Global Marketing

일본 진출 로드맵

Copyright © 2025. LinkPrice Inc. All rights reserved.
Global Marketing Team

Index

Market

Roadmap

Appendix

LinkPrice
Affiliate Marketing Leader

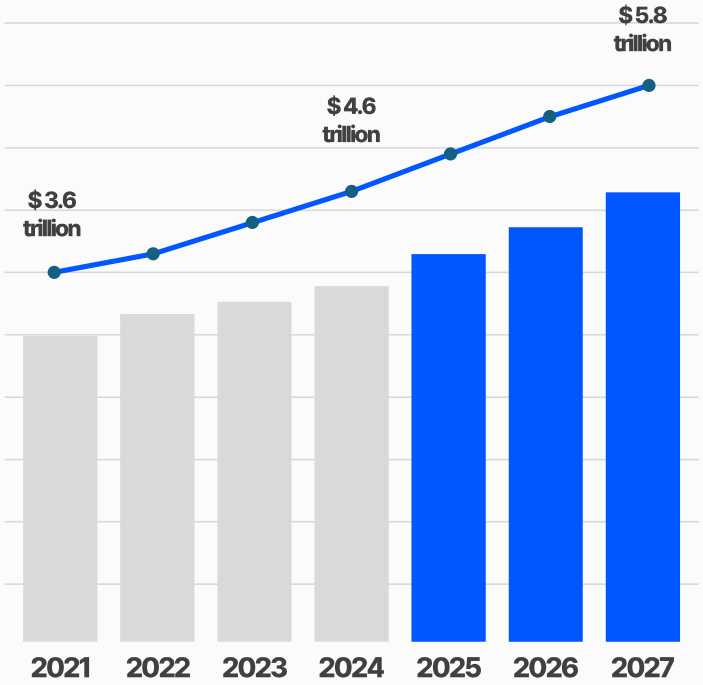
01 Market

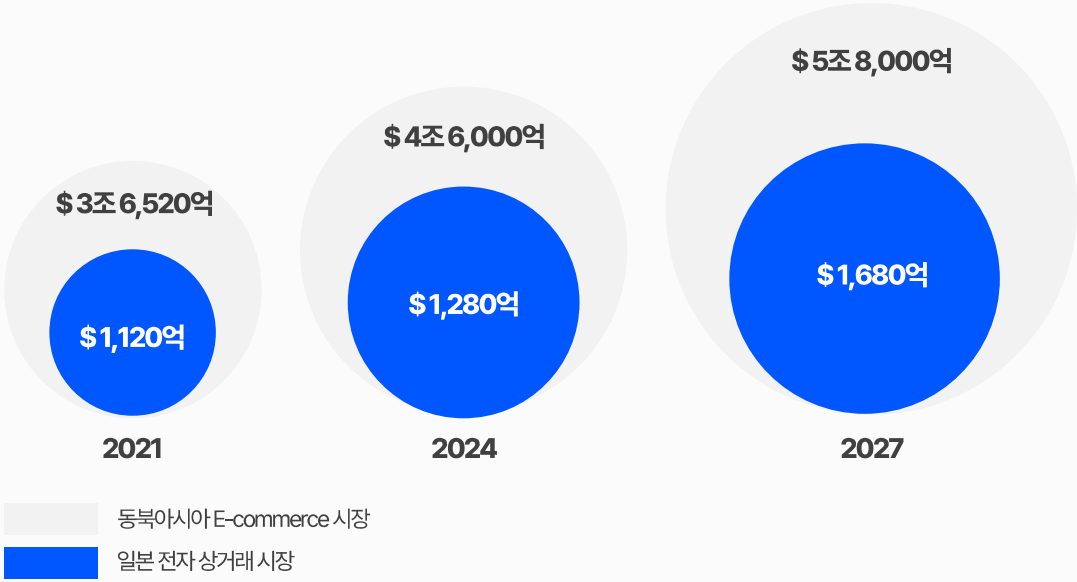
LinkPrice Inc.
Global Marketing Team

Market

2025년 시장 규모 약 2,200억 달러,
주요 성장 동력은 모바일 쇼핑, 소셜 커머스

20~30대 뿐만 아니라 X세대와 베이이붐 세대에서의 모바일 쇼핑 사용률 증가,
소셜 미디어를 통한 콘텐츠 접근성과 최적화된 플랫폼 및 간편 결제 시스템으로 쇼핑 활성화 촉진





