

世界中が注目する世界最大のショッピングイベント・中国「独身の日」 美容ベンチャーのボディケアブランド『MAPUTI(マプティ)』 売上目標額は過去最高額 1 日約 4,800 万円

ボディケア商品の開発・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：田中麻里奈、以下当社）は、中国で 2020 年 11 月 11 日（水）に行われる世界最大規模のショッピングイベント「独身の日（シングルデー）」に向けて、自社ボディケアブランド『MAPUTI（マプティ）』の 1 日での売上目標額を 300 万元（4,800 万円）にすることを、2020 年 10 月 29 日（木）に発表しました。

■世界中が注目する「独身の日」 当社 2020 年売上目標は過去最高額 1 日で約 4,800 万円

年々、世界でも注目されている 11 月 11 日の「独身の日」。2009 年から中国大手 EC サイト運営を行うアリババ株式会社が国内法人 EC「天猫（Tmall）」や越境 EC「天猫国際（Tmall Global）」で大規模なショッピングイベントを行ったことから始まり、他の EC サイトにもその流れが広がっています。アリババ株式会社の発表によると昨年 2019 年は、開始 68 秒で流通総額が 70 億元（約 1,050 億円）、1 日あたりの売上高が 2,684 億元（約 4.16 兆円）と過去最高額を更新しました。昨年まで右肩上がり取引額を伸ばしてきただけに、2020 年もその動向に注目が集まっています。

当社では、2017 年 12 月から自社開発のボディケアブランド『MAPUTI（マプティ）』の中国 EC での販売を開始し、中国インフルエンサーに注目されたことで中国でも知られるようになり、2019 年 7 月には『天猫国際』内に専門店『MAPUTI 天猫国際旗艦店』を開設しました。現在（2020 年 9 月）までに中国での販売数は 72.4 万個を突破、順調な成長を続けています。

今年の「独身の日」は昨年 2019 年に次いで、当社にとって 2 回目の参戦となります。昨年は、中国でのブランド認知と他社にはない販売戦略が成功して大きな話題となりました。

当社では、中国での売上が順調なことに加えて、新商品 2 商品が加わり全 7 商品になることで、今年の「独身の日」1 日の売上目標額を年間総売上の 10 分の 1 にあたる 300 万元（約 4,800 万円）、過去最高額に設定しました。



『MAPUTI 天猫国際旗艦店』

2019 年「独身の日」特設ページ



『MAPUTI』定番 5 商品



〈2020 年新商品〉

写真左：『MAPUTI』定番 5 商品

- ・『オーガニックフレグランスクッションスクラブ MAPUTI』
- ・『フレグランスオイル MAPUTI』
- ・『オーガニックフレグランスホワイトクリーム MAPUTI』
- ・『オーガニックフレグランスバストクリーム MAPUTI』
- ・『オーガニックフレグランスインティメイトソープ MAPUTI』

写真中：『オーガニックフレグランスホワイトクリーム MAPUTI SAKURA』

写真右：『De'licover（デリカバリー）』

■中国市場のリアルなマーケティングを把握することで成功 今年コロナ禍での「買い控え」を予測

当社は中国での販売を強化するために 2019 年に中国法人を設立。中国のビジネスパートナーとの確かな関係値から、常に中国市場のリアルな状況を把握することで、大手にはないスピード感で中国市場に合ったリアルなマーケティングを行っています。

