

20年以上シニアに向き合ってきた
ノウハウをご活用いただけます！



2021年6月

ハルメク age marketing
h a l m e k

ハルメクグループのご紹介

当グループはシニアマーケティングに特化した企業群です。

ハルメクホールディングス

ハルメク

出版事業



月刊誌購読
38万部

通販事業



月刊カタログ
読者50万部

文化事業



シニア特化の
旅行・講座提供

店舗事業



4店舗展開

ハルメク・ベンチャーズ

ヘルスケア事業

郵送ガン検査キット



全国通販

通販事業



月間カタログ60万部

ジャパン保険サービス

ハルメク・ エイジマーケティング

コンサルティング事業

マーケティングコンサル
各種リサーチ（定量定性）
CRMプランニング
施策実装・検証

ADソリューション事業

メディアプランニング
メディアバイイング
クリエイティブ
コンテンツ開発

D2C支援事業

通販スタートアップ
アドバイザー
通販誌制作支援
フルフィルメント提供



シンクタンク事業

シニアの調査研究と発信
シニアパネル3200名保有
リサーチ実行



ハルメク・ ビジネスソリューションズ

グループ内フルフィルメント

コールセンター
庫内物流作業等

フルフィルメント受託

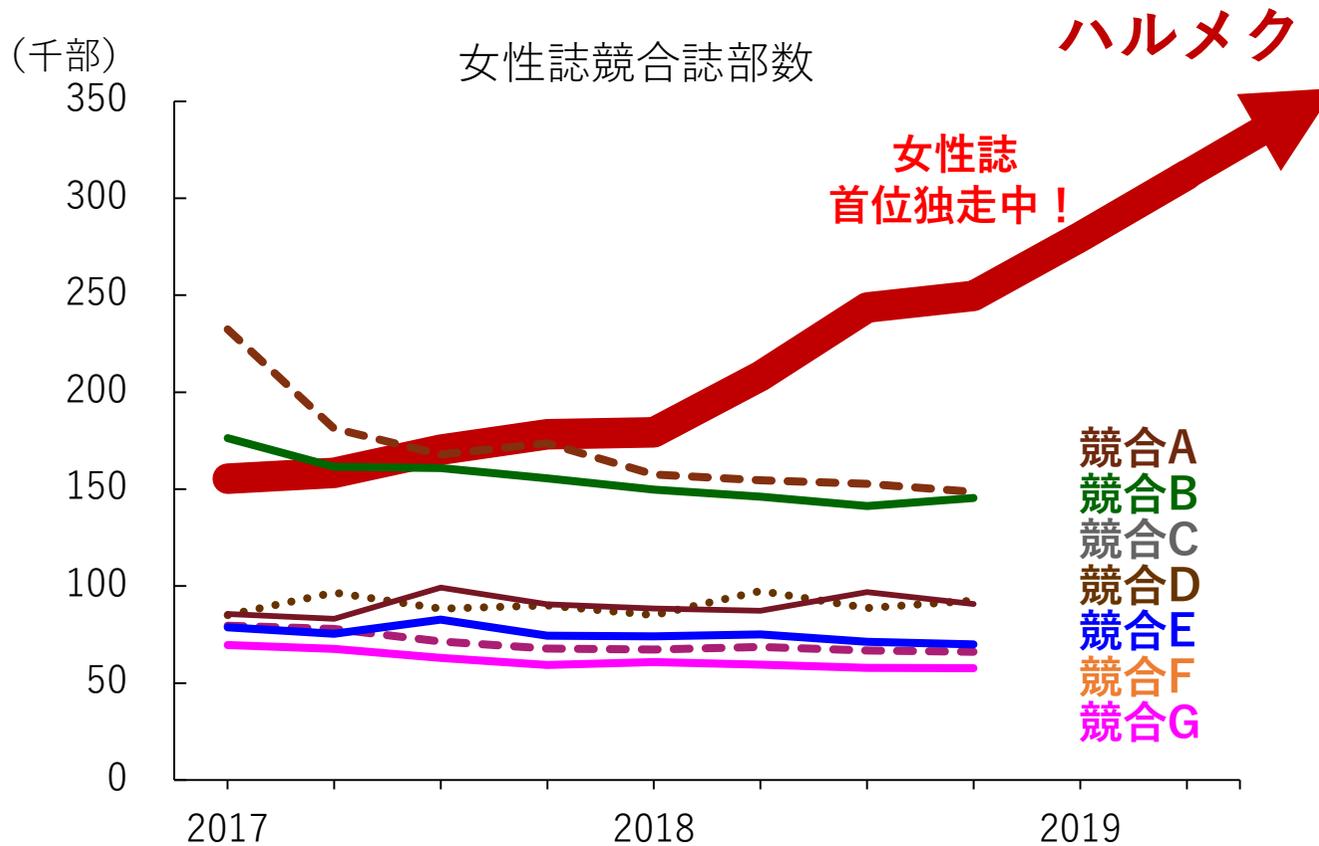
アウトバウンドセールス
各種インバウンド代行
庫内物流作業等



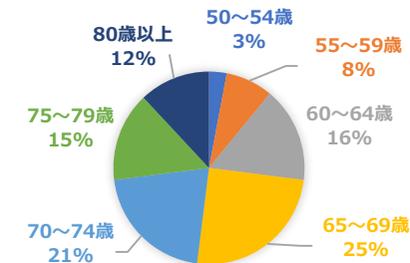
雑誌ハルメク

雑誌が冬の時代に、**唯一部数が“伸び続けている”**雑誌です。

- ✓ 女性誌発行部数**No.1** 実売**37.2万部** (2020年7月~12月 日本ABC協会 雑誌発行社レポート)
- ✓ 定期購読数2021年6月現在も**上昇中!**

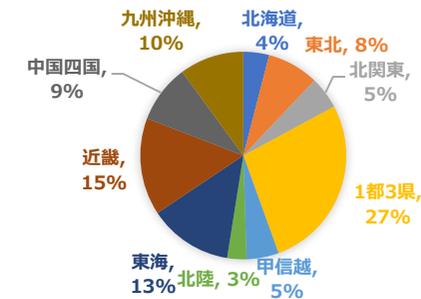


□ 年齢分布



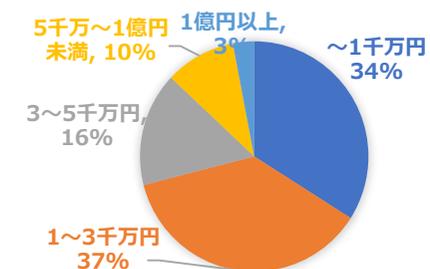
平均68.5歳。
約1/4が新規受給を
控えた64歳未満。

□ 居住地



人口動態に比例
し、地方にも多
くの読者がいま
す。

□ 金融資産 (不動産以外)



平均2,800万円。
60代世帯平均の
約1.6倍の資産を
保有しています。

ハルメクはオンラインでも支持されています

2018年の開設からUU、PVともに成長している

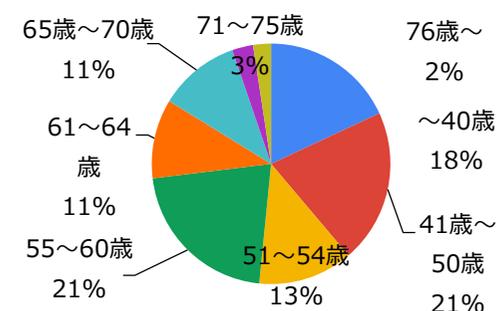
シニア向け**女性コンテンツの大手サイト**を運営しております。

- ✓ 月間PV数は約**350万PV**
- ✓ YahooニュースやLINEを中心に、有力媒体に記事を外部配信

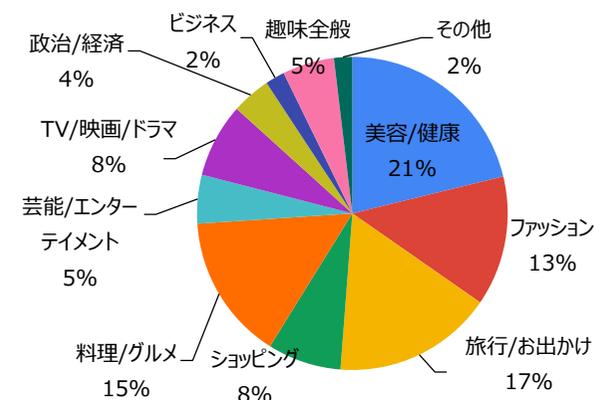
ハルメクWEB 月間アクセス数推移



【年代】 50歳以上が61%



【関心分野】 美容・健康・旅行などアクティブ



ハルメクが手掛ける通販も人気

シニア特化型通販を展開。

1回あたりの顧客単価、カタログ注文率は**業界最高水準**です。

✓ 通販アクティブ顧客数（ハルメク単体で約30万人）

<おしゃれ>



<健康と暮らし>



立体的体験（文化・イベント・動画講座）

- ✓ 年間200本の講座・旅行・イベントを催行し、20,000人以上が参加
- ✓ ハルメク誌記事をリアルに体験できる“リッチコンテンツ”が強み
- ✓ 単独での収益性ではなく、顧客との関係性強化がミッション

