

スマートキャンペーン™

CLOを活用した購買連動キャンペーンプラットフォーム

BITS 2016

NIHON UNISYS GROUP BUSINESS & ICT STRATEGY FORUM

Foresight in sight

UNISYS

日本ユニシス株式会社
インダストリサービス第2事業部 デジタル推進室
鈴木 悟嗣

スマートキャンペーン出現の背景

スマートキャンペーンとは

導入効果のご紹介（実証実験より）

異業種提携で新事業・新サービスを創出

新規市場拡大の実現に向け事業基盤を強化する4つの取り組みを推進

企業や生活者、社会が様々な課題に直面

DNP

- ・ 印刷技術を核とした事業構築力
- ・ 独自の「P&Iソリューション」
- ・ 顧客開発力と企画・生産力



UNISYS

- ・ 国内有数のシステムベンダ
- ・ クラウド市場の立上げを牽引
- ・ マーケット創造への取り組み

消費者生活や企業経営を大きく進化させる
新しい事業やサービスを市場に展開

POINT ①サービス事業基盤 ②マーケティング ③プラットフォーム ④グローバル

- 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
- 2015年3月 『**決済連動マーケティング**』を発表
- // 10月 株式会社イズミ様にて
『新たなマーケティングサービス』
進化型CLOの実証実験開始
- 2016年2月 **進化型CLO 共同事業発表**
～スマートキャンペーン～

