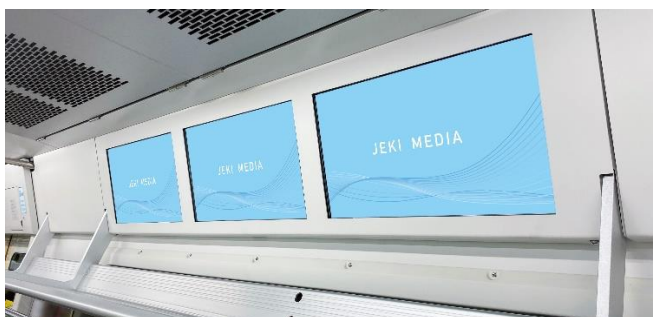


株式会社ジェイアール東日本企画との協業 リテールメディアを活用した実証実験にて 『クロスメディア活用で商品購買率 約 1.7 倍に』

～まど上チャンネル・FamilyMartVision・ビーコンを活用したスマートフォンプッシュ通知の連動～

株式会社ファミリーマート（本社：東京都港区、代表取締役社長：細見研介 以下、ファミリーマート）は、株式会社データ・ワン（住所：東京都千代田区、代表取締役社長：太田英利 以下、データ・ワン）、株式会社ジェイアール東日本企画（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：赤石良治 以下、jeki）と共同で、ファミリーマート店内に設置されたデジタルサイネージ「FamilyMartVision」と JR 山手線車内に設置されたデジタルサイネージ「まど上チャンネル」、ビーコンを活用したファミリーマート来店者および山手線に乗り込んだ方をターゲットにしたスマートフォンプッシュ型広告によるクーポン配信（以下、ビーコン広告という。）を連動させたクロスメディア広告の実証実験を実施しましたので、お知らせいたします。



■クロスメディアによる広告認知効果の向上に加え、商品の購買率が約 1.7 倍に！

本取り組みは、「FamilyMartVision」と「まど上チャンネル」の日本最大級のデジタルサイネージと、生活動線上に設置しているビーコン広告のかけ合わせによる新しい広告手法となります。来店者をターゲットにした広告媒体である「FamilyMartVision」、通勤や通学といった生活動線で広く広告接触を促す「まど上チャンネル」、それぞれの媒体接触者をターゲットにした「ビーコン」を通じて来店および商品の購買促進を行う本取り組みは、OOH 広告ならではの「空間」と「時間」を包括的にカバーできるクロスメディア展開であり、OOH 広告では実現できなかったデータドリブンな広告キャンペーンを実現するものです。

このたび、プライベートブランド「ファミマル」の「ポテトチップス絶品うすしお味」のクーポン施策実施の期間中を対象に、「FamilyMartVision」、「まど上チャンネル」、ビーコンを活用した広告配信を実施し、広告媒体単体の接触効果と複数媒体での接触効果についての検証実験を行いました。

検証の結果、3 つのクロスメディアを活用した広告配信により、商品認知度の向上にあわせて、商品購買伸長率がサイネージ広告のみ（※）の接触の場合と比較すると、最大で約 1.7 倍になるなど、より効果的に商品の訴求力を高めることが実証されました。

※「FamilyMartVision」もしくは「まど上チャンネル」のどちらかのサイネージ広告に接触

■実証実験の概要

全国のファミリーマート約 10,000 店の店内に設置されているデジタルサイネージ「FamilyMartVision」と、jeki が保有する山手線内の網棚上に搭載されている 3 面サイネージ「まど上チャンネル」に加え、ファミリーマートと jeki の提供する「ビーコン広告」を活用し、ファミリーマートで販売する商品の広告配信を行い、各媒体におけるクロスメディアの有効性実験を実施いたしました。

実験期間：2024 年 6 月 24 日（月）～2024 年 7 月 7 日（日）（2 週間）

実験内容：ファミリーマート店舗内サイネージ、JR 山手線車内サイネージ、ビーコン広告にて、対象商品に関する広告を配信。

検証項目：購買伸長率、商品認知度

検証方法：購買データ、及びアンケート調査によって、広告配信に接触したお客さまを以下の 3 群に分類し、広告の重複接触状況に応じた購買及び認知度を検証。

◆広告放映内容

【1】ビーコンによるターゲティング広告配信：ファミリーマートへ来店もしくは山手線へ乗車していただいたお客さまのスマートフォンにビーコン広告通信を活用し PUSH 広告を配信

