

FindJapan云购^{yungou}
クラウド型観光（買い物）サービス

【プレスリリース用】

コロナに負けるな

～中国マーケット参入をもっとずっと簡単に～



Afterコロナを見据えたWithコロナ戦略の立案と実行が急務

【外部環境の変化】

- ・99.9%インバウンド観光客減
- ・コロナの影響長期化(インバウンドの回復2022年以降?)
- ・来店制限 ・オムニチャネルの推進

【変化に伴う課題】

- ・インバウンド消費減

(参考値)

国土交通省報告書 2019年10-12月の中国人消費者の買い物金額(2,141億円)全体の55%

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001323870.pdf>

- ・店舗名を忘れられる(店舗のブランディング力低下)
- ・3密を回避した安全な店舗運営
- ・越境ECなど海外売上の強化

『FindJapan云购』クラウド型観光（買い物）サービスのご紹介

『FindJapan云购』を開始した理由

コロナ禍で我々の友達（ユーザー）は「買いたいけど買えない」「行きたいけど行けない」という課題を現在持っています。そのニーズは単に越境ECの形で購入する手段を提供するだけでは満たされず「インバウンド消費で経験した刺激的な購入体験」です。さらにインバウンド消費を失った日本の小売店の現在の売上げのかさ上げだけでなくAfterコロナを見据えたブランディングの強化につながると確信し事業化しました。

『FindJapan云购』とは

クラウド型観光サービスです。微信（Wechat）のコミュニティの中で日本の観光や買い物を疑似体験体験する事が可能です。

（事業の特徴と利点）

・FindJapanが提供する世界観

約10年間FindJapanが友達（ユーザー）とメディアを通じて作り上げた世界観は『日本が好き』の集合体が生み出す大きな『偶像の日本』です。個々の価値観から生み出された個々の楽しみを有したコミュニティは刺激的な購入体験を求めています。

・ビジネスモデルはC2B

C2B形態をとることで多様化されたニーズにお応えすることが可能。この多様化されたニーズは日本全国にある小売店で展開されている販売イベントと連携することで対応する事が可能。

・微信コミュニティ（社群）を店舗とする

中国人消費者は『口コミ』をライフスタイルとして長年生活をしてきた。現在ではこのライフスタイルは微信の社群（コミュニティ）の中に集約され社群ごとに多様な議論を展開し刺激的な体験の共有から購買の意思決定を行っている。本事業では一つのコミュニティを一店舗と定義し購買プロセスを形成していく。

『FindJapan云购』クラウド型観光（買い物）サービスのご紹介

サービスの詳細は動画をご覧ください

■ <https://youtu.be/CVX6O1I-KJM>

J A P A N から
あなたのもとへ

■ サービス概要(プレスリリースから抜粋)

130万人以上のフォロワーがいる、FindJapanの中国SNSアカウントで、“例：浅草の浅草寺へ行く”と告知し、観光疑似体験をしたいフォロワーを、FindJapanが用意したWeChatのグループチャット(以下：社群)へ誘導し社群を形成します。商業施設でも同様。

(2021年12月には1万社群、300万人以上の利用者を目標に事業を進めております)

社群はクローズド環境であり、Web上にOPEN配信される訳ではありません。浅草寺や商業施設の様子や売店の映像を流し、実際にお守り等(コスメ、アパレル)を手に取り紹介をします。参加しているユーザーは、商品に対して、様々な議論を始めます。

浅草寺であれば「それは合格祈願ですか?」、商業施設であれば「それはどんなハンドクリームですか?」「ジャケットの色違いはありますか?」等等。

議論の末、購入の依頼があればFindJapanが対応致します。購入後、FindJapanから商品を発送し、中国人消費者の元へ届けます。

『FindJapan云购』クラウド型観光（買い物）サービスのご紹介

FindJapanメディアグループ

(微博・抖音・小紅書など月間最大3億IMPのオープンプラットフォーム)