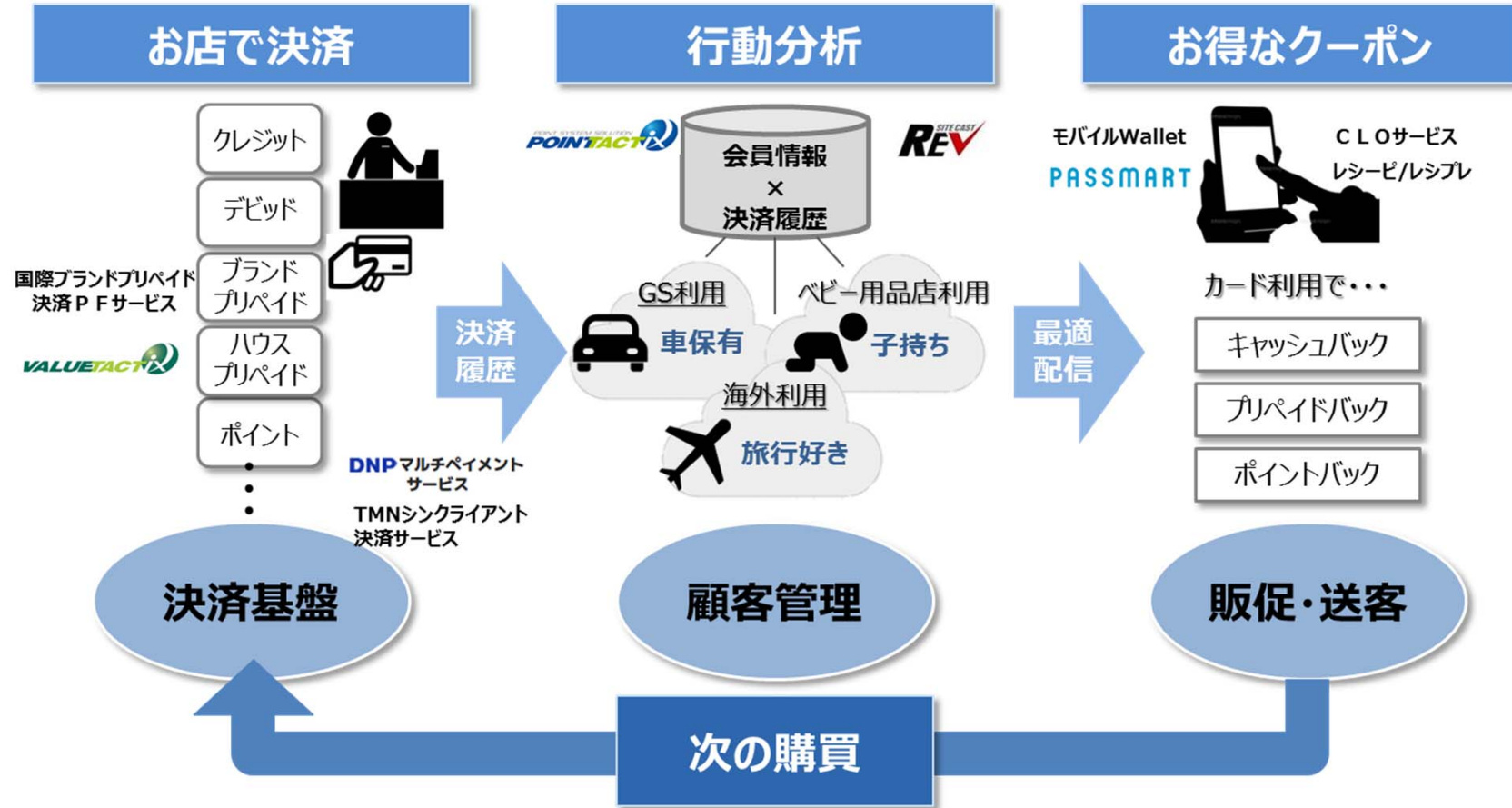
決済連動マーケティング

Foresight in sight

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



- ✓ 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。

流通・小売・サービス

広告主



クレジット
カード

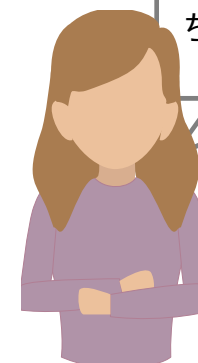
会員情報

決済情報

「いつ」「どこで」「いくら」
決済したか

カード会員にアプローチ（特典広告の配信）

カード会員



これはお得！
ちょうどタイミングいいし
買いに行かなきゃ！

CLOの利用イメージ

Foresight in sight

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



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



- ・銀行／クレジットカード会社の付加サービスとして注目を集めている
- ・トップ10社のうち7社がサービス提供中

提携先CLO事業者

- Bloomspot (買収)
- Cardlytics
- FreeMonee
- CARTERA
- Linkable Network
- FreeMonee
- Cardlytics

出典：The Nilson Report, 2012

CLOを活用した購買連動キャンペーンプラットフォーム

CLOのビジネスモデルを小売業に応用

比較項目	CLO	スマートキャンペーン
対象カード	イシュアクレジットカード	小売発行会員カード
クーポン出力媒体	カード会社アプリ	小売会員アプリ
クーポン内容	対象 店舗での購入金額 に応じた特典提供	対象 商品の購入 に応じた特典提供
会員利用特典	ポイントバック、キャッシュバック	ポイントバック、抽選による景品送付
利用データ	クレカ会員基本情報、 カード決済情報	小売会員基本情報、 POSデータ
広告主	カード加盟店	メーカー（食品、化学等）