【2】「まど上チャンネル」での広告放映：山手線乗車顧客に対して広告配信

【3】「FamilyMartVision」での広告放映：ファミリーマートのデジタルサイネージ設置店舗での広告放映

◆分類

A 群：【2】もしくは【3】のサイネージ広告に接触

B 群：【1】かつ、【2】もしくは【3】のサイネージ広告に接触

C 群：【1】【2】【3】すべての広告に接触

サイネージ広告

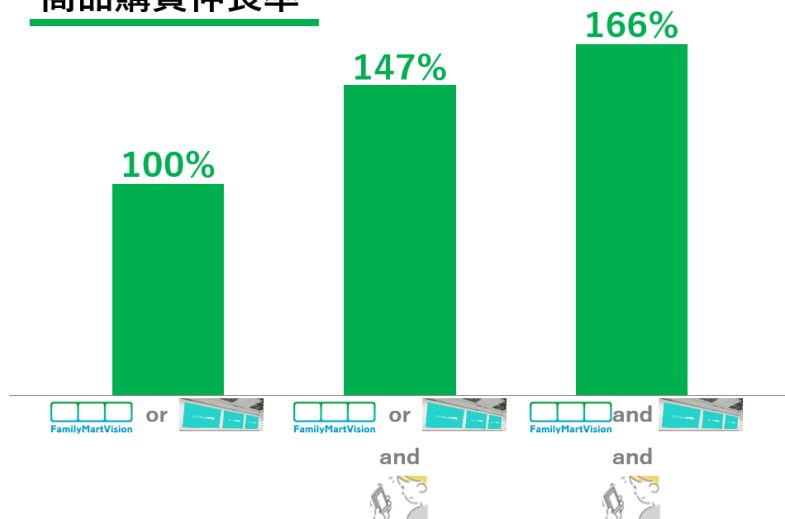


■本実験の検証結果

【購買伸長率について】

ファミマル「ポテトチップス絶品うすしお味」のクーポン施策実施の期間中の購買伸長率は、「FamilyMartVision」・「まど上チャンネル」・ビーコンのすべての広告（C 群）に接触した場合と、サイネージ広告のみ（A 群）の接触と比較すると、約 1.7 倍伸長するという結果となりました。

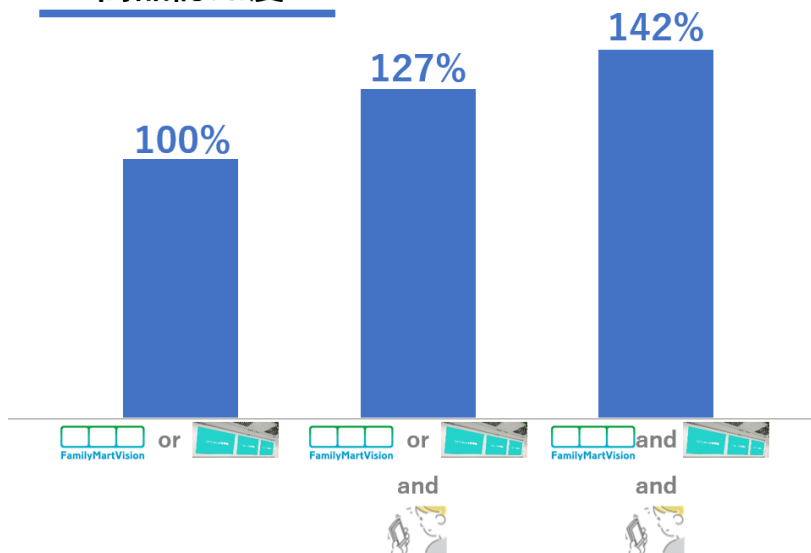
商品購買伸長率



【商品認知度について】

「FamilyMartVision」、「まど上チャンネル」でのファミマル「ポテトチップス絶品うすしお味」のサイネージ広告配信における商品認知度は、すべての広告（C 群）に接触した場合とサイネージ広告のみ（A 群）の接触と比較すると、約 1.4 倍伸長する結果となりました。

