

# デジタル化の深化とメーリングの進化

## デジタル化の深化 (invoice等……)

1. メーリングのコスト面の課題 (郵便コストの上昇等)
2. 紙媒体の使用は環境負荷が懸念 (地球温暖化の加速)  
(物理メーリングが極端に減少)

ー見進化しそう! 🤔

連日超大量のe-メール 😨

### 大量・高速処理の激減

1. 物理メーリングの極小化

### e-Mail等へのシフト

1. ランニングコストが安価
2. メールマーケティングの肥大化

少量・多品種 ⇒ フレームデザイナー  
(新ビジネスモデル)

### メールマーケティングの弱点

1. スпамフィルターやメールの未開封 → ターゲットへのリーチが限定
2. メールアドレスの劣化 → 正確なリストを維持するのは困難
3. メッセージの個性が薄れる
4. 法規制とプライバシー問題 → 厳しい規制
5. 過剰な競争と飽和状態 → 独自性困難

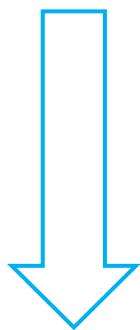
私たちはこの道を行きます

大した進化は無い?! 失礼

## デジタル化の深化がDMに与える影響はむしろ、新価値創造の絶好のチャンス

1. ハイブリッドコミュニケーションの需要増  
デジタル広告の飽和により、物理的なDMが再評価  
圧着ハガキにデジタル要素 (QRコード) を加え、顧客をオンラインに誘導
2. データドリブンマーケティングの活用  
CRMや顧客データを活用し、パーソナライズされたDM送付可能
3. トリガーメールとしての進化  
デジタルでの特定の行動 (Web閲覧) をきっかけに「トリガーDM」の普及

新価値創造



デジタルが進むほど、  
物理DMの付加価値が高まる

### 新たなDM市場のチャンス

1. 少量・高精度のDM市場  
AIやマーケティングオートメーションの進化で、少量DMのニーズが増加
2. カスタマイズDMの需要  
オンデマンド印刷技術により、個別にパーソナライズされた提案が可能
3. サステナブルDM  
環境配慮型DMの差別化ポイントが注目



### DX推進によるDMの進化

1. フィジカルとデジタルの融合  
QRコードやNFCタグの活用で、DMをデジタルプラットフォームへとつなげる  
圧着ハガキを開くと、特定のWebページや動画コンテンツにアクセスできる仕組み
2. トラッキング技術の活用  
DM送付後、顧客の反応（QRコードのスキャン率・・・）をリアルタイムで把握



### これからのマーキング戦略

1. ニッチ市場の特化  
多品種・少量に特化したDM機器をアピールし、「効果的なDM」を目指す企業
2. デジタル統合サービスの提供  
DMを含むマーケティング施策全体を一括で管理できるプラットフォームの検討



## オムニチャネル戦略

### オンラインとオフラインの連携

顧客がオンラインで注文デザインを選択し、圧着ハガキを作成・配送依頼が可能

1. チャネル間の統合  
オンラインで商品を確認し、実物の持ち込みデモ等の提案
2. 顧客中心のアプローチ  
パーソナライズされた体験を提供
3. 一貫性のあるブランド体験  
すべてのチャネルで統一されたメッセージとデザインの提供

1. 顧客満足度の向上
2. 売上の最大化
3. データの統合

#### 活用例

1. オンラインプラットフォームと連携
2. データ連携でパーソナライズ化
3. フィジカルとデジタルの融合



## データドリブンマーケティング(顧客データや市場データを活用し意思決定を行う)

### パーソナライズ

カスタマイズされたDMの送付

過去の購入履歴に基づき、顧客ごとに最適な商品の案内を送付。

デジタルとDMの統合

ターゲティング精度の向上

AIが潜在顧客を予測し、DM送付対象を絞り込む。





1. 効果の最大化  
データに基づきターゲットを絞ることで、DMの開封率や反応率が向上
2. コストの削減  
無駄なDM送付を減らし、マーケティング予算を最適化
3. ROIの向上  
顧客にとって関連性の高い内容を提供することで、購買意欲を喚起
4. 顧客体験の改善  
顧客のニーズに応じた適切なタイミングで情報を届ける



1. 少量処理用圧着ハガキの活用  
小ロットのパーソナライズDM  
顧客データを活用して、名前や購入履歴に基づくDMを作成  
例：顧客名と個別のQRコードが記載された圧着ハガキ
2. CRM連携の促進  
クライアント企業のCRMと連携し、オーダーメイド型のDMを提供
3. 圧着ハガキの特性を活かしたデータ統合  
QRコードを圧着ハガキに組み込み、Webアクセス率を取得

## CS30の提案ポイント

- 1 小型・軽量・静寂・廉価 (CS30)



- 2 安全性・保守性・耐久性の重視
- 3 ランニングコストの最小化
- 4 競合なし (CS30 モデル)
- 5 フレームデザイナーによるアプリ支援
- 6 デジタル化の深化が新ビジネスモデルの絶好のチャンス
- 7 最後にフレームデザイナーを使って生産性を大幅 Up !



