

2019年10月7日

**電通テック、「進撃の巨人展 FINAL」で、顧客体験価値を向上させる  
LINE を活用した OMO マーケティングソリューションを提供  
—イベントにおける実施効果への課題を解決—**

株式会社電通テックは、2019年7月5日（金）より東京で開始し、現在大阪で開催中の「進撃の巨人展 FINAL」（以下、本イベント）において、LINE を活用したキャラクター対話型コミュニケーションによる事前告知や鑑賞体験連動コンテンツの配信、グッズショップ購買データとアンケート情報の掛け合わせによる来場者の「見える化」などを行うことによって、オンラインコミュニケーションだけでなく、オフラインのイベントにおける顧客体験価値を向上させる OMO（Online Merges with Offline）マーケティングソリューションを提供しました。それにより、これまで難しかったイベント施策の効果測定、ブランディングや販売促進への貢献といった課題の解決に繋がりました。

**キャラクターを用いたコミュニケーションにより、イベント実施前からのエンゲージメント構築を実現**

LINE の API 関連サービスを活用し、アンケートによる友だちの属性情報の取得や、会場内で販売される100種類以上のグッズの紹介、展示内容を案内する音声コンテンツの配信など、様々なサービスをイベント開催に先駆け LINE 公式アカウントで提供。これらの全てのサービスを「進撃の巨人」キャラクターとの対話形式によるコミュニケーションとすることで、本イベントへの来場意欲やグッズ購買意欲の向上に寄与しました。



アンケートの回答結果に応じた返信内容の出し分け

キャラクターによるグッズ紹介

音声コンテンツの配信

【本件のお問い合わせ先】

株式会社電通テック 事業企画室 コミュニケーションデザイン部 /電話：03-6257-8100 /メール：[kouhou@dentsutec.co.jp](mailto:kouhou@dentsutec.co.jp)

## イベント会場内での体験と連動した“来場後”コンテンツの配信により、顧客体験価値を向上

イベント会場内に設置された複数の鑑賞ルートと連動した音声コンテンツを、来場の数時間後に来場者限定で公式アカウント内にて配信。来場者は自身が辿った鑑賞ルートやその体験に応じたコンテンツを受け取ることで、本イベントと作品との結びつきを強くし、ユーザー体験にさらなる付加価値を与えました。



## 物販ブースにおける購買データと属性情報を掛け合わせて、来場者を「見える化」し、今後の施策に活用

会場内グッズショップの会計時に LINE 公式アカウント内に表示される QR コードをかざすことで、従来のイベントでは難しかった来場者単位のユニークな物販購買データの取得を実現しました。さらに、LINE 上でのアンケート回答データを掛け合わせることで、個人単位での購買情報だけでなく、性年代別やエリア別の購買傾向の把握や客単価分析も可能となり、今後の商品開発やイベント告知におけるコミュニケーションなどに活用できるマーケティング資産として蓄積していけるようになりました。



【本件のお問い合わせ先】

株式会社電通テック 事業企画室 コミュニケーションデザイン部 /電話：03-6257-8100 /メール：[kouhou@dentsutec.co.jp](mailto:kouhou@dentsutec.co.jp)

## 「進撃の巨人展 FINAL」 イベント概要

・主催：進撃の巨人展 FINAL 製作委員会

・公式HP：<https://www.kyojinten.jp/>

### 【東京展】

・タイトル：進撃の巨人展 FINAL in 森アートセンターギャラリー六本木

・会場：森アートセンターギャラリー（東京都港区六本木 6-10-1 六本木ヒルズ森タワー52 階）

・会期：2019年7月5日（金）～2019年9月8日（日）※連載10周年記念祭 2019年9月9日（月）

### 【大阪展】

・タイトル：進撃の巨人展 FINAL in ひらかたパーク

・会場：ひらかたパーク イベントホールI（大阪府枚方市枚方公園町 1-1）

・会期：2019年9月21日（土）～2019年12月1日（日）

(C) 諫山創・講談社/進撃の巨人展 FINAL 製作委員会

当社は、オンライン・オフライン問わずあらゆる顧客接点データを活用できる「1/0（ワンゼロ）」の開発をはじめ、これまでもLINEのMessaging APIを活用したサービスの提供・開発を推進してまいりました。また、2019年2月には、販促・店頭領域におけるデジタル・ソリューションを電通グループ横断で推進するプロジェクトチーム「Boostore」を発足し、LINEが提供する販促ソリューション「LINE Sales Promotion」においてLINEを活用したソリューションの開発、提供を本格始動しております。マーケティングのデジタル化が進み、個人認証や電子決済の浸透などOMO（Online Merges with Offline）時代が到来している中で、当社は販促・店頭領域でも生活者ごとの購買状況や行動状況を可視化し、中長期的なマーケティングに寄与するコミュニケーションの企画・運用により、顧客企業に最適なソリューションを提供してまいります。

【電通テックが提供するLINEを活用したOMOマーケティングソリューション】

■「1/0（ワンゼロ）」

<https://www.dentsutec.co.jp/digital-marketing/LINE/>

■「1/0（ワンゼロ） TYPE EVENT」

<https://www.dentsutec.co.jp/digital-marketing/typeevent/>

■「SC121」

<https://www.dentsutec.co.jp/digital-marketing/sc121/>

■「Boostore」

<https://www.dentsutec.co.jp/news/2019/20190208-2/>

【プロモーション領域の課題に結果を出す解決策「TEC Solution SHOWROOM」】

■OMO時代のLINE活用法 Vol.1 「LINE」×「イベント」

<https://www.dentsutec.co.jp/showroom/onezero/>

<ソリューションに関するお問い合わせ先>

お問い合わせ窓口：[line@dentsutec.co.jp](mailto:line@dentsutec.co.jp)

株式会社 電通テック

OMO プランニングセンター

高橋潤平、左奈田佑、望月悠未 TEL：03-6257-8279

<リリースに関するお問い合わせ先>

MAIL：[kouhou@dentsutec.co.jp](mailto:kouhou@dentsutec.co.jp)

株式会社 電通テック

事業企画室 コミュニケーションデザイン部

星田紀子、内藤詩緒 TEL：03-6257-8100

【本件のお問い合わせ先】

株式会社電通テック 事業企画室 コミュニケーションデザイン部 /電話：03-6257-8100 /メール：[kouhou@dentsutec.co.jp](mailto:kouhou@dentsutec.co.jp)