平成 29 年 8 月 4 日

各 位

会 社 名 ク ル ー ズ 株 式 会 社
（コード番号 2138：東証 JASDAQ スタンダード）
所 在 地 東京都港区六本木六丁目 10 番 1 号
六 本 木 ヒ ル ズ 森 タ ワ ー
代 表 者 代表取締役社長 小 渕 宏 二
問合せ先 経営戦略本部担当取締役 稲 垣 佑 介
電話番号 （03）5786-7080

中国最大のオンラインショッピングモールの越境 EC プラットフォーム「天猫国際(Tmall Global)」で日本初のモール型ファッション通販サイトとして『SHOPLIST.com by CROOZ』のサービス提供を開始



クルーズ株式会社（本社：東京都港区 代表取締役社長：小渕 宏二）は、連結子会社であるワールドリンク株式会社（本社：東京都港区 代表取締役社長：松尾 昇）を通じて、アリババグループが運営する中国最大の総合オンラインショッピングモール「天猫（Tmall)」の越境 EC プラットフォーム「天猫国際（Tmall Global)」にて、日本初のモール型ファッション通販サイトとして『SHOPLIST.com by CROOZ』(以下、SHOPLIST.com 天猫国際版）のサービス提供を開始したことをお知らせいたします。

『SHOPLIST.com 天猫国際版』は、中国のユーザーへ向けて日本のファッションブランドの販売を行います。サービスの最大の特長は、複数のファッションブランドのアイテムをまとめて購入できる「モール型通販サイト」という点です。天猫国際において、モール型通販サイトとしてのサービス提供は、日本で唯一であり、初めての事例となります。

また、日本のファッションブランドやメーカーは、『SHOPLIST.com 天猫国際版』に出店することにより、簡単な手続きで中国に向けた越境 EC 市場への参入が実現できます。

通常、日本のブランドやメーカーが天猫国際に出店するには、独自で出店の手続きをする必要がありますが、天猫国際による出店審査は非常に厳しく、偽物や非正規ルート商品を減らす目的で、中国企業、海外企業を問わず、出店に際しては高いハードルが設けられており、その手続きの複雑さや運用面での難易度の高さから、出店には高いリスクを伴います。

一方『SHOPLIST.com 天猫国際版』は、日本国内の『SHOPLIST.com by CROOZ』（以下、SHOPLIST）と共通したシステムを使用しているため、日本のブランドやメーカーが行うことは、日本語対応された管理画面から商品登録をして、SHOPLIST の物流センターに商品を納入するだけです。プロモーションについては『SHOPLIST.com 天猫国際版』が行うため、日本のブランドやメーカーは『SHOPLIST.com 天猫国際版』に出店することで、審査から販売、プロモーションに至るまで、簡単かつ安全に中国に向けた販売を開始することが可能となります。

クルーズグループでは『SHOPLIST.com 天猫国際版』を通じて、日本のファッションブランドの販売を皮切りに、2020 年には約 1.9 兆円規模（*1）と推計されている中国に向けた越境 EC 市場において、今後ファッション以外にも多様なジャンルに販売商品を展開することで、中国市場の消費者開拓を進めてまいります。

■「天猫（Tmall）」について

アリババグループが運営する中国最大の総合オンラインショッピングモールです。2016 年 11 月 11 日の「独身の日」に行われたセールでは、11 月 11 日 0 時よりスタートし、24 時間で流通総額は 1,207 億元（約 1 兆 8,500 億円）、前年比約 32%増（*2）の過去最高記録を達成しています。

■「SHOPLIST.com by CROOZ」について

レディースからメンズ・キッズまで、幅広いジャンルのファストファッションブランドのアイテムをまとめて購入できる通販サイトです。国内で人気のファストファッションブランドや、LA ブランドをはじめとした海外ブランドまで、気軽にリーズナブルな価格でショッピングを楽しめるファッションブランドを多数取り扱っています。2012 年 7 月にサービスを開始して以来、多くのお客様から高い支持を受けており、売上高は 5 年目となる 2017 年 3 月期には約 190 億円規模まで拡大しています。

