

【世界最大級中国向け越境 EC プラットフォーム「<sup>ワンドウ</sup>豌豆プラットフォーム」を運営する Inagora 株式会社】

## アリババグループ『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』と海外初となる業務提携

『<sup>ワンドウ</sup>豌豆公主』で取り扱う1万 SKU の正規日本商品を『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』のショップに提供  
～日本企業がこれまでリーチできなかった10万のショップ・4億人のユーザーに対して商品販売が可能に～

<http://inagora.com/>

中国向け越境 EC プラットフォーム「<sup>ワンドウ</sup>豌豆プラットフォーム」を運営する、Inagora株式会社（代表取締役：翁 永颯 所在地：東京都港区、以下当社）と、中国 EC 最大のインターネットサービス企業「阿里巴巴集团(アリババグループ)」の C to C オンラインショッピングモールの『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』は2016年11月29日（火）に、日本初となる業務提携を発表し、システム連携および日本商品のブランド管理を行うことで、日本企業が『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』の10万もの個人ショップ経由で4億人の中国人ユーザーに販売できる「無在庫販売システム」の構築を実現しました。これにより、日本企業はこれまでリーチできなかった強大な『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』ショップの販売力を活用し、高品質な正規日本商品をより簡単かつ安定的に中国人ユーザーに販売することが可能となりました。



今回のシステム連携により、『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』にある約10万の個人ショップは、予め当社がシステム上に登録した中国で人気の日本商品から中国ユーザーの認知度が低い商品まで、幅広い商品リストから自身の販売したい商品をピックアップし、その承認を得るだけで、販売を行うことが可能となりました。また、在庫・物流システムの連動も行い、保税区の倉庫から商品を直送するシステムを採用することで、『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』の個人ショップは在庫リスクや仕入れ資金の心配をすることなく商品を販売することができます。

徹底したブランド価値の維持に注力する当社が『<sup>ワンドウ</sup>豌豆公主』のために製作した商品詳細情報やコンテンツを活用した商品紹介など、高いクオリティの情報をそのまま『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』のショップ上で自由に利用することができるのもポイントです。『<sup>ワンドウ</sup>豌豆公主』と『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』の2つ厳格なチェックを通過した100%の正規品・ブランドページ・コンテンツが、『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』のサービス全体の信頼度を高めることに加えて、日本企業はブランドイメージを損ねることなく、これまでリーチできなかった層へのアプローチが可能になりました。

また、『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』責任者の石志宏氏は、2016年11月29日に行った記者会見にて「『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』の個人ショップはこれまで正規の日本商品を仕入れるルートやノウハウが無いことに加え、商品データの翻訳やコンテンツ制作の作業も必要になるため、商品ブランドを保ちながら販売することは非常に困難だった。しかし、今回『<sup>ワンドウ</sup>豌豆プラットフォーム』と提携したことにより我々の課題を見事に解決することができた。」とコメントし、本提携によって得られるメリットについて見解を述べました。

## ■業務提携のスキームについて

### 日本のブランドを4億人のユーザーに展開可能に！



## ■業務提携の狙い

「<sup>ブランド</sup>碗豆プラットフォーム」はこれまで「京東(JD.com)」「小紅書(RED)」「考拉(Kaola)」等の中国大手 EC サイトと業務提携をすることで、『<sup>ブランド</sup>碗豆公主』と提携し、出品・出店さえすれば様々なサイトで商品の購入が可能になるマルチチャネル展開を進めてきました。一方で『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』はこれまで日本企業がリーチできなかった約10万のショップと、4億人ものユーザーを抱えており、『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』と提携し、新たなチャネル・販路 とすることで『<sup>ブランド</sup>碗豆公主』経由の流通総額を加速度的に成長させることが可能であると考えております。

また『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』では、個人ディーラーがショップを持つ CtoC のモデルのため、正規の日本商品を仕入れるルートやノウハウが無いことに加え、ブランド価値を保ちながら販売することのハードルが高く、偽造品が出回るなどが大きな課題となっていました。このような背景から、『<sup>ブランド</sup>碗豆公主』との業務提携を行うことで、良質で正規の日本商品を安定して仕入れることが可能となり、偽造品等のイメージを払拭し、ユーザーに対して安心感と信頼感の醸成を行い顧客満足度の最大化を図っていきます。

また今回、当社はシリーズCラウンドとして2,100万ドル（約23億円）の資金調達を実施いたしました。この度の『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購』との日本初のシステム連携の強化をはじめ、「中国現地でのマーケティング強化」、「多角的なコンテンツ制作部隊の人員/設備 増強」、「日本企業向け中国進出 EC コンサルタントの人員増強」などを目的としており、さらなる事業の成長を加速し、今後も良質な日本製商品とライフスタイルを提案する“日中間 No.1の越境 EC プラットフォーム”となることを目指して参ります。

## ■業務提携によるメリット

### 【日本企業側のメリット】

- |                    |  |
|--------------------|--|
| ① 新販路への進出          | : これまでリーチできなかった新たな中国への EC 販路で商品を販売可能に!                                     |
| ② 認知度急速 UP の可能性    | : 『 <sup>タオバオグローバル</sup> 淘宝全球購』にある約 10 万のショップや KOL*ショップからクチコミが拡散する可能性が UP。 |
| ③ ブランド価値を維持し、販売が可能 | : 各種コンテンツはメーカーと協力し製作するため、ブランドイメージをしっかりと伝えることが可能。                           |
| ④ 商品価格のコントロールを実現   | : 物流の一元管理による商品の横流しを撲滅、販売価格は『 <sup>ブランド</sup> 碗豆公主』が管理                      |
| ⑤ 中国人ユーザーの育成が可能    | : 『 <sup>ブランド</sup> 碗豆公主』制作のコンテンツで日本商品のブランドや使い方について知っていただき育成が可能。           |

