

2021年度JAPAN MALL事業

Shopee, Tokopedia, JD, Bukalapak, Blibli (インドネシア) 連携報告



東南アジアで最大級のECモール
<https://shopee.co.id/>



tokopedia
インドネシア最大の大手ECモール
<https://www.tokopedia.com/>



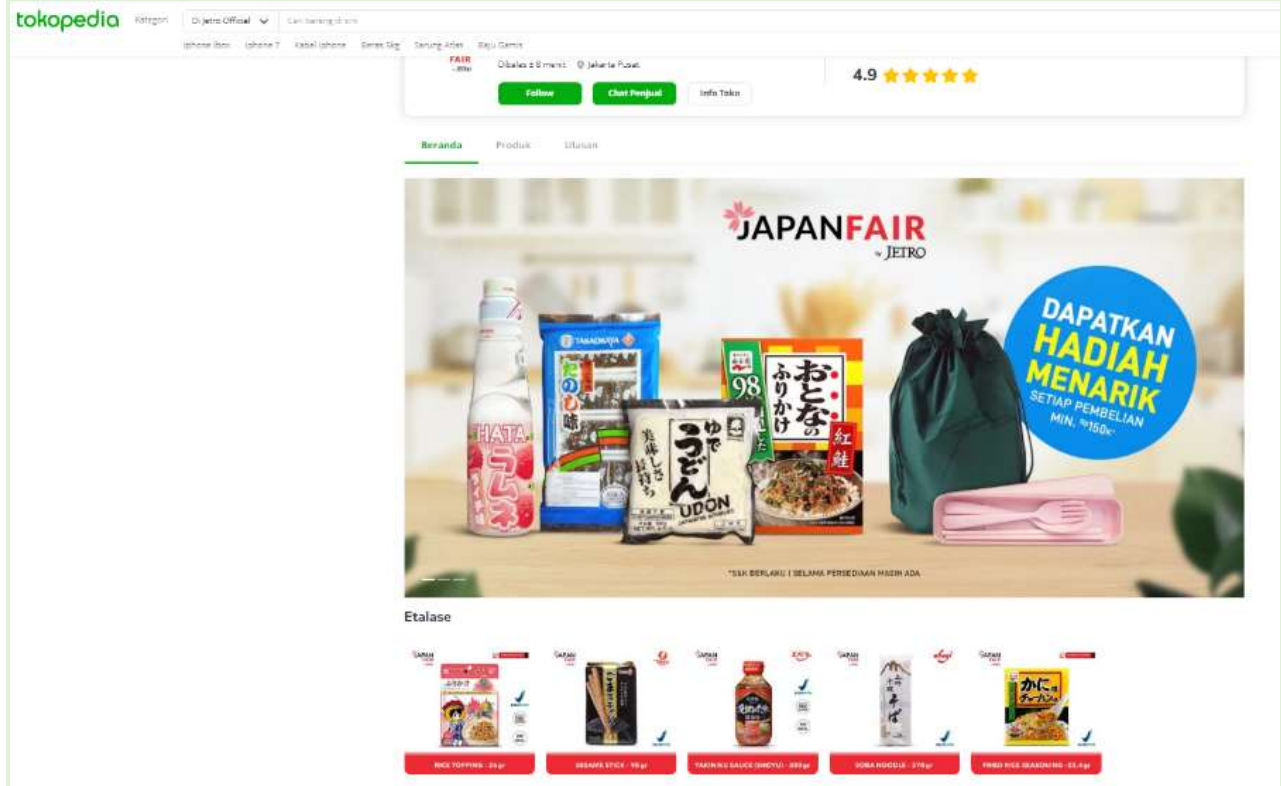
中国大手EC小売業の京東集団（JDドットコム）が
インドネシアで運営する同国大手のECモール運営会社
<https://www.jd.id/>



