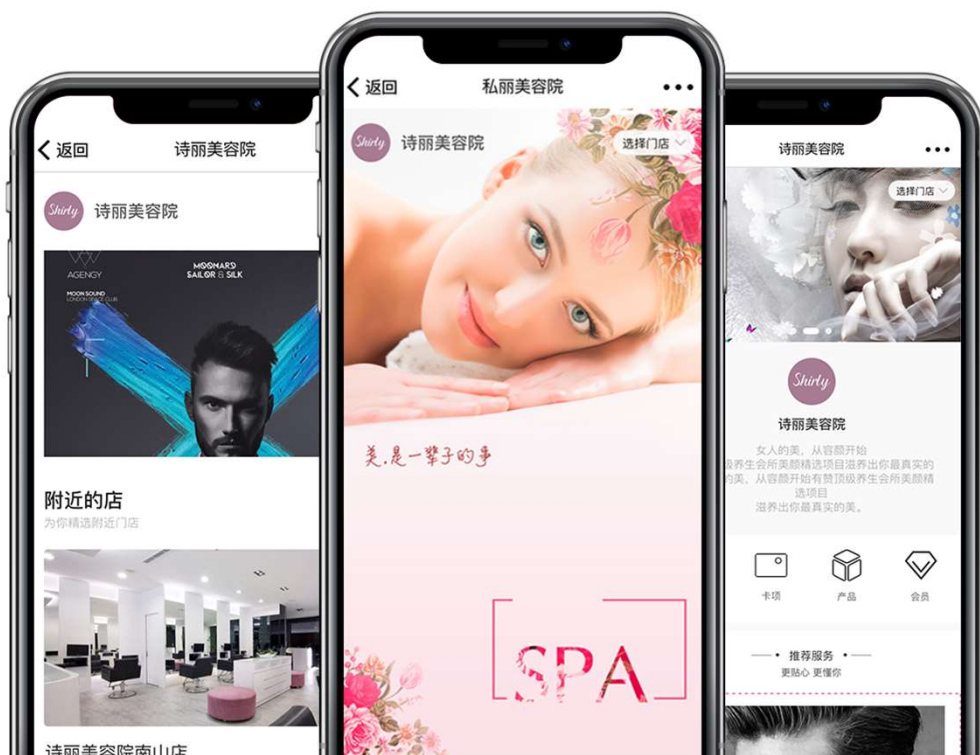




中国向け越境ソーシャルEC ご紹介資料

株式会社Youzan Japan

Youzan Japanのご紹介



Youzanとは

Youzanは中国における店舗システム開発に強みを持つ企業です。2012年11月に杭州に設立され、2018年4月に香港株式市場に上場しました。現在では約4億人以上の消費者がサービスを利用し、600万を超えるショップが出店しています。そのトラフィックの量は1日あたり数百万件のオーダーと数億件のメッセージを処理するほどで、2020年には、2兆1千億円の取引額を達成しています。

Youzan Japanとは

Youzan Japanは、中国Youzanと日本のInfoDeliverの合併会社として2020年に設立。日本の製品を中国で販売する越境ECサービスと、中国での豊富な実績を活かしたソーシャルECサービスを提供をメインの事業として展開中。

