

## SNS Marketing Case Study

導入サービス: monipla

## Vol.3

キンレイがロイヤリティの高いファン  
の「類似ユーザー」にFacebook広告  
を配信、通販サイトの購入率が2倍に  
アンケートでファンごとの属性や商品推奨意向  
を可視化、ターゲティング精度の向上に繋げる



会社名	株式会社キンレイ
事業	冷凍食品の製造・販売
プロモーション対象商品	「お水がいないラーメン」シリーズ
キャンペーンサイトURL	<a href="https://monipla.com/kinrei">https://monipla.com/kinrei</a>

## ■ 導入経緯

冷凍麺を製造・販売する株式会社キンレイではこれまで、主に新聞やテレビなどのマスメディアを通じて「鍋焼うどん」をはじめとする商品の魅力・特性を生活者に発信し、商品認知や売り上げを拡大してきました。しかし近年、スマートフォンやSNSの普及によって生活者のライフスタイルが大きく変化したことから、従来型のプロモーションだけでは商品の魅力を伝えきれていないという課題を抱えていました。

そこで2014年より公式Facebookページを開設し、生活者との新たなコミュニケーション施策を開始。商品の正しい情報を直接的に発信する中で、生活者との双方向な「対話」の取り組みに大きな手ごたえを感じるようになりました。

そんな中、これらの「対話」で集まった生活者の属性・嗜好や消費動向のデータをより効果的にマーケティングに活用したいとの考えから、SNSユーザーとの「コミュニケーション」と、興味関心などの「データ収集」を一気通貫で行えるプラットフォームとして、アライドアーキテツが提供するSNS連携型のマーケティングプラットフォーム「モニプラ」を導入。Web上に「キンレイ公式ファンサイト」(<https://monipla.com/kinrei>)を開設し、データ活用の取り組みを開始しました。

## ■ 課題と成果

## これまで感じていた課題

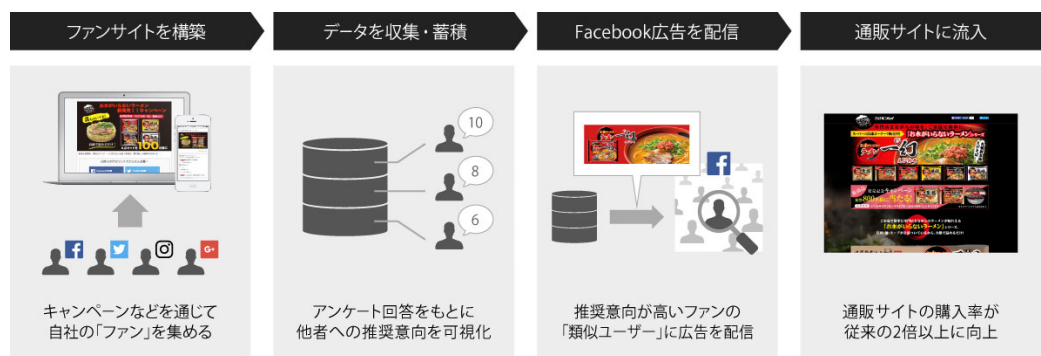
- ・ 従来型のプロモーションではリーチしきれなかった若年層にも商品の魅力を発信し、ファン層を拡大したい
- ・ 生活者との「対話」によって生まれた属性情報や興味関心の度合いをデータ化し、マーケティングに活用できる形で蓄積したい
- ・ 蓄積したデータベースを活用し、商品の認知拡大や販売促進に繋げたい

## 導入後の成果・結果

- ・ 公式ファンサイト開始から約1年半で13万人超の自社ファンを獲得。約半数が30代以下となり、若年層ファンの獲得に成功
- ・ 商品の「購入経路」や「購入時期・頻度」、「他者推奨意向」をアンケートで調査しファンひとりひとりの消費意向を可視化
- ・ 商品に対する推奨意向を計測しFacebookの「類似拡張」機能と掛け合わせて広告を配信、通販サイトの購入率が2倍に上昇

## 具体的な施策内容

2015年にオープンした「お水がいらないラーメン」シリーズの通販サイトにおいて、ファンごとの商品推奨意向をNPS®（Net Promoter Score、「他者に商品を薦めたいかどうか」を11段階で表した顧客ロイヤリティの指標）としてアンケートで取得。FacebookのLook-A-Like（類似拡張）機能を掛け合わせ、商品への「推奨意向」が高いファンに“似た属性・嗜好”を持つユーザーをFacebook上から抽出して広告を配信したところ、従来のターゲティングと比較してクリック率が2.1倍、購入率が2.6倍に上昇しました。



\* NPS®はベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックスシステムの登録商標です。

## ご担当者様のコメント

株式会社キンレイ 商品部 福田 暢雄 様

### SNSユーザーとの「対話」をデータ化してマーケティングに活用

1970年代よりキンレイが製造・販売する「鍋焼うどん」は、これまで多くのお客様にご愛顧いただき、冷凍鍋焼うどんでNo.1の売り上げを獲得しています。しかしその一方で、マーケティングを商品力に頼ってきたという反省もあり、デジタル施策の取り組みが急務であると感じていました。

モニブラでは、消費者との「対話」の結果を“掛け捨て”にせず、データとして蓄積していくことができるため、当社が目指すデータベース・マーケティングが効率的に実現できると考えたことから、導入を決めました。



### Facebookの類似拡張機能と掛け合わせて広告効率を向上

「お水がいらないラーメン」通販サイトでは、モニブラに蓄積した自社ファンの属性や顧客ロイヤリティのデータをFacebook広告に活用することで、広告のクリック率や商品購入率を大きく拡大することができました。大規模な広告費を投下しなくても、データの活用によって効率的な購買促進が実現できたことに満足しています。

当社では引き続きファンの皆様との「対話」によってデータの充実化を進め、より効果的なプロモーション施策を展開していく予定です。

### 1日で1,000人以上のアンケート回答を集められるファンサイト

これまでマーケティングの一環として、予算をかけて定期的に消費者アンケート調査を行っていましたが、しかし、モニブラで公式ファンサイトを展開するようになってからは、商品に関するちょっとした質問をファンの皆様にメールするだけで、たった1日で1,000人以上の回答を集められるようになりました。これらの調査データは現在、営業部門や商品企画部門など様々なセクションで活用され、社内でもファンの存在感や重要性が日々増しつつあるように感じます。今後も「商品を作って終わり」ではなく「商品を作り、共感してもらい、また次の商品開発につなげる」までを包括的に手がけるため、ファンサイトで収集・蓄積したデータの活用に取り組んでいきたいと考えています。

モニブラの導入をご検討の方はお気軽にお問い合わせください

アライドアーキテツ株式会社 TEL : 03-6408-2790

お問い合わせフォーム : <https://www.aainc.co.jp/contact/pr/>

<報道関連・ご取材に関するお問い合わせはこちら>

アライドアーキテツ株式会社 社長室 広報チーム

TEL : 03-6408-2791 メール : [press@aainc.co.jp](mailto:press@aainc.co.jp)