Market

오프라인 중심의 쇼핑 문화의 강세
성장 동력을 통한 온라인 시장 급성장

오프라인 중심의 전통적 쇼핑과 함께 **모바일 기반의 온라인 소비가 동시 확장**하고 있어
일본 타겟 **크로스 쇼퍼 쇼핑 전략** 필수

주요 소비자 연령층	주요 성장 동력	지역별 특징
Z세대 (1997~2012) - 모바일 쇼핑 및 소셜 미디어 활용 활발 - 트렌드에 민감하며 편리한 결제 방식 선호	**모바일 쇼핑 확대** - 스마트폰 보유율 90% 이상 - 모바일 최적화 플랫폼 및 간편 결제 시스템	**도쿄** - 일본 최대 도시 - 전자상거래 이용률 가장 높음
밀레니얼 세대 (1981~1996) - 경제 활동 핵심 연령층 - 온라인 쇼핑 및 품질/가격 중시	**소셜 커머스의 성장** - Instagram/Line/TikTok 쇼핑 증가 - 라이브커머스 및 인플루언서 협업	**오사카** - 서일본 경제 중심지 - 젊은 층 중심의 온라인 쇼핑 증가 추세
X세대 (1965~1980) - 안정적인 소득 및 오프라인 채널 선호 - 가격 대비 가치 및 브랜드 신뢰도 우선	**현금/디지털 결제의 병행** - 현금 및 편의점 결제 빈도 높은 편 - PayPay/Rakuten Pay 디지털 결제 보편화	**후쿠오카** - 규슈 지역 중심 도시 - 젊은 인구 비율이 높아 모바일 쇼핑 활발

Market

크로스 쇼퍼 전략은 왜 필요할까?

일본 소비자의 구매 패턴을 활용한 On/Offline 연계 마케팅

온라인 정보 수집 + 오프라인 체험/구매 + 온라인 리뷰 = **" 크로스 쇼퍼 패턴 "**

90%의 일본 소비자는 온라인에서 정보를 수집한 후 오프라인에서 구매
-> 한국 (35% 온라인 구매)과 정반대되는 소비 형태

LinkPrice
Affiliate Marketing Leader

02

Roadmap

LinkPrice Inc.
Global Marketing Team

Roadmap | Total

성공적인 일본 시장 진출을 원한다면?

단계별 전략, 반복 가능한 성과를 만듭니다!

초기 진입 단계

- 일본 시장조사 및 소비자 인사이트 분석
- 브랜드 현지화 전략 구축
- 판매 채널 및 일본 플랫폼 입점
- 체험단/인플루언서 기반 콘텐츠 마케팅
- 디지털 광고 집행

성장 단계

- 브랜드 콘텐츠 전략 확장
- Micro-Macro-Mega 인플루언서 캠페인
- 재구매 유도 SNS/CRM 마케팅
- 오프라인 유통 테스트
- JP 브랜드 오프라인 행사

확장 단계

- 통합 마케팅 캠페인 (TV/지하철/PR)
- 대형 유통망 제안 (로프트/돈키호테 등)
- 일본 현지 법인 or 지사 설립 고려 단계
- 글로벌 시장 확장 (동아시아/동남아시아)

" 수출바우처를 통한 예산 부담 완화까지! "

Roadmap Step 01~02

시장조사 및 기초 분석

일본 진출을 위한 브랜드 적합성 진단

핵심 활동

- 일본 시장 규모 및 트렌드 분석
- 경쟁사 및 벤치마킹 조사
- 타겟 고객층 정의
- 진출 가능성 평가

01 시장 조사를 통한 초기 마케팅 방향성 설정

02 경쟁사 마케팅 전략 분석

03 타겟 고객 페르소나 구체화

자금 조달 및 법무 준비

진출 기반을 위한 제도적 토대 구축

핵심 활동

- 수출바우처 등 정부 지원 신청
- 일본 진출 관련 법규 확인
- 초기 투자 계획 수립
- 사업자등록 및 법인 설립 검토 (※ 법인 설립의 경우 필수 요소 X)

