キング・レポート
KING REPORT 商売に役立つ情報満載
発行:2024年3月21日
株式会社キングコーポレーション

01 ネット時代の成功例に学べ! がんばるあなたを応援 主題歌がつくれるキャンペーン

▶ 昨年12月、日本の製菓会社A社が、甘酸っぱい本格的な梅の味わいが楽しめるグミを発売した。それに併せて、夢を実現するため甘くない状況に立ち向かう人に勇気を与えたいとの願いから、ユーザー自身の主題歌を作れる特設サイトをオープンさせた。

サイトにアクセスするとまず自分の名前を記入。次に「友達が悩んでいたらどうする」「どんな人に憧れるか」などの質問が8つ出題されるので、それぞれ4つの選択肢から回答する。すると、「ひとりでひたむきに励む頑張り屋さん」「仲間といっしょに突き進むいやし系」といった、回答から分析された性格のタイプが表示され、それにマッチした主題歌を聴くことができる。

主題歌は40～50秒ほどと短いが、動画投稿サイトで若い世代を中心に人気のクリエイターユニットが制作した。楽曲は動画だけでなく、TikTokで使える音源もダウンロードできる。特設サイト公開から10日で、生成された曲は10万曲を超えるほどの人気となった。

02 繁栄企業の成功要因を探る いらなくなったものを再利用 SDG's なマーケティング

▶ 神戸でプロサッカーチームとスポンサー企業B社が“循環型広告”を実施した。昨年6月から3か月間、B社が地下鉄車内にチームとコラボした広告を掲示。期間終了後、広告を全て回収し、チームの所属選手がサインを書き込み額に入れる。それを一つ1万5000円で販売。売り上げは全額、選手育成のために寄付された。

使用済み広告の廃棄量を削減でき、スポンサー企業はPRになり、好循環になった。

▶ ピザチェーンC社ではクーポンがなくても持ち帰りが半額になる。そのPRで、期限切れのクーポンを使った折り紙コンテストをInstagramで行った。同社のアカウントをフォローし、専用ハッシュタグをつけて作品の画像を投稿すると応募できる。クーポンは他社のものでもOKだ。

最優秀賞（1名）はオリジナル電動キックボードとピザ無料券10枚、優秀賞（5名）は無料券10枚、さらに抽選で100名に無料券がプレゼントされた。告知の投稿は185万回表示され、様々な折り紙の画像が投稿された。

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

プライバシー保護が重視される今 注目を集めるリテールメディア《後編》

小売り事業者が保有する顧客データを活用した広告媒体であるリテールメディアは、実際どのように展開されているか。ECサイトやアプリなどのネット、店舗内のデジタルサイネージなどの実例を紹介する。

ネット広告の他にアプリも活用

世界的に展開するネット通販大手のA社は、商品検索時に表示される広告枠を販売している。ユーザーが検索したということはその商品を欲しているため、クリックされる確率が高くなる。

日本のコンビニチェーンB社は、会員数が2,000万人を超える自社アプリに広告配信を行っている。利用客の購入情報と関連性の高い広告がアプリ内のトップバナーに表示され、クーポンの配布もできる。アプリはキャッシュレスツールと連携可能で、ユーザーは決済時にクーポンを簡単に利用できる。

店舗内でも新たな展開

アメリカの大手スーパーマーケットチェーンC社は、自社ECサイトやアプリでスポンサー商品の広告を配信しているが、それに加えて全米に約5,000ある店舗に合計17万台のデジタルサイネージを設置し、顧客データを活用して日時や地域ごとに広告を配信している。

日本でもコンビニチェーンD社は全国約3,000店舗で、レジの頭上にデジタルサイネージを設置している。42～65インチの大型モニタ画面を3台連結したもので、商品やサービスのプロモーションはもちろん、エンタメ情報やニュース、地域情報などの映像コンテンツも配信していて、来店客の目を惹く。さらに、店舗でのデジタルサイネージを見た可能性の高い人と実購買データと照合することで広告効果の可視化もできる。

日本の家電量販店E社は、スマホアプリに情報や広告を掲載し、店舗内ではデジタルサイネージを設置して広告を配信している。それに加えて、店内に設置したIoT端末を使って来店客のスマホアプリに情報をプッシュ通知で配信することも可能だ。

ネットでも店舗内でも増え続けるリテールメディア。今後もこの傾向は続くだろう。

株式会社キングコーポレーション
〒460-0002 名古屋市中区丸の内三丁目7番23号
tel:052-961-7661　fax:052-961-7662
HP:http://www.king-corp.co.jp/