スマートキャンペーン出現の背景

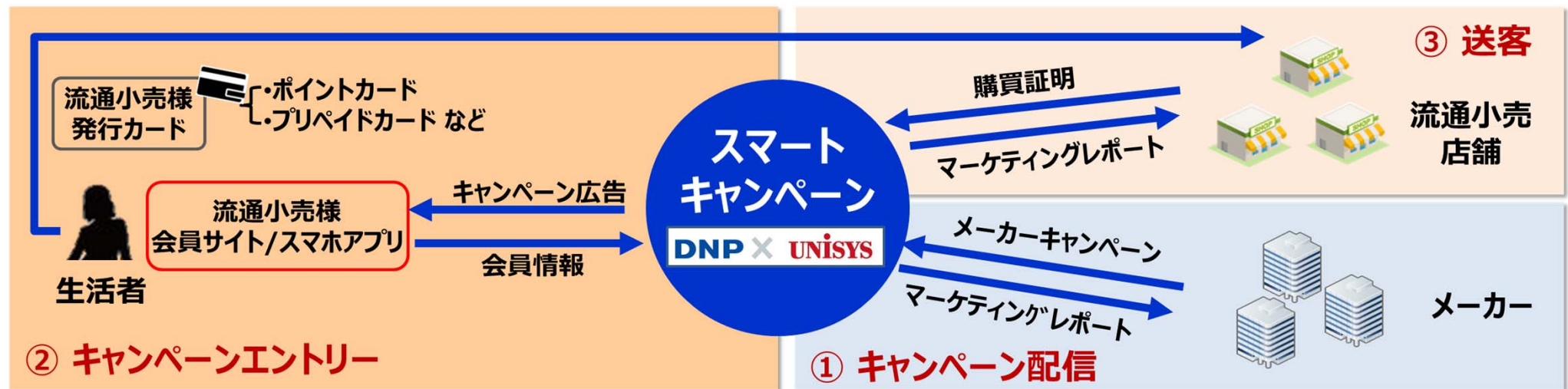
スマートキャンペーンとは

導入効果のご紹介（実証実験より）

メーカーキャンペーンによる流通小売様自店舗への送客を実現

- ① DNP & UNISYSがメーカー様から集稿した『メーカーキャンペーン』を
 - ② 本サービスに参加する流通小売業などの会員サイト/アプリに配信し
 - ③ 本サービスに参画する流通小売様への店舗へ送客する
- DNP & UNISYSのサービスです。

※メーカーキャンペーンは、対象商品を流通小売様発行のカード（ポイントカード/決済カードなど）でご購入いただくことが応募条件となる『マストバイキャンペーン』になります。



会員アプリで対象キャンペーンにエントリーをした後 実施店舗で『会員カードを提示して商品を購入するだけ』で自動応募が完了



本サービスの特徴 ……豊富なCPバリエーション

Foresight in sight

- ・ポイントバックだけでなく、景品発送／キャッシュバックなど多様な特典に対応
- ・単発応募だけでなく、スタンプ集め／抽選応募などのキャンペーンにも対応

キャンペーンの種類

単発型

マイレージ型

応募抽選

“対象商品購入した方の中から抽選で○名様に”

購入 → 残念! うれしい! 残念!

“対象商品を3個購入した方の中から抽選で○名様に”

購入 購入 購入 → 残念! うれしい! 残念!

ベタ付け

“対象商品購入でもれなく”

購入 → うれしい!

“対象商品を3個購入でもれなく”

購入 購入 購入 → うれしい!