01 브랜드 아이덴티티 기반 구축

02 법규 준수 마케팅 가이드라인 설정

03 초기 브랜딩 방향성 결정

Roadmap Step 03~04

브랜드 현지화 전략

언어와 문화에 맞춘 브랜드 메시지 정비

핵심 활동

- 브랜드명 및 로고 현지화
- 제품 패키지 일본어 적용
- 문화적 맥락 반영 전략 수립
- 가격 정책 및 포지셔닝 결정

01 콘텐츠 제작 기반 구축

02 일본 문화에 맞는 캐치프레이즈 개발

03 현지화된 비주얼 아이덴티티 확립

웹사이트 및 시스템 구축

구매 흐름을 고려한 현지 맞춤 UX 설계

핵심 활동

- 일본어 웹사이트 개발
- 현지 결제 시스템 연동
- 배송 및 물류 시스템 구축
- 고객 서비스 체계 준비

01 디지털 마케팅 인프라 구축

02 SEO 최적화 및 검색 마케팅 준비

03 고객 데이터 수집 및 CRM 마케팅 체계 마련

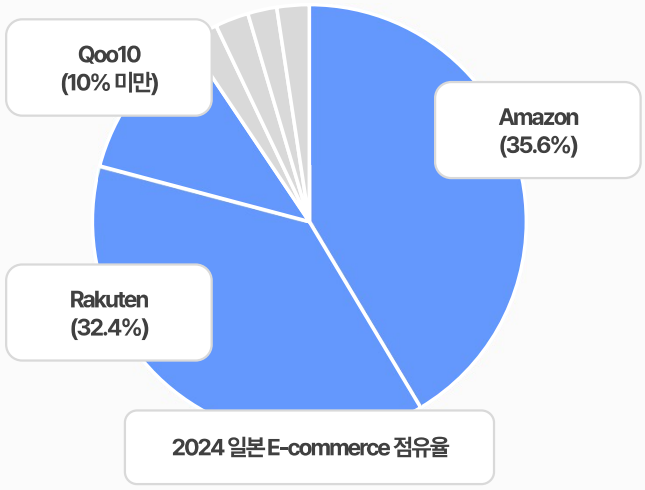
Roadmap | Step 05

E-commerce 플랫폼 입점

주요 판매 채널 중심의 초기 기반 확보

핵심 활동

- Amazon Japan / Rakuten / Qoo10 입점
- 상품 등록 및 상세 페이지 최적화
- 초기 프로모션 및 할인 이벤트
- 고객 리뷰 및 평점 관리



운영 전략

amazon Qoo10 Rakuten

- 입점 플랫폼 내 검색 광고
- 할인 프로모션 연계 및 리뷰 마케팅 시작

Tactics Approach

GMV		
Order CR (구매 전환율)	AOV (평균 주문 금액)	트래픽
제품 구성	가격 구성	프로모션 구성

Strategic Approach

- E-commerce 구성
- E-commerce 및 플랫폼 운영 전략
- 브랜드 운영 전략

Roadmap | Step 06

통합 마케팅 본격화

일본 소비자 중심의 채널별 전환 전략 실행

핵심 활동

- SNS 채널 운영 (Instagram / X / LINE 등)
- Micro-Macro-Mega 인플루언서 협업
- 체험단 기반 콘텐츠 마케팅
- BPB 미디어 프레스 마케팅
- 검색 광고 및 디스플레이 광고
- 콘텐츠 마케팅 및 SEO

