

# 티쿤이용사CEO MAGAZINE

2017 February (창간호) VOL. 1

2017년 1월 플랫폼 현황 거래 액, 접속 수, 주문 수, 상품구매 수	2-3
티쿤플랫폼 정책 Tqoon.jp 개념과 방향	4-5
1월 신규 이용사 소개 스핀락/은창BC/미래패키지/서진염직	6
티쿤글로벌 뉴스 싱가폴 법인 설립 / 일본 전시회 참가 등	7
이용사 신상품 소개 홀리코/애드프린트/애드마그넷/애드폴리	8



메뉴: 디자인리스트 |生地プリント| 디자인을探す | 디자인랭킹 | 企画商品 | お客様センター

NOTICE: 送料値下げおよびその他のお知らせ 2017-02-08

스타입 | 自然 | 花 | ドット search

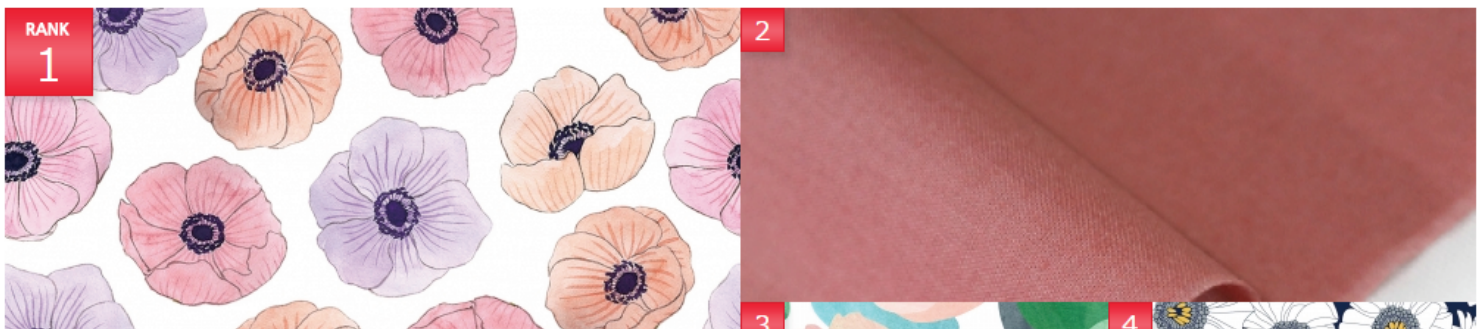
~30% SALE

バレンタインデー 記念・最大30%割引キャンペーン

\*平日: 月曜日 ~ 金曜日 23:00まで すべてのデザイン生地を 20%割引  
\*週末: 土曜日 ~ 日曜日 23:00まで すべてのデザイン生地を 30%割引

2017.02.13 - 02.28

## 今日のランキングデザイン



▲ 자사몰 1호점 사이트 [RealFabric.jp](http://RealFabric.jp) 자사몰이란? 이용사가 직접 별도로 제작한 사이트를 티쿤플랫폼에 연결하여 해외직판에 이용할 수 있는 티쿤 서비스입니다.



● 이용자 사이트 수

이용사 사이트 수	2016년 12월	2017년 1월	2월
본사 직영	6	6	6
애드프린트 내	17	17	17
티쿤	11	12	14
<b>합계</b>	<b>34</b>	<b>35</b>	<b>37</b>

● 플랫폼 접속 및 상품 거래 통계

	2016년 12월		2017년 1월	
	접속 수	비율	접속 수	비율
접속 수	263,590		306,166	
애드프린트	137,893	52%	140,569	46%
애드프린트 외	125,697	48%	165,597	54%
접속자 수	151,354		178,090	
애드프린트	67,898	45%	72,442	41%
애드프린트 외	83,456	55%	105,648	59%
주문자 수	8,810		9,475	
애드프린트	6,242	71%	6,423	68%
애드프린트 외	2,568	29%	3,052	32%
상품 수	26,038		29,625	
애드프린트	20,003	77%	20,758	70%
애드프린트 외	6,035	23%	8,867	30%

