【Shopee 向けプログラム】ASEAN 向け EC 販売力強化支援事業
（マレーシア・タイ・インドネシア）募集要項

1. **事業名**

【Shopee 向けプログラム】ASEAN 向け EC 販売力強化支援事業（マレーシア・タイ・インドネシア）

2. **事業概要**

ASEAN 地域では EC 市場が拡大を続けており、日本企業にとって EC を活用した海外販路開拓の重要性が高まっています。一方で、認知度向上や集客、購入率向上、リピート獲得などに課題を抱え、継続的な売上拡大に苦戦する企業も少なくありません。本プログラムでは、マレーシア、タイ、インドネシア向けに EC を活用する日本企業および現地日系企業を対象に、企業の成長段階に応じた実践的な支援を実施します。参加企業が自ら課題を設定し、施策の実行、データ分析、改善に取り組むことで、EC 運営力やデジタルマーケティング活用力の向上を図り、ASEAN 市場における販売力強化と販路拡大を目指します。

3. **事業実施期間**

2026 年 11 月～2027 年 3 月

4. **事業内容**

本事業では、参加企業のブランド認知度向上や売上拡大を目的として、以下の取り組みを実施します。

＜昨年度事業からの主な変更点＞

○事業スキーム・支援内容の見える化

各支援プログラムで提供する支援メニューの内容を予め一覧で公表し、参加企業の年間のスケジュールが立てやすいようにしました。

また、各支援プログラムの参加条件とゴール設定を開示することで、各社がどのようにステップアップしていけばいいか、目標を明確にしたことでより参加しやすい内容になりました。

○支援内容の細分化

参加企業各社の状況に応じて必要な支援内容を細分化しました。露出度を上げるための広告活用、広告効率を上げるための AB テスト、など必要な支援策を細かく活用いただけます。

○広告、KOL 活用の自由度の向上
　広告費用、KOL 活用費用を参加企業自己負担とすることで、広告や KOL 活用における自由度が高まりました。参加企業は、XACT（委託先が提供する、通信データやアプリデータを用いた高精度ターゲティングサービス）を活用することで高度なターゲティングを用いて、広告費用対効果を向上していただきます。

(1) EC を活用した販売促進支援プログラムの実施
EC 運用における課題を以下の 4 つのステージに分類し、それぞれに対応するプログラムを実施します。なお、プログラムの実施には、本事業の委託先である ST Digital 社・ADA 社（以下、委託先）が保有するアプリデータやキャリア通信データを活用します。
　各プログラムには、参加条件があります。各プログラムの開始前に、参加条件を満たした企業が各プログラムに参加いただけます。参加条件の達成に向けた取り組みは参加企業各社で対応いただきますが、ジェトロおよび委託先（ST Digital 社・ADA 社）が随時サポートさせていただきます。
　※以下のプログラムは現時点における予定でスケジュール含め変更の可能性がありますので予めご了承ください。
　※ステージ 1「認知度向上プログラム」の募集は締切ました。これから申し込む方はステージ 2 以降のプログラムに参加いただけます。ステージ 0「基礎固め」は必要な方のみご参加いただく任意のプログラムです。

ステージ	各プログラム
0.基礎固め	**0-1.商品ページの最適化** **支援内容**：各商品のタイトル、説明文、画像を完全にすることで商品ページの質を向上させる。タイトル、画像セット、説明文、属性を網羅するスコア化された商品詳細ページ（PDP）チェックリストに基づき、3～5 つの商品ページを再構築し、プログラム開始前の基準から商品ページのコンバージョン率を 10%以上向上させることを目指す。 **参加条件**：セラーセンターアカウントが有効で停止されていないこと。3 SKU 以上の商品が Shopee で販売可能な状況、各商品に 6 枚以上の商品写真があること。 **想定期間**：11 月第 1 週～第 4 週
2.マーケット醸成	**2-1. クリエイティブの最適化の AB テスト** **支援内容**：初期 AB テストの設定と、その後の継続的なテストおよびクリエイティブ要素の調整を通じて広告パフォーマンスを向上させる。週