<きくち体操 講演会（有料）> 1回1000名規模で実施



<Youtube ハルメクチャンネル> 人気コンテンツを大量動画配信



<スマホ講座（有料）> 年4回、1回約50名が参加



ハルメクの顧客関係性構築チャネル

- ✓ ハルメクはCRM（顧客との関係性構築）に最も力を入れております。
- ✓ 顧客と太く長く繋がるためのノウハウを体系化しております。



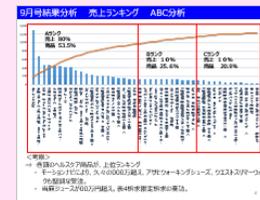
ハルメクの強みはシニア×関係性構築力

中長期で顧客とお付き合いをすべく、
関係性構築を中心に据え、各事業を運営。



強み①

- ・仮説検証を支える分析機能・ノウハウ
- ・体系化された顧客管理帳票ノウハウ



強み②

- ・独自のクリエイティブ制作ロジック
- ・シニアに響く編集・制作ナレッジ



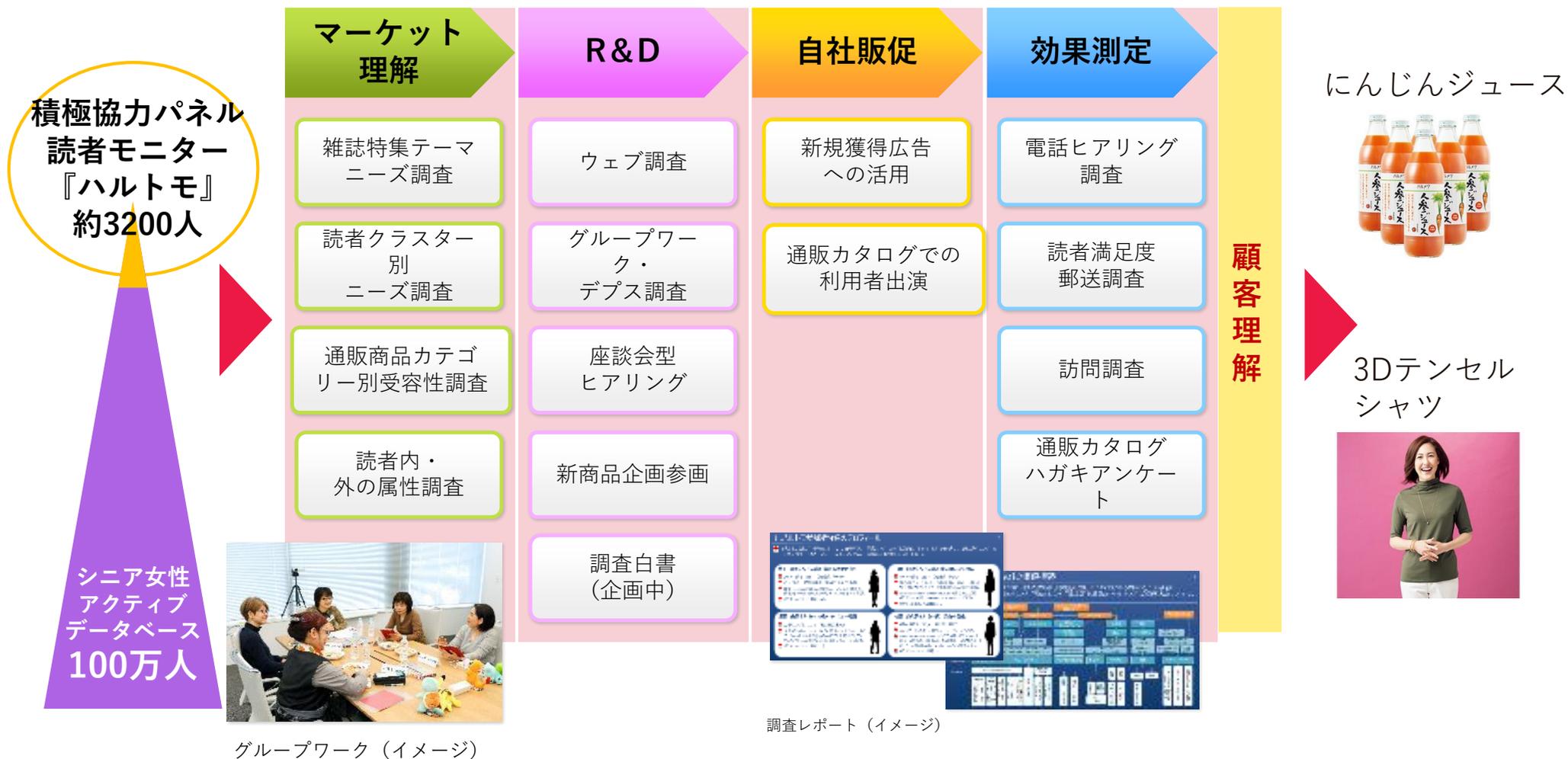
強み③

- ・3000人超えのモニター登録
- ・シニア理解のための独自のシンクタンク
- ・商品サービス開発への参画



強みを支える商品・コンテンツ開発のプロセス

リサーチを基にした商品・コンテンツ開発、改善を常時行い、マーケティングの精度を高めています。



ハルメク・エイジマーケティングについて

シニアマーケットに特化したマーケティングカンパニーです。シニアの出版・通販会社「ハルメク」が蓄積してきたナレッジで、多くの企業様をご支援しています。

シニアリサーチ

貴社の“知りたい”に的確に応えるリサーチサービス。調査で終わらず、次につながるアクションまで視野に入れた、充実のレポートでお応えします。

Check!

- シニアのことをもっと深く知りたい
- シニアの声を商品開発やサービスに活かしたい
- 単なる調査ではなく、分析や示唆出し、打ち手の方向性まで踏み込んで欲しい

コンサルティング

事業コンサルティング、新規事業立ち上げほか、CRMスキーム確立のための各種分析、戦略立案、施策実行まで行うコンサルティングサービスです。

Check!

- シニアに特化したCRMスキームを組み立てたい
- MAツール、BIツールを導入したが、うまく使いこなせていない
- シニア向け新規事業のスタートアップをしたい

集客サポート

オンオフ問わず、シニアの心を動かすことに特化した集客サポートを展開。媒体買付から制作までトータルなソリューションをご提供します。

Check!

- オンラインとオフラインの集客を有機的にまわしたい
- CPA・CPO効率を上げたい
- シニアに効くクリエイティブの作り方がわからない
- どの媒体に出稿すればいいかわからない

通販スタートアップ

ハルメクグループの商品・フルフィルメントを活かし、低コストで通販をスタートできます。貴社のアセットと組み合わせた部分的な支援も可能です。

Check!

- 新サービスでシニア顧客の満足度を高めたい
- すでに自社で通販事業があるが、伸び悩んでいる
- シニアのインサイトをつく通販誌面を展開したい

設立	2018年4月
従業員数	20名 (2021年4月現在)
売上高	第2期 9.3億円
資本金	1,000万円

主要取引先 (50音順)

伊藤園、MTG、カーブスジャパン、紀文食品、協和発酵バイオキリン、KDDI、京王電鉄、公益社、住友林業ホームテック、SOMPOケア、大和ライフネクスト、高島屋、テレビ東京ダイレクト、ニチイケアパレス、日本郵便、Panasonic、長谷工シニアHLD、HIROTSUバイオサイエンス、BELTA、三井住友信託銀行、三井不動産レジデンシャル、メモリアルアートの大野屋、森永製菓、りそな銀行HLD、ワタミ、官公庁、など
全て直接アカウントにてご支援。

シニアリサーチ



調査に留まらない分析示唆と施策実行が可能

一般的なリサーチ会社のように調査だけで終わらせず、戦略立案、施策実行までワンストップで受託可能。シニアのインサイトの迫る深いリサーチと、結果にコミットメントするアウトプットが特徴です。また、対応を一元化することで、ご担当者様の工数削減にも寄与します。

弊社サービス提供範囲と各フェーズにおけるリサーチ支援例



各種クリエイティブ制作については、「集客サポートサービス資料」、コンサルティングについては「コンサルティングサービス資料」も併せてご覧ください。



社内シンクタンクとの連携でより深い分析が可能に

グループ内にシンクタンク「生きかた上手研究所」を有し、施策によって共同で課題解決に当たります。また、3000人近くの読者パネルを組織し、いつでもシニアの調査やモニタリングが可能です。※外部パネルの利用も可能です

生きかた上手研究所

雑誌「ハルメク」の女性誌販売部数No.1達成を支えた社内シンクタンク。3,000人近くのモニター（通称：ハルトモ）とのつながりを起点に、シニアの生活実態、ウォンツを把握し、コンテンツ・商品・サービスの開発につなげています。

