



平成 29 年 12 月 18 日

各 位

会社名 株 式 会 社 N u t s
代表者名 代表取締役社長 森田 浩章
(コード : 7612)
問合せ先 総 務 部 長 尾 崎 孝
電話番号 0 3 - 3 5 6 8 - 5 0 2 0

越境 EC 支援サービスへの新規事業参入 及び中国向け越境 EC コンソーシアムに向けた業務提携に関するお知らせ

当社は、平成 29 年 12 月 18 日開催の当社取締役会において、平成 29 年 4 月 24 日に開示した、中国語圏最大のソーシャルメディア「微博(weibo)」の日本における広告・PR の販売権を有する新浪日本総合ネットワークグループ株式会社(本社:東京都港区、代表取締役会長:周 帆)との業務提携に基づき、新たな新規事業として越境 EC 支援サービス事業に参入することを決議いたしました。

また、この決議に伴い、世界 17 カ国でクロスチャンネルマーケティング支援事業を展開するチーターデジタルグループの日本法人で、Eメール大量配信システム市場における主要ベンダーシェアが 10 年連続第 1 位であるチーターデジタル株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:橋本勇人/以下、「チーターデジタル」といいます。)を新たに加えて、新浪グループと弊社にて中国向け越境 EC コンソーシアムに向けた業務提携の契約締結に至りましたことをご報告いたします。

記

1. 業務提携に至る背景と内容について

▼世界の越境 EC の市場動向と日本企業の参入状況について

世界中にスマートフォンが普及し、人々が手軽にオンラインで繋がる環境になったことで、誰もがいつでも、気軽に EC サイトで買い物をする習慣が常識化しました。またインターネット上の翻訳システムや決済システム、そしてセキュリティーシステム技術の向上によって、自国にはない魅力的で品質の高い商品を他国に訪問せずとも簡単に EC サイトにて購入できる越境 EC 利用の動きが世界中で昨今急加速しています。

経済産業省が平成 29 年 4 月に発表したレポートによりますと、越境 EC の世界的な市場規模は 2016 年に約 44 兆円（4,000 億 US ドルを 1 ドルあたり 110 円で計算）と巨大な市場に成長し、2020 年には 109 兆円の市場にまで発展すると記載されています。また、中国では 2012 年に日本から越境 EC で商品を購入していた額の 1,199 億円が、2014 年には 6,064 億円に達すると、来年 2018 年には 1 兆 3,000 億円にまで至るとの予想があり、この巨大なマーケットに対して、すでに成熟し、EC 事業の売上成長が見込み辛い日本国内企業の越境 EC に対する事業意欲や出店ニーズは益々発展傾向に向かうと想定しています。

中国に着目してみると、中国におけるインターネットの普及率は、日本が 83.0%、米国は 88.6%と推計される中、中国は未だ 52.3%と、他国としても差があります。今後、中国は、所得の上昇やインターネットの環境の整備に伴い、インターネット人口については未だ増加傾向にあるため、EC 市場についても更なる規模拡大が見込まれます。

中国のインターネットユーザーにとって、日本は米国に次いで人気のある越境 EC 対象国です。中国はもとより、海外ユーザーにおける日本商品の人気は必ずしも「MADE IN JAPAN(日本製)」という理由ではなく、その商品が中国や東南アジアで製造されたものであっても日本国内において販売されているものは、一般的にクオリティが高く、食品であれば品質管理上「日本の食品は安心、安全である」という評価が浸透しています。また中国人が日本から越境 EC を利用する理由は「商品の品質保証」や「日本からの直接配送であるため偽物の心配がない（正規品）」であることも大きなポイントとされています。これらのように日本商品に対する人気と信頼性は日本企業が越境 EC ビジネスを行う上で追い風であり、優位なポジションを確立しやすいといえます。外国人消費者の継続的な消費を勝ち取れば、日本の EC 事業者は国内以外にて売上成長を見込める機会が生まれます。

