

「抖音電商」(抖音EC事業)が 新たなECショッピング環境を構築

抖音EC事業発展が加速

抖音電商“皆様にコスパが良い商品を手に入りやすく、
理想的な生活を送れるように”



2020 年頭

羅永浩をはじめ、多くの有名人、インフルエンサーが抖音でライブ配信型ネット販売を開始した
抖音内でのコンテンツをベースにしたシーン消費が爆発的に増えた

2020.6

バイトダンスがEC事業部を設立、「抖音電商」
を開設した

2020.8

抖音が初めて主催したECの販促セール「抖音奇妙好物節」では
取引額80億元を突破し、大成功を収めた

2021.1

抖音が主催したECの販促セール「搶新年貨節」では取引額
208億元を突破した。インフルエンサー、出店業者、マルチチャ
ネルネットワーク、出店業者へのサービスプロバイダーによって初歩
的なエコシステムが形成され、優れたデータ処理機能を検証した

2021.4

抖音が主催する広州にて「Douyin ECエコシステム大会」が開催
され、「興味EC（インタレストコマース）」路線を打ち出した
雪だるま式成長ロジックと成長推進の方法論「FACT」を発表した

「興味EC（インタレストコマース）」という抖音電商のポジションを確立 レコメンド機能によって商品のコンテンツと潜在ユーザーを繋げる

「Douyin ECエコシステム大会」が開催され、「抖音電商」今後の戦略として「興味EC」という概念を提起した
「興味EC」という概念は人間が理想な生活に憧れるという特徴に基づき、ユーザーが商品に対する興味を湧き、潜在的なニーズを満たし、目的は消費者の生活の質を上げるようなECである。

興味ECのビジネスロジックは商品のコンテンツがユーザーにレコメンドされることで、ユーザー自身が気付いていなかった潜在ニーズを発掘し、購入を促す

抖音電商はレコメンド機能によって、商品をコンテンツの形で積極的に潜在消費者にレコメンドでき、ユーザーが購入後フォローするとライバーと出店業者にユーザー情報が蓄積され、さらに雪だるま式に情報が増えていくことで、新たな消費者と販売機会をもたらす

