

越境 EC 事業を展開するインアゴーラ

量産型・地雷系ファッショント幅広く取り扱う MARS (マーズ) の中国進出を全面サポート

～SNS で Z 世代向けに認知拡大を図ると同時に、中国での販売を本格的に加速～

「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ーラ株式会社（代表取締役 CEO：翁 永飄 所在地：東京都港区以下「インアゴーラ」）は、MARS（販売業者：株式会社モナリザ洋装店 代表取締役社長：内海 美穂 所在地：東京都新宿区以下「MARS（マーズ）」）と提携し、中国の Z 世代向けに量産型・地雷系ファッショント幅広く取り扱う MARS (マーズ) の中国進出を全面サポート～SNS で Z 世代向けに認知拡大を図ると同時に、中国での販売を本格的に加速～

Inagora × MARS



6月19日に実施したライブ配信の様子とアプリ画面のキャプチャ

MARS (マーズ) は、「量産型・地雷系」と言われるムーブメントを牽引し、クオリティの高い世界観で、ガーリーなファッショント幅広く取り扱う MARS (マーズ) の中国進出を全面サポート～SNS で Z 世代向けに認知拡大を図ると同時に、中国での販売を本格的に加速～

量産型と地雷系ファッショント幅広く取り扱う MARS (マーズ) の中国進出を全面サポート～SNS で Z 世代向けに認知拡大を図ると同時に、中国での販売を本格的に加速～

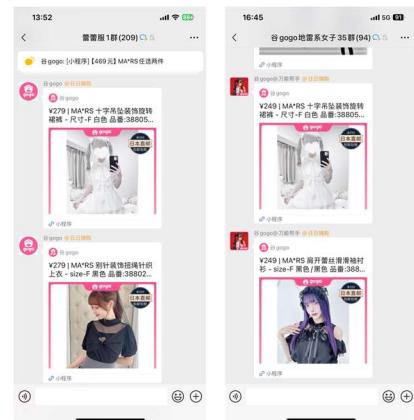
量産型と地雷系ファッショント幅広く取り扱う MARS (マーズ) の中国進出を全面サポート～SNS で Z 世代向けに認知拡大を図ると同時に、中国での販売を本格的に加速～

■ MARS (マーズ) との取組み: SNS マーケティングによる認知度拡大

① WeChat ユーザーグループ運営による認知拡大

中国で最も普及しているソーシャルメディアアプリ「WeChat」内で共通の趣味や興味を持つ人々が集まるコミュニティのユーザーグループを複数活用し、ユーザーグループの運営を行い、日々様々なトピックや商品情報の情報交換を行うことで、認知拡大を図っています。

WeChat ユーザーグループ運営をすることにより、ユーザーとの直接的なコミュニケーションを図ることができ、ユーザーとの関係を深めることができます。



② 小紅書 (Rednote) ブランドアカウントの運営代行

2024年10月より、小紅書 (Rednote) において、MARS (マーズ) のアカウントの運営代行を開始しました。

取組み開始から約8か月で、フォロワー数約2万人、投稿いいね数3.1万を獲得。また、最初に投稿した記事では5139いいね、372のお気に入り登録、731のコメントを獲得しています。記事投稿に加えて、ブランドショップのライブも実施することで、多角的に認知拡大を図っています。

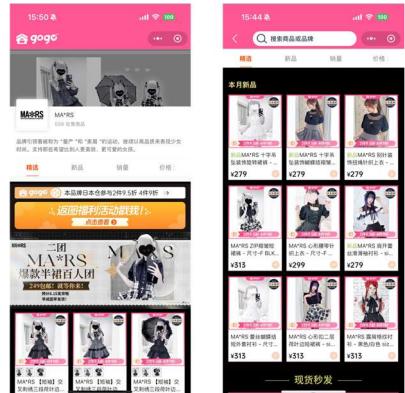


■ MARS (マーズ) との取組み: 複数の販売チャネルでの販路拡大

① WeChat ミニプログラム

中国で最も普及しているソーシャルメディアアプリ「WeChat」内で簡易版のアプリプログラムが利用できるミニプログラムの「谷 gogo」は、累計ユーザー数が66.8万人で、二次元アイテムやロリータファッションなど、Z世代の女性向け商品を幅広く取り扱っています。

このミニプログラム内にMARS (マーズ) のコーナーを設け、商品販売を行っています。



② 小紅書 (Rednote)

中国を代表するライフスタイル共有型SNSアプリの小紅書 (Rednote) の二次元ファッション専門アカウント「谷 gogo」は、フォロワーが22.7万人近くおり、投稿いいね数が19.5万を獲得しているアカウントです。

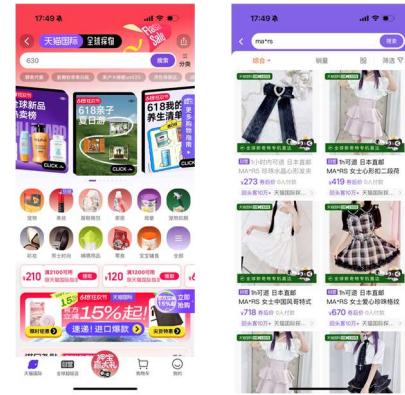
このアカウントにMARS (マーズ) の店舗を設け、二次元ファッションのファン向けに、毎日10時間のライブ販売を実施しています。



Inagora

③ Tmall 国際

アリババグループが運営する中国最大の越境 EC プラットフォーム「Tmall 国際」でも購入することができます。



■消費力ある若い世代のユーザーにフォーカス

中国の若者は経済の不透明感を背景に、以前のような「爆買い」から変化し、より合理的でパーソナルな価値観に基づいた消費行動を取っている傾向にあります。中国の市場において、「95後（1995年から1999年生まれ）」と「00後（2000年代生まれ）」が徐々に消費の中心層になり、消費の新たな変革を引き起こしています。（※1）こうした中国の若者の消費傾向として、「低欲望」時代でも「自分のため」にはお金を使うという特徴があります。お小遣いという範囲の中で、自分の満足度を最大限に高めるための消費を追求しています。全体的な消費マインドが減退している中でも、中国の若者は自己満足や生活の質を高めるための消費には積極的です。スキンケア、フィットネス用品、趣味（アニメ、ゲームなど）、旅行、ヘルスケアなど、自分を楽しませたり、ストレスを解消したりする商品やサービスへの支出が顕著です。（※3）

インアゴーラは、今後もより多くの日本商品を海外のお客様に紹介し、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 : <https://j.people.com.cn/n3/2021/1229/c94476-9938713.html>

※2 : <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGM09B6B0Z00C24A9000000/>

※3 : <https://www.youzanjapan.com/trendforecast>

■株式会社モナリザ洋装店 概要

本社所在地	：東京都新宿区新宿3丁目22番6号
会社設立	：1947年7月
代表取締役社長	：内海 美穂
事業内容	：レディースファッショングの企画・販売
URL	： https://lilimpark.jp/

■Inagora 株式会社 概要

本社所在地	：東京都港区芝四丁目1番28号 PMO 田町 III ビル 2F
会社設立	：2014年12月15日
代表取締役 CEO	：翁 永飄
URL	： https://inagora.com

「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。

インアゴーラは、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ー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。

