

WeChat 越境EC ソリューション

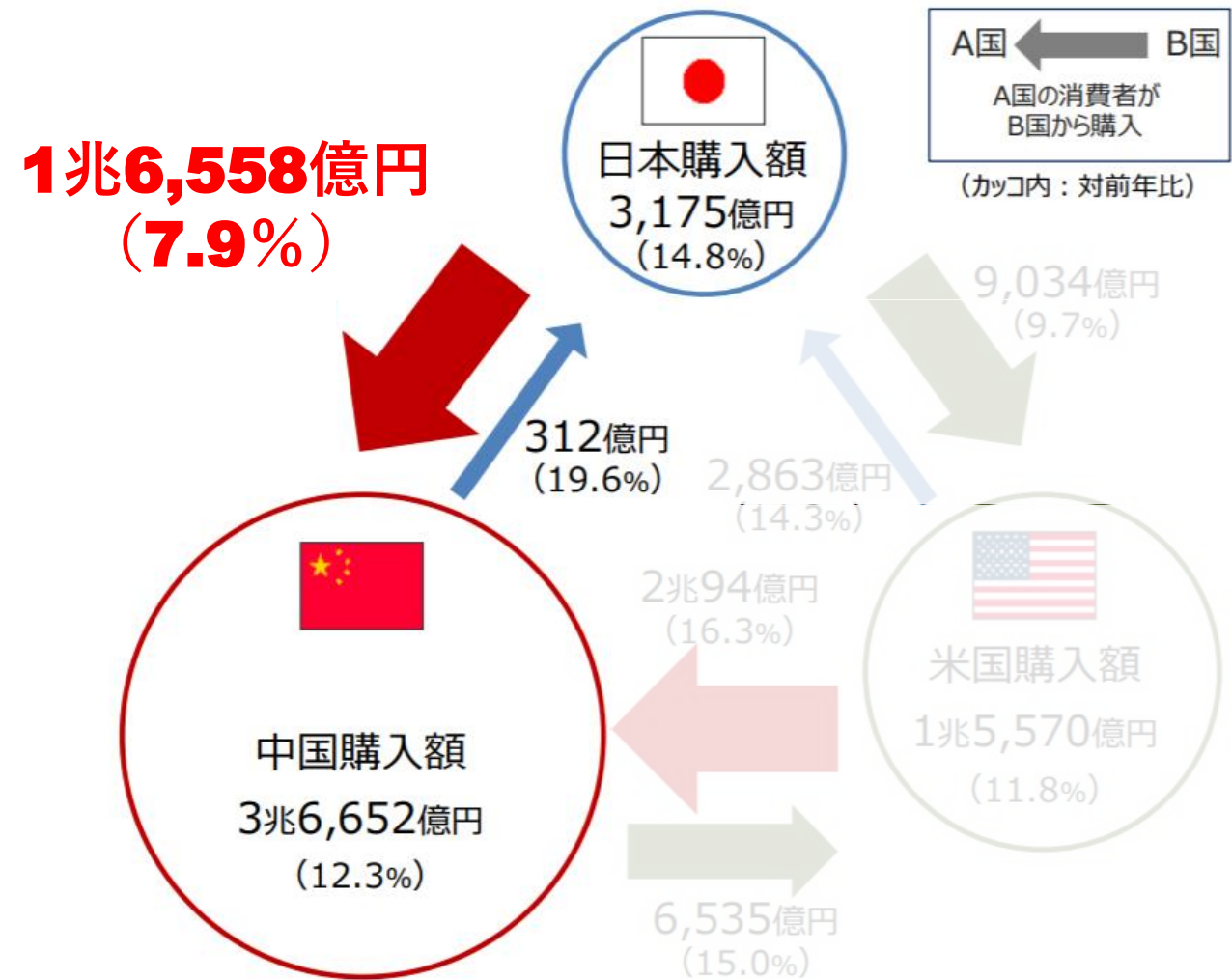
株式会社クロスシー



中国越境EC 概要

市場規模

2019年の日中間の越境EC市場規模は1兆6,558億円（YoY107.9%）で、毎年伸長しています。



消費者ニーズ

偽物が多く出回っているため、本物を求める志向が強くなっていますが、市場の成熟に伴い多様な商品を求める志向も強くなっています。



経済産業省 令和元年度
内外一体の経済成長戦略構築にかかる 国際経済調査事業 報告書

市場への参入

大手プラットフォームは消費者からの支持を得ていますが、日本企業には様々な理由により参入が困難な状況となっています。



市場動向

SNS上で購入体験をするソーシャルコマースが急速に流通高を伸ばしています。

プラットフォーム		流通高
	拼多多	27兆8,500億円
	WeChat	26兆円
	抖音	8兆1,700億円
	快手	6兆3,000億円

越境ECソ リューション

2021/8/18

(C) 2020 Cross C Inc.

