



樂吃購!日本

TRAVEL GUIDE

～台湾へのお手軽出品～

EC プラン

2020.6.1～



吉日媒體集團
geelee media group

株式会社ジーリーメディアグループ

© 2020 Geelee Media Group Inc.

課題・・・

- 需要喚起 = 「プロモーション」
- お支払い = 「決済」
- お届け = 「物流」

一気通貫で解決

情報発信・カート設置

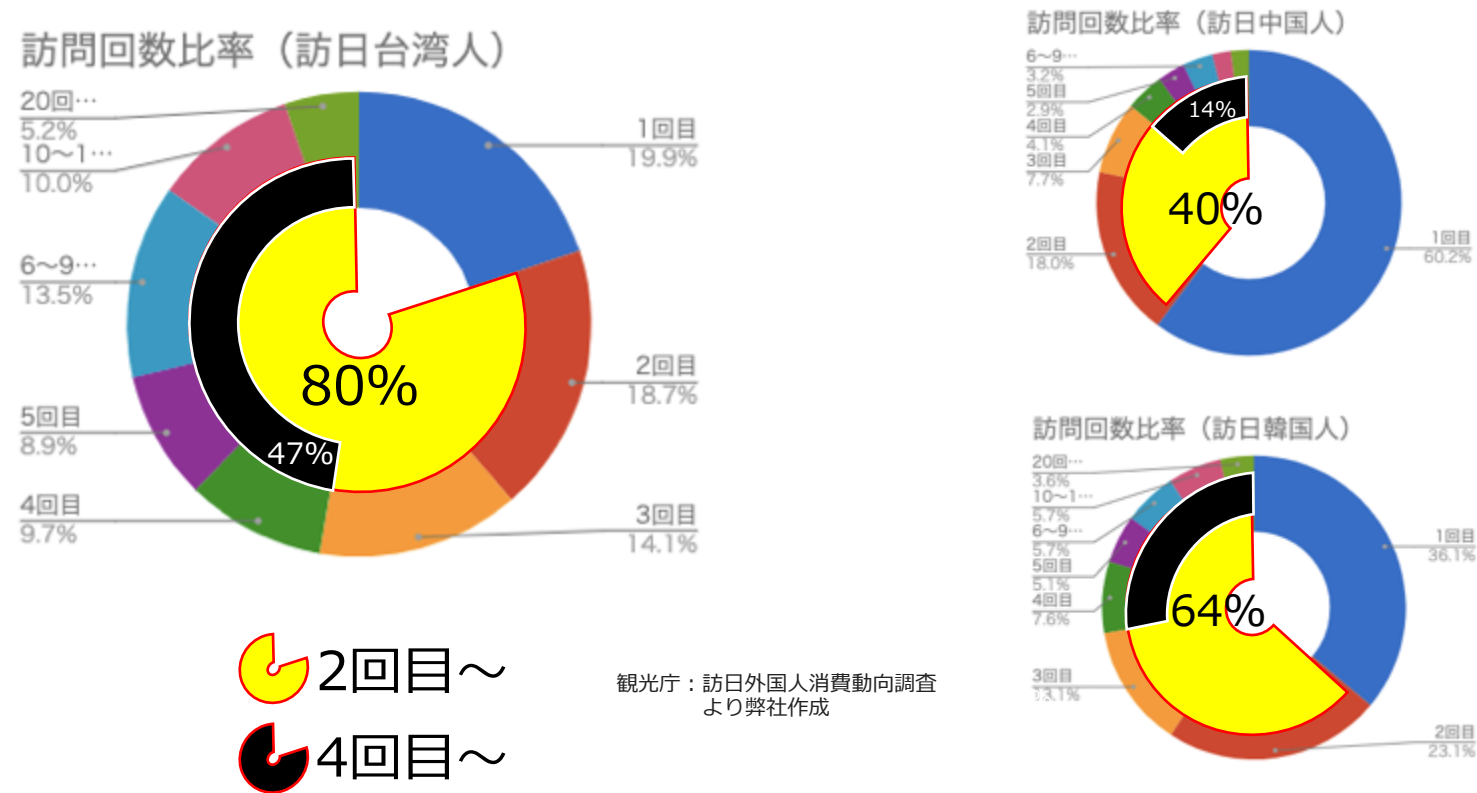
弊社メディア：ラーチーゴー！日本



日常的に日本製品を利用

訪日頻度も世界有数の訪日リピート率。親日で日本製品への興味関心も高い。

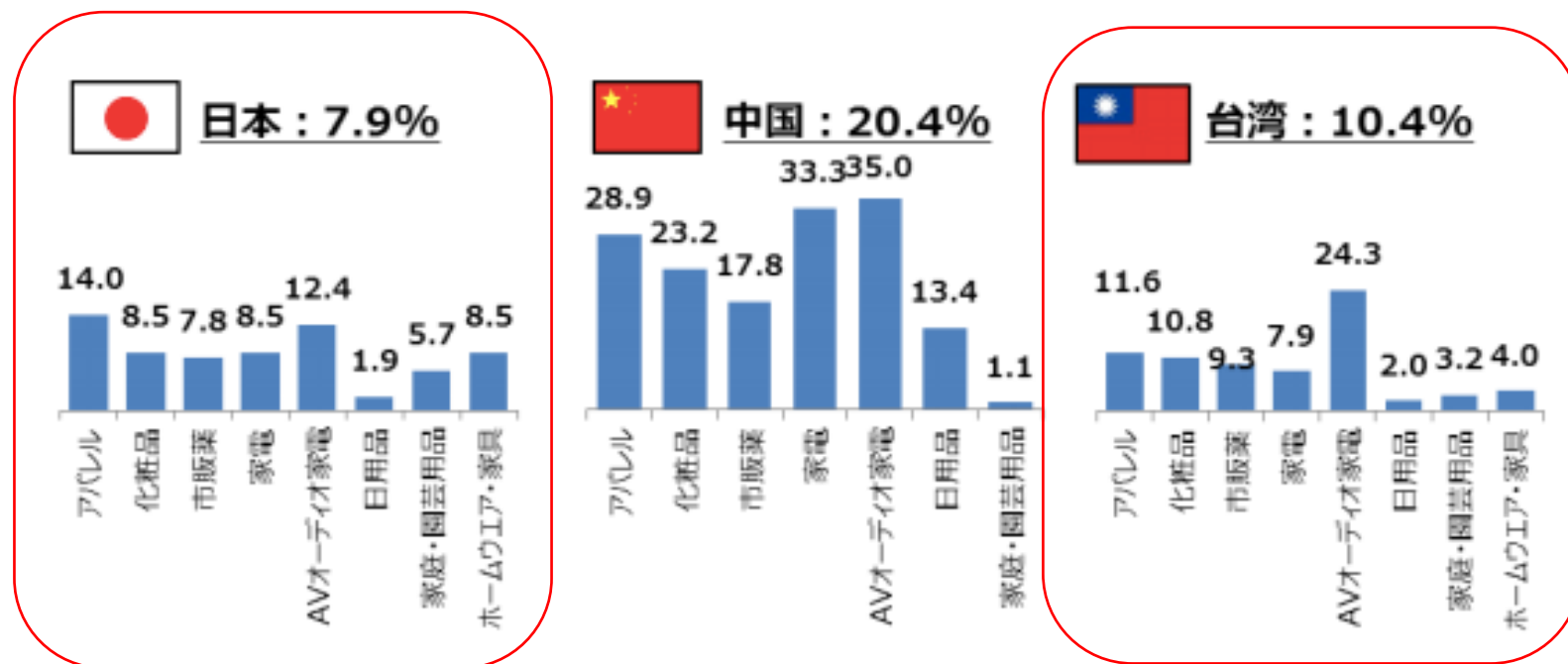