Mission

中国Youzanの持つリソースやノウハウで
日本企業が「ソーシャルEC」を
簡単に実施できるように支援します！

中国越境ECの課題

日本企業の中国進出にはこんな課題が！



自由度が低い

大手の中国越境ECプラットフォームへの出店には、初期導入、運営コストの面でハードルが高く、店舗運営の自由度が低くなるというデメリットがあります。



市場調査をしない

中国国内での市場調査をしないで、中国市場に本格参入してしまう日本企業は意外と多くいます。想定していた売上にならず撤退してしまう企業も。



効果測定ができない

KOLに依存したプロモーション戦略では効果測定できるツールがないなんてことも。十分なデータを獲得できず、売上UP・リピートの施策が打てないことに。



ストーリーがない

日本製品だから売れる！インバウンドの時に売れていた！といった理由だけでは売れません。ストーリー性が薄い商品が消費者の心に響かないのは中国も同じです。

本気で中国進出を目指す企業様の課題を解決！越境ECの成功をフルサポート！

中国進出への3ステップ



中国進出

Step 1 テストマーケティング

■市場向け
仮説立案・実行・検証・改善

巨大かつ複雑な中国EC市場で、自社の商品を好きな人、ファンを獲得することは簡単ではありません。

中国のソーシャルEC市場を熟知しているコンサルタントや経験豊富なECサイトデザイナーが商品のセールスポイントを整理し、テストマーケティングを実施いたします。

Step 2 進出可否の判断

■進出可否の判断サポート

step1で得られたデータから、中国市場進出に足りないと思われる点をご報告。

無理な中国市場進出はご提案せず、商品選びや価格戦略のサポートを実施します。

世界的に有名な日本ブランドはすでに中国に進出済み、さらに中国国内でもクオリティの高い商品が日々生まれています。

日本から中国に向けて販売するには、想像以上に大きな壁があります。

Step 3 EC店舗の開設

■自社オリジナルEC店舗開設

「テストマーケティング」
のデータを元に

「中国消費者向けのストーリー」
の作成・設計を行います。

日本にいながら中国の消費者に商品を選んでもらうには、地道な努力が必要です。

中国に商品を売る方法、それは1人ひとりのつながりが販売につながるソーシャルECが最適です。

テストマーケティング概要

仮説～実行～検証～改善のサイクルでテストマーケティングを回していきます！

01

仮説：中国市場向けの仮説立案

- ・セールスポイントを整理
- ・中国市場における競合分析
- ・中国国内のターゲティング
- ・仮説および販売ストーリーの立案

02

実行：Youzan店舗にて広告戦略

- ・Youzan Japanのテスト店舗を利用
- ・中国向け広告素材を作成
- ・WeChat広告を実施

04

改善：リアルタイム改善

- ・検証結果を踏まえ商品ページの改善を実施
- ※広告デザイン、素材、文面、商品の陳列方法など
- ・中国消費者心理を理解したUI/UX改善策

03

検証：Youzanにて検証

- ・収集データ（購買履歴、商品ページの閲覧等）の解析
- ・仮説の検証、データモニタリング

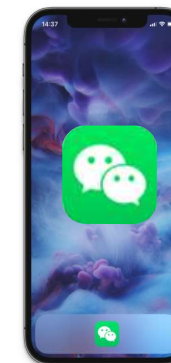


WeChatについて

WeChatとは



- Tencentが、2011年にリリースした**メッセンジャーアプリ**。
- 現在、中国最大の総合アプリとして、社交、決済、買い物、検索など
中国では生活インフラの一部になっています。
- **月間利用者数が12.5億人**に到達している。



