

インドネシア市場進出に際しての
テストマーケティングご提案資料

目次

1. 会社概要	P 3
2. テストマーケティングイベント概要ご紹介	P 5
3. 他のイベント・展示会等との比較。Klikspotの強み	P 12
4. BPOM（国家食品医薬品監督庁）規制概要と例外規定	P 15
5. メディア掲載実績	P 16
6. テストマーケティングイベントパッケージ	P 17
7. 代表者プロフィール及びお問い合わせ先	P 20



会社概要

2011年設立。JASDAQ上場の夢の街創造委員会株式会社が一部株主として参画しています。

弊社概要	
法人名	PT Klik Eat Indonesia
事業内容	法人向けF&Bプラットフォーム foodspot.co.id を運営
事務所	ジャカルタ本社 Jl. Wolter Monginsidi No.71, Jakarta Selatan スラバヤ支店 Jl. Taman Kalongan No.6, Surabaya
設立年	2011年
従業員	40名（日本人1名、インドネシア人39名）
代表者	青柳 健一
連絡先	ken@klik-eat.com / 081-1161-9860（インドネシア） / 080-5488-0470（日本）



www.demae-can.com



弊社主力事業

弊社主力事業として、インドネシア最大の法人向けFood & Beverageプラットフォーム「foodspot」を運営しています

約1,800社の法人顧客から、月間150,000食のお弁当のご注文をいただいています

98%のお客様はインドネシア人となっており、インドネシアにおける食品に関する味覚志向、価格帯、パッケージング、マーケティング等の様々なノウハウを有しております

foodspot



2000+ Menu dari 100+ Resto



インドネシア市場テストマーケティングイベント概要

弊社のインドネシア最大の法人向けオンライン仕出し弁当出前プラットフォーム「foodspot」の顧客ネットワークを活用し、中間層インドネシア人を対象とした、商品体験イベント「Klikspot」を開催しています。

インドネシアではInstagramが日本以上に普及し、多くの消費財メーカーがTVや雑誌広告を停止し、Instagram広告に集中する等、消費者へのアプローチ方法が過去数年で大きく変化してきています。

弊社では単なる展示会のようなイベントではなく、消費者が商品を「体験」し、その「体験」をInstagramで発信したくなるような、仕掛け作りまでを行う、全く新しいマーケティング機会をご提供しています。

Klikspotイベント内での商品体験に留まらず、インドネシア未進出商品を対象に、テスト販売の実施や、テスト販売後の現地小売販売網のご紹介等を含む本格展開サポートもご提供可能です。

また、「foodspot」のノウハウを活かし、ハラール認証を含む、イスラム教徒向け対応等のアドバイスも、現地インドネシア人の視点から可能です。



第1回テストマーケティングイベント開催概要

第1回Klikspotイベント開催概要

開催日	2019年6月29日（土）
事前参加登録数	1,000名
参加者数	500名
開催場所	Graha Tadi Jl. Wolter Monginsidi No.71 Kebayoran Baru
参加スポンサー	大塚製薬、明治製菓、大塚製薬、日本トリム、牛乳石鹼

foodpsotの顧客ネットワークを中心に集客を行い、事前参加人数が1,000名に達した段階で申し込みを締切。イベント当日は約500名が来場



meiji



スポンサー企業一覧



assist Indonesia in finding "fun"

第2回テストマーケティングイベント開催概要

第2回Klikspotイベント開催概要

開催日	2019年7月28日（土）
事前参加登録数	1,800名
参加者数	800名
開催場所	Graha Tadi Jl. Wolter Monginsidi No.71 Kebayoran Baru
参加スポンサー	資生堂、明治製菓、日本トリム、牛乳石鹸 六甲バター、三菱商事

SHISEIDO

三菱商事



Q·B·B meiji

第1回に引き続き、foodpsotの顧客ネットワークを中心に集客を行いつつ、前回参加者の口コミでの来場者増加も見られました。

第3回イベントも順次実施していく予定です。

TRIM 日本トリム

スポンサー企業一覧



assist Indonesia in finding "fun"

