

ニッチメディアの開発で 新たな広告手法に挑む

WINホールディングス株式会社
代表取締役

こが なおき
古賀 直記 氏



ニッチ広告は ホワイトオーシャン？

市場競争についてしばしば語られるレッドオーシャン戦略とブルーオーシャン戦略。血で血を洗うような競争の激しい市場で戦う道と、ライバルが少ない市場を切り拓く道と、果たしてどちらを選ぶか？そんな議論をよそに、競合ひしめく広告業界の中、古賀さんは独自の戦略で新たなサービスを続々と生み出しています。

一般に広告といえば、不特定多数をターゲットにしたマス媒体をイメージしがちですが、古賀さんがこだわるのは「ニッチメディアの開発」。「この壁は誰が見ているんだろう、この商品は誰が使うのだろう」と考えを巡らせ、あらゆるものを対象に、広告媒体としての可能性をリサーチ。「最初に手がけたのは、病院内で使われる処置カートに、企業広告のステッカーを貼り付けて寄贈する事業です。企業にとってはCSR活動の一環で、病院にとっては備品提供を受けられるということで、双方にメリットがあります。その事例でノウハウを得て、病院内のスタッフスペースに住宅会社の広告を掲載したり、救急病棟に交通事故対応のための弁護士無料相談窓口の広告を掲載させてもらったり。場所と、そこに來る人の関係性を重視した広告を次々と仕掛けていきました」。これまでに病院、薬局、葬儀場など、広告とは縁のなさそうなフィールドに進出。「社会の余白」を発掘するビジネスは、「広告業界におけるホワイトオーシャン戦略」と言えるかもしれません。

市販ゴミ袋に独占広告を掲載

福岡市でも市政だよりや広報物に広告が掲載されていることに着目した古賀さん。行政メディアの有効活用にもチャレンジしています。

「市が発行元で、広告を入れる余地のある媒体を検討する中で、ゴミ袋のパッケージに広告を入れる企画を思いついたのです。他の都市での先行事例も紹介しつつ、福岡市に提案したところ、採用が決定しました」。今年7月からはすべてのゴミ袋に第一交通タクシーの予約システムの広告が掲載されることになっているとのこと。スポンサーは福岡市内のすべての人にくまなく広告を届けることができ、福岡市は広告収入も得られるということで一挙両得。今後も公共団体の資産活用の観点で、歳入支援につながる事業を提案していく考えだそうです。



広告のすき間を埋めるのは「人」

気になるのは古賀さんの次なる戦略。同社では、ビジネスホテルで配布する情報メディアの制作も手掛けていますが、今後は外部の企業ともコラボレーションしながら、媒体を活用したコンシェルジュサービスにも進出するとのこと。「福岡市内のホテルで試験的に行って見ましたが、広告効果は上々で、観光客にもクライアントにも好評でした。クーポン雑誌は巷にあふれていますが、ニーズは一巡したと感じています。広告としての結果を追求するには、最終的には口コミや信頼できる人からの紹介が一番効果的。情報誌を活用してもらうために、人がメディアとなって人の背中を押す。この手法もある意味「ニッチ」なのかもしれませんね。

祖父、母も経営者で、幼い頃から「経営」が身近にある環境で育ち、高校時代には事業計画書を作成するなど、起業に強い関心を抱く。Webマーケティング会社の設立に創業メンバーとして参画。10年後に独立、2006年にWINホールディングスを設立。

WINホールディングス株式会社
〒812-0016
福岡市博多区博多駅南1-3-6
第三博多備成ビル5階
TEL: 092-452-8850
FAX: 092-452-8856
http://www.winhd.jp/

