

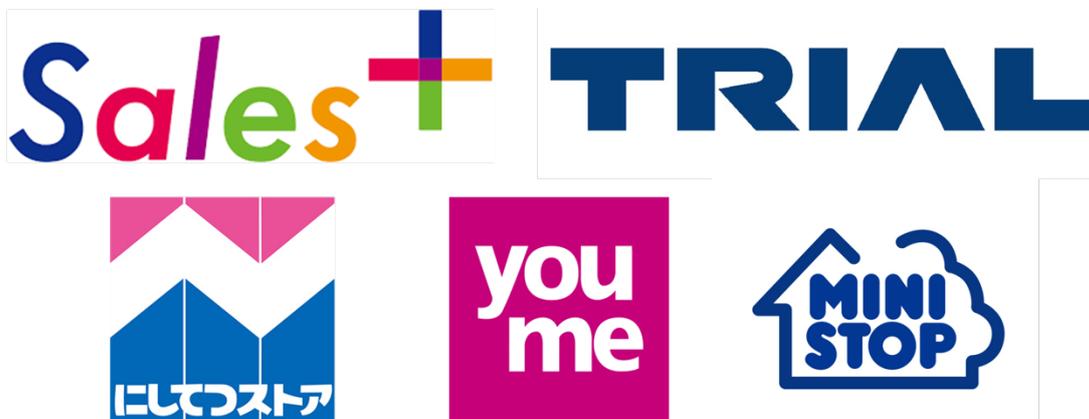
<実施レポート>

SalesPlus 主催

第6回「九州リテールメディア連合会」勉強会

購買近接点に強いマーケティング・ソリューションカンパニーである株式会社 SalesPlus（本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：大浦芳久、以下、SalesPlus）は、2023年9月に発足した「九州リテールメディア連合会」の活動報告及び、今後の活動方針について、2025年1月30日(木)に勉強会を開催いたしました。

当日は、九州リテールメディア連合会の参画企業である、トライアルカンパニー、イオン九州、西鉄ストア、ミニストップ、勉強会参加企業としてはイズミなど、合計10社が参加しました。



<当日の内容>

当日は下記3部構成で各登壇者による取り組みや事例の共有とディスカッションを実施。

- ・「九州リテールメディア連合会」の活動について
- ・2024年リテールメディアの振り返り
- ・新サービス「地元メディアと地域小売を結ぶプラン」について
- ・各企業活動報告

=====
<第6回九州リテールメディア連合会_実施サマリ>

- ・成長著しいリテールメディア市場において、九州リテールメディア連合会は「日本一効果的・効率的なメディアネットワーク」を目指す。
- ・2024年は「効果が出た成功事例」が複数誕生し、連合会発足当初から約倍以上の引き合いが発生
- ・直近では各小売店アプリケーションのリテールメディア化を図ることで、リテールメディアをより広義なものにし、2025年には参画企業を増やし、九州リテールメディア連合会のネットワークを拡大していく。

<参画企業/登壇者氏名>

- ・株式会社西鉄ストア 営業企画部メディア戦略課 崔 光海 氏
- ・イオン九州株式会社：デジタルマーケティング部 リテールメディアG マネジャー 劉 瑤
- ・イズミ株式会社 マーケティング本部マーケティング 担当マネージャー 塩屋 武教 氏
- ・株式会社トライアルカンパニー マーケティング部 部長 野田大輔 氏

NEWS RELEASE

- ・ミニストップ株式会社 商品統括本部 マーケティング部 サイネージ営業チーム マネージャー藤田 梨恵 氏
 - ・サントリー株式会社 広域営業本部 第2支社長 サントリーホールディングス（株） デジタル本部 デジタル戦略部 部長
リテールAI 推進チームシニアリーダー 中村 直人 氏
- ※一部抜粋して記載しております。
- =====

■「九州リテールメディア連合会」活動について

勉強会は、SalesPlus 代表取締役社長 CEO 大浦 芳久による開催挨拶からスタート。「成長著しいリテールメディア市場において今年は前年の倍以上の案件の引き合いがあり、各社とより一層連携して活動を進めたい」と抱負を述べた。

続いて、SalesPlus 執行役員 大塚 正英より勉強会の趣旨や2025年度の方針について説明が行われた。九州リテールメディア連合会は、消費者の生活に寄り添うメディアネットワークを作っていくために、小売や各ジャンルの事業者と連携して取り組んでいる。日本の小売には多くのムダ・ムラ・ムリがあると言われていたが、昨今、デジタル広告のサードパーティークッキーの規制などが強化される背景で、ファーストパーティデータを保有しているリテールメディアに大きな注目が集まっている。ファーストパーティデータがあることで、効率的なターゲティングやプロモーションの実施と売上への波及を含めた効果測定ができる点がリテールメディアの強みであり、2024年は実施事例も大幅に増加した。SalesPlus もスタッフの増員を図りより力を入れていく方針で、九州リテールメディア連合会が「日本一効果的・効率的なメディアネットワーク」になることを目指すと語った。