● 매출 통계

구분	직영/이용사	상품 / 매출구분(엔)	2016년 12월		2017년 1월		
			사이트명 / 사이트수	매출액	사이트명 / 사이트수	2017-01	전월대비
애드프린트 계열	티쿤글로벌 직영 (6개)	명함	adprint.jp	29,138,024	adprint.jp	29,007,983	99.6%
		스티커	adprint.jp	28,896,710	adprint.jp	25,788,830	89.2%
		懸垂幕	makumaku.jp	12,147,278	makumaku.jp	13,901,186	114.4%
		부직포	adbest.jp	13,651,529	adbest.jp	3,050,735	22.3%
		공기간판	ad-sign.jp	9,583,964	ad-sign.jp	11,009,320	114.9%
		노보리	adflag.jp	4,687,480	adflag.jp	2,224,377	47.5%
		宮糞	adprint.jp	3,050,706	adprint.jp	1,181,226	38.7%
	이용사 (17개)	500만 이상	1	9,600,040	2	14,522,052	151.3%
		400만 ~ 499만	2	8,484,264	0	-	0.0%
		300만 ~ 399만	2	6,398,950	1	3,984,990	62.3%
		200만 ~ 299만	1	2,195,950	2	5,416,311	246.7%
		100만 ~ 199만	7	9,334,675	7	10,661,403	114.2%
		50만 ~ 99만	2	1,166,640	3	2,060,978	176.7%
티쿤계열	티쿤글로벌 직영(1개)	용기	yoki.jp	685,420	yoki.jp	389,315	50.5%
		합계			925,557	135.0%	
	이용사 (7개)	500만 이상	0	-	0	-	-
		400만 ~ 499만	0	-	0	-	-
		300만 ~ 399만	0	-	0	-	-
		200만 ~ 299만	0	-	2	4,579,261	-
		100만 ~ 199만	1	1,009,333	0	-	0.0%
		50만 ~ 99만	1	893,680	1	809,868	90.6%
		50만 미만	9	1,296,907	10	638,894	49.3%
		합계		142,991,860		130,152,286	91.0%

# tqoon.jp는 티쿤플랫폼의 완결판이자 새로운 시작입니다.

- tqoon.jp는 현지화독립몰 플랫폼 3대 개념을 완결한 플랫폼 표현체입니다.
- tqoon.jp의 기본 원리는 공유마케팅 또는 제휴마케팅(affiliate)입니다.
- 개별 독립몰 넷숍과 종합몰 마켓 사이에 교차통로를 만들어 트래픽을 유발하는 것이 관건입니다.

2017년 2월 8일, 종합몰 tqoon.jp가 공식 오픈 했습니다. 오픈이라고 하지만 들여다보면 뼈대만 있습니다. 그냥 집 모양만 갖춰져 있을 뿐 제대로 꾸며진 집도 아닙니다. 허술하기 짝이 없습니다. 그래도 공식 오픈이라고 강조하는 것은 뼈대만 있어도 그 의미가 크기 때문입니다. 뼈대만 만들어지면 나머지는 필요할 때마다 하나씩 붙여나가면 됩니다. 뼈대를 세운 것은 바로 tqoon.jp의 개념을 바로 세운 것과 같고, 티쿤플랫폼의 기본 개념을 바로 세운 것과 같습니다. tqoon.jp는 티쿤플랫폼의 핵심 개념인 3대 개념을 완결한 표현체이며 새로운 시작을 의미합니다.

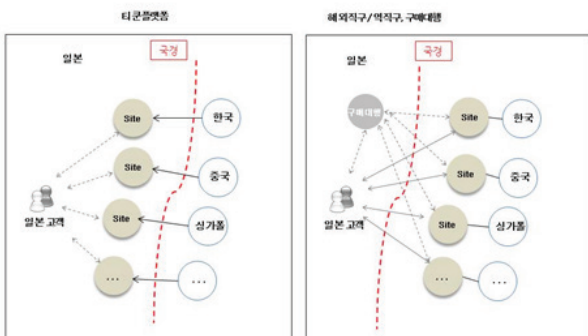
## 1. 티쿤플랫폼과 tqoon.jp 3대 개념

**개념1.**  
티쿤플랫폼은 판매자(Seller)가 국경을 넘습니다.

CBT는 국가간 무역을 말하지만 실제로는 판매자는 자기 나라에서 온라인 쇼핑몰을 차려 물건을 팔고 외국 소비자(Consumer)가 국경을 넘나들며 여러 나라의 물건들을 사는 방식을 지칭합니다. 이 형태를 통상 크로스보더 이커머스(Cross Border E-Commerce)라고 합니다. 각 국가에서는 크로스보더 이커머스를 장려하기 위해 거래 상품에는 관세와 상품세를 면제한다든가, 통관 절차를 간소화한다든가 하는 정책을 시행하고 있습니다. 이와 관련된 대표적인 온라인 쇼핑몰 방식을 해외직구라고 부릅니다.

