

中国EC市場での成功事例



独自にEC販売してきたが、Japan Mall事業を通じて天猫国際直営店で販売を開始したところ、生産が追いつかないほどのヒット商品に成長。「手作り」、「高品質」、「可愛い」を好む消費者のニーズに合致。

西海陶器株式会社（長崎県）
販売商品：波佐見焼マグカップ
販売先：天猫国際直営店



飲みごたえと日本らしさを感じる商品名で男性ユーザーに人気。これまでは業務用販路しかなかったが、佐賀県庁のJapan Mall出展サポートもあり、オンライン販路開拓に成功。

株式会社宗政酒造（佐賀県）
販売商品：清酒
販売先：京東日本酒館、
京東ウォルマート海外旗艦店



日本製は安心安全で、使いやすく、デザインも日本らしさがあって消費者に人気。天猫国際直営店での販売が好調で、輸出先国の中で中国向け売上の割合が最も高くなった。

株式会社イシダ（福井県）
販売商品：若狭塗箸
販売先：天猫国際直営店



日本では購入者のほとんどが男性だが、ダイエットブームの中国では若い女性の購入者も多い。JapanMall事業を契機に、TMALL国際にて自社旗艦店開設を決心。

株式会社アルプロン（島根県）
販売商品：機能性食品プロテイン
販売先：KOLのWeChat店舗



可愛らしいデザインと日本ならではの素材感が大人気。中国では10年間リアル販路でのみ販売をしてきたが、今回初めてオンライン販売の機会を得た。

株式会社木村桜土堂（京都府）
販売商品：招き猫の雑貨
販売先：Wechatミニプログラム
「日本国家館」



業務用販売が中心だったが、一般消費者向け販路を開拓すべくJapan Mall事業に参加。中国でのスニーカー人気の高まりと新型コロナの影響で靴をキレイにしたいという需要も重なり、2日間で約2,000個を販売。

株式会社コロンブス（東京都）
販売商品：スニーカー用クリーニングキット
販売先：KOLのWeChat店舗