

越境ライブコマース 紹介資料

日本東洋株式会社



DY ORIENTAL
FACTORY

会社概要

会社名

日本東洋株式会社

設立

2022年7月

代表者

唐仁

資本金

500万円

所在地

東京都渋谷区千駄ヶ谷1-4-5-3B

ホームページ

<https://www.dy-oriental-factory.com/>

事業内容

- DY ORIENTAL FACTORYの企画・開発・運営
- ライブコマース事業



日本向けのアパレル貿易会社歴**15**年の中国人・アパレル業界歴**15**年の日本人が経営

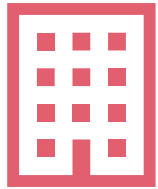
新規事業として立ち上げた会社を**3**年で**ライブコマース**で**業界マップ**に載せた実績があります。

事業内容

01

お客様からアパレル生産の依頼をお受けし、
パートナー工場様に生産の委託をしています。

お客様



ご相談・ご依頼



DY ORIENTAL
FACTORY

生産委託

パートナー工場



納品

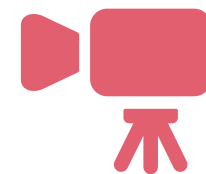
02

ブランドの“売れる”ライブ配信をサポート

アパレル業界に精通したスタッフと、
ライブ配信に精通したスタッフが、
経験にもとづいたサポートをします。



貴社



配信

ユーザー



ライブコマース特長

自分が売りたい物を売る時代へ

POINT

01

新しい客層の獲得

OEM経験者とインフルエンサーブランドをマッチングで、令和のアパレル業界に必要なモノづくりが可能に。タレントやインフルエンサーに行ってもらうことで、通常では獲得できなかった購買層にアピールすることができます。

POINT

02

臨場感のある購買体験

ライブコマースでは、配信者と視聴者がコミュニケーションをとりながら商品を購入します。

実店舗での購入感覚と、ライブならではの臨場感のある購入体験を得ることができます。

POINT

03

商品の情報を的確に伝えられる

使用方法や商品イメージなど、コメントで質問するとリアルタイムで配信者が答えてくれます。的確な商品情報を得やすく、購入後のミスマッチを減らし、購入につながりやすくなります。

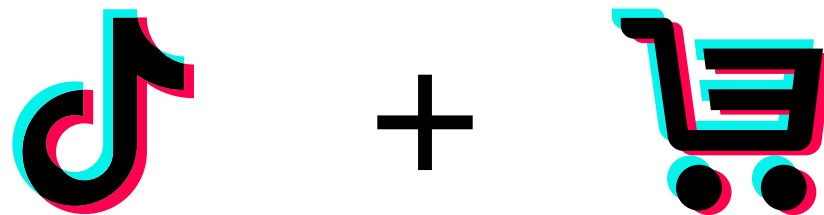


ライブでの様子

ライブコマースには、アパレルブランド認知を高める可能性を秘めています！

システム：【抖音直播】中国版TikTokのECサイト

抖音电商(抖音電商) = 中国版TikTok抖音(Douyin) + EC

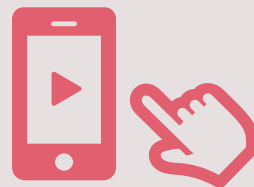


ユーザー数が多い&
平均利用時間が長い



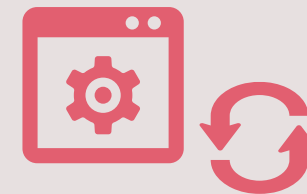
利用ユーザーは約**5億人**
平均で一日当たり**2-3時間**視聴されているという調査結果もあります。