소비자 편에서 볼인 명칭입니다. 판매자 편에서 보면 역직구 방식입니다. 또는 구매대행 방식입니다. 역직구 방식에서 판매자는 움직이지 않습니다. 그래서 소비자는 여러 가지로 불편합니다. 아무리 사이트를 상대 나라 언어로 잘 꾸며놨다 하더라도 한계가 있습니다. 또 소통도 어렵습니다. 반품 규정도 엄격합니다. 아니 반품할 데가 없거나 있어도 까다롭습니다. 반면에 판매자는 잘 팔지도 못합니다. 몇 가지 브랜드 상품을 제외하면 소비자는 상품을 잘 찾지도 못합니다. 이런

<그림1> 티쿤플랫폼은 판매자(Seller)가 국경을 넘습니다.

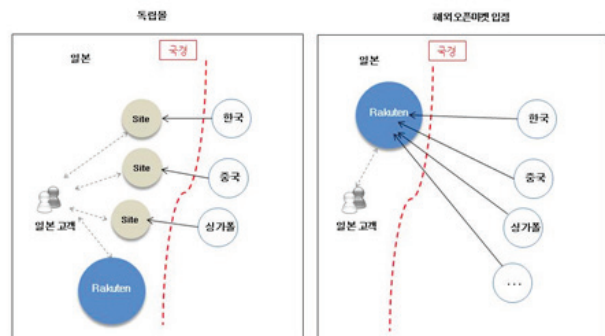


방식에 비해 티쿤 현지화 해외직판은 판매자가 소비자를 찾아 국경을 넘어가서 판매합니다. 현재까지 제공되고 있는 CBT플랫폼으로서는 티쿤 플랫폼만이 이를 가능하게 합니다. 판매자가 국경을 넘어 소비자를 찾아가서 판매하는 방식을 구현하는 것은 아무나 할 수 없고 쉽지도 않습니다. 또 티쿤 플랫폼은 현지화 방식을 채용하고 있습니다. 판매하려는 나라에서 운영하는 본토 사이트와 전혀 구별되지 않는 방식으로 운영합니다. CS도 원활하고 결제 방식도 전혀 다르지 않습니다. 배송도 완벽하게 똑 같습니다. 더구나 한 나라 티쿤플랫폼 안에는 세계 여러 나라의 판매자가 국경을 넘어와, 세계 각국의 경쟁력 있는 상품을 판매합니다. 소비자가 여러 나라를 찾아가는 것이 아니라 여러 나라 판매자가 소비자를 찾아오는 서비스를 구현합니다. 소비자가 여러 나라를 찾지 않아도 자기 나라 안에서 티쿤플랫폼을 통해 세계 상품을 만나게 됩니다.

**개념2.** 티쿤플랫폼은 독립몰로 운영합니다.

판매자가 온라인으로 외국에 물건을 팔려고 하면 먼저 해외오픈마켓을 찾습니다. 쉽게 물건을 등록할 수 있고 사이트를 만들지 않아도 되고 마케팅을 직접 하지 않아도 됩니다. 그러나 단점도 있습니다. 너무 많은 경쟁자가 입점해 있고 자기 고객 관리에도 한계가 있습니다. 그렇다고 누구나 성공할 수 있는 것도 아닙니다. 간접적인 방식이고 오픈 컷에 의존할 수밖에 없게 됩니다. 결국 상품을 팔기 위해서는 오픈 마켓 내에서 온갖 수단들을 동원해야 하고, 하다가 지쳐 포기하고 맙니다. 결국 아무 것도 남지 않습니다. 상품이 판매되더라도 수수료나 간접비가 비싸 영업 이익률이 높지 않습니다. 티쿤플랫폼은 자기 사이트를 자기가 직접 만들어 독립몰로 운영합니다. 내 가게를 내가

