



4,600企業・12万店舗 日本全国の買い物情報
国内最大級のチラシ配信サービス

Shufoo!

サービスご紹介資料



ONE COMPATH

株式会社ONE COMPATH(ワン・コンパス)

国内最大級の電子チラシサービス

Shufoo!は利用者数&掲載店舗数トップクラスの電子チラシサービスです

月間ページビュー

4.5億PV

2021年2月時点

月間利用ユーザー数

1,100万人

(ASP込み 1,600万人)

2021年1月時点

掲載店舗数

全国4,600企業

12万店舗

2021年2月時点

WEBでもアプリでも

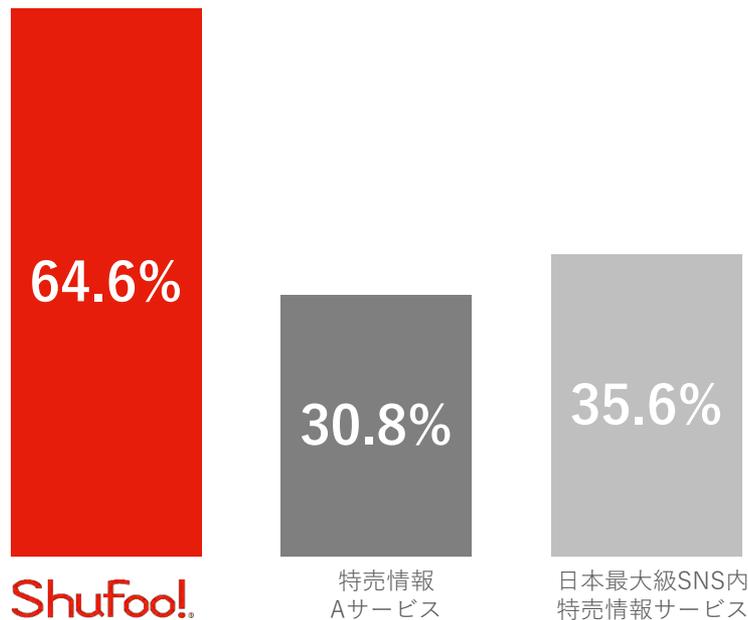


サービス充実!

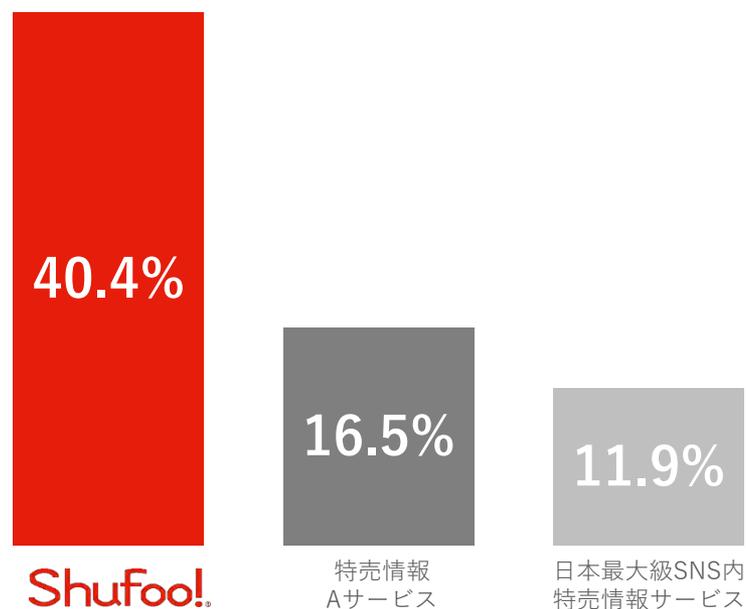
認知率&利用率No.1

あなたは、以下の電子チラシサービスを利用したことはありますか？

認知率 該当サービスを知っている



利用率 該当サービスを使ったことがある (または現在も使っている)



マクロミル「お買い物に関するアンケート」調査結果より(2020年4月実施) n=20,000
※上記設問の利用率回答部分のみ抽出

掲載企業

4,600社

掲載店舗数

120,000店舗

買い物スイッチがONになっているユーザーをターゲットに多くの企業に導入いただいております

流通様



メーカー様、その他



(※一部抜粋)

