

報道関係各位

2024年4月17日

アライドアーキテツ株式会社

ロゼット、echoesを活用してXキャンペーンからマストバイキャンペーンへ送客 POS実績117%達成、全国のドラッグストア・スーパーなどの小売店で購買喚起に成功

企業のマーケティングDXを支援するアライドアーキテツ株式会社(東京都渋谷区、代表取締役社長 CEO: 中村壮秀、証券コード: 6081)は、このたびロゼット株式会社(東京都品川区、代表取締役社長: 藤井敬二、以下ロゼット)に対し、SNSマーケティング支援SaaS「[echoes\(エコーズ\)](#)」を活用してX(旧Twitter)キャンペーンからマストバイキャンペーンへの送客を支援しました。

サービス詳細ページ: <https://service.aainc.co.jp/product/echoes>



ロゼット

POS実績117%達成
全国のドラッグストア・スーパーなどの
小売店で購買を喚起



echoes

ロゼットは、「ロゼット洗顔パスタ」を主力商品として展開する化粧品メーカーです。1929年に日本で初めてクリーム状洗顔を発売してから2024年には95周年(※1)を迎え、「洗顔のパイオニア」として常に世の女性たちに愛され続けてきました。主力の国内販売事業では、コロナ前よりSNSを軸にしたマーケティング戦略を推進し、Xをはじめ、InstagramやTikTokを活用したマーケティング施策に注力することで、認知拡大やファンの獲得、店舗集客などを強化しています。

※1 1951年「レオンクリーム洗顔」から「ロゼット洗顔パスタ」へ名称変更

■施策実施背景

消費財メーカー企業では、円安・原価高騰などを背景に、国内消費者向けマーケティング施策において購買への直接的な影響を高めるための施策を採用することが増えています。その中で、特定の商品を購入することが応募条件となる「mastバイキャンペーン」は、有効な販促手法ではあるものの、以下3点の課題により、多くの企業がキャンペーンを展開する上で難しさを抱えています。

1. オンライン告知だけでは生活者にキャンペーン情報を十分に届けられず応募数が伸びづらい一方で、店頭告知や商品パッケージ・シール印刷にはコストや手間が大きく掛かる
2. はがきでの応募形式や目視で集計する場合、費用対効果をはじめとする、キャンペーンの成果が可視化しづらい
3. 成果を集計・分析できていないため、キャンペーンの最適化運用ができなかったり、その後のマーケティング施策や流通施策に生かせない

ロゼットでも、これまでもmastバイキャンペーンを活用した販促施策を実施していましたが、キャンペーンへの集客に課題を感じていただけでなく、キャンペーン成果の可視化が難しいために実施したキャンペーンの是非を問いたり、その後のマーケティング施策や流通施策に活かせないことに課題を感じていました。そこで、mastバイキャンペーンの実施に適切なサービスとノウハウを持ち合わせるechoesを活用し、上記課題を解決しキャンペーン成果の向上を目指していくことになりました。

■全国のドラッグストア・スーパーなどの小売店で購買促進に成功、精緻なデータを取得し今後のマーケ・流通施策への活用を目指す

【施策内容】

「ロゼット洗顔パスタ」を対象に、商品を購入したレシートで応募できるmastバイキャンペーンを、デジタル施策・店頭施策・CMなどマス施策と連動する形で実施しました。デジタル施策においては、応募数を拡大するために、SNS広告だけでなく、テレビCMとの相性が良く相乗効果が見込めるXを活用し、既に約4.6万人のフォロワーを抱えるロゼット洗顔パスタのXアカウント上でキャンペーンを実施することで、情報拡散を図りました。

Xアカウント上で実施したキャンペーンは、「[echoes Mustbuy](#)」の仕組みを活用して手軽なフォロー&リポスの応募形式と、その場で抽選結果が分かるインスタントウィン形式によりキャンペーンへの参加モチベーションを高める工夫をしました。さらに、抽選結果を確認するためにmastバイキャンペーンのWEBサイト上に遷移するフローを取り入れることにより、mastバイキャンペーンへの大規模送客を狙いました。

