物流服務。提供倉儲、運送、包裝等服務。也有貨櫃運輸服務、亞馬遜頭程物流服務、產品代上架服務等。

2.eBay Japan 合同会社（Qoo10）：日本 Qoo10平台為 ebay 旗下之企業，為綜合型電商平台，會員數超過1,750萬人，主要消費族群以女性居多，海外業者可不需設立日本法人即可上架。

(四)行程重點：協助臺灣電商業者了解電商物流實務及對接日本電商平台

(五)議程：

時段	主題	主講人
9:25-9:30	開場致詞、致贈禮品、合照	
9:30-9:50	Qxpress 業務介紹	Qxpress 代表
9:50-10:10	Qoo10市場介紹及招商方案	Qoo10代表
10:10-10:30	分組媒合	全體參加者

(六)會議摘要：

本場介紹 ebay 旗下企業-Qoo10日本平台以及合作物流企業 Qxpress，Qoo10 為綜合型電商平台，會員數超過1,750萬人，主要消費族群以女性居多。Qxpress 則在全球物流網絡中在有19個運營點的物流中心，包含日本、新加坡、韓國、香港、臺灣、東南亞、美國、歐洲各國等，提供商品入庫、庫存管理、檢品、捆包、發送、發貨後的客戶服務等一系列的倉儲物流服務，也有提供貨櫃運輸服務、產品代上架等服務，並有專業客服團隊。

Qoo10表示海外業者可不需設立日本法人即可上架，另 Qxpress 表示從 Qxpress 發出的每件貨，隨時有專員進行配送調查，也因為有電商物流的背景，可以做到一件代發，十分合適初期進入日本電商市場，貨量不大的臺灣業者評估使用。

本場主要是媒合業者提供不同之電商平台及物流服務供業者擇選參考，及協助電商業者對接倉儲、物流業者，供初期、少量運營業者有專業業者協助，提供進入市場評估及對接考量。



日本電商洽商團拜會日本電商物流業者 Qxpress 洽談合作

## 七、日本電商物流設施參訪

(一)時間：8月3日（四）10:30-11:00

(二)地點：千葉縣船橋市西浦3-4-2 MFLP

(三)重要出席單位：Qxpress Corp. 株式会社：與電商平台 Qoo10 為關係企業，熟悉電商物流服務。提供倉儲、運送、包裝等服務。也有貨櫃運輸服務、亞馬遜頭程物流服務、產品代上架服務等。

(四)行程重點：實際參訪 Qxpress 物流業者倉庫管理、理貨、出貨流程等，協助臺灣電商業者了解日本電商物流實務。

(五)議程：

時段	主題	主講人
10:30-11:00	物流設施參觀（各作業區及實務介紹）及 QA	Qxpress 代表

(六)參訪摘要：

由 Qxpress 團隊帶領臺灣業者實地參觀物流理貨、包貨流程、物流設施及各個重要關卡運作，了解業者源頭倉儲分類、包貨、理貨重點及各重要物流關卡運作，提醒業者出貨時應注意之包裝和配合物流適合之出貨方式，增加臺灣業者對日本物流處理之瞭解及未來對接相關業者較能瞭解其運作方式及應注意事項。



日本電商物流業者 Qxpress 介紹日本電商物流運作方式

## 八、日本電商物流通關業者 Scroll 360、tealifeir、王子物流、SBS Logicom、nikkon 交流媒合會

(一)時間：8月3日（四）14:30-17:30

(二)地點：プランジスタ本社大会議室(東渋谷区桜丘町20-4ネクシィーズスクエアビル)

(三)重要出席單位：

- 1.株式会社スクロール360 (Scroll 360)：提供從接單、包裝、分貨、代收  
款、倉庫管理等全方位物流解決方案
- 2.日本梱包運輸倉庫株式会社 (nikkon)：自有車隊和倉庫，以N Logi 的網路平  
台提供賣家寄貨服務，在倉庫中提供包裝、檢測、貼標等流通加工服務。並亦  
提供通關服務
- 3.ティーライフ株式会社 (Tealifeir)：擁有兩座物流中心，提供倉庫出租、品  
質檢測、流通加工、冷鏈管理、包裝、包材等服務。
4. 王子物流株式会社：是王子控股旗下的物流公司，業務內容包括倉庫事業、運  
送事業、海運事業、貨物裝卸作業、通關作業。
5. SBS Logicom Co., Ltd.：提供第三方物流服務，包括流通加工、包裝、發  
貨、倉儲，有自己的車隊和物流中心。並可支援電商物流服務，包括電商物流  
中心、全國次日達的運送、與電商平台連動的一站式服務、電商頁面更新維護  
訂單管理、收款及客訴處理、商品拍照測量文案等。在國際物流部份，也提供  
通關服務。

(四)行程重點：協助臺灣電商業者對接日本物流及通關業者

(五)議程：

時段	主題	主講人
14:30-14:45	入場	
14:45-14:50	開場致詞、致贈禮品、合照	
14:50-15:00	Scroll 360業務介紹	Scroll 360業者代表
15:00-15:10	nikkon 業務介紹	nikkon 業者代表
15:10-15:20	Tealifeir 業務介紹	Tealifeir 業者代表
15:20-15:30	王子物流業務介紹	王子物流代表
15:30-15:40	SBS Logicom 業務介紹	SBS Logicom 代表
15:40-16:00	分組媒合第一輪	全體參加者
16:00-16:20	分組媒合第二輪	全體參加者

時段	主題	主講人
16:20-16:40	分組媒合第三輪	全體參加者
16:40-17:00	分組媒合第四輪	全體參加者
17:00-17:20	分組媒合第五輪	全體參加者
17:20-17:30	綜合交流	

(六)會議摘要:

本場介紹日方物流暨通關包含 Scroll 360、nikkon、tealifeir、王子物流、SBS Logicom 等業者，讓團員除電商平台外，多方了解從接單、包裝、分貨、代收款、倉庫管理等全方位物流之解決方案。

例如王子物流，可以提供客戶豐富的自動捆包機設備、紙箱提案和一站式清關與倉儲提案，提供電商業者只需要於一家公司即能協助清關配送工作，對客戶而言省時又省力，同時滿足客戶報關加物流的需求。

媒合通關及物流業者，讓電商業者於進軍日本市場時有多元解決方案及支援服務可串接、擇選，並瞭解市場規模及需求，擇選最適合之業者進行合作。



洽商團與5家日本電商物流業者進行媒合

## 九、臺灣電商業者 Uniicreative、Pinkoi、備份豆腐、Appier、比比昂 經驗分享交流

(一)時間：8月4日（五）10:00-12:00

(二)地點：スタンダード会議室五反田ソニー通り店4B 会議室(東京都品川区東五反田2-3-5五反田中央ビル4階)

