

## 独自の企画提案力で、海外展開を行う企業の「ブランド力」強化を図る中小企業

東京都中野区の株式会社コムセル(従業員24名、資本金1,000万円)は、韓国人、米国人、香港人を含む社員24名が世界各地の提携先とともに、マスメディアを介さず、独自のノウハウが詰まったパンフレット、売り場デザイン、ポスター等のPRツール、さらにグローバルマーケティング戦略における本社と現地会社の役割分担を明確化する「マスターイン・アプリケーションシステム」といった独自のノウハウ等を用いたマーケティング戦略を提供している、広告・マーケティング代理店である。

同社が開発するグローバル展開用のマーケティング・ツールは、例えば、ある製品をブランド化して売り込む場合、その製品のコアコンセプトとなるコピーと高級感のあるキービジュアルで表現した「マスタービジュアル」を作成し、ポスター等のロゴや色調は統一する一方、写真等については、販売先の国の子会社や代理店等が、販売先の国の国民性や商慣行などを考慮して、自由に選択できるようにしている。こうしたツールの開発が、各国代理店等の参加意識を喚起し、有効なフィードバックを得るという好循環を生み出している。

同社は、広告マス媒体の力の低下という時代の流れを早くから見極め、販売現場から遡って売するための戦略立案を行い、海外市場でのマーケティングの経験を蓄積してきた。そうした同社ならではの緻密なノウハウが詰まったマーケティング・ツールを武器に、海外展開を行う企業がブランドを一層浸透させ、ブランド力を発揮させていく支援をしている。

同社の顧客は、これまではサムソン、東芝、パナソニック等の大手企業が多いが、中小企業にとってもブランド力の重要性が高まっていくことを見据え、マスターイン・アプリケーションシステム等も活用しつつ、今後、中小企業との取引の開拓も進めていく方針である。



独自のノウハウが詰まったマーケティングツール