

本状はGMOペパボ株式会社とピンコイ株式会社の共同プレスリリースです。
各社より重複して配信される場合がございますが、あらかじめご了承ください。

2021年4月15日

報道関係者各位

GMOペパボ株式会社
ピンコイ株式会社

ハンドメイドマーケット「^{ミンネ}minne byGMOペパボ」と
台湾発のグローバル通販サイト「^{ピンコイ}Pinkoi」の
アジアを代表する2つのマーケットサービスが共同企画を実施
～海外販売に関する意識調査の結果やトップ対談、SNS企画を発表～

GMOインターネットグループのGMOペパボ株式会社（代表取締役社長：佐藤 健太郎 以下、GMOペパボ）が運営するハンドメイドマーケット「^{ミンネ}minne byGMOペパボ」（URL：<https://minne.com/>）と、ピンコイ株式会社（代表取締役社長：ピーター・イエン 以下、ピンコイ）が運営する、台湾発のグローバル通販サイト「^{ピンコイ}Pinkoi」（URL：<https://jp.pinkoi.com/>）の、アジアを代表する2つのマーケットサービスは、共同企画『My Creation To The World』を本日2021年4月15日（木）からスタートいたします。第一弾として以下の3つの企画を発表、実施いたします。

- (1) 「minne byGMOペパボ」、「Pinkoi」で活動する作家・ブランド・デザイナー（以下、作り手）を対象とした『作り手の海外展開・販売に関する意識調査』
- (2) サービストップ対談記事の公開
- (3) 『My Creation To The World』への意見収集や、作り手同士の交流機会創出のためのSNS企画

2サービス共同企画

アジア圏のハンドメイド・デザイナーズ業界を活性化させるため
「My Creation To The World」を開始



【共同企画の背景】

「minne byGMOペパボ」は、75万を超える作家・ブランド^(※1)によるアクセサリーやステーショナリー・家具・生活雑貨・食品など幅広いジャンルの1325万点以上のハンドメイド作品^(※1)が販売、展示されている、年間流通額4年連続業界No.1^(※2)で国内最大^(※3)のハンドメイドマーケットです。「minne byGMOペパボ」では、企業や自治体、エンターテインメントコンテンツなどとのコラボレーションによるハンドメイドの認知拡大や作家・ブランドの活動支援、ハンドメイドの魅力を伝えるイベントの開催など、様々な活動を行っています。また、海外からも「minne byGMOペパボ」で作品を購入できる越境ECサービス「WorldShopping BIZ^{ワールドショッピング ビズ}チェックアウト」（運営元：株式会社ジグザグ 以下、ジグザグ）の導入や、台湾や韓国でのハンドメイドイベントへの参加、登壇など、作家・ブランドの活動の場を海外に広めると共に、日本のハンドメイドの魅力を世界に広めるための取り組みも行ってきました。

一方、「Pinkoi」は、審査を通過した 2.5 万を超える台湾・香港・中国・タイ・日本などのデザイナーによるアクセサリー・ファッション・ステーションナリー・雑貨・食品など、190 万点以上のアジアの最新のデザインプロダクトが販売されている、台湾発・アジア最大級のグローバル通販サイトです。会員数は全世界で約 400 万人に上ります。台湾をはじめ各国での『Pinkoi マーケット』など、デザイナーとお客様とが直接交流できるオフラインイベントの開催や、世界的な IP キャラクターとデザイナーとのコラボレーションアイテムの制作など、デザイナー・ブランドがグローバルな舞台で活躍できるような支援を行っています。EC 事業の他にも、ワークショップ、文化創造産業への投資などのサービスをグローバルに展開しています。アジアを中心としたデザイン市場のビジネスエコシステム（事業生態系）を広げ、国を越えた理想的なライフスタイルを提案できるサービスを目指しています。

日本および台湾を代表するものづくりのプラットフォームとして、それぞれハンドメイド・デザイナーズ市場を活性化させるため活動してきた「minne byGMO ペパボ」と「Pinkoi」は、日本・台湾・香港を含むアジア圏のハンドメイド・デザイナーズ市場の活性化のみならず、市場におけるハンドメイド作品・デザインプロダクトの価値向上、世界各国での認知拡大を目的に、共同企画『My Creation To The World』を行うことといたしました。企画名『My Creation To The World』には、自分のクリエイションを世界に広げていきたいと思っている作り手や、ハンドメイド作品やデザインプロダクトが好きな人々がつながるようにという思いを込めています。

