

SMS配信サービスのご紹介

株式会社アクリート



販売代理店・
パートナー募集中

1. 会社概要

- ・ 2018年7月 東京証券取引所マザーズ上場
- ・ 2014年5月 設立(インディゴ株式会社から会社分割)

業界のリーディングカンパニー

- ✓ 4年連続SMS配信数No1 (ミック経済研究所調査レポート)
- ✓ 日本初、スマホアプリの電話番号認証を開始(2011年)
- ✓ 健全かつ安心な配信環境への取り組み
 - 1) 迷惑メール対策推進協議会 構成員
 - 2) フィッシング対策協議会 正会員

業界トップの品質

- ✓ キャリア直収。SMS到達率99.9%(*)
- ✓ 月間数千万通規模の大量のSMSを適切なスループットで、安定配信
- ✓ メンテナンスによるサービスの停止なし

(*) 相手先番号が存在しない、料金未納のため停波中である、または電波が届かない等のお客様状況や携帯キャリアの事情により、SMSが届かない場合があります。

高いエンジニアリング(技術)力

- ✓ 業界で唯一の自社開発プラットフォーム
- ✓ 多数の特許に基づくSMSを軸とした豊富なサービス開発

専任のチームによる高品質サポート

- ✓ SMSサービスに特化した、専任のサポートチームがお問い合わせに対応

永年の経験に裏打ちされたSMSに関するノウハウ

- ✓ 2003年よりSMS事業を展開している、日本で唯一のSMS配信専門企業

代表取締役社長 田中 優成

所在地 東京都世田谷区太子堂1-12-39 三軒茶屋堀商ビル6F

2. SMSとは？

SMS(ショートメッセージサービス)とは、携帯電話番号宛のメッセージサービスです。