I 興味ECのビジネスロジック

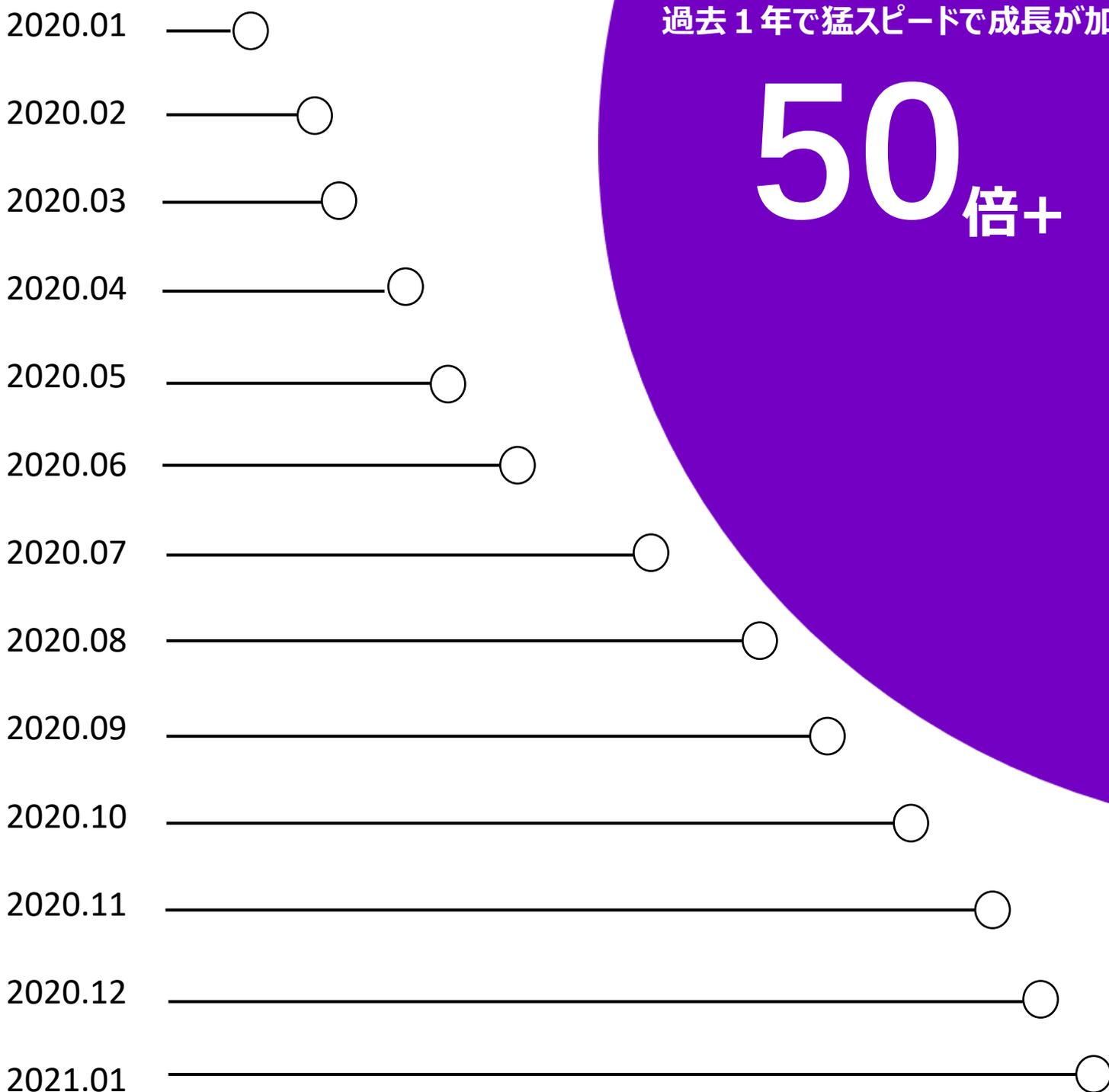


「抖音電商」成長加速 「抖店」昨年1年でGMVが50倍増加

過去の1年間、抖店は抖音でEC事業を展開する入口として、GMVが順調に拡大し、2021年1月のGMVは前年同期比50倍増と急成長を遂げた。

抖音電商で販売されるブランドが多くなるにつれ、長期的な経営拠点となり、新たなビジネスチャンスがうまれた。

抖店GMVの成長トレンド





SECTION2

新たなショッピング環境のもとで、抖音電商エコシステムが形成

以前、ユーザーは動画プラットフォームで動画コンテンツだけを楽しみ、ショッピングプラットフォームでショッピングしていた。動画コンテンツとショッピング機能両方を整えている抖音電商では、過去の1年間、利用ユーザー数が急増、ユーザーは以下の特徴を持つ。



抖音電商 ユーザー像



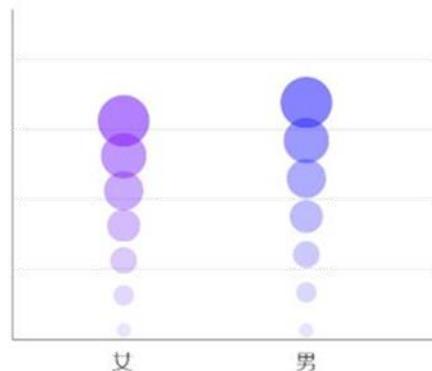
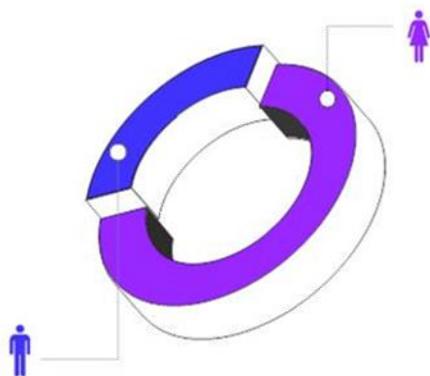
女性ユーザーの利用頻度が高い



