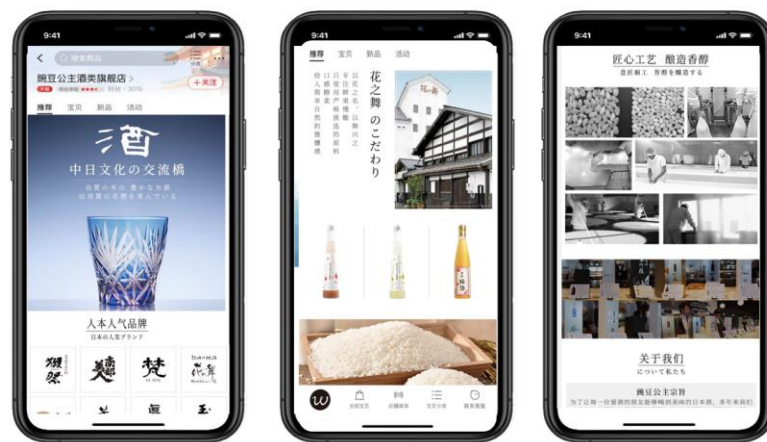


越境 EC 事業を主力に展開するインアゴラ 国税庁「日本産酒類のブランド化推進事業」の連携事業者に選定 ～ 国税庁と共に日本産酒類の中国国内でのブランド化を推進 ～

「ショッピングに国境はない」をスローガンに、中国消費者向け日本商品特化型越境 EC プラットフォーム「豌豆（ワンドウ）プラットフォーム」を運営するインアゴラ株式会社（代表取締役 CEO：翁 永颯 所在地：東京都港区 以下「インアゴラ」）は、このたび、国税庁が取り組む「日本産酒類のブランド化推進事業」にて、応募総数 182 件の中から 24 件の連携事業者の一社として選定されました。



インアゴラが中国国内大手 EC プラットフォーム内に開設している
日本酒を専門に取り扱う旗艦店「豌豆公主（ワンドウ）酒水旗艦店」

「日本産酒類のブランド化推進事業」は、日本産酒類の更なる輸出拡大を目的とし、事業者による海外向けブランド化モデルの構築を国税庁が支援する事業です。

インアゴラは、これまでも、日本酒をはじめとした日本産酒類の中国国内への展開を積極的に行ってきたおり、越境 EC アプリ「豌豆公主（ワンドウ）」での販売に加え、中国国内大手 EC プラットフォーム内での日本酒を専門に取り扱う旗艦店「豌豆公主（ワンドウ）酒水旗艦店」※の開設や、獺祭や花の舞などの日本酒のブランド旗艦店の運営代行、オフラインでの販売など多岐にわたる取り組みを行ってまいりました。

また、販売チャンネルの拡大のみならず、日本酒の歴史や文化、各地方酒蔵のブランドストーリーをコンテンツとして充実させ、中国のお客様にお届けしていく取り組みも行っています。

今回の選定では、実施事業の先進性・独自性および将来性などが評価項目となりました。中国におけるオンライン展開を中心としたインアゴラのノウハウおよび若年層や富裕層を対象としている点などにご期待と評価を頂いたと捉え、中国における日本産酒類のブランド化に一層貢献することを目指します。

今後、インアゴラは本事業と連携し、日本酒を中心とした日本産酒類のほか、酒器などの関連商材も含め、オンラインおよびオフラインを融合し総合的なブランディングマーケティングを行います。

また、この度の新型コロナウイルスの感染拡大により、対面販売に課題が生じている状況において、中国国内のオン

Inagora

ライン販売を提案・強化することで、日本ブランドの販路拡大のサポートを行います。

インアゴラは今後も、より多くの日本商品を中国のお客様に紹介し、日本の商品とライフスタイルを楽しんでいただく場をお届けします。

※：ご参考 「豌豆公主（ワンドウ）酒水旗艦店」は以下 QR コードよりご覧いただけます。



■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
会社設立 : 2014 年 12 月 15 日
代表取締役 CEO : 翁 永胤
URL : <https://inagora.com>

インアゴラ株式会社は、キングソフト株式会社社長 翁永胤（当時）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、中国向け越境 EC プラットフォーム「豌豆（ワンドウ）プラットフォーム」を構築・運営し、ブランドストーリーやユーザーの口コミ、商品の使い方やライフスタイル提案等の「情報の越境」に注力し、中国消費者に良質な日本製商品を提供し続けています。

■中国消費者向け越境 EC プラットフォーム「豌豆（ワンドウ）プラットフォーム」概要

日本の企業と中国消費者を結ぶため、日本企業が海外進出を検討する際に必ず課題となる「情報の越境」「物流の越境」「決済の越境」のすべてを解決する、ワンストップソリューション型の B to B to C 越境 EC プラットフォームです。日本企業と中国消費者間の文化的ギャップを吸収するため、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、他(多)チャンネル展開などの全工程をインアゴラが担います。日本の企業はインアゴラの日本国内倉庫に商品を配送するだけで、国内 EC ショップを 1 店舗追加するよりも簡単に、巨大な中国市場に進出することができます。



■越境 EC アプリ「豌豆公主（ワンドウ）」概要

中国消費者向け日本商品特化型越境 EC 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います。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40,000商品(2017年11月時点)で、多岐にわたるカテゴリーの商品を取り揃えています。中国消費者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