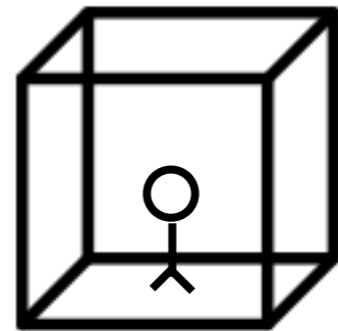


あなたに合った
地域情報
収集マガジン



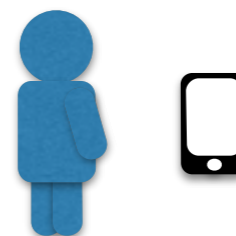
All Around

地域課題

手頃なサイズな街なのに、情報はうまく届いているだろうか？
紙はもちろん必要な媒体ですが
人々の暮らしに合わせた伝達手段が必要ではないだろうか？



新聞を取らない世代（スマホを使っている世代）への アプローチ方法を提供



例えると「位置連動型スマートニュース」



All Around





市場側の悩み

既存媒体ではリーチできない、効率が悪い

①地元スーパー担当者



折込広告を入れているが、新聞を読まない層にリーチできない・・・

②地元イベント開催者



・ 0からの集客は大変
・ 個人情報を持ちたくない

③市政だより発行担当者



・ 市政だよりを発行するもあまり読まれていない
・ 配布効率が悪い

④新聞販売営業店

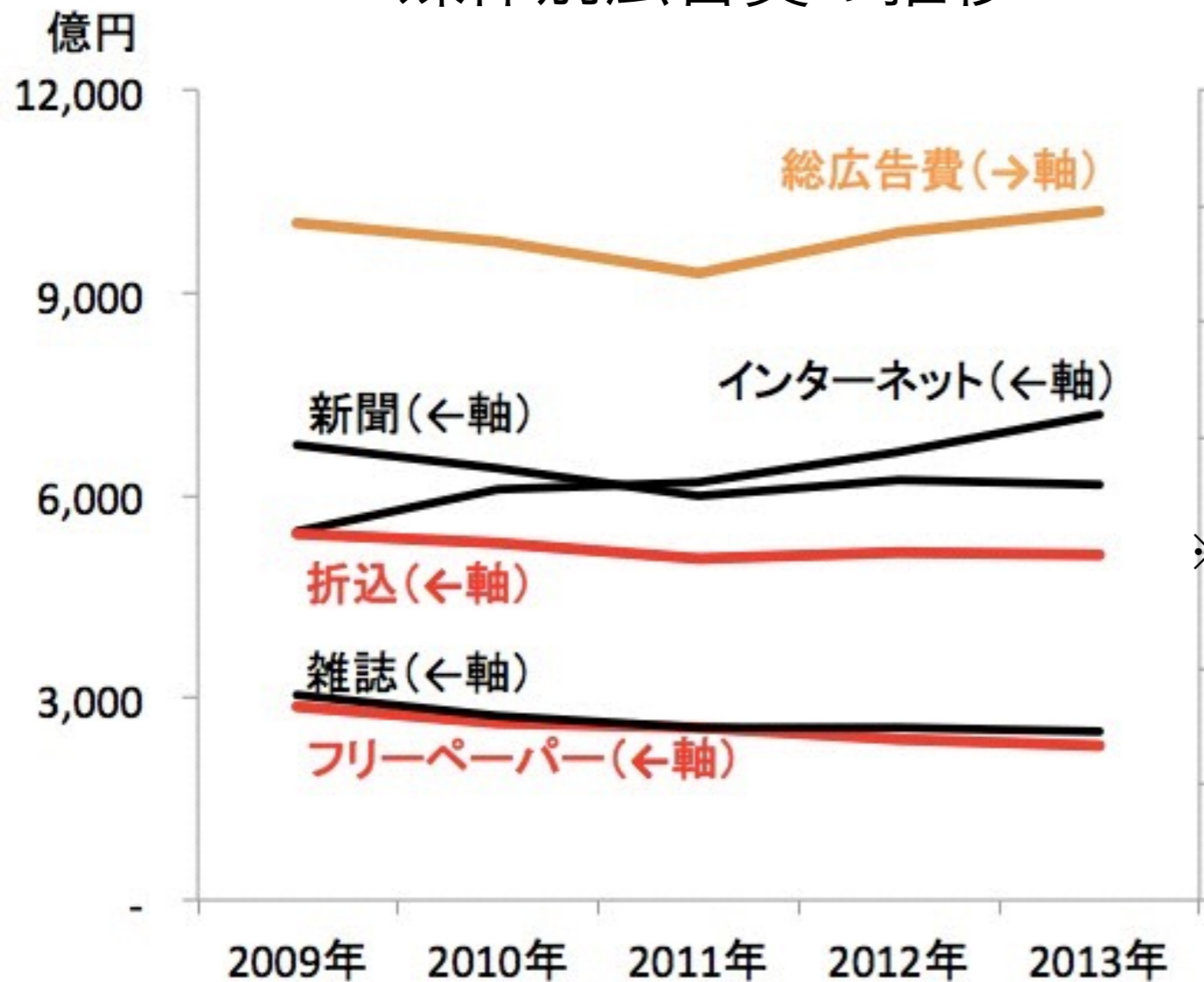
・ 折込広告以外の媒体があれば使いたい



広告市場の変化

- ・ 各種媒体は減少傾向にあるもののインターネットのみ成長
地域にある折込とフリーペーパーだけで約8000億円市場

媒体別広告費の推移



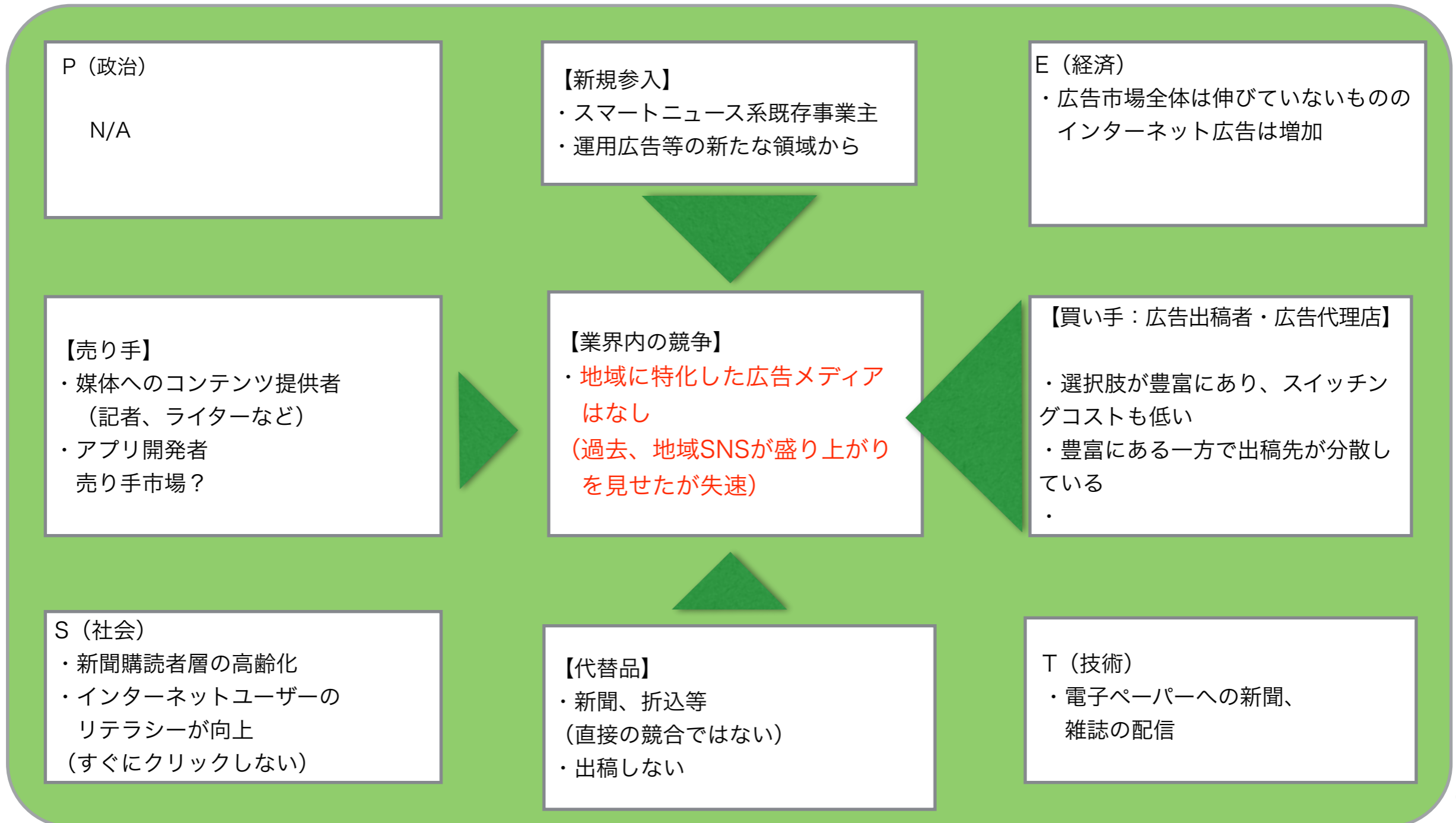
※地域単位で見ると市場規模が小さい
 →地域単位での「プラットフォーム」
 を作ってしまえば、他地域へ横展開可能
 (例、GPSで現地域を特定し情報を表示させる)
 →つまり、全国規模の市場が存在