直近半年、男性ユーザーの利用頻度が顕著に増加

抖音電商ユーザーの
男女比

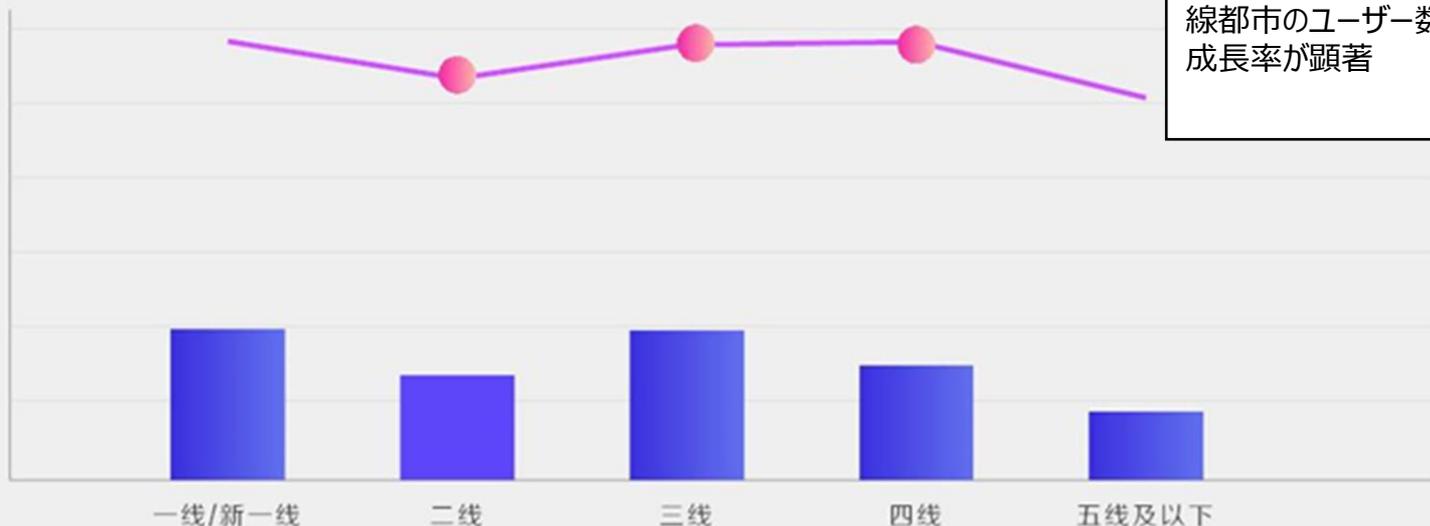
抖音電商ユーザー
増加率



ユーザー分布（居住地）幅広い：一線/新一線及び四線都市のユーザー数成長率が顕著

抖音電商ユーザー分布（都市ランク別）

■ ユーザー数割合
■ ユーザー数の成長率

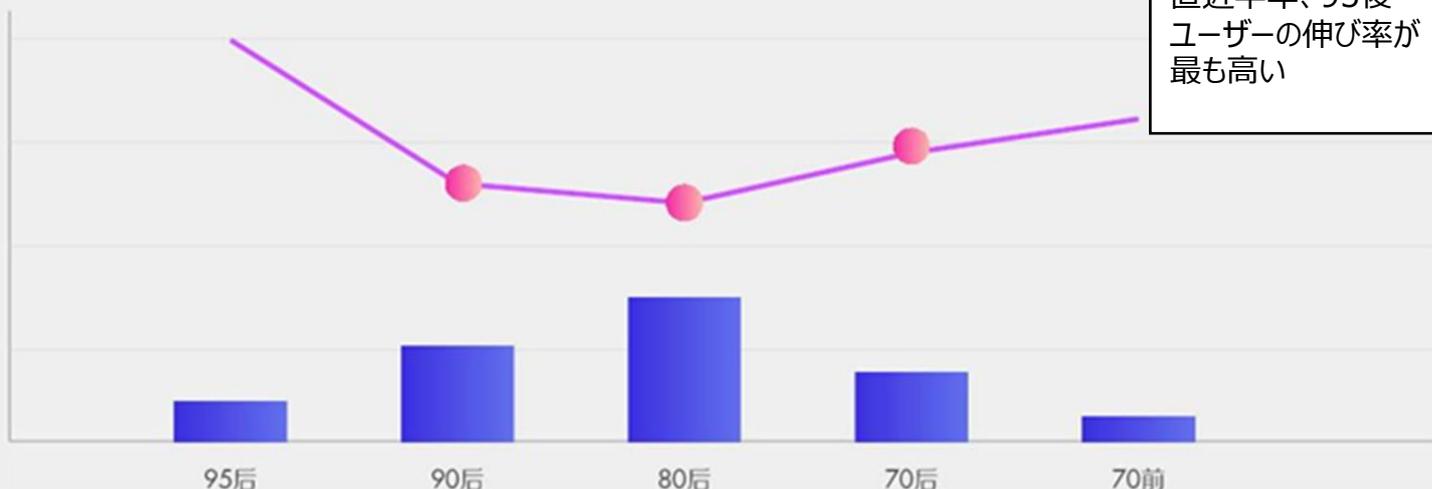


一線/新一線及び四線都市のユーザー数成長率が顕著

若者化：80/90後（1980年代～1990年代生まれ）の若者ユーザーが多数、95後（1995年以降に生まれた世代）ユーザーの伸び率が最も高い

抖音電商ユーザー分布（年齢層別）

■ ユーザー数割合
■ ユーザー数の成長率



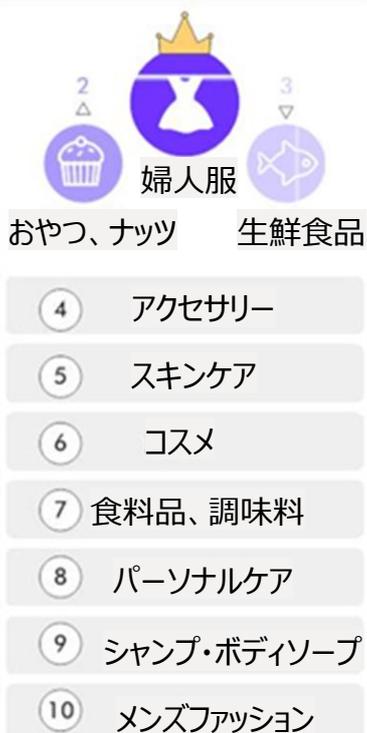
直近半年、95後ユーザーの伸び率が最も高い

B

抖音電商ユーザー 消費特徴

抖音電商のユーザーは“美しさ”と“グルメ”に対する需要・関心が高まっている

2020年抖音電商で最も売れた
商品カテゴリランキングTOP10



抖音電商ユーザー
最も通販が大好きな省TOP10



抖音電商ユーザー
最も通販が大好きな都市
TOP10



食品に関する調査

江蘇省の人は最も支出額が多いのが「**海鮮**」
上海の人は最も支出額が多いのが「**旬の果物**」
遼寧省の人は最も支出額が多いのが「**サクランボ**」
90/95後の広西女子は最も支出額が多いのが
「**Luosifen**」
北京、上海、杭州の95後は最も支出額が多いのが「**インスタント火鍋**」

新商品 おもちゃ、ゲーム機への需要

能発熱ダウンジャケットへの支出額が最も多かったのは
1970年代生まれの北京の人
北京、上海、広州のZ世代はニンテンドースイッチの新商品が好き
1995年～Z世代はフィギュアが好きな人が多い、上海の人はフィギュアへの支出額が最も多い

女性より男性が健康を意識

1970年代生まれの男性は育毛シャンプーへの支出額が多い
1980年代生まれの山東省男性はコンフォートシューズへの支出額が多い

抖音电商用户 消费新发现

クリエイター/インフルエンサー

02

インフルエンサーは抖音電商のエコシステム内ではユーザーと出店業者と結ぶための架け橋の役割を担っている。膨大、良質なインフルエンサーを有する抖音は、継続的なインフルエンサー支援策を通じて、多様化かつ良質なインフルエンサー数が持続的成長可能な環境を構築した。