越境 EC に取り組む日本企業の割合は他国と比較して相対的に低く、世界の EC 事業者のトップ 1000 を国別でグループ分けした場合、1 位は米国で 371 社、2 位は中国で 192 社と続き、日本は 6 位で 53 社となっています。これら、世界の EC 事業者トップ 1000 に入る EC 事業者のうち、「直接海外出荷を行っている EC 事業者」は、米国 72.2%（268 社/371 社）であることに對し、中国は 28.1%（54 社/192 社）、日本が 13.2%（7 社/53 社）。日本国内には海外で評価されるべく優れた商品が多数存在することから、越境 EC への「出店機会」を促進し、日本国内の各企業に越境 EC の知見とノウハウが蓄積されていくことができれば、新たな輸出手法の成功事例と共に国内事業者の活性化が見込まれると想定しています。

日本企業が越境 EC ビジネスを拡大するためには現地消費者への、商品認知・ブランド認知・流行認知を軸とした「広告宣伝および販売プロモーションなどの普及機会」が売上拡大としての大きな鍵となります。中国では宣伝および販売プロモーションの手法として、

SNS を利用した広告手法が大きく台頭しており、特に中国を中心に現在 7.6 億人が利用している中国語圏最大の SNS サービス「微博(weibo)」では、年齢や趣味趣向などの属性にマッチしたネットインフルエンサー「網紅(ワンホン)」や「KOL(キー・オピニオン・リーダー)」を活用した広告プロモーションが大きな影響力を持っています。この手法にて中国人消費者へ日本の商品が認知されたことを契機に、それまで中国では知名度がなかった商品が一夜にして売上を拡大する現象も起きていることから、年齢や趣味趣向の属性を踏まえ、広告特性に優れた翻訳・消費者感度にマッチしたビジュアルデザインに長けた中国向け越境 EC に特化した広告商品やキャンペーン開発の必要性が求められています。

このような情勢の中、新浪グループ・チーターデジタル・弊社にて中国向け越境 EC コンソーシアムに向けた業務提携の運びとなりました。

中国越境 EC の真なる最新事情や成功事例の集約化、出店サポート、中国国内における日本製品のプロモーション方法など、越境 EC 事業を志す全ての企業へ最新の情報を提供し、「出店機会」や「広告宣伝および販売プロモーションなどの普及機会」など大きな成長が見込まれる中国向け越境 EC 市場に向けて、日本国内事業者に向けた新たなビジネスサービスを創出すべく業務を開始いたします。

※記載数値等については【平成 28 年度 我が国におけるデータ駆動社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）】参照

2. 業務提携の位置付けと各社紹介について

当該業務提携の内容及び各社紹介については、下記のとおりです。

(1) 業務提携の内容

- ① 日本国内における越境通販事業者（企業）に対する中国通販情勢と情報の提供
- ② 日本国内における越境通販事業者（企業）に対する事業サービスの研究・共同開発
- ③ その他、当社および新浪グループの有する商材、ノウハウ、ネットワークを相互に活用した業務

(2) 各社紹介

▼新浪グループ

中国語圏最大のソーシャルメディア「微博(weibo)」の日本における広告・PR の販売権を有する新浪日本総合ネットワークグループ株式会社（本社：東京都港区、代表取締役会長：周 帆）を主体とした新浪日本微博株式会社・新浪日本不動産株式会社・新浪日本旅行株式会社の 4 社で形成。本業務提携に際し、同社は日本国内で広告販売権を有する 7 億 6000 万人が利用

する中国最大級の SNS サービス「微博」を活用した日本企業向け越境 EC 用広告サービスの開発業務、また刻一刻と進化成長する越境 EC に関する中国情勢の正しい情報の入手と翻訳、中国本国における各サービス主体者を招いての日本国内および中国国内での最新事例セミナーやカンファレンスの企画、各サービス主体への出店およびサービス事業社などの紹介コーディネート、EC 事業に関するコンサルティングを管轄する予定です。

(参考：微博(weibo)日本公式サイト <http://jp.weibo.com/z/>)