\*KOL = Key Opinion Leader のこと 個人で強大な影響力を持つパワーブロガー的存在

### 【『<sup>タオバオグローバル</sup>淘宝全球購(タオバオグローバル)』ショップ側のメリット】

- |                    |  |
|--------------------|--|
| ① 日本商品取扱数大幅 UP     | : 『 <sup>ブランド</sup> 碗豆公主』で取扱中の豊富な日本商品群から自由に選択し販売が可能。(仕入れレートが不要)    |
| ② ショップの信頼度 UP      | : 『 <sup>タオバオグローバル</sup> 淘宝全球購』が認証した商品のみ販売が可能。(=100%本物保証による信頼度の醸成) |
| ③ 仕入れも資金もゼロでスタート可能 | : 『 <sup>ブランド</sup> 碗豆公主』との在庫連携により、販売者は在庫リスクを負わずに販売が可能。            |
| ④ 多角的販促コンテンツを利用可能  | : 中国ユーザーに最適化された『 <sup>ブランド</sup> 碗豆公主』のコンテンツを自由に利用することができる。        |
| ⑤ 物流システムの構築・運用が不要  | : 注文後 自動的に『 <sup>ブランド</sup> 碗豆公主』の保税倉庫から中国ユーザーに直接商品を発送。            |

## ■ 『<sup>タオバオ</sup>淘宝网』について

“淘宝 (Taobao)”とは、“見つからない宝物はない、売れない宝物はない”という意味で、アジア・中国で最大のC to C オンラインショッピングモールです。巨大な中国のオンラインショッピング市場において約80%のシェアを占めており、のちに同 Alibaba グループにより設立された「天猫(T-mall)」の4倍にあたる、約4億人の月間アクティブユーザーを抱えています。2015年の流通総額は1兆8,090億元(約35兆円)を記録し、前年対比で約20%と驚異的に成長しているマーケットです。本提携はその越境 EC サービスである『<sup>タオバオグループ</sup>淘宝全球購』との提携となります。

## ■ 『<sup>ワンドウ</sup>豌豆公主』について

中国ユーザー向け 唯一の日本商品特化型ショッピングアプリとして2015年8月のリリース以来、流通総額を急速に伸ばしており、取り扱い商品数は中国で既に人気のアイテムから中国ユーザーの認知度が低い商品まで約10,000商品で、多岐にわたったカテゴリーの商品を取り揃えております。中国ユーザーに日本商品や企業ブランドの魅力を伝え、日本のライフスタイルを提案する多角的なコンテンツ(PGC※1)や、アプリ内の SNS 機能(UGC※2 = プリンセストーク)を通じて拡散できる点が特徴です。

※1: 編集部によるトピックス=企業HPやブランド紹介ページ、編集部制作の記事・動画コンテンツ等

※2: ユーザーによるコメント=ユーザー口コミ情報、サンプリング結果等

## ■ 中国向け越境 EC プラットフォーム『<sup>ワンドウ</sup>豌豆プラットフォーム』について

日本の事業者と中国の消費者を直接結ぶ B to B to C の越境 EC プラットフォームで、日本企業が海外進出時に悩む全ての課題となる「情報の越境」「物流の越境」「決済の越境」すべてを解決する、ワンストップソリューション型プラットフォームです。

日本企業と中国人ユーザー双方の様々な需要を柔軟に汲みとるため、日本企業と「出店」「仕入れ」「独占販売」の3モデルにて提携し、いずれも当社が初期費用・固定費ゼロで中国ユーザー向けに商品の翻訳、物流、決済、マーケティング、顧客対応などの全作業を代行するため、日本企業は当社の日本国内倉庫に商品を配送するだけで、巨大な中国市場に進出することができます。



## ■ 阿里巴巴集団(アリババグループ)概要

- ・ 本社所在地 : 中国杭州
- ・ Co-Founder CEO : ジャック・マー
- ・ URL : [www.alibaba.com](http://www.alibaba.com)

## ■ <sup>インアゴラ</sup>Inagora株式会社 概要

- ・ 本社所在地 : 東京都港区赤坂 4-15-1 赤坂ガーデンシティ 16F
- ・ 代表取締役 : 翁 永颯
- ・ 会社設立 : 2014年12月15日
- ・ URL : <http://inagora.com/>

Inagora 株式会社は、キングソフト株式会社 代表取締役 翁永颯と、美容家であり MNC New York 株式会社 代表 山本未奈子により、2014年12月に設立されました。「ショッピングに国境はない。」という考えのもと、良質な日本製商品をライフスタイル情報とともに提供できる、中国向け越境 EC プラットフォーム「<sup>ワンドウ</sup>豌豆プラットフォーム」を構築しております。「情報の越境」「物流の越境」「決済の越境」という3つの課題全てを解決できるワンストッププラットフォームを通じて、ブランドストーリーや口コミによるユーザー評価、商品の使い方やライフスタイル提案等の「情報」とともに「モノ」を越境させ、中国人ユーザーに良質な日本製商品を提供し続けて参ります。