



2025 年 12 月 2 日

各 位

会 社 名 売れるネット広告社グループ株式会社
代 表 者 名 代表取締役社長 CEO 加藤公一レオ
(コード番号：9235 東証グロース)
問 合 せ 先 取 締 役 C F O 植木原宗平
(TEL 092-834-5520)

売れるネット広告社グループ、中国 SNS「RED」の自社 EC ショップを活用した

中国越境 EC テストマーケティングサービスを開始

～中国越境 EC を“実験から勝利へ”と導く～

売れるネット広告社グループ、
中国SNS「RED」の自社ECショップを活用した
中国越境ECテストマーケティングサービスを開始
～中国越境ECを“実験から勝利へ”と導く～

売れるネット広告社グループ（本社：福岡県福岡市、代表取締役社長 CEO：加藤公一レオ、東証グロース市場：証券コード 9235、以下 売れるネット広告社グループ）の連結子会社である株式会社売れる越境 EC 社は、中国の人気 SNS かつソーシャルコマースプラットフォームである RED 上の“自社運営アカウント”を活用した、中国越境 EC テストマーケティングの新サービスのクライアント募集を、開始することをここにお知らせいたします。

【RED が“越境 EC の門戸”たる理由 - Z 世代女性の“購買意思決定プラットフォーム”としての圧倒的存在感】

RED は、中国国内で圧倒的な支持を集めるソーシャルコマース／ライフスタイル SNS であり、Z 世代やミレニアル世代の女性を中心に利用されています。

そのユーザー層の購買意思決定力は高く、口コミ／レビュー／ライフスタイルとしての“体験共有”を通じた購買行動が、他のプラットフォームとは一線を画す影響力を持っています。

近年、中国におけるソーシャルコマース全体が急拡大しており、RED はその中心的な役割を担っています。

この巨大な“入り口”を、売れる越境 EC 社は“自社運営アカウント”という形で既に保有しています。つまり、単なるパブリック広告チャネルではなく、“確保済みの自社資産”として、自由かつ柔軟にテスト販売からマーケティング、ブランディングまで一気通貫で実行できるのです。



RED施策詳細 – REDShopでの販路拡大



・弊社が保有している「RED」のECショップでエボラ様の商品を販売！
⇒ライブコマースで認知拡大や実績作り⇒販路拡大

※REDにECショップを開設する場合、「専営店」なら誰でも開設可能。
(但し、専営店の場合1つの商品カテゴリしか販売できない)
※「百貨店」の開設にはREDの特別な審査があり、
招待状をもらわなければ開設できない店舗もあります。

★一方「百貨店」の場合、何でも【販売可能】!!
⇒日本企業でREDに「百貨店」形式で開設しているのは弊社のみ(当社調べ)

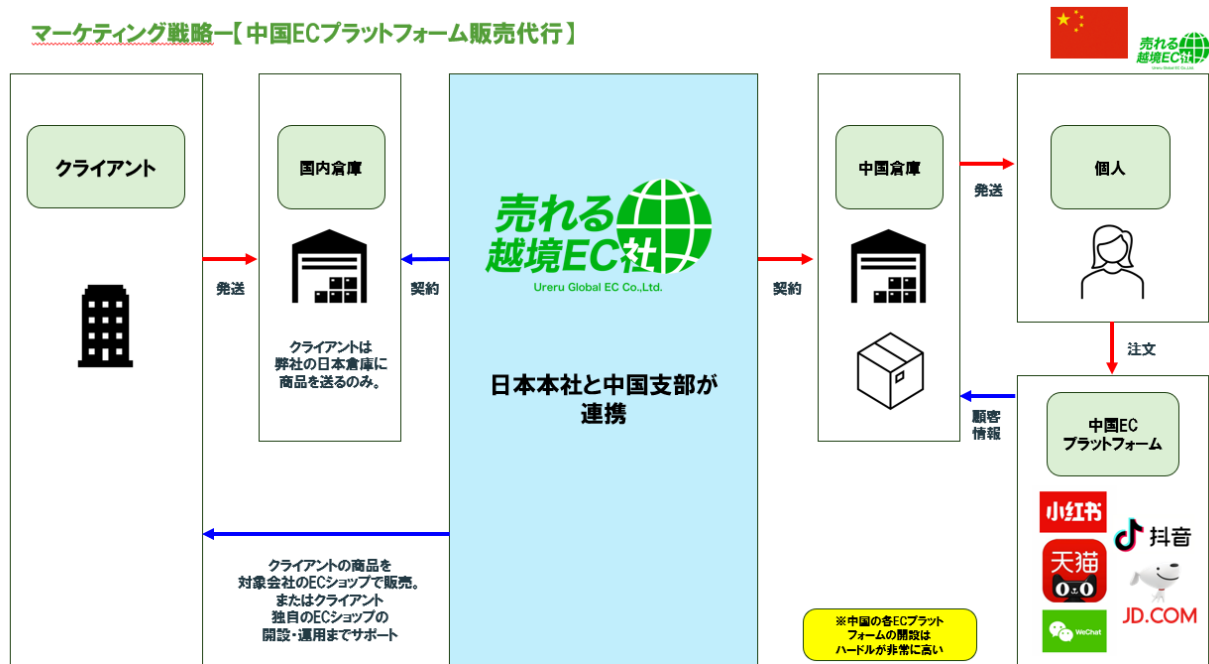
【サービス概要 — “仮説検証” を最速で、最小コストで、日本企業に代わって実行】

