

ー事業拡大を検討する中小企業の皆さまにー

中国市場開拓（ライブコマース）トライアルのご提案

株式会社小田急百貨店

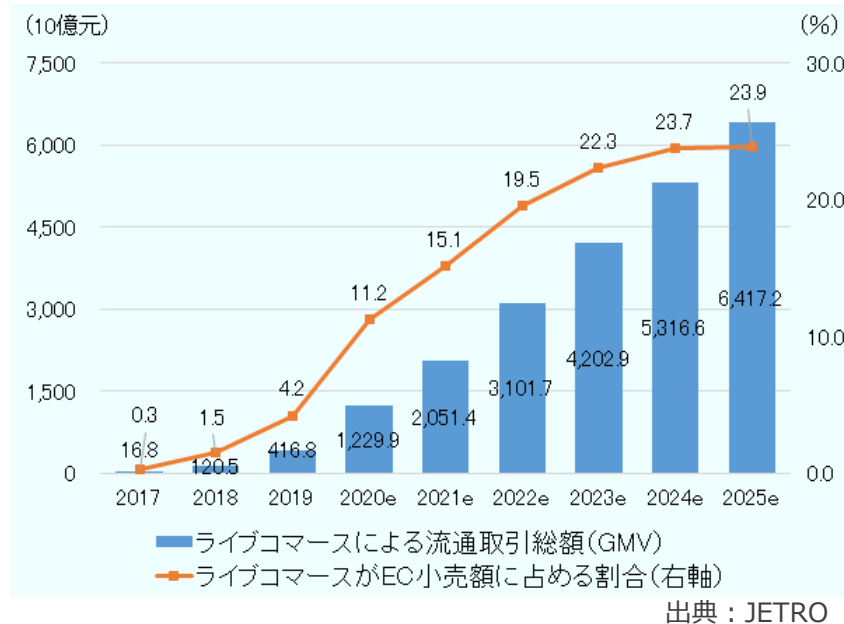
数年で約100兆円の市場規模に成長した巨大マーケット

■ ライブコマースとは | ライブ配信を通じてリアルタイムで視聴者と交流し、ECで商品を販売する手法

・ 特徴と効果

特徴	双方向コミュニケーション 質問→即回答→購入 ガスムーズ	KOLの絶大な影響力 KOL（配信者）≡ インフルエンサー	エンタメ性・限定性の高い演出 「今買わないと損」という心理を刺激
効果	購買意欲の最大化 高い即時購入率	ブランド認知拡大 信頼性向上	購買行動の促進

■ 中国における市場規模



2016年：淘宝（タオバオ）、京東（JD）など大手ECプラットフォームがライブコマースに参入
 2020年：新型コロナの感染拡大の影響でライブコマース市場の拡大加速化
 2025年：ライブコマースの流通取引総額は約6.4兆元（約128兆円／1元＝20円）、
 EC小売額に占める割合は23.9%に達する予測

中国最大級のEC舞台「タオバオライブ」で、世界に向けて商品の魅力をライブ配信！

<ライブ配信画像>

配信画面



商品購入ページ



<人気KOLによる配信イメージ>



■ タオバオライブ（淘宝直播）とは

中国の大手IT企業アリババグループが運営するECサイト「タオバオ」のライブ配信プラットフォーム専用アプリ内で視聴から商品購入までを完結できる特徴があります

- ・ ユーザー数 | 8億人突破 ※2020年時点
- ・ 2021年6月18日（ECの日）の取引総額 | 約3.8兆円
- ・ 2022年11月11日（独身の日）の取引総額 | 約9.6兆円

■ 所属KOL

- ・ フォロワー数 | **1～250万人**
- ・ 平均視聴者数 | **約2～3万人**
- ・ 平均月間売上 | **約2,500～5,000万円**

■ 弊社での取り組み

- ・ 売上 | **約1～900万円/回**（中小企業ブランド売上：**約1～100万円/回**）
- ・ 視聴者数 | **約1～32万人/回**
- ・ 配信事例 | COCOSHNIK、4℃、MOTHER HOUSE、warm warm、TRECODE、能作 など
百貨店出店ブランド様の他、店外ブランド様との取引実績あり。 売上が約**1.7倍**になったブランドも！

3. プラン内容

■ 基本プラン

中小企業基盤整備機構様 経由 **限定!**
簡易フィードバック付き

(税抜価格)

項目	お試しプラン	スタンダードプラン	プレミアムプラン※
配信KOLランク	スモール	スモール	ミディアム
KOLフォロワー数	1～10万人	1～10万人	10～50万人
配信回数	1回	2ヶ月で2回	2ヶ月で4回
費用	300,000円	420,000円	770,000円

