

～コロナ禍で変化が求められる企業や自治体を、グローバル連携で支援開始～

東南アジアをリードするインフルエンサーネットワーク【Clozette】と 世界の変化にクリエイティブで挑戦する【東京HQグループ】が提携し ASEAN 地域への効果的な情報発信スキームを提供

クリエイティブ、コンテンツ制作、web制作、戦略PRまで連携して一気通貫で提供する「東京HQグループ」（株式会社東京通信社、ハンガー株式会社、クウェル株式会社。本社：東京都港区、東京通信社代表取締役：星野量）は、東南アジア大手のコンテンツマーケティング及びインフルエンサーマーケティング企業の「Clozette Pte. Ltd.」（本社：シンガポール、CEO：Roger Yuen、以下Clozette）と広告代理契約を締結し、本日7月8日よりサービス提供を開始します。今回の提携により、日本からClozetteのインフルエンサーネットワークや、現地ニーズに基づき制作したコンテンツプロモーションを通して、東南アジアへのより一層効果的な情報発信と拡散を実現いたします。



① 提携の概要：質の高いクリエイティブとローカライズ連携を実現

インフルエンサー施策やコンテンツ制作の経験豊富な東京通信社、PR知見が豊富なハンガー、消費者インサイトを踏まえて最適なクリエイティブを提供するクウェルが、東南アジア現地のClozetteのクリエイティブスタッフと連携。クオリティの高いクリエイティビティで、現地の生の声を反映したローカライズを実現し、東南アジアにおける日本企業・自治体のマーケティング活動を最適化します。

<提供を予定しているプロジェクト例>

1. 東南アジア ビジネス勉強会

地方自治体を中心に希望者にお集まり頂き、勉強会～ディスカッション機会を用意。東南アジアにおける現状把握やブランディングの課題を抽出するオンラインサロン型プログラム。具体的なコミュニケーション実行に向けた「思考スイッチ」を誘発します。

2. 越境サブスクリプション宅配BOX

東南アジアと日本を結ぶ、越境型サブスクリプション宅配サービス。東南アジア豊富な経験を持つ著名な日本人シェフ監修のもと、東南アジアのレストランや個人に向け、各都道府県の厳選された食材を届けます。

② 提携の背景：コロナ禍で新たなアプローチが求められる、成長著しい東南アジア市場

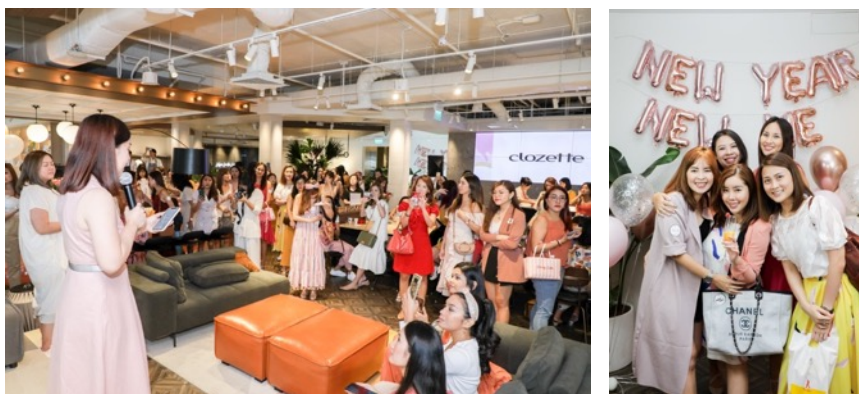
東南アジアは近年著しく成長しており、中でも日本製品やジャパンカルチャーは世代を越え、ファンがいます。また、訪日旅行も年々需要が高まり、日本観光局の統計によると2019年の東南アジア市場（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン）からの訪日外国人数は年間合計人数の過去最高を更新しました。このような背景より、現地でのブランディングやインバウンドによる高い販促効果が期待できることから、日本企業による東南アジアでのマーケティング需要は高まっています。

一方で日本企業による対海外コミュニケーションでは「現地制作プロダクションと齟齬が生じ、連携不足により質のマネジメントがうまくいかない」「現地チャネルやプロダクションとの連携が薄く、ローカライズの知見が足りない」などの課題が散見されます。さらに、**COVID-19の影響により現地の情報収集や消費行動などの生活スタイルも変化しており、現地ブランディング・プロモーションはこれまで以上に現地の知見と柔軟性を備えた新たなアプローチが求められています。**

そこで Clozette と当グループは本提携により、日本から現地へのダイレクトなコミュニケーションを確立し、**日本と東南アジア諸国との双方向コミュニケーションを可能にするプラットフォーム**の提供、各地域にマッチしたアプローチを実現します。

