



報道関係者各位

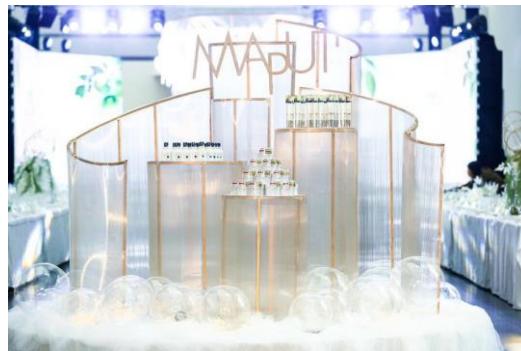
2019年4月18日

株式会社 lojus

美容ベンチャー企業の商品が、中国進出1年半で40万個売上のヒット 戦略的SNSマーケティングや迅速な輸入申請で、競合商品に一步リード

美容商材の製造・販売を行う株式会社 lojus（よみ：ロフス、本社：東京都渋谷区、代表取締役：田中麻里奈）は、中国における自社ボディケアブランド『MAPUTI（マプティ）』シリーズ商品の販売実績が、40万個を突破したことを2019年4月18日（木）に発表しました。

『MAPUTI』ブランドは2017年12月から中国での展開を始めており、わずか1年半弱での快進撃となります。



当社は中国で人気インフルエンサーの発信を中心としたネットマーケティングを行っています。中国は独自のインターネット文化を持つため、日本企業の多くが苦戦を強いられていますが、当社はSNSやショッピングWEBモールを戦略的に活用することで、大きな売り上げを可能にしています。また、迅速な対応で他社に先駆けてNMPA（旧CFDA：中国で化粧品の一般輸入に必須の申請）を取得したこと、現地バイヤーの仕入れ意欲を高め、実店舗での販売を後押ししています。

■10億規模のSNSで発信→WEBショッピングでの横展開が発火点

日本と同様に、現代の中国ではインフルエンサーがSNSに発信する情報は、大きな影響力を持っています。しかし中国政府によるインターネット規制のため、世界で広く使われているFacebookやTwitterなどのSNSは中国国内で閲覧・使用に制限があります。代わりに、微信（WeChat）や微博（Weibo）といった独自のSNSが開発され、10億人規模のユーザーが利用しています。

その中でKOLといわれるインフルエンサー達は市場をリードする発信力を持ち、自身も個人業者として淘宝網（Taobao）で商品を販売しています。淘宝網はアリババグループが運営するアジア最大級の個人間取引サイトで、中国No.1のシェアを誇ります。

当社代表は中国に足しげく通い、50万人以上のフォロワーを持つKOLたちと親交を結び、商品を直接卸すことで多くのSNS発信を得ました。SNSでの拡散からそのまま購入できるラインを複数展開し、当社の商品を扱うショップは淘宝網に300店舗（2019年2月現在）を数え、なおも増え続けています。



MAPUTIを紹介する人気KOLたち



■ NMPA 取得、ヒドゥンタグ適用、バイヤーパーティ開催など、“中国マナー”を徹底

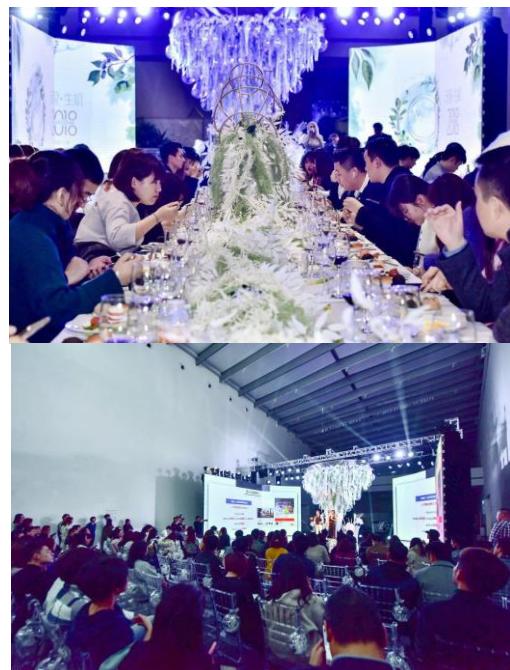
SNS から火が付いた『MAPUTI』は、天猫（Tmall）や小紅書（RED）など主な中国 EC ショップのバイヤーたちからも注目され、販路がどんどん広がりました。しかし、中国政府は 2018 年 11 月に輸入化粧品の一般輸入に NMPA 申請を必須とし、また今年 1 月には個人プローカー（転売）を取り締まる EC 法を施行し、バイヤーは日本をはじめとする外国化粧品の販売に消極的になる傾向がありました。