特典内容

景品発送

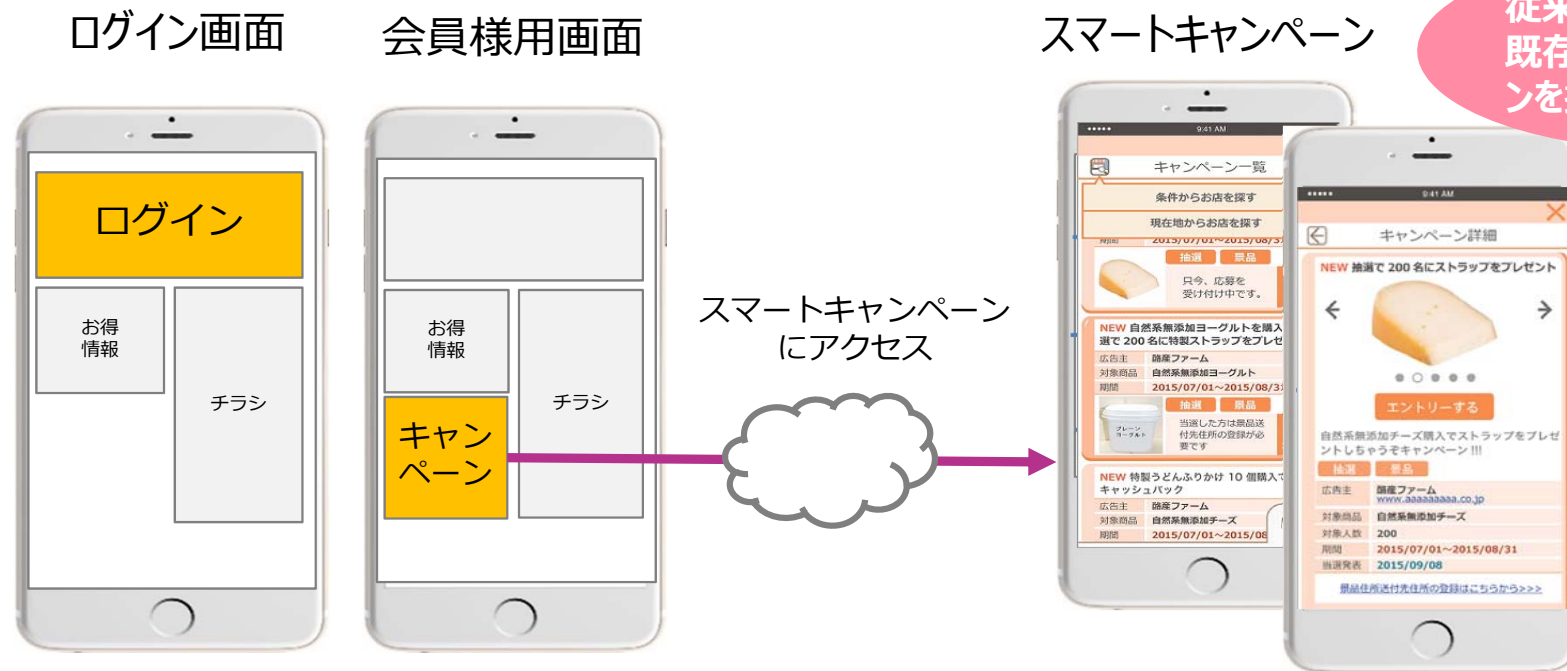
ポイントバック

キャッシュバック

従来との違い
ポイント還元型だけでなくバリエーション豊富

※ポイントバック、キャッシュバックは
会員カードに該当サービスがある場合のみ対応可能

会員様との接点（＝スマホアプリ）は『既存の会員向けアプリ』を活用可



従来との違い
既存アプリにキャンペーンを提供する新サービス

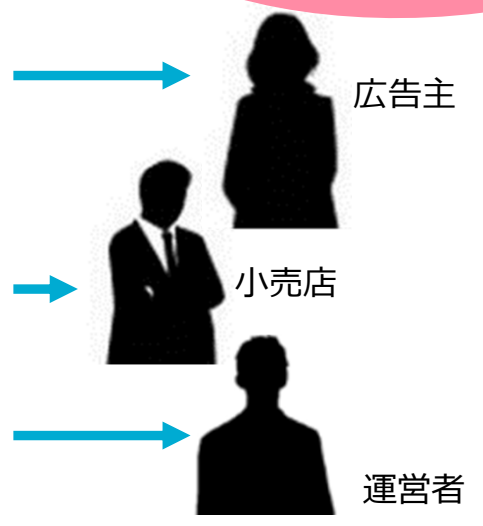
既存会員アプリ小改善でサービス利用可
＝既存会員へのサービス向上が可能

本サービスの特徴 ……実績の見える化

Foresight in sight

キャンペーン期間中にWeb上ですぐに状況把握ができます

従来との違い
アナログキャンペーンは
終了するまで結果不明



本サービスは広告事業なので、定額システム利用料は発生しません

	ご利用条件
小売様との契約形態	業務提携契約
契約期間	上記契約にて定める
会員アプリ連携サービス利用料	原則無料
データのご提供 (購買証明POS、会員情報等)	日次提供が原則
商品CLO広告掲載費	広告主にて負担

従来との違い
多くはシステムサービス
月額利用料が発生

上記以外に『初期接続作業費用』が発生することがあります

ご参加各社のメリットと参加条件

Foresight in sight

	ご利用メリット	参加条件
メーカー様	<ul style="list-style-type: none"> ●小売様会員アプリ上に告知できるため、キャンペーン露出増 会員アプリの会員数増加に伴い、リーチ先も増加 ●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 	<p>メーカーキャンペーンを ご提供いただくこと</p>
提携店様	<ul style="list-style-type: none"> ●スマートキャンペーンが提供するメーカーCP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 	<p>購買証明情報 (POSデータ)を ご提供いただくこと</p>
会員アプリ 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 会員アプリの活性化、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 	<p>キャンペーン 参加会員情報を ご提供いただくこと</p>