+

■ オプション（フィードバック）

商品動向フィードバック内容（全て日本語提供）

- ① プラットフォーム収集データ
（視聴者数、カート追加人数、購入者数、コンバージョン率など）
- ② KOL・視聴者からのコメント
- ③ 今後の商品展開についてアドバイス

※簡易フィードバックは③のみ

費用 50,000円

※ミディアムKOLが最低1回配信。2回目以降は動向次第でスモールKOLかミディアムKOLによる配信

■ 取引詳細

- ・ 取引形態：発注後、完全買取
- ・ 原価率＝50～60%程度（応相談）
- ・ 納品場所（国内）への配送料のご負担
- ・ 取り扱いカテゴリー：原則全カテゴリー（食品、配送サイズ120以上、販売許可証が必要な物は除外）
- ・ 紹介商品数：10～20点 ※配信状況により変動

■ 貴社の役割

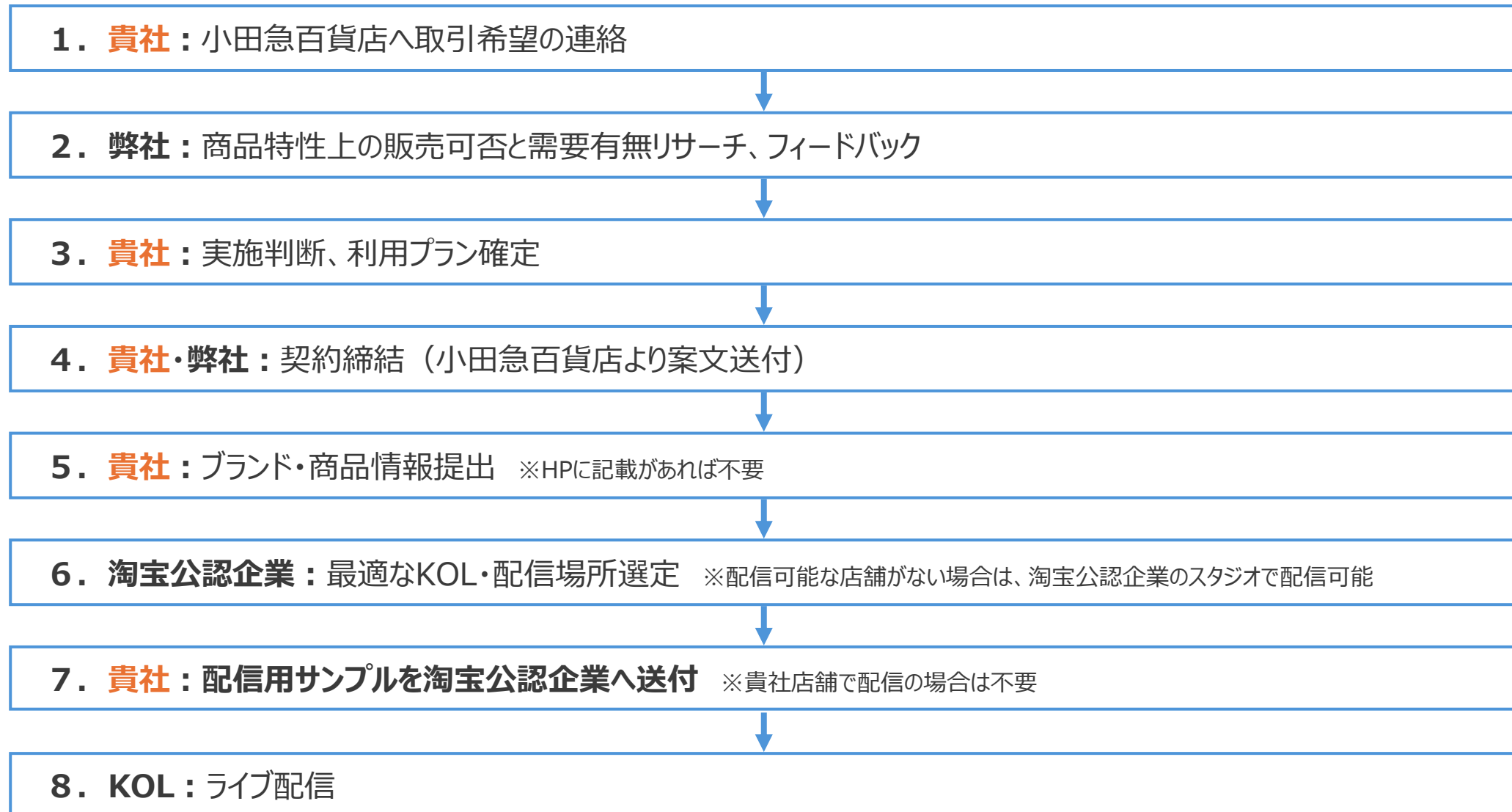
- ・ 配信用サンプル用意※貴社店舗以外で配信する場合に限る
- ・ 原木製品は「植物検疫証明書」の提出
- ・ 納品場所（国内）への商品配送
- ・ ブランド・商品情報テキストの提出 ※HPに記載があれば不要

