



Foresight in sight

決済連動マーケティング『進化型CLO』

決済を起点とした実店舗送客とメーカーCRMの融合

大日本印刷株式会社 C&I事業部

プラットフォームサービス本部マーケティングプラットフォーム企画開発室

中根祐二

日本ユニシス株式会社 マーケティングイノベーションプロジェクト

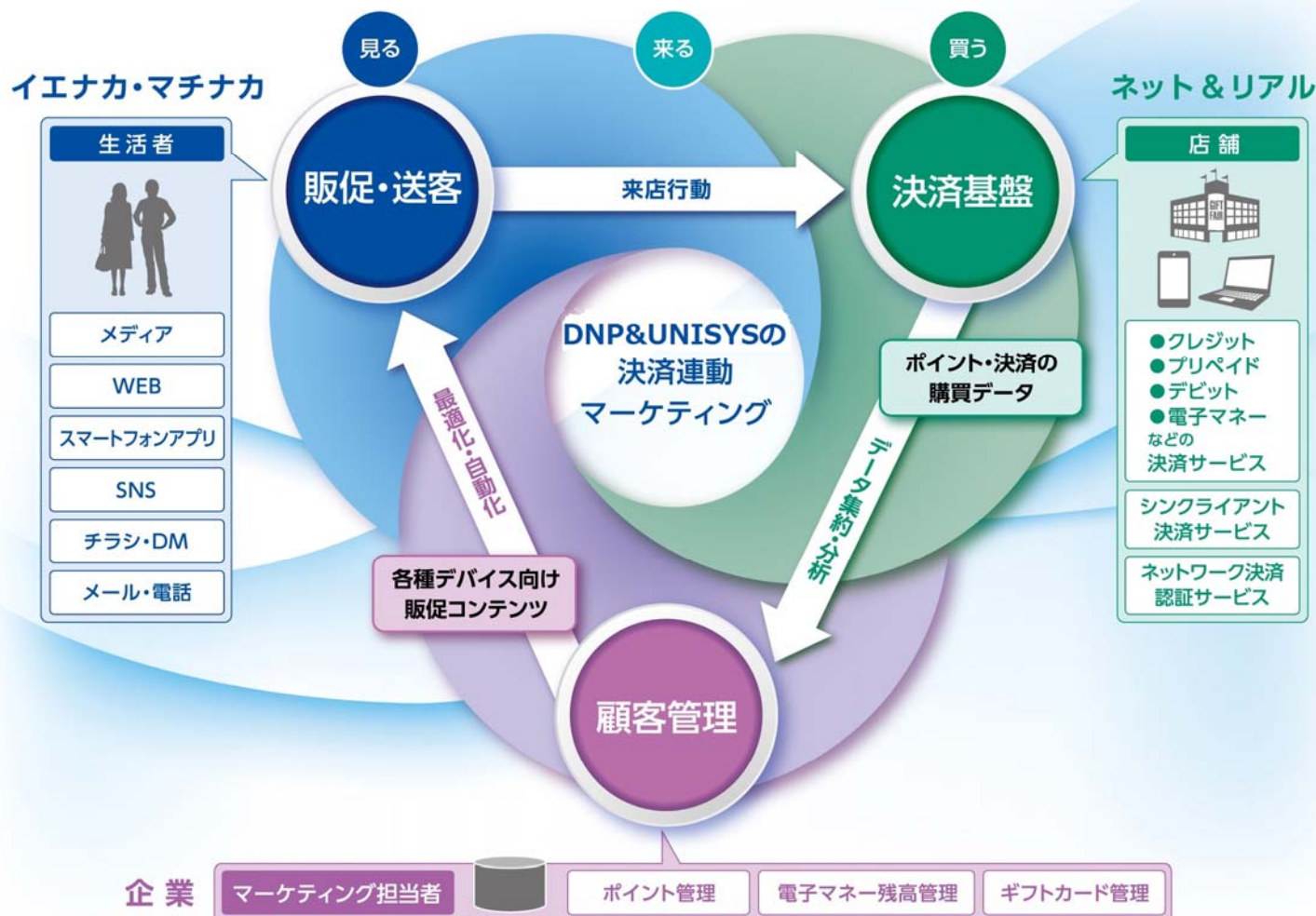
鈴木悟嗣

- 2012年8月 業務提携
- 2013年1月 マーケティングプラットフォームの共同開発・展開

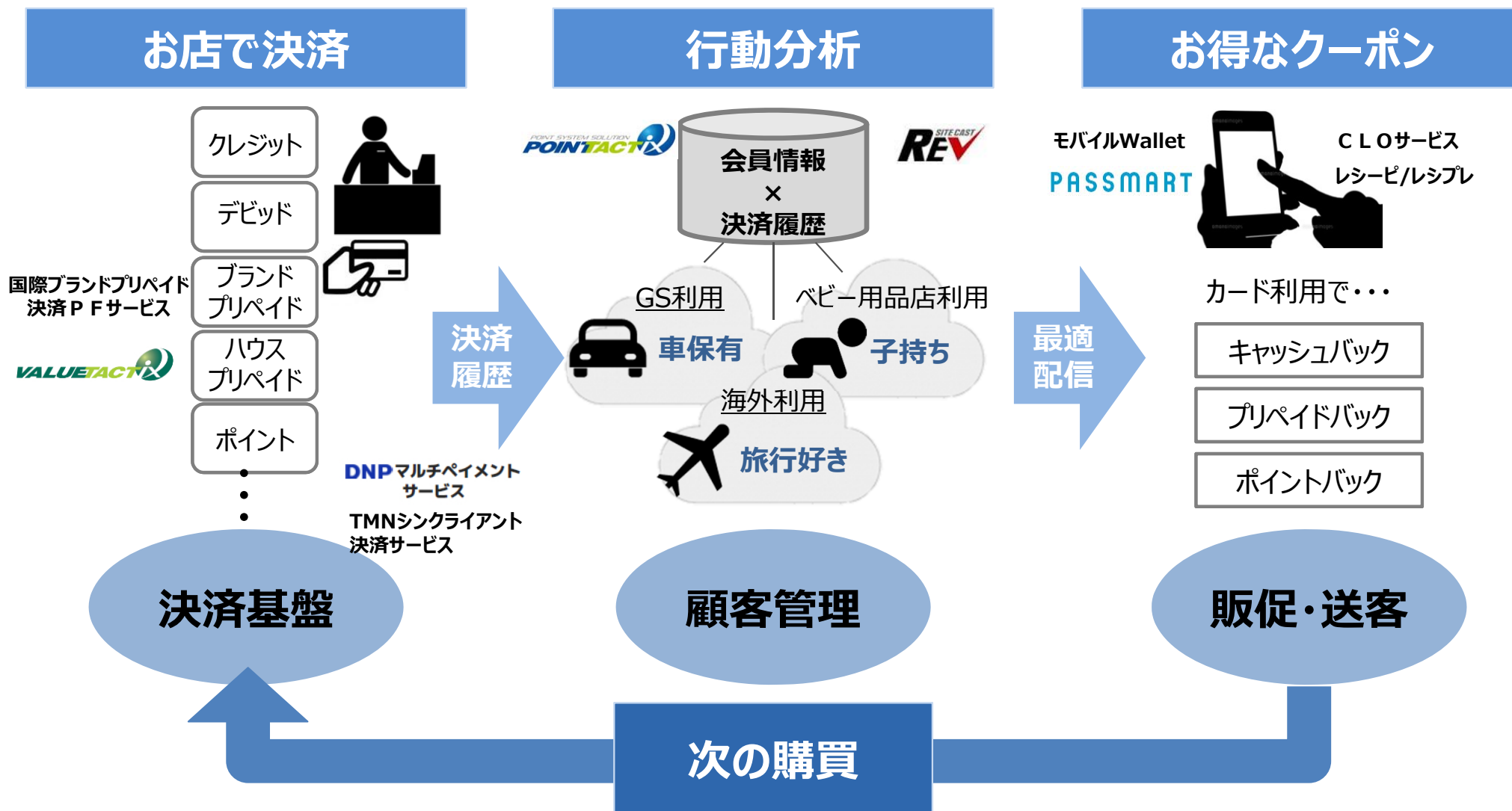