収益を得たライブコマース配信者

100万+

GMV前期比増加率

588%

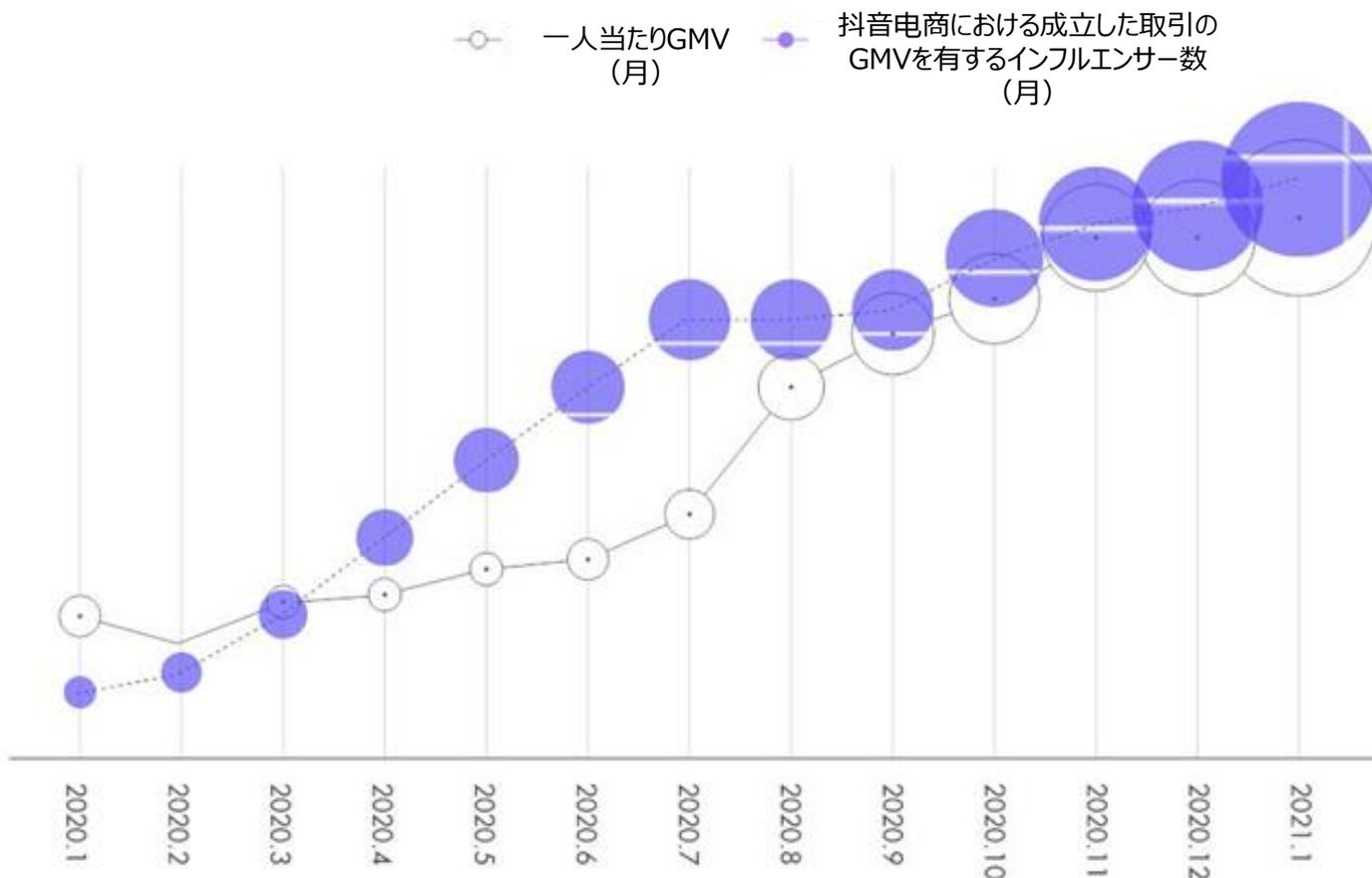
(2020H2 vs 2020H1)



百万人のインフルエンサーと出店業者の提携 ECがインフルエンサー主な収入源になっている

2020年、抖音電商はインフルエンサーにとって重要な収入源になっており、数多く優秀なインフルエンサーはライブコマース配信を開始した。抖音電商で活躍するインフルエンサー人数も一人当たりの平均収入も持続的に急成長しており、2021年1月の時点まで、抖音電商を通じて収益を得たライブコマース配信者は合計百万人を超えた。

