



2025 年 11 月 20 日

各 位

会 社 名 売れるネット広告社グループ株式会社
代 表 者 名 代表取締役社長 CEO 加藤公一レオ
(コード番号: 9235 東証グロース)
問 合 せ 先 取 締 役 C F O 植木原宗平
(TEL 092-834-5520)

売れるネット広告社グループ、

『中国 TikTok (Douyin) ライブコマース』でベルタ社と“日本企業初の契約”を締結！

～女性のライフステージを支援する日本発フェムテックブランドが

中国“ママ・プレママ層”を中心とする巨大ヘルスケア市場に新たな旋風を巻き起こす～

売れるネット広告社グループ株式会社（本社：福岡県福岡市、代表取締役社長 CEO：加藤公一レオ、東証グロース市場：証券コード 9235、以下 売れるネット広告社グループ）は、連結子会社である株式会社売れる越境 EC 社（本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：高橋宗太 以下 売れる越境 EC 社）が、株式会社ベルタ（本社：東京都港区、代表取締役社長：武川 克己、以下 ベルタ社）より、『中国 TikTok (Douyin) ライブコマース』運営代行業務を正式に受注したことをお知らせいたします。

今回のプロジェクトは、これまでに約 150 万人のお客様にご利用いただいている BELTA ブランドの中でも、『ベルタ葉酸サプリシリーズ』を中国市場向けにライブコマース形式で展開するものです。累計 1400 社以上の成功実績を誇る「最強の売れるノウハウ®」と、ベルタ社の持つ圧倒的ブランド力を融合させ、“日本発フェムテックブランド”として中国マタニティ&ヘルスケア市場に挑む、極めて戦略的な一手となります。

【中国 TikTok (Douyin) ライブコマースプロジェクトの概要】

中国版 TikTok「Douyin」におけるライブコマース市場は、2025 年には推定 98 兆円規模に達するとされる世界最大の EC プラットフォーム。14 億人超の消費者が日常的に「ライブ配信で購入」を行うこの市場は、今や日本企業にとって“最後の巨大フロンティア”です。

売れる越境 EC 社は、自社の現地パートナー網と KOL（インフルエンサー）ネットワークを活用し、ベルタ社の『葉酸サプリシリーズ』を中国のママ・プレママ層に向けてライブ販売。製品の安全性・信頼性・高品質という“日本ブランドの代名詞”を武器に、「母と子の健康を支える新習慣」を中国市場へ浸透させます。

【株式会社ベルタについて】

ベルタ社は、「女性のライフステージの課題を解決する」という企業理念のもと、妊活・妊娠・産後・更年期といった女性の人生の節目に寄り添うフェムテック商品・サービスを展開する「BELTA ブランド」を運営しています。

中でも「ベルタ葉酸シリーズ」は、妊活期・妊娠期・授乳期の栄養バランスをサポートする製品としてシリーズ累計 563 万個を突破しており、国内マタニティサプリ市場において高い認知と信頼を獲得しています。

同製品は、厚生労働省推奨量に基づく葉酸含有量を実現しながら、鉄・亜鉛・ビタミン B6・ビタミン E を、妊婦さんの 1 日あたりの推奨摂取量配合(厚生労働省・日本人の食事摂取基準 2025 年版)。

さらに、ビタミン C30.88mg・ビタミン D8.5μg・カルシウム 264mg・アミノ酸 20 種類・野菜 23 種類・美容成分 5 種類など、合計 85 種類の素材・栄養素をバランス良く配合しています。

さらに、GMP 認定工場での国内生産・第三者機関検査を経た高い品質管理体制を誇ります。今回の越境展開では、この「日本基準の安心品質」を前面に押し出し、中国のヘルスケア意識の高い層への強力な訴求を図ります。

産婦人科医監修の葉酸サプリ

ベルタ葉酸サプリは産婦人科医の監修を受けています。

9年連続
通販売上
No.1



八丁堀さとうクリニック
副院長 佐藤 杏月先生

※1 2016年度～2024年度における企業別売り上げランキング(通販チャネル) TPCマーケティングリサーチ調べ(2025年8月調査)

赤ちゃんが欲しい!を応援

妊活に必要な栄養素を179種類配合

累計販売数
563万袋
突破!!



BELTA葉酸サプリ
シリーズは
全国1337施設の
産婦人科で
紹介されています!

*2025年1月末までのBELTA葉酸サプリシリーズ累計販売数

【“母と子の健康” × “ライブコマース” が生み出す新たな成功モデル】

中国のマタニティ市場は年平均成長率 12%を超える急拡大領域であり、健康・栄養サプリメント分野の市場規模は 2024 年時点で約 5.2 兆円 (iResearch 調べ)。さらに「国産＝安全・高品質」という日本ブランドへの信頼は依然として高く、ベルタ社の製品特性と完璧にマッチします。

売れるネット広告社グループは、これまでに培った D2C マーケティングの知見をフル投入し、

- ・ライブ配信中の購入率を最大化する訴求設計

- ・母親層インフルエンサーを中心とした KOL 戦略
- ・“視聴→購入→定期化”を狙う CRM フローの構築

といった施策を一気に展開。ベルタブランドの“越境 D2C 成功モデル”を確立します。

【【売れるネット広告社グループの戦略的意義】

～ “98 兆円×14 億人×最強ノウハウ®” の融合～

本プロジェクトは、売れるネット広告社グループが推進する『中国 TikTok (Douyin) ライブコマース支援事業』の中でも、フェムテック領域への初本格進出を意味する「歴史的転換点」です。これまで化粧品・プロテイン・スーパーフードなどで築いてきた成功モデルを、“女性×健康”という新カテゴリへ横展開することで、グループ全体の事業ポートフォリオをより強固なものにしていきます。

また、ベルタ社との連携により、

- ブレママ層を中心とした新規購買層の開拓
- 日本製フェムテック商品の継続的販路構築

といった中長期の成長ドライバーを創出。売れる越境 EC 社は“日本の女性ブランドを世界標準に押し上げる” ミッションを掲げ、中国市場でのプレゼンス拡大を加速させます。

【今後の展望】

売れるネット広告社グループは、本プロジェクトを皮切りに「母と子を支える日本ブランド」の越境ライブコマース展開を順次拡大予定です。美容・健康・フェムテック領域の有望ブランドと連携し、“日本発ヘルスケアブランドの世界定着”を実現してまいります。

日本の D2C ブランドが、ついに世界最大市場・中国で“真の価値”を証明する時が来ました。

ベルタ×売れるネット広告社グループ——母と子の健康を支える新しい時代の幕開けを、その目に焼き付けてください。

以 上