本サービスでは、日本国内の中小企業から上場企業まで幅広く対象に、以下のような価値を提供します。

- 日本企業の商品を、既存の RED 自社アカウントから中国ユーザーに直接露出。
- 固定報酬 + 成果報酬のハイブリッドモデルで、導入コストを抑えつつ、売上成果に応じた報酬体系。
- ライフスタイル投稿、レビューコンテンツ、動画、UGC 風プロモーションなど、RED プラットフォームに最適化されたクリエイティブ制作と運用。
- 必要に応じて、越境物流・決済代行、顧客対応、カスタマーサポートのワンストップ支援（売れるネット広告社グループとしての既存越境 EC 支援インフラとの連携）。
- RED での“テストマーケティング”により、中国市場での需要検証、ブランディング、市場フィットをリアルに把握 - リスクを抑えて参入への判断を下せる。

このように、本サービスは「中国市場を知りたい」「海外進出したい」「でもリスクは抑えたい」という日本企業の“最初の一步”を、売れる越境 EC 社が全面サポートするものです。我々の自社資産を使い、最小限の負荷で、最大限の可能性を探る“安全かつ強力な第一段階の橋”を架けます。

マーケティング戦略—【中国ECプラットフォーム販売代行】



【競争優位 — 自社運営アカウントが持つ“自由度”と“信頼性”】

多くの日本企業が中国越境ECで直面する課題は、「現地アカウントの獲得」「コンテンツ運用」「ブランド認知」、そして「販売後の物流・決済対応」に至るまで、多岐にわたる運営コストとリスクです。

売れる越境EC社は、すでにREDアカウントを自社で運営・保有しているため、アカウント開設から運用、コンテンツ投稿、販売開始までを圧倒的なスピードとコスト効率で実行可能です。

さらに、売れるネット広告社グループが誇る“最強の売れるノウハウ®”、広告運用力、越境EC支援インフラをフル活用することで、他の代理店や外注とは一線を画す“実行力と再現性”を担保できます。この“自社資産 × ノウハウ × 実行力”の三位一体こそが、競合不在の“堀”であり、我々が圧倒的優位に立つ根拠です。

【なぜ今か — 中国EC／ソーシャルコマース市場の“今こそ”を捉える】

中国ではソーシャルコマースが爆発的に成長しており、Alibaba傘下のTmallなど既存のECプラットフォームと、REDとの連携も進んでいます。

こうした構造変化は、中国消費者が“口コミ・レビュー・ライフスタイル情報”を起点に購買する、いわば“感情 × 信頼 × 社会証明”による購買モデルへのシフトを示しています。REDはまさにこの変化の中心にあります。

今、この“流れ”に乗らずして、中国越境ECで成功するチャンスはありません。売れる越境EC社の新サービスは、その“流れに乗る”ためのベストな入り口なのです。

【ターゲットクライアント — 日本の中小から大手まで、越境ECへの“入口を探す全ての企業”へ】

化粧品、健康食品、ファッション、ライフスタイル雑貨など、中国のZ世代女性に刺さるあらゆるジャンルの日本ブランドを対象とします。特に、これまで越境ECに踏み切れなかった中小企業、あるいはテスト販売・ブランド認知から始めたい大手企業にとって、理想の“第1ステップ”となるでしょう。

我々は「海外に挑戦したかったけど、敷居が高い」と感じていた全ての企業に対し、気軽に安全、かつ実効性のあるチャンスを提供します。

【今後の展望 - “RED 越境 EC” を、売れるネット広告社グループの新たな成長ドライバーに】

短期的には、本サービスにより複数の日本ブランドの中国市場進出を支援。RED 上での売上実績とユーザーデータを蓄積し、“売れる越境 EC チャンネル” の成功モデルを確立します。

中期的には、RED で成果が出たブランドに対し、更なる越境 EC 拡大、物流・在庫モデルの最適化、展開支援をパッケージ化。グループの「越境・TikTok 関連事業」「売れる D2C つくーる」などと連携し、中国だけでなく東南アジア含む海外展開を視野に入れたクロスボーダー EC 基盤を構築します。

長期的には、RED を起点とする“グローバル D2C エコシステム”の中核チャネル化を目指し、売れるネット広告社グループ全体の成長ドライバーの一角として位置付けます。こうして、日本ブランドの「世界戦略」を、我々が先導するのです。

株主・投資家の皆様、本サービスは単なる“代理販売”ではありません。

これは、我々が築いた自社資産を武器に、中国市場という“新たな戦場”で勝負を仕掛けるための“歴史的号砲”であり、新たな収益の柱を創り出す“永久機関”への布石です。

どうか、ご期待ください。そして共に、まだ見ぬ“爆益”の未来を掴み取りましょう。

以 上