2025年に関しては、「リテールメディアを活用すると売上げが上がる」という実績をより増加させていくことで、参画企業を拡大し、九州リテールメディア連合会のネットワークのさらなる成長を目指していく。

具体的なアクションとしては、店頭サイネージだけでなく、各小売企業が保有するアプリへの出稿を実現させることで、サイネージを持たない店舗とのネットワークを拡大し、参加企業や媒体の増加を狙う。まずは福岡を中心に好事例を作った後に九州全土への拡大を目指す事を目標とします。

■2024年リテールメディアの振り返り

続いて、SalesPlus 代表取締役副社長 COO 関 晋弥より「2024年リテールメディアの振り返り」が行われた。

第一回の勉強会から1年と4ヶ月が経った現在、昨年は飲料系や食品系、お菓子系などのメーカーとの連携が増加し、様々な施策を展開。

地域に根ざした訴求、歴史の長い商品の再活性化、ターゲット層が狭い商品のターゲティング、季節に合わせた出稿戦略などの取り組みが好評で、様々な事例が増加してきている。

例えば、サントリー「サントリー生ビール」施策では、「リテールメディア横断サイネージ×ローカルテレビCM」という取り組みを実施。施策実施に伴い、分析～検討～企画～制作～出稿～店舗連動まで、各地域にマッチするリテールメディア戦略を立案。また、イオン九州、西鉄ストア、トライアルでは、店頭用CMにありものの素材を使用せず、新たにそれぞれの店舗で撮影し各流通専用のCMを制作した。その結果、流通毎に効果的な訴求を実現し、各流通・メーカーでの売上増加に寄与し、追加施策を実施する結果にも繋がった。

2024年下期は、多くのメーカー様が流通横断の施策を実施。2025年は、昨年の成功実績を踏まえ「リテールメディア横断サイネージ×ローカルテレビCM」という型をベースに様々な施策を掛け合わせて、九州リテールメディア連合会の活動をより活性化させていく方針だ。

■各企業活動報告

続いて、各参加企業の2024年の振り返りと2025年の取り組みについて、担当者より発表が行われた。

NEWS RELEASE

・西鉄ストア (営業企画部メディア戦略課 崔 光海 氏)

2024年度はリテールメディアへの注力を開始し、順調に拡大しており目標金額達成も視野に見えている。新たな取り組みとして、LOVE FM とコラボし、ラジオCM 及び福岡の中心部天神にあるソラリアビジョンと西鉄ストア各店のリテールプランを組み合わせたプランも開始。現在、1社の実施が決定している。西鉄グループと連携したソリューションを活用することで、グループ全体の増収も目指す。また、対象商品を購入すると自動でキャンペーンに応募できるようなパッケージも実施しており、非常にいい結果が出たため、今後も拡大していく方針だ。2025年の目標としては、自社のアプリとリテールメディアの連携を予定している。課題としては社内の横断部署とのスムーズな連携の強化を改善していきたいと語った。

・トライアルカンパニー (マーケティング部 部長 野田大輔 氏)

小売とお客様を繋ぐリテールメディアは、お客様のファン化を実現するためのツールになり得る。購買データを分析し、それに合わせたターゲティングを重視し現在まで活動を行なっている。今後、組織として強化すべき点は、販促組織づくりを更に強化しDX化を推進していく。店頭ではポップやサインージ展開を拡大。そして、お客様の興味喚起・商品理解を図るためトライアルマガジンなど自社の情報発信メディアと連携し商品訴求を拡大していく考えだ。また、新規顧客獲得と育成を目的としたマーケティングプランを作る技術の確立にも注力している。新規獲得最大化のフェーズではCM や売り場・サインージ、1to1 のコミュニケーションの実施、リピート促進フェーズではクーポンの配布、その後のファン化フェーズではアプリを活用したポイント施策など、各フェーズで機械化しながら一連のマーケティングプランの確立に一層力を入れていきたいと語る。サインージに関しては使い方も多様化してきており、今後は新たなサインージの開発などにも取り組んでいく。さらに、今年はアプリと商品とトライアルマガジンの連携をより強化。商品にQRコードを付与し、購入したお客様がマガジンを見ていただけるような動線を確認してきたため、分析データなどを活用して今後は広告戦略を検討すると語る。

■SalesPlus 会社概要

代表者：代表取締役社長 CEO 大浦 芳久

本社所在地：東京都港区東新橋2-6-6 汐留AZビル8F

設立：2018年4月

資本金(資本準備金含む)：5億1,000万円

事業内容：購買近接点でのマーケティング・ソリューション提供

URL：<https://salesplus.co.jp/>