ハルメク通販商品で開発調査に関わったほとんどが、ヒット商品に成長

株式会社ハルメクホールディングス 生きかた上手研究所所長 梅津 順江

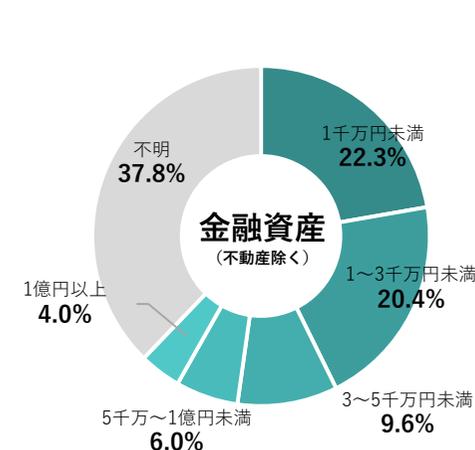
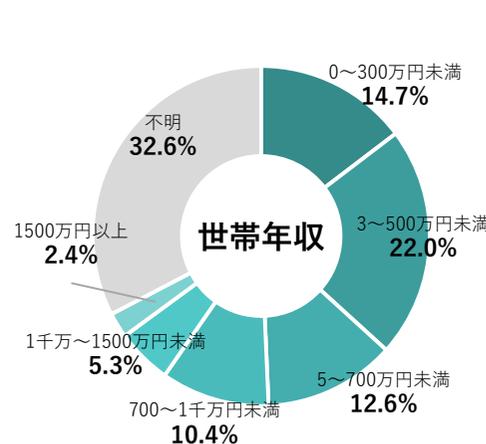
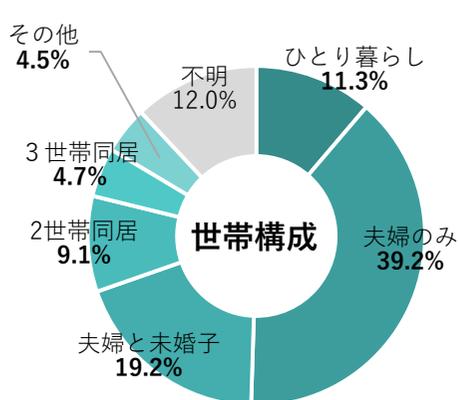
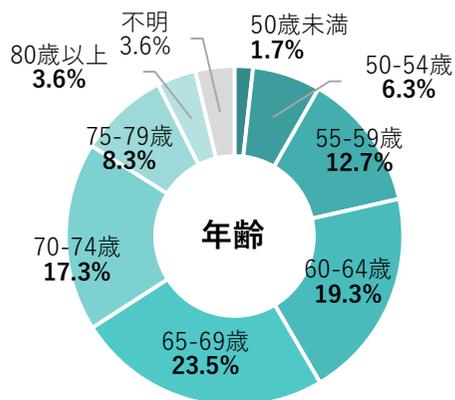
杏林大学社会心理学部卒業後、ジュジュ化粧品（現・小林製薬）入社。ジャパン・マーケティング・エージェンシーを経て、2016年3月から現職。主に50歳以上のシニア女性を対象にインタビューや取材、ワークショップを行っている。著書に、「この1冊ですべてわかる心理マーケティングの基本」（日本実業出版社）などがある。



ハルトモプロフィール

採取データ例と把握率

- ・メアド (50%)
- ・金融資産 (50%)
- ・写真登録 (20%)
- ・家族形態 (80%)
- ・居住形態 (65%)
- ・取材OK (50%)
- ・顔出しOK (20%)
- ・ボディサイズ (35%)



リサーチメニュー

事業課題にあわせて、最適なりサーチ手法をご提案します。



1 シニアのこと、 まだ理解 できていないの では？

市場・消費者ニーズ探索

シニアをひとくくりにせず、ひとりひとりに真摯に向き合って洞察し、ユニークな視点からニーズを見出します。新規商品・サービスの創出や既存商品・サービスの改善の基盤となる、シニアの実態・意識や潜在的な市場ニーズを、最適の手法で探ります。

- シニアの実態・意識把握
- ターゲット探索
 - ・ 定量調査
 - ・ ホームビジット
 - ・ エスノグラフィ（観察）
- ニーズ発掘ワークショップ

2 シニアの声を 商品・ サービス開発に 活かしたい

新規商品・サービス開発

シニアの生々しい声を引き出し、本当に求められている商品・サービスの開発に結び付けます。新規商品・サービスのコンセプト・デザイン、商品モニターによる生の声の分析により、新規商品・サービス開発を多方面から支援します。

- コンセプト・デザイン
 - ・ コンセプト作成
 - ・ 受容性検討
- 商品モニター調査
 - ・ ホームユース
 - ・ 会場調査
- 商品開発ワークショップ

3 自社商品や サービスの 強み・弱みが わからない

自社評価・改善提案

シニアの反応を見極め、より効果の高い広告の提案や、独自視点の調査リリースにつなげます。広告の認知度、コンセプトの受容性、広告出稿前後の態度変容等を検証し、より効果の高い広告をご提案します。

- CS調査
 - ・ 定量調査
 - ・ NPS分析
 - ・ テキストマイニング
- ES調査

リサーチの流れ

調査内容によりますが、初回ヒアリングからおよそ1.5か月～3か月程度での納品が可能です。



貴社現状や実態を分析し、課題解決のための仮説立てを行います。



仮説を元に得るべき情報が得られる最適な調査手法と項目立てを行います。



WEB対応や実面での会話手法など、シニア調査ならではの手法を用いながら調査を実行。

仮説検証だけでなく、調査で得られた実態から課題解決の手法を導きます。



導かれた課題解決手法を実行できるよう、実際の施策に落とし込みます。制作物に落としこむ際は、集客サポート支援チームが対応します。



<主な調査実績>

- 商品、サービス受容性調査
製造業M社「商品企画に関する調査」
通信業K社「サービス立ち上げに関する調査」他
- 顧客満足度調査
- サービス業W社 小売業I社 ほか

- 従業員満足度調査
サービス業N社
- 実態調査
厚生労働省



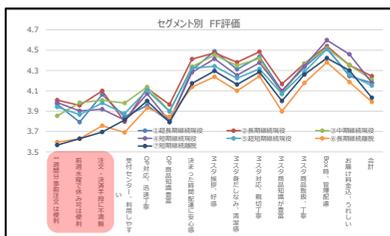
支援例：CS調査（顧客満足度調査／定量）

商品、サイトUI、各種媒体、会員制度、梱包、配送物流、コールセンター対応など各項目評点を整理。回帰分析でKPIに作用するKEY項目も抽出します。また、FWもテキストマイニングをかけることで定性情報も“見える化”。事実の羅列だけでなく打ち手の方向性レポートまでご提示することが単なるリサーチ会社と違います。

クライアント：配食大手A社

顧客層・手法：後期高齢者／郵送
 調査期間：設計～納品まで3カ月
 内容：顧客満足度調査及び顧客類型化
 ゴール：CRMアクション策定

セグメント×各因子評価



顧客像設定

顧客像	ギャップシニア	ディフェンシブシニア	アクティブシニア
割合	28%	23%	10%
年代	60代以上	60代以上	50-70代
職業	専業主婦	専業主婦	就業者
世帯	一人・夫婦二人	夫婦二人・二三世帯	全世界（その他除く）
自覚	寂しい	やや寂しい・感じていない	感じていない
日本総研定義	介護手帳保有 身体弱い 1000万人	健康意識高い同居人 あや・やがていごと我慢 1100万人	仕事あり、健康、活動的 750万人

クライアント：介護大手C社

顧客層・手法：従業員／WEB
 調査期間：設計～納品まで1.5カ月
 内容：従業員満足度調査 改善方向性提示
 ゴール：人事改革PJでの実行案策定

過年度比較



テキストマイニング

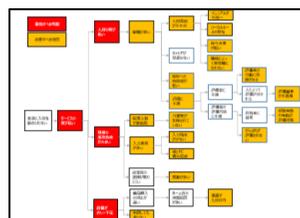


各因子との回帰分析

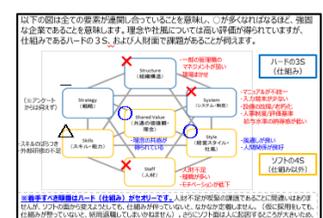
左表は、他者推奨度と寄与する項目を回帰分析で算出したものです。現状スコア（平均値）が低いもので相関係数（補正R2）が高い、キャリアアップを目指す人事制度や研修機会の提供、業務マニュアルのアップデート向上などに取組む必要があります。

項目	平均値	相関係数	補正R2
7. 福利厚生	3.85	0.45	0.12
12. 業務マニュアル	3.75	0.35	0.08
13. 研修機会	3.65	0.30	0.05
14. 人事制度	3.55	0.25	0.03

課題ロジックツリー



打ち手の方向性提示



支援例：コンセプト調査／価格受容性（PSM）調査

シニアをメインターゲットとした商品、サービスに対して的確なりサーチ設計、基盤をご提供致します。ハルメクがご提供する調査は、企画のアリバイ探しでなく、フラットに生活者の声を捉えること。生きかた上手研究所のリサーチのプロが潜在ニーズの炙りだしをご支援いたします。

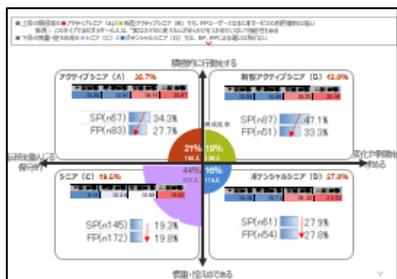
クライアント：通信キャリア大手C社

顧客層・手法：50～60代／WEBアンケート
 調査期間：設計～納品まで2カ月
 内容：シニア向けサービスのコンセプト調査
 ゴール：サブスクサービスのプライシング決定及び顧客への発信情報の設計活用。

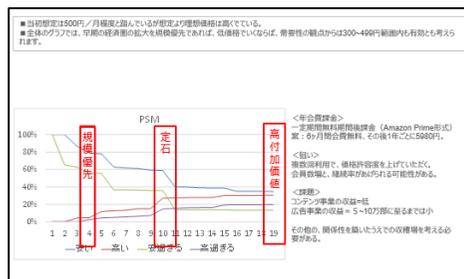
クライアント：不動産開発大手D社

顧客層・手法：60～80代／WEBアンケート・デプスインタビュー
 調査期間：設計～納品まで3カ月
 内容：コンセプトの調査
 ゴール：開発中の高級シニア物件での販促訴求軸の策定

セグメント別利用意向



価格受容性分析



移住許容度分析



ZOOMを活用したシニアへの定性インタビュー



重視項目分析



支援例：競合調査

生活者は、常に市場（競合）との比較で自社サービスを捉えます。生活者のタッチポイントに主軸を置き、競合のアクションが生活者にどう見えているのか？を客観的に整理し、自社が動くべきポイント整理のご支援を致します。

クライアント：冷凍弁当大手A社

内容：主要競合5社のサービスを生活者視点で整理

ゴール：新規参入に当たり、自社サービス優位性をどこに置くかの基礎検討の材料抽出。

手法：実地記録、2カ月間のミステリーショッピング記録

お届け形態比較

競合調査の結果の冷凍弁当競合会社	お届け形態	競合優位の理由	評価
冷凍弁当A社	冷凍弁当	冷凍弁当	×
冷凍弁当B社	冷凍弁当	冷凍弁当	×
冷凍弁当C社	冷凍弁当	冷凍弁当	×
冷凍弁当D社	冷凍弁当	冷凍弁当	×
冷凍弁当E社	冷凍弁当	冷凍弁当	×

