

# 中国市場のEC・SNS運用をデータで可視化！ FUSION JAPAN 新サービス「FUSION MARKET VIEW」をリリース

Tmall・タオバオ・REDなど中国主要プラットフォームのビッグデータから、販売・トレンドを分析し、事業成長を支援

FUSION  
— JAPAN —

## 株式会社 FUSION JAPAN

中国・上海での創業から10年間、上場企業から中小企業まで数多くの中国進出支援から中国市場での戦略支援を実施。

中小企業庁「JAPANブランド支援事業」パートナーや中小機構「EC活用支援パートナー」に採択され、官民両面で実績を積み重ねています。

**FUSION**  
MARKET VIEW  
»»

中国市場でのEC販売やSNS運用を行う日本企業の“現状を可視化”する新サービス「FUSION MARKET VIEW」を2025年11月より正式リリースいたしました。

Tmall・Tmall国際・タオバオなどアリババ系ECモールおよびRED（小紅書）などSNSのデータを分析し、業界動向・競合比較・販売トレンドをレポート形式で提供します。

日本企業の中国進出や越境EC戦略を“データドリブン”に支援いたします。

## ■サービス開発の背景

中国EC市場は年々拡大し、Tmall・タオバオ・REDなどでは毎月膨大な販売データ・投稿データが蓄積されています。

しかし多くの日本企業では、代理店依存による情報不足や競合他社との比較困難などの課題を抱え、正確な市場状況を把握できていない事が予測されます。

FUSION JAPANはこれまで、日中間でのデジタルマーケティングをはじめ、EC運営支援を10年以上行ってきた経験、溜め込まれたナレッジなどから、リアルな数値をもとにした検証と計画策定が必要であり、さらに市場のトレンドを端的に読み解き、“検討”と“決断”をよりスピーディに行うなどの課題を解決する手段のひとつとして利用できるよう「FUSION MARKET VIEW」を開発しました。

現地の最新トレンドをリアルタイムで把握し、経営・マーケティング両面でのスピーディーな意思決定を支援します。

## ■「FUSION MARKET VIEW」とは

本サービスは、中国主要EC・SNSの販売・投稿データを独自の分析ツールで収集・解析し、月次レポート形式で可視化・提供します。

<https://fusion-japan.co.jp/marketview/>

## ▷ レポート内容

- ECレポート：業界全体／ブランド別／店舗別の売上金額・推移など
- SNS分析（RED）：フォロワー属性・人気投稿・KOL動向
- 業界トレンドレポート：月次での販売傾向・カテゴリー別成長率・平均単価      など

※毎号の業界やレポートカテゴリは変動します。

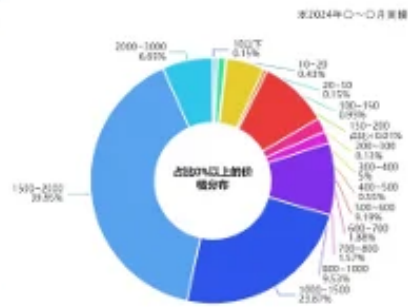
※別途ご契約にて、考察・改善アドバイザリなどレポート結果をもとにした戦略支援が可能です。

## レポートイメージ

## 店舗内における販売価格帯別実績

3,000～3,000円帯だけで数量20万件超、売上は全体の半分以上を占めている。これは明らかに「単価を下げずに低価格で勝負する」プレミアム型店舗の位置付けであり、割引ではなく「安定性」や「希少成分」などで訴求するモデルが顧客に受け入れられている証。今後の戦略は、さらに高価格帯を中心に「異業種参入型シリーズ」の強化や、会員向け限定商品の導入が有効。

	購入数量	購入金額
10以下	81,191	¥585,841
10~20	58,802	¥1,110,139
20~50	11,692	¥583,431
100~150	68,474	¥3,179,366
150~200	72	¥10,800
200~300	2,465	¥527,860
300~400	50,688	¥19,929,319
400~500	8,019	¥2,200,472
500~600	59,582	¥38,588,817
600~700	12,143	¥1,479,802
700~800	8,579	¥6,233,237
800~1000	52,408	¥37,954,051
1000~1500	74,554	¥95,039,838
1500~2000	117,559	¥159,093,080
2000~3000	11,209	¥28,499,025



指定されたEC店舗内での価格帯別販売数と分析

## 業界トレンドレポート

ブランドごとの立ち位置が明確で、数量型と単価型に二極化。両者の低価格ブランドがボリュームで市場を支えつつ、外資の高級ブランドが高単価でプレミアム需要を確保。価格帯に応じたポジショニングと販売戦略の差が売上構成に直結。

※2024年〇〇〇〇月実績

	ブランド名	販売数量	販売金額	平均単価	店舗数	受注数	レビュー数	ブランドフォロワー数
1		2,129,945	512,898,512	241	487	1,610	779,245	2,843,658
2		265,084	498,637,254	1,885	398	876	141,447	1,321,428
3		262,387	352,711,484	1,344	594	2,054	239,637	2,805,268
4		343,327	345,040,102	1,005	752	2,015	285,333	2,286,185
5		151,358	319,858,712	2,118	450	1,080	93,966	1,887,048
6		135,801	295,377,638	2,178	452	1,059	114,894	1,993,009
7		1,183,435	295,781,284	250	101	1,266	582,707	5,844,228
8		770,732	262,938,972	341	293	1,237	343,655	6,652,413
9		652,502	182,257,597	279	495	1,775	344,256	4,847,126
10		138,625	173,113,371	1,249	383	846	90,195	1,414,614