Shufoo!とは

チラシ、クーポンなどお買い物前に役立つ様々なコンテンツをお届けします



チラシ



お気に入りクーポン



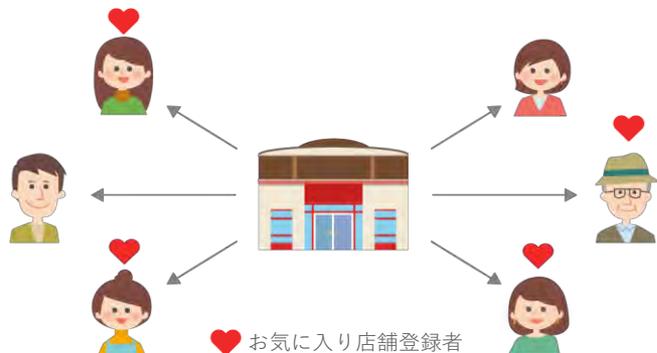
イベントカレンダー



店舗からタイムリーなお知らせ

効果検証で効果を実感

商圈内のユーザー全員に情報を配信できるから
新規顧客獲得に繋がりやすい



チラシが閲覧された地域を可視化し
商圈分析にも活用



Shufoo!以外のメディアにも広く情報配信



T×Shufoo!
(Tポイント)



永久不滅
(クレディセゾン)



ECナビ
(VOYAGE MARKETING)



カテエネ
(中部電力)



myTOKYO GAS
(東京ガス)

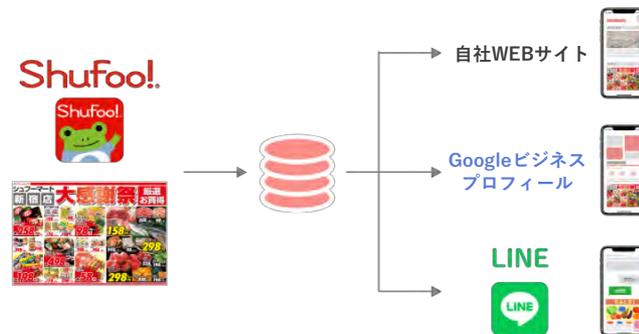


エネルギア
(中国電力)

Shufoo!では
リーチできない
ユーザーにも情報
をお届け!

