

**令和2年度OKINAWA型インバウンド活用  
新ビジネス創出事業  
(民間プロジェクト造成促進事業)**

**—報告書—**

**令和3年2月**

**チャイナマーケティングラボ沖縄合同会社**

## 目次

1. 取組実績について.....	55
1-1. 達成目標(当初計画).....	55
1-2. 実施スケジュール.....	55
1-3. 活用プラットフォームについて.....	57
1-4. 商材選定から掲載の流れ.....	58
1-5. 価格設定について.....	58
1-6. 商流・物流について.....	59
1-7. 販売実績について.....	61
2. 広告実績について.....	64
2-1. 掲載実績.....	64
2-2. 閲覧実績と閲覧者属性.....	73
3. 広告活動の効果分析について.....	74
3-1. 販売実績カテゴリー内訳.....	74
3-2. 購買者/閲覧者属性.....	74
3-3. 記事配信及びライブコマースの効果.....	76
3-4. 広告に関する取組検証.....	79
4. 目標達成状況と事業継続に向けた取組について.....	80
4-1. 目標達成状況.....	80
4-2. 事業継続に向けた取組み.....	81
5. 巻末資料.....	84

**取組総括／社名：チャイナマーケティングラボ沖縄合同会社（単独）**

**1. 補助期間：令和2年9月15日～令和3年2月15日（5ヶ月間）**

**2. 越境EC対象国：中国（主として上海）**

**3. 活用プラットフォーム：淘最霓虹(タオズイニホン)**

(1) 淘最霓虹(タオズイニホン) 商城内 沖縄優品(Wechat ECプラットフォーム)内に「沖縄優品(特設ページ)」の開設

掲載期間：令和2年9月15日～令和3年2月15日（事業終了後も継続）

(2) 淘最霓虹(タオズイニホン) 商城直播間(ライブコマース)

配信日：令和2年12月6日、12月27日（配信時間は各約1時間半程度）

**4. 広告活動：**

(1) 淘最霓虹商城 TOP バナー広告（無償のため閲覧情報非開示）

掲載期間：令和2年9月15日～令和3年2月15日（事業終了後も継続）

(2) 淘最霓虹商城記事配信

掲載期間：令和2年11月29日～令和3年1月28日の間に15回配信

(3) 淘最霓虹商城直播間（WeChatライブコマース）

掲載期間：令和2年12月6日、12月27日

**5. 取扱商材：**

県産品を原材料とする化粧水、ハーブティーやお菓子等 35 商品(SKU)

（化粧品 21、食品 7、その他 7）

**6. 売上目標（輸出量対前年比7%増）達成状況：**

昨年度（令和元年9月15日～令和2年2月15日）111個/20.7Kg

今年度（令和2年9月15日～令和3年2月15日）

販売個数：690個（淘最霓虹(タオズイニホン) 商城 386個、淘最霓虹(タオズイニホン) 商城直播間(ライブコマース) 304個）

総重量：135.5Kg（淘最霓虹(タオズイニホン) 商城 76.9Kg、淘最霓虹(タオズイニホン) 商城直播間(ライブコマース) 58.6Kg）

総重量 654.6%増で目標達成

**7. その他**

淘最霓虹側の提案による販促活動（無償）

(1) 福袋の造成及びディスカウント（令和3年1月17日～事業終了後も継続）

(2) ディスカウントクーポンの発行（令和3年1月17日～事業終了後も継続）

(3) 淘最霓虹自社の記事配信の中での「沖縄優品」の紹介（不定期）

1. 取組実績について

1-1. 達成目標(当初計画)

〈月販売目標個数及び目標金額〉

(1) 補助事業期間内の達成目標

- ・事業期間：9/15～2/15（5ヶ月間）
- ・達成目標：450 個
- ・売上額：1,310,224 円
- ※目標個数及び売上額は沖縄優品とライブコマースを合算した数値となる。
- ・2018 年から活用している淘最霓虹(タオズイニホン)の売上実績を参考に商品毎の目標数を設定し算定。

月	個数(個)	金額(円)
9	20	66,863
10	20	53,361
11	59	150,000
12	230	650,000
1	76	290,000
～2/15	45	100,000
合計	450	1,310,224

1-2. 実施スケジュール

プラットフォーム

No	名称	当初/実績	期間	乖離理由/備考	本報告書掲載場所
1	淘最霓虹（タオズイニホン） 商城内 沖縄優品	当初	9/15～2/15	————	P.65 画面キャプチャー
	Wechat ECプラットフォーム	実績	9/15～2/15		
2	淘最霓虹（タオズイニホン） 商城直播間（ライブコマース）	当初	12/6 12/27	————	P.65 画面キャプチャー
	Wechatライブコマース	実績	12/6 12/27		

広告活動

No	名称	当初/実績	期間	乖離理由/備考	本報告書掲載場所
1	淘最霓虹（タオズイニホン） 商城 ・Topページバナー掲載 ・沖縄優品目次文字（メニューバー）掲載	当初	9/15～2/15	淘最霓虹（タオズイニホン） 事業者の協力無償で期間中掲載	P.66 画面キャプチャー
		実績	9/15～2/15		
2	淘最霓虹（タオズイニホン） 微信宣伝PR(記事配信)	当初	9/15～2/15 (12回)	淘最霓虹（タオズイニホン） 事業者の無償協力3回分増加	P.69～P.70 画面キャプチャー
		実績	11/29～1/28 (15回)		
3	淘最霓虹（タオズイニホン） 商城直播間（ライブコマース）	当初	12/06 12/27	12/6 (放送時間：1時間32分 紹介商材数：12品)	P.71 画面キャプチャー
	淘最霓虹（タオズイニホン） 商城への誘引告知	実績	12/06 12/27	12/27 (放送時間：1時間32分 紹介商材数：24品)	

各種作業

No	名称	当初/実績	期間	乖離理由/備考
1	商材選定	当初	10/1~10/30 (第一回) 11/20~12/10 (第二回)	第一回で予定商品数達成
		実績	10/15~11/10(第一回)	
2	宣伝情報入手/精査(メーカーからの情報、画像手配 等を含む)	当初	10/7~11/10 12/10~12/31	商材選定の早期達成で期間を短縮
		実績	10/25~11/20	
3	宣伝PR・文案・デザイン・制作	当初	11/1~1/15	宣伝情報入手の早期完了で期間を短縮
		実績	11/1~11/25	
4	動画コンテンツ編集	当初	10/24~11/30 12/20~1/15	ライブコマース配信時に使用 第一回：12/06 第二回：12/27
		実績	11/20~12/5 12/19~12/26	
5	微信宣伝PR(記事配信)	当初	11/1~1/30	_____
		実績	11/29~1/28	

### 1-3. 活用プラットフォームについて

#### (1) プラットフォームの選定理由について

淘最霓虹(タオズイニホン)商城、および淘最霓虹(タオズイニホン)商城直生間(ライブコマース)の活用について以下の理由により選定した。

2018年より同プラットフォームを活用し、県産品を販売してきた。2019年からは新たに専売コーナー「沖縄優品」を開設し、県産品販売を強化してきたところである。プラットフォームでの売場づくりも強化されたことから今後さらなる販売拡大を期待し、引き続き同プラットフォームを活用する。

淘最霓虹(タオズイニホン)商城は、中国で唯一の日本情報テレビ番組、淘最霓虹(タオズイニホン)の視聴者で、上海を中心に構成された登録者数 20 万人以上のファンコミュニティである。

淘最霓虹(タオズイニホン)商城 直生間はライブコマースである。淘最霓虹(タオズイニホン)商城の微信記事配信と連動することで効果的な宣伝 PR 活動が行え、相乗効果も期待できる。

#### (2) 活用プラットフォームのレギュレーション等について

##### ①掲載に関するレギュレーション

###### ●化粧品(雑貨・アパレルなど含む)

ア. 消費期限・有効期限が半分以上残っている事(化粧品・雑貨)

イ. 中国への輸入規制対象でない事

※中国は現在、放射性物質の影響を懸念し、福島、宮城、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、新潟、長野の 10 都県からの輸入を全面的に停止。それ以外の地域でも、中国へ出荷するには放射性物質の検査証明書などの添付が必要な場合がある。

###### ●食品

ア. 原則 90 日以上消費期限が残っている事

イ. 中国への輸入規制対象でない事

ウ. 酒類・タバコ・医薬品など特別な販売許可を有する商品は販売不可

エ. 淘最霓虹商城直生間(ライブコマース)では一般貿易で輸入されていない食品は販売不可  
(中華人民共和国電子商取引法で規定されている「越境 EC 小売輸入商品リスト(ポジティブリスト)」に記載されている商品であること)

##### ②売れ残りに関するレギュレーション

一部カテゴリー商材を除き売れ残りに関する特別なレギュレーションはなし(受注後都度発送の為)

※但し、都度メーカーからの取り寄せではなく、商材を確保する為、補助事業社内にて在庫を保有

### 1-4. 商材選定から掲載の流れ

- ①プラットフォーム事業者と沖縄優品コンセプトに沿った商品選択を共有し選択商材の 카테고리及び販売価格帯を検討のうえ設定
- ②設定したカテゴリーや販売価格帯に該当する商材を仕入れ先となるメーカー、商社側との調整。(仕入れ価格、仕入れ数等)
- ③補助事業者よりプラットフォーム事業者に提案。
- ④中国在住コーディネータの市場の売れ筋やトレンド情報も加えながらプラットフォーム事業者とコーディネータとの三者で協議。同時に、プラットフォーム事業者は販売可否や輸入規制について確認
- ⑤テストマーケティングでの必要数量を確認し選択候補商品を絞り込み
- ⑥選択候補商品を優先して仕入れ先メーカー・事業社と商談のうえ出品商品を決定

