



แนะนำเว็บไซต์ Amazon บทที่ 5

ในบทนี้จะมาแนะนำว่า Amazon Global Selling คืออะไร มีวิธีการเลือกเว็บไซต์เป้าหมายอย่างไร และลักษณะเด่นของเว็บไซต์เหล่านี้ที่เปิดให้กับผู้ขายชาวไทย รวมถึงสภาพการณ์การค้าปลีกและการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ และพฤติกรรมผู้บริโภค ฯลฯ จากข้อมูลนี้ ผู้ขายสามารถตัดสินใจได้ว่าควรเริ่มต้นธุรกิจอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนบนสาขาเว็บไซต์ใด

สารบัญ

5. <u>ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ Amazon ในญี่ปุ่น</u>	3
---	---

สื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้มีเนื้อหาอยู่ทั้งหมด 9 บท หากคุณต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมในบทอื่น ๆ กรุณาดูที่หน้าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องประกอบ เพื่อค้นหาบทเรียนที่คุณต้องการเรียนรู้



5. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ เว็บไซต์ Amazon ในญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นมีเศรษฐกิจที่พัฒนาแล้ว ญี่ปุ่นและไทยเป็นประเทศที่ค่อนข้างใกล้เคียงกัน คุณสมบัตินี้ทำให้เว็บไซต์ญี่ปุ่นดึงดูดผู้ขายชาวไทย

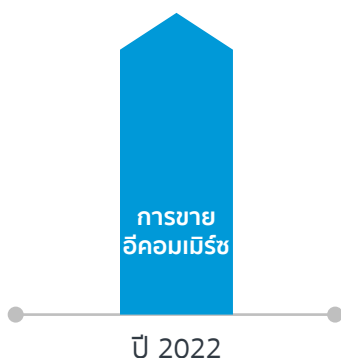
การพัฒนาของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซในญี่ปุ่น

ในฐานะที่เป็นประเทศเศรษฐกิจที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลกอีคอมเมิร์ซของญี่ปุ่นมีขนาดใหญ่และยังคงเติบโต ในปี 2018 ขนาดอีคอมเมิร์ซของญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น 8.96% เมื่อเทียบกับปี 2017 ซึ่งมีมูลค่าทั้งหมด 1,798 หมื่นล้านเยน เป็นประเทศที่มีตลาดอีคอมเมิร์ซใหญ่ในภูมิภาคเอเชีย จนถึงปี 2022 ยอดขายปลีกบนอีคอมเมิร์ซของญี่ปุ่นพุ่งทะยานถึง 1,600 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ¹

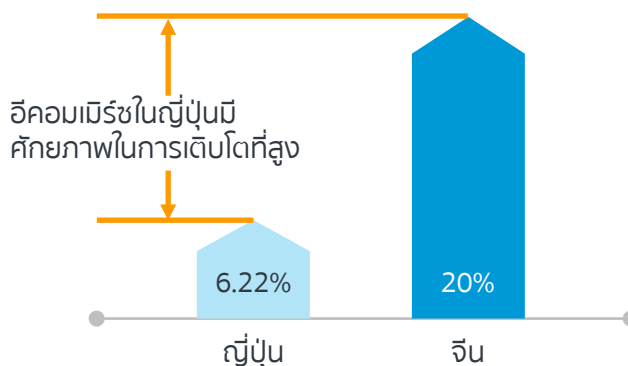
ในปี 2017 ยอดขายตลาดอีคอมเมิร์ซมีสัดส่วน 6.22% จากยอดขายค้าปลีกทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่น ส่วนจีนนั้นได้ทะลุถึง 20% เกาหลีใต้อยู่ที่ประมาณ 18% สหราชอาณาจักรอยู่ที่ประมาณ 16% สหรัฐอเมริกาประมาณ 12%² เมื่อเทียบกับประเทศจีน เกาหลีใต้ สหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกาแล้ว อีคอมเมิร์ซของญี่ปุ่นยังถือว่ามีความสามารถในการเติบโตที่สูง

1,600 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ

(อันดับ 2 ในภูมิภาคเอเชีย)



สัดส่วนของอีคอมเมิร์ซต่อการค้าปลีกทางสังคมในปี 2017



แหล่งที่มาข้อมูล(ภาษาญี่ปุ่นเท่านั้น)

