

1. 実証事業概要

事業者名	FASBEE株式会社
実証事業名	FASBEE事業の新規コンテンツと新規広告戦略の導入

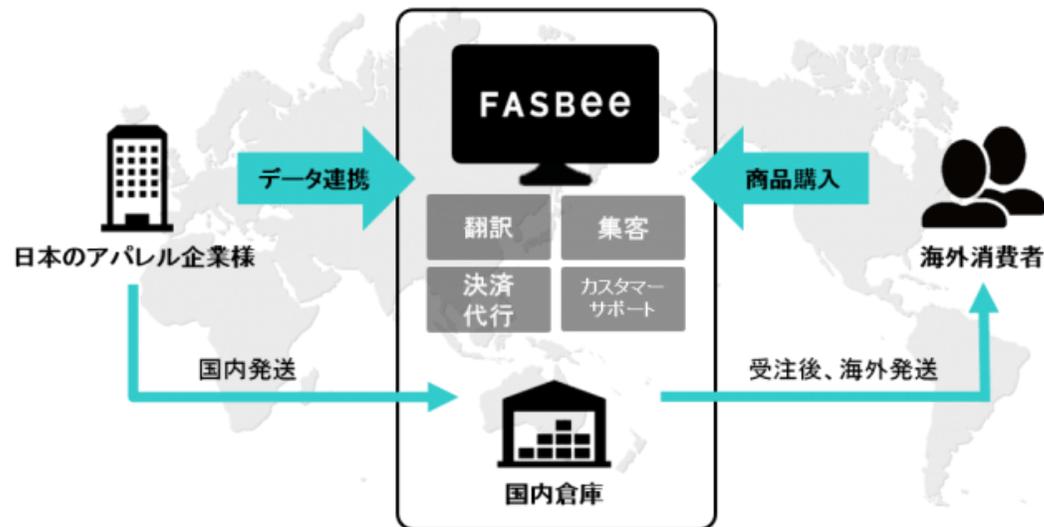
- ◆ 日本国内ファッションECモールに出店するだけで、FASBEEを通じて海外100を超える国・地域に販売を可能にする。また海外ユーザーには自国のファッションECサイトと同等のUXを提供する。
- ◆ 海外における国内アパレル企業の販売機会を最大限拡大することを目的に、①新たな配送方法構築による配送料&関税の無料化、②注力エリアごとの広告方法の最適化、③各国のマーケットプレイスへの出店、④取り扱いブランドの拡大、の4つを実証する。
- ◆ 実績ある市場（FASBEE）を提供し、国内アパレル企業にとっては海外展開を視野に入れることが当たり前の環境を構築する。また、FASBEEのデータを提供し、直接的な海外進出（リアル店舗の出店など）を後押しする。



2. 実証事業実施内容

FASBEEとは

海外居住者が国内ECと同じUXで購入できる越境ファッションECモール



- ✓ 多言語表示対応
(英語、中国語※繁体・簡体、日本語)
- ✓ 現地通貨対応 (28通貨)
- ✓ 国際配送 (100カ国以上)
- ✓ 配送料定額
- ✓ 多言語カスタマーサポート

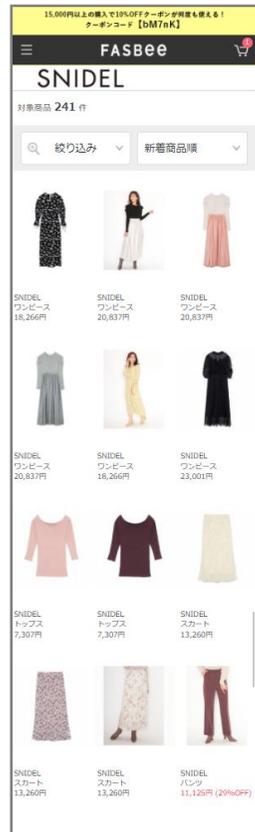
2. 実証事業実施内容

商品検索の絞込みやカート投入の動作時もスライドやポップアップを採用し、画面遷移することなく、ストレスを感じない挙動を目指しています。

トップページ



ブランドページ



商品ページ



カートページ



2. 実証事業実施内容

2021年1月末で実現できている、確定している海外販路

国内販路
(商品供給元)

海外販路

FASHIONWALKER

約200ブランド
2019年7月連携開始

LOCONDO.jp

約1400ブランド
2020年9月連携開始

FASBee

約1600ブランド
在庫情報連携



baifenbai <https://baifenbai.shop/>

Baiduの新規物販事業 (2021年2月開始)

天猫国际
TMALL.HK

<https://www.tmall.hk/>

中国最大のマーケットプレイス (2021年3月開始予定)



Overbees <https://www.overbees.net/>

中華圏向けECアプリ (2021年2月開始予定)



Shopee <https://shopee.com/>

東南アジアマーケットプレイス (未確定)



Lazada <https://www.lazada.com/>

東南アジアマーケットプレイス (2021年3月開始予定)

ZALORA <https://worldwide.zalora.com/>

東南アジアファッションモール (未確定)

3. 実証事業の効果及び課題

プロジェクト実施で実現した日本アパレルECの海外展開

- 日本アパレルブランドの海外販売の実現
これまで200ブランド程度だったが1600ブランドが追加的な手間や費用を負担せず海外100以上のエリアに販売できている。
- 海外マーケットプレイスへの出品
中国EC取引額シェア50%を超えるTMALLをはじめ、EC市場が急拡大している東南アジアで最大規模のLazada、Shopeeなど、各国のマーケットプレイスへFASBEEを通じてほぼすべてのブランドが出品できるようになる（2021年2月上旬）。

FASBEEは100以上のエリアにリーチできる強みがあるがローカライズには限界があり、会員基盤は現地マーケットプレイスに遠く及ばない。
エリアを広く面で展開するFASBEEと、現地に特化して会員基盤を有し、厚さで展開するマーケットプレイスの両軸で商品の販売機会を最大化する。
- アパレル企業にとって今後の新たな収益源
ブランドそれぞれの売上は現状微々たるものだが、FASBEEサービスのユーザー認知拡大と、各国マーケットプレイスとの提携拡大によって、日本ブランドの市場が日本国内だけに留まらず、本格的に海外へ広げることができてくる。新たな収益源となる可能性がある。

4. 今後の展望

商品供給元の脅威が大きい

【課題】

FASBEEのビジネスモデルは商品共有と物流業務を商品共有元（ファッションECモール）に依存している。

国内大手ファッションECモールは限られ、代替が効かないため商品供給元の交渉力が強い。

具体的には、一方的に取引を停止されると、FASBEEの事業は次の商品供給元を探してシステム連携するまで提供不能になる。

そのため、商品の仕入価格、物流機能の提供価格について商品供給元の言い値となっている。

【改善策】

FASBEEの流通総額を早期に拡大し、力関係のバランスを目指す。

集客

【課題】

FASBEEサービスにおいて、他サービスに対する価格の優位性という強みを持っていても新規顧客獲得に苦慮している。

【改善策】

限られた広告予算ではリーチしきれないため、クチコミによる拡散や検索による流入増を目指す。

主に中華圏で日本の高品質なラグジュアリーブランドの中古品が人気がある。一案として世界的にネームバリューの高いブランドの中古を展開することで集客し、FASBEEの認知、信頼向上を目指す。