※一部抜粋

店舗・販促情報を一元管理し、自動で連携
管理・運用コストの削減を実現



Shufoo!の特長

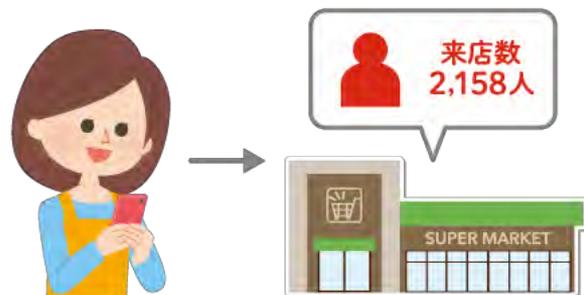
投稿コンテンツの反響を計測



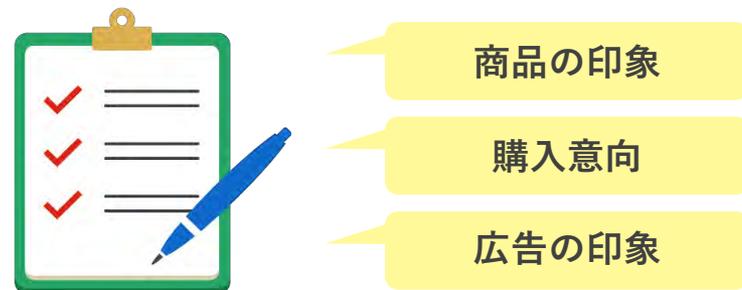
コンテンツの閲覧ユーザーを可視化



チラシの来店効果を計測



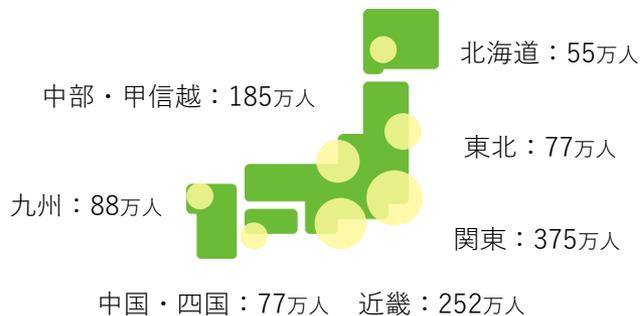
広告の印象をアンケート調査



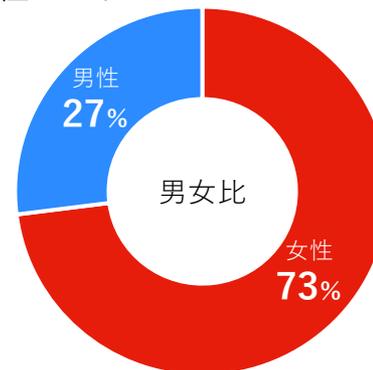
※オプションです

ユーザー属性

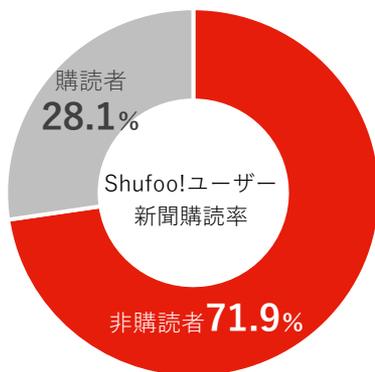
1,100万人のユーザーが全国に



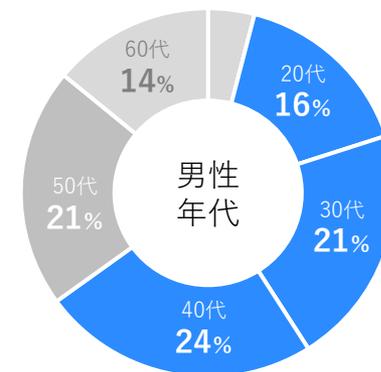
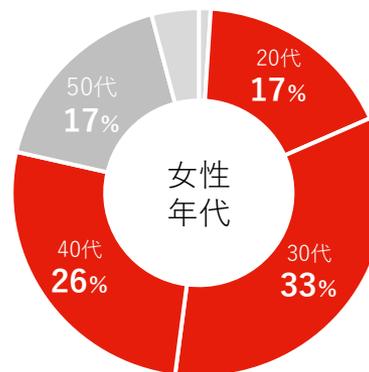
約7割が女性ユーザー



約7割が新聞非購読者（朝刊）



20～40代がメインユーザー

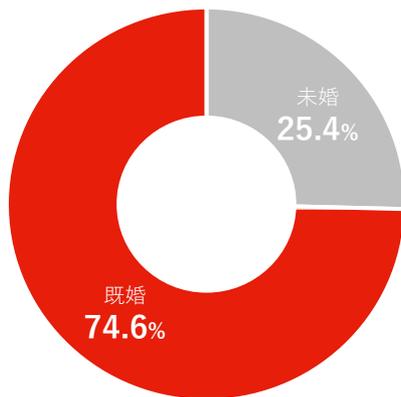


「Shufoo!ユーザー調査」より n=27,729
(インターネット自主調査 2021年10月31日～11月14日)

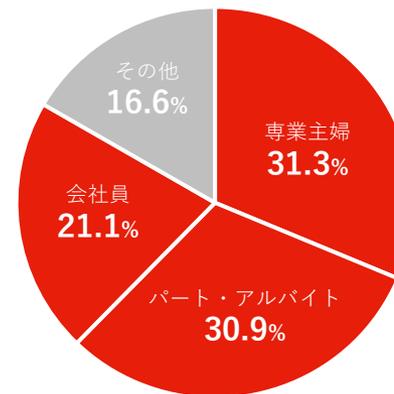
Shufoo!アプリ会員ユーザー属性 n=約2,000,000
※2021年4月30日現在 ※未回答を除く

[女性]ユーザー属性

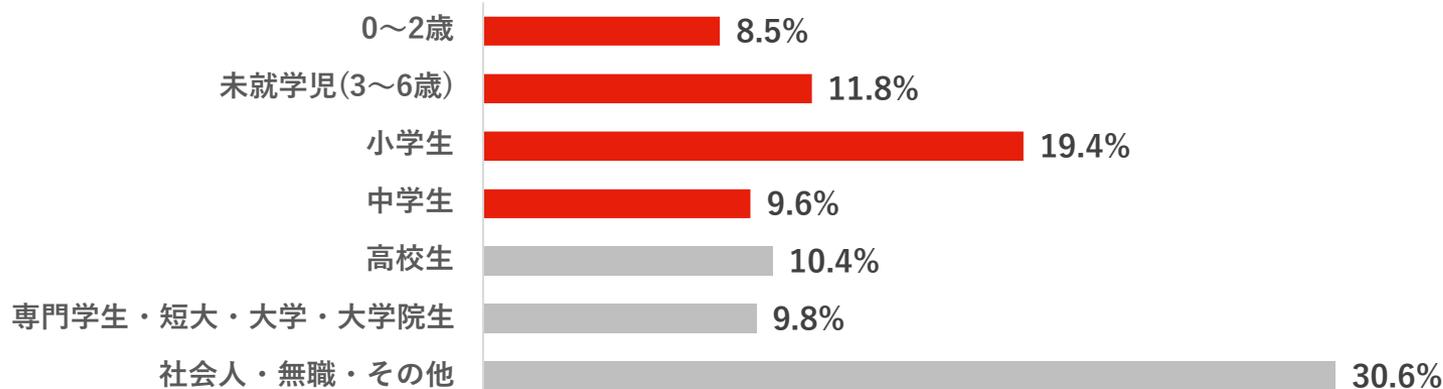
婚姻状況



職業



子供の年齢



「Shufoo!ユーザー調査」より回答者女性のみ n=16,554
(インターネット自主調査 2021年10月31日～11月14日)

