

Japan Online Fashion Shopping Mall Market Analysis

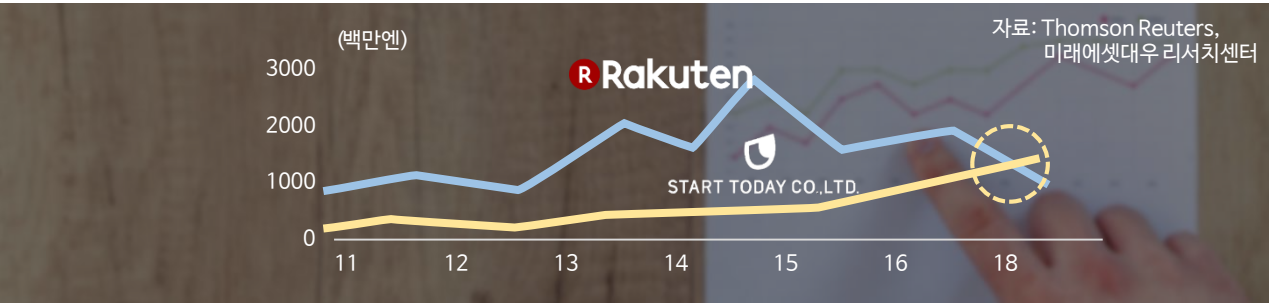
JnJ Interactive



일본 온라인 의류 쇼핑몰 시장 분석

1. 일본 온라인 쇼핑몰 시장 분석

현재 한국의 온라인 쇼핑몰 트렌드를 따라가는 중



의류시장 유통 채널 변화(오프)온

- 일본 패션 이커머스 시장 규모 확대
- 의류 전자상거래 회사 '스타트투데이' - 조조타운&웨어 등 패션 플랫폼 소유
종합 온라인 쇼핑몰 '라쿠텐'의 시가총액 상회



온라인 판매 채널 다변화

- 오프라인 매장의 온라인 쇼핑몰화
- 인기 온라인 셀렉샵, 온라인 포털 브랜드 론칭

일본 패션 산업
주요 키워드: **패스트 패션 / 인터넷 쇼핑몰**

- 유니클로 / 시마무라 / WEGO 등의 **패스트 패션 트렌드**의 강점인
짧은 주기, 저렴한 가격, 실용성에 중점을 둔 소비 형태



1. 일본 온라인 쇼핑몰 시장 분석

일본패션의 주류로 성장하는 K-패션

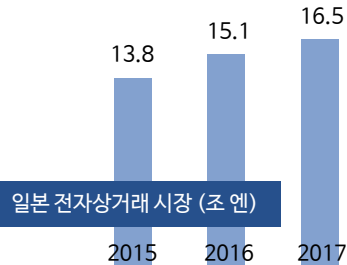
신한류 분위기

- 트와이스 등 한국 아이돌 인기에 맞춰 한국 패션 유행
- 일본 대표 유통 플랫폼 “라쿠텐” 한국 패션 특화 사이트 ‘K-FashionSt.’를 개설
- 일본 인기 패션 매거진에 K-패션 콘텐츠 게시

Seventeen '18. 02

발전된 E-커머스

- 온라인 구매율 높은 10대 타겟
- '17년 E커머스 시장 전년대비 9.1% 증가 전자상거래화 비율 약 6% 상승



일본 전자상거래 시장 (조 엔)

자료원: 경제산업성('17년 전자상거래 시장조사)

차별화된 쇼핑콘텐츠

- 브랜드 컨셉에 맞는 모델 기용, 다양한 화보 스타일, 상세한 상품 컷 등
- 일본과는 다르게 디테일 및 감성 요소 강점



소비자인식

- ‘유행을 앞서간다’ ‘트렌디한 패션 브랜드’
- 주타겟층인 10대 일본 여성 “패션을 참고하는 나라” 1위, 점유율 2017-18 연속 급상승
- 출처: ECONOMIKATA
- 한국의 패션: **저렴하고 부담없이(패스트 패션)** 구입할 수 있음

1. 일본 온라인 쇼핑몰 시장 분석

일본 소비자의 K-패션 구매 채널은 온라인 쇼핑몰



504억 (2위)

12%
온라인 면세점



88%
브랜드 직판 쇼핑몰
기타 온라인 쇼핑몰

출처 : I [2018.09.11 통계청 온라인쇼핑 동향조사(전체 기준)]
T조선, '한류 팬 잡아라' 온라인 패션 업계, 일본 역직구 시장에 '주목'

2. 일본 진출에 성공한 한국 브랜드

**STYLE
NANDA**



'17.05. 도쿄패션 중심지인 **하라주쿠에 단독 매장** 오픈,
일본 여고생들로부터 지속적으로 인기를 얻고 있음.