Clozette(クローゼット)とは

シンガポールを拠点とし、東南アジアの新興消費市場をターゲットとしたコンテンツの提供とインフルエンサーマーケティングを多岐にわたるチャネルで展開する。消費・推奨行動が活発なミレニアル世代を中心に現地のトレンドやカルチャーを的確に捉え、様々なビジネスに新たな価値を提供する。4,000人以上のインフルエンサー・クリエイター・タレントを含め、ソーシャルリーチ約7億人にのぼる独自のネットワークを活用し、これまでに300以上の企業やブランドとのプロジェクト実績がある。2019年4月に、クールジャパン機構より1,000万USドル（約10億円）を調達し、東南アジアと日本の双方向でのビジネスを推進する「CoolJP」のユニットを立ち上げた。



Clozette 主催インフルエンサー交流会の様子

Clozette CEO Roger Yuen より

この度、東京 HQ グループと国境を越えた戦略的な提携を結ぶに至り、大変嬉しく思います。同社の日本における広範なネットワークと業界知識、そして Clozette の東南アジアでの実績とオムニチャネルサービスを包括的に組み合わせることで、効果的なソリューションをクライアントの皆様を提供できます。

東南アジアの総人口は6億5,000万人を超え、そのうち50%以上が30歳未満です。新たな消費者層であるこの世代にリーチするには、デジタルマーケティングを通してエンゲージメントを高めることが不可欠です。また、コロナ禍を経て、デジタルの世界はこれまで親しんでこなかった人も含め、全世代が無視できなくなりました。この状況を俯瞰し、日本の官公庁や企業が今後挑んでいく新たなチャレンジに我々のアライアンスが大いに貢献できると確信しています。

【プロジェクトリード】

ハンガー株式会社 (HNGR INC.) 代表取締役 伊藤隆彦

これまで大手PR代理店(オズマピーアール/サニーサイドアップ/ブルーカレントジャパン)において様々な分野のマーケティングPRを担当。産学共同プロジェクト「オノマトペラボ」は、PRアワードでグランプリ、スパイクスアジアの銀賞、カンヌライオンズではショートリストに選ばれた実績を持つ。2019年1月、戦略PRとデジタルマーケティングを武器に、既存の視点に捉われない価値のアップデートを支援する株式会社ハンガーを立ち上げ。その後、シンガポールへ移住。コワーキングスペースOne&CoのGeneral managerとして、日本とシンガポールを繋ぐ仕掛けをプロデュースしている。

クウェル株式会社 (qwer inc.) 代表取締役 若月優

大手外資系広告代理店にてコミュニケーションプランナーとして戦略設計からクリエイティブプランニングを担当後、統合型コミュニケーションプランニングからクリエイティブディレクション、プロデュースまで幅広い領域でコミュニケーションを量産。その後、外資系大手コンサルティングファームにてクリエイティブ・コミュニケーション領域のコンサルティングに従事。2019年、クウェル株式会社を設立し「カルチャーを生み出す会社」をモットーに様々なコンテンツを創出・思考中。

Clozette (Clozette Pte. Ltd.) 岩佐和哉

米国留学後、JTB 東北にて国際旅行部門のインバウンド観光を担当。東北地域の宿泊・観光施設の予約手配に携わる。東日本大震災での被災後、在東京の Web マーケティング会社にてインフルエンサーマーケティングならびにデジタルマーケティングの営業担当として実績を積み重ねる。2016年には、デザイン会社 SCHAWK JAPAN にて、日系消費財メーカーの海外展開を、ブランディングという観点より仮説・戦略立案を推し進めた。そして2019年8月、Clozette Japan 立上げに伴う営業責任者ならびに新規顧客開拓担当として現在に至る。

【東京 HQ グループ 概要】

東京HQ-GROUP

東京通信社 / HNGR / qwer

コンテンツ制作・web デベロップメントを中心に「作る・伝える」東京通信社、戦略 PR を中心に「拡げる・届ける」ハンガー、クリエイティブを中心に「創る・整える」クウェルの3社によるコミュニケーションプランニングブティック。

| 会社名 | 代表取締役 | URL |
|-----------|-----------|---|
| 株式会社東京通信社 | 星野量 | https://www.tyo-press.com/ |
| ハンガー株式会社 | 伊藤隆彦・江川昂志 | http://hangar.co.jp/ |
| クウェル株式会社 | 若月優・関口敏博 | http://qwer-creative.jp/ |

【Clozette 会社概要】

clozette

会社名 : Clozette Pte. Ltd.

設立 : 2010 年 8 月

拠点 : シンガポール(本社)、インドネシア、マレーシア、フィリピン、日本

代表者 : Roger Yuen(Founder & CEO)

事業内容 : コンテンツマーケティング及びインフルエンサー・マーケティング事業、オフラインイベント開催等のそれに付随する事業

URL : <https://www.clozette.co/>

【お問い合わせ先】ハンガー株式会社 (担当 : 廣瀬) MAIL : press@hangar.co.jp