インタレストコマース
独自の新しいコンセプト



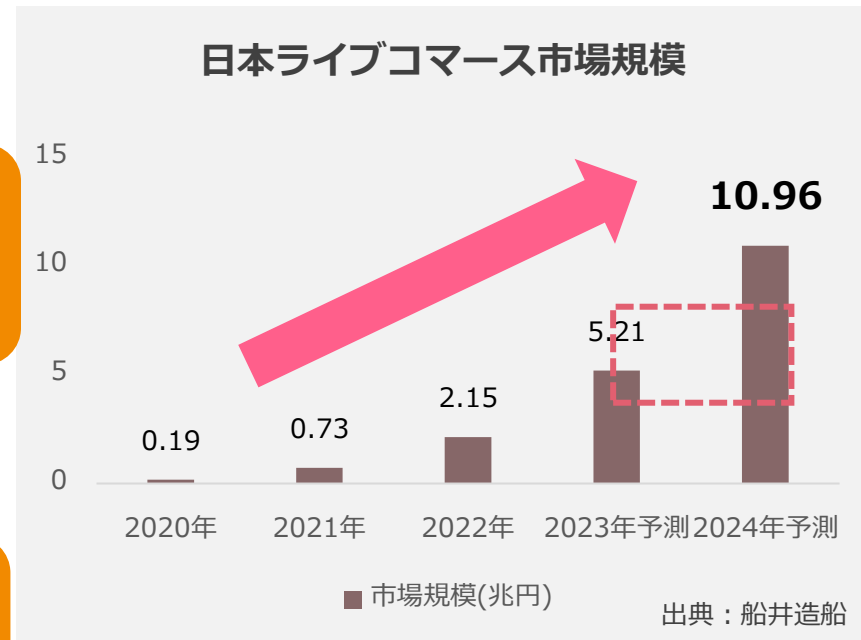
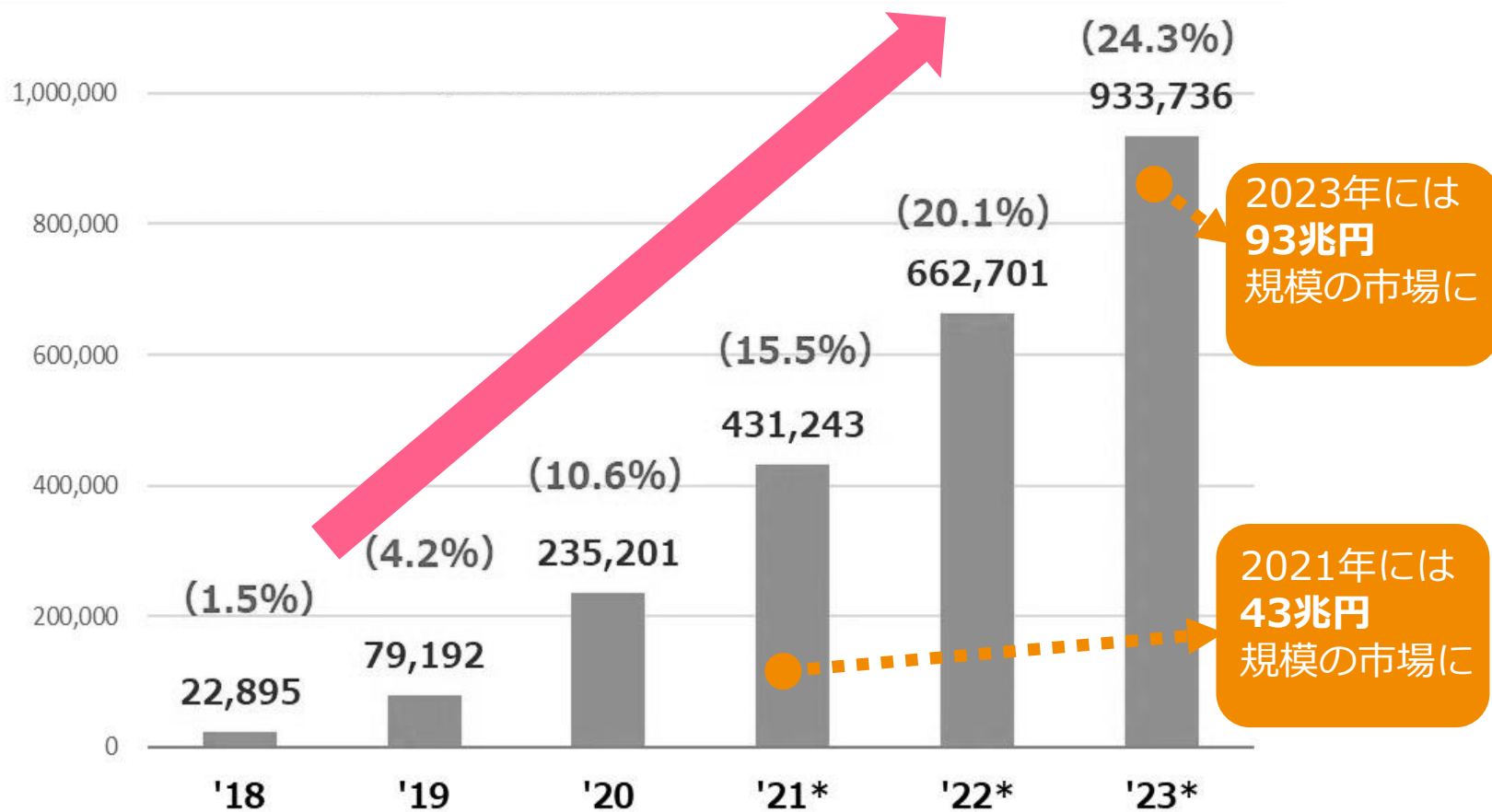
動画やLIVEの中で商品リンクを貼り、ユーザーはダイレクトにリンク先から商品を購入することができます。

