

独立行政法人日本貿易振興機構 御中

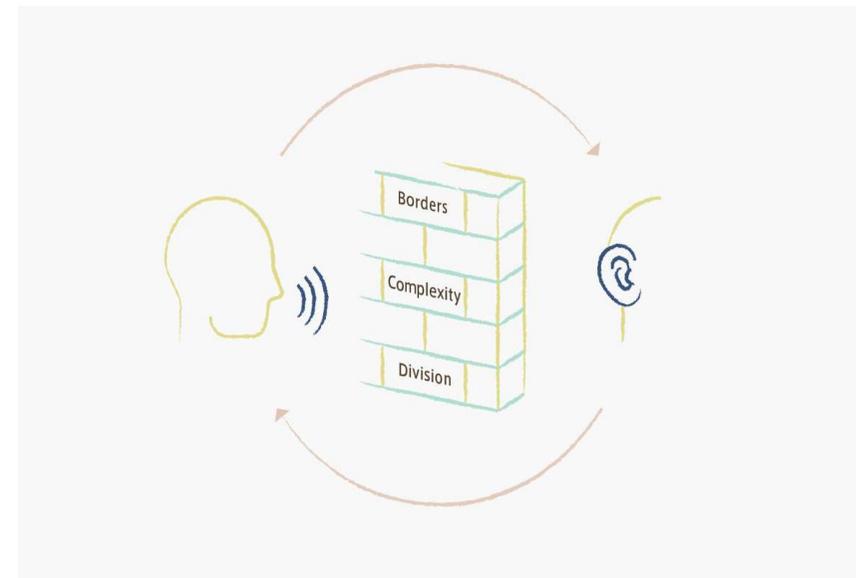
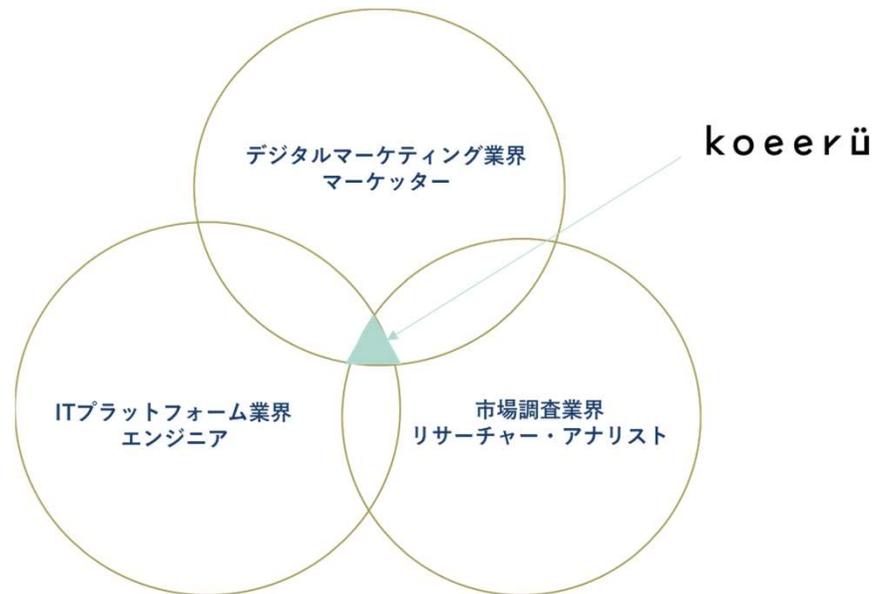
越境EC-CRMシステム実証事業