- 2014年7月 共同事業企画 CLOサービス開始
- 2015年3月 『**決済連動マーケティング**』を発表

決済連動マーケティングとは、「**決済基盤**」「**販促・送客**」「**顧客管理**」の3つが有機的に連動したビジネスプラットフォーム



会員情報×決済履歴に基づき、一人ひとりに最適なマーケティングを実現



決済連動マーケティングは、

- ・日本ユニシスのデジタルマーケティング支援サービスコンセプトを
- ・『決済』と言う顧客接点を元の実現化したマーケティングプラットフォーム

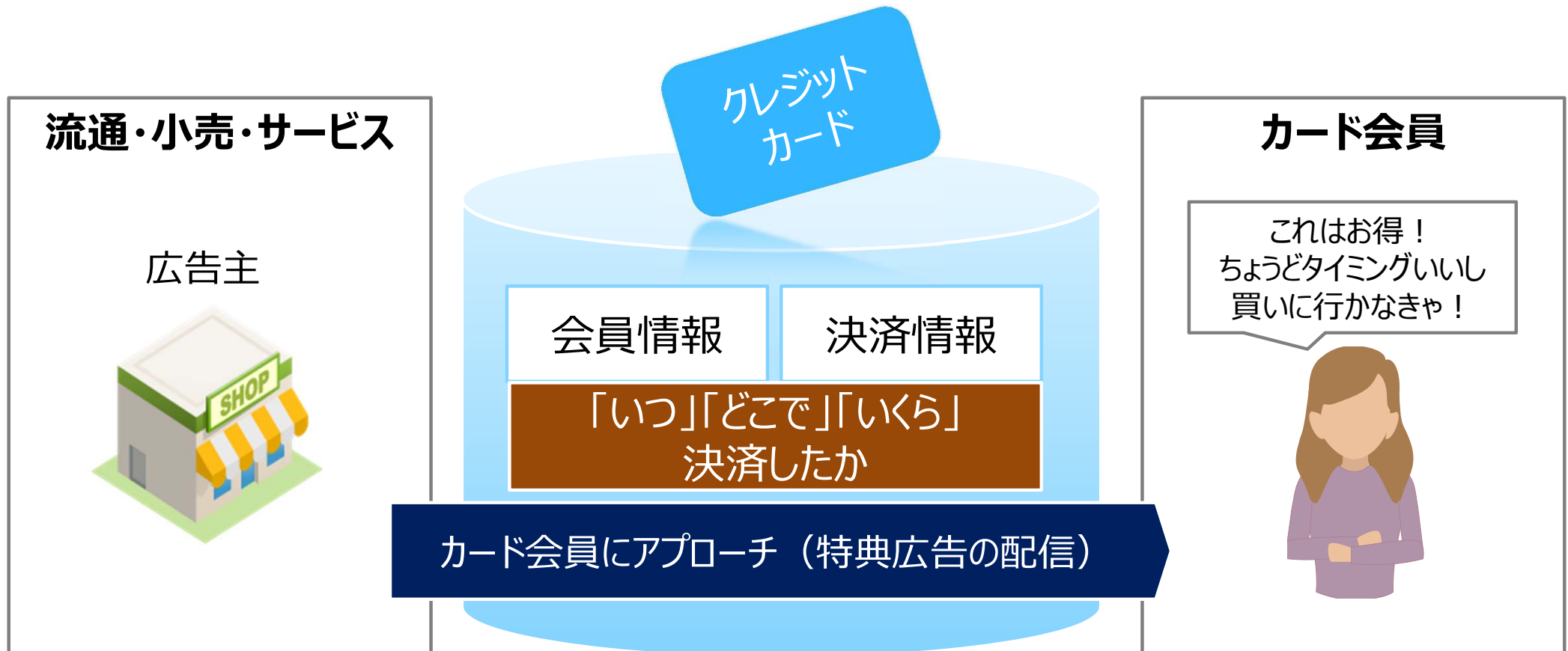


- CLOサービスについて
- 進化型CLOサービスについて

CLOサービスについて

Card Linked Offer

- ✓ クレジットカードの利用データを元に、加盟店が求めるカード会員に対してWebまたはスマホアプリを通じてクーポンを配信する。
- ✓ カード会員は配信されたクーポンに利用宣言さえ実施すれば、あとは優待加盟店の店頭でカード利用をするだけで請求時にキャッシュバック等のインセンティブ提供される加盟店送客マーケティング手法。



CLOサービスの利用イメージ

流通・小売・サービス業



キャッシュバック
クーポン出稿

(カード会員への
配信依頼)

