

2026年7月13日

各 位

東京都新宿区西新宿五丁目1番1号
株式会社 アドウェイズ
代表取締役 山田 翔
(コード番号: 2489 東証スタンダード市場)
問い合わせ先:
上席執行役員 管理担当 田中 庸一
電 話 番 号 03 (6771) 8512

中国最大級の EC プラットフォーム「京東集団 (JD.com)」が展開する
越境 EC 事業の B2B2C パートナーに認定

当社は、中国最大級のECプラットフォームである京東集団 (JD.com) が展開する越境EC事業において、B2B2C (Business to Business to Consumer) パートナーに認定されましたので、お知らせいたします。

詳細につきましては、添付のプレスリリース資料をご参照ください。

※ 添付のプレスリリース資料は、発表日現在の情報です。最新の情報と異なる場合がありますのでご了承ください。

以 上

ADWAYS PRESS RELEASE

日本在庫を中国消費者へ直接販売可能に。アドウェイズ、中国最大級 EC「京東（JD.com）」の B2B2C パートナーに認定

2026 年 7 月 13 日

株式会社アドウェイズ（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：山田 翔、以下アドウェイズ）は、中国において最大級の EC プラットフォームである京東集団（JD.com）が展開する越境 EC 事業において、B2B2C（Business to Business to Consumer）パートナーに認定されました。

本認定により、アドウェイズグループと連携する日本企業は国内に在庫を置いたまま、京東集団（JD.com）を通じて商品を直接販売することが可能となり、低リスクかつスピーディーに中国市場へ参入することが可能となります。



越境 EC で実現する、低リスクな中国進出

昨今、社会情勢の変化などを背景に、日本企業の中国市場への本格進出は「参入障壁が高い」と見なされる一方で、越境 EC の領域においては様相が異なります。

中国国内では、日本のブランドに対する「品質・安全性」への信頼が依然として高く、中間層・富裕層の拡大や越境 EC 関連制度の整備が進んでいることから、日本企業にとって優位性の高い市場環境が継続しています。

また近年では、初期投資をともなう「現地法人の設立」から始めるのではなく、「越境 EC を通じてテスト販売を行い、現地のニーズを見極める」という、より確実で低リスクな戦略が主流となっており、中国市場への参入障壁は下がりつつあります。

京東集団（JD.com） × 越境 EC の強み

アドウェイズが連携した京東集団（JD.com）は、中国において最大級の EC プラットフォームであり、BtoC 領域において圧倒的なシェアとトップクラスの市場規模を誇ります。

年間アクティブ購入ユーザーは約 7 億人を誇り、自社構築による強力な物流ネットワークを保有。さらに「正規品・品質重視」の消費者層から厚い支持を集めており、「信頼性の高い購買プラットフォーム」として確固たる地位を築いています。

中国市場への越境 EC 展開において、多くの日本企業が直面する「親和性の高い層へのリーチ」「配送遅延などの物流トラブル」「偽造品によるブランド毀損リスク」といった課題に対し、京東集団（JD.com）を通じた越境 EC は、ブランド価値を守りながら、高品質な商品を求める優良なユーザー層へ、安心・安全にアプローチすることが可能です。

アドウェイズグループによる一気通貫のプロモーション支援

アドウェイズが認定を受けた、B2B2C パートナーは、日本からの手軽なテストマーケティングを可能にする新たな越境 EC モデルです。主に以下の 4 つの特長があります。

- ・ 中国法人・現地拠点が不要
- ・ 商品は日本国内に在庫を置いたまま販売可能
- ・ 初期投資を最小限に抑制
- ・ 京東集団（JD.com）の強固な物流・決済・顧客基盤をそのまま活用

こうした、京東集団（JD.com）の強みを基盤とし、アドウェイズは単なる「出店・出品代行」にとどまらず、一気通貫でプロモーションを支援する事業パートナーとして日本企業をバックアップいたします。

なお、近年の中国 EC 市場においては、SNS 等での「流入（認知）」から EC での「転換（購買）」までをシームレスに設計することが重要かつ不可欠です。アドウェイズグループは本連携をもって、マーケティングと販売戦略を一体化させた以下のソリューションを提供いたします。

- ・ 中国市場のトレンドに適した商品選定・価格設計
 - ・ 京東集団（JD.com）のアルゴリズムに最適化された商品ページ設計
 - ・ RED（小紅書）や Douyin（抖音）など、中国主要 SNS との連動施策
 - ・ 現地の KOL / インフルエンサーを活用したプロモーション
 - ・ 「618（創業セール）」や「独身の日（W11）」など、大型商戦に向けた戦略設計
-

今後の展望

中国市場の発展にともない、越境 EC は単なる「補助的な販売チャネル」から「ブランドの成長を左右するコアチャネル」へと進化しつつあります。

アドウェイズグループは今後も、京東集団（JD.com）をはじめとする主要プラットフォームとの連携を一層強化し、日本企業の中国進出を「戦略立案」から「継続的な売上拡大」まで一貫通貫で支援してまいります。

株式会社アドウェイズについて

2001 年設立。2006 年に東京証券取引所に上場。パーパスに、"全世界に「なにこれ すげー こんなのはじめて」を届け、すべての人の可能性をひろげる「人儲け」を実現する。"を掲げ、アプリ・Web の包括的なマーケティングを支援する広告事業、テクノロジーを駆使し新しい広告表現や広告効果最大化を実現するアドプラットフォーム事業、ライフスタイル事業、DX 事業など、領域をまたいだ事業を展開。日本を始め、アジアを中心とした海外への事業展開も行っている。

<https://adways.net>