*1　経済産業省 平成 28 年度 電子商取引に関する市場調査報告書 より
*2　日本経済新聞 2016 年 11 月 12 日付記事 より

≪サービス概要≫

サービス名称	『SHOPLIST.com 天猫国際版』
Web サイト	https://shoplistcom.tmall.hk/
企画制作・運営	ワールドリンク株式会社

≪会社概要≫

社　名　　：ワールドリンク株式会社
所　在　地：東京都港区六本木 6-10-1 六本木ヒルズ森タワー
設　立　　：2016 年 12 月 15 日
資　本　金：1,000 万円
事 業 内 容：中国に向けた越境 EC 事業

≪会社概要≫

社　名　　：クルーズ株式会社
所　在　地：東京都港区六本木 6-10-1 六本木ヒルズ森タワー
設　立　　：2001 年 5 月 24 日
資　本　金：4 億 3,948 万円
事 業 内 容：ファッション通販【SHOPLIST.com byCROOZ】を中心とした EC 事業

2017年8月4日
クルーズ株式会社

本日のリリースに関する補足説明資料

本資料は、今回の取り組みの意図をより分かりやすくご理解いただくため、
Q&A方式にて、補足説明をさせていただくための資料です

今回の取り組みの位置づけ

クルーズグループの永続的な成長及び企業価値向上のため
下記の３つを重点戦略として掲げています

① SHOPLISTをファストファッションEC分野を代表するブランドへ
② SHOPLIST に続く第２、第３の柱を創出すべく新規事業へ投資
③ 機動的に可能性のある新規チャレンジを数多く生み出し続ける

今回の取り組みは、これら重点戦略のひとつとして
②に該当する「中国に向けた越境EC事業」に関するものとなります

Q：今回のリリースはつまり、どういうことなのか？
A：クルーズの連結子会社であるワールドリンクが、アリババグループが運営する中国最大の総合オンラインショッピングモール「天猫（Tmall）」の越境ECプラットフォーム「天猫国際（Tmall Global）」にて、日本初のモール型ファッション通販サイトとして『SHOPLIST.com by CROOZ』（以下、SHOPLIST.com天猫国際版）のサービス提供を開始したというものです。

Q：ワールドリンク及び中国に向けた越境EC事業について、振返りをしてくれませんか？
A：ワールドリンクは、様々な商品を日本から国境を越えて中国のユーザーに販売する越境EC事業を行うことを目的として、2016年12月15日に設立されました（*1）ワールドリンクの最大の強みは、中国最大級のSNS及びポータルサイトである「Weibo（微博）」「SINA（新浪）」と手を組むことで獲得した、全世界7億人以上のユーザーへアプローチが可能な圧倒的な集客力と、クルーズがこれまでに培ったEC運営ノウハウ・ECシステムです。設立以後、中国へ向けた越境EC事業の準備を進めて来ましたが、『SHOPLIST.com天猫国際版』のサービス提供を開始したことで、本格的に中国に向けた越境EC事業が始動しました。

*1　当社 2016年12月15日付プレスリリース　参照
http://ir.crooz.co.jp/wp-content/uploads/2017/03/a95833f3b6bae42c9d3074fdfb0b5b18.pdf
http://ir.crooz.co.jp/wp-content/uploads/2017/03/0cbd2dea9f71fa697649825a0850422c.pdf

Q：『SHOPLIST.com 天猫国際版』は、どんなサービスなのか？
A：中国のユーザーが、日本のファッションブランドの商品をまとめて購入できる中国に向けた越境 EC サイトです。