B2B、C2C、O2Oなど幅広い事業を展開
EC独自コミュニティを保有
<https://www.bukalapak.com/>



インドネシアトップ5ECモールの1つ
<https://www.blibli.com/>



▲ TokopediaのJAPAN MALL特設サイト（JAPAN FAIR）

インドネシア事業連携報告 1. プロモーション概要・実施期間

実施期間：2021年10月1日～2022年1月31日

商品カテゴリ：加工食品、調味料、菓子など

取扱社数：30社

概要：インドネシアの主要ECモールにおけるJAPAN MALL特設サイトの設置、Instagramを活用した情報発信等

JAPAN MALL特設サイトの設置



Instagram（ストーリーズ/フィード）投稿



タイムセール実施



2021年
10月

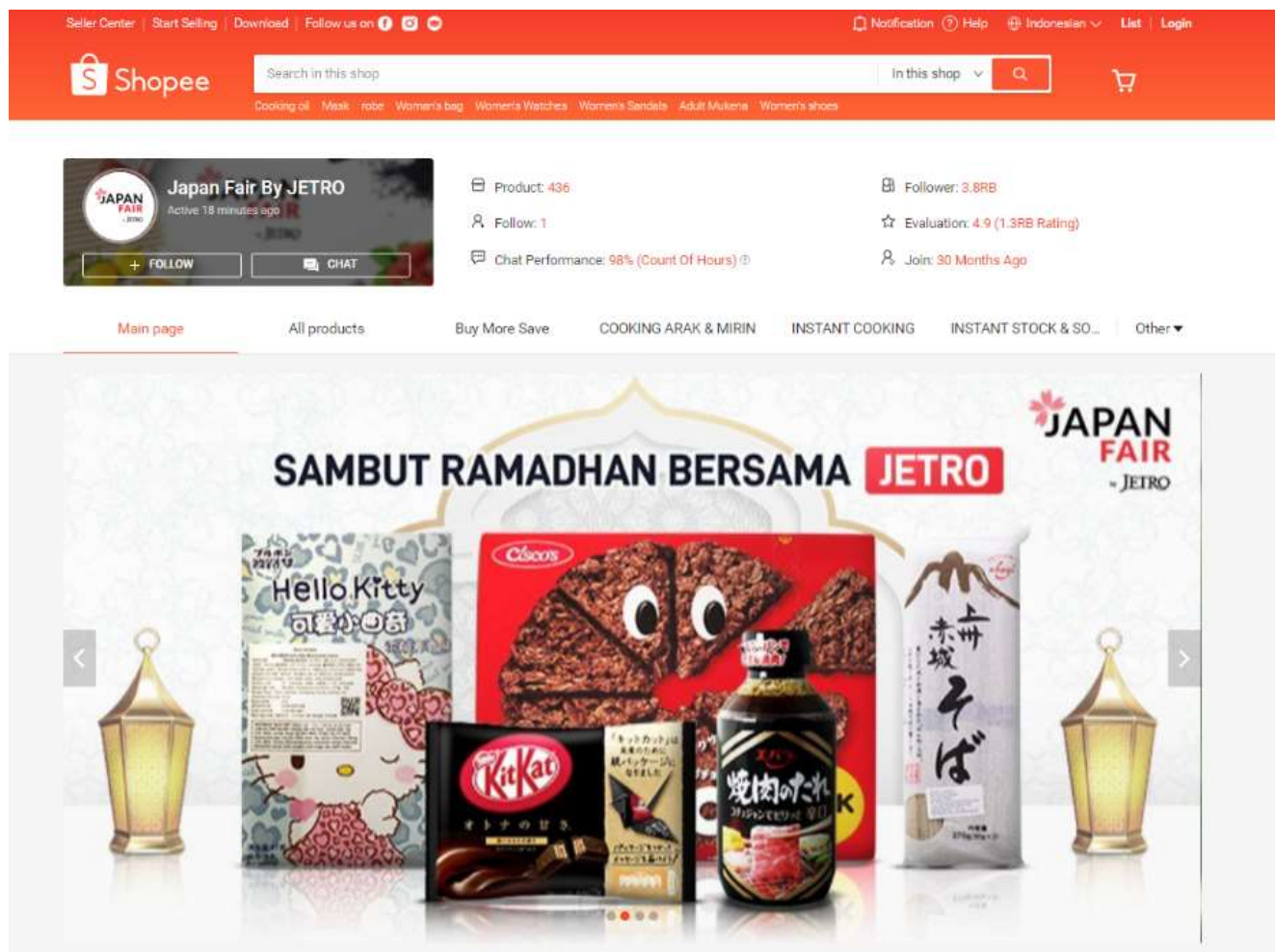
11月

12月

2022年
1月

インドネシア事業連携報告 2. プロモーション詳細 ①特設サイトの設置

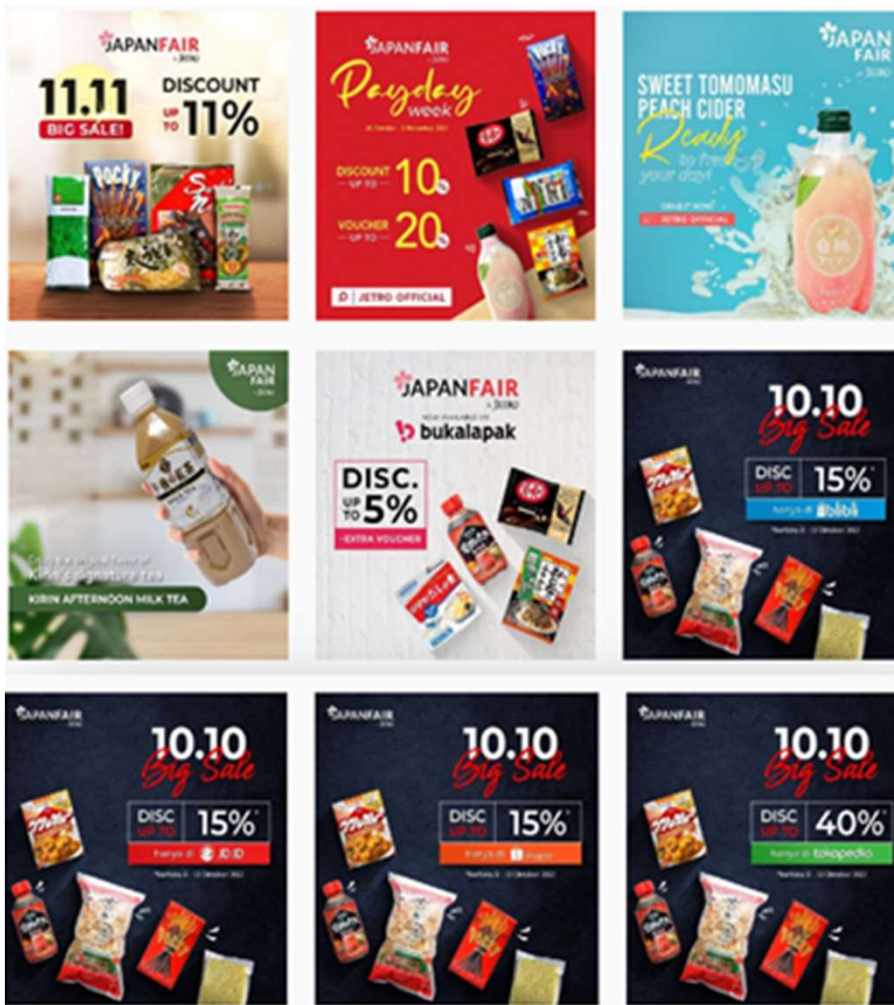
- ◆2021年10月1日から2022年1月31日まで、“Shopee”、“Tokopedia”、“JD.ID”、“Bukalapak”、“Blibli”といった、現地の主要ECモールと連携
- ◆現地消費者に向け、JAPAN MALL商品の認知度向上と販売促進を目的とした特設サイトを各ECモールに設置