(三)重要出席單位：

1. Pinkoi：從台北出發經營設計購物網站，已陸續在東京、香港、曼谷、上海等地設立據點，販售設計商品、數位創作、體驗活動，商品涵蓋食衣住行育樂，並網羅海內外優質設計師群，2011年8月成立至今，致力於經營亞洲市場，創造設計生態圈。
2. 備份豆腐：Maktar Inc.民傑資科主要是專注於研發、設計、製造蘋果 MFi 認證及軟硬體整合的手機周邊智慧型產品，是全球性的消費性電子公司，並同時與國際知名公司與品牌合作，提供軟硬體整合的解決方案，海外已銷售至19國。
3. uniicreative：2021年10月「有你共創數位股份有限公司」成立，專注以提供文創及設計型商品全方位加值服務，包含：設計電商、募資顧問、IP 授權經紀、商品產製、行銷廣告顧問服務等，佈局國際發展，在文創及設計領域協助業者前進海外。
4. Appier：沛星互動科技股份有限公司於 2012 年成立，以推廣普及 AI 技術為願景目標，設計各種產品協助公司全面掌握客戶、瞭解客戶偏好、預期客戶行動，最終制訂決策實現更理想的業務成果。目前已擴展 17 個營業據點，遍及亞太地區、美國及歐洲等地，協助 1,440 家以上客戶利用 AI 技術推動數位行銷的數位轉型。
5. Bibian：比比昂跨境電商為 PChome 集團旗下子公司日本比比昂（ビビアン）株式会社所擁有，提供跨境代標代購服務。Bibian 比比昂跨境電商目前於日本東京、美國奧勒岡州及義大利米蘭皆有國際物流倉儲中心，辦理進出口貿易、理貨、運輸及電子商務等業務。

(四)行程重點：邀請已進入日本電商市場的臺灣電商業者，分享其經營經驗，提供後進者參考

(五)議程：

時段	主題	主講人
10:00-10:02	開場致詞、講師合照	
10:02-10:25	Pinkoi 業務介紹及經驗分享&QA	Pinkoi 日本支社社長堀太樹

時段	主題	主講人
10:25-10:50	備份豆腐業務介紹及經驗分享&QA	副社長 高橋寧
10:50-11:15	uniicreative 業務介紹及經驗分享&QA	總監 洪志杰
11:15-11:40	Appier 業務介紹及經驗分享&QA	Senior Director Eric Tung
11:40-12:00	Bibian 經驗分享&QA	代表取締役 羅薇琳

(六)會議摘要：

本場特別邀請5家不同經營型態、已在日本市場經營一段時間的臺灣業者分享經營經驗，Pinkoi 為在日本建立自己平台的業者進行自建平台經驗分享。uniicreative 為協助臺灣品牌上架到當地通路、募資顧問等代營運業者進行經驗分享。備份豆腐則以同時自營官網及上架當地電商平台的市場發展經驗進行分享。Appier 為在日本成功上市並開拓當地電商生態系的數位行銷業者。比比昂則分享臺灣電商平台初入日本，開發新市場的拓商甘苦談經驗。

本場讓參團業者了解不同經營形態下的商機、挑戰及因應之道，且有了前幾日的媒合與相關日本業者介紹，實戰經驗分享中團員更可聚焦於針對進入市場可能遭遇之問題及業者之分享經驗，更深入詢問或進一步探詢，有助於已進入市場或未來規劃提前因應。



臺灣落地日本經營之電商業者與日本電商洽商團團員進行分享及交流

## 伍、初步成果

### 一、成果簡述

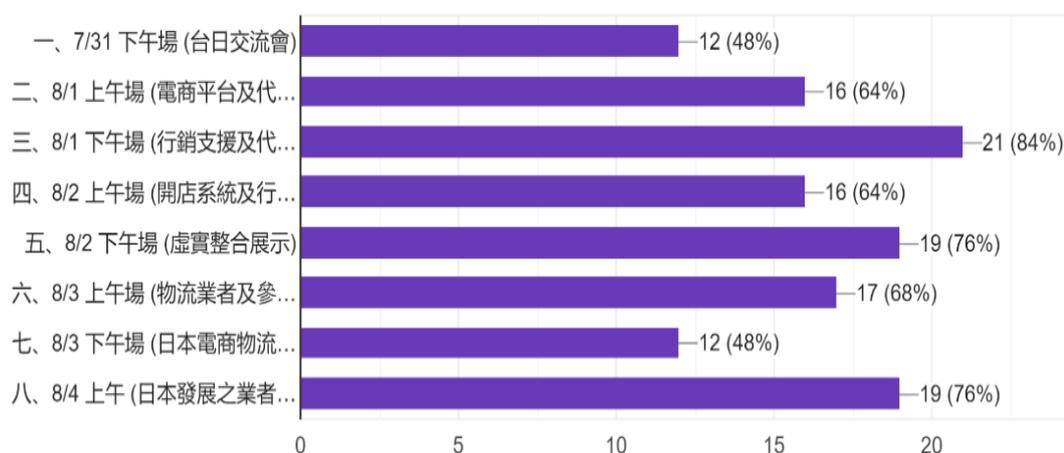
7月31日至8月5日的洽商團中，共辦理1場台日交流研討會，6場交流媒合會，1場參訪活動，1場經驗分享活動。會議中促成23家臺灣電商公會業者與20家日本電商夥伴媒合，並在會後有2則日本電商相關媒體報導露出。

截至9月底，共促成6案國際合作案，包括：中華民國無店面零售商業同業公會與日本通販 CRM 協會簽署合作意向書，共同推廣臺日跨境電商交流；盛智國際上架 Qoo10 電商平台；摩西克上架 Qoo10 電商平台；摩西克開通 Qxpress 倉儲；巧藝思運用 Qxpress 物流服務；視宇成為 GMO makeshop 官網架設服務之代理商等，其餘業者均陸續規劃或洽談中。