<그림2> 티쿤독립몰 vs 해외오픈마켓 입점



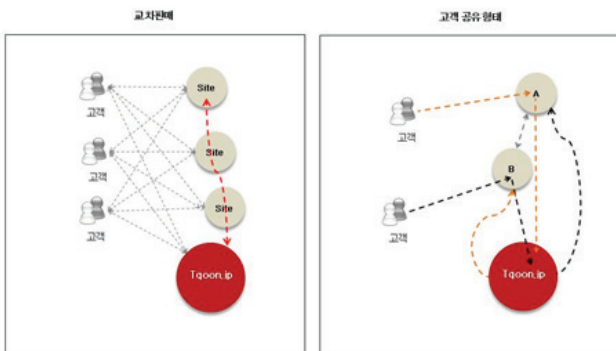


가지는 것입니다. 내가 하기에 달렸습니다. 독자적으로 마케팅을 하고 독자적으로 사용자, 주문자를 관리합니다. 직접 운영하니 누구에게 의존 하지 않습니다. 결과는 내가 다 갖습니다. 해외오픈마켓 입점 에 비해 오히려 매출이 더 많이 발생합니다. 다만 안정적인 매출이 발생할 때까지는 시간과 돈이 들어간다는 점은 단점입니다. 이 단점은 오픈마켓 입점과 비교한 단점이 아니라 모든 사업이 갖고 있는 사업 원리에 다름 아닙니다. 그래서 단점이라고 말하기도 어렵습니다.

**개념3. 독립몰 운영을 방해하지 않고 공유마케팅, 제휴마케팅(affiliate)을 실현합니다.**

이 구조는 교차판매 사이트인 종합몰 tqoon.jp로 완성됩니다. 독립몰로 운영하면 전문성이 강화됩니다. 소비자는 독립 몰에서 오픈마켓보다 훨씬 더 많은 전문 상품을 찾을 수 있습니다. 이 점은 해외 오픈마켓 입점보다 유리한 점입니다. 그러나 독립몰은 소비자 고객을 유입시키는 데는 한계가 있습니다. 단일 상품이거나 단일 카테고리이기 때문입니다. 이 점은 다양한 고객을 모으는 해외 오픈마켓보다 불리한 점입니다. 티쿤플랫폼은 독립몰의 유리한 점인 전문 상품 판매를 방해하지 않으면서 불리한 점인 협소한 고객 pool을 넓은 고객 pool로 만드는 기제를 가지고 있습니다. 바로 공유마케팅, 제휴마케팅입니다. 이미 tqoon.jp의 본보기인 adprint.jp에서는 직영 아이템을 분양하고, 신규 아이템 이용사를 유치해 단일 카테고리로 공유마케팅, 제휴마케팅을 운영해왔습니다. 물론 모사이트인 adprint 내에서 이루어진 공유마케팅이라 tqoon.jp와 약간 차이는 있지만 공유마케팅 성과는 놀랍습니다. 애드프린트 고객을 포함하면 50%의 교차구매를, 애드프린트 고객을 제외하면 8%의 교차구매가 일어났습니다. 놀라운 결과입니다. 이와 똑같이 티쿤플랫폼은 각각 독립몰에서 모은 고객을 유통시키고 교차시켜 서로 공유합니다. 이 구조를 실현시키기 위해서는 독립몰끼리만 해서는 한계가 있습니다. 각각의 독립몰이 모인 종합몰로 만들어야 가능합니다. 이것이 tqoon.jp입니다. 또 이 교차판매는 독립몰 끼리의 방식이고 독립몰이 존재해야 할 수 있습니다. 그래서 독립몰 방식인 티쿤 플랫폼에서만 가능합니다. 독립몰은 독립몰 대로 종합몰은 종합몰 대로 둘다 제각기 판매망을 갖추는 격입니다.

<그림3> 교차판매(공유마케팅/제휴마케팅)



**2. 과제**

**과제1) 개별 독립몰과 종합몰 tqoon.jp와의 교차 통로를 확보하고 트래픽을 증가시키는 것이 관건입니다.**

공유마케팅과 제휴마케팅이 가능하기 위해서는 개별 독립몰 과 tqoon.jp 사이에 교차 통로가 잘 뚫려 있어야 합니다. 이 교차 통로를 통해 서로 들락날락할 수 있어야 합니다. 그 과정에서 트래픽이 활발하게 발생하고 각 사이트 간 유입 수가 증가하고 구매 수가 증가하게 하는 것이 관건입니다. 그러기 위해서는 배너교환, tqoon.jp 출입구 등 독립몰에서 tqoon.jp로 가는 통로를 다양하게 만들어야 합니다. 티쿤은 앞으로 그 방안을 계속 강구해나갈 계획입니다.