WeChatコ マース

12億以上のMAUがある
“WeChat”で越境ECに必要な
あらゆるサービスをワンス
トップで提供し、日本企業の
中国越境ECを強力にサポート
します。

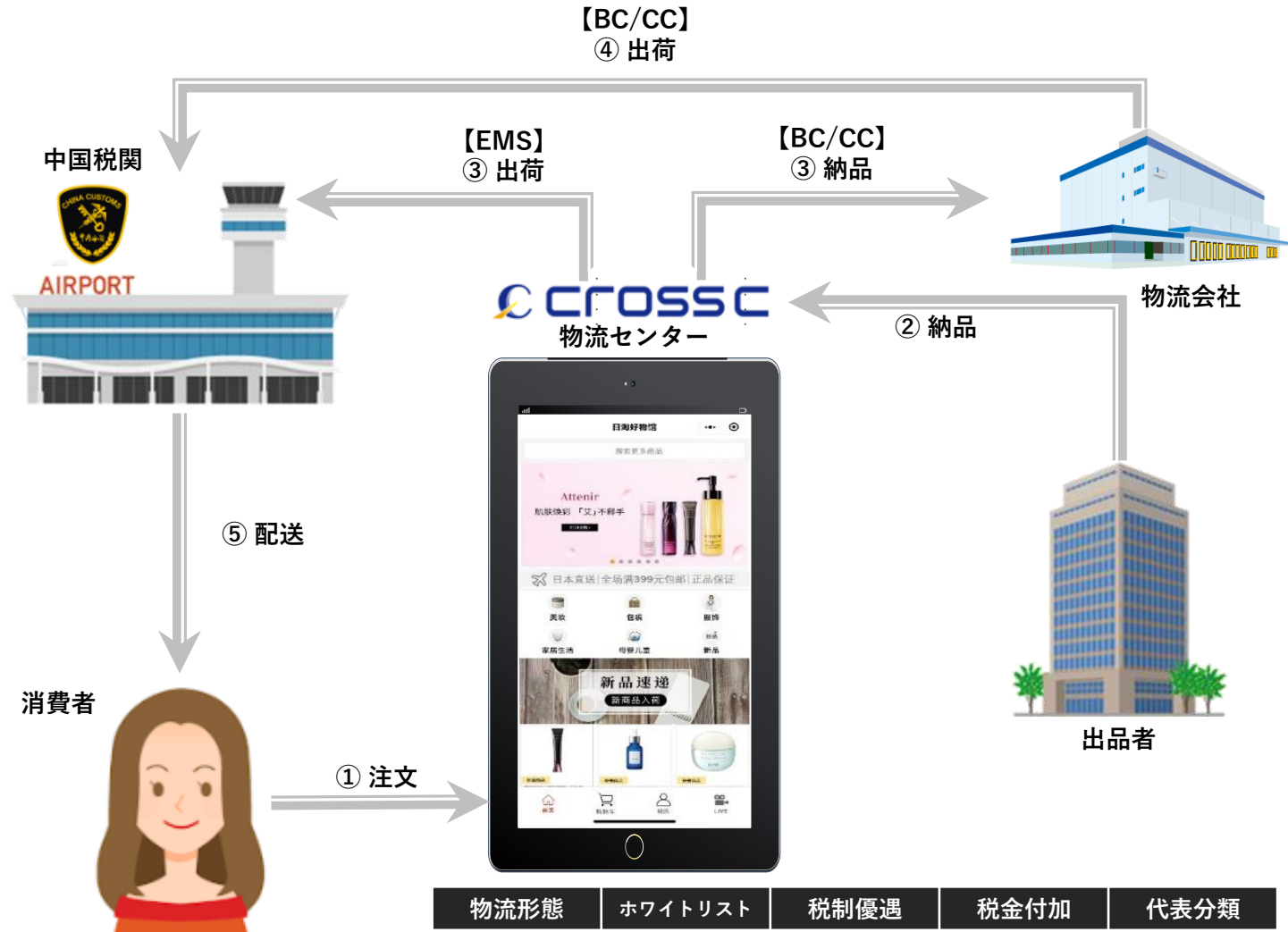
2021/8/18



(C) 2020 Cross C Inc.