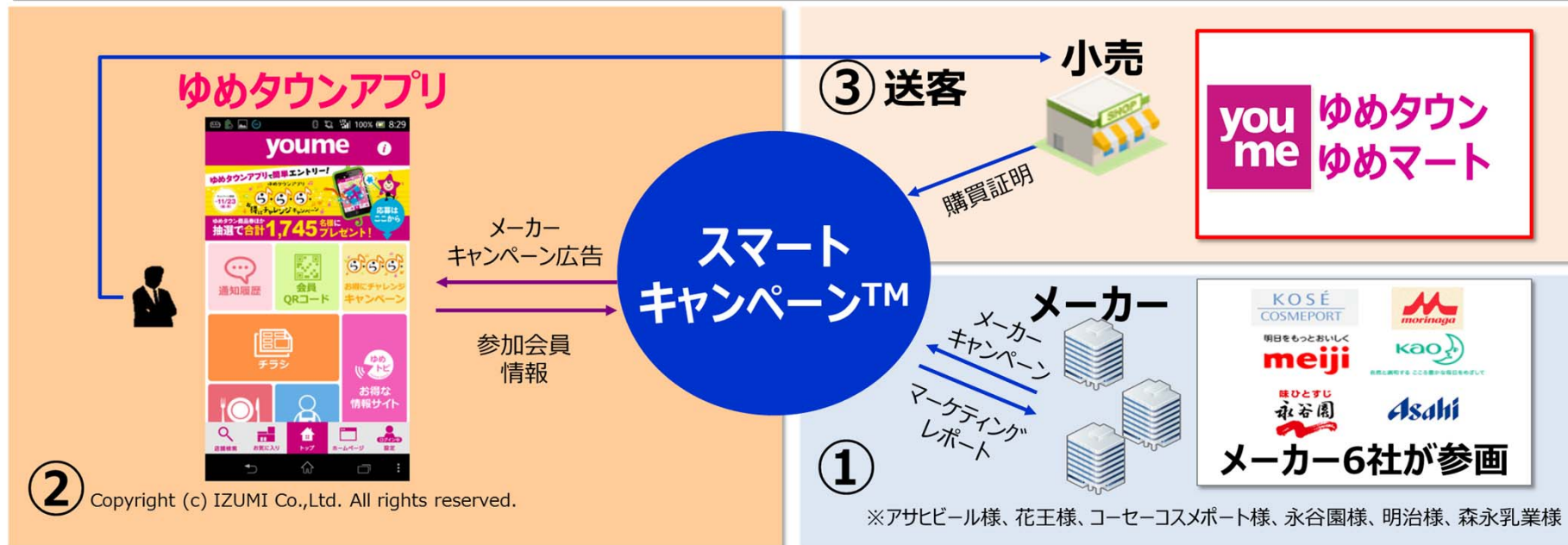
スマートキャンペーン出現の背景

スマートキャンペーンとは

導入効果のご紹介（実証実験より）

2015年10月1日～11月23日までイズミ様と実証実験を実施

- ① 本サービスに参画するメーカーの『メーカーキャンペーン』を
- ② 本サービスに参画する会員サイト（ゆめタウンアプリ）に配信し
- ③ 本サービスに参画する小売店舗（ゆめタウン、ゆめマート）へ送客



施策展開イメージ

Foresight in sight

Copyright (c) IZUMI Co.,Ltd. All rights reserved.

スマートキャンペーン™ 流れ

Foresight in sight

アプリをダウンロードして、ゆめカード会員として会員登録を行い、キャンペーンに事前エントリー。
あとは、カードを提示して対象商品をいつも通り買うだけでキャンペーン応募が完了。



対象商品を購入して
らくらく応募!

レジでゆめカードを
出すだけ!



アプリで当選確認

プレゼントに
当選したよ!