운영 채널

SNS Channel

Instagram

LINE

Ads Channel

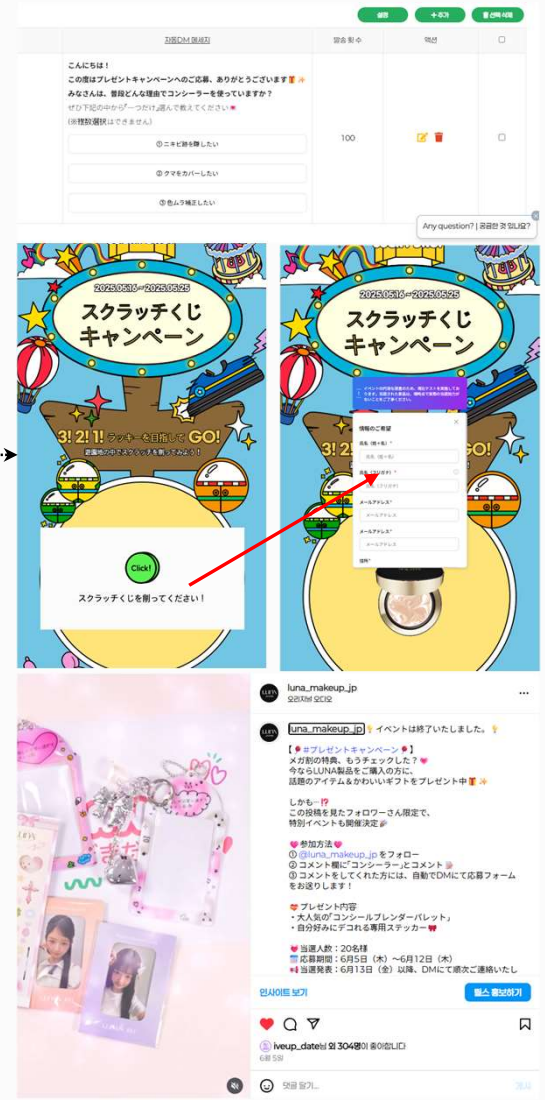
TikTok

Google

Meta

선물 캠페인 프로모션 + 마이크로 인플루언서

디프로모션툴 & DM 자동화 툴 활용



통합 마케팅의 시작,

채널별 사용자 특성 기반의 전략 설계

플랫폼	사용자 연령대	성별	플랫폼 특징
Instagram	18~24 26% 25~34 22% 35~44 17% 45~54 15%	47% Male 53% Female	• 약 6,500만 일본인이 이용중인 플랫폼 • 일본 여성 선호도 1위 플랫폼 • 18-34 메인 타겟층 공략
TikTok	18~24 27% 25~34 36% 35~44 14% 45~54 10%	40% Male 60% Female	• 1020세대 이용률 50% -> 영타겟팅 적합 채널 • 인플루언서 마케팅 효과가 높은 채널 • 짧고 화제성 있는 콘텐츠 위주
X	18~24 17% 25~34 38% 35~44 20% 45~54 17%	61% Male 39% Female	• 약 6,700만 일본인이 이용중인 플랫폼 • 일본 남성 선호도 1위 플랫폼 • 참여형 콘텐츠 중점

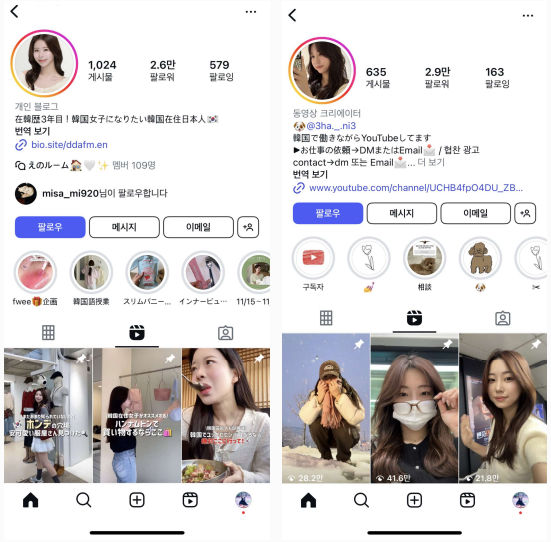
Roadmap Step 06

주요 마케팅 서비스

인플루언서

KR/JP 체험단

BPB 미디어



Roadmap | Step 07

오프라인 유통 진출

오프라인 접점을 활용한 채널 확장

핵심 활동

- 드럭스토어 / 버라이어티샵 입점 제안
- 팝업스토어 및 체험존 운영
- 백화점 및 프리미엄 매장 제안
- 크로스 쇼퍼 전략 고도화

-> 유통 업체와의 파트너쉽 체결
+ 대규모 샘플링 캠페인

운영 전략

- 유통업체와의 공동 마케팅 운영
- 샘플링 및 체험 이벤트

일본 현지 초청행사

언론PR 연계

초청 행사 관련 언론기사 작성

- 본문 작성 및 검토
- 언론사 투고 및 링크 공유

매체사 01
매체사 02
매체사 03
매체사 04

Roadmap | Step 08

시장 리더 및 글로벌 확장

지속 성장과 확장을 위한 포지셔닝 고도화

핵심 활동

- 카테고리 내 TOP 3 브랜드 달성
- 신제품 지속 런칭
- CSR 및 지속 가능 경영
- 동남아 등 신규 국가 확장 준비

운영 전략

01 트렌드 마케팅 – 최신 트렌드 선도

라이프스타일과 미디어 흐름 반영

02 브랜드 리더쉽 – 카테고리 리더 포지셔닝

시장 내 우위 확보 및 브랜드 리딩 전략

03 글로벌 브랜딩 – 다국가 확장 전략

동남아 등 유사 시장으로의 스케일업 설계

03 Appendix

LinkPrice Inc.
Global Marketing Team

Appendix

Our Partner

해외 진출 활동을 이어가고 있는 다양한 국내 파트너와 함께 합니다.

espoir

treecell

It'S HANBUL

Abib

UNOVE

LUNA

AGE20's

NAMING.

COSRX

한율

IOPE

JUNG SAEM MOOL

DR. PLINUS

MustaeV
MORE THAN MAKEUP

Global Marketing

당신의 전략적 파트너 ,링프와 함께하세요!

Copyright © 2025. LinkPrice Inc. All rights reserved.
Global Marketing Team