

トレンド Express、シリーズ B ラウンドにて 7 億円の資金調達を発表 ～過去累計調達額は 12.8 億円に～

中国を中心とする消費者ビッグデータをベースにクロスボーダーマーケティング及び越境 EC 事業を行う株式会社トレンド Express（東京都千代田区、代表取締役社長 濱野智成、以下：トレンド Express）は、日本郵政キャピタルをリード投資家としたシリーズ B ラウンドの資金調達を実施することをお知らせいたします。

本ラウンドでは日本郵政キャピタルの他、既存投資家である米系 VC の DNX Ventures をはじめとした複数の投資家が資本参画いたします。このたびの調達資金によって、より一層の事業成長につなげるべく、消費者ビッグデータをベースとした新規プロダクトの開発や人員強化、越境 EC 事業の加速、M&A 等を推進してまいります。さらには、国内随一のリソースを保有する日本郵政グループとの事業連携を図り、事業拡大へとつなげてまいります。



前川 雅彦氏、日本郵政キャピタル株式会社 常務取締役 最高投資責任者

「トレンド Express 社は、今後日本が人口縮小の課題にさらされる中、中国を中心とするグローバルに日本企業が進出する際に欠かせない存在になることを使命に、業界トップの実績で事業成長しております。その成長性と日本郵政グループとの事業連携によるさらなる事業成長に期待して、投資決定を行いました。トレンド Express の経営陣及び既存株主や新規で参画される投資家の皆さんと共に、トレンド Express の企業価値の最大化を支援して参ります。」

倉林 陽氏、DNX Ventures Managing Director

「トレンド Express 社の強みであるビッグデータ分析技術を核とした中国市場向けマーケティングサービス事業は、Series A 投資を実行した 2 年前から急拡大を続けています。今回の Series B で調達した資金を活用し、既存事業の更なる成長と、新規サービスのリリースを実現し、業界のリーダーとしての地位を確固たるものにして頂きたいと思っております。」

濱野 智成、トレンド Express 代表取締役社長

「このたびは、新たに強力な投資家の方々を迎え入れ、さらなる事業成長に向けた資金調達を行うに至りました。日本の人口縮小に伴う課題は、想像を超えるインパクトを与えると予測しており、外需を取り込むための日本企業のグローバル展開は必至の状況だと考えています。まだまだ成功モデルが少ない海外向けのマーケティングやコマース市場を切り拓き、業界のリーディングカンパニーとして日本企業が世界で勝るための貢献に引き続き全力を尽くして参ります。」

資金調達背景

人口縮小社会に突入する日本企業は、外需を取り込むべく、より一層のグローバル展開が求められます。このたびの資金調達により、近年急成長しているインバウンド消費市場や越境 EC 市場を日本企業が有効に取り込むこと、さらには直接海外に販路を拡大するサポートを強化してまいります。トレンド Express は、「人と世界をつなぐ～データの可能性を追求し、グローバルビジネスに成功を～」をミッションに、この 30 年で世界での活躍が少なくなった日本企業が世界で勝つための支援を行うべく、事例の乏しい海外市場向け事業支援の先駆者として、市場拡大と業界牽引を図ってまいります。

直近の事業概要

トレンド Express は、2015 年 11 月の設立以来、中国の SNS などのクチコミビッグデータから抽出した消費者インサイト（潜在ニーズ）に基づく分析サービスやプロモーションサービスを通じて、ナショナルブランドを中心とした日本企業約 300 社の中国進出や中国でのマーケティング活動を支援してまいりました。また 2018 年から、日本商品の「爆買いブーム」の火付け役と言われる日本在住中国人ソーシャルバイヤーをプラットフォーム化した越境 EC サービス「越境 EC X（クロス）」を立ち上げ、成長著しい約 1 兆 6 千億円の日本-中国間の越境 EC 市場（*1）に参入しております。さらに、本年 7 月からは中国内陸部の小売企業と事業提携し、OMO(Online merged offline)市場へ参入。日本企業の中国事業支援のリーディングカンパニーとして、事業展開の幅を拡張しております。