クレジット
カードの利用
傾向を踏まえ
配信対象を
選定

後日、カード
利用請求時に
キャッシュ
バック

クレジットカード会員



事前に
クーポンを
選んで
クリック

ご利用明細		
利用日	店名	金額
7/10	A STORE	¥ 5,500
7/31	Coupon	¥ -500

※上記はイメージです

データ照合
で系統的に
キャッシュ
バックデータを
生成

店舗

店頭

クーポンを
提示すること
なくクレジット
カードで支払

レジをスマート
&スムーズに
通過

クレジットカード会社

- ・クーポン事前選択情報
- ・カード売上データ
- ・店頭売上データ

加盟店にとって今までになかった集客・送客の機会を創出

CLO 特長1

新規顧客へのターゲティング配信

クレジットカード利用情報を基にするため、
自社会員以外への来店促進アプローチが可能

CLO 特長2

マーケティング効果の見える化

ユーザがクーポンを実際に利用した
来店実績を把握しマーケティング施策に反映

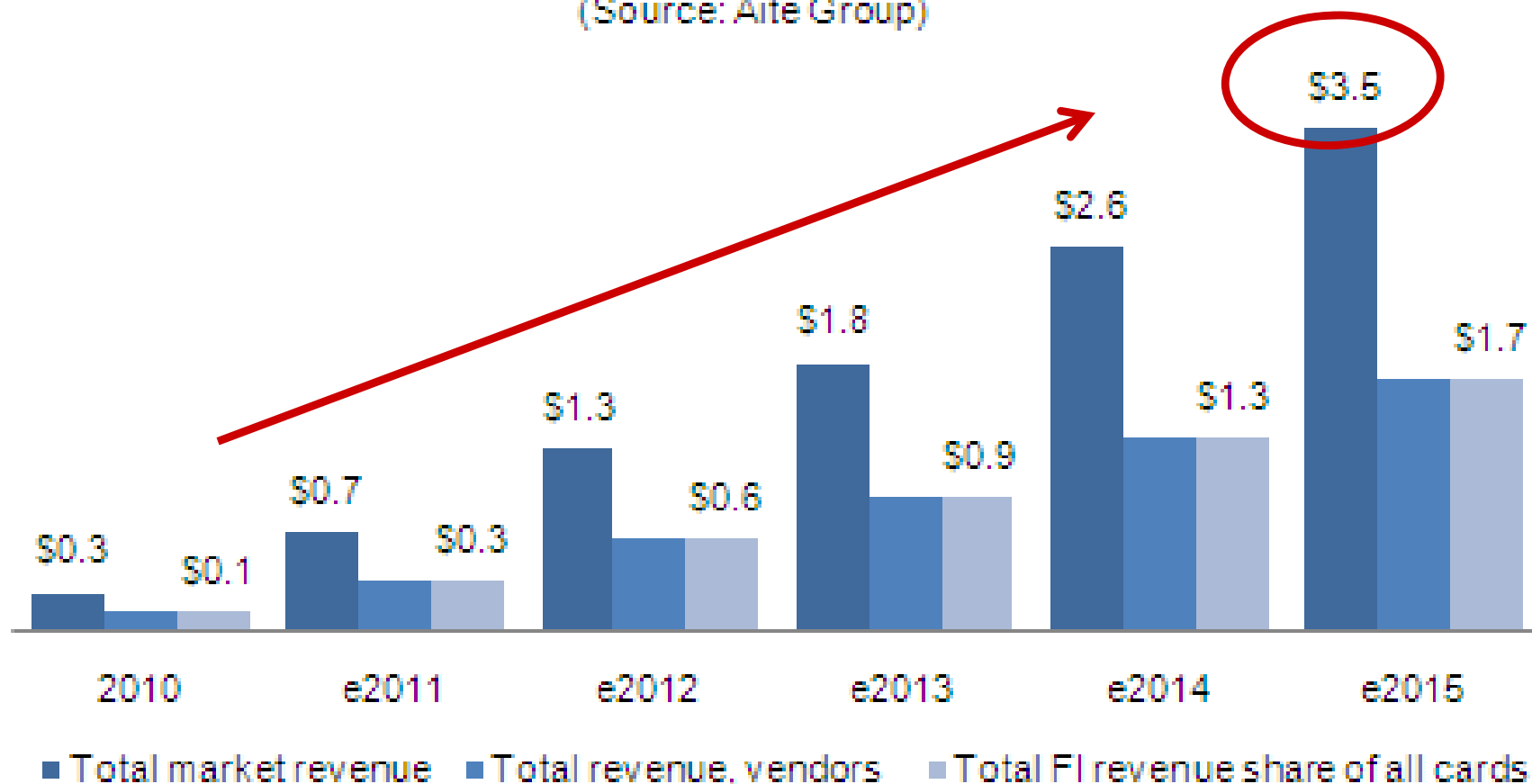
CLO 特長3

店舗オペレーションが不要

ユーザがクーポンを利用したことを、
決済情報から判別し自動でキャッシュバック

- ・米国では2008年からサービスが開始され、現在では40万以上の小売店、1億5千万人以上の利用者に普及
- ・2015年に35億ドルまで拡大すると見込まれる成長市場

Revenue Opportunity, 2010-e2015 (In US\$ Billions)
(Source: Aite Group)