Eメールとの比較において、開封率および即時性に優れることが特徴です。

■ SMSの特徴

みんなに届く

ほぼ全ての携帯電話で、SMSの受信が可能です。携帯電話普及率≒SMS送信可能対象者となり、多くの方がご利用可能です。



スマートフォン
フィーチャーフォン

すぐ見てもらえる

短文のため視認性に優れ、訴求点が伝わりやすい通知手段です。また重要な通知に利用されることが多く、通知ONの人が大多数のため通知力に優れています。



携帯電話の基本機能
による通知

ずっと本人に届く

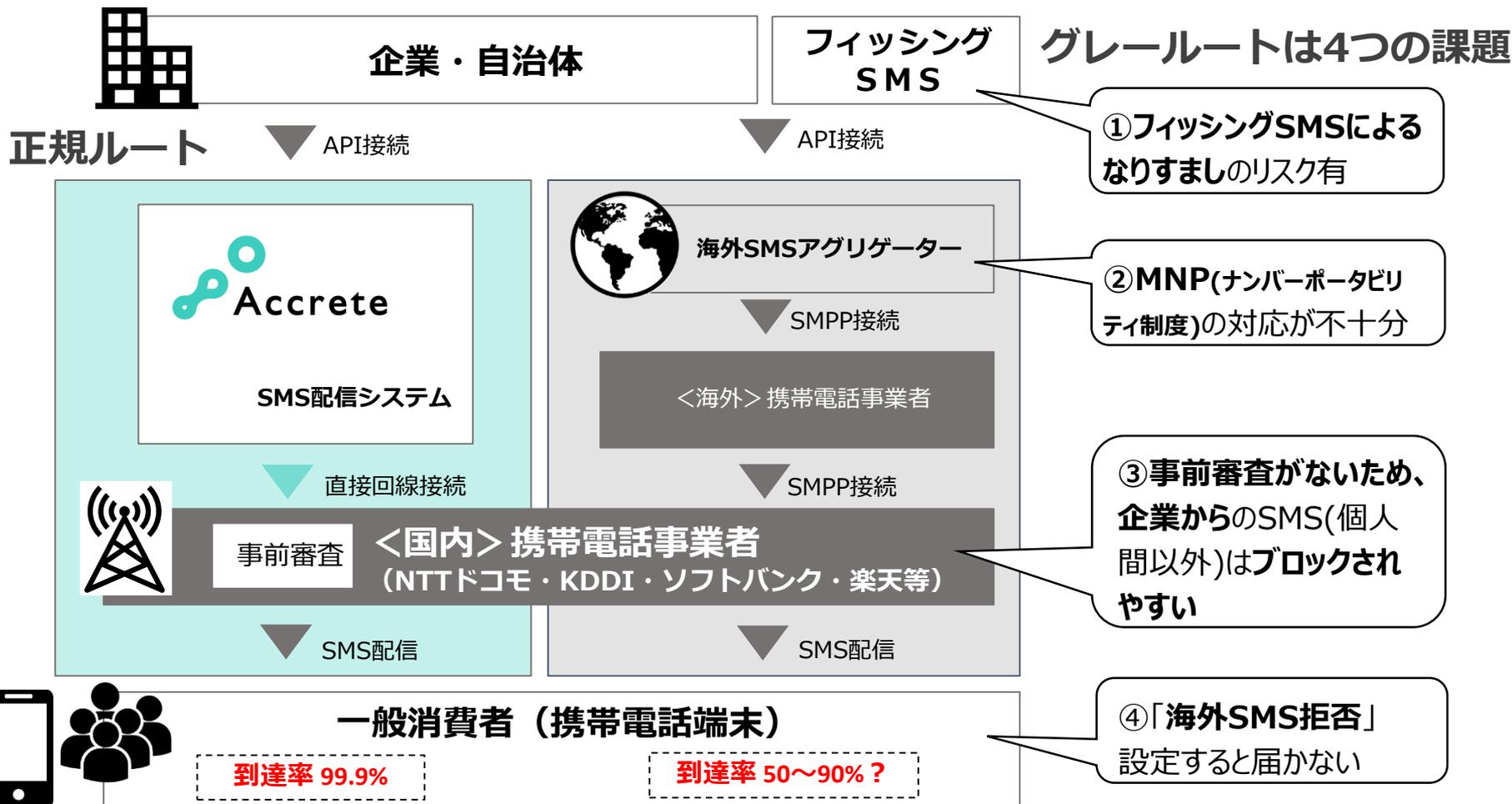
電話番号が変わらない限り、SMSは本人に届きます。しかも携帯電話番号は、取得する際に身分証明書が必ず必要となるため、なりすましができません。



MNPで変わらない
(キャリアメールは変わる)

3. サービス概要

- ・企業等から個人向けのSMS配信サービス (A2P: Application to Person)
- ・日本の携帯事業者との直接接続により、高品質に提供 (正規ルート)



4. SMS配信の用途：全体像

- ・ 個人認証が72%、コミュニケーションが26%（2018年度売上）
- ・ 開封率において、Eメールよりも優れるため、マーケティングも増加

個人認証
(二段階認証)
-Webサイト
-スマホアプリ

- ・ 決済サービス
- ・ オンラインバンキング
- ・ 仮想通貨取引所
- ・ GAFAs等のグローバルIT企業のサービス
- ・ タクシー配車アプリ
- ・ 動画共有アプリ
- ・ 宿泊予約サイト

