

ジモ**LOVE**マーケティング

2015年3月20日

ジモ**LOVE**プロジェクト
アライドアーキテクト株式会社

「ジモLOVEマーケティング」の仕組み

- 地域の課題/テーマに対し、おもしろ化から、リピーター化までを実現します



「ジモLOVEマーケティング」を支える、多彩なジャンルのジモLOVEパートナーズ

ジモLOVE TV

- 全国のCATV
- WakuWaku JAPAN (スカパー!)

ジモLOVE SNS(今回より)

- アライドアーキテツ

ジモLOVE RADIO

- ジャパンFMネットワーク (東京FM系)

ジモLOVEマルシェ

- 太陽のマルシェ

ジモLOVE MAGAZINE

- おとなの週末 (講談社)
- Hot-Dog PRESS (講談社)
- 週刊現代 (講談社)
- DIME (小学館)
- 大人の逸品 (小学館)
- 女性セブン (小学館)
- ウーマンインサイト (小学館)
- OZ magazine/mall (スターツ)

ジモLOVEトラベル

- JTB

ジモLOVEMUSIC

- レーベルゲート (Sony Music)

ジモLOVEキャラクター

- タツノコプロダクション
- 円谷プロダクション

ジモLOVEプレゼント

- プレゼントデータバンク (NTTマーケティングアクト)

ジモLOVE MART

- CJ マート

続々増殖中!!

「ジモLOVEマーケティング」例（勝手に熊本編）

課題/テーマ：熊本発のふるさと旅行券の販促

コンテンツコンセプト

日本全国“恋愛力”番付プロジェクト第一弾 『“恋する”熊本』

コンテンツ×メディア

- 『ViVi』誌面 記事コンテンツ
- TV番組制作 → 全国のCATVでOA
- ラジオ番組制作 → 全国のFMでOA

他のマスメディア関係者へも情報拡散！！

空電プレミアム使用メディア数
テレビ90局/150番組超

『プレゼントデータバンク & 空電プレミアム』
(NTTマーケティングアクト)でプレゼントプロモ

応募者 (=購入意欲者)
にSMSにて
コマースURLを添付送付

Eコマース
『CJ マート×JTB』
にて旅行券購入

SNS

『熊本“恋する”情報部FB』

継続的マーケット
の醸成・増大

県民からの情報提供・コミュニケーション
恋愛パワースポット/お守り/カップルのための温泉など

コンテンツ×メディアに
触れなかった人への拡散



SNSを利用したファン化

- 弊社の年間10,000キャンペーン以上の経験が凝縮されたシステム・運用により、**Facebook上での「ファン化」**を致します

【実施する内容】

1. 『"恋する"熊本』 Facebookページの立ち上げ
2. Facebookや弊社キャンペーンサービス上で動画コンテンツを視聴
3. 動画視聴のほか、視聴の感想やクイズを出題できるアンケートを実施