WeChatエコロジー

WeChatは、6つのモジュールで構成されており、それぞれの機能モジュールは単体でも見てもボリュームのあるソフトウェアである。

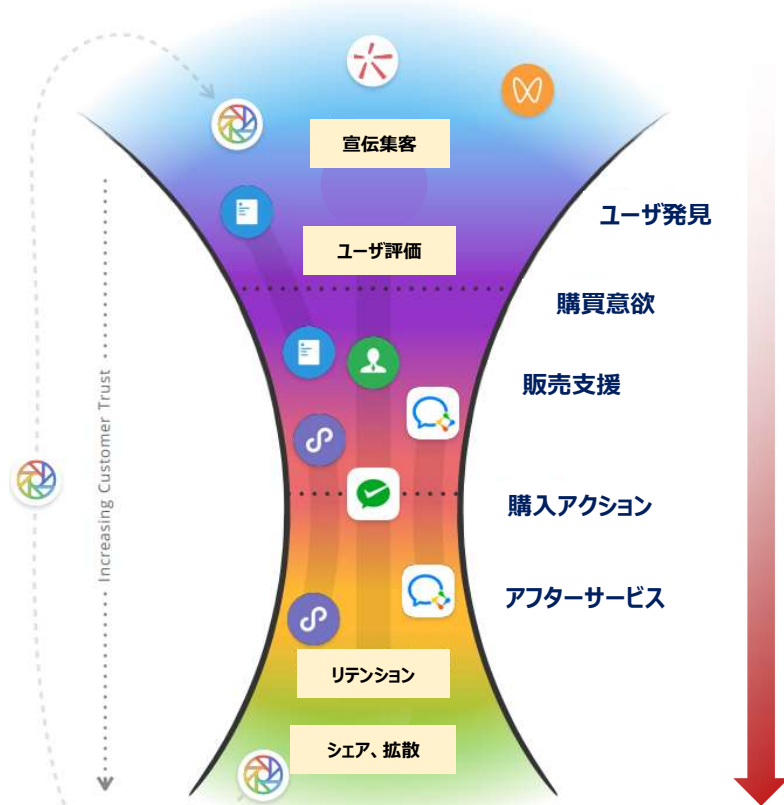
モジュール						
	视频号 (動画投稿用アカウント)	公衆号 (公式購読アカウント)	モーメンツ	検索	WeChatペイ	ミニプログラム
概要	動画やライブ配信を友人やファンに向けて発信し、いいねなど、レコメンド機能から拡散をしていくことが可能です。	「企業ホームページ+公式アプリ」として機能し、ブランディングから、来店/販売促進など、あらゆる企業活動の発信が可能です。	タイムラインのようなもので、繋がりがあある友人の投稿を閲覧したり、友人への投稿をシェアできます。	検索エンジンとして、モーメンツ・記事・動画・オフィシャルアカウントをキーワードで検索できます。	コミュニケーションに特化した電子決済サービスです。「紅包」をWeChat経由で渡すなど、買い物以外のお金のやり取りでも利用されています。	「アプリの中のアプリ」と呼ばれ、ダウンロードせずに使えるミニアプリ。ECサイト構築、商品の注文や決済など、あらゆる機能を持っています。
DAU (単位: 人)	5億	5億	7.5億	3.6億	/	4.5億

※DAUとは「Daily Active User」の略語で、1日あたりのアクティブユーザーを指す。

YouzanミニプログラムとWeChatとの関係



※Tencent (WeChat) と有贊は提携しています。



WeChatエコロジーのマーケティングマップ



Youzanミニプログラム (ECサイト) はWeChatのミニプログラムに属しているため、従来のECサイト経路と違い、WeChatの社交属性が付与されています。
WeChatでYouzan店舗へ入り口を構築し、集客・来店促進が可能です。

シームレスでWeChatと、つながり獲得した潜在顧客の興味を販売意欲、購買行動につなげます。「いいね」を押した人、衝動買いをした人…人と人を友だちとしてつなげることで、様々な販促ツールを活用して販売につなげていきます。

①友人との会話中でシェア可能



②トップメニューから使用履歴のあるミニプログラムが表示



③マイリストにミニプログラムを手動で追加可能



④埋め込みリンクからアクセス可能



02.Youzan店舗にて広告戦略

WeChat広告とは

- Tencent社が提供している広告サービスの一つで、WeChatには広告を出稿することで。
- WeChat広告は10億人以上のWeChatユーザーをカバーしています。

WeChat広告を利用するメリットとは

- YouzanミニプログラムはWeChatに依存するものなので、WeChat広告からミニプログラムまで最短経路になります。
- 広告からワンクリックでミニプログラムまで繋ぎ、従来のアプリの切り替えでロスしてしまう件数を最大限まで低減できます。