**과제2) 다양한 고객 pool 확보 방안을 강구해야 합니다. 1차 방안으로 자국 내 현지 이용사를 유치해서 고객 pool을 확보합니다.**

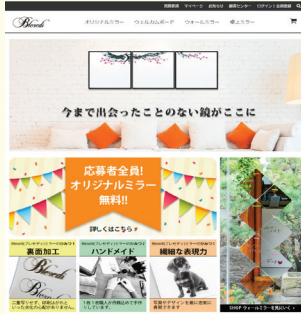
이미 티쿤플랫폼에서는 세계 각국에서 국경을 넘어오는 판매자들 외에 자국 내 현지 이용사들을 유치해서 고객 pool을 확보할 계획을 세워 놓았습니다. 먼저 일본 자국 내 이용사에게 티쿤플랫폼을 오픈하기로 결정했습니다. 일본 자국 내 이용사에 한해 플랫폼 입점비와 이용 수수료를 받지 않고 완전 오픈 플랫폼으로 운영할 계획입니다.

이는 일본 이용사들이 많이 유치해 그 이용사들의 사이트를 이용하는 고객들을 티쿤플랫폼 고객 pool로 확보하기 위한 방안입니다. 또 현지 이용사에게는 실제로 국경을 넘는 프로세스가 없기에 티쿤플랫폼이 제공하는 국경을 넘는 프로세스가 필요 없습니다. 쇼핑물을 구축하는 절차와 비용을 무료로 해주는 대신 tqoon.jp에 소속되는 방식입니다. 일본에 이어 2017년 상반기에는 한국에서도 한국 이용사를 모을 예정입니다. 이 때도 똑같은 방식으로 운영됩니다. 미래에는 세계 각국에서 이 방식으로 자국 이용사를 유치할 계획을 세우고 있습니다. 반면 일본 이용사가 한국이나 싱가포르 국경을 넘어 판매자 로 나설 경우는 물론 수수료를 부과하고 입점비를 받게 됩니다.

**3. 전망**

앞으로 한국, 중국, 싱가포르 등 각국에서 국경을 넘어 일본으로 오는 해외직판 판매자가 늘어나고, 일본 자국내 현지 이용사가 대거 티쿤플랫폼으로 유치되면 tqoon.jp는 티쿤플랫폼의 브랜드가 될 수 있습니다. 더구나 티쿤플랫폼 소속 각각의 독립몰들이 야후재팬과 구글재팬 검색광고, 바이럴 마케팅 등에서 활발하게 광고 활동을 하게 되면 티쿤브랜드는 광범위하게 알려지게 될 것입니다. 그때는 오히려 tqoon.jp로 유입되는 고객들이 더 많아질 것입니다.

## 거울, 포스트잇, 테이프, 디자인 직물 오픈!!



### 거울 인쇄 전문 사이트

Blesedi.jp

거울에 레이저 인쇄로 원하는 이미지를 넣어주는 이미지 거울 인쇄 전문 사이트입니다. 다양한 기성 거울도 판매 하지만, 오리지널 주문 제작 거울 위주로 판매하고 있습니다. 사이트에서 거울 인쇄는 어떤 때 사용하며 어떻게 활용하는 것이 좋은지를 안내하고 있어 고객들에게 좋은 반응을 얻고 있습니다.



(주)스핀락



### 포스트잇 인쇄 사이트

Adfusen.jp

운영사업자가 (주)은창BC로 새로 선정되어 1월에 전문몰로 OPEN 했습니다. 그동안 adprint.jp 내부 상품으로 운영해왔으나 이번에 전문몰로 독립되면서 상품을 다양화하고 홈페이지 콘텐츠도 풍부해졌습니다. 광고 효과도 잘 나오고 있으며, 기존 고객뿐만 아니라 신규고객의 구매가 서서히 진행되고 있습니다.



(주)은창BC



### 테이프 인쇄 전문 사이트

Miraitape.jp

업무용 테이프 전문 사이트입니다. BtoB대상으로 판매하는 상품이기 때문에 고정 판매, 재주문 판매가 특징입니다. 고객획득까지 시간이 걸릴 수도 있지만 꾸준히 성장할 수 있는 상품으로 고객을 확보하면 안정적으로 운영 할 수 있습니다.



MIRAITAPE (주)미래패키지



### 디자인 직물 사이트

Realfabric.jp

고객은 사이트에 등록된 수많은 직물 디자이너의 디자인 패턴을 선택해서 제작할 수 있습니다. 디자이너도 자신의 디자인 패턴을 등록해서 고객들에게 판매 할 수 있습니다. 일종의 디자인뱅크입니다. 일본에서도 드문 형태로 참신한 콘셉트를 살려 마케팅을 하면 좋은 결과가 예상됩니다. 디자이너를 대상으로 홍보 하면 시너지 효과가 더 있어 매력적인 사이트입니다.