商品定性評価



パッケージ比較



各項目評価

競合	パッケージ	パッケージ				価格				サービス			
		デザイン	機能性	見やすさ	持ち運び	価格	割引	送料	配送	カスタマーサポート	アプリ	ポイント	特典
冷凍弁当A社	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
冷凍弁当B社	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
冷凍弁当C社	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
冷凍弁当D社	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
冷凍弁当E社	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×

クライアント：飲料メーカー大手E社

内容：主要競合5社のサービスを生活者視点で整理

ゴール：自社CRMのブラッシュアップのため、想定する競合のコミュニケーション設計を可視化。

手法：実地記録、1.5カ月間のミステリーショッピング記録

サイト視聴率評価



主要競合スペック・CRM比較一覧

競合	CRM	ポイント	特典	アプリ	カスタマーサポート
競合A	×	×	×	×	×
競合B	×	×	×	×	×
競合C	×	×	×	×	×
競合D	×	×	×	×	×
競合E	×	×	×	×	×

競合広告出稿整理



時系列別アクション一覧化



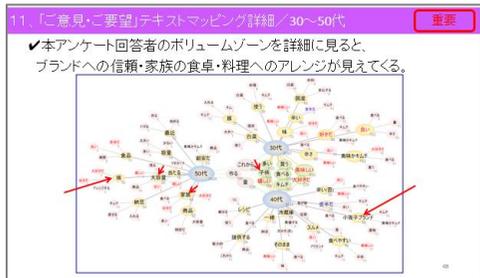
支援例：商品開発リサーチ

クライアント：丸越

中京圏で年間100万食を販売する店販のキムチパッケージのリニューアルをプロデュース。主要ターゲットのシニア層への調査から購入時インサイトを導出。

▶パッケージ変更後の売上高130%成長。

テキストマイニングによる要素抽出



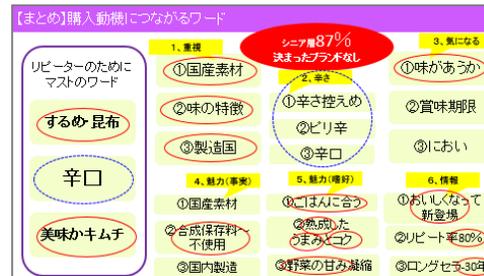
重視点の把握



競合デザイン棚卸



表記コンセプト絞り込み

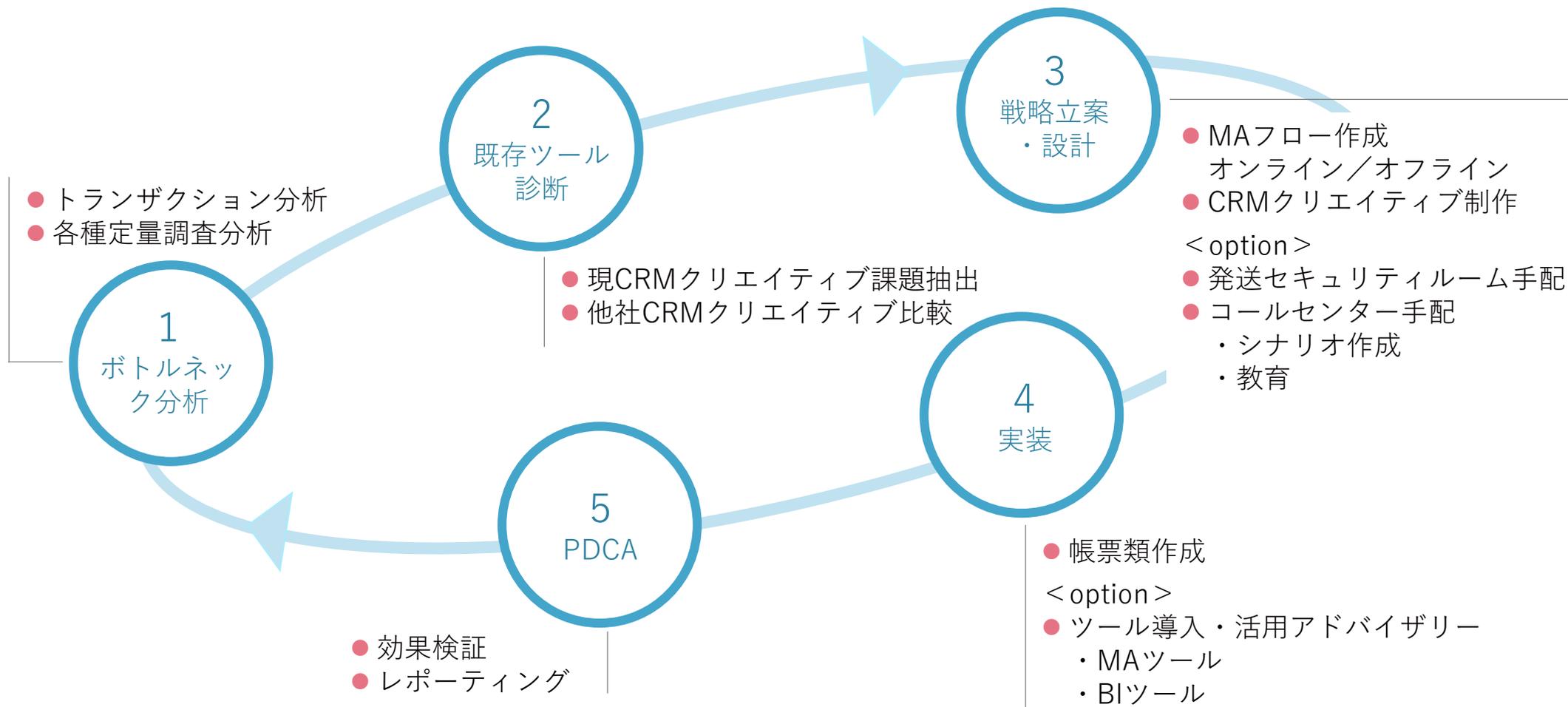


コンサルティングサービス

CRMコンサルティング・新規事業開発

CRMコンサルティング：フェーズ別ご提供サービス

定量・定性的なアドバイスにとどまらず、クリエイティブディレクション・制作も当社スタッフが担当。ワンストップで施策を完遂できるから、最速のPDCAが実現します。

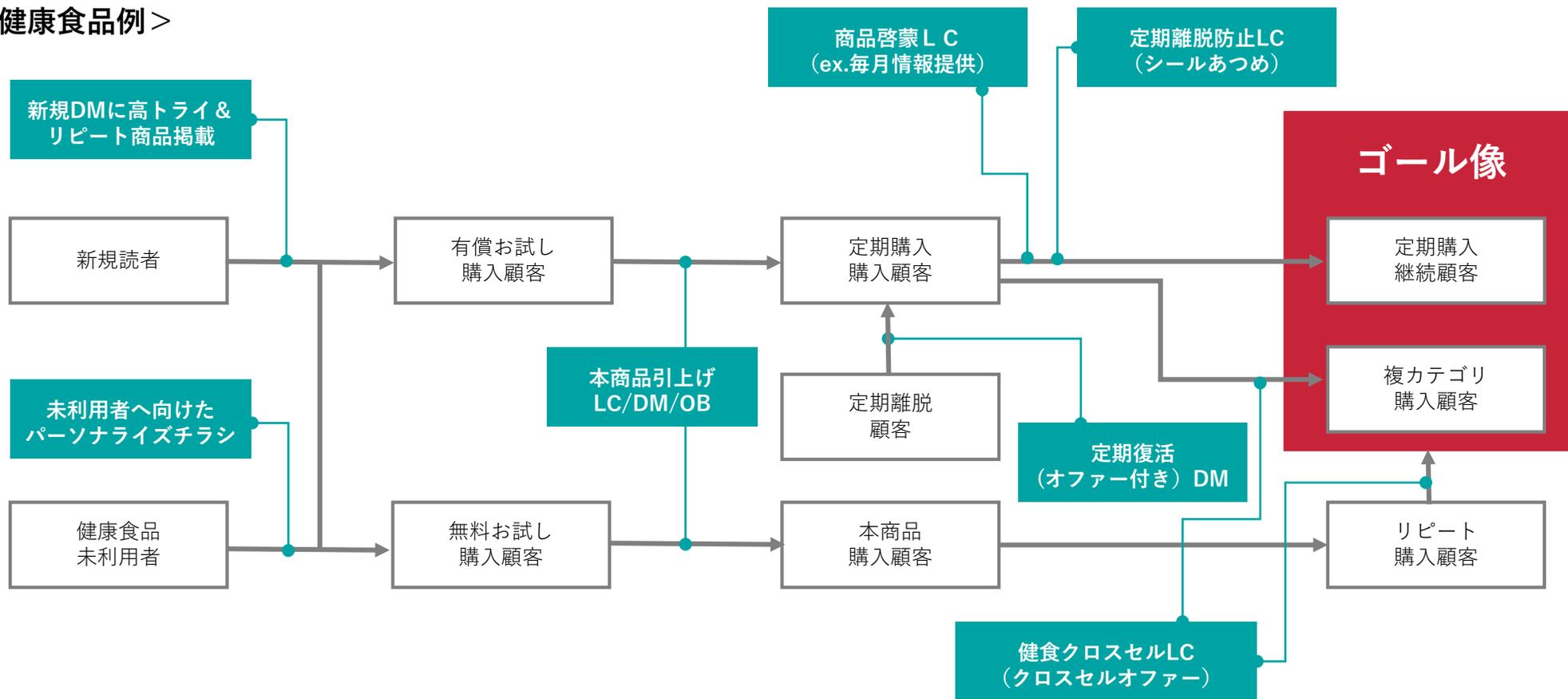


各種クリエイティブ制作については、「集客サポートサービス資料」、各種調査については「シニアリサーチサービス資料」も併せてご覧ください。

CRMコンサルティング：段階別コミュニケーション

ハルメクのビジネスモデル「雑誌→通販→定期購入→離脱防止」までのCRMスキームをもとに、貴社の商品・実態に合わせたCRMゴールデンルートをご提案します。

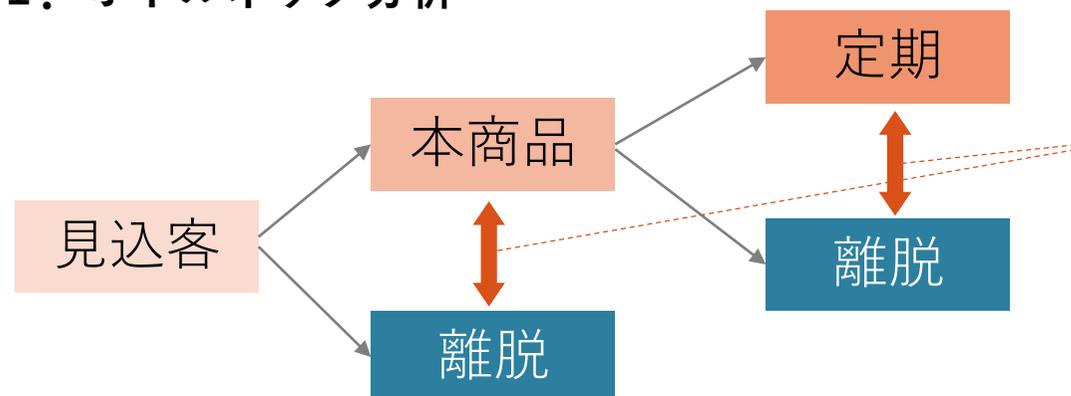
<健康食品例>



CRMコンサルティング：課題の可視化

見込み客の成約誘導や定期顧客の歩留り改善など、ハルメクのCRM技術をもとに、顧客と太く長い関係性を構築するためのご支援しています。

1. ボトルネック分析



包括的調査を各ステージの顧客に行い「認知差分」「体験差分」を可視化。
埋めるべき情報・体験を整理していきます。
手法) 定量調査 (web・紙)