抖音電商インフルエンサー数と収入増幅



B

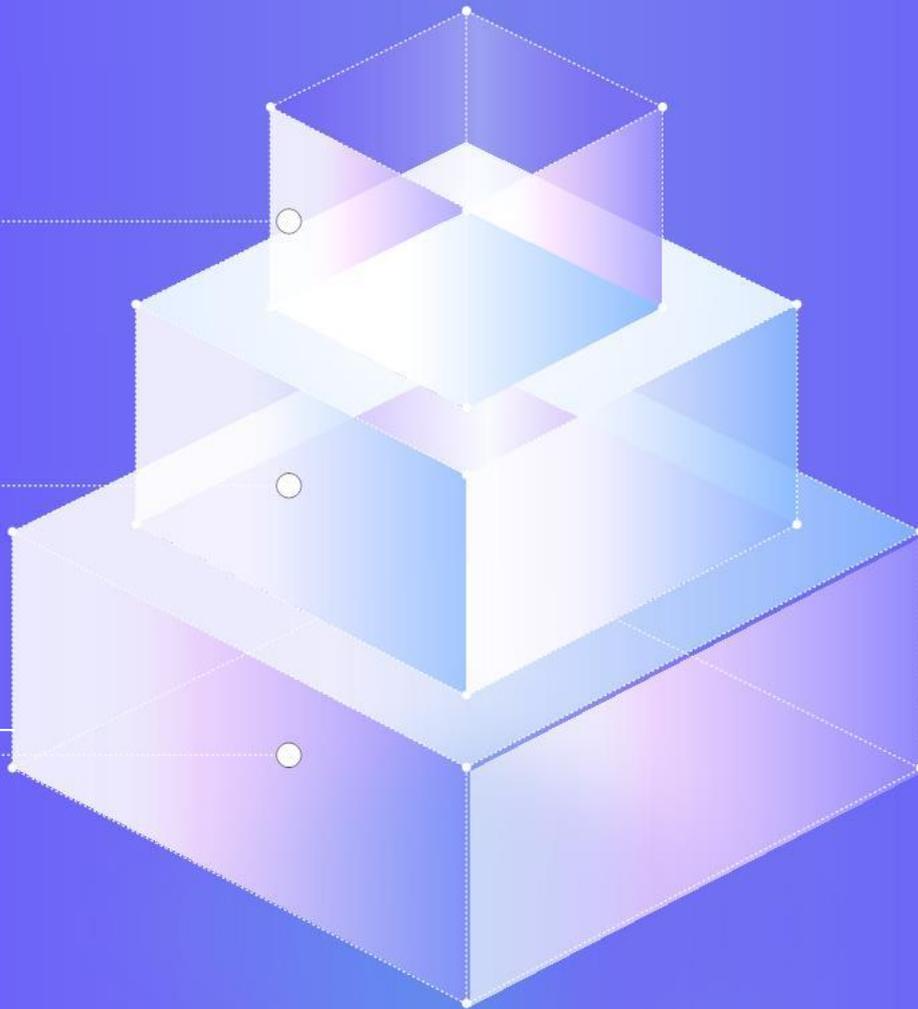
抖音電商クリエイターのランク

抖音電商のインフルエンサーは直近30日取引成約数、フォロワー数、コンテンツの影響力、接客対応4つの考察項目によって、L0~L6の6つのランクに分かれており、レベルが高いほど総合的なEコマース影響力が高くなる

頭部インフルエンサー
L6の頭部インフルエンサー

中堅インフルエンサー
L6の頭部インフルエンサー

長尾インフルエンサー
L0~L2の長尾インフルエンサー



抖音電商 クリエイター像

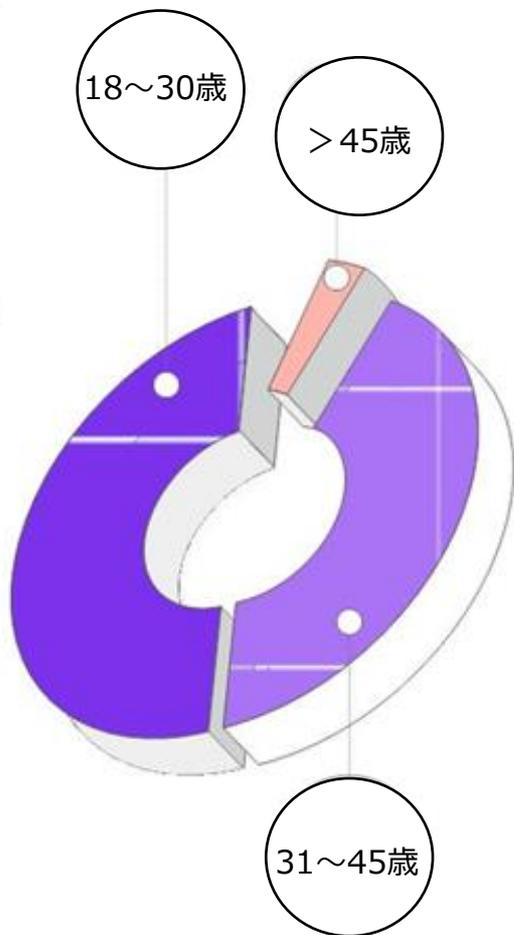
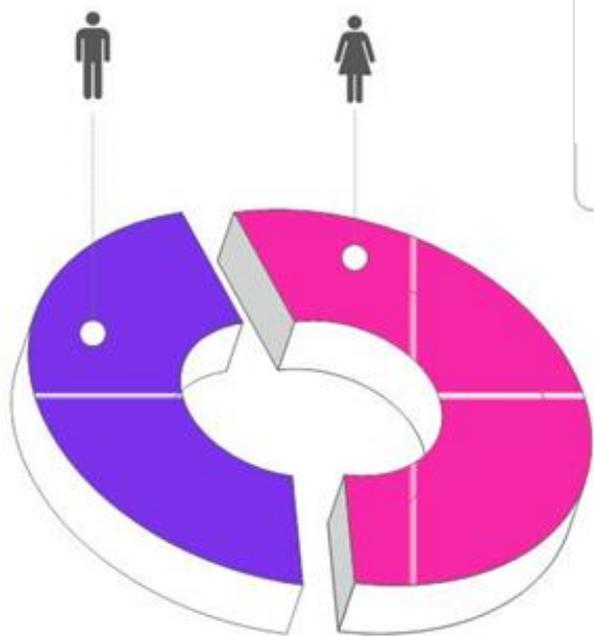
電商のクリエイター男女比率は約1 : 1

