



中国最大のSNSアプリ「WeChat」内の「ミニプログラム」で越境ECを開始

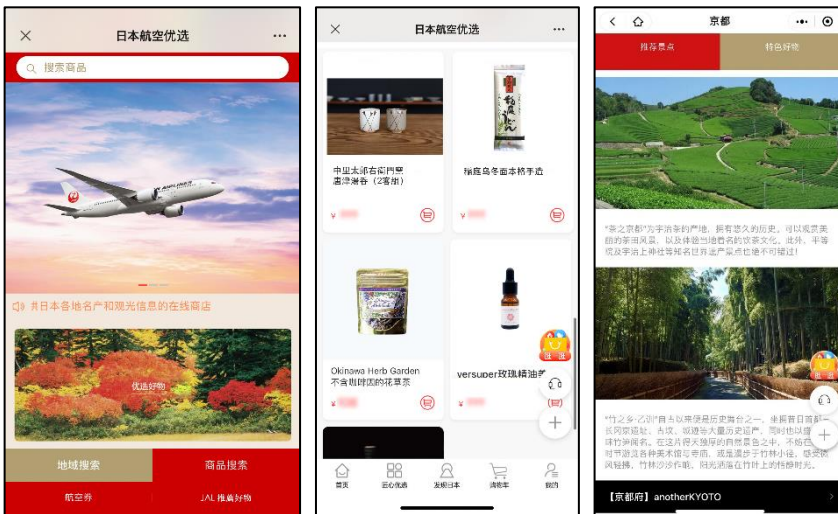
～日本各地の名産品を販売します～

2022年1月26日

第 21105号

- ミニプログラムの運営支援で高い実績を誇る「有賛(Youzan)」と連携し、販売強化・促進を図る
- 販売商品の産地に関する観光・文化のPRを合わせて実施し、インバウンドの誘致促進も図る

JALは、日本の地域経済の持続的な発展に向けた「JALふるさとプロジェクト」の一環として、12億人以上のアクティブユーザーを有するSNSアプリ「WeChat」内に公式ミニプログラム「日本航空優選」を1月27日に開設して越境ECを開始し、順次、全国の日本の名産品を販売します。加えて、各地域の文化・観光情報発信によるプロモーションも実施して、ポストコロナにおけるインバウンドの誘致促進に取り組み、訪日需要の獲得と、人流・物流の促進による地域活性化への貢献を目指します。



TOP画面

商品紹介画面

地域紹介画面



■強力な販売促進体制

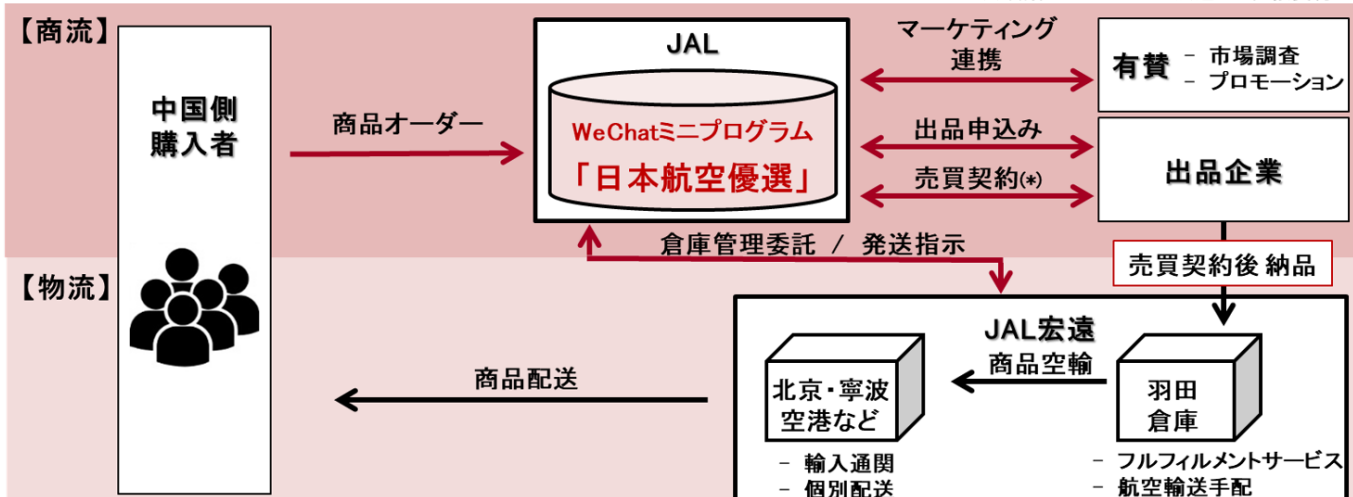
ミニプログラムの開設・運営支援を実施している他、「WeChat」内で5000万人のフォロワーや543万件の提携店舗、ライブコマースをはじめさまざまな独自の販売促進ツールを持つ「有賛(Youzan)」と連携し、幅広い消費者へのアプローチを実施します。また、JALの北京・天津・大連・上海・広州の各支店でも、物産展イベントの開催やSNSでの発信を通して、認知向上に取り組みます。

■厳選された逸品と確実な輸送体制

全国の自治体や、地域創生に取り組む企業・団体と連携して、各地の加工食品、日本酒、工芸品、化粧品などを販売します。また、日中間の高速一貫国際輸送プラットフォームを持つJAL宏遠(*1)が輸送手配を担うため、どなたでも簡単に出品を行うことができます。

(*1)参照URL: <http://www.jalhy.com/>

(*酒類についてはJAL宏遠との直接契約)



■商品購買や訪日誘客につながる観光・文化のPR

日本各地の名産品が購入できることに加え、商品が生まれてきた背景や環境を動画や取材記事などで紹介する各都道府県のPRページを制作します。またPRページの制作にあたっては、各地域の自治体と連携し、ポストコロナにおける訪日観光客拡大へとつながるよう、日本の自然、文化、歴史など幅広い分野の観光資源の魅力や奥深さについて発信します。



PR動画例「京都府」

©公益社団法人 京都府観光連盟



PR動画例「沖縄県」

©沖縄観光コンベンションビューロー

さらに、今後は、昨年運用を開始した航空券の予約・購入が可能な公式ミニプログラム(*2)と連携し、PR発信ページと航空券の購入手続きページの間を簡単に行き来可能にするなど、利便性の高い仕組の構築に取り組みます。日本の名産品の販売とインバウンド拡大に向け、各地の魅力(ひと、もの、観光)をご旅行前、訪問中、帰国後に体感いただき、持続的に中国と日本の地域経済が結ばれる仕組みの構築を目指します。

(*2)2021年12月9日付プレスリリース「本邦航空会社初、中国最大のアプリ「WeChat」公式ミニプログラムを開設」

参照URL: <https://press.jal.co.jp/ja/release/202112/006413.html>

JALはこれからも、日本と世界を結び、地域の活性化につなげていくことにチャレンジしてまいります。



以上