(주)서진염직

## 싱가포르 법인 설립

올해 3월에 오픈 예정 싱가포르항 판매를 위해 싱가포르 법인을 설립했습니다. 티쿤 싱가포르, 법인 명칭은 TQOON ASIA Pte.,Ltd 입니다. Pte.,Ltd는 한국의 co.,Ltd와 같은 의미입니다. 싱가포르 법인은 설립 직후부터 카드 심사, 통관, 플랫폼 프로세스 구축에 매우 바쁩니다. 한국에서 일본 대상 판매하시는 이용사께서도 싱가포르라는 새로운 마켓에 눈을 돌려 보시는 게 어떨까요? 상담을 원하시는 분은 동남아본부에 연락을 해주세요.



〈문의〉 티쿤글로벌 동남아본부  
E-mail : webmaster@tqoon.sg  
TEL : 070-8896-0813 / 싱가포르 3152-9008

## 이용사 해외 전시회 참가

애드프린트 애드사인 그리고 하우앤/하우앤기프트, 애드폴리가 2월8일(수)~10일(금)까지 개최된 일본 최대 판촉 전시회 「제55회 프리미엄 인텐시브쇼」에 출전했습니다.  
또 제1회 도쿄 인터내셔널 프리미엄 뷰티 헬스쇼2017로 YOKI사이트가 출전했습니다.  
전자상거래는 손님을 만나지 않고 판매하고 있습니다. 실제 손님을 만나는 것도 신뢰를 얻을 수 있습니다. 손님이 무엇을 원하는지도 알게 됩니다.



## 이용사 설명회 중국과 일본에서도 개최

2월 22일(수)에 일본 오사카, 3월 22일(수) 도쿄 그리고 2월 28일(화)에 중국 상해에서 이용사 모집 설명회를 시작합니다. 중국은 지난 1월 12일 1차 설명회에 이은 두번째 설명회입니다. 이것으로, 한국, 중국에서 일본에 갈 뿐만 아니라 일본의 판매자도 일본 국내에 팔 수 있고, 싱가포르에도 진출할 수 있습니다. 새로운 티쿤의 모습을 보여드리겠습니다.



## 이용사 신상품



### Holico Ribbon - 신상품 리본 부속품

리본판매가 메인 사이트입니다. 이번에 출시된 신상품은 리본 부속품입니다. 1인당 구입 단가를 올리는데도 정말 좋은 상품입니다. 상품 상세 페이지에 어떻게 사용할지를 알려주는 상품 활용법도 상세하게 설명되어 있어 구입 후 활용이 쉬우므로 구입 의욕을 상승 시킬 수 있습니다.

### Adprint 탁상POP

레스토랑이나 커피숍 등 음식점에 적합한 신상품입니다. 테이블 위에 두고 신메뉴나 추천 메뉴를 어필할 수 있습니다. 사업1부는 슝 카드도 취급하고 있으므로 시너지효과가 기대됩니다.



## 이 달의 이벤트

### Admagnet - 추가 무료 제작 실시

**2月スペシャルイベント! 追加無料制作!**

20,000個以上制作時、1,000個無料制作!

10000 + 1000 = FREE

詳しく内容はお知らせをご覧くださいませ。

2만 개 이상 제작시 1,000개를 무료로 제작해주는 이벤트입니다. 실질적으로는 할인입니다만 구입 금액은 낮아지지 않고, 또 2만 개 파는 경우 1,000개를 신규로 만드는 것이 아니므로 제작 가격도 부담없어 효율적인 이벤트입니다.

### Adpoly - 2월 송료무료 이벤트

일본 최대 싱크 탱크에 의하면 인터넷에서 물건을 살 때 가장 중시하는 점은 송료무료라고 하는 설문조사 결과가 나왔습니다. 송료 무료는 고객에게 어필할 수 있는 좋은 마케팅 방법입니다.



### 원고모집

- 월간 티쿤이용사CEO 매거진 편집부에서는 이용사들의 원고를 모집합니다.
- 모집 분야 : 티쿤뉴스 / 이벤트(프로모션) / 신상품소개 / 운영기
  - 접수처 : marketing@adprint.jp / 070-4910-1372
  - 기간 : 매월 말까지

월간 티쿤이용사CEO매거진

기획 및 편집 : 티쿤글로벌 전략기획실  
발행일 : 2017년 2월 15일