

販促品で地域活性化

古谷商事 クーポン付きティッシュ

家庭用紙卸売の古谷商事(富士市伝法)はこのほど、クーポン付きボックスティッシュ「kamifuru(カミフル)」のテストマーケティングを開始した。

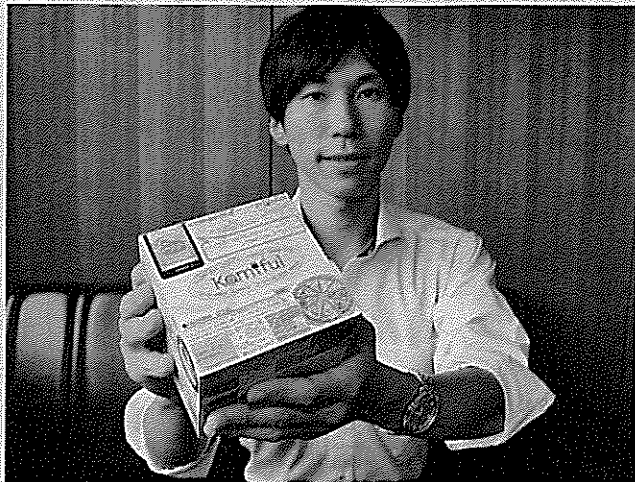
近年では企業の販促費は減少傾向にあるため、販促品としてのティッシュペーパーの需要も減少。家庭紙メーカーは打撃を受け、地域企業も集客に伸び悩

む悪循環となっている。カミフルはキューブ型のボックスティッシュの外面に店舗情報やクーポンなどを掲載し、広告料を製作費に充てることで低コスト化を

実現。ガソリンスタンドなどの販促品として利用してもらうことで、配布元は購入費を抑えられるとともに、掲載情報によって地域企業が活性化される仕組みを目指している。

そうした中、同社では2年ほど前から、顧客から「面白くて安い商品はないか」との要望を受け、経営企画室長の古谷昇勢さんがカミフルの構想を思いつ

テストマーケティングで配布したカミフル



いた。広告業は初めての取り組みのため、顧客や広告主となる地域企業の意見、料金設定などをリサーチした。今年2月、県が新たな取り組みで経営を向上させる計画に対して補助金を交付する「経営革新計画」に認定されたことを受けて準備を本格化させた。

一般的に直方体の箱よりも表面積が大きく、掲載場所による視認性の差が出ないキューブ型を採用し、デザインも自社で担当。1面3分割で最大14店舗の情報掲載できる構成と

して、6月に試作品を完成させた。今月6日からのテストマーケティングには5000個を用意し、市内8ガソリンスタンドの協力で配布を開始。直後から「給油中に情報を見ている人が多い」「もらった翌日に来店し、クーポンを利用した人がいる」などの反応があったという。

古谷さんは「生活に身近なボックスティッシュという製品で、地域密着型の新しい形式の広告を確立し、情報を発信できる商品として育てていきたい。紙業界や地元企業、お客様のそれぞれに良い形の商品になれば」と思いを語った。

問い合わせは同社(0521347)。