▲ShopeeのJAPAN MALL特設サイト (JAPAN FAIR)

インドネシア事業連携報告 2. プロモーション詳細 ②Instagram投稿

- ◆2021年10月10日から12月12日まで、Instagram投稿により、商品イメージを発信
- ◆特設サイトへの誘導と売上げの増加に向けて、一部のフィード投稿ではクーポンを配布



▲Instagramにおける情報発信

①投稿の閲覧状況

投稿の種類	投稿の回数	インプレッション総数
ストーリーズ	14回	693
フィード	6回	389
合計	20回	1,082

②クーポンの取得・使用状況

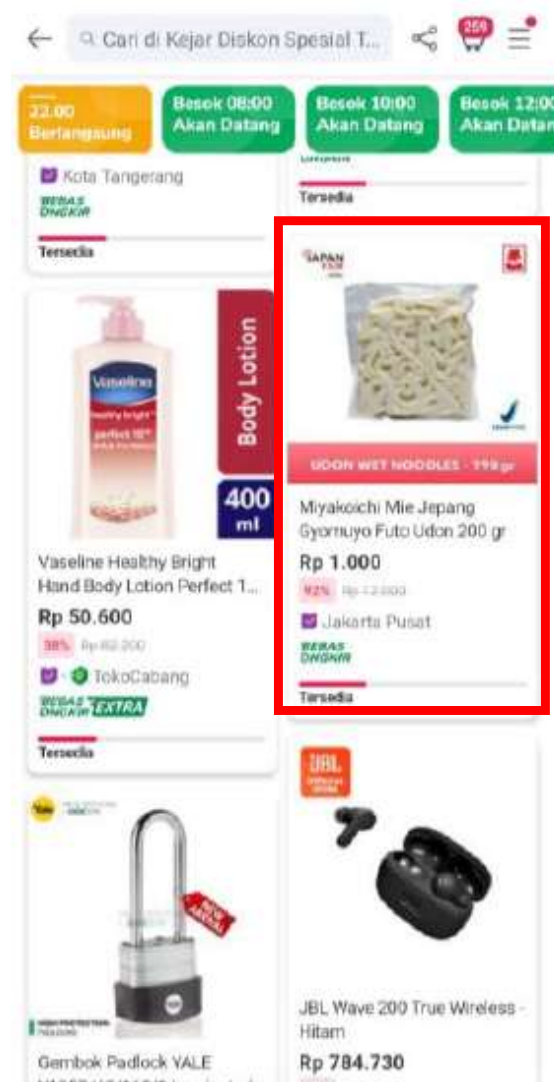
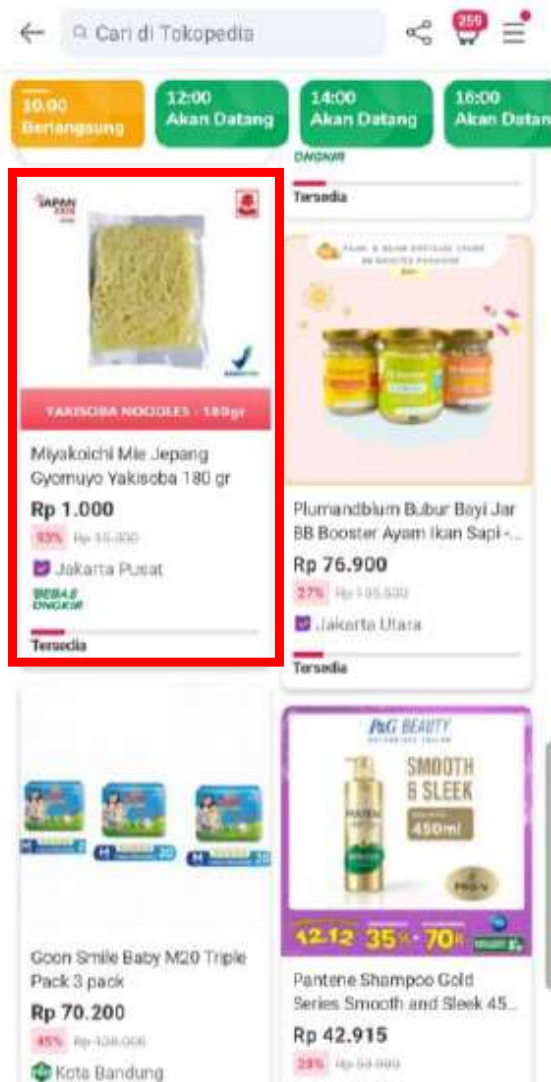
	取得数	使用数	使用率※
Shopee	736	30	12.7%
Tokopedia	116	116	15.3%
合計	852	146	14.7%

