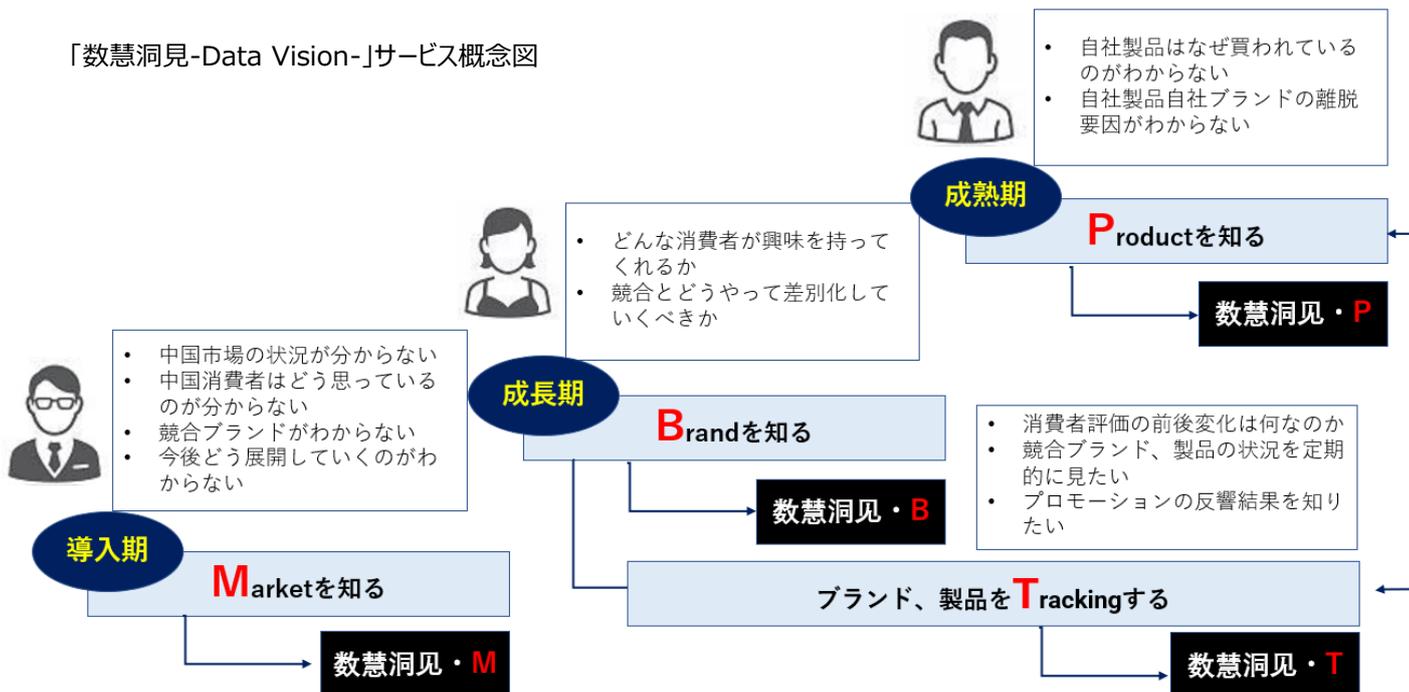


**中国市場での顧客戦略「誰に、何を届けるべきか？」を精緻化**  
**中国 SNS・EC を定点観測・分析し、ブランドの状況を“健康診断”**  
**新サービス「数慧洞見-Data Vision-」発表**

～市場トレンド、消費者動向、競合把握などを徹底分析、中国消費者のインサイトを解き明かす～

中国を中心とする消費者ビッグデータをベースにクロスボーダーマーケティング及び越境 EC 事業を行う株式会社トレンド Express（東京都千代田区、代表取締役社長 濱野智成、以下：トレンド Express）は、中国の市場動向や消費者のインサイト、ブランドの競合優位性、ペルソナ策定などについて、SNS・EC データをフル活用し多角的に分析する新サービス「数慧洞見-Data Vision-」（読み：「シュウ フウイ ドン ジイエン」）を本格展開いたします。

「数慧洞見-Data Vision-」サービス概念図



**【背景】**

長期化するコロナ禍の世界経済において、堅調な成長を続ける中国市場は、グローバル企業にとって高い需要の取り込みが見込める市場としてその重要性が増しています。一方で、中国ローカル企業が現地感覚に優れたマーケティング戦略を駆使してさまざまな業界で台頭するなど、競争環境はより厳しくなっています。日本企業においては、インバウンド需要の復活が当面見込めない中、中国国内市場で勝ち抜くための入念な対策・戦略作りが欠かせません。

これまでトレンド Express では、SNS など消費者の生み出すソーシャルビッグデータを軸にした事業支援を行うことで、日本企業の中国ビジネスの成長を後押ししてまいりました。今回、これまでご支援したお客様から特に高い評価をいただいた当社の SNS・EC 分析サービスについて、従来のフルオーダーメイド型サービスを体系化し、お客様の中国事業の状況に適した分析プランを早期にご提案できるようにいたしました。