微博



抖音



興味がある社群に登録

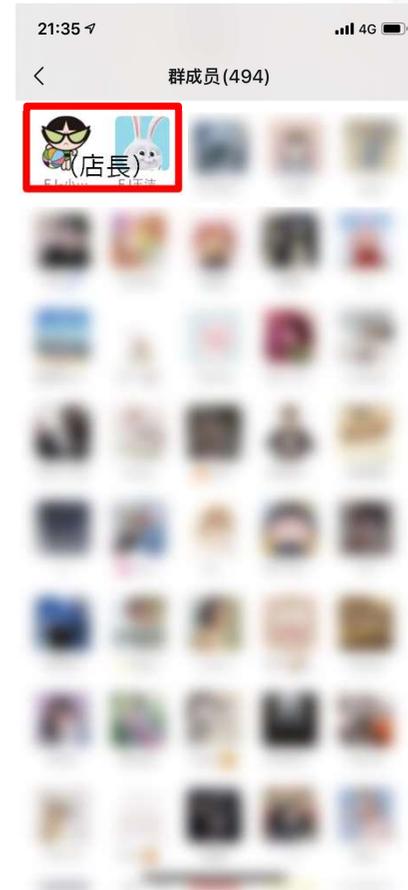
FindJapan社群（店舗）

(微信のコミュニティクローズドプラットフォーム)



1社群 = MAX500人

- FJファングループ
- 銀座観光体験
- 新宿観光体験
- 浅草観光体験
- 心斎橋観光体験
- 札幌観光体験
- 日本アニメ
- 日本ファッション
- ライフスタイル別
- ⋮
- 1万店舗（2021年12月）



同じライフスタイルをもった社群（コミュニティ）で議論（口コミ）をし疑似的な買い物体験を行う。消費者にとって大変楽しい時間です。

告知を見たユーザーは自分のライフスタイルに合った社群をえらんで加入します。

パートナー店舗様とのキャンペーン企画

ユーザーとの継続的な関与の中でイベントでの購入率を向上させる。



【キャンペーン社群】〇〇〇を買いに行こう！

『パートナー店舗様の情報を事前配信』



商品のに対する話し合いや議論をコミュニティ内で行うことで疑似的な買い物体験を楽しみます。

【ご依頼】
商品の写真や情報をください

**【イベント例】クリスマスキャンペーン
12月20日～12月25日**

- 基本定価で販売
- 楽しい体験ができる企画を立案

【特徴と利点】
微信のコミュニティ（社群）は**クローズドプラットフォーム**であるため自由な議論が展開されます。
また同じライフスタイルのユーザーを集めることによりより情報の収集や分析を楽しむことができます。

取得できるデータの有効利用

取引データはAfterコロナのインバウンド対策や越境ECのマーケティングに有効利用が可能

① 購入者データ

実際に購入したユーザーの個人情報を取得できます。

全て開示はできませんがコロナ終息後データを利用したピンポイントなマーケティング活動が可能です。

【微信ID】

【住所】

#	ユーザー番号	微信ID (微信号)	微信名 (昵称)	姓名	身分証番号	電話番号	国	省	市	区	住所
1	DG000001						中国	北京市	北京市	朝阳区	
2	DG000002						中国	广东省	佛山市	顺德区	
3	DG000003						中国	江苏省	南京市	栖霞区	
4	DG000004						中国	上海市	上海市	杨浦区	
5	DG000005						中国	天津市	天津市	和平区	
6	DG000006						中国	浙江省	绍兴市	新昌县	
7	DG000007						中国	北京市	北京市	海淀区	
8	DG000008						中国	江苏省	南京市	秦淮区	
9	DG000009						中国	上海市	上海市	杨浦区	
10	DG000010						中国	江苏省	苏州市	常熟市	
11	DG000011						中国	辽宁省	大连市	中山区	
12	DG000012						中国	河南省	洛阳市	涧西区	
13	DG000014						中国	上海市	上海市	闵行区	

② 購入商品データ

購入商品データは購入者データと紐づけることでより精度の高いマーケティングが可能になります。

【ご依頼事項】

① 商品情報を提供お願いします。

購入可能商品の情報を事前に共有お願いします。
訴求点など情報を教えてください。

② 広告宣伝費として販売コミッションの設定

・ <オンライン発注> ECサイトから発注

アフィリエイトシステム導入の場合⇒媒体登録をお願いします。（コミッション自動生成）

アフィリエイトシステムがない場合⇒指定アカウントからの購入金額に対するコミッションを月末締めで請求。

・ <マニュアル発注>

実店舗で直接購入します。クーポンコード発行をお願いします。

Thank You



Chinese Social Media Marketing Leading Company