定性調査 (ヒアリング / テキストマイニング)

2. 既存ツール診断

同梱ツール・DM等 コールセンター メルマガ



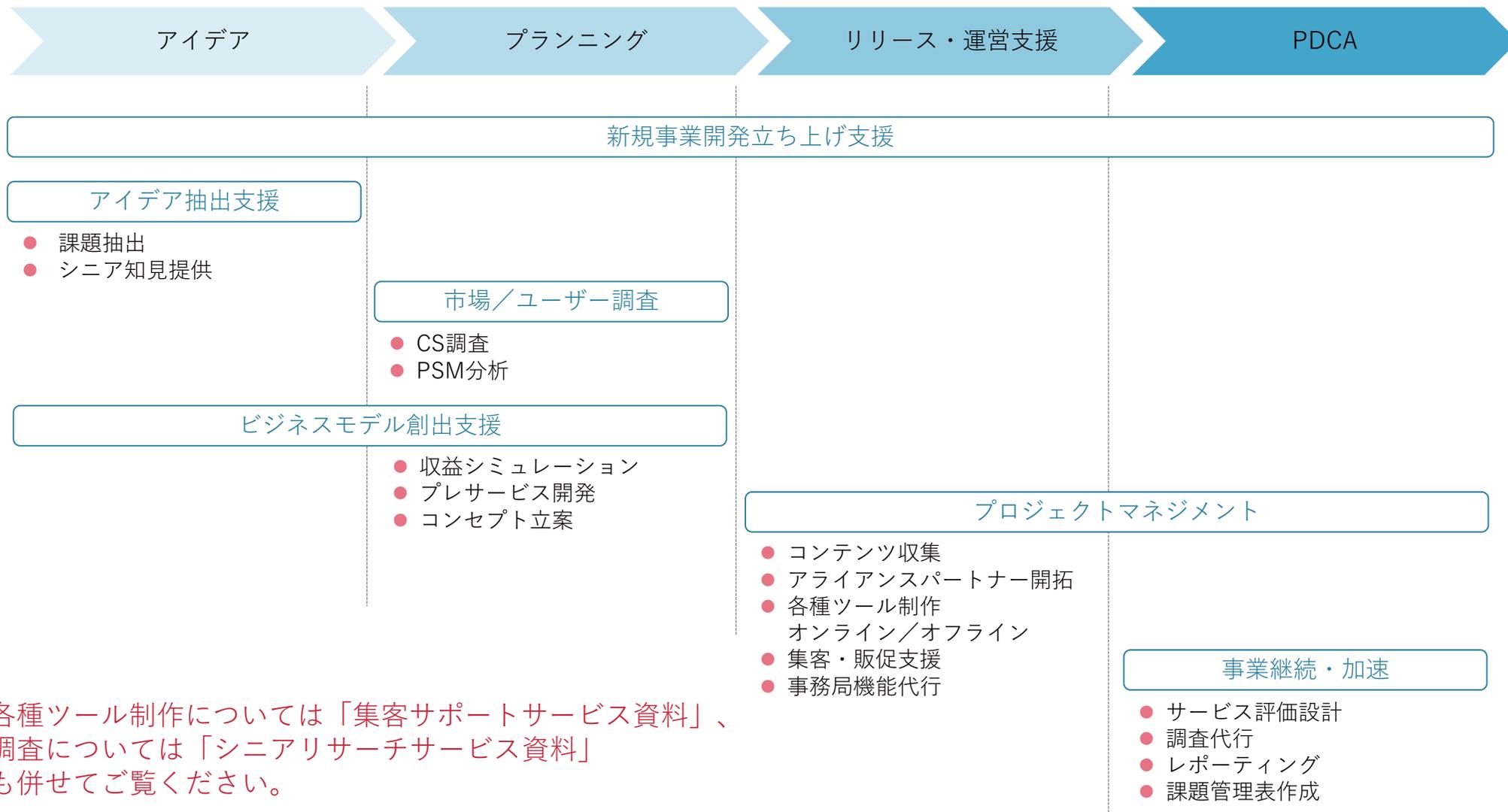
オンライン・オフライン (紙・コールセンターなど)
のすべての体験を整理し課題を導出します。

上記差分を埋めるコミュニケーションが達成できているかどうか、また、ハルメクのシニア知見に基づく適切なクリエイティブ展開がなされているかなどの視点でブラッシュアップ箇所を明確にします。

あるべきCRMプランをご提案。ご希望により実行までフォローします

新規事業開発：フェーズ別ご提供サービス

「何から始めていいかわからない」といったゼロベースからの事業設計や部分的な分析サポートまで、クライアント様の課題にあわせて柔軟にプランニングします。



シニアを理解するリサーチ活動

グループ内シンクタンクの活動により、シニアの生活実態、ウォンツ、深いレベルの顧客理解に努め、定量・定性ともに知見を有しています。

また、3000人以上の読者パネルを組織し、CRMコンサルティングおよび新規事業開発のリサーチにご活用いただけます（外部パネルの利用可能）。

ハルメク通販商品で開発調査に関わったほとんどが、ヒット商品に成長

モニター組織「ハルトモ」

雑誌「ハルメク」や通販の商品、各種サービスなど、よりよいものをお客様に提供できるよう、ご協力していただく読者モニター組織です。WEB（オンライン座談会含む）および、対面での調査が可能です。

採取データ例と把握率

- ・メアド（50%）
- ・金融資産（50%）
- ・写真登録（20%）
- ・家族形態（80%）
- ・居住形態（65%）
- ・取材OK（50%）
- ・顔出しOK（20%）
- ・ボディサイズ（35%）

株式会社ハルメクホールディングス 生きかた上手研究所所長 梅津 順江

杏林大学社会心理学部卒業後、ジュジュ化粧品（現・小林製薬）入社。ジャパン・マーケティング・エージェンシーを経て、2016年3月から現職。主に50歳以上のシニア女性を対象にインタビューや取材、ワークショップを行っている。著書に、「この1冊ですべてわかる心理マーケティングの基本」（日本実業出版社）などがある。



支援例：CRMコンサルティング

クライアント：化粧品通販 Bbo社－単品通販 定期歩留まり改善

WEBを中心に高効率で集客されている一方、定期客の歩留まり（継続率）に課題がありました。ハルメクナレッジの科学的なアプローチによる分析と課題抽出を行い顧客の定着誘導のコミュニケーションを再設計。歩留率が大幅改善。

ボトルネック分析



現状の情報整理

1回目	2回目	3回目	4回目以降
メール	メール	メール	メール
①手紙	②寄付BOOK	③使用法	④顧客化メール
⑤顧客化メール	⑥顧客化メール	⑦顧客化メール	⑧顧客化メール
⑨顧客化メール	⑩顧客化メール	⑪顧客化メール	⑫顧客化メール
⑬顧客化メール	⑭顧客化メール	⑮顧客化メール	⑯顧客化メール
⑰顧客化メール	⑱顧客化メール	⑲顧客化メール	⑳顧客化メール
⑳顧客化メール	㉑顧客化メール	㉒顧客化メール	㉓顧客化メール
㉔顧客化メール	㉕顧客化メール	㉖顧客化メール	㉗顧客化メール
㉘顧客化メール	㉙顧客化メール	㉚顧客化メール	㉛顧客化メール
㉜顧客化メール	㉝顧客化メール	㉞顧客化メール	㉟顧客化メール
㊱顧客化メール	㊲顧客化メール	㊳顧客化メール	㊴顧客化メール
㊵顧客化メール	㊶顧客化メール	㊷顧客化メール	㊸顧客化メール
㊹顧客化メール	㊺顧客化メール	㊻顧客化メール	㊼顧客化メール
㊽顧客化メール	㊾顧客化メール	㊿顧客化メール	顧客化メール

