

JCB プレモカード・JCB プレモデジタル



活用事例



JCB プレモカード × オリジナルデザイン



坂本勇人選手限定カードで顧客満足度がアップ
読売新聞東京本社が「JCBプレモカード」を使い続ける理由



DIGITAL
JCB PREMO

JCB プレモデジタル × SNS



「デジタルギフト」を活用して、キャンペーン応募者数が増加！
アサヒ飲料の事例から見るデジタルギフトの需要





読売新聞東京本社
事業局野球事業部
綿貫 直斗

株式会社ジェーシービー
商品サービス推進部
ギフト推進グループ 松野下 卓

坂本勇人選手限定カードで顧客満足度がアップ

読売新聞東京本社が「JCBプレモカード」を使い続ける理由とは？

自社の商品やサービスと顧客をどのように繋いでいくかは、企業にとっての大きな課題。その解決策のひとつとして、商品券を用いた施策がある。今回は、「JCBプレモカード」の限定デザインを採用した事例として、読売新聞東京本社のケースをご紹介します。採用の背景や実際の反響など、担当した事業局野球事業部の綿貫直斗氏に話を聞いた。

ファンと喜びを分かち合うオリジナルデザインの”記念品”として採用

綿貫氏が制作に携わった限定プレモカードは、
どのような背景で作成されたのでしょうか？

2020年シーズンの終盤に、読売ジャイアンツの坂本勇人選手が通算2,000本安打という偉業を達成しました。その記念カードとして、坂本選手の写真を使ったプレモカードの作成に至りました。

限定アイテムを制作するにあたり、色々なものを検討された
かと思えます。プレモカードを採用した決め手は何でしょうか？

読売新聞東京本社と東京ドーム、読売巨人軍の三社でDXプロジェクト

というものを行っていて、その取り組みの一つに「キャッシュレスの推進」があります。

当時から球場内のキャッシュレス化を進めたいという狙いから、プレモカードを採用しました。

また、プレモカードはプレゼントとしても最適です。そして、繰り返し使われる商品性もとても魅力的でした。カードとしてデザインの自由度が高かったことも大きな理由ですね。

「プロ野球史上2番目の若さで記録を達成した坂本選手の偉業をファンの方と分かち合いたい」というプロジェクトの想いを体現してくれるアイテムだと思えます。

幅広い世代がずっと使えるカードで、キャッシュレス化を後押し

プレモカードを採用して、どのようなところが
良かったと感じましたか？

ジャイアンツは、お年寄りから子どもまで非常に幅広いファンがいる球団です。プレモカードは幼い子どもでも持てるキャッシュレスのカードで、そこが非常に良いと感じました。使い切りのプリペイドカードではなく、ずっと繰り返し使っていけるカードというのが大きな利点だと思います。

販売してからの反響はいかがでしたか？

受付期間を決めての受注生産でしたが、想定を超える枚数をご購入いただきました。

限定カードという商品の性質を考えても非常に良い結果でした。デザインもすごく好評で、SNSなどの反応も良かったです。

スピード感重視の制作にも対応「今後も実施し続けたい」

限定プレモカードの作成には、
どれくらいの期間がかかりましたか？

2,000本安打を達成してから時間が経ってはいけなないので、かなり急ピッチで制作しました。期間は1ヵ月ほどで発売に至ったと思います。サンプルから非常にクオリティが高く、最後まで安心してお任せできました。

今後もプレモカードを使った取り組みを
していきたいと考えていますか？

ぜひ検討していきたいです。今後達成する節目の記録などで限定券面プレモカードを販売できればと思います。デザイン違いで使うのも良いですし、お子さま用として親御さんも購入しやすい商品なので、球場のキャッシュレス構想に貢献していただければと思います。



アサヒ飲料株式会社
マーケティング本部宣伝部
メディアグループ
松丸 りか (写真左)

アサヒ飲料株式会社
マーケティング本部宣伝部
メディアグループ
松田 萌花 (写真右)

「デジタルギフト」を活用して、キャンペーン応募者数が増加！

アサヒ飲料の事例から見るデジタルギフトの需要

自社の商品やサービスをアピールするために、近年ではSNSなどを活用したキャンペーン事例が増えており、その景品として「デジタルギフト」が注目を集めている。そこで今回はアサヒ飲料の2つのSNSキャンペーンで採用された「JCBプレモデジタル」の事例を紹介。採用した経緯や反響などを、担当したアサヒ飲料宣伝部の松丸りか氏と松田萌花氏に聞いた。

