



社長のための 経営雑学

新しい時代を切り拓く実践経営情報紙

第 362 号

平成 30 年 12 月 6 日 (木)

発行 税理士法人 KJ グループ

〒536-0006 大阪市城東区野江 4 丁目 1 番 6 号

TEL : (06) 6930-6388

FAX : (06) 6930-6389

1km メッシュも可能！な「気象ターゲティング」 電子チラシ「Shufoo!」と連動したサービス開始

スマートフォンをはじめとするデジタルデバイスの普及に伴い、もはやターゲティング広告は当たり前の時代だ。そこで求められるのは精度。中でも BtoC 領域で注目を集める戦略が、天候や気温に応じた「気象ターゲティング」だ。

天気によって人の購買行動は変化する。寒くなれば鍋料理が、暑くなればアイスクリームが食べたくなるものだし、雨が降れば外出や立ち寄りを控えようと思うものだ。そうした心理を当て込んで、ファッション通販のニッセンは「雨の日限定割引」のランディングページを展開。ネットショッピングを促し、雨の日の広告クリック率が晴れの日の約 2 倍に向上したという。

しかし、刻々と変わる気象に対応して広告を配信するのはコストもかかる。精度に関しては配信エリアの絞り込みが課題だ。その回答のひとつを提示したのが、凸版印刷が運営する国内最大級の電子チラシサービス「Shufoo! (シュフー) 」。地図検索サイトを運営し、各種の環境データを集約した「環境データマート」を取り扱うマピオンがグループ会社にいる強みを活かし、変動する気象に応じて自動配信するサービスを 11 月 7 日にスタート。1km メッシュと狭い範囲のターゲティングが可能で、自動配信のため運用負荷の軽減も大きい。主婦層に人気がある「Shufoo!」だけに、広告効果が高い。ウェザーマーチャンダイジングは、「Shufoo!」によって新たな次元へ進みつつある。