Q：『SHOPLIST.com 天猫国際版』の特長は何なのか？
A：複数のファッションブランドの商品をまとめて購入できる「モール型通販サイト」という点が最大の特長です。モール型通販サイトとして、「天猫国際」に出店しているサービスは、日本企業では唯一『SHOPLIST.com 天猫国際版』のみとなります。
また、日本のファッションブランドやメーカーは、『SHOPLIST.com 天猫国際版』に出店することにより、簡単な手続きで中国に向けた越境 EC 市場への参入が実現できます。『SHOPLIST.com 天猫国際版』は、日本国内の『SHOPLIST.com by CROOZ』(以下、SHOPLIST)と共通したシステムを使用しているため、日本のブランドやメーカーが行うことは、日本語対応された管理画面から商品登録をして、『SHOPLIST』の物流センターに商品を納入するだけです。プロモーションについては『SHOPLIST.com 天猫国際版』が行うため、日本のブランドやメーカーは『SHOPLIST.com 天猫国際版』に出店することで、審査から販売、プロモーションに至るまで、簡単かつ安全に中国に向けた販売を開始することが可能となる点も特長のひとつです。

Q：『SHOPLIST.com 天猫国際版』に出店しているブランドは、日本国内の『SHOPLIST』と同じなのか？
A：いいえ、全てが同じブランドということはありません。すでに日本国内で『SHOPLIST』に出店しているブランドもありますし、一方で、今まで『SHOPLIST』では獲得できていなかった中国に進出したいというニーズを持つ新たなブランドの獲得ができています。

Q：海外への配送料は誰が負担するのか？
A：基本的に配送料は中国のユーザー負担です。ただし、購入金額など一定の条件により送料無料となります。配送料については、今後の販売状況やユーザーニーズを踏まえて、理想的な水準となるよう継続して調整を行います。

Q：ファッションしか販売しないのか？
A：いいえ、違います。今後ファッションに限らず様々な商品の販売を行う考えです。ただし、現時点においては、まず販売を行う商品はファションのみです。今後市場やユーザーの動向を鑑みて、どのような商品を販売すべきか臨機応変に判断していきます。

Q：『SHOPLIST.com 天猫国際版』の成長性をどう見ているのか？
A：日本から中国に向けた越境 EC の市場規模は、2016 年に 1 兆円を超え 2020 年には 1.9 兆円規模にまで拡大すると推計されています（*2）今回の取り組みは、市場の規模、成長速度を踏まえ、今後うまくいった時に業績へ大きなインパクトを与える可能性があると現時点では考えます。『SHOPLIST』で培った EC 運営のノウハウを強みに 3～5 年後の業績貢献を期待しています。
*2　経済産業省 平成 28 年度 電子商取引に関する市場調査報告書 より

Q：「天猫（Tmall)」は、どのくらいの市場規模なのか？

A：2016 年の中国国内における EC 市場規模は約 100 兆円規模にまで拡大し、米国を抜き世界第一位でその規模は日本の約 8.3 倍（*3）となります。アリババグループが運営する「天猫（Tmall）」は、その中国 EC 市場の約 60%（*4）を占有している中国最大の総合オンラインショッピングモールです。

中国で EC が普及するにつれ、中国の消費者の志向が、価格よりも品質を求めるようになってきた状況を受け、アリババグループは、2013 年に「天猫国際（Tmall Global）」を開設しました。「天猫国際」は、ユーザーから信頼を得るため、偽ブランドや非正規ルートを排除し、海外有名ブランドを積極的に集め、2016 年には約 14,500 ブランドの商品が展開され、前年と比較してブランド数は約 2.7 倍と驚異的なスピードで拡大を続けています。また「天猫国際」で中国からの注文先として最も多かった国は、2016 年に日本が米国を抜いて 1 位（*5）となり、中国の消費者の日本の商品に対する購買意欲が今後さらに高まっていくことが期待されます。