テストマーケティングイベント当日の映像

PDF資料の際は、以下URLより動画がご覧いただけます

http://www.bit.ly/klikspot_movie_ppt

テストマーケティングイベント概要写真



テストマーケティングイベント - Instagramとの連携

インドネシアでは日本と異なり、テレビを持たない家庭が多く、また雑誌媒体がほぼ存在しないため、消費財大手企業は近年広告費の多くをネット広告、特にInstagram広告に投入しています。

特に食品、化粧品等の商材の場合、インドネシアに進出している一部大手日系メーカー等は広告予算のほぼ全てをInstagramに投入する等、スマートフォン普及率の急上昇に伴って、広告方法が急激に変化してきています。

上記状況を踏まえ、各社が競ってInstagram広告を実施し、多数の広告を見るようになるにつれ、自分の友人や、フォローしているアカウントからの広告ではない投稿による商品口コミの紹介等への注目が急激に高まっています。

Klikspotでは、イベント内ブースにおけるInstagramと連携した「体験」をご提案し実行していただくことで、ブース来場者が商品を知るだけでなく、Instagram上で発信することによって、参加者のみに留まらず、参加者の友人、フォロワーへのリーチが可能となります。

このような口コミ効果は厳密な効果測定が難しいですが、企業が自社Instagramアカウントを通じて実施することは極めて難しく、イベント体験と組み合わせることで可能となります。



テストマーケティングイベント - Instagramとの連携

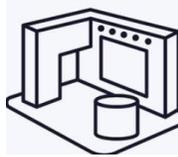
- 参加者は各自写真を撮影し、スポンサー各社のアカウントをタグ付け等を行って、イベントの体験や商品等をInstagramで発信します
- 左記写真は実際のイベント後に投稿されたものの一部です



各イベントとの比較

- Klikspotでは、イベントとしては唯一、サンプリングを実施することが可能です
- また、インドネシアにおけるマーケティングで最重要となる、Instagramと連動したブース運営も唯一可能です

各イベントとの比較

	Klikspot	縁日際	Jakarta Japan祭	展示会
				
イベント規模	小規模	中一大規模	中一大規模	中一大規模
出展数	少数	多数	多数	多数
来場者数	少数	多数	多数	多数
Instagramと連動したブース運営	可能	不可	不可	不可
ターゲット絞り込み	可能	不可	不可	可能
参加者属性	個人消費者	個人消費者	個人消費者	業務・法人
参加者層	企業務めの中間層	学生から社会人	学生から社会人	企業務め
販売可否	不可	可能	可能	不可
サンプリング可否	可能	不可	不可	不可
顧客フィードバック取得可否	可能	不可	不可	不可



市場調査から進出支援までワンストップ対応

Klikspot自身が影響力の強いInstagramアカウントを運営しており、Klikspotアカウントとイベントブースで実施する体験内容を連動させ、体験を通じた商品の良さを、「口コミ」として拡散させていくことが唯一可能なイベントです。

属性が一定程度特定されているインドネシア人に対して、通常の展示会等では実施が困難なサンプルマーケティングをKlikspotでは唯一実施できる点に加え、foodspot事業のノウハウを活用し、イベント後のテスト販売を実施することが可能です。

弊社foodspotのノウハウを活用した、Eコマースサイトを經由し、イベントでサンプリングを行った商品を、実際にインドネシア人が購入するのかをKlikspotを通じてテスト販売を実施し、検証することが可能です。

また、foodspotにおける月間150,000食に上るお弁当に、サンプリングとして一部商品を添付し、認知向上等を図ることも可能です。また、200社以上に上るfoodspotパートナーレストラン及びチェーンとのミーティング設定等もご要望に応じ可能です。

テスト販売の結果が好調であった場合、本格販売に向けてBPOM取得、現地小売チェーン等のご紹介が可能です。特にfoodspotの持つ1,600社以上の法人顧客ネットワークを活用し、提携先等をご紹介することも可能です。