ステージ事に適切な情報が届くようにCRMを再設計。新クリエイティブの制作もご支援

現状クリエイティブの課題抽出

①いきなりクロスセル

①イメージがわかりづらい

- ライフスタイルプログラム特定の具体的なイメージがわからない。
- ※Aさんの事例などの見せ方が必要

②不安解消情報がない。

- ユーザーボイスで、成功者の声が欲しい。
- 売込みはほしくない。(したとしても)役割はコンサルテーションであることを記述。



初回同梱	2週間目DM	2回目同梱	3回目同梱
①手紙 ②寄付BOOK ③使用法 ④顧客化メール ⑤顧客化メール ⑥顧客化メール ⑦顧客化メール ⑧顧客化メール ⑨顧客化メール ⑩顧客化メール ⑪顧客化メール ⑫顧客化メール ⑬顧客化メール ⑭顧客化メール ⑮顧客化メール ⑯顧客化メール ⑰顧客化メール ⑱顧客化メール ⑲顧客化メール ⑳顧客化メール ㉑顧客化メール ㉒顧客化メール ㉓顧客化メール ㉔顧客化メール ㉕顧客化メール ㉖顧客化メール ㉗顧客化メール ㉘顧客化メール ㉙顧客化メール ㉚顧客化メール ㉛顧客化メール ㉜顧客化メール ㉝顧客化メール ㉞顧客化メール ㉟顧客化メール ㊱顧客化メール ㊲顧客化メール ㊳顧客化メール ㊴顧客化メール ㊵顧客化メール ㊶顧客化メール ㊷顧客化メール ㊸顧客化メール ㊹顧客化メール ㊺顧客化メール ㊻顧客化メール ㊼顧客化メール ㊽顧客化メール ㊾顧客化メール ㊿顧客化メール	A3 2つ折付箋	①顧客化メール ②顧客化メール ③顧客化メール ④顧客化メール ⑤顧客化メール ⑥顧客化メール ⑦顧客化メール ⑧顧客化メール ⑨顧客化メール ⑩顧客化メール ⑪顧客化メール ⑫顧客化メール ⑬顧客化メール ⑭顧客化メール ⑮顧客化メール ⑯顧客化メール ⑰顧客化メール ⑱顧客化メール ⑲顧客化メール ⑳顧客化メール ㉑顧客化メール ㉒顧客化メール ㉓顧客化メール ㉔顧客化メール ㉕顧客化メール ㉖顧客化メール ㉗顧客化メール ㉘顧客化メール ㉙顧客化メール ㉚顧客化メール ㉛顧客化メール ㉜顧客化メール ㉝顧客化メール ㉞顧客化メール ㉟顧客化メール ㊱顧客化メール ㊲顧客化メール ㊳顧客化メール ㊴顧客化メール ㊵顧客化メール ㊶顧客化メール ㊷顧客化メール ㊸顧客化メール ㊹顧客化メール ㊺顧客化メール ㊻顧客化メール ㊼顧客化メール ㊽顧客化メール ㊾顧客化メール ㊿顧客化メール	①顧客化メール ②顧客化メール ③顧客化メール ④顧客化メール ⑤顧客化メール ⑥顧客化メール ⑦顧客化メール ⑧顧客化メール ⑨顧客化メール ⑩顧客化メール ⑪顧客化メール ⑫顧客化メール ⑬顧客化メール ⑭顧客化メール ⑮顧客化メール ⑯顧客化メール ⑰顧客化メール ⑱顧客化メール ⑲顧客化メール ⑳顧客化メール ㉑顧客化メール ㉒顧客化メール ㉓顧客化メール ㉔顧客化メール ㉕顧客化メール ㉖顧客化メール ㉗顧客化メール ㉘顧客化メール ㉙顧客化メール ㉚顧客化メール ㉛顧客化メール ㉜顧客化メール ㉝顧客化メール ㉞顧客化メール ㉟顧客化メール ㊱顧客化メール ㊲顧客化メール ㊳顧客化メール ㊴顧客化メール ㊵顧客化メール ㊶顧客化メール ㊷顧客化メール ㊸顧客化メール ㊹顧客化メール ㊺顧客化メール ㊻顧客化メール ㊼顧客化メール ㊽顧客化メール ㊾顧客化メール ㊿顧客化メール

支援例：CRMコンサルティング

クライアント：WEB不動産企業A社様 見込みリード送客率改善

WEBを中心に介護施設を紹介されているA社様は、リードの事業者への見学誘導が課題でした。弊社が、検討状況において顧客を類型化し、必要な情報を出しわけるコミュニケーション設計を敷き、見学率・成約率の大幅な向上につなげました。

定量的ボトルネック分析

1. 現状の課題顕微鏡社見立て 電話

- 件数は少ないものの、電話比較で成約率は高い。
- 3ヶ月、6ヶ月で成約率が稼働がある。
- それ以上、不明の成約率が高く、売込み思惑がある？介護度クロスが要検証。

顧客セグメント別シナリオ作成

ランク	反響経路	アプローチ	内容	当日	1日	3日	5日	7日	9日	11日	13日	20日	30日	40日	50日	85日
A	反響時	DM1	サンクスメール	●												
	OB		追新TEL													
	SMS		追新SMS													
	DM1		見学誘導													
	DM2		老人ホーム選びガイド													
	DM3		見学誘導 (紙上見学)													
B	反響時	DM1	サンクスメール	●												
	OB		追新TEL													
	SMS		追新SMS													
	DM1		見学誘導													
	DM2		老人ホーム選びガイド													
	DM3		見学誘導 (紙上見学)													
C	反響時	DM1	サンクスメール	●												
	OB		追新TEL													
	SMS		追新SMS													
	DM1		見学誘導													
	DM2		老人ホーム選びガイド													
	DM3		見学誘導 (紙上見学)													

ターゲット像の整理

優先順位 と 成約確度	振り分け条件			To be アクション				
	検討期間 (and)	認知症 (or)	介護度 (or)	方針	OB	施設 ガイド	STEP DM	STEP メール
Aランク客	すぐ~ 3ヶ月未満	有	要支援2 以上	早期刈 り取り	○	○	○	○
Bランク客	3~6ヶ月 未満	無	要支援1 以下	他社流 出防止	○	○	○	○
Cランク客	6ヶ月~ 不明	無	要支援1 以下	顧客育 成	○	○	○	○

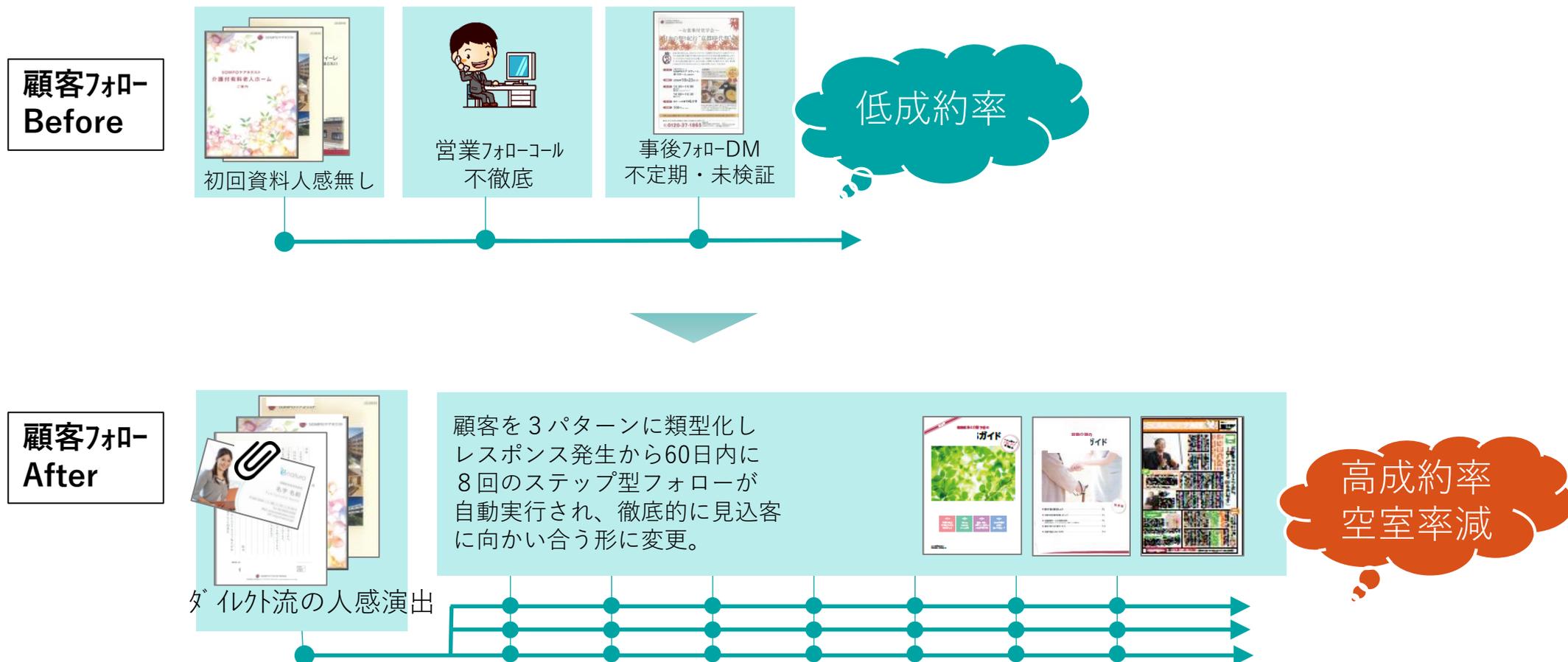
	情報収集開始	目的の対応	喫緊化	見学・体験
ご家族 状況	→週1回程度の定期訪問 でサポート	→週2回程度、定期訪問で サポート 外部介護も取用	→現状維持 →ホーム入居にむけての準備 →外部介護も取用 →入居準備など	→現状維持 →ホーム入居にむけての準備
ご家族 Insight	→できるだけ自分たちでサ ポートしたい。 →手に負えなくなるとまほ し。→	→状況が急変した老人ホームを 見つけたい。→手 に負えない。→施設に 入居したい。→	→自宅介護には限界を感じ、 ホーム入居を希望している。 →入居したい。→	→自宅介護には限界を感じ、 ホーム入居を希望している。 →入居したい。→
ご家族 Action	ホーム検討が視野に在る。 ケアを要する。	事業者以外も、広告接触の 郵便資料請求までは行う。	紹介センター、ライバル様との 比較検討。→web掲載先など にホーム決定に対してアドバイス を求める。	紹介先の提案施設を見学し、体験 入居とステップを進める。

