

開発現場紹介

タイトーアプリ

開発期間：2018/9～2018/12(その後も改修を継続)
開発体制(2019年12月現在)：PM 1名 開発 4名 デザイナー 1名

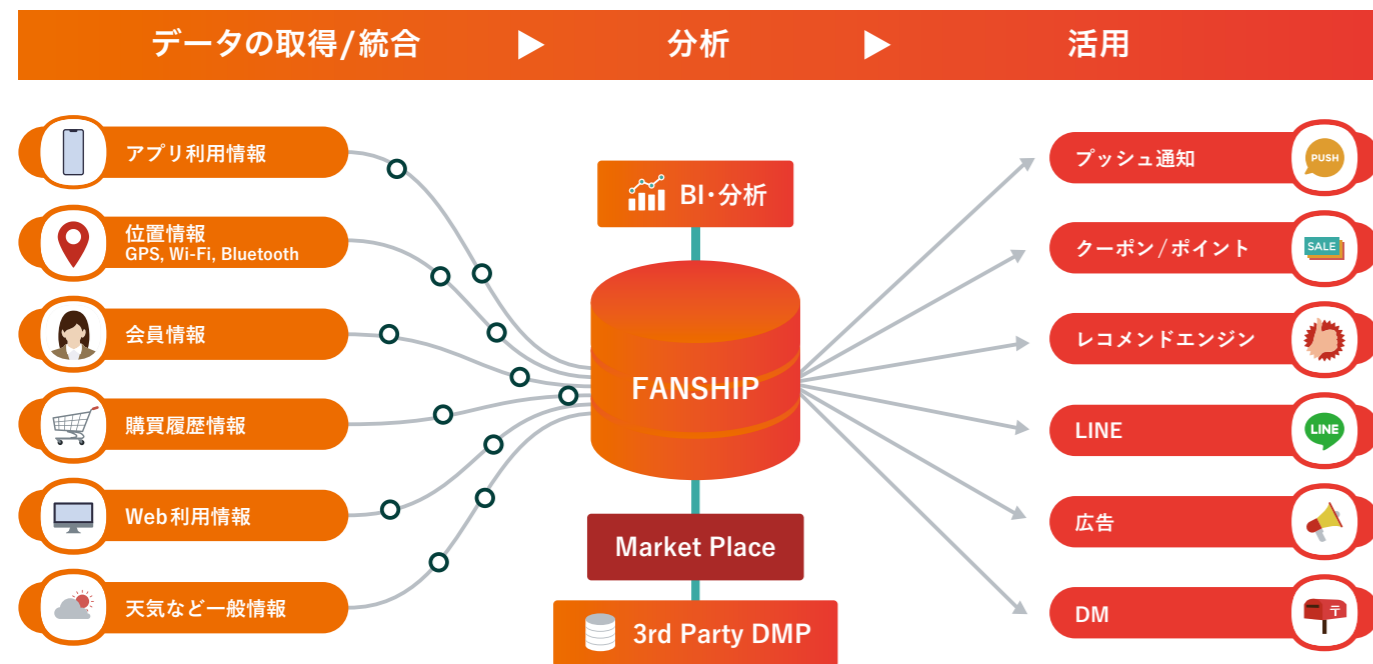


「ログインポイントのインペーダーキャラをタップするとインペーダーが消える」という隠し要素は、ミーティング中に皆さんと盛り上がり出して出したアイデアの1つです。

リリースが12月だったこともあり、クリスマス商戦でのリリースを最優先にしつつ、ご予算に合わせた「FANSHIP」(プッシュ、ポイント、クーポン、Management API機能)の活用をご提案し、制作を開始しました。ミーティングではいつも楽しくお話をさせていただき、そこで登場した隠し機能などを実際のアプリに盛り込んだりもしています。ログインボーナスの機能や、ご来店から1週間経過したユーザー様への再来店促進プッシュ通知など、担当者様の「タイトーを思い出して欲しい」というご要望の実現に取り組みました。

ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」とは

FANSHIP(ファンシップ)は、アイリッジが提供する顧客データ分析プラットフォーム(CDP)です。顧客のオンライン/オフライン行動履歴を統合し分析することで、各顧客情報をファンレベル(結び付きの強さ)ごとにセグメンテーション化することができます。このセグメントデータを、自社アプリでの施策やLINEのプッシュ通知、One to Oneトーク等での施策に活用することで、顧客を「優良顧客」へと育成し、売上・利益の最大化に貢献します。



株式会社アイリッジ

〒106-0041 東京都港区麻布台1-11-9 BPRプレイス神谷町9F/10F(受付:10F)
TEL:03-6441-2325 FAX:03-6441-2425 MAIL:info@iridge.jp URL:https://iridge.jp/



アミューズメント施設を変える、アプリの可能性

アーケードゲーム「スペースインペーダー」で世界的な大ブームを巻き起こし、現在はアミューズメント施設「タイトーステーション」を全国に約160店舗展開している株式会社タイトー様。2018年12月から、店舗での体験を向上するためのタイトーアプリを提供開始されました。本インタビューでは、執行役員 社長室室長の児玉 晃一様を中心に、アプリ推進を担当されている皆様にお話を伺いました。



写真左から、オペレーション統括戦略室 店舗企画課 課長 下崎成彦様、運営支援部 部長 小坂佳代様、運営支援部 運営支援課 課長 佐藤亜矢様、コミュニケーション推進課 制作係 WEB担当 係長 平松信宏様