顧客開拓

品質がより重視されるため、他社からの切替事例有

コミュニケーション

- ・ 人材サービス
- ・ 債権回収、督促
- ・ マルケト等ツールとの連携

ユースケース開拓

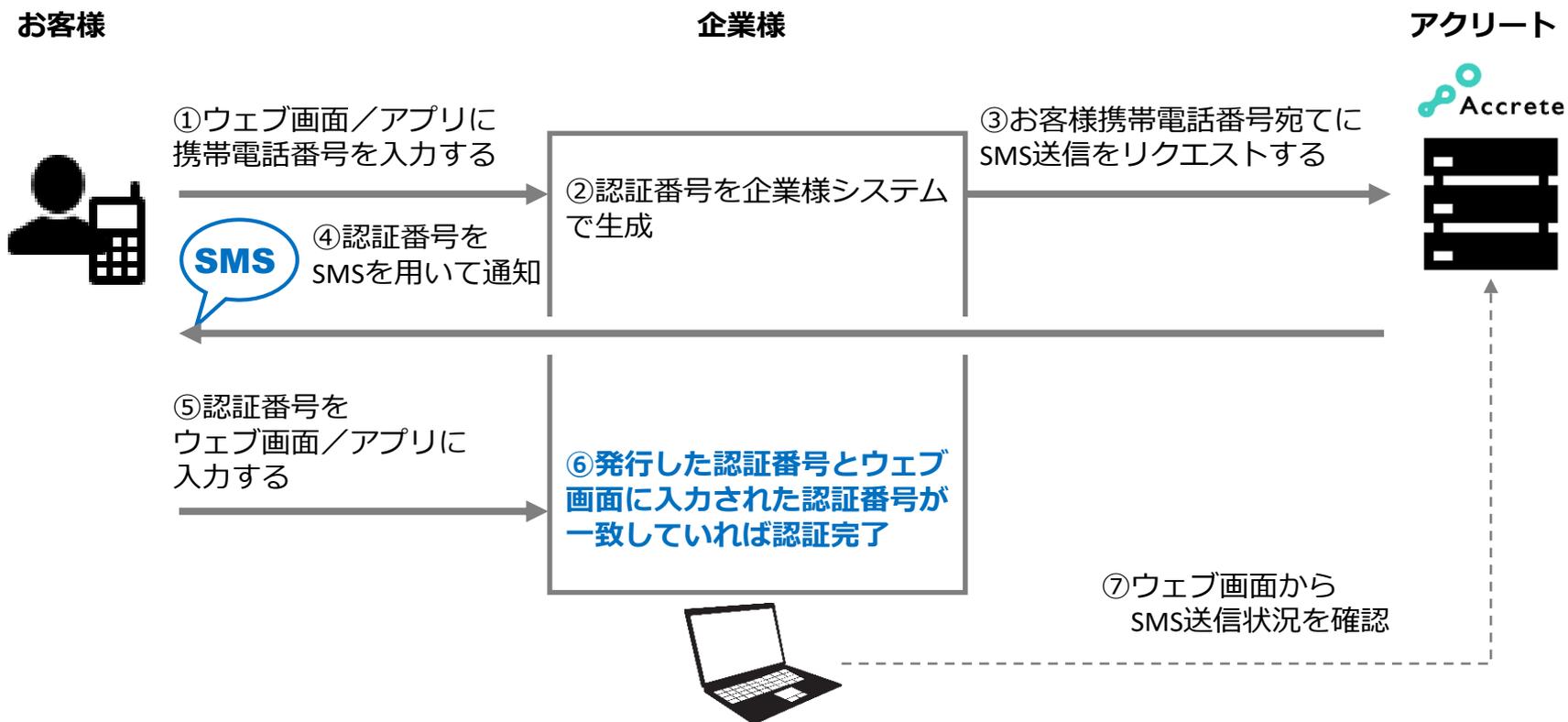
- ・ 飲食店予約
- ・ IR情報
- ・ 自治体
- ・ 災害対策 他

マーケティング
・ 通知

- ・ カーディーラー
- ・ クリーニング店 他

5. SMS配信の用途：個人認証

「契約時に身分証明を提示して契約した携帯電話番号」に対して、「携帯電話本体を保持している人だけが受け取れるSMS」を利用してパスワードを送付し、利用者認証を行う



6. SMS配信の用途：コミュニケーション

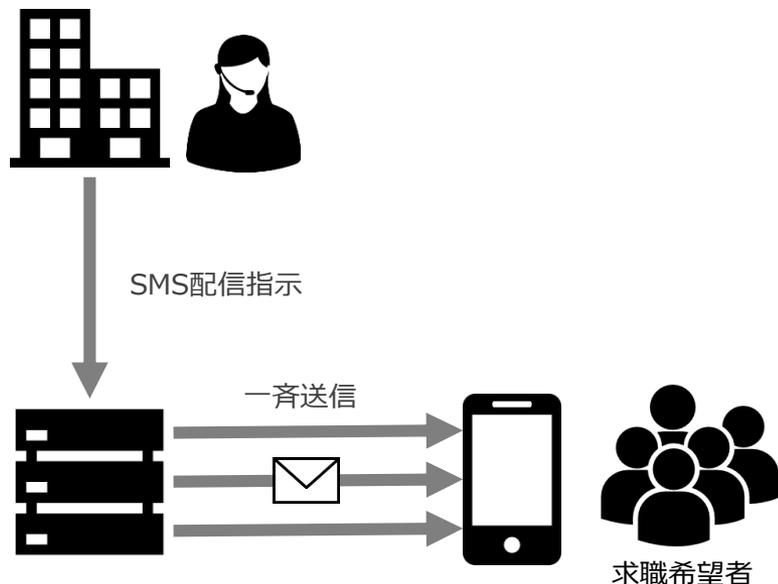
人材サービス

電話やメールへの応答がない求職希望者への情報配信や採用フローでの
コンタクト手段に利用可能。大幅な業務効率の改善が可能になる

■ 導入例

<求職希望者への情報配信>

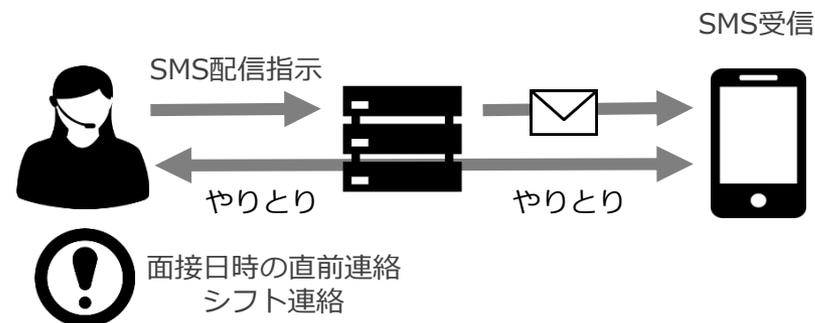
人材派遣や人材紹介及び求人媒体などの人材サービス業界において、求職希望者にタイムリーに求人情報を即時閲覧率の高いSMSで送信する事で、これまでのメールや電話での連絡よりも業務効率を大幅に改善しながらも、他社よりも優位な人材獲得を可能に。



