

## 越境 EC 事業を主力に展開するインアゴラ

### 5月31日(金)に「ママバター」のブランドキャンペーン「Brand Day」を実施

#### ～6月に実施するビッグセールイベント「仲夏盛典」へのプレキャンペーン～

「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 永胤 所在地：東京都港区 以下「インアゴラ」）は、株式会社ビーバイ・イー（代表取締役 小原澤 恵美、所在地：東京都港区）が展開する「ママバター」のブランドキャンペーン「Brand Day」を中国向け越境 EC アプリ「豌豆公主（ワンドウ）」にて5月31日（金）に実施します。



ママバター商品を試す KOL



シンシアガーデンにてスパサービスを体験する KOL

中国の通販市場において、6月中旬は11月11日の「独身の日」に次ぐ活況な時期です。

インアゴラはこの時期に合わせて、6月16日（日）から6月18日（火）まで「豌豆公主（ワンドウ）」アプリにて「仲夏盛典（チョンシアションディエン）」（意訳：真夏の祭典）と題したビッグセールイベントを開催します。

ブランドキャンペーン「Brand Day」は本イベントをより盛り上げるためのプレキャンペーンとして実施し、日本の優れたブランドを掘り下げてお客様にご紹介します。

第一弾となる5月31日（金）は、ナチュラルコスメ「ママバター」にフォーカスします。

ママバターは、天然の高品質なシアバターをふんだんに配合し家族みんなで使い続けられる、中国のママユーザーからの人気が高まりつつあるブランドの一つです。

ママバターブランドの本質的な魅力を中国のお客様により深くお伝えすることを目的に、中国 北京在住のママ KOL 陶然 Ida さん<sup>\*</sup>が、ママバターの直営店となる東京 表参道のシンシアガーデンを訪問し、スタッフインタビューやスパサービスを通じてブランドの世界観を体験しました。この撮影動画を「豌豆公主（ワンドウ）」アプリにて公開します。

また、より多くの中国のお客様にママバター商品をラインナップでお試しいただくため、5月31日（金）一日限定で、「豌豆公主（ワンドウ）」アプリにてママバター商品を2点お買い上げで25%、4点お買い上げで30%の割引を行います。さらに、ママバターの人気商品をセットにした199円と299円の2種類の福袋を限定販売します。

引き続き、ビッグセールイベント「仲夏盛典（チョンシアションディエン）」に向けて34名のKOLを起用し、約20の厳選した日本のブランドを対象に、その人気の理由やおすすめ商品、使用方法などを中国のお客様へわかりやすくお伝えするプレキャンペーンを展開します。

インアゴラは今後も、中国のお客様に日本の商品および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

※KOLは、Key Opinion Leader（キーオピニオンリーダー）の略称で、中国のSNS上で影響力の高いアカウント、いわゆるインフルエンサーを指します。

陶然 Idaさんは、マタニティ、ファッション、コスメカテゴリーにおいて、25才から35才の女性から支持を集めている人気KOLです。Weiboのフォロワー数は107万を突破し、中国では多数の有名バラエティ番組でレギュラーを務めています。

## ■株式会社ビーバイ・イー 概要

本社所在地 : 東京都港区南青山 4-12-1 フェリス南青山 201  
会社設立 : 2004年12月24日  
代表取締役 : 小原澤 恵美  
URL : <https://www.bxe.co.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 永飜  
URL : <http://inagora.com>

インアゴーラ株式会社は、キングソフト株式会社社長 翁永飜（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」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の商品やサービスを提供し続けています。

## ■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」概要

日本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、日本商品に特化した越境 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、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ーラが担います。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、巨大な中国市場に進出することができます。



## ■「豌豆公主（ワンドウ）」アプリ 概要

中国消費者向け日本商品特化型越境 EC アプリとして2015年8月のリリース以来、流通総額を伸ばしています。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<sup>\*1</sup>)やアプリ内の SNS 機能(UGC<sup>\*2</sup>=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