

中国 Z 世代のトレンドを逃さない！越境 EC 事業を展開するインアゴーラ

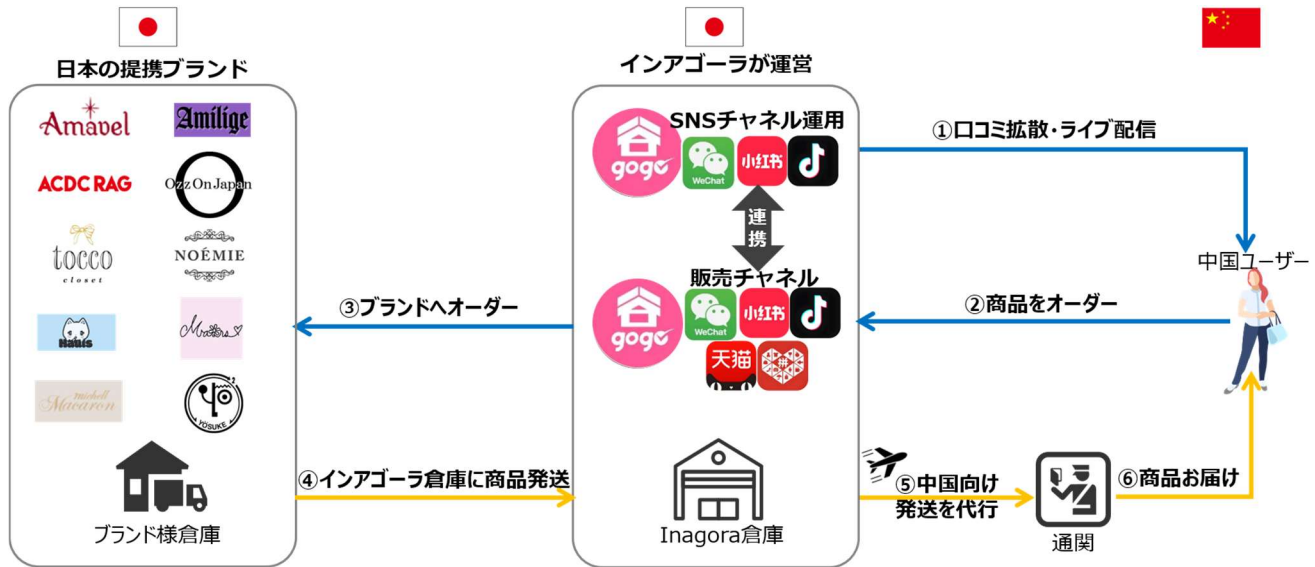
中国で主要な SNS・ECプラットフォームを網羅した日本ファッションの販売インフラを構築

～アパレル企業の中国進出障壁を解消し、マルチプラットフォーム販売体制により日本ブランドの流通を最大化～

「ショッピングに国境はない」をスローガンに、中国向け越境 EC 事業を展開するインアゴーラ株式会社（代表取締役 CEO：翁 永胤、所在地：東京都港区、以下「インアゴーラ」）は、日本のファッションブランドを中国の若年層に届けるため、SNS での認知獲得から EC 販売、物流までを一気通貫でカバーする販売インフラを構築し、中国展開支援を本格始動いたしました。

従来のハイブランド志向から「自分らしさ」を表現できる日本発のファッションへシフトする中国の若者市場を背景に、インアゴーラは WeChat ミニプログラム上で若者ファッション専門アカウント「谷 gogo」を開発。現地で確かな需要と手応えを得たことから、このたび主要プラットフォームへと販売網を大きく拡張し、天猫 (Tmall) 小紅書 (RED) 抖音 (Douyin) 拼多多 (Pinduoduo) など、中国主要 EC プラットフォーム上に「谷 gogo」店舗が開発いたしました。これにより、提携ブランドは国内のインアゴーラ倉庫へ商品を納品するだけという極めてシンプルなオペレーションで、インアゴーラを通じて中国の主要な B2C チャネルを網羅し、巨大な若者市場へスピーディーに進出、かつ戦略的にアプローチすることが可能となります。また、このマルチプラットフォーム販売体制におけるシナジーと販売効率を極限まで高めるべく、現地のトレンド発信地である『小紅書 (RED)』や『抖音 (Douyin)』の SNS 運用代行オプションも用意。認知から購買までをシームレスに繋ぐ体制を強化しています。

