

clozette

Clozette と Sift & Pick が業務提携、日本の事業者の東南アジアの e コマース参入を促進

【シンガポール 2020 年 11 月 24 日】

*世界最大の経済圏の 1 つでデジタルに精通した新世代の消費者にリーチを広げる

東南アジア市場（シンガポール、マレーシア、フィリピン、インドネシア）で展開するデジタルマーケティング企業 Clozette（本社:シンガポール）は 24 日、オンラインマーケットプレースの Sift & Pick（本社:シンガポール）と、日本を拠点とする事業者への東南アジア市場参入を促進するワンストップの e コマースソリューション提供を目的とした新しいパートナーシップを結んだと発表した。

Google と Temasek Holdings のレポートによると、東南アジアのインターネット経済は 2025 年までに 2000 億米ドルの規模を突破する可能性がある。COVID-19（新型コロナウイルス感染症）パンデミックといった世界的な出来事は、消費者の生活の中で e コマースをこれまで以上に関わり深いものにし、ソーシャルメディアを利用した e コマースの発展を加速している。

独立マーケティングリサーチ専門機関の Econsultancy が実施した地域調査は 2019 年 6 月、オンラインでの購入パターンに関して次のような変化を指摘している。

*回答者の 29%がオンライン購入に月間 100 米ドル以上を消費

*約 59%がオンラインで行った購入の 25%以上がソーシャルメディアにより影響されたと回答

*ソーシャルショッパーの 44%が、ソーシャルメディアの投稿や広告を見た結果としてのオンライン購入を過去 1 カ月間に 3 回、あるいはそれ以上、行ったと回答

*82%が自らの購入体験をソーシャルメディアでシェアし、クチコミから話題となったヒット商品が発生

Sift & Pick と Clozette のコラボレーションは、東南アジアにおけるこの種のコラボレーションとしては初めてで、ディスカバリーショッピングプラットフォームである Shoppin'guu を活用する。このプラットフォームは、日本の経済産業省管轄下の官民ファンドであるクールジャパン機構からの Clozette への出資によって設立された事業部門の Cool/JP により運営されている。旅行や食、ライフスタイルなど日本関連のコンテンツに特化したデジタルプラットフォームである Cool/JP は、自社制作物のほか、Clozette の 4000 人を超すクリエイターのネットワークと、合計 8 億人を超すフォロワーへのソーシャルリーチを誇るインフルエンサーやタレントを活用し、規模に裏付けられた信用度の高いユーザー生成コンテンツをキュレーションして発信しているのが特徴である。

今回の提携により、Clozette が持つ東南アジアのミレニアルおよび Z 世代消費者の消費パターンへの深い知見が、Sift&Pick の e コマース、物流、決済インフラストラクチャーと結合されたことになる。市場のニーズを十分に把握した e コマースのマーケットプレースとシンガポールのチャンギ国際空港内のリアル店舗をタッチポイントとし、ユーザーにシームレスで、安全なオムニチャネルのショッピング体験を提供していく。

Clozette の Roger Yuen 創業者兼最高経営責任者（CEO）は「Sift & Pick との特別なパートナーシップにより、われわれは日本の事業者にこれまででは不可能だった東南アジアでの刺激的な市場参入機会を提供することができる。新型コロナウイルスの影響のもと、インフルエンサーマーケティング、動画配信、ライブストリーミング販売といったソーシャルエンゲージメント・ソリューションの

ニーズは世界的に拡大した。ソーシャルコマースのパイオニアとしてわれわれは、今日の消費者のニーズに対応する上でかなり優位な立場にある。これは、長年実証してきたソーシャルストーリーテリングの力やわれわれの広範なネットワーク、東南アジア市場への豊富な知見が前提となっている。実際、これまでの10年間に300を超す世界的あるいは国際的、現地のブランドを支援、協働してきた」と語った。