1. eMarketer, Jan 2019 (exclusive of cost for travel and ticket)

2. The Ministry of Economy, Trade and Industry (METI), E-commerce Import and Export Market Survey

ญี่ปุ่นมีลักษณะเฉพาะของประเทศอีคอมเมิร์ซที่เติบโตเต็มที่: อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและผู้ใช้บรอดแบนด์สูง ค่าใช้จ่ายออนไลน์ต่อคนที่สูง

ในด้านประชากร ญี่ปุ่นมีประชากรทั้งหมด **127 ล้านคน** อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงถึง 94% ในปี 2017 จำนวนผู้ใช้อีคอมเมิร์ซสูงถึง 76.4 ล้านคน คิดเป็น 60.1% ของประชากรทั้งหมด ¹



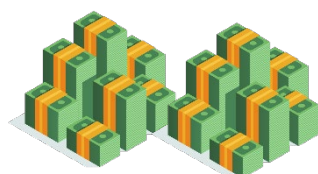
จำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์
สูงถึง
76.4 ล้าน



อัตราการเข้าถึง
อินเทอร์เน็ตสูงถึง
94%

ดูจากยอดซื้อสินค้าออนไลน์เฉลี่ยต่อคนแล้ว ยอดซื้อสินค้าออนไลน์เฉลี่ยต่อคนของญี่ปุ่นอยู่ที่ 1,164 ดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งสูงกว่ายอดซื้อในสหรัฐอเมริกา 1,156 ดอลลาร์สหรัฐฯ และเป็นมูลค่าเกือบ 2 เท่าของจีน ภายในปี 2022 การบริโภคออนไลน์ต่อคนจะเติบโตในอัตราการเติบโตต่อปีที่ 12.7% และการบริโภคต่อคนจะสูงถึง 2,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2022²

ยอดซื้อสินค้าออนไลน์เฉลี่ยต่อคนของญี่ปุ่นสูงมาก



ยอดซื้อสินค้าออนไลน์เฉลี่ยต่อคนในญี่ปุ่น
1,164 ดอลลาร์สหรัฐฯ

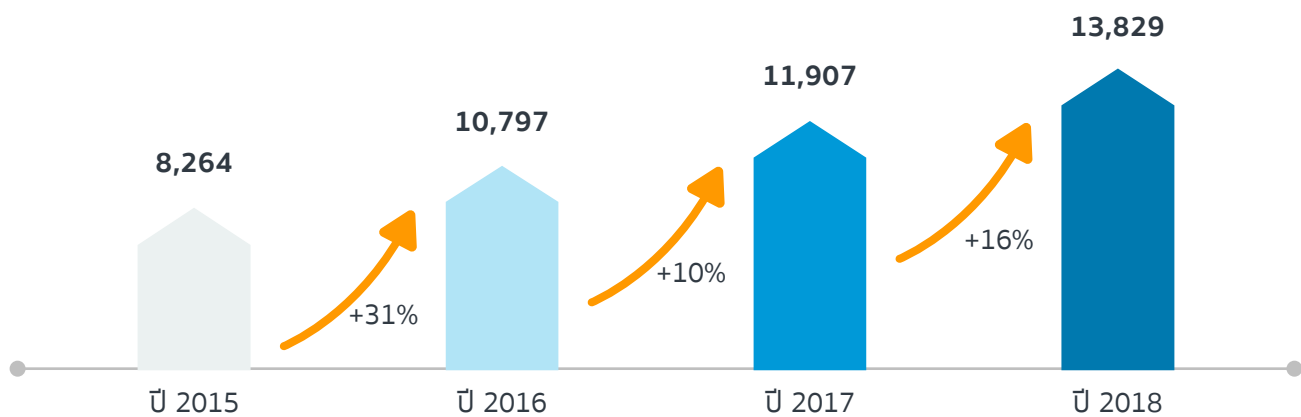
แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1/2. http://www.chachaba.com/news/html/peixun/mba/20180604_389964.html?timer=tc
<http://baijiahao.baidu.com/s?id=1566272709565401&wfr=spider&for=pc>
<https://services.amazon.co.jp/services/sell-on-amazon/marketing.html>

การพัฒนาของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซในญี่ปุ่น

ในอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซของญี่ปุ่น Amazon ได้เติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2013 ถึงปี 2018 ปัจจุบัน ในอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซของญี่ปุ่น Amazon ติดอันดับ 1¹ และหน้าเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซอื่นๆ