イメージ



ステップ1

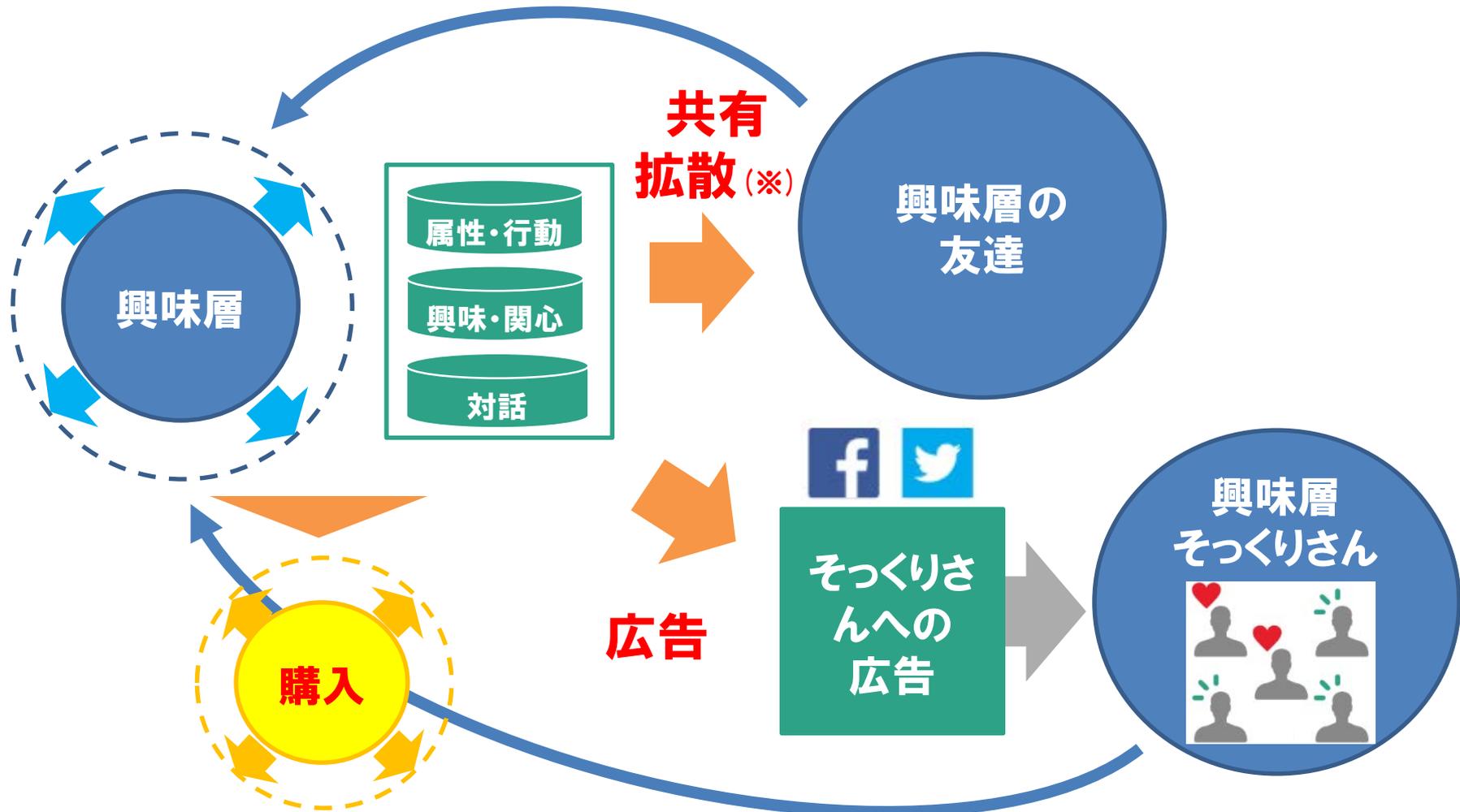
- キャンペーンで**興味層を集める**
- **興味層が購入する**



SNSを利用した**興味層・購買層の拡大**

- ①**興味層**から**友達**への**共有・拡散**と、WEBやSNSでの**行動・興味データ**などを
もとに「**興味層のそっくりさん**」に**ターゲット**を絞って**広告**が可能です
- それにより、**効率的に興味層が拡大**し、その結果、**購買が拡大**します

ステップ 2



(※) キャンペーンによるシェア率は約**50%**以上 (2014年12月時点)。参加者経由でSNS上にキャンペーン情報が拡散

アライドアーキテクツが保有するデータ(事例)

【アライドアーキテクツのシステムの管理画面イメージ】

	連携済	最終ログイン	性別	都道府県	年齢	Q1.今後あなたが	Q2.どれくらいの頻度で...	Q3. のグラスを...	Q4.
		2週間前		北海道	55	10	2~3日に一度		
		2週間前		岐阜県	56	10	週に一度	<input checked="" type="checkbox"/> 4種類以上持っている	
		2週間前		埼玉県	48	10	週に一度	<input checked="" type="checkbox"/> 3種類持っている	
		2週間前		北海道	42	10	週に一度	<input type="checkbox"/> 2種類持っている	
		2週間前			49	10	毎日	<input type="checkbox"/> 1種類持っている	
		2週間前		神奈川県	35	10	週に一度	<input type="checkbox"/> を知っているが...	
		2週間前		青森県	21	9	4~5日に一度	<input type="checkbox"/> を知らない	
		2週間前		群馬県	37	10	週に一度	<input type="checkbox"/> を知らない	
		2週間前		滋賀県	42			<input type="checkbox"/> 3種類持っている	
		2週間前			41				
		2週間前		千葉県	37				
		2週間前		東京都	33	10	毎日	<input type="checkbox"/> を知っているが持つ...	
		2週間前		栃木県	56	10	あまり飲まない	<input type="checkbox"/> を知っているが持つ...	

自社ブランドに関するアンケート回答情報
→ 絞り込んで人数把握やクラスタ生成

映像×SNSの事例(湖池屋様)

- 湖池屋様の頑固あげポテトは、WEB用動画がSNS・YouTube上で拡散され、**2,500万袋(※)出荷の大ヒット商品**となりました

頑固あげポテト話題化の流れ



YouTube 10万回再生

SNS・WEB上で動画視聴キャンペーン
応募数27万件

2014年
2月発売

2月

3月

5月

5月～10月



(※) 2014年12月までの実績

「ジモLOVEマーケティング」の広がり方

「課題ごとに柔軟にオリジナルコンテンツコンセプトを！」
「テーマによって地域を結んでマーケットの共創と拡大を！」

共創する県の広がり



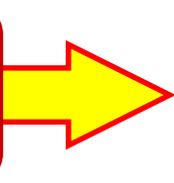
取り組む課題の広がり

課題①

恋する
“熊本”

恋する
“A県”

恋する
“B県”



『全国“恋愛力”番付』
にて地域間で
マーケットを共創

課題②

おとりおき
トラベル(株)
“熊本”



課題③

THE
熊本検定



お問い合わせ先

ジモLOVEプロジェクト

パナソニック全社CTO室（地域活性化担当） 柳沼裕忠

yaginuma.hirotada@jp.panasonic.com TEL 03-3574-5649

アライドアーキテクト株式会社

取締役 豊増貴久

toyomasu.takahisa@aainc.co.jp TEL 03-6408-2791(代)