



KONICA MINOLTA



DIGITAL PRINT LAB

2nd Mission

捨てられないフライヤーを企画せよ！

ディナーショーでのテストマーケティングで持ち帰り率・SNS投稿率を確認

経緯

フライヤーは不特定多数への認知拡大を目的とした販促物として活用され、配布後に廃棄されることを想定され制作されてきました。一方、近年はデジタル施策の普及や用紙価格の高騰などを背景に、紙媒体の役割や価値を改めて見直す必要性が高まっています。今回は「特別な日、コアなファンに向けて届ける、捨てられないフライヤー」をコンセプトに、コアなファンが思い出として持ち帰り、保管したくなるような印刷技術・加工技術をフライヤーに盛り込み、制作しました。

3社の技術を詰め込んだフライヤー

コニカミノルタジャパン AccurioPress C84hc で色鮮やかに色を再現した印刷、アコ・ブランズ・ジャパン Amiga52 のPP加工でさらに彩度をアップ、トヨテック DG-5070PLUS で型を使わず特殊なカット加工を実現！



RGB印刷+PP加工▶

RGB印刷+カット加工▲

検証実施内容

イベント名：亜咲花 ディナーショー「Special Dinner 2025」
実施日：2025年12月20日（土）お昼の部100名・夜の部100名
会場：俺のフレンチ グランメゾン 大手町
施策：フライヤー画像と指定ハッシュタグを付けてSNS投稿された方へ、ステッカーをプレゼント。

X : @AniTone_Music
投稿 URL : https://x.com/asaka_info/status/2001593283051475010
ハッシュタグ発信を行っているため、「X」にて投稿内容をご覧いただけます。

使用ハッシュタグ：#亜咲花ディナーショー#DPL
#コニカミノルタジャパン#アコ・ブランズ#トヨテック X▶



配布風景

ご協力会社様
株式会社AniTone
CAT entertainment株式会社

発行元：コニカミノルタジャパン株式会社

記載されている情報は取材時のものであり、閲覧時には変更されている可能性があることをご了承ください。
(取材日：2026年2月)

結果

昼の部持ち替え入り率 100%

夜の部持ち替え入り率 100%

SNS投稿率 80%

Antone ご担当者様からのコメント

- フライヤーの持ち帰り率は100%
- 豪華仕様とA5サイズのサイズ感により来場者に「グッズ」として受け取られた。
- SNS投稿率は約80%
- MC内でのアナウンスや、着席形式のイベント特性により、待ち時間を活用した投稿が促進された。

DIGITAL PRINT LAB 所感

亜咲花様のディナーショー「Special Dinner 2025」にて、「持ち帰り保存版フライヤー」を各テーブルに配布していただきました。効果測定として、フライヤーの持ち帰り率およびXへの写真投稿を行った方にステッカーをプレゼントするキャンペーンを実施し、SNS発信率を測定しました。その結果、持ち帰り率100%、さらにSNSへの高い投稿率を確認することができハッシュタグからX上の投稿を確認すると、テーブル上に「持ち帰り保存版フライヤー」を置き、ライブを楽しんでいる様子を写した写真が多数投稿されており、思い出として残るグッズとして顧客満足度を高めていることがうかがえました。また、「持ち帰り保存版フライヤー」とステッカーをフックにSNS発信を組み合わせることで、イベントの情報拡散にもつながる有効なアイテムとなりました。

今後の展開

この事例を知った「株式会社バンダイナムコミュージックライブ」様から「転生したらスライムだった件」でも活用したいとお話がございます。(2026年2月時点)

亜咲花

ネイティブな英語の発音、ハスキーで魅力的な歌声を持つ驚異の若手アニソンシンガー。亜細亜に咲く花として精力的に活動中！ HP▶



本記事のお問い合わせ

digital_print_lab@googlegroups.com