#### 商材掲載までの取組み期間と所用期間

No.	名称	作業者	所要期間
1	掲載商品に関する協議、補助事業者から淘最霓虹(タオズイニホン)商城に商品情報を提供。協議のうえ掲載商品を選定	補助金事業/ プラットフォーム	約1ヶ月間
2	販売の可否や輸入に関する規制をチェック	プラットフォーム	
3	掲載商品の写真データなどの素材収集及び商品情報のヒヤリング	補助事業者	1~2週間
4	商品ページ作成、商品情報翻訳、商品文案作成、ページレイアウト作成、確認・修正	プラットフォーム	約2週間
5	商品掲載	プラットフォーム	
<b>所要時間：合計</b>			2ヶ月間

### 1-5. 価格設定について

#### 価格設定について

価格決定者：プラットフォーム担当者（事前に設定価格の相談・確認有り）

No.	項目	販売価格に含む	販売価格に含まれない	負担者
1	仕入原価	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	————
2	梱包費用	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	————
3	国内郵送	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	補助事業者
4	国際郵送	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	————
5	プラットフォーム事業経費 等	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	————
6	生産物賠償責任保険	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	————

### 1-6. 商流・物流について

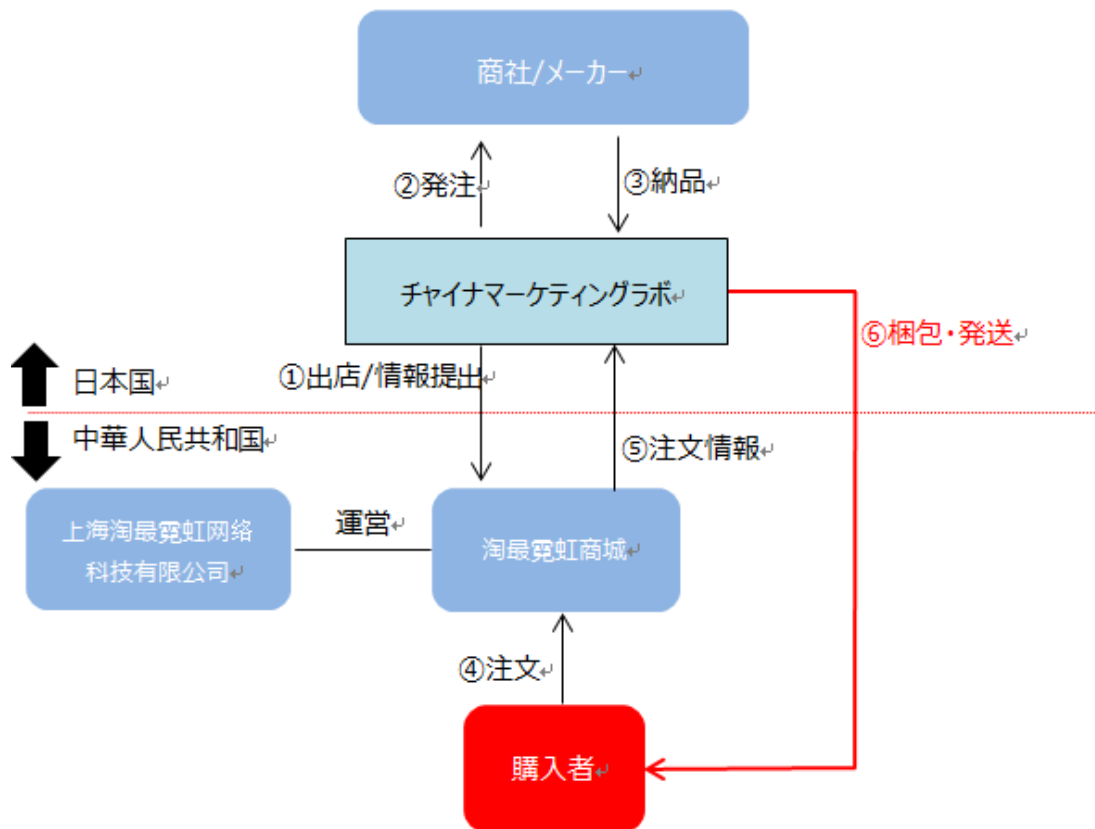
プラットフォーム： 淘最霓虹(タオズイニホン)商城/淘最霓虹(タオズイニホン)商城直播间(ライブコマース)

商社/メーカー： ジーエルイー合同会社/有限会社エバグリーン/株式会社リッチグリーン/  
 沖縄子育て良品株式会社/ECOMAP/ワールドボタニクス/名護パイン園/  
 パダーム/サナイラ/アイティオージャパン/仲善

越境ECモデル： モデル(3)相手国ECモール等出店(出品)

国内倉庫所在地： 沖縄県

#### 【商流・物流フロー】

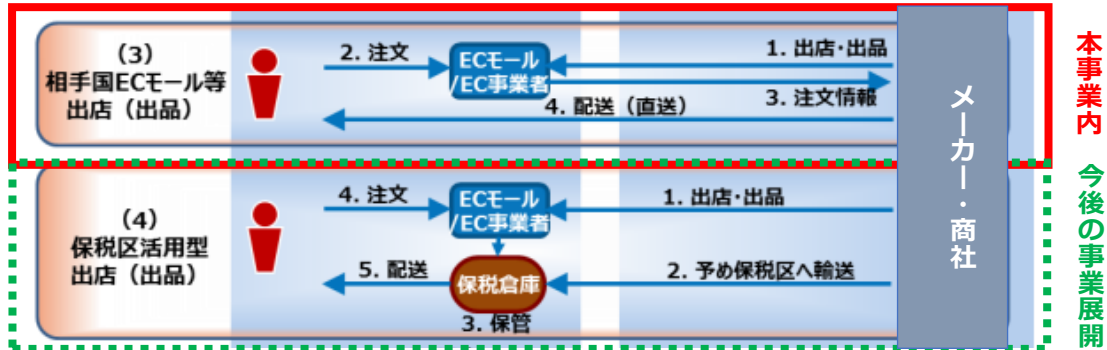


※日本国内の新型コロナ感染拡大の情報は中国にも届いており、日本からの直送に対する懸念の声があったため、緊急対応として販売が好調な商品は、淘最霓虹(タオズイニホン)商城の中国保税倉庫を活用した。(中国国内の郵送はプラットフォーム事業者負担)



資料：越境ECの事業モデル 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

<https://www.meti.go.jp/press/2019/05/20190516002/20190516002-1.pdf>



本事業内  
今後の事業展開

事業モデル	概要
(1) 国内自社サイト	日本国内に越境ECの自社サイトを構築する事業モデル。元々日本語で提供している自社ECサイトを多言語化することで、越境ECに対応するケース。配送はEMS等による直送が主。
(2) 国内ECモール等出店(出品)	日本国内で越境ECに対応したモール等へ出店(出品)する事業モデル。国内消費者を対象とした出店(出品)の延長線として海外の消費者に向けて販売。配送はEMS等による直送。転送サービスの活用もあり。
(3) 相手国ECモール等出店(出品)	相手国のECモールやECサイトに出品(出品)する事業モデル。出品(出品)に際しては、ECモール、ECサイト運営事業者との交渉が発生するため、専用の代行会社によるサポートを得るケースが多い。
(4) 保税區活用型出店(出品)	保税區に指定された域内の倉庫に予め商品を輸送しておき、受注後保税倉庫から配送する事業モデル。中国向け越境ECでよく活用されている。相手国からの発送であるため、直送と比較し配送期間が短くて済むメリットがある。
(5) 一般貿易型EC販売	一般貿易同様に、国内の輸出者と相手国の側輸入者との間で貿易手続きを行い、相手国側のECモールやECサイトで商品販売する事業モデル。一般的なBtoB型貿易において販売チャネルとしてECを活用するスタイル。
(6) 相手国自社サイト	相手国側で自社サイトを構築する事業モデル。既に相手国において自社商品が浸透し、かつECサイトの運営を自社でコントロールできる体制を整えていけば取り組みやすい。

本事業内  
今後の事業展開

尚、本稿では以上の事業モデル全てにつき、記述の便宜性の観点から「越境EC」という統一表現を使用する。

1-7. 販売実績について

(1) 商品毎販売実績 プラットフォーム：淘最霓虹(タオズイニホン)商城

商品数：35SKU、化粧品:21、食品:7、その他:7

SKU NO.	カテゴリー	商品名	単価(円) A	単品重量 (kg) B	9/15-2/15			掲載 開始日	
					販売数 (個) C	売上額 (円) A×C	総重量 (Kg) B×C		
1	化粧品	月桃葉潤水 しっとりタイプ	2,442	0.7	28	68,376	19.6	継続	
2		お肌しっとり月桃きざり保湿化粧水	2,442	0.3	13	31,746	3.9		
3		沖縄素材の恵み化粧水島豆乳	2,607	0.3	6	15,642	1.8		
4		沖縄素材の恵み化粧水ハイビスカス	2,607	0.3	8	20,856	2.4		
5		沖縄素材の恵み化粧水アロエ	2,607	0.3	3	7,821	0.9		
6		沖縄素材の恵み化粧水タンカン	2,607	0.3	4	10,428	1.2		
7		珊瑚に優しい日焼け止めバーム	1,634	0.1	9	14,702	0.9		
8		Missananas バイン炭石鹸洗顔フォーム	1,947	0.2	23	44,781	4.6		
9		黒みつ石鹸	1,947	0.2	8	15,576	1.6		
10		海のせつげん	1,947	0.2	11	21,417	2.2		
11		オキナワパウダークレイミニクチャwithミネラル	658	0.1	12	7,900	1.2		11/29
12	琉球美肌フェイスシートマスクハイビスカス	569	0.1	24	13,656	2.4			
13	琉球美肌フェイスシートマスクシークワサー	569	0.1	24	13,656	2.4			
14	琉球美肌フェイスシートマスク月桃	569	0.1	24	13,656	2.4			
15	琉球美肌フェイスシートマスクハブ	569	0.1	24	13,656	2.4			
16	リップバームスティック	1,634	0.1	24	39,216	2.4			
17	その他	沖縄ヘナ琉球ほおずき色	3,284	0.2	3	9,851	0.6	12/5	
18		おきなわヘナ琉球くり色	3,284	0.2	2	6,567	0.4		
19	食品	沖縄野草の青汁フローラ	1,947	0.1	8	15,576	0.8		
20		ミラクルノニ粒	4,092	0.3	7	28,644	2.1		
21		月桃美人茶&月桃煎餅(更新)	2,496	0.2	28	69,888	5.6		
22		パッションフルーツのリラクスティー	1,947	0.1	12	23,364	1.2		
23		美ら島の紅茶ハイビスカス	2,277	0.1	4	9,108	0.4		
24		美ら島の紅茶シークワサー	2,277	0.1	4	9,108	0.4		
25		OKINAWAN ハーブティ	1,122	0.1	18	20,196	1.8		
26	化粧品	珊瑚に優しい日焼け止めクリーム	3,503	0.2	10	35,030	2		12/6
27		月桃&ティーツリーのケアクリーム	3,488	0.1	11	38,368	1.1		
28		ハーバルアフターサン スージングジェル	2,754	0.3	7	19,278	2.1		12/13
29	美々(びび)	4,559	0.1	3	13,677	0.3			
30	その他	クリーンコーラル	2,754	0.1	7	19,278	0.7		
31		Dr.サポート	2,570	0.3	7	17,990	2.1		
32		Aroma Mist 月桃 月桃	2,111	0.3	1	2,111	0.3		12/20
33	Aroma Mist 月桃 月桃×レモンラス	2,111	0.3	1	2,111	0.3			
34	Aroma Mist 月桃 月桃×ラベンダー	2,111	0.3	1	2,111	0.3			
35	化粧品	アイランドフレッシュ	3,488	0.3	7	24,416	2.1		
合計					386 35SKU	719,757	76.9		