### 二、團員滿意度調查

於洽商團返國後，透過網路問卷向團員收集回饋意見。參與人數31人，共計回收25份，依各問項分析如下：

(一)在參與的媒合會場次中，您覺得有收穫的場次為？

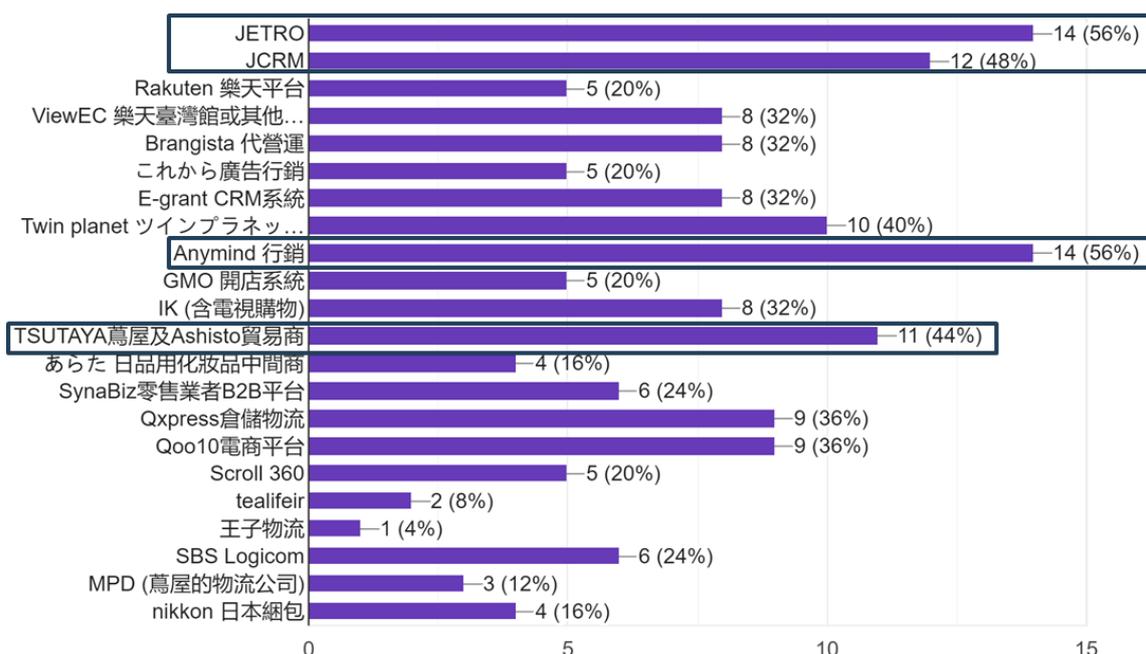


在8場交流活動中，有6場是超過6成的團員認為有收穫，而比例較低的場次為7月31日下午的臺日數位產業合作研討會，以及8月3日下午的日本電商物流通關業者交流媒合會。

進一步分析原因，7月31日下午的臺日數位產業合作研討會，邀請到 JETRO 和 JCRM 分享相關資源，團員給予高度評價，也非常希望能後續建立與這兩個單位的關係，然因為受限於辦理時間，並未詳細介紹到場之日本業者，因此後半場的自由交流時間較難立即與現場參與日方業者進行對接洽談，較難達到實質交流。

而8月3日下午的日本電商物流通關業者交流媒合會中，參與者為日方大型物流業者，因較具規模，爰業者希望對應是大宗貨物物流需求，而參與之團員目前階段屬初期進入，雙方需求較有落差，較無法立即對接，但隨著臺灣業者未來在日發展逐步成長，後續有大宗貨物物流需求時，較可能有合作機會。

## (二)在洽商團後，想進一步洽談合作的日方單位或企業為？



由問卷調查發現，因本團以初次進入日本市場之業者居多，爰屬提供進入初步市場通用性資源的JETRO、JCRM，及較具國際對接能力的Anymind、虛實通路中選品範圍較廣的TSUTAYA等，是本團業者表示後續接洽意願較高者。

這些業者對於初起步、較缺乏日語人才、希望可以更快有銷售成績的臺灣業者而言較受歡迎，因為JETRO可提供日本政府的諮詢輔導資源，而JCRM提供了產業界的網絡資源和轉介服務。不論業者本身的經營型態屬通用性之資源和服務。即使非短時間即立即進入市場，建立了聯繫管道後，未來亦可於需要時聯繫，屬基礎資源。

而Anymind有國際對接能力（較多員工會講中文、英語等，且在臺灣有分支機構），爰除溝通較為順暢外，也更了解臺灣業者的需求，提供相關意見。TSUTAYA則是在洽談中展現引進臺灣業者產品進入通路之高度意願，因此對業者而言也較具吸引力。

