

報道関係各位

2021年7月15日

アライドアーキテツ株式会社

## 洋服の青山が echoes を活用し主力商品「NON IRONMAX」の Twitter キャンペーンを実施、130%の売上増加を実現 NON IRONMAX の認知・理解が大幅に促進、商品の購買意欲向上にも貢献

SaaSとデジタル人材で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、青山商事株式会社(広島県福山市、代表取締役社長:青山理、以下青山商事)に対し、当社の“生活者を味方にする” Twitterプロモーション統合管理ツール「[echoes](#)」を活用し、洋服の青山の人気商品である「NON IRONMAX」のTwitterキャンペーンの支援を行いました。本キャンペーンにより、NON IRONMAXの認知・理解が大幅に促進、商品の購買意欲向上にも貢献したことにより、130%の売上増加を実現しました(※1)。

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

※1 対象品番の各月24日単日での利益前週比の平均値



### ■施策実施背景

青山商事では、グループの中核事業であるビジネスウェア事業の活性化を目指し、スーツ以外のアイテムにもスポットライトを当て、ビジネスシャツ「NON IRONMAX」を更なるヒット商品に育てるべく、毎月24日を「NON IRONMAXの日」と定めて販売促進を図っています。



そこで2020年より、NON IRONMAXのデジタル販促活動を強化するためにTwitterを活用したキャンペーン施策を開始。既に「洋服の青山」公式Twitterアカウントをフォローするファンに対してコミュニケーションが図れること、マスに匹敵する拡散性を持つTwitterの強みと、店舗と連動した取り組みができること、認知・購買などの成果が可視化できるechoesの強みを掛け合わせ、同年10月より、NON IRONMAXの認知拡大・来店・EC売上に貢献させることを目的に、キャンペーンを実施しています。

## ■NON IRONMAXの認知拡大・来店促進・ECの売上向上を目指した3つのキャンペーンとは

Twitterプロモーション統合管理ツール「echoes」を活用し、毎月24日の「NON IRONMAXの日」にあわせて、目的別に企画されたRTキャンペーン、ハッシュタグオートリプライキャンペーン、クチコミ投稿キャンペーンと3つの構成でキャンペーンを実施しました。具体的なキャンペーン内容は以下の通りです。

### ① NON IRONMAXの認知拡大を目的としたキャンペーン(フォロー&RTキャンペーン)

これまで洋服の青山に来店したことがない新規顧客層にも情報をリーチさせることで、商品・ブランドの認知拡大だけでなく、新しいユーザーとの接点(コミュニケーション機会)創出を狙ったキャンペーン。洋服の青山公式アカウントをフォロー&RTをするとその場でリプライが送られ、当選者はNON IRONMAXの無料引き換えクーポンがもらえるという流れ。



### ② NON IRONMAXの理解促進を目的としたキャンペーン(フォロー&ハッシュタグキャンペーン)

①のキャンペーンでは伝えきれない商品特長をキャンペーンへの参加を通して商品理解を促進させると同時に、ターゲットユーザーによるツイート投稿を多数生成することを狙ったキャンペーン。クイズに答えるとNON IRONMAX製品が当たるTwitterハッシュタグキャンペーンを実施し、「1年間でシャツのアイロン掛けにかかる時間は？」といった商品理解につなげる質問を投げかけ、指定ハッシュタグ付きのツイートで回答を募集。その場で抽選結果のリプライが送られ、当選者はNON IRONMAXの無料引き換えクーポンがもらえるという流れ。



### ③ NON IRONMAXのUGCの生成を目的としたキャンペーン(フォロー&クチコミ投稿キャンペーン)

消費者がSNSでクチコミ及び情報検索を行うことが当たり前になる中で、キャンペーンを通じて商品を体験したことがある人からUGCの生成を促進させるキャンペーン。さらに、そのUGCを見た生活者(非購入者)の商品理解を促進し、購入意欲を向上させることを狙う。①②のキャンペーンの当選者に対して、Wチャンス形式で写真投稿を促すキャンペーンを実施し、フォロー&指定のハッシュタグをつけてNON IRONMAXの写真付きクチコミをツイートすると、当選者には「洋服の青山オンラインストア」で利用できるデジタルギフトコード30,000円分がプレゼントされるという流れ。



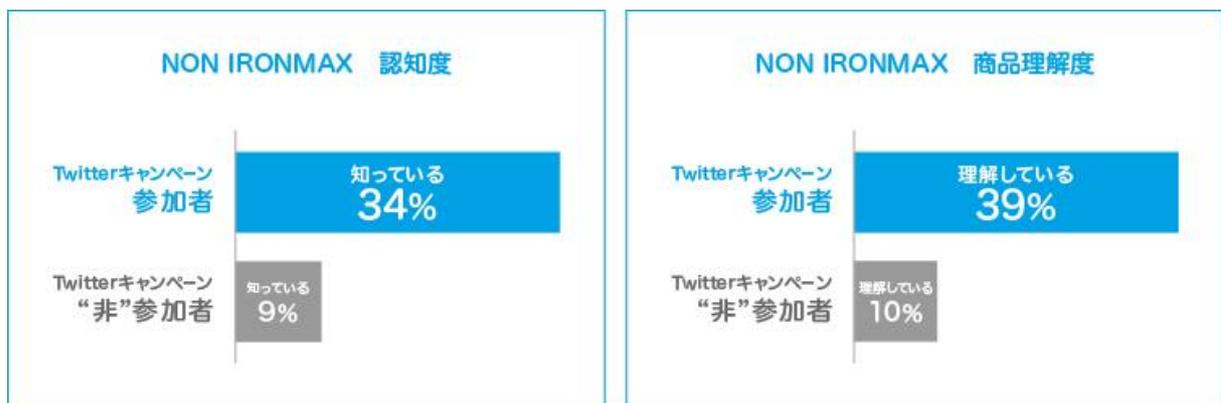
### ■Twitterキャンペーンの実績

Twitterキャンペーンを実施した「NON IRONMAXの日」を含む週と、その前週の売上を比較すると、平均約130%の売上増加を実現しました。また、日別では、キャンペーン実施によって売上枚数が平均約2倍以上という成果が出ており、店頭・ECでの対象商品の販売に貢献をしていることが明らかとなりました。

さらに、キャンペーンに合わせてブランドリフト調査を行ったところ、

- ・「NON IRONMAX認知度」は、Twitterキャンペーン参加者が非参加者と比べ25ポイント高い
- ・「NON IRONMAX商品理解度」は、Twitterキャンペーン参加者が非参加者と比べ29ポイント高い

という結果になり、キャンペーンによってブランド認知・理解が促進され、商品の購買意欲向上にも貢献していることが明らかになりました。Twitterキャンペーンを通じた「ブランド認知・理解施策」として、非常に効果的であることが実証されました。



echoesでは今後も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。

#### <アライドアーキテクト株式会社 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

#### <アライドアーキテクト・グループとは>

アライドアーキテクト・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(※2)などによって企業のマーケティングDX(※3)を支援しています。

※2 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・ディレクター等)を指します。

※3 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。

\* 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】

アライドアーキテクト株式会社 広報室 担当:澤田  
TEL:03-6408-2791 MAIL:[press@aainc.co.jp](mailto:press@aainc.co.jp)