広告、ECサイト、公式アカウントのデータをモニタリング、常に戦略調整しROIと商品売上の向上に繋がります。



モーメント上に
広告を表示



公式アカウント記事の
下部に掲載



公式アカウント
記事の中央に掲載



ミニプログラム上に
広告を配信



検索欄
に広告を配信



Youzanミニプログラムへ

中国市場への展開戦略・ターゲティングを明確化

03.Youzanにて検証～04.リアルタイム改善

「広告配信→データ分析→企画調整」のサイクルを回すことで、広告戦略を最適化！

1. 広告配信期間のデータ獲得

- ①購入商品
- ②商品詳細ページ閲覧数
- ③購入ユーザーのユーザー像
- ④来店ユーザーのユーザー像
- ⑤新規客クーポン受取率/使用率
- ⑥カード追加商品

2. データ分析

購買履歴、商品ページの閲覧、購入者、来店者のデータ収集、分析することでユーザー像を把握し、ターゲットと合っているかを分析します。

広告対象ユーザーの概念

性別、年齢など、どの層別がどこに高い関心を示しているのか解析し、ターゲティングを行います。

3. 改善

検証と分析に基づいて、広告デザイン、素材、文面、商品の陳列方法など施策を打ち出します。

モーメンツ広告:文面テスト

「パーティーにピッタリ」と「一人でも楽しめる」の2本の文案テスト配信実施、クリック率が比較的に高いのは前者のため、今後は「ソーシャルシーン」に合わせた文面を改善実施。

モーメンツ広告-6枚の画像/1セット

新しい形式のテスト配信実施、先週の1枚画像/1セットのクリック転化に比べ、今週は1.05%まで大幅上昇、後続は新形式の配信を継続。

アカウントカード広告配信テスト

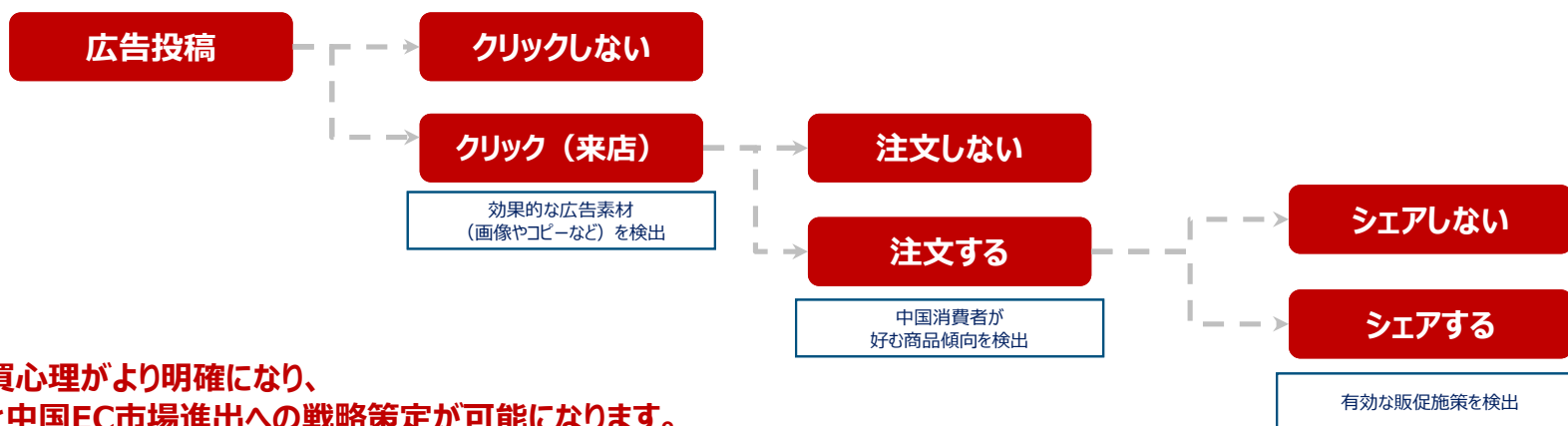
新しい位置でのテスト配信実施、転化効果はカード式モーメンツ広告より好ましい、後続は新位置での配信改善実施。