物流

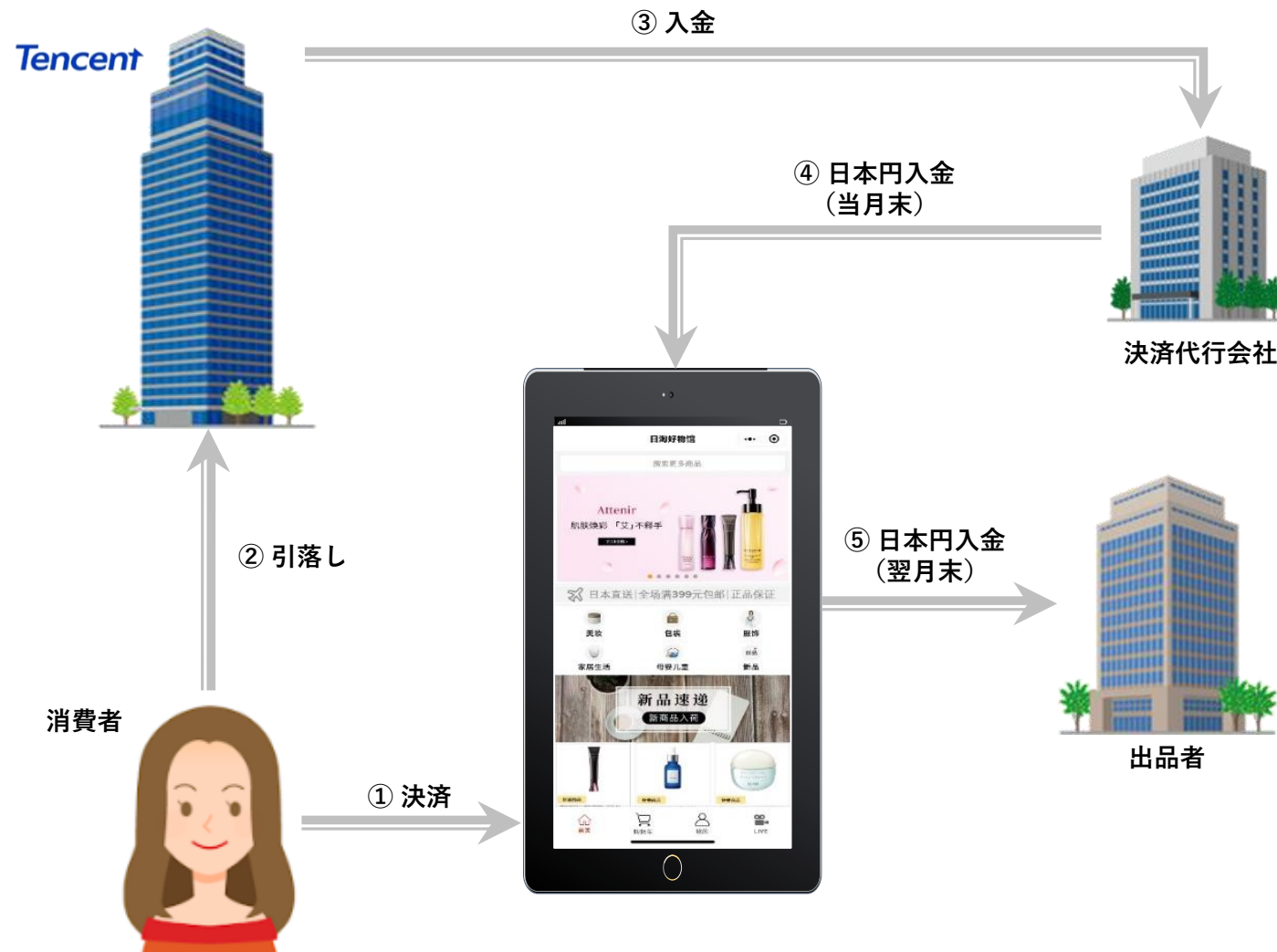
BC/CC/EMSのいずれかの形式で消費者へ商品を配送します。



物流形態	ホワイトリスト	税制優遇	税金付加	代表分類
BC	○	○	発地	化粧品/雑貨
CC	○	×	着地	食品
EMS	×	×	着地	中古品

決済

決済代行会社を経由して日本
円で売上金を入金します。



越境ECアフィリエイト

当社でネットワークしている在日中国人、ソーシャルバイヤーなどによる成果報酬型のアフィリエイトサービスを提供します。



CAP (CrossC Ambassador Platform) とは？

マーケティング資源である在日中国人（KOL・クリエイター・ソーシャルバイヤー）と中国向け越境ビジネスに取り組む日本企業を結ぶ「共創」のプラットフォーム

日本企業のニーズ

中国市場を知る

中国市場へ伝える