Klikspotの強み 一気通貫した進出サポート体制

- Klikspotでは、インドネシア進出前のサンプリングから、テスト販売、本格展開のサポートまで、幅広く対応させていただきますことが可能です

Klikspotの特徴

Instagramと連動した体験	インドネシアでマーケティングを実施する上で最重要となるInstagramと連携した体験をイベントブースにて実施可能。インドネシア人に刺さる体験をKlikspotからご提案することも可能です。
サンプリングが実施可能	Klikspotイベント内での、商品体験、サンプリング、フィードバックの取得等が可能です。通常の展示会等では、サンプリングがBPOM規制で実施できない中、クローズドイベントであるKlikspotではサンプリングを唯一実施することが可能です。イベント参加者の属性が一定程度特定されているため、効率的に実施が可能です。また取り扱い商品のイスラム教対応（ハラール対応）必要の可否等を弊社でアドバイス可能です。
テスト販売の実施	イベントで体験した商品をfoodspotのノウハウを活用しEコマース経由で、実店舗を持たずにテスト販売することが可能です。実際にどの程度購買されるのか、値付けを試しながら、小規模で実施することが可能であるため、本格展開検討に最適な情報を得ることが可能です。
foodspotお弁当へのサンプリング	より多くの潜在顧客にリーチしたい場合は、foodspotの月間150,000食に上るお弁当に、サンプリングとして商品を添付することも可能です。Foodspotはジャカルタ及びスラバヤで事業展開しており、研修やミーティングに食事を提供する外資系企業や、政府系機関、現地優良企業が顧客であるため、一定程度の所得を有する層へのリーチが可能です。
現地レストラン・チェーンとのミーティング設定	foodspot事業でのパートナーレストラン・チェーン会社とのミーティングの設定もご要望に応じ可能です。飲食店経営者の考えや経営方針、コスト感等についても生の声を取得することが可能
本格展開サポート	テスト販売や、サンプリングを踏まえ、本格展開をされたい場合は、BPOM（インドネシア食品表示規制）の取得サポートや、小売りチェーンネットワークのご紹介等、弊社がfoodspotで有するネットワークを活用したサポートが可能です。



インドネシアBPOM規制概要と例外規定

インドネシア国家食品医薬品監督庁（BPOM）により、インドネシアへ輸入され販売される化粧品、加工食品、サプリメント、薬品等につき、BPOM長官への届け出及び及び当該商品の登録が求められる制度となります。商品のカテゴリにより、原材料、衛生証明、輸出入契約書、生産国政府が発行する監査結果証明書、最終製品の分析証明書、保存期間に関する情報、パッケージ（パッケージデザインの軽微な変更も再度申請・承認が必要）に加え、インドネシア国内の品質基準も満たす必要があり、インドネシアへの商品輸出に対する非常に大きな非関税障壁となっています。

但し、BPOM規制には適用除外規定が存在し、当該商品の利用が個人使用の範囲の場合は、BPOM規制が適用されないと、BPOM規則第28条1項例外規定fに明記されています。

通常の展示会におけるサンプリングは、不特定多数に対する配布と見なされ、個人使用の範囲外と判断されます。しかしながら、Klikspotイベントは事前登録が伴うクローズドイベントであることから、当該イベントにおけるサンプリングは個人使用の範囲として判断されるため、BPOM例外規定に則り、BPOM規制を受けることなくサンプリングを実施することが可能です。



メディア掲載実績

共同通信

[4]The Daily NNA インドネシア版【Indonesia Edition】 第05493号

2019年(令和元年)7月1日(月)

【インドネシア経済】

日系企業に体験型マーケティングの機会提供

インドネシアで出前注文サイトを運営するクリック・インドネシアは6月29日、首都ジャカルタで日系企業を出展対象とするマーケティングイベント「クリックスポット」を初めて開催した。従来の展示会のように試食や試供品を提供するだけでなく、来場者が展示品を使って体験できるような形態とすることで、出展者と来場者の接触機会を増やした。写真共有アプリ「インスタグラム」への投稿を促して、来場者の属性把握や口コミによるブランド認知度の向上にもつなげる。今後は、インドネシア市場へ進出を検討する日系企業などを対象に定期的な開催を計画している。