X上での インスタントウィン

- ★ 大量拡散による効率的な認知拡大
- ★ マストバイキャンペーンへの大規模送客



マストバイでの インスタントウィン

- ★ 参加意欲向上による購入促進



マストバイを マイレージ形式に

- ★ 複数回購入の促進



マストバイキャンペーンでは、参加意欲向上を狙い、レシートをアップロードするとその場で抽選結果が分かるインスタントウィン形式で実施しました。また、レシートを複数枚アップロードするとポイントが溜まり複数回抽選機会を得られるマイレージ形式も取り入れることで、複数回の購入を促し、期間中のキャンペーン参加動機の維持と応募数の増加を図りました。

【成果】

過去に実施したマストバイキャンペーンと比較して、応募数が約6.8倍となり、さらにマストバイキャンペーン応募者のうち3割以上が「Xキャンペーンが応募のきっかけ」となるなど、集客効率を大幅に改善することに成功しました。また、キャンペーンを実施した2023年6月は、店頭POSデータの売上実績が前月比で117.7%を実現し、購買への転換に大きく貢献することができました。

さらに、echoes Mustbuyを活用することで、従来の仕組みでは取得が難しかったマストバイキャンペーンの精緻なデータの取得に成功。キャンペーン参加者の応募者属性はもちろん、購入店舗や平均購入金額、想定売上貢献額など様々な情報が明らかとなりました。

店頭POS実績

117.7%

※2023年6月、
前月比の実績

キャンペーン応募数

約6.8倍

※過去実施した
マストバイ
キャンペーン比較

こうした精緻なデータが取得可能になったことで、マストバイキャンペーンが「店頭」と「広告」に加えた新たな集客施策となりました。また、取得したデータを基に、更なる成果向上のためにキャンペーンの最適化運用を行ったり、小売店との流通商談の際に「送客・購買につながる施策」として紹介することができたりと、マーケティング施策の運用や流通商談における重要な情報として活用が可能になりました。

echoesでは、今後もXなどのSNSを活用した新機能の開発やサービス拡充を通じて、企業プロモーションの成果向上、広告パフォーマンスの最大化と運用負荷削減に貢献してまいります。

なお、本件の当社業績に対する影響は軽微です。

<SNSマーケティング支援SaaS「echoes」とは>

echoesは、X・Instagramを中心とした認知拡大から、オウンドメディア集客・販売促進までワンストップで支援するSNSマーケティングSaaSツールです。大手ブランド・メーカーから全国展開の小売・外食、EC通販まで多様な企業様にご利用いただいております。Xにおいては累計400社超のインスタウィンキャンペーンを支援してまいりました。echoesを開発・提供するアライドアーキテクツはX広告認定代理店でもあり、2020年4月にはTwitter(当時)広告APIのスタンダードアクセスレベルを取得してクリエイティブ管理機能をリリース。2022年12月には、ハッシュタグや引用などXのUGCを全量・リアルタイム収集し検索・活用可能とするUGC管理機能をリリース。2023年4月にはエンタープライズAPIの利用を開始しており、API有料化後も、Xキャンペーン施策にご利用いただけます。

<アライドアーキテクツ株式会社 会社概要>

- ・代表者：代表取締役社長 CEO 中村壮秀
- ・所在地：東京都渋谷区恵比寿一丁目19-15 ウノサワ東急ビル4階
- ・URL：<https://www.aainc.co.jp>
- ・設立：2005年8月30日

・事業内容 : マーケティングDX支援事業

<アライドアーキテツ・グループとは>

アライドアーキテツ・グループは、日本、アジア、欧米に7つの拠点を持つマーケティングDX(※2)支援企業です。2005年の創業以来累計6,000社以上への支援を経て得られた豊富な実績・知見を活用し、自社で開発・提供するSaaSやSNS活用、デジタル人材(※3)などによって企業のマーケティングDXを支援しています。

※2 マーケティング領域におけるデジタルトランスフォーメーションのこと。当社では「デジタル技術・デジタル人材※によって業務プロセスや手法を変革し、人と企業の関係性を高めること」と定義しています。

※3 主にSaaSやSNSなどのデジタル技術・手法に詳しく、それらを生かした施策やサービスを実行できる人材(SNS広告運用者、SNSアカウント運用者、エンジニア、WEBデザイナー、クリエイティブ・ディレクターなど)を指します。

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテツ株式会社 経営企画部 担当:藤田
TEL: 03-6408-2791 MAIL: ir@aainc.co.jp