今後も作り手の活動機会創出やハンドメイド・デザイナーズ業界の認知拡大のため、「minne byGMO ペパボ」と「Pinkoi」は共に、様々な取り組みを検討してまいります。

(※1) 2021 年 3 月末時点

(※2) 2020 年 8 月末時点、GMO ペパボ調べ（一般社団法人日本ホビー協会発行「ホビー白書 2019 年版」記載の国内ハンドメイドマーケットサイト運営会社のうち、数値を公表している企業のみ比較）。

(※3) 2019 年 11 月発行 一般社団法人日本ホビー協会「ホビー白書 2019 年版」ハンドメイドマーケット比較表（2019 年 9 月末日時点）

【『作り手の海外展開・販売に関する意識調査』について】

「minne byGMO ペパボ」と「Pinkoi」はそれぞれのサービスに登録する作り手を対象に、共同で『作り手の海外展開・販売に関する意識調査』を行いました。

■ 調査概要

- 調査テーマ：作り手の海外展開・販売に関する意識調査
- 調査対象：「minne byGMO ペパボ」または「Pinkoi」に登録している作り手 2,705 人
- 調査期間：2021 年 3 月 23 日（火）～28 日（日）
- 調査方法：インターネット調査
- 調査主体：「minne byGMO ペパボ」、「Pinkoi」

* 本調査レポートの百分率表示は小数点第二位以下四捨五入で端数処理を行っており、合計しても 100%とにならない場合があります。

* 調査結果図中の「SA」は単一選択、「MA」は複数選択の設問であることを示しています。

* メディア媒体での本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願いいたします。

・クレジットに『「minne byGMO ペパボ」「Pinkoi」調べ』と明記してください。

・WEB 上で引用いただく際には、「minne byGMO ペパボ」(<https://minne.com/>) と「Pinkoi」(<https://jp.pinkoi.com/>) へのリンクをお願いいたします。

* メディア媒体以外での本調査結果の引用を希望の方は「minne byGMO ペパボ」(<https://minne.com/contact>) にお問い合わせください。

■ 調査結果

<活動地域はそれぞれのサービスを運営している地域が大半>

ブランドの活動拠点になっている地域を尋ねたところ、「minne byGMO ペパボ」で活動する作り手の 99.7%が日本と回答し、「Pinkoi」で活動する作り手の 74.6%が台湾と回答しました。

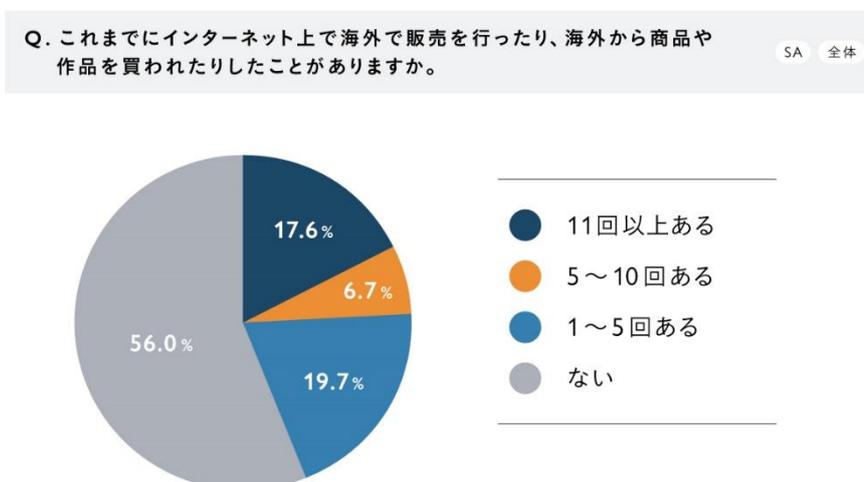
各サービスの運営会社がある地域で活動する作り手が一番多い一方で、「Pinkoi」には、香港(16.0%)、日本(9.4%)で活躍する作り手もあり、「minne byGMO ペパボ」には少数ではあるものの、台湾やアメリカで活動する作り手もいました。また、「Pinkoi」は越境 EC サイトということもあり、今回の調査では回答がなかったものの、タイや欧米などで活躍している作り手も多くいます。

海外で活躍する作り手の中には、ブランド・制作拠点は海外に置き、発送は購入者の居住地にいるスタッフに委託している作り手もいます。特に、日本からの購入が多い「minne byGMO ペパボ」を利用して海外で活動する作り手は、このような体制の作品販売をすることが多いと推測されます。