すでに、国内の Z 世代に絶大な人気を誇るアパレルブランド NOÉMIE (ノエミー) MA*RS (マーズ) YÖSUKE U.S.A (ヨースケ) などの現地販売をスタートしており、早くも一定の売上実績を上げています。



若者ファッション専門アカウント「谷 gogo」のストラクチャー

■ 本インフラの概要

インアゴーラが構築した「谷 gogo」ネットワークは、中国市場への進出を検討する日本のアパレル企業に向けた、リスクを最小限に抑えつつ効果を最大化する包括的な販売インフラです。本インフラは主に以下の3つのコア機能で構成されています。

① 中国の主要チャネルを網羅する「マルチプラットフォーム販売」

現在の中国 EC 市場は、ユーザーのタッチポイントが激しく分散 (断片化) しています。インアゴーラは、若者ファッション専門アカウント「谷 gogo」を通じて、以下の主要 B2C プラットフォームへのマルチチャネル出店を一元化しました。

網羅する主要チャネル：WeChat ミニプログラム、天猫 (Tmall)、小紅書 (RED)、抖音 (Douyin)、拼多多 (Pinduoduo) など

Inagora

これにより、日本企業は個別の出店審査や煩雑なシステム構築を経ることなく、中国の巨大な若者市場全体へスピーディーかつ戦略的にアプローチすることが可能となります。

② 国内取引同様の手軽さを実現した「シンプルな物流スキーム」

海外展開において多くの日本企業が直面する「複雑な通関手続き」や「高い国際物流コスト」の壁を解消しました。
アパレル企業側のオペレーション：受発注に基づき、日本国内にあるインアゴーラ倉庫へ商品を納品するだけです。
その後はインアゴーラが国内の物流拠点から直接発送を行うため、受注から最短5日で中国の消費者のもとへ商品をお届けすることが可能です。日本のアパレル企業様は、国内販売と全く変わらない手順で業務が完了するため、海外専用の物流網や特別なオペレーションチームを用意する必要はありません。複雑な輸出入通関、現地配送、カスタマーサポート（CS）にいたるまで、すべてインアゴーラが代行いたします。さらに、受注の都度、自社在庫を国内移動させるスキームのため、過剰在庫を抱える心配がありません。海外進出に伴う初期投資や過剰在庫のリスクを大幅に削減できます。

③ 販売効果を最大化させる「SNS 運用代行（オプション）」

マルチプラットフォーム販売体制におけるシナジーと販売効率を極限まで高めるため、現地のトレンド発信地である「小紅書（RED）」や「抖音（Douyin）」の SNS 運用代行オプションを用意しています。中国の若年層の消費行動は、SNS での認知から購買へと直結するケースが主流です。インアゴーラの専門チームがブランドの世界観を活かした中国でのマーケティング・情報発信を代行することで、「SNS での話題化（認知）」から「複数プラットフォームでの受け皿（購買）」までをシームレスに繋ぎ、参画ブランドの売上最大化に貢献します。

■ 背景：中国市場の「複雑化・断片化」と、日本ブランドが直面するリソースの壁

多様化する中国の SNS・EC プラットフォームと消費行動

現在の中国における若年層（Z 世代）の消費行動は、1つの巨大 EC プラットフォーム内で完結する時代から、複数のアプリを横断する形へと激しく細分化（断片化）しています。口コミやトレンドの収集は「小紅書（RED）」、ショート動画やライブコマースは「抖音（Douyin）」で行われ、実際の購買先は「天猫（Tmall）」「拼多多（Pinduoduo）」「WeChat ミニプログラム」など、多岐にわたるプラットフォームに分散しています。中国市場で認知を広げ、確実な売上に繋げるためには、これら多数のチャンネルへ同時に、かつ最適化されたアプローチを行う「立体的な展開」が不可欠となっています。