## (三)對洽商團內容(各場主題安排及媒合企業的選擇)是否滿意？

表示滿意之業者高達8成，顯見本次洽商團之安排切合業者之需求。

非常不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
0	0	4%	16%	80%

(四)對執行團隊的規劃及服務是否滿意？

與上題相似，有高達9成之業者對規劃及服務表示滿意。

非常不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
0	0	0	8%	92%

(五)對旅行社相關安排(交通、餐食、住宿、領隊)是否滿意？

針對旅行社及行程安排，7成6之業者表示滿意。

非常不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
0	0	0	24%	76%

(六)五天行程下來是否有達成參團時預期的成果或目標？

團員均表示同意洽商團行程有達成業者參與時之預期目標，顯見辦理達成預期目的。

非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
0	0	0	36%	64%

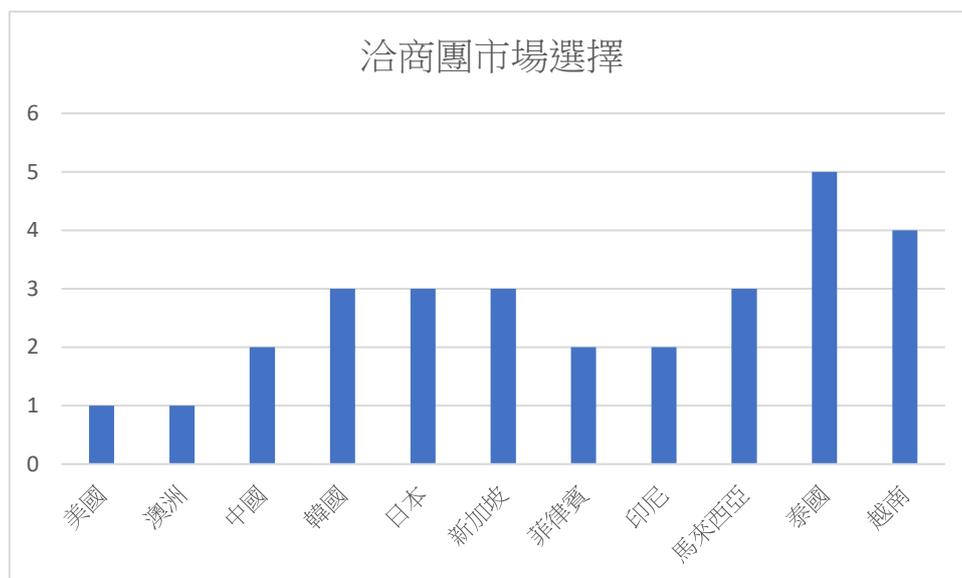
(七)若再辦理類似洽商團，是否想要參加？

業者均表示如有類似洽商團行程均願意再次參與。

是	否
100%	0

(八)未來想要參加哪個/哪些國家或地區的洽商團？

本題為開放式問項，共有16人填復，經整理回覆內容後，以東南亞地區居多，然以各別國家分析，對各國市場都有需求，整體差異不大。



### (九)改進建議？其他評論等分享

本題為開放式問項，共有15人填復，其中有8項正面肯定洽商團的行程安排及表達收穫和感謝，有9項提供了改進建議，有關改進建議的內容整理如下：

項目	說明
媒合對象	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.不同類型臺灣業者所需媒合對象不同，例如本次團員中有電商服務(金流、Chatbot、物流、Martech)、亦有品牌電商、代營運商、平台，經營型態和需求不同，並非所有媒合對象都適合各類型臺灣業者。</li> <li>2.可穿插中小型日本業者，提供的合作方案和價格也許更適合臺灣中小型企業。</li> <li>3.建議可對接日本 Makuake、Green funding、愛卡拉。</li> <li>4.可先找臺灣端已有日本實戰經驗的品牌，再透過這些品牌找到已有臺灣合作經驗的日方。</li> </ol>
行程	希望行程排鬆一點
翻譯	部份場次翻譯不順暢，需要專業口譯人員
場地	希望有 wifi 並事先提供 wifi 資訊
住宿	希望房間大一點

### 三、業者洽談進度

截至9月底止，統計業者的洽談進度整理如下表。業者洽談進度與自身準備程度及業者整體發展評估有關，然對日本市場準備程度愈高的業者，則洽談進度較快。

洽談進度	臺灣業者與洽談對象	說明
已簽約	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 無店面與 JCRM：已簽署 MOU，JCRM 將於10月份來台拜訪數家無店面公會會員企業，進行進一步交流，探詢合作商機。</li> <li>2. 盛智國際與 Qoo10：盛智國際已申請 Qoo10電商平台開店，並已完成商品上架，可於日本市場銷售。</li> <li>3. 摩西克與 Qoo10：已申請 Qoo10電商平台開店，待 Qoo10審查中，預計10月前可通過。</li> <li>4. 摩西克與 Qxpress：已開通 Qxpress 物流倉，將可運用 Qxpress 倉庫出貨。</li> <li>5. 巧藝思與 Qxpress：已開通 Qxpress 物流服務，於9月份開始出第一批貨。</li> <li>6. 視宇與 GMO：已申請成為 GMO makeshop 的代理商，在 GMO 代理商後台登錄帳號完成。可以協助有架設日本官網需求的台灣業者使用 GMO 的服務。</li> </ol>	少數業者因已有日本經營基礎，且比較積極聯絡，已有初步成果。
洽談中	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 喬睿科技與 Anymind：洽談透過 Anymind 推廣喬睿金流服務的可能性。</li> <li>2. 摩西克：申請上架樂天待審查中。與 E-grant、Brangista、Anymind、これから已開會討論商品進入日本市場的銷售策略，尚在初期階段，預計待電商平台上线後再做進一步討論。</li> </ol>	大多數業者因業務繁忙或因初次進入日本需內部更慎重討論進入策略，還未全面性地與日方業者洽談。此外，業者因應階段性業務需求，洽談順序也會選擇目前最需要的服務，而其他媒合對象則待將來業務有需要時再聯絡。

	<p>3.盛智：想進入 MPD 及 IK 的通路，已提供商品報價給 MPD、IK，並陸續送樣中。</p> <p>4.民傑資科：與これから洽談是否委託它們進行官網改版設計；想與 TSUTAYA 討論進駐旗下通路的可能性。</p> <p>5.鋁爾：與 Qxpress 洽談透過其物流服務將鋁爾產品運送到日本的可能性；與 Anymind 洽談運用其日本代營運服務的可能性。</p> <p>6.欣新網：與 Anymind 洽談在台灣市場及日本市場雙邊策略合作的可能性。</p> <p>7.視宇：與 Anymind 洽談行銷服務上的合作；與 TSUTAYA 洽談是否可讓所代營運的品牌進入 TSUTAYA 通路銷售。</p> <p>8.有你共創：業者想透過 IK 的通路銷售，IK 也想將日本商品透過有你共創上架到台灣通路，故雙方已提交商品的報價，並陸續送樣中。</p> <p>9.新日誠：與 Qxpress 洽談是否使用 Qxpress 倉庫服務；與 Assist 洽談是否可以把台灣商品交由 Assist 代理進入日本通路；與 GMO 洽談合作以協助台灣業者製作日本官網。</p> <p>10.聯野：與 Qoo10平台洽談中，評估是否要上架；預計洽談 TSUTAYA 討論可否透過其通路銷</p>	
--	---	--

	<p>售；與 Anymind 洽談使用其代營運服務的可能性。</p> <p>11.毛寶：與 Anymind 洽談使用其代營運服務的可能性；預計與 GMO 洽談運用 GMO 設立官網的可行性。</p> <p>12.岱宇：與 Scroll 360、日本網包、tealifier、SBS 等物流公司了解報價及洽談中；與 Anymind 洽談使用其代營運服務的可能性。</p> <p>13.艾瑞肯與 ViewEC Japan：邀請 ViewEC Japan 參與艾瑞肯所辦理的日本市場招商活動。</p> <p>14.瑞朋與 IK：與 IK 洽談是否可進入 IK 通路銷售。</p> <p>15.東立物流與日本網包：與日本網包洽談台日雙向海運快遞模式的合作可能性。</p>	
<p>長期布局</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.七彩翼</li> <li>2.安居生活科技</li> <li>3.以力</li> <li>4.禾多移動多媒體</li> <li>5.精彩創意</li> </ol>	<p>少數業者因是考察日本市場為主要目的，中長期布局日本市場，因此也不會很快接洽日本業者。</p>