主要各国訪日回数



台湾は訪日リピーター比率が高い。台湾人旅行者の8割以上が訪日2回目以上。
複数回来日するので、地方への訪問率も高い。

日本と同等以上のEC化率（EC市場の割合）があり、当然台湾人のECへの順応度も高い

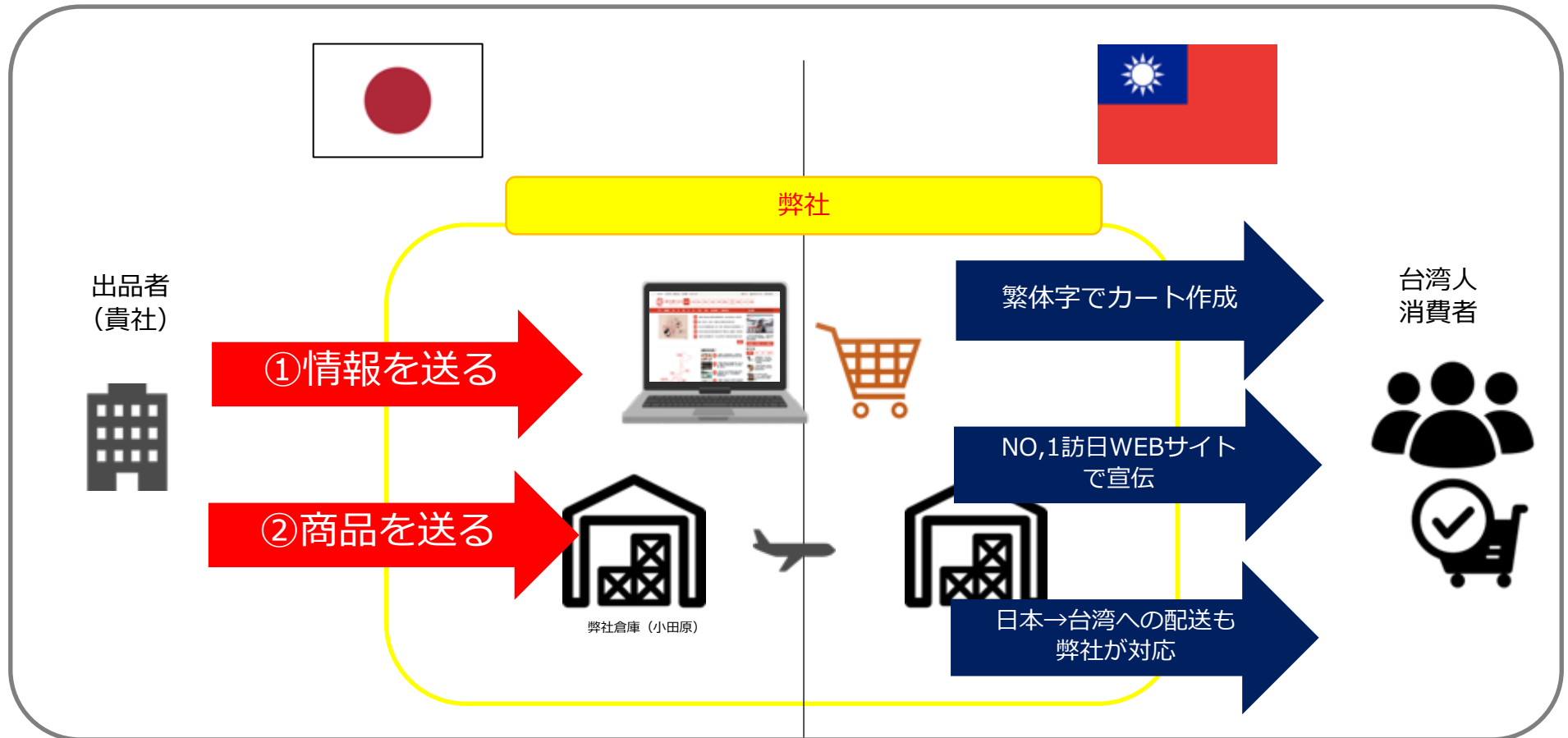
各国EC化率（業界全体の市場規模とのEC利用の市場規模の割合を示す）



2019年5月 経済産業省 商務情報政策局 情報経済課 発表資料より抜粋
「平成30年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」

- ・ 日本語の情報を弊社編集部へ伝える
- ・ 注文があったら日本の弊社倉庫に送る（納品）

上記たった2つのSTEPで台湾消費者へ販売できるようサポートします



台湾人が買えるようになって、知ってもらえるのか？
つまり出品はしたけど、宣伝（知ってもらう）のが大問題。

ただ商品を出品ではなく、商品情報などを
現地NO1訪日観光サイトである「ラーチーゴー」にて記事化
商品ページへの誘導を図る

宣伝して

すぐ買える
ようにする



親日且つ、訪日旅行が可能な台湾No1訪日観光サイトでの
商品告知も行う。（記事もバイリンガル専属ライターが執筆）



ラーチーゴー！

樂吃購！日本

TRAVEL GUIDE



Shopee(ショッピー)



ラーチーゴー
にて商品紹介
(宣伝)

流入

台湾（蝦皮）
にて陳列
(購買可能)

* 商品によってShopeeを介さない場合もございます。
(自社カート決済→直送など)



