

【解説】日本と海外のECサイトの違いを徹底比較！



<https://unsplash.com/photos/4Hg8LH9Hoxc>

・リード

海外のECサイトを見ると、日本と全く違うことにお気づきでしょうか？ 普段ECサイトの運営や閲覧をしている人はご存知かもしれませんが、日本と海外ではECサイトの構造が全く異なります。

今回は、日本と海外のECサイトの違いを比較していきます。実際に海外のECサイトを真似してみたけどうまくいかなかった人は、ここで紹介する違いを参考にしてみてください。

・大見出し1(20文字程度):なぜ日本と海外のECサイトは違うのか



<https://unsplash.com/photos/Px3iBXV-4TU>

そもそも、なぜ日本と海外のECサイトは違うのでしょうか。国内外のECサイトを閲覧したことがある方は分かるでしょうが、見た目から中身まで全く違います。

日本と海外のECサイトの、見た目や構造が違う理由は、環境や国民性によってサイトの作り方が違うからです。

世界は広く、環境などによって、各国に住む人の性格や人格も大きく異なります。例えば、日本ではテキストが多く安定性のあるサイトが好まれますが、アメリカ人はテキストの少ないインパクトのあるサイトを好みます。

・大見出し2(20文字程度): 日本のECサイトの特徴



<https://unsplash.com/photos/cIN6N30q3sw>

日本のECサイトの特徴には、こういったものがあるのでしょうか。ここでは、海外のECサイトと比べた日本ならではの特徴を説明していきます。



URL: <http://shop.yawataya.co.jp>
運営会社: 株式会社八幡屋礒五郎

中見出し1: 写真が小さく、そのぶん説明文が多い

日本人はとにかく丁寧なので、適切な説明をしっかりと書く習慣があります。そのため、説明文が長い分、写真の数が少なくなってしまうという傾向があります。

1つの項目にすべての情報を盛り込もうとするので、1ページ内に含まれている情報量は、海外のECサイトの中で1番と言ってもいいでしょう。

中見出し2: メニューや項目数が多い

メニューや項目数が多いのも、日本のECサイトの特徴の1つです。メニューや項目数を増やすことで、商品情報を詳しく絞ることができます。

日本人はできるだけ詳しく調べようとする癖があるので、その癖を意識したECサイトが多く存在します。

中見出し3: ボタンやバナーがカラフル

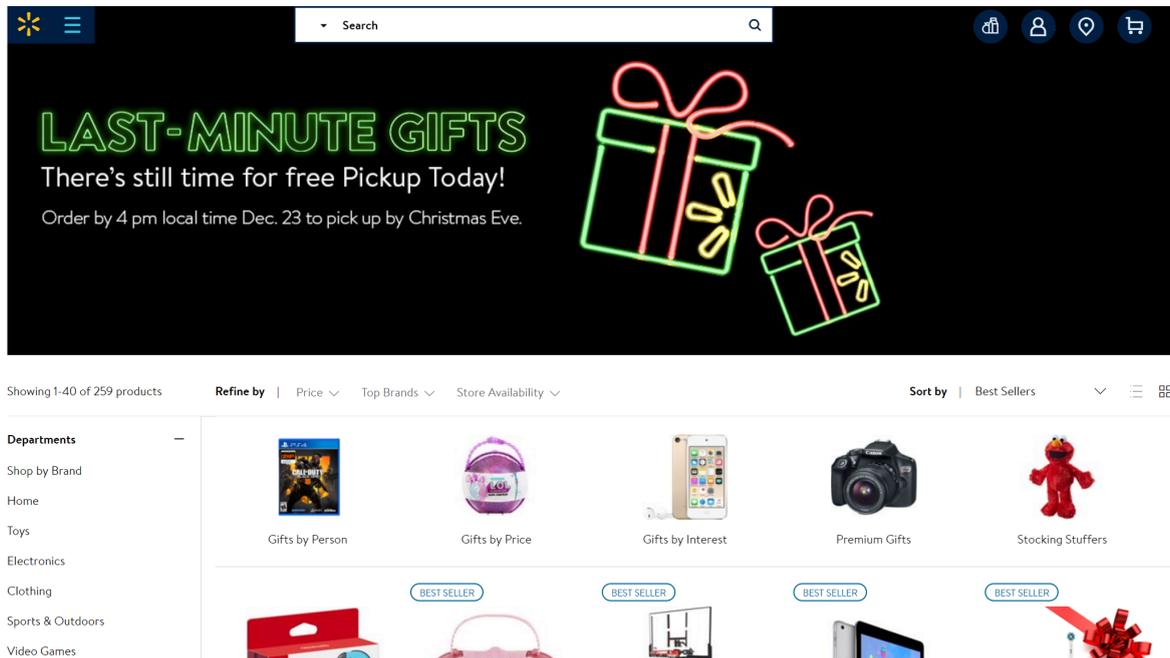
できるかぎり見ている人に飽きさせないために、ボタンやバナーをカラフルにする傾向があります。そのぶん背景色を白に抑えて、ボタンやバナーを目立たせる作りになっています。「次の項目を見てほしい！」という感情をボタンやバナーで表しているわけです。商品を買ってもらうための戦略と言ってもいいでしょう。