## 陸、心得及建議

### 一、日本電商市場進入門檻高，在地合作伙伴是關鍵：

由本次洽商團的過程中發現要與日本企業洽談合作，日語能力還是不可或缺。除了少數媒合對象有國際化語言人才，大多數日本企業還是只能用日語溝通。此外，要與日本公司往來，設立日本法人也常常是一個先決條件，這當中需要向政府遞交申請、開設銀行法人戶頭、注資等等，過程中也會遇到許多障礙，例如銀行在審批法人戶頭時需要有外國公司在日本當地的註冊地址，而日本房東往往不願將房子租給外國人或外國公司。再者，臺灣業者真正要落地日本營運時，僅靠臺灣僱用的日語人才或翻譯軟體還是不夠，需要僱用當地的員工，才能寫出符合日本民情文化的文案。

這些都是進入日本市場必需的投資，也顯現臺灣業者更需要找尋可解決上述問題的在地合作夥伴，以貼近瞭解日本市場需求，及在地就近協助，搭建溝通協調的橋樑。本次洽商團即協助臺灣業者對接日本電商供應鏈相關業者，協助業者找尋在地合作伙伴，讓更多臺灣業者願意踏出跨境經營的腳步。

### 二、善用日本政府提供的對日投資服務，提供業者加以利用：

日本貿易振興協會(JETRO)表示日本政府為了吸引海外企業赴日投資提供多項資源，JETRO 內亦針對臺灣市場設立了臺灣小組，並聘請臺灣人為窗口，語言溝通上無疑是讓臺灣業者更為便利。臺灣業者除了可透過線上諮詢外，在日本東京也有實體的諮詢中心可親自到訪洽談。JETRO 提供的服務內容除了諮詢輔導之外，還包括提供免費臨時辦公室、專門產業的市場情資報告，及商業交流媒合。

本次洽商團除媒合日方企業外，亦提供業者瞭解日本政府及相關協會資源，使業者未來進軍國際，能思考可運用的相關資源、善用日本政府吸引外資之投資服務，達事半功倍之效。

### 三、持續推動雙邊公協會合作：

無店面公會在臺灣有300多個電商及相關服務的法人會員，日本通販 CRM 協會亦有超過150家電商會員企業及1,400位會員，本次促成無店面公面與日本通販 CRM 協會簽署合作備忘錄，這代表著雙方可以為彼此會員創造更多的交流合作商機。

政府可為民間初次建立關係搭建橋樑，但後續要有持續性之產業互動及合作，則仰賴民間持續性、自發性之辦理，爰本次協助雙方公協會建立起正式管道，後續即可協助透過公會持續與日方搭建交流平台互動，引導雙方交流電商市場情資、跨境經營

需求，以協助更多業者進軍日本市場。

#### 四、洽商團媒合安排：

日本電商市場分工細密，本次洽商團依照電商業者進入日本市場常見的進入方式，及所需的支援夥伴來邀請媒合對象，包括電商平台、虛實通路、代營運、開店平台、廣告行銷支援、物流通關等，大多數亦為該領域的代表性業者，主要是希望能讓參與之團員在短短五日的行程中能盡可能認識多支援或未來可能合作的夥伴，爰業者亦多表示肯定。

於回饋意見中顯示媒合對象中以通用性資源的 JETRO、JCRM，較具國際對接能力的 Anymind，及虛實通路中選品範圍較廣的 TSUTAYA，對於初起步、較缺乏日語人才、的臺灣業者較為實用。

此外，因參與成員之態樣多元，從品牌業者、代營運商至物流、金流業者均有之，爰要滿足所業者需求亦有一定難度，且因此次參與以初進入或規劃進入日本市場之業者為主，爰業者亦表示建議除大型日本企業之外，也可適當安排中小型企業，因市場規模及量能不同，可以提供的價格和服務亦不相同，可提供業者多元選擇。

綜合團員分享與回饋，由於本次團員的業務性質、規模大小、及進入日本市場的準備程度都不一樣，所需求的媒合對象、程度亦不相同。如要提升對接的精準度，將較適合以小團體、集結有相似需求的業者辦理媒合，較可精準對接業者需求。或是調整為以媒合或對接之日本業者為主體進行團員招募，可吸引已具明確需求之業者參與，以達對接及媒合之效。

此外，根據不同準備程度的業者，亦可能調整洽商團辦理形式，如針對尚未規劃立即進入當地市場的業者，其需求較偏向商情、落地資訊，辦理已進入市場之臺灣業者經驗分享，較能提供業者評估是否要投入跨境經營，爰以經驗分享及考察學習模式，可能較對接媒合更為適切。未來可視目標規劃及需求辦理小型洽商團，依主題性安排適合之對接業者，可更精準協助及聚焦需求。

#### 五、洽商團後續跟進：

洽商團短短的交流時間，主要是讓雙方業者彼此認識、交換聯絡方式，及了解初步需求，但是否能續行合作，仍需要依賴後續持續進一步洽談方可達成效。爰計畫於辦理洽商團後，仍需持續追蹤業者的洽談進度，了解是否所遭遇之障礙或其他需求，並適時提供諮詢、輔導、轉介等協助，另也由後續業者之洽談情況，瞭解業者發展困

境、問題及分析雙方最後能順利合作或無法合作的因素，找出推動發展日本跨境電商策略，規劃未來更具體落實之協助機制。

計畫之產業輔導及推動不只是一次性之媒合活動，而是要能夠成長期跟進，並滾動式修正以研議出長期推動作為，促進產業不斷向上提升及海外擴展，以達促進產業發展之效。

## 柒、附件

### 一、團員公司簡介

	公司名稱	公司簡介
1	中華民國無店面零售商業同業公會	臺灣非店面零售業者組成之產業組織，涵蓋郵件及廣播、電視、網際網路等電子媒介方式零售商品之行業，長期擔任政府與產業間的橋樑，執行各項產業研究與調查，協助電商產業在臺灣與海外市場的發展，希望與日本電商產業組織或業者合作，推動台日電商產業交流。
2	喬睿科技股份有限公司	喬睿科技是臺灣頂尖的支付業者，為臺灣第一家 Apple 支付合作廠商，也是 VISA、MasterCard 等國際信用卡組織的合作夥伴，提供 TapPay 多元支付解決方案，在臺灣有超過1萬家以上電商客戶，希望與日本電商、架站系統、電商代營運業者、實體通路商合作，共同拓展海外商機。
3	七彩翼國際企業有限公司	主要發展在服飾品牌以及旅宿品牌的經營。服飾部分主要是經營自創的大尺碼服飾品牌 JSMIX。在臺灣桃園/中國廣州/菲律賓馬尼拉/均有設立公司，總公司設於中國廣州。擁有自主設計開發的一條龍服裝品牌。目前在全省國內共有15家門市，是臺灣目前規模最大的大尺碼男裝品牌【JSMIX】。
4	盛智國際股份有限公司	盛智國際是臺灣知名電商與貿易商業者，整合商品開發、通關貿易、跨境電商平台及實體通路等一站式的跨境電商服務，針對日本市場的食品、化妝品與生技產品銷售有豐富的經驗，此行希望對接更多日本電商平台與與虛實通路，打通更多日本銷售通路、擴大日本市場銷售。
5	安居生活科技股份有限公司	安居生活科技在臺灣透過大型電商平台與超過30個是授權販售據點銷售電玩遊戲週邊與3C 週邊商品，銷售數據非常亮眼，並提供行銷顧問、品牌代營運等服務，此行希望評估設立日本公司及