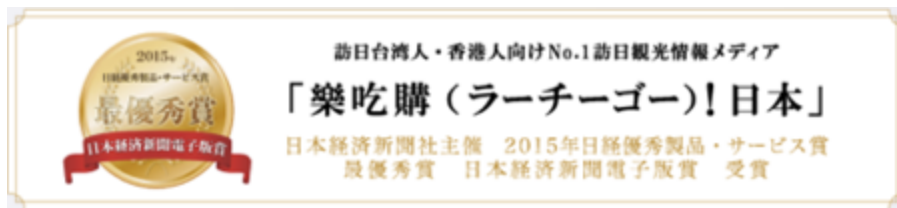
樂吃購!日本
TRAVEL GUIDE

台湾・香港で ユーザー数NO.1の 訪日メディア

月間ユーザー数：250万人

FBファン数：78万人

※2019年12月時点





樂吃購!日本
TRAVEL GUIDE

他媒体比較

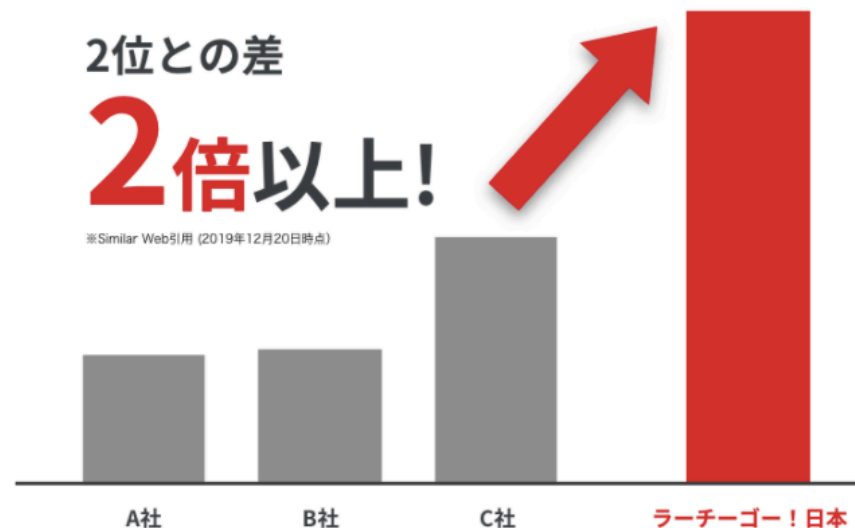
圧倒的No.1 の利用者数！

日本観光情報サイトで
台湾人・香港人
閲覧者数 No.1!

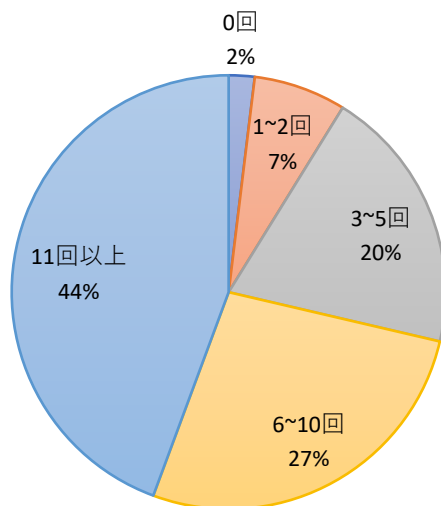
2位との差

2倍以上!

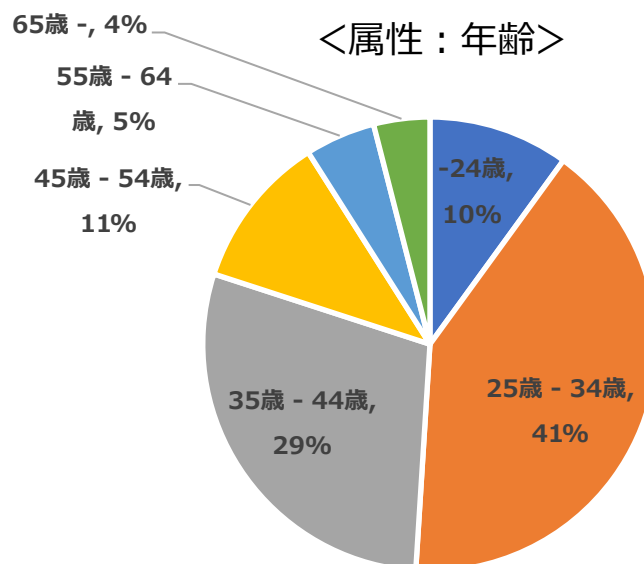
※Similar Web引用 (2019年12月20日時点)