日本アパレル企業を阻む「人的リソースとノウハウ」の限界

しかし、この立体的な対応を日本ブランドが単独で行うには、非常に高いハードルが存在していました。

- **個別対応の煩雑さ**：プラットフォームごとに異なる出店審査、独自のシステム運用、現地特有のプロモーション手法など、それぞれ個別に対応しなければならない。
- **多大な運用負荷**：現地語での高度な SNS 運用やマーケティング、さらに複雑な海外物流の手配、通関手続き、現地でのカスタマーサポートが必要。

これらの業務を網羅するには膨大なコストと専門知識が必要であり、多くの日本企業にとっては「現地市場に大きなポテンシャルを感じつつも、社内の人的リソースやノウハウが不足しており、対応しきれない」という大きな課題となっていました。

インアゴーラが提供する「一気通貫型インフラ」という解決策

こうしたアパレル企業の課題を解消すべく、インアゴーラはこれまでに培った越境 EC のノウハウを結集し、SNS での認知獲得から、複数 EC での販売、国際物流・通関までをシームレスに統合した「一気通貫型の販売インフラ」を構築いたしました。日本ブランドは、個別のチャンネル運用や複雑な海外物流にリソースを割くことなく、「谷 gogo」のインフラに参画するだけで、中国市場におけるあらゆるタッチポイントを網羅した立体的な戦略を即座に実行可能となります。

これにより、自社リソースを最小限に抑えながら、安全かつ最も効率的な形で中国市場への進出と流通機会の最大化を実現いたします。

この一気通貫型の販売インフラの本格始動により、日本のアパレル企業はこれまでボトルネックとなっていた人的リソースや現地運用の壁をクリアし、自社のクリエイティブや商品開発に集中したまま、巨大な中国市場へダイレクトにその魅力を届けられる環境が整いました。現在、この「谷 gogo」インフラを活用し、中国の Y/Z 世代に向けて新たな一歩を踏み出している、日本の若者カルチャーおよびファッションシーンを牽引する提携ブランドは以下の通りです。

Inagora

■ 提携ブランド一覧（五十音順・一部抜粋）

インアゴラが運営する「谷 gogo」ネットワークでは、日本のZ世代・若者カルチャーを牽引する以下の強力なブランドと提携し、中国市場へ日本ファッションの魅力をダイレクトに届けています。

・ Amavel (アマベル)

「お人形さんみたいになりたい」という女の子の願いを叶える、クラシカルでロマンティックなスタイルを提案。リボンやレース、フリルをあしらった、ドリーでフェミニンな世界観が多くのファンを魅了しています

・ Amilige (アミリージュ)

「病み可愛い（病みかわ）」をコンセプトに、ピンクとブラック、リボンとスパイクなど、相反する要素を融合させたダークかつポップな世界観が世界中で熱狂的人気を誇るサブカルストリートブランド

・ ACDC RAG (エーシーディーシー ラグ)

「原宿系」を全世界に発信し続ける40年以上の歴史を持つ原宿発のレジェンドブランド。パンク、ロック、ゆめかわ、病みかわ、和洋折衷など、枠にとらわれない独創的なデザインが世界中のサブカルファンから熱狂的に支持されています

・ OZZ ON JAPAN (オッズオンジャパン)

独自の和・アジアンテイストに、ゴシック、スチームパンク、ファンタジーなどの要素を融合させたプレミアムなブランド。刺繍や繊細なデザインによる、オリジナリティ溢れる世界観が国内外で熱狂的な支持を集めています

・ TOCCO (トッコ / tocco closet)

おしゃれを愛する女性に向け、程よくトレンドをミックスした上品で愛らしいフェミニンスタイルを提案。デイリーからオフィスシーンまで使える華やかなアパレルを展開する人気ブランド

・ NOÉMIE (ノエミー)

地雷系・量産型からサブカルカルチャー、ゴシック・パンク系まで、日本の最新トレンドを「カワイイ」の世界観に落とし込み、独自の個性を放つ人気アパレルブランド

・ Hauls (ハウルズ)

インフルエンサープロデュースによる、現代の若者のリアルなトレンドと“欲しかった”を絶妙に形にしたデザインが特徴。SNS世代から圧倒的な共感と支持を集める次世代ファッションブランド

・ MA*RS (マーズ)