	公司名稱	公司簡介
		營運日本市場可行性，並尋找品牌代理商等合作對象。
6	民傑資科股份有限公司	民傑資科是臺灣少數同時兼備從產品研發、IC與產品設計、軟硬體開發整合能力的新創團隊，生產符合蘋果 MFi 認證及通過全球主流規格要求的創新消費性電子產品，為口袋相機與備份充電器知名品牌，目前已上架日本 Amazon、Rakuten 及自營官網銷售，並透過自營官網與實體通路銷售。此行希望能拓展更多日本線上及線下銷售通路。
7	精彩創意整合行銷股份有限公司	精彩創意在臺灣市場提供企業形象、媒體公關、媒體採購、產品行銷及電商代銷等服務，自營購精彩電商平台，也代理銷售樂天 Kobo 電子書閱讀器，此行希望能瞭解日本跨境電商知識，尋找跨境電商潛在商機。
8	巧藝思有限公司	株式會社樂京(巧藝思)是貿易代理商，將具有設計質感與高效能的海外商品引進日本市場，過去一年透過日本群眾募資網站，創造超過3000萬元新臺幣的銷售。此行希望能和更多日本批發、零售通路建立合作關係，拓展日本市場
9	銀爾科技股份有限公司	銀爾科技在臺灣建構好說平台，整合線上數位內容與實體多元活動，運用創新的行銷方式推廣自有香氛品牌，此行希望接觸日本電商平台、電商服務商，讓自創品牌的香氛產品有機會進軍日本市場。
10	欣新網股份有限公司	欣新網是臺灣的電商服務公司，提供完整的一站式電商解決方案，包括：品牌整合經銷、媒體廣告操作、平台與商城經營、品牌官網建置、物流控管與倉儲規劃、顧客服務管理等服務，此行希望接洽日本電商代營運商、服務商、平台商與品牌，尋找跨國合作機會。

	公司名稱	公司簡介
11	視宇股份有限公司	視宇是臺灣指標性的跨境電商代營運業者，提供美、日等國 Amazon、eBay、Rakuten 各大電商平台的一站式代營運商操作與顧問服務，在日本設有營運據點，此行希望接觸更多跨境銷售到日本市場的線上與線下通路，並和臺灣與日本跨境電商業者交流，尋找合作機會。
12	有你共創數位股份有限公司	「有你共創」數位提供「有.設計 uDesign」文創商品開發、募資、行銷廣告顧問及海外通路拓展；以及「有.IP 授權」IP 授權、經紀、NFT 及 Web3等科技應用；還有「國際事業及跨境電商」海外選物電商平台、海外募資、海外線上線下通路經營、國際物流、國際倉儲、海外品牌代運營、海外行銷公關等服務。希望此行能認識更多日本電商與品牌，拓展日本電商市場商機。
13	摩西克科技有限公司	摩西克為專業的3C 產品品牌商與代理商，透過網路銷售至全國各地，業務範圍包括：消費性電子產品/手機配件研發、網路及電商通路行銷推廣、國內外國際品牌代理及跨境電商通路行銷推廣。此行希望能對接日本 Rakuten 開店銷售，或透過中間商上架日本通路銷售。
14	艾瑞肯有限公司	艾瑞肯有限公司設立艾瑞肯產業情報研究院，致力推動新創與網路業者交流合作，服務項目涵蓋媒體公關、電子商務、產業研究與人力資源，此行希望認識日本電商相關業者，尋找透過跨境電商將臺灣商品賣進日本或日本商品賣進臺灣的商機。
15	東立物流股份有限公司	東立物流提供自由貿易港區通關、倉儲與物流作業，以及整車與零組件進出口物流與加值物流，此次參加洽商團希望與日本電商平台或實體通路商合作，提供產品通關及海外倉等國際物流服務。

	公司名稱	公司簡介
16	新日誠商事有限公司	新日誠商事有限公司從貿易商轉型為日本電商服務商，提供日本市場的跨境電商一站式整合服務，該公司提供亞馬遜在日本市場的通關檢驗、倉儲物流、通路代理及稅務服務，希望能成為日本與臺灣兩地電商市場的橋樑。
17	以力股份有限公司	以力公司是 AI 智能服務公司，提供從 CRM、智能客服到精準行銷的完整服務，應用場域包括：LINE、Messenger、IG、Google 等社群平台，希望能與日本電商服務業或行銷顧問業合作，提供落地日本經營的 AI 智能服務。
18	禾多移動多媒體股份有限公司	禾多移動為臺灣知名的 Martech 公司，運用 AI 技術發展出 AI 流量小編、AI SEO、AI 流量導入、AI 數位店長等多元化的智能電商服務方案，擅長協助電商優化營運效率，臺灣 Familymart、金石堂網路書店…等均為其合作夥伴，希望有機會與日本電商業者合作開發與應用最新的 AI 技術與服務。
19	沛星互動科技股份有限公司	Appier 是一家以人工智慧（AI）為核心的軟體即服務（SaaS）公司，運用 AI 協助企業進行商業決策。Appier 成立於 2012 年，以實現 AI 的普及化為願景，透過軟體智慧化將 AI 轉換為投資回報，助力客戶實現業務成長。如今在亞太地區、歐洲及美國擁有 17 個營業據點，並於東京證券交易所掛牌上市（股票代號 4180）。
20	聯野國際有限公司	聯野國際是臺灣原創袋包品牌電商，設計與銷售各式質感袋包，開設實體與線上通路，並致力推動二手包轉贈偏鄉孩童公益事業，希望與日本電商、實體通路商、行銷服務商及物流業者合作拓展日本市場。
21	毛寶股份有限公司	毛寶為臺灣大型家用清潔用品公司，除了透過實體通路銷售外，也上架大型電商平台及自營官網

