

# マーケティングに目を向けよ

(第三種郵便物認可)

全国に設置されている商業・出版用オフセット輪転機は1万台あまりと推計される。休眠状態に近い機械もあり、実稼働台数は1万台を下回る。ピーク時の約3分の2程度ではないか。だが、それはオフセットの価値の低下と等しいわけではない。オムニチャネル時代にあっても、紙媒体の有用性は厳然としてある。いかに他媒体と組み合わせ、最大の販促効果を顧客に提供するかが重要であり、オフセットの視点からの未来志向がもっともあつてい。マーケティングに知恵を振り向けることだ。一例として、アイカ(本社・名古屋市中区)が展開するチラシやPOPとスマートフォン、AR等を組み合わせたクロスメディア戦略を紹介する。

## アイカ チラシがARと融合 スマホアプリと連動し

新刊

2016年(平成28年)2月18日(木曜日)

(5)

アイカの渡邊専務は2月9日、富山市で開催された日本WPA(日本水なし印刷協会)の工場見学会・セミナーで講演し、チラシに専用AR(Augmented Reality:拡張現実)マークを付け、消費者にブックレットを送信するなどして販促効果を上げる新サービスについて解説した。チラシとスマートフォンアプリを組み合わせることで、消費者の反応を見える化。顧客の機動的な販促を促し、結果としてチラシの安定受注にもつなげている。効果測定にまで踏み込むことで顧客の信頼を獲得し、価格競争とは違う次元の戦略を目指している。

### ◆履歴情報をもとにブックレット通知

アイカは、名古屋市中区の本社工場、愛知県小牧市のドリム小牧工場を主生産拠点とし、輪転機、枚葉機あわせて20台近い圧倒的な起動力が強みだ。チラシなど商業印刷物を受注の中心としているが、新聞紙系の低下など逆風が吹く中、新たな戦略を迫られていた。

同社では、渡邊専務を中心にAR事業部を立ち上げ、クロスメディア提案により新境地を開こうとしている。その過程で開発されたARソフトの販売でも実績が出始めている。導入した印刷会社は、今までにない付加価値の提案で顧客の思い込



渡邊専務の講演風景

アイカは、スマートフォンを印刷物に付いたマークにかざすだけでアプリを無料ダウンロードできる。そこで商品の購入特典(値引き、ポイント獲得など)や新商品リリース情報、イベント開催、物件の内覧画像などを案内し、消費者の購買意欲を向上させる。印刷チラシとスマートフォンを組み合わせることで、消費者に電子チラシとブックレットを配信する独自の手法を生み出した。ユーザーには必ず情報が届く仕組みとなっている。

チラシの効果を高めた時に、答えられないのが印刷会社の弱み。開発にあたってはアクセス

解析に最も力を入れた。アクセス情報を店舗に提供することで、来店率や成約率の向上、新規開拓につながる。販売促進の付加価値サービスとしてぜひ印刷会社のみならず、活用いただきたい」と渡邊専務は話す。

アプリ分析データと売上データ、折込配布エリアを重ねることにより、いつ(日時)、どこで(閲覧場所)、どんな人(年齢・性別)がアプリを起動したか、さらにアプリダウンロード数、ブックレットの開封率、滞り時間などの履歴情報をリアルタイムで入手でき、より高度な顧客の動向分析が可能になる。POSレジとアクセス解析を組み合わせて、さらにいろいろな数値を拾える。

### ◆ARソフト導入企業が広がる

アイカのARソフト導入費用は価格が380万円(税別)、営業支援料が月額4万2000円(税別)など。その他、オプション機能が別添付している。すでに京都府、滋賀県、兵庫県、愛知県の印刷会社4社が導入済み。ほか、複数の印刷会社、制作会社、広告代理店が導入を検討している。

シ通知ができる点が広告主側の最大の利点だが、タイマー設定も可能なため、担当者は時間に余裕がある時に内容を考え準備できる。作業負担を軽くしつつ、毎日、タイムリーな情報配信が行える。写真、動画も送れることから、たとえば部屋の取返や内部の様子を事前に知らせ、それにより実際に物件を見た時のギャップを減らすことができる。利用した不動産会社の成約率のアップに確実に繋がっているという。

また、店舗で管理されている在庫情報を参照し、設定した個数よりも少なくなったら数量限定のセールを発動するなど、条件に応じた展開ができる。この場合、ブックレットをかざせば、残りの個数と割引価格が表示され、売れるたびに在庫情報と連動したセールの実行が自動的に実施される。

ブックレット通知では、イベント案内時には店舗や会場までの道案内を送ることや、セールの案内時にはGPS機能を活用し、実施店舗単位での発

信なども可能だ。履歴情報の分析により、精度が高く広告のなしい印刷チラシの配布も実現できる。デジタルツールと紙媒体、それぞれの特性を活かすことが重要だ。渡邊専務は次のように話す。

「アプリを使った場合は、たしかに開封率だけを見れば高い。だが、質

の高い情報を見た、それを周りの人たちに知らせ、共有したいというニーズに応える場合には、カード(紙)が適している。アプリは情報を拡散するにはいい。アナログの中に仕込んで拡散させる方法も有効だ。一方、ARアプリの中には電子チラシを埋め込める機能もある。

これについては「印刷チラシはある程度減らしても効果が落ちない。お客様は、同じ広告予算の範囲内で別の新しい商圏の消費者に情報を届けられることができる。ムダなく絞った戦略で、かつエリアを広げられるわけだ。単純にそこだけを見れば印刷会社の売上げは減るが、印刷会社同士が値下げ競争をしているよりは、新しいツールを提案してお客様に貢献できた方が優位だろう」と話

す。ARはSNSとの親和性が高い。今後、SNSとの連携による話題の拡散効果も大きな可能性がある。たとえば、雑誌にARが埋め込まれた場合、ARを体験したユーザーが、その画面をウェブアプリやツイッター、インスタグラムなどに投稿。それを見た別のユーザーが「自分も体験してみたい」と思い、雑誌を購入するなどの連携が見込まれる。

### オプションには次のような機能がある。

- ・ブックレット通知に画像送信
- ・登録店舗編集(追加・削除・並び替え)
- ・友達紹介
- ・ブックレット未読表示
- ・ユーザー情報入力後、ロックをかける
- ・誕生日クーポン発行(※常時クーポン発行可能)
- ・スタンプ機能に日付追加
- ・ブックレット通知に表示期間入力可能
- ・アプリダウンロードした日付を明記
- ・検索機能追加
- ・LINEで友達紹介
- ・スタンプ期限付き機能
- ・ピコ活用(※来店時にクーポン、情報送信可能、ポイント加算)



スマートフォンで表示されるAR機能も。売れ残りの品数と在庫情報と連動してセールの実行が自動的に実施される。