<海外向け販売経験がある作り手は全体の 44%>

インターネット上での海外のお客様への販売経験を尋ねると、全体で 44.0%の作り手が海外のお客様への販売経験があると回答しました。中でも、11 回以上海外向け販売経験があると回答した作り手は香港で 71.2%、台湾で 59.8%であったのに対し、日本では 11.3%となり、作り手の活動地域によっても大きな違いがありました。



また、海外のお客様への販売には、販路拡大や言語の壁を越えたコミュニケーションなど国内の販売では得られないやりがいがあることが調査結果からわかりました。以下、一部抜粋します。

●海外向け販売で嬉しかったこと（一部抜粋）

- ・購入者が日本から台湾への観光で私の作品と出会ってくれたのをきっかけに、「Pinkoi」で日本から何回もオーダーしてくれ、交流が始まった
- ・なかなか会いたい人に会いに行けないお客様のギフトをお届けでき、架け橋のようになって嬉しかった
- ・コロナ禍で、国を跨いだ遠距離恋愛中のお客様のオーダーが多かった。恋愛相談を受けることもあった
- ・世界が広がったように感じた
- ・言語が違って、レビューなどから喜んでくれた声が伝わってきた
- ・「minne byGMO ペパボ」が海外からの購入に対応したことで、以前から作品を欲しいと連絡をくださっていた方に作品を購入してもらえた

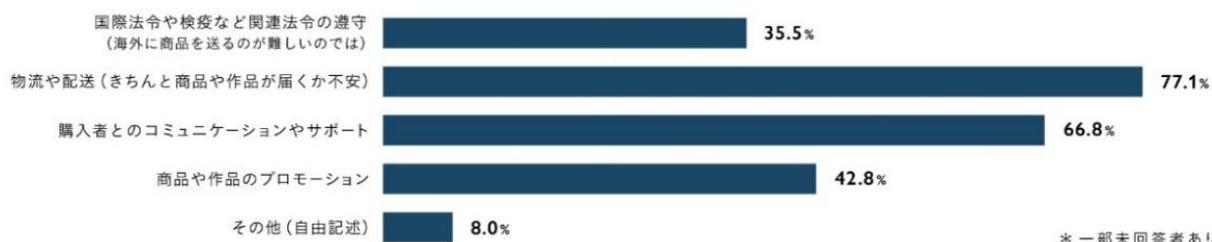
<77.1%の作り手が海外への「物流や配送」を不安に感じている>

海外向け販売・ブランドの海外展開（以下、海外展開）に当たって不安に感じていることを尋ねたところ、全体で77.1%もの作り手が「物流や配送」と回答しており、多くの作り手が、お客様のもとにしっかり作品が届くか不安に感じていることがわかりました。また、地域別に見てみると、「物流や配送」以外では、日本を活動拠点としている作り手は、「購入者とのコミュニケーションやサポート」（日本：76.0%）を多く挙げているのに対し、台湾を活動拠点としている作り手は、「商品や作品のプロモーション」（台湾：75.6%）を多く挙げており、地域によっても違いがあることがわかりました。

「minne byGMO ペパポ」と「Pinkoi」では、海外の購入者とのコミュニケーションや海外への配送などの支援に関するサービス導入や取り組みを通じ、作り手の海外展開を推進しています。