Sift & Pick の Cavin Poh ゼネラルマネジャーは、「Clozette とパートナー提携することで、より多くの日本のブランドを東南アジアにもたらし機会を創出できることを嬉しく思う。これまで慎重にキュレーションしてきたファッション、美容、ライフスタイル、生活雑貨などの製品のラインナップに加えて、われわれの多彩なユーザーのためのより豊かなショッピング体験が提供できるようになる。Shoppin'guu のストーリーテリングは、見落とされがちな多くの日本ブランドの伝統や高品質、比類なき点を引き出すのに最適だ。このコラボレーションにより、ユーザーがわれわれのマーケットプレースで新しいブランドを発見し、一層の喜びを感じながら買い物ができるのを目にするのが楽しみだ」と語った。

Shoppin'guu が 2020 年 10 月にシンガポール、マレーシア、フィリピン、インドネシアで行った、ニューノーマルの中での消費者購買意識調査は、以下のような価値ある知見を提供している。下記に一部を抜粋する（調査全文は文末のリンク参照）。

*回答者の 63%以上が、コロナ禍以前の消費と比べ、不要不急の商品により多くのオンライン消費を行っている指摘した。

*消費者が日本製品の購入を決める際の最上位の動機は、品質となっている。しかし回答者の 69% が日本から直接オンラインで購入したことはないとしており、その理由として返品や返金制度、あるいは言葉の障壁への懸念を挙げている。

*オンライン購入を決めるのに影響を与える要素では、ユーザー体験（ウェブサイトデザイン、応答、製品の探しやすさなど）が、配送に要する時間よりも価値が置かれている。

*回答者の間では、日本製の商品のうち、スキンケア製品が最も魅力があり、2 番目がファッションとなっている。これにテーブルウェアやホームウェアなどのライフスタイル関連商品が続いている。

両社は、カテゴリー開発、サプライチェーンとフルフィルメント、データおよびインフルエンサーマーケティング、ソーシャルコマースに関して緊密に協力する。このパートナーシップの下で、中小企業を含む日本の販売事業者やブランドは、東南アジア市場参入戦略に関する一連のウェビナーをはじめ、東南アジアのオンライン販売特有の課題に対応する両社共有のリソースや専門知識が得られる。また 30 万円からスタートする一連のオンボードパッケージには、この地域に参入する上で予算を抑えながら手軽にアプローチできる内容が盛り込まれている。

東南アジア市場参入オンボードパッケージの詳細は

kaz.iwasa@clozette.co まで問い合わせを。

東南アジア市場参入戦略ウェビナーへの登録は：www.cooljp.co/webinar へ

調査報告全文を見るには：www.cooljp.co/survey へ

▽Clozette について

Clozette は、新しい消費者層をターゲットとし、そのトレンドやライフスタイルを把握した上で包括的なサービスを提供するデジタルマーケティング企業である。クオリティーの高いコンテンツを編集制作し、プラットフォーム上で収集されたユーザー生成コンテンツを結合させる、新しいカテゴリーのストーリーテリングに特化している。様々なデジタル資産や 4000 人を超すクリエイターからなる包摂的なネットワーク、合計 8 億人を超すオンラインフォロワーを誇るインフルエンサーやタレントを活用することで、これまで東南アジアと日本で 300 を超すブランドやパートナーにそのサービスを提供している。

Clozette は、日本と東南アジアを繋ぐエコシステムに特化した事業部門の CoolJP があり、同名のウェブサイトと Shoppin'guu を運営する。当社は Walden International、Phillip Private Equity、それに日本の経済産業省管轄下の官民ファンドであるクールジャパン機構からベンチャー資金を得ている。

www.clozette.co - www.shoppinguu.co

▽Sift & Pick について

Sift & Pick は 2018 年に設立されたオンラインマーケットプレイスであり、オリジナルで妥協を許さない品質のブランドや製品をユーザーが発見するショッピング体験に重点を置いている。ユーザー目線に立って、ユーザーのためにをモットーとし、ブランドオーナーとデザイナーと直接交渉を行うことで全ての製品は念入りに厳選され、これにより Sift & Pick では個々のユーザーに、本物ならではのクオリティーで、未発見のデザイナーグッズを提供することができる。Sift & Pick は現在、200 を超す世界的ブランドと提携し、2000 を超すファッション、美容、ライフスタイル製品を扱っている。詳細は <https://www.siftandpick.com/about-us> を参照。

プレスコンタクト：

April Tan | エイプリル・タン
Head of Community & Creators, Public Relations
メール: april.tan@clozette.co
電話番号: +65 9093 4339