

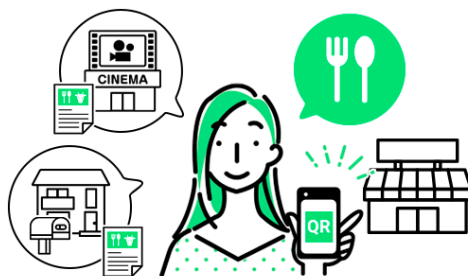


<ラクスル×ワタミ> OMOマーケティングの成功パターンを探る実証実験第二弾 ポスティング前に認知獲得しておくことでチラシの反響が約2.8倍に向上 ～認知メディアとチラシポスティングの掛け合わせで相乗効果を確認～

ラクスル株式会社(本社:東京都品川区、代表取締役社長CEO:松本恭攝)と、ワタミ株式会社(本社:東京都大田区、代表取締役会長 兼 社長:渡邊美樹)はチラシのポスティングに関するOMOマーケティングの実証実験にて、ポスティング前に認知を獲得しておくことで効果が向上する傾向を発見したことをお知らせいたします。この度発見した傾向と以前より実施しているチラシへのQRコード掲載を活用し、認知の低い「新業態」のオープン時などにポスティングと認知メディアを掛け合わせたマーケティング活動をこれまで以上に積極的に行えるようになります。

ラクスルとワタミでは、これまで効果の可視化が難しかったポスティングチラシによるオフライン販促の効果をオンラインで取得する方法を通し、引き続きOMOマーケティングの成功パターンを検証してまいります。さらに、本取組の結果を公表することで、OMOマーケティングの発展に貢献してまいります。

ポスティング前の認知獲得で
チラシの反響が約**2.8倍**向上



▼実証実験結果サマリー

1. 認知の有無により読み込まれるコンテンツ(QRコード)ボリュームに差が発生

映画館で上映前に流れる動画広告(シネアド)にて認知させてからチラシを渡した層では、認知なしで住居等へチラシをポスティングした層と比べ読取率が約2.8倍に向上しました。

2. チラシを受け取った場所やタイミングにより、読取内容と時間に差の傾向を発見

シネアドの上映期間中に映画館でチラシを配布した際は、その日のうちにQRコードを読み込み、さらに予約フォームへのアクセスが自宅等でのポスティングで受け取った層と比較すると倍以上の結果となりました。ポスティングで受け取った層は自身の好きなタイミングでアクセスする傾向が分かりました。

▼実施の背景

店舗運営を行う企業では、現場の販促宣伝活動を支援し売上拡大に貢献したい一方で、オフライン販促による成功パターンがないため運営側から店舗へ情報提供ができていない状態にあります。特に全国でチェーン展開している業態はフランチャイズ店も多く、本来であれば直営店同様にフランチャイズ店の販促宣伝活動にも力を入れたいが、店舗負担を強いる可能性も高いことから、提案すらできていないという状況にあります。

チラシポスティングにおける課題

- WEB広告等と比較した場合、効果が見えづらくCPAが合わない
- どのエリアにどのように予算投下をすることで売上に寄与するかが不明瞭である

このような課題を解決するため、ポスティングの効果を可視化し商圈の傾向を見つけるため、オフライン販促物の成果をオンラインで可視化するOMOマーケティングの実証実験をラクスルとワタミの2社で2021年12月より開始いたしました。

今回の実験では、まだ認知が低い新業態の店舗がポスティングにて来店促進を行う場合、認知がある状態とない状態ではポスティングの効果に差が出るのではと仮説を立て、認知メディアであるシネアドとポスティングを掛け合わせた実証実験を行いました。ポスティングしたチラシは前回同様QRコードを掲載し、チラシからどれくらいWEBに誘導できたか効果を計測しています。

この実証実験を通じて、OMOマーケティングにおける効果的な手法を開発し、店舗運営を行う企業の販促宣伝活動に貢献できるよう業界を盛り上げて参ります。

▼OMOマーケティング実証実験 結果詳細

居酒屋の「和民」のリブランディング業態である「焼肉の和民」にて5月6日(金)よりポスティングの実証実験を実施。

居酒屋の「和民」から「焼肉の和民」への業態変更により、ファミリー層や女性グループ、飲酒をしないグループも新たな顧客層として設定。来店してもらうためのプロモーション活動として、下記2パターンでチラシを配布した場合のQRコード読取率に差があるかを検証しました。