Shufoo!のペルソナ①

Shufoo!ユーザーの特徴として、忙しい中での家事比率が高いこと
いかに効率よく家事をこなすかが、日常で重要となっています



年代・性別・職業	30～40代/女性/共働き
家族	夫・未就学児～小学生の子供がいる
家事の分担	家事分担割合は高い 食事の準備は自分
週末の過ごし方	週末は家族との時間を重要視
日常で気にする点	家事と育児で忙しく「時短」への意識高い 貯蓄・ローン・教育費などのお金問題に直面中

Shufoo!のペルソナ②

もう1つの特徴としては、健康に気遣い自炊を中心とした食生活を送っていること
可処分時間もあり、余裕を持った暮らしを楽しんでいます

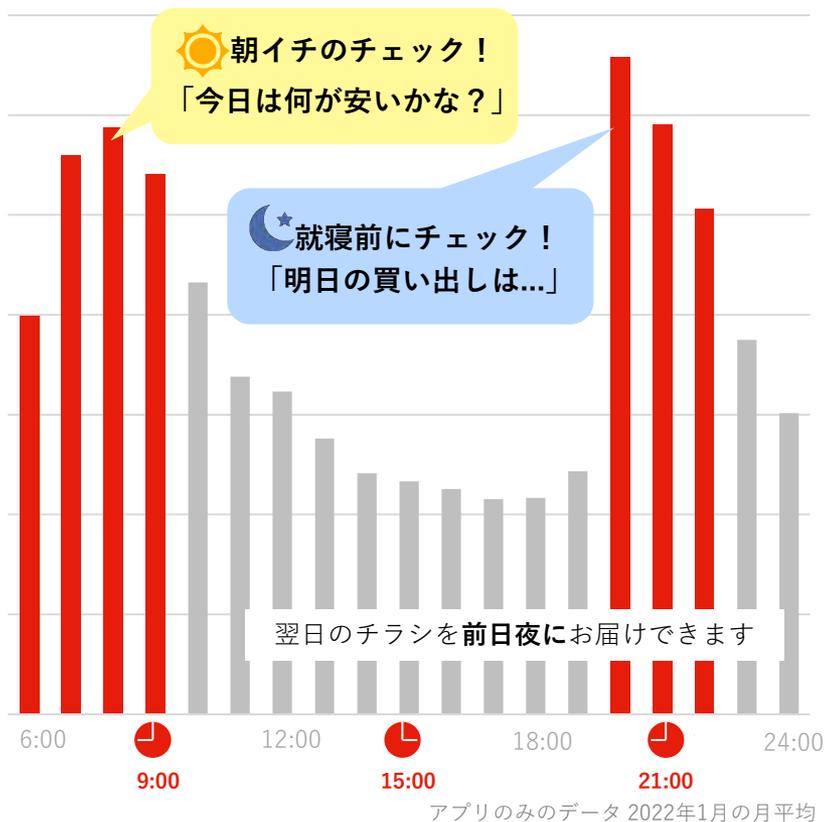


年代・性別・職業	50代/女性/パートタイマー
家族	夫・大学生の子供がいる
家事の分担	家事は主に自分が担当 料理は手作りが基本で比較的得意
週末の過ごし方	子育ては一段落し時間に余裕はある
日常で気にする点	ポイントサイトを複数利用しポイ活中

閲覧のタイミング

朝と夜に閲覧するユーザーが多い

時間帯別アクセス状況



買い物計画を立てる際にShufoo!を活用

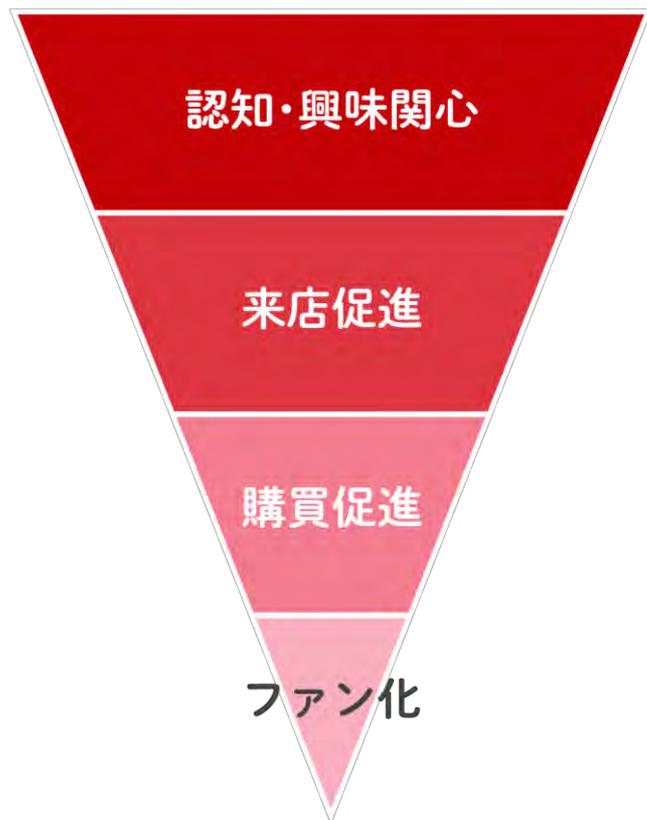
チラシを見ることが多いタイミング



「Shufoo!ユーザー調査」より n=27,729
(インターネット自主調査 2021年10月31日～11月14日)