機能アップデートが早い



ショッピングカート、抖音支付(Douyin Pay)など、買い物を行う上で、便利な機能を拡充してきています。中国経済に影響を与える規模に成長しています。

中国市場規模



先駆者利益を得るのは「今」

中国におけるライブコマースの重要性

消費者

- 01 買い物体験の向上**
リアル店舗のように商品を説明してもらえる
- 02 安価に商品を手に入れやすい**
D2Cが多い
- 03 トップライバーから購入する安心感**
タレントやインフルエンサーの信頼を得る
- 04 みんなが買っているから**
ライブの臨場感から衝動買いを起こしやすい
- 05 エンタテインメント性が高くなってきている**
ライブ自体を楽しめる

販売者

- 01 プラットフォームからの支援**
広告支援、送料支援など
- 02 コンバージョン率の高さ**
双方向で伝わる紹介ができる
- 03 D2Cに販売可能**
中間抜き利益最大化が可能に
- 04 簡単に配信可能**
携帯があれば何処でも誰でもできる
- 05 在庫消化の活用が可能**
在庫リスクを減らせる

中国TOPライバーの参考売上



第 1 位

薇娅viya

元タアパレルのお店を経営

2016年にタオバオライブをスタートして、
わずか4ヶ月たらずで売上額1億元（日本円約15億円）に。
現在タオバオライブでのフォロワーは2500万以上、
毎回の視聴人数は平均的に2000万以上となっています！

第 2 位

辛巴

ライブ配信時は平均200万人もの視聴者がいる辛巴。
思いやりある言葉や理性的なセールストークが人気を集めています。
セルフブランディングが最も成功したライバーと言えます。

第 3 位

李佳琦Austin

「口紅王子」と呼ばれ、女性、若者の間で非常に人気のあるライバー。
過去の口紅販売で430万人以上のファンを獲得した男性ライバーと話題に。
ライブ配信の平均同時視聴者数150万人を超えます。

売上額
(2020年6月)

274243.84万元
ファッション、美容

191408.89万元
Eコマース、小売全般

145835.04万元
美容、
ファッションメイクアップ

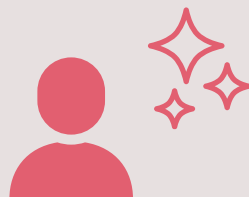
越境ライブコマースで成功させるポイント

越境ライブコマースとは、フェイスブックやインスタグラムなどのライブ配信機能を活用して、商品を現地の消費者へ販売する仕組みのことです。成功させるためには、ポイントがあります！



商品の選定

消費者ニーズとマッチする商品の選定



インフルエンサー選定

視聴者の年齢層や性別、客単価など、総合的に判断することが必要



プラットフォーム選定

商品にあったプラットフォームを選定する必要がある



購入動線の整備

ライブから商品購入までの導線をわかりやすく整備する



時間設定にこだわる

配信の間隔や時間も適切に設定する必要がある



データ分析を行う

コメントや視聴者数や購入件数、買われた商品の傾向などのデータを分析する

当社の強み

01

当社の販売実績

時間：1日2～3時間配信
売上：20万～（1日最高50万）



02

アパレルの弱みを解決

在庫問題を中国市場への
越境ライブで販売し解決できます！



03

アパレル×ライブ配信のプロ

OEM経験者とインフルエンサー
ブランドをマッチングで売れるアパレルに



中国への越境ライブコマースの支援などのサービスを展開しております。
まずはご相談くださいませ！