



「シュフモ」にアクセスするのは、買い物に行く時という利用者が半数以上。ケータイ電話の機動力を生かした実用的な情報デザインが支持され、ヘビーユーザーも多い

100万人の主婦に支持されるケータイサイト お得情報満載の「シュフモ」は伸び盛り

「お得」「節約」「便利」をキーワードに、主婦が毎日見たくなる情報をケータイサイトで発信し、サービス開始から2年で100万人の会員を獲得。スーパーのチラシ情報をテキストで掲載し、特売商品を使ったレシピを提案するケータイサイト「シュフモ」は、主婦の生活に密着したアプローチで人気を集めている。

毎日のお買い得商品を見やすく、主婦の買い物をサポート

長引く不況で出費を抑えたい主婦の心をガッチリとつかんでいる「シュフモ」。サンケイリビング新聞社とニフティが共同運営し、主婦層をターゲットとしたモバイルサイトとして、日本最大級の会員規模に成長している。

人気のコンテンツは、スーパーのチラシ情報を閲覧できるサービス。お気に入りのスーパーを20件まで登録することができ、各店の今日のお買い得情報がケータイ電話で閲覧できる。「賢くおトクに」という主婦のベーシックな欲求と、若い世代に顕著な「節約を楽しむ」価値観にマッチし、会員増につながっている。

「シュフモ」はチラシ画像をそのまま取り込んだ電子チラシとは異なり、価格情報をデータベース

化しテキスト掲載しているため、情報が見やすい上に他の店舗との比較も簡単。「買い物前にアクセスする」というサービス特性から、購買直前の消費者にリーチできるメディアとして注目されている。

なかでも、特売の食材と関連付けてレシピや広告を掲載する「チラシ情報連動広告」は、「シュフモ」ならではの、関連販売や陳列棚でのPOP設置など店頭販促施策の感覚で、「お買い得品を使ったレシピ提案」等がモバイル上で展開できる。すでに大手食品メーカーの活用実績がある、売れ筋の企画だ。

ユーザーにとって生活に入り込んだ便利なメディア、企業にとって強力なプロモーションツールといえる「シュフモ」。今後、更なるサービス拡充を目指す。



立ち寄るスーパーのお買い得情報を事前にチェック。レシピもあるから献立にも悩まない！

Interview



家族思いで節約上手 「シュフモ」は、そんな買い主婦の味方です

サンケイリビング新聞社
営業推進局 Web 企画部部长
鈴木美和

サイトの土台作りが終わり、サービス拡充の段階に入った2010年4月から「シュフモ」を担当しています。利用者の急激な拡大にあわせて、新しいサービスの提供やコンテンツの改良に迅速に対応すべく、毎日、めまぐるしく動いています。

「シュフモ」の利用者はアクティブな主婦の方が多く、要望や改善を求める声も活発なので、しっかりとご要望にお応えしなくては感じています。それだけご期待が大きいと

いうことなので、ありがたいですね。

ユーザーである主婦の方々は、お得な情報に敏感で、家計を上手にやりくりするために「シュフモ」を活用してくださっています。堅実に主婦業をこなされているユーザーさんに、パブル世代ミセスの私が逆に教えていただくことも少なくありません(笑)。

買い主婦の応援メディアとして、今後もより生活に密着したサービスをご提供していきたいと思っています。

2011年のチャレンジ

- ★ 人気コンテンツ「チラシ情報」「レシピ」を徹底的に強化
- ★ リビング新聞と協力して地方会員を増やし、全国メディアとしての基盤を固める
- ★ 「シュフモ」がユーザーの生活により深く入り込めるよう全力投球！