



事業紹介資料

## 目次

- RASA JAPAN Inc.について
- よくあるお客様の課題
- RASAが提供できる3つの価値
- 過去実績
- さいごに

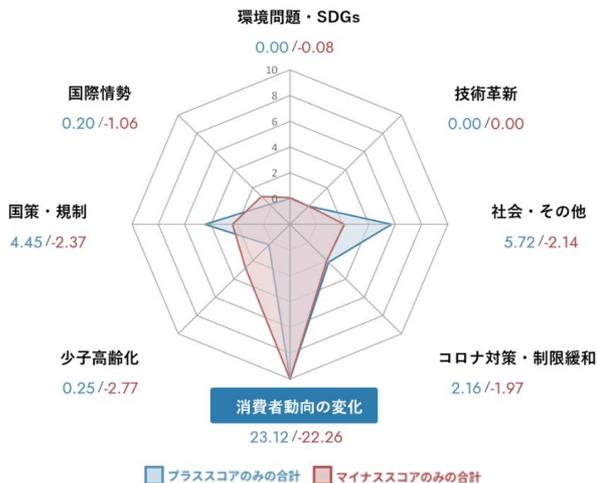


**RASAは市場背景から現場のオペレーションまで、  
経営課題に直結するマーケティングBPOを提供する会社です。**

経営目標に直結するMOpsをBPOモデルで提供することで、市場背景から現場のオペレーションまで、  
企業のマーケティング活動をトータルでサポートし、事業の成長と社会的インパクトの創出を目指しています。

マーケティングの重要性

市場調査や顧客分析を基に、適切な市場で求められる価値を提供し、  
自社に最適化をかけたマーケティング戦略を確立 することが成長に必須



**消費者動向の変化** 市場の成長にポジティブな影響が大きい社会トレンド トップ5

社会トレンド	スコア	影響経路 (複数ある場合は最も影響が大きい経路)
インターネット広告需要増加	4.27%	インターネット広告需要増加
スマートフォン利用拡大	2.88%	スマートフォン利用拡大→EC利用拡大→インターネット広告需要増加
スマートフォン需要増加	2.71%	スマートフォン需要増加→スマホ動画需要増加→動画広告需要増加
インターネット利用者数増加	1.82%	インターネット利用者数増加→スマートフォン需要増加→スマホ動画需要増加→動画広告需要増加
EC利用拡大	1.17%	EC利用拡大→インターネット広告需要増加

**消費者動向の変化** 市場の成長にネガティブな影響が大きい社会トレンド トップ5

社会トレンド	スコア	影響経路 (複数ある場合は最も影響が大きい経路)
テレビ視聴者数減少	-9.82%	テレビ視聴者数減少→テレビ番組需要減少→広告需要減少
動画ストリーミングサービス需要増加	-1.53%	動画ストリーミングサービス需要増加→テレビ広告需要減少
YouTube利用者数増加	-0.94%	YouTube利用者数増加→動画コンテンツ需要増加→動画ストリーミングサービス需要増加→テレビ広告需要減少
晩婚化進行	-0.35%	晩婚化進行→若年人口減少→テレビ視聴者数減少→テレビ広告需要減少
オンラインゲーム利用拡大	0.00%	オンラインゲーム利用拡大→レジャー需要減少→雑談需要減少→雑談広告需要減少

出所: 広告市場規模5年間の推移予測

消費者の動向は目まぐるしく変わり、現代の市場は多様な商品の情報で溢れ、また市場の変動や社会の急激な変化によりルーティン的な方法での商品の販売は困難となっています。ITやインターネットの普及によりビジネスモデルも変わり、大企業が行ってきたような従来のマーケティング手法は通用しなくなりつつあります。高品質や低価格だけが売上の保証ではなくなっている今だからこそ、今後企業が生き残り且つ成長していくには自社に最適化をかけたマーケティング戦略を確立することにあると私たちは考えます。

お客様の課題 ①

## マーケティングチーム内製化のコスト・難易度が高い

適切な効果を期待すると**8名程度の採用が必要なケースが多い**

戦略立案、マネジメント



マネージャー

施策ディレクション



ディレクター

実務実行



Webサイト運用者



SEO担当者①



SEO担当者②



SNS運用者



広告運用者



デザイン制作

事業をスケールさせるためにマーケティングに力を入れようと決断しても、担当者を1-2名採用するだけでは経営課題・マーケティング戦略・施策が一致せずコストが無駄になってしまうことが多い。



