

## 越境 EC 事業を展開するインアゴラ

### メンズコスメブランド「NULL (ヌル)」の中国オンライン展開を全面サポート

～ 日本の高品質のメンズコスメを中国のお客様へ ～

「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 永飜 所在地 : 東京都港区 以下「インアゴラ」) は、株式会社 G.O ホールディングス (代表者 : 川下 竜彦 所在地 : 大阪府大阪市) が展開するメンズコスメブランド「NULL (ヌル)」の全商品 16sku の取り扱いを開始いたします。

8月3日 (月) より中国向け越境 EC アプリ「豌豆公主 (ワンドウ)」において取り扱いを開始、加えて9月18日 (金) より、中国国内大手 EC プラットフォームにおいて旗艦店を開設し、販売を開始いたします。



ヌル BB クリーム



ヌル除毛クリーム



ローランデル×ヌル THE BLACK BB



NULL は、「全ての男性を美しく」をコンセプトに、2013 年に設立された日本発のメンズコスメブランドです。女性とは大きく異なる男性の肌質・毛質・肌色を徹底的に研究し、最先端の日本のテクノロジーを駆使した商品開発を行っています。

ブランド累計販売数は 100 万本を突破し、主力製品であるリムーバークリームは累計販売数 60 万本 (Amazon ビューティーランキング No.1 獲得)、また BB クリームは累計販売数 25 万本を突破 (Amazon BB クリームカテゴリー 2 年連続 No.1 獲得) しています。Loft、東急ハンズ、ドン・キホーテなどのオフライン店舗へも販路を広げており、メンズコスメブランドとして日本でトップクラスの実績を持っています。

また、2019 年 12 月からは、「現代ホスト界の帝王ローランド」が手がけるブランド「ROLANDE (ローランデル)」とのコラボ商品の展開を開始したことで注目を集めています。

インアゴラは、近年、中国で男性用化粧品市場が拡大してきていることを受け、成分・容器ともに日本製にこだわり、男性特有の悩みにもしっかりアプローチする NULL の商品を中国のお客様にお届けすべく、このたび取り扱い開始に至りました。インアゴラは今後、NULL 商品の中国国内オンライン展開を全面サポートし、オンラインでの販売代理店の役割を担います。

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。

# Inagora

## ■株式会社 G.O ホールディングス 概要

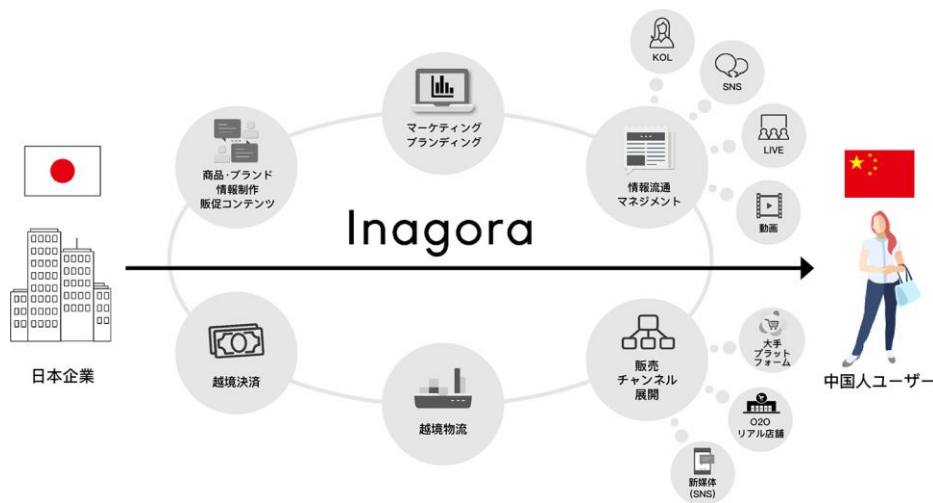
本社所在地 : 大阪府大阪市東淀川区東中島 1-6-14 新大阪第 2 日大ビル 10 階  
会社設立 : 2011 年 5 月  
代表者 : 川下 竜彦  
URL : <https://go-hd.jp/>

## ■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

## ■越境 EC アプリ「豌豆公主 (ワンドウ)」概要

インアゴラが自社で開発・運営する越境 EC ショッピングアプリ。中国国内唯一の日本商品に特化した品揃えで、インターネットを通じて中国のお客様に日本の商品やサービスを販売しています。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40,000商品 (2017年11月時点) にのびります。中国消費者に日本商品や企業ブランドの魅力を伝えるため、ブランドストーリーを紹介する動画や、商品紹介ページ・使い方の説明動画、特集記事等を丁寧に制作し、多角的で深いコンテンツを制作・提供できる点が特徴です。



iPhone 版はこちら



Android 版はこちら