※No.1~10 は以前より掲載開始していた為「継続」と表記

(2) 商品毎販売実績 プラットフォーム②：海最霓虹商城直播间(ライブコマース)

配信日：第一回 12/6 第二回 12/27、放映時間：1 時間 32 分

商品数：35SKU（一部告知のみ）、化粧品:21、食品:7、その他:7

SKU NO.	仕入先	カテゴリー	商品名	SKU単価 (円) A	1SKU当り重量 (kg) B	12/6(一回目) 12/27(二回目)			
						12/06 販売数(個) C	12/27 販売数(個) D	売上額(円) A×(C+D)	総重量(kg) B×(C+D)
1	ECOMAP	化粧品	月桃葉潤水 しっとりタイプ	2,442	0.7	11	8	46,398	13.3
2	エバグリーン	化粧品	お肌しっとり月桃きざり保溫用化粧水	2,442	0.3	5	0	12,210	1.5
3	ワールドポタニクス	化粧品	沖縄素材の恵み化粧水烏豆乳	2,607	0.3	2	4	15,642	1.8
4	ワールドポタニクス	化粧品	沖縄素材の恵み化粧水ハイビスカス	2,607	0.3	2	3	13,035	1.5
5	ワールドポタニクス	化粧品	沖縄素材の恵み化粧水アロエ	2,607	0.3	2	3	13,035	1.5
6	ワールドポタニクス	化粧品	沖縄素材の恵み化粧水タンカン	2,607	0.3	2	3	13,035	1.5
7	ジーエルイー	化粧品	珊瑚に優しい日焼け止めバーム	1,634	0.1	2	18	32,680	2.0
8	ジーエルイー	化粧品	珊瑚に優しい日焼け止めクリーム	3,503	0.2	5	0	17,515	1.0
9	沖縄子育て良品	化粧品	月桃&ティーツリーケアクリーム	3,488	0.1	1	1	6,976	0.2
10	ジーエルイー	化粧品	ハーバルアフターサン スーティングジェル	2,754	0.3	4	16	55,080	6.0
11	名護バイン園	化粧品	Missananas バイン炭石酸洗顔フォーム	1,947	0.2	5	2	13,629	1.4
12	バダーム	化粧品	黒みつ石鹸	1,947	0.2	2	27	56,463	5.8
13	バダーム	化粧品	海のせつけん	1,947	0.2	2	14	31,152	3.2
14	ワールドポタニクス	化粧品	オキナフパウダークレイミンクチャwithミネラル	658	0.1	3	36	25,676	3.9
15	サナイラ	化粧品	琉球美肌フェイスシートマスクハイビスカス	569	0.1	9	13	12,524	2.2
16	サナイラ	化粧品	琉球美肌フェイスシートマスクシークワサー	569	0.1	9	13	12,524	2.2
17	サナイラ	化粧品	琉球美肌フェイスシートマスク月桃	569	0.1	9	13	12,524	2.2
18	サナイラ	化粧品	琉球美肌フェイスシートマスクハブ	569	0.1	9	13	12,524	2.2
19	アイティオージャパン	化粧品	リップバームスティック	1,634	0.1	7	4	17,969	1.1
20	エバグリーン	化粧品	美々(びび)	4,559	0.1	2	0	9,118	0.2
21	沖縄子育て良品	その他	沖縄ヘナ琉球ほおずき色	3,284	0.2	4	3	22,985	1.4
22	沖縄子育て良品	その他	おきなわヘナ琉球くり色	3,284	0.2	4	4	26,268	1.6
23	エバグリーン	食品	沖縄野草の青汁フローラ	1,947	0.1	0	0	0	0.0
24	仲善	食品	ミラクルノニ粒	4,092	0.3	0	0	0	0.0
25	リッチグリーン	食品	月桃美人茶&月桃煎餅	2,496	0.2	0	0	0	0.0
26	エバグリーン	食品	パッションフルーツのリラックスティー	1,947	0.1	0	0	0	0.0
27	仲善	食品	美ら島の紅茶ハイビスカス	2,277	0.1	0	0	0	0.0
28	仲善	食品	美ら島の紅茶シークワサー	2,277	0.1	0	0	0	0.0
29	アイティオージャパン	食品	OKINAWAN ハーブティー	1,122	0.1	0	0	0	0.0
30	エバグリーン	その他	クリンコーラル	2,754	0.1	1	2	8,262	0.3
31	エバグリーン	その他	Dr.サポート	2,570	0.3	1	0	2,570	0.3
32	リッチグリーン	その他	Aroma Mist 月桃月桃	2,111	0.3	0	1	2,111	0.3
33	リッチグリーン	その他	Aroma Mist 月桃月桃×レモンラス	2,111	0.3	0	0	0	0.0
34	リッチグリーン	その他	Aroma Mist 月桃月桃×ラベンダー	2,111	0.3	0	0	0	0.0
35	エバグリーン	化粧品	アイランドフレッシュ	3,488	0.3	0	0	0	0.0
プラットフォーム②：海最霓虹商城直播间(ライブコマース)合計						103	201	491,891	58.6
						24SKU	21SKU		
プラットフォーム①+②：総計							690	1,211,660	135.5

※No.23~29の食品は販売無し(ライブコマース上で食品を販売する為に中国政府が指定する販売許可書(食品類販売認可)を海最霓虹側が未申請であった為)。

但し、ライブコマース内で海最霓虹商城(タオズイニホン)では購入可能であると告知した。

備考：海最霓虹商城は既に食品類販売認可保有済みの為、食品販売可能。

2021年4月時点でライブコマースでの食品が販売可能となるよう海最霓虹側で「食品類販売認可」申請中。今後ライブコマースでの食品販売も可能となる。

(3) プラットフォーム別月別販売実績

プラットフォーム：淘最霓虹(タオズイニホン)商城

月	販売商材カテゴリー	販売額(円)	月間販売個数	月間総重量(kg)
9	化粧品、食品、その他	66,863	20	3.4
10	化粧品、食品、その他	53,361	20	5
11	化粧品、食品、その他	4,7613.5	79	16.8
12	化粧品、食品、その他	156,992	92	16.2
1	化粧品、食品、その他	28,5154.6	167	34.5
2/15	化粧品、食品、その他	9,784.5	8	1
合計/実績		719,769	386	76.9

プラットフォーム：淘最霓虹商城直播间(ライブコマース)

月	販売商材カテゴリー	販売額(円)	月間販売個数	月間総重量(kg)
12	化粧品、その他	491,891	304	58.6
合計/実績		491,891	304	58.6

## 2. 広告実績について

### 2-1. 掲載実績

(1) プラットフォーム毎の掲載実績

プラットフォームNo.1：淘最霓虹(タオズイニホン)商城内 沖縄優品（越境 EC サイト）

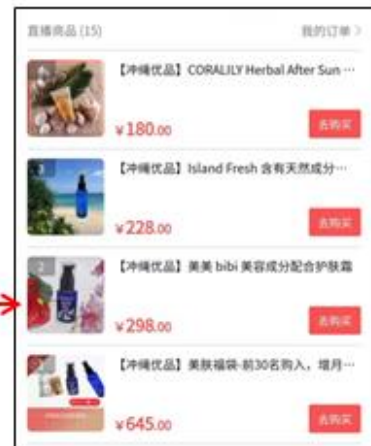
トップページ



沖縄優品ページ



プラットフォームNo.2：淘最霓虹（タオズイニホン）商城直播间（ライブコマース）



「バック」アイコンをタップするとライブコマース上で販売している商材一覧が表示し商材購入ができる。

(キャプチャー日時:12/6)

(2) 広告活動の掲載実績

● 広告No. 1

淘最霓虹(タオズイニホン)商城 Top ページバナー掲載／沖縄優品目次文字（メニューバー）掲載  
掲載期間：9/15～2/15

● Top ページバナー



● 沖繩優品目次文字（メニューバー）掲載



※沖繩優品目次文字（メニューバー）をタップすると、沖繩優品ページへ移動。

広告No.2

淘最霓虹(タオズイニホン)微信宣伝 PR(記事配信)

