



アディダスの戦略

- どうすれば継続的かつ効果的にコンテンツ (CM/映像素材) を配信できるか
- 365日360度のタッチポイントをいかに創出するか
- ソーシャル・コミュニケーションと連動し、いかにして情報拡散を図るか



提供するソリューション

- 義援金から電子マネー、ギフト券などへ交換可能なポイント付与が動機づけとなり、ユーザーは積極的にCMを閲覧・評価する
- 生活者にとってもっとも身近なメディアであるスマートフォンにてCMを配信。特に映像コンテンツとの親和性の高い若年層、流行やビジネス動向に敏感な層に対するリーチが可能
- CM評価後に、企業のフェイスブックページと連動した情報の拡散および流入が可能であり、ユーザーとのより深いコミュニケーションを図ることができる

メディアを活用したコミュニケーションに力を入れてきたので、そのフォロワーやファンの数は合わせると数十万に達します。当社の場合、スポーツの躍動感や共感表現と動画の親和性が高く、商品販促だけでなく、ブランドムービーや当社がサポートしているサッカー日本代表、読売ジャイアンツなど、多くのコンテンツで動画素材を積極的に活用しています。動画の利点は、単体で完成されたものであり、それだけでユーザーにブランド体験を促せるものですが、ソーシャルメディア上では1回投稿したら終わり。接点を増やすために繰り返し投稿をすることはできません。ソーシャルメディア以外に、ネット上で当社の動画を見てもらえる場を作っていく。ここではタッチポイントを増やすことが重要になります。多岐に渡る動画を配信し続けることができるEQ neoは、効果的に露出できる場と考え採用を決めました。

——実際にEQ neoで配信した動画の反響はいかがですか？

津毛 非常に興味深いものがあります。というの、今年の春に公開した動画が時間を置いて今、話題にな

るなど、想定していなかった結果が出て始めていますね。これまでも再生回数などの評価指数はありましたが、動画自体に対する反響はなかなか可視化できませんでした。EQ neoは、動画の反響を相対的に比較できるので、貴重なマーケティングデータになっています。

岡辺 CMのアンケート調査などは、CMの投下量にユーザー好感度が比例するところがありますが、EQ neoで配信するCMは、「EQS V I E W」(広告効果測定システム)を用いて単体での評価を見ることが出来ます。10月からはCMの評価後にフェイスブックと連動し、そこから拡散を行ったり、企業のフェイスブックページに流入できるようになり、EQ neoをきっかけに企業とユーザーのより深いコミュニケーションにつなげることが可能です。

——動画を配信するチャンネルが増え、従来のメディアとの組み合わせも増えつつありますね。

津毛 これまではCMや動画素材はうまく配信設計をしないと、タイミングロスやコンテンツ過多に陥りや

すい状況がありました。それが、継続的に配信でき、なおかつ動画をきっかけに情報拡散やフェイスブックやサイトへの流入もできるようになり、従来のソーシャルメディアと組み合わせることで、生活者との新しいトラフィックチャンネルとしてEQ neoの中でキャンペーンの導線を組み込んでいくこともできると思うので、期待しています。

岡辺 そのためには、EQ neoのユーザーをより増やしていく必要がありますが、当社には確実な集客源があります。昨年からは開始している携帯電話販売店舗ネットワーク「EQS REAL」で端末販売時にアプリ導入を勧め、確実に利用者を増やせます。さまざまな可能性を秘めているので、一緒に育てていければと思います。

津毛 EQ neoは、情報販促としてのマーケティングツールや共感共有を促すブランド構築ツールとしてだけではなく、ソーシャルとの連動により拡散という点でも期待ができるメディアだと考えています。



スマートフォンが生む新しい動画配信モデル 生活者との接点を身近に、そして強化する

〈対談〉アディダスジャパン×イクス「EQ neo」

1Tソリューションを提供するイクスが8月より提供するスマートフォン向けCM配信アプリ「EQ neo」が、リリースから約2カ月でユーザーが15万人を超えた。リリース時よりEQ neo上で映像素材を配信してきたアディダスジャパンは、ソーシャルメディアを始め、積極的にデジタルマーケティングに取り組んでいる先進企業。同社ではEQ neoを、新しいチャンネルと位置付け出稿を行っている。



アディダス ジャパンでデジタルマーケティングを統括する津毛一仁氏(スポーツパフォーマンス/スポーツスタイル事業本部シニアマネージャー)(写真左)、イクスで広告営業を統括する岡辺広宣氏(WEBマーケティング部営業統括責任者)(同右)。

——8月よりEQ neoにて、CMを配信していますね。

津毛 アディダスジャパン(以下アディダス)では、EQ neoでこれまで4種類のCMを配信しました。

岡辺 生活者の行動の多様化、PCのコンテンツの充実、加えてスマートフォン の普及により、メディアの視聴環境が変化してきています。そういった中で最も身近なデバイスであるスマートフォンはより重要なメディアになると考え、EQ neoを構想しました。EQ neoはスマートフォンでテレビCMなどの動画を閲覧できる新しいメディアです。

津毛 アディダスは、ツイッターやフェイスブックを始めとしたソーシャル

事例 アディダス ジャパンのEQ neoでのCM配信

基本操作 CMを視聴し、感想をクリックするとポイントが付与される。貯まったポイントは義援金から電子マネー、ギフト券などへ交換可能。

