

UTSUSU

多様化する
人々の購買行動を
捉える

01
創刊号

FREE

01 PXC
NEW SERVICE

SEOライターノウハウ×AI (ChatGPT)

結果に繋がる記事量産サービス

AMAIZIN アメイジン

SEOライティングに必要とされる質と量の観点から、
記事制作もその役割によって「時間×人」を削減する時代

02 SALES PROMOTION
TRENDS

インバウンド
プロモーションのすすめ

2023年9月の訪日外客数は2,184,300人
前年同月比+957.1% 2ヶ月連続200万人超え

PXC NEW WORKS

01 株式会社LIXIL様

設備の性能を訴求する「体感型」という発想

02 工機ホールディングスジャパン株式会社様

キャンペーン施策の成功に必要とされる「汎用性」

03 ゼブラ株式会社様

新商品の世界観を訴求するための「こだわり」

SEOライターノウハウ×AI(ChatGPT) 結果に繋がる記事量産サービス



オウンドメディア施策の最大の課題は運用 SEO対策と記事生成を短時間と低コストで可能に

今の時代にWebマーケティングで大事なこと。それは、自社のWebサイト上でお客様向けの情報を豊富に提供してWebからの集客や売上へ貢献することです。しかし、そのためには多くの記事を作成しなければならず、コストが激増するという厳しい現実がありました。この問題への解決策として生まれたのがAMAIZINです。

Webマーケティングにおいて、検索対策としてのSEO、メディアを集めるためのプレスリリース、見込み客に継続的に接触するためのメルマガ...など必要なコンテンツは多岐にわたります。このAMAIZINを使えば、そういったコンテンツを「コストを抑えつつ、大量作成すること」が可能になります。さらに、これまで数多のコンテンツを作成して

きたノウハウを存分に入れ込んだAIツールであるため「コストを下げる」だけでなく「成果を出す」コンテンツの作成が可能です。また「いくら便利なツールでも使うのが面倒」「AIをツールとして導入するのは社内規定上難しい」という声にお答えし、当社でAIを活用した記事の制作を行い、出来上がった原稿のみを提供する代行プランもご用意しています。

SEOライターの“ノウハウ”とAI(ChatGPT)を融合 成果を追求し記事を量産できる記事生成エンジン

AIエンジンに
トップSEOライター長年の
ライティングノウハウを落とし込み

SEO効果の高い記事を書くには、キーワードや競合記事、HTMLタグなど対策しなければいけないポイントがたくさんあります。しかし、AMAIZINを使えば、キーワードを指定するだけでエンジンがSEOライターの制作工程を再現できます。

ChatGPTを掛け合わせることで、
成果に繋がる
「質の高いコンテンツ量産」を実現

関連ワードの内部リンクを親記事に集め、ビッグキーワードの順位を向上させる対策に有効です。AIの弱点をカバーする人の手によるチェック体制により品質も維持。人力だと対策ができにくい「ロングテールキーワード対策記事」も、AMAIZINを使えば量産可能です。

「時間×人」を大幅削減
人的リソースの支援も
もちろん、可能

SEO対策で重要な構成作成～原稿確認までをAMAIZINが行うので、リソースを大幅削減可能。ChatGPTでも行えますが、各工程ごとに成果を出すための指示出しや確認作業も必要な為、AMAIZINの方が効率的です。

高精度なSEO対策記事(子記事)を安価で大量生産



短時間で記事作成が可能

記事生成エンジンにキーワードを指定するだけで、
高クオリティのSEOライティングを量産。



クオリティも担保

文体や表現といったAIの弱点は、
専門チームによる表現チェックでカバー。

※法律面などのチェックはクライアント様となります。
※コピーチェックはオプション扱いとなります。

質の高いプロンプトエンジニアリングにより AMAIZIN (アメイジン) の活用で 誰でも簡単にSEOに強い記事作成が可能に

AMAIZINの最大の特長でもある成果の出る記事を作成できる仕組みの裏側にはPXCの保有する「ライター組合」の存在があります。ライター組合は1,000人を超える様々なジャンルに精通した、ライターだけが所属するライター集団組織です。