■ 基本プラン実施後

継続取引の要望や視聴者の反応などにより

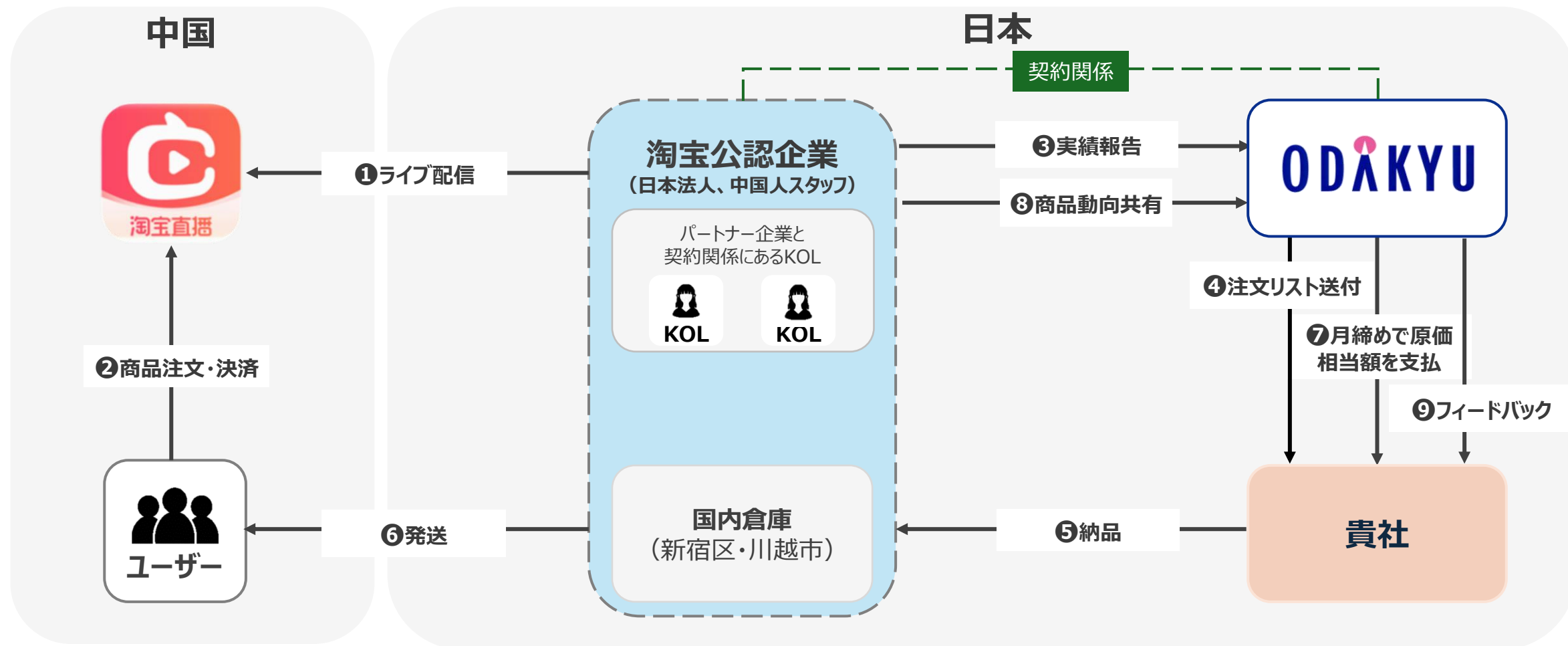
費用なしでの配信 タオバオ内ECサイト(Tmall)への掲載 **トップKOL（フォロワー数200万人以上）による配信** の可能性があります

4. 実施までの流れ



お問い合わせ先：al-livecommerce@odakyu-dept.co.jp
株式会社小田急百貨店 営業統括部（事業創造）安達・孫 宛て

5. ライブコマース運用スキームと関係性



■ 補足情報

- フロー①：配信時間は1～5時間（状況により短縮・延長あり）。販売価格は日本上代以上。
- フロー④：リストはメールで送信。発注数は1点～。数点程度の在庫切れの場合、キャンセル処理は淘宝公認企業が対応。
- フロー⑤：通常梱包で、1週間以内の納品対応
- 全体：淘宝公認企業とのやり取りは、弊社が仲介に入り、翻訳および内容整理、必要に応じて調整・交渉を行います。