牛乳石鹸は、石けんの泡の弾力性を生かしたケーキの飾り付けを楽しく展示を行った。6月29日、ジャカルタ。(NNA撮影)

クリックスポットは、クリック・インドネシアが入居する南ジャカルタのコーワーキングスペース（共用オフィス）で開催した。山崎製パン、大塚製薬、明治、日本トリム、牛乳石鹸共進社の各現地法人などが出展、約500人が参加した。

クリック・インドネシアの青柳健一最高経営責任者（CEO）は「日系企業がマーケティングの機会として生かせるイベントは他にもあるが、単に商品を販売するだけに終わってしまい、消費者と出展者がつながりにくかった」と述べ、クリックスポットでは来場者がその場で商品を使って楽しむようにすることで、顧客と接触する機会を増やすことを目指すと説明した。明治は、ビスケット菓子「ハローパンダ（Hello Panda）」などを使ったパフェ作り、牛乳石鹸は弾力がある石けんの泡を生かした泡のケーキ作りを提供した。

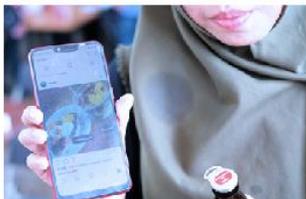
牛乳石鹸の駐在員事務所チーフのイワン・ベル氏は「わが社の強みである石けんの泡の細かさや弾力は、会員制交流サイト（SNS）の投稿写真だけでは伝わりづ

らい、実際に手にしてもらえぬ機会を作ることは非常に重要だ」と述べた。イベントに参加したヘニーさん（39）は、実際に触って泡の細かさや弾力に驚いたという。「普段は別の日本ブランドの石けんをつけているけれど、牛乳石鹸を買ってみようと思った」と話した。インドネシアは世界でもインスタグラムの利用者数が多く、ブランド認知の拡大には欠かせないツールとなっている。クリックスポットでは、インスタグラム上でハッシュタグ「#klikspot」を付けてイベントの写真を投稿すれば試供品がもらえるようにするなど、参加者が積極的にインスタグラムに投稿するようにした。

集客はクリック・インドネシアの顧客基盤を生かす。クリック・インドネシアが運営する法人・個人向けのフード宅配サイト「フードスポット」は200店以上の飲食店と提携、ジャカルタで月15万食を提供している。約1,600社の顧客企業に告知して、クリックスポットの参加者を募る。今回は募集開始から約2週間で申込者数が1,000人に達したために、急ぎよ受け付けを締め切った。今後は出展企業に合わせた募集企業の絞り込みも行う。

事後アンケートなどの情報はクリック・インドネシアが集約して出展企業に提供する。青柳CEOは「わが社の既存の資源を活用して、日本の商品やサービスを広げる支援をしたい。（出前サービスとならんで）事業の新たな軸になると考えている」と話した。

今回は7、8月にクリックスポットを開催。その後は2か月に1度程度の頻度で実施することを検討している。



参加した内客もインスタグラムに投稿した参加者。6月29日、ジャカルタ。(NNA撮影)

時事通信

12 July 2019

INDONESIA

JTJ News Bulletin

時事速報

《トップニュース》

インドネシア人の客増やすには…「体験」と「インスタ」が鍵

【ジャカルタ＝時事】インドネシアに進出した多くの日系企業にとって、「地元の客を増やすか」は大きな課題だ。日本製品が高品質なことは知られていても、手に取ってもらうまでのハードルは高い。その敷居を低くするため、「体験」と「インスタ映え」に重点を置いたイベントを日系のスタートアップ企業が始めた。



「泡スイーツ」を作り、スマホで撮影するインドネシア人（6月29日、南ジャカルタ市）

◇「#イベント」
イベントを始めたのは首都ジャカルタの「クリック・インドネシア」。社長の青柳健一氏（33）は、仕出し弁当の配達サービスでインドネシア人の開拓に成功した実績がある。