▼チーターデジタル株式会社

世界 17 カ国でクロスチャネルマーケティング支援事業を行うチーターデジタルグループの日本法人。1999 年 12 月設立。日本国内における商用メールサービスの企業利用シェアは 10 年連続第 1 位。大手企業を主体とした累計 5300 社を中心に商用 E メールおよび CRM ソリューションサービスの提供を展開。商用メールの月間配信通数は 61 億通。また関連するコンサルティングサービス・導入支援・業務分析なども提供。

チーターデジタルグループは、クロスチャネルマーケティング支援の独立系企業。ニューヨークに本社を置き、グループ全体で 16,000 人の従業員を擁しています。同グループでは、企業が顧客との有意義な関係を構築し、企業価値を高めるために必要な実用的なデータや直感的に扱えるテクノロジー、専門的なサービスを提供。業界に精通した各チームが、ヒルトンやデルタ航空をはじめとした世界規模の企業のマーケティング活動をリードしています。

(参考：チーターデジタル株式会社ウェブサイト URL <https://www.marketinggate.jp/>)

なお、チーターデジタルの本業務提携の管轄範囲については、今後 3 社で協議の上、決定する予定です。

▼株式会社 Nuts

日本、中国向け越境 EC に関するコンソーシアム企画元となり、2016 年 6 月より従来のアミューズメント業界向け事業とは異なる企業再生に向けた経営刷新と新規事業の開発を実施する予定です。

本業務提携に際し、中国語圏最大のソーシャルメディア「微博(weibo)」を活用した日本企業向け越境 EC 用広告商品の企画開発、広告仲介業・広告販売代理業を担当。また本コンソーシアムで生み出される各種ビジネスサービスの仲介・販売代理業も管轄する予定です。

3. 提携先の概要

新浪グループの概要

(1) 商号	新浪日本総合ネットワークグループ株式会社	新浪日本微博株式会社
(2) 所在地	東京都港区六本木5-17-6-501	東京都港区六本木5-17-6-501
(3) 代表者の役職・氏名	代表取締役 周帆	代表取締役 周帆
(4) 事業内容	新浪 (sina)、微博 (weibo) の広告・PR 窓口業務	微博 (weibo) の広告・PR 媒体 (広告スペースの売買等) 業務
	新浪グループは「新浪(sina)」の日本における広告・PR の独占販売権と「微博(weibo)」の日本における、広告・PR の販売権を有し、日本国内企業向けに広告及び PR 記事掲載サービスを管理運営しています。「新浪 (sina)」と「微博 (weibo)」全ての広告商品・サービスを取扱っており、ポータルと SNS が相互連携をしながら広告効果の最大化に貢献できます。	
(5) 資本金	20 百万円	10 百万円
(6) 設立年月日	平成 27 年 11 月 30 日	平成 27 年 11 月 30 日
(7) 大株主及び持株比率	当該法人の大株主及び持株比率は、相手先の要望により、開示は控えさせていただきます。	
(8) 上場会社と当該会社との関係等	資本関係	該当事項はありません。
	人的関係	該当事項はありません。
	取引関係	新浪日本総合ネットワークグループ並びに新浪日本微博株式会社と、「微博 (weibo)」を活用した宣伝業務等における業務提携の契約を締結しております。 (平成 29 年 4 月 24 日付)
	関連当事者への該当状況	該当事項はありません。
(9) 当該会社の最近 3 年間の経営成績及び財政状態		
当該法人の経営成績及び財政状態は、相手先の要望により、開示は控えさせていただきます。		

チーターデジタルの概要

(1)商号	チーターデジタル株式会社	
(2)所在地	東京都港区北青山 1-3-6 SI ビル青山	
(3)代表者の役職・氏名	代表取締役社長 橋本 勇人	
(4)事業内容	マーケティングソリューションの提供、およびそれに関連するコンサルティングサービスの提供・導入支援・業務分析	
(5)資本金	390 百万円	
(6)設立年月日	平成 11 年 12 月 3 日	
(7)大株主及び持株比率	当該法人の大株主及び持株比率は、相手先の要望により、開示は控えさせていただきます。	
(8)上場会社と当該会社との関係等	資本関係	該当事項はありません
	人的関係	該当事項はありません
	取引関係	該当事項はありません
	関連当事者への該当状況	該当事項はありません
(9)当該会社の最近 3 年間の経営成績及び財政状態	当該法人の経営成績及び財政状態は、相手先の要望により、開示は控えさせていただきます。	