中国市場へ売る

在日クラウドワーカーのニーズ

自分のアイデンティティを活かせる

インフルエンサーになれる

低リスクで越境ビジネスに関われる

80万人の在日中国人から
人材を発掘し
アンバサダー登録



中国向けマーケティング
企業としてのジョブ創出と
豊富なメディア資源の提供

費用

初期費用、月額費用“0”で中国越境ECにチャレンジできます。豊富なオプションで日本企業の中国越境ECを強力にバックアップします。

初期費用

0円

システム利用料

0円

手数料

30%

※運用手数料、決済手数料、
物流保険を含みます

※販売状況に応じて、別途費用が発生する場合があります

自社店舗 構築

当社開発のWeChatミニプログラム越境ECシステムを
SaaSで提供します。



※費用はお打ち合わせ後にご提出いたします。

越境ECプロ モーション



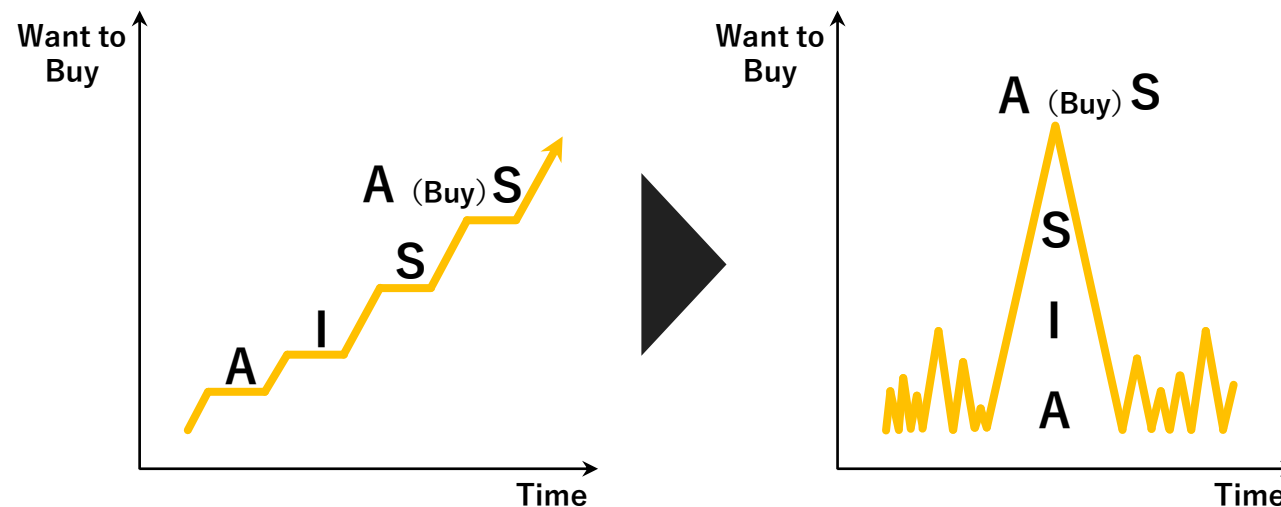
日本人の消費行動

Googleは2019年ころから日本人の消費行動が大きく変わってきており、瞬間的に“買いたい”と感じ購買に至る消費者が増加していると分析しています。

2021/8/18

「パルス※型消費行動」

※極めて短い時間だけ流れる電流や電波。また、そのくりかえし。



Safety

より安全安心なもの



For me

より自分にぴったりだと思うもの



Cost Save

お得なもの



Follow

売れているものや
第三者が推奨するもの



Adventure

知らなかったものや
興味をそそるもの



Power Save

買物の労力を減らせること

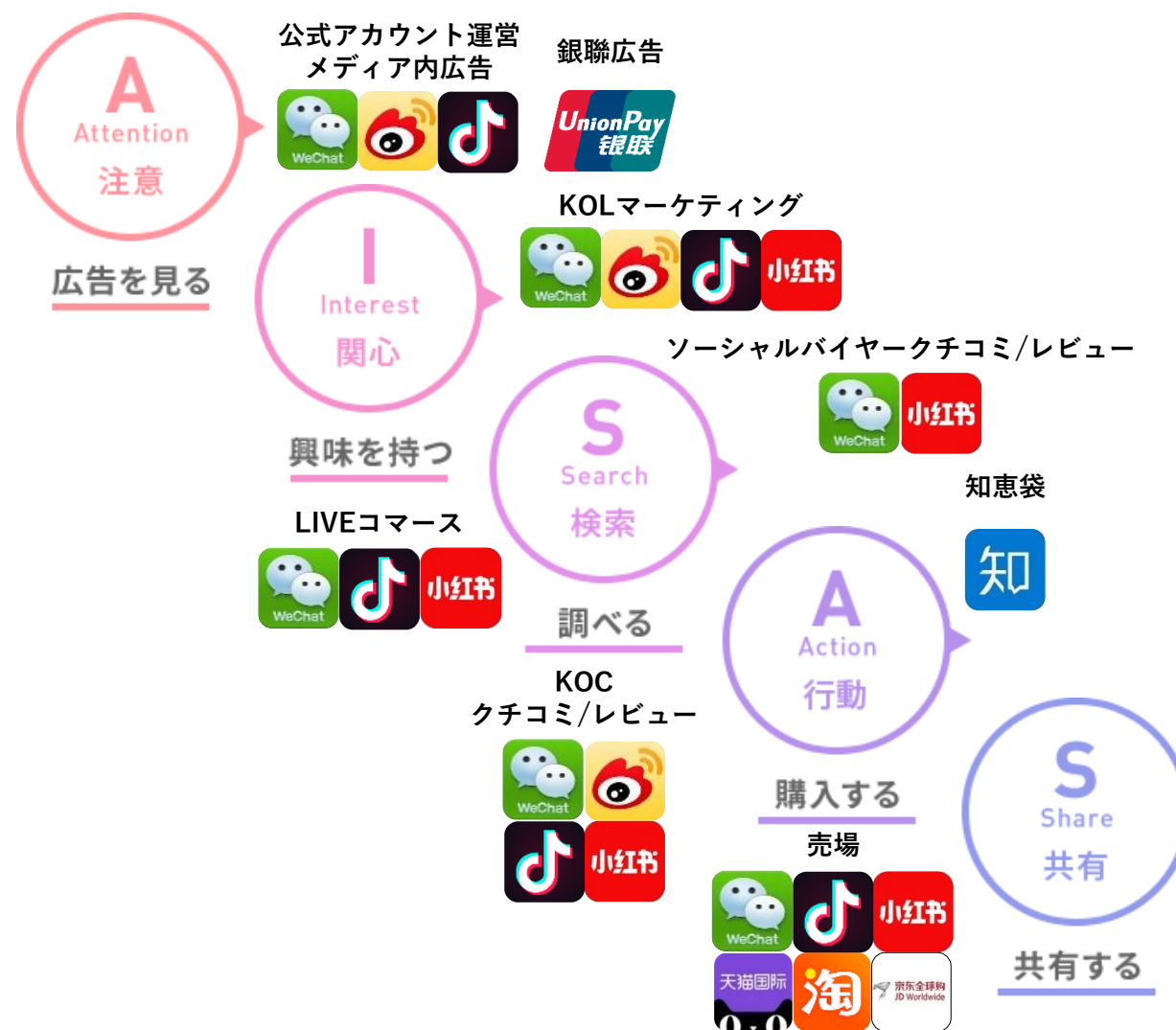
(C) 2020 Cross C Inc.