業界別でのトレンドと各ブランドの戦略分析

## EC販売データ分析

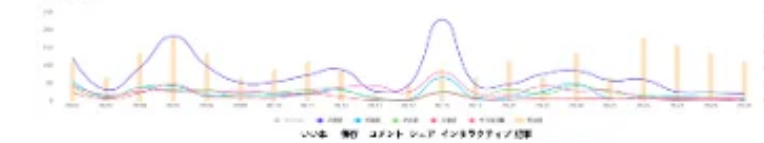
商品構成は「単品高単価」と「複数購入の単品セット」に二極化。顧客の日常買い（単品）とギフト・まとめ買い（セット）を使い分けた設計が成功している。高単価帯を前提としたセット受発は、LTV最大化に向けた有効戦略といえる。

		商品ジャンル	店舗数	購入数量	購入金額	平均購入単価
1	【高単価】高単価商品/高単価商品	高単価商品/高単価商品/高単価商品	161,251	¥132,806,717.70	¥1,305	
2	【高単価】高単価商品/高単価商品	高単価商品/高単価商品/高単価商品	24,719	¥37,785,887.50	¥1,525	
3	【高単価】高単価商品/高単価商品	高単価商品/高単価商品/高単価商品	21,726	¥17,403,987.48	¥805	
4	【高単価】高単価商品/高単価商品	高単価商品/高単価商品/高単価商品	25,456	¥15,553,285.92	¥605	
5	【高単価】高単価商品/高単価商品	高単価商品/高単価商品/高単価商品	8,006	¥11,868,887.00	¥1,470	
6	【高単価】高単価商品/高単価商品	高単価商品/高単価商品/高単価商品	28,783	¥10,553,576.08	¥367	
7	【高単価】高単価商品/高単価商品	高単価商品/高単価商品/高単価商品	4,788	¥10,258,887.08	¥2,125	
8	【高単価】高単価商品/高単価商品	高単価商品/高単価商品/高単価商品	23,489	¥9,498,967.20	¥405	
9	【高単価】高単価商品/高単価商品	高単価商品/高単価商品/高単価商品	12,152	¥8,725,335.62	¥718	
10	【高単価】高単価商品/高単価商品	高単価商品/高単価商品/高単価商品	2,257	¥8,168,168.20	¥3,614	

EC店舗内の商品構成と顧客インサイト

Loie Roseは9月に全97件の投稿をしてあります。投稿形式内訳は動画が全体投稿の74%（60件）、写真26%（37件）。特徴としては①「時評」と「アクセスジャー」の2軸で振動しておりKOC/KOLの投稿を自社アカウントで転用。投稿にさらに広告をかけていることが見受けられます。動画で投稿されているのはほぼKOL/KOCの転用動画。

ユーザー反応動向



人気投稿TOP3

投稿内容	閲覧数	インタラクティブ数	いいね	保存	コメント	シェア
1. 彼女と結婚して、内装が全然違う家。勝手にびっくり「こげ西、あの家」(トレンド記事)	80w	1,000	154	16	42	21
2. 女性向け美容雑誌の編集者さん、美人すぎる投稿 (区と近しいのはないけれど「おげ西」)	70w	5,714	92	34	19	12
3. 結婚して、結婚生活が全然違う家。勝手にびっくり「こげ西、あの家」(トレンド記事)	70w	5,714	18	8	1	2

インフルエンサー（KOL）ごとのオーディエンスインサイト

## ▷ 料金プラン

- ・ 月額：5万円（税別）
- ・ 提供：毎月1回、PDF形式で納品。

## ■導入効果

- ・ 自社の「市場内ポジション」を明確にし、KPI設計や広告戦略に活用
- ・ 競合他社の売上推移・SNS施策をベンチマーク可能
- ・ 社内報告資料・経営会議での定量的根拠データとして利用
- ・ 現地代理店との連携や評価指標の透明化

## ■今後の展望

今後は、Douyin（抖音）・WeChatなどSNS領域の分析範囲をさらに拡張し、日系ブランドのEC戦略やSNS運用の成功を支援するデータプラットフォームとして進化させてまいります。

## ■株式会社FUSION JAPANについて

中国・上海での創業から10年間、上場企業から中小企業まで数多くの中国進出支援を実施。

中小企業庁「JAPANブランド支援事業」パートナーや中小機構「EC活用支援パートナー」に採択され、官民両面で実績を積み重ねています。

## ■会社概要

株式会社FUSION JAPAN

代表取締役：澤戸 明浩

本社住所：東京都千代田区東神田2-10-9 ポータル  
秋葉原1F

FUSION  
— JAPAN —

## ■本リリースに関するお問合せ

経営企画室 岸 宗春

info@fusion-japan.co.jp

---

当プレスリリースURL

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000007.000078510.html>

株式会社 FUSION JAPANのプレスリリース一覧

[https://prtimes.jp/main/html/searchrp/company\\_id/78510](https://prtimes.jp/main/html/searchrp/company_id/78510)