※クーポン使用数/プロモーション期間中の注文数×100(%)

- ▶1,000回を超えるインプレッション総数（投稿した画像が閲覧された回数）を獲得
- ▶特にTokopediaにおいてはクーポン使用数は高水準
⇒ 投稿を閲覧した現地消費者の興味を惹き、実際の購買行動に結びつけた。

インドネシア事業連携報告 2. プロモーション詳細 ③タイムセール実施

- ◆2022年1月、Tokopediaが実施するタイムセール“Flash Sale”にJAPAN MALL商品を出品
- ◆セール時間内は、出品した商品がトップページに掲載されるため、現地消費者の認知が向上



インドネシア事業連携報告 3. プロモーション結果 ①採択商品の傾向

- ◆採択商品について、商品カテゴリ別では、いずれのECモールにおいても、「飲料」及び「インスタント食品」の販売が好調
- ◆商品別では、「ふりかけ」、「日本茶」、「レトルトカレー」、「うどん（乾麺）」、「照焼きソース」等が上位

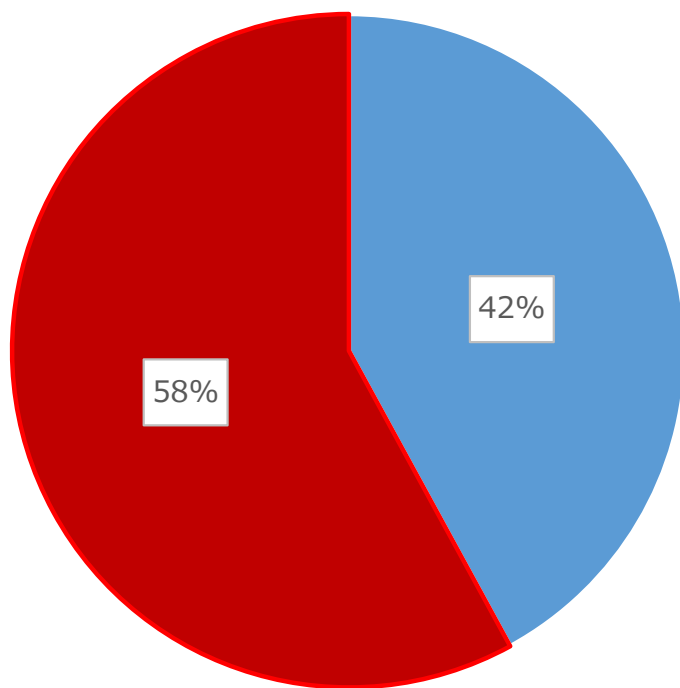
ECモール別・商品別の売上状況（2021年10月1日～2022年1月31日）

					
1位	日本茶	ふりかけ	レトルトカレー	うどん (乾麺)	照焼きソース
2位	巻き簾	ミルクティー (ペットボトル)	照焼きソース	日本茶	日本茶
3位	玄米茶	照焼きソース	チョコレート	玄米茶	日本茶 (紙パック)