国際機関 OECD(経済協力開発機構)の発表するデータ(*2)によれば、今後の世界に占める中間所得層の消費シェアは欧米からアジアにシフトしていき、中国やインドを中心とした「アジアの時代」に突入します。同じ東アジアに位置し、世界で最も人口の多い巨大国である中国の消費を取り込むことは、日本企業にとって命題でありながら成功事例は多くありません。トレンド Express は、中国の消費者ビッグデータを有効に活用して、日本企業の中国事業展開を成功させることを皮切りに、高成長が見込める他のアジア諸国への進出支援事業にも参入を検討してまいります。

(*1 出典：令和元年 5 月 経済産業省 平成 30 年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査） *2 出典：OECD 世界の中間所得者層の購買力比較（2000～2050 年）

【株式会社トレンド Express 会社概要】

トレンド Express HP <https://www.trendexpress.jp/>

所在地	東京都千代田区富士見一丁目 3 番 11 号 富士見デュープレックスビズ 5 階
代表取締役社長	濱野 智成（はまの ともなり）
事業内容	世界各国のソーシャルビッグデータを使ったマーケット調査・分析
	インバウンド消費に関する需要予測 海外消費者のインサイト分析 企業のブランド調査・競合調査 マーケティング戦略策定分析等
	ソーシャルビッグデータ分析を基にした PR 及びプロモーション
	中国向けマーケティングメディア「中国トレンド Express」の編集・発行 https://cte.trendexpress.jp/blog/
	越境 EC 支援（販売、CS 対応、物流、プロモーション、「越境 EC X（クロス）」の運営）