認知拡大～ファン化まで、幅広い広告メニュー

チラシ配信はもちろん、バナー広告やターゲティング広告など
お客様のご要望に合わせてご提案させていただきます



販促情報の配信

チラシ、クーポンなど店舗情報をお届け
できます



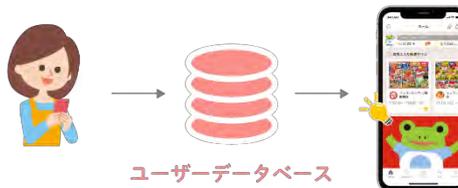
ディスプレイ広告

買い物前のユーザーにバナーや動画で
商品をご紹介します



ターゲティング広告

アプリユーザーのデータベースを活用した
ターゲティング広告が可能です



会員向け施策

全国のShufoo!会員に向けてDMの配信や
キャンペーンの実施ができます



※詳しくは「[媒体資料 メニュー一覧](#)」をご覧ください

エリアをセグメントできる動画広告も！

お手持ちの動画をアプリのファーストビューに表示できます
都道府県ごとの配信も可能です



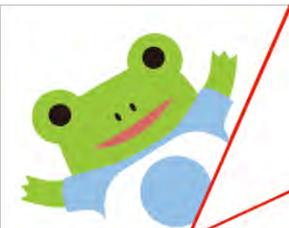
メーカー様 認知拡大、キャンペーン告知に

買い物前にShufoo!を訪れたユーザーへ向けて
商品告知、キャンペーン告知が可能です

流通様 店舗販促、集客告知に

催事情報、販促情報をCM感覚で告知することができます
動画からLPや店舗情報に遷移させることで、より詳しい情報をお届け可能！

詳しくは「メニュー一覧」をご覧ください



Shufoo!ご利用事例

らくらく投稿を活用して組合員を獲得！

記事詳細はこちら
https://biz.shufoo.net/case_study/retail/12495/

生活協同組合ユーコープ様

業態：小売（スーパーマーケット）

会社概要 <https://www.ucoop.or.jp/>

利用プラン：基本プラン／来店検知

チラシ、クーポンなど6つの機能が使える基本プランを98店舗で利用し、一部店舗で来店検知を実施



導入前の課題

- ◎ 世の中のデジタル化が進み、集客も紙からWEBに移行したほうが良いという危機感が社内にあった

導入後の効果

- ◎ 来店検知でShufoo!をきっかけに来店したか否かがわかるようになり、PDCAを回せるようになった
- ◎ 投稿後の閲覧数がわかるので、店舗スタッフのモチベーションがUP
- ◎ 組合員の獲得にもつながっている

来店率が30%アップ！

記事詳細はこちら
https://biz.shufoo.net/case_study/retail/18852/

フードネットリテール株式会社 様

業態：小売（スーパーマーケット）

会社概要 <https://fnm.co.jp/>

利用プラン：基本プラン／来店検知

チラシ、クーポンなど6つの機能が使える基本プランを利用し、来店検知も実施

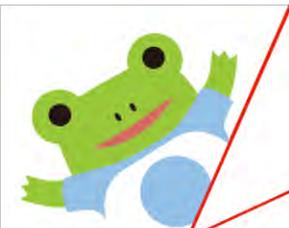


導入前の課題

- ◎ 紙のチラシはコストがかかっている割に効果がわからない
- ◎ WEBサイトの閲覧数をもっと伸ばしたかった

導入後の効果

- ◎ Shufoo!とWEBサイトを連携し、チラシの予約投稿ができるようになったので、**チラシの掲載漏れがなくなった**
- ◎ **来店者数が前年と比べて30%増**
- ◎ Shufoo!掲載商品のPOPを作ると売れ行き好調
- ◎ **WEBサイトでのチラシ閲覧者数が2倍に増加**