商品認知度



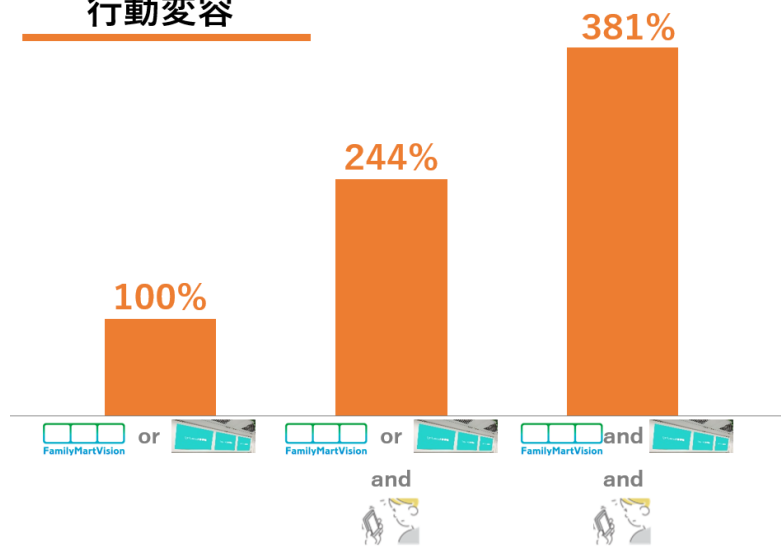
【行動変容について】

各広告に接触した際の行動変容についても検証したところ、すべての広告（C 群）に接触した場合、商品購入以外にもインターネットや SNS 等で商品について検索をしたりしたなどの行動変容への効果が 381%と最も高い数値を示しました。

この結果から、「FamilyMartVision」、「まど上チャンネル」、ビーコンを活用したクロスメディアでの訴求により、商品訴求力だけでなく、購買行動・認知拡大をさらに高めることが可能であるといえます。

ファミリーマート、データ・ワン、jeki は、今後も連携し、リテールメディアを活用した新たな顧客体験の創出に取り組んでまいります。

行動変容



【今後の展望について】

本実証実験の結果、FamilyMartVision×まど上チャンネル×ビーコンを活用したクーポン配信のクロスメディアが生活者の購買行動・認知拡大に大きな影響を与えることが実証されました。ファミリーマート、ジェイアール東日本企画およびデータ・ワンは、OOH 広告領域におけるデータ駆動型広告ソリューションの商品化に向けて引き続き3社で検討してまいります。

ファミリーマートは、「あなたと、コンビニ、ファミリーマート」のもと、地域に寄り添い、お客さま一人ひとりと家族のようにつながりながら、便利の先にある、なくてはならない場所を目指してまいります。

以上

<参考資料>

■株式会社ファミリーマート

【設立日】1981 年 9 月 1 日

【代表者】代表取締役社長 細見 研介

【所在地】東京都港区芝浦三丁目 1 番 21 号

【事業内容】フランチャイズシステムによるコンビニエンスストア事業

店舗数：国内 16,271 店、海外 7,807 店、合計 24,078 店（2024 年 2 月末現在）

コーポレートサイト：<https://www.family.co.jp/>

■株式会社ジェイアール東日本企画

【設立日】1988 年 5 月 9 日

【代表者】代表取締役社長 赤石 良治

【所在地】東京都渋谷区恵比寿南 1 丁目 5 番 5 号 JR 恵比寿ビル

【事業内容】エージェンシー機能と媒体事業社機能を兼ね備えた広告会社。媒体事業では生活動線である JR 東日本の車両や駅といった資産を活用した OOH 広告媒体を販売・運営。

コーポレートサイト：<https://www.jeki.co.jp/>

■株式会社データ・ワン

【設立日】2020 年 10 月 27 日

【代表者】代表取締役社長 太田 英利

【所在地】東京都千代田区霞が関 3-2-5 霞が関ビルディング 5 階

【事業内容】小売事業者が保有するデータを活用したデジタル広告配信事業

コーポレートサイト：<https://data-one.co.jp>