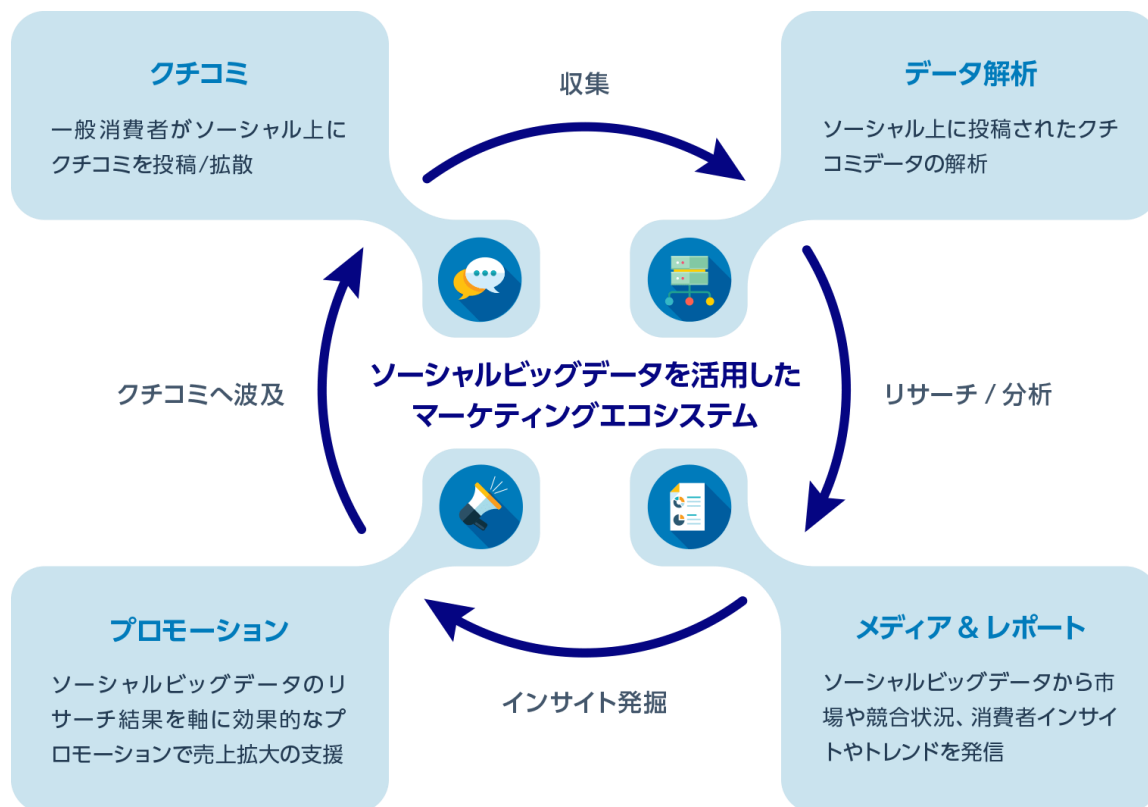
【主な沿革】

- 2019年7月 中国内陸部・長沙市の小売ブランド「SN'SUKI（エスエヌ スキ）」運営企業と提携
- 2019年5月 ソーシャルバイヤーの販売活動支援アプリ「World X」発表
- 2019年2月 中国消費者向けに動画コンテンツを制作し、SNSで拡散するサービス「トレンド MOVIE」発表
- 2018年11月 ソーシャルバイヤーと日本企業の大規模商談会イベント「ソーシャルバイヤーEXPO」初開催
- 2018年4月 中国のソーシャルコマース「微店（ウェイ ディエン）」運営企業と提携し、「越境 EC X（クロス）」発表
- 2017年11月 Draper Nexus Venture Partners II, LLC(カリフォルニア州サン・マテオ)ほか2社を割当先とした、1.8億円の第三者割当増資を実施
- 2017年2月 中国のSNS上のクチコミ分析を活用したプロモーションサービス「トレンド PR」発表
- 2017年1月 株式会社ホットリンクから分社化
- 2015年11月 株式会社ホットリンク（東証マザーズ 3680）の新規事業として立ち上げ

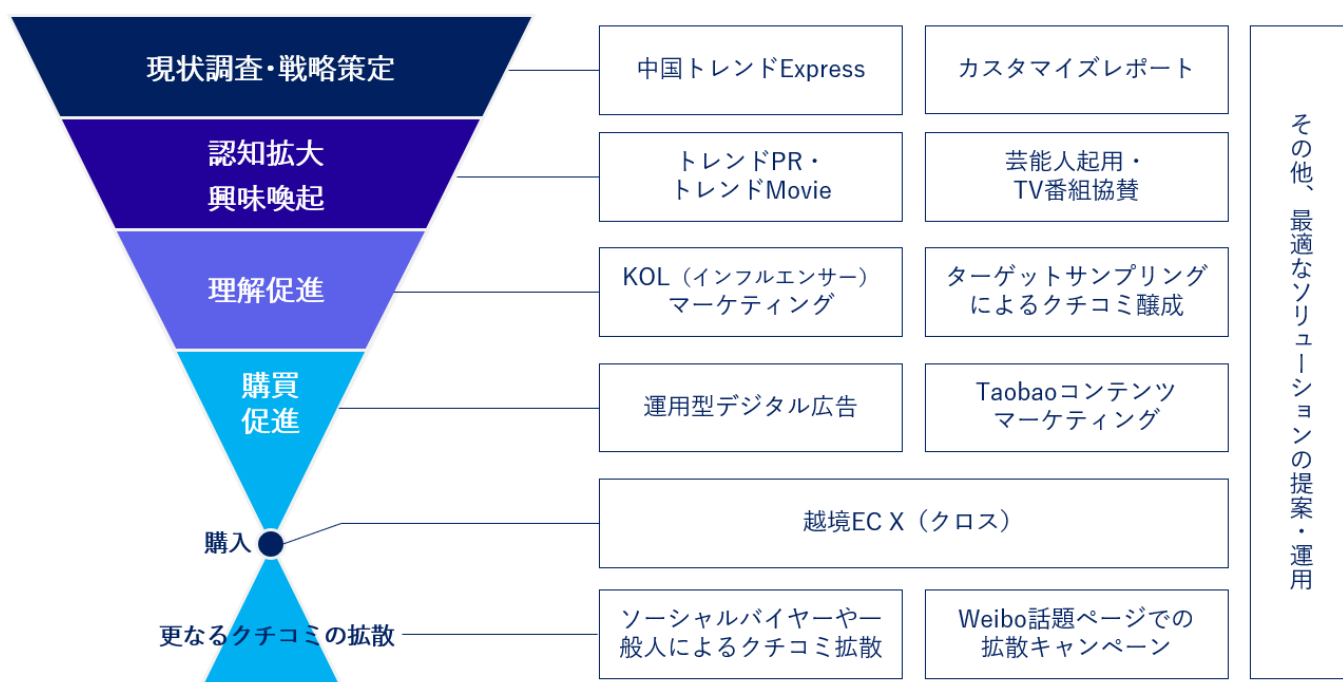
【参考資料】

トレンド Express では、ソーシャルビッグデータ（クチコミ）から分析した消費者インサイト（潜在ニーズ）に基づいたプロモーションや越境 EC 支援事業、Web メディア運営を行っています。原則として、ご提供する施策の前後でクチコミ分析を実施することで、一過性にとどまらない、筋道立った、マーケティングの PDCA サイクルの運用を実現しています。

