

2021年3月9日
凸版印刷株式会社

凸版印刷、自分らしい商品選択を支援する「未来のチラシ™」を開発
「ハッシュタグチラシ™」「動画チラシ」「パーソナル DB チラシ™」により構成される
新しい情報伝達の手段をスコープと開発。イトーヨーカドー各店でトライアルを開始。

凸版印刷株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:磨 秀晴、以下 凸版印刷)は、株式会社スコープ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:横山 繁、以下 スコープ)と共に、商品をテーマごとに訴求する紙/Web チラシ製作サービス「ハッシュタグチラシ™」、チラシの理解を促進する動画製作サービス「動画チラシ」、テーマに該当する月間特売商品を表示できる「パーソナル DB チラシ™」からなるデジタル時代に対応した、新しい販促支援サービス「未来のチラシ™」を開発しました。

なお、本格提供開始に先立ち、株式会社イトーヨーカ堂(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:三枝 富博)の協力により、2021年2月からイトーヨーカドー各店でトライアルを開始しました。



「ハッシュタグチラシ™」のイメージ

■ 開発の概要

新型コロナウイルス感染拡大に伴い、流通小売り各社では、これまでのように来店を避けるために特売チラシによる集客ではなく、月間特売などの EDLP (Everyday Low Price: 商品を一定の期間同じ低価格で販売する価格戦略) 施策を強化しています。しかし、これまでの EDLP 施策では、価格面を中心に選定された商品を店頭 POP などで表示しているだけで、なぜおすすめされているのか理由の訴求が少なく、他社との差別化ポイントを伝えることが出来ていない場合があります。

これらの課題に対し凸版印刷とスコープとは、店頭に並んだ商品をさまざまな基準でグループ化/テーマ付けし、価格以外でも商品の魅力を認識してもらう「ハッシュタグチラシ™」と、「ハッシュタグチラシ™」の理解をサポートする「動画チラシ」、またグループ化された商品の一覧を確認できる「パーソナル DB チラシ™」を開発。同時に、自動でタグ付けする機能を開始しました。

これにより、「コト消費」「トキ消費」を代表するハッシュタグを選定することにより、自分らしさを表現できる消費行動を実現するとともに、紙のチラシの接触率が低い若い世代にも商品の魅力を認識してもらうことが可能になりました。

■ 「未来のチラシ™」の特長

・「ハッシュタグチラシ™」

商品選定への想いをハッシュタグによりテーマ付けし、価格だけではない商品の魅力を認識させることが可能。(ハッシュタグ例:「#神ストック #リモート」、「#防災 #ながら備蓄」など)紙のチラシだけでなく、電子チラシの製作もできます。また、SNS 等の他デジタルサービスと連携させることもできます。

・「動画チラシ」

凸版印刷が提供する動画製作サービス「movring(モブリン)」を活用することにより、チラシの動画化を安価、短納期で制作。ハッシュタグの切り口毎のショート動画で訴求力を向上させます。

・「パーソナル DB チラシ™」

「ハッシュタグチラシ™」から気になるテーマにアクセスし、テーマに該当する月間特売商品を表示できるデジタルチラシです。チラシ未掲載商品含め対象商品の一覧が確認可能で、データオリエンテッドなチラシを実現します。将来的には各社の EC 機能と連携する基盤としても機能します。

■ トライアルの概要

トライアル期間	2021年2月1日～2月28日、3月1日～3月31日
目的	未来のチラシ™(ハッシュタグチラシ™、動画チラシ)の制作、配信、店舗での展開方法、およびその効果の検証
場所	イトーヨーカドー全店(一部店舗を除く)

■ 今後の目標

凸版印刷は、イトーヨーカドー各店におけるトライアルを継続するとともに、その効果を検証し、GMS、食品スーパー、ドラッグストア、ホームセンターを中心に導入し、適切な販売をサポートします。また、ライブコマース機能や商品レコメンド機能、対話型検索機能を「パーソナル DB チラシ™」に組み込み、スムーズに購買につながる基盤として拡充していきます。2025年度までに関連受注含めて、累計約50億円の売上を目指します。

スコープは、本案件の実績をもとにデータを蓄積し、POP やチラシなどと商品データとの紐づけ、商品マスタのリッチ化を図り、リテールマーケティングの支援を強化します。

* 「未来のチラシ」は、凸版印刷株式会社が関連特許出願中です。

* 本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

* 本ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

以 上