クリエイターの年齢範囲は18~45歳

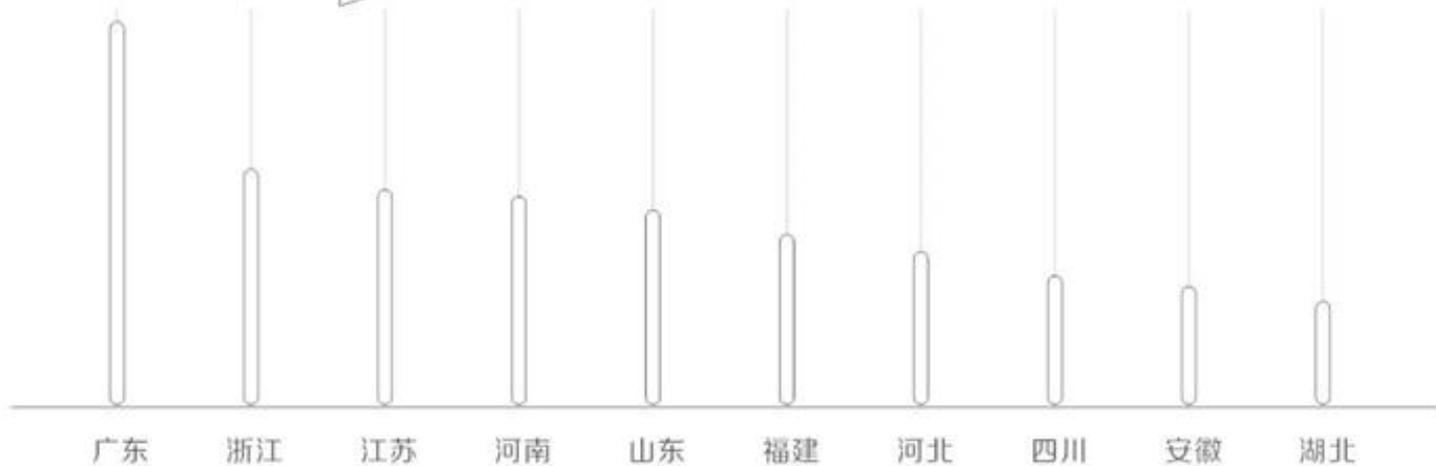
クリエイターが最も多い省TOP3 : 広東省、浙江省、江蘇省

クリエイターが最も多い都市TOP3: 広州市、深圳市、杭州市

クリエイター男女比率及び年齢構成比



抖音電商クリエイター数TOP10の省

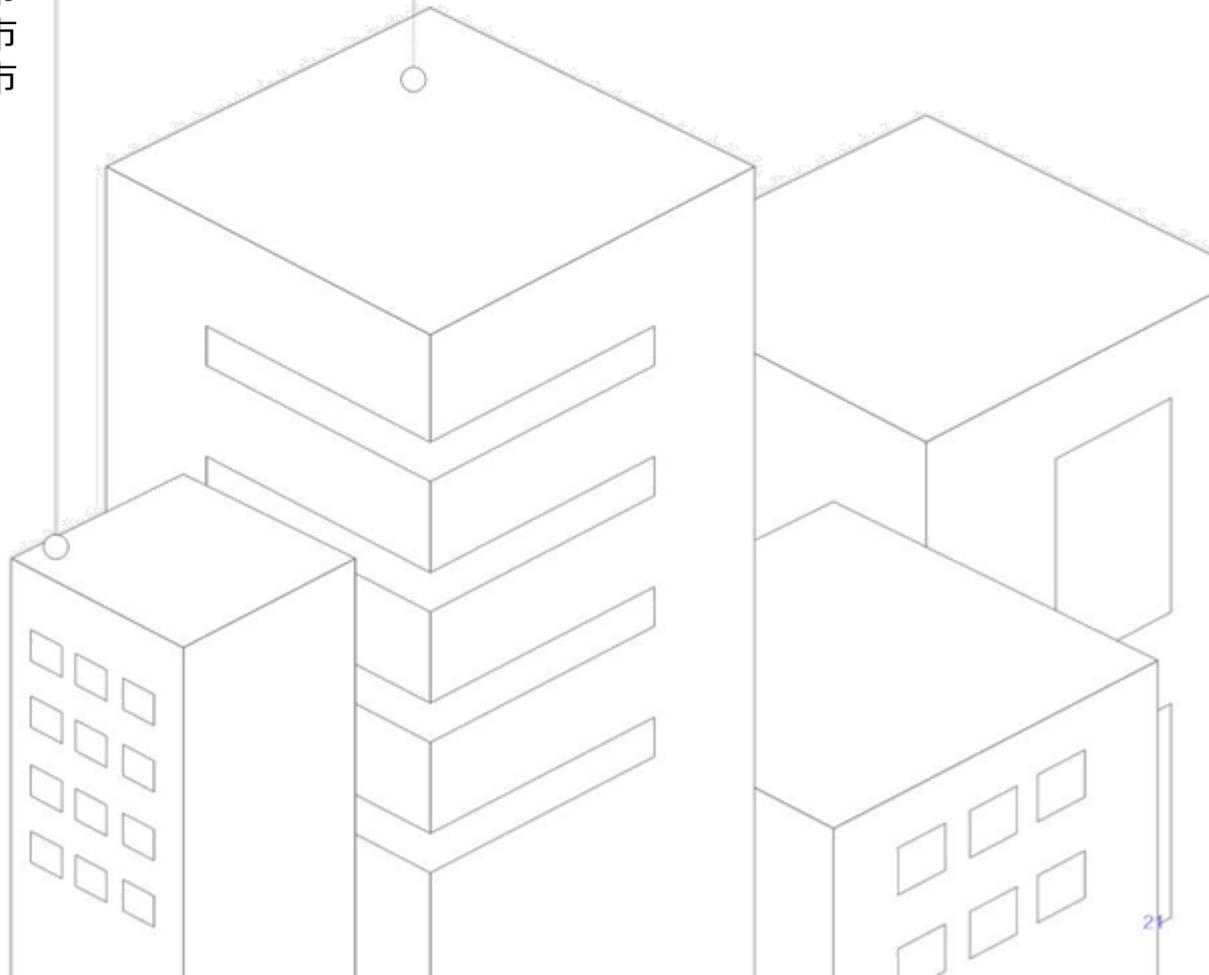


抖音電商クリエイター数
TOP10の都市

- 1 広州市
- 2 深圳市
- 3 杭州市

4-10

北京市
上海市
鄭州市
成都市
重慶市
蘇州市
東莞市





抖音電商クリエイター 典型例



広東夫婦 & 大狼狗

夫はプロの歌手、妻は元モデルである夫婦KOLはこれまでフォロワー数1000万人を突破し、ライバー（ライブ配信者）に活動中心を転換した。“品質があるスタジオ、多くの人にいいものを提供”の理念に基づき、ライブコマースの多様化に工夫を凝らした。過去最高記録としてライブ配信一回あたりの取引額は3億元を記録し、「海南春光食品」と提携した単回ライブ配信で77万件成約した。抖音電商と共に成長できた。

過去最高記録：

ライブ配信一回あたりの取引額

3億



韓国媳妇大璐璐

