

2019年4月9日
クールジャパン機構
(株式会社海外需要開拓支援機構)

インフルエンサーを活用したコンテンツ・マーケティング事業へ出資 —ASEAN のミレニアル女性に特化—

クールジャパン機構は、シンガポールのベンチャー企業「Clozette (クローゼット) Pte. Ltd.」(以下、Clozette) に対し、最大13.5百万シンガポールドル(11億円相当)の出資を決定しました。

Clozette は、シンガポールとインドネシアを中心とした20~30代のミレニアル女性に対し、美容やファッション、旅、グルメなどに関わる分野で、法人クライアントのニーズに応じたコンテンツを発信するマーケティング企業です。

プロモーション企画ごとに最適な「インフルエンサー*」を活用し、商品の背景にあるストーリーを核に、フォロワーの反応に関する蓄積データの分析から最適なコンテンツを制作するため、多様化・成熟化するASEANのミレニアル女性の興味関心に対して精度高くリーチできる新世代のマーケティングを展開しています。

現在、インフルエンサーのネットワークは約3,500人、そのフォロワー数は計6億人を超え、大手消費財ブランドを始めとする300以上の企業・ブランドとの協業実績を有するなど、本分野のリーディングカンパニーとなっています。

ミレニアル女性はASEANにおけるトレンドリーダーで、中長期的に見ても消費活動の中心となる存在です。クールジャパン機構は、この層に対して圧倒的な訴求力を持つClozetteが、中堅中小企業を含む日系企業や地方自治体にとって有力なプラットフォームになると考えています。本件出資により、日本発コンテンツを現地目線で継続的に発信し、次世代日本ファンの獲得と定着を目指します。

文化や経済環境など多様性に富むASEAN各国では、消費財メーカーなどはターゲットとなる消費者層を絞った商品プロモーションを展開しており、その有効な手法としてインフルエンサーを活用したマーケティングが注目されています。

* Facebook や Instagram などの SNS で一定の影響を持ち、フォロワーの共感を呼ぶコンテンツを発信する人。

Clozette はシンガポールを拠点とするベンチャー企業で、シンガポール、インドネシアを中心に、マレーシア、フィリピンを含む ASEAN4 カ国の 20~30 代のミレニアル女性をメインターゲットに、コスメや日用品といった消費財、ファッション、旅、グルメなどに関わる分野で、法人クライアントのニーズに応じた記事・動画コンテンツを発信するマーケティング企業です。

Clozette はプロモーション企画ごとに、フォロワー数や得意分野、撮影スキル、居住国などが登録されたインフルエンサーのデータベースから最適な人を選定したうえで、商品の背景にあるストーリーを核にしたコンテンツを共同制作し、自社サイト及びインフルエンサーの SNS を通して発信します。

フォロワーの反応に関する蓄積データの分析から最適なコンテンツを企画・提案するとともに、発信後のコメント、フォロー数、数値目標の達成率といった成果に関するきめ細かいフィードバックや、それを元にした次期プロモーションの提案を行うなど、多様化・成熟化する ASEAN ミレニアル女性の興味関心に対して精度高くリーチできる新世代のマーケティングを展開しています。

現在、インフルエンサーのネットワークは約 3,500 人、そのフォロワー数は計 6 億人を超え、「Procter & Gamble」「Unilever」「Shiseido」「Mandom」といった現地でも著名な大手消費財ブランドを始めとする 300 以上の企業・ブランドとの協業実績を有しています。2010 年設立当初は馴染みの薄かったインフルエンサーを活用したコンテンツ・マーケティングの分野を切り拓いたリーディングカンパニーであり、今後タイへの事業拡大も検討しています。

ミレニアル女性は ASEAN におけるトレンドリーダーで、中長期的に見ても消費活動の中心となる存在です。クールジャパン機構は、この層に対する圧倒的な訴求力を持つ Clozette が、中堅中小企業を含む日系企業や地方自治体にとって有力なプラットフォームになると考え、Clozette に対し最大 13.5 百万シンガポールドル（11 億円相当）の出資を決定しました。

本件出資により、Clozette による日本オフィスの立ち上げや、日系企業及び地方自治体との連携、自社サイト内での日本に特化した情報セクション新設などを支援し、日本発コンテンツの拡充を促進します。

これにより、日本に関心の高い、イスラム圏も含めた ASEAN ミレニアル女性に対し、日本のトレンドを現地目線で継続的に発信し、次世代日本ファンの獲得と定着を目指すとともに、インバウンド需要拡大や地域経済活性化に貢献してまいります。

【 Clozette Pte. Ltd. について 】

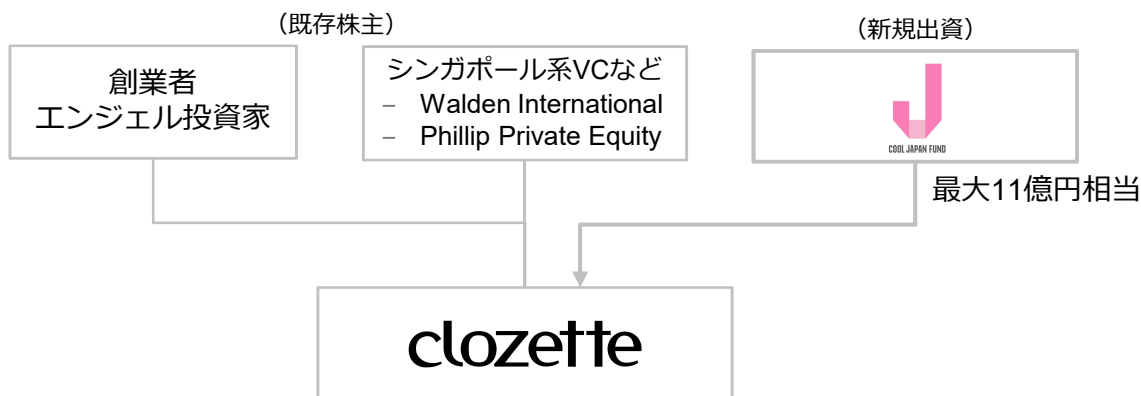
設立： 2010年8月
拠点： シンガポール（本社）、インドネシア、マレーシア、フィリピン
創業者： Roger Yuen (Founder & CEO)
Cheryl Tan (Co-founder, Sales & Business Development Director)
Kersie Koh (Co-founder, Content & Product Director)
事業内容： インフルエンサー・マーケティング事業、及び
オフラインイベント開催等のそれに付随する事業
ホームページ： <https://www.clozette.co/>

本資料についてのお問合せ先

クールジャパン機構（広報担当：湯下、奥山）TEL 03-6406-7500

インフルエンサーを活用したコンテンツ・マーケティング事業へ出資 —ASEANのミレニアル女性に特化—

プロジェクト・スキーム



Clozetteのビジネスフロー

- ① クライアントに対して、最適なインフルエンサーを選定し、コンテンツ内容やオフラインイベントなどのプロモーション案を提案・受注
- ② 選定されたインフルエンサーとコンテンツを共同制作
- ③ 自社サイトとインフルエンサーのSNSを通してコンテンツを発信
- ④ コメントやフォロワー数、数値目標の達成率などの成果をクライアントにフィードバック