※2011まで実績、その後は想定

出所：米国Aite Group調査に基づく市場予測（2011）

2013年にいち早く取り組みを始められたセゾンカード様に続き、
2014年夏より各社様にて試行的取組が活性化 → 2015年～2016年で各社商用化へ



セゾンカード
【セゾンCLO】
✓ QVC、ディノス、TOHOシネマズ、パルコ、ローソン、ロハスインターナショナル

三井住友VISAカード
【Offer to you!】（トライアル）
✓ 洋服の青山、ラゾーナ、ららぽーと

セディナ
【キャッシュバッククーポン】
✓ OPA、QVC、ディノス、三井アウトレットパーク、洋服の青山、ラゾーナ川崎プラザ、ららテラス武蔵小杉、ららぽーと

American Express
【キャッシュバックキャンペーン】
✓ ビックカメラ、ヨドバシカメラ、コジマ
✓ AEON、APITA、PIAGO等
(食料品売り場のみ)

本格サービス(2013/6～)

実証実験 (2014/8～10)

実証実験 (2014/8～10)

本格サービス (2014/5～)

自社カード限定サービス提供

自社カード限定サービス提供

自社カード限定サービス提供

Amex限定
(提携カード含む)

法人単位のクーポン

法人単位のクーポン

法人単位のクーポン

法人単位のクーポン

ポイントバック

キャッシュバック

キャッシュバック

キャッシュバック

カード会員数：2,475万人
(2014年3月)

カード会員数：2,299万人
(2014年3月)

