

## 越境 EC 事業を展開するインアゴラ

ウイスキー紹介に特化した KOL の Amber と連携し、11月27日に

「三郎丸」の中国向け限定商品を抖音(Douyin)ライブにて発売開始

～独自のマーケティング手法を展開し、「三郎丸」ブランドの中国での認知浸透を実現～

「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)」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:東京都新宿区 以下「インアゴラ」)は、ウイスキーの深い専門知識を動画とライブで紹介する KOL の Amber と連携し、「三郎丸」の中国向け数量限定商品「三郎丸 2017 HAND FILLED シングルモルト ジャパニーズウイスキー」を 2021 年 11 月 27 日の抖音(Douyin)ライブにて発売を開始しました。抖音(Douyin)ライブの場から販売を開始する背景として、「三郎丸」ブランドのようなクラフトウイスキーの生産本数が少ないことにより、マーケティング資源が限られているという課題があります。これを受け、インアゴラでは、ウイスキーのコアなファンを抱えている KOL を起用することで、巨大な中国マーケットにおいて効率的にターゲットユーザーにリーチするマーケティング手法で活路を見出し、中国のコアなウイスキーファンへの認知拡大を図っています。



11月27日に実施した抖音(Douyin)ライブで「三郎丸」ウイスキーを紹介する KOL

三郎丸蒸留所は、1952年の製造開始以来、連綿と受け継がれてきた製法・材料を生かして今も昔も変わらぬ情熱をもってウイスキーづくりを行っています。比較的小さな蒸留所でありながら、三郎丸ブランドを中心とした複数ブランドを展開しています。その中でも、代表的なシングルモルトウイスキー「三郎丸 0 THE FOOL」は、全世界で2,000本しか発売されていない希少なウイスキーとして注目を集めています。一方で、中国市場では、まだ広く認知されていないブランドです。

抖音(Douyin)は、中国で6億人 DAU (※2) が利用する短尺動画プラットフォームで、中国版 TikTok として知られています。2021年の中国 EC トレンドとして、新しい EC を牽引するライブコマースの代表格となっています。

その抖音(Douyin)で、多くのウイスキー情報を動画という形式で伝え、ファンの支持を得ているウイスキー業界のキー・オピニオン・リーダーの一人が KOL の Amber (フォロワー数:約25万人、アカウント開設2年)です。ウイスキーに特化した KOL として、スコッチウイスキー、そして一部のジャパニーズウイスキーの情報伝達に精通した Amber が紹介することで、彼女のフォロワーをはじめ、ウイスキーのイノベーターでもあるファンに直接その商品の魅力を届けることが可能となります。

インアゴラは、動画やライブで商品を紹介する抖音(Douyin)の場が、より深く情報伝達可能な手法であると考え、複数の KOL と連携して、「三郎丸」ブランドの認知浸透を図っています。今回は、Amber と連携して、数量限定の「三郎丸」ウイスキーの発売にいたりました。インアゴラと Amber との抖音(Douyin)ライブは、2021年8月以降、累計48回配信(うち三郎丸ウイスキー独占ライブ配信は2回)にのぼり、「三郎丸」ブランド単独で合計約133万円(約2,300万円)の売上を達成しております。これら一連の効率的なマーケティング展開の結果、コアなウイスキーファンに情報が伝わり、支持されたことで、大きな販売実績に繋がりました。

# Inagora

このマーケティング手法を成功事例として、今後、ブランディングにおいて、中国未進出ブランドを育成する新しいブランドインキュベーションの形を発信してまいります。加えて、すでに、アリババグループが運営する中国大手 EC プラットフォームの「天猫 (Tmall)」に、ジャパニーズウイスキー初のブランド旗艦店「三郎丸旗艦店」を開設しており、オンライン販売も加速させてまいります。

インアゴラは、今後もまだ中国では知られていない日本ブランドの中国展開を全面サポートし、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。

(※1) 2021年2月に日本洋酒酒造組合より発表された「ジャパニーズウイスキーの基準」に当てはまるシングルモルトで、この基準に当てはまるシングルモルトは、最低でも3年は時間が掛かるとされています。(日本国内で蒸留、熟成したもののみが当てはまり、シングルモルトは3年以上の熟成商品しか名乗れないため)

