

01 繁栄企業の
成功要因を探る

応募者も企業もうれしい
SNSのレシートキャンペーン

「お買い上げプレゼント」でSNSを利用するケースが増えている。

▶ ビール会社のキャンペーンではLINEを利用している。アカウントを友だち登録し、対象商品を購入した際のレシートをスマホで撮影して送信。購入日時、商品名、本数、合計金額、購入店舗がわかるように写すことが必要だ。読み取り確認後にアンケートで年齢・性別を答えると、もれなく20円相当のLINEポイントが付与される。応募は購入本数に関係なく週1回のみ。

応募にハガキや切手が不要で、いつでも手軽に応募できる。企業は応募者の年齢・性別などの属性情報、購入品の傾向、利用店舗、購入時間などがわかる。また、LINEのアカウント登録へ誘導でき、長期間続けることで離反防止にも役立つ。

▶ 牛丼チェーンが行った人気アニメとのコラボキャンペーンでは、同社のTwitterアカウントをフォローして、購入したレシートを撮影して応募すると抽選で計1100名に特製丼がプレゼントされた。

Twitterによるキャンペーンは、自社アカウントのフォロー増加の他に、告知ツイートが「いいね」やリツイートで拡散されるというメリットもある。

02 この店に学べ!

SDGs (持続可能な開発目標)
を意識した量り売りスーパー

量り売りのスーパーはゴミを削減できて、SDGs (持続可能な開発目標) に役立つため世界各地で注目されている。

▶ イギリス・グリニッジにある店は、卵や牛乳、調味料から日用品や化粧品など450品ほどを取り扱っている。客は持参した容器の重さを量り、欲しい品を欲しいだけ入れて再び計量すると自動的に料金が表示される。価格は大手スーパーと大差がない。

利用客の中には、ゴミ削減以外に、食品を使わずに捨てるフードロスを防ぐために必要な分だけ購入する人も少なくない。

▶ 京都市上京区にある量り売りのスーパーには、調味料、お菓子、アルコール飲料、洗剤など約700品目が店内に並ぶ。お稲荷さん、琵琶湖産コイの南蛮漬けなどの地域独特の惣菜もある。容器のない人や足りない人のために預り金方式のリターン容器も用意している。利用者は次回来店の際に容器を返却すると、受取時に支払った金額が返金される。

オープン当初は環境意識の高い客が多かったが、3か月ほどすると近所の人たちが気軽に来店するようになった。



Check! 要チェック! 進化するプロモーション手法に必要な基礎知識

▶▶▶ 日本でも関心が高まるライブコマース《後編》

ネットのライブ配信動画とオンライン販売を組み合わせたライブコマース。日本で定着しているとはいえないが、実際に取り組んでいる企業もある。

● 日本でのライブコマース

■ セレクトショップ A社

全国展開する男性ファッションのセレクトショップA社は2020年3月、自社ECサイトでライブコマースを開始した。ショップ店内でバイヤーが商品説明をする動画で、スーツやネクタイなどの単品の紹介に加えて、トータルコーディネートも見せた。視聴者からの質問には、商品に関するものの他に、ネクタイのオシャレな結び方やカラーコーディネートなどについても答えた。対面で接客をしているような生配信となり、1時間ほどで6000人以上が視聴して100万円弱の売り上げを記録したこともある。

■ 大手百貨店 B社

東京に本店を置く大手百貨店B社では、お中元の時期に行った2回のライブ配信が大きな反響を呼んだ。

1回目はイラストレーターで料理研究家のゲストが試食し、社員が商品のこだわりを説明。若い世代から多くのコメントや質問が寄せられた。2回目はゲストにアートディレクターと博物館の学芸員を迎えて、博物館や美術館との限定コラボギフトを紹介した。

2回の配信の合計視聴者数は3万人を超え、ライブコマース経由の売上は過去最高を記録。お中元のオンラインストア全体の売上も前年の約2倍となった。

■ 化粧品メーカー C社

化粧品やサプリメントを製造・販売するC社では、週1回程度ライブコマースを配信している。社員がイチオシグッズや商品の隠れた魅力を紹介する内容で、商品を熟知する担当者や研究者が質問に直接回答する。さらに、美容と健康にまつわる最新情報、配信時間内限定のスペシャルプライス、新商品の先行販売もあって、売り切れが出るほどの好評だ。

日本でのライブコマースは中国に比べて件数も全体の売上も少ない。しかし、コロナ禍以降、非接触で商品が購入できるネット通販の利用が増えている。また、若い世代を中心にライブ動画というコンテンツ自体が歓迎されている。さらに、5G回線の普及によりライブ配信がより見やすくなる。

ショッピングやネットの環境が変化する中、日本でもライブコマースが根付くかどうか結論はまだ先のことだろう。