期間：11/29~1/26 配信数：計 15 回

(1) 配信日及び記事内紹介商材一覧

配信日	紹介商材
①11/29 8 商材	①月桃葉潤水しっとりタイプ、②お肌しっとり月桃きり保湿化粧水、③Missananas パイン炭石鹸洗顔フォーム、④琉球美肌フェイスシートマスクハイビスカス、⑤琉球美肌フェイスシートマスクシークワサー、⑥琉球美肌フェイスシートマスク月桃、⑦琉球美肌フェイスシートマスクハブ、⑧リップバームスティック
②12/01 8 商材	①月桃葉潤水しっとりタイプ、②お肌しっとり月桃きり保湿化粧水、③Missananas パイン炭石鹸洗顔フォーム、④琉球美肌フェイスシートマスクハイビスカス、⑤琉球美肌フェイスシートマスクシークワサー、⑥琉球美肌フェイスシートマスク月桃、⑦琉球美肌フェイスシートマスクハブ、⑧リップバームスティック
③12/06 9 商材	①月桃葉潤水しっとりタイプ、②お肌しっとり月桃きり保湿化粧水、③Missananas パイン炭石鹸洗顔フォーム、④琉球美肌フェイスシートマスクハイビスカス、⑤琉球美肌フェイスシートマスクシークワサー、⑥琉球美肌フェイスシートマスク月桃、⑦琉球美肌フェイスシートマスクハブ、⑧リップバームスティック、⑨沖縄野草の青汁フローラ
④12/09 7 商材	①沖縄素材の恵み化粧水水島豆乳、②沖縄素材の恵み化粧水ハイビスカス、③沖縄素材の恵み化粧水アロエ、④沖縄素材の恵み化粧水タンカン、⑤珊瑚に優しい日焼け止めバーム、⑥黒みつ石鹸、⑦海のせっけん
⑤12/13 5 商材	①オキナワパウダークレイミニ クチャ with ミネラル 3 個セット、②沖縄ヘナ 琉球ほおずき色、③おきなわヘナ琉球くり色、④沖縄野草の青汁フローラ、⑤ミラクルノニ粒
⑥12/15 5 商材	①オキナワパウダークレイミニ クチャ with ミネラル 3 個セット、②沖縄ヘナ 琉球ほおずき色、③おきなわヘナ琉球くり色、④沖縄野草の青汁フローラ、⑤ミラクルノニ粒
⑦12/21 5 商材	①月桃美人茶&月桃煎餅、②パッションフルーツのリラックスティー、③美ら島の紅茶ハイビスカス ④美ら島の紅茶シークワサー、⑤OKINAWAN ハーブティー
⑧12/22 7 商材	①沖縄素材の恵み化粧水水島豆乳、②沖縄素材の恵み化粧水ハイビスカス、③沖縄素材の恵み化粧水アロエ、④沖縄素材の恵み化粧水タンカン、⑤珊瑚に優しい日焼け止めバーム、⑥黒みつ石鹸、⑦海のせっけん
⑨12/27 10 商材	①沖縄素材の恵み化粧水水島豆乳、②沖縄素材の恵み化粧水ハイビスカス、③沖縄素材の恵み化粧水アロエ、④沖縄素材の恵み化粧水タンカン、⑤珊瑚に優しい日焼け止めバーム、⑥黒みつ石鹸、⑦海のせっけん、⑧オキナワパウダークレイミニクチャ with ミネラル 3 個セット、⑨沖縄ヘナ琉球ほおずき色、⑩おきなわヘナ琉球くり色
⑩1/03 7 商材	①月桃葉潤水しっとりタイプ、②Missananas パイン炭石鹸洗顔フォーム、③琉球美肌フェイスシートマスクハイビスカス、④琉球美肌フェイスシートマスクシークワサー、⑤琉球美肌フェイスシートマスク月桃、⑥琉球美肌フェイスシートマスクハブ、⑦リップバームスティック
⑪1/12 10 商材	①沖縄素材の恵み化粧水水島豆乳、②沖縄素材の恵み化粧水ハイビスカス、③沖縄素材の恵み化粧水アロエ、④沖縄素材の恵み化粧水タンカン、⑤黒みつ石鹸、⑥月桃美人茶&月桃煎餅、⑦パッションフルーツのリラックスティー、⑧美ら島の紅茶ハイビスカス、⑨美ら島の紅茶シークワサー、⑩OKINAWAN ハーブティー
⑫1/17 14 商材	①月桃葉潤水しっとりタイプ、②沖縄素材の恵み化粧水水島豆乳、③沖縄素材の恵み化粧水ハイビスカス、④沖縄素材の恵み化粧水アロエ、⑤沖縄素材の恵み化粧水タンカン、⑥Missananas パイン炭石鹸洗顔フォーム、⑦黒みつ石鹸、⑧リップバームスティック、⑨沖縄野草の青汁フローラ、⑩ミラクルノニ粒、⑪パッションフルーツのリラックスティー、⑫美ら島の紅茶ハイビスカス、⑬美ら島の紅茶シークワサー、⑭OKINAWAN ハーブティー
⑬1/19 14 商材	①月桃葉潤水しっとりタイプ、②沖縄素材の恵み化粧水水島豆乳、③沖縄素材の恵み化粧水ハイビスカス、④沖縄素材の恵み化粧水アロエ、⑤沖縄素材の恵み化粧水タンカン、⑥Missananas パイン炭石鹸洗顔フォーム、⑦黒みつ石鹸、⑧リップバームスティック、⑨沖縄野草の青汁フローラ、⑩ミラクルノニ粒、⑪パッションフルーツのリラックスティー、⑫美ら島の紅茶ハイビスカス、⑬美ら島の紅茶シークワサー、⑭OKINAWAN ハーブティー
⑭1/26 7 商材	①月桃葉潤水しっとりタイプ、②Missananas パイン炭石鹸洗顔フォーム、③琉球美肌フェイスシートマスクハイビスカス、④琉球美肌フェイスシートマスクシークワサー、⑤琉球美肌フェイスシートマスク月桃、⑥琉球美肌フェイスシートマスクハブ、⑦リップバームスティック
⑮1/28 7 商材	①月桃葉潤水しっとりタイプ、②Missananas パイン炭石鹸洗顔フォーム、③琉球美肌フェイスシートマスクハイビスカス、④琉球美肌フェイスシートマスクシークワサー、⑤琉球美肌フェイスシートマスク月桃、⑥琉球美肌フェイスシートマスクハブ、⑦リップバームスティック

(2) 宣伝 PR(記事配信)内商材毎取扱い数







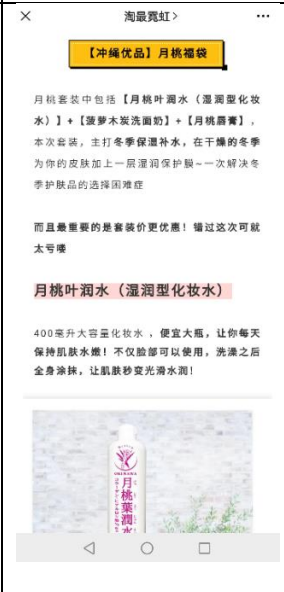
商品名	記事内取扱い数
月桃葉潤水 しっとりタイプ	8
Missananas パイン炭石鹼洗顔フォーム	8
リップバームスティック	8
沖縄素材の恵み化粧水島豆乳	6
沖縄素材の恵み化粧水ハイビスカス	6
沖縄素材の恵み化粧水アロエ	6
沖縄素材の恵み化粧水タンカン	6
黒みつ石鹼	6
琉球美肌フェイスシートマスクハイビスカス	6
琉球美肌フェイスシートマスクシークワサー	6
琉球美肌フェイスシートマスク月桃	6
琉球美肌フェイスシートマスクハブ	6
沖縄野草の青汁フローラ	5
ミラクルノニ粒	4
パッションフルーツのリラックスティー	4
美ら島の紅茶ハイビスカス	4
美ら島の紅茶シークワサー	4
OKINAWAN ハーブティー	4
・お肌しっとり月桃きり保湿化粧水	3
珊瑚に優しい日焼け止めバーム	3
海のせっけん	3
・オキナワパウダークレイミニ クチャ with ミネラル 3 個セット	3
沖縄ヘナ琉球ほおずき色	3
おきなわヘナ琉球くり色	3
月桃美人茶&月桃煎餅(更新)	2
合計	123

※商品の掲載方法について：プラットフォームやコーディネーターと協力し、商材に関する映像に沖縄での製造過程や研究者の意見を盛り込むなどし、商材やコンセプトに対する信用度を高める工夫をした。



(3) 配信記事キャプチャー一覧

1) 11/29	2) 12/1	3) 12/6	4) 12/9
<p>× 海蔵麗虹 &gt; ...</p> <p>【冲绳优品】 菠萝木炭皂洗面奶</p>  <p>平时吃菠萝的时候，想过它还能用来护肤吗？ 这款洗面奶用菠萝木炭的力量，彻底清除毛孔深处的污垢和旧角质，为您的皮肤带来深层洁净 其中还添加配合从冲绳药草中提取的天然保</p>	<p>× 海蔵麗虹商城 &gt; ...</p> <p>【冲绳优品】 琉球美肌面膜 (4款组合装)</p>  <p>面膜可以说是一年四季必不可少的装备了！ 无论春夏秋冬，哪个小仙女家里不备着好多面膜呢？ 来自冲绳的【琉球美肌面膜】，特点就是成分柔和，天天保湿无压力！</p>	<p>× 海蔵麗虹 &gt; ...</p> <p>看点直播 日本小众品牌超值优惠</p>  <p>在各种化学物质的“轰炸”之下 天然成分真的难得可贵 日本人拥有崇尚自然的习惯 来自冲绳的“冲绳优品” 完全 【纯天然提取】 【来自日本冲绳】 拥有【鲜为人知大自然力量】 给人体带来天然的治愈疗养</p>	<p>× 海蔵麗虹 &gt; ...</p> <p>【冲绳优品】冲绳素材的惠惠 化妆水</p> <p>洗完脸之后，接下来就是化妆水的环节了 同样也是采用来自冲绳的天然素材，每天用于肌肤保养，让皮肤保持水润有弹性。</p> 
<p>× 海蔵麗虹 &gt; ...</p> <p>冲绳野草青汁 (FLORA)</p> <p>最后还有一款老朋友跟大家见面！ 青汁这两年十分流行 这款青汁 产自冲绳，充分利用天然成分 给你的身体带来最棒的洗礼 从内到外，清爽一新！</p> 	<p>× 海蔵麗虹商城 &gt; ...</p> <p>【冲绳优品】精品微树果实</p> <p>现在上班族的亚健康状态，真的十分令人担心！ 在生活节奏越来越快的同时，你是不是也觉得日常疲惫？这种亚健康状态持续久了之后，长时间就会变为抵抗力降低，进而让身体更加容易不健康。</p>  <p>这款微树果实，能够调节身体平衡，其中含有的维生素C和多酚有预防疾病，抗氧化等效果</p>	<p>× 海蔵麗虹 &gt; ...</p> <p>Winter New... 【冲绳优品】冲绳香茅茶</p>  <p>含有冲绳自古以来就被人们所喜爱的月桃和微树叶。 月桃含有高抗氧化作用，所以在抗衰老方面可是非常有效的。其中抗衰老多酚含量是红葡萄酒的几倍。 月桃香味自古以来就被认为有镇定心情的作用，可以减轻神经疲劳和紧张、缓和压力。 来一杯香茅茶，就能感受到岁月静好的气氛。</p>	<p>× 海蔵麗虹商城 &gt; ...</p> <p>【冲绳优品】EC Friendly UV Balm 保湿/妆前香膏</p> <p>最后还要推荐一款妆前香膏。 使用温和的珊瑚成分，有防晒保湿的效果！在冬季也要记得预防紫外线辐射哦~所以选一款有防晒功能的唇膏，也是非常必要的！</p> 