マーケティング責任者



実働担当者

マーケティングを内製化するためには機能するチームの立ち上げが必須となる。しかし、マーケティングチームの立ち上げには給与などの固定費以外にも、採用・教育コストなど多くの投資が必要になり、さらに、マーケティングは技術職のため立ち上げは経験者がいないと難しい。効果の出るマーケティングチームの構築は非常に難易度が高いことと言えます。

お客様の課題 ②

## マーケティングに対するKGI、KPI立てが難しく、 経営判断ができない

優秀なマーケティングチームが採用できても、運用フェーズでの課題も発生する。よく挙げられる例としては、**経営とマーケティングサイドの目線の不一致**。

悪い例

事業を伸ばすためには  
広告費の増額が  
重要です！



マーケティング

経営状況が大変なので  
経費はなるべく抑え  
るんだ！



経営

お互いの理想がぶつかり進まない。  
最適な施策が打てない。同じことを繰り返す

良い例

お客様の成約率を  
上げるための施策を打  
ちましょう！



マーケティング

まずCFが厳しいので  
今のコストで売上を最  
大化しよう！



経営

経営課題や現実的なアセットに対し最適な施策を実行。  
好循環を生み出していく

自社の現状に対し、必要な施策が認知拡大なのか、成約率の最大化なのか、広告費の増額なのか、判断材料をマーケティングチームしか持っていないことが多いが、経営サイドとのすり合わせが上手く行かず、経営課題に直結する適切な施策が打てずにルーティーンを繰り返しパフォーマンスが出にくい。それらは採用するマーケティングマネージャーのスキルに依存する割合が高いため、自社の命運がマネージャー個人にかかっていることも。安定したパフォーマンスを個人に求めるためには類似市場で豊富な実績を擁するOクラスの人材の採用が必要になる。

お客様の課題 ③

## 本来コミットすべき価値向上にリソースを割けない

マーケティングに取り組むことは重要だが、**パフォーマンスの低いマーケティングは悪手にもなってしまふ。**  
安定したマーケティング活動があるからこそ、企業は安心して自社の提供価値を最適化していける。

あれもやんなきゃ！

これもやんなきゃ！



マーケター

毎日大変で販促しかできない

やるべきことが明確で  
やりたいことに時間が取れる！



マーケター

会社も健全に安定しているので、  
さらにサービスの磨き込みをしよう！

効率が悪いマーケティングチームを内製化してしまうと改善に時間を取られ、低パフォーマンスな状態で広告を出し続けることになるためコストも時間も無駄になってしまう。結果的に本来かけるべき自社プロダクトやサービス価値の最大化に時間を割けない。販促活動に時間を取られるが故に価値は徐々に低下していき、顧客離れや成約率の低下に繋がっていく、集客が安定しないが故に現場のサービスの質もまばらになってしまう、なんてことも。

お客様の課題

# 効果の出るマーケティングチームを組成するためには リスクもコストも多額にかかる

マーケティングチームの組成は入口。

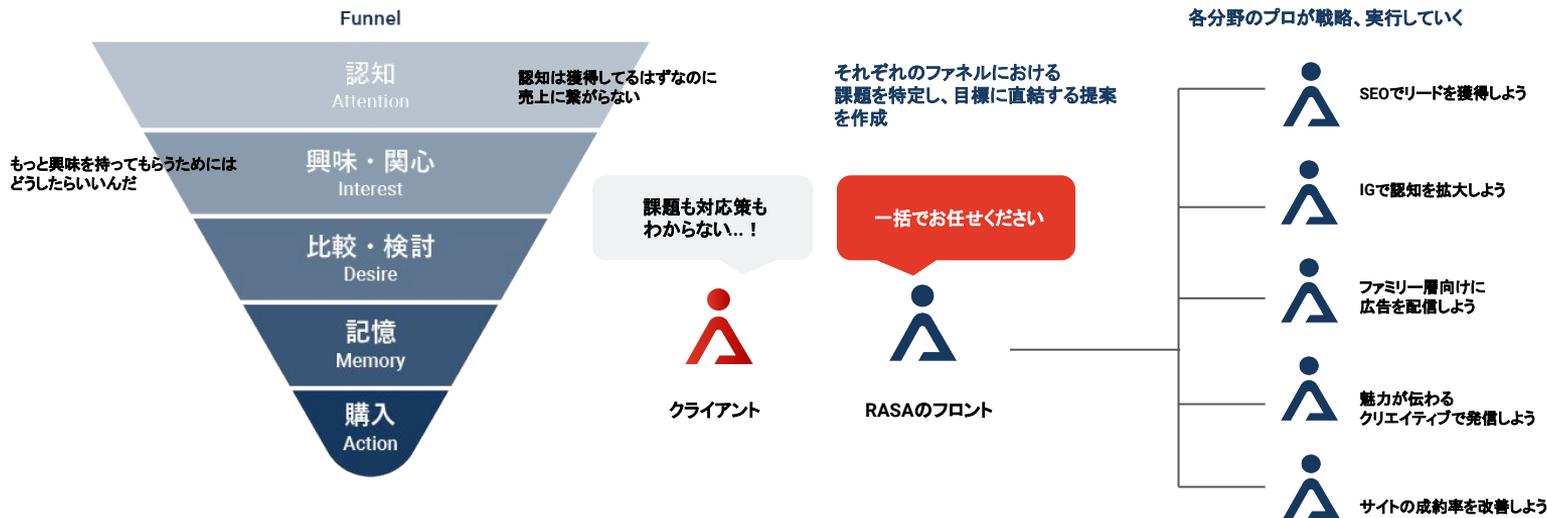
その後経営課題と戦略と施策を一致させ、改善サイクルを回し続けることで利益の最大化を図る。