「ブースを設けて商品を宣伝するだけのイベントでは、なかなか販売促進に結びつかない。そう考える青柳社長は、実際に食べて飲んで触ってもらって「体験」が効果的だと認く。特にジャカルタでは楽しめるイベントがとて少ないため、インターネット上で、ハッシュタグ（検索用の目印）「#イベント」を使って探す人が多いという。

インドネシアではインスタグラムの普及が進んでいることにも着目した。ネットを通じた「口コミ効果」が日本より大きいため、イベントでは見栄えを重視。インスタのフォローを入場の条件とし、投稿に導く環境を整えた。



イベントでは、浴衣姿での記念撮影も人気を集めていた（6月29日、南ジャカルタ市）

◇石けん「スイーツ」が人気
初回のイベントは6月の最終土曜日、南ジャカルタ市で開かれた。明治や牛乳石鹸共進社、日本トリムの現地法人などが出店した。

明治はインドネシアで20年近く販売している「ハローパンダ」と、フルーツやチョコを使ったパフェ作りを提供。日本トリムは、合弁出資して製造しているアルカリ水「プリスティン」で作ったフルーツウォーターを配った。

筆者が取材した時間帯に最もにぎわっていたのは、牛乳石鹸共進社のブースだった。来場者はハンドソープを泡立たせた後、泡をクリームに見立てて「ソフトクリーム」や「ケーキ」を作る。食べられないにもかかわらず、人だかりが絶えなかった。

同社インドネシア事務所のイワン所長によると、「泡スイーツ」は今回初めて行った試みだ。「細かくて弾力のある泡」という自社製品の強みを体感してもらうため、議論を重ねて考案した」と明かす。

イワン所長はまた、「これからはメーカーによる『押し』ではなく、友達や信頼する人からの情報が影響力を持つと思う」と話し、インスタによる宣伝効果に大きな期待を寄せた。明治の石井健二マネージャーも「おいしいだけではなかなか買ってくれない。パンダのキャラクターとこうしたイベントは親和性がある」と同調した。会場では「泡スイーツ」の他、オリジナルのパフェやカラフルな飲料水をスマートフォンで写真撮影する姿が頻繁にみられた。

◇面倒くさいものほど…

青柳社長によると、参加の申し込みは今回1000人を超えた段階で打ち切った。実際に来場したのは約500人で、土産と引き換えに492人がアンケートに回答した。

ジャカルタ新聞



トップ 社会 政治 経済 日イ 文化 スポーツ

有料会員ログイン イベントカレンダー 人気投稿

じゃかるた新聞 > 社会 > 日系商品、体験を拡散 「クリックスポット」初開催

日系商品、体験を拡散 「クリックスポット」初開催

2019/07/02 00:28:25 (2019/07/02 00:37:24更新)



牛乳石鹸のブースを訪れた来場者の来場者

企業の商品PRより、友人からの情報を重視する時代になる。出前注文サイトを運営するクリック・インドネシアは29日、南ジャカルタで日系企業がインドネシア人消費者に食品、飲料、生活品などの体験機会を提供するマーケティングイベント「クリックスポット」を初開催した。写真投稿サイト「インスタグラム」を活用し、日系の商品展開をサポートする。

インドネシアでは消費者の嗜好に合わせた商品の改良が必要とされつつも、実際に商品への反応を確かめる実験的な機会が少なかった。クリックスポットはメーカーが消費者の反応を直接集められる場としても注目されよう。

大塚製薬、明治、山崎製パン、日本トリム、牛乳石鹸共進社の各現地法人などが参加、約500人が来場した。来場者はクリック・インドネシアの顧客のほか、インスタグラムなどでの告知を見て参加、事前申し込みが千人に達した時点で締め切った。