お客様データを活用し より快適なアミューズメント施設を



—アプリを開発するに至った経緯・背景を教えてください。

児玉様：もともとアミューズメント施設(ゲームセンター)事業は、企業ごとの差別化をはかることが難しい領域でした。弊社ではこれまで、紙の会員カードによる特典などで、ファンの獲得に取り組んできましたが、紙カードは携帯性の問題に加え、お客様への特典還元がしにくいという課題がありました。また、現在でも現金で遊ばれるお客様が多く、データ収集の面でも課題がありました。アプリを活用することで、より深くお客様を理解し、ファン獲得への施策が打てるのではないかと考えました。

—現在のアミューズメント業界、またタイトー様のアミューズメント事業の概況はいかがですか。

児玉様：アミューズメント(いわゆるゲームセンター)業界は、ここ数年持ち直してはいますが、緩やかな下降傾向にあります。現在当社では、食とエンタメを融合した「EXBAR TOKYO(エクスパートキョー)」や、スポーツとエンタメを融合した「NOBOLT(ノボルト)」といった新しい施設を展開し、エンターテインメントの拡張にも取り組んでいます。

その一方で、主力のアミューズメント施設事業においても、複数フロアで運営する大型の施設では、新しいお客様も増えてきている状況にあります。そのような中で「アミューズメント施設をより楽しめるツール」としてのアプリの可能性に期待しています。

プッシュ通知の活用で アミューズメント施設来店を促進

—ロイヤリティやリピート回数の向上などはアプリの得意領域と言えますが、アプリを通じてどのような取り組みをされていますか。

下崎様：アーケードゲームの新機種は1ヶ月から数ヶ月に1回の入荷なので、目新しさをアピールするまでのサイクルが長い傾向があります。その一方、クレーンゲームのプライズは毎日のように新

商品が入荷するため、アミューズメント施設にとって重要なコンテンツとなります。

そのため「タイトーアプリ」では、プライズの入荷情報を逐一プッシュ通知で配信しています。プライズは基本的に再生産しないため、入荷から当日～数日でなくなってしまうこともあり、二度と手に入りません。そのため、人気プライズの入荷日はお客様のご来店が集中します。

その他の施策としては、ご来店してチェックインしたことのあるお客様が1週間ご来店されなかった場合などに、プッシュ通知を自動配信しています。

—アプリを提供開始されてから1年が経ちましたが、現状で感じられている手応えなどはありますか？

下崎様：「チェックイン」機能を活用し、ご来店ボーナスでポイントを配布しています。ポイントは、プレゼント応募や、ゲームに使えるチケットに交換して使われる方が多いです。アプリがご来店のきっかけになっているということだと思っています。

佐藤様：従来は、お客様がご自身でプライズの発売日をWebサイトで確認する必要がありましたが、アプリのプッシュ通知でリアルタイムに表示されるため、お客様にとっても店舗にとってもWin-Winなサービスとなっています。

「お客様の夢中」をアプリで促進する

—アプリの最終ゴールと、お客様に愛されるために必要だと思うこと、そして今後の展望について教えてください。

児玉様：会社のミッションとして、笑顔や人とのつながり、驚きをお客様に提供していきたいというのがあります。アプリの情報から店舗で楽しんでいただいて、笑顔で帰っていただくという体験を提供したいですね。



小坂様：オペレーションのテーマが「お客様の夢中に私たちが夢中」なので、お客様に楽しくなっていただくことで、働く私たちも楽しくなるというのをモットーに運営しています。

—アイリッジを選定いただいた理由や、現状どのようなサポートをさせていただいているかをお聞かせいただけますか。

児玉様：これからデジタルマーケティング施策を強化したいので、まずポイントサービスや、GPSを使った分析が可能であることが決め手でした。

平松様：FANSHIPは、データの分析などを深掘りしているツールなので、これからもっと活用していきたいと思っています。それから、管理画面のレポートでフィルタをかけてほしいところがあり、相談した際にすぐに反映いただくことができました。

そのほか、導入時にはクーポンの発行、ポイントの付与など、想定する使い方のマニュアルを作成して講習会を実施していただきました。専門の会社さんをお願いすると、こういうサポートまでいただけるのだと勉強になりました。



タイトーアプリ

対応OS：iOS、Android

タイトー様が運営する、アミューズメント施設「タイトーステーション/タイトーFステーション」専用アプリ。アプリを起動することで、店内のクレーンゲームなどで利用できるポイントが毎日貯められるほか、GPSによる店舗検索などの機能により、アミューズメント施設の利用を快適に楽しむことができます。

ポイント/クーポン機能

アプリ起動時(ログインボーナス)や、「タイトーステーション/タイトーFステーション」店舗のチェックイン(チェックインボーナス)で、ポイントが付与する機能。ポイントは、店内のクレーンゲームなどで使えるクーポンと交換できます。

ログインボーナス

アプリを起動時に、1日1回限定でログインボーナスの抽選により、当選ポイントに応じたポイントが付与されます。

チェックインボーナス

タイトーステーション/タイトーFステーション店舗でアプリのチェックインボタンを押すことでポイントが付与されます。

店舗検索

GPSを活用し、現在地付近の店舗を近い順に表示したり、地域別やフリーワードでの検索も可能。各店舗にあるクレーンゲームなどの景品(プライズ)や、話題の機種について最新情報を確認することもできます。店舗をお気に入り登録することで、トップ画面からすぐに店舗情報の確認が可能です。



App Store



Google Play