

2019年1月9日

**「日本産」「日系」ブランドを海外展開の武器としたい企業・自治体を支援する実証事業を実施**

- 協力：ハウス食品グループ本社株式会社 -

株式会社JTB（本社：東京都品川区 代表取締役社長：高橋 広行/以下、JTB）は、同社が出資する株式会社Fun Japan Communications（本社：東京都港区 代表取締役社長：藤井 大輔）が運営する日本好きの消費者が集まるコミュニティ「FUN! JAPAN」を活用し、「日本産」「日系」ブランドを海外展開の武器としたい企業・自治体を支援する「日本好きマーケティング™」の確立に向け、ハウス食品グループ本社株式会社の協力による実証事業を実施します。

**【背景と課題】**

近年、食品や日用品、アパレルなどを中心に、将来的な国内市場の縮小を見据え海外展開を強化する企業・自治体が増えています。また「日本産」「日系」ブランドは、一般的に高品質なイメージがあることから、多くの企業・自治体が海外市場開拓の武器にしたいと考えています。

本実証では、ターゲットを予め「日本に興味・関心がある現地消費者」に絞り込み、ソーシャルメディアによる情報拡散やキャンペーンなどのデジタルマーケティング施策を実施します。これにより、「日本産」「日系」ブランドを武器としたい企業・自治体は、より高い確率で来店や購入などのリアクションを得ることができます。

当社は、日本に興味・関心がある現地消費者をターゲットとするデジタルマーケティング施策を「日本好きマーケティング™」として提供しています。本実証は、「日本好きマーケティング™」の提供・運用における課題を抽出、活用の可能性を検証し、企業・自治体の海外展開支援に資するマーケティングモデルを確立するものです。

**【実証事業の概要】****(1) テーマ**

「インドネシアにおける日本式カレーの認知拡大」をテーマとします。インドネシアの日本式カレー市場は現時点では小さいものの、人口2億6,000万人と将来に向け有望な市場です。まず、現地和食レストランを通じて日本式カレーの認知・喫食経験を拡大し、将来的に家庭での日本式カレーの定着を目指します。

**(2) 具体的実施事項**

- ① 日本に興味・関心がある現地消費者を対象とする事前のオンライン・アンケートの結果分析に基づき、日本式カレーの魅力を伝え、現地和食レストランへ誘導する記事コンテンツを制作
- ② 「ハウス食品グループが運営するカレーハウス CoCo 壺番屋でハラル対応日本式カレーを食べる訪日旅行」を景品とするキャンペーンを実施し、記事コンテンツを日本に興味がある現地消費者に拡散

**(3) 実施・検証期間**

2019年1月～2019年3月

**(4) 実証のポイント**

- ① 日本に興味・関心がある現地消費者と「日本産」「日系」ブランドの親和性  
\* FUN! JAPAN の調査では日本に興味・関心がある消費者は日系ブランドを好む傾向にあります。(表1)
- ② デジタルマーケティングの活用によるクチコミの拡散
- ③ 訪日旅行をインセンティブとする消費者キャンペーンの効果

(表) 日本に興味・関心がある消費者と日系ブランドの親和性

設問	回答	設問：日本が好きですか？		
		回答：大好き (N=3,521)	回答：好き (N=1,116)	差
日系ブランドの <b>化粧品</b> を使っていますか？	よく使う	34.1%	18.0%	+16.1
日本の <b>ファッション</b> に興味がありますか？	とても興味がある	55.6%	27.1%	+28.5
日系ブランドの <b>日用品</b> を使っていますか？	なるべく日系ブランドを使っている	35.9%	15.3%	+20.6
日系ブランドの <b>食品</b> を買いますか？	よく買う	41.9%	24.9%	+17.0
日系ブランドの <b>お菓子</b> を食べますか？	よく食べる	48.3%	28.6%	+19.7
<b>和食レストラン</b> に行きますか？	よく行く	46.2%	29.7%	+16.5
<b>和食</b> を作りますか？	よく作る	9.8%	3.3%	+6.5
<b>自動車</b> を持っていますか？	日系ブランドを持っている	38.2%	34.1%	+4.1
<b>バイク</b> を持っていますか？	日系ブランドを持っている	43.8%	40.0%	+3.8
<b>PC</b> を持っていますか？	日系ブランドを持っている	22.3%	16.8%	+5.5
<b>カメラ</b> を持っていますか？	日系ブランドを持っている	56.1%	52.7%	+3.4
<b>美容家電</b> を持っていますか？	日系ブランドを持っている	31.9%	26.3%	+5.6
<b>テレビゲーム</b> を持っていますか？	日系ブランドを持っている	39.9%	36.1%	+3.8
<b>日本に行く</b> 予定はありますか？	半年以内に行く	41.4%	35.6%	+5.8

### 【今後の展開】

本実証を通じて、「日本好きマーケティング™」を実用化し、「日本産」「日系」ブランドを海外展開の武器としたい企業・自治体への提供を今後も展開してまいります。

### 【FUN! JAPANについて】

インドネシアで、Facebook ファン 179 万人、登録会員 40 万人(2018 年 12 月現在)を抱える、日本好き消費者が集まるコミュニティです。日本に関する情報を発信しているほか、現地での座談会や訪日モニターツアーなどを定期的実施しています。タイ、ベトナム、マレーシア、台湾、香港、ベトナムでも展開しています。

