

## 誌面データ利活用

マーケティング、物販、イベント、広告展開に

富士山マガジンサービスは7月19日、同社及び、電通との合併で設立したmagaportの事業説明会を渋谷区文化総合センター大和田(東京・渋谷区)で開催した。同社の旗艦事業である雑誌の定期購読サービス、magaportが提供する雑誌コンテンツの加工・流通サービスを紹介したほか、マーケティングデータを活用した新たなコンテンツビジネスの可能性を提言した。

### 毎月3万人の定期獲得 富士山MSで

第1部「360」出版マーケティンググループのビジネス支援」では、西野伸一郎CEOが「(雑誌の販売状況が落ち込むなか)当社は月間のアクティブユーザーを約100万人抱え、定期購読者も毎月約3万人ずつ増やしている。この事実を、出版業界に伝えたい」と続けて、セールス&マーケティングデータ



西野伸一郎CEO

マーケティンググループの篠塚利之(シニア・マネジャー)が、雑誌の定期購読サービスと、マーケティングデータを活用した物販・イベント・広告などの事業について解説。また販路の拡大事例として、法人顧客からの大口注文や、他の法人の会員特典サービスと連携した事例を紹介した。

第2部では、5月31日に設立したmagaportの説明を行った。同社のサービスは、雑誌誌面のPDFデータを、AIが自動でテキストや画像単位のマイクロコンテンツに変換し、様々なメディアに利活用できる、というもの。

電通出版ビジネス・プロデュース局の中村理一郎局長は「テクノロジーに優れた富士山マガジンサービスと、営業力に優れた電通が組む」と合併の意義を説いた。magaportの神谷アントニオ社長は同社の設立について、「雑誌コンテンツの新たな旅立ち

の起点としての会社を目指す」と宣言。今後も、雑誌周辺の情報技術に精通し、雑誌コンテンツビジネスモデルの優位性を立証したいと語った。

第三部のパネルディスカッションでは、「コンテンツ活用とメディア連携」をテーマに、(株)アマナの市村純執行役員、(株)グライタール・アソシエイツの荒川敬副社長、ADARAの末政幹セールズディレクターの3氏が登壇。マーケティングデータとコンテンツを組み合わせた、新たなビジネスモデルについての提言がなされた。