新デジタルギフトで新たなキャンペーン参加者を獲得

「JCBプレモデジタル」は、どのような背景で
採用に至ったのでしょうか？

松丸：今回実施したキャンペーンの目的は、アサヒ飲料の公式LINEの友だち、つまりユーザーがどういった人たちなのか「属性データを取得する」ことでした。データを取得するために年に数回プレゼントキャンペーンを行っていて、その参加率を上げるためのインセンティブとして採用しました。友だち登録し、アンケートに回答した方が応募できるというキャンペーンです。

松田：「カルピス“水玉通信”」では、キャンペーンのインセンティブとして採用しています。毎年「カルピス」の誕生日である7月7日の七夕の日には、店頭を七夕仕様に工夫し展開をしています。これを「SNS上でも話題化させたい」「より多くの人に七夕が『カルピス』の誕生日であることを広げていきたい」という思いがありました。そこで、より多くの方に知ってもらうために、これまで提供してきた景品以外でも何かないかと探していた時に、「JCBプレモデジタル」のことを知り採用しました。

JCBプレモデジタルを採用した理由を教えてください。

松丸：キャンペーンの内容によってアンケートに答えてくれる方も変わりますが、景品が同じだと偏ってしまっ。これまでは同じ方からしか反応がなかったんですね。

なにか新しいものがないかと探していたタイミングで「JCBプレモデジタル」を知り、「今までと違う層からアンケートの回答が集まるのでは」と採用を決めました。また「JCBブランド」という安心感も採用の決め手の一つでした。

松田：『「カルピス」の誕生日』を訴求するキャンペーンでは、毎年新しい情報をお届けしたいという思いがありました。基本的には皆さまに「カルピス」を飲んでいただきたいので、希釈の「カルピス」や今年30周年を迎えた「カルピスウォーター」などが景品になっています。ですが、「より多くの方に参加して頂き、その分インセンティブも多くの人にお届けしたい」という思いもあったため、それらが実現できそうな「JCBプレモデジタル」に魅力を感じ採用を決めました。

利用シーンが多くユーザーが幅広いため、今までにない層にも宣伝効果が高い

採用してみて、応募者の反応はいかがでしたか？

松丸：属性データ数も増やせましたし、新規の取り込みができました。今回は、開封した方のほとんどがキャンペーンに参加してくれて、応募数約62万件、アンケート回答数約48万件と非常に多くの方にご参加いただきました。

松田：「カルピス“水玉通信”」のTwitterキャンペーンも、「新しいユーザーに知ってもらいたい」という目標を実現できました。

デジタルギフトは配送コストが抑えられる分、当選人数を多く設定できます。そのためキャンペーン規模を大きく見せられたところも非常に良かったです。今年実施したキャンペーンのなかで、最も多い応募者数で、当選DMを受けた反応もTwitterで多く見られました。キャンペーン期間中にアカウントのフォロワー数も大幅に増えました。

ユーザーも好反応、「今後もぜひ、JCBプレモデジタルをギフトに」

「JCBプレモデジタル」を、今後も使っていききたいですか？

松丸：デジタルギフトの反応が良いことは分かっていますし、「JCBプレモデジタル」はLINE STOREでも使えます。親和性も高いと思うので、今後もぜひ採用を検討していきたいです。

松田：Twitterでも、今後も前向きに検討していきたいです。キャンペーンの目

的に応じて景品は選んでいきますが、より多くの方を対象にした、大規模なキャンペーンを実施するのであれば、「JCBプレモデジタル」は非常に魅力的だと考えています。

JCB プレモカード



「JCBプレモカード」は、チャージして繰り返し利用ができ、オリジナルデザインで発行が可能なJCBの新しいギフトカードです。

オリジナルデザインでカード発行が可能

デザインは法人様にて作成できます。

店舗でもWEBでも利用可能

全国70万店以上のJCB PREMO加盟店で利用できます。汎用性が高くどなたにも喜んでいただけるギフトです。

チャージすることで繰り返し使える

贈答したカードを継続して利用可能です。

利用者情報の取得なし

年齢を問わず誰でも安心して使えるので、幅広い層にアプローチできます。

JCB プレモデジタル



「JCBプレモデジタル」は、JCB PREMO加盟店のオンラインショッピング・ウェブサイトで見られるデジタルギフトです。

カードレス発行(URL発行)

カードレスギフトのため、メールやSNSでの送付が可能。配送コストの負担が軽減できます。

柔軟な金額設定

ご希望の金額設定(100円単位で設定が可能)で発行できます。

最短翌営業日に納品

最短でEメールご発注の翌営業日に納品可能です。(CSVファイル納品)

JCBプレモカードへのバリュー移行が可能

バリュー残高をプレモカードに移行することで、コンビニや百貨店など全国70万店以上のお店でも利用できます。

お問い合わせ

法人様向けプレモについて詳しくはこちらをご覧ください。



プレモカードについて

プレモを発注したい、相談したいなどありましたらこちらにご連絡ください。