การเติบโตอย่างรวดเร็วของยอดขายบนเว็บไซต์ Amazon ในญี่ปุ่น (หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)

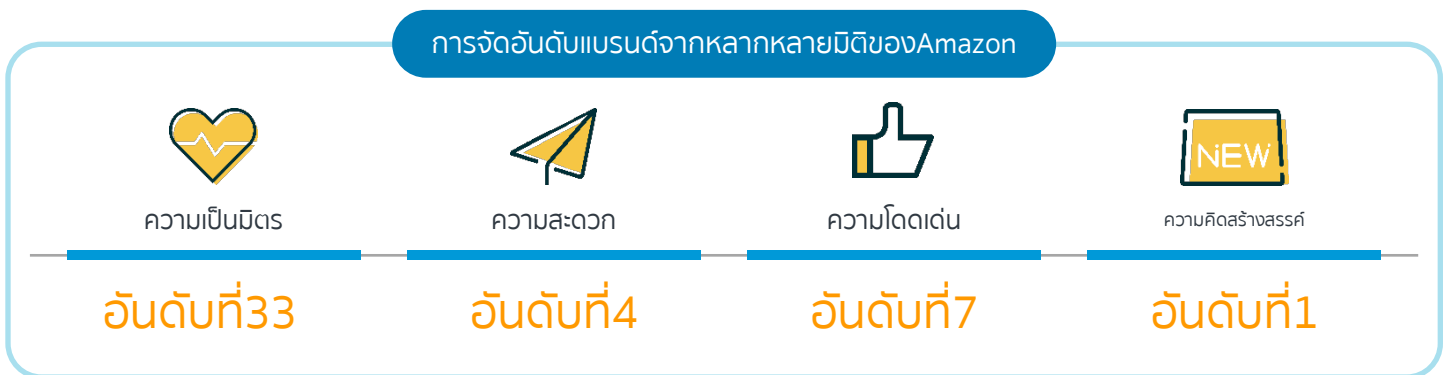


แหล่งที่มาข้อมูล

- <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1018724/000101872419000004/amzn-20181231x10k.htm#s52F7FEDACEA351758F06B0012FFEA2EF>



ยิ่งไปกว่านั้น Amazon ไม่เพียงแต่มียอดขายเป็นอันดับ 1¹ แต่ยังมีตำแหน่งที่สูงมากในใจผู้บริโภคอีกด้วย Nikkei BP Consulting ได้ทำการสำรวจมูลค่าแบรนด์ญี่ปุ่นจาก 4 มิติ ได้แก่ ความเป็นมิตร ความสะดวก ความโดดเด่นและความคิดสร้างสรรค์ ในการสำรวจครั้งนี้ Amazon ติดอันดับแรกของ “แบรนด์ที่มีมูลค่ามากที่สุด” ในแบรนด์ B2C ทั้งหลาย และเป็นครั้งที่ 2 ในระยะเวลา 3 ปีที่ Amazon ได้เป็นอันดับแรก² การจัดโปรโมชั่น “2018 Amazon Prime Day” บนเว็บไซต์ Amazon ในญี่ปุ่น ได้สร้างสถิติการมีจำนวนสมาชิก Prime ใหม่เพิ่มมากที่สุดเป็นประวัติการณ์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงมูลค่าแบรนด์ที่สูงของ Amazon และความน่าดึงดูดของการเป็นสมาชิก Prime



มูลค่าแบรนด์ Amazon ติดอันดับหนึ่งในญี่ปุ่น

การจัดอันดับ		ชื่อธุรกิจ	คะแนนโดยรวม	
2019	2018		2019	2018
1	3	Amazon ในญี่ปุ่น	94.4	83.5
2	11	YouTube	91.8	78.6
3	7	NISSIN	86.3	80.2
4	17	MUJI	85.3	75.0
5	1	Google	83.7	89.4

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาญี่ปุ่นเท่านั้น)

- <https://www.bci.co.jp/netkeizai/article/5492>
- <https://consult.nikkeibp.co.jp/branding/brand-japan/>

