

Joy to Read, Once Again!

～さあ、もう一度、新聞を楽しもう！～

慶應義塾大学商学部
 小野晃典ゼミナール 第13期
 小黒 祐貴
 井上 雄哉
 川村 澄明
 木田 有亮
 西森 康斗
 矢野 瑞喜

目次

1. はじめに
2. 現状分析
3. 戦略紹介
4. 概要説明
5. おわりに

はじめに

皆さま、少し想像してみてください。

はじめに

新聞を読まない理由

<新聞を読まない理由>

他の情報で十分だから	74.2%
新聞を取っていないから	33.1%
新聞は高いから	28.1%
新聞を読む習慣がないから	18.5%

実施期間：2015年10月18日～10月21日
 対象：便宜的に抽出された都内の大学生
 n=178

はじめに 現状分析

新聞を読む理由

新聞には、読むだけの価値がある！！

<新聞を読む理由>

新聞を読むのが習慣になっている	54.3%
新聞で世間の動きが大体わかる	47.2%
新聞は自分の好きな時に読める	41.6%
新聞は生活や仕事に役立つ情報が多い	32.6%

(複数回答、n=2528)
 (出所：新聞通信調査会,2013)

はじめに 現状分析

新聞を読む理由

しかし、

“新聞の価値”が伝わっていない！

新聞は自分の好きな時に読める	41.6%
新聞は生活や仕事に役立つ情報が多い	32.6%

(複数回答、n=2528)
 (出所：新聞通信調査会,2013)

はじめに 現状分析

戦略説明

PROJECT I

Yomiuri Cafe

PROJECT II

本紙連携型アプリ
“Yomie!”

PROJECT III

読んで貯めよう！
読売ポイント

はじめに 現状分析 戦略紹介

PROJECT I

Yomiuri Cafe

Yomiuri Cafe

カフェ出店の目的

ターゲットに対して直接アプローチし、
 新聞の価値を伝えること！

そのためには...

**ターゲットが利用しやすい場所に
 出店しなければいけない！**

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 9

Yomiuri Cafe

*Yomiuri Cafe*の概要

出店場所は...

大学の構内

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 10

Yomiuri Cafe

*Yomiuri Cafe*の概要

大学生

- 大学施設が充実してほしい...!
- 勉強スペースがほしい...!

大学

- 大学生に新聞を読んでもほしい...!
- できるだけお金をかけず施設を充実したい...!

読売新聞

- 読者生洋価が高い大学生に新聞の価値を伝えたい...!

3者の思惑が合致している！

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 11

Yomiuri Cafe

*Yomiuri Cafe*の3つの特徴

- 本紙連携型運営**
- 来店者特典**
- 購読者特典**

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 12

Yomiuri Cafe

①本紙連携型運営

1. 読売新聞本紙で取り上げた書籍や軽食を店内で提供する！

新聞 書籍 軽食

店内のタブレット端末から閲覧可能

2. トレーマットに当日のニュースと広告を載せた用紙を使用する！

<イメージ図>

実際に触れることで、読売新聞を知る機会を提供！

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 13

Yomiuri Cafe

②来店者特典

店内にグループ向けのミーティングスペースを設ける

購読者 (他紙購読者も可)