	次サイクルで 1 テストあたり 1 変数を変更する継続的なクリエイティブテストプログラムを実行し、2 週間ごとのレビューで結果を読み解き、初期のクリエイティブと比較してクリック率（CTR）を 20%以上向上させ、クリック単価（CPC）を 15%以上削減することを目指す。 **参加条件**：対象商品に 3 件以上のレビューがあり 3.0 以上の平均評価、クリエイティブ担当者が委託先からの助言に基づき、7 営業日以内に 2 種類のクリエイティブ素材を作成できること。 **想定期間**：12 月第 1 週～1 月第 2 週
	2-2.Meta 広告の活用と最適化 **支援内容**：Meta 広告を活用し、Shopee 外部からのトラフィックとコンバージョンを増加させる。Meta の興味関心ターゲティングに XACT の富裕層セグメントを重ね合わせた緻密な Meta キャンペーンを構築し、2 週間ごとに広告セットを絞り込み・拡大することで、対象期間全体で商品ページ訪問単価を 20%以上改善することを目指す。 **参加条件**：対象商品に 3 件以上のレビューがあり 3.0 以上の平均評価、自社保有の Meta ビジネスマネージャーがあること、Shopee CPAS（コラボレーティブ広告）の Meta への連携を行うこと、Meta 有効アカウントがあり、広告費として 400USD 以上の予算が確保されていること。 **想定期間**：12 月第 1 週～1 月第 2 週
	2-3.Google 広告の活用と最適化 **支援内容**：Google 広告を活用し、検索・発見の需要を獲得する。ブランド、カテゴリー、競合他社の検索意図を捉える検索および需要創出の構造を構築し、検索語句データに基づいて 2 週間ごとに最適化を行い、対象期間にわたってクリック単価（CPC）を 20%以上削減することを目指す。 **参加条件**：対象商品に 3 件以上のレビューがあり 3.0 以上の平均評価、自社保有の Google Ads アカウントがあり支払いが有効であること、Shopee と Google Ads Manager の連携を行うこと、Google Ads 有効アカウントがあり、広告費として 400USD 以上の予算が確保されていること。 **想定期間**：12 月第 1 週～1 月第 2 週
	2-4.トラフィックの分析と最適化 **支援内容**：分析とダッシュボードのトレーニングを通じて、トラフィックの流入元と質を把握する。Shopee、Meta、Google にわたる完全なトラフィックソース分析を実行し、ブランドから任命されたアナリストにコーチングを行うことで、ステージ終了までにアナリストが単独でデー

	タダッシュボードを読み解き、月次レポートを作成できるようになることを目指す。 **参加条件**：対象商品に 3 件以上のレビューがあり 3.0 以上の平均評価、セラーセンターのサブアカウントおよび広告プラットフォームへのアクセス権限を委託先に提供できること、データ抽出・分析を担当する専任の連絡窓口（アナリスト）を任命すること。 **想定期間**：12 月第 1 週～1 月第 2 週
3.購入転換とリピート獲得	**3-1.購入までの導線の分析と最適化** **支援内容**：分析とダッシュボードのトレーニングを通じて、購入ファネルにおける離脱ポイントを特定する。インプレッションから注文完了までの完全なファネルをマッピングし、すべての離脱を定量化して、最も離脱の大きい 2 箇所を改善することで、ページから注文へのコンバージョン率を 10%以上向上させることを目指す。 **参加条件**：対象商品で過去 6 か月に 30 件以上の完了した注文（販売）があること、あるいは、過去 6 か月に 10 件以上の完了した注文があり、かつ販売数がプログラム参加前のベースラインから 10%以上増加していること。 **想定期間**：1 月第 2 週～2 月第 4 週
	3-2.割引やプロモーションの最適化 **支援内容**：割引やプロモーションの活用により、キャンペーン期間中のコンバージョンを向上させる。合意した利益下限を維持しつつ、主要なキャンペーン日程に向けてプロモーションの仕組みと商品ミックスを設計し、有料広告のインプレッションでそれを支援することで、プロモーション期間外と比較して 20%以上の売上向上を目指す。 **参加条件**：対象商品で過去 6 か月に 30 件以上の完了した注文があること、あるいは、過去 6 か月に 10 件以上の完了した注文があり、かつ販売数が 10%以上増加していること。プロモーション予算および SKU ごとの利益下限を書面で確認すること。7 営業日以内にクリエイティブ素材を提供できる担当者がいること。プロモーション効果を最大化するため Meta、Google、または Shopee 広告を継続運用すること。 **想定期間**：1 月第 2 週～2 月第 4 週
	3-3.かご落ちの改善 **支援内容**：CPAS リターゲティング広告（Shopee 内の広告ソリューション）を活用して、かご落ち（カート放棄）をリカバリーする。かご落ちユーザーに対する CPAS リターゲティングを、管理されたフリークエンシーキャップと「リマインダー後に割引」のオファーラダー（段階的オ