「お姉様系」「量産型」「地雷系」など、女性の美しさと可愛らしさを最大限に引き出す、艶やかでエッジの効いた独自のデザインが熱狂的な支持を集めるアパレルブランド

・ michellMacaron (ミシェルマカロン)

「フレンチガーリー」や「王道量産型」をベースに、女の子の“可愛い”をぎゅっと詰め込んだ、甘く上品な世界観でZ世代の心を掴むフェミニンアパレルブランド

・ YÖSUKE U.S.A (ヨースケ)

圧倒的な存在感を放つ厚底スニーカーやブーツを展開し、ストリートやサブカルファッションのスタイリングに欠かせない、日本の足元カルチャーを代表するフットウェアブランド

Inagora

■ 展開プラットフォーム一覧

インアゴラは、中国の主要プラットフォームに若者ファッション専門アカウント「谷 gogo」の旗艦店を開設することで、ターゲットやカテゴリーに最適化した以下 5 プラットフォーム（7 店舗）を運営しています。

プラットフォーム	ショップ名	特徴・戦略
小紅書 (RED)	谷 gogo ファッション店	アパレルに特化し、トレンドに敏感な若者へ日本ファッションの魅力を発信
小紅書 (RED)	谷 gogo 海外店	ライフスタイル全般のアカウント。ブランドの世界観を包括的に提案
抖音 (Douyin)	谷 gogo 海外旗艦店	旗艦店として、ライブコマースを通じた爆発的な販売力を発揮
抖音 (Douyin)	Inagora バッグ専門店	アパレル以外に需要の高いバッグカテゴリーを専門に展開
WeChat (微信)	谷 gogo (ミニプログラム)	自社 CRM としてリピーター育成やダイレクトな顧客接点を構築
Tmall (天猫)	谷 gogo 海外専門店	中国最大の EC モールで、高い信頼性と安定した物流を提供
拼多多 (Pinduoduo)	谷 gogo 海外専門店	圧倒的なユーザー数を誇るプラットフォームで幅広い層へリーチ

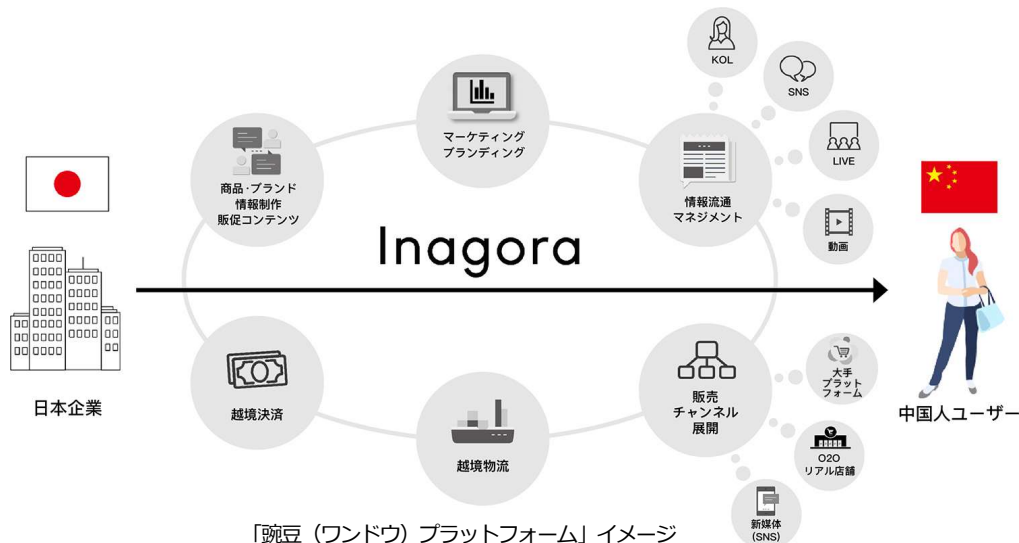
インアゴラは今後も、日本のアパレルブランドが持つ独自の価値を中国の消費者に届ける架け橋として、さらなるプラットフォーム連携の強化とサービスの拡充に努めてまいります。

■ Inagora 株式会社 概要

本社所在地 : 東京都港区芝四丁目 1 番 2 8 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 永颯
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