+
htmlメール作成

支援例：CRMコンサルティング

クライアント：介護企業B社様 見込みリード成約率改善

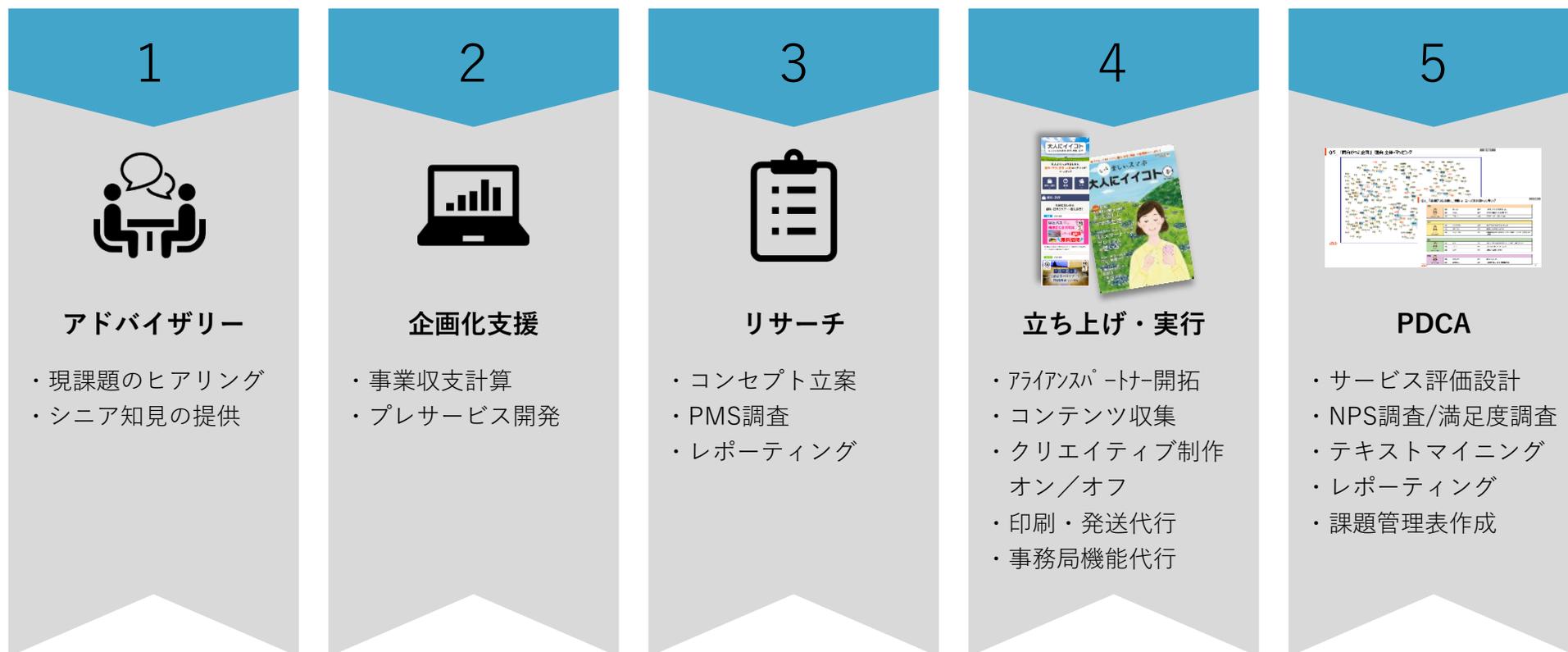
介護施設を展開されているB社様は、見込みリードからの成約率の低さが課題でした。弊社では、顧客タイプを類型化し、成約までのボトルネックを分析し、最適な情報を最適なタイミングで届けるコミュニケーション設計をご支援。成約率の向上、空室率改善につなげました。



支援例：新規事業開発

クライアント：通信キャリア大手C社様 企画立ち上げ支援

サブスクサービスにおいて、シニア向けのサービス強化を図るために基礎ニーズ、価格受容性、満足度などのリサーチを実施。販促ツールの制作までトータルにご支援しました。



集客支援

オフラインマーケティング

デジタルマーケティング

集客サポート事業

私たちは、**シニアの心を動かすことに特化**し、シニアにリーチしやすいメディアバイイング、WEB広告運用、オンオフのクリエイティブ制作までトータルなソリューションをご提供します。

オフラインマーケティング

クリエイティブ改善

- 既存クリエイティブ診断
 - ・改善ポイント洗い出し
 - ・他社同梱物、広告比較
 - ・ユニバーサルデザイン準拠
 - ・薬機法、景品表示法準拠
- 新聞、雑誌、交通広告
 - ・雑誌等タイアップ記事広告
 - ・折込広告
 - ・商品同梱チラシ
 - ・ブランディング冊子
 - ・顧客育成DM
 - ・会報誌
- 社内コミュニケーション
 - ・社内報制作

メディアバイイング

- ターゲットに沿った媒体選択・買付
 - ・新聞、雑誌、交通広告
 - ・折込広告
 - ・フリーペーパー
 - ・ラジオ広告
 - ・TV広告
- シニアに特化した媒体の広告枠買付
 - ・シニア通販同梱
 - ・シニア会報誌



デジタルマーケティング

クリエイティブ改善

- 短期集客
 - ・LP
 - ・キャンペーンサイト
- コンテンツマーケティング
 - ・オウンドメディア制作
 - ・オウンドメディア記事提供
 - ・SNS運用
- 通販
 - ・要件定義
 - ・ECサイト制作
- 各種HP制作
 - ・コーポレートサイト
 - ・サービスサイト
 - ・採用サイト
- 動画制作

広告運用

- リスティング広告
- ディスプレイ広告
 - ・バナー
 - ・リターゲティング (リマーケティング)
 - ・インフィード
 - ・アプリ
- YouTube動画広告
- SNS広告
 - ・Facebook
 - ・Instagram
 - ・LINE
 - ・Twitter
- 月間レポート & PDCA

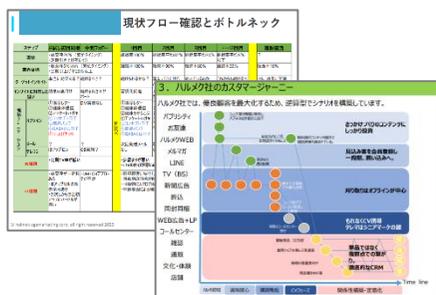
“ただの制作”にとどまらないサポート力

私たちのこだわりは、「**成果を出すこと**」。そのために、クライアント様の業界について徹底的に調査するとともに、現課題を浮き彫りにしてから制作します。さらに制作が終了してからも改善PDCAを絶えず行っています。

サポートの流れ



貴社現行クリエイティブでよりよくなるポイントを示唆します。CRMではカスタマージャーニーにあわせたマインドセットができていないかどうかを指摘します。



事前に設定した検証軸に沿って改善活動を行い、勝ちパターンを創出します。

他社資料の同梱物数、発送回数、発送タイミング、クリエイティブ内容、サービス内容等を徹底的に比較し、レポートします。



シニア目線を徹底したクリエイティブ

“シニアの心を動かす”をとことん追求してきたハルメクグループの制作力を活かし、確度の高いクリエイティブをサポート。制作はすべて自社スタッフが行います。

▶“心を動かす誌面”作りのノウハウを保有

- ・シニアのアイフローやユニバーサルデザインに準拠した誌面で、読み手に寄り添います。
- ・それぞれの企画においてAIDMA/QUEST等、マーケティングプロセスを徹底。
「買いたい」「やってみたい」といったマインドスイッチを起こします。



▶センスに左右されない良質なクリエイティブを量産

- ・「こだわりシート」「作戦シート」など、独自のワークプロセスを開発し、クリエイティブをロジック化しているが特長です。



シニア企業のオンラインシフトを支援

シニアを専門にする私たちだからこそ、いち早く対応してきたデジタルマーケティングのノウハウがあります。シニアのデジタルUI/UXを最適化したクリエイティブと広告運用、さらにオフラインとのメディアミックスによって集客効果を最大限に発揮します。