4. 日程

(1) 取締役会決議日	平成 29 年 12 月 18 日
(2) 契約締結日	平成 29 年 12 月 18 日
(3) 事業開始日	平成 30 年 2 月 1 日 (予定)

5. 直近のアクションプランについて

2018 年 2 月に当コンソーシアム主催の第 1 回目のカンファレンスを予定しています。日程および参加資格につきましては詳細が決定次第、各社のホームページなどにてお知らせさせていただきます。またコンソーシアムという特性上、新たな参加企業との業務提携が発生した場合は随時ご報告させていただきます。

6. 業績に与える影響

本事業に関しては、平成 29 年 10 月 27 日付「組織変更に関するお知らせ」にてお知らせいたしました新組織アライアンス事業部にて管轄いたします。また、本事業に関わる費用等についての支出時期及び支出額については現段階では未定です。今期業績への影響につきましては現在精査中であり、業績推移につきましては、適宜、開示を行ってまいります。

別紙 1

▽日本・米国・中国各国における EC マクロ環境

	(1) 日本	(2) 米国	(3) 中国
1. 総人口 (2016年6月)	1億2,646万人	3億2,400万人	13億7,856万人
2. 1人あたり GDP (2015年)	32,477.2ドル	56,115.7ドル	8,027.7ドル
3. インターネット人口 (2015年末)	1億0,046万人	2億8,694万人	7億2,143万人
4. インターネット普及率 (2015年末)	83.0%	88.6%	52.3%
5. モバイル契約数 (2015年)	1億5,859万台	3億8,230万台	13億573万台
6. EC市場規模 (2016年単位:億US米ドル)	(物販系対象) 774	3,984	9,276
7. EC市場/ネット利用者 1人当たり(年間)	672ドル	1,357ドル	1,263ドル
8. ネットワーク整備指数 (2016年139カ国)	10位	5位	59位

▽越境 EC 市場規模 (2016年)

(単位:億円)

国 (消費国)	日本からの 購入額	米国からの 購入額	中国からの 購入額	合計
日本 (対前年比)	/	2,170	226	2,396
		7.5%	7.9%	7.5%
米国 (対前年比)	6,156	/	4,259	10,415
	14.4%		16.5%	15.2%
中国 (対前年比)	10,366	11,371	/	21,737
	30.3%	34.7%		32.6%
合計 (対前年比)	16,522	13,542	4,486	34,549
	23.9%	29.5%	16.0%	24.9%

【※平成28年度 我が国におけるデータ駆動社会に係る基盤整備 (電子商取引に関する市場調査) 参照】

別紙 2

消費国としての規模の推計結果は、2016 年と 2020 年を比較した場合、日本は約 1.18 倍、米国は約 1.72 倍、中国は約 1.84 倍の規模になると予想される。

▽越境 EC ポテンシャル推計値 (2016 年算出)

各国越境 EC 市場規模推計 (2016 年～2020 年) (単位:億円)

消費国	販売国	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2020/2016
日本	米国	2,170	2,278	2,381	2,476	2,565	-
	中国	226	237	248	258	267	-
	(合計)	2,396	2,516	2,629	2,734	2,832	1.18
米国	日本	6,156	7,092	8,141	9,314	10,618	-
	中国	4,259	4,906	5,633	6,444	7,346	-
	(合計)	10,415	11,998	13,774	15,757	17,963	1.72
中国	日本	10,366	13,372	15,592	17,419	19,053	-
	米国	11,371	14,668	17,104	19,108	20,900	-
	(合計)	21,737	28,040	32,697	36,527	39,953	1.84

【※平成 28 年度 我が国におけるデータ駆動社会に係る基盤整備 (電子商取引に関する市場調査) 参照】