＜クチコミを軸にしたマーケティング支援イメージ図＞



＜トレンド Express 主要サービスラインナップ＞



TE 中国トレンドEXPRESS

ここにしかないコンテンツを集約した中国市場特化型メディア。“中国ビジネスのコンシェルジュ”として「今週のクチコミランキング」などのトレンド情報を毎週発信。またデータ分析や調査レポートも公開しています。

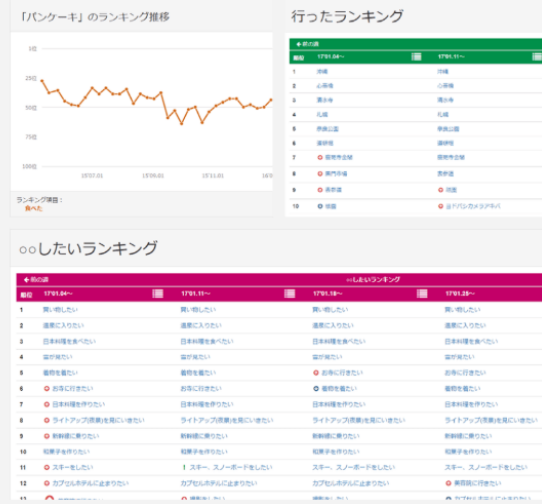
特集記事・コラム

クチコミに限らず、様々なデータ分析や調査に基づいた有料特集記事や、中国の最新情報を、事例などもまじえてタイムリーに会員サイト上でお届けします。（記事は一部無料）



豊富なクチコミデータベース

訪日中国人の「買った」「買いたい」「行った」「〇〇したい」「食べた」をクチコミからランキング化！ 週次での推移も会員サイト上でいつでもご確認いただけます。さらに、越境ECにおける人気日本商品ランキングや新浪微博リツイートランキング、都道府県別クチコミ数推移など、中国マーケティングに役立つ「生の声」が満載です！

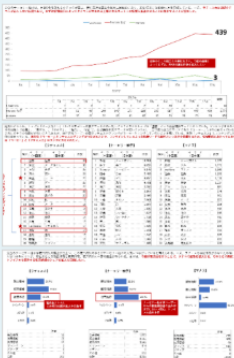


トレンドPR

消費者インサイトをもとにコンテンツを作成（記事や動画）。さらに最適な Buzz メディアへの露出と効果測定をワンストップで行うPR サービス。

STEP 1
SNSやECを分析し
インサイトを抽出する

レポートで納品



STEP 2
インサイトを言語化し、
刺さる動画を制作する

記事は校正可能
3種類以上の記事を配信



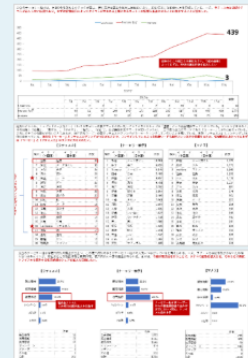
STEP 3
ターゲットにリーチする
メディアに記事を掲載する

2,000を超えるメディアに
掲載アプローチ可能



STEP 4
実施後に再度分析し
実施前後の変化を観測する

レポートで納品



STEP 2と3を繰り返す事で、最小単位のPDCAサイクルを構築

トレンドMOVIE

分析、動画、KOL、拡散を掛け合わせ、認知を一気に拡大させる動画マーケティングクチコミの醸成・積層化により貴社商品／サービスの認知を高め、ブランド価値を資産化。ブランド価値が高まることで再現性の高い「購買」への下地を作り上げることができます。



越境EC X

クロス

ソーシャルバイヤーが活躍する EC プラットフォーム「微店（読み：ウェイディエン）」との戦略的優先パートナーシップや弊社共同運営のソーシャルバイヤー向け調達アプリである「WorldX」を通じて、数万人のソーシャルバイヤーへの商品展開を実現



「World X」画面イメージ

