

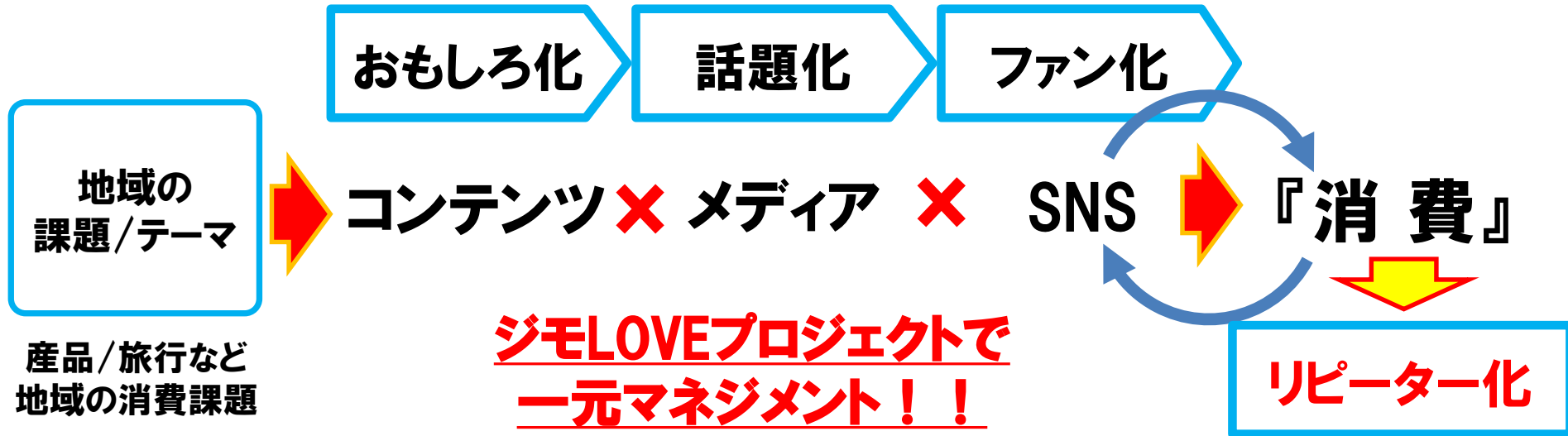
# ジモ**LOVE**マーケティング

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

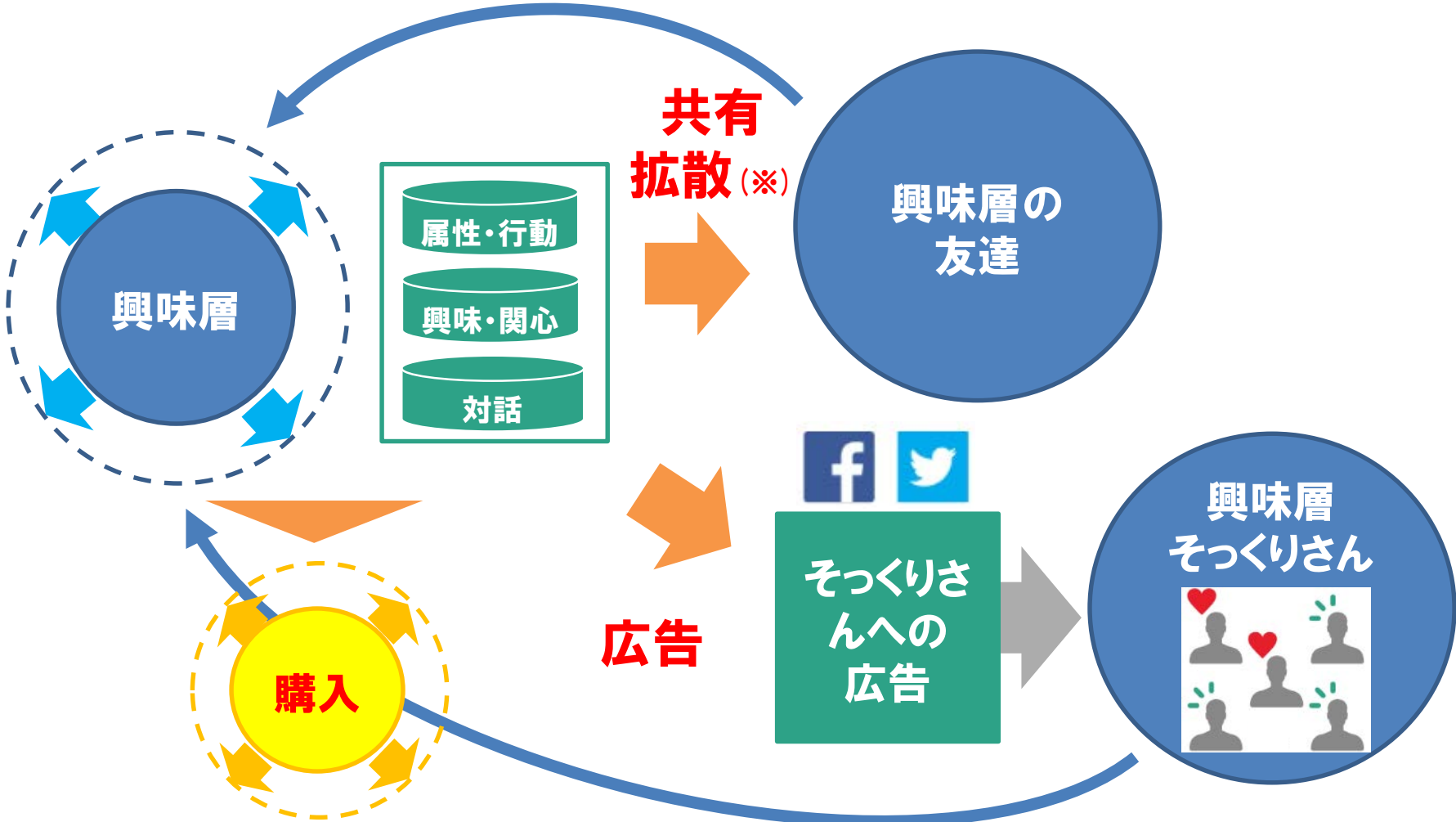
- キャンペーンで**興味層を集める**
- **興味層が購入する**



# 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.
	f	2週間前	♂	北海道	55	10	2~3日に一度		
	f t Y! g+	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	
	t	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	
	t Y!	2週間前	♂	北海道	42	10	週に一度	<input type="checkbox"/> 2種類持っている	
	t	2週間前	♂		49	10	毎日	<input type="checkbox"/> 1種類持っている	
	f t Y!	2週間前	♀	神奈川県	35	10	週に一度	<input type="checkbox"/> を知っているが...	
	t Y!	2週間前	♀	青森県	21	9	4~5日に一度	<input type="checkbox"/> を知らない	
	f t	2週間前	♀	群馬県	37	10	週に一度	3種類持っている	
	f t	2週間前	♀	滋賀県	42				
	t	2週間前	♂		41				
	f t	2週間前	♀	千葉県	37				
	f t	2週間前	♀	東京都	33	10	毎日	を知っているが持つ...	
	f t Y!	2週間前	♂	栃木県	56	10	あまり飲まない	を知っているが持つ...	

リセット 絞り込む

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



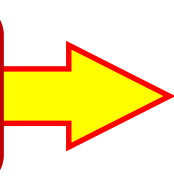
取り組む課題の広がり

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