15

中国人の消費行動

消費が近代化しつつあるものの、依然として未知の商品に対するハードルが高く、「Attention」「Interest」「Search」のどれか一つが欠けても購買には至りません。

「従来型消費行動」



WeChat 公式アカウント

WeChatは今や中国人にとってなくてはならないインフラとなっており、WeChatを入口として情報収集、様々なサービスが利用されています。

サービスアカウント



購読アカウント



種類	購読アカウント (订阅号)	サービスアカウント (服務号)
表示方法	公式アカウントの 専用受信BOX内に表示	友人とのメッセージ リスト上に直接表示
配信可能 頻度	毎日1回 配信可能	月4回 (1回あたり8記事) まで配信可能
利用方法	メディア	ホームページ

運営モデル



WeChat 広告

広告種類の選択とユーザー
ターゲティングにより、効率的
にフォロワーを獲得します。
さらに広告運用チームが効果を
最大化します。

モーメンツ広告



WeChatのモーメンツ（タイムライン）に広く広告出稿される仕組みです。

公式アカウント広告



第三者が運営する公式アカウントから配信される記事の最下部に広告出稿される仕組みです。

ミニプログラム広告



第三者が運営するミニプログラムに広告出稿される仕組みです。

公式アカウント活用事例

WeChat広告を活用して増加したフォロワーに対して、魅力的なコンテンツを配信し、ロイヤリティの高いフォロワーを生み出しています。

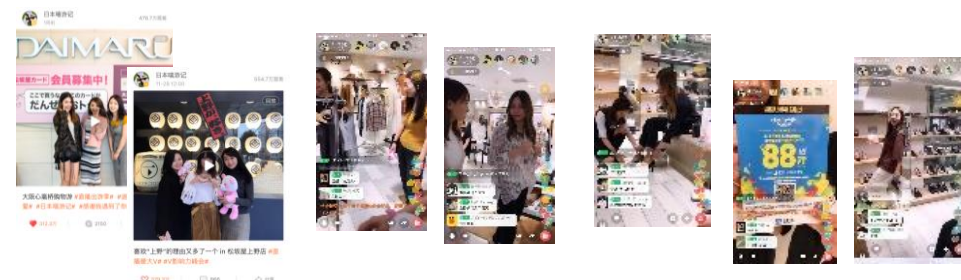
2021/8/18

JFR 大丸松坂屋百貨店



WeChat広告を活用し、獲得フォロワーは60万人超え。
人気記事の閲覧数は1万超えのものも。

Weiboと連動するLIVEアプリの人気チャンネルとも毎月タイアップし、日本関心層に圧倒的なリーチを実現しました。



婦人服売り場LIVE配信。販売員さんも中国語に臨機応変に対応し最大同時オンラインは17万人を超え、視聴者プレゼントも実施し、希望者が続出しました。

JAL



フォロータイプ・キャンペーン誘導タイプ・モーメンツ広告・ミュチュアル広告など、WeChatのターゲティング広告を徹底活用し、ファン獲得とブランドリフトの継続に成功しました。

インフルエンサー（KOL）をファン化する体験型イベントを定期開催し、話題拡散。公式アカウントのコンテンツにも取り入れています。



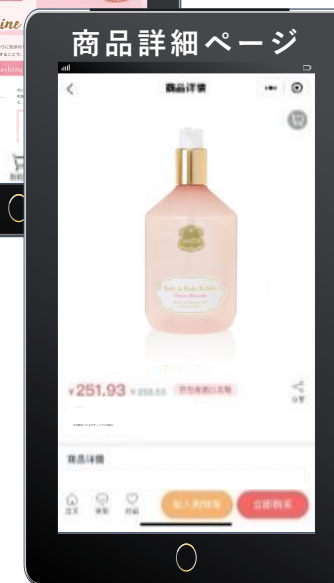
(C) 2020 Cross C Inc.