国内会員数：1,841万人

国内会員数：約200万人

進化型CLOサービス について

Card Linked Offer Evolution

2014年度 DNP&UNISYS共同事業企画 CLOサービスの活動を通じて・・・

CLO 課題1

特典クーポンのマンネリ化

カード利用データは『どこで買ったか』までしか分析できない

CLO 課題2

法律に抵触する可能性

酒、タバコは法律により値引きが禁止されている

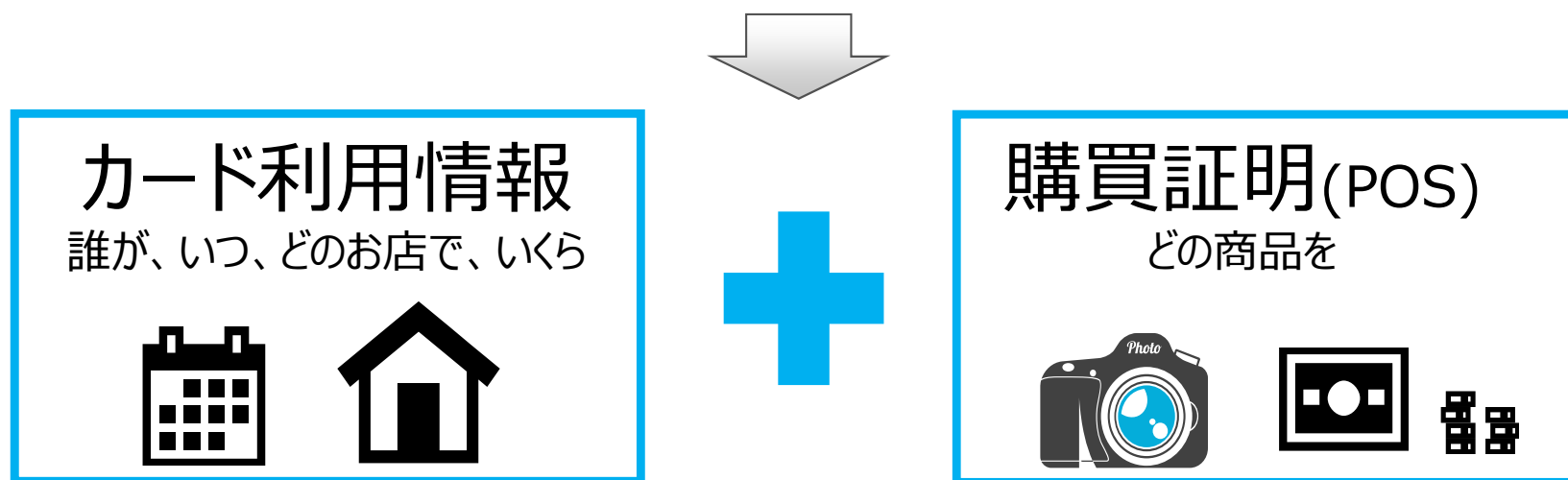
CLO 課題3

特典クーポンの送客力

CLOは加盟店（=流通・小売）がクーポン原資を負担する為、
日用使いの店舗ではキャンペーン規模が小さくなり送客力が弱い

購買証明（POS）との連携によって 『購入商品を特定する』技術を開拓

カード利用情報では“どこのお店”までは把握できるものの、
“何を”購買したか？は判別が不可能



商品単位でのクーポン発行が可能に…

■ 進化型CLOとは



メーカーキャンペーンを利用した実店舗への送客サービス(=O2O)です

- ・進化型CLO企画とは、DNP & UNISYSがメーカーから委託を受ける『メーカーキャンペーン』を、本サービスの上で提供するキャンペーンサービスです。
- ・この進化型CLOサービスに 流通・小売企業様にもご参加いただくことで『本サービスに参加している流通・小売企業様での商品購入時に特典が得られるメーカーキャンペーン』となり、メーカーキャンペーンによる実店舗送客をサービスいたします。
- ・メーカーキャンペーンは、商品購入者のみが特典権利を得られる『MUSTBUYキャンペーン』となる為流通・小売店様の参加条件は、『商品購入者の購買証明データを提供いただける事』が条件となります。

【参考:進化型CLO企画の背景】

DNP & UNISYSでは、2014年度より『CLOサービス(※1)の事業化に向けた実証実験』を、カード会社と共同で実施してきました。この実証実験の結果から得た

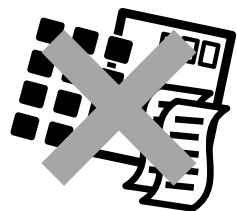
『CLOは加盟店(=流通・小売)がクーポン原資を負担する為、キャンペーン規模が小さくなり送客力が弱い』
という課題を解決するために、
メーカー原資によるキャンペーンを実店舗への送客サービスに繋げるビジネスモデルの検討を行ってきました。その結果『CLOサービスの事業化検討から進化したサービス』と言う事で、2014/12より『進化型CLO』と言う企画を立ち上げました。

	ご利用メリット	参加条件
メーカー様 	<ul style="list-style-type: none"> ●流通・小売様やカード会社様の会員サイトやスマホアプリ上に告知できるため、キャンペーン露出増 提携会員サイト・スマホアプリの増加に伴い、出力先は自動的に増加 ●継続的に特典提供を実施することでCRMの実現 マーケティングレポートや購入者アンケートも活用可能 ●購買証明情報連動による自動応募により、高応募率が見込めるキャンペーンを低コストで実現 	メーカーキャンペーン をご提供いただくこと
提携店様 	<ul style="list-style-type: none"> ●進化型 CLOサービスが提供するメーカーキャンペーンによる実店舗への送客 <ul style="list-style-type: none"> －大日本印刷と日本ユニシスが独自に獲得する メーカーキャンペーンを活用して、店舗への送客を期待 －店頭でのオペレーションレスのため、新たな機器の導入や店舗スタッフの教育が不要 	キャンペーン対象商品の 購買証明情報 をご提供いただくこと
会員サイト・スマホアプリ運営担当者様	<ul style="list-style-type: none"> ●様々なメーカーキャンペーンを掲載することによる会員サイトの活性化、魅力向上 <ul style="list-style-type: none"> －会員サイトの中への組み込みが可能のため広告ではなくコンテンツとしてご利用可能 －一度会員サイトに組み込むだけで追加コストなくキャンペーン広告が自動更新 	キャンペーン参加会員情報 をご提供いただくこと



“キャンペーンを逃さない”

普段見ているアプリ、Webにキャンペーン情報が届く



“らくらく応募”