	ファー）を用いて展開し、かご落ちの 10%以上をリカバリーすることを目指す。 **参加条件**：対象商品で過去 6 か月に 30 件以上の完了した注文があること、あるいは、過去 6 か月に 10 件以上の完了した注文があり、かつ販売数が 10%以上増加していること。自社保有の Meta ビジネスマネージャーがあること。Shopee CPAS の Meta への連携を行うこと。400USD 以上の Meta 広告予算を確保すること。 **想定期間**：1 月第 2 週～2 月第 4 週
	3-4.リピート購入の促進 **支援内容**：CPAS リターゲティング広告を通じたリターゲティングおよび再注文メッセージを活用し、リピート購入を増加させる。既存の購入者ベースを最新の購入時期や購入商品によってセグメント化し、タイミングを合わせた再注文やクロスセル（関連商品のおすすめ）のメッセージを配信することで、プログラム開始前の基準と比較してリピート購入率を 15%以上向上させることを目指す。 **参加条件**：対象商品で過去 6 か月に 30 件以上の完了した注文があること、あるいは、過去 6 か月に 10 件以上の完了した注文があり、かつ販売数が 10%以上増加していること。過去 6 ヶ月分の購入者レベルの注文データエクスポートを提供すること。リテンション施策の資金および 400USD 以上の Meta 広告予算を確保すること。自社保有の Meta ビジネスマネージャーがあり、Shopee CPAS の Meta 連携を行うこと。 **想定期間**：1 月第 2 週～2 月第 4 週

(2) データ分析と提案の提供

施策の実施結果に基づき、データドリブンな分析と改善提案を行います。

※EC 運用状況や課題を把握するため、参加企業の皆様には、対象商品の商品ページ管理画面の情報を毎月ご提出いただきます。提出いただく情報には、アクセス数、購入数、売上金額などが含まれます。原則として、注文管理画面から該当情報を転記するのみの対応となります。

(3) 個別メンタリングの実施

プログラム実施前ならびに実施後に、委託先より個別メンタリングを実施し、EC 運用状況や課題の把握、最適な施策の検討、プログラムの成果の報告、今後の改善提案を行います。また、プログラム実施期間中は、プログラムに関する質問や相談に随時

対応します。参加企業の皆様に対し、EC 運用の課題解決を支援する個別メンタリングを実施します。
※委託先によるメンタリングや連絡は**全て英語**で行います。

(4) 参加企業向けワークショップの開催
EC 運用に必要な知識・ノウハウを習得するためのワークショップを開催します。デジタルマーケティングの基本的な考え方やツールの活用方法を学ぶ機会を提供します。

1. スケジュール

※日程は目安であり、変更となる可能性があります。

項目	時期（目安）
第 2 期募集期間	2026 年 10 月 16 日～11 月 6 日
選定結果の通知	募集終了後 約 2 週間以内
広告施策の実施期間	2026 年 11 月～2027 年 2 月
(1) 認知度向上ステージの実施	2026 年 11 月第 1 週～第 3 週
(2) マーケット醸成ステージの実施	2026 年 12 月第 1 週～2027 年 1 月第 2 週
(4) 購入転換とリピート獲得プログラムの実施	2027 年 1 月第 2 週～2027 年 2 月第 4 週
参加企業向けアンケート	2027 年 3 月下旬
事業終了	2027 年 3 月 31 日

2. 本事業に関する留意点

(1) 本事業は、参加企業のブランド認知度向上や売上創出を支援することを目的としていますが、売上の増加やプロモーション効果を保証するものではありません。
(2) 成果を得るためには、参加企業自身の積極的な協力と継続的な努力が不可欠です。
(3) 商品の特性や市場環境、競合状況など、事業側でコントロールできない要因も多く存在するため、広告施策の効果には個別差があり、成果の確約はできません。
(4) 本事業では、参加企業の商品ページに対する広告運用を行いますが、商品ページの SEO 対策や改善、広告に使用する素材（画像・説明文など）の作成は、参加企業自身でご対応いただきます。ジェトロによる代行制作や費用補助・負担はございませんので、予めご了承ください。