非購読者

購読者は、予約システム等で優先的に利用可能

利用可能だが、基本的に購読者の利用が優先される

非購読者の新聞購読を促進！

購読者に優越感を感じさせ、購読を促進！

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 14

Yomiuri Cafe

③本紙購読者特典

<非購読者をより本紙購読に結びつけるために...>

お試し購読登録者には、登録者特典を提供！

1週間、無料でお試し購読

その場でお試し購読の申し込み

コーヒー1杯無料サービス！

ミーティングスペースの期間限定優先予約！

カフェを利用して、新規購読者を獲得！

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 15

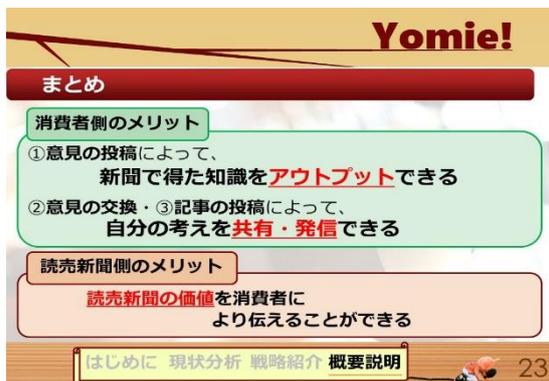
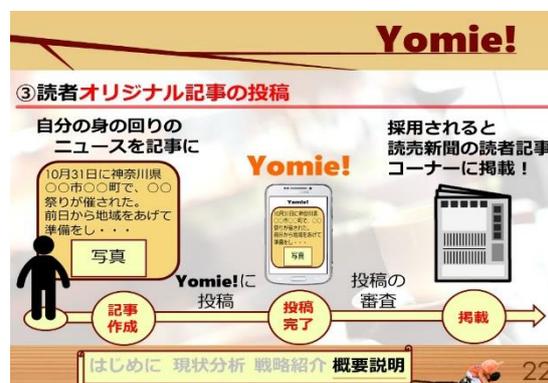
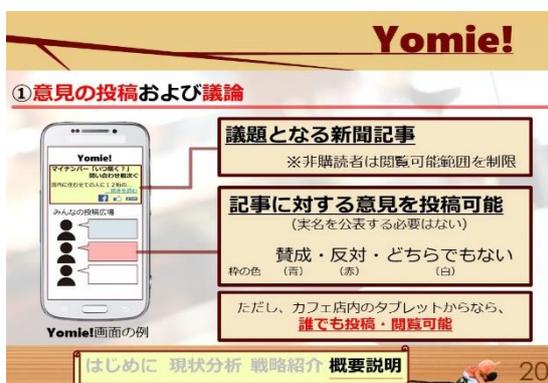
Yomiuri Cafe

まとめ

大学生のライフスタイルの中に浸透させ、
新聞の価値を知る機会を提供する！

購買者優先システムや、本紙お試し購読により、
非購読者に購読を促すことができる！

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 16



読売ポイント

読売ポイント実施の目的

読売新聞の価値を伝えられる “Yomiuri Cafe” と “Yomie!” の利用促進

さらに！！

読売ポイントを実施することによって、
消費者を囲い込むことができる！

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 25

読売ポイント

読売ポイントの概要

読売新聞独自のポイントシステム

3つの特徴

①
本社による
一括管理

②
多種多様な
獲得手段

③
豊富な
使い道

読売
ポイント

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 26

読売ポイント

① 本社による一括管理

現在実施されているポイント制度
地域限定のサービスで使い道も少ない

新しいポイント制度“読売ポイント”
全国規模で一括管理する

メリット **その1**
ポイントの信頼・魅力が上昇！

メリット **その2**
交渉力が上がり、景品の質を上げられる！

メリット **その3**
引越し後の情報の移行が簡単！

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 27

読売ポイント

① 本社による一括管理 (システム概要)

ポイントとお金の流れ

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 28

読売ポイント

② 多様な獲得手段

1. 契約更新時

契約更新時に渡す景品として“読売ポイント”も選べるようになる！

2. Yomiuri Cafe 会計時

支払い額の一部をポイントで還元！

3. Yomie! 機能使用時

- 意見投稿時
- オリジナル投稿作品採用時

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 29

読売ポイント

③ 豊富な使い道

既存の景品と交換できるだけでなく、他にもこんな使い道が！

関連会社提供
イベントへの参加

読売新聞主催
セミナー参加券

読売巨人軍
選手との交流会

日本テレビ主催
イベント参加券

Yomiuri Cafeの割引

コーヒー割引券と交換

Yomie!と連携！

採用投稿コメントの記念品化

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 30

読売ポイント

まとめ

消費者側のメリット

ポイントを貯めることで、**景品**をもらえたり、**サービス**を受けたりできる

読売新聞側のメリット

Yomiuri Cafe や Yomie! の**利用促進効果**があるポイントによって、消費者の**囲い込み**ができる

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 31

まとめ

Yomiuri
Cafe

読売
ポイント

Yomie!

価値伝達

① Yomiuri Cafeで
新聞に触れてもらう

② Yomie! でプラット
フォームを提供する

③ 読売ポイントで
利用促進

読売新聞の価値を伝える

はじめに 現状分析 戦略紹介 概要説明 **おわりに** 32