出典：電通「日本の広告費」



地域のインターネット広告業界市場

新聞・折込等の既存媒体の市場規模はまだまだ大きく、
既存媒体を補完する新しい媒体が求められている。





地域SNSの失敗事例と改善

地域でのインターネットメディアの利用が何故普及していないか？
地域SNSの失敗を教訓に**解決案**を検討した

地域SNSとは？河北新報のふらっとなど市民が参加できる情報発信基盤。
インターネットを活用した地域情報の循環をねらったサービスが2008年頃に流行した。
※地域版mixiのような仕組みを各地域で構築した。



失敗の原因

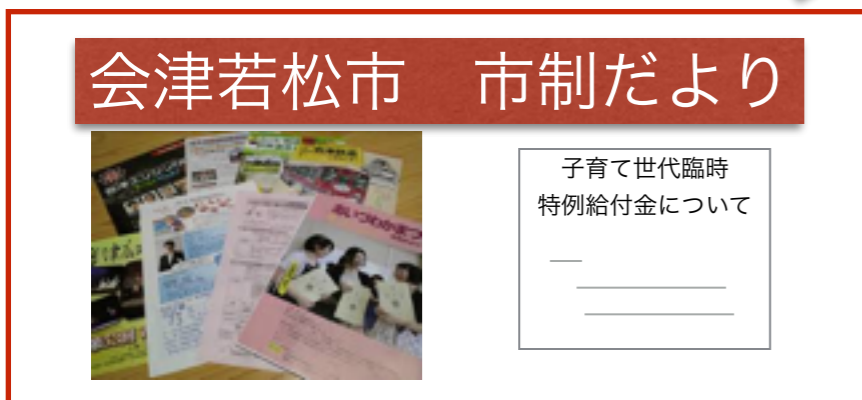
- コンテンツが少ない
- 自分に合った情報がない
- 情報を取りに行くのが面倒
- システムを各地域で作った為に運用コストが高い

解決案

- mixiのような情報の集め方せず、グノシー形式
- ビッグデータ解析、キュレーション技術の向上
- Push式情報配信が必要
- 全国共通サービスを提供
- アルゴリズムが全国で使える

利用イメージ：TOP画面

データ解析により
個人にあった情報を提供



地方紙

利用イメージ：記事画面

バズを生むソーシャルメディア連携ボタンと
クックパッドのような記事クリップ機能



ソーシャルメディア連携
Facebook、Twitter、mixi、LINE

記事のクリップ機能
お役立ち情報だからこそクリップしたい

利用イメージ：Push式のチラシ配信



メッセージ例



All Around

【売切御免】リオンドールです
お弁当の値下げがはじまりました

スーパーに近づくと
プッシュ通信でチラシを配信
(店に入ったかどうか?のログも取得可能)