AMAIZINはこの巨大なライター組織である「ライター組合」の持つ高いライティングノウハウとSEO対策のノウハウをプロンプトエンジニアリングし生まれたものです。いまやChatGPTは誰しもが使えるものではありませんが、わたしたちの業界が求める記事生成でChatGPTを

使いこなすには、多くの技術や工夫が必要となるでしょう。ましてやSEOで成果を出す記事を作成することはChatGPTでは、なかなか難しいものです。

PXCではAMAIZINでの「時間×人」の大幅削減サービスを提供しながら、質の高い「時間×人」の工数をかけるべき良質且つ専門性の高い記事作成においては、AMAIZINのプロンプト集団ともいえるライター組合で企画から取材、記事作成に至るまでサポートさせていただいています。

AMAIZIN導入事例のご紹介



株式会社エヌエフエー様 オウンドメディア
ワークスタイルをつくるメディア
ハロわくスタイル「わくスタ」

株式会社エヌエフエー様 オウンドメディア「ハロわくスタイル」

総合人材サービスを展開する株式会社エヌエフエー様は、2023年夏、まさにAMAIZINのサービスがローンチして直ぐに、AMAIZINを全面的に活用し、一からオウンドメディアを立ち上げました。広告に依存し過ぎずに、自社メディアでの求人応募を増やすことを目的とし、「はたらくって、わくわく」を掲げながら、派遣社員や派遣社員の働き方に関心のあるユーザーに向けて、「新たなワークスタイルをつくる」ための情報を発信するメディアです。

多様化する働くことそのものに対する不安や疑問などに関する豊富なコンテンツを提供し、情報提供者であるエヌエフエー様を広く知って貰

うだけでなく、信頼すべきパートナーとして人材派遣登録をしてもらった活動が何より重要という考えのもと制作しました。一方で、既存の方法でのオウンドメディアの立ち上げおよびSEO対策には多くの時間とコストが必要です。

早急にオウンドメディアを立ち上げ、施策のスピードをあげるためにも、まさにAMAIZINは打って付けのサービスであったといえます。エヌエフエー様では、現在もAMAIZINを駆使しながらも、それにプラスし定期的なミーティングやディスカッションを実施し、多くの視点から更なるオウンドメディアの価値向上を図られており、PXCはそのパートナーとして現在も継続的に活動を支援させていただいています。

ライターの知の集積「ライター組合」代表

佐々木ゴウ

PXC株式会社 取締役
AIデジタルマーケティング本部長

著書:デジタル時代の実践スキル
Webライティング読者が離脱しない、
共感&行動を呼ぶための最強メソッド
翔泳社; 第1版 2022.8.26



AIの弱点をカバーするチェック体制により品質も維持



制作費を大幅削減
安心のサポート体制

記事制作コストを抑えた運用が可能。
AIが対応できない記事取材などはオプションでサポート。



SEO効果の高い記事作成が
どなたでも可能

SEOライターの制作工程をAIエンジンが再現しているので、
どなたでも高クオリティの記事制作が可能。

インバウンドプロモーションのすすめ

2023年9月の訪日外客数は2,184,300人^{※1}

前年同月比+957.1% 2ヶ月連続200万人超え^{※2}

もはや誰もが有り有りと感じるほど非常に多くの方々日々海外から日本へと訪れています。

国内需要だけでももう立ち行かないと言われている日本。インバウンド需要への取り込みは、

もはや必要不可欠というよりも当たり前に対応すべき施策なのかも知れません。 ^{※1-2} 出所:日本政府観光局(JNTO)発表統計より



インバウンド需要の変化

コロナが収束し、昨年と比較すると2023年の訪日外国人は増加の一途をたどっています。一方で、これまで過去に訪日外国人客が購入していた対象商品や購入店舗にも少しずつ変化がみられています。これまでインバウンド需要の主流であった家電や化粧品、医薬品など、日本の高い品質水準を求めて商品を購入する購買行動から、今や生活必需品や食品類に至るまでインバウンド需要は拡大しています。