9) 12/27	10) 1/3	11) 1/12	12) 1/17
 <p>海蔵霞虹</p> <p>【特价优惠】来自冲绳的天然气息</p> <p><b>冲绳优品</b></p> <p>冲绳种为人知的大自然的力量</p> <p>LIFE IS BEAUTIFUL</p> <p>01 【冲绳优品】洁面香皂</p> <p>致力于提取大自然恩惠的【冲绳优品】推出了</p>	 <p>海蔵霞虹</p> <p>冲绳鲜为人知的自然力量</p> <p>神奇的植物-月桃</p> <p>这种植物一直以来是民间用以驱虫，防腐，防腐等作用的种植的一种植物。近几年它更多的效果逐渐被发现。</p> <p>海蔵霞虹在之前节目中，就曾采访了琉球大学的教授，给我们介绍这个神奇的植物。</p> <p>多和田 真吉</p> <p>琉球大学名誉教授</p> <p>农学博士</p> <p>研究月桃的学者</p>	 <p>海蔵霞虹奇城</p> <p>【冲绳优品】冲绳香草茶</p> <p>初冬&amp;新年 Winter New</p> <p>含有冲绳自古以来就被人们所喜爱的月桃和酸柑叶。</p> <p>月桃含有高抗氧化作用，所以在抗衰老方面可是非常有效的。其中抗衰老茶多酚含量是红葡萄酒的几倍。</p> <p>月桃香味自古以来就被认定为有镇定心情的作用，可以减轻神经疲劳和紧张，缓和压力。</p> <p>来一杯香草茶，就能感受到岁月静好的气氛。</p> <p>【冲绳 香草茶】 10g</p>	 <p>海蔵霞虹</p> <p>日本小众品牌【冲绳优品】</p> <p>年终清仓促销!</p> <p>还不知道这个品牌的你真的太亏了</p> <p>【冲绳优品】是和根植在冲绳发现的一家由日本匠人手工传承制作的小众品牌，以天然与尊重环境为理念，给大家带来最纯正的冲绳体验。</p> <p>天然【冲绳茶】买二送一!</p> <p>【冲绳优品】西番落松茶(买二送一)</p> <p>明星单品</p> <p>¥94.00 ¥200.00</p> <p>【冲绳优品】美之红红茶(买二送一)</p> <p>明星单品</p> <p>¥110.00 ¥210.00</p> <p>【冲绳优品】冲绳香草</p>
13)1/19	14)1/26	15)1/28	
 <p>海蔵霞虹商城</p> <p>最好的优惠一定要最后压轴来说!</p> <p>同样点击【领券】</p> <p>大额优惠券都在这里领取~</p> <p>没有满减的购物体验是最差的!</p> <p>今天和瓊瓊为的就是让大家满载而归~</p> <p>冲绳优品扶桑花福袋</p> <p>¥248</p> <p>【冲绳优品】扶桑花福袋</p> <p>最大优惠券满1800-800</p> <p>更多惊喜</p>	 <p>海蔵霞虹商城</p> <p>菠萝木炭洗面奶</p> <p>这款洗面奶用菠萝木炭的力量，彻底清除毛孔深处的污垢和旧角质，为您的肌肤带来深层洁净</p> <p>其中添加【蔗糖】【菠萝木炭】【月桃叶提取物】【芦荟叶提取物】等，使肌肤保持紧致光滑，呈现光泽。</p> <p>月桃唇膏</p> <p>秋冬季节，唇部可以说是最容易干燥了，干燥的空气好像时刻在侵蚀我们的皮肤。</p> <p>不如来试试这款月桃唇膏，独特的香味和滋润的使用感觉，让温柔的月桃保护你的嘴唇不受</p>	 <p>海蔵霞虹</p> <p>【冲绳优品】月桃福袋</p> <p>月桃套装中包含【月桃叶润水(湿润型化妆水)】+【菠萝木炭洗面奶】+【月桃唇膏】，本次套装，主打冬季保湿补水，在干燥的冬季为你的肌肤加上一层湿润保护膜~一次解决冬季护肤品的选择困难症</p> <p>而且最重要的是套装价更优惠!错过这次可就太遗憾</p> <p>月桃叶润水(湿润型化妆水)</p> <p>400毫升大容量化妆水，便宜大瓶，让你每天保持肌肤水润!不仅脸部可以使用，洗澡之后全身涂抹，让肌肤秒变光滑水润!</p>	

広告No.3

淘最霓虹(タオズイニホン)商城 直播間(ライブコマース)

(1) 配信日：12/6、配信先：看点直播、MC：刘梦迪、放映時間：1 時間 32 分、  
紹介商材数：12



(ライブコマースキャプチャー 左：リモート風映像配信、右：商品実演)

(2) 配信日：12/27、配信先：看点直播、MC：刘梦迪、放映時間：1 時間 32 分、  
紹介商材数：24



(ライブコマースキャプチャー 左：リモート風映像配信、右：商品実演)

※商品の掲載方法について：プラットフォームやコーディネーターと協力し、商材に関する映像に沖縄での製造過程や研究者の意見を盛り込むなどし、商材やコンセプトに対する信用度を高める工夫をした。

(3) 紹介商材一覧（淘最霓虹商城直播间 ライブコマース）

第一回目(12/06)	第二回目(12/27)
1.月桃葉潤水 しっとりタイプ 2.お肌しっとり月桃さらり保湿用化粧水 3.珊瑚に優しい日焼け止めクリーム 4.ハーバルアフターサン スージングジェル 5.Missananas パイン炭石鹸洗顔フォーム 6.琉球美肌フェイスシートマスクハイビスカス 7.琉球美肌フェイスシートマスクシークワサー 8.琉球美肌フェイスシートマスク月桃 9.琉球美肌フェイスシートマスクハブ 10.リップバームスティク 11.沖縄野草の青汁フローラ 12.月桃美人茶&月桃煎餅	1.月桃葉潤水 しっとりタイプ 2.沖縄素材の恵み化粧水島豆乳 3.沖縄素材の恵み化粧水ハイビスカス 4.沖縄素材の恵み化粧水アロエ 5.沖縄素材の恵み化粧水タンカン 6.珊瑚に優しい日焼け止めバーム 7.Missananas パイン炭石鹸洗顔フォーム 8.黒みつ石鹸 9.海のせっけん 10.オキナワパウダークレイミニ クチャwithミネラル 3個セット 11.琉球美肌フェイスシートマスクハイビスカス 12.琉球美肌フェイスシートマスクシークワサー 13.琉球美肌フェイスシートマスク月桃 14.琉球美肌フェイスシートマスクハブ 15.沖縄ヘナ 琉球ほおずき色 16.おきなわヘナ 琉球くり色 17.パッションフルーツのリラックスティー 18.美ら島の紅茶ハイビスカス 19.美ら島の紅茶シークワサー 20.OKINAWAN ハーブティー 21.ドクターサポート スプレー 22.Aroma Mist 月桃月桃 23.Aroma Mist 月桃月桃×レモングラス 24.Aroma Mist 月桃月桃×ラベンダー

●プラットフォーム側提案販促活動

(1) 「特選福袋による組み合わせ販売の実施」(1/17～)

販売が好調な商品や消費者の興味がある商品を組み合わせた「特選福袋」のセット販売を春節前に実施した。福袋セットに関わる単品価格値引き額はプラットフォーム側が負担した。



【月桃福袋】

月桃葉潤水・パイン炭洗顔  
フォーム

【ハイビスカス福袋】

沖縄素材の恵み化粧品ハイビス  
カス・黒蜜石鹸

【健康福袋】

沖縄野草の青汁フローラ・ミラクル  
カス

(2) 「春節前特売クーポンの沖縄優品対応」(1/17～)

淘最霓虹(タオズイニホン)商場内の特定商品のクーポン企画に沖縄優品も加えて実施した。

クーポン費用はプラットフォーム側負担



(微信記事での告知情報-抜粋)



(沖縄優品でのクーポン発行方法)

(3) 「沖縄優品コーナー告知展開」(不定期)

プラットフォーム側が配信している微信記事(沖縄優品とは関係のない内容)の最後に沖縄優品の宣伝を不定期に無償で掲載した。



← 沖縄優品とは関係の無い内容



← 記事内に沖縄優品紹介

## 2-2. 閲覧実績と閲覧者属性

### (1) プラットフォーム

#### ① 淘最霓虹(タオズイニホン)商城トップページ 沖縄優品バナー閲覧数

月別	閲覧数(回)
9/15~9/30	88,814
10/1~10/31	210,307
11/1~11/30	199,218
12/1~12/31	150,319
1/1~1/31	132,250
2/1~2/15	41,365
合計数/実績	822,273