事前にアプリ・Web上でエントリー後、キャンペーン条件にしたがって商品を購入するだけでキャンペーン応募が完了する



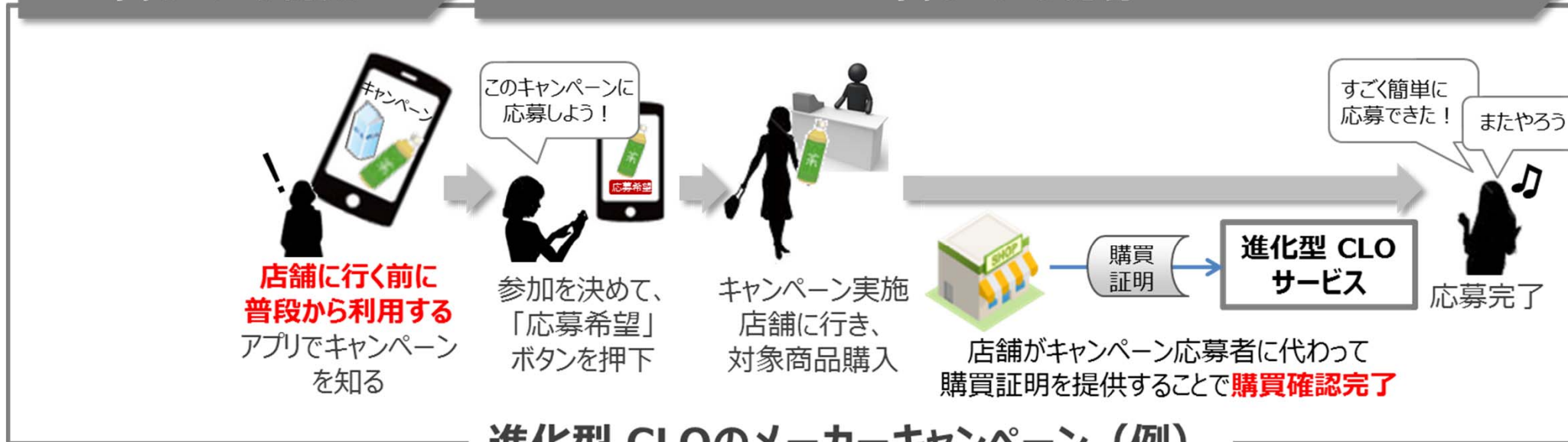
“バラエティ豊かで楽しい”

様々な特典やキャンペーンの種類があるため、飽きが来ない

従来のメーカーキャンペーン（例）



進化型 CLO のメーカーキャンペーン（例）



様々な種類のキャンペーンに対応しているため、生活者は
多種多様なキャンペーンを楽しむことができる

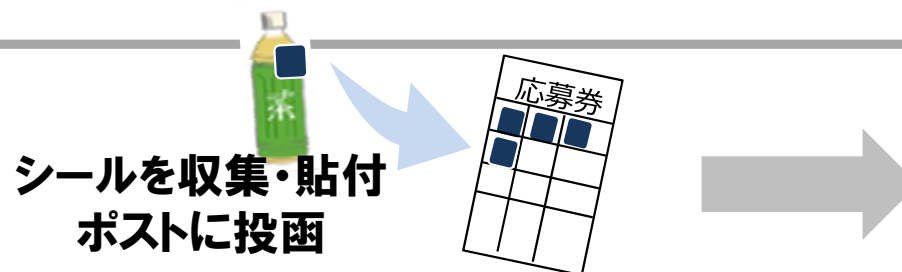
キャンペーンの種類



特典内容

景品	<p>メーカー様が用意した特典</p> <ul style="list-style-type: none"> ・金券 ・特典対象商品 ・コンサートチケット ・旅券 など 												
ポイントバック	<p>A社ポイント管理</p> <p>MyPage</p> <p>進化型 CLOキャンペーン</p> <p>200ポイント獲得しました!</p>												
キャッシュバック	<p>B社クレジットカード</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">2月の明細</th> <th>MyPage</th> </tr> <tr> <th>利用日</th> <th>店舗</th> <th>金額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2/15</td> <td>△△店</td> <td>15,000円</td> </tr> <tr> <td>2/20</td> <td>進化型 CLO</td> <td>-500円</td> </tr> </tbody> </table>	2月の明細		MyPage	利用日	店舗	金額	2/15	△△店	15,000円	2/20	進化型 CLO	-500円
2月の明細		MyPage											
利用日	店舗	金額											
2/15	△△店	15,000円											
2/20	進化型 CLO	-500円											

“超簡単応募”で商品購入・応募率UP



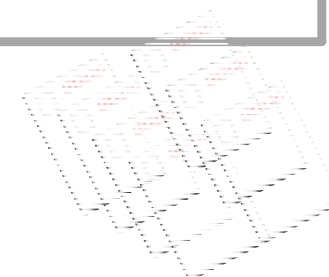
購入するだけ！



コストを抑えたキャンペーン実施



- パッケージへシール
- パッケージへ印字



• 応募の集計

キャンペーン反応状況を日次で把握

高頻度で更新される様々なメーカーキャンペーンを掲載することによる**会員サイトの活性化、魅力向上**

流通・小売様
既存のキャンペーン
(店舗単位)



いつも同じ
クーポン。。
今回は見送っ
て次回にしよ
うかな。。



流通・小売様
アプリ・サイト



進化型CLO
キャンペーン
(商品単位)