代理購入からライバーに活動中心を転換したライバーである。韓国コスメを中心に紹介し、現地で韓国コスメブランドと交渉、交流。フォロワーたちに最も安い価格で韓国コスメを提供する。これまで、璐璐さんの抖音フォロワー数が803.5万人に達し、スタジオの応援団者数が30万を突破した。過去最高記録としてライブ配信一回あたりの取引額は3000万元を記録した。さらにライブ配信一回あたり取引額が1000万を超えたライブ配信は何十回もある。



フォロワー数

803.5万

スタジオ応援団人数

30万

過去最高記録：

ライブ配信一回あたりの取引額

3000万+

小关老师

生鮮食品ライブ配信のトップライバーである。自ら投稿しているコンテンツの影響力を運用しながら、ライブ配信を通じて、ロウビーフ（Rawbeef）の販路を切り開いた。月平均取引額一千万円を突破、一年間のビーフステーキ販売枚数は約1280万枚

月平均取引額が一千万円を突破

一年間のビーフステーキ販売枚数 **280万**



大利

元湖北省テレビの司会者だった。2020年ライバーとしてデビューし、王祖藍、王耀慶、張韶涵、楊超越など多くのアイドルと協力し、ライブ配信した実績がある。素直な性格はライブ配信中でも無意識のうちに現れることが多い彼女、ファンたちに厳選したいいいものを提供するのに努力している。ライバーになってからの9ヶ月間、累計取引総額が2億を突破、フォロワー数が100万人に増加した。一回ライブ配信当たりのGMVは1500万を突破し、日別総合的ランキングTOP1を何回も獲得したことがある。