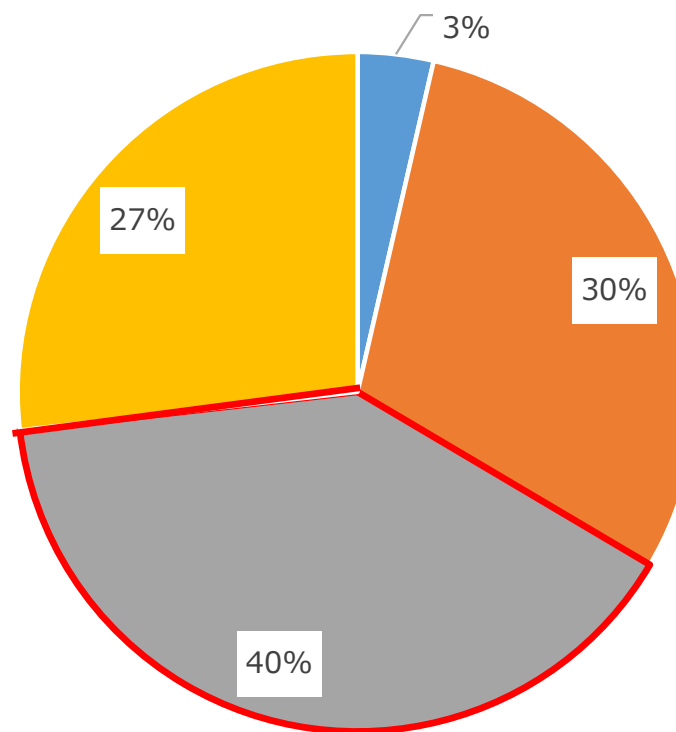
インドネシア事業連携報告 3. プロモーション結果 ②利用者属性（年齢・性別）

- ◆プロモーション期間の各ECモールの利用者属性についてみると、性別では、女性の割合が58%となり、男性を上回った
- ◆年齢層別では、35～44歳の割合が最も高くなった。

利用者の性別



利用者の年齢



■ Male ■ Female ■ 18 - 23 Years Old ■ 24 - 34 Years Old ■ 35 - 44 Years Old ■ > 45 Years Old

インドネシア事業連携報告 4. 分析（総括）

採択された商品の傾向

- ティーパックのお茶、ふりかけ、照焼きソース等、手軽に日本の味が楽しめるもの、調理の手間がかからないものが売上の上位に位置している。
- 採択商品の価格帯については、現地での販売価格が、下は100円程度から上は1,500円程度まで。平均販売単価は約310円。具体的な採択商品例は次のとおり。
 - ・飲料・・・煎茶、玄米茶、麦茶といった日本茶のティーパック、ボトル入り紅茶、瓶入りラムネ
 - ・インスタント食品・・・レトルトカレー
 - ・調味料・・・ふりかけ、照焼きソース、料理酒、てんぷらつゆ
 - ・お菓子・・・チョコレート、フルールゼリー

購入者層

- 女性利用者の割合が高く、年齢は35から44歳までがボリュームゾーンとなった。
- 首都ジャカルタ在住者の利用が全体の6割を占める。

販路・プラットフォーム別の販売傾向

- Shopeeにおける売上は、本連携事業全体の約16%を占めた。「飲料」及び「インスタント食品」カテゴリの商品が人気。
- Tokopediaにおける売上は、本連携事業全体の約78%を占めた。「飲料」及び「インスタント食品」カテゴリの商品が人気で、瓶入りラムネが最も多くのカスタマーレビューを獲得した。
- JD.IDでは、「調味料」及び「インスタント食品」カテゴリの商品が人気。
- Bukalapakでは、「飲料」及び「インスタント食品」カテゴリの商品が人気。特に、日本茶の売行きが好調であった。
- Bibliでは、「調味料」及び「飲料」カテゴリの商品が人気。得意顧客の割合が高く、Bibliのモバイルアプリを經由した購買が多い。

プロモーション総括

- Bukalapak及びBibliと新たに連携したことで、採択商品の現地EC市場への浸透を高めた。
- Instagramにおけるクーポン配布やタイムセールへの出品を通じ、Tokopediaにおいて良好な販売実績を上げた。