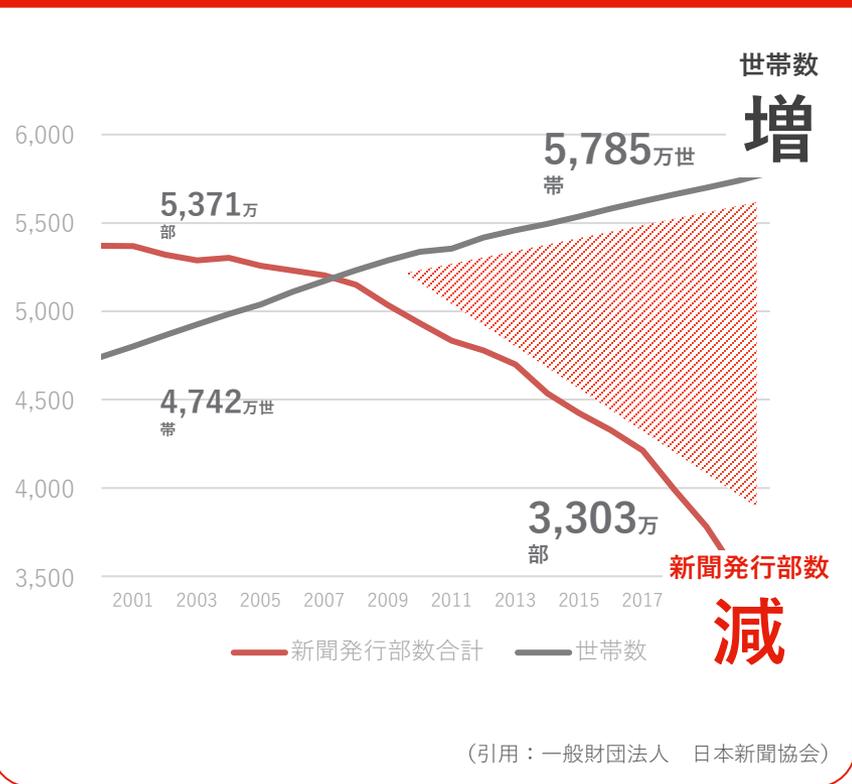


参考資料

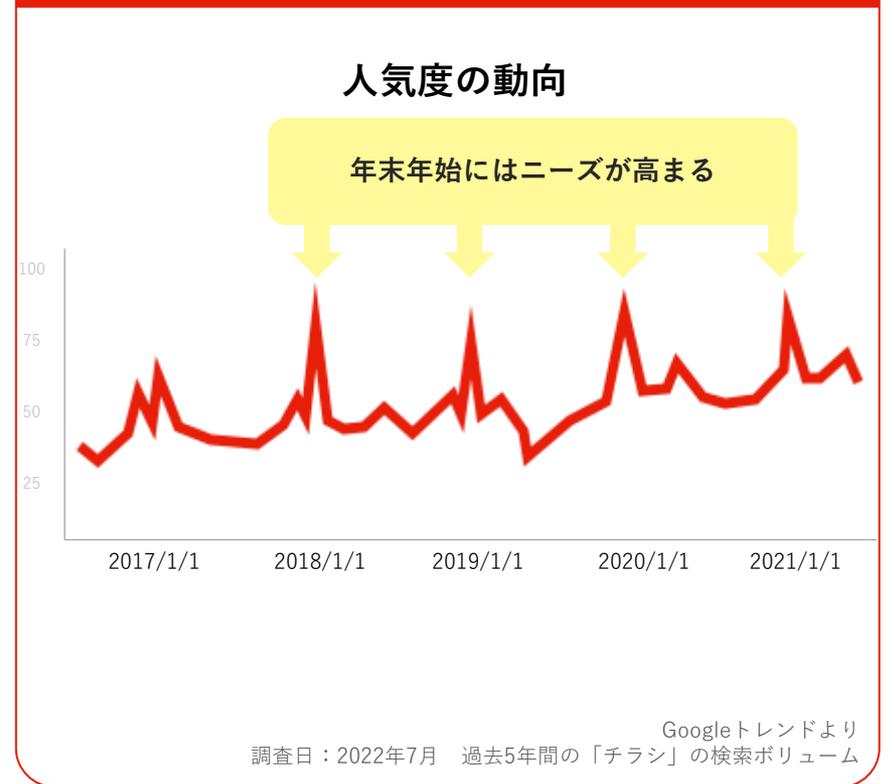
世帯数の増加に対し、新聞発行部数は大幅に減少

スマホでお買い得情報を求めるニーズは年々上昇

世帯数・新聞発行部数の推移



WEBで“チラシ”の検索数は上昇中

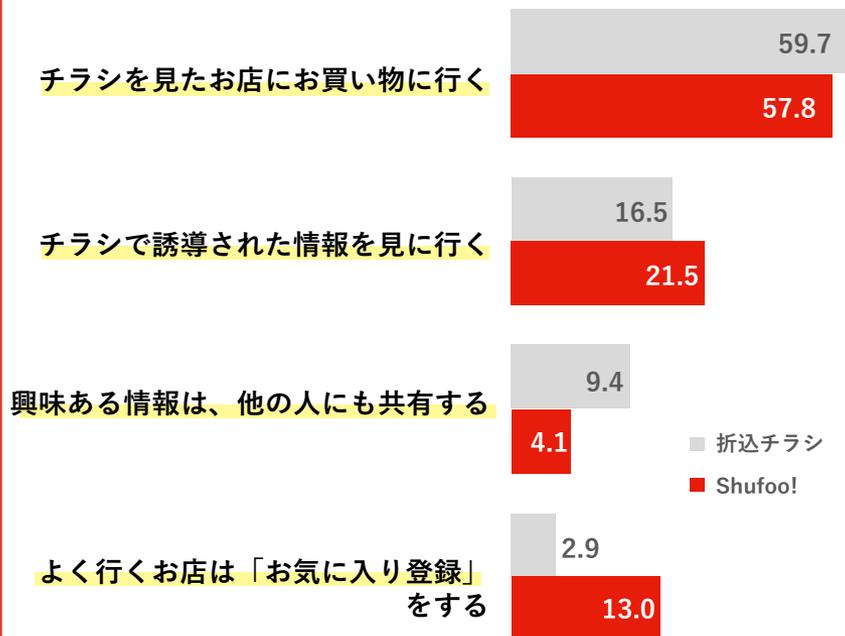


折込チラシと来店率は変わらず、Shufoo!の方がオトク！

折込チラシと同様、Shufoo!閲覧が来店動機に！

Q.チラシサービスを見た後、どのような行動をとりますか。
当てはまるものをすべてお選びください。(複数選択)

