

～ 来店者の属性に最適な広告掲出やサンプリングと SNS による拡散が可能 ～  
O2O マーケティングツール「プレゼントウォール」のテスト導入について

株式会社大広(本社:大阪府大阪市、代表取締役社長:落合 寛司 以下、大広)と株式会社インタレストマーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役 CEO:坂井 光 以下、インタレストマーケティング)、西日本電信電話株式会社 関西事業本部(所在地:大阪府大阪市、取締役関西事業本部長:北村 美樹浩 以下、NTT西日本)は、性別や年代情報を識別した広告掲出やサンプリング、および、SNS での拡散を実現する O2O マーケティングツール「プレゼントウォール」(以下、本ツール)を 2016 年 3 月 12 日(土)より KUZUHA MALL にテスト導入します。



## 1. 背景について

ICTの進展により、店頭における来店者の行動や意識データの収集が進む中、メーカーや流通・小売りでは収集データ(ビッグデータ)のマーケティング活用が普及しつつあります。今後、店頭の販促物は、顧客データの収集が可能なマーケティングツール、もしくは、CRM※1 ツールとして、ますます進化していくことが予想されています。

このような背景のもと、マーケティング・ソリューション、プランニングのノウハウを持つ大広とソーシャルメディアを活用したシステム開発に強みをもつインタレストマーケティング、豊富な ICT ソリューションの構築・運用実績を持つNTT西日本は、来店者に新たな買い物体験を提供するO2Oマーケティングツール「プレゼントウォール」の開発に至りました。

※1 主に情報システムを用いて顧客の属性や接触履歴を記録・管理し、それぞれの顧客に応じたきめ細かい対応を行うことで長期的な良好な関係を築き、顧客満足度を向上させる取り組み

## 2. プレゼントウォールについて

### (1)概要 【別紙】参照

本ツールは、インタラクティブなターゲティング広告機能と、SNS によるクーポン・サンプル品のシェア機能をもち、サンプリングの効果を最大化することができる O2O マーケティングツールです。

## (2) 主な機能

### ① インタラクティブな広告掲出機能

- ・タッチパネル式デジタルサイネージによるインタラクティブな広告画像や映像を掲出。
- ・画像認識センシング技術によって、性別や年代属性を識別し、ターゲットに適した広告・サンプリングを実現。

### ② サンプル品クーポンのシェア、拡散

- ・来店者はQRコードやSMSでデジタル形式のクーポンを取得でき、SNSを活用して友人や家族にシェア、拡散が可能。

### ③ プライバシーに配慮したマーケティングデータの収集・蓄積

- ・クーポン取得者の属性情報は、個人情報を含まないデータ形式へ変換し、収集・保存。また、サンプル品受け取り後のアンケート回答情報と紐づけてデータを蓄積することが可能。

## (3) 各社の役割

### ◆ 大広

- ・本ツールの企画およびプロジェクト運営
- ・本ツールのマーケティング活用に関する戦略および施策の立案

### ◆ インタレストマーケティング

- ・本ツールのシステム設計・開発・運用
- ・本ツールとSNSの連携機能の開発

### ◆ NTT 西日本

- ・顔認証カメラやサイネージ等を含めたICT環境の提供
- ・ICTソリューションの構築・運用実績から得た技術、ノウハウの提供

## 3. テスト導入について

システムおよびマーケティング効果の検証を目的として、本ツールを試験運用致します。

### (1) 場所

KUZUHA MALL(くずはモール本館)ハナノモール 1F (大阪府枚方市楠葉花園町 15-1)

### (2) 期間

2016年3月12日(土)～25日(金)

### (3) サンプル品の内容※2

「グミサプリ」をはじめ、「ぷっちょ」「コロロ」「e-ma のど飴」など、UHA 味覚糖の人気商品のサンプリングを実施します。「グミサプリ」は女性のニーズに合わせた成分ごとのラインナップを用意しており、プレゼントウォールの特徴である属性にあった商品サンプルを展開する予定です。

※2 各サンプル品は数量に限りがございますので、お早めにご来店ください。

### (4) サンプル品提供企業

UHA 味覚糖株式会社(本社:大阪府大阪市、代表取締役社長:山田 泰正)

## 4. 今後の展開

今後、大広とインタレストマーケティングは、本ツールのテスト導入で得た知見を基に、新たなO2Oコミュニケーションをご提供すると同時に、収集・蓄積されたデータの解析によって、幅広いマーケティング・ソリューションをご提案してまいります。

また、NTT西日本は、様々なパートナーと共に、店舗以外にも観光や防災、交通・旅行等の様々な場面におけるサイネージを活用したビジネス推進に取り組んでまいります。

## 5. お問い合わせ先

大広 総務局広報部

担当:長谷川

TEL:03-6364-8601

インタレストマーケティング

担当:エンカツ社 (宇於崎、田中、石川)

TEL:03-6417-1887

NTT西日本 関西事業本部

担当:山名、舘森

TEL:06-6120-7288

【別紙】  
「プレゼントウォール」について

『特徴』

- ①インタラクティブなターゲティング広告機能で最適なサンプリングを実現
- ②SNSによるクーポン・サンプル品のシェア機能を持ち、サンプリングの効果を最大化
- ③ターゲットの行動データや意識データを収集・蓄積することで、サンプリング効果を可視化

『操作イメージ』



『導入メリット』

■サンプリングの費用対効果アップ

画像や映像による広告掲出からクーポンやサンプル品の受け取りまでをデジタル化 (QRコード・SMSによる取得) することで、来店者は容易にクーポンを受け取って頂くことが可能となります。また、SNSによるクーポンやサンプル品のシェアによるサンプリングの拡散効果も見込めます。

■客観的情報に基づくターゲティング広告、サンプリング

画像認証センシング技術によりターゲットの属性に合わせた広告訴求やサンプリングする商品の選択肢を自由に設計することができます。従来の人手を介した「バラマキ型」手法と比べて、配布する人の主観に頼らない確実なターゲティングを実現します。

■個人情報を残さないマーケティングデータの保存

撮影データはクーポン取得者の属性を識別後、日時、性別、年代、選択商品等が記載されたテキストデータに変換、保存されるため、クーポン取得者のプライバシーやセキュリティ面にも配慮しております。

■サンプリング効果の可視化とマーケティングへの活用

性別や年齢などのターゲット属性だけでなく、選択した商品や商品の受け取り有無、友達や家族へシェアしたかどうかの拡散有無、商品受け取り後のアンケート回答情報など、ターゲットの行動や意識データを可視化し、サンプリングの効果を測定できるだけでなく、店舗への誘引や回遊促進、売り場活性化等の施策に活用できます。

■顧客と中長期的な関係性構築のための CRM ツールとして利用可能

一過性のサンプリングキャンペーンに終わらず、マス広告との連動や、流通・小売との連携により、顧客管理にも活用可能です。売り場の活性化や動線設計による回遊行動の促進をはじめ、今後は、FSP (ID 付 POS) や店舗情報と統合した顧客データの分析など、メーカーや流通・小売の中長期的なマーケティングの課題解決にも活用できます。