koeerü

最終報告書（簡易版）

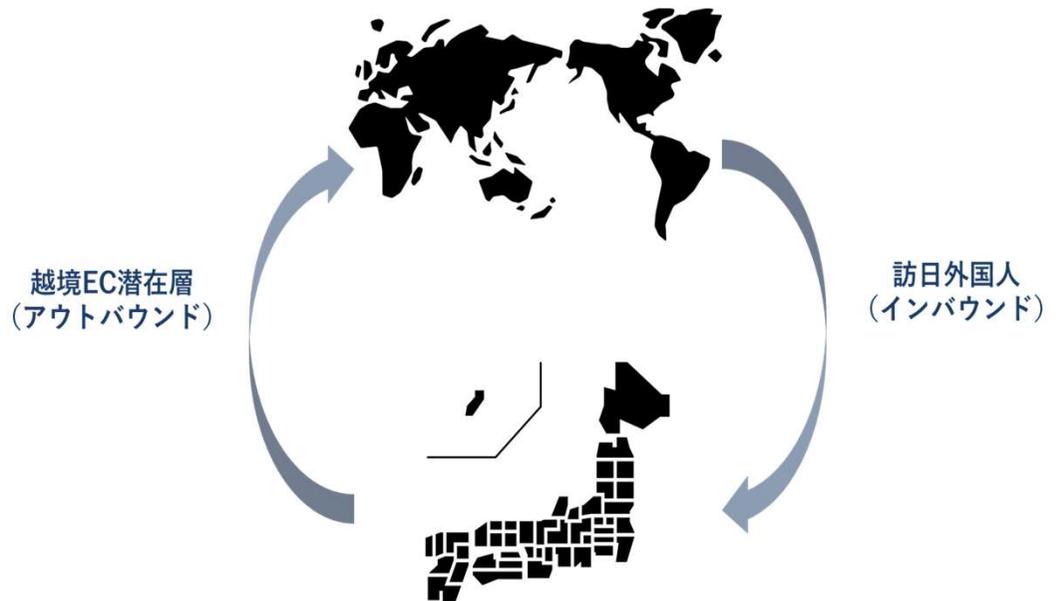
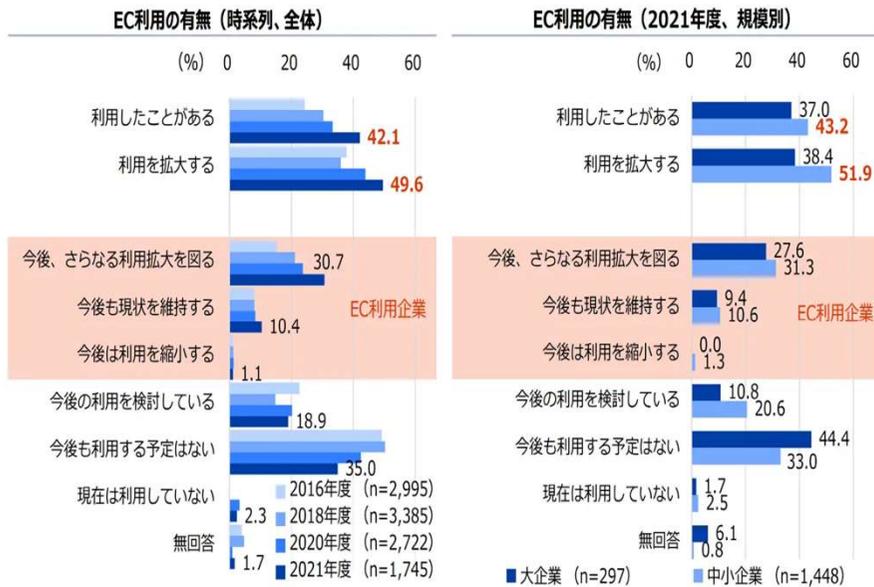
自己紹介

- 顧客の声(VOC=Voice of Customer)
- 鎌倉/ハノイを拠点とするグローバルITスタートアップ
- デジタルマーケティング×エンジニアリング×リサーチ
- Koeeru(コエル) = VOCの壁を超える×越境



事業背景

- 海外の消費者に対して日本の商品をオンラインで販売する「越境EC」が注目されている
- 大手企業のみならず、中小企業の進出意欲が高い。
- 訪日外国人市場の復活より、インバウンドとアウトバウンドをつなげる流れ→地域商社やDMO



2021年度「ジェトロ海外ビジネス調査「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」

事業背景

- 越境ECモールや決済システムなどを活用し、越境EC進出のハードルは低くなった。
- 進出した後、海外の消費者と越境EC事業者のニーズを満たす「売れ続ける仕組み」＝マーケティングの仕組みが必要。

海外の日本商品関心層の声

日本商品に対して興味はあるが、実際に日本の商品を売っている場所が少ない。

訪日時に気に入った商品を自国で買い続ける仕組みがない。

商品に関する情報（商品の情報や利用方法、生産者、背景など）が少ない、あるいはサイトが多言語化されていない。

メーカーのサイトに行っても、多言語化されていない。

お土産ではなく、普段日本人が使っている商品が買いたい。

売れ続けるためには
両者の課題を解決するための
ソリューションが必要！

越境 EC 事業者の声

海外の消費者のニーズに基づくマーケットインの商品展開ができない。プロダクトアウトになっている。

リピーター化するために、購入者や興味を持ってくれた人に対してアクションが取れるCRMの仕組みがない。

海外の購買潜在層に対してダイレクトマーケティングできない。

顧客データは大事であることはわかっているが海外となると予算やノウハウがない。

事業概要：越境EC特化型CRMシステムの開発及び実証事業

□ 越境EC潜在層のニーズを把握し、データに基づく商品開発や情報配信、サービス改善などを行うCRM（顧客関係管理）を越境ECに関わるステークホルダーで共創するCRMモデルを提案。