(5) プロジェクトの内容は、ジェトロおよび委託先にて策定します。参加企業によるプロジェクトの指定はできませんので、あらかじめご理解ください。
(6) 本事業においてご提出いただいた資料やデータは、ジェトロおよびその委託先間で共有され、事業運営および分析に活用されます。

3. **参加要件**

(1) Shopee.com.my, Shopee.co.th, Shopee.co.id のいずれかに出品中の日本企業（大・中堅・中小を問わず。日系企業含む）であること
日本企業：在日本企業、個人事業主の場合は開業届を税務署に提出済みであること
日系企業：日本企業の商品を取り扱っており、10%以上日本企業の資本が入っている在馬の事業者 （企業もしくは事業登録がなされている個人事業主）
(2) EC に関する一定の経験やスキル、リテラシーを有していること
(3) 本事業の遂行、終了後の EC 事業の継続展開に必要な自社内での体制・リソースが確保されていること
(4) 本事業に従事する担当者が英語でのコミュニケーションが十分に可能であること
(5) 本事業で実施するメンタリング（オンライン）に参加すること
(6) ジェトロの委託先と NDA を締結の上、委託先による広告運用状況の確認や分析、ジェトロ予算で実施する広告運用のための環境を用意すること（プラットフォームの仕様変更等により、以下に限らず代替の対応をお願いする可能性もあります）
① Shopee 広告（以下いずれかに該当すること）：
・Shopee.com.my のサブアカウント（広告権限のみで可）を委託先に共有する
・Shopee.com.my メインアカウントへの一時的なアクセスを許可する
・本事業で必要となる広告クレジットのチャージを自社で実施し、その費用を JETRO の委託先に請求する
② Meta 広告：
・パフォーマンスの閲覧権限ならびに Facebook/Instagram ページを委託先の広告マネージャーに接続するためのページアクセス権限を付与する
③ Google 広告：
・Google 広告マネージャーへの閲覧権限を付与する
(7) フィードバックを通してジェトロの委託先から提供する助言や改善案に対して柔軟に対応すること（基本的に 1 日 1 回以上アカウントにログインし、フィードバック内容に基づいてキーワード設定や広告設定の改善に対応いただきます）
(8) 本事業に参加する商品の情報や売上情報、過去の広告運用データ、実証期間中の売上に関するデータを報告すること
(9) ジェトロのアンケートに回答すること

(10) 本事業の結果について、参加企業が特定されないよう匿名化したうえで統計的に処理し、集計結果をジェトロが対外公表を行うことに同意できること
(11) 本募集要項および参加要綱で定める規約に同意できること

※本事業参加途中に参加要件のいずれかが満たされないと判断された場合、途中で参加をお断りする可能性があります。

4. **募集企業数**

30 社程度　※1 社 1 ブランド（ショップページ）のみ

5. **選定結果の通知**

選定された事業者には、メールにてご連絡します。その後、本事業参加に当たっての同意書を郵送いただきジェトロにて受領が確認でき次第、順次実証事業を開始します。
※選定された企業数が予定数に達した場合には募集期間の満了前に募集を終了します。

6. **参加費用**

無料
※ただし、売上手数料等の EC プラットフォーム利用に係る費用や配送料等商品販売に係る費用など参加企業が通常自己で負担している経費については自己負担（これら経費についてジェトロは負担しません)、また、実証事業の参加にあたり、実施前、実施中、実施後において、参加企業自身によってクリエイティブを作成、EC プラットフォーム内外で広告を実施する場合には、これらにかかる費用等については自己負担とします（ジェトロによる負担はありません)。

7. **申込方法**

STEP1：イベント申し込み
ジェトロ募集ページより「イベント申し込み」を行ってください。

STEP2：アンケート回答
STEP1 完了後、以下のリンク先よりアンケート回答をお願いします。
アンケートリンク：https://www.jetro.go.jp/form5/pub/dne/aseanec_2026

※アンケート回答をもって正式申込完了となります。
※アンケート内容をもとに選考を行います。

8. **問い合わせ先**

ジェトロデジタルマーケティング部 EC ビジネス課
連絡先：DNE-project5@jetro.go.jp （荒井）