

幼児向け知育アプリと企業ニーズのマッチングによる売上拡大

会社名 スマホ・タブレット向けアプリ開発会社（福島県）

東京電力原子力発電所の災害による放射線の影響から、東日本大震災以降福島県の子供たちの「あそび」が変容している事に対して、危機感を覚えた本企業は、こどもたちの新しい遊び方やコミュニケーションを創出したいと考え、スマホ・タブレット向けの知育アプリの開発会社を起業した。

1. 相談のきっかけ

- ・本企業の描くビジネスモデルでは、自社のアプリ内で企業からの広告収入を得る計画であった。
- ・しかし、広告主である協賛企業は増えず、自治体とのコラボによる補助事業に頼っている状況であり、協賛企業の増加策について相談すべく拠点に来訪。

2. 課題整理・分析

- ・これまでは、様々な業種の企業に対して、社会貢献への参加を促すことを目的に、アプリへ協賛し、広告主になってもらえるよう、営業活動を実施。
- ・しかし、協賛候補企業としては、本企業のアプリを使用した効果が示されないと、協賛し、かつアプリを導入するメリットを見いだせないとの評価もあった。
- ・そこで、まずは、協賛候補企業の経営課題やニーズを具体的に探ることが課題であった。

3. 解決策の提案

- ・まずは、協賛候補企業とその企業の顧客を結びつけるため、利用見込みのある消費者のニーズを探り、それに合わせて同社アプリの商品としての魅力や機能を高め強みとして伸ばすことを提案。
- ・そして、その魅力を強みに、協賛候補企業の中でも、アプリ利用見込みが高いと考えられる子育て世代の顧客を多く有する業種（例：銀行、ハウスメーカー、ディーラー等）にターゲットを絞る事を提案。



4. 成果

《実際に地元金融機関に商品が試験的に導入されることが決定》

➤ 地元金融機関の窓口において、当該アプリを使用したキャンペーンが、一部の支店に試験的に導入されることが決定した。

↓

《「三方良し」のビジネス展開のきっかけを掴んだことで更なる拡販が期待される》

➤ 金融機関向けというマーケットを開拓することで、本企業商品のさらなる利用拡大の見込みが増加した。

←例えば、子供の通帳を作りに来たお客様が、通帳作成の待ち時間の間にアプリを利用・登録するようにアプリ導入者が仕掛けることで、後日アプリ経由で当該銀行のキャンペーンやプレゼント情報等が発信され、銀行への再来店を促す仕組みが成立する。

➤ つまり、「子供の楽しみ」、「銀行の顧客の困り込み」、「当社のアプリ利用者数向上と広告収入」の三方良しのビジネスモデルが構築されることを意味し、さらなる事業の成長発展が今後見込まれる。