配信完了

次回配信

テストマーケティングまとめ

テストマーケティングは繰り返し実行することを推奨



中国消費者の購買心理がより明確になり、今後の商品選定と中国EC市場進出への戦略策定が可能になります。

広告費の割合



step 1、7-10日間	step 2、7-14日間	step 3、14-21日間	step 4、14-21日間
広告デザイン <ul style="list-style-type: none"> 過去店舗運営データにより、ターゲットとブランドイメージを明確にする 素材を収集した上、広告用の画像とコピーをデザインする 広告をアップロードし、審査を受ける 	モデル最適化 <ul style="list-style-type: none"> ターゲットに複数の広告を投稿することにより、クリック率などから受け入れやすい素材を洗い出す リンク先：店舗Topページ 	ターゲット拡散 <ul style="list-style-type: none"> 過去店舗運営データにより、ターゲットとブランドイメージを明確にする 素材を収集した上、広告用の画像とコピーをデザインする 広告をアップロードし、審査を受ける 	プレジジョンマーケティング <ul style="list-style-type: none"> 最適な広告を継続、ターゲットデータによって、カテゴリ別の販促施策を実施し注文促進する YouzanのソーシャルECマーケティングツールを活用し、キャンペーンを展開する リンク先：店舗Topページ/販促キャンペーンページ/カテゴリ別特集ページ



参考事例



中国で実施しているSNSマーケティング事例

Youzanシステムでは、100種類以上の販売促進ツールが利用可能！

1. 満/減送「満減 プレゼント」

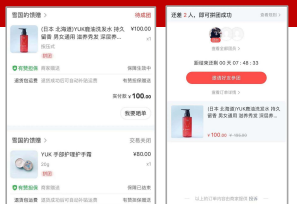
ある一定の条件を満たせば優待が受けられるクーポン。
例えば、500元を買うと100元の割引が実施されなど。
限定割引キャンペーンには顧客単価を向上させる効果があり、消費者は更なる割引の為に、親戚や友人にクーポンをシェアします。顧客を増やすための施策として利用します。



2. グループ共同購入

概要：共同で複数人でネット予約・購入をすることで割引価格が適用される。

日本のグルーボンの機能に相当。



3. アフィリエイト機能

オンラインでアフィリエイターを募集して、店舗の従業員として起用することも可能です。アフィリエイターとして、自分のSNS上（WeChatなど）の友達に商品情報と販売促進活動を発信。人気のアフィリエイターを起用することで店舗でCVRを高めます。コスメ、洋服、家電といったジャンルのYouzan内店舗で利用されています。



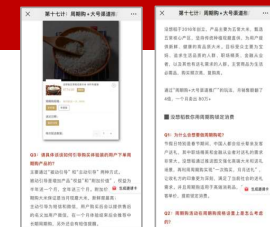
4. シェア型クーポン

商品購入時にもらったクーポンを友人にシェアしたり、商品情報を家族や友人にシェアすると、新たなクーポンが発行される。クーポンを実際に使用すれば更にポイントが加算され、シェアすることで倍増していくスタイルのクーポン。