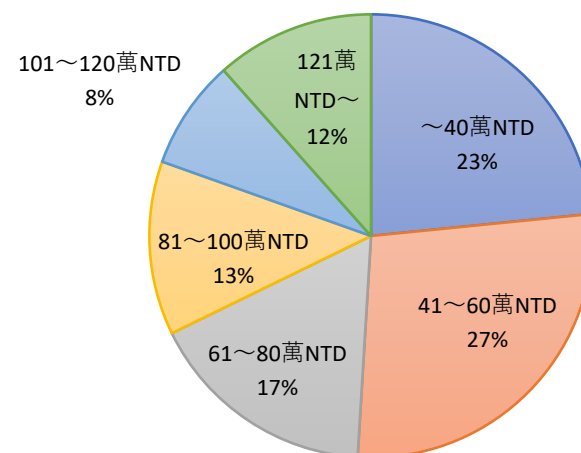
<属性：訪日経験回数>



<属性：年齢>



<年収>



【ユーザー特徴】

- ①訪日リピーター98%・・・海外旅行常連で高い消費力
- ②訪日経験者という日系サービスや商品への高い興味関心

Shopee(ショッピー) は、台湾人にとって有名かつ利用者も多い、馴染みのあるツール

10大 eコマース プラットフォームランキング

十大網路購物電商平台排名名單(合併)

1	Shopee蝦皮購物	5236萬月訪客數
2	PChome	3244萬月訪客數
3	momo	3117萬月訪客數
4	露天拍賣	3017萬月訪客數
5	Yahoo奇摩	2803萬月訪客數
6	博客來	1432萬月訪客數
7	Rakuten台灣樂天	690萬月訪客數
8	生活市集	492萬月訪客數
9	Pcone松果購物	452萬月訪客數
10	東森	349萬月訪客數

資料來源：Similarweb，統計時間為2020年04月01日至2020年04月30日。Yahoo資料由tw.yahoo.con總流量
根據歷史資料分拆推估。

<https://www.top10.com.tw/life/938/top-10-online-shopping-website/>

馴染み深い「ラーチーゴー！日本」で知って
いつも使っている「Shopee」で購入。



初めての海外展開でも
消費者は安心して購入



工数をかけない販路整備だけでなくメディアでの発信（プロモーション）もセットになっている部分に魅力を感じ、即スタート→即大量受注。

美容・健康食品		料金		基本仕様		プロモーション		
	プラン	初期費用	販売成果報酬 * 国内上代に対する%	台湾への配送 (EMS)	カート作成	ラーチーゴー！日本 特集記事	記事の校正 翻訳（中→日）	フェイスブック投稿 * フォロワー数：78万人 * ラーチーゴー公式
	EC-スペシャルプラン	¥1,600,000	10%	● 弊社	● SKU10点まで	● 詳細版	● 初校のみ	● 2回
	EC-スタンダード A	¥1,200,000	15%	● 弊社	● SKU5点まで	● 簡易版	● 初校のみ	● 1回
	EC-スタンダード B	¥850,000	20%	● 弊社	● SKU5点まで	● 簡易版	● 初校のみ	編集部 任意 投稿
	出店プラン (審査制)	¥650,000	30%	● 弊社	● SKU3点まで	● 簡易版		編集部 任意 投稿