## トレンド Express 代表取締役社長 濱野智成コメント



中国市場には、日本とは異なる競争環境があるにもかかわらず、日本での実績・成功モデルだけをもとに中国マーケティング戦略を立てる企業様をよく見かけます。また、中国市場ローンチに成功したものの伸び悩むブランド、さらなる成長へのマーケティング投資に二の足を踏むブランドなど、**日本ブランドの抱える悩みは中国市場・中国消費者のインサイトがわからないことに起因することが多い**と感じています。そういったお客様の課題解決につながるソリューションとして、今回「数慧洞見-Data Vision-」を開発しました。中国市場参入期のペルソナ策定、競合分析、成熟期のブランド分析など、**ブランドの置かれた環境や理想像について、いわば“ブランドの健康状態”をソーシャルビッグデータから論理的に分析し、将来の飛躍に貢献いたします。**

黙っていても日本の人口は縮小し、需要は減退していきます。確かに中国は簡単な市場ではありませんが、チャレンジしないことにはチャンスも生まれません。ともに中国での成功を目指し、プロジェクトをご一緒できれば幸いです。

## 「数慧洞見-Data Vision-」特長・解決できること

### ■ 自社ブランド・商品の中国事業戦略を策定

中国市場参入時、ブランド導入期において、市場の競争環境とブランドの該当カテゴリにおける消費者のインサイトを特定します。

【把握できる項目の例】

中国でのブランドイメージ・認知状況、参入を予定する市場の規模・トレンド・消費者ニーズ、競合の市場シェア・販売状況

### ■ ブランディング・コミュニケーション戦略を策定

中国でのブランドローンチ後、一定の成長期を経て、さらなる拡販やブランド認知拡大を図る上で必要な戦略を策定できます。

【把握できる項目の例】

ブランド・商品に関する情報の SNS 発信者属性、コアユーザーの価値観・ライフスタイル、ユーザーの購入理由・商品評価

### ■ 中国市場での“成熟期”におけるブランドのロイヤリティ向上

自社ブランド・商品の購買要因や離脱要因についてデータを軸に客観的に把握。ロイヤリティ向上にむけた課題の抽出から解決策の提示までを実行します。

【把握できる項目の例】

ブランド・商品に関する SNS 露出（消費者の発信内容）の変化、SNS 発信者の属性変化、商品購入前のタッチポイント、購入検討要件、リピート・離脱要因、使用した評価

### ■ プロモーションの反響、商品の評価の変遷を計測する仕組みを構築し、投資効果を最大化

商品開発段階あるいはプロモーション実施前において、当初設定した訴求ポイントが適切なターゲット層に届いたかどうか、態度変容に結びついたかどうかなど、費用対効果を定点観測できる仕組みを構築し、PDCA サイクルの運用をご支援します。

【把握できる項目の例】

商品販売数の変化、商品取り扱い店舗数の変化、ブランド・商品に関する SNS 露出（消費者の発信内容）の変化、SNS 発信者の属性変化

トレンド Express は「人と世界をつなぐ」というミッションのもと、グローバル市場・消費者の理解促進を図り、お客様のグローバルビジネスの成功にむけた支援を実施してまいります。

### 【株式会社トレンド Express 会社概要】

トレンド Express では、ソーシャルビッグデータ（クチコミ）から分析した消費者インサイト（潜在ニーズ）に基づいたプロモーションや越境 EC 支援事業、Web メディア運営を行っています。原則として、ご提供する施策の前後でクチコミ分析を実施することで、一過性にとどまらない、筋道立った、マーケティングの PDCA サイクルの運用を実現しています。

トレンド Express HP <https://www.trendexpress.jp/>

代表者	代表取締役社長 濱野 智成（はまの ともなり）
所在地	東京都千代田区富士見一丁目 3 番 11 号 富士見デュープレックスビズ 5 階
事業内容	世界各国のソーシャルビッグデータを使ったマーケット調査・分析
	インバウンド消費に関する需要予測 海外消費者のインサイト分析 企業のブランド調査・競合調査 マーケティング戦略策定分析等
	ソーシャルビッグデータ分析を基にした PR 及びプロモーション
	中国向けマーケティングメディア「中国トレンド Express」の編集・発行 <a href="https://cte.trendexpress.jp/blog/">https://cte.trendexpress.jp/blog/</a>
	越境 EC 支援（販売、CS 対応、物流、プロモーション、「越境 EC X（クロス）」の運営）

### 【主な沿革】

- 2021 年 2 月 「抖音(Douyin)」などの配信サービスを提供するプラットフォーム OceanEngineJapan2021 年度「認定代理店制度」にて、日本企業唯一となる最上位格「ダイヤモンド」を受賞
- 2020 年 11 月 インバウンドに代わる日本ブランドと中国消費者の接点作りを支援する、中国消費者へのお試し品配布サービス「意中盒（イーチョンファー）」発表
- 2020 年 9 月 代表の濱野が「NewsPicks NewSchool」新講座「ニューチャイナ・マーケティング」のプロジェクトリーダー（講師）に就任
- 2019 年 12 月 中国企業の M&A を発表（自社中国 100%子会社と協業先企業を経営統合）
- 2019 年 10 月 日本郵政キャピタルをリード投資家としたシリーズ B ラウンドの 7 億円の資金調達計画を発表
- 2018 年 11 月 ソーシャルバイヤーと日本企業の大規模商談会イベント「ソーシャルバイヤー-EXPO」初開催
- 2017 年 11 月 Draper Nexus Venture Partners II, LLC(カリフォルニア州サン・マテオ)ほか 2 社を割当先とした、1.8 億円の第三者割当増資を実施
- 2017 年 1 月 株式会社ホットリンクから分社化
- 2015 年 11 月 株式会社ホットリンク（東証マザーズ 3680）の新規事業として立ち上げ