5. 周期購「サブスクリプション/定期便」

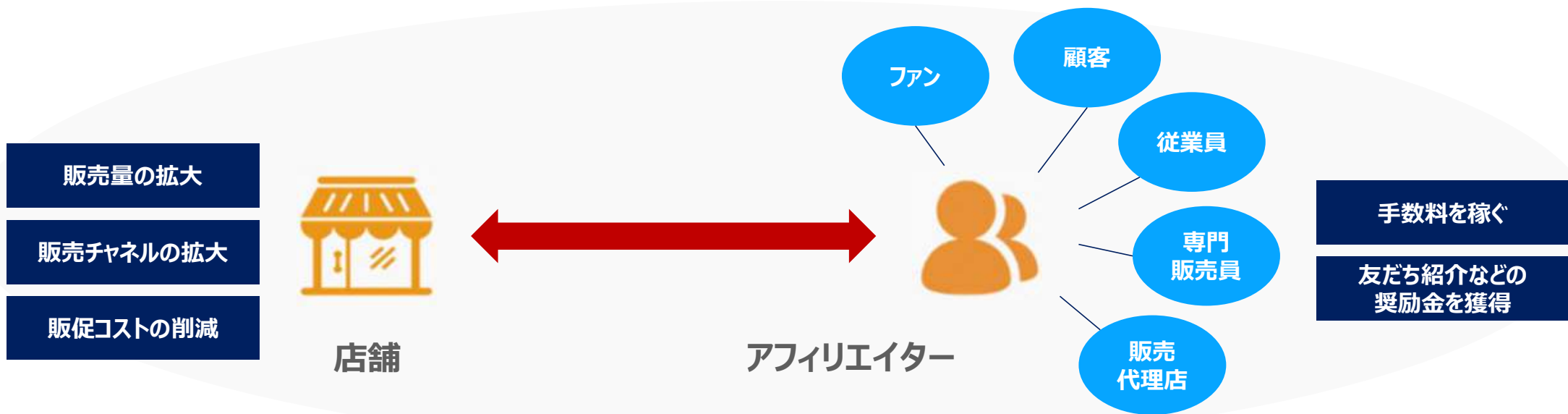
日用品、食料品及び花束などの消耗品のサブスクリプションサービスを実施しています。サブスク+公式アカウント宣伝を利用し、お米を販売した例では月間販売数量は4倍になり、月間売上額が80万円に伸びた例があります。



YOUZANのリレーション強化を目的とした販促ツールは100種類以上に及びます

アフィリエイト機能を活用する概念図

ファン・従業員を販売チャネルに転換して売上向上につなげる



商品販売の難題を解決する多くのチャネル

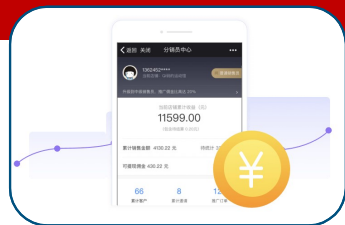
		
ファンによる販売サポート	スタッフによる販売サポート	専門家による販売サポート
友達紹介によるコミュニティの形成	全スタッフによるゴールドセールス	インセンティブによるチャネル開拓

アフィリエイト機能の概要説明

数万人の営業チームを構築するための機能

1. 自動コミッション決済をサポート

システムが自動的に手数料を決済してくれるので、より便利に、より正確に、より安全に時間や労力を節約します。



2. パフォーマンスのレベルを高める

レベルに応じた手数料を設定できるので、パフォーマンス重視のプロの営業チームを構築します。



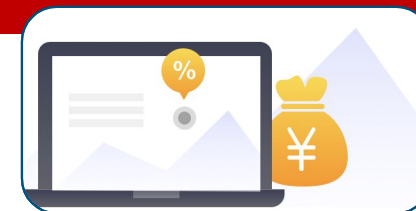
3. ワンクリックで友達に配布・展開

- ポスタープロモーション
- 製品のQRコードプロモーション
- WeChat共有プロモーション
- グラフィカルQRコードプロモーション



4. 手数料の設定を柔軟に管理

- 均一手数料
- 単一商品手数料
- ティアコミッション
- 超低割引、手数料なし



5. リアルタイムなデータ分析

パフォーマンスとコミッションをリアルタイムに見ることが可能。



参考事例 「古井貢酒」Youzanを導入した背景と課題

企業情報

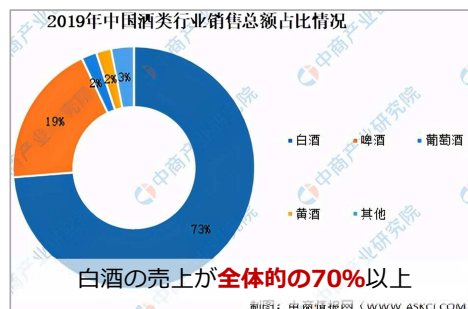
古井貢酒は、曹操が故郷の銘酒を漢の献帝に献上し、歴代皇帝への貢物になったことに由来する、中国八大名酒のひとつ。古くから変わることのない、名水「古井の水」を用い、深い甘みと濃厚な味わいの中国焼酎です。