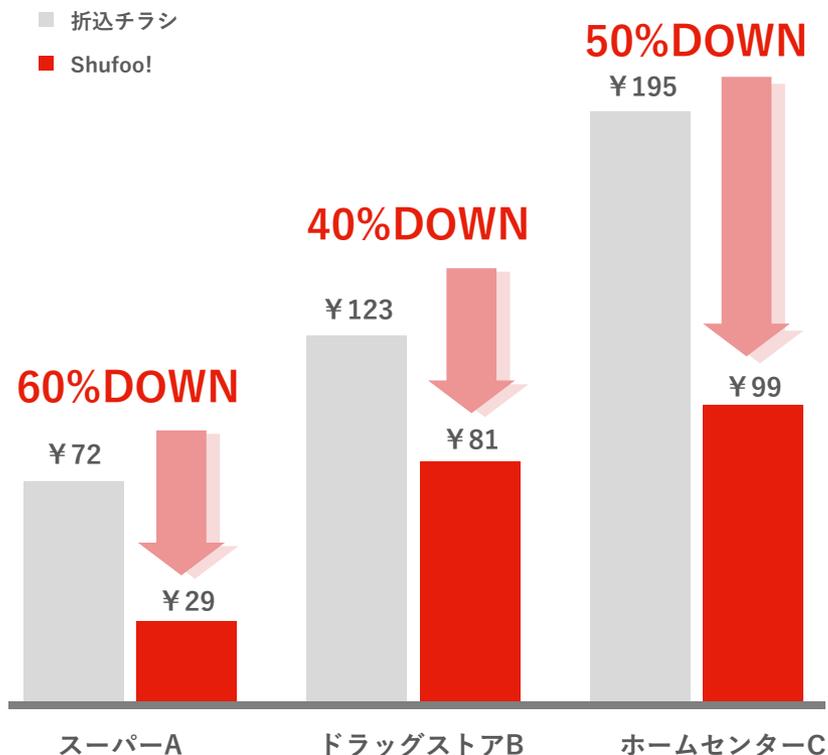
単位：%



全国20～60代男女 N=1,108名に外部インタビュー調査
(各性年代 N=100で割付) 2021年12月実施

一人当たりの集客コストが最大約60%ダウンに

一人当たりの集客単価



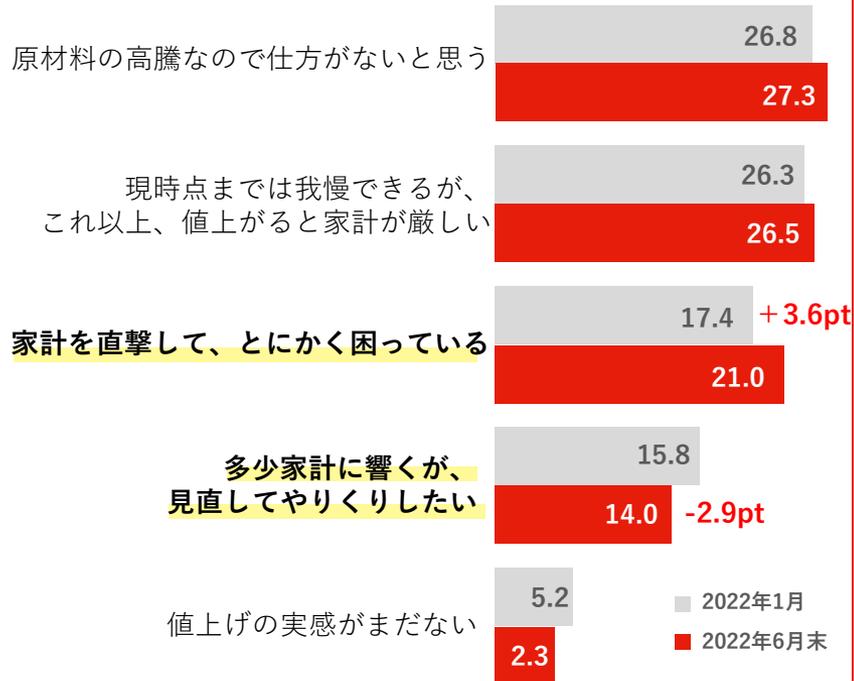
Shufoo!来店調査 (2015年実施) 結果より

2021年から続く「値上げ」でセール、チラシの需要が上昇

長引く値上げで家計を圧迫している家庭が増加

Q.2021年より、様々な商品やサービスの値上げが続いていますが、値上げについてどう思いますか？

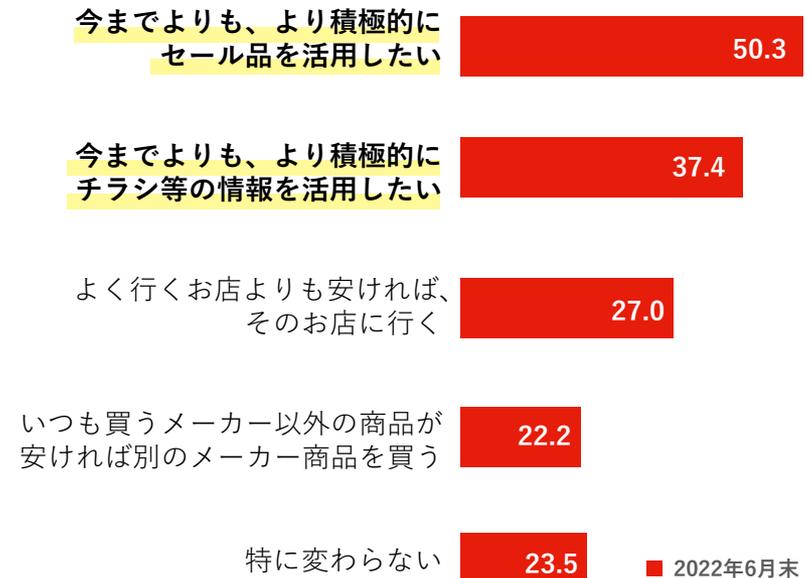
値上げ意識



よりお得に買い物するために、セール、チラシの重要性が高まっている

Q.値上げにより、セールの重要性は今までより増しましたか？（複数選択）

セール・チラシの重要性



定期的に「Shufoo!ユーザー調査」を実施 値上げに関する意識を聴取 選択肢一部抜粋
2021年1月実施 n=24,599 2022年6月末実施 n=18,807

＼2021年12月よりスタート！／

買い物を楽しくするメディア「Shufoo!プラス」

買い物に「楽しい」をプラスする！
買い物情報メディア

Shufoo!プラス



ロゴは生活を彩る花をモチーフとした「+」を入れ、コンセプトを表現しました

買い物に『楽しい』をプラスするをコンセプトに
Shufoo!プラスは「節約」「暮らしのヒント」「食」を
テーマに日々の買い物に役立つ記事を配信しております

買い物のコツ