・大見出し3(20文字程度): 海外(欧米)のECサイトの特徴



<https://unsplash.com/photos/CabUqKlvKX0>

次に、海外(欧米)におけるECサイトの特徴を説明していきます。日本とは全く違うので、ご自身が作るECサイトが欧米向けか日本向けかの判断材料として、見てみてください。



URL : <https://www.walmart.com/>

運営会社 : Walmart

中見出し1: 文章が少なく、画像が多い

欧米のECサイトは、文章が少なく、画像が多いという特徴を持っています。

欧米人は、インパクトのあるものに惹かれる傾向があるのです。そのため、インパクトの弱い文章ではなく、インパクトをダイレクトに伝えることのできる画像を多く使う習慣があります。

中見出し2: ボタンの数が少なめ

インパクト重視なので、ボタンの数を少なくして、商品の存在感を高める効果を狙っています。

シンプルでクールに見えるようにするために、余計なボタンなどをできるだけ少なくしようとするのが、欧米スタイルと言ってもいいでしょう。

中見出し3: 色は控えめになっている

色は控えめというと、一見インパクトが弱くなるのでは？と考える人もいるでしょう。しかし、少し違います。色を控えめにして色数も抑えることで、出来上がりは、シンプルかつインパクトの強いECサイトになります。

できるだけ不必要なものを省いて、重要な部分だけを残すという考えがあることから、色も重要な部分を邪魔しないようにデザインされているのです。

・大見出し4(20文字程度): 海外(中国)のECサイトの特徴



<https://unsplash.com/photos/a2NRu2Wxa2o>

中国も大手のECサイトを多数保有しており、日本や欧米とはまた違う特徴を持っています。順番に見ていきましょう。

日本 - 亲, 请登录 免费注册 手机逛淘宝 淘宝网首页 我的淘宝 - 购物车 - 收藏夹 - 跨境物流管理 海外消费者帮助

淘宝网 日本 套装 登录 / 免费注册 淘金币 淘宝Lite 购物车

商品分类 天猫 聚划算 淘宝头条

女装精品 > 内衣/男装 > 鞋品/箱包 > 饰品/配件 > 运动/户外 > 家具/家纺 > 手机/数码 > 汽车/家电/旅行 > 母婴/玩具 > 办公/娱乐 > 美妆/个护 >

新年囤好货 Top尖货包邮 满199减20 满399减60 满699减140 活动时间: 12月20日-12月22日 立即抢购>

官方物流 全球10地配送 货到付款 支持国际信用卡付款 买家保障&购物无忧

每日好店 你可能喜欢的店铺 更多

今日推荐 女神の店 男人帮 有腔调

URL: <https://world.taobao.com/>

運営会社: 淘宝(タオバオ)

中見出し1:テキストやフォントの表示が大きい

中国のECサイトの特徴として、何より目立たせることを意識している点があります。考え方は日本と似ており、テキストやフォントを大きくして目立たせます。

同じアジア圏内ということもあり、日本を意識して、負けないように作られていると考えられます。

中見出し2:日本以上にカラフル

日本もカラフルにECサイトを作るという特徴を持っていますが、中国はそれ以上にカラフルに、ECサイトを作っています。内容よりもサイト全体を目立たせることを重視していると考えられます。

カラフル過ぎて、商品以上に背景やボタンが目立っているというのも、よく見受けられる特徴です。

中見出し3:余白がない

中国のECサイトでもっとも目立つ特徴が、ほとんど余白がないところです。できるかぎり情報を詰め込もうとする習慣があるので、余白を作って見えやすくするという概念がほとんどありません。

常に目立つことを意識している中国人ならではの特徴が、ECサイトにも反映されていることが理解できたでしょう。

・大見出し5:まとめ | ECサイトは国によって全く違う



<https://unsplash.com/photos/ir5llkVFqC4>

日本と海外では、ECサイトのデザインに関する考え方作り方が違うことが分かりました。

日本人向けのサイトを作りたいなら日本人好みに、海外のECサイトを作りたいなら海外好みにデザインすれば、効率的に運営ができるでしょう。

どこに向けて発信していきたいのかを考えに入れて、ECサイトを作りましょう。