	公司名稱	公司簡介
		銷售，並且積極拓展海外市場，目前已經成功進入中國與越南市場，並透過當地大型電商(如天貓旗艦店、Tiki、Sendo)及實體通路銷售。此行希望瞭解日本家用清潔用品市場及銷售管道，發掘拓展日本市場的機會。
22	瑞朋科技股份有限公司	瑞朋科技是臺灣銷售3C 與 IT 產品的電商業者，主力產品包括：影音解決方案、IT 電腦與週邊、消費性電子商品，在臺灣也設有實體通路，希望與日本電商、實體通路商及行銷服務商合作拓展日本市場。
23	岱宇股份有限公司	<p>岱宇公司從產品開發、設計、生產、售服到最終通路品牌銷售一手包辦，全球七間子公司協助各市場服務在地客戶，在 ISO-9001 及 ISO-13485 標準下提供創新完整的健身及復健醫療產品，包含電動跑步機、橢圓機、直立車、飛輪車、懶人車及復健器材等。</p> <p>為滿足各市場成長需求，2008年從併購美國 SPIRIT FITNESS 品牌始起啟動一系列併購活動，2012年取得 XTERRA FITNESS 商標權，2017年與 UFC 簽定全球手套及重訓商標權，2018年併購錫頓工廠擴增產能，2020年併購美國 SOLE FITNESS，2021年併購英國電商平台 SB。此外看好綠色能源發展，2022年併購電輔車代工廠，並規劃電輔車自有品牌於2024年於歐美上市。</p>

## 二、臺日數位產業合作研討會之日方參加業者名單：

	公司名稱	性質
1	Digi-Key Electronics	零售（包括電子商務/批發）
2	株式会社ジー・キューブ	製造、銷售（包括電子商務/批發）、貿易公司
3	図書印刷株式会社	銷售（含電商/批發）、系統整合商
4	株式会社ジェイノベーション	貿易公司
5	住電商事株式会社	貿易公司
6	manseisya co.,ltd	貿易公司
7	株式会社 フェニックス	貿易公司
8	株式会社 チップテック	貿易公司
9	AsiaPress 株式会社	貿易公司
10	SOPHOLA 株式会社	行銷
11	株式会社 Keep up	行銷協助
12	UNIWILL TECHNOLOGY INC.	IT 公司
13	NPO 法人シニアエキスパートフォーラム	技術服務
14	株式会社 シーエムシー・リサーチ	投資者
15	株式会社海外需要開拓支援機構	投資者
16	有限会社ケイシンエステート	投資者
17	スクラムスタジオ株式会社	投資者
18	高産業保健保険事務所	投資者、新創科技公司、系統整合商
19	Vega Project 株式会社	系統整合商
20	日本タタ・コンサルタンシー・サービスーズ株式会社	系統整合商
21	N S W株式会社	系統整合商
22	テックレボ合同会社	系統整合商、貿易公司
23	アイジーエスエス株式会社	新創科技公司
24	G E S 株式会社	新創科技公司
25	株式会社ウニジム	新創科技公司
26	株式会社 Heal theeOne	新創科技公司

27	ICT ビジネス研究会（ビジネスアクションクラブ）	新創科技公司
28	日本貿易振興機構（JETRO）	獨立的行政機構
29	一般社団法人日本スポーツ・ヘルスケア・デザイン推進機構	協會
30	一般社団法人カメラ映像機器工業会	協會
31	一般社団法人 TOURI ASSOCIATION	教育、商業發展諮詢
32	一般社団法人日本通販 CRM 協會	協會
33	公益社団法人日本プロゴルフ協會	體育產業
34	三菱 UFJ 銀行	金融機構
35	アジアパシフィックコーポレーション株式会社	研究機構
36	桜美林大学	研究機構
37	株式会社アスタワン	軟件開發
38	ヒロテツ工業株式会社	製造業
39	東芝	製造業
40	三和テッキ株式会社	製造業
41	三菱電機株式会社	製造業
42	株式会社 MTG	製造業
43	株式会社 ORPHE	製造業
44	株式会社トリコ	製造業、貿易公司
45	株式会社笹川総合研究所	諮詢
46	株式会社 ビー・コンサルティング	諮詢
47	アクセラパートナーズ株式会社	諮詢
48	株式会社 VIKKI'S CORPORATION	諮詢
49	株式会社アライアンス	體育和醫療保健
50	医療法人社団ダイワン会	醫療護理
51	愛媛県議会	議員
52	愛知産業振興機構	企業支持機構

53	茨城県	公務員
54	株式会社日本流通産業新聞社	媒體
55	日経 BP	媒體
56	MIKATA 株式会社	媒體
57	フリーコンサルタント	其他

三、中華民國無店面零售商業同業公會與日本通販 CRM 協會簽署合作意向書 (MOU)

MEMORANDUM OF UNDERSTANDING

BETWEEN

CHINESE NON-STORE RETAILER ASSOCIATION (CNRA)

AND

JAPAN DIRECT MARKETING CRM ASSOCIATION (JCRM)

## WHEREAS

Chinese Non-Store Retailer Association (Hereinafter referred to as CNRA), based in Taipei, Taiwan, was established and approved by the Ministry of the Interior on February 6th, 2014. According to the business type codes published by the Ministry of Economic Affairs, e-commerce in Taiwan is classified under "F399040 Non-Store Retailing", which includes businesses that use electronic media such as email, broadcasting, television, and the internet to retail goods. Therefore, it was legally named the Chinese Non-Store Retailer Association and serves as a nationwide organization and the industry's only legal representative.

Japan Direct Marketing CRM Association (hereinafter referred to as JCRM), based in Shinagawa-ku, Tokyo, Japan was established on January 15, 2015, with the aim of making Japan's e-commerce industry a representative industry that can be proud of in the world. By building a forum for information exchange between CRM companies and companies in the EC industry and supporting other EC business initiatives, we will create a fundamental and long-term relationship value between companies operating EC businesses and their customers, which are faceless transactions. Through this, we will build mutual cooperative relationships within the industry and lead to the development of the industry. It functions as the only industry group centered on CRM in the EC industry.

The following Memorandum of Understanding (hereinafter referred to as "MOU") is entered into by and between CNRA and JCRM (hereinafter jointly referred to as "Parties" and individually as "Party" where the context so requires in this MOU). The Parties agreed that enhanced collaboration will strengthen institutional capacities of the Parties and improve the efficiency and effectiveness of the use of their respective resources.