(6 か国合計 Facebook ファン 454 万人・登録会員 88 万人/2018 年 12 月現在)

運営会社である株式会社 Fun Japan Communications は、インバウンドビジネス・海外事業展開・自治体の地方創生の成長・想像を目的に、当社、日本通運株式会社、株式会社三越伊勢丹ホールディングス、日本航空株式会社の共同出資による合弁会社として、2016 年 10 月 18 日に設立されました。



<https://fj-com.co.jp/company/>

## 【日本好きマーケティング™について】

FUN! JAPANは、日本に興味・関心がある消費者をターゲットとする各種マーケティング施策を、「日本好きマーケティング™」として提供しています。具体的には、アジア454万人の日本好き消費者が参加するコミュニティを基盤に、調査、情報拡散、キャンペーンなどを実施します。

さらに、FUN! JAPAN内で短期間に創出された成功パターンを、類似オーディエンス(FUN! JAPAN会員などと属性が類似するユーザー)へのターゲティング広告で日本好き消費者全体に拡大可能です。

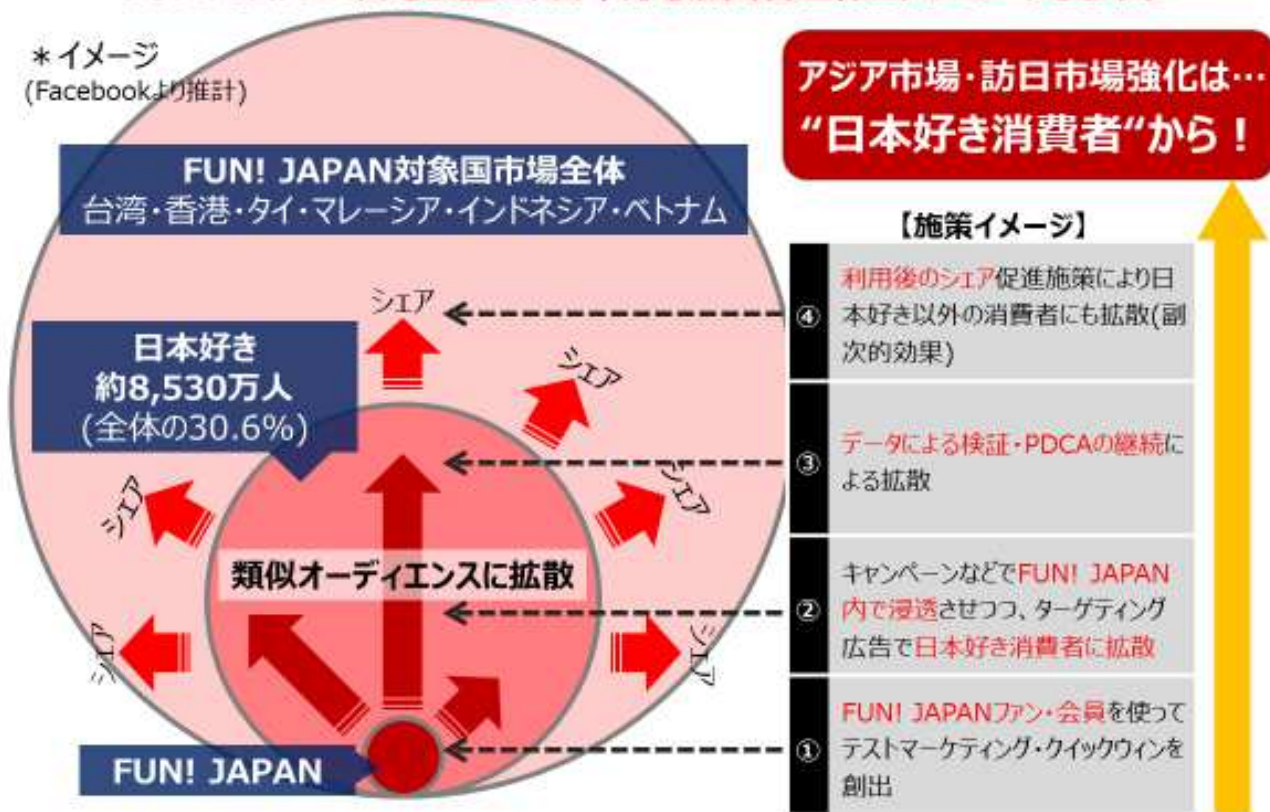
2018年9月時点で、FUN! JAPAN対象国であるインドネシア、タイ、マレーシア、台湾、香港、ベトナムのFacebookユーザー数は約2億7,890万人で、その内「日本」に興味・関心があるユーザーは約8,530万人となり、Facebookユーザー全体の30.6%を占めます。

(国別ではばらつきがあり、最も低いインドネシアで14.2%、最も高い台湾では55.0%となります。)

(図) 日本好きマーケティング™の考え方

**FUN! JAPAN内を基盤に、日本好き消費者全体にアプローチします。**

\*イメージ  
(Facebookより推計)



<報道関係の方からのお問い合わせ先>

JTB 広報室 TEL : 03-5796-5833

<一般のお客様からのお問い合わせ先>

株式会社 Fun Japan Communications

TEL : 03-6402-5521 / E-mail:inquiry@fj-com.co.jp 担当 : 神田、皆川