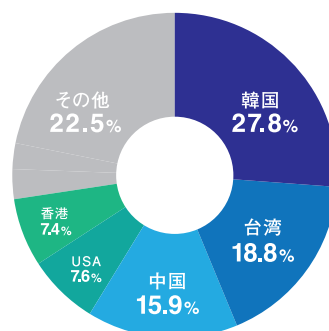
一般的な店舗での取り組み

そういった意味では、昨今、これまで全くインバウンド需要の無かった商品が売れている状況にあるものの、それらは決して何もしていないのに勝手に売れている、というわけではないことも事実です。実際に訪日外国人がよく訪れる街では、ごく普通の飲食店やごく普通のコンビニエンスストアなどでも、インバウンド需要を促すような取り組みを実施している状況を多く目にされるでしょう。棚の位置を変え、良く見える場所にインバウンド需要の有りそうな商材を集め、そこでコーナー展開をするだけでも商品の売れ行きは目に見えて変わります。

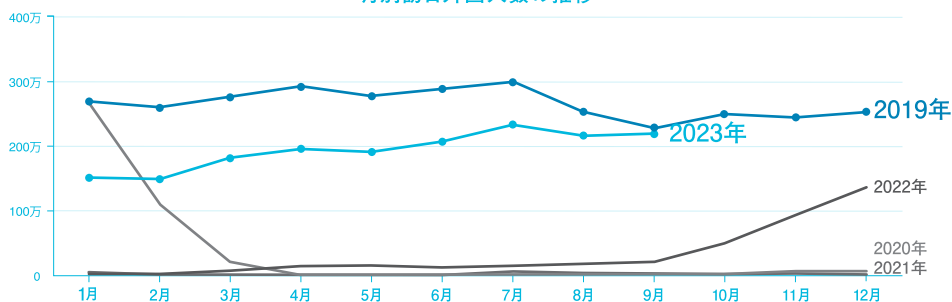
多言語販促ツールの重要性

また、そのような展開のみならず、海外の方々に向けた多言語の販促ツールが如何に購買の意思決定に関与するかは、わたしたち日本人が海外へ出掛けた際に、商品やサービスを理解し得るものを購入しようと意思決定する行為と全く同じことといえます。これらの販促ツールには、アナログ・デジタルといった様々なアプローチがありますが、重要なことはツールそのものではなく、多言語化し、商品やサービスのことを理解させ、いかに商品を魅力的に見せるか、という基本的な販売促進施策であることは言うまでもありません。たったひとつのPOPで思わぬインバウンド需要を喚起できるとしたら、それはぜひ我々日本国が多くの場で取り組むべき施策であるといえるのではないのでしょうか。

9月 国・地域別訪問外国人^{※3}



月別訪日外国人数の推移^{※4}



^{※3-4} 日本政府観光局 (JNTO) 発表統計よりPXC,incにて作成

Produce インバウンド施策

訪日前～リピート施策まで
各種インバウンドプロモーションをご提案

【自治体 様】

訪日外国人の集客、地域PRはじめ、多言語でのオペレーションツールなど訪日前からリピーター施策までトータルでの施策提案が可能です。

【メーカー 様】

日本国内の外国人向け店頭販促はもちろん、訪日前後も貴社商品、サービスのPRが可能。訪日中の売上はもちろんのこと、越境ECの売り上げにも影響を与えます。

多言語対応POP クリエイティブ制作	多言語対応WEB デジタルコンテンツ制作
多言語対応 動画制作	インバウンド対策 プラットフォーム
多言語接客 オペレーションツール	訪日前・後 プロモーション企画
多言語翻訳 ローカライズ	キャンペーン サンプリング施策
国内・外 イベント/展示会	

多言語対応POP クリエイティブ制作	多言語翻訳 ローカライズ
-----------------------	-----------------

第一三共ヘルスケア株式会社様
ミノンアミノモイスト 海外向けボードリデザイン

国内で好評の店頭ボードデザインを、海外各国での現地展開用にリデザイン。
各国の言語への翻訳に留まらず、それぞれの国での目的・嗜好に合わせた訴求・デザインとした。



多言語対応POP クリエイティブ制作	多言語翻訳 ローカライズ	多言語接客 オペレーションツール
-----------------------	-----------------	---------------------