▶オフラインで培ってきたノウハウで シニアUI/UXを最適化

シニア特化のユニバーサルデザインや、態度変容を促すLP、読みたくなるコンテンツ等、オフラインの知見を活かしてクリエイティブを制作します。

“シニアUI” リサーチプロジェクト進行中

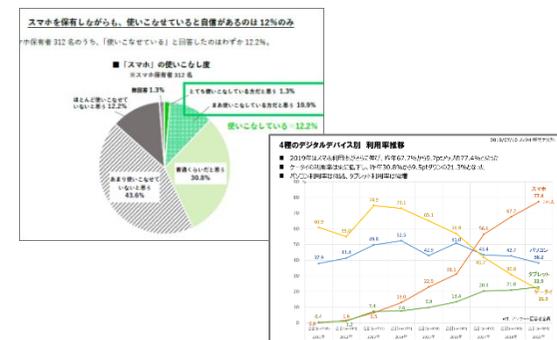
「シニアが本当に見やすい&見たくなるwebサイトとは？」
「ほかの年代と比べて操作にどんな違いがあるのか？」
そんな発想をもとに、新しいユニバーサルデザインを模索するプロジェクト。
「生きかた上手研究所」とともに研究&開発し、クライアント様へのクリエイティブワークに順次反映していきます。

会報誌の受け入れ先として
LPを制作した事例



▶シニアのデジタルシフトに 関する最新データを保有

ハルメクグループの調査データをもとに、シニアのデジタルマインドも読み取りながらクリエイティブに反映します。



ご担当者様の工数削減や、トーン&マナー統一に！

オンライン、オフラインのやり取りが1社で済むため、ご担当者様の工数削減、トーン&マナーの統一等、全体感をもった施策進行が可能です。

【伊藤園様】



【SOMPOケア様】



【日本郵便様】



【テレビ東京ダイレクト様】



料金例 オンライン

コンサルティング、リサーチ等、さまざまなアセットを組み合わせでご提案いたします。
詳しくは、お問い合わせください。

メニュー	内容	料金例
LP制作費	企画費、デザイン費、コピーライティング費、コーディング費、デバック費 ※撮影費、イラスト費、撮影諸経費別途	750,000円～
WEB広告運用費	リスティング広告、ディスプレイ広告 (バナー/リターゲティング/インフィード/アプリ/YouTube動画広告) PDCAレポート費	600,000円～
オウンドメディア記事提供	企画費、取材費、ライティング費	記事単価@100,000円～
バナー制作費	デザイン費、コピーライティング費 3パターン制作	70,000円～ ※動画も可能です
CMS開発	オフィシャルサイト作成・リプレイス	3,000,000円～

※肖像権、著作権の譲渡については別途ご相談。PSDファイルでの納品は別途費用をいただきます。

※サイト構築費用は案件の規模・難易度によって異なります。詳しくはお問い合わせください。

料金例 オフライン

コンサルティング、リサーチ等、さまざまなアセットを組み合わせでご提案いたします。
詳しくは、お問い合わせください。

メニュー	内容	料金例
新聞5段広告制作費	企画費、デザイン費、コピーライティング費 ※撮影費、イラスト費、撮影諸経費別途	200,000円～
新聞15段広告制作費	企画費、AD費、コピーライティング費、撮影費、 イラスト費、スタイリング費、撮影諸経費	3,000,000円～
会報誌・リーフレット ※ページ数による	企画費、デザイン費、AD費、撮影費、イラスト 費	頁単価@100,000円～
折込広告制作費 ※B4サイズ表裏	企画費、デザイン費、コピーライティング費 ※撮影費、イラスト費、撮影諸経費別途	240,000円～
CRMツール制作費 ※A5サイズ例	企画費、AD費、コピーライティング費、薬機 法・校閲費 ※撮影費、イラスト費、撮影諸経費別途	頁単価@65,000円～

※肖像権、著作権の譲渡については別途ご相談。

※媒体買付価格は、貴社実績と、業界・業種によって変わりますので、詳しくはお問い合わせください。

通販スタートアップ支援資料

シニアD2Cコンサルティング
通販ブラッシュアップ

ご支援内容

ハルメクのD2Cノウハウで、通販スタートアップおよびブラッシュアップをご支援します。様々な形態での支援が可能です。イニシャルコストゼロでスタートアップや、現状のスコア改善のためのクリエイティブ代行などのご支援も行います。

他社事例

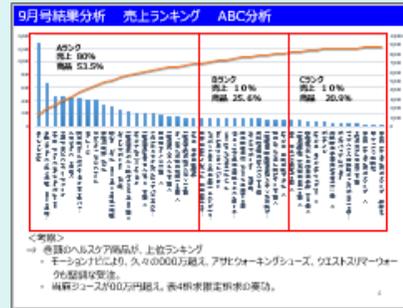
	A社様（配食）	B社様（配置薬）	C社様（TV通販）	D社様（総合通販）
種別	スタートアップ	スタートアップ	ブラッシュアップ	ブラッシュアップ
ご支援内容	会報誌に独自通販を付加	会報誌に独自通販を付加	TV以外のチャンネル 立ち上げ&改善	クリエイティブ コンサルティング
部数・サイクル	25万部・月刊	15万部・季刊	15万部・季刊	20万部・月刊
ハルメク ご支援	企画編集	○	○	○
	印刷・発送	○	○	○
	フルフィルメント	○	○	○
	商品供給	○	○	○
	分析	○	○	○

徹底したPDCA展開

通販支援で弊社のフルフィルメントを活用する場合、データに基づく徹底的なPDCAを展開が可能です。トランザクション分析だけでなく、定性的なインタビューや、VOC活用など、ハルメクグループが培ったPDCAで強力にバックアップいたします。

今月の検証課題の結果チェック

売れ筋/死に筋チェック



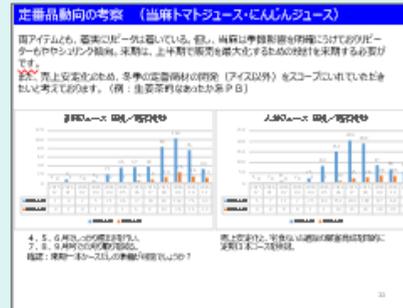
ページ効率分析

注力ページのクリエイティブ評価

注力商材の受注分析



定番商材の定着度チェック



利用者年代/男女比分析



アウトバウンドヒアリング調査

上記は、分析・レポートの一部抜粋です。

共同通販事業の展開

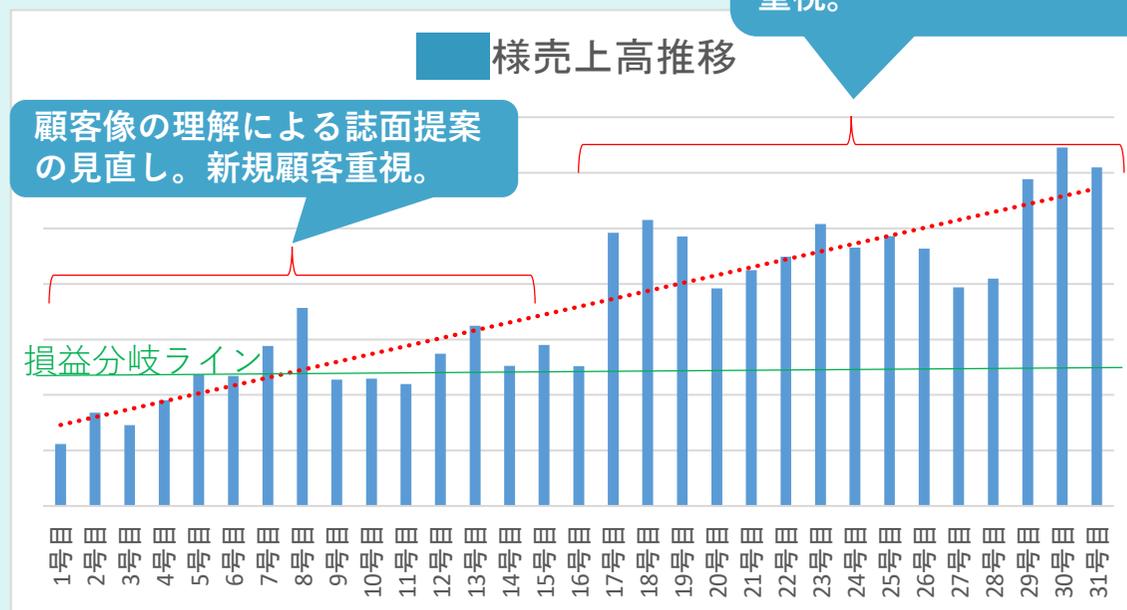
ハルメクグループのMDやフルフィルメントを活用し、通販をスタートアップしていただくことが可能です。社内リソースの負担をかけない既存の顧客資産の活用をご提案いたします。

< A社様通販スタートアップ座組と、売上動向 >

カタログ通販 事業支援



- ✓ 制作・通販運営にかかわる **全コストを共同運営PL**として管理。
- ✓ **利益をシェア**しコミュニケーションコスト圧縮と売上伸張に応じて利益を拡大。



ご支援 クライアント様事例

クライアント：ワタミの宅食

支援内容：会報誌&通販スタートアップ

会報誌制作での通販支援。制作から運営まで全て当社が代行。プロフィットセクターへ転換。



↑会報誌の後半に兄弟会社「全国通販」の商品を入れて、共同通販の仕組みにしています。

クライアント：テレビ東京ダイレクト

支援内容：通販ブラッシュアップ

MD計画の提案～カタログ制作で通販支援。グロイン&電話での定性調査を行い「顧客の行動分析」を軸にしたコンサルを実施。



お問い合わせ

各事業のご支援事例は多数ございます。

情報交換ベースのお打ち合わせ歓迎です。最新の事例などをご紹介します。

お問い合わせ

会社	株式会社ハルメク・エイジマーケティング
住所	〒101-0051 東京都千代田区神田神保町2丁目2-31 ヒューリック神保町ビル5階
部署	コンサルティング部
担当	小池
連絡先	03-3261-1363 agemarketing@halmek.co.jp