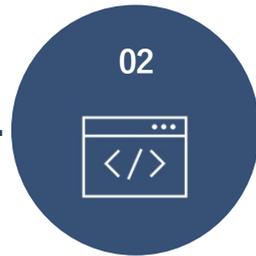


事業概要:スケジュール

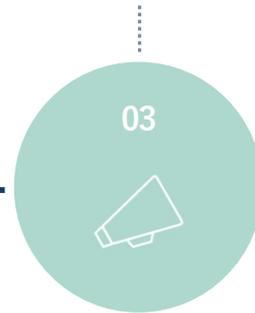
①越境EC潜在層とCRMユーザーに対して
インタビュー（デザインリサーチ）



②既存のCRMシステムをデザインリサーチ
の結果を基にカスタマイズ及び追加開発し、
越境EC特化CRMのプロトタイプを構築



③POCを実施するための越境EC潜在層と
CRMユーザーのリクルート



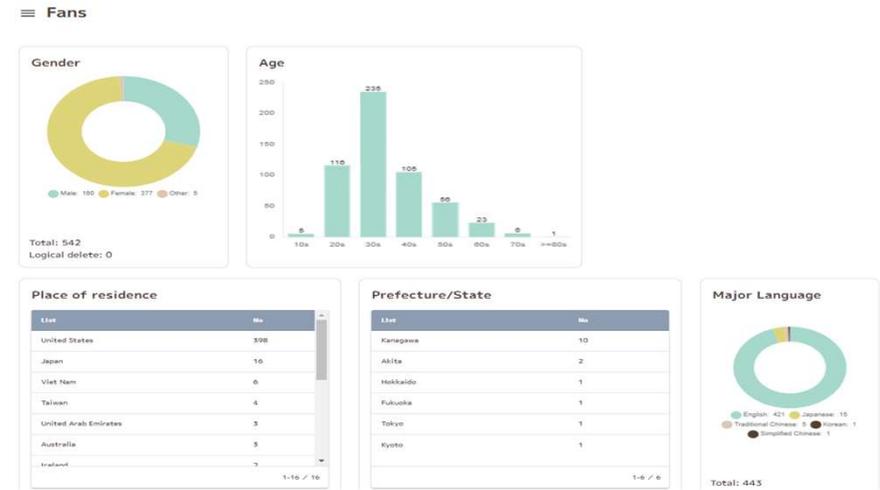
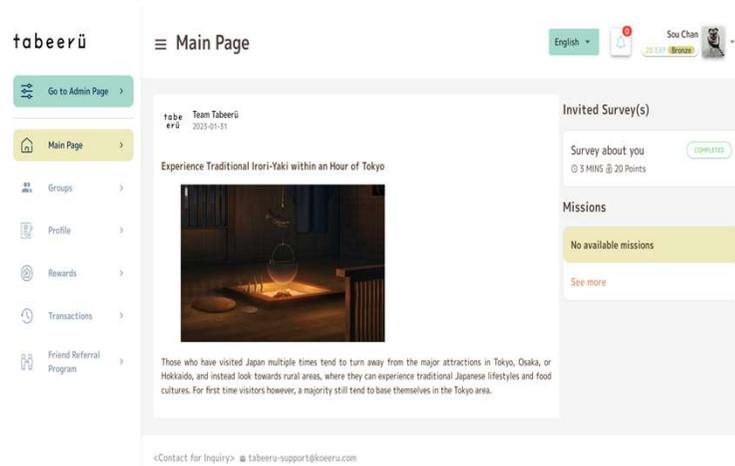
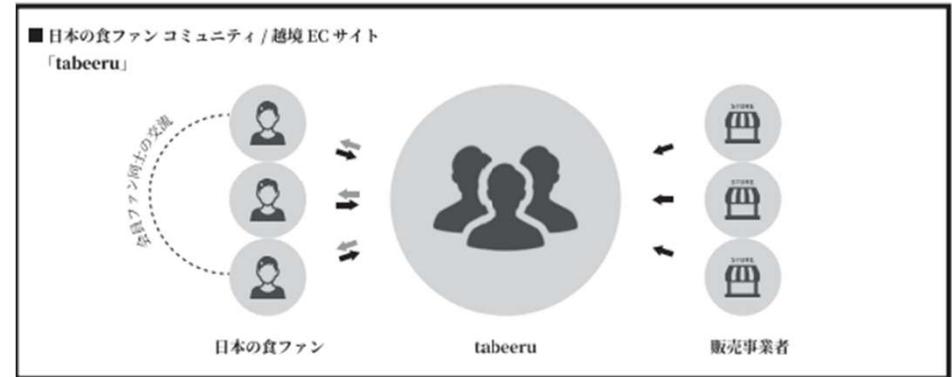
④POC実施
及び結果分析