#### ② 淘最霓虹(タオズイニホン)商城 直播间(ライブコマース)

No	淘最霓虹(タオズイニホン) 商城直播间	配信日	直播间・視聴者数 (配信終了時集計)
1	沖縄編 第一回目 放映時間：1時間 32分 紹介商材数：12	12/6	14,000
2	沖縄編 第二回目 放映時間：1時間 32分 紹介商材数：24	12/27	21,000
合計			35,000

### (2) 広告活動

#### ① 広告バナー

#### ② 記事配信

微信宣伝 PR：淘最霓虹(タオズイニホン)微信(記事配信)

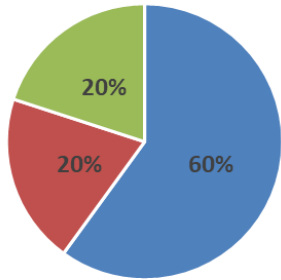
※集計日：記事配信日から7日間~10日以内

No	月	配信日	閲覧数
1	11月	11/29	1,025
2	12月	12/01 12/06 (+ライブコマース案内配信) 12/09、12/13、12/15、 12/21、12/22、 12/27 (+ライブコマース案内配信)	26,376 (平均閲覧数：3,297)
3	1月	01/03、01/12、01/17、01/19 01/26、01/28	4,928 (平均閲覧数：821)

### 3. 広告活動の効果分析について

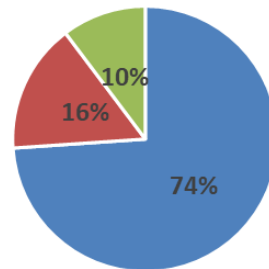
#### 3-1. 販売実績カテゴリー内訳

掲載商材カテゴリー内訳  
N=35、化粧品21、食品7、その他7



■ 化粧品 ■ 食品 ■ その他

販売実績カテゴリー内訳  
N=690、化粧品283、食品81、その他22

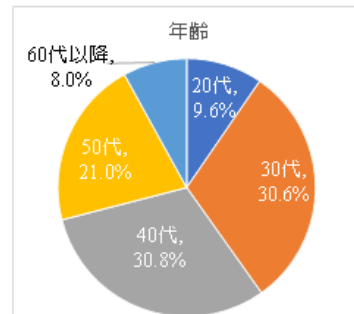
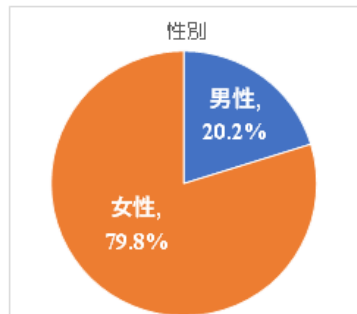


■ 化粧品 ■ 食品 ■ その他

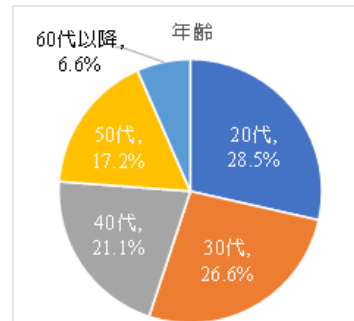
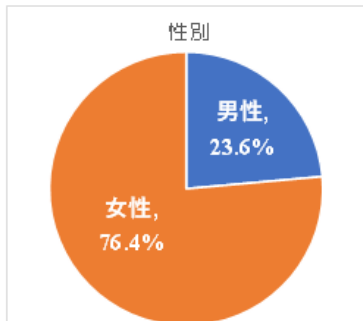
掲載カテゴリー35SKUの内訳は化粧品60%、食品20%、その他20%であった。販売実績商材のカテゴリー内訳は化粧品74%、食品16%、その他10%となり、比較すると化粧品の割合が高くなった。以下に述べるように、化粧品を多く取り扱うことで女性購買者を獲得したと思われる。

#### 3-2. 購買者/閲覧者属性

##### ■ 購入者属性



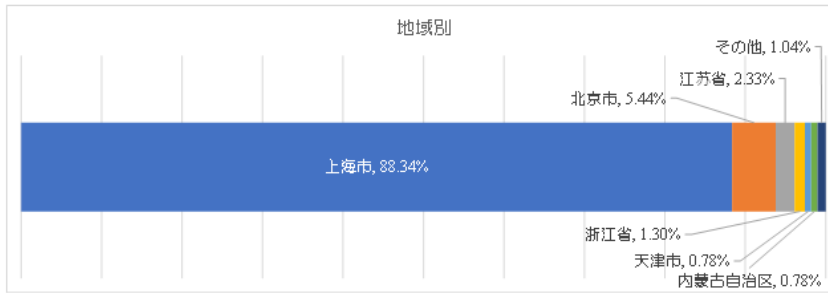
##### ■ 閲覧者属性



購買数：淘最霓虹商城 N=386

閲覧数：淘最霓虹商城トップページ沖縄優品バナー閲覧数 N=822,273

■ 購入者属性



■ 閲覧者属性



沖縄優品ページの閲覧者は、女性が76.4%を占め、年代では20代をトップに年代が高くなるにつれ、減少する傾向にあり、地域は上海市が約8割を占め圧倒的に多くなった。

購入者は、女性が79.8%と男性より4倍多く、年代では40代30.8%が最も多く、次に30代30.6%、50代21.0%と続く。地域別では上海市が88.34%と最も多く、次に北京市5.44%と続く。

閲覧者と購入者属性との比較で差が顕著なのは年齢別で、20代については閲覧者28.5%に対し、購入者が9.6%となっており、20代に支持される価格帯や嗜好にあったラインナップとはなっていない可能性がある。40代については閲覧者21.1%に対し、購入者が30.8%で約1.5倍となっており、40代の需要には合っていると思われる。また、閲覧者と購入者の地域との比較で、上海在住者は閲覧数が77.68%に対し、購入者88.3%となっており、購買意欲が高いことがわかった。

購入者属性から、今回の商品ラインナップでは上海在住の30~40代女性が代表的な購買層と思われる。



### 3-3. 記事配信及びライブコマースの効果

- (1) 広告No.1：淘最霓虹（タオズイニホン）商城  
 (Top ページバナー掲載/沖縄優品目次文字掲載)

プラットフォーム：淘最霓虹(タオズイニホン)商城 期間：9/15~2/15

広告形式	掲載場所	掲載期間	費用	広告選定理由
沖縄優品誘引 バナー掲載	淘最霓虹（タオズイニホン）商城 TOPページバナー	9/15~2/15 (5か月)	無償	プラットフォーム事業者の協力で無償掲載
沖縄優品誘引 目次文字掲載	淘最霓虹（タオズイニホン）商城 TOPページバナー	9/15~2/15 (5か月)	無償	

- (2) 広告No.2：淘最霓虹（タオズイニホン）微信宣伝 PR(記事配信)

広告形式	掲載場所	掲載期間	費用	広告選定理由
淘最霓虹（タオズイニホン）微信宣伝 PR(記事配信)	淘最霓虹（タオズイニホン）商城 Wechat アカウント（記事配信）	9/15~2/15 (5か月) 15回配信	50万	淘最霓虹（タオズイニホン）商城内の沖縄優品へ誘導するには淘最霓虹（タオズイニホン）商城が運営している Wechat アカウント経由が効果が高いと想定

広告効果としては、全 15 回の記事配信により 386 個を販売した。

- (3) 広告No.3：淘最霓虹商城直播间(ライブコマース)

No	淘最霓虹（タオズイニホン） 商城直播间	配信日	直播间・視聴者数/配 信終了時集計
1	沖縄編 第一回目 放映時間：1時間32分 紹介商材数：12	12/6	14,000
2	沖縄編 第二回目 放映時間：1時間32分 紹介商材数：24	12/27	21,000
合計			35,000

配信終了時の視聴者数は第一回 14,000 人、第二回 21000 人。

配信日：第一回 12/6 第二回 12/27 放映時間：1 時間 32 分

広告形式	掲載場所	掲載期間	費用	広告選定理由
沖縄リモート風 映像配信	淘最霓虹（タオズイニホン） 商城直播间 (ライブコマース)	12/06 12/27	30万円/回	知られざる沖縄の天然パワー訴求及びコロナ禍での沖縄渡航が叶わないユーザーに沖縄及びその特徴を喚起させ商品販売に結びつける

広告効果としては、全 2 回のライブ配信により 304 個を販売した。

(4) 微信宣伝 PR : 淘最霓虹(タオズイニホン)微信(記事配信) (広告No.2)