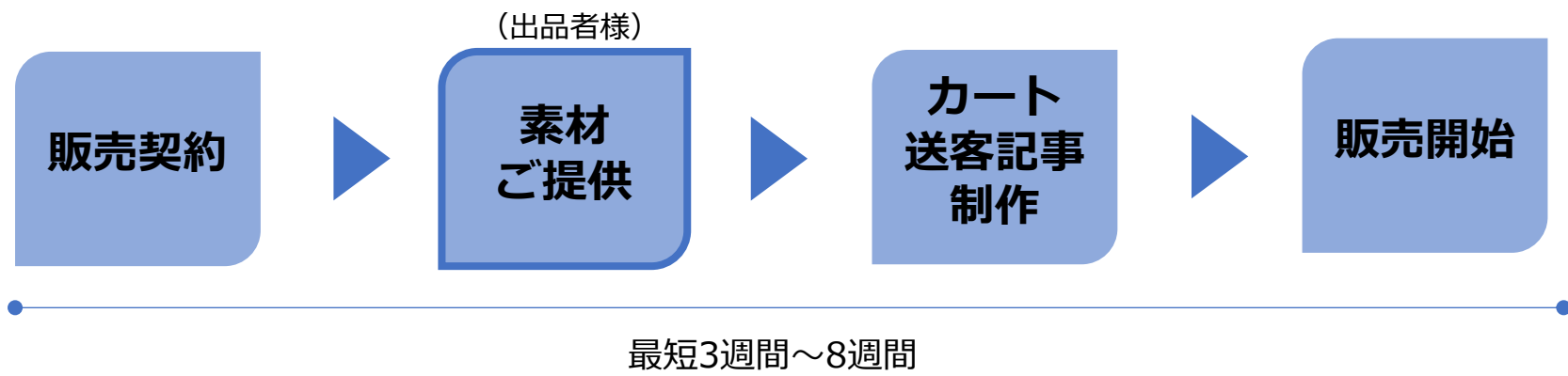
家電・玩具		料金		基本仕様		プロモーション		
	プラン	初期費用	販売成果報酬 * 国内上代に対する%	台湾への配送 (EMS)	カート作成	ラーチーゴー！日本 特集記事	記事の校正 翻訳（中→日）	フェイスブック投稿 * フォロワー数：78万人 * ラーチーゴー公式
	EC-スペシャルプラン	¥1,000,000	10%	● 弊社	● SKU10点まで	● 詳細版	● 初校のみ	● 2回
	EC-スタンダード A	¥800,000	15%	● 弊社	● SKU5点まで	● 簡易版	● 初校のみ	● 1回
	EC-スタンダード B	¥650,000	20%	● 弊社	● SKU5点まで	● 簡易版	● 初校のみ	編集部 任意 投稿
	出店プラン (審査制)	¥520,000	30%	● 弊社	● SKU3点まで	● 簡易版		編集部 任意 投稿

商品に特化した記事になります。
観光情報の取材執筆は含まれません。
* 観光情報との組み合わせは別途お見積もり

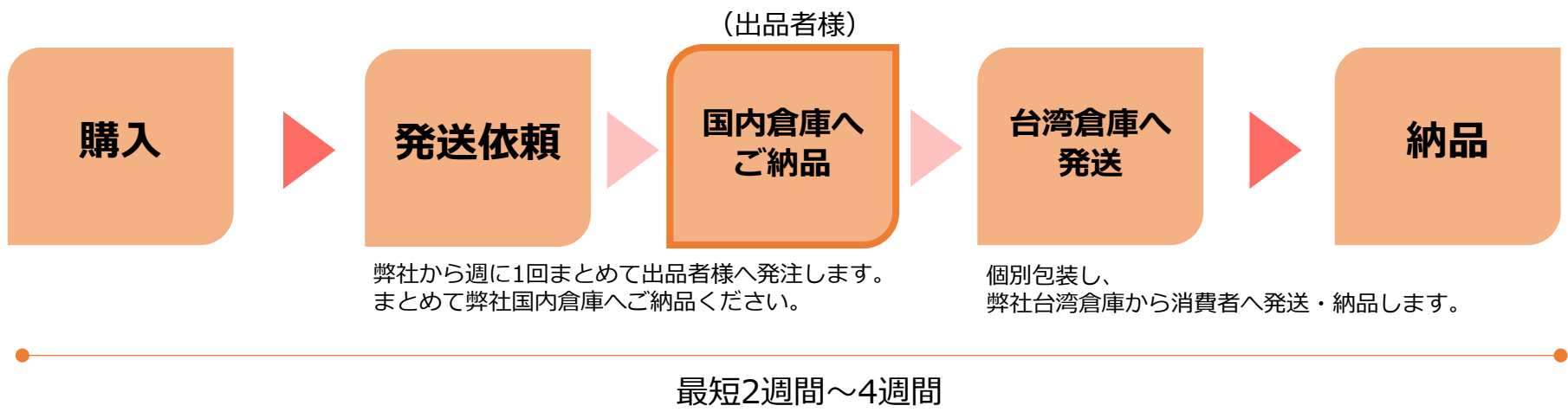
服飾・雑貨・ 工芸		料金		基本仕様		プロモーション		
	プラン	初期費用	販売成果報酬 * 国内上代に対する%	台湾への配送 (EMS)	カート作成	ラーチャーゴー！日本 特集記事	記事の校正 翻訳（中→日）	フェイスブック投稿 * フォロワー数：78万人 * ラーチャーゴー公式
	EC-スペシャルプラン	¥800,000	10%	● 弊社	● SKU10点まで	● 詳細版	● 初校のみ	● 2 回
	EC-スタンダード A	¥650,000	15%	● 弊社	● SKU5点まで	● 簡易版	● 初校のみ	● 1 回
	EC-スタンダード B	¥520,000	20%	● 弊社	● SKU5点まで	● 簡易版	● 初校のみ	編集部 任意 投稿
	出店プラン (審査制)	¥400,000	30%	● 弊社	● SKU3点まで	● 簡易版		編集部 任意 投稿

