

AnyMind、中国SNS「RED（小紅書）」を活用した日本ブランド向け越境EC支援を本格展開

REDアカウント・RED E-commerce Store開設からコンテンツ運用、インフルエンサー施策、ライブコマース、EC運営、物流連携・CS体制構築まで一気通貫で支援



AnyMind Group株式会社（読み：エニーマインドグループ、代表取締役CEO：十河 宏輔、以下「当社」）は、日本ブランド向けに、中国のSNSプラットフォーム「RED（小紅書）」およびRED E-commerce Storeを活用した越境EC・D2C支援の提供を本格展開します。

本支援では、日本国内で一定のブランド認知やSNS上のファン基盤を持ちながらも、中国向けの公式販売チャネル構築や現地ユーザー向けコンテンツ運用に課題を持つファッション・コスメ・ライフスタイル領域のブランドに対し、REDアカウントおよびRED E-commerce Storeの立ち上げから、KOL・クリエイター施策、ライブコマース、EC運営、物流連携、CS体制構築までを一気通貫で支援します。

■背景

中国EC市場では、消費者の購買行動が成熟し、主要EC商戦においても消費者の慎重な購買姿勢が見られる中、価格訴求に加えて、コンテンツを通じたブランド理解や信頼形成の重要性が高まっています*¹。一方で、中国消費者による日本事業者からの越境EC購入は拡大しており、日本ブランドにとって中国市場は引き続き大きな成長機会があります*²。

REDは、ファッション・コスメ・ライフスタイル領域に関心の高いユーザーが情報収集や比較検討を行う場として活用されており、投稿コンテンツ、ライブコマース、ECを一体で運用できる点に特徴があります*3*4。

こうした環境において、日本ブランドが中国市場で継続的な販売成長を目指すには、単に販売チャネルを開設するだけでなく、現地ユーザーに合わせたコンテンツ設計、クリエイターやライブコマースを活用した信頼形成、購入後の顧客対応までを一体で運用する体制が求められます。当社は、REDおよびRED E-commerce Storeを活用し、コンテンツを起点とした認知形成から販売、顧客対応までを一体で支援することで、日本ブランドの中国市場への参入と継続的な販売成長を支援します。

■本支援で提供すること

本支援では、RED上での認知形成やライブコマース施策にとどまらず、REDアカウント・RED E-commerce Storeの立ち上げ、販売ページ整備、注文処理、物流連携、CS対応、配信後のデータ分析までを一体で支援します。

また、ライブ中の質問やコメント、売れ筋SKU、価格反応などを分析し、再販判断や商品訴求の改善につなげることで、REDを中国市場における継続的な販売検証チャネルとして活用します。

1. アカウント・ショップ立ち上げ支援
 - ・ RED公式アカウントの開設・運用
 - ・ RED E-commerce Storeの立ち上げ
 - ・ 商品登録および販売ページの整備・最適化
2. マーケティング・プロモーション支援
 - ・ 中国ユーザー向けコンテンツの企画・ローカライズ
 - ・ ブランドと親和性の高いKOL・クリエイターの選定および施策設計
 - ・ ライブコマースの企画・配信運用
 - ・ ライブ前の告知投稿やプロモーション設計
3. 運用・バックオフィス・データ分析サポート
 - ・ EC運営、注文処理、返品・キャンセル対応フローの設計
 - ・ 現地言語によるカスタマーサポート（CS）対応
 - ・ 物流連携および配送運用の構築
 - ・ 販売データ、コメント、売れ筋商品の分析による再販・改善フィードバック

■先行事例：REDを活用した中国向け販売モデルの検証

当社は2026年3月より、中国RED向け自社D2CブランドEC事業を開始しました。本取り組みでは、日本ブランドの世界観や商品特性を中国ユーザー向けにローカライズし、RED上でのコンテンツ発信、KOL・クリエイターとの連携、ライブコマース、RED E-commerce Storeでの販売を組み合わせた越境D2Cモデルの検証を進めています。