■ 導入例

<登録者とのコンタクト手段>

面接日時の直前連絡や派遣社員やアルバイトのシフト連絡など架電やメールと比較して効率的かつ即時閲覧率が高いSMS送信が活用される。



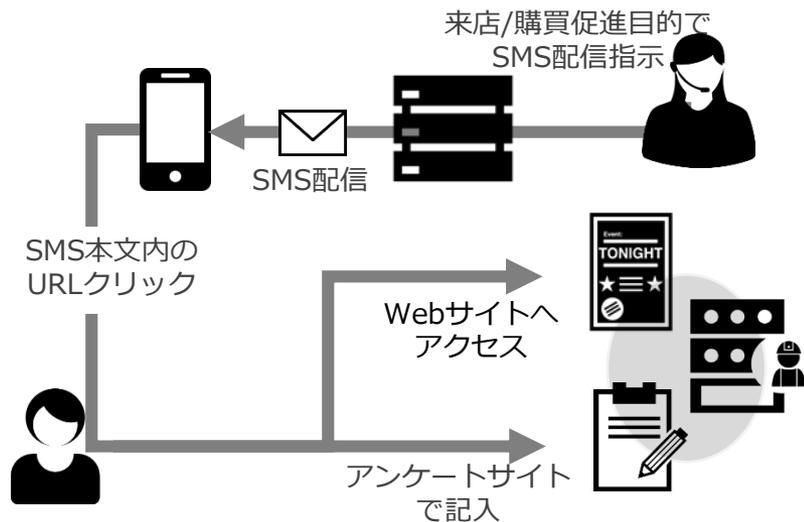
7. SMS配信の用途：マーケティング・通知

顧客へのプロモーション・CRM

■導入例

既存顧客の掘起し等を目的とした携帯電話番号を取得している顧客へのSMSによるキャンペーン告知によりメールよりも高い即時閲覧率により効果の高いプロモーションが可能に。

通信販売、定期購買等では、リピートユーザーの属性や行動履歴に基づき、SMSでの適切な通知を行う事で顧客満足度の高いCRMを実践。



インバウンドコールへの対応

■導入例

顧客からの問合せに対し、電話受付/IVRにより顧客の用件別に適切なウェブサイトのURLをSMSにより配信し、効率的なユーザーサポートを行う事が可能に。

通販番組の放映、テレビコマーシャル、その他マスメディアの影響もしくは事件、事故の発生によるクレーム等により、電話が集中した際、適切なSMSで返信を行い、顧客対応を行う事が可能に。