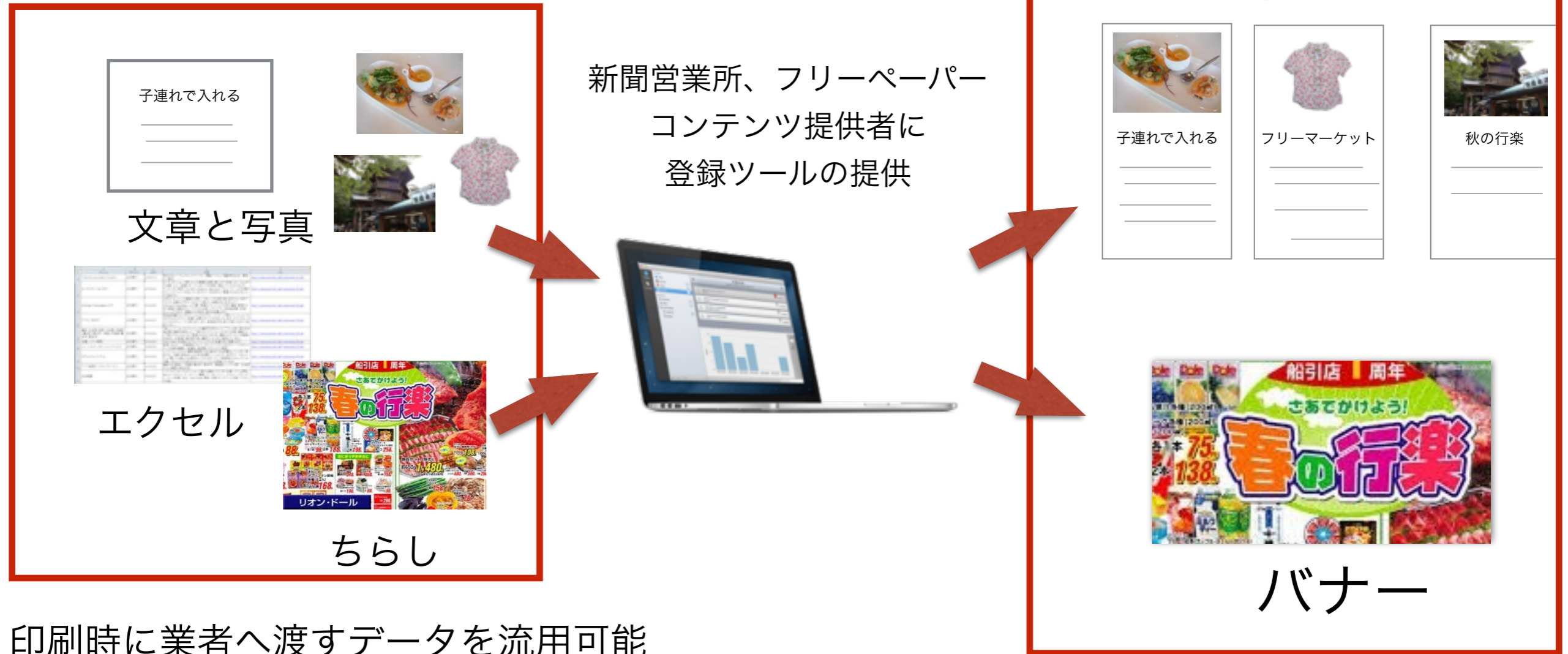


Beacon



利用イメージ：情報提供側

登録ツールで記事へと自動変換

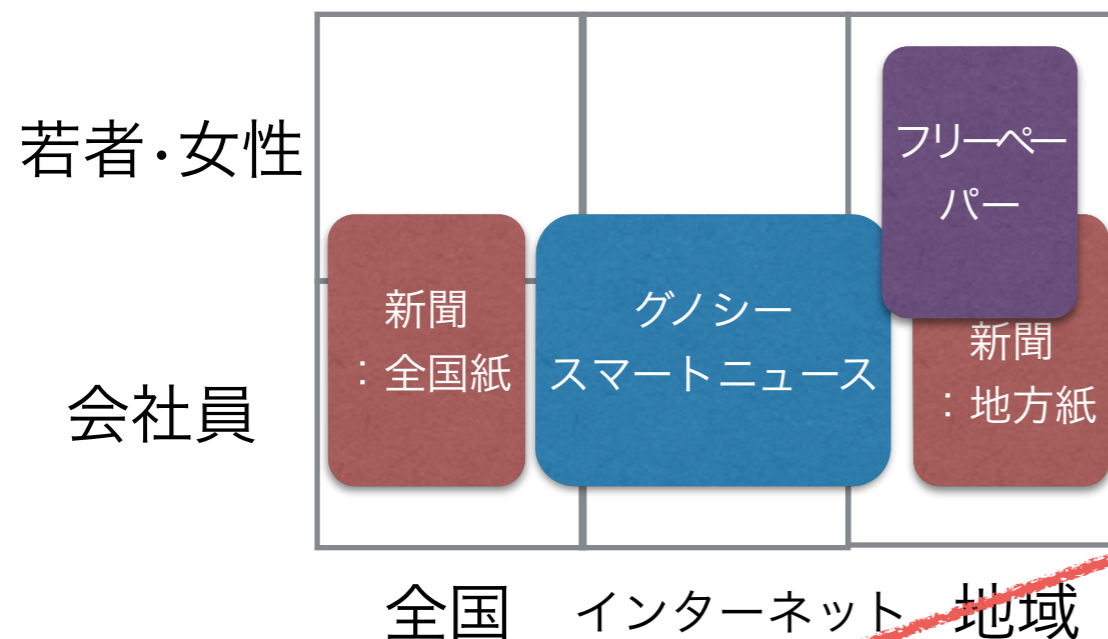


印刷時に業者へ渡すデータを流用可能

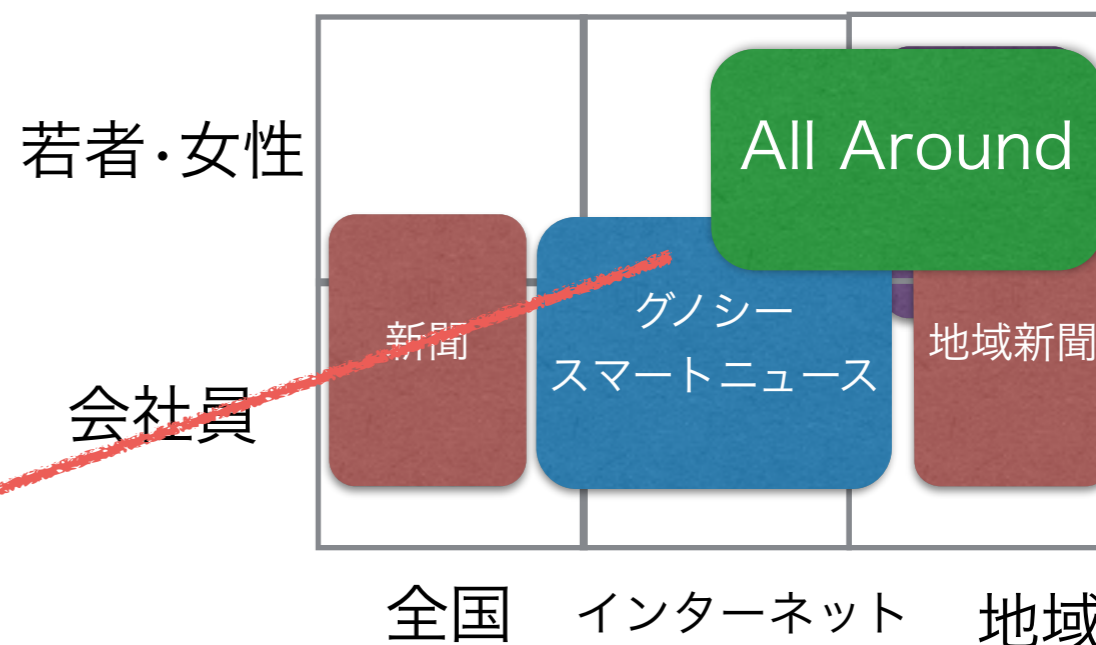
スマートフォンに適切なサイズへ変換
変換後に修正も可能

対象セグメントおよびターゲティング

■セグメンテーション



■ターゲティング



■ポジショニング

- ・ 会社員の情報収集用ではなくて、具体的なアクションに繋がる情報を欲しがる若者や女性に対して、GPS情報やビーコンで取得した位置情報より地域の情報を提供
- ・ また、情報受信者がいつでも発信者になれるツールを用意することでコンテンツのエコシステムを構築する