暮らしのヒント

食・レシピ

節約術

新メディア立ち上げの背景

Shufoo!は、2001年に折込チラシをデジタル化するサービスとして誕生してから20周年を迎えました。

サービス成長の背景には、新聞の購読者数が減少したことで折込チラシのニーズが拡大したことが大きな理由として挙げられますが、一方で、折込チラシ自体になじみのない若年層が増えています。

「Shufoo!プラス」は、折込チラシになじみがなく買い物に課題を感じている若年層を「次世代」と定義し、**若年層に対しても便利なサービスや機能を強化していきたい**という思想の中から誕生しました。

**Shufoo!は電子チラシサービスの枠を超え、
幅広い世代の買い物をもっと楽しくするサービスへと進化していきます**

お問い合わせ

業界別におすすめのメニューを紹介した「業界別の媒体資料」や、
Shufoo!のメニューすべてが掲載された
「メニュー一覧」の資料もございます
その他資料請求は、以下のボタンをクリック
または URL から専用ページにアクセスをお願いします



資料請求はこちら



<https://www.shufoo.net/biz/downloads/>





ONE COMPATH

名称	株式会社ONE COMPATH（ワン・コンパス）
設立	1997年1月20日
所在地	〒108-0023 東京都港区芝浦3-19-26 トッパン芝浦ビル
資本金	6億円
従業員数	141名（2022年4月時点/他社からの出向者含む）
株主	凸版印刷株式会社
子会社	株式会社MISA
代表取締役社長CEO	早川 礼
参加団体	一般社団法人新経済連盟 東京商工会議所 一般社団法人OSGeo日本支部 団体会員