

先日、東京南青山で興味深いイベントが行われた。それはアジア最大のモデルオーディションの日本予選のキックオフパーティーだ。興味深いのはこのオーディションを勝ち抜いた参加者に与えられる活躍の場はヨーロッパやアメリカではなく中国を中心としたアジアだというのだ。

今回の日本での総責任者の杉山顕太郎氏は「アジアは近年急速に生活が向上した女性向けの最大の潜在顧客を抱える。女性向けライフスタイルの牽引者となるモデルに、アジアでの活躍の場を提供する事で、そのモデルのライフスタイルはSNSを中心としたウェブメディアで拡散される。それによりファッション業界のみならず女性向けライフスタイル産業に影響を与える」という。

これは日本国内で見受けられる著名人のSNSを活用した広告戦略のグローバル版である事は言うまでもない。しかし日本国内でのアプローチ可能数とグローバル版でのアプローチ可能数では比較にならない。それは今回のイベントで行われた中国向け生配信でも明確に証明された。

この日の様子は中国の四大ポータルサイト「網易(ワンイー)」で生配信された。その中で以前紹介したヘアメイクアーティストの小椋ケンイチ氏によるモデルへのメイク講座を行ったのだがその際の同時視聴者の数は20万

## 売り上げを作るクールジャパンを考える⑥

文 岸本公平

text by Kouhei Kishimoto

人を超えた。これは同様の日本国内で大きな影響力を持つと言われる生配信サービスでも減多に見ることの出来ない視聴者数だった。更にこの網易での生配信は定番化し人気になると1000万を超える同時視聴者の獲得も可能だという。

この影響力は越境ECを中心とした物販での広告戦略の中心となる事は間違いない。また潜在顧客へのアプローチ数や販売数の測定がし易いという点でも広告の効率的な投下が可能となる。それにより、良い物を作ったがマーケティングの飽和と過当競争で目立つことになかった日本国内の中小企業などが、海外での広告戦略で売り上げを獲得しメジャーになるという事が可能になる。



「網易(ワンイー)」で生配信された小椋ケンイチ氏によるメイク講座、同時視聴者数が23万人、再生回数が500万回を超えるという盛況



### Profile

株式会社NEWTRAL代表取締役  
HANABIプロジェクトプロデューサー  
福岡県出身。日本大学中退後、テレビ番組制作会社入社。その後ディレクター、プロデューサーなどを経て、30歳の時株式会社NEWTRALを設立。メディアで学んだ企画やプロデュースの視点を生かし、企業のコンサルティングはもとより、地方創生事業やクールジャパン事業に取り組む。