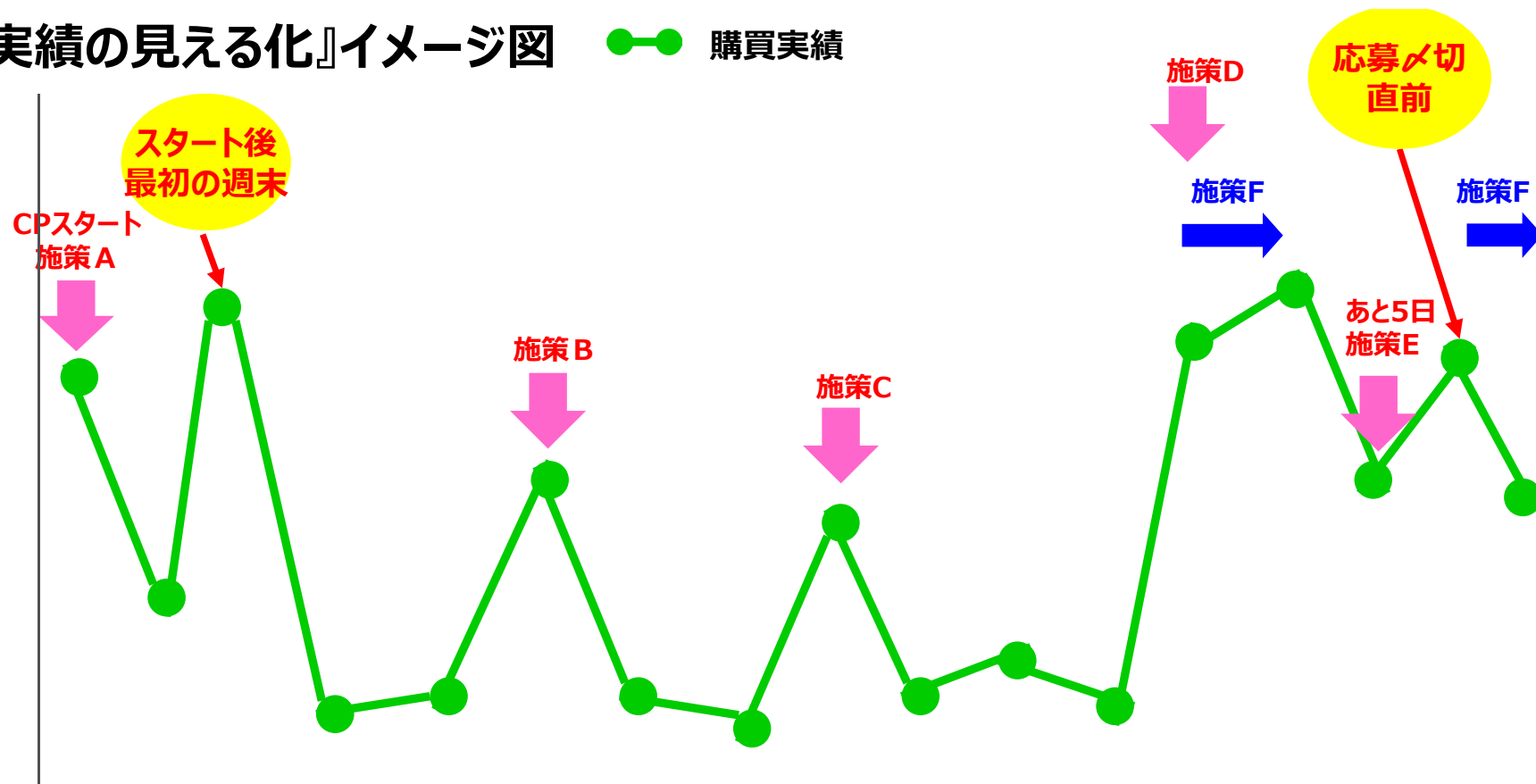


日々実績の見える化

Foresight in sight

日々のキャンペーンへの反応状況を、実績管理画面で確認し各種施策を組み合わせる事でバランスよく購買・応募につながる波型を創出。

『実績の見える化』イメージ図 ●—● 購買実績



キャンペーン実施結果

Foresight in sight

■従来型ハガキキャンペーンとの比較

比較項目	ハガキ	スマートキャンペーン					
広告主	X社	A社	B社	C社	D社	E社	F社
効果比較※	1	3.28	2.88	1.79	8.39	3.65	12.15