(※2) 参考リンク：<https://jp.reuters.com/article/china-bytedance-idJPKBN2661HU>

## ■中国向け限定ボトルについて

### 三郎丸 2017 HAND FILLED シングルモルト ジャパニーズウイスキー

原材料：モルト

容量：700ml

カスクタイプ：バーボンバレルファーストフィル

蒸留年：2017年

ボトリング：2021年

熟成年数：4年

アルコール度数：65度



## ■中国市場におけるウイスキー需要について

国税庁が2021年2月に発表した酒類の輸出動向についてのレポートによると、酒類の輸出については、清酒（日本酒）やウイスキー等の日本産酒類の国際的な評価の高まり等を背景に、近年は大きく伸長を続けており、2020年の品目別輸出金額は、ウイスキーが対前年比39.4%増と最も大きな伸びを記録しています。その中でも中国が輸出金額第1位となっており、中国市場でのウイスキー需要が高まっています。

## ■若鶴酒造株式会社と三郎丸蒸留所について

若鶴酒造株式会社は、1862年創業の北陸の富山を代表する酒蔵です。ウイスキー蔵を併設しており、冬に日本酒を仕込み、夏にウイスキーを蒸留。日本酒に加え、希少価値が高く良質なウイスキーを造っています。醸造している日本酒には世界的なイギリスのワインコンクール「IWC」酒部門で受賞実績があるものもあり、世界的にも評価を受けている酒蔵です。三郎丸蒸留所では、1952年の製造開始以来、連綿と受け継がれてきた製法・材料を生かして今も昔も変わらぬ情熱をもってウイスキーづくりを行っています。比較的小さな蒸留所でありながら、三郎丸ブランドを中心とした複数ブランドを展開しており、クラフトジャパニーズウイスキーを生産できる数少ない日本蒸留所として注目を集めている蒸留所です。

## ■中国人気 KOL の Amber について

ウイスキーの深い専門知識を動画とライブで紹介するウイスキーに特化した中国トップクラスの KOL の Amber。

「スピリッツハンターズ」のブランドマネージャーとして活躍し、2年間で世界70以上の蒸留所を巡り、現地での取材に基づいた生の情報を配信。様々なハイクオリティのウイスキーブランドを見つけては商品宣伝を行っています。抖音(Douyin)でのフォロワーは約25万人おり、メインフォロワーは30~40代の都市部の男性で、リピート率は73%を誇ることから、コアなウイスキーファンが多いことで知られています。

# Inagora



ウイスキー紹介に特化した KOL の Amber

## ■若鶴酒造株式会社 概要

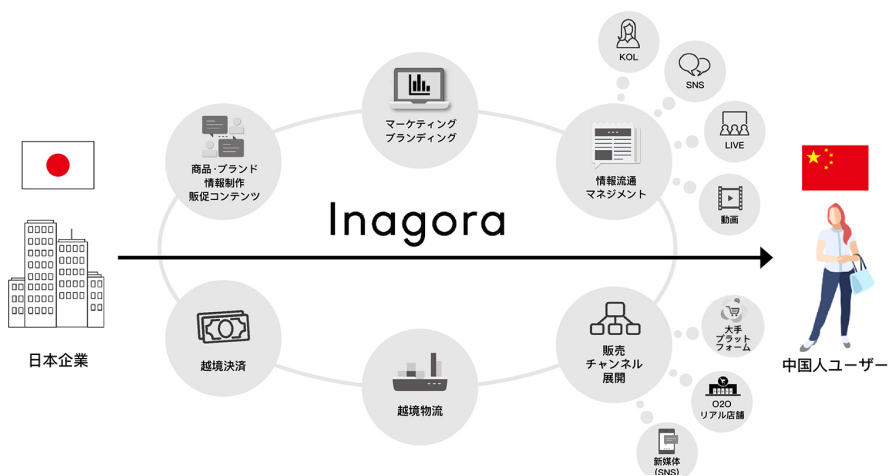
本社所在地	: 富山県砺波市三郎丸 208
創業	: 1862 年
会社設立	: 1918 年 10 月
代表者	: 小杉 康夫
URL	: <a href="https://www.wakatsuru.co.jp/">https://www.wakatsuru.co.jp/</a>

## ■Inagora 株式会社 概要

本社所在地	: 東京都新宿区市谷本村町 1 丁目 1 番住友市ヶ谷ビル 6F
会社設立	: 2014 年 12 月 15 日
代表取締役 CEO	: 翁 永颯
URL	: <a href="https://inagora.com">https://inagora.com</a>

「ショッピングに国境はない」をスローガンに、日本の優れた商品やサービスをインターネットを通じて中国向けに展開する越境 EC 事業、および上記に伴うコンテンツ制作、物流、海外マーケティング、など複合的な付帯事業を行っています。

インアゴラは、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「豌豆 (ワンドウ) プラットフォーム」を運営しています。商品の翻訳、物流、決済、マーケティング、顧客対応、他チャンネル展開などの全工程を担うことで、日本企業と中国消費者間の文化的ギャップを吸収し、日本企業の中国進出をサポートします。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。



「豌豆 (ワンドウ) プラットフォーム」イメージ