地産品・食品		料金		基本仕様		プロモーション		
	プラン	初期費用	販売成果報酬 * 国内上代に対する%	台湾への配送 (EMS)	カート作成	ラーチャーゴー！日本 特集記事	記事の校正 翻訳（中→日）	フェイスブック投稿 * フォロワー数：78万人 * ラーチャーゴー公式
	EC-スペシャルプラン	¥600,000	10%	● 弊社	● SKU10点まで	● 詳細版	● 初校のみ	● 2 回
	EC-スタンダード A	¥480,000	15%	● 弊社	● SKU5点まで	● 簡易版	● 初校のみ	● 1 回
	EC-スタンダード B	¥350,000	20%	● 弊社	● SKU5点まで	● 簡易版	● 初校のみ	編集部 任意 投稿
	出店プラン (審査制)	¥220,000	30%	● 弊社	● SKU3点まで	● 簡易版		編集部 任意 投稿

商品に特化した記事になります。
観光情報の取材執筆は含まれません。
* 観光情報との組み合わせは別途お見積もり



商品購入から納品までの流れ



*1週間分まとめての受発注となります。
* 売上は成果報酬分を差し引いた金額を月締めで銀行振り込み（翌末支払い）

市場ニーズを捉えた業態変更

01

増加する訪日観光客

訪日台湾人観光客数は伸び続けており、2014年時点では280万人だった訪日台湾人観光客数ですが、2018年には約1.7倍となる475万人、2019年には489万人となっています。

02

まだまだ低い越境EC利用率

訪日観光客のインバウンド消費の受け皿として期待できる越境ECですが、商品の返品、交換といった現地対応も含めたアフターサービスも重要なため、市場への参入企業が伸び悩んでいるのが現状。

03

高い現地ECサイトの利用率

台湾ではネットショッピングの利用頻度が多くなっています。2018年時点ですが、10回の買い物（オンライン+オフライン）の内、ほぼ半数の4.6回がネットショッピングからの購入であり、ECは台湾消費者の購入手段として日常に浸透しています。

04

台湾人ニーズを的確に把握

台湾では日本製品への評価が高い分、消費者の目は非常にシビア。確かな品質が求められますが、弊社「ラーチーゴー」の編集部は台湾人が多く、現地情報（ニーズ・トレンド）もしっかり把握しています。

上記が、リアル店舗から越境ECサービス立ち上げではなく、Michi CaféEC化への移行の背景です。

現地アンテナショップで台湾人一般消費者と接してきたなかでの現地情報収集力と、訪日旅行の際に利用いただく「ラーチーゴー」での台湾現地での認知度を活用しながら、台湾人ECサイト利用者の獲得を目指すべく、

リアル店舗「Michi Café」はEC（オンライン）店舗へ進化いたします。

日本と比べても高い台湾のEC利用率

2017年時点となりますが「台湾産業情報研究所（MIC）」によると台湾でのEC市場規模は1兆2000億元（約4兆8000億円以上）で、毎年、前年比10%以上成長している安定市場です。



台灣電子商務產值分析表
經濟部「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」

<https://info.taiwantrade.com/biznews/%E8%B7%A8%E5%A2%83%E9%9B%BB%E5%95%86%E5%85%A8%E7%90%83%E6%A6%82%E6%B3%81-%E4%B8%8A-1101939.html>

2017年時点となりますが「台湾産業情報研究所（MIC）」によると台湾でのEC市場規模は1兆2000億元（約4兆8000億円以上）で、毎年、前年比10%以上成長している安定市場です。

同時期の日本のEC市場は15兆と言われております。人口と比較すると、日本約1億2000万人→約15兆円、台湾約2300万人→5兆円という具合に、ECに関しては日本と比べても高い水準にあると言えます。