平均
5.4倍

※従来ハガキを1とした場合の、比較数値にて算出。

■全購買に対するキャンペーン応募率

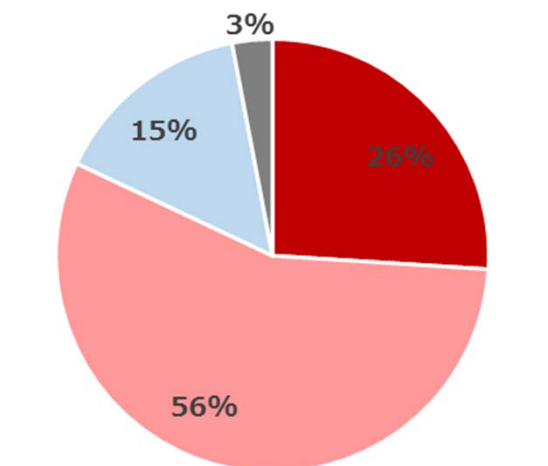
全購買のうち、広告を見てから対象商品を購入している方の割合

(事前に希望キャンペーンのタップが必須というスマートキャンペーンの特徴から、広告により対象商品に誘導できた方の割合)

項目	スマートキャンペーン					
広告主	A社	B社	C社	D社	E社	F社
応募率※	16.3%	5.2%	12.5%	4.9%	4.9%	7.0%

※応募率 = CP対象商品の応募数 ÷ 売上数。

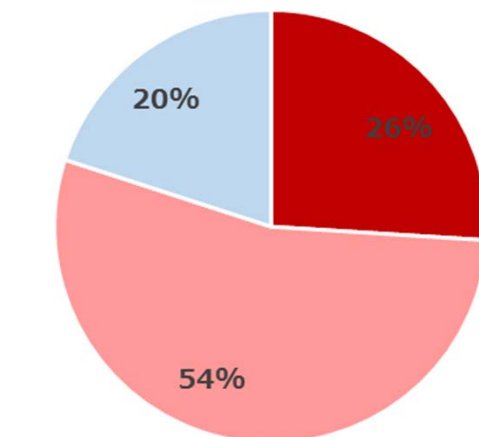
来店前にアプリで
キャンペーン情報を知ることによって
来店しようと思いませんか？



- とてもそう思う
- どちらかというと思う
- あまりそう思わない
- 全くそう思わない

**約8割がキャンペーン情報の
認知による来店の意思あり**

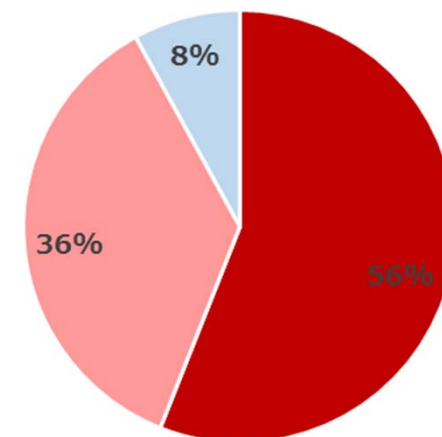
はがき不要で、事前エントリーと購入のみで
キャンペーンへ自動応募(らくらく応募)となると
キャンペーンに参加する機会が増えると思いませんか？



- とてもそう思う
- どちらかというと思う
- あまりそう思わない
- 全くそう思わない

**約8割がらくらく応募による
キャンペーン参加機会の増加を示唆**

らくらく応募できるキャンペーンが
会員アプリの魅力アップに
つながっていると思いませんか？



- とてもそう思う
- どちらかというと思う
- あまりそう思わない
- 全くそう思わない

**約9割がスマートキャンペーン™
により会員アプリの魅力の増大を実感**

Webアンケートモニターのうち任意でキャンペーンに参加いただいた利用者 n=61 (2015/11 DNP調べ)

BITS 2016

NIHON UNISYS GROUP BUSINESS & ICT STRATEGY FORUM

Foresight in sight

UNISYS