9ヶ月間累計取引総額

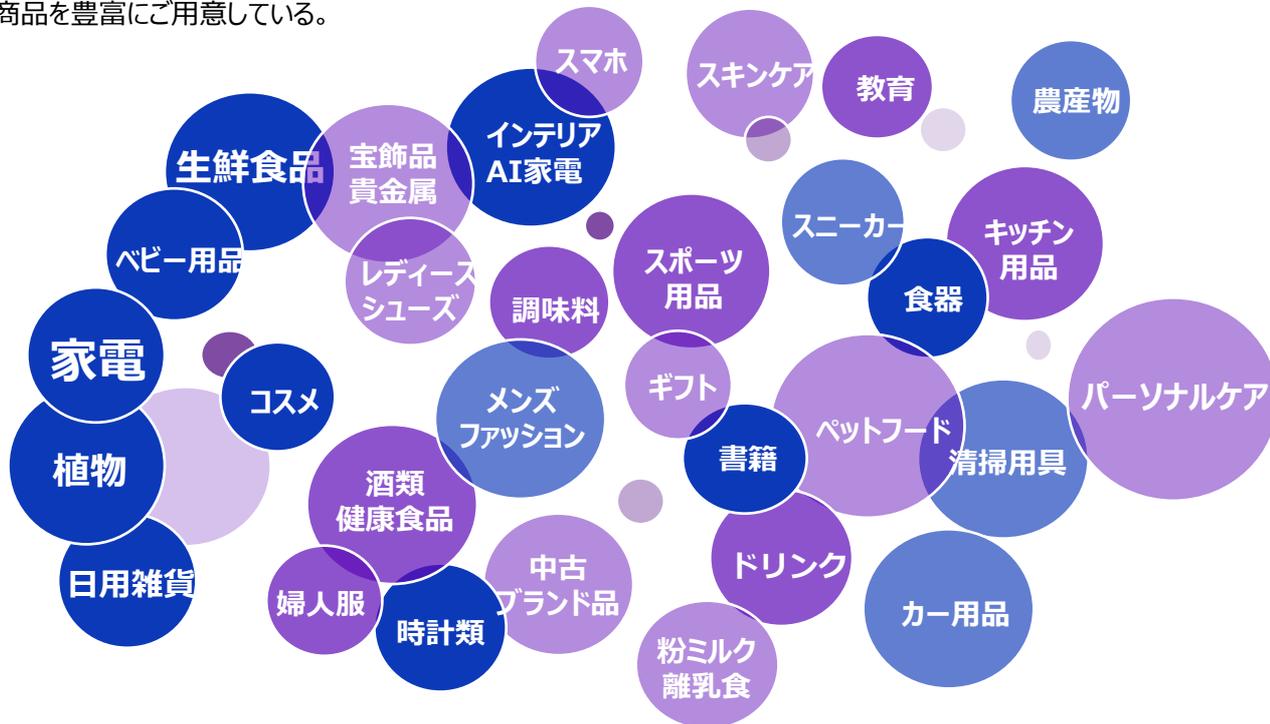
2億+



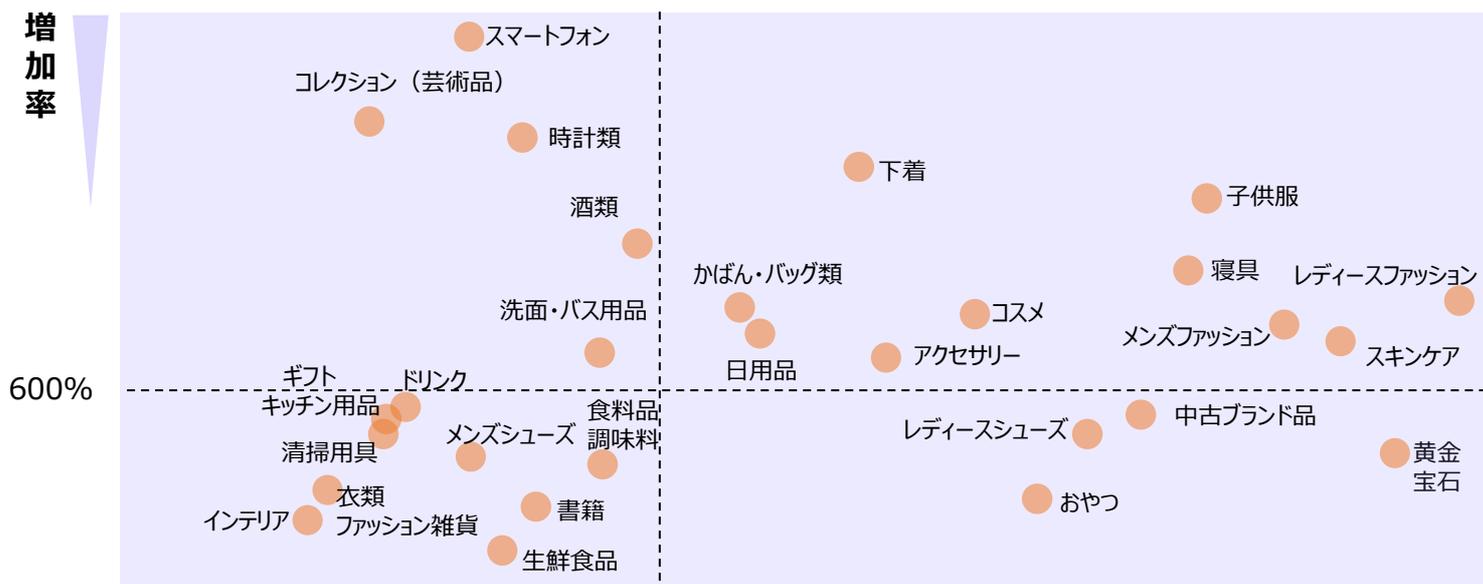
全品目 幅広く

抖音電商で販売されている商品は種類に富み、安価でよい人気商品が数多く揃えている

抖音電商ではファッション、アクセサリー、コスメ、電気製品、スキンケア、日用雑貨、ベビー用品、インテリアなど幅広い商品を豊富にご用意している。



2020年抖音電商販売潜在力がある商品カテゴリーTOP30



比較期間：2020年H1 VS 2020年H2

有名ブランドも続々と新商品発売 抖音電商2020年人気新商品ランキング

商品名
 小米11



ポイント
技術革新-新品発売、Snapdragon 888搭載、曲面ディスプレイ
プロモーション手法革新-小米科技創業者が抖音にて新機種初披露

商品名
 認養一頭牛粉ミルク



ポイント
革新的な成分-8倍濃縮、吸収しやすく、新成分添加、さらにおいしかった

商品名
 網易有道詞典筆
 3 ペン型スキャナー辞書



ポイント
機能アップ-機能アップ、収録コンテンツ拡大

商品名
 广西大金煌青マンゴー



ポイント
革新的な成分-「情人果」：おいしかった

商品名
 米蓓尔フェイスパック



ポイント
技術革新-有効成分を窒素で急速冷凍させ、活性を保つ

商品名
 パーフェクトダイアリーリップ



ポイント
革新的なデザイン：高級感があるデザイン
革新的な成分：浮かないため、double-fitting技術採用、

商品名
 WonderLabブルーボトル善玉菌



ポイント
新たなターゲット層：健康志向が高まる若者のニーズ
革新的な成分-有効成分添加、腸内環境を改善する
革新的なデザイン-環境にやさしいエコパッケージ採用

商品名
 立白洗濯洗剤ジェルボール



ポイント
革新的な機能-8倍の洗浄力、除菌&ウイルス除去
デザイン革新-多色

商品名
 古井貢酒



ポイント
革新的なデザイン-革新的な六角形パッケージ、品質保証あり、贈り物に最適

商品名
 Colorkeyカラーキーリップ



ポイント
デザイン変更-おしゃれ感があるフロスト加工したパッケージ
革新的な技術-Soft-Touchの触感技術、うるツヤ&あざやか発色