■プロダクト：あなたにあった地域情報収集マガジン

■プライス：新聞販売店が媒体として売れる価格

新聞販売店がちらしより利益がでる価格

■プレイス：チャンネル：地域で競争をしている新聞販売店

■プロモーション

- ・ 対ユーザー：口コミ、グノシー等のライバルとしてブランディング

- ・ 対新聞販売店：地道な営業活動の後、外部ネットワーク効果を効かせる



ペルソナA：会津大生

遊びにいきたいのに行けない。街の情報が届いていない
いつまでも旅行者のような存在を街の住人へ



【立川隆介】

- ・ 20歳の大学二年生
- ・ 外食はもっぱら、吉野家、マクドナルド（本当は家庭的なバランスが良い食事が必要）。
- ・ 外出はゲームセンターぐらい（理由は、どこに何があるかわからないから）。
- ・ 地元に行ったときは、祭に行ったりしてそれなりに地元の行事を楽しみにしていた。
- ・ コミュニケーションが比較的に苦手。twitterとかLINEで友達とやり取りするのが主。

ニュース情報

- ・ グノシーやスマートニュースのようなWeb上のニュース配信（特にネット系情報）

地域の情報

- ・ 地元で開催されるイベント情報（映画、演劇、博物館、祭り等）
- ・ 地元の美味しい定食屋、お酒、（日替わりメニューの学生定食を提供）

大学の情報

- ・ 休講情報、レポートの課題情報、ゼミの予定

ペルソナB：若松在住の主婦

とにかく忙しいので情報を取りに行けない
でも、子どもに関する情報は見逃したくない



【福原優子】

- ・ 32歳1児の母
- ・ 会社員（共働き）
- ・ 手のかかる子どもを抱えて自分の時間がない。情報を取りに行く暇もない
- ・ 街へ買い物に出かけることが多いが、おむつを替える場所や子連れで入れる飲食店（座敷があるかどうか？等）を探すのに苦労している

ニュース情報

- ・ Yahoo!ニュース配信
(特に芸能情報、子供の事件事故：抱っこひも事故)

地域の情報

- ・ お出かけ情報
(子供と行けるイベント、お祭り等)
- ・ 地元の美味しい飲食屋
(子連れで入れる：個室がある、子供メニュー有り)
- ・ 地元のスーパーからの情報
(特売情報、食材を使ったレシピ等)

子育て情報

- ・ 子どもが所属する幼稚園の情報
行事予定、不審者情報、連絡網で流れている情報
- ・ 口コミ情報（評判のいい医者）
- ・ 休日当番医、予防接種等の情報
その日、自分の家から近い当番医はどこか？
自分の子供はどの予防接種を受けられるのか？

【参考】 業界×ミクロレベル

スマートニュース、グノシーが地域に展開してきたときに
どう競争優位性を担保するか？

販売チャネルの確保

➡販売チャネルとして地元の新聞販売店と連携

コンテンツ提供者の確保

- ➡地方紙、FP、地域コンテンツを持つ個人をフォローする仕組み
- ・コンテンツを簡単にアップできるツールを準備
 - ・コンテンツの提供をモチベートする仕組みを準備

技術、データの蓄積による優位性

- ➡GPSを元にした独自アルゴリズムと
ログデータの蓄積による高い情報精度

【参考】 情報提供側の1つである地方紙の将来予測

47都道府県の70%での地域で、地方紙のシェア > 40%

↓しかし

購読者層は、主に50代以上（約7割が購読）

20代から30代では、約3割しか購読していない

年代別の新聞購読頻度