ผู้บริโภครองผู้ป่วน

ญี่ปุ่นมีประชากร 124 ล้านคน (ข้อมูลเดือนมกราคม ปี 2019) เป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดอันดับที่ 11 ของโลก ความหนาแน่นของประชากรญี่ปุ่นมีจำนวนสูง สูงถึง 7.5 เท่าของความหนาแน่นประชากรโดยเฉลี่ยทั่วโลก ญี่ปุ่นยังเป็นสังคมผู้สูงอายุระดับสูง โดยจำนวนประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปคิดเป็น 28.06% ของประชากรทั้งหมด ¹



เป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดอันดับที่ 11 ของโลก

124 ล้าน

ประเทศที่มีประชากรจำนวนมาก



จำนวนประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปคิดเป็น

28.06%

ภาวะสังคมสูงอายุขั้นสูง

ลักษณะของสังคมญี่ปุ่นได้ส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมความเคยชินในการบริโภคเป็นอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่น :

- บริษัทญี่ปุ่นมักจะ**แจกโบนัสปีละสองครั้ง**และช่วงเวลาหลังจากแจกโบนัสมักจะเป็นไอซีซีขึ้นสำหรับการอุปโภคบริโภค
- ส่วน**เดือนมีนาคมและเดือนเมษายน**จะเป็น**ฤดูย้ายบ้าน**สำหรับชาวญี่ปุ่น ทั้งนี้เป็นเพราะการเช่าบ้านในญี่ปุ่นโดยทั่วไปจะเช่าเป็นระยะเวลา 2 ปี ลูกจ้างบริษัทมักจะย้ายบ้านทุกๆ สองปี โดยจะย้ายประมาณช่วงเดือนมีนาคมและเดือนเมษายน ขณะที่นักศึกษาใหม่ที่เพิ่งเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยหรือพนักงานใหม่ที่เพิ่งเข้าไปทำงานในบริษัทก็จะหาที่อยู่ในช่วงนี้ด้วยการย้ายบ้านหรือการหาที่อยู่ใหม่ ส่วนใหญ่จะต้องการอุปกรณ์เก็บของและอุปกรณ์ทำความสะอาด
- ญี่ปุ่นยังมีช่วงไอซีซีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของญี่ปุ่นด้วย เช่น **เดือนกรกฎาคมและสิงหาคม**จะเป็น**ช่วงไอซีซี**สำหรับการท่องเที่ยว ช่วงเวลาสองเดือนนี้สภาพอากาศค่อนข้างสบาย และยังเป็นเวลาของเทศกาลบงซึ่งจัดขึ้นเพื่อเซ่นไหว้บรรพบุรุษ ชาวญี่ปุ่นจำนวนมากจะออกไปท่องเที่ยว ดังนั้นจึงต้องการจัดซื้อของใช้สำหรับฤดูร้อนและของใช้สำหรับการเดินทาง นอกจากนี้ ฤดูนี้ยังมีพายุไต้ฝุ่นจำนวนมากเช่นกัน ทำให้อุปกรณ์ป้องกันภัยพิบัติก็เป็นที่ยอมรับเช่นกัน



ฤดูย้ายบ้าน(เดือนมีนาคม-เมษายน)
นักศึกษาใหม่และพนักงานใหม่หาที่อยู่อาศัย
เช่าที่อยู่เป็นระยะเวลาประมาณ 2 ปี



ฤดูกาลท่องเที่ยว(เดือนกรกฎาคม-สิงหาคม)
เทศกาลบง(เดือนกรกฎาคม-สิงหาคม)
เช่นไหว้บรรพบุรุษ+ท่องเที่ยว (ปกติจะหยุดยาว 7 วัน)

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. Ministry of Internal Affairs, Sina.com.cn

ผู้ใช้อีคอมเมิร์ซชาวญี่ปุ่นมีกำลังซื้อสูงมาก ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความคุ้มค่าของสินค้า ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมีอัตราการซื้อซ้ำจากร้านเดียวกันสูง อัตราการคอมเมนต์ต่ำ มักนิยมช้อปปิ้งออนไลน์หลังเลิกงาน ในเมื่อสังคมญี่ปุ่นมีลักษณะเป็นสังคมผู้สูงอายุ ทำให้ผู้สูงอายุมีส่วนจากผู้ใช้อีคอมเมิร์ซทั้งหมดสูงด้วย ซึ่งพวกเขาจะพึ่งพาภาษาญี่ปุ่นเป็นหลัก