当社は迅速な対応で、他社に先駆けて NMPA を取得したこと、市場で一步リードを取ることができました。中国 EC 業界で問題となっているコピー商品対策としても、商品に正規であることを示す“ヒドゥンタグ”（※）を適用し、コピー商品の流通および値崩れを防ぎ、ユーザー、バイヤーからの信頼を獲得しています。

※ヒドゥンタグ：正規品認証を製品に付着し、アプリから本物・偽物を確認できるシステム

また、2018 年 12 月に上海で行ったコンベンションパーティも、集まった 230 人の中国バイヤーに大きな評価を得ました。中国ではバイヤーを集めパーティを行い、販売意欲を高める慣習がありますが、日本企業はこうした“中国マナー”に疎く、当社の現地に寄り添った施策は他社との大きな差別化となりました。

当社代表が足で作った中国市場での現場力は、SNS の仕掛けから始まり EC 市場の攻略、バイヤーとの信頼関係など、中国マーケットで大きく花開こうとしています。2019 年 3 月 8 日に上海で行われた国際女性デーイベントには当社も招聘され、代表のトークセッションのライブ配信には、累計で 50 万もの「いいね」が付き、注目の高さが伺えました。



中国・上海での MAPUTI コンベンションパーティ
(2018 年 12 月)

■ 中国での成功が各国の華僑マーケットに飛び火、日本でもインバウンドきっかけで注目

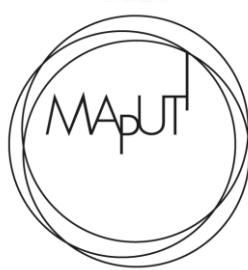
現在、当社にはシンガポール、タイ、ベトナムなどアジア各国や、アメリカ、イギリス、カナダなど西洋圏のバイヤーから取引のオファーが来ています。世界の各国には中華街などの華僑マーケットがあり、中国での成功は華僑マーケット狙いのバイヤーの目を引き、世界中に飛び火の気配を見せています。

海外だけではありません。当社商品は、日本国内ではドラッグストアやバラエティショップを中心に販売していますが、中国からのインバウンド客が多く購入するため、売れ筋商品として各店舗の目につきやすい位置に陳列され、店頭から日本の消費者にも知名度が高まっています。



『MAPUTI』は 2016 年 5 月から立ち上った、まだ新しいボディケアブランドです。今後は日本国内でのブランドの確立を目指しながら、中国を中心に 2019 年より販売開始したアメリカ、シンガポール、タイでの市場開拓に取り組んでいきます。

ブランドポリシーである「女性の悩みを白くする（解決する）」を掲げ、今後も世界各国の女性に良質な商品を届けるべく、邁進して参ります。



天然由来成分、香り、多くのフリーと弱酸性 3つのこだわりで開発されたボディケアシリーズ
『MAPUTI』シリーズラインナップ (2019年3月現在 全4商品)



オーガニックフレグランスホワイトクリーム MAPUTI

価格：1,833円（税抜）

2016年発売。デリケートゾーンの黒ずみ、ニオイをケアするクリームです。
大切な部分に塗るクリームだからこそ、オーガニック成分を主体にした
優しくリッチな処方にこだわりました。



オーガニックフレグランスバストクリーム MAPUTI

価格：2,800円（税抜）

2017年発売。女性ホルモンに影響を与えず、また「胸を張らせる」のではなく
「胸の脂肪を大きくする」ことを目指した結果、脂肪をボリュームアップさせる
特許を取得している植物由来成分を配合したクリームの完成に至りました。



オーガニックフレグランスクッションスクラブ MAPUTI

価格：2,800円（税抜）

2018年発売。美白だけでなく、肌をもっちりスベスベに！
ホイップのように柔らかい、全身に使えるクッションスクラブです。



フレグランスインティメイトソープ MAPUTI

※2019年3月新発売

価格：2,200円（税抜）

ボディとデリケートゾーンで異なるpH値に注目し、産婦人科医監修のもと
開発された、VIO専用ソープ。悪い菌のみを退治し、汚れだけを落として
うるおいを守ります。

【株式会社 lojus 概要】

法人名： 株式会社 lojus (ロフス)
代表： 代表取締役 田中 麻里奈
所在地： 東京都渋谷区富ヶ谷 1-14-12 富ヶ谷 APARTMENTS #103
電話： 03-6876-0781
設立： 2015年5月1日
事業内容： 国内外に対する商品の製造・卸・販売
ホームページ： <http://lojus.jp/>

本リリースに関するお問合せ

株式会社 lojus 広報事務局

担当：黒田（携帯 080-4900-7949）

TEL：03-5411-0066 FAX：03-3401-7788

e-mail：pr@netamoto.co.jp