⑤結果報告及び
ビジネス化に向けた準備



海外の日本食ファンコミュニティ <Tabeeru>



実証事業者（CRMユーザー）の登録

企業名	事業概要紹介
京都府茶協同組合	京都府茶協同組合は京都府下のお茶の流通加工業者の団体。その組合が茶葉を吟味して加工した、京都産の茶葉を使用した、「100%ほんまもん」の宇治茶をペットボトルや玉露を原料に瓶詰めした「京都宇治玉露 玉兔」を販売。
株式会社堀井七名園	宇治でも数少ない自園栽培を行う宇治茶専門店。宇治茶の伝統を守り、抹茶をはじめ玉露、煎茶から日常のお茶まで、品質本位の飲んで喜ばれるお茶を販売。
株式会社舞妓の茶本舗	当地が誇る高級産地の玉露を始めとし、香り高い緑茶、抹茶、煎茶、健康に良いほうじ茶、玄米茶などのお茶を幅広く販売。
株式会社祇園辻利	1860年創業、京都祇園の宇治茶専門店。抹茶やほうじ茶などの日本茶から抹茶スイーツまで幅広く販売。
共栄製茶株式会社	人間の五感と科学的根拠の両面から「信頼」され「安心」いただける商品作りを徹底し、日々の品質改善・向上にむけた取り組みを行っている。
株式会社NEXTY	『ON THE UMAMI（オン・ザ・ウマミ）』の商品ラインナップは、素材の良さを引き出し、その良さを高める〈うまみ〉の世界を手軽に実感できる「だしパック」をはじめ、〈うまみ成分〉を含んだ様々な惣菜・レトルト食材などが日本食・洋食の枠を超えて展開。
株式会社ナチュレ	生産・販売するフルーツゼリーは、主に地元・小田原の果物や野菜の風味や味を閉じ込めたフレッシュ感溢れるもの、季節限定商品を含め、現在17種類を販売している。
株式会社半澤鶏卵	赤いパッケージでおなじみ、山形名物として10年以上間親しまれている塩味付きの半熟くんせい卵を販売

実証事業に参加企業は、全8社です。『日本の食』ファンには人気の日本茶と出汁の販売を行いました。

（実証事業はスケジュールの関係上、英語圏を中心に行ったため、中華圏など他の国に対してマーケティングを行いたい企業向けの実証事業は2月以降に順次行っていきます）

CRMユーザーのシステム利用：概要

実証事業では、越境EC-CRMシステムのプロトタイプを活用し、①販売促進、②テストマーケティング、③アンケート、④情報配信を行いました。

事業の流れ - 商品販売・試供 -

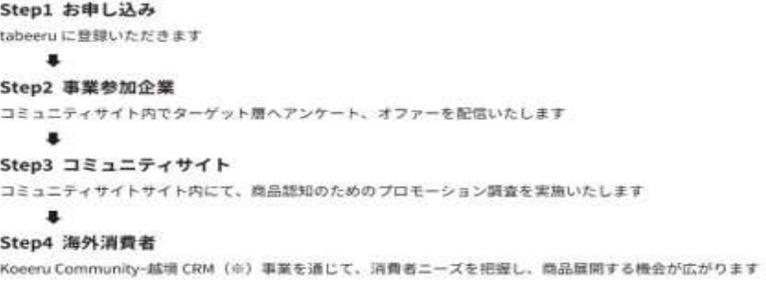


【既に越境 EC を運営されている事業者】
サイト内の商品紹介ページより、購入に興味のある消費者を事業者の自社越境 EC サイトへ誘導したのち、消費者と直接お取引いただけます。

【越境 EC に興味があり、まずはお試ししてみたい事業者】
海外消費者に向けて、試供品や新製品を送料負担なく弊社が負担いたします。提供を通じて、テストマーケティング等に活用でき、今後の検討材料とする事が可能です。

tabeerü

事業の流れ - マーケティング -



※「Koeeru Community-越境 EC-CRM」とは
Koeeru 及び Koeeru の共創パートナー企業が持つ日本ファンや訪日外国人などの越境 EC 潜在層とのタッチポイントを活用し、Koeeru Community に登録したファンから構成されるファンコミュニティです。
訪日に関心がある、また訪日経験のある観光客をコミュニティ化し、日本商品の購入に興味・関心の高い越境 EC 潜在層のデータを収集・分析し、ダイレクトなマーケティングを行うための CRM システムです。

