

ティッシュで魅力発信

古谷商事 外箱にグルメや特産



家庭用紙卸売の古谷商事(富士市伝法)はこのほど、同社のクーポン付きボックスティッシュ「富士山」の外面に地域の店

舗情報とクーポンを掲載。ガソリンスタンドなどの販促品として配布することで、特定エリアでの効率的な宣伝効果が期待されている。同社では昨年8月からテストマーケティングを行い、高いクーポン回収率が期待できることを確認。エステなどの女性向け情報、ラーメン店特集などを展開し、箱の構造やクーポンの掲載位置などを改良して利便性と視認性を向上させてきた。

新たに作成したのは、富士市のつけナポリタンと富士宮市の富士宮やきそばを特集した「ご当地グルメ」と、富士商工会議所が選定

する「富士ブランド」の計2種類。「ご当地グルメ」では、つけナポリタンと富士宮やきそばの解説や観光地の写真、提供店舗の紹介とクーポンを、「富士ブランド」ではスイーツ3商品と富士ブランドの説明を掲載。富士市の特産品である紙と一緒に、富士山周辺地域の魅力を広範囲に発信する狙いがある。限定的かつ効率的な広告効果を狙う従来とは異なる展開だが、事業を担当する古谷昇勢さんは「地域貢献への思いに加え、アナログな広告媒体での一つの面白い取り組みになるのでは」と期待する。

これまでに試作されたカミフルと古谷さん

3月下旬から富士宮市や観光案内所で

のキャンペーン、富士商工会議所の協力でのイベントで配布を開始。販促品としての効果を検証するだけでなく、地域の魅力を発信する一という側面からも効果を確かめていく。古谷さんは家庭用紙は生活必需品でありながら外国製品との価格競争も激しく、業界が厳しい状況にあることを説明。「紙が情報媒体としても必要とされる機能を生かし、付加価値を付けて産業の活性化にも貢献したい」と語る。その上で「カミフルがさまざまな広告の媒体となり、製造業、もたらした人の生活、掲載してくれた人の3者が満たされる存在になれば」とし、新たな挑戦へ意欲を示した。