

Chef. D.



中国市場販路開拓

KOL・KOCにおけるライブコマース



会社概要

一般社団法人ChefooDo

ChefooDoの語源

Chef×Food×Do = ChefooDo
料理人が食で行動する

プロの料理人だからこそ、食を通じてできること、
やるべきことがあると考えます。

食の力で「ココロ」をより豊かに育み、笑顔をつなげたい。

活動理念(3つのDo)

1.食育の推進

プロの料理人が作る学校給食を通じた食育を10年以上で100回以上実施など

2.地域社会との連携

地域産品の統一ブランド化する「食べるJAPAN美味アワード」など

3.被災地の応援

スポーツと食による「希望の櫛マラソン」など

ChefooDo 要職者紹介

会長



アルポルト
オーナーシェフ
片岡 護

顧問



学校法人服部学園
服部栄養専門学校
理事長/校長
服部 幸應

顧問



La Rochelle
オーナーシェフ
坂井 宏行

顧問



四川飯店グループ
オーナー
陳 建一

副会長



分とく山
総料理長
野崎 洋光

副会長



ACQUA PAZZA
オーナーシェフ
日高 良実

副会長



Wakiya一笑美茶樓
オーナーシェフ
脇屋 友詞

特別会員



新宿割烹 中嶋
店主
中嶋 貞治

女子部代表



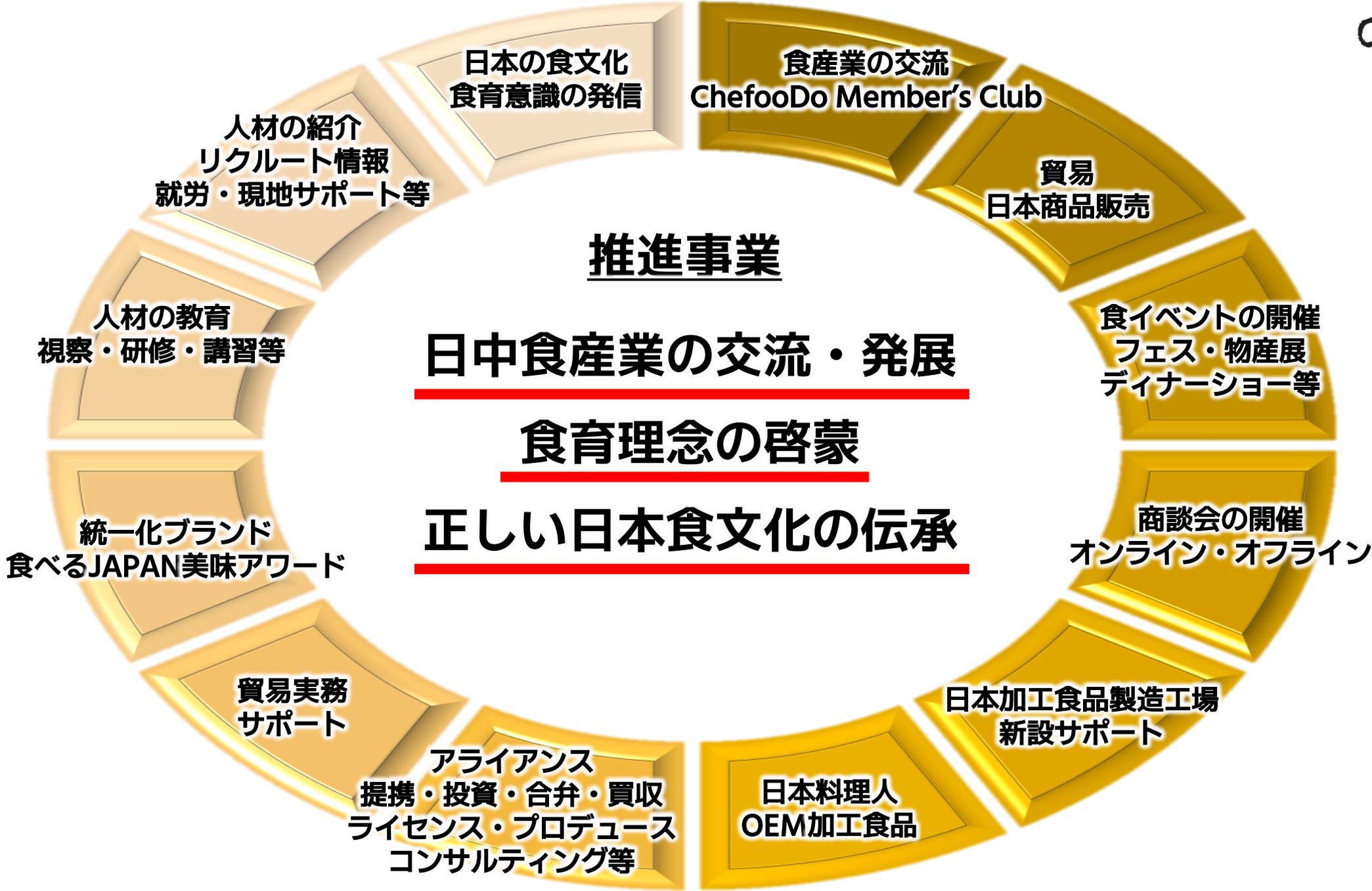
熱海美虎本店
オーナーシェフ
五十嵐 美幸

2022年8月、日本の料理人団体で唯一中国に現地法人を設立
日中の料理人、料理業界、その他食産業に精通している産業の架け橋となる事を目指します。

上海食福得実業发展有限公司

中国上海食品No.1企業である光明食品集團の海外貿易窓口
光明食品国際貿易有限公司と連携パートナーシップ協定締結





KOL・KOCによるライブコマースとは

KOL・KOCとは

KOL

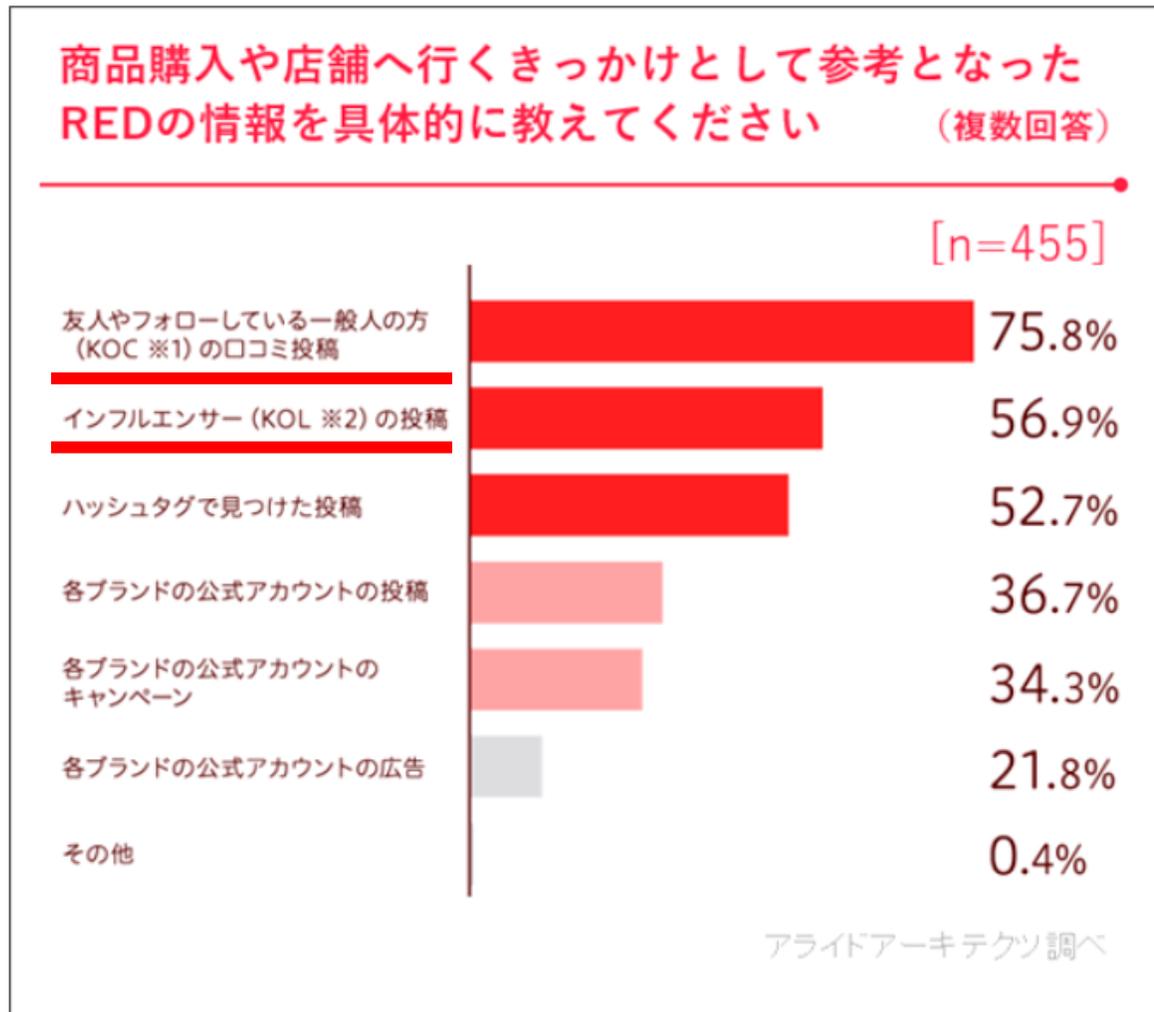
(Key Opinion Leader)