実証実験で出来ること



※実証実験において、上記は全て無料となります。また、実証実験が完了した際には、レポートを作成しご提供いたします。完了後も引き続きお取組みくださいますと幸いです。

CRMユーザーの声（京都府茶協同組合 岡本様）

◆各分析結果をみて

- 相手国側の言語に合わせた表示ラベル・価格設定など、今後の参考や課題を得る事が出来ました。
- 「甘すぎないのがいい」という声＝商品開発コンセプトと合致しており、消費者側の生の声を通じて、有益な情報を得る事が出来ました。
- 同様に、自社が望む顧客層（30～40代、健康志向の女性）に対して、概ね一致した結果となり、今後も商品開発や越境ビジネスを展開するうえで参考にしていきたいです。
- 食品業関係者が一定数いる事から、BtoCのみならず、BtoBに対しても各分析結果を基に積極的な海外展開を図りたいと感じました。
- 日本食をオンラインで週2～3など日常的に購入する層は、具体的にどんなサイトやネットスーパーで購入しているのか、今後調べていきたいです。
- お茶が第2位を占めているが、国別ではどのような違いがあるのか、また、どのブランド（例：伊藤園など）の商品を購入しているのか今後調べていきたいです。
- 自社でもインスタで情報発信をしているが、口コミやSNSの重要性を改めて感じました。
- 各項とも優れた分析をしてもらい非常にありがたいです。

◆「Tabeeru」について

- サイトのデザイン・記事・画像とも、海外に向けたものとして、非常に優れたものと感じます。半面、良いものが仕上がったが故に、もう少し期間を設けてアンケート回答数を得られたら尚良いと感じます。（いいサイトが出来たので、短期実証期間がもったいなく感じた）
- 今後コミュニティが活性化し、ユーザー同士の交流に事業者側も参加（クラファンなども考慮？）して、新たな商品開発に繋げるなどが出来たら面白いのではないかと思います。

◆総評

- これまで積極的に越境ECに取り組みたかったものの、輸出ほか運用面で不透明だった部分が明確となりました。
- 実証実験参加は、自社にとって今後の海外進出に向けて足掛かりとなる有用なものでした。
- Tabeeru実証実験に参加して良かったので、今後も継続して参加していきたいと思えます。

日本食ファンの声

碾茶入り宇治茶ペットボトル500ml / 3本

- ・このお茶が大好き。日本に住んでいた時、このブランドをよく飲みました。アメリカで見かける甘すぎるお茶の感じではなく、美味しくて爽やかでした。（アメリカ在住）
- ・健康への効果が素晴らしい。軽めのテイストでとても飲みやすく、味わいました。（アメリカ在住）

つじりの里（8本入り） / 1箱

- ・美味しかった。クリーミーな中身と、クランチなビスケットが完璧でした。（アメリカ在住）
- ・パッケージも味も気に入っています。小包装、個包装なのもプラスで、全体的にとっても美味しいので、おすすめのビスケットです。（台湾在住）
- ・豊かなお茶の香り、持ち運びに便利（台湾在住）

神奈川県産桜ゼリー / 1個

- ・このデザートは美しい！花の季節の日本にいるような気分させてくれる味でした。見た目もユニークで、こちらではなかなかお目にかかれないスイーツです。（アメリカ在住）
- ・美味しく、美しく、贈り物としても最適（台湾在住）

UMAMI dashi Vegetables（10g×5袋） / 1袋

- ・シチューに足すのにぴったりで、野菜の風味も増し、家族みんなで美味しくいただきました。（アメリカ在住）
- ・料理にとってもユニークでおいしい風味を加えてくれました。アメリカでは経験したことのない味わいです。部屋中に香りが広がり、食べる前からよだれが出そうでした。（アメリカ在住）

ビジネス化に向けた今後の展開



koeerü

①共創CRMモデル
：訪日外国人や日本ファンコミュニティをCRM化し、マネタイズ。

訪日外国人とのタッチポイントを持っている企業様

②海外マーケティング
：これから越境ECに参入する事業者の事前マーケティング

これから越境ECに挑戦する企業様

③越境EC-CRMモデル
：既に越境ECに参入している事業者のダイレクトマーケティング

既に進出していて、マーケティング課題を感じている企業様

Thank You

hello@koeeru.com

koeerü