グレープストーン様
東京ばなな・白雪座 訪日外国人向けPOP/リーフレット

お土産として人気のブランド・製品を、空港売店で強くアピールするPOPを作成。
ネイティブの外国人にも食感・味の微細なニュアンスが正しく伝わるよう、機械的な直訳では無いローカライズされた各国言語に翻訳した。



株式会社LIXIL様 ご依頼実績

設備の性能を訴求する「体感型」という発想

PXC Inc.担当 アカウントエグゼクティブ セールスプロモーション本部 城島健太

店頭販促施策提案

LIXIL様の商品「インプラス(内窓)」の店頭販促施策として、遮音性と断熱性の両方を体感できる体感型什器を企画・制作・製造させていただきました。遮音性の性能を理解いただくために、音声スピーカーを仕込んでおり、付属のスイッチを押すと音が鳴り、窓が開いている状態と内窓を使って閉めた状態とで音がどれだけ聞こえづらくなり防音に優れた設備と成り得るのが感覚的に理解できる仕組みです。さらに什器内部に電球を仕込み、内窓有り無しとの状態で、お客様が手を翳してみた際、どれだけ熱が伝わりづらいかという断熱性も体感できる什器となっています。



コロナ禍の変化と販促施策の相談

コロナ禍が落ち着き、人の流れが戻り、目で見て手に取ってみたい、消費者の方が実際に試していただく機会が増えたことにより、更なる商品の売り上げアップを目的とし、この体感型什器のご相談を頂きました。関わる部署様が非常に多く様々なご意見が上がり、一つ一つのご要望に対応し解決していくことが大変な部分ではありましたが、皆さまにとってご納得頂ける販促施策となったことを大変嬉しく思います。

三者協力と解決策の検討

LIXIL様とPXCのパートナー企業様とPXCの3社間で密に打ち合わせを重ね、現場まで何度も足を運び、課題点や修正点に対し迅速に対応させていただきました。また熱に対するリスクに関しては、サーモグラフィを仕込み、熱が上がり過ぎると電球が自動で切れる仕組みとしました。また第三者機関を入れPSEマークを取

得(予定)することで店頭でのお客様に対するリスクを失くす対応も行ってあります。

展開予定とお知らせ

こちらの体感型什器は2023年12月中旬より大手ホームセンター様などで展開予定となっております。皆さまも是非、体感型什器を“体感”してみてください。



インプラス(内窓)体感型什器

工機ホールディングスジャパン株式会社様 ご依頼実績

キャンペーン施策の成功に必要とされる「汎用性」

PXC Inc.担当 プロデューサー・ディレクター セールスプロモーション本部 工藤 洸一

店頭マストバイキャンペーン

2023年11~12月で工機ホールディングスジャパン様の電動工具ブランド「HIKOKI」インパクトドライバが発売3周年を迎えるタイミングで、店頭マストバイキャンペーンを実施。



キャンペーン全般の提案と運営

キークリエイティブの制作、応募LPの制作、店頭販促物、景品のデジタルギフト購入、キャンペーン事務局の運営、デジタル広告の配信など...店頭・WEBの各側面からキャンペーンが盛り上がる仕組みをPXCからご提案、全てをワンストップでお任せ頂くに至りました。

店舗の多様性への対応

本件で特長的だったのは、キャンペーン対象店舗が全国に渡り、ホームセンター大型店舗から地方の小さな工務店までを含んでいた点でした。これに合わせて、異なる店舗環境でもフレキシブルに展開できる汎用的なキャンペーンツールをご用意。

納品計画と店頭展開の効率性

また納品後はすぐに店頭展開ができるよう、配布・展開をしやすい形での梱包をして全国の営業所に直接ご納品する事としました。通常

倉庫への一括納品とは異なる為、営業所ごとの荷受け事情に合わせた配送・梱包はコストと時間を要するものでしたが、結果的にご予算・スケジュールに合うよう細かな納品計画を立てて実行。

