

|   |                                    |
|---|------------------------------------|
| <p>(企業名)</p> <p>Clozette Pte Ltd (クローゼット プライベート リミテッド)</p>  | <p>(対応可能社数の目安)</p> <p>25 件／四半期</p> |
| <p>(支援の概要)</p> <p>東南アジアの新興消費者層に確実にリーチ、市場進出や販路拡大をサポートします。</p>  |                                    |
| <p>(支援の概要等を紹介する動画) (外部リンクになります)</p> <p>なし</p>   |                                    |
| <p>(支援内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 東南アジア市場進出のための市場調査 (各種データ収集、次ステップの施策提案)</li> <li>・ 市場での販路確立 (EC プラットフォーム出店や国内外物流手配など)</li> <li>・ 販路拡大のためのデジタルマーケティング (ブランディング、認知向上、売り上げアップ施策の立案実施--各種デジタルコンテンツ制作、インフルエンサー施策含む)</li> <li>・ 市場域内での業績アップのための継続的な施策提案、実施</li> </ul> <p>本社をシンガポールに構える弊社は、東南アジアに長年特化した知見とネットワークがあります。現地のトレンドや文化、消費者動向を的確に掴んでいるのが強みです。デジタルマーケティングを軸に、<u>対象市場での認知向上や長期的な業務拡大を見据えた施策を立案、企業に伴走しながら、ステップバイステップで実現していきます。</u></p> <p>詳しい業務内容は、下記会社案内をご覧ください：<br/> <a href="https://www.clozette.co/info/corporate/jp">https://www.clozette.co/info/corporate/jp</a></p>   |                                    |
| <p>(支援の特徴)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ シンガポールに本社を置き、マレーシア、フィリピン、インドネシア、日本に拠点を持つ。</li> <li>・ メディア、ウェブ関連のベテラン、起業家を経営陣に持ち、現地市場のトレンドや嗜好に通じた経験豊富なスタッフが施策立案、実施を担当。</li> <li>・ 東南アジアで 10 年以上の実績があり、各種デジタルメディアやプラットフォームを活かした統合的ソリューションを 500 社以上に提供。豊富な経験と知見に基づいた提案が可能。</li> <li>・ 東南アジア域内で、クリエイター、インフルエンサー、タレントのネットワークを擁し、総リーチ数は合算 25 億以上となる。</li> <li>・ 東南アジアでの e コマース参入に際し、市場調査を経てショッピングモール型の「Lazada」や「Shopee」、弊社業務提携先 EC プラットフォームなど、目的に合った出店をサポートし、開店後は、継続を重視した効率の良いデジタルマーケティングの実施が可能。</li> <li>・ 2つの自社メディアをプラットフォームとして所有 (月間 PV 数合算 1,920 万、いずれも英語とインドネシア語のウェブサイトあり)</li> </ul> <p><b>Clozette (<a href="https://www.clozette.co/">https://www.clozette.co/</a>)</b> : 東南アジアのトレンドに敏感な女性向けのプラットフォームで、美容とファッションを中心に情報発信を行う</p> <p><b>CoolJP (<a href="https://cooljp.co/">https://cooljp.co/</a>)</b> : 旅、グルメ、美容とファッションなど日本の情報全般を発信。商品やブランド情報に特化し、ユーザーの購買行動を促す Shoppin' guu ページもある。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ シンガポール本社、東京オフィスに日本語スタッフが常駐し、各種サポートを行う。</li> </ul> <p><u>Clozette は、クールジャパン機構 (経済産業省所管) が 2019 年に資本参加し、継続して成長が期待される東南アジアの企業で、日系企業のサポートに特化した CoolJP ビジネスユニットが担当いたします。</u></p> |                                    |
| <p>(どの様な事業者に活用してもらいたいか)</p> <p>美容、食産品、ファッション、ライフスタイル、美術工芸品を取り扱う中小企業で、東南アジアの市場展開を検討したい方。または、すでに市場進出はしているが、市場での更なる認知向上や売り上げを上げるための施策を検討されている方。</p>  |                                    |

### (支援実績の例)

#### 実績 (1)

**会社名:** PT. Kemfarm Indonesia 社の Warasa Halal ブランド

**業種:** 農産物卸売業及び調味料製造業

**課題:** ワラサは、インスタントの日本食調味料を製造販売する日系ブランドで、インドネシアの宗教事情に沿ったハラール認証を取得した上で、本格的な日本の味わいを楽しめる調味料を現地で製造販売している。インドネシアでの展開を始めて間もないために知名度が低く、国内で重要視されているハラール認証を取得した商品であることも、ほとんど知られていなかった。

**施策:** 的確なターゲット層へのリーチを図るため、ジャカルタで開催された「ジャパンフードフェスティバル」でワラサのブースを出展した際、食通とシェフのインフルエンサーを起用し、ワラサの本格的な日本の味を SNS 上で発信した。また、ムスリムのインフルエンサーは、調味料にハラール認証があることを強調して伝えた。情報発信の効果を持続させるため、消費者が関連商品を検索した際に見つけやすい SEO 対策を施したタイアップ記事を制作し、インドネシアでのワラサのプレゼンスを確立、主力商品が消費者の目に触れるような情報発信を行った。