プロ(生業としている)
日本でいうインフルエンサー
特定分野に特化で影響力を持つ

KOC

(Key Opinion Consumer)

素人
ソーシャルバイヤー
特定分野に特化していない
消費者に近い存在



KOLとインフルエンサーの違い

KOL

(Key Opinion Leader)

影響力と専門性を兼ね備えている
 高い訴求が実現できる
 ユーザーからの信頼性が高い



インフルエンサー

影響力は持つが専門性は高くない
 認知拡大には貢献できる
 最近ではPR投稿が目立ちがち

売る力に圧倒的な差

ライブコマースとは

配信者がライブ配信で商品をおすすめし、視聴者がリアルタイムで配信者とコミュニケーションを取りながら商品をお店で購入できる

市場規模

中国

約40兆円

日本

約300億円

日本の**1,300**倍以上の市場規模

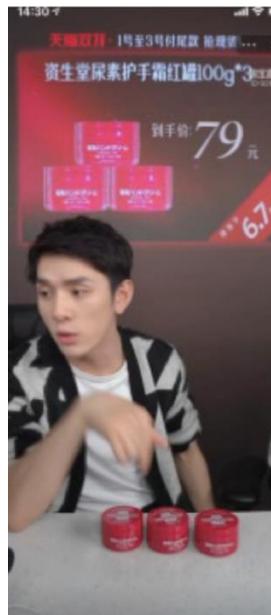
1分間に約**7600**万円の消費が生まれている計算

ライブコマースの販売事例

販売例①

李佳琦Austin

商材：ハンドクリーム
 視聴者数：2,290万人
 販売件数：12万件以上
 売上：約1億8000万円
 キャスティング料金
 約300万円+別途インセンティブ



販売例②

京都雑貨店にてKOCを活用

商材：食品雑貨等
 視聴者数：2,000人
 販売件数：1,500個
 売上：約350万円



サービス概要

利用条件

自社プロダクトを持っていること
※商品ジャンル不問

PLAN

1. 通常プラン

フェイフェイネットワークから優秀なKOLをキャスティングしたライブコマース

2. 特別プラン

フェイフェイ+KOCによるライブコマース

プロジェクトリーダー

ChefooDo KOL フェイフェイ



許斐(フェイフェイ)
 在住：東京都
 経歴：
 中国山東省出身 来日20年

KOL・KOCに多くのネットワーク
 多くの在日KOCの先生的存在

過去実績ブランド(一部)



合計50万フォロワー

<p>抖音(中国版TIKTOK)： 日本三次元 フォロワー：16.6万人</p>	<p>Wechat视频号： 日本三次元 フォロワー：7万人</p>	<p>Weibo： 日本三次元 フォロワー：15.1万人</p>

●配信例

ハウステンボスのプロモーションLIVE配信
 視聴者15万人



通常プラン

フェイフェイネットワークから 優秀なKOLをキャスティングしたライブコマース

国内代理店提案価格よりも破格でキャスティングが可能



- ・国内キャスティング会社の最大約**半額**
- ・実績のあるKOLをキャスティング可能

実施料金：50万円~/回(1商品のみ)

目安掛け率：50% ※販売価格の調整可

※実施には審査があります

特別プラン

フェイフェイを中心とした KOCチームによるライブコマース

低価格でライブコマースを実施し、中国での自社商品の可能性を探れる特別プラン



- ・フェイフェイがプロモーション&**2回**ライブ販売
- ・KOC 1人以上がプロモーション&ライブ販売

実施料金 : 12万円~/回 (2商品)

※フェイフェイは2回実施

※複数企業での合同実施可能 (**6万円**~/商品)

目安掛け率 : 50% ※販売価格の調整可

※実施には審査があります