成果とキャンペーンの継続

結果として、得意先様や流通の事情に合わせたプランニングで、クライアント社内・営業現場・店舗様の好評を頂き、キャンペーンの重要な立ち上がりをサポートする事ができました。本キャンペーンは2023年12月いっぱいまで実施中です!ぜひ一度、関連POPなどをご覧いただければと思います。



WH36DC発売3周年キャンペーン 店頭ツール

新商品の世界観を訴求するための「こだわり」

PXC Inc.担当 プロデューサー・ディレクター セールスプロモーション本部 田中孝裕



Pitanブランドサイト
<https://www.zebra.co.jp/sp/pitan/>

新製品ローンチとブランドサイト制作

新製品ローンチに伴い、弊社でブランドサイト制作を担当させていただきました。本件対応にあたり、世界観や製品USPを重視し、担当デザイナーと協力してアイデアのプレストを何度も重ねました。

一体化コンセプトの表現

従来別々で所持する「筆記具」と「筆記用紙」を一体化することで、“筆記具忘れの防止”や“探す手間の効率化”が図れる新製品の為、「一体化」を認識でき筆記具の世界感を体験できるテイストでサイトを作り込みました。

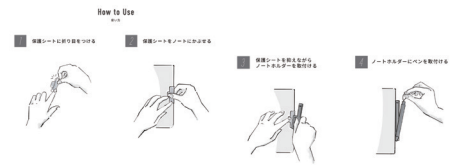
スクロールによる印象付け

サイト上でTOPから下部へスクロールすると、画面右から「ノート」と「Pitan」が現れ、スクロールと共にノートとPitanが合体するモーションを設置。サイト来訪者に対しPitanの製品特

徴を“視覚”と“動き”によって印象付ける工夫を施しました。

背景とイラストの選択

方眼紙や木目調の画像を背景に展開し、ノートや机を連想させ、文房具らしさを表現。特に力を入れたのが「イラストの描き起こし」。HowTo部分をリアル描写ではなくイラストにすることでトンマナ崩れの防止や、筆記具の手書き感を巧く伝えられるようにしました。



成果と評価

結果、ゼブラ株式会社様から製品特徴や世界観の表現ができていると好評とお褒めの言葉をいただいております。

ボクらのP-トライアングル



セールスプロモーション本部
アカウントエグゼクティブ
城島健太

私自身、常に大事にしていることは、クライアント様のニーズに応えることはもちろん、我々のパートナー企業様に対しても気を配り、より多くのコミュニケーションを取りあうことで、お互いに気持ちよく仕事ができる仕組み作りや環境作りというものを心がけています。

我々の会社においては、クライアント様はもちろんのこと、パートナー企業様も必要不可欠な存在であります。

自分自身が積極的に先頭に立ち、双方のニーズに応え、お互いがwin-winになるような、そんな関係性を今後も構築していきたいと思っております。



セールスプロモーション本部
プロデューサー・ディレクター
工藤 洸一

PXCでは創業以来50年以上、多くの企業様の販促・プロモーション活動をサポートして参りましたが、一つとして全く同じご相談はございません。

それはお客様の置かれる状況、目的、課題が全て異なるからです。私たちは常にお客様の「最良のパートナー」としてあるべく、色々なお声を聞きながら、日々様々な課題に向き合い続けています。

どんなご相談であってもお客様と共に悩み、考え、より良い策を具体化してご提案する事が私たちの変わらぬ姿勢です。皆さまのお困りごと、やってみたい事、まずはお気軽にお聞かせください。私たちが一緒にいたします！



セールスプロモーション本部
アカウントエグゼクティブ
田中孝裕

我々は店頭起点のプロモーション施策に強みをもったエージェンシーです。長年培った経験、ノウハウから店頭におけるコミュニケーション方法について様々な手法のご提案が可能でございます。

昨今のデジタルシフトにより、クライアント様からはデジタル関連のご相談も多くいただくようになりました。お客様にとって最良なコミュニケーション方法をご提供できるように、社内ではデジタル関連のサービス開発も行ってまいります。

現状に満足せず日々精進を重ねておりますので、販売促進で課題をお抱えでしたら是非是非ご連絡をお待ちしています。

※P-Triangle△とは、PXCのコアコンピタンスである3つのPをトライアングルで示した図のこと
PXC3つのP: Professionalism(プロ意識) Pioneer spirit(開拓者精神) Problem solving capability(課題解決力)