### **1. Purpose of the MOU**

The purpose of this MOU is to foster increased communication, exchange of best practices, and joint activities between the Parties. By doing so, both Parties hope to contribute to the growth and success of the e-commerce industry in Taiwan and Japan, as well as to deepen their partnership and promote long-term cooperation. The MOU sets forth the basic principles and guidelines under which the Parties will work together to accomplish its objectives.

## **2. Forms of Cooperation**

The Parties may cooperate by various means, in accordance with their respective rules and procedures. Those means will include, but not be limited to:

- (1). Information sharing and/or collaborative market research.
- (2). Joint events, such as seminar, symposium, and lecture, as well as facilitation of appropriate participation in events.
- (3). Providing consultation and guidance services to Japanese and Taiwanese e-commerce enterprises when they are developing their businesses in the other country. This includes but is not limited to market analysis, legal and regulatory advice, logistics support, and referring business partners and facilitating business meetings with potential partners.
- (4). Providing reception and assistance services to each other's representatives during their visits to the other country. This includes arranging transportation, accommodations, and other necessary support.
- (5). Advice provision and assistance to the other party based on the local industrial and governmental relations.

## **3. General Matters**

This MOU is neither intended to create legal relations between the Parties nor to impose formal and binding obligations on the Parties.

Any activity conducted under this MOU is subject to their inclusion in the Parties' respective programs of work and budgets and to the availability of funds. No provision of this MOU will be construed to interfere in any way with the independent decision-making autonomy of the Parties with regard to their respective affairs and operations.

Implementation of any specific activities under this MOU specified in section 2 may require the execution of appropriate separate written agreements between the Parties, and any activities involving the transfer of funds between the Parties or other financial arrangements will require the execution of appropriate separate written agreements

between the Parties. These agreements will include any necessary provision on intellectual property, obligation, and exemption of responsibility deriving from the activities carried out under these agreements.

#### **4. Intellectual Property**

This MOU does not extend any express or implied licenses or other rights by one Party to intellectual property solely owned by the other Party. Intellectual property rights of any publication and work made through research activities under the MOU will be specified in separate written agreement as mentioned in section 3.

#### **5. Confidentiality**

All information provided by one Party to the other Party through activities under the MOU shall be kept confidential if it is clearly identified as confidential at the time of disclosure.

The Parties may notify any third parties of the fact that this MOU is in effect.

#### **6. Waiver of Liability**

Either Party assumes no responsibility or liability for any injury, additional expense, or other irregularities to the other Party other than those which may be caused by the willful or negligent acts or omissions on the part of the Party, and the respective Party shall not be responsible or liable for consequences of natural calamities, acts of God, or other factors beyond their reasonable control.

#### **7. Duration**

This MOU will come into force from the date of signing between the Parties, and remain in force for a period of five (5) years. The term of this MOU may be extended by mutual consent with written agreement after overall review of activities under the MOU.

#### **8. Amendment**

The MOU may be amended only by mutual written agreement of the Parties.

**9. Termination**

The MOU may be terminated by either Party by providing three (3) months prior written notice to the other Party. The parties will agree, as appropriate, on the steps to ensure that the activities initiated under the MOU are brought to a prompt and orderly conclusion as possible.

**10. Unspecified Matters**

Any matter not specified hereinabove shall be decided upon by mutual consultation between the Parties. Any dispute arising from the implementation or interpretation of this MOU shall be resolved amicably by consultation between the Parties.

In witness whereof, the MOU is executed on July 31<sup>st</sup>, 2023 in two official copies in English with signature by authorized representatives of the Parties.

FOR AND ON BEHALF OF:  
JAPAN DIRECT MARKETING  
CRM ASSOCIATION

FOR AND ON BEHALF OF:  
CHINESE NON-STORE  
RETAILER ASSOCIATION



Mukai Toru  
CEO



Hsu, Sheng Chung  
Secretary General

## 四、媒體露出截圖

(一)EC のミカタ報導 MOU 簽署儀式 (2023年8月10日)

<https://ecnomikata.com/ecnews/39942/>



(二)日本ネット経済新聞報導 MOU 簽署儀式(2023年8月24日)

<https://netkeizai.com/articles/detail/9543>



## 五、團員滿意度問卷

# 滿意度調查 日本電商洽商團

感謝大家熱情參與! 為了能更好地協助大家後續的跟進，及做為下一次辦理的改善，想瞭解大家對這次參訪團的收穫與心得，請協助填寫此問卷

(\*為必填)

1.您公司名稱\*

2.您的姓名\*

3.您的通訊 e-mail\*

4.您覺得有收穫的場次(複選) \*

一、7/31 下午場 (台日交流會)

二、8/1 上午場 (電商平台及代營運商)

三、8/1 下午場 (行銷支援及代營運商)

四、8/2 上午場 (開店系統及行銷支援)

五、8/2 下午場 (虛實整合展示)

六、8/3 上午場 (物流業者及參訪物流設施)

七、8/3 下午場 (日本電商物流通關業者)

八、8/4 上午 (日本發展之業者經驗分享)

5.在洽商團後，想進一步洽談合作的日方單位或企業(複選)\*

JETRO

JCRM

Rakuten 樂天平台

ViewEC 樂天臺灣館或其他代營運業務

Brangista 代營運

これから廣告行銷

E-grant CRM 系統

Twin planet ツインプラネット 網紅經紀

Anymind 行銷

GMO 開店系統

IK (含電視購物)

TSUTAYA 蔦屋及 Ashisto 貿易商

あらた 日用品化妝品中間商

SynaBiz 零售業者 B2B 平台

Qxpress 倉儲物流

Qoo10電商平台

Scroll 360

tealifeir

王子物流

SBS Logicom

MPD (蔦屋的物流公司)

nikkon 日本網包

6.對參訪團內容(各場主題安排及媒合企業的選擇)是否滿意?\*

	1	2	3	4	5	
不滿意	<input type="radio"/>	非常滿意				

7.對商研院團隊的規劃及服務是否滿意?\*

	1	2	3	4	5	
不滿意	<input type="radio"/>	非常滿意				

8.對旅行社相關安排是否滿意?(交通、餐食、住宿、領隊等)\*

	1	2	3	4	5	
不滿意	<input type="radio"/>	非常滿意				

9.五天行程下來是否有達成參團時預期的成果或目標?\*

	1	2	3	4	5	
不滿意	<input type="radio"/>	非常滿意				

10.若商研院再辦理類似洽商團，是否想要參加?\*

是

否

11.承上，想要參加哪個/哪些國家或地區的洽商團? 對洽商團的型式有什麼建議?

12.改進建議? 其他評論等分享