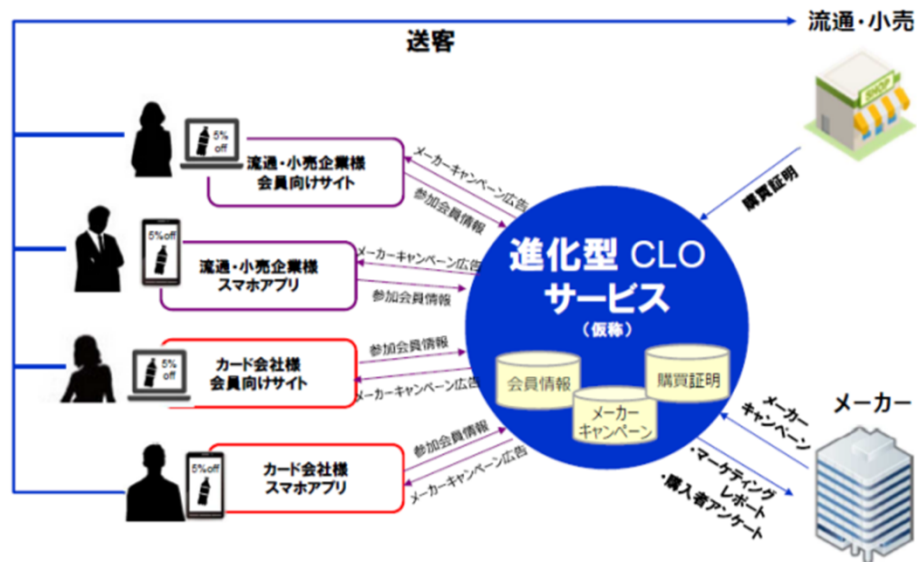


いつ見ても
ワクワク!
新商品限定
だから今行
かないと。

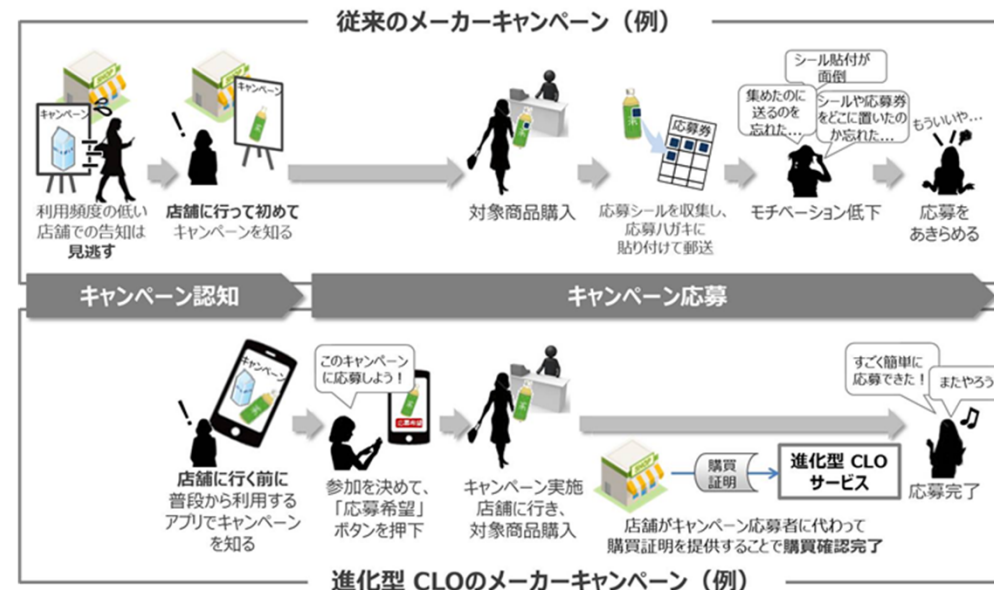


大日本印刷(DNP)と協業 決済連動マーケティングを支援する進化型CLOプラットフォームサービスを提供 ～ プリペイドカードやポイントカードにも対応し、メーカーCRMを容易に～

● 進化型CLOサービスのイメージ



● サービスの流れ(利用者視点)



● DNP/日本ユニシス『進化型CLO』の特徴

- ①多様なカードと連携可能 …クレジットカードだけでなく、ハウスカード、国際ブランドプリペイドカード、デビットカードなどとも連携予定。
- ②メーカーキャンペーンROI(投資対効果)向上
 - …多様な接続媒体(カード)に、メーカーキャンペーンを露出。広告としての告知力を向上。
 - …メーカーキャンペーンのデジタル化により、キャンペーンコストを削減。
- ③メーカーキャンペーンによるO2O …カード会員が自動応募後に対象の小売に買い物に行く事で、実店舗への送客に繋がる。
- ④カード会員向けサイトPV向上 …カード会員向けの会員サイト/アプリのサイトPVが向上し、カード利用率向上に繋がる。

Foresight in sight

