

ホーム > 織研新聞電子版 > 2021年8月2日付（20691号）

## シーエフインターナショナル ウィーチャットでライブコマース事業開始

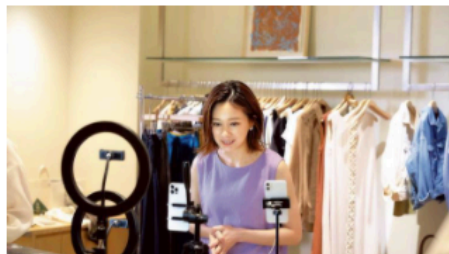
2021年08月02日更新

この記事を保存

ツイート

B!ブックマーク 0

シェア 0



キーオピニオンリーダーの来醬さんによるライブコマース

レディスのOEM・ODM（相手先ブランドによる設計・生産）のシーエフインターナショナル（東京、許虎社長）は、今年から中国の微信（ウィーチャット）を使ったライブコマース事業を開始した。中堅の婦人アパレル数社と取り組んでいる。

取引先から中国向けライブコマースへの要望が強いことから始めたもので、タオバオなどでの実施を経て、ウィーチャットを活用したライブコマースに転換した。ITベンチャーのトリオシステムズ（東京）と組み、取引先が日本語で作成したページの中国語への自動翻訳、ライブコマースの閲覧予

約、決済は決済代行会社により自動で円入金されるといったシステムを構築した。

5月にある中堅アパレルの銀座店で、中国のSNS小紅書（レッド）で約57万人のフォロワーを持つという日本在住KOL（キーオピニオンリーダー）、来醬さんによるライブコマースを実施した。2時間で20品番を紹介し、当日400万円、その後1週間で追加150万円を全て定価で販売した。閲覧数は2万5000人で買い上げ率は高かったという。

また、「他のサイトでは閲覧数が多いが、かなりの割引も必要。ウィーチャットはプライベート空間になるので買いたいと思う人が多いし、売り上げ時の手数料も取らないことが重要」とのことだ。配送は中国の物流会社で、送料は1キロで1300円前後。

トリオシステムズは「IT導入補助金2021」の導入支援事業者の認定を受けており、同システムを使用すると補助金申請ができる、としている。

今回のライブコマースは8月末に日本在住のKOLから人選して実施する予定だ。今後、アパレル企業10社程度に取り組み先を広げたい意向で、子会社をライブコマース専門とするなど体制を強化している。

同社は09年に設立。ヤングレディスの布帛全般を手掛けており、生産は中国70%、国内30%。日本製生地が約4割を占め、小ロット、1週間程度の短納期を強みとしている。ここ最近はオリジナルの柄物を1枚からサンプル生産している。好評なことからグラフィックデザイナーを増員した。