例えばSNSマーケティングだけでも目的に合わせて考えることが大量にあるAttention(注意)だけでも、どのチャネルでどのターゲットに対し、どんな手法・クリエイティブで訴求していくのかなど、仮説立てにも専門性は必要であり、かつ適切にPDCAサイクルを回し続けることで好循環を生み出し続けることが重要となる。

## 経営目標に直結する最適なマーケティング部隊を構築

目標を達成する上で重要な点を見極めて、オーダーメイドでマーケティング部隊を構築



※ Funnelとは広く集客したうえで、ふるいにかけてられた見込み顧客が、検討・商談、そして成約へ流れる中で段々と少数になっていくことを一般的に言います。マーケティングにおける課題も会社やサービスによって様々。

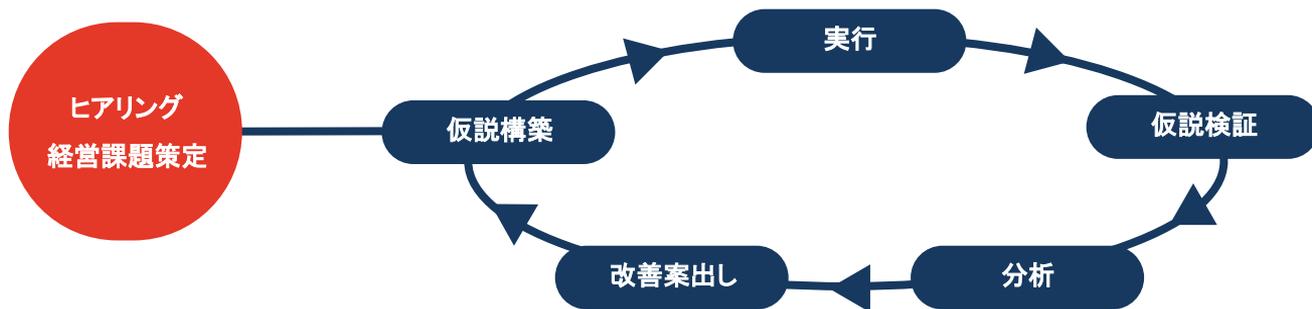
## 導入前にトライアル期間を設けることで 導入効果が実感できるまで徹底的に伴走します。