สำหรับสินค้าแต่ละหมวดหมู่ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นก็มีพฤติกรรมความเคยชินในการบริโภคที่มีเอกลักษณ์ของตน



ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์
นิยมการออกแบบที่เรียบง่าย
ต้องการคู่มือภาษาญี่ปุ่น



**เครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็กใน
ห้องครัว**
ออกแบบเรียบง่าย



**ของตกแต่งบ้านและของใช้
ประจำวัน**
ชอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อมและสะดวกในการใช้งาน
ให้ความสำคัญกับการจัดเก็บสิ่งของ
และการใช้งานจริง



เครื่องแต่งกาย
แต่งตัวตามกาลเทศะ
ค่อนข้างเรียบง่าย ประดับ
ตกแต่งปริมาณมาก



ผลิตภัณฑ์ด้านกีฬา
ช่วงฤดูร้อนจะเป็นช่วงไฮซีซั่น



อาหาร
รสชาติไม่จัดจ้าน
ภาชนะออกแบบอย่างประณีต

ยกตัวอย่างเช่น:

1.ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์: เช่น อุปกรณ์ชาร์จ สายชาร์จหรือแป้นพิมพ์ เป็นต้น ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมักจะนิยมประเภทที่ออกแบบเรียบง่าย สีดำหรือสีขาวจะดีที่สุด นอกจากนี้ยังต้องมีคู่มือการใช้ภาษาญี่ปุ่น เพื่อที่จะลดอัตราการส่งคืนสินค้าและความกดดันต่อบริการลูกค้า

2.เครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็กในห้องครัว: เมื่อเทียบกับบ้านที่อยู่อาศัยที่สหรัฐอเมริกาแล้ว ที่อยู่อาศัยในญี่ปุ่นจะมีความต้องการอัตราการใช้พื้นที่สูงกว่า ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบในขนาดเล็กๆ และเรียบง่ายนั้นจะได้รับความนิยมมากกว่า

3.ของตกแต่งบ้านและของใช้ประจำวัน: ผู้บริโภคญี่ปุ่นมักนิยมผลิตภัณฑ์สีเดียว อย่างสีดำ สีขาว สีเทา สีฟ้าหรือสีขาวครีม เป็นต้น ชาวญี่ปุ่นมีจังหวะการใช้ชีวิตที่รวดเร็วมาก ดังนั้นสินค้าที่สามารถช่วยผู้บริโภคประหยัดเวลา เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสะดวกที่จะใช้งานนั้นจะได้รับความนิยมง่าย พื้นที่อยู่อาศัยต่อคนของคนญี่ปุ่นมีขนาดเล็ก และส่วนใหญ่อาศัยอยู่คนเดียว คนญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับการจัดเก็บสิ่งของ ซอของใช้ในบ้านขนาดเล็กๆ ที่สะดวกในการใช้งาน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เก็บง่าย และทำให้รู้สึกมีความสุขกับชีวิต

4.เครื่องแต่งกาย: มักนิยมสีเดียว การออกแบบที่เรียบง่าย และชอบเลือกเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์เข้ากับชุดที่ใส่ แต่งตัวตามกาลเทศะ จะเลือกใส่ชุดและรองเท้า กระเป๋าที่แตกต่างกันไปตามกาลเทศะ เช่น ใส่ชุดธุรกิจไปทำงาน ใส่ชุดลำลองในเวลาปกติ ใส่แบบฟอร์มในวันเทศกาลหรือวันสำคัญอื่นๆ ดังนั้นทางด้านเครื่องแต่งกายจึงมีความต้องการมาก พฤติกรรมความเคยชินในการบริโภคค่อนข้างระมัดระวัง อัตราการส่งคืนสินค้าประเภทแฟชั่นต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยทั่วโลก ญี่ปุ่นมีการแบ่งฤดูกาลที่ชัดเจน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการจัดเตรียมสินค้าตามฤดูกาล

5.ผลิตภัณฑ์ด้านกีฬา: ยอดขายผลิตภัณฑ์ด้านกีฬาของญี่ปุ่นจะเปลี่ยนแปลงไปตามอุณหภูมิ ช่วงฤดูร้อนจะเป็นช่วงไฮซีซั่น

6.อาหาร: ซอรสชาติไม่จัด uber eats ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และให้ความสำคัญกับภาชนะการใส่อาหาร