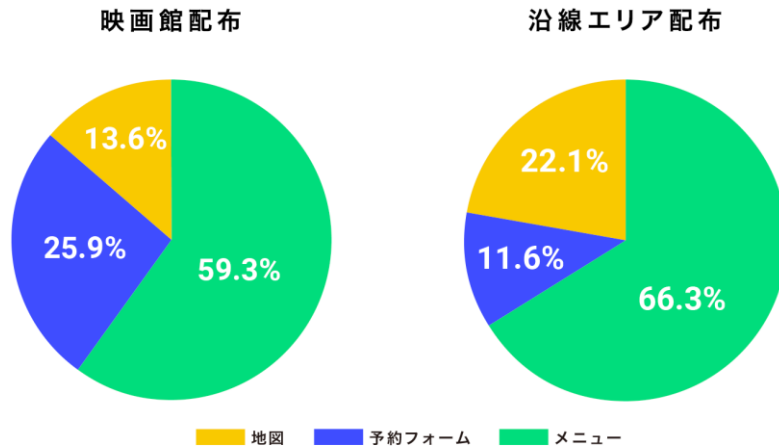
【配布期間】2022/05/06～2022/5/20

【配布場所】①店舗近隣映画館(関東)／2022/05/06～2022/05/08

②店舗沿線エリア(関東)／2022/05/06～2022/05/20

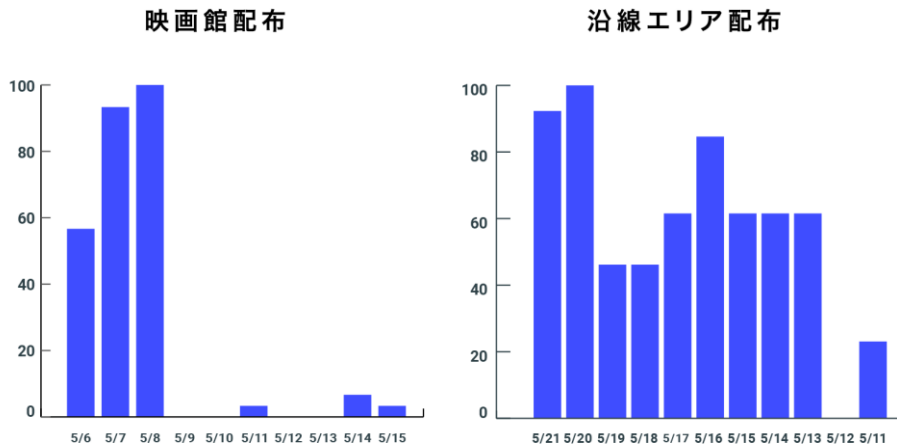
【配布数】①:7,500部 ②:25,050部

チラシ読取率の比較



読取率は映画館配布:1.08%、沿線エリア配布:0.38%と約2.8倍以上の結果となりました。
読取内容の傾向としては、メニューが一番多いことはどちらも同じですが、予約フォームへのアクセスは映画館配布が沿線エリアの倍以上となりました。
事前に認知させることにより、来店への意欲が高まることが判明しました。

読取タイミングの比較



映画館配布では、チラシ配布日にQRコードからアクセスした人が圧倒的に多かったが、沿線エリア配布では、定期的アクセスしていることが判明しました。

外出先で受け取るチラシは配布後即時的にアクセスが見込め、自宅で受け取るチラシは手元に置いておき、好きなタイミングでアクセスする傾向にあります。

これらの結果から、店舗オープンや限定キャンペーンなどのタイミングでは、店舗近隣での手配りで即時的な来店促進に繋げる施策として有効だと考えます。また、自宅で受け取るチラシは好きなタイミングで見ることが出来るため、イートインのみの店舗よりも、テイクアウトやデリバリーなどのメニューとして保管しておいてもらえる内容の方が効果的なのではないでしょうか。

これらの実証実験の結果をふまえ、さらに発展したOMOマーケティングを今後も実施してまいります。

▼取組みにおける担当者の声

ワタミ株式会社 外食事業 マーケティング部 部長 竹下 慎一 氏

短期間で複数チャネルによる認知を与えることで最終的な効果を高めることが可能ということがわかりました。チラシ配布が最後の”一押し”となるように設計することで「チラシくばり」をただのバラまきではない有意義なものにしてゆければと思います。

ラクスル株式会社 ラクスル事業本部 事業インキュベーション部 部長 近藤 賢志

チラシに興味を持ってもらうために事前に認知を高めることが非常に効果的であることがわかったことに加え、今回の実験では今まで不明瞭だった認知メディアの効果を、チラシを介して測ることができたことも有意義な結果をだと言えらと思います。

ラクスルでは、これからもオフライン販促におけるこのような結果を引き続き発見し続けて、オフライン販促効果の可視化と意味のあるオフライン販促の手段の確立を目指していければと思っています。

- ・サービスサイト: <https://raksul.com/posting/>
- ・利用に関するお問い合わせ: <https://lp.raksul.com/posting-optimize/>

■焼肉の和民

【店舗名】焼肉の和民

【店舗数】関東・東海・関西に25店舗を展開(9月1日現在)

【ホームページ】<https://yakniku-watami.com/shop/>

■ワタミ株式会社

【住 所】東京都大田区羽田 1-1-3

【代表者名】代表取締役会長兼社長 渡邊美樹

【設 立】1986年5月

【事業内容】国内外食事業、海外外食事業、宅食事業、農業、環境事業

【ホームページ URL】<http://www.watami.co.jp>

■ラクスル株式会社

【住 所】東京都品川区上大崎2-24-9 アイケイビル1F

【代表者名】代表取締役社長CEO 松本 恭攝

【設 立】2009年9月

【ホームページ URL】<https://corp.raksul.com/>

【ラクスル株式会社とは】

「仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる」という企業ビジョンのもと、印刷、広告や物流といったデジタル化が進んでいない伝統的な産業にインターネットを持ち込み、産業構造を変えることで、より良い世界にすることを目指します。現在ではネット印刷・集客支援のプラットフォーム「ラクスル」、マーケティングプラットフォームを提供するノバセル株式会社、物流プラットフォームのサービスを提供するハコベル株式会社、コーポレートITのサービスを提供するジョーシス株式会社を運営しております。(URL: <https://corp.raksul.com/>)

【ラクスルが取り組む“産業DX”】

私たちは、シェアリングプラットフォームによる取引の効率化、ソフトウェア(SaaS)による業務の効率化、それらに基づく付加価値サービスの3つを統合したプラットフォームの構築により、バーティカルに各産業の課題を解決し生産性・収益性の高い業界に変革していきます。ラクスル株式会社は産業変革者として、デジタル化が進んでいない伝統的な産業に対して、統合バーティカルプラットフォームを通じてDXを推進し、世界をより良いものにしていきます。

【本件に関するお問い合わせ】

ラクスル株式会社 広報:福本・岡田

TEL:03-6629-4892(広報) FAX:050-3606-0419 Mail:pr@raksul.com