RASAは顧客への寄り添いと成果の両立を大事にするために、  
予算にかかわらず、成果の手応えが見えるまではトライアル期間を設けています。



## 施策レベルの改善ではなく、 経営課題に直結する全体最適的な改善サイクルを回し続けます。

仮説検証、改善サイクルを回し続けることで継続すればするほど強い集客構造を構築。



## 広告

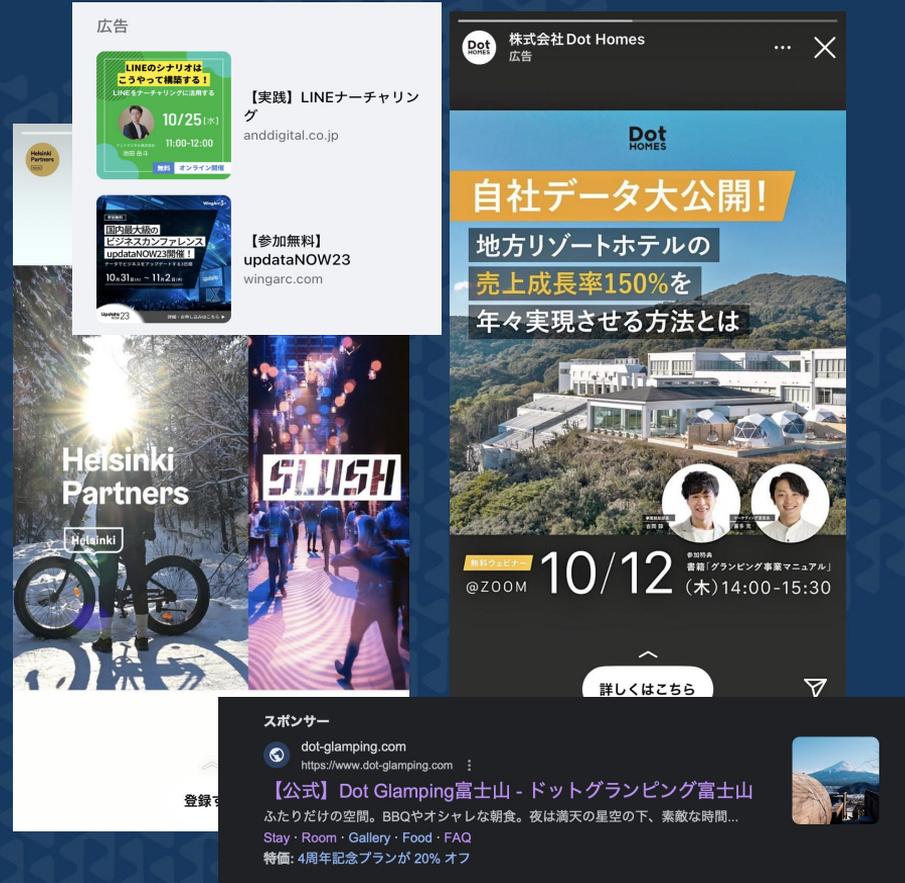
累計導入企業数:100社以上  
 実行プロジェクト数:500件以上

主要実績:大手調査会社、大手クレジットカード会社、  
 国内宿泊施設など

目的: ToBリード獲得、ToC向け商品販売、  
 海外展開に向けたテストマーケティングなど

マーケティングにおける広告は、新商品やブランドの存在を消費者に知らせ、情報伝達的手段として機能します。また消費者の認識や態度を形成・変化させる役割も持ち、購入行動を促進しブランドの価値を維持・向上させる手段として利用されます。広告の重要性は、市場での競争力獲得やターゲットオーディエンスとの効果的なコミュニケーション、売上げの増加、市場ニーズへの対応、ブランドの信頼性向上に寄与します。継続的な広告活動は、ビジネスの成功とブランドの価値向上に欠かせない要素です。

広告は様々な媒体で出稿でき、目的に合わせたチャネル選定が重要です。RASAは中でもGoogle,Yahooなどのリスティング広告、Facebook,InstagramなどのMeta広告の運用に多数の実績を誇ります。その他にも Youtube,Tiktok,X(旧Twitter)などをはじめとする様々な媒体でも出稿経験は豊富であり知見を踏まえ最適な手法をご提案いたします。



広告

【実践】LINEナーチャリング  
 anddigital.co.jp

【参加無料】  
 updateNOW23  
 wingarc.com

株式会社 Dot Homes  
 広告

自社データ大公開!  
 地方リゾートホテルの  
 売上成長率150%を  
 年々実現させる方法とは

10/12  
 @ZOOM (木) 14:00-15:30

詳しくはこちら

スポンサー

dot-glamping.com  
 https://www.dot-glamping.com

【公式】Dot Glamping富士山 - ドットグランピング富士山  
 ふたりだけの空間。BBQやおしゃれな朝食。夜は満天の星空の下、素敵な時間...  
 Stay・Room・Gallery・Food・FAQ  
 特価: 4周年記念プランが20% オフ