**成果:** インフルエンサーによる発信は、2 週間以内に 250 万のインプレッションと 8% のエンゲージメント率を達成し、商品を紹介する特集記事は、1 万回を超える閲覧数を獲得した。

#### 実績 (2)

**団体名:** 嬉野市

**業種:** 市町村機関

**課題:** コロナ禍において、インバウンドを含めた旅行業や各種ビジネスが滞り、地域製品の消費も落ち込んでいた。この状況下で、往来が再開した際に旅行の目的地として嬉野市を印象付け、新たな食産品の販路拡大を目指し海外でいかに展開するか、市場の可能性について検証する必要性を強く感じていた。

**施策:** 施策の方向性をクリアにするため、嬉野市の観光地として魅力は何か、東南アジアで可能性のある食産品をについて、シンガポール市場を知る目利きと自治体が一緒に見定めるところからスタート。現地の食事情に詳しいコンサルタント、輸入物流業者もプロジェクトメンバーに加え、嬉野体験をシンガポールで再現し、食産品を消費者に届けるべく、現地での 3 つのレストランと協業した。日本茶の産地賞を受賞するなど、お茶の生産地としての嬉野を際立たせるため、「嬉野ティーリズム」の紹介、日本茶と嬉野の食産品を絡めた現地レストランでの特別メニュー提供を実施。本プロジェクトの認知度向上のため、それぞれタイアップ記事を制作、インフルエンサーによる情報拡散、現地レストランのシェフから食材の良さを伝える「Ureshino X UMEETS」のダイジェストビデオを制作した。

レストランとのコラボレーションで BtoB の販路の可能性を確認し、更に BtoC の可能性を探るため、オンラインのタイアップ記事に読者アンケート調査を実装したり、食産品の詰め合わせを 3 家族に提供して試食を促し、率直な感想をヒアリングする機会も設けた。コロナ禍で現地視察等叶わない中、嬉野ブランドを印象付けながら、多くのデータや生の声を回収し、海外市場展開の足掛かりを掴むことができた。

**成果:** タイアップ記事の読者アンケート調査では、嬉野市へ訪れてみたいと答えたユーザーは 93.3%、食産品を詰め合わせた「UMEETS BOX」の購入希望者は 82.1% に上った。また、デジタル広告展開 (タイアップ記事、ビデオ、インフルエンサー施策) において、合計インプレッション数は、268.3 万回を達成した (3 つの現地レストラン展開の個別インプレッション数を除く)。

### (問い合わせ先)

「[info.cool.jp@clozette.co](mailto:info.cool.jp@clozette.co)」に下記の情報をお送りください。

- ・会社名
- ・担当者様の連絡先 (部署・電話番号・Eメール)
- ・東南アジアへの進出状況
- ・現状の課題と相談したい内容

# コンテンツ マーケティング

## 01 ブランドコンテンツ制作

| 内容                        | 料金 (日本円)     |
|---------------------------|--------------|
| ・ タイアップ記事                 | ¥ 330,000～   |
| ・ 動画                      | ¥ 660,000～   |
| ・ ルックブック                  | ¥ 660,000～   |
| ・ タイアップ記事 (カスタマイズデザイン)    | ¥ 1,250,000～ |
| ・ コンテンツハブ                 | ¥ 2,000,000～ |
| ・ SNS投稿コンテンツ制作 (5投稿で1セット) | ¥ 250,000～   |

## 02 インフルエンサー施策

| 内容                | 料金 (日本円)   |
|-------------------|------------|
| ・ SNS投稿           | ¥ 250,000～ |
| ・ SNS投稿・ライブ配信     |            |
| ・ 商品情報拡散 + SNS投稿  |            |
| ・ イベント参加 + SNS投稿  |            |
| ・ MC/スタイリング/大変身企画 |            |

## 03 コンテンツ配信・拡散

| 拡散プラットフォーム                             | 料金 (日本円)                 |
|--|--------------------------|
| ・ Clozette FacebookとInstagramアカウントより拡散 | ¥ 85,000～<br>(プラットフォーム毎) |
| ・ EDM配信 (Clozette所有のデータベース、登録者数60,000) | ¥ 200,000～               |
| ・ コミュニティ向けメールマガジン内のバナー配置               | ¥ 85,000～                |



# エンゲージメント マーケティング

## 01 Clozetteコミュニティエンゲージメント・ライブ配信

| 内容   | 料金 (日本円)     |
|--|--------------|
| • Clozette Beauty Club (商品サンプリング、使用後のフィードバック)            | ¥ 300,000～   |
| • SNSライブ配信やオンラインワークショップ (Clozette編集者やMC、またはインフルエンサー出演含む) | ¥ 1,250,000～ |

## 02 SNSゲーム・コンテスト

| 内容                                 | 料金 (日本円)   |
|------------------------------------|------------|
| • #ClozetteGIVEAWAY Instagramコンテスト | ¥ 250,000～ |
| • コンテスト：読む・見る・投票することで参加            | ¥ 400,000～ |
| • ゲーム：記憶ゲーム、パズル                    | ¥ 850,000～ |

## 03 オンライン・ツー・オフライン施策

|                                | 料金 (日本円)   |
|--------------------------------|------------|
| • フォーカスグループ、インタビュー&ディスカッション    |            |
| • 商品レビュー、デモワークショップ (1～2時間程度)   |            |
| • インフルエンサー招待イベント (2～4時間程度)     | ¥ 400,000～ |
| • カスタマイズイベント、オングラウンド・アクティベーション |            |