2021年売上高120億元（約2,180億円）、資本金5億元（約96億円）
推測時価総額は1469億元（約2兆6,691億円）

背景

酒類のEC市場規模が年々拡大

2016年の売上高303億元（約5,502億）に対して
2021年は**1,363億元（2兆4750億円）**まで伸張



「古井貢酒」が抱えていた課題

古井貢酒は下記のような課題を抱えていたことが、
Youzan導入のきっかけとなりました。



- EC取引額はわずか3~5%
- 顧客を獲得するコストが上昇傾向
- 従来型のプラットフォームでは集客が困難
- プラットフォームの制限
 - ➔ キャンペーン活動が限られている
- 酒類消費目的の変化
 - ➔ 飲食店用やプレゼン用⇒個人消費
- ユーザーの若年齢化

参考事例 「古井貢酒」アフィリエイト機能を活用した販促活動

1. アフィリエイト機能を活用して、販促活動



3. アフィリエイターのモチベーション維持及び向上

販売利益やインセンティブがもらう周期を短縮

YOUZANシステムで抽出したデータを分析より良い販売計画を立てる

売上の低いアフィリエイターをサポート

例：送料無料、サンプルを無料お試しキャンペーンなど



2. 商品の差別化



個包装し、商品単価を下げる

自宅用とプレゼント用に分ける

販売商品により、インセンティブの額を調整する

4. 会員向けのキャンペーン活動

会員狂欢周

活动时间：8月17日-8月26日

专属优惠券 会员免费领

使用时间：8月17日-8月26日



無料会員登録、ポイント制を実施

時間限定のクーポン券発行、記念日キャンペーン

Youzanシステムで抽出したデータを分析し、客層やニーズに応じて細かく運営販売プランを策定

参考事例 「古井貢酒」Youzan導入結果

「古井貢酒」が👍有賛を導入してから
わずか **200日**で **24万人**の
アフィリエイトターを獲得
月商**千萬元**を達成！

参考事例 「瀘州老窖」グループ共同購入を活用した抽選活動

企業情報

「瀘州老窖」は、中国四川省南部のLuzhouに本社を置くLuzhou Laojiao Company Limitedが生産しているお酒で、**400年余りの歴史を持つ四川省が誇る有名な白酒**。「瀘州老窖 特曲」は、**中国四大白酒の一つ**とも言われ、四川省瀘州市の“老窖”(=歴史ある古い穴蔵)で醸造されることから、その名がつけました。
2019年売上高158億元(約2,874億円) 資本金17億元(約266億円)
推測時価総額は373億元(約6,789億円)

1. グループ共同購入機能を活用して、抽選活動



2. プレゼント抽選を実施、外れた方にクーポン配布

抽選で**1人**に、**瀘州老窖1本**を贈呈

当たらなかった消費者にもクーポンを配布して購入を促進

3. 結果



お店のファンが増加↑

売上が増加↑

白酒1本の抽選だけで、6,000人のファンが増加、購入促進につながりました!

※抽選結果画面



資本金 2億円

主要株主 Qima Investment. Ltd
株式会社InfoDeliver

国内拠点

東京本社：東京都港区愛宕二丁目5番1号

愛宕グリーンヒルズ MORIタワー38階

札幌本社：北海道札幌市中央区南一条西4丁目5-1

取締役会長

代表取締役 CEO

取締役 CFO

取締役

取締役 CMO

監査役

朱 寧 (CHINA YOUZAN CEO)

周 凱 (CHINA YOUZAN CPO)

俞 韜 (CHINA YOUZAN CFO)

尚 捷

杉本 武寛

石井 吉春



YouzanJapan