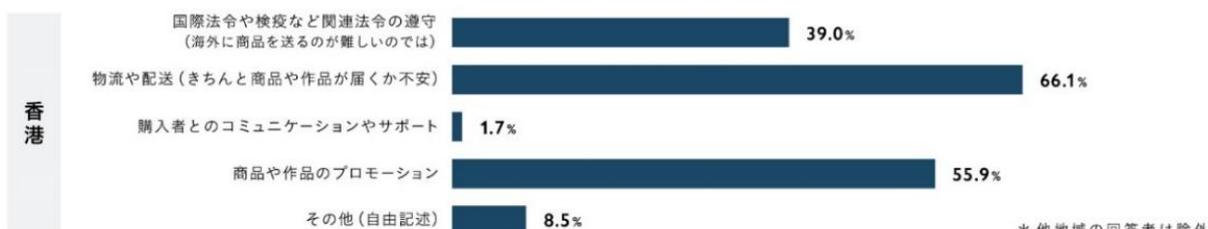
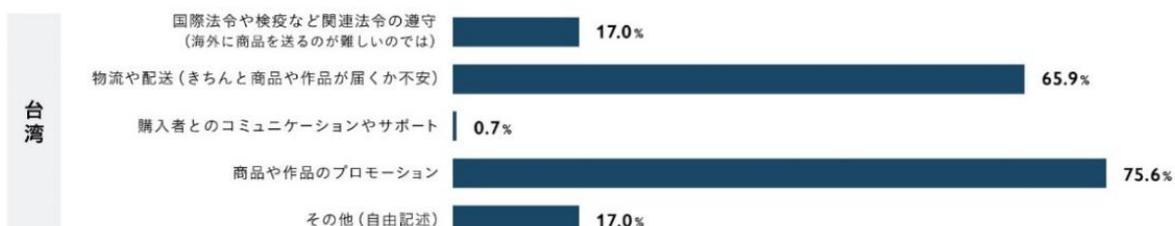
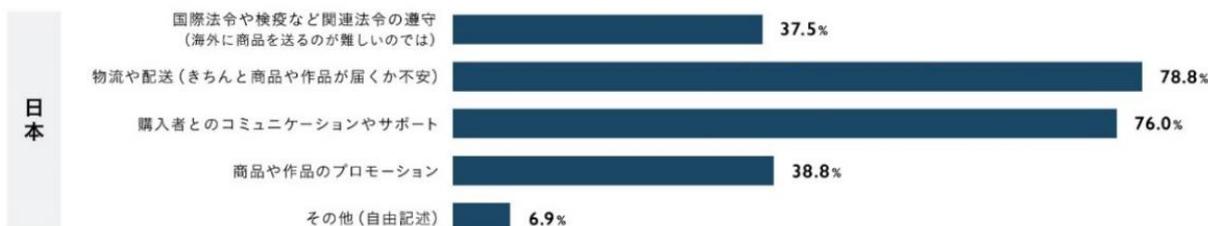
Q. 海外向け販売・ブランドの海外展開のための現在の取り組みや今後チャレンジしたいと思っていることを行うに当たって不安に感じている点を教えてください。

MA 全体



Q. 海外向け販売・ブランドの海外展開のための現在の取り組みや今後チャレンジしたいと思っていることを行うに当たって不安に感じている点を教えてください。

MA 日本・台湾・香港

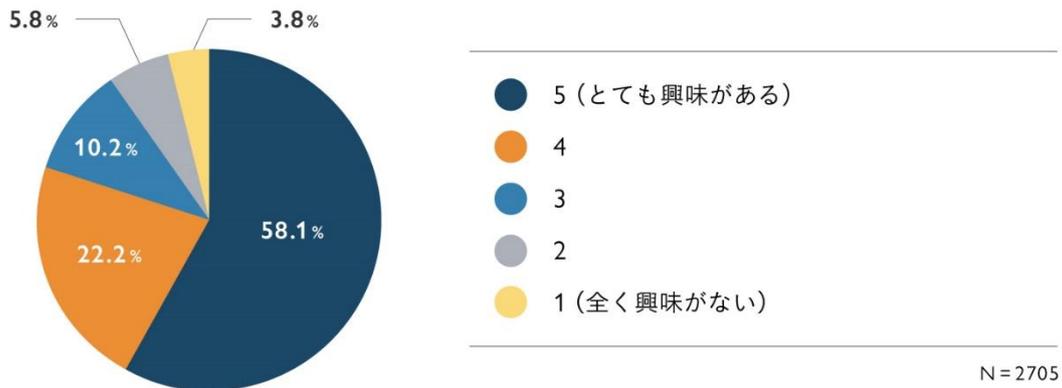


<海外展開への意欲がある作り手は80.3%>

海外展開への意欲を5段階（5：とても興味がある～1：全く興味がない）で尋ねたところ、「興味がある」（選択肢：5・4）と回答した作り手が80.3%となり、多くの作り手が海外展開への意欲を持っていることがわかりました。