## SEO

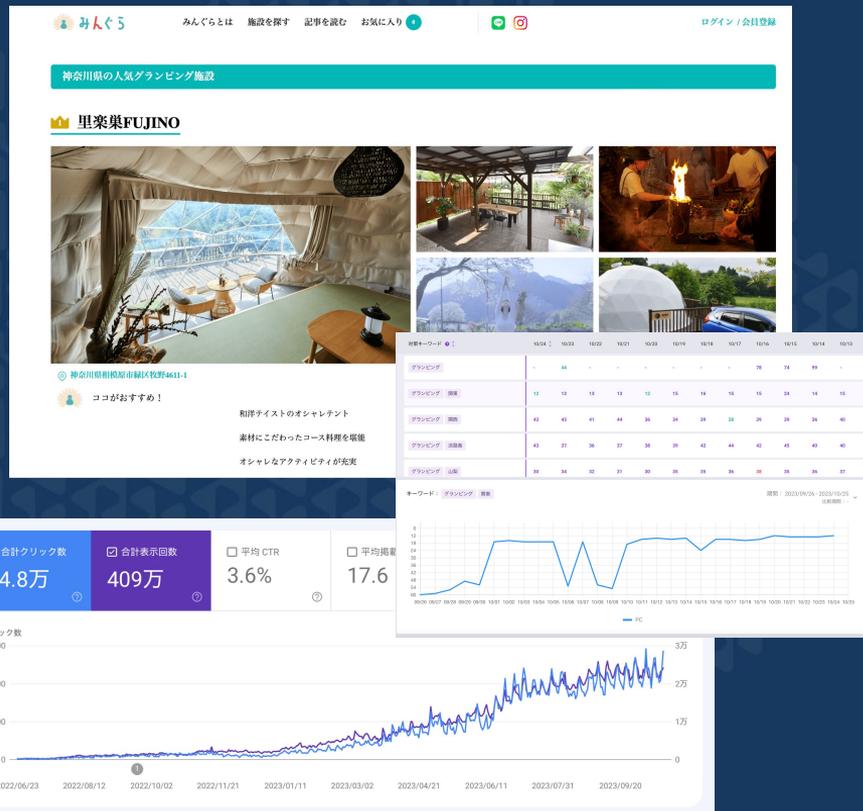
累計導入メディア数:200メディア以上

主要実績:大手調査会社、大手クレジットカード会社、  
化粧品、不動産、メーカー、商社など

目的: ToBリード獲得、ToC向け商品販売、人材募集

SEO(検索エンジン最適化)は、ウェブページを検索エンジンで上位表示させるための戦略と手法のことを指します。SEOを通しウェブサイトへのトラフィックを増加させることで売上の向上を狙います。また高品質なコンテンツを提供することで、ユーザーからの信頼、業界プレゼンスの向上も副次的に期待できます。SEOはトラフィックを増加させるだけでなく、長期的な視点でコスト効率の良いマーケティング活動を実施する上での要とも言えます。

RASAでは創業以来 SEOに取り組んできた約 8年の経験から独自のノウハウを多数有しております。最難関とされる金融、健康の分野でも上位表示実績がございますので基本的にはどんな分野での SEOでもお受けすることが可能です。



## SNS

累計導入アカウント数:50アカウント以上

主要実績:国内宿泊施設、美容系アカウント、  
大手ヒューマンビートボックスグループなど

目的: 認知獲得、ToC向け商品販売、  
宿泊予約、人材募集

SNSマーケティングは、ソーシャルメディアプラットフォームを使用してブランドの認知度を向上させ、製品やサービスの販売を促進する戦略です。効果的なターゲティングと低コストのアドバンテージを持ち合わせているため、多くの企業が取り入れるようになってきました。しかし、SNSのトレンドは常に変わるため、適切な戦略と迅速な対応が求められます。

SNSマーケティングの中心的な活動には、コンテンツの共有、ユーザーとの直接的なコミュニケーション、キャンペーンや広告の展開などが含まれます。またSNSはリアルタイム性が高く、消費者の声や反応をすぐにキャッチすることができるため、ブランドと消費者との双方向のコミュニケーションが可能です。これにより、消費者のニーズや意見を迅速に取り入れ、サービスや製品の改善、または新しいマーケティング戦略の策定を行うことができます。



取引実績



## お問合せ後のフロー

### お申し込み

RASAホームページ  
フォームにて**面談希望日指定**

※ 青色の範囲は基本料金は発生いたしません。



### ヒアリング

必要であれば守秘義務契約



### ご提案

ヒアリングによって知り得た  
課題に対し直結する施策をご提案



### ご契約

契約はトライアルから  
実行可能です

「ちょっと気になるな」「こんなこと聞いても良いかな」と思ったらお気軽にご連絡ください。

#### 会社概要

##### 所在地

〒225-0011

神奈川県横浜市青葉区あざみ野 1-27-1 G-201

##### 創立

RASA ASIA Co.,Ltd. (Thailand) : 2016年5月21日

RASA JAPAN Inc. (Japan) : 2019年2月21日

##### 会社名

10,000,000円(グループ合計)

##### 代表

喜多 克

##### 会社名

合同会社 RASA JAPAN

未来投資型のマーケティングで  
本当にいいものをもっと世の中に。



<https://rasa-jp.co.jp/>