来場者はクリック・インドネシアのインスタグラムアカウントをフォローすることで参加、商品を無料で楽しむことができた。ミネラルウォーター「プリスティン」（日本トリム）のブースはレモン、スイカを入れて提供。牛乳石鹸のブースでは石鹸の泡でできたケーキが飾られるなど、各社が「インスタ映え」を意識した。着物を着て、写真を撮るスペースも用意された。

牛乳石鹸共進社の駐在員事務所チーフ、イワン・ベル氏は「これからはメーカーからの『押し』の影響が弱くなり、友達や信頼している人からの情報の方が重視される時代が来る」と指摘。ソーシャルメディア大国・インドネシアでの商品PRには、商品を体験してシェアしてもらう機会が重要だとした。

クリックスポットは7、8月にも開催する予定。（大野航太郎、写真も）



テストマーケティングイベント企業様向けパッケージ

Klikspotイベント参加に際して企業様向けに3つのパッケージをご用意しております。

1.基本パッケージ

ブーススペース、サンプリングの実施、お土産バックへのサンプル商品提供の3つがセットになった基本パッケージです。

2.アンケートパッケージ

基本パッケージの内容加え、ブース訪問者を対象に、A4一枚程度の内容のアンケートを実施。調査したい内容を伺い、弊社にて設問を現地の文化背景を踏まえ最適化・翻訳した上で、アンケートフォームを用意させていただきます。イベント開催後にアンケートレポートとして纏めた上で提出させていただきます。

3.スモールインタビューパッケージ

基本パッケージの内容に加え、当日ブース参加者を対象に少人数（10名前後）でのインタビューを実施いただくことが可能です。インドネシア人の生の声を直接聞くことが出来、アンケートだけでは分かりづらい本音の部分を聞き出すことが可能です。なお、インドネシア語から英語通訳が含まれますが、英語から日本語通訳は別途見積となります。



オプションパッケージ

1. 体験企画の立案及び実行

インドネシアでマーケティングを実施する上で、最も重要なInstagramと連携しSNS上で拡散可能な企画を、サンプリングする商品をベースに立案し、弊社にて実施させていただきます。企画案は弊社インドネシア人スタッフが立案しますので、現地のトレンド等を踏まえた企画を実施することが可能です。

2. ブーススタッフの斡旋

ブース運営スタッフを弊社にて斡旋しご用意することも可能です

3. ブース運営に必要な原材料のご用意

ブース運営に必要な原材料等をご用意することも可能です

4. スモールインタビュー実施の際の通訳手配

スモールインタビュー実施の際に、英語から日本語通訳の手配も可能です



次回イベントのご案内

日程：2019年11月23日・24日

(現在最終調整中)

場所：Lippo Puri Mall

インドネシア大手財閥Lippoが運営しているモール。Puriエリアにあり、ジャカルタ中心部からは30分程度の距離であるものの、高速道路及び一般道からのアクセスも非常に良く、中間層をメインターゲットとしたモール

モール内の主要テナントであるSogoデパートの催事として実施予定



代表者プロフィール



PT Klik Eat Indonesia CEO

青柳 健一

1986年生まれ東京都出身

2008年慶應義塾大学経済学部卒業

慶應義塾大学卒業後、新卒でモルガン・スタンレー証券投資銀行部に入社。

Telecom Media Technologyチームにて、本邦企業へのM&Aアドバイザー業務、エクイティファイナンス業務に従事。

2013年に退社後、SENSEI NOTE（株式会社LOUPE）を共同創業。
資本調達やビジネスデベロップメント業務に従事。2015年に退社。

2015年よりPT Klik Eat Indonesia CEOとしてジャカルタに赴任。



assist Indonesia in finding "fun"

お問い合わせ先

テストマーケティングイベントに関するご質問、次回イベントの開催時期、お見積りのご依頼等は、青柳宛にお気軽にお問い合わせいただけますと幸いです。

イベントは今後3ヶ月毎に開催予定ですので、次回11月開催のご参加が難しい場合でも、お気軽にお問い合わせ頂けますと幸いです。

Email : ken@klik-eat.com

東京事務所 : 050-5317-0383

携帯電話（日本） : 080-5488-0470