ライブコマースでは、配信当日の商品紹介だけでなく、事前告知や関連投稿による集客、ブランドと親和性の高いKOLの起用、視聴者が購入しやすい販売導線的设计などを実施しています。また、配信中の質問やコメント、売れ筋商品、ユーザー反応をもとに、再販判断や商品訴求の改善にも活用しています。

こうした取り組みにより、販売実績の創出に加え、中国ユーザーに受け入れられやすい商品、価格帯、訴求軸、KOLとの相性に関する知見を蓄積しています。月間GMVは4か月連続で1,000万円を突破しています。



ROSY LUCEディレクター板野友美さん×REDフォロワー37万人 インフルエンサー 大口智恵美さん
REDフォロワー21.3万人、インフルエンサー 小台さんの配信
AnyMind Group RED E-commerce Store画面

■主なブランド事例

各ブランドの世界観や商品特性を中国ユーザー向けにローカライズし、RED上でのコンテンツ発信、KOL・クリエイター施策、ライブコマースを通じた販売検証を進めています。

• Rosy luce

板野友美氏がプロデュースするファッションブランド。中国国内における板野氏の既存ファン層に加え、日本のファッションやライフスタイルに関心を持つ新規ユーザーとの接点創出につながっています。

• ORGUE

オフィスカジュアルや通勤スタイルを好む女性ユーザーとの親和性が高く、RED上でのコンテンツ発信やKOLによる着用紹介を通じて、日本ファッションへの関心が高いユーザー層に向けた商品訴求・販売機会の創出につながっています。



インフルエンサー 小台さん x ORGUEディレクター池田ありささん写真

■今後の展望

AnyMind Group株式会社
2026年7月13日

今後も当社は、REDおよびRED E-commerce Storeを活用した越境EC・D2C支援を通じて、日本のブランドの海外販売機会の創出と、正規流通チャネルの拡充を推進します。

「Content × Creator × Live Commerce × EC」の強みを掛け合わせることで、単なる越境ECではなく、日本ブランドの世界観をコンテンツとして届け、海外ユーザーとの継続的な接点を創出するクロスボーダーEC・D2Cモデルの構築を目指します。

また当社は、マレーシアをはじめとするアジア各国・地域においてもREDを活用したマーケティング支援体制の強化を進めており、各国・地域で培ったクリエイターネットワークやソーシャルコマース支援の知見を活かし、日本ブランドの海外展開支援を推進してまいります。

関連リリース：

<https://anymindgroup.com/ja/press-release/anymind-group/red-creater/260708>

【本件に関するお問い合わせ先】

中国RED・RED E-commerce Storeを活用した越境EC・D2C展開に関心のある日本のファッション・コスメ・ライフスタイル領域の日本ブランド企業様は、以下よりお問い合わせください。

AnyMind Group株式会社
担当部署：Creator Growth事業部
問い合わせ先：creator-growth@anymindgroup.com

*1 Reuters, “China's 618 shopping festival sees flat e-commerce sales as shoppers remain cautious,” 2026年6月22日

*2 経済産業省「令和6年度電子商取引に関する市場調査」

*3 Reuters, “China's Instagram-like Xiaohongshu making inroads with e-commerce sales,” 2024年12月16日

*4 Reuters, “What you need to know about the Chinese app TikTok users are flocking to,” 2025年1月15日

■AnyMind Groupについて



AnyMind Groupは、2016年にシンガポールで創業し、アジア市場を中心に15カ国・地域に拠点を構えるテクノロジーカンパニーです。ソーシャルメディアマーケティングやソーシャルコマースを起点に、ECからオフライン流通までを横断するBPaaS（Business Process as a Service）モデルを通じて、データとオペレーションを一体的に提供し、ブランド企業の事業成長を支援しています。東証グロース上場（証券コード：5027）

URL：<https://anymindgroup.com/ja/>

【本件に関する報道・メディア関係者からのお問合せ先】

AnyMind Group株式会社
Communications（広報・PR）
メールアドレス：jp-pr@anymindgroup.com