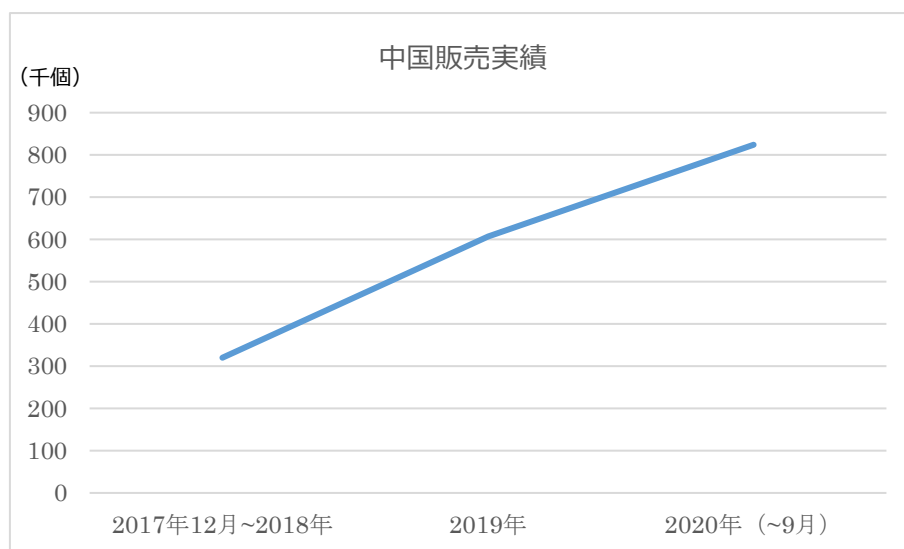
「独身の日」のセールは、中国では大幅な値引きを行うことで競争力を高めるのが一般的です。また、中国の購買者は興味のある商品を事前に予約しても、その後の入金をせずキャンセル扱いにする行動が多くみられる実状があり、昨年、当社では極端に価格を下げることはブランド価値の毀損リスクもあると考え、逆に付加価値を高めることで購買意欲を高める販促プランを実行しました。

予約からの購入率を高めるため、予約客に対し特典として、人気商品『オーガニックフレグランスホワイトクリーム MAPUTI』のパウチパッケージを全員に、またこのセールのためにオリジナルで作成した『MAPUTI』ブランドのロゴ入り指輪を抽選で 1,000 名にプレゼントする施策を行いました。

こうした取り組みは「独身の日」に参加する中国国内および海外メーカーとしても異例であり、中国 SNS のインフルエンサーからも注目を集め、大きく情報が拡散され話題となり売上増につながりました。

今年の「独身の日」は、コロナ禍の影響で中国全体でも以前ほどモノが売れなくなっているというリアルな中国市場を把握し、大きな施策は行わず、中国での販売実績が安定している定番商品を中心に、2020 年 3 月から中国で販売をしている日本らしいフレーバーが人気の『オーガニックフレグランスホワイトクリーム MAPUTI SAKURA』（日本では 2020 年春限定発売で販売終了、中国でのみ販売継続中）と、2020 年 10 月から中国で新発売したデリケートゾーンケア乳酸菌サプリメント『Delicoverly（デリカバリー）』を加えた全 7 商品を販売、ラインナップを増やしたことで大幅な値引きをすることなく多少の値引きを行うだけで、売上目標額が達成できると考えました。それは、中国での好調な販売実績＝ブランドへの信頼感があるからです。

当社では今後も、リアルな中国市場を見据えたビジネス戦略で、中国でのさらなる販売実績を伸ばし、当社ボディケアブランド『MAPUTI』の認知拡大に努めてまいります。



『MAPUTI』シリーズ 中国での累計販売実績の推移

■ 今後は中国人の嗜好に合わせたオリジナル商品の開発も予定

“女性の悩みを白くする（解決する）”をテーマに、女性のリアルな悩みをサポートするために生まれた日本製のボディケアブランド『MAPUTI』ですが、中国での認知が上がったことでより中国人の好みに合うようなパッケージデザインにしたり、中国市場をさらに意識したオリジナル商品をつくりたいという当社中国法人からの要望があり、今後、中国のみで販売する中国版のオリジナル『MAPUTI』の開発にも取り組んでいく予定です。

日本、中国はじめ、世界中の女性のために『MAPUTI』はこれからも進化し続けます。

【MAPUTI について】



『MAPUTI』は、“女性の悩みを白くする、解決する”をテーマに、女性による女性のためのブランドとして 2016 年 5 月に立ち上げられました。オリジナルの香り、オーガニック(天然由来)成分、多くのフリーと弱酸性にこだわり、商品開発をしています。

MAPUTI シリーズは現在までに 6 商品を展開、世界 13 カ国（2020 年 9 月現在）で販売され、シリーズ累計 115 万個超の販売実績を記録しています。

MAPUTI 公式ホームページ <https://maputi.jp/>

【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：小野（携帯 090-4948-0868）／黒田（携帯 080-4900-7949）

TEL：03-5411-0066 FAX：03-3401-7788

e-mail：pr@netamoto.co.jp