

株式会社Koeerü

◆訪日外国人や海外の日本ファン、インフルエンサー、海外に住む日本人など（以下「ファン」）、越境ECの潜在ターゲット層が登録するコミュニティを活用した、越境EC特化型CRMシステムの設計（デザインリサーチを含む）・開発（自社開発のグローバルCRMシステムをカスタマイズ）及び実証事業。本事業の目標は、ファンのタッチポイント（オフライン及びオンライン）を活用し、ファンコミュニティ（CRMシステム）を活用し、越境EC事業者の現地越境ECユーザー目線のマーケティング及び販売効果を最適化することである。

◆自社商品の販売を越境カート(例:Shopify)やモール（例：Amazon）を活用し、越境ECに参入する事業者は急増しているが、実際に対象となる消費者に対するマーケティングや購入意向が高い訪日外国人に対してダイレクトに販売する仕組み（＝越境ECに特化したCRMシステムを活用したダイレクトマーケティングの仕組み）がないのが現状である。実証事業として、実際に越境ECに特化したCRMシステムを越境EC参入業者が活用することで、マーケティング効果や販売効果（集客人数 × CVR（購入率） × 顧客単価）を最適化することができるとを検証する。

◆実証事業の結果、CRMの活用により、マーケティングや実際の販売に一定の効果が確認された場合、越境ECに関わるステークホルダー（中小企業、地域商社、DMO、コンサルタントなど）がターゲット市場の消費者のニーズを正しく理解し、自社の商品受容性が高い訪日外国人（ファン）に対してダイレクトにプロモーションをかけることができるため、マーケティングや販売効果が顧客データにより最適化されることで、今後の輸出拡大に大いに貢献できる。