일본 온라인내
쇼핑몰 운영 및 배너 광고 집행 중



스타일난다 일본 공식계정
게시물 3,881개, 팔로워 16만 6천 (19.03.12)

2. 일본 진출에 성공한 한국 브랜드

DHOLIC

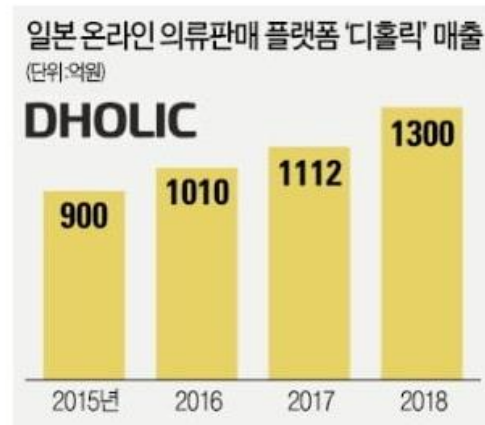


일본의 셀렉트샵 브랜드 우사기 온라인 ▲



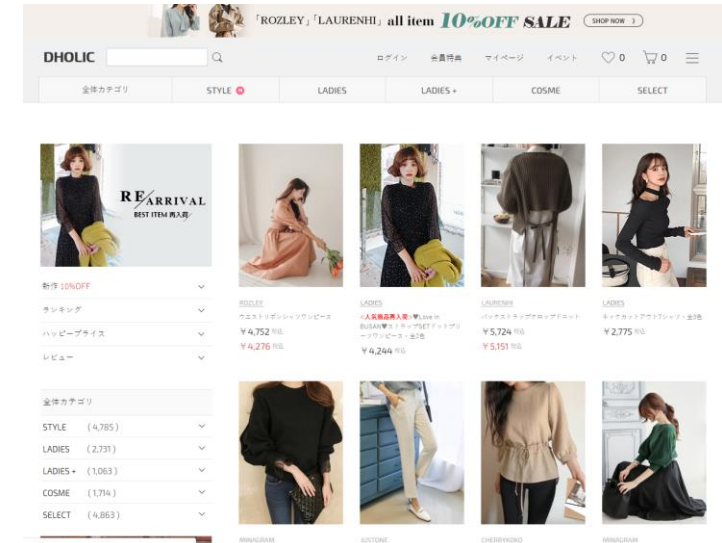
일본에서 오픈한 한국 셀렉트샵 DHOLIC ▲

일본 유명 셀렉트샵 우사기 온라인처럼 일본에서
한국의 브랜드를 모아 판매를 하고 있는 셀렉트샵 DHOLIC



일본 여성 의류 온라인 쇼핑몰 3위
디홀릭 가입 회원 수는 약 150만명,
하루 평균 방문자 수는 16만4000명

성공 전략



1. K-패션 그대로 일본 시장에 적용
2. 현지화된 쇼핑 환경 구축
 - 일본어 서비스 최적화 / 해외배송료, 관세 생략

3. 일본 온라인 의류 쇼핑몰의 타겟



10~20대
일본 여성

1. Youtube / LINE / Instagram 이용 증가

2. SNS를 활발히 사용, 실시간 정보 공유,
다른 사용자 리뷰에 민감하게 반응

3. 인플루언서 마케팅 효과적

4. 인스타그램 해시태그 검색수,
타국가대비 3배
인스타그램 쇼핑 기능 효과 주목


↓ '스타일난다' 가 일본 유명 인플루언서들에게 알려진 사례



↓ 인스타그램 쇼핑 기능으로 웹사이트 방문 및 구매 프로세스 최소화



4. 디지털 모바일 미디어 환경

Ad Networks	SNS	CPI (보상형 & 비보상형)	Single Publisher	Search & Display
<p>CPC를 기반으로 한 매체</p>    <p>+ 5 more Ad Networks...</p>	<p>한국과 비교하여 트위터 이용자수가 많음</p>    	<p>일본 국내시장 총 볼륨의 5% 차지</p>          	<p>최근 급증하고 있는 Single Publisher</p>    	<p>Google Yahoo! Japan!의 2 TOP 으로 구성</p>   



감사합니다

E.O.D