19

ミニプログラムとの連携

公式アカウントからミニプログラムの様々なページへ遷移させることが可能で、フォロワーを新規客、リピーターにすることで売り上げを上げ収益性を高めます。

2021/8/18



(C) 2020 Cross C Inc.

20

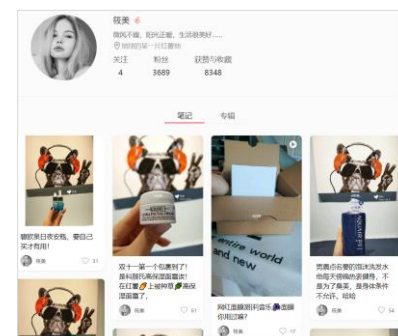
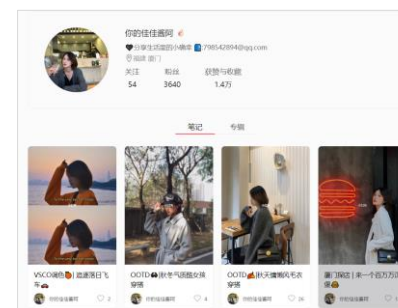
バイヤー による情 報発信

消費者からの信頼度の高い
ソーシャルバイヤーを活用し、
自身のWeChatやREDへ記事
を投稿させ、消費者の興味関
心を煽ります。

ソーシャルバイヤー座談会



SNS投稿



KOCによる クチコミ投稿

1,000～5,000名程度のフォロワーを有するより消費者に近いインフルエンサーを多数アサインし、多くの消費者が購入している＝安心感を与えることで売りに上げに繋がります。

クチコミマーケティング



KOLマーケティング

SNSビッグデータを活用し、
KOLの本来の価値を測り、費用対効果を最大化します。

2021/8/18

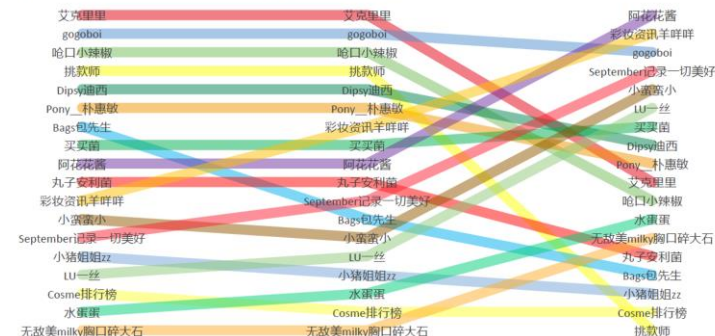


No	共同フォロー	ファンのカバー率	真実ファン数	真実ファンのカバー率
1	xx老师	35,894,755	26.6%	9,562,363
2	xx哥	6,319,763	66.6%	4,209,594
3	张xx	5,144,868	72.6%	3,734,145
4	张xx	6,187,310	59.7%	3,691,968
5	阮婉xx	6,589,590	54.4%	3,582,101
6	林xx	4,814,102	69.9%	3,364,576
7	黄xx	4,570,325	73.3%	3,350,505
8	邵xx	3,755,475	89.2%	3,349,508
9	私人xx	7,247,979	46.1%	3,340,594
10	唐xx	5,773,911	57.5%	3,320,576
11	黄xx	4,740,522	64.2%	3,044,837
12	沈xx	5,234,697	55.7%	2,915,203
13	雷xx	3,670,787	78.7%	2,890,378
14	Xumox	3,302,109	85.3%	2,816,369
15	xx圈	3,030,519	86.9%	2,632,309
16	美xx	3,591,955	71.2%	2,555,676
17	廖xx	3,018,262	82.1%	2,477,993
18	Gmox	2,842,590	87.0%	2,472,485
19	周xx	2,921,356	83.9%	2,451,018
20	xx圈xx的	2,636,821	88.4%	2,331,213