Q. 今後の海外向け販売・ブランドの海外展開への意欲を教えてください。

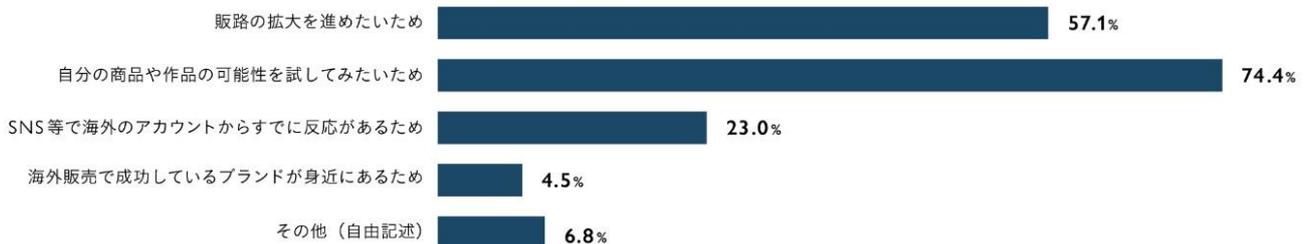
SA 全体



理由として、「作品の可能性を試したい」（74.4%）を挙げた作り手が最も多く、次いで「販路拡大をしたい」（57.1%）、「SNS等で海外のアカウントからすでに反応があるため」（23.0%）となっています。このことから、海外にも自分の作品を届けたいという前向きな思いを持った作り手が多いことがわかります。また、コロナ禍で、特に海外の方と交流しづらい昨今、インターネットを活用して海外とのつながりを持ちたいと考えている人も多いと考えられます。

Q. 前の設問で3～5を選ばれた理由として当てはまるものをすべて教えてください。

MA 特定回答者のみ



■ 調査まとめ

今回の調査で、作り手の海外展開への意欲が高いことがわかりました。一方、海外展開に際し様々な不安を感じていることもわかりました。「minne byGMO ペパボ」と「Pinkoi」は、海外展開の意欲がある作り手に対して、海外展開への不安を低減し、オンライン・オフラインでのチャレンジの場を今後も継続的に提供できるよう、様々なサービスや企画を検討してまいります。

【サービストップの対談記事の公開について】

GMO ペパボ minne 事業部 部長 新井 正樹とピンコイの代表取締役社長 ピーター・イエンの対談記事を、Webメディア「minne とものづくりと」（URL：<https://mag.minne.com/>）（日本版）、「Pinkoi Zine」（URL：<https://blog.pinkoi.com/tw/>）（台湾版）にて公開いたします。アジアのものづくり・クリエイションの現状や、今後の世界展開に向けて両サービスが取り組むべきことなどを「minne byGMO ペパボ」と「Pinkoi」それぞれの視点でお話ししています。

■ 対談記事 URL

「minne とものづくりと」：https://mag.minne.com/2021/04/15/interview_mycreationtotheworld/

「Pinkoi Zine」：<https://blog.pinkoi.com/tw/news/pinkoi-updates/pinkoi-x-minne/>

【SNS 企画について】

『My Creation To The World』への意見収集や、「minne byGMO ペパボ」や「Pinkoi」で活動する作り手同士の交流機会創出のための SNS 企画を実施します。Twitter、Instagram、Facebook にて、以下のとおり該当のハッシュタグをつけた投稿を募集します。ハッシュタグの活用例についてはお知らせ記事で紹介しています。

共通ハッシュタグ：#MyCreationToTheWorld

お知らせ記事 URL：<https://note.com/minnecom/n/n2019f6999e30>

以上

【報道関係お問い合わせ先】

●GMO ペパボ株式会社 社長室 広報チーム 田辺
TEL：03-5456-2622 E-mail：pr@pepabo.com

●ピンコイ株式会社 PR 安部
E-mail：jp-pr@pinkoi.com

●GMO インターネット株式会社
グループコミュニケーション部 広報担当 寺山・新野
TEL：03-5456-2695 E-mail：pr@gmo.jp

【サービスに関するお問い合わせ先】

●GMO ペパボ株式会社 minne 事業部
E-mail：info@minne.com

【GMO ペパボ株式会社】(URL：<https://pepabo.com/>)

会社名	GMO ペパボ株式会社 (東証第一部 証券コード：3633)
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役社長 佐藤 健太郎
事業内容	■ホスティング事業 ■EC 支援事業 ■ハンドメイド事業 ■金融支援事業
資本金	2 億 6,222 万円

【ピンコイ株式会社】(URL：<https://jp.pinkoi.com/>)

会社名	ピンコイ株式会社
所在地	台湾本社 台湾台北市大同区承德路三段 285 之 2 號 D.Lab 103 東京支社 東京都渋谷区渋谷 1-23-21 渋谷キャスト 2F
代表者	代表取締役社長 ピーター・イエン
事業内容	■EC サイト事業 ■ワークショップ事業 ■文化創造産業への投資

【GMO インターネット株式会社】(URL：<https://www.gmo.jp/>)

会社名	GMO インターネット株式会社 (東証第一部 証券コード：9449)
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役会長兼社長・グループ代表 熊谷 正寿
事業内容	■インターネットインフラ事業 ■インターネット広告・メディア事業 ■インターネット金融事業 ■暗号資産事業
資本金	50 億円

Copyright (C) 2021 GMO Pepabo, Inc. All Rights Reserved.

Copyright (C) 2021 2021 Pinkoi Inc. All Rights Reserved.