*3　経済産業省 平成 28 年度 電子商取引に関する市場調査報告書 より

*4　易観国際 2017 年 5・6 月度調査 より

*5　LXR 2017 年 1 月 18 月付調査 より

Q：このリリースは直近で業績に大きな影響を与える取組みなのか？

A：いいえ、直近での影響はありません。『SHOPLIST』の売上、利益と比較すると、極めて軽微なものとなります。

Q：では、どうしてリリースを出したのか？

A：現時点での成功確度は分かりませんが、事業を取り巻く環境の様々な点を鑑みて、うまくいった時に業績へ大きなインパクトを与える可能性のある取り組みと判断したためです。

Q：リスクとしては、どんなことが考えられるのか？

A： 今のところ、特別大きなリスクはありません。投資金額については、全体の業績に影響ない範囲で、一定の割合に応じて金額を決定しています。ですので、今回の新規チャレンジだけで見ると特別大きなリスクは無いと判断していますが、もし仮に今後グループが取り組む複数の新規チャレンジが失敗し続け、その損失が重なった場合、全体の業績に影響を及ぼす可能性はあります。

Q：売上、利益が業績貢献するのはどのくらいの時間軸なのか？

A：本件に限らず新規チャレンジの業績貢献は 3～5 年後を想定しています。社内の事実データを見ても、2008 年～2012 年の間、当社コマース事業では売上、利益が横ばいで思うように収益の上がらない期間が続きました。そのような 4 年の苦節を経て、試行錯誤を重ねた結果、サービスのリニューアルに成功し『SHOPLIST.com by CROOZ』が誕生。その後の急成長へとつながりました。

また、これはゲーム業界の一般論ですが、ゲーム開発ではタイトルのリリースまで収益が発生しない投資期間が 1～2 年あり、業績に寄与するのは 3 年目以降です。したがって、当社では業績貢献まで 3～5 年の期間が妥当だと考えています。

Q： 1～2 年で大きく業績貢献するケースもあると思いますが？

A：はい、確かに稀にリリース間もなく大ヒットするゲームやメディアもありますが、それは非常に低確率で発生していることで、例えば日本のゲームアプリ市場において、業績に大きな影響を与えるラインを TOP30 だとすれば、2016 年にリリースされたタイトル約 200 本（*6）のうち、年間売上で TOP30 入りをしたタイトルは全体の 1%しかありません。もちろん、1%になることを目指していますが、新規事業が 1～2 年で大きく業績貢献するケースは稀であり極めて難しいことだと、この事実データが物語っています。

*6　当社調べ（AppAnnie より参照）　調査対象期間：2016 年 1 月 1 日～2016 年 12 月 31 日

Q：どのくらいの時間軸でこの投資の成功、失敗を判断するのか？

A：クルーズでは 3 か月に一度、「状態異常の回復」を目的とした経営合宿をやっており、今回の投資に関してもその場で、3 か月毎に判断をしていきます。少額であれば仮に赤字であったとしてもそのリスクを許容し、将来的な期待感から継続を判断する可能性もあります。とはいえ、グループの中の財務状況に応じて適時適切に意思決定をしていきます。

■この取り組みに関する今後の IR またはリリースについて

当社グループでは、新規チャレンジの継続的な IR またはリリースの方針について 3 つの基準を定めています。

<u>継続的にその状況を報告する取り組み</u>

① 売上 10%以上の影響があると自信が持てた取り組み
② 現時点での成功確度は分からないが、事業を取り巻く環境の様々な点を鑑みて、うまくいった時に業績へ大きなインパクトを与える可能性のある取り組み

<u>現時点では継続的な状況報告を行わない取り組み</u>

③ うまくいった時に業績へ大きなインパクトを与える期待はあるものの、
現時点でインパクトの大きさも成功確度もあまりにも未知数な取り組み

今回の取り組みにつきましては、複数あるチャレンジのうちのひとつであり、現時点では、②に該当すると考えているため、進捗があれば、IR 掲示板やリリース、決算説明資料など適切な方法を通じて、ご報告してまいります。

以上