

トレンダーズ、越境 EC「ボロミー」との連携により 訪日インバウンド×アウトバウンドの循環を生む 国内メーカー向けグローバルマーケティングサービスを提供開始

「MarTech Company」としてマーケティング×テクノロジーを軸とした事業展開を進めるトレンダーズ株式会社(所在地:東京都渋谷区、代表:岡本伊久男、東証マザーズ上場:証券コード 6069)は、訪日外国人向けのインバウンドマーケティングと、越境 EC の大手である「bolome」(株式会社 bolome、所在地:東京都新宿区、代表:陳少春)との提携によるアウトバウンドマーケティングとを統合した、国内メーカー向けの新たな循環型グローバルマーケティングサービスの提供を開始いたしました。

◆「訪日前」～「訪日後」の循環型グローバルマーケティング

2015年の訪日外国人全体の旅行消費額は前年の2兆278億円から71.5%増加して3兆4,771億円と推計されており※1、国内メーカーにとって引き続き注目の市場となっています。一方、中国の日本からの越境 EC 経由の購入額は7,956億円となっており、前年比31.2%増加しております※2。

それに伴い国内メーカーの課題は、訪日外国人の消費を促す従来型の「インバウンドマーケティング」から、「訪日前の自国での認知及び購入体験の最大化」及び、「自国での継続的なリピート消費の機会創出」へと多様化しており、それらを統合的に取りまとめ「訪日前」「訪日時」「訪日後」の循環を生むためのマーケティングソリューションが求められています。

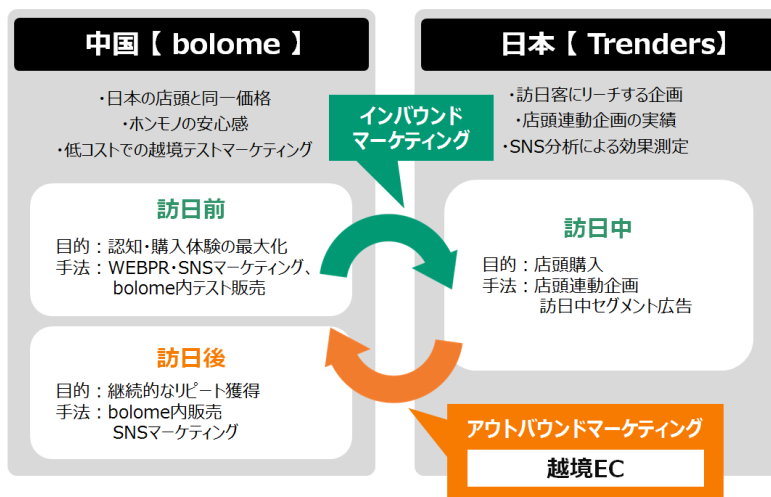
このような背景を踏まえ、かねてより国内メーカーのインバウンドマーケティングにおいて大手化粧品メーカー・大手食品メーカーなどで数多くの実績を持つトレンダーズ株式会社は、越境 EC の大手である「bolome」と提携することで、インバウンドマーケティングにアウトバウンドマーケティングを融合させた、新しいグローバルマーケティングサービスの提供を開始いたしました。

※1:「訪日外国人消費動向調査 平成27年(2015年)年間値(確報)」(日本政府観光局(JNTO))

※2:「電子商取引に関する市場調査」(経済産業省、2015年度版)

「bolome」は「日本の店頭と同じ価格・メーカーによるライブ動画配信」で「価格の安さ・ホンモノ感の担保」がユーザーの心を掴み、開始1年で350万人の中国人ユーザーを獲得しています。日本メーカーは「bolome」に出店することにより越境 EC での売上を見込めるだけでなく、どうすれば中国人ユーザーに自社商品が売れるかのテストマーケティングが圧倒的な低コストで可能となります。またライブ動画配信を通じて、メーカーが伝えたいブランドストーリーや高品質の理由などを中国人ユーザーに伝えることが可能となり、「訪日後」のリピート獲得のみならず「訪日前」の認知・購入体験の拡大が可能となります。

▼ 循環型グローバルマーケティング



■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンダーズ株式会社 <http://www.trenders.co.jp> 東京都渋谷区東 3-9-19 ポーラ恵比寿ビル 2F・3F

担当: 秋枝(あきえだ) / TEL: 03-5774-8876 / FAX: 03-5774-8875

お問い合わせメールアドレス press@trenders.co.jp