

お客様企業概要

社名

株式会社ハーレクイン  
(カナダのトロントに本社を置く、ハーレクイン・エンタープライゼス・リミテッド 100%出資の日本法人)

URL

http://www.harlequin.co.jp/

業界・業種

翻訳小説の出版・販売

所在地

〒101-0047  
東京都千代田区内神田 1-14-6  
福利久ビル

TEL

03-3292-8093 (代表)  
03-3292-8091 (営業)  
03-3292-8457 (読者サービス係)

代表者

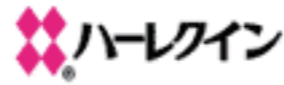
立山 昭彦

設立

1988年11月

## CRMとWebプロモーションをかけあわせたキャンペーンサイトで新規顧客の獲得を。

### 株式会社ハーレクイン様



若者の活字離れや構造的な出版不況などで、これまで以上にマーケティングの創意工夫が求められる出版業界。女性向けの海外ロマンス小説で独自のポジションを築いているハーレクイン様もその例外ではありません。長年「ハーレクインロマンス」として40代～50代の女性を中心に、熱狂的なファン層を持つ同社も、新規顧客、何よりも「若年層」のファンの獲得とその育成を課題としており、近年コミック化やWebを通じたキャンペーンなどを積極的に展開しています。

そんな中、シナジーマーケティングでは、ハーレクイン社創刊30周年を記念した「ミスター・ハーレクインコンテスト」でのキャンペーンサイト制作と応募フォームを提案し、新規顧客の獲得を支援しました。今回、Synergy!と弊社のWebプロモーションサービスをご利用いただき、短期間でキャンペーンを立ち上げられたマーケティング部の中岡様にお話を伺いました。

### ブランドイメージに捉われないデザインで潜在顧客層へアプローチ

#### 今回のキャンペーンの目的は？

“ハーレクインの日本での創刊30周年を記念して、「新規開拓」「若年層の育成」「認知度アップ」「販売促進」の4つを目的に取り組んでいます。当社の場合、ファン層が40代から50代の女性がコア層で、20代の女性にはあまり知られておりません。今回のキャンペーンサイトでは普段ハーレクインの小説を読まない20代から30代の“アラサー世代”の潜在的な読者層に対してアプローチするために、あえてWebサイトのデザインも従来のイメージから離れたものになっています。(中岡様)

ハーレクイン社といえば、新書判のシリーズロマンスが良くも悪くもイメージが定着してしまっているため、今回のキャンペーンでは固定観念を持たずにハーレクインに触れてその魅力を理解してもらえるよう、あえて長年のブランドイメージにこだわらず、若年層にアピールできるページ作りを意識しています。さらに、キャンペーンサイト内にも従来とは異なるアプローチで獲得顧客のファン化を促進しています。

### クロスメディア、CRMのノウハウを生かして顧客の獲得から育成へ

#### キャンペーンサイトでの工夫は？

“ハーレクイン”のラブストーリーの中でも特に人気のヒーロー像(※1)にフィーチャーし、物語中の人物イメージを実在の外国人男性で具現化することで、新規読者の方には“ハーレクイン”の世界観をわかりやすく伝え、既存読者の方には小説をより楽しんでいただくためのエンターテインメントを同時に提供できるユーザー参加型のプロモーションを行っています。キャンペーンサイトからは投票する男性のPR動画やブログなども閲覧することができます。さらに、自分の理想の男性に投票するとその男性から1to1のサンキューメールが届きます。

(※1) セクシーなタフガイ「クール部門」/ラテンエグゼクティブ「ラテン部門」/セレブなプリンス「ロイヤル部門」

ミスター・ハーレクインコンテストのキャンペーンサイトの盛り上がりも、決定後、3名のミスター・ハーレクインが行う様々なイベントやPRを通じて、一人でも多くの方にハーレクインの小説を読んでいただくきっかけになればと思います。ビートルズのように年代を超えて支持されるものが、ハーレクインの真髄にもあると思うので。(中岡様)

サイトデザイン同様、従来のハーレクイン社のイメージにとらわれない様々なアプローチ方法で、新規顧客の獲得とその後の育成までを目標にしています。

#### キャンペーンでの成果は？

“このプロモーションで得たことは、当初の目標の1つにあった新規読者層へのハーレクイン社の認知度がアップしたという点です。ミスター・ハーレクインコンテストは、キャンペーン公開から1週間で4,000件の検索数を超え、2週間が経過した頃には10,000件、コンテスト終了時には100,000件を突破いたしました。これは御社に制作していただいたキャンペーンサイトのインパクトと、誰もが自由に投票できるオープン投票だったことが、口コミを呼んだものと認識しています。特にブロガーを中心に自分は誰に投票したか、ファイナリストの評価などがブログに書かれていました。

現在、ファイナリストの3名が決定し、様々なイベントを通じてPRをしていく予定です。このような口コミ現象が今後も引き続き期待できると考えています。実際に当社のオフィシャルサイト(www.harlequin.co.jp)のページビューもキャンペーンページの影響を受けて1.5倍もはね上がり、新規ユーザーがキャンペーンだけでなく、当社書籍への興味を示した表れではないかと思っています。投票にしても、メルマガ登録というハードルはあったにも関わらず1万人以上の登録数がありました。この新規のメルマガ会員にどうアプローチしていくかが次の重要な課題だと考えています。(中岡様)

#### 最後に、イベントなど告知情報があればどうぞ。

コンテスト各部門の優勝者は「ミスター・ハーレクイン」としてハーレクイン社の書籍をPRしたり、読者とのスペシャルイベントを開催したり、小説のカバーを飾ったりと様々なエンターテインメントを提供していく予定です。また、今年はハーレクインの創刊30周年。それを記念して「30周年プレゼントキャンペーン」や“ハーレクイン”ファン向けにも30周年ならではの企画もご用意しておりますので、『ミスター・ハーレクインコンテスト』と併せてお楽しみいただければと思います。(中岡様)

#### ありがとうございました。