記事配信回数と販売個数

商品 通し No.	仕入先	カテゴリー	商品名	記事配信回数	閲覧者数/人	販売数/個
1	ECOMAP	化粧品	月桃葉潤水 しっとりタイプ	8	14,770	28
8	名護バイン園	化粧品	Missananas バイン炭石鹸洗顔フォーム	8	14,770	23
16	アイティオージャパン	化粧品	リップバームスティク	8	14,770	24
12	サナイラ	化粧品	琉球美肌フェイスシートマスクハイビスカス	6	12,455	24
13	サナイラ	化粧品	琉球美肌フェイスシートマスクシークワサー	6	12,455	24
14	サナイラ	化粧品	琉球美肌フェイスシートマスク月桃	6	12,455	24
15	サナイラ	化粧品	琉球美肌フェイスシートマスクハブ	6	12,455	24
3	ワールドボタニクス	化粧品	沖縄素材の恵み化粧水 島豆乳	6	10,432	6
4	ワールドボタニクス	化粧品	沖縄素材の恵み化粧水 ハイビスカス	6	10,432	8
5	ワールドボタニクス	化粧品	沖縄素材の恵み化粧水 アロエ	6	10,432	3
6	ワールドボタニクス	化粧品	沖縄素材の恵み化粧水 タンカン	6	10,432	4
9	バダーム	化粧品	黒みつ石鹸	6	10,432	8
19	エバグリーン	食品	沖縄野草の青汁フローラ	5	19,883	8
22	エバグリーン	食品	パッションフルーツのリラクスティー	4	24,387	12
20	仲善	食品	ミラクルノニ粒	4	11,136	7
23	仲善	食品	美ら島の紅茶ハイビスカス	4	3,116	4
24	仲善	食品	美ら島の紅茶シークワサー	4	3,116	4
25	アイティオージャパン	食品	OKINAWAN ハーブティ	4	3,116	18
11	ワールドボタニクス	化粧品	オキナワパウダークレイミニクチャwithミネラル	3	13,036	12
17	沖縄子育て良品	その他	沖縄へナ琉球ほおずき色	3	13,036	3
18	沖縄子育て良品	その他	おきなわへナ琉球くり色	3	13,036	2
2	エバグリーン	化粧品	お肌しっとり月桃きらり 保湿化粧水	3	10,022	13
7	ジーエルイー	化粧品	珊瑚に優しい日焼け止めバーム	3	7,937	9
10	バダーム	化粧品	海のせっけん	3	7,937	11
21	リッチグリーン	食品	月桃美人茶&月桃煎餅(更新)	2	801	28
26	ジーエルイー	化粧品	珊瑚に優しい日焼け止めクリーム	0	0	10
27	沖縄子育て良品	化粧品	月桃&ティーツリーのケアクリーム	0	0	11
28	ジーエルイー	化粧品	ハーバルアフターサン スーzingジェル	0	0	7
29	エバグリーン	化粧品	美々(びび)	0	0	3
30	エバグリーン	その他	クリーンコーラル	0	0	7
31	エバグリーン	その他	ドクターサポート スプレー	0	0	7
32	リッチグリーン	その他	"Aroma Mist 月桃 月桃"	0	0	1
33	リッチグリーン	その他	"Aroma Mist 月桃 月桃×レモンラス"	0	0	1
34	リッチグリーン	その他	"Aroma Mist 月桃 月桃×ラベンダー"	0	0	1
35	エバグリーン	化粧品	アイランドフレッシュ	0	0	7
			合計	123		386 35SKU

記事配信回数の多い順で販売数を見ると必ずとも比例はしないが、ライブコマースやプラットフォーム側提案の販促活動等の実施とも相まって相乗効果を生み出し、沖縄優品への注目度が全体的に高まり、購買に影響を及ぼしたと言える。

(5) プラットフォーム：淘最霓虹商城直播間(ライブコマース) (広告No.3)

紹介商材と販売個数 配信日：第一回 12/6 第二回 12/27、放映時間：1 時間 32 分

商材 通し No.	仕入先	カテゴリー	商品名	紹介商材		閲覧者数/人	販売数/個
				第一回 12/6	第二回 12/27		
11	ワールドボタニクス	化粧品	オキナワパウダークレイミニックチャwithミネラル		○	21,000	39
9	バダーム	化粧品	黒みつ石鹸		○	21,000	29
12	サナイラ	化粧品	琉球美肌フェイスシートマスクハイビスカス※	○	○	35,000	22
13	サナイラ	化粧品	琉球美肌フェイスシートマスクシークワサー※	○	○	35,000	22
14	サナイラ	化粧品	琉球美肌フェイスシートマスク月桃※	○	○	35,000	22
15	サナイラ	化粧品	琉球美肌フェイスシートマスクハブ※	○	○	35,000	22
7	ジーエルイー	化粧品	珊瑚に優しい日焼け止めバーム		○	21,000	20
28	ジーエルイー	化粧品	ハーバルアフターサン スーヅングジェル	○		14,000	20
1	ECOMAP	化粧品	月桃葉潤水 しっとりタイプ※	○	○	35,000	19
10	バダーム	化粧品	海のせっけん		○	21,000	16
16	アイティオージャパン	化粧品	リップバームスティック	○		14,000	11
18	沖縄子育て良品	その他	おきなわヘナ琉球くり色		○	21,000	8
8	名護パイン園	化粧品	Missananas パイン炭石鹸洗顔フォーム※	○	○	35,000	7
17	沖縄子育て良品	その他	沖縄ヘナ琉球ほおずき色		○	21,000	7
3	ワールドボタニクス	化粧品	沖縄素材の恵み化粧水 島豆乳		○	21,000	6
4	ワールドボタニクス	化粧品	沖縄素材の恵み化粧水 ハイビスカス		○	21,000	5
5	ワールドボタニクス	化粧品	沖縄素材の恵み化粧水 アロエ		○	21,000	5
6	ワールドボタニクス	化粧品	沖縄素材の恵み化粧水 タンカン		○	21,000	5
2	エバグリーン	化粧品	お肌しっとり月桃きさり 保湿化粧水	○		14,000	5
26	ジーエルイー	化粧品	珊瑚に優しい日焼け止めクリーム	○		14,000	5
30	エバグリーン	その他	クリーンコーラル			0	3
27	沖縄子育て良品	化粧品	月桃&ティーツリーのケアクリーム			0	2
29	エバグリーン	化粧品	美々(びび)			0	2
31	エバグリーン	その他	ドクターサポート スプレー※		○	21,000	1
32	リッチグリーン	その他	"Aroma Mist 月桃 月桃"※		○	21,000	1
22	エバグリーン	食品	パッションフルーツのリラックスティー		○	21,000	0
23	仲善	食品	美ら島の紅茶ハイビスカス		○	21,000	0
25	アイティオージャパン	食品	OKINAWAN ハーブティー		○	21,000	0
21	リッチグリーン	食品	月桃美人茶&月桃煎餅(更新)	○		14,000	0
19	エバグリーン	食品	沖縄野草の青汁フローラ	○		0	0
20	仲善	食品	ミラクルノニ粒			0	0
24	仲善	食品	美ら島の紅茶シークワサー		○	0	0
33	リッチグリーン	その他	"Aroma Mist 月桃 月桃×レモンラス"		○	0	0
34	リッチグリーン	その他	"Aroma Mist 月桃 月桃×ラベンダー"		○	0	0
35	エバグリーン	化粧品	アイランドフレッシュ			0	0
			合計	12	24		304 25SKU

販売数で見るとライブコマースでの紹介商材は販売に寄与している。但し販売数は商品魅力や紹介の仕方に左右されると言え、閲覧者の多寡はさほど影響しないことがわかる。

閲覧者数が多ければ購入のチャンスは高まるが、必ずしもそのタイミングで販売数が増えるとは言えず商品の魅力等が影響したと思われる。

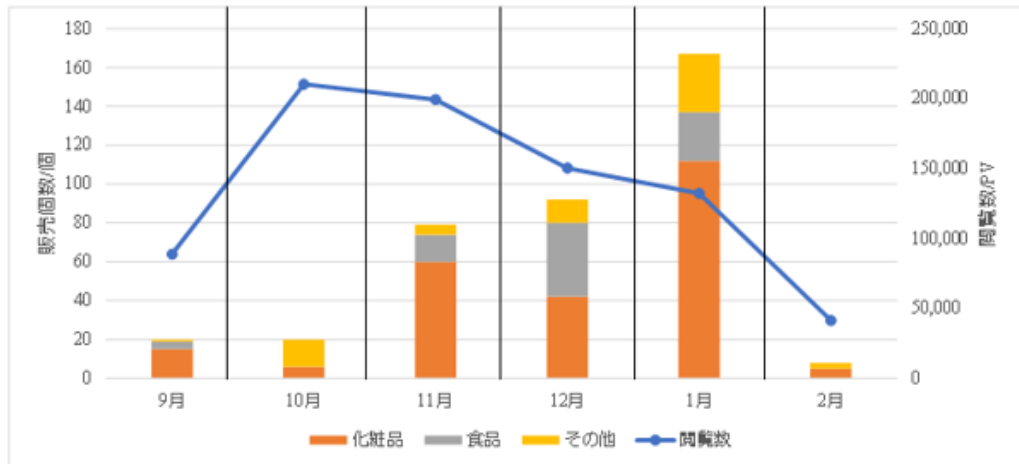
ライブコマースのシステムでは、閲覧者数はリアルタイムの視聴者人数ではなく延べ人数となる。

(10人視聴し、うち5人退出、新たに10人視聴した場合、計20人となり数値は減少しない)

留意：※印の商品は視聴者リクエストによる紹介を含む。販売商材の郵送は、受注後都度発送の為、計304商品(124箱分)を約一週間で郵送。※124箱内にはライブコマースとは別に沖縄優品での購入の品も含む

### 3-4. 広告に関する取組検証

販売実績及び閲覧数の推移-淘最霓虹(タオズイニホン)商城



広告項目	9月	10月	11月	12月	1月	~2/15
・Topページバナー掲載 ・沖縄優品目次文字掲載	→					
・微信宣伝PR (記事配信)			11/29	12/01 12/06 12/09 12/13 12/15 12/21 12/22 12/27	01/03 01/12 01/17 01/19 01/26 01/28	
・淘最霓虹(タオズイニホン) 商城直播間(ライブコマース)				12/06 12/27		

検証：11月末に新しく掲載した商材の売れ行きが良く販売数に影響した。また、11月は、中国大陸の一大ECサイト販促イベント、独身の日記念日(11/11、W11)の影響もあった。

12月は、微信宣伝PR(記事配信8回、56商材紹介)の実施に加えて、ライブコマース(36商材紹介、12/6、12/27二回配信)を実施したことで11月よりも販売数は増加した。

1月は、春節前の繁忙期に微信宣伝PR(記事配信6回、59商材紹介)し、またプラットフォーム側提案販促活動である「福袋」「クーポン」(1/17~)等の相乗効果もあり販売数は最も高くなった。

9月からTOPページバナーを掲載し、11月からの微信宣伝PRの持続効果、及び12月のライブコマース、1月のプラットフォーム側販促等によって、単月の閲覧数に関わらず沖縄優品の認知は浸透したと考えられ、春節需要をピークに販売実績は上がった。