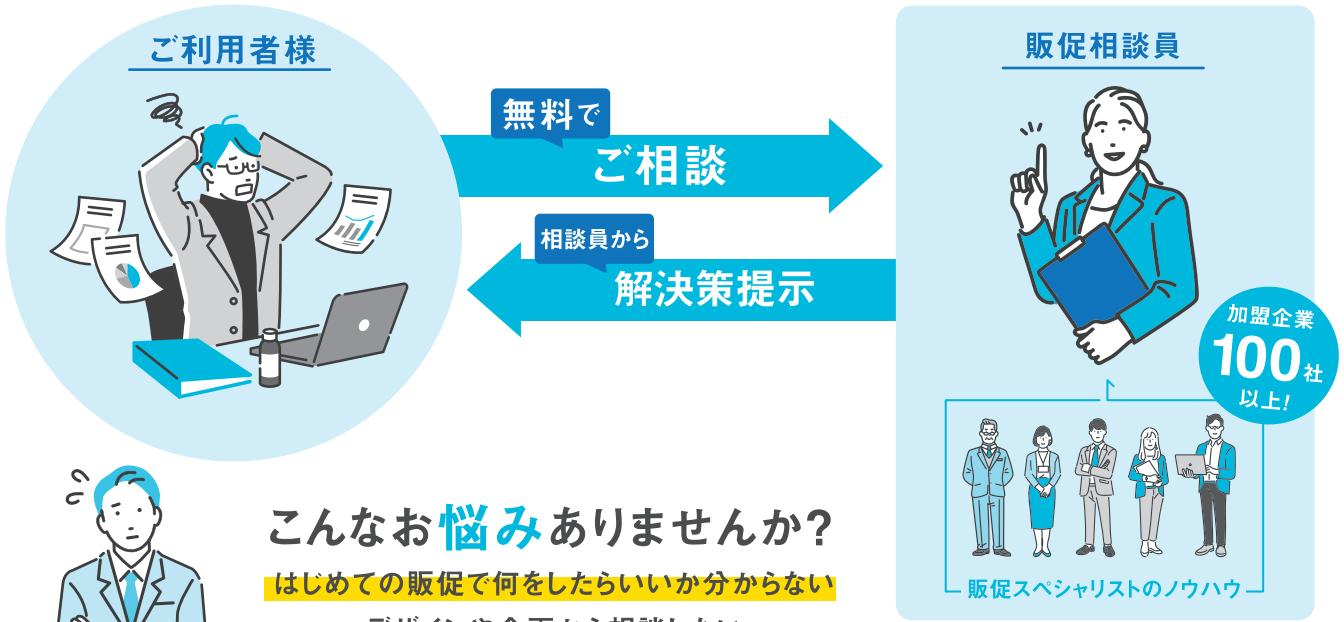
Problem solving capability

販促の「困った。」を専門企業100社のノウハウで解決します!



ハンソクwest

企画立案からデザイン、ツール制作、キャンペーン事務局運営など、各種専門企業のノウハウを元に、あなたのビジネスの販促活動の課題をプロの相談員がサポート&トータルでご提案いたします。



こんなお悩みありませんか?

はじめての販促で何をしたらいいかわからない

デザインや企画から相談したい

限られたご予算の案件

販促相談員にお任せください!

ご利用者の抱えるお悩みやご要望に合わせて

100社以上の販促スペシャリスト企業のノウハウから、最適な解決策をご提案します!



STEP 01

販促相談員がヒアリング

STEP 02

販促のプロの
ノウハウを活かした
最適なプランをご提案

STEP 03

プランの
ご発注・制作・制作開始
(※プランご採用時)



無料ご相談はこちらから
お電話でも受付中! 03-5826-8617



 PXC Inc.
PIONEER OF AI/SP



PXC株式会社

代表取締役社長:菅野健一

創立/設立:1971/1992年

本社:東京都台東区台東4-19-9 山口ビル7 7F(2023年11月より本社を移転)