表示されるファンの数ランキング

本当のファンの数のランキング

某コスメブランドTAカバーランキング



インフルエンサーを単なるジャンルと見せかけのフォロワー数でなく、リアルフォロワー数やターゲット消費者の影響度を数値化し選出します



KOLリクルーティング・
マネジメントチーム

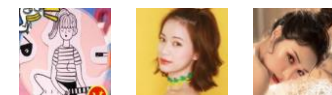
100万名+

中国KOLネットワーク

トップKOL（タレントKOL）



マーケティングKOL



芸能人・著名人



各事務所と連携

在日KOLネットワーク



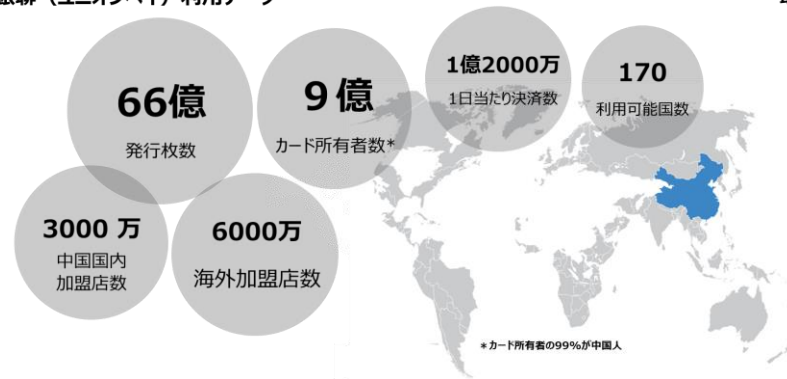
(C) 2020 Cross C Inc.

23

銀聯DSP 広告

銀聯カードにおける決済データを基に、販売したい商品と同様のカテゴリー、価格帯の商品を購入している消費者に対してリーチすることが可能です。

銀聯（ユニオンペイ）利用データ



最大のカバー領域を誇る、リアルタイムのブランド決済データ

13の業界と5万以上のブランド

100 自動車ブランド	10,000 飲食ブランド
2,600 教育ブランド	850 子育て
200 高級品ブランド	10,000 アパレルブランド
5,000 テクノロジーブランド	1,200 ホテルブランド
80+ スーパーマーケット	200+ 化粧品ブランド



いつ、どの都市のどの店舗で、何のブランドのいくらの商品を買ったか（登録されている場合アイテムも）、ユーザーに紐づけてデータ蓄積。

オンライン・オフライン問わず、中国人消費者のあらゆる決済データを取得



WHO 誰が
ユーザー情報：カード番号
発行銀行：xx bank
決済番号：173xxxxxxx

WHERE どこで
店舗情報：xxx company
POS ID：010xxxx

WHEN どの
日時：2018-05-25
消費時間：09:06

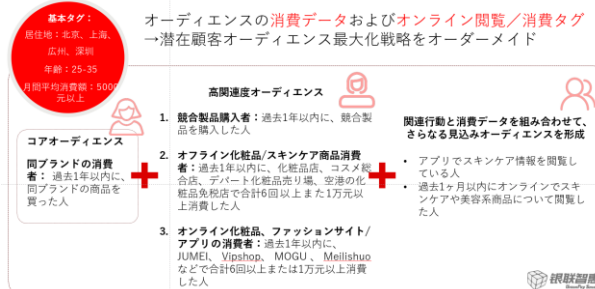
TRANSACTION 決済
消費情報：spending
消費額：20 RMB

UPS コアデータシステム

- ユニークユーザー
銀聯カード / 携帯番号 / 携帯端末ID (IMEI/IDFA)
- 消費タグ
基本情報、購買力、好みなど
- オンライン行動
オンラインの行動履歴、アプリの好みなど

セグメント

オーディエンス戦略



打ち合わせを経て対象セグメントを詳細に特定しグループ分けし、目的別に運用可能です。

銀聯対応クレジットカードの直接的な決済データのみならず、普及する各種決済に引き当てられた銀聯の決済情報をも集約しています。

WeChatLIVEコマース

LIVEコマースから商品を購入する中国人消費者が急増しています。リアルタイムな商品紹介やユーザーとのコミュニケーションにより売り上げを向上させます。

事前施策による 初期視聴者の獲得



LIVE中は割引やプレゼントキャンペーンなどを
実施し、CVを高めます。

視聴予約



LIVE実施



本資料について当社の許可なく転載を行うことを禁じます。この文書は本日時点に基づいた資料であり、掲載されている情報は予告なしに変更されることがあります。当社は本書の内容に関していかなる保証もいたしません。また、本書の内容に関連したいかなる損害についても責任を負いかねます。



Thank
You