#### 4. 目標達成状況と事業継続に向けた取組について

##### 4-1. 目標達成状況

(1) 当初設定目標（販売額）の達成状況

計画/実績	プラットフォーム	期間	販売個数(個)	販売額 (円)	総重量(kg)
当初計画	淘最霓虹(タオズイニホン)商城	9/15~2/15	270	1,310,224	80.3
実績		9/15~2/15	386	719,769	76.9
達成度			142.9%	54.9%	95.8%

計画/実績	プラットフォーム	期間	販売個数(個)	販売額 (円)	総重量(kg)
当初計画	淘最霓虹商城 直播间(ライブ コマース)	12/6 (第一回) 12/27 (第二 回)	180	淘最霓虹(タオズイニホン) 商城と 合算	淘最霓虹(タオズイニホン) 商城と 合算
実績		12/6 (第一回) 12/27 (第二 回)	304	491,891	58.6
達成度			168.9%	-	-

当初計画では、継続して取り扱う商品を主体に、販売合計個数450個、販売合計額1,310,224円、合計総重量80.3kgを目標に設定した。

※販売個数、販売額、重量は淘最霓虹（タオズイニホン）商城と淘最霓虹商城直播间(ライブコマース)合算値である。

実績は、販売合計個数690個、販売合計額1,211,660円、合計総重量135.5kgとなり、個数、重量で目標を達成した。主な要因として、新規取扱商品の販売増加とプラットフォーム側の販促協力があつた。目標未達成の販売額については、単価の低い新規取扱商品が販売の大部分を占めた為、相対的に販売額は低下した。

(2) 輸出量前年対比 7%増（重量）の達成状況

事業実績	期間	販売個数(個)	販売額(円)	総重量(kg)
昨年度実績	9/15-2/15	111	302,208	20.7
本事業実績	9/15-2/15	690	1,211,660	135.5
達成度		621.6%	400.9%	654.6%

総重量は前年対比 654.6%を達成した。販売個数は 621.6%、販売額は 400.9%と目標を大幅に上回った。

**4 - 2. 事業継続に向けた取組み**

(1) 今年度事業での課題

- ・沖縄県産品の認知度は低く認知度向上が課題。
- ・今回は WeChat ライブコマースで食品の販売は出来なかったが、プラットフォームの販売体制の準備が整い次第食品の販売にも WeChat ライブコマースを活用する
- ・商品の販売価格に国際送料も含まれているため、高価格設定となる。

(2) 課題に対する対策について

- ・県産品のブランド力や商品力を向上させ、認知度向上を図る。  
「知られざる」沖縄県産品を個々の商品訴求に頼っては非効率的で、長期にわたり天然素材由来県産品＝「沖縄優品」というコンセプトを強化する。  
プラットフォーム側との連携強化は必要であるが、支援無しでも販売拡大につながるよう県産品の商品力や認知度を高める必要がある。
- ・新たな越境 EC モデルを導入  
商品価格が高いことを解決するためには、越境 E C 直送モデルから、越境 E C 一般貿易や保税  
区モデルへ移行できる体制を作る。

(3) 今後の事業展開

ステップアップ計画により今後の取り組みを明確にする。

〈ステップアップ計画〉

ステップ・年度	戦略目的	取組内容	モデル
第1ステップ 2018～	売れ筋商品発掘 プラットフォーム売場確立	<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄県産品販売専用ページ作成</li> <li>・淘最霓虹(タオズイニホン)内に沖縄優品</li> <li>・商品選択・訴求コンセプト開発</li> <li>・天然素材由来の沖縄県産品</li> </ul>	相手国 E C モール 出店・出品モデル(3)
第2ステップ 2021～	売れ筋商品発掘(拡大)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一般貿易や保税區活用型の試用</li> <li>・輸出量拡大・売価引下げ</li> <li>・テストマーケティングの継続</li> <li>・新カテゴリも含めた新商材の発掘</li> <li>・インバウンドや OMO 策の展開</li> <li>・顧客体験機会の新たな開発</li> </ul>	相手国 E C モール 出店・出品モデル(3) 及び保税區活用型出 店・出品モデル(4) 併用
第3ステップ 2026～	定番商品の確立	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一般貿易や保税區活用型の比率向上</li> <li>・更なる輸出量拡大・売価引下げ</li> <li>・定番商品による沖縄優品の認知向上</li> <li>・沖縄優品の他商品販売への波及効果</li> <li>・OMO 他各施策の継続による販路充実</li> <li>・新商品の発掘も同時に展開</li> </ul>	保税區活用型出店・ 出品モデル(4)重視

・今後は第2ステップへ向けた取り組みを図る。

保税区分活用型出店モデル(4)及び相手国ECモール出店・出品モデル(3)併用

2021年以降は、売れ筋商品発掘(拡大)を戦略目的に、越境ECモデルを「相手国ECモール出店・出品モデル(3)及び保税区分活用型出店・出品モデル(4)の併用」を導入し、一般貿易や保税区分活用型の試用、テストマーケティングの継続、インバウンドやOMO策の展開に取り組む。

**2021年：年間販売額目標：1,875,000円**

一般貿易・保税区分ルートによる輸出量拡大・売価引下げ、今回での定番候補商品等による越境ECチャレンジ(仮称)の展開、新たなカテゴリーを含む新商材の発掘、越境ECテストマーケティングの継続、OMO施策のトライアル、中国の日本食飲食店コラボによる沖縄物産展

※OMOは「Online Merges with Offline」の略称。一言で表すと「オンラインとオフラインの融合」。顧客体験の最大化を目指しオンラインとオフラインの垣根を超えて購買意欲を創り出そうとするマーケティングの考え方。

**2022年：年間販売額目標：2,150,000円**

越境ECチャレンジプラン(仮称)及びテストマーケティングの継続実施による輸出量拡大・新商材の発掘、OMO施策のトライアルによる新商材の発掘、インバウンド購買との越境ECのリンク施策のトライアル

**2023年：年間販売額目標：2,500,000円**

越境ECチャレンジプラン(仮称)及びテストマーケティング継続実施による輸出量拡大・新商材の発掘、OMO施策のトライアルの継続による新商材の販路拡大、インバウンド購買とのトライアル施策の拡充

**2024年：年間販売額目標：3,000,000円**

各施策の拡充及び補正での販路開発の促進

**2025年：年間販売額目標：4,500,000円**

各施策の拡充及び補正での販路開発の促進

#### (4) プラットフォーム(淘最霓虹)による本事業取組に関するコメント

- ・沖縄リモート旅行風の映像を活用し、実演を交えての商品紹介を行ったライブコマースは販売に大きく貢献できた。
- ・天然由来成分のスキンケア化粧品関連商品が淘最霓虹の会員の需要にあっていたため売り上げがよかった。
- ・食品関連については、ライブコマースだけでなく、現地での物産展等で中国消費者に商品との接点を設けることも重要。
- ・観光の宣伝PRやインバウンドでの「沖縄は自然や天然素材の宝庫」イメージの構築が必要。



## 5. 巻末資料

### ・プラットフォーム掲載手順

#### ○淘最霓虹(タオズイニホン)商城/淘最霓虹商城直播间(ライブコマース)

売場提供だけが目的ではなく、出品事業者の商品を通じ「沖縄の天然パワー」をテーマとする沖縄優品ブランドの構築を中国の事業者と共に目指している。

### 1. 商品選定

出品希望商品を中国側事業者が越境 E C で扱える商品かどうかを確認。テストマーケティング用の限定数量の提供を依頼

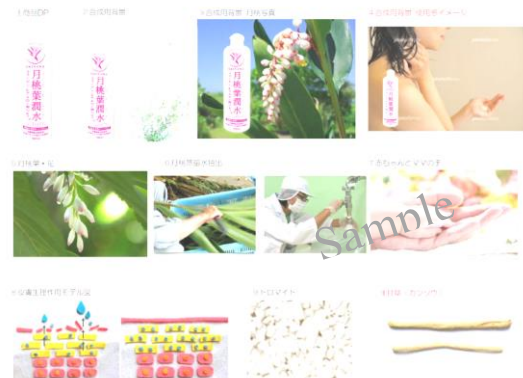
### 2. メーカー・商社より商品情報の提供

出品決定後、商品紹介文案や記事作成の為に資料及び提供。

### 3. プラットフォーム事業者による商品 PR 資料の作成

中国スタッフにより商品紹介文案や記事作成の基礎資料及び写真素材リストを作成する(日本語資料)

項目	提供される情報の内容(例)・詳細	提供先
商品情報	<p>1. 商品の名称・ブランド名・規格</p> <p>2. 商品の説明(用途・効果・成分・原材料)</p> <p>3. 商品の写真・動画</p> <p>4. 商品の価格・送料</p> <p>5. 商品の在庫状況</p> <p>6. 商品の販売地域</p> <p>7. 商品の販売時期</p> <p>8. 商品の販売チャネル</p> <p>9. 商品の販売戦略</p> <p>10. 商品の販売実績</p>	中国側事業者・中国側事業者
商品紹介文案	<p>1. 商品の概要</p> <p>2. 商品のメリット</p> <p>3. 商品のデメリット</p> <p>4. 商品の使用法</p> <p>5. 商品の注意喚起</p> <p>6. 商品の問い合わせ先</p> <p>7. 商品の販売チャネル</p> <p>8. 商品の販売戦略</p> <p>9. 商品の販売実績</p> <p>10. 商品の販売チャネル</p>	中国側事業者・中国側事業者
記事作成の基礎資料	<p>1. 商品の概要</p> <p>2. 商品のメリット</p> <p>3. 商品のデメリット</p> <p>4. 商品の使用法</p> <p>5. 商品の注意喚起</p> <p>6. 商品の問い合わせ先</p> <p>7. 商品の販売チャネル</p> <p>8. 商品の販売戦略</p> <p>9. 商品の販売実績</p> <p>10. 商品の販売チャネル</p>	中国側事業者・中国側事業者



イメージ写真素材等は著作権フリー素材を無償提供

確認後、中国人のコピーライターやデザイナーが商品ページ・紹介記事等を作成し掲載・記事配信を行う。なお、商品ページ文案はその使用权を提供するので、出品事業者の HP や宣伝 PR にも活用できる。