นโยบายผลิตภัณฑ์ของ Amazon ในญี่ปุ่น

รายการสินค้าต้องจำกัด : [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู

ขีดจำกัดการจำหน่ายประเภท สินค้า และการเผยแพร่ : [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู



บทสรุปของญี่ปุ่น

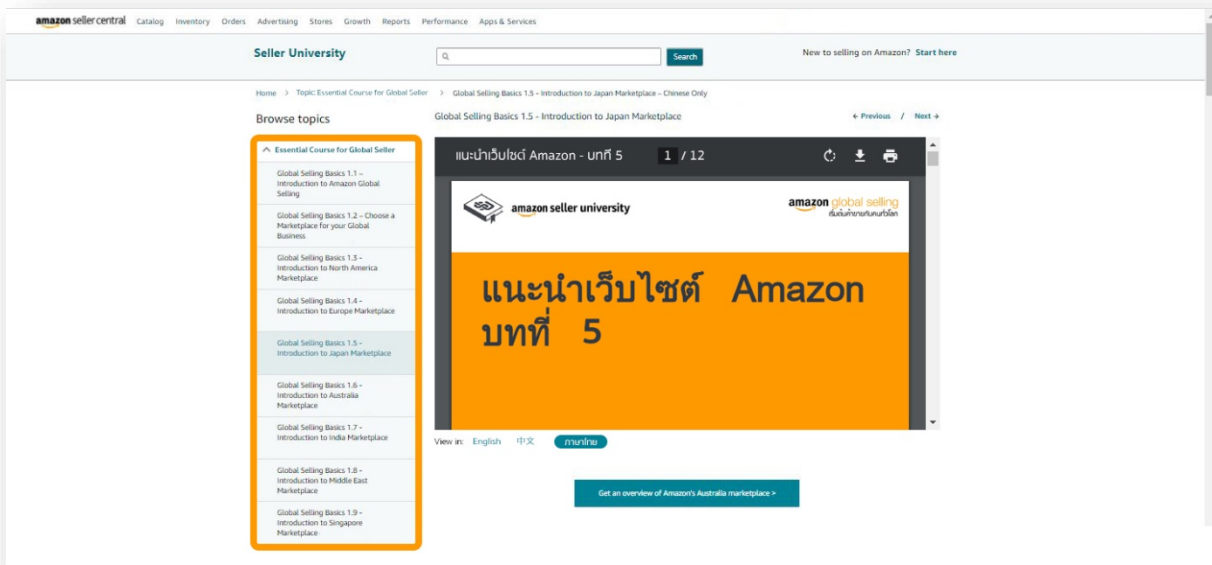
1. ตลาดอีคอมเมิร์ซได้รับการพัฒนาอย่างเต็มรูปแบบ และยังคงเติบโตอย่างรวดเร็ว
2. ผู้ใช้อีคอมเมิร์ซมีจำนวนมาก การมีลักษณะสังคมผู้สูงอายุทำให้ประชากรสูงอายุมีสัดส่วนจากประชากรทั้งหมดค่อนข้างสูง

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

แนะนำเว็บไซต์ของ Amazon

- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ Amazon Global Selling
- การเลือกเว็บไซต์แรกสำหรับธุรกิจทั่วโลกของคุณ
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในอเมริกาเหนือ (สหรัฐอเมริกา/แคนาดา/เม็กซิโก)
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในยุโรป (สหราชอาณาจักร/ฝรั่งเศส/เยอรมนี/อิตาลี/สเปน/เนเธอร์แลนด์/สวีเดน/โปแลนด์)
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในญี่ปุ่น
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในออสเตรเลีย
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในอินเดีย
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในตะวันออกกลาง
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในสิงคโปร์

เส้นทางการค้นหาหลักสูตร : Amazon Seller Central > พลาการดำเนินงาน > Seller University > ค้นหาชื่อหลักสูตร
ลิงก์ด่วน : Amazon Seller University [เว็บไซต์ในอเมริกาเหนือ](#), [เว็บไซต์ในยุโรป](#), [เว็บไซต์ในญี่ปุ่น](#)



ทำความเข้าใจบทเรียนอื่นที่เกี่ยวข้อง :

- หากต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการและแหล่งข้อมูลของทาง Amazon โปรดค้นหา "โครงการ Amazon"